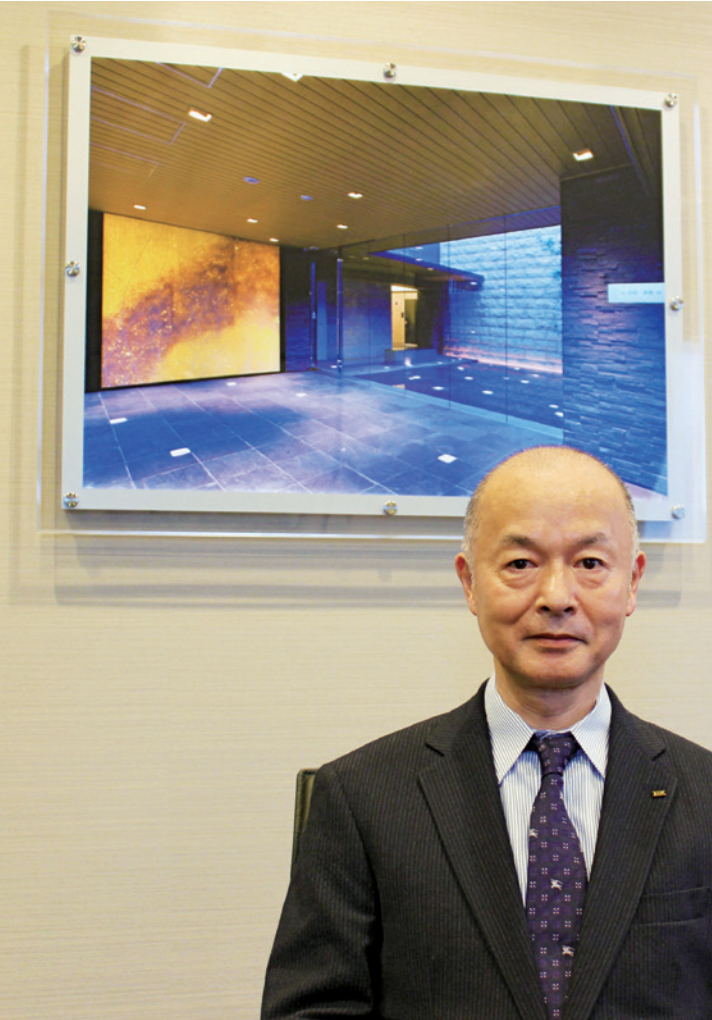


株式会社坂入産業

代表取締役社長 坂入 正司 氏



東京都文京区に本社を構える株式会社坂入産業は、1969年、荒川区東日暮里で創業しました。現在は、分譲マンションの開発、企画、設計、施工、販売、管理などを一元管理する自社一貫体制を構築し、2019年4月には、創立50周年を迎えました。

常にお客様に寄り添いながら、自社ブランド「GREEN PARK」で暮らすお客様の“幸せな暮らし”を実現するため、“新たな価値”を創造し続ける同社の取り組みを取材しました。

インタビュー日：2019年11月5日
 (聞き手：筑波総研(株) 取締役社長 野口 稔夫)
 (文・写真：筑波総研(株) 主任研究員 富山かなえ)

企業概要

本社：東京都文京区千駄木3-43-3
 ATK千駄木ビル4F
 日本橋支店：東京都中央区日本橋堀留町2-1-3
 ヤマトインターナショナル日本橋ビル8F
 古河支店：茨城県古河市東4-5-6
 創業：1969年4月9日
 事業内容：不動産業(売買、仲介、管理)
 建築設計監理、損害保険業
 従業員数：50名(グループ員数)
 自社HP：<http://www.ssknet.co.jp/>

ご略歴や事業に携わるようになった経緯、御社創業の歴史についてお聞かせください。

■ 橋梁設計の技術者として出発

私は石川県の内陸、岐阜県との県境に位置する白峰村(現白山市)に生まれ、雪深い地域で幼少時代を過ごしました。5歳の時に家族で金沢市に引っ越し、地元の中学・高校を経て、金沢大学工学部に入学し、橋梁工学を専攻しました。

大学卒業後は、富山県に本社を構える川田工業株式会社に入社し、橋梁設計の技術者として多数の設計に携わりました。その一つに東京都の綾瀬川に架かる首都高速の葛飾ハープ橋があります。

