

売主の“気持ち”から考える住宅流通市場の活性化

2020年8月31日

【ポイント】

- ・ 住宅流通市場の活性化のためは、買い手だけでなく、売り手の不満を軽減する必要がある。
- ・ 住宅の売主は、値下げを前提とした売出価格を設定するにもかかわらず、値下げによって心理的な痛みを感じる。
- ・ 住宅取引の市況に関する情報の供給は、売り手の妥当な値付けに寄与する可能性がある。

モノを長く大切に使う「ストック型社会」ひいては「持続可能な社会」の目標や、空き家問題などが顕在化するなかで、日本の既存住宅の取引が過小であることがたびたび指摘されてきた。その要因として既存住宅の質に関する情報の非対称性の問題が多くの研究で挙げられている。こうしたことを背景に、2018年4月1日の改正宅建業法の施行により、媒介契約時に売り手や買い手に対して建物状況調査（インスペクション）の制度や概要を説明することが、不動産仲介業者に義務付けられた。こうした施策は、まずは買い手が既存住宅流通市場に安心して参加できるようにするための施策と捉えることができよう¹。一方で、多くの場合、住宅流通市場における売り手は、買い手と同じく一般の家計であり、彼らも取引に関して様々な不安をもつことが想像される。市場の活性化を考えるうえで、「市場の厚み」は重要である。したがって、潜在的な売り手である住宅の所有者が、不安や不満なく住宅を売りたくなるような状況を生み出すことも、既存住宅取引を促進するうえで重要である。

売り手は通常、より早く、より高く住宅を売却することを望む。よって、売却に時間がかかったり、価格が低かったりすれば、不安や不満も大きくなる。ここで、米国の不動産テック企業 Movoto で CFO を務める市川紘氏の興味深いブログ記事を紹介したい²。同氏はかつて SUUMO（リクルート）で経営企画等を担当しており、そこで得た経験から、住宅取引における時系列での売り手と買い手のテンション（満足度）の上がり下がり印象をグラフにまとめている。以下に簡単に要約する。

- ・ 物件購入の検討から成約までのプロセスにおいて、ほぼすべての買い手の満足度は、取引成立というプロセスの最後に最大となる。ただし、満足度の推移（テンションの上がり下がり）は人それぞれ異なる。
- ・ 売り手の満足度は、売却の検討初期に最大となり、取引の過程で徐々に低下し、成約時に若干上昇するものの全体的に右肩下がりである。また、この満足度の傾向はほとんどの売り手に共通している。
- ・ 売り手の満足度が低下する原因は、繰り返される値下げにより、当初の売出価格と実際の取引価格に大きな差が生じること、またこのプロセスにより気持ちが疲れ果ててしまうことである。

この売主の満足度の傾向が正しいとすれば、既存住宅流通市場の活性化にはマイナスである。売主が一度苦い値下げの経験をすれば、二度目はないかもしれないし、また、このような売主の苦い経験談が広

¹ 市場に流通する既存住宅の質に関して買い手の不安が取り除かれれば、需要の拡大とともに取引価格も上昇し、売り手も市場に参入しやすくなる。つまり、市場の「レモン化」を回避することができる。

² [「今、米国の不動産テックで一番ホットな「iBuyer」とは（前編）」（市川紘氏 ブログ記事）](#)

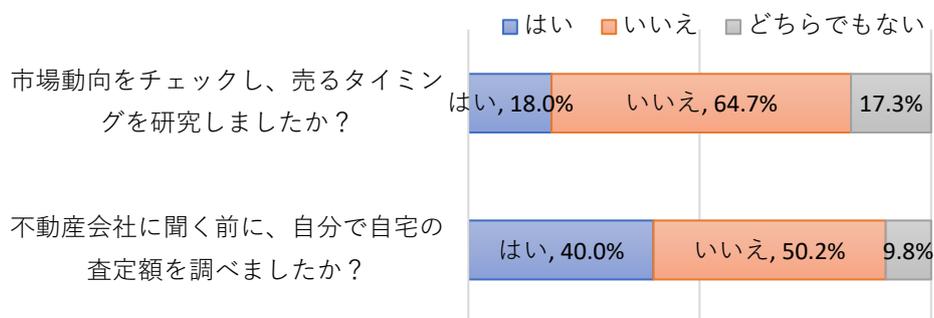
まれば、潜在的な売り手である住宅所有者は、積極的な理由での住み替えや住宅売却に二の足を踏むかもしれない。

