

アメリカの売主・買主は、どのように考え、どのように行動して不動産売買を行っているのか？



「2013年度、住宅買主・売主の世代別トレンド」(全米リアルター協会調査)に見られる傾向

使用したNARの調査レポートについて

調査レポート名：

2013 NAR Home Buyer and Seller Generational Trends

調査団体：全米リアルター協会（NAR）

調査年月：2012年7月

調査対象：2011年7月～2012年6月の住宅購入・売却者
93,502名へ郵送、有効回答8,501

* 各表文中のPAとは「複数回答可」を意味

購入理由

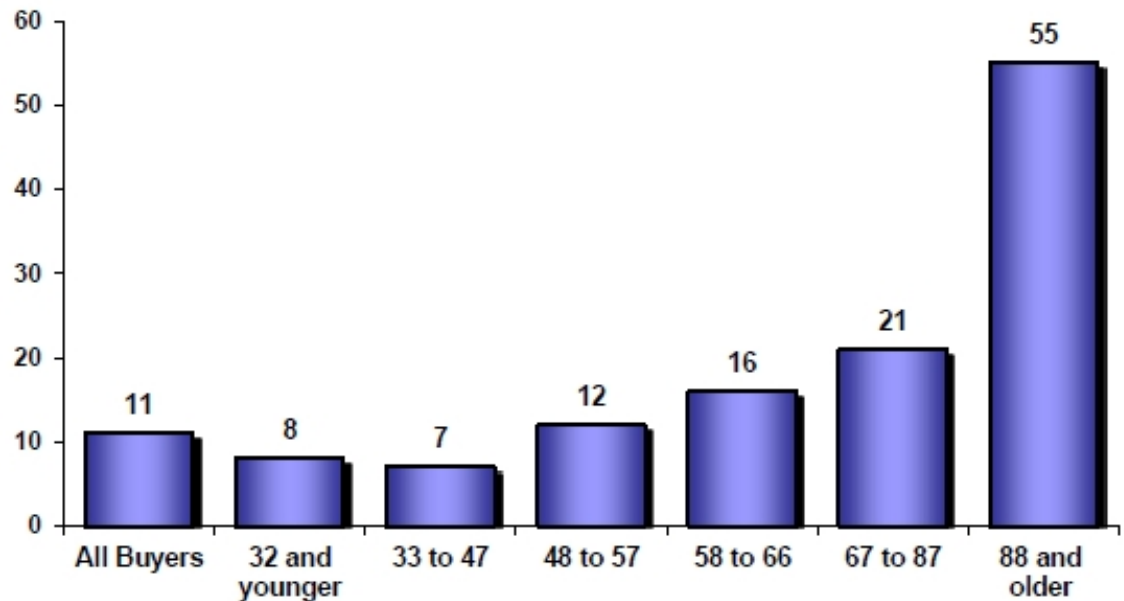
購入理由	%
自分の家を持ちたい	30
もっと大きな家に住みたい	11
リロケーションのため	9
家族状況の変化	8
購入能力が備わったため	7
親族/友人/親戚の近くに住みたい	6
もっと良い地区の住宅に住みたい	6
退職のため	4
もっと小さな家に住みたい	4
職場/学校/駅にもっと近い場所に住みたい	4
世帯を構成したから	2
新築ないし注文住宅に住みたいから	2

新築に住みたいという拘りは、ほぼ皆無

現在の住居からどれくらい離れて購入

新居の旧居からの距離	マイル
全購入者平均	11
32歳以下	8
33歳～47歳	7
48歳～57歳	12
58歳～66歳	16
67歳～87歳	21
88歳以上	55

(1マイル=1.6キロ)



近距離で住宅を探す人が圧倒的である。
高齢層になればなるほど遠距離に購入する

購入場所決定要因 (PA)

購入場所決定要因	%
近隣の質	61
職場へ便利	43
購入能力金額に合っている	39
友人/家族に近い	35
近隣のデザイン	26
買物に便利	26
学区の質	25
通学に便利	22
余暇施設へ行くに便利	19
街区の計画が良い	18
土地の広さ	16
健康維持関連施設に便利	10

学区への拘りが
意外と低い

購入価格

購入価格帯	%
\$75,000以下	8
\$75,000～\$99,999	8
\$100,000～\$124,999	9
\$125,000～\$149,999	10
\$150,000～\$174,999	10
\$175,000～\$199,999	8
\$200,000～\$249,999	14
\$250,000～\$299,999	9
\$300,000～\$349,999	7
\$350,000～\$399,999	5
\$400,000～\$499,999	5
\$500,000以上	8

