

【報道用資料】

2015年5月14日

ADインベストメント・マネジメント株式会社

《不動産仲介業者・実態調査》

## 店舗への集客はネットが8割近くを占める

顧客は賃料重視で10万円以下物件が半数近く  
保証会社のメリット多いが顧客の抵抗感が大きい

住宅系Jリートで最大級の資産規模を持つ、アドバンス・レジデンス投資法人（証券コード：3269）の資産運用会社であるADインベストメント・マネジメント株式会社（本社：東京都千代田区、代表取締役：高坂健司）は、都内の不動産仲介業者に対するアンケート調査をおこなった。

### 調査結果のポイント

#### <仲介店舗の実態>

- 店舗への集客はネットが80%近くを占める
- 1か月あたりの成約件数は10件、繁忙期で20件程度
- 顧客の部屋探しは「賃料」が最優先で10万円未満の物件が5割近い

#### <来店客の属性>

- 男性は30代が最も多く、続いて20代、女性は逆に20代、30代の順となる

#### <保証会社の利用>

- 積極的に勧める業者は2割弱にとどまる
- 業者サイドは審査等がスムーズに進むメリットを感じている
- 顧客の利用料負担や保証会社への抵抗感などがネックとなっている

#### <物件情報の収集>

- レインズやat homeなど業者間流通サイトが中心
- SUUMOやhome'sなど一般向けサイトも利用多い
- 接客時には貸主制作物なども利用

## 調査概要と回答者プロフィール

### 調査概要

【調査方法】ウェブにより実施。

【調査期間】2014年3月5日～2014年3月20日

【調査対象】東京都内の仲介業者 2,000社 (10,000件)

【有効サンプル数】対象者 10,000名中 589名 (回答率 5.89%)

### 回答者プロフィール

【性別】男性：女性＝約 8：2

【勤務先PC台数】1人に1台が8割を超える

#### ■勤務先店舗の従業員数

(4～6人が最も多い)

回答	件数	比率
1～3人	83	14.09%
4～6人	306	51.95%
7～10人	150	25.47%
11～20人	26	4.41%
21人以上	24	4.07%

#### ■顧客の案内方法

(社有車で案内が一般的)

回答	件数	比率
社有車	399	67.74%
電車	84	14.26%
タクシー	19	3.23%
カーシェア	61	10.36%
その他	26	4.41%

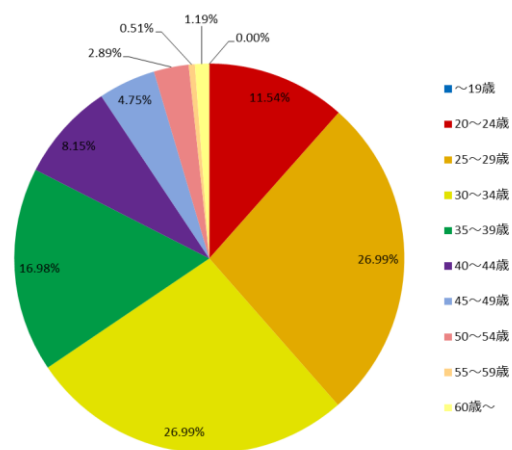
#### ■職歴

(均等にばらけている)

回答	件数	比率
1年未満	80	13.58%
1年以上3年未満	140	23.77%
3年以上5年未満	109	18.51%
5年以上10年未満	150	25.47%
10年以上	110	18.68%

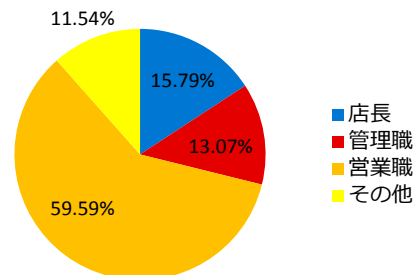
#### ■年齢 (20代後半から30代で約70%)

