

ホームステージング白書 2023

2023 Profile of Home Staging

Vol.7



【第7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®（※1）では、日本におけるホームステージング®（※2）の現状を把握するため、今年7回目となる2023年の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、全国のホームステージングを導入している不動産関連会社及び賃貸オーナー、ホームステージングを提供する各会社、ホームステージャー®（※3）、インテリアコーディネーターなどを対象に、不動産売買、不動産賃貸、ホームステージングの各業種別に分けて、ホームステージングの実態調査を行いました。NAR（全米リアルター協会）（※4）のホームステージング統計データを参考に調査を行っています。

■調査概要

- 調査名：第7回ホームステージング実態調査
- 調査対象期間：2023年1月1日～2023年12月31日
- 調査実施期間：2024年4月8日～2024年6月7日
- 回答方法：インターネット調査（法人会員、個人会員他）
- 回答数：（不動産売買60、不動産賃貸57、ホームステージング業他173）

■業種別調査

- 共通調査（全業種に共通した調査）
- 不動産売買（不動産売買事業の従事者を対象とした調査）
- 不動産賃貸（不動産賃貸事業の従事者を対象とした調査）
- ホームステージング（ホームステージング事業の従事者を対象とした調査）

■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にかけた費用
- ホームステージング実施後の平均成約期間
- ホームステージングの効果比較（閲覧数、問合せ数、内見者数、内見時間、成約までの期間）
- ホームステージング実施件数の変化（前年比）
- VR（バーチャル）ホームステージングの導入状況

※1：一般社団法人日本ホームステージング協会®

中古住宅流通促進の新しい手法、日本版ホームステージングの普及とその知識とスキルを持つホームステージャーの育成をしている団体

※2：ホームステージング®

空間演出で住まいや暮らしの価値や質を高めること

（片付け・掃除・収納、廃棄・保管これらに関連する物流知識、インテリア・小物の活用、遺品整理を含めて、より快適な暮らし、住み心地のよい住まいを実現すること）

※3：ホームステージャー®

住まいや暮らしの悩みを解決するホームステージングの知識や技術を習得した資格取得者

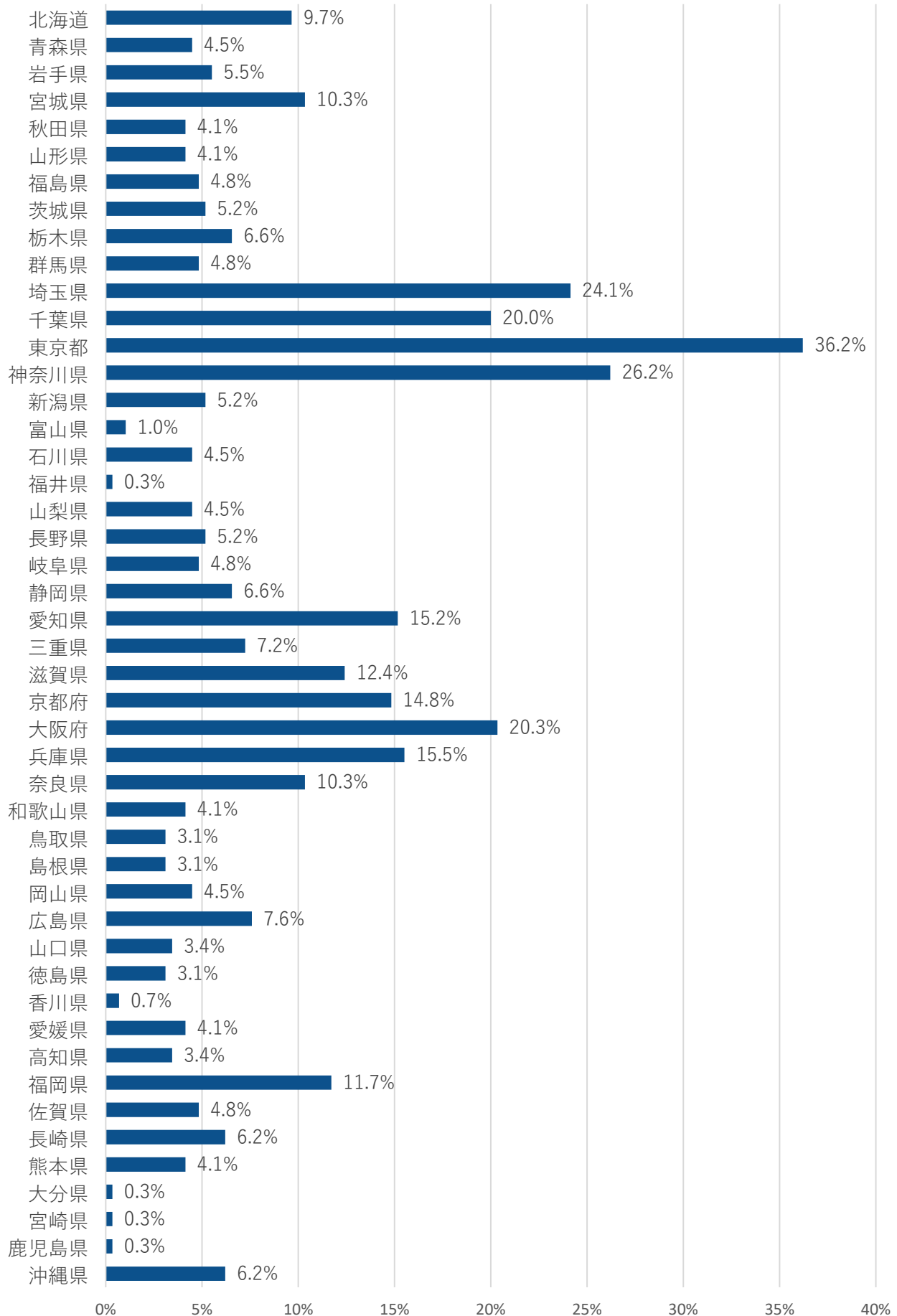
※4：全米リアルター協会（NATIONAL ASSOCIATION OF REALTORS）

不動産仲介業者150万人が加盟するアメリカ最大の不動産業界団体
日本ホームステージング協会はNAR国際会員（IRM）です

※商標登録・ビジネスモデル特許

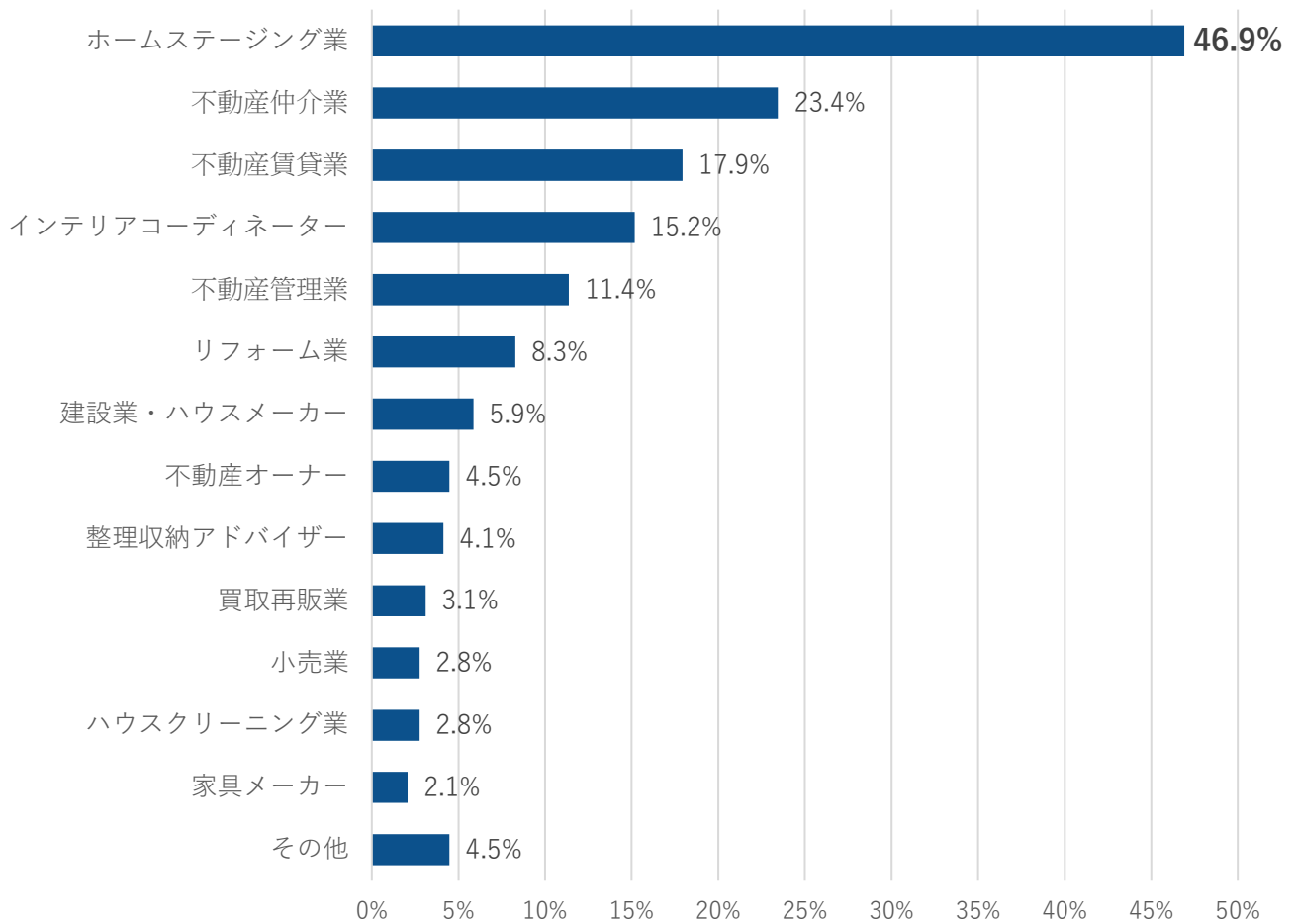
当協会は、ホームステージング®及びホームステージャー®を含むホームステージングに関連した38件の商標登録と快適空間判定装置及びプログラムのビジネスモデル特許を取得しています

