

# 新型コロナによる賃貸不動産仲介会社への 影響度調査結果レポート



リーシング・マネジメント・コンサルティング株式会社  
〒105-0003 東京都港区西新橋3-2-1 Daiwa西新橋ビル2階  
☎ 03・5776・2071 FAX 03・5776・2091 ☒ <http://www.lmc-c.co.jp>

1. 調査概要 . . . . . P2
2. 仲介会社の業務体制の変化について . . . . . P3
3. 仲介会社のインフラの変化について . . . . . P6
4. エンド客動向の変化について . . . . . P9
5. エンド客のニーズの変化について . . . . . P16
6. 提供してほしい営業ツールについて . . . . . P23
7. 元付会社に気を付けてほしいこと . . . . . P24
8. 業務上困っていること . . . . . P25

調査  
目的

新型コロナウイルス感染拡大に伴い、急速な変化が予想される  
賃貸不動産業界の現状や仲介会社への影響、これに対する仲介会社の対策、  
エンド客のニーズ変容について調査

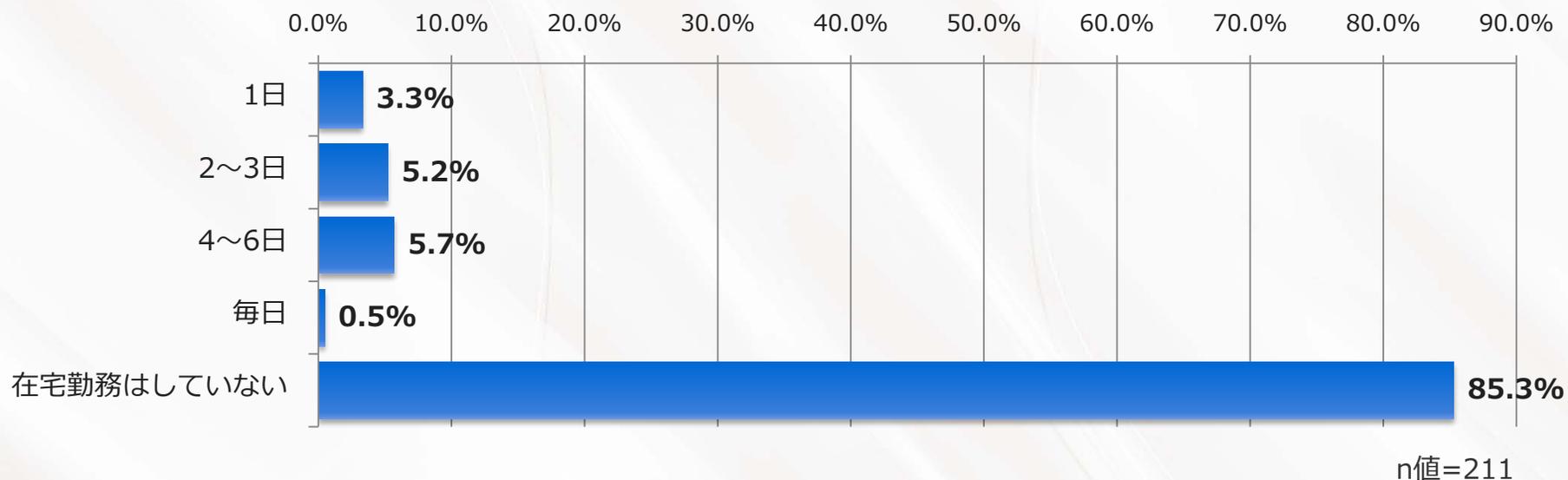
## 概要

- ・ 調査期間：2020年6月4日(木)~6月18日(木)
- ・ 調査対象：1都3県の賃貸不動産仲介会社 211社

