

2022年2月10日  
株式会社ツクルバ

## ～中古マンション売却に関する意識調査～

1年以内売却希望者、83.2%が「今が売り時」と回答、  
一方で、売却に踏み出すことに不安を感じている人も74.4%

売却意向は若い人ほど高い傾向に  
コロナ影響で「内見」や「対面の面談」には慎重

株式会社ツクルバ（本社：東京都目黒区、代表取締役CEO 村上 浩輝、以下「ツクルバ」）は、今後1年以内のマンション売却検討者203名と過去5年以内のマンション売却経験者221名を対象に、中古マンションの売却に関する意識調査を2022年1月に行いました。

ツクルバは、中古住宅のオンラインマーケット「カウカモ」の運営に加え、売り出し前中古不動産のマッチングプラットフォーム「ウルカモ」も新たにスタートさせ（2022年2月10日開始）、中古マンションの適切な流通を促進し、生活者の住宅の選択肢を豊かにすることを目指しています。コロナ禍において需供バランスが崩れたことを主要因として、中古住宅の在庫不足と価格高騰が昨年より続いている中、中古マンションの売却・取得に関する生活者の考えやニーズを把握するため、この調査を行いました。

## ■調査結果サマリー

## &lt;売却経験者&gt;

- ・「売却活動が大変だった」と答えた人が約8割（77.8%）

大変だった理由TOP3は、

- 「本当に買い手がいるか分からなかった」（51.1%）
- 「知識がなく判断軸がなかった」（35.7%）
- 「内見対応や書類収集などやることが多く負担だった」（35.7%）

- ・売却活動の中で嬉しかったこと（価格を除く）TOP3は

- 「良い人に購入してもらえた」（42.5%）
- 「購入者が家を気に入ってくれた」（38.5%）
- 「内見の依頼がたくさん来た（家が人気だった）」（33.9%）

## &lt;売却希望者&gt;

- ・「自分の家が値上がりしていると確認している・感じている」が8割以上（81.8%）
- 「今が売り時だと思う」とポジティブに捉える人も8割を超える（83.2%）

一方で、売却活動に踏み出すことに不安を感じている人も7割を超える（77.4%）

不安な理由のTOP3は

- 「買い手が見つかるか分からないこと」（47.8%）
- 「全体像がよくわからず進めてしまうこと」（42.0%）
- 「不動産売却の知識がないこと」（41.4%）

- ・値上がり以外の売却のきっかけは、「コロナで住環境に求めるものが変化」が最多の37.9%  
今後のコロナの流行が「売却活動に影響を与える」という回答が、79.3%  
具体的には、「内見を減らしたい」（64.6%）、「面談はできるだけオンライン」（36.0%）
- ・5年以内のマンション売却希望者が、25～29歳で50%以上、30～39歳で20%以上となり、  
年齢が若い人ほど持ち家マンションの売却意向が高い傾向に  
（調査対象者選定のためのスクリーニング調査より。マンション所有者5838人の回答）

## ■調査結果の考察：

1 「買主が見えない」ことがマンション売却の「不安」や「大変さ」の大きな要因である一方、買主からの反応や買主との交流がマンション売却の喜びにもなっている

マンション売却について、売却経験者で「大変だった」、売却希望者で「不安」と回答する人がそれぞれ7～8割に上り、不動産の売却活動に「不安」「大変さ」がつきまとう現状がよく分かります。特に、「本当に買い手がいるか分からなかった」（51.1%）、不安の理由として「買い手が見つかるか分からない」（47.8%）など、買い手の存在が見えないことがその要因の1つとなっているようです。一方で、売却活動で楽しさを感じることは多くは、買主の反応や交流によるものでした。「不安」「大変さ」を軽減し、活動に踏み出すハードルを下げるために、「買い手の存在が見える」「買い手からのフィードバックがある」ことがポイントになりそうです。

2 コロナウイルス流行の影響は引き続きあり。売却活動にも適切な配慮が求められている

売却希望者において、「コロナで住環境に求めるものが変化」を売却のきっかけとして挙げる人が、37.9%と最多（価格高騰起因を除く）となりました。2022年もコロナウイルスの流行が続く中、コロナによる生活の変化をきっかけに住まいを変える傾向は今後も続きそうです。また、8割程度（79.3%）が売却活動自体もコロナの影響を受けると回答し、特に「内見回数を減らしたい」「面談はオンラインで済ませたい」という意向が高く見られます。引き続き、感染症対策も踏まえ、時代に合った適切なサービスや配慮が求められています。

