

0. はじめに

- 1. 物流不動産の現状・動向
- 2. 倉庫建築着工動向
- 3. 輸送量の状況
- 4. J-REIT における動向
- 5. 電子商取引（E コマース：EC）の状況
- 6. 通販業界（ネット通販）の状況
- 7. 東日本大震災後の物流（施設）の傾向
- 8. 終わりに

0. はじめに

長期において低迷を続けてきた不動産マーケットであるが、近年においては回復傾向が顕著になってきた。その先駆けとなったアセットタイプの一つが物流不動産である。本件では物流業界・物流不動産、およびこれらを取り巻く環境について考察する。

1. 物流不動産の現状・動向

物流に係るマーケットが活発化している。電子商取引（E コマース）の浸透に加わり、政権交代後の経済対策も中長期的なポジティブ要因となっている為である。物流施設が多く竣工する2013年～2015年は需給の悪化が懸念されていたが、海外投資家の潤沢な資金の供給や外資系企業による積極的な開発、円安、株高もあり、物流施設への需要は売買、賃貸とも好調であり、懸念は後退している。

業界を取り巻く状況を参考までに列挙する。

■ 電子商取引が台頭し、物流業界を牽引している（通販マーケットの拡大、配送網の整備拡充）。

■ 物流施設が投資対象として見直されるようになった（長期契約による安定収益、運営が比較的容易等）。

■ 取引のスピード化に伴い、物流の高度化、効率化、拠点集約化のニーズが高まっている。更に2011年3月の東日本大震災以降、より耐震性等が重視されるようになった。省エネ、創エネ、環境対策の浸透により、先進的物流施設が注目されている。但し、その様なニーズを満たす、大型・機能的・機動的な近代的物流施設の開発が本格的

に行われたのは2000年代に入ってからであり、ストックがそれ程多くなく、潜在的な拡大要素を有する。なお、従来型の物流施設には建築時期が1960年～1970年代のものも多く、建替え時期を迎えている。

■ リーマン・ショック後の経済情勢の悪化等を背景として、3PL化の流れが加速し、保管スペースに関しては自社の所有から賃貸へと推移する傾向となっている。また、企業の在庫削減傾向により、長期保有から一時的な保管へと移行するようになった。グローバル化に伴い輸出入関連物流が活発化した事も、一時保管の需要を高めている。

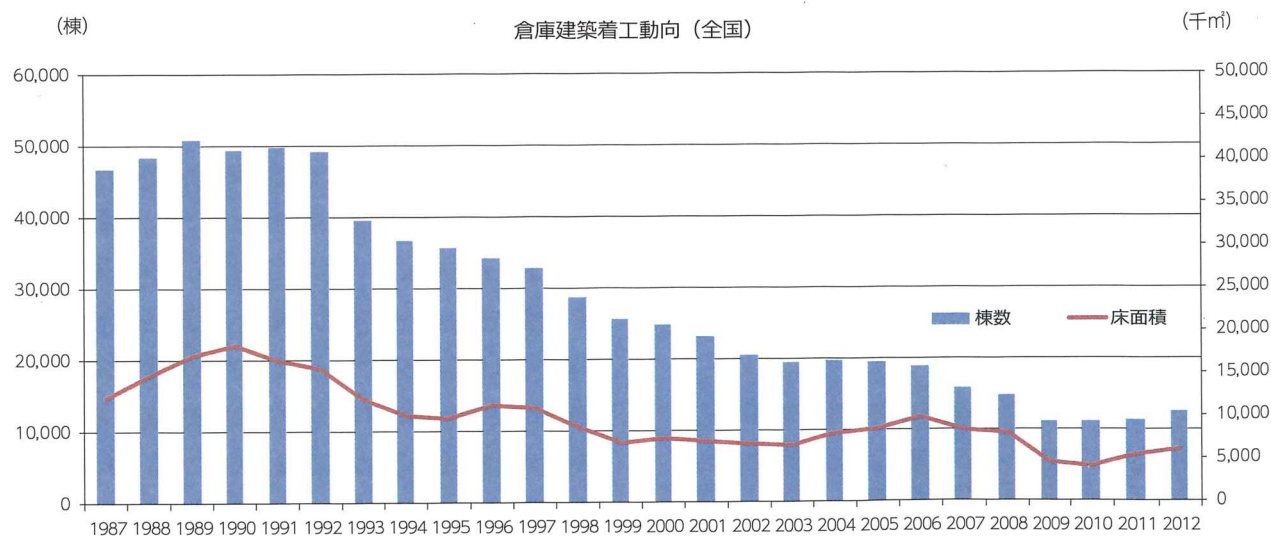
■ 物流の好立地は、生産地（輸出入拠点）と消費地への近接性が重視されるが、加えて交通インフラが整っている事、物流業務を行いやすい周辺環

