

空室対策には「テナントアナリスト」探しも重要

ビルのオーナーや独立型店舗の所有者にとって、空き店舗の入居者が決まらないのは頭の痛い問題だ。居住系の賃貸管理会社や仲介会社に頼んでも思うような客付けは期待できない。それは、

居住系と事業用では契約形態に違いがあることは前回申し上げたとおりだ。しかし、テナント所有者にとってはキャッシュフローやビ

テナント誘致の ポイント外はこれだ

ルの体裁に影響してくる問題なので、そうは言ってはられない。では、どうすればいいのか。それにはまず「店舗」についての認識を持つことが必要だ。

不動産で言う「店舗」



エリアコミュニケーションズ
(福岡県福岡市)
西村健社長

昭和31年10月12日生まれ、福岡市の不動産会社東邦ハウジング等で不動産実務を経験後、平成16年テナント仲介専門会社エックリアプロジェクト副社長に就任。平成19年エックリアプロジェクト代表取締役に就任している。

でも業種や業態によっても探す人や契約形態が違ってくる。また、飲食店舗・物販

店の個人と企業では店舗は個人と企業では店が多く、郊外では駅の周辺や規模の路面店舗が幹線

第2回 優良入居者を探すには「テナントアナリスト」をみつけたい

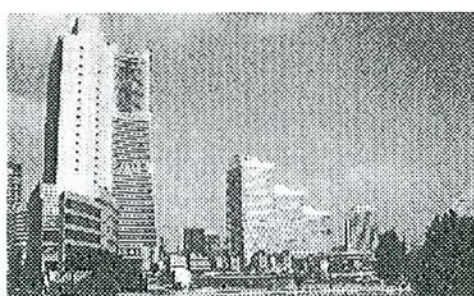
と言っても商業店舗（ビルイン含）、路面店舗、郊外型店舗があり、さらに「店舗」には飲食店舗、物販店舗、居抜き店舗等がある。私がテナント仲介を覚えてきた頃は全てが同じに見えた。

ところが、同じ店舗とて、同じ店舗でも、都心部の商業店舗（ビルイン）は大手リーディング会社が主に取り扱い、郊外では駅周辺か住宅街の路面店舗を探索していることが多かった。企業は集客性重視なので、都心部の目抜き通りだ。

で異なっている。個人沿いの独立型店舗、路

店が主で個人で探しているケースが多い。このように、テナント仲介分野は業者も少ないが情報ネットワークや契約書式の統一化

では、その店舗を仲介する不動産会社はというと全国的にみて非常に少なく、私の計算ではテナント物件を主に扱っている不動産会社は事業者の約1・3〜5%だと思っ



▶優良テナントを確保するには