

空き家管理は、 地域社会が求めている仕事

地域とつながることで
先祖に後押ししてもらえる仕事ができる

株式会社平田不動産
代表取締役

平田長市郎 氏

地道な対応でオーナーの 信頼勝ち取る

——前職は銀行マンだったと聞いています。不動産業を始めたきっかけは？

銀行には8年ほど勤務し、京都と敦賀で渉外担当として業務を行っていました。その後地元小浜に戻り不動産業を始めるにあたり今後どんな方向に進んだらいいかを考えていました。直接のきっかけは三好不動産（福岡県福岡市）の先代社長・三好勉氏の講演でした。当時はまだ不動産管理という概念がない時代でしたが、そこで「今までは管理業者はオーナーの言いなりで、客付けしてもオーナーからクレームを言われていた。そのような時代は終わり、これからはオーナーから堂々と手数料をもらう時代がくる。これからは管理の時代だ」という話を聴き、「まさに鳥肌が立った」くらい衝撃を受けました。不動産というと一本釣りの仕事が多かったなかで、毎月必ず管理手数料

が入る安定性と無理な売買営業が不要になる、という点も共感できた部分です。また、管理業は銀行時代に行っていた、一軒一軒個人宅を訪問する普通預金の小口営業に似ていると思いました。

そこで、とにかくやってみようと思い28歳のときに小浜に事務所を開設しアパート管理の仕事をしたのが不動産業のスタートです。早速、小浜市のアパート組合会長にあいさつに行き、名簿を借り受け、手土産を持ってオーナーを1軒ずつ訪問していきました。

——順調な滑り出しだったのですか？

最初は不動産の仕事はありませんでした。そこで気づいたのは、売り物件をたくさん預かれるのは信用力があるということです。お客さんは大切な財産を預けるわけですから。ただ、田舎の良いところは、「〇〇さんのところの息子か！」ということだけで信用してもらえて話を聞いてくれることです。その上で、きちんと仕事をすればさら



平田長市郎 氏

プロフィール

福井県小浜市出身。昭和46年京都第2地銀入行。昭和54年退職。昭和56年不動産業開業。昭和58年法人化。平成6年不動産コンサルティング技能登録。退職後、バイト先で一冊の本の出会いがきっかけで「不動産業」を始める。不動産の本質を初期研修で学び、ひたすら「仲介・管理・保険代理」お客様目線一筋。「当たり前を当たり前」をシンプルに実行。これができたのは、銀行勤務の時、徹底的に「営業の本質」を教わったこと。毎日ローラー訪問、どぶ板営業。同一商品の勧誘の難しさ等を痛感。10年前に空き家が増えることを実感、「いえと！」から「あかり家」のサービスをブランド化、地方不動産業者に向けFC展開。さらなる地域貢献サービスを目指す。日課：ゴミ拾い。目標：現専務後、大番頭育成

に信用が上がります。売り物件を依頼された時に、どこよりも丁寧に、早く、安心して紹介することをきちっと行えば必ず売り依頼のお客さんがつくことに気づきました。

また、賃貸物件の仲介をただけなのに、家賃の支払いが遅延すると「あなたが付けた客でしょ」とクレームが自分のところに寄せられるなどもありました。他の不動産会社は仲介で付けたら後は放ったらかしでした。私はそうではなく、無報酬でも嫌がらずにどんな小さなクレームにも対応したことで少しずつ信頼していただけました。不動産管理は業務が細かく管理料も少額ですが、管理戸数を積み上げていくことが事業の安定化には大切です。

——現在の管理戸数は？

アパート管理戸数は1,300戸です。入居率は92%です。特に次男の専務が入社してからは、空室物件の理由などを調査し、オーナーにリノベーションや生活を意識したインテリアの導入など、対応策を提案して空室を一軒一軒解消しています。お客様に「できない」と言わず、できることを考えオーナーを説得することで、結果として入居率が高まったと考えています。また敷金・礼金ゼロ、賃貸保証への取り組みは10年前からやっていますし、空室全てにステージングをするなど事業に落とし込んでいることも入居率改善の一因でしょう。

