

動的ネットワーク拠点としての不動産経営：イン フォメーション・エコノミーからの考察

篠崎，彰彦
九州大学大学院経済学研究院：教授

<https://hdl.handle.net/2324/1932364>

出版情報：不動産テックの課題，pp.49-65，2018-06-14. 東洋経済新報社
バージョン：
権利関係：



第3章

動的ネットワーク拠点としての 不動産経営

——インフォメーション・エコノミーからの考察——

九州大学大学院経済学研究院 教授

篠崎 彰彦

要旨

本稿では、情報流通やマッチング機能の革新などで注目されている不動産テックについて、インフォメーション・エコノミーの観点から考察する。不動産テックを「情報化のグローバル化」に伴う「モノと人のモビリティ増大」という文脈で捉えると、単に不動産の情報化が技術的に一段階進んだ現象ではなく、従来の業界の仕組みに「揺らぎ」をもたらす動きといえる。それを象徴するのがシェアリングエコノミーやギグエコノミーの浸透であり、質的にも量的にも不動産市場参加者のすそ野を圧倒的に広げ、需要と供給の両面から市場のフラグメンテーション化（断片化）を起こしている。その結果、資金調達、開発、販売、仲介、管理といった不動産サプライチェーンの各段階において、組み合わせ可能な選択肢が爆発的に広がり、あらゆる不動産を「動的ネットワーク空間のノード（結び目）」と位置づけ、そこに様々な付随サービスをコーディネートする役割が重要性を高めている。こうした環境では、情報力に競争優位の軸足が移るため、圧倒的な情報収集力と解析力を備えた異業種からの有力な参入も起きている。空間（スペース）を提供するビジネスで、これまで座標の中心に位置していた不動産業界には「暗黙の了解」を打破する斬新な発想が求められる。

1 はじめに

スマートフォンのグローバルな普及とともに、ビッグデータ解析、モノとの連携（IoT）、人工知能（AI）、シェアリングエコノミーなど、情報技術の革新はさらに一段と加速している。この勢いが不動産業界にも押し寄せ、近年は「不動産テック」として注目されている。不動産業界の情報化は、古くはインテリジェントビルなど通信自由化と情報化投資に沸いた1980年代まで遡ることができるが、従来は、施設の情報機能を高度化することや不動産関連ビジネスの業務効率化、あるいは、売買・仲介情報のネット化などが中心であった。これらは、いずれも不動産業界の「既存の仕組み」を前提に、各機能をデジタル化、ネットワーク化する取り組みであり、不動産関連の取引に登場する供給者や需要者の顔触れは従来と同じで、その取引慣行も基本的には変わらないことを「暗黙の了解」としていた。

だが、世界の景色を一変させている現在の情報技術革新によって、不動産業界を取り巻く「暗黙の了解」は激しく揺さぶられている。情報技術を装備してイノベーションの波に乗った数十億の人々は、稼得機会と消費力を高めながら、行動範囲をグローバルに広げている。この途上国も巻き込んだ「情報化のグローバル化」は、あらゆる産業の垣根を越えて押し寄せる大奔流となり、至る所で業界地図を塗り替えている。「不動産テック」についても、これを単に不動産業界の情報化が技術的に一段階飛躍したものだとは従来の延長線上で捉えたのでは、事態を矮小化してしまう。最新の「不動産テック」動向については、マッチング機能の革新、各種不動産情報のデジタル化、精緻化、透明化など、本書の各章で専門家による優れた事例調査や政策提言がなされている¹⁾。そこで本章は、これらを多面的に読み解く際の一助として、不動産業界の立場から情報技術の潮流を読むので

1) 本書の各章に加えて、川戸（2016a, 2016b, 2017）、佐久間（2017）、国土交通省土地・建設産業局（2017）など参照。

はなく、インフォメーション・エコノミーの観点から不動産業界を照らし出し、不動産テックの本質が何であるかを考察することとしたい。

2 不動産テックの根底にある大奔流とは

はじめに、不動産テックでカギとなる情報技術の現状をみておこう。情報技術は、半世紀以上もの間、「ムーアの法則」に導かれて革新を続けてきた。処理能力が約2年で倍増するペースが続くと、変化「率」は一定でも、月日の経過とともに変化「量」は途方もなく莫大になる。1951年に世界初の商業用コンピュータが開発されてから67年が経過した現在は、半世紀以上かけて蓄積された技術進歩の総量がわずかに数年で倍加する状況にある。

