

Life
Plan
Advisor

一般社団法人
ライフプランアドバイザー協会

News²⁰²⁵ Letter

6

vol.109

■ 特別巻頭記事

「これから5年の新築戦略Vol.3」

■ 今月のトピックス

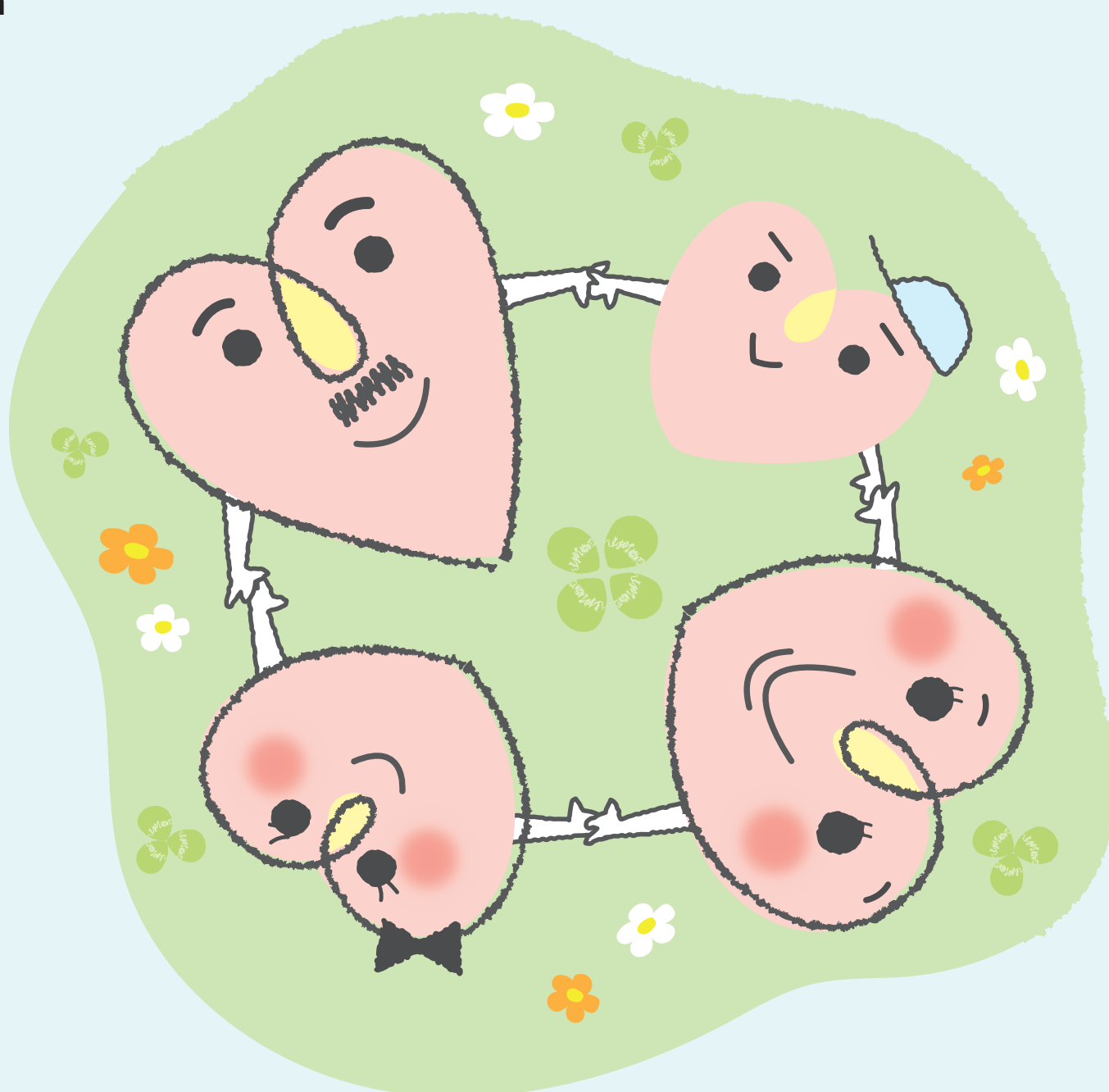
「Z世代が変える住宅ローンの常識」

■ お客様向けニュースレター

「60代からの家づくり!？」

■ Information

■ 編集後記



「家族」

特別巻頭記事

これから5年の新築戦略Vol.3
～「60歳からの家づくり」～

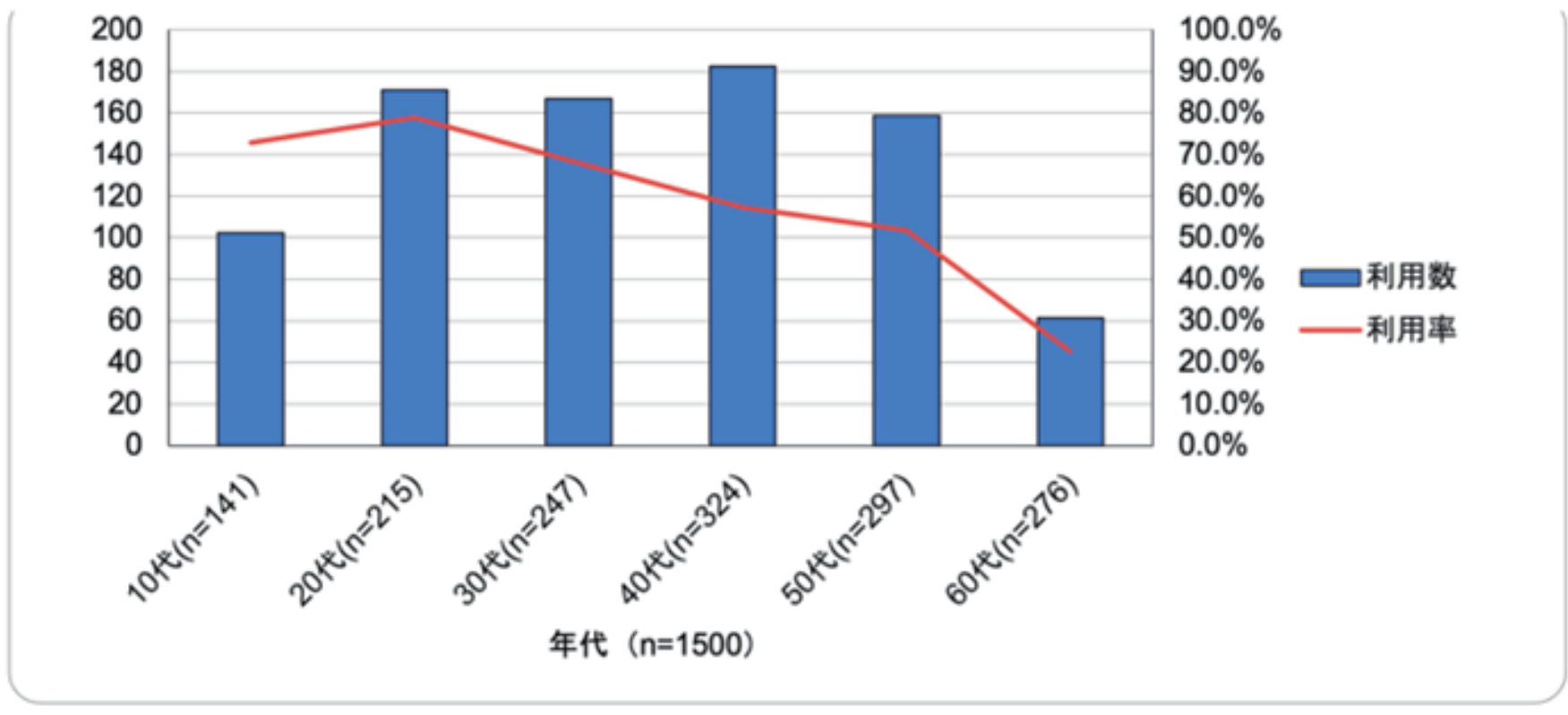
○インスタの高年齢化

工務店の集客媒体はすでに「SNS」が主流となって久しい。
しかし、そのSNSでの集客が半年前ぐらいから芳しくないという声を聞き始めている。

