

不動産投資と収益物件の情報サイト「健美家(けんびや)」

## 不動産投資に関する意識調査(第2回)を実施

4分の1以上が現金で物件を購入、買付から購入までの期間は短縮化の傾向

健美家株式会社(本社・東京都港区)は11月12日～11月26日、不動産投資と収益物件の情報サイト「健美家(けんびや)」の会員を対象とした「不動産投資に関する意識調査(第2回)」を実施いたしました。調査結果をお知らせいたします。

### 【調査概要】

調査期間 : 2014年11月12日(水)～11月26日(水)

調査対象 : 不動産投資と収益物件の情報サイト「健美家(けんびや)」の  
会員のうち、メルマガ読者約20,000人

有効回答数: 607人

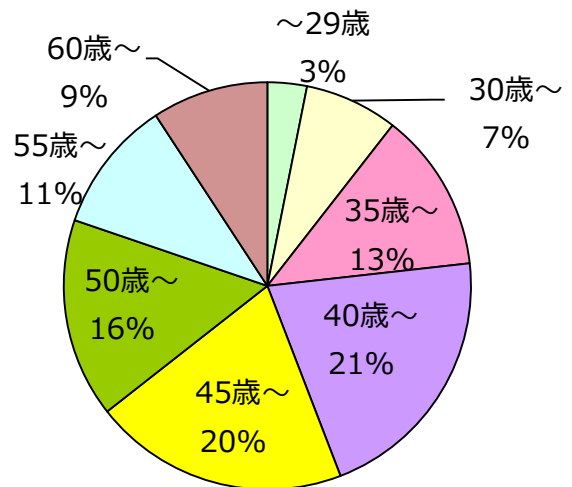
調査方法 : インターネットでのアンケート回答

## < 調査対象者情報 >

### 1、プロフィールについて

#### ◇年齢

年齢	人数	割合
～29歳	19	3%
30歳～	45	7%
35歳～	77	13%
40歳～	127	21%
45歳～	123	20%
50歳～	96	16%
55歳～	64	11%
60歳～	56	9%

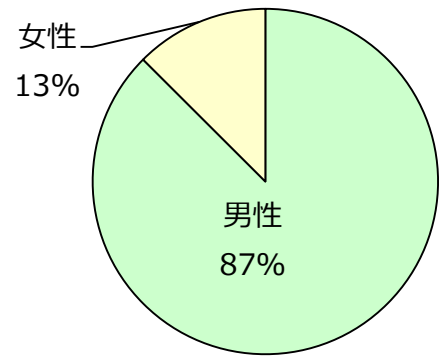


年齢は、40歳～44歳が127人(21%)で最も多く、次いで、45歳～49歳が123人(20%)、50歳～54歳が96人(16%)となり、45歳～54歳で全体の57%を占めています。

