

2024 Profile of Home Staging

ホームステージング白書2024

Vol.8



【第8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8回目となる2024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に関する統計データを参考に実施いたしました。

➤ 調査概要

- ・調査名：第8回ホームステージング実態調査
- ・調査対象期間：2024年1月1日～2024年12月31日
- ・調査実施期間：2025年4月14日～2025年4月30日/2025年5月12日～2025年5月30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：307（不動産業171、ホームステージング業他136）

➤ 業種別調査

- ・共通調査（全業種に共通した調査）
- ・不動産事業共通調査（不動産売買、賃貸事業の従事者を対象とした調査）
- ・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の実施地域
- ・ホームステージング導入後の継続期間
- ・ホームステージング実施基準
- ・ホームステージング費用相場
- ・ホームステージング後成約までの平均期間
- ・ホームステージング実施方法
- ・ホームステージング導入による賃料アップ効果
- ・ホームステージング平均提供価格

※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行う団体

※2：ホームステージング®

空間演出で住まいや暮らしに合わせ、住まいの価値や暮らしの質を高めること

（片づけ・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：NAR（全米リアルター協会）National Association of REALTORS®

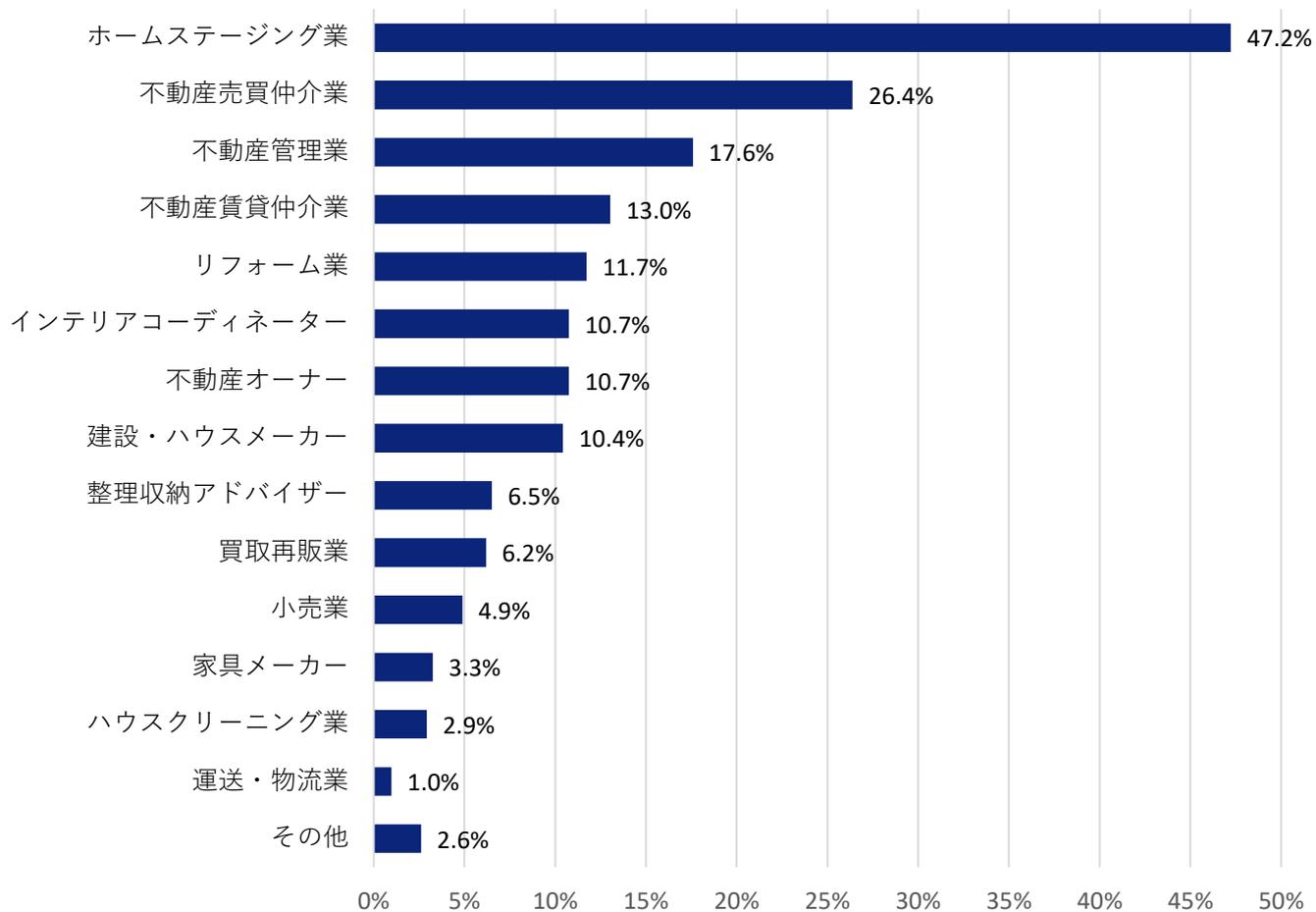
不動産仲介業者150万人が加盟するアメリカ最大の不動産業界団体

日本ホームステージング協会はNAR国際会員（IRM）です

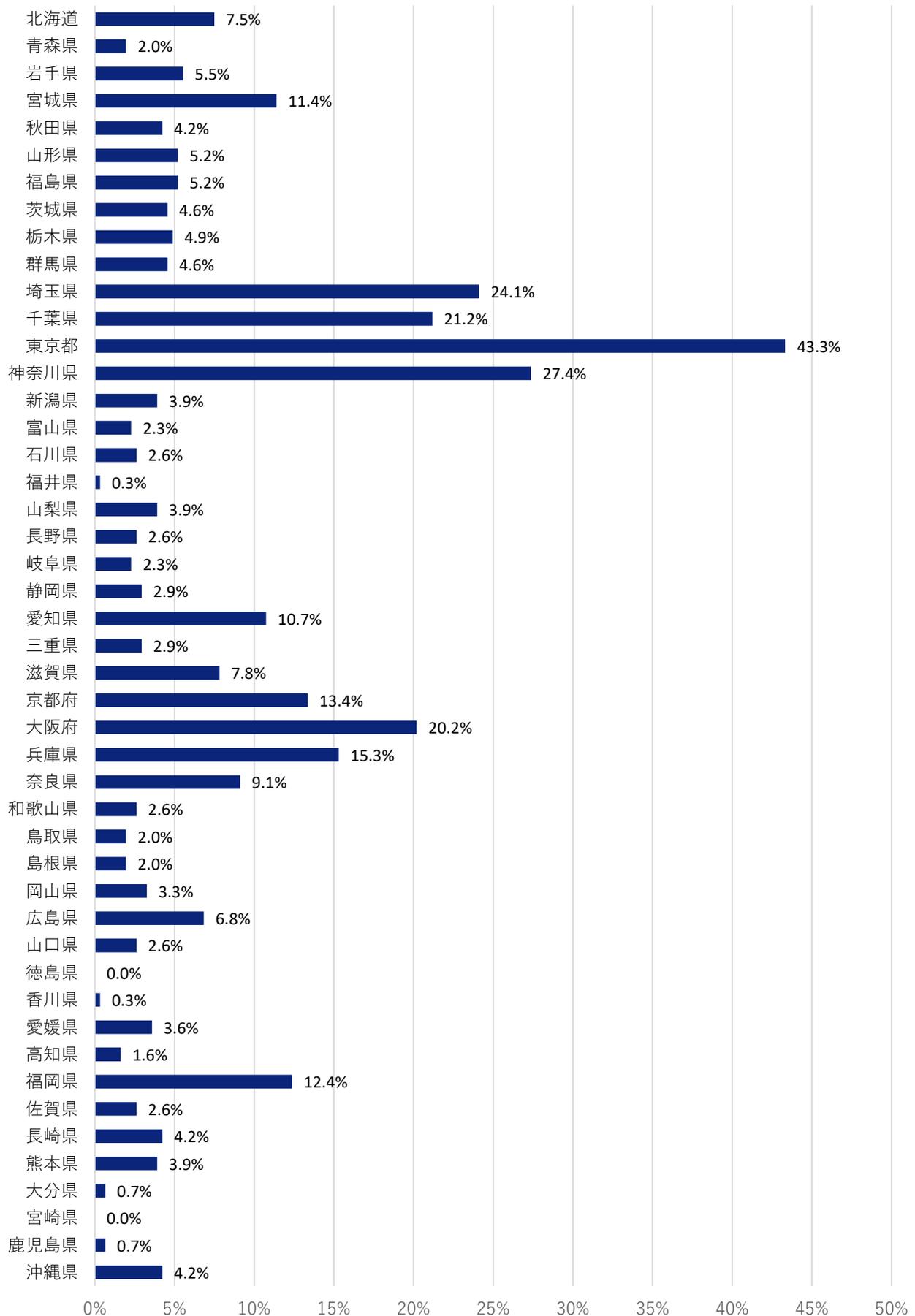
※商標登録・ビジネスモデル特許

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

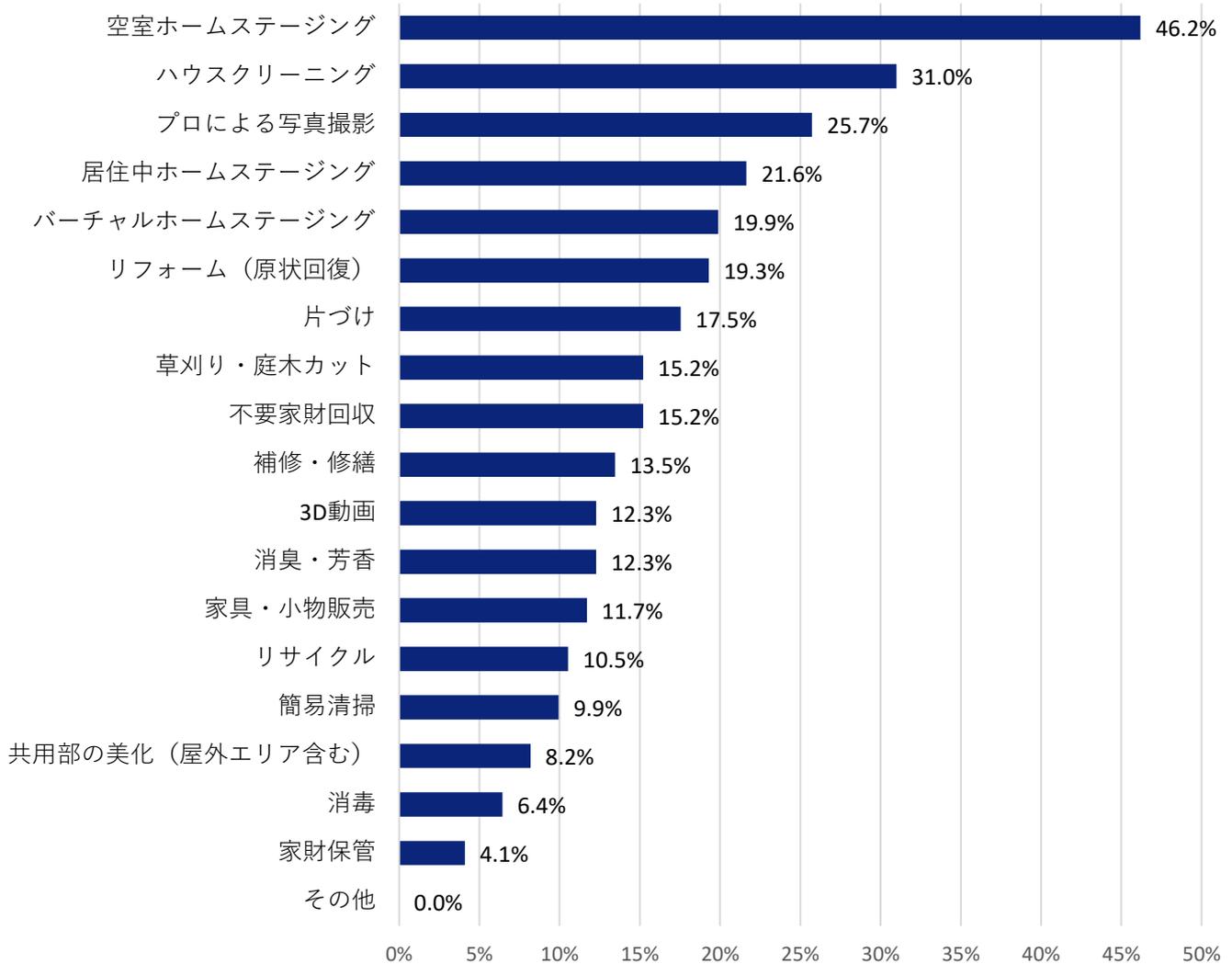
主な業種 (複数回答)



