



ホームステージング白書2021

2021 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

【第5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5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協力して頂きました。

調査は、不動産売買、不動産賃貸、ホームステージング業などに分けて集計しています。また、この調査は、全米リアルター協会（※）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5回ホームステージング実態調査
- ・調査対象期間：2021年1月1日～2021年12月31日
- ・調査実施期間：2022年1月14日～2022年2月5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：（共通221、不動産売買47、不動産賃貸42、ホームステージング業他73）

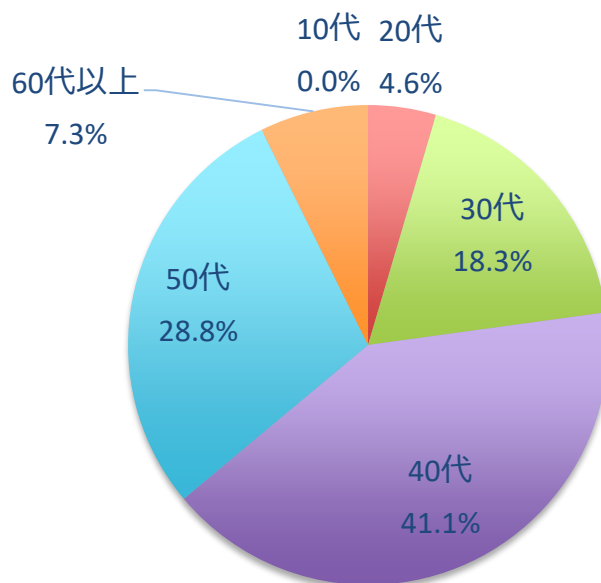
■主な調査内容

- ・ホームステージング実施後成約までの平均期間
- ・ホームステージングによる影響（PV数、問合せ数、内見者数、内見時間）
- ・ホームステージングにかけた経費
- ・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実施件数（昨年比）
- ・VR（バーチャル）ホームステージング、3D動画の導入の割合

※1全米リアルター協会とは

不動産仲介業者150万人が加盟する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。

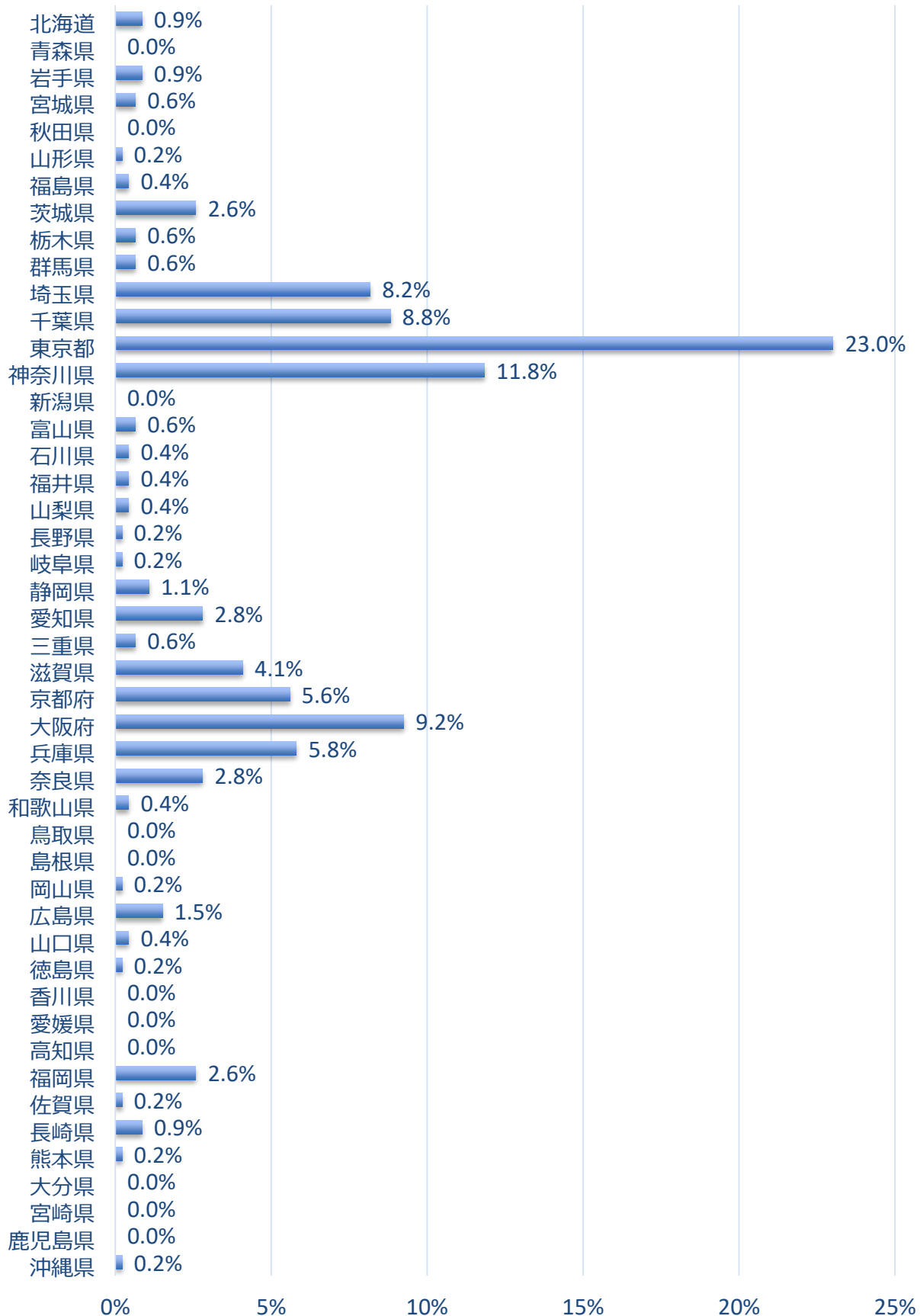
アンケートの回答年齢



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を実施した地域を選択ください（複数回答）

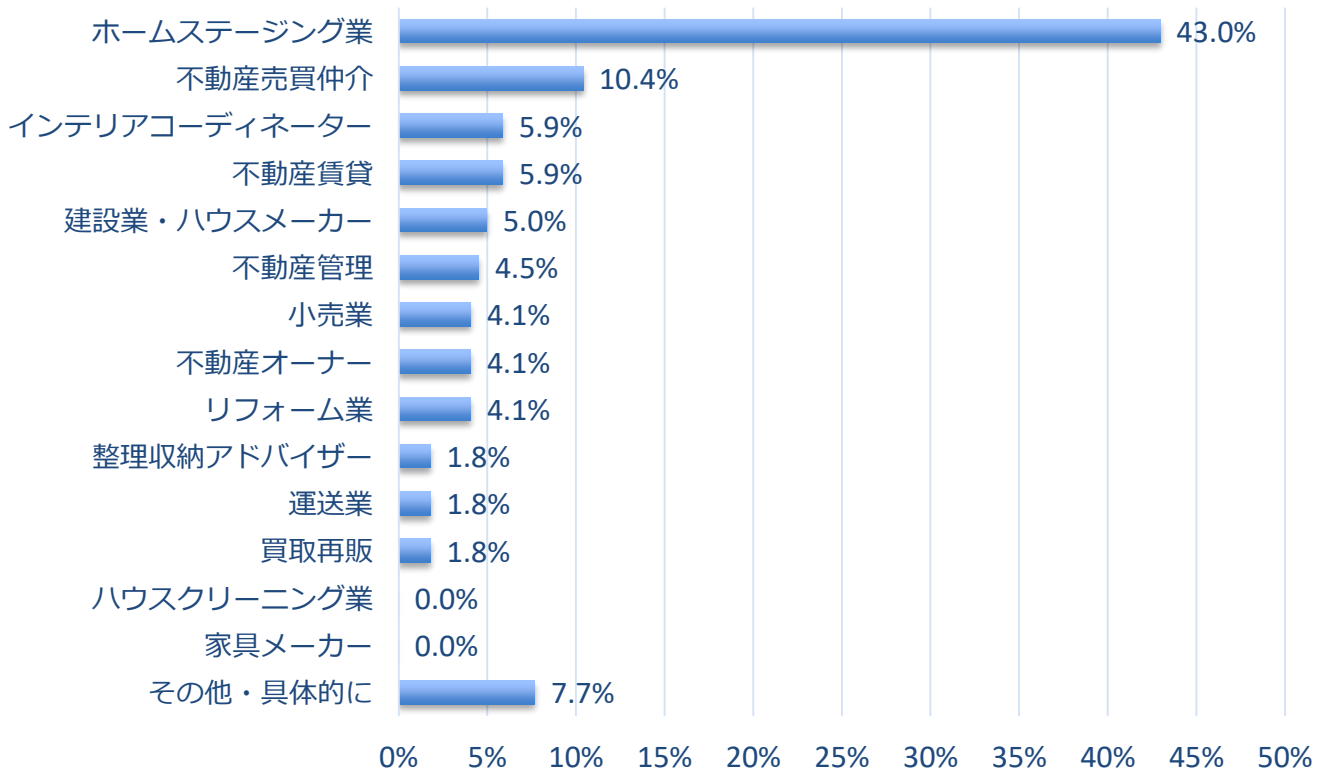


昨年同様、東北、山陰、四国などのホームステージングが実施されていないが、5大都市圏を中心に広がっていることがわかる。

1. 総合調査

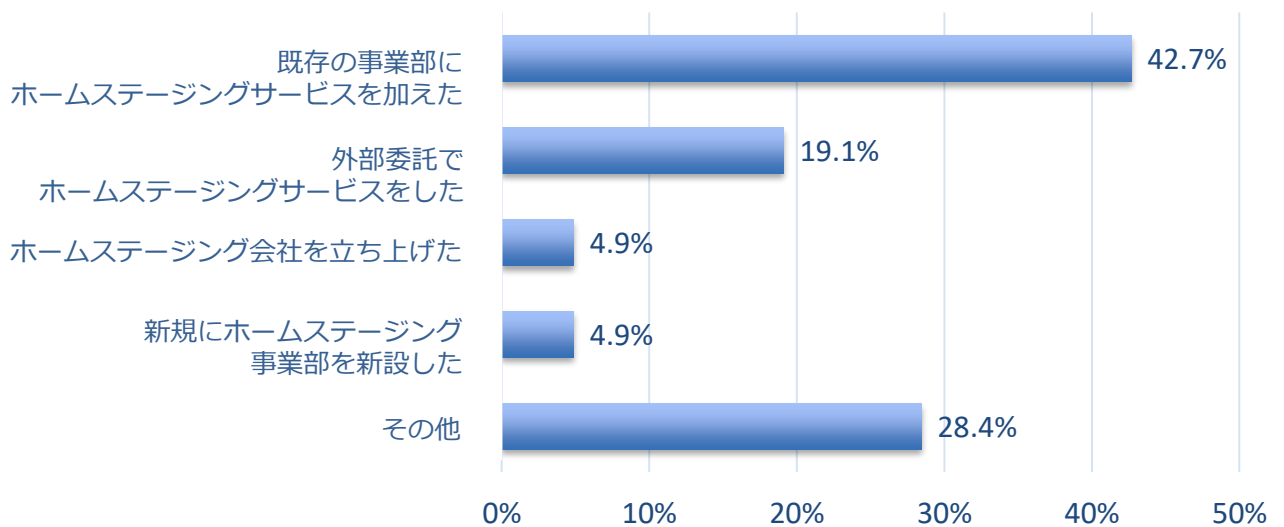
■全業種の調査回答者について

1-2 あなたの主な業種を1つ選択してください



ホームステージングを専業としている事業者が大幅に増えた

1-3 ホームステージング事業をどのように始めたか1つ選択してください

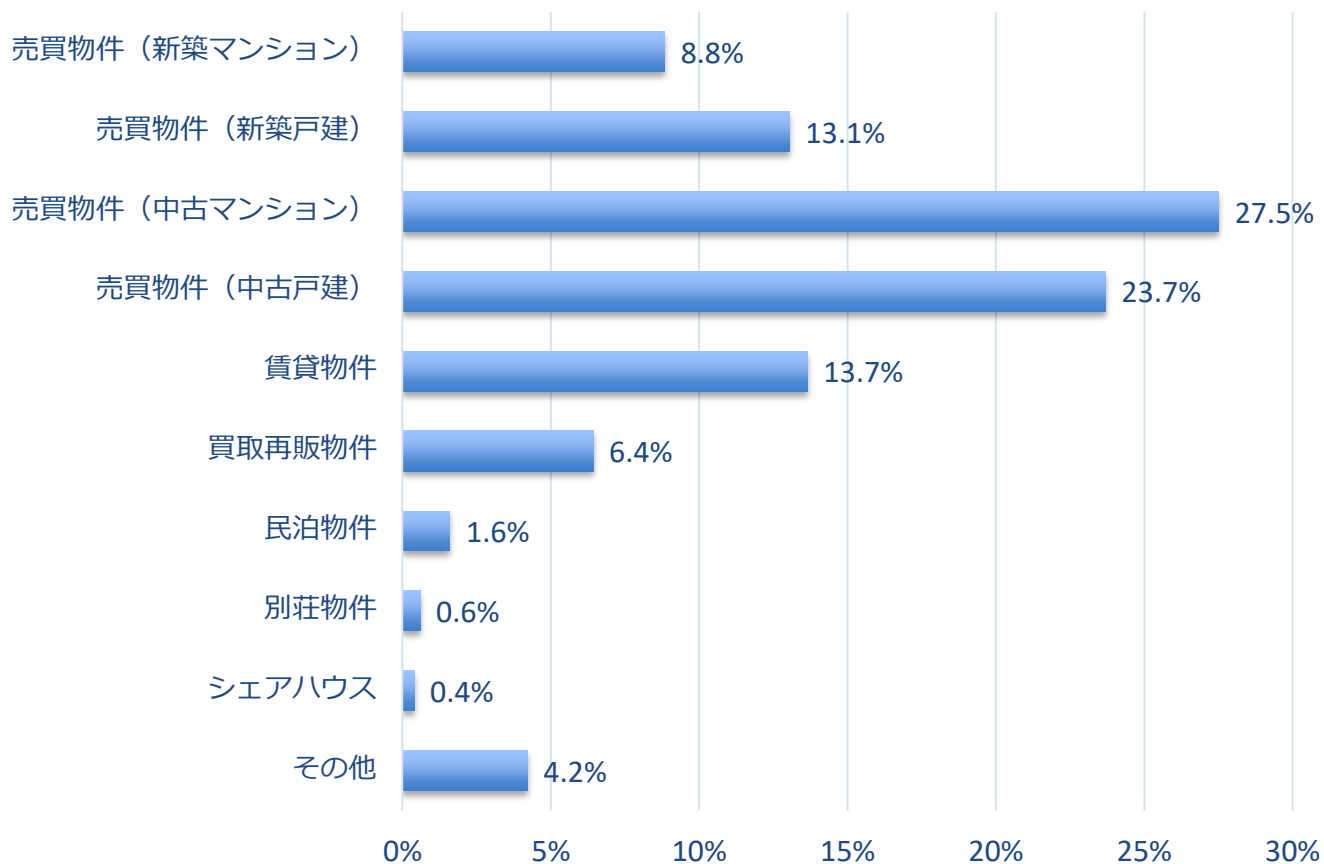


1-4 前項で「その他」とお答えの方は詳細を記入してください

その他の回答
 ホームステージング会社に入社した。
 家具販売のアドバイザーとして始めた
 大家として所有の物件にホームステージングをした

■全業種の調査回答者について

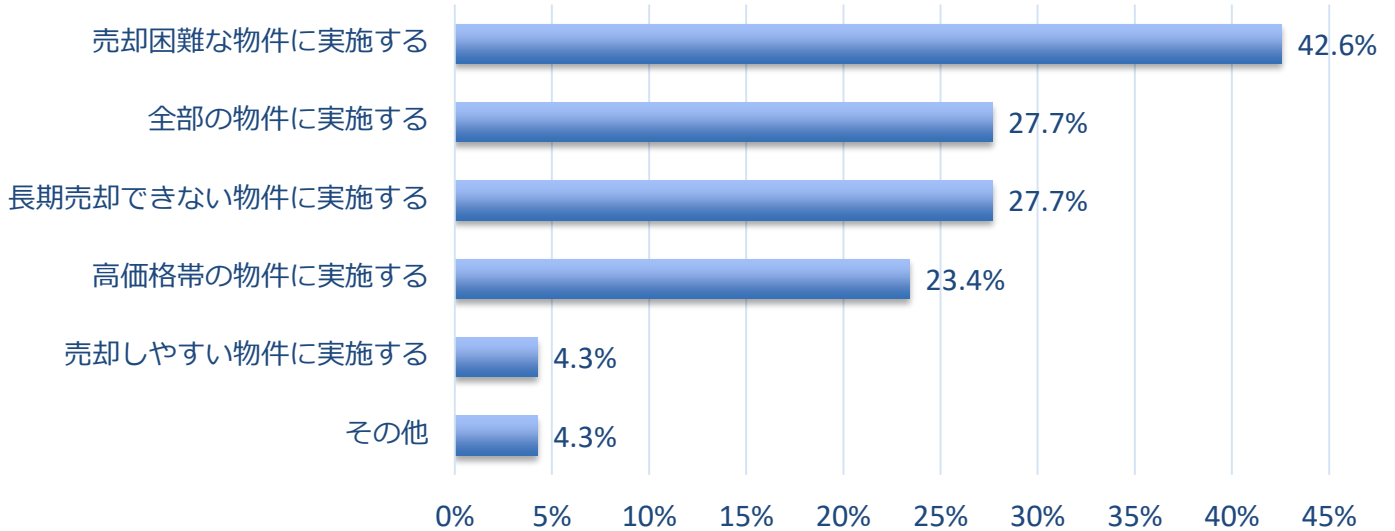
1-5 ホームステージングを実施している物件であてはまるものを選択してください（複数回答）



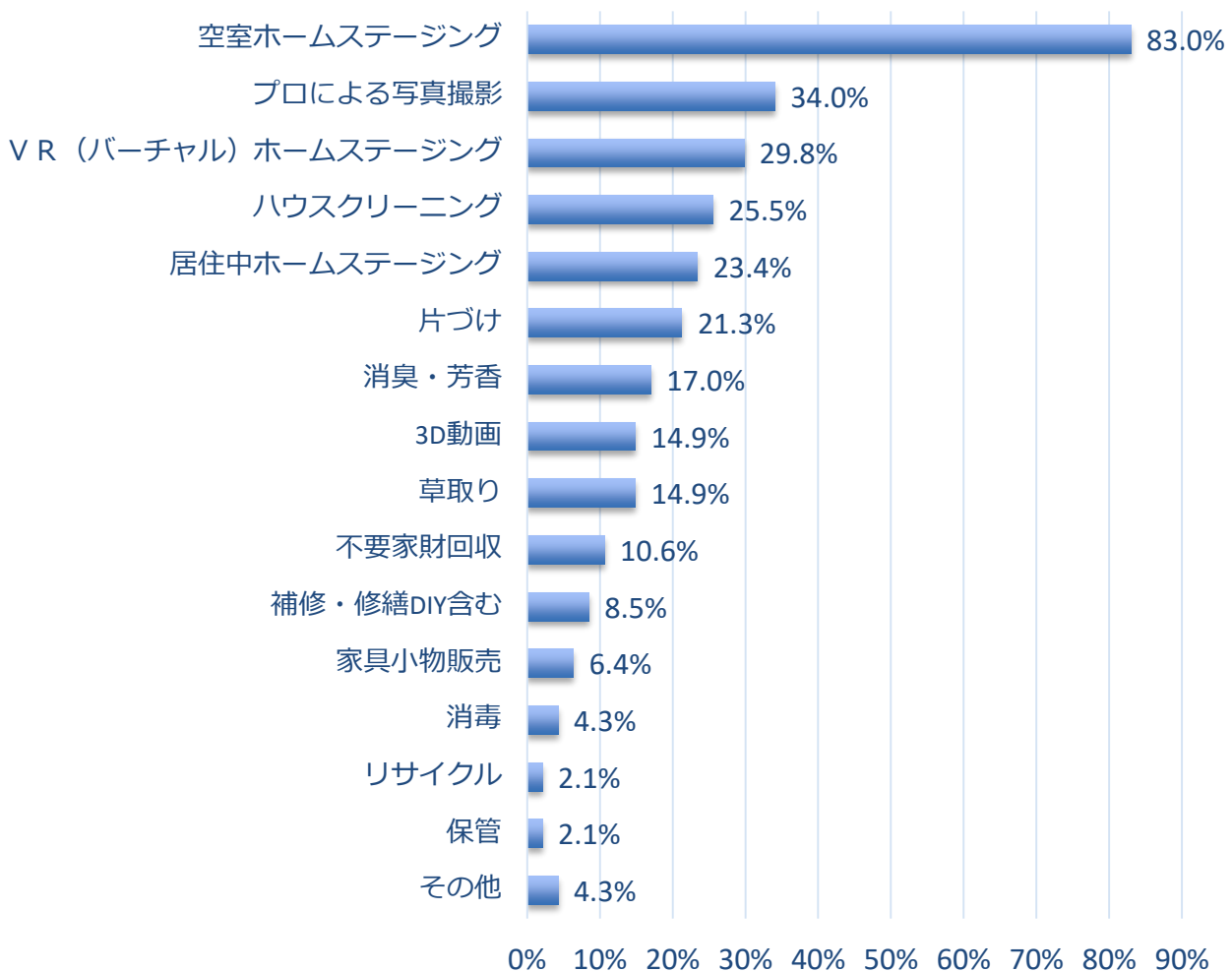
2.不動産売買

■不動産売買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についてあてはまるものを選択してください（複数回答）



