

買取再販

ビジネスレポート

vol.12 プレステージ

半年で42戸販売、今期30億円計画



矢野義信 社長

仕入れ、改装は同担当者

—昨年買取再販を開始されたと同いきました。

昨年の8月から始めて、3月末決算で仕入れ戸数は63戸で、うちリフォームを50件ほど、販売戸数は42件を達成しました。

一都三県の中古マンションを軸に、ファミリー層など一次取得者をターゲットにしています。できるだけ、新耐震基準の物件を仕入れたと考えています。

物件購入から販売までの期間は4カ月で、販売開始から契約までは1カ月以内がほとんどです。

—一都三県となると、仕入れ単価、販売単価も高いと思います。

今のところ、仕入れの平均単価は2000万~2500万円、リフォーム平均単価は500万円ほどで、販売平均単価は3000万~3500万円です。値段の目安ですが、住宅ローンで月10万円になるような値段です。新耐震以降の60平米以上、ファミリー物件をメインに購入、仕入れて、リフォームします。徒歩圏を念頭に、通常は徒歩10分以内、郊外は15分以内です。

旧耐震なら間取り変更も行いますね。

—リフォームで心がけていることは

昨年8月から買取再販を始めたプレステージ(東京都千代田区)は、半年で42戸の販売を達成した。前期売上高は11億円で、今期は30億円

を目指している。新進気鋭の買取再販会社の戦略を、矢野義信社長に聞いた。【聞き手/編集部 高田暹介】

郊外物件は明るい内装、都内はシックに



ありますか。

リフォームで心がけているのは、エリア特性とコスト。例えば、都内から離れた郊外なら少し明るい内装、逆に都内中心部ならシックな内装にするなどです。水回りは全て取り替えますが、価格帯は普及価格帯に抑えるようにします。流行りのデザインが、どこでも通じるわけではありません。

4月現在、営業マンは6人おりますが、仕入れからリフォームの現場管理まで同じ営業マンが担当しています。

—一気通貫と呼ばれるシステムですね。普通、買取再販会社では仕入れや販売、リフォームなどは分業する会社が多いです。

確かにそうです。しかし、仕入れからリフォームまで1人でできるので、リフォームから逆算して物件購入できるメリットがある。それが、私どもが一気通貫を採用している理由です。



Before

◀同社がリノベーションした物件。リビングスペースは床や天井を広く、綺麗にして印象を良くする



▶水回りも新たに、古さをなくして販売につなげる



Before

それに、私が以前創業時から勤めていたベストランド(旧マイランド)でも、一気通貫で行った結果、業績が伸びました。創業当時は3人でしたが、今では年1400戸以上の再販物件を販売するまでになりました。

また営業マンの動き方にも特徴があります。明確に定めているわけではないのですが、営業マンが得意なエリアを中心に担当しているのが大きいです。エリアに合ったリノベーションプランはもちろん、客層や物件の特徴、提携している不動産仲介会社を把握できるのが強みです。

—今期の目標をお願いします。今期は営業マンも10人まで増やし、販売戸数120戸を目指します。目標の売上高は30億円です。

会社概要
代表取締役社長 矢野義信/本社 東京都千代田区/設立 2017年8月9日/会社売上高 27億円(2021年3月期)/資本金 1000万円/社員 11人(4月時点)

楽コレはリフォーム会社と顧客を結ぶ雑誌です



リフォーム楽楽コレクション
A4/12ページ/年4回(2・5・8・11月)
1セット50冊入5,000円(送料・税込)
株式会社リフォーム産業新聞社発行

楽コレを読むと

「リフォームしたくなったわ」と言われます!

顧客 計画的に販促できる
季節ごとの発行だから予定が立てやすい

顧客 ビジュアルで楽しめる
きれいなリフォームの写真やイラストがいっぱいで、眺めるだけで楽しい

リフォーム会社 1部100円
1セット50冊入5,000円(税込)なので、手軽に試せる

顧客 リフォームや暮らしの情報満載
健康やペットなど、リフォーム以外にも身近な話題が多く「つい読んでしまう」方急増中

顧客 プレゼントにもできる高級感
チラシと違ってしっかりした雑誌なので簡単に捨てられず、お客様の印象に残る

顧客 リフォームの魅力が伝わる
リフォームの基本をわかりやすく解説。お客様はその後の快適な暮らしを想像しやすく、営業の手間が不要に

(株)リフォーム産業新聞社 TEL. 03-6252-3450 FAX. 03-6252-3461

リフォーム楽楽コレクション