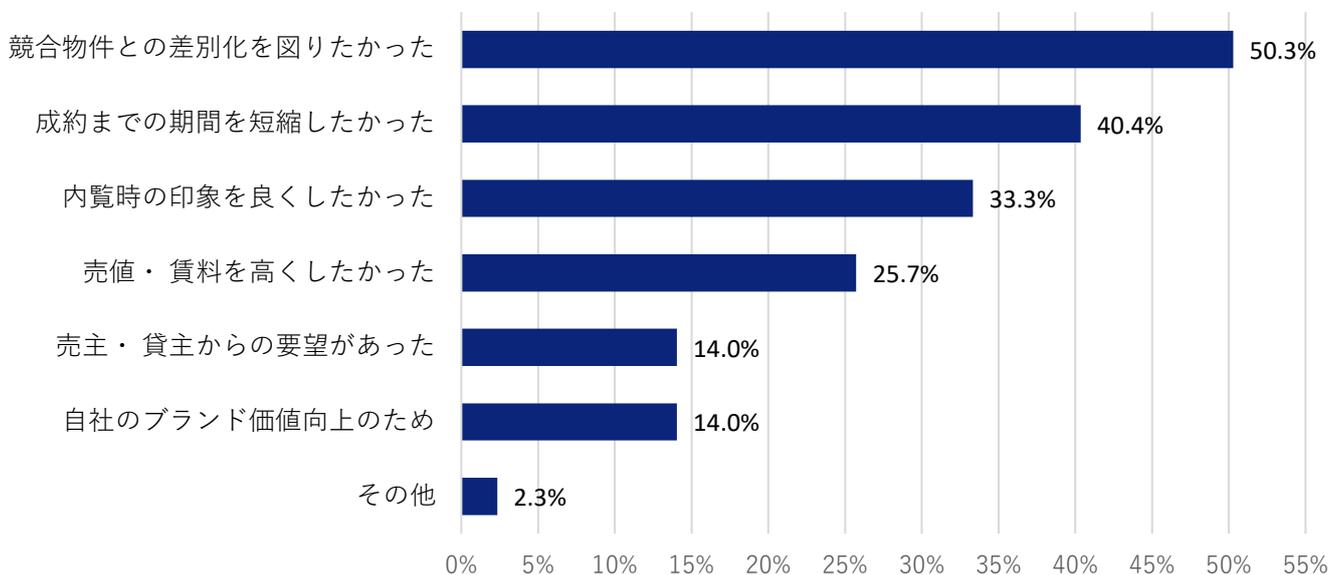
ホームステージングした地域 (複数回答)



