

個性ある物件の魅力を丁寧にサイトで発信。 地域に根ざし、より愛される街づくりに貢献する。

創業40年、さらなる事業拡大へ その鍵は「口コミ」

1974年の創業で、京都市北区に本店を構える(株)フラットエージェンシー。賃貸の仲介・管理をメインに、売買も取り扱っている。創業40周年を迎え、さらに事業拡大を目指す同社の代表取締役吉田創一氏に、独自の取り組みをうかがった。

現在最も力を入れている事業のひとつとして、個性的な物件を紹介するサイト「京都トンガリエステート」の運営が挙げられる。利用者の口コミで徐々に広まっているこのサイトは、「100人が気になる物件よりも、1人の人に心から愛される物件を紹介したい」とい



北大路堀川交差点の一角に所在する本店

う思いから、インパクトのあるキャッチコピーとともに、物件一つ一つについてその魅力を丁寧に伝えている。たとえば築50年のレトロなアパートは、「Time Trip/平成から昭和への旅。ベリーベリー・オールドアパートメント、登場。」というタイトルで紹介されている。目を引く巧みなタイトルで、古さをアピールポイントへ変えている。このサイトは強いこだわりを持っている、または個性的な物件を求めているお客さまに好評を得ていて、Facebookページでは合計3,400を超える「いいね!」を獲得するなど人気が高まっているようだ。



「京都トンガリエステート」サイトトップ。多種多様なタイトルで物件の個性を表現している

集客方法をうかがうと、ホームページやSNSなどのネット媒体の他に、大学と連携し、「大学指定業者」として学生のお客さまを多く集めているという。大学に配布している

「京都ひとり暮らしガイド マイフラッツ」は、住まいの体験談、大学生アンケート、地域の情報などを紹介する情報誌となっており、発行は1万5,000部と、多くの学生の目に触れる重要な集客ツールになっている。

京都の街づくりのために 地域活性化の取組みは必要不可欠

地域密着を強みとする同社は、地域性や土地柄をスタッフがよく理解し、接客時に詳しく説明するなど、お客さまが実際にそこで暮らすことをイメージしやすいような対応を心がけているという。

さらには、「『京都らしい街づくり』として地域に貢献していきたい」という思いから、今後は京町家のリノベーションに力を入れていく。これは、他社との差別化を図る方法としても吉田氏が一番に挙げた施策だ。「古い京町家を旅館に改装し、外国からの富裕層向けに少しグレードは高くする。一方で京町家としての面影も残したまま地域性なども学んでもらえる場に、観光スポットとしても誘引できるようにしたい」と、国内外から多くの人々が訪れる京都の文化を守り伝えていくビジョンを語ってくれた。



商売繁昌

京都市北区
(株)フラットエージェンシー
代表取締役 吉田 創一 氏



at home TIME
アットホームタイム No.408
2015年11月20日発行