



地場の不動産仲介業における景況感調査 (2025年7～9月期)

賃貸の業況DIは首都圏・近畿圏とも前年同期から上昇。 売買では首都圏が前期比・前年同期比ともプラスに

今回は、アットホーム(株)の加盟店を対象に調査した「地場の不動産仲介業における景況感調査 (2025年7～9月期)」(分析：アットホームラボ(株))を取り上げる。

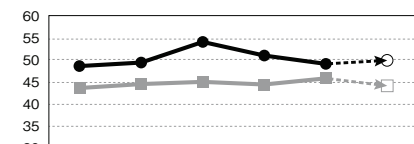
調査概要

都道府県知事免許を持ち、5年を超えて不動産仲介業に携わる不動産会社の経営層に業況についてインターネットで調査し、回答を指数 (DI) 化。業況DIは50＝前年同期並みとしている。
有効回答数は1,899店。調査実施期間は9月12日～25日。対象エリアは首都圏 (1都3県、東京都は23区と都下)、近畿圏 (2府1県)、北海道、宮城県、静岡県、愛知県、広島県、福岡県の14エリア。

全国の業況判断指数 (業況DI) の推移

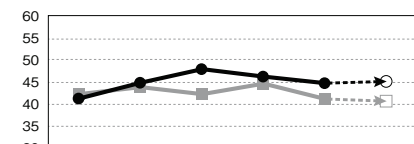
I: 1～3月期 II: 4～6月期 III: 7～9月期 IV: 10～12月期
●: 賃貸 ■: 売買 ※ (○□) は見通し

首都圏 (東京都・神奈川県・埼玉県・千葉県)



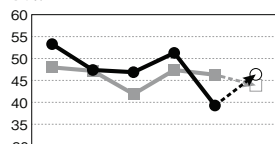
	24III	24IV	25I	25II	25III	25IV
賃貸	48.5	49.3	54.0	50.9	49.0	49.8
売買	43.5	44.4	44.9	44.3	45.7	44.0

近畿圏 (京都府・大阪府・兵庫県)



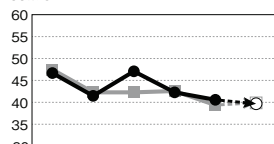
	24III	24IV	25I	25II	25III	25IV
賃貸	41.1	44.7	47.8	46.1	44.6	45.0
売買	42.1	43.7	42.1	44.5	41.0	40.5

北海道



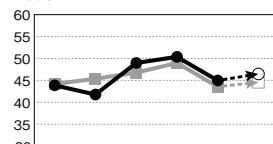
	24III	24IV	25I	25II	25III	25IV
賃貸	53.3	47.4	46.9	51.3	39.3	46.4
売買	48.0	47.2	41.9	47.4	46.3	43.9

宮城県



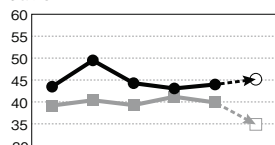
	24III	24IV	25I	25II	25III	25IV
賃貸	46.7	41.5	47.1	42.3	40.6	39.7
売買	47.5	42.3	42.3	42.6	39.4	39.9

静岡県



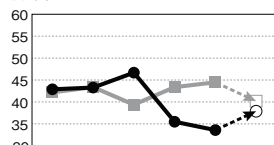
	24III	24IV	25I	25II	25III	25IV
賃貸	43.9	41.8	49.0	50.4	45.0	46.5
売買	44.2	45.4	46.8	49.0	43.6	44.6

愛知県



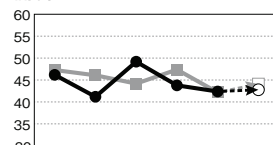
	24III	24IV	25I	25II	25III	25IV
賃貸	43.5	49.5	44.3	43.1	44.0	45.2
売買	39.2	40.4	39.3	41.2	39.9	34.9

