

分譲マンションの新興デベロッパー、ゴールドクレストとジョイント・コーポレーションが急成長している。住宅ローン減税や低金利効果が演出するマンションブームの波に乗って高収益を実現する両社に共通するのは、資産回転率を重視した経営。土地を

仕入れ、早期に売り切るという「高回転経営」で、デフレ時代の不動産事業の新しい経営モデルを確立した。同社の経営モデルの強みを検証した。

企画・設計まで同時並行で手掛ける仕組みも事業期間短縮につながっている。失敗を次に生かすマーケティングを徹底しているのも両社の共通項だ。ジョイントの場合、モデルルームに集まった客の中で物件を買わなかった客を追跡調査し、「何が気に入らなかったのか」を聞き出す。「失敗」を分析して次の物件の商品企画や価格設定に生かす。ゴールドも顧客が気に入らなかった点を見直した物件を同じ地域で再供給し、逃がした客をすくい上げている。

十一月十七日夕、東京・浜松町でゴールドクレストの九月中旬決算説明会が開かれた。会場に詰めかけた証券アナリストや機関投資家は約百人。九月に東証一部に上場したばかりの両社への注目度を見せつけた。

ヒト、モノ少数精鋭

ゴールドクレストは、リクルートコスモス出身の安川秀俊社長が一九九二年に設立した。東京・神奈川を中心に中小規模マンションを分譲、都市居住者の人気を集めている。社員はわずか六十人だが、二〇〇一年三月期に売上高六百十億円、経常利益百七億円とともに前期比三倍を見込む高成長・高収益企業だ。

「不動産業というオールドエコノミーにおいて、新しい経営手法を確立した」（同社）と自負する同社の経営モデルはシンプルだ。

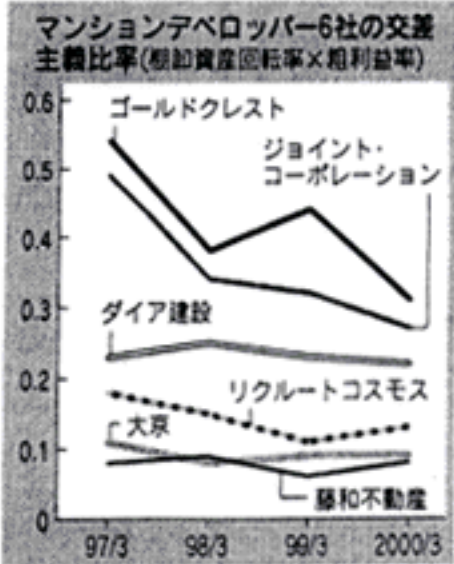
最大の武器はヒト、モノの面での少数精鋭主義。従来のデベロッパーは大量の営業員を抱え、電話勧誘や自宅訪問などの営業攻勢をかける。ゴールドは、こうした物量作戦を否定し、営業員がモデルルームで顧客を持つだけの「営業をしない営業」（安川社長）を徹底している。

これにより人件費と営業経費を削減、マンション価格を他社より一〇％安く設定。価格に敏感な顧客

ゴールドクレストとジョイント・コーポ

譲分マンション
回転率を重視

カギ握る用地取得



割安感武器に経費削減

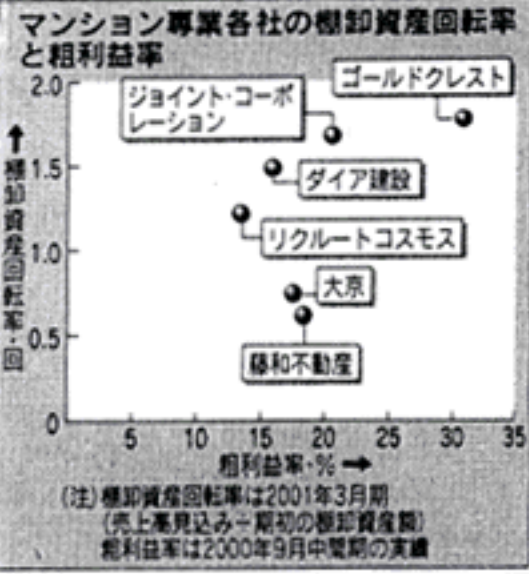
「近隣対策が難航する地域や、価格が高すぎる用地は最初から買わない」（ジョイントの東海林信徳社長）という用地の取得戦略が高回転経営の大きな支えだ。開発許可の取得から商品

「近隣対策が難航する地域や、価格が高すぎる用地は最初から買わない」といふ。ジョイントの東海林信徳社長は、粗利益率を加味した効率性と収益力を複合した財務指標である「交差主観比率」でみると、ゴールド

・建物)で割ったもので、分譲事業の効率性を示す。発売まで3カ月

ゴールドは、今期の売上高見込み六百十億円を期初の棚卸資産額三百四十五億円で割ると回転率は一・七

マンスンデベロッパーでも経営効率を図る指標に、棚卸資産回転率がある。売上高を棚卸資産額(土地



「身軽さを武器に高回転経営モデルを確立しつつある。ただ、急速な規模拡大に伴ってかつて大手各社が夢んだ道をなぞらないとは限らない。同社の高回転経営がニッチの経営モデルなのか、普遍的な経営モデルなのか。業容が拡大しても同社が現在の経営を堅持できるかどうかがこの目の

安になりそうだ。