

不動産業界のデータと事例にみる働く個人目線での環境づくりとは ～採用・定着・エンゲージメントの改善に向けて～

株式会社リクルート（本社：東京都千代田区 代表取締役社長：北村 吉弘、以下リクルート）は不動産業界の求人状況にみる採用の難易度と課題を調査データから示し、各社の取り組みについてまとめましたので、ご報告致します。

■不動産業界の働く個人確保の難易度は年々上昇している。

また、不動産業界は小規模事業者で働く人の割合が高く、一人当たりの業務負荷が高い。

- ✓ 不動産業界の求人数推移は2018年から上昇傾向にあり、およそ2.35倍に。
- ✓ 不動産業界は他業種からの流入が増えており、前職・現職と就業環境面などを比較されやすい。
- ✓ 不動産業界は、10人未満の小規模会社で働く人が過半数と多い上に、正規雇用の比率も高い。そのため、特に引っ越しシーズンなどの繁忙期は、一人ひとりに業務負荷がかかりやすい傾向にある。
- ✓ 賃貸業に携わる正規雇用者の仕事時間は、約4分の1が「周辺的な雑務」であり、「問い合わせ電話（受電）対応」「社内の清掃」「クレーム・トラブル対応」などが上位に挙がっている。

■不動産業界において「働く個人目線での環境づくり」の兆しが生まれつつある。

【事例①】定着率改善・労働時間短縮につながった取り組み（p.7 株式会社 良和ハウス）

取組：入社後フォローの強化、コア業務・ノンコア業務を人や業務ごとに整理し分業を実施

Before：新卒入社者の半数以上が辞めてしまったり、既存社員の負荷が高く帰宅時間が遅くなっていた

After：離職減少、帰宅時間も早まり、業績向上のサイクルが生まれ出している

【事例②】定着率改善・エンゲージメントが向上した取り組み（p.8 ビレッジハウス・マネジメント株式会社）

取組：働く個人の目線に立った募集条件の緩和（一部土日祝休み制の導入など）、入社後のフォローアップ施策を強化

Before：業務生産性向上の目的であらかじめ分業していたコールセンター組織の採用が難しい状況

After：従業員エンゲージメントも高まり年間成約数および家賃収入を向上させる結果に



リクルート賃貸Divison
西日本賃貸営業部
部長 山内 悟

今回ご紹介した事例のように、働く個人の目線に立ち分業したり、入社した人がつまづく点をケアすることは、個人の不満や不安を解消し、結果的に事業の生産性改善にもつながります。

一方、業務そのものを減らすことが目的化してしまい、人件費を減らして収益改善することだけに終始すると、働く人のやりがいや置いていかれ、結果的に持続しない組織運営となってしまいます。だからこそ、従業員の方と対話しながら業務上の課題を整理し、「この役割の人はこれをやった方がよい」「この仕事は〇〇と〇〇に分割した方が効率が良い」などという、生の声を大切にすることが重要なのだと感じました。



リクルート賃貸Divison
総合企画営業部
部長 生垣 貴朗

また、小規模事業者では、生産性を上げるツールや現状を可視化するためのバックオフィスの人手が不足しているということもあるかもしれません。リクルートでは、業務効率化や人事・総務機能を代替し負荷を軽減するサービスもあります。

