

売り主必見！

不動産安売 回避 マニュアル

**後悔しないための
6つのポイント**

プレゼントPDF冊子

目次

はじめに

- 1 一括査定の結果を鵜呑みにしてはいけない！ ---- 1
- 2 売却時期は少なくとも 6 か月前からスタート ---- 4
- 3 売主と不動産屋との利益は必ずしも
合致しないものと心得る！ ---- 7
- 4 集客力がない不動産屋に依頼した
方が良い結果になりやすい！？ ---- 11
- 5 内見前のメンテナンスの重要性----- 14
- 6 信頼ができ、一生涯付き合える
不動産エージェントを探す！ ---- 18

売り主必見！ 不動産安売り回避マニュアル

後悔しないための6つのポイント

はじめに

この度は無料レポート「売主必見！安売り回避マニュアル 6つのポイント」をご請求頂き、誠にありがとうございます。

この無料レポートでは、これから不動産の売却を考えている売主様が、後悔のない不動産売却が実現できるように、絶対的に押さえておきたい土台となる知識・考え方を簡単に解説しています。

多くの方にとって、不動産を売却する経験はたくさんできるものではありません。経験が少ないことは、失敗する可能性も高くなります。

このレポートを読んでいただくことで、知識や適切な考え方を身に付け、大切な不動産をできるだけ早く、できるだけ高く売却する力を手に入れてください。

それでは次ページより早速、本論に入って参りましょう。

最後までお付き合いのほど、よろしくお願い申し上げます。

住まいと保険と資産管理 ファイナンシャルプランナー塩川卓司

1 一括査定の結果を鵜呑みにしてはいけない！

一括査定の結果を鵜呑みにして、売り出し価格をその相場よりはるかに上回るようなことはしてはいけません。

それは、相場よりはるかに上回る価格で売り出すと、最終的に相場より低い価格で売らなければならない結果につながりやすいからです。

一番高い査定額を出した不動産業者が、必ず一番高く売ってくれるわけではない！
ということは知っておいてください。

今はネット社会で、買主はいつでもスーモやアットホームといった物件情報を公開しているサイトで物件情報を見ることができ、簡単に適正な相場をつかむことができます。

相場より高く売り出されている物件があったら、すぐにわかります。

住宅購入といったら多くの方にとって一生涯のうちで一番高い買い物です。

逆に買う方の立場になった場合を想像すれば、慎重によく調べ、相場より高い物件を買おうとは思わないのはわかると思います。

相場より安く売ることにつながる流れは、

- 一番高く査定が出たところに従って、相場よりも高く売りに出す

↓

- 相場よりも高いので問い合わせが入らない！

↓

●売主が不安になっていたところ、業者にすすめられて売り出す価格を下げる

↓

●相場付近の価格になっても売れ残り物件のイメージが定着して

新しく売りに出された物件の後回しにされる

↓

●相場より大きく下げた価格でやっと問い合わせが入り、泣く泣く安売りしてしま

う！

となり、このようなことは、よくあるシナリオです。

ネットが無い時代は、情報が閉鎖されていて売却活動の工夫や努力で思わず高く売れてしまうこともありましたが、今はネットで誰でも相場をつかむことができるので、余程の希少物件を除いて相場よりかけ離れて高く売れることはほとんどないと思っています。

間違っても、一括査定の結果に従って、一番高く査定額を出した不動産屋に単純に依頼するようなことはしないでください。

そのためにも、売主自ら買主の気持ちになって、スーモやアットホーム等の物件情報サイトを見て相場をつかんでおくことが重要になります。

一言コメント

不動産を買いだたいお客様に物件情報を提供するために、不動産業者が物件を探しにいく「レインズ」という物件検索サイトがあります。

そのサイトでは、古い物件の情報はページの中でどんどん下に下がっていきます。新しく売り出された物件はページの上に掲載され、不動産業者は常に新規である上の部分から探してお客様に紹介してきます。

そのため、始めに高く売りに出した物件の価格を少しずつ下げて相場に近づけても、レインズサイト上ではその情報は下に下がっていて、不動産業者がお客様へ紹介する順番が後回しになってしまう傾向があるのです。



