独立系で存在感、管理25万戸

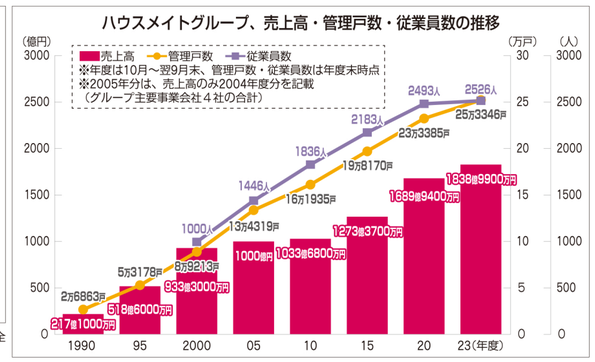
ハウスメイト創業50年 成長の軌跡

ハウスメイトグループ（東京都豊島区）は、2024年10月16日に創業50周年を迎えた。独立系でありながら、管理戸数は25万戸を超えており、賃貸市場における存在感は大きい。また、社宅代行などによる法人顧客とのネットワークも強みの一つだ。創業以来の社是である「感謝と努力の継続」を規範として、さらなる管理戸数の増加とオーナーの利益向上支援を目指す。

賃貸仲介6万6000件超に伸長

ハウスメイトグループは、独立系として管理25万3346戸、年間の賃貸仲介は6万6338件と業界における存在感を示す。

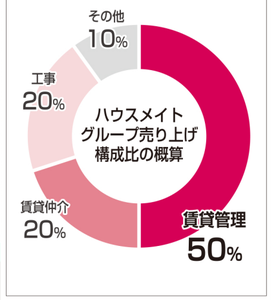
管理戸数ランキング上位の大手企業のほとんどが、建築とセットで受託する建築会社系列であり、同社はその中では特異な存在といえる。



▶本社エントランス

会社概要
ハウスメイトグループ
【グループ売上高】1839億円
【従業員数】2526人
【管理戸数】25万3346戸
【賃貸仲介件数】6万6338件

ハウスメイトグループ主要事業会社４社
ハウスメイトパートナーズ：グループの経営管理、賃貸物件の管理受託
ハウスメイトマネジメント：賃貸物件の管理業務、賃貸経営をトータルに管理
ハウスメイトショップ：賃貸・売買仲介、入居者募集の窓口
ハウスメイトワークス：メンテナンスやリフォーム、入居者対応



※グラフはいずれもハウスメイトグループを基に全国賃貸住宅新聞で作成

「人づくり」で成長基盤

ハウスメイトグループが独立系として事業を伸ばしてきたのは、人材の採用と育成の果たした役割も大きい。

採用において重視してきたのは「協調性」だったという。創業者の井関清氏は、性別や学歴などは関係ないという方針だった。同社の社是「感謝と努力の継続」に共感する、協調性の高い人材を迎えてきた流れがあった。

育成にも時間をかけてきた。入社後２カ月間は、社内、外部講師を交えた研修を実施。その後は、仲介店舗やメンテナンス、リニューアルなど１年間のローテーションで実地研修を実施。どのような業務を行っているかを把握してもらう。その後、フォローアップ研修を行い、本格的な部署配属に至る。

配属先でも先輩社員がマンツーマンで業務を教え、相談に乗る。サポートをする人材を周りに置くことで、安心して仕事に取り組むことができるようにしている。

▲社内研修の様子

新型コロナウイルス禍前には、毎年、航空自衛隊の基地で２泊３日の合宿に参加。隊員と同じようなスケジュールで、規律ある共同生活を経験する。同期のメンバーと仲良くなり、絆が生まれる機会にもなっていた。

それ以外にも宅地建物取引士やファイナンシャル・プランナーの資格取得を会社で支援するなど、社員が成長する機会を提供してきた。現在、グループ全体の部長36人のうち、新卒から昇進した人材は約２割に上り、会社を支える軸として活躍している。

法人とのネットワーク強み

ハウスメイトパートナーズ（東京都豊島区）
井関 豊 社長(57)

