

長いこと続いていた新宿駅南口の工事がようやく終わり、平成28年4月に「バスタ新宿」がオープンしました。ゴールデンウィーク中は混むかなと思ひ、連休前に足を運んでみました。

何故か台風の際にテレビ中継の場所になることが多いJR新宿駅の南口改札前。すぐ目の前を甲州街道が横切りますが、甲州街道の向こう側にできたのがバスタ新宿です。これまで新宿駅周辺に散在していた19か所の高速バス乗り場をここに集約したバスターミナルということで、バスタ新宿という非常に分かり易いネーミングになっています(ちなみに正式名称は新宿南口交通ターミナルです)。その名前の通り日本各地と新宿とを結ぶ高速バスのターミナル機能の提供を目的とする施設で、建物は4階建になっています。

主役の高速バス乗り場は4階にあります。通路部分に庇はありませんが基本的に露天です。バス乗り場に隣接してチケット売り場と待合室も4階部分にあります。平日にもかかわらず結構な混雑ぶりで施設が狭く感じられました。下って3階はバスの降車場になっています。成田や羽田からの空港連絡バスもここに着きますが、乗り換えを配慮してタクシー乗り場もあります。東京都の観光案内所も設置されていて、私が行った時には着物姿のスタッフ数名が配置されていました。外国人観光客の対応を意識しているようです。さらに下った2階が甲州街道に面する路面階ですが、バスタ新宿としての施設は上層階への出入口部分のみです。しかし2階の大部分はJRの施設で、ここにJR新宿駅の新南改札があるためバスタ新宿は駅直結の構造となっています。2階はバスタ新宿同様に最近開業した商業施設のNEWoMan(ニューマン)があるほか、南にある高島屋と新宿駅を結ぶ歩行者導線にもなっていて結構な人が行き交っています。1階部分はJRの線路が走っています。



甲州街道から見た全景。1階がJR、2階が商業施設NEWoMan、3・4階がバスタ新宿となっている。

行ってみて凄いなと感じたのは、北は青森県から南は福岡県までの高速バス路線があり、しかも早朝から夜12時過ぎの夜行バスまでであるという充実ぶりで、次々とバスが入ってくる様子は他ではなかなかお目にかかれない光景です。開業時のリリースによれば乗り入れ事業者は118社、1日の発着便数は最大1625便!とのことで、日本最大のバスターミナルといってもいいでしょう。バスタ新宿の開業によって鉄道とバスとの乗り換えが便利になっただけではなく、高速バスと高速バスとの乗り換えも便利になりました。バスタ新宿で乗り換えて地方都市間を行き来するという選択肢も増えそうです。また、バスと電車という競合することも多い交通手段が同じ建物で共存しているというのも印象的でした。

逆に少し残念に感じられたのは待合室周りの設備です。ひっきりなしにバスが発車するので乗客も多いですが、その人たちを収容するスペースが不足しているように思いました。今の季節はまだよいのですが、夏場や冬場は大変かもしれません。また、待合室の側には売店やコンビニが見当たりませんでしたので、利用者の視点からすると少し不便かもしれません。いずれもスペース的な問題で仕方ないのかもしれませんが、拡張性に限界が感じられるのがバスタ新宿の弱みです。



近隣ビル上層階より見たバスタ新宿。4階部分の高速バス乗り場がよく見える。

とはいえ、利用者にとって新宿から各地へのアクセスが向上するというメリットは十分に魅力的です。現時点ではスペースや設備の不足という問題もありますが、隣接施設と連携して機能補完ができるようになればもっと素晴らしいバスターミナルになることでしょう。私も時々地方へ出張に行きますが、是非一度はバスタ新宿を利用してみたいと思います。

株式会社ジャパン・アセット・アドバイザーズ  
事業戦略部長 不動産鑑定士 千葉 健一



清澄公園(東京都江東区)の藤棚。公園に隣接する清澄庭園は、江戸の豪商・紀伊国屋文左衛門の屋敷跡の一部とされている。

2016年4月 編集部撮影



株価・為替・石油価格と中々先が読めないマーケットです。海外の政治に関しても、何にも憚ること無く言いたい放題の政治家が強さのシンボルとして人気を集めています。米国ではドナルド・トランプ氏が共和党の代表候補指名を確実にしましたし、フィリピンではダバオ市長のロドリゴ・ドゥテルテ氏が大統領になりました。内容はかなり違う二人ですが、民衆は飾らずに自分達の想いを代弁してくれる人物を支持しています。これからの外交や経済政策の中身よりも、見た目の強いリーダーを選んでいるのです。

既存の官僚臭さに飽き飽きしているのでしょうか。加えて誰がリーダーになったとしても、実際に政策をするのは有能なスタッフと既得権を大事に護る官僚だという事が解っているからなのかもしれません。国家には何よりも大事な国益がありますから、それを脅かす者は国家の最高リーダーであっても許されません。国益を守るのは強い外交です。強い外交とは他国と喧嘩も辞さないという覚悟です。こう考えると、我が国には明確な国益の概念が見当たりません。覚悟は戦争でなく愛国心でしょう。米国は解りやすい国ですので、自国の国益を守る事が何よりも優先されます。そのためには体裁など考えません。何もこれが良いと言っているのではありませんが、解りやすさは国民のパワーを生みだしますので、これが国力となっています。一方の我が国には、国益という明確なミッションがあるのでしょうか。

