

2024

1

January

Topics

不動産トピックス

トピックス1

インバウンドの現状と外資系ホテルの開発動向…………… 2

トピックス2

上場企業の中期経営計画にみる
不動産関連への取組み…………… 6

マンスリーウォッチャー

建築費の動向
～2024年問題も建築費上昇圧力～ …………… 8

インバウンドの現状と外資系ホテルの開発動向

2023年10月の訪日外客数は2019年同月比100.8%の252万人で、新型コロナウイルス感染症拡大後、初めて2019年同月を上回りました。日本人の国内宿泊需要は円安による海外旅行回避・国内旅行回帰で堅調に推移していますが、人口減少と少子高齢化の進展を受けて、中長期的に縮小する見通しです。日本人の宿泊需要縮小を補い、さらには拡大する役割としてインバウンド^{※1}の宿泊需要増加を期待する向きがあります。本稿では、インバウンドの現状と、それを受けた外資系ホテルの開発動向を整理します。

宿泊需要の現状と見通し

円安による日本人の国内旅行回帰とインバウンド増加により、延べ宿泊者数はコロナ前の水準に概ね回復

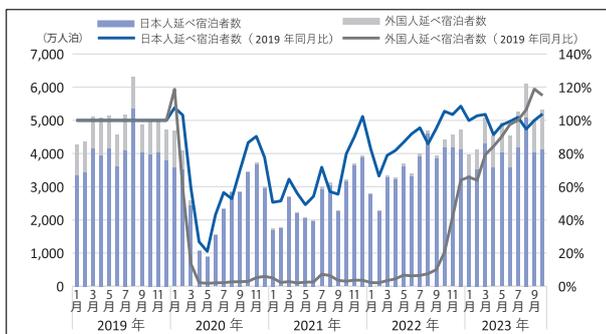
2023年1月から10月までの延べ宿泊者数は4.9億人泊で、2019年同期5.0億人泊の98%となり、コロナ前の水準に概ね戻りました〔図表1-1〕。

日本人延べ宿泊者数は、2022年下期以降には2019年の水準に回復しました。国内宿泊旅行の需要が回復していることは対照的に、日本人出国者数は回復が遅れています〔図表1-2〕。2022年に入ってから急激に円安ドル^{※2}高が進んだことで、海外旅行志向が抑制されたことが要因と考えられます。

外国人延べ宿泊者数は2022年10月頃から急速に回復し、2023年7月以降は2019年の水準を上回っています。2022年10月に、入国者数の上限が撤廃されるとともに、個人旅行客の入国が2年半ぶりに解禁、入国後の待機期間が不要になるなど、ほぼコロナ前の状態に戻りました。加えて、訪日需要の回復に伴い国際定期便が東アジアを中心に段階的に再開されたことなども要因と考えられます。

堅調な日本人宿泊需要と外国人宿泊需要の回復を受けて、2023年10月の延べ宿泊者数は5,314万人泊となり、2019年同月5,005万人泊を上回りました。2023年8月に中国政府が日本行き団体旅行・パッケージツアー商品の販売禁止措置を解除したことで、中国人の訪日需要も徐々に回復する見込みで、宿泊需要の増加は当面続くと思われます。

〔図表 1-1〕 延べ宿泊者数と2019年同月比（日本人、外国人）



注1) 最新値は2023年10月。2022年までの数値は確定値、2023年1月から9月までの数値は第2次速報値、同年10月の数値は第1次速報値
注2) 2019年同月比は、当月の延べ宿泊者数÷2019年同月の延べ宿泊者数で算出した。2023年10月の日本人延べ宿泊者数(2019年同月比)場合、2023年10月の日本人延べ宿泊者数÷2019年10月の日本人延べ宿泊者数
データ出所：観光庁「宿泊旅行統計調査」

団塊の世代の旅行需要減で日本人の国内宿泊需要は低迷する見込み

日米の金利差を意識して円安ドル高が急速に進みました。しかし、米国の利下げ観測に加え、日銀総裁の「年末から来年にかけて一段とチャレンジングな状況になる(2023年12月7日)」との発言を受けて、円安ドル高は調整局面に入る蓋然性が高まっています。仮に、ドル円がコロナ前の水準まで戻り、インフレ率を上回る賃金上昇が続けば、日本人の海外旅行需要は再び高まると思われます。

また、宿泊需要を長らく牽引してきた団塊の世代が2023年に73歳から76歳を迎えました。団塊世代とは、1947年から1950年までの「第一次ベビーブーム」に生まれた人々を指し、総務省の推計によると、598万人余り(2021年10月時点)で、2025年には全員が75歳以上の後期高齢者になります。厚生労働白書(令和4年版)によると、2019年の健康寿命^{※3}は、男性が72.68歳、女性が75.38歳です。日本人の人口は2008年にピークを迎え、2011年以降減少しています。少子化対策が奏功しないなか、宿泊需要の源泉となる人口増加は期待しづらい状況です。団塊の世代の旅行需要は高齢化で先細りしていくとみられることから、日本人全体の宿泊需要も中長期的に縮小が見込まれます。