60歳以上が56人(9%)いる一方で、30歳未満も64人(10%)おり、不動産投資が幅広い年齢層の間に広がっていることが見てとれます。

◇性別

性別	人数	割合
男性	531	87%
女性	76	13%



性別は男性が531人( 87% )、女性が76人( 13% )となりました。

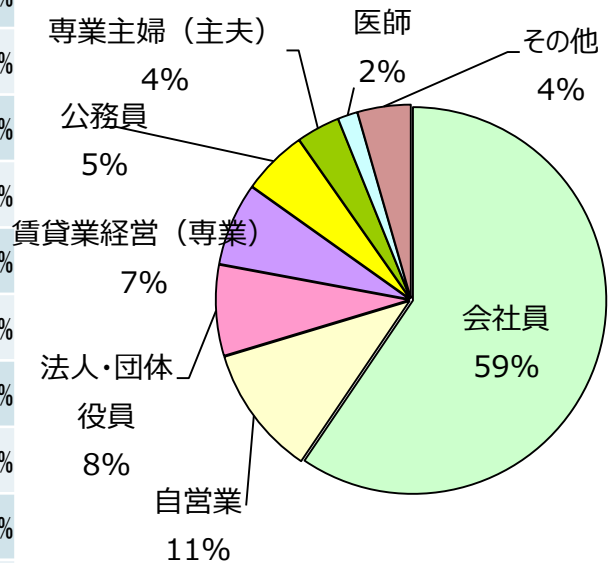
◇居住地

居住地	人数	割合
東京都	182	30%
千葉県	50	8%
神奈川県	47	8%
大阪府	43	7%
埼玉県	40	7%
福岡県	32	5%
東北地方	25	4%
信州・北陸地方	24	4%
愛知県	23	4%
茨城県・栃木県・群馬県・山梨県	23	4%
静岡県・岐阜県・三重県	22	4%
北海道	22	4%
中国地方	20	3%
兵庫県	17	3%
九州地方(福岡県以外)	15	2%
京都府	14	2%
奈良県・滋賀県・和歌山県	4	1%
海外	4	1%

居住地は東京都が182人( 30% )と最も多く、次いで、千葉県50人( 8% )、神奈川県47人( 8% )、大阪府43人( 7% )、埼玉県40人( 7% )となり、関東在住者が全体の57%を占めています。海外在住者も、4人( 1% )含まれました。

◇職業

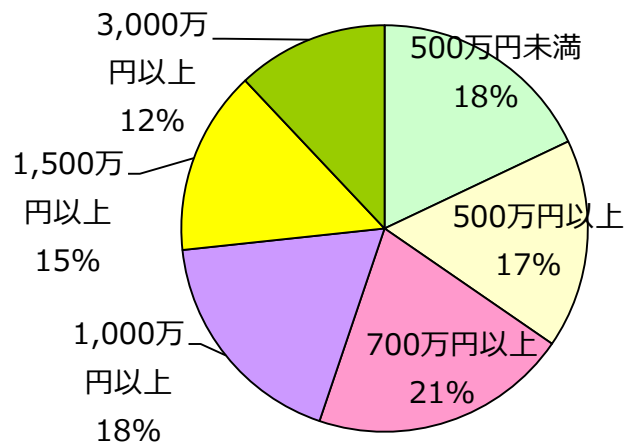
職業	人数	割合
会社員	361	59%
自営業	66	11%
法人・団体役員	46	8%
賃貸業経営(専業)	42	7%
公務員	33	5%
専業主婦(主夫)	22	4%
医師	10	2%
公認会計士・税理士等	2	0%
弁護士・司法書士等	2	0%
その他	23	4%



職業は、会社員が361人( 59% )と最も多く、次いで、自営業66人( 11% )、法人・団体役員46人( 8% )となりました。賃貸経営を専業とする人は42人( 7% )で、その他に、公務員33人( 5% )、専業主婦( 主夫 )22人( 4% )、医師10人( 2% )等となっています。

◇年収

年収	人数	割合
500万円未満	109	18%
500万円以上	101	17%
700万円以上	125	21%
1,000万円以上	110	18%
1,500万円以上	89	15%
3,000万円以上	73	12%

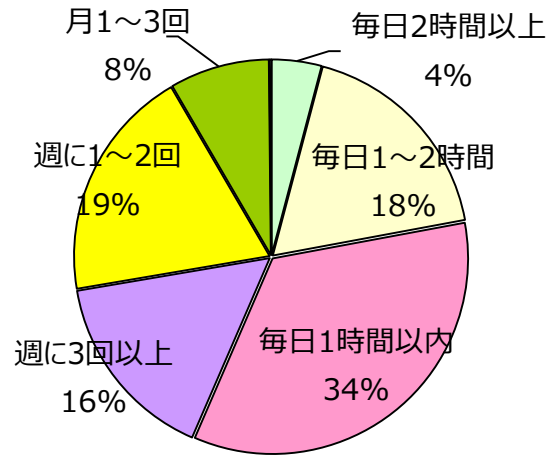


年収は、700万円以上が125人( 21% )で最も多く、次いで1,000万円以上が110人( 18% )、500万円未満が109人( 18% )と続いています。年収500万円未満から3,000万円以上までの割合に大きな偏りがないことから、不動産投資が富裕層だけのものではなく、一般のサラリーマンにまで浸透していることがうかがえます。