その原因の一つが、インスタの高齢化。

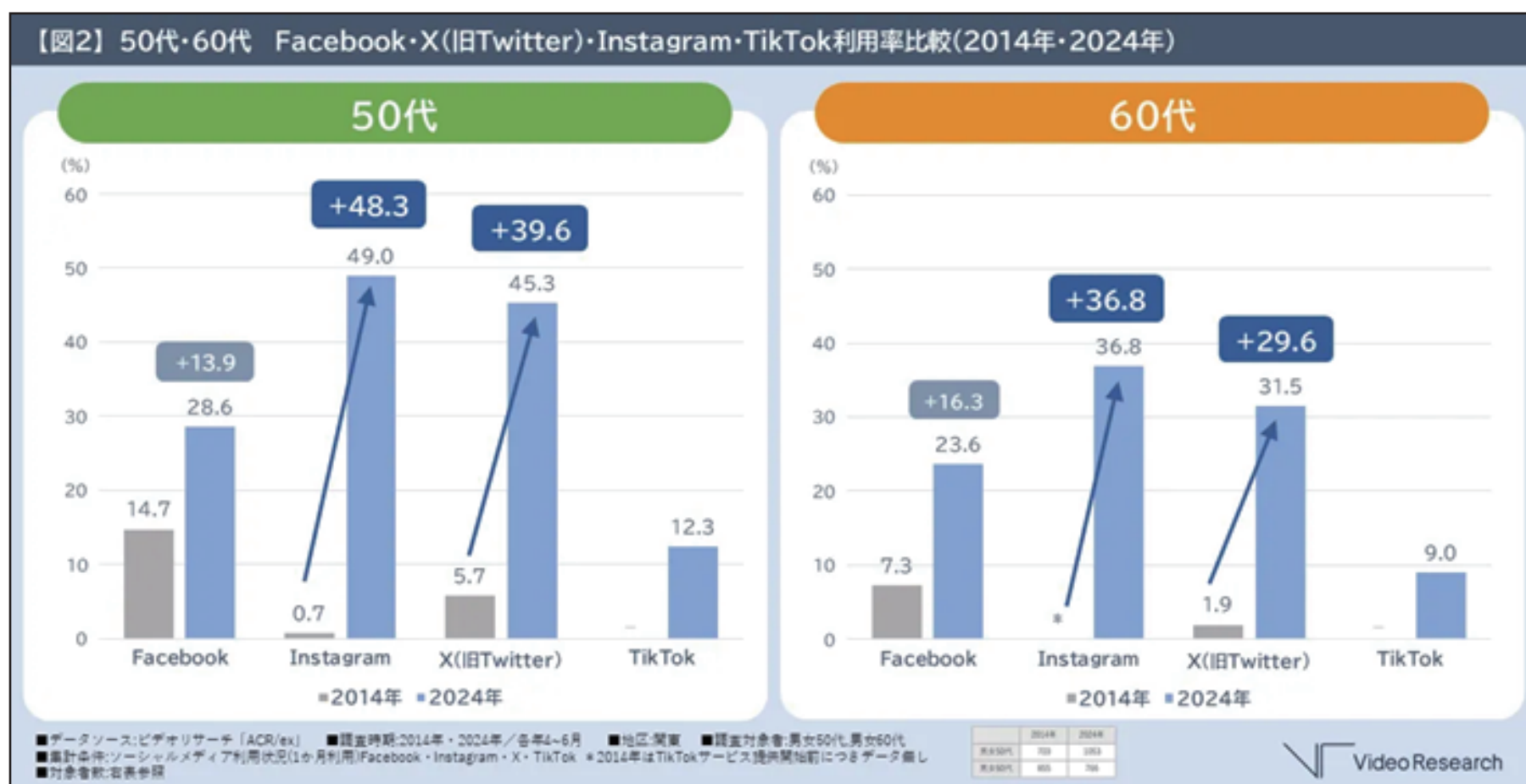
・ Instagramの年代別利用数・利用率

Instagramの国内アクティブユーザーは6,600万人（2023年12月時点）とXとほぼ僅差のユーザー数であることが公式発表されています。全世界で16億5000万人のユーザーを有している。



利用率は20代がトップだが、そもそも人口ボリュームの多い40代が利用者数はトップ。

つまり、インスタの利用者数の半数以上が40代以上となった。



しかも、その急増ぶりが際立っている。

広告という、どの媒体においても、まだ媒体慣れしていない「新しく流入してきたユーザー」が最も反応がいい。

そのことから考えても、今もっともSNS広告で反応がいいターゲットは50代・60代だということになる。

さらに、この世代は、Z世代と比べものにならないほど、広告適正が高い。つまり「広告で集客できる層」だと言える。

対局的なZ世代へのマーケティングは広告のような即効性のあるマーケティングは通用しない。

広告よりも投稿などを積み重ねていく方法になる。

そう考えるとZ世代を中小企業が相手にするにはハードルが高いとも。

森下代表に、姫路にある老舗中の老舗なおでん屋(カウンターだけの)に連れて行ってもらった。女将さんは70代後半。おっさんの私でも入りづらいようなお店だ。

しかし、そこに平気で20代のZ世代は飛び込んでくる。私と代表、親子連れ以外は、来る客来る客Z世代ばかり。

宣伝とかではなく、本物を発見するのが楽しい世代なのである。
もちろん住宅のような金額が高い買い物は、「おでん屋」のようにいかないと思う。(もちろんおでん屋の女将さんもZ世代を狙っているわけでもないし)

