福岡の家(不動産)を売却する売主様へ

早く高く中古住宅を売却する方法

一括査定サイトの賢い使い方

株式会社キャッスルハウス
代表取締役社長
出田正城

第１章　一括査定サイトの仕組みとその実態
第２章　訪問査定を依頼する
第３章　売却を任せる不動産会社の選び方
第４章　買取という売却方法
第５章　福岡での住み替え、不動産売却

福岡の家（不動産）を売却する売主様へ

一括査定サイトの賢い使い方

はじめに

はじめまして、株式会社キャッスルハウス代表取締役社長の出田正城と申します。

福岡生まれ福岡育ち、２０２２年で42歳になります。

不動産業界に足を踏み入れたのは、13年前のことです。私の父が不動産

屋だったため、父の背中を見て育った私にとって、それは自然な流れでした。

ある日の事、社長である父から「競売の入札の価格を計算してみろ」と社命が下りました。売買未経験ながら、成約事例を中心に概算のざっくりした計算をして入札したところ、なんと僅差で物件を落札することができたのです。

そのことがきっかけで、会社内に新たな売買専門の部署を立ち上げ、土地を含む戸建てやマンションなどの住宅の買取再販、そして売買仲介の経験を積みました。

その後、社内の一角を借りて独立。当初たった一人で始めた会社が株式会社キャッスルハウスです。地元福岡を活動エリアに、地道に誠実に活動を続けた結果、今では社員も増え、おかげさまで２０２１年に10周年を迎えることができました。

不動産会社には取り扱う物件種別によって、得意不得意がありますが、私の専門は、自分が住むための不動産（＝業界では、実需と言います）売買です。

そして、これまで積んできた豊富な経験を社員と共に、お客様の知恵と安心に繋げていくことが私たちの使命と考えます。

この本では、福岡ならではの不動産売買の状況を交えながら、福岡の不動産売買方法についてお伝えいたします。

【目次】

はじめに

第1章　一括査定サイトの仕組みとその実態

不動産会社に売却を依頼する契約

一括査定サイトとは

一括査定サイトのメリット・デメリット

机上査定と訪問査定

不動産会社の思惑

第2章　訪問査定を依頼する

不動産査定の前に行う準備

不動産会社による訪問査定

第3章　売却を任せる不動産会社の選び方

大手企業か、地場企業か
囲い込みをする会社に注意！
不動産会社の得意分野を確認！！
オープンハウス開催に積極的か
売却物件の魅せ方
リフォームやリスクの提案ができるか
チラシのポスティングは戦略が必要
インスペクション（建物検査）ができるか
税金に詳しい不動産会社か
仲介手数料の値引きや広告料を請求する会社は要注意

第４章　買取という売却方法

買取とは
買取のメリット・デメリット
買取保証とは

第５章　福岡での住み替え、不動産売却

アジアの玄関口、福岡はこんな街

住みやすい街、福岡

これからさらに価値が高まる予感

おわりに

第1章　一括査定サイトの仕組みとその実態

不動産会社に売却を依頼する契約

今、不動産売買の業界は、まさに戦国時代。各不動産会社は、売主から専任媒介契約を獲得しようと、熾烈な競争をしています。

専任媒介契約とは、不動産会社に不動産を売却する相手を見つけてもらうための契約の一つです。ここでは、まず最初に、不動産会社と結ぶ契約の種類について、ご説明しましょう。

売却を依頼するために不動産会社と結ぶ契約には、「一般媒介契約」「専

任媒介契約」「専属専任媒介契約」の３種類があります。

＜３つの媒介契約の違い比較表＞

	専属専任媒介	専任媒介	一般媒介
２社以上の不動産会社と契約できるか	×できない	×　できない	○　できる
自分で買主を探して直接取引できるか	×できない	○　できる	○　できる
不動産会社から受ける活動報告の頻度	1週間に1回以上	2週間に1回以上	法令上の定めなし
不動産会社のレインズ※への登録義務	媒介契約から5日以内	媒介契約から7日以内	法令上の定めなし
契約期間	３ヶ月以内	３ヶ月以内	法令上の定めはないが、行政指導では３ヶ月以内

※レインズとは、Real Estate Information Network System の略。

不動産流通機構が運営するネットワークシステムで、全国の不動産会社が扱っている不動産情報を共有し、広く買い手を探すことができます。

専属専任媒介か専任媒介を選んだ場合、この契約を結べる不動産会社は、1社のみです。同じ物件について、同時に2社、3社と契約を結ぶことはできません。

また、お客様に対して売却活動の報告をする頻度が定められているなど、不動産会社にとっては、より拘束力の強い契約と言えるでしょう。売主にとっては、定期的に活動報告をしてもらえるので、安心できます。

専属専任媒介と専任媒介の最も大きな違いは、お客様が自分で買主を探

し出してきて直接取引できるか、という点です。

例えば親戚や知人で家を買ってくれる人が見つかった場合、専属専任媒介では、必ず不動産会社を通して取引をしなければなりません。つまり、特に売却活動を行っていなかったとしても、不動産会社に仲介手数料を支払うことになります。専任媒介は自分で購入者を見つけた場合、不動産会社を通す必要はありません。

一般媒介では、複数の不動産会社と同時に契約することができますが、活動報告の義務はありません。複数の会社と媒介契約したとしても、最終的にはどの会社を通して取引をするかを決めることになります。

たくさんの会社と契約を結べば、より買い手を見つけてもらえる機会が増えると考えがちです。しかし、実際はそうとは言い切れません。

・販売状況の報告義務がないため、不動産会社がどのように活動しているか分かりづらい

・自社で売却できるとは限らないので、積極的な販売活動をしない可能性もある

・レインズに登録しない場合、物件情報が広がらない

といったデメリットも多い契約です。売却する不動産が超人気物件で魅力的であれば、一般媒介でもＳＵＭＯやａｔ　ｈｏｍｅ等のポータルサ

イトに掲載することで高く早く売却できる可能性もあると思います。

通常は一般媒介契約をお勧めする不動産会社はあまりいないでしょう。しかしキャッスルハウスでは、一般媒介契約も大歓迎しています。広告を掲載させていただけるだけで感謝です。弊社独自のサービスは専任媒介契約には及びませんが、販売に注力する熱量は専任媒介同様に売却の成功を目指します。

専属専任媒介をお勧めするケースは、いわゆる事故物件ですね。自殺・事故など何かしらいわくつきで、しかも物件としての価値が傷ついてしまっている物件や、住宅ローン支払いが滞ってしまった物件は、専属専任媒

