

2019年／第9回 米国（カリフォルニア）不動産研修レポート

2019年月に第9回目の「米国不動産研修」が開催されました。以下にレポートをさせていただきます。

なお、本レポートは、現地にてお世話になりましたプライムアソシエイツ社の才田夫妻からの研修、いただいた資料、同社のホームページも参考として原稿を作成しています。

■日時：2019年9月25日（水）、26日（木） 両日ともに9時30分から17時

■場所：米国カリフォルニア州ニューポートビーチ、アーバイン、アナハイムほか周辺エリア

株式会社RIA コア・ブレインズ
土屋克己

■NARの会員数

米国の不動産市況を測る指標のひとつに「NAR（全米不動産協会）」の会員数があります。

日本の宅建協会と異なり、会社単位ではなく実務者（Realtor／リアルター）単位での数字。原則コミッション制の業界なので、市況の良し悪しにより増減は顕著に表れます。

サブプライム問題の発生前（2006年12月）に135万人まで増えたリアルターは、2012年3月に96万人まで減少し、その後増加に転じました。

GDPの伸び率が3%を超える米国経済を裏付けるようにNARの会員数も増加し、2018年末には135万人を超えています。サブプライム問題の直前は135万人だったので、不動産市況は好調と言えるでしょう。

（以下、NAR＝全米不動産協会のホームページより抜粋 <https://www.nar.realtor/membership/historic-report>）

2009	1,420	1,112,645
2010	1,408	1,066,658
2011	1,387	1,009,940
2012	1,379	999,824
2013	1,365	1,042,231
2014	1,341	1,099,102
2015	1,222	1,167,595
2016	1,178	1,233,704
2017	1,165	1,308,616
2018	1,148	1,359,208

■アメリカ経済

主な米国経済指標は以下の通り（2019年9月現在）

※http://hojin.ctot.jp/markets/us_eco.html#US_eco1 より抜粋

- ・政策金利 2.25%（前年比0.0%）
- ・失業率 3.70%（前年比0.0%）
- ・中古住宅販売研修（年換算） 542万戸（前年比+12万戸）
- ・新築住宅販売件数（年換算） 635万戸（前年比+8万戸）
- ・住宅着工件数（年換算） 119.1万戸（前年比+1.7万戸）
- ・住宅許可件数（年換算） 131.7万戸（前年比+1.4万戸）※建築確認済の件数
- ・個人支出 前年同月比+0.6%
- ・個人所得 前年同月比+0.1%

ここ数年間の好景気を反映させFRBが政策金利を上げてきた結果、中古・新築ともに不動産取引はスローダウンしましたが、今年トランプ大統領の圧力によりFRBが再度低金利政策に。伸び率は鈍化しているが、景気の指標は悪くはない。今後は下にぶれか、上ぶれになるかは注目する必要があります。

■米国不動産価格（推移）

National Association of REALTORS®
Median Sales Price of Existing Single-Family Homes for Metropolitan Areas

Metropolitan Area	2016	2017	2018	2018.II	2018.III	2018.IV	2019.I r	2019.II p	Q2-Q2 %Chya
	(Not Seasonally Adjusted, 000s)								
U.S.	235.5	248.8	261.6	268.0	266.5	258.0	254.9	279.6	4.3%
NE	265.4	275.7	289.2	288.9	301.5	286.0	277.2	304.4	5.4%
MW	184.4	196.2	201.7	209.6	206.5	196.8	194.1	222.1	6.0%
CBSA	209.2	222.7	231.6	238.4	234.2	228.6	225.8	247.7	3.9%
Code	WE	342.9	369.4	388.6	398.3	394.8	385.4	409.3	2.8%
19820	Detroit-Warren-Deborn, MI	225.2	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
40980	Saginaw, MI	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
41940	San Jose-Sunnyvale-Santa Clara, CA	1020.5	1180.0	1340.0	1405.0	1300.0	1250.0	1220.0	-5.3%
41860	San Francisco-Oakland-Hayward, CA	828.0	900.0	987.5	1070.0	989.0	952.4	930.0	-1.9%
11244	Anaheim-Santa Ana-Irvine, CA	735.0	780.0	820.0	830.0	830.0	799.0	800.0	0.6%
46520	Urban Honolulu, HI	733.5	757.3	802.7	795.2	818.6	812.9	794.1	-1.2%
41740	San Diego-Carlsbad, CA	559.0	599.0	634.0	645.0	650.0	626.0	620.0	1.6%
14500	Boulder, CO	511.7	566.1	607.4	631.1	604.2	592.3	603.6	-0.9%
31084	Los Angeles-Long Beach-Glendale, CA	509.0	550.8	590.8	557.2	628.9	576.1	548.6	1.8%
42660	Seattle-Tacoma-Bellevue, WA	414.5	465.8	501.4	530.3	502.8	489.6	497.0	2.3%
14460	Boston-Cambridge-Newton, MA-NH	421.1	452.9	477.4	495.9	491.4	460.3	461.2	2.2%
35004	Nassau County-Suffolk County, NY	437.5	462.0	476.9	469.7	491.1	478.8	474.2	3.1%
19740	Denver-Aurora-Lakewood, CO	384.3	414.7	449.9	462.9	450.1	438.3	446.6	1.8%
14860	Bridgeport-Stamford-Norwalk, CT	437.2	455.9	451.5	473.1	476.5	406.1	401.2	-0.6%
47900	Washington-Arlington-Alexandria, DC-VA-MD-WV	390.6	406.7	424.0	443.1	426.0	417.4	420.0	3.0%
34940	Naples-Immokalee-Marco Island, FL	420.4	434.9	446.0	465.0	425.0	432.8	429.0	-2.4%
12700	Barnstable Town, MA	368.0	385.5	411.1	406.8	419.7	420.5	407.3	434.9
35620	New York-Newark-Jersey City, NY-NJ-PA	388.5	404.3	410.0	410.5	428.2	403.9	396.6	420.8
38900	Portland-Vancouver-Hillsboro, OR-WA	351.2	381.8	395.7	407.1	399.3	389.0	390.6	415.3
35084	Newark, NJ-PA	374.8	379.3	385.1	399.2	412.3	369.7	359.7	413.0

NAR（全米不動産協会）の統計で、主要都市における既存住宅の価格（中間価格）は対前年比で上昇していることが分かる。今回訪問したカリフォルニア州の主要都市も同様の傾向がみられます。

■講義：米国不動産の基本（9月24、25日の午前中）

米国不動産の基本フローと基本用語の講義については、過去の講義内容から用語集を作成していますので、ご興味のある方は以下のURLからご確認ください。

<https://www.ria-corebrains.co.jp/w/wp-content/uploads/2018/12/5016966df0e37805c3ca070c9540e35b.pdf>

■不動産ポータルサイト「zillow」と「trulia」

米国の代表的な2つの大手不動産ポータルサイト。

数年前に、zillowがtruliaを吸収合併したが、今も2つのブランドで展開している。将来的には、統合も視野に入れていると考えられるが、今はそれぞれの特徴を活かした展開をしている。犯罪発生率（crime rate）のコンテンツ、物件周辺の起伏・歩きやすさのデータに関しては、truliaのほうが分かりやすい。