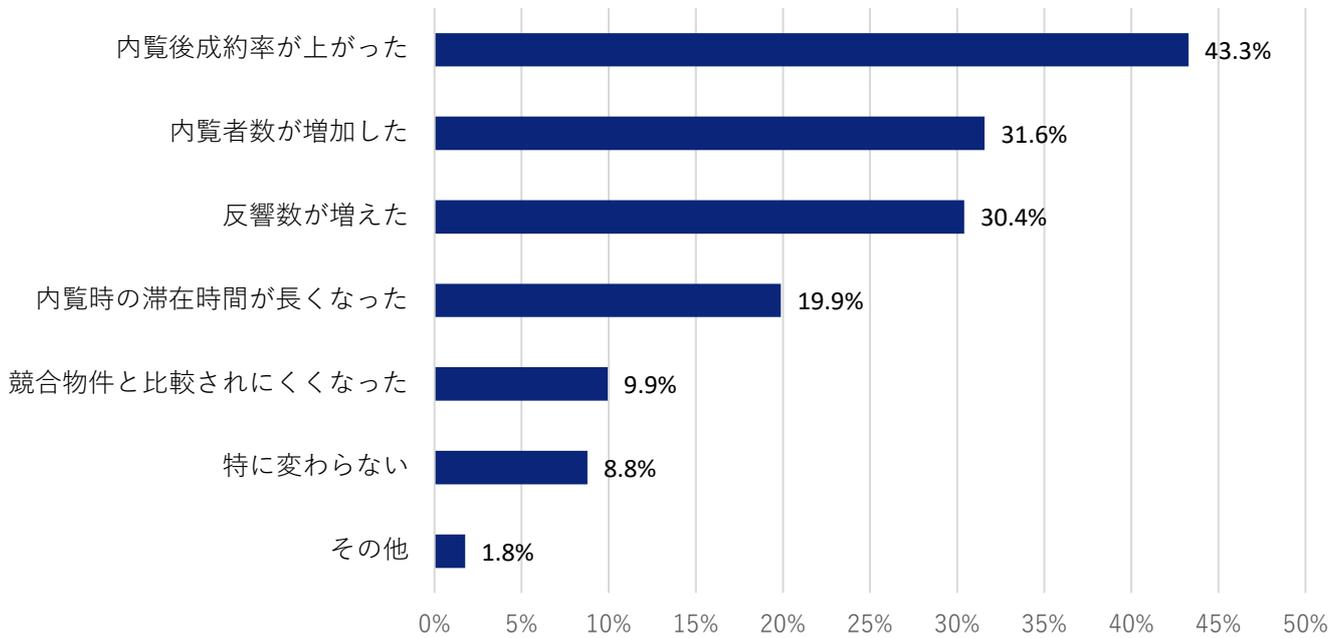
実施しているサービス（複数回答）



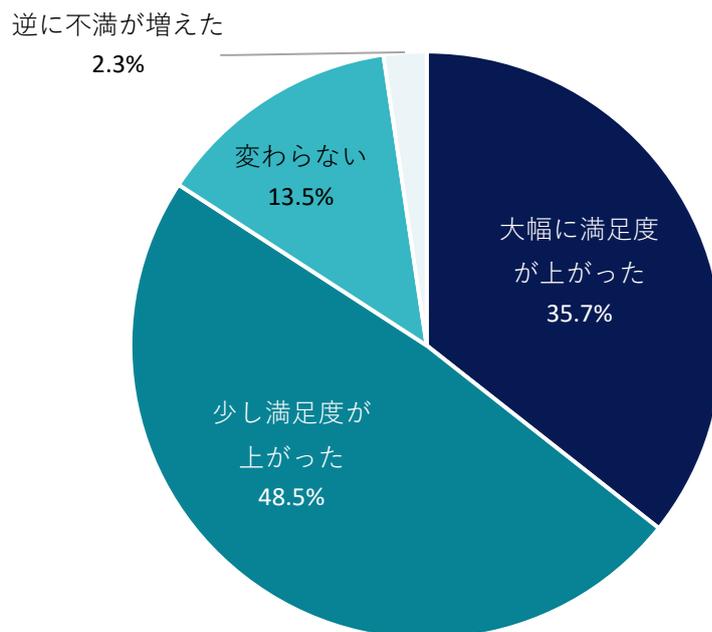
ホームステージング導入の理由（複数回答）



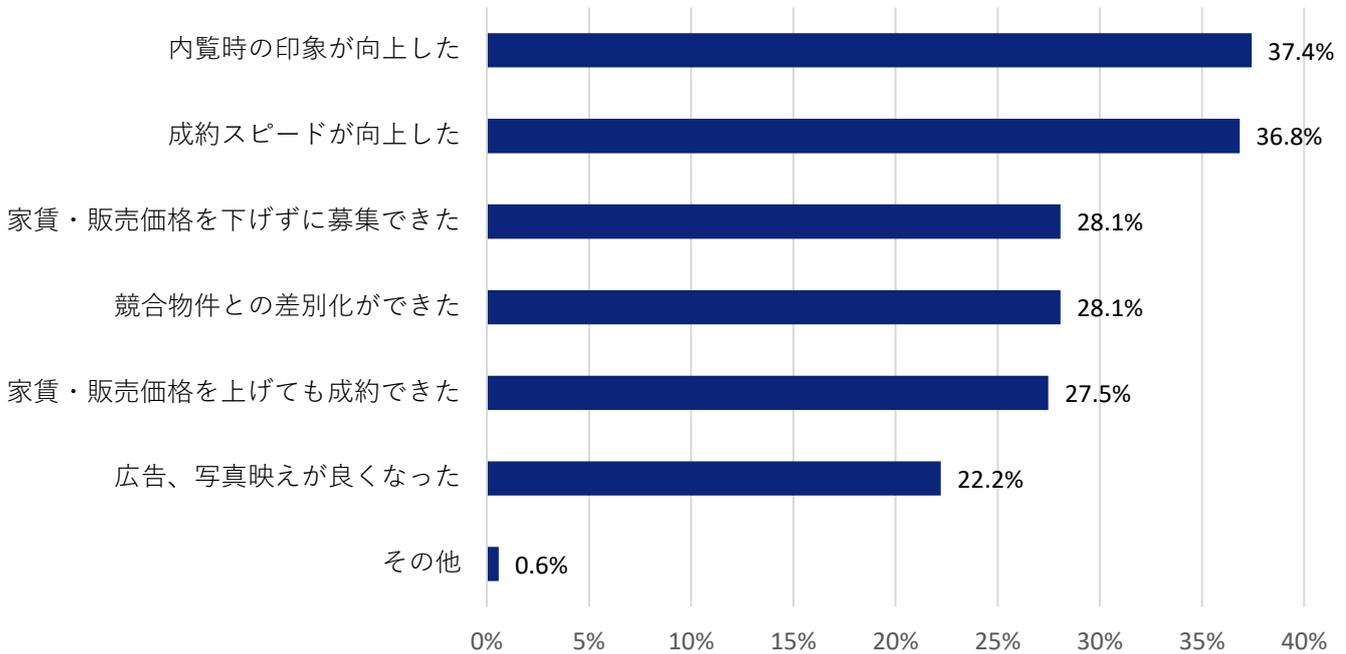
ホームステージング実施後の反応（複数回答）



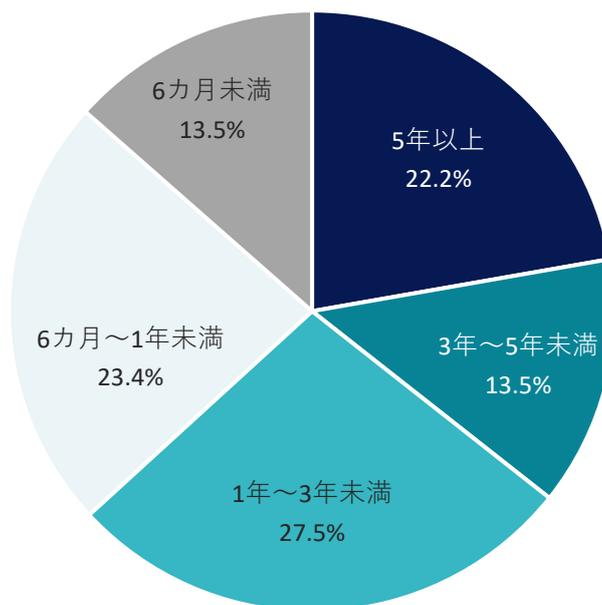
貸主・売主の満足度（単一回答）



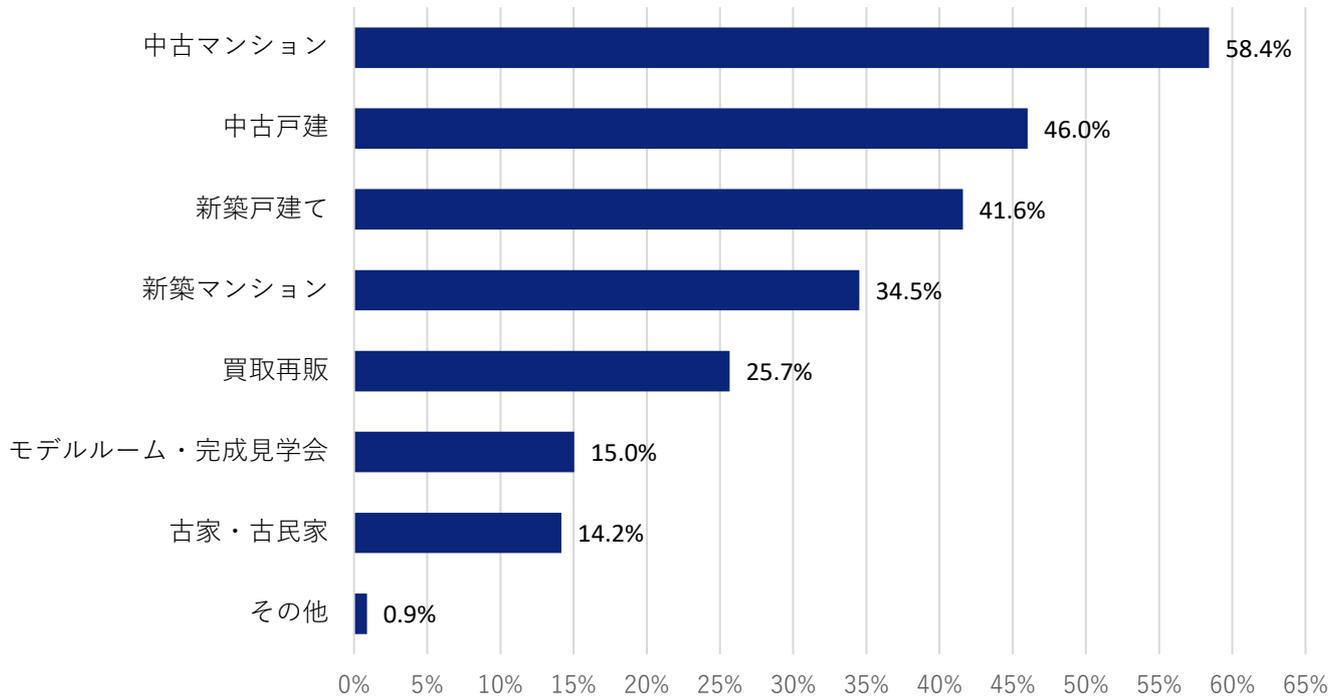
ホームステージング導入のメリット（複数回答）



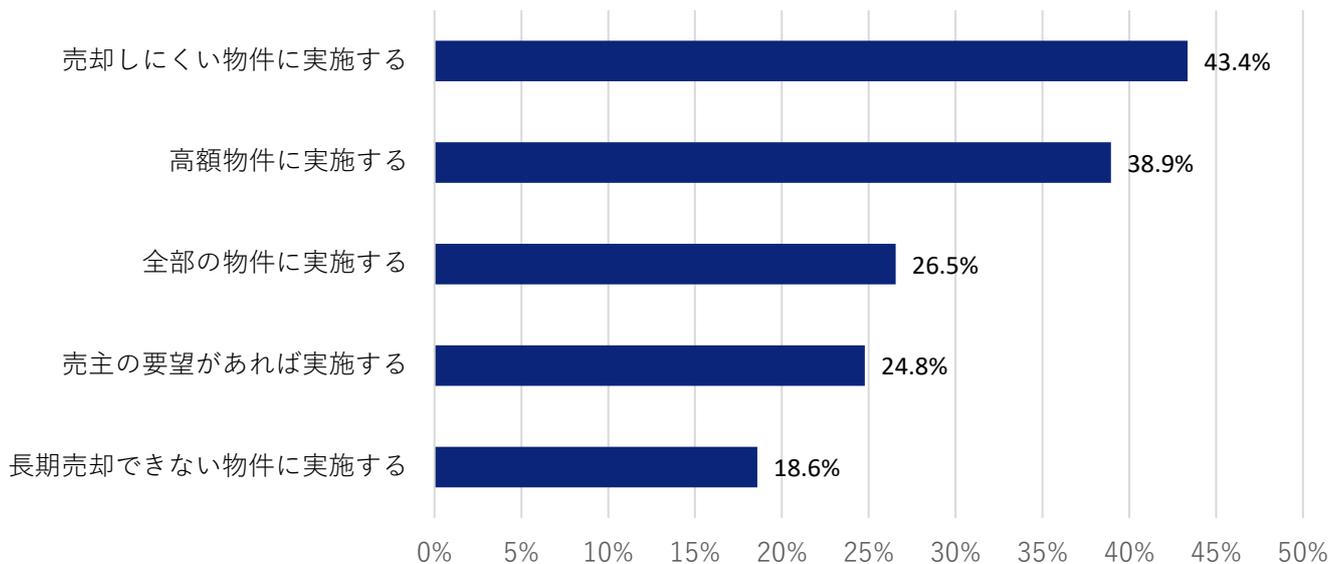
ホームステージング導入後の継続期間（単一回答）



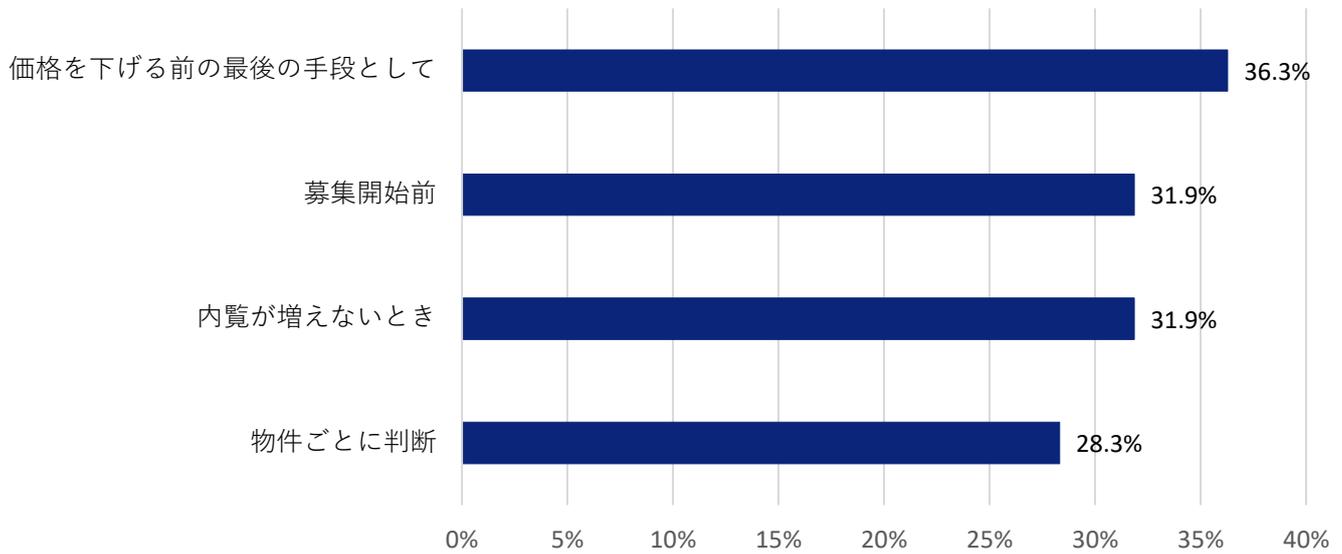
ホームステージングを実施する売買物件の種類 (複数回答)



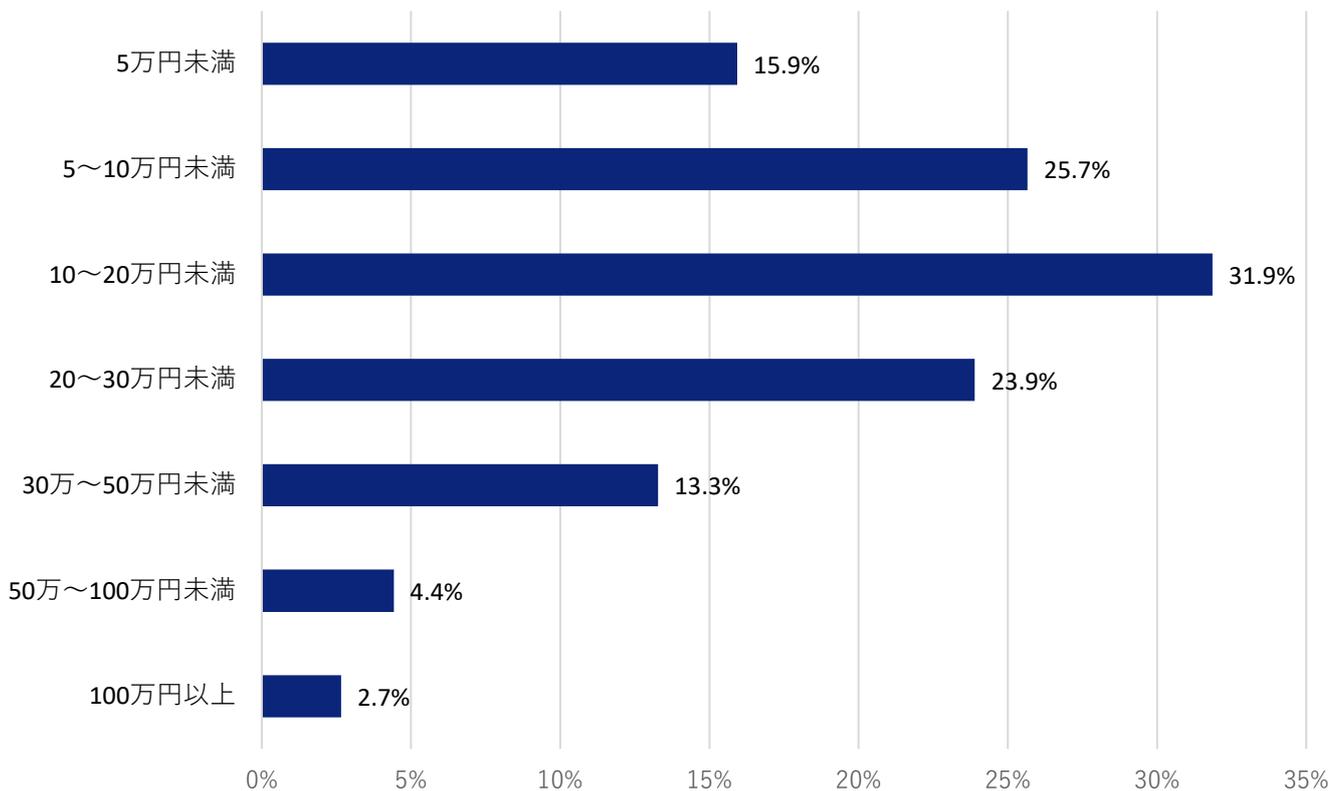
ホームステージングを実施する基準 (複数回答)



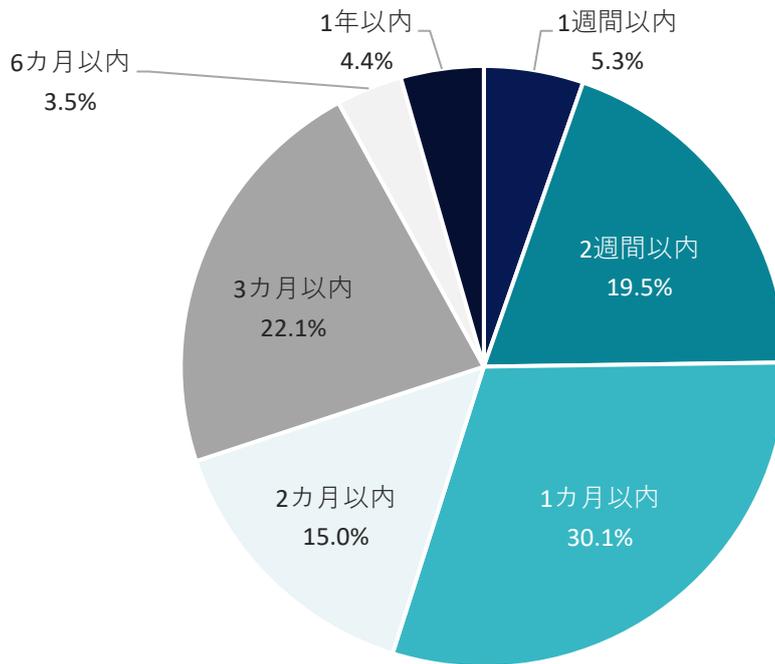
ホームステージング実施のタイミング(複数回答)



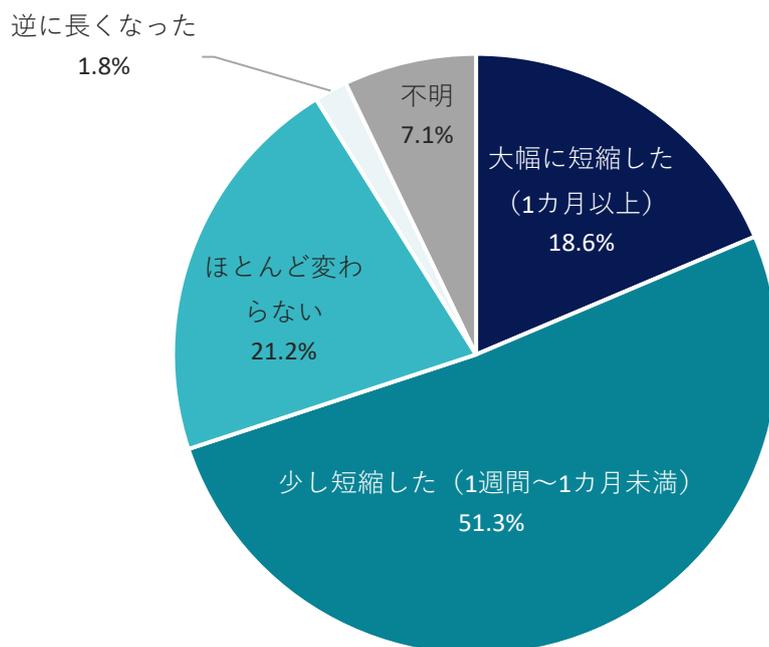
物件あたりのホームステージング費用(複数回答)