介ですることが多いです。

それ以外の一般的な物件であれば、ほとんどの方が専任媒介契約をお選びになります。早く高く売りたいのであれば、専任媒介契約がお勧めです。

一括査定サイトとは

かつては不動産を売却しようとしたら、近所の不動産会社や、テレビでよく見かけるような大手不動産会社を直接訪ね、依頼するしかありませんでした。しかし、今では携帯電話・ＦＡＸ・メール・ＬＩＮＥのようなＳ

ＮＳやチャットの連絡手段が豊富です。物件を特定するのも紙の地図上で探す時代から、インターネットで検索すれば何でも調べられる時代になりました。

不動産を売却する際も、インターネットを活用する人が今やほとんどです。売主はインターネットでいろいろな不動産会社を比較し、ご自身の事情に合った、ここは！と思える不動産会社を選ぶことができます。以前よりはかなり選択肢が広がったと言えるでしょう。

不動産会社はたくさんありますが、玉石混合です。テレビＣＭなどでもよく見かける、名の知れた大手不動産会社が良いのかというと、そういう

わけでもないのです。売買ニーズに応えることができる不動産会社をしっかりと見極めなくてはなりません。そのためには、いくつかの不動産会社を比較検討することが必要です。

そこで近年、多くの人が利用しているのが、売却希望者を募る一括査定サイトというもの。売却しようとしている不動産の情報を入力して画面上から依頼するだけで、複数の不動産会社から、その不動産がどのくらいで売れそうか、ざっくりとした査定価格を教えてもらえるお手軽で便利なサイトです。

一括査定サイトのメリット・デメリット

一括査定サイトは誰もが利用でき、すぐに複数の不動産会社から査定価格を出してもらえるという点がメリットです。これから売却しようとする不動産にどれほどの価値があるのか、おおよその感覚を掴むことができるでしょう。そして、複数の不動産会社と出会う場として、一括査定サイトを利用するのはとても有効だと思います。

しかし、この査定価格、果たしてどれほど信用できるのでしょうか？複数社に依頼すれば、各社が出してくる査定価格には幅がありますが、高い金額の会社が高く売ってくれるとは限りません。

そもそも、実際に物件を見ないで室内や外観・土地の形状・道路の状況などを考慮せずに、これまでの成約実績や公示価格などのデータをもとにした査定価格は、正確性に欠けます。

机上査定と訪問査定

ここで査定について、もう少し詳しくご説明しましょう。

そもそも不動産査定とは「不動産がいくらで売れそうか？」を不動産会社に予想してもらうことを指し、類似物件の過去の売却価格や、築年数と売却価格の相関を使って算出されます。

不動産査定とその他商品の査定の違いは、査定額がそのまま売却額になるとは限らないという点です。例えば、ブランドバックを売るとしたら、買取業者が10万円と査定したら、買取価格も10万円ですよね。しかし不動産の場合は、ブランドバッグとは異なり、時価で取引されます。

つまり、査定額が仮に３０００万円だったとしても、その金額で売れるとは限りません。３０００万円で購入希望者が現れない場合は、値引きをして２７００万円で購入希望者を募る場合もあります。

しかし売却価格をまったく予想できないと、売却するかしないか、いくらまでなら値引きするか、といった決断が難しいですよね。そこで不動産

査定を依頼するのです。

不動産査定には机上査定と訪問査定の２種類の査定方法があります。

〈机上査定〉

机上査定は実際に物件を見ることなく、築年数や広さ、所在地などの限られた情報を価格相場や過去の成約事例などのデータと照らし合わせて、おおよその価格を算出する方法です。早ければ当日中に査定結果が分かります。一括査定サイトで各社が出す査定は、この机上査定です。

〈訪問査定〉

訪問査定は文字通り、不動産会社の担当者が実際に現地を訪れて査定する方法です。家の傷み具合や、キレイさ、周辺環境や土地の形状など、様々な要素を加味した、より詳しい査定になります。机上査定に比べ、訪問査定は時間と手間がかかりますが、より正確な不動産価値を知ることができるのがメリットでしょう。

通常、売却をお考えの場合、最初に机上査定をしてから、さらに絞り込んで訪問査定を依頼します。その際、１社ではなく３社以上に訪問査定を依頼するのがお勧めです。なぜなら、１社だけでは、相場価格がわからないだけでなく、それぞれの会社の売り方や担当営業の人柄・知識・経験値

などが比較できないからです。

そして、査定価格と売却価格のズレというものは、金額が高くなればなるほど大きくなっていきます。特に戸建ての場合、土地価格の相場は分かっても、建物の傷みや状態が分からないことが多いので、訪問査定をすると、机上査定とは査定価格が大きく違う、ということがよくあるのです。

不動産会社の思惑

ただ、ここで少し、不動産会社側の本音をお伝えすると・・・

不動産会社にとって唯一の収入源は、取引を成立させたときに頂ける成

功報酬＝仲介手数料です。売却では、媒介契約を結ばなければ、収入に繋がるチャンスさえありません。一括査定サイトで、数ある不動産会社から、何としても自社を選んで、自社とだけの専任媒介契約を結んでしてほしいというのが本音です。ライバルに勝つために、どの会社も査定価格をご提示するだけでなく、自社ならではのサービスや、販売戦略をプレゼンしようと一生懸命でしょう。

さらに、一括査定サイトは、ユーザーにとっては、簡単に複数の会社に無料で査定をしてもらえる便利さがあります。一方で不動産会社にとっては、一括査定で査定依頼を受けるたびに、実は費用が発生します。査定の

依頼1件あたり、一定の額をサイト運営者に支払う仕組みになっているので、契約を結べなければ、費用だけが発生するというわけです。

ですから、他社よりも自社に興味を持っていただこうと、一括査定サイトの査定価格は、どの不動産会社も少し高めに出す傾向にあります。ですが、実際にその価格で売却できないケースも多いということを覚えておいてください。

また、中には専任媒介契約を結んでもらうために、相場からかけ離れた、極端に高い査定価格を提示する会社もあるので、注意が必要です。

高い査定価格に目がくらんで契約をしたものの、価格を決定して売り出

しても反響がありません。挙げ句の果てに1カ月くらい経過して専任媒介で預けた不動産会社の方から「反響がないので価格を下げましょうか」と簡単に相談してくることが多くあるようです。結局は他社が出した査定価格よりもかなり安い金額でしか売れなかった、ということにもなりかねません。