境が重要となっている。圏央道の一部開通など、道路網等のインフラの向上が物流施設開発への後押しをしており、高速道路IC周辺などでは物流用地の取得が活発化した。2000年以降における物流施設に関する規制緩和（※）により、開発余地が増加した事も用地取得が加速した要因の一つである。

（※）物流総合効率化法や貨物自動車運送事業法に基づく「特別積合せ貨物運送に供する建築物」（特積施設）の活用による、市街化調整区域における開発等。

■ 物流施設の需要者の一角である百貨店、スーパー等が低迷から脱する兆しが見えている他、コンビニエンスストアは好調を維持し、2013年は新規出店が過去最高となる見込み。

2. 倉庫建築着工動向



国土交通省「建築着工統計調査」によると、ファンダブル崩壊、リーマン・ショック等を経て、棟数・床面積とも低い水準に留まってきていた。但し、棟数は2009年、床面積は2010年を底として、以降は増加に転じている。

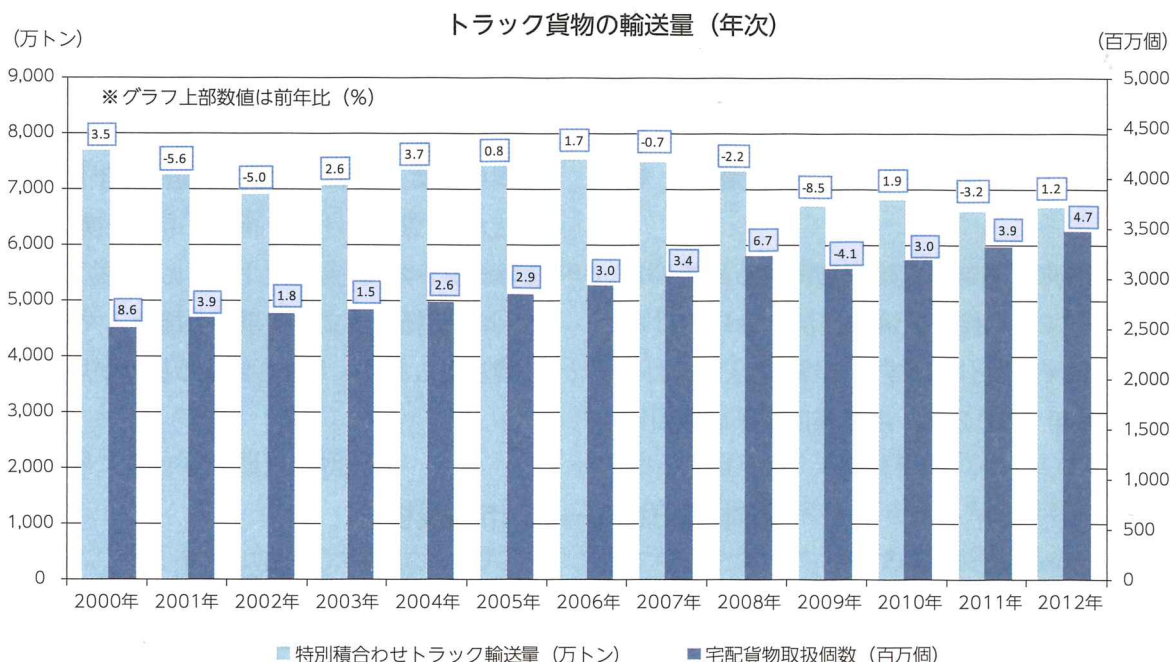
今後も引き続き床面積・着工棟数共に回復・増加傾向を示す事が予測される。

貨物の輸送量を以下に表示する。

トラック輸送量は2006年頃までは増加傾向にあったが、経済情勢の悪化に伴い、以降は年により多少の上下はあるものの、全般的には減少傾向にあった。直近の2012年は多少持ち直している。また、宅配貨物取扱個数を併せて表示している。リーマン・ショックの影響を受け、2009年は減少したものの、他は一貫して増加傾向にある。

