

ホームステージング白書2019

—2019 Profile of Home Staging—



一般社団法人

日本ホームステージング協会

JAPAN HOME STAGING ASSOCIATION

本白書のデータを流用・引用する場合は、必ず事務局にお知らせください。

電話 03-6810-5708 ファックス 03-6810-5718

Mail info@homestaging.or.jp

【第3回ホームステージング実態調査 概要】

■調査の背景

日本ホームステージング協会では、ホームステージングに関する唯一のデータを得るため、今年3回目となるホームステージング実態調査を実施しました。この調査は、北海道から沖縄まで全国で活躍するホームステージングを導入している法人会員企業及びホームステージャーを対象に、ホームステージングの実態調査を行いました。昨年までは不動産1物件ごとのデータを集計しましたが、不動産のデータが公表できない部分もあり、今回は1社1回答としました。すべての業種に共通の総合調査のほか、不動産仲介業、不動産賃貸業、ホームステージング業と業種別でも調査のご協力をいただきました。また、今回初めて、全米リアルター協会（※1）のホームステージング統計データを参考に選択形式を取り入れました。

■調査概要

- ・調査名：第3回ホームステージング実態調査
- ・調査対象期間：2018年6月1日～2019年5月31日
- ・調査実施期間：2019年7月1日～8月31日
- ・回答方法：協会会員向けアンケート送付による回答収集
- ・回答総数48件（1社1回答）

■主な調査内容

- ・ホームステージングを実施する基準
- ・ホームステージングの費用負担
- ・ホームステージングされる部屋の重要度
- ・ホームステージング費用の内訳・平均・物件価格毎の費用
- ・成約するまでの期間
- ・買主への影響

当協会としては、2017年を「**ホームステージング元年**」と位置づけ、社会全体にホームステージングの浸透が進むターニングポイントの年としました。

2018年はホームステージングは「**成長期**」に入り、不動産仲介における空室のホームステージングだけでなく、在宅のホームステージングへも徐々に領域を広げました。また、賃貸・リフォーム・民泊などホームステージングを実務で取り入れる企業の顔ぶれも多種多様になり、様々な利用者のニーズに合わせて、ホームステージング自体が変化していく前触れの年となりました。

さて、2019年は昨年に比べ、関東だけでなく、近畿、東海など地方でも販売促進や空室改善を目的に、ホームステージングを導入した会社が増加しました。特に、賃貸ホームステージングの効果が大きいことが認識され不動産管理会社や不動産オーナーが導入し始めてきました。今年もホームステージングは**まだまだ成長期**が続いていると言えます。また、ホームステージング業では賃貸オーナーや個人顧客からの依頼も増え、一般ユーザーがホームステージングを認知する兆しが出てきました。次回のホームステージング白書2020は、2020年12月頃の公開を予定しています。

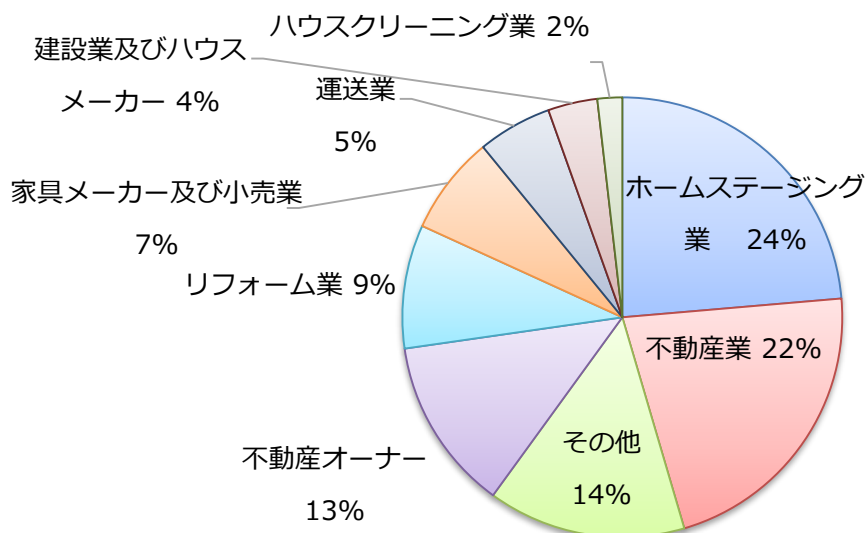
※1全米リアルター協会とは

アメリカ最大の業界団体で不動産業界を代表する活動をしている。

会員は1200のローカル協会と54の州協会、自治連邦地区に属す会員と66か国87の提携団体の国際会員で構成されている

■全業種の調査回答者について

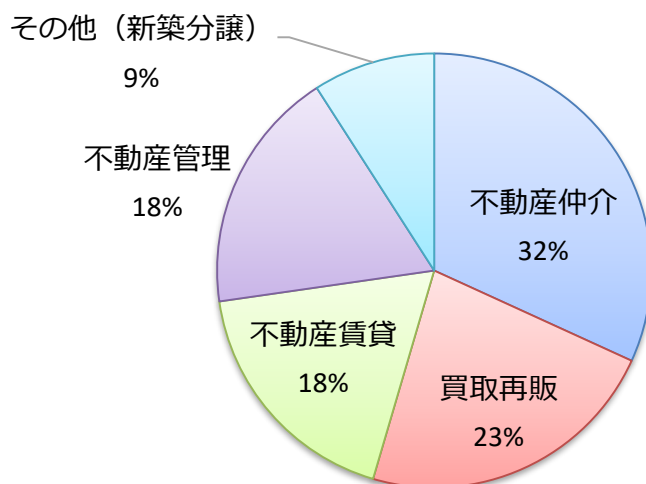
1-1 職業別



- ・ホームステージングを導入している、ホームステージング業・不動産業、不動産オーナー、リフォーム業など様々な業種から調査回答を頂きました。
- ・今回初めて、ホームステージング業の実態調査を実施しました。

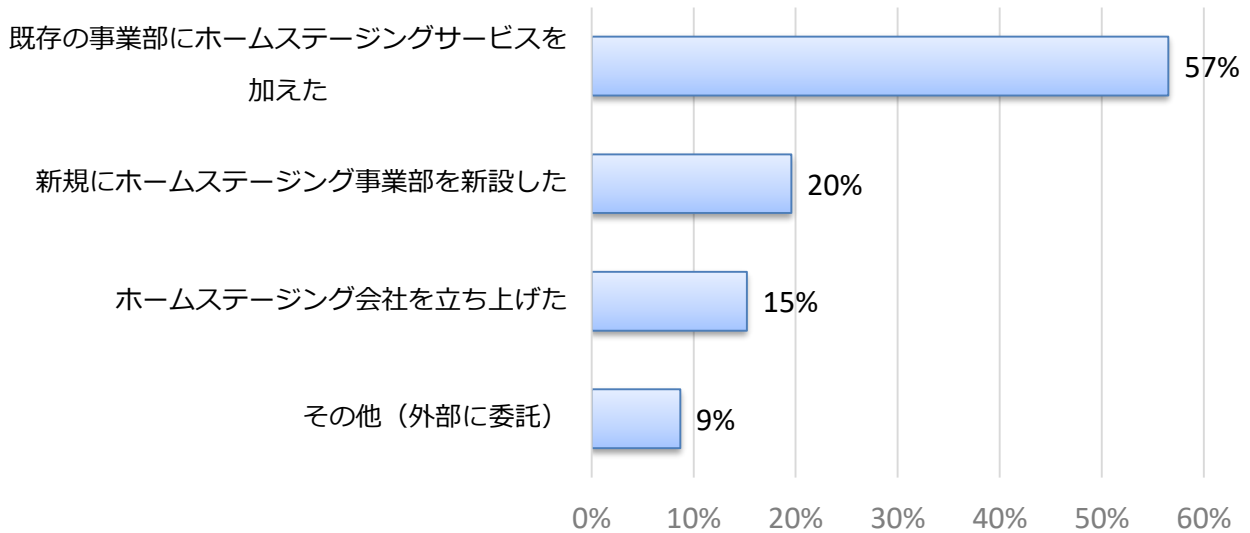
1-2 不動産業の業務内容

1-1で不動産業と答えた方へ内訳を聞きました。



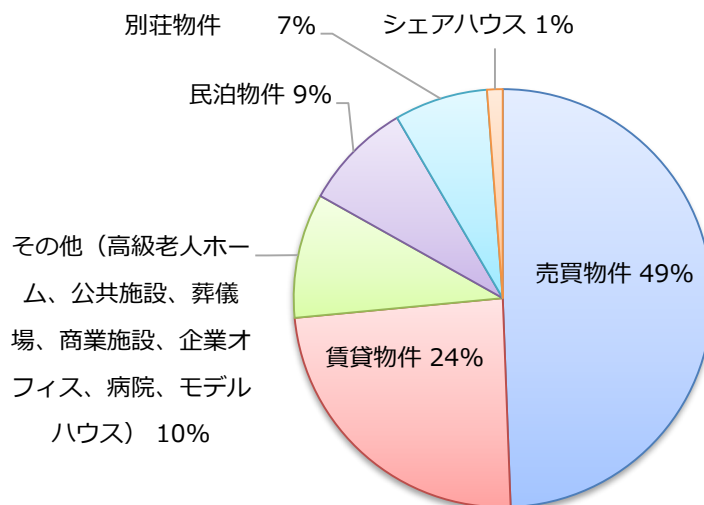
- ・既存住宅の販売促進の為にホームステージングを導入している会社が、不動産仲介と買取再販で半数以上となっています。特に買取再販して早期に売却するためホームステージングを導入している会社が増えています。
- ・不動産賃貸や不動産管理については空室改善の一つとしてホームステージングを導入しています。

1-3 ホームステージング事業をどのように始めたか



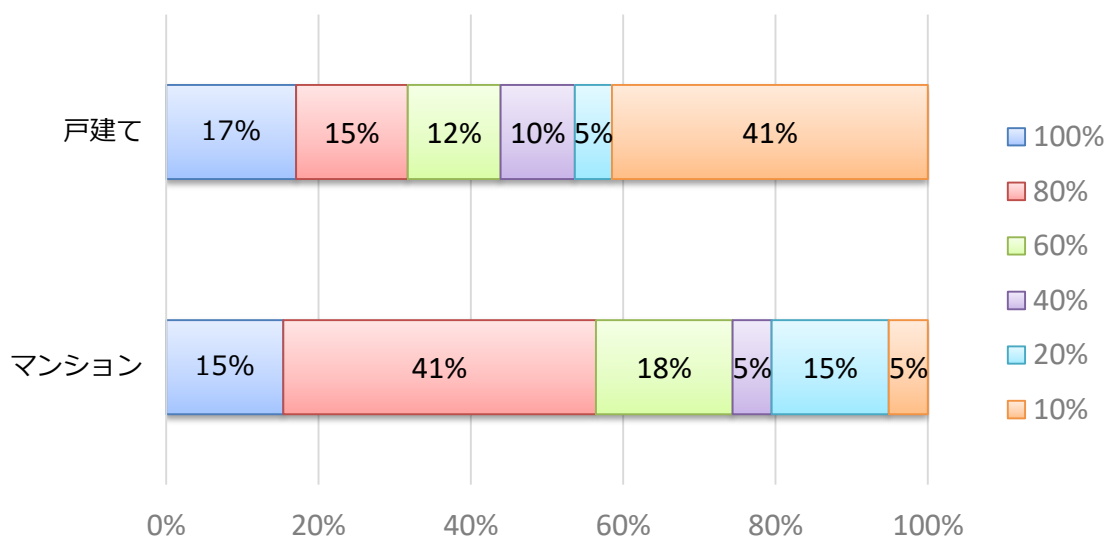
- ・新規にホームステージング事業部を新設、新たにホームステージング会社を立ち上げた会社が35%を占め、ホームステージングが新たなビジネスとして成立し始めたことがわかります。

1-4 ホームステージングしている物件



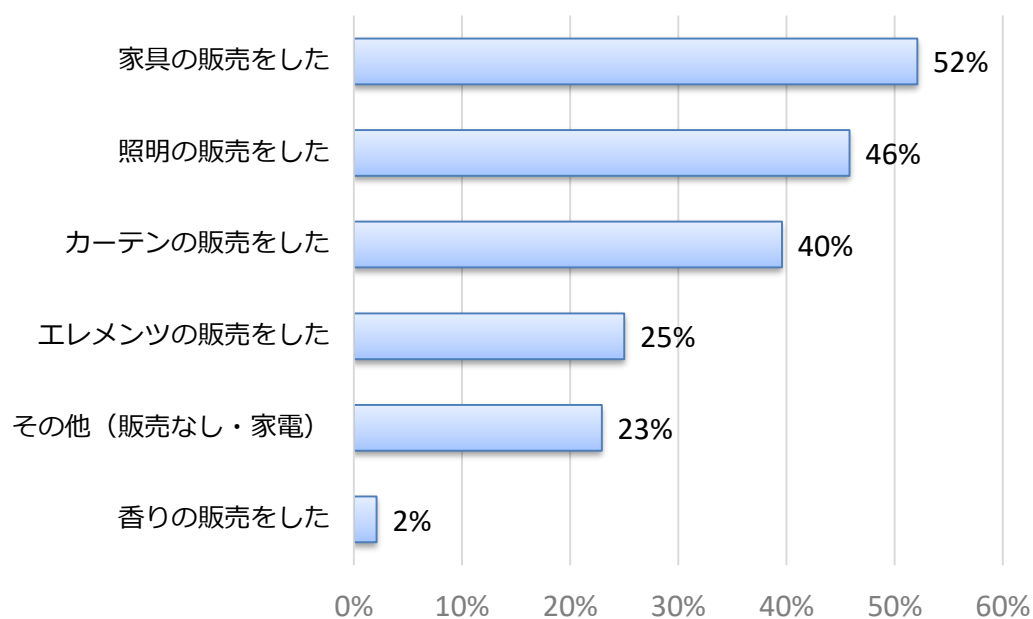
- ・賃貸物件の割合が全体の約1/4と、賃貸にホームステージングが広がっていることがわかります。
興味深いのは、その他に高級老人ホーム・オフィス・病院など公共施設にもホームステージングビジネスの領域が広がっていることです。

1-5戸建てとマンションにおけるホームステージングの比率



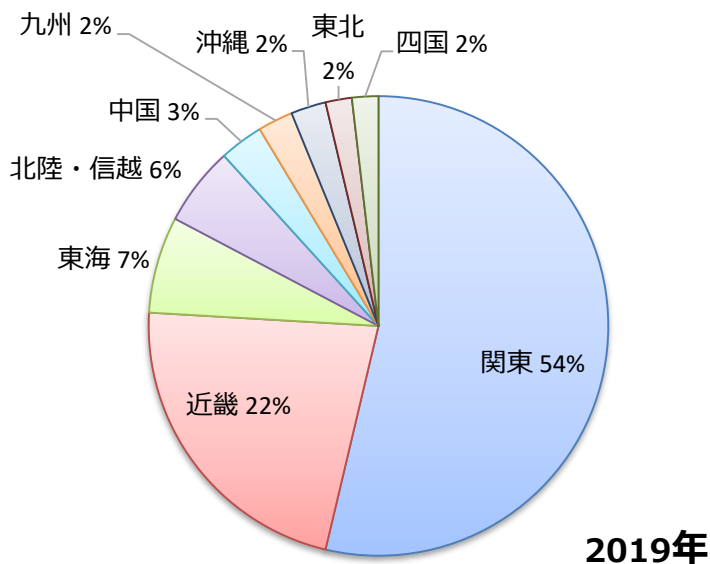
- ・戸建てが全体の（10%）と答えた人が最も多いのに対して、マンションは全体の80%と答えた人が（41%）で最も多く、戸建てよりマンションにホームステージングを導入することが多くなっています。

