

“日本一マメな不動産屋”として 入居者に地域サービスを提供

「楽しい、おもしろい」視点で
社員からのアイデアを積極採用

のうか不動産
代表取締役

苗加充彦 氏

ターゲットは車15分圏内・大学生

——賃貸の仲介・管理が中心と伺っています。創業時からの方針ですか？

もともとは先代社長の父が金沢市内で靴店を営んでいたのですが、昭和53（1978）年に不動産業として独立・開業しました。開業当初は土地分譲と売買が中心でしたが、徐々に安定収入が得られる賃貸にシフトしていきました。そのなかで、「何か特徴を出さないといけない」と考えていたことと、金沢市周辺に大学が集積し学生が多くなっていたことがあって、学生に特化するようになっていきました。今では分譲はほとんど手がけず、賃貸仲介と賃貸管理が中心です。賃貸管理については、三好不動産（福岡県）の三好修社長の講演を聞いて管理の有料化の重要性を感じ、オーナーごとにアプローチしてサービス管理から有料に切り替えました。現在の売上高の9割が賃貸仲介・賃貸管理で、売買については1割ほどです。

営業地域についてもエリアで絞り込んでいます。お客様への案内やクレーム対応の効率性を考慮し、会社から車で15分以内のエリアに特化することで、地域の5割のシェアを獲得できています。早めに管理業に着目したことと、人・エリアのターゲットを絞る戦略を採ったことが当社の強みです。

「日本一マメな不動産屋」を目指す

——ロゴもユニークですが、本社も不動産会社には見えません！

2009（平成21）年に本社の建て替えと、社長の交代が重なるタイミングで、昔の不動産会社っぽいイメージを変え、おしゃれなイメージにしようと思いました。管理会社の仕事は細かい仕事をまめにしなくてはいけないことから、「日本一マメな不動産屋になる」ということを企業理念に据え、その思いをロゴにし、社名にあった漢字の

プロフィール

苗加充彦 氏

のうか不動産 代表取締役

1969年生まれ。高校卒業後、都内の不動産ディベロッパー会社に勤務。1990年に株式会社苗加不動産に入社。2007年より代表取締役に就任し、社名を漢字の「苗加不動産」から「のうか不動産」に変更し、マメ型のロゴマークを取り入れることにより知名度をアップさせた。金沢大学への無料送迎バス「マメバス」の運行の開始など、新しい施策を次々と打ち出し管理物件の入居率を95%まで引き上げた。



『苗加』を平仮名の『のうか』に変更しました。次に考えたのが新しいロゴの『のうか不動産』をどう広げていくかということです。不動産に興味がない人にも関心を持ってもらいたいと思いました。そこでまず考えたのが看板をターゲットエリア内にたくさんつけることです。しかも、普通の看板ではインパクトがないので“兼六園まで ほふく前進であと5分”、“『苗加』を『なえか』と読んだ人、タイホします”というようにクスッと笑えるキャッチコピーをつけていきました。その結果、大学生などを中心に、“豆の看板でおなじみ”の不動産屋として認知が高まりました。

次に本社の2階を市民に開放しました。不動産会社に用事がある人は限定されます。店舗に入るきっかけが一度でもあれば不動産会社に興味を持ってもらえるのではないかと考え、2階のセミナールームを地域の人に貸すことにしました。本格的な地域活動としてはこれがスタートです。商店街や町内会、学生のサークル活動や企業の研修会などいろいろな人に利用してもらっています。使っている人には「近所に広いレンタルスペースがないので大変助かる」と喜んでもらっています。使用料を取るかも迷いましたが、“無料だからこそ大事に使ってもらえるだろう”と考えました。

普段このセミナールームでは、朝はヨガ教室などの『朝L PROJECT』、夜は語学教室などを開催していて、当社物件の入居者は無料で参加できるようにしています。近所の人でも参加できるので、学生と地域住民とが交流するきっかけにも

