

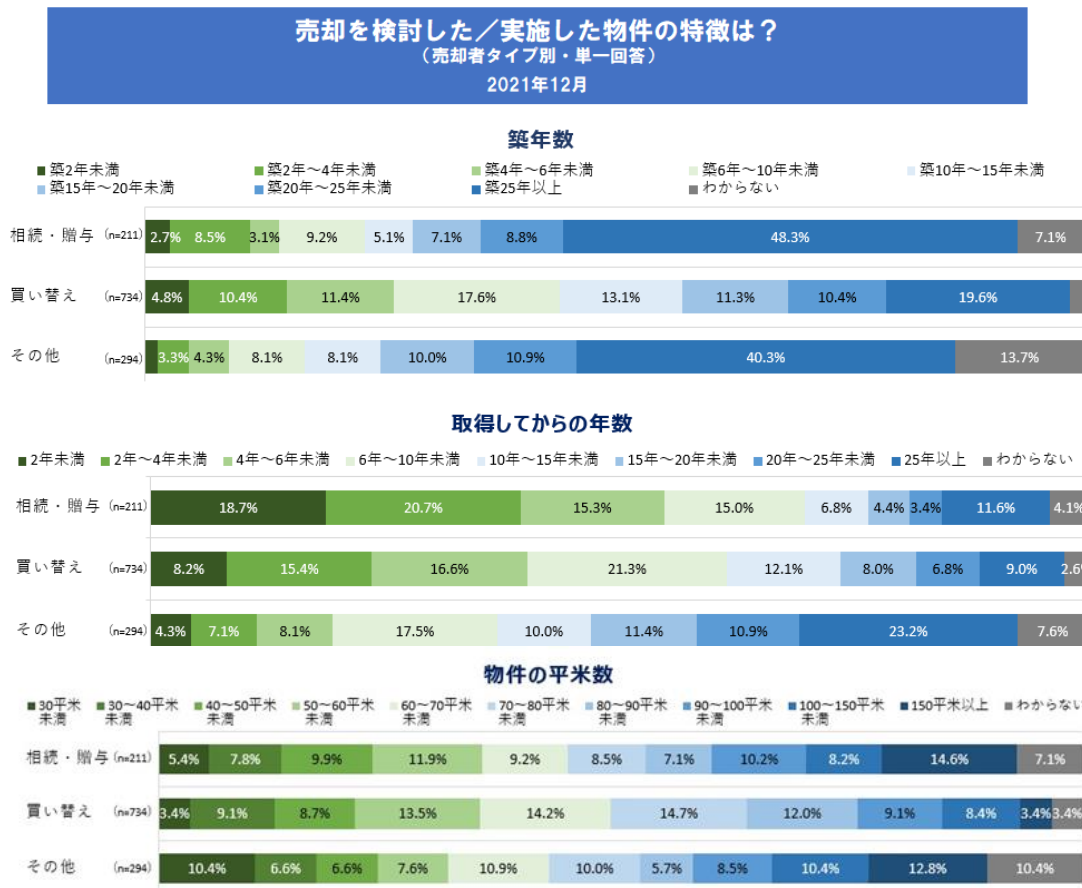
買い替えのための不動産売却の傾向は？ 不動産売却の検討者・実施者アンケートから分析 ～不動産売却検討者＆実施者調査～

株式会社リクルート（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：北村 吉弘、以下リクルート）が運営する『SUUMO』では、首都圏（東京都/千葉県/埼玉県/神奈川県）在住の20-69歳男女を対象に不動産売却を検討する人および実施した人の意識と行動に関する調査を実施し、買い替えのための不動産売却についてまとめましたのでご報告させていただきます。

また、こちらの調査の詳細に関しては、下記の「住まいの売却ガイド」でも掲載しています。

URL：https://suumo.jp/baikyaku/guide/entry/baikyaku_release20221216

■ 「買い替え」に伴う売却不動産は、築10年未満が44.2%



「買い替え」に伴う売却物件は、「相続・贈与」された物件と比べて、築年数が浅いのが特徴です。「相続・贈与」物件では「築25年以上」が48.3%と約半数を占めるのに対し、「買い替え」では築10年未満が44.2%と約半数を占めています。

