

トップインタビュー・舟越未来都市開発社長

- ◎コロナ禍で都心重視へ、横浜にも進出
- 今期販売目標660戸、課題は人材育成

未来都市開発社長 舟越 裕介氏

— 東京を中心とするリノベーション・マンション事業が主力だ。販売状況はどうか。

舟越氏 コロナ禍の影響で昨春に販売が滞ったが、6月には例年の8割程度まで戻り、9月以降はむしろ例年を上回る売れ行きだ。今年1～3月も減速感はない。成約件数は大きく増えていないが、1物件当たりの利益率が上がってきている。

— コロナ禍で消費者の目線が変わってきた。

舟越氏 巣ごもりの影響で多くの人が住宅購入を真剣に考えるようになり、そのことが当社の事業にも追い風になった。景気悪化に伴う収入減少で、安価な物件が人気になるといった傾向は感じられない。

— 商品企画の面で変化は。

舟越氏 50㎡以上のファミリー向けを多く扱っているが、税制改正で40㎡以上の物件が住宅ローン控除の対象になった。東京都心でコンパクトマンションの需要は間違いなく高まるだろう。

— 都心では中古マンションの価格が上昇し、仕入れ競争も過熱している。

舟越氏 東京では築年数が古くても好立地の物件が売れやすい傾向があるが、1物件当たりの坪単価が上がり利益率が改善している。このため昨秋以降、東京都心に事業の重心を移した。JR山手線の内側やその周辺を社内的に「特区」と位置付け、多少、築年数が経っていても優先的に仕入れるようにした。結果的に物件の新旧バランス（新耐震・旧耐震基準の比率）は従来の7対3からほぼ半々に近付いた。

— 郊外物件の人气がコロナ前よりもやや高まった。

舟越氏 東京都心から郊外に住居を移すのは一部の層だ。大多数の消費者はやはり都心の物件を好む。巷で言われるほど郊外化は大きな流れではない。コロナ禍で市況が変わりやすいが、どちらに転んでも都心・好立地の物件の人气は不動だ。当社はもともと東京23区が主戦場だが、先が見えない今だからこそ都心での仕入れをさらに強化している。

— 横浜で事業を始める。

舟越氏 2月に横浜に支店準備室を作った。10月1日に本格稼働する。東京の次は埼玉と千葉、神奈川に支店を作ろうと考えており、その第一歩に横浜を選んだ。横浜は市場規模が大きく人気もある。準備室の滑り出しは好調で、すでに何件か仕入れた。10月には20件前後の物件が集まるだろう。

— 横浜で事業をどう展開する。

舟越氏 まずは西区、中区などの市中心部から徐々に広げていく。桜木町やみなとみらいなどには商機がありそうだ。横浜で月間5戸を販売できれば、仮に単価を3000万～3500万円とすると年間17億円ほどの売り上げが立つ。会社全体では前期実績の550戸に対し、今期は660戸を販売する目標だ。売り上げは前期の166億円から200億円まで高めたい。

— 地方展開は視野に入れているか。

舟越氏 当然考えている。人材さえ育てばやる。北は北海道、南は福岡まで出店したい。ただ都心が稼ぎ頭であることに変わりはない。

— 不動産市場をどう展望する。

舟越氏 当社の扱いは実需向けが100%だが足元の動きは良い。この先、販売価格がさらに上がれば市場に調整が入るとは思うが、大崩れはしないだろう。

2021/04/05