以下では、なぜ売主は繰り返しの値下げを前提とするような売出価格を設定するのか、また、値下げを前提とした値付けをしているにもかかわらず、値下げによって売主の満足度が下がってしまうのかについて検討する。

アンケートからみる売主の後悔

既存住宅の売り手の気持ちの傾向をつかむため、過去に実施された 2 つのアンケート調査結果を概観する。図表 1 は、アットホームによるアンケート調査（2015 年 7 月）の結果を示している。売主の約 65% は売却の際に市場動向や売却のタイミングを研究しておらず、また半数以上が不動産会社に問い合わせる前に査定価格の相場を調べていない。これらから、多くの売主は、事前に住宅取引に関する十分な情報を入手出来ていないことがわかる。

図表1. 売却者の市場動向の確認状況（有効回答数：295）



出所：「中古物件の“売り手”と“買い手”のキモチ調査」（アットホーム）

図表 2 は、LIFULL によるアンケート調査（2019 年 9 月）の結果を示している。「売却を振り返り、こうすれば良かったという点がありますか？」という問いに対し、26.6%が「価格や担当者を複数の不動産会社でしっかり比較する」、23.9%が「売れないからといって安易に価格を下げない」、20.1%が「売り出し価格を高くしすぎない」と回答している。これらから、売主の住宅市場における相場観の欠如、および値付けに関する後悔を読み取ることができる。

図表2. 売却後の後悔

1 余裕のあるスケジュールを立てる	28.5%
2 価格や担当者を複数の不動産会社でしっかり比較する	26.6%
3 不動産会社の言うことが正しいかどうか判断できるようにする	24.3%
4 売れないからといって安易に価格を下げない	23.9%
5 不動産会社に任せきりにせず、自分でも情報収集する	23.3%
6 売り出し価格を高くしすぎない	20.1%
7 多少の損を覚悟しておく	19.5%
8 査定価格の高さだけで不動産会社を選ばない	18.7%
9 不動産会社について詳しく情報収集する	16.0%
10 設備の不具合などを正直に申告する	15.2%
11 内覧時に良い印象を与えられるようにする	15.0%
12 この中にあてはまるものはない	13.9%
13 買う人がどんな経済状態か、どんな人なのかを確認する	12.5%

