

第43回

不動産リアルトレンド 2021

～新型コロナウイルスの流行は社会と不動産をどう変えるか?～



中山 善夫

株式会社ザイマックス不動産総合研究所
代表取締役社長
(ARES マスター M0600051)



大西 順一郎

株式会社ザイマックス不動産総合研究所
主任研究員



任 暄

株式会社ザイマックス不動産総合研究所
研究員

はじめに

ザイマックス不動産総合研究所は、世の中と不動産の「今」と「これから」について11のテーマ別に取りまとめた特別レポート「不動産リアルトレンド2020」を2019年9月に発表した。

その後、2020年初頭から本格化した新型コロナウイルスの世界的流行は、社会と経済に大きなインパクトをもたらした。感染者は全世界で1億人を超え、日本でも40万人に達している。消費・輸出入・旅行が急減し、人やモノの流れが滞った。労働市場では求人倍率が低下し、失

業者数が急増していた。不動産市場には、地価およびREIT指数の下落、マンション供給の減少、オフィス空室の増加など大きなショックがもたらされた。社会生活においても、人との接触や外出を控えた結果、巣ごもり消費、テレワークの普及など、今までにないニューノーマル(新常态)の生活様式や考え方が生まれた。

ポストコロナはどのような世界になるのか、現時点では確定した予測をすることは難しい。しかし、コロナ前からのトレンドとコロナで起きたことを冷静に捉え、世の中がどうなっていくかのシナリオを考え

ることは可能である。ザイマックス総研が2020年12月25日に発表した「不動産リアルトレンド2021」では、前回と同じ11テーマについて、コロナ前のトレンドを振り返り、コロナで何が起きているのかを紹介し、そして、不動産にどのような影響があるのかについて取りまとめている。本稿は、その内容を要約したものとなる。なお、レポートの全文はザイマックス不動産総合研究所のホームページから参照されたい(https://soken.xymax.co.jp/2020/12/25/2012-real_trend/)。

図表 不動産リアルトレンド 2021 取り上げるテーマ

- | | | |
|----------------|---------------|-------------|
| 1. 価値観の変化 | 5. データ社会 | 9. 自然災害 |
| 2. 人手不足 | 6. テクノロジーの進歩 | 10. ESG |
| 3. 働き方改革 | 7. 都市と地方 | 11. メガイイベント |
| 4. 国際化・外国人との共生 | 8. 建物ストックの老朽化 | |

1. 価値観の変化

コロナ前からのトレンド：多様化する価値観

日本社会は、団塊世代、バブル世代、ミレニアル世代、デジタルネイティブ世代など、成長した時代背景が異なる人々が共存している。近年では、グローバル化の進展により、異なる国籍、文化、生活習慣を持った人々も加わり、社会の価値観はより多様化している。従来の不動産サービスは、標準的なライフスタイルに焦点を当てていたが、価値観の多様化を受け、**多品種少量生産の時代**にあわせて進化している。多彩な住居リフォームプラン、多目的時間貸しスペース、多言語・異文化対応の賃貸サービスなどのビジネスに注目が集まるようになってきた。

コロナによる変化：ニューノーマルへ

コロナによる生活の最大の変化の特徴としては、「ニューノーマル（新常態）」とよばれる、新しい行動様式や考え方が生まれてきていることである。マスクをはじめ、消毒液、空気清浄機など、**安全・安心感**を与える商品や、自転車、ダンベルといった**健康増進**に関連する商品を求める動きは世代問わず全面的

に増えている。また、調理器具、動画配信サービス、eラーニングなど自宅中心の生活を下支えする「**巣ごもり消費**」の急成長もみられている。一方で、スーツや化粧品などのおしゃれ消費への出費が抑えられている。

コロナの流行は、長年繰り返されてきた慣習を考え直し、生活に新たな可能性が生まれるきっかけとなっている。通勤が必要のない働き方、自宅にしながら参加できるバーチャルイベント、隙間時間を活用できるeラーニングなど、様々な選択肢が増えることで、今後人々のライフスタイルや価値観が大きな変化を迎えるかもしれない。