空き家見守りサービスへの取り組み

——空き家巡回サービスも始めています。

これは10年前にある空き家物件について、隣家に購入を勧めて断られたことがきっかけです。隣家も高齢者世帯で、子どもたちは東京にいて家があることから「そんな家を買っても仕方がない」というのがその理由でした。とうとう持ち主は「お隣にあげてもいい」とまで言い出しました。これを聞いたとき、「将来、こういった誰にも買われない家が増えていく時代が来るだろう」と直感しました。さらに中古住宅の売却相談を受ける際に、「もっと早く私たちに相談していただけたら、少ない修繕費で市場に出せたのに」という物件が何件か出てきたことで、「こういう状況を何とかしたい」という思いが強くなりました。自分たちにできるのは空き家管理しかないと考え、試行錯誤しながらようやく2012年8月から空き家管理・巡回サービス『いえばと!』として本格的に手掛けるようになりました。現在手掛けているのは9物件（戸建8軒、店舗1軒）で、うち半分については宅内の管理も行っています。

——「簡単に始められるものではない」と悩まれた理由は？

誰もやっていないし儲からないだろうということです。実際ある業者は「効率が悪いから仲介手数料20万円以下、売買は400万位以下の物件は



平田稔専務



いえばと!トップページ

扱わない」と言っていました。しかし、そのようなやり方では地域で困っている人が相談できません。私は地域の皆さんの相談に応じていきたいという思いがあります。悩んだ末に空き家管理の仕事について、「社会が求めている仕事とはこういうものだ」と考えるようになりました。これは不動産業者がやらないといけない仕事だと。

それに建物の所有者には必ず相続が付随します。空き家管理をしていれば必ず相談に来る。相談者には必ず親戚がいて、管理物件の周辺には近隣住民がいます。その人たちから弊社に「売ってほしい」「買いたい」という情報が自然と集まってくるということも見込みました。

『いえばと!』のもう1つのメリットは、売買が決まるときに買主に安心してもらえるということです。『いえばと!』をしている物件は、売主(所有者)が大事に使っていたという思いが伝わるんですね。お金を出して家を管理してほしいという人は、そこに住んでいたときから大事に住んでいたということです。さらに、その物件を管理することで傷んでいるところや大丈夫なところを買主に説明できるので、売りやすくなり売買が成立した物件がありました。安心して買ってもらえるなど、“世の中には目には何か見えないものがある”。これは、やってみて初めて気づいた大きな成果です。今では、売却を預かると売れるまで当社の『いえばと!』を実施します。定期的に巡回するからということで、売却の依頼を預かった物件もあります。逆に管理をしないと空き家の老朽

化は一気に進んでしまいます。資産価値を下げず、高く売却するためにも空き家管理は欠かせない業務だといえます。

——『いえばと!』のブランド化のきっかけは?

和歌山の同業者が『いえばと!』を使わせてほしいと視察に来たのがきっかけです。『いえばと!』は地方の不動産業者がまじめに地道にやる商品なので、お互いにその心意気をもってやっついこうという話になりました。少額のロイヤリティをいただき、『いえばと!』と同じロゴ・パンフレットを用い2年前からスタートしています。目の前の利益だけを見て、それだけを追いかけている管理の仕事はできません。それは昔も一緒だったと思います。しかし、誰がやっても儲かった時代があったので、そういうものが見えなくなってしまいました。『いえばと!』も先を見ないといけない事業です。社会の求めるものをビジネスにしていくことの重要性は皆わかっているけど、なかなかできないものです。これからの不動産会社は社会・地域が求める仕事をしていかないと生き残れないと思います。

——空き家を売却したいという相談は増加していますか?

小浜地域でもかなり増えました。特に昨年(2015年)5月に空家等対策の推進に関する特別措置法が施行されてから相談が急増しています。一方、中古物件の購入ニーズの7~8割は地元の

『いえばと!』料金表		
対象	料金(税別)	巡回周期
A 基本コース		
外回り巡回・目視+外付郵便ポスト整理+報告書送付		
戸建住宅・店舗等	2,000円~/1回	1回/月
空き土地	2,000円~/1回	1回/3カ月
B 換気・通水コース		
外回り巡回・目視+外付郵便ポスト整理+報告書送付+換気+通水		
戸建住宅・店舗等	3,000円~/1回	1回/月
その他オプション		
まるごとクリーニング	1坪当たり1,500円~ ※最低清掃料30,000円	
簡易クリーニング	1坪当たり500円~ ※最低清掃料10,000円	
草むしり・庭木剪定	実費	
ALSOKロック設置	1カ所2,000円	
防犯ライト設置	実費	
ホームセキュリティ導入	実費	



