

カーゴニュース

インタビュー

「倉庫のリノベーション、物流不動産Biz教育を収益の2本柱に」
「リノベーションで顧客は創造できる」 イーソーコ 遠藤 文社長

物流不動産

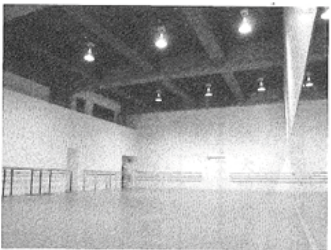
産市場はこの10年間で大きく変貌した。2002年頃から始まった物流不動産ファンド・デベロップメントによる大型高機能物流施設の大量供給により、中小の倉庫は「貸し手市場」から「借り手市場」に。12〜13年にかけて大型物流施設が各地で竣工ラッシュを迎えることから、より新しく、大型で、使いやすい物流施設にテナントが移動する「玉突き現象」の加速が予想される。日本最大級の物流不動産ポータルサイト「イーソーコ.com」の運営を通じて、わが国の物流不動産市場とともに歩み続ける、イーソーコ(本社・東京都港区)の遠藤文社長に、イーソーコのビジネ

たのが、リニューアルによる利便性の向上、認知度のアップ、大型倉庫の建設ラッシュといった物流不動産を取り巻く環境の変化などで、登録物件数は右肩上がりとなりました。12年には3万3000件となっています。さらに、この2年のうちに新たに約60万坪の物流施設が供給されると言われており、中小規模の倉庫から大型で高機能な倉庫に荷主やテナントが移る「玉突き」現象が今後も続きます。そのため、最近では新たな荷主やテナントを確保できずに倉庫が空き、そのまま長期にわたり空いてしまうケースも出てきています。空き倉庫の情報が表に出るようになっていきます。

物流不動産ファンド・デベロップメントは自社でリースング部門を持ち、直接ユーザーにセールスする会社もあり、需要も堅調です。一方、中小の倉庫について言えば、大型高機能倉庫が大量に供給されたことにより、完全に「借り手市場」です。さらに、借り手がじつくりと倉庫を比べてから判断をするようになり、条件交渉など有利に進めることができるようになっています。このように「イーソーコ.com」で収集した多くの登録物件数とネットワークを使って、今までは貸し手と借り手を紹介するだけでマッチングできていたのが、簡単には成約しなくなっています。

イーソーコのビジネスモデルも変わってきていますか。

遠藤 収益の2本柱として「倉庫リノベーション」と「物流不動産Biz教育」に力を入れていきます。いずれもリースングと整合性の取れた戦略です。



リノベーションのマーケットはある

築年数の経った倉庫、当社では「ビンテージ倉庫」と呼んでいますが、これを改修し、オフィスやスタジオなどに生まれ変わらせるのが、

合わせから営業、契約まで一通り実行できるようになります。

「攻め」の営業が必要になるのは、お客様のニーズを第一に考えることで、自社施設にこだわらない営業感覚を持ってもらうことです。施設だけでなく、賃貸や寄託などお客様の状況にあわせて提案できます。これらも各社を担う若い人を受けていただきたいので、ITに慣れたデジタルネイティブ世代を対象としています。この教育の最終目的は、自社に戻って新たな

モデルの「変化」について聞いた。

(聞き手・石井麻里)

「マーケットの変化をどうとらえますか。」
遠藤 「イーソーコ.com」を開設した当初の2000年頃は、倉庫は「貸し手市場」でした。空き倉庫の情報が少なく、あったとしても新しい荷主やテナントが決まっていなかったで、倉庫を探す側は少ない時間で決断が必要でした。当時は倉庫の情報をいち早く収集し、「イーソーコ.com」に掲載するため、倉庫を保有するオーナーとのコミュニケーションを密にし、ネットワークを強化していました。今でも、このスタンスは変わっていません。オーナーとの信頼関係を築いていく過程で、複数テナントが入っている倉庫の管理などを任せていただくようになり、仲介とは別の収益モデルも確立できました。

大きく事業環境が変わったのは、08年頃です。当社ではサイトをリニューアルした時期にあたり、それまで登録物件数が1万件未達だった「倉庫リノベーション」です。今まで、周辺が都市化し、物流ニーズに合わなくなったビンテージ倉庫のテナント紹介は苦勞していました。しかし、倉庫リノベーションに合う倉庫は、このような物流としての競争力が弱くなった都心部の空き倉庫に多いです。物流適地ではなくなった倉庫の新しい活用方法の1つだと思っています。

リノベーションの実績を通じて分かってきたのは、オフィス什器メーカー、建築家やデザイナーなどリノベーションに高い関心のある業界があり、マーケットもあることです。しかし、物流業界とは離れたところにある業界のため、なかなか融合することがありませんでした。当社の倉庫リノベーション事業は、このように物流業界以外の会社とも連携し、顧客を待つのではなく、創造できると考えています。3月には、グループ会社のイーソーコ総合研究所で「倉庫リノベーション」の専用HPを開設し、順調に成長しています。

このビジネスモデルが成り立つのも倉庫とオフィスの質料に差があるためです。オーナーは倉庫として貸すよりも高い賃料を得られます。テナント側も魅力あるオフィス空間により、仕事の効率性・創造性、人材の採用面で優位性を発揮できるなど双方にメリットがあります。現在の物流ニーズに合わなくなった倉庫に新たな価値を創造し、市場に送り出すことができますので、期待できるビジネスと考えています。

イーソーコの教育という物流不動産Bizのやり方になるのでは、物流不動産Bizは物流改善にはならないものにとらえ、普及を目指してきました。物流不動産Bizとは、物流改善を物流施設面から提案するビジネスです。教育カリキュラムのポイントは、6ヵ月の間で「攻め」の営業マインドと情報の共有化による組織営業マインドの徹底、ITシステムの活用にあります。これは、2月にグループ会社のイーソーコドットコムから出した「これからは倉庫で儲ける——物流不動産ビジネスのすすめ」(日刊工業新聞社刊)にも書いた基本概念です。そのマインドを基本にし、物流不動産Bizの情報の集め方、倉庫の提案の仕方、見やすい資料の作成方法などを実践していきます。営業にも同行し、最後には1人で問い

物流不動産Bizの事業部を立ち上げるところにあります。そのため、1人では途中で諦めてしまいかもれないので、少なくとももう一人、仲間となる社員とともに受けていただいています。物流不動産Biz教育を受けた新入社員の方々が、自社に戻って「イーソーコ.com」を活用し、物流不動産Bizの中から新たな収益のチャンスをつかむこと、それによってその会社の収益に貢献することを望んでいます。