また、「取得してからの年数」を見ると、ボリュームゾーンは4年～15年未満で50.0%と半数を占めています。買い替えは、例えば子どもの成長に合わせてもう少し広いところに住みたいとか、子どもが独立するのでもう少し便利でコンパクトなところに住みたいなど、ライフステージの変化に伴って発生することが多いようです。新築で購入して15年くらいの単位で買い替える、というケースが多いことから、このようなデータにつながったと考えられます。

【SUUMO 副編集長からのアドバイス】ライフステージによる住み替えのコツ

子どもの成長や独立など、ライフステージの変化に伴って住み替えをする場合、それぞれの状況に応じて考えるべきポイントがあります。効率よく売却してスムーズに次の生活に移行するためのコツを SUUMO 副編集長の笠松 美香がアドバイスします。

<子どもの成長による住み替え>

今の生活環境やお友達との関係を変えずに住み替えたい場合、物件のエリアはおのずと決まります。しかし、子どもに公立以外の学校を受験させる場合、通う学校が決まってから入学するまでの間に売却・住み替えを、というのは現実的に難しいでしょう。先を見越して、子どもの進学前に、または進学後落ち着いてからの住み替えを検討するのがおすすめです。

<退職や子どもの独立による住み替え>

退職や子どもの独立を機に、住み替えを考える場合もあります。老後に向けての住み替えはタイミングが大事。60代まではまだまだ元気な人も多いですが、70代以降になると、日常生活を送る分には元気でも、住み替えとなると腰が引ける人も増えるようです。住み替えは心身共にものすごくパワーが必要なもの。特に年齢を重ねると新しい生活に慣れることも難しくなるので、いつかはコンパクトで便利な場所にと考えるなら、できるだけ早いうちに動き始めるのが良いでしょう。

■ 住み替え先は「新築、一戸建て、駅近にこだわらない」傾向に

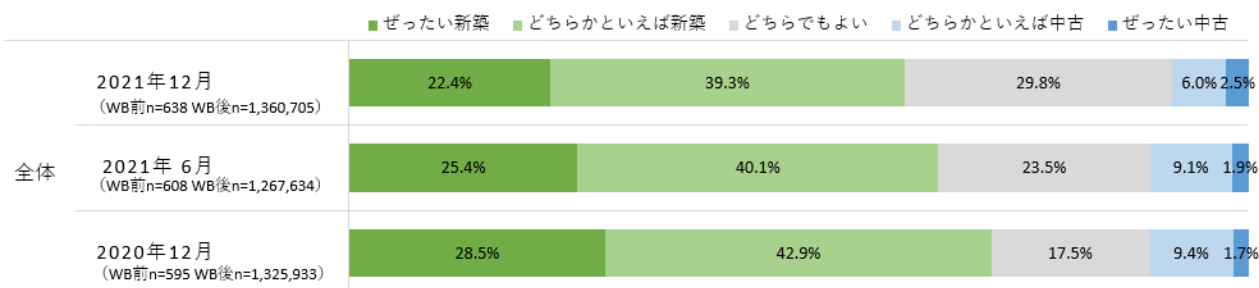
住宅購入検討者の調査によると住み替え先は「新築」「中古」どちらを希望したかでは、「ぜったい新築」「どちらかといえば新築」と回答した人が減少傾向にあることがわかりました。過去の調査と比べると、1年で約10ポイントダウン。一方、「どちらでもよい」という人は1年で10%ポイントアップし、中古物件も検討する人が増えていることがうかがえます。

買い替えを完了した人の住み替え先の選び方

(単一回答)