1-6ホームステージング設営後の家具小物の販売について（複数回答）



- ・家具や照明・カーテン、エレメンツなどの販売をしているところが半数あり、ホームステージングすることで、家具関連の商品販売にもつながっています。また、家電や香り等の販売につながることで様々な業種の参入も想定できます。

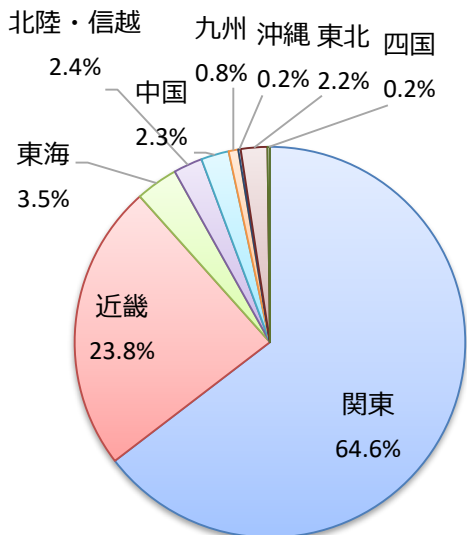
1-7地域別ホームステージング件数



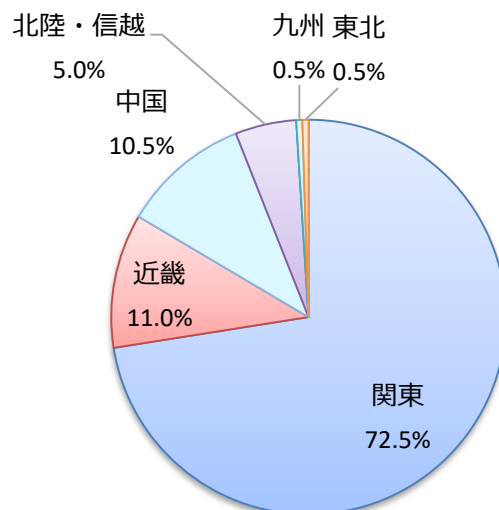
・昨年に比べて関東の割合が減り、近畿・東海・四国・九州・沖縄など地方のホームステージングの件数が増えています。ホームステージングがさらに全国へ広がりを見せています。

昨年の地域別件数

空室ホームステージング件数
(売買物件)



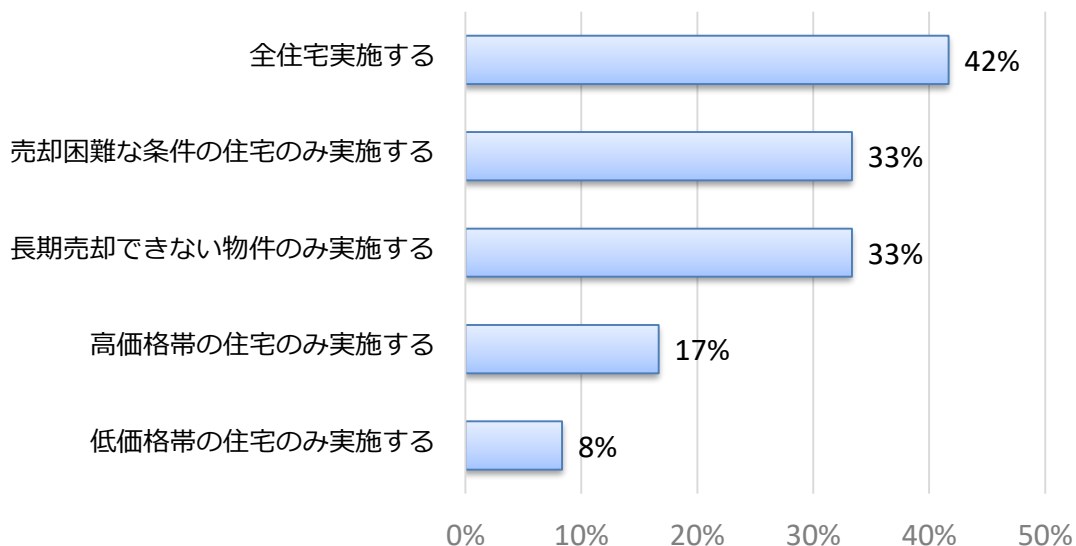
賃貸ホームステージング件数



2018年

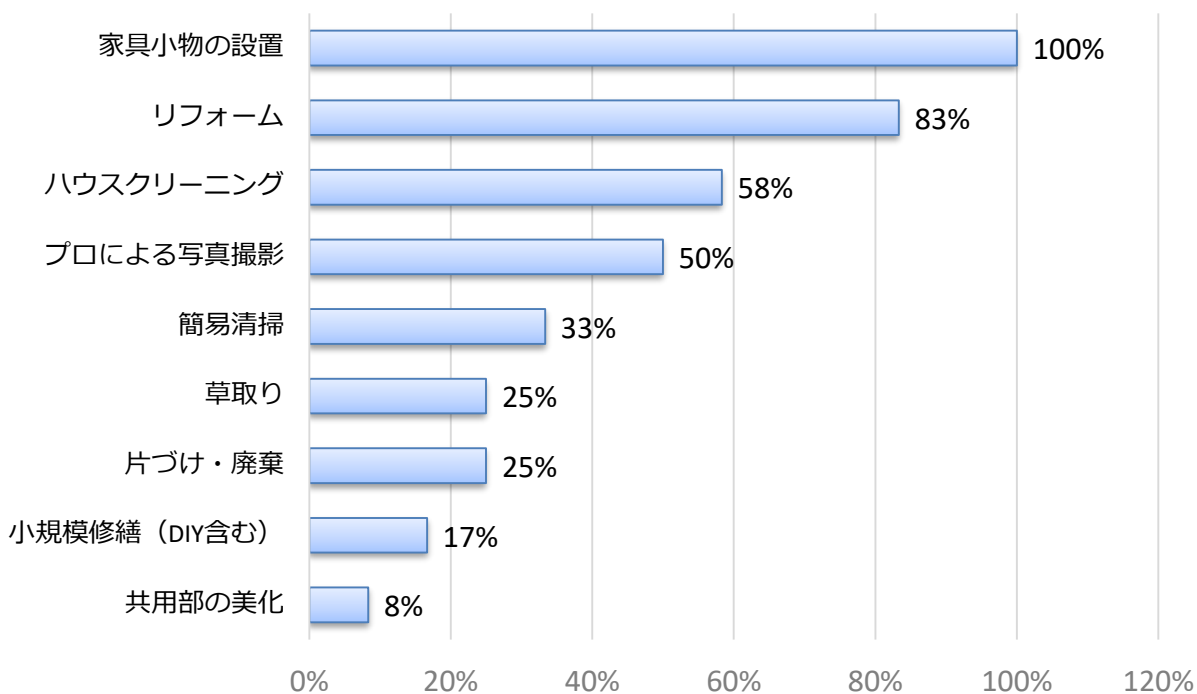
■不動産仲介の事業をしている法人を対象とした調査

2-1ホームステージングを実施する基準（複数回答）



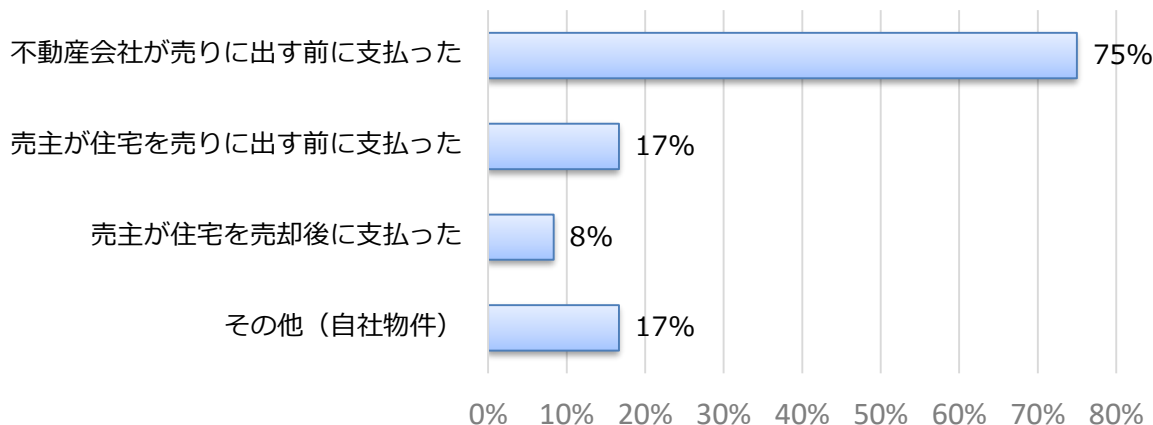
- ・全ての住宅にホームステージングを実施するところが多くなっています。また、売却できない物件の販売促進にホームステージングを導入している回答も多くなっている。

2-2不動産売却前にすること（複数回答）



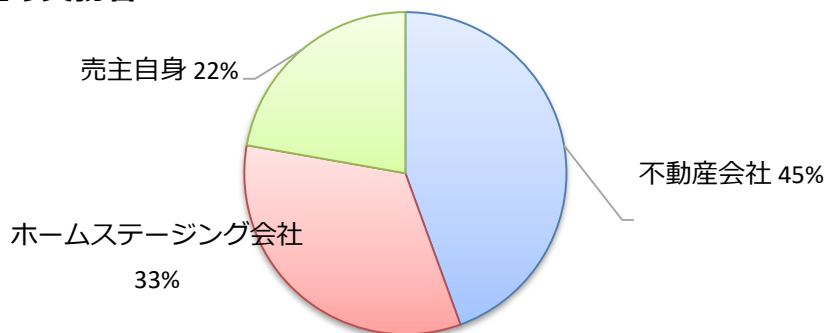
- ・不動産売買時にはポータルサイトで物件紹介され、画像の良しあしは物件の選択にも大きく関わってきます。そのためプロによる写真撮影が上位に入っています。また、草取りや共用部の美化など部屋以外もきれいに整える必要があります。

2-3ホームステージングの費用負担について（複数回答）



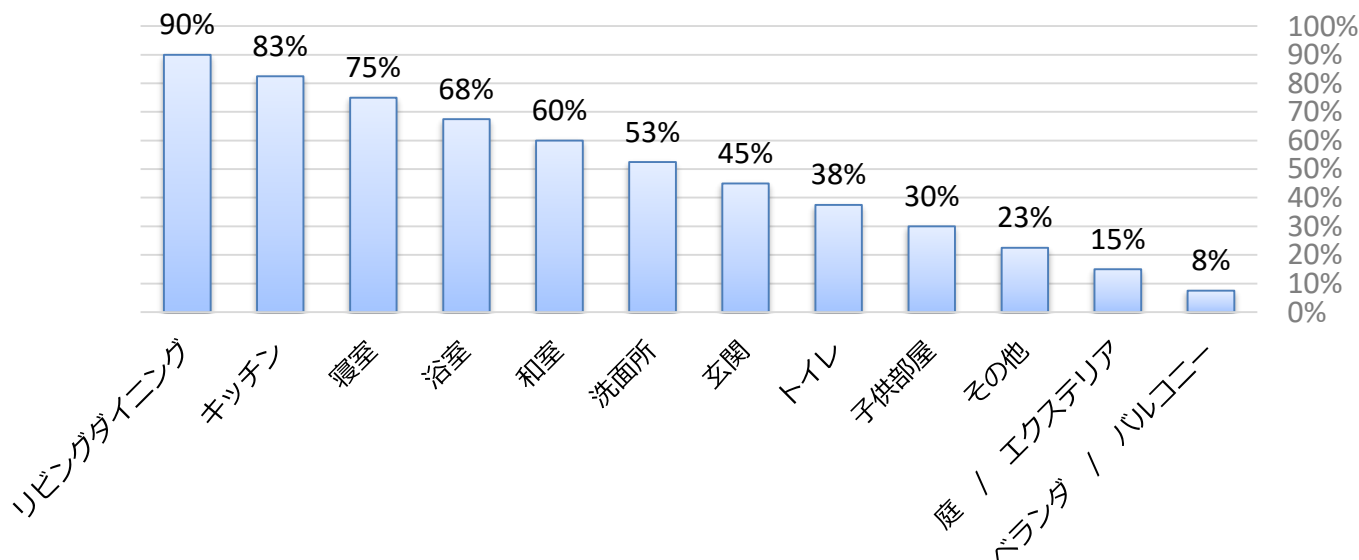
- ・不動産会社が費用負担することが（75%）と一番多く、専属専任媒介契約のサービスのひとつとしてホームステージングを提供することが引き続き多いようです。

2-4家具小物設置の実務者



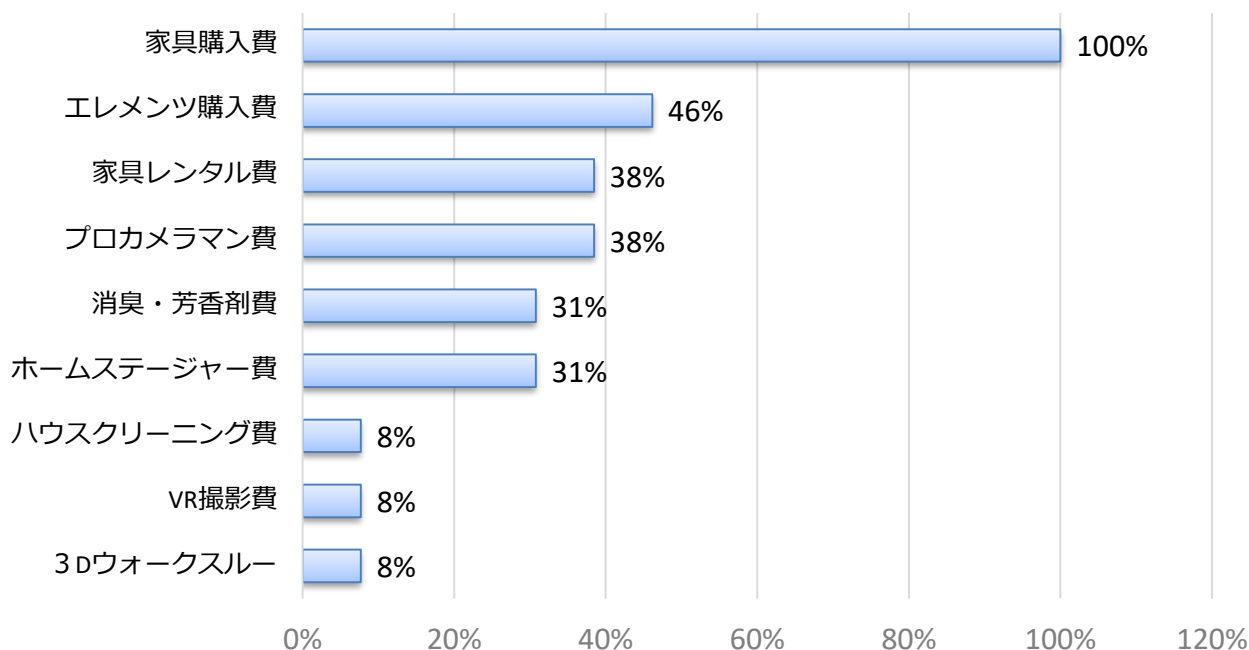
- ・不動産会社自らが設置しているケースがもっとも多く、費用負担の軽減だけでなく、売主との信頼関係を築く一つになっているようです。また、売主自身でホームステージングすることも少なくないようです。