2013年度全米平均成約中位価格は\$200,000

購入住宅の築年数

購入住宅中位年数	1992年
2011年（調査前年）	14
2008年～2010年（築4年～築6年）	4
2005年～2007年（築6年～築8年）	9
2000年～2004年（築9年～築13年）	11
1985年～1999年（築14年～築28年）	21
1960年～1984年（築29年～築53年）	23
1911年～1959年（築54年～築102年）	16
1910年以前築（築103年以上）	2

築14年以上が全体の62%を占める

どのくらい住む予定か

購入した住宅にどのくらいの期間住む予定か？	%
1年以内	1
2～3年	2
4～5年	7
6～7年	2
8～10年	13
11～15年	6
16年以上	26
わからない	43

「末永く住む」という意識は薄い

どのくらい住むかの中位年数は15年
7年までの層だけで12%いる。

10年以上住む予定としている層は3分の1のみ

購入時に最初に行ったこと

購入時に最初に行ったこと	%
オンラインで物件を探した	41
不動産業者に連絡した	18
オンラインで購入プロセス情報を入手した	11
住んでみたい住宅やエリアをドライブしてみた	8
親戚/友人に、購入プロセスについて意見を聞いた	6
金融機関ないしモーゲージブローカーへ連絡した	6
オープンハウスを訪れた	3
物件掲載された新聞、情報誌を読んだ	1
工務店へ連絡、ないしモデルハウスを訪れた	1
売主へ直に連絡を入れた	1
住宅購入セミナーに参加した	1
その他	2

まずはインターネットで物件探しは定着

購入時の情報ソース(PA)

購入時に使用した情報ソース	%
インターネット	90
不動産業者	87
売り家看板	53
オープンハウス	45
新聞広告(紙媒体)	27
ビルダー	17
住宅情報誌	18
リロケーション会社	4
テレビ	5
ビルボード	5



インターネット90%と同時に、不動産業者87%
OH、売り家看板という伝統的手法も健在

住宅を探した期間

住宅を探した期間	12週間
不動産業者に連絡する前に探した期間	3週間
内覧した住宅数	10

購入物件を探しあてた先

購入物件を探しあてた先	%
インターネット	42
不動産業者	34
売り家看板/オープンハウス	10
友人/親戚/近所仲間からの情報	6
ビルダーないしビルダーの業者	5
直接売主から/売主を知っていた	2
新聞広告(紙媒体)	1
その他	1

インターネットが42%、不動産業者が34%

購入過程で非常に難しかった事(PA)

購入過程で非常に難しかった事	%
適切な物件の選択	51
書類処理	23
特に難しいことは無かった	16
購入過程と段取り	16
住宅ローン取得	13
頭金の貯蓄	11
物件の鑑定	6
その他	5

適切な物件の選択と書類処理で74%を占める。
不動産仲介業者の存立理由に相応

ネット検索後の行動 (PA)

(インターネットを使って住宅を探した人宛ての質問)

ネット検索後の行動	%
住宅の外、ないし内を見た	76
オンラインで住宅を内覧した	62
連絡を取った業者に住宅を探してもらった	32
詳しい情報をリクエストした	22
オンラインで住宅ローンの事前審査を行った	13
住宅ローン取得関連と購入過程関連の詳細情報を探した	13
住宅ローンをオンラインで申請した	8
ビルダー/ディベロッパーに連絡した	7
住宅ローン貸出機関をオンラインで見つけた	6

ウェブ上機能で役立ったもの(PA)

(インターネットを使った人で、オンライン上の機能で非常に役立ったと回答した項目)

ウェブ上機能で役立ったもの	%
物件の写真	84
物件の詳細情報	79
ヴァーチャルビデオツアー	45
不動産業者連絡情報	44
インターアクティブな地図	41
近隣情報	34
最近の成約事例	33
契約から成約間での状況報告画面	30
ビデオ	21
近日開催のオープンハウス情報	20
不動産関連ニュース	8

物件探しに使用したサイト(PA)

(インターネットを使って住宅を探した人宛ての質問)

物件探しに使用したサイト	%
MLSの(消費者向け)ウェブサイト	54
Realtor.com	51
不動産営業担当者のウェブサイト	47
不動産業者のウェブサイト	39
物件掲載している上記以外のサイト	27
検索エンジン	19
モバイルないしタブレットアプリ	13
売主直売り(FSBO)物件サイト	13
モバイルないしタブレットのウェブサイト	12
モバイルないしタブレットの検索エンジン	11
新聞社のウェブサイト	6