2015年度から小浜市ふるさと納税謝礼特典リストに掲載された『いえばと!』

賃貸からの脱出組で、購入価格のボリュームゾーンは1,500万円台。投入できる修繕費用もほぼ決まっています。既存建屋を解体して新築を建てるよりも、立地条件や建屋の設備能力が維持されているといった条件があれば、建屋付物件でも売れます。ただ管理していない空き家は傷みがひどく、売りにくいのが現状です。まだ検討中ですが、弊社ではその部分についても対応していきたいと考えています。

事業承継について

——立派にご子息が後を継がれていますね。

子どもが事業の承継者である必要はありませんでした。子どもに事業を承継しようとするとう無理が出ます。ただ、管理を任せていただいているオーナーがいますので、私の代で会社をやめるわけにはいかない。だからといって子どもに事業を承継しようとは思いませんでした。会社が良ければ売れるんです。財務内容が良ければ会社は売れるし社員も買ってもらえる。私は子どもに承継することではなく、良い会社にすることだけ考えていました。だから、息子には好きなことをさせたつもりです。

——お父様はこれにおっしゃっていますが…

(平田専務、以下同じ) 私は、もともと絵本作家を目指していました。しかし美術では伝わらないこともあるということを感じ、もっと成果の出

る仕事をしたいと思いました。その際、父親から「保険と不動産どっちをやるか」と言われて、不動産業のほうが幅広い仕事ができると思い、金沢で修業させていただくことになりました。

地域とのつながりをもつことで ご先祖に後押ししてもらえる営業 ができる

——地域貢献として、小浜の歴史的人物のイラスト看板を地域各地に設置しています。

もともとのきっかけは、「平田さんは儲けてばかりだね」とオーナーから言われたことです。そのことをくやしく思っていたときに、歴史好きの入居者から小浜の良さを伝える語り部ボランティアの立ち上げに誘われたので、参加しました。その活動のなかで小浜の歴史的偉人の子孫の方に話を聞きに行くと、生き生きと先人のことを語ってくれました。そのとき、「これは時代を超えた営業、ご先祖様が後押ししてくれる営業ができるのではないか」と思いました。そこで、小浜の歴史的偉人たちを描いた歴史看板を作ろうと思い至ったのです。不動産会社をはじめ町中の看板は自分たちの商売をアピールするのが役目ですから美しくありません。でも、町の景観は市民全員のものであります。そこで当社のことを伝えながら、小浜の方にも受け入れてもらえる看板を作ることにしました。今では、歴史的偉人たちを描いた看板を市内42カ所に掲げています。50mの看板をつける



小浜市の歴史的人物の
イラスト看板



となると100万円以上かかりますが、その場所のオーナーに相談すると、「どンドンやれ」と言ってくれました。皆、「地元のために何かしたい」と思っている、ということがわかりました。私たちの想いを、地主・建物のオーナーによって、実現させてもらっていると思っています。

事業概要

管理業を主軸に事業展開

平田長市郎社長が不動産業をスタートさせたのは、1983（昭和58）年。人口約3万人、約1万2,000世帯の小浜市において現在のアパート管理戸数は1,300戸で、入居率は92%に達する。管理手数料は、住宅が賃貸料の5～7%、駐車場は10%に設定している。10年前からは敷金・礼金0円、賃貸保証サービスもスタートした。

空き家巡回サービス『いえぱと！』スタート

2012年8月から手掛けている空き家管理・巡回サービス「いえぱと！」は、2013年4月に現在の料金体制（表参照）を整えた。基本コースは月1回の外周り巡回・目視+外付け郵便ポストの整理+報告書提出まで、換気・通水コースは、基本コースに換気・通水業務が加わる。さらに多様なオプションも用意し、空き家の状況に応じて対応する。

空き家管理ビジネスについて同社の考えに共感

する地方の不動産業者も出始めている。2014年8月には、和歌山県の不動産会社が同取り組みに賛同したことを受け同サービスのブランド化を決定。商標登録を済ませ、同じような管理規模を持つ地方不動産業者へのFC展開を開始した。同年4月には京都府舞鶴市、続いて宮崎県の不動産業者が『いえぱと！』を発展させた『あかり家』（空き家巡回サービス+空き家売買・賃貸業務、商標登録済み）としてサービスを開始し、現在島根県の業者も加盟を検討している。

