

# 米 国

## ネットが変える不動産市場

ジェットロ海外調査部米州課 新井場 茉莉子

米住宅市場は2015年に勢いを増した。今、2000年以降に成人もしくは社会人となったいわゆるミレニアル世代（1980～2000年ごろに生まれた若者の総称）の住宅購買力に注目が集まっている。また、スマートフォンやタブレットなど、IT機器を駆使するミレニアル世代の住宅需要に応えるべく、不動産関連のスタートアップ企業が増加傾向にある。

### 住宅購入を考え始めたミレニアル世代

景気回復に伴い、米国では「アメリカン・ドリーム」体现の一つでもある住宅購入に積極的な人々が増えている。米商務省の発表によると、2015年における新築一戸建て住宅販売件数は前年比14.6%増。全米不動産業者協会（NAR）発表の15年の中古住宅販売件数も前年比6.3%増と、いずれも好調だった。16年の経済報告書によると、15年における米国の住宅市場が勢いを増したのは、米国民の所得増加や低水準の住宅ローン金利によって住宅価格の上昇が相殺される形となったためだという。

住宅市場で最も注目されているのがミレニアル世代の購買意欲だ。この世代には08年の金融危機によって職を失い、実家暮らしを余儀なくされた若者も含まれる。学生ローンの返済負担などもあって経済的な不安を抱えていたことから、数年前までは住宅購入に踏み切ることができなかった。だが、それが変わりつつある。不動産検索サイトのトゥーリア・ドット・コム

が15年5月下旬に2,026人（18歳以上）を対象に実施したアンケート調査によると、賃貸住宅に住んでいるミレニアル世代の9割が家の購入を考えており、うち7割が18年までの購入を予定しているという。

### ミレニアル世代が購入する家とは

住宅のスタイルや場所選びにも変化が見られる。前述のアンケート調査によると、ミレニアル世代はモダンな家を好む。バルコニー付きの家を望む一方で、家の大きさや広さに対してはさほどこだわりのない。また住宅購入に当たっては、通勤時間、子どもの学校、近隣の環境といった要素を重視するという。

ニューヨーク市ブルックリンで人気の居住地区ロリマーに住むM夫妻はミレニアル世代。2ベッドルームで月額2,500ドルの賃貸アパートメントに住んでいる。奥さまは筆者の学生時代からの親友だ。「経済的に安定し、子どもも生まれたことから、ようやく家の購入を積極的に考えられるようになった。しかし、（さほど治安の良くない）ブルックリン内のブッシュウィックやクラウンハイツ周辺で家を探したとしても、広さや質を確保するためには70万～80万ドルを見込む必要がある」。そう語る二人は、比較的住宅価格が安いニュージャージー州やニューヨーク郊外など教育水準が高く通勤にも便利な場所を考えているという。

不動産情報サイトのリアルター・ドット・コムが発表したミレニアル世代に人気の住宅地ランキングでは、ジョージア、ペンシルベニア、テネシーの3州が上位に入った（表1）。いずれも中堅都市を多く抱える。この世代は大都市よりも中堅都市に住む傾向が強いといえよう。ワシントンDCに住んでいたミレニアル世代の友人夫妻は、子どもが生まれたことをきっかけにペンシルベニア州に家を購入。「住宅価格や環境を考

表1 ミレニアム世代に人気の住宅地ランキング

1	ジョージア州	アトランタ、サンディ・スプリング、ローズウェル
2	ペンシルベニア州	ピッツバーグ
3	テネシー州	メンフィス
4	マサチューセッツ州	ボストン、ケンブリッジ、ニュートン
5	テキサス州	オースティン、ラウンド・ロック

