

フォーマット化で「即納品! & 低価格!」を実現

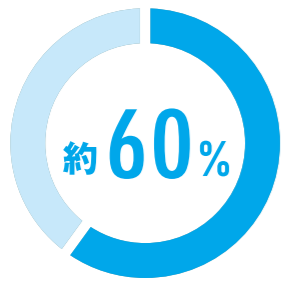
ユニフィット、オリジナル動画作成サービス

# Overview >>>>>>>>>>



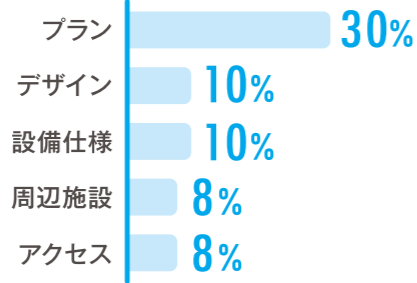
**実は!** 不動産のホームページは細部まで見られていないケースが多数。

HPに訪問したユーザーの直帰率は約60%



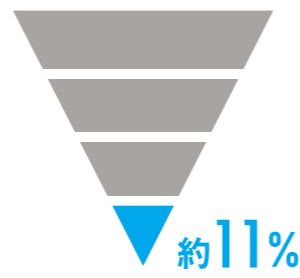
不動産サイトのホームページの直帰率は約60%。訪問した6割の人がトップページのみ閲覧して離脱してしまいます。また、中には60%以上の直帰率に至ってしまうホームページもあります。せっかくホームページに集客しても顧客を逃してしまおうと広告予算も無駄となってしまいます。

不動産サイトの代表的なページ閲覧率は10%以下



不動産サイトの代表的なページも訪れた人のうちプランページは30%程度、その他のページは10%以下の閲覧率になってしまうことがあります。ページを制作しても閲覧されなければ物件のメリットを伝えることができません。

ホームページを4ページ以上閲覧するユーザー=約11%



ホームページを訪問後、2ページ目を閲覧するユーザーの割合は約40%、3ページ目を閲覧するユーザーの割合は約17%、4ページ以上閲覧するユーザーの割合は全体の約11%しかいません。ホームページにアクセスされてもサイト内で回遊されないケースが多く、魅力を伝えきれていません。

**解決!** 「Overview」なら物件の魅力が集約され、素早くユーザーに届けられます!

HPの素材だけで1~2分の物件紹介動画を制作&即納品

今だけなんと! ~~¥70,000~~  
**¥30,000!** 「最短5営業日」でご納品いたします。

サンプル動画はこちらから



お問い合わせはこちらから



※再生時間は1~2分となります。それ以上をご希望の場合はご相談ください。※物件デザイン画像等の素材は貴社にご手配いただく形となります。※文字や素材のサイズ調整、内部コピーの制作は別途費用がかかります。

## SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

株式会社ユニフィットでは、持続可能な環境貢献・会社づくりを目指してSDGsに取り組んでいます。



<MAIL>は食べられなくなったお米を使った紙素材kome-kamiを使用しており、素材の廃上の一部がフードロス削減の活動に役立てられます。



UNIFIT\_OFFICIAL MARKET ANGLE in LIVING MAIL

Unifit 2022年1月25日 発行  
 発行元/株式会社 ユニフィット [マーケティンググループ×クリエイティブグループ]  
 〒160-0022 新宿区新宿5-13-9 太平洋不動産新宿ビル2F  
 TEL.03-5362-7451 (代表) FAX.03-5362-7452 編集/クリエイティブグループ

www.unifit.co.jp

MARKET ANGLE in LIVING

# September 2022 MAIL 02

マーケターが市場の動向を切り裂く、インテリジェンス・ペーパー

*Customers of online negotiations are customers of customers*

## 不動産業界へ 大きなハードルを抱える マイノリティ層

昨今、セクシャルマイノリティやLGBTと  
 いった言葉をよく耳にするようになった。  
 不動産業界でも同様である。  
 しかし、賃貸や物件購入に至るまで、  
 様々な問題が存在する。  
 周知の意味も込めて、実際に直面する  
 問題を取り上げる。

物件魅力を素早くユーザーに伝える  
 ユニフィット、オリジナル動画作成サービス  
**「Overview」を徹底解説**

ユニフィットは  
 2月22日で  
 創立20周年です!

**Unifit**  
 www.unifit.co.jp

TAKE FREE

認知は進んでいるものの…

## 当事者が実際に直面するハードルの数々

昨今、セクシャルマイノリティやLGBTsといった言葉がよく耳にするようになった。不動産業界でも同様である。しかし、賃貸や物件購入に至るまで、様々な問題が存在する。周知の意味も込めて、実際に直面する問題を取り上げる。



## What's SDGs?

持続可能な開発目標 (SDGs:Sustainable Development Goals) とは、2001年に策定されたミレニアム開発目標 (MDGs) の後継として、2015年9月の国連サミットで加盟国の全会一致で採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」に記載された、2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標です。17のゴール・169のターゲットから構成され、地球上の「誰一人取り残さない (leave no one behind)」ことを誓っています。SDGsは発展途上国のみならず、先進国自身が取り組むユニバーサル (普遍的) なものであり、日本としても積極的に取り組んでいます。



