

株式会社 不動産経済研究所  
〒160-0022 東京都新宿区新宿 1-15-9 さわだビル7階  
TEL 03-3225-5301 (代表) FAX 03-3225-5330  
URL <http://www.fudousankeizai.co.jp>  
購読料：月額 15,200 円 (税別)  
月 3 回発行

● Opinion	コロナが迫るオフィス変革	1
● Deal Information	大和ハウスが物流 4 施設をブラックストーンに売却	2
● Lenders List	池田泉州銀行など 47 機関、Jリート保有口数ランキング	4
● Interview	野津彰一CBRE アセットマネジメント部長シニアディレクター	8
● Gloval Report	コロナショックが世界の主要オフィス市場に与える影響	11
● Focus	新たな転換期を迎える？—首都圏マンション市場の足元と課題	12
● Insiders Discussion	リスクは少しずつ顕在化、オフィス需給の判断に 2～3 年	14
● Topics	リモートワーク一気に進むも課題も浮き彫りに	16
● Fund of Funds	総資産額は 110 億円増の 3 兆 6268 億円	17
● Inside Story	優良管理マンションに認定制度、売り主側の動き鈍い中古流通市場	20

Opinion

# コロナが迫る オフィス変革

川北 英隆  
京大名誉教授

コロナ禍は様々な活動に変化を要請している。生活の仕方然り、企業の活動然りである。この両面から影響を受けるのが都心のオフィスだと考えていい。社内外との打ち合わせ、会議、交渉などにおいてインターネットの利便性が確認されるにつれ、仕事の方法に変化が生じてきた。この結果、特定の場所、すなわち大企業に代表されるように、都心部に立地するオフィスに集まることの意義が問われている。

考えればすぐ理解できるように、特定の場所に集まることに意味があったのは、情報の交換や収集に便利だったからである。インターネットのない時代、多くの有効な情報は、一カ所に集まって直接話し合えないと得られなかった。今はどうなのか。フェイスブックなどの SNS での情報にどれだけの価値があるのかは疑問ながら、信頼度の高い相手から送られるインターネットを介した情報には十分な価値がある。

そうだとすれば、特定の場所に集まることの必然性は、コロナ禍の以前から薄れていたはずだ。当然、特定の場所としてのオフィスの本質的役割にも変革が生じつつあったことになる。コロナ禍は、そのオフィスの変革を表面化させたにすぎない。

オフィスの変革は、情報交換と収集の観点と、組織構成員の満足度の観点の両面から考えなければならない。

情報交換と収集の観点からは、「オフィスが必要とは限らない」となる。相手の信頼度を測るための顔見世的な会合、機密性の高い情報の伝達、細かな内容の伝達(たとえば実物を見せないと理解が難しいような試作品の説明)などでは、インターネットは不十分である。これに対し、その他の多くはインターネットで済ますことが可能である。逆に考えれば、相手に直接会うことで信頼性を確保できているのなら、日常的な打ち合わせや交渉の多くはインターネットで十分間に合う。

組織構成員の満足度の観点から、代表例として指摘できるのが、コロナに感染しないため公共交通機関での移動を極力避けることである。自宅のインターネットで仕事を済ませられれば子供との接触度が増え、さらに満足度が高まる。郊外に、もしくは地方に住み、必要の都度、交通機関を利用して都心部のオフィスに向ければいい。顧客が日本国内だけでなくグローバルに展開しているのなら、東京に住む必然性が消滅する。

今後のオフィスと住環境に必要なものが何なのか。コロナ禍はオフィス変革の要因ではなく、単なる引き金にすぎない。絶対条件となりつつあるのが、インターネットの活用による情報交換と収集である。その上で、オフィスに必要な機能とフロアのレイアウトを考えればいい。住環境については、これまでの「オフィスに通勤でき、住めればいい」だけでは通用しなくなっている。家族と一緒にどのようにして豊かに過ごすのか。これが重要なコンセプトだと考えていい。



# 新たな転換期を迎える？

## —首都圏マンション市場の足元と課題

2020年上半期（1～6月）の首都圏分譲マンション供給戸数は、前年同期比44%減少した。コロナの影響を被ったものの、物件の販売現場では売れ行きそのものの見方は大きく変わらず、供給減に伴い歩留まりは高い状況にある。下半期以降、土地価格の上昇圧力が緩和される見方があり、価格上昇一辺倒の市場が調整局面入りし、アベノミクス以降続いてきた流れが新たな転換期を迎える可能性もある。2020年前半と後半以降の市場の課題を見る。

### 外出自粛要請強まり供給戸数は5900戸減 コロナ機に市場の潮流は大きく変わる可能性

不動産経済研究所の調査では、2020年上半期（1～6月）中に首都圏で発売された新築分譲マンションの供給戸数は7497戸だった。前年同期実績を5939戸、44.2%下回った。コロナ禍の影響で、1～3月が前年比35%減、4月が52%減、5月が82%減と減少幅が急拡大。6月は32%減まで持ち直したものの、外出自粛要請が強まった4～5月の大幅減が響いた。エリア別では東京23区が3845戸（162戸、29.6%減）、東京都下が761戸（519戸、40.5%減）、千葉は831戸（557戸、40.1%減）と大幅減。前年は増加していた神奈川は1562戸（1766戸、53.0%減）、埼玉は498戸（1477戸、74.7%減）と大幅な供給減となった。