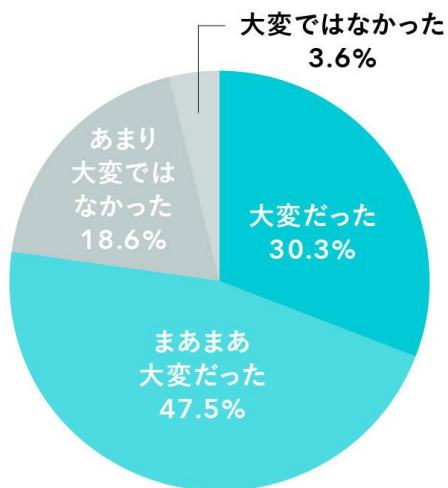
3 売却意向は若い人ほど高い傾向に。「住み替え」は今後もっと広がっていく可能性がある

一都三県でマンションを所有する人に聞いた調査結果を分析すると、25～29歳の50%以上、30～39歳の20%以上が5年以内の売却を検討しており、年代が若いほど売却の意向が高いことが確認できました。住宅の購入が「一生もの」「終の棲家」と言われた時代から、若い世代においては住み替えを前提とした住宅選びへと価値観が変わりつつあり、住まいを購入して売却をしてまた購入する「住み替え」も増えていくことが予想されます。