※1：本稿では観光目的の訪日外客をインバウンドと定義する。
※2：本稿では米ドルを指す。
※3：日常生活に制限がない期間の平均

〔図表 1-2〕 日本人出国者数(2019年同月比)、日本人国内宿泊旅行延べ旅行者数(2019年同月比)とドル円



注1) 最新値は2023年9月。2023年6月までは確報値、2023年7月からは速報値
注2) ドル円は月中平均値
データ出所：観光庁「旅行・観光消費動向調査」、出入国在留管理庁「出入国管理統計統計表」、みずほ銀行「外国為替公示相場ヒストリカルデータ」

インバウンドの現状

日本人の宿泊需要が中長期的に縮小することが想定されるなか、インバウンドが宿泊需要を下支えすることを期待する向きがあります。2019年に3,188万人まで増加した訪日外客数は、コロナ禍で激減しましたが、2022年10月以降、円安などを手掛かりに急速に回復しています[図表1-3]。

以下では、宿泊需要の総量を計る上で重要と考えられる訪日外客数や平均滞在日数に加えて、どのような地域・施設にインバウンドが向かうのかという意味で、訪問地や利用した宿泊施設に関してインバウンドの現状を俯瞰します。

インバウンドは東アジアを中心に増加見込み

2019年の訪日外客数を国籍・地域別にみると、東アジア^{※4}からが70%を占め、東南アジア^{※4}まで含めると、全体の82%を占めました。国連世界観光機構（UNWTO）「International Tourism Highlights (2019年)」によると、「観光客の5人中4人は居住地内を旅行」しています。世界屈指の観光大国であるフランスもEU圏内が約8割を占めていることも勘案すると、日本が観光立国として今後さらに成熟したとしても、訪日外客数の内訳は東アジアと東南アジアで8割を占める状況はあまり変わらないと思われます。

1人当たりの名目GDPが0.5万ドルを超えると海外旅行が増加するといわれていますが、同金額が2万ドルを超えるとリピーター化するという分析^{※5}があります。

1人当たりの名目GDPが2万ドル超のカテゴリーに分類される国・地域のうち、日本との距離が近く、短時間で訪日可能な韓国や台湾、香港は、訪日回数が2回目以上のリピーターが約8~9割を占め、訪日回数10回以上のヘビーリピーターが約2~3割を占めます[図表1-4、1-5]。シンガポールはリピーターの割合が高いものの、3ヶ国・地域に比べると日本と距離があるため、ヘビーリピーターの割合はやや低めです。

1人当たりの名目GDPが0.5万ドル超2万ドル以下のカテゴリーをみると、2019年訪日外客の3割を占めた中国は、訪日回数1回目が5割を占めます。日本行き団体旅行・パッケージツアー商品の販売禁止措置が2023年8月8日まで続いたことや、福島第一原発の処理水放出による反日感情の高まりを背景に、訪日客の戻りは鈍い状況ですが、過去の事例も踏まえると徐々に回復する可能性が高いです。また、中国の人口14億人の約10%が海外を旅行していますが、2027年までに中国人のパスポート所持者は3億人または人口の20%に達する予想^{※6}があります。中国景

気は先行きに不透明感があるものの、今後訪日需要は増加する蓋然性が高いです。

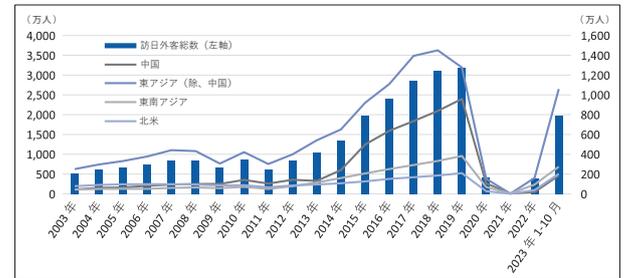
1人当たりの名目GDPが0.5万ドル以下のカテゴリーでも、インドネシアが2023年に0.5万ドル超2万ドル以下のカテゴリーに移行すると予想されており、人口が1億人目前で、所得水準の上昇が予想されているベトナムも今後訪日需要が増加することが見込まれます。

※4：本稿では、東アジアは中国、韓国、台湾、香港、東南アジアはタイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、北米は米国、カナダ、とした。[図表1-3]も同様の定義

※5：みずほフィナンシャルグループ リサーチ&コンサルティングユニット「MIZUHO Research & Analysis 2016 no.1 グローバル経済の中長期展望と日本産業の将来像-パラダイムシフトと日本の針路-」

※6：UNWTO、GTERC「Asia Tourism Trends 2018年版：China Outbound Tourism Research Institute (2018)」

