

震災後、住民からの質問受付・回答を繰り返す。 今は取引回復、信頼も獲得 [(株)明和地所]



(株)明和地所
代表取締役社長：今泉太爾氏



震災後しばらくは管理物件や道路からの泥のかき出し作業に追われた (写真提供：(株)明和地所)

(株)明和地所

千葉県浦安市
代表取締役社長 今泉太爾氏
先代の今泉浩一氏(現会長)
が1979年に創業。以来、一貫して浦安・新浦安エリアに密着して不動産業を展開している。現在は70人を超える社員を抱え、5店舗を展開。2010年、今泉太爾氏が社長に就任。

2011年3月11日に発生した東北地方太平洋沖地震(東日本大震災)。1995年に発生した阪神・淡路大震災のマグニチュード7.3を大きく上回るマグニチュード9.0を記録し、国内観測史上最大の大地震であった。

東北のみならず首都圏エリアでもさまざまな被害にみまわれ、湾岸エリアでは多くの場所で液状化現象が発生、その対応や復旧に追われた不動産会社も多い。

千葉県浦安市に所在する(株)明和地所(千葉県浦安市、代表取締役：今泉太爾氏)も、液状化の発生に伴い、これまで遭遇したことのないさまざまな被害が営業エリアで発生。その対応、そして復旧などに尽力した企業の一社だ。

情報の“交通整理”を徹底

「震災発生時、私は社用で東京にいたんです。電話や通信などが寸断され、会社や営業エリアの様子が分からないまま、歩いて帰宅。到着したのは夜中でした。翌日から本格的な“戦闘開始”でした」(今泉氏)。

千葉県の東京湾岸の人気エリアである浦安では各地で液状化が発生。土地が波打ち、ライフラインも寸断された。同社の管理物件および売買の取引先も、ほぼすべての物件が何らかの被害を被った。そのような状況下のため、仲介業については開店休業状態。管理物件、あるいは同社

で取引した物件の被害状況の確認を進めつつ、管理物件および道路からの泥のかき出し作業を社員総出で進めていった。数日が経過し、ある程度進捗した後は、アパートの下水枡の清掃に忙殺されたという。

下水道の復旧は上水道より遅れていたため、「トイレはもう使える」と思い込んだ入居者がトイレを流し、泥を掻き出しているところに汚物が流れてくるという経験も何度かしたそうだ。こうした作業が1ヵ月続いた。

ライフラインの復旧にめどが立った頃から、建物の復旧相談、対応方法の提案などにも追われた。

「とりあえず生活できるようになると、近隣の住民が外に出て井戸端会議をするようになりました。『液状化で家が傾いた。どうしたら直るのか、いくらかかるのか』『どこに相談したらいいのか』などといったことを話しているんですね」。情報がないからみなぎ混乱して、不安にかられていた。同社にも質問が寄せられる。しかし、同社にとってもこのような災害遭遇は初めての経験。「お客さんはこの先どうなるのか、本当に復興できるのか、といった漠然とした不安にかられている。分からないから不安になるわけで、それなら情報を集め、整理し、徹底的に明らかにしていこうと思ったのです」。

顧客を訪問し、状況を把握すると共に、質問を受け、その質問を地盤

の専門家や各省庁、行政などにアプローチし、受けた質問の答えを調べ、回答する、ということを繰り返していった。「不動産は情報産業だと思います。お客さまからの質問にはプロとして徹底的に調べるとお伝えしました。そのためには情報ソースも重要です。当社が行なったのは、情報の“交通整理”です。事実ベースで既成の情報を集め、伝えていく。情報を持ち帰り、届けるなんて伝書鳩のようですが、それがその時一番求められていると実感しました」。

そうしていくうちに、質問に対し即答できることが増えていったという。

「例えば地震保険の保障。同じような被害のはずなのに、ある人は全損、ある人は半壊と判定され、『おかしいのでは?』と。そのような方には『再調査をお願いし、こここここの被害の状況をきちんと伝えてください』とアドバイスしました。結果判定が変わり、感謝されたことが何度もありました」。一方で、判定が適正だと思えるケースで「私が受けた判定に納得いかない」と不満を述べている人に対しては、「被害はこうこうです。ですからその判定なんです。判定は妥当だと思いますよ」ということを説明していった。「あくまで客観的な立場での、情報提供・説明を心掛けていきました」。

こうした活動を続けていくうちに、個別に回答するには手が回らなくなるようになった。そこで各自治

会を回って無料セミナーの開催も行うように。「内容は被害にあった建物の修復方法の説明やそれに必要な費用、地震保険に関する情報などです。週1回のペースで、1年くらい実施しました」。さらにこうした活動の中で知り合った、東京大学社会基盤学専攻の東畑郁生教授を講師に迎えての地盤セミナーも開催。定員250人の席が瞬く間に満席となったという。

なお、こうした質問の受付や回答にあたっては、取引の有無、管理物件の顧客か否かなど関係なく、対応していった。「本来行政の仕事なのかもしれませんが、役割分担しています。そもそも行政は有事の時には手が足りませんし、消費者との直接のやりとりは、われわれの方が得意です。行政が言いにくいことは私たちが伝えるなどしてカバーすることによって、スムーズにいくことが多かったと自負しています」。