上半期の平均販売価格は6668万円（2019年比11.5%増）、販売単価は坪当たり340.8万円（17.3%増）でグロス価格、単価ともに上昇した。平均価格は神奈川と都下で下落したものの東京23区が8190万円で12.4%アップ、埼玉も4929万円で9.2%アップ。好立地化と利便性重視で急騰。平均単価も大幅上昇が継続しており、いずれもアベノミクス以降最高値を更新。特に23区と埼玉が全体を押し上げている。23区内のうち超都心3区（港・千代田・中央）が14.4%アップ、都心3区（中央・新宿・文京）が21.4%アップ、城東5区（江東・台東・墨田・葛飾・江戸川）が13.1%アップと突出。ホテルや収

益ビルとの土地取得競争で土地代が急騰したエリアだ。供給シェアも、超都心部と城東エリアの供給比率が高まっている。埼玉は浦和周辺やさいたま新都心、川口、戸田における単価上昇と供給シェアアップが数字に反映された。初月契約率は首都圏平均で68.3%（2019年の平均成約率は62.6%）。1～2月は60%前後と前年からの不調が継続したが、3月以降は70%台と、コロナが本格化した以降に販売率が好転している。来場者は減少したものの、来場者の購入意欲が高く、歩留まりが非常に高くなっていることが要因。物件によっては40%前後の高い歩留まりがある。また、供給戸数を絞って売れる数だけ発売しているため、初月契約率が上昇したとも見られている。

完成在庫数は、2020年5月で4079戸。販売好調だった2014年からは3倍以上の完成在庫増だが、増加ペースは大きく変わっていない。販売長期化要因の販売価格の高騰に加え、コロナ禍のマイナスの影響が加わってきたことで、今後さらに販売期間の長期化傾向は強まり、完成在庫の増加ペースが当面続くと思われる。

分譲マンションの売れ行きは、全体的には昨年と同水準だが、エリア毎に見ると昨年とは違った傾向が出ている。トータルブレインが独自に、2019年12月～2020年6月までの販売実態をヒアリングしたところ、134物件中、「好調」が37%（2ポイント＝p増）、「まずまず」が42%（2p減）、「苦戦」が22%（1

p増）で売れ行きは昨年とほぼ同水準だった。ただしエリア別では、傾向に変化が見られる。神奈川は「好調」が44%（13p増）、「苦戦」が19%（10p減）で売れ行きが好転、埼玉も「好調」が50%（12p増）まで持ち直し、千葉は「好調」が71%（40p増）で、供給が減少した郊外部の売れ行きが良かった。一方、都下の売れ行きが更に悪化し、23区も売れ行きが減速している。23区をさらに細分化すると、昨年まで好調を継続していた都心エリアで急ブレーキがかかっており、好調比率が17%で30pも減少している。都心部はターゲットが富裕層中心でコロナ禍の影響を強く受けたと考えられるが、今年の前半は都心を中心に販売価格が更に大幅上昇しており、昨年ホテルや収益ビルとの用地取得競争の激化で都心部の土地が高騰し、マンションの販売価格が急上昇したことが、売れ行きに影響した。

一方で、昨年からの売れ行きが回復傾向だった、城南、城西、城東の各エリアは引き続き販売が好調だ。城南、城西エリアに関しては、前半の価格上昇が比較的少なかったことに加え、売り出し物件数が前年同期と比べて半減し、需給バランスが良好だったことも販売好調につながった。一方で、外出自粛により家族全員が一日中家にいることで、現在の住まいに対する不満が顕在化している。コロナを機に本格的に住宅を検討し始めるケースも出始め、緊急事態宣言中の4～5月でも販売結果を出した物件も見られた。

### 仕入れ競争緩和し価格調整局面入りも 求められるニューノーマルへの対応

前半戦を受けて、後半以降のマーケットはどう推移するのか。前半はコロナ禍による販売自粛の影響で前年比5～6割の供給しかできていない。後半も3密対策の徹底が求められるため、大型物件でも大量集客・大量供給は難しい。そのため、後半の供給量も前年比7～8割程度、年間供給戸数は

2万戸前後にとどまる可能性は高い。

アベノミクス以降の6年間でマンション市場は、地価高騰に伴う価格の上昇と二極化、実需中心のマーケットから仮需マーケットに拡大、デベロッパーの事業ポートフォリオの多様化などが急速に進んだ。これらの根底にあったのは、土地の供給不足から来た土地価格の上昇圧力だ。6年間で土地代は60～100%上昇し、直近3年間の用地取得競争の勝者はホテル、収益商業ビル、収益事務所ビルと続いていた。土地が高騰し続けたから、デベロッパーも変化を続けざるを得なかった。しかしコロナ禍の影響で、年後半は、これら上位取得者が脱落し、仕入れ競争が緩和されるため6年間続いた地価の上昇が止まる局面を迎えると見られている。また、秋以降、業績が悪化した企業が決算対策に動き出すため、年末にかけてマンション用地の供給が増加する見方もあり、ゆっくりとしたペースで価格調整局面入りが見込まれる。

コロナショックにより、在宅勤務の流れが一気に進んでおり、大手やIT系の業種では、コロナ後も在宅によるテレワークを継続する企業が現れている。この流れがアフターコロナ時代の新常态（ニューノーマル）となることも考えられる。実際に、5～6月以降に売れ行き状況が改善した郊外マンションや建売戸建てが見られた。ただし、テレワークの普及そのものが売れ行き好転の理由ではなく、価格の割安感。所得水準の高い大手、IT企業の従業員があえて利便性の劣る郊外部に移るニーズは少ないと見ていい。しかし、近年デベロッパーが供給を郊外から都内都心にシフトしているため、郊外の需給バランスが改善している。また、都内都心部との価格乖離幅が拡大し、郊外エリアでの割安感が高まっている。アベノミクス以降、変化が続いてきたマンション市場は、再び新たな転換期を迎えることが予想されるなか、各デベロッパーはニューノーマルへの対応が求められている。