I ホームステージングした地域（複数回答）

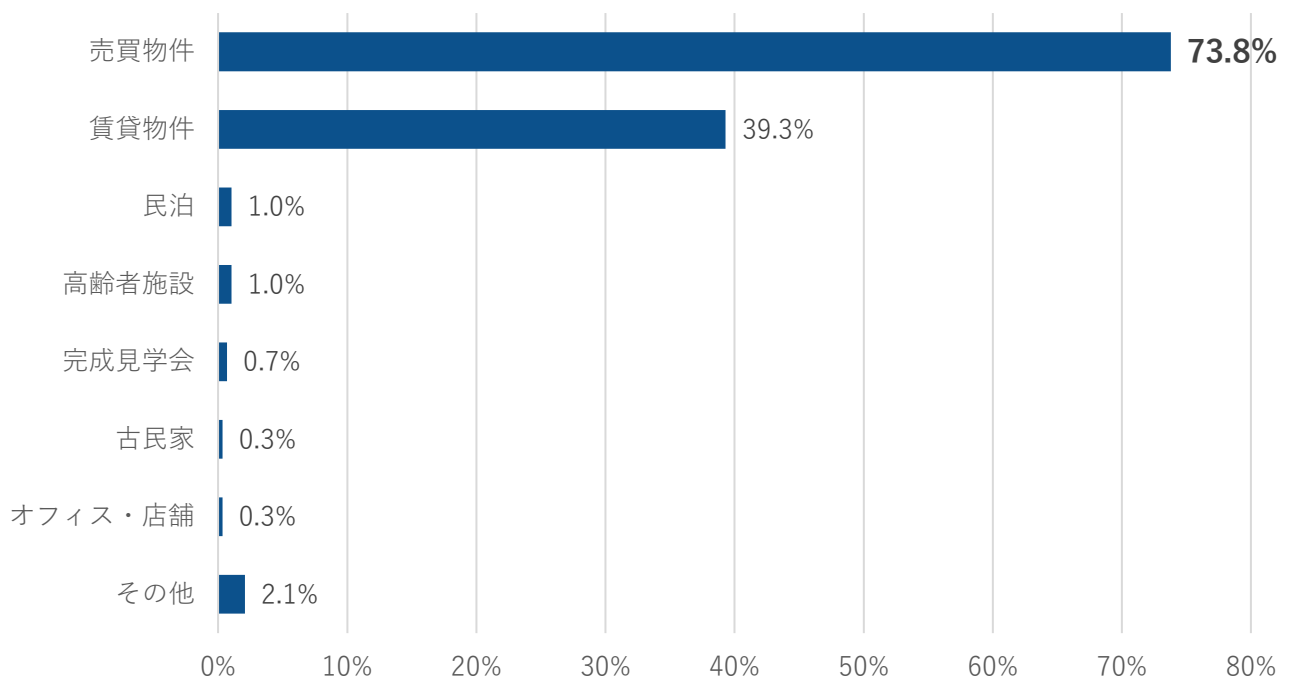


2022年では、ホームステージングを実施していない県が4県ありましたが、2023年では、全国の都道府県でホームステージングが実施されたことがわかりました。

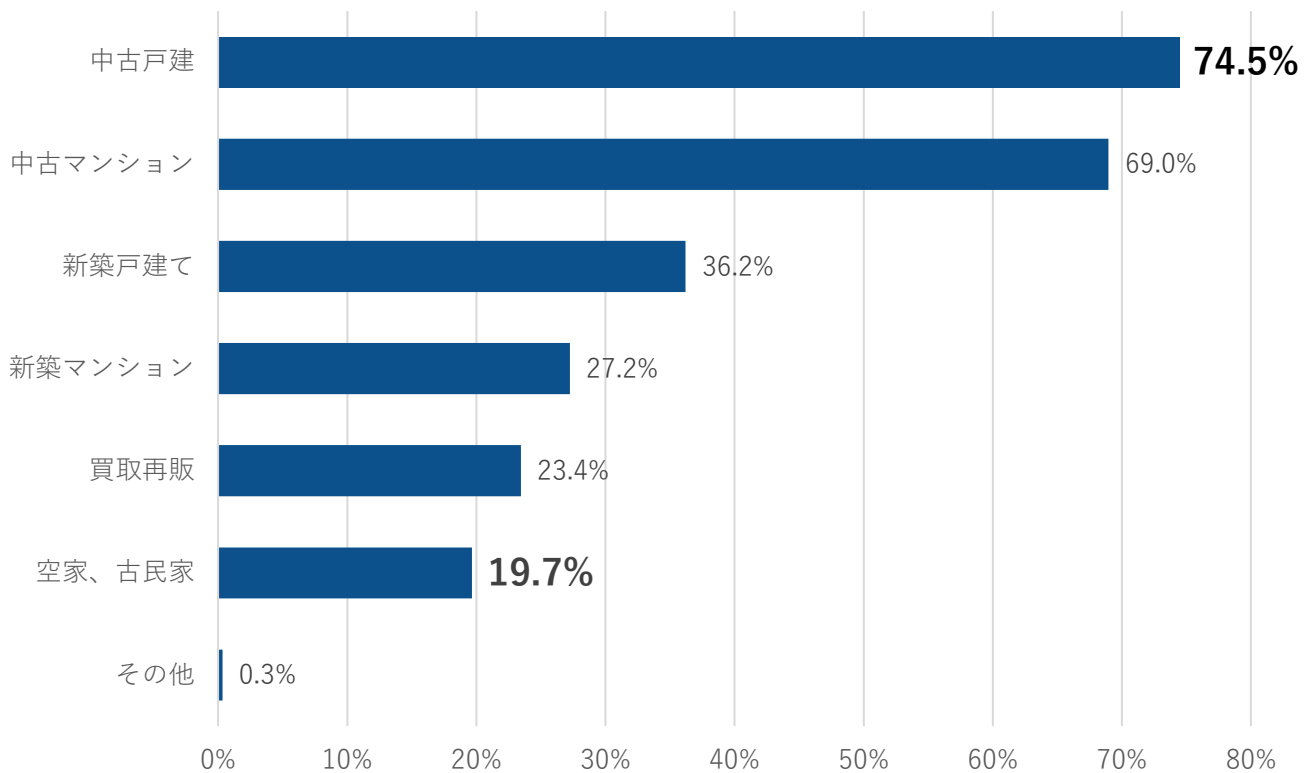
I 主な業種（複数回答）



I ホームステージングを実施している物件（複数回答）

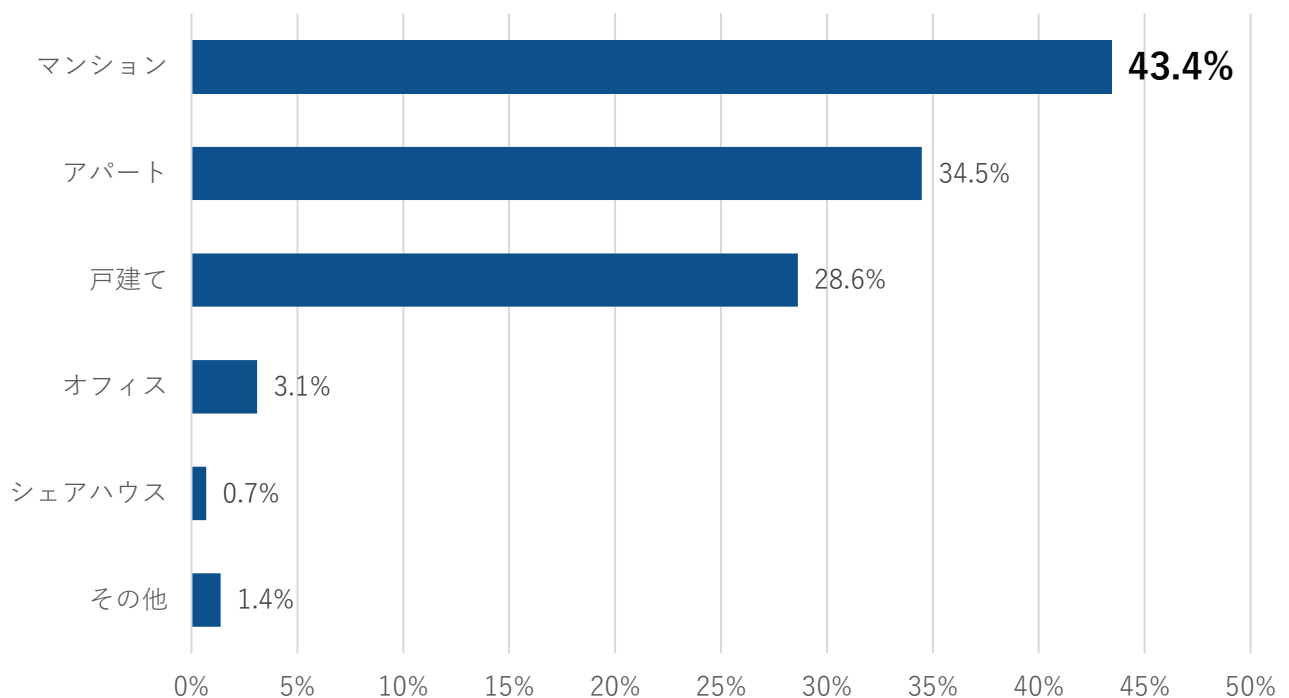


I ホームステージングを実施した売買物件の内訳（複数回答）

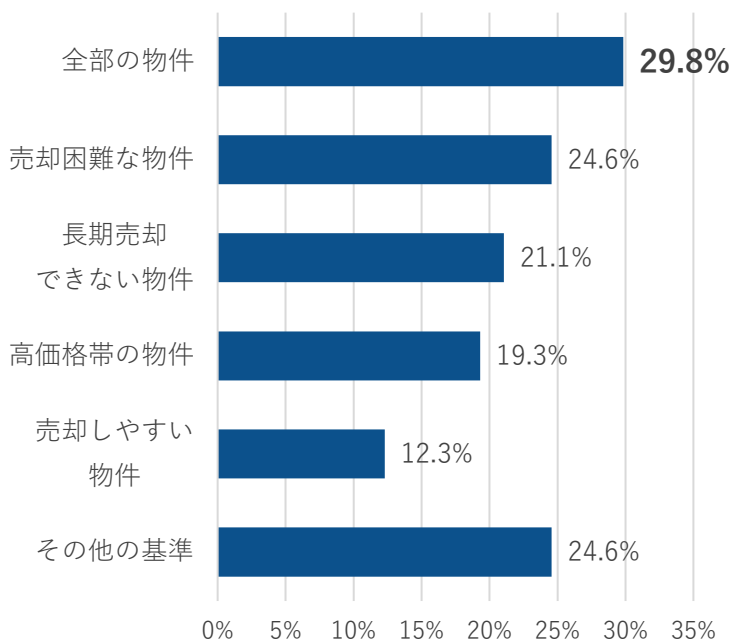


2022年では、中古マンションのホームステージングが1位でしたが、2023年は中古戸建が1位となります。また、今回初めて、空き家や古民家にホームステージングが実施されたことが分かりました。

I ホームステージングを実施した賃貸物件の内訳（複数回答）

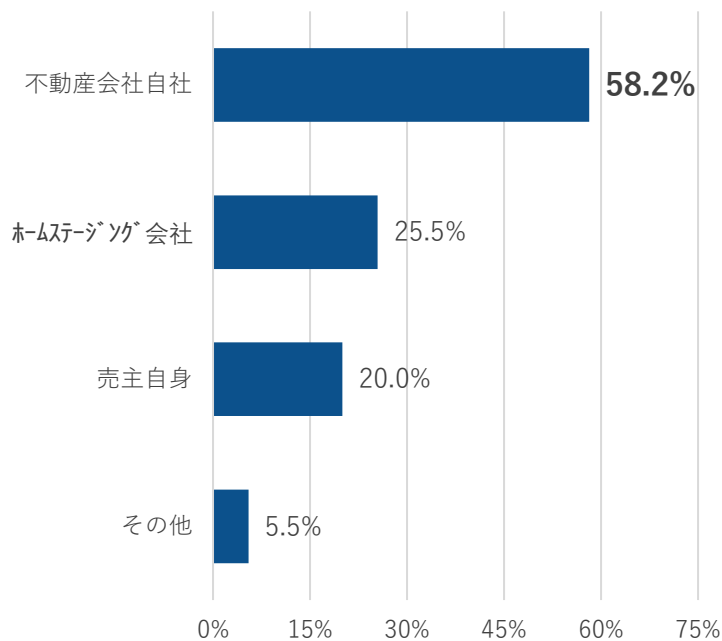


Ⅰ ホームステージングを実施する基準（複数回答）



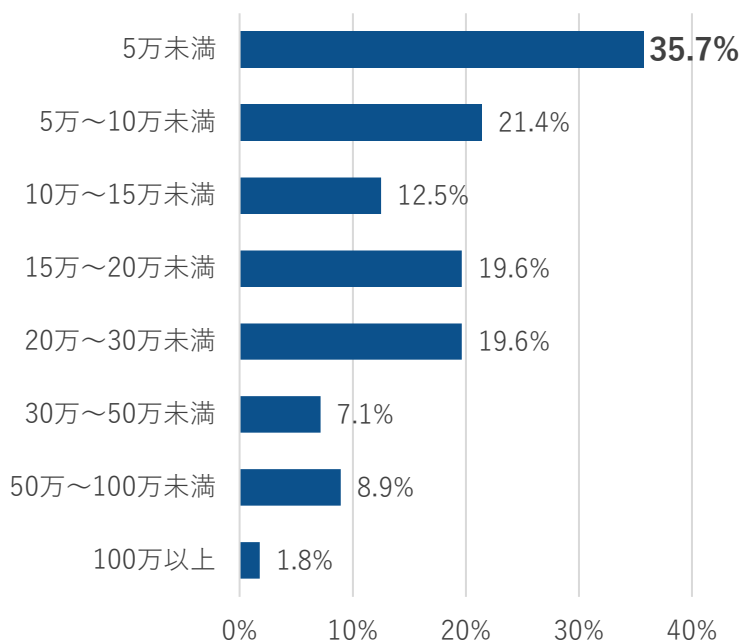
2022年では、1位が売却困難な物件、2位が長期売却できない物件、全部の物件に実施するは3位でしたが、2023年では全部の物件に実施するが1位となりました。

Ⅰ ホームステージングの作業をした人（複数回答）



Ⅰ ホームステージングにかけた金額（複数回答）

※バーチャルホームステージング・リフォーム・不要家財回収・家具販売費用は除く

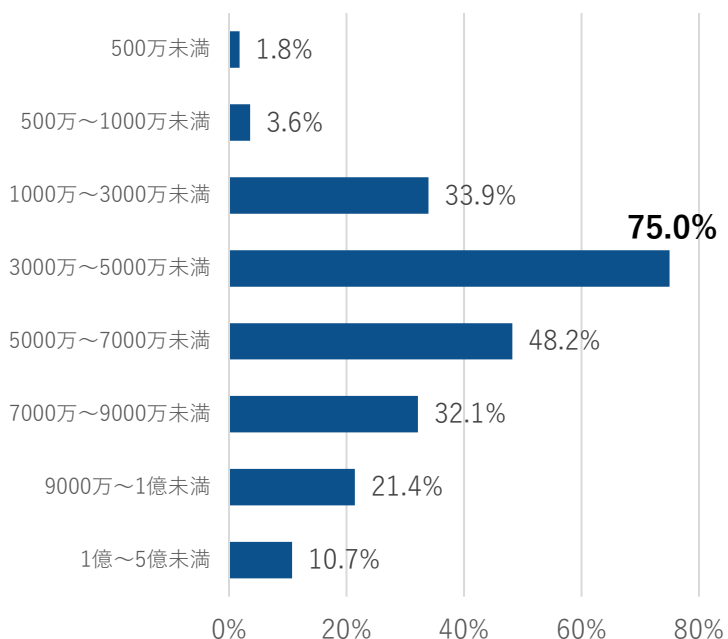


2022年では、15万～30万という回答が多数ありましたが、2023年では、5万未満の回答が大きな差をつけて1位となりました。これは、自社社員がホームステージングを実施していることが要因と推測されます。

