

ライフサポートニュース

住まいとお金に関する話題についてお得な情報や役立つ知識をご紹介します。

金融業界の営業姿勢から

8月4日の日本経済新聞社会面に、公正取引委員会がみずほ銀行に対し**住宅ローンの勧誘に不適切（有利誤認）**があったことを理由に警告を発するという記事が掲載されました。

この記事の見出しが飛び込んできて、あまりにも異例なことだったため、なんだなんだと思わずビックリしてしまいました。記事の概略は以下の通りです。

〈みずほ銀行に警告へ〉

◇実際の適用金利を毎月見直すことを明示しなかったのは、景品表示法違反（有利誤認）に当たる。



「適用金利は申し込み時ではなく、借入実行日の金利が適用」と小さく表記したのみ。

◇住宅ローンは市場金利に連動し変化するのにも関わらず、申込時金利が適用されると誤解する記載。

◇他の大手行のパンフレットを比較し、みずほ銀行のパンフレットは不当表示であると認定した。

◇保険や金融商品などを含め、金融機関に対し、厳しく臨む姿勢を改めて示し、金融機関の身勝手な問題のある営業への警笛である。

◇公取委は「有利さのみを強調する営業姿勢は、消費者軽視と言わざるを得ない」と断じている。

この記事を読んで、三つのことを感じました。それは、「**1. みずほ銀行だけ？ 2. 今回のようなことはどの業界でもある 3. 住宅ローンの仕組みそのものが変わると良いのに**」というものです。

まず、この記事を読んで思ったのは、今回のようなケースは、みずほ銀行のみだけではなく、どこの銀行でも似たり寄ったりで、なぜ、みずほ銀行だけが警告されたのか分かりません。

自分たちのような住宅ローンを業務として取り扱うものは、住宅ローンの常識として今回のことは理解していますから、どこにどのような書かれ方をしているか支障はないです。

しかし、一般の方は、人生の中で頻りに利用することもないので、住宅ローンの当たり前のこともきちんと説明しなさいという公取委の見解なのでしょうが、みずほ銀行の表記がダメなら、**他の銀行も同じだ**と思いました。

次に思ったことは、今回のような営業手法は、銀行、保険、証券などの金融機関に限らず、我々不動産業界でもそうですし、その他の全業界、全ての業種で言える事ではないかと。

不動産業界の広告は、金融機関以上にひどく、**有利なことやメリットばかり強調するもので、不利益なことやリスクなどは、小さくても書かれていれば良い方で、ほとんど書かれておりません。**

これは広告のみならず、物件の詳細資料でも同じで、この部分に関し、不動産業界では、営業担当者に占める役割が大きく、**良い営業担当者に当たれば、資料からは読み取れない不利益な部分などの説明も入りませんが、悪い担当者に当たると、気づかれるまで黙っています。**

この部分を不動産営業を取り締まる宅地建物取引業法では、契約前に法律で定められた重要事項を説明することによりカバーしようという制度を定めておりますが、小難しく慣れない法律用語と契約の土壇場まで来て、冷静かつ適切な自己判断を消費者ができるのか疑問です。

最後に、住宅ローンの仕組みの基本として、**適用される金利は、申し込み時ではなく、実行時（借りる日）の金利になるというものがあります。**（例外として公庫や一部の金融機関では申し込み時の金利適用）

この部分は昔から何とかならないものかと感じていました。土地や中古住宅などで契約（＝ローン申し込み）後、取引実行までに長い時間がかからないものは、大きな変動もないのですが、新築なら半年、新築マンションなら1年以上も時間差があるケースもあり、この場合、申し込み時の金利で資金計画をしたら、金利が大幅に上昇し、根本的な見直しが必要になることも考えられます。

法的に問題があるとは思いませんが、どういう条件になるかも分からずに申し込みをし、実際の取引時に条件が変わっていたら、不利な条件を受け入れるという基本的な部分に致命的な欠陥があるように思います。

公取委も今回の件を通じ、**強大な力を有する金融機関が、その力を背景に、逃げ道がない一般消費者に不利な条件を飲み込ませるという根本的な姿勢や意識に警笛をならし問題を投げかけているのかもしれない。**

ライフサポートニュース

住まいとお金に関する話題についてお得な情報や役立つ知識をご紹介します。

つくばエクスプレス開業1年

開業1年を迎えたつくばエクスプレス（TX）。日本経済新聞をはじめとした主要新聞、ワールドビジネスサテライトなどのTVやニュースでも、開業して1年経った現状を取り上げられることが多くありました。