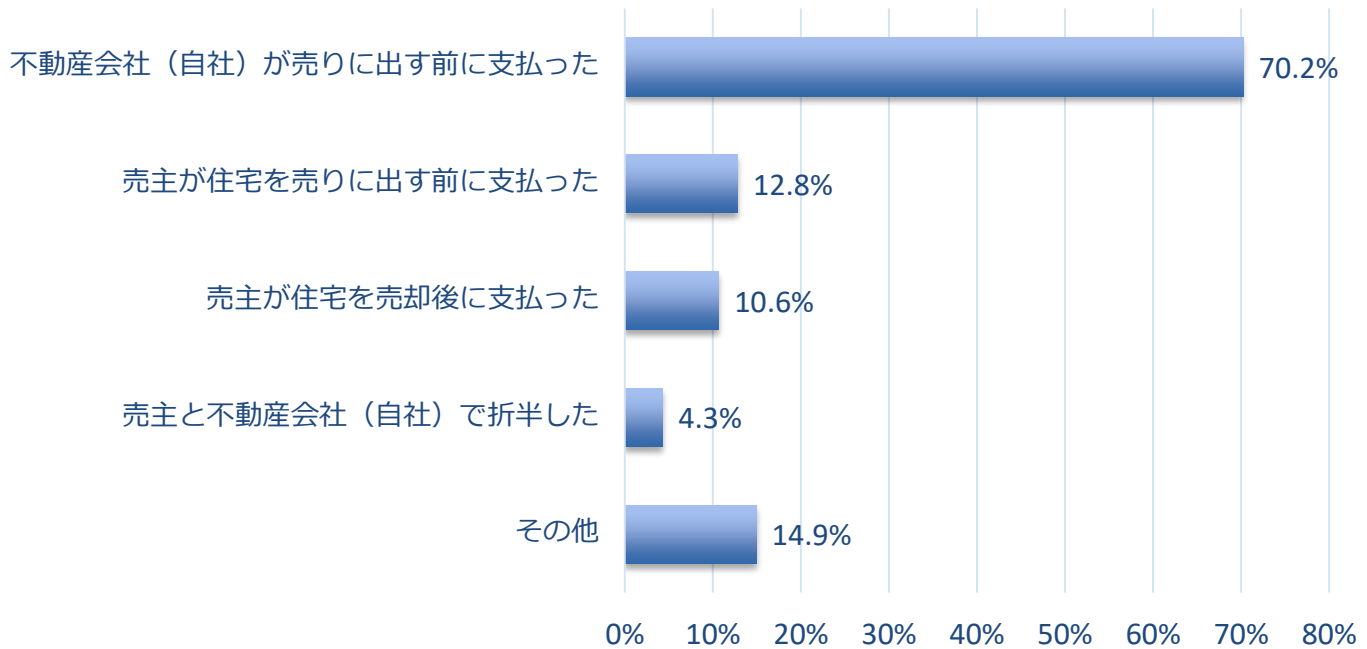
2-2 実施しているサービスを選択してください（複数回答）



2.不動産売買

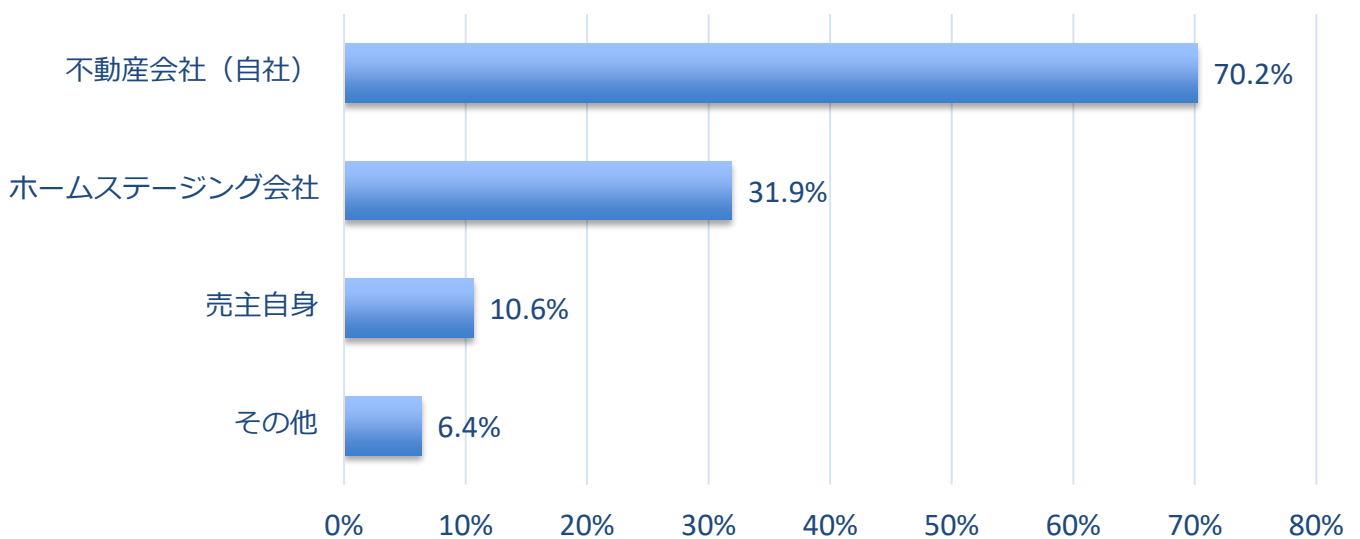
■不動産売買の事業をしている法人を対象とした調査

2-3 ホームステージング費用は誰がどのように支払いましたか？あてはまる項目を選択してください（複数回答）



「その他」の回答として、ホームステージング費用は発生していない、折半のパーセンテージが違うなど。

2-4 ホームステージング作業をしたのは誰ですか？あてはまる項目を選択してください（複数回答）

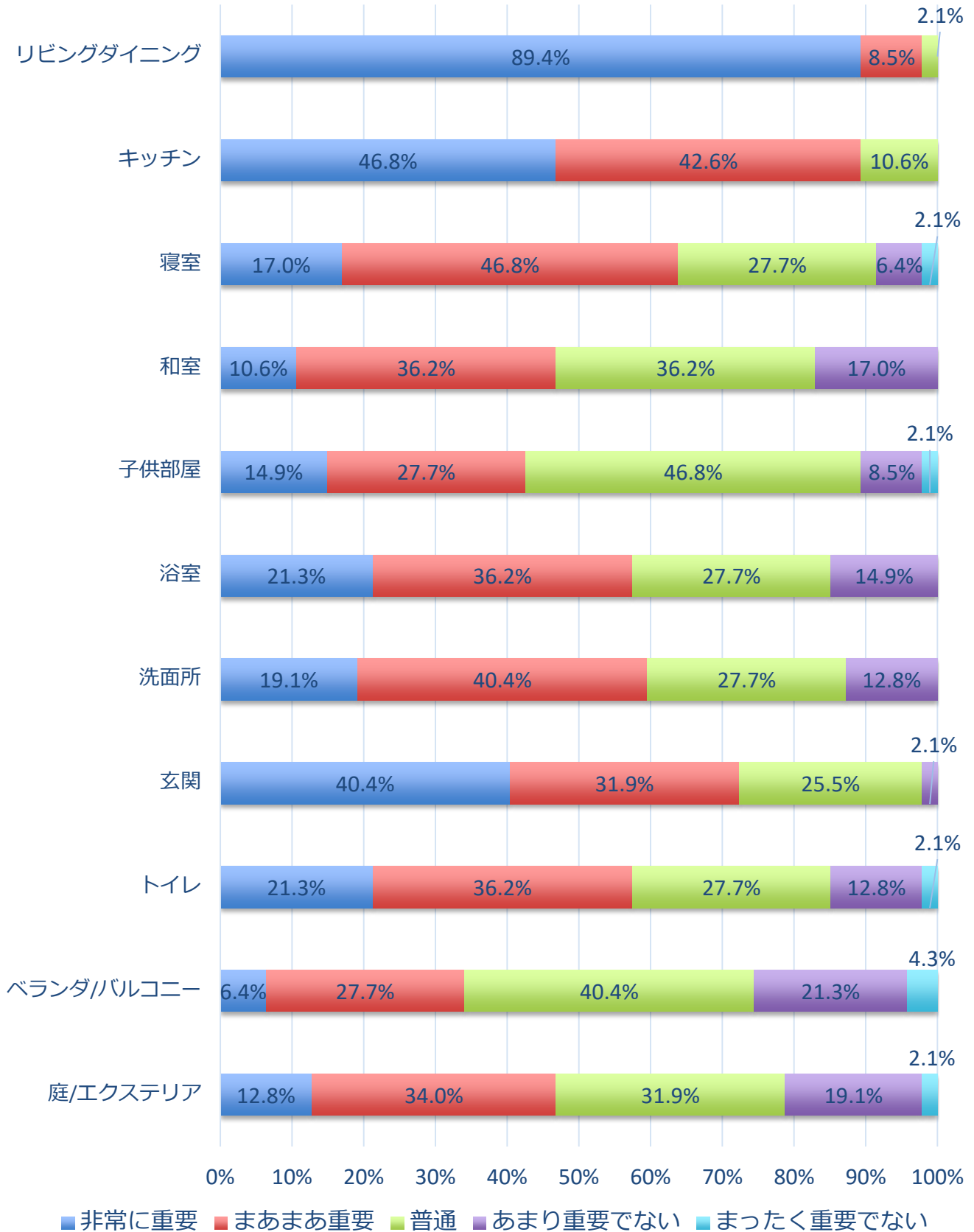


ホームステージング会社の数値が前回は18.9%、今回31.9%と大幅に増加している。売主自身で行っていたホームステージングは前年24.5%、今回10.6%と半数に減少している。売買仲介のホームステージングをホームステージング会社に依頼するという事が当たり前になる兆しが見える。

2.不動産売買

■不動産売買の事業をしている法人を対象とした調査

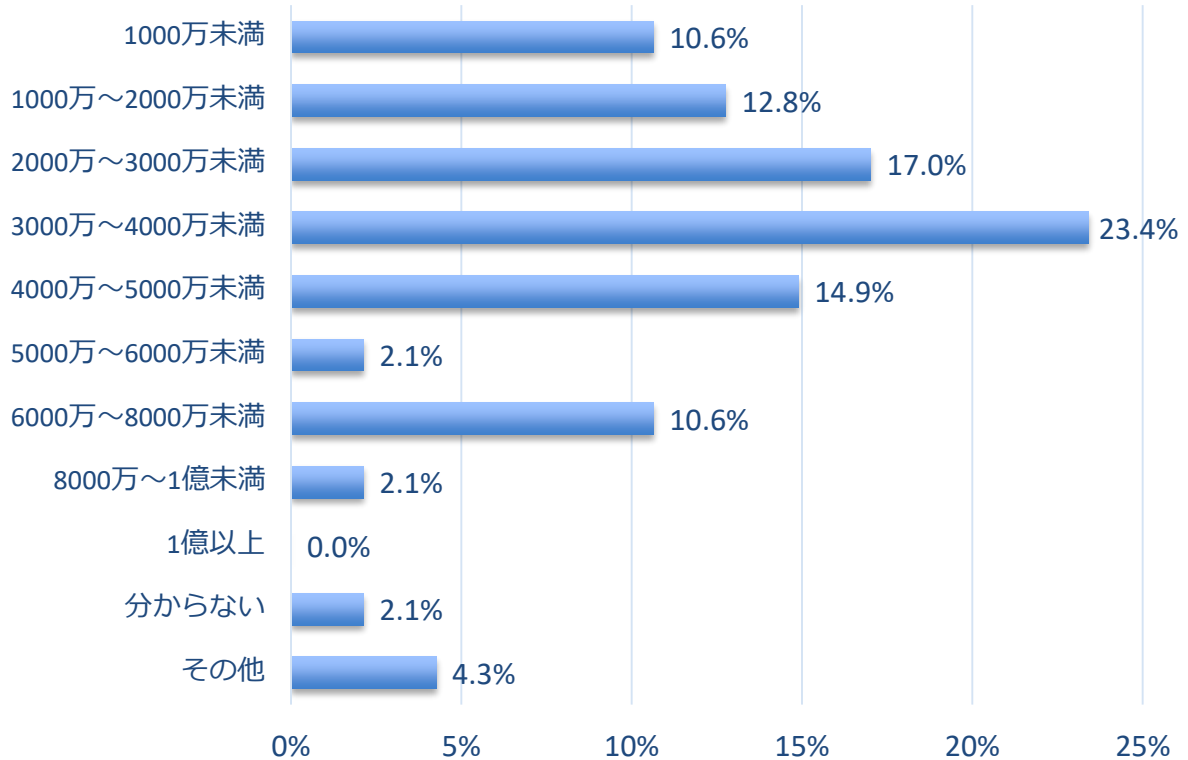
2-5 ホームステージングする場所の重要度ではまる項目を選択してください



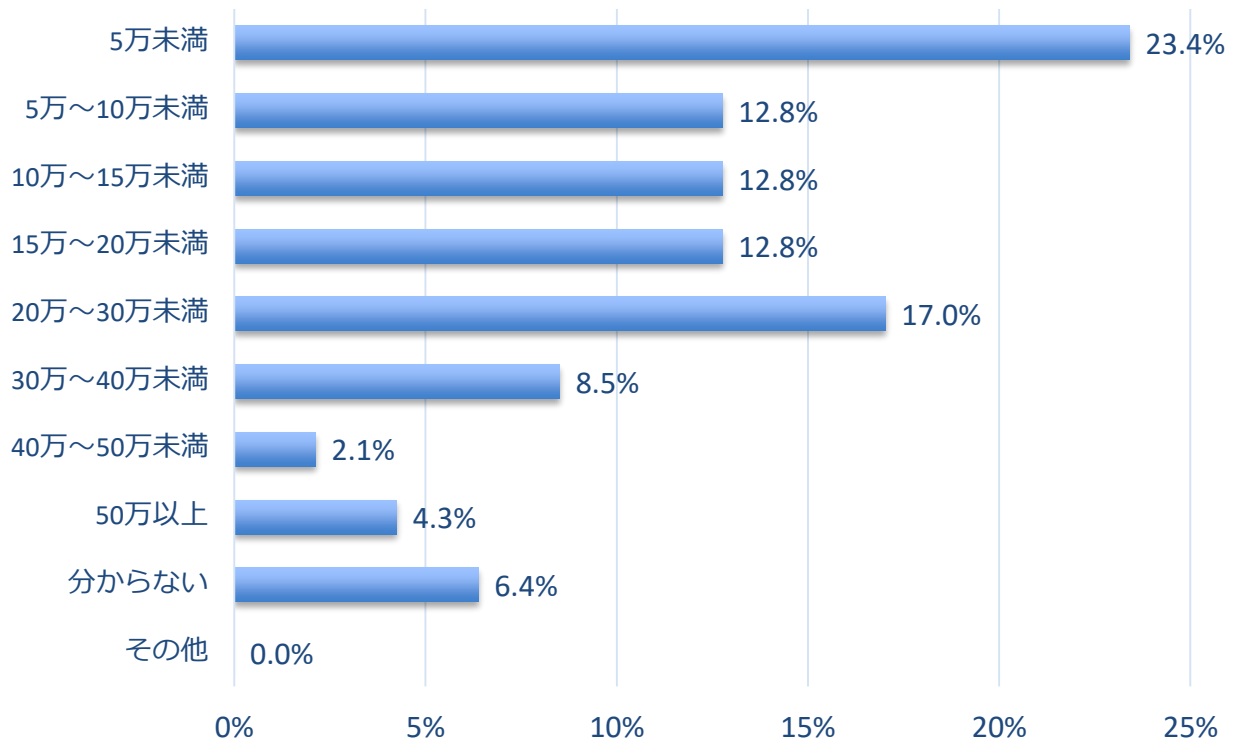
2.不動産売買

■不動産売買の事業をしている法人を対象とした調査

2-6 ホームステージングを実施した売買物件の平均売買金額で近い数字を選択してください



2-7 ホームステージングにかけた経費のおおよその金額に近い数字を選択してください。

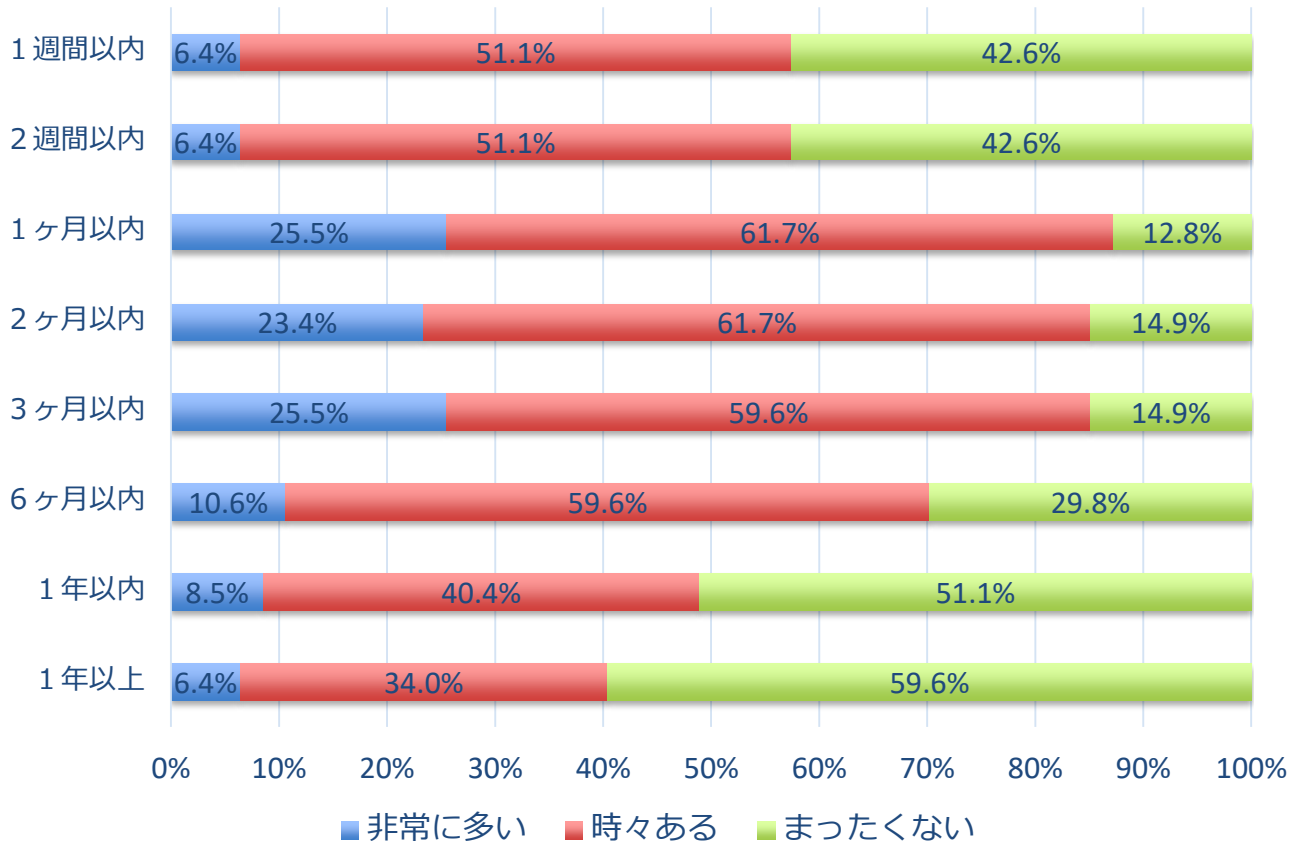


売買仲介の物件は前回同様、ホームステージングにかかる経費が5万未満と厳しい数字になった。
 一方、20万～30万の経費をかけるという回答は、前回10.4%から今回17.0%と上昇している。
 ホームステージング会社に依頼していることが原因といえるのではないだろうか。

2.不動産売買

■不動産売買の事業をしている法人を対象とした調査

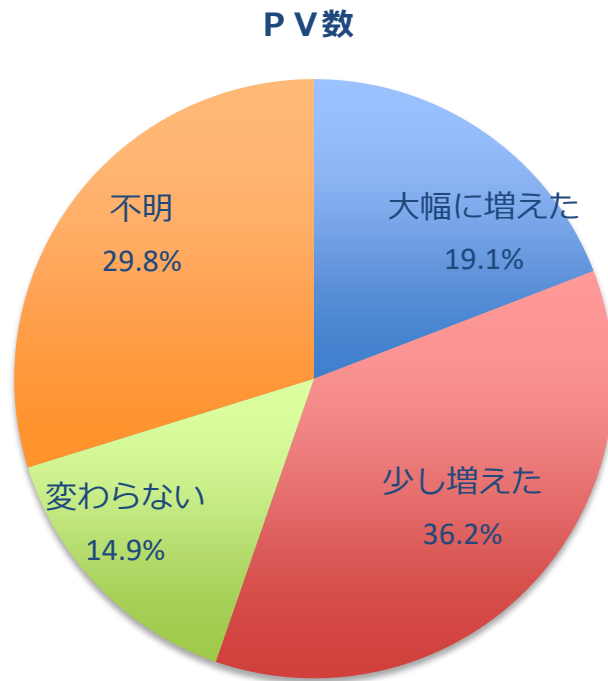
2-8 ホームステージング実施後成約するまでの平均期間であてはまる項目を選択ください



