

Mansionnavi Magazine

Cover

藤原 正明

Fujiwara Masaaki

大和財託株式会社
代表取締役CEO

2025.6—issuance

2025.summer VOL.07

“地所屋さん”から国家資格者へ。
信頼されるプロになるまでの歩みを
ひもとく

万博とともにたどる20年
-愛知から大阪までの象徴的な
できごとやマンション-

広がるリースバック市場、
その理由とは？
多様なニーズに応える新しい
選択肢として

本誌限定特別インタビュー

創業からわずか11年で売り上げ220億円達成！

不動産投資業界の 未来を拓き続ける

大和財託代表取締役CEO 藤原正明氏の「経営論」に迫る

創業からわずか11年で、 売り上げ220億円達成！

大和財託 代表取締役CEO 藤原 正明氏の「経営論」に迫る

2013年に金なし、コネなしで一人で大和財託を創業した藤原 正明（ふじわら まさあき）さん。X（旧Twitter）のフォロワーは4.7万人、YouTubeのチャンネル登録者数は3万人以上（2025年4月時点）と、拔群の知名度を誇り、創業からわずか11年で売上高220億円、経常利益18億円を達成されました。2030年に売上1000億円、2040年に1兆円を目指す藤原さんの「経営論」に迫ります。

自分の生きた証を残したい

独立・起業した理由は、簡単に言えば社会に自分の生きた証を残したかったからです。会社員のころから「仕事＝人生」という価値観があり、当初は人・物・金を動かせる影響力のあるポジションまで出世しようと考えました。しかし、中小企業で出世したところで影響力はたかが知れている。大企業では中途社員が出世すること

自体が難しいとわかり、だったら起業するしかないという結論に至ったわけです。

不動産投資業で起業した理由は、自身の顧客体験からです。不動産投資で成功していた父の影響もあって一棟のアパート・マンションを購入したのですが、そこで情報の不透明性やサービスの質の悪さ、不便さを感じ、この領域で顧客が求めるサービスを提供すればビジネスとして成り立つと確信しました。

大和財託の「圧倒的顧客ファースト」という信念

も、私の実体験が起点となっています。お金がもらえるのは、お客様の役に立ってこそ。単なる「顧客ファースト」ではご満足いただけなかったとしても、圧倒的な価値として、透明性の高い情報や質の高いサービスを提供すれば、正しい投資判断をしていただけます。とはいえ、当社が下、顧客が上ということではなく、あくまで対等な関係で価値を「共創」していくことが、当社の存在意義であると考えています。

Interview

大和財託株式会社

代表取締役CEO 藤原 正明

「建築機能の内製化」が急成長のエンジンに

資産価値を共創するにあたって、当社では仲介や賃貸管理だけでなく、業界では珍しい自社設計、自社施工もしています。外部の業者に設計・施工してもらうとなると、お客様に対して魅力的な利回りを提供できず、利回りを重視すれば当社の利益ができません。当社は「圧倒的顧客ファースト」をモットーとしています

修繕工事やリノベーションも、当社の建築部門が迅速かつ適正な価格で対応しています。建築機能の内製化は8年前に木造からスタートし、現在はRC造やS造も自社設計・自社施工を内製化し、量産態勢を整えています。この体制こそが当社の急成長を支えてくれた大きな要因です。

現在も、さまざまな新規事業に取り組んでいます。一部失敗もありますが、挑戦は企業が成長するための「エンジン」。失敗しても、致命傷にならないければ問題ありません。

「人」を軸にした組織づくり

組織論のようなものを学んだことはありません。私は不動産「デベロッパー」の経験も2年半、その前はメーカーの営業が6年、建築の設計、施工にいたってはまったくの素人です。新規事業や新たな事業を強化していきたいときは、外部のプロフェッショナル人材を登用し、彼らの意見をうまく組み入れ、全体最適していきながら組織内に取り込んでいきます。もちろん私も勉強しますが、プロや社員の声に耳を傾けることが、組織を成長させるうえで最も大切になってくるのではないのでしょうか。