不動産への影響：ニューノーマルに対応できる不動産

不動産業界のこれからのトレンドとして、利用者に安全・安心感を与えること、健康で快適な心身をサポートすること、また新たな生活様式に対応できるサービスを提供することが挙げられる。オフィスにおいては、従業員の**ウェルネス**の促進、ソーシャルディスタンスの確保、テレワークの定着がポイントとなる。メインオフィス・サードプレイスオフィス・自宅を**ハイブリッド**に利用

するスタイルは、今後のトレンドになるであろう。**住宅**については、在宅勤務の浸透により、レイアウトの自由度や防音性能、リフォームサービスに注目が集まっている。コロナ禍で甚大な被害を受けている**商業施設・宿泊施設**では、店舗のショールーム化やマイクロツーリズムなどを通して、**その場でしかできない体験**を提供することがこれからの課題になるであろう。オンライン消費の急伸で活況を呈している**物流施設**は、少子高齢化による労働力の確保が大きな課題になるため、さらなる**無人化**が予想される。また、エンドユーザーがより利用しやすいように、ラストワンマイル特化型や店舗併設型が今後のトレンドとなる。

2. 人手不足

コロナ前からのトレンド：人手不足が事業拡大の足かせに

日本の少子高齢化が進むにつれ、様々な分野において人手不足が深刻化し、事業成長の足かせとなった。不動産業も同様に、ビルメンテナンスや建設現場で従業員確保の難しい状況が続いている。労働力を確保するため、国は法改正を通して、女性、高齢者、外国人など多様な

人材が活躍できる環境づくりを進めている。企業においても、勤務体系の見直し、派遣社員の正社員化などの職場づくりに努めている。不動産業では、スマートメーター、自動精算機、ロボットの導入など、人手がかからない工夫が行われてきた。

コロナによる変化：人手不足の緩和と人材ミスマッチの発生

コロナ禍をうけて、労働市場の焦点は「人手不足」から「**コロナ失業**」に移り変わった。2020年にコロナ関連の解雇や雇止めは8万人近くにのぼっており、宿泊・飲食・娯楽などの産業でこれまでの人手不足から一転して求職者が増えてきている。一方で、医療福祉・農業・小売・物流・通信・保守点検などのエッセンシャルワーカーや、IT人材の不足が続いており、人手が足りない企業と人手があまる企業が混在するミスマッチが起きている。

こうしたギャップを解消する手段として、もともと勤めている企業に籍を残したまま、他社へ出向する「**従業員シェア**」が活発化している。従業員シェアするプラットフォームも登場しており、コロナ禍を通して業種の壁を越えた新たな人材の流動化が進んでいる。

不動産への影響：働く人に求められる不動産へ・中長期的な人手不足に備え

コロナ禍におけるワーカーの安全・安心に対する意識の変化を背景に、消毒の実施、非接触機器の設置、換気性能の増強など、多くの

建築物で感染症対策が取られるようになってきた。「**CASBEE-ウェルネスオフィス**」など利用者の健康性、快適性の維持・増進を支援する建築物の評価ツールを活用する事例もでてきている。

また、不動産の立地において「働く人の居住地」という視点が重視され、企業が従業員の居住地に働く場所を寄せる動きが進むと考えられる。長時間通勤や混雑を回避できるように、企業では在宅勤務やサードプレイスオフィスが浸透するほか、物流施設では人手確保のために住宅地に近い立地を選好する流れが続くだろう。

人口減が続く日本では、コロナが収束して需要が戻れば再び人手不足の状態に戻る可能性が高い。これからも雇用制度の柔軟化・多様化、労働力の流動化、業務の無人化などを進め、再び到来する人手不足の時代に備える必要がある。

3. 働き方改革

コロナ前からのトレンド：時間と場所にとらわれない働き方

日本の労働生産性の向上を目指し、2016年の一億総活躍国民会議で「働き方改革」の推進が明言され、2019年から働き方改革関連法案が順次施行されてきた。新しい働き方の一つとして**テレワーク**が注目され、「**テレワーク・デイズ**」など官民を巻き込んだムーブメントとなった。コロナ前の時点で約3割の企業がテレワークのための場所や制度の整備を行い、**サードプレイスオフィス**も