2.不動産売買

■不動産売買の事業をしている法人を対象とした調査

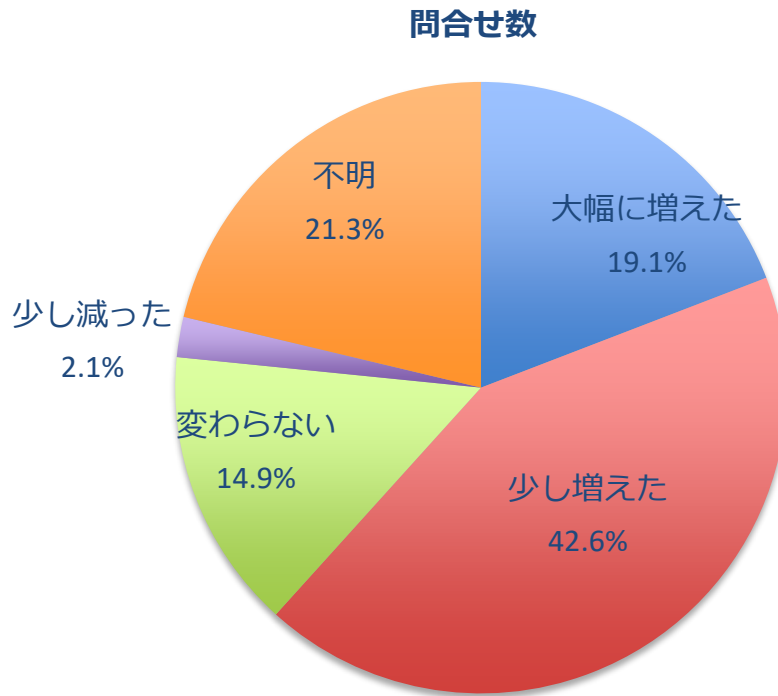
2-9-1 【ページビュー数：物件ページの閲覧数】ホームステージングによる影響ではまる項目を選択してください



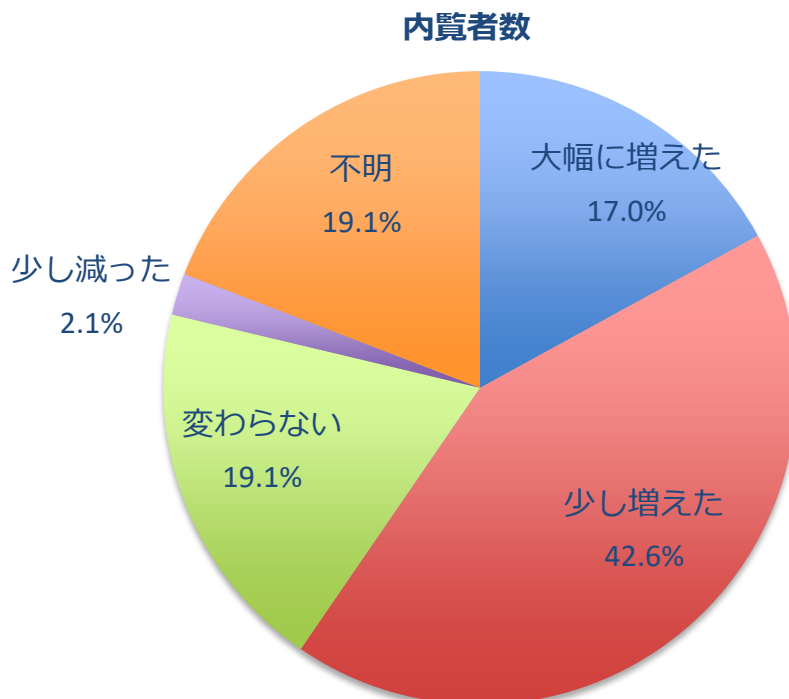
2.不動産売買

■不動産売買の事業をしている法人を対象とした調査

2-9-2 【問合せ数】ホームステージングによる影響であてはまる項目を選択してください



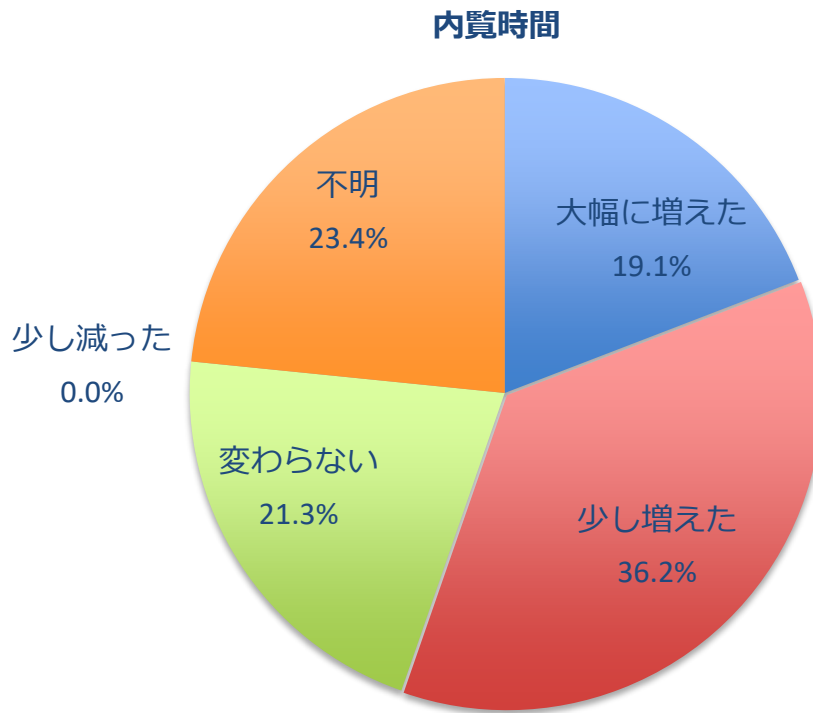
2-9-3 【内覧者数】ホームステージングによる影響であてはまる項目を選択してください



2.不動産売買

■不動産売買の事業をしている法人を対象とした調査

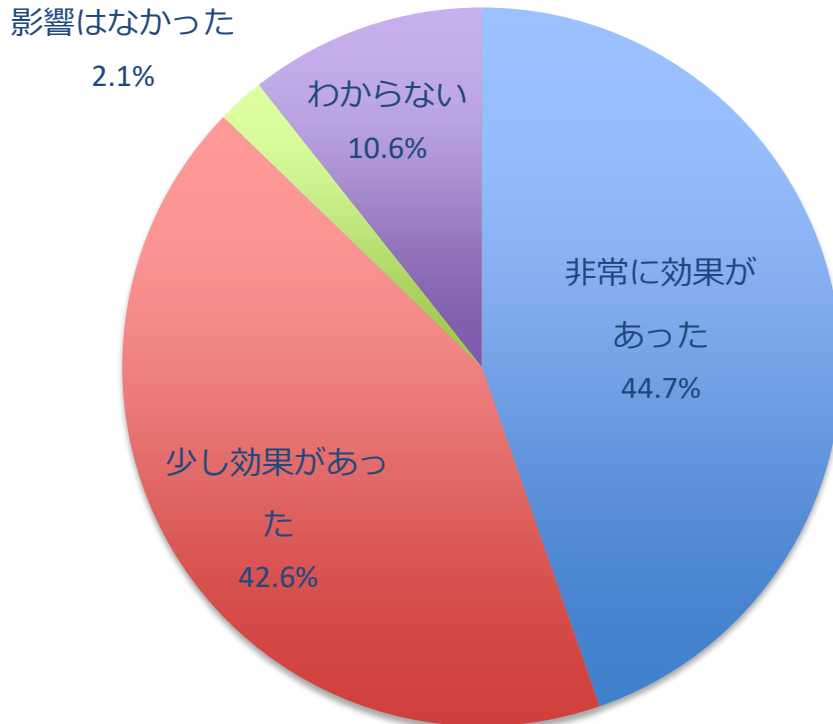
2-9-4 【内覧時間】ホームステージングによる影響であてはまる項目を選択してください



2.不動産売買

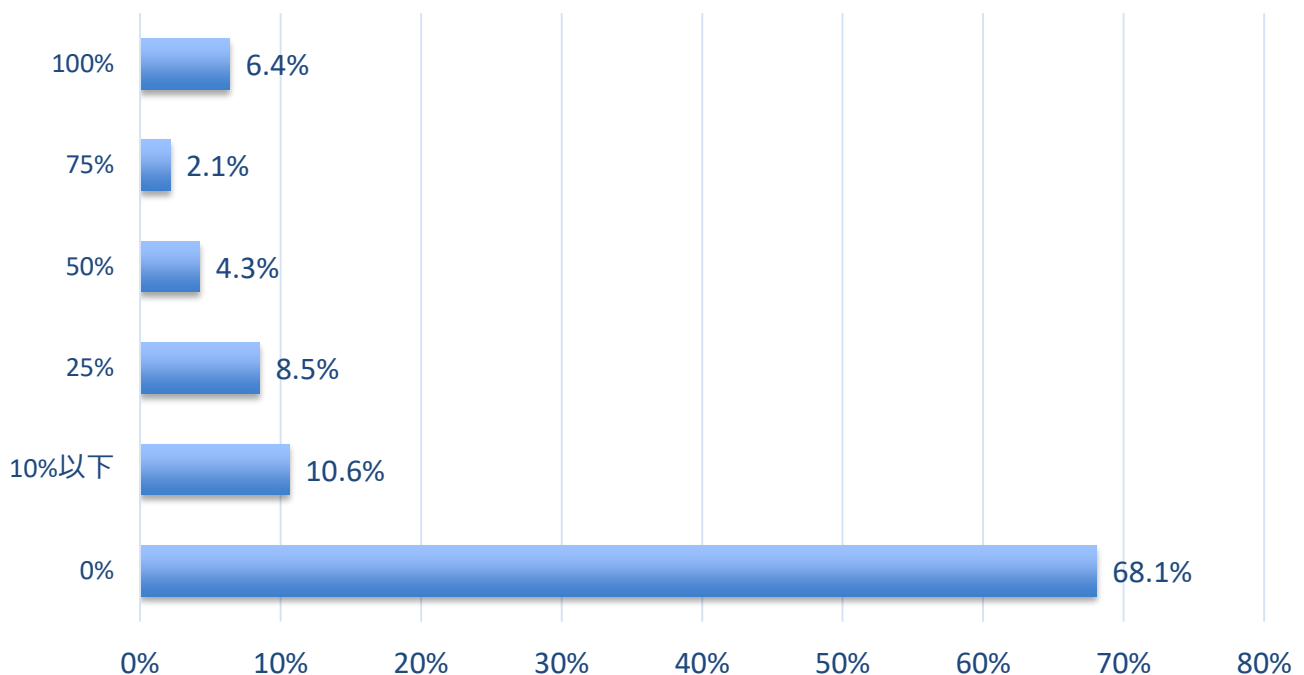
■不動産売買の事業をしている法人を対象とした調査

2-10 ホームステージングは効果があると思うか。あてはまる項目を選択してください



売買仲介の物件についても前回同様、ホームステージングの効果を多くの方が実感していることがわかる。

2-11 居住中ホームステージングを実施した割合であてはまる項目を選択してください (VRは除く)

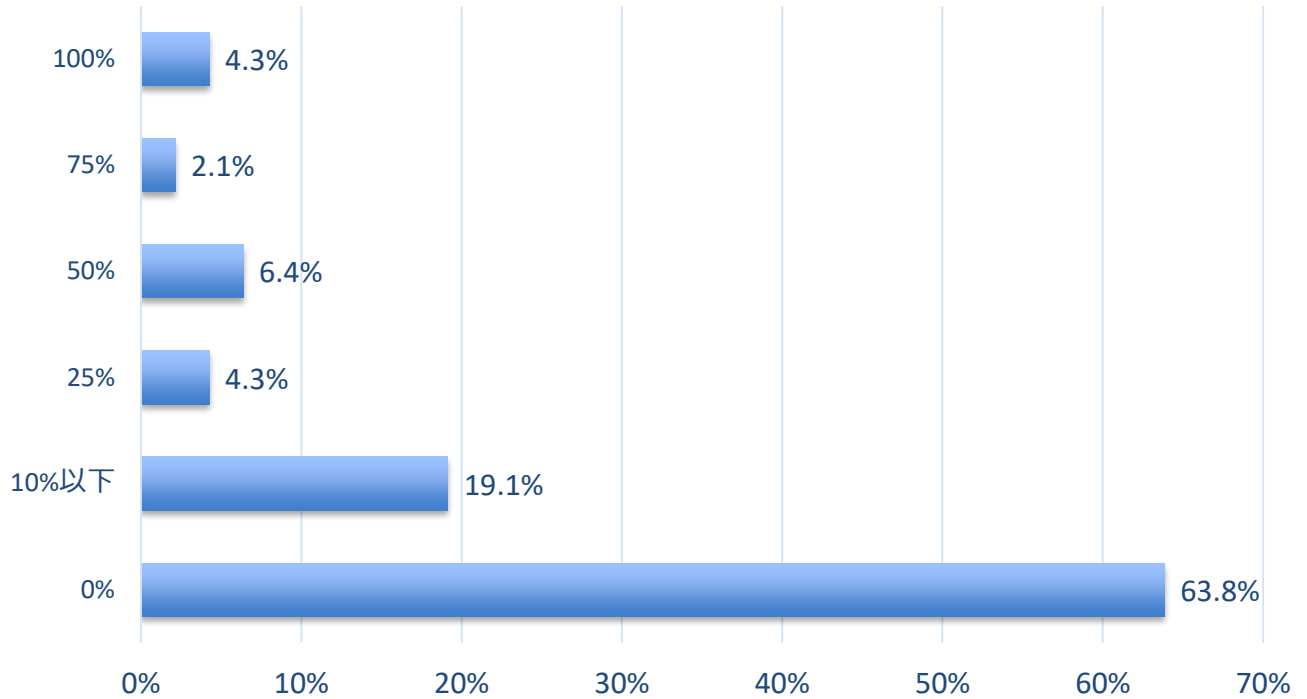


居住中の物件にホームステージングを実施することは、まだ一般的ではない。「住みながら自宅を売る」際のサービスとして、居住中ホームステージングの認知度が低いことが要因ではないかと推測される。

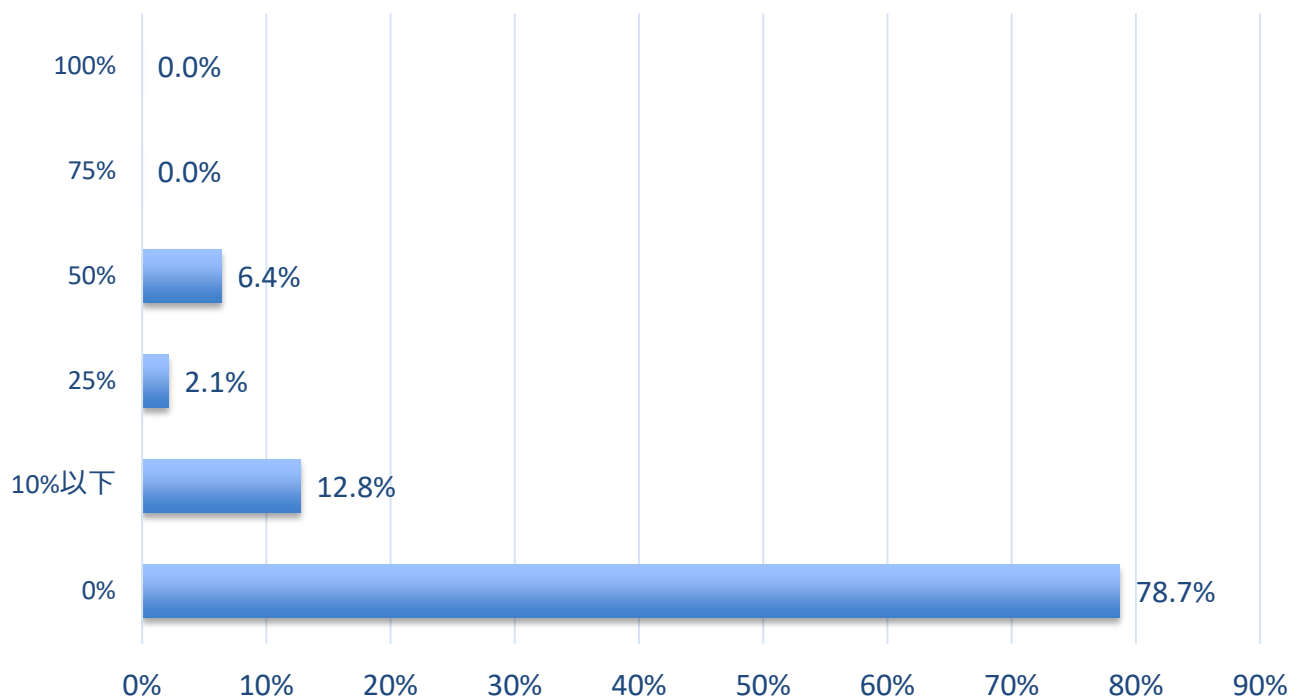
2.不動産売買

■不動産売買の事業をしている法人を対象とした調査

2-12 VRホームステージングの物件の割合であてはまる項目を選択してください



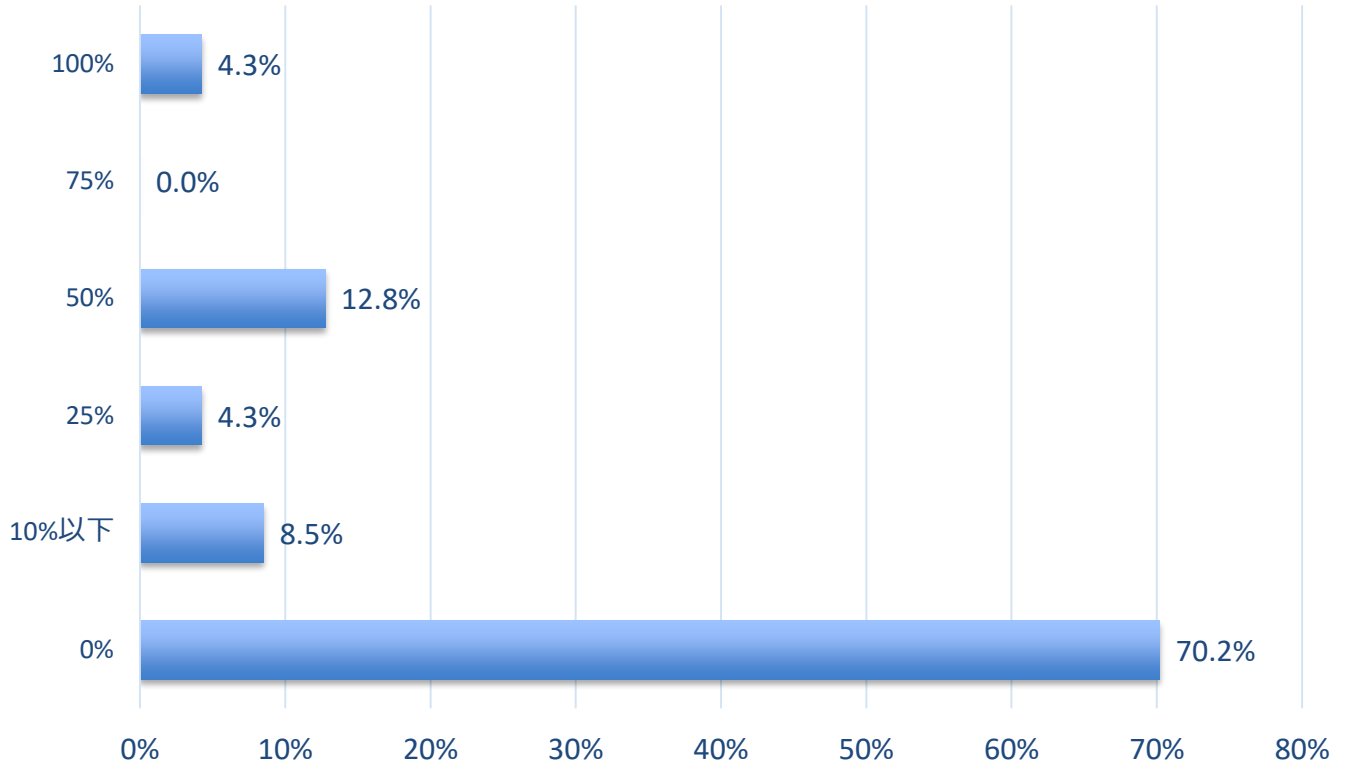
2-13 VRホームステージングで家具消しをしている物件の割合であてはまる項目を選択してください



