

# ポストコロナ市場に向けた 不動産×MaaSの取り組みについて

2021年12月22日

三井不動産株式会社 ビジネスイノベーション推進部長  
株式会社Share Tomorrow 代表取締役社長  
須永 尚

# 1. 不動産×モビリティ構想について

- (1) エンドユーザーの質的变化
- (2) 新しい生活スタイル・生活圏の誕生
- (3) 街づくりの新しい視点

# (1) エンドユーザーの質的变化 ①働き方の変化

- ◆ ウィズコロナ…本社→在宅
- ◆ ポストコロナ…出社が変わる (週3日出社、フルリモート)

ロケーション自由度

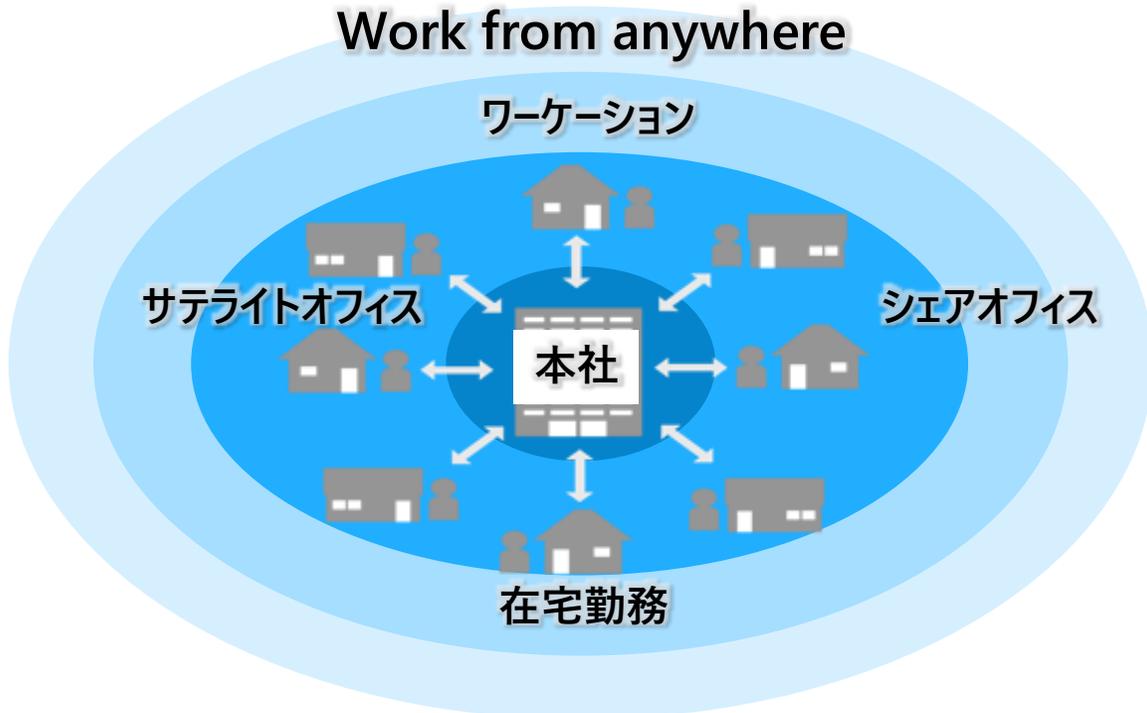


- ◆ 働き方が変わる …フリーランス、副業

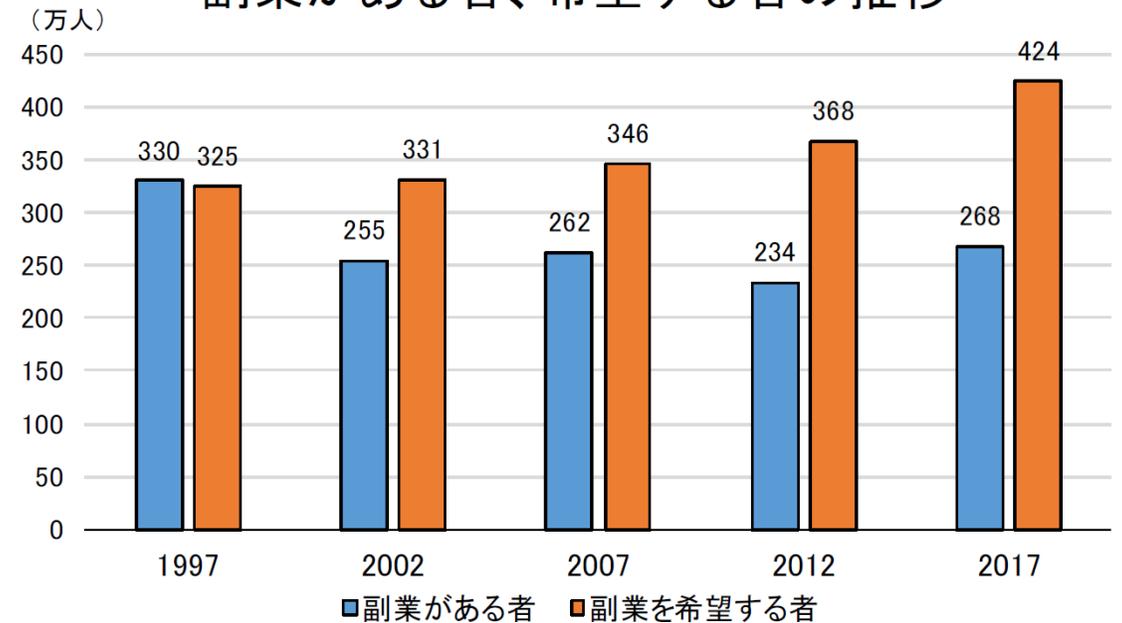
ワーカーストック



Work from anywhere



副業がある者、希望する者の推移



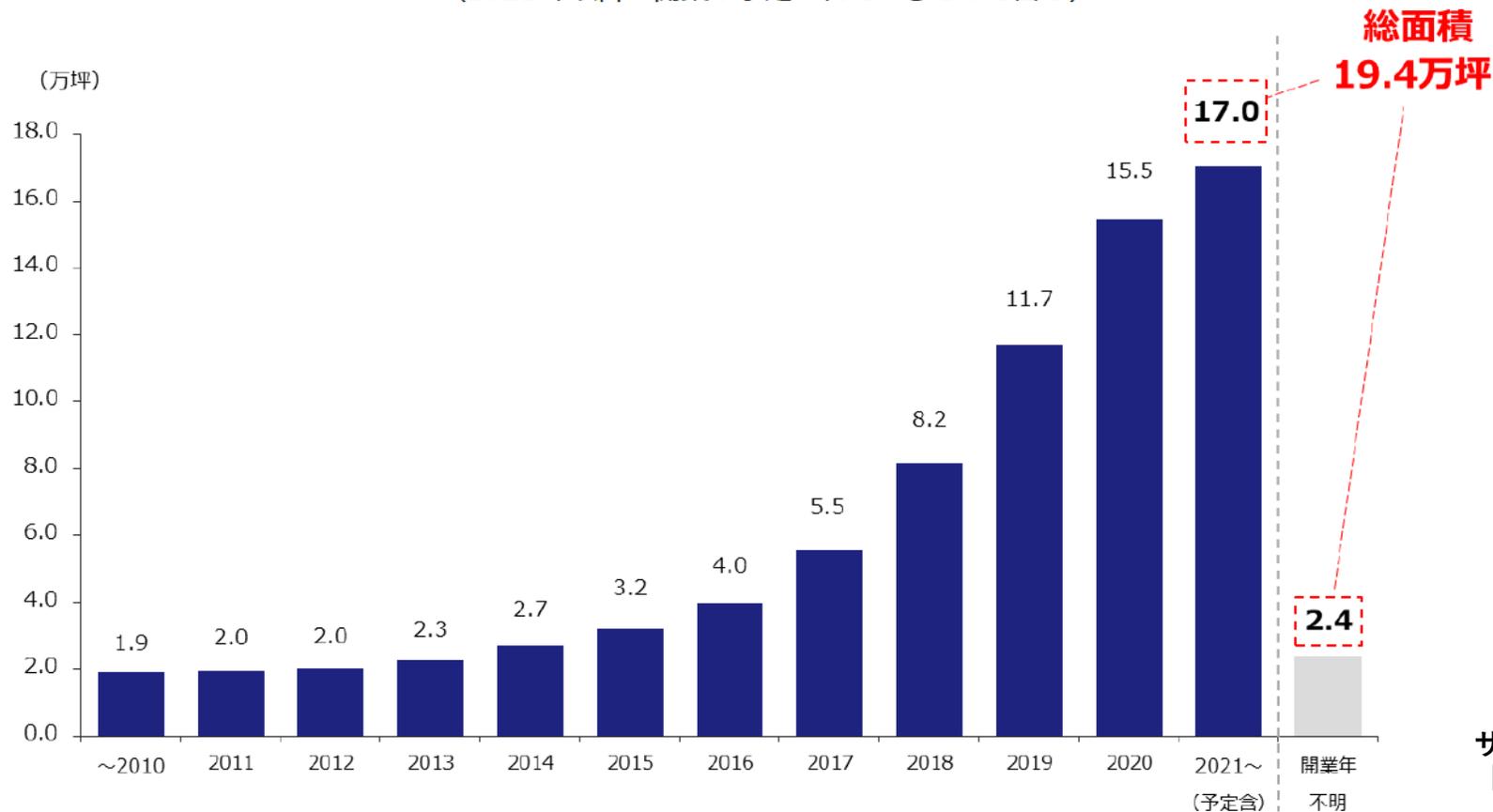
出典：総務省「就業構造基本調査」

# (1) エンドユーザーの質的变化 ① 働き方の変化

## ■ フレキシブルオフィスの供給は増加、総面積20万坪に

### フレキシブルオフィスの累計面積

(2021年以降に開業が予定されているものも含む)



ザイマックス不動産総合研究所  
「フレキシブルオフィス市場調査2021」より

# (1) エンドユーザーの質的变化 ① 働き方の変化

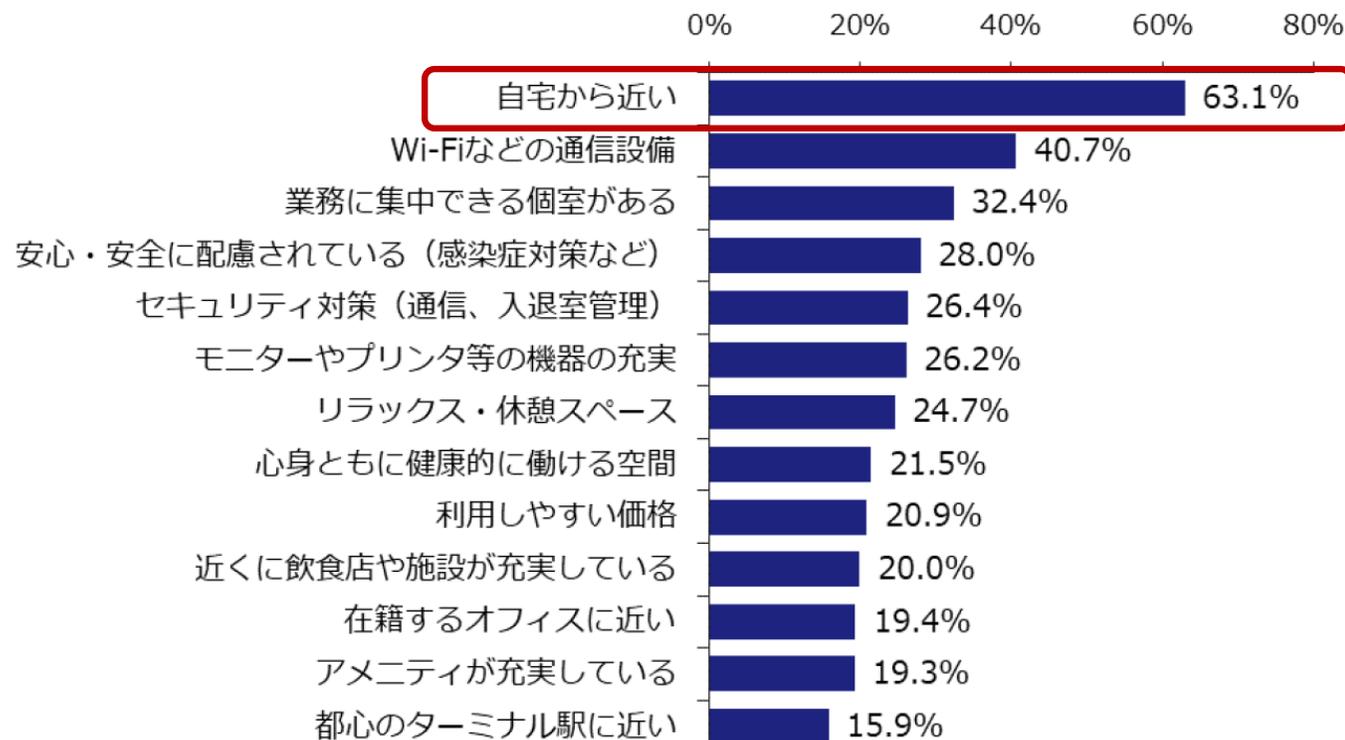
## ■ フレキシブルオフィスの立地は都心から郊外へ拡張

フレキシブルオフィスの分布割合（都心5区/周辺18区）

全体	拠点数	拠点数割合	面積（万坪）	面積割合
都心5区	551	72.3%	16.5	85.1%
周辺18区	211	27.7%	2.9	14.9%
23区合計	762	100.0%	19.4	100.0%