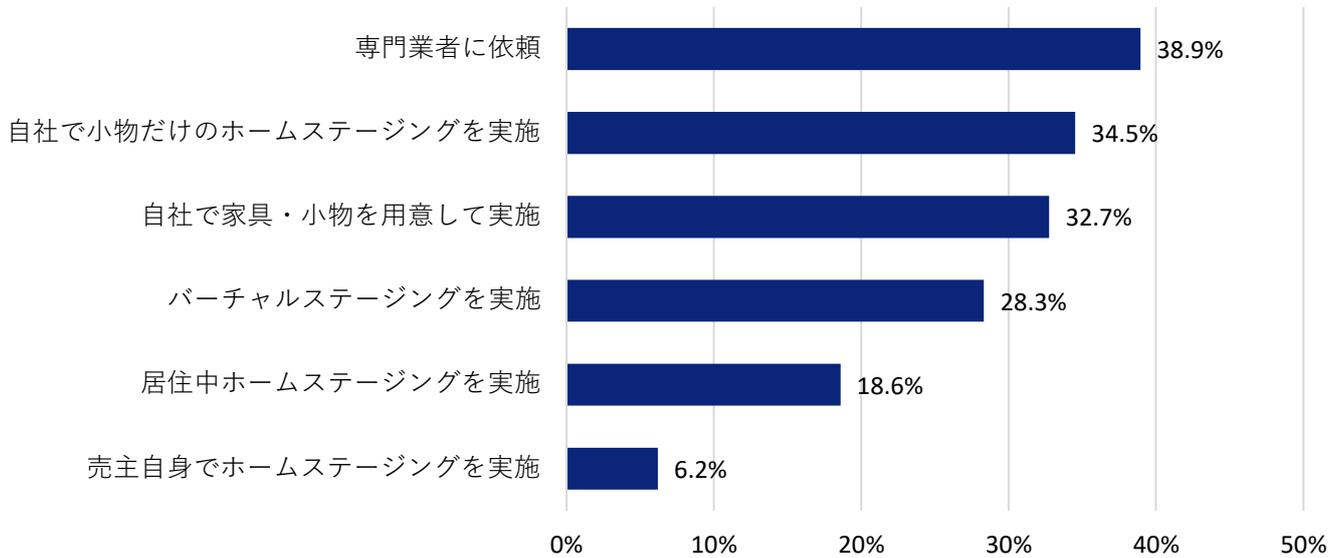
成約までの平均期間（単一回答）



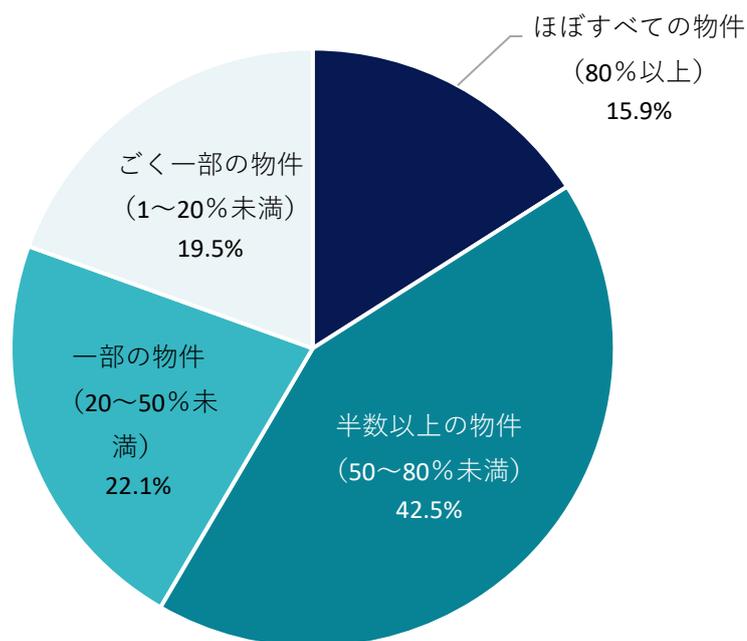
ホームステージング実施前との比較・成約までの期間（単一回答）



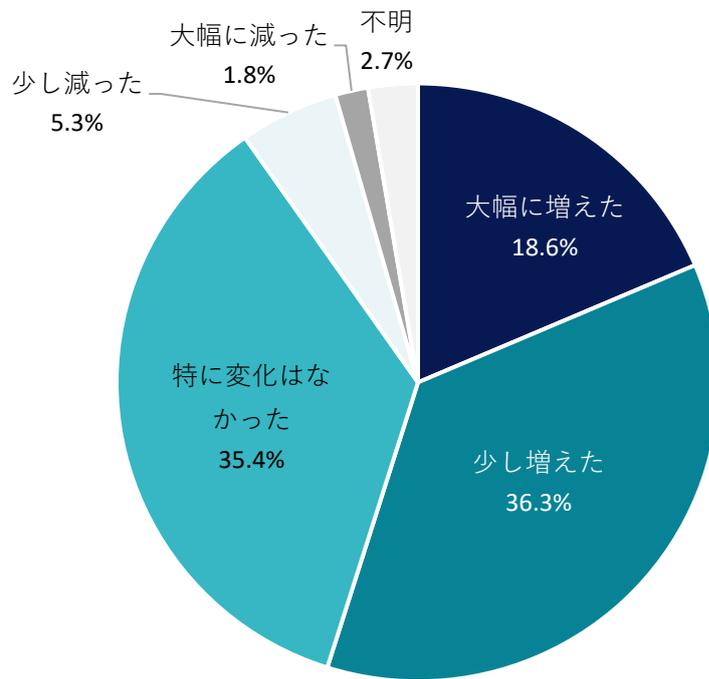
ホームステージング実施方法（複数回答）



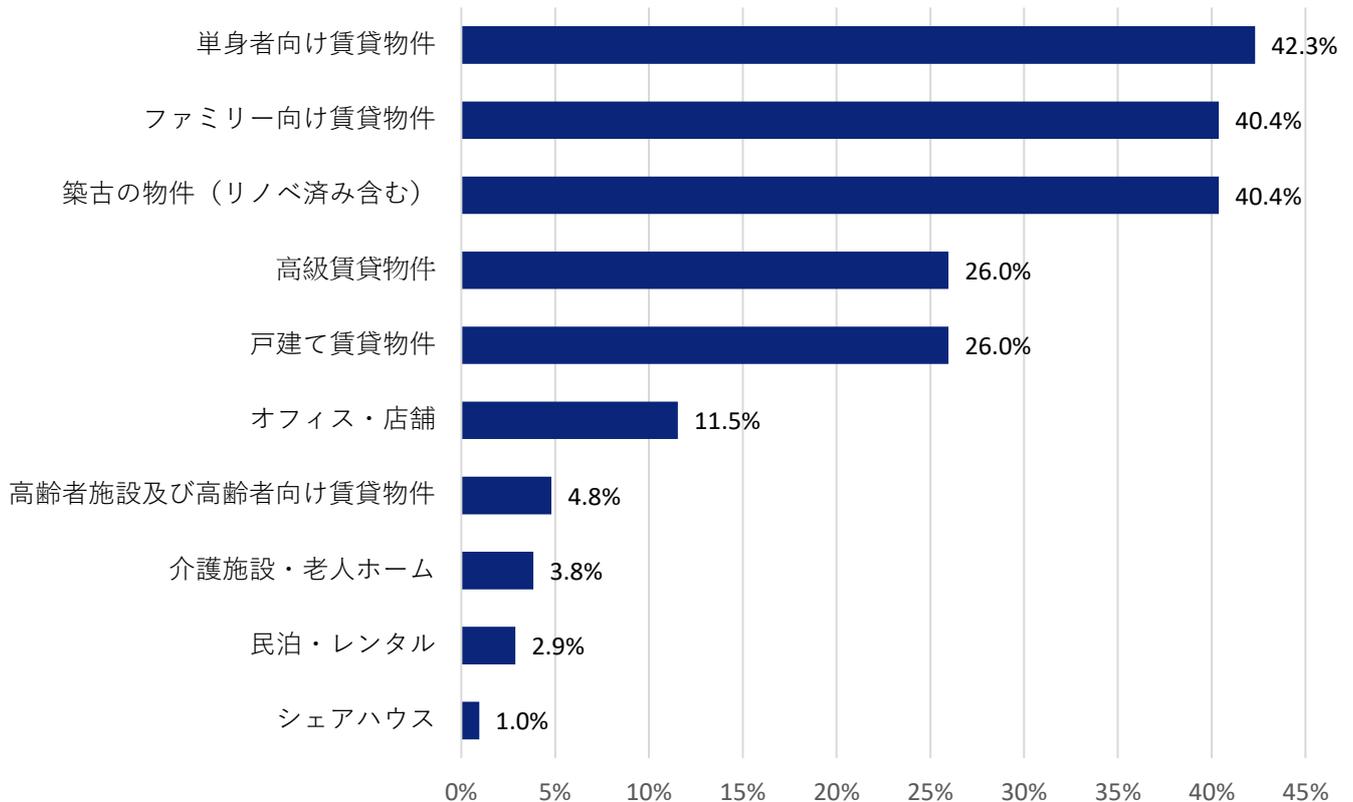
売買物件におけるホームステージング実施の割合（単一回答）



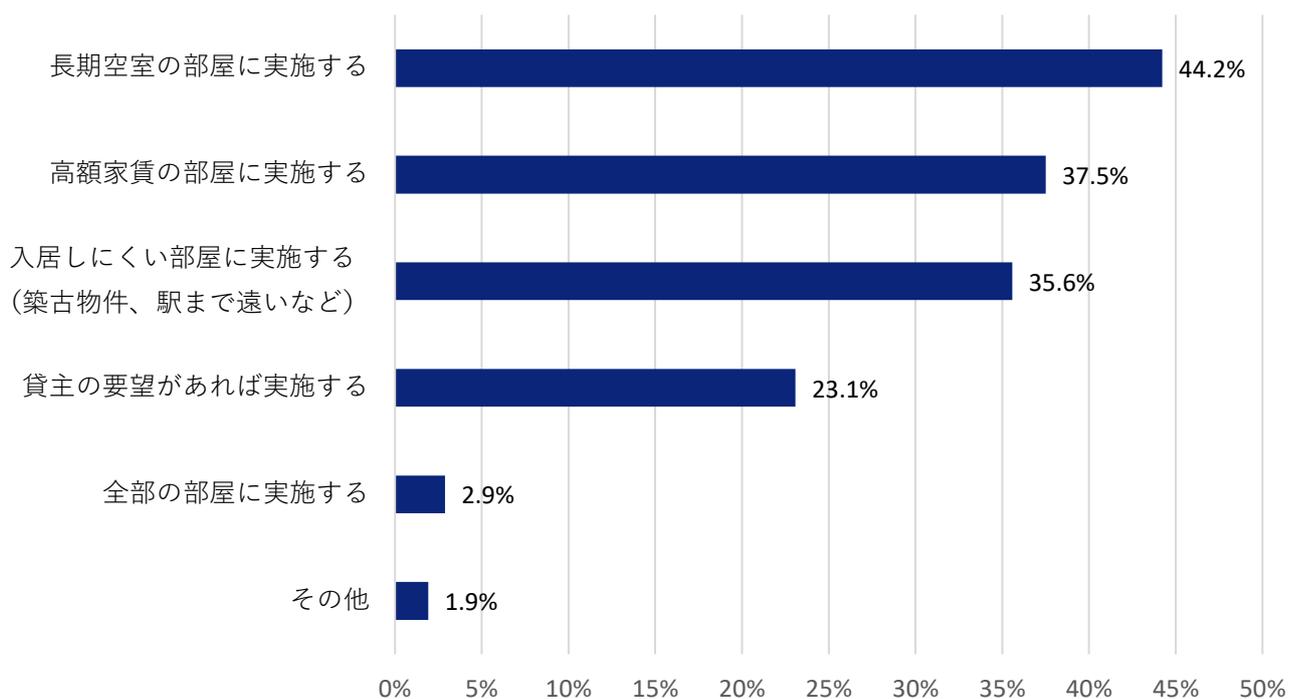
ホームステージングの実施件数の前年比（2023年）（単一回答）



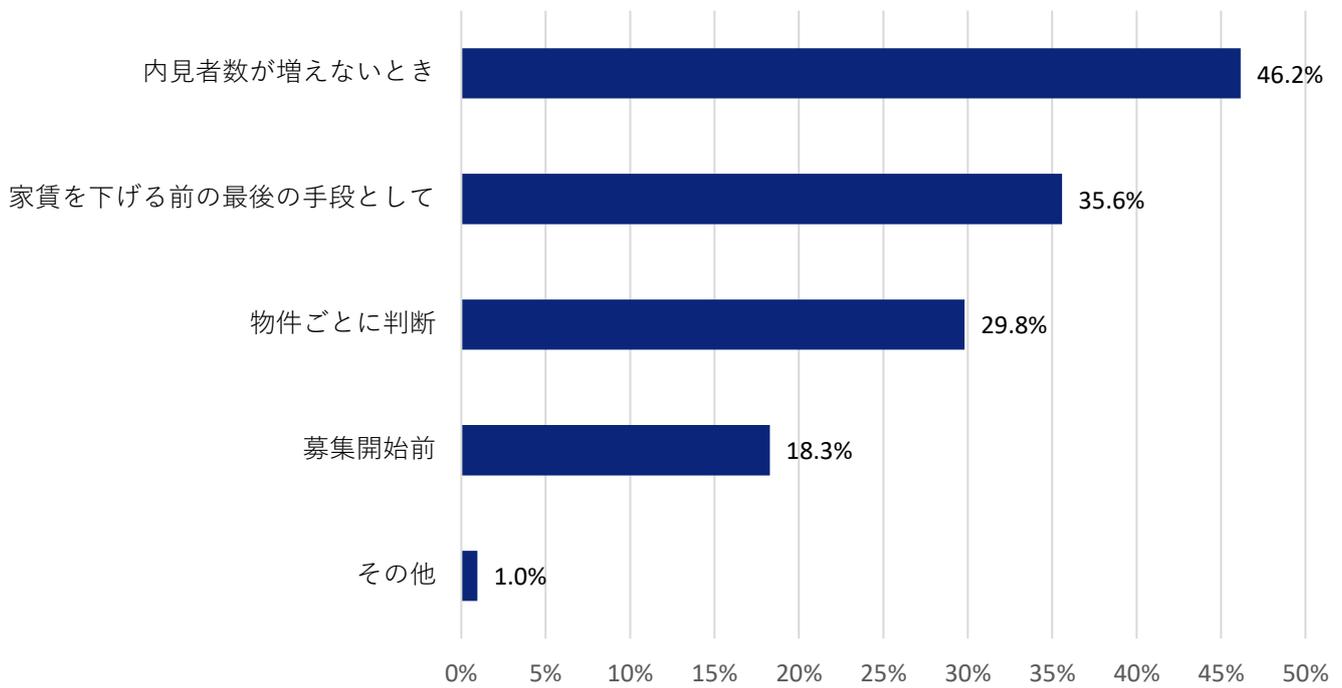
ホームステージングを実施する賃貸物件の種類（複数回答）



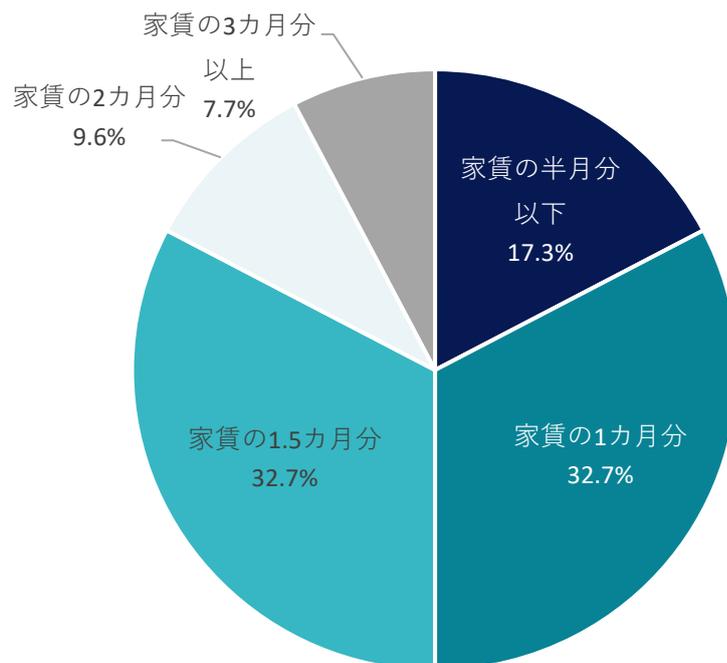
ホームステージングを実施する基準（複数回答）



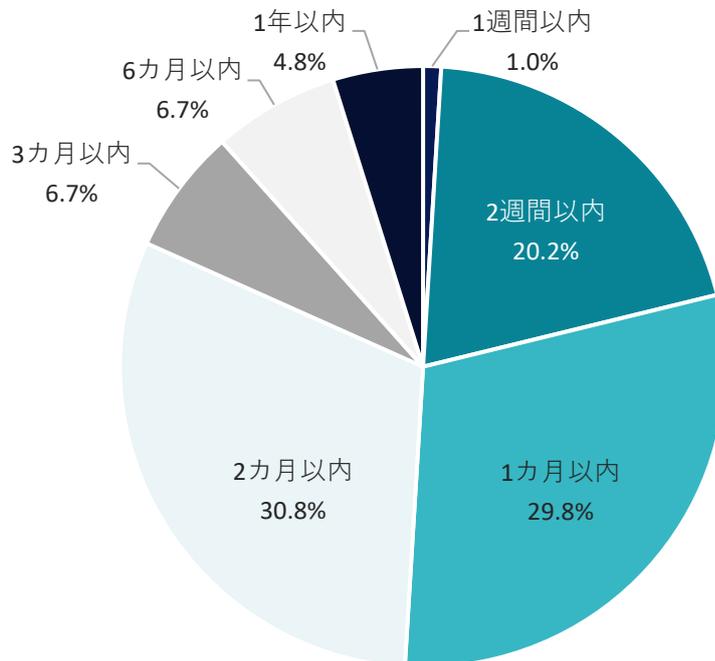
ホームステージング実施のタイミング(複数回答)