3. 輸送量の状況

物流の状況を示す一つの指標として、トラック



	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年
特別積合わせ トラック輸送量 (万トン)	7,697	7,264	6,902	7,085	7,348	7,409	7,532	7,478	7,317	6,697	6,823	6,604	6,686
宅配貨物取扱個数 (百万個)	2,510	2,609	2,655	2,695	2,764	2,844	2,929	3,027	3,229	3,098	3,190	3,314	3,469

出典：国土交通月例経済（国土交通省）

4. J-REIT における動向

近年においては、GLプロパティーズやプロロジスなどの外資系に加え、三井不動産・三菱地所

といった国内企業も物流に注力し、活発に物流施設の開発・供給が行われている。その様な中、J-REITにおいては2012年下期から2013年上期にかけて、物流セクターでの新規上場が相次ぎ、

その規模や知名度から注目を集めている。特に、下記 b) 及び c) については、世界的な知名度を有す

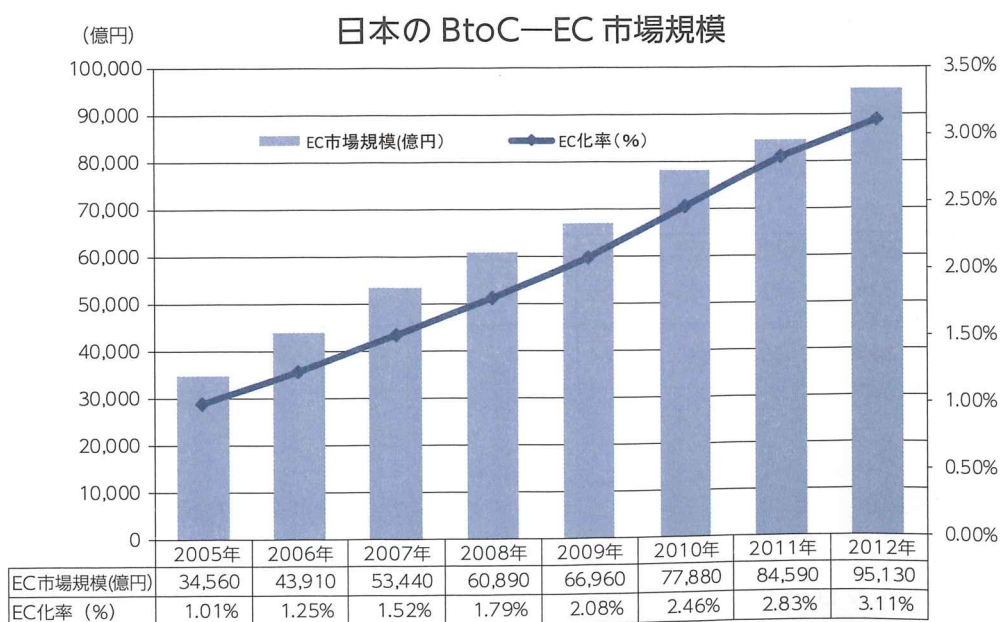
る企業グループが手掛けており、海外投資家からの注目度も高い。

a)大和ハウスリート投資法人	<ul style="list-style-type: none"> ・2012年11月上場 ・複合型(物流、商業施設が投資対象) ・資産規模約1,171億円(25物件)の内、物流施設は約890億円(約76%)