2020年単体	拠点数	拠点数割合	面積（万坪）	面積割合
都心5区	87	64.4%	3.1	81.6%
周辺18区	48	35.6%	0.7	18.4%
23区合計	135	100.0%	3.8	100.0%

【参考-①】 サテライトオフィスを利用する際に重視する条件（\*4）



集計対象：全体（n=2,060）

ザイマックス不動産総合研究所「フレキシブルオフィス市場調査2021」より

\*4 2020年11月24日公表「首都圏オフィスワーカー調査2020」参照

[https://soken.xymax.co.jp/2020/11/24/2011-worker\\_survey\\_2020/](https://soken.xymax.co.jp/2020/11/24/2011-worker_survey_2020/)

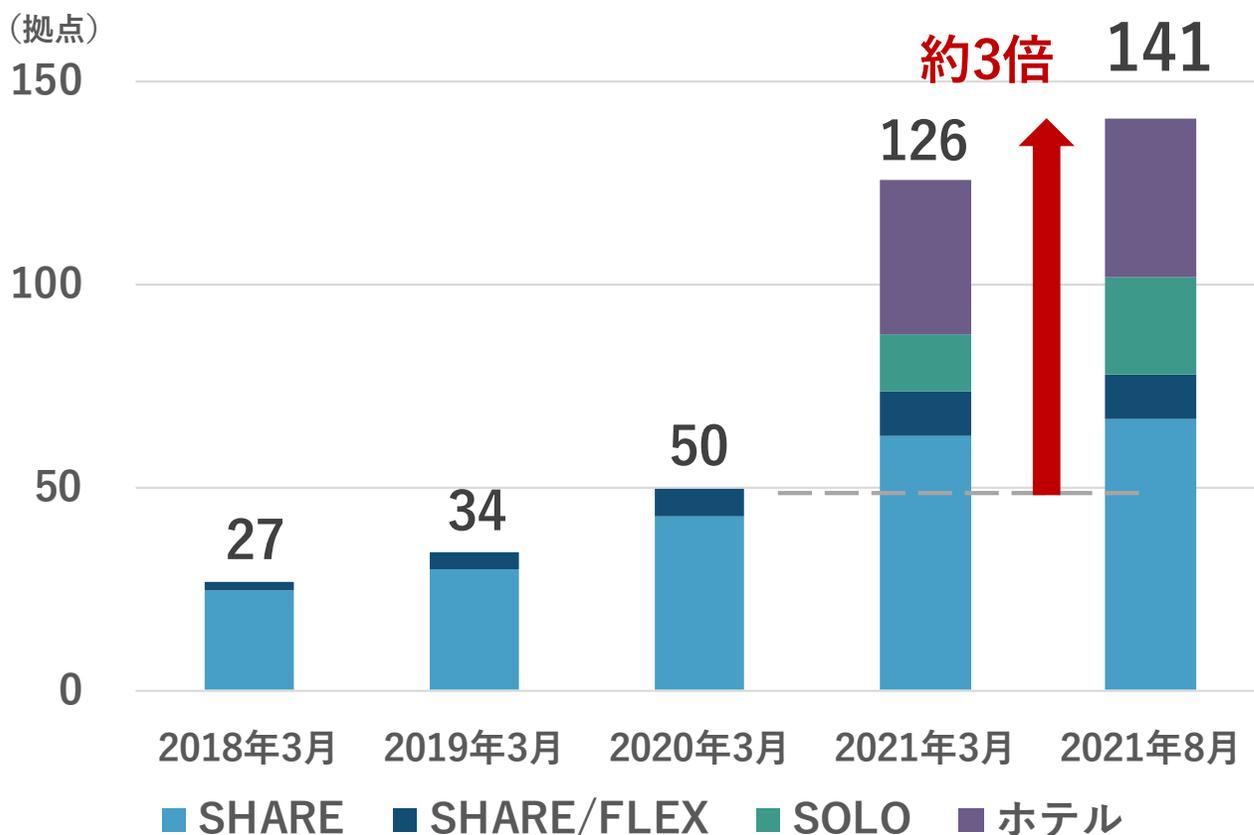


# (1) エンドユーザーの質的变化 ①働き方の変化

## <ご参考>ワークスタイリング 拠点数・会員数の推移



### 拠点数推移

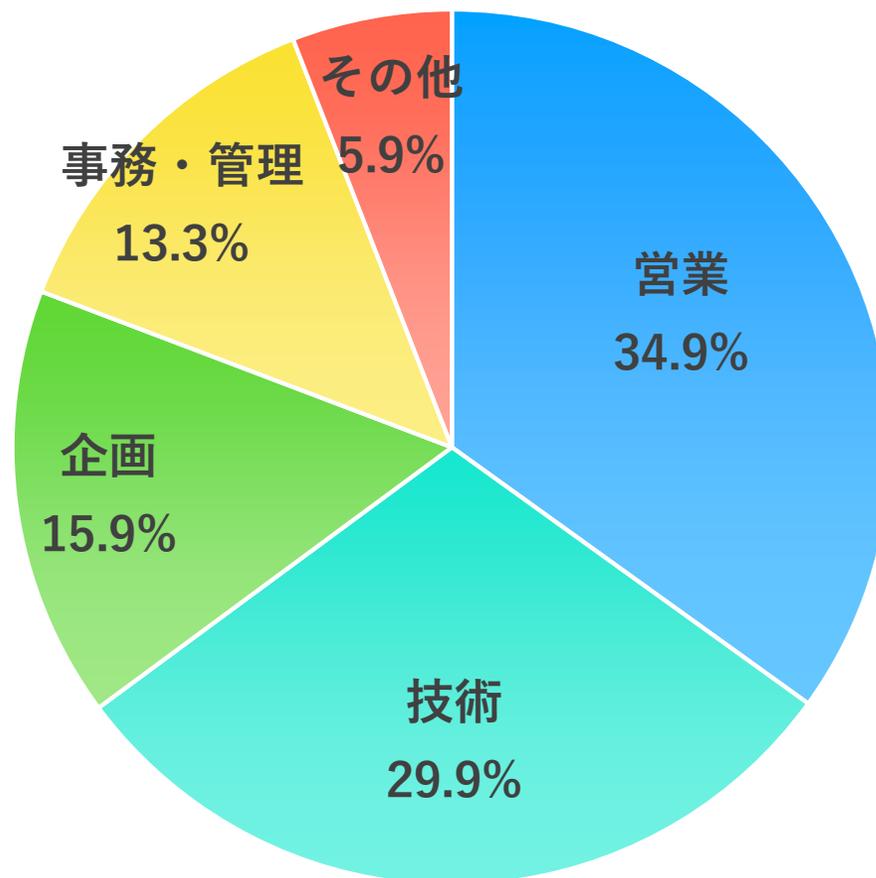


### 会員数推移



# (1) エンドユーザーの質的变化 ①働き方の変化

## <ご参考>ワークスタイリング 会員属性



- ◆ 会員職種の幅広さ
- ◆ 企業の多様な業務に対応できるフレキシブル性

# (1) エンドユーザーの質的变化 ① 働き方の変化

## ■ ワーケーション…ロケーションの選択／ワークスタイルの導入



JAPAN AIRLINES

- 2017年より休暇利用中に仕事を行うテレワークを可とする「休暇型」のワーケーションを導入
- テレワーク申請期間中は規定労働時間を減らす
- ワーケーション実施者のアンケート「モチベーションが上がった」



Unilever

- 働く場所や時間を社員が自由に選べる新しい働き方 WAA(Work from Anywhere and Anytime) を2016年7月に導入、実施率はほぼ100%
- 2019年7月に8つの自治体と連携し「地域 de WAA」を導入
- 各地域のコワーキングスペースの無料利用、業務外の地域イベントやアクティビティに参加などを通じ、自治体の指定する地域課題の解決に貢献

# (1)エンドユーザーの質的变化 ②すまい方の変化

## ①ロケーションの多様化

働き方の変化を受けて2拠点・多拠点という選択肢がプラス

### ADdress

サブスクリプション型で  
全国の登録拠点を自由に利用

ADdress サービス紹介 家の紹介 Addressの使い 利用料金 法人メニュー ヘルプ イベント ログイン メール会員登録



札幌部 北海道



南相馬A部 福島県



取手A部 茨城県



益子部 栃木県



那須A 栃木県



矢板A部 栃木県



### サブ住む

対象ホテルの「どこでも利用型」  
「滞在型」の二つのコース

三井不動産ホテルマネジメント  
MITSUI FUDOSAN HOTEL MANAGEMENT

ライフスタイルに応じて選べる2種類の月額定額プラン  
「HOTELどこでもパス」& 「HOTELここだけパス」

#### 「サブ住む」

住まいをもっと自由に、もっと気軽に、もっと楽しく、をコンセプトに、  
ホテル×住まい×サブスクリプションサービスにより、  
お客様の願いを叶えるホテルでの新しい「住まいと暮らし」の形をご提案いたします。

全国いつでもどこでも  
あなたの住まいが見つかる  
**HOTELどこでもパス**

ご自宅と色々なホテルでの  
多拠点生活を楽しまたい方にお勧め。

お気に入りのホテルが  
あなたのお住まいに  
**HOTELここだけパス**

お気に入りのホテルに  
じっくり住んでみたい方にお勧め。

### 帝国ホテル

サービスアパートメント事業を開始  
月額36万円～、ホテルサービスも



帝国ホテル

よくあるご質問 お問い合わせ 資料請求 LANGUAGE

「ホテルに住まう」新しい価値の提案 サービスアパートメント事業を開始  
『帝国ホテル サービスアパートメント』— APARTMENTS AT THE  
IMPERIAL —



# (1) エンドユーザーの質的变化 ② すまい方の変化

## ■ 新たな需要を創造・・・2拠点・多拠点／サービス付き住宅

### す 「サブ住む」

#### 「HOTELどこでもパス」

—全国いつでもどこでもあなたの住まいが見つかる—

月額固定料金**15万円**を事前にお支払いいただくと、**全国12都道府県35ホテル**の三井ガーデンホテルズとsequenceを1泊**500円**でご利用いただけるサービス



※ 一部のアップクラスホテルは1泊2000円

#### 「HOTELここだけパス」

—お気に入りのホテルがあなたのお住まいに—

全国のザ セレスティンホテルズ、三井ガーデンホテルズ、sequenceから**好きなホテル、好きな客室**を、1つ選んで月額固定料金でご利用いただけるサービス



**家具家電付、水光熱費込み、Wi-Fiは無料、清掃・リネン交換付き**

**面倒な手続き一切不要  
敷金・礼金・仲介手数料不要  
なので初期費用が抑えられる**

# (1) エンドユーザーの質的变化 ② すまい方の変化

## 「サブ<sup>す</sup>住む」

### 第2弾

#### 「HOTELどこでもパス」

—全国いつでもどこでもあなたの住まいが見つかる—

月額固定料金**21万円**を事前にお支払いいただくと、**全国12都道府県38ホテル**のザ セレスティンホテルズ、三井ガーデンホテルズ、sequenceを1泊**500円**～でご利用いただけるサービス



※ 一部のアップークラスは1泊2000円  
ザ セレスティンホテルズは1泊8000円

**家具家電付、水光熱費込み、  
Wi-Fiは無料、清掃・リネン  
交換付き。**

#### 「HOTELここだけパス」

—お気に入りのホテルがあなたのお住まいに—

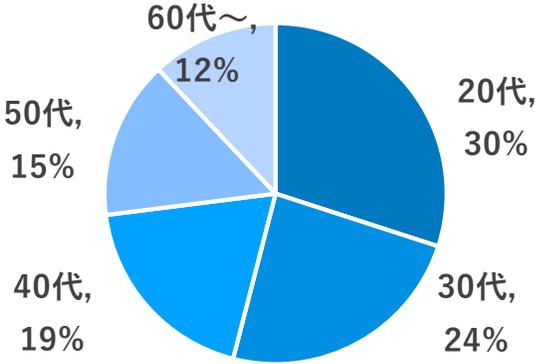
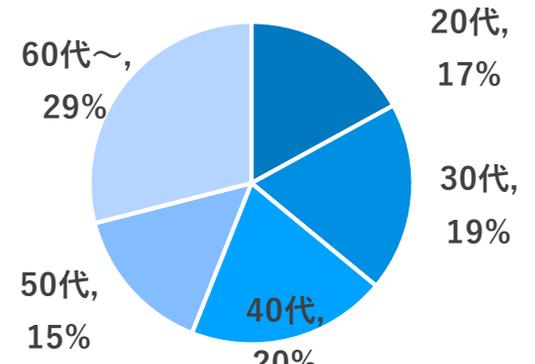
全国のザ セレスティンホテルズ、三井ガーデンホテルズ、sequenceから**好きなホテル、好きな客室を、14泊以上**で**定額**でご利用いただけるサービス