回答	件数	比率
～19歳	0	0.00%
20～24歳	68	11.54%
25～29歳	159	26.99%
30～34歳	159	26.99%
35～39歳	100	16.98%
40～44歳	48	8.15%
45～49歳	28	4.75%
50～54歳	17	2.89%
55～59歳	3	0.51%
60歳～	7	1.19%



#### ■役職 (営業職が約6割)

回答	件数	比率
店長	93	15.79%
管理職	77	13.07%
営業職	351	59.59%
その他	68	11.54%



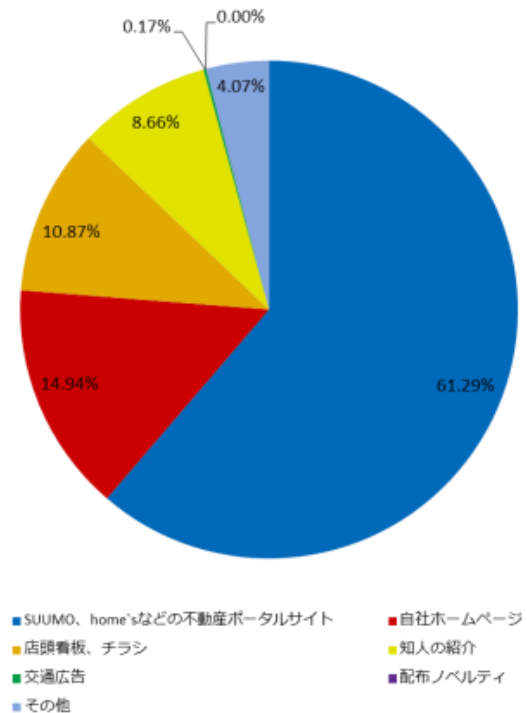
## 調査結果詳細

### 【1】仲介店舗の実態

#### ■来店のきっかけとなる媒体

不動産ポータルサイトがもっとも多く 6 割を超える。自社のホームページを加えるとネット集客が全体の 76%となる。店頭看板やチラシが 10%程度であることから、仲介業者はネット集客が中心になっていることがわかる。

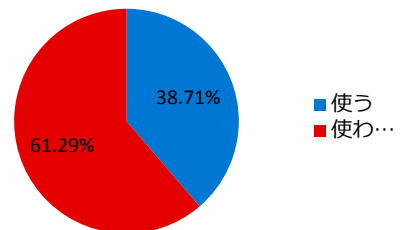
回答	件数	比率
SUUMO、home`sなどの不動産ポータルサイト	361	61.29%
自社ホームページ	88	14.94%
店頭看板、チラシ	64	10.87%
知人の紹介	51	8.66%
交通広告	1	0.17%
配布ノベルティ	0	0.00%
その他	24	4.07%



#### ■接客時のスマホ、タブレットの利用

スマホやタブレットの利用は 4 割弱。

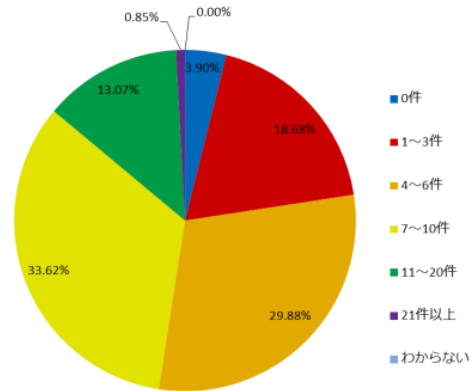
回答	件数	比率
使う	228	38.71%
使わない	361	61.29%



### ■ 1ヶ月あたりの成約件数（通常期）

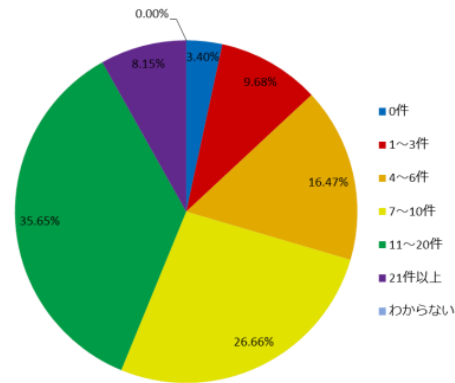
1ヶ月あたりの成約件数は、通常期で10件程度、繁忙期で倍の20件程度となっている。

