



ネクシィーズグループ 近藤太香巳社長 × HEARTSグループ 植西剛士社長

創業8ヵ月で売上高50億円を達成 今後の課題は独自の商品づくり

19歳で起業。2004年、自らの直感と情熱を武器に当時最年少となる37歳で東証一部上場を果たしたネクシィーズグループの近藤太香巳社長。一介の若者から成功者へと駆け上がったその起業人生には、数えきれない成功・失敗・挫折が含まれている。そんな近藤社長が、次世代を担う経営者を招いて経営について語るのが同連載だ。記念すべき20回目となる今回は、創業わずか8ヵ月目にして急成長を遂げる不動産ベンチャー、HEARTSグループの植西剛士社長の登場だ。

近藤 本日はよろしくお願ひします。植西社長は最近パッションリーダーズに入会されましたが、事業は何をされているのですか。

植西 弊社は収益不動産の買い取りや販売、仲介やプロパティマネジメントを行っています。特徴としては、オンラインピックを前に価格が高騰して利益の出づらいう都心の物件ではなく、札幌・愛知・福岡・松山などの政令指定都市の物件を扱っていることです。そうすることで一棟まるごとの物件であっても販売価格を1億5000万円程度に抑えることができます。サラリーマンでも自己資金ゼロで購入ができるようになり、毎月20万円以上の収入を得ることが可能となります。

近藤 御社は創業間もないとお聞きしましたが、現状の業績はどれほどですか。

植西 創業は昨年7月で、現在売り上げは50億円ほどです。

近藤 創業8ヵ月で売上50億円ですか！すごい成長速度ですね。

植西 いえ、単純に不動産という高額な商材だったからこそ達成できたのです。むしろ今は、7%の利益率をいかにして上げるかを模索しています。

近藤 他社との差別化のポイントはどこにあるのでしょうか？

植西 当社では土地や物件の仕入れから販売、管理までをすべて自社で

行っております。販売時には家賃保証やリフォーム保証なども付属し、ややこしい税務相談も無料で行っております。購入者であるオーナーは何もなくても月々の家賃収入を得ることができます。こうしたトータルなサポートを自社で提供できることが差別化のポイントとなっています。

近藤 なるほど。しかし、それは他社でもやっているポイントでもありますよね。事業の強みを作る上で重要なことは、自社ならではのキラーカードを持つこと。他社が持っていない独自性があるからこそ、顧客に必要とされるのです。ビジネスにおいてこのキラーカードを持つということは、何よりも重要なことと言えるでしょう。

植西 なるほど。不動産業は特に差別化が難しい業界ですから、なおさらキラーカードが必要かもしれませんね。

近藤 以前、パッションリーダーズの仲間からこんな話を聞いたことがあります。築古物件の部屋を賃貸するのですが、建物の外装は特に改修せず、その分部屋の内装を徹底的に豪華にリノベーションして貸し出すのです。そうすることによって賃料を低くおさえるとともに、入居者の満足度を向上させることができるのです。

というのも、外装の改修というのは内装の工事よりも高額な費用が掛かりますが、入居者にとっては外装よりも自分が生活する部屋の内装の方が重要です。むしろ、外装がボロボロなのに内装が格段に良いとなった場合、入居者は喜びますし、貸主側もそのギャップが武器となるでしょう。

その話では細かな収支などまでは聞いていませんが、これを本格的なビジネスモデルとして確立したら売れると思いますね。

植西 それは素晴らしいですね！ご指摘の通り、外装の改修を行わなければ凝った内装工事を行っても価格は格段に押さえることができます。近藤 ただし、内装はただキレイに見えるのでなく、「劇的に」キレイだと

思わせるほど徹底的にこだわらなければいけません。壁紙や照明などといったそれぞれのパーツが高価である必要はありませんが、顧客がそれを見た瞬間に感動するような尖ったデザイン力が必要ですね。他の物件よりもちょっと見た目がいいというのではなく、突出して優れていると思わせるデザイン力を備えた物件であれば、それは独自性がある物件ですよ。それこそがキラーカードとなるのです。

建物の外装はボロボロなのに、部屋はまるでセレクトのように豪華な造りになっていて感動するでしょう。それは間違いなく感動するでしょう。それでいくと価格も安いわけですから、きっと多くの人が買いたいと思うはずですよ。