**面倒な手続き一切不要。  
敷金・礼金・仲介手数料不要  
なので初期費用が抑えられる**

# (1)エンドユーザーの質的变化 ②すまい方の変化

## ■すまいとホテルのボーダレス化

2021年6月30日時点	「HOTELどこでもパス」	「HOTELここだけパス」																						
申込・問合せ／本登録	834件／100件	320件／121件																						
顧客属性	 <p>顧客属性の年齢別割合:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>20代: 30%</li> <li>30代: 24%</li> <li>40代: 19%</li> <li>50代: 15%</li> <li>60代~: 12%</li> </ul>	 <p>顧客属性の年齢別割合:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>20代: 17%</li> <li>30代: 19%</li> <li>40代: 20%</li> <li>50代: 15%</li> <li>60代~: 29%</li> </ul>																						
	<p>宿泊実績順</p> <table border="0"> <tr> <td>1 MGH銀座五丁目</td> <td>6 sequenceミヤシタパーク</td> </tr> <tr> <td>2 MGH五反田</td> <td>7 MGH京橋</td> </tr> <tr> <td>3 MGH神宮外苑プレミア</td> <td>8 MGH汐留</td> </tr> <tr> <td>4 MGH豊洲</td> <td>9 MGH京都河原町浄教寺</td> </tr> <tr> <td>5 MGH日本橋プレミア</td> <td>10 MGH銀座プレミア</td> </tr> </table>	1 MGH銀座五丁目	6 sequenceミヤシタパーク	2 MGH五反田	7 MGH京橋	3 MGH神宮外苑プレミア	8 MGH汐留	4 MGH豊洲	9 MGH京都河原町浄教寺	5 MGH日本橋プレミア	10 MGH銀座プレミア	<p>属性</p> <table border="0"> <tr> <td>本住まいとして</td> <td>14%</td> </tr> <tr> <td>セカンドハウスとして</td> <td>27%</td> </tr> <tr> <td>オフィス兼住居として</td> <td>8%</td> </tr> <tr> <td>テレワーク等ワークスペース</td> <td>13%</td> </tr> <tr> <td>引っ越しの仮住まい</td> <td>28%</td> </tr> <tr> <td>出産・育児・育児サポート</td> <td>3%</td> </tr> </table>	本住まいとして	14%	セカンドハウスとして	27%	オフィス兼住居として	8%	テレワーク等ワークスペース	13%	引っ越しの仮住まい	28%	出産・育児・育児サポート	3%
1 MGH銀座五丁目	6 sequenceミヤシタパーク																							
2 MGH五反田	7 MGH京橋																							
3 MGH神宮外苑プレミア	8 MGH汐留																							
4 MGH豊洲	9 MGH京都河原町浄教寺																							
5 MGH日本橋プレミア	10 MGH銀座プレミア																							
本住まいとして	14%																							
セカンドハウスとして	27%																							
オフィス兼住居として	8%																							
テレワーク等ワークスペース	13%																							
引っ越しの仮住まい	28%																							
出産・育児・育児サポート	3%																							

## ②サービスの多様化

働き方の変化に伴う在宅時間の増加を受けて、外部サービスの選択肢がプラス



- ◆ 自宅や職場のそば、買い物先やお出かけ先など、色々な場所で色々な楽しみ方に出会い、利用できる拠点
- ◆ 仲間と一緒に利用できるたくさんの拠点（HUB）を持つことで、毎日をもっと豊かに快適に



好きな時に好きな場所で、  
集まるメンバーに合わせて  
好きなユニットを利用



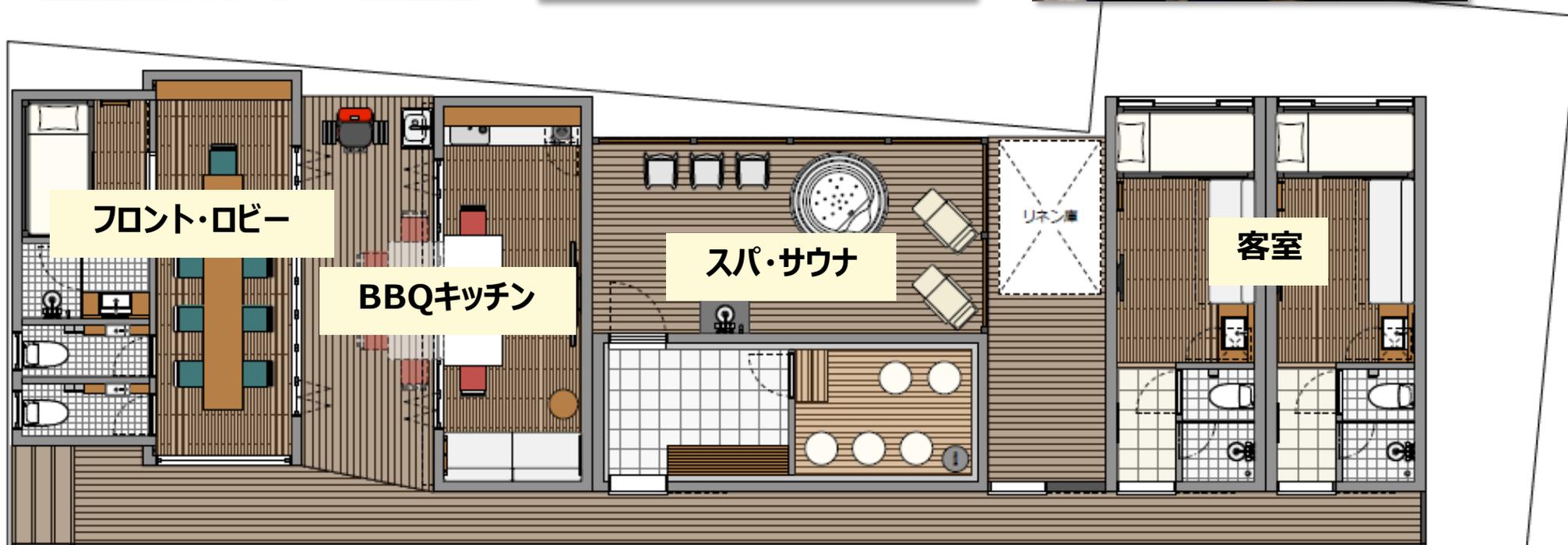
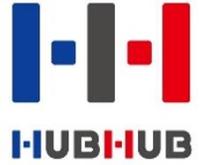
自宅にない機能とサービスを  
いろいろな場所で  
手軽に利用



単なるレンタルスペースではなく  
厳選された設備で  
「特別」なサービス体験を



# (1)エンドユーザーの質的变化 ②すまい方の変化



## コロナ禍を契機に訪れた転機

働く

ロケーションやワークスタイルの多様化

- ・企業側の新しい働き方の採用
- ・ワーカーの選択権の広がり



住まう

ロケーションや利用できるサービスの多様化

「不動産コンテンツのバリエーション拡大」

コアアセット + 比較的小規模なサービス（選択肢）の組合せ

## (2)新しい生活スタイル・生活圏の誕生

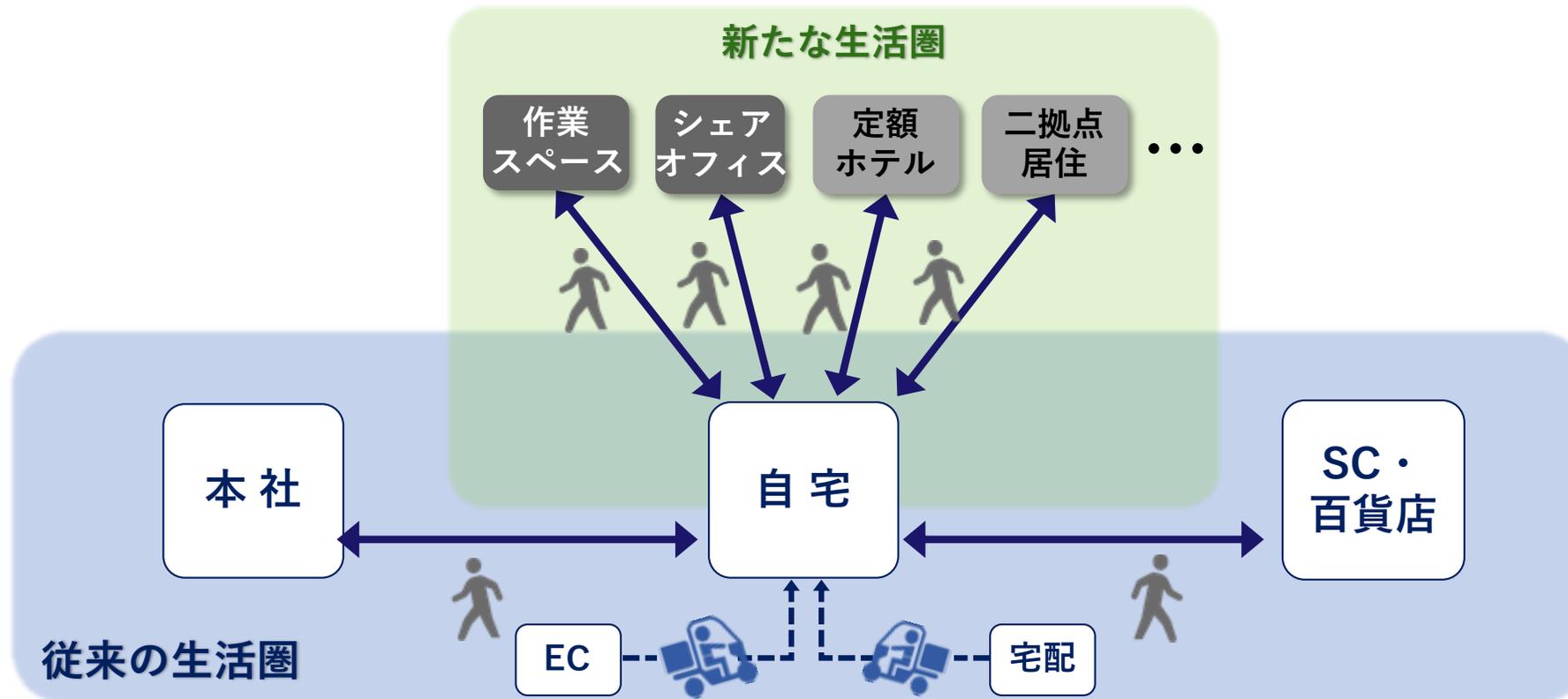
### ■新たな生活スタイルが人々の行動範囲を変える

コアアセット中心

(自宅・本社・商業施設)

