

建設新聞読むなら建通新聞。[建設専門紙]

## 社会を変える企業へ プロパティA・中西氏

2018/3/16 東京

自社ブランドの「クレイシア」シリーズをはじめとするマンション開発を展開するプロパティエージェント（新宿区）は2004年の創業以来、14期連続の増収増益を達成している。成長を支えるのが入居率と顧客満足度の高さだ。管理物件の18年2月期の入居率は99・80%を記録。テレマーケティングなどを手掛けるアイ・エヌ・ジー・ドットコム（大阪市中央区）の調査では、「満足度の高いデベロッパー」の第1位を2年連続で獲得した。「成長の第2フェーズに入り、業界のトップを目指す」と公言する中西聖代表取締役社長に、好調の要因や今後の戦略を聞いた。

—高い入居率を維持するための方策は。

「当社のマンション開発では徹底したデータ分析を欠かさない。最寄り駅の乗降客が将来的にどのように変動するかなども含め、50以上の項目から成る定量的なデータに基づいて資産価値を把握する。また、建物の仕様を決める際には、地元の賃貸仲介業者を回ってヒアリングを重ね、入居者の特徴やニーズを想定する」

「施工者との相性によって建物の出来が全く違うことも考慮しなければならない。私は建設会社で施工管理をしていた経験もあり、安心して仕事を受けてもらいたい思いがある。要望があれば事業収支や仕入れ計画を開示して、経済の大きな変動が起こった場合でも迷惑を掛けないことを示す」

—顧客満足度の高さも特長だ。

「投資用マンションと居住用コンパクトマンション、賃貸住宅を自社で開発しているため、ライフステージに応じた提案ができることが評価されたのだろう。居住用マンションを購入した人の家族構成が変わったり居住地を移ったりする時など、売る・貸すのどちらの場合も当社で対応できる」

「顧客満足度の高さにより、約100人の顧客が実名で感想を寄せてくれている。広告並みの大きなピーアール効果だ。将来的には購入者と見込み客が直接対話ができる仕組みの構築も検討できるようにしていきたい」

—長期的な戦略は。

「国内では、都心で開発を続けていくことは間違いない。経済指標によって変わるかもしれないが、3年でおおむね1000戸の供給を目標としている。国外で魅力を感じているのはアジア。今後、協力してくれる現地のデベロッパーを検討していくとともに、早稲田大学と共同で、仮想通貨による新興国投資の可能性などを研究する」

「企業が時代を超えて成長するためには、カリスマ性やアイデアではなく理念が重要だ。不動産と不動産サービスの価値を創造、向上し顧客の未来を育み最高の喜びを得る、という理念の下、12の行動指針を定めている。行動指針を全社員が共有するために、専門の部署が指導して、社員が持ち回りで指針についての考え方をブログに記すなどの活動をしている」

「個人的な指針としては偏見を持たず、常にゼロベースシンキングを心掛ける。顧客に喜んでもらうとともに、社会を変える企業になるよう、歩み続けたい」（森直貴）

【略歴】建設会社で施工管理を経験し、不動産会社で不動産販売事業に従事した後、2004年に同社を設立、代表取締役社長に就任。13年城西大学大学院経営学研究科修了（MBA）。15年明治大学大学院グローバルビジネス研究科修了（MBA）。高知県出身、1977年2月6日生まれ。



プロパティエージェント(株)代表取締役社長の中西聖（なかにし・せい）氏