

発行人 (株)アーバン企画開発 三戸部 啓之

「不動産会社の使命と評価」

1999年(平成11年)に新卒社員として入社した私は、不動産について全くの素人で、右往左往していました。時は過ぎ、デフレ不況下にあった「失われた20年」もそろそろ脱却しそうな頃、2007年(平成19年)サブプライムローン問題と、2008年(平成20年)リーマン・ブラザーズ破綻がたて続けに起きました。ようやく曙光が見え始めた日本経済もさらに失速し、デフレ経済の深みへと落ちてしまいました。勿論、不動産市場もカウンターパンチの様にダメージを受けました。金融情勢も悪化し、企業の倒産が多発し、地価下落、空室率の上昇、家賃下落、新築の満室神話崩壊など、従来にもまして市場が深刻になりました。



又、追い打ちをかけるように、1000年に一度といわれる2011年東日本大震災が発生しました。民主党政権の対応のまずさと想定外の被災が、更なる大恐慌(デフレスパイラル)の再来を招いたことで、景気回復の望みは絶たれた様になりました。

しかし経済は動いています。政権交代による安倍政権の景気浮揚策も明るい見通しが出てきました。低迷していた「春の繁忙期」も期待できるようになりました。御多分に漏れず、我々の賃貸業界では、年一回のお祭りイベントなのです。バブル経済を知らない私ですが、お祭りイベントである繁忙期を14回経験し、その変化の様子や不動産会社についての評価が体感的に理解できたのです。



それは「不動産会社の評価 = 経験則 × 期待値」という図式で理解できます。そこでの経験則とは、言葉の通り、今迄の不動産業界経験から将来的な推測をする、又はできる能力を示します。物販事業では商品を仕入れて、加工し、販売します。売れば「利益」ですが、売れ残れば、「損失」となるので、販売見通しという経験則が必要不可欠です。しかし、不動産仲介と言え、売り主の不動産(賃貸物件等)

を基に人と人を結びつける仲介事業なので、在庫処分などの心配が無い業界なのです。そんな業界なので、仲介に失敗して売上げを失っても、金銭的損失もほとんど無いので、人件費だけ考えれば良く、運転資金も余り要らず机と車があれば開業できる業種です。ここ20年間を見ても新規登録業者数と廃業業者数が殆ど同じで、総数は神奈川県で約8000社と変わっていません。簡単に作れて簡単に潰れる業種といわれています。IT業界のように造反や独立は多く、起業した社員にも寛大です。こんな痛みを伴わない業界に革新的な経験、変化が生まれるでしょうか。信用を失う事は大きなダメージですが、会計上損金ゼロです。また、この不動産業界は国家資格(宅建)が無くても、法制度上、5人に1人が資格を所有していれば営業できるので、正確な知識がなくても経験だけで長期間営業している社員もおります。例え資格を保持していても最新の判例動向とか市場の動きには、あまり関心がありませんので、10年一日のごとく営業しています。しかし、そういう社員の仲間内の情報網は確立しており、更に縄張り意識が強固にできています。だからその仲間以外は侵入を排除しますし、仲間を差し置いて営業する事は「抜かれた」と言って徹底的な制裁を加えます。お互いもちつ持たれつなので、売買の決済などの場面には、一度も面識のない訳の解らない業者がぞろぞろと出てきて仲介®を押そうとするのでびっくりする事になります。こういう業者はただ中に入っているだけの「あんこ業者」というのですが、この業界特有なものです。だから何時までも「悪しき不動産ブローカー」の評価は払拭できていませんし、それを当たり前だとする業界人も多く存在します。閉鎖的な悪しきギルド的体質なのです。