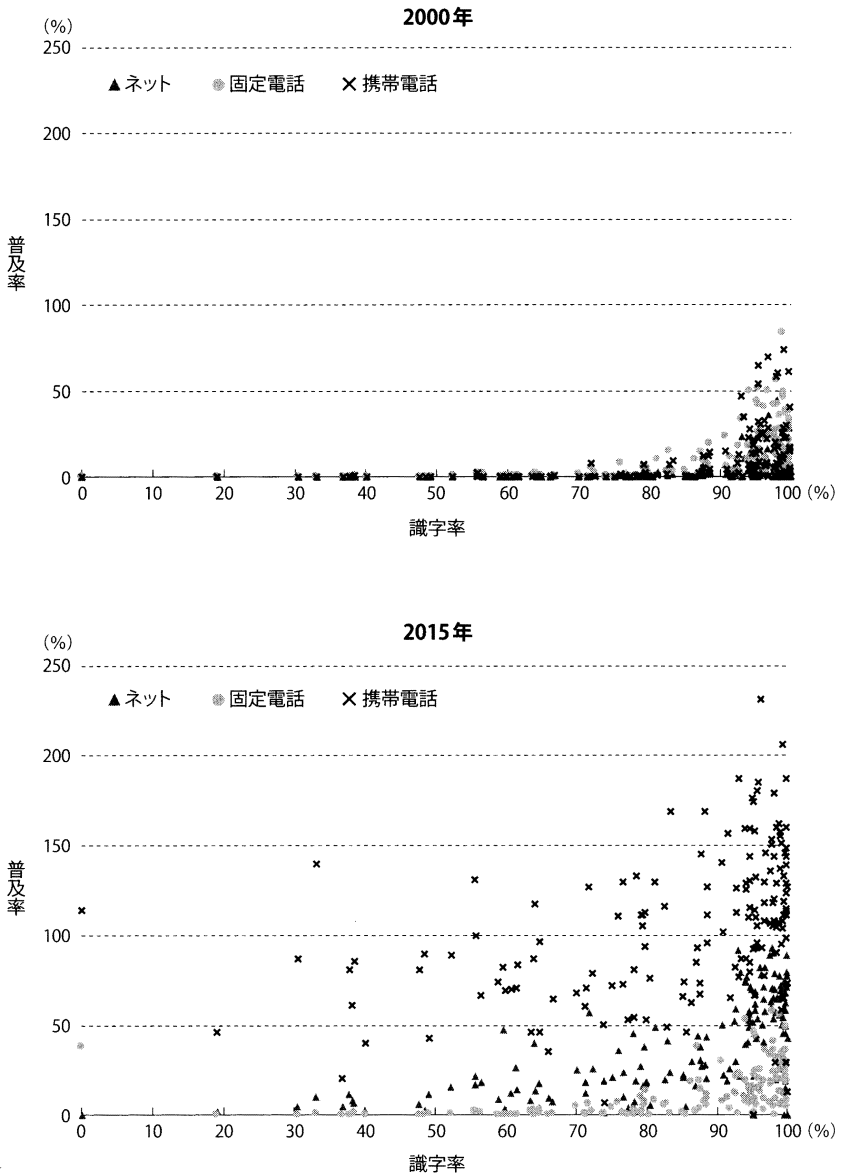
「ムーアの法則」については限界説も唱えられているが²⁾、これまで実現したハードウェアの高い処理能力を基盤にソフトウェアやアプリケーションの開発が促され、今では巨大なデジタル・プラットフォームが形成されている。その上で生成される膨大な量のデータは、価値ある情報資源として今後も加速度的に蓄積・流通していくであろう。ビッグデータ解析、IoT、AI、自動運転など、急速に注目されるようになった実用技術は、新技術の「圧倒的な価格低下」と「爆発的な普及」に導かれて、「ムーアの法則」がヒト、モノ、カネの隅々に行き渡り、一気に威力を発揮する時期に入ったことを示している。

しかも、その影響力は、途上国を含めてグローバルに及ぶ。技術の普及状況を示す総合指標を用いて、世界215カ国・地域の動向を長期観察すると、先進国が100年以上をかけて、ようやく20世紀末に辿り着いた一人一装備の技術普及水準に、21世紀の新興国・途上国は、わずか10年程度で到達していることがわかる³⁾。これを識字率と普及率の関係を示す散布図の変化で確認すると(図表1)、その原動力はモバイル技術にあり、21世紀

