



**売り手本位のマンション  
しかないのはおかしい**

「均一規格で、田の字型のマンションは造りません。同じ3LDKの部屋でも、購入者が共働きで子供がいない夫婦なら、ワンルームマンションのように使える部屋割りにしたり、コスト重視の家庭なら維持費がかさむ床暖房を外して、ガスファンヒーターにするのもあります」

購入者のライフスタイルに合わせてマンションをカスタマイズして分譲する。これまで、あるようでなかったマンション販売で脚光を浴びているのがフージャース・コーポレーションだ。創業者であり、代表取締役の廣岡哲也さんは「不動産業界はまだ体質が古く、顧客本位の考え方が徹底されていない」と語る。

「価値観が多様化している今、自分なりのファッションや、お気に入りのレストランと同じような感覚で、こだわりの住まいを求めている人が増えています」しかし、市場には画一的なマンションしかない状態。購入者は内装や部屋割りではなく、値段で選ぶしかなかった。

「定型的なマンションは、作り手・売り手本位のもの。お気に入りのTシャツやネクタイを買うように、消費者が本当に求めているのは、オンデマンドの商品です。住宅業界こそ、安ければ買うのではなく、気に入ったから買う。マンションがあってもいいじゃないかと考えたいです」



“安ければ買う”ではなく  
“気に入ったから買う”住宅を

ひろおか・てつや。1963年生まれ。慶應義塾大学卒業後、リクルートコスモスに入社。財務・営業・企画開発を経験。94年12月、有限会社フージャースを設立。95年、商号をフージャース・コーポレーションに変え、2000年から自社で分譲事業を開始。02年10月JASDAQに上場。03年10月には、東証2部に上場した。

譲を開始。その年の売り上げは約50戸にとどまったが、3年後の今期には700戸を突破した。昨年10月、設立から7年10カ月でJASDAQ上場。その1年後の今年10月、東証2部入りを果たした。現在も、郊外に住む子育てファミリー向けの「ワイズ」、高所得ビジネスマン向けの「デューヒルズ」など、新商品を開発。着実に売上を伸ばしている。「不動産業界の一回の案件は、億単位。失敗すると損失が大きいので、大企業では新しいことに挑戦しづらい。でも、お客様が本当に望んでいるものなら必ず売れるという確信があった。実行するには、自分で会社を作るのが一番の近道でした」

**大リーグのような  
会社が理想的**

廣岡さんが、起業を意識したのは学生時代。ある販売会社でアルバイトをした時だった。「バイトながら、比較的大きな売上をあげることができた。その結果、1つの事業所の運営を任せられた。結果的に失敗に終わりましたが、その時に会社経営に興味を覚えたんです」

同時に、その社長に理想の経営者像を見たという。「社長の『失敗しても、最後の責任は自分が持つ』という考え方に共感しました。清濁を併せ呑む度量を持ち、厳しさも人一倍。そこにいるだけで存在感と

影響力がある。そんな社長でありたいと、今も思っています」そうした理想を持つ廣岡さんは、「大リーグのような会社でありたい」と考えている。「選手は個人タイトルを狙ってしのぎを削りながら、同時に全員がチームの優勝を目指している。選手の実力がアップすればチーム全体のレベルが上がり、やがて結果につながっていく。それは会社も同じです」

そのために、廣岡さんは次の2つに注意を払っているという。「まず、仕事を楽しみながら、自分の成長を実感できる場所とチャンス社員に提供すること。つまらなそうに仕事をしている人がいれば、違うフィールドで面白みを与えられる方法はないかと考え、本人と徹底的に話し合う。社員一人ひとりがいきいきと仕事をしたいれば、必ず会社の成果や業績になって表れます」もう一つは「業界内での、社員のブランドを上げる」ことだ。「フージャースの課長ならどこまで仕事ができる」といった社外でも通用する基準を作り、社員の対外的な評価は、そのまま会社の評価だと思っています」

**若手経営トップ  
同志を求ム**

株式会社フージャース コーポレーション  
代表取締役  
廣岡哲也さん(40歳)