

3月10日 日刊不動産経済通信に「建売事業、三大都市圏で5000棟供給へ - ベトナムに進出、インド、ドバイも検討 - 」と題したタイトルで、小池社長のインタビュー記事が掲載となりました。

内容は以下の通り

---

— 建売マーケットの見方は。

小池社長：長期的にみても、都心部の需要は大きくは減らないだろう。

かといって、所得や家族の人数はそれほど増えず、コンパクトで利便性の高い住宅が今後も望まれる。そういった意味で木造3階建ての需要は伸びるはずだ。用地価格は上がっているが大幅ではなく、高値買いもない。分譲マンション価格の上昇で戸建ては依然として有利な状況だ。戸建て価格も上がってはいるが、まだ平均的なサラリーマンが買える4000万円台でつくれている。

— 自社の強みは。

小池社長：当社は創業以来、木造3階建てを中心に住宅を供給してきた。国内トップレベルの施工技術、コスト力、企画力を持っていると自負している。「同じ家は、つくらない。」というコーポレートメッセージの下、パターン化された住宅ではなく、毎回違うものをつくるのが顧客に対する最大のサービスとしている。その積み重ねが当社の成長を支え、23年間増収が続いている。

— 中長期の目標は。

小池社長：首都圏に加え、中部圏や近畿圏の中心部で建売事業を伸ばし、全体で現在の2.5倍となる5000棟は供給できるだろう。時間軸としては7~8年後のイメージだ。近畿圏はメルディアグループのシード平和が建売事業を拡大していく。中部圏では本体の営業所を開設し、現在150棟程度を供給しているが500棟まで伸ばしたい。拡大に不可欠なのが施工やデザインの教育だ。当社の建売物件はデザイン力と商品力が強みで完成前に半分以上が契約済みとなる。このクオリティを落とさずに供給を増やすには社員教育が最も重要。新卒採用と中途採用を積極的に行い、体制を整える。

— 注文住宅については。

小池社長：年間100棟程度を供給している。今はまだ建売に力を入れる時期だが、当社が

供給した物件もいずれ建て替えやリフォームの時期を迎える。そういった需要も長期的には取り込んでいく。

— ベトナムでマンションやホテル開発に参画した。

小池社長：長期的には日本国内だけで成長を図るのは限界がある。人口が安定して伸びている海外での展開を考えている。ベトナムではプレサンスコーポレーションと共同で立ち上げた会社が分譲マンション事業に出資したほか、単独でホテル開発にも参画している。住宅はまずマンションからだが最終的には建売事業に取り組みたい。ベトナムの市場特性をしっかりと把握し、現地での認知度を上げ、情報を入手するパイプ構築に向けた下準備を進めている段階だ。

— そのほかの地域では。

小池社長：インドでもパートナーとなる現地企業を探しており、ドバイへの進出も考えている。海外で信頼するパートナーを見つけるにはやはり、経営トップ同士の信頼関係を構築する必要がある。私自ら毎月海外に赴いており、こうした機動力の点で国内大手より優位性がある。また、当社には国内の固定資産が約 100 億円あるが、成長が期待できる海外の保有物件に入れ替えていくポートフォリオ戦略も進めていく。