## 2、物件の購入に関わる内容について

### ◇物件の情報収集にかかる時間はどれくらいですか？

時間	人数	割合
毎日2時間以上	25	4%
毎日1～2時間	109	18%
毎日1時間以内	209	34%
週に3回以上	96	16%
週に1～2回	117	19%
月1～3回	50	8%
今までに情報収集したことがない	1	0%

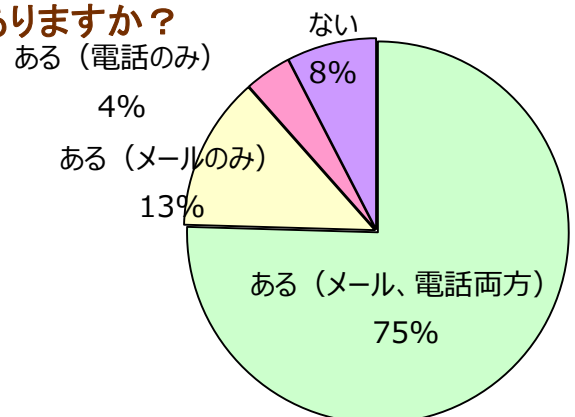


物件の情報収集にかかる時間は、毎日1時間以内が209人(34%)で最も多く、次いで週に1～2回が117人(19%)、毎日1～2時間が109人(18%)等となりました。

毎日1時間以内の次に、週に1～2回が続いたのは、物件を積極的に買いたいタイミングの人と、すぐには買わない人が、バランスよく市場の中に存在するためと考えられます。

### ◇不動産会社に問い合わせをしたことはありますか？

問い合わせ	人数	割合
ある(メール、電話両方)	458	75%
ある(メールのみ)	79	13%
ある(電話のみ)	24	4%
ない	46	8%



不動産会社への問い合わせについては、メールと電話の両方で問い合わせたことがあると回答した人が458人(75%)と多数を占めました。

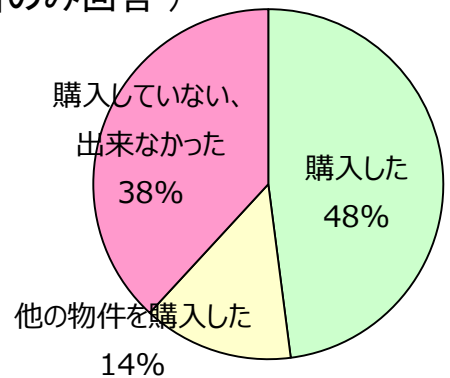
### ◇問い合わせをした理由(自由回答)

- ・指値が可能かどうか質問するため
- ・売却理由を確認するため
- ・賃貸状況を知るため
- ・レントロールを入手するため
- ・リフォーム履歴を確認するため
- ・融資づけについて質問するため

◇問い合わせをした物件を購入しましたか？

( 前の質問で「不動産会社に問い合わせをした方」のみ回答 )

職業	人数	割合
購入した	269	48%
他の物件を購入した	78	14%
購入していない、出来なかった	214	38%



問い合わせをした物件を購入したかの問いについては、269人( 48% )が購入したと回答しました。このことから、物件に問い合わせを入れる時点で、投資家が高い購入意欲を持っているということがうかがえます。

◇購入しない、できなかった理由について( 自由回答 )

○購入しなかった理由( 物件に関する理由 )

- ・近隣の空室率が高かったため
- ・多額の修繕費がかかりそうだったため
- ・現地に行ったら接道が悪かったため
- ・賃借人の質が悪そうだったため

○購入しなかった理由( その他の理由 )

