

連載（物流）：物流不動産ビジネスの業界化にむけて⑨

## イーソーコ.comのリニューアル

～物流施設情報ポータルサイトの歩みと黎明～



物流不動産BIZ(株) 代表取締役 大谷 真也

◆連載監修：大谷 巖一（イーソーコグループ・会長）

### 1. はじめに：入社～現在まで

筆者がイーソーコグループに入社したのは2004年4月。当時はアバンセロジスティックという社名で、社員も数名。倉庫・物流に関連する営業が同居するコラボレーションオフィスで業務を行っていた。現在のように営業と事務等が分れておらず、人材教育体制も整っていないなか、先輩の背中を追いながら自分で学んでいくしかなかった。もともと営業職に従事したくて入社したこともあり、仕事自体に不安はなかったが、社会人として甘かったことを思い知らされた。

前職では中古自動車の営業をしていた。そこで自分がやるべきことは「仕事をとってくる＝車をできるだけ多く、安く買い取る」。仕事は分業制で各人の業務内容が明確になっており、事務や経理は担当者に任せて自分はただ営業すればいいという考えでいた。ところが当時のアバンセロジスティックでは、全部の業務を自分でやらなければならなかった。業務の幅の広さという点では、給油から洗車、オイル交換までこなしたガソリンスタンド勤務時に培った経験があった。だが社会常識を身に着ける機会がないままてしまったため、電話のマナーも知らず、「しばらく電話に出るな」と叱られたこともあった。結局、最初の数ヵ月は物件資料の作成とイーソーコ.comへの登録作業のみ。営業がやりたくて入ったのに、デスクで悶々とする日々が続いた。やはり、少しでも早く営業で通用するためには仕事を覚えるしかない。今も基本は変わらないが、募集物件とユーザーとのマッチングは、結局のところどれだけ物

件情報を知っているかである。そう考え、自宅から会社の間にある倉庫物件を一つひとつ必死で覚えた。

物件の情報を多く持っていることが功を奏し、やがて先輩に連れられて営業に回るようになり、実地でも先輩の背中を見ながら仕事を覚えていった。

学ぶのもいいが、やはり自分で案件をまかされて実際にやってみるほうがはるかに面白い。物流不動産ビジネスは、業務としては不動産に分類されることが多く、特に当時は不動産で大きく儲けることができた時代。月の給料でさえ給料袋が立つほど稼いでいる先輩を目の当たりにしたり、フルコミッション制であることもあって期待が大きく膨らんだ。「そのうち街中の建物がビジネスにつながるようになってくる」などという冗談ともつかない話も耳にした。そのうちそんな風に見えてきたような気もしたので、やはり筆者は営業が好きなのである。

2006年には社名もイーソーコに変わり、業容も業務内容も拡大。グループとして人材育成に力をいれるようになり、その受け皿として2010年10月に



写真1 物件案内の様子

イーソーコドットコムが設立される。さらに2014年3月、教育を行う子会社として当社が設立される。筆者は2016年に代表取締役役に就任し、現在はイーソーコグループ物流不動産部の部長を兼務し、営業部門を統括するとともに、さまざまな業務請負など、物流不動産ビジネスを多角的に展開している。

## 2. イーソーコ.com開設まで

倉庫物件マッチングサイト「イーソーコ.com」の開設は2001年。筆者が入社した当時、既に物流・倉庫業界内で話題になりつつあった。今でこそ倉庫の空き物件情報を掲載するサイトは珍しくないが、当時はとても画期的なものだった。

当時の倉庫会社は自社の倉庫が空いていることを外部に出さないというのがセオリーになっていた。自社の倉庫の前に空いているパレットが積み残されているのも気にするほどだったという。倉庫は稼働させたいが、空いているということは知られたくない。そこにニーズとチャンスがあると考えたのが、イーソーコグループ現会長であり、物流不動産ビジネスの創始者である大谷蔵一である。

会長の大谷は老舗倉庫会社の営業マンとしてさまざまな物流現場を回るなかで、空き倉庫とユーザーのマッチングを思いつく。空き情報と入居希望情報を結び付けてネットワークを組み、ユーザーに提供すればビジネスになると考えたのである。

まずは同業の営業マンとともに倉庫の空き情報を収集して整理し、電話やFAXでユーザーに提供する仲介業務をスタートさせた。多くの物件に触れ、オーナーやユーザーとも接する機会の多い倉庫営業マンならではの発想で、業容も2年間ほどは順調に拡大していったという。だがアナログ的な方法では、情報の収集にも提供にも限界があった。