回答	件数	比率
0件	23	3.90%
1～3件	110	18.68%
4～6件	176	29.88%
7～10件	198	33.62%
11～20件	77	13.07%
21件以上	5	0.85%
わからない	0	0.00%



### ■ 1か月あたりの成約件数（繁忙期）

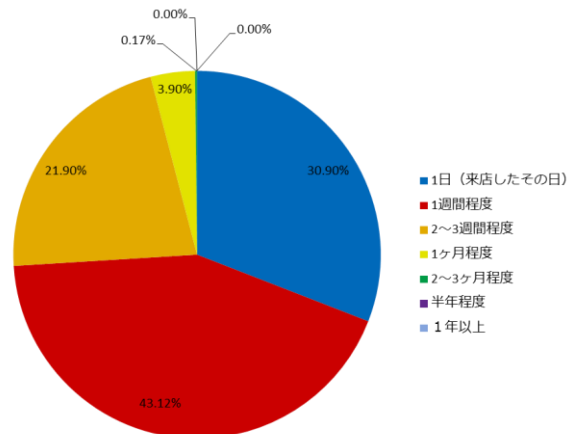
回答	件数	比率
0件	20	3.40%
1～3件	57	9.68%
4～6件	97	16.47%
7～10件	157	26.66%
11～20件	210	35.65%
21件以上	48	8.15%
わからない	0	0.00%



### ■ 来店→申込みまでの平均期間

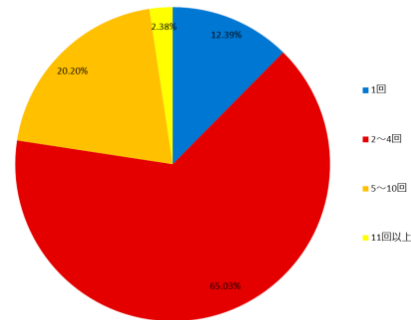
申し込みまでの期間をみると、来店してから2～4回顧客と連絡を取り、1週間程度で申込みをするというのが一般的な流れのようだ。2～3週間程度追いかけるという回答も多かったが、それ以上となると大幅に減少する。追客目安は1カ月と想定していることが多いようだ。

回答	件数	比率
1日（来店したその日）	182	30.90%
1週間程度	254	43.12%
2～3週間程度	129	21.90%
1ヶ月程度	23	3.90%
2～3ヶ月程度	1	0.17%
半年程度	0	0.00%
1年以上	0	0.00%



## ■来店→申込みまでの連絡回数

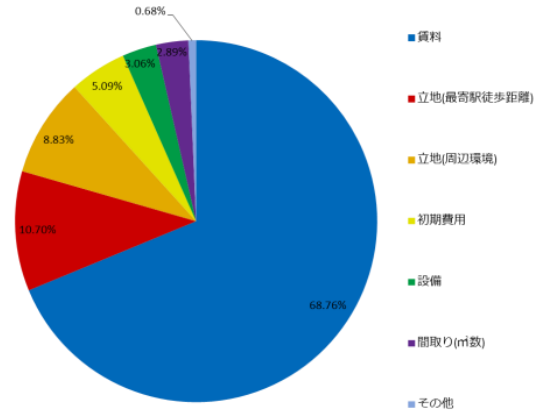
回答	件数	比率
1回	73	12.39%
2~4回	383	65.03%
5~10回	119	20.20%
11回以上	14	2.38%



