トップ対談

ホスト　有限責任中間法人 日本マンション協会
理事長　小木曽忠孝氏
URL http : //www.nmkk.jp/

ゲスト　野村リビングサポート株式会社
取締役社長 社長執行役員　関　敏昭氏

都心エリアの拠点「本店」を開設

「管理者管理方式」も視野に入れ

小木曽　御社のトピックスの一つとして本社の中に「本店」を設けて新サービス拠点とした、と伺っています。具体的にはどんなことを目指しているのですか。

関　この四月に、JR山手線とその内側の都心部エリアを管轄する「本店」を開設しました。七物件四、二七七戸からスタートしています。これら都心部エリアのマンションは、これまで関東の三つの事業所で各々管轄していましたが、「本店」の出店で、よりエリアごとの特性やニーズに合わせたサポートが実現できると考えています。

この「本店」エリアの特徴の一つに、いわゆる「富裕層」と呼ばれる方々がお住まいのマンションが多い、という点が挙げられます。これらのマンションでは、郊外型のマンションとはその立地・環境、管理会社に対するご要望も異なります。

仮に都心部エリアの管理組合に、郊外型のマンションと同じ夏祭りや防災訓練を提案したとしても、スムーズに受け入れられるとは限りません。専有部に関するご要望や個別のご相談についても、これまでの延長線上では対応しきれません。

一例ですが、港区のある一〇〇戸クラスのマンションでは、管理事務室のほか、某一流ホテルと提携しコンシェルジュのデスクを設けています。こうしたマンションでは、パターン化されたサービスや画一的な対応では到底ご満足いただけません。ホテルのコンシェルジュ同様、あらゆるご要望にお応えすることを目指しています。さらに難しいのは、こうした都心部のある程度の規模のマンションでは、どちらかというと管理会社が勧められている、という感覚があります。

「本店」を開設してから数ヶ月ですが、日々アンテナを張り巡らせていますと、その傾向がますます強くなっているように感じます。

そのような背景もあり「本店」が取り組むマンションでは、国土交通省を中心に検討が行われている「管理者管理」についても検証が行われています。

小木曽　エリアごとのニーズに応える。「本店」の開設は都心部のいわゆる富裕層マンションへの対応を意識しているわけですね。

関　現時点ではまだ、「本店」の管轄するマンションでも、理事会運営等におけるサポートは、他のエリアのマンションとそう変わりはありません。一方傾向としては、「本店」エリアでは、どちらかというと管理会社が勧められている、という感覚があります。

担当者呼称を「マンションマネージャー」に高度な提案力、専門性、総合力への要求に応える

小木曽　「本店」の一連の取組みについてお伺いしました。ところで、御社では、マンション担当者の呼称を「フロント」から「マンションマネージャー」とされたそうですが。

関　以前からフロント」という呼称には、業務がイメージしにくい、という声がありました。また、当社の管理マンションでは、簡易なサービスデスクを「フロントカウンター」的に設置している例がありますが、「フロント」という呼び方は、このスタッフと混同されることもありました。マンション担当者の呼称を「マンションマネージャー」とすることで、業務と呼称を明確にすることが狙いです。

この「マンションマネージャー」という呼称には、二つの意味を込めています。

一つには、ファンドマネージャー、プロパティーマネージャー等に代表されるいわゆるマネジメント・マネージャーを意識しています。

二つ目は、スポーツ選手の陰でフットワーク良く、ときにはやかんをもってグラウンドを駆ける運動部のマネージャーのようにマンション管理組合というチームを支える「縁の下の力持ち」としての役割です。このふたつの意味を込めて、呼称を「マンションマネージャー」へと変更しました。

その背景として、住宅業界、とくにストック産業であるわれわれ管理業界の役割がますます重みを帯びてきていることが挙げられます。マンションの長寿命化、建替え、環境共生等、新聞紙上を見ても、ストックと呼ばれるマンションの維持管理に関しては話題が尽きません。

例えば、大規模修繕の提案で、「外壁工事と防水工事のひと通りの提案」をしたところで到底ご満足いただけない時代となっています。

エコロジー、高齢化、安全・安心、等管理組合ごとに重視されるポイントがあり、そのご要望をしっかり捉えた上での一歩踏み込んだ提案が必要とされています。修繕計画やマンションの正確な現状把握と基礎的技術力・提案力等は前提条件です。合格点の修繕提案に留まらず、さらに踏み込んだ修繕・メンテナンスを、専門家として提案できることが求められてきます。

このようなケースは一例ですが、管理会社スタッフには、まさしく「マネージャー」の感覚、力量が求められてきています。

マンション管理のプロフェッショナルとしてのマネジメントスタッフ、また、スピーディーに、適切に、管理組合をサポートできる頼られるスタッフ。お客様からも、社内からも、そのような二つの意味合いを意識していただけるよう、「マンションマネージャー」の呼称を採用しています。

小木曽　呼称の変更は、最近のマンション管理業界のおかれている環境も背景としているのですね。ところで社長は長らく野村不動産の役職を担われ、管理業界に転進されて一年余になりますが…

関　ひとことで言えば時代の変遷を実感しています。私が野村不動産に就職したのは二十八年前の昭和五十五年です。

当時、世間一般の見る不動産業に対するイメージは、今とは違って、決してよくはありませんでした。その頃の社員数は五百人足らず。現在はグループ全体で六千人強の人材が集まっています。不動産というと、昔は不動産屋というイメージでしたが、不動産業、デベロッパーへと発展し、今やメジャーな業界へと成長を遂げ、業界全体がブランドイメージすら持ち合わせています。

マンション管理業もそのイメージの進化という点では可能性を大きく秘めており、近い将来、都市型住宅産業のメインプレーヤーとしてのポジションが確立されるはずです。そのためには、これまでの業界全体の横並び、守り中心の姿勢から、各企業が個性をもった企業体へと脱皮することが必要です。当社にとっては「本店」と「マンションマネージャー」としての人材力」が新たな指標になる、と期待しています。

小木曽　「ストック重視」の時代となり、再生、建替え等デベロッパーとの連携は欠かせない、との声が強いのですが…

関　当社と野村不動産とはすでに「オーナーズプロジェクト」という形を結成し共同で取り組んでいます。野村不動産が分譲し、当社が管理するマンションを対象として、お客様にアンケート等でご要望の収集、対応等を実施しています。将来像を含んだニーズを汲み取り、お客様にフィードバック、また、将来的な展開への礎としよう、とする試みです。「野村不動産グループ」として顧客満足度を追求するなかでの「一生のおつきあい」をコンセプトとしています。

マンションの一生を「分譲～管理～修繕～建替え」といたしますと、われわれ管理業界は、マンションの一生に対して、最も深く、長くお付き合いをさせていただくことになります。

「一生のおつきあい」のコンセプトにふさわしい管理品質の追求に努力を惜しまず、野村不動産グループの総力をあげて皆様のサポートをさせて頂きたいと思っております。

ストック重視の時代

管理業界も住宅産業のメインプレイヤーに

「オーナーズプロジェクト」を結成グループの総力をあげて…コンセプトは「一生のおつきあい」