# 仲介会社の業務体制の変化について

## Q1.1週間あたりの在宅勤務頻度

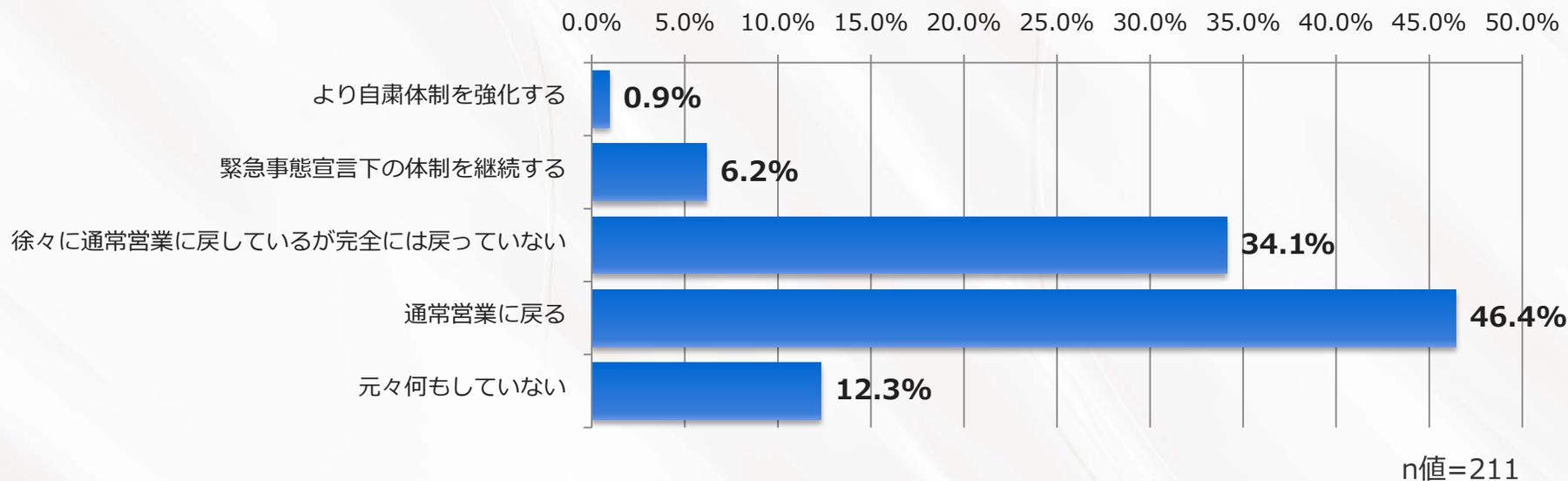
Q.現在の1週間あたりの在宅勤務の頻度を教えてください。



在宅勤務をしている仲介は約15%に留まる。「毎日在宅」という回答はわずか0.5%と、緊急事態宣言の解除もあり通常通り出勤している仲介が8割を超える。

## Q2. 緊急事態宣言明けの業務体制

Q. 緊急事態宣言下に比べて、  
緊急事態宣言明けの業務体制に変化はありますか。

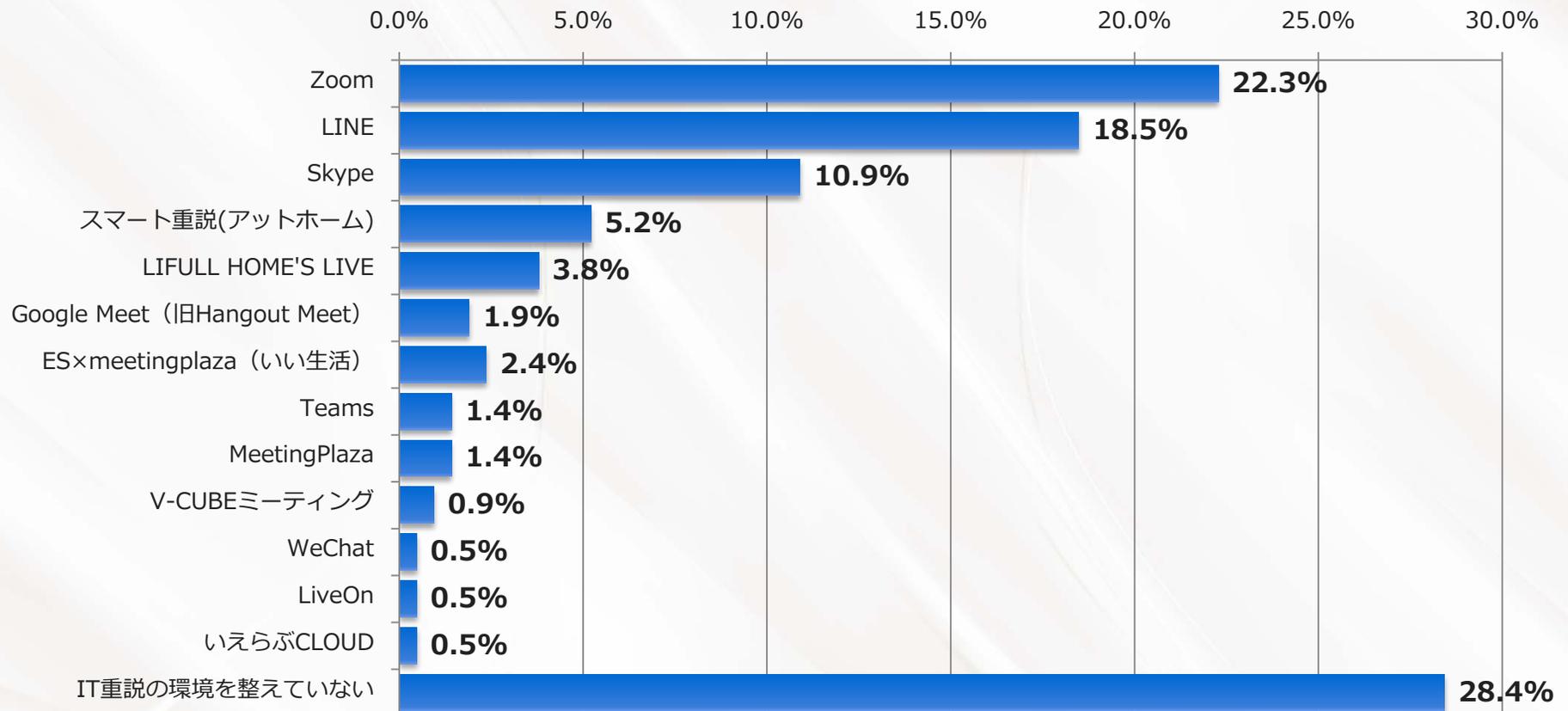


「徐々に戻している」、「通常営業に戻る」、「元々何もしていない」が合計9割を超え、多くの仲介会社が通常の営業体制に戻っているか、もしくは戻りつつあることが分かる。  
自粛体制を継続している仲介会社は1割に満たない。

# 仲介会社のインフラの変化について

## Q3.IT重説時の利用ツール

Q.貴社のIT重説ではどのツールを利用していますか。

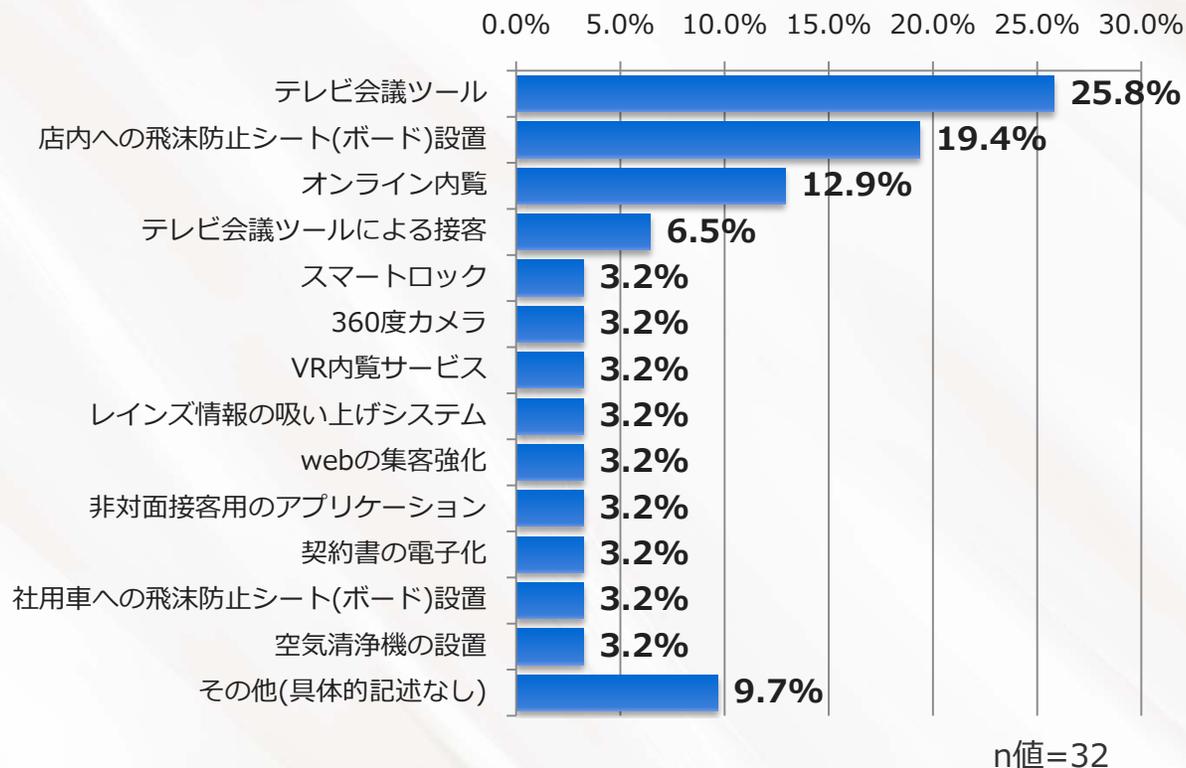
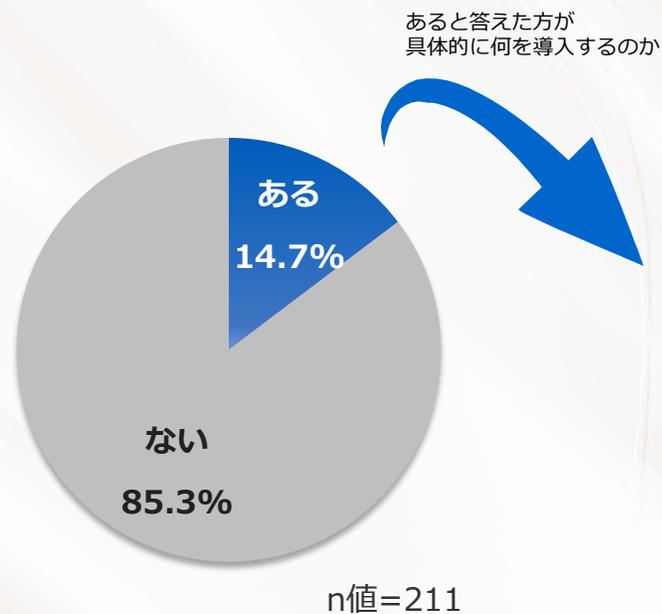


新型コロナが流行し始め数ヶ月の間、各仲介会社の対策が急速に進み、現状7割以上の仲介会社が何らかのIT重説ツールを備えていることが分かった。その内、「Zoom」や「LINE」が占める割合が4割と圧倒的なシェアとなった。