ぜひ我々も業務生産性の向上と、業界で働く方の満足度向上、さらには業界の発展に向けて貢献していけたらと考えております。

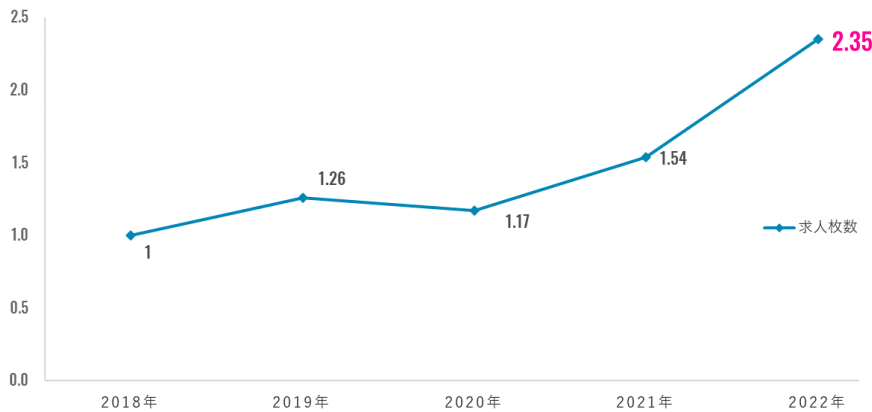
本件に関する
お問い合わせ先

<https://www.recruit.co.jp/support/form/>

- ✓ 不動産業界の求職枚数は2018年から上昇傾向にあり、2018年を1とすると2022年は2.35。

Q 不動産業界の求人枚数（2018年を1とする）

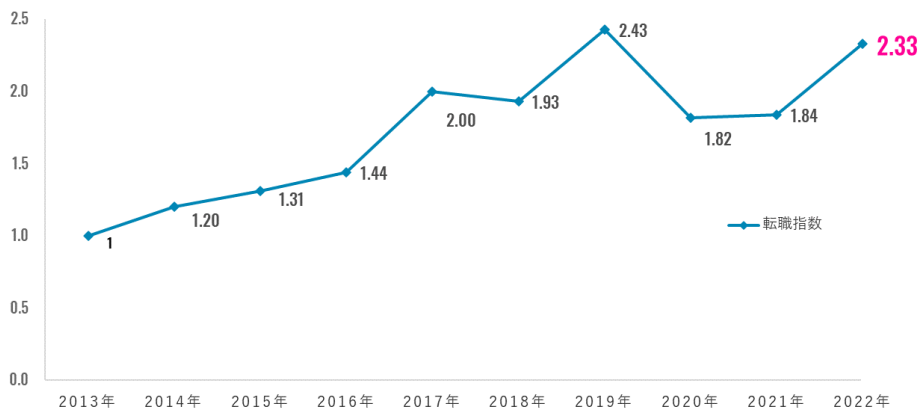
（出典：リクルートエージェントデータ分析）



- ✓ 不動産業界は異業種からの転職も年々増加しており、2013年を1とすると2022年は2.33。

Q 異業種から建築・不動産業界への転職指数（2013年を1とする）

（出典：リクルートエージェントデータ分析）



リクルート
HR統括編集長
藤井 薫

不動産業界は人手不足を背景に求人枚数が増えており、2018年から2022年の5年で2.35倍に伸びています。中長期でみると、異業界からの転職が増えており、2013年からは2.33倍に伸びています。

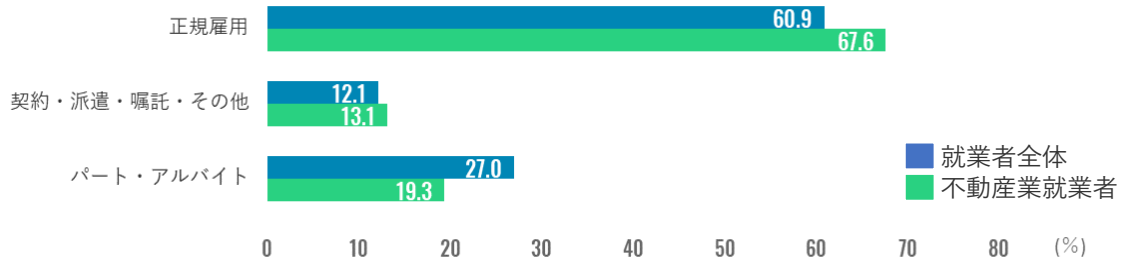
そのため、異業界と社風や仕事の仕方などを比較されやすい環境になってきているのではないのでしょうか。従業員の定着率を高めるには、経営や人事だけでなく、現場での取組は非常に重要です。オンボーディングといわれる入社者の活躍に向けた定着支援は不可欠で、中途入社者に対するきめ細やかなフォロー体制、ゴール（目標）とロール（役割）を明確にし、適切なタイミングで支援をし、しっかりとフィードバックまで伴走するといった姿勢が大切です。

