

ホームステージング白書2020

2020 Profile of Home Staging

2020



 一般社団法人
日本ホームステージング協会
JAPAN HOME STAGING ASSOCIATION

【第4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、日本の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4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のホームステージングを導入している不動産関連の企業及び個人、ホームステージング会社やホームステージャーを対象に、ネットによるアンケートにご協力頂きました。主な業種として不動産仲介、不動産賃貸、ホームステージングの業種別の集計をしています。また、昨年同様、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アンケートを行っています。

■調査概要

- ・調査名：第4回ホームステージング実態調査
- ・調査対象期間：2019年9月1日～2020年8月31日
- ・調査実施期間：2020年9月1日～11月30日
- ・回答方法：Googleフォームでの質問に回答収集
- ・回答総数210件（不動産仲介55/不動産賃貸45/ホームステージング105）

■主な調査内容

- ・ホームステージング実施後成約までの期間
- ・ホームステージングにかかる費用
- ・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する部屋の重要度
- ・ホームステージングによる影響（PV数、問い合わせ数、内見者数、内見時間）
- ・ホームステージングの実施件数昨年比
- ・コロナの影響と対応の変化

2020年当初は、新型コロナウイルスによって、これほど大きな影響がでて、そのために劇的に変化せざるを得ない状況になるとは誰もが予想できませんでした。不動産業界では、来店者数、内見者数が減り、売り上げにも影響しています。賃貸業でも、学生向けの賃貸物件は、授業がオンラインになり部屋を退去するなど、学生向けの賃貸物件は大きな影響ができています。しかし、一時期は非常に落ち込んだ不動産業界も6、7月以降から回復し始めてきています。

今回の調査で、ホームステージングの実施件数は「昨年と同じ」及び「増加」との回答が半数以上になっています。そして、ホームステージングにかかる費用は昨年より下がっていることが分かりました。

ホームステージングの効果を実感しているからこそ、できるだけ費用をかけずに、より多くの物件にホームステージングを実施するようになったことが昨年との違いのひとつになっています。

また、コロナ禍によって、非接触型のVRホームステージングが新たに導入され、一気に広がってきました。今年は「多様なホームステージングの広がり」の年となりました。

次回のホームステージング白書は、2022年1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。

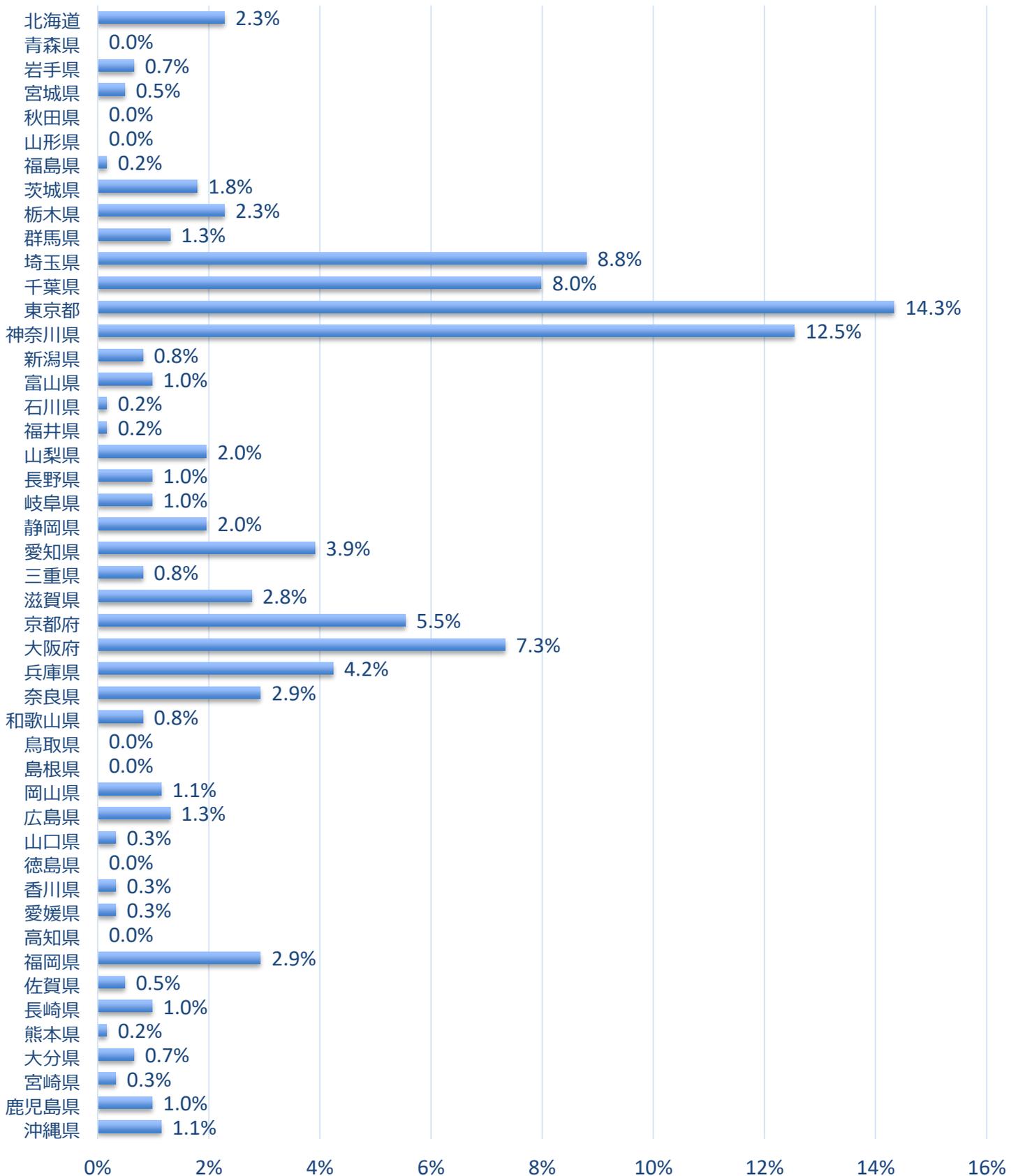
会員は1200のローカル協会と54の州協会、自治連邦地区に属す会員と66か国87の提携団体の国際会員で構成されている



1. 総合調査

■ 全業種の調査回答者について

1-1 ホームステージングが実施された地域



ホームステージングが実施されていないのは、東北、山陰、四国など7県のみで、5大都市圏を中心にほぼ日本全国でホームステージングが実施されている。

■全業種の調査回答者について

1-2 ホームステージング実施件数 昨年100%として今年何%

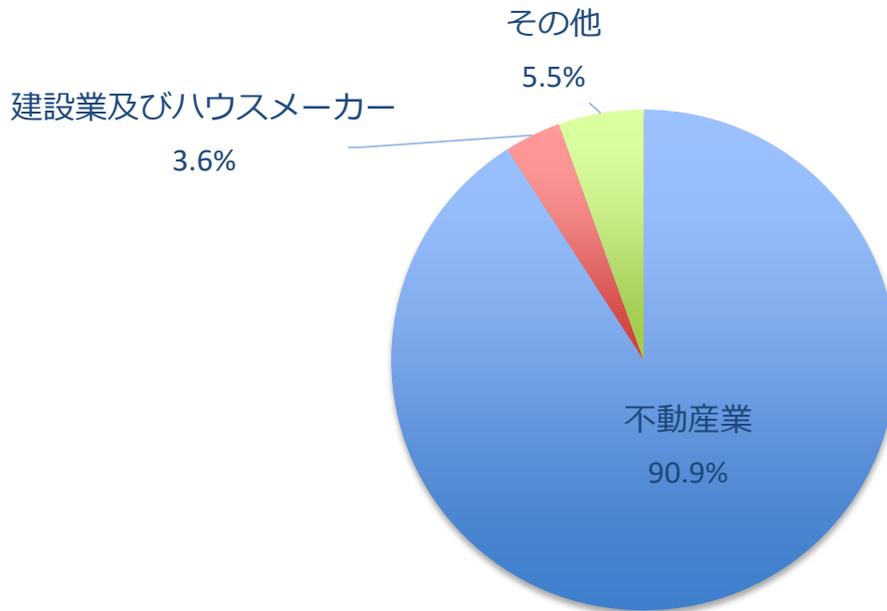
実施件数の昨年比	100%未満	100%以上
仲介業	38.1%	61.9%
賃貸業	39.5%	60.5%
ホームステージング業	42.4%	57.6%



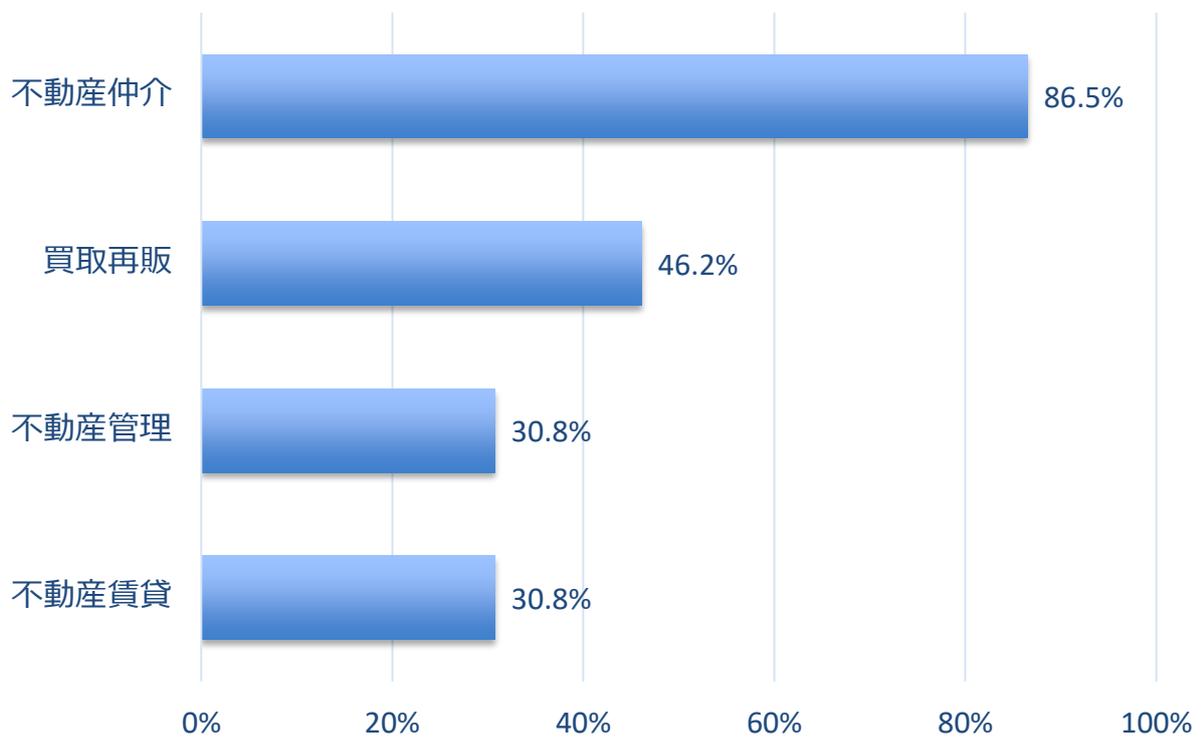
2.不動産仲介

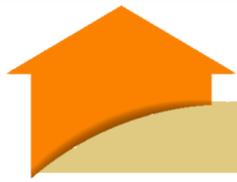
■不動産仲介の事業をしている法人を対象とした調査

2-1 主な業種

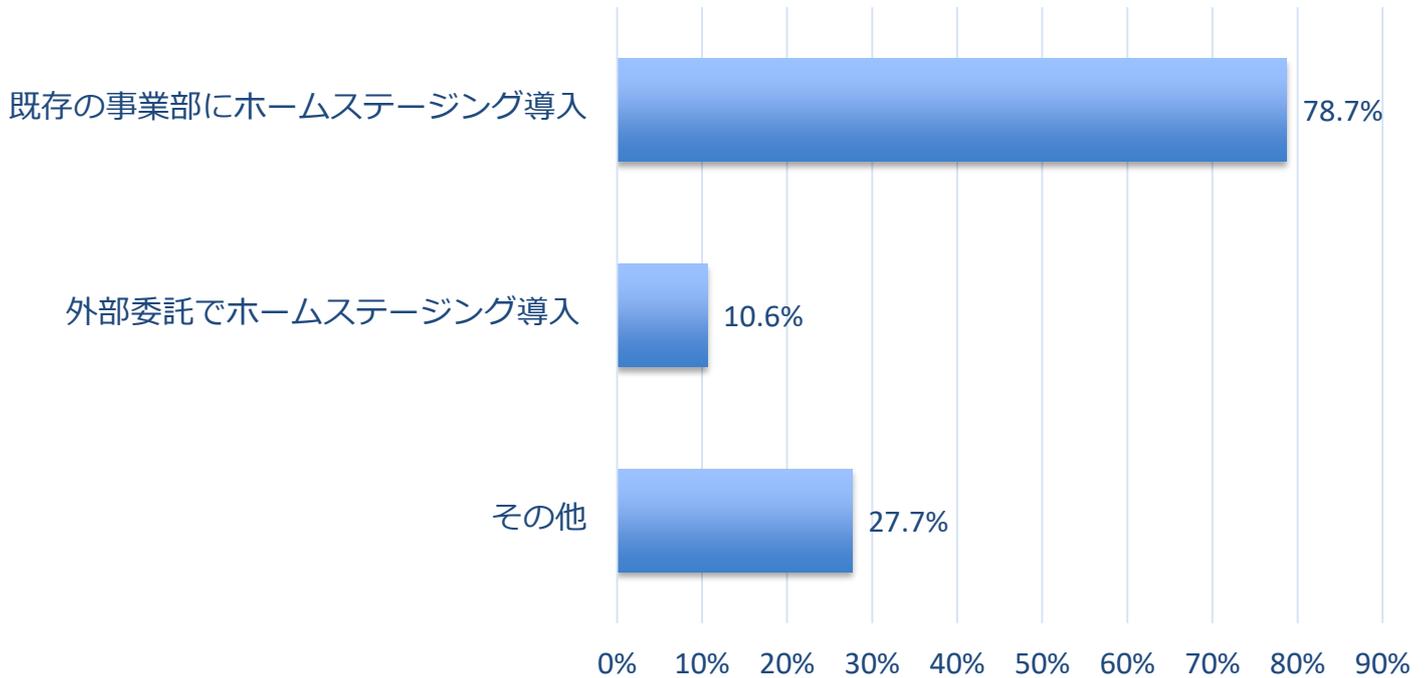


2-2 業務内容（複数回答）



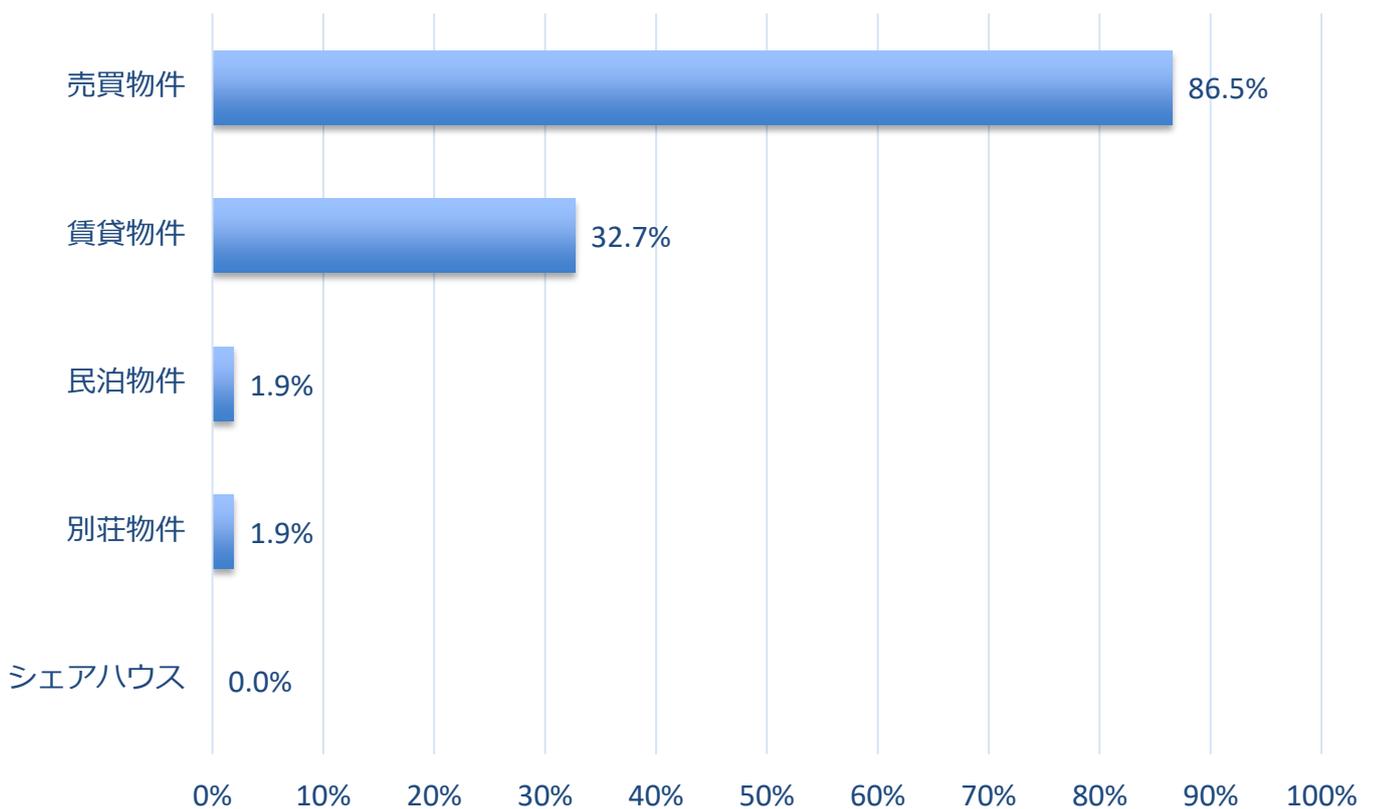


2-3 ホームステージングどのように始めたか



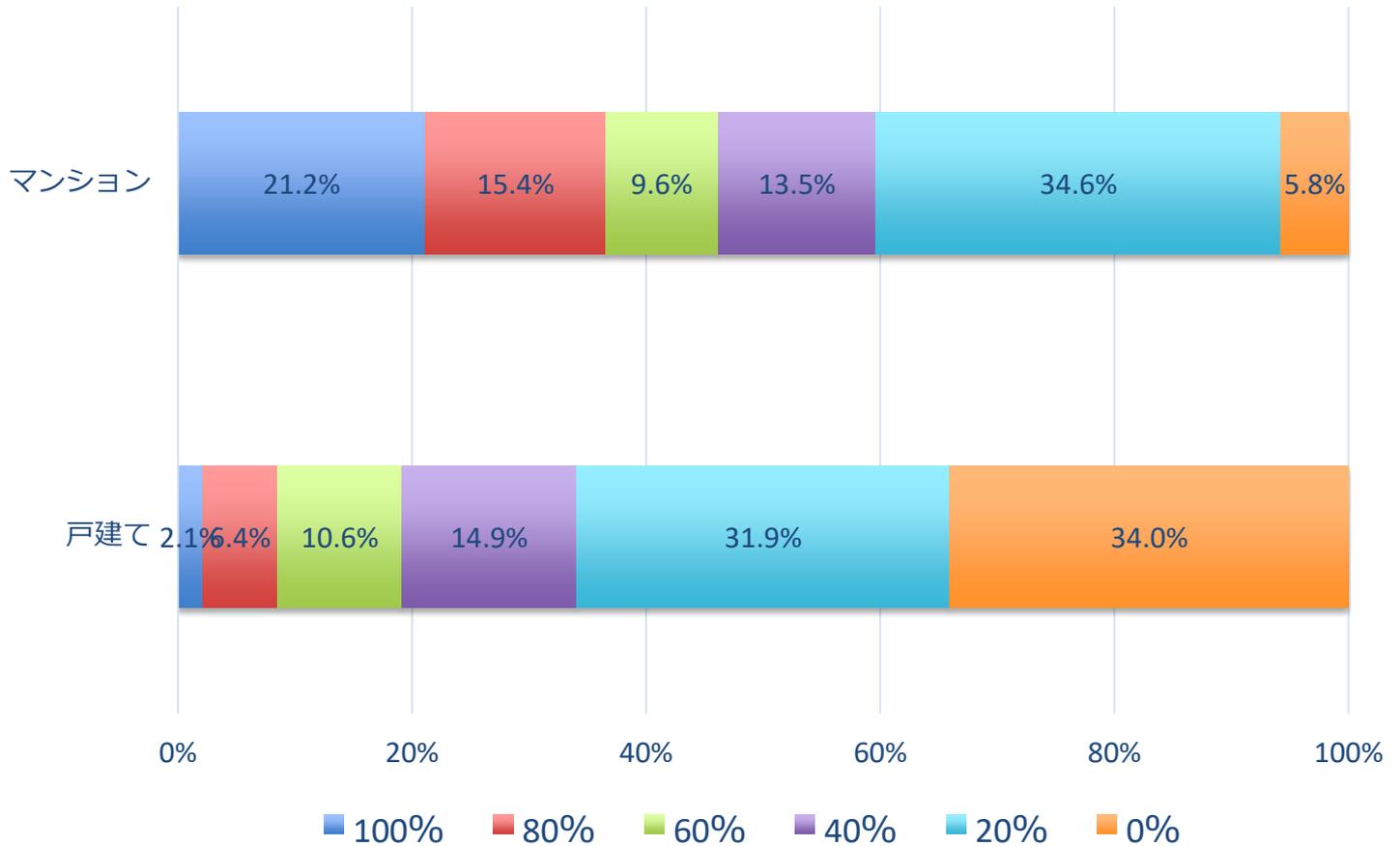
・その他の回答は、外部委託から内部業務に検討中、大学のコラボ、以前から行っていた等

