3000万人に迫る訪日観光客
実需や日本のファンなど意外なニーズあり

呼び込め！インバウンド投資

訪日観光客が増えるなかでビジネスインバウンドも増えているという。そのなかで再度注目してみたいのが、日本不動産への投資を考える海外投資家の存在だ。かつてのように「爆買い」はなりを潜めているのか。未だに中国マネーの投入は多いようだが、一方で空前のインバウンド時代は新たな実需ニーズも生んでいるようだ。この流れを促進する上で欠かせないのが日本不動産の海外発信。決して海外投資家にとってアクセスが良いとは言えないのが現状だ。

▶日本不動産への投資進むか（画像はイメージ）

投資メリットの高き評価 実は多い実需ニーズ

訪日観光客が3000万人に迫っている。そのなかで、増えているのが日本不動産へのインバウンド投資だ。

数年前までのキーワードとなっていた「爆買い」。不動産業界にもその流れがあり、しばしば「物件を1回見ただけで現金で買っていく」というような噂があった。いわゆる中華系だ。ある不動産会社役員は「中華人民共和国は内陸部の開発も進むなかで、中流層の収入水準があがってきた」と話す。その資金力が日本や海外不動産の購入行動につながったようだ。

ここ日本に限定してみると、これまで2つのパターンが存在した。

ひとつは純粋な投資目的だ。しばしば言われていることであるが、日本、特に東京は世界有数の都市でありながら、東アジアの国々の都市と比べると比較的割安という事情がある。現在の市況のなかで「良い物件は市場に回りにくい」状況となっているが、前述の不動産会社では「日本人投資家が手をつけにくいバルクを紹介すると外国人投資家は買いをいれる」と話す。

「新宿御苑」駅近くのマンションも地元のビルオーナーに言わせれば「ほとんど最近竣工した」が投資需要で、外国人投資家の買いも多かった。

「日本人投資家が手をつけにくいバルクを紹介すると外国人投資家は買いをいれる」と話す。

「新宿御苑」駅近くのマンションも地元のビルオーナーに言わせれば「ほとんど最近竣工した」が投資需要で、外国人投資家の買いも多かった。

このような層をいかに引き込んでいくかが日本不動産投資市場の活況にもつながっていく。そのためにも、現状の不動産会社の着手が進れている海外投資家に向けた絶え間ない発信は欠かせなさそうだ。

「割安さ」だけが魅力ではない リート物件投資の意外な理由

訪日観光客が年々増加しているのと並行し、注目されているのが海外個人投資家による日本不動産への投資。中華系の人たちに「爆買い」、欧米諸国からの注目も強いようだ。

例えばビヨンドボーダーズ（東京都新宿区）は、インバウンド不動産メディア「SEKAI PROPERTY」を展開。海外の個人投資家に日本の不動産を紹介している。同社は3月、英国の最大手の不動産ポータルサイト「Rightmove」との提携を発表。同サイトに初の「JAPAN」カテゴリをつくり、物件情報を提供している。執行役員の小林利光氏は「海外の人にとって日本の不動産を知る機会は少ない。投資に積極的な層の窓口になれば」と期待を寄せる。

日本不動産の利点は近隣諸国に比べると「割安」である点だ。たとえば香港は日本の不動産と2倍以上の高値をつける。「先進国への不動産投資を考えている人にとって、日本は魅力的な投資先です」（長屋氏）。

ただ小林氏が注目しているのは利回りや売却益を狙う「純投資」だけではない。「足もとではオーストラリアから日本の不動産を買いたいという問い合わせが増えている」という。それも長野県・白馬や北海道・ニセコといった、いわゆるリゾート地だ。投資先としてはいささか「搦め手」のようにも思われる土地だが・・・。

小林氏は「彼らがそうした地を買いたくなったのは訪日観光客としてその土地が気に入ったからなので」という。いわば「セカンドハウス」だ。実際あるオーストラリア人は白馬のスキー場で住み込みのアルバイトをしていたことから気に入り、物件を購入するまでに至ったという。「長期休暇の際には自分で使用して、それ以外の期間は賃貸などに貸し出されるケースが多い」（小林氏）。

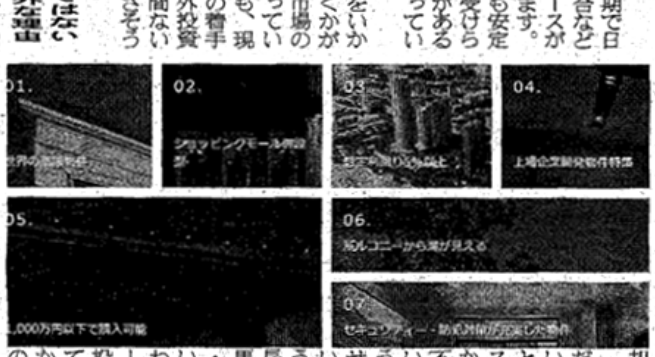
訪日観光客が増えるなかで、このような「親日投資家」という層が今後も増え続けそうだ。

足もとの円高は影響薄い 更なる拡大に向け各国との提携も

ただ気掛かり材料もある。ひとつは円高傾向、ひとつは中国の習近平政権による海外送金規制だ。長屋氏は「これまで米国や香港、シンガポール、タイを中心に引き合いを頂いていますが、中国からの投資家は以前ほどの勢いがない。政策による影響は実感していない」という。円高についても「現状で影響は薄い」状態だとする。

それでも現状に満足せずに次の一手も見据える。「『Rightmove』との提携は大きな弾みになるでしょう。各国の不動産ポータルサイト大手との提携を進めていき、各国の個人投資家が日本不動産を探すときは『SEKAI PROPERTY』という状況をつくっていきたい」と意欲を見せる。

小林氏は日本の不動産業界の海外への発信力について「海外不動産事業者の日本進出や大手事業者の発信はあるが、「全体としてはまだまだではないか」と話す。持続的に投資を呼び込んでいくためにも観光政策同様、日本不動産投資においても「ファン」づくりが欠かせない。



▶同社では海外の多様な物件も紹介

◀「Rightmove」