

◎ Aクラス物流施設のプライムリートに
産業構造の変化で物流のニーズが拡大

プロロジス・リート社長 坂下 雅弘氏

投資家の反応について。

坂下氏 物流施設は1物件当たりが大規模で、多額の資金を要するが、不動産投資に慣れている世界中の投資家は、長期安定的な投資対象としてみている。実際、プロロジスは世界で16本のファンドを運用中だ。一方で、日本はこの15年間厳しい時代が続いた。円高もあり、昨年までは「なぜ日本に投資するのか」と、海外投資家が二の足を踏む場面もあった。しかし円高が修正され、経済への政治姿勢などから、投資家のセンチメントは確実に変わっている。IPOに際し、正直ここまで海外の需要が多いとは想像していなかった。年金やロングのプロパティファンドなど機関投資家の需要がバランスよく集まった。国内の需要も強かった。地銀はIPOには入らないと聞いていたが、かなりの申込みをいただいた。デットサイドからも必要金額以上の応募があった。平均借入れ期間は5年だ。現状の環境はかなりよいが、マーケットにはサイクルがある。ファイナンスはマチュリティーラダーが平均的に来るよう平準化とリスク分散を図る。スタート時は6行にお願いしたが、長期の資金の出し手のほか、グループが地方でも開発するので、地方を支えている金融機関にも加わってもらい、早期に倍にしたい。

——— どのように評価されたか。

坂下氏 特長の一つは戦略のクリアさにある。Aクラス物流施設へ重点投資し、プロロジスが開発、当リ

ートが保有、と役割分担する。2点目は物件クオリティの圧倒的な高さ、3点目はスポンサーサポートだ。プロロジスが国内で10数年培ってきたカスタマーリレーション、専門性、開発実績、グローバルでのカスタマーネットワークがある。期待に裏打ちするヒストリーがあり、非常にわかりやすいと評価された。

坂下氏 成長する物流不動産マーケットを予測したか。要とされるものが変わり、ニーズが出ると感じていた。今、日本ではサプライチェーンの再構築や倉庫を統廃合して効率化する動きがみられるが、これは10年程前にアメリカで起きたこと。最近ではEコマースによる需要伸長に注目が集まっているが、本筋は産業構造の変化によるものだ。効率的な大型物流施設の普及や3PLの発展はメーカーも想像していたと思うが、ただ日本には発想を変えて実行するきっかけがなかった。そこにプロロジスが取り組み、仮説が立証された、ということだろう。物流施設は国民生活の根幹となるインフラだ。プロロジスは国内外問わず、物流企業のパートナーを目指している。リートを立ち上げたのも継続性を考えてのこと、ベースには顧客ニーズがある。ステークホルダーと良好な関係をつくり、投資価値の最大化を実現させる。やるからには、プライムリートといわれるものにしたと強く思う。

——— マーケットサイズと需給バランスについて。

坂下氏 物流施設市場に占めるAクラス物件の割合は、米が30%、欧州で14%といわれている。日本は2%。拡大の余地は大きい。需給がタイトで、論理的には賃料が上がるはずだが、企業の直接コストとなるためステイブルだ。ただ、資材と用地が著しく上昇すれば、新しいものはある程度の賃料をもらわないと成り立たず、それに実需が追いつくか、というところだ。