地域建築会社の経営戦略

ハートフルマンション

# RC賃貸、年15棟ペースで供給

## 岐阜発、富山、滋賀、愛知に拡大

**RC造賃貸マンションの建築と、賃貸管理事業を展開するハートフルマンション（岐阜県可児市）は、創業35年目を迎えた2025年、累積完工戸数が6月末の時点で、6032戸となった。岐阜県、富山県、滋賀県、愛知県を地盤とし、25年6月期は、15棟174戸を完工した。規格化された設計プランで建築コストを抑制し、安定した完工数を維持する事業戦略について、安江孝文社長に聞いた。**

ハートフルマンション
（岐阜県可児市）
安江孝文社長

▶壁面にハートフルマンションのエンブレムが設置された賃貸マンション

### 累積完工数6032戸 規格そろえコスト抑制

ハートフルマンションの24年6月期の売り上げは58億円だった。21年以降、管理の売り上げが工事を上回っている。管理事業は、2000年代前半から20年間サブリースが主体で、管理戸数4748戸の7割を占めている。工事事業は、ここ数年20億～25億円、年間15～20棟の完工ペースを維持する。

サブリースを受託するのは、自社で施工した建物だけだ。建物は3階建て12～15戸をメインとする。1戸あたり40㎡の1LDKタイプ、もしくは50～60㎡の2LDKタイプの居室を、1フロアに4～5戸配置するプランを基本設計としている。

この規格化した基本設計を軸に受注し、設計コストを抑え、設備、資材を一括購入し、工事部で効率化された施工ノウハウを蓄積した。そのため、施主からの個別要望には基本的には応じない。5年周期でモデルチェンジを行い、時流に合わせたマンションを提供しながら極端な値上げをせず、適正価格を維持している。

**会社概要**

| | |
|---|---|
| 所在地 | 岐阜県可児市下恵土5433－1 |
| 創業 | 1935年5月1日 |
| 設立 | 2006年10月1日（西野建設より分社） |
| 管理戸数 | 4748戸※25年6月末日 |
| 累積施工数 | 6032戸 |
| 社員数 | 90人 |
| 拠点 | 7拠点　本店（岐阜県）・北陸支店（富山県）・滋賀支店・名古屋支店・尾張支店・三河支店・ステーション（岐阜県）、ハートフルステーション |
| 事業内容 | ハートフルマンションの企画、設計、施工、管理運営 |

### 居室は40～60㎡ 地方都市と相性良し

ハートフルマンションは、土木工事をメインとする西野建設（現ニシノ：岐阜県白川町）の賃貸マンション事業部として1991年にスタートし、2006年に分社化された。賃貸マンション建築事業への参入は、入札中心の公共事業から脱することを目指したのが理由だ。「設計事務所などを介さず、施主に直接提案できることに、大きな魅力を感じた」（安江社長）

西野建設の本社がある白川町は下呂温泉に近い山間部だが、賃貸マンション事業部は当初から愛知県に隣接する可児市で事業を開始した。愛知県名古屋市のベッドタウンとして人口が増加していた可児市に、自社で保有する土地があった。事業参入するにあたり、この土地に自社で賃貸マンションを建てた。その当時から1戸あたり60㎡の3LDKを採用した。「可児市内にある同じタイプのマンションが軒並み満室だったので、行けると思った」（安江社長）

参入当初、賃貸マンション建築事業は赤字だった。利益が出るようになったのは、3年目を迎え、4～5棟の実績を積み重ねた頃だ。自社物件で、賃貸経営の収益構造について学び、施主が利益を得る賃貸マンションについて理解を深めた。2棟目以降、コスト削減と施工の効率化を進め、協力会社を含む体制を整えた。

「規格が同じであれば、設備や建材は、形も大きさも一緒。配線や配管の長さも一緒になると、雨の日に材料を刻み、先工程の準備ができる。その結果、工期が短くなり、協力会社が当社の仕事を選んでくれるようになった」（安江社長）

可児市でビジネスモデルを確立すると、同じ岐阜県の多治見市や土岐市に進出し、受注を伸ばした。進出先は、1フロア4～5戸を確保できる広い土地が出やすいこと、カップルやファミリーに向けた広めのRC造賃貸マンションの供給が少ないことに注目して選んだ。

### 建築も管理も内製 同じフロアにいる強み

管理受託を始めたのは、1998年からだ。

「施主から『お前とこはええな。俺はこれから30年、40年、この建物を管理運営しなくちゃいけない』と、言われる機会が増えていた。『われわれは工事屋だから』と、初めは流していたけれど、先に建てたものが良い状態でなければ受注できない。関わったほうがよいだろう、という結論になった」（安江社長）

2005年に始めたサブリースも、当初は競合の存在を意識した、やむにやまれずのものだった。「空室リスクが高くなるので、本当はやりたくなかった。だが、われわれがサブリースすると、マンションの維持管理が格段に良くなった。建築営業担当が、既存のマンションを見せると、『20年前に建てたものの状態が良いから、ハートフルマンションで建てる』と言われるようになった。今は、当社主導でマンションをきれいに保てることが、大きな強み」（安江社長）。大規模修繕においては、オーナーに説明し、築10～15年までの間に外壁塗装やコーキングをやり直している。

建築と管理部門の社員が同じフロアで働くことが、他社にはない強みとなっているという。例えば、メンテナンスが必要になった際、建築担当が施工した職人を把握しているため、アフターケアの対応が早くなる。あるいは、メンテナンス担当の気付きが、建築担当にフィードバックされ、新築時の改善に生かされるといった具合だ。