n値=208

## Q4.新たな設備やサービスの導入

Q.今後に備えて(コロナ禍の中で)新たな設備やサービスを導入する予定はありますか。

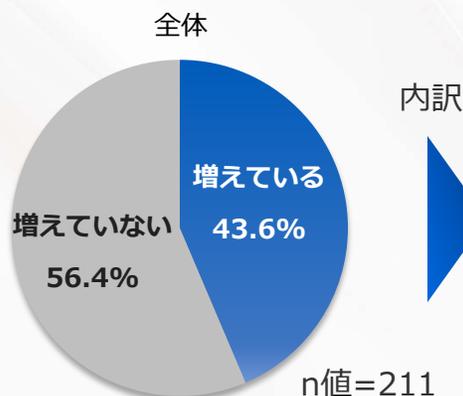


Q4より、既にIT重説については約7割が何らかのサービスを導入していることから、新たに設備やサービスを導入しないとする仲介会社が8割を超えた。

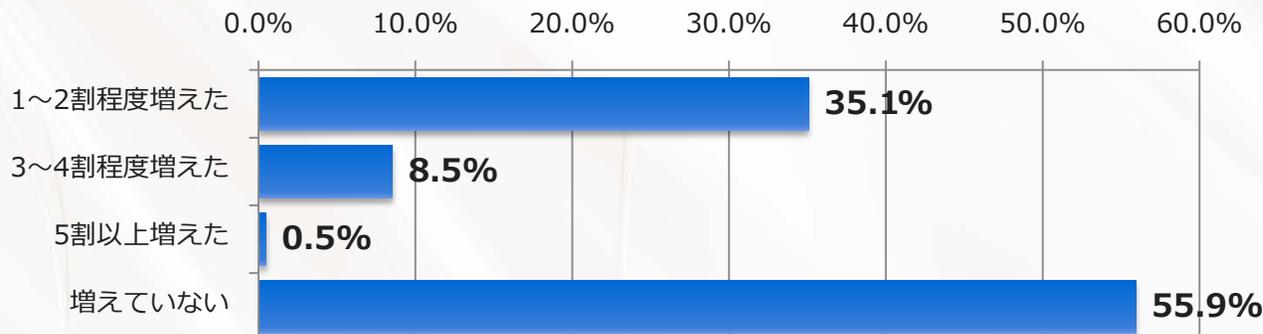
# エンド客動向の変化について

## Q5.ビデオ通話等による遠隔内覧

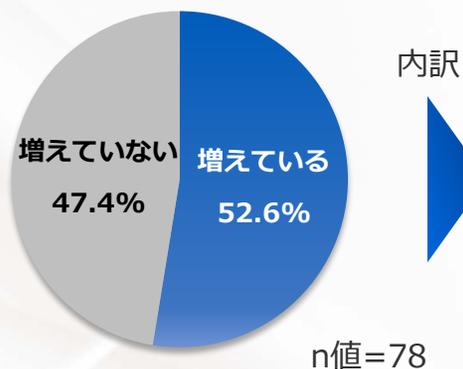
Q.お客様を現地に案内するのではなく、ビデオ通話等による遠隔の内覧希望は増えていますか。



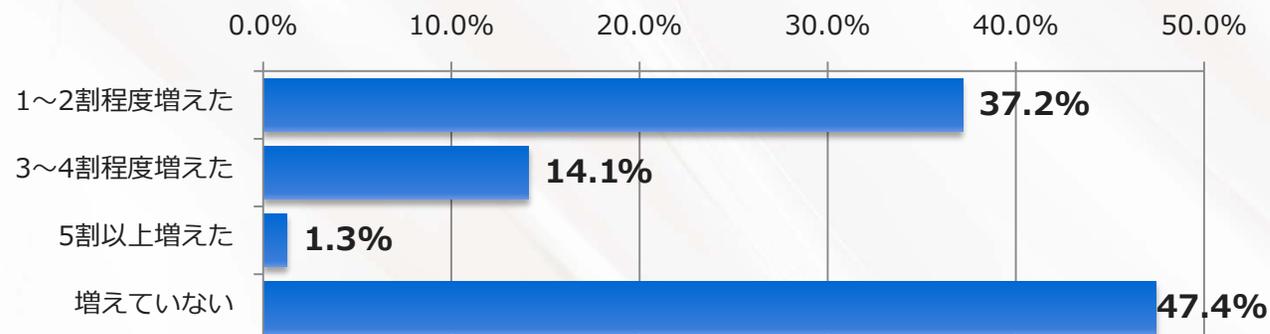
内訳



都心5区の仲介会社  
(中央区・港区・渋谷区・新宿区・千代田区)



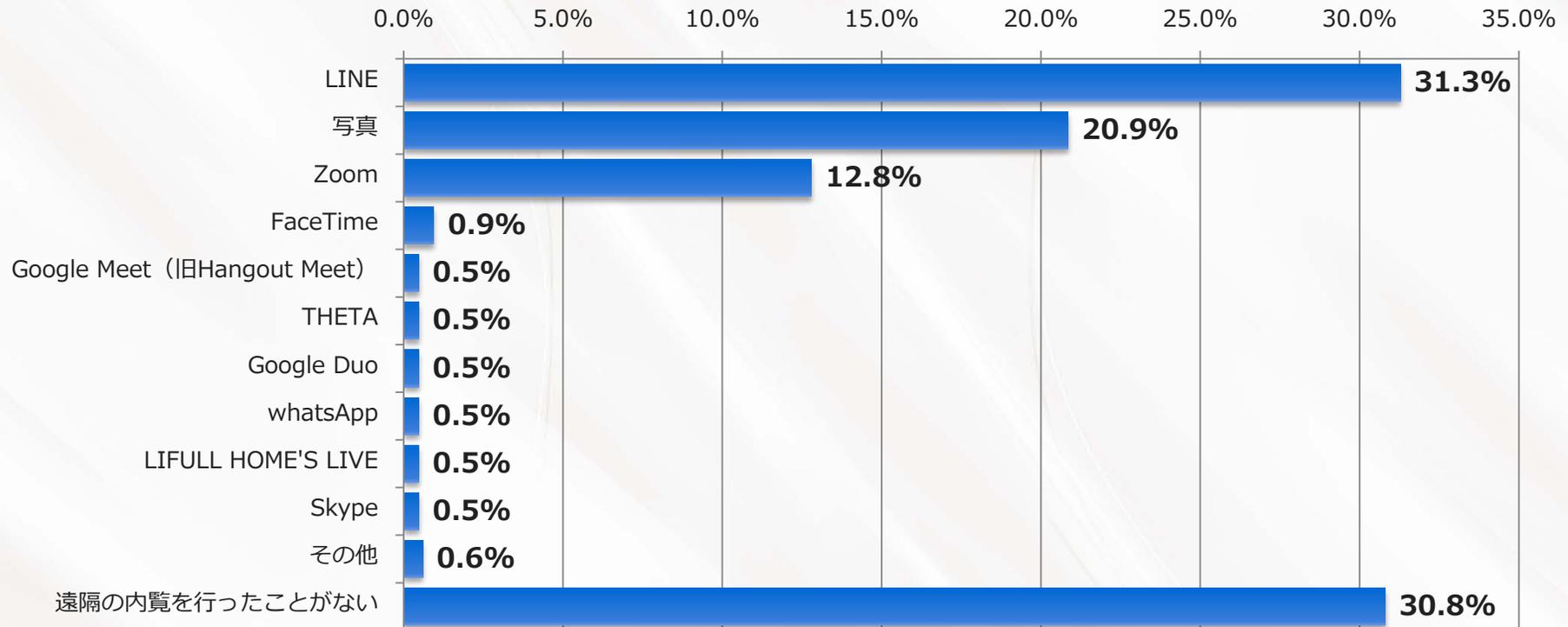
内訳



全体では4割が「増えている」と回答。  
都心に限定するほど「増えている」という回答が多く見受けられる。

## Q6.遠隔内覧時の利用ツール

Q.遠隔の内覧ではどのツールを利用することが多いですか。



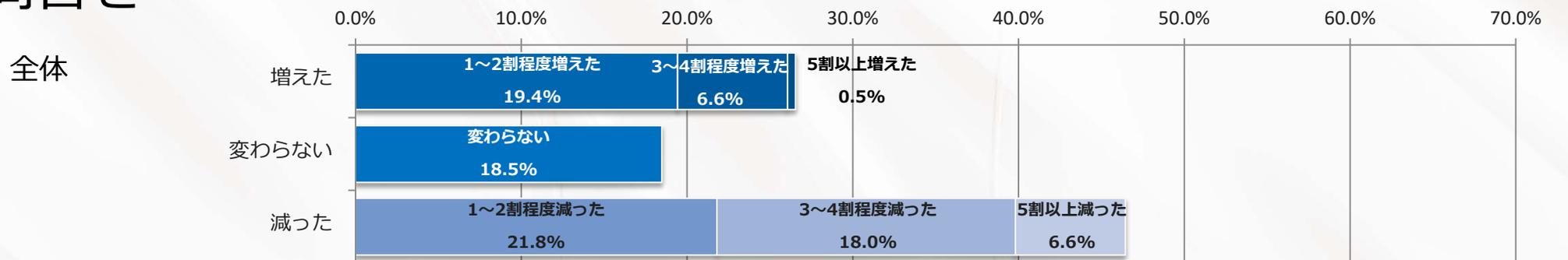
遠隔の内覧に利用するツールとしては「LINE」、「写真」、「Zoom」が  
上位となり、低コストで利用できるツールが圧倒的なシェア。  
一方、これら低コストツールにも、現地に赴かなければならない人的コストが発生する為、  
物件動画や物件写真の提供を元付会社に求める声が多く、  
これらが豊富に流通すれば、仲介会社の営業効率が大きく向上すると予想される。

