

～さまざまなテーマで不動産市場動向の変化や特徴を解説～

2022年1～3月期 地場の不動産仲介業における景況感調査

賃貸は首都圏2期連続上昇、近畿圏は2期ぶりに下落。 売買は緩やかな上昇傾向から反転下落。

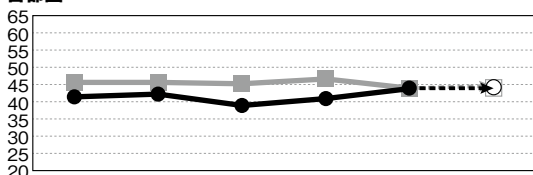
今回は、アットホーム(株)の加盟店を対象とした「2022年1～3月期 地場の不動産仲介業における景況感調査」を取り上げます(分析:アットホームラボ(株))。都道府県知事免許を持ち、5年を超えて不動産仲介業に携わる加盟店の経営層にインターネットで調査し、回答を指数(DI)化。DIは50=前年同期並みとしています。有効回答者数は2,049店。調査実施期間は3月14日～26日。

全国の業況判断指数の推移

I: 1～3月期 II: 4～6月期 III: 7～9月期 IV: 10～12月期

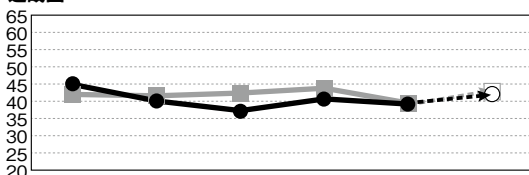
●: 賃貸 ■: 売買 ※22II(○□)は見通し

首都圏



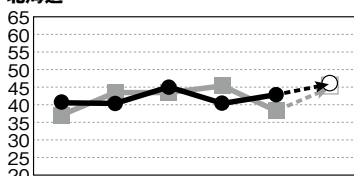
	21I	21II	21III	21IV	22I	22II
賃貸	41.4	42.2	38.9	40.9	43.8	44.2
売買	45.6	45.6	45.2	46.6	43.9	44.0

近畿圏



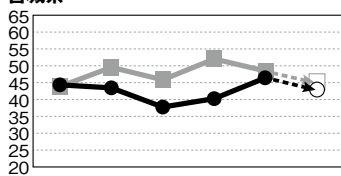
	21I	21II	21III	21IV	22I	22II
賃貸	44.9	40.1	37.3	40.7	39.2	42.1
売買	42.0	41.6	42.4	43.8	39.5	42.8

北海道



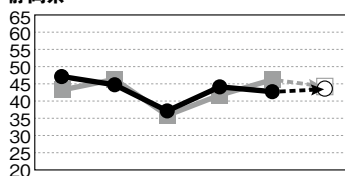
	21I	21II	21III	21IV	22I	22II
賃貸	40.5	40.3	45.0	40.3	42.8	46.1
売買	37.0	43.4	43.4	45.3	38.2	45.4

宮城県



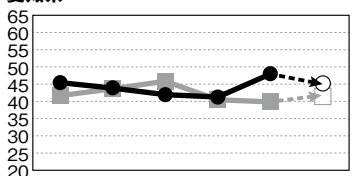
	21I	21II	21III	21IV	22I	22II
賃貸	44.3	43.4	37.7	40.2	46.4	42.9
売買	43.8	49.5	45.8	52.0	48.4	45.2

静岡県



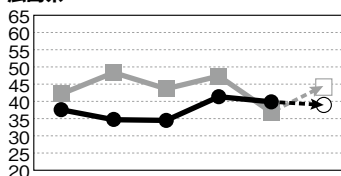
	21I	21II	21III	21IV	22I	22II
賃貸	47.1	44.7	37.1	44.1	42.7	43.6
売買	43.2	46.3	35.8	41.7	46.2	44.2

愛知県



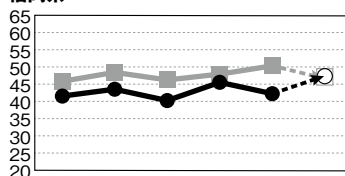
	21I	21II	21III	21IV	22I	22II
賃貸	45.4	43.8	41.9	41.2	47.9	45.1
売買	41.6	43.6	45.8	40.4	39.8	41.4

広島県



	21I	21II	21III	21IV	22I	22II
賃貸	37.5	34.6	34.4	41.3	39.8	38.9
売買	42.1	48.3	43.6	47.3	36.8	44.1

福岡県



	21I	21II	21III	21IV	22I	22II
賃貸	41.5	43.5	40.2	45.5	42.2	47.3
売買	45.8	48.4	46.2	47.9	50.3	47.1

