

Classメイト

オーナー様向けニュースレター

9

September
2016

ポケモンGOは 不動産市場を変える？

リノベの時代!

アンケートから紐解くリノベの入居者志向

9月1日は「防災の日」

防災訓練への参加を

呼びかけ、地域住民との交流を図る



株式会社 **ユーミーClass**

ポケモンGOは 不動産市場を変える?

全世界で爆発的な人気を見せているポケモンGO。日本でも配信直後にダウンロード数が1,000万を超えるなど、日本の株価全体を押し上げる程の勢いに、メディアには「ポケノミクス」といった言葉が踊る社会現象となりました。そんなポケモンGOですが、我々の不動産市場を変える可能性も叫ばれており、今回はこの話題について見て参りましょう。

ポケモンGOとは

ポケモンGOを一言でいうと、カーナビでも用いられている「GPS」の位置情報を活用したバーチャルゲームです。「スマートフォン」のGPSを通じて得られた位置情報を、仮想的なポケモンの世界に割り付けることにより、現実世界そのものを舞台として、ポケモンと呼ばれるモンスターを捕まえ、ジムと呼ばれる場所でポケモン同士のバトルを楽しむことができます。ゲームに必要なアイテムが入手できるポイントなども現実の場所に割り振られています。本来、ゲームとは家に閉じこもってするものですが、家の外に出てプレイするところが、このゲームの最大の特徴であり画期的な点です。

ポケモンを捕まえる、指定された各スポットに出向くなど、外に出て歩くので、ゲームに熱中しすぎて車にはなれるといった事故や、ポケモン欲しさに軍事施設などの立ち入り禁止区域に侵入したり、私有地に不法侵入したりといった事件も発生しています。しかし、現実世界を移動させるといった特徴が、世の中全体に大きな経済効果をもたらしており、そしてそれはわたしたちの業界にも大きなインパクトを与えるかもしれないのです。



ポケモンGOが土地の価値を変える

このゲームでキーとなるのが、アイテムがもらえるポイントである「ポケストップ」や、ユーザーがバトルを楽しむスポットである「ジム」の存在です。これらは現実の公園や施設、銅像や記念碑といったモニュメントなどが「ポケストップ」や「ジム」として登録されています。また、その周辺にはポケモンが集まっていることが多いた



め、今までは人が訪れなかったような場所にもユーザーがたくさん集まっています。

マクドナルドはポケモンGOとタイアップし、全国の2,900店舗を「ポケストップ」や「ジム」としてゲーム内に登場させたところ、7月の売上は前年比20%以上といった急上昇を見せました。鳥取県では知事自らが「ポケストップ」「ジム」が多数集まる鳥取砂丘の観光アピールに乗り出し、大成功を収めております。ポケストップになっている九州地方のとあるお寺では、参拝者の数が増えたと話題になりました。

これはポケモンGOが場所や地域の収益性や価値を高めたということであり、ひいては土地の価値を変えたといえるのではないのでしょうか。

物件広告に新しい項目??

「この物件にはピカチュウが現れます」「ポケモンGOのバトルジムまで徒歩5分」…事実、日本より早くゲームが配信されたアメリカでは、こんな売り文句が物件広告に掲載されていて、しかも問い合わせも多数というから驚きです。

今まで、不動産のロケーションという、駅が近いことや学校やスーパー、大通りへのアクセスが良いことなどが物件の力の一つとなっていました。少々大げさですが、「ポケストップ」や「ジム」が近いことが新たな「物件力」になり、広告に新たな項目が追加されるかもしれません。

それだけでなく、今までは駅から遠いなど交通のアクセスが悪かったり、周辺に商業施設が無かったりといった、人気薄の場所の価値が大きく変わる可能性すら考えられます。ゲームとのタイアップやコラボなどが物件力の鍵と成り得るのです。

ポケモンGOの世界的な人気を受け、現実世界を舞台としたバーチャルゲームが次々に配信されることが予想されます。今後、不動産の価値を決めるのは、もしかしたらゲームかもしれません。

リノベの時代!