急増している。また、ABW(Activity Based Working)やメインオフィスとサードプレイスオフィスを併用したハイブリッド戦略などの取り組みもみられている。

コロナによる変化：企業のオフィス戦略の多様化

緊急事態宣言下、出社制限しながら経済活動を継続するため、テレワークや時差出勤が多くの企業で導入された。テレワークの導入状況は企業規模や業界、職種により異なるものの、多くのワーカーがコロナ収束後もテレワークを希望していることがわかった。また、通信環境、ペーパーレスの準備状況、マネジメントやコミュニケーションなど、テレワークの課題も共有された。これからの企業のオフィス戦略は、進化派・縮小派・回帰派・様子見派に分化しつつあり、各企業が自身に合ったオフィス戦略や勤務制度の見直しを進めている。

不動産への影響：場所貸しからコンサルティングへ

コロナをきっかけに、企業のオフィス選びの評価軸は、従来の1人あたり3～4坪や近・新・大といったシンプルなものからより複雑になる。企業は、コロナ禍で変化する状況のなか、出社率やメインオフィスの規模や役割、所有・賃貸・サードプレイスオフィスのバランスなどを考慮しつつ、将来に向けたオフィス戦略の舵取りを求められている。

こうした企業側の変化をうけ、不動産業においては、従来の場所貸

しから、企業の課題を解決するコンサルティングサービスの要素が強まる。今後は、アセットタイプを超えた不動産業界内での連携のほか、ITなど異業種からの新規参入や連携が起きると考えられる。

4. 国際化・外国人との共生

コロナ前からのトレンド：来てもらう国際化

2019年の訪日外国人旅行者は3,188万人、外国人労働者は165万9,000人、外国人留学生は31万2,000人といずれも過去最大数を記録した。日本人・外国人双方の意識改革や、ソフト・ハード面のインフラ整備が必要とされ、不動産のあり方にも変容が迫られていた。

コロナによる変化：国家間・地域間の人の流れが停止

コロナ禍による**入国規制**の結果、2020年4月以降の訪日外国人旅行者は前年比99%減少し、4.8兆円(2019年)にのぼった**インバウンド消費**が**蒸発**した。また、宿泊業・飲食業・小売業への影響は大きく、解雇や雇止めによる有期雇用の外国人労働者の失業も発生していると考えられる。

現時点ではコロナの収束がみえないものの、国は2030年の訪日外国人旅行者を6,000万人とする目標を堅持しており、ワクチン・治療薬の実用化による**インバウンドの再起動**と国内消費支出の活性化が期待されている。

不動産への影響：商圏は全世界から地元中心へ

短期的には、インバウンド消費の蒸発や外出自粛による消費の減少は宿泊施設と商業施設に大きな影響をおよぼしている。ホテル・旅館・民泊の廃業、免税店の閉店が続出し、インバウンド消費の象徴的なエリアである銀座や新宿歌舞伎町などの地価下落が目立った。そのようななかで観光分野では従前の戦略を見直し、**マイクロツーリズム**など自宅から1～2時間圏内の近隣への観光を通じ、持続可能な安定したマーケットを構築する動きがみられている。

中長期的には、少子高齢化・人口減少社会を迎える日本において、インバウンドの復活と外国人材の受け入れ拡大は必須である。今後は、外国人労働者や留学生向けの社員寮や学生寮、リアルとデジタルを融合させたハイブリッド型に進化した**MICE施設**、**国際金融都市**に向けた税制や住宅・オフィスの整備が一層求められる。

5. データ社会

コロナ前からのトレンド：データが付加価値を創出する世界

「**データは21世紀の石油**」といわれるように、日々生まれる膨大なデータが付加価値を創出する時代が到来している。GAFAに代表されるデジタル・プラットフォーマーは大量のデータを保有し、社会経済に多大な影響力を持つようになった。日本でも、Connected Industriesや情報

銀行などデータ社会における産業のあり方やデータ流通・活用の仕組み、データサイエンティストなど人材育成の取り組みがスタートしている。

コロナによる変化：データのインフラ化について課題が浮き彫りに

コロナ禍で社会全体のデジタルシフトが一層進展しつつある。GAFAの株価は追い風を受ける形で上昇し、多くの企業でDX(デジタルトランスフォーメーション)の強化とそのための**デジタル人材の確保**が経営課題となっている。

