

ビジネスチャンスをつかむ 出店戦略!

数多のランキングにおいて、「住みたい都道府県」の1位を獲得している福岡県。その福岡の中核エリアである博多にて、不動産の仲介・賃貸管理事業を行っているのが、未来ビル（福岡県福岡市）だ。同業者間の競争も激しい人気エリアで勝ち抜く秘訣を、同社の篠原雅直社長に聞いた。



未来ビル（福岡県福岡市）
篠原雅直 社長（48）

PROFILE しのはら・まさなお
1969年生まれ、福岡県福岡市出身。福岡大学経済学部卒業後、山一証券株式会社に入社。難波支店に勤務。その後、福岡地場大手の不動産会社に転職し、2002年に株式会社未来ビルを立ち上げる。

不動産の再生事業を積極化 競争が激化する福岡で頭角現す

——中国や韓国といった近隣国からの渡航客の流入によって高まる民泊のニーズ、そして市内では地下鉄七隈線の延伸工事がスタートしたことでの遊休地の開発など、現在の博多の街は活発に動いています。

篠原 それまで天神止まりだった地下鉄が大型ショッピングモールのキャナルシティの方まで延びるといふことで、近隣エリアの古いビルの建て直しやホテル建築も始まっており、不動産価格は益々上昇しています。全国的に見ても投資対象として優秀な場所ではないでしょうか。

——大分という湯布院辺りでしょうか。
篠原 湯布院もそうですが、それでも入りきれない人たちが日田にも流れてきています。日田には当社が再生した物件があるのですが、2、3年前までは平日に旅行客のバスや車が止まっていることはまずありませんでした。それが今では、平日でも

も訪日客で賑わっています。
——貴社は福岡が地盤だと聞いていたのですが、他県でも事業を手掛けているのですか。
篠原 もちろん、主は福岡の博多エリアですが、先ほど申し上げた通り激戦区でもあります。そこでここ数年は入居率の低い「幽霊ビル」と言われる物件を購入し、自分たちが工事を行って再生させることを行っています。日田の物件も3年前に購入した際には31店舗中、3割程度しか入居していない状態でした。しかし当社が「セルフビルド」した結

果、8割5分まで稼働率を高められるまでになりました。来期にはこの物件を転売するスキームも検討しています。
——解体から完成まで
——福岡・博多エリアは激戦区です。今後競合他社とはどう差別化をしていくつもりですか。
篠原 不動産という「材料」を、その時その時の最適な方法で「調理」していくことを常に考えています。ですから再生した物件も転売せずに長期保有するなど、ケースバイケースで考えています。ただ、このように時流や環境に合わせて不動産を最適な形で運営していくためには、見極める能力が必要です。つまり、物件をしっかりと理解するための目利きが必要です。先ほど申し上げた「セルフビルド」という言葉は私の造語ですが、これは「自分で組み立てていく」という意味。つまり物件の目利きができるようになるための勉強でもあるのです。

——あくまでも「知識を得るため」に行っているということでしょうか？
篠原 そうです。実際、日田の物件も3年間、私と社員でニッカポッカを履いて工事をしてきました。床の

剥ぎ貼りや給排水の確保、必要であれば電気工事士や高所作業車の免許も取る。また水道やトイレの交換、そしてそれら部品の入手方法にいたるまでを全部取り組み、それをまとめました。そうすることで、今

後も物件を購入した時に素早い判断が下せると思っています。本来、管理会社が改修工事の内容を理解せずに業者に丸投げするのはおかしいと思っています。当社はとにかく

▲部品の入手方法まで、自社で構築



▲お洒落な部屋を相場よりも安く提供

株式会社未来ビル
所在地 福岡県福岡市博多区店屋町3-23 サカタビル3F
事業内容 不動産仲介・賃貸管理・専有部のリフォーム・マンションの総合管理 等
URL https://www.mirai-bld.co.jp/
電話 092-282-6565

く自分で一回壊して中を確認し、分かった上で取るべき手段を考えると、いうスタンスです。
——「セルフビルド」という概念は日田の物件がきっかけで取り組むようになったのですか。
篠原 いや、実は日田の物件を購入する3年ほど前に、博多の美野島という場所で57部屋のビルを購入したのがきっかけです。このビルも30部屋が空室になっていたのですが、そこを自分たちで色付けをしていった結果、部屋が埋まったのです。社内でもノウハウを蓄積し、みんなが目利きになることで、いずれ一斉に動き出す時が来た際に絶対に有利になるはずだと思ったのです。
——「セルフビルド」とは、いわゆるリノベーションということでしょうか。
篠原 リノベーションとは少し違います。カチツとした格好の良いデザインにするというよりは、その場所・その建物に合った施工をして市場に供給する。不動産は入居率が全てですから、物件の力量を踏まえた上での「不動産の生かし方」をマッチングする技術を身に付けているのです。当社ではこれを「大衆リノベーション」と呼んでいます。私たちはデザイナーを採用せず、下地の

工事も自分たちで行うので、その分を賃料に反映できます。ですから他の物件よりも安い賃料で、テレビで見たことがある格好いい部屋に住んでいただくことができるのです。当社が狙っているのは、まさにその層なのです。

自社ポータルを15年前に開設 物件の評価を数値化

——貴社では「福岡賃貸ワールド」や「福岡売買スタイル」「福岡賃貸ランキング」といった、独自のポータルサイトも運営しています。
篠原 今から15年前に初めて作ったのが「福岡賃貸ワールド」というサイトでした。このサイトでは、当時から今でいうリノベーション物件を比較的多く掲載しており、反響をかなりいただきました。そうしたこともあり、不動産会社でありながらリノベーションを行うことに対しての違和感はありませんでした。

——大手の仲介会社が運営するポータルサイトと差別化を狙ったわけですね。
篠原 7年前に作った「福岡賃貸ランキング」では、すべての物件を個々にレーターチャートで評価することができず。たとえば、博多駅前三丁目のエリアで20㎡、25㎡のワ

ンルームがあったら、そのエリア内の該当物件の家賃や設備といった項目をパラメーターとして数値化している方が、「こういう設備が欲しい」ということで、検索した数をデータとしています。当然、お客さんのニーズが高い設備は、数値が高くなるという仕組みです。また現在検証しているのが、「テナントキング」というテナント専門のポータルサイト。ほかにも「賃料2万円以下」の激安物件だけを集めたサイトも現在作成中です。

——「セルフビルド」といった自社でのリニューアルと、多種で独自のポータルサイト運営。独自路線であることを徹底していますね。
篠原 「とにかく市場が興味を持つような面白いことをやっていきたい」というのが当社の社風だと思います。社員に対しても制約を設けず、自由に行動して学ばせるようにしています。その結果として生まれたのが、セルフビルドによる物件リニューアルです。今後は自社で蓄積した建築のノウハウとお客様からのニーズをマッチングさせた物件を作り、お洒落で夢を持ってもらえるような部屋を借りやすい賃料で提供していきたいですね。