2) 例えば、Simonite Tom (2016a, 2016b) 参照。

3) 詳しくは篠崎 (2017)、野口他 (2015)、篠崎・田原 (2014) を参照。

図表1 識字率と情報技術の媒体別普及（2000年と2015年）

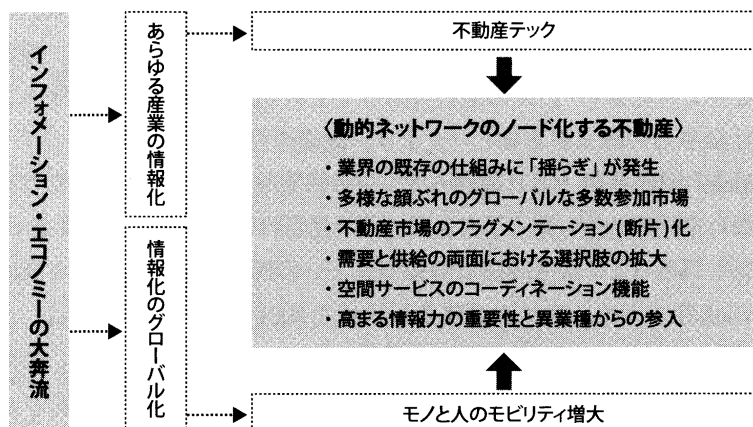


（備考）篠崎（2017）図表2より転載。

に入ってから劇的に技術伝播した様子が読み取れる。まさに「情報化のグローバル化」と呼ぶにふさわしい現象である⁴⁾。多くの人々がボーダーレスにネットワーク化された最新技術を装備し、様々な情報を得て稼得機会を広げていけば、所得や購買力が高まるだけではなく、人々の興味や関心も国境を越えて広がり、行動範囲はグローバルに拡大する。

こうした文脈で「不動産テック」を捉えると、大奔流の二つの側面がみえてくる。一つはあらゆる領域を席卷している「産業の情報化」⁵⁾が不動産業界に及んでいるという側面、もう一つは「情報化のグローバル化」で飛躍的に高まった「モノと人のモビリティ（移動性）増大」が不動産業界に及んでいるという側面である（図表2）。それらを象徴するのがシェアリングエコノミーの広がりであり、不動産業界に対しては、市場参加者の質と量を著しく変え、需要と供給の両面でフラグメンテーション化（断片化）を促している。こうした環境では、従来のビジネスを一旦白紙に戻し、個々の機能をアンバンドリング（棚卸しによる再整理）した上で、ニーズに応じてコー

図表2 インフォメーション・エコノミーと不動産テック



4) 篠崎 (2015) では「情報化のグローバル化」が地域経済に及ぼす影響についての分析がなされている。

5) 「産業の情報化」と「情報の産業化」に関する概念整理と過去の議論は篠崎 (2014) 参照。

ディネーションする機能が重要となる。不動産というリアルで物的な資産を扱う業界でありながら、次第に物的価値のみならず、付随する関連サービスのコーディネートに価値の重心が移り、そこに情報技術をどう活かすかが競争優位でカギとなるエコシステムが形成されるからである。本章では、これらの点を掘り下げていこう。

3 シェアリングエコノミーの本質は何か

ひとくちに不動産業界といっても、その機能と業態は多様である。ここでは、資金調達やメンテナンスの機能も視野に入れ、便宜的にREITの分類に準じて、ホテルなどの宿泊施設、マンションなどの住居施設、物流センターなどの産業施設、ショッピングモールなどの商業施設、事業用のオフィスビルに大別しよう。これらに共通するビジネスの特徴は「スペースの提供」、すなわち「空間のマネジメント」である。そのため、不動産業界といえは、比較的大型の資産を扱う「装置産業」の性格が強かった。

しかし、マネタイズ（収益力）の観点で突き詰めると、宿泊料や賃料を支払う利用者を探し出し、保有資産＝空間をできるだけフル稼働の状態に保つことがカギを握る⁶⁾。その意味では、まさにITが得意とするマッチング機能に競争力の源泉があるといえよう。従来の技術体系では、このマッチング機能に制約が大きく、零細なプレイヤーによるグローバル市場への参入は極めて困難であった。ところが、今ではこれが様変わりしている。

それを具現化したシェアリングエコノミーの代表格が民泊事業を展開するAirbnb社である。スマホが普及し始めた2008年⁷⁾ 設立の同社は、どんな施設を、いつ、いくらで利用したいか、あるいは提供できるか、といった需要と供給の情報をきめ細かく掬い取ってマッチングする民泊のウェブサイト運営会社である。施設を整備・保有する従来型の「装置産業」ビジ

6) 不動産そのものの「売買」という面でも、キャッシュフローに依拠した売買評価額の形成を前提にすれば、個人住宅を除いて、こうした考え方が受け入れられる。

7) スマホ普及の起爆剤となったアップル社のiPhoneは2007年6月に発売開始された。

ネスとは全く異なるが、今では世界191カ国6万5,000以上の都市で300万を超える宿泊施設を取り扱っている⁸⁾。この「施設を保有しない不動産ビジネス」は、ITが可能にした事業 (IT-enabled business) の一種であり、これまでもBooking.comやExpediaなどのホテル比較サイトが同様の機能を提供していた。だが、従来のマッチングサイトが対象としていたのはあくまで「既存の業界」である。

これに対して、シェアリングエコノミーは「既存の業界」の外側に広がる全く新しい空間を取り込んでいるという点で、従来の比較サイトとは一線を画している。その特筆すべきインパクトは、第1に、需要者のみならず、供給者のすそ野までも圧倒的に広げ、量的にも質的にもこれまでにない多様な顔ぶれによる「多数参加のグローバル市場」を生み出したこと、第2に、不動産の所有と利用の分離を促し、市場のフラグメンテーション化(断片化)を引き起こしていること、第3に、施設のメンテナンスや利便性などで魅力ある付随サービスをコーディネートする能力が問われるようになり⁹⁾、あらゆる面で情報力が重要性を高めていること、の3点にある。これらを順に考察しよう。