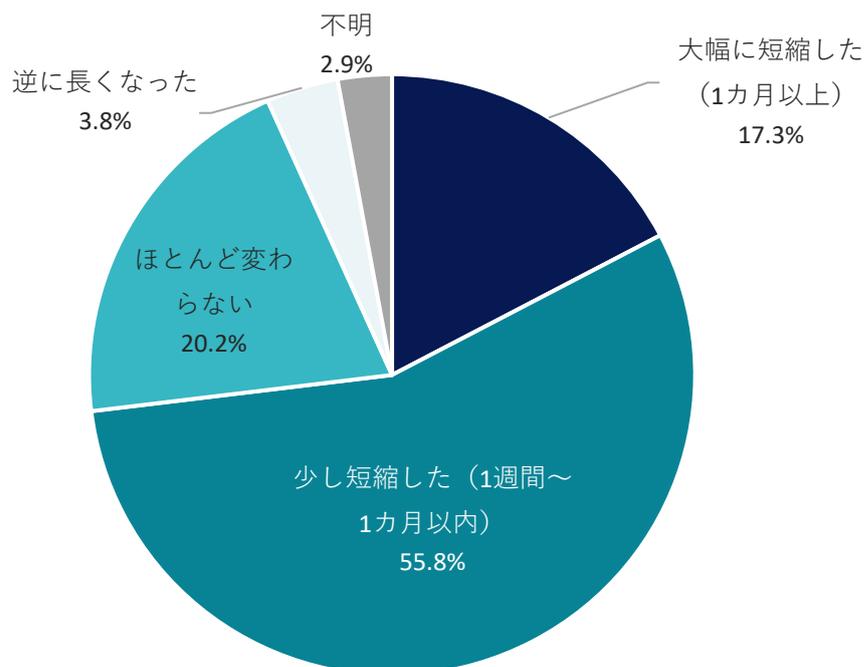
物件あたりのホームステージング費用は家賃の約何ヶ月分(単一回答)