2-5ホームステージングする部屋の重要度（複数回答）



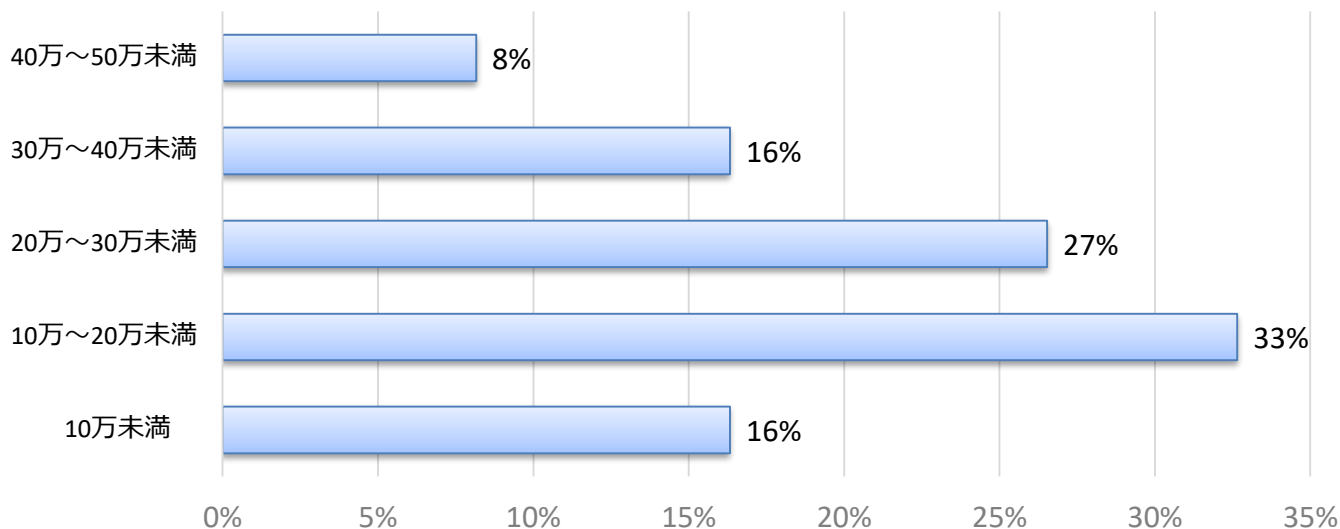
- ・ホームステージングがもっとも重要なのはリビングルームです。居室の中で一番広く、家族が集まる場所なので、ホームステージングの効果を出しやすいと言えます。

2-6ホームステージングにかかる費用の内訳（複数回答）



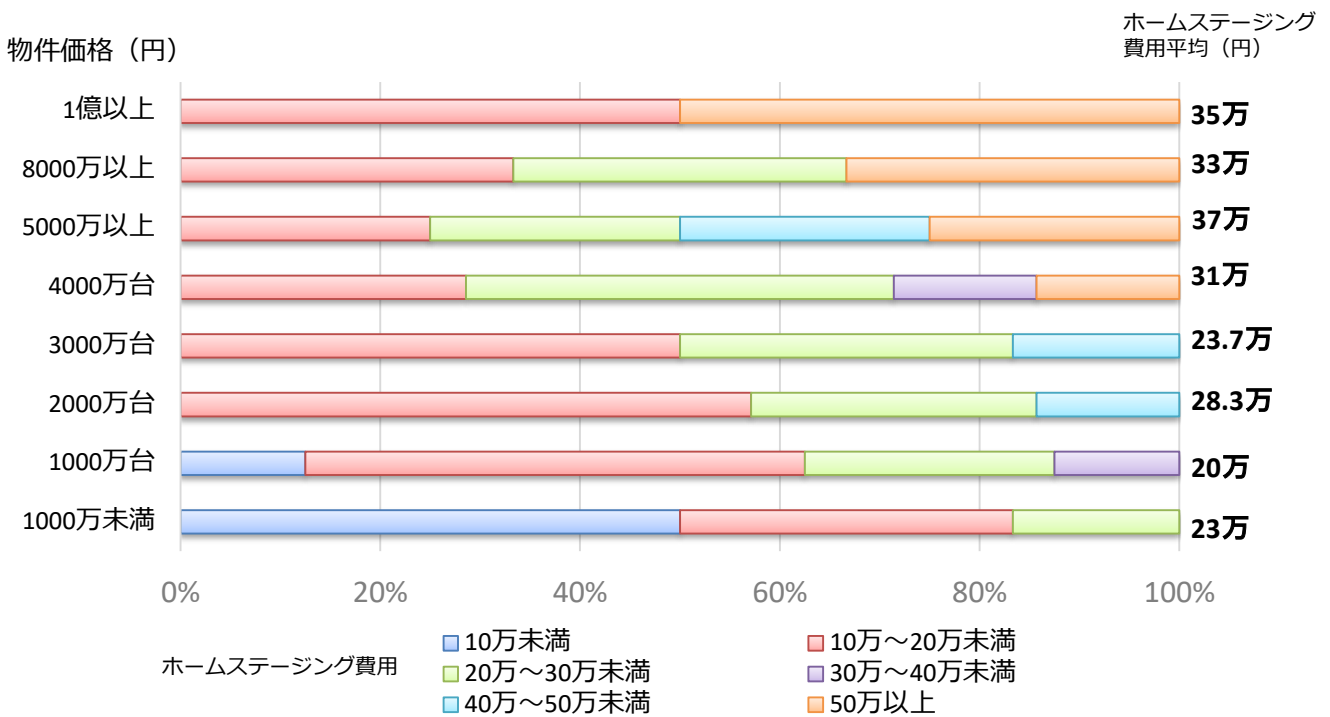
- ・家具購入費がもっとも多く、エレメント購入費、家具レンタル費、カメラマン費と続きます。仲介の場合は、家具や小物レンタルとハウスクリーニング、プロカメラマンをワンセットで提供する会社も増えてきました。

2-7ホームステージングにかかる費用の平均金額



- ・費用の平均金額は10万～20万未満が最も多く（33%）、次いで20～30万未満が（27%）、40万以上となるのはわずか（8%）の費用負担となります。昨年の不動産仲介のホームステージング平均費用（223,480円）と今年もあまり変化は感じられません。

2-8物件価格毎のホームステージング費用負担

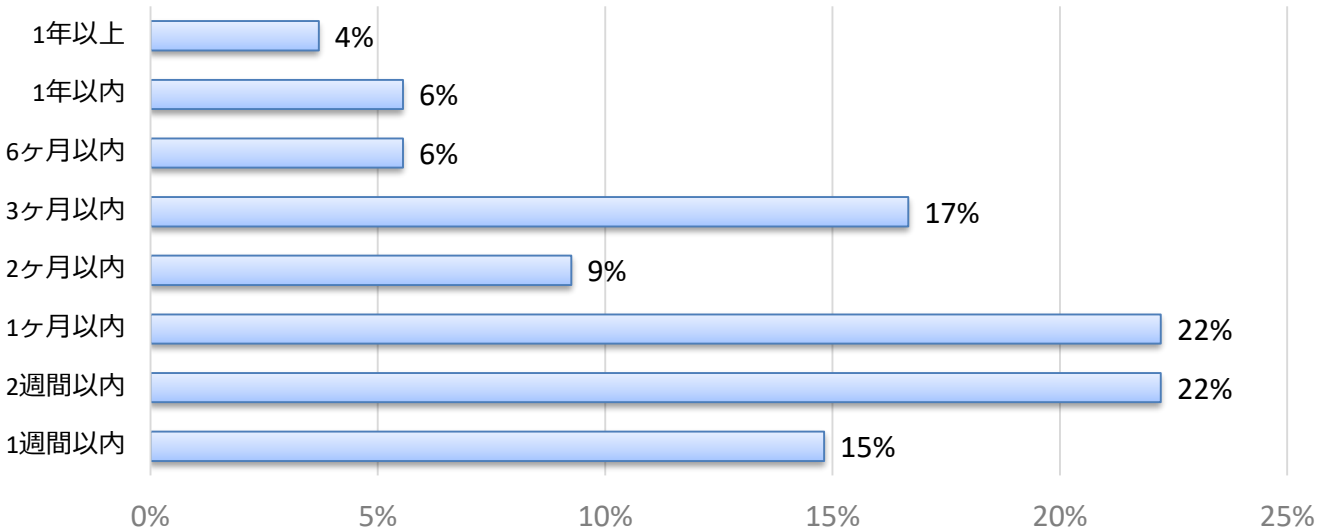


- 物件価格に応じて費用は変動しますが、10万～30万円の間が最も多く、高額物件の場合でも10万～20万円での費用負担が半数に上ります。1億以上の高額物件でも費用をかけずにホームステージングすることも多いことがわかります。一方で、50万円以上ホームステージング費用をかけている物件もあり、高額物件では、両極に分かれていることがわかります。



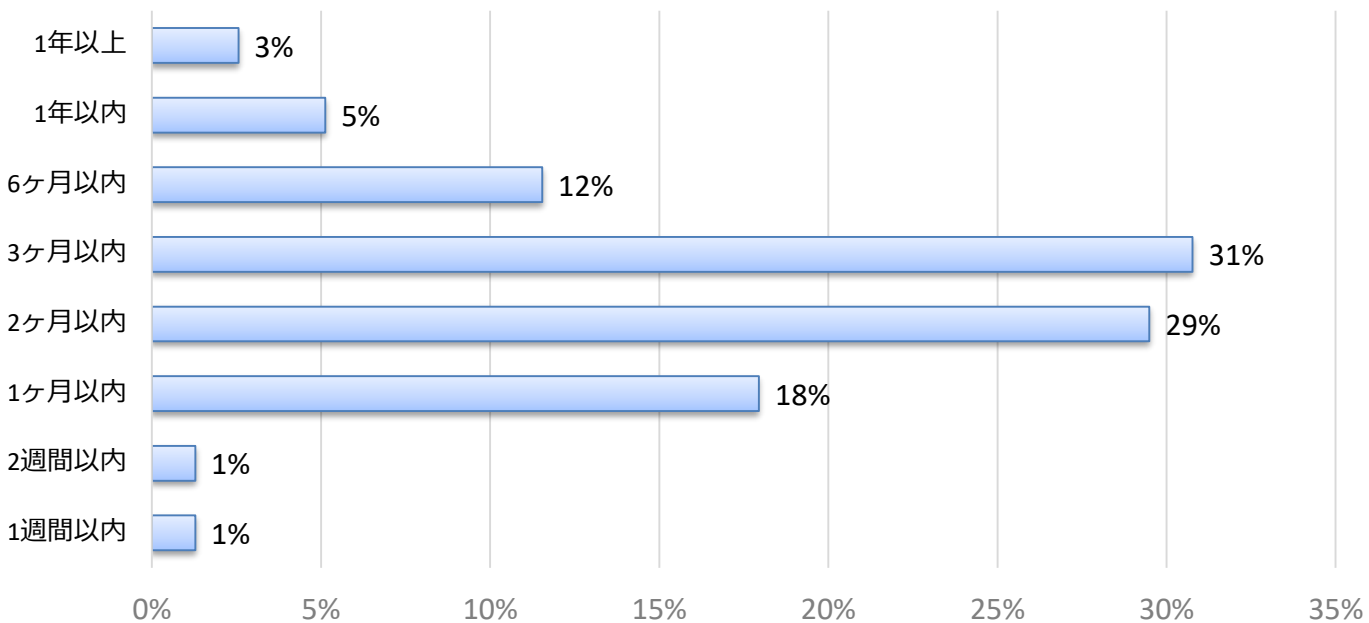
2. 不動産仲介

2-9ホームステージングを依頼するまでの空室期間



- ・空室期間3カ月を目安にホームステージングを導入していることが多くなっています。早期に販売促進したいと考えていることがわかります。

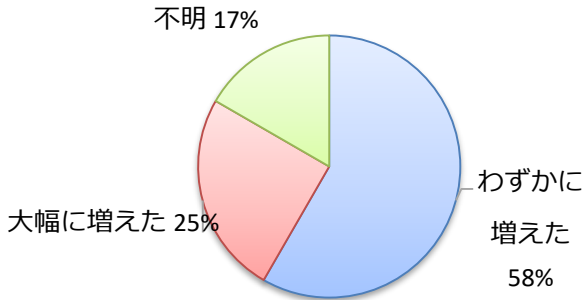
2-10ホームステージングしてから成約するまでの期間



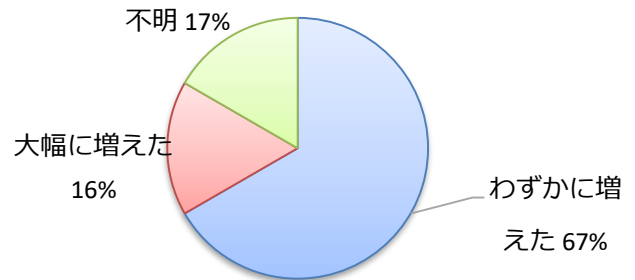
- ・不動産仲介の場合はホームステージング導入後3ヶ月以内に80%が成約しています。成約までに1年以上かかるのはわずか3%です。このことから、ホームステージングの効果は大きいと言えます。

