

PRESS RELEASE

報道関係者各位

&DO HOLDINGS

2024年5月21日

株式会社 And Do ホールディングス（東証プライム 3457）

ハウストゥが「第2回不動産売却・購入に関するインターネット調査」を実施

ハウストゥブランドで不動産事業を全国展開する株式会社 And Do ホールディングス（本社：東京都千代田区、代表取締役社長 CEO：安藤正弘、以下：当社）は、自宅（戸建、マンション）などの不動産売却・購入経験者を対象に、「第2回不動産売却・購入に関するインターネット調査」を実施しました。今回の調査では、2021年1月～2024年1月で自宅（戸建、マンション）を売却した経験、購入した経験があると回答した20歳以上の全国に居住の方を対象に調査しており、近年の不動産売却・購入に関する傾向が明らかになりました。

今後もこのような不動産の売却や購入に関する調査によって不動産に関する動向やニーズを明らかにし、情報提供することで、お客さまのための不動産業界の発展に寄与してまいります。

調査サマリー

【不動産売却の理由】

- ・「住み替え」が20.2%と最多。ただ、売却による資金調達・確保に関する回答を合計すると33.1%となり、約3分の1を占めています。

【不動産購入の理由】

- ・「賃貸の家賃がもったいない」、「良い物件を見つけた」がともに12.4%と最多。上位5つの回答が全体の50%を占めていますが、突出した回答が無く、購入時の生活環境や状況等によって理由が異なる結果になっています。

【不動産会社の探し方】

- ・「ネット検索」が売却、購入ともに最も多く、次いで「自宅の近くの不動産会社」、「知人・友人からの紹介」と上位3つの回答には売却と購入で大きな違いは無い。
- ・「駅・電車の看板・ポスター」、「投函されたチラシ」、「道路沿い看板・ポスター」、「新聞折込」などネット検索によらない「オフライン広告」も売却29.9%、購入26.2%とそれぞれ「ネット検索」を超えています。

【問い合わせた不動産会社の数】

- ・売却では「3社」と「2社」がともに34.6%で、購入では「2社」が39.1%で最多。売却の方が、査定金額の多い会社を探すために問い合わせをする会社数が購入より多くなる傾向になっています。

【不動産会社を決めた理由】

- ・売却では「地元に強い」15.2%、「担当者が信頼できた」13.1%、「査定額が高かった」11.2%が上位3つの回答。購入では「担当者が信頼できた」13.2%、「物件情報が豊富だった」10.8%、「対応スピードが速かった」、「家から近かった」がともに10.1%で上位3つの回答。売却と購入では若干理由が異なる傾向が見られます。

