日刊 運輸新聞 since 1920
E-mail inquiry@unyu.co.jp URL http://www.unyu.co.jp
発行所・運輸新聞株式会社
東京都荒川区西日暮里3-6-10
佐々木ビル3F 〒116-0013
TEL 03・5685・0035
関西支社 大阪市中央区瓦町1-3-2
〒541-0048 TEL 06・6209・3261
発行人・野口香織
月・水・金 発行
3,500円／月（送料・税込）
2010年
1月6日（水）
第16262号

イーソーコ 遠藤文社長に聞く

新営業手法を提案

他社の施設情報取り込み

最適な物流施設をリーシング（仲介）する総合的な物流施設の提案型サービスを展開しているイーソーコ（本社＝東京）。一昨年十一月からは、「物流営業支援システム」（LSS）の運用を開始。既に五百社を超える物流企業が活用している。さらにこれを発展させ、「物流の新しい営業手法を提案していきたい」と語る遠藤文社長に今年の展望を聞いた。

遠藤　文社長

――LSSの現状は。

遠藤　物流企業のホームページは、顧客誘導（動線）が弱いものが多い。ホームページがあっても、なかなか荷主企業に見てもらえず、得意領域を知ってもらえない。そこで、「イーソーコ．com」とリンクした営業専用ホームページを各社が持つことができるのが「LSS」。現在、登録企業はオープンネットワークによる参加が四百五十社、クローズによる参加が八十社と、五百社を超えている。中小物流企業に人気があるのが、LSSの〝おまけ〟でつけた「なんでも物流掲示板サイト・イーカーゴ」。仕事の依頼や受託をマッチングでき、成約事例も出てきている。一方、クローズシステムには共同物流ビジネスを展開するSCM共同ネット研究会のグループ企業などが参加。また、他の協同組合にも会員ネットワークをつくるのに利用してもらっている。こうしたネットワークを持った会員が増えれば、物流不動産を核としてさらに新しいビジネスモデルを創出していくことができるものと期待している。

――同時期にイーソーコ．comに寄託貨物スペースの登録もできるようにしたが。

遠藤　LSSを開始した直後、より営業に結びつく形にするためイーソーコ．com自体をリニューアルし、それに伴い物流施設に加えて寄託貨物スペースの登録もできるようにした。これは、「物流施設を機軸とした総合営業のサイトにしたい」というイーソーコ．com開設当初からの目標を実現するため機能を拡充したもの。こうしたことも相まって、イーソーコ．comの会員登録は六千五百社となり、寄託スペースの登録も順調に増えている。

今後は寄託貨物の中でも『通販系の物流』を都心部の倉庫で取り込みたいと考えている。ファンドの超大型施設への集約で、都心部の倉庫に空きが出ている。さらに、周辺環境の変化（住宅地化など）で利用しにくくなっている状況だが、通販では逆にチャンスだと思う。通販の商品を撮影する写真スタジオや、またサイトだけでなく実際に商品をみてもらうショールーム・直接販売スペースも設けることで、住宅地が近くにあることを強みに転換できる。倉庫を配送拠点プラス来客の場と位置付け、商物一体の展開を図っていく。このように、物流施設を改修（RE・倉庫）してショールームなど付加価値の高い資産につくり替える、新たなビジネス展開の提案もしていきたい。

――物流不動産セミナーの開催も本格化している。

遠藤　昨年は北関東や九州などを回り、自社施設に荷物を保管する倉庫業から、荷主のニーズに応じて施設を賃貸借する物流不動産への転換が必要なことを説明してきた。物流は勿論のこと、物流不動産に必要な不動産、建設などの関連するノウハウも提供できた。各会場とも百人以上の方たちに参加していただいている。今年も、地域のASP先を中心にセミナーを順次開いていきたい。昨年から、イーソーコグループの若手社員が講師として説明できるよう人材育成に力を入れており、これができるようになってきた。

――今年の展望を。

遠藤　一つには、イー・トランクルームを本格的に開始したいと考えている。倉庫事業者が保有している保管型倉庫の中には建設から三十～四十年経ち、また住宅街の真ん中にあるものも少なくない。そこで、こうした倉庫を改修し、トランクルームを運営するお手伝いをしていきたいと考えている。三月ごろには専用のサイトを立ち上げる予定にしている。

もう一つは、物流の徹底した組織営業を提案していきたい。中小の倉庫や運送会社の営業方法は、言うならば『待ちの営業』が強く、個人的スキルがものをいうが、えてして自社の倉庫しか見ていない場合が多い。しかし、現行の景気低迷や近い将来代替わりが進む中、それで良いのかという機運が倉庫業界に高まってきている。

そこで、ITプラス物流不動産というこれまで培ってきたビジネスモデルを駆使し、物流の新営業手法を提案し、新しい人が入ってきても、三カ月くらいで収益が出せるようにしていく。皆が平均点以上になるような組織営業が必要だと考えている。

――その背景は。

遠藤　極論すれば、この不況で、スキルを持った人の募集もできるし、年末でも空車のトラックが見つかる。しかし、物流施設はそこにある唯一のもの。最近の荷主が開く年間物流費十億円規模のコンペは、物流センターの提案力が鍵を握っている感がある。そうなると施設をより多く所有・管理している大手が強くなる。このため、中小の営業マンが大手に対抗するためには、物流不動産を活用し、他社の施設情報をうまく自社に取り込んで、コンペで提案する必要がある。そこの手助けができるように、自社施設にこだわらずに営業を行う人材の育成方法と当社に蓄積されたノウハウを体系化したものをパッケージとして提案していくことを目指している。

具体的には、スカイプ（インターネット上の無料音声通話ソフト）でコミュニケーションを図ることを考えている。通常の電話だと顔は見えないが、スカイプを利用すれば、資料などを見せながら説明できる。物流センターを探すときなどスカイプを活用して説明することも可能だ。

イーソーコは、「ICT」の「C」（コミュニケーション）にこだわっており、これにより不動産ビジネスを『見える化』していく。