便物認可 住宅新報

全国のビルダー5社、協業し海外へ

各社の長所生かし、日本品質を提供

地域・社会

日本全国から集まった地場のビルダー5社が、各々の得意分野を持ち寄って東南アジア進出に挑む。ジャパン・プレミアム・ホーム（以下JPH、徳安良太社長）は、そんな不動産開発会社だ。国内の新設住宅着工数が右肩下がりとなるであろう将来へ向け、活躍の場を海外に広げる同社の設立背景と戦略を聞いた。

JPHはネクストワンインターナショナル（東京都港区、遠藤一平社長、以下ネクストワン）、考建（愛知県名古屋市、清水丈裕社長）、エースホーム（佐賀県神埼市、島正憲社長）、諫早建設（東京都小平市、辻潤也社長）、ライフステージ（広島県福山市、妹尾泰州社長）の5社が共同出資する企業。7月の5社合意を経て、現在はベトナム社会主義共和国で会社登記などの手続きを進めており、12月1日に首都ハノイ市で正式に設立する予定だ。

（左から）妹尾社長、辻社長、徳安氏、遠藤社長、島社長、清水社長（写真提供＝徳安氏）

ジャパン・プレミアム・ホーム（ベトナム・ハノイ市）

5年で売上高10億円と上場狙う

施工の安定感に自信

手掛けるのは戸建て分譲住宅事業で、日本で培ってきた住宅建築の品質を生かして勝負する。当然、現地の習慣やニーズに合わせたローカライズは行うが、ネクストワンの遠藤社長は「例えば納まりのよさであったり、住宅設備のクオリティであったりと、日本企業だから提供できる価値や安心感は強い」と自信を見せる。また現地企業に比べ、「安定した施工管理や工期の短さも大きなアドバンテージ」（遠藤社長）になるという。

地域ビルダーにとって、持続的な成長と発展を目指す上で海外進出は重要なテーマだ。しかし意思と技術があっても、資金やノウハウ、マーケティング、言語、実務の手続きなど、実現に移すためのハードルは多い。そうした中、JPHは外部コンサルタントの協力とフラットな役割分担で、独自の海外進出戦略を構築した事例となっている。

現在の協力体制のきっかけとなったのは、ネクストワンの働きかけだ。同社は約5年前にベトナムで子会社を設立、進出しており、年間3億円程度の売り上げを築いているものの、「このビジネスをより発展させたい」という思いでリブ・コンサルティング（東京都千代田区、関厳社長）に相談。そこで担当の徳安良太氏から、「単体の企業としてではなく、そのノウハウを生かした合弁会社で挑戦してみては」という勧めを受け、協働の方向へ舵を切った。

複数社協力で資力確保

そこで、ネクストワンが以前から行っていた海外視察ツアーの参加企業などの中から、特に志を共有する4社に現地ビジネスのプランを紹介し、共同出資による現地企業設立の準備を整えた。ただし社長には、徳安氏がリブ・コンサルティングを辞して就任。5社は各社2000万円を出資し、上下関係のない同格の出資企業として経営に携わる形態とした。

ネクストワンがベトナムで手掛けた施工中の住宅（同）

この計1億円という出資額について、遠藤社長は「住宅・不動産事業は、土地の取引も併せて行わなければ利益が薄い。ところが現地では土地取引の企業要件に、（日本円相当額で）『資本金1億円』という条件があり、これが我々のような規模の地域ビルダーには難しい点だった」と語る。そのハードルをクリアし、リスクを分散する上で複数企業による共同出資形態は効果が大きい。

更に、各地域で確固たる地位を築いている複数の企業のトップが、各々の得意分野を生かしてオーナー兼役員として経営に参画するということも、JPHの強みの一つとなっている。

具体的には、ネクストワンが現地でのノウハウを基に品質管理を担当し、遠藤社長がCQO（最高品質責任者）に就く。また5社中最大規模の企業で、介護など別事業も展開している考建の清水社長は、幅広い見識を生かしてCHO（最高人事責任者）。健全経営に定評のあるエースホームの島社長は、その豊富な事業運営の経験からCFO（最高財務責任者）で財務を担当する。

