

TEAM BRANDING

タナベ経営 SPコンサルティング本部

新しいモノ語をつくらう Vol.34

20周年時の  
インタビュー

住新センター

## 「お客さま本位」を貫き20年 不動産のワンストップサービスを実践

東京都内の高級住宅地として知られる代々木上原(渋谷区)を地盤に、  
不動産売買・賃貸業を展開する「住新センター」。

多くのメディアに出演することで知られる同社は、2018年7月に創業20周年を迎えた。  
その20年の軌跡と、これからの展望を聞いた。



住新センター本社 (左)  
売買営業部は代々木上原駅から徒歩すぐ (右上)  
本社内の会議室 (右下)

## 代々木上原に根差した不動産会社

小田急電鉄小田原線と東京外口千代田線が乗り入れる代々木上原は、多くの財界人の邸宅が立ち並ぶ“お屋敷街”。賃貸は家賃20万円超、一戸建て住宅なら7000万円を超える物件が主流の高級住宅地区だ。都心部へのアクセスの良さから不動産ニーズが高く、富裕層を中心に住まいを求める人が後を絶たない。

そんな代々木上原で不動産業を営む住新センターは、賃貸仲介、一戸建て・マンションの売買仲介のほか、投資用物件の管理、不動産の企画開発を手掛ける。

創業者の田中章雄社長が不動産業界へ飛び込んだのは1990年。当時の不動産業界はバブルの恩恵を受け、若手の営業担当者でも容易に大型契約を取れる時代だった。当時23歳だった田中氏は不動産業界に魅力を感じ、友人の誘いもあって売買仲介の不動産会社へ入社を決意したのだった。

ところが、入社したころにはバブルも終盤。やがて不動産価格の高騰を抑える国の政策が開始されたかと思うと、同時期に湾岸戦争が勃発しバブルは崩壊。市場は急激に冷え込み、不動産業界を厳しい大不況が襲った。

潮目が変わる中で田中氏は気持ち切り替え、宅建（宅地建物取引士）の資格や不動産知識、

コンサルティングスキルを身に付けながら、仕事に日々励んだ。当時、米国から導入されたばかりだったFP（ファイナンシャルプランナー）の資格もいち早く取得したのだった。

その後も経済状況は好転せず、多くの不動産会社が倒産していった。田中氏の勤めた会社も例外ではなく、社員は年々減り続け、給与遅配に陥り、経営陣と銀行との間で交渉が続いた。入社6年で営業部長の立場にあったが、妻や2人の子ども、住宅ローンを抱える中で「会社がこんな状態ではやっていけない。何とかしなければ」との思いから一念発起。将来を見据え、独立を決意した。

開業場所に選んだのは代々木上原。前職の営業エリアで取引が多く、土地勘もあったことが理由という。しかし、青森出身で何のバックボーンも持たない田中氏に、すぐ店舗物件を貸す不動産会社はなかった。結局、同じ物件への入居を3回頼み込み、やっとの思いで入居許可をもらえたという。こうして1998年に住新センターを設立。独立を決意してから開業までに1年を要した。

設立して5年がたった2003年、不動産仲介ネットワーク大手のセンチュリー21・ジャパン（以降、センチュリー21）に加盟を決める。インターネット広告が出始めていた当時、センチュリー21本部がヤフーと提携し、無制限で物件を掲載できたことが大きな理由だ。加盟後、センチュリー21が優秀な

加盟店企業を表彰する「センチュリー21」を14年連続で受賞するなど、その業績は高く評価されている。

## 自分の身内のように親身になって接客

住新センターの主な事業は不動産売買だが、センチュリー21加盟を機に賃貸事業にも本腰を入れてきた。売買がメインの不動産会社にとって賃貸は煩雑で細かい仕事が多く、割に合わない側面もあったが、「売買事業が主体でも、安定している不動産会社のベースには賃貸事業がある」という実感から、田中氏はその必要性を肌で感

住新センター 代表取締役  
田中 章雄氏



## 新しいモノ語をつくらう Vol.34

じてきたのだった。

また、賃貸事業をきっかけに、顧客のライフサイクル全体に関わる可能性も生まれる。例えば、一人暮らし用の賃貸マンションを紹介した新社会人の顧客が、次により広くて好立地の賃貸マンション、その次に家族で住めるマンションの購入、さらにアパートの購入などと、ライフステージに合わせて住み替えるケースは多い。その際、ずっと住新センターに依頼する顧客も少なくない。