とはいえ、一人ひとりの声は、部分最適や個別最適のための手段や意見であることも往々にしてあります。是々非々で、当社や取引先、ひいてはお客様にとって良いことを部分的、あるいは全面的に採り入れ、それを組織に展開していくことが組織作りのポイントになると思います。

「大和財託イズム」の浸透・継承

組織の「カルチャー」にも非常にこだわっています。採用においては、組織のカルチャー

にマッチしている人材であるかどうかを重視しており、どんなに能力が高くても、会社と合わないそうであれば採用しません。

簡単に言えば、私や面接プロセスに入る人間が「エエやつ」「一緒に働きたい」と思う人だけを採用しています。入社後も、毎週の全体朝会で必ず企業理念や社訓の唱和があり、また、「大和財託イズム」の研修を行い、社訓の浸透・継承に努めています。入社してくれる方は基本的に「エエやつ」なので、変な不和も生じませんし、組織作りにおいても一定の効果は出ているのではないのでしょうか。

入社後のフォローも大切にしています。上長には2週間に1度の1-on-1の面談を義務付け、入社から2〜3ヶ月経ったころに人材の採用や活躍を担う部門が面談しています。こうした機会に、目標に対しての進捗確認に加え、社内の人間関係の相談や雑談をしてもらうことで、社員が思っていることをしっかりと把握することができます。

評価制度は、できる限り公平正大であることを心がけています。全員が100%満足する評価制度はありませんが、選考プロセスを開示し、評価の理由を明確に伝えているので、一定の納得感を持っていただいていると思います。



「採用」が目標達成の足がかりに

当社は2030年に売り上げ1000億円、2040年に売り上げ1兆円という目標を掲げていますが、この目標達成のために必要なのは「採用」でしかないと思っています。新たな事業を始める際に一部M&Aをすることもありますが、統合プロセスやカルチャーフィットという面で課題があるため、慎重に進めていかなければなりません。

文化も社風も価値観も違う会社を買収しても意味はないので、これまで11年やってきたように、優秀で「エエやつ」をどんどん採用し、採用した人材が活躍できる場所を提供していくだけです。当社は上場しているわけではないので、言ってしまうと目標の達成が予定より遅れてしまったとしても構わないわけです。目標の達成より、同じ価値観を持った社員に囲まれて、少しずつでも事業を伸ばしていきたいほうが私としては幸せです。

一問一答!!

仕事は人生、
人生は仕事中心!!

プライベート

- | | |
|-------------------------------------|---------------------|
| 一番大きなプレッシャーを感じたのはいつ? | コロナ禍 |
| これまでの人生での後悔は? もしくは、人生で1番幸せだと思うのはいつ? | 後悔していないのは今、今まさに今の状態 |
| ご自身が思う意外な一面 | 超愛犬家(柴犬・6歳・やまと君) |
| これだけは人生で成し遂げたいと考えていることは? | 数字的な目標・圧倒的顧客ファースト |
| 幸せを感じるのはどんな時? | 目標達成後、美酒に酔いしれるとき |

好きなもの

- | | |
|-----------------|--------------------|
| 好きなスポーツ | 一定のマッチョを維持する |
| 好きな本 | 新規事業やAIに関する書籍 |
| 好きな映画 | 君の名は・007(ダニエルクレイグ) |
| 好きな音楽 | 平成ビジュアル系バンド |
| 好きな街(駅) | 大阪 |
| 好きなプロテイン | Optimum Nutrition |
| 好きな自分の筋肉部位 | 背中 |
| 子どもの頃からずっと好きなもの | 車 |

ビジネス

- | | |
|----------------------------|-------------------|
| 社員さんから学んだこと | 最初ダメでもコツコツやれば成長する |
| 業界内での自社ポジションをどう評価しているか | まだまだこれから |
| 藤原さんの決断(社長の決断)で最も反対されたものは? | 強いていえば建築事業に乗り出すこと |
| 「不動産投資は〇〇だ」という一言で表すなら? | 情報がすべて |