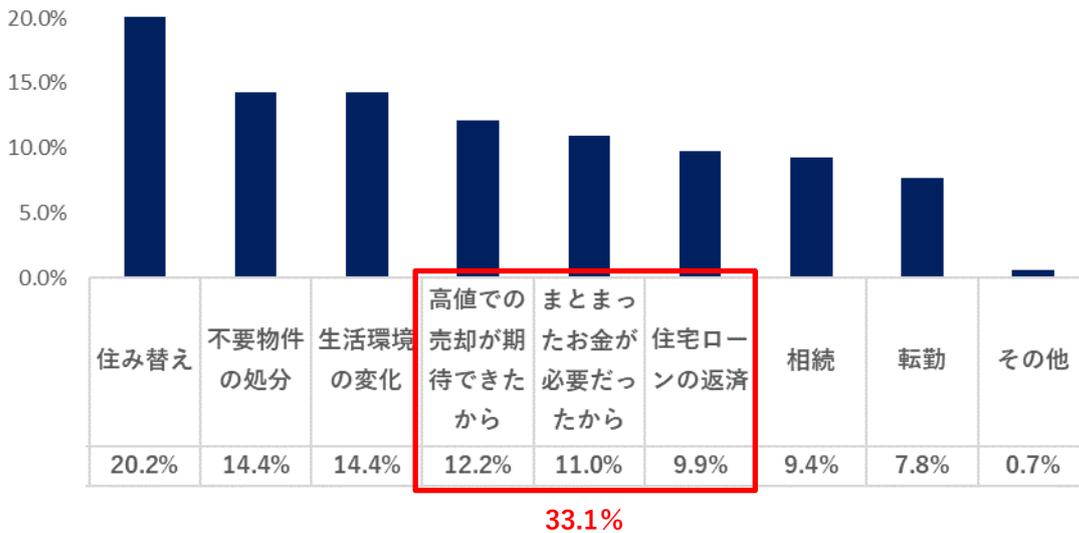
【不動産会社から期待する情報発信】

- ・「失敗のない不動産売却（購入）の方法」が売却31.7%、購入30.1%と最多。売却は取引後に資金を得るので、不動産会社の情報発信に求める項目もお金に関する項目において、購入より関心が高い傾向にあることが見て取れます。

調査結果

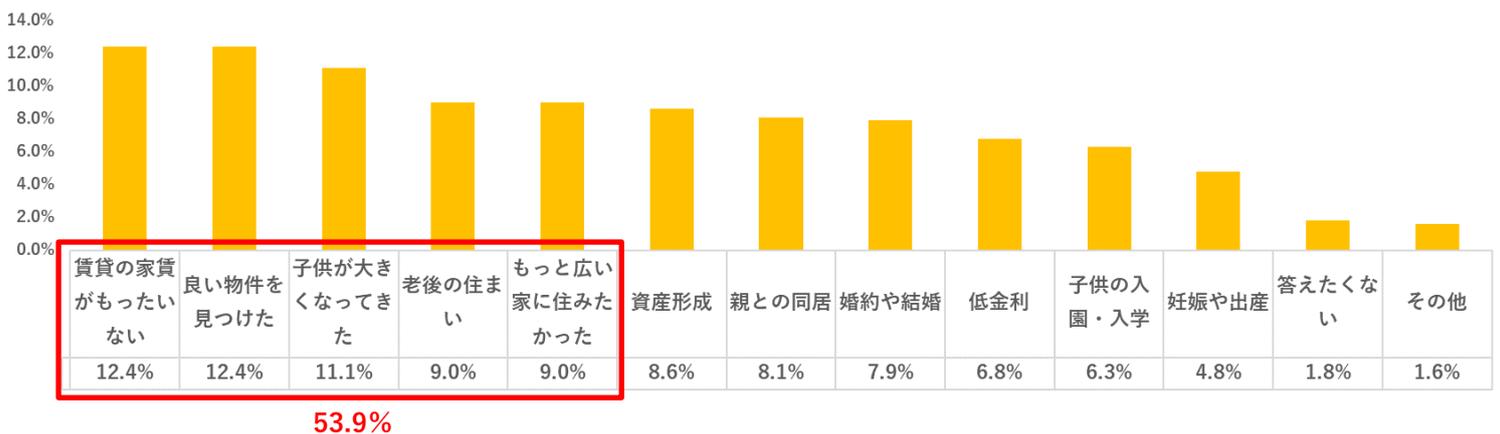
【不動産売却・購入の理由】

Q.自宅を売却した理由は何ですか？



「自宅を売却した理由は何ですか？」と聞いたところ、「住み替え」が最も多く 20.2%、次いで「不要物件の処分」、「生活環境の変化」がともに 14.4%となっています。特徴的なのが「高値での売却が期待できたから」12.2%、「まとまったお金が必要だったから」11.0%、「住宅ローンの返済」9.9%と売却による資金調達・確保に関する回答を合計すると 33.1%となり、約 3 分の 1 を占めています。