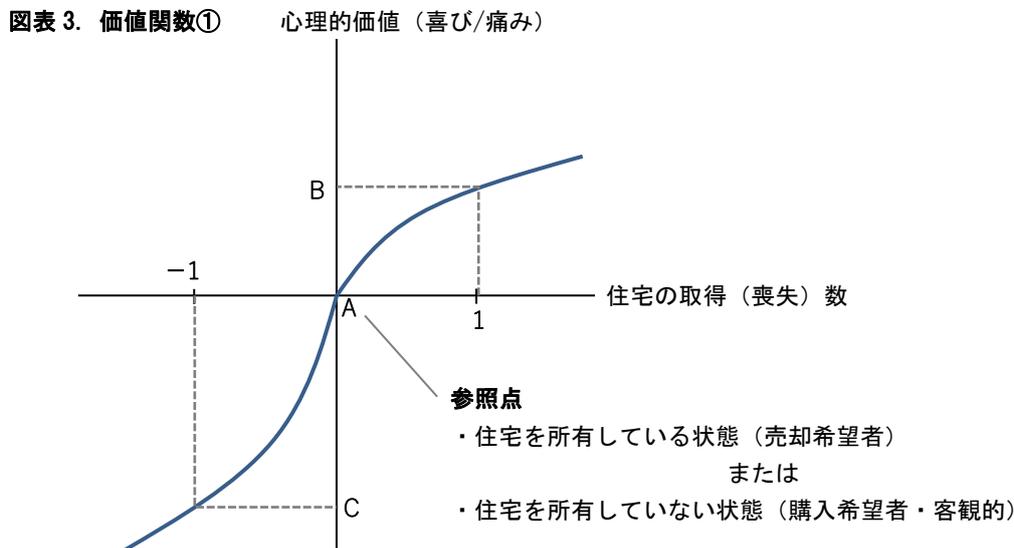
有効回答数：3000

出所：「不動産の売却どうしたらいい？」（LIFULL）

保有効果と不安定な参照点

売主は、不動産業者との媒介契約期間中に広告掲載した売出価格よりも高い価格で住宅を売却することはできない。つまり、一定の期間中、値下げはできても値上げはできない。よって、多くの場合、売主は、自身の最低限の受取許容額(willing to accept)よりも高い価格、つまり値下げを前提とした価格で買い手の募集を開始すると考えられる。また、より多くの仲介物件（売主との媒介契約）を獲得するために不動産仲介業者は売主に対して高めの査定価格を提示するインセンティブを持つ可能性もある。したがって、売主は様々な理由から、期待を込めた高い売出価格を設定すると考えられる。

では、値下げを前提とした価格設定にもかかわらず、なぜ売主の満足度（テンション）は値下げによって下がるのだろうか。第1の理由として、売主がもつ主観的な受取許容額が客観的な相場と比較して高すぎるのが考えられる。その要因として、心理学や行動経済学で示される保有効果(endowment effect)が挙げられる。人々は、すでに保有する財について、それを失う（売却する）ときの痛み（＝受取許容額）が、それを入手する場合の喜び（＝支払許容額；willing to pay)よりも高くなるのが実験により示されている³。つまり、人々は保有する財に対して執着心（愛着）が生じるため、それを保有しなかった場合（客観的な価値）と比較して、高い価値を見出してしまう。この保有効果は、プロスペクト理論（人々の損失回避性）でも説明できる（図表3）⁴。ある住宅を所有している状態（参照点A）から、それを1単位失う場合の心理的な痛み（線分AC）は、住宅を所有しない状態（参照点A）からそれを得るときの心理的な喜び（線分AB）よりも大きい。言い換えれば、住宅を失う痛みに対する補償額は、その住宅の評価額を上回る。よって人々は住宅売却時に、客観的な評価額よりも高い受取許容額を心のうちに設定してしまう。



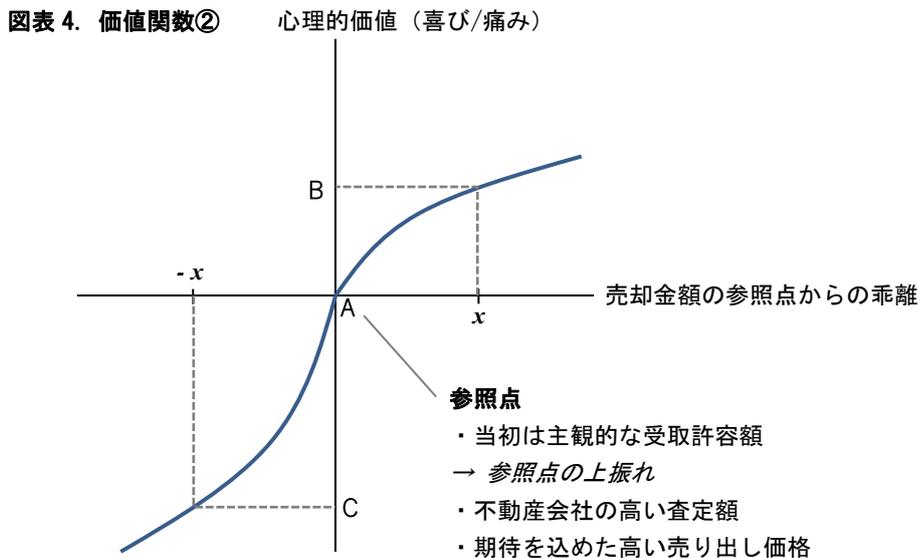
第2の理由は、プロスペクト理論における不安定な参照点である（図表4）。標準的な経済学（期待効用仮説）では、売却の満足度は売却金額の大きさによって決まるのに対し、プロスペクト理論では売却の満足度は、ある価格（参照点）と実際の売却額の差によって決まる。つまり期待効用仮説では、例え