一連のきめ細かい入社者の受け入れ態勢が、企業の人材求心力向上への一歩になり、入社者のいち早い才能開花が実現するのではないのでしょうか。

✓ 不動産業就業者の67.6%が「正規雇用」であり、就業者全体より6.7ポイント高い。

Q 就業先での雇用形態

Segment 昨年12月時点の仕事について、勤め先での呼称を教えてください。
 (単一回答：就業者全体 n=28,996 / 不動産業就業者 n=420)

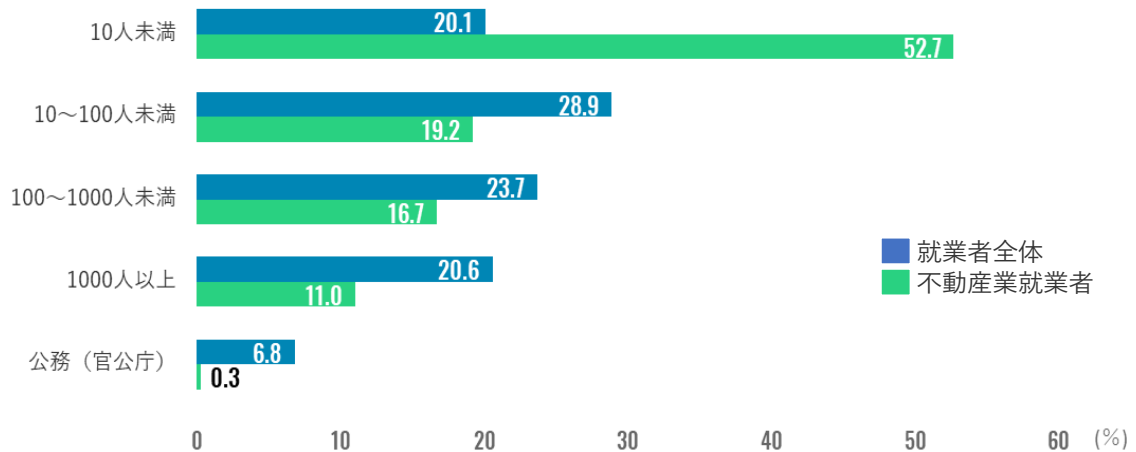


出典：リクルートワークス研究所「全国就業実態パネル調査（JPSED）2022」より、SUUMOリサーチセンターで集計・分析

✓ 不動産業就業者の52.7%が「10人未満」の法人で働いている。小規模事業者で働く人の割合が高い。

Q 就業先の従業員規模

Segment 昨年12月時点の勤務先の従業員数（アルバイト・パートを含む人数）は会社全体でどれくらいですか。
 (単一回答：就業者全体 n=34,292 / 不動産業就業者 n=696)



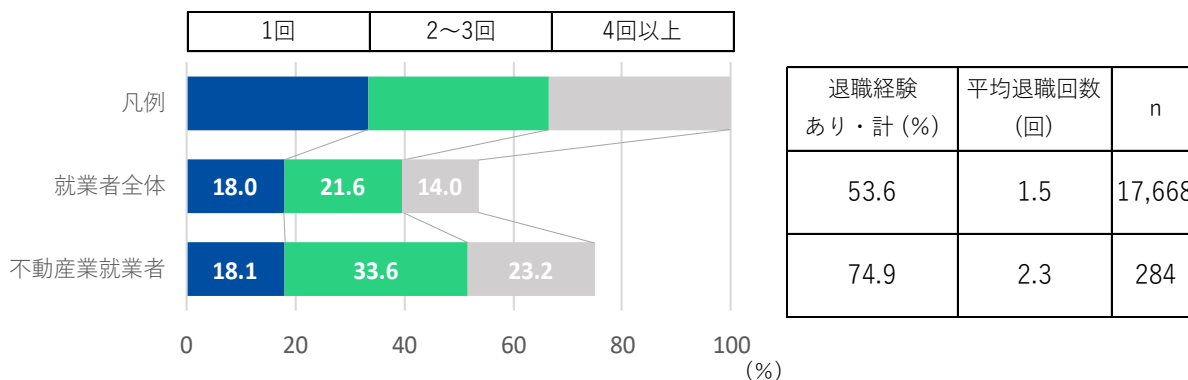
出典：リクルートワークス研究所「全国就業実態パネル調査（JPSED）2022」より、SUUMOリサーチセンターで集計・分析