高い査定価格でも、きちんとした根拠があれば良いのですが、なぜその金額なのか、根拠のない高額の査定価格は、専任媒介をとりあえず取るための高額査定かもしれないと疑いましょう。

第2章　訪問査定を依頼する

不動産査定の前に行う準備

①相場を調べる

不動産査定を行う前に、極端に安く売られたり、根拠のない高値につられたりすることのないように、周辺物件の相場価格を調べておきましょう。査定結果が妥当かどうかを判断するために必要です。

相場の価格を調べるには、次のサイトが知られています。

〈レインズ・マーケット・インフォメーション〉

過去の取引実績から、戸建て・マンションの売却価格を調べられます

〈土地総合情報システム〉

過去の取引実績から、土地・戸建て・マンションの売却価格を調べられます

レインズ・マーケット・インフォメーションは、全国の不動産業者が見ることのできる不動産情報共有システム、レインズと同じ不動産流通機構が運営しているもので、誰でも見ることのできるサイトです。レインズが保有している全国の取引実績を閲覧できるので、売却しようとしている不動産の類似物件を検索すれば、おおよその相場価格を調べることができま

す。

他には現在、売り出し中の不動産の価格から相場をつかむ方法があります。ａｔ　ｈｏｍｅやＳＵＵＭＯなどのポータルサイトです。近隣の似たような条件の物件をいくつも調べることで、おおよその相場感覚がつかめるでしょう。

また、福岡では、福岡県宅地建物取引業協会が運営する「ふれんず」というサイトがあります。 福岡市・北九州市・久留米市など福岡の不動産情報が豊富に掲載されています。福岡で物件を売却するときの相場を知るためだけでなく、購入をお考えになる方にも、活用していただきたいです。

ただし、売り出し中の物件価格は、成約価格ではありませんので、実際に売買された価格ではないという点に注意してください。

ふれんず

https://www.f-takken.com/

②最低限の清掃を！

訪問査定では、建物や設備の不備がないかをチェックするのですが、

・キッチンや風呂場などの水周り
・ゴミ捨て場
・植木

などは、良い印象を与えるかどうか、ポイントになる箇所です。評価に影響が出る可能性があるため、最低限の清掃や手入れを行っておくことをお勧めします。

また、設備に不備がある部分は、簡単に直せる部分だけ直して、修理するかどうか迷う部分は査定時に不動産会社に相談しましょう。

③修繕履歴の確認

外装の塗装やリフォームを行っていたり、給湯器などを新しいものに交換したりしている場合は、査定価格が上がる可能性があります。

・リフォーム実績
・シロアリ防除の定期点検
・耐震診断の証明
・住宅診断の実績
・設備の更新（ガス給湯器など）

のようなポイントはプラスで評価される可能性もありますし、売却活動中にも不動産会社から購入希望者へ物件の魅力を伝えてもらえるかもしれません。ぜひ査定時に担当者に伝え、アピールしましょう。

また、逆も然りで、評価が下がるからと隠したりせず、マイナス点もしっかりと伝えてください。マイナス点は事前に明らかにしておくことが非常に大事になります。

購入者が不安を感じたり、不快に思うような瑕疵（かし）があるにも関わらず、その理由を隠したまま不動産を売ると、後々売主の責任問題となり損害賠償の支払いや契約解除へ発展する可能性があるからです。

瑕疵とは、本来備えられている性能が発揮できない欠陥があることを指し、不動産の売主には契約不適合責任が課せられます。

例えば、

・シロアリの被害

・雨漏り

・木部の腐蝕

・事故物件（過去にその物件で事故があった）

・周辺の騒音

・土壌汚染・地下埋設物

などです。

心当たりがある場合、査定時に不動産会社に伝えられるように写真などを撮っておきましょう。

④訪問査定までに揃えておくべき書類

不動産会社によりますが、訪問査定は特別な書類を準備しなくても受けることができます。

ただし、以下の書類をできるだけ揃えておくと良いでしょう。査定に有

利な情報が含まれていることもありますし、売却活動をスムーズに進めることができるからです。

種類	書類の説明	取得場所
権利証または登記識別情報	所有者であることを確認するため	購入時に入手
建築確認済証・検査済み証（一戸建ての場合）	建物の遵法性を確認する書類	購入時に入手
測量図・境界確認書類（一戸建て・土地の場合）	測量を行ったり、隣地所有者と境界について話し合ったことがある場合	購入時または測量時
間取り図・パンフレット（マンションの場合）	マンション購入時の書類があれば用意すると参考になる	購入時に入手
住宅ローンの返済予定表	現在の残高を確認するため、できれば用意	金融機関
耐震診断・地盤調査・住宅性能評価書など	第三者の作成した報告書等があれば査定が有利になる可能性があるため、あれば提示	―
本人確認済証	免許証やマイナンバーカードなど	―

不動産会社による訪問査定

①訪問査定を依頼する会社を決める

一括査定サイトで、査定依頼した数社の中から更に絞り込み、訪問査定を依頼します。ポイントは複数の不動産会社に査定を依頼すること。３社程度に依頼するのがベストだと思います。理由は、先にも述べたように、査定価格は不動産会社によってズレが生じるからです。

３社を選ぶとき、とかくやってしまいがちなのが、査定額の高い順に依頼することです。しかし、不動産会社の裏事情をご説明した通り、査定価格は売却価格ではないため、後から大幅な値下げをしなくてはならないか

もしれません。

また、名の知れた大手不動産会社ばかり3社に依頼するのも、あまり良いとは言えないでしょう。詳しくは第3章でご説明しますが、不動産会社と言ってもそれぞれに特徴があります。同じタイプの不動産会社ばかりを選ぶのではなく、それらを上手に組み合わせて依頼するのがお勧めです。

②訪問査定の日程を決める

依頼する不動産会社が決まったら、それぞれ査定に来る日取りを決めます。査定にかかる時間はだいたい2時間ほどです。訪問査定をする時は必ず立ち会う必要があるので、余裕を見て時間を取りましょう。

当日は、不動産会社の担当者が家の周りや室内を見て回ります。壁や床の傾きがないか、雨漏りの跡がないか、設備に不具合はないか。配管が劣化していないかは、実際に水を流して確認するでしょう。建具などの建てつけもリフォームすると、かなりリフォーム代のかかる箇所なので、チェックポイントです。その他に、立地や隣接する道路、土地の擁壁や形なども査定に関係します。近頃は災害も多いので、ハザードマップをチェックすることも多いです。

