彩の国 企業探訪

株式会社 FROM

株式会社FROMは、新築1棟投資マンションをプロデュースする不動産事業者として2014年3月、創業者の菊原豊社長が起業した会社だ。創業からまだ10年超の業歴だが、独自に設定した基準による確固たるビジネスモデルと、菊原社長の抜群に優れたビジネス感性で破竹の勢いで成長を続けている。今後のさらなる展開が注目を集めている。

異色の経歴が三位一体となりビジネスに結びつく

菊原社長は異色の経歴を持つ経営者だ。学校卒業後、最初は美容師となった。店舗では勤務する傍ら、カリスマ美容師の元で 1 年間修行を積み、研鑽の成果を試す意味も兼ねて美容コンテストに出場した。自分が目指したレベルが認められる成績を勝ち取ると、美容師を辞めてしまう。このまま美容師を続けていては、自分の思い描いた人生目標を果たせないという考えから退職を決意したという。

そして、次に選んだのは、自動車ディーラーの営業。国産自動車のディーラーで 13 年間、営業として勤務する。同じグループの商社の職域を担当し、そこで顧客との接し方を学んだ。新規顧客の開拓に加えて、既存顧客に対しては昼夜、土日を問わずに連絡があれば駆けつけて徹底的にフォローした。満足のゆく成績を残して再び退職し、今度は不動産の世界に飛び込んでゆく。「美容師」「自動車ディーラー」そして「不動産会社」。一見、何の関係性もなく、傍から見ると一貫性がない様にも思えるが、いずれの商売もお客様と 1 対 1 で行う対面ビジネスである点が共通している。社長のそれまでの経歴が三位一体となり、キャリアをパワーアップすることとなる。

入社した不動産会社では、顧客の投資物件として新築マンションを建てて販売するビジネスを行っていたが、この会社で現在のビジネスモデルの基礎を学んだ。前職時代までに学んだ実践的な経験と明るい人柄から、やがて不動産販売でも頭角を現し、最終的には社長に抜擢される。しかし、オーナーとの経営方針を巡る見解の違いから、三度退職して起業の道を選ぶ。既に 47 歳、それでもやる気にみなぎっていた。在籍していた不動産会社のオーナーは会社をより大きく成長させるため、株式上場を目指したが、菊原社長は事業規模拡大には興味がなく、「それよりは、お客さんと 1 対 1 でやる商売がやりたかった」と当時を振り返る。

顧客の要望から不動産投資ビジネスで起業

菊原社長は起業する際、それまでの経験を基に不動産仲介ビジネスで独立を考えていた。不動産業界で最初の一歩を踏み出す選択肢としては、手元資金が少なくても可能な手堅いモデルでと考えていた。ところが、独立を知った不動産会社の取引先の顧客が思いもかけず仕事のオファーをしてきたのだ。働いていた会社への義理もあり、独立の話は一切していなかった。それにも関わらず、銀行経由で情報を入手した付き合いのある顧客から、引き続き不動産投資を手伝って欲しいと依頼されたのだ。菊原社長への支援の意味合いもあった。在籍していた不動産会社が、経営者の判断から、それまでの不動産投資ビジネスの事業変更したことも背景にあった。

そうした顧客の申し出に、仲介ビジネスではなく、それまでの投資物件のビジネスを続けることを決めた。最初は下北沢に事務所を構えたが、馴染みの顧客から“菊ちゃん、ここじゃダメだよ”と諭され、恵比寿に移転。その後、現在の三軒茶屋に移った。起業して最初に手掛けたのは目黒区不動前の物件。設立当時のFROMは自ら土地を買わず、有望な土地が見つかれば、関心ある顧客に収支を提案して土地を購入してもらう。自社では土地を仕入れる体力がなく、FROMは顧客が購入した土地に建築会社と協力して、採算性が高く見込める投資物件としてのマンションを建てるというものだ。現在もその手法を基本としているが、金融機関から可能な融資範囲で物件を購入し、投資用不動産として自社開発、販売も行っている。顧客層は、当初はサラリーマンの大家など高額所得者が多かったが、近年は、地域の大地主や、中小企業のオーナー経営者に客層が変わってきた。社名であるFROMの由来について菊原社長は、「すべてのお客様の『起点』になりたい。不動産投資を通じてオンリーワンの資産を提案することの始まりという意味」と話す。

