

～2018年は「ホームステージング成長期」に～ ホームステージング白書2018 賃貸・在宅のホームステージングを初調査、平均約1カ月で成約

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ホームステージング(※1)の普及活動を行う一般社団法人日本ホームステージング協会(東京都江東区／代表理事:杉之原富士子、以下日本ホームステージング協会)は、このほど日本のホームステージングに関する調査「第2回ホームステージング実態調査」を実施し、調査結果を「ホームステージング白書2018」として12月1日より公開します。北海道から沖縄までの全国で活躍するホームステージャー(※2)、法人会員企業の協力のもと実施しています。

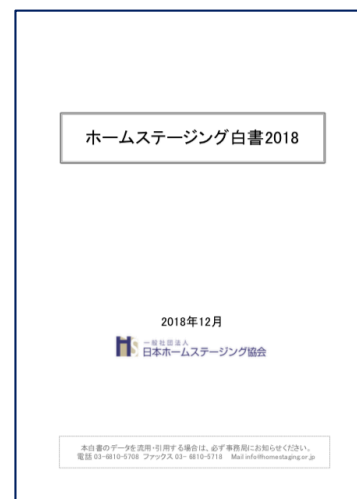
今回は、昨年の約14倍となる2,000を超えるデータが集まりました。ホームステージング専門会社からのデータ提供が増えたこともあり、より実態に近い結果が出たと推測しています。今回の調査では、ホームステージングの内容を、「空室ホームステージング」「賃貸ホームステージング」「在宅ホームステージング」に分けて分析を行いました。内容は全6項目あり、その一部はホームステージング白書2018<抜粋版>として、日本ホームステージング協会ホームページで公開します(協会ホームページURL <http://www.homestaging.or.jp/>)。

日本ホームステージング協会では、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であるとしてきました。2018年はホームステージングは「成長期」に入り、売買だけでなく、賃貸・リフォームや在宅のホームステージングの導入や地域への広がりが出てきたほか、関係する企業の顔ぶれが多種多様になってきました。このことはホームステージングが切磋琢磨されて、様々な利用者のニーズに合わせて、ホームステージングが変化していく兆し(※3)であると感じることができます。

次回のホームステージング白書2019は、2019年12月頃の公開を予定しています。日本ホームステージング協会は、今後もホームステージング白書を通じて、住宅ストック市場の活性化に寄与します。調査概要は次のとおりです。

■調査概要

- ・調査名: 第2回ホームステージング実態調査
- ・調査対象期間: 2017年7月1日～2018年5月31日
- ・調査実施期間: 2018年7月1日～8月31日
- ・回答方法: 協会ホームページでのデータ収集と協会会員向けアンケート送付による回答収集
- ・回答総数2,426件
- ・マンション 799(うち賃貸 156 空室 634 在宅 9)
- ・戸建191(うち賃貸 5 空室 177 在宅 9)



※1 日本ホームステージング協会では、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をホームステージングと定義しています。

※2 当協会が企画運営するホームステージャー認定講座の認定試験に合格して資格を取得した方です。

※3 2018年に実施した第3回ホームステージングコンテスト上位20作品で傾向が読み取れます。20作品中3つは、これまで主流であった明るく目を引く色合いではなく、どちらかというと地味目で静かな雰囲気を感じさせるホームステージング事例でした。これは2017年までは見られなかった傾向です。

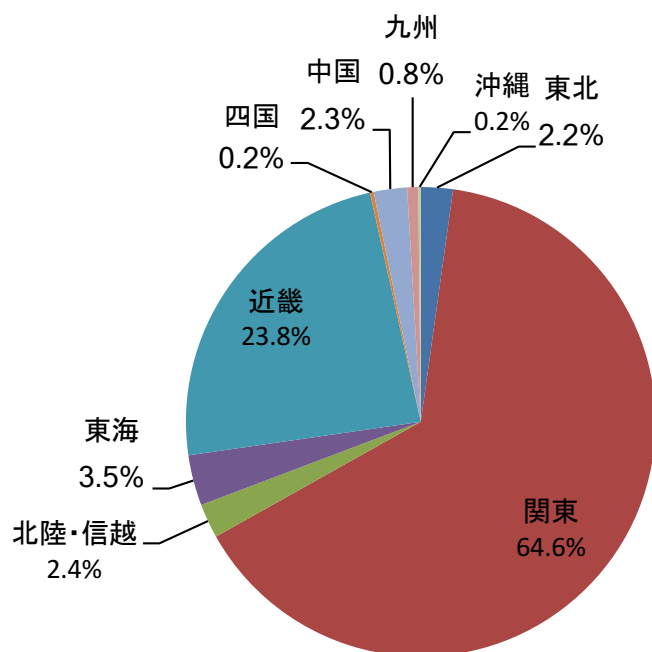
(組織概要) 一般社団法人日本ホームステージング協会 代表理事:杉之原富士子 設立:2013年8月19日