4 家計の市場参入と市場のグローバル化

不動産業界が巨大な「装置産業」であった時代は、空き部屋の貸し出しといえば、学生街の下宿や鄙びた町の民宿など、細々とした存在に過ぎなかった。だが、低コストのマッチング機能を提供するデジタル・プラットフォーム

8) 2017年12月時点の同社ホームページ会社情報 (<https://www.airbnb.jp/about/about-us>) による。

9) Airbnb社は、規制が厳しい日本での事業展開に際して、ワンストップで運営支援サービスを提供すべく、開業等の法的手続きでは行政書士法人、清掃やリネン交換ではセゾングループ系の西新サービス、家電や家具の手配ではビッグカメラ、宿泊者向けの通信サービスではソフトバンク、各種保険では損保ジャパンなど関連企業と連携した代行サービスのコンソーシアムを立ち上げている。

(<https://press.atairbnb.com/ja/full-service-vacationrental-property-management-solution/>、2018年2月13日閲覧)。

フォームの出現により、供給側では、参入コストが劇的に低下し、膨大な数を擁する家計部門からの参入が容易になった。他方、需要側では、ユーザーのすそ野がグローバルに広がり、デジタル・プラットフォーム上で、これまでにない多様な目的のニーズが顕在化するようになった。その結果、住居施設と宿泊施設の垣根はなくなり、古民家の活用など埋もれていた資産が一気に再評価されて、個性的なニッチ市場も生まれている。つまり、家計の参入と市場のグローバル化によって、供給面でも需要面でも従来の顔ぶれとは異なる多彩なプレイヤーが登場し、活気に溢れた国際市場が創出されているのである。

日本政府観光局（2018）によると、2017年の訪日外国人旅行者は、前年比19.3%増の2,869万人で、10年前と比べて3.4倍になった。2020年の東京五輪を視野に入れると、その数は一段と増加するであろう。国境を越えた人材移動（モビリティ）の高まりは「情報化のグローバル化」を特徴づける現象の一つであり、人口減少下にある日本の不動産業界にとっては見逃せない。これまでは、ヒト、モノ、カネが集積する都市部のリアルな活動が情報を生み、不動産の価値を高めた。ところが、解像度の高い情報がグローバルに行き交う現在は、逆の連鎖が生まれている。まず、きめ細かな情報が先に動き、その後で、「では、行ってみよう、買ってみよう、会ってみよう」とヒト、モノ、カネのリアルな活動が派生している。つまり、情報が起点となってリアルな経済が動き、それが不動産の価値を動かす要因になっているのである。「定住人口」は減少しても、情報で惹起される「交流人口」が不動産評価に影響を与えるという点で、「マネタイズ（収益化）に情報を活かす」新たなビジネスの発想が求められよう。

5 不動産市場のフラグメンテーション化

情報化によるグローバルな「交流人口の拡大」は、居住地が必ずしも1カ所とは限らない人口を増大させ、「モビリティ革命」を生んでいる¹⁰⁾。この現象は、不動産の所有と利用のあり方にも深く影響するとみられる。

人々のモビリティが高まれば、1年365日を「同一住所」に定住して過ごす割合は低下する。まして、生涯を通して同じ地に定住するような生き方は今後ますます減少していくだろう。実は、「定住人口」と「交流人口」は、区別はあっても境界は曖昧である。日本の現状をみても、転勤族の一家、単身赴任中の勤労者、長期あるいは高頻度の出張者、親元を離れて暮らす大学生、来日中の外国人留学生などは、数年から数カ月、場合によっては数週間といった具合に、滞在期間の長短があるだけで、どこまでが「定住」でどこからが「交流」かを明瞭に二分することは難しい。

居住地が定まらないと、「住所不定」と否定的に認識されがちだが、こうした人材は、意識の上でも実態上も、地域やコミュニティの帰属先がただ一つではない「複数のアイデンティティ」を擁しており¹¹⁾、多様性と活力の源泉でもある。シェアリングエコノミーやギグエコノミー（後述）の広がりが見えるように、個人が場所と時間を多重化し、複数の帰属先で「連携の経済性」を発揮するのが容易になれば¹²⁾、働き方や雇用の形態が変化していくことは間違いない。「定住」から「交流」へと移り変わる中で、「暮らすように旅する」あるいは「旅するように暮らす」という生き方が広がると、一生ものと思われがちな居住用不動産の粘着性に変化が生まれ、利用と所有の分離を促す一因になるだろう。

その形態としては、次の3つが考えられる。第1は、所有をやめて利用に徹する、つまり、「購入から賃借への移行」である。この傾向は、カーシェアリングが広がりつつある乗用車の領域で既に進んでいる。第2は、所有はするが常時利用するわけではないという形態で、不動産を購入する一方で、それを一定期間は（数年、数カ月、数週間、数日など多様に）賃貸に出す