不動産業者から得たメリット(PA)

不動産業者から得たメリット	%
購入過程を理解させてくれた	60
物件の隠れた欠点を教えてくれた	53
関連サービス提供者のしっかりしたリストを得た	43
物件探しをしたエリアの詳しい情報を得た	43
良い契約条件を交渉してくれた	42
良い価格で交渉してくれた	35
物件探しの期間が短縮された	28
住宅ローン提供者の良いリストを得た	21
購入地域を広げてくれた	20
購入地域を狭めてくれた	17
以上以外	6
その他	1

消費者が喜ぶ情報は何か、上位4つに見えている

不動産業者の見つけ方

不動産業者の見つけ方	%
友人、近隣、親戚に紹介された、ないし彼らがそうだった	40
インターネットのウェブサイト	11
以前取引を依頼した業者に	10
売り家看板/オープンハウスで業者の連絡先を見て	6
オープンハウスを訪れ業者と会った	6
他の業者から紹介された	5
業者の側からの連絡で (email、電話等)	4
会社からの紹介で (リロケーションのケース)	4
不動産業者店舗を訪れて知り合った	3
検索エンジンで	1
その他	10

ネットで見つけたのは11%のみ

購入前に連絡した業者数

購入前に連絡した業者数	%
1人	66
2人	20
3人	8
4人以上	6

2人までで85%を占める

業者選択時に一番大切だったこと

業者選択時に一番大切だったこと	%
誠実で信頼できる	24
名声・評判	21
業者が友人ないし家族である	15
業者の近隣環境知識	12
業者が気遣い良く、話も良く聞いてくれる	9
返答が時宜に叶って返ってくる	6
エージェントの所属している会社	4
業者にいつでも連絡ができる	3
業者の持っている資格	2
その他	4

消費者は業者の「誠実性」「信頼性」を求めている
さて？

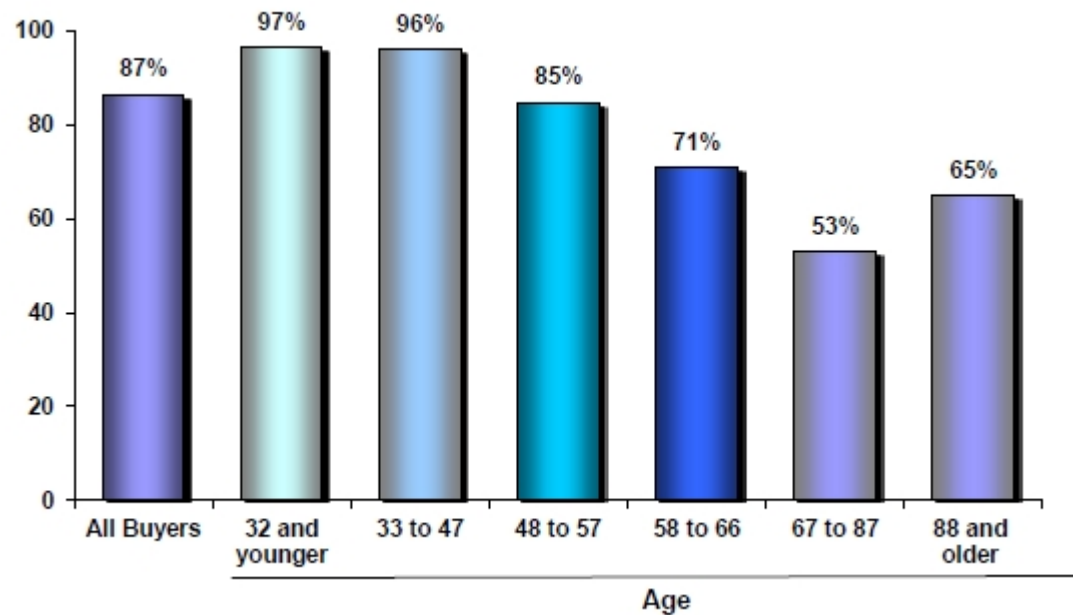
業者をまた使うあるいは紹介するか？

業者をまた使うあるいは紹介するか？	%
もちろんそうする	74
おそらくそうする	15
おそらくそうしない	5
決してそうしない	4
わからない	2

再度依頼、あるいは紹介するで89%を占める

住宅ローンでの購入

住宅ローン借りた割合	
全購入者平均	87
32歳以下	97
33歳～47歳	96
48歳～57歳	85
58歳～66歳	71
67歳～87歳	53
88歳以上	65