植西 なるほど！確かにその販売方法であれば他社にない独自性を創り出すことができそうですね。ぜひ当社でも取り入れたいです！

近藤 ええ、ぜひやってみてください。決断するのは社長の役目
指揮系統をシンプルに保て

植西 前職から独立して社長となってからちょうど2年が経ちましたが、日々経営者として未熟に思うことばかりです。今年になってから立て続けに3名の社員が退職し、人材育成をどう行っていくのか迷っています。

近藤 その3名はどうして辞めたのですか？

(次頁に続く)



近藤 なるほど。しかし、それは他社でもやっているポイントでもありますよね。事業の強みを作る上で重要なことは、自社ならではのキラーカードを持つこと。他社が持っていない独自性があるからこそ、顧客に必要とされるのです。ビジネスにおいてこのキラーカードを持つということは、何よりも重要なことと言えるでしょう。

近藤 なるほど。不動産業は特に差別化が難しい業界ですから、なおさらキラーカードが必要かもしれませんね。

近藤 以前、パッションリーダーズの仲間からこんな話を聞いたことがあります。築古物件の部屋を賃貸するのですが、建物の外装は特に改修せず、その分部屋の内装を徹底的に豪華にリノベーションして貸し出すのです。そうすることによって賃料を低くおさえるとともに、入居者の満足度を向上させることができるのです。

というのも、外装の改修というのは内装の工事よりも高額な費用が掛かりますが、入居者にとっては外装よりも自分が生活する部屋の内装の方が重要です。むしろ、外装がボロボロなのに内装が格段に良いとなった場合、入居者は喜びますし、貸主側もそのギャップが武器となるでしょう。

その話では細かな収支などまでは聞いていませんが、これを本格的なビジネスモデルとして確立したら売れると思いますね。

植西 それは素晴らしいですね！ご指摘の通り、外装の改修を行わなければ凝った内装工事を行っても価格は格段に押さえることができます。近藤 ただし、内装はただキレイに見えるのでなく、「劇的に」キレイだと

思わせるほど徹底的にこだわらなければいけません。壁紙や照明などといったそれぞれのパーツが高価である必要はありませんが、顧客がそれを見た瞬間に感動するような尖ったデザイン力が必要ですね。他の物件よりもちょっと見た目がいいというのではなく、突出して優れていると思わせるデザイン力を備えた物件であれば、それは独自性がある物件ですよ。それこそがキラーカードとなるのです。

建物の外装はボロボロなのに、部屋はまるでセレクトのように豪華な造りになっていて感動するでしょう。それは間違いなく感動するでしょう。それでいくと価格も安いわけですから、きっと多くの人が買いたいと思うはずですよ。

植西 なるほど！確かにその販売方法であれば他社にない独自性を創り出すことができそうですね。ぜひ当社でも取り入れたいです！

近藤 ええ、ぜひやってみてください。決断するのは社長の役目
指揮系統をシンプルに保て



Takeshi Uenishi

Profile **植西剛士** (うえにし・たけし)

1984年、京都府生まれ。立命館大学国際関係学部を卒業後、大手総合不動産会社へと入社。「東京を代表する総合不動産企業を創る」という目標を掲げ、30歳の誕生日を迎える20日前の2014年3月にHEARTSグループの前身となる不動産会社を設立。

Company Data **HEARTSグループ**

設立年：2015年7月 所在地：東京都新宿区
事業内容：収益不動産の買取・販売・仲介事業／収益不動産のバリューアップ事業／不動産コンサルティング事業／プロパティマネジメント事業／居住用不動産の売買仲介事業／リノベーション事業／エリア特化型高級賃貸仲介事業

植西 そうした紹介文は、多くの土産店でよく見かけますね。多くの土産店で作られている「八ッ橋」のような名産品を贈るでしょうが、あえてそれとは違う物を贈るのです。その際に、なぜそれを選んだのかという理由を手紙に書いて、それと共に渡すのです。たとえば京都名産の手拭いがあったとして、その土産店では「江戸時代では一人ひとりが手拭いで個性を演出し、ファッションを楽しんでいた」という紹介文が添えられているとします。

植西 たしかに、ただの定型文がプリントされた年賀状よりも自分のためだけのコメントが残されたものの方が、貰った際に嬉しいですね。今日は随分と身近なアドバイスをしていたとき、本当にありがたいです。
近藤 私が実践してきたノウハウですから、ぜひ試してみてください。あとは会で出会ったそれぞれの人と後日改めて会うことです。何度もあってたくさん話をしていると、ただの会話の延長で頼みごとまでできるようになります。どんどんパッションリーダーズに参加し、自分だけの人脈を築いてください。

