

「イーソーコ.com」はなぜ、 倉庫情報サイトで日本最大になったのか



(株)イーソーコドットコム
代表取締役 早崎 幸太郎

1. はじめに

withコロナで世界経済が混沌とする中、この先を勝ち抜く企業にとって重要になるのが「人財」である。

人材不足が社会問題となる物流業界においても、夢や希望をもって飛び込んでくる新社会人は多く存在する。複雑な物流業界では人材教育の課題も山積みである。複雑なパーツをどのように繋ぎ合わせることで、優秀な人材を採用・育成することができるのか。

イーソーコグループ「物流不動産ビジネス」のITと人財事業を担うのがイーソーコドットコムとなる。本連載では、WEBサイト「イーソーコ.com」の特長、ITを主体とした設立からの流れを中心に紹介していこう。

2. 人・空間・テクノロジーを 掛け合わせた物流不動産ビジネス

物流不動産ビジネスとは、物流不動産に関連する人・空間・テクノロジーを掛け合わせたビジネスモデルである(図1)。

「物流不動産」はもともと当社グループ会長である大谷巖一が考案した言葉だが、今では物流業界以外の一般の方にも広く認知されてきた。

国土交通省のホームページに物流不動産の専用ページが開設され、物流不動産の概念、歴史、近年の動きが記載されるようになった(<http://www.mlit>、



物流不動産ビジネスとは？
物流不動産に関連する人・空間・テクノロジーを掛け合わせたビジネス

人：複合提案ができ、イノベーションを起こせる物流不動産
ユーザー・テクノロジープレイヤーの育成と輩出

空間：空間活用の最大化により、新たな価値を創出

テクノロジー：物流不動産ビジネスの加速ツール

図1 物流不動産ビジネスに必要な3要素

go.jp/seisakutokatsu/freight/seisakutokatsu_freight_tk1_000146.htm)。倉庫や物流センターなど、物流施設に求められる役割の変化が詳細に紹介されている。

「物流不動産ビジネス」は物流営業を通して、物流業に関連した不動産、建築、IT、金融、人財などの異業種の産業に横串を通す、これまでにないビジネスモデルだ。従来の自社倉庫を中心とした倉庫営業スタイルから脱皮して、他社倉庫のリーシングやリノベーションなど、これまでにないスタイルを確立した。

そのニーズは様々ある。不動産業の観点から、倉庫オーナーとテナント双方のメリットを創出する提案を行うことで、100人の顧客に100通りのサービスが生まれ、「倉庫の数だけチャンスが生まれる」メリットを享受することができる。

モノを預かる倉庫業、場所を賃貸する不動産業を「空間ビジネス」として融合することで、ハード、

ソフトともにベストな提案が生まれる。その根底にあるのは「物流最適化」である。企業の物流戦略が重要視されるようになったことや、政府の推奨する「働き方改革」と相まって、物流不動産ビジネスはさまざまな業界から参入する企業が急増している。物流業の「守り」に不動産業の「攻め」をプラスした「攻守」のバランスが優れるためだろう。

その鍵を握るのが「人財」となる。高度成長期には、一つの仕事を一生やり続けていても生き抜くことができた。しかし、終身雇用が崩壊した今、世の中に求められている人財とは、「多動力」を兼ね備えたプレイヤーだと考える。当社グループでは彼らを「物流不動産ユーティリティプレイヤー」と呼ぶ。物流不動産ビジネスを第一線から支えていく人財である。

3. 会員8,700人、登録物件数 4.2万、日本最大級規模に

当社では、倉庫物件・物流不動産情報ポータルサイト「イーソーコ.com (<https://www.e-sohko.com/>)」を1999年に開設。倉庫を借りたいテナント、倉庫を貸したいオーナーとの橋渡しを行ってきた(図2)。