しかし、デジタルネイティブなZ世代への住宅マーケティングは「情報量」「情報の質」である程度圧倒しなければ、かなり難しい。

そう考えると、中小工務店のターゲットをもう一度「シニア」と考えてみることはできないのだろうか？

子育てが終わった夫婦。バツイチ同士の夫婦。単身者。
結局「家」が欲しいのは年代ではなく、昭和生まれ。つまり団塊Jrまでの世代なのではないだろうか？

家は文化的なものだから、生まれてきてからの環境や教育・漫画・映画・娯楽に大きく影響されている。

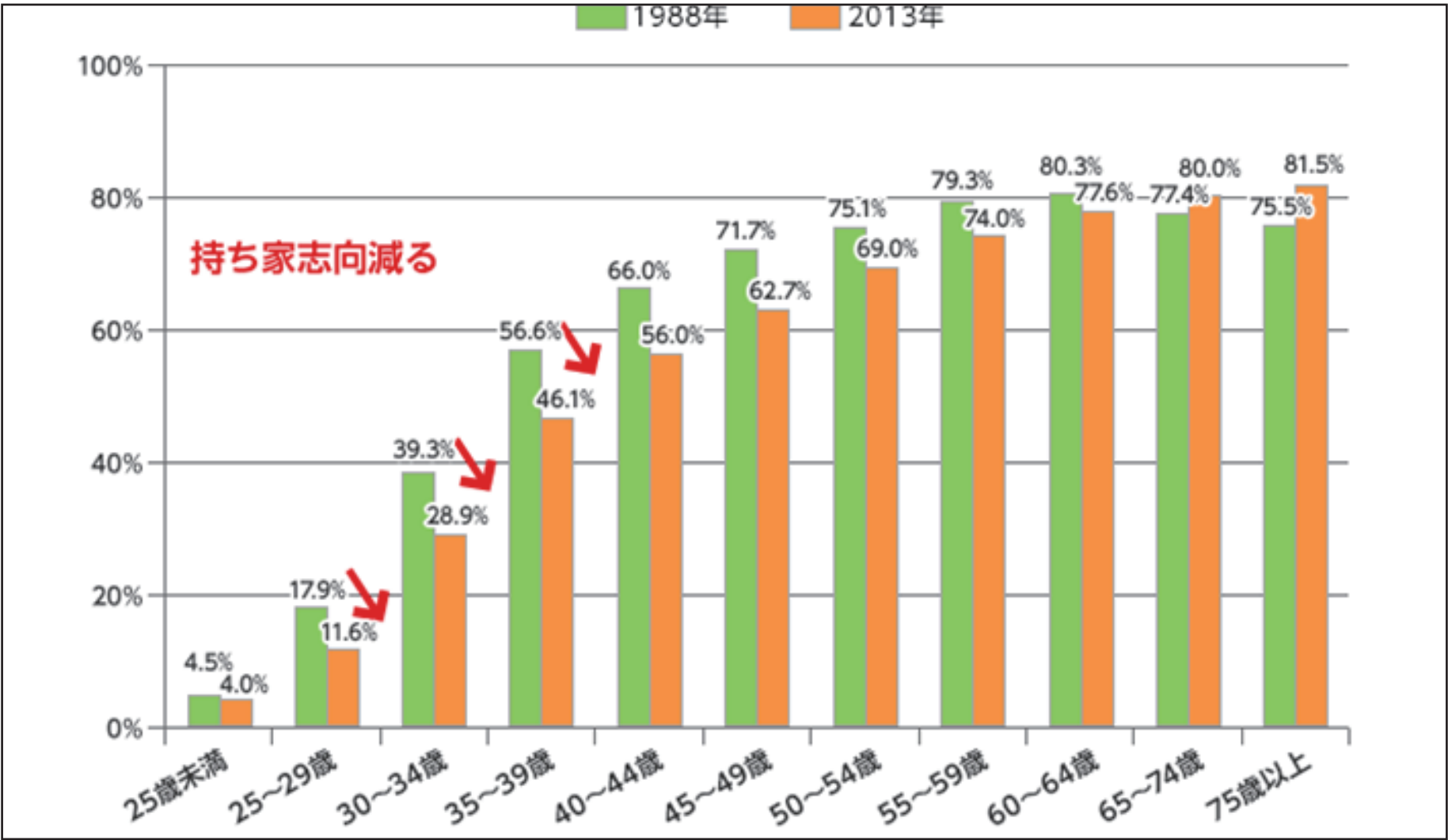
団塊Jrまでは「家」が好きなのではないか。

大きなマーケットではないが、シニアの住宅マーケットに、アクセスできないのか？

さらに、こんなデータもあります。
実は、日本の持ち家比率は30年前に比べて下がっています。

理由は定かではありませんが、察するに家族形態の変化が原因でしょう。

つまり、結婚しない単身者の増加、離婚等でシングルになる人の増加や子どもがいない夫婦の微増などにより、持ち家ではない選択をする世帯が増えているのかもしれませんが。



最新のデータでも、50代でも30%以上の世帯が持ち家ではありません。

				総 数	持 家	持		非 持 家						
		自分 が 購 入 し た 家 屋 ・ マ ン シ ョ	相 続 ま た は 贈 与 を 受 け た 持 家			同 居 し て い る 家 親	民 間 の 賃 貸 ・ ア パ ー ト 、 借 家		公 団 公 営 の 賃 貸 ア パ ー ト	官 舎 、 社 宅	間 借 、 そ の 他			
					%	%	%	%	%	%	%	%	%	