社長の24時

24 hours

✓ TIME SCHEDULE

5:30~ 起床	6:00~ ジム	7:00~ ジム終了	7:30~ 帰宅してシャワー、身支度
8:00~ 朝食(プロテイン)	8:30~ 自宅を出発	8:45~ 出社	9:00~ 掃除
全社員で社内の掃除を毎日しています			
9:10~ 朝会	10:00~ 須賀谷温泉リブランディングMTG(社内)	10:30~ 工事部(RC)定例MTG(社内)	
週一で、リモートで全拠点を繋いで全社員が参加します			
11:00~ 最終面接	11:30~ ランチ	12:30~ 昼寝	13:00~ 昼寝終了
執務室のデスクの椅子を180度に倒して寝ています			
13:30~ 来客対応(金融機関)	14:30~ YouTube撮影	16:00~ メールチェック、承認作業	16:30~ 取材対応
17:00~ 経営会議	18:30~ メールチェック、承認作業	19:00~ 取引先と会食	22:00~ 解散、帰り道で社員の日報チェック
役員+管理職数名で経営方針を固めます		会食がない日は自宅でサウナに入ったりもします	
22:30~ 帰宅	23:30~ 就寝		



求む!!

その不動産...大和財託が

買取マッスル!

1棟収益物件
マンション用地
アパート用地
区分マンション
ホテル用地
ビル用地

買取エリア

関東圏広域 / 関西圏広域 / 名古屋市広域 / 福岡市広域



詳細はこちら



大和財託株式会社
代表取締役CEO 藤原 正明

物件のご紹介お待ちしております!

東京都渋谷区渋谷二丁目17番1号 渋谷アクシュ22階 TEL.03-6805-0325

URL <https://yamatozaitaku.com/>

「金利を甘く見るな!」リート市場が発する

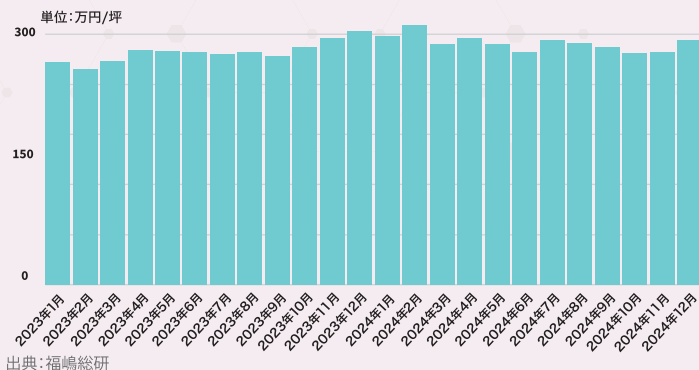
実需マンション市場への警戒

トランプ政権はアメリカファーストを実現するため、今後日本には円高誘導の圧力がかかり、利上げが行われることは想像するに難くありません。加えて、日銀の植田総裁はゼロ金利制約を避ける政策運営を重視しているため、金利上昇圧力はより強まる事が予想されます。日銀では3月の金融政策決定会合で政策金利を0.5%に据え置きましたが、市場では「6月に再び0.25%の利上げがある」との予測も多く見られます。住宅ローン金利も上昇していくと予想される中、都心中古マンション市場はどのようなものなのでしょうか。

1 金利の上昇はマンション価格を押し下げる?

以下のグラフ①では東京都23区の9,000万円以下の中古マンションの成約坪単価の推移を示しています。

① 東京都23区:9000万円以下物件の成約坪単価推移



シヨンの、成約坪単価の推移は、2024年以降横ばいもしくは下降傾向が見られます。この事は、実質的な賃金が上がらないのにもかかわらず、高騰し過ぎた中古マンション価格が消費者にとっての家計負担の

限界近くに達している事を示しています。更に、ここに至って住宅ローン金利が上昇すれば、その分家計負担も大きくなり、購入需要が減少する為、中古マンション価格を下げざるを得なくなると考えられます。

