不動産業界トピックス集

CRE戦略最新動向

第6回

今後のCREコンサルに求められるもの

マクロな視点からの自社不動産活用の時代へ

企業ブランディングにも深く影響

これまで5回に渡り、弊社の具体的事例も交えながらCRE戦略についてご説明させていただきました。連載の最後となる今回は、これまでの連載を総括し、CRE戦略の将来像について考察できればと思います。

これまでの連載でお伝えしましたように、弊社が考えるCRE戦略の根幹となるのは、経営的視点を持って不動産を取り扱うということです。

第3回目の【オフィス統廃合】では、クライアントにおいて、地域販売子会社の統合やグループ企業の吸収合併により営業エリアの重なっている拠点がありました。一般的には「賃料の高い拠点／業績の悪い拠点を閉鎖する」といった、現状の明確になっている課題を対処しがちです。しかし、弊社のコンサルティングでは、拠点を動かすことで生じる営業車や複合機の台数変動／要不要による違約金など不動産に留まらない、現状炙り出されていない課題（あらゆるイニシャル／ランニングコスト）を明確にしました。更にはビル側のBCP対策やビルグレード／立地といった採用面への貢献などプラスの要素も検討に加え統廃合プランを策定しました。

第4回目の【新規拠点開設時の賃料上限値を算定するモデル策定】では、クライアントが不動産を借りる段階において、不動産相場視点（適正もしくは安ければ借りる、高ければ借りない）での折衝になってしまいがちという課題がありました。この課題に対し、拠点の収益性から負担できる賃料の上限を策定するモデルを構築しました。そのには必要なのでは」という仮説を持ち、不動産をシェア（転貸）することでPL改善を実現しました。

いずれの事例も、賃料が高い／安い、面積が広い／狭いといった不動産の表面的な部分のみを見ている限りは実現困難なアプローチです。視点を広げ、クライアントの不動産に留まらないPL改善や、企業ブランディング等にも影響を与える経営資源の一つとして不動産を取り扱ったことが成功要因の一つです。

とはいえ、上記は決して特別な事例ではなく、弊社のコンサルティングでは、拠点を動かすことで生じる営業車や複合機の台数変動／要不要による違約金など不動産に留まらない、現状炙り出されていない課題（あらゆるイニシャル／ランニングコスト）を明確にしました。更にはビル側のBCP対策やビルグレード／立地といった採用面への貢献などプラスの要素も検討に加え統廃合プランを策定しました。

第4回目の【新規拠点開設時の賃料上限値を算定するモデル策定】では、クライアントが不動産を借りる段階において、不動産相場視点（適正もしくは安ければ借りる、高ければ借りない）での折衝になってしまいがちという課題がありました。この課題に対し、拠点の収益性から負担できる賃料の上限を策定するモデルを構築しました。その結果、企業の事業特性上て特別な事例ではなく、目まぐるしく事業環境が変わる昨今においては、各企業とも本業の収益性を高めるだけで会社を維持／成長させることは困難です。上記のようなCRE戦略自体が経営戦略の一つとして当たり前のように位置づけられる時代に差し掛かっていると理解する必要があります。

また、今後のCRE戦略の方向性の一つとして興味深い例があります。横浜のパナソニックの工場跡地に計画されている「綱島サスティナブル・スマートタウン」です。こちらは元々松下通信工業の工場が建っていたのですが、2011年に閉鎖し、その後の活用方法が注目されていました。その後2016年に、アップル、ユニー、JXエネルギー、野村不動産、慶應義塾大学などが参画するスマートタウン構想が発表されました。約3万8千㎡という敷地の中に、商業施設・集合住宅・技術開発施設・スマートタウンマネジメント施設の4つにゾーニングされた次世代の都市型スマートタウンです。

これはまさにメイン事業者であるパナソニックが、事業再編や見直しを求めるのではなく、長期的展望の中で経営にどう影響するかという視点を持つことはもはや必要最低限になっています。加えて経済情勢の変化や、自社のみならず他社がおかれている事業環境の変化などにも敏感にアンテナを張り、よりマクロな視点で自社が関わる不動産の価値・ポテンシャルを見極める能力がより求められます。

不動産を貸す立場であるビル所有者やPM会社としては、単に不動産視点のみで運用するのではなく、テナントとなる企業側がどのような事業環境にあるのか、今後の事業展開やブランディングはどのように考えているか等、企業のニーズに対する所有不動産の提供価値の把握に努めるべきです。それにより、空室率低減や賃料相場以上の賃料での賃貸といった収益向上のみならず、長期的な契約も可能となり、収益性と安定性向上という両軸により不動産価値を最大限高められるでしょう。

このように、今後CRE戦略あるいはCRE戦略に従事する方々にとって、目先の利益のみを追求するのではなく、長期的展望の中で経営にどう影響するかという視点を持つことはもはや必要最低限になっています。加えて経済情勢の変化や、自社のみならず他社がおかれている事業環境の変化などにも敏感にアンテナを張り、よりマクロな視点で自社が関わる不動産の価値・ポテンシャルを見極める能力がより求められます。

不動産を貸す立場であるビル所有者やPM会社としては、単に不動産視点のみで運用するのではなく、テナントとなる企業側がどのような事業環境にあるのか、今後の事業展開やブランディングはどのように考えているか等、企業のニーズに対する所有不動産の提供価値の把握に努めるべきです。それにより、空室率低減や賃料相場以上の賃料での賃貸といった収益向上のみならず、長期的な契約も可能となり、収益性と安定性向上という両軸により不動産価値を最大限高められるでしょう。

結果、企業の事業特性上て特別な事例ではなく、目まぐるしく事業環境が変わる昨今においては、各企業とも本業の収益性を高めるだけで会社を維持／成長させることは困難です。上記のようなCRE戦略自体が経営戦略の一つとして当たり前のように位置づけられる時代に差し掛かっていると理解する必要があります。

また、今後のCRE戦略の方向性の一つとして興味深い例があります。横浜のパナソニックの工場跡地に計画されている「綱島サスティナブル・スマートタウン」です。こちらは元々松下通信工業の工場が建っていたのですが、2011年に閉鎖し、その後の活用方法が注目されていました。その後2016年に、アップル、ユニー、JXエネルギー、野村不動産、慶應義塾大学などが参画するスマートタウン構想が発表されました。約3万8千㎡という敷地の中に、商業施設・集合住宅・技術開発施設・スマートタウンマネジメント施設の4つにゾーニングされた次世代の都市型スマートタウンです。

これはまさにメイン事業者であるパナソニックが、事業再編や見直しを

今月の執筆者

Shinya.S
コンサルティング本部　シニアマネージャー
【経歴】2012年プロレド・パートナーズに入社。大手不動産管理会社にてPM業務に従事。様々なアセットの管理運営からCRE戦略まで幅広く担当する。
慶應義塾大学　理工学部卒業

感想・問い合わせ

プロレド・パートナーズ
〒105－0012
東京都港区芝大門1－10－1
電話　03－6435－6581
http://prored-p.com