



物流ニッポン

2009年(平成21年)

3|5 (木)

発行/月曜日・木曜日 第3205号

購読料/半年32,130円(月額5,355円、税込)

©物流ニッポン新聞社 2009 (昭和44年4月1日第三種郵便物認可)

イーソーコ

河田 栄司さん



世界的な経済危機以降、物流不動産ファンド市場は混とんとした状態が続いている。一方で、物流業界にとっては安価な施設を調達できるチャンスでもある。外資系物流不動産ファンドでの経験を経て、イーソーコ総合研究所(東京都港区)の社長にカムバックした河田栄司氏に、物流不動産市場の展望と物流会社のビジネスチャンスについて聞いた。(石井 麻里)

——最近の物流不動産 物流不動産ファンドファンダの状況は。 はこれまで、「出口」

資金の流動性が鈍化

のファンドがあつたから得る。米プロロジスが日本、中国の物件をシンガポール、GIC社に売却したように、プレーヤーの交替や新規プレーヤーの登場はあるかも知れない。

——物件が安価で市場に出ているが。 物流不動産はマンションとは違って、お買い得の時期といつても、バーゲン価格までは下落していかない。賃料収入をベースにきちんと利回りが出るように設定されている。適正な価格と判断したら、倉庫会社が物件を購入することもあり得る。これから先、今の価格で市場に出ない可能性は十分にあり

——物流不動産ファンドは撤退するのか。 世界で動いている資金は、貯蓄性のもではなくなる。運用されるべきものがほとんど。再び動き始めた時に、物流施設に流

荷主をつかんでいるかがカギ



能性もある。

——倉庫会社との競争については。 倉庫会社は寄託だけでなく、一部、賃貸も取り入れなければならない状態にある。

——ビジネスチャンスにつながることも。 ファンドの施設を安く借りられるのであれば、それを利用して荷主を呼び込めばいい。荷主がどういった物流を望んでいるかを考えるべき。今の倉庫に荷主が付いている状況。施設が老朽化、陳腐化している場合、単なるスペース貸しであれば、ファンドの施設と競合する可能性がある。ただ、ほとんどの場合、別の次元の危機か、どんなに良い施設が感を持ってほしい。

あつても、倉庫会社は荷主をつかんでいるかがカギになる。荷主を持つことが倉庫会社の競争力、施設のある無しや良い施設か悪い施設かは次の問題。