b)GLP投資法人	<ul style="list-style-type: none"> ・2012年12月上場 ・物流施設特化型(先進的物流施設中心:大規模かつ機能的な設計を備えた物流施設) ・シンガポール政府投資公社(GIC)の関連会社で、日本や中国で最大の物流施設プロバイダーであるシンガポールGlobal Logistic Properties Ltd.(GLP)の日本法人GLプロパティーズがスポンサー ・約2,488億円(40物件)の資産規模
c)日本プロロジスリート投資法人	<ul style="list-style-type: none"> ・2013年2月上場 ・物流施設特化型(Aクラス物流施設へ重点投資) ・物流不動産開発の米国系グローバル企業、Prologis,inc.が100%スポンサー ・取得価格ベースで約3,054億円(20物件)
d)野村不動産マスターファンド投資法人	<ul style="list-style-type: none"> ・2013年6月上場 ・物流施設と商業施設をバランスさせた投資方針 ・物流施設に関する資産規模は約1,220億円(商業施設を含めると2,276億円:全54物件) ・スポンサーの野村不動産グループからの取得が中心

5. 電子商取引 (E コマース : EC) の状況

経済産業省による電子商取引に関する最新のレポート「平成 24 年我が国情報経済社会における基盤整備 (電子商取引に関する市場調査)」によると、平成 24 年 (2012 年) の企業間電子商取引市

場規模 (広義) は約 262 兆円 (前年比 101.7%) に拡大、消費者向け電子商取引市場規模 (下表参照) では約 9.5 兆円 (前年比 112.4%) に拡大している。PC より気軽に注文する事が可能なスマートフォンの普及化もあり、今後も更なる拡大が見込まれる。



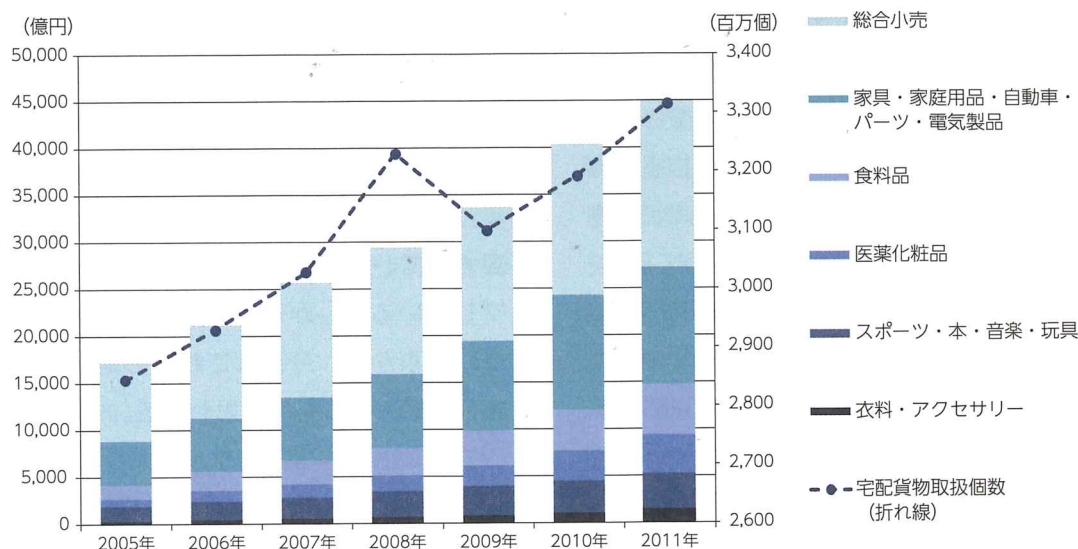
※EC化率：全ての商取引における、電子商取引 (EC) による取引の割合

出典：電子商取引に関する市場調査 (経済産業省)