イーソーコ.comは、他の不動産サイトやポータルサイトとは一線を画し、倉庫業界特有の秘匿性と信用性を軸に設計したものである。倉庫は顧客の大切な荷物を預かることから、「一見さんには空き倉庫の情報をオープンにできない」という文化がある一方で、地域の老舗倉庫業者にはさまざまな情報が集まってくる。それを精髓として活かしたのがイーソーコ.comである。

イーソーコ.comに寄せられるニーズは、倉庫を借りたい・貸したいというものから、モノを預かる・預かりたいまで幅広い。売買の相談もある。

ところが、空き倉庫情報をWeb上で集め、開示したところで、「信用」がなければ取引は成立しない。

そこでイーソーコ.comでは、IT中心の設計ではなく倉庫業界特有の文化を盛り込み、地域、業種ごと

に分類していった。

通常ポータルサイトの運営は1社で運営及び管理を行うが、イーソーコ.comは運営用のサーバを細分化した。

各地域の運営は地場の老舗倉庫会社が担うランチェスター戦略を採用した。

当社の営業範囲は首都圏となるため、それ以外のエリアの倉庫オーナーは、当社ではなく地場の倉庫オーナーに情報を開示することが多々あったからである。それを逆手にとって、地場の老舗倉庫会社と当社が連携を図り、イーソーコ.comの看板でサイトを運営することで、問い合わせ数は予測を上回る増加、案内・成約までスムーズに流れていくようになった。

また、実際の商談はサイト上では完結しない。物流不動産ビジネスのノウハウが必要不可欠だからである。そのためイーソーコ.comが目指したのはデジタルとアナログを融合させた設計だった。

公開することがなかった倉庫会社が持つ情報をオープン=共有するメリットは大きく、オーナーと倉庫業者、テナントから高い支持を得ることができたばかりか、ビジネス活動の支援を行ってきた。今では主要都市で運営する合併会社(イーソーコ関西、イーソーコ中部、イーソーコ博多)を含め、物流不



図2 イーソーコ.com

動産ビジネスに関わる関連企業は42社までふくらんだ。イーソーコ.comは多くのファンに支えられ、現在は会員8,700人、登録物件数4万2,000件となり、倉庫物件・物流不動産情報ポータルサイトでは日本最大級規模まで拡大していった。

4. ITはツール、重要なのは営業マインド

私が当社に入社したのは、今から13年前の2007年。大手外資系IT企業で企業のインフラ構築を任されていたが、大きなプロジェクトに携える喜びを持つ一方で、巨大な組織の中での自分自身の価値や可能性に疑問を抱いていた。

当社と出会ったのはその頃だった。当社は当時、物流業を軸とした不動産事業と建築事業を展開していたが、部門間をシームレスに連携するITが決定的に不足していた。会長・大谷の提唱する物流不動産ビジネス構想に魅かれたこと、IT武装をすることでビジネス急成長を確信、さらに大谷から独立への具体的なキャリアプランも提示され、当社への入社を決めた。

入社直後の私のミッションは、イーソーコ.comのリニューアルだった。営業職との兼務でITの事業設計を始めた。「ITはツールでしかない。重要なのは営業マインドだ」との大谷の教えをもとに着手した。営業の経験を活かした顧客起点のサイト構築、そして「企業から個へ」にこだわりを持った。

今では複数企業で活動する個人事業主を指す「インディペンデント・コントラクター」が新しい働き方として注目されているが、サイトリニューアル時から情報の価値は個々のプレイヤーに紐付けする必要性を感じていた。個人が情報を持つことで活動範囲が広がり、さらに深い情報が集まれば活躍領域が自然と増えていく。そこで、物流不動産ビジネス展開時、個人単位でマネジメントできるシステム設計を心掛けた。

イーソーコ.comは、物件（倉庫情報）と案件（テナント情報）をマッチングするプラットフォームと

なるが、物件情報や案件情報は、登録した企業ではなく、登録した“個人”レベルまで落とし込んだ。独立や定年退職を迎えたプレイヤーも本部からの一定のサポートがあれば、誰でも物流不動産ビジネスを出来る仕組みとし、これからの働き方に適合させる狙いがあった。