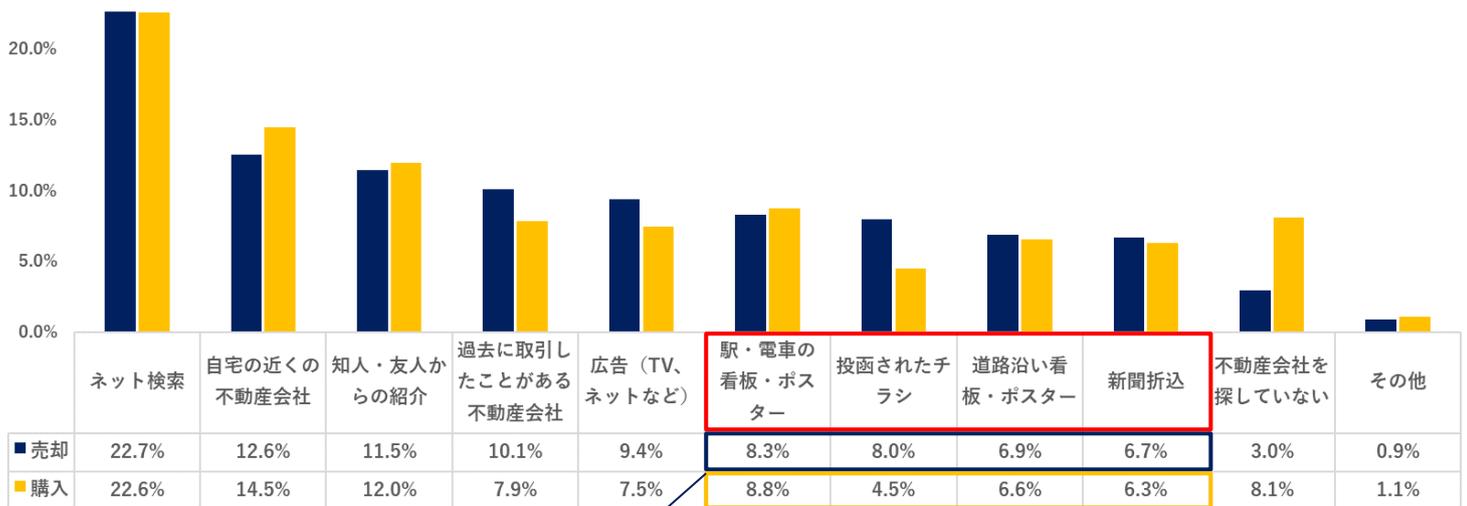
Q.自宅を購入した理由は何ですか？



「自宅を購入した理由は何ですか？」と聞いたところ、「賃貸の家賃がもったいない」、「良い物件を見つけた」がともに 12.4%と最も多く、次いで「子供が大きくなってきた」が 11.1%、「老後の住まい」、「もっと広い家に住みたかった」がともに 9.0%と続きました。「資産形成」8.6%、「低金利」6.8%と近年ならではの傾向はございますが、上位 5 つの回答が全体の 50%を占めていますが、突出した回答が無く購入時の生活環境や状況等によって、理由が異なる結果になっています。