③査定の根拠を確認する

査定してから査定価格が出てくるまで、通常であれば、３～４日ほどか

かります。中には、訪問してもあまりよく見ないで査定を出す会社や、ひどい場合は訪問査定当日に査定書を用意してくる業者もいるので要注意です。当然ながら、そのような会社の査定は、正確性が疑われます。

査定額が提示されたら「何故その価格になったのか」の理由を納得できるまでしっかり聞いてください。もし、その質問に対して曖昧な返答をするようであれば、信用できない不動産会社の可能性が高いです。

第3章　売却を任せる不動産会社の選び方

大手企業か、地場企業か

よく「大手は多くの実績があるので安心」「地元の情報に詳しいので、売却する物件に近い地場の不動産業社に依頼するべき」といったさまざまな意見を聞きますが、どれも一概には言えません。売却する物件の特性によっても任せるべき業者が大手か地元密着型かで異なるでしょうし、売主との相性もあります。それぞれにメリット・デメリットがあるので、それを理解した上で、検討し、決めた方が良いでしょう。

〈大手と地元密着型のメリット・デメリット〉

大手不動産会社は、たくさんの情報と顧客（購入検討者）を持っている一方で、多くの案件も抱えています。そのため、売りにくい物件と売りやすい物件とを天秤にかけてしまうことがあり、他の物件に埋もれてしまう可能性がゼロではありません。また、大手は営業のノルマが厳しいため、売主と買主、どちらからも手数料をもらおうと、自社が持っている購入検討者と結びつけようとすることがあります。これを業界では「両手取引」と言い、早く売れることも多い反面、無理な値引きを要請されることもあるので要注意です。値引きばかりを提案する不動産業者には気をつけまし

よう。

一方、地元密着型の不動産会社は、ローカルな独自情報を持ち、地元の顧客を抱えている一方で、情報量や広告料において大手に敵わないことが多いです。

不動産業界は法律が改正されたり、取引のやり方の変化も著しいのですが、今の動向を追えていない、昔ながらの不動産屋さんも存在します。最新の情報やネット宣伝が不得意な会社など、不動産会社によって差があるので、見極めが必要です。迷ったときは、その会社のホームページを見てみましょう。ページ作りに力を入れている会社は、更新がきちんとなされ

ていて、インターネット広告が主流の時代に即していると思います。

また、得意、不得意が偏っている場合もあります。賃貸をメインに行っているなど売買の経験が少ない場合や、最近の成約実績が戸建て10件、マンション0件など、あまりに偏りがある不動産業者は避けるのが無難です。

種類	メリット	デメリット
大手	・ネームバリューがある ・社員教育がしっかりしている ・店舗間で顧客を紹介し合える	・営業マンが多くの案件を抱えている ・両手仲介にこだわることもある
地元密着型	・地元の顧客を抱えている ・エリアを熟知している ・独自の情報を持っている	・最新の動向に対応できない場合もある ・得意、不得意がはっきりしている

囲い込みをする会社に注意！

もし、専任媒介契約を結んだのであれば、媒介契約から7日以内にレインズに物件情報を登録することが義務化されています。

レインズでは、不動産会社間で物件情報を共有し、日本全国の不動産業

社が、その物件を購入希望者に紹介することが可能です。ですから、大手不動産会社でも地場の不動産会社でも、同じように幅広く購入者を探すことができるわけです。

しかし注意しなくてはならないのが、いわゆる「囲い込み」と言われる行為です。囲い込みとは、営業担当者が自分で買主も見つけて成約し、売主と買主両方から仲介手数料を得る（＝両手取引）ために、他社から物件の問い合わせがあっても、「現在商談中です」などと理由をつけて紹介しない、という悪質な手法を言います。

これは、もちろん違法です。しかし不動産会社としては、他社が買い手

を見つけてくると、売主からのみの仲介手数料しか得られません。少しでも利益を得たいがために、残念ながら現在もそのような行為が見受けられます。売主にとっては、買主が見つかったかもしれないのに、大切な機会を逃すことになるでしょう。

以前、私もお客様に物件をご案内する際に、レインズに登録されている物件の問い合わせをしたところ「もう決まりました。」と言われてしまいました。ところが、その後も普通に売り出し中の広告が出ていたので、ダメ元で不動産会社を通さずに直接売主様に手紙で尋ねてみたのです。すると売主様から直接「まだ売れていません。案内してください」という連絡を

いただき、お客様を現地にご案内したということがありました。

もし、なかなか買い手が見つからない。反響や問い合わせがない、ということが続いたら、囲い込みの疑いがあります。専任媒介契約には、報告義務があるので、他の不動産会社から何社問い合わせがあって、何件案内が入っているのかを確認した方が良いでしょう。また、媒介契約を結ぶ前に「お宅は囲い込みをしませんよね？」と一言言っておくと良いかもしれません。まさか「やります」という人はいないと思いますが、少なくとも抑止力にはなるでしょう。

不動産会社の得意分野を確認！！

不動産会社の業務は、実はたくさんあります。賃貸仲介・管理・売買仲介もあれば、投資専門の不動産会社もあるんです。不動産会社によって、得意分野も異なるので注意しましょう。

例えば、賃貸物件の管理を任せている不動産会社に、家の売却を頼む、というケースが考えられます。しかし、賃貸管理専門の会社は、売却に関しては実は素人なので、良い結果は期待できないでしょう。売却のための不動産会社としては選択肢には入れないことをお勧めします。

不動産の売買は人生に何回もあるわけではありません。一生ものの取引

です。住宅ローン月々の支払い～税金のことや建物のことまで、また、住み替えのタイミングなど、賃貸とは違った知識や経験が必要になります。お知り合いの不動産会社に依頼するという場合でも、実需の売買経験と知識があるかどうかを確認して依頼するようにしましょう。

オープンハウス開催に積極的か

オープンハウスとは、誰にでも気軽に物件を見に来てもらうためのイベントです。購入希望者にとっては事前に連絡をしてから見に行く手間や煩わしさがなく、ちょっと興味があるだけでも気軽に訪ねることができます。現地へ足を運ぶハードルが下がるため、広く購入希望者を募ることが

できる手段です。オープンハウスを開催するときは、事前に不動産会社が宣伝のために広告を配布したり、現地看板を設置して案内したりして集客活動を行います。

また、売主が売却物件に住まいながらの売却は、内見率が低くなりがちです。そのような場合でも、許可をいただいて案内会を企画することで集客できます。チラシなどで気軽に見にいらっしゃるのは、近隣にお住いで住み替えをお考えの方以外に、賃貸にお住いでちょっと興味があるくらいの方も多いです。ですが、すぐに購入を考えていなくても実際に家を見て「家賃と同じくらいの金額でマイホームが手に入るなら購入しよう」と購