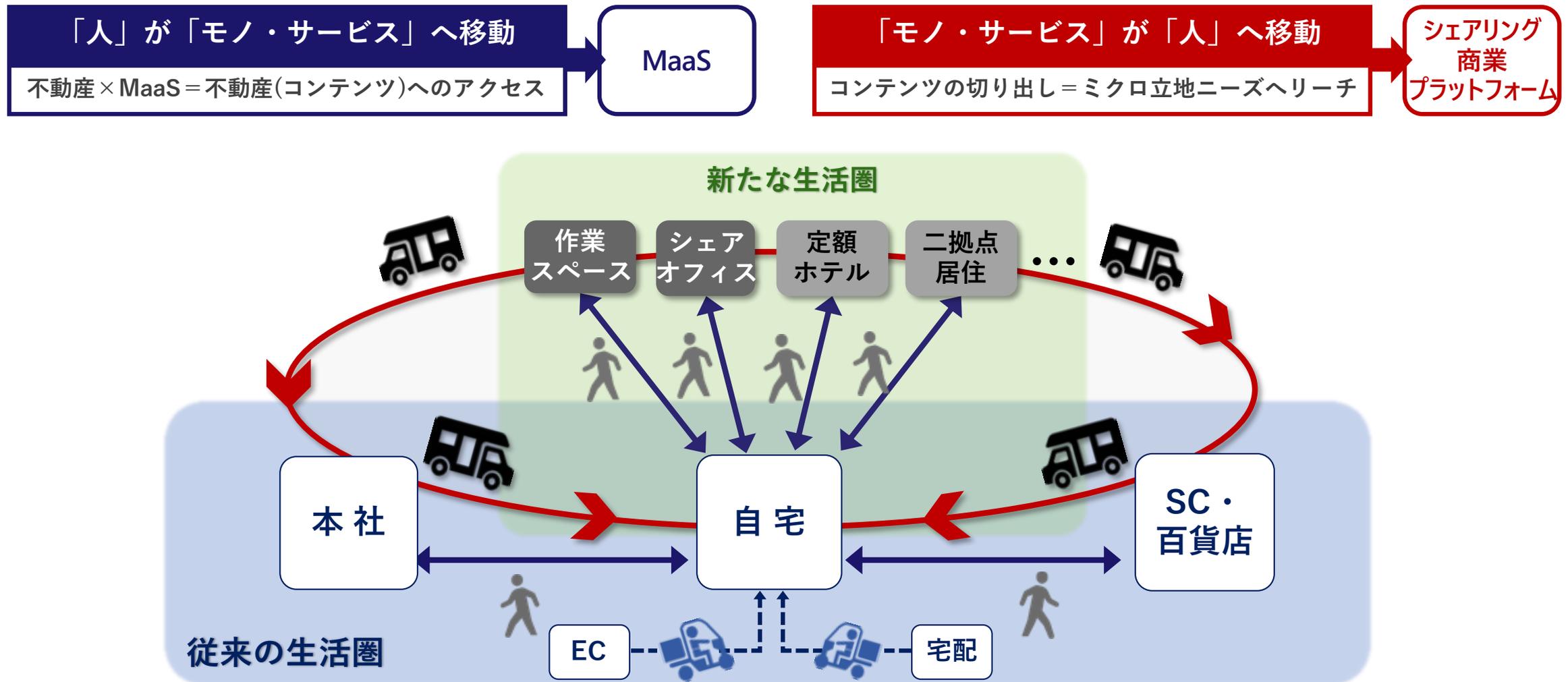
コアアセット + 多様な派生形

(個々人が生活拠点をプラス)

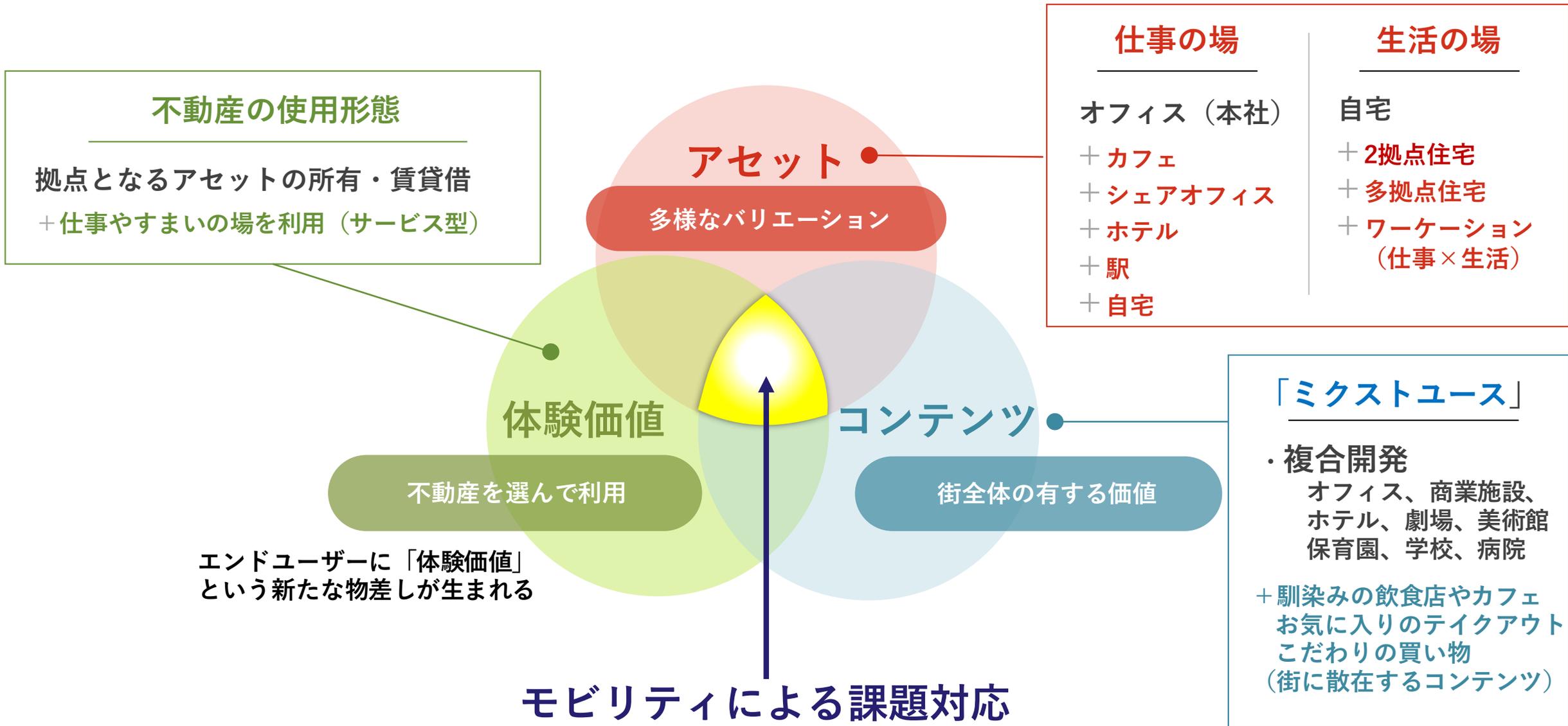


## (2)新しい生活スタイル・生活圏の誕生

### ■モビリティ構想＝不動産×モビリティによる新たな顧客体験の創出



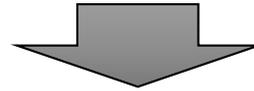
# (3)街づくりの新しい視点



### (3)街づくりの新しい視点

働き方・住まい方の多様化、ライフスタイルの変化が加速

- 残る変化（ポストコロナ）と残らない変化（ウィズコロナ）の見極め
- 残る変化もメジャーではない＝多様化



モビリティサービスを組み合わせることにより新たな体験価値を提供

不動産 × 移動

- きめ細かいニーズ対応、顧客の体験価値がポイント
- デジタルを活用しきれるかという課題

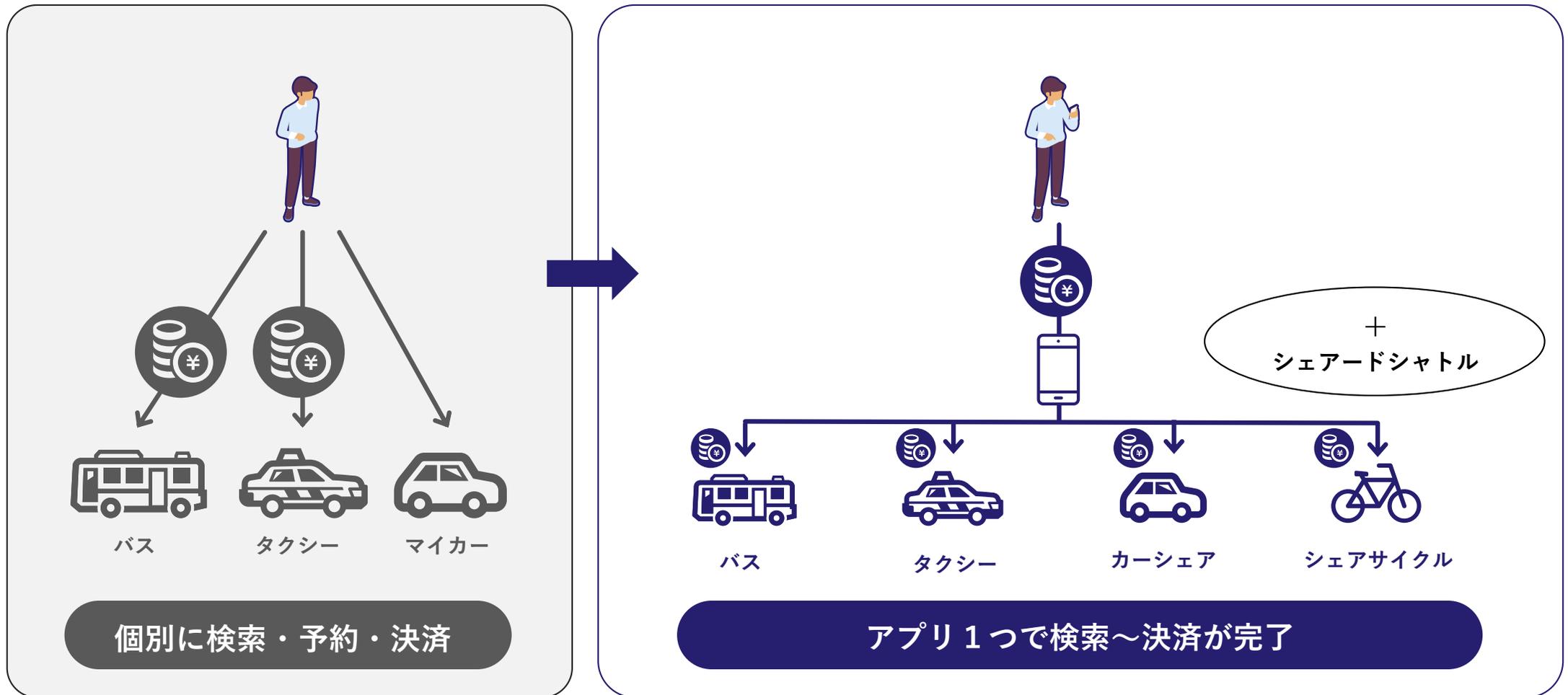
## 2. 街づくり × MaaS

(1) 移動も含めた顧客体験の設計

(2) 取組み内容について

# (1)移動も含めた顧客体験の設計 ①街づくり×MaaSにおける顧客体験

## ■MaaSとは…「あらゆる交通サービスを統合したソフトウェアサービス」



# (1)移動も含めた顧客体験の設計 ①街づくり×MaaSにおける顧客体験

## ■街づくり×MaaS…アセットの選択から利用まで一気通貫のサービス



1 起点となるアセット  
・モビリティ機能を付加

3 移動をサポート

2 目的地となるアセット  
・ユーザーが選択  
・当社からリコメンド

新たな生活圏 ⇒ 個々人による自由設計の余地が広がる

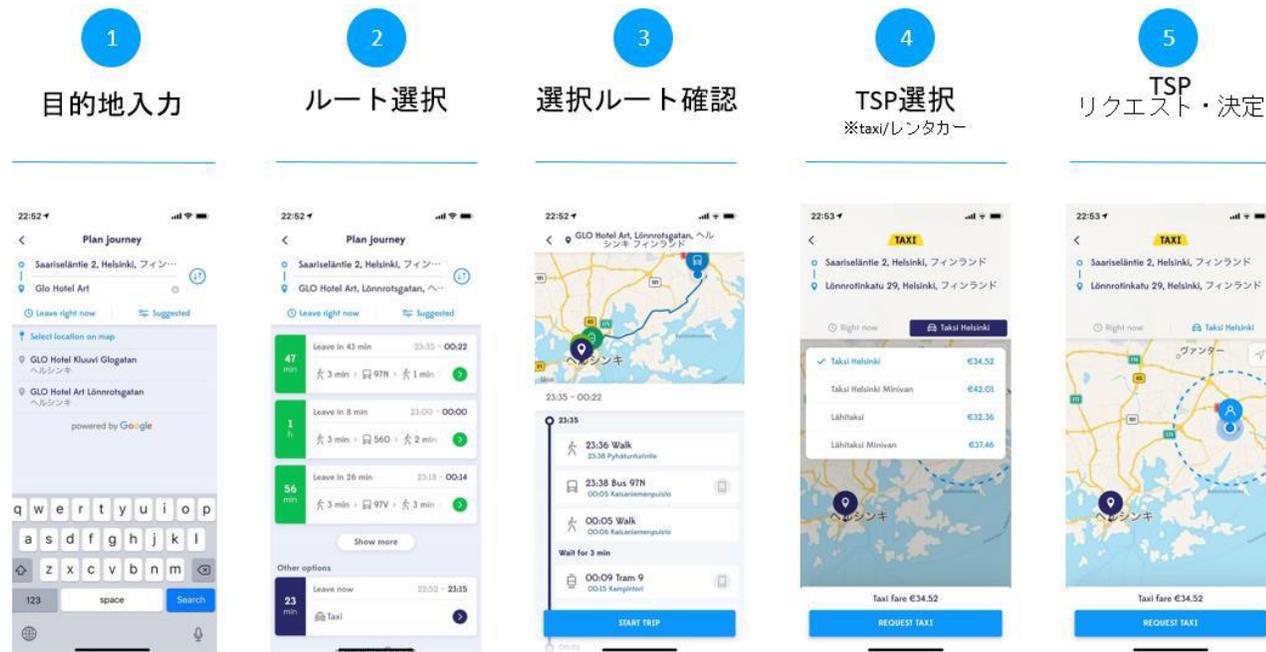
On

On/Off

Off

## ■MaaS Global との資本業務提携によるデジタルリソース調達

- 本社所在地 フィンランド ヘルシンキ
- 代表者 Sampo Hietanen
- 事業内容 自社アプリWhimによる公共交通、レンタカー、カーシェア、シェアサイクルの経路検索・予約・決済サービスを提供
- 実績 ヘルシンキ、ウィーン、アムステルダム、バーミンガム、アントワープ、スイス