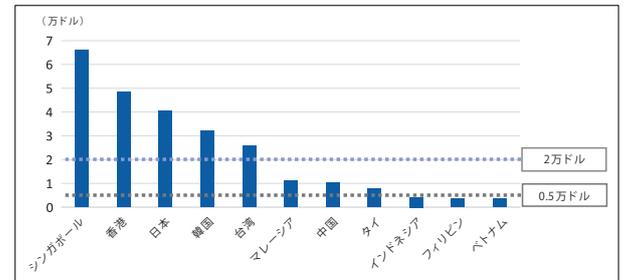
【図表 1-3】 訪日外客数



注) 2023年8月までの数値は実績値、2023年9月から10月までの数値は推計値

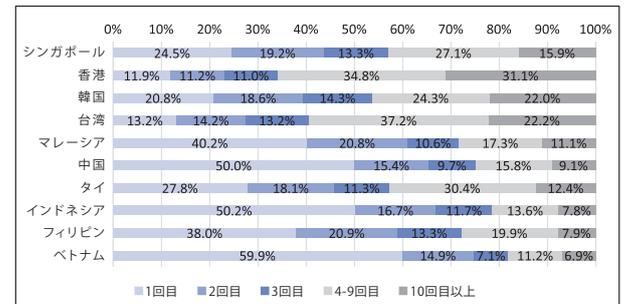
データ出所：日本政府観光局（JNTO）「訪日外客統計」

【図表 1-4】 国・地域別の1人当たり名目 GDP (2019年)



データ出所：IMF「World Economic Outlook Database, October 2023」

【図表 1-5】 国籍・地域別の訪日回数



データ出所：観光庁「訪日外国人の消費動向2019年年次報告書」

平均滞在日数は日本からの距離に概ね比例する

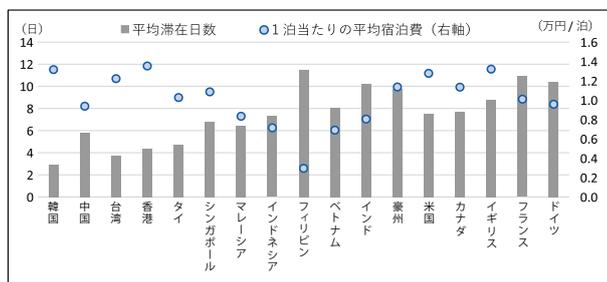
[図表1-6]は国籍・地域別に平均滞在日数を表したものです。これによると、日本から近距離の韓国は平均滞在日数が2.9日で最も短く、距離が遠いドイツやフランスは平均滞在日数が10日を超えています。

日本から遠いほど金銭的にも身体的にも移動の負担が重くなるため、長期休暇を取得して訪日していると思われます。逆に、韓国や台湾など、近距離の国・地域は、週末などを利用して気軽に訪日することが可能であり、訪日回数も増える傾向にあります。日本から中距離に位置する東南アジアもフィリピンを除いて平均滞在日数が1週間前後と長めになる傾向にあります。また、同じ東南アジアでも所得水準が高い国は平均滞在日数が短く、所得水準が低い国は同日数が長くなる傾向がみられます。

今後も、近距離(韓国、台湾、香港)からの訪日客は5日以内の短期滞在、中距離(東南アジア)からは1週間程度の滞在、遠距離(EUなど)からは10日前後の長期滞在の傾向が続くと思われます。

平均宿泊費をみると、所得水準が低い国ほど低くなる傾向はあるものの、所得が高くなれば平均宿泊費が右肩上がりに伸びるわけではなく、概ね1.0万円/泊から1.4万円/泊のレンジに収まっています。インフレによる平均客室単価(ADR)の引き上げや、円安で相対的に訪日コストが下がったことで許容できる宿泊費が上昇することは考えられますが、劇的に宿泊費が増えることはなさそうです。

[図表 1-6] 平均滞在日数と1泊当たりの平均宿泊費 (2019年)



注) 平均宿泊費は、1人当たりの宿泊費÷(平均滞在日数-1)で算出
データ出所: 日本政府観光局(JNTO)「訪日旅行データハンドブック 2022年」

訪日回数の増加により地方への送客効果がみられるが、主要な観光都市からの滲みだしにとどまる

観光庁の報告書によると、2019年は訪日回数1回目の場合、訪問率^{※7}が10%以上の訪問地は東京都60%、大阪府58%、京都府48%、千葉県45%、奈良県21%、愛知県14%、山梨県12%で

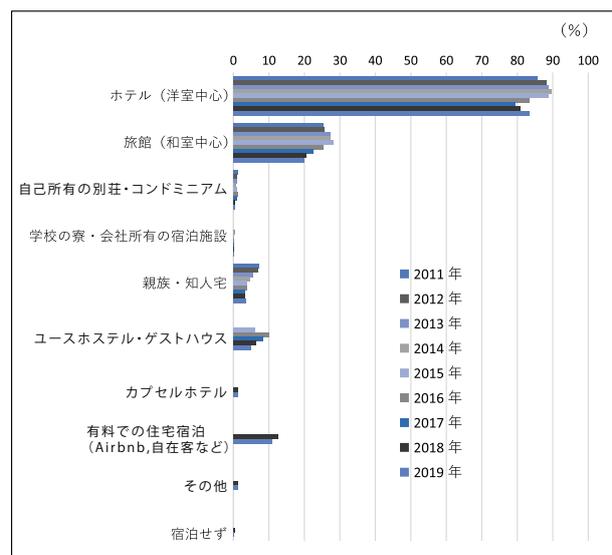
した。直行便が多い東京都と大阪府を発着地とした東京都内～箱根～富士山～大阪・京都市内の広域観光周遊ルート(ゴールデンルート)が主流であることが窺えます。また、初めての訪日はテーマパークの訪問率が高い傾向があるため、東京ディズニーリゾートを擁する千葉県の訪問率も同様に高くなっています。