ローン借りての購入は全体の87%

物件価格に対する借入の割合

物件価格に対する借入の割合	%
50%以下	9
50～59%	3
60～69%	4
70～79%	11
80～89%	20
90～94%	13
95～99%	25
100%	15

中位割合は91%の借入

借入ローンの種類

借入ローンの種類	%
通常ローン	49
連邦住宅局保証ローン (FHAローン)	33
退役軍人ローン (VAローン)	10
わからない	4
その他	4

住宅を投資としてどう見ているか

投資として住宅をどう見ているか	%
良い金銭的な投資である	78
株式より良い投資である	46
株式と同様良い投資である	23
株式ほど良い投資ではない	9
金銭的投資としては良い投資ではない	6
わからない	16

株式より良い、あるいは同程度と見ている人が全体の69%

物件売却の理由

理由	%
リロケーション	16
小さすぎた	16
友人ないし家族の近くに住みたい	14
近隣環境の好ましさが減った	11
家族環境変化（結婚、出産、離婚）	9
大きすぎた	8
退職のため	6
職場により近い場所	5
健康ないし金銭的に住宅維持が難しくなった	5
住宅ローン支払やその他支出が難しくなった	3
差押を防ぐため	1
その他	7

一次取得とリピートの割合

一次取得	34%
リピート	66%

ただ最近是一次取得が26%にまで落ちていて問題

売却した住宅に住んだ期間

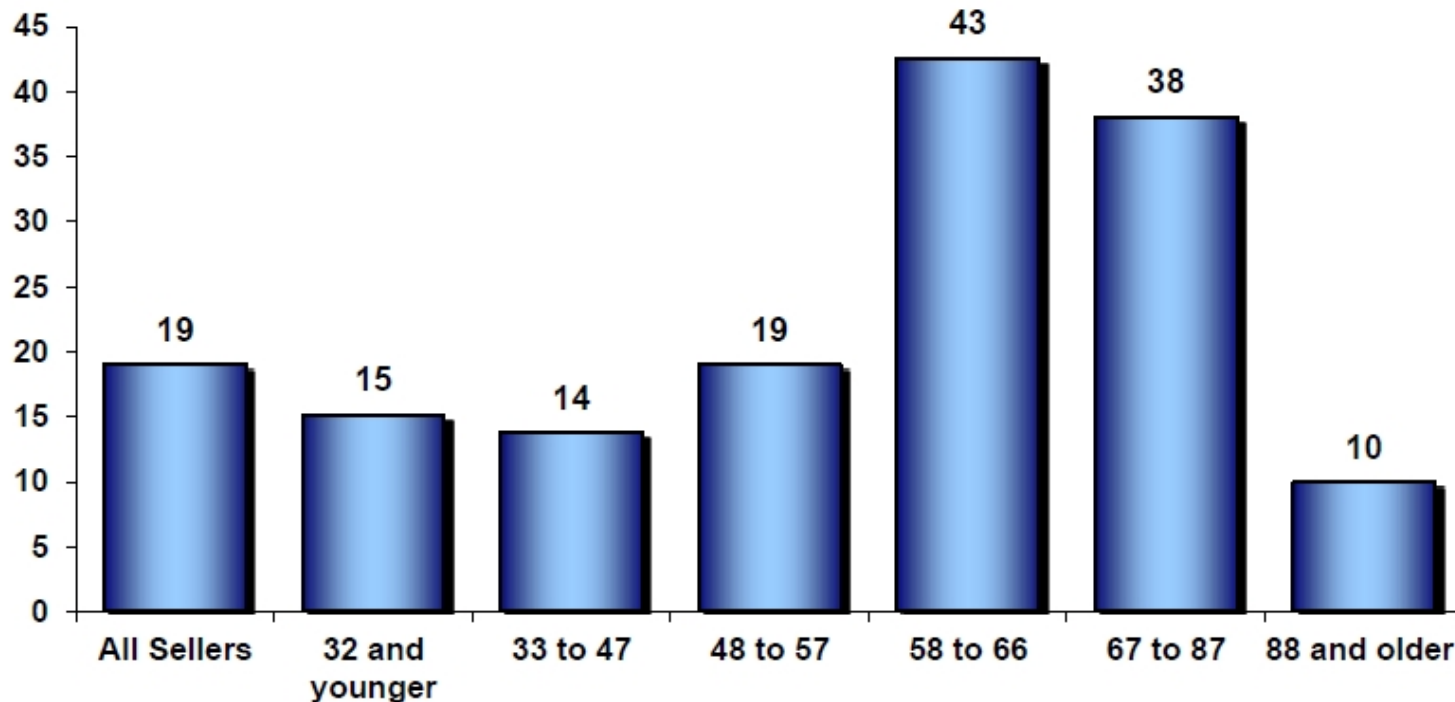
売却した住宅に住んだ期間	%
1年以下	3
2年～3年	7
4年～5年	12
6年～7年	15
8年～10年	18
11年～15年	19
16年～20年	9
21年以上	16

