

特集 理事・会員インタビュー

成功の秘訣は
弛まぬ努力にあり

日本最大の短期賃貸物件
仲介会社を設立した華人企業家

一を聞いて十を知る
新華僑・不動産会社社長

隔月刊

東洋投資

Toyo
Investment
Bimonthly

2023 / 6

● 地雷もなく、購入制限もない
——日本での「大家」

● カジノができていてもできなくても
関西の单身者アパートは満杯

● 中国日本商会の新会長に
本間哲朗氏が就任

● 日本の中古住宅に
「勉強代」は不要

特別寄稿

瑞幸珈琲の起死回生

瑞幸珈琲

小蓝杯
谁不爱



日本華僑不動産協会

会員募集中

Member recruitment



日本華僑不動産協会事務局

詳しくはコチラ

TEL: 03-5797-8633

E-mail : swj@ocreaj.jp





あすか信用組合

Asuka Shinkumi Bank

住宅ローン

永住権のない外国籍の方専用

ご融資額：1億円以内
 金 利：年1.45%（変動金利）
 ご融資期間：35年以内
 保 証 人：原則、1名
 対象の方：組合員資格があり、ご融資時に満20歳以上60歳以下の方

※連帯保証人がいない方は年1.65%となります。

住宅ローン

ご融資額：1億円以内
 金 利：年1.05%（変動金利）
 ご融資期間：35年以内
 保 証 人：原則、1名
 対象の方：組合員資格があり、ご融資時に満20歳以上60歳以下の方

※連帯保証人がいない方は年1.25%となります。

不動産投資ローン

ご融資額：3億円以内
 金 利：年1.9%～2.9%（変動金利）
 ご融資期間：35年以内
 保 証 人：不要
 対象の方：組合員資格のある、法人または個人（事業主）の方

不動産フリーローン

資金用途は原則、自由

ご融資額：3億円以内
 金 利：年2.9%～3.6%（変動金利）
 ご融資期間：30年以内
 保 証 人：不要
 対象の方：組合員資格のある、法人または個人（事業主）の方

※資金用途の確認により、お取扱いできない場合もございます。

その他の詳細、個別相談は下記店舗までお問い合わせください

Tokyo

本店営業部

新宿区歌舞伎町2-32-9

☎03-3208-5101

上野支店

台東区上野1-18-1

☎03-3832-5141

恵比寿支店

渋谷区恵比寿4-27-6

☎03-5798-2551

立川支店

立川市曙町1-25-12

☎042-522-5131

錦糸町支店(仮店舗)※

台東区上野1-18-1 3F

☎03-6756-8421

池袋支店

豊島区東池袋1-22-1

☎03-3983-5241

足立支店

足立区梅島1-13-3

☎03-3849-5111

蒲田支店

大田区西蒲田7-7-7

☎03-3733-5101

Saitama

大宮支店

さいたま市大宮区宮町1-114-1

☎048-638-3540

※錦糸町支店は建替えのため、当分の間仮店舗として「上野支店の3階」に移転のうえ、営業しております。

※お申込みにあたり、当組合所定の審査をさせていただきます。なお、審査の結果、ご希望に添えない場合もございます。すべての商品について上記の他、諸条件がございます。また、融資対象物件に当組合を第1順位とする（根）抵当権を設定させていただきます。

※組合員資格：当組合の営業地域にお住まい、もしくはお勤めの個人の方、また当組合の営業地域内に事業所をお持ちの法人・個人事業主の方。
 営業地域：東京都、埼玉県、北海道、青森県、秋田県、岩手県、宮城県、福島県、山形県

※個人（事業主）の方の場合は日本国籍の方、外国籍で永住権をお持ちの方、または定住者の方が対象となります。なお、定住者の方につきましては、在留資格の種類他により、ご利用いただけない場合がございます。

あすか信用組合 検索

巻頭言 | FOREWORD

6

野村 昌弘 (一社)日本華僑不動産協会会長
経営者は企業文化を発信せよ



理事・会員インタビュー | DIRECTORS & MEMBERS INTERVIEW



越水 亮 株式会社YAK代表

成功の秘訣は弛まぬ努力にあり

8



陳 涵 株式会社PIFI代表取締役

日本最大の短期賃貸物件仲介会社を設立した華人企業家

10



張 添棟 長天不動産株式会社代表取締役

一を聞いて十を知る新華僑・不動産会社社長

12

Contents

特別寄稿 | SPECIAL CONTRIBUTION

- 16 **1 ラッキンコーヒー（瑞幸珈琲）の起死回生**
- 26 **2 最前線の NFT（非代替性トークン）**
- 34 **3 インテルを崩壊させる 2 人の華人**



ホットニュース | HOT NEWS

- 42 カジノができてもしなくても関西の単身者アパートは満杯
- 44 地雷もなく、購入制限もない——日本での「大家」
- 46 日本の中古住宅に「勉強代」は不要
- 50 中国日本商会の新会長に本間哲朗氏が就任
- 52 日銀の新総裁は日本経済を救えるか
- 54 米銀破綻の波が来たのか



経営者は企業文化 を発信せよ



(一社) 日本華僑不動産協会会長
野村昌弘

企業文化の8割は経営者で決まる。企業には、人格、長所、短所など経営者のすべてが反映される。企業が企業イメージや企業文化を定義する際には、経営者の特質に目を向ける必要がある。

経営者がアグレッシブであれば、企業もアグレッシブになり、経営者がデータ駆動型であれば、企業はデータを指標に意思決定を下すようになる。

優れた経営者は、一人ひとりの持ち味を企業の強みとして活かすことができる。早い時点で、他者より秀でた能力を見つけ、発揮できれば、それを仕事に活かすことができる。企業文化の構築に当たっては、経営者のウィークポイントを知ることが重要である。それによって、「志を同じくする者」としてふさわしい人材を、意識的に採用することができる。企業文化は、世間に強いインパクトを与えるストーリーであるが故に、卓越性や革新性といった形容詞で企業を説明しても意味がない。

アマゾンでは製品の開発に当たって、プロトタイプもドキュメントも持たない状態でプレスリリースを作成する。それは、製品の発売に際して、世界に何を訴えるべきかを入念に考えているためである。言い換えれば、自身の会社が2年後、メディアにどう取り上げられたいかを考えているのである。「革新性に富む企業」の一言だけで評価されたくはないだろう。どこまで詳しく報道してもらえるか、それは、どのような企業文化を有しているかにかかっている。

企業文化は企業の管理・運営と密接に関係している。

特に、人事採用については、いずれの職位にも企業文化が反映される。入念に練られた独自の企業文化は、人事採用から係争の対処まで、あらゆる方面に影響を及ぼす。企業文化を語るのに長文である必要はなく、短いセンテンスであっても、自社の企業文化を明確に述べる必要がある。そして、報道、求人、製品のプレゼンテーションで繰り返し使える言葉、さらには、スタッフミーティング等で繰り返し強調される理念であらねばならない。

どんなビジネスをしているのか。誰をターゲットにしているのか。何を目的としているのか。経営者の言葉は、瞬間に人びとによって復唱され、企業文化は即座に形づくられていく。フェイスブックの創業者・ザッカーバーグの言葉は、翌日には会社の壁に貼り出される。

企業文化とは、一度語られて忘れ去られるものではなく、誰もがその一部なのである。企業文化の主導者は、会議の都度、自らが確立したいものを発信し、1通1通のメールにも反映させていくべきである。その姿勢は、創業者、CEO、ひいては各署のマネージャーにも求められる。

もちろん、企業文化は不変のものではなく、進化していくべきものである。自分たちがどうありたいかを決めた時点で、すべての方向性は定まっていく。製品にモデルチェンジが必要なように、企業文化も進化し、時に応じて変わっていくべきものである。

T&K 株式会社では OA 機器を通じて、 お客様の業務を効率的に！

経費削減のスペシャリスト集団 オフィスの経費削減ならここで解決



- ・OA機器の販売
- ・電気工事
- ・エアコン設備販売及び取り付け工事
- ・オフィス内装、回線、LED 工事
- ・その他オフィス備品販売、設置
- ・防犯設備
- ・セキュリティシステム
- ・介護設備のご提案、販売
- ・その他事業内容：飲食業店



 KYOCERA



T & K 株式会社
Company Profile

RIZING ZEPHYR



T&K 株式会社は、福岡のプロバスケットチーム
「ライジングゼファーフクオカ」
を応援しています。

すべて T&K にお任せください！

お問い合わせ

T&K グループ 092-406-9975 <https://tandk-f.com>

【営業所】・福岡本社 ・熊本営業所 ・北九州営業所 ・長崎営業所 ・大阪営業所 ・四国営業所 ・東京出張所
【グループ会社】・タモツ電設株式会社 ・T&K ペイント株式会社 ・T&K 通信サービス株式会社 ・T&K アセット株式会社

越水亮 株式会社YAK代表

KOSHIMIZU RYO

成功の秘訣は 弛まぬ努力にあり

株式会社YAKは「外国人向け住宅ローンに特化した不動産会社」である。創業から5年で、売上高300%という飛躍的成長を遂げている。新型コロナウイルス感染症パンデミックによって、世界経済が減速し



た2020年以降の3年間においても、売上高を3倍にする飛躍的發展を遂げた。先ごろ、上野を訪れ、株式会社YAKの越水亮代表取材し、敢えて困難に挑戦するユニークな不動産会社の秘密を探った。

外国人への融資成約率は

ほぼ100%

日本は、融資の審査が厳しいことで知られる。在日外国人は、銀行口座の開設やクレジットカードの申し込み手続きにも、いくつもの条件や必要書類が設けられている。YAKの強みは、永住資格をもたない外国人が、融資の審査をスムーズに進め、かつ十分な融資枠を得られるようサポートできることである。それが、創業間もない在日華人企業の間で評判を呼んでいる。

YAKは、三菱UFJ、三井住友、みず

ほ等、数十の日本の金融機関と安定した信頼関係を築いている。銀行や信用金庫などの金融機関で経験を積んだスペシャリストが多数在籍していることが、融資案件を得意とする要因のひとつになっている。さらに、YAKが他から抜きん出ているもうひとつの理由として、住宅購入者の立場に立って、出資のニーズ、個人の状況、不動産資源に応じて、ローン申請プランをカスタマイズできることが挙げられよう。

記者の周りにも、YAKが策定したプランによって住宅ローン申請が成約に至った在日華僑華人は少なくない。取材中、越水亮はデータを示して、たった一度の申請で融資が成約する確率がほぼ100%であることを証明した。

経験豊富な不動産ローンのスペシャリストが、住宅購入者の時間と精力を大幅に節約し、取引の成功率を高め

るのである。不動産投資は商戦であり、優良物件は瞬く間に売れてしまう。ローン申請が却下されると、住宅購入者は資産を失うことになるのである。

人材梯団を形成

越水亮は不動産業界に足を踏み入れる以前、中日翻訳の仕事に十年間従事していた。その間、機械、自動車、IT等のさまざまな業界に触れ、多分野にわたる知識を蓄積してきた。その後間もなくして、勤勉で勉強家の越水亮は、豊富な日本語の知識を活かし、いくつもの日本の国家資格を取得した。中でも、宅建士試験は、半年の準備期間であったにも関わらず、一発合格であった。

2014年、いくつもの資格を手にした越水亮は、試みに日本の大手不動産会社に就職して5年間の経験を積

んだ後、成長期にあったYAKに入社し、責任ある立場を任された。YAKは、人材の採用・求人に際して、学歴や学識よりも人間性を重視することを根本原則としている。

YAKは効率性の高い人材育成システムを構築している故に、離職率は低く抑えられている。YAKでは、同業他社から人材をヘッドハンティングするといった粗暴なやり方はしない。秩序ある公平な競争が行われる持続可能な労働環境を創出すれば、人材は自ずと集まる——これが、YAKの企業文化である。

日本の不動産の国際的評価が高まるにつれ、南アジア、東南アジア、中央アジア及び欧米からの顧客も年々増加している。YAKにおいても、時代の趨勢に応じて、中国語、韓国語、英語の堪能なスタッフを増員するとともに、不動産売買、賃貸管理等、事業ごとに子会社を設立し、専門のスタッフによって、効率的で質の高いサービスを提供している。越水亮は、今後は徐々に組織を細分化し、業務・管理能力を向上させ、株式上場に向けた準備を進めていきたいと明かした。

弛まぬ努力が成功の秘訣

越水亮は、宅建士の資格試験の準備を始めた当初、外国人が日本で不動産を購入するケースが今後増えていくだろうと予測はしていたが、こま



でのブームになるとは思わなかったと率直に語った。「正しい業界」を選択した越水亮であるが、成功にはまだ程遠いと繰り返し謙遜しつつ、今日に至るまでの道のりを、ありのままに語ってくれた。

「何をやるにせよ、約束は守らなければなりません」。越水亮はしみじみと語った。不動産取り引きには多額の金銭が動き、個人の信用問題も関係してくる。公共料金やクレジットカードの滞納は、少額であったとしても、ローン申請の審査に影響を及ぼす可能性がある。

「関東エリアトップの華人不動産会社」を目標とするYAKは、特に、東京を中心とする首都圏の不動産資源を注視している。投資家が最も懸念する問題について、越水亮は次のようなデータを挙げ説明してくれた。東京の不動産投資利回りは通常4~5%で、諸外国に比べてはるかに高いが、関東エリアの優良物件は、最高で7%にも達するという。

越水亮はスペシャリストとして、常に顧客のニーズを最大限に尊重し、顧客の関心や好みを理解した上で、交通の利便性や地域性なども考慮して物件選びを行っている。そして、個人的には、世田谷区や杉並区、日本情緒豊かな東急電鉄池上線の戸越銀座駅、池上駅、西台駅付近が気に入っていると語る。

「わたしは日本語を専攻し、長年、中日翻訳の仕事に従事してきましたが、知識と実践の間には、依然として認知ギャップがあると感じています」。



越水亮は2005年に初来日し、建設コンサルタント会社に入社した。創業者はコマツグループで本部長を務めた人物であった。越水亮に、如何にすれば日本社会に溶け込めるか、如何にすれば交渉の席で日本人に認めもらえるかを教えてくれたのは彼であり、今でも感謝していると言う。

東野圭吾の推理小説は、越水亮の業界に対する固定概念を打ち破り、思索の時間をもたらしてくれた。サッカー日本代表チームを率いて、強豪を倒し、厳しい戦いを勝ち抜いた森保一監督の著作は、チーム作りや経営効率を高める上で、大いに参考になっていると言う。

「塵も積もれば山となる」である。事業の成功は不断の努力の賜物なのである。競争の激しい今日の社会において、優秀な同業者の中から抜きん出ていくには、弛まぬ努力が必要である。

越水亮は、彼のチームのWechatグループのグループ名を「天行健、君子以自強不息」(天の運行が順序正しいように、君子は自らを向上させることを怠らない)とした。才能とチャンスは、確かに得難いものであるが、個人の忍耐と努力がなければ、すべての資源はゼロに等しい。読者と共に、この教訓を胸に刻みたい。