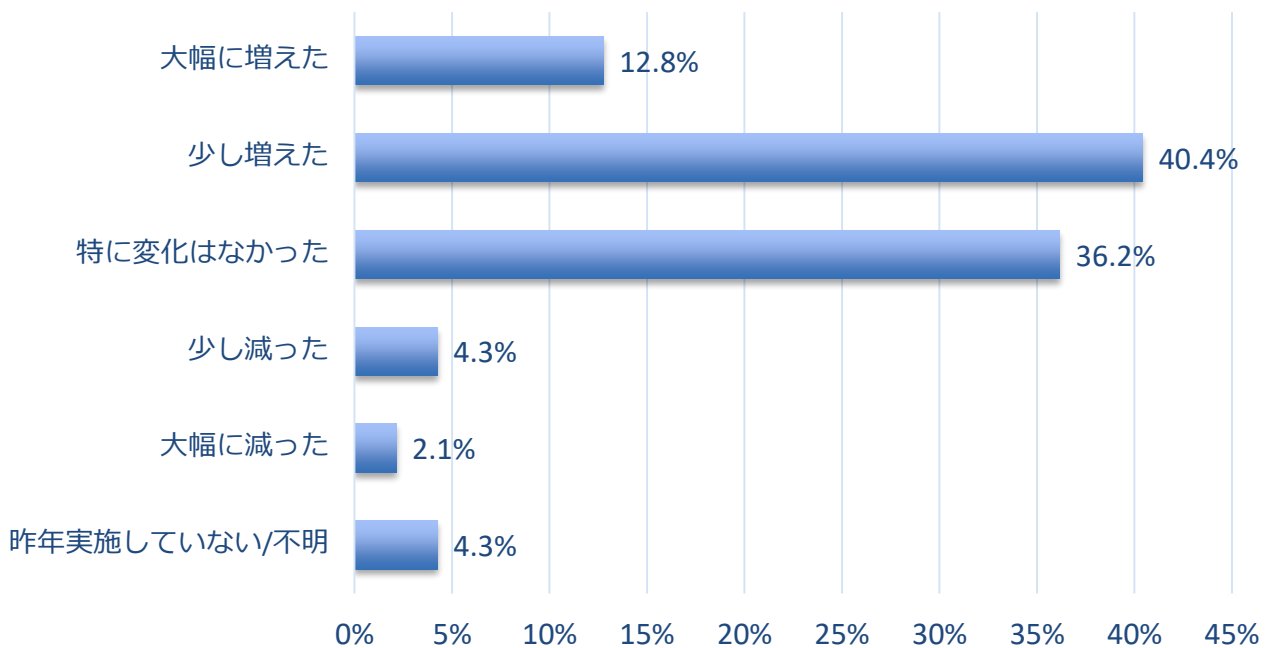
2.不動産売買

■不動産売買の事業をしている法人を対象とした調査

2-14 ホームステージングの3D動画を行っている割合であてはまる項目を選択してください



2-15 昨年に比べてホームステージングの実施件数の変化はありましたか？あてはまる項目を選択してください

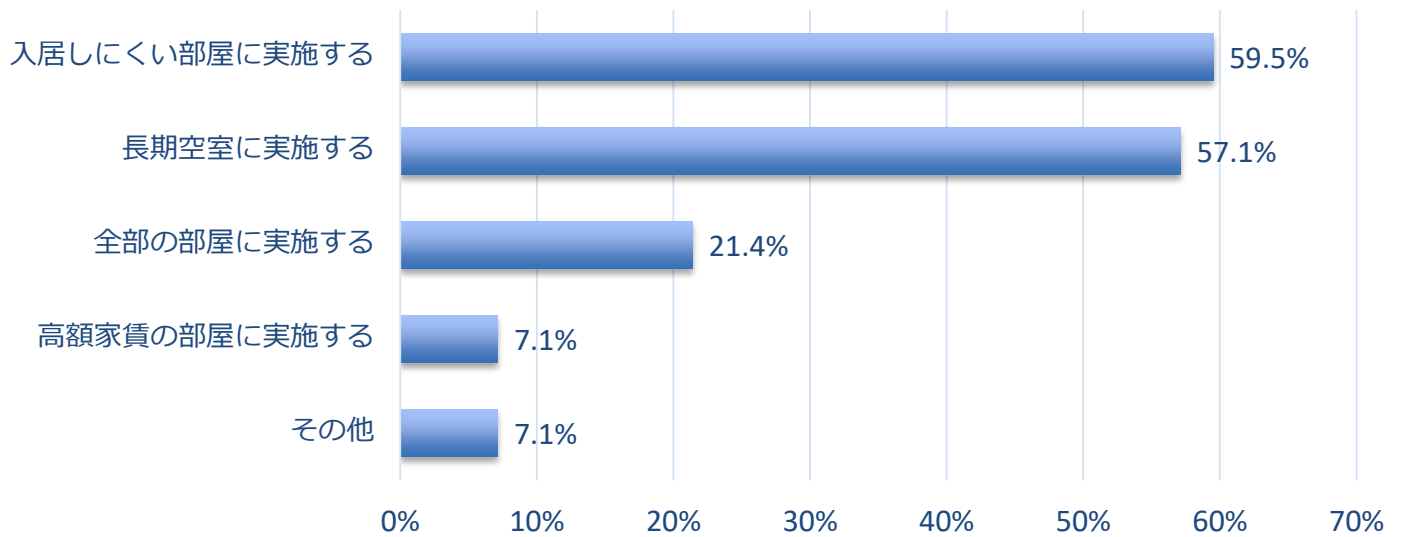




3.不動産賃貸

■不動産賃貸の事業をしている法人を対象とした調査

3-1 ホームステージングを実施する基準についてあてはまるものを選択してください (複数回答)

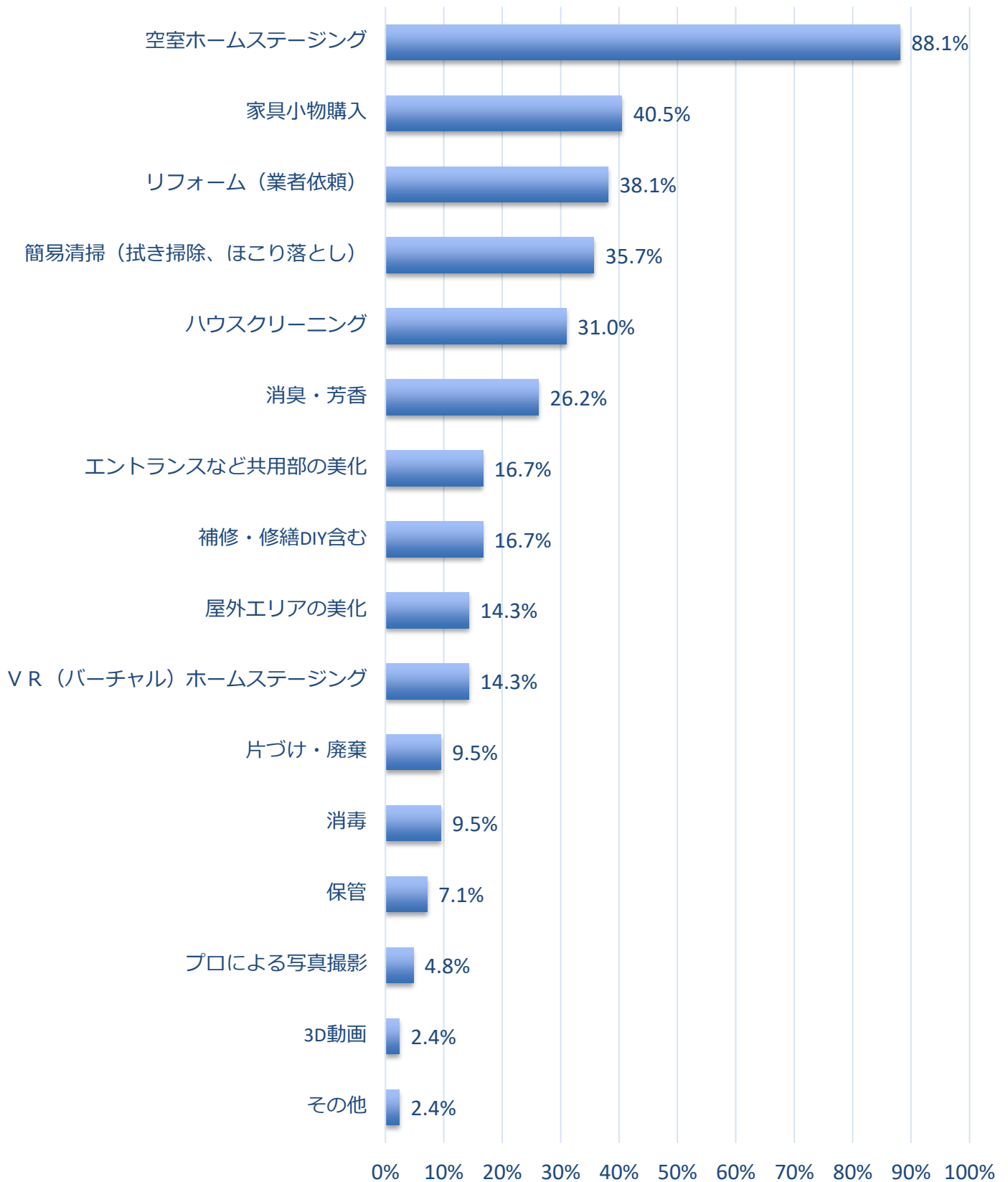




3.不動産賃貸

■不動産賃貸の事業をしている法人を対象とした調査

3-2 実施しているサービスを選択してください（複数回答）

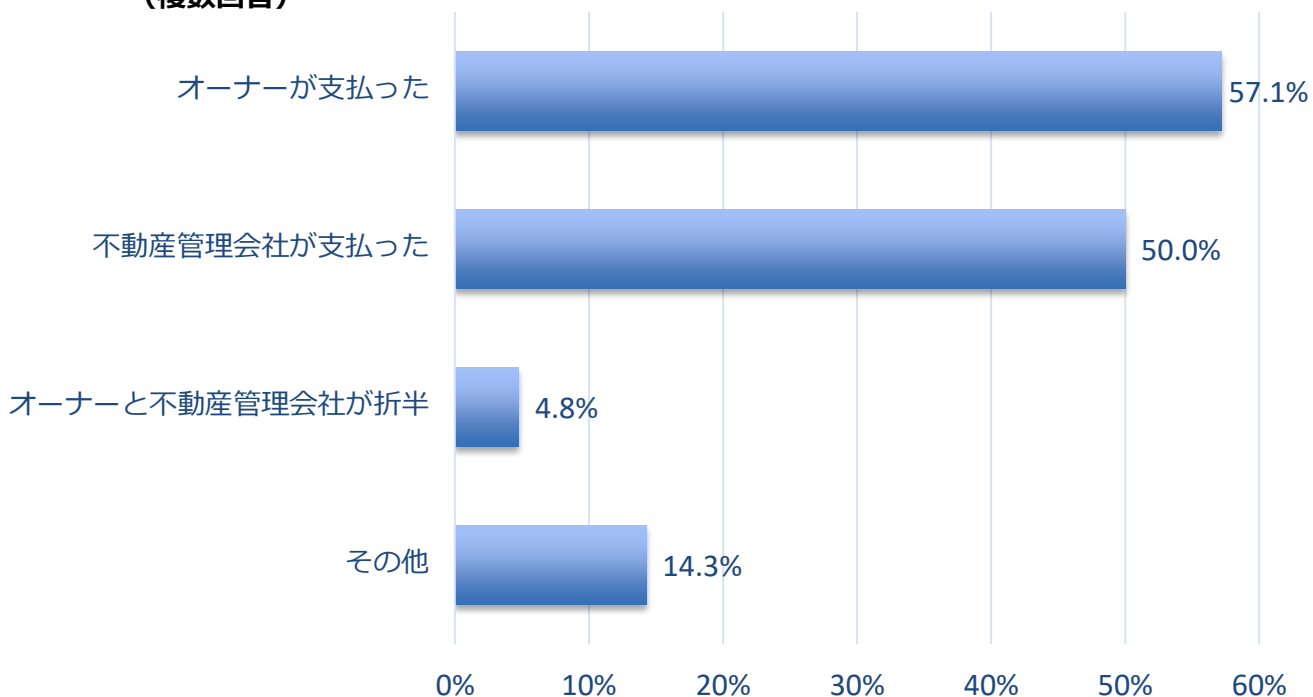




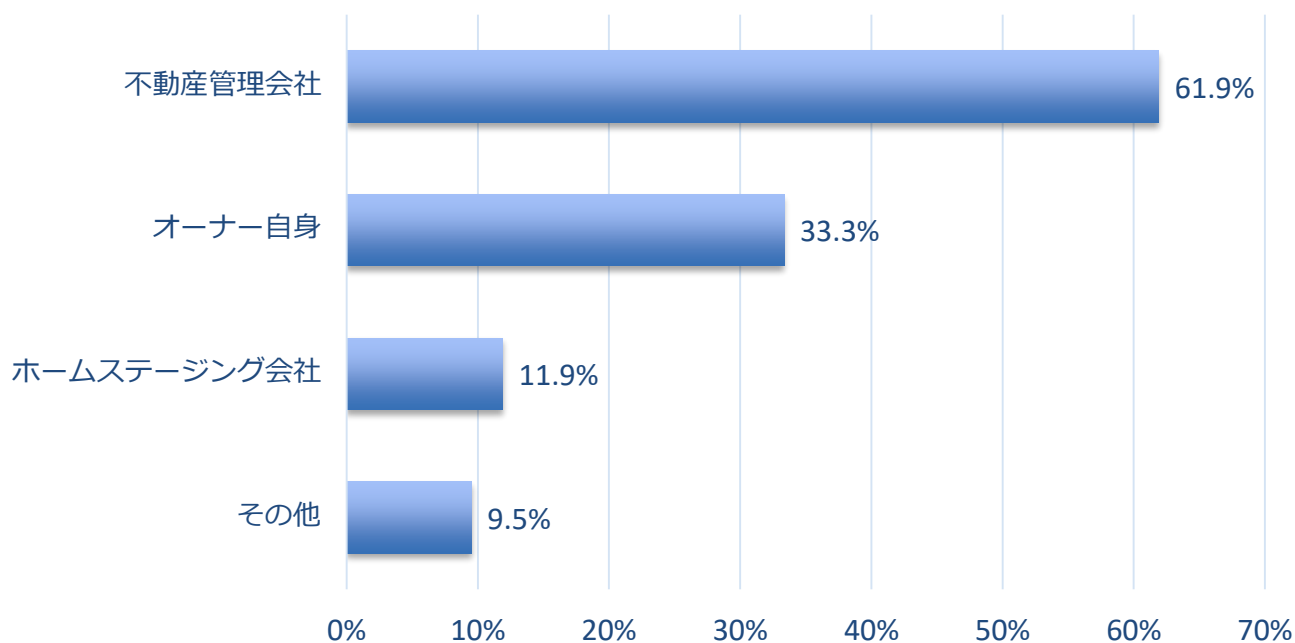
3.不動産賃貸

■不動産賃貸の事業をしている法人を対象とした調査

3-3 ホームステージング費用は誰がどのように支払いましたか？あてはまる項目を選択してください（複数回答）



3-4 ホームステージングをしたのは誰ですか？あてはまる項目を選択してください（複数回答）



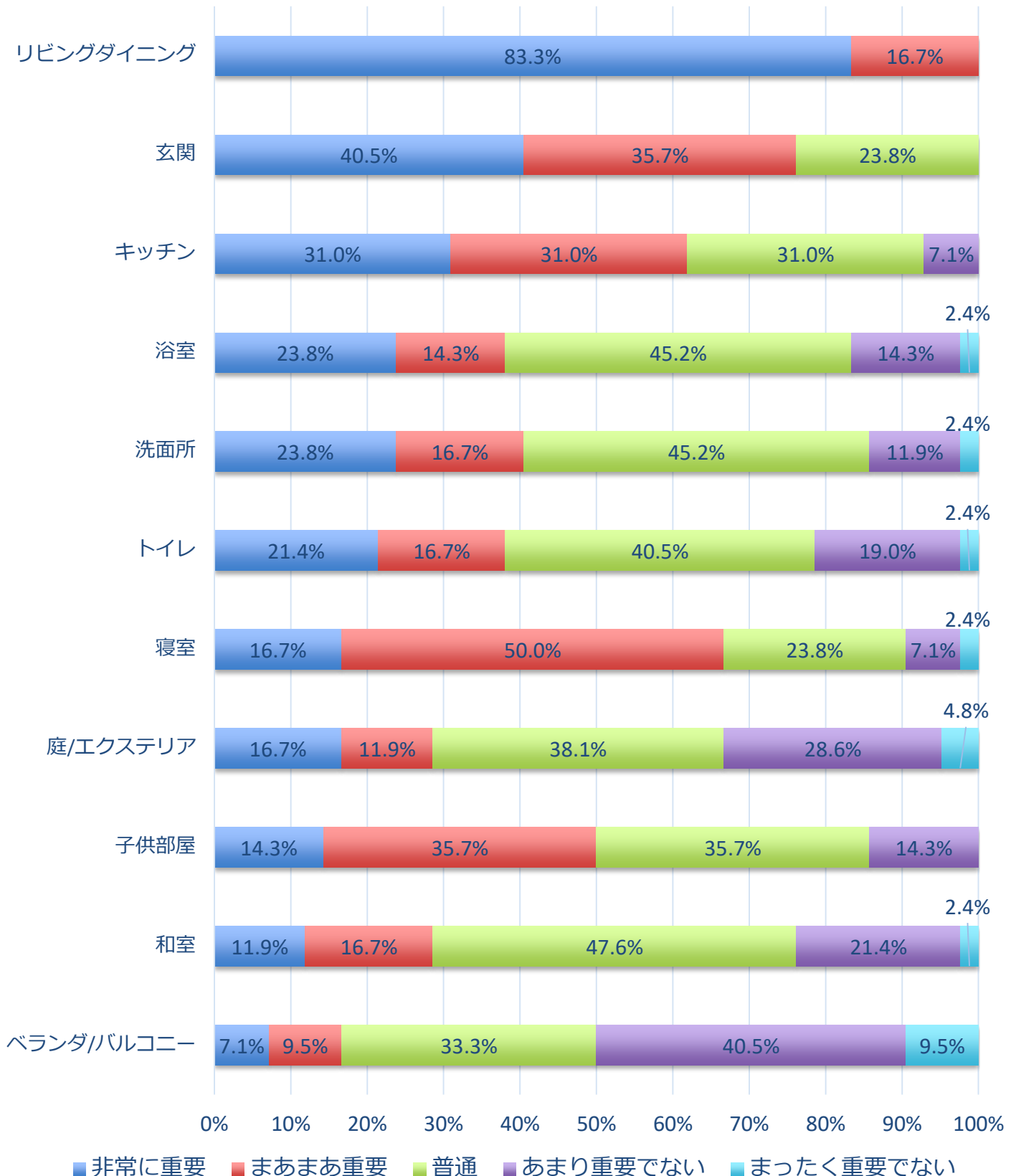
昨年と比較して、不動産管理会社がホームステージングをしている数値が約12%増加し、オーナー自身は約10%減少した。また、ホームステージング会社は約6%増加している。



