

The Strategic Manager

戦略経営者

10

No.348

2015/OCTOBER

●第2特集

インバウンド需要を狙う

●The Innovator 永井酒造社長 永井則吉

世界初の瓶内2次発酵発泡日本酒

●緊急インタビュー

マイナンバー対応の切り札
『PXまいポータル』の全貌

中小企業の落とし穴

情報セキュリティ

戦略経営者登場

和不動産社長

仲宗根和徳

kazunori nakasone

投資用不動産販売の常識覆し 成長続ける業界の寵児

「業界の常識の逆」ばかりやっていきます」と笑うのは、和不動産の仲宗根和徳社長。投資用ワンルームマンションの販売を主業務に創業（2011年2月）以来、右肩上がりの成長を続ける注目の経営者である。

ここでいう「業界の常識」とは、電話や飛び込みでの勧誘、売りっぱなしの営業体制などであり、おりに触れてマイナスイメージで語られる場合が多い。だからこそ仲宗根社長は、独立の際には正反対の方向性を目指した。マイナスをプラスに変えれば、必ず顧客の支持を得ることができると思ったからだ。

セミナーと紹介で100%集客

大学卒業後、ファストフードチェーン大手を経てこの業界に転職。「ベンチャーで自分の力を試したかった」という仲宗根社長は、デベロッパーに入社後、上司に誘われて新会社の創業メンバーとなる。創業時からの成功事例・失敗事例をうまく吸収しながら独立の機会をうかがうが、すでにこのとき、仲宗根社長の頭には、現在の

「常識を覆す」ことは思いのほか難しい。それが企業の生死を分けるビジネス界ではなおさらだ。そんな「革新」をやったのけ、創業わずか5年で年商20億円にも届くこととしている和不動産。同社の仲宗根和徳社長が今回の主役である。



◎プロフィール

なかそねかずのり●1978年東京都葛飾区生まれ。法政大学経営学部卒業後、デベロッパーなどを経て、2011年2月、株式会社和不動産の代表取締役役に就任。従来の不動産業界にはなかった、顧客に対するユニークなアプローチを実践。各メディアから多数取り上げられている。2015年2月には、「不動産投資“購入後”の教科書」(クロスメディア・マーケティング出版)を出版。Amazonで不動産・不動産投資部門ランキング1位を獲得。

精緻なビジネスモデルが浮かんでいったのだという。

「ポイントは、アフターフォロー」だと思いました。顧客に信頼されることでリピーターを呼び込む。これが大手に勝てる最も効果的な戦略なんです」

32歳で会社を設立。最初は知り合いからの口コミを頼りしながらホームページを整備、さらにセミナーをスタートした。電話営業に頼らない集客の仕組み作りである。ここからアフターフォローまでが不動産のビジネスプロセスになるが、概観してみても戦略の精緻さに驚かされる。

まず、セミナーの参加人数であるが、10名前後と少ない。これは確実にユーザーのニーズに寄り添い、思いを伝えるためである。そのかわりに週2回と頻度は高い。セミナーの内容は投資術や運用術、狙い目の物件エリアなどだが、実際に投資をシミュレーションできるゲーム会も開催している。リピート参加率は5割。参加者のうち約1割が成約するという。

「新規の8割は、このセミナーとゲーム会が入り口になります。残りの2割が紹介」だという仲宗根社長。つまり、電話や飛び込み営業での顧客はゼロ。さらに驚くべきは、売り上げ全体の5割がリピーターだということ。ここに



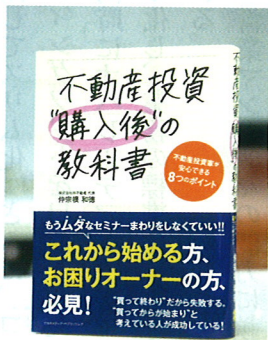
も大きな理由がある。

まず仕入れ。同社が扱うのは都心の中古ワンルームマンションで、1棟丸ごとではなく戸別に仕入れる。「いとこ取り」で空き室リスクを減らすためだ。毎月仲介業者から送られてくる1000件ほどの情報のなかから上位1〜2%に絞り購入する。重視する立地は築浅で都心駅近。すばやく意思決定し、競合する際には薄利を承知で購入することもあるという。

「都心の物件は空室率も低く家賃も下がりにくいので安心して販売できる。顧客満足度を高めるためには多少価格が高くてもとりに行きます。当社はさばきも早く、取引先からも信用がありますから他社には負けません。また、仕入れから2カ月以内に販



新規成約の8割を占めるセミナー



COMPANY DATA

和不動産

所在地 東京都台東区上野 5-6-11
売上高 12億3000万円 (2015年3月期)
社員数 11名
URL <http://nagomi-fudousan.com/>

