



ケータイはこちらから

Web版はこちらへ

ホームページ <https://www.jutaku-s.com>

住宅新報

検索



昭和23年創刊

住宅新報

都心の物流不動産

都市型マルチパーパス倉庫への進化

第8回

(株)イソーコ総合研究所代表取締役 出村亜希子

都心の物流不動産の現状で外せないのが、都心・消費者立地への回帰傾向です。ここ数年、物流不動産という言葉が経済紙などの紙面をにぎわせることが多くなりましたが、扱う物流施設はいわゆる大規模高機能型の施設が中心。集めた資金を投入して高速道路の

結節点などに広大な物流適地を確保し、賃貸して収益を得て分配、あるいは物件を売却して利益を得る仕組みです。こうした大規模施設は水道でいえばパイプを太くすることで流量を増やすわけです。しかし一方で、物流網の細分化、多様

し、小ロットだけ生産したものを消費者へ直接送る、マス・カスタマイゼーションへの対応が可能かということ、大規模高機能型の施設は必ずしも最適とは言い切れないのです。インダストリー4.0では、モノの流れは少量で、しかも毎回同じ経路をたどるとは限りません。パイプは細くてもあらゆるところへ張り巡らされ、指定されたモノをさば

消費者立地における新たな物流ニーズ(前編)

都市型倉庫への回帰

各地から集めた膨大な原料を大規模工場加工・生産し消費地へ送るといった従来のマス・プロダクション方式であれば、大規模物流施設が適切でしょう。しか

くために最適化されていなければならぬのです。

コロナ禍で変わる物流網

この物流網は、既に稼働しつつあります。コロナ禍を背景に、あらゆるモノやサービスのネット対応が急速に進みました。AI、IoTといったテクノロジーの発達もあり、注文すればすぐに届くという世界は既に現実のものとなっていま

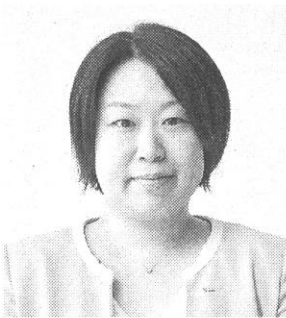
す。しかも、サービス内容は多様化の一途をたどっています。例えば、あるファッション通販サイトでは、当日配送や24時までの時間指定便、荷物の位置が確認できるサービスなどが実装される一方、いつ届いても構わないという人向けのサービスも用意されています。

販売業者からすれば、消費者により多くの選択肢を与えられることが価値なのであり、それを可能にすることが今日の「物流の効率化」なのです。かつて物流の価値向上といえば、大量に、正確に、素早く届けるという価値観に沿った施策を指していました。それが、当たり前となった今では、消費者のニーズに合わせたきめ細やかなサービスができることが価値になっています。最前線の物流拠点から消費者の手元までのラス

トワンマイルに求められるものも、おのずと変わっているわけです。

では、都市部における多様化した物流ニーズを満たせる施設とはどのようなものなのでしょうか。大前提は消費者へのアプローチが容易であること。つまり都市部、消費立地にあり、迅速に届けることができる場所にあること。もう一つ大切なのが、TC(トランスファーセンター)荷物の積み替えや仕分けをする施設)としての機能を持つことです。街なかで見かける宅配便の小規模センターなどは、まさにこれに当たります。スケールメリットよりも、配送効率を重視したというわけでしょう。

小規模センターが立地するのは、多くが既築ビルの路面階です。倉庫を店舗やオフィスに生まれ変わらせるように、店舗やオフィスを物流用途に使う例も増加しています。様々な用途に転用できる物件のニーズは、確実に高まっているのです。



出村亜希子 富山県出身。奈良女子大学大学院修士。一級建築士、宅地建物取引士。15年より(株)イソーコ総合研究所代表取締役。著書に『築古「ビル・倉庫」のリノベーション・コンバージョン計画実務資料集』(総合ユニコム(株)・共著)