3.不動産賃貸

■不動産賃貸の事業をしている法人を対象とした調査

3-5 ホームステージングする場所の重要度であてはまる項目を選択してください

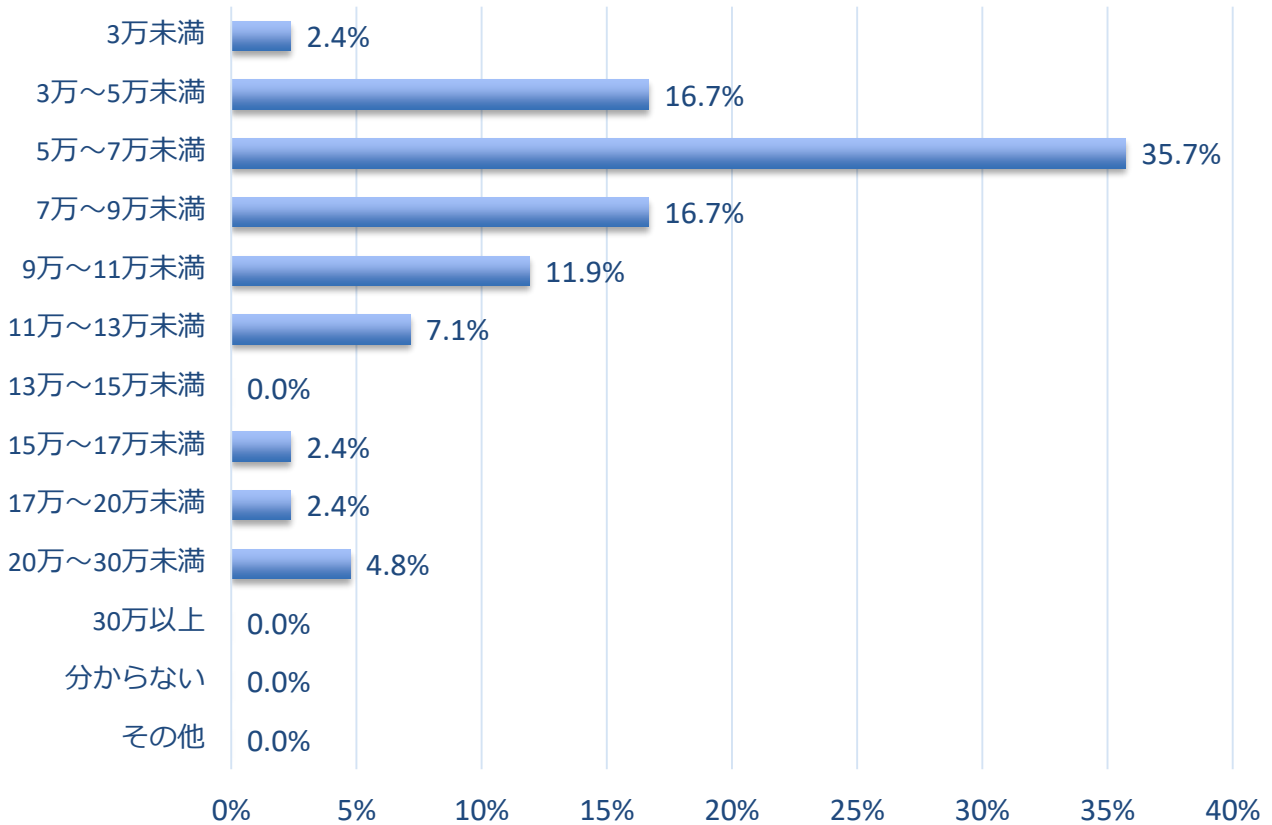




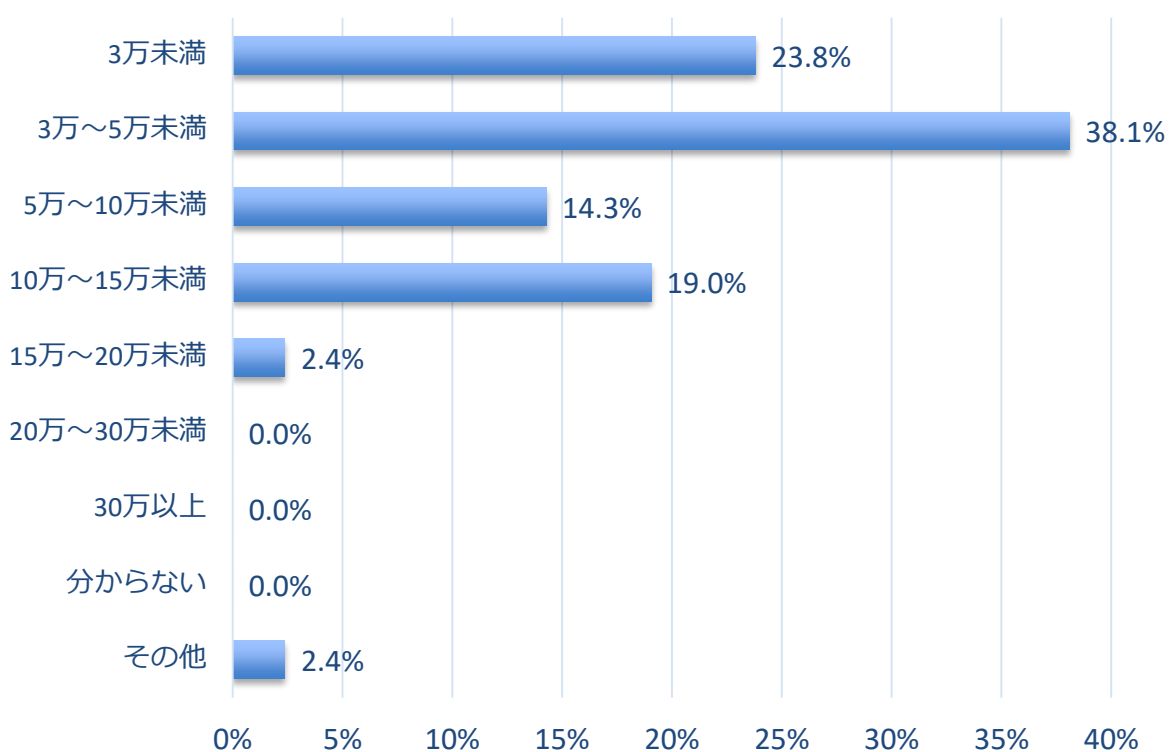
3.不動産賃貸

■不動産賃貸の事業をしている法人を対象とした調査

3-6 家賃の平均金額に近い数字を選択してください



3-7 ホームステージングにかけた経費のおおよその金額に近い数字を選択してください

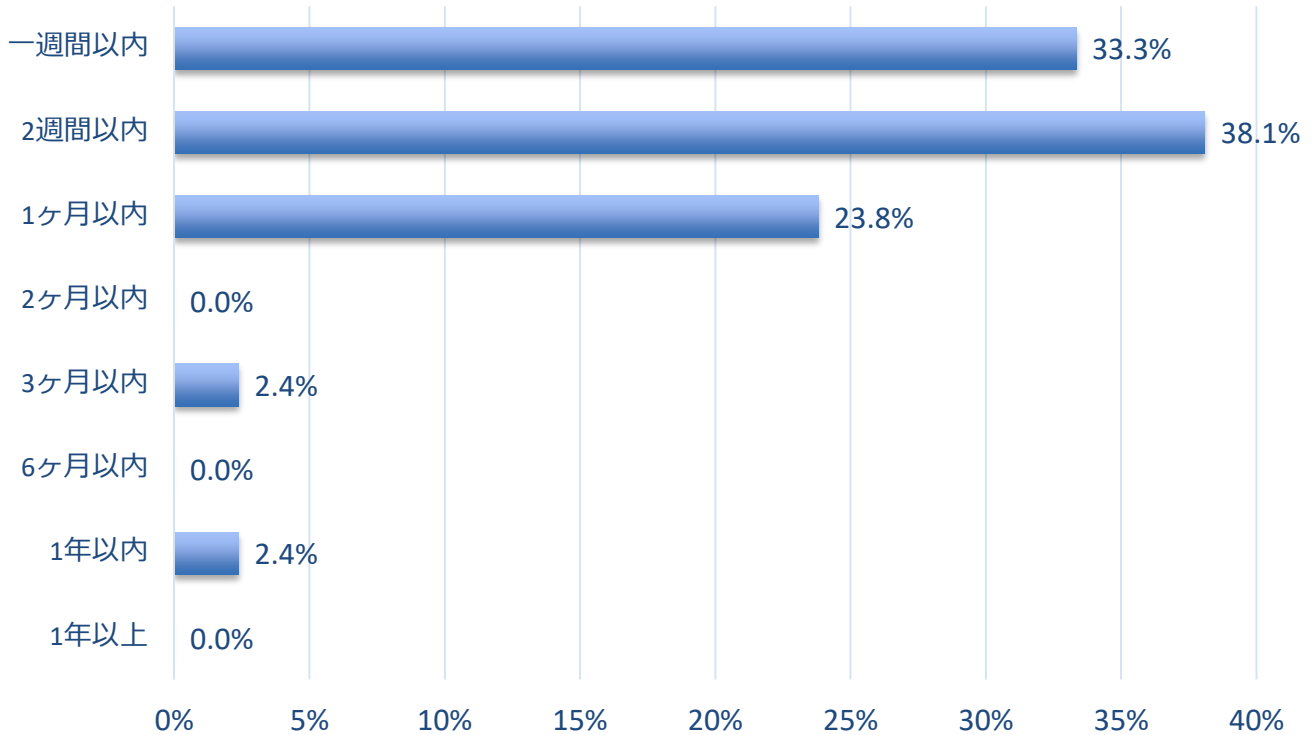




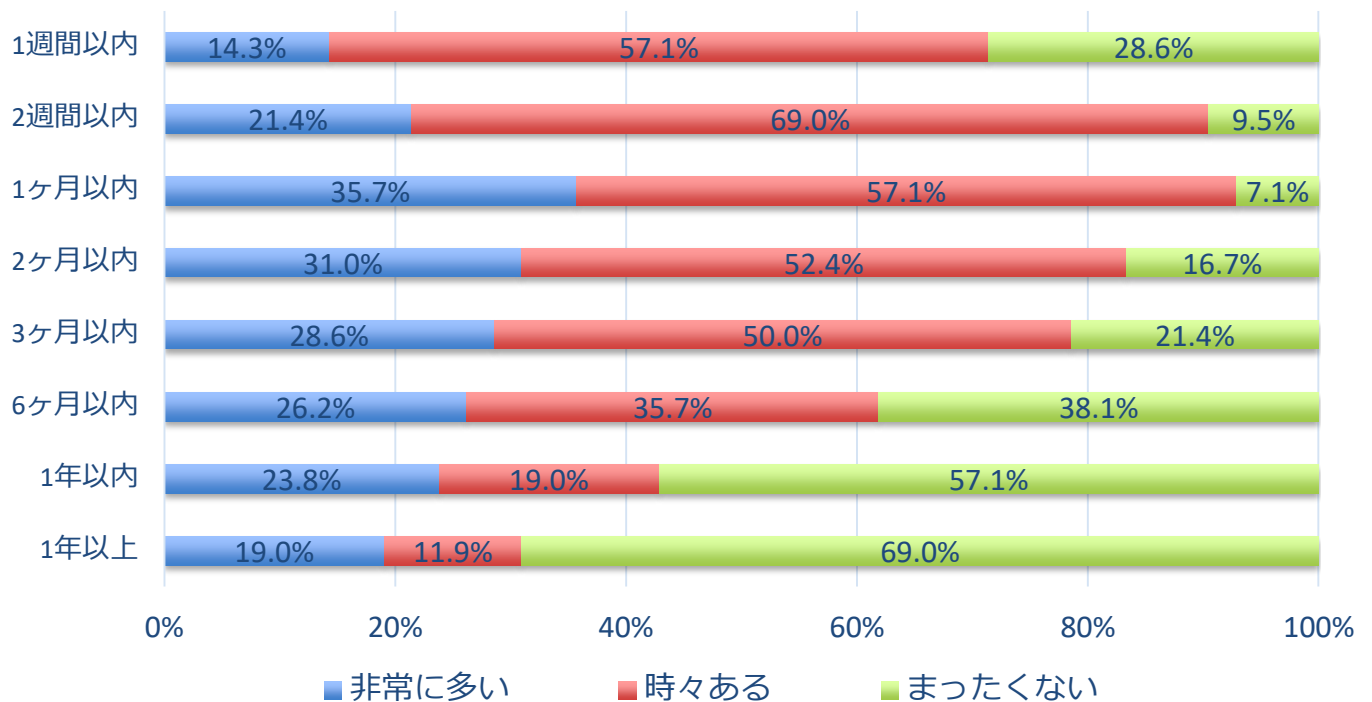
3.不動産賃貸

■不動産賃貸の事業をしている法人を対象とした調査

3-8 ホームステージングできる状態になってから実施するまでのおおよその期間を1つ選択してください



3-9 ホームステージング実施後成約するまでの平均期間であてはまる項目を選択ください



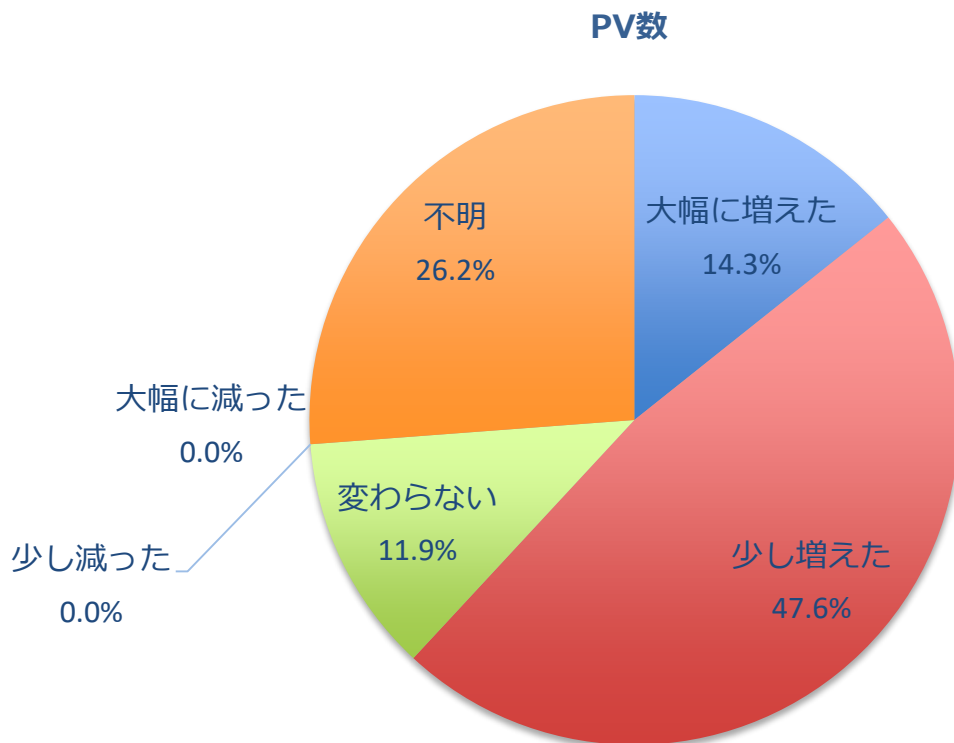
前回の調査結果とほぼ同じ数値となっている。「非常に多い」「時々ある」を含めると1ヶ月以内、2週間以内、2ヶ月の順で成約しているという回答が一番多かった。