売できるので在庫コストも僅少。商品が無駄なく回転しているので銀行借り入れはほとんどなく、経営面での効率性も高い」

ここで垣間見えるのは顧客第一戦略。つまり、本当に良いものを販売し、リピートにつながる姿勢だ。そのハイライトとでもいうべきものが、冒頭にも出たアフターフォローである。

和不動産ではアフターフォロー専任の社員が、顧客（オーナー）と月1回は電話、3カ月に1回は面談の形でコンサルティングをこなしている。素早いレスポンスで顧客の疑問を処理することはもちろんだが、最大の役割は「オーナーのキャッシュフローをいかに増やすか」だ。

そのためには、繰り上げ返済、リフォームによる賃料の引き上げなどが考えられるが、当然、その選択肢のなかに、「複数所有」もある。同社のスタッフは、オーナーと二人三脚で効率のよい運用法を考えていくなかで、自然とリピーターをつくりあげていくのである。

また並行してオーナーを集めての「クリスマスパーティー」や「クルーザーパーティー」などのイベントを定期的に開催。投資家同士が情報を交換するとともに、自社と顧客との親密で楽しい関係性を維持することが、

潜在需要の掘り起こしにもつながっているという。

財務を把握し効率化に邁進

さて、すでに前段でお分かりだろうが、仲宗根社長の経営のもうひとつの特徴は「効率性」である。同社のビジネスモデルも、実は効率性が背骨として貫かれているからこそできること。顧問の小城麻友子税理士は言う。

「部門別に業績を管理され、経費関係もしっかりと把握されています。数字にはお強いですね。だからこそ、財務状況も良く、無駄のない適正な投資ができるのでしょう。毎月の巡回監査の折に、仲宗根社長にその時々さまざまな経営に関する考え方を聞き取るのでありますが、とても柔軟で発想が豊かなんですね。経営者としての根本的な能力の高さを感じます」

ちなみに、同社の昨年度の売上高は12億円超。一方で従業員は11名。1人当たりの売上高は1億円を超える。1人当たりの粗利益も2000万円に近づきつつあり、業界平均を大きく超えている。ちなみに、セミナーは社長を含め3名、アフターフォローは2名でまわしているというからすごい。



社員の約7割が女性



アフターフォローが最大の特徴



小城麻友子顧問税理士

「従来型の投資用不動産販売の業界は極めて非効率なんです。たとえば、電話営業なので電話代はかかるし、営業マンはどこへでも出かけていきますから移動時間のコストや莫大な交通費もかかる。また、激務で社員が頻繁に辞めるので、採用費や教育費も馬鹿になりません。当社のビジネスモデルでは、それらの非効率性をすべて排除できるのです」

また、業務の多くをアウトソーシングしていることも特徴。総務をはじめHPや広告などの集客業務も外注してスリム化。さらに、コンサルティングソフトを自前で開発すると同時にオペレーティングをマニュアル化し、業務の標準化にも成功している。

営業マンの個々の能力に頼らず、セミナーやアフターフォローという「仕組み」で売っているところもプラス要因。給与体系も極端な業界にありがちなインセンティブ制をとっていない。これらにより、特定の社員の独断専行や離脱（独立）を防いでいる。

業界ナンバーワンを目指す

前出の小城顧問税理士はこう表現する。

「とにかくみなさんの雰囲気を楽しそうに、安心して働いておられる感

じがします。気遣いもできるし、教育が行き届いているんですよ」

実は不動産の社員は7割が女性。たとえば役員も一人も女性だし、営業課で見ると課長は男性だが、あとの3名は全員女性である。昨今の人手不足により優秀な男性が採りにくくなっている現状もあるのだろう。

「女性の方が人当たりや第一印象が良いし、実際、優秀な人である可能性が高い」と仲宗根社長は言う。また、いまだき珍しいというべきか、飲食だけでなく日帰り旅行やボーリングなども取り入れ、社員の一体感を醸成してきた。

仲宗根社長は今後の最大の課題を「人材育成」だと見ている。効率性を追求し、1人当たり利益率を高めながら、代表就任以来、毎年ほぼ1.5倍ずつ規模を拡大してきた和不動産。今年度も同じく前年比1.5倍の年商18億円を見込んでおり、いく「システムで売る」体制をより強化しても、基本的なマンパワーが足りなくなる日も近い。社長の右腕ともなるべき営業マンを育てることができれば「このまま成長を続け、業界ナンバーワンの座にできるだけ早くたどり着きたい」という仲宗根社長の野望も実現に近づく。

取材協力：小城麻友子税理士事務所／本誌：高根文隆