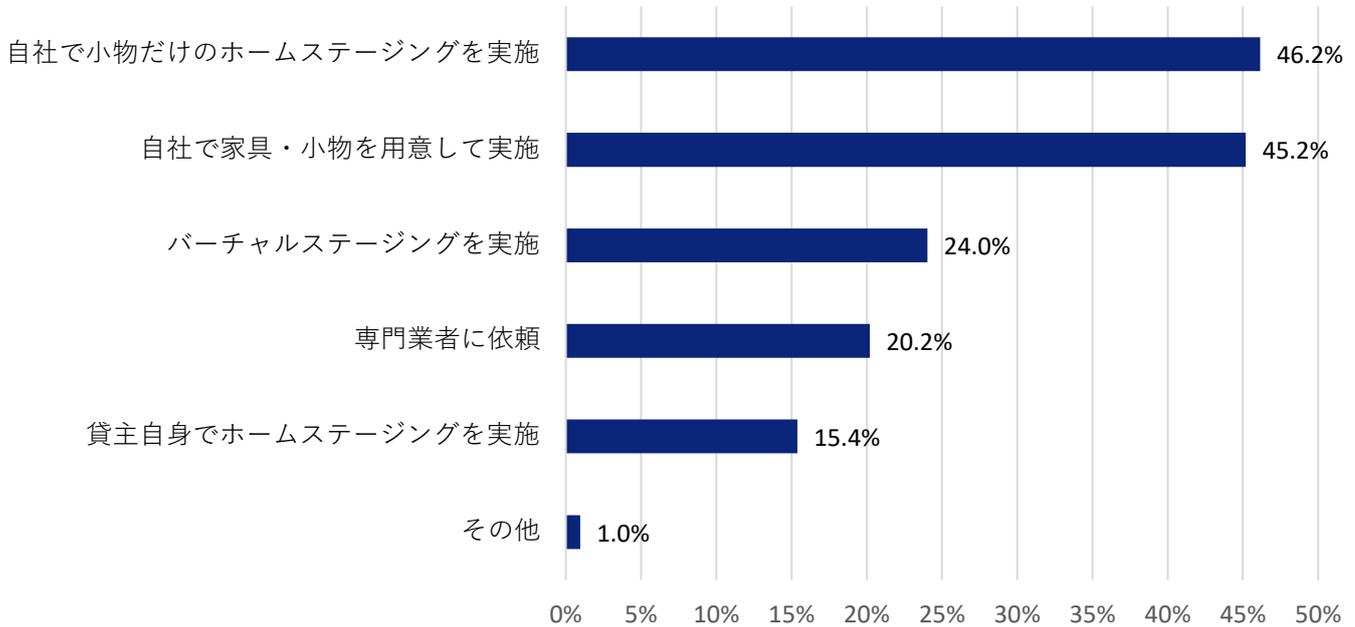
成約までの平均期間（単一回答）



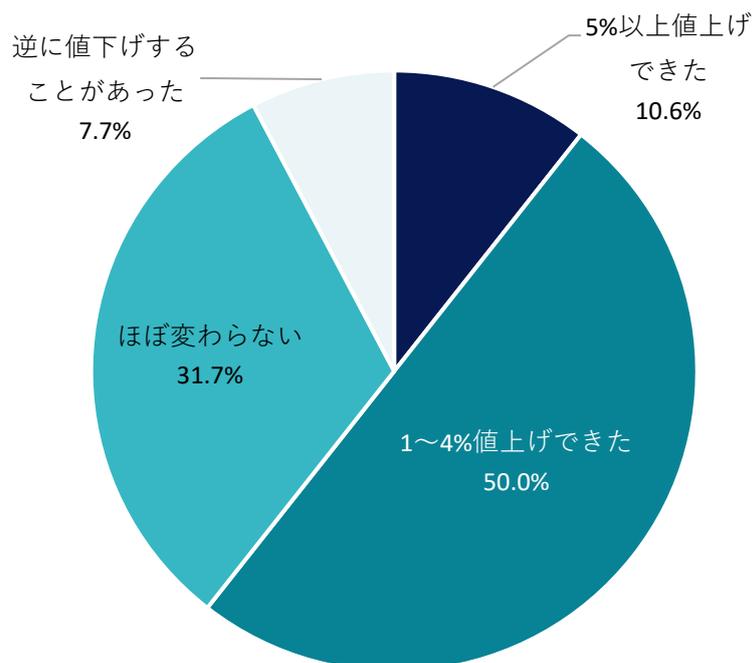
ホームステージング実施前との比較・成約までの期間（単一回答）



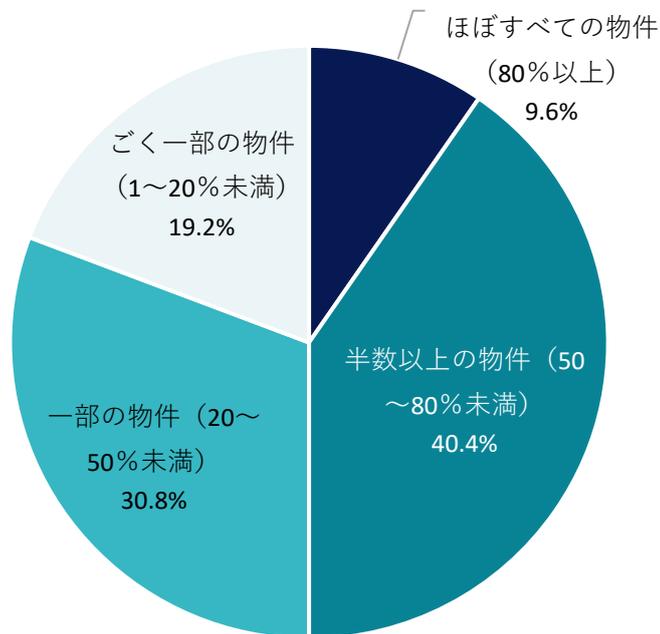
ホームステージングの実施方法（複数回答）



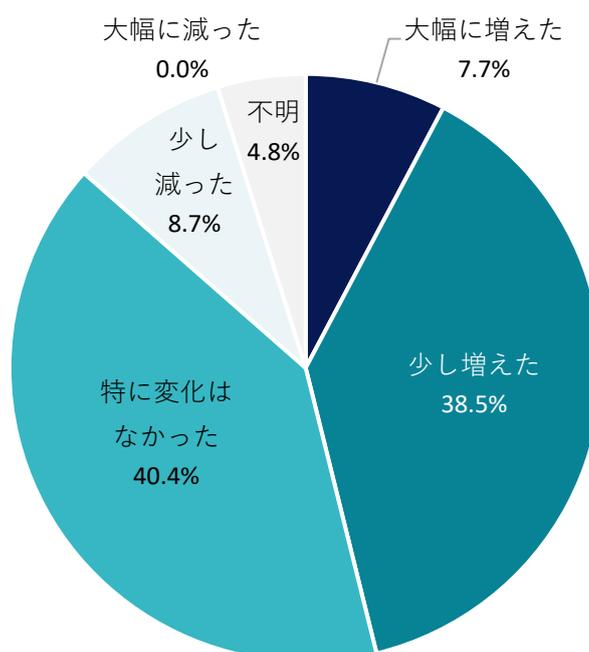
ホームステージングの導入による賃料の変化（単一回答）



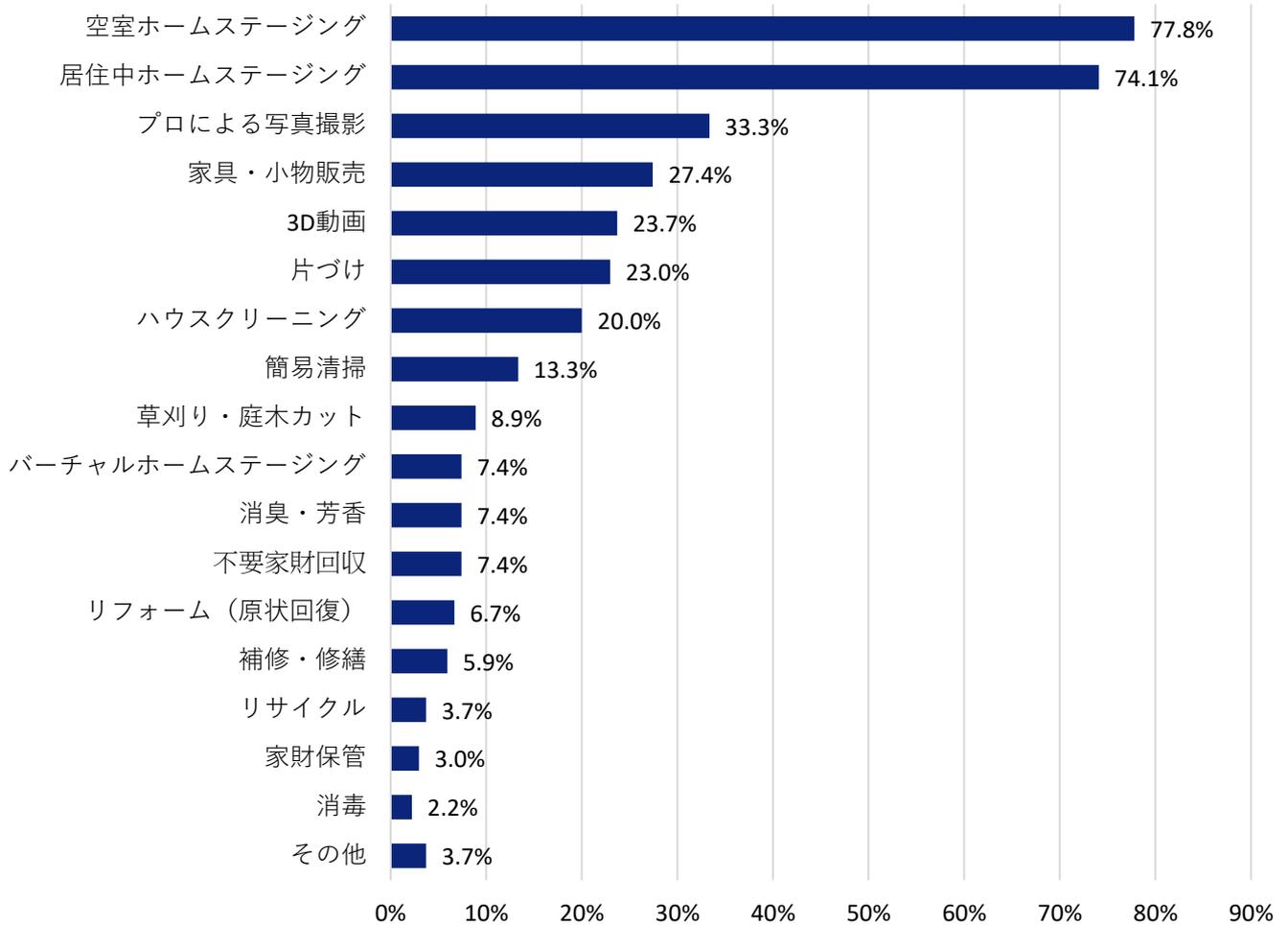
賃貸物件におけるホームステージング実施の割合（単一回答）



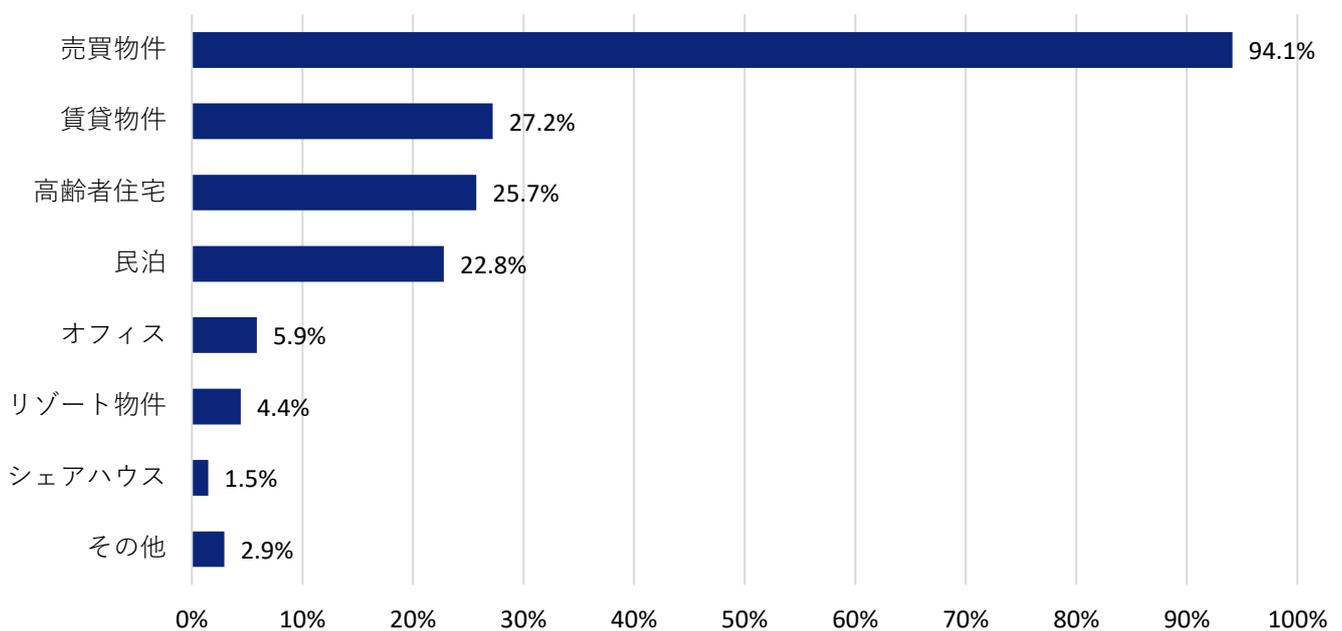
ホームステージングの実施件数の前年比（2023年）（単一回答）



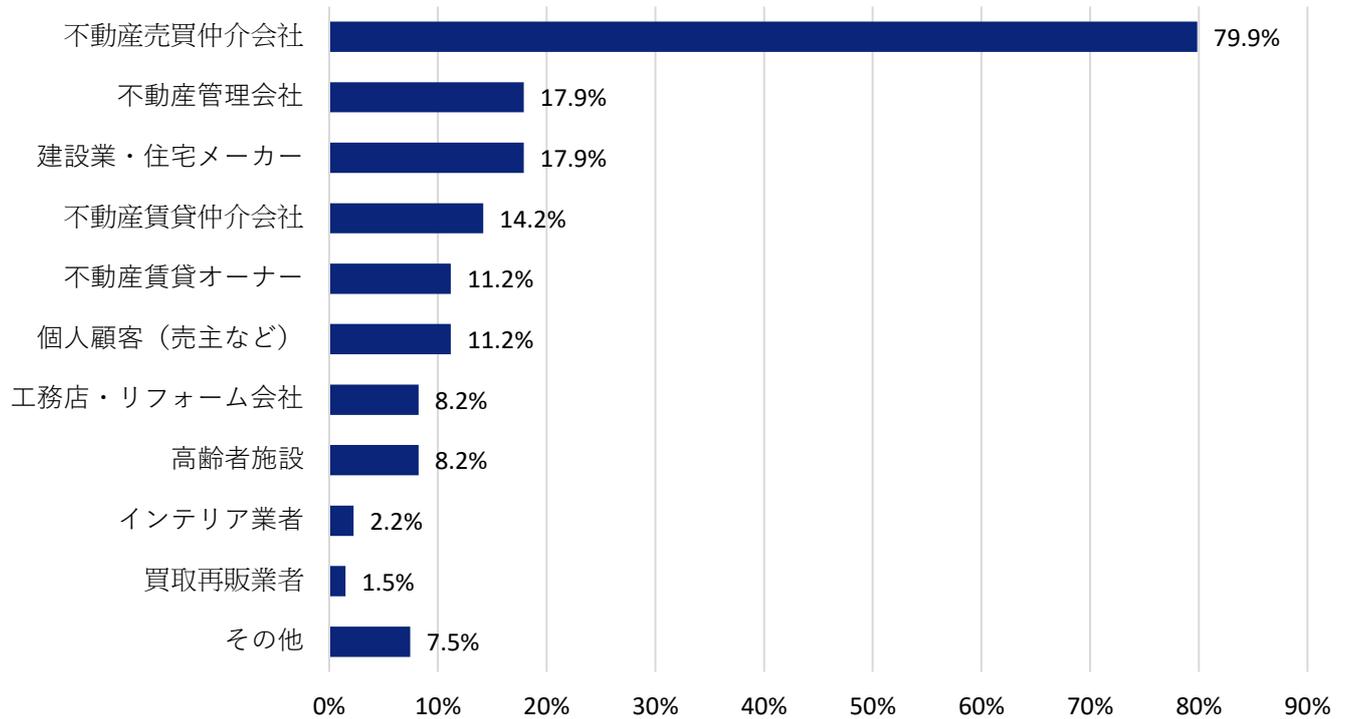
実施しているサービス（複数回答）



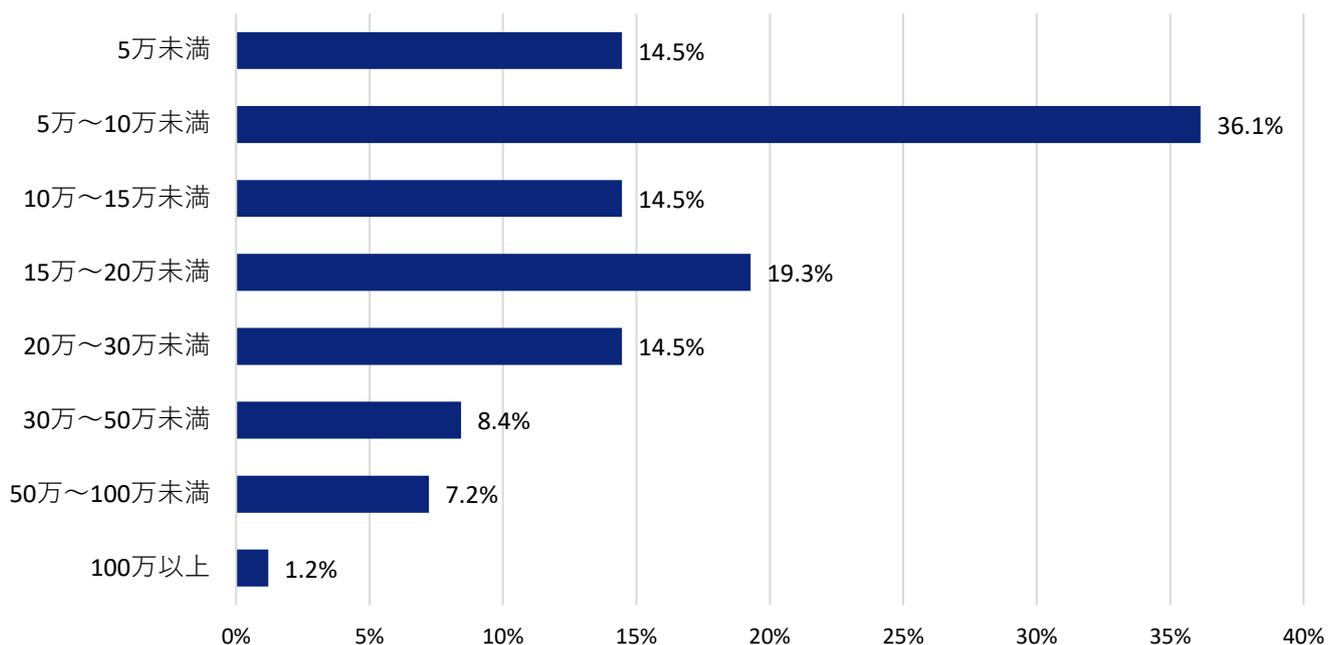
ホームステージングを実施する物件（複数回答）



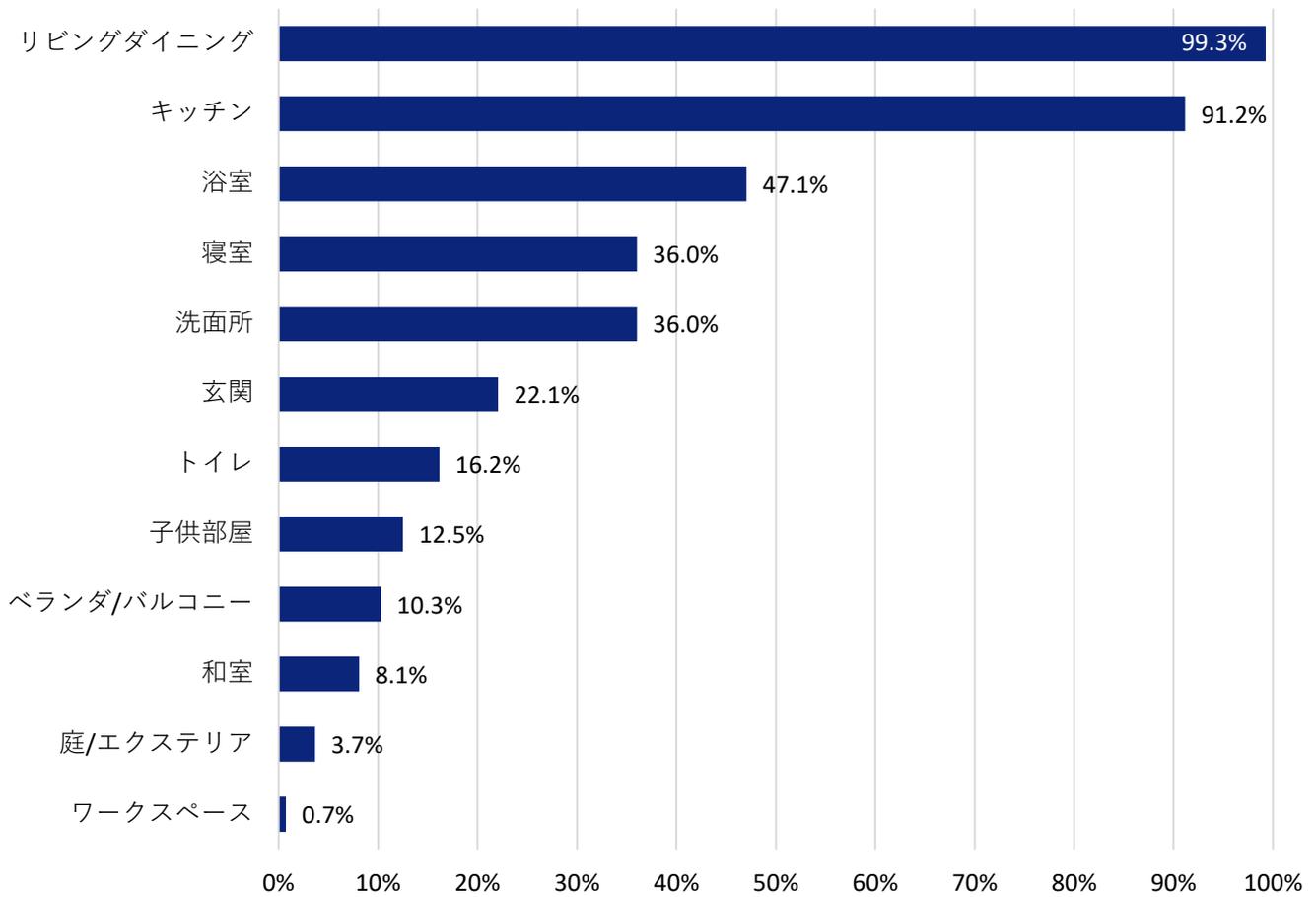
ホームステージングの依頼元（複数回答）



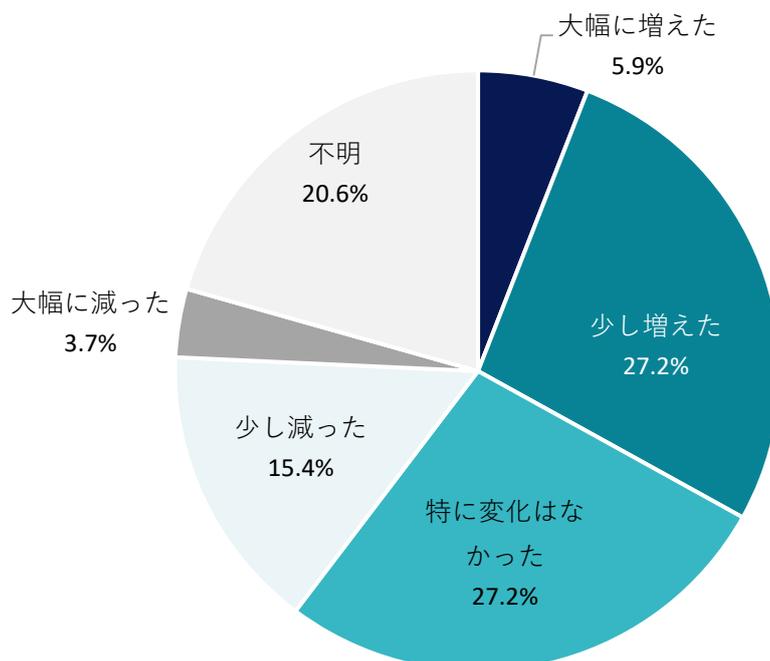
物件あたりの平均提供金額（複数回答）



ホームステージング場所の重要度（複数回答）



ホームステージングの実施件数の前年比（2023年）（単一回答）



I 共通調査

・ 実施地域は東京が大幅に増加、主に首都圏中心

コロナの収束と共に、東京の人口が一極集中し、それに伴い住宅需要の高まりによって、東京におけるホームステージングの実施が昨年よりも7.1%と大きく増加しています。

東京以外の地域については、昨年の状況と大きな変化はなく、首都圏を中心にホームステージングが実施されています。住宅需要が高く競争の激しいエリアで、物件の印象が成約に大きく影響するホームステージングの有効性が認識されていると推測されます。

I 不動産共通調査（売買・賃貸）

・ 不動産業の63.2%が1年以上継続して実施、5年以上継続22.2%

今回の調査で、ホームステージングを導入した不動産事業者の多くが継続して実施していることが分かりました。これは、継続的な営業戦略の一部として定着しつつあると推測されます。5年以上の継続が22.2%と高い割合となっています。これは、業務プロセスに標準的な手段として組み込まれている企業が、一定数存在していると考えられます。また、ホームステージング後の反応で、内覧後の成約率が上がったという回答が圧倒的に1位でした。この効果が評価され、貸主、売主の満足度も84.2%と非常に高く、ホームステージングを継続する大きな要因と言えます。

I 不動産売買