<https://www.zillow.com/>

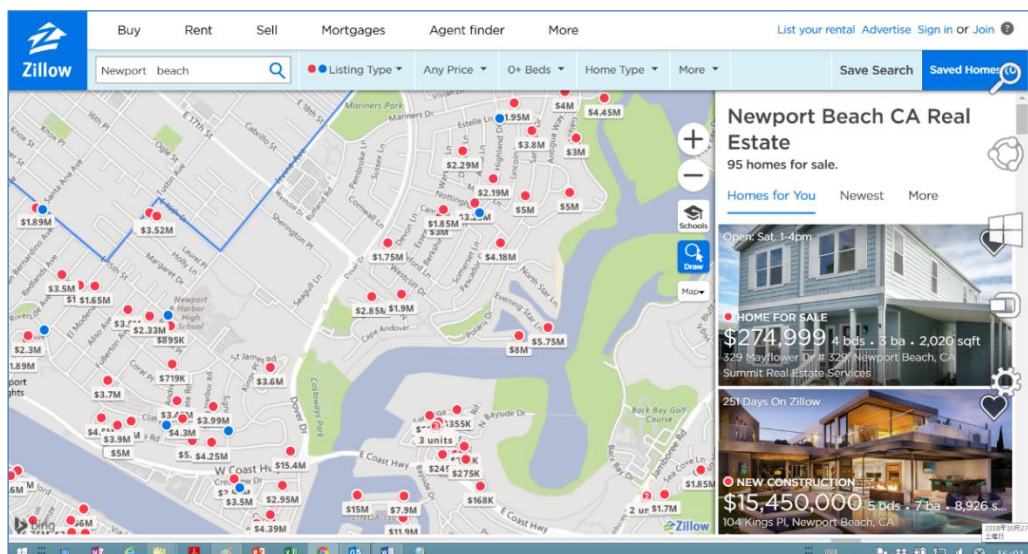
<https://www.trulia.com/>

これも過去にレポートしたが、両サイト共に、AIで不動産価格を査定しており、住所を入力すると地図が表示され、物件上に現時点での販売価格が表示される。

Zillowでは、このコンテンツを「zillow」と「estimate（評価、推計）」と掛け合わせ、「zestimate」と造語で表現している。

日本で、売る予定もない住宅に勝手に価格をつけたらものすごく怒られそうであるが、アメリカでは怒る人はいないとのこと。おほかたである。

このように情報開示がなされているので、日本の「一括査定サイト」というものは存在しない。



ただし、AIでの評価なので、建物のリノベーションの履歴や、売り急ぎなどの特殊な理由は反映されていない。あくまでも参考価格となる。しかし、業界を知らない消費者にとって、このデータ売却、購入活動のひとつの指標となっている。

その他の特徴は以下の通り。

- ・消費者は犯罪率や学区の教育レベルを数値やランキングで確認ができる。犯罪率や学区のレベルはダイレクトに不動産価格に影響する。
- ・物件からgoogleのストリートビューに連動しているため、現地の状況把握がしやすい。
- ・zestimate（zillowがAIで算出する査定価格）だけでなく、そのエリアの成約事例が12カ月の履歴を遡って確認可能。消費者は価格の妥当性を自分で確認ができる。
- ・需給バランス（そのエリアが売り手市場か、買い手市場かを示す）がグラフで確認できる。
今が売り時か、買い時か判断がしやすい。
- ・不動産取引を検討している消費者は、これからのサイトを通して多くの情報を得られるので、不動産取引を身近感じてくれる。買い替えに対する抵抗感も和らいだ。情報開示され、安心して取引できる環境が整い、買い替えの促進にもつながっている。
- ・消費者の評価レビューが、エージェントのポイントとして表示される。この地域に精通している、会話がフレンドリーである、誠実に対応してくれるなど、複数の項目で評価されている。
消費者はその評価を確認し、エージェントにコンタクトを取る。

■エージェントが活用するアプリ ※AI、VR、ARの活用

日本と同様に、不動産エージェントのほとんどはスマホを所有しています。
今回の研修でも、クラスや視察の現場で実際に稼働して見せていただきました。
日本でも活用しているものもあれば、これから導入されていくだろうと思われるものもあります。
日本と比較すると、不動産仲介業における情報開示レベルは、アメリカが格段に高い。

日本とアメリカでは個人情報保護の考え方が異なります。
日本でも「売買の重説は対面が必須」という考え方から、賃貸仲介の現場では徐々に「非対面」という環境になってきました。

以下、不動産営業の現場で使われている代表的なアプリです。

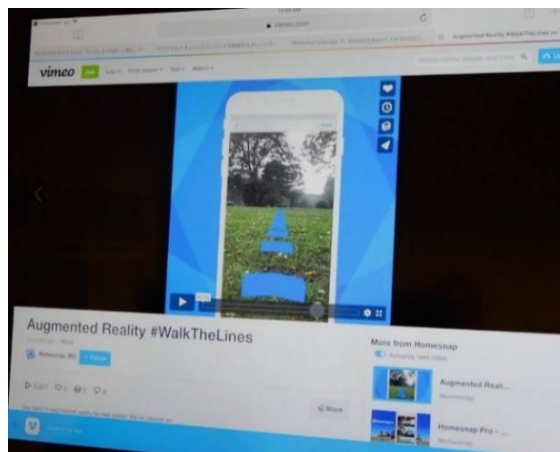
1. ホームスナップ

家の周囲を歩きながら境界線を確認できる。サテライトと連動して、アプリを通じてその場で境界線が分かるので、お客様の「境界はどこですか？」などの質問にリアルタイムで対応可能です。

アプリは“Walk the Property Lines”と呼ばれています。

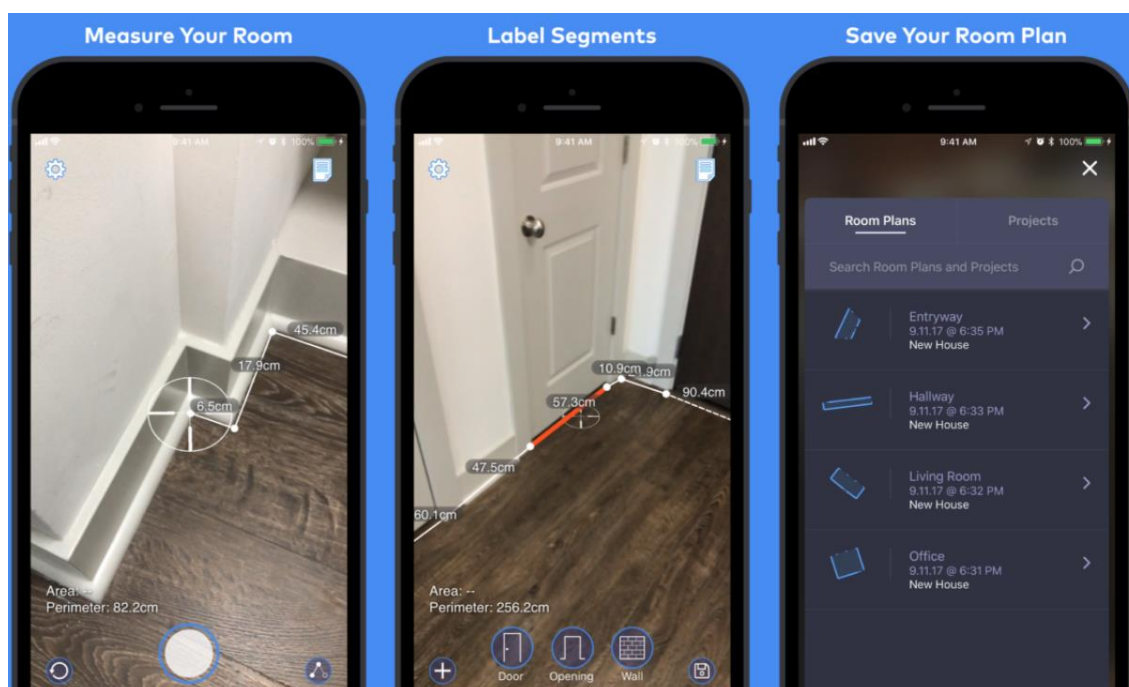
動画はこちらから >

<https://vimeo.com/234537030>



2. PLNAR

家の間取りを簡単に取ることができるアプリ。「テープメジャーはもういらない」というPRでプロモーション。



本アプリはiOSに搭載されているARKitを用いて開発したもので、テキサス州オースティンのソフトウェア企業、SmartPicture Technologiesが開発しました。