【不動産会社の探し方】

Q. 不動産会社をどのように探しましたか？



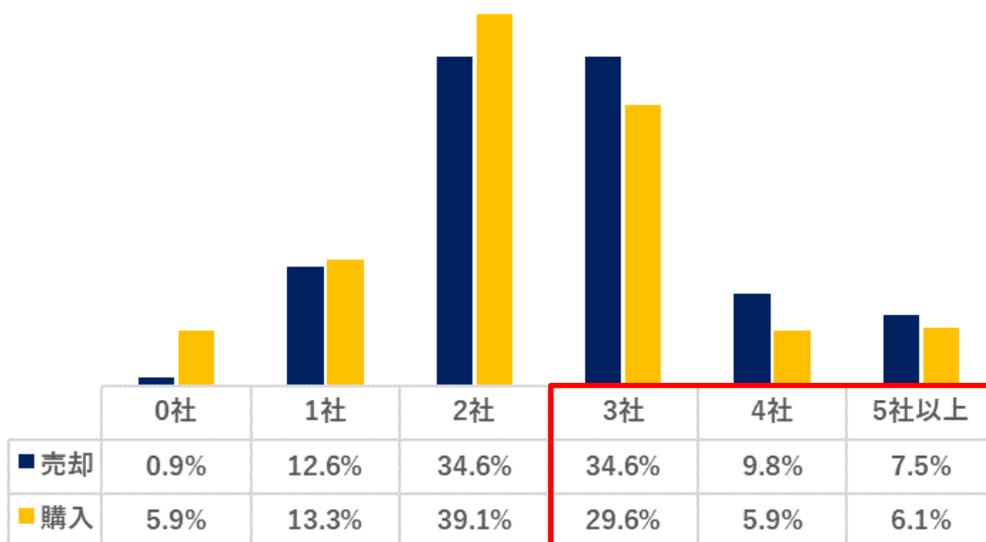
売却小計：29.9%

購入小計：26.2%

「不動産会社をどのように探しましたか？」と聞いたところ、「ネット検索」が売却、購入ともに最も多く、次いで「自宅の近くの不動産会社」、「知人・友人からの紹介」と上位3つの回答には売却と購入では大きな違いは見られませんでした。「ネット検索」が最も多いですが、「駅・電車の看板・ポスター」、「投函されたチラシ」、「道路沿い看板・ポスター」、「新聞折込」などネット検索によらない「看板・ポスター・チラシなどの広告」も売却約29.9%、購入約26.2%と「ネット検索」を超えており、デジタルシフトが進んでいる近年でも、駅・電車での看板やポスター、投函されたチラシ、新聞折込など日頃から目にしている参考になっている傾向が見て取れます。また、「不動産会社を探していない」という回答では売却3.0%、購入8.1%と最も差が大きくなっていますが、これは購入を希望する物件が決まっています、その物件を扱っている不動産会社との取引になるなど、購入時の商流によるものと見ております。