2020年12月～2021年12月

住み替え先は「新築」「中古」どちらを希望した？

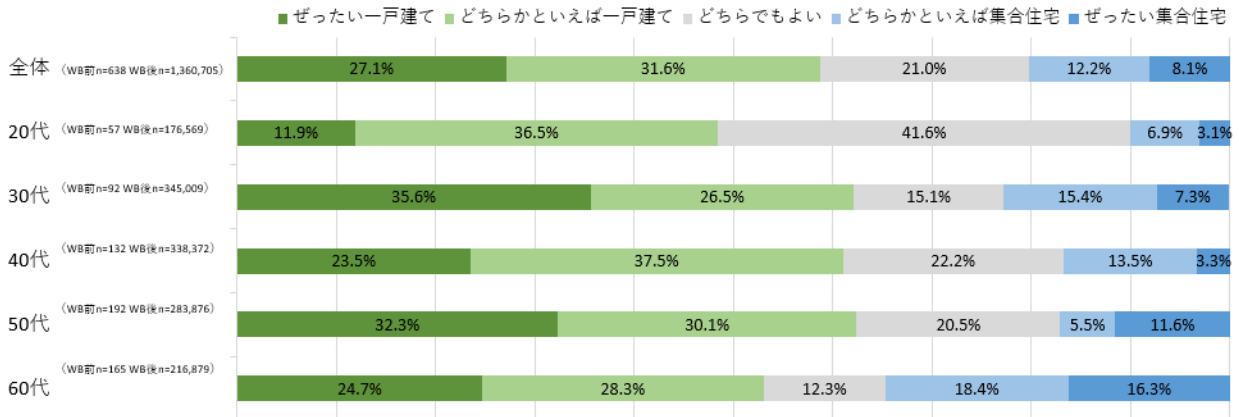


買い替えを完了した人の住み替え先の選び方

(年代別・単一回答)

2021年12月

住み替え先は「一戸建て」「集合住宅」どちらを希望した？



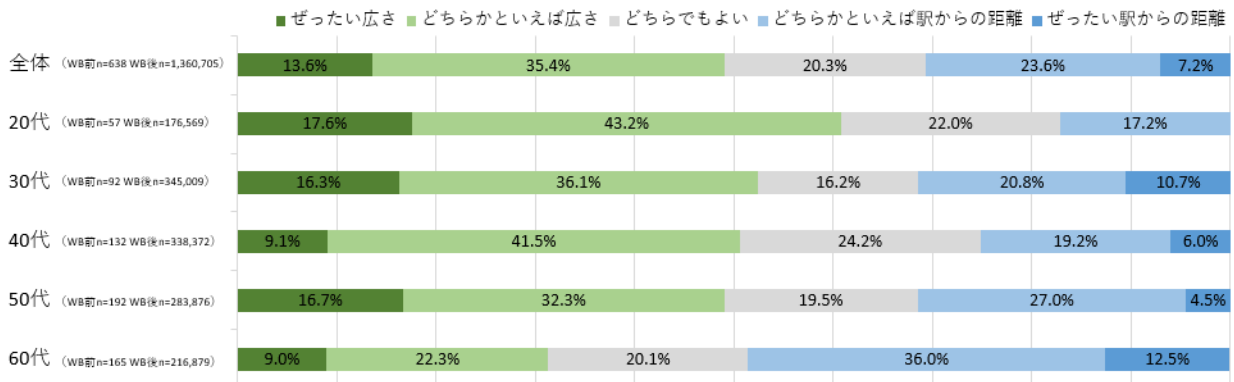
住み替え先は「一戸建て」「集合住宅」どちらを希望したかでは、全体では「ぜったい一戸建て」が27.1%、「どちらかといえば一戸建て」が31.6%と、一戸建て希望者が過半数となりました。20代では「どちらでもよい」が最も高く41.6%となりました。

買い替えを完了した人の住み替え先の選び方

(年代別・単一回答)