陳涵 株式会社PIPI代表取締役

CHEN HAN

日本最大の短期賃貸物件仲介 会社を設立した華人企業家



旅とは、思い出をつくり、見聞を大いに広めてくれるものであろう。旅は、陳涵に、全く新しい道を示し、貴重な機会をもたらしてくれた。先ごろ、われわれは銀座を訪れ、世界的なバケーションレンタルのオンラインマーケットプレイス企業であるAirbnb（エアビーアンドビー）が、日本で最初に公式パートナーズ認定を受けた株式会社PIPIの陳涵代表取締役取材した。

情報は活用してこそ 価値を生む

早稲田大学でソフトウェアエンジニアリングを学んだ陳涵が就いたのは、不動産に関わる仕事ではなかった。当時、彼は、世界第2位の教育機関

のオンライン教育システムを管理する仕事に携わっていた。彼は、ある旅行をきっかけに、民泊の必要性に気付かされ、起業を思い立った。海外で民泊を利用した陳涵は、Airbnbのサービスの実用性と利便性を体験し、日本市場にも活かさないものかと思いついたのである。

起業は「遊び」から生まれた発想であったが、実行するとなると簡単なことではない。陳涵は先ず、渋谷にマンションを借りてリノベーションし、民宿としてAirbnbに登録した。半年余りに渡るデータ分析を経て、2015年1月、当時は3社しか存在しなかった民泊管理会社のひとつとして、株式会社PIPIを登記・設立した。

民泊による収益は長期賃貸のそれを大きく凌ぐものであるが、日本の高度経済成長期に富を蓄えた人びとは、すでに高齢となり、激しく変化する市場のニーズに対応する気力を持ち合わせていない。さらに、財力のある若いエリート層は、不動産は所有していても運用を考える余裕もなく、そのまま遊ばせていた。

そこに商機を見出したPIPIは、不動産オーナーに向けて、民泊プラッ

トフォームへのアカウント登録、短期賃貸仲介業務、カスタマーサービス、クリーニング、アフターケア等のサービスを提供し、彼らの悩みを解決することで多くの物件を獲得し、短期間のうちに日本の短期賃貸市場の開拓に成功した。PIPIでは、二つの委託方式を採用している。ひとつは、不動産オーナーから家賃収入の15%を徴収して不動産管理を行う方式で、もうひとつは、不動産オーナーの安定した収益を確保するために、不動産オーナーと直接、賃貸借契約を結ぶ方式である。

日本政府は投資・経営ビザの審査基準を段階的に厳格化しており、外国人は、長期的に賃貸収入を得る目的で不動産を購入しても、投資とは見なされず、更新の際に認可されない可能性が高い。PIPIが立ち上げた宿泊事業は、合理的かつ合法的に不動産オーナーの良好な運用をサポートし、海外投資家が安定した家賃収入を得ながら、スムーズにビザの更新ができるよう便宜を図っている。近年、不動産管理をPIPIに委託する海外投資家は増加の一途にある。

「不動産は50件所有していれば利

潤が出るが、100件だと損をする」と言われる。民宿経営においては、健全かつ効率的な管理システムが重要な鍵となる。企業規模が大きくなるほど、データを統合し、資源の整合を図り、専門の管理チームによって効率を高める必要がある。PIPIが使用する管理システムは、陳涵が率いる自社チームが設計・開発したもので、PIPIの強みの一つでもある。

強固なケイパビリティを備えたPIPIは、繁忙期と閑散期を分析し、価格変動幅を推計し、クオリティと効率を高め、投資家の利益の最大化を図っている。銀座を例に挙げると“世界のゴールド街”は、リスク耐性が強い反面、不動産価格は高止まりしており、投資収益率が低いのも事実である。投資家の信頼を勝ち取ったPIPIは、銀座の稀少な11階建てのビルを吹き抜けにし、全ての客室がテイストの異なる、これまでにないタイプのホテルにリノベーションし、2%の収益率を数倍に引き上げることに成功した。

絶えざる戦略調整によって 環境の変化に対応

東京オリンピックは、2020年7月の開催に向けて計画通りに準備が進められ、日本のホテルや飲食業界も文化・観光の盛典を心待ちにしていた。PIPIにおいても、数回にわたる資金調達に成功していた。ところが、突然襲ってきたコロナ禍によって状況は一変した。

日本史上最も厳格な入国制限政策にも、PIPIは迅速に対応した。一方で、コアエリアの不動産保有に注力し、空室率を下げた資金を回収し、一方では、再度国内資源の開発に着手し、建物を研修センターや従業員宿舎にリノベーションし、毎年4月か

ら9月の新人研修のピーク時には、多くの日本企業から予約が入った。さらに、軽井沢等の伝統的リゾート地にも目を転じ、別荘をスマートにリノベーションし、日本国内の多くの消費者を獲得した。

住宅宿泊事業法の改正により、特別な地域を除き、民宿は年間180日まで提供が可能となった。PIPIはシンガポールのサービスアパートメントプラットフォーム・メトロレジデンスと提携し、残りの半年間、海外からのビジネスマンや留学生の宿泊施設として活用している。

アジアの短期賃貸市場の 先導者に

急成長を遂げたPIPIは、2018年には早くも東南アジアで新たに事業を立ち上げた。コロナ禍を乗り切ったPIPIは、2022年、再び東南アジアに目を向けた。タイは日本に先駆けてインバウンドを解禁したが、PIPIはそれに乗じて、タイで新たなプロジェクトを立ち上げ、地元のデベロッパーから直接部屋を借りて合理的にリスクを回避し、計上利益は日本市場に追随している。

Airbnbに加えて、PIPIはAgoda、Booking、鏈家など複数のプラットフォームと提携している。陳涵は言う。「着実に成長を遂げるPIPIは、近い将来上場を果たして資金を調達し、より多くの不動産物件を所有し、短期賃貸物件仲介業界においてアジア



屈指のブランド企業となり、収益をステークホルダーにより多く還元できるようにするでしょう」。

同じく日本の不動産に対するニーズであっても、居住目的か投資目的かで、その趣旨は大きく違ってくる。港区には多くの不動産資源が集中しているが、居住には適さない。子どもの教育を考えるなら、文京区が最適であろう。陳涵はさらに指摘する。「単純に短期賃貸物件の収益率だけを考えるのであれば、1棟所有の方が区分所有よりも収益率は高くなります。また、マンションの使用法は所有する管理会社の制約を受け、短期賃貸物件の収益にも影響を及ぼします」。

陳涵が最も影響を受けたのは、早稲田大学の博士課程で学んでいた頃の学友たちだという。彼らは共にPIPIで働く仲間でもある。学友たちの学識と能力に賛辞を惜しまない陳涵は、学問に長け、謙虚さを忘れない新時代の華商の精神を体現している。

「未来に目を向けてはじめて、強固な足場を固めることができる」。インタビューの最後に、陳涵氏はマイクロソフト日本法人の元代表取締役社長である成毛真氏の著書『2040年の未来予測』を紹介し、コロナ禍の逆風を突いて事業を拡大してきた経営の秘訣を語ってくれた。「事前の準備を怠らず、情勢を見据えることで、未来の予測は可能になる!」と。

張添棣 長天不動産株式会社代表取締役

ZHANG TIANDI

一を聞いて十を知る 新華僑・不動産会社社長

東京の副都心・池袋は、常に活気に満ちている。今日、池袋の街を歩けば、飲食店や商店が軒を連ね、劇場や展示会場など多機能の文化施設が整い、賑わいの中で無限の経済活力が育まれている。

新緑の美しい初夏、記者は池袋に本社を置く長天不動産株式会社を訪ね、張添棣代表取締役と、アフターコロナの日本の不動産業界の発展の趨勢について語り合った。

小さなことから着手する

現在、華僑ビジネス界には澎湃として、1980年代生まれ、1990年代生まれの創業者や経営者が続々と現れ、尽きることがない。ところが、張添棣に会って、大学2年生で起業した若者のバイタリティに衝撃を受けずにはいられなかった。

2014年、同年代の若者と同様に、教室で授業を受けているはずの大学2年生の張添棣は、長天株式会社を設立した。不動産事業は多額の資金と人脈を必要とする。初めての起業に際して、敢えて危険を冒してこの業



界を選んだのは何故なのだろうか？

張添棣は日本大学に入学後、友人の紹介で不動産会社でアルバイトを始め、留学生向けの賃貸物件業務に携わったのだという。自身も留学生であることから、顧客の立場に立って物事を考えることができ、顧客の共感や信頼を得やすかったのかもしれない。経験のない初心者でありながら、張添棣の仕事は予想外にスムーズに運

んだ。

こうして日本の不動産市場に順調に根を下ろした張添棣は、アルバイトを始めてわずか半年でチームリーダーに昇格した。初陣で勝利を飾った張添棣は、不動産業界で旗揚げしたいとの気持ちを強くした。先輩や同窓生が起業して成果を上げているのを目の当たりにし、張添棣も果敢に企業家としての道を歩み始めた。



賃貸業務から着手し、不動産売買、民宿及びホテル、アパート管理、土地開発、学生宿舎の管理、不動産の設計・施工サービスと、少しずつ事業を拡大し、熾烈な競争の中、市場の一角を占めるようになった。

包括的・利他的 ワンストップサービス

不動産業は研究開発や生産業とは異なり、高付加価値型サービス産業である。長天株式会社は「利他」の精神を経営理念とし、「ワンストップサービス」を武器に、他を頼ることなくここまで成長を遂げてきた。

普段は、好んで著名な経営者の自伝を読み、経営を学ぶ張添棟であるが、彼のキャリアに最も大きな影響を与えるとともに、最も支えとなったのは父親の存在であった。張添棟は、まだまだ道のりは長いと謙遜したが、父親が彼に授けた経営理念のひとつを読者に紹介したいと話した。それは「利他」の精神であるという。

投資家やクライアントに収益をもたらすのは、特定の契約や特定の期間に限られ、収益は限定されている。しかし長い目で見れば、クライアントか

らの紹介や二次、三次取引は、企業に大きな付加価値をもたらす。

さらに、長天株式会社は、経営投資ビザを専門に取り扱う子会社、経験豊富な行政書士、一級建築士などのエキスパートを擁し、海外不動産、移民、新築住宅の設計・施工、中古住宅のリフォーム、土地の再開発等のサービスをワンストップで提供することができる。

観光資源だけではない 日本の魅力

日本で学び、日本で起業した張添棟は、日本社会を深く理解・観察し、日本人の中国の各経済分野に対する意欲を楽観視している。

金融引き締めやドル金利の上昇によって、投資家は再び日本市場に回帰し、日本の不動産も資産配分の重要な選択肢であり続けるであろう。

日本の不動産バブルが1990年代に頂点に達したことは、誰もが知るところであるが、今振り返ってみると、当時の日本では不動産に関する法規制はまだ整っていなかった。バブル経済崩壊後、日本は関連の法令を制定し投機行動を効果的に規制することに成功した。日本の不動産の顕在的な特性として、「収益が安定している」



「社会環境が安定している」「長期保有に適している」ことが挙げられる。

3年にわたるコロナ禍は、世界各国の経済に悪影響を及ぼしたが、同時に、各国経済の回復力と持久力が試された。観光に過度に依存している国は、経済発展には消極的である。日本の経済構造の優位性は、コロナ禍の中でも浮き彫りになった。海外から観光客が絶え間なく訪れ、「観光立国」を国策として掲げる日本は、単なる観光大国として位置づけられる国ではない。日本は世界の金融センターである東京、駿河湾を囲む工業基地、九州の製造拠点等、多くの資源を擁している。これらの点が、日本の不動産価値が東南アジア等の国々と大きく異なる要因ともなっている。

住みよいエリアについて尋ねると、張添棟は顧客がどこに重点を置くかによって異なるかと答えた。名声のある港区エリアに比べて、千代田区エリアと目黒区エリアはコストパフォーマンスが高い。長天不動産株式会社はこれからも、東京エリアにおいて、マンション・戸建ての優良物件の開拓に全力で取り組み、より良い住環境と投資環境を提供する。

関東の家を再発見



箱根別荘



関東・リゾート地稀少物件多数

不動産投資・売買・管理なら



スキーリゾート



ゴルフクラブ



伊豆旅館



和風豪邸



おかげさまで
創業十二年

東京都中央区日本橋人形町3-1-16
JPhouse日本橋ビル
Tel: 03-6661-2155



SOLUTION TO YOUR NEEDS

株式会社FIRST STEP



Real Estate Business
不動産業務
(売買・賃貸)



English Speaking Staff
英語専門家
(軍人賃貸)



Property Management
物件管理
(代理・賃貸)



Online Contract
電子契約
(360°VR)

Strive to provide outstanding investment Advisory Services for all English speakers

本社
東京都渋谷区千駄ヶ谷5-16-14
ワコー代々木ビル 2&3F

03-6380-5689

e-mail: sales@firststep-jp.com
www.firststep-jp.com

1

ラッキンコーヒー(瑞幸珈琲)の起死回生

文／特約記者 千軍

ラッキンコーヒーが奪われた2年間
瀕死の状態からメジャーに返り咲いた
ラッキンコーヒーは一体何を経験したのか





上海で開かれていたホテル用品展示会で、呉さんは「見込み客」を見つけて製品について話していた。彼が手にしていたのは2年かけて開発した、フレッシュなココナッツの果実とココナッツジュースをミックスし、特殊な加工によって製造した「ココナッツミルク」だった。2年後、この「見込み客」は正式に呉さんの「顧客」になっていた。この副材料をコーヒーに加えたことが、5000店以上のカフェチェーンのブランドを救ったのである。これが2021年3月に誕生した「ココナッツラテ」であり、呉さんの顧客こそラッキンコーヒーである。同社は、発売から1カ月余りでココナッツシリーズの累計販売数は42万カップに達し、さらにネットのインフルエンサー効果で月間の販売数は爆発的に伸び、6月末には1カ月の販売数が1000万カップを超えたと発表した。

ココナッツラテは、ユーザーを引きつける磁石のように、同社に新規ユーザーやリピーターを呼び込む人気商品となった。会社の財務報告にも頻繁に登場するようになり、「赤字幅の大幅な縮小」、「純利益と店舗売上高の大幅な伸び」の最大の要因になった。また、多くの人にラッキンコーヒーを再認識してもらうきっかけとなった製品でもある。モバイルアプリやアプレット、持ち帰りのプラットフォームでは、青いバックに白い「鹿」のアイコンが頻繁にクリックされ、ユーザーが戻ってきた。過去数年間、しばしば出された無料ドリンクや最大82%オフのクーポンが、ユーザーの忠実な消費習慣を最大限に育んだ結果、かつてラッキンコーヒーはわずか1カ月で800店舗をオープンさせた。