【問い合わせた不動産会社の数】

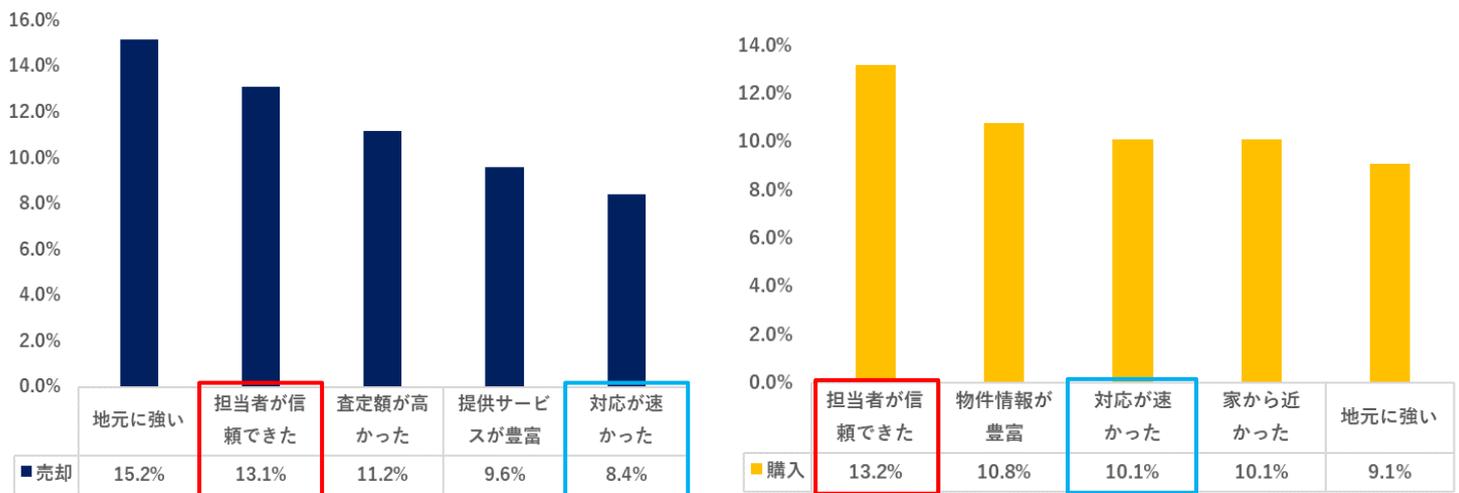
Q. 何社の不動産会社に問い合わせましたか？



では、「何社の不動産会社に問い合わせましたか？」と聞いたところ、売却では「3社」と「2社」が34.6%と最も多く、購入では「2社」が39.1%、次いで「3社」が29.6%となりました。売却の方が「3社」以上に問合せをしている回答が多く、やはり査定金額の高い会社を探すために問合せをする会社数が購入より多くなる傾向にあると見て取れます。