## ■顧客の部屋探し優先事項

部屋探しをする上で、賃料を最優先の条件とするのが圧倒的に多く、約70%を占める。その上で、最寄駅までの距離や周辺環境などを考慮し、物件選定をしていることが伺える。

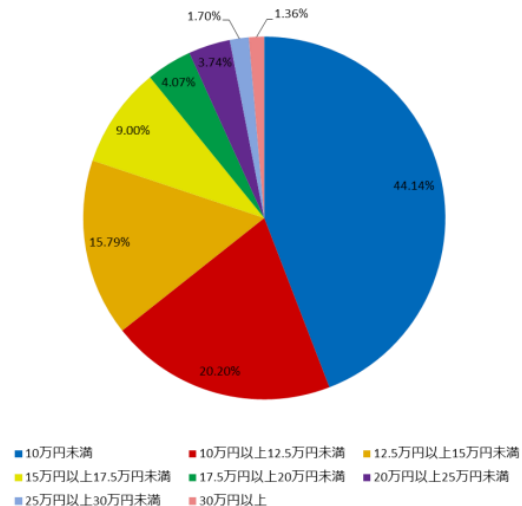
回答	件数	比率
賃料	405	68.76%
立地(最寄駅徒歩距離)	63	10.70%
立地(周辺環境)	52	8.83%
初期費用	30	5.09%
設備	18	3.06%
間取り(m <sup>2</sup> 数)	17	2.89%
その他	4	0.68%



## ■成約賃料の平均

顧客が賃料を最優先に物件選定している結果からもわかる通り、低価格帯ほど多くの割合を占める結果となった。15万円以上の価格帯から全体の割合が10%を切ることから、15万円以上の予算のある顧客は非常に少ないことがわかる。

回答	件数	比率
10万円未満	260	44.14%
10万円以上12.5万円未満	119	20.20%
12.5万円以上15万円未満	93	15.79%
15万円以上17.5万円未満	53	9.00%
17.5万円以上20万円未満	24	4.07%
20万円以上25万円未満	22	3.74%
25万円以上30万円未満	10	1.70%
30万円以上	8	1.36%

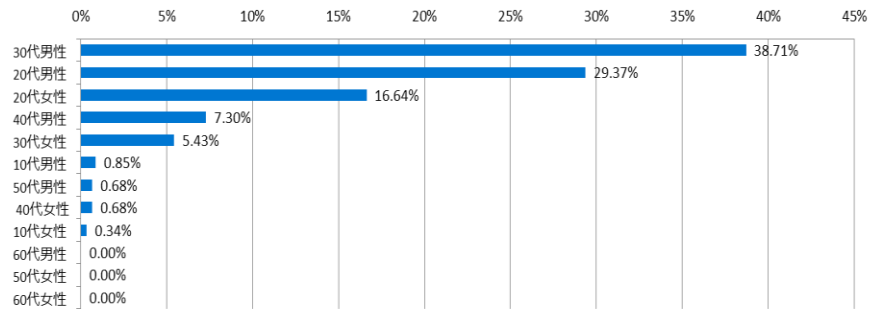


## 【2】来店客の属性

男性の場合、30代が市場の多い層となっており、次いで20代となる。女性は逆に20代が一番多く、次いで30代となっている。客数は全体の70%が男性、30%が女性となっている。