使い方はシンプルで、画面に表示されるポイントを部屋の壁や角にそって配置していくことで、部屋全体の間取りをマークします。部屋の入り口やドアをマークすることも可能です。

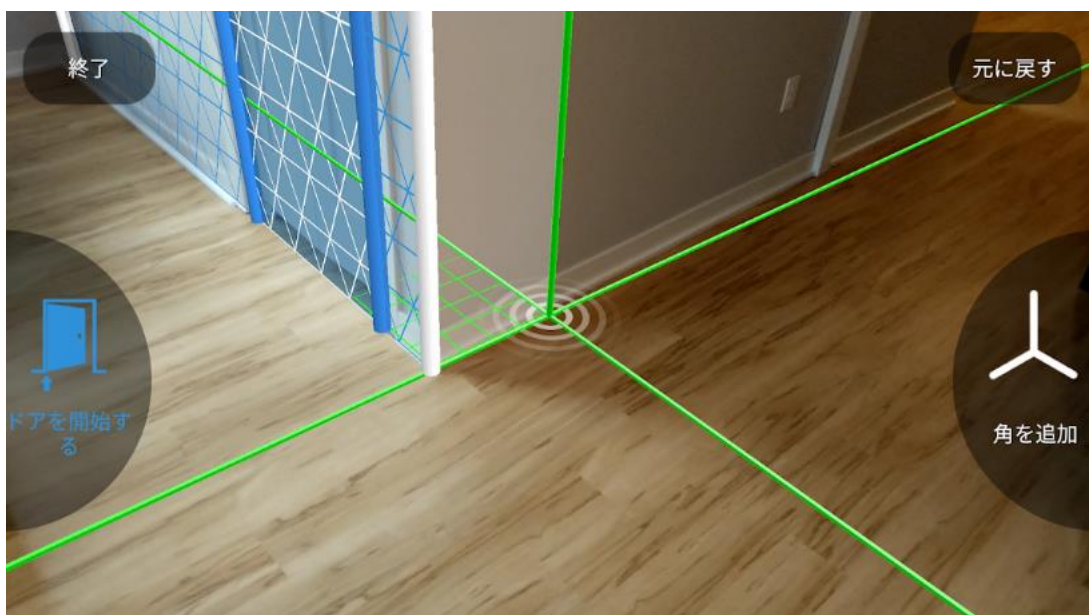
動画はこちらから > <https://www.moguravr.com/ios-ar-plnar/>

3. マジックプラン

写真を撮るだけで部屋を測定し、間取り図を描くことができるアプリ。図面は、オブジェクト、注釈、属性を追加して文書化できます。

図面をPDF、JPG、PNG、CSV形式などで取得、ウェブ上で対話型の図面として公開可能です。

これまで同様のアプリはユーザーが止まって必要最低限の写真を撮らなければならなかったが、新しいアプリでは歩くだけで家の間取りを書き出してくれます。アプリがリアルタイムにデバイスの位置を確認しているからです。しかもペンキ、フロアーといったDIYに必要な材料の数量を弾き出すことができます。



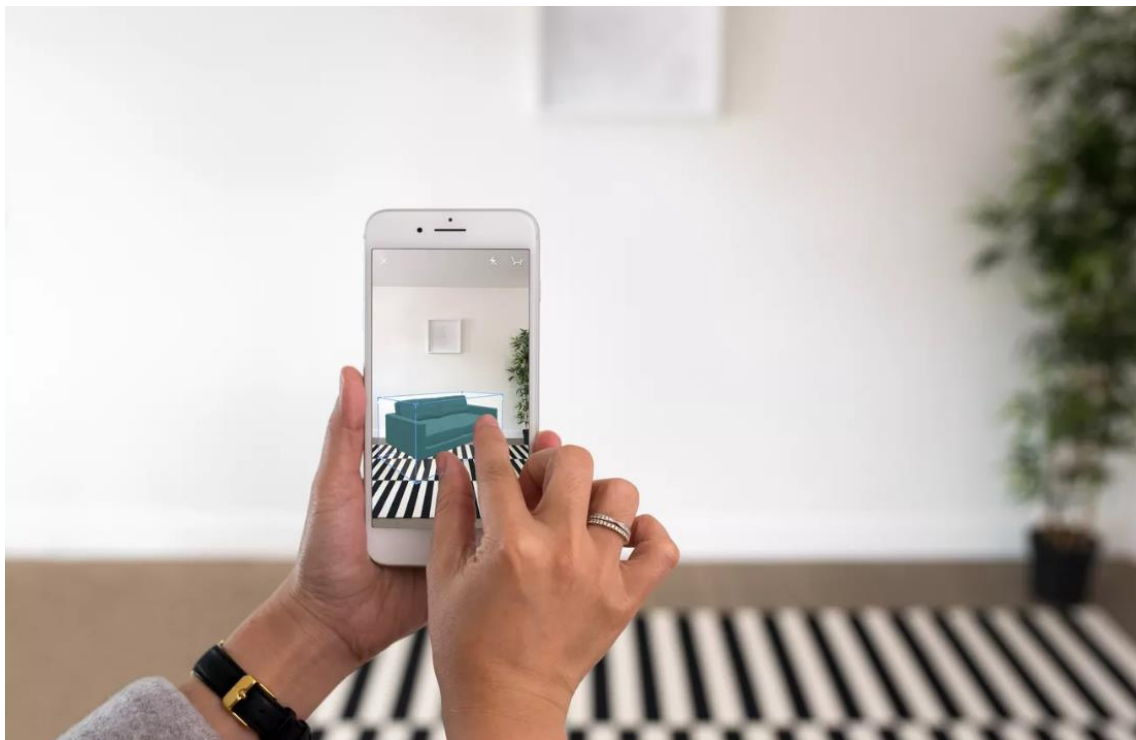


動画はこちらから >

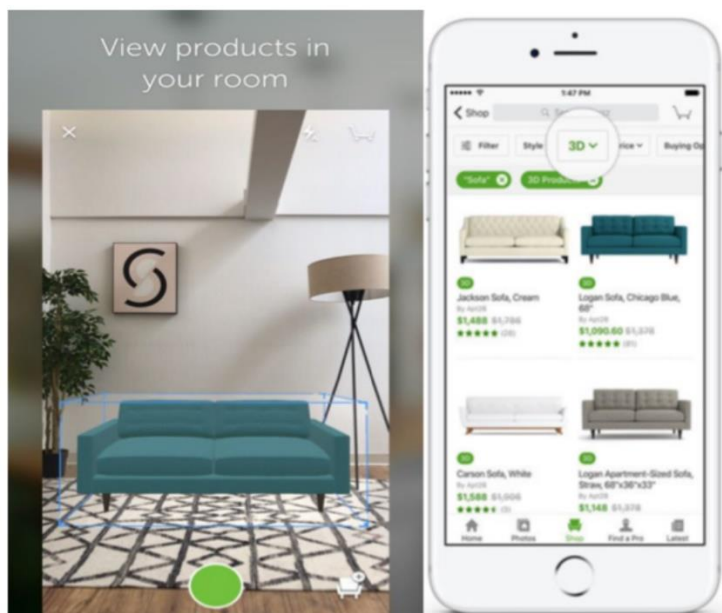
<https://www.youtube.com/channel/UCqmjz2x7NffJRMg4mmeDTvg/videos>