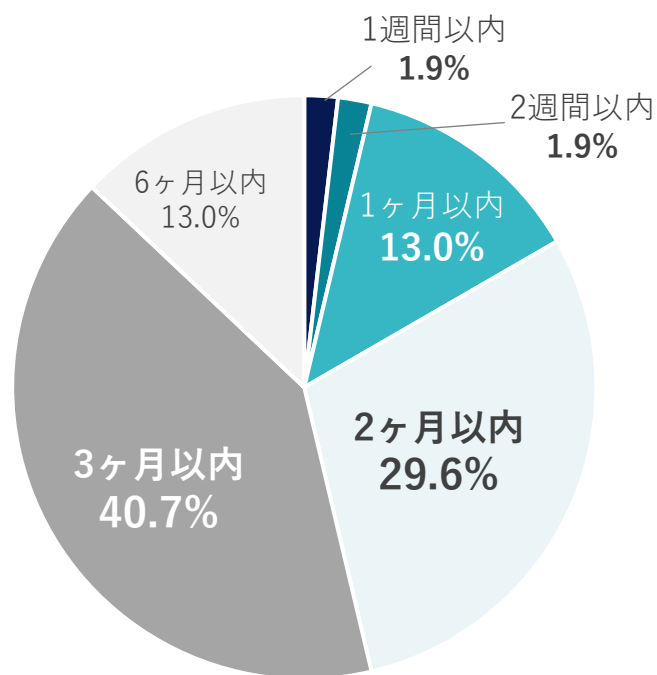
Ⅰ ホームステージング費用をだれがどのように支払ったか（複数回答）

不動産会社自社が物件売却前に支払った	54.9%
自社社員が行ったので費用負担無し	19.6%
不動産会社が立替、売主が物件売却後に支払った	13.7%
売主が物件売却前に支払った	13.7%
売主と不動産会社自社で支払った	5.9%

Ⅰ ホームステージングを実施した物件の 主な取引価格（複数回答）

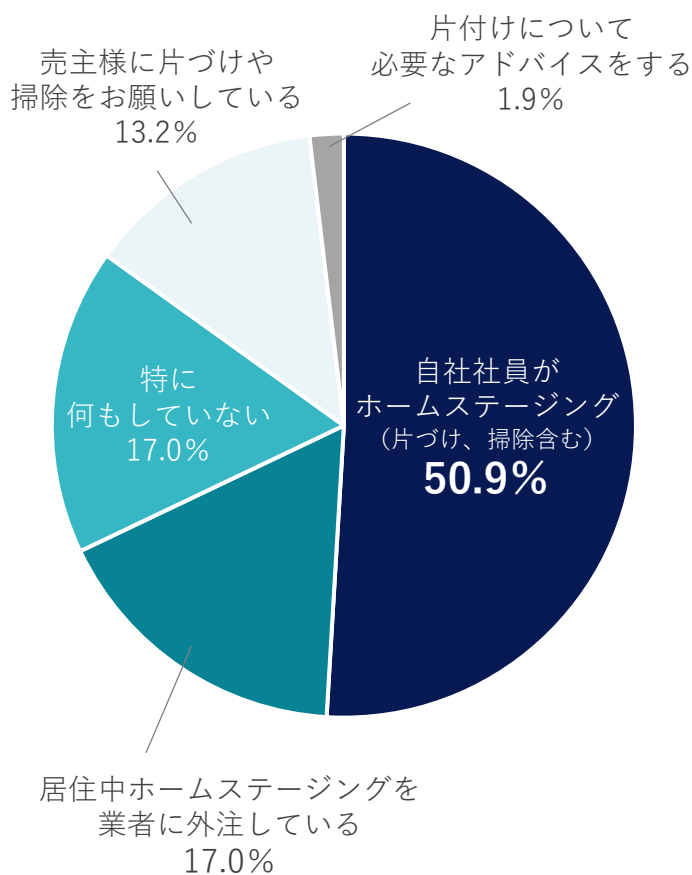


Ⅰ ホームステージング後、成約までの平均期間

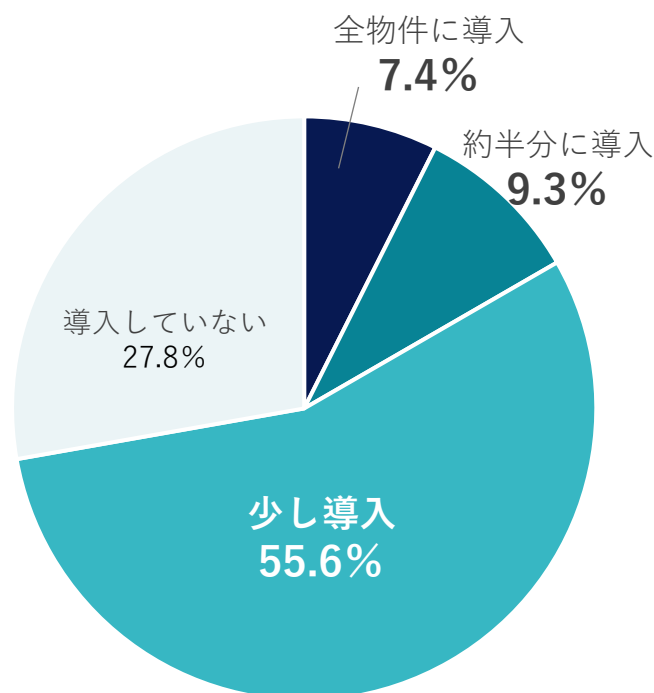


2ヶ月以内（1週間、2週間、1ヶ月以内を含める）は46.4%とほぼ半数は2ヶ月以内で成約しています。3ヶ月以内まで含めると、87.1%となり、約9割が3ヶ月以内で成約していると回答しています。

Ⅰ 居住中の売買物件について



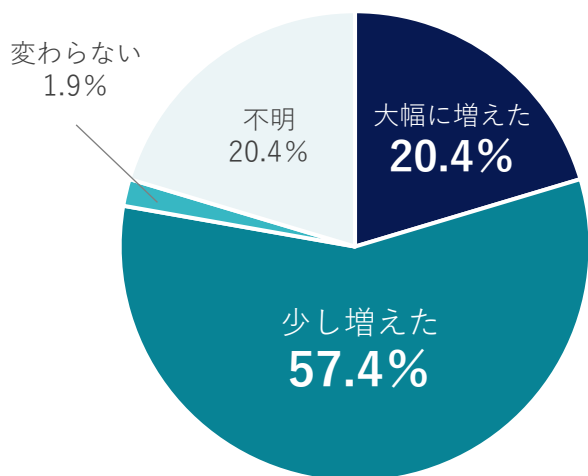
Ⅰ バーチャルホームステージングの導入



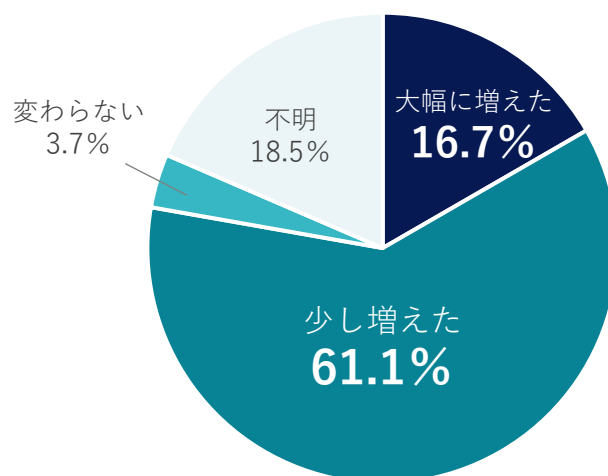
2022年では、バーチャルホームステージングは導入していないという回答が73%でしたが、2023年では、72.3%が導入していると回答しています。2023年にバーチャルホームステージングが一気に導入されたことがわかります。