一方、訪日回数が2回目以上になると、三大都市圏の訪問率が低下し、訪問地が分散する傾向がみられます。韓国から約1時間で往来可能な福岡県や、パウダースノーの聖地として外国人スキーヤーからの評価が高いニセコを擁する北海道の訪問率が10%以上でした。訪日回数が増えると、訪問先は地方都市にも波及しますが、主要な観光都市からの滲みだしにとどまっています。今後、観光資源のPR、インバウンドが利用しやすい宿泊施設の充実、直行便の新規就航・増便、新幹線などの国内高速移動網が発達すれば、地方都市への訪問率が上昇する可能性はあります。

2019年の宿泊施設の利用は、多い順にホテル84%、旅館20%、住宅民泊11%でした[図表1-7]。国籍・地域別にみても、ホテルの利用が大半を占めることは共通項ですが、欧米、マレーシア、インドネシア、フィリピンからのインバウンドは住宅民泊の利用割合が相対的に高いなど、国籍・地域別の特徴がみられます。

※7: 対象の国籍・地域別の旅行者が各都道府県を訪れた割合。訪問地には出入国空港の所在地が含まれる。

[図表 1-7] 訪日外国人(観光目的)が利用した宿泊施設



注1) 複数回答
注2) 2014年、2015年、2018年に新項目が追加されたため、それ以前の当該項目の数値は存在しない。

データ出所: 日本政府観光局(JNTO)「訪日旅行データハンドブック 2022年」

外資系を中心にホテル開発が進む

コロナ禍の入国制限、移動・行動制限による宿泊需要喪失のため、ホテル業界全体で事業収支・財務内容は大幅に悪化しました。外部環境の変化に大きな影響を受けるといふ宿泊事業のリスクや収支のボラティリティが高いことなどが改めて認識されたことで、ホテル開発計画が頓挫する事例もみられました。しかし、こうした状況下でもコロナ後のインバウンド需要増加を見越して、インバウンドの集客力で勝る外資系ホテルの開発は比較的堅調を維持しました。

コロナ禍でも開発計画が進んだ外資系ホテルの特徴として、以下の3点が挙げられます。

ラグジュアリーホテルが都心の大型再開発物件を中心に新店

まずは、ウルトララグジュアリーホテルを含む富裕層向けのラグジュアリーホテルが新規出店するケースです。日本では富裕層向けのラグジュアリーホテルの供給不足が長らく指摘されてきましたが、東京2020オリンピック・パラリンピック開催が決定して以降、都内を中心にラグジュアリーホテルの進出が加速しました。特に、大都市では大規模複合ビルに入居する形態での出店が目立ちます。

2023年11月に開業した麻布台ヒルズに代表されるように、最近の都心大規模再開発は、オフィス用途だけでなく、商業施設、レジデンス、教育施設、医療施設、地域・文化交流スペース、ホテル、アート施設など、ひとつの街が形成される様相を呈しています。大規模再開発が続く東京都内では、外資系ラグジュアリーホテルを誘致し、容積率緩和を受けるとともに再開発ビルに箔をつけたいデベロッパー側の思惑と、富裕層の宿泊需要が見込める好立地の物件に出店したいラグジュアリーホテル側の思惑が一致する形で、再開発物件の上層階に入居する形態での出店が目立ちます。

また、足元では超富裕層をターゲット層とし、世界で数か所しか出店していないようなウルトララグジュアリーホテルが日本初進出する事例も散見されます。2024年開業予定のローズウッド宮古島や、麻布台ヒルズを抜いて日本一の高さを誇るタワーとして2027年の開業を目指すTorch Towerに入居予定のドーチェスター・コレクションがこれに該当します。

東南アジアに本拠地を置くホテルグループが京都市内を中心に新店

次に、東南アジアに顧客基盤を有するホテルが日本に初出店するケースです。東南アジアは日本までの距離が比較的近く、人口増加や所得水準の上昇が予想されていることから、今後も訪日需要は高まる