「バージョンを新しくした時には、どうしてもバグが出る。それを一つ一つ解消して、商品力を上げていく。最初は、どこかの部署で上がった不満を私が聞き、担当部署に掛け合って、時間をおいて『なおった?』と聞きに行った。するとまた、次の不満が出る。それをまた、次の担当に掛け合う。そのうちに、『自分たちでやりますわ』となった」（安江社長）

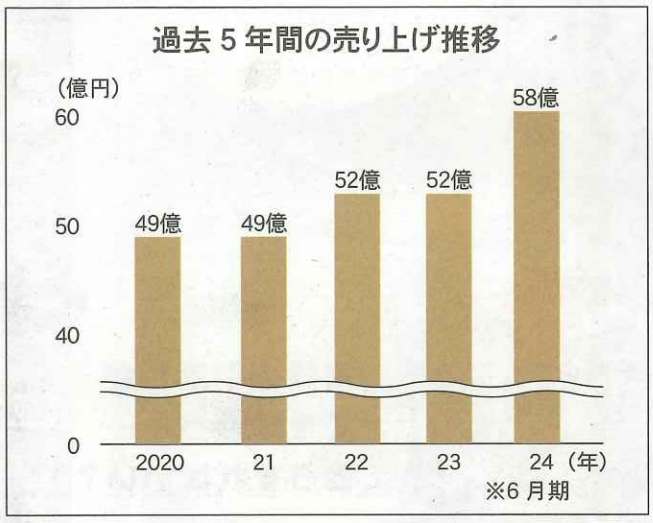
### 課題はブランド構築 DX推進にも注力

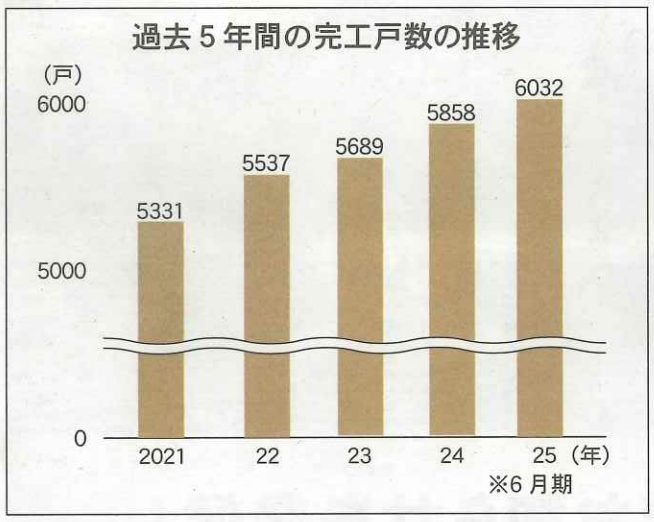
目下の課題は、自社のブランドを高めることだ。地域住民に対し、ハートフルマンションの存在を浸透させ、賃貸マンションを探す際の優先順位を高めることが狙いだ。

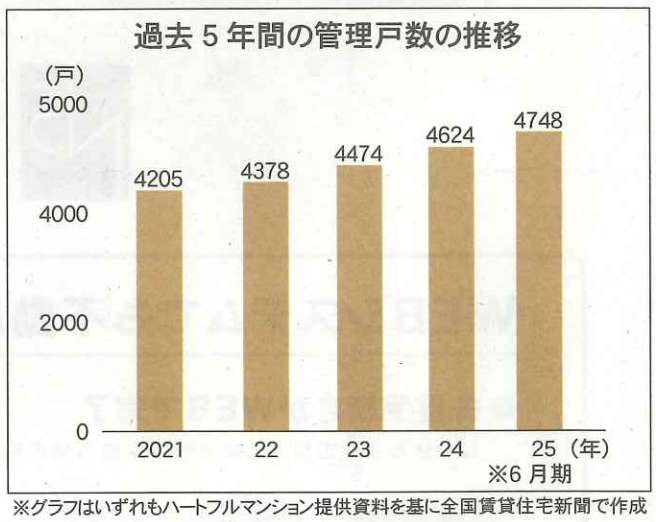
その先に目指すのは、家賃の値上げだ。新型コロナウイルス禍以降、同社の商圏においてもRC造の人気が高まり、入れ替わり時に家賃を5～8%上げることができた。「ただ単に上げるのではなくて、それなりの価値を認めて欲しい。インフレで資材の高騰が今後も続くことが考えられる。家賃も上げざるを得ない。『ハートフルマンションだからこの家賃を払ってもいい』という品質を目指す」（安江社長）

もう一つの取り組みが、DX（デジタルトランスフォーメーション）の推進だ。内製化を軸とするため、業務効率化においてはDXが柱となる。電子契約や申し込みをきっかけに、入居者対応にアプリを導入し、電話対応を3分の1程度に減少させることに成功した。アプリが最も稼働するエリアでは利用率が8割に達し、低いエリアでも6割に至る。

「今の住宅は、1代限りの人が何千万円もかけて建て、1代限りでまた壊す。こんなもったいないことはない。資材が値上がりすると、さらに家を建てにくくなる。賃貸住宅はSDGs（持続可能な達成目標）の思想からしたら、地球の環境に役に立っている。国も推進するべきではないかと、個人的には思っている」（安江社長）




※グラフはいずれもハートフルマンション提供資料を基に全国賃貸住宅新聞で作成