2020年初めには、創業わずか3年のラッキンコーヒーはスターバックスを抜いて、中国でナンバーワンのカフ

ェチェーン・ブランドになったが、このとき、またどんでん返しがあった。国内4500店舗を超えてスターバックスを抜いた後、2020年1月、89ページに及ぶ「報告書」が同社の拡大路線に一時停止ボタンを押したのである。「会社は2019年第2四半期から第4四半期にかけて22億人民元（約374億円[1人民元＝17円で換算、以下同様]）の取引額を改ざんし、それに伴うコストや経費も水増しした」と、粉飾決算という致命的なニュースが4月2日、同社を上場廃止へのカウントダウンに引きずり込んだ。18カ月で上場して、16カ月で撤退、必死にあがくこともないまま2020年6月29日、ラッキンコーヒーはナスダックでの取引を正式に停止し、上場廃止を申請した。

ラッキンコーヒーが数千万人のユーザーと市場に残したものは重い負担だった。債権者リストに増え続け

SPECIAL CONTRIBUTION



る巨額の賠償金、穴だらけとなった信頼の危機に陥った経営陣、注文の順番が明確なチケットやレシートが不思議に「連続していない」数千軒のオフライン店舗、観客にタネを見抜かれていてもまだ終わらない「マジックショー」、未来が見えない「元」スター級のコーヒーブランド……。 「割引」や「無料」のコーヒーに頼ってユーザーを引き付けて注文を取り、店舗を拡大し、急速に新規顧客を増やすという「ビジネスモデルに問題はなく、店舗をオープンし続けるだけだ」。これは、ラッキンコーヒーグループが投資家に語ってきたストーリーだ。しかし、莫大な支出と大規模なマーケティングが、投資家やラッキンコーヒーグループにとってまだ「遅い」と感じられたとき、どうしても「フェイク」が必要になったのである。

現在、ラッキンコーヒーは控えめな姿勢で、自ら「スローダウン」することを選択している。2年の間に、死の淵から突如としてメインストリームに返り咲いた同社は、一体何を経験したのだろうか。

22億人民元（約374億円）の粉飾決算の解放と挫折。「案の定、無理だった!」、2020年4月のある日、離職して数カ月の小娜は、衝撃的なニュースからついに長い間の疑問に対する答えを得た。

彼女がアルバイトをしていた半年間、会社は一日中常軌を逸した優待の無料クーポンを配るだけでなく、ノンストップで新店舗をオープンし続け、その状況下で彼女とパートナーは30人民元（約510円）の時給を手に入れることができた。「会社は儲けられるのかどうか、どうやって儲けるのか」、これが小娜が毎日尋ねたくてたまらない質問だった。一般論として、砲火の聞こえるところではもう危機に陥っている。恐るべき危機、それこそが小娜の出した答えだった。会社は「当然儲からない」だけでなく、大金を「改ざん」して損をするという、損をするよりもさらに恐ろしい道を歩んでいたのである。彼女が勤務していたのは、まさにまもなく財務を改ざんして多くの人を驚かせたスター企業、ラッキンコーヒーだった。

2020年4月2日、ラッキンコーヒー

は22億人民元（約374億円）の粉飾決算をしたことを認めた。実は、2020年初頭、同社株を空売りしたマディ・ウォーターズの89ページに及ぶ「報告書」が発表される前にも、疑念を抱いた多くの現場社員たちは、店舗で伝票番号が連続していないという細かい点に警戒心を抱いていた。「正常な手順で発注しても、伝票番号がいつもバラバラだった」。商品を提供するプロセスで、連続していない伝票番号では仕事にならず、少し気を抜くとオーダーが通らなくなる。小娜は何度も店舗の店長に聞いたが、店長にも原因がわからなかったという。

無料の1杯目と大幅な優待クーポンは、ラッキンコーヒーが粉飾決算する前、密かにこのスター企業を支え企業のストーリーを広めていた。最前線の従業員によると、同社のコーヒーは原材料に凝っていて、シロップや水も高価であることから、全体的に品質が安定しているという。2019～2020年の間、店舗の場所、品質、配達面で非常に安定していたラッキンコーヒーが拡大しないはずはない。なんとも言えない「憂慮」は、元従業員の劉強も抱えていた。自ら退職した小娜とは異なり、4月2日のニュースからわずか数日後に「解雇」されたのだ。マディ・ウォーターズの報告書は非常に長く、専門用語も多いため、劉強は完全に



は理解できなかった。しかし報告書の中には、一部の都市の店舗では現場の従業員が勝手にカップの計量と単価を決めている、という一節があった。

自分が担当した店舗のデータと比較すると、すぐに報告書の信憑性が分かった。劉強は「データと報告書の差は小さい」と言う。数千の店舗が地域的な影響を受けているとしても、彼が確認できたデータと報告書は基本的に合致していた。マディ・ウォーターズの報告書が登場したのは、粉飾決算事件の2カ月前、1月末のことだった。新店舗の立地選定やプロモーションを担当していた張明は、重慶の大小の商店街やオフィスビル、学校などを毎日回り、淡々としたペースで仕事をしていた。2人分の仕事量をほぼ1人でこなし、土日の残業も当たり前だったため、張明がリストラの通知を受けたとき、「会社は欺瞞に満ちた平常運転だった」という。張明はラッキンコーヒーが打ち出した大型リストラ計画のターゲットの一人で、4月中旬にはその知らせを事前に受けていた。「会社は給与面で社員を悪く扱ったことがない」ので落胆し、残念だった。6月末の正式の上場停止の半年前、ラッキンコーヒーの巨大なカフェチェーン帝国は、2020年の初日の出に合わせて、4500店舗余を構えるスターバックスを抜いて国内ナンバーワンになったと発表したばかりだった。

インターネットでのコーヒー販売と「コーヒー平等運動」のリーダーとしてのラッキンコーヒーのブランドキャラクター設定を強固にするため、経営陣も重要な場面で「新規顧客の増加」と「店舗拡大」を繰り返し強調してきた。だから、張明と劉強が会社の不正ス



キャンダルを聞いたときも、「店舗はスピーディーにオープンするし、スタッフの待遇はとても安定しているし、給料は前払いだから、金がないはずがない」とショックを受け、信じられなかったのである。

ラッキンコーヒーのわずか数年の企業年表を読み解くと、30年の歴史を持つ企業の浮き沈みを見ているようだ。マディ・ウォーターズの報告書が社運の分水嶺となった時期でも、マーケティングや新店オープンのリズムが密だったことについて、多くの人は当然「無視」し、単なるエピソードに過ぎないと考えていることだろう。当初の計画では2020年にフランチャイズと直営店をさらに拡大し、店舗数を倍増させ、年末には1万店舗を目指すことになっていた。しかし、2年後の現

在、同社の店舗数は6000店舗を超えたところである。粉飾された安定は、すべて後に暴露された不正帳簿に記載されていた。しかしそのことは投資家も、ラッキンコーヒーの消費者も、店舗のスタッフも、もちろん予想し得なかったことだ。その深刻な不正は、経営陣だけが知っていた。長年目隠しして走ってきた同社がブレーキをかけなければならない重要な瞬間に至ったのである。

続いて「Breaking News」は、一、ラッキンコーヒーが上場廃止になるまでのカウントダウンは予測不可能だったこと、二、安定した直営店事業をベースに、小都市や農村の市場に焦点を当てたフランチャイズ拡大計画がスタートし、「小さな町のカフェオーナー」が前面に出始めているという二つの言説に踏み込んだ。

新しいラッキンコーヒーへと引き継がれた「スローダウン」路線を選択

2017年の創業以来、ラッキンコーヒーはさまざまな「速さ」に包囲され





てきた。試験営業の開始当初から、後にスキャンダルへと発展したデータの改ざんに加え、数千軒の赤字店舗がこの花形企業を苦しめ、悩ませ続けた。金を注ぎ込んで数千万人の顧客にコーヒーを飲んでもらうこのスターブランドの巨大な店舗網にとって、規模や運営効率が突然一番の問題となった。1万人以上の従業員を抱え、今なお中国のコーヒー市場を育てる最高のサーキットと称えられるコーヒー消費モデルは、なぜ不意打ちとなった報告書ひとつで、衝撃的な不正スキャンダルにまみれて上場廃止となるほどの弱体化を招いてしまったのだろうか。

実際、不祥事が発覚後、すぐに大規模なリストラがなされ、窮状を打開するための身を切るような改革、自助努力が始まった。

リストラされた元従業員の劉強は、「4月にリストラがあるような予感でしたが、案の定5月中旬に通知が来て、その後、多くの同僚が職場を去った。約6割が辞めた」。危機が本当に存在すると実感したのは、改ざんが分かった後で、

予想以上に早く、多くの部署が人員整理をしたが、その比率が違うだけだったという。ラッキンコーヒーはデジタル・チャイナ系列という背景があるほか、基本の枠組みや主要業務のニーズに合わせて、グリッド方式で人員を再編成した。その結果、2年経った今、同社は「速い」どころではなくなっている。

大都市は維持し、省都や人気都市をフランチャイズから除外し、フランチャイズ加盟店には地方都市での市場開拓と浸透を求め、キックバック制度でフランチャイズ加盟店にインセンティブを与えている。

0から1へという経営哲学、オペレーション方法、データ管理、スタッフ

構成、サプライチェーン管理からマーケティングやブランディング戦略まで……2019年秋、書籍『ラッキンコーヒー電撃戦』の最終稿を完成させた著者は、扉ページを「小さな青いカップ」と同じブルーでデザインし、18カ月でIPOに成功し3000店以上を展開する企業の成功の秘訣をまとめた。

「ラッキンコーヒーは斬新なビジネスモデルとスピーディーなやり方で市場の注目を集めた」——この本は、

同社のわずか数年間の成功を、300ページ近い文章で振り返ったものである。ある意味でこの本がラッキンコーヒー経営モデルの「前半生」を讃えるものとなるとは予想できなかった。

黄さんのコーヒードリームは、昨年5月、傍観者からついに店舗を構えるに至り、実現した。ラッキンコーヒーが加盟店（社内では「共同経営」と呼ぶ）の募集を開始した当初、黄さんの住む安徽省の三級都市は、出店候補地のリストには入っていなかった。しかし、粉飾決算の発表前後に同社は数百店舗を閉鎖したため、幸運なことに、最初のリストには入っていなかったおかげで黄さんは店を開くことができ、「すべては最高の段取りだった！」

戻る



luckin coffee 瑞幸
咖啡

Beijing Luckin Coffee Co.

入手



評価件数不十分





と感激した。

1000以上のフランチャイズ店の正式参加は、ラッキンコーヒーにとって小都市や農村などの下位市場における特別な拡大計画であり、これも2020年第1～第3四半期に900店舗以上を閉鎖した同社が、フランチャイズ加盟で業績を「加速」させたことの結果である。

昔ながらの倒産や閉店ではなく、同社は運営データに基づいて不採算店を切り捨てている。話題になった「1杯飲めば1杯減る」もなく、多くの「小さな青いカップ」の忠実なファンは、以前に比べておいしくなっているだけでなく、選択肢も増えているという。「フランチャイズ加盟料ゼロ」という魅力のもとで、ラッキンコーヒーは出店都市を選別しており、省都や人気の二級都市は出店申請の選定範囲に含まれていない。「大都市を維持し、省都や人気都市はフランチャイズを行わず、小都市のフランチャイズ加盟店に市場を開拓させ、浸透させ、加盟店にはキックバック方式でインセンティブを与える」。あるアナリストは、ラッキンコーヒーはもはや「拡大分裂スタイル」ではなく、「直営店+加盟店」の

2本立てで、経営を洗練させ、個々の店舗の収益がプラスになるような方向に直進していると指摘する。

首脳陣の交代と整理、組織改革を経て、新経営陣は同社の正式な上場停止前の2020年6月末に、早くも「出店減速」「ユーザー囲い込み」「店舗削減」「赤字停止」「新規出店」「利益化」という店舗調整戦略のパッケージを策定した。2017年の創業以来、急速な出店と巨額のクーポンで知られる同社は、いつになったらこの「金食い虫」が黒字になるのかと思われていた。実際、不祥事が発覚する前の

2020年前半の段階で、同社は一部の店舗が営業利益を上げていることを対外的に明らかにしていたことが、市場関係者によって証明されている。社内でも、長期的かつ体系的な再建が開始された。統計によると、2020年下半期、強力な調整期に入ったラッキンコーヒーは、900以上の直営店を閉鎖する一方、300以上の新店舗をオープンさせた。開店と閉店の狭間で、同社は急速に「スローダウン」した。次々に発表された信頼できる決算資料の中には、年間20億元（約400億円）以上の赤字を抱えた新興のコーヒー小売ブランドが、いかに一步一步数字を正常化させ、黒字化を達成したか、そのストーリーが記録されていた。このコーヒーのスター企業は、急速に身を翻しUターンしたのである。



「生ココナッツ」が救う

ラッキンコーヒーは、日常の消費財路線でコーヒーをドリンクとして販売している。そのため、スローダウンした同社は、新しい舵取り役の指揮のもと、まず製品に切り込んだ。

2021年4月のある日、ラッキンコーヒーのファンである羅さんがアプリを

SPECIAL CONTRIBUTION



開くと、新商品のポップが目飛び込んできた。多くの人が飲んだ後に再購入しようとする、どんどん購入が難しくなっていた。「完売」表示が「購入」ボタンに続くようになったこの新商品は、同社史上最大の超人気商品「生ココナッツラテ」だ。売れ行き、価格、味、再購入のレビューから見ても、新しい飲料、コーヒーのパーティカル市

場における超ヒット商品であることを示していた。

呉さんが2年連続でラッキンコーヒーに提携を持ちかけた理由もここにあり、原料サプライヤーや古株のコーヒー愛好者という立場から見ても、呉さんは「生ココナッツラテ」はヒットするはずだと考えた。「融合という特別なプロセスで抽出されたココナッツミ

ルクは、組み合わせることもできる」。呉さんは取材に答えて、生ココナッツミルクについて、「人気のドリンクには万能にマッチする」、「ココナッツミルクは牛乳のように非常に落ち着いた味なので、コーヒーと合わせると簡単に消費者の共感を得られる」と説明している。

実際、同社では経営戦略の変更後、生ココナッツラテを発売する前にもいくつかの人気商品を考案し、調整したモデルが機能し始めていることを証明していた。しかし、サプライヤーが「生ココナッツ感」を持ち込んだことで、同社はその運命を変える重要なターニングポイントに達した。出店ペースが明らかに落ち、ラッキンコーヒーは商品そのものに立ち返り、ネットで話題の「匠」となった。

「新経営陣が入ってから、ラッキンコーヒーの損益を逆転させる効果が表れ始めた」。ある業界アナリストは、不正会計問題で世論に火がついた後、資本市場の揺れは避けられなかったが、同社の「即断すべき」という決意の一端が感じられたという。電撃戦に優れた同社にとって、最短でブランドの立て直しを行い、新しいイメージを作ることは当面の急務であった。同社は、顧客にも市場にも目に見えてわかりやすい「手術」を行い、生まれ変わったことを表明しようとした。そのため、米国での負債を処理すると同時に、既存の店舗ネットワークの上に、新しいコーヒー小売専門の運営業者としてのポジショニングを強化することで、「不正」のパブリックイメージを極力払拭しようとした。顧客と商品に立ち返った同社は、品揃えの幅と奥行きで顕著な成果を上げ、サプライチェーン

