



未来をつくる をる企業家

監修

株式会社 船井総合研究所

住宅・不動産支援本部

住宅・不動産 編

はじめに

日本の未来をつくるのは、大都市にある大手企業や、ベンチャー企業だけではありません。地方にも、「未来をつくる企業家たち」がいます。

しかし、地方というと、「過疎化で閑散としたシャッター街」「おじいさん・おばあさんの街」というイメージがあるかと思えます。

確かに、地方には、

- ・人口減少・過疎化
- ・少子高齢化
- ・財政難
- ・後継ぎ問題
- ・空き家問題

などの社会問題が山積しています。それだけで、「地方には未来がないのではないか」と感じてしまふほどです。

そして、それと比較すると、「大都市のほうが未来がある」と感じる人もまた、多いのではないで

しょうか。

しかし、地方には、それらのマイナス要素を覆す、地方を未来に導く人たちがいます。

地方の住宅・不動産業界で、事業を2ケタ成長させ、市場を活性化しながら、地域経済、ひいては社会をも牽引する社長たちです。

私は、そういう人たちを「地方の勇者」と呼んでいます。

なぜ、「勇者」なのか？

- ・市場が逆境にあっても、それに立ち向かい、勝ち続けることができる
- ・勝ち続け、毎月、毎年成長し続け、レベルアップしている
- ・「地縁」を大事にし、仲間を大事にし、まわりから一目置かれる存在である
- ・仲間と一緒に闘い、闘う仲間を増やし、大きな勝利をつかむことができる
- ・そして、地方の経済・社会において、必要とされる存在にもなっている

彼らには、これらのような要素があります。そして、物語やゲームの主人公である「勇者」のように、困難にも勇敢に立ち向かい、パーティ（仲間）とともに、目的を成し遂げる者のように思え

るからです。

彼らは、マイナス（課題山積）の環境からプラス（利益）を生み出して、仲間を増やし、巻き込み、パーティ（会社）を大きくしていきます。

それどころか、さらなるマイナスを見つけ、プラスに変えて、ビジネスを通じて地域経済・地域社会を変えていきます。

それを繰り返しながら、創業から数年で年商10億円を突破し、さらに数十億円の会社へと成長して、地方経済に大きな影響を与える存在になっていくのです。

“地方の勇者”が地方に与える影響は、それだけではありません。

自分のビジネスだけにとどまらず、まわりの社長を巻き込んで、観光を活性化したり、学生を増やしたり、スポーツを振興したりします。また、地方の祭りやイベントにも参画して、地域に魅力アップにも貢献します。まわりを成功させたり、幸せにしたりすることも考えているのです。

今後日本では、人口減少が進み、どの市場も縮小が進みます。特に地方は、深刻な状況に陥るでしょう。

しかし、“地方の勇者”は、それを逆にチャンスに捉え、2ケタ成長を続け、地方経済・地方社

会に良い影響を与え続けていくでしょう。

本書では、船井総合研究所が経営コンサルティングの現場でご縁をいただいた、業界でも注目の「地方の勇者」である「未来をつくる企業家」の10人を紹介させていただきます。

本書を通じて、彼らから影響を受け、未来の「地方の勇者」が出現すること。

そうして、地方から日本が良くなり、明るい未来がつけられること。

そうなれば、私にとって、大きな喜びですし、そうなることを願っています。

船井総合研究所 住宅・不動産支援本部 執行役員 杉浦 昇

はじめに

住宅・不動産業界の今後

- ① 人口減少・市場縮小時代 14
- ② 住宅・不動産市場の未来予測 18
- ③ 人口減少、市場縮小の中、儲ける“地方の勇者” 21
- ④ 住宅・不動産業界の“地方の勇者”の特性 22
- ⑤ “地方の勇者”の経営手法 29
- ⑥ “地方の勇者”の差別化戦略 33
- ⑦ 地方の勇者の多角化戦略 41
- ⑧ “地方の勇者”の未来 44

シアーズホームグループホールディングス

- ① 注文住宅系ビルダー着工棟数で九州ナンバーワンに 49

不動産SHOPナカジツ

- ① 毎年120%の成長を支えているのは「人」……………65
- ② 社員を家族として大事にする……………66
- ③ 幅広いサービスで好循環を生むビジネスモデル……………69
- ④ リノベーション市場の成長と不動産業界の現状……………70
- ⑤ 初めての採用説明会でエントリーがゼロ……………72
- ⑥ 不動産仲介だけの会社は生き残れない……………74
- ⑦ 「最初に足を運んでもらえるお店」を目指す……………75
- ⑧ 新卒でも早期に立ち上がれる成長環境……………77
- ② 「何のために働くのか」がわかる会社をつくりたい……………51
- ③ お客様を幸せにできるのは「幸せな社員」……………53
- ④ アメリカのポートランドに学んだ「賢明なる成長」……………55
- ⑤ 「ブランド」と「地域」の多角化……………56
- ⑥ 会社の規模が大きくなれば、成長は加速する……………57
- ⑦ 「営業の拡大再生産」を実現するシアーズアカデミー……………59
- ⑧ 家を建てる職人を確保できるかが、成否を分ける……………61
- ⑨ 50人来たら、50人採用したい……………62