2-4 ホームステージングしている物件（複数回答）

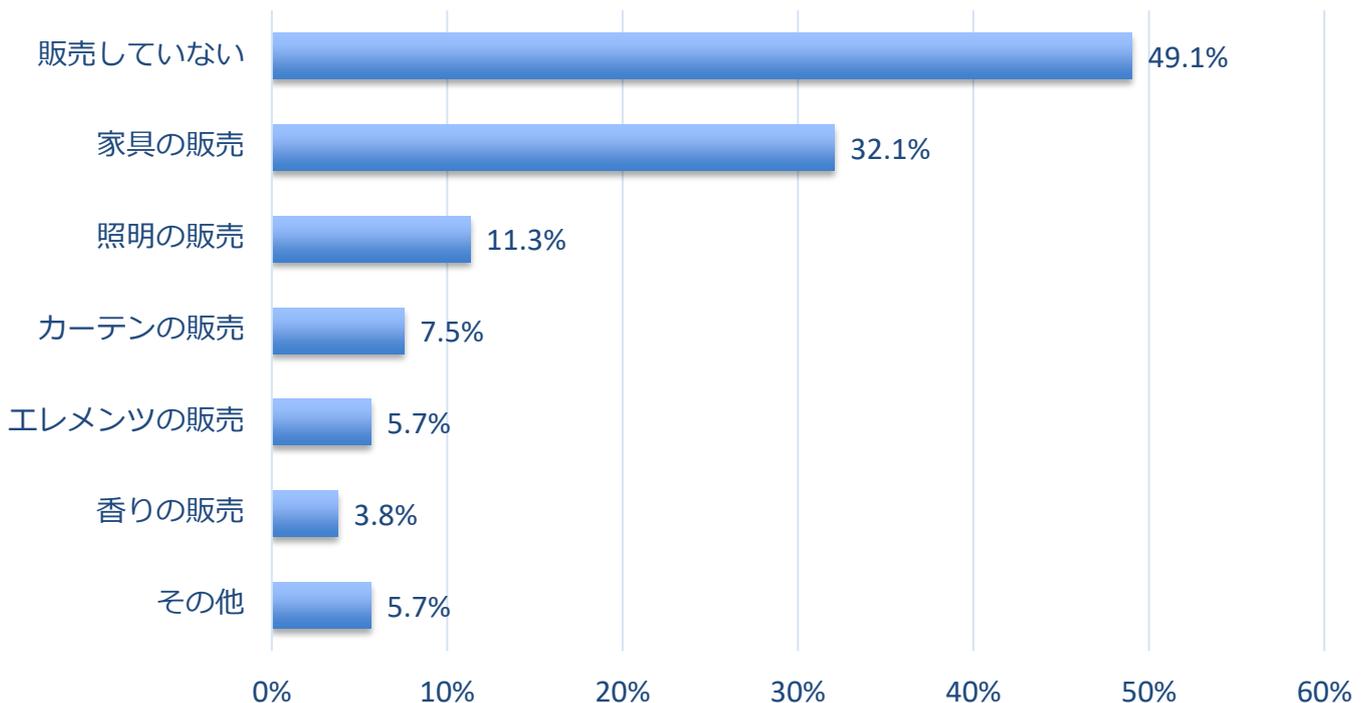


2.不動産仲介

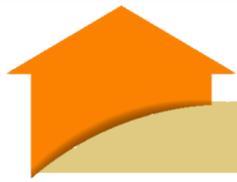
2-5 戸建てとマンションにおけるホームステージングの割合



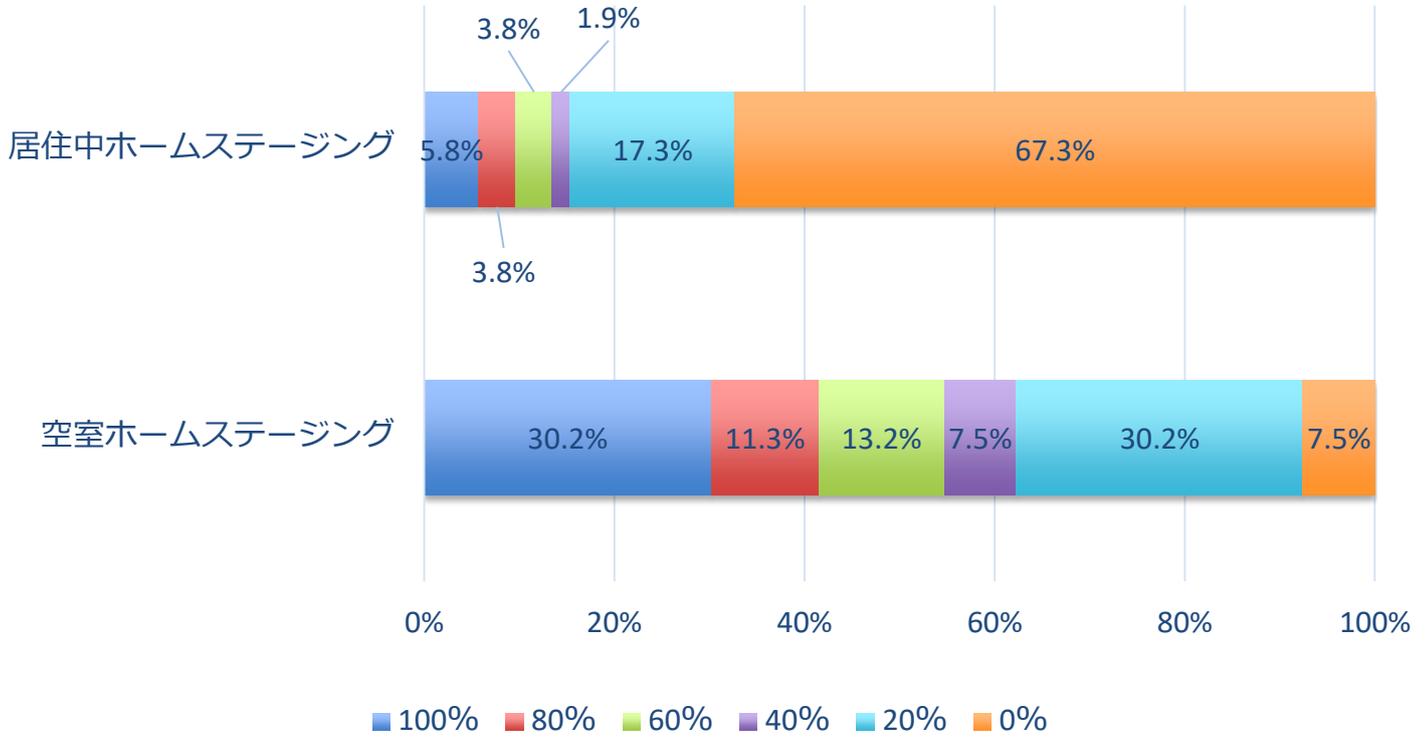
2-6 ホームステージング後の家具小物販売（複数回答）



・その他の回答は、初めから家具付きとして販売、希望者にプレゼントなど

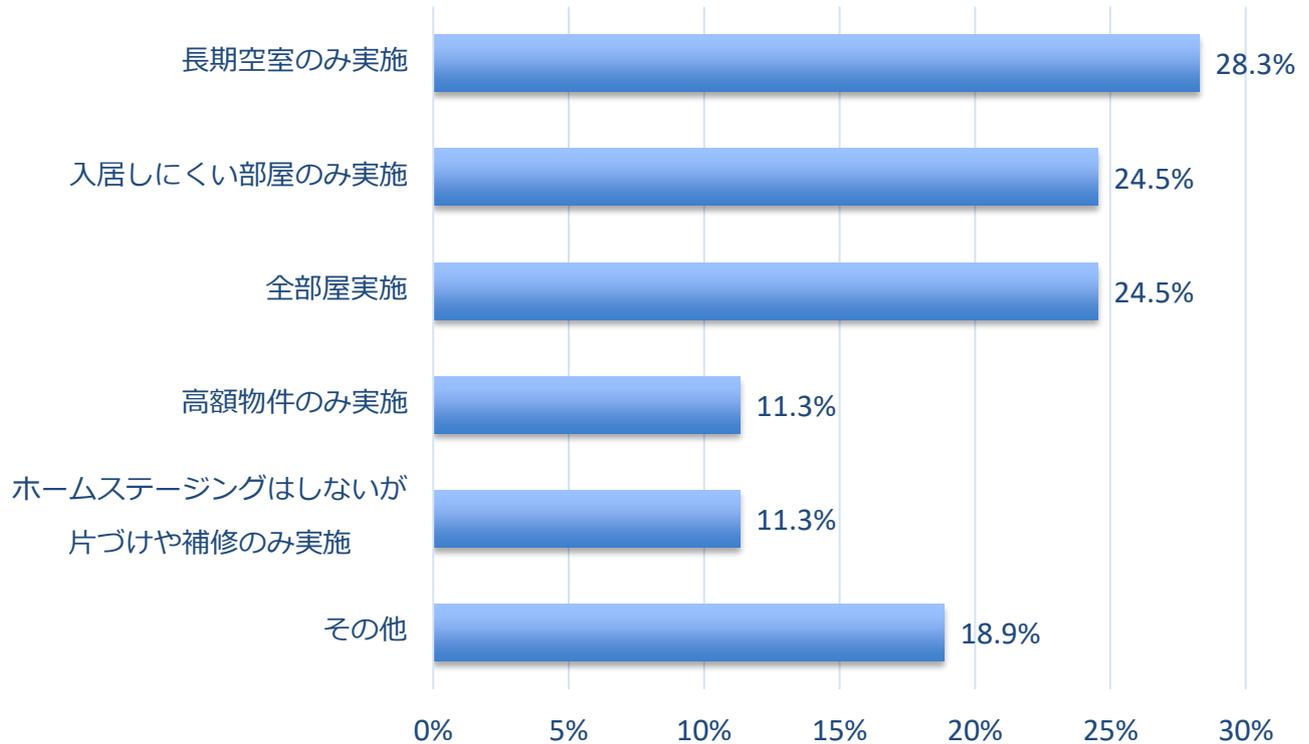


2-7 空室ホームステージングと居住中ホームステージングの割合



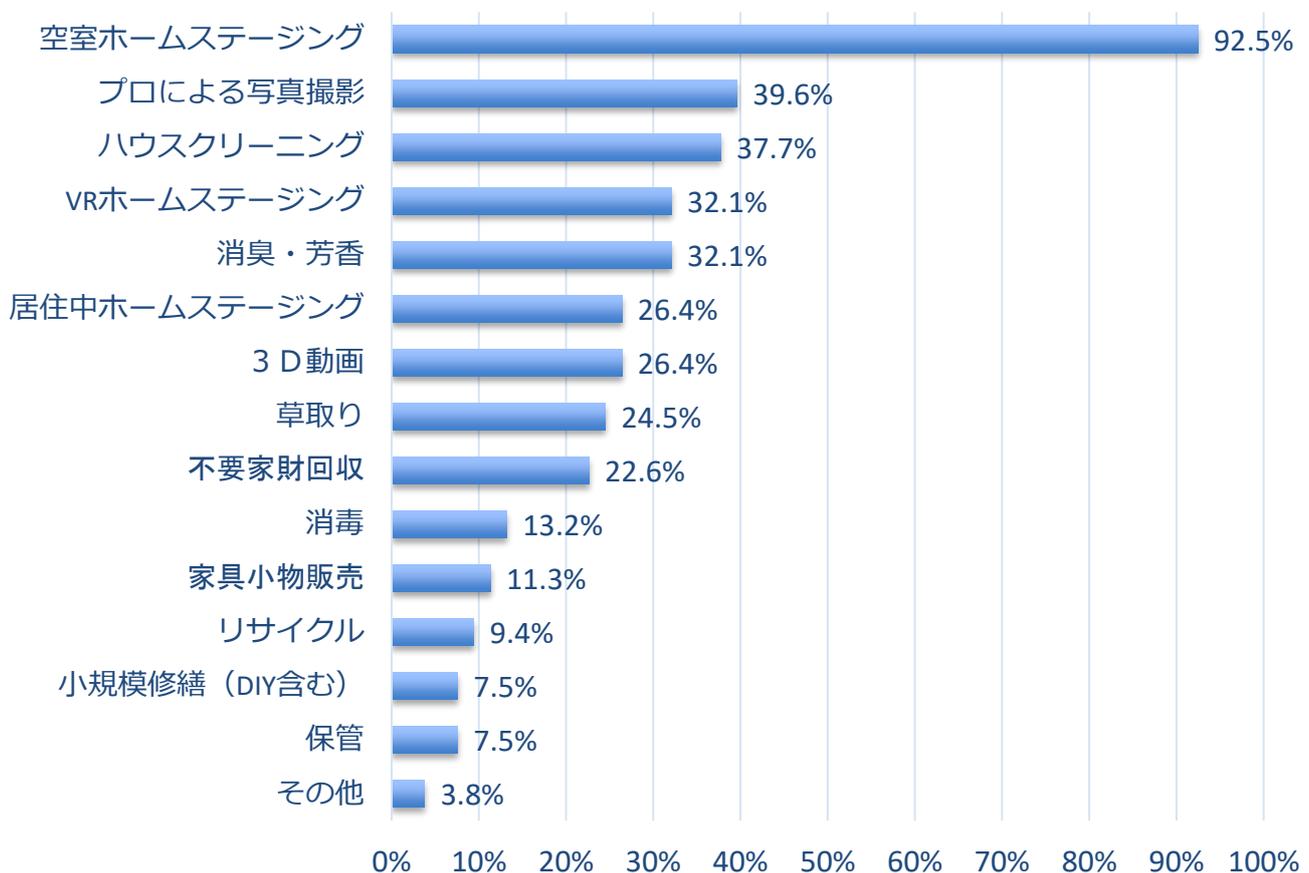
2.不動産仲介

2-8 ホームステージングを実施する基準（複数回答）

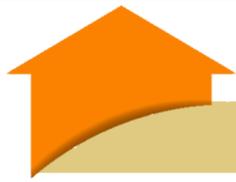


・その他の回答は、オーナー費用負担物件のみ、物件により変わるなど

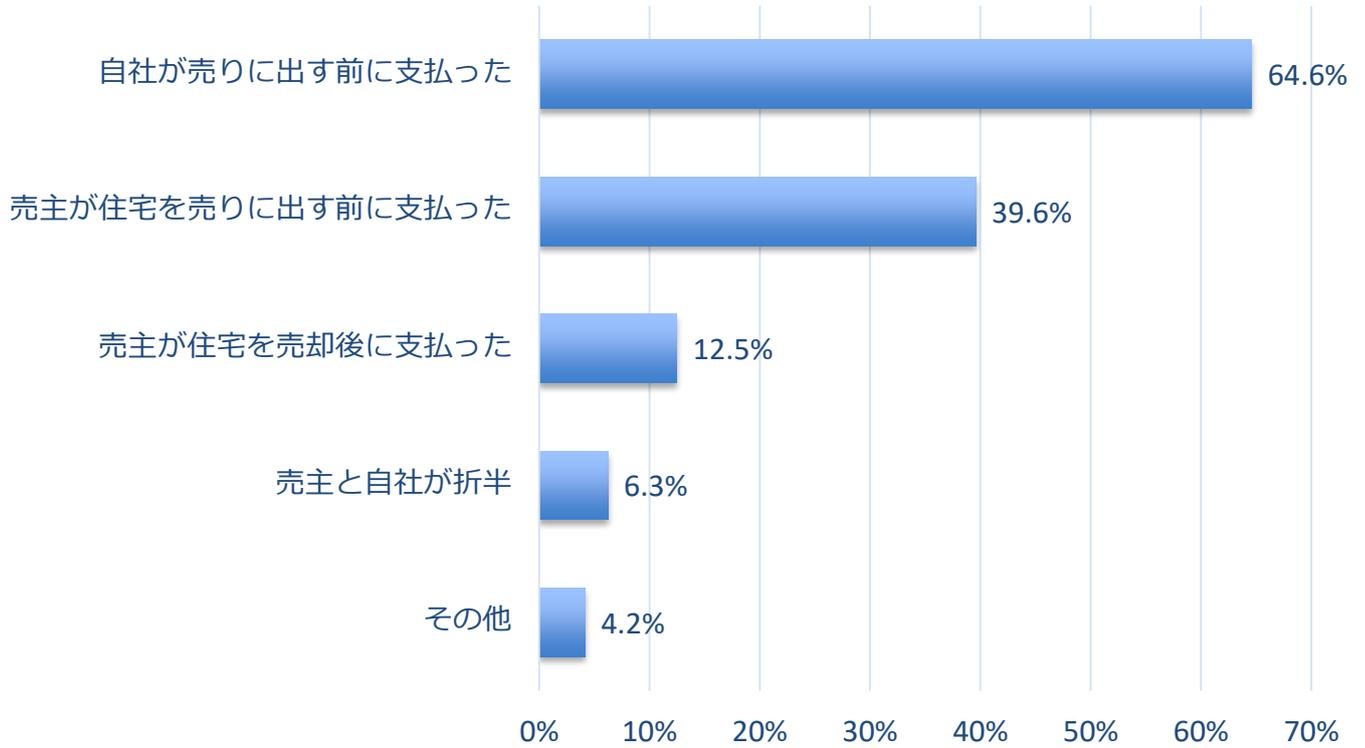
2-9 実施しているホームステージングサービス（複数回答）



・その他の回答は、CAD、YouTubeなど

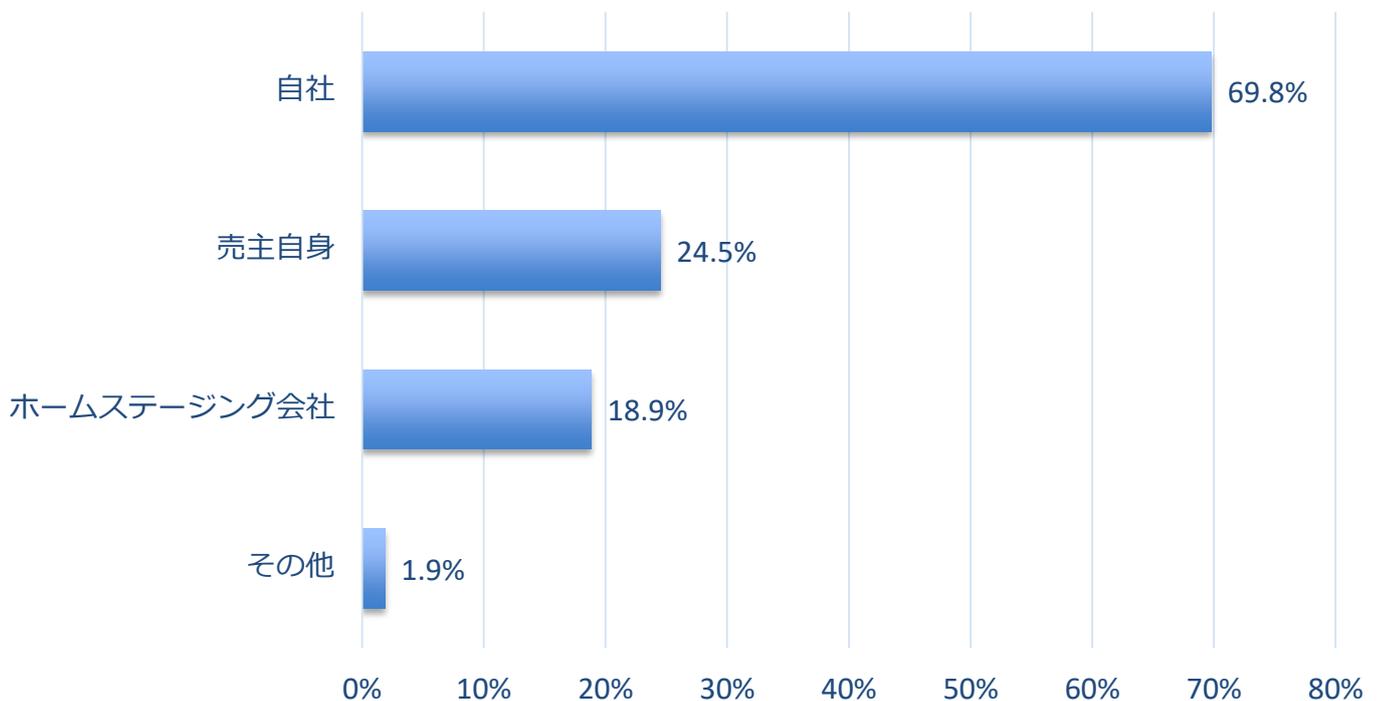


2-10 ホームステージングの費用負担（複数回答）

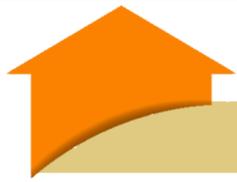


・その他の回答は、自社小物を持ち込み、該当なしなど

2-11 ホームステージングの実務者（複数回答）

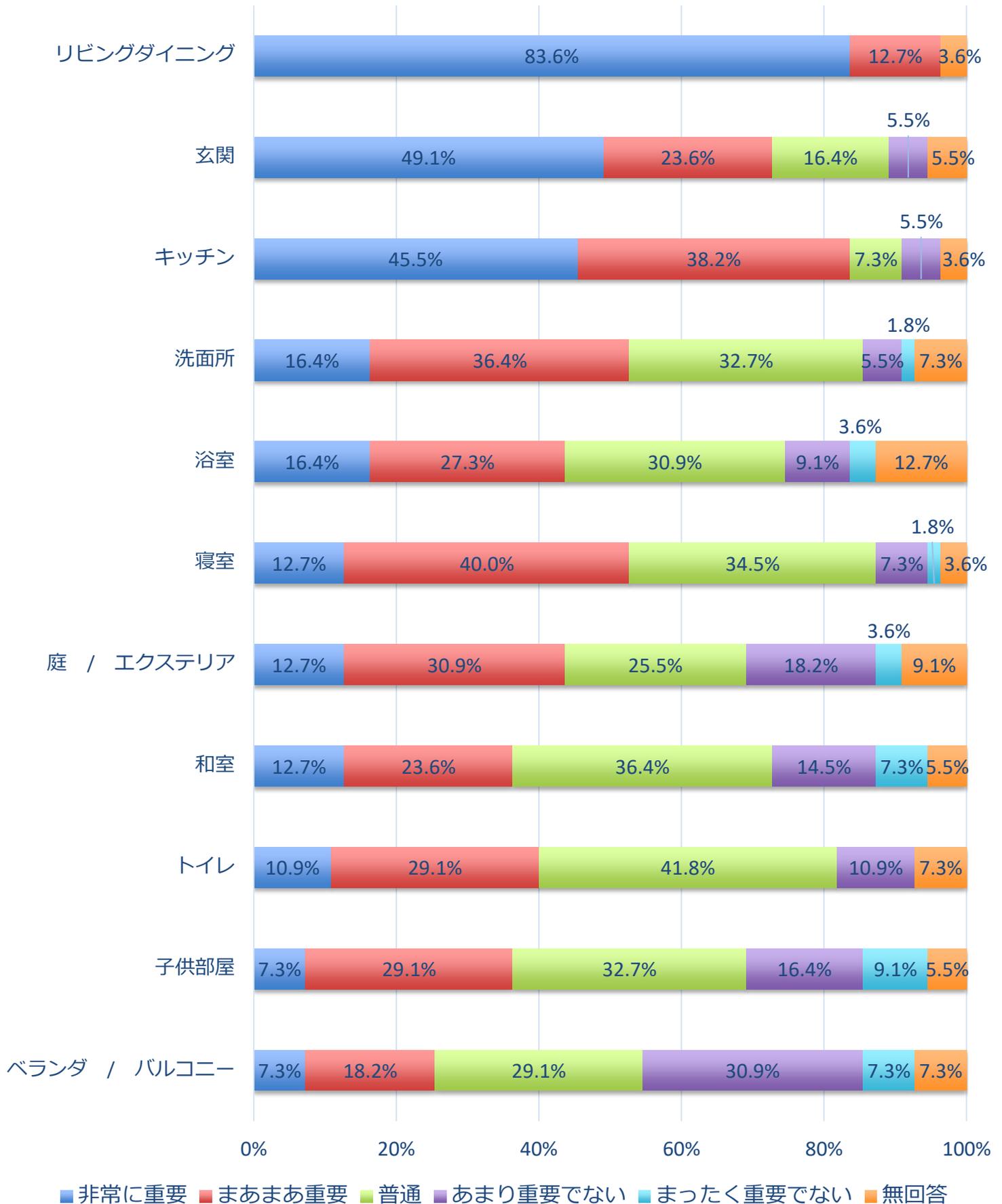


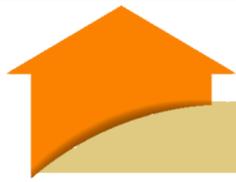