全 国					68.9	58.2	10.7	31.1	7.5	16.5	4.8	1.5	0.8	
(実 数)				(5,000)	(3,445)	(2,909)	(536)	(1,555)	(374)	(826)	(240)	(74)	(41)	
世帯主の 年 令 別	20	歳	代	(171)	29.2	22.8	6.4	70.8	7.6	49.1	8.2	4.7	1.2	
	30	歳	代	(648)	48.5	42.1	6.3	51.5	8.0	31.8	6.5	4.2	1.1	
	40	歳	代	(1,052)	64.3	57.6	6.7	35.7	5.9	21.0	5.9	1.8	1.1	
	50	歳	代	(1,024)	69.8	60.4	9.5	30.2	7.2	15.8	4.7	1.3	1.2	
	60	歳	代	(1,022)	77.0	61.1	15.9	23.0	8.7	9.9	3.3	0.5	0.6	
	70	歳	代	(1,083)	83.4	69.2	14.2	16.6	7.8	4.8	3.7	0.2	0.2	

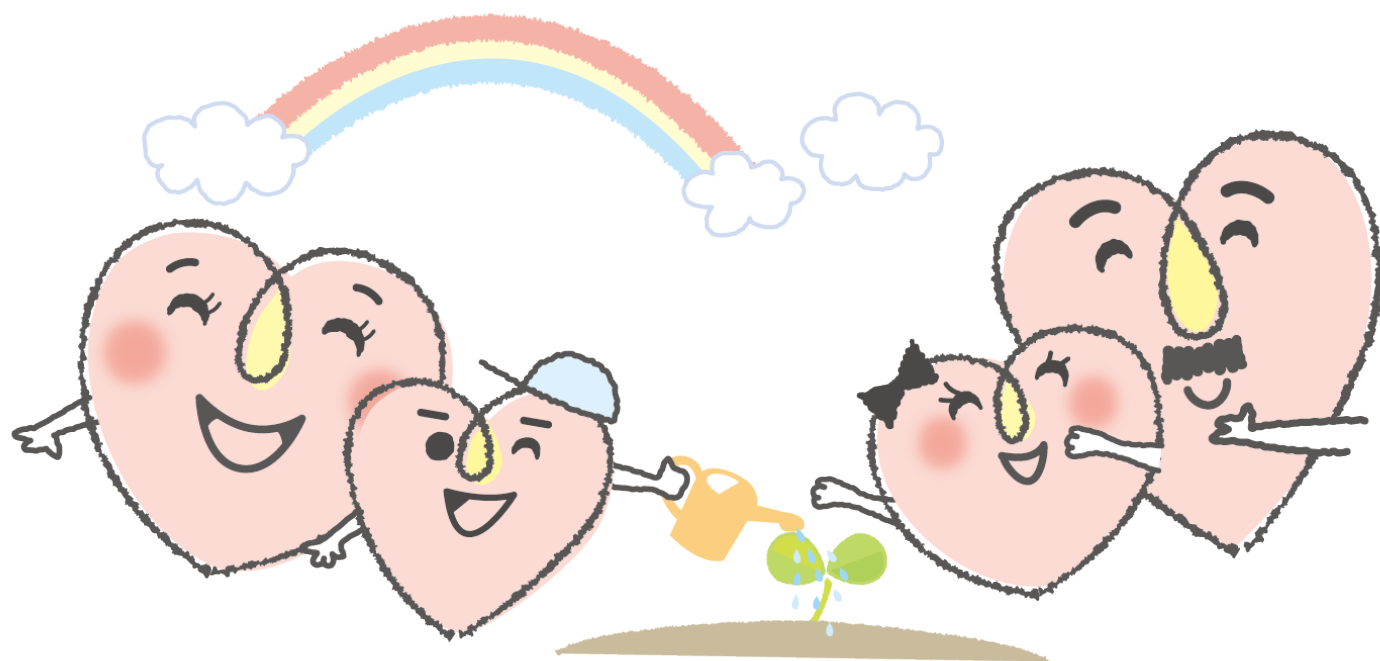
この30%の世帯の大半は賃貸で生活していますが、この先、持ち家の選択は全く無いのでしょうか？

岡崎はそうは考えていません。この世帯の中に、今まで持ち家にするきっかけがなかった人がかなり含まれているのではないかと考えられるのです。

「家は結婚して子どもができてから考える。」という観念が強かった世代は、単身であることや、子どもに恵まれなかったことで家を購入するきっかけがなく50代になってしまった。