4. Houzz (ハウズ)

日本でもおなじみのアプリ。「VIEW in My Room 3D」という機能を使うと50万点以上の家具やインテリアグッズをハウズショップから検索してAR上で実際に動かして部屋に合うかどうか確認できます。



ショップで3D商品だけをフィルターすれば、アプリで検索可能な家具を選択（もしくは緑色の3Dマークが入った商品を選択）。選択すると次に“View in My Room 3D”をクリックするとデバイスのカメラに家具が登場する。これを置きたい場所にデバイスを構えてスケール（寸法）を指で拡大・縮小することにより、実寸と合わせることができる。場所や回転など思い通りに調節が可能で、家具が気に入ればその場でオンラインショッピングも可能です。



動画はこちらから > <https://vrinside.jp/news/houzz-view-in-room-3d/>

■ハイブリッド・ブローカーなどの動き

※プライムアソシエイツ社のホームページより

○Zillowオファー

不動産ポータルサイトのzillowは不動産買取、仲介ビジネスも行っています。

さらに、昨年（2018年）モーゲージレンダーズオブアメリカ社を買収しモーゲージ（住宅ローン）ビジネスに参入することになりました。またZillowオファーと呼ばれる仲介・買取ビジネスもさらに拡大してアリゾナ州やネバダ州でもスタートさせる予定です。

同社が展開しようとするビジネスはこれまでに数多く存在しなかったビジネスモデルであり、同様のビジネスをすでに展開している競合相手と比較しても同社の規模とデータ収集能力を比較すると同社の優位は明白です。まず同社のiBuyersプログラム（ネットで不動産検索、売買をするプログラム）は毎月1億7550万人のユーザーが利用しています。

同社CEOスペンサーラスコフ氏は「当社が最初に取りを行った時10万人近い人が物件所在地と同じ郵便番号で物件を探そうとZillowサイトにアクセスしています。そのうち5000人がその郵便番号地域内に同様の物件があれば知らせてほしいというリクエストをしています。当時、実際の売り出し物件の数は18件。このように当社で自社物件があればすぐに売買契約が成り立っているはずで。我々はユーザーのフィードバックからこういった需要を即座にキャッチすることができます。当社が持つアクセス数やデータ量からして買取プログラムへの参入は当然の成り行きです。」と述べています。

事実Zillow社は競合他社と比較してビッグデータの量で圧倒。ナンバー2のレッドフィン社でもアクセス数は同社の15%に満たないといわれています。多くの場合、ビッグデータをMLSや業界全体のデータから入手していることが多いのですが、ここでは独自のデータ量がものを言います。

Zillowが購入した物件はプレミアエージェントが販売することになります。プレミアエージェント（= zillowに広告料を支払っているエージェント）に支払われるコミッションは1%で、通常のエージェントが得るコミッションより低い。またzillowはプレミアエージェント以外にはコミッションを支払いません。

またプレミアエージェントがリスティング（媒介契約）を取る場合、自分が所属するブローカー（会社）でリスティングするか、Zillowオファーでいきなり買い取ってもらうかの選択肢をクライアントに選ばせることができます。90%のケースでクライアントはプレミアムエージェントのブローカーと契約しています。エージェントは金額に差があるものの両方の場合でコミッションがもらえます。

○オープンドア

2017年オープンドア社では同社ホームページと携帯アプリで業界初の「家を購入する」ボタンを導入しました。目的は家を売買する取引プロセスをシンプルにすることでしたが、他社のエージェントから非難を受け、その後同社ではそのボタンを取りやめました。

ただ同社では現在でも「家を売る」ボタンを継続しています。また問題となった購入サイドでは現在「トップエージェントを紹介してもらう」と「自分のエージェントを使って購入する」という2つのオプションを提供しています。

同社CEOエリック・ウー氏は「不動産業界では多くのエージェントが関わっていてエージェントの役目は交渉だと考えている。今のところ消費者もそういった機能を取引の中で期待している。我々はすぐに購入というボタンをクリックしてもらうのではなくそこに交渉というプロセスを加えた。しかし今後取引が自動化するのは時間の問題である。そうなればエージェントの役割は顧客のアドバイザーとなることである。」と語っています。

ウー氏の元からのビジョンであるエージェントが交渉人ではなくてアドバイザーとなるべきであるという確信に変わりはなく、そうなればエージェントコミュニティに波紋が起きることは間違いありません。

オープンドア社では自社で購入する際自社エージェントを使うが、クライアントが購入する場合サードパーティーのエージェントをディスカウントベースで使っています。売却時は自社エージェント（紹介料を支払う）とサードパーティーエージェント（紹介料をエージェントに支払ってもらう）の両者を使っています。

また、同社ではオープンリスティングと呼ばれる企業を用意して自社物件以外の物件を購入する際のサービスにも備えている。例えばテキサス州ダラス・フォートワース地域では同社が自社で現金購入することに合意した売り手が売却後オープンドアから購入することを決めた場合、サービス料金を一律2%下げて提供しています。同社は通常売り手に対して売買価格の6-12%（平均で6.5%）のサービス料金をチャージしています。

2014年に創業したオープンドア社はiBuyersと呼ばれるカテゴリーの代表格。

同社は現在米国内19地域にて営業していますが、2020年には50地域を目指しています。同社は10億ドル以上の投資資金を有しており今後面白いスタートアップ企業を買収すると見られています。

候補になりそうな企業には引越しと保管を行うClutter社や家のメンテナンスを行うSetter社などがあげられます。

こういった企業を傘下におくことでオープンドア社では消費者にとって家の売買に関わるプロセスをさらに簡単にするワンストップ効果を狙っています。

家の売買だけではなく住む場所を移動するというモビリティを高めるというコンセプト。よって売買取引に加えて引越、保管、メンテナンス、リノベーションといった付帯サービスが追加される。住宅ローンサービスはすでに行われています。家の売買取引費用を最小限に抑えて、上記のような追加サービスで儲けるというビジネスモデルも検討中です。これによって家の売買は他の資産に比べて流動性が低いという従来の不動産にかかる欠点を補う狙いもあります。ウー氏は家の取引を基本的にセルフサービス、オンデマンド方式に変えようとしています。結果は消費者次第といえます。