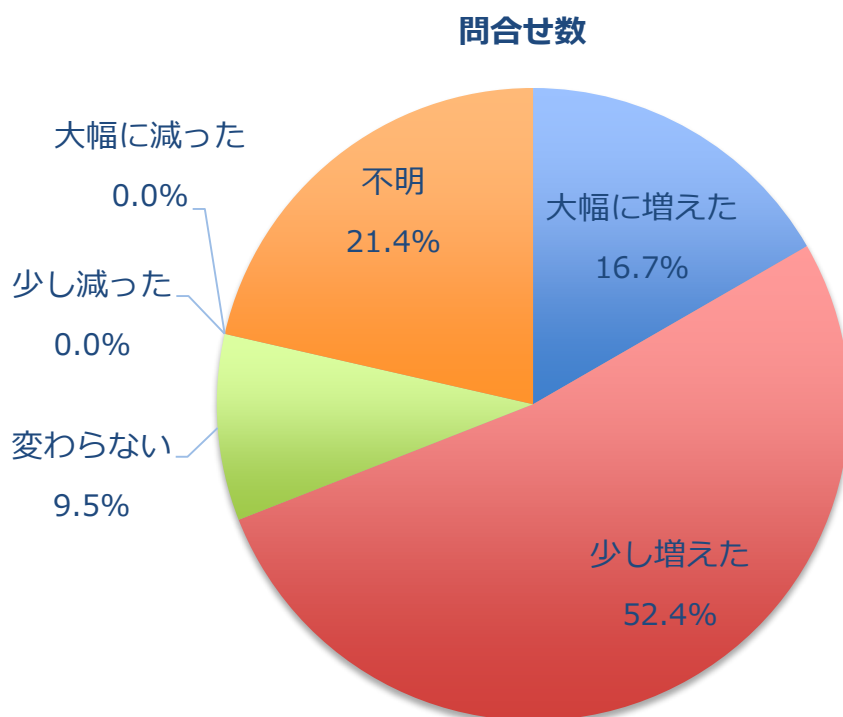
3.不動産賃貸

■不動産賃貸の事業をしている法人を対象とした調査

3-10-1 【ページビュー数：物件ページの閲覧数】 ホームステージングによる影響であてはまる項目を選択してください



3-10-2 【問合せ数】 ホームステージングによる影響であてはまる項目を選択してください

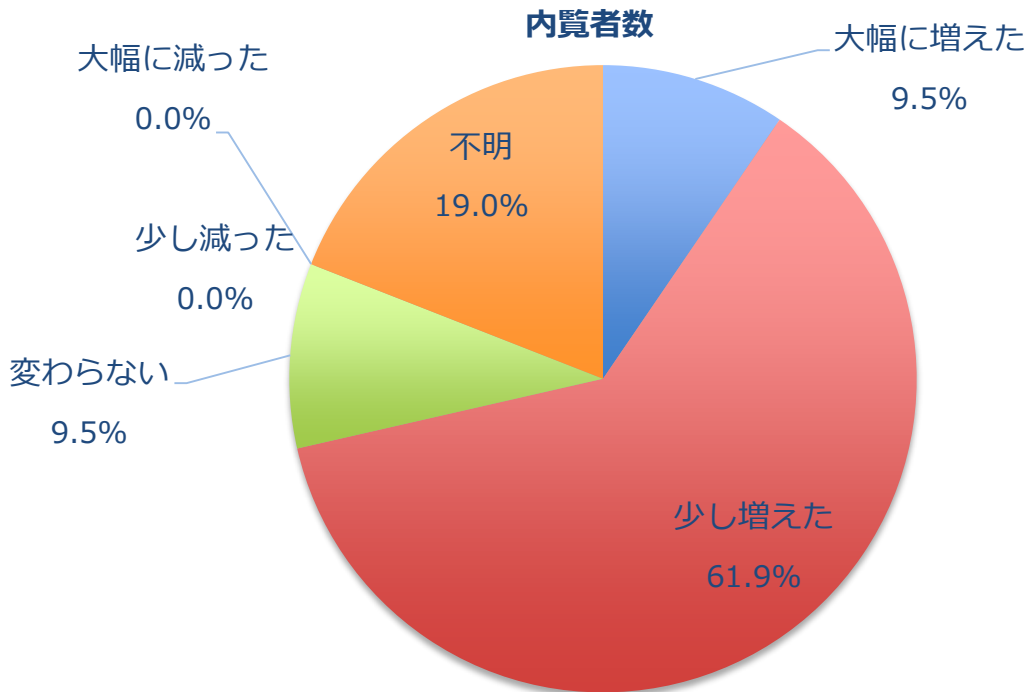




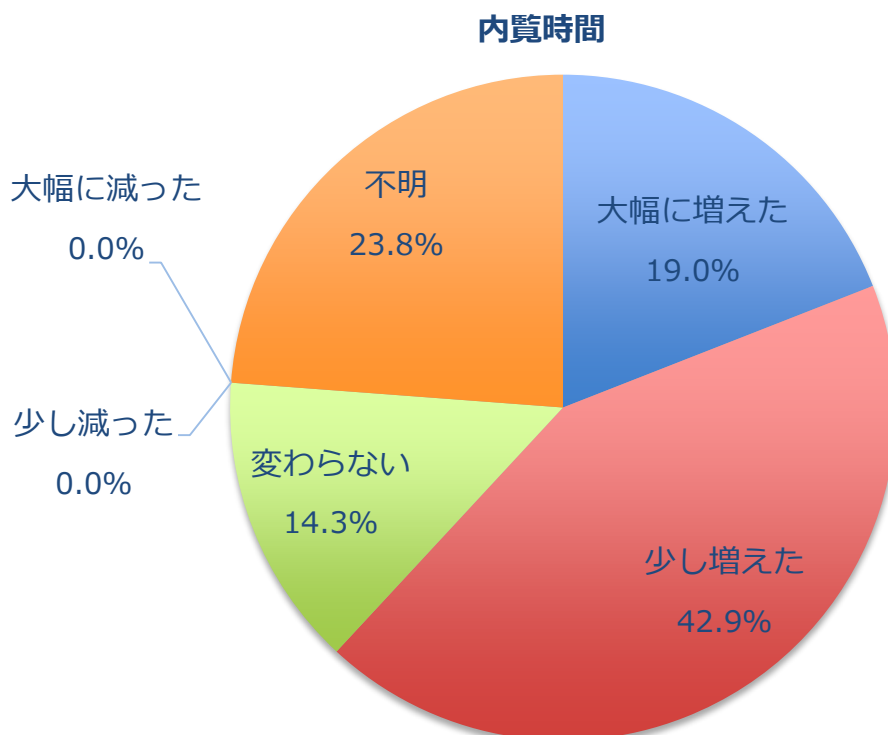
3.不動産賃貸

■不動産賃貸の事業をしている法人を対象とした調査

3-10-3 【内覧者数】 ホームステージングによる影響であてはまる項目を選択してください



3-10-4 【内覧時間】 ホームステージングによる影響であてはまる項目を選択してください

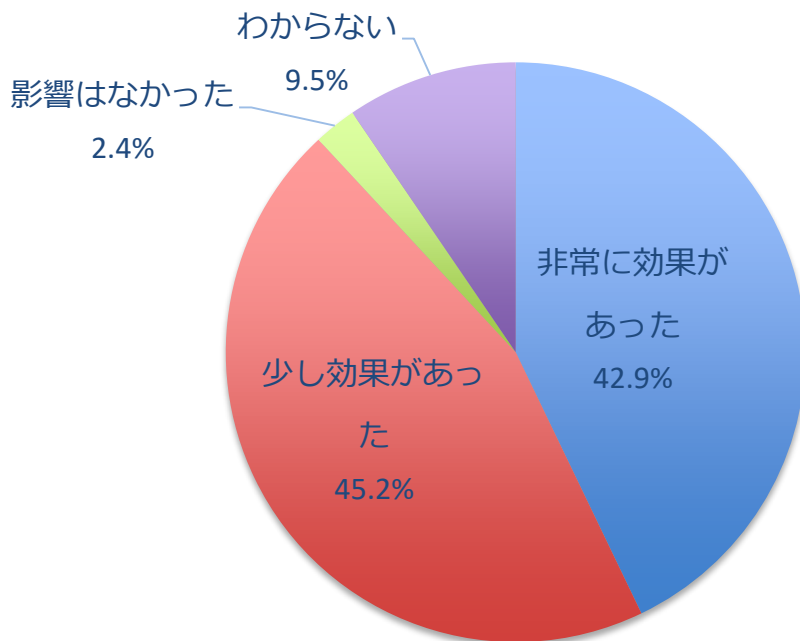




3.不動産賃貸

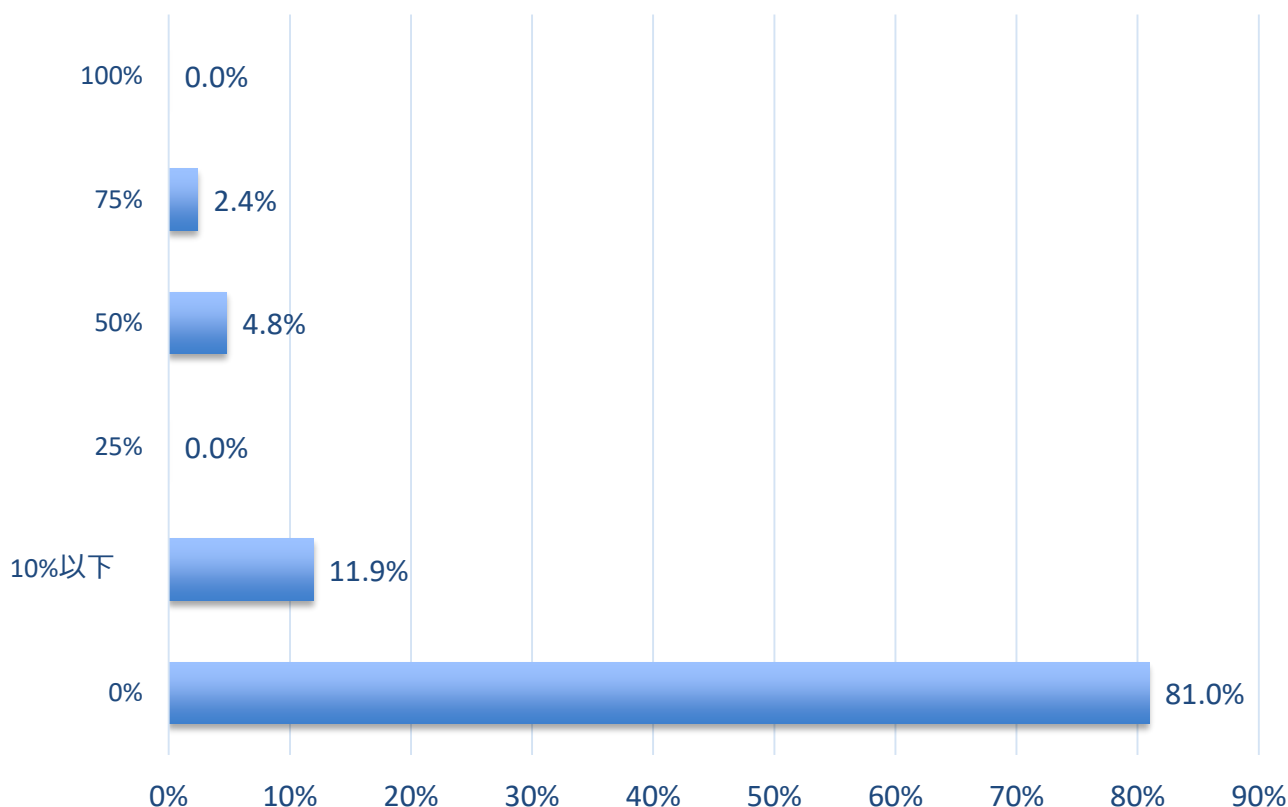
■不動産賃貸の事業をしている法人を対象とした調査

3-11 ホームステージングは効果があると思うか。あてはまる項目を選択してください



賃貸におけるホームステージングの効果については、昨年同様効果を実感してもらっているホームステージングの影響はなかったという回答も昨年4.5%から2.4%に減少している。

3-12 VRホームステージングの物件の割合であてはまる項目を選択してください

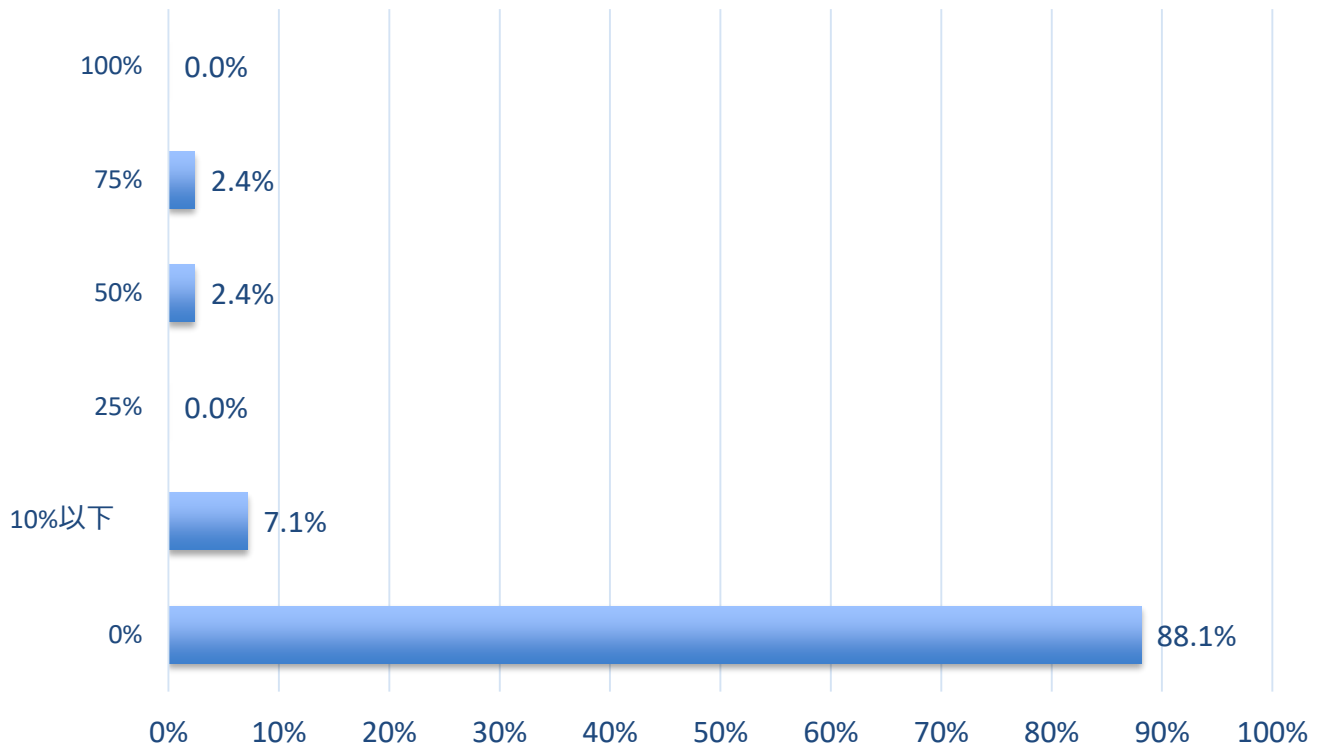




3.不動産賃貸

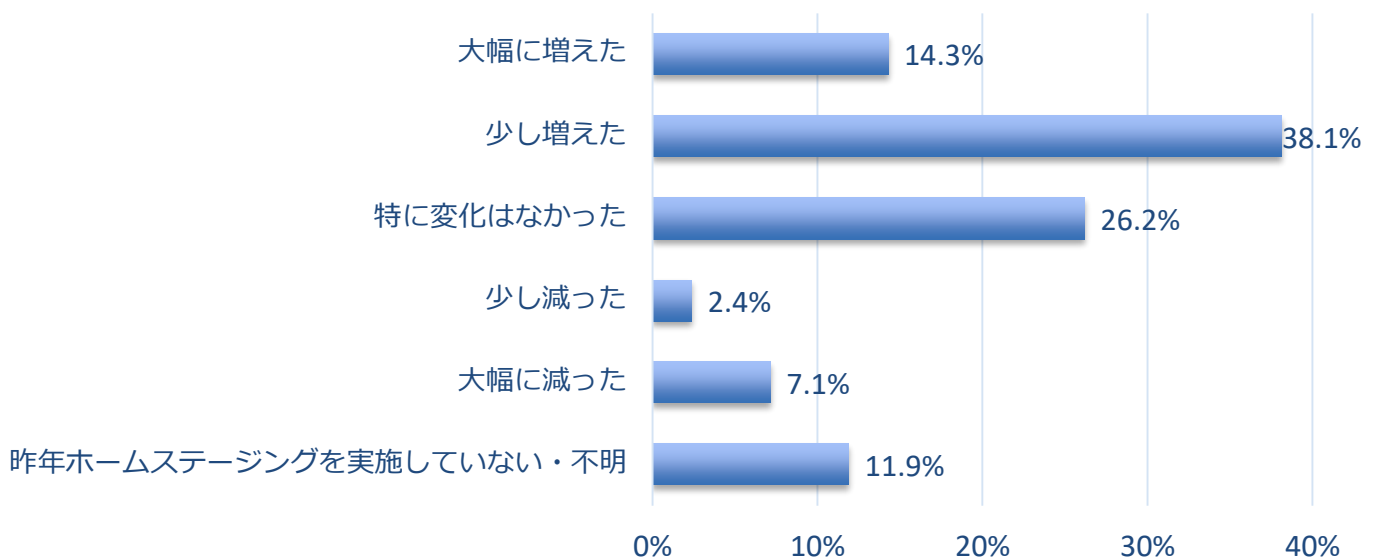
■不動産賃貸の事業をしている法人を対象とした調査

3-13 ホームステージングの3D動画を行っている割合であてはまる項目を選択してください



賃貸物件にVRや3D動画を実施している会社はまだ少数となっている

3-14 昨年に比べてホームステージングの実施件数の変化はありましたか？あてはまる項目を選択してください

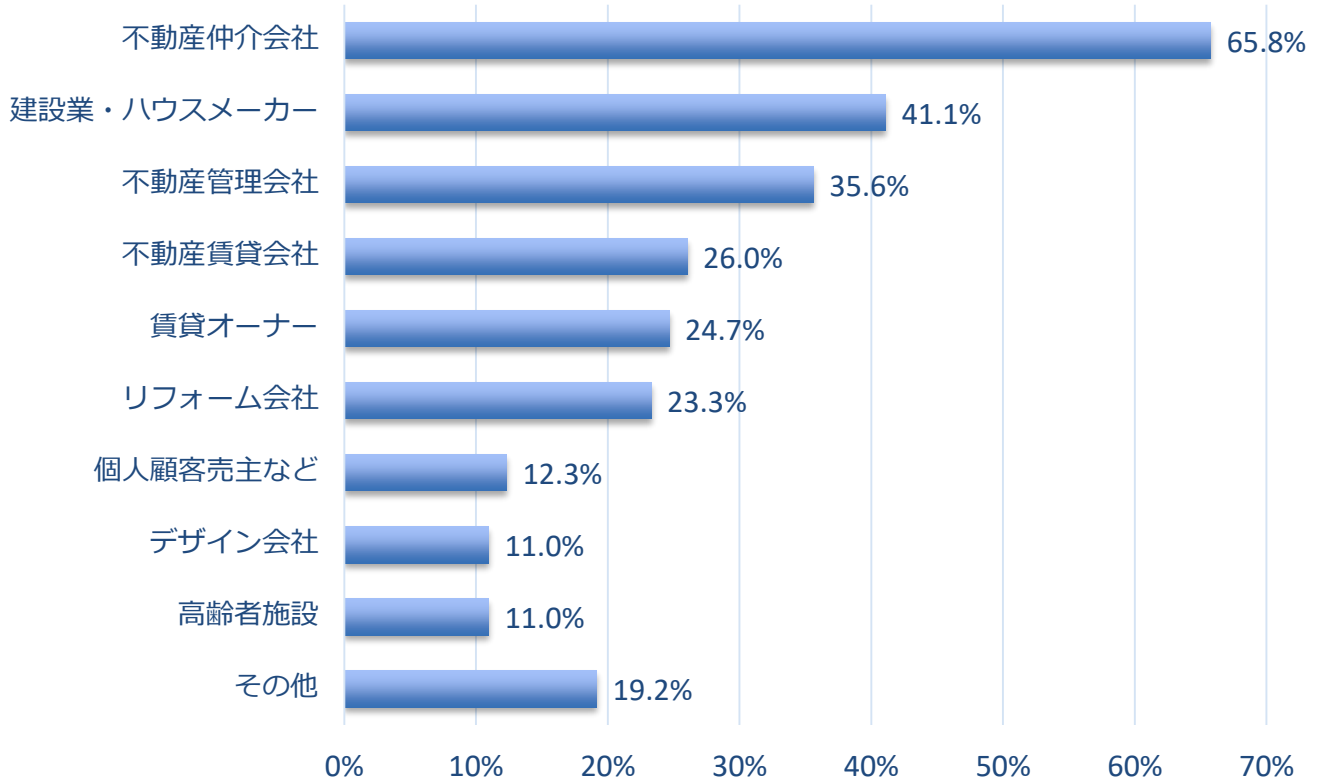


コロナ禍でも、賃貸物件のホームステージングの実施件数は増えている。大幅に増えた、少し増えたを合わせると52.4%となり、一方、少し減った、大幅に減ったを合わせると9.5%となっている。