2 リートにみる金利上昇の影響

以下のグラフ②では東証リート指数と日経平均の動きを表しています。

日経平均も東証リート指数も2022年までは、大きな強弱はあるものの、同じ方向に連動して推移してきました。しかしそれ以降は、日経平均は高騰、東証リート指数は下落と相互に異なった方向に推移しています。

2-2 リート指数が下落した原因

リート指数が下落した最大の原因として考えられるのが2022年以降の長期金利の

上昇です。国債や債券の利回りを魅力的にし、相対的に配当利回りが重要視されるリートは、投資家の間で売り圧力が高まりました。また、リート組成する為の借入コストが増加したため、投資家への魅力が低下した結果としてリート市場は売りに押され、価格が下落しました。

② 日経平均と東証リート指数の推移の比較



3 リート市場から実需マンション市場への警告

多くの人が変動金利型の住宅ローンを組んでおり、ほぼゼロ金利だったと言えます。一方で今後住宅ローン金利の上昇が見込まれ、すでに「金利のある世界」へと変わりました。リート市場は不動産のプロのマーケットであり、実需市場を先行的に示すものであるともいえます。この市場の価格下落という大きな影響が、個人消費者にも降りかかってくると考えれば、今後の中古マンション価格も楽観的に見る事はできません。



福嶋総研



Youtubeチャンネル登録
よりしくお願ひします

福嶋 真司

マンションリサーチ株式会社
不動産データ分析責任者

リースバック市場が拡大中 なぜ注目されているのか？

◆ リースバックとは？

不動産を売却しながらも賃貸契約を結び、そのまま住み続けられる仕組み。主に老後資金や事業資金の確保に活用される。

◆ 不動産仲介時の提案ポイント

◆ 老後資金確保

…➡ リースバック / リバースモーゲージ

◆ ローン返済軽減

…➡ リースバック / 借り換え

◆ 相続考慮

…➡ リバースモーゲージ

◆ **注意点：契約条件の明確化、適正価格の確認、賃料負担の検討**

◆ 市場拡大の背景

高齢化と年金不安



老後資金確保の手段として注目

住宅ローン負担増



返済困難な世帯の活用増

不動産価格上昇



資産の現金化ニーズが高まる

国の規制強化



契約トラブル防止のため
ガイドライン整備

◆ リースバック vs 住宅ローン vs リバースモーゲージ ◆

方式	仕組み	メリット	デメリット
リースバック	売却し賃貸借契約を締結	まとまった資金を確保/転居不要	家賃負担が発生
住宅ローン	銀行借入・分割返済	低金利	返済義務が発生
リバースモーゲージ	自宅を担保に融資	住み続けられる/返済不要	条件が厳しく相続資産が減る

◆ まとめ

リースバックが注目されている背景には、高齢化や年金不安といった社会的な課題があります。不動産価格の上昇や制度整備も後押しし、資産を現金化しながら住み続けられる選択肢として支持が広がっています。

2005

何があった？

その年、デザイン性の高さで
評価されたマンションの中で、
推定売買価格が最も高い物件
(推定売買価格相場)

※2025年4月時点



2005

愛知県で万博が開催！

2005

パークマンション南麻布
(61,230万円～61,630万円)

2007

ブリリア代官山プレステージ
(36,530万円～36,930万円)

2008

リーマンショックが
世界経済に大打撃



2011

二子玉川ライズタワー & レジデンス
(21,840万円～22,240万円)

2011

東日本大震災



2019

平成から令和へ改元

2016

ザ・コノエ代官山
(35,570万円～35,970万円)

2018

パークコート赤坂檜町ザ・タワー
(68,630万円～69,030万円)

2020

新型コロナウイルスの
感染拡大
(全国で緊急事態宣言発令)



2020

ブリリアタワー上野池之端
(19,550万円～19,950万円)



推定売買価格相場を
調べてみました！



マンションナビ

番外

2025

2025.12 竣工予定：
グラングリーン大阪 THE NORTH RESIDENCE
(最上階の販売額：25億円！)