✓ 不動産業の正規雇用者のうち、退職（転職）経験者は約75%に及ぶ。退職経験回数は平均2.3回と、就業者全体の平均1.5回に比べて多く、離職しやすい傾向にある。

Q 退職経験、退職回数

Segment あなたは社会人になってから、昨年12月末時点までに、退職（会社や団体を辞めること）をしたことがありますか。退職したことがある方は、昨年12月末時点までに退職した回数を教えてください。

（単一回答：正規雇用者 就業者全体 n=17,668 / 不動産業就業者 n=284）



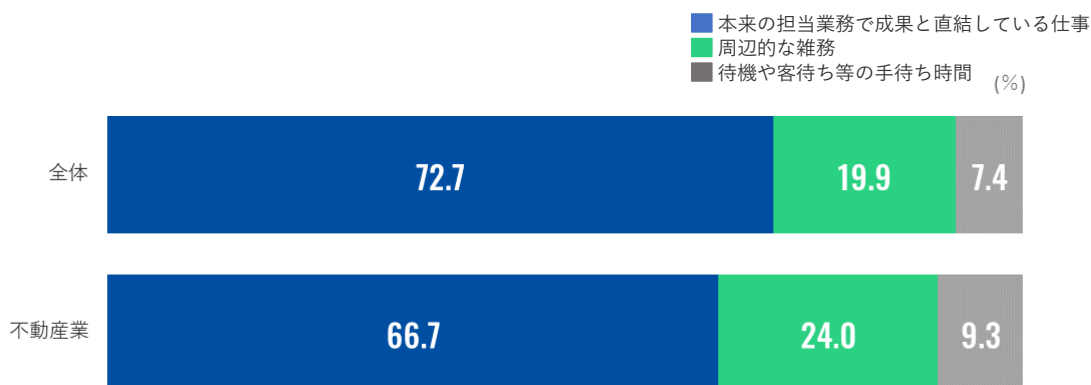
出典：リクルートワークス研究所「全国就業実態パネル調査（JPSED）2022」より、SUUMOリサーチセンターで集計・分析

※平均退職回数は、0～5回を該当の数値、6～10回を8、11回以上を11として算出

✓ 不動産業の正規雇用者に仕事時間の内訳を聞くと、24.0%が「周辺の雑務」であった。

Q 仕事時間の全体を100としたときの内訳

Segment あなたは、現在の勤務先における仕事時間の全体を100とした場合に、以下の項目のそれぞれにどれくらいの時間をかけていますか。（数値回答：正規雇用者 就業者全体 n=17,668 / 不動産業就業者 n=284）

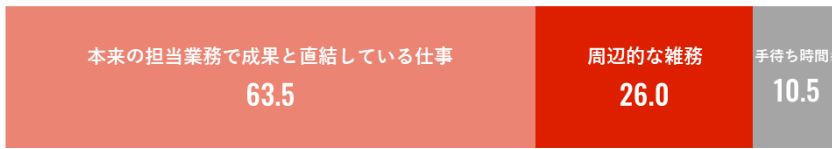


出典：リクルートワークス研究所「全国就業実態パネル調査（JPSED）2022」より、SUUMOリサーチセンターで集計・分析

✓ 賃貸業の正規雇用者の仕事時間の内訳は、26.0%が「周辺の雑務」。

Q 仕事時間の全体を100としたときの内訳

Segment あなたは、現在の勤務先における仕事時間の全体を100とした場合に、以下の項目のそれぞれにどれくらいの時間をかけていますか。（数値回答：正規雇用者 賃貸業就業者／n=1,020） (%)



