

Life
Plan
Advisor

一般社団法人
ライフプランアドバイザー協会

News²⁰²³ Letter

2

vol.81

■ 特別巻頭記事

「新築戸建賃貸が再注目!?!」～これからの10年どうなる? Vol.4～

■ 今月のトピックス

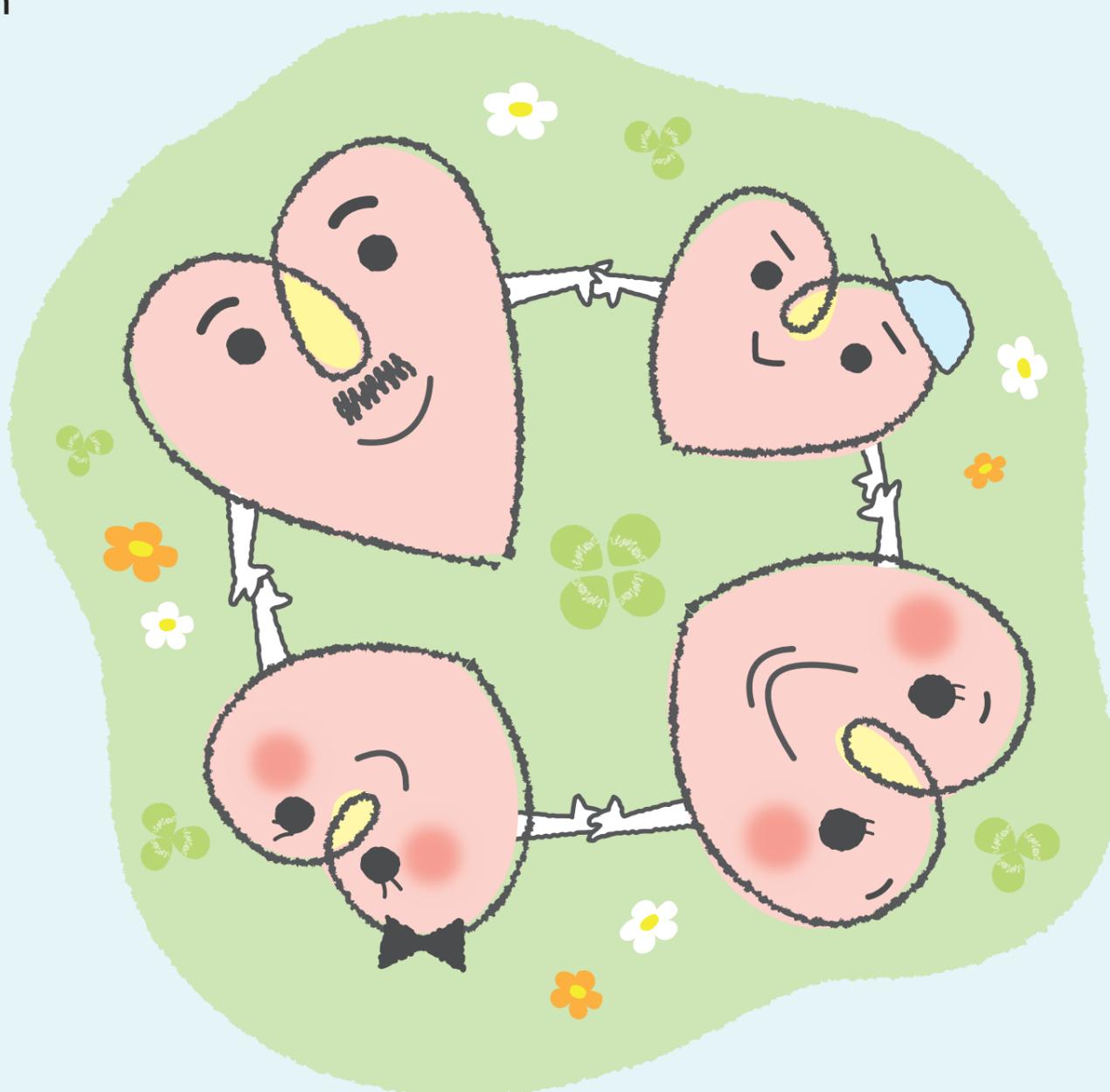
「Z世代という社会構造 VOL.1」

■ お客様向けニュースレター

「変動金利VS固定金利。金利上昇時の住宅ローンの選び方!?!」

■ Information

■ 編集後記



「家族」

特別巻頭記事

「新築戸建賃貸が再注目!？」 ～ これからの10年どうなる? Vol.4 ～

先月号も新しい兆しと言うお話しをしました。
今月号もその続きとなります。今回は「新築戸建賃貸」

10年以上前でしょうか、新築の戸建賃貸が流行ったのは。
流行った?というのはいき過ぎかもしれませんが、F総研さんが全国で
F C チックなことを展開していたことをうっすら覚えています。