I ホームステージング実施前との比較

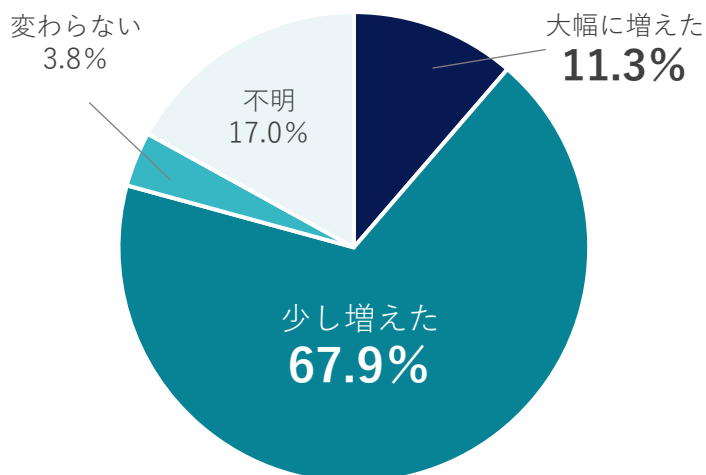
閲覧数



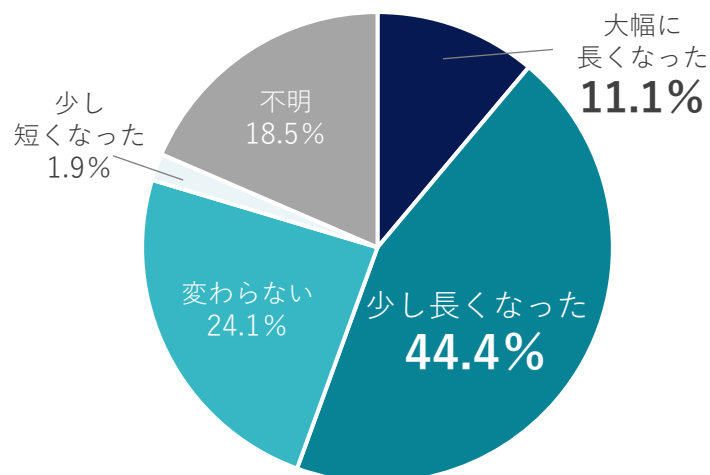
問い合わせ数



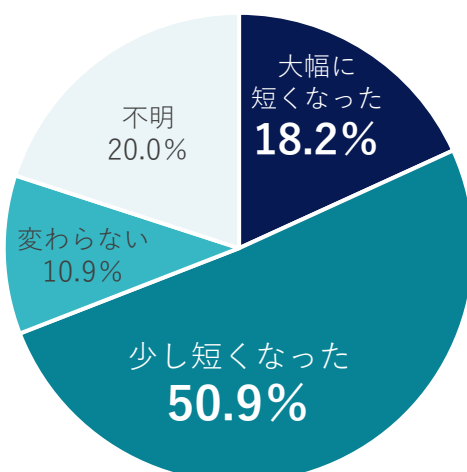
内覧者数



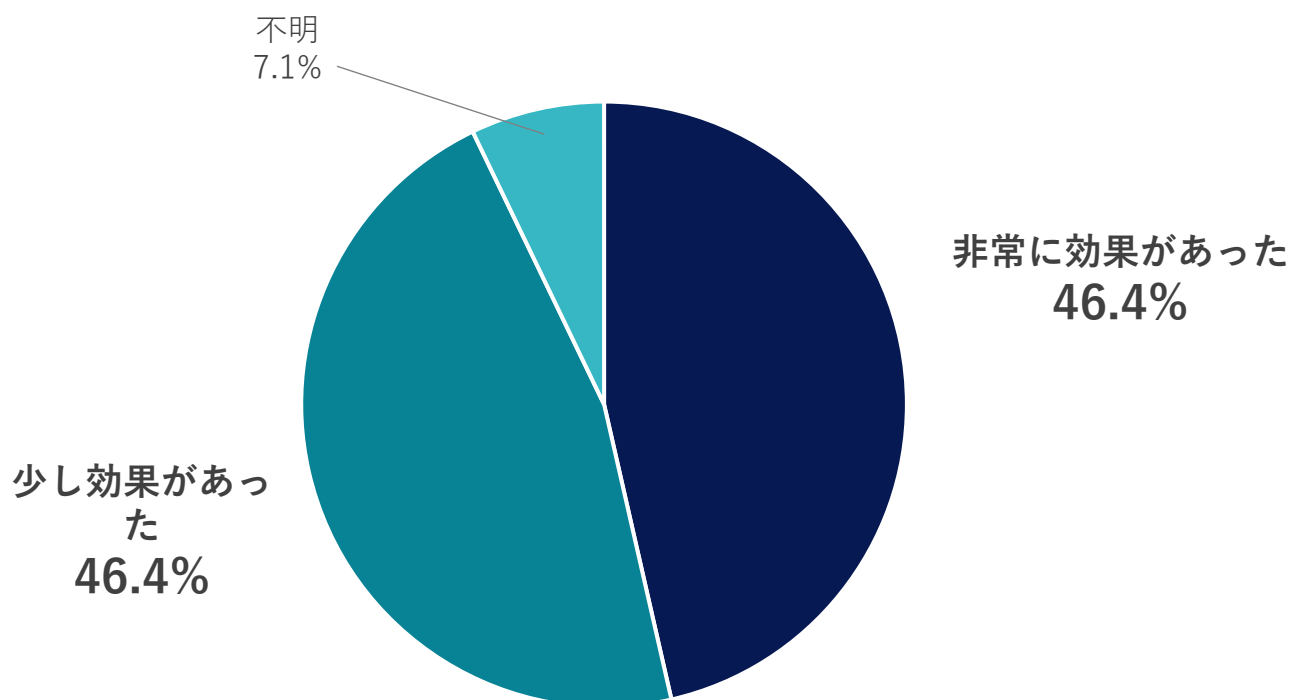
内覧時間



成約までの期間

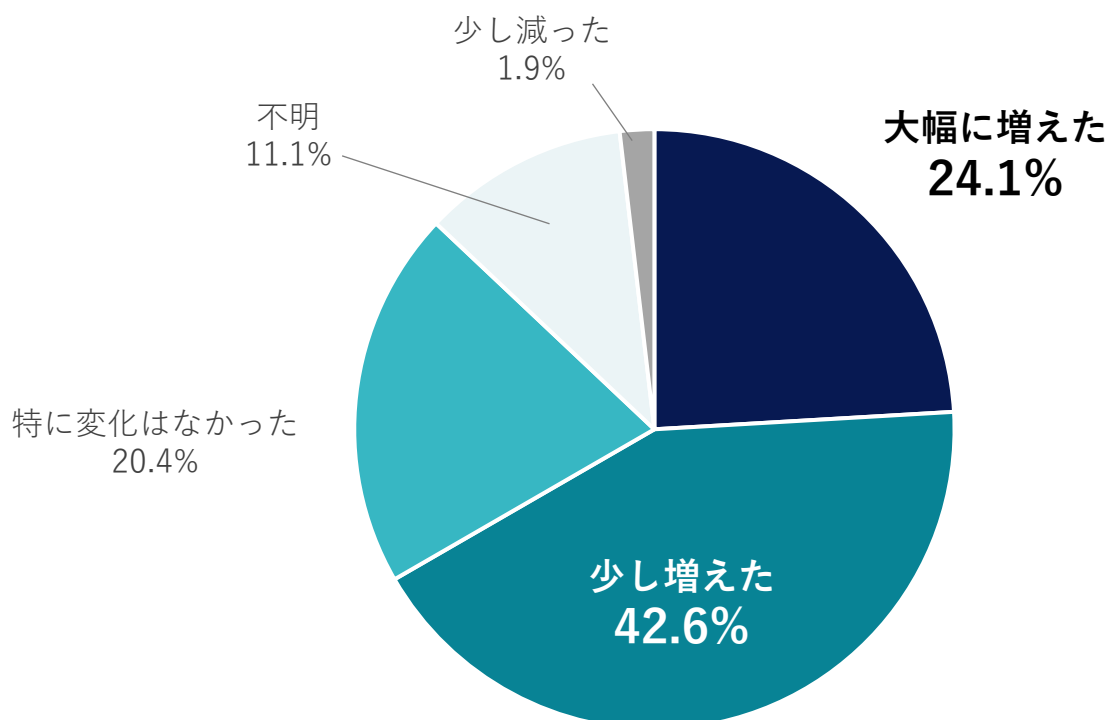


I ホームステージングの効果



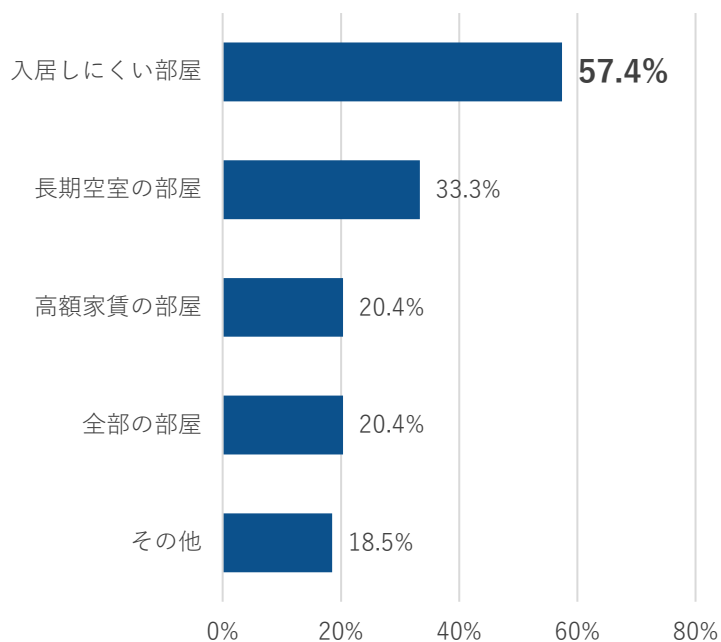
ホームステージングは「効果があった」との回答が92.8%でした。

I ホームステージングの件数（前年比）

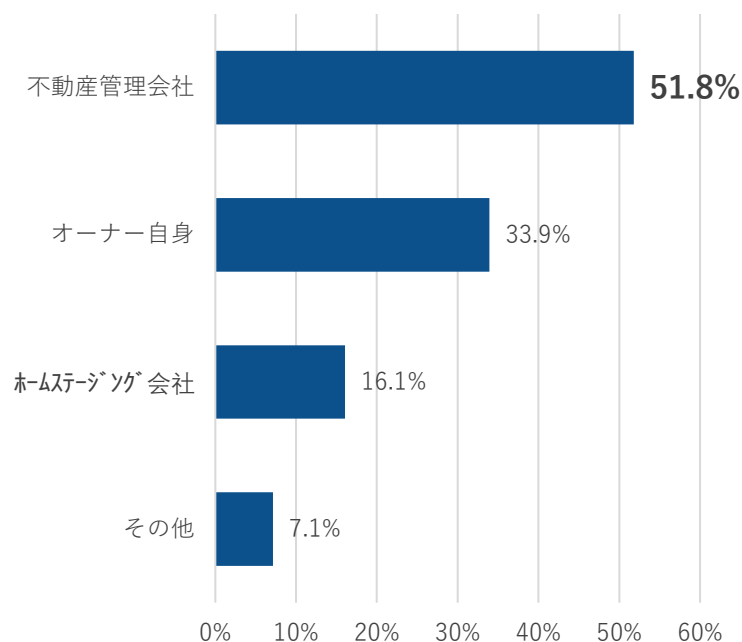


ホームステージングの件数が前年より「増えた」との回答が66.7%でした。

Ⅰ ホームステージングを実施する基準 (複数回答)

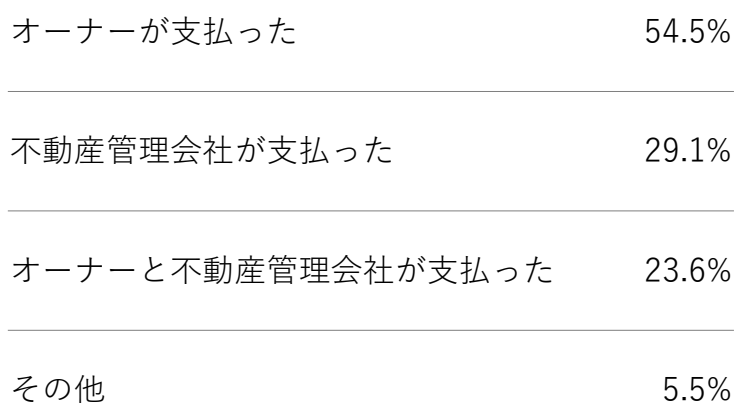


Ⅰ ホームステージングの作業をした人 (複数回答)

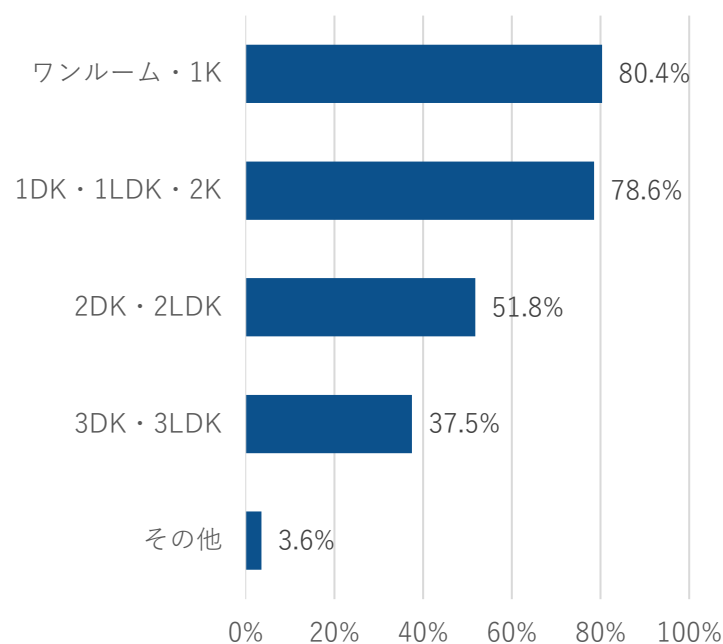


2022年には、賃貸のホームステージングをホームステージング会社に依頼している回答はありませんでしたが、今回初めて、ホームステージング会社に依頼しているという回答ができました。

Ⅰ ホームステージング費用をだれが支払ったか (複数回答)

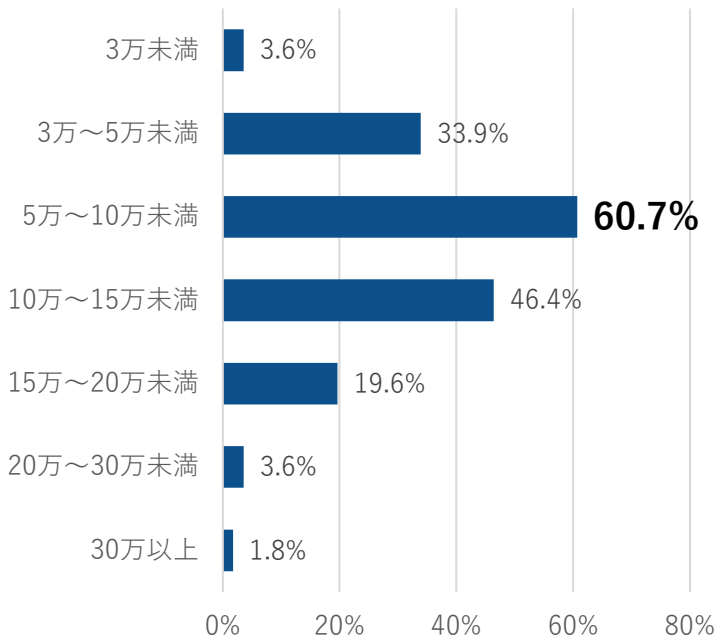


Ⅰ ホームステージングした物件の間取り (複数回答)



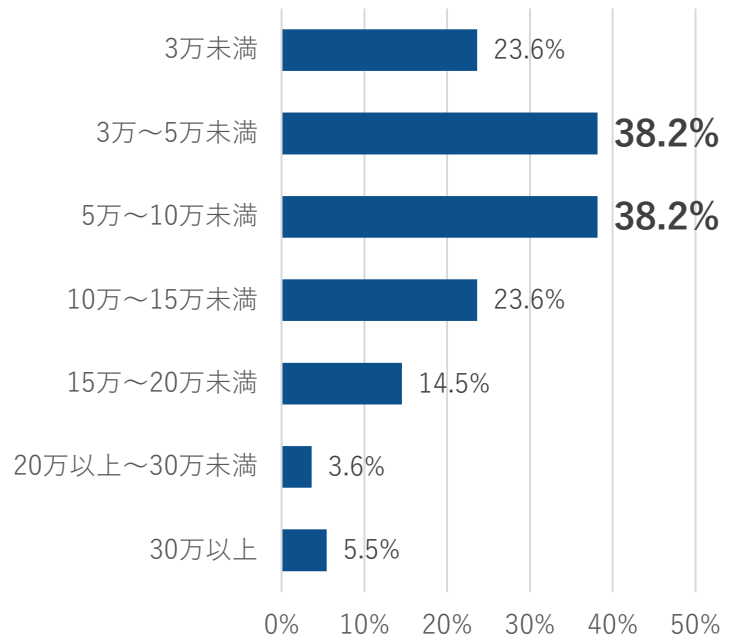
2022年は不動産管理会社が支払ったという回答が最多でしたが、2023年はオーナーが支払ったという回答が最多となりました。

I ホームステージングする物件の平均家賃 (複数回答)