重要になるのは「個人単位で情報が判別できること」、「位置情報を管理できること」、「個人ページ（マイページ）をもつこと」である。営業にとって重要なのは、顧客に自分が提案できる情報を瞬時にらせること。そのため、物流不動産ビジネスのサービスでプレイヤーが提案できるものを個人ページ（マイページ）に集約させ、当該ページからの問い合わせの権利を個人に紐付けた。

また、物流不動産ビジネスでは情報が重要だ。誰から入ってきた情報なのか、成約段階のインセンティブ分配に大きく関わってくる。営業努力を見える化することで、フェアかつスピーディに顧客へ情報を届けられ、その結果、成約率向上につながる。成約した際のインセンティブ分配が見えることで、営業マンのモチベーションも上げることができるからである。また、営業マンが情報を集めることが源となり、さらに営業成績を上げる好循環を生んでいった。

5. 顧客主体の“PULL型”：サイトを全国展開

2010年10月、イーソーコドットコムを設立と同時に私は代表取締役に就任した。「イーソーコ.com」の運営を主事業とするが、これまでイーソーコIT部で推進してきた事業拡大を目的に、スピンアウトしていった。

初めに着手したのは「情報」の集束と管理だった。企業繁栄に必要な要素は「人」、「モノ」、「金」、「情報」と考えていたからである。それらをシームレスにつなげていくため、ITを活用したマーケティングの取組みを開始した。

全国規模で倉庫情報を集めることは、全国で倉

庫物件を持つオーナー情報を集めることを意味する。その情報のニーズがあるのは、日本全国、いや全世界で倉庫を探しているユーザーである。イーソーコ.comに問い合わせを可能とする、顧客主体の“PULL型”の営業手法をより強化した。

インターネットを通じたサービスの根底には人間同士のお付き合いがある。全国津々浦々の中小倉庫情報を入手できる当社グループのメリットを最大限活かしたイーソーコ.comの強みは、今でも変わらない。

6. おわりに

その後イーソーコドットコムは、ITを主体とした業務から、「人財」面へと舵切りを行うようになる。物流不動産ビジネスの果たすミッションのひとつとなるIT面での支援が一段落したため、次に私に課せられたのが人財採用、人財教育だったからである。

そのためのファクターとして照準を定めたのは、

- ① 基本となるメタスキル（能力をつなぐ能力）を上げる
- ② 物流を基軸とした不動産・建築・金融などのスキルを合理的に身につける必要がある。そこでIT、IoT機器をツールとして、活用していくこと

イーソーコ.comをはじめ、物流不動産ビジネスでは第一線で活躍する人財がいなければ絵空事になってしまう。そこで、人財面での支援を開始した。

今回はITを用いた人財面での具体的な事例などを紹介していきたい。

【執筆紹介】

早崎 幸太郎（はやざき こうたろう）
1981年生まれ。千葉工業大学卒。「20代で社長に」という夢を29歳のときに叶え、(株)イーソーコドットコム創立、イーソーコグループ内で初の20代社長となる。現在、イーソーコグループの人材採用と教育を一手に担当し、グループの成長の礎を担う。イーソーコグループの使命でもある「物流不動産ビジネスを通じて、新たな価値を創造し、社会を豊かにする」を実現するため、最も重要な「人財」の採用、育成、輩出の分野を担っている。物流不動産ビジネスにおける働き方などをテーマとした講演や、コワーキングスペースの運営や異業種交流会の開催などを行っている。そのほか、物流不動産BIZ㈱取締役をはじめとする17社の会社役員と理事2社を担う。著書に「物流改善Q&A」(共著)など。

● 優良技術図書案内

● 環境共生時代の建築設備の自動制御入門 改訂版

東テク(株) 田崎 茂・アズビル(株) 染谷博行 著

B5判224頁 3,500円＋税

お問合せは日本工業出版(株) フリーコール 0120-974-250 <https://www.nikko-pb.co.jp/>