4.ホームステージング業

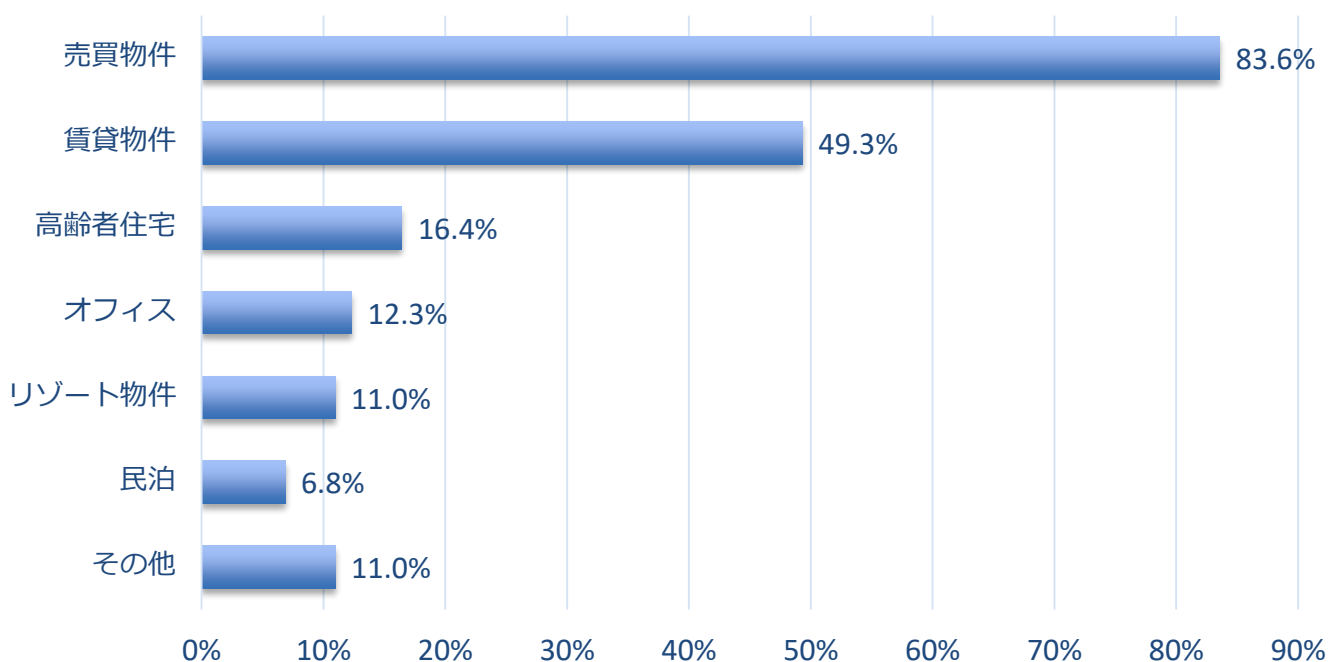
■ホームステージングの実務をしている法人を対象とした調査

4-1 ホームステージングの依頼元であてはまる項目を選択してください（複数回答）



その他の回答は買取再販会社、家具販売会社、撮影会社、店舗オーナーなど

4-2 ホームステージングする物件であてはまる項目を選択してください（複数回答）

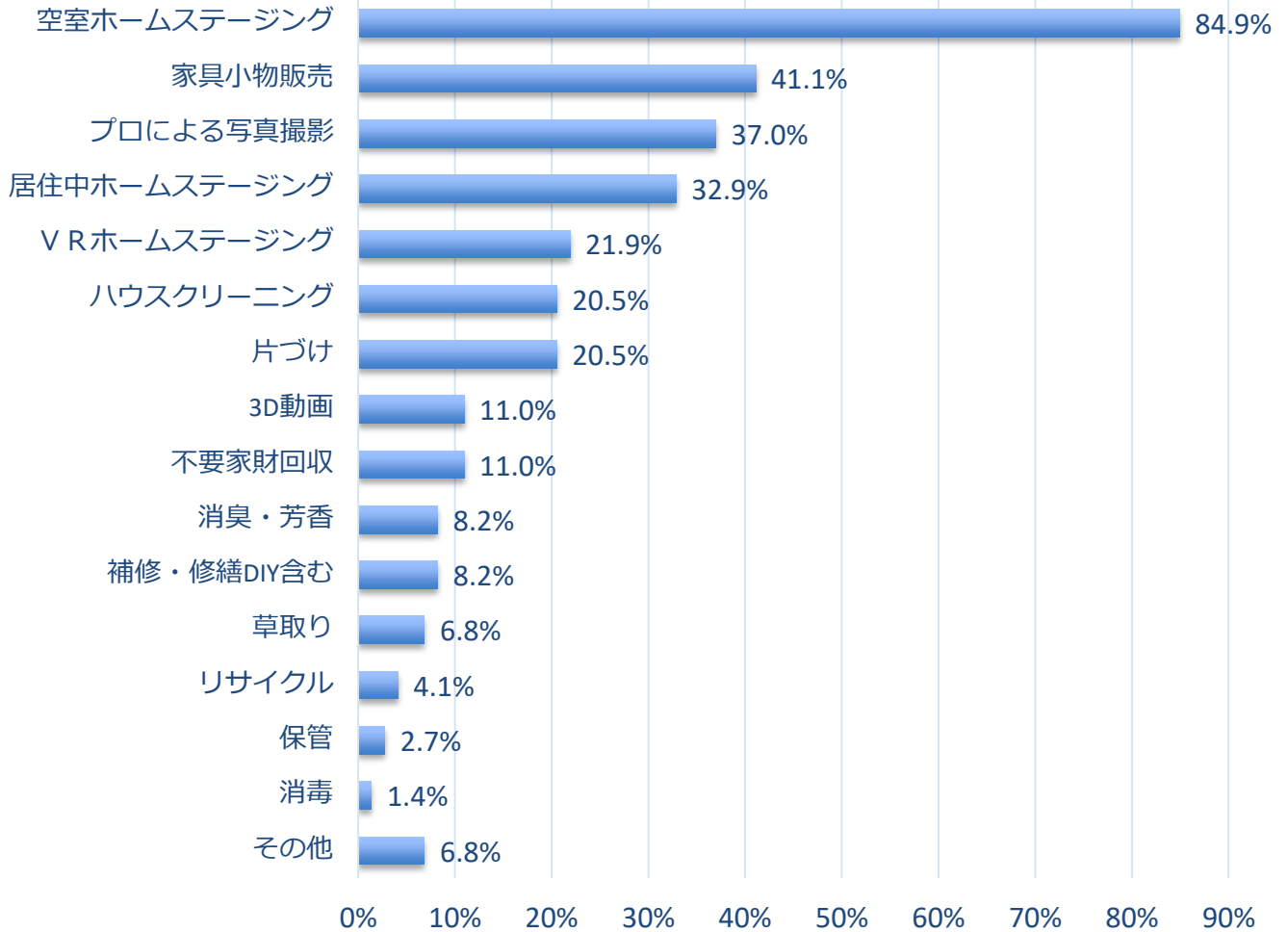


その他の回答はレンタルスペース、店舗、新築マンション物件のショールーム

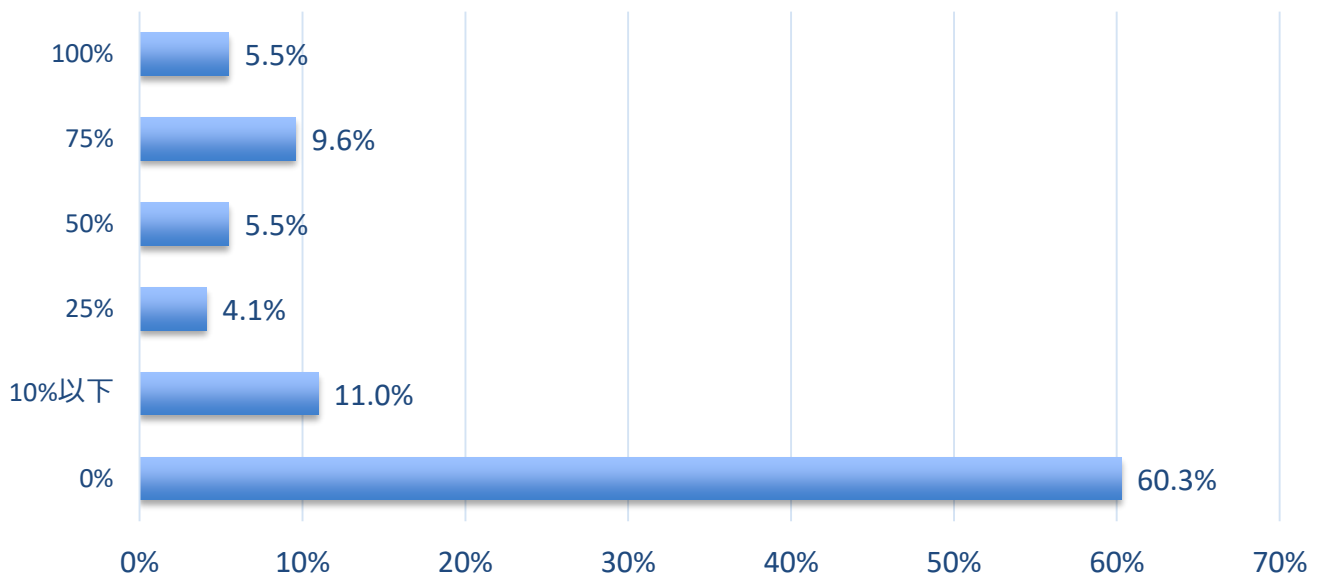
4.ホームステージング業

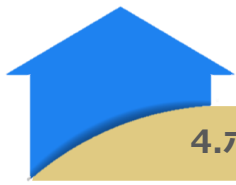
■ホームステージングの実務をしている法人を対象とした調査

4-3 実施しているサービスを選択してください（複数回答）



4-4 居住中ホームステージングを実施した割合ではまる項目を選択してください

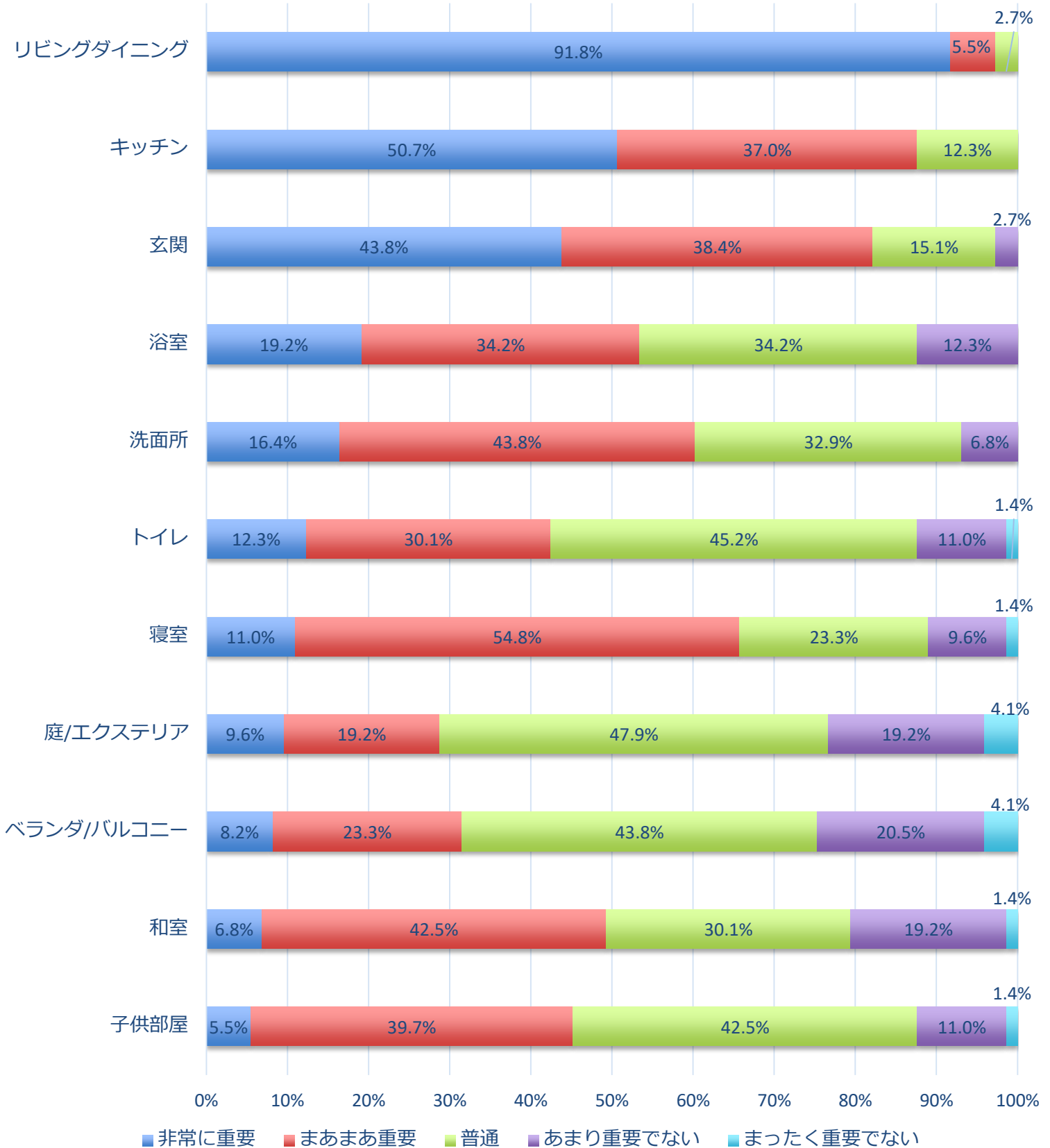




4.ホームステージング業

■ホームステージングの実務をしている法人を対象とした調査

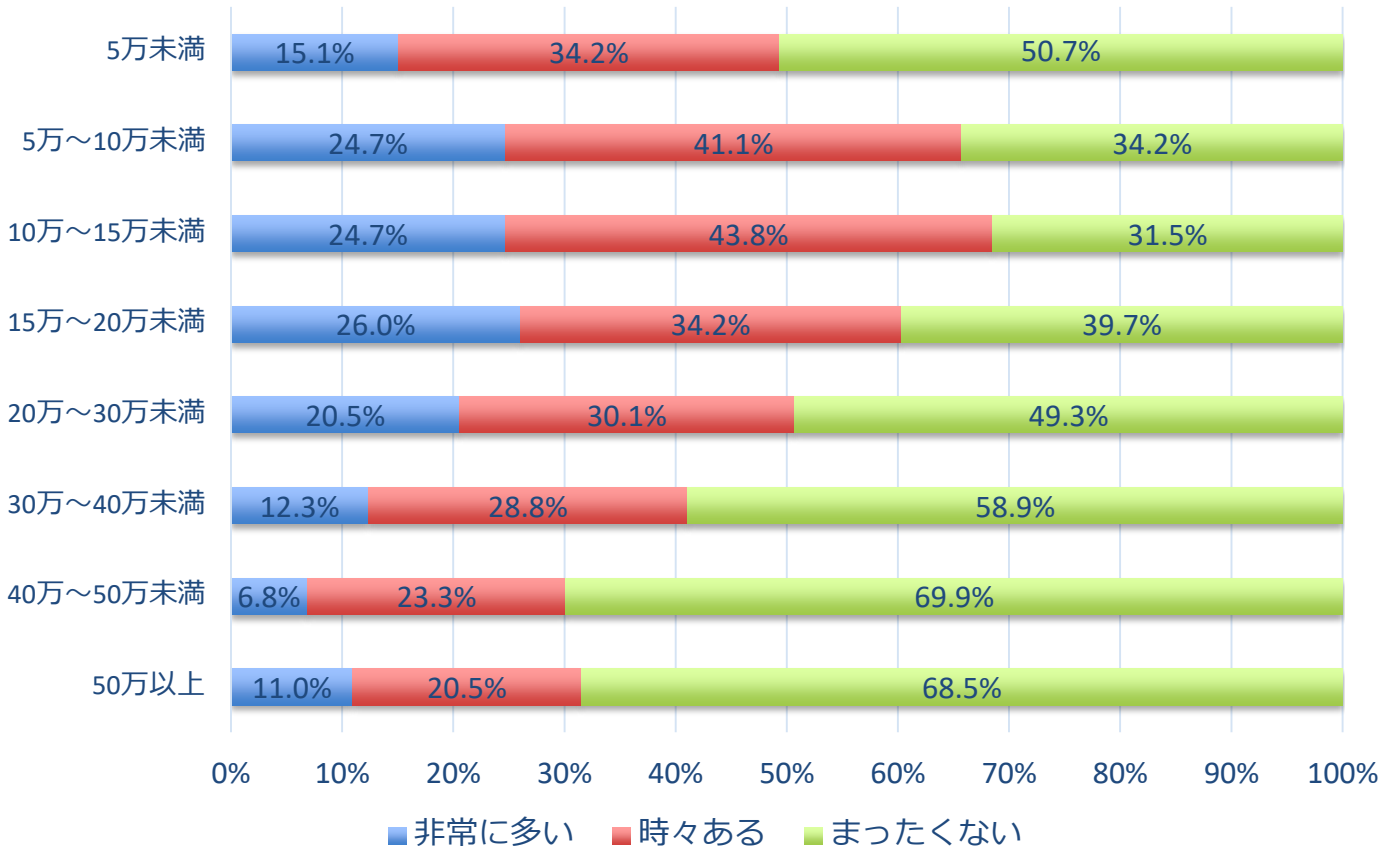
4-5 ホームステージングする場所の重要度ではまる項目を選択してください



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を対象とした調査

4-6 ホームステージングサービス料金のおおよその金額であてはまる項目を選択してください



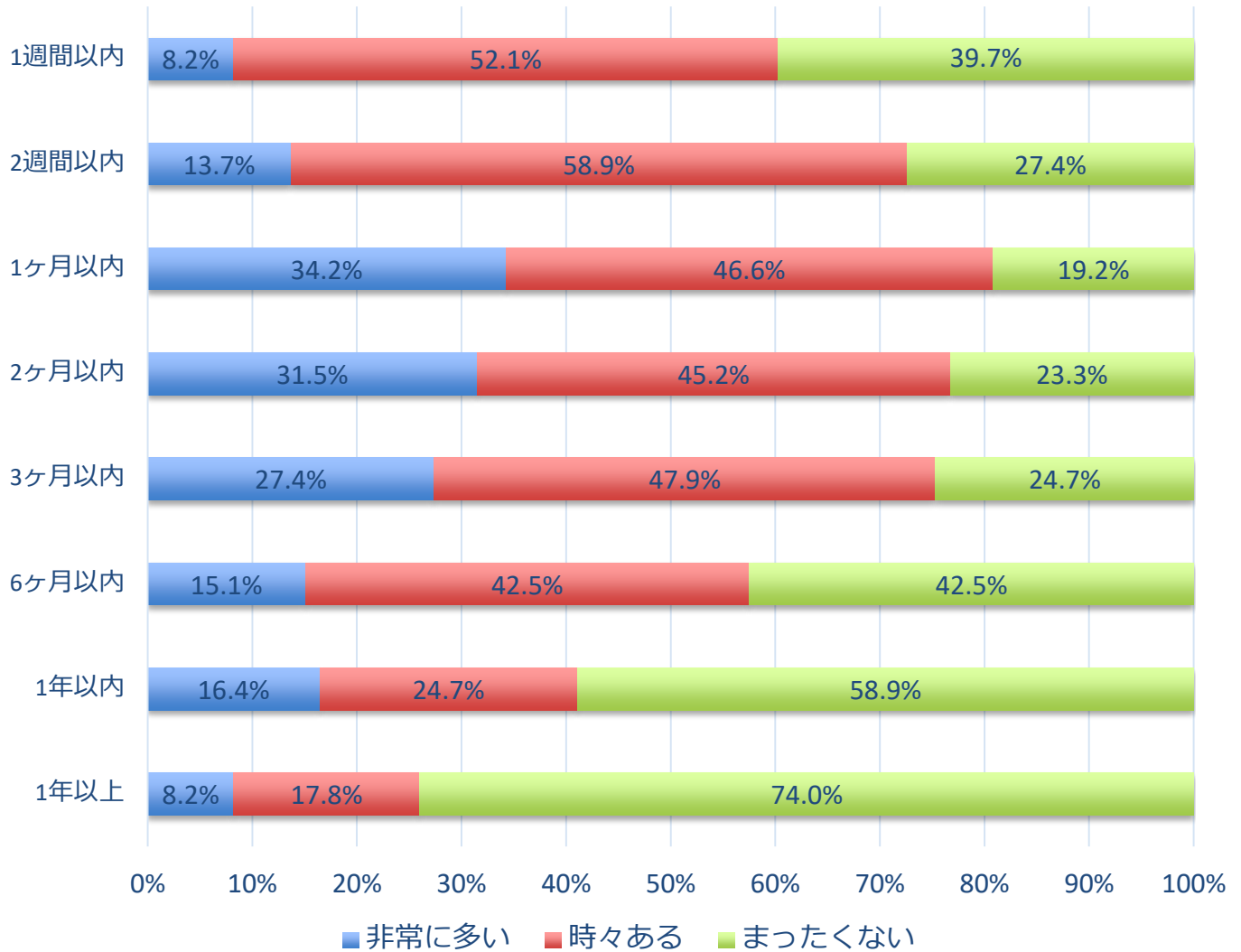
前回のホームステージング料金については、5万～10万未満が一番多かったが、今回は10万～15万未満が一番多くなっている、また、非常に多いという項目では、15万～20万未満と前回よりもホームステージングの料金が上がっている。

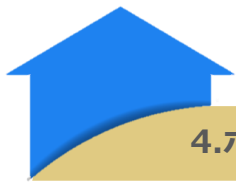


4.ホームステージング業

■ホームステージングの実務をしている法人を対象とした調査

4-7 ホームステージング実施後成約するまでの平均期間であてはまる項目を選択ください

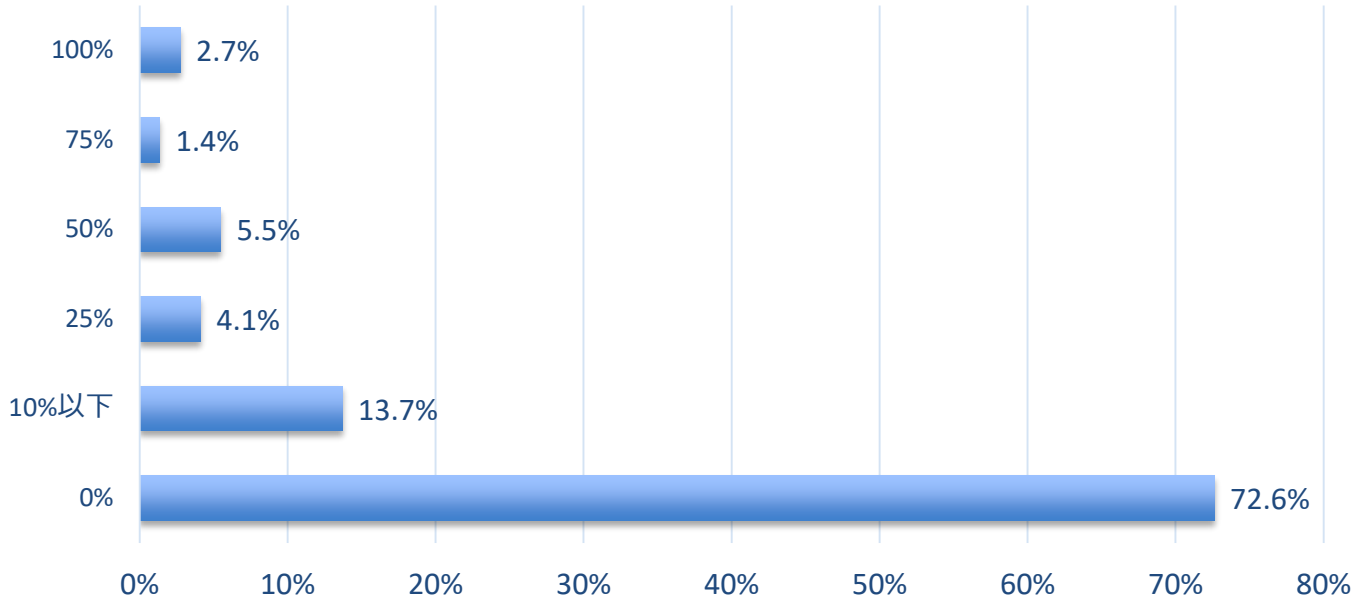




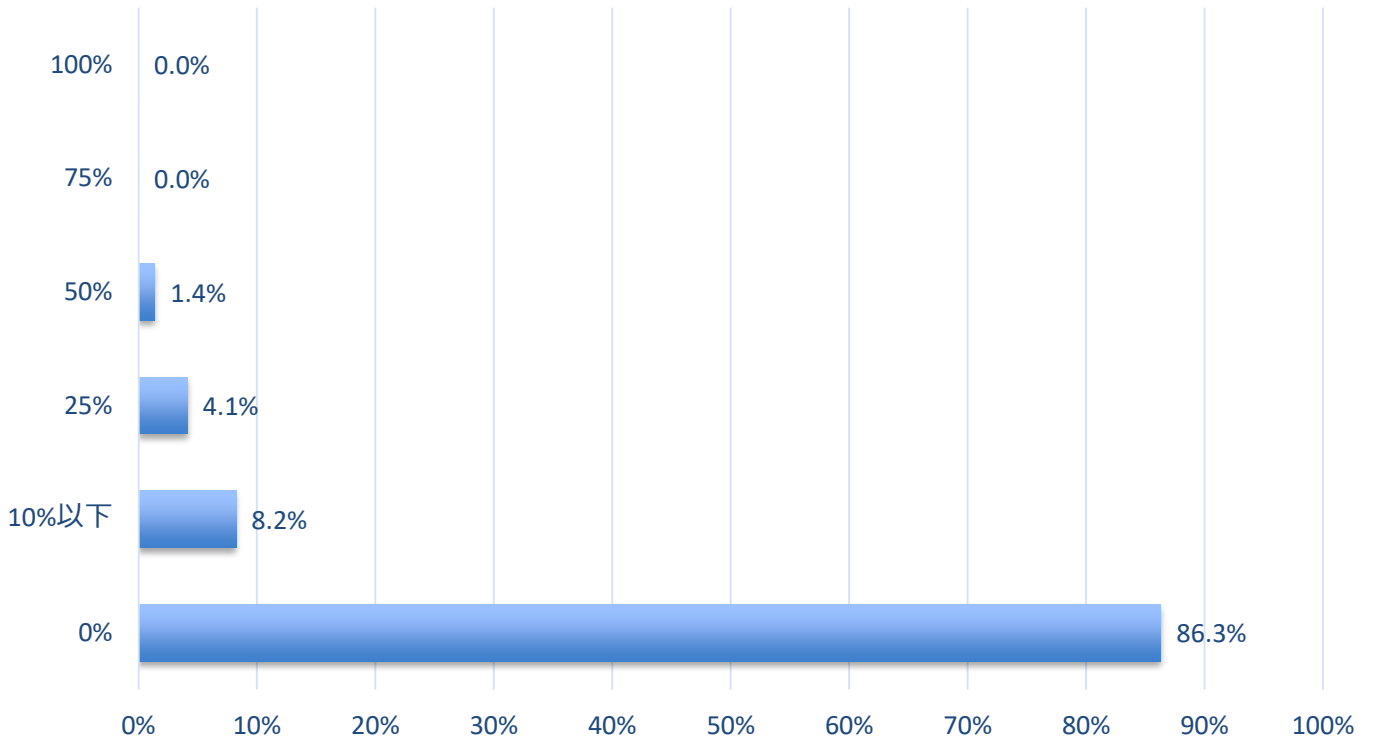
4.ホームステージング業

■ホームステージングの実務をしている法人を対象とした調査

4-8 VRホームステージングの物件の割合であてはまる項目を選択してください



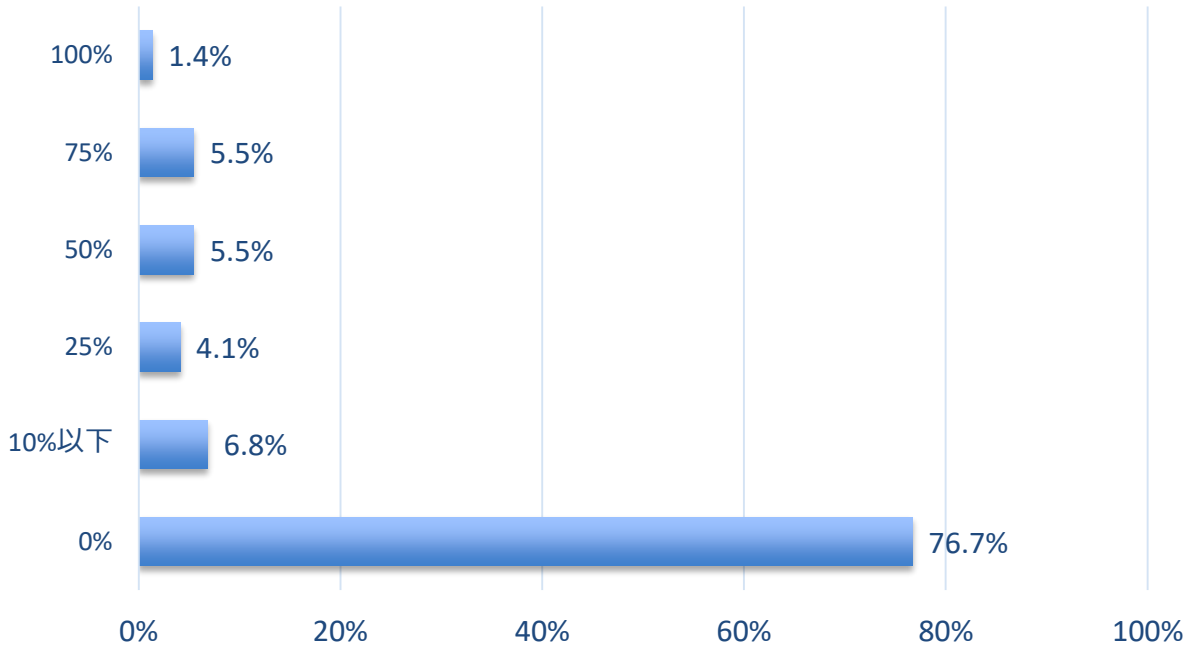
4-9 VRホームステージングで家具消しをしている物件の割合であてはまる項目を選択してください