³ Kahneman, D., Knetsch, J. L. and Thaler, R. H. (1991). "Anomalies: The Endowment Effect, Loss Aversion, and Status Quo Bias". *The Journal of Economic Perspectives*, 5 (1), 193–206.

⁴ Kahneman, D. and A. Tversky (1979) "Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk", *Econometrica*, 47 (2), 263-292.

ば 3000 万円という売却額で満足度が決まるのに対し、プロスペクト理論では、同じ 3000 万円の売却額でも参照点が 2800 万円であれば +200 万円の利得からの喜びを感じ、参照点が 3200 万円であれば -200 万円の損失からの強い痛みを感じる。

売主の当初の参照点は、様々な情報をもとに決定した主観的な受取許容額にあるとする。しかし、売却プロセスにおいて、不動産仲介業者が提示する高めの査定価格や、期待を込めた高めの売出価格が「アンカー（錨、係留）」となり、売主にとっての参照点が当初の受取許容額から上振れする可能性もある⁵。そうすると、売却プロセスにおいて値下げを受け入れたとき、仮に売却金額が当初の受取許容額より高かったとしても、売主は痛みを感じることもあり得る。つまり、売主の参照点の設定が不安定に上振れすることによって、値下げの痛みを感じやすくなる。



値下げの痛みを回避するためには

上述の理由等により、売り手が値下げによって痛みを感じるのであれば、値下げを回避する方法として、入札方式（オークション）による住宅の売却や、買取再販業者への売却が考えられる。前者は商業不動産とは異なり個人間の住宅取引では一般的ではない。しかし、買い手が多く集まるような、例えば都心の一等地の物件であれば普及する可能性も考えられる。

後者の買取再販業者への売却であれば、業者の提示価格の大小は別途の問題とし、売主が繰り返される値下げによって痛みを感じることはない。しかし、業者による住宅の買取には多額の資力が求められ、また業者は利益を出せる物件を選別すると考えられるため、すべての仲介取引に取って代わることは現実的ではない。

従来の中介取引において、売主が値下げの痛みを回避するには、参照点として妥当な金額を心の中に設定することである。もし、住宅の売主が、類似した住宅売買に関する十分な情報を有していたとしたら、保有効果などの心理的なバイアスの影響は小さくなるのではないだろうか。また、参照点の大きな

⁵ 行動経済学では、住宅の予想売却価格や客観的な相場のような不確実な事柄を予測するとき、人々の予測は何らかのアンカーとなる値を出発点に形成されると考えられている。またその値は、合理的なものではなく、何ら根拠のない数値であってもアンカーとして機能する。

上振れも防げるのではないだろうか。そのためには、他の物件の売出価格の現在の状況や、不動産業者の査定価格、算出方法が一般には見えづらい AI の査定価格だけでなく、様々な物件の過去の実際の取引価格の可視化が必要であると考えられる。個人情報保護等は別途の課題として、早急に情報開示が進むことが期待される。

売出価格の設定や成約までの値下げのプロセスは、住宅の市場滞留時間や成約確率に影響を及ぼすことが米国の研究において明らかにされている（例えば Stein(1995)⁶）。さらに、売り物件の市場滞留時間が長期化すれば、取引量全体にも影響が及ぶと考えられる。日本における住宅の取引事例に関するデータの入手に制約はあるが、売主の気持ちや売出価格と成約価格の差と、市場規模の関係性についての実証的な検証が今後の課題である。

(大越 利之)

⁶ Stein, J. C. (1995) "Prices and Trading Volume in the Housing Market: A Model with Down-Payment Effects." *Quarterly Journal of Economics*, 110, 379-406.