植西 私個人としては続けさせてやりたいと思いますが、他の役員がそこまで反対するのであれば仕方ないと考えました。
近藤 それではいいですね。社長が許すと思つたのであれば、他の役員がどう言おうとそれを貫かなければなりません。社長というのは会社を引っ張る存在なので、強引にリーダーシップを発揮しなければなりません。



Takami Kondo

Profile **近藤太香巳** (こんどう・たかみ)

1967年11月1日生まれ。19歳の時、50万円を元手に会社を創業。34歳でナスダック・ジャパン（現ジャスダック）へ株式上場し、37歳で2004年当時最年少創業社長として東証一部に上場。プロモーション&マーケティングを駆使したビジネスモデルでグループ10社にまで成長させ、LED照明レンタル事業、電子雑誌出版事業、経営者交流会「パッションリーダーズ」のいずれも日本一の規模を誇る。2015年9月、電子雑誌出版の(株)プランジスタがグループ2社目となる株式上場を果たす。2016年4月、社名を(株)ネクシィーズグループに変更。常に新たな分野へ挑戦し続け、早稲田大学や東京大学・一橋大学などでの講演活動も積極的に行い若者の心を持ち前の情熱でリードしている。JAPAN VENTURE AWARD 2006 最高位 経済産業大臣賞受賞。

近藤太香巳氏が主宰「パッションリーダーズ」とは…

強きリーダーが求められている現代において、自らリスクを取り、企業を立ち上げ、一歩を踏み出す起業家たちの応援組織として2011年4月に創設。毎月1回の定例会をはじめ、アカデミー（人材教育）やビジネスマッチングに加え、様々な部会を開催。さらに、東北・名古屋・大阪・四国・九州といった支部（Branch）も展開し、6月には札幌も発足。活動を通じて次世代を担うリーダーたちとの交流やモチベーションアップが図れることから、わずか5年で会員数は3300名を突破。今、最も「アツい」日本一の経営者団体である。

<http://www.passion-leaders.com/>

植西 権限移譲の環境と考えていたのですが、それでも私が決断すべきなのでしょうか。
近藤 まだ小さな組織のうちからそんなことを考える必要などありません。事業を成功させるためには会社を持つリソースのすべてを集中させて一点突破を図らなければなりません。そのためには、会社を率いるリーダーが必要なのです。

植西 今度こそ従業員が1200名を超えたので、私が全ての社員を見るという事はできませんが、以前は全ての社員を自分の目が届くように心がけていました。そうして常に社長がどのように考えているのかを社員に言い続けることで、はじめて社員が同じ考えを抱くようになるのです。
近藤 なるほど。私も役員をはじめ、社員には常々自分の考えなどを伝えるようにしているつもりでした。悩みや課題を抱える社員は積極的に食事などに誘い、心行くまでその悩みについて話し合ったりもしてきました。その辞めた社員は面接を私が行い、目を掛けてきた社員の一人でしたから、そうした退職の仕方になってしまったことを悔いていたのです。

植西 当社は今採用も強化しており、フロアの増床も行いました。今のお話役員に対してはそれを押し通すことが必要ですよ。企業として成功を掴むというのは基本的に奇跡の産物であり、また、成功というものはムードによって掴むことができるものなのです。社員が増えていっても可能な限り社長が全ての社員を見られる状態に保ち、全ての決断を社長が下すという命令系統を崩してはいけません。そうすることで社員のやる気も継続しますし、会社に勢いが生まれると思います。

植西 当社は今採用も強化しており、フロアの増床も行いました。今のお話役員に対してはそれを押し通すことが必要ですよ。企業として成功を掴むというのは基本的に奇跡の産物であり、また、成功というものはムードによって掴むことができるものなのです。社員が増えていっても可能な限り社長が全ての社員を見られる状態に保ち、全ての決断を社長が下すという命令系統を崩してはいけません。そうすることで社員のやる気も継続しますし、会社に勢いが生まれると思います。

近藤 私ならワンフロアに収めていたのですが、もう決まったのであれば仕方ありません（笑）。ただ、そうした組織づくりを意識すべきだと思います。

先輩経営者と接するコツは心をこめて「尽くす」こと

近藤 植西社長はまだお若いですが