更に、ネット通販における「小売業」関連売上高の推移を示す。宅配貨物取扱個数については、既に示しているが、比較の為再度表示した（折れ線グラフ）。

宅配貨物取扱個数は、リーマン・ショックの影響を受け、2009年は大きな減少を示しているが、ネット通販における「小売業」関連売上高は一貫して増加している。

ネット通販における「小売業」関連売上高の推移



出典：国土交通月例経済（国土交通省）・電子商取引に関する市場調査（経済産業省）

6. 通販業界（ネット通販）の状況

上述の様に、EC市場は拡大しており、ネット通販は物流業界における牽引役となっているため、ここではネット通販について触れてみたい。

ネット通販には多くの企業が進出しているが、特に注目されているアマゾン・ジャパン及び楽天を中心に記載する。

■アマゾン・ジャパン株式会社（Amazon.comの日本法人）

①売上高

米Amazon.comが公表した、日本国内における売上高は以下となっている。2010年11月から開

始した恒常的な送料無料化の効果などで2011年・2012年と大きな伸びを示した。当該数値は直販分を中心とするものとみられ、Amazon.co.jp（同社の通販サイト）に出店・出品する他社の売上を含むと、更に2～3割アップした数字が実態と推測され、流通総額は1兆円を超えている可能性がある。

Amazonの日本売上高（単位：百万ドル）

年	売上高	前年比
2010年	5,025	—
2011年	6,576	30.9%
2012年	7,800	18.6%

②販売方式

自社で仕入れ、販売する直販が中心だが、近年

は楽天が強みとする通販モール事業「マーケットプレイス」も強化（出品者から手数料を受ける）にも力を入れている。直販でも家電メーカーとの取引を増やし、価格交渉力を強めつつ、近年では「当日お急ぎ便」など、注文から短期間での配送に力を入れている。

Amazon.co.jp における「マーチャント@amazon.co.jp」のみならず、Amazon.co.jp 以外の販売経路で受注した商品においても、アマゾン・ジャパンロジスティクス（Amazon の物流部門を担う）がアマゾンフルフィルメントセンターで在庫商品を保管・管理し、販売業者の配送依頼に応じて梱包・配送するという「FBA マルチチャンネルサービス」を行う。販売業者は、Amazon の物流ノウハウ、システムを利用する事により、効率よく在庫保管、商品配送を行う事ができる。

③国内拠点

Amazon の国内拠点は下図の様に分布している。2012 年以降では鳥栖 FC・多治見 FC・小田原 FC の利用が開始されており、①郊外に立地しながらも都心への接近性が確保されている。②いずれも大型施設である（小田原 FC においては延床面積が 20 万㎡弱もある）といった特徴が認められる。なお、拠点分布図でわかる通り、北海道及び東北地方をカバーし得る施設（※サポートセンターを除く）が存在しない。東北地方においては、2011 年にアマゾン岩沼 FC（宮城県岩沼市）の計画が発表されていたが、東日本大震災の影響によりストップしている。しかし、配送のスピードが増々重視される事から、今後はこれらの地域における拠点整備が図られるものと思われる。

Amazonフルフィルメントセンター(FC)の国内拠点

① 住所 ②延床面積 ③開始年



■楽天

①概要・流通総額

8,100万人を超える楽天会員を対象に、ネット通販をはじめとしたインターネットサービスを提供する。楽天グループを形成し、楽天株式会社の中核となっている。楽天市場の店舗数は4万店、商品点数は1億2,000万点を超える。店舗の出店による手数料収入が収入の核であるショッピングモール形式である。