- ・掲載の情報に間違いがあったため
- ・業者を信頼できないと感じたため
- ・質問をしてもレスポンスがなかったため
- ・仕事が忙しい時期だったため

○購入できなかった理由

- ・買付が遅れて別の人に先をこされたため
- ・資金不足
- ・ローンが通らなかったため
- ・売り止めになったため
- ・指値が通らなかったため
- ・家族に反対されたため
- ・連帯保証人を立てられなかったため

◇他の物件を購入した理由について

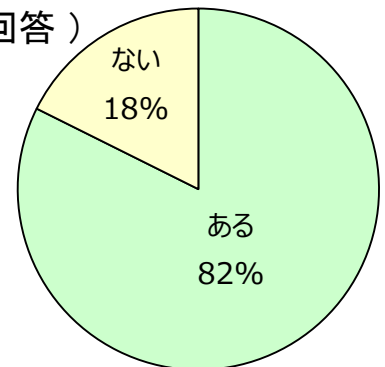
- ・問い合わせをした物件は買えなかったが、代替りの物件を紹介してもらえたから
- ・問い合わせをした物件は欲しくなかったが、別に紹介された物件を気に入ったから
- ・問い合わせを入れた物件を見に行く途中で見せてもらった物件を気に入ったから
- ・問い合わせを入れた物件は売れてしまったが、業者に連絡先を伝えておいたところ、後日、希望に合った物件を紹介してもらえたため

### 3、物件の購入について

#### ◇物件を購入したことがありますか？

( 前の質問で「不動産会社に問い合わせをした方」のみ回答 )

購入の有無	人数	割合
ある	461	82%
ない	100	18%

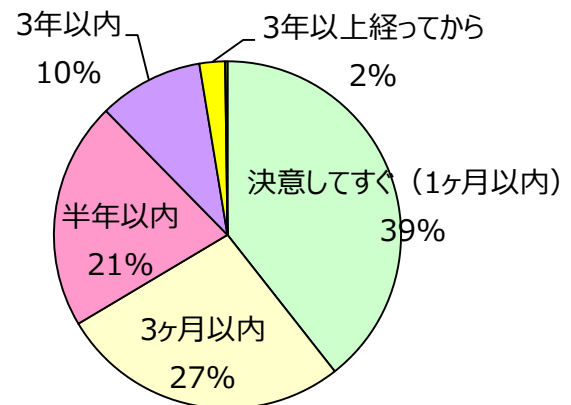


物件を購入したことがあるかどうかの問いについては、購入したことがあるが462人( 82% )と多数を占めました。

#### ◇物件を購入しようと決意してどのぐらい期間で購入できましたか？

( 「物件を購入したことがある」と答えた人のみ回答 )

期間	人数	割合
決意してすぐ(1ヶ月以内)	182	39%
3ヶ月以内	125	27%
半年以内	98	21%
3年以内	45	10%
それ以上経ってから	11	2%



物件の購入を決意してから、実際に購入するまでの期間は、決意してすぐ( 1ヶ月以内 )が182人( 39% )で最も多く、次いで、3ヶ月以内が125人( 27% )、半年以内が98人( 21% )等となりました。

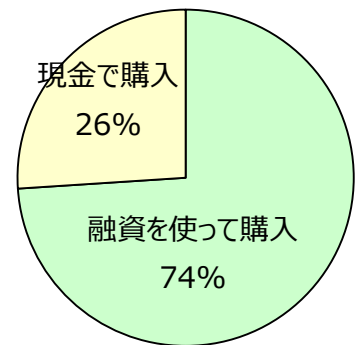
物件の購入を決めてから実際に購入するまでの期間が短いのは、融資を使わずに現金で購入している人が多いことや( 次の設問参照 )、投資家間の競争が激しく、スピーディに行動しないと別の購入希望者に先をこされるといった事情があるためと考えられます。