資料：リアルター・ドットコムを基に作成

分野	企業（都市名）	内容
物件検索サービス	オープンドア（サンフランシスコ）	オンライン上で消費者が家を売却し、オープンドアがその家を一時的に買取り、再販売するサービスを提供
	ルーミー（ニューヨーク）	モバイルアプリでルームメイトを探せるサービスを提供
オンライン・ブローカー	コンパス（ニューヨーク）	モバイルアプリでブローカーサービスを提供。物件検索は無料。賃貸の場合の仲介手数料は0～15%程度。家購入の場合は6%の手数料
賃貸ビルの管理	ハイタワー（ニューヨーク）	不動産リース物件の管理ソフトウェアを提供
エージェントマッチングサービス	ホームライト（サンフランシスコ）	不動産販売エージェントとのマッチングサイト
データ、分析、査定	コンプスタック（ニューヨーク）	商業用不動産の調査サービスを提供。ニューヨーク市内にある約40%以上の商業用ビルの過去10年分の賃貸料や大きさなどのデータを蓄積
不動産管理業務	コーズリー（ボートランド）	個人や中小企業、不動産管理業務に対して応募者の書類や支払い方法を提供。また、応募者のバックグラウンドチェックや信用調査を無料で提供
セールス&マーケティング	プレイスター（ボストン）	ブローカー、エージェント、顧客向けに家の購買についてのマーケティング・プラットフォームを提供。16年3月に物件検索サービスのホームファインダーを買収した
建物内部のデジタル化	フロアード（ニューヨーク）	商業用、ホテル、住居の外装や内装を3Dモデルの映像を使用し提供
内装	ハイブリー（デンバー）	オンライン上でインテリアデザイナーによる部屋のデザインと予算に応じた家具を注文できるサービスを提供。1ルーム当たり79ドルと199ドルの価格設定
建築	オーネスト・ビルディング（ニューヨーク）	住宅やビルの建築、リフォームするためのデベロッパー、エンジニア、建築家、デザイナーとのマッチングサイト
リフォーム	ブライトネスト（デンバー）	モバイルアプリとインターネットで個人向けの住宅のリフォームのアイデアや住宅のメンテナンスの仕方などの情報を提供
住宅投資、資金調達	ファンドライズ（ワシントン DC）	オンライン上で不動産クラウドファンディングのサービスを提供。個人投資家が商業用不動産プロジェクトの株式を購入することができる

資料：調査会社 CB インサイトなどを基に作成

えた上での決断だった」と言う。この他、ニューヨーク市内の賃貸アパートメントに暮らしながら、ペンシルベニア州に冬の別荘を購入した友人もいる。

## 不動産関連スタートアップ企業

ミレニアル世代の物件の探し方とは——。NARが16年3月に発表した世代別の住宅購入傾向についてのレポートでは、ミレニアル世代の87%は不動産エージェントを通じて物件を探すと同時に、スマートフォンやタブレットを使って検索もすると報告される。ミレニアル世代に狙いを定め、不動産関連のスタートアップ企業の誕生も相次ぐ。調査会社 CB インサイトによると、不動産関連のスタートアップ企業による資金調達額は、15年には15億ドルに達したという。

表2のとおり、スタートアップ企業はさまざまな不動産関連カテゴリーに分かれ、サービス内容も多岐にわたる。ストリート・イーजी（本社：ニューヨーク）は、賃貸ベースのアパートメントや購入用の家を探すためのウェブサイトを提供する。このサイトを利用して住居を見つけた学生時代からの友人 R 氏は、「他のサイトに比べ、検索結果の数が多いし家賃の幅も広い。従来の物件検索サイト『グレッジス・リスト』よりも信頼性が高い」と語る。このサイトの特徴は、間取りなどの情報と同時に住宅周辺の環境まで詳細に見られることだ。例えば、公立学校の情報や不動産市場における当該物件の現時点での価値など、利用

者が求める情報を多岐にわたって提供している。

携帯電話アプリの賃貸サイトを運営するラッド・パッド（本社：カリフォルニア州ロサンゼルス）は、アパートメントの賃貸申し込みに必要な信用調査や収入証明などの書類作成・提出のサポートを30ドルの手数料で請け負う。アパートメントの大家はこれにより入居応募者の審査を短時間でできる。家賃の支払いについても、アプリを通じてデビットカード（手数料なし）やクレジットカード（手数料

料3.49%）でできる。同社が支払われた家賃と同額の小切手を切って大家に送ることで、支払いの滞納を防ぐことができる。貸主と借り主双方にメリットがあるというわけだ。

オンライン上での物件売買を低い手数料で仲介するスタートアップ企業も増えている。例えばレッドフィン（本社：ワシントン州シアトル）は、通常は物件リストの広告費用全体の2～3%となる仲買手数料を1.5%に設定している。また、家の内部を3D映像で見せるマターポート（本社：カリフォルニア州サニーベール）と提携し、物件購入を希望する利用者に3D映像を提供している。

商業用ビル向けのサービスを提供する不動産関連のスタートアップ企業もある。VTS（本社：ニューヨーク）は、ブローカーと大家向けに資産管理やリース管理のクラウドプラットフォームを提供している。このプラットフォームには、ポートフォリオ分析やエクセルのデータをレポートに変換できる機能も付いている。同社サービスを導入した企業の中には、投資ファンド大手のブラックストーンや不動産サービス大手のCBREもあり、最近注目を集めている。

こうしたインターネットを利用した低コストで簡易なサービスを提供する不動産関連のスタートアップ企業の動きは、ますます加速するとみられる。多様化する不動産市場のニーズに対応することが、今後のマーケティングの柱となっていくのかもしれない。 