ものと思われます。各ホテルの地盤である東南アジアから宿泊客を送客しつつ、欧米や東アジアからの訪日客の宿泊需要を取り込み、本国内で展開するホテルに呼び込む役割が見込めるという狙いもあるようです。こうした事情を背景に、バンヤンツリー・ホールディングス（シンガポール）がコロナ禍の2022年6月に「ダーワ・悠洛 京都」と「ギャリア・二条城 京都」をいずれも京都市内に開業しました。2023年には沖縄県にスモールラグジュアリーホテル「Homm Stay Yumiha Okinawa」を開業、2024年には旗艦ブランドの「バンヤンツリー・東山 京都」を開業予定で、その後も箱根やニセコなど、東南アジアの訪日客に訴求力が高いエリアでも開業を予定しています。そのほかにも、セントラル・グループ（タイ）、カペラホテルグループ（シンガポール）、デュシット・インターナショナル（タイ）など東南アジアに本拠地を置くホテルグループが、京都市内や大阪市内を中心に初進出または初進出する予定です。

価値観の多様化に対応したブランドが地方都市などに新店

最後は、日本進出歴が長い欧米系のホテルが地方での歴史・文化・食体験をコンセプトにしたブランドや、都心で地域交流をコンセプトにしたブランドを出店するケースです。

訪日旅行客は、マストツーリズム（団体旅行客）からFIT（Free Individual Traveler、個人旅行客）へ、モノ消費からコト消費（体験）へ、ゴールデンルートから地方都市へ、といった従来からの変化に加えて、コロナ禍を経て価値観の多様化が進んでいます。こうした宿泊客サイドの需要の変化に対応することに加えて、地域社会の活性化への貢献といった側面も背景として考えられます。これまで外資系ホテルが地方に出店する場合、地方主要都市の駅前や温泉などの全国的に知名度が高い観光資源がある場所を選定する傾向がありました。マリオットインターナショナルがフェアフィールド・バイ・マリオットブランドで、2020年4月以降、29軒（2023年11月時点）開業したホテルは、道の駅に隣接した宿泊特化型ホテルで、地方主要都市以外に多く開業しています。

近年、京都市などの国際的に有名な主要観光都市で観光公害（オーバーツーリズム）が問題視されていますが、インバウンドに訴求力があるホテルの供給が地方で進み、訪問地が分散することで、持続可能な観光に資すると考えられます。

（以上、都市未来総合研究所 正村 美里）

上場企業の中期経営計画にみる不動産関連への取組み

上場企業では新型コロナ後の環境変化を踏まえ、2023年も新たな中期経営計画(以下、新中計)^{*1}を公表する動きが開始され^{*2}、経営方針・戦略において不動産に関連する記載がみられます^{*3}。本稿では、これら主な内容を整理しました。

新中計では、工場新設などによる生産性向上や資本効率向上に加え、事業環境変化への対応のため不動産の活用を計画する動きも

2023年に公表された新中計のうち6割弱で不動産関連の記載あり

新型コロナ後の環境変化などを踏まえ、企業は2023年以降、「中期経営計画」を公表しています。2023年の1~8月末までの累計ベースでみた新中計の公表件数は466件で、うち、経営方針・戦略において、不動産に関連する内容があるのは267件(57%)でした[図表2-1]。前年同時期と比較すると、新中計の公表件数は93%(2022年1~8月は500件)に減少し、不動産に関連する記述割合(同314件、63%)も、不動産関連の記載割合が低い業種の件数が増えたことからやや低下しました。

公表件数を業種別^{*4}にみると、多い順に、サービス業(54件)、情報通信・電気ガス(52件)、卸売業(51件)が上位3業種で、医薬品・化学除く基礎素材等が続きます。前年同時期(2022年1~8月)は、情報通信・電気ガス(65件)、生活関連型(51件)、サービス業(45件)が上位3業種となっていたため、2023年には、サービス業において新中計の策定が多いことがわかります。

また、経営方針・戦略などで不動産に関連する記載割合が多いのは、不動産業(100%)を除けば、拠点を保有するなどの業種特性から、倉庫・運輸業(85%)、小売業(78%)、金融業(74%)が7割以上と全体(57%)を大きく上回っているほか、製造業では医薬品・化学(68%)、生活関連型(61%)で高い割合となっています[図表2-2]。

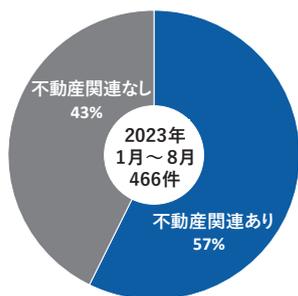
成長分野での生産拠点拡大、物流体制の整備のほか、保有不動産の活用・売却や不動産事業を強化する動きも

新中計における不動産の主な取組みをまとめました[図表2-3]。

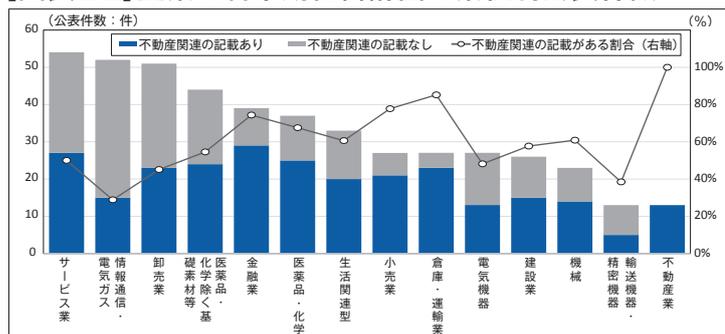
製造業では、医薬品や半導体関連の機械装置、高機能製品の素材・部品など、需要が拡大しているものを生産する企業で工場の増設・新設が計画され、需要縮小が見込まれる製品の生産の工場では集約がみられるほか(図表2-3の主な内容欄の①)、以下、丸数字のみ記載)、生活関連型などでは物流効率化のため物流拠点の新設や集約の動きがあります(②)。また、研究開発拠点の設置も複数企業で計画されています(③)。資本効率の向上や安定収益確保のため、不動産の売却や賃貸事業を強化する計画もあります(④)。