## 4、融資について

### ◇融資は使いましたか？

(「物件を購入したことがある」と答えた人のみ回答)

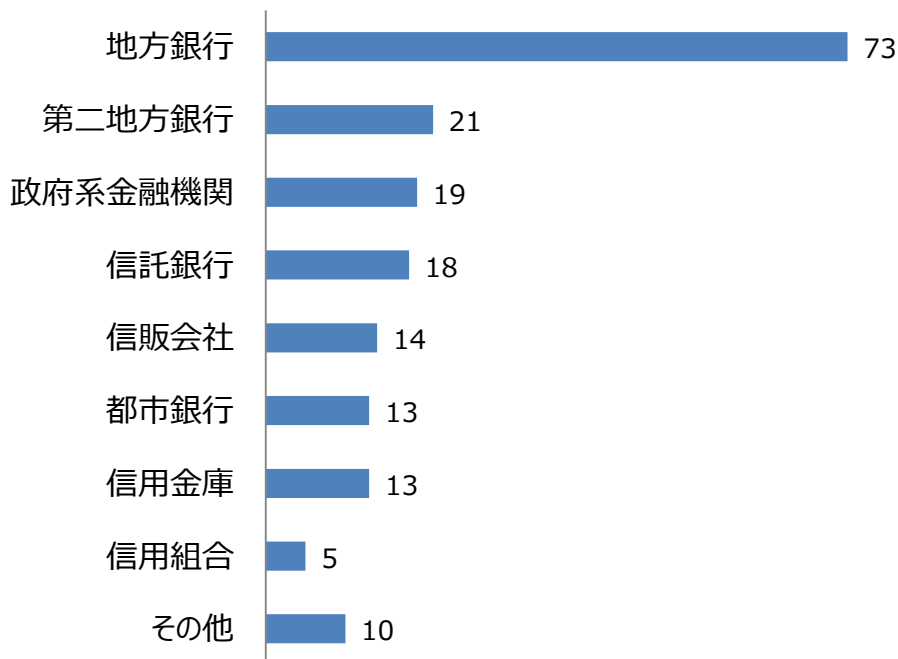
融資利用の有無	人数	割合
融資を使って購入	341	74%
現金で購入	120	26%



物件を購入したことがある人の中で、融資を使って購入した人は341人(74%)、現金で購入した人は120人(26%)となり、**4分の1以上が現金で購入**していることがわかりました。

### ◇融資はどの金融機関を使いましたか？

(「物件を購入したことがある」人で、「融資を使って購入」した人の中から任意で複数回答)



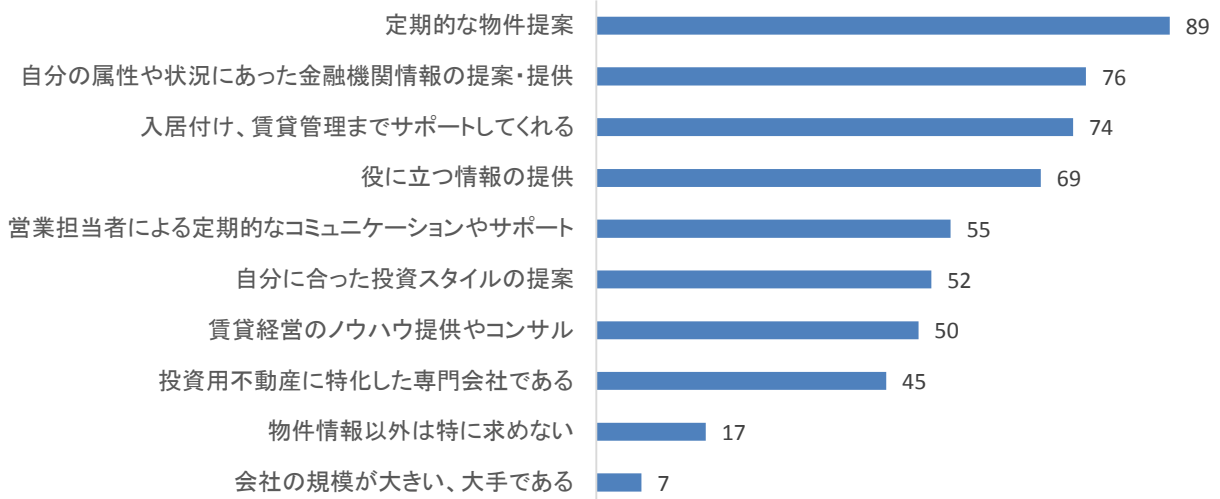
融資を使って購入した人が、どの金融機関を利用したかについては、地方銀行が73件で最も多く、次いで第二地方銀行21件、政府系金融機関19件等となりました。