大手ゼネコン出身で土地の仕入れが得意な諫早建設の辻社長は、CPO（最高購買責任者）として手腕を振るう。webを駆使したマーケティングで急成長を遂げ、広島で年商30億円規模の基盤を持つライフステージの妹尾社長は、CMO（最高マーケティング責任者）としてその集客力を披露する予定だ。

地域企業のモデルにも

まさに総力体制といった布陣で、12月の会社設立、そして19年1月に予定する事業開始に備える。

当初は日本からサポートをしながら現地スタッフの採用習慣などに対応できる現地デベロッパーとの面談を進め、併せてベトナムの商ていく計画だ。このような、パートナー関係を構築し国や地域に応じた事業計画の作成については、数多くの日本企業の海外進出を支援してきた徳安氏のコンサルタントとしての経験が光る。

将来的な事業目標として、遠藤社長と徳安氏は「5年後にハノイの証券取引所に上場すること。売上高は年10億円、100棟程度のイメージ」と力強く語る。東南アジア諸国の中でも、ベトナムの成長と住宅市場の拡大は現在著しく、競合する外資系企業もまだ少ないためチャンスは大きい。JPHの事業の成否は今後の戦略と展開次第となるが、現状打破を目指す全国の地域ビルダーにとって、一つのモデルケースとなることは確かだろう。（佐藤順真）

JAPAN Premium HOME

「日本のイメージが伝わりやすいよう、日の丸に家のデザイン」としたJPHロゴ（同）

幸福論的『住宅論』

住宅評論家 本多 信博

◇11

少子高齢化、人口減少時代にあって、住宅の果たすべき役割は大きく変化しようとしている。住宅の果たすべき役割とは、古住宅市場活性化の強制力によっては、将来の住宅勤務に備えておく必要もあるだろう。

の行動となって近年現れてきているのではないか。具体的にはそれが、住宅選びで資産価値を重視する傾向であったり、自らの感性にマッチした住まいづくりであったりする。

今年4月にスタートし、中古住宅市場活性化の強制力によって、今の若者は新築ではなく、あえて中古住宅を購入し、自分の感性に合うようにリノベーションする人たちが増えている。そうすることで、画一的な住宅からは得られない、真の安らぎやくつろぎを得よう。

きる建物であること。その上で、住宅勤務に備えるためには、最低でも2倍の〝200年〟は使える住宅でなければならないだろう。

人間は有限ゆえに

日本ではしばしば、住宅の築年数が問題にされるが、家

い安寧を得るためには、最低でも2倍の〝200年〟は使える住宅でなければならないだろう。

人間は有限ゆえに

日本ではしばしば、住宅の築年数が問題にされるが、家

った。失敗を恐れず、我をも忘れて何かに熱中するためには、万一その挑戦に失敗したとしても、人生をやり直す起点となってくれる〝インフラ〟が必要である。生活の不安が強まるこれからの時代には、そうした〝人生の安全保障〟というべき制度が生活に用

消費者セミナー開く

全日埼玉

全日本不動産協会埼玉県本部（長島友伸本部長＝写真）は9月6日、さいたま市の大宮ソニックシティで「消費者のための不動産セミナー」を開いた。約1500人が会場に足を運んだ。

冒頭、あいさつに立った長島本部長は、「県本部はこれからも、地域社会への貢献や消費者保護のための事業に積極的に取り組んでいく。また、そのためにも会員支援と会員資質の向上のために全力を尽くす」と述べた。

その後、第一部は講演が行われ、北朝鮮拉致被害者で、現在、新潟産業大准教授の蓮池薫氏が「夢と絆」をテーマに自らの〝拉致〟体験を語り、「拉致によって夢が奪われ、家族との絆も断ち切られた。一日も早い解決と被害者の帰国を実現し、夢と絆を取り戻してほしい」と観客に訴えた。

その後、「最近の相談事例」や「失敗しない不動産取引の留意点」など、県担当者などが壇上に立ち、観客は熱心に耳を傾けていた。