2、売却時期は少なくとも6か月前からスタート

売却したい時期を決めたら、そこから逆算して少なくとも6か月前からスタートを切ってください。

売却期間が短くなりすぎると結果的に安売りすることになるからです。

広告を出してから、その物件を買いたいと考えうる人に広く行き渡るまでの期間が約3か月前後になります。

適正相場より高めで売り出してから、その物件を買いたいと思われる人にほぼ情報が行き渡る3か月間で売れない場合には、そこで一旦その3か月間の反響や問い合わせ状況を分析します。

そして、3か月目からその分析に基づいて徐々に価格を切り下げていき、6か月目までの間に売れる、というのが、“順当な売却までの流れ”になります。

スタートが6か月前より短いと、売り出して1か月、2か月と経過してゴールまでの期間が迫ってくると、売主にとって心理的負担が大きくなってしまう傾向があります。

その結果買主との交渉であせって、値引きを多くしてしまいがちになるのです。

あまりにも早く売却活動を始めると、思っていたより早く売れてしまって困る！ということになるのではないかと心配される方がいるかもしれませんが、その場合には、一回賃貸に移れば良いわけですし、売却したい時期までに売却できない方が困ると思うのです。

最初は相場より高めに出しているわけですから、早い段階で高めの金額で売れば、その賃料分は充分元が取れるケースが多いです。

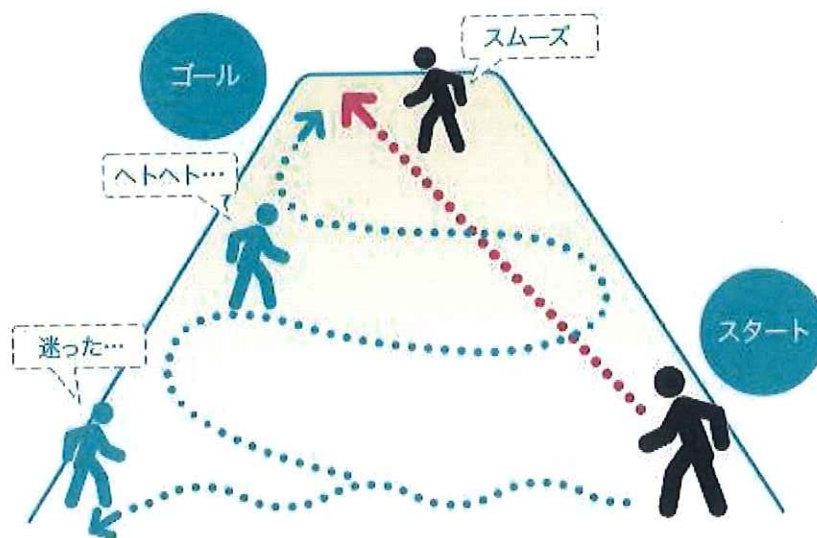
逆に、売却したい時期までに売れないというのは、例えば次の住み替え先の住居に充当する等で資金使途が決まっている場合が多いため、あせりを生みます。