・その他の回答は、インテリアメーカーのスタッフなど



2.不動産仲介

2-12 ホームステージングする部屋の重要度

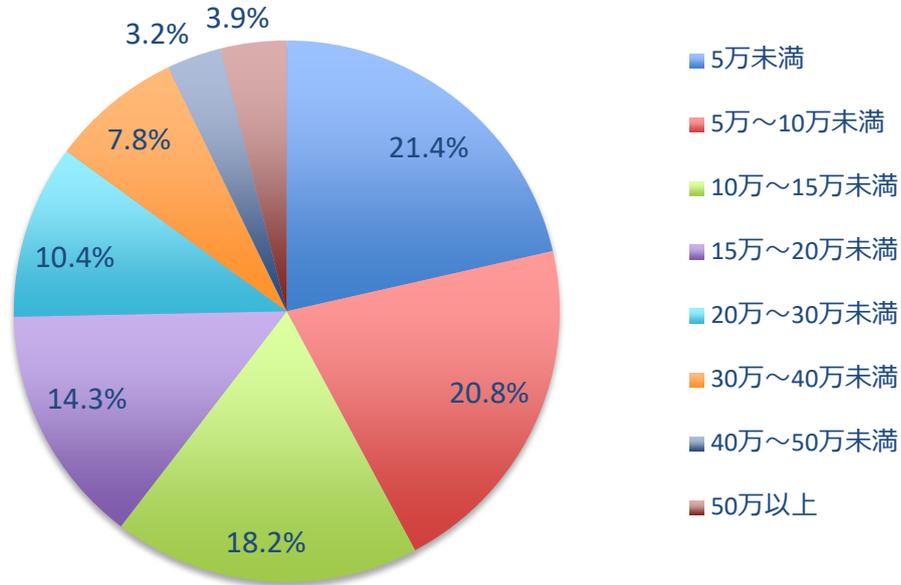




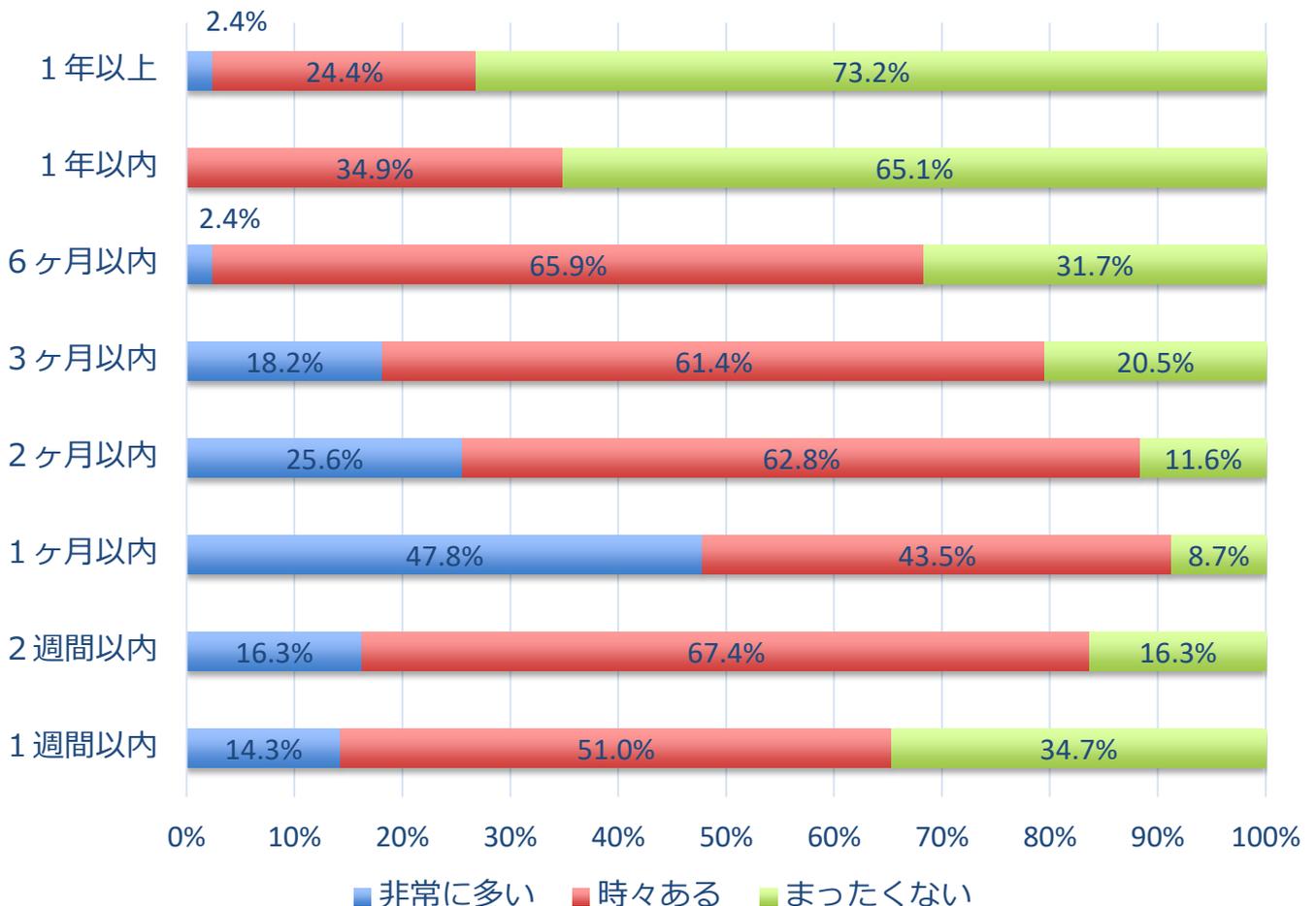
2-13 ホームステージングにかかる費用

※リフォーム・不要家財回収・家具販売などの費用は除く

不動産仲介業



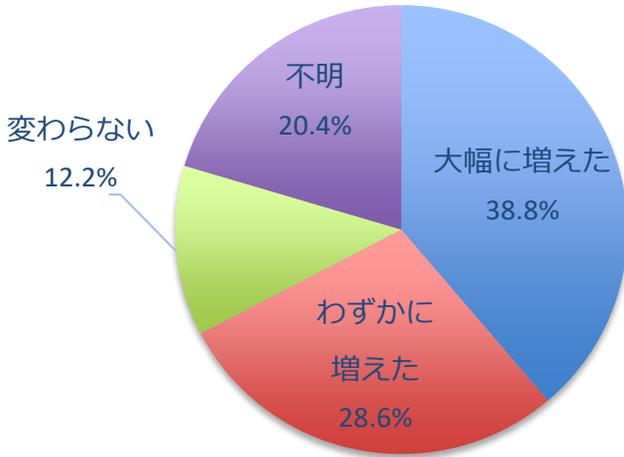
2-14 ホームステージング実施後成約までの期間



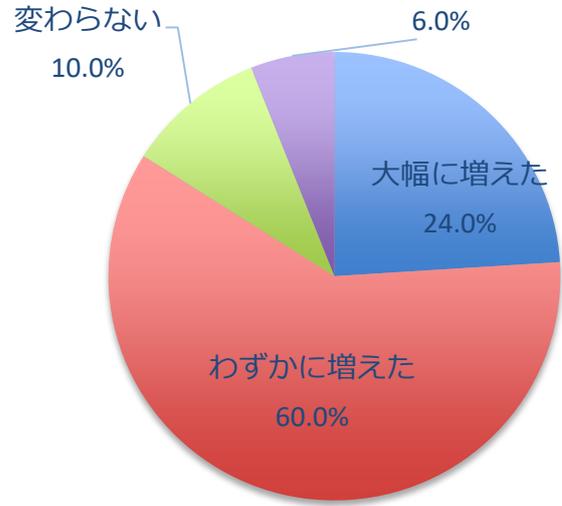
2.不動産仲介

2-15 ホームステージング実施後の影響

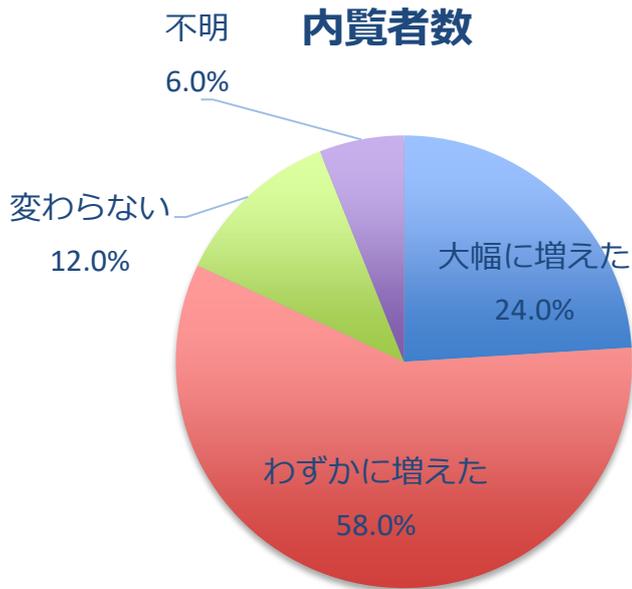
PV数



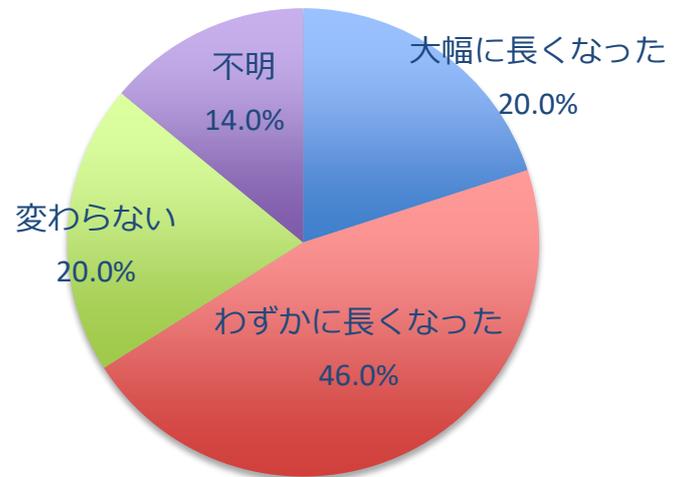
問合せ数 不明



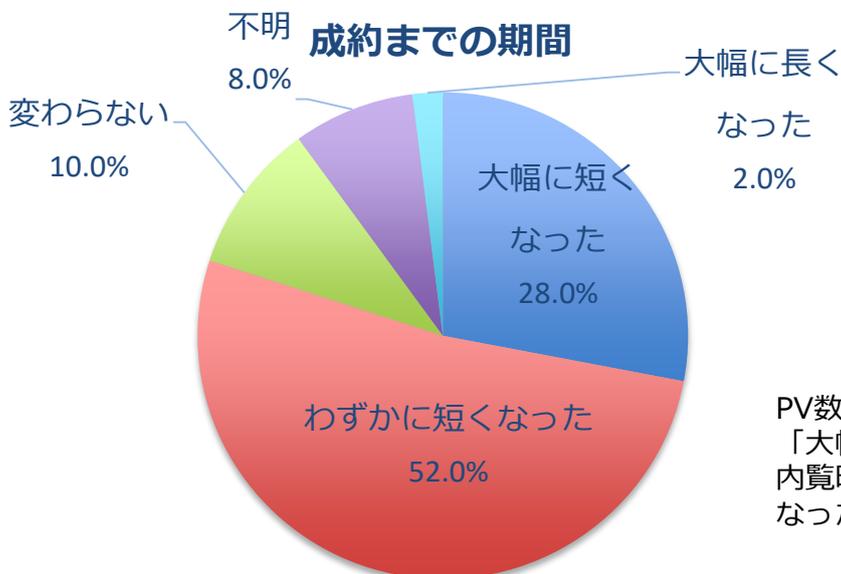
内覧者数



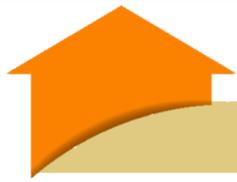
内覧時間



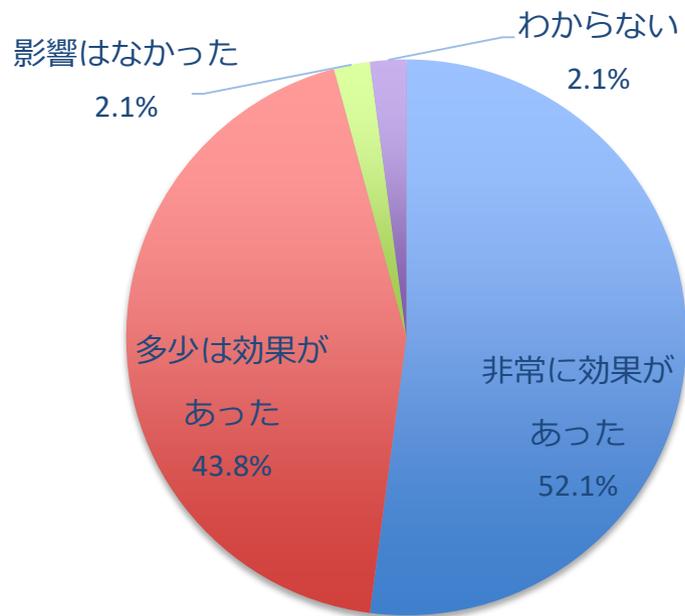
成約までの期間



PV数、問合せ数、内覧者数は「わずかに減った」「大幅に減った」と回答した人は0%
 内覧時間も「わずかに短くなった」「大幅に短くなった」と回答した人は0%

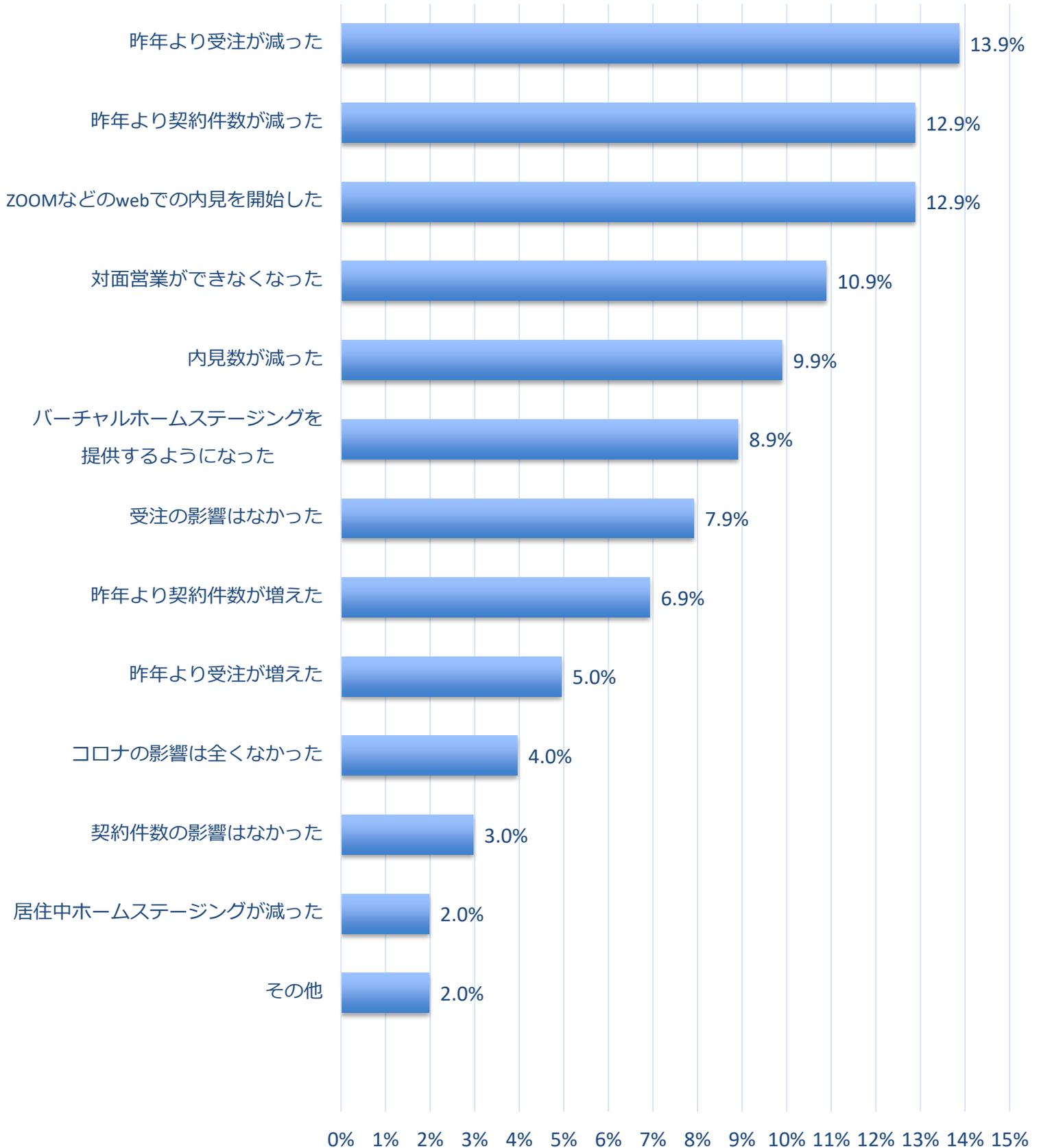


2-16 ホームステージングは効果があると思うか





2-17 コロナの影響（複数回答）

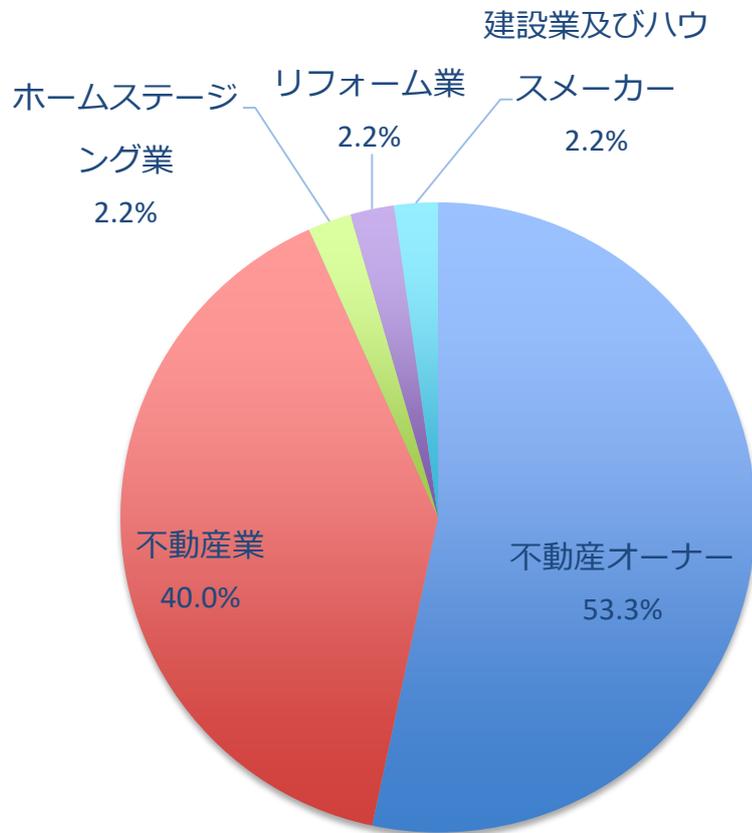




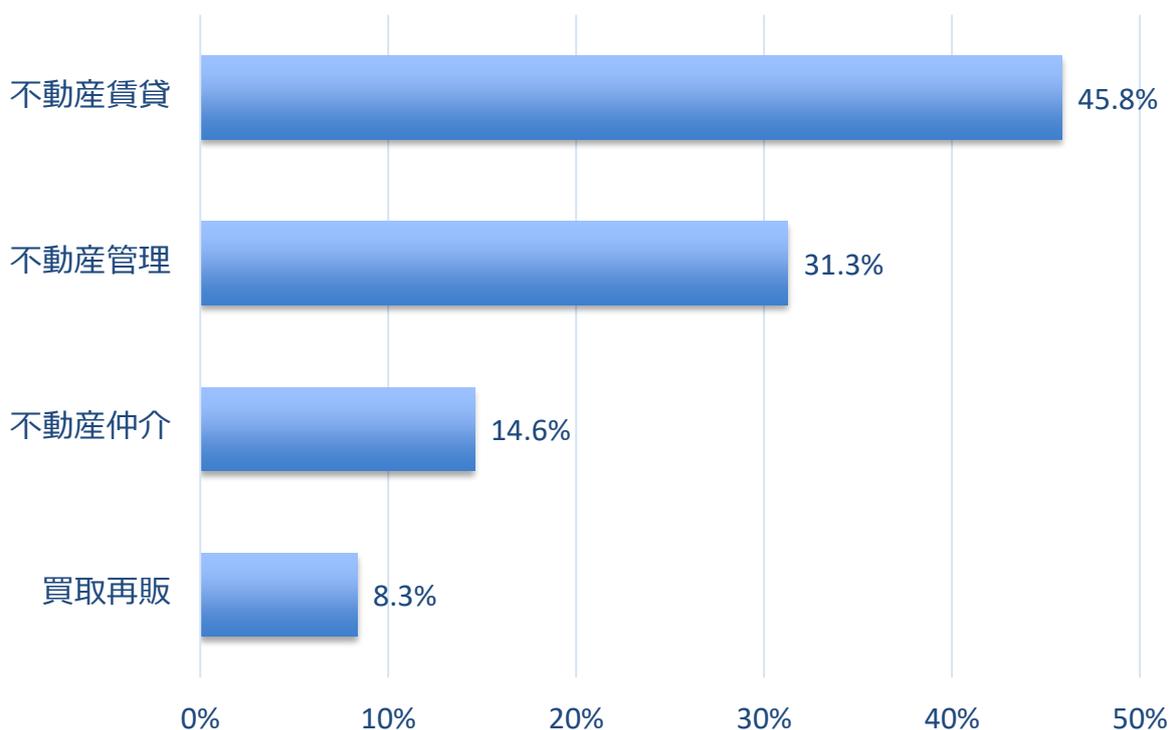