万博とマンション が映し出す

20年

2005年に開催された愛知県での万博から20年。

今年、「いのち輝く未来社会のデザイン」をテーマに、大阪の地で新たな万博が幕を開けました。

この20年で日本はどのように変わったのでしょうか。

今回、時代を象徴するマンションとともに、その時々起きたできごとを振り返ってみました。

——20年前、みなさんはどこで何をしていましたか？

万博 in 愛知



万博比較(愛知／大阪)

万博 in 大阪



2005年3月25日～9月25日	期間	2025年4月13日～10月13日
自然の叡智	テーマ	いのち輝く未来社会のデザイン
4,600円	入場料	7,500円
約2,205万人	来場者数	約2,820万人(想定)
121	参加国	158

いろいろ比較表 (2005年 ➡ 2025年)



牛丼

380円 ➡ 480円



ハンバーガー

100円 ➡ 190円



舞浜の遊園地入場チケット
5,500円 ➡ 10,900円



インターネット利用率(個人)
70.8% ➡ 86.2%

2021

オリンピック開催
(コロナの影響で1年延期しての開催)



2025

大阪府で万博が開催！

2025

宅建士のルーツをたどる

“地所屋さん”から国家資格へ — 頼られるプロになるまでの歩み

「宅建士」は、不動産取引に欠かせない国家資格。

でも、はじめはもっと“人情”寄りの仕事だったって知っていましたか？

戦後から現在まで、宅建制度がどう作られてきたのかを、年表形式で

ざっくり紹介します！

昭和27年： 「宅地建物取引業法」成立！

悪質な取引や不正防止のために、不動産業に一定のルールが定められました。
正式な“業法”が誕生し、業界に大きな影響を与えます。

平成27年：「宅建士」へ名称変更！

「主任者」から「士業」へ格上げ。
士業＝専門家として、社会的信用が強調されるようになりました。

受験者数の変化

平成27年	令和5年
194,926名	233,276名

合格者数の変化

平成27年	令和5年
30,028名	40,025名

引用：一般財団法人 不動産適正取引推進機構

昭和20年代： 戦後の混乱期、不動産取引のトラブル多発

家も土地も足りず、闇市や無許可の取引が横行。
特例として特別都市計画法が制定されるなど、戦災復興のための動きが見られました。

昭和40年： 「宅地建物取引主任者制度」スタート

いわば「宅建士」の前身。物件説明や契約説明に立ち会う専門職が誕生しました。
「主任者証」は名刺代わりでもあったとか。

現在： 倫理・知識・接客力が求められる時代

宅建士は単なる法律知識だけでなく、「安心と信頼を与える接客力」まで含めた“総合力”がカギに。

今後：

不動産取引のオンライン化が進み、IT重説や電子契約がすっかり当たり前。これからは「デジタル知識」も宅建士にとって欠かせないスキルになりつつあります。時代とともに、宅建士の仕事も進化を続けており、そのお手伝いができるよう弊社も努めてまいります！

昭和20年

昭和40年

平成27年

令和7年

令和？年

世界の「宅建」って？

アメリカ

売主側と買主側に必ず別々のエージェントが付き、交渉を担当。報酬は売買価格の約6%が相場で、エージェント同士で分け合います。
資格制度も州ごとに異なり、試験に合格しないと仲介はできません。

韓国

韓国では「公認仲介士」という国家資格が、不動産取引をサポートします。
資格の信用性がとても重視されていて「資格者＝安心」のイメージが強い国です！

仕入れ営業を行っている

不動産会社様向けサービスを宣伝したい 皆様へ

マンションナビマガジン ZERO

掲載する広告を募集しております

全国の2,000社を超える不動産会社様
(売買仲介・買取再販業注力)へ
貴社サービスをPRできます！

弊社マンションリサーチでは、
四半期ごとに情報誌を作成し、郵送及びメールにて
全国の不動産会社様へ直接ご送付しております。
いつもとは違った方法で、貴社やサービスを
アピールしませんか？



広告枠サイズ・掲載料金

	広告枠サイズ	掲載料金
1ページ (B5)	w:182mm × h:257mm	50,000円 (税抜)
1/2ページ	w:182mm × h:123mm	30,000円 (税抜)