そして、そのあせりが安売りにつながってしまうのです。

大切な不動産を安売りしないためにも、売却期間は早めにスタートしましょう。

その期間の目安は、1年以上前だと長すぎますし、物件情報が行き渡る3か月前だと短すぎます。

6か月前というのが充ちなスタートと言えるでしょう。



3 売主と不動産屋との利益は必ずしも合致しないものと心得る！

売主と不動産屋の利益は、必ずしも合致しないことを知っておいてください。

不動産取引には、「片手取引」と呼ばれる取引と「両手取引」と呼ばれる取引があります。

「片手取引」は、売主からだけ手数料を受け取る取引で、両手取引は買主もその業者がみつめてきて、売主と買主の両方から手数料を受け取れる取引になります。

不動産業者にとっては、両手取引は同じ労力で受け取れる手数料が2倍になるので、とても魅力的です。

しかしこの両手取引の魅力が、売主と不動産屋の利益が合致しない状況を生み出す要因となっています。

少なからずよくある事例をあげると、

売主にとっての最良のゴールは少しでも早くそして高く売れることです。

そして不動産屋にとっての最良のゴールは少しでも大きな売り上げを上げることです。

そのような中、

例えば売り出し価格が3000万円の物件があったとします。

その物件に、

売主業者が自社で集客した両手取引の購入希望客が2900万円で買いたい！

他の不動産業者が集客した片手取引の購入希望客が 3000 万円の満額で買いたい！

と両方から申込があった場合、

不動産屋が受け取る仲介手数料を計算すると、前者の 2900 万円の両手取引では、

（仲介手数料が物件価格の 3%として）買主から 87 万円（3000 万円×3%）売主から 87 万円の合計 174 万円を受け取ることができ、後者の 3000 万円の片手取引

では、売主から受け取る 90 万（3000 万円×3%）だけになり、購入金額が少ない

2900 万円の両手取引の方が 84 万円（174 万円－90 万円）も受け取れる仲介手数料

が多くなるのです。

そこで、不動産業者には、売主に有利になる 3000 万円の片手取引よりも、自社に

有利になる 2900 万円の両手取引の方をまとめたい！という気持ちが働いてしまう

のです。

また、「囲い込み」と言われる不動産業者の悪習があります。

囲い込みとは、不動産屋が、より収益の多い「両手取引」を執拗（しつよう）に目

指すために、売主から売却の依頼を受けた不動産物件を、他の不動産会社に取り扱

わせないようにする行為のことをいいます。

自社以外の不動産業者からの内見の希望があると、「申込が既に入っていて住宅ロ

ーンの審査中である」とか、「売主が旅行中である」とか、「お部屋をリフォーム中

で中が見ることができない」など、ありもしない理由で内見を断ったりする行為で

す。

こういったことは、信じられないかもしれませんが、不動産業界の現場では少なからずよくあることなのです。

そのようなことが実際にあることを知っておけば、事前に一定の対策を練ることができます。

その対策としては、

- 不動産業界に囲い込みということがあることを知っていることを不動産屋に伝え、そういう行為をしないように事前に注意喚起をしておく
 - 内見に来るお客様がその業者の連れてくるお客様ばかりだったら、囲い込みを疑って業者にそれを指摘する！
 - 業者にとって不都合であっても、顧客の利益を尊重できるような担当を見つける
(2900 万円の両手取引よりも 3000 万円の片手取引を優先できるような担当！)
- ➡最終的にはこれが一番の要になります。

大事なのは、様々な情報を知っておき、不動産屋にコントロールされるのではなく、売主側で不動産屋をコントロールできる位になっておくことです。

一言コメント

アメリカなど多くの先進国では、不動産の取引で、1つの業者が売主と買主の両方の代理人として取引をサポートすることは、そもそも利益相反行為（高く売りたい売主と安く買いたい買主の間に立つ行為）になるということで固く禁止されています。

そのため、アメリカの不動産業界では、囲い込みという言葉すらありません。

日本の不動産業界は、遅れていると思わされてしまいます。



4 集客力がない不動産屋に依頼した方が良い結果になりやすい！？

以外に思われるかもしれませんが、集客力が無い小さな不動産屋にお願いした方が実は良い結果になりやすいです。

なぜなら、集客力のない小さな不動産屋は、囲い込みなどは考えず、他の不動産屋の集客力に頼る流れになるからです。

それは、市場に存在する不動産屋に訪れる全てのお客様が、見込み客になるということを意味します。

これは仕方ないと思うのですが、中途半端に集客力があると両手取引をしたくなってしまうのは、毎日売り上げに追われている不動産業者の営業マンの性です。

しかし、一番大きな不動産屋でも、そこにくるお客様の数は市場全体に存在する不動産屋にくるお客様の数の10%前後にすぎません。

所詮、100人のお客様がいたら、10人だけがお客様になるということです。

残りの90人の見込み客にアプローチするためには、他の不動産屋にもアプローチせざるをえません！

更に、大きな不動産屋には複数の支社があり、その支社間で競争があつたりして、その中でも小さな囲い込みが発生していたりします。

自社で一定の集客力があるので両手取引に傾き、その結果、自社だけの見込み客の中から無理に顧客を見つけようとするので、時間が掛かり、値引きもしなければならぬ！ということにもつながりやすいのです。