柏の葉キャンパス駅前“ららぽーと柏の葉”や流山おおたかの森駅前“高島屋系SC”など、商業施設のオープンも間近に迫り、街に活気と賑やかさが生まれる雰囲気。

茨城県内の沿線での住宅地開発も進み、順調に販売が進んでいる。千葉県内では、**区画整理事業の進捗状況は遅れており**、このままなら、人口減、少子化、金利上昇、税制などの変化から、厳しい販売になることも危惧される。

茨城県内を購入した世帯では、近くに家庭菜園があるにも関わらず、通勤時間も短くなって、充実した生活を満喫しているケースなども。これらのような生活を“**つくばスタイル**”として、県や都市再生機構はアピールしている。

TXは、当初予想していた乗客数を上回り、順調な滑り出し。しかし、借入金の返済などから、財務状況が良いわけではなく、各自治体や関係先から出ている**延伸や増発などの運行への要望実現は難しい**。

TX開発は、首都圏最後と言われるほどの規模で行われており、今後開発が進むにあたり、沿線以外の地域への影響も出てくる。

生活する人口も商業施設を求めてくる人口も多くなるということは、当然、**他の地域から人口を奪う**ことになる。これはTX内でも同様のことが言え、現在は千葉県内の開発が遅れていることから茨城県内沿線で住まいを購入するケースも多いが、今後、千葉県内での供給が増加すると、茨城県内では苦しくなる。

また、平行して走る常磐線にも同様のことが言え、大きく考えても、都心から同程度の時間や距離にある地域も、**TX沿線に需要を奪われていく**。

現在、TXが開通したものの、商業施設などの生活や不動産の供給状況が悪いことから、なかなか市場として成り立たず、需要側に**飢餓感**が起り、沿線ではちょっと**異常なくらいの地価上昇**をしています。

今後、社会情勢と沿線での宅地開発が進むことにより、地価も落ち着き、良好な宅地や住まいが供給されていくことでしょう。この影響で、他沿線や現在売り出されているTX沿線も**落ち着きを取り戻してくる**と思われます。

どちらにしろ、購入する側にとって良い方向になりますので、同沿線で購入をお考えの方は、あせらずに。しかし、最低でも3年から5年程度は待つ覚悟で。

パーソナルトレーナー活用から

今月、スポーツジムなどで、自分の目的や体質にぴったり合う特別な運動メニューを求めて「**パーソナルトレーナー**」を活用する人が目立ってきたとNIKKEIプラス1に紹介記事が掲載されました。

記事を読んでみますと、プロの運動選手の間で使われていたパーソナルトレーナー（個人指導）が一般にも広がり、サービス向上を目指した企業の動きも出てきた。

費用はコースで受ける時は月2回で月会費2万円前後。オプションで頼むときは1時間1万円弱。

東海大学の久保明教授は「**受け手からのオーダーメードで医療や疾病予防の方向を決める手法が現在ひとつの流れになっており、この反映だろう**」と見る。

日本パーソナルトレーナーズ協会の吉永孝徳さんは「**トレーナー次第で結果は変わる。その人の心や考えに踏み込む能力が大切**」と指導者選びの重要性を強調。

この記事を読んで、これからの住まい探しもこんな感じになるんだろうなと思いました。この記事を将来の住まい探しに置き換えて考えてみます。

不動産会社などで、自分の目的や生活にぴったり合う住まいを求めて「**パーソナルアドバイザー**」を活用する人が目立ってきた。FPなどの金融業界で先行していたが、不動産業界でもサービス向上を狙った動き。

建築設計でも、**依頼主からのオーダーメードで住まい方向性を決める手法が現在ひとつの流れになっている。アドバイザー需要も、この反映だろう**。

アドバイザー次第で結果も変わり、アドバイザーのスキルとして、その人の心や考えに踏み込む能力が必要である。この**アドバイザー選びがとても重要**。

《アドバイザーを選ぶポイントして》

1. 相手の雰囲気
ゆとりがあること。同じような家族構成、住まい。
2. 住宅業界歴・資格・アドバイス歴
業界でのキャリアや資格で信頼度とスキル。
3. 得意分野、得意地域
自分の求める住まいや地域が得意なアドバイザー。
4. 初回のカウンセリング
初カウンセリング時に相性を重視し、自分の目的や考えを理解してもらえそうかをじっくり確認。

健康はとても大事な基本です。住まいのとても大事な基本です。この大事なことに費用を掛けてでも、自分に合ったものを求めていく傾向や意識、流れはとても良いことだと思います。