【不動産会社を決めた理由】

Q. その問い合わせた不動産会社で決めた理由はなんですか？（上位5つの回答）

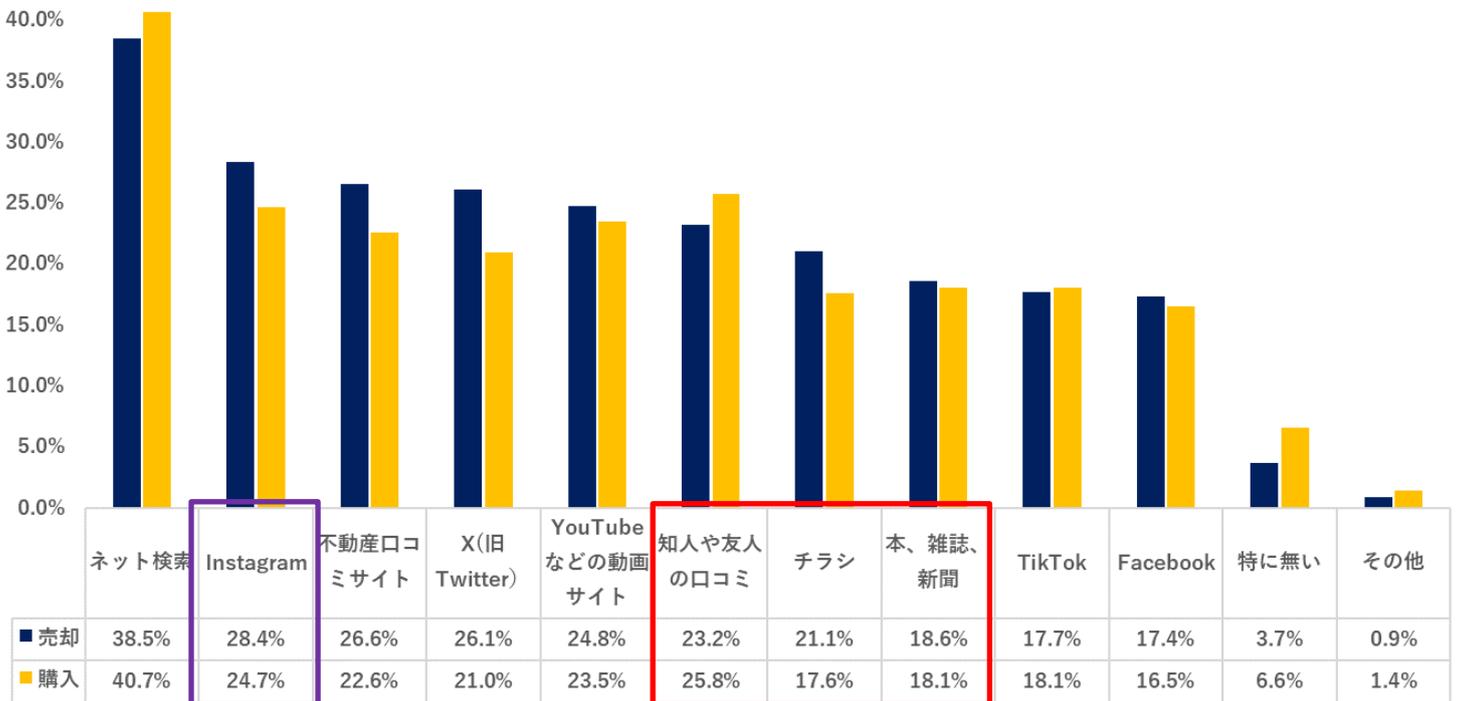


「その問い合わせた不動産会社で購入を決めた理由はなんですか？」と聞いたところ、売却では「地元に強い」15.2%、「担当者が信頼できた」13.1%、「査定額が高かった」11.2%が上位3つの回答になっています。購入では「担当者が信頼できた」13.2%、「物件情報が豊富だった」10.8%、「対応スピードが速かったから」「家から近かったから」10.1%が上位3つの回答となっており、売却と購入では若干異なる傾向があることが見て取れます。売却では「地元に強い」という回答が最も多く、「地元に強い」ことを重視している傾向が多い結果になっています。また、購入では「家から近かった」という回答が10.1%と3位に入っていますが、売却では5.6%と上位5つには入っておりません。購入では何度か不動産会社に足を運ぶことがありますので「家から近い」ことが重視される傾向にあり、売却では何度も足を運ぶ必要が必ずしも無いので、このような結果になっていると考えています。

更に、「提供サービスが豊富」という回答では、売却は9.6%で購入は5.8%と3.8ポイントの差が生じていますが、売却では不動産会社の仲介で一般の買い手に売却する「仲介」、不動産会社が直接買取る「買取」、仲介を依頼して一定期間で売れなければ買取る「買取保証仲介」、不動産会社に売却し賃貸契約を結び、家賃を支払う事でそのまま住み続ける事が可能な「リースバック」などがあり、提供できるサービスの種類が豊富にある方が不動産会社を選ぶ際の決め手になる傾向が見て取れます。