一方、日本では、マイナンバーカードの普及難航や、接触確認アプリCOCOAの利用率の低さなど、データのインフラ化についての課題も明らかになった。デジタル庁の新設により、このような課題への対応や、行政・医療・教育分野におけるIT活用の規制緩和が期待される。

不動産への影響：不動産デジタルトランスフォーメーションが本格的に

コロナの影響で、データ社会の広がりに伴う消費者行動や既存のビジネススタイルの変化が加速し、不動産のあり方にも大きな変容がみられている。まず、自宅での買い物や体験を楽しむ**巣ごもり消費**の浸透により、リアル店舗消費と巣ごもり消費の両方にアプローチするハイブリッド戦略が店舗事業者に求められるようになる。次に、ICT(情報通信技術)を活用したMaaSは、移動制限により買い物代行や感染者搬送などにシフトチェンジする可能性が高い。また、FinTechの発展で金融

サービスのデジタル化が進み、店舗再編で発生した空きスペースでの新しい使い方の事例が増える。そして、不動産業の情報産業化を目指す不動産テックが浸透し、非対面・非接触ニーズへの対応、契約書の完全電子化、センサーを用いた混雑状況の可視化など不動産業界においてもDXが進展する。

6. テクノロジーの進歩

コロナ前からのトレンド：テクノロジーの発展と不動産業への導入

ICT(情報通信技術)を駆使した革新的な製品とサービスがグローバルに広がることで、既存の産業構造や競争原理が破壊・再定義されている。不動産業においては、3Dプリンター、スペースシェアリング、AI査定など、不動産を「建てる」「利用する」「取引する」ための様々なテクノロジーが登場し、ビジネスへの実装がみられるようになった。

コロナによる変化：リモート・コンタクトレス技術

コロナ禍でリモート(遠隔)・コンタクトレス(非接触)なテクノロジーの活用が急速に進んでいる。ZoomなどWEBミーティングサービスはテレワークで活用されているほか、eラーニング、オンラインデモの下支えにもなった。コンタクトレスにおいては、赤外線センサーで操作するエレベータなどが注目されている。また、感染リスクを可視化する接触管理アプリや体温の高速スクリーニング技術、これらの遠隔・非

接触テクノロジーを支える5G、エッジAI、LPWNなどの技術も日々進歩している。

リモート・コンタクトレス技術の活用によって、オンライン取引、オンライン診療などデジタルチャネルを通じたサービスのほか、自動運転、接客・点検・消毒・宅配を行うロボットや、コンタクトセンターのチャットボットなどの導入が進み、従来の労働力の代替になることが期待されている。

不動産への影響：リモート・コンタクトレス不動産ビジネス

コロナの流行で従来対面式の取引が主流であった不動産業界も変化が起こりつつある。住宅賃貸業のVR内見、電子契約、スマートキーなどが人気を集め、顧客とリモート・コンタクトレスで取引を進める新しい不動産取引の流れが生まれている。また、物流施設内の作業員のソーシャルディスタンスを確保するためのデバイス、オフィスの着席・空気質をモニタリングするIoTセンサー、商業施設における入館記録や混雑状況を把握するためのカメラやセンサーは、感染対策だけでなく、不動産のあり方を変化させるきっかけになりつつある。

7. 都市と地方

コロナ前からのトレンド：都市と地方、それぞれの別の課題

日本では、高度経済成長期以来地方から都市への企業集積や人口流入が続いた結果、都市は巨大化

する一方、地方は過疎化するという、都市と地方の格差の拡大が問題となってきた。対策として国は「地域再生法」と「まち・ひと・しごと創生法」の2つの法律を制定した。これらをもとに都市部では再開発事業を通して市街地の再生を行い、地方部では地元の資源を活用して産業の開発を行い、まちづくりに注力している。