3.不動産賃貸

■不動産賃貸の事業をしている法人への調査

3-1 主な業種



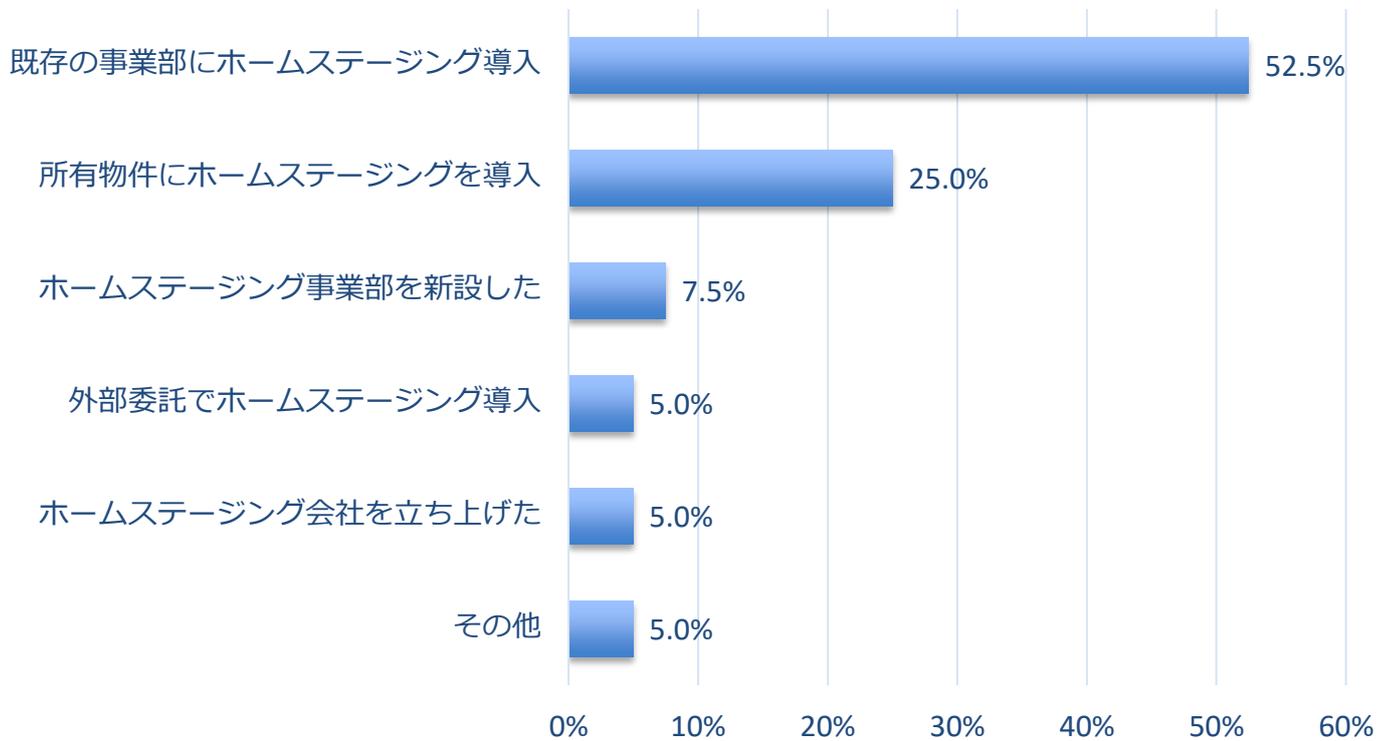
3-2 業務内容（複数回答）





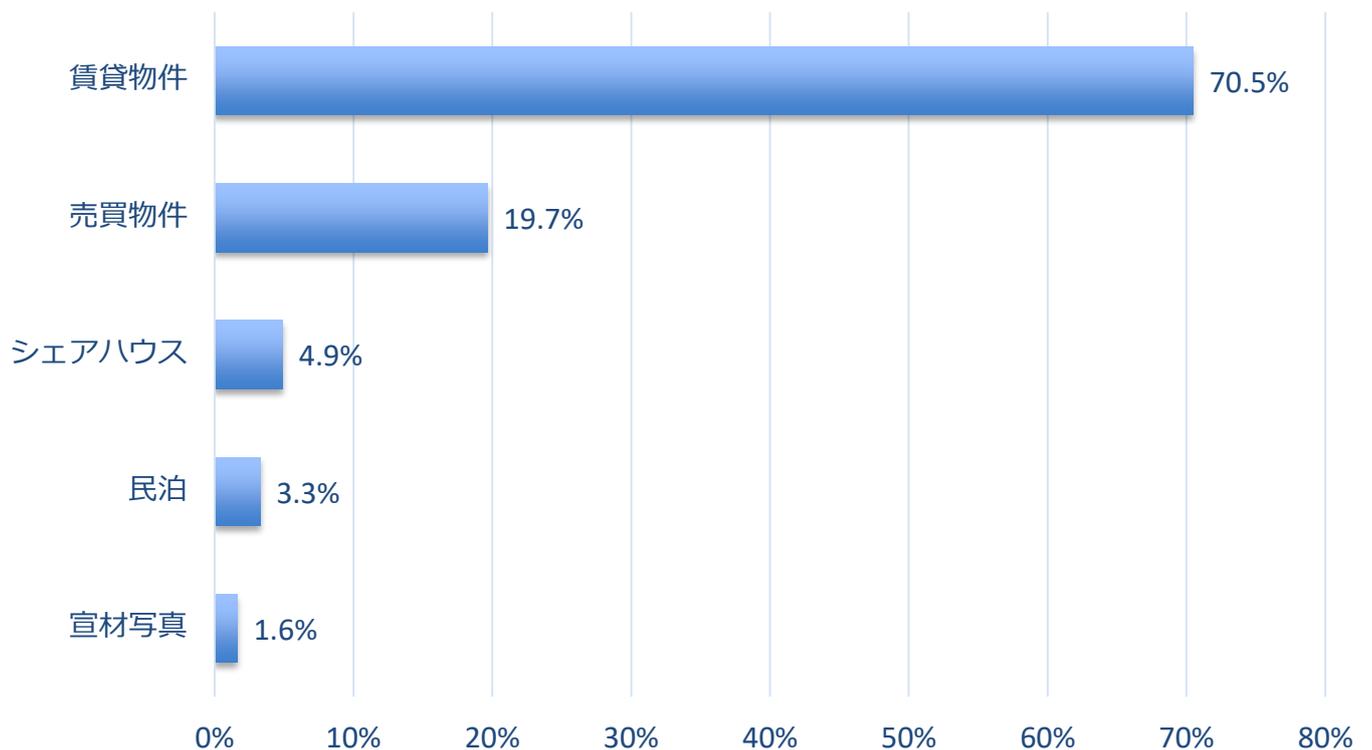
3.不動産賃貸

3-3 ホームステージングをどのように始めたか



・その他の回答は、自社物件に個人的にしているなど

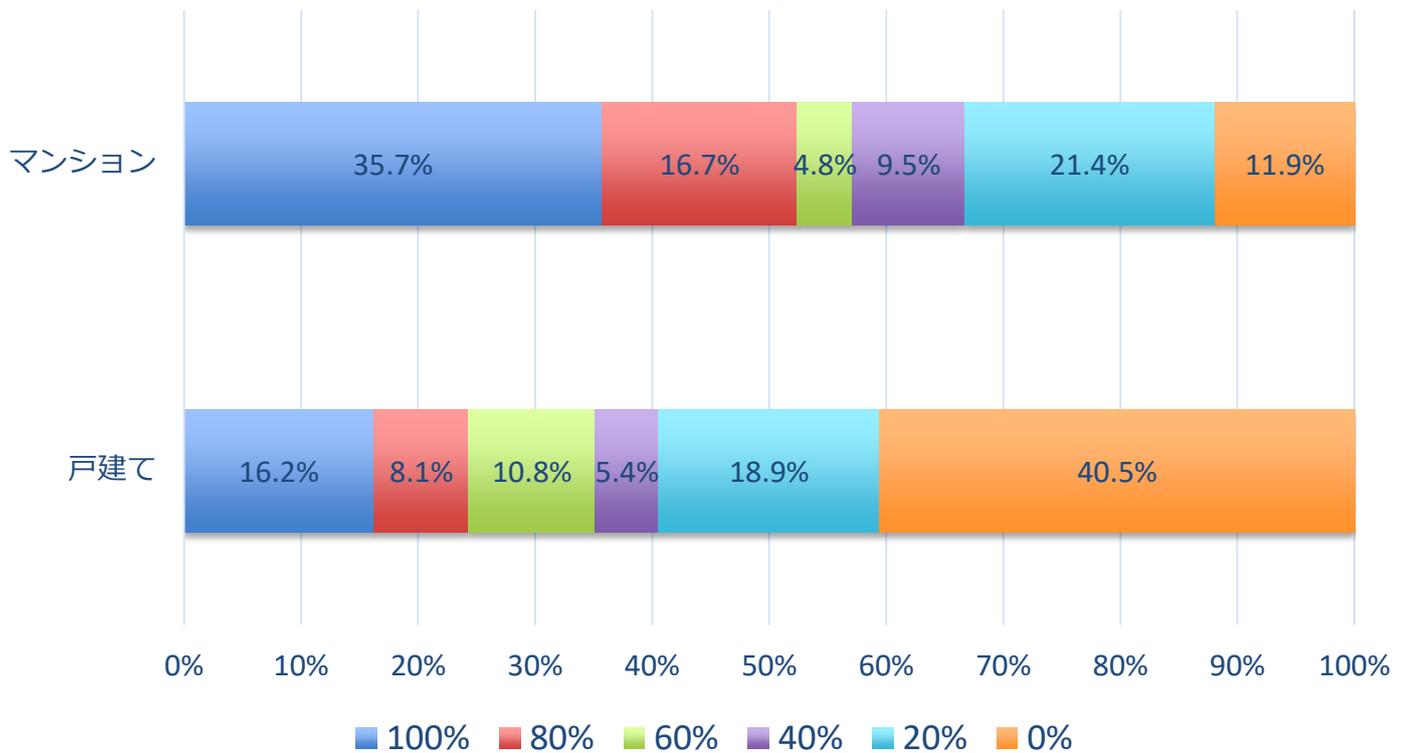
3-4 ホームステージングしている物件（複数回答）



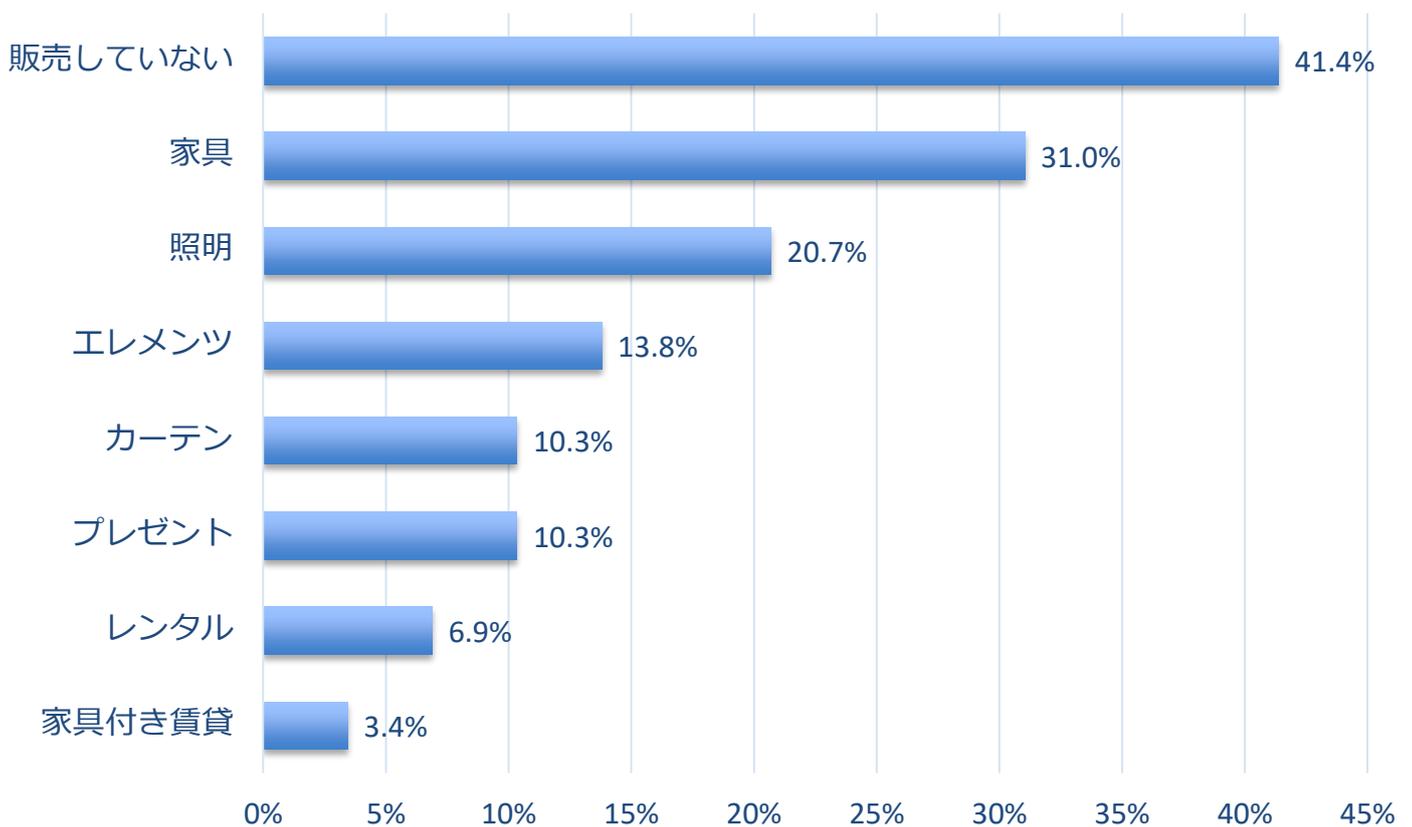


3.不動産賃貸

3-5 戸建てとマンションにおけるホームステージングの割合



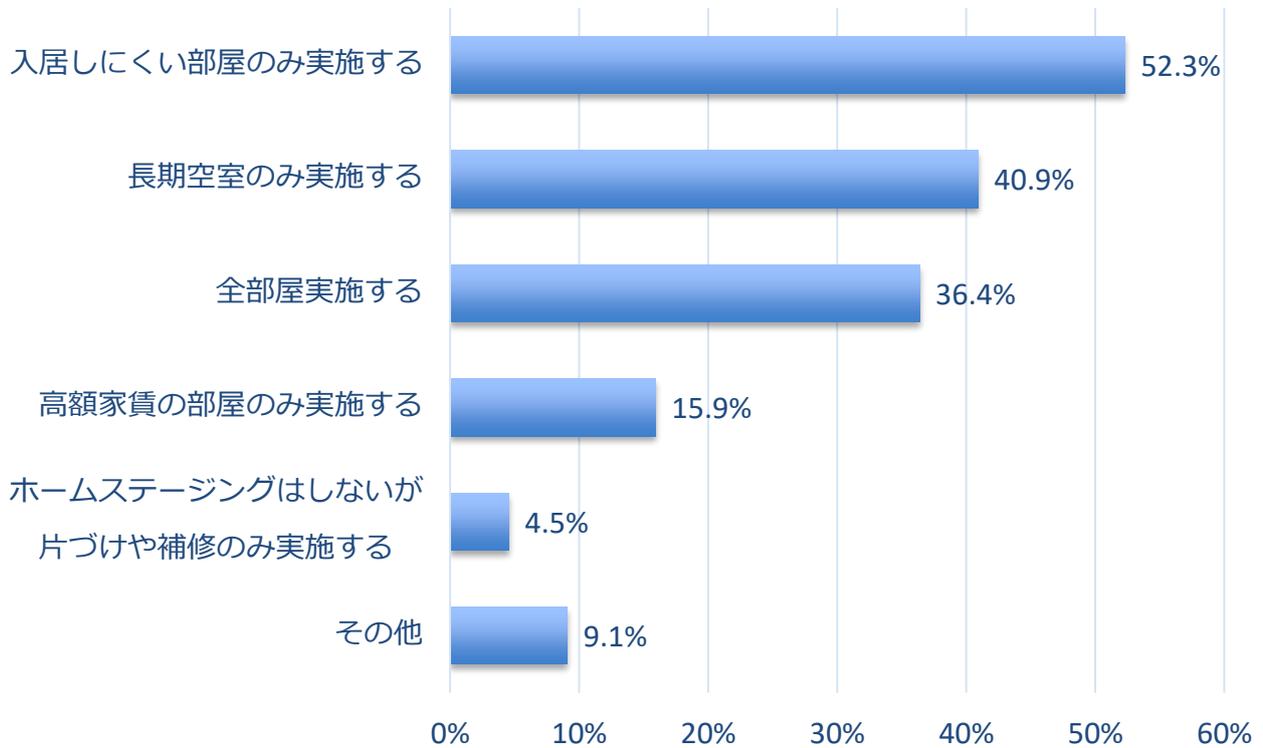
3-6 ホームステージング後の家具小物販売（複数回答）





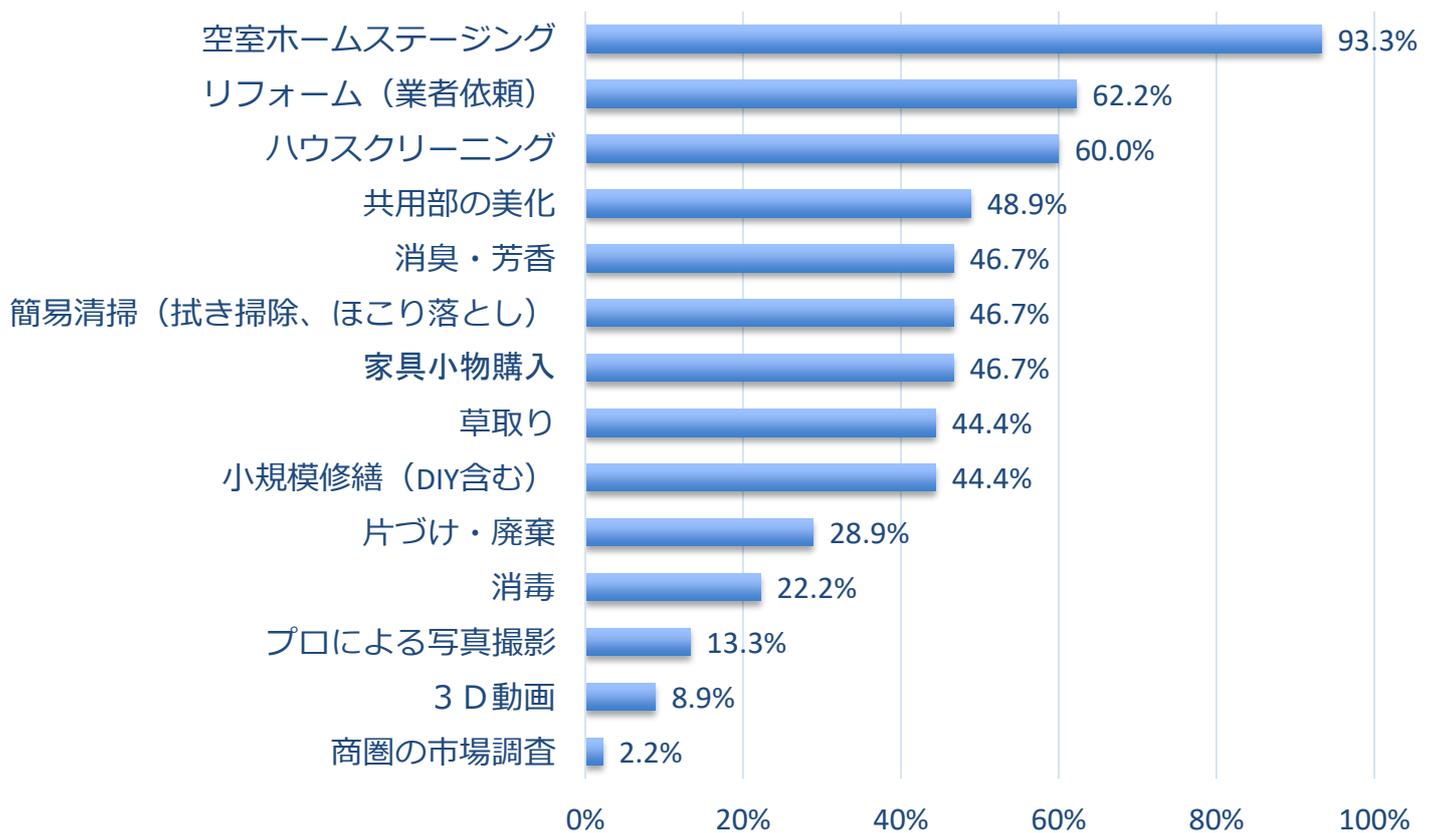
3.不動産賃貸

3-7 ホームステージングを実施する基準（複数回答）



・その他の回答は、契約内容によって異なる、リノベ、リフォームした物件に実施

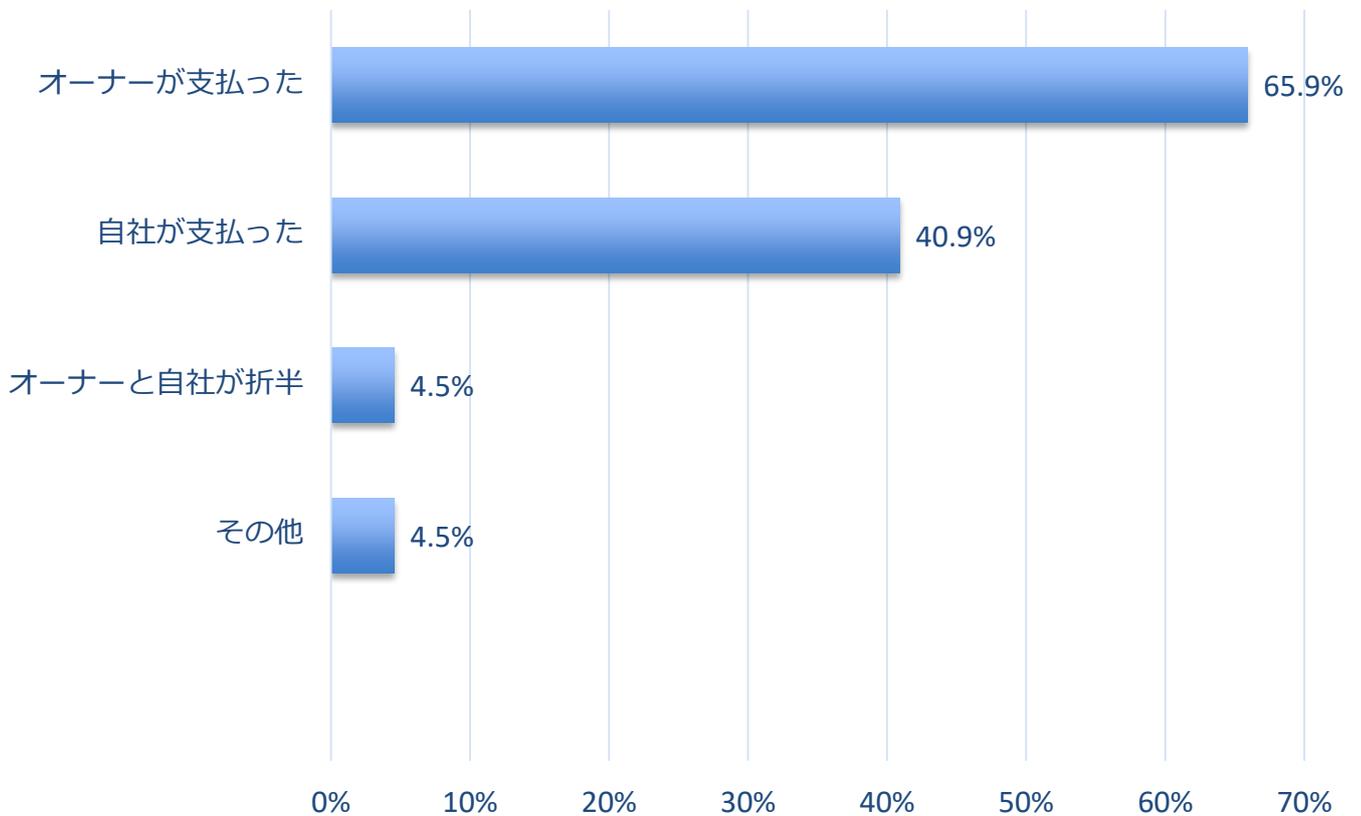
3-8 入居のために実施したこと（複数回答）





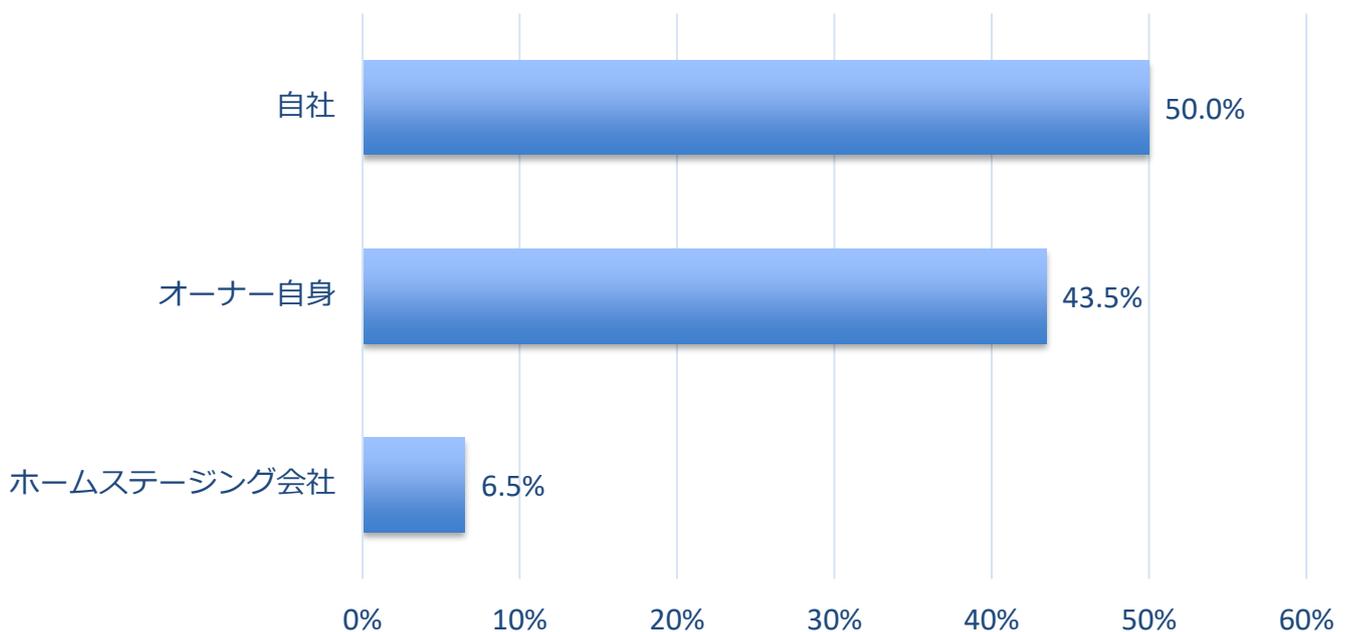
3.不動産賃貸

3-9 ホームステージングの費用負担（複数回答）



・その他の回答は、コンサルティングの一部として無償で行ったなど

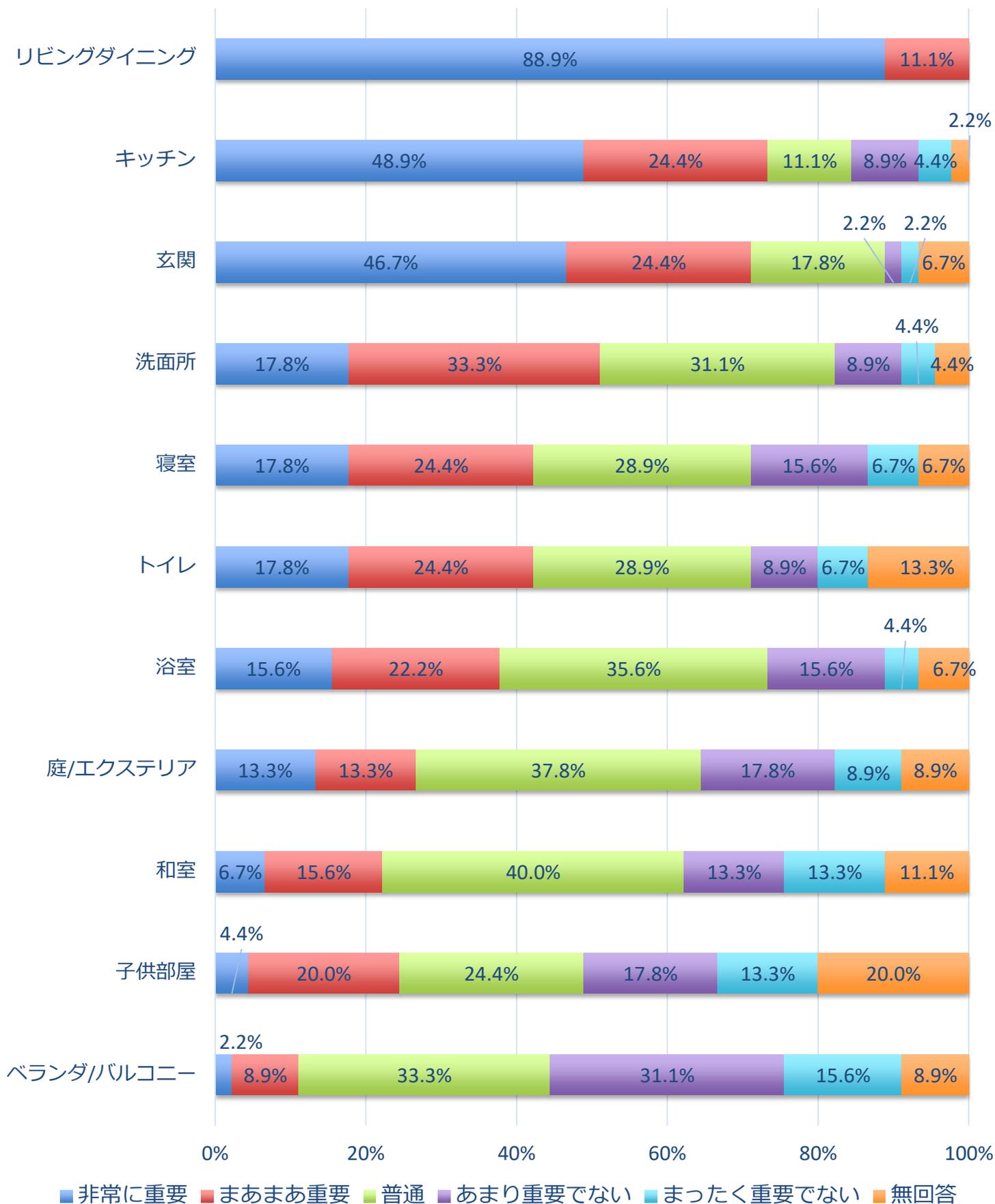
3-10 ホームステージングの実務者（複数回答）





3.不動産賃貸