SPECIAL CONTRIBUTION

の強みを固め、商品末端の核心の競争力を磨き続けている。

またラッキンコーヒーは、店舗拡大の費用を支出せずにすむため、キャッシュフロー費用を大幅に節約でき、商品開発に十分な資金を提供し、顧客を引き止め再購入してもらうよう基礎を固めた。さらに、スターバックスコーヒーに店舗数で追いつき、MANNER COFFEE、Seesaw Coffee、M Standなどの新興ライバルに対して店舗や配送効率で優勢を保ち、商品本体のコストパフォーマンスの上に人気商品のSKU（Stock keeping Unit、種類別の在庫）や顧客忠誠度を強化した結果、同社の単店舗当たりの売上は急増した。

ラッキンコーヒーは逆転に成功したのか、ナスダックに復帰できるのか、といった議論が盛んに行われている。

「ラッキンコーヒーには、かつて大きく依存したプロモーション戦略を回収する強さがあり、81%割引のような身を切る割引はほとんどないことがわかる」。同社の忠実なファンである羅さんは、商品の種類、価格、包装などの大きなイノベーションの後でも20～30人民元（約340～510円）以内にドリンク単品の価格を制御することができており、「青色の同社のアプリを持つ数千万人が受け入れられるレベルを知っている」と述べた。最も多くの店舗を持つカフェチェーンの王様、飲みやすく、また飲み応えのある美味しいコーヒー、巨大な運命の落とし穴を掘ったが全力で抜け出した活力に溢れたブランド……それは一杯のコーヒーが顧客一人一人に手渡される時のラッキンコーヒーの新しいイメージ

である。これは、かつて、損失は大したことはない、店舗数が一定水準に達すればいつか損失期を乗り越えてコーヒー消費市場のブルーオーシャンを占有できると信じて出店・拡大に執着していたラッキンコーヒーとは、同一視できなくなっている。

「本当にコーヒーを美味しく淹れられるなら、上場するかしないかは関係ない」

2020年4月当時、業界内では「消費力は種子のように成長するのに時間が必要だが、ラッキンコーヒーは走るのが早すぎて待ってられない」という指摘があった。同社がストーリーを歪曲すれば、コーヒーを消費財として販売することはできない。コーヒーは一つの文化的象徴であって、「カフェ」という場を捨てれば、そのストーリーは正しく伝わらなくなる。「以前に欠けていた教訓を、ラッキンコーヒーは2年かけて取り戻した」。あるアナリストは、同社の経営の存続能力の高さは事実が証明しており、ストーリーはただ語り継ぐだけでなく、違う形で語り



継がなければならないものだとする。

2020年から2021年にかけての2年を教訓として、同社は寸秒を惜しんで立ち直り、生き返った。また各店舗にとっては「革命」の全過程であった。同社が上場した日、当時の錢治垂CEOは「当社の顧客の96%はリピーターだ」と言った。この数字は真実かもしれないが、莫大な金額を費やして70%割引券でまた来店させられるだろうが、価格が元に戻ったら、どうして2度目、3度目とお客さんが来てくれるだろうか。

今、まるで手品のようなドラマを人々に見せているラッキンコーヒーは、わずか2年で業務再編により破産手続きを免れたが、さらに称賛すべきなのは、顧客が喜んで戻ってくるようにしたことだ。





海外航空券 各国ビザの申請 業務渡航・団体旅行全般 お任せください！



Wechat:nono.jp Wechat:ZHS20180501

お申し込み・お問い合わせ

TEL 03-5812-8381 (10:00-18:00)

MAIL nono@ebuy.co.jp

株式会社正宏商事 観光庁長官登録旅行業第1871号
〒110-0005東京都台東区上野6-1-6-103室



軽井沢大賀ホール

KARUIZAWA OHGA HALL

2023年
8月26日(土)
14:30 開場
15:00 開演

世界名曲の競演

+ソプラノ+ ティツィアーナ・ドゥカーティ イタリア
+メゾソプラノ+ 森 麻季 日本
+バス+ 崔宗順(兄) アメリカ
+バリトン+ 崔宗宝(弟) 中国



世界珍しい
兄弟オペラ歌手

チケット料金 (税込価格)

全席：4000円
A席：5000円
B席：4000円 (12歳未満)
W席：3000円 (12歳未満)
当日券500円増

チケットのお求め

チケットの申込軽井沢大賀ホール
〒182-0001 軽井沢市上野原1-1-1552
チケットぴあ: <http://pia.jp/>
ウェブチケット: www.karui.com/ (※会員登録が必要)
イープラス: <http://eplus.jp/>
※チケットの予約は、必ず会員登録が必要です

主催 東京芸術事務所

共催 宝利来(会)/山口電機(株)/協力青島ビール

後援 軽井沢町/軽井沢教育委員会/(公財)八十二銀行文化財団/(株)レイクニュータウン

ロイヤルリゾート/(株)イナータス/ホテル軽井沢1130/FM軽井沢

tea salon軽井沢の茶会/軽井沢別荘芸術委員会/軽井沢日中友好協会

お問い合わせ：TEL 090-3540-1793



Japan Travel Management Holdings

JTMホールディングス株式会社

会社概要

JTMホールディングス株式会社は、20年以上の歴史を持つ総合グループ企業です。事業範囲は、不動産事業、ホテル事業、観光事業、生産事業、旅客自動車運送事業、物産販売事業、通信販売事業、チェーンレストラン経営、ドラッグストアのチェーン化、フードデリバリープラットフォームなどが含まれます。

さらなる飛躍を求め、新たな可能性にチャレンジし、初心を忘れず、また利用したい!そんなお客様の声を目指して日々努力し、チャレンジしていききたいと思います。



Japan Travel Management Holdings

株式会社不動産

頭金0でもマイホームは買えます

賃貸/売買/投資移民/物件管理



香港料理・焼味・飲茶



アジア物産店

加盟募集中



会社ホームページ

JTMホールディングス株式会社

東京オフィス：
東京都新宿区四谷4-28-4 YKBエンサインビル 2階
TEL : 03-6273-1818 FAX : 03-6380-1156

本社営業所：
大阪府泉南郡田尻町りんくろポート北5-6
TEL : 072-479-3800 (代) FAX : 072-479-3801

東京営業所：
東京都新宿区高田馬場3-5-5 ACN高田馬場ビル2階
TEL : 03-5358-9767 FAX : 03-5358-9790



加盟wechat問い合わせ
Tel:080-4462-6768

2

最前線のNFT（非代替性トークン）

文／特約記者 劉開華



もはや投機的な産業ではなく、 より多くのビジネス価値を生み出すサーキットだ

芸術作品の価格が何千倍にもなるのには、どれだけの時間がかかるだろうか。

かつては数十年、数百年かかっていたが、NFTの世界ではわずか1分しかかからない。

どのように芸術作品を世界で唯一無二のものにするのだろうか。それは人前で「破壊」することによってだ。2021年3月8日、著名なストリートアーティストであるバンクシーは、ライブスタジオと群衆の前で作品「Mornos」を燃やしたが、その前に作品の電子版をブロックチェーン技術で加工して固有の識別子を与え、代替不可能なコード(NFT)を持たせた。それは所有権に相当する。

このNFT作品は、最終的に約247万人民元(約4200万円)という破格の値段で落札された。

それから3日も経たないうちに、デジタルアーティストのビープル(本名マイケル・ウインクルマン)のNFT作品『エブリデイズ:最初の5000日』が、353件の入札を経て、6900万ドル(約9億3150万円)で落札された。

この後、NFTは2021年のマーケティング業界で最もホットなデジタルアートの代名詞となった。

NBAのスター選手ステフィン・カリーは、



平凡なピクセルアバターに100万ドル(約1億3500万円)以上費やした。

ネットで大人気の動画「Nyan Cat(ニャンキャット)」のNFT版が50万ドル(約6750万円)以上で落札された。林俊傑、余文樂、呉建豪、ハイヤー・ブラザーズがソーシャルメディアで購入したデジタル資産を披露した。ツイッター創業者のジャック・ドーシーがオークションに出品した、2006年の初投稿ツイート「Just setting up my twitter」は、わずか5語だが290万ドル(約3億9150万円)で落札され、「一字万金」と言われた。

オークションサイトの説明によると、ツイート一つを購入すると、そのツイートの「デジタル証明書」を手に入れたことになり、投稿した人のサインが入り、独自の価値を持つという。作家のサイン会に参加すると、買った本に作家がサインしてくれ、その本が自分だけの宝物になるようなものだ。NFTがあれば、あらゆるものが芸術品や商品になり、コードの「バグ」さえもNFTにして高値で売ることができるといふ。

ブランドやマーケティングが前面に押し出されている最先端のNFTとは、一体何なのだろうか。

NFT - 神秘

NFT (Non-Fungible Token 非代替性トークン) は、2017年にブロックチェーンゲーム「クリプトキャット」で初めて誕生し、基本的にはイーサリアムのスマートコントラクト(ブロックチェーン上で実行できるコード、またはコンピュータの論理演算)に基づいたものだ。

ブロックチェーンを通じて、ユーザ



ーの特定資産の所有権がトークン化され、NFTによりその特定資産に対して認識し、取引可能な実体となる。ブロックチェーンの技術とプロトコルにより、NFTは唯一無二のトークン価値を持ち、独自のコードにより、芸術作品と組み合わせるときに「芸術性」と「取引価値」を与えることができる。

NFTといえば、地球とそこに住む生き物のように互いに関連するメタバースを考えなければならない。

もし、メタバースをデジタル世界と見なせば、この世界で所有されているものはすべて自分の資産と定義される。車、マンション、土地、衣服、この世界まで、すべてがデジタル世界での成果となり、その一つ一つの成果が一つ一つのNFTである。

対応するブロックチェーンの暗号化技術と分散型ストレージ技術を通じて、これらの仮想アイテムの所有権と独自

性が決定され、NFTにはトレーサビリティ、永久的な権利、新しい交流の方法がついてくる。「チェーン上」にある限り、それは一定の価値を保つ。仮想物品の所有者として、それは自分の資産にすることができ、同時に売買することもできる。

人々は現在、仮想世界で1日に少なくとも数時間過ごすのが一般的であり、その時間はますます長くなっている。多くのブランドがメタバースでのマーケティングの可能性を見出し、メタバースに参入してNFTのサーキットに加入し、新たな仕掛けをすることを選んでいる。

"NFT+ブラインドボックス"

何が出てくるかわからない箱——ブラインドボックスの持つ不確実性、サプライズ感、コレクターズバリューは独特の魅力を持っているが、この「魔法」はNFT市場でも体験できる。昨年9月、世界的なブロックチェーン資産取引プラットフォームであるGate.ioのNFTマジックボックス・プラットフォーム(グローバルなブロックチェーン資産の取引プラットフォーム)において、アーティストKAWSの作品を集め



Tweet



jack ✓
@jack

just setting up my twttr

3:50 PM · 3/21/06 · Twitter Web Client

SPECIAL CONTRIBUTION

た「Tribute to KAWS」シリーズのブラインドボックスが正式に発売され、短期間に業界内で多くの注目と議論を呼んだ。

そのブラインドボックスは、Nクラス、Rクラス、SRクラス、SSRクラスの4つのグレードに分けられ、2期に分けて販売された。第1期は9月15日から9月22日までで、毎日14時にブラインドボックスが販売され、75ボックスがアンロックされ、合計600ボックス、第2期は9月23日から9月26日までで、合計369ボックスが販売された。

これらの合計969のブラインドボックスは、一律50テザー（TEDAコイン、仮想通貨の一つ。1テザーは1米ドルに相当）で販売され、残りの31のブラインドボックスは公開入札で販売された。

データによると、ブラインドボックスがオンラインで公開された後の流通市場での最高値は、短時間で1888テザーとなり、3776%のプレミアムがついた。また、Gate.io NFT マジックボックスでは人気ナンバーワンのブラインドボックスとなった。

今日に至るまで、「Tribute to KAWS」のブラインドボックスは入手困難な状態が続いている。

その理由は、希少性と楽しさが結合し、NFT市場に新しい血液を注入する「NFT+ブラインドボックス」ゲームの出現にある。なぜ消費者は実物のブラインドボックスではなく、バーチャル世界のブラインドボックスを選ぶのだろうと考えさせられる。

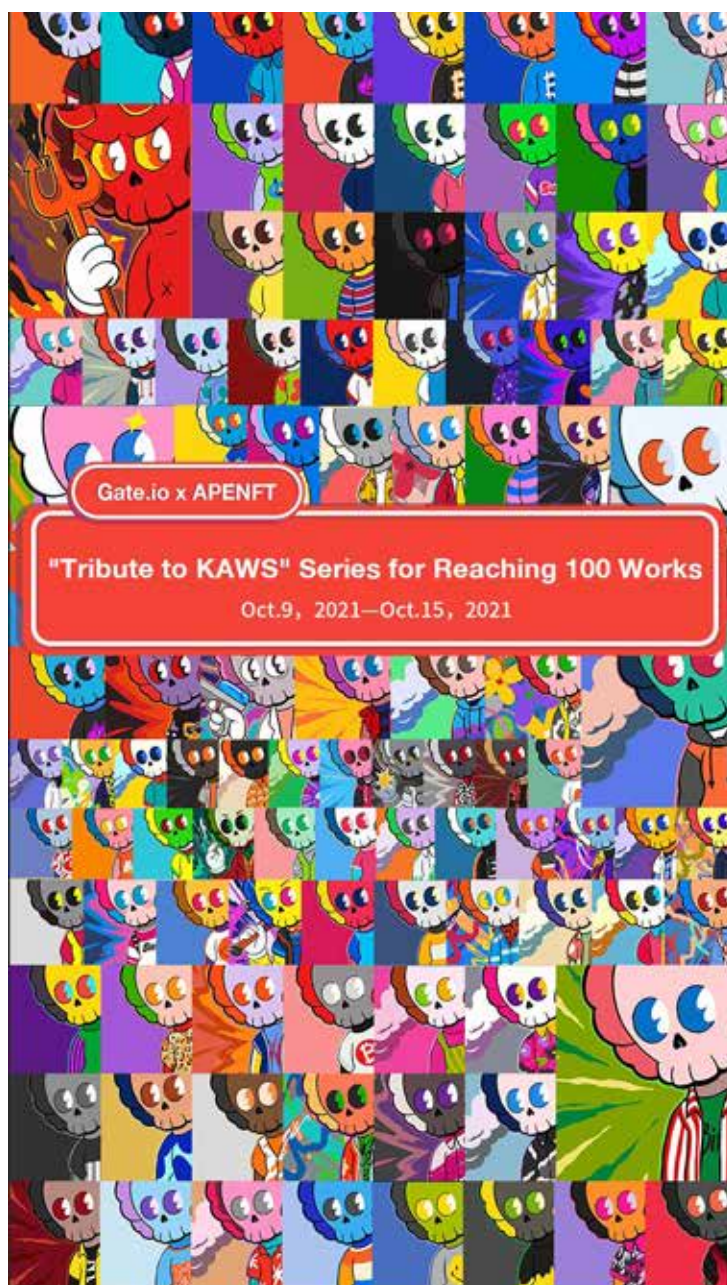
NFTシリーズのブラインドボックスは、現実世界のブラインドボックスとは異なり、製造してからブラインドボックスに入れて販売するのではなく、ブロッ