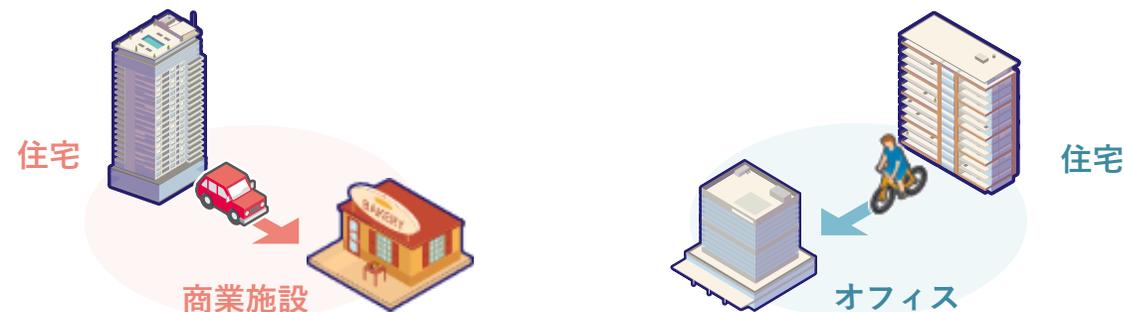
## (2) 取組み内容について

### ■ 段階的な導入を推進

街づくり  
MaaS  
1.0

今

マンションを中心に小さな  
MaaSコミュニティを形成

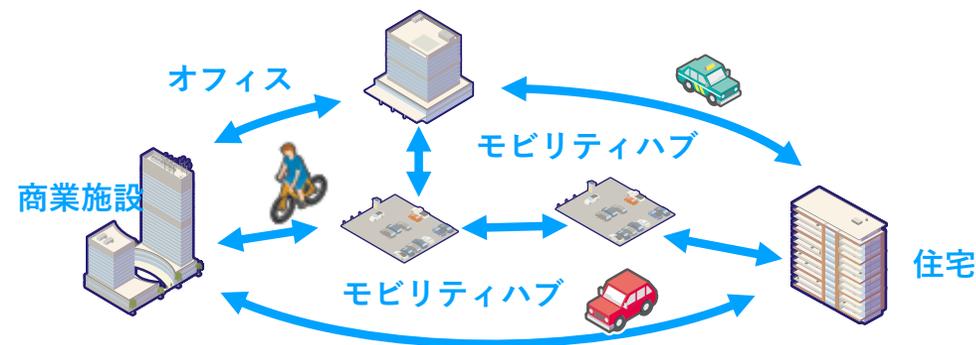


商業施設、オフィスビル、  
ホテル等へ拡張



街づくり  
MaaS  
2.0

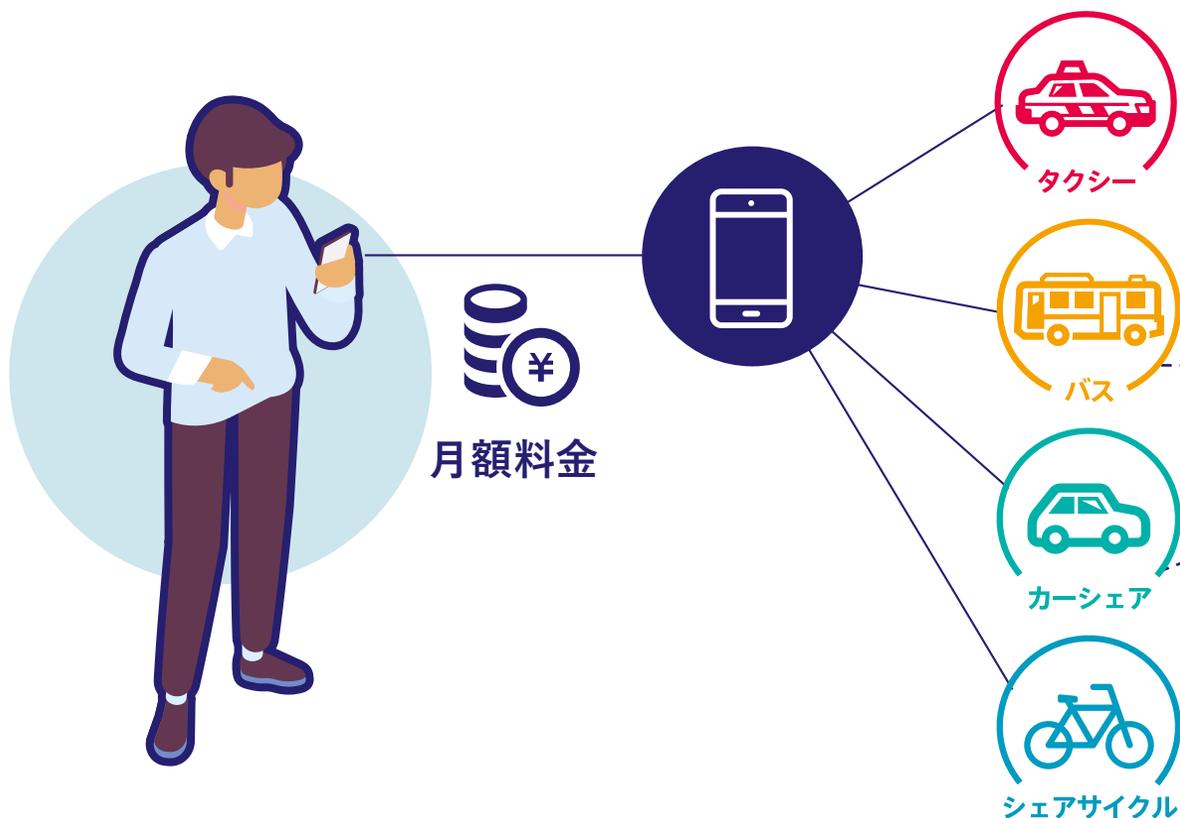
モビリティネットワークを整備、  
ユーザービリティを向上



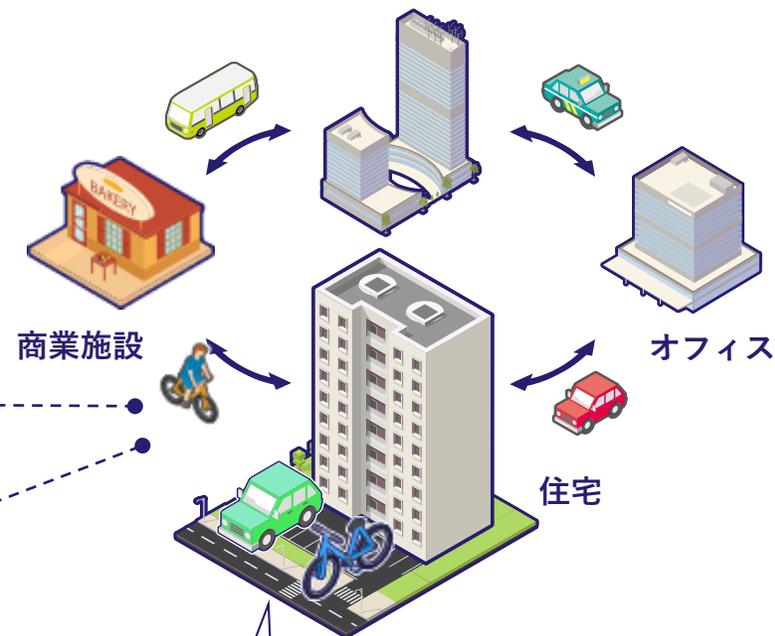
## (2) 取組み内容について ①アセットの利便性向上（街づくりMaaS 1.0）