全体の75%は15年以下で住み替え

住み替えた住宅間の距離

全平均	32歳以下	33-47歳	48-57歳	58-66歳	67-87歳	88歳以上
19	15	14	19	43	38	10

単位(マイル)



近場での転居が圧倒的→不動産はローカルビジネス

売却方法

売却方法	%
不動産業者に依頼して売却した	88
最初からそうした	87
最初は自分で売ろうとして、途中で業者に依頼した	2
自分で売却した (For Sale By Owner)	9
最初から最後まで自分で売却した	7
最初は業者に依頼したが、最後は自分で売却した	2
買取してくれる会社へ売却した	1
その他	2

全体の88%は不動産業者が売却

売出し価格と成約価格の比較

売出し価格と成約価格の比較	%
90%以下で成約	23
90%～94%で成約	22
95%～99%で成約	35
売出し価格どおりで成約	15
101%～110%で成約	4
110%以上で成約	2

平均は、売出し価格に対し95%の価格で成約

売却に要した期間

売却に要した期間	%
1週間以内	4
1～2週間	20
3～4週間	11
5～6週間	5
7～8週間	5
9～10週間	4
11～12週間	9
13～16週間	8
17～24週間	10
25～36週間	8
37～52週間	8
53週以上	9

平均は、11週間で契約

不動産業者の見つけ方

不動産業者の見つけ方	%
友人、近隣、親戚に紹介された、ないし彼らがそうだった	38
以前取引を依頼した業者に	23
業者の側からの連絡で（email、電話等）	5
会社からの紹介で（リロケーションのケース）	4
売り家看板/オープンハウスで業者の連絡先を見て	4
他の業者から紹介された	4
オープンハウスを訪れ業者と会った	4
インターネットのウェブサイト	3
不動産業者店舗を訪れて知り合った	2
DM	2
新聞、イエローページの広告	1
広告を見て（マグネット、カレンダー記載のもの）	1
その他	11

紹介とリピートで61%を占める

売却依頼前に連絡した業者数

売却依頼前に連絡した業者数	%
1人	65
2人	20
3人	11
4人	3
5人以上	2

2人までで85%を占める

業者をまた使うあるいは紹介するか？

業者をまた使うあるいは紹介するか？	%
そうする	47
いいえ	53

ほぼ半々、買主ほど再依頼率、紹介率は高くない

MLSには登録されたか？

MLSには登録されたか？	%
はい	91
いいえ	3
わからない	5

MLSにはほとんど登録されている

業者選択時に一番大切だったこと

業者選択時に一番大切だったこと	%
名声・評判	37
誠実で信頼できる	19
業者が友人ないし家族である	13
業者の近隣環境知識	12
エージェントの所属している会社	4
業者が気遣い良く、話も良く聞いてくれる	4
業者が提示した手数料率	3
業者にいつでも連絡ができる	3
業者の持っている資格	1
その他	5

消費者は業者の「誠実性」「信頼性」を求めている
さて？

業者が売却のため行ったこと(PA)

業者が売却のため行ったこと	%
インターネット上への掲載(自社ページ)	93
その他ネット上サイトへの掲載	28
ソーシャルネット上ページへの掲載	7
ビデオページへの掲載(YouTube等)	4
売り家看板	79
オープンハウス	55
新聞広告(紙媒体)	27
不動産情報誌掲載	21
DM(ちらし含む)	17
ビデオ	14
テレビ広告	2
その他	3

依然として伝統的マーケティング手法は有効

手数料交渉はどのようにしたか

手数料交渉はどのようにしたか	%
業者の側から話が出された	43
顧客の側から話を出し、それに業者が柔軟に対応した	22
顧客の側から話を出したが、業者は一切交渉に応じなかった	9
顧客は手数料額交渉できることを知っていたが話を持ち出さず	11
顧客は手数料額を交渉できることを知らなかった	15

手数料規定は、媒介契約書に記入しなければならないから、いずれにせよはっきりさせておくべきこと

業者をまた使うあるいは紹介するか？

業者をまた使うあるいは紹介するか？	%
もちろんそうする	66
おそらくそうする	18
おそらくそうしない	7
決してそうしない	7
わからない	2

再度依頼、あるいは紹介するで84%を占める