クチェーンコードによってまず生産量が制限され、生産後に販売が開始されるため、不正行為もほぼ回避できる。

また、リンクしているブラインドボックスには固有のIDコードが付与されており、このコードの付いたブラインドボックスの管理権を持つことは、そのブラインドボックスの所有権を持つことになる。現実世界の実体とリンクさせたり、ブラインドボックスを保管するための空間を用意する必要はなく、この

デジタル資産を保管するための自分の秘密のキーを保持するだけでよいのである。

「NFT+ブラインドボックス」ゲームの成功は、ブロックチェーンとエンターテインメント、新しい消費者市場とのリンクの正確性を再度肯定したものだ。この2つの組み合わせは、NFT業界にさらに多くの新しい活力と大きな可能性をもたらし、1+1が2以上になることを実現するだろう。



NFT - 活発化

NFTは一般の人々の生活にも浸透している。

以前は、作品や写真、映像が最終的に認知されるまでには、非常に多くの人や時間による試練を経る必要があり、また多くの展示会場はハードルが非常に高い。

また、作品は一度しか売ることができず、買われてからの2回目、3回目、そして何回取引されたとしてもクリエイターには無関係で、せいぜい名声を高めるだけである。

しかし、NFTの市場で販売される作品は、クリエイターのニーズに合わせて作品の数量をカスタマイズできるため、複数回利益を得ることができる。同時にそれぞれのクリエイターの作品は数億もの流量で露出され、たとえ一部の人が感動しただけだとしても、相当な展示量となる。

もし、言葉、音楽、映像、写真、絵画などのクリエイターであれば、NFTのプラットフォームを通じて取引



を作り出せる。

取引を作るとは、自分の作品をコードに変換し、ブロックチェーンで暗号化することで、そうすれば作品は唯一無二のものになる。自分の作品を売り出そうとすれば、やはり作品自体に芸術的価値があるか、自身のファングループがいるかどうかを判断する必要がある。

現在、中国には多くのNFTプラットフォームが存在する。PCベースのNFT Chinaでは、多くの「草の根」画家が作品をアップロードし、数十

から数万元の価格で販売している。販売価格は販売者が随意に変更できるので、大きく変動する。

また、「小紅書」(RED、中国版インスタグラム)では、R-spaというデジタルトレンド空間を開設しており、指輪、クラゲの絵、ファッションなど、39人民元から599人民元(約663円~1万円)までの幅広い商品が販売されている。

「小紅書」でNFT関連の投稿を探したところ、公式チャンネルのほか、個人のNFTの書き手が多く、自身で撮影した写真、描いたイラスト、感動的な文までが販売されていた。初回購入後、プラットフォームは購入者の実名認証を行う。デジタルコレクションの表示ページを開くと販売者のリンクの下に所有者のアカウントとデータ(個人情報を除く)が表示される。

また、タオバオ、京東、テンセントなど中国内の有名企業がNFTのサーキットに加入し、ユニークな商品を提供している。消費者にとっては、より多くの作品を楽しめるだけでなく、従来の芸術作品を購入するよりも低





コストで、自分だけのコレクションを購入することができる。調査によると、多くの消費者がNFTを試してみようという心理から次第にNFTに次第にはまっていき、ついにはNFTのコレクターになっていることがわかった。

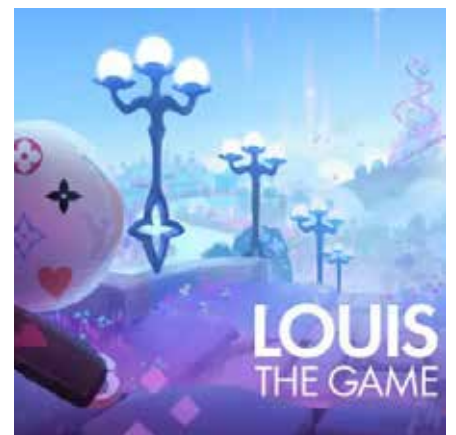
あるコレクターは、「NFTプラットフォームでデジタルコレクションを購入すると、一定のデジタル資産が得られるだけでなく、鑑賞もできる。NFTの製品を購入する際には、価格ではなく、自分の美意識に合うかどうか重要であり、美しいと感じたものはたいてい購入する」と言う。

しかし、それには自分の資金が耐えられるかどうかで、もし自分に購入するだけの余分な資金がなければ、やはり分相応にしておくと言う。結局、NFTコレクションの取引のサイクルは長いので、

これだけに頼って生活するのは非現実的である。

NFTはすでに新しい社会規範となっている。一般人やアーティストだけでなく、ブランド各社もその波を必死で追いかけて、デジタルアーティストやプラットフォームと提携して自社のNFTを作り、デジタルグッズから利益を得ようとしている。ファッションからメガネまで、時計から蒸留酒に至るまで……。

アディダスとプラダは、共同でプラダのリサイクル・ナイロン・シリーズを構築したが、そのNFTシリーズはアディダス・フォー・プラダ・リソース・プロジェクトと呼ばれ、世界中の一般ユーザーが自身の写真を提供し、より大きなNFT作品に生まれ変わらせるチャンスを得て、最終的に9万7559.1米ドル（約1317万円）を売り上げた。



また、グッチとヒップホップブランドのスーパープラスチックは、3つに分かれたNFTシリーズ「SuperGucci」を構築し、それぞれのNFTにはグッチの陶芸家が制作した自身の陶器の彫像がある。

ルイ・ヴィトンもゲーム形式を採用している。このゲームには30のNFTがあり、プレイヤーはNFTを集めることができるが、転売はできない。このゲームはすべてのモバイルデバイスでGoogle Play StoreまたはApple App Storeによりアクセスできる。

このほかブルガリ、ジバンシー、レイバン、ネスプレッソ、レッドスター・マッカリンから、シャオミなどのネット企業に至るまで次々にNFTに参入した。ブランド各社がNFTに参入した理由はシンプルだ。NFTという形式でクリエイティブなプレゼントを贈り、消費者に新しい何かを感じてもらい、また「新しさ」に浸ってもらうことで、より多くの消費を促したいからである。

つまり、トラフィック量はNFTに商業的価値とマーケティング上の意義を与えるものであり、ブランド各社がNFTに出資する最も重要な理由は、デジタルワールドが未来のトレンドを象徴しており、NFTのトラフィックによって十分利益を上げられるからである。

NFT - 未来

NFTの用途は多岐にわたり、前述のデジタルアート作品、コレクターズアイテム、ファッション・エンターテイメント、ゲーム内アイテムに加え、スポーツ競技、本人確認、保険、電子チケットなどがある。

しかし、最も代表的なものは、デジタルアートとゲームだ。それぞれのア



ート作品は、NFTの形式で提示することで、アーティストは作品の著作権を確保でき、買い手は購入品の真偽を確認でき、さらに仲介業者が介在する必要がなくなり、結果的に収益が増えることになる。

ゲームでは、大手パブリックチェーンの台頭により、ブロックチェーンゲームやメタ・ユニバース構想が爆発的に広がっている。ブロックチェーン技術に基づくNFTは、ゲーム内のプレイヤーのステータスや実績を記録でき、武器、装備、キャラクターなどのゲーム内アイテムがみなNFTとなり、ゲームアイテムの所有権の確認や真正性を確保することができる。

主流ブランドが次々にNFT市場に参入する一方で、悪い企みを持つ者

がNFTブームに乗じて闇で儲けている可能性もある。NFTはバーチャルであるため、詐欺のリスクが高く、多くのNFT購入者が詐欺を経験しており、消費者はNFTに触れる際には慎重にならなければならない。

消費者は、NFTを購入する前によく調べて、NFTの効用と暗号通貨の一般的な知識を理解し、販売者（個人またはブランド）が詐欺師でないことを確認し、同時にNFTの販売者がその資産の所有権を有していることを明らかにする必要がある。

現在、NFTはもはや投機的な産業ではなく、より多くのビジネスバリューを生み出すサーキットとなっている。

あなたは、この新しいサーキットに乗り入れますか？

和泉社

Waizumisha

別墅地产开发 买卖租赁

大阪 轻井泽

千金易得，良“居”难求
漫山遍野的星光 午夜的虫鸣 院里的蒲扇





株式会社 華森社

投資 · 置業 · 移民

收益:回報率高于市場平均水平,且具有巨大升值空間

精準:準確定位客戶需求,定制專屬收益套餐

資源:大阪最大規模房產中介,持有專任物件及私密物件No.1



TEL:06-6567-8099(代表)FAX:06-6567-8199
〒542-0073 大阪府大阪市中央区日本橋1丁目3-6



3

インテルを崩壊させる2人の華人

文／特約記者 馬勝



インテルの近況といえば、研究開発の進捗が遅れ、創業者の唱えた「ムーアの法則」についていけず、株価も堅調とは言えなくなっている。

「IBMの若いエンジニアだったころ、問題に向かっていけとアドバイスされたことがある。そのために、一番大事なことをやれ、と。私はそれをずっと覚えている」。

この言葉は、中国人女性でAMD（アドバンスト・マイクロ・デバイセズ）社の総裁兼CEOのリサ・スー（蘇姿豊）の言葉である。彼女が2014年にAMDのCEOに就任して以来、在任中にAMDの株価は2ドル前後

から現在の97ドルまで上昇し、5年の間に約5000%近く上昇した。

彼女は、確かに当時AMDが抱えていた多くの問題を解決した。今日、AMDはパソコン用のCPU（中央演算処理装置）市場を完全にひっくり返し、プロセスも性能もインテルを逆転し、データセンター（サーバー）用プロセッサなどの市場でインテルのシェアに大きく食い込んでいる。

2019年、リサ・スーは史上初めてAP通信社のCEO年間給与ランキング入りした女性である。インテルを悩ませているもう1つの企業は、かつての「忠実な弟」、エヌビディア社だ。

エヌビディアは、イギリスのマイクロプロセッサのデザイン会社ARM社をソフトバンクから400億ドルで買収したばかりで、これはマイクロプロセッサ史上最大の買収額である。

この買収が完了すれば、エヌビディアはCPU市場でインテルと直接競合できるようになり、同時にインテルの重要な収益源であるデータセンター市場も脅かすことになる。

エヌビディアの創業者であるジェンスン・フアン（黄仁勳）も中国人である。





コンピュータ・ハードウェアフリークの間では、彼とリサ・スーは「老黄」(黄さん)、「蘇媽」(蘇母さん)と呼ばれている。

一方、インテルは最近、研究開発の進捗が遅れ、創業者の唱えた「ムーアの法則」についていけず、株価も好調とは言えなくなっている。

この2人の中国人がハイテクの王者インテルを葬り去ることになるのだろうか。

シリコンバレー最年少の億万長者

1965年、インテルの未来を創った一人、当時36歳のゴードン・ムーアは、「18~24カ月ごとに集積回路チップの回路数が2倍になる」という驚くべきパターンを発見した。この現象は、ストレージチップだけでなく、マイクロプロセッサにも同時に存在する。

この法則が長く続けば、2年ごとにコンピュータのメモリ容量と演算能力

が2倍になることになる。これが有名なムーアの法則で、その先50年ほどのコンピュータの性能の発展を正確に予測し、コンピュータ業界の第一法則となった。

この年、2歳のジェンソン・フアンは台北で家族と暮らしており、インテルはまだ誕生しておらず、リサ・スーが生まれるのは4年後だった。愛し合いつつ傷つけ合う歴史の始まりだ。

1968年、ゴードン・ムーアとロバート・ノイス、アンディ・グローブがフェア

チャイルドセミコンダクター社を離れ、インテル社を設立した。

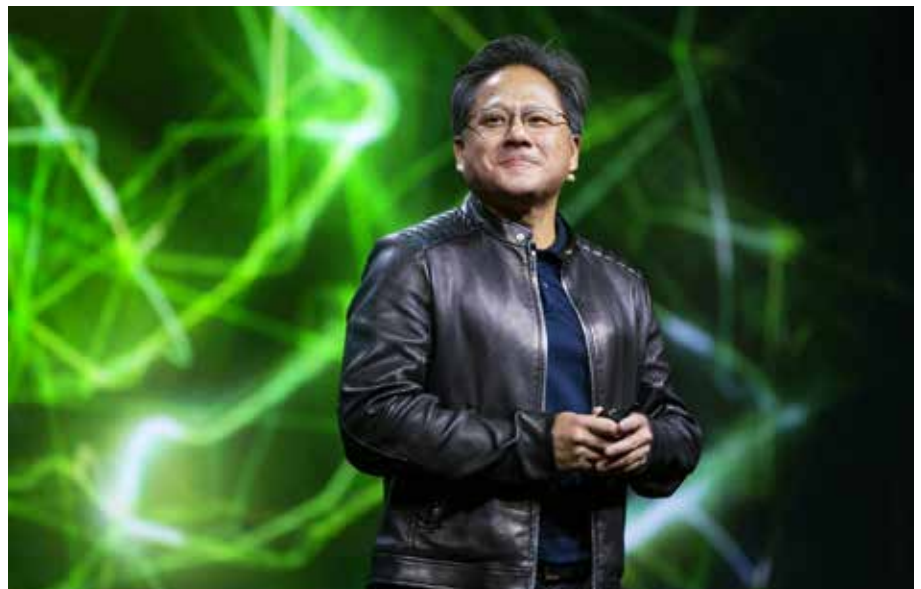
あるメディアは、インテルは地球上で最も成功し、競争力のある企業の一つであり、精密機械のように決してミスせず、ムーアの法則が予測した軌道をほぼ完璧にたどり、一艘の空母のように波頭を切り裂いてきたと評価した。

一方、AMDは多くの戦いに敗れ続けたチャレンジャーの役を演じてきた。

数十年にわたり、AMDは時にはインテルのライセンスに依存し、時には模倣品に頼って、マイクロチップ業界において終始「2番目のサプライヤー」の役割を果たしてきた。

1980年代から1990年代にかけて、インテルがAMDへの技術供与を撤回したため、AMDは独自の研究開発に乗り出し、すべての競争相手を退けた結果、CPU市場でインテルの唯一の敵となった。

20世紀後半、半導体産業の急成長は、アメリカ経済の最も重要なエンジンとなった。ジェンソン・ファンとリサ・



スーも家族とともに、台湾から米国に渡った。ジェンスン・ファンはオレゴン州立大学で電気工学の学位を取得し、その後スタンフォード大学で修士号を取得した後、短期間AMDに勤務した。