- 地方銀行の例 : スルガ銀行、横浜銀行、千葉銀行、福岡銀行など
- 第二地方銀行の例 : 関西アーバン銀行など
- 信販会社の例 : 三井住友トラストL&F、ジャックスなど



## 5、不動産会社・金融機関について

### ◇あなたが不動産会社に求めるものは？( 複数回答 )



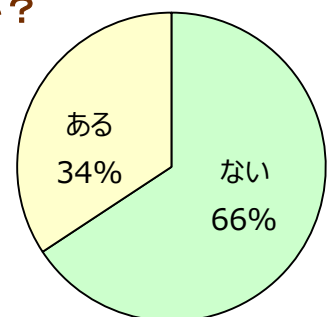
不動産会社に求めるものについては、定期的な物件提案が89人と最も多く、以下、自分の属性や状況にあった金融機関情報の提供が76人、入居付け・賃貸管理までをサポートしてくれるが74人と続いています。

また、自分に合った投資スタイルの提案( 52人 )や、賃貸経営のノウハウ提供やコンサル( 50人 )といった回答の多さからは、投資家が、不動産業者に対し、単に不動産仲介業としてではなく、**不動産投資に関する様々なノウハウを教えてくれるパートナー的な役割**を求めていることがうかがえます。

### ◇関わった不動産会社・金融機関への要望はありますか？

( 「物件を購入したことがある」と答えた人のみ回答 )

要望の有無	数	割合
ない	303	66%
ある	158	34%



関わった不動産会社や金融機関への要望は、ないが303人( 66% )で、あるの158人( 34% )を大きく上回りました。

#### ○要望の内容( 不動産会社へ )

- ・問い合わせや要望に対するレスポンスを早くして欲しい
- ・いい加減な対応をしないでほしい
- ・リスクはすべてきちんと教えてほしい
- ・投資物件の勉強をせず投資家から見て的外れな物件を紹介するのをやめてほしい

#### ○要望の内容( 銀行へ )

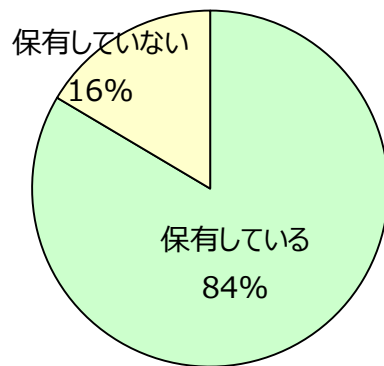
- ・築古物件へも融資をしてほしい
- ・属性が低い人の話もしっかり聞いてほしい