n値=211

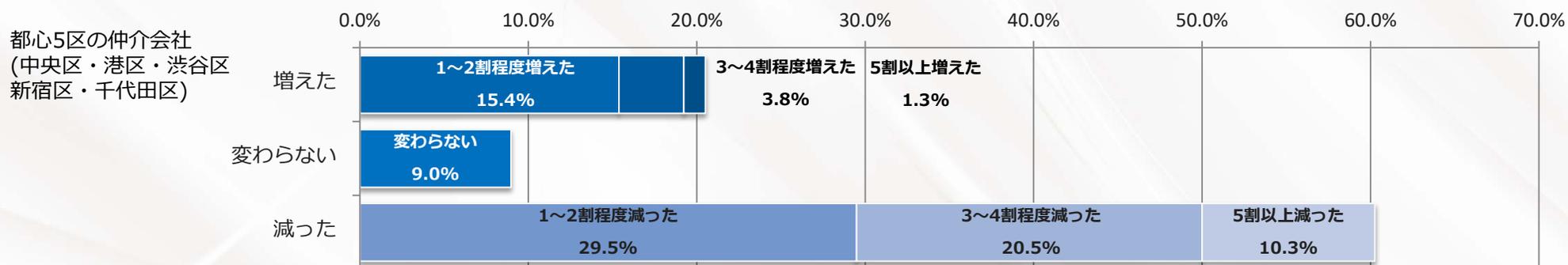
## Q7.問合せ~キャンセルの変化

Q.お客様からの問合せ・内覧・申込・申込キャンセル件数は例年と比較してどのように変化しましたか。※印象値でも構いません

### 問合せ



n値=211



n値=78

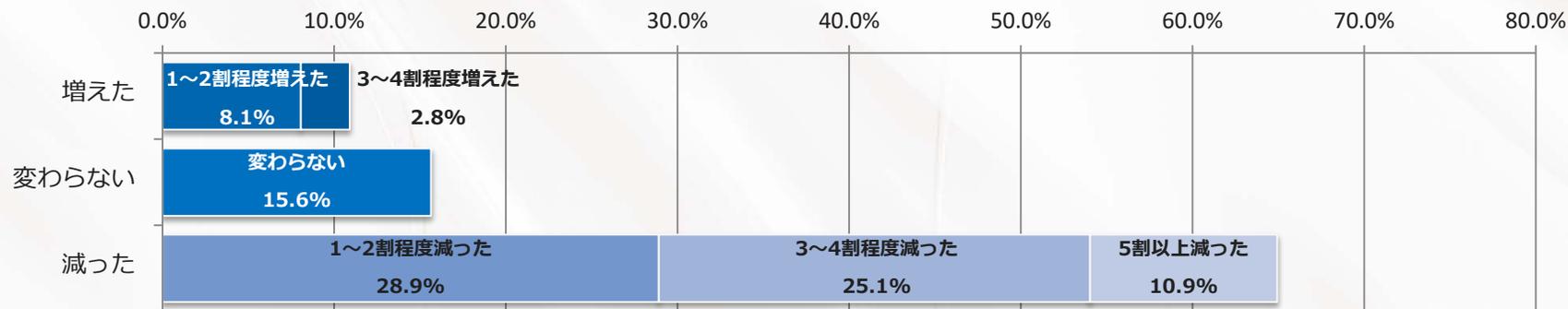
全体では4割以上が「減った」と回答しているものの「増えた」という回答も多く見受けられ、差し引きでは20%程度の減少に留まる。都心に限定するほど「減った」という回答が多く見られる。また、中でもファミリータイプへの問合せが減っているという意見が多く挙がった。

## Q7.問合せ~キャンセルの変化

Q.お客様からの問合せ・内覧・申込・申込キャンセル件数は例年と比較してどのように変化しましたか。※印象値でも構いません

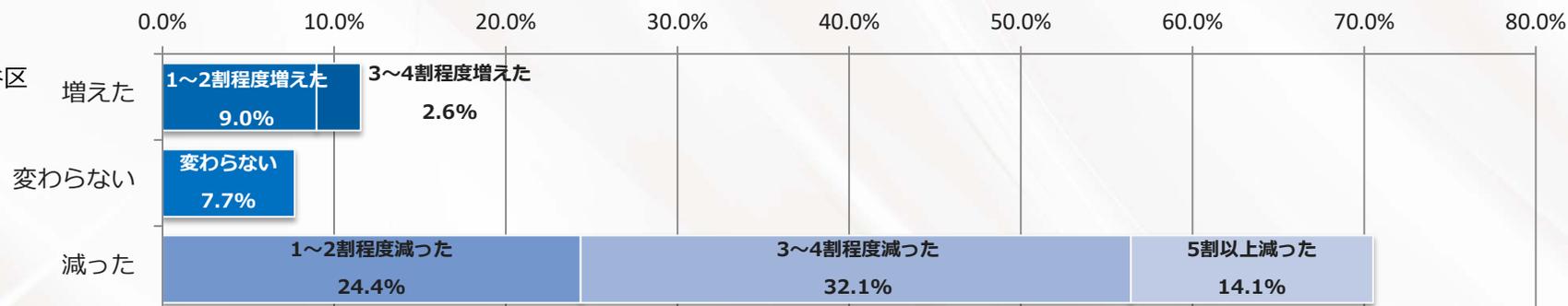
### 内覧

全体



n値=211

都心5区の仲介会社  
(中央区・港区・渋谷区  
新宿区・千代田区)