○レッドフィンとオープンドアがパートナーシップ契約？

レッドフィン社とオープンドア社がパートナーシップ契約を組むことになり、これによって他の従来型不動産企業、IT型不動産企業の両方が警戒を強めることになりそうです。

レッドフィン社はジョージア州アトランタ市とアリゾナ州フェニックス市において家の売却を検討している消費者に対して同社ホームページを利用してオープンドアからのキャッシュオファーを受けることができるサービスを展開しています。もちろん選択肢としてレッドフィン社のエージェントとの面談を希望することもできます。面談においても売り手はオープンドアからのキャッシュオファーと通常のようにレッドフィンでリスティングをする選択肢が与えられます。

両社のパートナーシップはZillowグループが行うiBuyerプログラム「Zillowオファー」に対抗するものであると考えられ、レッドフィンとオープンドア両社の強みを生かしたコラボであるとも言えます。

レッドフィン社は独自のiBuyerサービスであるレッドフィンナウを運営しており、今後も継続する予定。た、だ同サービスで買い取る物件は特定地域と低価格帯に限定されており、その部分を補う目的で今回のパートナーシップが決まったようです。対象地域ではオープンドア社が全米20都市でサービスを行っているのに対してレッドフィンは数都市にとどまっています。レッドフィン社CEOグレンケルマン氏は「当社エージェントがカバーできない地域で外部のエージェントの手助けをもらうように、当社iBuyerプログラムでカバーできない地域やケースについてはオープンドア社に依頼することにした。」と説明しています。

両社のパートナーシップにより売り手にとって以下3つの選択肢があります。

1. 売り手がレッドフィンと専任契約を結ぶ

売り手にかかるコミッション総額は売却価格の4-4.5%（レッドフィンが1.5%、買い手エージェントに2.5-3%）

となる。売り手にとって時間はかかるがもっとも高い価格で売却されるのはこの方法になる。

2. 売り手がオープンドアのキャッシュオファーを直接受ける

この場合レッドフィン社エージェントは取引に関与しない。コミッションはオープンドア社に支払うサービス料（6-13%で、平均7.9%）となる。レッドフィン社はオープンドア社から少額の紹介料を受け取る。

また取り次いだレッドフィンエージェントはレッドフィン社から少額のボーナスを受け取る。

3. 売り手がレッドフィン社エージェントとコンタクトしながらオープンドアに売却する

この場合売り手側にレッドフィン社エージェントがつく分コミッション額は最も高くなる。レッドフィンエージェントに

1.5% + オープンドア社サービス料の平均7.9%が加算される。またレッドフィン社はこの場合でもオープンドア社から紹介料を受け取る。

オープンドア社は以前よりiBuyerプログラムで売り手が売却した場合、紹介してくれたエージェントに対して1%のコミッションを支払うことを約束しています。ただエージェントが売り手からコミッションを受け取る場合にはこの支払いが発生しません。

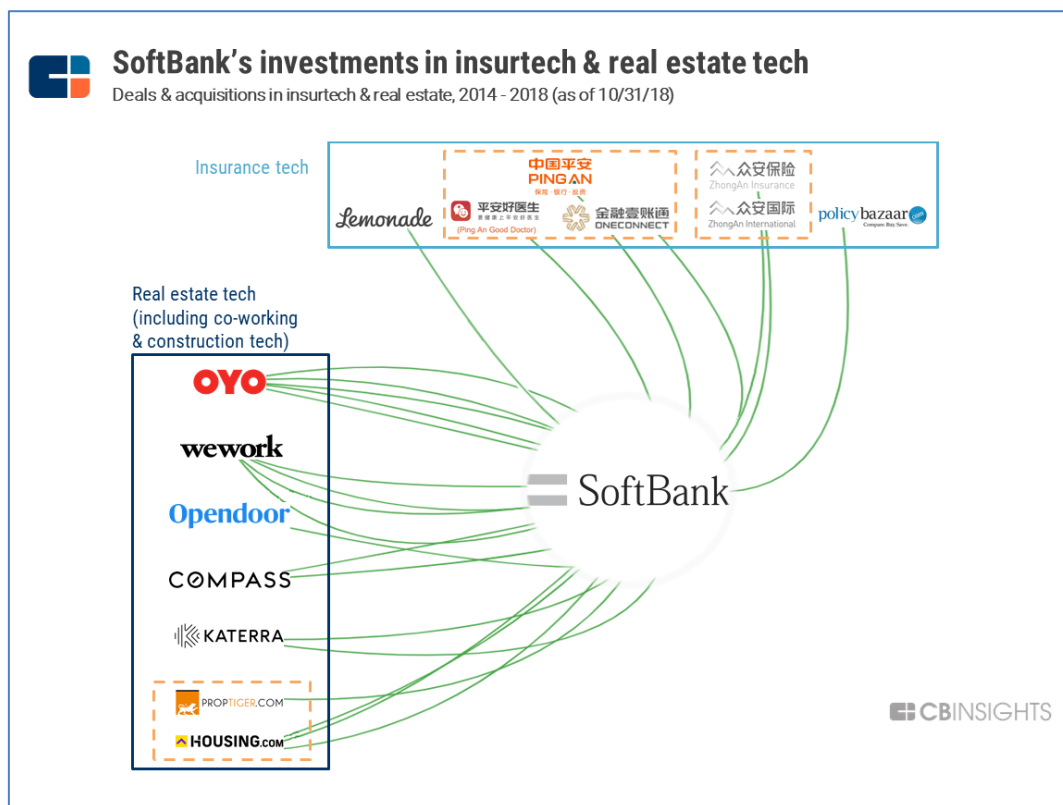
レッドフィン社ホームページで「インスタントツアー」ボタンをクリックすればオープンドア社売り物件に直接アクセスして購入することができる。

同パートナーシップにより両社はZillow社サービス以上のものを提供しようとしています。Zillow社では売り手に対して同社iBuyerプログラムであるZillowオファーか外部エージェント（特にZillowプレミアエージェント）のサービスを使う2つの選択肢を提供しており、Zillow社サイトは内容の充実度からユーザーの人気1位であり、豊富な資金も手伝ってZillowオファーは着実に取引数を伸ばしています。

例えば今年7月コロラド州デンバー市における両社売り物件数を比較するとオープンドア社の63件に対してZillow社は107件であった。しかもZillow社はデンバー市に参入してまだ数ヶ月しか経っていません。

今回のパートナーシップは売り手にとって簡単で確実なiBuyerプログラムとエージェントサービスが受けられ価格も高くで売れる可能性がある従来型プログラムの両方を選択享受できることが最大の強みです。レッドフィンにとってもすぐに売却したい売り手への選択肢ができ、同社iBuyerプログラムである「レッドフィンナウ」だけではとても急速に市場を拡大することは難しいという弱みを補完することができるといわれています。

■ソフトバンク社 不動産ビジネスへの投資



ソフトバンク傘下のベンチャー・キャピタル投資基金ソフトバンク・ヴィジョン・ファンド（SVF）は、住宅売買オンライン・プラットフォームを運営する新興企業オープンドア・ラブズ（Opendoor Labs）に4億ドルを投資。

サンフランシスコ拠点のオープンドアは、3億2500万ドルの投資を6月に調達したばかり。オープンドアの将来性に対する投資業界の期待の大きさがうかがえます。

ウォール・ストリート・ジャーナルによると、ソフトバンクはオープンドアの価値を20億ドル以上と評価し、投資の一部をオープンドアの既存投資会社からの株買い戻しに投じる方針です。