不動産に対する目利きと感性が勝負

FROMのビジネスモデルは、それ自体は複雑ではないが、容易には他社が真似できない。開発する不動産物件は、常に収益性と資産性を意識している。「賃料がキチンと入り、空室リスクがなく、売却しても利益が出るモノを作っていくのが僕等の仕事と考えている。何もないところから、想像しながらキチンとしたものを作っていく。そうすると条件に合う本当に良い物件は限られて、総事業費も相応な金額になる。そのため、超富裕層を対象にしか当社のビジネスモデルは成立しない」（菊原社長）。

具体的な開発地域は、都心（港区・千代田区・渋谷区・世田谷区・目黒区・品川区など）中心に限定していて、鉄筋コンクリート造なら駅から徒歩5分以内、木造住宅なら徒歩10分以内と厳しい条件を設定しており、「絶対にその企画の範囲から外さない」と話す。土地の選定から、建物デザイン・設計コーディネート、建築工程管理、意匠・仕様・インテリアのすべてを自社で行っているが、土地の選定は菊原社長が行う。投資物件である以上、目利きが重要になるが、そのノウハウについては、“これはもう間違いなくいける”という長年の経験と勘が働くという。

これまで手掛けた物件の中で最も小さい物件が18.7坪で9階建て。地下鉄神楽坂駅から徒歩1分という抜群の利便性だ。いわゆる狭小地だが、こうした物件は、ワンルームデベロッパーや建売業者では買えない規模だ。同社には、25坪や30坪程度の土地の開発案件が多く寄せられるが、他社ではできないという。また最近では、建築費の高騰が建設業界の大きな課題になっているが、建築会社が土地を買って開発をしようとしたところ、建築費高騰などの理由でできなくなり、FROMが取得して優良不動産になる案件もあるという。

デザインを重視する

コスト＝デザインではなく、建物のコンセプトを持ち、コストを抑え、入居者に選ばれる素敵な建物企画をすることができると自負している。FROMが建築する物件にはいくつかの特徴がある。その1つが建物の意匠はすべて同社が選定していることだ。同社の物件は基本的に“ハワイ”をコンセプトにしているが、他にブルックリン調にしたり、デザイナーズ系にしたりと、建物の立地によって、コンセプトを持たせて建築している。建物全体を見た時にその仕様のクロス1枚、タイルの色1つから全て社内で決める。1つの建物でも全ての部屋を変えていて、同じ部屋がない。時間と手間を掛けており、コストを抑えながらもデザイン重視で価値があるものを作っている。

FROMの社内には、建物の完成予想図となるパースを作れるデザイナーを抱えており、コンピュータグラフィックを活用したCGパースも全て自前で作る。不動産会社というよりはデザイン会社にイメージが近いのかもしれない。「当社は、モノづくりの会社であり、『無から有へ』を掲げ、収益物件を企画するデザイン会社の様な感じ」と菊原社長は話す。デザイン性にこだわり、コンセプトを重視すること

ハワイスタイルデザインの武蔵小山プロジェクト

タイル張りの洗面台はホテルライクを演出

で、「このエリアのこの土地では、どんな建物がいいだろうと考え、他にはない圧倒的にクオリティの高いモノを作る。結果、あっという間に入居が決まり、資産価値も高い」。

同社のビジネスのもう 1 つの特徴は、会社設立以来、建築工法については RC（Reinforced Concrete ／鉄筋コンクリート造）にこだわっていることだ。その理由は、第 1 に住宅用の法定耐用年数が 47 年と長いこと。例えば、最初の施主が物件を 10 年保有して売却しても、次に購入する人も 30 年～ 35 年の融資期間が確保でき不動産としての価値が落ちない。第 2 に、鉄筋コンクリート構造であることから、建物自体がしっかりして堅固であること。地震大国、日本にとって優れた工法と言える。第 3 に遮音性に優れ、入居者にとって住み心地が非常によい。「これらの条件は RC じゃないと絶対できない」（菊原社長）と説明する。一方、同社は近年、三井ホームとコラボレーションして木造建築にも取組み始めている。RC 構造では建てられない規模の物件について、三井ホームの圧倒的な遮音性と耐久性を知り木造 3 階建ての集合住宅の開発にチャレンジしている。

この様に同社のビジネスモデルの特徴は極めて手間が掛ることだ。結果として他社が容易に真似できない地位を築いてきた。RC 建築の場合、工期は建物の階層＋ 4 から 5 ヵ月。例えば 7 階建てならば約 12 ヵ月が建築期間になる。現在、同社が手掛けるビジネスのほとんどがリピートの仕事で占められているが、FROM に仕事を発注する顧客は、地鎮祭から建物が完成するまで関与することが無い。施工会社と契約すること以外は 100％お任せで、建物建築時に何も口は出さないという。顧客は施主検査時に初めて建物をみることが大半という、通常ではなかなか考えられない関係である。地道できめ細かな取組みが実績に加えて、信頼に結実している証左でもある。