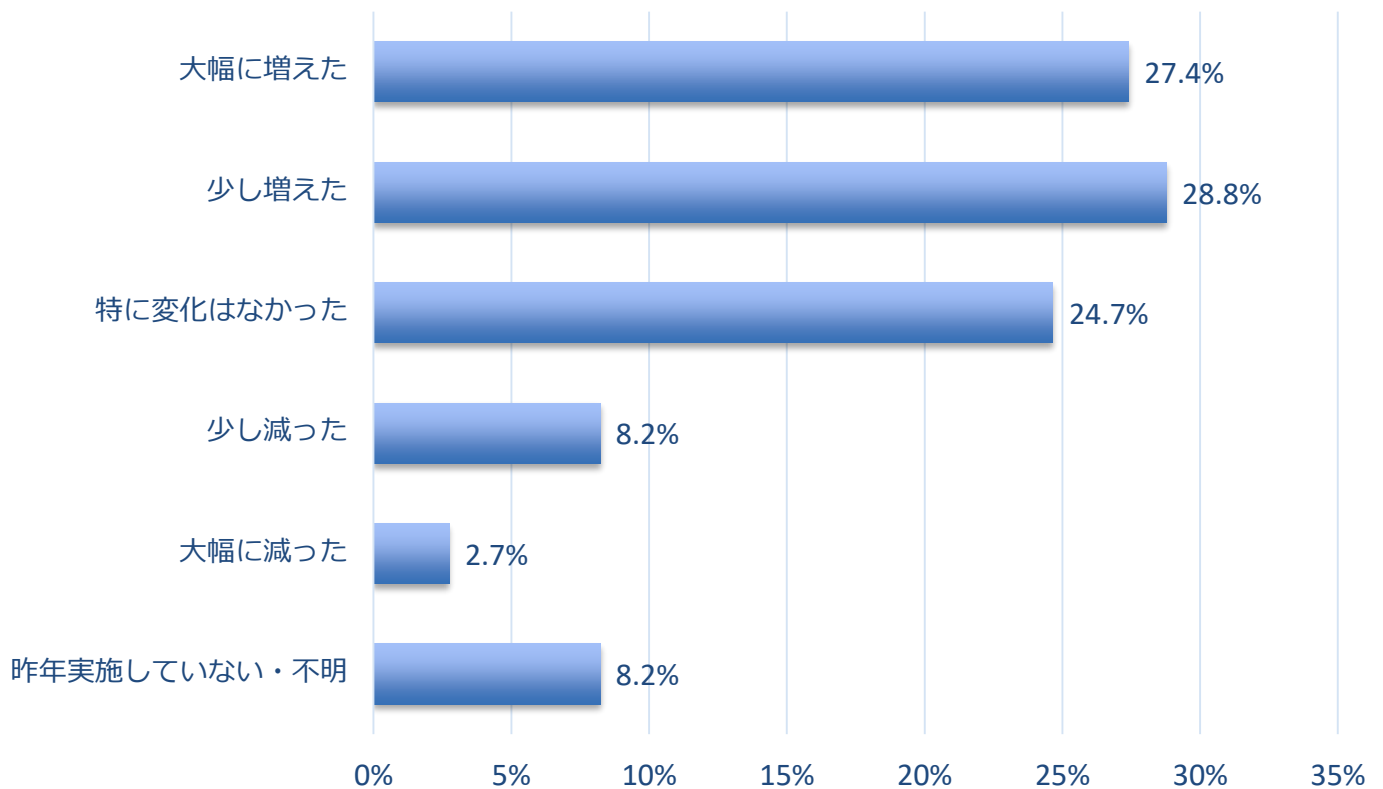
4.ホームステージング業

■ホームステージングの実務をしている法人を対象とした調査

4-10 ホームステージングの3D動画を行っている割合であてはまる項目を選択してください



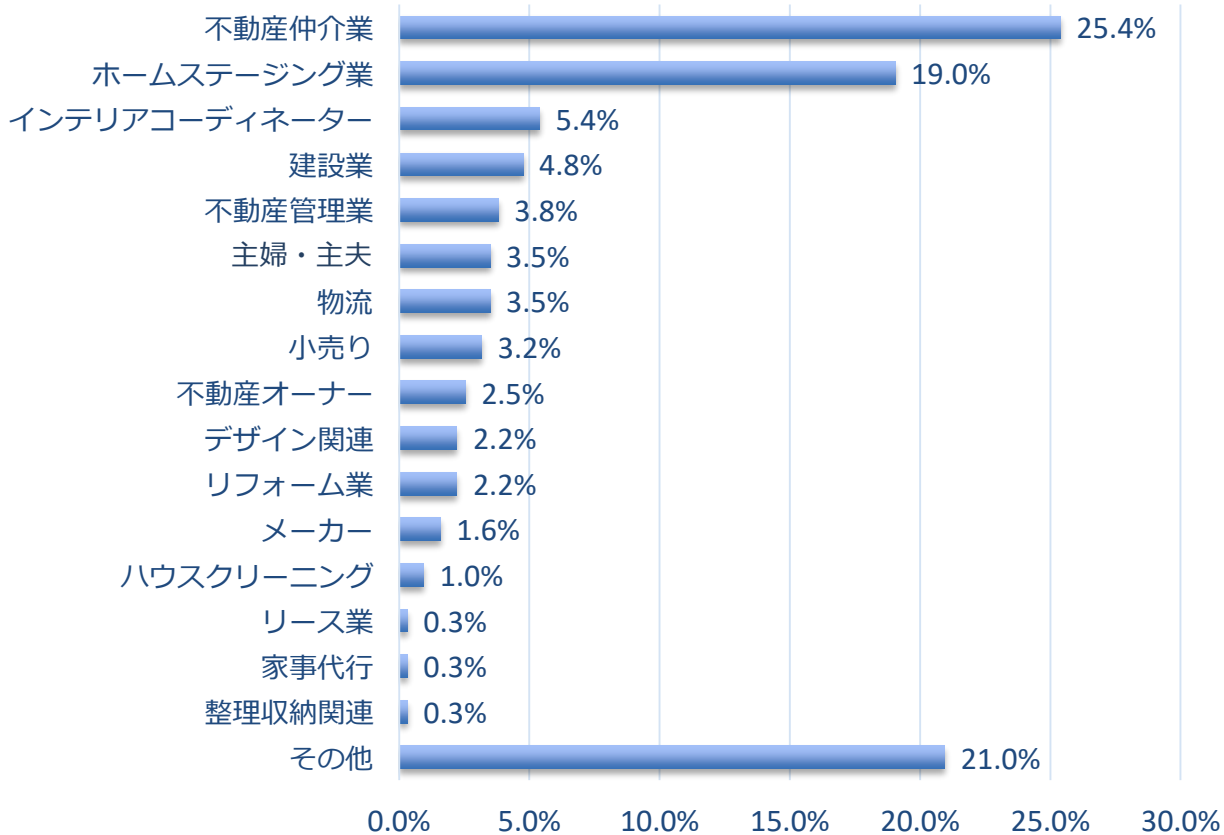
4-11 昨年に比べてホームステージングの実施件数の変化はありましたか？あてはまる項目を選択してください



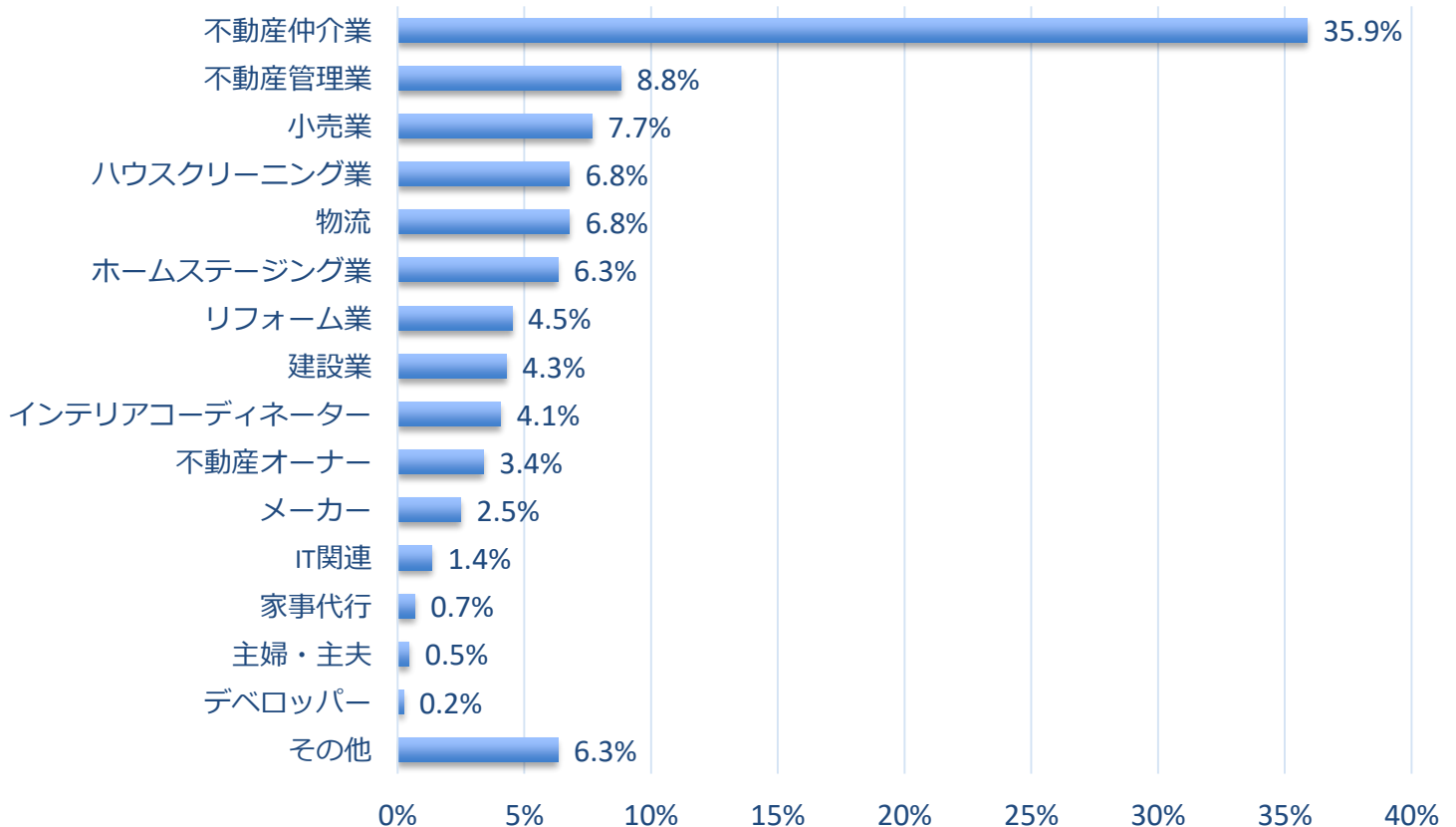
5.ホームステージャー受講者に関する推移

5-1 職業別

2021年

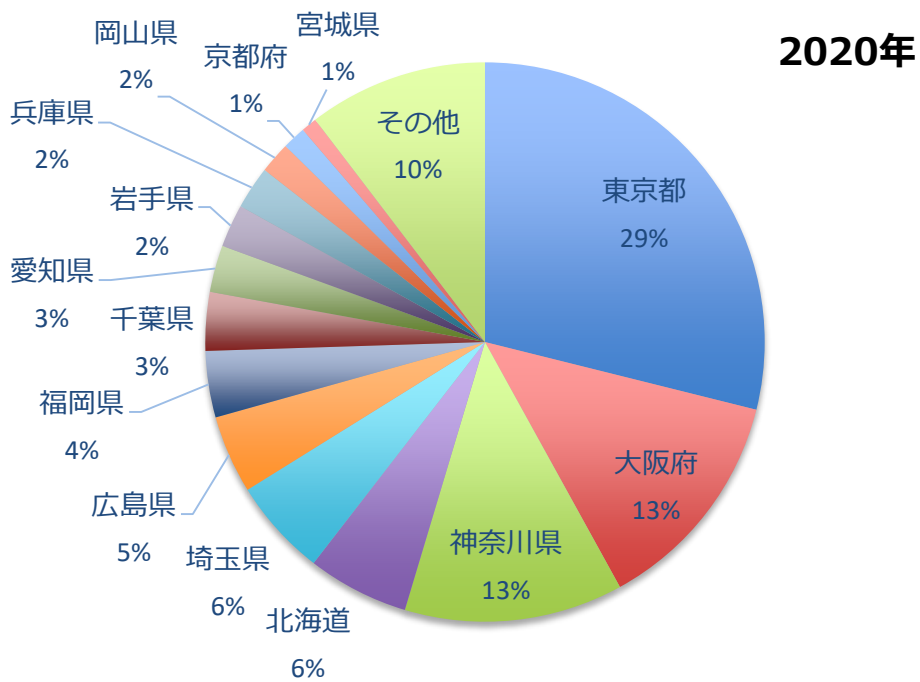
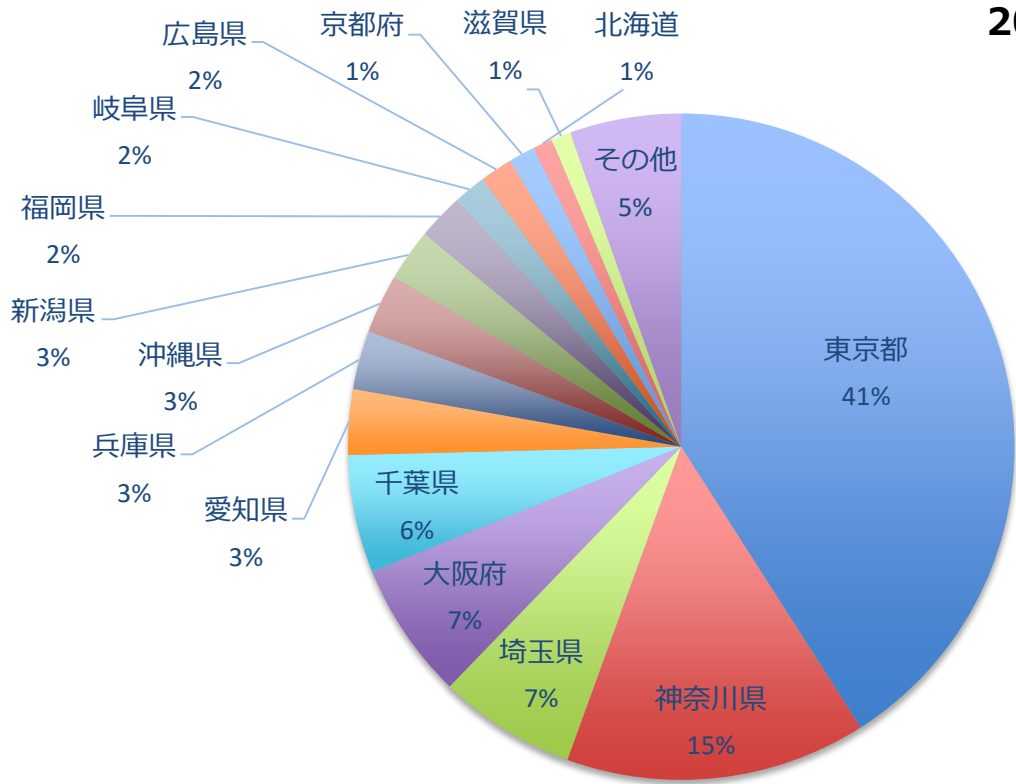


2020年



5.ホームステージャー受講者に関する推移

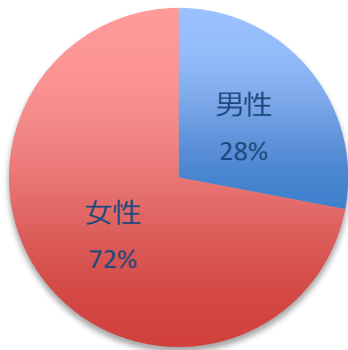
5-2 都道府県別



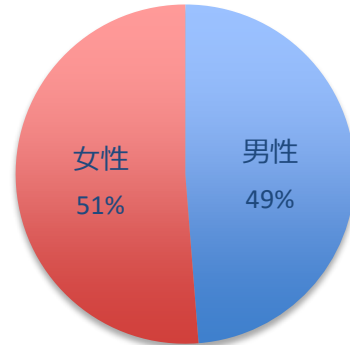
5.ホームステージャー受講者に関する推移

5-3 男女比

2021年



2020年



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年末	3079	233	10/11に3,000人突破
2020年末	3459	267	4月からe-ラーニング開講
2021年末現在	3774	303	8月からオンライン開講



ホームステージング白書2021 概論

ホームステージングを実施した地域については、2020年と同様2021年の実態調査でも5大都市を中心にホームステージングが広がっています。

2021年の調査の大きな特徴としては、ホームステージング事業者が急激に増えたことがあげられます。回答者の職業で一番多かったのは、ホームステージング業の方でした。

2021年のホームステージング業のホームステージング実施件数の変化については、「大幅に増えた」27.4%、「少し増えた」28.8%となっており、56.2%はコロナ禍でもホームステージング事業は増加していると回答しています。

中古住宅の売買物件は、ホームステージングを専業として行うホームステージング会社がホームステージングを請負い、「ホームステージャー」がホームステージング業務を行うという構図ができつつあります。そのため、ホームステージャーを職業としてとらえた現場で働く多くの女性がその知識とスキルの習得のため認定講座を受講しています。2021年の認定講座受講者の男女比を見ると、女性の受講者がこれまでになく大幅に増えています。このことから2021年は「ホームステージング業界」という新たな業界が形成し始めた年と言えるのではないかと思います。

不動産売買では自社でホームステージング作業しているという回答は2020年に引き続き一番多く、今回は70%を超えました。注目したいのは、2番目に多かったホームステージング会社に依頼する31.9%で、前回の18.9%を大きく上回っています。

賃貸物件については、ホームステージングの作業をするのは、管理会社やオーナー自身で行うことが多く、ホームステージング会社に依頼するというのはまだ少ないようです。しかしながら、2020年と比較すると、オーナー自身での作業が10%減少し、ホームステージング会社に依頼するが約6%増加しています。ホームステージングにかけた経費としては、売買も賃貸も2020年同様5万未満という回答が多くなっており、あまり予算をかけずできるだけ自社でホームステージングを行い、物件によっては、ホームステージング会社に、10万～20万という金額で依頼しています。また、売買物件のホームステージングの経費が20万～30万未満との回答も2番目に多いことから、高額物件にはある程度予算を掛けているのではないかと考えられます。

ホームステージングを実施するのは、2020年同様、売買、賃貸ともに「入居困難な物件」にホームステージングを実施するという回答が多数で、空室対策や販売促進のためにホームステージングを実施し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実施する」という回答も前回と同じ上位にあることから、ホームステージングが一般化することも期待できます。

2020年の実態調査では、コロナ禍の中で、非接触型の営業手法などが必須となり、内見にもVR（バーチャル）ホームステージングが急速に導入されました。今回の実態調査で、VRホームステージングする物件はまだ少ないとの回答が多くありました。しかし2022年も引き続きコロナの影響を受けており、非接触型の営業ツールとしてVRホームステージングは今後も求められるでしょう。また、その技術は急速に進化し、3D動画やバーチャルツアーなど、よりリアルな仮想空間として内見者の注目は今後も続くのではないかと推測されます。

次回のホームステージング白書は、2023年3月頃の公開を予定しています。

*お詫び

【成約までの期間】についての項目に分かりづらい表現がありましたので、今回は表記を差し控えることと致しました。大変申し訳ございません。お詫び申し上げます。



・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

2021年12月末現在、2級資格認定者は3,774人、1級資格認定者は303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14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。

新型コロナの影響で来場型講座の地方開催ができず、8月からホームステージャー2級認定講座を非接触型のオンライン受講で資格取得すること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2021」（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2021」（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2021」（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。