小浜市との連携も始めている。「小浜市は定住促進にむけて特に施策を打っていません。空き家対策の『いえぱと！』は、市にも働きかけましたがだめでした（平田社長）。しかしその後、市長に直接話す機会を得て、それがきっかけとなり商工会議所、司法書士、弁護士、不動産業者と市で「空き店舗空き家対策協議会」を立ち上げることになった。また小浜市からの提案を受け、ふるさと納税の寄付者への謝礼特典リストに『いえぱと！』を申請し、2015年度からラインアップされた。空き家巡回サービスはおそらく全国初だろう。

2代目入社で維持から“攻め”の空室対策を実施

2008年に平田稔専務が入社したのを機に、同社では積極的な空室対策を進めている。具体的には①空室物件調査②リノベーション③ステージングを実施。家主に調査に基づく借主ニーズを



ステージング事例①
ウッド調



ステージング事例②
左の黒い部分は黒板
(マグネットも付く)



ステージング事例③ 竹をあつらえた部屋

伝えることで入居率を高めるために何をすればいいかという認識が進み、改修費用の捻出に家主も納得、入居促進策を推進できるようになったという。

また現在は、空き部屋には全てカーテン、玄関マットとスリッパをつけて入居者にプレゼントしている。その後「入居率の上昇に伴い手数料単価が上がったため利益がでるようになり、入居促進費が充当できるようになった」（平田専務）という。平田専務は「ステージングをするメリットは、修繕・原状回復箇所のチェック、つまり物件確認が同時にできるということ。入居者へのカーテンプレゼントは、入居促進策でもあり物件の差別化ができる。また、お客様にカーテンサイズを聞かれることが多々あったが、都度、測りにいく手間がなくなった。その結果、管理物件の質や業務効率を高められ空き室対策にもなる、と一石四鳥の発想だ」と話す。1室に要するステージング費用は2～3万円と1カ月の家賃額内に収まり、グリーンやチェアなどは使い回しが効くため、「それで入居が決まれば安い」。また、管理しているアパートに竹の意匠をほどこした部屋を作るなど、デザイン面からも物件の付加価値を高める工夫をしている。

企業として守るべきクレドと行動基盤の策定

小浜・若狭地域の先人・偉人を紹介する歴史看板の設置も同専務のアイデアだ。公共性・美観性

を維持しながら「地元のために何かしたい」という地域住民の思いをどう具現化するか、ということから思いついたとのこと。観光スポットを含め市内42カ所に設置され、平田不動産＝歴史看板という認知度も徐々に高まっているという。

2012年には企業ブランド戦略の一環として、4つの〇に“誠実な心、まちを愛する心、探究心、ひたむきな心”の意味を込めロゴマークを一新。同時に、企業のキャッチフレーズも“このまちとこれからも”と定めた。「このまちとこれからも」には地域に感謝していることを表現しました。また企業キャラクター「ひらたん」やホームページのリニューアルなども含め、若手ならではの発想とフットワークの軽さが奏功している。

さらに企業として、「できて当たり前の」行動基盤を3年前に、また、「その上の」クレド（信条）を一昨年に定め、社員に徹底している。その一環として、社員は125文字以内で毎日気づいたことを最低1つ書いて提出し、平田社長が必ずコメントを入れて返している。平田社長も「社員から教えられることも多い。小さな改善はこれでいい、改革は経営者がやっていく」と、この取り組みに手ごたえを感じている。

若手目線による発想力・機動力が加わったことで、同社は今後も地域に根ざした不動産会社としてさらなる発展を目指していく方針だ。



株式会社平田不動産

会社概要

代表者：代表取締役 平田長市郎
所在地：福井県小浜市四谷町9-18
設立：1983年10月
資本金：1,000万円
従業員：15人

事業内容：不動産事業（売買・賃貸・媒介・管理・コンサルティング業）、コインランドリー事業、エバーサポート（無期限住宅設備機器延長保証制度）保険代理業（損害保険・生命保険）／ライフサポート事業（害虫駆除・抗菌施工、アクト安心ライフ24、抗菌グッズ・家具家電等販売）