話を戻しますと、今世界が揺れている中で、格差是正のキャンペーンが広がっています。それは冒頭に書きました通り、国のリーダーを選ぶ基準にさえなってきました。一昔前なら貧困をなくすとか、弱者を救うとかのきれいごとで済まされていたのですが、弱者を救う前に格差を何とかしろという事です。この格差是正に一番無頓着なのが我が国です。我が国に富裕層は沢山居ますが、ピリオネアの数は米中に敵いません（当然、諸状況が違いますので単純には比較できません）。そして、貧困層予備軍が沢山居るのが現実です。中々自分が弱者だとは認識できないものです。子供がゴミの山から何かお金に換えることのできる物を探している海外の映像を見かけますが、あれだけが貧困の姿ではありません。貧困の基準を何処におくかが問題です。貧困の基準こそが格差是正につながり、そしてこのキャンペーンは確実に世界を巻き込んでいきます。世界が狭くなってきた事にもよるのでしょうか。対岸の火事は何時燃え移って来かわかりません。それだけに、世界を知ることが必要になって来ます。あの忌まわしい過去の戦争も、相手を知らな過ぎた事が不幸

への始まりとなったのですから。

我々は何かにつけて、相手を知ることが疎かにしてしまします。それは疑問を持たない事から来ているのかもしれませんが。言い換えれば、自分の意見を持っていないということでしょう。冒頭に書きましたが、毎年毎年不確実な社会へ進んでいます。これ乗り切るには何が一番大事なのか？毎日自問自答しています。残念ながら小生の頭では未だに回答ができません。只、言える事は、周りに流されずにしっかりと自分を持つしかありません。しかしこの世の中ですから、色んな誘惑や隣の芝生に影響されて、余計な回り道ばかりで中々自分自身が定まりません。ひょっとすると一生定まらずにずるずる行くのではないかと、不安に駆られることもあります。クオリティを落としてマーケットを拡大していくのか、クオリティの維持に拘るのか。どちらが正解かは解りませんが、悩むところです。自分のキャパは知れていますので拡大などはもつての外だとわかっていますが、たまに欲を出しては失敗してしまいます。

テレビで「ドーパミンゴルフ」という番組を見て考えさせられるのですが、欲を出すことは出来無い事を出来ると信じて無理をする事です。得意なクラブで得意距離を飛ばす、安全な方向をしっかり確認して飛ばす。しかしこの飛ばすという行為自体が欲なのかもしれません。悪い欲は早く捨てなければなりませんね。仕事に益々専門性が問われ、プロフェッショナルでなければ相手にされない時こそ、自分のキャパを考えて確実にプレーすることです。一方で、こんな先の読めないマーケットだからこそ挑戦も必要です。負けない挑戦が今年の目標ですから、マーケットをよく見て、相手をよく知って、自分の得意分野で思いっきり大胆に行動する。これしかないです。株価・為替・原油価格など相場は先が読めませんから、敢えて読むことなく現実を受け入れて、格好良くジタバタしていきます。

今回は色々な論点になり脱線が多かったのですが、今話したいことを並べてみました。悪しからず！



最近、街にワインレストランやワインバーが増え、ワイン関連の広告も増えたことにお気づきの方も多いと思う。その通り、日本におけるワイン販売は堅調に推移しており、1990年代ボージョレーヌーボーブーム以来のワインブームと言える状況である。この傾向は、経済的、政治的要因により差が有るものの、世界経済を牽引するアジア全般と連動している。

1989年ベルリンの壁崩壊、1991年ソ連崩壊、1992年中国社会主义市場経済までは、為替などの影響はあるもののプレミアムワインの需給は安定していた。その後、新興国の経済成長と並行してプレミアムワインに触れる人々が増えた。そして、2000年以降、中国を筆頭にブラジル、ロシア、インド、南アフリカ及びASEAN諸国から新富裕層が大勢誕生し、プレミアムワインを買い求めたためにワイン価格は急上昇した。実は日本では馴染みが薄いですが、世界の富裕層は以前からワインを投資商品として注目していた。特にプレミアムワインの中心であるフランスワインは、その対象として注目され続けてきた。今回は、そのプレミアムワイン動向について見てみよう。

ワインの価格動向はLiv-ex社の指標が認知度が高い。そのLiv-exの5年前の価格を100とし、各地域の指数を示したグラフが下の図である。これを見ると非常に興味深い現象が見て取れる。それは、大幅に上昇している地域（ワイン）と下落傾向が続いている地域（ワイン）が顕著にその傾向を示している点にある。具体的に言うと、ロマネ・コンティ等に代表されるブルゴーニュワイン指数（Burgundy150）は40%以上価格が上昇している。一方ボルドーワイン（Bordeaux500・Bordeaux Legends50）指数は継続して下落している。シャンパーニュ指数とイタリアワイン指数は約20%上昇しローヌワイン指数（Rhône100）は結局大きな変動はない。この傾向を見ると圧倒的ブルゴーニュ人気が見て取れるのだが、実は、この動きには裏があるのだ。

中国では、胡錦濤政権までは中国人によるボルドー1級シャトーなどの高額プレミアムワインの爆買いが起きており、ボルドーワイン価格が急上昇したのだ。それが、習近平政権による節約令により急速に萎んでしまった。又、世界中でボルドーワインブームにあやかってボルドータイプのワイン生産が拡大したのも原因である。一方ブルゴーニュは、その繊細さから他地域では真似することができないので、同タイプのワイン供給が増えることはなかった。

以上のことから分かるのは、一過性のブームによる反動や供給過剰は価格に反映され、供給が増えない希少性のあるワインの人気は衰えないということだろう。この教訓は他の投資商品にも言えるのではないかと。

有限会社アッシュ インベストメント  
テクノロジー  
ストラテジスト 萩原 淳