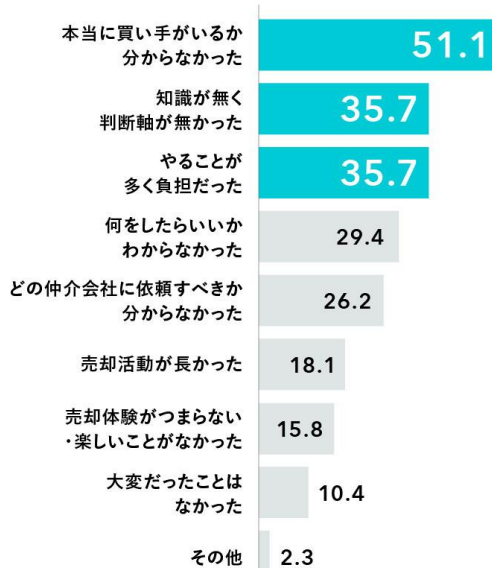
■調査結果 詳細

①【売却経験者】「売却活動が大変だった」と答えた人が約8割（77.8%）、大変だった理由TOPは、「本当に買い手がいるか分からなかった」（51.1%）

マンションの  
「売却活動」は大変だったか



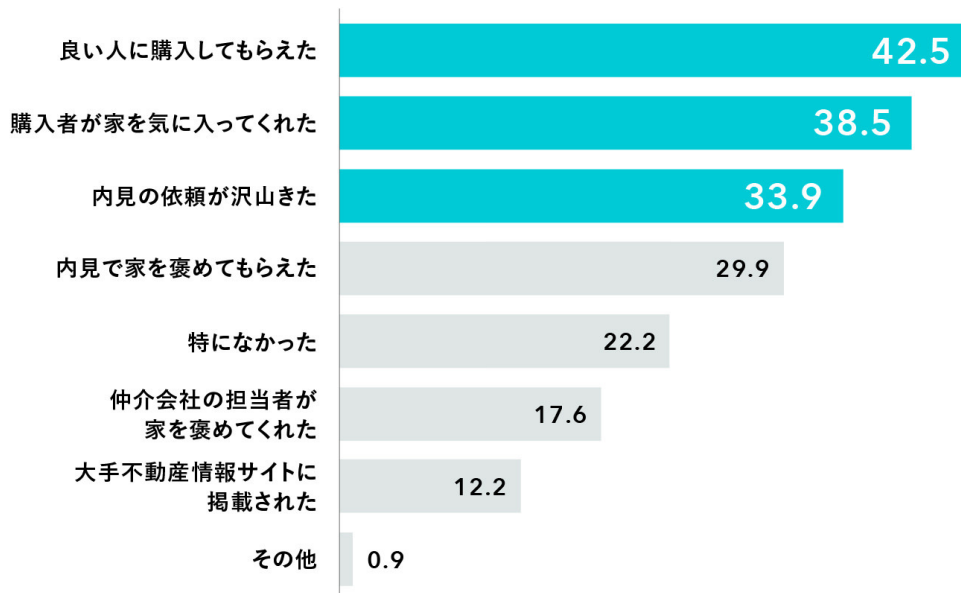
大変だった理由



※設問は複数回答可

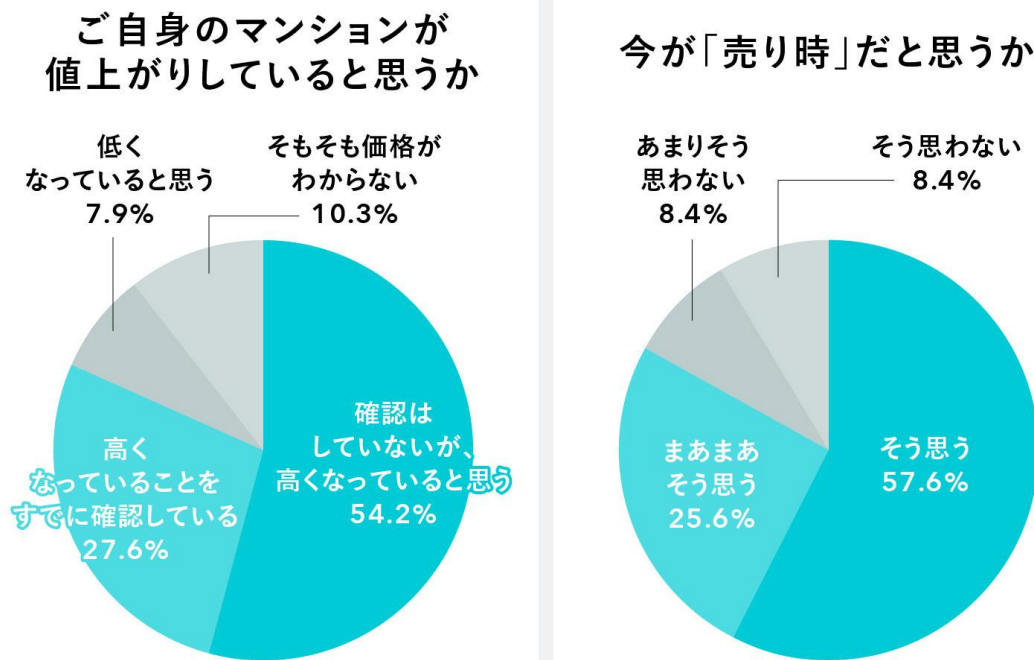
②【売却経験者】売却活動の中で嬉しかったこと（価格を除く）TOP3は、「良い人に購入してもらえた」（42.5%）、「購入者が家を気に入ってくれた」（38.5%）、「内見の依頼がたくさん来た（家が人気だった）」（33.9%）

「売却活動」で嬉しかったこと

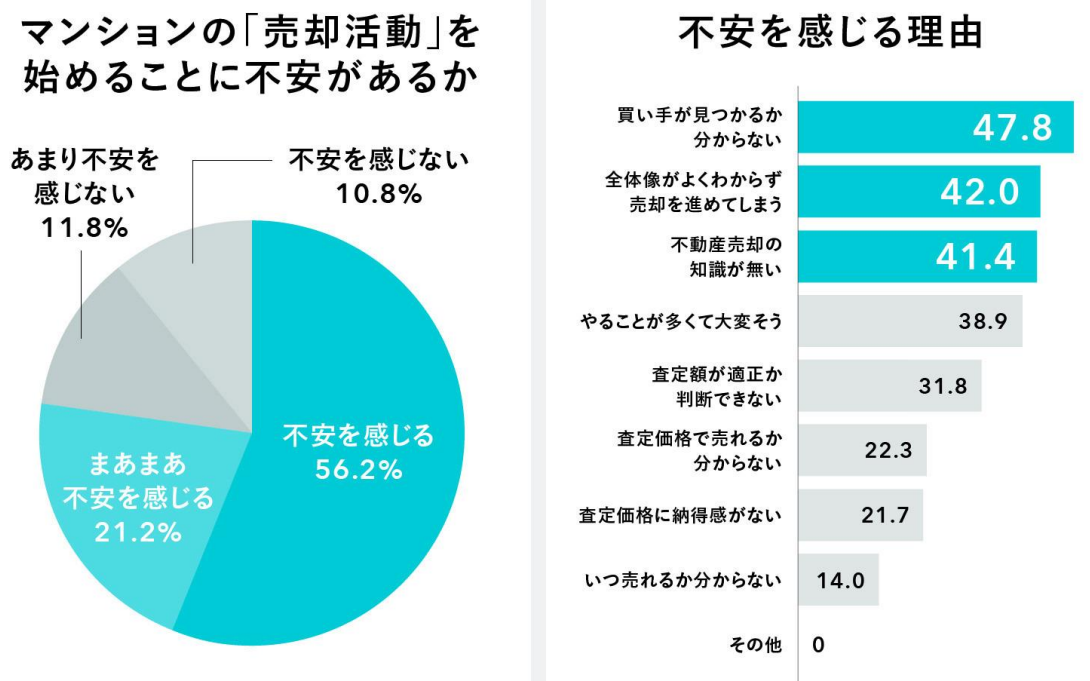


※設問は複数回答可

③【売却希望者】「自分の家が値上がりしていると確認している・感じている」が8割以上で（81.8%）、「今が売り時だと思う」とポジティブに捉える人が8割を超える（83.2%）