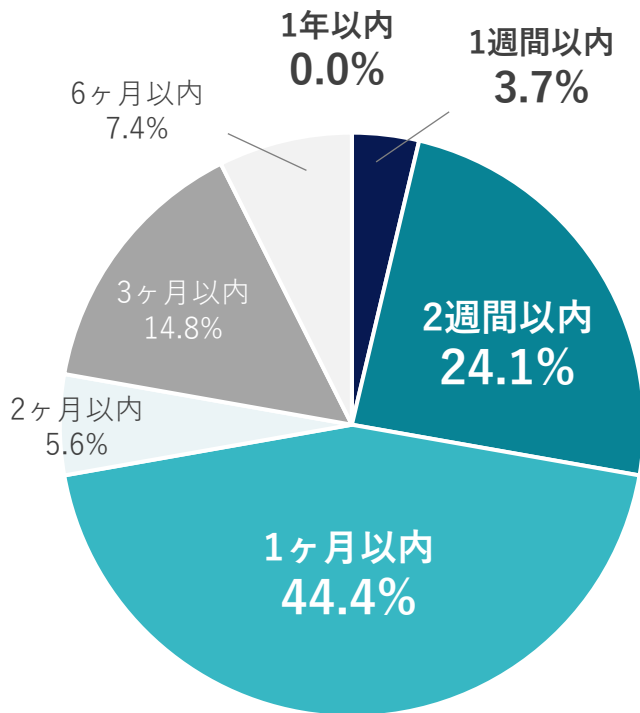


II ホームステージングにかけた費用 (複数回答)

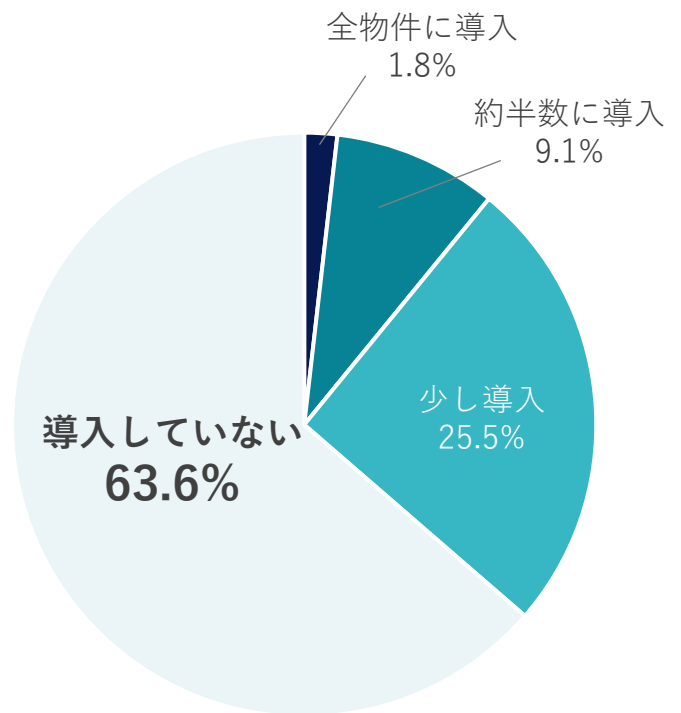
※バーチャルホームステージング・リフォーム・不要家財回収・家具販売費用は除く



III ホームステージング後、成約までの平均期間



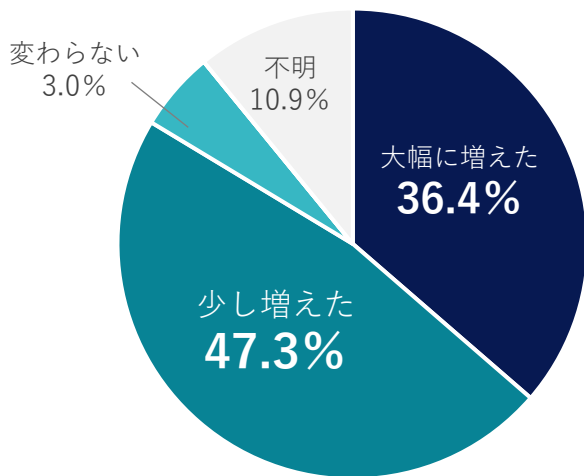
IV バーチャルホームステージングの導入



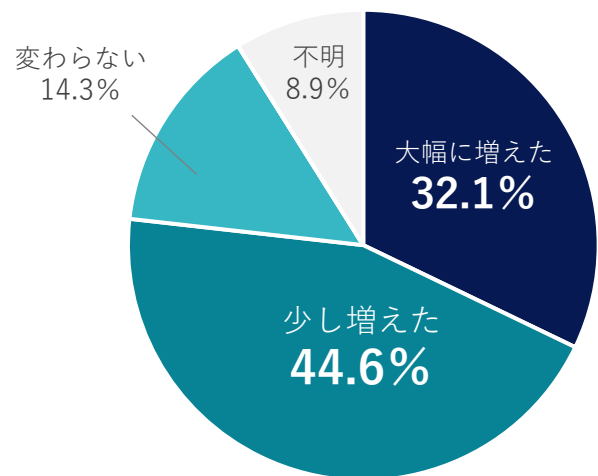
1ヶ月以内 (1週間以内、2週間以内を含め) で成約との回答が72.2%となっており、賃貸物件にホームステージングすることで、早期に成約していることが分かります。

