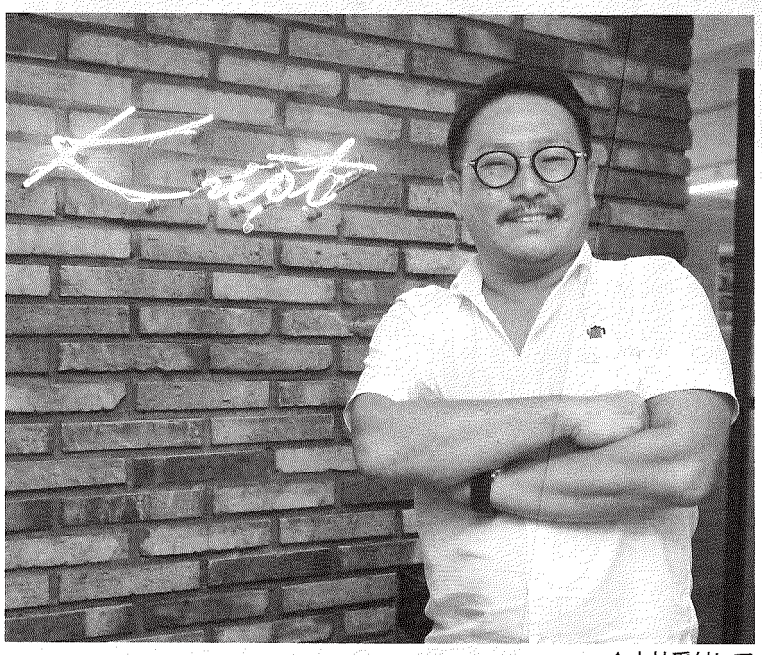
企業研究 vol.027

ノットコーポレーショングループ（大阪市）

河内（かわち） 道生（みちお） 社長（46）

「世に残る仕事を自身で創る」と決め、25歳のとき独立した河内道生社長。依頼主である客のターゲットを見据えた商業ビルや賃貸マンションのリノベーションを手掛けている。さらに2016年からは民泊の設計やデザイン、運営代行を行うメインツリージャパン（大阪市）を立ち上げた。今後の展開について話を聞いた。



▲本社受付にて

会社概要

社名	ノットコーポレーショングループ
住所	大阪市中央区平野町3-1-2 キューアス平野町ビル2階 （支社）東京都渋谷区神宮前4-11-14 カメリアコート204
創業	1998年8月1日
設立	2001年3月6日
資本金	3200万円
従業員数	28人（グループ全体）
業務内容	ビル、賃貸マンションの外観・エントランスのリノベーション、店舗設計、民泊運営代行
関連会社	メインツリージャパン、ザ・ガッツ

会社メモ

1998年、クリエイティブスペースノットを開業。2001年、ノットコーポレーションとして法人会社を設立する。店舗の設計や賃貸マンション、ビルのリノベーションを手掛ける。3年前の16年から、民泊の運営代行を行っている。

社長メモ　河内 道生 社長

1973年8月2日生まれ。大阪市出身。工業高校卒業後、住友スリーエム（現：スリーエム ジャパン）の代理店に入社。内装仕上げ剤の営業および施工を行う。「世に残る仕事を自身でやっていこう」と心に決め、25歳のとき起業する。
リノベと同様、髪型やファッションもスタイリッシュ。

店舗デザインの発想で賃貸住宅をリノベ

エントランスは顔 外観で価値向上

――会社の受付がバーやアパレルのようなデザインですね。元々デザイナー出身なのですか。

工業高校を卒業してから住友スリーエムの代理店に入社しました。内装仕上げ剤の営業をしていましたが、上司から「施工顔だから現場に行け」と言われ、職人として勤務していました。自身が携わる物件が増えるにつれ、プライベートでも施工した現場を見に行っていることに気付き、形に残る仕事をずっとやっていきたいと思いました。25歳で独立すると決断し、クリエイティブスペースノットを立ち上げました。そして2001年に法人化してノットコーポレーションに改めました。

創業当初から「未来をつくるカンパニー」をモットーに設計、デザイン、施工を一貫して提供しています。受付、エントランスは会社の顔だと思っています。効果的なデザインにすることにより「何かやってくれそうだ」という印象を与えています。

――施工会社が数多くある中で、どう差別化を図っていますか。

創業当初は企業向けのショーウインドーや店舗デザインをメーンに展開していました。店舗での施工は誰をターゲットにした店なのか、依頼主であるお客さんの先のお客さんのペルソナが大事です。10年ほど前から賃貸住宅業界に参入しリノベーションを始めましたが、収益だけが上がればいいとデザインがなおざりにされるケースが多々あります。