- ※1: 2023年1月から2023年8月末までに各証券取引所で中期経営計画に関連した適時開示情報の開示件数は653件であった。内訳は、①新中期経営計画(466件)、②発表延期(5件)、③過去の中期経営計画の修正・取下げ等(182件)。なお、長期計画の中間点として策定したのものも含む。
- ※2: コーポレートガバナンスコード導入(2015年3月ガイドライン公表、2018年6月一部改訂、2021年6月再改訂)により、企業は中長期的な経営方針等を示すことが求められたことなどから中期経営計画を適時開示等で公表する企業が増加した。
- ※3: 不動産に関連する内容とは、経営方針や戦略(事業戦略、施策等)の項目のなかで、企業の利用する不動産(工場、遊休地、店舗、物流施設、本社、賃貸用等の事業用不動産等)について記載があった場合、当社の判断によりカウントしたものである。
- ※4: 東証業種分類を基準に複数業種を合計した業種区分は以下の通り(業種の合計がないものは示していない)。
 医薬品・化学: 医薬品、化学
 医薬品・化学除く基礎素材等:
 ガラス・土石製品、金属製品、ゴム製品、石油・石炭製品、鉄鋼、パルプ・紙、非鉄金属、水産・農林業、鉱業
 生活関連型: 食料品、繊維製品、その他製品
 輸送機器・精密機器: 輸送用機器、精密機器
 金融業: 銀行業、証券、商品先物取引業、保険
 その他金融業
 倉庫・運輸業: 倉庫・輸送関連業、海運業、陸運業
 情報通信・電気ガス: 情報・通信業、電気・ガス業

【図表2-1】企業の期中中期経営計画の公表件数



【図表2-2】企業の期中中期経営計画の業種別公表件数



注) 図表2-1、図表2-2ともに2023年1月~8月の累計ベース。図表2-2は左より新中期経営計画の件数が多い業種順による(除く不動産業)。図表2-2の不動産関連の記載がある割合は、不動産関連の記載のある件数/新中計全体の件数

図表2-1、2-2の出所: 各社の適時開示情報、プレスリリースを基に都市未来総合研究所作成

非製造業では、銀行・証券において、店舗統廃合の動きは一段落し、DX推進や特化型店舗の設置など、店舗ネットワークの最適化を図る計画が多くみられます(⑤)。小売業では、飲食チェーン店において大量の店舗閉鎖が一段落し、新たな店舗体制として不採算店舗の閉鎖を進めると同時に、新業態や新エリアへ進出する企業があります(⑥)。倉庫・運輸業では、複数の物流企業で、EC、冷蔵、危険物など成長分野への注力がみられるほか、多くの企業で物流施設の新設計画があります(⑦)。また、大手・地方鉄道では、アフターコロナの鉄道利用者の減少を見据え、沿線

を中心とした街づくりなどの取組みに加え、アセットタイプの多様化や沿線エリア以外への進出など、不動産事業の収益拡大や強化の方針がみられます(⑧)。DX推進等で成長が見込まれる情報通信関連の複数の企業では、営業強化のため中京圏でのオフィス設置や、働き方改革のため地方にサテライトオフィスを設置する計画があります(⑨)。また、大手ガス会社や介護事業を提供するサービス業ではREIT設立や不動産ファンドの組成の計画もみられます(⑩)。

(以上、都市未来総合研究所 秋田 寛子)