I ホームステージング実施前との比較

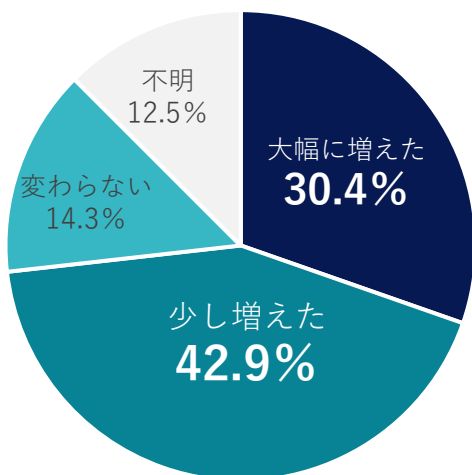
閲覧数



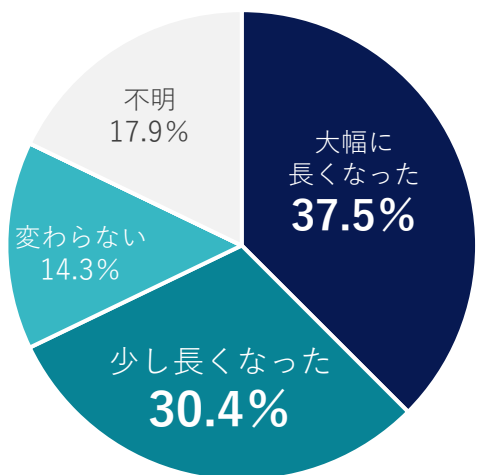
問い合わせ数



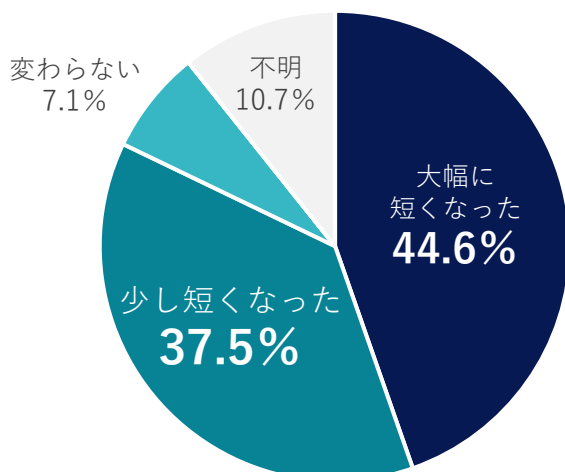
内覧者数



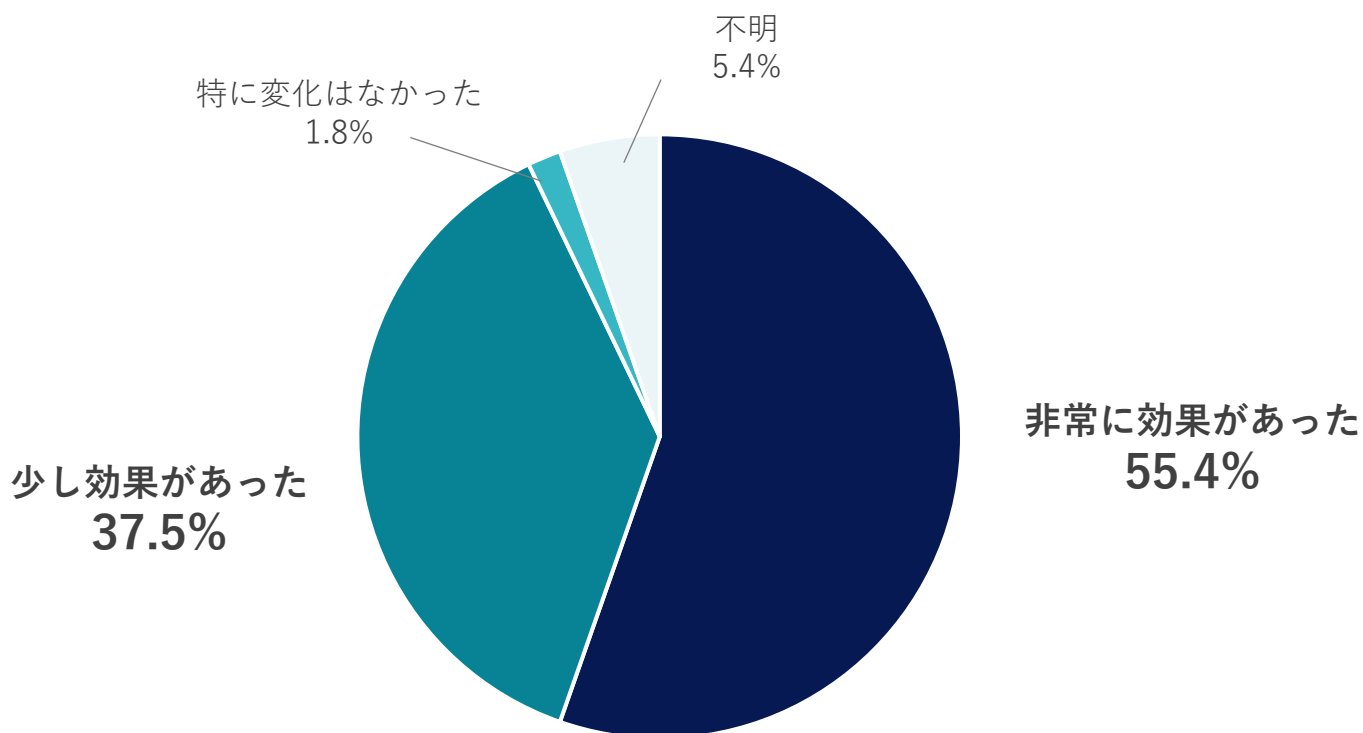
内覧時間



成約までの期間

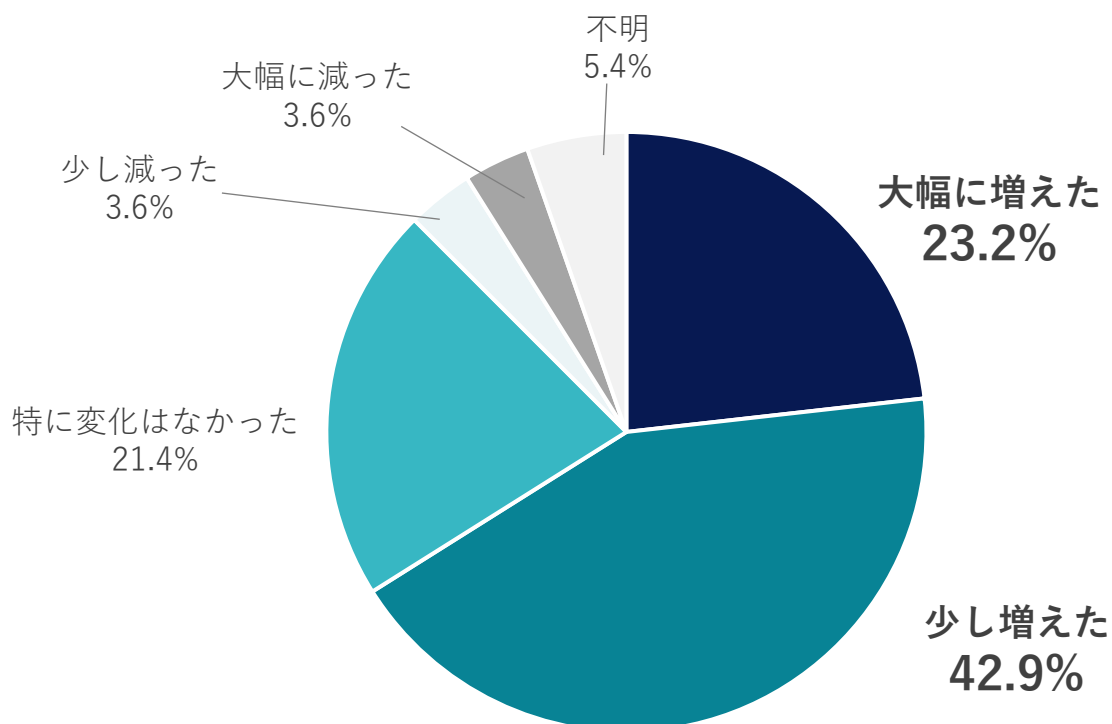


I ホームステージングの効果



「効果があった」という回答は92.9%となります。
ホームステージングを実施した多くの方がホームステージングの効果を実感しています。

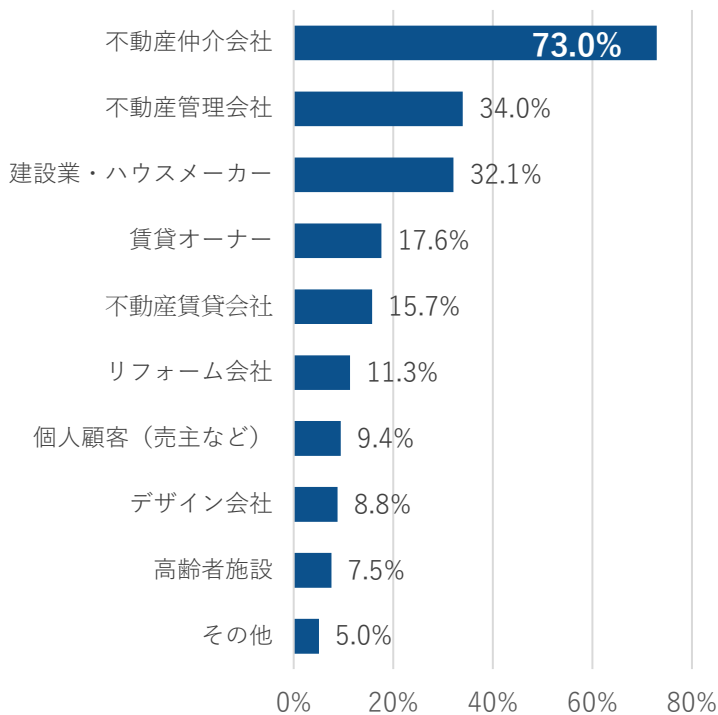
I ホームステージングの件数（前年比）



前年よりもホームステージングの件数が「増加した」との回答が66.1%となっています。

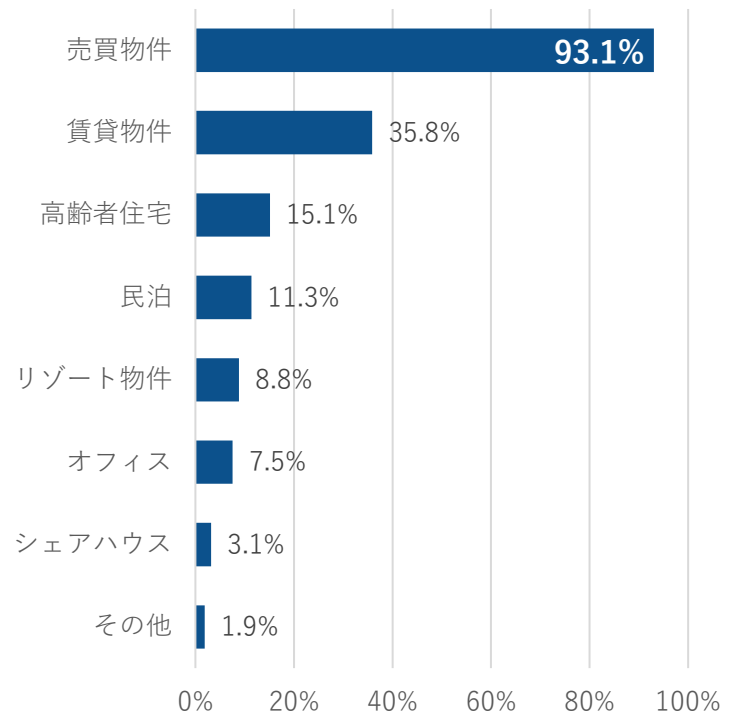
4. ホームステージング業

Ⅰ ホームステージングの依頼元(複数回答)



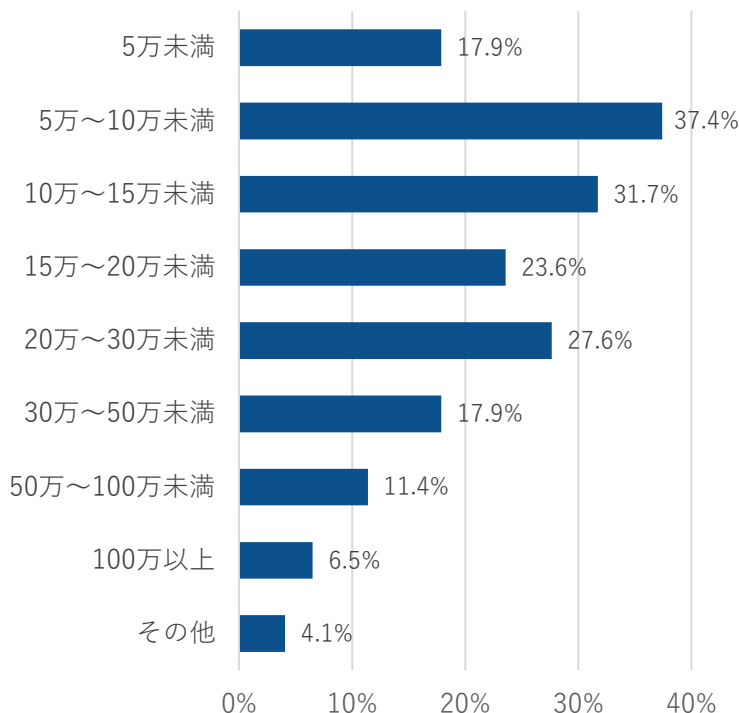
その他の依頼元は、買取再販事業者、民泊などとなっています。

Ⅰ ホームステージングする物件(複数回答)

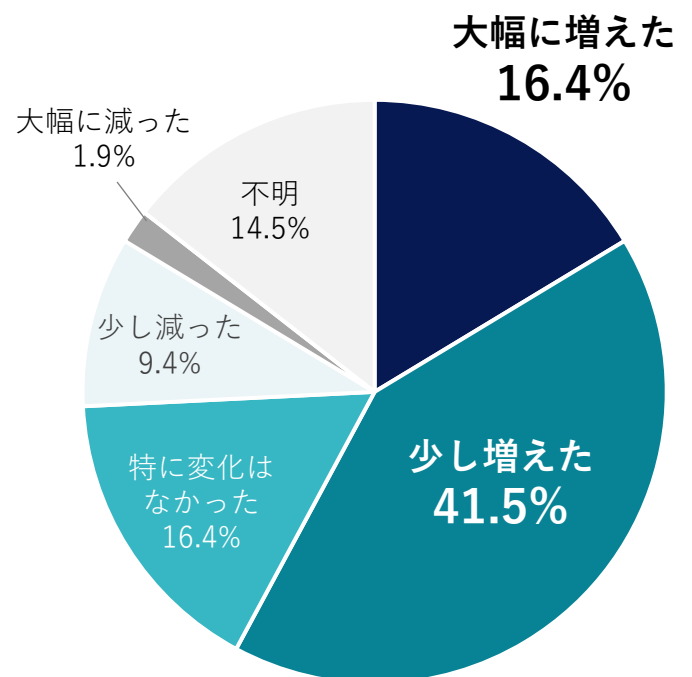


Ⅰ ホームステージングサービスの提供金額(複数回答)

※バーチャルホームステージング・リフォーム・不要家財回収・家具販売費用は除く



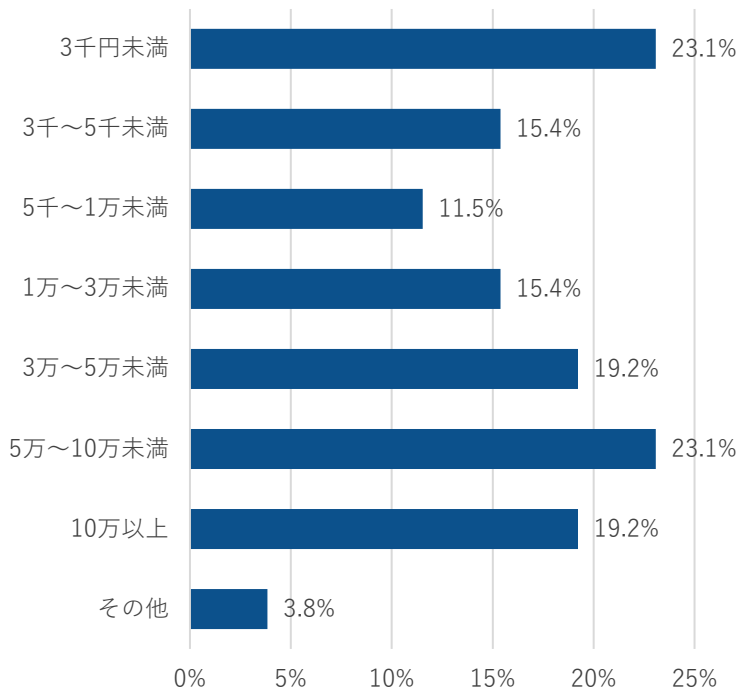
Ⅰ ホームステージング実施件数(前年比)



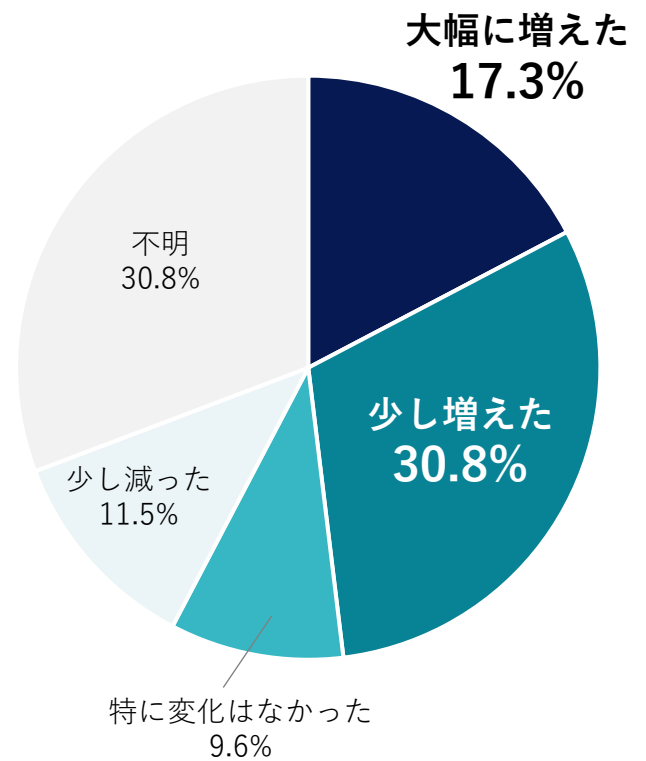
前年と比べ、57.9%が実施件数が「増えた」と回答しています。

4. ホームステーシング業

Ⅰ バーチャルホームステーシングのサービス提供金額(複数回答)



Ⅱ バーチャルホームステーシングの件数(前年比)



バーチャルホームステーシングサービスが前年より増えたと回答は48.1%となっています。賃貸でバーチャルホームステーシングの導入が進めば更に件数は増加するのではないかと推測されます。



I 実施しているサービス

不動産仲介		不動産賃貸		ホームステージング業	
空室 ホームステージング	70.2%	空室 ホームステージング	91.1%	空室 ホームステージング	81.2%
居住中 ホームステージング	47.4%	リフォーム (原状回復含む)	46.4%	居住中 ホームステージング	55.8%
バーチャル ホームステージング	31.6%	ハウス クリーニング	37.5%	プロによる 写真撮影	38.8%
プロによる 写真撮影	28.1%	簡易清掃	28.6%	家具小物 販売	27.3%
ハウス クリーニング	28.1%	消臭・芳香	28.6%	3D動画	26.1%
草取り 庭木カット	28.1%	補修・修繕	28.6%	ハウス クリーニング	21.8%
片付け	17.5%	共用部の美化	25.0%	片付け	20.0%
不要家財回収	17.5%	家具小物購入	23.2%	バーチャル ホームステージング	16.4%
3D動画	17.5%	屋外エリアの 美化	19.6%	消臭・芳香	9.7%
リサイクル	10.5%	バーチャル ホームステージング	12.5%	不要家財回収	7.3%
補修・修繕	8.8%	片づけ・廃棄	10.7%	草取り 庭木カット	7.3%
消臭・芳香	8.8%	プロによる 写真撮影	10.7%	補修・修繕	6.7%
家具小物販売	7.0%	3D動画	5.4%	リサイクル	3.0%
その他	1.8%	消毒	3.6%	その他	6.6%
		その他	1.8%		