当社がリノベーションを行う場合、まず物件が単身用なのか、ファミリー物件なのかを見て、エリアターゲットを分析をします。さらに地域の特性を確認して、コンセプトを決めます。収益を上げるために外観やエントランスの改修をすることがより効果的だと考えているからです。同じイタリア料理店でも、若者をターゲットとするかで内装は全く異なります。これは賃貸にも当てはまることだと思います。ですので当社ではデザインを施さない物件はありません。

――外観より室内の設備に費用をかけることで価値を向上させるケースがありますが、河内社長はどのように考えていますか。

居室内に最新の設備が必要だとか、キッチンは新しくしないといけないと言う人がいますが、確かにそれも大事です。しかし、エントランスや外観は、人に例えると顔です。顔ではねのけられてしまったら、せっかくいい設備を導入しても室内に入ってもらえないかもしれません。そうなると元も子もありません。エントランスがきれいになることによって放置自転車やチラシの散乱なども防ぐことができたり、犯罪者が入りづらくなったりとマナーと防犯も向上します。

――ところで民泊の運営代行もやっているそうですね。

LCC、ビザが緩和されてからホテルの改修を請け負うことが多くなりました。また15年ごろから、大阪・ミナミや京都を中心に、訪日客が増加したと肌で感じるようになりました。オーナーからも特区民泊をやってみたいので、リノベーションできないかと依頼を受けるようになりました。

そこで、3年前、民泊専門の設計・施工から運営代行まで一貫して行うメインツリージャパン（大阪市）を立ち上げました。ここでは私はCEOのポジションで、女性社長を起用し、女性スタッフばかりを配置しました。ビルや賃貸マンションももちろん細かい配慮は必要ですが、清掃、管理、宿泊者とのやりとりなど、日々の対応が迫られます。やはり、男性は持ち合わせていない細かい配慮ができていると感じています。

――訪日外国人が年々増加し、特に関西は人気エリアのようですね。

毎年、訪日外国人客数が過去最高を更新と報道があり、大阪は特に上昇傾向にあります。しかし、大阪中心部にはビジネスホテルやシティーホテルがたくさん建設されていますし、特区民泊や簡易宿所はそれらとは異なる何かを追い求めない限り、淘汰（とうた）されます。当社では「どういった宿に泊まりたいか」を考え、ゲストに選ばれる空間づくりをします。

設計、施工から、申請業務、オペレーションまで、全てをトータルコーディネートすることでリピートにつながる宿泊施設を実現しています。大阪の中津にある物件ではイタリアがコンセプトということで、各部屋に果物やコーヒーなどをモチーフにしたデザインを施しました。気に入ってくれた外国人客は「今度はトマトに泊まりたい」と再度宿泊してくれました。

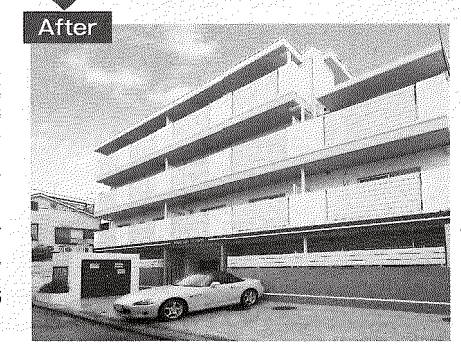
――日韓関係の悪化で韓国人客の減少は影響を受けていますか。

21日、日本政府観光局は7月の韓国人客数が、前年同月比7・6％減と発表しました。当社も確かに減少しています。しかし、中国人や欧米人客がその分をカバーしてくれているので特に影響は出ていません。

――最後に一言。

民泊もマンションのリノベも施工数で全く勝負したくない。デザインを良くして収益を上げる施工ができたらと思っています。今後も物件問わず、おもしろいものをつくっていきたいです。

▶築65年の空き家を改修し特区民泊で運営



◀古さを感じるデザインを今風にリノベーション

旅行で社内コミュニケーション

定期的に社内旅行を実施している同社では6月6日から22日まで香港・マカオに渡航した。「年に1度は国内に、2年に1回は海外にと思っている」と河内社長が話すように、これまでサイパンや台湾、石垣島などに行ったという。

旅行することによって普段会わないグループ会社のメンバーや遠方のスタッフとコミュニケーションが取れ、仕事のときとは異なる一面が見られるのでいい機会になる。また旅の経験がモチベーションにつながり、仕事のアイデアに生かせる。「マカオではカジノを体験し、15万円負けた。それも思い出」

▲6月に実施した香港・マカオ。聖ポール天主堂跡で記念撮影