2-11ホームステージング実施後の影響

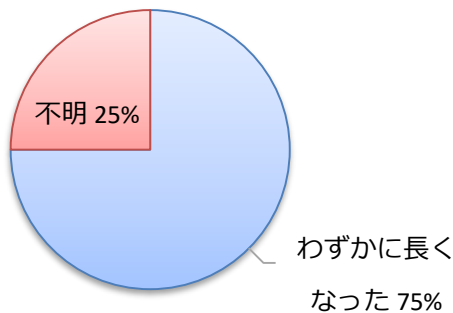
ホームステージング後の問い合わせ数



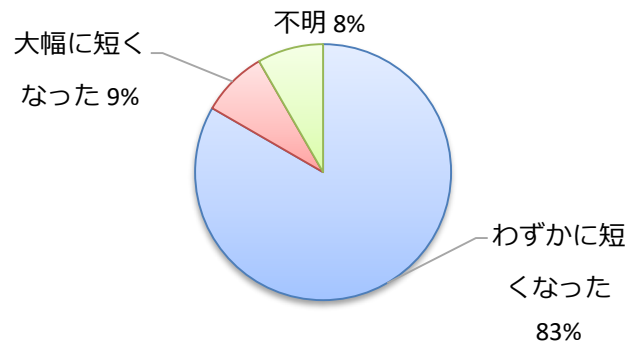
ホームステージング後の内覧者数



ホームステージング後の問い合わせ数

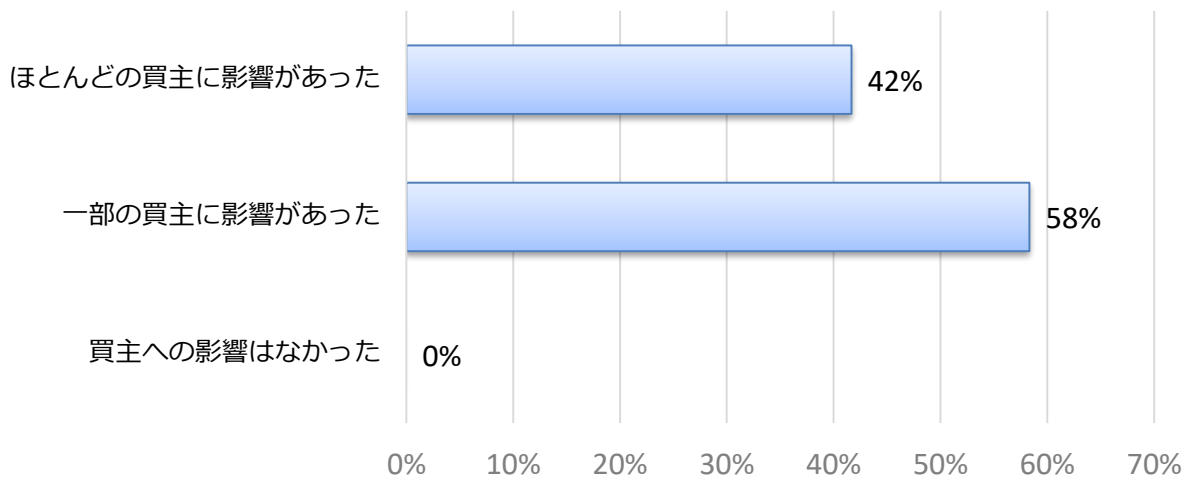


ホームステージング後の売却期間



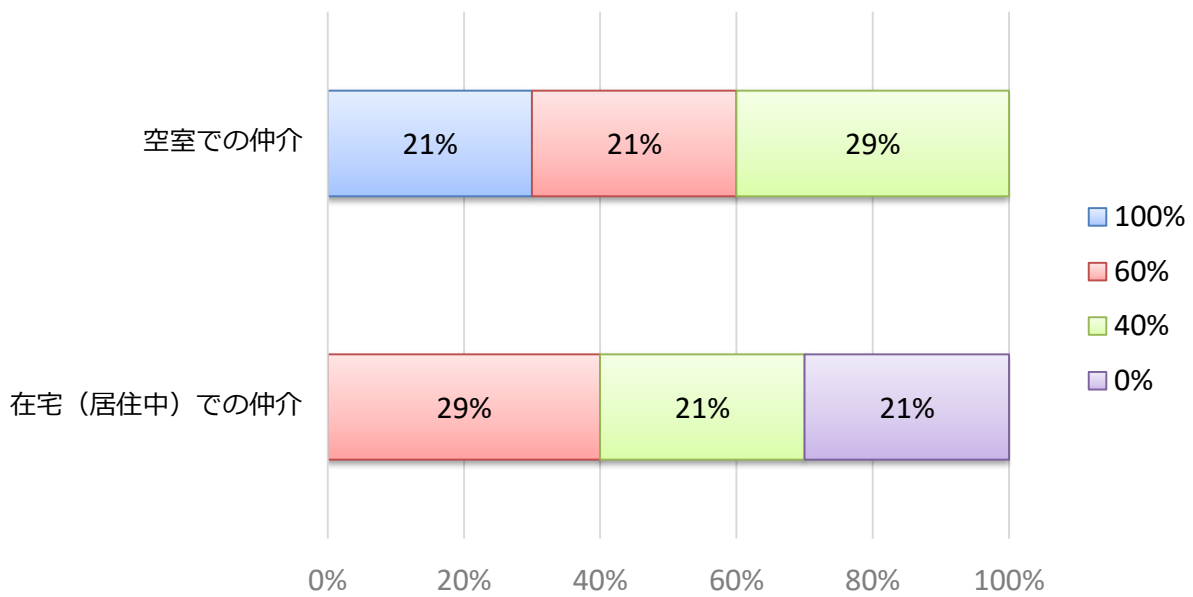
- ・ホームステージングを導入した場合、問い合わせ・内覧数・内覧時間についてはわずかに増えたと大幅に増えたを合わせると80%以上となります。売却期間もわずかに短くなったと大幅に短くなったを合わせると90%以上短くなったと回答しています。ホームステージングで様々な効果を得ることができます。

2-12ホームステージングが買主に影響を与えたと思うか



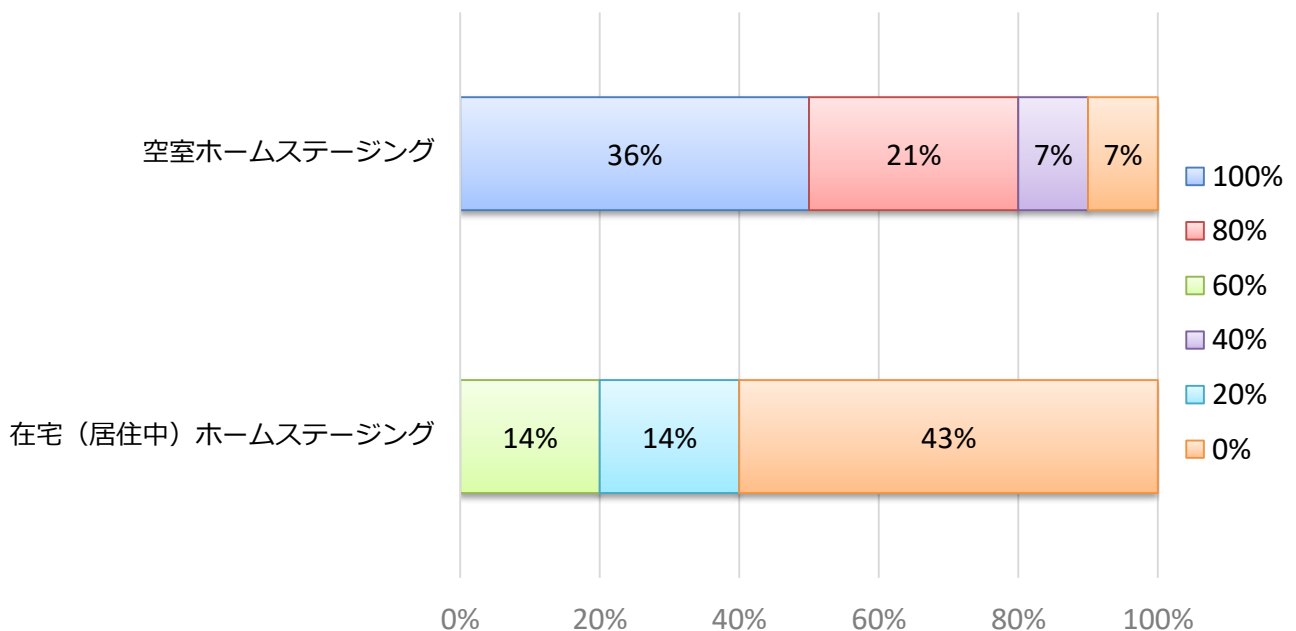
- ・買主になんらかの影響があったとの回答が100%を占め、影響はなかったとの回答は0%です。ホームステージングが買主に与える影響は少なからずあると言えます。

2-13 取扱い仲介物件の空室物件と在宅物件（居住中）の割合



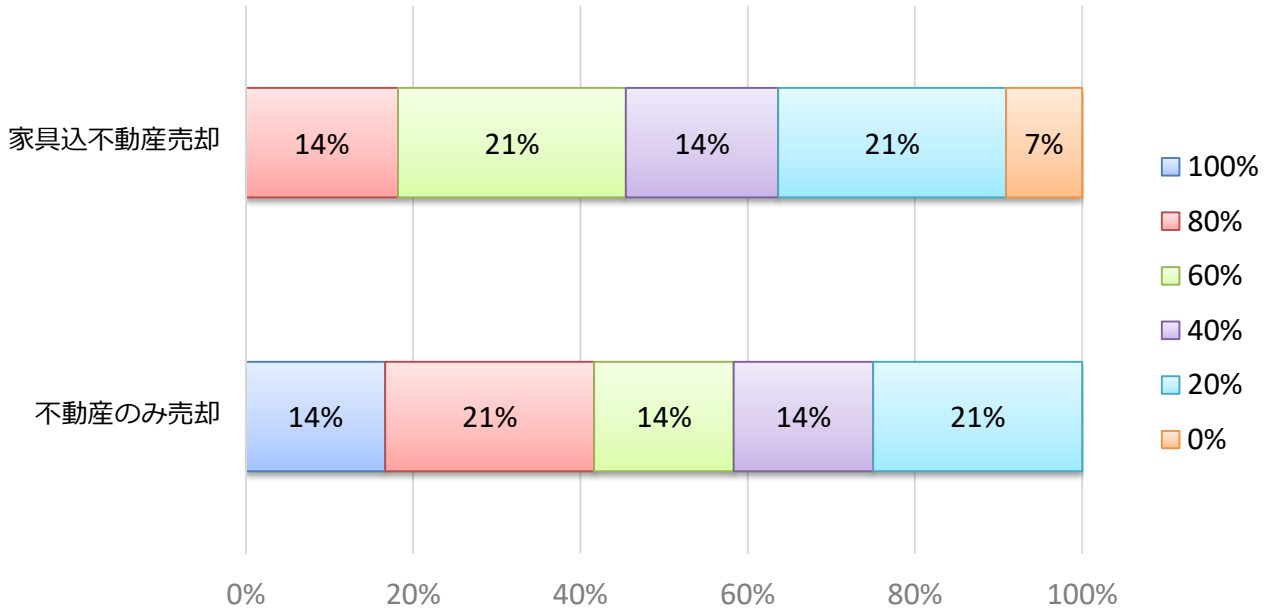
- ・ 100%空室の仲介と答えた方が（21%）で、空室物件の仲介のみ行っている場合も多いですが、住みながら家を売却する売主も半数います。空室物件では、引越しや住居にかかる費用が大きくなります。それに比べ在宅物件は、大きく費用がかからないので在宅物件の仲介も増加すると考えられます。

2-14 空室ホームステージングと在宅（居住中）ホームステージングの割合



- ・ 100%空室でのホームステージングと答えた方が（36%）で非常に多いですが、在宅ホームステージングが（60%）と答えた方も（14%）あり、ホームステージング費用面でメリットが大きい在宅ホームステージングも今後は増加すると考えられます。

2-15不動産を売却する際の、家具込みと不動産のみの割合



- ・100%不動産のみの販売が（14%）とまだまだ多いですが、家具込みで販売する場合も半数あります。ホームステージングは家具の販売にもつながることが分かります。