その後、当社を立ち上げた先代の長女と出会い結婚。1990年に当社へ入社し、多くの経験を積んだ後、1999年、代表取締役社長に就任しました。

■ 荒川区初の分譲マンション建設で注目

当社の歴史は、1969年、先代の坂入正昭が荒川区東日暮里の地で、株式会社坂入観光会館を創業したことに始まります。

先代は茨城県八千代町の出身で、20歳の時に理容師として店を開くなど、長年、理容業界で活躍した事業家でした。当社創業時は高度成長期。先代は不動産の将来性を鑑みて、理容業から大きく舵を切る決断をしました。

当社が最初に建設したのは、「グリーンパーク三河島」です。1~3階が結婚式場、4~6階が分譲マンションの複合型ビルでした。建設当時、荒川区で初めて建設された分譲マンションとされています。

■ 自社一貫体制を構築し、創立50周年を迎える

その後、1971年に社名を株式会社坂入産業へ変更、1973年に株式会社坂入建設を新たに創設、また、1988年には坂入産業一級建築士事務所を立ち上げ、マンションデベロッパーとしての当社の礎を築きました。

私は先代からバトンを引き継いだ5年後、マンション管理を行う株式会社Human Careを設立し、坂入産業グループとして、マンションの開発、企画、設計、施工、販売、管理などを一元管理する自社一貫体制を構築。そして、2019年4月には、創立50周年を迎えることができました。



荒川区初の分譲マンション「グリーンパーク三河島」
(写真提供：株式会社坂入産業)

バブル崩壊などを乗り越えた先に見えた、次代の経営方針についてお聞かせください。

■ 景気の底を見極める方針へとシフト

私が入社した1990年当時、日本はバブル景気真っただ中でした。マンションは飛ぶように売れ、当社の売上も飛躍的に伸びていきました。

その後、都内の地価が高騰したことから、当社は茨城県古河市をはじめ、埼玉県加須市や栃木県小山市など、地方都市を中心に事業を展開するようになりました。

しかし、数年後にバブルが崩壊し、多くの中小デベロッパーが倒産。当社のマンションも軒並み売れ残り、在庫の山が経営を圧迫しました。大幅な値下げに踏み切りましたが、地方物件はなかなか売れず、全く先が見えない状況になりました。

この時、私は、当社の事業が景気の波に左右されやすく、非常にハイリスクであることを強く認識しました。そして、持続可能な事業展開のためには、常に景気の底を見ておく必要があると考えるようになったのです。



坂入産業が歩んだ50年の歴史を語る坂入社長(左手前)

■ 都心エリアに特化した事業に舵を切る

景気の影響を受けづらい事業の在り方を模索したとき、大きなヒントとなったのは、2001年3月に新宿区百人町で竣工した「GREEN PARK 新宿の杜」の完売でした。

当社はそれまで、東京近郊や地方都市に住み、初めてマンションを購入する、比較的若い年齢層をターゲットに据えていました。しかし、都心のニーズに目を向けると、高所得層のディンクスやシングルのお客様が、セカンドハウスや住み替え、相続対策、投資など様々な目的で購入していることに気がきました。

都心物件の場合、本来の資産価値を求めて購入する人が多いため、景気の波に影響されにくいという特徴があります。当社はこの利点に着目し、都心エリアに特化した分譲マンションの開発事業に舵を切ることにしたのです。

■ 御社のマンションブランド「GREEN PARK」にかける想いについてお聞かせください。

■ 都心型の新しいライフスタイルを提案

2001年以降、当社は生活環境に恵まれた立地を厳選し、自社マンションブランド「GREEN PARK」を展開していきました。供給実績は、2000年から2019年11月までに、中央区日本橋をはじめ、千代田区、港区、渋谷区、新宿区、豊島区、文京区の7つのエリアを中心に、41棟、約1,300戸に上ります。

当社の知名度は、大手デベロッパーと比べると低いですが、大手が70㎡、7,000万円台で販売するところ、当社は6,000万円台後半。ブランド力が低い分、デザインや仕様にこだわり、何より立地が良好のため、目の肥えたお客様には、当社の物件の魅力を一瞬で見抜いていただいています。

また、当社の物件をご購入いただくお客様は、ダブルインカムで奥様も高収入の「パワーカップル」など、住宅ローンで審査に不安の無い方が多いと感じています。

以前の日本橋は、オフィス街というイメージでしたが、現在は、子連れファミリーの姿を見かけることも多くなりました。「都心に暮らす」という新しいライフスタイルの定着に、当社も尽力できたことを誇りに感じています。



2010年8月竣工の「GREEN PARK駒込染井坂」
(写真提供：株式会社坂入産業)