コロナによる変化：都心から郊外・地方への人の流れ

コロナで在宅の時間が長くなり、日常生活における価値観が「仕事から生活」にシフトし、1日の多くを過ごす場所での快適性が求められる風潮がでてきた。さらにテレワークの普及によって、場所に縛られず働くことが可能となり、大都市から離れ、地方で仕事を行うワーケーション、さらに移住を希望する人も増加してきている。実際に、2020年後半に東京圏への転入超過数はマイナスとなり、東京への一極集中の動きが鈍くなってきている。

こうした動きを踏まえて、内閣官房は活力ある地域社会の実現と東京圏への一極集中の是正を目標として掲げ、「まち・ひと・しごと創生基本方針2020」を発表した。また、国交省でもコロナを契機として、今後の都市生活のあり方を整理している。

不動産への影響：職住近接の流れと地方創生の拡大

テレワークの浸透によって、生活サービスの充実、健康、広さ、自然

とのふれあいなどの観点から郊外や地方の住宅が注目を集めているほか、企業が地方に移転する事例がみられ、郊外でサードプレイスオフィスを導入する企業も増えている。さらに、テレワークの影響が観光不動産にも影響を及ぼしている。ワーケーションニーズに合わせて宿泊施設の客室の間取りを変更したり、空き家住宅を活用したりするなどの工夫がみられている。コロナは、**都心から郊外・地方へ**の新たな流れをつくるとともに、郊外や地方の活性化に貢献し、各地域の特長を再発見するきっかけになっている。

8. 建物ストックの老朽化

コロナ前からのトレンド：全体的に老朽化が進行

2018年の住宅・土地統計調査結果では、全国の**空き家**は846万戸、空き家率は13.6%と、いずれも過去最高になった。また、賃貸オフィスビルや物流倉庫など非住宅アセットの老朽化も進み、不動産業界のみならず、**社会全体の課題**にもなっている。対策として、国は空き家特措法などの法令整備を行い、自治体は空き家バンクの開設などに努めてきた。これらの環境整備を背景に、**空き家を改装して民泊・シェアハウスに転用**するなど、老朽化不動産を活用する新しい市場が成長しつつある。

コロナによる変化：消えたニーズと生まれたニーズ

コロナで宿泊業が大きなダメージ

を受けた結果、民泊の届出住宅数が2020年5月をピークに減少傾向が続くなど、空き家問題の解決策として期待された宿泊施設への改装に急ブレーキがかかった。空き家市場では、当面ニューノーマルの生活様式に合わせた方向への転換が求められている。例えば、地方への**ワーケーション・移住ニーズ**の増加がみられている。このトレンドが本格化、定着するかは不透明ではあるものの、地方の老朽化不動産に新たなビジネスチャンスを与えられる。

不動産への影響：老朽化不動産のデータベース化

老朽化不動産を活用するために、時代の変化に合わせた柔軟な使われ方の実現が重要である。ウィズコロナの時代では、宿泊施設としての活用は難しくなったが、一方でテレワークや移住先としての選択肢が新しく登場した。国、地方自治体が移住促進、テレワーカー誘致に注力するほか、民間でも移住希望者と地域をマッチングするサービスが出現している。こうしたトレンドに迅速に対応できるよう、**リアル不動産をデータ化**し、情報資産としてのストック化を行い、マッチングサービスを通じて有効活用を促進していくことが重要となる。

9. 自然災害

コロナ前からのトレンド：相次ぐ災害とその備え、公民それぞれ進む

わが国では、その位置、地形、

気象条件などにより、地震をはじめ、台風、豪雨、洪水、火山噴火などの**自然災害が発生しやすい国**となっている。このような状況を踏まえ、国は**国土強靱化**および防災・減災の取り組みを国家のリスクマネジメントと位置づけ、最優先課題の1つとし、インフラの整備や防災活動の促進などの施策を進めてきた。各地域でも様々な防災活動を通して、災害対応力の向上を促進している。

コロナによる変化：ニューノーマルにおける災害対策

コロナ禍では3密を避けた行動やソーシャルディスタンスの確保が必要となることから、自然災害による緊急対応のあり方もそれらに沿った変容が求められている。緊急避難は、これまでの1つの空間に大人数で集まる形から、ソーシャルディスタンスを確保できる**分散型**に変わりつつある。避難場所が分散すると従来の避難所数では不足するため、民間の不動産や施設を活用する方法が模索されている。また、防災備蓄品への消毒液やマスクの追加や、業務のデジタル化・クラウド化の推進など、企業のBCPに**パンデミック対策**を追加する動きもみられている。