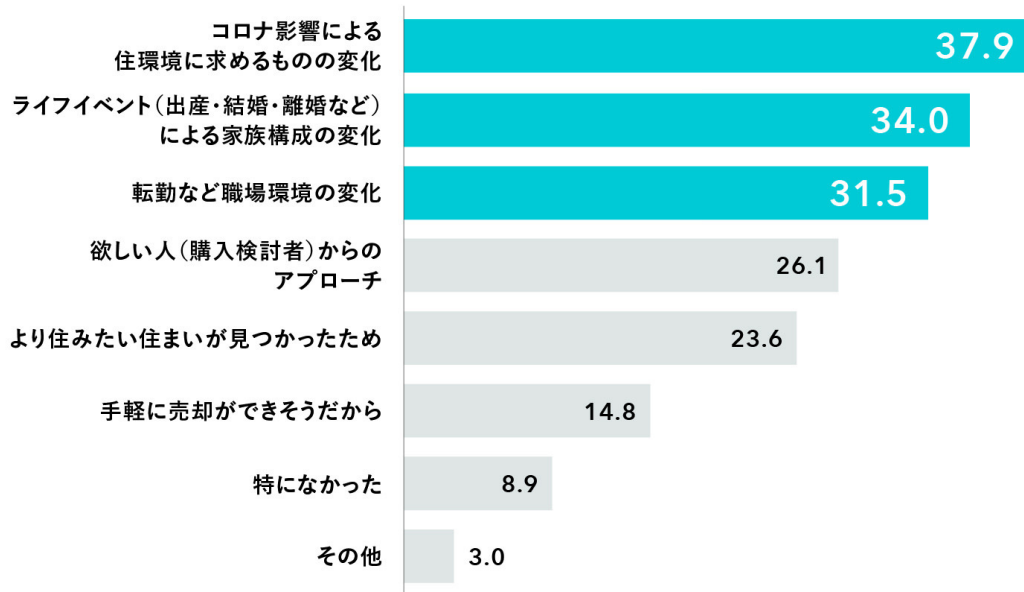
④【売却希望者】売却活動に踏み出すことに不安を感じている人も7割を超える（77.4%）。不安な理由のTOPは、「買い手が見つかるか分からないこと」（47.8%）



※設問は複数回答可

⑤【売却希望者】値上がり以外の売却のきっかけは、「コロナで住環境に求めるものが変化」が最多の37.9%

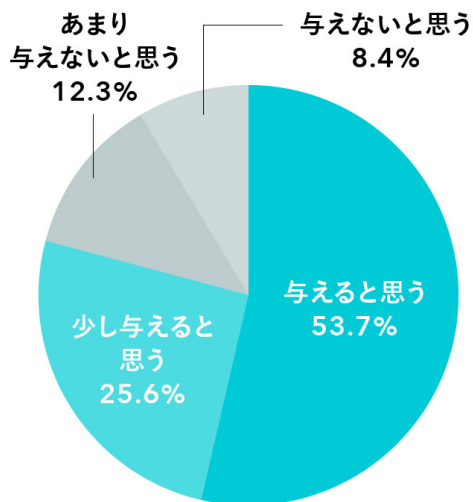
売却理由（「売り時」を除く）



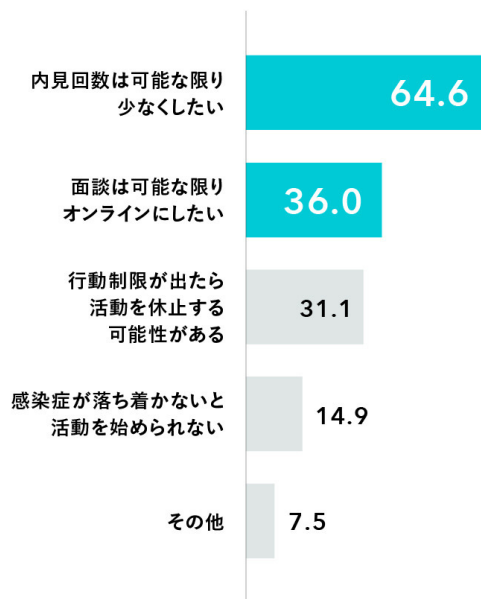
※設問は複数回答可

⑥【売却希望者】今後のコロナの流行が「売却活動に影響を与える」という回答が79.3%。具体的には、「内見を減らしたい」（64.6%）、「面談はできるだけオンライン」（36.0%）

