



# 物流不動産業界の最新動向2018年

イーソーコ(株) 取締役会長 大谷 巖一

(株)イーソーコ総合研究所 主席コンサルタント 花房 陵

## 1. はじめに

21世紀に入り、外資ファンドや開発専門企業による超大型物流施設が登場して20年が過ぎようとしている。物流施設は地域における産業転換と物流の機能開発が更に進み、多くの雇用を生む地域にとっての重要な産業になった。開発競争が激化して供給過剰が危惧されながら、さらに活発な開発が進む背景と展望を考察する。

## 2. 活発な開発競争の背景

2001年首都圏に大型物流施設が開発され、その事業主体がアメリカ資本のプロロジス、外国資本の企業であったことが話題となった。日本の物流業界への新規参入者とは、どんな勝算があるのだろうか。と当時は疑問が湧き上がっていた。それから20年が過ぎようとしており、超大型物流施設はここかしこに建設され、利用者も順調に増加の一途にあると言われている。

超大型倉庫の主な開発事業者は図のように様々であり、あたかも物流不動産ビジネスが時代の主人公でもあるかのような賑わいである。かつて物流施設は倉庫業、運輸業など物流事業者が自己投資で建設するものであった。バブル景気以降の低金利の常態化、不動産流通の低迷から再び不動産を活性化させようという目論見から、経済政策で（CRE：企業不動産の利活用）が言われるようになる。この流れを

表1

主な物流施設開発 プレイヤー		
業種形態	事業者名	ブランド名
専業開発業者	SGリテリテイ	ロジスクエア
	CRE	ロジスクエア
	GLP	GLP
	プロロジス	プロロジスパーク
	REDWOOD ESF	レッドウッド
	グッドスマン	グッドスマン
REIT投資信託	GLP投資法人	
	日本プロロジスリート投資法人	プロロジスパーク
	ラサールロジポート投資法人	ロジポート
	三井不動産ロジスティックパーク	MFLP
	三菱地所物流リート投資法人	ロジクロス
	日本ロジスティクスファンド	
不動産事業者	三井物産都市開発	
	寛愈不動産	
	野村不動産	
総合商社	三菱商事都市開発	MCUD
	伊藤忠商事	アイミッションズパーク
	住友商事	SOSILA
金融事業者	三菱UFJリース	
	日本生命	ロジスティクスセクタリー
	オリックス	ロジスティクスセクタリー
総合建設業	大和ハウス工業	DLP

受けて、物流施設開発の専門業者が東京木場に大型施設を開発した物件が第1号であった。

この事業モデルが広まるにつれ、多額の投資資金はファンドや投資信託、特定目的会社の株券、出資証券として広く、薄く、深く浸透して潤沢に供給されるようになった。しかも、かつてない低金利状態が続いており、不動産投資信託では一般投資家も順調に増えてきている。

安定投資先としての物流施設は、年度ごとに数兆円規模で新規投資が行われ、現在に至っている。来年度の計画も次のように関東圏、関西圏共に好調である。

これだけ開発供給が続くと、その背景と将来予測に弱気な思いが巡るのは当然であろう。

表2 メガ倉庫開発計画の概況

関東圏

No.	開発主体	名称	所在地	延床面積(m <sup>2</sup> )	延床面積(坪)	竣工(予定)
1	GLP	GLP流山Ⅰ	千葉県流山市	131,236	39,699	2018年
2	GLP	GLP流山Ⅱ	千葉県流山市	95,841	28,992	2018年
3	GLP	GLP流山Ⅲ	千葉県流山市	93,223	28,200	2018年
4	プロロジス	プロロジスパークつくば	茨城県つくば市	57,000	17,243	2018年
5	ラサール不動産投資顧問	ロジポート狭山広瀬台	埼玉県狭山市	32,000	9,680	2018年1月
6	グッドマンジャパン	グッドマンビジネスパークイースト	千葉県印西市	125,100	37,843	2018年1月
7	プロロジス	プロロジスパーク東松山	埼玉県東松山市	71,347	21,582	2018年2月
8	オリックス	蓮田ロジスティクスセンター	埼玉県蓮田市	34,881	10,552	2018年春
9	三井不動産	MFLP平塚Ⅱ	神奈川県平塚市	43,400	13,129	2018年9月
10	GLP	GLP五霞	茨城県猿島郡五霞町	140,000	42,350	2018年10月