### ■マンションへのMaaS導入

都度払いが不要なサブスクリプションプラン



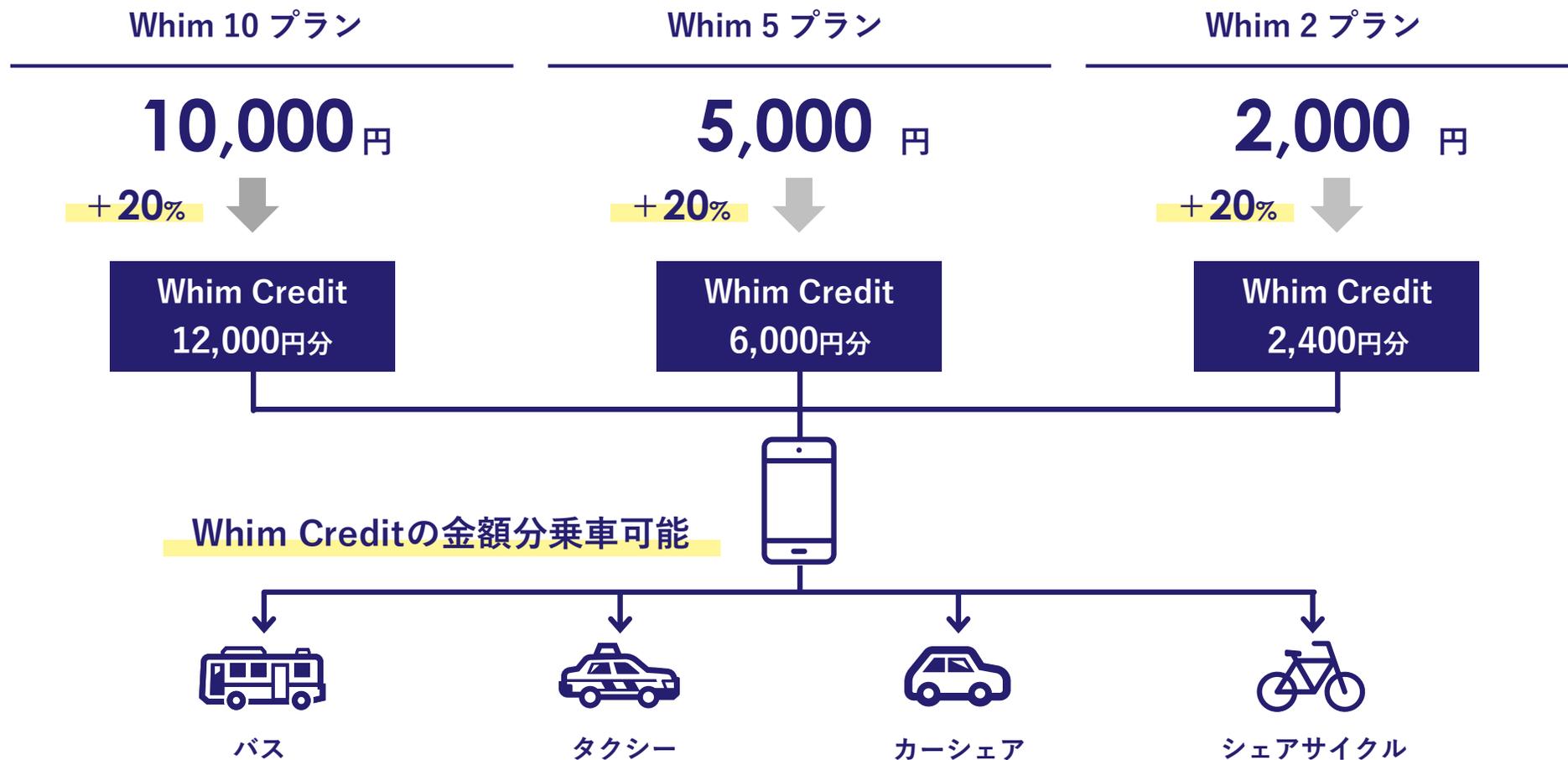
アセットの足元にユーザー専用モビリティ



各アセットの  
ユーザー専用カーシェアと  
シェアサイクルが利用可能

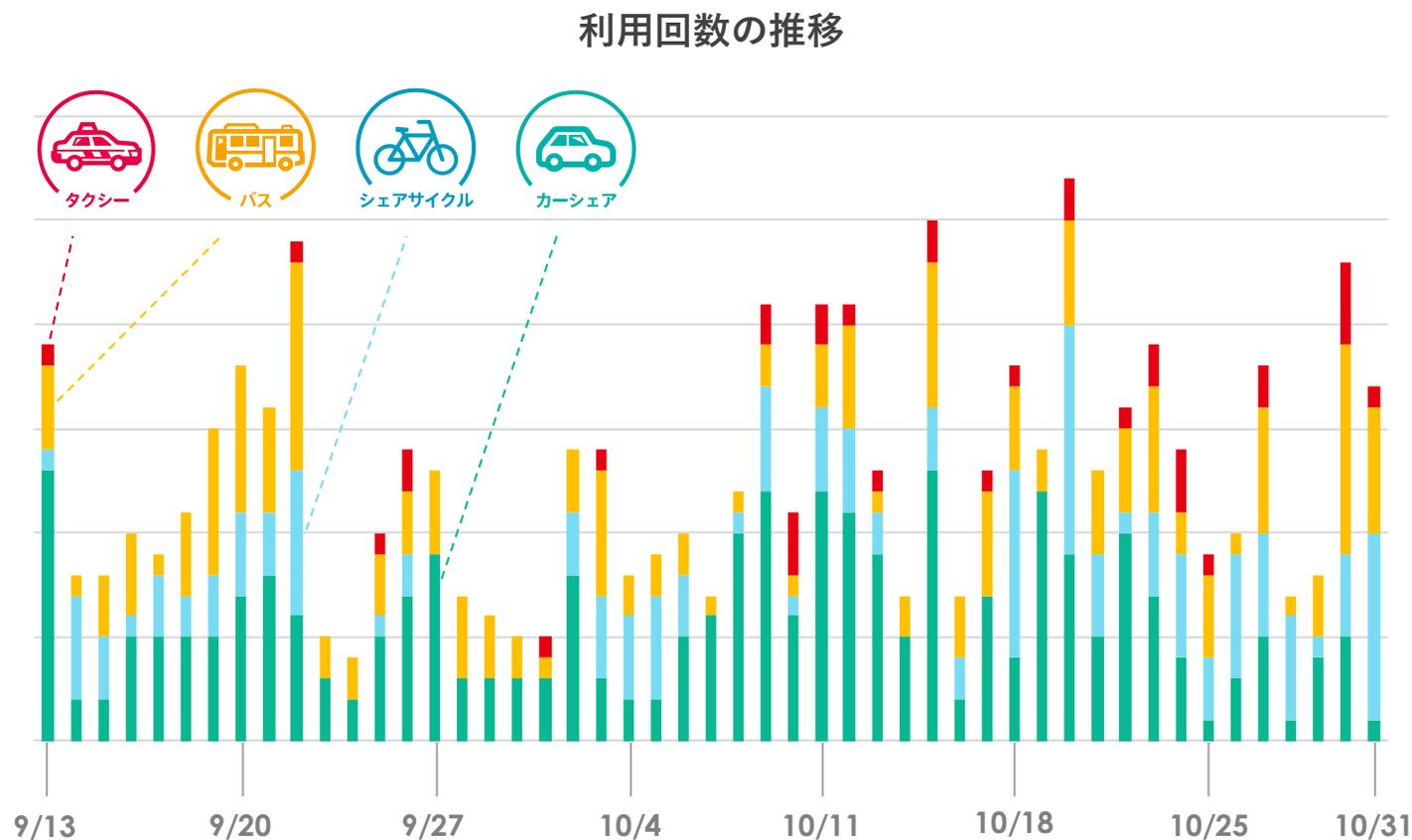
## (2) 取組み内容について ①アセットの利便性向上（街づくりMaaS 1.0）

### ■ 湾岸地区・柏の葉マンションへのテスト導入



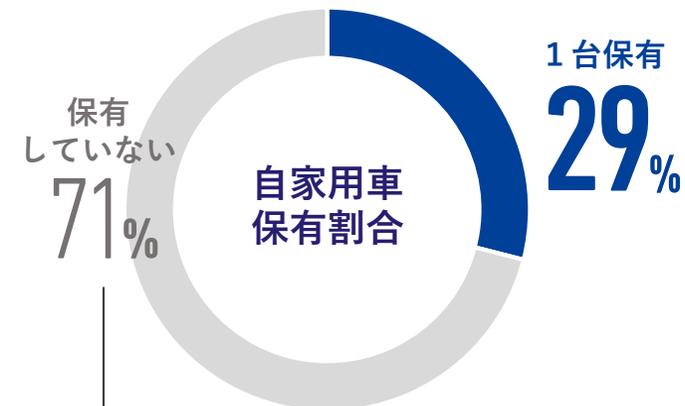
## (2) 取組み内容について ①アセットの利便性向上（街づくりMaaS 1.0）

### ■ 湾岸地区・柏の葉マンションへのテスト導入

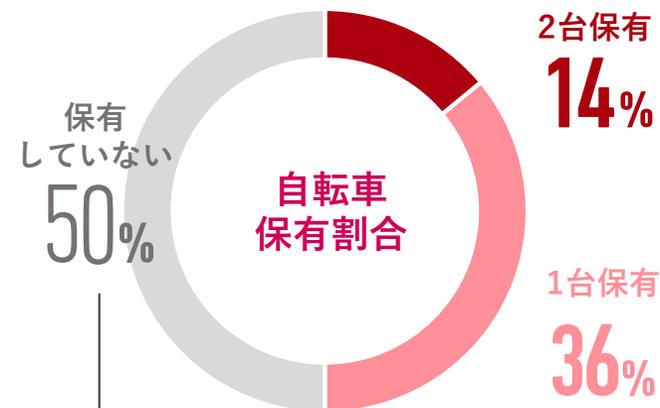


提携サービス  
/ 交通事業者

カレコ・カーシェアリングクラブ、ドコモ・バイクシェア、東武バス ほか



7割程度が自家用車を保有していない

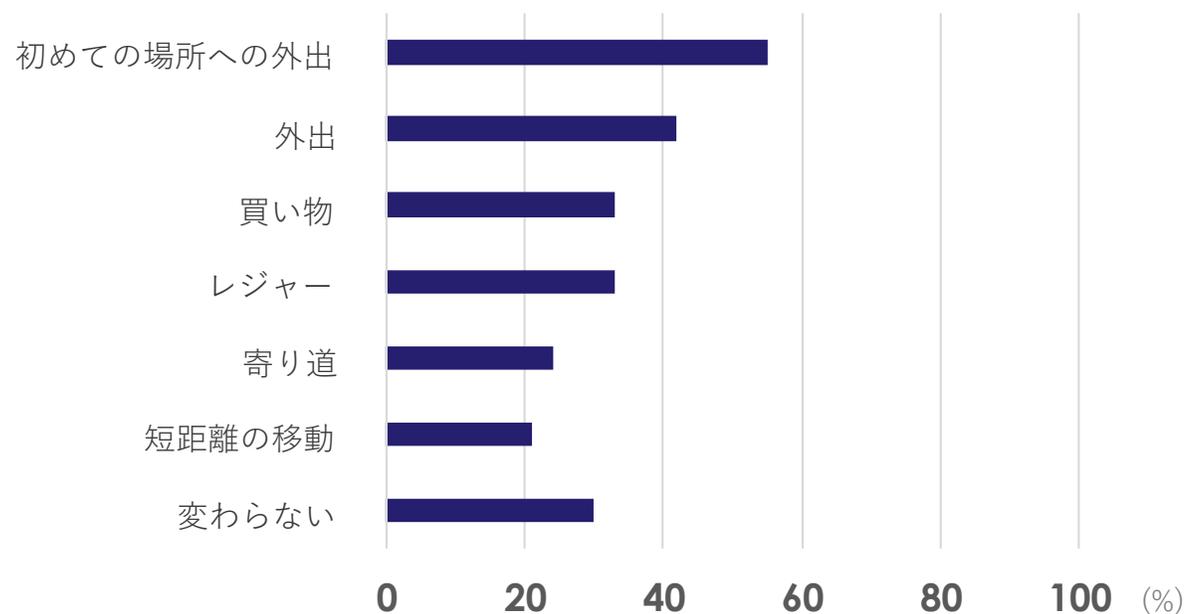


半数程度が自転車を保有していない

## (2) 取り組み内容について ①アセットの利便性向上（街づくりMaaS 1.0）

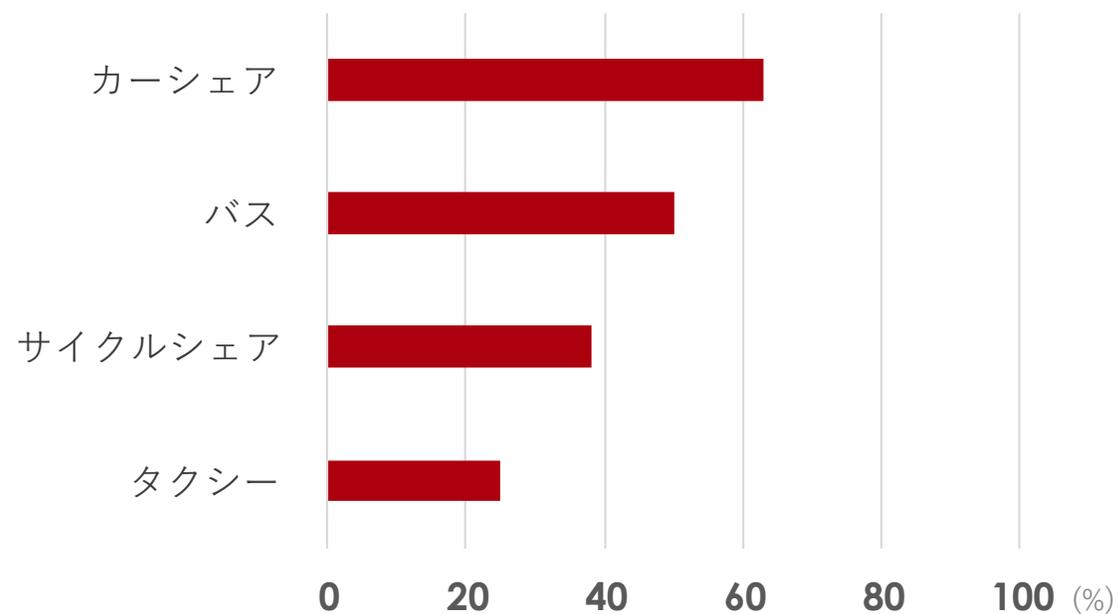
### ■湾岸地区・柏の葉マンションへのテスト導入

#### MaaSの利用により増えた活動



行動範囲が広がって習い事  
の選択肢も増えそう！

#### 利用頻度が増えると思う交通サービス

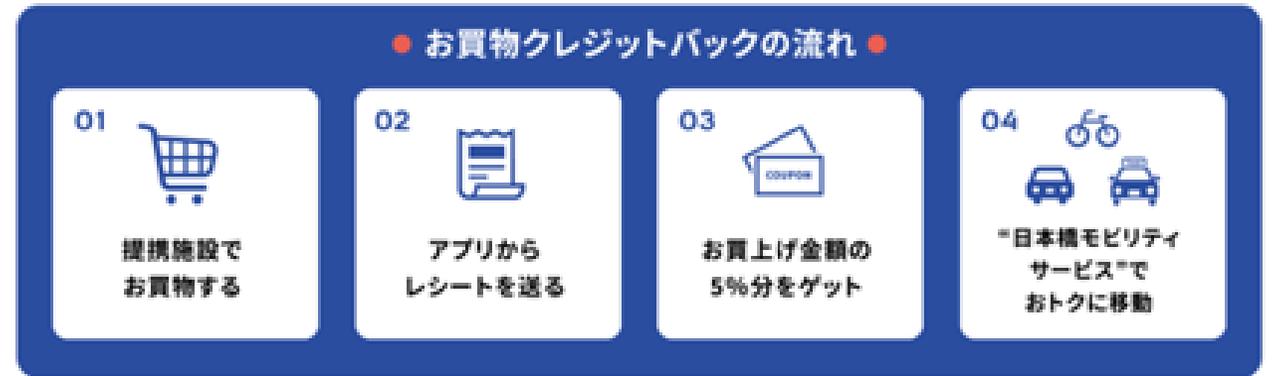
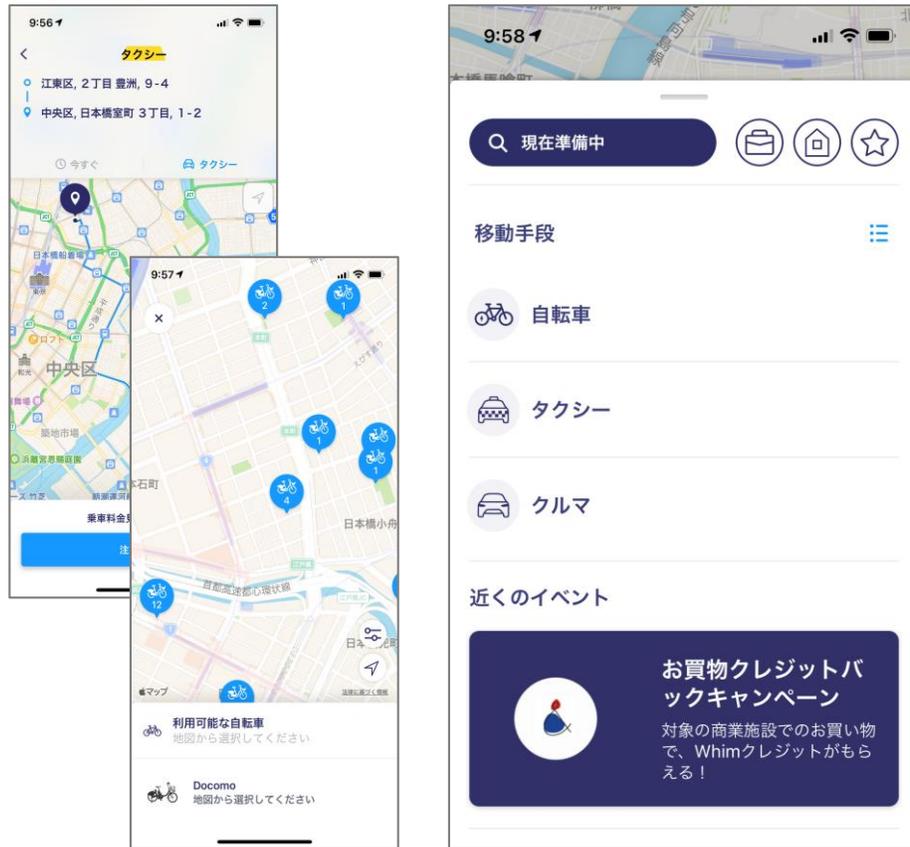