【不動産の知識や情報の入手方法】

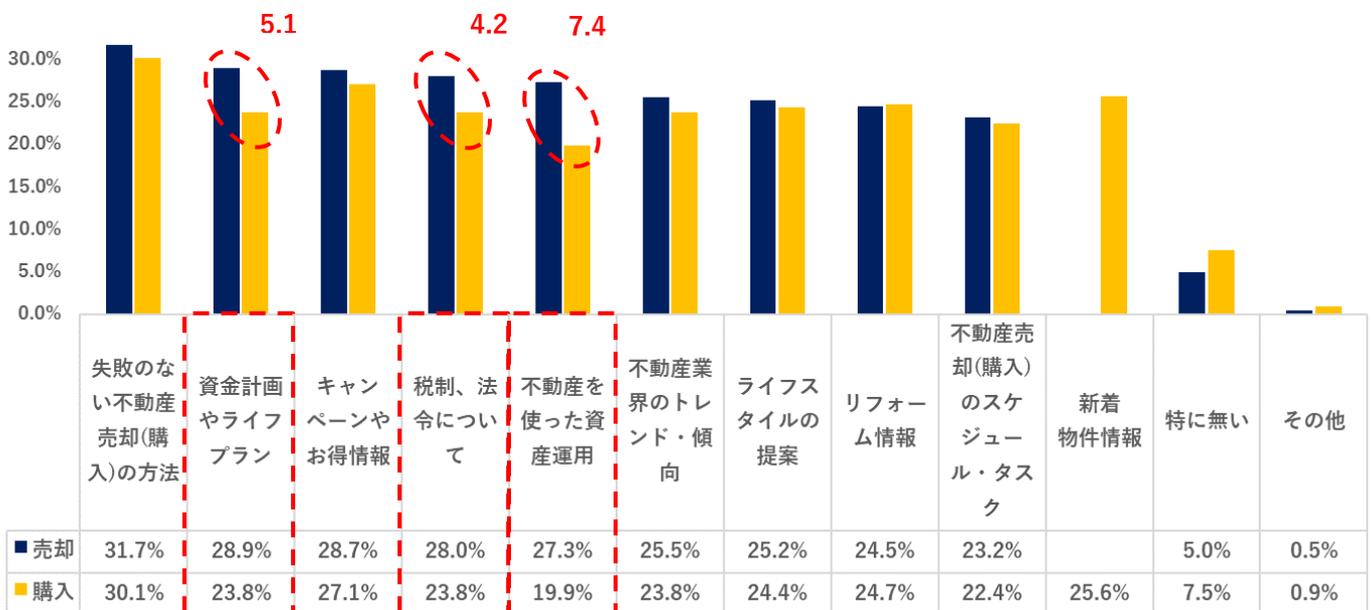
Q.不動産の売却・購入に関して、どういった方法で知識や情報を収集しましたか？



「不動産の購入・売却に関して、どういった方法で知識や情報を収集しましたか？」と聞いたところ、売却では「ネット検索」、「Instagram」、「不動産口コミサイト」の順で上位3つですが、購入では「ネット検索」、「知人や友人の口コミ」、「Instagram」の順になっております。購入では「知人や友人の口コミ」が25.8%と2位に入っており、リアルな知人や友人からの口コミを重視している傾向が見て取れます。また、売却では「Instagram」が28.4%と2位、購入でも24.7%と3位に入っており、X（旧Twitter）、YouTubeなどの動画サイトと比較して参考にしてしている傾向が見て取れます。