入を決断されるケースも結構あります。

大きな買い物を現物を見ずに買う人はまずいませんから、現地に足を運んでいただくオープンハウスや案内会は、とても有効な売却活動です。

弊社では、年間を通して福岡県各地で毎週オープンハウスを企画して、営業・集客活動を行い、いらしていただいた方を購入見込み顧客として、リストアップし、さらに多くの物件をご紹介する機会を増やしていきます。

売主にとって、オープンハウスや案内会を積極的に企画する会社は販売力が強いと言ってよいでしょう。

売却物件の魅せ方

物件をご案内していると、ゴミがそのまま放置されていたり、ちょっと手を伸ばせば届くところの汚れが、そのままになっていたりすることがあります。築年数の経った家で、現状のまま売却するとしても、できる限りきれいに片付け、大切に住まわれてきた家であるという印象付けを心がけましょう。

購入希望者が、物件を探す時にまず最初に見るのは、物件写真です。

居住中の物件であっても、生活感のある荷物等は取り除いて、物件内がよく見えるように撮影します。購入希望者は写真を見て、購入後の生活を

イメージし、ワクワクドキドキするのです。

魅力的な写真があるかないかで、高く早く売れるかが決まると言っても過言でありません。

また、不動産屋目線でのちょっとしたアドバイスをさせていただくと、居住していない物件の場合、鍵を現地に置くためのキーボックスを準備してくれる不動産会社が良いと思います。

購入希望者が、急に家を見たいとおっしゃったとき、またはほかの不動産会社が近くにいるのでお客様を急遽お連れしたい、というシーンが結構あるんです。すぐに現地にお連れしたくても、現地に鍵があれば対応でき

ます。

何度も申しますが、現場を見ていただくことが、購入への第一歩です。現地に鍵がなくて、わざわざ不動産会社まで取りに行かなければならないと、大事な売却のチャンスを逃してしまう可能性があります。

リフォームやリスクの提案ができるか

現在の住居用物件の売買は、現況のまま古い状態で売却するのが基本です。なぜなら、リフォームにお金をかけたからといって、それ以上に高く売れるかどうかは実際に売ってみなければわかりません。ライフスタイル

や好みも人によって違うので、リフォーム費用を負担することは売主さんにとってはリスクだからです。

しかし、買主様に「古いし、汚いからいらない」と言われてしまったら、売却はできません。そこで建物は現状のままで、購入希望者に対してリフォームを提案するケースが多くなっています。

同じローンを組むのでも、新たにリフォームのローンを組むよりも、低金利である住宅ローンの中にリフォーム代も入れた方が、負担は少なくて済みます。目の前の建物は古くてもリフォームをするとこんなに変わる、という提案とともに、月々の支払いがいくらになるかも合わせてお伝えす

ることで、購入への後押しになるでしょう。

リフォーム代がとんでもなく高くなるのでは、と心配になる方もいらっしゃると思います。スタンダードなリフォームであれば、60㎡～80㎡の戸建てで、キッチン・浴室・洗面台・トイレの水回りと壁・床の全面を、およそ２００万～５００万円ほどでリフォームできます。１０００万円もあれば、見違えるように生まれ変わるでしょう。もちろん、もっとこだわりを持ってリフォームをしたいという人には、他の専門業者を紹介することもできます。

可視化することで「こんな風にキレイになるんだ！」と具体的に想像し

ていただくことが大事なのです。

中古物件にはリフォームがつきものです。ショールームがあればベストですが、なくてもいつもリフォームに関わっていて、リフォーム事例をお見せできる物件を持っているかは不動産会社に確認してください。購入をお考えの方にとっては、実際に古い物件とリフォームした後のビフォー・アフターを見る方が、より現実的に考えられるかもしれません。

中古物件購入の心配を取り除くために、リフォームの提案ができるということは、高く早く売却するための重要なポイントです。

チラシのポスティングは戦略が必要

インターネットからお問い合わせくださるお客様は、すでに物件購入の意思があり、良い物件がないか探している人です。チラシはインターネットを利用されていないご高齢の方や、今現在購入を考えていなくても、チラシを見て購入をお考えになる人などを発掘するには、有効な売却活動になります。例えば、賃貸にお住いで月々の家賃と比較しても、それほど変わらないならマイホームを購入しようか、と思い立つ方もいらっしゃるでしょう。

ただし、チラシはむやみやたらに配ればいいというものではありませ

ん。チラシの配布には、戦略と配布の仕方に工夫が必要です。

チラシの配布は、ポスティング会社やアルバイトに依頼する会社がほとんどですが、物件のターゲットとは明らかに違う古いアパートに、投げ捨てのように配っているだけでは反響は期待できないでしょう。

「今の家賃と比べてください、〇〇〇〇万円　月々〇〇万円」と表示したチラシを、売却する物件の価格のローン支払い額と同等、もしくはそれ以上の家賃相場の賃貸マンション・アパートへチラシを配布すれば、興味を持ってくださる方が現れるかもしれません。

インターネットからお問い合わせをいただくご購入のお客様は、他にも

色々な物件を見て迷っているはずです。対してチラシのお客様は、もともとその物件のエリア、マンションであればそのマンションを狙っているなど、その物件を目指してお問い合わせくださる方が多いのです。

つまり、購入率はチラシのお客様が断然高いと言えます。自社で戦略を立ててチラシを配布すれば、ターゲットにダイレクトに情報が届けられるので、それがチラシという宣伝方法の良さです。

また、チラシの効果は買おうという意識がなく、ネットを検索していないお客様の目にも届きます。とてもアナログな手法ですが、やり方を間違わなければ十分効果を実感できるでしょう。

インスペクション（建物検査）ができるか

①インスペクションの意義

インスペクション（建物状況調査）や瑕疵保険の加入を促して、中古住宅の売買を活性化させる目的で、「宅地建物取引業法（宅建業法）の一部を改正する法律」が２０１８年４月１日より施行されました。ここで注目すべき内容は、インスペクションの活用が盛り込まれている点です。

インスペクションとは、専門的な資格を持った第３者によって住宅の劣化レベル、工事不備などを診断し、客観的な立場でアドバイスをすることです。

中古住宅は、新築時の品質や性能の違い、その後の維持管理や劣化状況によって、物件ごとに差があります。買主が中古住宅の購入をためらう理由も、品質などに不安を感じることが多いからではないでしょうか。その不安を払拭するためにインスペクションが効果的です。売買時点の住宅の状況を把握できます。

