



新建築ハウジング発行人 三浦祐成が聞く

そこんどこズバリお聞きします

## 住宅関連ネットワークのトップ

SEASON 2

# 突撃インタビュー

TOTSUGEKI INTERVIEW

### 第2回●物件王

編集部が注目する住宅関連ネットワークのトップに、新建築ハウジング発行人・三浦祐成が「今こそ聞きたい話」を深掘りする本連載。

Season2の第2回は、工務店などに不動産業の参入支援を行う物件王。

なぜ工務店が不動産を扱う必要があるのか、ビジネスチャンスにどうつながられるのか。

代表取締役の藤井達朗さんに話を聞いた。

**三浦:**物件王は一言でいうと、工務店に何をしてくれるネットワークなのか。

**藤井:**工務店の不動産仲介業参入を支援する。工務店は不動産情報を取り扱うことで、場所(土地)から考えて家を建てたいと思う顧客もつかめるようになる。

**三浦:**具体的にどういったサービスが受けられるのか。

**藤井:**まずは不動産の基礎から教える。私たちの経験則から、建築業界の方が知らない不動産業界の当たり前からだめなことまで。また、加盟店が地域の新しい不動産情報を毎日しっかりと掲載できるように情報提供のサポートを行っている。エンドユーザーは情報が一番多い媒体から閲覧する。自社ホームページでその情報を公開さえすれば、地域で一番情報がそろっている店になれる。

**三浦:**提供する不動産情報のなかには中古住宅も含まれる?

**藤井:**もちろん。出口を多く用意するために、全ての不動産情報を取り扱うことを推奨している。ワンストップ化していかないと顧客のためにならない。

**三浦:**ほかにどんなメリットがあるのか。

**藤井:**クラウド上で顧客・物件・営業管理できるシステムも提供する。情報蓄積によって、物件を求めている顧客の属性は可視化されてくる。加盟店はその情報をもとに、需要に沿って土地購入の判断ができるし、分譲計画も立てやすくなる。また不動産情報、中でも新しい物件情報はどんな地域でも毎日更新されるから、顧客にアプローチしやすくなる。

### 考え方のワンストップがビジネスチャンス

**三浦:**物件王を工務店・リフォーム業者が利用すると、自分たちのビジネスに生かせる。形態はVC? また、加盟状況は。

**藤井:**エリア制ではないVC。工務店が守ってきた看板・実績はそのままに利用してもらっている。トータル11年間ほど運営していて、現在は220社

ロジックを伝えている。またシステムを運用して情報発信すると引き合いが出てくる。最初は不安に思うかもしれないが、24時間相談可能な窓口と7人のスーパーバイザーがいるので誰にでも相談してほしい。

**三浦:**220社も加盟店がいると差が出てくると思うが、うまくいく会社といかない会社の境界線はどこか。

**藤井:**単月でいえば7割は黒

ろで加盟している5億から8億円規模の工務店はワンストップモデルを実施している所も多いのか。

**藤井:**そうでもない。事業として見せられるレベルはその規模でも難しい。だから私たちは「考え方としてのワンストップ」を顧客に想像させることを推奨している。不動産業を絡めて出口を多く持つことで、事業者も生活者も考えたことがなかった今後の住み方の提案もできる。ビジネスチャンスが大きく広がる。

### シニア層向けサービスで社会課題を解決したい

**三浦:**今後の展望は。

**藤井:**実働300社を目指す。今年も厳しいかもしれないが、現在も順調に加盟してもらっている。2024年秋までを目標に取り組んでいきたい。また、各サービスをコラボさせてシニア層向けの事業を拡充したい。大きなスケールでいうと、日本の文化が変わってきたと思っている。大手事業者が賃貸アパートを建て始めたのが30年くらい前、日本の土地活用・資産活用も出てきた時期。そこから月日が経ち一括借り上げの制度が終わり、大多数が余ってくる。家は住まないと劣化するのが早いから、例えばシニア層と現役世代に無償で住んでもらって見守りのようなシステムを構築するのか、もしくは不動産と建築を買い取ってサブスクリプション形式で運営するのか。将来的に日本の問題を、他国が追う構図となるのが考えられるから、その時にモデルケースとなりうる事業を展開していきたい。

## 不動産×建築ビジネスが生む将来設計

**三浦:**ちなみに中古の物件情報は増えてきている?

**藤井:**今は横ばい。ただ、圧倒的に中古情報が出てくるのはここから。

**三浦:**それは顧客の「売りたい」という気持ちが強くなってきているから?

**藤井:**高齢化の影響もある。団塊世代が自立した生活を継続することが難しくなり、高齢者施設を利用するようになっている。今後10年間、この動きは加速していくだろう。だから私たちはシニア層向けのサービスも組み立てている。

が加盟している。加盟店はほぼ建築事業者。新築メインの事業者、リフォームメインの事業者が半々。傾向としては年商5億から8億円規模の事業者が多い。

**三浦:**その事業規模なら“工務店”という会社が多いと思う。元々不動産業を営んでいなかった会社が大半なのか。

**藤井:**そうでもない。肌感覚ではあるが、半数は宅建業を営んでいたが機能しなかった会社、もう半分はこれから宅建業の看板を掲げる会社だ。

**三浦:**もともとアンテナを立てていた事業者は、何がボトルネックになっていたのか。

**藤井:**人材。過去に活躍した不動産業界の経験者を頼るが、今の集客知識が足りず、成果を出せずに終わってしまうパターンが多い。物件王は不動産業界の未経験者でも運用できる。一から不動産の営業として教育して、後々建築のことを理解できるとなると会社も納得できる

字化されていると思う。ただ、物件登録する事務員が続かない、営業がいないと進まないなど、属人的な部分が要因になっている。

**三浦:**逆に劇的に変わった事例はあるか。

**藤井:**何よりも、不動産を触るようになると劇的にファイナンスに強くなる。ここが一番変わる。例えば月3戸の新築を建てる工務店であれば、地方の銀行から見れば重宝される。でも不動産の場合は間口が広いから、月20件以上の融資付けをすることも。すると銀行からの見え方が変わってくる。

**三浦:**面白い。工務店の2大「もったいない」は、土地とローンを触らないことだと思っている。それを解決できるのはいいこと。私自身、不動産力を強みとする工務店を「リアルエステートビルダー」と呼んでその普及啓発を図っているが、不動産力向上に寄与するサービスだと感じた。とこ



物件王 代表取締役  
藤井 達朗 氏

1994年に外装工事会社のケイシンを創業。2002年には建築会社タツケンホームを創業。業績に伸び悩んでいたが、建築の受注を不動産窓口から増やし2年で地域 No.1の会社になる。自らが不動産の営業として活躍した経験をもとに、現在は物件王の代表取締役として全国の建築会社・工務店の不動産参入支援を行う

たつの市・相生市・太子町専門 物件数No.1

「住む」がここからはじまる。

物件数 No.1 会員登録すると ZZZ

自社ホームページがあれば、「地域で一番情報がそろっている店」を開業できる