オープンドアの共同設立者エリック・ウーCEOは、「1か月に1都市ずつ市場を広げる計画だったが、今回の投資獲得によって1か月に2都市を予定している」と話しています。同社は現在、19市場でサービスを提供。不動産市場向け技術は、ソフトバンクが重視する業界の一つに位置づけられています。SVFは最近も、不動産仲介プラットフォーム新興企業のコンパス（Compass）が総額4億ドルの投資を集めた資金調達をカタール投資局とともに主導。共用オフィス・サービス最大手ウィーク（WeWork）のほか、建築＆建設新興企業カテラ（Katerra）、インドのホテル予約会社オヨールームズ（Oyo Rooms）もSVFのおもな投資先。

ソフトバンクが不動産分野に注目する理由は、市場が巨大かつ細分化されており、したがって新興企業にも市場開拓できる余地があるということです。

オープンドアは、住宅物件を買い取って改築し再販する事業を展開。仲介業者と同じ値段で迅速に住宅を売却できる、と同社は考えています。同社は、さまざまなデータを使つて的確な買取額を売り手に提示し、迅速かつ簡単な手続きの手数料として売買価格の6.5%（前年は8%だった）を請求。

オープンドアのリスクは、公開しているすべての物件を所有する点にある。大きな在庫をかかえるのと同じ危険要

因。住宅市場は近年、好況ですが、現在冷え込みが始まっており、主要市場のなかには売れ残り物件が増えて
いるところもあります。

同社は今後、住宅融資や住宅保険といった不動産関連金融サービスを即時契約できる サービスを追加し、売り
上げの源の拡充を図る予定です。(U.S. Frontline News, Inc.社提供)

※USフロントライン 2018年10月4日号より抜粋

■アメリカ国内の不動産（建物）を活用した「加速減価償却」

建物の減価償却を活用した節税対策です。

1つめのポイントは「法定耐用年数を経過した中古物件を購入した場合、法定耐用年数が新築の20%の期
間となる」点です。

新築の法定耐用年数は下記の通りです。

- 木造（店舗・住宅）：22年
- れんが造・石造・ブロック造（店舗・住宅）：38年
- 鉄骨鉄筋コンクリート（住宅）：47年

上記法定耐用年数を超えた中古物件を購入した場合、実務上は簡便法により上記期間の20%の期間を
耐用年数として償却する期間を定めます。

法定耐用年数を超えた物件を購入した場合の耐用年数は下記の通りです。

- 木造（店舗・住宅）：4年
- 木造モルタル（店舗・住宅）：7年
- 鉄骨鉄筋コンクリート（住宅）：9年

よって築22年の木造住宅を購入した場合、建物部分の耐用年数は（22年×0.2=4.4年→端数切捨）4
年となり、減価償却を4年で行うことになります。

これが加速減価償却です。

これは国内の不動産だけでなく、海外不動産を購入した場合も同じ取扱いになります。

上記の加速減価償却の対象となる不動産を購入した場合、減価償却が行われる期間は税法上の赤字にな
ることもあり、この場合、不動産所得の赤字と給与所得を損益通算することができます。

例えば、アメリカで1億円の木造住宅（土地5000万円、建物5000万円）を購入する場合を考えます。

対象は建物のみで、土地は減価償却できません。

この場合、4年間にわたって、毎年1250万円ずつ費用が計上され、給与所得から1250万円を控除して申
告することになります。

所得税の最高税率は55%ですので、最大1250万円×55%=687万円が4年間節税で、687万円×4=2,748万円節税できます。

ただし物件売却時に購入時と同じ1億円で売れても、減価償却により建物の簿価はゼロ（土地の簿価は5000万円のまま）ですので1億円－5,000万円＝5,000万円は利益となり課税対象となります。

土地建物を譲渡した場合、譲渡した年の1月1日現在において所有期間が5年以下か、5年を超えるかにより税率が異なります。

5年以上の長期譲渡所得の場合は20.315%（所得税15.315%、住民税5%）、5年以下の短期譲渡所得の場合は39.63%（所得税30.63%、住民税9%）となります。

5年経過してから売却すると、今回の例では5000万円×20.315%＝約1,000万円が課税されます。

所得税の最高税率55%部分を節税して、売却益は長期譲渡所得の20%で支払います。

結果として、トータルで約2748万円－約1,000万円＝約1748万円の節税となるというスキームです。

日本の富裕層の中には、約5年ごとに建物部分の償却メリットが大きい物件を購入しながら節税をしている方がおられます。

■その他

○MLSの変化：従来のMLS（流通機構）は狭域しかカバーしておらず、カリフォルニア州内でも他のエリアの物件は検索できなかった。これが「CR-MLS」という呼称に変わり、カリフォルニア州全域の物件が検索できるようになった。

過去もレポートしたが、MLSでは、物件概要だけでなく、固定資産税評価額・納税額、今までの取引履歴（時期や成約価格）、売主の残債などが記載されている。また、民間のポータルサイトなみに、物件写真が掲載でき、googleマップと連動して場所も即確認できる。

○差別に対するレギュレーション

以前からもそうであったが、差別に対する規制がさらに厳しくなっている。LGBTQ、性別、宗教などに対して、消費者が訴えを起こすと仲介業者には金銭的に重いペナルティが課せられる。また消費者が閲覧できる業者のサイトに「差別的な対応を行った業者」という記録が残る。

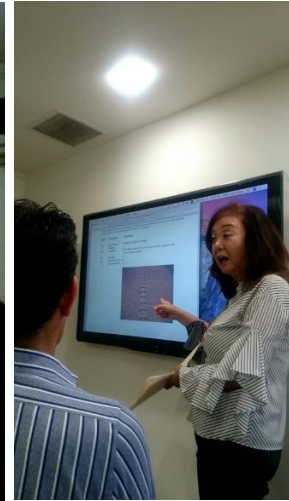
金銭的にも、営業的にもダメージが大きいので、発言には十分に気をつける必要がある。

また、ペットセパレーターに対する条例も厳しくなっている。

一定の病気やハンデキャップを抱えた消費者が、心の支えとして公的な認定を受けた「サービスドッグ」と生活する場合、ペット不可の賃貸物件のオーナー（管理会社）であっても入居を断ってはいけない。

