



Chairman's Column

「どうして、ネットのネガティブ情報は少なくなったのか!？」

先週、10数年ぶりにインフルエンザに感染しました。久しぶりに高熱と咳に悩まされ、改めて健康管理の大切さを痛感しました。なぜか「自分だけは大丈夫」という根拠のない自信があったのですが、実際に罹ってみると、日頃のマスクやうがいをもう少し丁寧にしてあげばよかったと反省しています。皆さまもどうぞ自愛ください。

さて、仕事柄、多くの方とお会いする機会がありますが、ビジネスで初めてお会いする際には、お相手のことを理解するためにも、必ず事前にお相手の情報を確認するようにしています。現在は、企業の約9割が何らかのオンライン情報（HP・SNS等）を持っていると言われており、全く情報が出てこない方が珍しい時代です。

ただ、最近は検索してもネガティブな情報がほとんど出てこないことに気づき、不思議に思っていました。感覚的にはコロナ禍以降、特に顕著になった印象があります。

先日、その理由が分かり、ようやく腑に落ちました。

背景には、国際的に広がった「忘れられる権利」があります。2014年、欧州司法裁判所が「過去のプライバシー情報を検索結果の上位に表示し続けるのは適切ではない」と判断し、検索事業者に削除対応を求める流れが定着しました。実際、Googleには年間数十万件規模の削除要請が寄せられていると言われています。日本でも2017年の最高裁判決により、プライバシー保護と表現の自由を比較衡量し、「公表されない利益」が優越する場合には検索結果の削除が認められる基準が示されました。

その結果、いわゆる“暴露系サイト”は大幅に減少し、現在は信頼性の高いニュースサイトや公式情報が検索上位を占める傾向が強まっています。一見すると健全化が進んだようにも見えますが、ビジネスの場では「その方と会うべきかどうか」を判断する材料が減ったとも言えます。

表面的にきれいな情報だけが残るため、従来よりも一歩踏み込んだ確認が必要になってきました。

加えて、LGBTQやDE&Iの浸透により、価値観やバックグラウンドの多様性が広がり、従来の“画一的な人物像の把握”は通用しにくくなっています。

情報が豊富なようで、実は見えにくい部分も増えている時代です。

だからこそ、表面的な検索情報だけで判断せず、もうひと手間かけて相手を理解する姿勢がますます重要になっていると感じています。

代表取締役会長 松澤 和浩





不動産マーケット情報

Private Creditと不動産

最近、米国や欧州の不動産市場では「Private Credit（プライベート・クレジット）」が存在感を強めていると言われてしています。これは、銀行ではなく、ファンドや保険会社などの機関投資家が直接融資を行う動きです。金利上昇や銀行規制の影響で、従来の銀行融資だけでは資金需要を十分に満たしきれない局面が増えていることが背景にあると指摘されています。

特に米国では、商業用不動産ローンの満期が集中する時期を迎えているとの見方があります。金利上昇によって借換え条件が厳しくなり、従来と同じLTVや金利での調達に難しくなっているケースもあると伝えられています。こうした中で、銀行に代わる“受け皿”としてPrivate Creditが拡大している、という構図が語られることが増えています。

ニーズとして挙げられるのは、主に三つあると言われています。

第一に、借換え資金の確保です。満期到来時に銀行の融資枠が十分でない場合、プライベート側が資金を供給するケースがあるとされています。

第二に、取得時のブリッジ資金です。売買のタイミングに合わせ、スピード重視で資金を入れたい場面で活用されているとの声があります。

第三に、資本構成の柔軟化です。シニアローンだけでは足りない部分をメザニンやストラクチャードローンで補完し、全体のリターン設計を行う動きが広がっているといわれます。

特徴としては、「柔軟性」と「迅速な意思決定」がよく挙げられます。案件ごとにLTVやコベナンツを調整しやすく、銀行よりも機動的に組み立てられるケースがあると言われています。一方で、金利水準は銀行より高めになることが多く、物件の収益力や出口戦略をより慎重に設計する必要があるとも指摘されています。

欧州でも、銀行の貸出姿勢が慎重化する局面が見られ、その隙間を埋める形でノンバンク系の貸し手が増えているという分析があります。国際機関からは、市場拡大の一方で情報開示や流動性設計の重要性が高まっている、との指摘も出ているようです。

日本では、しばらく不動産ファイナンスは「銀行シニア+ファンドエクイティ」が中心でした。しかし、海外の動きを見る限り、資本構成の間を埋める資金の役割が意識される可能性がある、とも言われています。もしそうであれば、単に物件を選ぶ力だけでなく、シニア・メザニン・エクイティをどう組み合わせるかという設計力が、ファンドの競争力を左右する時代になるのかもしれない。

あくまで海外で語られているトレンドの紹介ではありますが、日本市場への波及があるのか、引き続き注目していきたいと思います。

クオリティコントロール室 平井 茂





REIT TOPIC

J-REIT1月の動向

【上場REIT情報】

(対象期間) 2026/1/1 ~ 2026/1/31

<対象期間の計算発表銘柄>

2026年1月の決算発表は8銘柄 (いずれも25/11期決算)