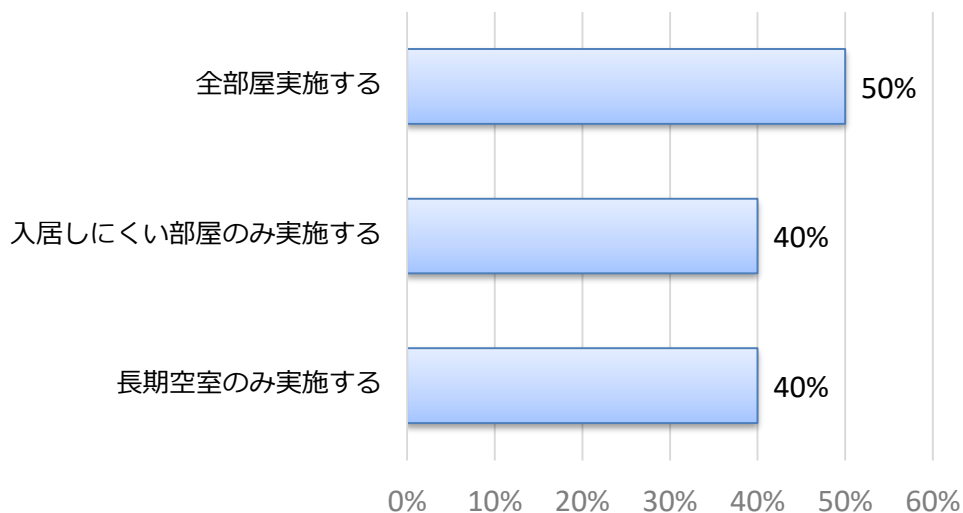
2-16昨年を基準とした、今年のホームステージング件数の比率

平均 **106%**

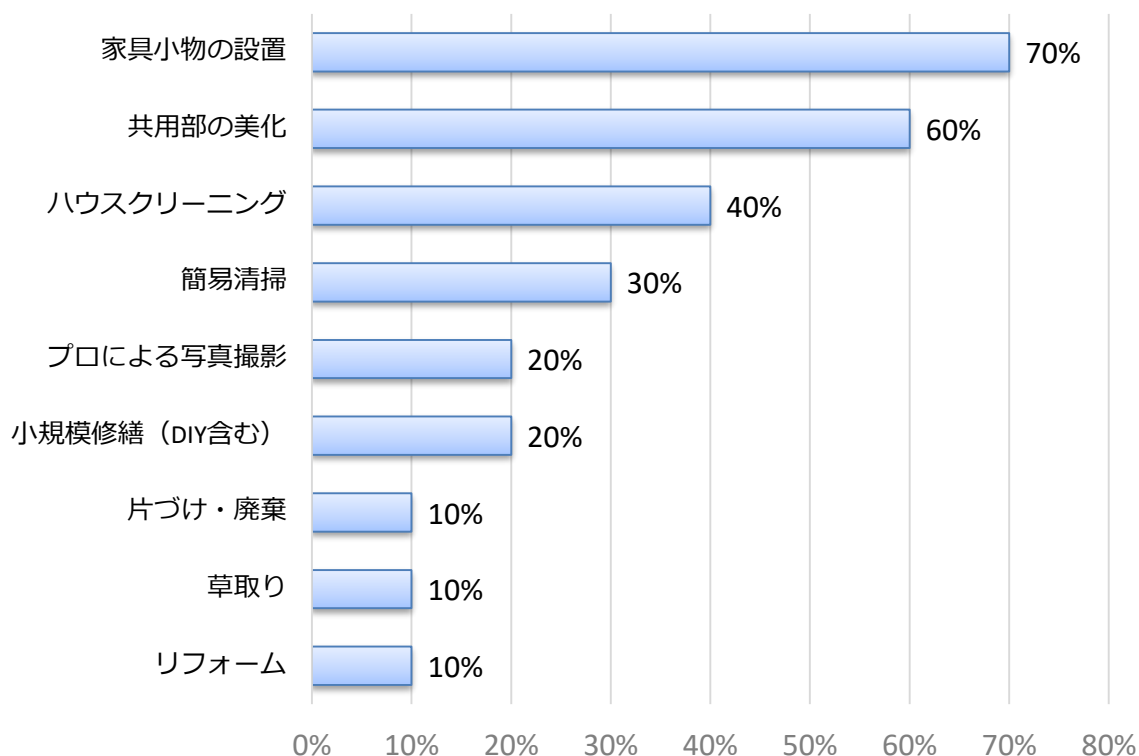


■不動産賃貸の事業をしている法人への調査

3-1ホームステージングを実施する基準（複数回答）

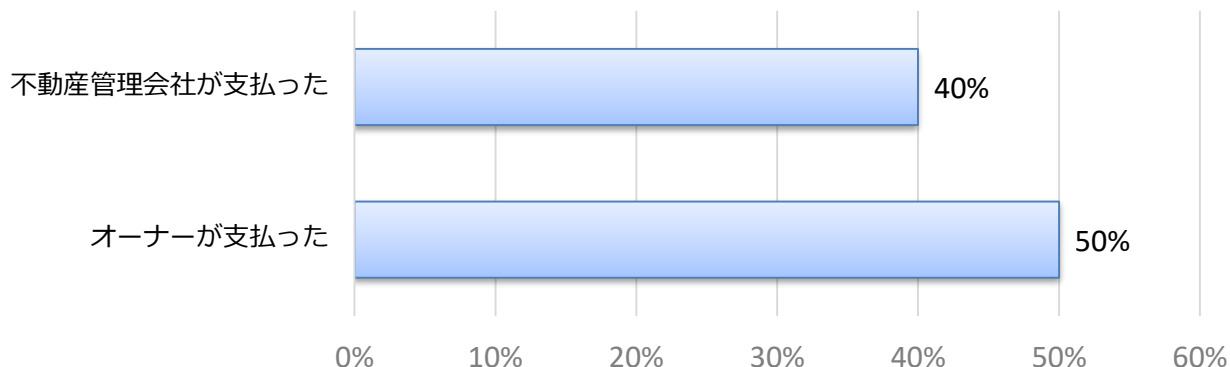


3-2賃貸物件で内見までにしたこと（複数回答）



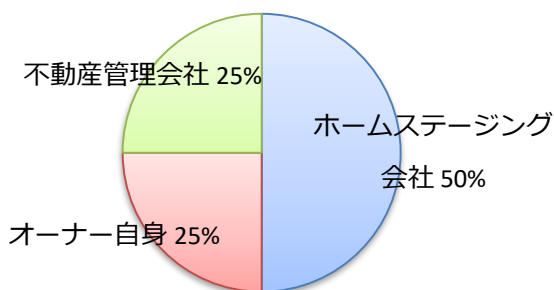
・賃貸物件は特に共用部の美化が非常に高くなっています。部屋だけでなく、物件の周辺もきれいに片づけ、掃除をすることが重要です。

3-3ホームステージングの費用負担（複数回答）



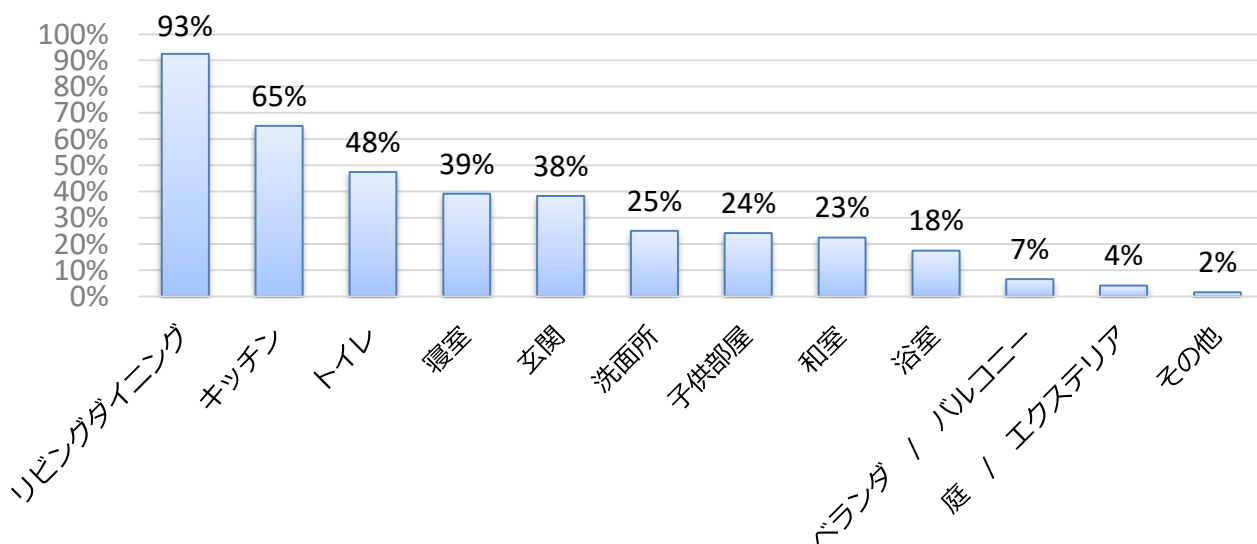
- ・賃貸の場合は、オーナー自身でホームステージングの費用を支払うことが最も多く（50%）なっています。また、管理物件の空室改善を目的にホームステージングを導入する管理会社も多いことが分かります。

3-4ホームステージングの実務者割合



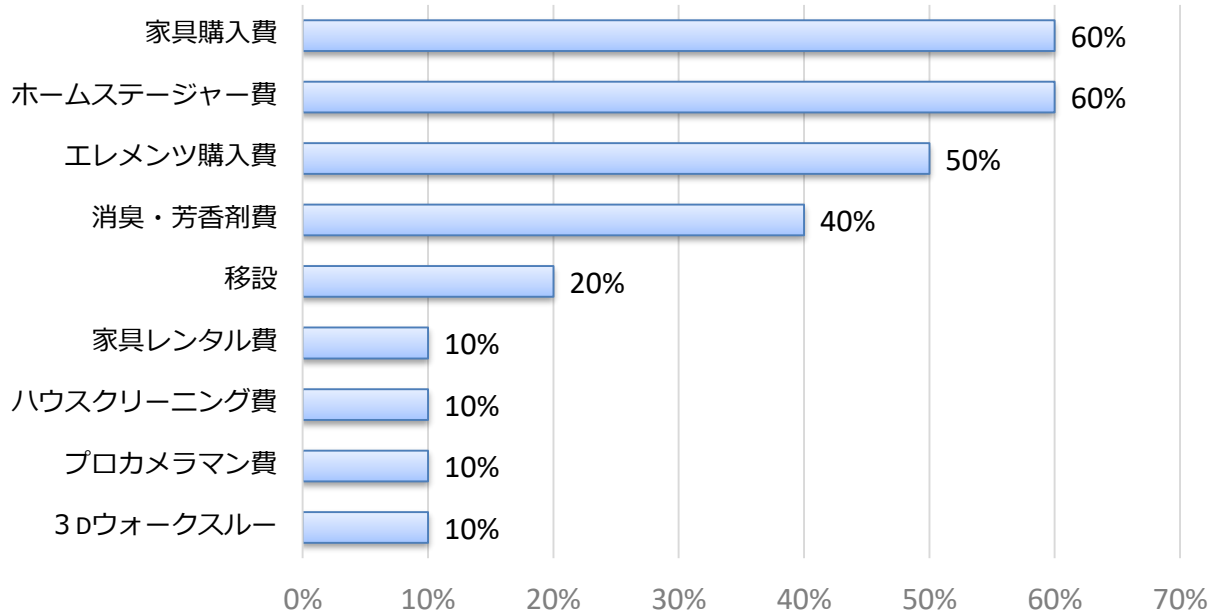
- ・賃貸物件でもホームステージング会社にホームステージングを依頼する場合も多くなっています。

3-5ホームステージングする部屋の重要度（複数回答）



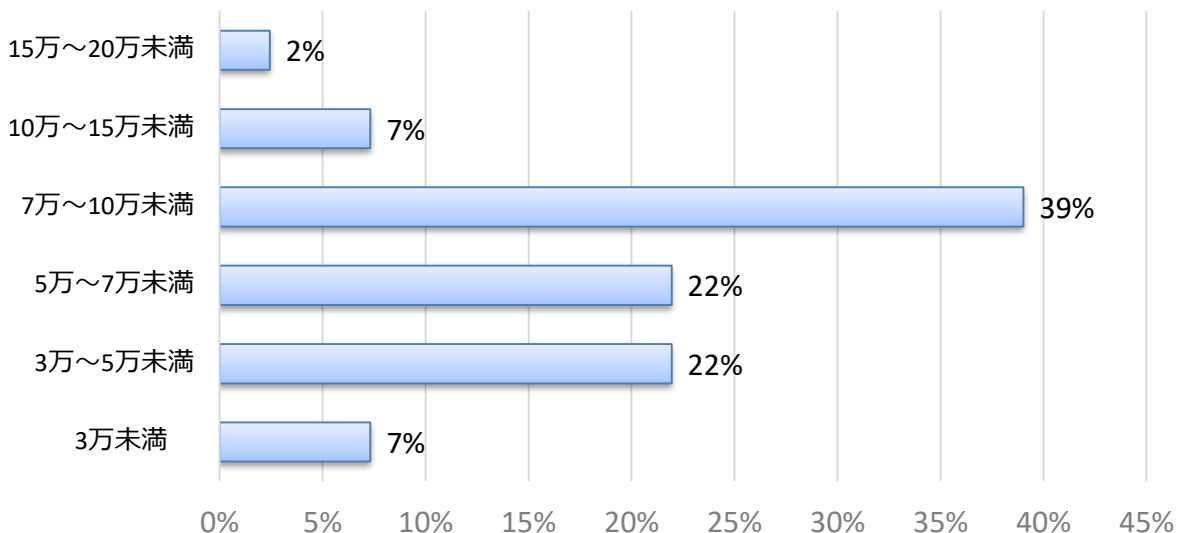
- ・最もホームステージングが重要となるのは仲介と同じくリビングルームです。特に、賃貸においてはトイレの重要度が高くなっています。清潔感を出すためのステージングも重要となります。

3-6ホームステージングにかかる費用の内訳（複数回答）



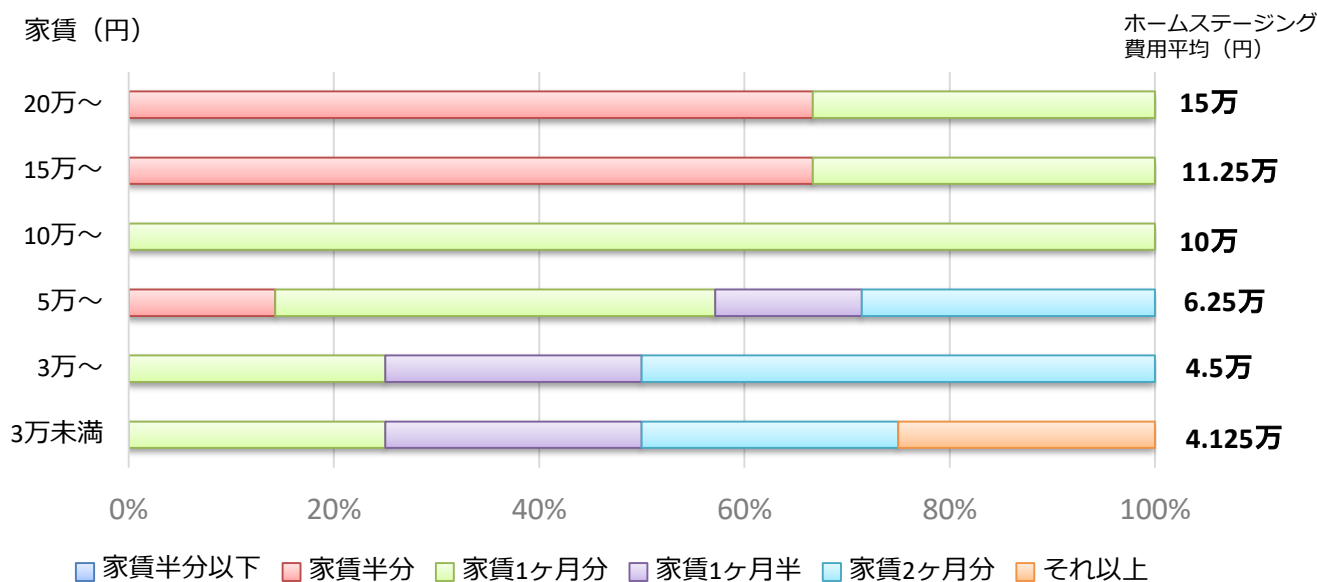
- ・賃貸の場合、ホームステージャー費（60%）に特に費用を使っていることが特徴です。仲介との違いは、仲介はプロカメラマンや家具レンタルに費用をかけていますが、賃貸はあまりかけません。家具を購入し自分で設置し、写真撮影は自らしていることが多いようです。

3-7ホームステージングにかかる費用の平均金額



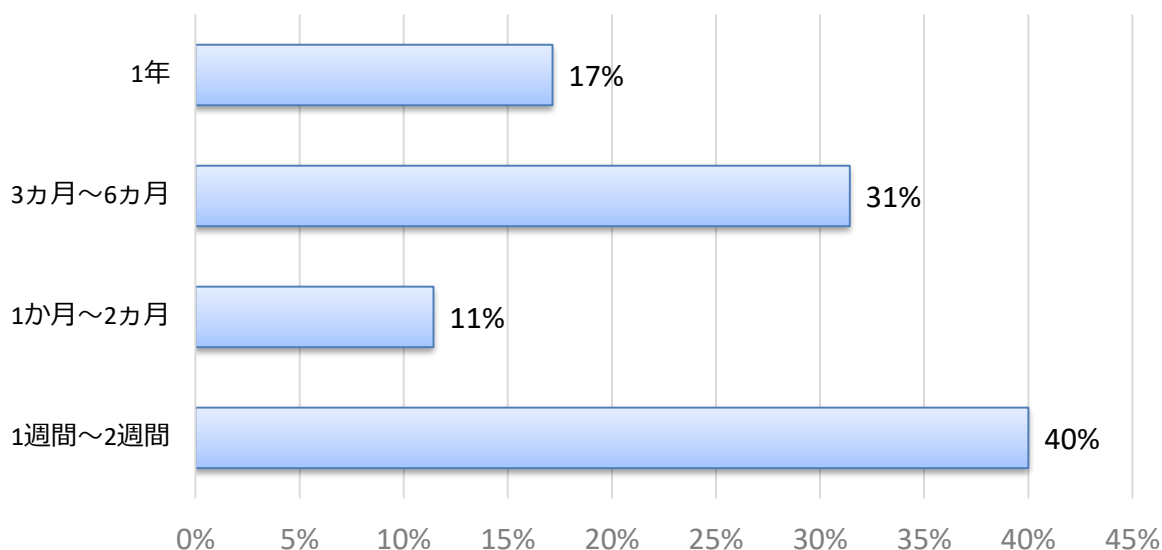
- ・賃貸のホームステージング費用の平均は、7～10万が最も多く（39%）、3万～7万円が（44%）となり、昨年の白書の賃貸でのホームステージングにかかる費用の平均金額（68,337円）家賃1ヶ月分とほぼ変わらない金額となります。

3-8家賃額毎のホームステージングの費用負担



- ・家賃3万～10万円では、家賃1か月程度のホームステージング費用負担が多く、15万円以上の物件になると費用は家賃の半分～1か月分となり、昨年の白書のデータ（平均68,337円）とほぼ変わらないと言えます。高額な家賃でも家賃の半分～1か月分とホームステージング費用はそれほどかけないことがわかります。