1985年、LSI ロジックに入社したジェンスン・ファンは、8年の歳月をかけて平社員から取締役役に昇進したが、その間技術や営業などさまざまな部門を担当してマルチプレイヤーとなった。

自身の30歳の誕生日を前に、ジェンスン・ファンはディスプレイチップを主力事業とするエヌビディアを共同創業する。エヌビディアの推進力で、ディスプレイチップはあってもなくてもよい製品から、コンピュータの2つのコアプロセッサへと急成長した。

この年、リサ・スーはまだマサチューセッツ工科大学に在学中だった。この名門校で8年間学び、リサ・スーは電気工学の学士号、修士号、博士号を取得した。

テキサス・インスツルメンツ、IBM、フリースケールに勤務した彼女への外部の評価は、ネゴシエーション



に優れ、強力なリーダーシップと豊富な人間関係を持つ多才な人物というものだ。

1995年以前、当時のパソコンにはゲーム機能がほとんどなかったため、ディスプレイチップは主にゲーム機で使われていた。マイクロソフトがWindows95を発売すると、コンピュータグラフィックスの時代が到来し、チップ業界ではグラフィックカードが「センターポジション」を占めるようになった。ジェンスン・ファンは鋭い嗅覚でマイクロソフトのD3D APIをフルサポートすることを決断した。

同時に、彼はグラフィックチップの分野で、「ムーアの法則」と並び称される「ディスプレイチップの性能は6

か月ごとに倍増する」という「ファンの法則」を打ち出した。

かつては信号出力を担うだけの部品だったグラフィックカードは、コンピュータの性能の進化とともに、その重要性が増した。1999年、エヌビディアはGPU（グラフィックプロセッサ）の概念を導入し、新しいビデオチップ「GeForce256」を発表した。

このチップは、世界初のコンシューマーレベルの3DグラフィックスGPUとされている。

ジェンスン・ファンの一連の決断は、エヌビディアをグラフィックス市場で際立たせ、彼自身もシリコンバレーの歴史上最も若い億万長者の一人となった。

2006年、AMDがCPU市場ですでにインテルと真っ向勝負できるようになっていたころ、同社は54億ドルという巨費を投じて、グラフィックカードの両雄の一つでエヌビディアの最大のライバルであるATIを買収するという驚くべき決断をし、これにより、AMDはCPUとグラフィックカードの両方を開発・生産できる世界で唯一のメーカーとなった。

AMDの救世主

長い目で見れば、AMDのその買収は遠大かつ長期的な価値がある。現在のAMDは、依然としてCPUと単体グラフィックカードの両方を開発できる世界で唯一の企業である。

CPUの性能の成長が鈍化している現在、グラフィックカードは演算能力という点でまだ想像の余地があり、浮動小数点演算や人工知能に適したユニークな強みがある。

しかし、買収当時、AMDはCPU市場では2位、グラフィックカード市場で





はATIが2位だった。この買収が完了したことは、AMDが二面作戦を進めることを意味する。二番手が二番手を買収し、二つのトップ企業と直接競争することは、非常にリスクの高いビジネス操作であった。

厳しい資金繰りはAMDの研究開発力に直接影響し、CPU市場でAMDの性能は徐々にインテルの後塵を拝するようになった。2008年、AMDは会社を維持するために、自社のウェーハ工場を売却し、純粋なチップ設計企業となった。

グラフィックカード市場でも、AMDはエヌビディアとの競争に負けた。競争力のある製品を提供できないため、AMDは「価格性能比」の代名詞となってしまった。

2014年、AMDの経営は不安定となり、時価総額は最高時の750億ドルから30億ドル以下まで落ち込み、4回続いたCEOの交代も劣勢を挽回できなかった。

シャオミの雷軍はかつて、「売上が落ちてから逆転できたスマホブランドは、シャオミ以外にはない」と語っている。この傾向はテクノロジー分野全体にも当てはまり、AMDは数年間低

迷した後、歴史の中に消えていくと誰もが思っていた。

幸いにもAMDは救世主を見つけた。

2012年、AMDはフリースケール社からリサ・スーを引き抜いた。リサ・スーはAMDで最高執行責任者、上級副社長、グローバルビジネス担当ゼネラルマネージャーなどを歴任し、2014年6月の組織改編でAMD史上初の女性CEOとなった。

AMDは四面楚歌の状況にあると見られていたが、リサ・スーは違う見方をしていた。AMDの業績は良くないが、高性能コンピューティング技術

とコアな知的財産を持ち、次世代のCPUやGPUを定義できるツールを持っている。これこそ、エンジニア出身のリサ・スーが夢見た大舞台だった。

AMDは赤字体質を改善するため、ソニーやマイクロソフトのゲーム機向けにセミカスタムチップを提供し始めたが、これはインテルやエヌビディアが嫌がる利幅の小さいビジネスだった。

CPUと単体グラフィックスの両事業を持つAMDは、こうしたセミカスタムチップに適しており、この取り組みによってAMDはすぐに安定したキャッシュフローを得られるようになった。

同時に、リサ・スーはAMDの最も致命的な問題の解決に注目した。彼女は、「問題はチャンスである」ということを知っていた。彼女はAMDのため、優れた製品の構築、顧客やパートナーとの関係の深化、業務の効率化という3つの主要な戦略を掲げた。

リサ・スーは、AMDがデータセンター、パーソナルコンピュータ、ゲームなど、市場規模が大きく重要な、全体の市場規模が750億ドルに達すると予想される市場に資源を投入しようと



SPECIAL CONTRIBUTION

した。

こうした重要な市場を獲得するための措置は、新製品のタイムリーな投入と高性能チップの開発に集中するという2つだった。AMDは、1年ごとに新世代のGPU、1年半ごとに新世代のCPUという、新しい製品サイクルを実施し始めた。

リサ・スーは、CPUアーキテクチャの設計に携わり主導してきたジム・ケラーと、AMDに12年在籍し、長くグラフィックチップの設計を主導してきた王啓尚という、AMDの2人のベテラン功労者を呼び戻し、彼らにAMDの次世代CPUやグラフィックカードのアーキテクチャの開発を担わせた。

また、AMDは専門のビジネス開発委員会とエンジニアリング・デザイン・リーダー・チームを設置し、AMDのロードマップを定期的に見直し、すべてのインプットが正しい方向であることを確認し、適切なタイミングで最高の製品を顧客に提供できるようにした。

2017年2月21日、サンフランシスコで開催されたAMD Ryzen Tech Day大会で、リサ・スーは新しいRyzenプロセッサを発表し、笑顔を見せた。この新アーキテクチャによって、AMDの製品は再び競争力を持ち、インテル

の製品よりも高いコストパフォーマンスを実現した。

AMDは赤字から徐々に脱却し、半年後、黒字化した決算報告を発表した。

四面楚歌のインテル

リサ・スーの歩みは止まらなかった。パソコン用の新CPUをリリースしたAMDは、その新しいアーキテクチャと技術を、リサ・スーが挙げたデータセンター、そしてビジネス用パソコンやノートパソコン市場などの他の市場にも放射状に展開した。軌道に乗ったAMDは、驚くべき能力を爆発させた。

AMDはTSMCとの提携を選び、7nm（ナノメートル）プロセスに賭けることで、一気にインテルを追い越した。2019年はAMDの50周年であり、リサ・スーも50歳となった。AMDはこの年に世界初の7nmデスクトッププロセッサをリリースし、グラフィックカードの7nmプロセスへの移行と、大いに気を吐いた。

さらに、AMDが誇りとするところは、自社の技術をノートパソコン、デスクトップパソコン、クラウドコンピューティング、ハイパフォーマンスコンピュー



ティング（HPC）、次世代ゲーム機までカバーしたことである。これがAMDの利益と株価の大幅上昇の理由となった。

AMDの傑出した業績に比べると、インテルの弱さが際立った。研究開発がうまくいかなかったため、インテルは14nmプロセスで丸5年停滞し、2020年にはようやく10nm製品を発売しなかったが、それでも業績不振に陥った。

昨年7月、エヌビディアの時価総額は2500億ドルに達し、インテルを抜き去り、その後、3200億ドルまで一気に上昇した。

少し前にインテルが発表した第3四半期決算では、売上高が前年同期比4.5%減、前四半期比7.1%減、粗利益率が前年同期比5.7%減、純利益が前年同期比28.6%減となり、投資家に冷水を浴びせた。

インテルの時価総額は一時2000億ドルの大台を割り込み、ヘッジファンドが救済に乗り出したことでかろうじて持ち直した。

豊富なキャッシュフローにもかかわらず、インテルは崖っぷちに立たされたようだ。プロセッサ製造において、インテルはTSMCやサムスンに追いつくことができず、パソコンやデータセンターのCPUはAMDにシェアを奪われ続けている。

さらに悪いことに、アップル、マイク



SPECIAL CONTRIBUTION

ロソフト、アマゾンといったインテルの伝統的な顧客は、すでに自社でチップのソリューションを開発し、OEM製造のためにTSMCとサムスンに引き渡している。

2020年11月下旬、アップルはARMアーキテクチャを採用したM1チップを発表した。このプロセッサは、すでに多くのコンテキストでの性能が16インチMacBook Proに搭載されたi9-9980HKを上回り、消費電力の面でもインテルのプロセッサより優れている。今後、アップルはMacbookの全シリーズを自社製プロセッサに置き換えるだろうか。

現在のインテルにとってAMDとエヌビディアが最大の脅威となっている。

リサ・スーのリーダーシップの下、AMDはデータセンター・プロセッサ市場に復帰し、その新製品を「世界で最もパワフルなx86プロセッサ」、「現代のデータセンターの新しいスタンダード」と呼び、戦略的地位はかつてないほど高まっている。

しかし、この市場はインテルの現金収入源であり、また成長エンジンであり、インテルの第2四半期の収益の52%を占めている。



AMDの7nmプロセスに基づく製品は、インテルの性能を大きく引き離している。エヌビディアの時価総額がインテルを大きく引き離した最大の原因は、エヌビディアが将来有望な人工知能アプリケーションで先行しており、インテルがこうしたコンテキストへの参入が遅れているためだ。

10年前、エヌビディアのチーフサイエンティストであるデビッド・カークは、当時極めてリスクが高いと見られた一連の驚くべき決断をするよう、ジェンソン・フアンを説得していた。

1つは、グラフィックの描画しかできなかった単体グラフィックカードを、汎用コンピューティンググラフィックスプロセッサ（GPGPU）に変えること、もう1つは、エヌビディアの既存および今後のGPUのすべてに、GPUが複雑な計算問題を解決できるようエヌビディアが導入した汎用並列計算アーキテクチャ、CUDAへの対応を義務づけることだった。

これにより、GPUはもはや個々のユーザーのグラフィックカードの中に単独で存在し、自分の「小さな縄張り」の中だけで作業するのではなく、GPUを一般化し、「パーソナルコンピュータ」を並列計算ができる「スーパーコンピュータ」にすることができる。

現在、エヌビディアはCUDAをベースに様々な分野のアルゴリズムやソフトウェアを多数開発・蓄積しており、人工知能のディープラーニングフレームワークの主流は基本的にCUDAをベースにしたGPU並列アクセ



ラレーションである。

今回、ARMの買収により、エヌビディアは、インテルとAMDが重点的に競合しているデータセンター用プロセッサ市場に参入する機会を得た。

一方で、ARMは世界最大のチップIPサプライヤーであり、世界の携帯電話やタブレットのプロセッサの90%以上がArmアーキテクチャを使用しており、最終的に買収が完了すれば、エヌビディアはサーバ、PC、家電、スマートフォンなど多くの重要分野にわたるテクノロジー企業となる。

この買収の成立を望んでいないのはインテルだけでなく、アップル、サムスン、クアルコムなどのARMの大口顧客も同様だろう。

インテルにとっては創業以来の大きな危機にまた直面している。インテルが生存の危機に遭遇したことがなかったわけではない。

1970年代後半、ストレージを主力事業としていたインテルは、ストレージ事業を切り捨て、プロセッサ市場への参入を決め、マイクロソフトとともにIBMのパソコン独占を打破し、世界に冠たる巨大テクノロジー企業となったのである。

運命の岐路に立たされたインテルは、頂点に振り返り咲くのか、それとも転落していくのか。



Farmers Link

田舎にある、
空き家と耕作放棄地を利用した
新しいライフスタイル
を提供します。

お問い合わせ

〒289-1603千葉県山武郡芝山町大里18-34

TEL 0479-75-8011

WEB <https://www.farmers--link.com/>



民泊・Airbnb 運用代行 サービス

- 不動産マネジメントサービス
- 24時間・365日に対応
- 複数サイトの一元管理
- 宿泊施設の管理
- Airbnb公式パートナー
- 掃除の代行



PIPI HOSTING
Monetize Living Space

などご相談ください

株式会社PIPI



東京本社
〒105-0003
東京都港区西新橋1丁目18-6
クロスオフィス内9階



03-6722-6715(10:00-19:00)



<https://www.pipihosting.com/>

人生を楽しむための空間づくり



大成不動産ホールディングス株式会社

- 東京本社：〒107-0052 東京都港区赤坂3-2-8
- 沖縄支社：〒901-2223 沖縄県宜野湾市大山6-3-3
- TEL：03-5545-5867
- HP：http://www.taisei-group.life/

カジノができててもできなくても 関西の単身者アパートは満杯



方言、性格、食べ物——日本人にとって、関東と関西の論争は枚挙にいとまがない。

今回は、単身者向けアパートの空室率をめぐる議論である。

かつて取材のなかでは、阪神間に代表される関西の不動産は、首都圏に代表される関東の不動産に比べ、力強さや耐久性で及ばないと、多くの不動産業界のベテランが話していた。

ところが最近、関西の不動産業界から「阪神の単身者アパートの空室率は驚くほど低い」という「抗議」があった。信じられないなら、

見に来てくれとのことである。

万博会場の建設が本格化し、日本初のカジノの開業も決まりつつあり、観光産業は高度化し、2025年の万博と2029年のカジノ開業には政策的支援があり、有利な条件は数え上げるまでもないほどだ。

明確なスタンスを持つメディアとしては、マイナス面も見ておこう。日本の総人口は減り続け、出生率は過去最低を更新し続け、投資家は日本の不動産の将来に不安を抱いている。

しかし、日本のマンション価格が10年前の2倍になっていることも事実だ。では、なぜ不動産関係者は「バブルの反動はまだまだ先」と言い、関西の独身アパートの空室率は低いと言うのだろうか。

阪神地域は大陸諸国と向き合うという地理的優位性を持つ。「中国と日本は離れられない隣人」であり、阪神間がユーラシア大陸への窓口であることは間違いない。

日本海に近い阪神地域は、古くから東アジア諸国の人々にとって魅力的な場所であった。灘波にしても、堺市にしても、天然の地理的な強みがあり、関西には対外貿易のDNAが刻まれている。