- ・ 売却しにくい物件に実施、成約期間2カ月以内約70%、費用相場10万円～20万円
- ・ 専門業者に依頼が38.9%と1位浮上

売買では、築年数が古いや立地条件が悪いなどが課題になっている売却しにくい物件に、10万円～20万円の予算でホームステージングを打開策として実施していることが分かります。昨年と大きく違うのは、昨年4位だった「高額物件に実施」が今回は2位に浮上しています。これは、東京都内を中心とした不動産価格高騰により高額物件の売買が増加していることが影響していると考えられます。実施方法については、昨年1位だった「自社でのホームステージング実施」を逆転し、「ホームステージング専門業者に依頼をする」が初めて1位となっています。これは物件の差別化ニーズや高額物件の増加により、演出の質が求められる一方で、自社対応には限界があると考えられます。

I 不動産賃貸

- ・ 長期空室物件に実施、成約期間2カ月以内約82%、費用相場家賃の1～1.5カ月分
- ・ ホームステージング実施により60%以上が賃料をアップしても成約

賃貸では、長期空室物件や入居しにくい物件に、家賃の1～1.5カ月分の予算で、空室対策や内見者へ魅力的な空間演出するホームステージングが実施されていることが分かります。注目したいのは、昨年3位だった「高額家賃の部屋に実施」が2位に浮上していることです。首都圏の「家賃相場」が上昇傾向という状況で、内覧時に家賃に見合うホームステージングで空間演出の必要性が求められているのではないかと考えられます。また、価格競争の激しい賃貸市場で60%以上が賃料アップの効果があったことは、重要な成果といえます。特に、5%以上賃料アップ10.6%は、ホームステージングが収益性に直結するという注目すべき点です。しかしながら、賃貸の分野では、予算の関係で、「専門業者に依頼」は少なく、「自社でのホームステージング実施」が主流となっていることは昨年と変わりはありません。

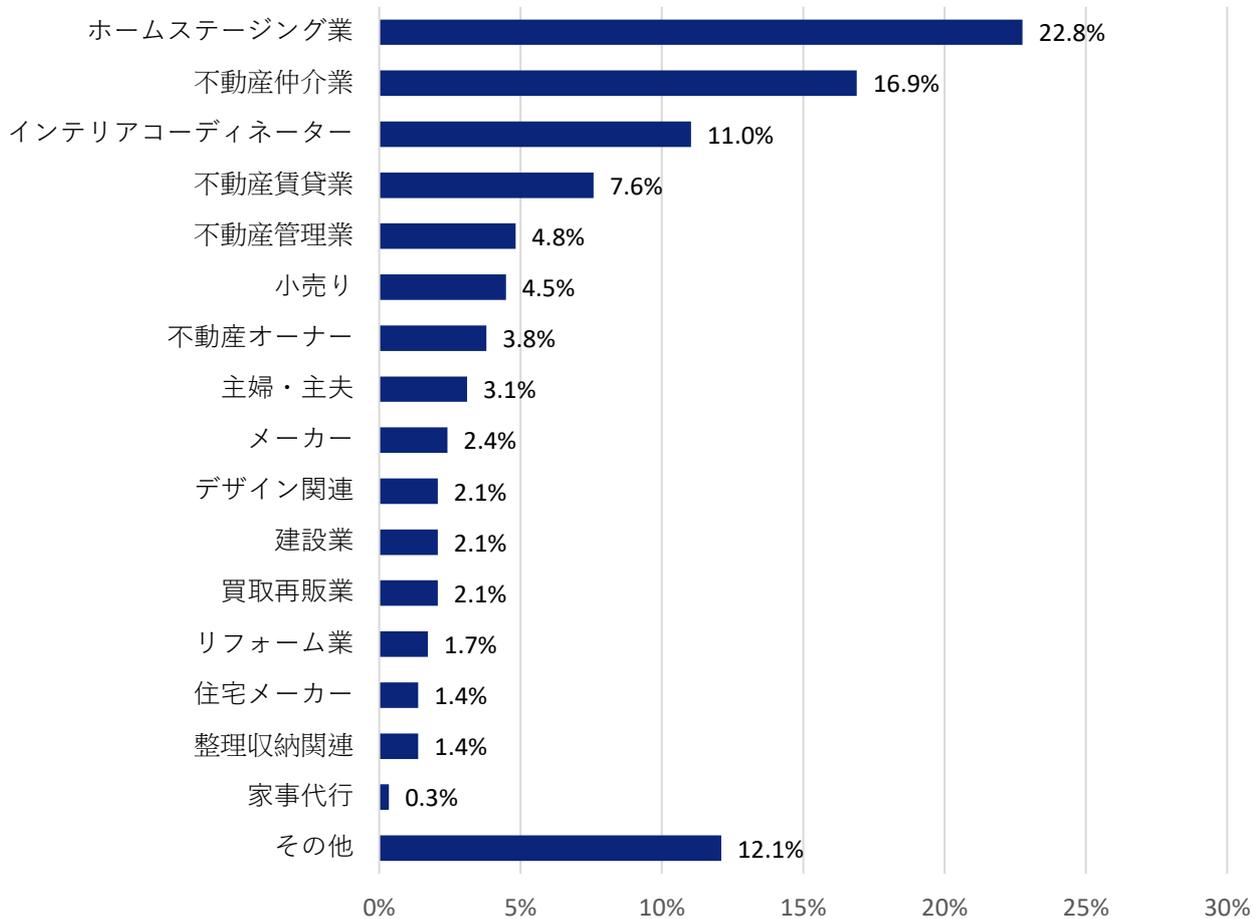
I ホームステージング業

・ 専門業者の提供価格5万円～10万円未満

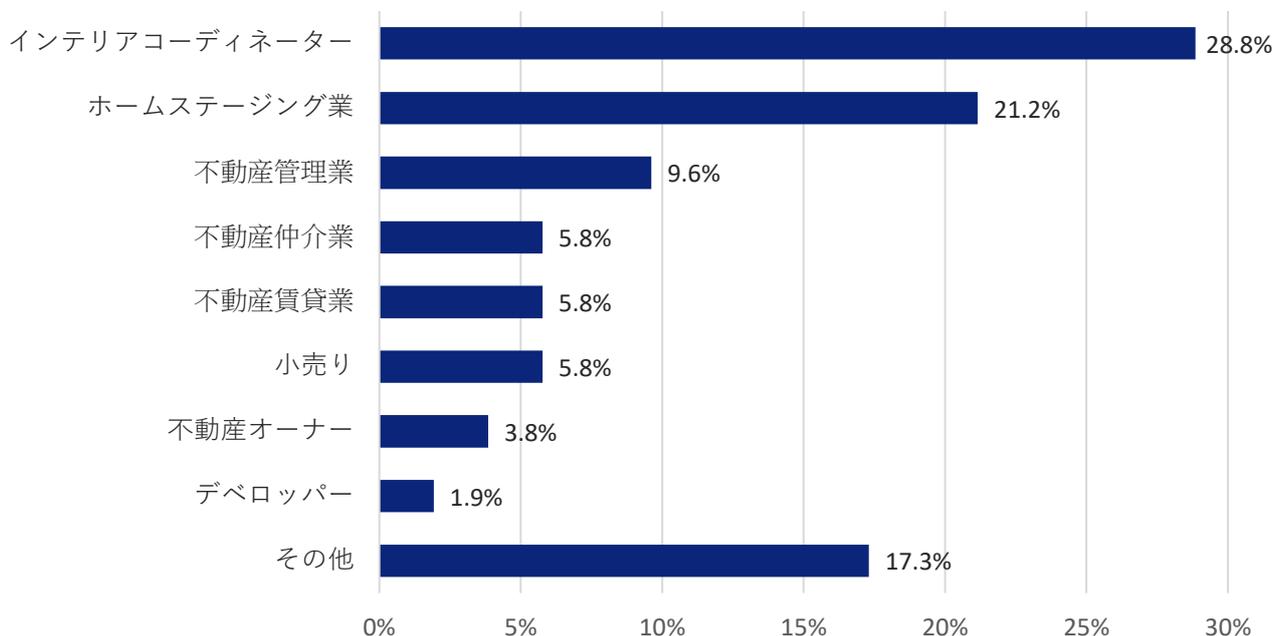
ホームステージングの依頼元は昨年と変わらず不動産売買仲介会社から売買物件のホームステージングを依頼されていることが圧倒的に多いことが分かりました。今回、不動産売買で「ホームステージング専門業者に依頼する」が1位となりました。これは、首都圏を中心に高価格帯の物件が増加し、差別化ニーズの高まりからホームステージングの質が求められ、プロへの依頼が増加したと考えられます。また、専門業者も増加し、サービスの多様化や提供価格が5万円～10万円未満と導入しやすい価格やプランとなっており、依頼しやすくなったことも一因になっているでしょう。今後は、専門業者の競争がさらに激しくなると予想されます。

業種別受講者割合

➤ 2級

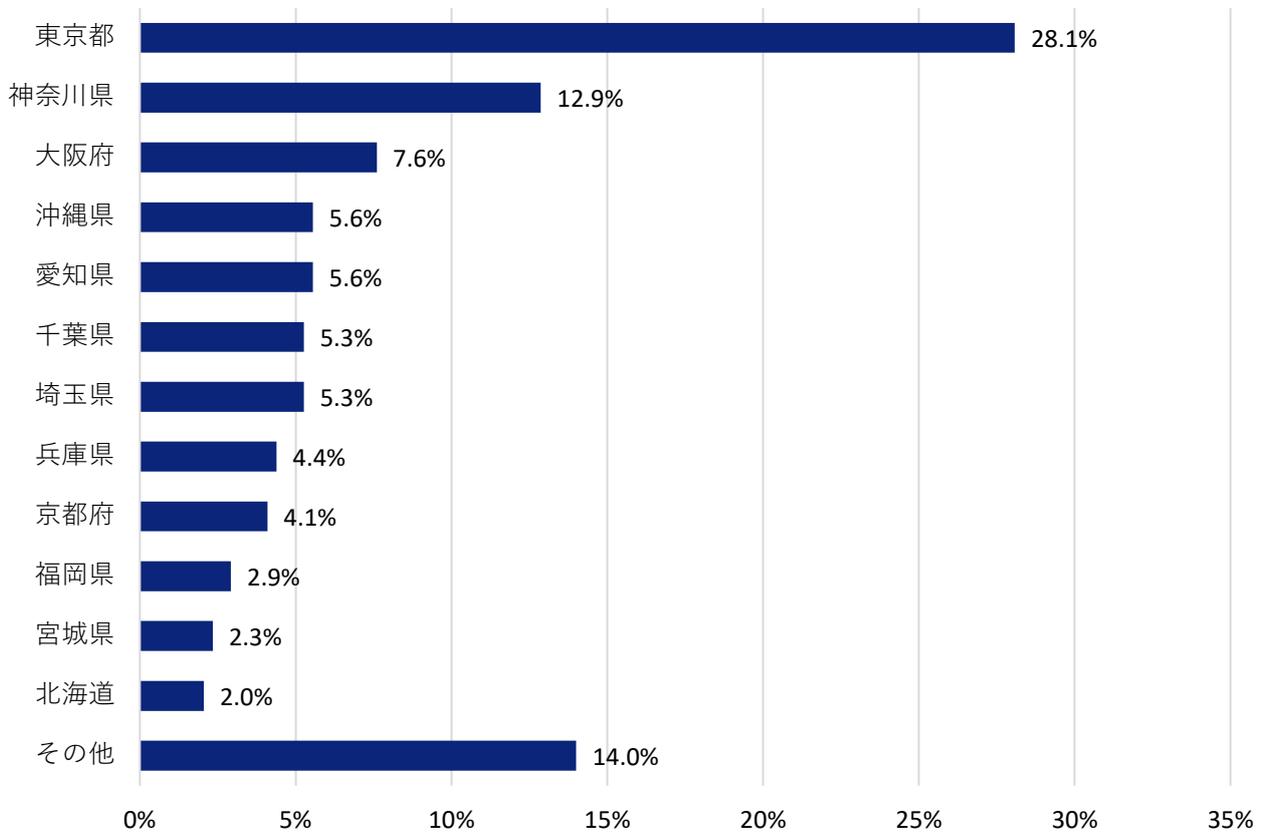


➤ 1級 (HOME/LIFE)