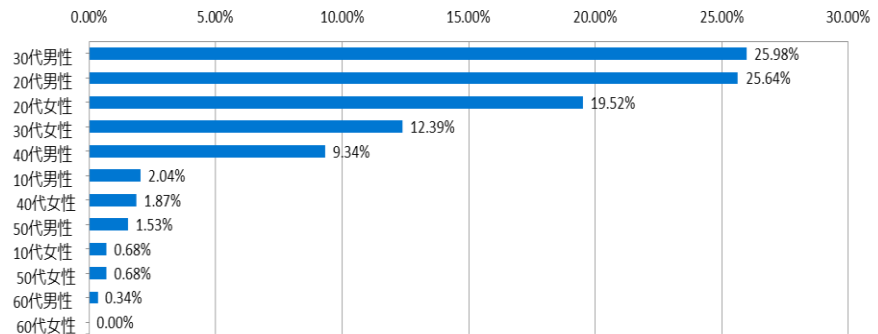
### ■ 1位

回答	件数	比率
30代男性	228	38.71%
20代男性	173	29.37%
20代女性	98	16.64%
40代男性	43	7.30%
30代女性	32	5.43%
10代男性	5	0.85%
50代男性	4	0.68%
40代女性	4	0.68%
10代女性	2	0.34%
60代男性	0	0.00%
50代女性	0	0.00%
60代女性	0	0.00%



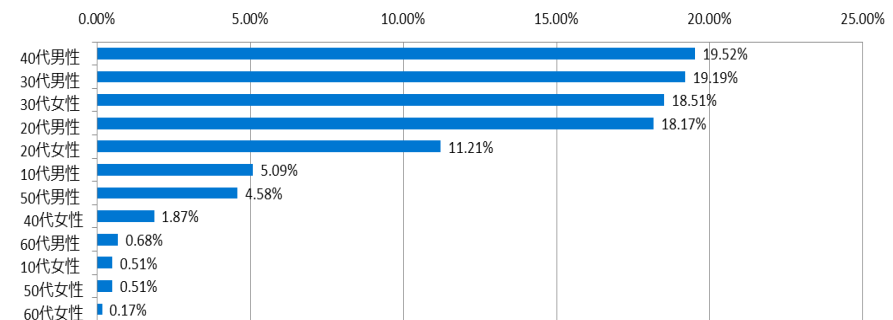
### ■ 2位

回答	件数	比率
30代男性	153	25.98%
20代男性	151	25.64%
20代女性	115	19.52%
30代女性	73	12.39%
40代男性	55	9.34%
10代男性	12	2.04%
40代女性	11	1.87%
50代男性	9	1.53%
10代女性	4	0.68%
50代女性	4	0.68%
60代男性	2	0.34%
60代女性	0	0.00%



### ■ 3位

回答	件数	比率
40代男性	115	19.52%
30代男性	113	19.19%
30代女性	109	18.51%
20代男性	107	18.17%
20代女性	66	11.21%
10代男性	30	5.09%
50代男性	27	4.58%
40代女性	11	1.87%
60代男性	4	0.68%
10代女性	3	0.51%
50代女性	3	0.51%
60代女性	1	0.17%

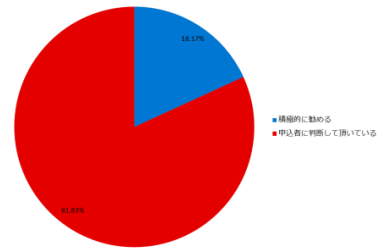


### 【3】保証会社の利用

保証会社の利用を積極的に勧める仲介業者は、全体の18%となった。

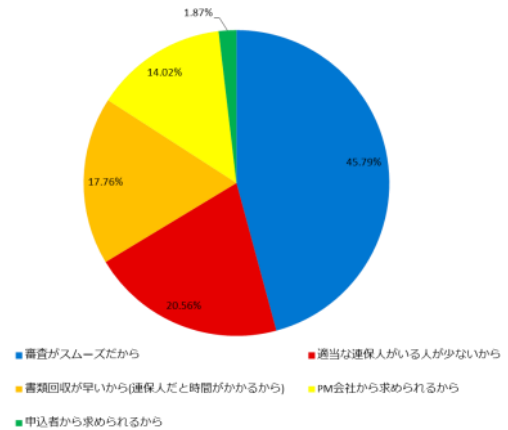
勧める理由、申込み者判断とする理由の両方を鑑みた場合、仲介業者サイドでは、書類審査の回収が早く、審査がスムーズ、などの理由で保証会社の利用を勧めたいものの、利用料がかかる、保証会社に抵抗がある顧客が多い、などの理由で最初から積極的に勧めないという結果につながっているようだ。