249,268

関西圏

No.	開発主体	名称	所在地	延床面積(m <sup>2</sup> )	延床面積(坪)	竣工(予定)
1	プロロジス	プロロジスパーク神戸4	兵庫県神戸市	69,000	20,873	2018年
2	ラサール不動産投資顧問	ロジポート大阪大正	大阪府大阪市大正区	122,099	36,935	2018年1月
3	レッドウッド・グループ	レッドウッド南港中	大阪府大阪市住之江区	131,795	39,868	2018年2月
4	GLP	GLP豊原川	大阪府豊原川市	26,929	8,146	2018年春
5	日本生命	日本生命大型物流施設	大阪府松原市	34,833	10,537	2018年7月
6	プロロジス	プロロジスパーク京田辺	京都府京田辺市	156,000	47,190	2018年夏
7	GLP	GLP枚方Ⅲ	大阪府枚方市	119,000	35,998	2018年夏
8	GLP	GLP小牧	愛知県小牧市	36,000	10,890	2018年1月

210,436

「日本経済は本当に復活したのか？これから景気は本調子となるか？」

第1にこれらの物流不動産は、金融商品であり、賃料収入という利回りを生み出している投資物件なのである。したがって、投資総額と利回りで事業評価が行われ、物件そのものが商品として売買、流通するようになってきている。つまり、不動産物件としての物流センターを開発すること自体が目的となり、金融ビジネスの手段となっているのである。だから、すでに日本には百余の新築物流施設が建築され、運用され、転売されている。

新たな施設の供給は需要も生み出すことは確実であり、それは住宅やオフィス、商業施設にも当てはまる。新旧交代、移転需要は景気活性化の促進となっている。

第2にネット通販の好調は今後も続くことが明らかである。ネット通販向けの通販物流は、コールセンターや撮影スタジオを併設して今後も成長が続き、2020年以降も拡大する見込みである。3PL事業者による需要が最多ではあるものの、超大型マルチテ

ナント型先進物流施設の供給も続くことが予測される。これはAmazon、楽天を代表とするビジネスプラットフォーム系企業のほか、BtoB通販、店舗系ネット通販など、新規参入の裾野が年々広がっていることによるものである。

ファッションサイトのZOZOタウンを運営するスタートトゥデイといった有力なインターネット通販事業者が、積極的に先進物流施設を増床する動きが多く見られる。昨年から、通販事業者が高賃料の開発物件への入居や大型スペースを賃借したりするなど、自社での物流の強化へ取り組む事例が再び目立ってきた。一つの事例として、アスクルはインターネットBtoC通販専用の口八口拡大に向け、拠点充実の積極化を図り、横浜や大阪でそれぞれ超大型高機能先進物流施設を一棟借りするなど、物流投資に対し積極的である。

第3には、首都圏道路網の整備ともなう物流用地の再評価である。圏央道などのインフラ整備の進展によって、交通利便性が高まり、これまで3PL事業者や通販事業者の需要が弱かった内陸部までも

需要が拡大したことにより、超大型マルチテナント型先進物流施設の開発エリアが拡大した。物流施設開発は特定エリアに集中する傾向があり、過去にも神奈川の湾岸部や厚木・相模原、埼玉の三郷などで集中した経緯がある。今後の供給は、千葉湾岸・内陸、神奈川内陸などで多いが、既存開発済み施設ストックに対する供給率で考えると、千葉内陸のストックは今後2年で約2.5倍に膨張する。また、2018年以降については、常磐道「流山IC」周辺での大量供給が控えている。

さらに、各地の大型商業施設の低迷とその活用策に物流施設が計画に上がってきた。消費立地にある各地域で閉店する大型商業施設を物流施設へコンバージョンする事例が、新たな動きとして始まった。大型商業施設の閉鎖が各地で計画され、事例の成り行きが注目されている。2017年度中に閉店する「イトーヨーカドー東習志野店」を、野村不動産が将来建て替えを行うことを前提に取得すると発表した。取得後は超大型高機能先進物流施設「Landport 東習志野」の建設を予定している。

#### ■(仮称) Landport 東習志野 計画概要

所在地：千葉県習志野市東習志野7-3-1

交通：東関東自動車道「千葉北IC」約7.1km  
・京成本線「八千代台」駅徒歩16分

敷地面積：30,545.17m<sup>2</sup>

容積率：200%、用途地域：工業地域、

延床面積：73,256.29m<sup>2</sup>

関東圏、関西圏ともに先進物流施設が内陸部へと拡大し、今後は、先進物流施設へのテナント誘致競争は激化し、施設の付加価値を高めるアメニティ空間（ラウンジ、休憩所、オフィス、託児所、コンビニ他）の強化や物流以外の需要となる作業所や工場を誘致できる環境（電源容量の拡張、消防設備の整備等）への機能重視の投資も積極化してくるだろう。

### 3. 利用者側のプロコン

物流施設開発の競争視点では供給過剰による物

件価格の低下が危惧されるというが、果たしてどうか。不動産は一物一価であり、同じものは二つとないことが挙げられる。一般商品やサービス価格との違いが明らかにあり、賃料という価格はその物件がもたらす価値に左右される。