10) Manyika (2017) によると、2015年には世界で2億4,700万人が出生地とは異なる外国で生活しており、過去50年間で3倍に増加したとされる。このうち9割以上は自ら望みでの行動で、約半数は途上国から先進国への移動である。

11) 庄司 (2015) は、複数のグループや組織の形成を容易にするソーシャルメディアの機能に着目し、その多様性が個人の「複属化」を促すとした上で、海外在住の外国人もID（個人番号）を取得できるエストニア政府によるe-Residency制度をヒントに、社会参加やID付与の仕組みへ実装していくには、「分人・複属」という概念が求められると問題提起している。

12) 連携の経済性について、詳しくは篠崎 (2014) 参照。規模の経済性、範囲の経済性、ネットワーク効果といった経済性と対比しつつ概念の再構成がなされている。

「購入＋賃貸」の組み合わせである。第3は、投資の対象として複数の不動産を所有はするが、本人は直接利用しないという形態、すなわち、資産保有の目的で不動産を購入・所有はするが、自らの居住は賃貸でも構わないという対応である。これにはREITなど不動産の所有権取得には至らない金融型の投資も含まれるため、所有と利用に関する期間の細分化とミスマッチが一段と進む。

いずれにしても、人々のモビリティが高まることによって、不動産市場とりわけ居住用では、供給側でも需要側でも市場の断片化（フラグメンテーション化）が起き、資金調達、開発、販売、仲介、管理といった不動産サプライチェーンで選択の多様性が爆発的に広がる。これは、市場の深さと広がりという点で、関連サービス市場を一気に拡大させ、これまで馴染みのない顔ぶれの参入をグローバルに促すとみられる。こうした市場では、多様性の中からどのような組み合わせをコーディネートするかの力量が問われることになる。

6 ギグエコノミーが促す多彩な不動産利用

情報化の進展に伴う不動産市場の断片化は、所有と利用の面だけでなく、宿泊、住居、オフィスといった利用形態の「境界」でも起きている。その原動力となるのが、情報化で生まれる「ギグエコノミー」である。ギグとは、元々ジャズなどの音楽演奏で、バンドを組んでいるわけではない演奏者同士が、音合わせを兼ねてその場で即興演奏する単発ライブを指す。これが転じて、現在は、ネット上のデジタル・プラットフォームを活用し、様々な仕事を単発で請け負う独立自営型の働き方や経済活動を表現する際に用いられている。

生産者と消費者を合成した造語の「プロシューマー」という概念を提唱したToffler（1980）は、農耕社会で一体化していた生産と消費が工業社会では分離され、情報化の波で再び一体化すると展望した。確かに、社会的存在としての人間は、本来、生産者としてばかりでなく、消費者として、

さらには家族、隣人、友人など他者との多様な関係の中で生活を営んでおり、地域の帰属先以外にも、大小様々な集団に帰属する「複数のアイデンティティ」を擁している。ところが、20世紀の工業社会では、企業という「生産の組織」が数の上でも規模の面でも著しく増殖し、個人にとって第一の帰属集団となった。長期雇用を特徴とする日本では特にその観が強く、極端な場合は唯一無二のアイデンティティになりがちである¹³⁾。

だが、今日では、ネットを通じた協働型の仕組みによって、階層構造の組織に頼らざるを得なかった英知の結集力が広く解放されるようになった。多数の人々を募って業務を委託するクラウドソーシングの広がり、企業に雇われて内部化するしかなかった「労働」の姿を変えつつある。さらに、民泊やライドシェアの広がりが示すように、個人が有する居住空間から自家用車、備品、衣装や小物、さらには各種の専門技能に至るまで、散逸し埋もれていた多彩な「休眠資産」をマッチングして「経済資源化」するギグエコノミーの可能性もグローバルに広がっている。

時間や場面を細分化した経済活動の広がり、不動産の利用についても、宿泊、住居、ビジネスの境界を曖昧にし、利用期間が短期から長期まで多様化することも相まって、一層複雑な断片化を促す。市場参加者が世界に広がれば、日本では考えられないようなニーズも顕在化するであろう。例えば、長期出張のビジネスマンが、夏休み中の家族を同伴して一定期間を本来の居住地とは異なる場所で過ごす場合、利用目的は多岐に及ぶ。生活にゆとりのある世界のリタイア層は、夏は涼しい避暑地で、冬は温暖な避寒地で滞在することも、逆に、ウィンタースポーツを楽しむなら冬こそ寒冷地という過ごし方も可能である。アクティブな都市生活や転地療養などの医療型滞在も考えられる。

こうした動きもまた、従来の範疇や区分ではうまく捉えきれない不動産サービス市場の拡大を促進する。多様に断片化されたニーズに応えることは、これまでコスト面からビジネスの対象とはなりにくかったが、限りなく

13) ノーベル経済学賞を受賞したSen (2006) は、アイデンティティの複数性を考慮せず、人間をただ一つの帰属集団という観点で認識することの危うさを国際問題と絡めて論じている。