賃貸管理、賃貸仲介、工事をワンストップでオーナーに提供。社宅代行サービス、フランチャイズチェーン（FC）事業により、全国に取引先の法人、提携不動産会社のネットワークを広げ、管理物件のリーシングに生かしてきた。

24年9月期のグループ売上高は、18338億9900万円。事業構成比の概要は、サブリース・管理手数料を含めた賃貸管理が5割、賃貸仲介が2割強、リフォームなどの工事が約2割、そのほかが1割ほどだ。

賃貸管理事業においては、管理戸数のうち、54%が一般（集金）管理、46%がマスターリースだ。1都3県（東京、神奈川、埼玉、千葉）の物件が66%を占める。基本は一棟もので、53%が単身者向け、47%がファミリー向け。受託するオーナー数は2万974人で地主系が多い。

賃貸仲介事業においては全国に直営92店舗を展開。年間の仲介件数のうち25%が自社管理物件への法人契約だという。

社宅代行管理戸数は8万3212戸、社宅代行の顧客企業数は430社にまで伸びた（24年9月1日時点）。また、07年より展開しているFCの加盟店ネットワークは90店舗となった。

場所借り1人からのスタート

今や、グループの総従業員数は2526人を抱えるまでに成長したハウスメイトグループ。その第一歩は、創業者の井関清氏（1938～2015年）が1人で踏み出した。

大和ハウス工業（以下、大和ハウス）のグループ会社でのキャリアが縁で、大和ハウス厚木営業所の当時の所長に声をかけられた井関清氏は、特約店として大和ハウスの建てた賃貸住宅の管理を行う事業を頼まれることになった。営業所の一角にデスクを置かせてもらい、1974年10月16日に、屋号「ハウスメイト」としてのスタートを切った。

77年には、ハウスメイトを設立。84年には管理物件の設備点検やリフォームの専門会社として、ハウスメイトサービスを立ち上げた。

バブルが崩壊した90年には、他社にリーシングを任せていることに危機感を覚え、管理物件の仲介専門会社サンレントを設立。同年、東京エスター管理をグループ化し、寮や社宅の企画、管理専門会社としての営業を始めた。

◀管理物件の賃貸仲介を行うサンレントを90年に設立した

設立から17年を経過した91年には、管理戸数は3万戸を突破。売り上げは250億円に迫るほどになっていた。

大和ハウスが建築した物件の管理に加え、農業協同組合（JA）に足しげく通い、関係性を構築。JAの組合員が建築したアパートの受託で管理を伸長。95年に5万戸を達成した。

98年には、「ユニクロ」を展開するファーストリテイリングより、社宅代行の依頼を受けるようになり、社宅代行の案件も伸びてきた。

業界の発展に貢献

創業者の井関清氏が公益財団法人日本賃貸住宅管理協会（以下、日管協）の前身である、住宅管理協会の副会長に就いたのは1999年のことだ。賃貸管理業界の活性化にも寄与した。その後もと同氏は財団法人として設立された日管協の初代会長に2001年に就任。賃貸管理業界の発展に大きく貢献した。

▲井関清氏が日管協の会長就任を報道する紙面

サンシャイン60に本社移転

▲2000年にサンシャイン60に本社を移転

ハウスメイトグループ成長のアクセルになったのが、2000年に行った東京都豊島区にあるサンシャイン60への本社移転だ。

それに先立つ1998年に立ち上げた戦略本部が主導し、経営分析、ブランディング、組織再編について社内での議論を始めていた。

本社移転は信用向上につなげる上でインパクトが大きかった。

それまでは渋谷や池袋にある雑居ビルや管理物件の1階にオフィスを構えていた。会社が成長するうえで、新卒採用の強化が急務だった中、従業員が働きたくなる環境づくりを重視。

当時日本一の高さを誇ったサンシャイン60への本社の移転に踏み切った。

96年から年に25人ほどだった新卒入社は、2000年4月には38人を迎えた。会社の核となる人材の獲得につなげた。

ブランディング推進 年商1000億円

並行してブランディング化も推進した。1990年代の急成長期には、M&A（合併・買収）をした会社やエリアごとに設立した事業会社もあり、会社のロゴや看板のデザインもバラバラだった。そこで、2002年に、準備を進めていたCI（コーポレート・アイデンティティ）を導入。社章から、ネームプレート、店舗デザインまで新CIで統一した。