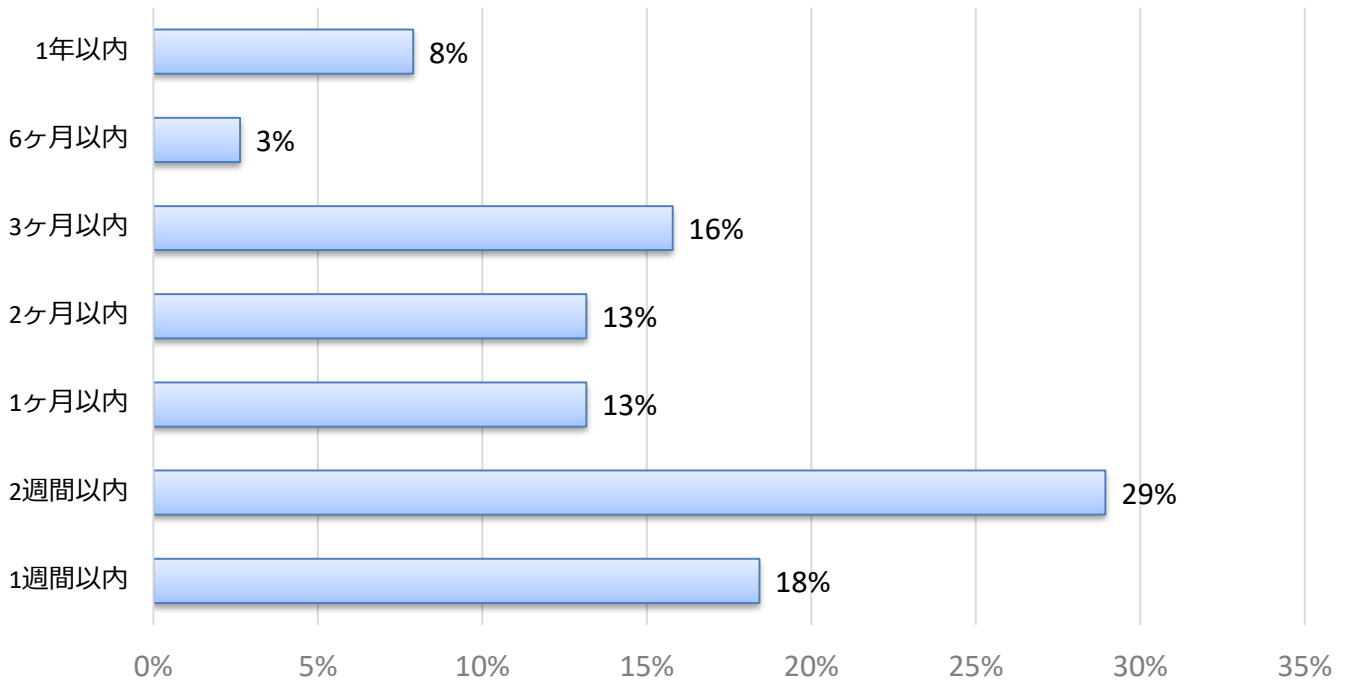
3-9募集開始からホームステージングするまでの期間



- ・賃貸の場合、募集開始から1～2週間以内にホームステージング導入するところが全体の40%を占めます。仲介と同様、早期に導入することが多いようです。

3. 不動産賃貸

3-10ホームステージングしてから成約するまでの期間

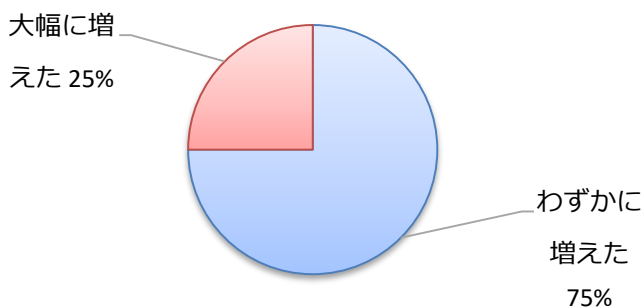


- ・賃貸においては約半数が2週間以内で成約しています。特に賃貸の場合は、まだまだホームステージングを導入している物件が少ないこともあり、早期に契約となっていると考えられます。

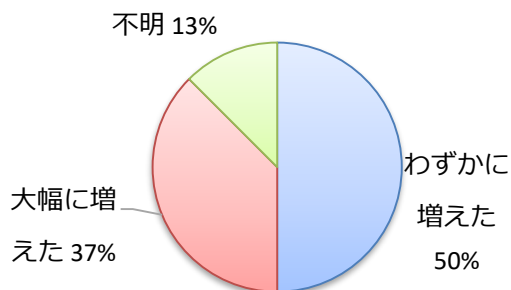


3-11ホームステージング実施後の影響

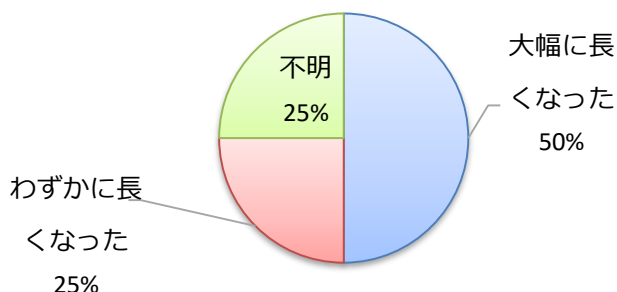
ホームステージング後の問い合わせ数



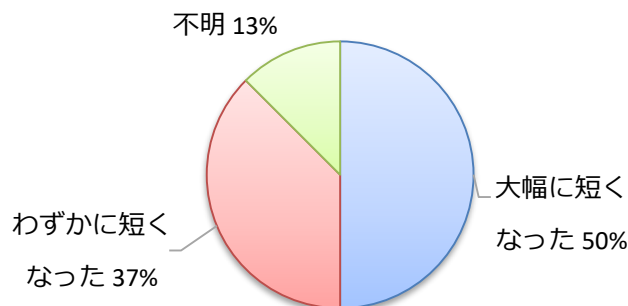
ホームステージング後の内覧者数



ホームステージング後の内覧時間

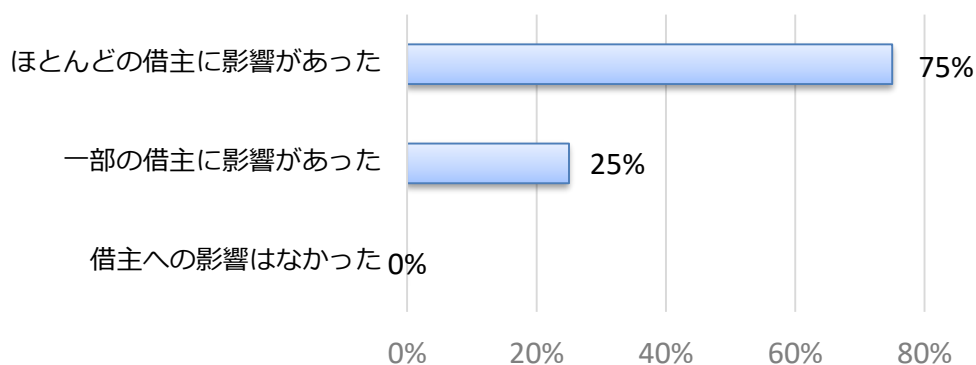


ホームステージング後契約までの期間



・ホームステージングを導入した場合、問い合わせ数はわずかに増えたと大幅に増えたを合わせると100%、増えなかったは0%。内覧者数、内覧時間についてはわずかに増えたと大幅に増えたを合わせると75%以上となります。賃貸契約までの期間についても大幅に短くなった、わずかに短くなったを合わせると85%以上となります。賃貸のホームステージングの効果が非常に大きいことがわかります。

3-12ホームステージングが借主に影響を与えたと思うか



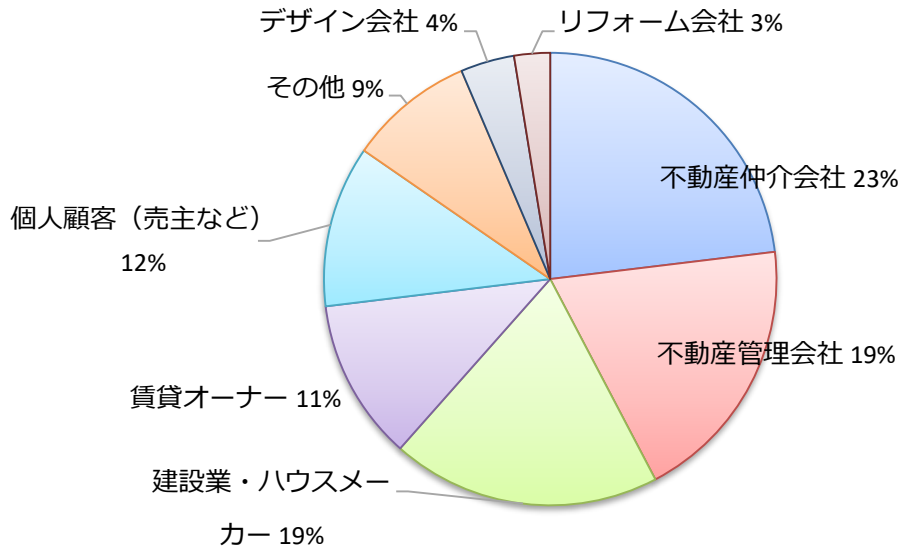
・少なからず影響があったとの回答が100%を占め、影響はなかったが0%でした。賃貸の場合もホームステージングが確実に借主に影響を与えます。

3-13昨年を基準とした、今年のホームステージング件数の比率

平均 **105%**

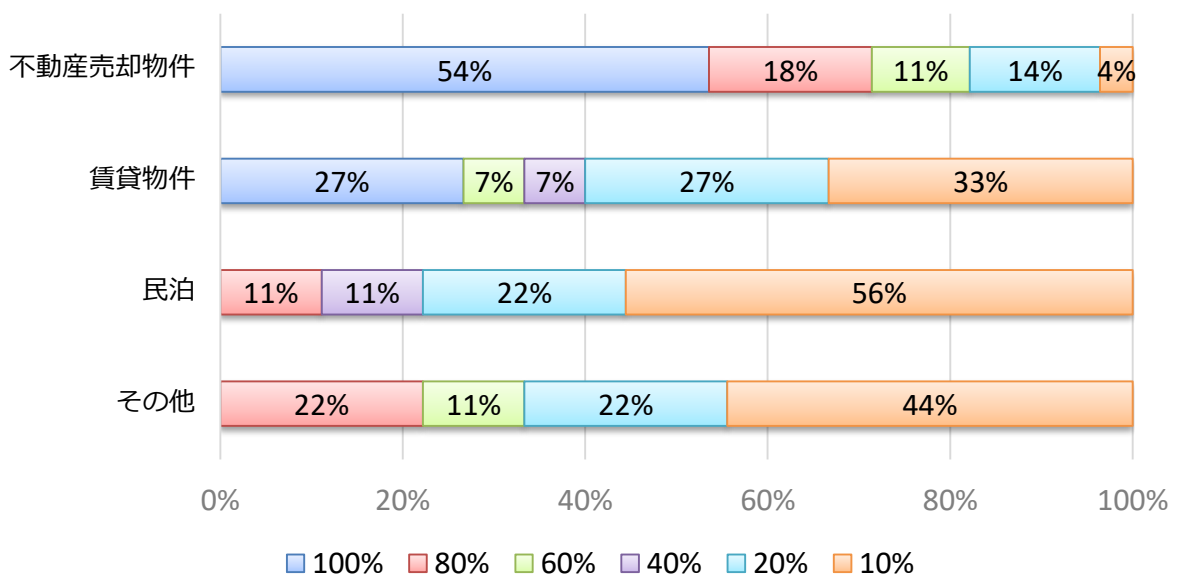
■ホームステージングの実務をしている法人への調査

4-1ホームステージングの依頼元内訳



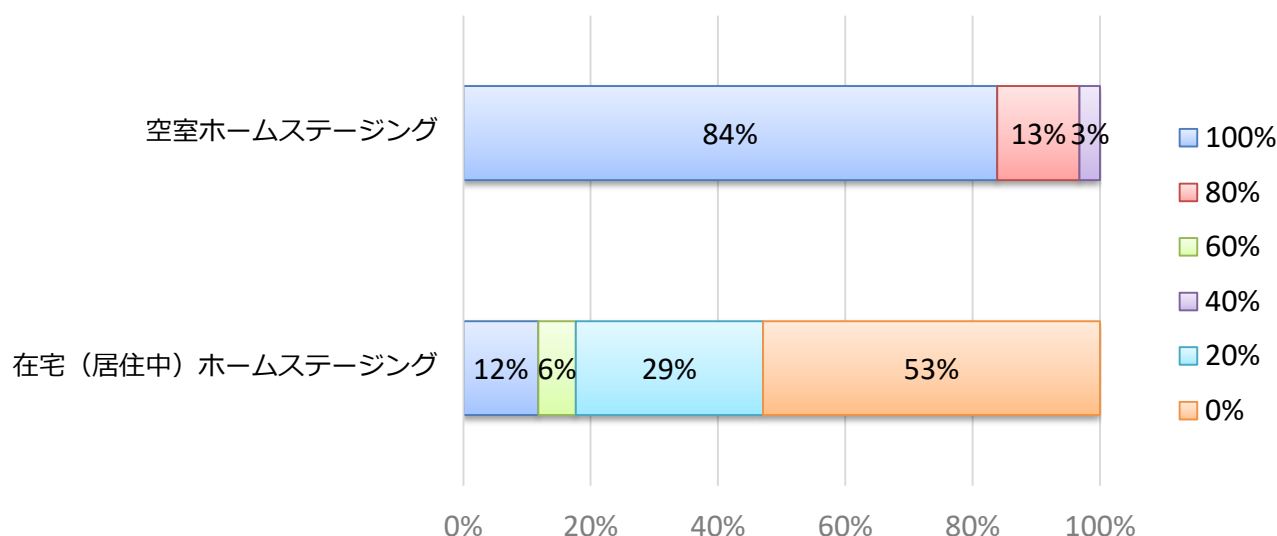
- ・不動産業が依頼元となっているのは従来通りですが、注目したいのは、賃貸オーナーや個人顧客などの一般ユーザーからホームステージング会社に直接依頼していることです。少しずつ一般の方にもホームステージングが広がり始めています。