不動産への影響：分散遠隔ワークと避難用不動産ストック

働き方改革の流れとコロナの影響により、メインオフィスのほか、自宅やサードプレイスオフィスも取り入れるハイブリッドなオフィス戦略が注目されている。また、感染リスクが低い郊外・地方への移転を検

討している企業も出てきている。今後、**郊外や地方でのオフィス需要**が増えていく可能性がある。

避難用不動産については、これまで大人数を収容できる体育館・公民館が避難所として使われてきたが、分散避難の指針に合わせて、商業施設、宿泊施設に加え、空き住宅や移動式のコンテナホテルなどの**民間施設も活用される**ようになった。また、避難所の混雑度合や現在地の防災情報をリアルタイムで確認できるサービスも登場しており、テクノロジーの進化とともに、われわれが自然災害に対する備えや行動も変化しつつある。

10. ESG

コロナ前からのトレンド：ESGの誕生と投資家コンセンサス形成

環境問題や人権侵害、人種差別などの社会問題を解決する**経済的手段**として、**ESG投資**が注目されている。E(環境)・S(社会)・G(企業統治)を配慮して経営活動を行う企業は将来性や持続性があると判断され、ESG投資の対象となる。世界でのESG投資残高は31兆ドルまで拡大しており、ESGを意識した企業活動により実現される17項目の目標であるSDGsにも注目が集まっている。不動産市場もその影響を受けて、環境認証制度の定着、建築環境技術の進歩、**環境不動産**の増加がみられている。

コロナによる変化：投資家、利用者が社会性重視に変化

コロナショックで世界中の金融市場は乱高下が続いているなか、ESG関連のファンドは底堅いパフォーマンスを示し、コロナ債やサステナブルファンドには多くの資金が流入している。これらのことは、中長期の投資を行う投資家が、ESGを重視する企業に対して、今後厳しさを増す環境規制への対応力だけでなく、社会的責任を積極的に果たそうとする柔軟性と持続的な競争力を評価していることを示している。消費者も社会貢献を積極的に取り組む企業に対して好印象を持つ傾向が強まっており、既存製造ラインのマスク・消毒薬・防護服製造への切り替え、在宅勤務の積極的導入、従業員への補助、加盟店販売者からの手数料徴収の一時的停止などの決断が、顧客や従業員のロイヤルティを高めている可能性がある。2020年のダボス会議でも、株主第一主義から**ステークホルダー資本主義**への転換が提唱され、企業には、従業員や地域社会などすべての利害関係者に経済的利益をもたらす責任があると指摘された。一方、コロナ前にすでに関心度が高まっていたE(環境)に関しては、社会活動の急減によりCO₂の排出量は図らずも低下することとなった。急激な経済悪化を背景に、環境問題よりコロナ対策や経済を優先すべきとの声も上がってきている。

不動産への影響：不動産の評価にE(環境)だけでなくS(社会)も追加

コロナをきっかけとしたS(社会)に注目するトレンドは不動産業界に

も影響を及ぼしている。例えば、不動産利用者の健康とウェルビーイング(身体的、精神的、社会的に良好であること)に配慮する「**ウェルネス**」の観点から、オフィスにはハイスペックな換気設備、知的生産性を高める内装、快適なりフレッシュスペースが求められるようになった。また、パンデミックに対応できるプロパティマネジメントや、周辺地域への災害用備蓄と避難所の提供も重視されるようになりつつある。このような流れを背景に、これまでのE(環境)を中心とした環境認証に加え、不動産のウェルネス対応状況を評価する**ウェルネス認証**が各国で広がると考えられる。