これが、1周回って、新しい形で最近注目を集めています。

こんな記事を見つけました。やっぱり不動産系の会社ですが・・・。

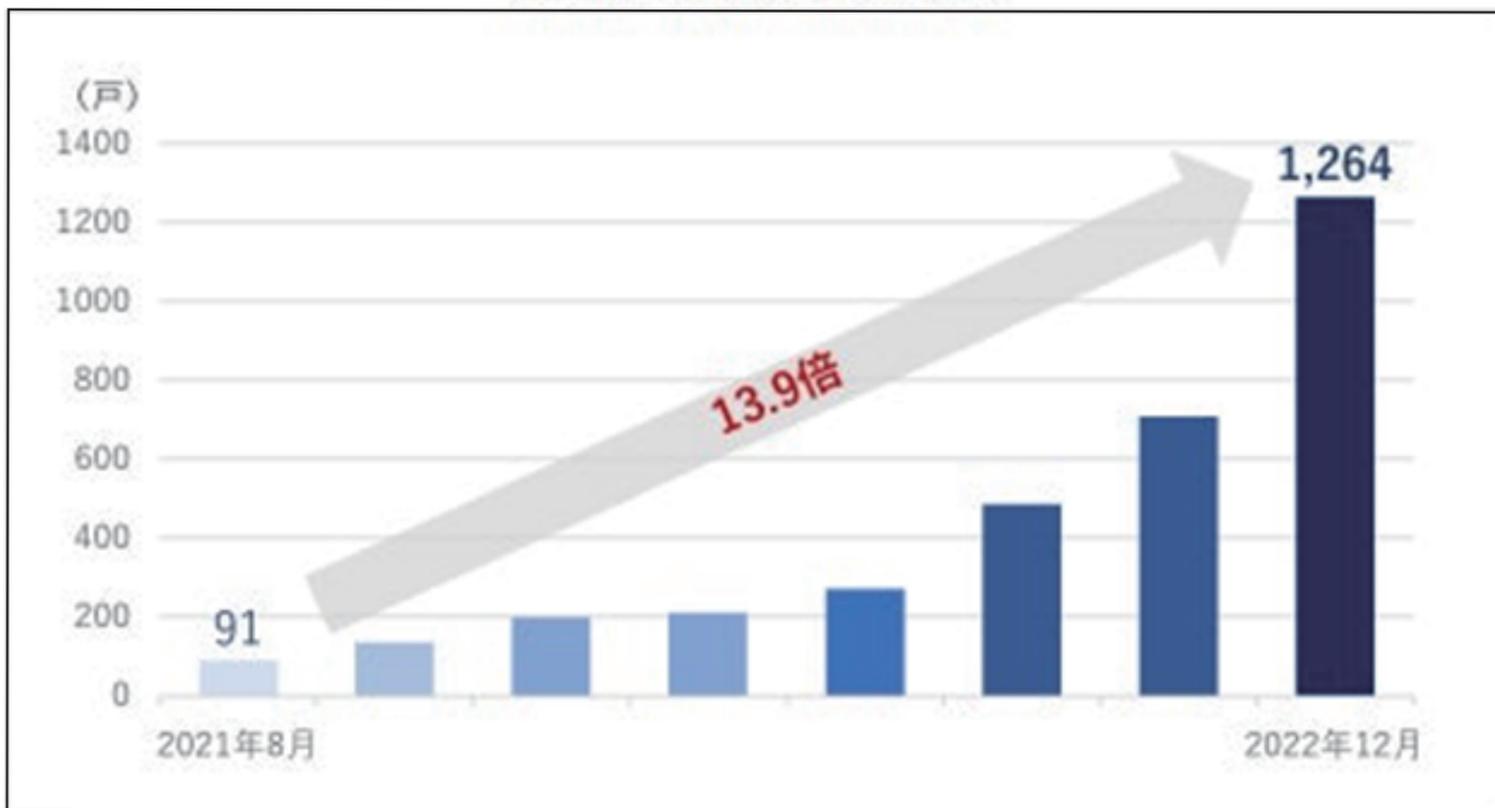
○ 賃貸戸建て派の潜在需要を掘り起こす

不動産ファンドを手掛けるケネディクスが一定の世帯条件を満たす
4000世帯規模のアンケートを複数回にわたって実施したところ、回答者の
77%が賃貸戸建て住宅に居住しても良いとの結果が得られたという。

対象地域は東京都、さいたま市、千葉市、川崎市、横浜市、相模原市で、
世帯年収700万円以上、2人以上の世帯、世帯主が35～54歳を調査対象と
した。このことから同社では、賃貸戸建て市場が未整備なのは、需要サイド
の問題ではなくて、供給サイドの問題であることを実証するとともに、この潜
在需要(未充足ニーズ)を掘り起こすことで商機は大きいとみている。

少子高齢社会、人口減少という社会構造の大きな変革により、住宅スゴ
ロクも様変わりした。最初は賃貸住宅に住み、分譲マンションを買い、それ
を売却して庭付き戸建て住宅を購入して終の棲家とする、という人生スゴ
ロクは崩れている。

< 「Kolet」 累計投資戸数の推移 >



終の棲家を分譲マンションにする人や、好きなときに好きな場所に住みたいという生涯借家派、コロナを経験して移住する人、テレワークの定着で地方に複数の拠点を持ってワーケーションをする人など住まいの選択肢は広がっている。この選択肢の中に賃貸戸建て住宅が成長産業として入り込める機会は大きそうだ。

ケネディクスは、この視点から賃貸戸建て事業を本格化している。

新しいライフスタイルの発信と定着を目指してレントハウス・ブランド「Kolet (コレット)」を展開し、今年6月末時点で486棟・約199億円を投資済みである。

年内に累計投資棟数1200以上(資産規模500億円)を見込んでおり、来年以降も1年間に400億～500億円規模での投資を予定。中期的には約2000億円まで資産を増やしていく計画だ。

同社が取得済みのリーシング状況を見ると、世帯年収は600万～1600万円と幅広く、30代と40代の2～4人家族が大半を占めている。

スマートホーム対応
次世代レントハウス「コレット」

Kolet

住まい選びの悩みは、2つの「if」
「もし」と「もしも」で、できている。

「もし」子どもが増えたら、
転勤になったら、街になじめなかつたら、
「もしも」もっと広い家に住めたら
スマートホームに暮らせたら、趣味が増えたら、

不確実な時代に自由を、
新たな時代をあなたらしく。
賃貸マンションのように便利に、安全に、快適に。
持ち家のように広く、快適に、気兼ねなく暮らせる。
住宅選びの悩みと希望、そのすべてを解決する。
戸建を借りる、あたらしい暮らしがはじまる。