4-2ホームステージングを実施する取扱物件の割合（複数回答）



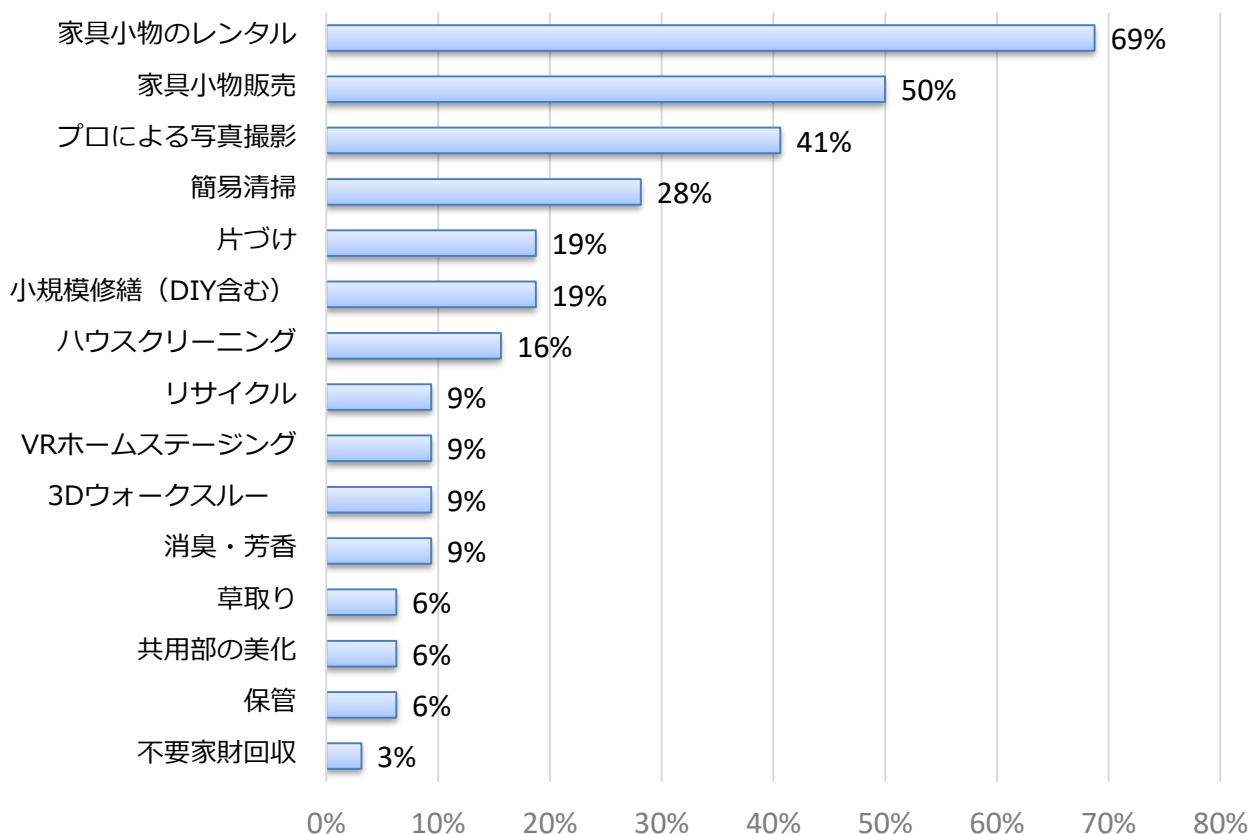
- ・民泊・その他（公共の施設等）物件へのホームステージング実施も昨年同様増えている。様々な利用者のニーズに合わせホームステージングの領域が広がっています。

4-3空室ホームステージングと在宅（居住中）ホームステージングの割合



- ・空室ホームステージングの割合が多いが、在宅ホームステージングも利用者から認知されれば徐々に増えていくと見られます。

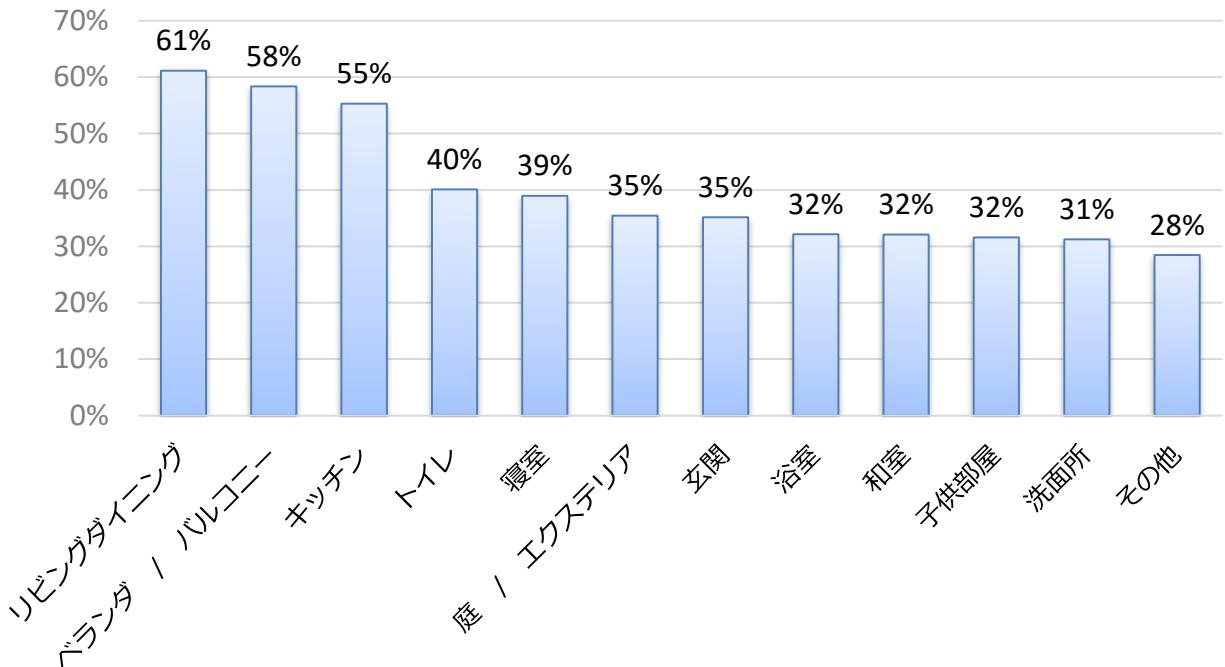
4-4ホームステージングのサービスメニュー（複数回答）



- ・家具小物のレンタルサービスや家具小物販売、プロのカメラマンによる写真撮影などセットでサービスしている会社も増えています。また、草取りや家具・小物の保管、不要家財回収など様々なサービス提供している会社も見受けられます。

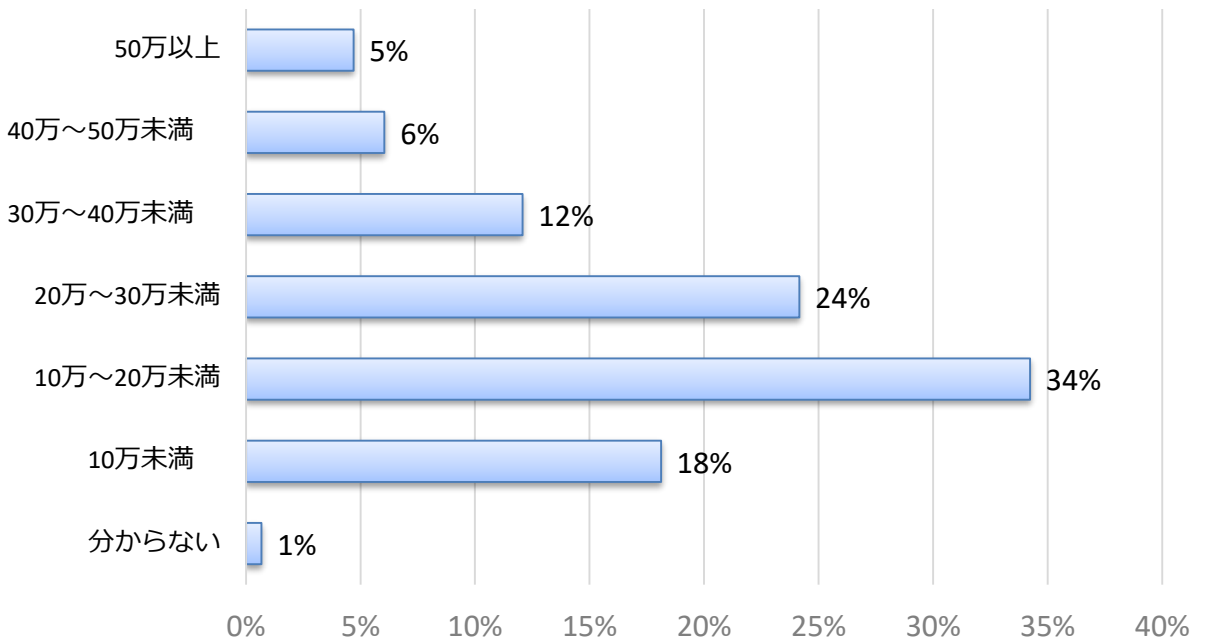
4. ホームステージング業

4-5ホームステージングする部屋の重要度（複数回答）



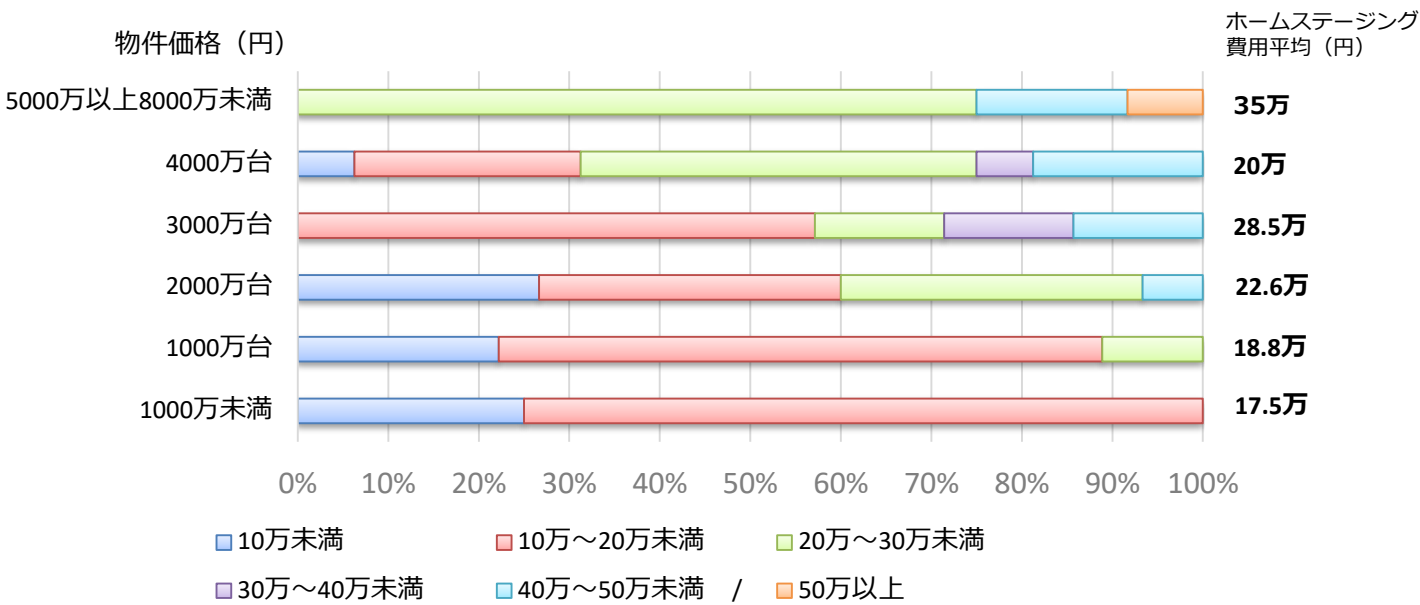
- ・最もホームステージングが重要となるのは、仲介、賃貸と同じようにリビングルームで、ホームステージング業の特徴としてはベランダ/バルコニーや庭/エクステリアが上位に来ていることです。外から見える部分も重要視しているのは、ホームステージング業ならではの目線とも言えます。

4-6ホームステージングにかかる費用総額の平均金額



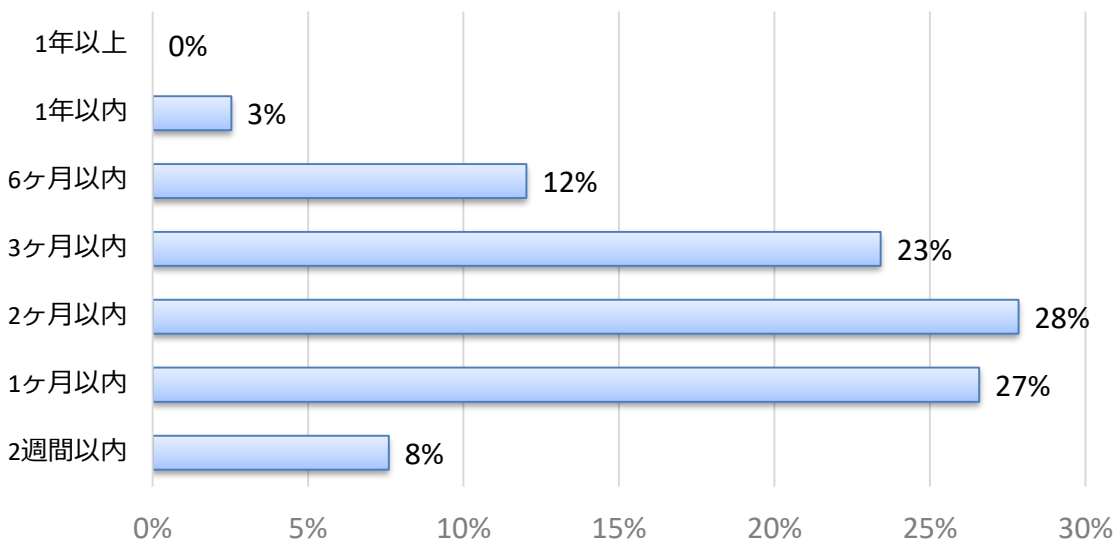
- ・ホームステージング費用の平均は20万円未満が半数をしめ、30万円未満は約80%で、不動産仲介業の平均金額と同じような数値を示しています。昨年の白書のデータ（223,480円）とほぼ変わらず、平均金額は20万前後といえるでしょう。

4-7物件価格毎のホームステージング費用の平均



・物件価格に応じて費用は変動するが、10~30万の間が最も多く、高額物件でも30万程度の費用で抑えられる割合が多いことがわかります。

4-8ホームステージングしてから成約するまでの期間



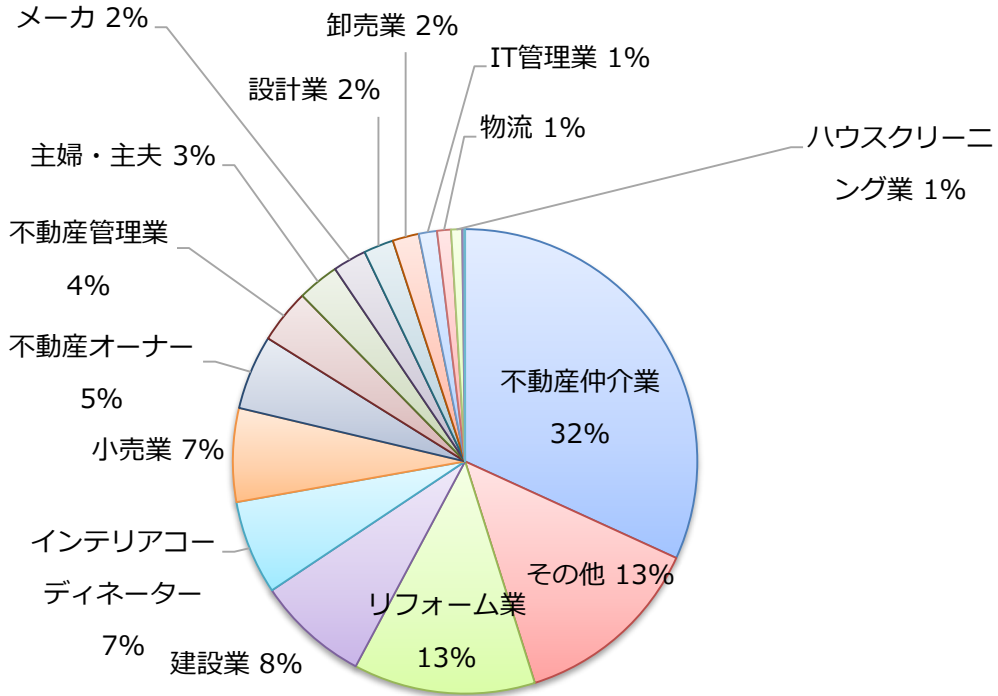
・ホームステージング業では3カ月以内に成約するとの答えが85%を占めています。遅くとも6カ月~1年以内に成約しているようです。このことからやはりホームステージングの効果は大きいと言えます。