降りたことがなかったバス停で  
下車して周囲を散歩してみた

徒歩圏内から自転車やカーシェア  
で遠出するようになった！

# (2) 取組み内容について ① アセットの利便性向上 (街づくりMaaS 1.0)

## ■ 商業施設への導入



提携施設で利用した  
金額の**5%**を還元

シェアードチャトル  
によるエリアサービス



whim



三井ショッピングパーク  
LaLaport

Diver  
City ToKyo  
Plaza

## (2) 取組み内容について ①アセットの利便性向上（街づくりMaaS 1.0）

### ■ オフィス・ホテルへの導入を推進



マンション  
専用カーシェア・  
バイクシェア



宿泊者向け  
カーシェア・  
バイクシェア



MaaS  
1.0



商業施設の  
買い上げ顧客向け  
交通費補助



オフィスワーカー向け  
定期券代替え  
サービス



### ■生活圏をきめ細かくカバー

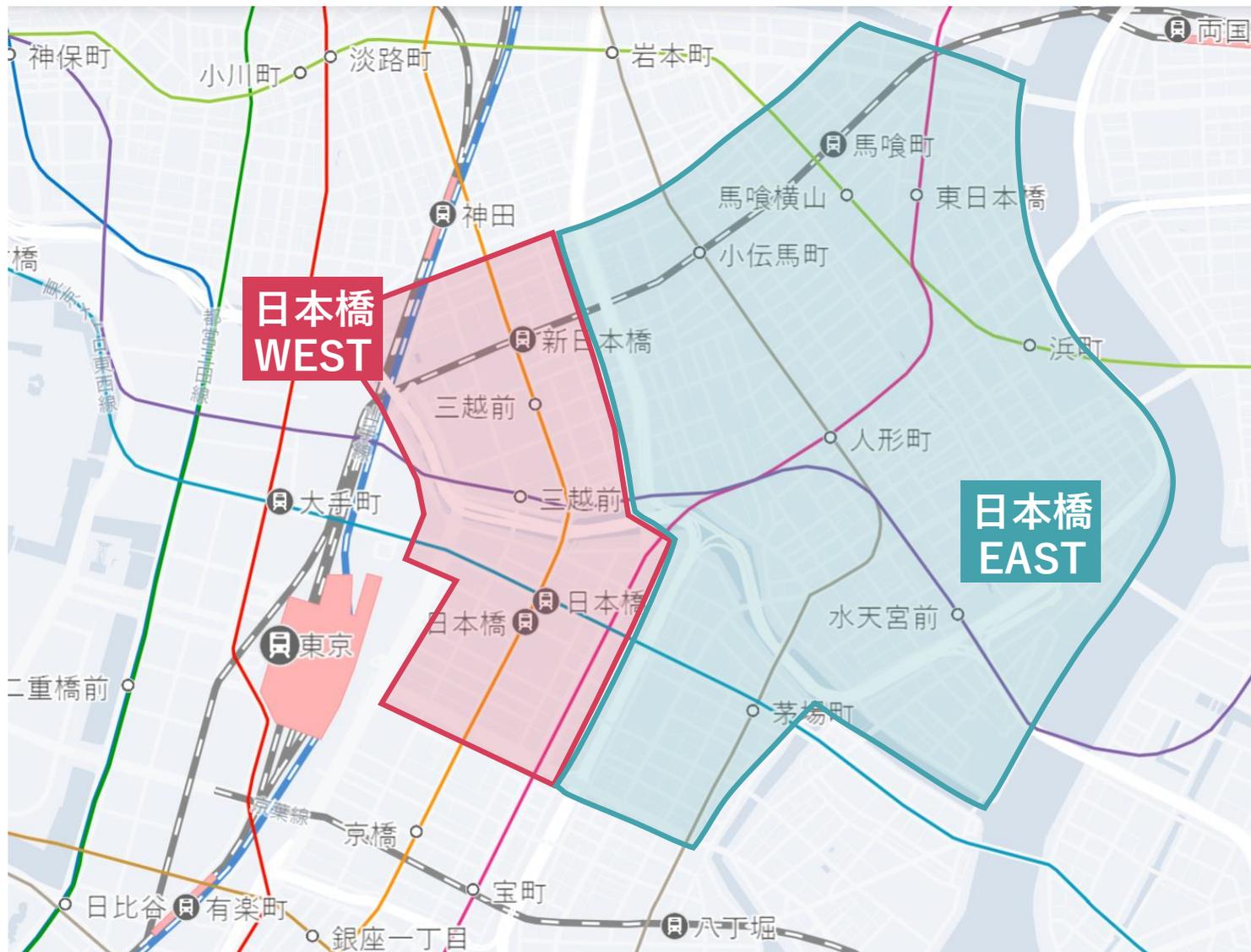
#### 基本的な視点

主に生活圏をカバー  
(歩き回るには少し広い)

+

#### 個別の特性への対応

(日本橋の場合)  
ターミナル駅を起点  
としていない街



## ■ 日本橋での導入イメージ

日本橋ウエストの  
ワーカー・宿泊者・来街者  
⇒ 人形町・小伝馬町へ



東日本橋の住民  
⇒ 日本橋・室町の商業エリアへ

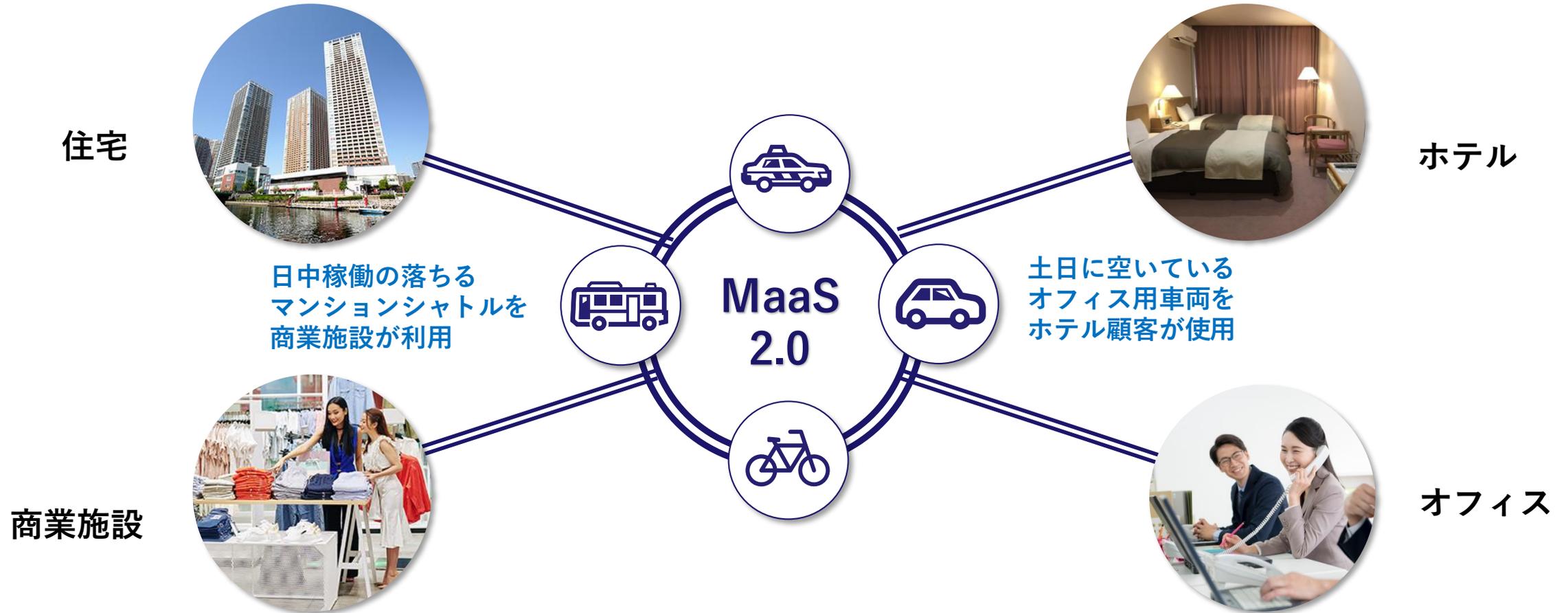


人形町・水天宮の来街者  
⇒ 日本橋～室町へ



## (2) 取組み内容について ②街づくりにおけるサービス（街づくりMaaS 2.0）

■多様なニーズの繋ぎこみ→モビリティ稼働率向上→環境負荷低減+収益性向上



## (2) 取組み内容について ③さらなる拡張の可能性

### ■ より広域での顧客体験の創出

企業連携によるサービスメニュー拡充

中  
距離

手軽なワーケーションや  
レジャーの提案

中  
距離

超郊外移住者向け  
移動パッケージ

遠  
距離

2拠点生活プラン

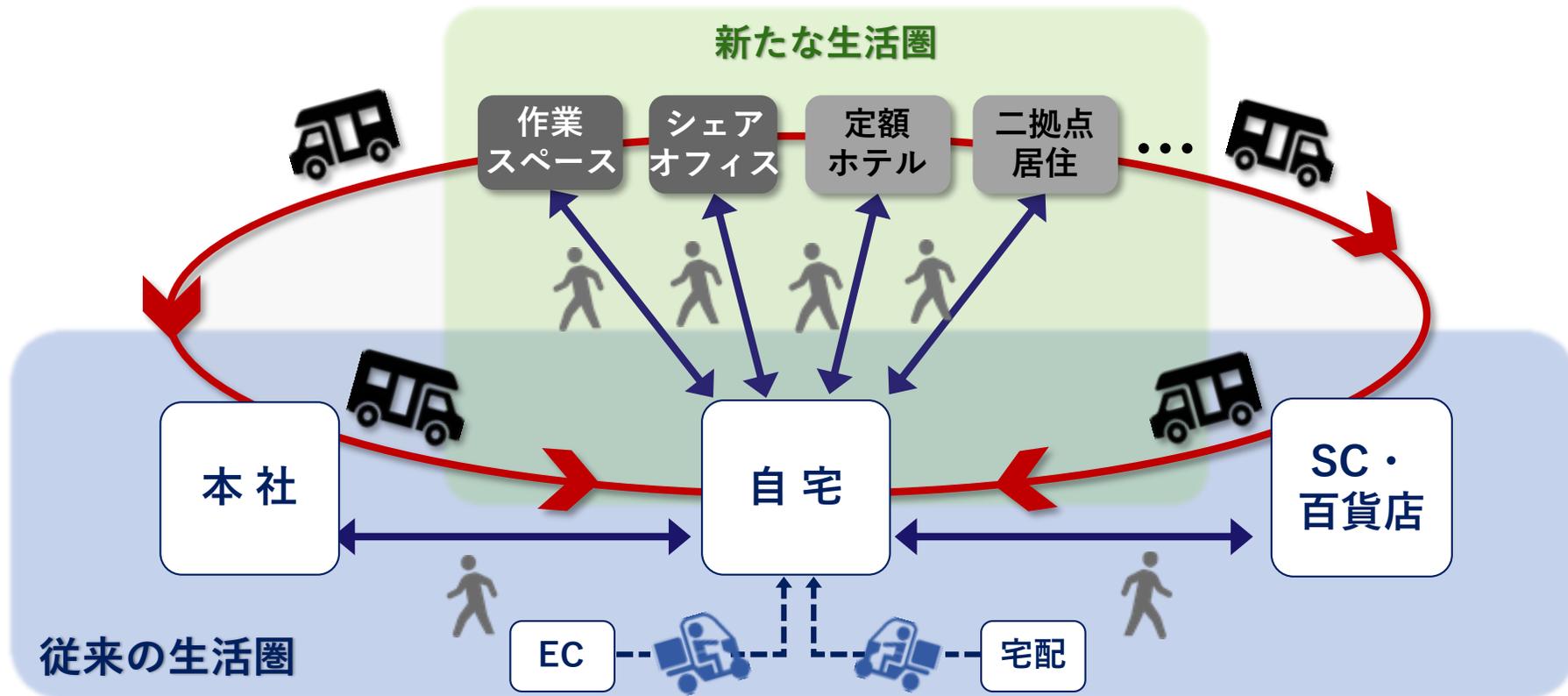
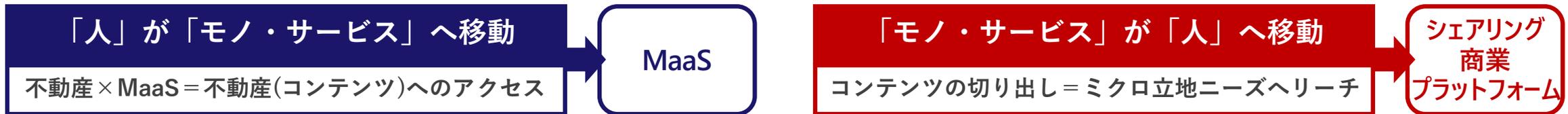