組織再編も行った。グループ会社を統合し、現在の主要会社のうち3社のハウスメイトパートナーズ、ハウスメイトショップ、ハウスメイトワークスが生まれた。

同社はすでに2000年度には従業員1000人、翌01年度にはグループ売上高1000億円を超えていた。このCIの導入と組織再編によって、名実ともに企業としての体制が整い、賃貸住宅業界大手としてのポジションが確立された。

07年には、FCシステム「ハウスメイトネットワーク」を開始し、加盟店41店舗、直営店84店舗を合わせて、125店でハウスメイトブランドでの集客を強化した。

▶2002年に新CIを導入。ブランディングを強化した

家主のサポート商品開発

大手としての基盤の確立を進める中、顧客であるオーナーを支援する商品づくりにも注力した。

本社移転と同じ2000年には、24時間のコールセンターサービス「ハウスメイトシステム24」の運用を開始。当時は管理会社が営業時間外だった場合、入居者からの問い合わせにオーナーが対応する必要があった。同サービスにより、オーナーの入居者対応の業務負担を軽減することになった。

同年、アメリカの大手保証会社と提携し、エアコン・給湯器・換気扇などの住宅設備機器の10年保証サービスの提供を開始。03年には、毎月定額の料金で賃貸住宅の設備を保証期間の制限なしで保証する「エバーサポート」を提供。20年より築30年まで保証を行う「フォアシリティサポート」に名称およびサービス内容を改定した。

設備故障に伴う急な多額の出費がかからず、入居者に対しても設備交換を迅速に行えるようになった。

オーナー向け情報誌「OWNER'S Way（オーナーズウェイ）」も08年に創刊。オーナーの賃貸経営に役立つ情報提供にも力を入れた。

▲OWNER'S Way創刊号の表紙

受託強化、8年で5万5000戸増

16年に就任した井関豊社長体制の下、管理戸数の拡大を推し進めてきた。以来、管理の仕入れの有力金融機関の出身者が在籍する。

支店長クラスの人材を出向者として受け入れ、銀行を回り、情報を収集。顧客や物件の紹介案件を開拓する。数年間の出向後は、ハウスメイトパートナーズに転籍。メガバンクや地銀など10行ほどが対応する。同社は、管理の仕入れに、受託営業を強化する。仕入れの営業担当者を100人置くが、そのうち68人は1都3県の担当だ。銀行の人材を受け入れることで、金融機関からの紹介を獲得する。

特に1都3県を中心に、受託営業を強化する。

家主の利益最大化目指す

企業からの社宅の依頼は22年度に2万8921件に上り、そのうち20%近くが管理物件のリーシングにつながっている。

管理受託、リーシング双方において、法人顧客から信用を獲得することで、管理物件の拡大と入居率の向上に効果を上げている。

毎年6000～7000戸のペースで管理を増やすが、22年度は、そのうち4割ほどは銀行関連の物件だという。「金融機関からの情報は質が高い。逆に言えば、当社の金融機関担当者もそれに合わせた対応を求められ、営業人材として育ってきた」（江連三芳会長）

同社から銀行や農協に出向する人材もおり、提携業者との人事交流の活発化が、管理事業の拡大に寄与している。

24年度を最終年度とした中期経営計画で掲げるのは「オーナー様の利益の最大化、デジタル技術を活用した『課題解決型』のビジネスモデルへの転換」だ。

今後は、管理物件の収益性をどのように上げるかが一番の課題だとする。「ハウスメイトの管理物件だから入居したいと思ってもらう。そのために、オーナーへの提案を行い、物件の質向上を進めていくべきだ。それは、管理会社として選ばれるようになる。結果、オーナー様の利益の最大化につながる」と江連会長は話す。

入居者向けのアプリを通じて、入居者限定のイベントも発信。毎年恒例の神奈川県江の島での地引網体験&バーベキュー大会には300人が参加。新たな試みとして埼玉県大宮市の鉄道博物館で貸し切りイベント「ナイトミュージアム」を行い1400人が参加した。