低コストでマッチングやコーディネーションを可能にするデジタル・プラットフォームの出現がその常識を打ち破っている。利用目的として何をどこまで認めるか、どのような不随サービスを提供するか、ユーザーとのマッチングだけでなく、施設と関連サービスの多彩な連携力が求められよう。

例えば、民泊ビジネスに乗り出した楽天は、単にスペース提供者と利用者をマッチングさせるだけでなく、施設改修、清掃、備品管理、消耗品補充、鍵の受け渡しなどの付随サービスをコーディネーションすることで、競合者との差別化を図ろうとしている¹⁴⁾。また、共用オフィスの海外展開を図るベンチャー企業は、現地企業とのやり取りに活用できるSNSを独自に設けたり、現地の英会話学校と連携したサービスを提供したりして日系企業の進出をサポートする計画だと報じられている¹⁵⁾。この他、ベンチャー企業の立地が相次ぎ、「シリコン・ビーチ」と称されるロサンゼルス近郊のサンタモニカやベニスビーチでは、会議室などを備えた住居・オフィス一体型施設が、プライベートタイムにはサーフィンを楽しむ個人事業者らに人気を博していると伝えられている¹⁶⁾。

7 情報化で変貌する不動産市場の特質

不動産とは、文字通り「リアルで物的」な資産であり、全く同一の物件は存在しないという点で個性が強く、一般の消費財に比べると取引頻度は少ない。また、住居であれば生涯、本社ビルであれば永続という具合に、取引後の所有や利用で粘着性が高い。さらに、開発、建設、販売、仲介、管理、税制などの面で複雑な規制が数多く、ローカル性も強いことから、堅固で安定した業界慣行の下で市場が形成されてきた。

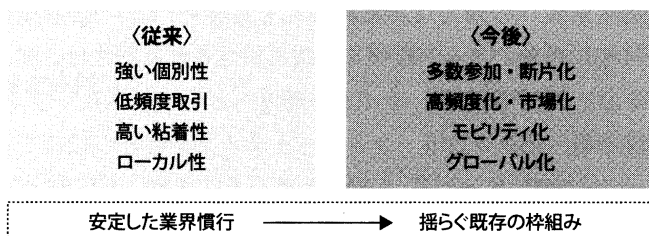
だが、上述した通り「情報化のグローバル化」に伴う「モビリティの高まり」によって、現在は不動産市場参加者の質と量が大きく変貌し、市場

14) 楽天 (2017) 参照。

15) 日本経済新聞 (2017②) 参照。

16) 土方 (2017) 参照。

図表3 情報化で変貌する不動産市場の特質



は断片化している。さらに、時間価値を細切れにするギグエコノミーの広がり、不動産の利用期間や目的が多様化する結果、取引頻度の高まり、一件当たり取引額の小型化、スポット的利用による粘着性の低下、取引処理の迅速化などが起きている。これらはまさに「市場化」の力学そのものといえよう（図表3）。

こうした環境では、不動産の「リアルで物的」な魅力だけでなく、場合によってはそれ以上に、利用可能なサービスのメニューと質の魅力が重要になる。そこでは、情報技術を巧みに活かした「コーディネーション力」が競争優位のカギを握るであろう。ユーザーの利用目的が多様であるだけに、求められる付随サービスも、什器備品リース、ハウスクリーニング、ベビーシッター、ナースিং、コンシェルジェ、宅配サービス、ランドリーサービス、ケータリング、レストラン、商業施設、スポーツジム、学習施設、医療機関、セキュリティ、緊急時対応など多岐に及ぶ。料金や質の水準もユーザーによって異なることから、これらを自前主義によって丸抱えするのではなく、「連携の経済性」を活かして、多彩な外部の専門業者をコーディネートし、ニーズに合ったパッケージを調える能力が求められる。それには、情報技術の巧みな活用が欠かせない。

8 情報武装した異業種の不動産市場参入

情報力とコーディネーション力を活かしたビジネス展開は、既に物流セ

ンターなどの産業施設や小売店舗などの商業施設で現実化しており、IT業界から不動産業界への強力な異業種参入も起きている。Amazonはその典型で、1994年に書籍のネット販売を目的に設立された同社は、様々な物販を手がけるEC（電子商取引）サイトの運営へと事業展開し、今ではECサイトの運営で培ったクラウド・コンピューティングなどの技術を活かしてAWS（Amazon Web Service）を提供している。さらに、IoT、ビッグデータ解析、AIなどの最新技術を巧みに使うことで「莫大な情報を資産へと転化」し、効果的な配送システムや品揃えに関する屈指のノウハウを武器に物流センターや商業施設の経営にも乗り出している。この面だけを切り出すと、情報武装でコーディネーション力を身に着けた有力な不動産事業者といえるだろう¹⁷⁾。この背景には、「倉庫」におけるトラックの待ち時間が大きな問題となり、その解決にデジタル・プラットフォームの果たす役割が大きくなっていることも影響している。

