

● Opinion	小額決済がビジネスを変える	1
● Deal Information	ケネディクス系GKが「桜橋東洋ビル」を81億円で売却	2
● J-REIT Benchmark	REIT全体のトータルRの改善幅が縮小、個別分析：SSI、JRE	4
● Interview	深見正敏ースパークス・アセット・トラスト&マネジメント社長	8
● Topics	東京スター銀がシニア向けMの開発融資/ARESが中計策定着手	11
● Focus	立地の重要性が高まる首都圏マンションー2014年の販売好不調をデータで見る	12
● Fund of Funds	総資産額7.33%増の6.74兆円	14

Opinion

小額決済が ビジネスを変える

小林 秀二

不動産金融工学研究所代表

私たちの生活の中で現金払いは少なくなった。ネットではクレジットカード、コンビニではおサイフケータイ、電車はスイカやバスモを使うことが多くなって、家賃、購読料、公共料金等の定期支払は銀行から引き落とし（振替）である。宅配では代引きもあるし、家電量販店ではポイントで支払うこともある。コンビニは収納代行（ファクタリング）という金融サービスを行っている。

ビジネスモデルの歴史を振り返ると、決済の手段と普及が無視できない。貨幣による交換は、遠隔地や異なる貨幣の間ではだんだん不便となり、中世ヨーロッパで限界を迎えた。14世紀にメディチ家が「為替手形」をビジネス化した。19世紀末にはアメックスのトラベラーズ・チェックが開発され、1950年代にはVISAがクレジットカードを成功させた。今や個人のクレジットカード決済比率は米45%、英38%、韓43%、日15%になる。そして残された領域が小額決済（マイクロペイメント）と携帯決済（モバイル・ペイメント）となつた。

我が国では2007年に「電子マネー」が普及し始め、交通系の電子マネーを中心に利用額は1兆円を超えた。それでも小額決済市場は40兆～60兆円であるからまだ小さい。また法的にはICカードは1990年の「プリカ法」のプリペイドカード扱いであった。したがって、現在でもネット消費や課金の半分がカード払いとなっている。それから代金引換、銀行振込（郵便為替）、コンビニ支払がこれに続く。しかし、EコマースやCtoCの取引は、小額で頻繁な取引であるからクレジットカードの利用では手数料が高すぎる。取引相手が固定されていないから自動引き落としはできない。また、グローバルに人が移動する中で、小額送金の手数料の高さは悩みの種であり、地下銀行など不正な送金が問題となっている。

こうした状況で、海外ではネットを利用した小額決済や送金サービスが進んでいる。最も普及しているのはケニアである。携帯電話のSMSを使ったM-PESA（エムペサ）は2007年にケニアで開始され、国民の20%以上が利用している。同様のサービスは、フィリピンや中国など金融インフラが整っていない方がむしろ進んでいる。米国のPayPal（ペイパル）は電子メールを使い、電子マネーをユーザー間（手数料無料）で授受できるサービスである。イーロン・マスクのX.comが前身で、2002年にeBayに買収され、以降拡大している。最近日本でも利用できるようになった。国際送金に強いのはWestern Unionであり、ほぼリアルタイムで安く国際送金できる。ここはセブン銀行、M-PESAとも提携している。

携帯決済を広めたのは、ツイッター創業者のジャック・ドーシーによって2009年に創業されたスクエアである。スマホにリーダーを差し込んで使う。一部のスタバやユニクロで使える。さらにビットコインの普及が控えている。ちょっとした寄付、思いつきの心付けやおひねり、ペニーのかき集めもバカにできなくなる。

2010年4月に施行された「資金決済法」で送金サービスが銀行以外の一般企業でも提供できるようになった。この法律はペイパルのためにつくられた法律とまで言われる。しかし、代引き、ポイント交換や国際送金は法的には依然としてグレーのままである。今後は、小額決済こそがビジネスモデルの要諦である。ビジネスは後ろから逆に構築しなければならない。



立地の重要性が高まる首都圏マンション —2014年の販売好不調をデータで見る

今年の首都圏の新築マンション供給戸数は約4万2500戸となりそうだ。上半期は価格上昇局面にあって前年同期を20%下回り、2万戸を切った。先行き、年間供給戸数は4万5000戸程度が巡航速度であるとの見方は確定的と言えそうだ。2014年の市場を振り返り、データを使いながら好不調の動向を検証する。

2014年の供給戸数は24%減の4万2500戸に市場の二極化進み、価格割高感で苦戦物件も

不動産経済研究所の調査では、首都圏における2014年1~11月の新築分譲マンションの供給戸数は、3万5524戸で、前年同期を1万2706戸、26.3%下回った。12月は7000戸程度が供給される見込みで、年間供給戸数は前年比約1万4000戸、約24%減の4万2500戸程度となりそうだ。これは、昨年の秋商戦に発売した大型物件の売れ行きが軒並み好調過ぎて、今年に繰り越す住戸がわざかしかなく、年明け2月頃から「弾切れ」状態になってしまったことが1つの要因。一方で、春商戦に第1期発売を予定していた物件が建築費の高騰による価格上昇局面の中で、販売価格を探るような期間を長く取るようになり、販売時期が後ろにずれてしまった。そうした物件は下期に入って売り出されたものの、もともと下期に販売する予定物件もあったため、玉突き状態になった。販売を遅らせる動きは今も継続しており、実需と販売戸数がいつ一致するのか、マンション市況の焦点になっている。