近代に入ってから、孫文や蒋介石が日本を訪れた際の最初の訪問地は神戸であった。中日国交正常化後、天津と神戸を結ぶ航路が、多くの中国の若者の世界への憧れを運んでいたことは言うまでもない。

新型コロナウイルス流行前の2019年、年間のべ1000万人近い中国人観光客が訪日したが、その多くが日本の最初の訪問地に大阪を選んでいった。

2018年の国慶節の祝日期間には、15万9000人の中国人観光客が関西国際空港から入国した。このような巨大な客流が、関西に相当な経済的活力と地位をもたらしていることは、疑う余地がない。

双子の都市、大阪と神戸の立地条件も無視できない。神戸は、大阪から車でわずか30分。日本は狭いとはいえ、これほどまでに二大都市間の立地優位性が高い都市は珍しい。

大阪の中心である中央区、西区、北区、天王寺区、浪速区、福島区の6区は、ずっと人気のスポットである。

万博会場と建設中の大阪公立大学森ノ宮キャンパスとを結ぶ大阪の地下鉄中央線の沿線エリアは、人気となっている。

阪急・阪神・JRの3路線が集まる神戸三宮駅周辺には、大型ショッピングモールや飲食店、観光の集合場所、長距離バスステーションなどが点在し、北は北野異人館エリアに、南西は風光明媚で店が立ち並ぶ「神戸港」に隣接しており、ビジネスはもちろん、観光や生活のニーズは3キロメートル圏内ですべて満たすことができる。したがって、このエリアもテナントに困らない一等地といえる。



阪神間のこれらの主要エリアには、商業施設や企業が密集しており、これらのエリアに近い単身者アパートは、企業や団体が社員寮として利用するための長期賃貸物件として注目される可能性が高い。空室であろうとなかろうと、投資家にとっては関係ないのである。

人が肉を食べるのを見て、自分はスープでいいのか。話題は、華僑の投資家が注目している収入へと変えよう。

日本人の大家が外国人に貸したがるらないことは、隠れた問題だ。それに対して外国人投資家は、日本社会の暗黙のルールに左右されにくく、

入居者を選び好みしないので、当然、住宅はより人気が出ることになる。

一方で、日本の不動産業界には、中古物件はリフォームをしてから市場に出すという伝統がある。新しい設備に変えた部屋は賃貸市場でも人気がある。これも空室率を下げている理由の一つだ。

投資額に比例するリターンはリスクとも比例する。ご存知の通り、不動産投資のリターンは、主に家賃収入と売却価格差による利益の2種類だ。ファンドか機関かを問わず、一般人にとって、堅実で長期的な家賃収入は、生活の質を長期的に維持するための最も一般的な方法である。

確かに関西の平均家賃は関東に比べるとかなり低いというのも公然の事実だ。しかし、その一方で、関西の不動産を入手するための資金額も、関東に比べてはるかに低く、よく「敷居が低い」と言われるように、参入しやすくなっている。

利上げを背景に、韓国では賃貸住宅の全面暴落というニュースが広まっている。しかし日本銀行の植田和男新総裁が「金融緩和政策の終了を議論する段階ではない」と発言したことは、日本の不動産投資にとってのコンフォートゾーンを作り出している。

同時に、乱高下する経済曲線や国際情勢の緊張を背景に、人々は無意識のうちに財布の紐を締めている。同じ住環境であれば、家賃が安いほど、その物件は人気が出るため空室率は低くなる。

また、三宮に代表される神戸の都市再開発は、大阪に比べればまだまだ進んでいないため、家賃も経済的だと不動産関係者は言っている。興味のある方は、一度ご覧になってはいかがでしょうか。



地雷もなく、購入制限もない ——日本での「大家」

衣食住と交通は、人間が生きていくための四つの柱である。今日の生活では、「住」のコストが最も大きいので、多くの人は基本的な住居問題を解決したとき、不動産に投資して富の蓄積を実現したいと思う。

しかし、不動産市場は過去100年以上にわたって変動し続けており、投資のリターンとリスクと間で揺れ動くパターンはますます予測不可能になってきた。そのため、多くの人は細心の注意を払って投資対象を選ぶようになっている。

それでも、不動産投資の基本原則はいくつかあり、それを理解し掌握することで、投資のリターンを高めるだけでなく、リスクの発生率を大きく減らすことができる。

特に海外不動産に投資する場合、言語や文化、政策や市場ルールなどの違いがあるため、専門の不動産会社や仲介会社に全面的に任せることもできるが、住宅購入者自身としては、「己を知り敵を知れば百戦危うからず」という意味で、現地の不動産投資ガイドラインを理解しておく必要があるだろう。

外国人として海外の不動産に投資する場合、まず知っておかなければならないのは、物件価格ではなく、政策である。簡単に言うと、その国や地域が外国人の不動産購入を認めているかどうか、海外投資の可能性に直結する。

例えば、今年4月以降、米国では11近い州が、中国人が米国内の不動産や土地を購入することを禁止する案を打ち出しており、現在、テキサス州、フロリダ州、サウスカロライナ州の3州で「中国人の土地所有禁止」法案が可決されている。

これは、海外からの不動産を購入について、米国が大多数の中国人（グリーンカード保持者を除く）に対して門戸を閉ざしたことを意味している。

これに対して、日本での不動産投資は比較的安全だ。政策的に米国のような「国籍差別」がないことはもちろんだが、日本の不動産市場の特徴として、海外投資家に非常にフレンド

リーである。

まず、日本の不動産価格は比較的リーズナブルである。持ち家であり賃貸であり、「大金をつぎ込む」必要があっても、損をするリスクはない。日本の住宅の面積は内法使用面積であり、エレベーターや駐車場、ロビー、さらにはバルコニーなどの施設の共同使用分は含まれないため、共同使用分の割合が高い中国の床面積に換算すると、東京の住宅の単価は北京、上海、広州などの中国の一線都市よりも大幅に安くなる。

また、日本の分譲住宅にはスケルトンという概念がなく、内装やコンロや風呂などの基礎設備が含まれているため、購入者は内装費用を大幅に節約することができる。

第二に、日本の不動産投資の収益率は比較的安定している。例えば首都圏の場合、家賃の見かけの年間収益率は4.5%~5.5%程度で、実質収益率は基本的に3.5%~4.5%となる。

非首都圏の場合は、7%以上にもなることもある。このため、一般的に家賃の収益率が2%台である中国よりも、日本で「大家」になるほうが費用対効果は高いと言える。

また、日本の不動産価格は年々上昇しており、多くの日本人が賃貸生活に慣れているため、日本の住宅賃貸市場は飽和状態にはほど遠く、良



い物件は借主に困ることはなく、安定した収益が見込まれる。

さらに、最も現実的なポイントとして、日本で住宅を購入する際の参入障壁が比較的 low、現金で購入するのであれば、在留資格の制限もない。銀行ローンが必要な場合でも、日本の永住権は必要なく、購入者の条件が良ければ普通のビザを保有していても、非常に低い金利でローンを組むことができる。

日本の不動産はフリーホールド（自由土地保有）で、土地は建物に付随して動くため、海外からの購入者は、海外にいても専門の管理会社に委託して自宅を貸し出せる。「一度苦労すれば後は楽になる」という安心感と気楽さがある。

このように、安くて手間がかからず、費用対効果が高く、安心できることが、多くの海外投資家を惹きつける日本の不動産市場の魅力だろう。



2023年3月の平均価格は1億4360万円で、主に浜松町駅と接続する世界貿易センタービルの再開発プロジェクト「ワールドタワーレジデンス」、港区三田にある「ガーデンヒルズ」の販売という、2件の高額物件の取引が東京都の住宅の平均価格を直接的に引き上げるようになった。

しかし、東京都全体でも高価格帯の物件は数えきれないほどある。23区内では、1億円以上の物件が694

件、そのうち3億円以上の物件は315件と、全体の半数近くを占めている。

この数字からも、日本の不動産価格の上昇は肉眼でも見えるほどはっきりしていることがわかる。

価格が高いから日本の不動産市場が「飛ぶ鳥を落とす勢い」だと考えるのは、ある程度は当然だが、「水は船よりも高くならない」ので、高価格が販売好調につながるわけではない。

日本の中古住宅の売れ行きは減少

傾向にあるとされているが、業界関係者は、これは日本における新型コロナウイルスの流行抑制と大きく関係していると分析している。

新型コロナウイルスの流行期には、移動の制限から在宅勤務を余儀なくされる人が多く、住宅環境の整備に対する需要が大幅に増加した。自由な時間が相対的に増えたため、多くの人が物件を探し始め、それが需給の逼迫に直結し、中古の取引件数や単価が

日本の中古住宅に「勉強代」は不要

近年、東京都内の不動産価格は高止まりしており、23区内の新築マンション（70平方メートル換算）の平均価格は1億円を超えている。





上昇した。

しかし、2022年10月中旬、日本各地の観光業が回復し、外国人の入国規制が緩和されたのにつれて、「家を出て自然の中に入る」ことがさらに多くの人にとって最優先となった。

週末や休日に物件を見ていたのが、時間があれば遊びに出かけたり、会食をするというライフスタイルに変化したため、住宅に対するニーズが根本から変わり、中古住宅の販売も減速した。

しかし、だからといって日本の中古物件の売れ行きが悪くなったり、物件価格が暴落するわけでもない。なぜなら、一時的な需給関係に加え、金融緩和や引き締めによっても不動産価格は上下するからだ。

この10年間の金融緩和政策の間、不動産価格の下落を予測する記事を多く見かけた。「消費税率が10%になったら下がる」「東京オリンピックが終わったら下がる」と、もっともらしく言う人もいた。しかし、これらの予測はいずれも現実にはならなかった。

今年4月に新たに日本銀行総裁に就任した植田和男氏は、前任の黒田東彦氏の金融緩和政策を継続することを表明した。

このような金融緩和によって、不動産は銀行の融資リスクをヘッジするために抵当権を設定することができるため、融資資金は不動産部門に振り向けられる。

この観点から言えば、不動産購入のための資金調達が容易になり、借入（ローン）が増え、それに伴い資産（不動産価格）も相応に値上がりした。

しかし、住宅購入者にとって最大の懸念は、これによってローン金利が上

がるかどうかである。日本の長期金利が若干上昇したため、住宅ローンの長期固定金利もやや上昇したものの、住宅購入者の8割以上が利用しているローン変動金利は上昇していない。

一方、日本には豊富な住宅の在庫があり、再開発需要も旺盛であることから、不動産会社に土地購入資金が大量に流入しない限り、日本の住宅価格は下がらないと業界では考えられている。

この在庫のうち、比較的売れ行きの良い物件は3LDKで、7割を占めている。都内や市街地の物件は、郊外や地方にある物件に比べ、市場リスクが低く、売りやすい。

日本の中古物件は「在庫が充実」しており、「価格が下がらない」ことは、住まいを必要としている購入者にとって、まぎれもない現実である。



～日本で働く魅力を世界へ～

人材不足なら東海にお任せを

労働者派遣事業許可証

派13-314043

有料職業紹介事業許可証

派13-ユ-310744

登録支援機関登録

19登-001896

東海株式会社

HP：<https://www.toukai-jpn.com>

ACCESS：東京都港区赤坂3-2-8 MAIL：m.iimura@toukai-jpn.com

TEL：03-5981-8716 FAX：03-5981-8717



DDI
JAPAN CO.,LTD

DREAM LIVING,

LIVING DREAMS.

事業内容

- ・不動産投資事業
- ・不動産開発事業
- ・不動産仲介事業
- ・投資事業

東渡ジャパン株式会社

住所：東京都港区虎ノ門4-3-1
城山トラストタワー15F

TEL: 03-5579-9779

MAIL: info@ddi-japan.co.jp





中国日本商会の新会長に本間哲朗氏が就任 中国における日本企業の新たな取り組みを語る

2023年4月18日、設立43周年を迎える中国日本商会は、伊藤忠商事の池添洋一氏の後任として、パナソニックホールディングス代表取締役副社長、執行役員の本間哲朗氏が新会長に就任したことを発表した。

本間哲朗氏は、中日のビジネス界において「中国通」として知られ、長きに渡って中日間を往来してきた。本間哲朗氏はこれより日本企業550社を代表して、中国に対し、さまざまなビジネス環境改善のための意見書

を提出し、中国の関連部門と意見交換を行う。

本間氏は中国日本商会の会長就任に当たって、日本企業の対中国投資に関する新たな取り組みについて述べ、中国で事業を展開する多くの日本企業の姿勢を表明した。

それは、中国との連携を強化し、巨大な中国市場にあって、日本企業にさらなる活力をもたらすというものである。

本間哲朗氏は、中国日本商会の会

長に選出される以前から、幾度も中国市場への関心を表明し、中国とより緊密な経済交流を確立することを望み、日本の実業界に対しては、「中国を受容する」との信念を明確に示してきた。

2021年、本間哲朗氏は、中国でパナソニック製の高級洗濯機の売れ行きが好調であることを踏まえて、記者の質問に答え、次のように語った。

「中国に根を下ろして市場を開拓しなければ、消費者に喜んでもらえる

製品やサービスを提供することはできません」と。

2023年3月、「中国投資年」投資促進プロジェクトの発足式に招かれた本間哲朗氏は、改めてこう語った。

「中国の対外開放の門戸はますます大きく開かれ、中国に進出している多くの外資系企業に貴重なチャンスをもたらしています。投資環境は絶えず改善されており、特に、外資系企業の研究開発の支援・奨励において、顕著な成果を上げています」。

こうしたことから、本間哲朗氏は代表的な「親中派」であり、日本企業の対中投資拡大に非常に熱心であることが見て取れる。

本間哲朗氏が中国日本商会の新会長に選出されたことは、中国に進出している大多数の日本企業が氏の理念に賛同していることを意味し、この「中国通」の会長が日本企業と中国政府の架け橋となることを期待している証左である。

特に、日本がハイエンド半導体製品の中国輸出を制限している状況下において、中日間の経済の相互作用の問題を効果的に解決することが期待

されている。

なお、中国日本商会の会長は、これまで一貫して商社の出身者が務めてきた。本間哲朗氏は、パナソニックホールディングスの副社長であり、これまでの慣例を破り、初めて製造業出身の会長が誕生した。これは、日本経済に多大な影響を及ぼす製造業に対して、今後中国との協力を強化していきたいとのメッセージでもある。

商社は通常、直接生産に携わることはなく、商品を整理統合するだけであり、経済への影響力はほとんどない。ところが、製造業は国家経済の重要な柱であり、国内総生産に直接関係してくる。

とりわけ、海外に事業展開する製造業は、グローバル戦略、サプライチェーンの最適化、海外の優秀な人材の流動など、踏み込んだ問題にも影響を及ぼす。一方で、製造業が海外市場に進出する際には、他国での工場建設、現地従業員の採用、税収政策交渉、公共政策折衝等々、多岐にわたる作業が必要になる。