なっています。最近では市民マラソンの準備をここでやっています。学生やオーナー、会社員や地元ラーメン屋さんなど商店の人が集まって数カ月前から一緒に完走を目指して練習をしています。お揃いのマメロゴ入りTシャツを100人分用意し、当日は社員や学生みんなにそれを着用してもらいました。

——コミュニティバスの運行や無料の保健室設置など地域貢献にも積極的です。

『マメバス』は、もともと路線バスが走っていない地域に当社の管理アパートがたくさんあったことと、大学が郊外に移り定期代もばかにならないので、少しでも学生の負担を軽減できればという思いで始めました。陸運局とも調整をし、既存の路線バス会社とバッチングしないエリアを運行しています。バスは朝夕各4便のスケジュールで運行し、入居者は無料です。今では朝のラッシュ時に80人の定員が満員になるほどで、居住者の足として喜んでもらっています。運行するのに月額40万～50万円の経費がかかりますが、入居者にもオーナーにも喜んでもらえるので、1回流すだけのテレビCMよりもいい宣伝になっています。市民マラソンでは完走できなかった人を乗せるために、当社のバスをボランティアで提供することもあるんですよ。

『よろず保健室』については、金沢大学医学部の先生から「地域のために地域の保健室をやりたい」と相談があったので空き店舗を紹介したのが



ユニークな看板のキャッチコピー

きっかけです。運営は医学部がやり、当社が場所の提供と家賃を負担しています。開設した場所は、当社の発祥でもある靴屋があった商店街の中。この地域の皆さんには長い間お世話になっています。入居者が迷惑をかけたこともあったと思いますが、地域の方の理解があつて商売ができています。その感謝の意味も込めて、地域に役立つ活動の1つとして実施させてもらっています。

——そういったアイデアは社長がトップダウンで出すのですか？

いえ、みんな社員からの提案です。当社は社員を交えた飲み会が多く、その時に社員から「楽しいこと、おもしろいことをやろう」「学生の話題になることをやろう」と、いろいろなアイデアを持ってきます。特に定期的な会議をしてアイデア出しをしているわけではありません。その提案がおもしろそうならやるし、やって駄目ならやめればいいんです。例えば入居者が店舗の割引サービスを受けられるカード『ラピカ』(Love and Peace Card)も、「学生にもっと地域の店を利用してもらって、商店街をにぎやかにしたい」という社員からのアイデアです。加盟店を集めるのも社員が自ら地元の商店街を開拓し、現在50社まで増えました。対象はこの地域の店舗だけに、この町にお金を落としてもらうようにしました。お店には学生のために割引はしてもらいますが、当社は広告料などは一切もらっていません。本業の売上には直接結びつかないサービスですが、

それでもこのアイデアをOKにしたのは、社員も楽しんで仕事ができるからです。「仕事として楽しいことをしていたほうが楽しい」という考え方です。

ほかにも全国からやってくる学生のために、入居者同士で友達になってもらおうとウェルカムパーティをしたり、留学生に金沢を知ってもらうためのバスツアーで兼六園を案内したり、バーベキュー、海水浴なども社員が企画運営しています。これについては大学からの要請もあることから、大学の先生たちと協力しながら取り組んでいます。

——入居率を高めるために取り組んでいることを教えてください。

現在、当社管理物件の入居率は95%で、この数字は死守したいと考えています。目標は97%で、常に「空室率の改善」が念頭にあります。空室率を改善すれば管理依頼が集まり、さらに管理戸数が増えます。

そのために入居者向けのサービスは、まだまだ試行錯誤を繰り返しながらチャレンジしています。昨年(2015年)からスタートした『タダ賃』(敷金・礼金・仲介料・更新料・退去修繕費無料)は、入居時の初期費用を安くする目的で導入しました。試し住みキャンペーン『住んでみっか!』は潜在需要の掘り起こしが目的で、社員から「試食や試着があるように、試住があってもいいのでは」という提案から生まれました。「合格発表前ダブル予約」OKという仕組みは、全国組織の