【図表2-3】企業の新中期経営計画における不動産関連の主な取組み

	図表2-2 (※4)の 業種区分		本業・ 本業以外	主要内容
	東証業種			
製造業	医薬品・ 化学	医薬品	本業	・大手医薬品メーカーでは、生産能力最大化のため新工場を建設。2024年度稼働予定(①) ・特定領域に特化する医薬品メーカーでは、新製剤の工場を建設。2027年に竣工予定(①)
		化学	本業	・複数の大手・中堅化学メーカーでは、需要増加が見込まれる半導体関連材料、リチウムイオン電池用材料、 その他高機能製品などの工場新設・増設や検討を計画(①) ・複数の化学メーカーで、研究開発や新事業開発のため、研究開発拠点の建設・移転・建替えなどを計画(③)
	医薬品・ 化学除く 基礎素材 等	ガラス・ 土石製品	本業	・複数のカーボンメーカーでは、半導体用途の需要が拡大していることから、生産能力増強のための工場新設や検討を計画(①) ・精密研磨剤のメーカーでは、コア技術の強化及び新技術確立の中核となる研究所を新設(③)
		金属製品	本業以外	・複数の金属メーカーでは、資本効率向上などのため、工場や社宅跡地など不稼働資産を有効活用するほか、 不動産賃貸事業での取組みを強化(④)
		鉄鋼	本業	・中堅鉄鋼メーカーでは、特殊合金粉末事業に注力するため工場の増産投資を開始しており、新工場の建設も検討(①)
			本業以外	・不動産事業では、保有不動産の用途開拓など資産の有効活用に取り組みむことで、グループの収益力向上を図る(④)
		非鉄金属	本業	・チタンや触媒などの化学メーカーでは、生産能力増強のため新工場の計画策定や検討(①)
			本業以外	・機械金属メーカーでは、安定収益確保のため不動産事業に注力しており、東京や大阪の保有不動産の有効活用を推進(④)
	生活関連 型	パルプ・ 紙	本業	・総合包装メーカーでは、ダンボール需要の拡大などから新工場の建設を計画(①) ・中堅の製紙メーカーは需要が縮小している紙製品の生産を一部の工場で終了し集約(①)
		食料品	本業	・複数の食品メーカーで、資本効率向上等のため不動産等の資産の売却を計画(④) ・物流効率化のため、営業・物流機能の統合や、物流センターを移転するなどの動き(②)
			本業以外	・大手繊維メーカーでは、物流効率化のため、物流センターの移転など拠点を再編(②)
	織維製品	本業	・複数の織維メーカーでは、資産の有効活用として不動産の再開発や売却・賃貸として活用することにより 安定収入を確保する計画(④)	
	機械	電気機器	本業	・断熱材や光ドライブを販売するメーカーでは、需要拡大から自社生産拠点の確保を検討(①) ・複数のメーカーでは、物流ネットワーク効率化・拡充のため拠点再編や拠点設置を計画(②)
			本業	・複数の大手メーカーでは、精密・電子などの半導体関連の生産がフル稼働で、今後も半導体分野や成長分野に注力するため、 新工場建設や生産体制の再編を計画(①) ・機械メーカーでは、人材確保のための対応強化として、独身寮、借り上げ社宅制度を整備
輸送機器・精密機器		本業	・複数の電気メーカーでは、世界的な半導体やEV関連の需要が拡大しているため、工場増設、生産拠点の再編などを計画(①) ・大手電気メーカーでは新たな本社ビルに統合後の開発拠点や、新たな事業機会の創出のため新拠点を設置(③)	
輸送機器・精密機器		本業	・半導体圧力センサなどを製造する精密機械メーカーでは、今後の事業拡大を見据え、生産能力を増強(①)	
非製造業	金融業	本業	・大手銀行・地方銀行では、DX推進などによる効率化により店舗ネットワークを見直す また、特化型店舗の設置や店舗の統廃合を行う計画(⑤) ・証券会社では、顧客との接点強化や店舗ネットワーク合理化のためサテライト拠点拡充(⑤)	
	倉庫・ 運輸業	陸運業/ 海運業	本業・ 本業以外	・複数の物流を扱う陸運企業で、EC、危険物、バイオメディカルなど成長分野の物流事業への注力や、物流施設の新設を計画(⑦) ・大手鉄道会社や地方私鉄では、沿線を中心に街づくりなど不動産事業の強化や、沿線エリア以外への進出やアセットタイプを 多様化(⑧) ・複数の海運会社では、不動産業など安定事業の比率を高めるため、アセットタイプの拡充、再開発や街づくり、 パリュアアップ案件、木造オフィスなどに取り組む(⑧)
		倉庫・ 輸送業	本業・ 本業以外	・複数の倉庫事業会社などで、国内物流の事業拠点の増設・拠点拡大を計画(⑦) ・不動産事業について、新規物件の取得を進めるとともに事業領域を販売事業に拡大し収益規模の拡大を目指す(⑧)
	小売業	本業・ 本業以外	・飲食チェーンの複数の企業では、不採算店舗の閉鎖や新業態へのリニューアルや、新業態や新規エリアでの出店を計画(⑥)	
	サービス業	本業	・介護事業などを行う企業では、REIT設立を具体化する計画(⑩) ・人材支援サービスやデジタルサービスを提供する複数の企業で、地方などにサテライトオフィスを設置(⑨)	
	情報通信・ 電気ガス	本業	・複数の教育事業やソリューション事業を提供する情報通信業では、中京圏の営業強化をするため、 名古屋拠点の新設やリニューアルを計画(⑨)	
		本業以外	・大手ガス会社では、不動産事業でESG型開発を推進し、持続可能なまちづくりへの貢献を計画するほか、 不動産ファンドの組成や大規模開発に参加(⑩)	
卸売業	本業・ 本業以外	・一部企業では、販売店舗網の構築や物流の効率化などのため、拠点数の拡大を計画		