※デザイン作成については10,000円 (税抜) にて承ります。

※郵送とメールの実際の送付数に差異が生じる場合があります。ご了承ください。

詳細

発行日	お問い合わせください
郵送	2,100部/前回発行
メール	3,900通 (開封率52%) / 前回発行
配布先	弊社とお取引のある全国の不動産会社さま (売買仲介・買取再販業に注力されている会社さまが多数)

お申し込み・詳細を知りたい方は
下記事項を記入もしくは名刺貼付の上  FAX **03-5577-2042** までご返送ください。

■ご希望の右記項目に ☒ チェックを入れてください。

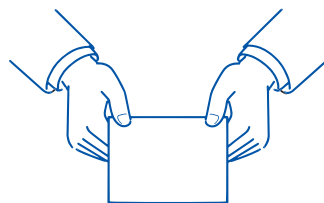
☐ お問い合わせ ☐ 1ページ ☐ 1/2ページ ☐ デザイン作成を希望する (貴社で入稿いただける場合には不要)

■貴社名

■担当者様

■TEL

■MAIL



お申し込み・ご相談の際はコチラの枠内に
お名刺を貼り付けて上記までFAXしてください。



マンションリサーチ株式会社

〒101-0053 東京都千代田区神田美土代町5-2 第2日成ビル5F
営業時間10:00~18:00 (土日祝祭日定休)

お電話での
お問い合わせは

TEL **03-5577-2041**

担当：ZERO編集部

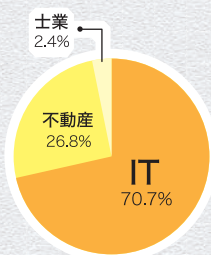
Sumai × IT × People(SIP)Vol.12、 開催しました！



最新イベントはこちらでお知らせ

SIPとは、弊社代表(山田力)が始めた交流会イベントで、今年で9年目12回目の開催となりました。たくさんの参加者で埋まった会場では、初参加の方も、代表と長年の付き合いがある方も、すぐに打ち解けてあちこちで挨拶や会話が飛び交い、活気にあふれていました。写真からも、そのにぎやかさと笑顔の連鎖が伝わってくるはずです！

【Sumai × IT × People(SIP)概要】



開催日時：2025年4月18日(金)19:00～22:00

会場：マンションリサーチ株式会社

今回は、大々的な告知は行わず、代表のX(旧Twitter)やFacebook、コーポレートサイトでのお知らせのみでご案内したにもかかわらず、賑やかな交流の場となりました。
当日の様子を少しだけご紹介いたします。

弊社代表山田より

第12回 SIP(Sumai × IT × People)を開催しました。住まいやITに関わる人たちの飲み会です。不動産会社さんや不動産テック企業、もしくはそれらに興味のある人たちが集まっています。本来は恵比寿のイベントスペース(30名限定)で実施しているのですが、今回は初めて自社開催。おかげさまで大盛況でした。元々は4-5人が居酒屋に集まる会だったのが、気がつけば50名近くも集まるイベントになりました。乾杯の挨拶もない、自己紹介もない、「場所と飲食物だけ用意するのでご自由にどうぞ」というゆるーい会となっています。開催についても誰かにやれー！と言われないと開催されないゆるさです。(笑)次回の開催をお楽しみに。



会社ロゴ変更のお知らせ！

いつも弊社サービスをご利用いただき、誠にありがとうございます。おかげさまでマンションリサーチ株式会社は、令和7年4月20日をもって、15年目の幕開けを迎えることができました。この節目にあたり、さらなる成長と挑戦への想いを込めて、企業ロゴマークを一新いたしました。



旧ロゴ



新ロゴ

【新ロゴに込めたメッセージ】

新しいロゴには、「繁榮し続ける」を主軸にした5つの想いと、お客さまにとって“身近で信頼できる存在”でありたいという願いを込めています。新しいロゴとともに、これからも変わらぬご愛顧を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。