2021年12月

住み替え先は「広さ」「駅からの距離」どちらを重視した？

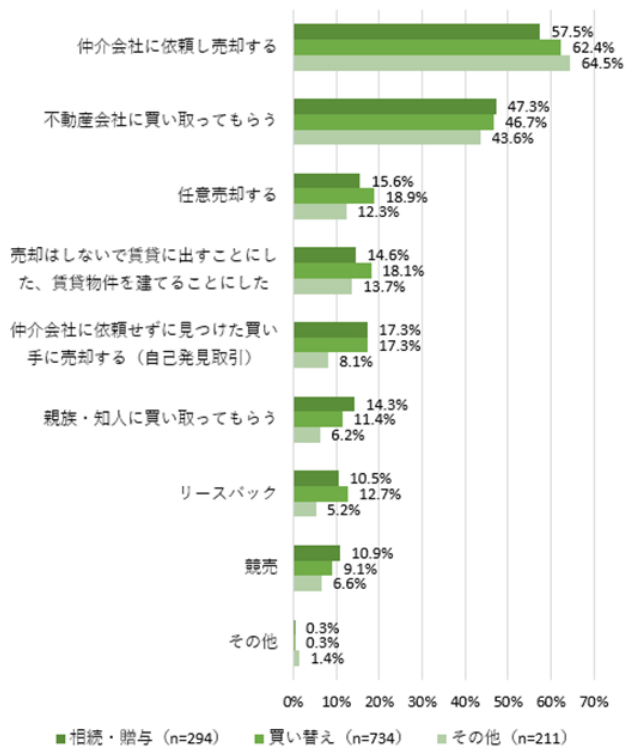


住み替え先を選ぶとき「広さ」「駅からの距離」どちらを重視したかでは、全体では「広さ」を重視した（ぜったい広さ+どちらかといえば広さ）49.0%、「駅からの距離」を重視した（ぜったい駅からの距離+どちらかといえば駅からの距離）は30.8%と、広さを重視した人が多かったことがわかりました。年代別に見ると、20代・30代のほうが「広さ」にこだわる人が多く、年代が上がるにつれ、「駅からの距離」を重視した人が多く見受けられました。

■ 不動産売却の方法は、「仲介」「買取」が人気

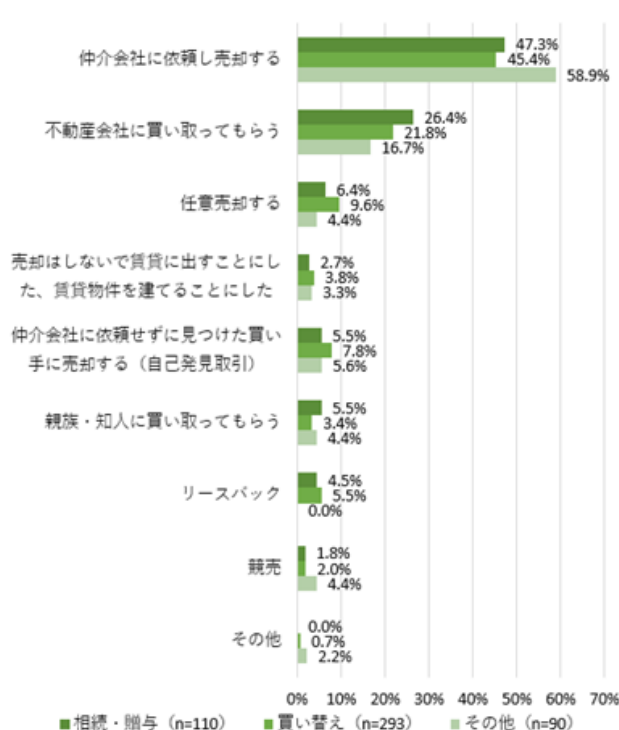
不動産を売却しようと思ったときに検討した売却方法は？ (売却者タイプ別・複数回答)

2021年12月



売却した人が、実際に売却した方法は？ (売却者タイプ別・単一回答)

2021年12月



※「検討した売却方法」の全体の割合が高い順でソート

不動産売却検討者&実施者調査では、不動産売却で検討した売却方法と、実際に売却した方法についてそれぞれ聞き取りを行いました。

まず、検討した売却方法は「仲介会社に依頼し売却する」「不動産会社で買取ってもらう」が上位に。全体で見ても、「買い替え」だけで見ても、いずれも「仲介」が6割超、「買い取り」が4割超という結果で、この二つがスタンダードな方法と言えます。

また、実際に売却した方法も見ても、「買い替え」では、「仲介会社に依頼し売却する」が45.4%と半数近くでトップ、次いで「不動産会社で買取ってもらう」は21.8%でした。

【SUUMO 副編集長からのアドバイス】 「仲介」「買取」、それぞれのメリットを知ろう

売却の主な方法は以下の二つでそれぞれのメリットがあります。

- ・「仲介」は不動産仲介会社に探してもらった買主（主に個人）に売る方法
- ・「買取」は不動産会社に買取ってもらう方法

〈「仲介」のメリット〉

不動産仲介会社に依頼し売却する場合、その物件を買いたい人を探してもらい、その人と交渉しながら売却を完了させるという流れになります。相手から値下げ交渉などが入ることもありますが、納得できない金額なら応じない、反対に希望価格で出してみても反響がよくなければ価格を下げるなど、様子を見ながら売ることができます。