ちょうどそのころ、多くの企業がホームページを開設しはじめていた。インターネットでの情報交換も一般化しはじめており、不動産情報サイトも開設ラッシュを迎えていた。自分たちもこれを活用しようということになり、前身となるサイトをつくりあ

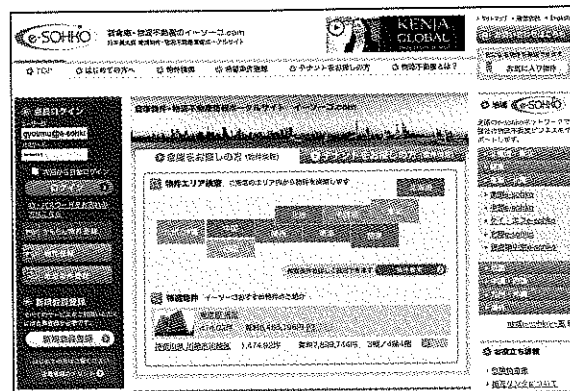


図1 リニューアル前のイーソーコ.com

げた。

## 3. 物流不動産ビジネスのヒントに

この前身サイトは一種のイントラネット（組織内におけるプライベートネットワーク）で、会員限定で情報を公開するというものだった。会員制としたのは、倉庫の空き状況を知られたくないというオーナーへの配慮と、手つかずの市場が荒らされることのないよう、物流業界の商慣習に理解を持つ方に限定したためだった。

そもそも、倉庫の空き物件情報そのものが出回っていない時代。ある程度クローズドでありながらも、貴重な情報を得られるということで会員数も物件登録数も順調に拡大していった。さらなる拡大を視野に、会員が自分で物件登録できる機能も追加。既存の物件情報と整合性が失われることがないように、審査を経て公開される仕組みも整えた。

一方で、想定外もあった。一般的な不動産賃貸であれば、共通のルールや商習慣のもとに取引は滞りなく進む。だが、当時のサイトに登録したオーナーのほとんどが倉庫を賃貸したことがなく、どうしていいかわからない。一見しただけではどんなニーズがあるのか理解しにくかったのである。

例えば、あるオーナーが登録したテナント募集価格が、近隣の同等物件の半値以下だった。近隣物件

からクレームがくるかもしれないと思い連絡したところ、「実は賃料は無料でもいい」というのである。驚いて事情を聞くと、そのオーナーが持つトラックを使ってくれれば無料で貸したいという。要するに、運送会社がトラックを使って欲しいため、自社の倉庫を無料で貸し出すというのである。とはいえ賃料無料では募集できないので、イーソーコグループがその倉庫を借り、ユーザーに賃貸することにした。いわゆるマスターリースである。イーソーコ.comで公開したところ、すぐにユーザーが見つかった。ユーザーは安く倉庫を借りることができ、オーナーはトラックを使ってもらえる。イーソーコもマスターリースとして利益を享受し、トリプルウィンも実現した。この出来事は現在の、物流と不動産を基軸とする「物流不動産ビジネス」につながる第一歩であったと言える。

## 4. 空き倉庫情報だけでは ない強み

イーソーコ.comが画期的だったのは、それまで表に出てこなかった賃貸倉庫情報を初めて大々的に公開したことだと評価していただいている。それまで空いている倉庫情報を求めるには、探しているエリアの倉庫に直接出向くか、電話帳を開いて片っ端から電話を掛けるくらい。それが倉庫情報を提供する仕組み＝イーソーコ.comによって大きく変わったのである。筆者が入社したのは下地ができた後だが、それでも今日の物流不動産ビジネスの隆盛に関わることができたという思いもある。

だが、単に空き倉庫の情報を公開しているだけではいずれ追いつかれてしまう。情報の数だけなら大手の方がはるかに集めやすい環境にあるし、営業力も上である。我々が倉庫情報でトップを維持し続けられた理由はいくつか挙げることができるが、一言でいえば「物流や倉庫に対する知識をもつ専門家のプロ集団であったこと」。また、「どこにも属さず、公平で色がついていなかったから」と言えるだろう。そしてその点こそが、「イーソーコ.comの画期

性」なのである。

不動産会社が運営する倉庫検索サイトは少なくないが、いずれも倉庫物件の仲介にとどまっている。倉庫を仲介するだけでは、どこまでいっても「物流施設＝コストセンター」という考えから抜け出せないのである。倉庫のオーナーは長らく倉庫を活用してビジネスを行ってきたが、それは荷物の入庫→保管→出庫という業務による対価であった。当グループはそこに倉庫の賃貸を加えたが、この「賃貸」とはとらわれないのが強みだと考えている。