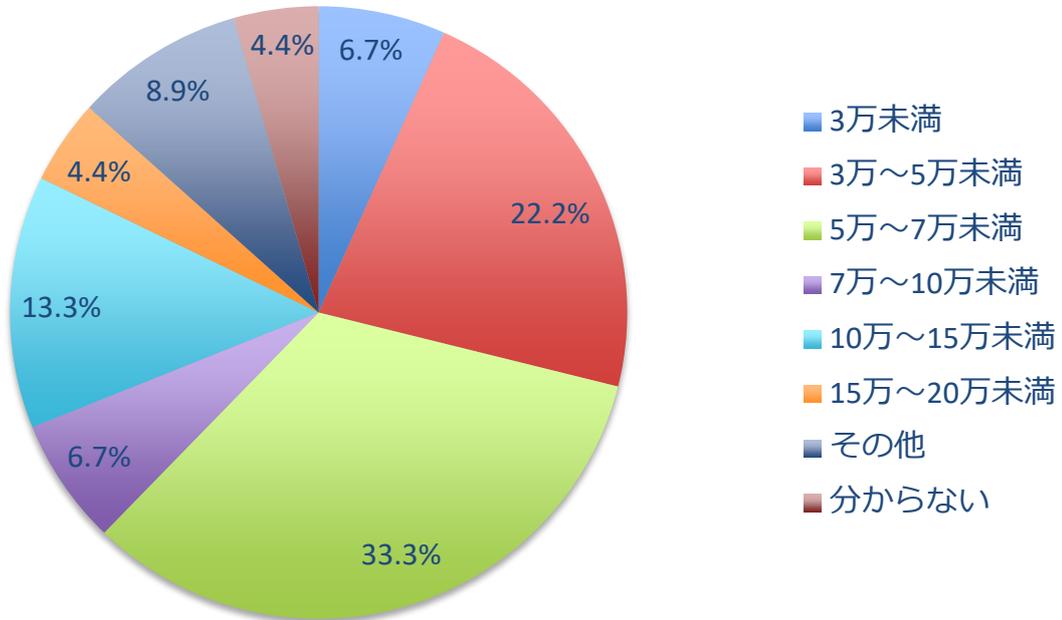
3-11 ホームステージングする部屋の重要度



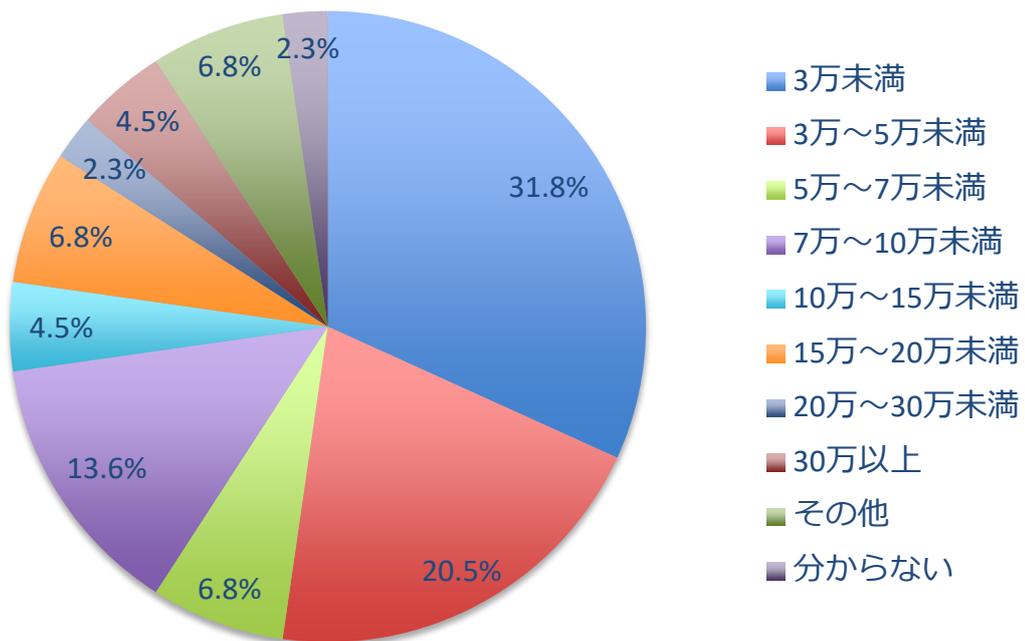


3.不動産賃貸

3-12 家賃の平均金額



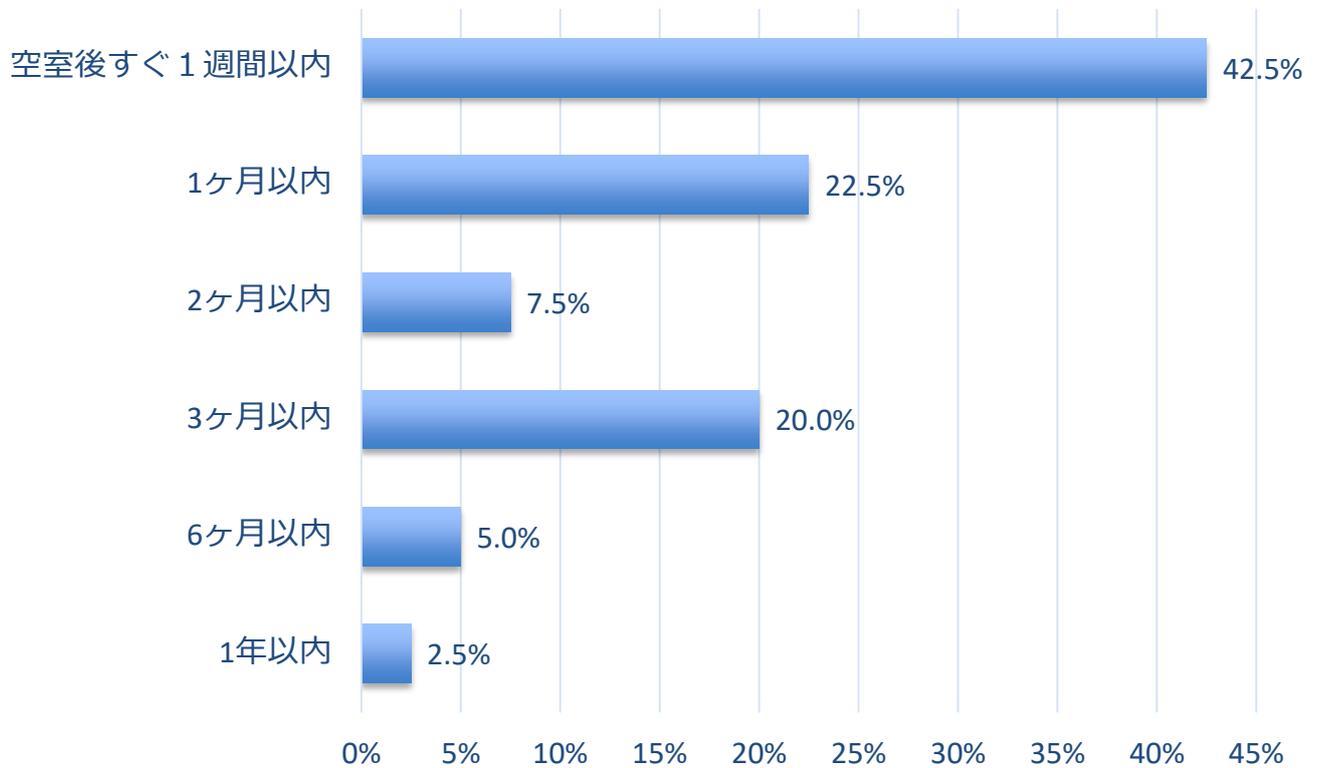
3-13 ホームステージングにかかる費用 ※リフォーム、修繕などは除く



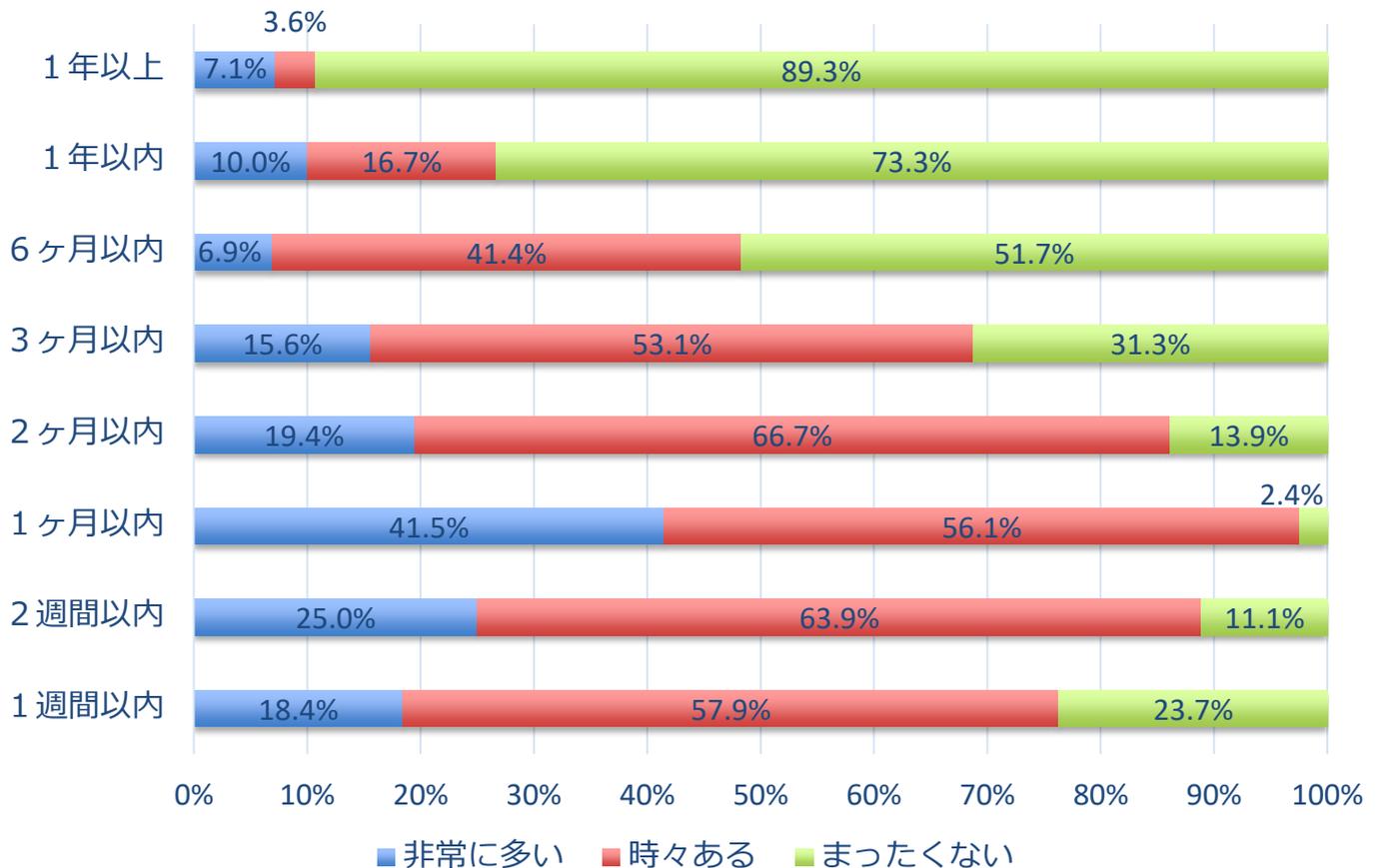


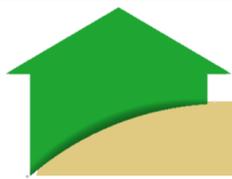
3.不動産賃貸

3-14 空室期間がどのくらいになったらホームステージングを始めるか



3-15 ホームステージング実施後成約するまでの期間

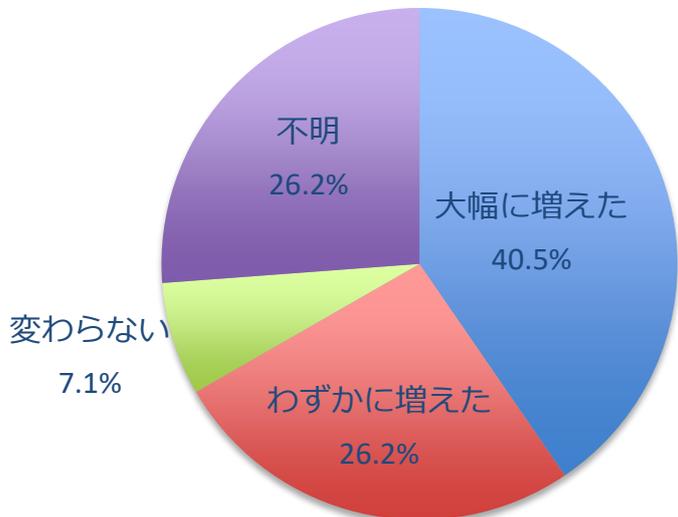




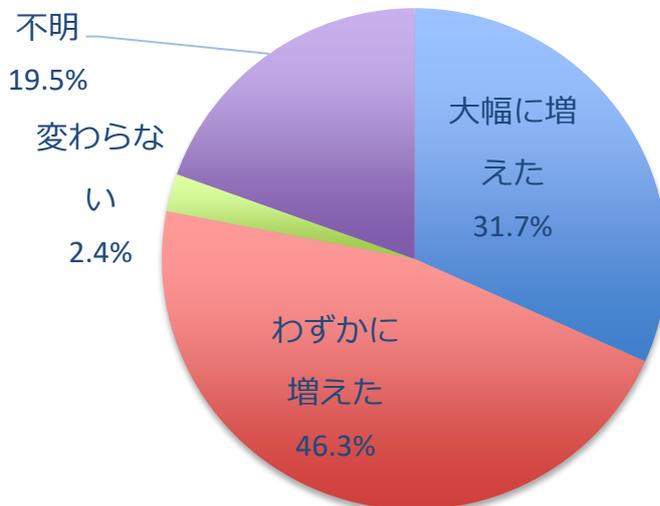
3.不動産賃貸

3-16 ホームステージング実施後の影響

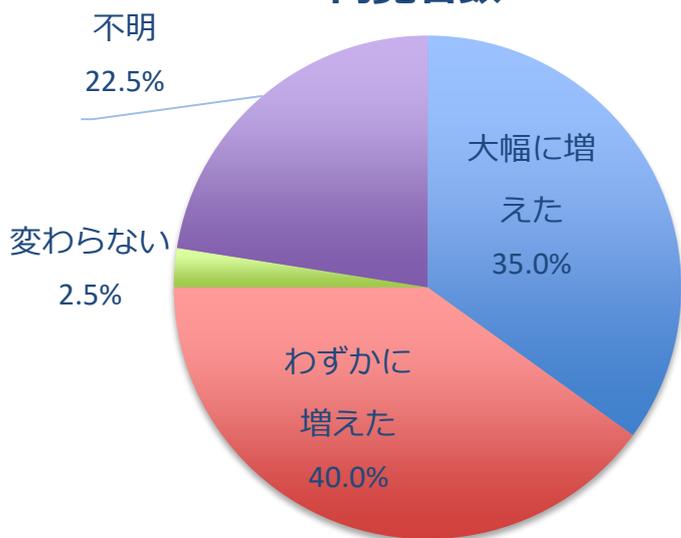
PV数



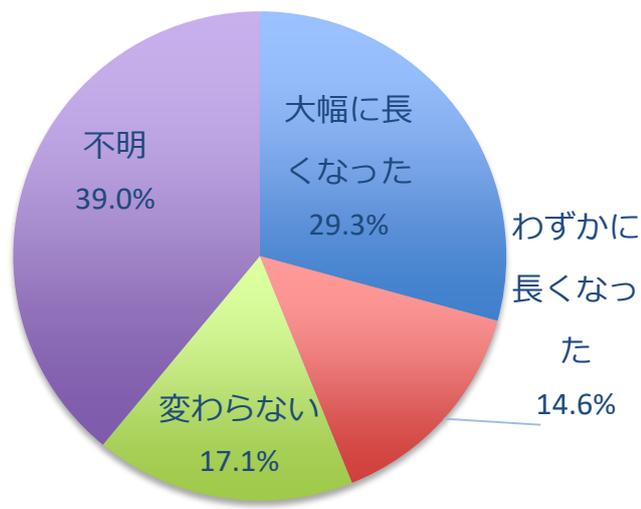
問合せ件数



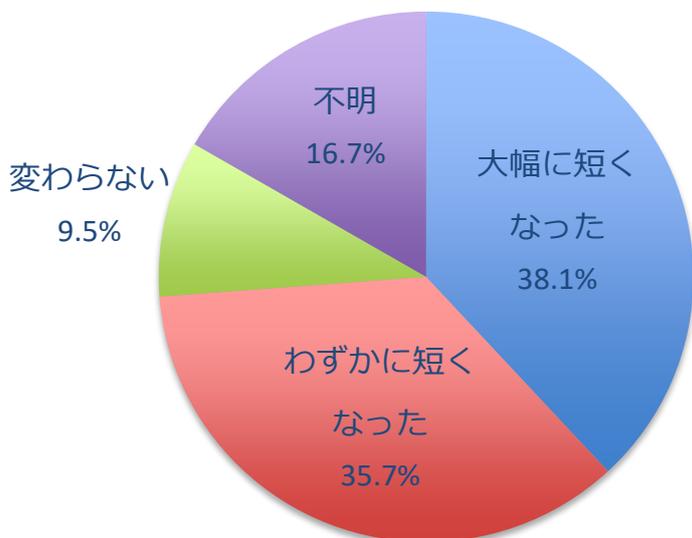
内覧者数



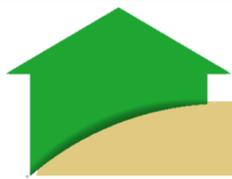
内覧時間



成約までの期間

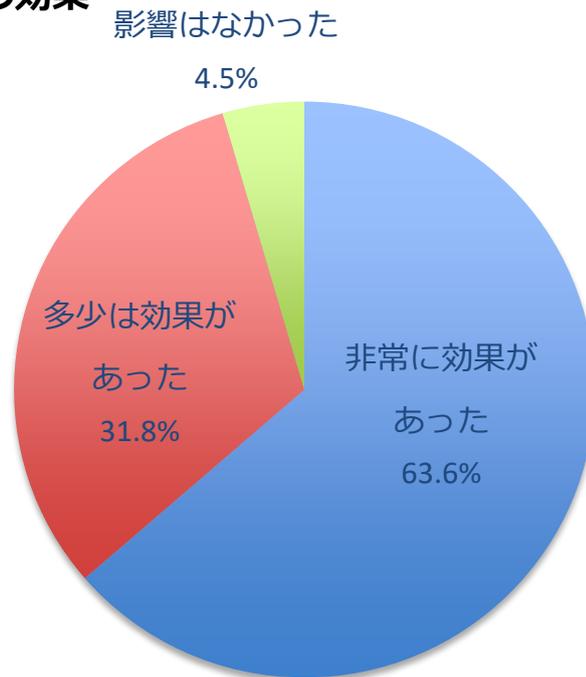


PV数、問合せ数、内覧者数は「わずかに減った」「大幅に減った」と回答した人は0%
 内覧時間も「わずかに短くなった」「大幅に短くなった」と回答した人は0%
 成約までの期間で「わずかに長くなった」「大幅に長くなった」と回答した人は0%