さらに、「賃貸管理を始めてから地域密着の意識が強まり、地元からの信頼や密着度も強まっている」と田中氏。当初2人で始め

た賃貸営業部は現在、20名体制へ拡大。代々木上原駅前にある賃貸営業部の店舗は2018年に増床工事を行い、7月にリニューアルオープンしている。

ところで、全国有数の人気高級住宅街であり、不動産会社間の競争も激しいこのエリアで、なぜ同社は20年も事業を継続・発展してこられたのか。その大きな要因について、田中氏は「自分の身内に薦めるように、お客さまの立場に立って親身になった接客をしてきたから」と話す。この20年の成長は、「お客さまには自分の親・兄弟・親友と同じように対応する」という同社の社訓を社員

賃貸営業部



## 20周年を“見える化” 地域密着をアピール

「20歳」は、人間で言えば成人という節目の年に当たる。2018年7月に20周年を迎える同社はプロモーションを展開し、対外的な広報活動としてはもちろんのこと、社内のモチベーションアップにもつなげていく考えだ。

具体的には、20周年のロゴやキービジュアル、特設Webサイトなどを展開。キービジュアルとなるポスターでは、代々木上原駅と直結する「上原銀座商店街」と、その道中に位置する同社の売買営業部をイラストタッチで描写した。「この街で歩いていない道はない」というキャッチフレーズを採用し、地域に密着した不動産会社であることを打ち出している。

制作を担当したのが、タ

ナベ経営SPコンサルティング本部だ。SPコンサルティングの関わりは今回が初めてだが、田中氏とタナベ経営の出会いは今から約10年前にさかのぼる。田中氏はセンチュリー21主催（運営・タナベ経営）の加盟店経営者向けセミナーの受講経験があり、その際に講師を務めたタナベ経営社員の印象が残っていたという。

田中氏は「自分たちでは分からない、客観的なアドバイスをいただけたら」とタナベ経営との今後の関係に期待を寄せる。



が貫き、会社への信頼を地道に培ってきた賜物なのだろう。

## 「社員が成長できる会社」を目指して

インターネットを使えば、いまや個人でも簡単に物件を自動査定でき、しようと思えば個人間でも直接、物件を売買できる時代。物件情報などをあらかじめ調べた上で不動産店舗へ来店する客も多く、不動産会社を介する理由やその価値はこれまで以上に厳しく問われるようになる。

こうした中、住新センターは組織運営や人材教育の体制を見直した。組織運営に関しては「いままで個人商店的な部分もあったが、今後は従業員に権限を委譲し、社員個々の成長を促しながら着実な会社の成長を目指す」（田中氏）との考え。人事研修制度の整備など、同社がビジョンに掲げる「社員が成長できる会社」の具体化を進めている。

また、もともと不動産は個々の能力に依存しやすい業界だが、「(今後の企業成長を考えると)社員個人から組織、会社全体でスキルやノウハウを共有し、組織として社員成長をプログラミングしていくことが不可欠」と総務部部長の佐藤公幸氏。採用に関しては「現状は中途採用が中心だが、ゆくゆくは新卒採用中心に切り替え、企業の安定成長につなげていきたい」と語る。

さらには、システム構築などデジタル環境の整備にも力を入れる方針という。全ては顧客にとっての付加価値や自社への信頼を高めるためだ。

バブル崩壊後の激動期を駆け

抜け、飛躍を遂げてきた住新センター。今後も代々木上原における不動産の“ファーストコールカンパニー”として、多くの顧客の人生を支えていくことだろう。

(株)住新センター  
所在地：〒151-0064  
東京都渋谷区上原1-25-1  
J'sビル代々木上原3F  
TEL：03-5790-6788(代)  
設立：1998年  
資本金：5900万円  
(グループ合計)  
売上高：15億円  
(グループ合計、2017年12月期)  
従業員数：43名  
(2018年5月現在)  
事業内容：賃貸仲介、一戸建て・マンションの売買仲介、投資用物件の管理、不動産の企画開発など  
<http://www.jushin.co.jp/>

### — 《タナベ担当者より》 —

不動産に関するコンサルティングのプロ集団として、事業用物件の自社開発・販売・賃貸管理の一貫体制を確立している住新センター。20周年を機にさまざまな事業展開を行い、これまでの感謝の気持ちを伝えるとともに、ワンストップサービスを向上させている。将来ビジョンを社内外へ浸透させていく、そのプロセスを通じてお客様さまに寄り添う企業姿勢をさらに昇華させている最中である。売上高50億円、社員50名体制を目指し、着々と成長を続ける同社の今後に注目である。



SPコンサルティング本部  
副本部長 SPディレクション部長  
脇阪 佳人



戦略総合研究所  
デザインラボ 主任  
吉岡 朝弘