戸建で、賃貸で、
Kolet で、スマートホーム。

「スマートホーム」ってご存知ですか？
スマートフォンやセンサーで設備を操作する「便利」「快適」に加え
セキュリティや見守りなど「安心」な暮らしを実現するのがスマートホーム。
デバイスを設置し、アプリをダウンロードしたその日から
今より快適で安心な暮らしが始まります。



先月号の「家賃を払えば、家が手に入る」という新しい賃貸の形をご紹介します。

その時もお話しましたが、「家をご注文いただいて、建てて、引き渡す」今までのビジネスモデル。

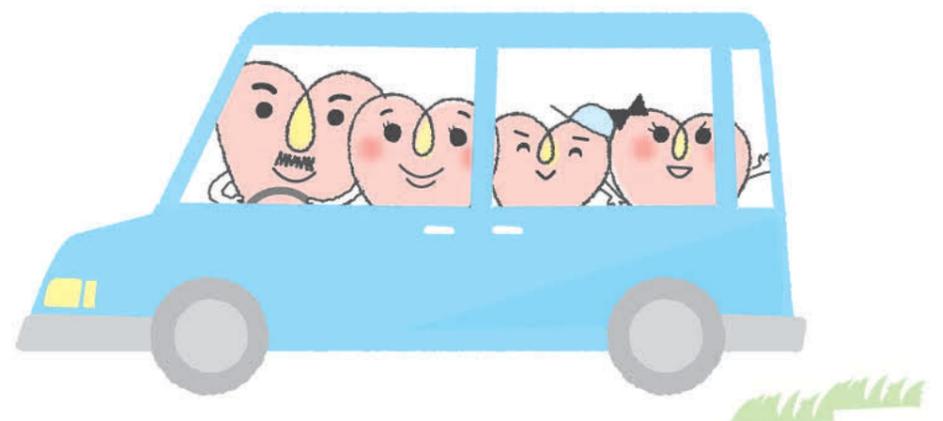
しかし、世の中に家が余り始めている。
実家の家がある。土地もある。
さらに、同じ場所に定住するという意識も変質してきました。

子育てのための家という概念が低減して来たころから、市場が望む「家」の持ち方と、供給側が提供する「家」の持ち方にギャップが生まれ始めてきました。

ギャップが生まれているところに、新しいビジネスモデルが生まれます。
繰り返すようですが、今回ご紹介したモデルが成功するかどうかはわかりませんが、どこかで「新しい当たり前」が生まれます。
そして、今までの当たり前が淘汰されていきます。

墓石業界は、「墓じまい」が一般化して、納骨堂や樹木葬という永代供養付きの石をほとんど使わない供養先が増えてきました。
お墓の建立件数は、この10年で半分以下になっています。

住宅業界も同じようなことが、この数年で絶対に訪れます。
業態の変化も含めてアンテナを立てておく必要があります。



今月のトピックス

「Z世代という社会構造 VOL.1」

最近やたらに耳にする「Z世代」いったい何者なののでしょうか？
と同時に、ここまで取り上げられるのはなぜでしょうか？

○ Z世代とは？定義・年齢

消費世代の区分のひとつとして定義させる「Z世代」。
1996年ごろから2010年ごろまでに生まれた人のことを指します。
2023年時点では、10代～20代半ばの人が当てはまります。

消費傾向の異なる各世代に名前が付けられるようになったのは、アメリカで1960～70年生まれの世代を「ジェネレーションX」と呼んでいたことがきっかけです。それから約10年単位で生まれる次の世代をアルファベット順に並べ、Y世代の次をZ世代と呼ぶようになりました。Y世代が「ミレニアル世代」ともいわれるため、「ポストミレニアル世代」と表現されることもあります。