2012年12月期は連結売上高が対前年比16.7%増の4,434億円、国内EC流通総額は1兆4,460億円となった。

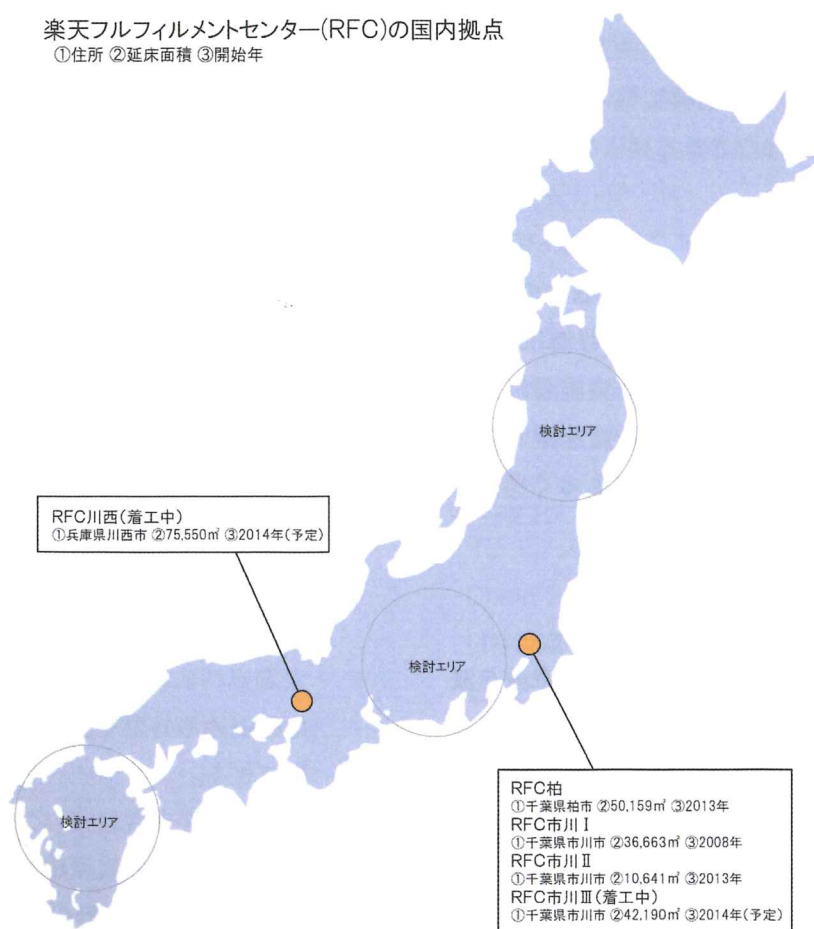
②拠点整備の傾向

楽天市場の店舗は各自で直接顧客に出荷するシステムが主流であり、顧客が複数の品物を注文し

た場合、各店舗が個別に発送するため、注文毎に顧客に手数料の負担が発生するなどの弱点があった。これを克服するため、同社は複数店舗の商品を希望日時に一括で配送するサービスなどを推進、必然的にあらかじめ大量の品物を集約しておくことのできる自社の物流施設が必要となってきた。

近年では千葉県市川市・柏市の物流拠点を確保するなど、物流インフラの整備に力を入れている。楽天の拠点は下図の通りである。現在は東京圏と関西圏（建築中）に集中しているが、東北地方・中部地方・九州地方が検討エリアとされている。更に、大規模センターとは別に、中規模センターを全国に配置し、分散型の物流ネットワークを整備する事で、物流の効率化、配送のスピード化、当日配送の開始・対象エリアの拡大、配送費の低減を目指す。

楽天フルフィルメントセンター(RFC)の国内拠点
①住所 ②延床面積 ③開始年



■その他

2013年10月に、ソフトバンクは『Yahoo! ショッピング』における手数料無料化を発表した。ストア出店料と売り上げロイヤルティは完全無料化、代替として広告料収入をメインとする。

物流業界への影響は顕在化していないが、今後の各社における戦略に影響を与える可能性もある。

7. 東日本大震災後の影響

震災後における物流業界(施設)の傾向を掲げる。

1) BCP

企業がBCP(事業継続計画)に力を入れる傾向が強まった。震災では物流施設内における荷崩れ、停電による倉庫のエレベータ、マテハン機器、受発注機能の停止などサプライチェーンの混乱が生じた。こうした反省から、地震に備えた様々な対策が従来よりも意識的になされる様になっている。

2) 耐震補強・免震化

地震の揺れに関する直接的な被害(躯体の損傷、荷崩れによる人・商品への被害)の軽減に関し、既存施設については耐震補強を、新築施設については建物の免震化が図られ、緊急地震速報システムや24時間稼働の防災センターなども多く導入されている。

3) 分散・多様性

従来はいかに荷物を集約させるか、在庫量を減らして効率的な運用を行うかというのが、物流業界における主流のテーマであったが、震災においては物流の停滞、生産停止・減産等を招いた。以降の対応は必ずしも一様ではないが、①在庫を増やす ②物流拠点の分散化、代替施設の確保 ③

流通経路に多様性を持たせるといった動きが多く認められた。

4) エネルギー利用

震災直後における電力危機・計画停電の実施を背景に、蓄電・発電システムやの導入やコジェネレーションシステム(排熱利用等)、ガスなどの代替エネルギーなどの利用が図られる様になったが、特に目立つのが再生可能エネルギーの太陽光発電の導入である。プロロジスやG Lプロパティーズ(※震災前から一部施設で導入済)などが相次いで大規模な導入計画を発表した。