ある不動産会社が、周辺相場よりかなり低く登録してきた際、当グループが借りることで周辺相場の値崩れを防ごうと交渉を持ちかけたところ、同業には貸さないという。この金額で出されては周りの物流業者が困ると申し上げたが、「仲介業は顧客に安くて優良な物件の情報を提供する対価で成り立っている。あなたたちのやり方は間違っている」とははっきり言われた。

彼らの言い分は不動産仲介業者としては真っ当である。だが倉庫や物流を知らない会社が算入してくると、相場が崩れる可能性がある。物流業や倉庫業は不動産業とは違う。不動産会社の方には物流不動産ビジネスを理解いただき賃料相場の安定が図れた。このような一つひとつの取り組みが倉庫を扱うプレイヤーの方々から評価いただけた。

こうした対応を行えることが他の物件情報サイトにはない強みであると考えている。

## 5. イーソーコ.comの リニューアル

会員制としてスタートしたイーソーコ.comは、これまでパイオニアかつトップランナーとして走り続けてきた。そのうち不動産プレイヤーなども入ってくるようになってサイトユーザーの幅が広がり、一般公開してからは会員数も閲覧数も右肩上がり続けてきた。物件数も同様で、当初200件ほどだった物件数はやがて数千件に伸び、2010年ごろには会員数9,000人、物件数6,000件。現在では全国を網

羅し、登録物件数5万件、うち公開募集中物件900件という、日本最大級の倉庫物件・物流不動産情報ポータルサイトになっている。サイトは当初つくったものをカスタマイズしながら活用してきたが、開設から20年以上が経ち、大規模リニューアルを実施した。



図2 スマホにも対応したリニューアル後の「イーソーコ.com」

まず大きな点が、スマートフォンへの対応だ。倉庫の賃貸はこれまで企業間契約が圧倒的に多く、物流不動産ビジネスもBtoBに重点を置いていた。しかし我々が続けてきた倉庫の魅力の発信が浸透したのか倉庫や倉庫っぽい空間に興味を持つ個人が増えてきている。こうした層の取り込みを視野に、これからは個人ともつながるべくBtoCにも力を入れる。

新しいサイトでは、閲覧、物件登録ともに、よりパーソナライズできるような仕組みを導入した。ログインにGoogleとFacebookのアカウントを使えるようにし、視覚的にはアイコンを取り入れてインターフェイスもスマートフォンに対応。物件の情報や入居条件がスマホ画面でも一目でわかるようにアイコン化した。トラックパス付き、リノベーション可能などが、視覚的に判断できる。

物件の登録は、最短3ステップで登録することができる。現場で撮影した画像も入れやすくなり、入力フォームに沿って進めるだけでアイコンも自動生成される。これまで多岐にわたっていた必須項目の入力も内容を絞って簡素化し、登録者が届けたい情報を簡単に登録できるようにした。

リニューアルした「イーソーコ.com」は2022年10月1日にリリースされたが、これがゴールでは

ない。「社内オペレーションが楽になった」、「見やすくなった」という声が届いているが、利用者からの本格的な反響がくるのはこれからだと考えている。今回のリニューアルはいわばベースをつくっただけで、これからブラッシュアップし、もっと便利にしていきたいと考えている。

将来的には集まった情報を集約・分析してビッグデータ化し、必要な人たちに提供できる仕組みを構築しても面白いと考えている。例えば建築会社が設計の際にシミュレーションできたり、その情報をもとに相談しあったりできるプラットフォームをつくってもいい。データは公開し、他業界・他業種のデータ使用もできるようにすることで、物流不動産ビジネスの業界化へのベースにもなるのではないだろうか。

## 6. おわりに：その先へ

イーソーコグループは中小の物流・倉庫会社を中心に不動産・建築・金融等様々な会社とのネットワークを構築してきた。しかし、人員リソースに限りがある中小企業では業務が属人的になりがちで、同じ業務でも担当者が変わると分からなくなることがしばしばあった。今は働き方改革がすすみ、個人レベルであらゆるビジネスに参画できるようになってきた。グループが目指す「物流不動産ビジネスの業界化」には会社間のネットワークを超えて、個人とのネットワーク構築が重要である。物流不動産ビジネスに関係する個人が参加できるようにまずはイーソーコ.comのパーソナル化をすることで物流不動産ビジネスに参入する人財を増やしていきたい。