アンケートから紐解くリノベの入居者志向



10月1日、住宅金融支援機構は、中古住宅の購入とリノベーションを一体的に行う場合に借入れ金利を引き下げる「フラット35リノベ」の受付を開始します。残念ながら賃貸物件には利用できませんが、ついにフラット35の商品名にさえ「リノベ」の文字です。ここ数年で「リノベーション」という単語はすっかり定着しましたね。今回は私たちの賃貸業界で、入居者がリノベについてどう考えているのか、そのホンネに迫ります。

古くても良いが、古いままでは住まない

昨今、新築至上主義はかつての勢いを失い、若年層を中心に「中古で良い」という考え方が一般化しつつあります。若者の収入減によるのか、はたまた政府が中古住宅流通に注力した結果なのか…、しかし勘違いしてはならないのは、彼らは古さを容認しても、決して「古い部屋に住みたいとは思っていない」という点です。「最近では古い部屋でも人気みたいだから、手を入れなくても大丈夫だろう」などと絶対に考えてはいけません。

ちょうど、リノベに対する入居者の志向が分かる3つの調査結果があります。まず、(株)マイナビのアンケート『リノベーション賃貸、築何年くらいまでなら住んでもOK?』を見ましょう。この調査では、41.3%の人が築20年以内、27.3%の人が築21~30年以内であっても「リノベされているなら許容できる」と回答しています。驚くべきは築51年以上でもリノベ済みであれば平気と回答した人々で、全体の16.3%を占める結果となりました。築年数については、かなりの許容の幅があることが分かります。

これに対し、入居者の「古さ」に対する判断はシビアです。21C、住環境研究会と(株)リクルート住まいカンパニーが発行する最新版『首都圏賃貸住宅市場における入居者ニーズと意識調査』では、「トイレが和式」「便座が黄ばんでいる」「風呂が黄ばんでいる」「バランス釜」といった物件に対し、それぞれ77%・64%・59%・55%の入居者が「借りるのをためらってしまう」と回答しています。このような「目につく古さ」は、もはや致命傷なのです。

最後に、(株)リクルート住まいカンパニーによる『賃貸物件に関する実態把握調査』では、『リノベ物件を選ぶ理由は何か?』という設問に対して、「新築より安く、内

装の新しい家に住めるから」という回答が第1位に選ばれています。身も蓋もない話ですが、つまりこれこそが入居者のリノベに対する期待です。逆に言えば「古さ」が払拭され、新築以下の賃料とならなければ、たとえリノベ物件であっても住もうとは思わないのです。



ニーズの沸点を超えるリノベ投資

リノベーションで入居者を掴まえるのに絶対外してはならないのが、やるからには徹底的にやるということ。前述のように、入居者はまず「古さを感じない」ことにリノベの価値を感じています。一部だけの改装で入居者の「住みたい!」という情熱の沸点を超えることは困難です。部屋全体に魅力を与えるためにも、水回りの入れ替えや間取り変更といったところまで見据えて工事の予算を確保するべきです。中途半端なリノベは費用だけが発生し、結局賃料アップも入居者獲得もままならないといった事態を招いてしまいます。

とは言え、際限なく予算をかける訳にもいきませんので、残りの耐用年数と家賃アップ予想額から適正な予算を導き出すことも大切です。100万円かけて2,000円の家賃アップでは無意味ですから、きちんと利回りやキャッシュフローと相談しましょう。利息といったコストや毎月の返済金額も賃貸経営上重要なポイントですので、借入れ条件の良い金融機関を探すといった努力も必要です。冒頭のフラット35リノベが利用できれば最高なのですが…残念!

リノベは賃貸物件サイトの検索キーワードの一つでもあります。しっかり取り組み、安定した入居者確保につなげましょう。