買いたい人が見つかるまでにも、交渉から売買成立に時間がかかるため、ある程度、時間に余裕がある場合におすすめ。希望に近い価格で売ることができます。

〈「買取」のメリット〉

不動産会社に買い取ってもらう場合は、買いたい人を探したり、価格などについて交渉をしたりする時間や手間を省くことができます。例えば住み替え先の資金に充てるため、キャッシュ化したい期限がある、金額に確約が欲しいといった場合におすすめです。

また、売却活動をしていることを近所の人などにあまり知られたくない場合も「買取」がおすすめです。「仲介」のように広く買い手を募集する必要がないので、買いたい人に物件を見てもらったり、物件探しサイトなどに載せたりせずに、目立たず売ることができます。内覧のために部屋を片付けるなどの手間をかけたくない人、時間がない人にとってもラクな方法となります。

ただし、買い取った不動産会社はリノベーションをするなど、付加価値をつけて再販売することを前提としているので、売却価格は市場価格よりも安くなるのが一般的です。

【SUUMO 副編集長からのアドバイス】買い替えを成功させるポイントは「売り」と「買い」のタイミング

買い替えの場合、今の住まいの「売り」と次の住まいの「買い」のタイミングが重要となります。

「売り先行」「買い先行」という言葉がありますが、

- ・「売り先行」は今の物件の売却活動をしなが、売却の予定が立ったら住み替え先を決める
- ・「買い先行」は先に住み替え先の物件を買い、今の物件の売却活動は追って行う

という流れになります。

「売り」と「買い」の間に賃貸暮らしを挟むという方法もありますが、初期費用がかかります。マンスリーアパートを借りるにしても、手間がかかります。いずれにしてもタイミングの調整が重要です。

そんなときには、「買取保証付き仲介」という選択肢もあります。まずは仲介物件として扱ってもらい、一定期間内に買主が見つからない場合は不動産仲介会社買い取ってもらうという方法で、うまくいけば仲介で希望に近い価格で売ることができ、うまくいかななくても期限までに売却を終えられる保証もある、という仕組みです。ただし、不動産仲介会社によっては買取保証のプランがないケースもあるので、媒介契約を結ぶ前に確認しましょう。

購入希望者との間では、価格だけではなく、引き渡し時期などについての交渉も必要となるケースがあります。交渉によってうまく売却できる、折り合いがつかない場合もあるでしょう。

■ 解説者紹介

SUUMO 副編集長 笠松 美香

2018年より「SUUMO」副編集長に着任。「SUUMO ジャーナル」をはじめとする情報コンテンツを担当。またスーモ リサーチセンター研究員も兼務。住まいに関するカスタマー動向、物件の最新トレンド全般や住まいに関わる制度や住宅ローンほか、住宅購入や賃貸を借りるためのノウハウ等について幅広くメディア出演や講演などを行う。



■ 「住まいの売却ガイド」の概要

不動産売却の基礎知識や知っておきたいコツを分かりやすく解説するメディアです。

URL: <https://suumo.jp/baikyaku/guide/>

また、今回レターではご紹介しきれなかった笠松副編集長による相続した不動産売却についてのアドバイスなどは住まいの売却ガイドでご紹介しておりますのでぜひご覧ください。

URL : https://suumo.jp/baikyaku/guide/entry/baikyaku_release20221216

■ 調査概要

◆対象グラフ P.1「売却を検討した/実施した物件の特徴は？」

P.4「不動産を売却しようと思ったときに検討した売却方法は？」

P.4「売却した人が、実際に売却した方法は？」

<調査目的> 不動産売却検討者&実施者の意識と行動の把握

<調査対象> 下記条件を満たすマクロミルモニター

【スクリーニング調査】

首都圏（東京都/千葉県/埼玉県/神奈川県）在住の 20-69 歳男女

【本調査】

過去 1 年以内に居住用不動産の売却を主体的に検討し、以下いずれかの行動をした方。

情報収集、仲介会社へ問い合わせ、訪問査定、媒介・代理契約、売却完了または停止

<調査方法> インターネットリサーチ

<調査時期・回答数>

【スクリーニング調査】 2021 年 12 月 18 日（土）～2021 年 12 月 22 日（水） 有効回答数：20,000 人

【本調査】 2021 年 12 月 21 日（火）～2021 年 12 月 22 日（水） 有効回答数：1,239 人

<ウェイトバック集計について>

【スクリーニング調査】

首都圏×年代ごとの構成比を、令和 2 年度国勢調査結果の実人口と一致させた。

	首都圏					小計
	20代	30代	40代	50代	60代	
実サンプル数	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	20,000
WB後サンプル数	4,034,079	4,465,020	5,630,791	5,016,722	3,935,770	23,082,382