売主にとって、都合の悪いことが明らかになって不利になるのでは、とお考えになるかもしれません。しかし、インスペクションは売主にとっても、買主にとっても、等しく安心を得るものです。

きちんとしたガイドラインの下、どの検査事業者が行ったかによらず同

様の結果が得られることで、引き渡し後に不具合が見つかって、売主と買主の間にトラブルが起こるのを未然に防ぐ助けになります。

劣化状況の把握だけでなく、インスペクションを通じて住宅の良いところを発見することにもなるでしょう。売主にとってのセールスポイントが明確にできるのです。

②瑕疵保険と買主の税金優遇

瑕疵（かし）とは、当然あるべき品質や性能が、劣化などによって失われていることです。住宅の場合は、中でも特に重要な構造上の主要部分や雨水漏れ防止部分などに重大な欠陥があることを意味します。既存の住

宅、つまり中古住宅の瑕疵について、検査と保証をするのが「既存住宅売買かし保険」です。

この保険には、築年数によって入れない場合があるのですが、インスペクションによって、一定の品質が保証されれば、築年数の経った中古物件でも加入できます。

既存住宅売買かし保険が付保された住宅であれば、築年数要件を満たしていない住宅であってもローン控除などの税制優遇を受けることができるため、買主にとっては「安心して購入できる住宅」というお墨付きになるのです。

ですから、インスペクション（建物検査）を推奨する不動産会社は、売主・買主双方にとって信用できる業者と言えるでしょう。

税金に詳しい不動産会社か

売主・買主、両方に関係するのが、不動産に関する税金の知識です。特に住宅ローン減税等に詳しいかどうかによって、お客様の今後の負担が大きく変わるので、しっかりとお伝えしなくてはなりません。

〈住宅ローン減税〉

もし、新築住宅の営業担当者が、新築住宅と中古住宅で購入を悩んでい

るお客様に対して「住宅ローン減税が新築住宅にしか使えない」とお伝えしているとしたら、それは大きな誤解です。

前項でお伝えした通り、既存住宅売買かし保険への加入や耐震基準適合証明書を取得することで、適用築年数（ＲＣ造25年、鉄骨造25年、木造20年）を超える物件であっても減税を受けることができます。

〈不動産売却時にかかる税金〉

不動産を売却して得たお金は、すべてが手元に入るわけではありません。不動産会社への仲介手数料や売買契約書の印紙代、売却した家の住宅ローンに残債がある場合は、抵当権抹消の登録免許税も必要です。

さらに譲渡所得税も課税されます。

ただし、課税されるのは、売却金額に対してではなく、売却益です。不動産を手に入れるためにかかった費用は、取得費として、仲介手数料や印紙代などの売却にかかった費用は譲渡費用として差し引かれます。売却した費用が取得費と譲渡費用の合計より低い場合は、課税されません。

譲渡所得＝収入金額-取得費-譲渡費用

売却した不動産をどのくらいの期間所有していたかによってか税率が変わります。

所有期間	税率	内訳
5年以下	39・63％	所得税30％＋復興特別所得税0・63％＋住民税9％
5年超	20・315％	所得税15％＋復興特別所得税0・315％＋住民税5％

〈減税や控除の特例をうまく利用する〉

所有期間が10年を超えるマイホーム（実際に居住していた家）の場合、軽減税率の特例があります。

譲渡所得	税率	内訳
譲渡所得６０００万円以下の部分	１４・２１％	所得税10％＋復興特別所得税０・２１％＋住民税４％
譲渡所得６０００万円超の部分	２０・３１５％	所得税15％＋復興特別所得税０・３１５％＋住民税５％

また、「３０００万円特別控除」という言葉を耳にしたことはありませんか？

これは、一定の要件を満たせば、譲渡所得課税の特例により、譲渡所得から３０００万円を差し引くことができるというものです。

税額＝（譲渡所得-３０００万円）×税率

※譲渡所得が３０００万円以下であれば税金はかかりません

〈３０００万円特別控除と住宅ローン減税は二者択一〉

マイホームの売却で３０００万円特別控除を利用すると、買い替え先の新居で住宅ローン減税が使えなくなるので、住み替えをお考えの場合は注意が必要です。

また、以下のケースでも住宅ローン減税が受けられません。

・新居に入居した年と、その前の年の２年間に旧居の売却ですでに３０００万円特別控除の適用を受けている場合

・新居に入居した年の翌年から３年以内に旧居を売却し、３０００万円特別控除の適用を受けた場合

このように、不動産取引に関する税制はとても複雑です。知識のあるＦＰや税理士からきちんと説明を受けられる不動産会社かどうか、確認しましょう。

※記載の税制等は２０２１年12月時点の制度であり、将来税制改正などで変更される場合があります。税制の詳細は税理士へお尋ねください。

仲介手数料の値引きや広告料を請求する会社は要注意

家を売却するときに、税金以外でかかる費用は、基本的に不動産会社に支払う仲介手数料だけです。ところが、中には悪い不動産会社もいて、「広告料20万円が別途必要です」「諸費用がかかります」などと仲介前に費用の負担を求める不動産会社があります。不動産会社が手にすることのできる収入は、成功報酬である仲介手数料のみ。その中には広告宣伝等、かかる費用も含まれます。もし、諸経費を別に請求する会社があったら、避ける方が無難です。媒介契約を結ぶ前に、仲介手数料以外の費用がかからないことをきちんと確認しましょう。

もう一つ買主側の話になりますが、住宅ローンの融資事務手数料を請求された場合もお気をつけください。本来、住宅ローンの審査の受付のサポートもすべて仲介手数料に含まれます。

また、仲介手数料の割引を提案する不動産会社と専任媒介契約を結ぶのも止めましょう。先ほども申し上げた通り、不動産会社は戦略を立て、広告宣伝を打ち、オープンハウスなどを開催して一生懸命に売却する相手を探します。それらにかかる費用も仲介手数料に含まれるわけですから、仲介手数料を下げるということは、売却活動を積極的に行わない恐れがあるということです。なかなか売却できず、大幅に値下げしなくてはならない

かもしれません。

私たちは、あなたの大切な不動産を高く早く売却するために、最大限の努力をしています。自分たちの売却活動に自信があるからこそ、仲介手数料をいただくのです。値引きを迫る会社よりも、高く売れるために不動産会社が何をしてくれるかを基準としましょう。