日本では、今までも「団塊世代」や「新人類世代」なんていう世代定義は今までもありました。

これはあくまでも、日本独自の価値観や消費傾向の違いによる世代観を表したものでしたが、「Z世代」については、全世界共通の世代観です。

つまり、世界で初めて、共通の世代ネーミングがついたことになるのです。
ちなみにこの事実こそが、この世代の特長と言っても過言ではありません。

○ Z世代の6つの特徴

Z世代の特長を6つに分けてご紹介したいと思います。特に前半3つが、世界で初めて共通の世代観を作った理由であり、後半3つはそれがどんな変化をもたらせたのかを表していることだと思ってください。

※6つの特徴については、

「PR TIME MAGAZINE2022.6.1 広報担当者が知っておきたいマーケティング」より抜粋

特徴1. スマホネイティブ

1つ目の特徴は、「スマホネイティブ」です。初代iPhoneが日本で発売されたのが2008年であり、現在20代中盤のZ世代は12歳前後でスマホに慣れ親しんでいます。そのため、初めて使用した携帯が「ガラケー」ではなく、スマホである人が多い傾向があります。

特徴2. デジタルネイティブ

2つ目の特徴は、「デジタルネイティブ」です。これはY世代であるミレニアル世代の一部にも当てはまることですが、10代でインターネット環境が整備されていたため、日常的にさまざまなインターネットサービスに触れながら成長してきた傾向があります。

10代前後でスマホやパソコンなどを手にしていることもあり、デジタル機器を使いこなしている人が多いのも特徴です。ミレニアル世代と異なるのは、Z世代は生まれた時点でさまざまなデジタル機器がそろっていたこと。そのため、もっともデジタルネイティブに近い存在ともいわれています。

特徴3. SNSネイティブ

3つ目の特徴は、「SNSネイティブ」です。スマホの普及とともに利用が拡大したのが、Twitter・Facebook・InstagramなどのSNS。そのため、Z世代はSNSネイティブでもあり、各SNSを使いこなして情報収集を行ったり、知人とコミュニケーションを取ったりしています。

Z世代を対象にある会社が実施した情報や人との接し方に関する調査結果によると、1日の利用時間が長いのはYouTube。1日に1時間以上視聴しているZ世代は多く、ほかにも、InstagramやLINEも普段から使っているSNSのひとつです。2017年に日本でリリースされ、総ダウンロード数が伸びているTikTokは、Instagramに次いで若い世代によく見られているSNSです。

○ 世界が同期された初めての世代

ここまでの3つでお分りの通り、「Z世代」は初めて物心ついたときから情報の「同期」が日常な世代です。

この世代には「情報」における国境や人種の隔たりがありません。韓国人インフルエンサーのインスタをフォローし、アメリカ人ユーチューバーの動画を見る。そんなことが日常の世代です。

特徴4. コスパと並び「タイパ」を重視

4つ目の特徴は、払ったお金に対してどれほど効果があったかを示す「コスパ(コストパフォーマンス/費用対効果)」と同様かそれ以上に「タイパ(タイムパフォーマンス/時間対効果)」が重視されている点です。

ここ数年、Z世代が重要視する価値観として取り上げられ、「タイパ」「タムパ」などの略語が使われるようになりました。

お金と同じように、自分が使う「時間」の価値を大切にする考えで、短時間で満足感を得られる「タイパ(タムパ)が高い」モノやコトの消費がさかんな傾向にあります。

「SHIBUYA109 lab.」がZ世代を対象に行った映像コンテンツの楽しみ方に関する調査によると、「あなたはタイムパフォーマンスを重視しますか」との問いに85%が「重視する」と答えました。

動画を「倍速視聴」する人は48.6%、「スキップ再生(映像を飛ばしながら見る)」は51.5%と約半数を占めており、コンテンツ消費のあり方も「タイパ(タムパ)」重視であることがうかがえます。