【本調査】

首都圏、年代ごとの人口構成比（令和 2 年度国勢調査結果を使用）に、スクリーニング調査での売却検討&実施者の出現率を掛け合わせて、市場実態に近い年代構成で回収した。

■有効回答サンプル数 (人)

過去1年検討者	20代	231
	30代	280
	40代	242
	50代	196
	60代	290
	合計	1,239

◆対象グラフ P.2・3「買い替えを完了した人の住み替え先の選び方」

<調査目的>住宅購入検討者の意識や行動の把握

<調査対象>下記条件を満たすマクロミルモニター

【スクリーニング調査】

全国の20-69歳男女

【本調査】

過去1年以内に住宅の購入・建築、リフォームについて「具体的に物件を検索した」

もしくは「建築・リフォーム会社の情報収集をした、している」「資料請求をした」「モデルルームや住宅展示場、モデルハウスを見学した」「不動産会社、建築、リフォーム会社を訪問した」「購入する物件や、建築・リフォームの依頼先と契約した」のいずれかの行動をしており、検討に関与している人。

<調査方法>インターネットリサーチ

<調査時期・回答数>

【スクリーニング調査】2021年12月18日(土)～2021年12月28日(火) 有効回答数：59,600人【本調査】2021年12月18日(土)～2021年12月28日(火) 有効回答数：2,655人

<ウェイトバック集計について>

【スクリーニング調査】

地域×年代ごとの構成比を、令和2年度国勢調査結果の実人口と一致させた。

	首都圏					東海					関西					札幌市	仙台市	広島市	福岡市	北関東	東北 ※宮城 除く	北陸	甲信越	静岡県	中国 ※広島 除く	四国	九州/沖 縄 ※福岡 除く	総計
	20代	30代	40代	50代	60代	20代	30代	40代	50代	60代	20代	30代	40代	50代	60代													
実サンプル数	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	4,750	4,150	4,100	4,600	1,200	2,000	1,200	1,200	400	1,600	1,600	2,800	59,600
WB後サンプル数 (万人)	403.4	446.5	563.1	501.7	393.6	111.6	125.4	163.1	146.0	127.8	198.8	216.0	291.7	267.9	235.9	123.6	68.4	71.8	100.2	402.5	367.7	170.0	292.1	215.6	250.5	208.1	522.9	6,985.8

【本調査】

国勢調査結果から得られた実人口と、本件のスクリーニング調査から得られた住宅購入検討率を掛け合わせ、本調査の分析で使用する地域×年代ごとの構成比を実際の構成比と一致させた

	首都圏					東海					関西					札幌市	仙台市	広島市	福岡市	北関東	東北 ※宮城 除く	北陸	甲信越	静岡県	中国 ※広島 除く	四国	九州/沖 縄 ※福岡 除く	総計
	20代	30代	40代	50代	60代	20代	30代	40代	50代	60代	20代	30代	40代	50代	60代													
実サンプル数	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	254	224	227	240	93	155	93	93	31	124	124	217	2,655
WB後サンプル数 (万人)	58.7	64.0	46.6	28.5	18.3	17.7	17.2	10.3	5.1	4.3	26.8	32.0	25.1	15.5	7.1	9.7	6.4	7.1	9.8	22.7	20.6	13.6	18.7	17.3	17.9	16.7	45.2	582.7

リクルートグループについて

1960年の創業以来、リクルートグループは、就職・結婚・進学・住宅・自動車・旅行・飲食・美容などの領域において、一人ひとりのライフスタイルに応じたより最適な選択肢を提供してきました。現在、HRテクノロジー、マッチング&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、60を超える国・地域で事業を展開しています。リクルートグループは、新しい価値の創造を通じ、社会からの期待に応え、一人ひとりが輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここにはない、出会い。』を提供していきます。

詳しくはこちらをご覧ください。

リクルートグループ：<https://recruit-holdings.com/ja/> リクルート：<https://www.recruit.co.jp/>

本件に関する
お問い合わせ先

<https://www.recruit.co.jp/support/form/>