■ “幸せな暮らし”に寄り添う住まいづくり

私たちの暮らしの中で、「住まい」は、時間や空間、生命という根源的なものを包み込む大きな働きを備えています。

移り行く時代の中で建物が作られ、人が暮らし始める時、そこには住まいという濃密な“広がり”が生まれます。「GREEN PARK」は、人と建物の大切なひと時を、美しく、そして、極めてシンプルに映し出す“広がり”でありたいと願っています。

そして、常にお客様に寄り添いながら (Heart to Heart)、「GREEN PARK」で暮らすおひとりおひとりの“幸せな暮らし”の実現に向け、さらに高品質なサービスを提供したいと考えています。

■ 日本に訪れる変化を踏まえ、都心で事業を展開する際に重要な視点をお聞かせください。

■ 感性時代の幕開け—“幸せ”の実現に向けて

これからの時代、AIなどの技術革新により、都心と郊外、都市と地方といった地域間の境界や格差は次第に取り除かれ、時間的に、空間的に、よりフラットな社会になっていくでしょう。

そのため、どのような地域でも、日本の中心部と直接つながることができ、地域性を活かす工夫や努力さえあれば、十分に発展していくことができると思います。

しかし、技術革新がどんなに進んだとしても、新たな価値を生み出すのは、AIではなく、私たち人間です。“人の幸せ”とは何か、そして、“幸せ”を実現するために、私たちはどのような“価値”を生み出すべきか。これまで以上に人間には感性が求められる時代になると考えています。

「本物」を探し求め、「新たな価値」を創造

これから都心には、本来の中核機能が集まり、社会や企業の先端に立つ人たちが集結し、直接顔を合わせ重要な決定をする場所となっていく。都心は、多様な感性を磨き上げる場所として、また、「新たな価値」を生み出す場所として、さらに成長を続けていくでしょう。

そして、このような環境こそ、私たちが将来にわたって住まいを作り続けていく場所として、非常にふさわしいと感じています。

今後も「GREEN PARK」とともに、私たちにしかない感性を身に付け、私たちにしか見えない「本物」を探し求め、私たちにしか作り出せない「新たな価値」を創造していく考えです。



今後の事業展開を語る坂入社長

次の50年に向けた事業戦略をお聞かせください。

積み上げたものを捨て去る勇気を

これまでの50年間の歩みを振り返ると、バブル崩壊という長く苦しい経験を教訓に、新しい航路へと舵を切ったことで、リーマン・ショックを耐え抜くことができました。

そして、先の50年を考える時、私は、「長く社会に役立つ企業でありたい」と考えています。そのためには、時代に合った企業体質への変化が重要だと考えています。

「私たちにとって、本当に必要なものは何か」。それを見出すためには、時に、今まで積み上げてきたものを捨て去る勇気も必要です。

私たちは、景気の波に翻弄されてきた経験から、常に「いつの世も、『安全・安心』という言葉はどこにも無い」ということを肝に銘じて行動しなければならないのです。

今こそ、新しい戦略を打ち出す時

私たちは景気の一歩底を見ながら、常に良質な物件を決まった量だけ供給し、顔の見える関係を築くこと (Face to Face) ができるお客様に、長く寄り添うこと (Heart to Heart) に重きを置いてきました。

また、自社一貫体制を支える社員たちとともに、限られた市場の中で競合他社との差別化を図りながら、強いブランドを創出し続け、新しい都心の暮らしの在り方を提案し続けてきました。

しかし、人口減少により住宅業界を取り巻く環境は、ますます厳しくなっています。リーマン・ショック以降、都心部は大手デベロッパーの寡占状態が強くなり、ファミリー向けマンションは2017年をピークに価格が高止まりの状態であるため、今が新たな戦略を打ち出す時だと感じています。

時にリスクを抱えつつ、大胆に挑戦し続ける

そこで当社は、今後、徐々に分譲マンションの開発比率を下げ、代わりに賃貸事業の比率を上げていく予定です。そのためには、核となる新たな人材を集め、時代に合った組織を作り上げる必要があります。まさに、「事業は人なり」です。

今後も企業としての継続を目指し、時に慎重に、時にリスクを抱えつつも大胆に挑戦しながら、「新たな価値」を追い求めてまいります。

この度は、長時間にわたり貴重なお話をお聞かせいただきまして、誠にありがとうございました。御社の今後益々のご発展をご祈念いたします。



坂入社長(中央左)、高橋総務部次長(中央右)、綾瀬支店 関支店長(右)と聞き手・野口総夫