※2022 年住宅新報社のデータ参考

業界 1 位の仲介会社の取扱高 1 8 9 2 6 6 5 百万円 （上位 36 社全体の
16.56%）上位 36 社全体の仲介会社の取扱高 1 1 4 2 5 9 9 4 百万円

上記のことを示唆する事例として、

不動産業者だけが検索することができる「レインズサイト」の物件情報の備考欄に
広告掲載可又は不可と書かれている項目があります。

この広告掲載が可と記載されていたら、他の不動産業者もその物件に対して広告宣
伝などの販売活動を行うことができます。

一方で、広告掲載不可と書かれていた場合は、他の不動産業者が広告宣伝などの販
売活動を行うことができません。

大きな不動産会社が扱っている売り出し物件は、ほとんどこの広告掲載区分が不可
になっています

一方で集客力のない小さな不動産屋の売り出しの物件の広告掲載区分は可になっ
ている傾向があります。

広告掲載が可になっているということは、市場に存在する全ての不動産屋が、販売活動をしてくれることを意味しますので、その方が良いに決まっています。

そのことから売主ができる対策は、

●レイنزの広告掲載区分を可にしてもらうこと

※上記を色んな理由を付けて断ってきたら、他の業者に代えた方が良いでしょう！

参考

ダイヤモンド不動産研究所が各不動産仲介会社の両手取引率を公表しています。

<https://diamond-fudosan.jp/articles/-/148998>

一番多いところで、両手取引率が 50%以上のところもあるのが見てとれます。

業界 1 位の不動産業者の取扱高が全体の不動産業者の取扱高の 10%前後である点を考えると、この両手取引率 50%前後という数字が、いかに大きい数字かがわかれると思います。

一言コメント

私も小さな会社の不動産 F P ですが、お客様の不動産売却の依頼を受けた際はレイنزの広告掲載区分は、広告掲載可（広告掲載承諾書の提出を条件にして）にしています。

広告掲載可にしておくと、レインズに掲載した当日のうちにとてつもない数の不動産業者から問い合わせが入り、広告掲載承諾書のFAXが入ります。

広告掲載承諾書を取るようになっているのは、どんな販売活動をするのか？を確認したいからです。

その内容は、自社のホームページに掲載するのはもちろん、チラシを作成して新聞折り込みに入れることや、スーモやアットホームに掲載したりなど！多岐に渡ります。

その活動内容が売主様に迷惑がかからないことや、余程おかしいことでない限り全ての販売活動に承諾をしていきます。

それはまるでその不動産を売るというプロジェクトチームが立ち上がり、私がそのリーダーで、多くのスタッフを動かしている醍醐味を味わっている感があります。



5 内見前のメンテナンスの重要性

家の状態を清潔に明るく、そして広く見せるということを意識して内見の前に掃除やメンテナンスをしておくことで売却額が100万円単位で変わることがあります。

売り出す物件が、きちんとメンテナンスされていることが買主に伝われば、買主も値引き交渉がしにくくなるという利点もあります。

そのメンテナンスのポイントについて、チェックリスト形式でまとめてみましたので参考にしてください。

内見前チェックリスト

☐ 共用部分のエントランスやエレベータにゴミが落ちていないか？

※買い主は、購入しようとするお部屋だけでなく、共用部分の状態もよく見ています。

内見の時にたまたま共有部分にゴミが落ちているのをみてしまったら、マイナスの意識から内見をスタートすることになってしまいます。

☐ フローリングや床にワックスをかけておく

※玄関ホールやリビングの床にワックスを掛けておけば、雰囲気は明るくなり又多少のキズや汚れをカバーしてくれる効果もあります。

☐ 水回りはきれいか？ シンクは光っているか？ バスルームのカビや排水溝にゴ

ミなどがたまっていないか？

※内見の時は、特に水回りの汚れは気になるものです。水回りがきれいだと印象がよくなります。



☐ 玄関は整然としてきれいか

※出っぱなしの靴や趣味の物等は片づけることで、玄関を少しでも広く明るく見せることができます。逆に下駄箱の上にきれいな花や絵画などがあると明るい空間づくりに貢献したりします。