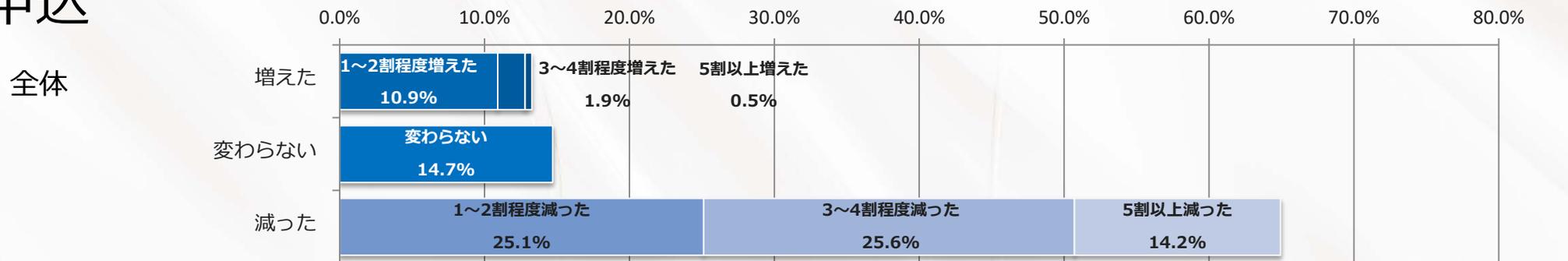
n値=78

全体のグラフでは「減った」とする割合が6割を超えており、問合せと比較して大きく増加している。都心に限定するほど「減った」という回答が多く見受けられる。

## Q7.問合せ～キャンセルの変化

Q.お客様からの問合せ・内覧・申込・申込キャンセル件数は例年と比較してどのように変化しましたか。※印象値でも構いません

### 申込



n値=211



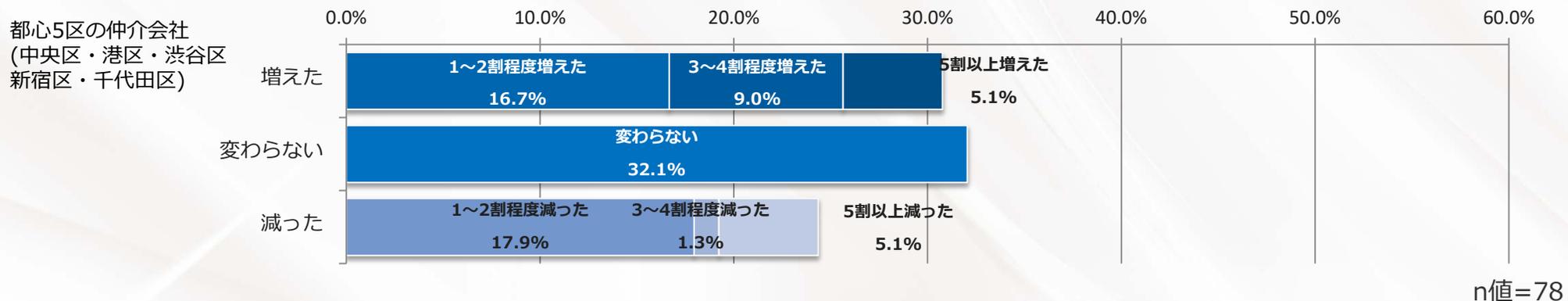
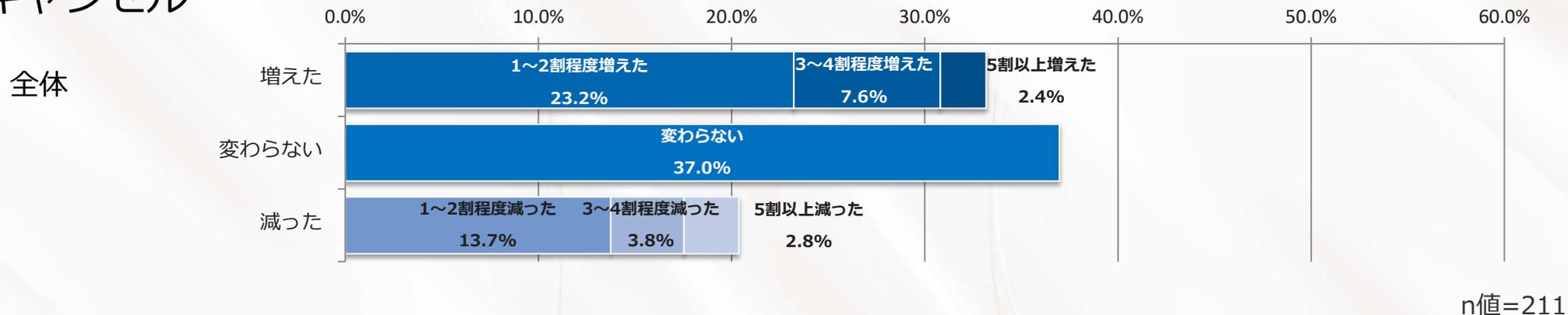
n値=78

内覧同様、問合せと比較した全体のグラフでは「減った」とする割合が6割を超えた。都心に限定するほど「減った」という回答が多く見受けられる。

## Q7.問合せ～キャンセルの変化

Q.お客様からの問合せ・内覧・申込・申込キャンセル件数は例年と比較してどのように変化しましたか。※印象値でも構いません

### キャンセル



問合せ～申込と比較して「変わらない」が最も多い。  
都心に限定するほど「減った」という回答が多く見受けられる。

# エンド客のニーズの変化について

## Q8. ネット環境に対するニーズ

Q. ネット環境を気にするお客様は増えましたか。

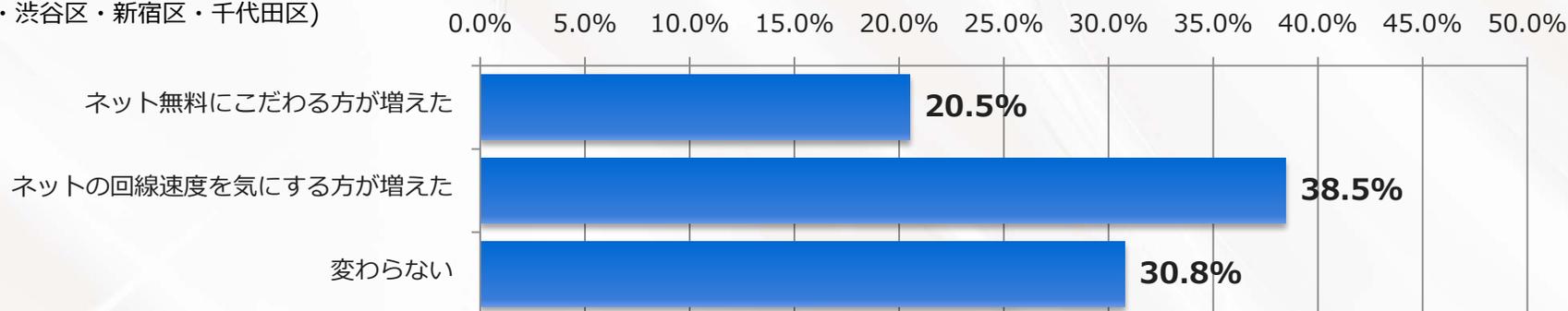
全体



n値=211

都心5区の仲介会社

(中央区・港区・渋谷区・新宿区・千代田区)



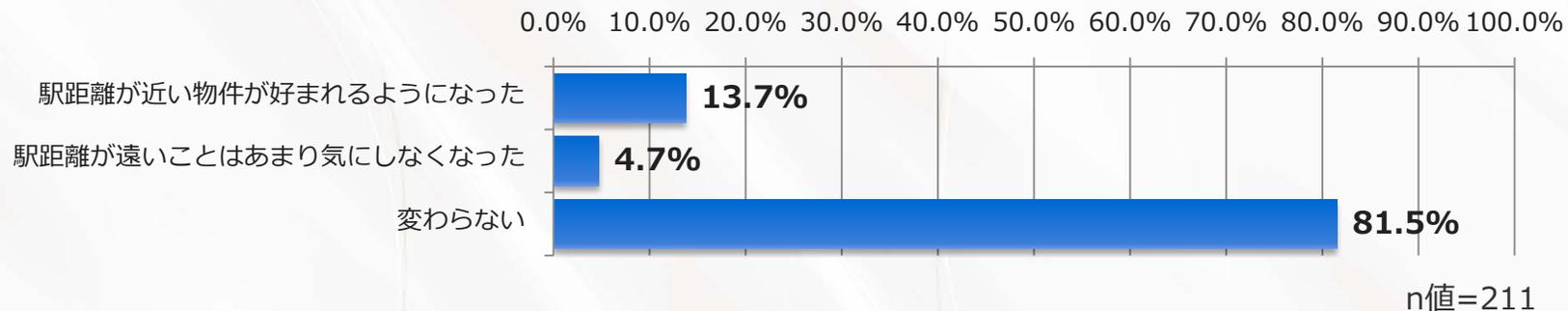
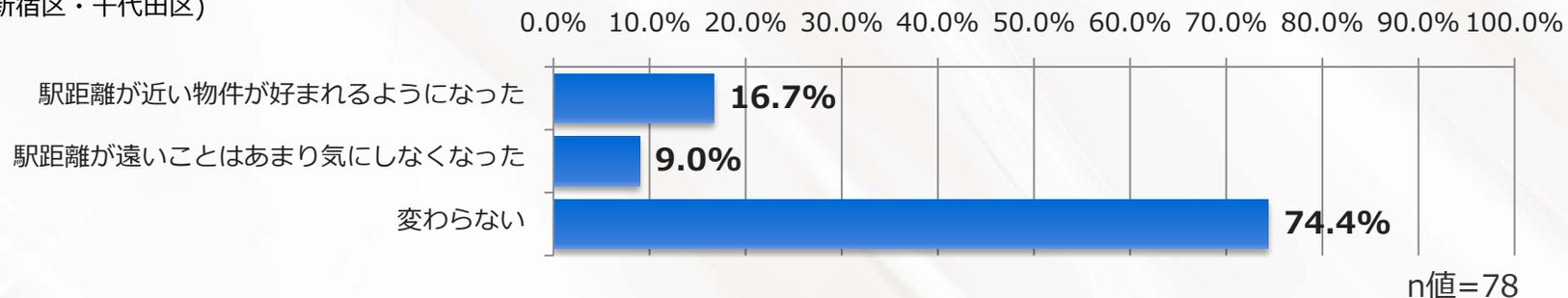
n値=78

