

# 業界に特化した人材とITソリューションを駆使し マンションのアフターサービス事業を拡大

株式会社アペックス 代表取締役 **岩本 政人** 氏

大型マンションの内覧会や、補修工事などのアフターサービスは、手間がかかるだけでなく、資材や人件費にムダが生じやすい。株式会社アペックスは、独自開発したITソリューションを駆使し、デベロッパーやゼネコンへのアウトソーシング事業で急成長している。起業からの20年は、マンションが造って売っただけからサービスを含めた付加価値向上へとシフトしてきた歴史に重なる。

—元はオートバイのレーサーだったとか。なぜ起業されたのでしょうか？

今から二十数年前、レーサー活動を行うための資金を得るためにマンション建設や販売の現場でアルバイトをしていたのですが、そこで現場の抱える様々な問題に直面しました。そうした課題を解決しようと思ったのがこの会社です。

大型マンションは実に多くの業者が入りするので、建設時もアフターサービス時も管理するのが大変なんです。例えば入居後の定期補修。1世帯が3項目ずつ要望を出したとしても、数百世帯もあるマンション全体では大変な件数になるわけです。ご要望の内容も水道設備に関するものだったり、内装やドアの不具合だったり多岐にわたるため、様々な業者を呼ばなくてはなりません。訪問するにしても、お客様の都合に合わせる必要があります。こうした煩雑な管理業務を、当時はすべて紙とエンピツで行っていたのです。

その結果、当然のように間違いが起きます。違った部材を届けたり、職人さんを必要以上に拘束したりとムダも生じました。そのムダは、大抵の場合、施工費や材料費として、最終的にお客様が払うことになる。「おかしい」と思いましたね。

そこで、たまたまコンピューターが得意

だったこともあり、データベースを作って管理してみようと思ったのです。これが便利だということで、ゼネコンやデベロッパーから注目されるようになり、ビジネスにしました。

—具体的には、どのようなデータベースですか。

簡単に言うと、いつ、どこに、どの業者が何の部材を納入するか、何の作業をするか、分かりやすく提示するものです。1999年からはアフターサービスの補修工事管理システムをASP（インターネットで提供するサービス）化し、お客様も含めたすべての関係者がインターネットで最新の情報を共有できるようになりました。ご要望が正確に伝わるだけでなく、ムダも減り、お客様や施工関連業者の満足度を大いに高めることができました。

—開発したデータベースのユーザー数は、着実に伸びていますね。

今でこそ「顧客の満足」が第一義とされていますが、20年ほど前のマンションはアフターサービスにコストをかけなくとも売れました。お客様もクレームを言うすべを持っていませんでした。だから人件費や材料費のムダが出て、また購入後のお客様が不満を抱えていても、デベロッパーは問題の対処にそれほど前向きではなかったと思います。

それが現在は、「顧客の満足」を重視



することが当たり前前の時代です。お客様もマンションにサービスを望むようになりましたが、大手ゼネコンやデベロッパーは対応しなければならない戸数が膨大であり、すべてのお客様に対してきめ細かに対応するのが困難です。そこで当社は、マンションにかかわるアフターサービスのノウハウを地道に積み重ね、それをITソリューションという使い勝手のよい形で提供していますので、デベロッパーの信頼を得ることができたのだと思っています。

最近はアフターサービスだけでなく、マンションの販売支援、すなわち内覧会のコンサルティングや代行も行っています。アフターサービスを手がけるうちに、マンションを購入したお客様の不満の1つに内覧会時の説明不足があることが分かったので、この事業を思いつきました。

—消費者ニーズを理解しているから、必要な橋渡しができるのですね。

お客様とのいい関係が築ければ、企業も居住者もみんなハッピーになる。当社は暮らしに笑顔を実現する会社と自稱しています。