I ホームステージングする場所（重要度）

	不動産売買	不動産賃貸	ホームステージング業
リビング ダイニング	100.0%	94.6%	97.0%
キッチン	93.0%	73.2%	87.8%
浴室	56.1%	50.0%	43.3%
洗面所	50.9%	42.9%	33.5%
寝室	36.8%	53.6%	39.6%
玄関	36.8%	48.2%	37.2%
トイレ	21.1%	33.9%	17.7%
和室	17.5%	5.4%	13.4%
子供部屋	12.3%	3.6%	12.8%
ベランダ バルコニー	8.8%	0.0%	9.1%
庭 エクステリア	5.3%	0.0%	3.7%

賃貸物件では「寝室」のホームステージングが重要となっています。ワンルームなどのホームステージングの場合、ベッドを配置することで入居後のイメージを鮮明にすることができ成約につながります。

I 共通調査

・ 全国の都道府県でホームステージング実施

2022年の実態調査では、山形県、香川県、高知県、宮崎県の4県がホームステージングの実施が0件でしたが、2023年では、全国の都道府県すべてでホームステージングが実施されていることが分かりました。東京都を中心に埼玉県、千葉県、神奈川県圏の東京圏で、ホームステージングが非常に多く実施されています。関西では大阪府を中心に、京都府、兵庫県、奈良県などでホームステージングの実施が多いことが分かります。

・ 中古戸建のホームステージングを実施が最多

2022年の調査では、中古マンションへのホームステージング実施が最多でしたが、2023年では、中古戸建へホームステージングを実施している回答が最多となりました。空き家の増加に伴い、その解決策としてホームステージングを実施するという回答も初めて登場してきました。

I 不動産仲介

・ ホームステージングは自社で全部の物件に実施

2023年の大きな変化は、「ホームステージングは自社で行っている（居住中の売買物件の片づけ、掃除なども含む）」という回答が「ホームステージング会社に依頼する」を上回りました。また、ホームステージング実施の基準について、2022年まで、「売却困難な物件」「長期空室の物件」にホームステージングを実施するという回答が多数でしたが、2023年は、「全物件に実施する」回答が最多となっています。さらに、ホームステージングにかけた金額については、5万円未満が最多となっており、自社社員が実施しているため費用負担がない。との回答も多かったことが大きな変化となっています。

自社で実施することで費用負担を減らし、できるだけ多くのホームステージングを実施し、自社では対応できない物件をホームステージング会社に依頼するという流れになっているのではないかと推測されます。

2023年に多くの不動産仲介会社が「本業に活かしたい」という理由でホームステージングの1級資格講座を受講していることもその流れにつながっていると推測されます。

もうひとつ、大きく変化したのは、バーチャルホームステージングの導入についてです。2022年までは、ほとんど導入されていなかったバーチャルホームステージングですが、2023年には72.3%が導入していると急増しています。売買物件でのバーチャルホームステージングは急激に広まったと言えるでしょう。

I 不動産賃貸

・ 賃貸をホームステージング会社に依頼

不動産賃貸での大きな変化は、2023年にはじめて「ホームステージング会社が作業をする」という回答が登場したことです。2022年では、不動産管理会社がホームステージングを実施し、それにかかる費用も管理会社が支払うという回答が最多でしたが、2023年では、「オーナーが支払った」という回答が「管理会社が支払う」を上回りました。また、ホームステージングする物件の間取りは、ワンルーム、1K~2Kなど比較的小さい間取りにホームステージングが実施されていることが分かりました。ホームステージングの費用については、2022年とあまり変化はありません。家賃のヶ月分を目安にしていることが推測されます。賃貸物件でのバーチャルホームステージングの導入については、導入していないが63.6%となっており、まだまだ広がっていないのが分かります。

オーナー自身の1級資格講座の受講も増加しており、空室対策について自身で知識を深めていることが分かります。

I ホームステージング業

・ 様々な業界でホームステージングが導入され競合が増加

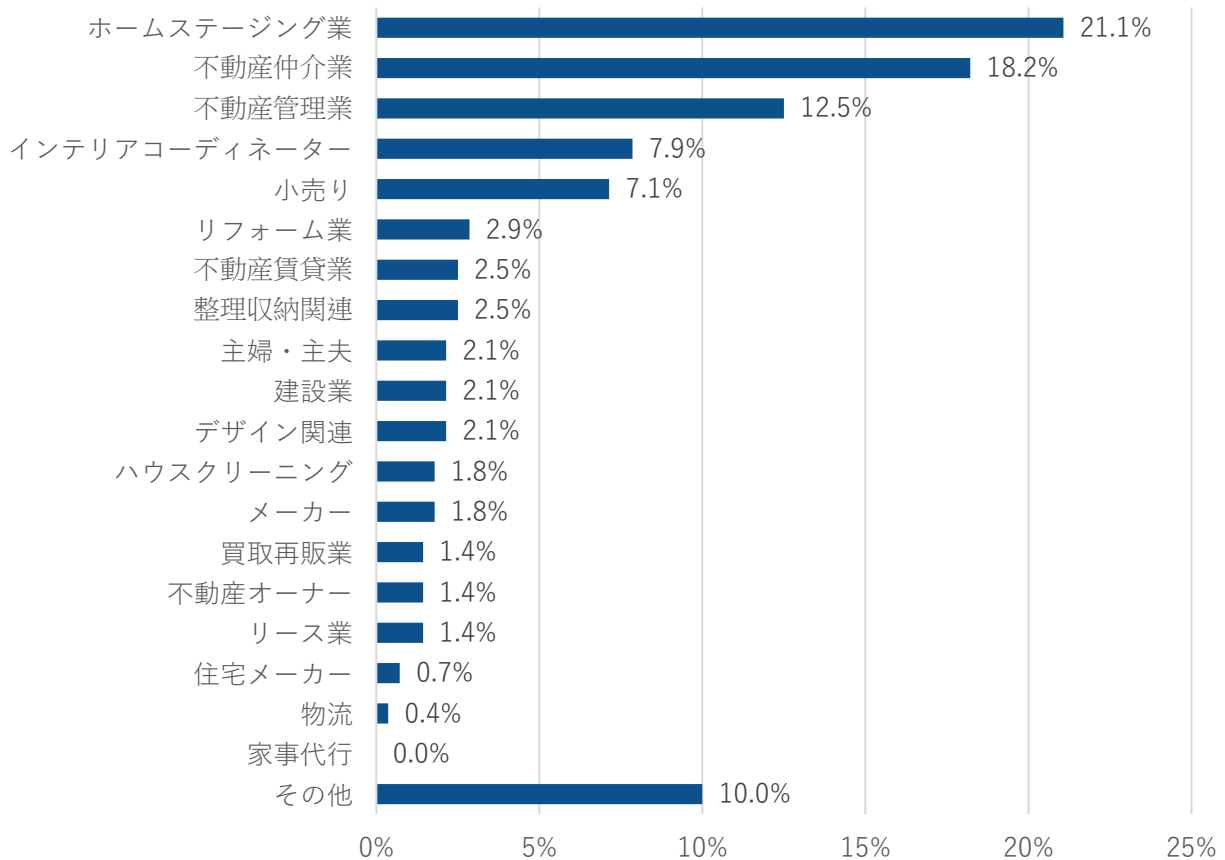
2023年の調査では2022年の約1.4倍のホームステージング事業者からの回答を頂いています。

現在、様々な業界でホームステージングを事業として導入し始めています。例えば、家具業界では新たな販路として、ホームステージングを実施し、業容拡大をはじめています。また、2023年にはインテリアコーディネーターの1級資格取得が急増し、ホームステージャーとして不動産仲介会社の仕事を受注したり、また、ホームステージング会社に就職する事例も出てきています。

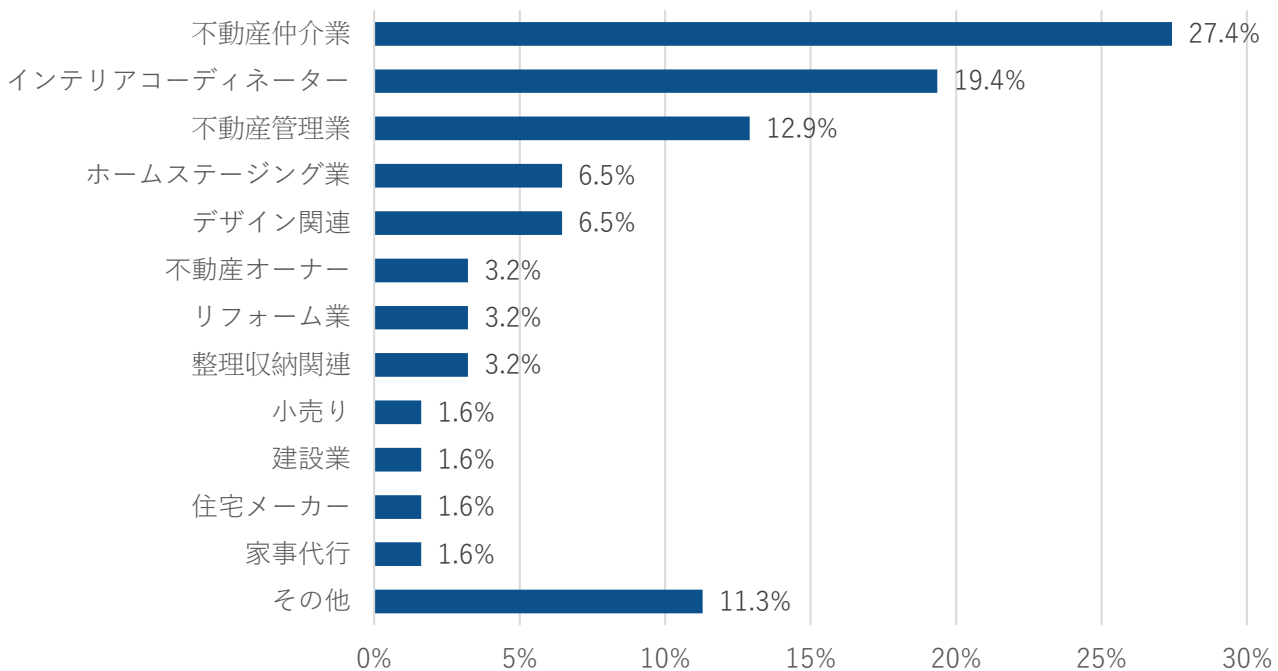
今後、ホームステージング業界は競合が増加し、市場が拡大し、さまざまなサービスが登場し、ホームステージングが不動産の支援サービスとしてあたりまえになっていくのではないかと推測されます。そのため、知識とスキルのあるホームステージャーはさらに求められるようになるでしょう。

I 2023年業種別受講者割合

・ 2級

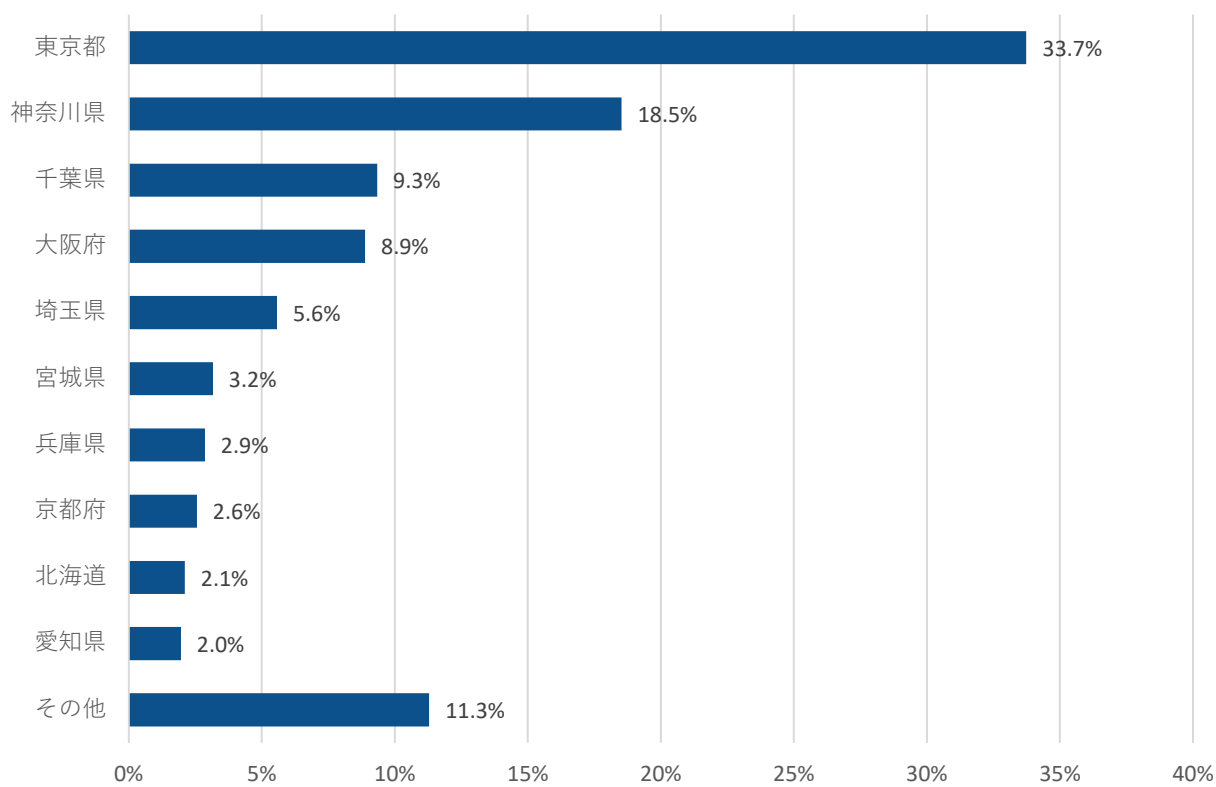


・ 1級 (HOME/LIFE)