今期のポイント

賃貸仲介の業況DIは、首都圏は43.8(前期比2.9ポイント上昇)と2期連続上昇。一方、近畿圏では39.2(同1.5ポイント下落)と2期ぶりに下落に転じた。不動産店からは学生や単身者はまだまだが、法人・転勤需要は回復しつつあるという声が多く聞かれた。

売買仲介の業況DIは、首都圏は43.9(同2.7ポイント下落)、近畿圏では39.5(同4.3ポイント下落)と両エリアとも下落。前年同期比も同様に両エリアマイナスに転じた。

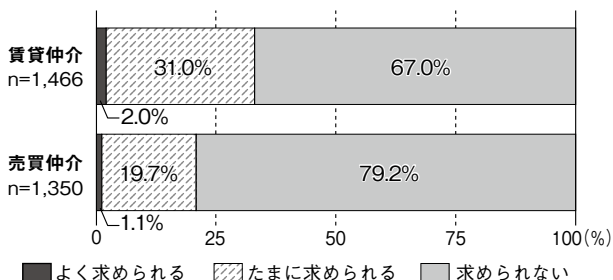
コロナ禍で高まる非対面での取引ニーズ。 不動産取引現場でのDXの進捗状況は

2021年5月に成立した「デジタル社会の形成を図るための関係法律の整備に関する法律」に基づき、22年5月18日に改正宅建業法が施行され、媒介契約書・重要事項説明書・契約締結時の書面を電子的な方法で交付することが可能となりました。コロナ禍の影響による非対面での取引ニーズが一段と高まる中、地場不動産会社のDXに対する意識や現状について、付随調査として聞いてみました。

●オンライン接客「求められることがある」、 賃貸仲介で33.0%、売買仲介で20.8%。

賃貸仲介・売買仲介の営業現場でユーザーからオンライン接客を求められることがあるかを聞いたところ、「よく求められる」「たまに求められる」の合計は賃貸仲介で33.0%、売買仲介で20.8%となった。賃貸・売買ともにユーザーがオンライン接客を求めることは、現時点ではそれほど多くないようだ。(図表1)

図表1 ユーザーからオンライン接客を求められるか

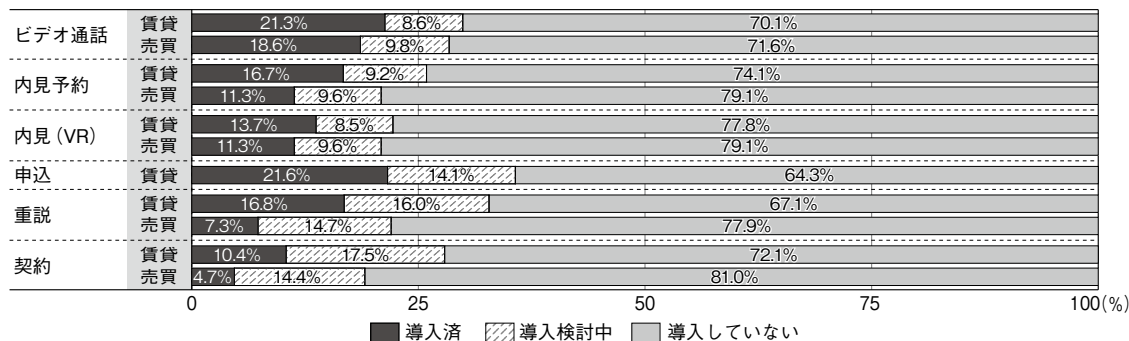


●オンライン接客ツールは、各ツールとも『導入していない』が6割～8割以上。

各オンラインツールについて、自店での導入状況を『導入済』『導入検討中』『導入していない』の3択で回答してもらったところ、いずれのツールでも『導入していない』が、賃貸仲介で6～7割、売買仲介で7～8割と、賃貸・売買ともにそれほど導入が進んでいないという結果となった。最も導入が進んでいるツールは賃貸の「申込」で21.6%だった。(図表2)

オンライン接客ツールの導入が進まない理由については、『必要性を感じない』が約5割にのぼった。次いで『対面でしかわからない情報がある』『お客さまが求めている』がそれぞれ約4割で、特に売買で本人確認や引き渡し後のトラブルに不安との声が寄せられた。一方、オンライン接客を実施している店舗からは「時間を有効活用できる」「お客さまに喜ばれた」など効果を感じる声も多い。

図表2 オンライン接客ツール導入状況



※レポートの全文は、下のQR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 (2022年1～3月期)」からご覧いただけます。

[アットホームラボ株式会社]

不動産市場に関する分析・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。