6割近くがネット環境にこだわるという結果が窺える。  
その中でも、「ネット無料」より「ネットの回線速度」にこだわる方が多く、  
さらに都心に限定すると、その傾向はより顕著である。  
これらの主な要因としては、「在宅ワークの増加」が挙げられた。

## Q9. 駅距離に対するニーズ

Q.立地(駅距離)に対するエンド需要はどう変化しましたか。

全体

都心5区の仲介会社  
(中央区・港区・渋谷区・新宿区・千代田区)

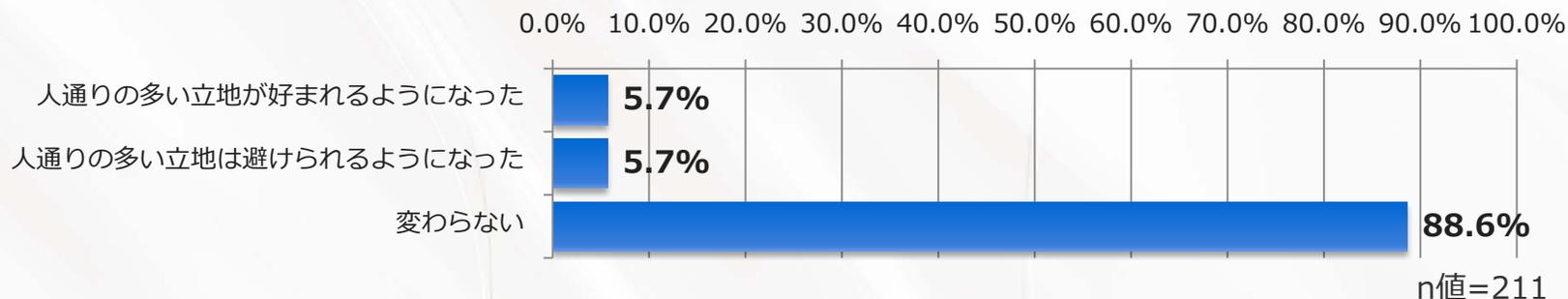
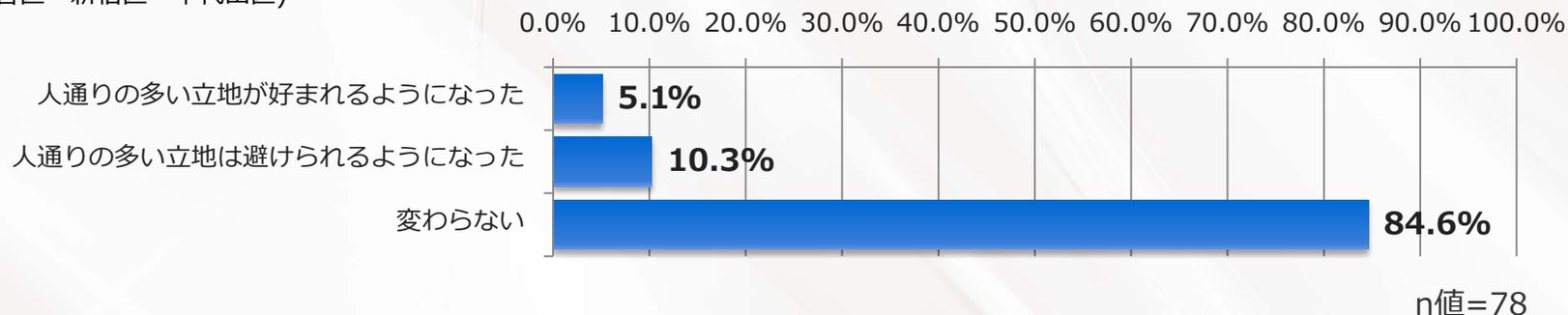
駅距離に対するニーズはあまり変化が見られない。

「駅距離が近い物件が好まれるようになった」と回答した仲介会社は、主な要因として「感染を避けるための通勤時間の短縮」を挙げている。 「駅距離が遠いことはあまり気にしなくなった」と回答した仲介会社は、主な要因として「在宅勤務の増加」、「物件そのものの重視」を挙げている。

## Q10. 人通りの多い立地に対するニーズ

Q.立地(人通りの多い立地)に対する  
エンド需要はどう変化しましたか。

全体

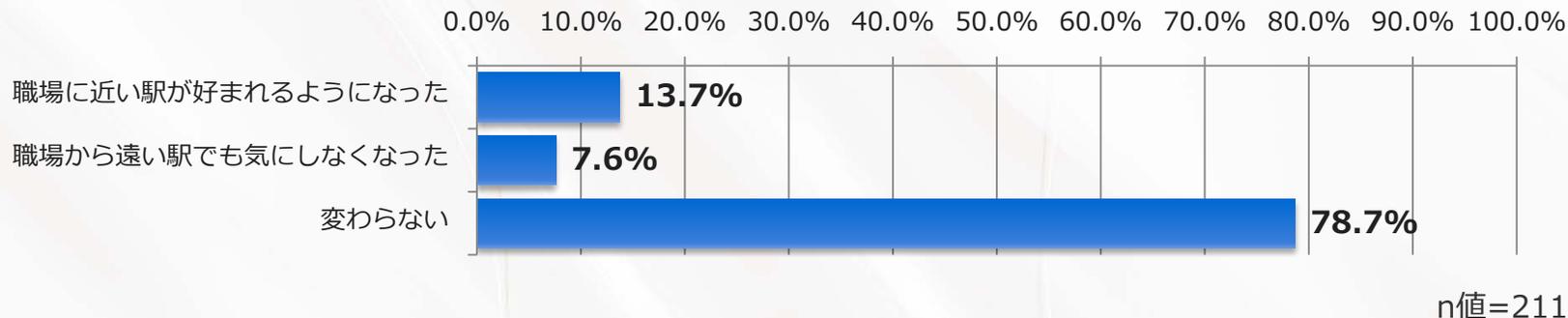
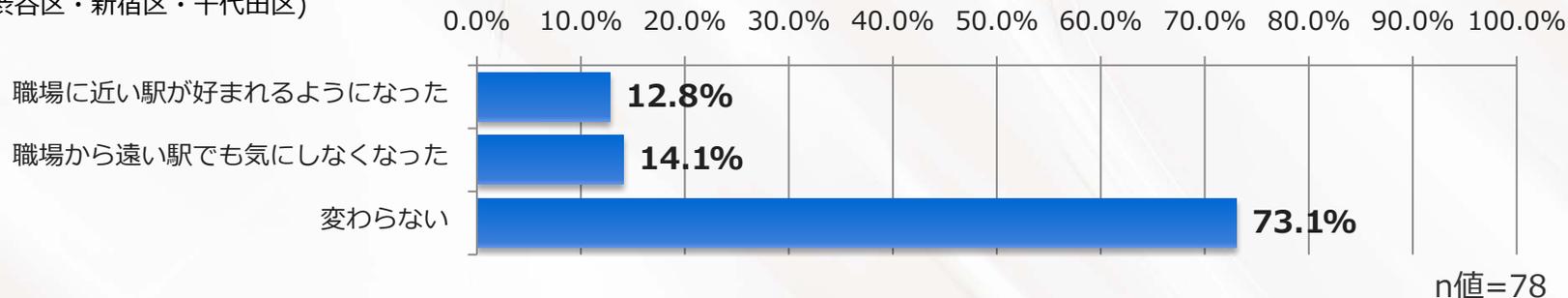
都心5区の仲介会社  
(中央区・港区・渋谷区・新宿区・千代田区)

人通りの多い立地に対するニーズはあまり変化が見られない。  
「人通りの多い立地は避けられるようになった」と回答した仲介会社は、  
主な要因として「ソーシャルディスタンス意識の高まり」を挙げていた。

