●全国賃貸住宅新聞（2008年8月11日号）に掲載されました。

テナント誘致のポイントはこれだ

# 第4回 何故テナント物件情報はクローズなのか

## 自社サイトにパスワード

テナント物件の情報流通が確立されていないのは何故か。諸説考えられるが「手数料収入が多いので、物件情報を抱え込んで他社には流さない」「場所に希少価値があるので直ぐに決まる」などと言ったことが主な要因のようだ。

それを反映するかのように自社サイトに「ID・パスワード」をつけて情報提供するテナント仲介会社が実に多い。果たしてそれは本当にオーナーやユーザーの視点に立った姿勢なのか疑問に思ってしまう。

昭和50年代、居住用賃貸にも同じような時代があった。机の下から「実は掘り出し物ありますよ」が、それまでの不動産会社のスタイルだった。

しかし、賃貸情報誌等の出現でオープン化され、机の下に入れておくより業者間流通や情報誌に掲載して早く決めたほうが得だということが浸透し状況は一変した。

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、ホームで賃貸情報誌編集長を歴任後、地元福岡の管理会社で不動産実務を経験。平成16年専門会社エリアコミュニケーションズ設立。代表取締役に就任。

今日では空けばインターネットにリアルタイムに掲載されているのが現状のようだ。最近の話だが、東京の弁護士事務所を訪れたとき「先日、事務所を移転したんですが、物件を探すのに一苦労しました」と聞かされた。

さらに「もっとネットとかで事前に物件情報が分かると無駄が無くていいんですけどね」と話していたことが印象に残った。この私は「どうしてですか」と尋ねてみると「オフィス仲介会社に10件ほど案内してもらったんですが、その内8件は見る必要のない物件でした」。

賃貸オフィスはオーナーの都合で出せないケースが多く、貸店舗は仲介会社の都合で出さないケースが多いように思う。

それは某大手自動車メーカーの設計部門の会社からだ。現地も見ていないのに、直ぐに申込みたいといった内容だったので慌てたが、そのとき、情報の開示の必要性が私にはわかった。

「案内して物件を決める」それも重要だが「情報を開示して相手に選ばせる」ことも重要だと思う。地場のユーザーなら直ぐにでも見に行けるが、県外のユーザーはネットしか頼るものが無い。これだけネットが普及したことを考えれば、情報をオープン化させることがオーナーや仲介会社の利益につながることではないだろうか。

## オープン化が相方の利益に

しかし、色んな都合があるにせよ情報の開示こそが健全な流通が促進される唯一の方法ではないだろうか。見方によっては情報も「腐ってしまう」と私は思っている。

私が以前実務を行っていたとき、ネットに掲載（場所、家賃、条件等を公開）したオフィス物件に直ぐに反響がきた。

それは某大手自動車メーカーの設計部門の会社からだ。現地も見ていないのに、直ぐに申込みたいといった内容だったので慌てたが、そのとき、情報の開示の必要性が私にはわかった。

「案内して物件を決める」それも重要だが「情報を開示して相手に選ばせる」ことも重要だと思う。地場のユーザーなら直ぐにでも見に行けるが、県外のユーザーはネットしか頼るものが無い。これだけネットが普及したことを考えれば、情報をオープン化させることがオーナーや仲介会社の利益につながることではないだろうか。

ようにユーザーは不便を感じているのに、提供している不動産会社