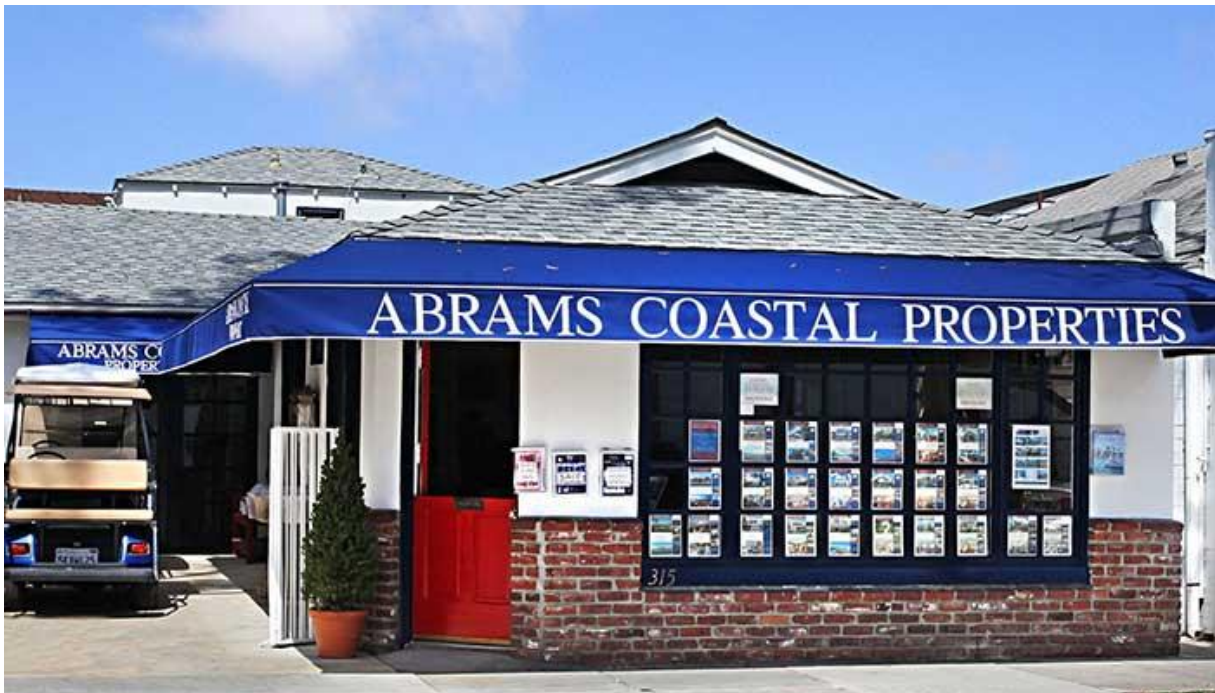
ペット禁止のレストランも同様である。

これについても、消費者の訴えがあった場合は思いペナルティが課せられる。



■ 不動産会社ベンチマーク ABRAMS COASTAL PROPERTIES

バルボアアイランド内の高級居住用不動産を取り扱う、「アダムス・コーストラル・プロパティーズ社」に訪問し、お話を伺った。





ブローカー（オーナー経営者）のドンさんにお話を伺う。

ドン・エイブラムス氏は、過去3年間のうち2年間はニューポートビーチでシェアナンバー1のエージェント。1998年以来バルボア島の住宅の50%以上を売却しています。弁護士事務所に勤務していたドンさんは、退職後、バルボアアイランドにあった小さな不動産会社を購入。エイブラムス・コーストラル・プロパティーズに社名を変更。バルボアアイランドの住民との人脈を構築しながら、エリア内の高級住宅の売却依頼を増やし、地域ナンバー1の不動産業者となりました。

人脈の構築に役立つのは自社で発行している情報誌と週末に出す新聞広告。

情報誌には物件も掲載するが、ドンさんのご家族や息子さんの成長を紹介するコンテンツなども入れる。

そのことで、バルボア・ペニンシュラの住民の認知度も高まり、売却物件の獲得に効果を発揮している。



受託した物件を販売する際にも、紙媒体とネットを活用。高額物件は映像作成しアップする。

同社の専任物件の販促映像は以下の you tube からご確認ください。

<https://www.youtube.com/channel/UCXqaYhwqpe65Xp3Gq9uW2Fw>



ドンさん、同社スタッフの皆様。有難うございました。

■エリア視察 バルボア・ペニンシュラ（半島）周辺の高級住宅地

アダムス・コーストラル・プロパティーズ社の後は、電動ボートによってバルボア・ペニンシュラ周辺の高級住宅地を視察。



このエリアはカリフォルニアでも指折りの高級住宅地。

物件価格は日本円で数億から数百億まで。ジョン・ウエイン、ニコラス・ケイジ、シンディ・ローパー等の有名人が住んでいたエリアでもある。

半島や小さな島で構成されているエリアで、場所によっては車乗り入れ不可、車ごとボードでないと入れないエリア、HOA（ホームオーナーズアソシエーション＝管理組合、自治会と建築協定を合わせたような組織。そのエリアの住民で組織される）の住民の許可がないと新規で購入できないエリアなどがあり、厳格なルールが決められている。

アメリカは西海岸と東海岸にしか海がないので、オーシャンビューの物件は高額で取引される。特に西海岸（カリフォルニア）は東海岸（マイアミ）と異なりハリケーンが来ないので、世界中の富裕層に人気がある。

オーシャンビューの物件の中でも、クルーザーを停める桟橋がついているものとそうでないものがあり、大型のクルーザーが停泊できる桟橋がついている物件ほど高額で取引がなされる。

アメリカの固定資産税評価額は日本と異なり、「購入価格＝評価額」という概念。

よって、3億円の物件を購入すると、およそ1%の税率で毎年300万円の固定資産税がかかります。

本当の意味での「富裕層」でないと維持できません。



■物件視察① ニューポートビーチの高級賃貸住宅 One Uptown Newport

One Uptown Newport

4201 Jamboree Rd, Newport Beach, CA 92660

<https://oneuptownnewport.com>



室内は開放的なオープンなフロアプラン、ウッドスタイルフローリング、天然石のキッチンカウンタートップ、ステンレス水栓、寝室の遮光シェードで高級感を演出。

共用施設はプール、事務、ロビースペースなどが準備されている。



賃料はスタジオタイプ（ワンルーム）が584sq.ft（約16坪）で1595ドル（約17.3万円）から、最上階のペントハウスは1,993sqft（約55.3坪）で7950ドル（約86.6万円）まで。

入居者はニューポートビーチで働く20代から30代の男女。金融、IT業界で働いている方々。

その他の物件写真はオフィシャルサイトより確認いただけます。

<https://oneuptownnewport.com/gallery/#gallery-2>

■物件視察② 既存戸建住宅（加速減価償却対象）

「加速減価償却」の講義のあとに、対象となる既存戸建住宅を視察。

17 Via Floria, Rancho Santa Margarita, CA 92688



物件の概要は以下の通りです。

- BED / BATH: 3/3（3ベッドルーム、3バスルーム）
- SQ FT(src): 1,723（延べ床面積：約48坪）
- PRICE PER SQ FT: \$385.95（1sqft当たりの単価）
- LOT(src): 3,200/(土地サイズ：約89坪)
- LEVELS: Two（2階建て）
- GARAGE: 2/Attached（ビルトインガレージ）
- YEAR BUILT(src): 築年数は1994（BLD）

短期減価償却スキーム

円レート: ¥108

住所	17 Via Floria, Rancho Santa Margarita, CA 92688		
構造・種類	木造2x4	戸建	
築年	1994年		
土地面積/土地単価	3,200sqft	\$203/sqft	
床面積/建物単価	1,723sqft	\$377/sqft	
購入価格	\$650,000	¥70,200,000	
土地評価額	\$195,000	¥21,060,000	30%
建物評価額	\$455,000	¥49,140,000	70%
年間償却額	\$113,750	¥12,285,000	
投資家年間課税所得	\$277,778	¥30,000,000	
年間課税額	\$85,222	¥9,204,000	
短期償却スキームを適用した場合 の年間課税所得	\$164,028	¥17,715,000	
年間課税額(スキーム利用)	\$39,907	¥4,309,950	
年間節税額	\$45,315	¥4,894,050	

利回り

毎月の賃貸収入額	\$3,100	
頭金	\$650,000	100%
購入価格	\$650,000	
年間賃貸収入額	\$37,200	
空室率		5%
借入率		0%
利子額	\$0	0.0%
支出	\$13,020	35%
初期投資額	\$650,000	
年間キャッシュフロー額	\$22,320	
手取利回り		3.4%

