

Point of note

■ 社名について

旧三福不動産は小田原駅からすぐ近くのシャッター商店街の中にある。もともとその場所には、地元の人なら誰でも知っている「三福」という中華料理店があった。地域で商売をするには、地域に残る文脈をできるだけ生かしたい、そんな思いで付けられた社名だ。



「三福」のあった場所に開業した旧三福不動産。中華料理店「三福」の看板もあえて外していない。



内装はシェアスペースのメンバーで。



交流の生まれるコワーキングスペース。



不動産看板にはキャッチーなひと言を入れる。



1階にあるシェアスペースの使い方はさまざま。



# 株式会社 旧三福不動産

<http://93estate.com/>

小田原のシャッター商店街に、活気ある日常を少しずつ取り戻させること。地元を愛し地元を楽しむ地域コミュニティがつくった新しいカタチの不動産屋が、身近な地方創生を実現する。

## 「暮らす人たちが、いかにここでの日常を楽しんでいるかそれが自然とにじみ出ている町になってほしい」

STEP 1 創業のきっかけ  
始まりは、小田原好きが集まるたまり場をつくりたかったから

東京から新幹線で約40分、都心からのアクセスも良く、海と山に囲まれた恵まれたロケーションを持つ小田原市でも、毎年100人単位で人口減少が起きているという。小田原で生まれ育ち、小田原好きが集まるイベント「オダワラブ」などの運営を手掛けた山居文文さんが、2014年、地元の仲間と立ち上げた株式会社旧三福不動産。その創業の根底にあったのは、小田原を盛り上げたいという思いだった。

東京で会社員を経験後、小田原市役所勤務を経て、広告制作会社を運営していた山居さんは、生活と仕事のペースを小田原に置くことに決めた。

「これだけITが発達してきた現在では、職種によっては働く場所を選ばない。打ち合わせと必要に応じて都心に出ればいい。実際、小田原にはフリーランスで戻ってきた人も多いです。そういった人たちが交流する場所として、まずシェアスペースをつくろうと思ったんです」

そのシェアスペースではトークイベントやワークショップ、ギャラリートなどの趣味イベントを定期的に開催していった。そこには「小田原で何か新しいことを始めたい」という思いを持つ

STEP 2 事業スタート  
商店街の閉ざされたシャッターそれを開けるためには不動産屋

「ここ小田原で何かをやりたい人はいっぱいいるのに、商店街のシャッターは閉まったまま。このミスマッチングを解消できるのは、不動産業なのかもしれない」と考えた山居さんは、シェアスペースの運営メンバーであった、不動産会社勤務の渡邊実さんと、その同級生で宅地建物取引主任者の加藤英二さんとの3人で、旧三福不動産を立ち上げた。

「不動産業の実務はこのふたりの経験者に頼るところが大きいですが、僕がやるのはこの町で創業を考える人たちへのアドバイス、事業計画のプランニングなど、コンサルティング的なことがメインなんです」

不動産事業を始めるのに必要な資金は、小田原で地域活動が続けるなかで、付き合いのあった商工会議所に相談し、日本政策金融公庫を紹介してもらい、調達した。そしてこの事業にもっとも必要なのは物件だが、旧三福不動産の想いに賛同し、眠っていた物件の活用を託してくれたオーナーも多いと

「不動産業を始めてしばらくして、あるオーナーさんから『もう古いし、人に貸す気はなかったんだけど、一度見に来てくれないか』と電話がありました。ウチの活動を耳にして、小田原のために活用してくれと、何の実績もない新しい不動産屋に任せてくれたんです」と山居さんは嬉しそうに話した。

また、不動産業にともなう賃貸業として、小田原でフリーランスの仕事をする人向けのコワーキングスペースを運営し、現在、利用登録者は8名になる。旧三福不動産を通じて、仕事における横の交流も生まれている。

STEP 3 今後の展望  
おもてなしではなく、おすそわけ

地元を愛し、地元から支えられている旧三福不動産が、その先に目指しているのは小田原という町のリアルな活性化だ。

「小田原は町おこしのイベントが多いのですが、例えば、あるイベントで人を1000人集めても、次の日は全然この辺りを人が歩いてない。極端なことを言うと、セミナーを何回したって、ここで起業する人は増えないと思います。起業する人は放っておいても起業する。問題は、いかにそういった

Profile



株式会社 旧三福不動産 共同代表 山居文文さん

神奈川県小田原市出身。大学卒業後、商社、小田原市役所を経て、広告制作会社を設立。2014年、小田原の地域活動をサポートすべく、株式会社旧三福不動産を設立。

人たちが小田原に集めるのかということとで、内容が充実した講座をやるよりは、地域のブランド戦略みたいなものが明確で、事業を行っていくうえで、いろいろ可能性を感じる土地だなと思ってもらえることのほうが大事だと思っています。それには、起業してうまくやっている人や、楽しく暮らしている人がいっぱいいること、そのことを知ってもらうためのプロモーションが必要なんです」

観光地でもある小田原だが、観光客が訪れる店ではなく、地元の人たちが通う店のほうが面白いと山居さんは言う。そこで触れられるのは「おもてなし」ではなく「おすそわけ」の心。小田原に暮らす人たちが、地元を愛し地元での生活を楽しんでいなければこの「おすそわけ」は生まれえない。旧三福不動産はそのことを感じさせてくれる不動産屋だった。