特徴5. 自分にとっての価値を重視した消費行動

5つ目の特徴は、自分の価値観を重視した消費行動です。Z世代はブランドや商品の知名度よりも、自分にとって価値があるものにお金を使う傾向があります。

3社が共同運営する「Z世代会議」が若者の価値観やライフスタイルに関して行った調査によれば、価値観やライフスタイルに関する上位10項目のうち、2位に「自分が気に入れば有名ブランドの商品でなくても良い」という項目が入っています。男女ともにこの項目が上位にランクインしていることから、「自分が価値を感じたものを購入する」という特徴が読み取れます。

特徴6. 社会課題への関心が高い

6つ目の特徴は、社会課題への関心が高いことです。

Z世代の多くが小中学生だった2011年には東日本大震災があり、昨今ではSDGs(持続可能な開発目標)に関する情報が日常的に見られます。

これらの実情から、災害や社会課題について考えることは当たり前という認識が強い傾向があります。

高校生を対象にSDGsに関する意識調査を行った「渋谷トレンドリサーチ」によると、SDGsの17の目標のうち、5「ジェンダー」や10「不平等」、1「貧困」などに強い関心を示しています。

ジェンダーに関してまとめた「SHIBUYA109 lab.」の調査でも、LGBTQ+に関しては、同世代に比べ、親世代や社会・政府の理解が足りないと感じているようです。Z世代はジェンダーの多様性を重視しており、課題意識も持っていることがうかがえます。

○ 「情報の同期」は、価値観と行動を変える！？

世界が同期したことにより、価値観が世界標準になってきた世代。それが「Z世代」の特徴だと言われています。

しかし、これは実は「Z世代」だけの特徴ではありません。新型コロナの蔓延という世界共通の危機に、外出自粛を強制された人類は、ネットを經由して「同期されたのでは？」という経済学者がいます。

コロナ収束後に起こっている変化は「人類の総Z世代化」なのではないか。そう思うと合点がいくことが多いような気がします。

これからもう少し「世界で情報が同期した」という観点からZ世代を追いかけてみたいと思います。

お客様向けのニュースレター素材としてご活用下さい！

「変動金利VS固定金利。金利上昇時の住宅ローンの選び方!？」

昨年年末にサプライズの実質的利上げを発表した日銀。その影響は、もちろん住宅ローンの金利にも強く及んでいます。



金利政策の変更の1ヶ月前までは「金利を上げることは数年間あり得ない。」という発言を繰り返してきた日銀の発表は、サプライズとしか言いようがありません。

お陰で、年明けから住宅ローン金利に関する記事がネット上では多く投稿され始めました。

「変動金利は危ない」「10年固定金利急激に上昇」など、これから住宅購入を考えている方にとっては、どれも不安になる情報ばかりです。

「いったいどうすればいいのだろうか?家を買うの自体を諦めた方がいいのか?」そんなご相談も年明けから急増しています。

今回は、金利上昇時期の住宅ローンの選び方についてお話していくことにしましょう。

「長期金利」と「短期金利」

金利には「長期金利」と「短期金利」の代表的な2つ金利種類があります。

「長期金利」とは、金融機関が1年以上のお金を貸し出す際に適用する金利のことで、代表的は指標として10年物国債の金利が挙げられます。主に15年固定や10年固定などの、住宅ローンに大きな影響がある金利です。

一方「短期金利」とは1年未満の金利をいい、日銀が銀行に貸し出す金利である政策金利が主な指標となっています。

住宅ローンで言えば「変動金利」に影響を及ぼすのがこの「短期金利」というわけです。

そして、今回金利が上昇したのは「長期金利」。つまり、住宅ローンで言えば「固定金利」。

「短期金利」は上がっていないので、「変動金利」は全く変化していません。

2023年1月の住宅ローン金利		
	2022年12月	23年1月
全期間固定型 (フラット35)	1.650%	1.680% (+0.03) 
当初10年固定型 (メガ銀行の平均)	1.167	1.413 (+0.246) 
変動型 (ネット銀行の平均)	0.438	0.438 (±0) 