事務局:〒135-0042 江東区木場6-4-2 Kビル4F 電話番号:03-6810-5708

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

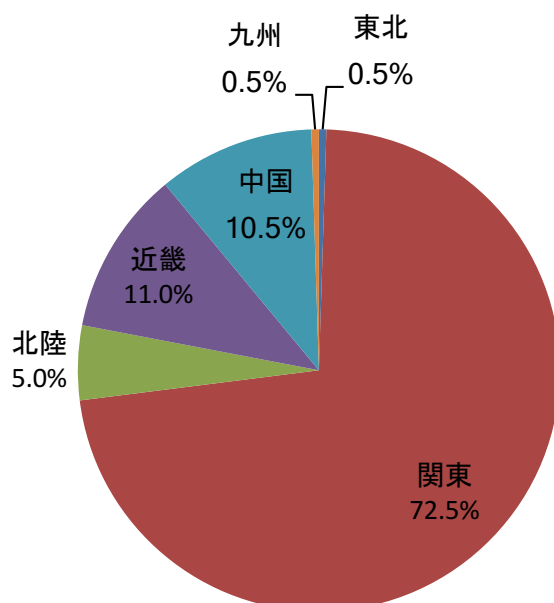
■1 ホームステージングの地域別件数

1-1 空室ホームステージング件数(売買物件)



不動産売買におけるホームステージングの地域別件数は、空室および在宅のホームステージングも含まれた比率になっています。昨年までは、ホームステージングは首都圏だけで展開しているように感じている方も多かったようですが、今回の調査では、東北や北陸、信州、四国や九州・沖縄にもホームステージングが広がりを見せていることが明らかになりました。このことは、地域経済の活性化にも寄与できるさらなる展開を示唆しており、今回注目すべき点の一つといえます。

1-2 賃貸ホームステージング件数



賃貸のホームステージングは売買と同様に関東を中心に広がっています。今後は、まずは、大都市圏を中心に徐々に広がっていき、その後それ以外の地域へと波及していくと考えられます。売買より少し遅れてホームステージングが導入され始めたことから、地域展開も少し時間がかかる可能性があります。

■2 ホームステージングの平均日数とホームステージングに要した費用

2-1 空室、賃貸、在宅の比率

カテゴリー	【導入前】までの空室期間 (日)	【導入後】成約 までの期間 (日)	ホームステー ジングに要し た費用(円)
空室	36	58	223,480
賃貸	91	33	68,337
在宅	70	29	73,841

空室のホームステージング費用の中には、レンタルの費用、家具込みの費用などが含まれているため平均値が高くなっています。また、在宅のホームステージングは、実施しているケースがまだ少ないため、調査データも少ないですが、導入後の成約までの期間が1カ月を切っていること、またホームステージング費用の中に不要家財の回収費用、ハウスクリーニング費用などを含んでも、費用は74,000円を切り、空室の金額と比較して1/3と費用対効果がみこめることが見えてきました。

売主にとっては、住みながら売却できるメリットも大きく、今後全国で広がっていく可能性が高いと考えられます。

2-2 賃貸のホームステージングによる家賃の変化

導入前平均家賃

導入後平均家賃 (円)

67,358

68,691

2-1のホームステージング費用(表内の黄色セル)と家賃がほぼ同額となっています。賃貸のホームステージングでは、導入前は3カ月空室になっていた物件が、ホームステージング導入後は平均1カ月ほどで入居者が決まっています。ホームステージングに掛かった費用は平均して、家賃のほぼ1カ月分で、導入後の家賃も平均して約1,300円上げても入居が決まったという結果がでました。

ホームステージング費用が家賃1カ月分かつたとしても、充分ホームステージングをする価値があるといえます。また今後、様々なホームステージングの手法が出てきたり、スキルが高くなれば、さらに効果が見込めると考えられます。