「感謝と努力の継続」を社是に大きく成長してきた同社。次の50年に向け、オーナー、入居者双方に選ばれ続ける会社を目指す。

◀ハウスメイト・マインド賞の表彰式の様子

創業者精神の実行で表彰

ハウスメイト・マインド
ハウスメイトは、社名ではない。それは、ありたき人間像。
ハウスメイトは、感謝を次の感謝につなぐ人。
ハウスメイトは、夢に向かって努力を続ける人。
ハウスメイトは、管理業の礎を築いた誇りを持つ人。
ハウスメイトは、上下左右なく協調し磨き合える人。

ハウスメイトグループは2019年に「ハウスメイト・マインド」を策定した。創業者の井関清氏が15年に78歳で逝去。会社のアイデンティティーでもある創業者精神を従業員に引き継いでいきたいとの、井関豊社長の思いからつくったという。

「ハウスメイトは、社名ではない。それはありたき人間像。」から始まる5行に、同社が従業員に求める人としての在り方を伝える。

20年には、このハウスメイト・マインドを業務で実践する従業員を表彰する「ハウスメイト・マインド賞」を開始した。約8カ月の間に行動目標を立てる。その行動目標が実践・達成できたかを同賞の事務局が面談を経て審査。10人を表彰する。前回は自薦・他薦合わせ約200人が参加した。同賞の開始から5回になるが、社是やハウスメイト・マインドからぶれずに仕事をしていく姿勢を持つ従業員が増えてきた印象だという。

◀入居者イベントも企画する

江連会長に聴く

ハウスメイトパートナーズ
江連 三芳 会長(71)

創業10年目に入社して以来、40年にわたり、ハウスメイトグループと共に歩んできた江連会長に、創業者の井関清氏との思い出や同社の成長の鍵について聞いた。

80年代からIT化を推進

——ご自身の入社面接の日のことは今でも鮮明に覚えているそうですね。

江連 今から40年前の1984年9月の雨の土曜日でした。渋谷の古びたビルの事務所で、エレベーターのボタンを前に「どうしようと。そうしたら、井関清社長（当時）に「明日から来てくれ」と言われて（笑）

——当時はまだ、会社も小さく、仕事も手作業だったのでは。

江連 家賃台帳をつけるのもベテラン社員任せでした。それというのも通帳に印字されたカタカナ氏名を見て、どの物件の何号室の人が振り込んで来たかは、担当者でないとわからない。これでは企業としての形にならないと。電算室を作ってIBMのコンピューターを導入したのが、私が入社して3年がたった87年でした。

——一方で、会社はその間に、急成長しました。1都3県から北関東、東北、九州へと拠点を拡大。管理戸数も95年には5万戸まで増えました。当時は創業者の井関清氏がトップセールスに励んでいたのでしょう。

江連 とにかく人への気遣いを大切にする方でしたね。御本人はお酒が飲めなかったのですが、正月などはお世話になった取引先の家に、一升瓶と共に年賀のあいさつも欠かしませんでした。社是は「感謝と努力の継続」ですが、これも創業者である井関清が、根付かせたものです。

——会社が組織体として大きく変わるきっかけになったのは、やはりサンシャインビルに本社を移転した2000年の頃ですか。

江連 それまでは池袋西口の管理物件の下の階にある事務所や周辺20カ所ぐらいのオフィスが点在していました。新卒採用もすでに始めていましたが、説明会も本社には呼べず、ホテルを借りての開催でした。サンシャイン60に移転した当時、私は「管理会社がこんな立派なビルに入って大丈夫かな」とドキドキしましたが、結果は大正解でした。新卒採用もですが、地方のオーナー様も「あのサンシャイン60に本社があるのか」と言って信用していただけました。

——その後、15年ぐらいまでは社内のシステム、商品整備などの体制整備に取り組まれ、ここ10年近くはまた管理戸数が大きく伸びるなど成長路線をたどって来ました。

江連 井関豊社長体制となった16年以来、CIを現場の実務に落とし込むことが浸透しました。また、メガバンクなど大手金融機関からの出向者が活躍して、銀行からの管理紹介が増えたことも大きいですね。

——40年前には今のハウスメイトは想像もできなかったでしょう。

江連 本当ですね。はっきり言っていい会社になりました（笑）