(注) 1月の()内は前月比、10年固定、変動型はMFS調べの主要行平均

特に、今まで銀行で販売されていた住宅ローンの中では主流だった「10年固定金利」が大幅に上昇しました。

結論は2択。

「10年で完済できるなら変動金利、そうでなければ全期間固定金利。」

結論から言えば、今すぐに「変動金利」の住宅ローンが上昇することはありません。当面は「10年固定が上がり、全期間固定金利が少しずつ上がる」という展開になります。

問題は「変動金利がいつ上がり始めるのか？」これが読めません。今回のようにサプライズで今年上げて来るかもしれませんから。しかしながら、仮に上がったとしても今の固定金利の金利水準まで上昇するには、7、8年の年月はかかると考えられます。と考えれば、10年以内ローンが完済できるだけの貯蓄をすることができるのであれば、変動金利を利用してローンの支払いを抑え、貯蓄を増やすことはありかもしれません。あくまでも貯蓄を増やすための作戦ですから、ただ返済が少なくなるから「変動金利」という考え方は危険です。むしろ、「貯蓄が苦手という方や20年以上かけて返済する」という方は、今までの金利が低いうちに全期間固定金利を選択してください。

10年固定はあり得ない。

10年後、今より「長期金利」が上昇していることがほぼ間違いない状況で「10年固定金利」でローンを借りることはありえません。

金利が上昇していく局面で、もっとも借りてはいけないのはこのタイプです。

どちらにしても私たちとして、今までに経験したことがない時代に突入します。用心して検討してください。

ファイナンシャルプランナー 岡崎 充輝
年間 100 件以上のローン相談・保険の相談、
年間 20 回以上のセミナーを行う資金計画の専門家。
執筆本に「住宅ローンの相談を銀行にしているはいけません」
「知らないとヤバイお金の話」等があり、
累計発行部数 43 万部以上のベストセラーに。



Information

- ニュースレターは協会ホームページにアップしております。
URLは以下になります。ご自由に閲覧・ダウンロードください。
https://www.lifeplanadvisor.or.jp/members_downloadpage

編集後記

今年の大河ドラマは徳川家康が主題です。ふくよかなイメージのある家康を、ジャニーズタレントの松本潤さんがどう演じるのか楽しみでもありますね。

子どもの頃は信長・秀吉の築いた天下を後からもぎ取った印象が強く家康を好きになれませんでした。家康の苦勞人っぷりを知ると見方は変わりました。

幼少期～青年期は今川氏の元で人質生活、武田信玄に敗北し屈辱を味わう、織田信長の圧力で正室と長男を処刑、豊臣秀吉の命令に逆らえず生まれ故郷を離れ未開の地(後の江戸)を開墾と、常に我慢を強いられてきました。

家康の凄さはこんな人生を送りつつも、犠牲を払うときは払い生き残り続けてきたことにあると思います。生き残るたびに強くなっていくのですから、後に豊臣が滅ぼされたのは家康を潰しきれなかった失策の結果とも言えます。

武田信玄に大敗北した三方ヶ原の戦いでは、家康は死の恐怖に直面し漏らしてしまったという逸話がありますが、果たしてジャニーズアイドルにその部分を演じさせるのかが個人的に興味があります。ちなみに漏らしたのは大の方です。

本ニュースレターの全ての情報は、著作権法により保護されています。この情報を、一般社団法人ライフプランアドバイザー協会の許可なく一般公開してはならないものとします。一般公開とは複製・コピー・出版・講演・コンサルティング活動・電子メディア等による配信・オークション等への出品、転売等のあらゆる形式を指します。これに違反されますと、法的措置を取らせていただく場合がありますので取扱いには充分ご注意ください。

発行

LifePlanAdvisor

一般社団法人

ライフプランアドバイザー協会

株式会社ヘルプライフオカヤ TEL 0584-47-7121
〒503-0906 FAX 0584-47-7122
岐阜県大垣市室町1-55 WEB lifeplanadvisor.or.jp