## Q11. 職場に近い立地に対するニーズ

Q.立地(職場に近い立地)に対する  
エンド需要はどのように変化しましたか。

全体

都心5区の仲介会社  
(中央区・港区・渋谷区・新宿区・千代田区)

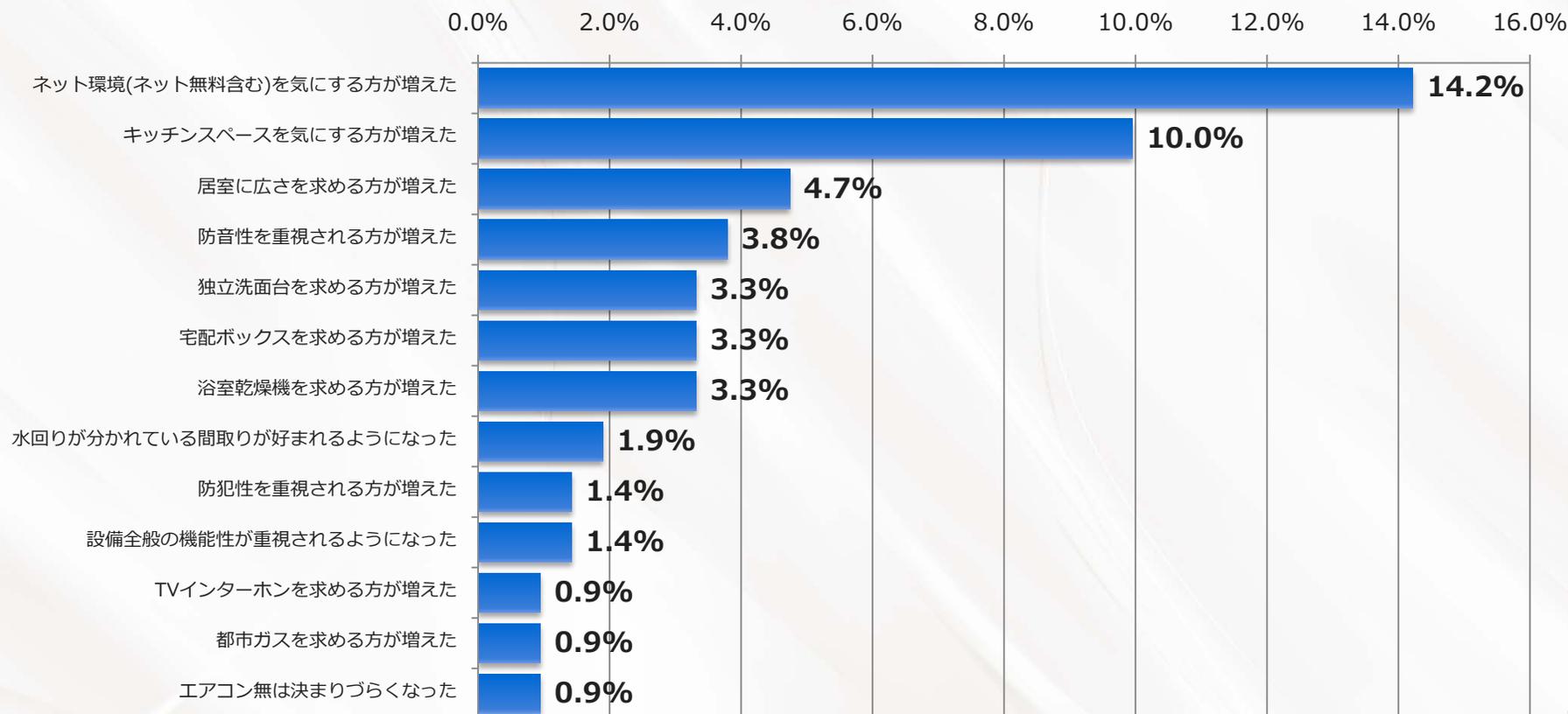
職場に近い立地に対するニーズはあまり変化が見られない。

「職場から近い駅が好まれるようになった」と回答した仲介会社は、主な要因として「感染を避けるための通勤時間の短縮」を挙げている。

「職場から遠い駅でも気にしなくなった」と回答した仲介会社は、主な要因として「在宅勤務の増加」を挙げている。

## Q12. 設備に対するニーズ

Q.設備に対する需要に何か変化はありましたか。



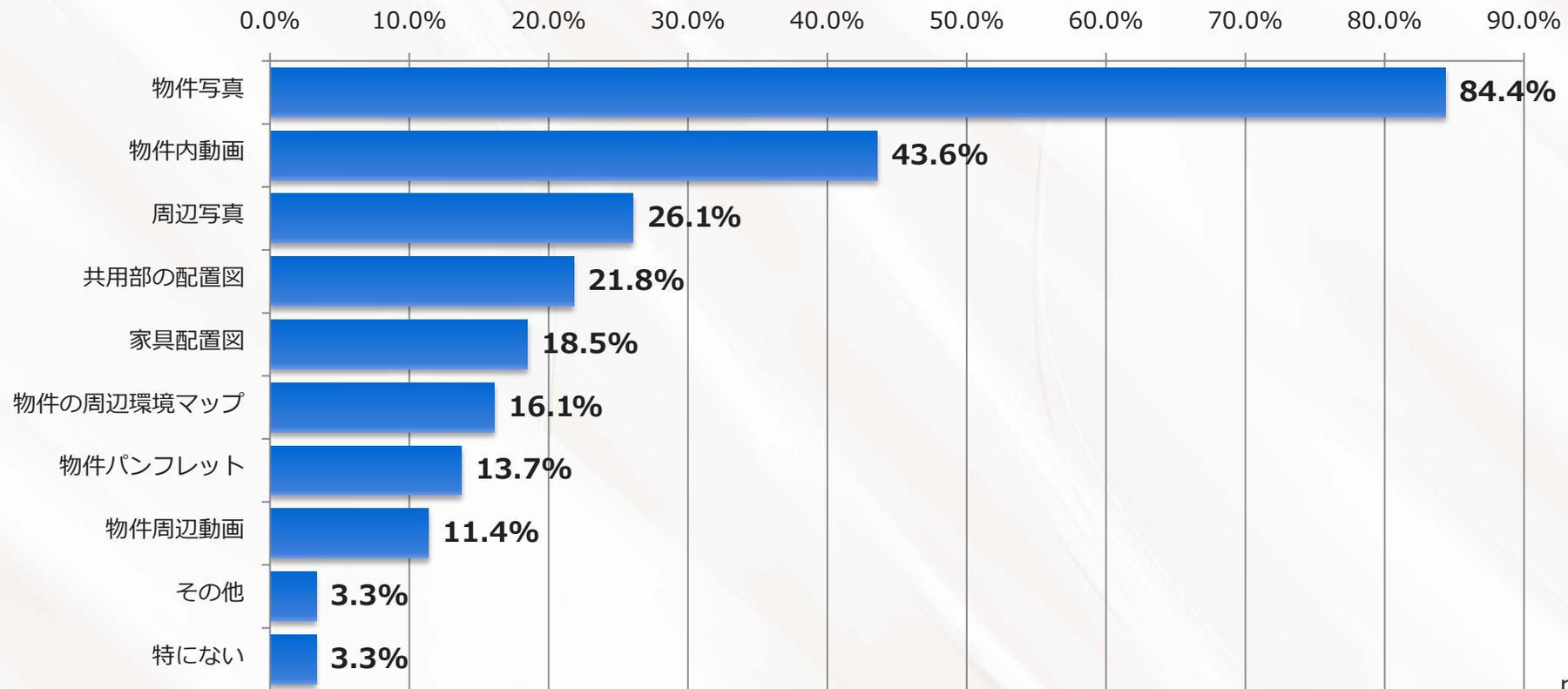
n値=106

在宅勤務や自炊頻度の増加から、ネット環境やキッチンスペースを気にする方が増加した。  
その他、物件自体の設備や仕様のグレードを重視する方が多い。

**提供してほしい営業ツール  
元付会社に気を付けてほしいこと  
業務上困っていること**

## Q13. 提供してほしい営業ツール 複数回答可

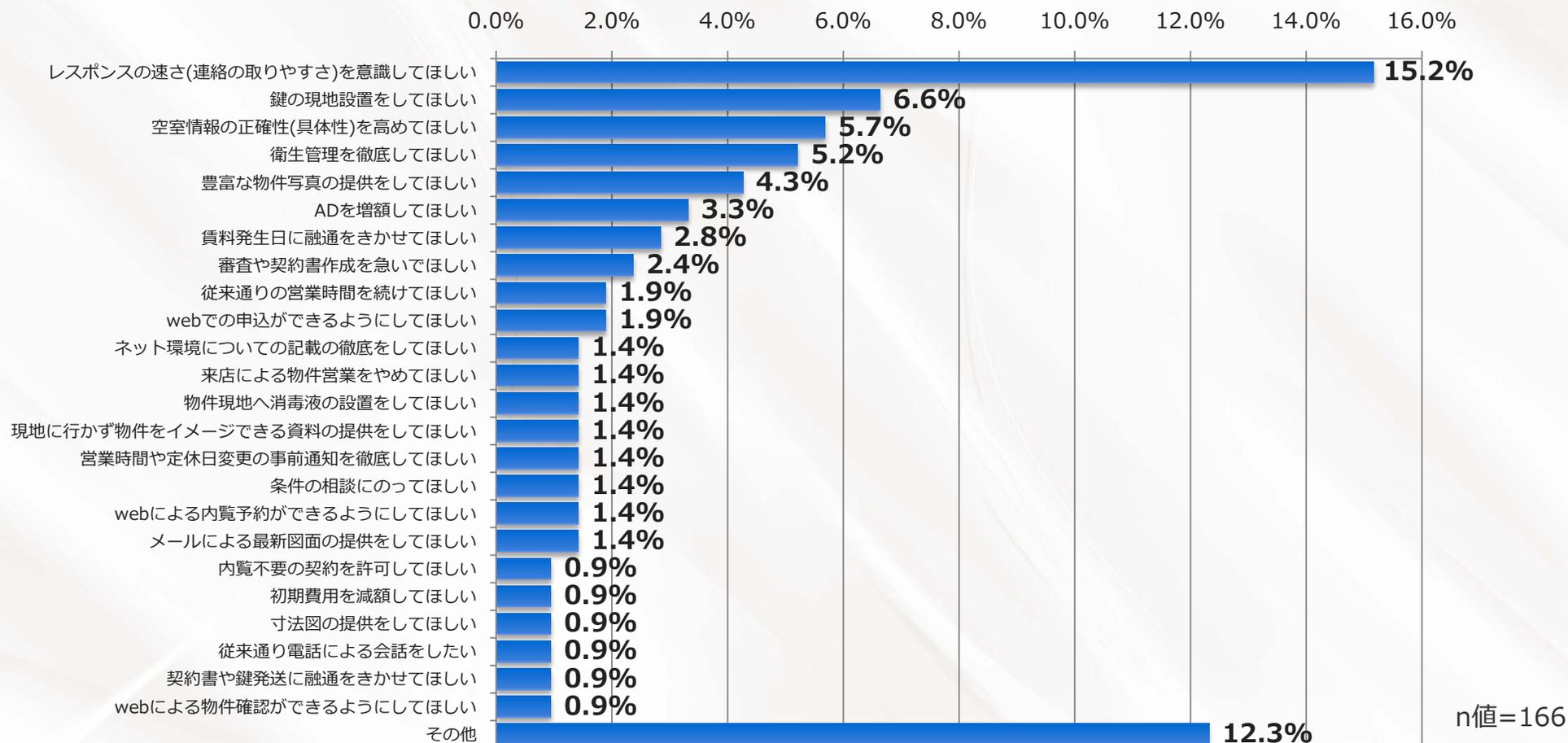
Q. (コロナ禍で)元付会社に提供してもらえると物件を紹介しやすくなる営業ツールはなんですか。



「特にない」という回答が3.3%と現状の元付会社の提供ツールに満足していない仲介会社が非常に多いことが分かる。撮影に手間がかかる「物件写真」や「物件内動画」が上位にあがっている。

## Q14. 元付会社に気を付けてほしいこと・望むこと

Q. (コロナ禍で)元付会社に気を付けてほしいこと、またはこれまで以上に望むことはありますか。



見込みエンドユーザーのスムーズな成約にあたり、問合せ~申込段階の「レスポンスの速さ」や案内の簡易化と不要な接触を避ける方法として、「鍵の現地設置」等を求める声が多く挙がった。

## Q15. 業務上困っていること

Q.新型コロナウイルスの影響で業務上お困りのことはありますか

### ■ 問合せ~契約までのエンド客対応、集客について

- ・来店が減り現地待ち合わせが多い為、営業を掛けにくくなった。
- ・お客様それぞれウィルスに対する警戒度が異なり、自分の尺度で接すると嫌がられる場合もあり、逆にマスクをせずにご来店し長時間話されるのもこちらでも警戒する。
- ・集客する上で対面営業を好まない方が増えたため、現地待ち合わせが原則となった。伴って来店後に実際に物件を紹介するという流れがやりづらくなり、物件勝負や来店後に物件を振るということがやりづらくなった。
- ・エンドユーザーが家にいる時間が多いので、問い合わせのメールだけの人が増えている。