それゆえ、「単に地元だから」とお付き合いしている方も多く、業者も「地元業者」を売りものにしていきます。「地元業者＝信用できる業者」の錯覚です。勿論政治的な関係もあると思いますが、選択基準は十分ではありません。良い不動産会社の選択方法としては、実際に今迄どのような不動産仲介を行い、皆様の相談案件を地域でどれだけ実績を挙げているのか？ 社員の退職は少ないか？ どの社員が担当するのか？ 借入完済までキチンとサービスが提供できるか、が最大のポイントです。例え宣伝やパンフレットが素晴らしくても、資本金や社員数が多くても、当該地域での未経験は、リスクが多く成果も未知数である点を注意する必要があります。最近当社はそのような業者が食い散らかしたものの後始末を兼ねてご紹介されることも多くなりました。

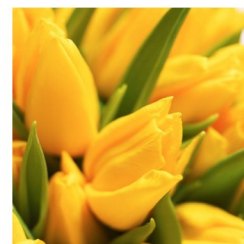


期待値とは事業目的が将来可能となり、達成できる事を確率論から数値化した指標ですが、一般投資分野では 100 を基準値とし、100 以上であれば、期待に応えられ、100 以下であれば、失敗の程度を評価されます。数字には感情が入らないので、冷静に判断できると言われていますが、最終的に損がなければ良しとする風潮があります。しかし私の経験からは、100 又は 0 で判断しています。ビジネス提案は成功又は失敗しかありませんので、100 又は 0 で良いはずです。プロセスは良くても最終的に予期する結果がなければ結果はゼロです。ビジネスは試験ではないのです。何点以上は合格点という評価はありません。経験値が 100 でも期待値が 0 なら不動産会社の評価はゼロになります。

だからビジネス提案をする以上、あまり過剰な期待をさせるべきではありません。よく歯の浮くような口舌と計画書を持ち込む会社がありますが、長期間にわたってお付き合いするスタンスの会社では絶対に戒めるべきことなのです。会社のブランドがない以上、大手以上に社員のスキルと地域密着で差別化を図るしかありません。言葉を変えれば「生涯の資産コンサルパートナー」になるべきです。

以上のことから不動産会社の評価とは「経験値×期待値＝●●」となり、「過去の実績経験×100 or 0」となります。この両輪がうまく回転してこそ、仕事を任せられ、評価して頂けるのです。本来、それだけ厳しい筈の業界なのですが、安易に仕事をしている不動産屋さんが多い事に驚かされました。ただ不動産のプロフェッショナルだから業務に卓越し、安心して任せられると認識している事に非常に驚かされました。＜不動産のプロ＝お任せ＞の構図があるのです。プロに任せられた方が期待値も高くなりますし、専門家というという言葉自体が安心材料に繋がり、ユーザー自身も納得し易いのでしょう。経験値 100×期待値 100 の思い込みが前提にあると他の意見が入り込む余地はありません。結果的に予期した成果がでなくても「専門家に頼んだんだからしょうがない」という判断になってしまいます。加えて不動産ビジネスは地域性、個別性が強いので比較できない事も拍車をかけています。

専門家とはある特定の狭い業務だけしか通用しません。決してオールマイティの知識があるわけではないのです。今やどの業界でもセカンドオピニオンという第三者判断が定着しています。地域密着の会社ほどその位置を得るべきです。



実体経済と総人口減少が右肩下がりの方向線をイメージすると、戸当たり家賃も同様に右肩下がりが想定でき、日本の人口は益々、東京都周辺に一極集中し、東京都周辺以外は若者の離脱、高齢化問題が深刻化して行き「限界部落化」となります。家賃下落、空室率の上昇、新築満室神話の崩壊と負の連鎖が更に拡大していく中、当社はただ建築会社や金融機関に追随するのではなく、30~50 年まで対応できる責任ある会社を目指しています。一時のプレゼンの巧拙差ではなく、長期間に付き合いができる不動産会社が今以上に重要視されなくてはなりません。

皆様の「良きパートナー」となり、アーバンに相談して良かったと一人でも喜んで頂けるよう斬新な責任ある企画案を今後共提案したいと考えております。

(記、コンサルタント事業部 浦田 大)