出所：各社の適時開示情報、プレスリリースを基に都市未来総合研究所作成

建築費の動向～2024年問題も建築費上昇圧力～

建築費^{※1}は上昇基調が続いています[図表3-1]。以下、建設資材価格と労務費の別に価格上昇要因などを考察しました[図表3-2]。

■建設資材価格

建設資材価格は下落基調に転じましたが高止まりしています。国内外におけるコロナからの経済正常化の過程で生じた資材需要の急増、ロシアのウクライナ侵攻に端を発したエネルギー価格上昇、円安による輸入資材価格の上昇などがこれまでの価格上昇要因です。今後の価格上昇要因としては、ウクライナ侵攻の長期化や中東情勢の悪化によるエネルギー価格の上昇、輸入資材においては海外の長期金利高止まりによる円安の長期化、物流業界の2024年問題による物流コスト上昇などが挙げられます。一方、海外の景気減速、中国の不動産市場の悪化、国内での建築費高騰による建設の中止・延期などの動きが強まれば資材需要の減退から資材価格の下落要因となることが考えられます。

■労務費

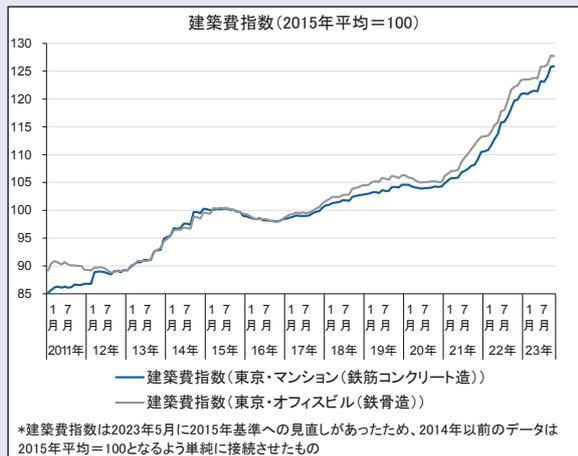
労務費は建設技能労働者の不足が常態化していることで処遇改善が進んでいることが上昇要因の一つです。建設業界では工事現場でのデジタル化やロボット化による業務効率化や人材の多様化など、労働者不足の解消に向けた取組みがみられますが、建設業就業者の高齢化と入職者の伸び悩みという長期的な問題が根底にあり、労務単価の上昇圧力は続きやすいと考えられます。さらに、建設現場の週休二日制の推進に加え、2024年4月から適用される残業上限規制が労働者不足を強め、労務単価の上昇圧力となる可能性があります。これらの労働環境の改善策は工期長期化につながるため、労務費のほか現場管理費の増加を伴った建築費の上昇要因にもなり得ます。また、労働者不足が供給制約となり建設会社の選別受注(粗利の確保)が進めば、建築費の上昇圧力^{※2}になることも考えられます。

(以上、都市未来総合研究所 湯目 健一郎)

※1：建築費指数として公表される「建築費」は工事原価を指す。施主が建設会社に支払う工事請負金額は工事原価に一般管理費等を加えたもの

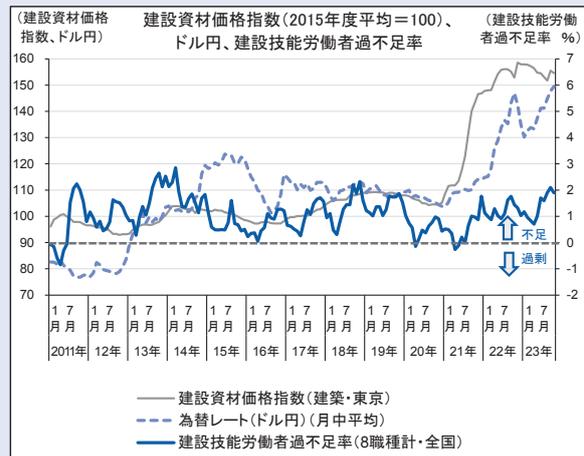
※2：厳密には選別受注で粗利を確保する場合は上記※1の一般管理費部分が上昇する。

【図表 3-1】 建築費指数



データ出所：一般財団法人建設物価調査会「建築費指数」。
最新データは2023年10月(9月、10月は暫定値)

【図表 3-2】 建設資材価格指数、ドル円、建設技能労働者過不足率



データ出所：一般財団法人経済調査会「建設資材価格指数(建築部門)」、日本銀行「主要時系列統計データ表(月次)」、国土交通省「建設労働需給調査結果」。最新データは2023年10月

不動産トピックス 2024.1

発行 みずほ信託銀行株式会社 不動産業務部
〒100-8241 東京都千代田区丸の内1-3-3 <https://www.mizuho-tb.co.jp/>
編集協力 株式会社都市未来総合研究所
〒103-0027 東京都中央区日本橋2-3-4 日本橋プラザビル11階 <http://www.tmri.co.jp/>

■本レポートに関するお問い合わせ先■
みずほ信託銀行株式会社 不動産業務部
川井 涼 TEL.03-4335-0940 (代表)
株式会社都市未来総合研究所 研究部
清水 卓、秋田 寛子 TEL.03-3273-1431 (代表)