マメバス



ラピカ

「全国ひとり暮らしCLUB」のサービスで、石川県では当社が幹事会社になり、全国で連携して使えるようになってきました。当社の手間は増えますが受験生には好評です。「トラベルーム」は、“旅にできるように部屋に戻ろう”というコンセプトのもと、オーナーの負担で借主が自由に壁紙を変えられるようにしました。また、株式会社ヴィレッジヴァンガードコーポレーション（「遊べる本屋」をキーワードに、書籍、雑貨類、CD・DVD類を融合的に陳列して販売している小売業）と組んで、そこで販売している照明器具、壁紙クロスと壁面棚が標準装備されている部屋もつくりました。その他、無垢材や珪藻土を使って質感を大事にした自社物件の「ホワイトルーム」や、家電を当社が購入して提供する「家電プラス」といったサービスも行っています。アイデアはすぐやるものもあれば一回でボツにして、またやり直すものもあり、さまざまです。

募集広告は大手ポータルサイトは一切使わず、自社ホームページと自社で発刊している無料の情報誌だけで行っています。毎年発刊している「金沢ひとり暮らしガイド」は250ページを超えるボリュームで年間1万冊配布しています。

さらに、入居者には24時間・365日対応の安心入居サポートを用意し、コールセンターも設置しています。緊急時には社員が直接対応することも月に1、2回あります。また自社で保証会社も持っており、入居者の8割を占める学生には当社保証会社に加入してもらっています。

私は賃貸管理以外は手を広げないと決めているので、建築はやりません。管理の範囲を少しずつ広げながらシェア率を上げていくと同時に、高入居率も維持する。その実現のためにいろいろなサービスを貪欲に導入していきます。

——オーナーについてはどのようなフォローをされていますか。

管理については1,000室に1人の割合で社員の担当をつけ、空室改善や家賃に関するいろいろな提案をしています。当社が取引するオーナーは地主が多く、ある程度金銭的余裕がある方が多いので、いかに効果の上がるリノベーションの提案をしていくかがポイントです。

オーナー向けに、「マメゼミ」という月一回の勉強会をリフォーム会社や弁護士、税理士を招いて行っています。また、「マメチェン」というオーナー向けの商品で安価にリフォームできる仕組みも用意しています。

社員の7割以上が宅建士

——高い生産性を維持していくには社員の能力向上が不可欠ですね。

大切にしているのは、「遊びもしっかりやり、仕事もしっかりやる。そのギャップを楽しむ」ということです。看板には少しふざけたコピーを入れているけど、来店してみるとまじめな不動産会社だ、というのがコンセプトです。なかでも自慢



TraveRoom

情報誌
「金沢ひとり暮らしガイド」

できることは、宅建士の免許を社員の7割以上が持っていることです。現在52人の社員のうち39人が取得しています（2016年4月現在）。社員には、車には運転免許がいるように、不動産の仕事でも免許が必要なのは当然だと話しています。模擬テストも社内で行い、添削は全て私自身が行っています。

社長と社員の関係もフラットにしています。ノルマはありません。社員は企画やアイデアをどんどん提案してくれますし、それを基本的に実行していくことを重視しています。賃貸管理業はクレーム産業です。それはそれで非常に大変ですが、仕事を通じて人間的なつながりがどんどん広がります。「人間として大きくなろう」と常日頃言っています。おかげさまで、この5年間に結婚退社以外に辞めた社員は一人もいません。誰かに責任を押し付けることはせず、問題が起これば皆でカバーしています。社員は当社のファミリーです。おかげさまで最近では社員にも“マメ”が浸透していると感じています。

事業概要

本店のリニューアル機にイメージ刷新

のうか不動産は1978（昭和53）年に創業（2007年に社名変更）した。本社から車で15分圏内というエリアに特化し、大学生をメインターゲットとした事業展開で、管理物件数は7,000室、入居率は95%に上る。