広島県



	24III	24IV	25I	25II	25III	25IV
賃貸	42.9	43.3	46.7	35.5	33.6	37.9
売買	42.2	43.4	39.4	43.4	44.5	40.2

福岡県

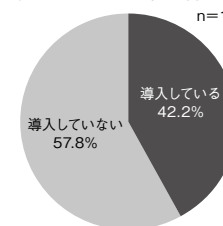


	24III	24IV	25I	25II	25III	25IV
賃貸	46.2	41.2	49.2	43.8	42.4	42.8
売買	47.3	46.1	44.2	47.4	42.2	44.1

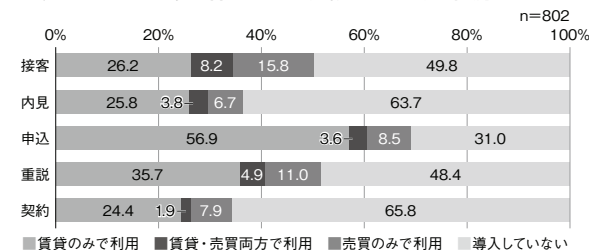
今回の景況感調査では、オンラインによる不動産取引でのIT接客ツール (以下ITツール) の導入・利用状況や効果などを調査した。

賃貸業務でITツールを積極的に利用

図表1 ITツール導入店の割合 n=1,899



図表2 ITツール導入店における業務ごとの利用状況 n=802



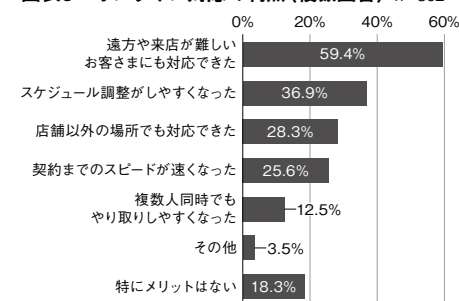
各業務プロセスにおけるITツール導入状況を聞いたところ、いずれかの業務で導入していると回答した不動産店は42.2% (802店) となった (図表1)。業務ごとのITツール利用状況は、賃貸の申込業務での利用が最も多く、60.5% (賃貸のみ56.9%と賃貸・売買両方3.6%の合計) であった (図表2)。

一方で、売買では契約業務が9.8% (売買のみ7.9%と賃貸・売買両方1.9%の合計) など、賃貸と比べITツール導入には慎重な様子が見えらる。

オンライン対応は 遠方に住む顧客に対して有効

ITツール導入店に対しオンライン対応のメリットを聞いたところ (図表3)、「遠方や来店が難しいお客さまにも対応できた」が59.4%と最多であった。不動産会社からは「賃貸で遠方のお客さまと打ち合わせ・重要事項説明が行なえるようになった」(札幌市)、「賃貸で海外のお客さまとのやりとりがスムーズにでき、オンライン内見から始まり、契約まで進むことができた」(兵庫県三田市) などのコメントが寄せられた。

図表3 オンライン対応の利点 (複数回答) n=802



担当者は
こう見る!



オンライン対応は顧客ニーズに応じ適切な使い分けを

調査結果では「他社でオンライン内見をしていたお客さまがいたが、当社では対応できず、必要性を痛感した」(静岡県沼津市) というコメントのように、顧客との接点を広げる手段としてオンライン対応の重要性が示唆された。しかし、来店が難しい顧客にも提案しやすいなどの利便性が期待される一方で、対面の方が望ましい場面もある。顧客ニーズに応じた適切な使い分けが有効だろう。(アットホームラボ(株)データマーケティング部 田辺まりか)

※レポートの全文は、下の二次元バーコードを読み取り「地場の不動産仲介業における景況感調査 (2025年7～9月期)」からご覧ください。

[アットホームラボ株式会社]

不動産市況に関する分析・レポート発信やデータハンドリング技術を用いた分析支援のほか、画像認識や自然言語処理など不動産分野の課題解決に適したさまざまなAIモデルの開発などを行なう。