### 不動産業界での認知

「誰も置き去りにしない」をモットーにするSDGsは、日常の様々なところで目にする。そして持続可能な開発目標5つ目に「ジェンダー平等を実現しよう」という項目があり、ここに深く関わるセクシャルマイノリティへの差別問題も同様、目に入る機会が増えてきた。

マンション市場においても例外ではなく、同性カップルの賃貸住居探しや住宅購入で様々な問題が存在する。

SUUMOが2018年に行った「不動産オーナーのLGBTに対する意識調査」では全体の約80%がLGBTを詳しく知っている、もしくは聞いたことがあるという結果になった。一方で同性カップルの入居を過去に断ったことがある不動産オーナーは全体で約5~8%であった。

以前、ネットニュースにある同性カップルが新居を決め、入居前の同意書内に「LGBTの方のご入居お断り」という記載があり、SNSに投稿したところ、不動産オーナーが大きくパッシングを受けたという記事があった。しかし、実際の場合はオーナーに限らず一方的なイメージから担当者や管理会社が入居を不可としている場合も存在する。

このように賃貸入居のハードルが高すぎることもあり、やむを得ず物件購入に至る層も存在する。しかし、物件購入においても様々なハードルが存在する。

### 現実的な問題と心理的な問題

大きいハードルとなってくるのは現実的な面で2つ、加えて心理的な面があると考えられる。現実的なハードルの一つ目は住宅ローンである。日本では同性婚が認められておらず、ペアローンや収入合算を利用する場合にパートナーが銀行の定める「連帯保証人」に含まれないのが通常である。2017年にみずほ銀行が住宅ローンの商品内容を変更したことから、複数の銀行が同性カップルに対応した住宅ローン制度を開始した。一定の条件を満たせば婚姻夫婦と同様のローンを組めるようになったが、メガバンクや一部の地銀に限る。また、共同でローンを組む場合に満たすべき条件として、パートナーシップ証明書あるいは合意契約に係る公正証書が必要とするケースが多く、異性同士のカップルであれば必要のない公的書類発行の手間や少くない金銭的負担が発生する。

現実的なハードルの2つ目は、物件購入後の相続問題である。遺書等の対策は存在するものの、法的な保証がないことも不安を抱くのは無理もない。

次に、心理的な大きなハードルとしては、LGBTs当事者ということ自体にある。\*調査から、不動産会社に相談をすること自体に抵抗がある人が全体の半数を占める。中でも、日常生活でカミングアウトをしていない層にとってはさらなるストレスとなるだろう。(参考:\*追手門学院大学 地域創造学部地域創造学科) では、住宅を選ぶ際に同性の住宅ローン等を熟知し、信頼のおける不動産屋はあるのだろうか。

### LGBTsに親和性の高い不動産屋

#### IRIS

西新宿に拠点を構えるIRISは「誰もが自分らしく」をモットーにする不動産仲介会社である。代表の石野氏自身がセクシャルマイノリティであり、すべてのスタッフがLGBTs当事者あるいはアライ (理解のあるストレート) である。LGBTsの不動産に特化していることもあり、同性向け住宅ローンの紹介や保証会社とも連携をしている。また、LGBTs・不動産などをテーマにしたコラムも多数掲載されている。

#### SUUMO for LGBTs

不動産ポータルサイトのSUUMOが提供する、LGBTs向けの住宅サポート部門である。

賃貸検討向けには「LGBTフレンドリー」物件を指定している。(LGBTであることを理由として、入居の相談や入居自体をお断りすることはない、と積極的に意思表示する物件)

マンション購入検討向けには「スーモカウンター新築マンション」を通してマンション購入をする顧客に対し「パートナーシップ登録証明書」の提示なしで住宅ローンの申し込みをすることが出来る。さらに、新築マンションの購入にあたって個別相談を受け付けており、同性でのマンション購入における不安を払拭してくれる。

他にも、LIFULL HOME'sが不動産会社向けに「LGBTs接客チェックリスト」を提供。同社は、不動産会社がLGBTsの方々の

住まい探しのために、セクシャルマイノリティへの正しい理解を深め、適切なサポートをすることで偏見のない接客をできるよう支援を始めると公表した。

### 企業の努力とこれから

日本の人口のうち、約8.9%\*がLGBTsとされている中で国内での浸透・理解は浅い。

しかし、2022年に東京都にパートナーシップ制度を導入することが決定されるなど、努力も見られる。他にも、東急不動産、野村不動産、三菱地所、中央住宅、積水ハウス、大和ハウス等をはじめとする様々な不動産企業が基本的な認知・対策以上に積極的にセミナーを開催、役員内でのLGBTの認知、ディスカッションを行っている。

本紙を通じて、都内のみならず様々な企業の努力や、賃貸・購入に限らず様々なハードルを抱えるLGBTsの人たちへの理解や興味が少しでも広がってほしいと思う。

\* (参考:電通ダイバーシティ・ラボ「LGBT調査2018」より)

Text by Nakajima (staff of UNIFIT)