4-9昨年を基準とした、今年のホームステージング件数の比率

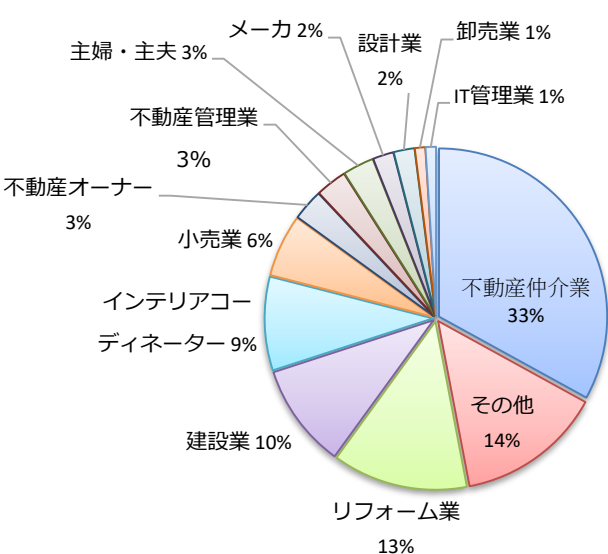
平均 **153%**

■ホームステージャー資格者に関する推移

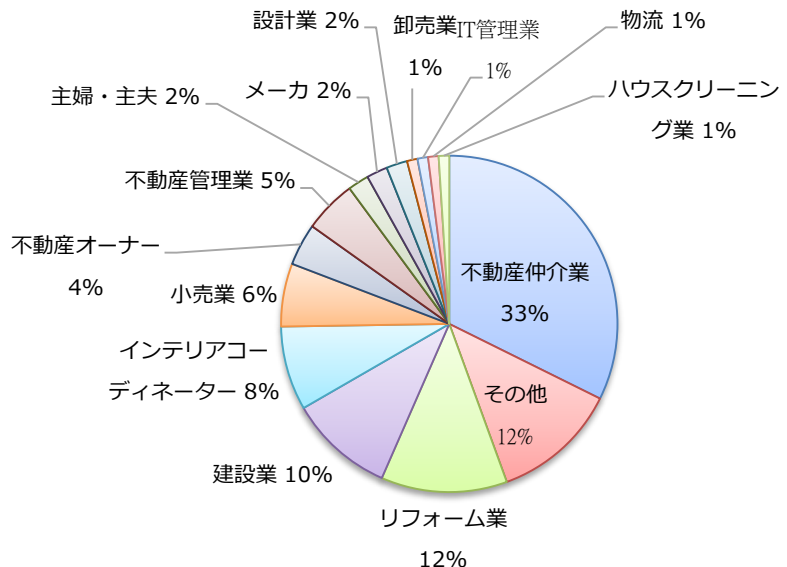
5-1 職業別



2019年



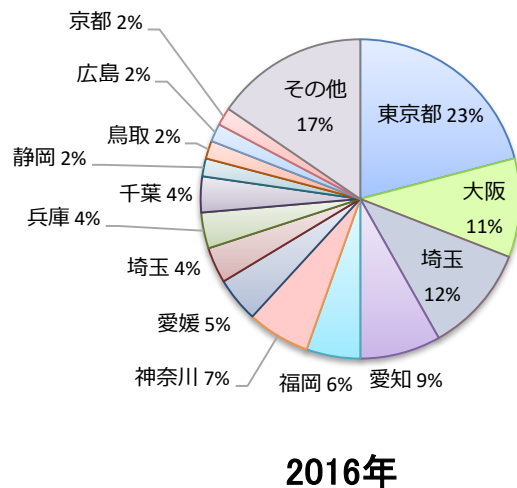
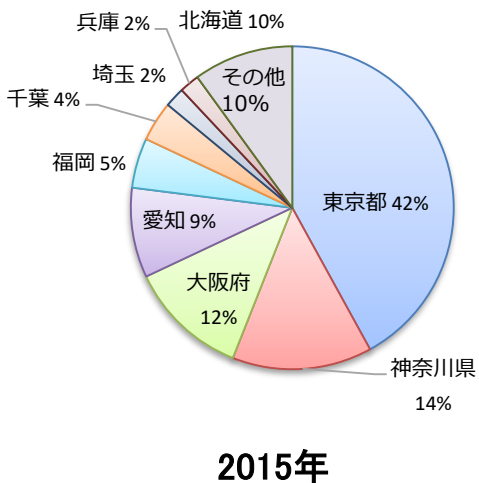
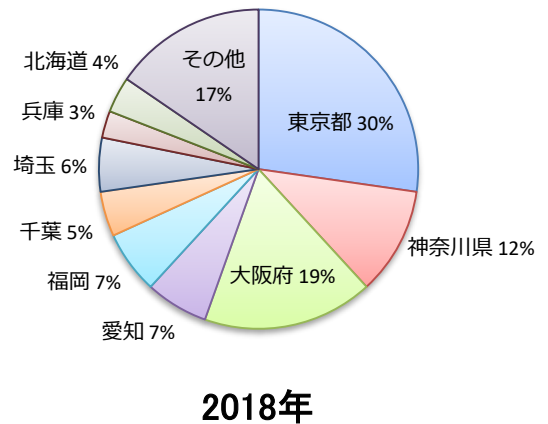
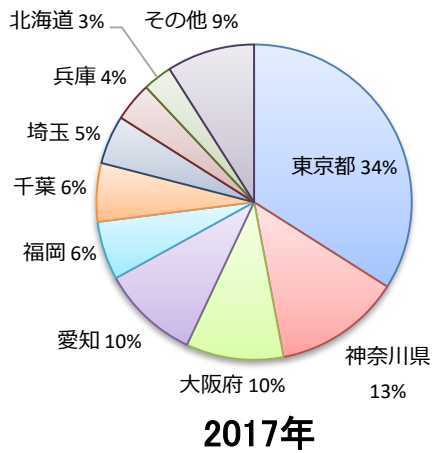
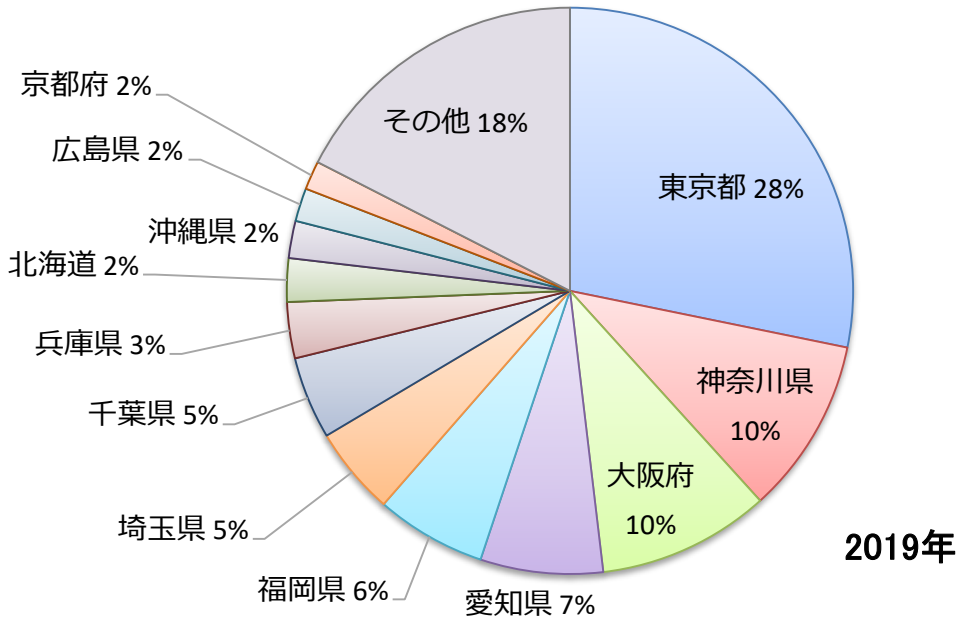
2017年



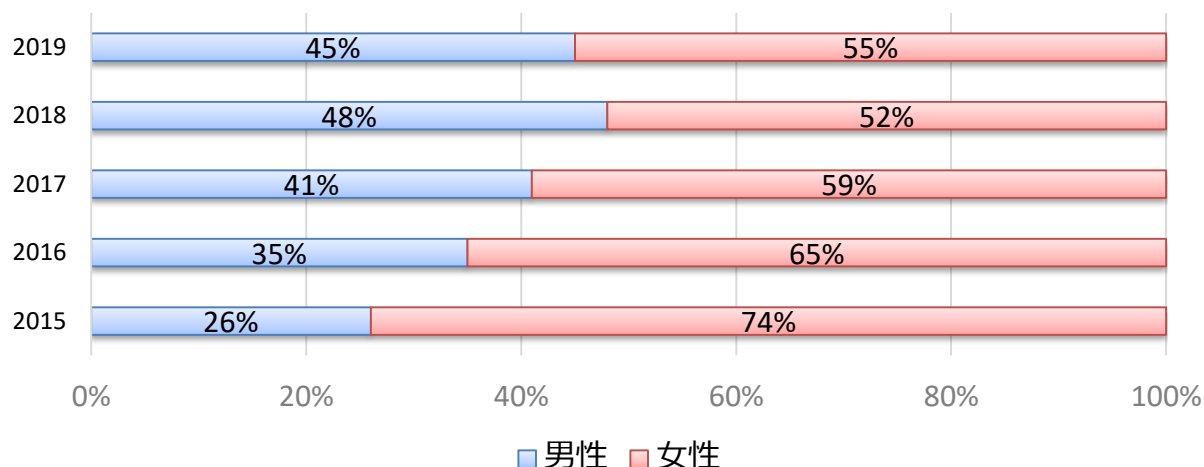
2018年

・不動産仲介業・リフォーム業は引き続き上位を占めていますが、インテリアコーディネーターと家具業の割合がわずかに増えています。

5-2 都道府県別



5-3 男女別



2019年に入り女性の比率がわずかに増えました。男女の割合はほぼ半数となっています。不動産業界だけでなく、リフォーム業界、家具業界、物流業界、福祉・介護業界等の方々が資格取得するようになりました。また今年は、大学生や就活の一つとして資格を取得した方が数名いました。

5-4 人数

	2級資格者	1級資格者	備考
2015年末	69	5	6月に講座開始
2016年末	720	53	2016年末までの1年で10倍に
2017年末	1759	96	3/29に1,000人突破
2018年末	2527	152	2/22に2,000人突破
2019年12月10日時点	3079	233	10/11に3,000人突破

調査結果概要

- ・回答者の約1/4がホームステージング業であり、また、一般のユーザーから直接ホームステージング会社に依頼していることから、少しずつ一般の方にもホームステージングが広がり、そこで働くホームステージャーが職業として成立されてきたといえます。
- ・ホームステージングする物件は、売買はもちろん特に賃貸に広がりを見せています。
- ・実施地域は昨年に比べて関東の割合が減り、北海道や沖縄など地方へより広がっていることがわかりました。
- ・老人ホームやオフィス、病院・民泊などのホームステージングを手掛ける会社も出てきています。
- ・ホームステージング成約までの期間は仲介では、3ヶ月以内に80%が成約、賃貸においては約半数が2週間以内で成約、3ヵ月までにほぼ90%が成約となっており、ホームステージングの効果は大きいといえます。特に、賃貸の場合は、ホームステージングを導入している物件が少ないこともあり、早期に契約となっていると考えられます。
- ・ホームステージングにかかる費用は、ある程度は物件価格に比例するが、高額物件でも、それほどホームステージングの費用をかけていない。または、50万以上の費用をかける物件もあり、2極化していることがわかります。
- ・仲介・賃貸ともにホームステージングを導入することで、少なからず影響があったとの回答が100%を占め、また、早期に成約でき、その効果が大きいと感じていると言えます。

用語・補足

・ホームステージングの定義

当協会では、快適な住まいと暮らしを実現するための様々な問題を専門知識と技術で解決することで、住まいの価値や暮らしの質を高めることと定義しています。日本独自の住宅事情に合わせたノウハウや知識であることから、アメリカ由来のホームステージングとは違う要素が多く、海外のホームステージングを促進する団体向けには、「日本版ホームステージングとして」紹介しています。協会ホームページではこの定義を6カ国語（英語・ドイツ語・イタリア語・中国語・韓国語）で紹介しています。

・ホームステージャー

お片付け・掃除・インテリアを含めたトータルコーディネートで空き家や中古住宅を魅力的に演出し、効率的な流通に役立つ「ホームステージング」の基礎知識と実践ノウハウを習得した日本ホームステージング協会認定資格の保有者
 2019年12月10日現在、2級資格認定者は3,079人、1級資格認定者は233人です（前ページ参照）。なお、地域特性を踏まえたホームステージングの講義ができる認定講師を育成中で、現在認定講師は10人です。

・ホームステージャー認定講座

2015年6月より開始し、2019年度12月25日から新カリキュラムへ移行となります。2級と1級があり、2級を合格すると1級を受講・受験できます。2級は1日で座学と認定試験があり、1級は住まいに関わるコース（ホーム）と暮らしに関わるコース（ライフ）の2つのコースに分かれ座学と認定試験のほか実技もあります。現時点での2級の合格率は約85%です。

※ホームステージング®及びホームステージャー®日本ホームステージング協会®は商標登録済みです

※ホームステージング®当協会認定を受けたホームステージャーが行う名称です。

※ホームステージングサービス®は当協会認定を受けたホームステージャーが行うサービスです。

（調査実施団体組織概要）

一般社団法人日本ホームステージング協会

設立：2013年8月19日

事務局：〒135-0042 江東区木場6-4-2 KIビル4F

電話03-6810-5708 ファックス 03-6810-5708 Mail info@homestaging.or.jp

URL:<http://www.homestaging.or.jp/>

代表理事：杉之原富士子

事業内容：中古住宅・空き家の流通活性化などを背景に、日本ならではのホームステージングの知識とノウハウを体系化、ホームステージャー認定講座やホームステージャーを活用した企業サポート等を実施。

（本白書の使用許諾・内容に関するお問い合わせ先）

一般社団法人 日本ホームステージング協会 事務局宛

電話 03-6810-5708 ファックス 03-6810-5708 メール info@homestaging.or.jp