顧客への「目的地提案」と「移動」をパッケージしてつなぐ

<ご参考>  
街づくり×シェアリング商業プラットフォーム

# <ご参考>シェアリング商業プラットフォーム

## ■モビリティ構想 = 不動産 × モビリティによる 新たな顧客体験の創出



# <ご参考>シェアリング商業プラットフォーム

## ■ロケーションの組合せを最適化、キャラバンにより顧客接点を最大化



	月			火			水		
	朝	昼	夜	朝	昼	夜	朝	昼	夜
マンションA	●	●	●	●	●	●	●	●	●
オフィスA	●	●	●	●	●	●	●	●	●
商業施設A	●	●	●	●	●	●	●	●	●
マンションB	●	●	●	●	●	●	●	●	●
駐車場A	●	●	●	●	●	●	●	●	●
マンションC	●	●	●	●	●	●	●	●	●
マンションD	●	●	●	●	●	●	●	●	●
駐車場B	●	●	●	●	●	●	●	●	●
マンションE	●	●	●	●	●	●	●	●	●

テナントの特性に応じた  
ピークタイムに合わせた  
キャラバンコースを設定



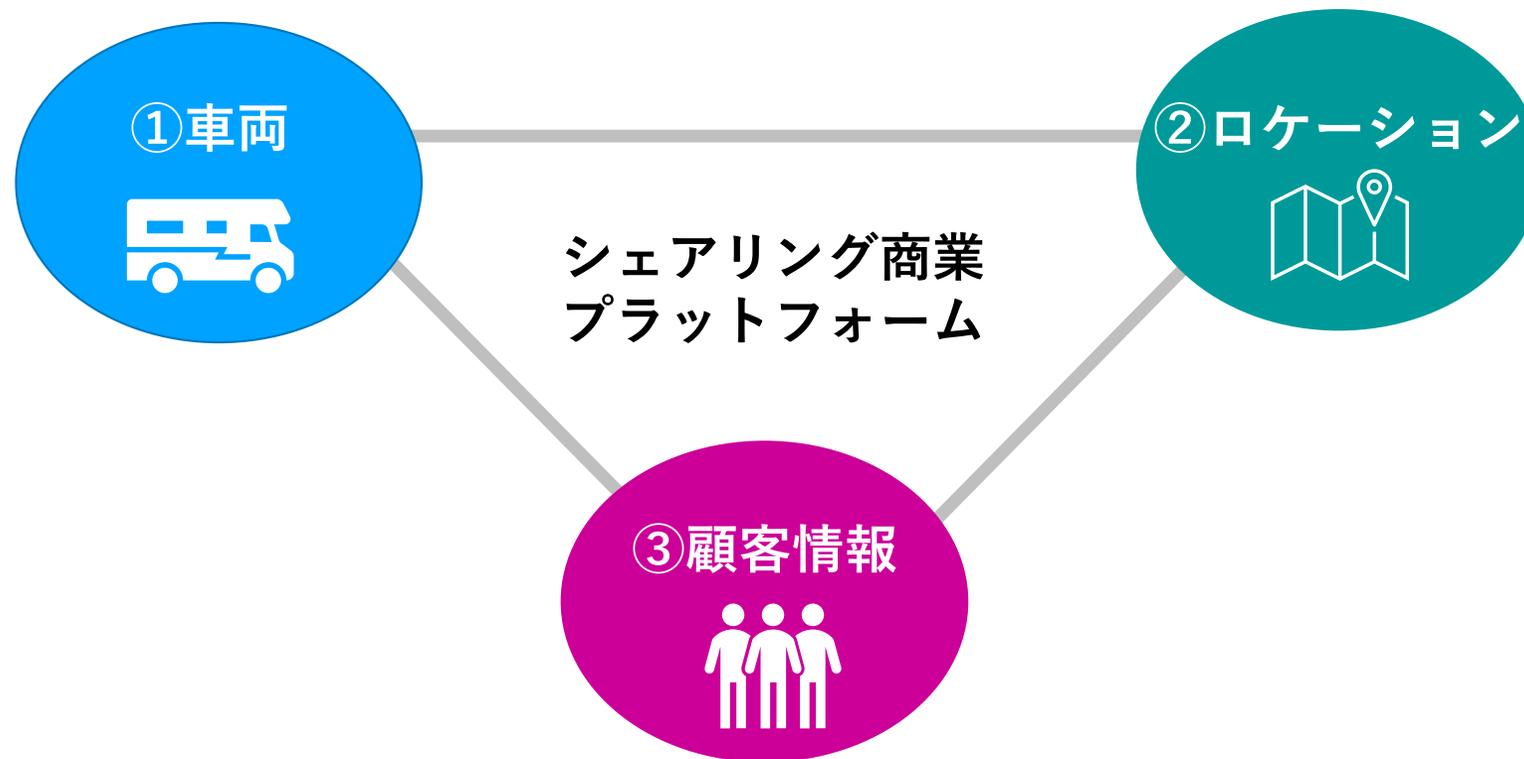
将来的には出店者が  
好きな曜日や時間を選択

### キャラバンによる売上構築のイメージ

通常：終日 1 物件 × 10万 = 10万円 ⇔ 本事業：朝昼夜 3物件 × 5万 × = 15万円

## ■軽投資のリアルチャネルを提供する仕組み

- ・ 出店場所と車両を用意
- ・ 顧客を組織化、売上実績と連携した顧客データを提供
- ・ 出店者は商品・スタッフのみでリアルチャネルを構築

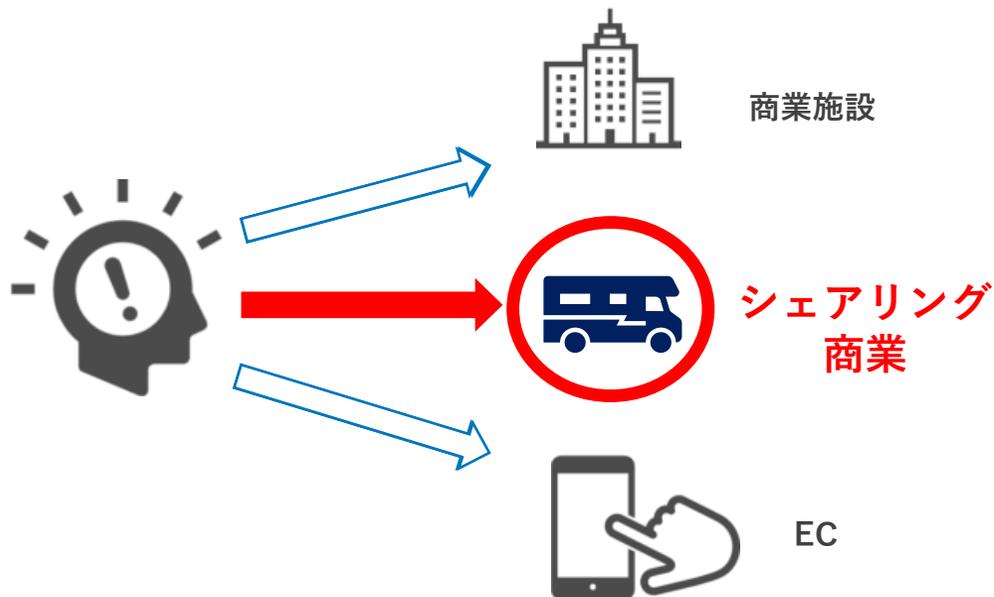


# <ご参考>シェアリング商業プラットフォーム

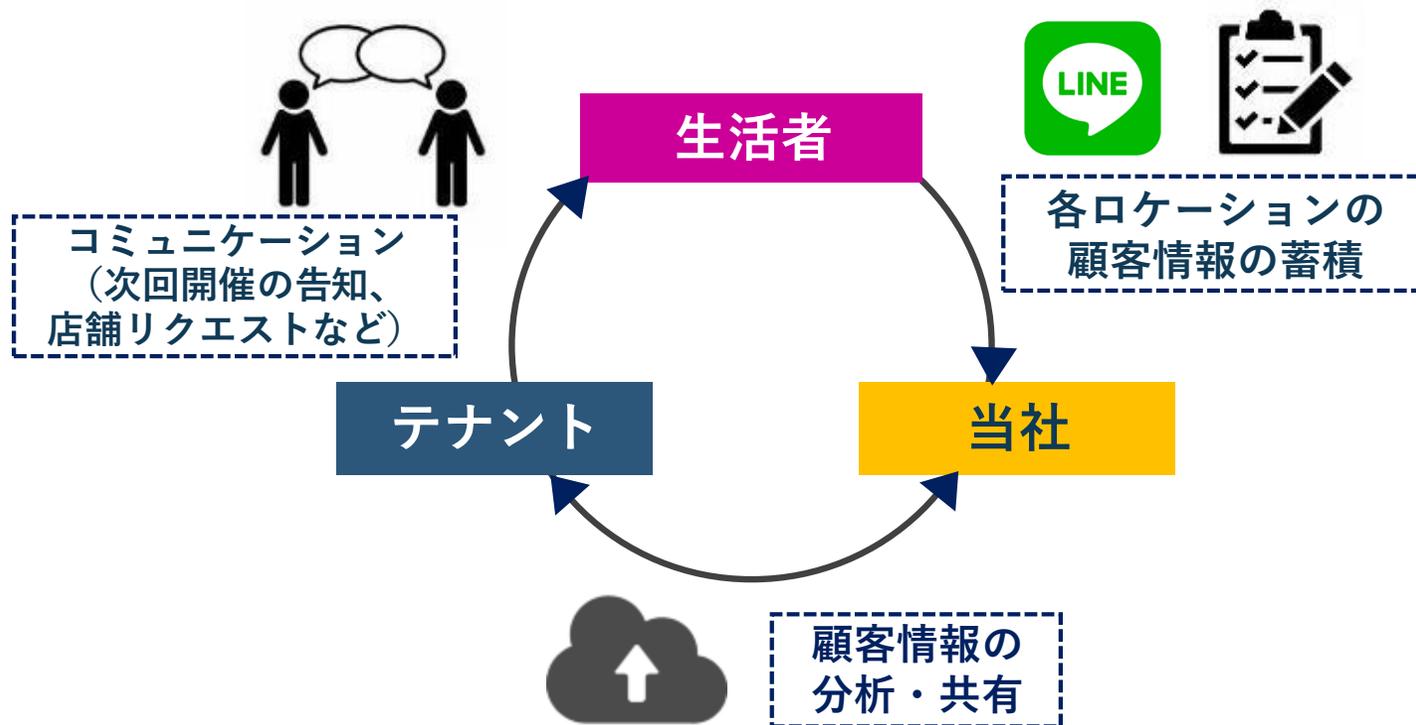
## ■エンドユーザーは商業施設・ECと異なる購買体験（第三の購買体験）を体験

様々な商品・サービスと出会う

マンションの足元の車1台分のスペースでも、  
1日2回転すれば、年間730店舗がやってくる！



ニーズに合った商品・サービスと出会う



ご清聴ありがとうございました。