回答	件数	比率
積極的に勧める	107	18.17%
申込者に判断して頂いている	482	81.83%



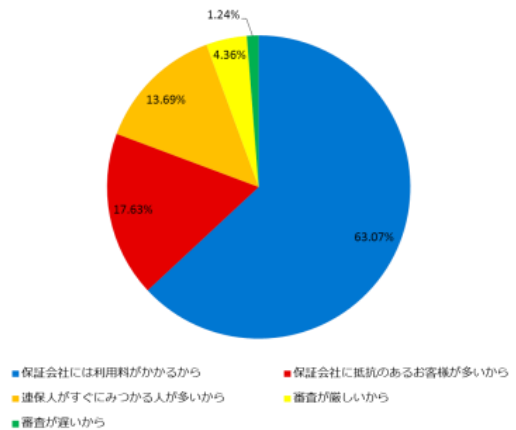
#### ■積極的に勧める理由

回答	件数	比率
審査がスムーズだから	49	45.79%
適当な連保人がいる人が少ないから	22	20.56%
書類回収が早いから(連保人だと時間がかかるから)	19	17.76%
PM会社から求められるから	15	14.02%
申込者から求められるから	2	1.87%



#### ■申込者の判断にする理由

回答	件数	比率
保証会社には利用料がかかるから	304	63.07%
保証会社に抵抗のあるお客様が多いから	85	17.63%
連保人がすぐみつかる人が多いから	66	13.69%
審査が厳しいから	21	4.36%
審査が遅いから	6	1.24%

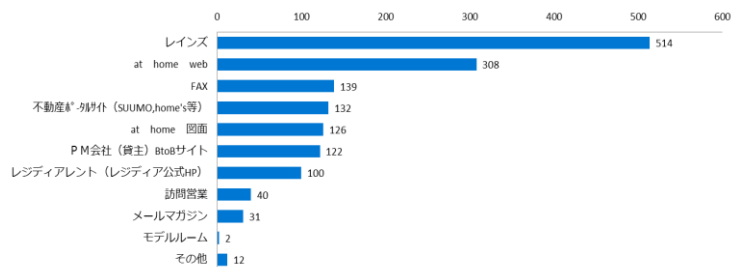


## 【4】物件情報の収集

レイズや at home などの業者間流通サイトを利用して情報収集を行っているとの回答が1位、2位を占めた。一方で、SUUMO や home's などの一般向けサイトの利用も多く挙げられた。また、FAX や at home 図面、訪問営業などプッシュ型の情報配信も仲介業者の情報源になっていることがわかる。

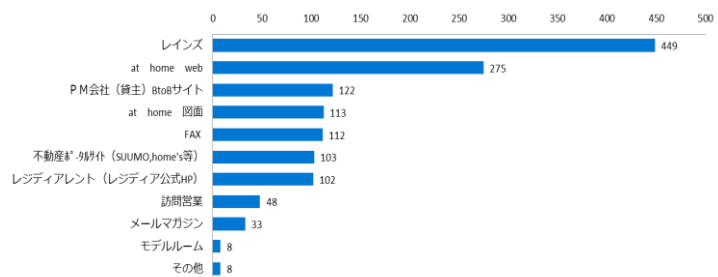
### ■物件情報を取得する主な媒体

回答	件数	比率
レイズ	514	87.27%
at home web	308	52.29%
FAX	139	23.60%
不動産*・*財付 (SUUMO,home's等)	132	22.41%
at home 図面	126	21.39%
P M会社 (貸主) BtoBサイト	122	20.71%
レジディアレント (レジディア公式HP)	100	16.98%
訪問営業	40	6.79%
メールマガジン	31	5.26%
モデルルーム	2	0.34%
その他	12	2.04%