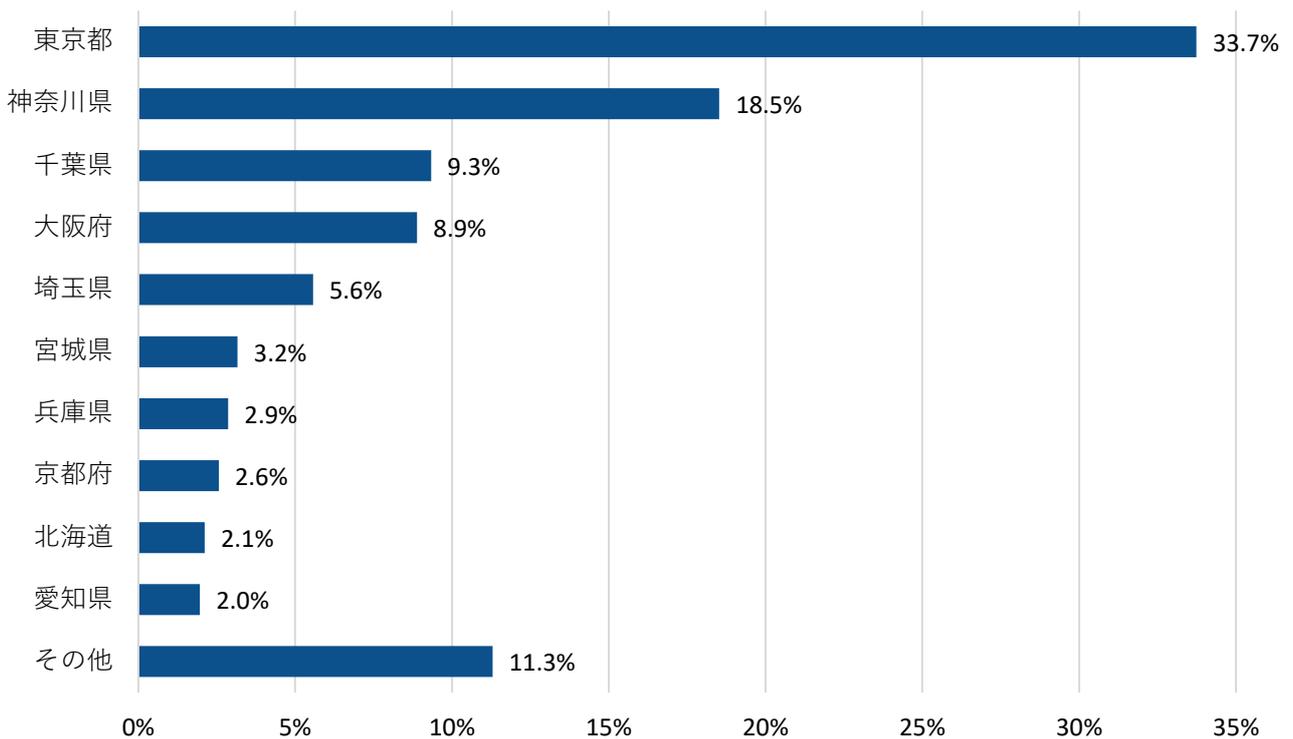


都道府県別受講者割合

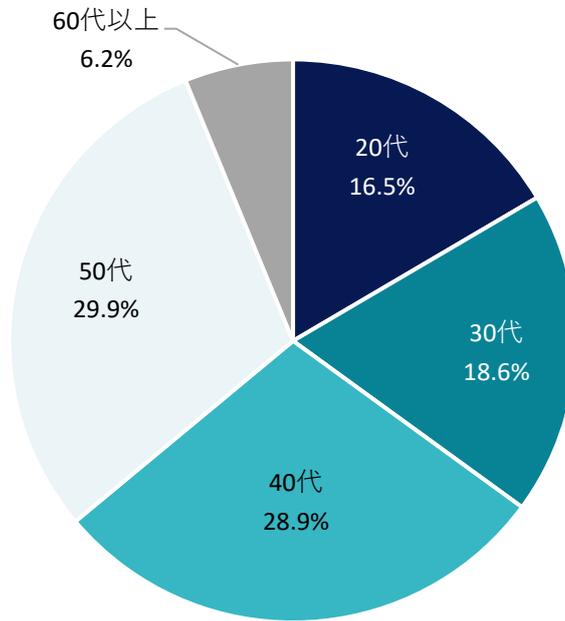
➤ 2024年



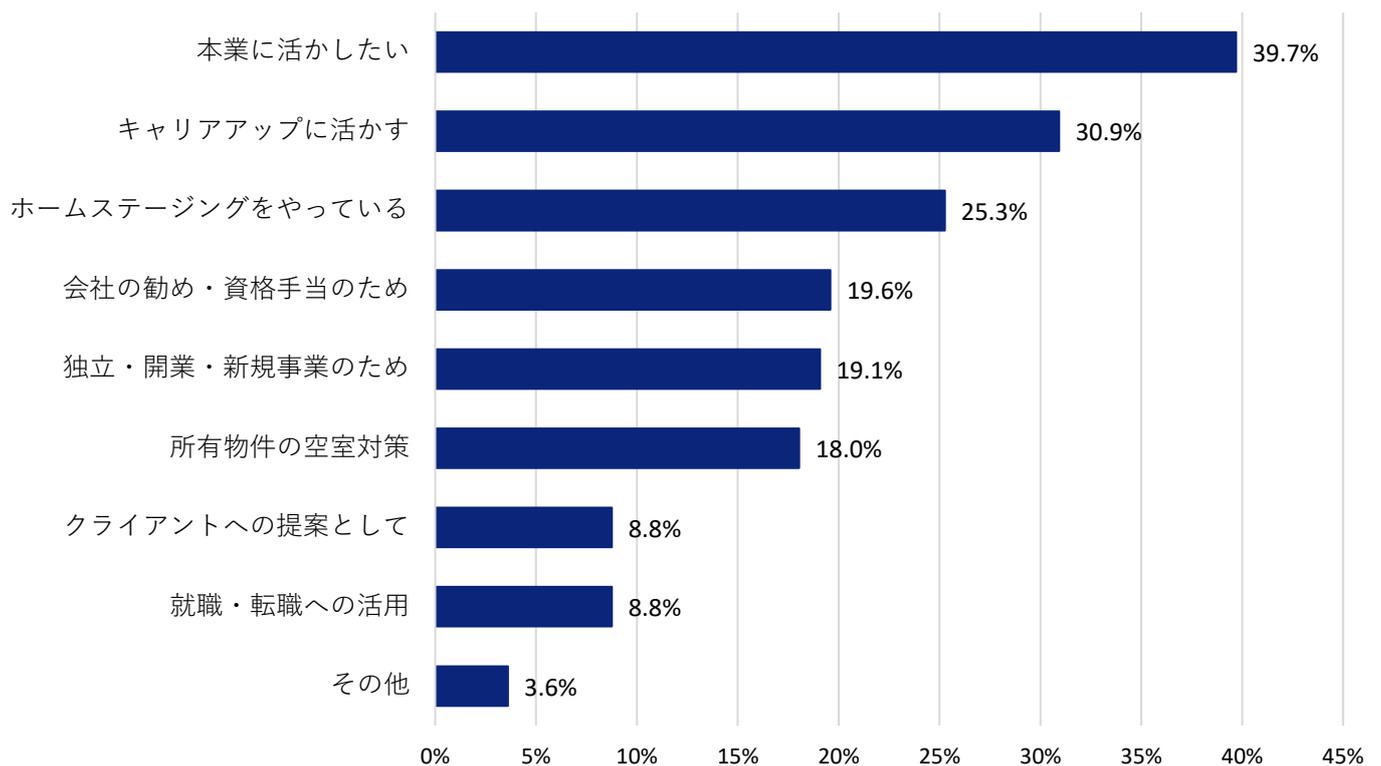
➤ 2023年



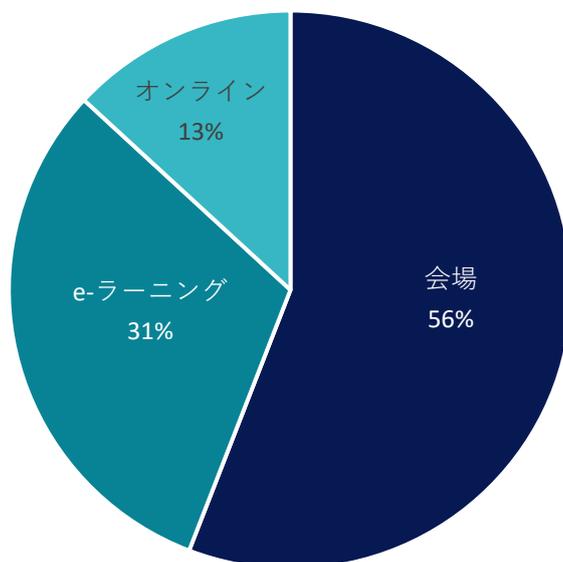
年代別受講割合



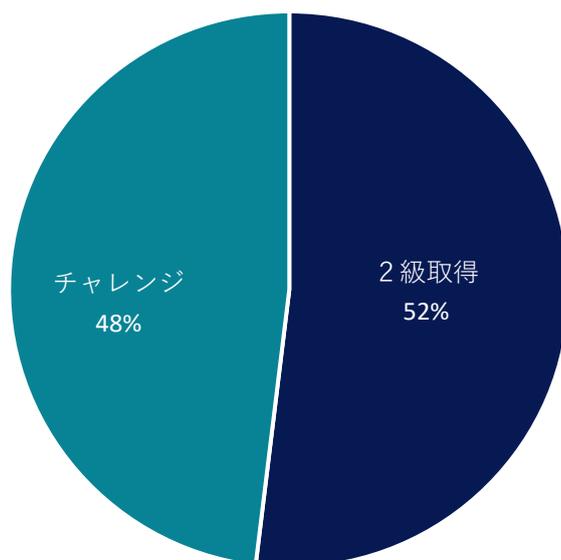
受講理由 (複数回答)



受講方法割合

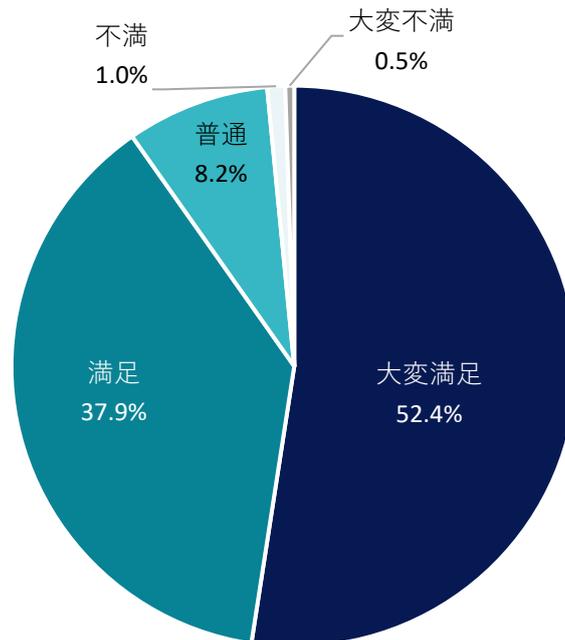


1級チャレンジ受講割合



※「チャレンジ」とは、
2級の受講をせず1級を受講すること

受講満足度



資格取得者数

- 2級資格
- 1級資格 (2020年3月以前)
- 1級HOME資格 (※1)
- 1級LIFE資格 (※2)

合計 5,221 名

2025年6月末現在

※1 1級HOME資格

インテリアの演出から物件の撮影方法、家具家財の搬入と搬出方法、ご提案方法などを学ぶ上級資格で、トータルにホームステージング®ができる、プロフェッショナルな人材を育成するための資格です。

※2 1級LIFE資格

日本の住環境に適した片づけやお掃除のスキル、生前整理や遺品整理等についてロールプレイングで実技実習し、プロフェッショナルな人材を育成するための資格です。

- (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2024」 (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2024」 (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2024」 (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したホームステージャー認定講座開催やホームステージングを活用した企業サポート等を実施

お問い合わせは
右記QRコードより
お願いいたします



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

発行日 2025年8月1日 初版