第４章　買取という売却方法

買取とは

不動産の売却は、不動産会社が買主を探して売却する仲介が普通です。しかし、買い手をゼロから探し、成約に至るまでは時間がかかります。その上、やってみないと、すぐに売れるか、半年かかるかわかりません。事情があって、いつまでに売却しなくてはならないという期限がある場合、なかなか売れないととても困ることになります。

買取とは、買主を探すのではなく、不動産会社が直接売主から購入する

方法です。期限までにどうしても現金が必要なときは、業者に買い取ってもらうことで、確実に現金化できます。

買取のメリット・デメリット

買取は、買主を探す時間が必要ないので、すぐに売却できる点がメリットです。期限付きで売却したい人に向いているだけでなく、周辺の人たちに売却することを知られたくない時にも、広告を掲載することがないので、周囲に知られる可能性は低いでしょう。

買い手を探さずに会社が直接購入するため、基本的に仲介手数料が不要

です。ただ、大手不動産会社では、通常、買取をやっていないので、最初から買取を視野に入れているなら、大手不動産会社は避けた方が良いと思います。

彼らに買取を依頼するとすれば、自分で購入するのではなく、他の買取業者に依頼をして、買い取ってもらうことになります。このやり方ですと、不動産会社は買取業者という買主を探して成約する形になるため、仲介手数料が発生するわけです。買取を選択する場合は、自分で直接数社の買取会社に依頼することをおすすめします。

買取のデメリットとして、どうしても、通常の仲介で売却するよりも売

却金額は安く抑えられてしまいます。なぜなら、不動産会社は、買い取った不動産にリフォームを施し、さらに再販して買い手を探すからです。手間と費用がかかるので、買取価格は市場の７～８割程度の金額と考えておきましょう。

また、すべての不動産について、買取りができるとは限りません。再販できないと判断された物件は、買取ってもらえないこともあるので注意が必要です。

買取保証とは

買取保証とは、「専任媒介であらかじめ決めた日までに不動産を売却できなかった場合は、仲介する不動産会社や提携する不動産会社で買い取ります」という約束をすることです。最初は仲介という形で不動産会社と契約し、買主を探してもらいますが、一定期間過ぎても購入希望者が現れなかったら、あらかじめ約束していた価格で買い取ってもらうという仲介と買取の両方を併用する売却方法になります。

ここで、不動産会社の裏事情を一つ。

不動産会社側からすると、仲介でいただく仲介手数料よりも、買取で再

販した方が利益率はずっと高いのです。ですから、中には「買取保証を付けています」と言いながら、最初からあまり積極的に仲介で売却しようとせずに、買取に持ち込もうと考えている業者もいるようです。最初から、積極的に買取の話をする不動産会社には注意した方が良いでしょう。買取保証があっても、どのような販売戦略で仲介してくれるのか、納得のいく売り方をしてくれるかしっかりと話し合うことが大事です。

第５章　福岡での住み替え、不動産売却

アジアの玄関口、福岡はこんな街

福岡市は、福岡県西部に位置する市。福岡県の県庁所在地であり、政令指定都市です。

近畿地方以西の西日本では２番目、東京23区を除いた全国の市でも横浜市・大阪市・名古屋市・札幌市に次ぐ５番目の人口となる約１６２万人を擁しています。九州地方の行政・経済・交通の中心地として、同地方では最大規模の人口の都市。さらに２０１０年以降、政令指定都市の中ではト

ップクラスの人口の増加率と増加数で増え続けており、２０３５年にはピークを迎え、１６７万人に達する見通しです。

官公庁の行政機関や全国企業の支社などが多く存在し、九州地方の中枢管理都市としてだけでなく、情報発信の中心地として、またアジア・世界を含めた国際交流都市として、さらなる発展が期待されています。

特に、最近ではインターネットサービスの利便性向上のみならず、自治体がＩＴやデジタルコンテンツなどのクリエイティブ産業の振興に力を入れていることもあり、福岡県内へ進出する企業は今後ますます増加する見込みです。

その一方で、福岡の博多祇園山笠祭りをご存知の方も多いのではないでしょうか。仁治２（１２４１）年を起源とする７８０年も続く祭で、国指定重要無形民俗文化財に指定されています。昔からの伝統も大事にされていて、新しいものと古いものが混在する街。また、福岡市のすぐお隣の糸島市はリゾート地としても注目されています。英国発グローバル情報誌 Ｍｏｎｏｃｌｅ（モノクル）で「輝く小さなまち（Bright lights, Small City）２０２１」の世界３位に選ばれるほど、海外でも人気がある街なんです。

ちなみに福岡市も、モノクルが２００８年から発表する「世界で最も住

みやすい25都市」で17位として登場し、それ以来、毎年発表されるランキングの常連です。

自然も豊かで都会過ぎず、田舎過ぎず、ちょうど良いバランス感覚のある街、それが福岡でしょう。

住みやすい街、福岡

〈街がコンパクト〉

福岡には、松本人志さんやロンブーの敦さんが福岡の街をいろいろ歩いて、良いところを紹介していく番組が人気です。それくらい福岡には魅力

的な場所がいっぱいあるんです。そして、10km圏内に天神や博多などの繁華街が集まっていて、街がとてもコンパクトな作りの上、街中を西鉄バスなどの路線バスが縦横無尽に走っています。実は福岡という街は鉄道よりもバスが交通の主軸で、バスを利用すれば博多駅から5分ほどで福岡空港にも行けるというアクセスの良さ。高速道路も整備されていて便利です。

余談ですが、よく物件情報の概要に「〇〇駅から徒歩10分」などと書かれていますが、福岡では実際の暮らしに当てはまらないことが多いです。福岡の場合「△△バス停より徒歩1分」という表示の方が現実的。これは地元をよく知った不動産屋でないとわからないことかもしれません。

〈災害が少ない都市〉

福岡は気候がよく、地震をはじめとした災害リスクが少ないのも、人気がある要因の一つです。福岡市は世界の住みやすい都市ランキングで上位の常連になっていただけあって、元々快適性と安全性には定評がありました。国内では首都圏よりも地価上昇率の高い四大地方中枢都市圏の一つとして注目されていましたが、その評判にさらに拍車をかけたのが２０１１年の東日本大震災の時です。東北地方の甚大な被害に加え、温暖化の影響で異常気象が増えて全国で豪雪のトラブル事例が伝えられる中、四大地方中枢都市圏の中でも安全性の高い福岡に人気が集中するようになりまし

