

おかげさまで50周年

# 物流ニッポン

発行/月曜日・木曜日 第4099号

購読料/6カ月30,600円(税別) ※送料別

©物流ニッポン新聞社 2018 (1969年4月1日第3種郵便物認可)

2018年(平成30年)

# 6 | 28

(木曜日)

URL=http://www.logistics.co.jp

株式会社 物流ニッポン新聞社

編集発行人 山田 晋

東京本社 東京都千代田区平河町1-7-20 ☎03-3221-2345

大阪本社 大阪市天王寺区堂ヶ芝1-3-24 ☎06-6779-5655

全国8支局自社ネットワークの物流総合専門紙

札幌 011-756-5006 名古屋 052-251-8301

仙台 022-741-1723 大阪 06-6779-5655

東京 03-3221-2345 広島 082-836-8866

新潟 025-288-5695 福岡 092-474-5858



## イソーコ会長 大谷 巖一氏

の物流業者が有する不動産の大半は、倉庫など物流用途に限定されています。本来の使い方ではあるのですが、資産として最大収益化する発想が無かったことに私は着目しました。

物流不動産ビジネスは

物流を軸に不動産、建築、金融、IT(情報技術)などの業務ノウハウを「営業ツール」として取り入れることで、物流営業を積極化して業態化につなげることができま

なるのです。全産業を足元で支える重要な産業(インフラ)である物流施設をツールとして使うことでパラダイムシフトの波に乗り、千載一遇のチャンスをつかむことができます。

収益構造を見ると、倉庫業はお客さまの資産である貨物を倉庫で預かり、不動産業は土地や建物という空間の開発や賃貸をメインとしています。不動産のスペースを生かして収益を得ている共通点があります。

不動産証券化で不動産業と金融業の距離が縮まっています。金融業界の情報収集力が不動産業界にも流れ込むことで、物流不動産ビジネスにも有利に働きます。「貨物はありませんか?」といった受け身の営業から脱却し、「どこに貨物が存在し、どこへ運ばれるのか」という情報に対し、能動的に触覚が働くはず

前回は物流不動産ビジネスの優位性についてご紹介しましたが、早速読者の方からお問い合わせを頂きました。今回は、物流不動産ビジネスの考え方についてご理解いただければと思います。

物流不動産ビジネスを一言で表せば、「物流施設を基軸とした総合営業」です。物流に不動産を取り込んだビジネス——と我々は位置付けています。

物流企業の営業は従来、お客さまである荷主に對し、「(預かる、運ぶ)貨物はありませんか?」と、サザエさんに出てくる三河屋のサブちゃん(「御用聞き」)のようなスタイルでした。しかし、物流の適用範囲が、製造から販売までをカバーするロジスティクスと呼ばれるようになってから、サブちゃんのような受動的な御用聞き営業は成り立たなくなりました。

産業界での不動産所有物件数のランキングでは、製造業、不動産ディベロッパー、物流業となります。ところが、3位

## 勝ち残るための「物流不動産ビジネス」②

# 価値観異なる業種融合

## 「御用聞き」脱し提案を

「御用聞き」脱し提案を

「御用聞き」脱し提案を

価値観が異なる物流業者と不動産業者を有機的に結合させることで、多額の収益を得るビジネスチャンスは、無限大と言っているほど可能性が広がります。物流と不動産の融合は「1+1=2」にとどまらず、答えが5にも10にも

物流不動産ビジネスは、これら空いた倉庫を物流用途から切り離し、個性的なオフィスやスタジオにリノベーションを施しています。例えば、倉庫リノベーションで収益化させていくことも、物流不動産ビジネスのメニューの一つです。確実に言えるのは、物流不動産ビジネスでは不動産のスキルの必要性が確実に大きくなること

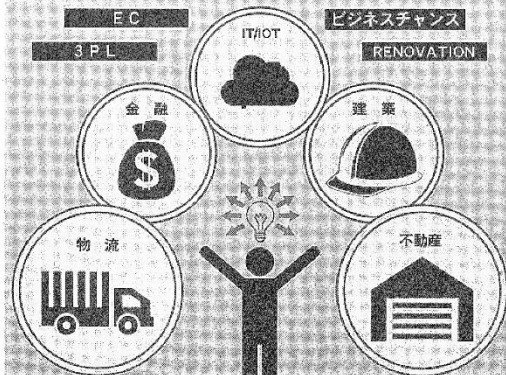
### これまでの物流営業マン

御用聞き営業が主流



### これからの物流営業マン

物流施設を基軸とした総合営業



土台は物流スキル

武装した不動産業が物流業と融合することで、受益範囲が拡大し、御用聞きのような営業スタイルを確立できません。