その50代が定年を前にして、「やっぱり家が欲しい。」と動きだしている傾向がみられるのです。

次回以降これをテーマにしていきましょう。

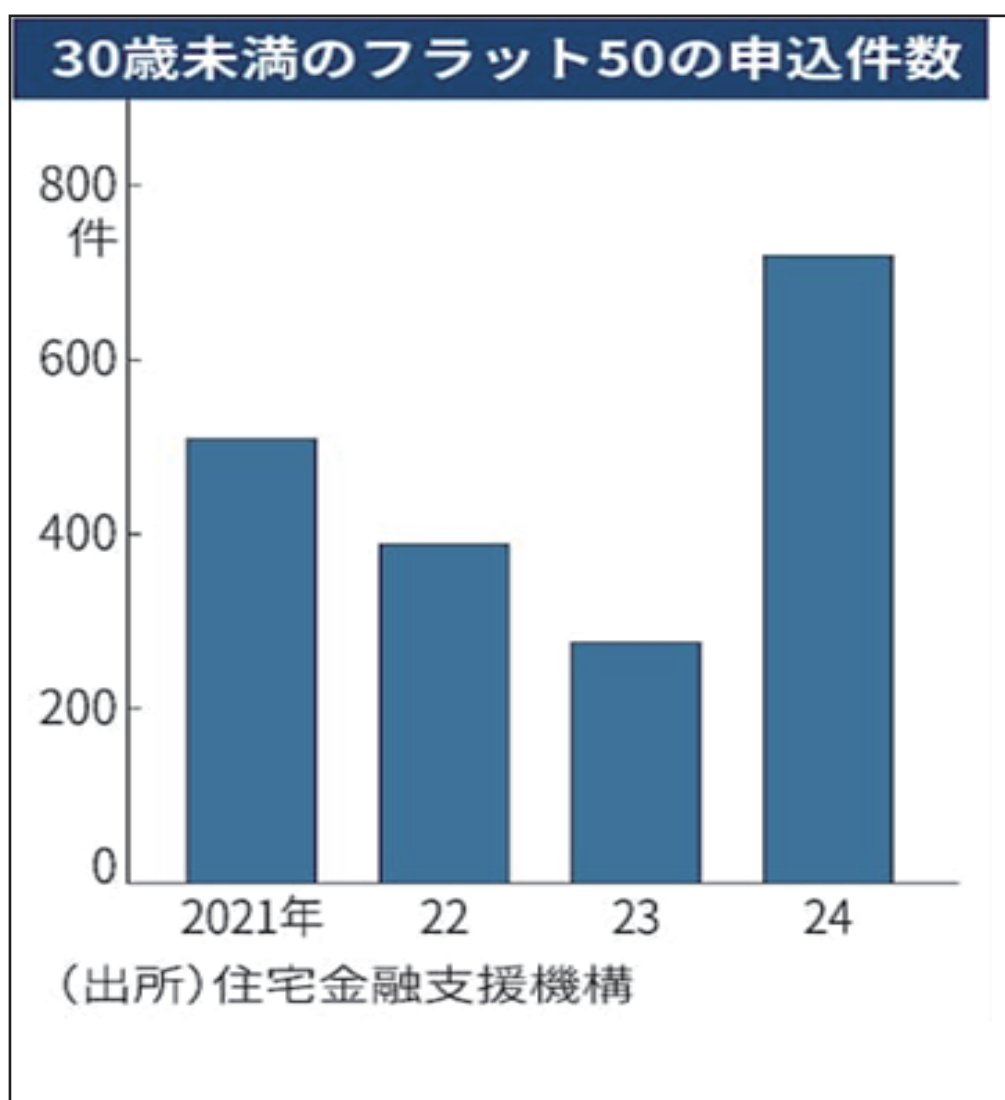


今月のトピックス

「Z世代が変える住宅ローンの常識」

先月のお客様ニュースレターの原稿でも紹介した通り、35年超の返済を望む「Z世代」が増えています。

まず、日経新聞社のサイト記事を一部抜粋したものからお読みください。



Z世代の価値観が、返済まで35年以内という住宅ローンの常識を変えつつある。

一定の条件を満たす住宅を対象に、最長50年まで融資する「フラット50未満の2024年の申請数が719件と、前年の2.6倍になった。

住宅価格の高騰に加え、趣味などのプライベートの充実も重視したいというZ世代ならではの考え方が背景にある。

住宅を買いつつ「趣味に使うお金も確保」

賃貸から持ち家に移った後も可処分所得を一定確保し、余裕のある生活を送りたいというニーズも強い。

2年前に埼玉県桶川市で三井ホームの戸建て住宅を購入した29歳の男性は40年ローンを契約している。月々の返済額は約13万円で、35年で組むよりも月1万～2万円程度抑えられる。「趣味の旅行やテニスにも十分にお金を使える上限額が月13万円だった。生活コストを圧縮してまで借入期間を短くする選択肢はなかった」と話す。