2009（平成21）年に本店を移転・リニューアルしたことを機に“日本一マメな不動産屋”になることを企業理念とし、社名を平仮名に変更。マメのイラストロゴを採用した。マメの花言葉は「必ず来る幸せ」。お客様や社員に幸せが来ますようにという想いと、「まじめ」「健康」「苦労をいとわず働く」という企業の姿勢を、ロゴマークに込めた。

2014年には新幹線の開通を機に法人や社会人も取り込もうと考え、金沢駅前に店舗をオープンした。

地域社会との関わり

地域社会との関わりも重視している。リニューアルした本社の2階の「セミナールーム」（30席・66.6㎡、18席・33.5㎡の2室）を地域の学生や自治会、企業等に無料で開放。さらに、朝にはヨガやピラティスといったレッスンや学生向け就活対策教室、夜は語学教室を開催し、入居者（無料）だけでなく近隣住民の参加も受け入れる。セミナールームや講座の利用で新たな結びつきが生まれ、最近では社員や入居者、オーナーなど総勢60人以上で市民マラソンに参加するようになったという。

また商店街の一角に開設した地域住民向け無料健康相談所『よろず保健室』の開設は、金沢大学医学部の真田茂教授から相談を受けたことがきっかけだった。同教授が考える医療従事者による積極的な地域医療活動の考え方と、苗加社長の地域



本店打ち合わせスペース



ロゴマーク

に役立ちたいという思いが合致したことから実現することになった。保健室は予約に応じ平日午後オープンするシステムで、血圧や体脂肪、骨密度、認知症のチェックと健康相談に対応するほか、定期的に体操教室やリハビリ相談会も実施しているという。苗加社長は「不動産は地域の理解あつての商売。感謝の気持ちをこういう形で還元できれば」と話す。

地元店舗の割引サービスを受けられる『ラピカ』カードは、2007（平成19）年からスタート。同社物件の入居者が地域の店舗を利用する際にラピカカードを提示すると割引になるサービスで、カードは入居者全員に配布する。対象店舗は社員が1軒ずつ開拓し、現在50社が登録。入居者と地域住民の交流を活発にするとともに、地域経済の活性化の一助となるツールとして地元商店の理解も進んでいるところだ。

入居者・オーナー向けに ありとあらゆるサービスを実施

路線バスがない地域の入居者のためにコミュニティバス（『マメバス』）を走らせてだけでなく、部屋探しノウハウや地域情報などを盛り込んだ情報誌『金沢ひとり暮らしガイド』の発行、入居者向け朝活プロジェクト『朝L PROJECT』の開催、『合格発表前ダブル予約』、『家電プラス』、『タダ賃』、『TraveRoom（ヴィレッジヴァンガードとのコラボ企画）』、『住んでみっか！』など、入居率を高めるための意欲的なチャレンジを

進めている。またオーナーに向けても、安価なデザインリフォームを提案する「マメチェン」や不動産ノウハウ講座「マメゼミ」など啓蒙活動を行っている。

このような数々のサービスの提供は、大学内の生協が賃貸の斡旋を本格的に始めたことも契機となった。しかし、徹底した入居者支援の取り組みは競合との戦いに勝ただけでなく、同社の仕事の効率も高めた。オンシーズンになると1日150件にのぼる契約数をこなす日もある。金沢市内には管理戸数では同社を上回る会社も数社あるが、一人当たりの利益額は同社が群を抜いている。



のうか不動産（2016年4月時点）

会社概要

所在地：石川県金沢市もりの里2-21

代表者：代表取締役 苗加充彦

設立：昭和53（1978）年1月

資本金：1億円

従業員：52人

事業内容：アパート・マンション・駐車場等の賃貸仲介業／賃貸管理業
土地・建物の売買仲介業／ウィークリー・マンスリーマンションの運営事業／資産活用・賃貸経営のマネジメント業／コインパーキングの運営事業／保険代理店事業／その他付随業務