2014年の首都圏分譲マンション市場は、初月販売率を見る限り8月の69.6%、10月の63.3%を除き70%を超えており、昨年と遜色のない好調市場に見える。これは各社が細かい期分け販売をした結果であり、実際には販売不振物件もあり、市場の二極化が急激に進んだ1年であったと見ることが出来そうだ。コンサルティングを手掛けるトータルプレインによる

と、今年1~11月初旬に売り出されたのは455物件。前年同期と比べて272物件、37%減少した。このうち352物件について実際の売れ行きをヒアリングしたところ、「好調」が42.6%、「まずまず」が34.4%、「苦戦」が23%だった。首都圏全体では前年とほぼ同水準の回答比率を得た。エリア別に見ると、「好調」と答えたのは23区が45.6%、神奈川が41.4%、埼玉が43.8%で好調物件の比率が高い。23区は昨年から引き続き好調を維持し、神奈川と埼玉は売れ行きが好転している。

好調な23区のうち都心部は「好調」が58.1%、「苦戦」も11.3%と少なく、好調を維持。とくに千代田・港・渋谷・文京の4区は絶好調。中央区は苦戦物件は無いものの、「まずまず」の売れ行き物件が63.6%で多く、好調物件比率は36.4%でやや低下している。新宿区は好調物件が20%と少なく、逆に苦戦物件が50%と非常に高い。いずれも価格の割高感がその理由で、比較的マイナーな沿線・駅で供給するケースが多く、都心では唯一新宿だけが苦戦エリアとなっている。

城南エリアは「好調」が45.5%と高いが、「苦戦」も27.3%へ増加している。世田谷区の好調比率が昨年の54%から16%へダウ、苦戦比率が16%から41%へアップしている。好調なのは大田区と品川区。特に品川区は2013年から好調をキープしている。なお、「好調」と「苦戦」の理由のトップはいずれも立地が2位以下を離しており、都心部とは違う動きが見られた。

神奈川エリアは、好調比率が36.5%から41.4%へ上昇し販売は好転。横浜市の苦戦比率が28%から21%へ下がる一方、川崎市は苦戦比率が11%から33%へ上昇している。比較的売れ行きが良かったのはその他エリアで、郊外部での販売が好転している。

駅距離8分以内が販売好不調のライン
好立地と商品企画の差別化がキーワード

2014年の好調要因の集計を見ると、立地要因がトップで83%(前年比11P増)。また、苦戦要因でも、立地要因が62%で前年比25P増加している。マンションの売れ行き要素の中で立地的重要性がさらに高まっている。その他の好調要因を見ると、価格(割安感)は32%と横ばい。需給バランスも18%で横ばいで、立地要因の増加だけが目立つ結果だった。また、苦戦要因では、立地以外では価格(割高感)の比率が46%(7P増)となり、立地面の競争力が伴わずに価格だけが上昇したいわゆる“新価格物件”が苦戦している状況が見える。

駅距離により、どれくらい売れ行きの違いが出るのか。駅徒歩5分圏は、好調率が59%、苦戦率が10%であり、売れ行きは好調。10分圏に広げると、好調率が38%に低下し、苦戦率が23%に上昇する。15分圏になると、好調率が18%まで低下し、苦戦率が51%と半数を超えるまで急激に膨らむ。好調率と苦戦率が逆転する分岐点は、徒歩8分のライン。徒歩9分以上は苦戦物件の方が好調物件よりも多くなり、駅距離から見た好調ラインは8分までと判断してもよさそうだ。最も好調率が高いのは、駅徒歩1分の駅前立地で好調率81%、苦戦率0%だった。最も苦戦率が高いのは、駅徒歩12分で苦戦率71%、好調率は6%。駅距離と価格設定のバランスが悪いためと見られている。

実際に今年の供給物件の駅距離別の比率を見ると、戸数、物件数のどちらを見ても、駅徒歩10分圏で80%を超えており、さらに、約7割が好不調の分岐ラインである徒歩8分以内である。供給商品自体もニーズに合わせるようにどんどん駅近立地化しつづけている。駅徒歩9分以上は、全体の3割の少數派ということになる。最も苦戦を強いられた駅徒歩12分と言う距離は、デベロッパーの感覚からすれば、過去は「徒歩10分までは立派なマンション立地」として見ていたため、その目線を持つ限り12分ぐらいまでは消費者に受け入れられると見て売値を張ってしまうことが考えられる。トータルプレインは「12分でも高値が通用するのは三鷹・武蔵小杉と言った駅力の高い駅のみ」としたうえで、「供給サイドが過去の感覚を拭い去り、新たな現在の基準である“マンション立地の基本となる駅距離は、徒歩8分まで”をしっかりと認識する必要がある」ことを強調する。

来年の首都圏分譲マンション市況はどうなるのか。今年は、供給側はある程度の購入見込み客が溜まるまで発売そのものを先延ばししていたため、物件そのものは残っている。2015年は大手7社で2万7000戸の供給を予定しており、さらに、神奈川県で、単独事業としては最大クラスである2500戸規模の供給を予定するなど、物件には事欠かない。不動産経済研究所では来年の供給戸数を4万5000戸と予想する。問題は、これらがどこまで市場で吸収されるかであろう。住宅ローンが低金利下にある中、現在よりたとえ価格が30%~40%上がっても金利低下分で吸収することができる。ただし、都心部でも価値を見出せなければ販売は苦戦を強いられる。立地の優位性はもちろん、価格に見合ったある程度の魅力付けも必要である。2015年は、好立地と商品企画による差別化がキーワードとなりそうだ。