た。

近頃は九州地方を豪雨や地震が襲い、幾度かの災害に見舞われましたが、福岡市内に関して言えば、幸いにも大きな被害は受けませんでした。

〈自然との距離が近い〉

福岡市の中心には、大濠公園という公園があり、市民の憩いの場となっています。お子さま連れのファミリーにも人気で、夏には公園の池の周りで遊ぶ子供達の楽しそうな声が絶えません。また、天神近くにある警固公園では、近くで働く人たちがお昼にランチをするにもちょうど良い場所。そして少し足を延ばすだけでお隣の糸島市や北九州市では、ビーチで海水

浴や、平尾台でハイキングを楽しめます。

都会にいながら自然を感じられるところは、コンパクトな街、福岡らしい光景でしょう。

〈人が優しく、食事が美味しい〉

情に熱く優しい人間が多いのも福岡の特徴です。また美人が多い街としても知られています。そして博多ラーメンや明太子、水炊きやもつ鍋など、食べ物が美味しいことも特筆すべき点です。

普段の生活でも、スーパーではとても鮮度の高いお刺身や野菜が東京よりもずっと安く手に入ります。食費を抑えられるということは、暮らしや

すさにもつながるでしょう。

これからさらに価値が高まる予感

福岡は関東や東北など、県外からの移住者が増えています。そのため、福岡の地価は高騰していると言えるでしょう。私は、福岡の利便性や、リモートワークなどによる本社機能の地方分散、都会からの地方脱出組が増えている現状を捉えると、今後も地価が下がることはないというのが私の考えです。

企業が福岡に拠点を移す需要が高まっていて、帝国データバンクによる

と２０２０年度では、福岡県へ転入した企業は53社、転出した企業は41社となり、２０１７年以降４年連続の転入超過となっています。企業の転入とともに、住宅の需要も増え、近頃の不動産事情は、築浅のマンションが新築時の価格より高く売れる事例も見られるほどです。バスを使えばすぐに福岡の中心地にアクセスできるので、近隣の県も１時間以内の通勤圏内として注目が集まっています。

また、アジアの玄関口として、福岡空港は滑走路を増設していて将来的に国際便が増加予定です。アジアへのアクセスの良さは海外にも人気があります。

福岡市内・近隣地域の物件売却をお考えになるのであれば、まさに好機と言えるのではないでしょうか。需要が供給を上回る状況が続いています。

おわりに

私がこの本を読んだ読者様に一番知っていただきたいこと。それは不動産の売却には、不動産会社の選び方が重要だということです。

査定価格の高さだけで選んではいけません。高い価格を出そうと思えば、誰でも、いくらでも出せるのです。しかし、根拠のない高値は、結局値下げせざるを得なくなるであろうことは、本編でお伝えした通りです。

あなたの大切な不動産をどのように売却していくか、戦略こそが大事。そこに各社が持つノウハウ、テクニックが集結されているのですが、どの会社もホームページ上では、詳しいことまで書かれていないでしょう。私

たちもそうです。なぜなら、言ってみれば、どのような戦略を持っているかは、企業秘密であり、誰でも見ることのできる情報として表には出さないからです。

私たちキャッスルハウスは、訪問査定の際には高く早く売却するために独自の工夫を凝らした戦略をご提案いたします。そして、査定価格の根拠をお聞きになった上でご判断ください。

私は、福岡青年会議所理事長を務めていたこともあり、地域振興には情熱があると自負しています。不動産業者として、もっともっと地元福岡を活性化したい。地元に根ざした活動を続けてきたキャッスルハウスは、き

っとどの不動産会社よりも地元を想い、地元のことをよくわかっている自信があります。

今後も今まで通り実需の物件売買に特化し、強化していきたいと考えています。そのために、買主様には、リフォームの提案もさらに力を入れ、中古住宅がいかに魅力的かをお伝えすることに力を注いでいきたいです。それは売主様が安心して売却することにつながり、不動産市場を活発にしていくということになります。

場所が良いところに建っているのは昔からある中古住宅です。

場所の良い中古住宅をリフォームして住むという選択がもっと主流にな

っていけばいいですね。

読者様限定の特典のご案内

書籍をご購入いただいた方に限定の特典をプレゼントいたします。

◆スペシャル特典１　訪問査定のご依頼（３０００円分のギフトカード）

◆スペシャル特典２　ヒアリング査定のご依頼（２０００円分のギフトカード）

※ヒアリング査定とは住宅にお伺いせずに、弊社の事務所など他の場所で対面によりヒアリングを行い、査定することです。

◆スペシャル特典３　机上査定のご依頼で無料お役立ちメール配信（不動産に関する様々な情報やイベント情報などをお届けいたします）

特典の受付フォームはこちら（クリックすると別のウェブページに移動します）

※クリックができない方は次のページのＱＲコードを読み込んでください。

読者限定特典

受付フォーム

前ページの特典受付フォームと

同じ WEB ページに移動する QR コードです

https://forms.gle/9M7tgdWxD1vTWMkA6

■著者プロフィール

出田　正城（いでた　まさしろ）

株式会社キャッスルハウス　代表取締役

宅地建物取引士・賃貸不動産経営管理士・一級建物アドバイザー

父の会社は、私の生まれた年に創業したそうで、今年で42年目を迎えています。私の不動産業（営業）の経験はその父の会社から始まり、２０１１年に株式会社キャッスルハウスを設立し、２０２１年で創業10周年を迎えました。

創業当初は一人でしたので、親の会社の間借りしたデスクから始まり、賃貸の自宅を兼用事務所として、物件の、チラシ作成から配布、オープンハウス、案内、内装リフォームの提案、引き渡しまで、また事務仕事ま

で、全て一人で行ってきました。

私自身が、自ら実需系の不動産売買を一から全て経験したことで、売買を主とした会社を立ち上げてからの10年は様々な環境のお客様との不動産売買の経験を得ました。今この経験を生かして、社員と共にお客様の不動産取引における知恵と安心に繋げていくことが今現在の弊社のサービスとなっています。

お客様の売買ニーズに応えることができる付加価値と他社との差別化付

けた弊社の戦略と安心を提供する不動産取引を目指して邁進してまいります。

売主様向けの仲介業務を中心に、新たな時代に沿った戦略でサポートし、スタッフ一丸となって『より早く・より高く』不動産売却を目指しています。

■会社概要

株式会社キャッスルハウス　代表取締役　出田　正城

住所　福岡市南区西長住３丁目32－19

営業エリア　福岡県エリア

電話　０９２-４０８-１６８１

ＦＡＸ　０９２-４０８-１６８２

ホームページ　https://castlehouse.jpn.com/

設立　２０１１年７月