<対象期間の物件移動>

物件取得銘柄数	物件取得総額	取得物件数
7銘柄	721.5億円	12物件
物件譲渡銘柄数	物件譲渡総額	譲渡物件数
2銘柄	362.6億円	2物件

<アセット別物件移動>

		オフィス	レジデンス	商業	ホテル	物流	その他不動産	出資持分等	総額
取得	金額	490.7億円	108.1億円	15.0億円	68.1億円	-	39.6億円	-	721.5億円
	構成比率	68%	15%	2%	9%	0%	5%	0%	100%
	件数	3件	4件	1件	2件	-	2件	-	12件
	構成比率	25%	33%	8%	17%	0%	17%	0%	100%
譲渡	金額	100.0億円	-	-	262.6億円	-	-	-	362.6億円
	構成比率	28%	0%	0%	72%	0%	0%	0%	100%
	件数	1件	-	-	1件	-	-	-	2件
	構成比率	50%	0%	0%	50%	0%	0%	0%	100%

<決算発表>

3/16(月)

- ・2989 東海道リート投資法人
- ・3463 いちごホテルリート投資法人
- ・8957 東急リアル・エステート投資法人

3/18(水)

- ・3468 スターアジア不動産投資法人

3/19(木)

- ・401A 霞ヶ関ホテルリート投資法人

<権利付き最終日>

3/27(金) 3月期決算銘柄

ディスクレイマー

本資料は、投資判断の参考となる情報提供のみを目的として当社が作成したものであり、特定の有価証券等の売買の勧誘ではありません。本資料の記載内容・数値・図表等は作成時点の情報に基づきますが、その正確性・完全性を保証するものではなく、予告なしに変更される場合があります。また、当社は本資料を将来更新または訂正する義務を負いません。本資料の考察部分で述べる見解については、執筆者の個人的な見解であり、本資料記載のいかなる内容も将来の運用成果を約束・示唆するものではなく、最終的な投資判断はご自身の判断と責任で行ってください。当社は、本資料言及対象の投資法人又はその運用会社との間で、業務上の関係を有している場合がありますが、本資料の記載内容は公開情報に基づくもので、当該関係の影響を受けていません。



Monthly Topic

「ASAグループ代表 栗国が考える、
“つながる” 社会貢献のかたち」

ASAグループは、サステナビリティ方針のもと、「認定NPO法人ハンズオン東京」を支援し、継続的な社会貢献活動を通じてSDGsの達成に取り組んでいます。今回は、ニュースレター編集部がグループ代表栗国にインタビューを行い、監事として関わるハンズオン東京の活動や、ボランティアを通じて得た気づき、今後の展望について語っていただきました。

一 参加のきっかけとリーダーとしての歩み

私がハンズオン東京の監事を務めることになったのは、当時の監事だった弁護士の先生からのお誘いがきっかけでした。以前から交流があり、突然の電話で「話を聞いてみないか」と声をかけられたのが始まりです。2017年から監事を続けており、今では最も長く在籍するメンバーとなりました。

一 活動内容と団体の特色

ハンズオン東京は、児童養護施設や高齢者施設、障がいのある方の施設など、社会的にサポートが求められる方々を支援するボランティア活動を日本語と英語で展開しています。災害時の支援や、施設訪問、スポーツイベントの企画など多岐にわたる活動が特徴です。活動の企画や運営は、ボードメンバーの下にいる約20名の実働メンバーが中心となり、ウェブで募集したボランティアとともに実施されています。

また、外資系企業の社員が人事評価の一環として参加するケースも多く、企業向けのスポンサーイベントも開催されています。ボランティアリーダーの育成も重要なミッションの一つです。



一 日本と欧米のボランティア文化の違い

欧米ではボランティア活動が生活に根付いている一方、日本ではまだ浸透しきれていない現状があります。日本企業は社内で独自に活動を行う傾向が強く、外部団体との連携が少ないのが課題です。ハンズオン東京では、ボランティアリーダーの育成を通じて、こうした文化を日本にも根付かせることを目指しています。海外の同様団体との交流や、世界大会への参加も積極的に行われています。

一 企業との関わりと社会的意義

直接ボランティアに参加しなくても、企業として間接的に社会貢献できることも大きな意義です。ボードメンバーとして活動することで、ブランド価値の向上や幅広い人脈形成にもつながっています。グローバル企業の幹部や各分野で活躍している方々との交流は、刺激や学びが多く、会議運営やアジェンダ管理などビジネス面でも参考になる点が多いと感じています。

一 今後の展望とメッセージ

今後は、より多くのASAグループメンバーがハンズオン東京の活動に参加し、外部とのつながりを通じて新たな経験や人脈を得ることを期待しています。こうした経験は、個人の成長や企業の発展、さらには組織のイノベーションやダイバーシティ推進にもつながります。人と社会のつながりを育み、より良い社会の実現に貢献することが、私たちの目指す姿です。