■ 物件視察③ アナハムの新築分譲マンション ANAHEIM DISTRICT WALK

DISTRICT WALK

711 S. East Street, Anaheim, CA 92805

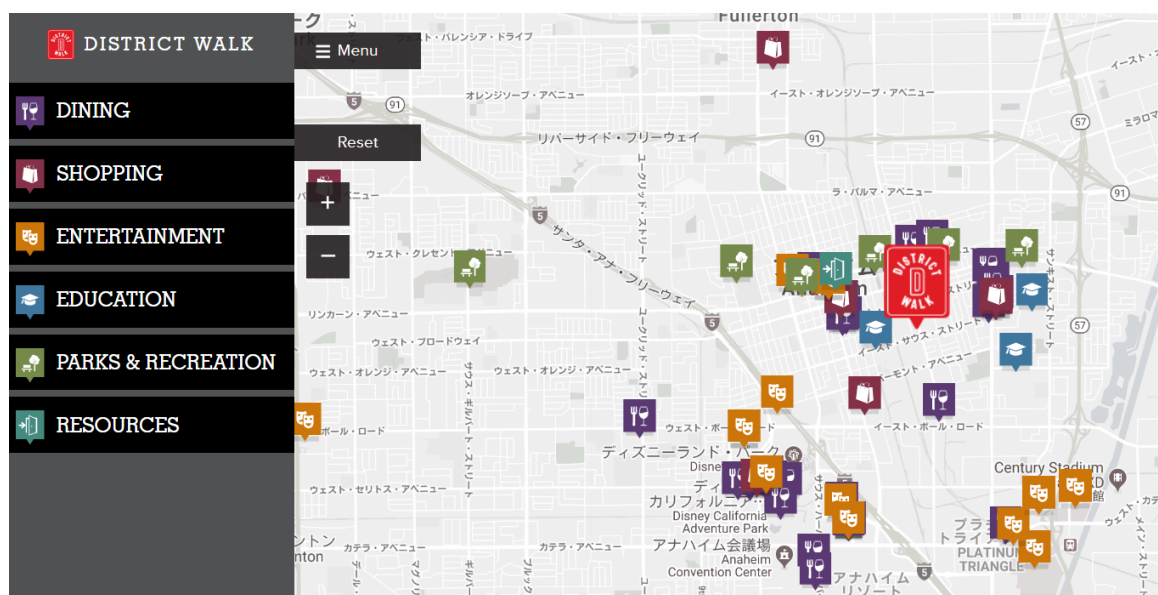
<http://www.districtwalk.com/location/>

アナハイムエンジェルススタジアムの近くの倉庫街が再開発されている。

そのエリア内で分譲されている新築分譲コンドミニアム（区分所有建物）を視察。

分譲会社はオルソンホームズ。1988年創立。カリフォルニア州内で住宅分譲を展開。「WALK」というシリーズ

は、徒歩で商業施設いけ、公共交通機関で移動ができるエリアで住宅を供給することをコンセプトとしている。



3階建て、連棟式、メソネットタイム。5つのプランのうち、3プランを視察。価格帯は比較的リーズナブル。

- ・プラン 1 1,355~1,401sq.ft (約37.6坪~38.9坪)
503,990~513,990ドル (約5500~5600万円)
- ・プラン 3 1,569sq.ft (約43.5坪)
540,990~562,990ドル (約5900~6130万円)
- ・プラン 4 1,701sq.ft (約47.2坪)
579,990~602,990ドル (約6320~6570万円)

プランの詳細はこちらから> <http://www.districtwalk.com/gallery/photos/>
(完売後は見られなくなるかもしれません)





■最後に

日本は既存住宅流通促進に向けてのインスペクションが制度化されました。インスペクションを行うのが制度化されたのではなく、「インスペクションというものがあります」と説明することが義務化されました。

大手流通各社はインスペクション＋保証を「差別化サービス」のひとつとして内製化。中小業者においてはほとんど進んでいません。

米国では1970年代から始まったホームインスペクション。州により違いはあるようですが、カリフォルニアでは40年数年間で、ほぼすべての中古住宅取引に対して、買主負担でインスペクションがなされるようになりました。

日本でこの制度がどれほどの速度で普及するかは未知数ですが、誰が調査を行うのか、誰が費用を負担するのかという部分が現段階では「ぼやっ」としています。

日本人が持つ「サービスに対する意識」についても、米国をはじめインスペクションが導入されている国との違いがあります。

既に導入されている先進諸国では、インスペクションに対するフィーは受益者である買主が負担しています。

もちろん日本でも買主様が自ら費用を負担してインスペクションを依頼するケースはありますが、まだまだレアケースです。多くの場合、取引単価の高い不動産を扱っている会社（1件当たりの手数料売上が大きい会社）が「インスペクション」のフィーを消費者へのサービスとして提供しています。

日本は連邦政府ではなく、すべての都道府県で同じ宅建業法のもとに仕事をしています。都心のように単価の高いエリアで不動産を購入する人は無償でインスペクションが受けられ、そ

れ以外のエリアで不動産を購入する人はインスペクションのサービスは受けられない（もしくは自己負担で依頼する）という現状が、今後どのように広がりを見せるのか、「売り手市場から買い手市場に変わったあとの日本」を冷静に見ていきたいと思っています。

「不動産テック＝リ・テック」という言葉も一般的になりました。
カリフォルニアでは売主と買主が顔を合わせる取引は減少しています。

Zillow.comには、サイトから直接入居申込みができ、審査、重説、契約までオンラインでできるコンテンツが追加されました。

ミレニアル世代が経済活動の中心になりつつあり、お互いに、できれば業者とも売主とも会いたくない。可能な限りウェブ上で取引を済ませたいという層が増えています。

カリフォルニア州では、一部の高齢者層を除いて、メールと電子署名での書類のやり取りで不動産取引を完結する土壌がわずか2年間で定着しました。

消費者にとって、そして宅建業者にとって役立つ仕組みであれば、もっと急速に普及していくはずでしょう。
日本でも賃貸のIT重説が始まりました。若年層の消費者（借主様）には喜んでいただけています。
エリアや顧客層にもよりますが、かなり積極的に活用している業者も増えています。
日本のミレニアル世代の支持はあるようです。

スマートハウス、IoTに関しては米国と日本で同時期に進んでいます。
高齢者対応、介護というところで見ると、日本のほうがIoTとの連動は進んでいるかもしれません。

ネット集客については、個人情報に対する概念がまったく違うので、比較になりませんが、成約事例やAIによる物件価格の概算表記については、消費者にとっては情報開示の恩恵を受けられますし、仲介業者にとっては一括査定サイトというものが不要というメリットもあります。

一方で、日本のように「参考までに価格を知りたいのだけど・・・」という売主様からの問合せがなくなるということを見ると、デメリットととらえることもできます。

今回のレポートは以上です。

今回一緒に渡米いただいた皆様、現地で視察をさせていただいた関係者の皆様、そして今年も現地で講義と視察のコーディネートを行っていただいた才田夫妻およびシェリーさんに心より御礼を申し上げます。

有難うございました。

2019年10月21日



株式会社RIAコア・ブレインズ
代表取締役 土屋克己

katsumi-tsuchiya@ria-group.jp