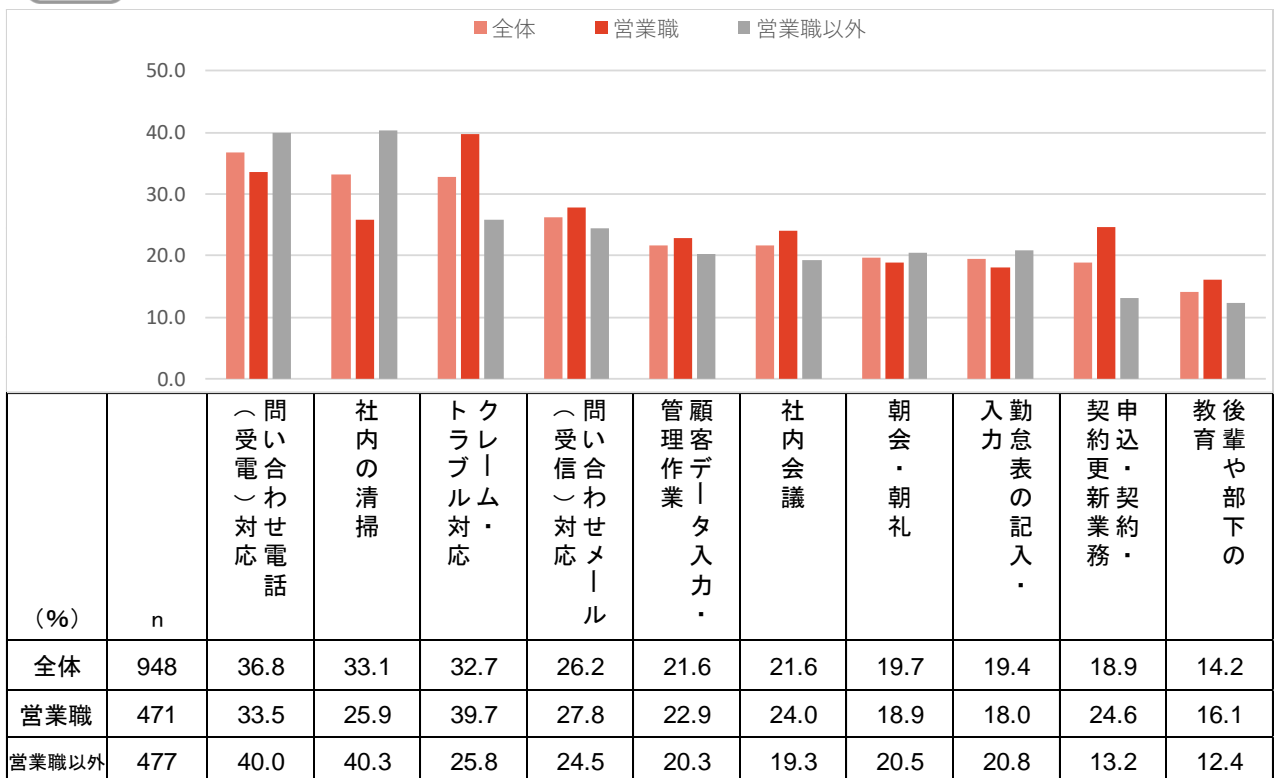
※待機や客待ち等の手待ち時間
出典：リクルート「不動産業・住宅業の就業実態調査（2023）」

【調査名】「不動産業・住宅業の就業実態調査（2023）」 【調査手法】インターネット調査 【調査対象】不動産・住宅業で働く正規雇用者 【回答者数】2,302s（依頼数：3,705s、有効回収率：62.2%） 【調査時期】2022年11月9日～11月17日

✓ 賃貸業の正規雇用者が、「周辺の雑務」と認識している仕事内容のうち、最も高いものは「問い合わせ（受電）対応」。

Q 周辺の雑務の内容（21項目中の上位10項目を抜粋）

Segment あなたが自身の仕事の成果に直結しない「周辺の雑務」と認識しながら普段している業務はどのようなものですか。（複数回答：正規雇用者 賃貸業就業者のうち「周辺の雑務」経験者）



