

市街地内の狭小敷地でも対応できる超長期耐用100年住宅の標準化、独自の大規模コンセプト展示場展開―つねに一歩先を行く斬新なアイデアと、それをすぐさま具体化する迅速な取り組みで業容を伸ばす京都の住宅中堅、ゼロ・コーポレーションは、その野心的な展開から「不動産業界のユニクロ」との異名をとる。が、目指す先は地域に根差した現代版「大棟梁」制度の具現。決して風雲児ではない。同社の金城一守社長に経営哲学を聞いた。

インタビュー 時代を見据える ～トップの判断

「そうだ。進出のきっかけは95年の阪神大震災の復興支援だったが、その際、たまたま尼崎で土地を取得。注文建築事業も本格的に手掛け始めたこともあり、コンセプト展示場をつくれれば、需要を掘り起こせるのではないかと考えて開



かねしろ かずもり 氏
社長 金城一守



コンセプト展示場「尼崎100年ものがたり」

「注文住宅はまだまだ緒についたばかりだが、前期(10年3月期)で受注170数棟、今期は200棟超になる見通しだ。前期売上高約174億円のうち注文住宅部門は18億円だった。これを建売と逆転させ8割に引き上げたい」

「注文」の時代
―10数年で不動産の相場観が薄れてきたのでは。「以前より景気動向に左右されやすくなっているのは確かだ。不動産関係者、金融筋とも見通しへの「期待度」が先走りする傾向が強い。経済が回復基調に転じると、「不動産も売れ出すのでは」とにわかに期待度が高まりました。とすれば目先、不動産も動こう。ただ期待が優先されると現

「当社のように京都を地盤に地域展開しているところは市場の売れ筋(価格・商品性)がわかるので判断を見誤らない自信がある。つねに現場(＝地域)に徹しているからだ。現場からは将来(の問題や改善点)が見えてくるが、現場を離れるとそれが見えなくなる。が、そうでないところは誤認してしまいがち」

「京都に比べて阪神間では知名度は低かったが、オープン時に100組、GW中にも90組が来場、潜在需要は根強いという確信を得た。尼崎だけで年80―90棟の注文住宅を受注。これを100棟に引き上げた」

「現代版」大棟梁
―両展示場でコンセプトは違うのか?
「いや、本質は同じだ。どちらも長期優良住宅をベースに、地域の事情と住まい手の実像にあつた家づくりがどういうふうに行けるか提案・発信できるようにしている」

「独自展示場もその「システム」の一つ。」「そうだ。まず需要を顕在化させなければならぬ。その誘発装置が展示場だ。しかし最も重要なのは供給とその管理体制を含めた商品づくりにある。これまで当社が追求してきたの

「システム」を維持し向上させるにはエネルギーがいる。」「だからこれ以上上の広域展開はしない。やろうとすれば大手のように価格を上げざるを得ないだろう。大手がな

「等身大」へ完全公開
―「システム」の「高品質」「低価格」「厚管理」というコンセプトを構築。同時に信用確立のため、お客様から寄せられたクレームをすべて開示している

「システム」の「高品質」「低価格」「厚管理」というコンセプトを構築。同時に信用確立のため、お客様から寄せられたクレームをすべて開示している

「システム」の「高品質」「低価格」「厚管理」というコンセプトを構築。同時に信用確立のため、お客様から寄せられたクレームをすべて開示している

ファイナチャー かんさい

「注文住宅はまだまだ緒についたばかりだが、前期(10年3月期)で受注170数棟、今期は200棟超になる見通しだ。前期売上高約174億円のうち注文住宅部門は18億円だった。これを建売と逆転させ8割に引き上げたい」