コロナの流行は売却活動に影響を与えるか



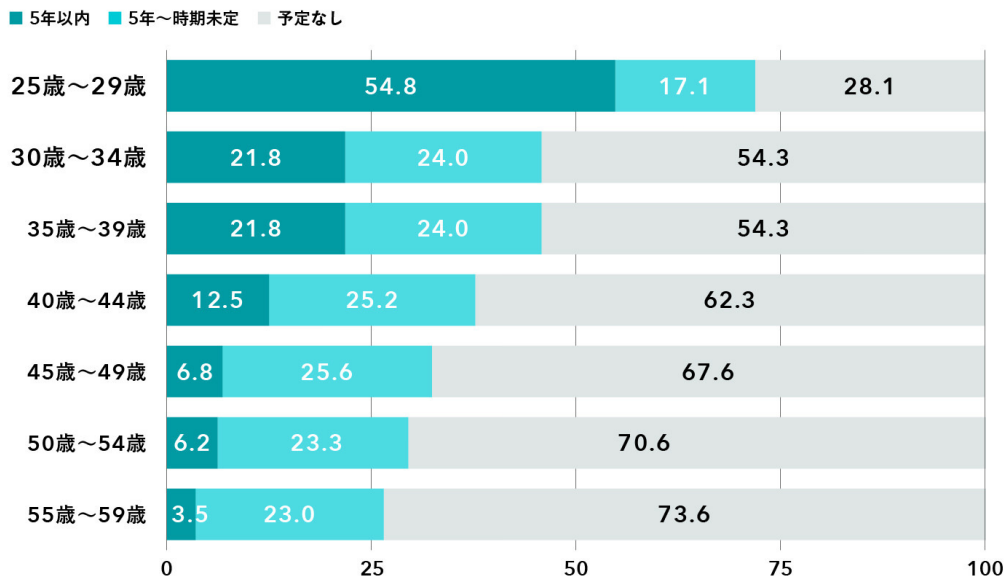
どのような影響を与えるか



※設問は複数回答可

⑦【売却希望者】5年以内のマンション売却希望者が、25～29歳で50%以上、30～39歳で20%を超え、年齢が若いほど持ち家マンションの売却意向が高い傾向に。

### 今後住まいを売却する予定



#### ■調査概要

※本リリースの内容を掲載いただく際は、出典「ツクルバ調べ」と明記をお願いいたします。

調査方法： web調査  
 調査実施日： 2022年1月7日～21日  
 調査主体： 株式会社ツクルバ

#### <調査① 売却経験者>

調査対象：一都三県在住、25～59歳、過去5年以内に自身か配偶者/パートナーが所有し、実際に生活していたマンションの売却経験がある人（買取による売却は除き、不動産仲介による売却のみ）  
 有効サンプル数：221名（WB処理なし）

#### <調査② 売却希望者>

調査対象：一都三県在住、25～59歳、自身か配偶者/パートナーが所有し、自身が現在生活をしているマンションを今後1年以内に売却する希望がある人  
 有効サンプル数：203名（WB処理なし）

**<株式会社ツクルバ 会社概要>**

やがて文化になる事業をつくり続ける場の発明カンパニー。「『場の発明』を通じて欲しい未来をつくる」というミッションのもと、デザイン・ビジネス・テクノロジーをかけあわせた場の発明を行っています。<https://tsukuruba.com/>

会社名：株式会社ツクルバ（東証マザーズ 証券コード：2978）

所在地：東京都目黒区上目黒1丁目1-5 第二育良ビル2F

設立：2011年8月

代表者：代表取締役CEO 村上 浩輝

事業内容：

中古住宅のマーケットプレイス「cowcamo（カウカモ）」（<https://cowcamo.jp/>）の企画・開発・運営、売り出し前中古不動産のマッチングプラットフォーム「ウルカモ」（<https://cowcamo.jp/uruca mo/>）の企画・開発・運営、シェアードワークプレイス「co-ba（コーバ）」（<https://co-ba.net/>）や空間プロデュースを含む不動産企画デザイン事業