マンション管理組合に特化したビジネス

株式会社 プリンシパル総研　代表取締役　入舩 洋治氏

新ビジネスに挑戦する代理店

株式会社プリンシパル総研（代表取締役入舩洋治氏）はマンション管理組合という特殊なマーケット特化型のコンサルタント会社として昨年11月1日に設立された。同社は、マンション管理組合に特化した保険販売を目指す損保代理店の株式会社日本シンクタンク・代表取締役那須顕一氏（専務兼任）が中心となって、マンション管理士や宅地建物取引主任者など国家資格を持つ入舩氏、横山敬治氏、田島政幸氏の3氏が集まり、管理組合に対し、保険を含めたトータルなコンサルティングやサービスを提供していこうというもの。

代理店と国家資格者で

保険含め総合的なコンサル会社

「代理店の営業をしているうちに、まだあまり開拓されていないマンション管理組合のマーケットを意識し始めました。そこで取り組み始めると、結構奥が深く、特化していくにはいろいろな知識や知恵が必要であることに気付きました。マンション管理組合に入り込むには保険以外の切り口から入っていってサービスを提供しそれらに付随する保険をつけていただくというほうが深く入っていきやすいのではと考えました」（那須さん）

もともと社長の入舩さん、取締役の横山さん、田島さんはマンション管理士、マンション維持修繕技術者、行政書士、宅地建物取引主任者とそれぞれ複数の国家資格を持っており、幅広いコンサルティングやサービスなどが提供できる。保険分野を必要とするコンサルティング会社とコンサルティングを切り口にしたい保険代理店とがうまくマッチし、まさに那須さんが考える開拓方法にぴったりあてはまった。これだけのメンバーが組めばかなりの事業が展開できる。

同社の仕事内容について紹介すると、

○自主管理支援、コスト削減、理事長代行、会計処理支援、コミュニティーサイトを中心に

①大規模修繕、長期修繕計画、介護支援・リフォーム

②管理規約改正、議事録作成代行、ファイル管理、損害保険

③駐輪場対策、駐車場空き地対策、カーシェアリング

④滞納対策、空住戸対策、高齢者支援

となっている。

田島さんは以前、マンション管理会社に勤めていた経験から、

「マンション管理会社で直接管理組合に接する人をフロントマンといいますが、この人たちはマンションのことにはくわしいがほとんどといっていいくらい保険に弱い。代理店は保険の知識はあってもマンションにくわしくないので、マンションに関わる保険のことがよくわかっていない。この穴が開いた状態を解消していこうというのがまさに我々がやろうとしているところです」

と話す。

那須氏（左）と入舩社長

管理組合の問題を解決

対象は築30年超、住民が高齢化

具体的に主なターゲットとしては築30年以上、団地型マンションで、住民が高齢化しているようなところを考えている。4人が事業として考えられるサービスを長く深く提供していけるのがこのマーケットだからだ。

ハード面、いわゆる建物や設備の修繕とか補修などのコンサルティングも大事だが、まず、管理組合の事務などソフト面からアプローチする。

横山さんは管理組合の実情についてくわしく話してくれた。

「自主管理でやっている管理組合は理事長が統括してやっていかなければならず、想像する以上にいろいろな仕事があります。ところが高齢化してくると、会議すらままならない状況など運営が大変みたいですし、限界に来ているように思います。うまく運営できず管理会社に管理組合の仕事を委託するところも少なくありません。そこには管理会社への委託費がかかります。また、築30年ともなると、修繕や補修が必要になってきます。ところが、積み立ててあったお金が以前に行った補修の費用や委託費などにかかり、新たな修繕や補修に充てるお金が管理組合で不足し、年金生活をしている高齢者世帯に再び積立金の増額や一時金といった負担がのしかかってきます。場合によっては、そんな負担はできないとマンションを売って出ようとするが、老朽化していて売れない。売れたとしても高齢者が住むような所がすぐには見つからない。そういうことが起こる前になぜ対処できなかったのか。この辺の弊害をなくすためのお役に立ちたいと考えています」

管理会社は、基本的には管理組合の事務管理を行う。会計や出納業務、理事会・総会の調整、管理人の派遣、設備のメンテナンスなどである。

これに対し、同社では管理組合に関わるこうした委託費用を見直し、もっとコストの効率化が図れないかコンサルティングを行う。例えば、清掃業者を管理会社を通じて手配するのではなく、直接、管理組合が業者に発注することで、中間コストが削減できる。管理人を常駐させるのではなく、必要なときだけに管理人を派遣させる。保険の見直しをする。場合によっては管理会社を変えるといったことでコストを下げることができる。下がった分を管理費の積立金に回すことで、住民の負担を軽減することができる。

こうした提案をして、住民が納得し契約に結びつくまでには半年ぐらいはかかるという。それは人が集まって、みんなでルールを守りながら生活しているのがマンションであり、理事長の一存では決まらないからだ。しかし、一旦契約すると、長くお付き合いができるそうだ。

また、マンション内の施設の再利用にも目を向けている。高齢化で車の利用が少なくなったマンションの駐車場を、駐車場が足りなくて困っているマンションとカーシェアリングで活用する。駐輪場でも同様である。この他介護支援といったことも考えている。

経費削減から保険へ

関西圏　保険料で数億円の市場

「我々が対象と考える高齢化を迎えるマンション管理組合は今後増えてくると思います。保険マーケットとしても大きく、関西圏のマンション管理組合だけでも保険料で数億円規模に及ぶといわれており、そこをねらいたい。これまでにも述べてきましたように、保険の知識だけではなかなか入っていけない。一番の問題はお金なので、管理組合の経費をいかに合理的に効率的に使って経費削減を図っていくかということをうまくクリアできれば、保険は必ずといっていいほど契約していただけます」（那須さん）

保険販売の立場からいえば、一つの管理組合で平均60世帯ぐらいあり、1世帯あたり2～3人として、それに相当する個人客がまとまった顧客を一つ持つのと同じことになる。そこから新たな需要も発生し、毎年2000万～3000万円の保険料の増収も夢ではないという。

那須さんはすでに日本シンクタンクという代理店を経営しているが、プリンシパル総研の保険部門の双方を合わせるとかなりの数字が見込める。

「全国でもマンション管理組合に特化した代理店は数少ないです。ましてや国家資格を持った人たちが集まってこのマーケットをアタックしようとするケースもなかなかありません。まだまだ勉強していくことがたくさんありますが、代理店が生き残るのに厳しい環境の中では、こうした特長を生かし、他代理店と違いを示していく必要があります」

立ち上げてから間もなく、まだ具体的な事例は出ていないが、業界の外郭団体とのつながり、自社のHPなどから情報を得て開拓をしていく。

最後に、入舩さんにこの事業への思いを語ってもらった。

「一言でいえばマンション管理組合を助けたいということです。問題がありすぎます。基本的にはお金の問題です。例えば、自分が払っているお金がどのように使われているのか気付いていません。我々から見れば、むちゃくちゃな使われ方をしている管理組合も少なくありません。それを自覚してもらってサポートしていこうというのがわれわれの仕事です」