それに、当時は、顧客かどうかを選別してられる状態ではなかったという。「でも有事の時の対応次第で、今後平時の時には当社に依頼してくれるはず、という期待は若干ありました。復旧が完了した今では、そういう方が当社に来てくれるようになったので、期待は外れなかったと思っています」。

こうして、商売を抜きに東奔西走した結果、情報が情報を呼ぶかのごとく、さまざまな情報が同社に集まるようになっていった。そして気が



各自治会を回っての無料セミナーを開催。週1回ペースで1年ほど続けた(写真提供: 株明和地所)

つくと、エリアで最も情報を持つ不動産会社として認知されるに至ったという。

悪影響を及ぼす狼狽売りを阻止

災害発生後、こうして地域の人のために努力を続けた同社であったが、半年近くはまったく仲介取引が発生しなかった。それでも、今泉氏は市況の回復を信じ、人を減らすということは考えなかった。「他社では、震災後に社員が半分になったところもありました。でも当社は一人も減らしていません」。阪神・淡路大震災や、中越地震の時のレポートなどを見ると、落ち込んだ市場は約3年でもとに戻るといった傾向が把握できていたからだ。

「不動産業では、最低でも5年ほど経験しないと一人前になれません。だから人を減らすと、市況が戻るであろう3年経過後に仕事に影響が出るわけです。現に、市況が回復

した現在、当社は人が足りないということがなく、人が定着しているからこそ、さらに仕事の質を上げてサービスが提供できていると自負しています」。これも、さまざまなデータや情報を把握できていたからこそ判断であろう。

ちなみに、震災後まもなくの頃、「相場なんてあってないような」ものになった時期があったという。「市場価格の半値以下の取引が発生していたんです。でも、それは市場全体に悪影響を及ぼしますし、地域の価値が下がります。その状況を阻止するために、『阪神・淡路大震災時の下落率はこのくらいです。半値以下なんておかしいです。そのような価格を言うてくるある意味悪徳な事業者とは取引する必要はありません』とまで言い切り、狼狽売りを防ぎました。必要なのは情報を整理して伝えることで、お客さまに判断力を与えてあげること。有事は判断力が鈍り、だまされやすいですから」。

今泉氏自身も被災者だ。「実家は全損し、私の住まいも少なからず被害を受けました。その意味ではお客さまと同じ境遇・環境ですし、運命共同体なんです。だから、当社の商売うんぬんということはまったく考えずに物事に当たることができました。浦安の資産価値を守る、生活を復旧させていく…。そこだけを考え



浦安市では液状化の被害が多くのエリアで発生。今泉氏自身も被災者となった〈写真提供：(株)明和地所〉

て取り組みました」。

震災後、浦安エリアでは、行政も参加しての地盤改良などの取り組みが進められている。そういう取り組みへの情報提供や、取り組みの反対者への説得などにもボランティアで参加。地域の資産価値をより高めるための活動に力を入れている。そして有事の際には、コミュニティの力がものを言うということを実感したことから、お祭りなどの催事の際には、今泉氏はもちろん、社員も含めて積極的に参加する。「人が足りないと言われれば、焼きそばを焼くために、喜んでみんなで出かけて行きます」。

大手にはない“当事者意識”と“覚悟”

情報が足りなければ、恐怖心は増幅していく。一方で、情報がきちんと入れば、恐怖心は格段に減らせると今泉氏は断言する。

例えば、液状化被害で多数報道された浦安市だが、実は倒壊した物件は1軒もないのだという。「地盤の専門家に聞いたところ、液状化した地盤が緩衝材になって、揺れは大きくても倒壊するような事態にはなりにくいとのことなんです」。つまり、経済的には損失が発生しても、命は守れるエリアだということが理解されれば、あとは対応を考えればいいという話になる。経済的損失には、保険や行政の補助金などといった対応法がある。新築をとする場合も、

地盤改良をすれば被害は最大限抑制できる。相手が知らなかった有益な情報を織り交ぜて提案すると、恐怖心は一気に和らぐ訳です。取引が大きく落ち込むということはなくなりました」。

大きな災害であったが、同社はさまざまな情報を集積させて、それを発信していったことで、地域の人からの信頼を獲得していった。不動産業は“情報産業”だと言われるが、まさにそれを体現した事例であろう。

「当事者意識と地域住民にどこまでも寄り添うという覚悟。これが、大手企業にはない地場不動産会社の何よりの強みだと思っています。ちなみに、当社の社員は、半分以上が浦安市在住です。そして就業年数がある程度経ったら、浦安に住宅を取得することを会社で積極的に奨励していることもあり、ほとんどの社員が浦安に自宅を所有しています。結果、顧客と立場が同じになり、坪単価が上がると、一緒に喜びます。われわれができることをやって、最終的に地域が守られればいい。地域を長く繁栄させることが私達のビジネスです」。

社員がきちんと定着していくことで、顧客の定着も進む。いわば“地層”のような積み重ねで、リピーターも獲得できている。今後も浦安の地域に根を張って商売を続けていくために、情報の重要性を認識した上で、地域に目を向けた努力を重ねていく考えだ。



同社 HP (<http://www.meiwajisho.co.jp>) には「東日本 Q&A」と題したメニューを開設。震災後に多く寄せられた質問を中心にわかりやすく解説、公開している