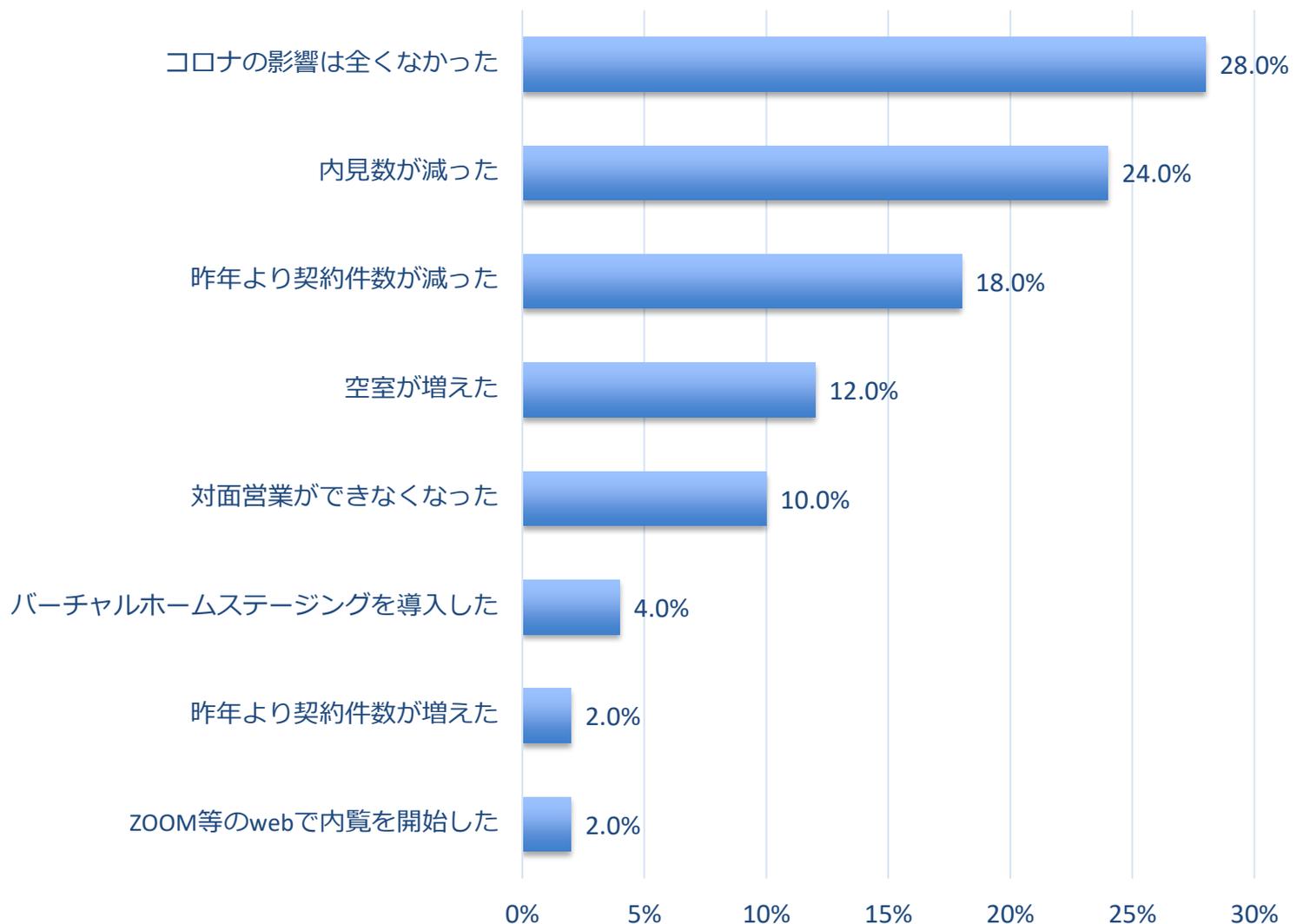


3.不動産賃貸

3-17 ホームステージングの効果



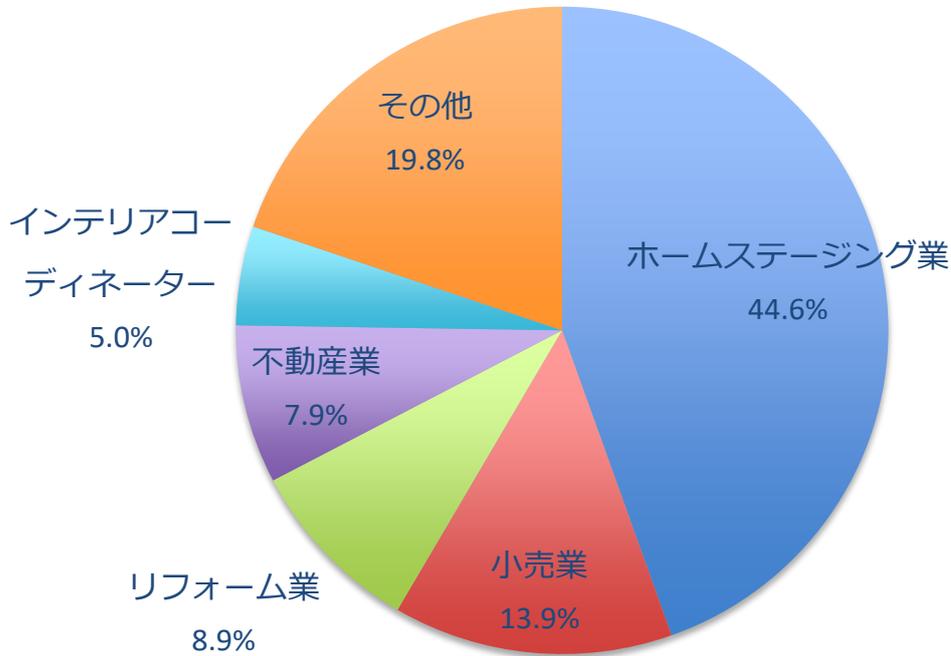
3-18 新型コロナの影響（複数回答）



4.ホームステージング業

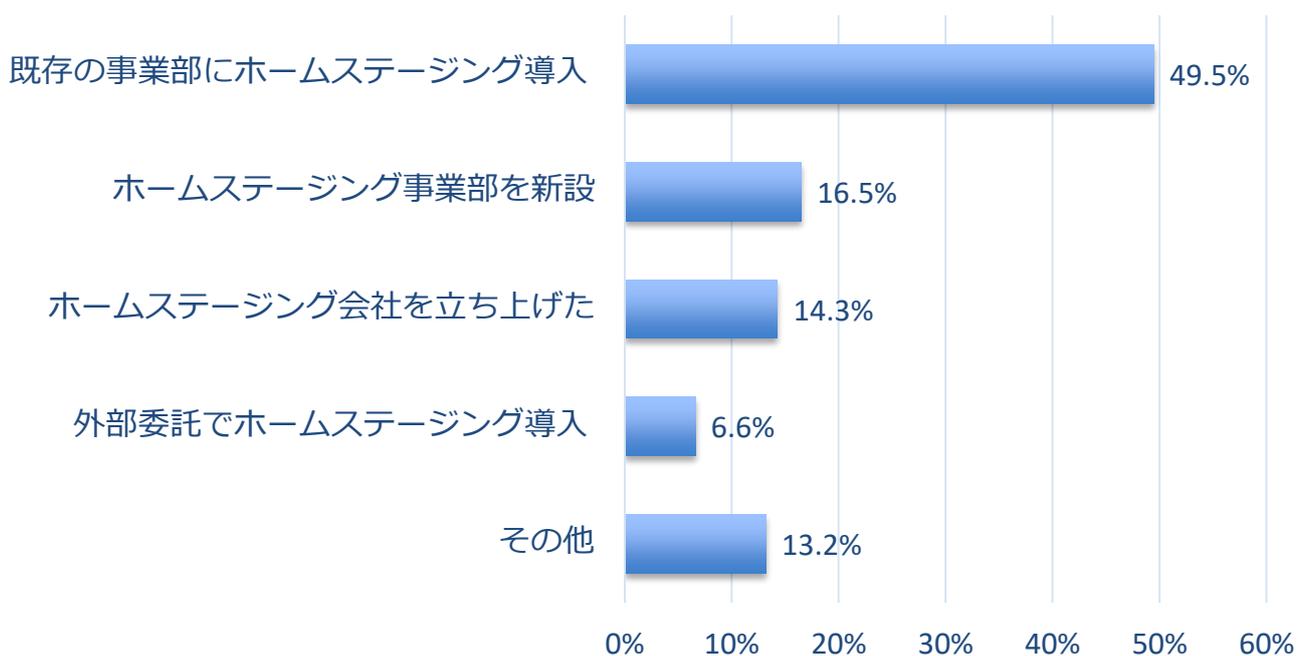
■ホームステージングの実務をしている法人への調査

4-1 主な業種



・その他の回答は、ハウスクリーニング業、レンタル業、運送業、家具メーカーなど

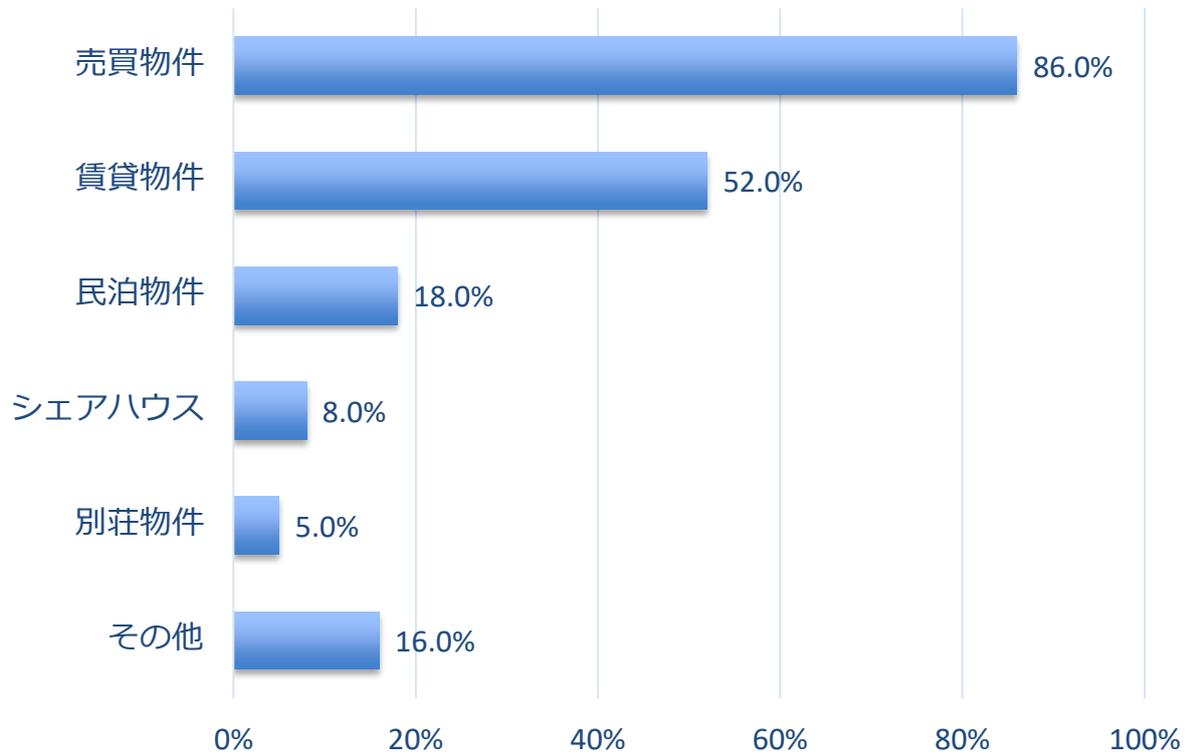
4-2 ホームステージングをどのように始めたか



・その他の回答は、すでにサービスはしていた、自社物件に行っているなど

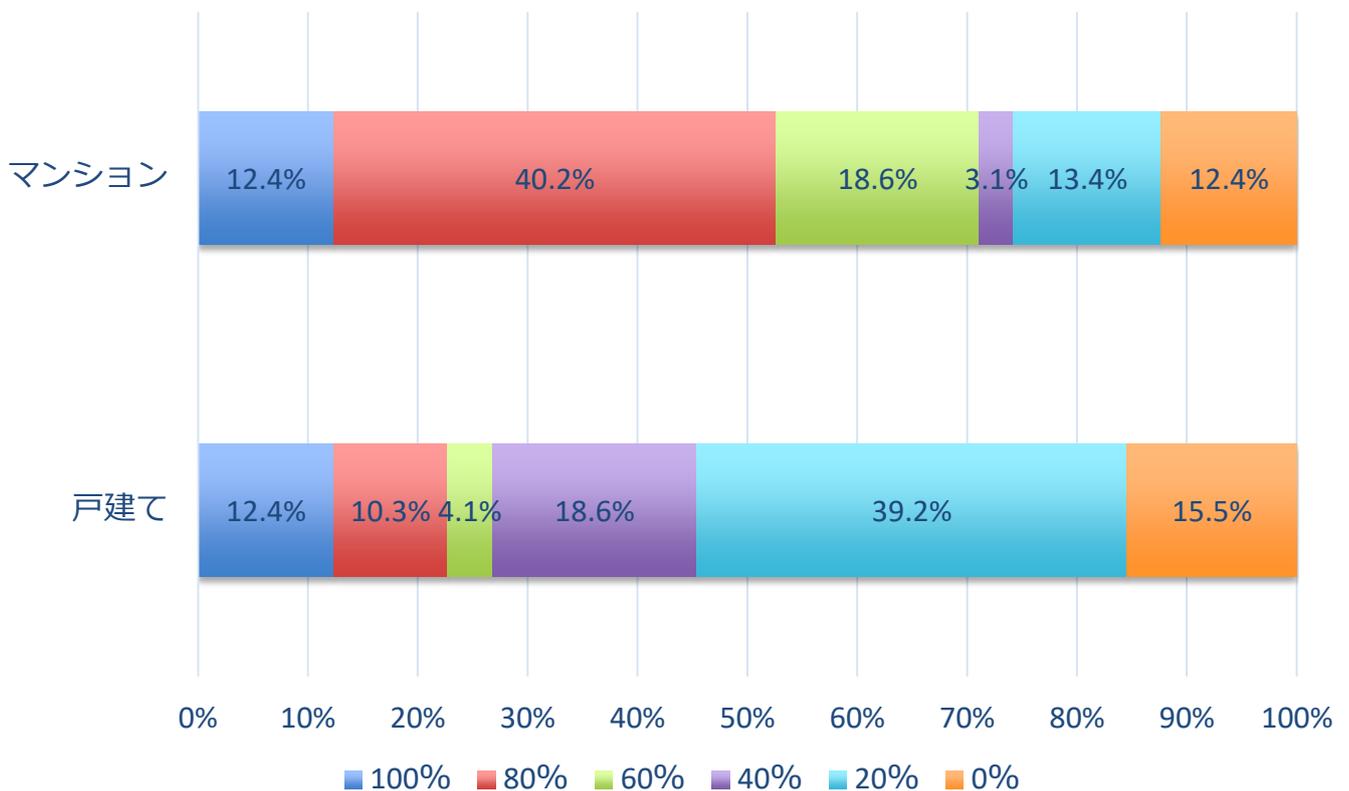
4.ホームステージング業

4-3 ホームステージングしている物件（複数回答）



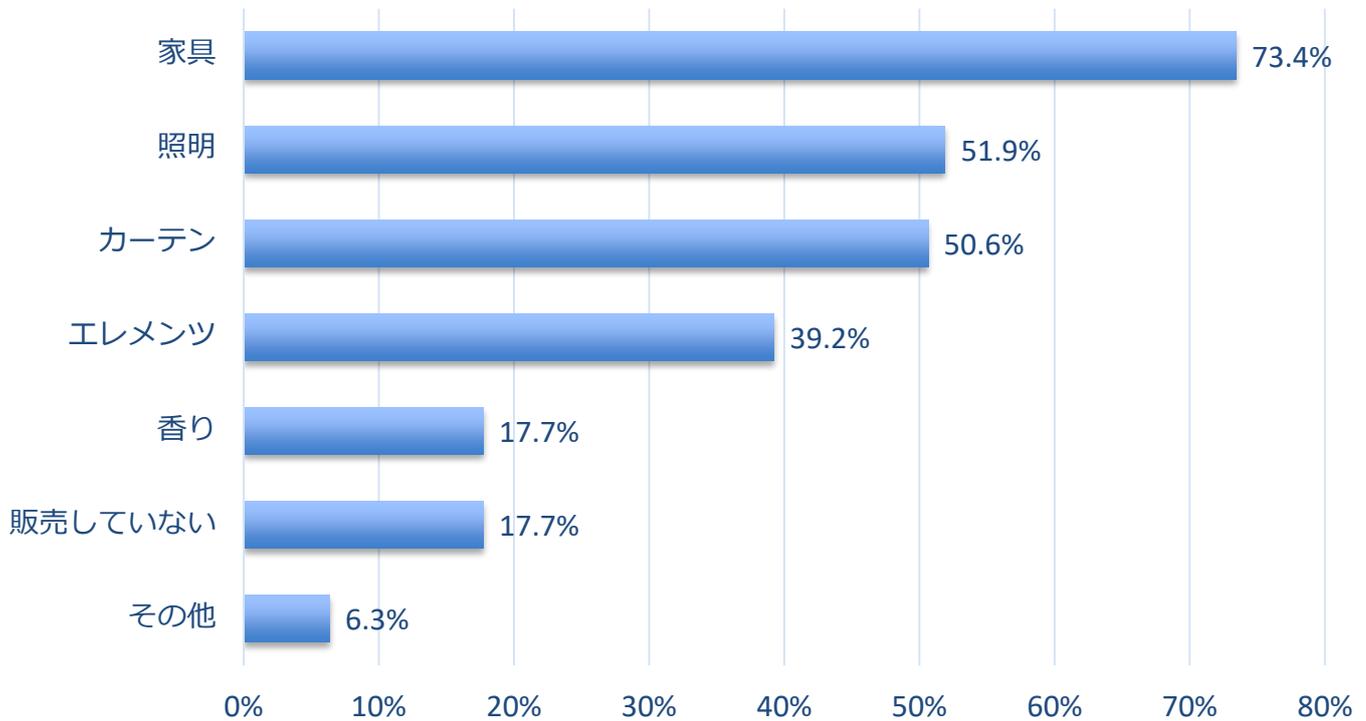
・その他の回答は、オープンハウス、高齢者住宅、リフォーム後の自宅、オフィスなど

4-4 戸建てとマンションにおけるホームステージングの割合



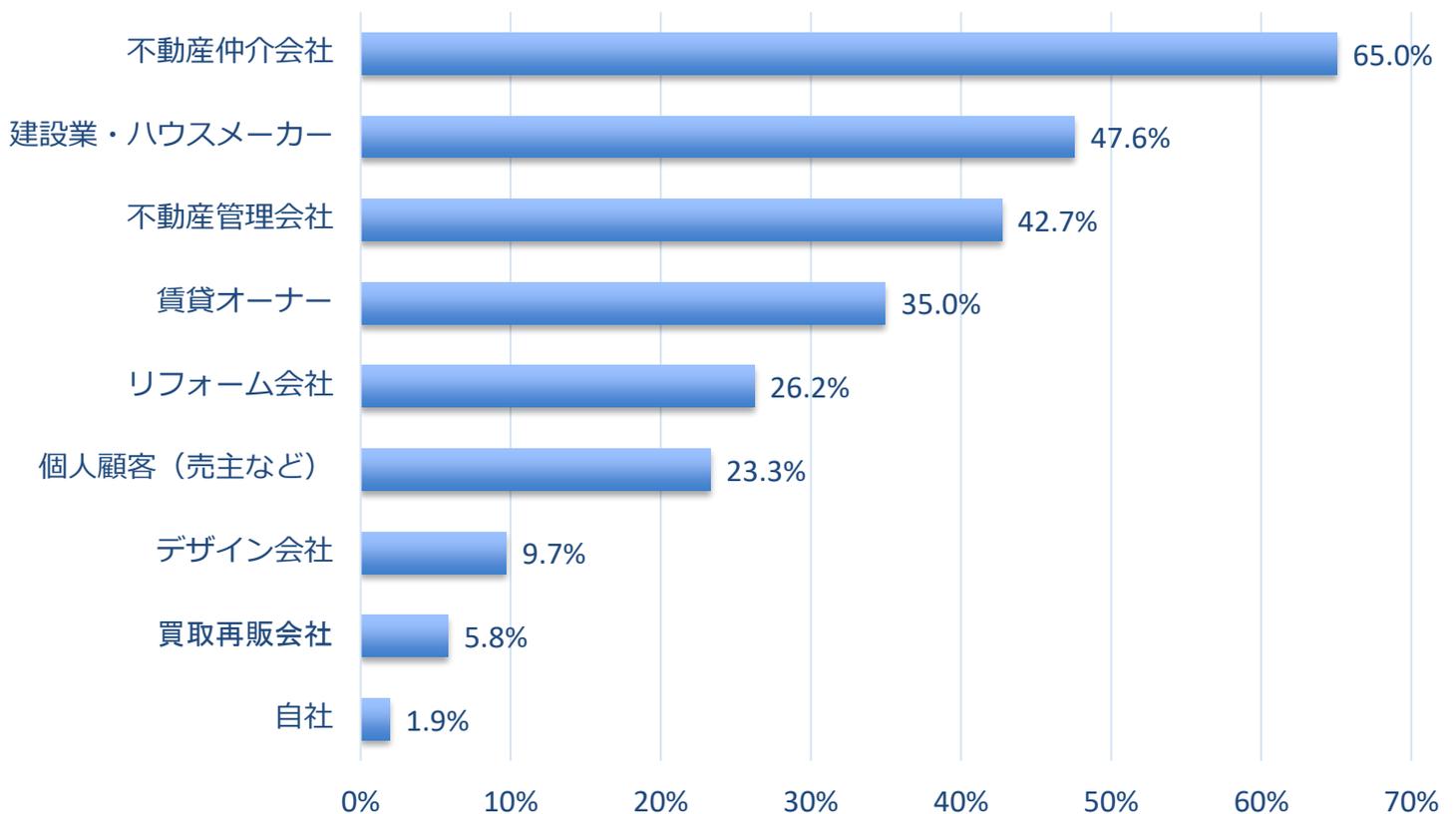
4.ホームステージング業

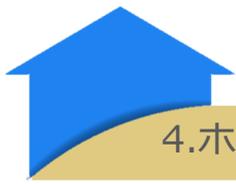
4-5 ホームステージング後の家具小物の販売（複数回答）



・その他の回答は、アートなど

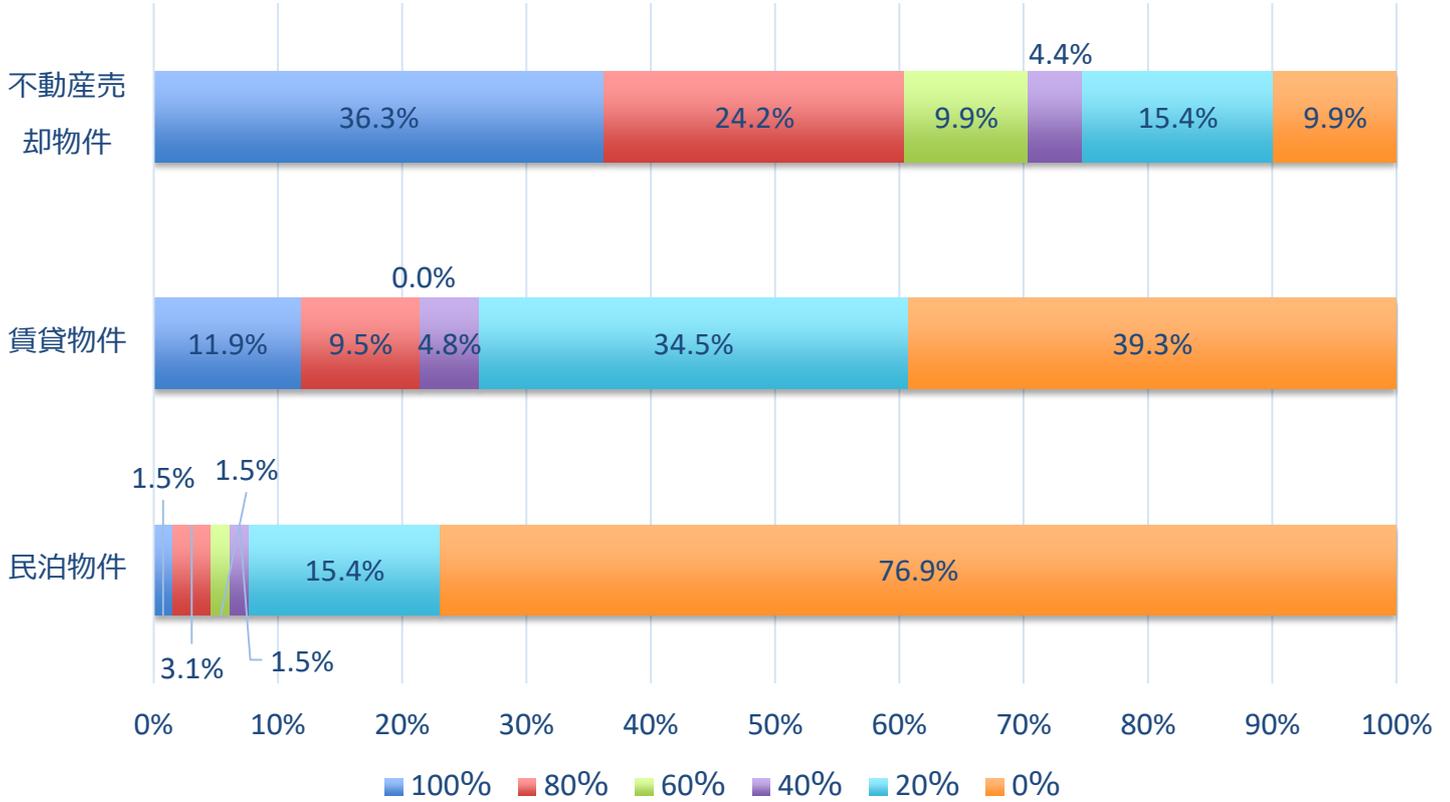
4-6 ホームステージングの依頼元（複数回答）



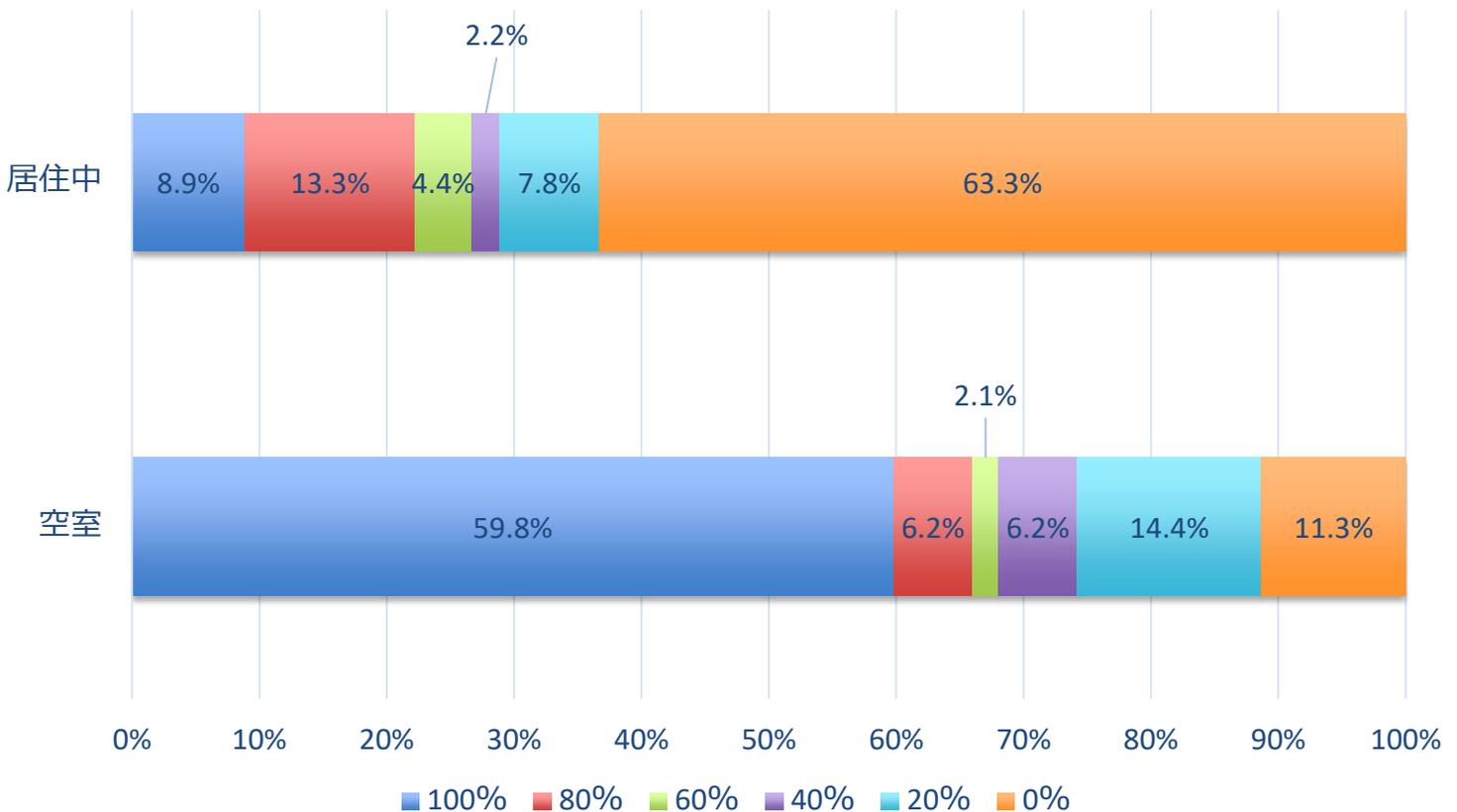


4.ホームステージング業

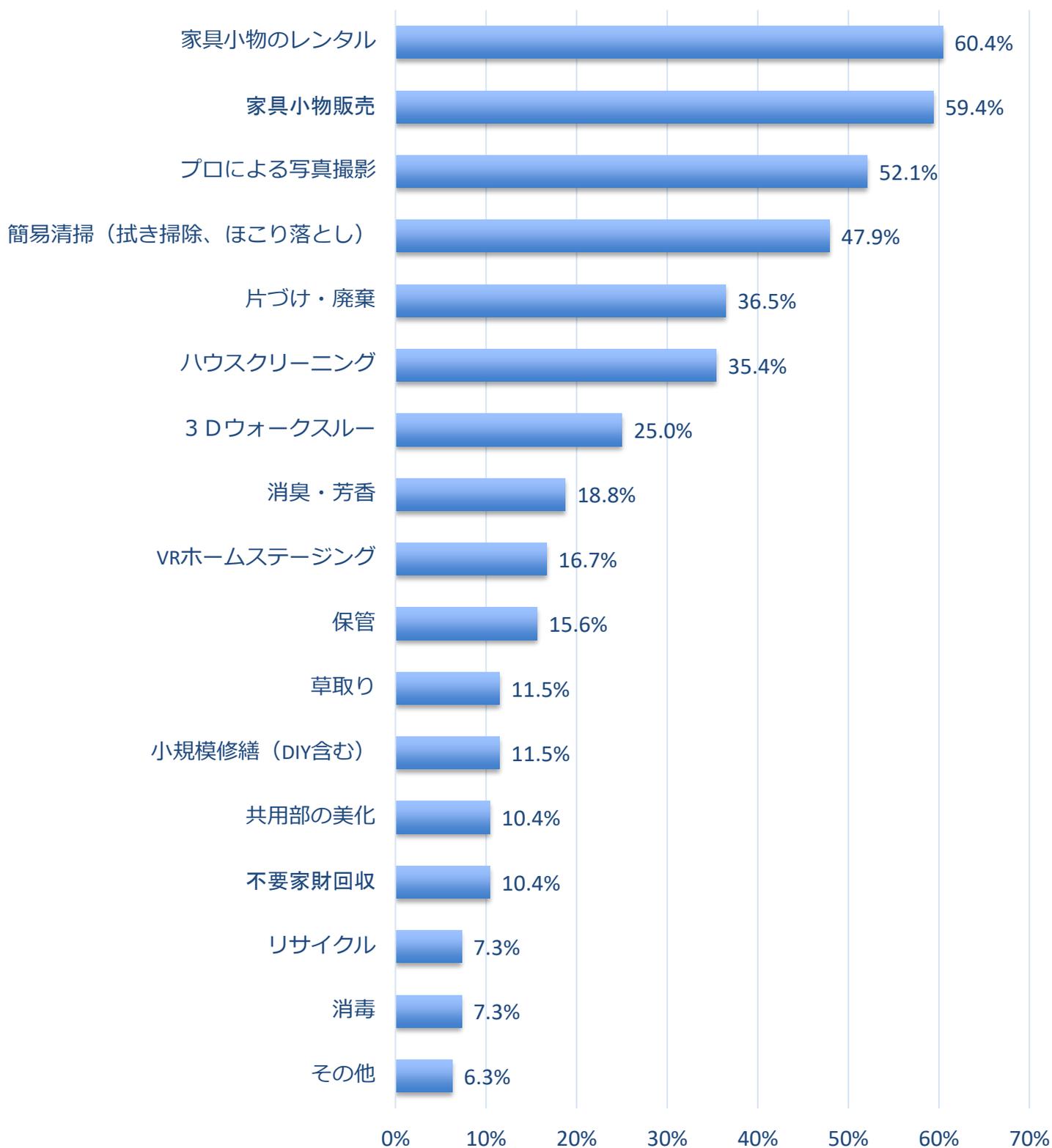
4-7 ホームステージングする物件の割合



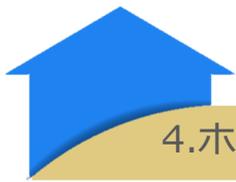
4-8 空室と居住中ホームステージングの割合



4-9 実施しているサービス（複数回答）

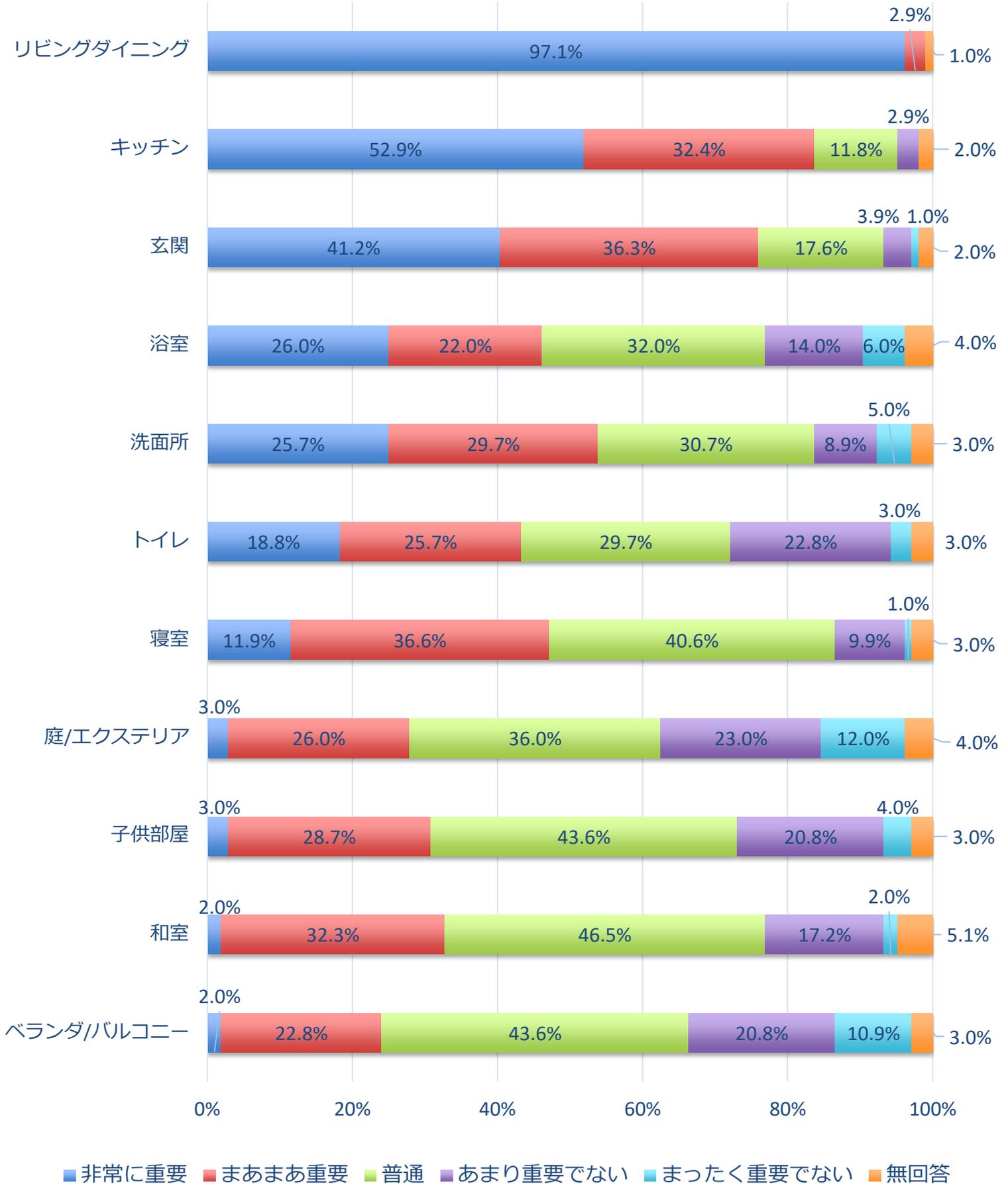


・その他の回答は、収納サービス、インテリアコーディネートなど



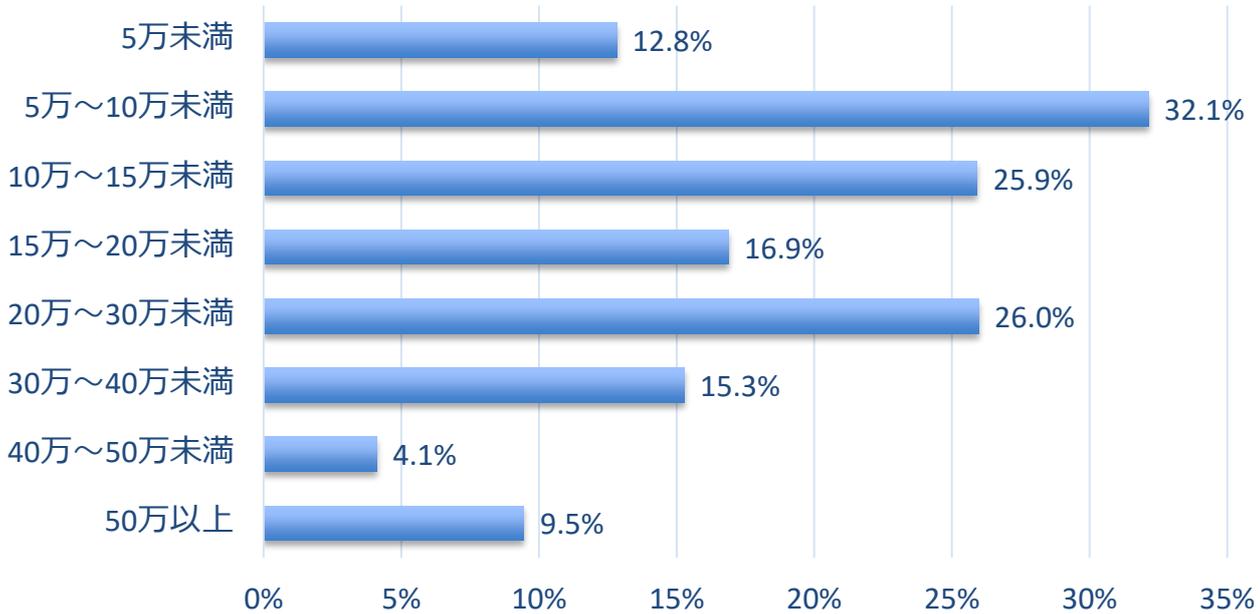
4.ホームステージング業

4-10 ホームステージングする部屋の重要度

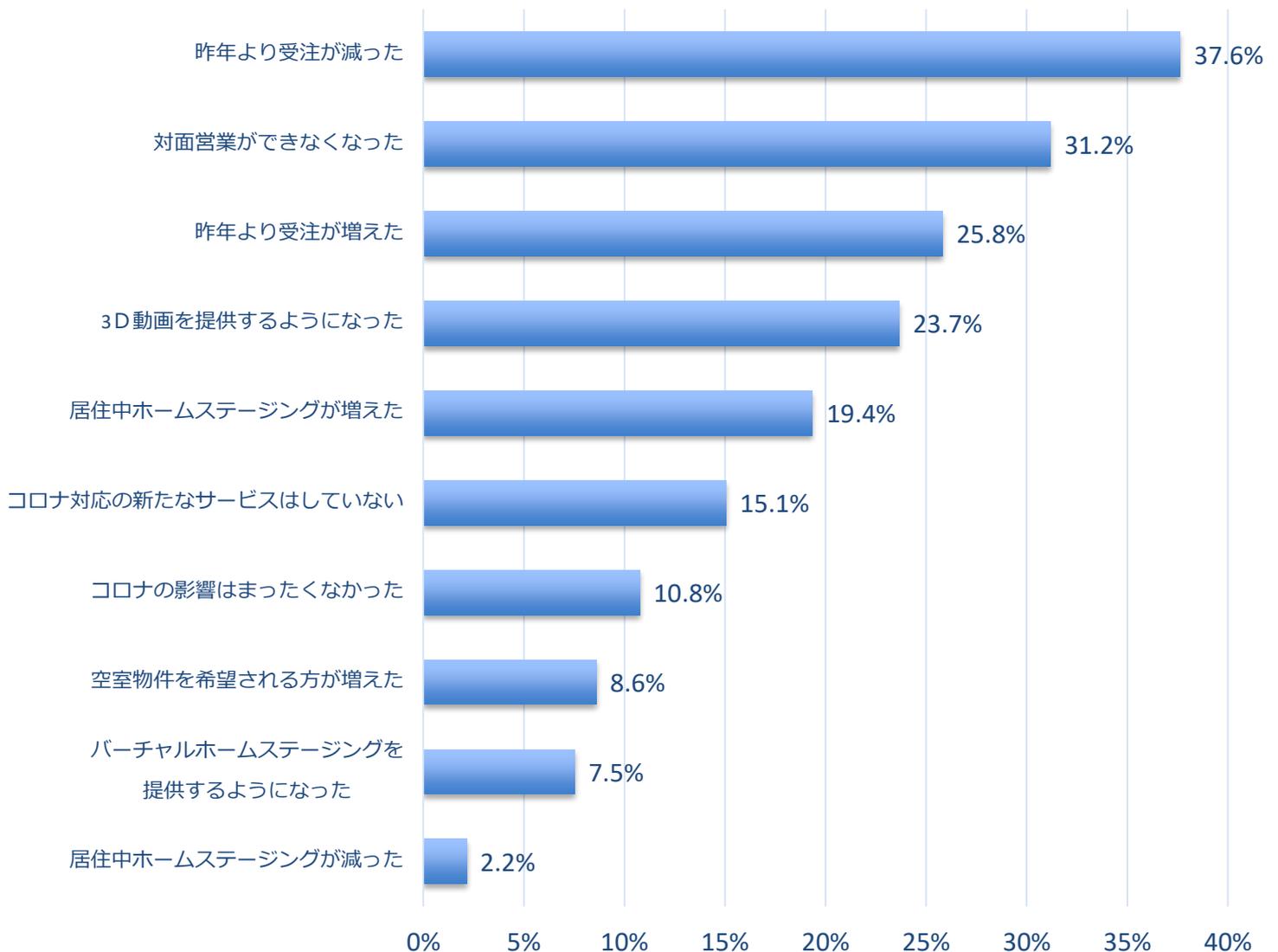


