住まいの会社訪問
この人に聞きたい

日本都市住宅㈱　専務取締役

黒　江　伸　一　氏

聞き手　有限責任中間法人　日本マンション協会理事長　小木曽　忠孝

会社組織だから利益を出すのは当然だが、義理を欠くようなことをしてはいけない。義理を先に通せば、利益は後から付いてくる。いつの時もこの精神を忘れずに、大型都市にいろいろな世代の人が住めるようなマンション「フロントシティ」を提供したいという日本都市住宅㈱。古き良きものと新しさの融合が同社にはある。

座右の銘は「先義後利」

黒江　伸一（くろえ・しんいち）氏
日本都市住宅（株）専務取締役
鹿児島出身、1962年生まれ

小木曽　本日は社長の代理ということで、黒江専務にお話を伺います。そもそも御社の高橋社長との出会いは？

黒江　はい。高橋は以前私が勤めていた、某大手不動産会社の営業部統括本部長で、私の上司でした。

小木曽　では、現在の会社を高橋社長が設立なさった時に、声を掛けられたのですか？

黒江　そうです。高橋の「自分たちの力で、手作りの会社を作ろう」という言葉に共感したんです。

小木曽　それが平成12年ですね。

黒江　ええ、会社の設立は平成12年10月です。

小木曽　丸7年がたちましたが、これまでの営業実績をお聞かせ下さい。

黒江　主な業務はマンションの販売代理です。特に設立から平成17年まではそうです。

小木曽　でも、その間の平成16年に自社ブランドの「フロントシティ文京」を販売されている。

黒江　はい。でも、17年に社内で「もう一度販売代理で、会社の基礎体力をつけよう」ということになったんです。ですから、17年の営業成績は12名の営業で、年間200戸のマンションを売りました。

エスポアコート要町

都市の最前線マンションを提案

小木曽　仕入れが終わると、いよいよ売り出しですが、販売については何か特徴がありますか？

黒江　地元の皆様に、物件が販売されていることと、そしてそれがどんなに素晴らしい物件なのかを、いかに知っていただくかがポイントなのです。なぜなら、何カ月もの販売代理でも買い取り再販でも、一戸を売るエネルギーは同じ。ならば、買い取り再販の方に、今後は力を入れていこうと。

小木曽　買い取る際のポイントは？

黒江　原因を分析して、なぜ売れずに残ってしまったのか、いかに付加価値を付けられるかを細かく調査します。付加価値は物理的なものとは限りません。物件は素晴らしいのに、営業手法がマーケットに合っていなかったりして売れていない物件が多々あります。そこにビジネスチャンスを見いだすことができるのです。

フロントシティつくば松代

小木曽　物件はどのように入手するのですか？

黒江　情報収集を徹底的に行い、売主から直接購入するようにしています。間になるべく業者が入らないようにしています。弊社の利益だけではなく、いわゆるサービスなどでお客様の利益にもつながるからです。

小木曽　仕入れは専務自身が行っているのですか？

黒江　はい、私が直接現場を見て、最終的に判断しています。私は営業の経験が長かったのでお客様の視点で物件を見る目も大事にしています。

小木曽　買い取る際のポイントは？

黒江　原因を分析して、なぜ売れずに残ってしまったのか、いかに付加価値を付けられるかを細かく調査します。付加価値は物理的なものとは限りません。物件は素晴らしいのに、営業手法がマーケットに合っていなかったりして売れていない物件が多々あります。そこにビジネスチャンスを見いだすことができるのです。

小木曽　仕入れが終わると、いよいよ売り出しですが、販売については何か特徴がありますか？

黒江　地元の皆様に、物件が販売されていることと、そしてそれがどんなに素晴らしい物件なのかを、いかに知っていただくかがポイントなのです。なぜなら、何カ月もの販売代理でも買い取り再販でも、一戸を売るエネルギーは同じ。ならば、買い取り再販の方に、今後は力を入れていこうと。

小木曽　買い取る際のポイントは？

黒江　原因を分析して、なぜ売れずに残ってしまったのか、いかに付加価値を付けられるかを細かく調査します。付加価値は物理的なものとは限りません。物件は素晴らしいのに、営業手法がマーケットに合っていなかったりして売れていない物件が多々あります。そこにビジネスチャンスを見いだすことができるのです。

小木曽　今後は、自社ブランドの拡大が目標ですか？

黒江　そうですね。やはりそれが目標になっていきますね。商標登録してある自社ブランド名の「フロントシティ」は、都市の最前線という意味。社長の高橋が名付け親です。この名前の通り、大型都市に魅力を感じている人に好まれるマンションを提案していきたいと考えています。

小木曽　具体的な案はありますか？

黒江　高齢化が進む今、お年寄りには一戸建ての管理が大変になり、マンションへの買い換えを考えている方が増えています。そういうお年寄りから若い人まで、住みたいと思えるマンション作りですね。広さも見直す必要があると思うんです。今までファミリー型といって、3LDKが定番となっていましたが、はたしてその広さが本当に必要なのかどうかです。昔のように客間を必要とするお客様は減っていますから。

小木曽　マンションは建てた後、入居してからの管理がとても大切という、利益を出さなくてはいけない。でもこの精神は忘れてはいけないと思っています。

黒江　ディベロッパーが管理会社も持っていることが、必ずしもいいことは思いません。どうしても、同列会社となると、緊張感が無くなったりしますから。弊社がお願いしている管理会社は1社ですが、積極的にさまざまな提案をいただきます。やはりそういう会社は仕事もしっかりしています。会社の規模、上場しているかどうかも大切ですが、一番大切なのは担当者レベルの仕事に対する姿勢だと思うんです。経営は「COOL HEAD」でも、入り口は「WARM HEART」ですよ。

小木曽　ネームバリューよりも熱心かどうかだということですね。

黒江　そうです。私の座右の銘は「先義後利」。つまり、義理を先に通せば、利益は後から付いてくるという意味なんです。もちろん会社ですから、利益を出さなくてはいけない。でもこの精神は忘れてはいけないと思っています。

小木曽　忠孝氏
（おぎそ・ただたか）
日本マンション協会理事長
設立2003年4月1日
HP＝http://www.nmkk.jp
東京都出身

【会社案内】　日本都市住宅㈱　設立／平成12年10月。資本金／1千万円。事業内容／①資産運用コンサルタント事業、②分譲マンションの販売及び販売代理事業、③広告代理業、④人材派遣業、⑤不動産売買・賃貸・管理及び仲介事業、⑥損害保険・生命保険代理業。