これまで数十年にわたって中国で事業を展開してきたパナソニックグルー

プは、今なお、中国での工場建設に力を注いでいる。

日頃から中国との取引に携わる本間哲朗氏は、中国のビジネス環境を知悉しており、中国に工場建設を計画している製造企業が、中国各地の自治体と友好的関係を構築するためのサポート役を果たすことができる。この点がおそらく、本間哲朗氏が日本商会の会長に選任された大きな理由のひとつでもあろう。

実際のところ、近年、日本の製造業は対中投資を強化する傾向にある。本間哲朗氏が在籍するパナソニックグループは、2024年末までに500億円超を投資し、現地市場に向けた家電生産工場を建設・増築する。

トヨタグループは80億円超を投資し、広東省佛山市にエアバック工場を新たに建設する。日本電産株式会社（本年4月、ニデック株式会社に社名変更）は、浙江省に電気自動車用モーターシステムの旗艦工場を開設する。工場はこれで4カ所となるが、さらなる増設も計画されている。

「中国通」の本間哲朗氏が会長に就任したことで、中国における日本企業の工場建設はさらに加速し、日本企業はより多くの恩恵を享受することが期待される。中国側も、日本企業にとってより健全なビジネス環境を構築するために、本間氏のような「親中派」の会長と積極的かつ有効的な意思疎通を図りたいとしている。

日本企業が氏に期待を寄せるのは、中国との協力強化が日本企業の発展の構図を打開し、日本経済をより振興させるための最善の道であることを知る故である。



日銀の新総裁は 日本経済を救えるか



2023年4月9日、日本銀行の新総裁に、元日本銀行審査委員で東京大学名誉教授の植田和男氏が就任した。日本銀行の総裁では史上初の学者出身者となる。定年退職年齢を迎えて久しい71歳だが、輝かしい学歴と業績を持っている。

1980年代には日本政府の旧大蔵省財政金融研究所に勤務し、1998年には日本銀行政策委員会の委員となり、当時の速水優日銀総裁の量的金融緩和政策を理論的に支える中心人物であった。

学界では、大阪大学、東京大学、共立女子大学の教授を歴任し、日本経済学会の会長も務めた。金融界、政界、学界で影響力を持つ人物であるといえる。

ここで、植田氏の総裁就任までの過程に言及せざるを得ないだろう。実は、昨

年12月の時点では投資界は植田和男氏を総裁候補として有望視していなかった。

当時、投資界は、新総裁は山口宏秀（元副総裁）、中尾武彦（前財務官）、中曽浩（前副総裁）、雨宮正佳（副総裁）の4人の中から出るだろうと予測しており、市場が最も期待したのは、雨宮副総裁だった。

様々な憶測が飛び交う中、日本政府は新総裁選出の条件として、2つの条件を掲げていた。一つは、日本の金融政策の正常化を段階的に実現できること、もう一つ

は、硬直化した日銀の金融政策に一定の柔軟性と機動性を回復させられるということである。

そこで、1月下旬、日本政府筋は突然、すでに名前が上がっていた候補者から選ばないことを明らかにし、市場は新総裁が誰に決まるのか、好奇の目で見守った。

その直後の2月10日、関係者が明らかにしたように、日本政府は植田和男という、非常に品行方正で少しシャイな雰囲気のある学者を選んだ。2月24日に衆議院での所信聴取を終え、3月10日参議院で人事案が通過した。この高齢の学者が日本経済にどのような変化をもたらすのか、市場は注目し始めた。

経済学の専門家である植田和男氏が日銀総裁に就任してからすでに1カ月が過ぎた。4月11日に開かれた初回の金融政策決定会合から判断すると、植田総裁は「安全第一」の出口戦略を選択した。

典型的なのは、政策修正によって2%という緩やかなインフレ率を逃すリスクの方が、長期的なリスクよりも大きいと主張したことである。これが誰の見解なのかは、外部の人間には知る由もないが、植田総裁が政策委員会全体の雰囲気に影響されていたことがわかる。

インフレが国民生活に与える影響については、会議を通じて言及されることはなかったが、これは日本国



民にとって切実な部分である。上記の事実から、植田総裁が決定力に欠けることは明らかであり、政策のタイミングをコントロールする能力については、注目していくべきだろう。

第二に、植田総裁は、金融政策の正常化に関しても、学者としての気質を過剰に表している。

彼は、日本の銀行政策の正常化について先入観を持つべきではない、過去の金融政策については多角的に点検・検証すべきであると主張し、金利の引き上げには慎重である。

批判が多いYCC政策（長短金利操作）についても、植田総裁は見直す必要性を認めなかった。これは確かに市場に対する裏切りであり、流れに逆行している感がある。

なぜ植田総裁はこのような選択をしたのだろうか。3月に米国で銀行破綻が相次いだことも外的要因だったのかもしれないが、やはり内的要因が主だったのだろう。

植田総裁が委員の意見に懸念を持ち、日銀の事務部門からの影響やアベノミクスの政治力学からの圧力を感じていることは、他の政策委員に対するメディアの取材からも明らかである。

確かに今のペースで日本がデータ上2%の安定したインフレ率を達成することは可能だが、この緩やかなイ

ンフレの外観が、内生的な経済成長によってもたらされたものなのかどうかについては、熟考が必要である。

投資界は、この「新任の時に火をつけない」という現象が、日本の金融政策が正常化するための時期を逃すのではないかと、より注視している。新しい総裁が就任した際に政策の変更が提案されなければ、後の段階で政策を修正する難度はさらに高くなる。外部の環境から見ても、いったん米国が利下げを発表すれば、その時点で日銀が政策を修正することはさらに難しくなってしまう。

5年という期間は長いようで短い。最初のうち、「安全第一」の戦略を選択するのは悪いことではない。何しろ長年実務から遠ざかっていた新総裁なのだから、足元を固める時間は必要だ。

しかし、植田総裁がこのまま日本の金融政策に何の変化ももたらさないような生ぬるいやり方を続けていると、5年の任期では何の問題も解決せず、5年後に無念の退任となる可能性がある。71歳の高齢者に対してそうした要求や期待をすることは酷かもしれないが、日本経済の舵取り役である以上、こうした問題にも向き合わざるを得ないのだ。

米銀破綻の波が来たのか



2023年5月1日、FDIC（米連邦預金保険公社）は総資産2090億米ドルの米国ファースト・リパブリック・バンクの破綻を発表した。その瞬間、世界中が騒然とし、シリコンバレー・バンク、シグネチャー・バンクに続き、2カ月で3行目の米国の銀行・金融機関の破綻となった。

実際には3月の時点で、投資業界ではすでにファースト・リパブリック・バンクが破綻する危険性があると推測されていたが、シリコンバレー・バンクとシグネチャー・バンクの破綻のニュースの影に隠れてしまっていた。

しかし、いつまでも表に出ないわけではない。ファースト・リパブリック・バンクの経営が悪化した4月25日、株価は49.38%急落した。米国の大手銀行11行がファースト・リパブリック・バンクに約300億米ドルの資金注入を行い、市場の信頼を回復させ、

取り付け騒ぎの拡大を防ごうとした。

しかし、残念ながらそれは最終的には焼け石に水で、ファースト・リパブリック・バンクの暴落は4月26日にさらに拡大し、一時は1000億米ドル以上の預金流出し、株価は30%近く下落し続けた。長期的に見ると、ファースト・リパブリック・バンクの株価は2023年に入ってから累計約97%急落している。

結局、ファースト・リパブリック・バンクは運命の審判から逃れることはできず、5月1日、カリフォルニア州

に本社を置く、この全米14位の銀行は倒産の道を選んだ。

これにより、2008年のリーマンショック以降、全国ランキング16位のシリコンバレー・バンクを上回り、米国史上2番目に破綻した大規模金融機関となった。

FDICの預金保険基金支出費用の試算によると、その預金保険基金の支出コストは130億米ドルに達するという。もちろんこれは最初の試算に過ぎず、最終的な支出額は管財業務を終了する際に確認される。

ファースト・リパブリック・バンクをはじめ、シリコンバレー・バンク、シグネチャー・バンクの破綻は、実は昨年12月に投資界のエコノミストたちによって警告されていた。

警告の直接的な理由は、まず2022年7月の米国金利の逆ざやである。2023年5月1日、米国債5年物の金利は3.533%となり、米国債10年物の金利3.464%を上回った。金利の逆ざや現象は依然として続いている。

もう一つは、経済危機と相関関係にあるFF（フェデラル・ファンド）金利の高さである。FF金利が5%を超えると、世界は金融危機に見舞われやすくなる。

例えば、1994年12月のメキシコのペソ危機、1997年のアジア通貨危機、1998年のルーブル危機、2000年のITバブル、2008年のリーマンショックなどである。いずれも金利が高い時期に発生している。

この破綻でファースト・リパブリック・バンクの買収を決断したJPモルガン・チェースの社長兼CEOのジェーケス・ダイモン氏も、業界の救世主的な役割を担っている一人であることは言うまでもない。

長年、タイム誌の「世界で最も影響力のある100人」に選ばれていた

ダイモン氏は、2008年に2度、米国の金融システムの安定に手を貸した。

1回目は2008年3月、米国政府から290億ドルの支援を受けたJPモルガン・チェースが、破綻したニューヨークの投資銀行ベア・スターズを買収し、2回目は2008年9月、シアトルに本社を置くワシントン・ミュージアル銀行の買収で、これはそれまでで米国最大の銀行買収となった。

しかし、救世主にも限界がある。2008年9月、リーマン・ブラザーズも危機に陥ったが、JPモルガン・チェースは救済を拒否した。

米国最大の銀行であるJPモルガン・チェースが拒否した結果、他の銀行もリーマン・ブラザーズへの救済を断念したため、リーマン・ブラザーズは2008年9月15日に米国連邦破産法に基づいて破産を申請するに至った。

破産申請後、米国政府は事態收拾のため、リーマン・ブラザーズに対して700億ドルの公的資金を注入する法案「緊急経済安定化法」の成立を目指していたが、この法案はすぐに否決され、リーマンショックが発生した。

ファースト・リパブリック・バンクが破綻を発表する一方で、資産総額3兆6700億米ドルのJPモルガン・チェースもファースト・リパブリック・



バンクの買収を発表し、ファースト・リパブリック・バンクの全米8州84店舗と預金業務を継承した。

同日からJPモルガン・チェースの支店として平常営業し、ファースト・リパブリック・バンクの預金者はJPモルガン・チェースの預金者となり、JPモルガン・チェースはその預金データをすべて利用できるようになるが、依然として金融安定性に対する市場の信頼を逆転させることは難しかった。

なぜなら、25の金融機関が合計3736億ドルの負債を抱えて破綻した2008年のリーマンショックと比べると、今年3月から破綻した3銀行の負債の総計は5485億ドルに達し、2008年の規模をはるかに超えているからだ。

米国で頻発する銀行破綻の直接的な原因は、連邦準備制度理事会（FRB）による急激な利上げで、多くの銀行が持つ有価証券が含み損の状態に陥ったことにある。

ファースト・リパブリック・バンクの破綻はその典型で、昨年未までにファースト・リパブリック・バンクの保有する有価証券は48億米ドルの含み損を抱えていたと報道されている。

米国ではウェルズ・ファーゴやパッケウエスト・バンコプなど190の銀行が似たような状況にある。さらに、投資家は、米国のすべての銀行に破綻のリスクがあり、銀行破綻という血の雨が降るかもしれないと予測している。



株式会社YAK

日本投资置业领航者

YAK房产集团是一家集房产买卖，设计开发，资产规划，贷款提携，海外投资，宣传策划等为一体的综合性房产企业。与日本众多房产上下游企业建立了战略合作关系。在多年的实践过程中，构筑起了一套完善的经营管理体系，能够精准把握行业市场最新动态，提供业内最新商机与配套服务的同时，配合多家日本本土提携银行与金融机构，为您量身打造出最优质，最高效的置业方案，助您实现海外资产价值的最大化。



扫码了解YAK集团



株式会社

フューチャーリーディング

業務内容

- ◆ 土地开发与买卖
- ◆ 不动产租赁管理
- ◆ 酒店（民宿）管理运营
- ◆ 日本身份规划
- ◆ 大项目投资

东京本社

ADD: 東京都荒川区西日暮里2-22-1
ステーションプラザタワー502
TEL: 03-6806-7972

东京支社 / 大阪支社

北京支社 / 上海支社 / 深圳支社 / 成都支社



Toyo
Investment
Bimonthly

2023
6

会 長

野村昌弘 大成不動産ホールディングス(株) 代表取締役

理 事

黒沢智久 (株)FIRST STEP 取締役社長
王 偉 東渡ジャパン(株) 代表取締役
洪 韋 (株)YAK 執行取締役員
黄 敬豪 和泉社不動産(株) 代表取締役
金澤利一 (株)フューチャーディング 代表取締役
宋 寅成 JPhouse(株) 代表取締役
郝 文龍 (株)華森社 代表取締役
劉 丞 (株)仁通 代表取締役
山田麗華 JTMホールディングス(株) 取締役社長
辛 宏宇 (株)GIC 代表取締役

監 事

豊原 明 (株)名校教育グループ 代表取締役
施 盛大 (株)三和 代表取締役社長

顧 問

海瀬和彦 (株)大京穴吹不動産 元代表取締役社長

発行人 野村 昌弘

事務局 洪瑋伶 王采盈

発行所

一般社団法人 日本華僑不動産協会
〒107-0052
東京都港区赤坂 3-2-8

お問い合わせ

TEL : 03-5797-8633 会員部
TEL : 03-5797-9717 広告部
FAX : 03-5981-8717
URL : <https://ocreaaj.jp/>
E-mail : swj@ocreaaj.jp



一般社団法人 日本華僑不動産協会



<https://ocreaaj.jp>

ホームページ

ご覧ください!



WALKING WITH DREAMERS



CREATE THE FUTURE

GO!

株式会社仁通
京都の老舗華人不動産

過去から現在、そして未来へと
京都と世界をつなぐ架け橋

売買・賃貸・管理
買取・査定



株式会社仁通

京都府京都市南区西九条池ノ内町18-1
TEL : 075-682-7577
FAX : 075-682-7588
MAIL : INFO@RENTONG.CO.JP

2022

京都へ
おいでやす



~美しい生活は住まいから~
Wonderful life starts from living

保証は大成へ
家賃保証・医療保証・不動産ローン

家賃債務保証業登録

国土交通大臣 (1) 第90号

貸金業登録

関東財務局長 (1) 第01526号

大成保証株式会社

〒107-0052 東京都港区赤坂3-2-8 VORT赤坂見附Ⅱ4F

TEL: 03-6230-9297

FAX: 03-6230-9519

〒550-0002 大阪府大阪市西区江戸堀 1-20-22 ウエスト船場503

TEL: 06-6449-3131

FAX: 06-6449-3132

〒901-2223 沖縄県宜野湾市大山6-3-3 三和ビル3F

TEL: 098-870-9310

FAX: 098-870-9311