のうか不動産

- ① 国立大学内に店舗を持つ、全国唯一の不動産屋 81
- ② 「父の代よりも良い会社になりたい」 82
- ③ 新店舗を建てたことが転機に 83
- ④ 大学までは無料送迎バス、カフェでの朝食も無料！ 86
- ⑤ 売上ではなく、戸数と入居率のバランスを重視 88
- ⑥ どこよりも勉強することを心がけて、社員の8割が宅建取得者に 89
- ⑦ オンラインワンの「選ばれる不動産会社」になる 91
- ⑧ 風通しのいい社風で低い離職率を実現 93
- ⑨ 金沢の地に根ざし、今後は就活支援にも取り組んでいく 94

オノヤ

- ① リフォームの売上、東北地区で9年連続1位 97
- ② 東京での成功をいったん諦め、自分にしかできないことに向き合った 98
- ③ 工務店が嫌がる小さなリフォームに勝機があった 100
- ④ 会社はみんなを幸せにする「打ち出の小槌」 102
- ⑤ 新しい店舗では、必ず一つ新しい挑戦をする 104

アサヒアレックスホールディングス

- ⑥ オノヤ独自の「中古注文住宅」というコンセプト…………… 106
- ⑦ 同じ価値観を持っていれば、組織は強くなる…………… 108
- ⑧ 生え抜きの社員の中から、次期経営者を育てたい…………… 109
- ⑨ 「リフォームでいい」ではなく「リフォームがいい」と言われるように…………… 110
- ① 「魔法瓶の家」を追求する、新潟のハウスビルダー…………… 113
- ② 任された会社を2年で黒字化して独立…………… 114
- ③ CS（カスタマーサティスファクション）との出会いが転機に…………… 116
- ④ 本当に自分が住みたい高性能の家…………… 118
- ⑤ 住宅寿命が短い日本で「100年住宅」を目指す…………… 120
- ⑥ 優秀で素養のある人間にトップを任せたい…………… 122
- ⑦ 仕事の面白さや辛さを教えるのは会社の役割…………… 123
- ⑧ これからの会社を支える「3つの柱」…………… 124
- ⑨ 地方に人が戻ってくるような魅力ある会社…………… 126

中央建設

- ① 山陰地方でトップクラスの棟数を手掛けるハウスメーカー……………129
- ② 女性社員が4割、ライフも大事にできる会社……………131
- ③ 「建てた家に責任を持つ」ために会社を存続させる……………132
- ④ ローコスト住宅への転換は苦難の連続……………134
- ⑤ 「ニコニコ住宅」の成功要因……………136
- ⑥ 第二創業期は「三方良し」から「四方良し」へ……………138
- ⑦ 今後、住宅メーカーは二極化が進んでいく……………139
- ⑧ 入社1年目の新人が6000万円を売り上げる……………141
- ⑨ 明るく元気な人ほど成長スピードが速い……………142

フィリックス

- ① 名古屋に本社を置く会社で新築アパート着工棟数ナンバーワン……………145
- ② 唯一私を認めてくれた人との出会い……………146
- ③ 「本気でやれば、できる」……………148
- ④ 施工会社から営業会社へ方向転換……………149
- ⑤ 不動産投資事業での強みは、デザイン・セミナー・高い収益性……………152

ワイズ・ケー

- ⑥ 信頼されるために、自分でも物件を持つ 153
- ⑦ 社員は家族。「人を諦めない」経営 155
- ⑧ 「働き方」が自分で選べる環境づくり 156
- ⑨ 2020年度に売上100億円を目指す 158

ハウスウエル

- ① 業界参入7年目で県内5位まで急成長 161
- ② 安価でわかりやすい価格設定でパッケージ化 162
- ③ お客様のために仕事をしたくて住宅会社に 165
- ④ 生き残る会社と淘汰される会社の二極化が進む 168
- ⑤ 地域密着型で年商100億円企業へ 169
- ⑥ 上下関係なく互いに指摘し合う「ベア制」 171
- ⑦ 入社4カ月で初契約、未経験でも3年で店長に 173

- ① 全国900社の中で圧倒的トップの取引件数 177

ハウジング重兵衛

- ② 大手企業が8割を占めていた領域で勝負する……………178
- ③ 「お客様を騙さない不動産屋」でありたい……………179
- ④ 病気がきっかけで、幸せな仕事をしてお金をもらおう仕事へ……………181
- ⑤ 「そんな業者とは一切取引しなくていい。自分たちでやろう」……………183
- ⑥ 必要なのは「営業力」ではなく「コンサルティング力」……………185
- ⑦ どんな仕事をするかで生き方が決まる……………187
- ⑧ 土日に休みをとれる不動産屋……………188
- ⑨ これからは日本でも中古物件の売買がメインに……………190
- ① 水廻りに特化した千葉県東部トップのリフォーム会社……………193
- ② 「120年続く大工の会社」を背負う6代目……………194
- ③ 100人中50人がリビートの地域密着型ビジネス……………197
- ④ 「専門店」出店で、ニッチ分野のトップを狙う……………198
- ⑤ みんなで甲子園を目指すように働きたい……………201
- ⑥ 若手を中心となって進める10の委員会活動……………202
- ⑦ 社員からも「日本一選ばれるリフォーム会社」……………204
- ⑧ 地域から愛される会社であり続ける……………206