## 6、収益物件の保有について

### ◇現在、収益物件を保有していますか

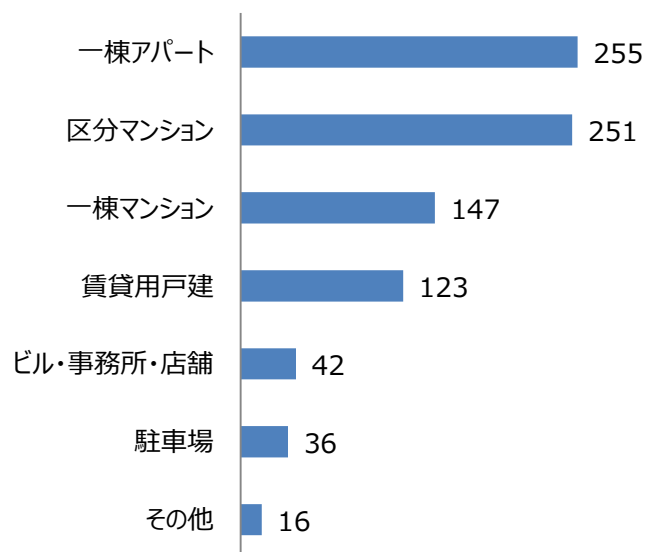
保有の有無	数	割合
保有している	507	84%
保有していない	100	16%



収益物件の保有については、保有しているが507人( 84% )で、保有していないの100人( 16% )を大きく上回りました。

### ◇保有している物件種別( 複数回答 )

( 「物件を保有している」と答えた人のみ回答 )

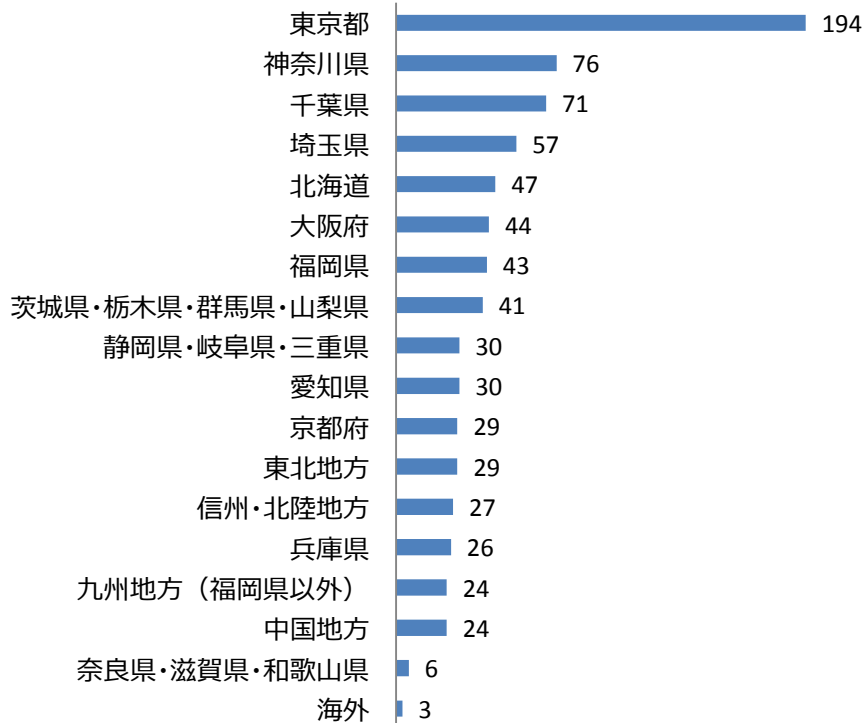


保有している物件の種類としては、一棟アパートが255人と最も多く、次いで区分マンションが251人、一棟マンションが147人、賃貸戸建が123人等となりました。

一棟アパート、区分マンション、一棟マンション、賃貸戸建のどれかひとつが突出することなく、居住用物件がまんべんなく保有されていることから、幅広い層の投資家がそれぞれに適した投資手法を選びながら、賃貸経営を行っていることがうかがえます。