太陽光発電の物流施設への導入が進んだ理由としては以下が挙げられる。

a) 電気事業者による再生可能エネルギー電気の調達に関する特別措置法

2012年より実施された固定価格買取制度(全量買取制度)により、再生可能エネルギー源を用いて発電された電気を、国が定める価格で一定期間電気事業者(電力大手)が買い取ることを義務付ける制度であるが、売電における単価・期間が固定された事から比較的安定した収入が見込め、初期投資費用の回収・収益の見通しが立ちやすくなった。

b) 施設と太陽光パネルとの関係

- ・建物の屋根が広く、平屋根が多い事から纏まった面積を容易に確保でき、建物自体に一定の強度が備わっているため発電パネルを設置しやすい特性を有する。
- ・屋根は収益を発生させないスペースである事から有効利用に繋がる。
- ・太陽光パネルの遮熱効果により屋根の経年劣化を弱める効果や施設内空調の効率改善も期待できる。

c) 環境意識

外資系企業の参入や環境に対する意識の高まりに併せ、CASBEE等の導入、敷地内における

緑地の確保、建物の照明としてLEDを導入するなど、環境に配慮されるようになってきた。企業イメージの向上も期待できる。

8. おわりに

以上に述べてきた通り、現在は通販業者等の旺盛な実需や物流需要の拡大に応じ、最新のスペックを備え、多くは太陽光発電などの環境に配慮した大規模物流施設が台頭している。

ところで、今後とも、この様な大規模施設が中心となっていくのであろうか。商業の分野になるが、例えば小売業においては、郊外ロードサイド型の大規模商業施設が台頭する一方で、顧客への接近性や高度なシステム、情報処理を武器としたコンビニエンスストアの発展があった。

楽天は出品する各店舗から顧客に直に配送する方式が主流であるが、現況では送料等の面でアマゾンに対抗する事が困難であり、大型物流施設の利用の方向に向かっている。但し、既述の様に中規模拠点の整備も併せて検討されている。

今後、大規模物流施設が更なる高度化を追求し、例えば生鮮食料品などの従来は扱いにくかったものまで多様に扱う事で一層の発展を遂げていき、かつては中小の物流施設の占めていた地位を益々奪っていくのか、それとも以下の様な事により、再度中小物流施設が活用されるようになっていくであろうか。今後とも物流業界及び物流施設を活用するプレイヤーの動向に注目していきたい。

- ・流通技術・IT技術による施設能力の高度化
- ・実店舗に物流拠点の一部機能を持たせるなど、効率化を図る。

ネットストアなどでは実店舗を物流拠点とすることは困難であり、結局は専用の配送センターを設けるといった事例が多く見受けられる。し

かし、酒類販売のカクヤスなど、一部において成功と言われる例もある。

- ・消費者への接近性の高さや中小規模施設ならではのきめ細かさを生かす。
- ・大規模物流施設では対応できない商品の取り扱いなど、ニッチな部分での存在感を発揮する。

参考・引用文献

- ・国土交通省 HP「物流センサス」他
- ・経済産業省 HP「電子商取引に関する市場調査」他
- ・各投資法人 HP IR
- ・楽天株式会社 HP IR 他
- ・楽天物流株式会社 HP
- ・アマゾン・ジャパン (Amazon.co.jp) HP
- ・東京証券取引所 HP
- ・ヤフー株式会社 IR
「e コマース事業における新戦略について」
- ・月刊ロジスティクス・ビジネス
(ライノス・パブリケーションズ社)
- ・Chain Store Age (ダイヤモンド・フリードマン社)
- ・日経流通新聞 (日本経済新聞社)
- ・日経ビジネスオンライン (日経 BP 社)
- ・日経不動産マーケット情報 (日経 BP 社)
- ・MarkeZine HP (株式会社翔泳社)
- ・通販新聞 HP (通販新聞社)
- ・商業施設新聞 (産業タイムズ社)