※「全体」スコア降順にてソート

※営業職以外：事務職／専門・技術職／その他

※下記、11位以下の項目は割愛

社内決済用の資料作成／入退きの立ち合い／顧客への提案・報告資料作成／物件の現地調査・建物調査／重要事項説明／物件や周辺環境の撮影／最新の物件情報確認（物確）／ポータルサイトやWeb広告の入稿・更新／チラシ・パンフレット・マイソク等の作成・更新／社員へのお茶くみ／物件の役所（行政）調査／チラシ配り・ポスティング／社内イベント（飲食・ゴルフ・社員旅行等）／金融機関・税務・法務への相談や交渉／顧客・業者の接待（飲食・ゴルフ等）／新聞・雑誌等の広告入稿・原稿確認／看板をもって街頭に立つ／その他／当てはまるものはない

出典：リクルート「不動産業・住宅業の就業実態調査（2023）」



リクルート
SUUMO副編集長
SUUMOリサーチセンター
研究員
江原 亜弥美

不動産業界は他業種と比較すると、退職経験や回数が多いことが特徴です。人材の流動性が高い業界というのは、転職しやすいという意味でポジティブな一方で、従業員規模が小さい事業者が大半を占める不動産業界にとっては、大きな課題でもあります。

特に引っ越しシーズンなどの繁忙期は、一人当たりの業務量が増えます。少ない人数でさまざまな業務を回しながら、新たな人材の採用・教育に時間を費やす必要がある状況は、現場の社員に負担がかかります。

また、他業種と比べて「本来の担当業務で成果と直結している仕事」の割合が低く、「周辺の雑務」の割合がやや高い傾向があります。賃貸業に携わる正規雇用者が雑務の内容として挙げているのは、問い合わせ電話（受電）対応や社内の清掃、クレーム・トラブル対応など、一般消費者をサービス対象とする賃貸仲介・管理業ならではの業務と言えます。

「オンボーディング」と「コア業務」に着目し、定着率改善・労働時間短縮につながった取り組み

【企業名】株式会社 良和ハウス

【改善前】新卒を13人採用したが、半数以上が繁忙期前に辞めてしまい人員不足に。人数が売り上げに直結する業態なので、新人を育てていかないと業績成長を続けられない一方、人を育成するためのノウハウがあるわけではなくマニュアル・仕組みもない状態。また1店舗あたり仲介件数が広島県内1位(全国トップクラス。同県内平均の約1.5倍)のため、特にトップ営業担当の帰宅時間が遅く、負荷が高い状態にあった。

【改善策】

① 新卒教育制度（OJT）の強化

新人営業ロードマップを作り、教育担当・当人の振り返りを型化。教育担当に店長候補者をアサインし、期待をかけながら会社として人を育成する風土に。

また繁忙期前には新卒ロープレ大会を実施し、OJTとともに新卒の営業スキルアップにつなげた。

② 分業化

営業業務のノンコア業務を定義（例：反響対応・契約業務など）して分業化。営業に専念できる体制にすることで接客数を純増させつつも残業の短縮（閑散期:約2時間/日）に成功。