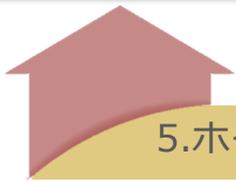
4.ホームステージング業

4-11 ホームステージング料金



4-12 新型コロナの影響（複数回答）



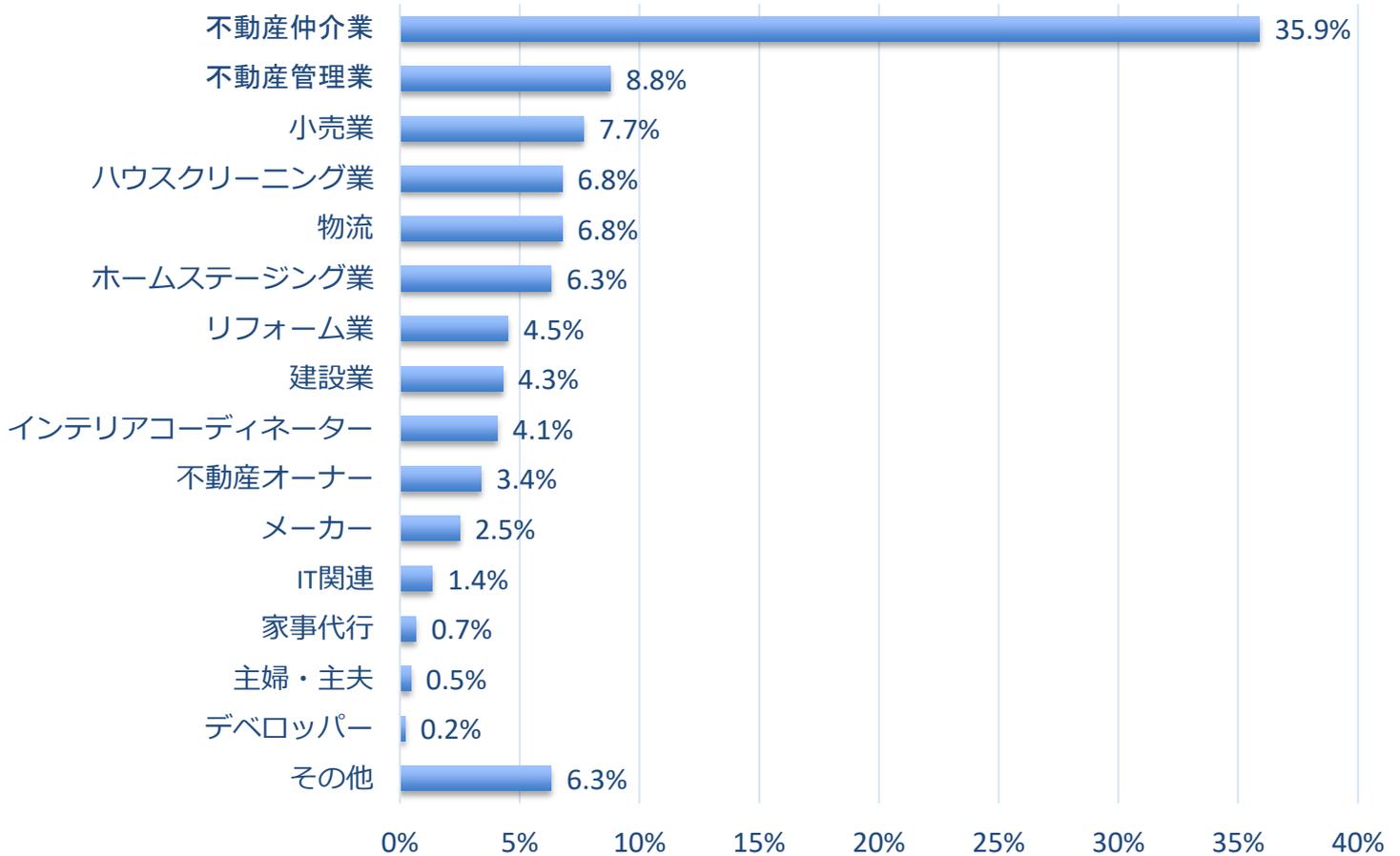


5.ホームステージャーの状況

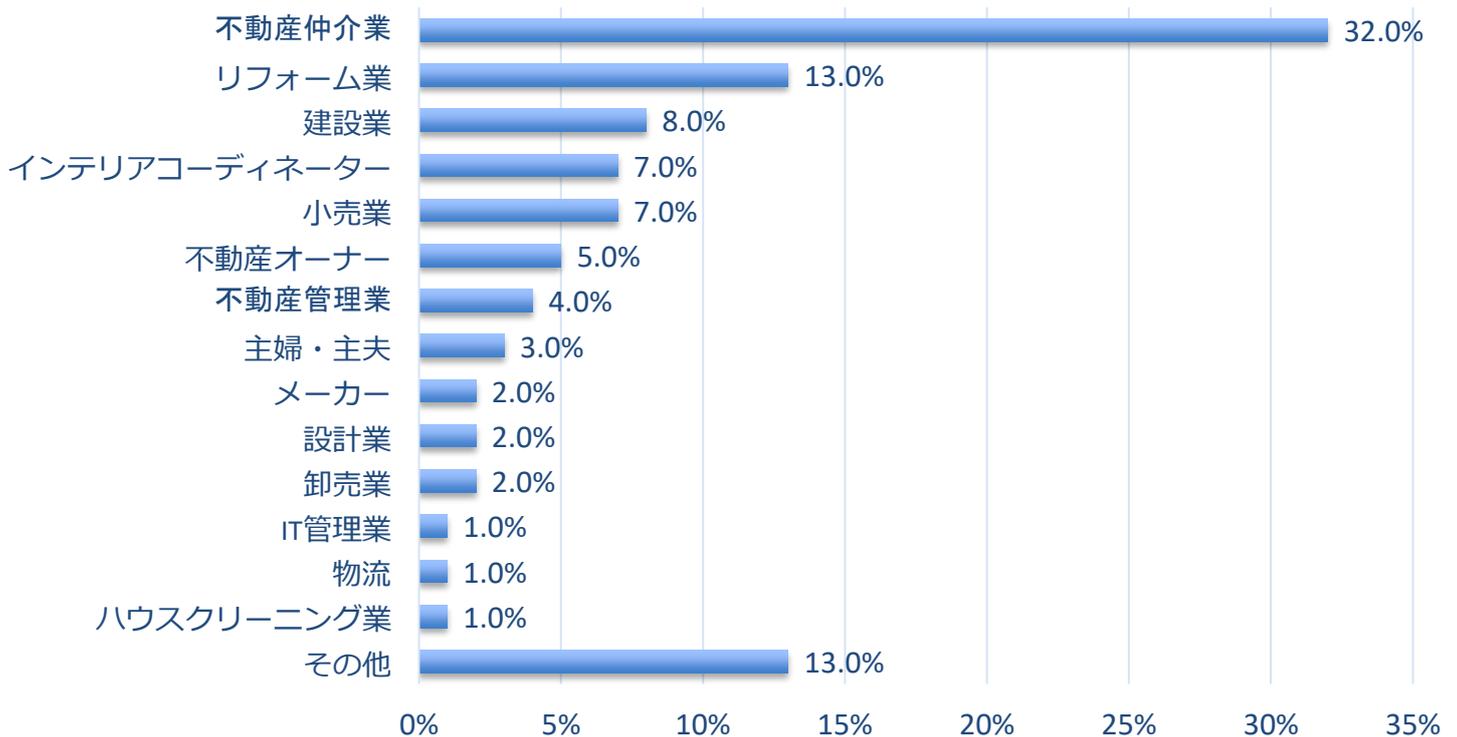
■ホームステージャー資格者に関する推移

5-1 職業別

2020年

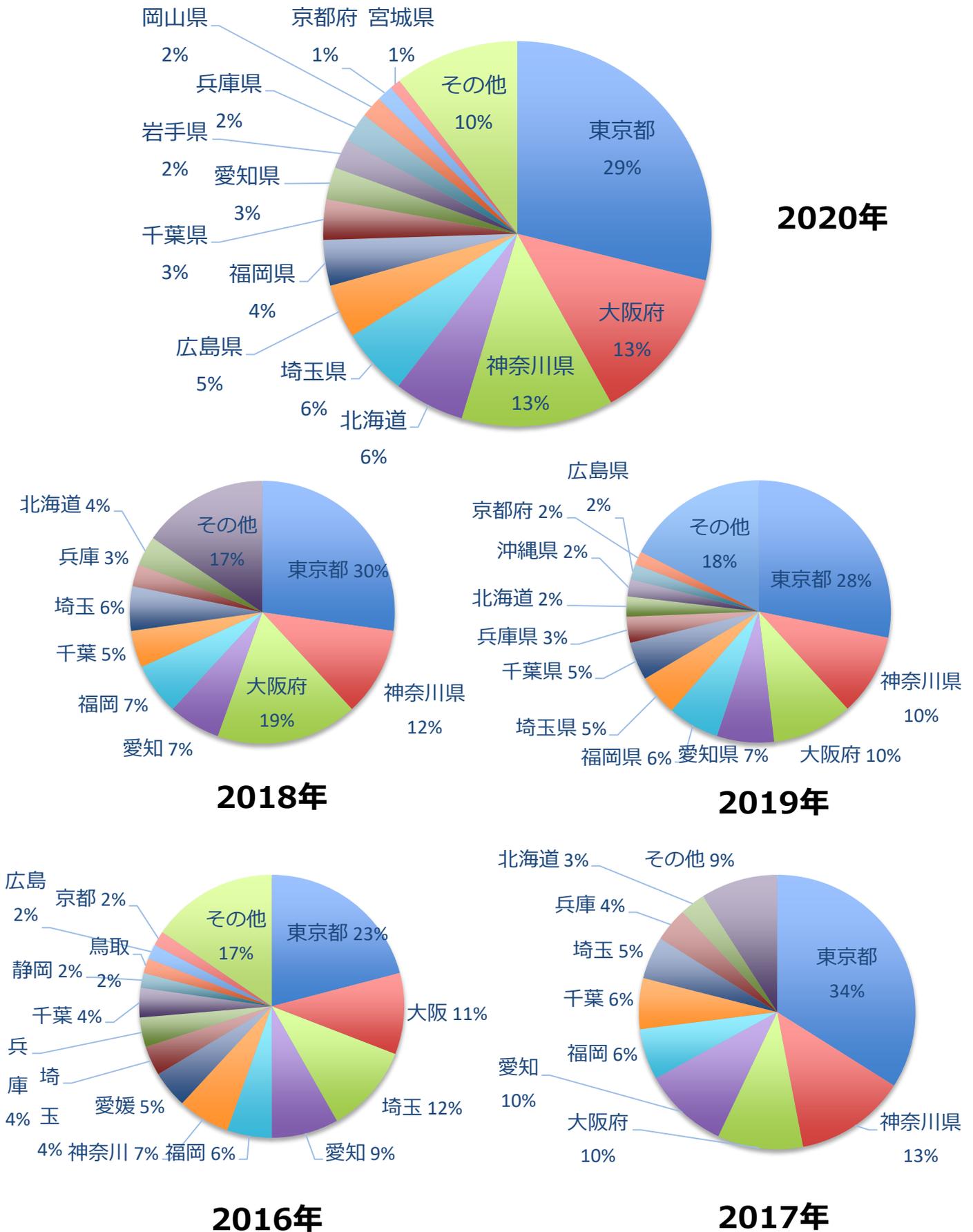


2019年



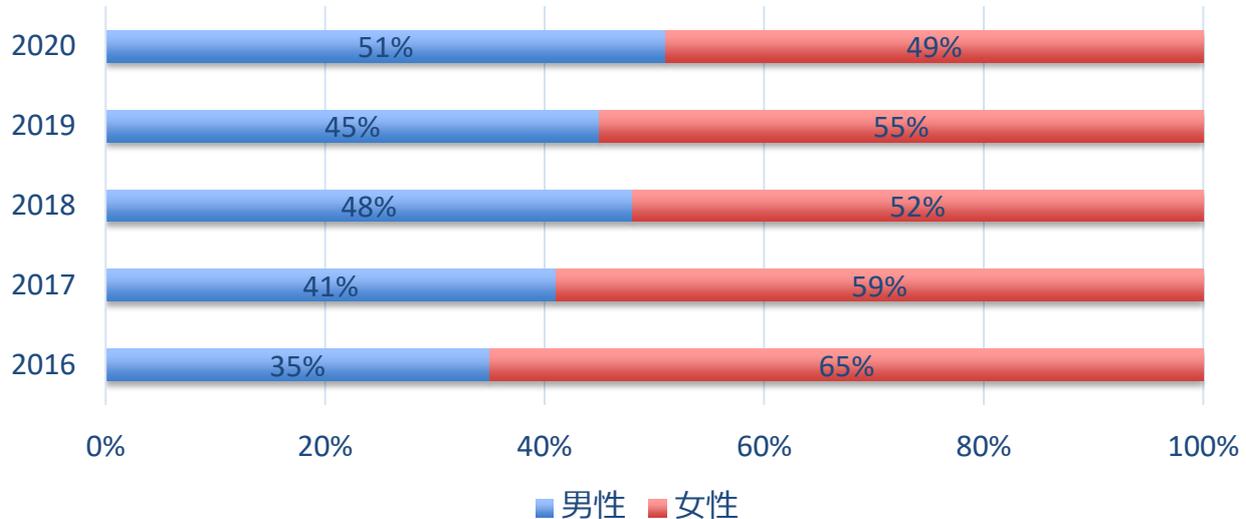
5.ホームステジャーの状況

5-2 都道府県別



5.ホームステージャーの状況

5-3 男女別



5-4 ホームステージャー資格者数

	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日現在	3079	233	10/11に3,000人突破
2020年末現在	3459	267	4月からe-ラーニング開講

調査結果概要

- ・ホームステージングした物件の地域では、大都市圏だけでなく地方都市へも広がっているのがわかります。特に賃貸のホームステージングが地方にも広がっています。全くなかったのは7県のみとなりました。特に、東北、山陰地方で、まだホームステージングが広がっていないことがわかります。
 - ・ホームステージングを実施するのは、「入居しにくい物件」「長期空室物件」にホームステージングを導入するという回答が多く、厳しい物件にホームステージングが利用されていることが分かります。また、全室にホームステージングをする。との回答も上位にあり、今後はホームステージングが一般的になるかも知れません。
 - ・ホームステージング実施前と比べて、実施後の影響についての質問では、賃貸も仲介もPV数、問合せ数、内見者数ともに「減った」という回答が1件もありませんでした。逆に、60～70%が「増えた」と回答しています。ホームステージングを導入した物件はコロナ禍でも集客できたことが分かります。
 - ・ホームステージング後、成約までの期間は、賃貸、仲介共に1ヶ月が一番多く、90%以上と答えています。
 - ・ホームステージングの費用としては、2019年では賃貸では、7万～10万がもっとも多いとの結果でしたが、2020年は50%以上が5万未満となりました。これは、できるだけ費用をかけずにホームステージングをしている賃貸物件が増えたことが挙げられます。また2019年仲介では、10万～20万未満がもっとも多いという結果でしたが、2020年は20万未満まで、ほぼ等分に回答が分られました。賃貸と同じように、小物だけ自分たちで設営するなどできるだけ多くの物件にホームステージングをする会社が増え、物件によっては、ホームステージング会社に依頼するなどしていることが考えられます。また、VRホームステージングの導入で費用負担が軽減されていることも挙げられます。
- 今年の特徴としては、非接触型のホームステージングが広まったことが挙げられます。VRホームステージング、ホームステージング設置の物件を3D動画撮影し、自宅からネットでそこに行かなくても内見しているように見える。この変化は来年も変わらず続いていくでしょう。

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。

・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イ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

2020年12月末現在、2級資格認定者は3,459人、1級資格認定者は267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月より講座を開始し、2019年度12月25日から新カリキュラムへ移行となりました。ホームステージャー2級と1級があり、2級を合格すると1級を受講・受験することができます。来場型のホームステージャー2級は1日の講座で座学と認定試験があり、ホームステージャー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実際の家具や小物を使った実技実習もあります。

今年は新型コロナの影響で来場型講座が開催できず、4月からホームステージャー2級講座をe-ラーニング講座に切り替え非接触型で資格取得ができるようになりました。

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。

出典の記載について

(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2020」（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2020」（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2020」（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 FAX：03-6810-5708

URL：<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。