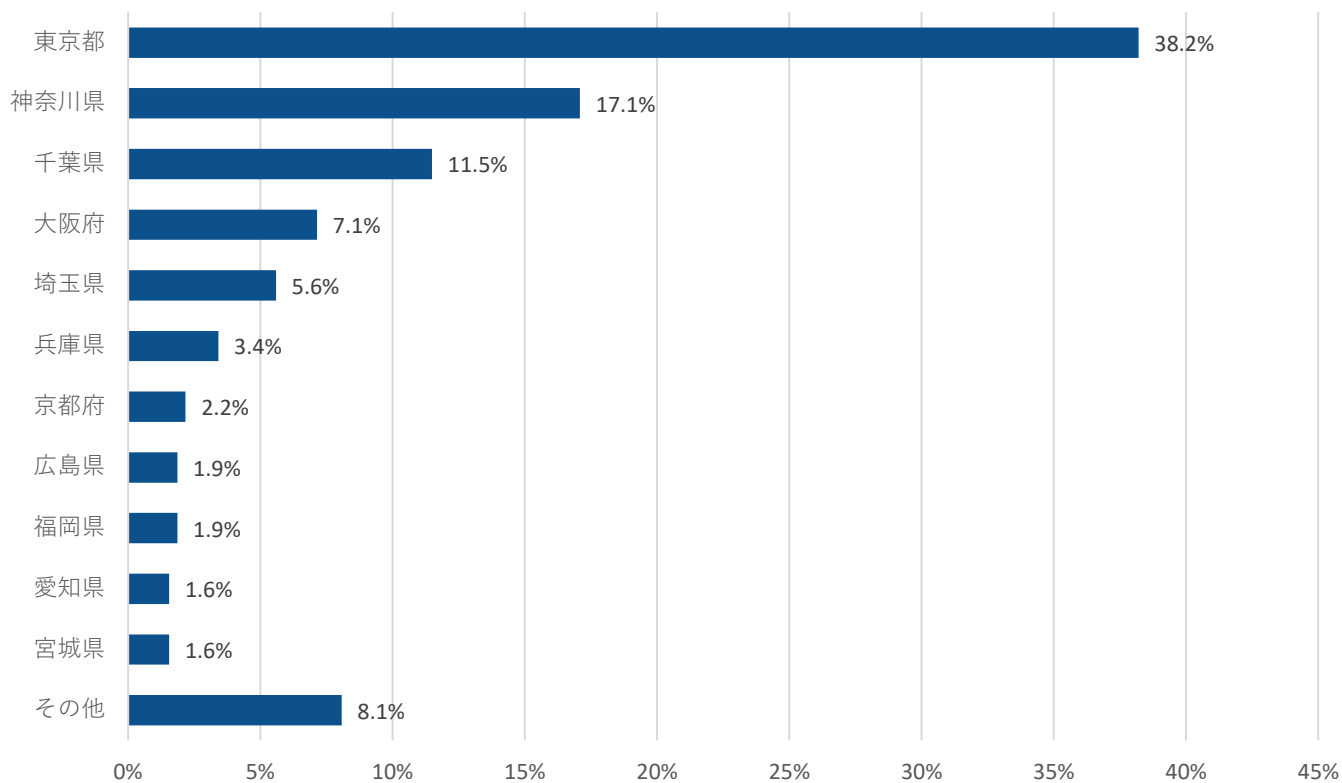


I 都道府県別受講者割合

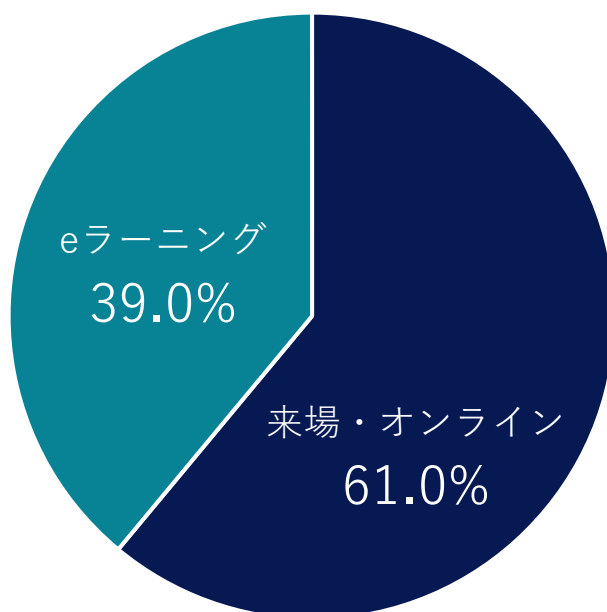
• 2023年



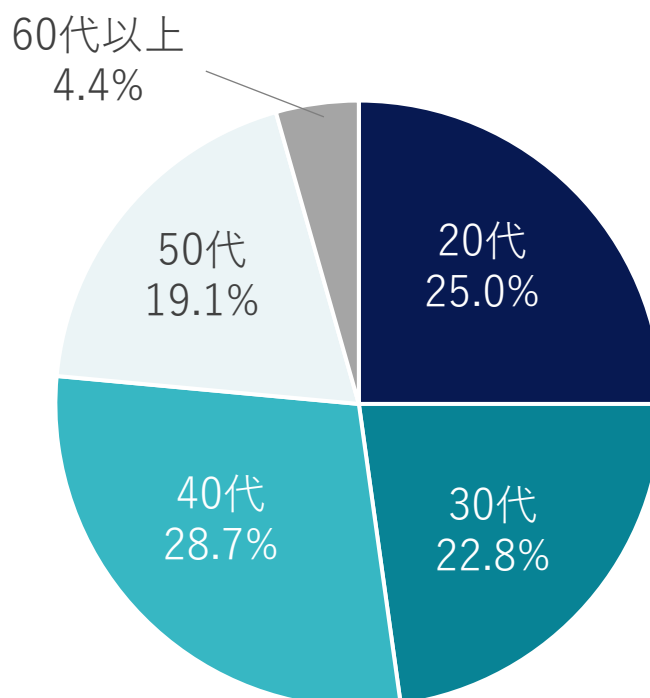
• 2022年



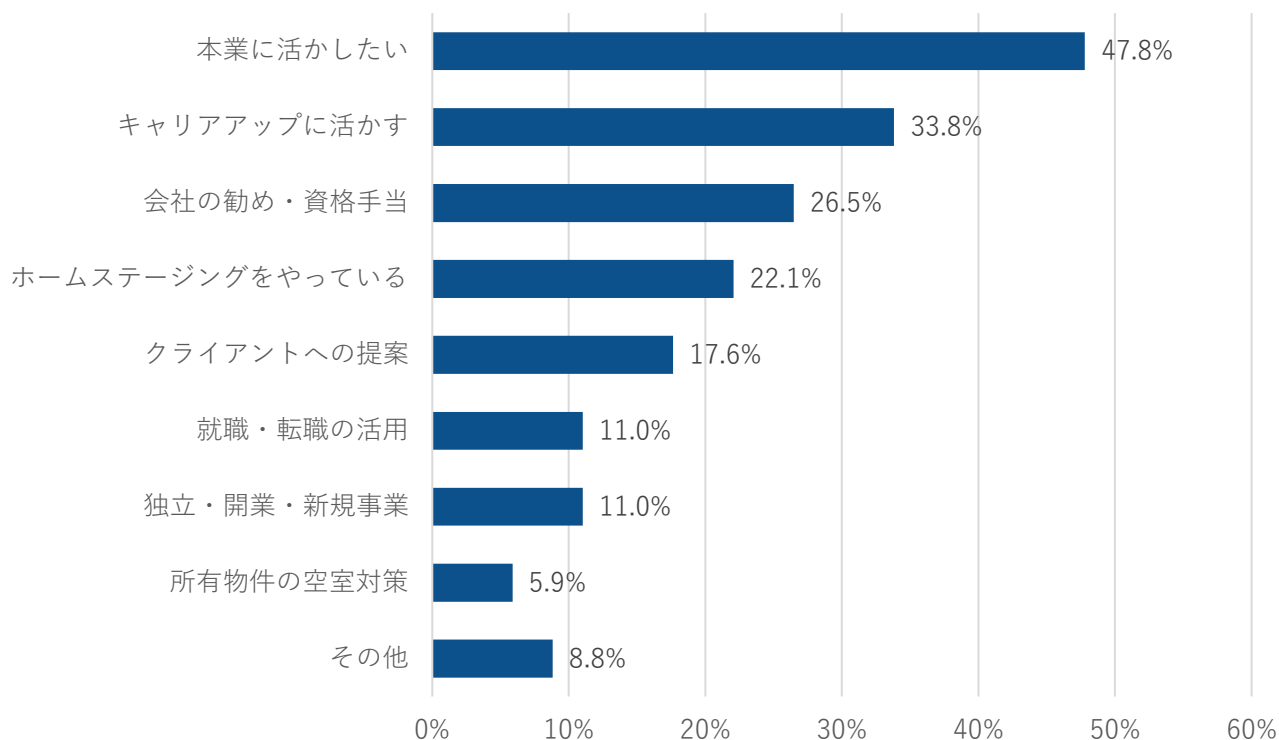
I 2023年受講者方法割合



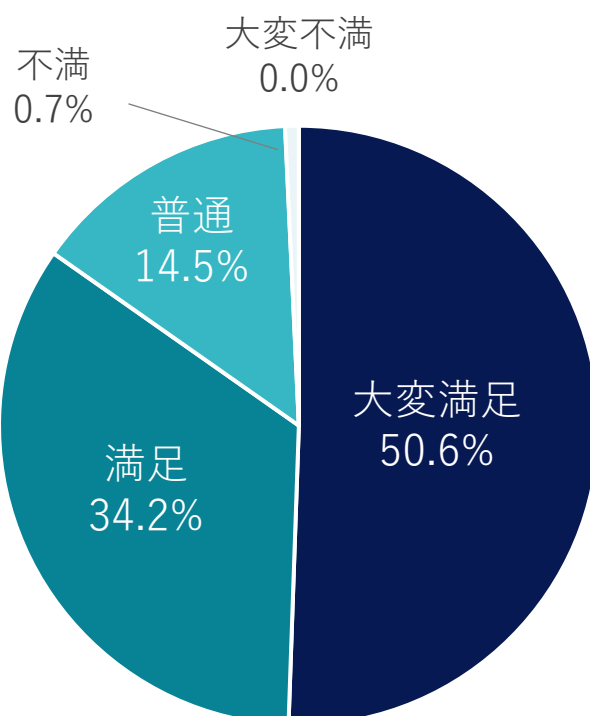
I 2023年年代別受講割合



I 受講理由（複数回答）



I 受講満足度



- (1) コンテンツを利用する際は出典を記載してください。出典の記載方法は以下のとおりです。
(出典記載例)
出典：「ホームステージング白書2023」（一般社団法人日本ホームステージング協会）
- (2) コンテンツを編集・加工等して利用する場合は、上記出典とは別に、編集・加工等を行ったことを記載してください。また編集・加工した情報を、あたかも協会が作成したかのような態様で公表・利用してはいけません。
(コンテンツを編集・加工等して利用する場合の記載例)
「ホームステージング白書2023」（一般社団法人日本ホームステージング協会）を加工して作成
「ホームステージング白書2023」（一般社団法人日本ホームステージング協会）をもとに ○○株式会社作成など

利用上の注意

- (1) この調査は、標本調査であるため、母集団に復元後、算出した構成比を調査結果として表章している。
- (2) 構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100とはならない。
- (3) 統計表中、「0.0」、「0.00」は集計した数値が表章単位に満たないものである。

調査実施団体組織概要 及び 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

設 立：2013年8月19日

事務局：〒135-0042 東京都江東区木場6-4-2 KIビル 4F

電 話：03-6810-5708 F A X：03-6810-5708

U R L :<https://www.homestaging.or.jp/> MAIL :info@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、日本独自のホームステージングの知識とスキルを体系化、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。

Copyright © 2020 JAPAN HOME STAGING ASSOCIATION Inc. All Rights Reserved.

発行日 2024年8月1日 初版