つまり、交通事情と作業要員の確保が容易な立地、近隣の運輸企業の所在、物流は生産と消費の交差点であるという地勢上の利点などが相場や価格を形成している。

物流施設を利用する側の視点は様々であり、特に3PL事業者にしてみればそれぞれの物件はそれぞれの商材や業種にとっての優位性が描けると言う。物流施設が多ければ多いほど、ビジネスチャンスは広がるというわけである。

住宅やオフィスという不動産の場合には格安、割安という宣伝文句はあるものの、実態として相場を超える取引は行われてはいない。その意味では物流施設が近隣に密集、林立するようになれば、相場も影響が変わるが、現在の5%程度の空室率では価格相場に不安はないと言えるだろう。

商売の原則、「高く売るより早く売れ」をそのまま当てはめて「安い物件を待つより、早い意思決定を」というのが本則であろう。

### 4. 物流サービス・マーケティング

年々続々と開発される物流不動産は、需要実態とは別の金融理論で開発・供給が進む。いずれ過剰による地域的な値崩れは必ず起きるだろう。不動産流通は実態を反映していない。住宅でさえ25年調査で空き家が620万戸もありながら、毎年100万戸弱が供給されているのが現実なのである。

昨今の物流では人手不足対策が最重要視されている。そのための自動化設備やロボット運用が実用化を迎えている。労働力問題はそれほど深刻であり、物流コスト問題以上に人手不足で物流センター運用の危機感が高まってきているのだ。これからは人が集まりやすい倉庫、働きやすく定着する物流施設が

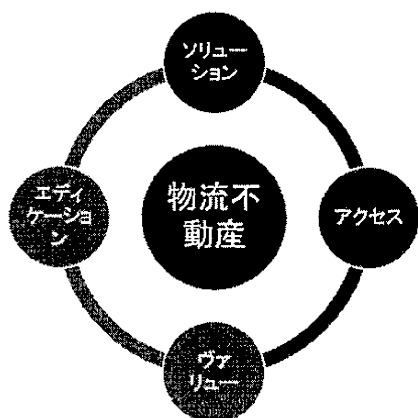


図1

選ばれる時代である。

物流は業界や商材ごとに季節変動があり、作業者の繁閑調整やワークシェアリングが重要な運営課題になっている。要員募集条件による賃金差より、「働きやすいセンター」という評判を作り出すことが重要である。おのずと新しい施設、従業員のための付帯設備、女性パートであれば育児や通勤、買い物の便利さなどが選択条件に上がってくるだろう。

巨大物流施設単独での開発より地域での集合開発が必要となり、その意味でも全国各地に点在する工業団地が開発候補となるだろう。

このような施設選択の提案や運用問題への解決策など、物流施設を利用者に「売る」ためには、従来型のマーケティングでは間に合わない。

物流サービスは料金価格が全てではないものの、従来は差別化要素の提案も不十分であった。今後はサービス・マーケティングのSAVEに従った、顧客ソリューション、ヴァリュープロポジションの視点が重要になる。

モノを売るためには4Pというマーケティング原則があるが、物流サービスのような非定型のサービスを売るためにはSAVEというアプローチが必要なのである。

つまり、物流施設が顧客荷主の事業目的にとってどのような問題解決 (solution) につながるかを身近に (access)、ていねいに提案 (education) を続けながら、ビジネスを価値 (value) あるものに

できるか、が問われているのである。

これら一連の流れを常に回してゆくことで、物流サービスの提供は可能となり、他社との差別化要素が獲得できる。料金競争となるのは、顧客ソリューションと物流サービス・ヴァリューの説明不足から引き起こるアンチ差別化活動と言えるのである。

物流センターという不動産には、一物一価の原則があり、全く同じものはありえない。近隣比較物件もあるが、全く同じであるはずはなく、それぞれの物件は機能と価値は明らかに異なる。このような不動産評価や商談アプローチには専門性が必要となるために、我々は物流不動産をマーケティングするための専門技能として宅建士の資格を取ることが大切だと考えている。SAVEアプローチを習熟することで、多様な物流ニーズに合わせた物流不動産の提案活動が行えるのであり、供給が潤沢にある現在の物流不動産は我々のビジネスにとって大いなる追い風となっているのである。

## 5. おわりに

私たちイーソーコグループは、物流施設を基盤にした拠点開発、倉庫保全、物流施設の改修・リノベーション、物流事業者のマッチング、物流イノベーター（革新人材）派遣など様々な物流サービスを提供している。21世紀は物流と情報戦の時代となり、世界からの商品を世界に向けて販売してゆく、我が国が地球流通商社としての役割を担うであろう。物流不動産ビジネスの進め方は教則本を著しているので参考にしてほしい。

### <参考文献>

- (1) 大谷巖一：「物流不動産ビジネスのすすめ」、日刊工業新聞社
- (2) 大谷巖一：「物流不動産ビジネスの実務」、日刊工業新聞社