ここで重要なのは、情報技術革新によって、「同質の財・サービスを生産している企業の集合的概念¹⁸⁾」である産業や業界の垣根が突き崩されていることである。かつての「倉庫業」といえば、留まった状態の動かないモノを保管する「静的」な空間マネジメントを連想しがちであったが、今では、活発なモノの動き全体を賢くマネジメントする物流拠点、すなわち動的ネットワークのノード（結び目）としての機能がビジネスの特徴となっている。本章で考察したように、モビリティの高まりはモノだけでなく人の動きにまで及んでおり、物流施設のみならず、あらゆる不動産を「モノや人の動的ネットワーク空間のノード（結び目）」と位置づけ、情報力を活かして巧みにコーディネートする機能が、今後ますます重要になると考えられる。2017年7月には、「サービスとしての空間」をコンセプトに世界15カ国で事業展開しているシェアオフィスの米系ベンチャー企業WeWorkが、日本のソフトバンクグループと合弁会社を設立すると発表した¹⁹⁾。こうした動きは一段と活発化するであろう。まさにこの点に「不動産テック」の

17) Amazonは2016年末現在、日本全国8都道府県で18カ所の物流センターを運営し、今後一層拡大していくことが見込まれている（二階堂[2017]）。

18) 鶴田・伊藤（2001）

本質がみいだせる。

9 おわりに

以上、本章では、インフォメーション・エコノミーの観点から不動産テックを考察した。本章の議論を要約すると、第1に、マッチング機能や情報流通の革新など現在進行中の不動産テックは、単に情報化が技術的に一段階飛躍したものではなく、既存の仕組みに「揺らぎ」をもたらす威力があること、第2に、シェアリングエコノミーやギグエコノミーの広がりは、不動産市場参加者のすそ野を圧倒的に広げ、質的にも量的にも従来の延長線上では捉えられない多数参加市場を生み出したこと、第3に、その結果、多様なニーズが顕在化し、供給サイドと需要サイドの両面から市場のフラグメンテーション化（断片化）が起きていること、第4に、資金調達、開発、販売、仲介、管理といった不動産サプライチェーンで選択肢の多様性が爆発的に広がっていること、第5に、こうした環境では、不動産のリアルで物的な価値だけでなく、様々な付随サービスも含めて全体をコーディネートする力量が問われること、第6に、そのためには、情報を巧みに活かすことが必要で、情報装備した異業種からの有力な参入が起きていること、の6点である（53ページ図表2参照）。

情報化の進展で、ネット消費が増加すると、リアルな商業施設に苦戦を強いるような影響が出るのは否めない。だが、その一方で、ネット販売の隆盛が物流施設の需要を増大させている。そればかりか、ネット販売を手掛けてきたAmazonは、米国の高級食品スーパーを買収し、リアルな小売

19) WeWorkは「サービスとしての空間」をコンセプトに、クリエイター、起業家、中小企業、多国籍企業向けに柔軟に対応できるスペースやサービスを提供しており、2018年3月現在、世界21カ国62都市に300カ所以上の拠点を開設している。共同創設者のマッケルビー氏は2010年の創業時を振り返り、「当時の課題は、どのようなペースで成長するかわからない新興企業に適切なオフィスを提供する企業がなかったことだ」と述べている（日本経済新聞 [2017①]）。同社とソフトバンクグループの合併企業は、東京都心エリアの施設を視野に入れて設立されたと報じられている（ソフトバンクグループ・WeWork [2017]、吉川・Chu [2017] 参照）。

施設の経営にも乗り出した。比較的所得水準の高い地域に擁する店舗網を鮮度管理機能のある「倉庫」として活用し、生鮮品のネット宅配を目論んでいると指摘されている。生鮮品の動きに合わせて分散する拠点を統合し、管理する仕組みに情報力は欠かせない。データの収集力と解析力を武器に、鮮度の高い商品の移動をコーディネートする空間マネジメントは、まさに「動的ネットワーク拠点としての不動産経営」そのものであり、今後の不動産市場における競争優位を考える上で興味深い。

技術革新が巻き起こす「情報化のグローバル化」という大奔流は、モノと人のモビリティを高め、産業の垣根を突き崩しながら、あらゆる分野に押し寄せている。不動産テックは、空間マネジメントのビジネスでこれまで座標の中心に位置していた不動産業界に「暗黙の了解」を打破する斬新な発想を迫っている。