☐ 押し入れの中も整理されているか

※内見の時に押し入れの中も見えて判断をしたい買主は多いです。

☐ バルコニーにゴミはないか

※状況によりハウスクリーニングを入れることも！

☐物はありすぎないか

※室内の荷物や出しっぱなしの掃除機、段ボールなどは

見えない場所に移しておいてください。

物が少ないと、すっきりと明るいイメージになります。

特にリビングの物は少ない方が良い印象になります。

☐匂いは大丈夫か

※住んでいると気が付かない独特のニオイがあったりしますので、消臭剤などで全

ての空間を消臭してください。

しかしきつい芳香剤などは逆効果になったりするので注意してください。

☐クロスや網戸の破損などないか

※事前に小さな破損でも修復しておいてください。修復にかかる費用が充分回収で

きる価格で売れる確率が高まります。

☐床のキズなどないか

※ワックスでフォローできないほどのキズなどは修復して置いた方がよいでしょ

う。

☐全ての照明はついているか（内見の直前に確認）

※家の中を明るいと印象が良くなります。内見時には、全ての照明を付けておきましょう。

□全てのカーテンブラインドは開いているか（内見の直前に確認）

※内見時は明るく見せる工夫をしましょう

上記の手間をかけるだけで、100 万円単位で売却額が変わるのなら、やらない手はないですね。

6 信頼ができ、一生涯付き合える不動産エージェントを探す！

不動産業者に売却を依頼した後は、探偵など雇わない限りその後実際にどんな活動をしているかの詳細はわかりません。

ここまで読んでいただいたことを念頭に置いていただき、しかし最後は信頼できる担当を見つけることが一番重要である、ということにつきます。

ほとんどの売主にとって、不動産の売却は人生に 1 度か 2 度あるかの大きなライフイベントです。

また大きなお金が動くので、その後の人生設計にも大きな影響を与えます。

自分のエージェントを見つけるためには、最初は何人かの担当とやり取りをしなければならいこともあると思いますが、選び方は、その担当が不動産の知識を持っ

ていることは当然のこととして、誠実であったり、質問へのレスポンスが早かったり、ファイナンスの知識を圧倒的に持っていることであったり！

また、業者にとって不都合なことであっても、困り込みなど考えずに顧客を尊重できるか？

時には、売主のライフプラン（理想の人生設計）実現のために、売らない方が良い場合には、売らないアドバイスもできるか！

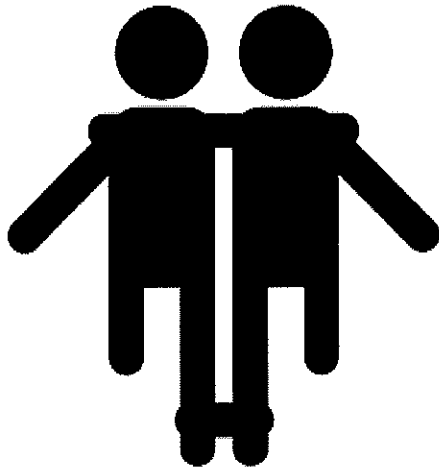
等を判断基準の参考にしてください。

不動産の売却が決まった後も、重要事項説明 売買契約 住み替えの場合は住宅ローンの契約 登記の契約 火災保険の契約 税金のことそして、将来の売却や賃貸相続のことなど、大きな財産である不動産を中心に、たくさんの判断をしなければならない場面が起こります。

その1つ1つの契約ごとの選択や判断は、その後の人生を左右する可能性があります。

売却のゴールは、実はもっと大きな人生のゴールであるライフプランを見据えてその逆算で決める必要があります。

一生涯のライフプランを共有することができ、二人三脚でそのライフプラン実現のサポートもしてもらえる不動産のエージェントがつけられることは、その後の人生を左右するほど重要であるといっても過言ではありません。



株式会社住まいと保険と資産管理

ファイナンシャルプランナー / 相続アドバイザー 塩川 卓司