また分業した広告掲載・追客業務はチーム評価制で評価は賞与で還元。職務・業種のコアを分解することで、適材適所で業務ができるよう、分業制に変更。

- ・掲載チーム（社員一人、パート四人/サブリーダー一人の合計六人体制）
- ・追客チーム（社員六人、パート一人/サブリーダー一人の合計八人体制）

【結果】翌年は業績拡大のため新卒を21人採用したが、一人も辞めていない。また分業制を取り入れたことで仲介件数アップと帰宅時間を早めることの両立が可能に。

▼新卒入社者向けの独り立ちに向けたロードマップ

目的/項目		1	本人	コメント	OJT担当	9月末時点	達成	コメント
信頼を得る マナー	人望・信頼獲得	-社内、社外に対して気風よく振舞うことができる -勤務態度が定まっている -労働時間を守られている -無言挨拶や声かけが丁寧である						
	顧客ニーズ把握	-接客情報に合わせて物件情報の出展を調整している -お客様の訪問後の希望条件を把握している -お客様の最終必要な情報（プロファイル）を揃けている						
顧客ニーズ把握	物件知識	-担当エリアの地理、町名等がわかる -担当エリアの得意物件を把握している -各得意物件の強みは決定 -物件の強み・弱みを把握している -お客様のニーズに合わせた物件紹介ができる						
	エリア知識	-担当エリアの地理、町名等がわかる -担当エリアの得意物件を把握している -各得意物件の強みは決定 -物件の強み・弱みを把握している -お客様のニーズに合わせた物件紹介ができる						
接客スピード	接客スキル	-安心して内見を任せられる -内見時に各エリアの長所、短所を説明できる -基本的な物件情報を紹介できる -営業担当しつかり継続できる						
	作業効率	-労働時間短縮に与えられた業務をこなしている						
仕事をより大きくする	計画性・組織力	行動計画 リーダーシップ 管理						組織業務の目的の行動計画が作成されている

▼実際にスキルアップを促す研修風景



求職者目線の「募集条件」「就労環境」に着目し、定着率改善・エンゲージメントが向上した取り組み

【企業名】ビレッジハウス・マネジメント株式会社

【改善前】※業務クオリティーの向上と効率化を目的に全国の問い合わせ対応を自社コールセンターにて集約している。

この組織で派遣スタッフの積極活用を進めていたが、繁忙期を前に一時的なスタッフの離職が重なり追加採用が必要となっていた。繁忙期に向けて人員体制を強化する必要がある中で、コロナ禍での採用市場変化に伴い従来よりもスタッフの採用難易度が上がっていた。

当時の募集要項としては、[土日祝を含むシフト制・かつ翌月から働ける人を募集](#)といった採用基準が設定されており、また、派遣スタッフに対する入社後のフォロー体制の強化も課題であった。

【改善策】繁忙期までの急速な人員補充と派遣スタッフ採用後の定着率向上施策として、採用要件の緩和を実施。

一部土日祝休み制の導入や翌々月勤務開始などにより[希望条件に当てはまりやすく募集](#)をすることで、母集団形成の拡大に成功。採用要件の緩和に伴い、[入社後オンボーディングの強化や朝会1on1などのメンバーフォローを実施](#)。よりスタッフ働きやすい環境づくりに取り組んでいる。

【結果】eNPS（※1）も改善し、要員計画の充足達成実現と、採用した派遣スタッフの定着率向上に成功。

解決したい課題	起きていた問題	実施した施策
人員充足	採用母集団の不足	勤務開始時期の基準を翌々月までへ柔軟な対応に変更
		一部土日祝休みの条件を設定
従業員満足度	疑問解消の場が不足	スタッフ1on1の実施
		朝会
立ち上がり	研修スピードが速い	理解度に合わせた研修期間の設定

対象センター	前年比eNPS改善率
A拠点	140%
B拠点	115%

※1 eNPSとは、Employee Net Promoter Scoreの略称で「親しい友人に勤務先の職場を、どのくらい推奨したいか」と質問して、職場の推奨度を数値化したものです。

■ SUUMOが取り組む賃貸業界における業務支援サービスについて

『物確サポート by SUUMO』、『SUUMO 重要事項説明オンライン』（IT重説）、『申込サポート by SUUMO』、加えて「電子印鑑GMOサイン」により、賃貸物件の申込から契約まで、一連の業務の効率化に役立つサービスを取り扱っております。また、不動産管理業務の一部を委託できるクラウドソーシングサービス『エリクラ』および個人と組織の課題を見える化するHRサーベイ『Geppo』も提供しております。

リクルートグループについて

1960年の創業以来、リクルートグループは、就職・結婚・進学・住宅・自動車・旅行・飲食・美容などの領域において、一人ひとりのライフスタイルに応じたより最適な選択肢を提供してきました。現在、HRテクノロジー、マッチング&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、60を超える国・地域で事業を展開しています。リクルートグループは、新しい価値の創造を通じ、社会からの期待に応え、一人ひとりが輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここにはない、出会い。』を提供していきます。

詳しくはこちらをご覧ください。

リクルートグループ：<https://recruit-holdings.com/ja/> リクルート：<https://www.recruit.co.jp/>