こうした需要に応えるように、最長50年の住宅ローンの取り扱いが増えていく。23年に住信SBIネット銀行がネット銀行で初めて取り扱いを始め、24年には楽天銀行も提供し始めた。auじぶん銀行は25年1月中旬に開始する方針だ。地銀でも、もともと普及している九州・沖縄に加え、東北でも広がりを見せているという。

金融機関にとっても利点がある。住宅ローンは金融商品のなかでも貸倒率が比較的低い。借入期間が長いほど利ざやを稼げる余地が生まれ、顧客との接点も長期に及ぶことから、超長期の住宅ローンを提供する金融機関が増えている。

40年ローンを契約した2人の男性に共通するのは「所得の一部を投資信託などで運用し、成果が出れば繰り上げ返済の原資にあてる」という考え方だ。足元の生活にゆとりを持たせ、市況に合わせてライフプランを変えていくZ世代は、長く返し続けなければならない、返済総額も増える住宅ローンに対しても柔軟な姿勢でいる。

「40年返済や50年返済が当たり前の時代になりそうです。」とお伝えしたのが2年ほど前。
この2年で、完全に当たり前になってきたようです。
この背景には、フラット50の金利の安さにあります。

これは今年3月のフラットの最低水準の金利です。

商品名	融資割合	団信種別（※4）	借入期間	ご融資金利（※1）
MSJフラット35	物件価格の90%以内（※2）	一般	15年～20年（※3）	年 1.550% （※5）
			21年～35年	年 1.940% （※5）
		不加入	15年～20年（※3）	年 1.350%
			21年～35年	年 1.740%

金利は1.94%。

商品名	融資割合	団信種別 (※2)	借入期間	ご融資金利 (※1)	
				当初5年間	6年目～
MSJフラット50	物件価格の90%以内	一般	36～50年	年 1.290%	年 2.040% (※3)
		不加入		年 1.090%	年 1.840%
MSJフラット50 【MAX】	物件価格の90%超 100%以内	一般		年 1.400%	年 2.150% (※3)
		不加入		年 1.200%	年 1.950%

同じ月のフラット50の最低水準金利は、2.04%.

その差「0.1%」しかありません。
0.1%の金利負担で、15年間長く金利が固定できるのであればかなりお得。
という考え方が理由の1つ。

さらに、日本が本格的に金利上昇期を迎えて、なるべく長期間の金利を固定することが安全につながると考える人が増えてきていることがもう一つの理由でしょう。

特に、この1年で1%以上金利がハイペースで上がって来ていますから、そう考える人は多くなっている気がします。

フラットだけではなく、変動金利も35年超を選択するZ世代は増えています。



そもそも住宅ローンは最長25年返済だったものが、35年返済になったのは平成に入ってから、令和は50年返済が当たり前になっていくことでしょう。

資産運用も含め、50年返済の資金計画で他社と差をつけることも考えてみるというのではないのでしょうか。

お客様向けのニュースレター素材としてご活用下さい！

「60代からの家づくり!？」

「家は一生に一度の最大の買い物。」
そう思っている人も多いのではないのでしょうか？
しかし、最近そうでもないようです。

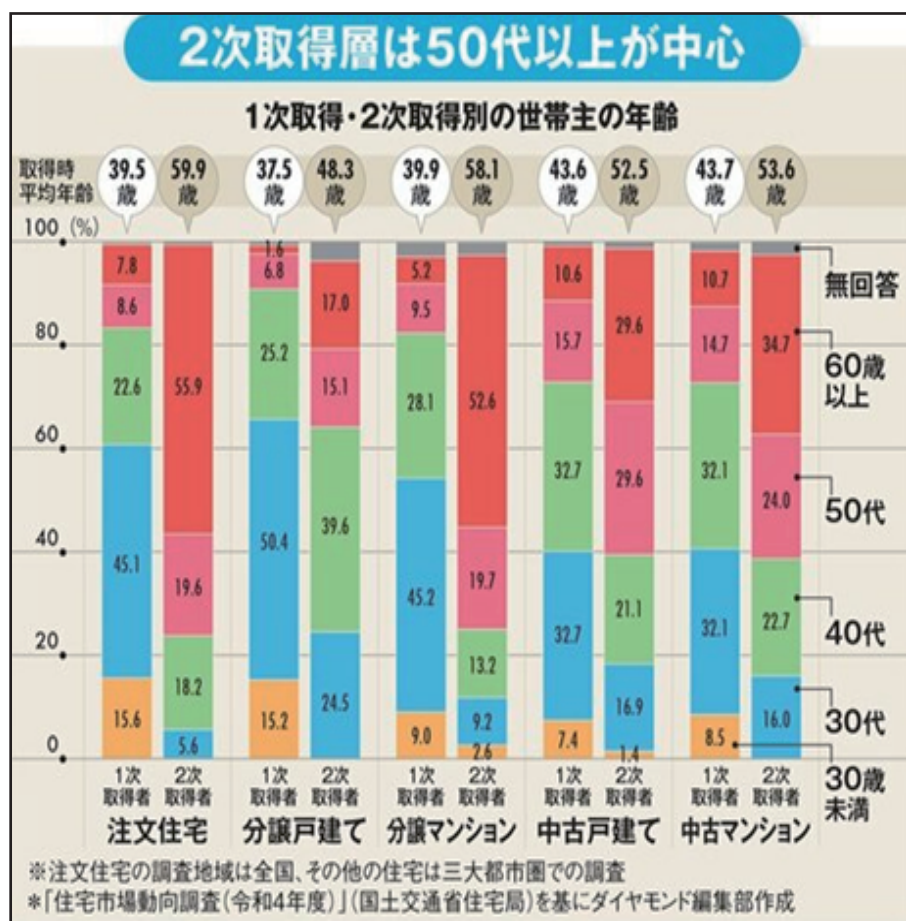
昭和の高度経済成長期には、「住宅すごろく」という言葉がありました。
学生時代、独身時代は寮や安いアパートに住み、結婚したら社宅や賃貸マンションに住み替え、子供の誕生を機に一戸建て住宅を取得して“あがり”というものです。