【参考文献一覧】

- 国土交通省土地・建設産業局 (2017) 「先端技術を活用した不動産情報化 (不動産テック) の潮流と施策」『不動産研究』第59巻第1号, 2017年1月, pp. 5-17.
- 佐久間誠 (2017) 「不動産業へのブロックチェーンの応用可能性」ニッセイ基礎研究所『研究員の眼』2017年6月, pp. 1-6.
- 川戸温志 (2016a) 「不動産業界のプレイヤーは、不動産テックとどう向き合うべきか」NTTデータ経営研究所, 2016年4月, <https://www.keieiken.co.jp/monthly/2016/0405/index.html> (閲覧日2017年7月1日).
- 川戸温志 (2016b) 「不動産テックの有望領域はどこか?」NTTデータ経営研究所, 2016年9月, <https://www.keieiken.co.jp/monthly/2016/0921/index.html> (閲覧日2017年7月1日).
- 川戸温志 (2017) 「“不動産テック”カオスマップ2017年版 考察レポート」NTTデータ経営研究所, 2017年6月, <http://www.keieiken.co.jp/monthly/2017/0601/> (閲覧日2017年7月1日).
- 篠崎彰彦・田原大輔 (2014) 「教育・所得水準とICTの普及に関するグローバルな動態変化の分析: デジタル・ディバイドから経済発展の可能性へ」情報通信総合研究所, *InfoCom REVIEW*, No. 62, 2014年3月, pp. 18-35.
- 篠崎彰彦 (2014) 『インフォメーション・エコノミー: 情報化する経済社会の全体像』NTT出版, 2014年3月.
- 篠崎彰彦 (2015) 「情報化とグローバル化の大奔流を地方創生にどう活かすか: ネットと結びついたインバウンド消費とふるさと納税の取り組み事例」土地総合研究所編『明日の地方創生を考える』東洋経済新報社, 2015年12月, pp. 106-131.
- 篠崎彰彦 (2017) 「イノベーションの奔流とグローバル経済の発展: 過去四半世紀の軌跡と今後予想される変容」イノベーション学会『研究 技術 計画』Vol. 32, No. 1, 2017年2月, pp. 21-38.
- 庄司昌彦 (2015) 「“分人・複属”と電子行政」行政情報システム研究所『行政 & 情報システム』2015年8月号, pp. 55-59.

- ソフトバンクグループ・WeWork (2017)「ソフトバンクと WeWork、日本のワークスタイルを変革する合弁会社を設立」2017年7月18日付プレスリリース, https://www.softbank.jp/corp/news/press/sb/2017/20170718_01/ (閲覧日2017年7月20日).
- 鶴田俊正・伊藤元重 (2001)『日本産業構造論』NTT 出版.
- 二階堂達馬 (2017)「巨人果てしなき拡大：上陸17年目の新局面」『週刊東洋経済』2017年6月24日号, pp. 32-35.
- 日本経済新聞 (2017①)「米の共用オフィス最大手、日本上陸」2017年7月20日付朝刊, p. 14.
- 日本経済新聞 (2017②)「共用オフィスを海外に初開設：英会話学校併設、フィリピンに」2017年7月26日, 地方経済面 (九州) p. 13.
- 日本政府観光局 (2018)「訪日外客統計の集計・発表 (月別推計値)」JNTO 訪日外客統計, https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/data_info_listing/index.html (閲覧日2018年2月13日).
- 野口正人・山本悠介・篠崎彰彦 (2015)「データで読む情報通信技術の世界的な普及と変遷の特徴：グローバル ICT インディケーターによる地域別・媒体別の長期観察」情報通信総合研究所, *InfoCom Economic Study Discussion Paper Series*, No.1, 2015年1月, pp. 1-25.
- 土方細秩子 (2017)「変わる“働き方”」『アゴラ』2017年12月, p. 9.
- 楽天 (2017)「楽天LIFULL STAYと楽天、民泊・簡易宿所向けのブランディングおよび 運用代行 サービスを提供開始」プレスリリース資料, 2017年11月29日, <https://corp.rakuten.co.jp/news/press/> (閲覧日2017年12月6日).
- 吉川有希・Kathleen Chu (2017)「ウィーワークが日本に参入、共同オフィス10～20カ所開設へ」Bloomberg, 2017年7月10日, <https://www.bloomberg.co.jp/news/articles/2017-07-10/OSUUM0SYF01T01> (閲覧日2017年7月20日).
- Manyika, James (2017) “Technology, jobs, and the future of work,” McKinsey Global Institute, *Briefing Note Prepared for the December 2016 Fortune Vatican Forum*, updated May 2017, <http://www.mckinsey.com/global-themes/employment-and-growth/technology-jobs-and-the-future-of-work> (閲覧日2017年7月1日).
- Sen, Amartya (2006) *Identity and Violence: The Illusion of Destiny*, Allen Lane (邦訳『アイデンティティと暴力』東郷えりか訳, 勁草書房, 2011年).
- Simonite, Tom (2016a) “Moore’s Law Is Dead. Now What?” *MIT Technology Review*, May 13, 2016, <https://www.technologyreview.com/s/601441/moores-law-is-dead-now-what/> (閲覧日2017年7月14日).
- Simonite, Tom (2016b) “Intel Puts the Brakes on Moore’s Law,” *MIT Technology Review*, March 23, 2016, <https://www.technologyreview.com/s/601102/intel-puts-the-brakes-on-moores-law/> (閲覧日2017年7月14日).