### ■物件情報の取得に有効だと思われる媒体

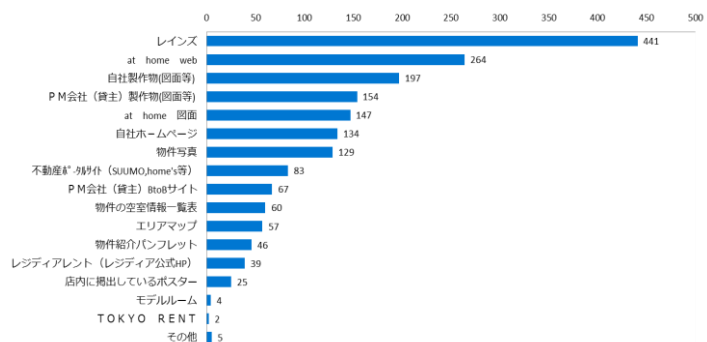
回答	件数	比率
レイズ	449	76.23%
at home web	275	46.69%
P M会社 (貸主) BtoBサイト	122	20.71%
at home 図面	113	19.19%
FAX	112	19.02%
不動産*・*財付 (SUUMO,home's等)	103	17.49%
レジディアレント (レジディア公式HP)	102	17.32%
訪問営業	48	8.15%
メールマガジン	33	5.60%
モデルルーム	8	1.36%
その他	8	1.36%



## 【5】接客時の使用ツール

接客時には、まず顧客の希望条件をヒアリング後、レイズもしくは at home web で検索し、自社で準備している図面も合わせて営業するという回答が多く挙げられている。その次に、貸主制作物や at home 図面が挙げられていることから、レイズや at home web での情報公開と同様に、FAX 配信や訪問営業など、貸主側からの積極的な情報提供が重要であることが読み取れる。さらに、物件情報だけでなく写真等の提供があると、仲介業者にとって有益な営業ツールになるとの回答が多く挙げられている。

回答	件数	比率
レイズ	441	74.87%
at home web	264	44.82%
自社製作物(図面等)	197	33.45%
P M会社 (貸主) 製作物(図面等)	154	26.15%
at home 図面	147	24.96%
自社ホームページ	134	22.75%
物件写真	129	21.90%
不動産*・*財付 (SUUMO,home's等)	83	14.09%
P M会社 (貸主) BtoBサイト	67	11.38%
物件の空室情報一覧表	60	10.19%
エリアマップ	57	9.68%
物件紹介パンフレット	46	7.81%
レジディアレント (レジディア公式HP)	39	6.62%
店内に掲出しているポスター	25	4.24%
モデルルーム	4	0.68%
T O K Y O R E N T	2	0.34%
その他	5	0.85%





## ■アドバンス・レジデンス投資法人 概要 <http://adr-reit.com/>

アドバンス・レジデンス投資法人は2010年3月1日に旧アドバンス・レジデンス投資法人および日本レジデンシャル投資法人との新設合併方式により誕生しました。2010年3月2日に東京証券取引所不動産投資信託証券市場に上場(銘柄コード:3269)する賃貸住宅特化型として、日本最大級の保有資産規模を誇る不動産投資信託(J-REIT)です。

□資産規模:4,241億円(2015年4月現在) ※住宅系J-REIT最大級の資産規模

□物件数:249(2015年4月現在) ※J-REIT最大級の分散

□分配準備積立金残高:335億円(第9期分配金支払後) ※J-REIT最大準備積立金

## ■AD インベストメント・マネジメント株式会社 概要 <http://adim.co.jp/>

アドバンス・レジデンス投資法人の資産運用会社。伊藤忠グループの一員として、グループの情報ネットワークを活用し、投資法人の長期的・安定的な成長を目指しています。

□代表者:代表取締役社長 高坂健司 □設立:2005年2月2日 □資本金:3億円

□主要株主:伊藤忠商事(株)、伊藤忠都市開発(株)、(株)あおぞら銀行、三井住友信託銀行(株)ほか