- ・収入が減っているのか、初期費用の値下げ交渉が増えた。礼金の減額幅をいただくとクローキングしやすい。
- ・本来ならお客様に直接お会いするのも避けたいくらいだから、予約もなく飛び込みで来てしまうお客様の対応に困っている。
- ・人数の削減により申込から入居までのお手続きに通常より日数がかかっている印象がある。
- ・法人様からの依頼数が減った。
- ・高額帯の動きが悪い。
- ・対面しての接客・案内ができないため感触がつかみづらい。
- ・入居日が遅くなった。
- ・引越延期が多くなった。

### ■ 元付会社(管理会社)について

- ・管理会社が連絡がつかず、内見ができない。
- ・案内をする際の段取りがしづらくなった。
- ・テレワークが増え、担当へ直接連絡してほしいと言われることが増えたが、連絡先がわからない。
- ・在宅勤務の兼ね合いで、管理会社・物件担当者との連絡が取りづらい。
- ・都内の管理会社ほど連絡が取りづらく感じている。

- ・管理会社様の時短営業などで、お客様の都合に合わせて内見が出来ないことが増えた。感染防止の為、立会等の内見はなるべく避けたい。
- ・管理会社の短縮営業で、遅い時間帯の内見設定が出来ない。
- ・通知なしに時短営業される管理会社が増えた。
- ・営業時間外での鍵渡しや退去立会いなど。重複しますが、管理会社様が業務縮小しており、募集物件を削減したり、電話対応しない、雛形遅い、現状回復遅いなど。社内的なことより、対社外の部分で困ることが多い。

### ■ 非対面営業や在宅ワークについて

- ・IT契約の際、事前に契約書を送る必要があるため、日程がぎりぎりだと難しくなる。
- ・対面営業を望むお客様が多いので、オンライン営業への移行がなかなか進まない。
- ・リモート内見等新たな営業ツールを導入すべきか判断がつきにくい。
- ・今後オンライン内見等が増えた場合、実際に内見していない事によるトラブルが無い心配。
- ・対面営業の自粛により、非対面型の営業ツールの作成や社員教育に困っている。

### ■ 衛生管理について

- ・マスクをしていることでのストレス。
- ・防護板、マスク着用、机の消毒液拭きなど面倒な事が多くなった。
- ・やはりマスク着用・自分自身含めて店内消毒等の手間は感じる。
- ・車内へのアクリルボード設置等気を遣う場面が多い。
- ・週末、店内が密になり気にされる方が出てくること。
- ・この時期にお部屋探しをされる方はあまりコロナを気にしていない印象なので、スタッフの感染予防に注意しなければならない。
- ・路面店だと流動客の来店減少が大きい。また、換気のためドア・窓をフルオープンにしていると道路の騒音でお客様の声が聞こえないことがある。
- ・感染拡大を防ぐため、作業場所が分かれてしまって仕事がしづらい。