建築は FROM 仕様で作る

菊原社長はデザイン重視と言いながらも、コストにも徹底してこだわっている。同社の物件を施工するのは、A 株式会社（神奈川県）で取引が始まって 12 年目に入る。

菊原社長は前職時代から A 株式会社を知っていたが、ある時、突然電話して神奈川のショールームまで訪問した。“ どうしてもお願いしたい案件があります ” と、会社の資料を持込み、直ぐにも顧客を紹介すると直談判した。結果、同社社長とも懇意になり、そこから取引が始まり、通常、2 ～ 3 週間は必要な建物ボリュームチェックも、わずか 数日で作り上げてもらえる関係となった。そして建物は FROM 仕様としてハイグレードな施工をしてもらっている。また、トイレはタンクレス・洗面台はセパレートタイプにモザイクタイルを施し、共用部もホテルライクをイメージした仕様にしている。一般的な賃貸マンションとは全く異なる建物に仕上げる。こうした上質な仕様にも関わらず、同社がコーディネートする際の建築費は坪単価もこの時代では考えられない価格に抑えられている。これは前記の施工会社の大きな企業努力の賜物であり、その関係性の深さを物語っている。

社内はアットホームな雰囲気が漂う

菊原社長は「利益は薄いけど、良いモノを作って、ずっと続けてこられている。ビジネスパートナーとして、A 株式会社さんは当社にとって絶対的な存在。こういう時期になっても建築費の値上げもわずかで当然ながら、便乗値上げはない。本当に安価であり、クオリティが高い建築会社様です。」と感謝の言葉を口にする。また、菊原社長は相見積もりをしない主義で、解体業者も建築業者も一切変更しない。「見積もりを取って、金額が高いから、悪いけど、今回こっちにやらせるねという対応をしたことは一度もない。と言うより、まず、金額と品質で負ける事はない」と胸を張る。絶対的な信頼関係で商売が成り立っていることを示している。

現在、FROM では年間 10 棟前後の物件を扱っているが、右肩上がりに順調に成長を続けている。建築物件の他に管理物件の収入も増え、毎年 1 億円を超える収益となっている。単純な企業規模の拡大には関心が薄く、売上よりは収益をキチンと確保することを重視している。「売上は他人の金だが、利益は、自分で確保するモノ。この点はこだわりを持って経営に当たっている」と話す。

従業員を大切にする気持ち

独自のビジネスモデルを確立し、事業を順調に前に進める中で、菊原社長が大切にしているのは従業員に対する感謝の気持ちだ。社会人になれば多くの人は人生の大半を会社で過ごすが、「社員が本当に楽しいと考え、この会社を選んで良かったと思われる会社にしたい」と話す。一例だが、同社は福利厚生の一環として昨年、社員全員を連れてハワイ研修を実施した。「ハワイコンセプトの企業でハワイを一度も経験していない若い社員が多かったので、本当のハワイの文化や空気に触れて欲しかった」との想いからである。研修ということもあり、一切の費用を会社で負担した。大きな経験が社員のこれからのモチベーションや顧客への想いにつながるはず。今後も業績が堅調であればやり続けていく考えだ。

67 歳で事業承継を行う

FROM は設立から 13 期目を迎えたが、菊原社長は業績について「まだこの程度なのか」という気持ちでいる。とは言え、現在 60 歳、還暦を迎えた。社内には後継者候補となる 37 歳の子息もいて、事業承継のタイミングを窺う時期も近づいている。「予定では事業承継を 7 年後にしたい。67 歳になったらきっぱりと仕事を辞めて引退したい」と話し、既にそのための準備を進めている。これまでの FROM は菊原社長個人に依存していた部分が大きいが、20 人を超える組織に成長し、新たなステージに入る中、新時代のデベロッパーにシフトしようとしている。今後の成長が楽しみだ。

企業概要

株式会社 FROM

代表取締役社長：菊原　豊

■創業：2014 年 3 月
■事業内容：不動産コンサルティング業、
　　不動産仲介業ほか
■本社：東京都世田谷区三軒茶屋 1-37-8
■電話番号：03-5432-7717
■取引店：東京支店

菊原社長