11. メガイイベント

コロナ前からのトレンド：世界から日本へインバウンド

2020年夏に開催が予定されていた東京オリンピック・パラリンピックは、コロナの世界的流行で延期となった。本来であれば、東京オリンピック・パラリンピックで国内外から1,000万人を超える来場者が見込まれ、都市インフラをはじめ、観光、小売などの業界への波及効果を含めた経済効果は極めて大きいと試算されていた。また、国際観光都市、グローバルビジネス都市として、東京の魅力が一層増していくと期待されていた。不動産業界においては、宿泊施設と商業施設が直接的な恩恵を受けると予想されたほか、大会期間中の交通混雑緩和のために実施された「テレワーク・デイズ」は働

き方改革を加速させ、フレキシブルオフィスという新しいサービスの浸透のきっかけとなった。

コロナによる変化：大人数が同じ場所に集まるリスク

今回のパンデミックは想定外の事態であり、戦争以外による史上初のオリンピック延期となった。開催延期に伴う追加投資に加え、仮に中止になった場合、期待された経済効果が得られなくなるほか、社会全体に様々なマイナスの影響が生じる可能性がある。

感染予防のため、現在イベント会場やテーマパークでは、検温、消毒が実施されるほか、来場者追跡システムや、トイレ・売店の混雑状況をスマートフォンで確認できる仕組みの導入もみられている。また、入場制限が行われる場合に入場料収入を補う収入源として、興行の動画配信をはじめとした**オンラインでの**

ビジネスが強化されている。

不動産への影響：イベントのリアルとオンラインのハイブリッド

オリンピックや万博といったメガイベントに限らず、今後、コンサート、スポーツ大会、国際会議、商品展示など人が集まることを前提としたあらゆるイベントの開催方法は見直されていくだろう。現在、場所や収容人数を問わず、リアルで人を集めなくても成立するオンライン興行が注目されている。ポストコロナでもイベントのオンライン化が定着すれば、イベントを開催する建物の規模、立地の重要性は変化していく。また、会場周辺の飲食店、物販店、ホテルなどは、立地の優位性が薄れ、事業見直しの必要性が生じる可能性がある。一方で、会場での臨場感や観客同士の一体感の重要性が再認識され、リアルの会場・建物が不要になることはない。今後、リア

ルとオンラインの棲み分けやハイブリッドがイベントにおいても常態化していくと思われる。

おわりに

コロナのようなパンデミックは人類の長い歴史上では何回もあった。コロナ危機は間違いなく大きなインパクトであり、われわれの生活や行動、考え方を変えようとしている。同時に、コロナ禍の状況に目を奪われ、近視眼的となり、この状況がずっと続くと考える人もいるだろう。大切なことは、ベースとなるトレンドがコロナにより加速するのか、変わるのか、新たなものが付け加わるのかの見極めである。ザイマックス総研では、これからも中立・客観的な立場で、社会経済の変化と不動産へのインパクトを継続的にみていき、「不動産リアルトレンド」を定期的に発表していくつもりである。

なかやま よしお

1985年一般財団法人日本不動産研究所に入所、数多くの不動産鑑定・コンサルティングに従事。2001年より11年間、ドイツ証券にてドイツ銀行グループの日本における不動産審査の責任者を務める。12年より現職。不動産全般に係る調査・研究およびザイマックスグループのPR等を担当。不動産鑑定士、CRE、FRICS、MAI、CCIM。不動産証券化マスター養成講座「102 不動産投資の実務」及び「201 不動産投資分析」の科目責任者。ニューヨーク大学大学院不動産修士課程修了。からくさ不動産塾塾頭。

おおにし じゅんいちろう

2002年ザイマックス入社。2009年よりマーケティング部（現ザイマックス不動産総合研究所）でオフィス市場分析、国内外の大学との共同研究、不動産所有者向け情報誌・セミナーの企画運営などを担当。2018年より現職。不動産市場のダイナミズム、環境不動産の経済性、指標開発に関する研究を担当。東京工業大学工学部土木工学科卒業。東京大学空間情報科学研究センター不動産情報科学研究室協力研究員。

にん けん

2011年ザイマックス入社、オフィスパルのリーシング業務に従事。2013年よりザイマックス不動産総合研究所にて主にオフィスマーケットの調査研究やザイマックスグループの各種事業のデータ分析を担当。北京大学社会学系社会学専攻修士課程修了。