【不動産会社から期待する情報発信】

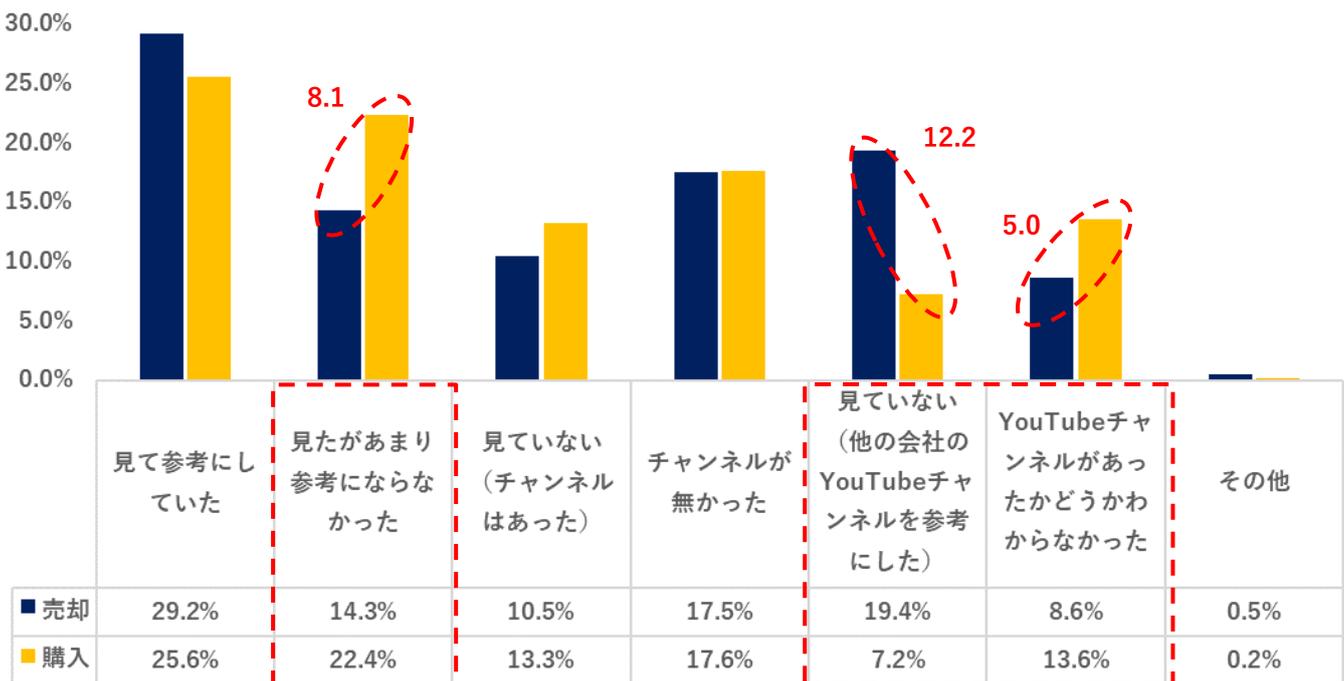
Q.不動産会社の情報発信にどのようなものを期待しますか？



「不動産会社の情報発信にどのようなものを期待しますか？」とお伺いしたところ、「失敗のない不動産売却（購入）の方法」が売却 31.7%、購入 30.1%と最多で、不動産取引という性質上「失敗したくない」という意思が強い傾向にあることが伺えます。売却と購入の回答が異なる傾向にあるのは、「不動産を使った資産運用」が7.4ポイント、「資金計画やライフプラン」が5.1ポイント、「税制、法令について」が4.2ポイントの差となっており、売却は取引後に資金を得るので、不動産会社の情報発信に求める項目もお金に関する項目において、購入より関心が高い傾向にあることが見て取れます。

【不動産会社の YouTube】

Q. 依頼した不動産会社の YouTube チャンネルは見ましたか？



「不動産会社の YouTube チャンネルは見ましたか？」と聞いたところ、売却では「見て参考にしていました」29.2%と最も多いですが、次いで「見ていない（他の会社の YouTube チャンネルを参考にした）」19.4%と、見て参考にしていない層と見ていない層が分かれる傾向があることが見て取れます。購入では「見て参考にしていました」が25.6%、「見たがあまり参考にならなかった」が22.4%、「チャンネルが無かった」が17.6%と約65%の方が「YouTube」の存在を確認しており、動画を参考にする姿勢が高まっていることが伺える内容になっています。

【調査概要】

- ・ 調査期間：2024年2月27日～28日
- ・ 調査方法：インターネット調査
- ・ 調査数（有効回答数）：不動産購入442人、不動産売却441人 計883人
- ・ 調査対象：2021年1月～2024年1月で自宅（戸建、マンション）を購入、売却経験があると回答した20歳以上の全国に居住の方

※本調査結果をご利用の場合は、出典元として当社クレジットの明記をお願いいたします。

（表記例） 調査：2024年2月・株式会社 And Do ホールディングス

■株式会社 And Do ホールディングス概要

社名	株式会社 And Do ホールディングス
本社	東京都千代田区丸の内1丁目8番1号 丸の内トラストタワーN館 17F
本店	京都府京都市中京区烏丸通錦小路上ル手洗水町 670 番地
代表者	代表取締役社長 CEO 安藤 正弘
設立	2009年1月（創業1991年）
店舗数	705 店舗（直営店 34 店舗・FC 店 671 店舗 内オープン準備中 72 店舗） ※2024年4月末現在
事業内容	フランチャイズ事業、ハウス・リースバック事業、金融事業、不動産売買事業 不動産流通事業、リフォーム事業
資本金	33 億 7,744 万円（2023年6月末現在）
売上高	495.5 億円（2023年6月末現在・グループ連結）
ホームページ	https://www.housedo.co.jp/and-do/

お問い合わせ先：株式会社 And Do ホールディングス 経営戦略本部 経営企画部 広報・IR
TEL：03-5220-7230 E-MAIL：pr@housedo.co.jp