しかし価値観が多様化し、なにより少子高齢化が進んだ現代では、そうした考えは全く過去のものとなっています。

国土交通省の「住宅市場動向調査(令和4年度)」によると、初めて住宅を取得する“1次取得者”は、全ての住宅形態において30代が最も多い。

これだけ見ると、住宅すごろくは健在のように思えます。

ところが、2次取得者となると全く様相が変わってきます。分譲戸建ての取得では40代が多いものの、それ以外の注文住宅、分譲マンション、中古戸建て、中古マンションについては、60歳以上が一番多いのです。



平均年齢を見ても、注文住宅は59.9歳、分譲マンションは58.1歳。60歳前後が「買い替え適齢期」になっている様子が見えます。

現役時代に住宅を購入し、一国一城の主となって“あがり”ではなく、シニアになってもう一度住み替えをする――。50代から60代にかけて「終の棲家」に思いを馳せるというのは、長寿国・日本の新常識となっているのです。

そんな中、最近話題になりだしたのが、「リバースモーゲージ」

○ リバースモーゲージとは

リバースモーゲージとは、自宅を担保にした不動産担保ローンの一種で、毎月の支払いは利子のみ、債務者の死亡後に自宅を売却して元本を返済する仕組みです。自宅に住み続けながら資金調達できるので、老後資金対策として検討する人が増えています。

中でも、住宅金融支援機構が提供するリバースモーゲージ型住宅ローン「リ・バース60」は、リバースモーゲージの仕組みを活用しつつ、住宅購入やリフォームなど特定の用途に資金使途を限定していることから、老後の住み替えに利用できるのです。

一般的な住宅ローンは、毎月元金と利息を返済する「元利均等返済」や「元金均等返済」が基本です。一方で、「リ・バース60」は、毎月の支払いが利息のみで、元金は債務者が亡くなったときに一括返済する仕組みです。一括返済する元金は、「担保不動産を売却して返済する」か「現金で返済する」かを選択できます。

60歳以降の人生が25年と考えると、老後の棲家を考える方はこの先まだまだ増えそうです。

また、「家は子どもに引き継ぐ財産」という考え方から「子どもに整理させる負の財産」と価値観が変わってきている中で、「リ・バース60」のような制度も一度検討してみるのはいかがでしょうか？

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けません」
「知らないはやバイお金の話」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
- 7月3日(木)に、『第21回 集合研修セミナー』を開催いたします。
今回も沢山の事業者様のご参加、誠にありがとうございます。
当日は何卒、よろしくお願い申し上げます。

編集後記

6月に入り、梅雨の気配を感じるころとなりました。

傘を持ての登園が、子どもたちにはちょっとした冒険のようです。
この前の休日、子どもと少しだけ遠くの公園へ出かけました。行ったことのない公園でした。

特別な遊具があるわけでもなく、普通の広場でしたが、子どもは大はしゃぎ。葉っぱを集めて、花を見つけて、ベンチに座っておやつを食べて…。

大人の感覚ではあっという間の時間が、子どもにとってはひとつひとつ特別な出来事みたいです。

私はといえば、ベンチに座ってのんびり空を見て、子どもの後ろ姿をぼんやり眺めていました。

何もしていないようで、でもそれがなんだか贅沢な時間に感じられたのが不思議です。

忙しい日々の中で、こういうたわいのないお出かけが意外と心のリセットになっているのかもしれません。

どうぞ体調に気を付けて、穏やかな6月をお過ごしください。

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