その他の内容には、太陽光発電、賃貸併用住宅、テラスハウス、貸農園といった回答が含まれました。

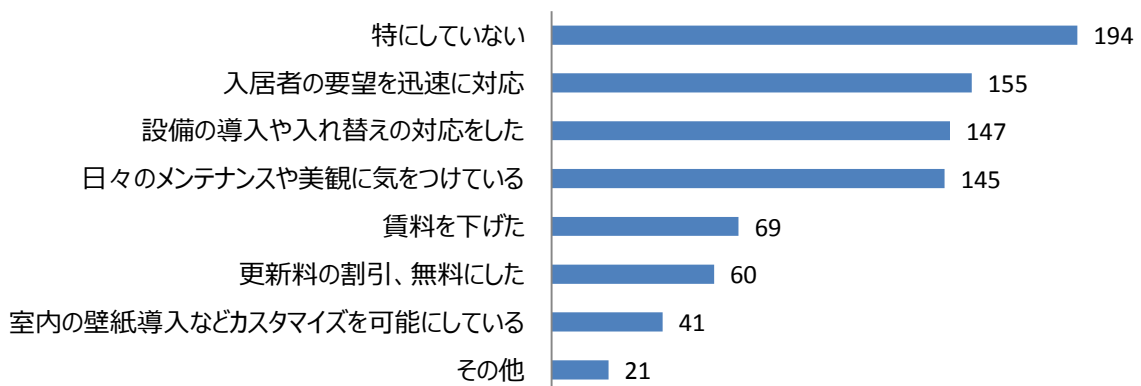
◇所有物件の所在地はどこですか？( 複数回答 )



所有する物件の所在地は、東京都が194人で最も多く、次いで、神奈川県76人、千葉県71人、埼玉県57人など、関東が上位を占めています。関東以外では、北海道47人、大阪府44人、福岡県43人の順で多くなっています。

7、賃貸繁忙期に向けた対策について

◇現在、長期入居をしてもらうための対策はしていますか？( 複数回答 )  
( 「物件を保有している」と答えた人のみ回答 )



長期入居のための対策は、特にしていないが194人で最も多くなった一方で、賃料を下げた( 69人 )、更新料の割引・無料にした( 60人 )という回答もみられました。

両者のギャップは、エリアによる賃貸需要の差によるオーナーの危機感の違いが反映されたものと考えられます。

## ◇これから繁忙期に向けて入居者獲得の対策はありますか？(自由回答)

(「物件を保有している」と答えた人のみ回答)

## ○対策を考えていない

- ・現在満室のため特になし
- ・管理会社さんに任せている
- ・清掃をしっかりとるだけ(いつもどおり)

## ○マーケティングに関する対策

- ・管理会社と募集条件について綿密な打ち合わせを行う
- ・以前決めてくれた仲介業者さんへのあいさつ
- ・大学生協の利用

## ○費用に関する対策

- ・1ヶ月のフリーレント
- ・敷金・礼金・更新料なし
- ・家賃を下げる
- ・期間限定の敷金礼金半額
- ・営業マンへの心づけ
- ・ADの割り増し

## ○物件に関する対策

- ・とにかく物件の質を高め、周辺の物件と差別化を図っている
- ・リノベーションを施したうえ、家具などを配置しモデルルーム仕様になっている
- ・家具家電サービス
- ・インターネット無料サービスを導入した
- ・壁紙を入居者さんに選んでもらえるスタイルにした
- ・ペット可能にしようか検討している
- ・照明器具を取り付け、差別化の為にウォシュレットを導入した
- ・新しいガス会社さんに変更して入居者のランニングコストを減らす

対策を考えていない人の割合が最も多かった一方で、対策を講じていると回答した人の中には、一人でいくつもの対策を講じるなど、空室を埋めるためのあらゆる手を尽くそうとしている人が多く見られました。

このことから、エリアや物件によって、何もしなくても埋まる物件と、そうではない物件の差が広がっている様子がうかがえます。

空室率の高いエリアが増えていくことが予測される中で、今後は空室対策について情報を収集し、行動に移すことができる投資家と、そうでない投資家とで、賃貸経営の行方が分かれてくるのかもしれません。