

中央大学国際経営学部 企業訪問報告書

訪問先	リノベル株式会社
訪問日時	2025年10月29日(水) 13:00~15:15
訪問概要・目的	リノベル株式会社に訪問して“リノベル。”の取り組みや自身のキャリア形成について理解を深める
担当 CVS	本田珠優、飯嶋遥介、船越ゆかり
報告書作成者	国際経営学部国際経営学科1年 丸橋美友
参加学生数	9人(内、1年生3人、2年生6人) 株式会社リノベル。様に訪問して、その取り組みについて伺った。リノベル。は顧客のニーズを汲み取ったうえで、不動産や銀行、工務店にそのニーズの実現を依頼する仲介を行っている。
訪問結果	<p>まずリノベル。がリノベーション事業に取り組む理由を伺った。なぜリノベル。がリノベーションに取り組むのかということ、リノベーション事業がその課題の大きさと人への影響の大きさという2つの大きなものの掛け算だからである。外国では新築の価値が中古物件になるとその資産価値は増加するのだが、日本ではその価値が580兆円分減るという「580兆円問題」がある。依然として買い手のいない中古住居があるにも関わらず、日本は新築偏重主義である。リノベーションを行うことによって、日本の余っている住居の有効活用や環境負荷の低下といった様々なメリットがある。</p> <p>次にリノベル。が顧客の物件を探すうえで大事にしていることを伺った。リノベル。が顧客のニーズを正確に汲み取るうえで大切にしていることは、「中から目線」である。「中から目線」とは、最初に顧客の提示する条件を伺うが、それはひとまず置いておいて、顧客のライフスタイルを深掘っていき、それに沿った物件を提案していくやり方である。ほとんどが最初に顧客が提示する物件とは異なるものになるそうだが、専門家が顧客の目線になって考えることで顧客に本当にフィットする物件を見つけることができるのだそうだ。コンサルティングという人の力とテクノロジーという仕組みを利用して顧客のニーズを引き出していく。</p> <p>また、リノベーションを行う上での工夫や変化についてもお話を伺った。例えば、リノベーションサービスの提供相手も変化しているそう。今まではB to C型のサービス提供であったため一軒家などが主なリノベーション対象であったが、最近は社宅マンションなどを対象としたB to B型のサービス提供が増えているのだそう。例えば、電話局を地域参加型複合施設へとリノベーションするなどして地方創生にも貢献している。また、以前はリノベーションを行う際に顧客がドアノブから何まで選択していたそうなのだが、現在はその時間とコストの負担を軽減するために、間取りのみ顧客が選び、他の素材やデザインはリノベル。が選ぶ形に変更したそう。素材でなくインテリアでも世界観は作ることができる、ということ伝えるためにインテリアブランドとコラボする取り組みも行っている。また、リノベル。は産業支援プラットフォームを立ち上げた。プレイヤーと呼ばれる不動産や設計施行の業者のリノベーションについてのノウハウと人材がまだ不足しているという問題があったからである。リノベル。はこのように、課題が多く存在するリノベーション業界において、様々な取り組みを行うことで貢献している。</p> <p>また、次にリノベル。が求める人物像についてのお話を伺った。リノベル。では影響度・課題の大きなリノベーション事業という市場で課題解決しながら世の中をより良くする人材を求めている。「愛され・頼られ・おしゃれ」の3要素を兼ね備えた、ミッションマインド・世の中をより良くしたいというマインドを兼ね備えた人が求められているそう。</p>

今回の企業訪問では、リノベーション業界についてや実際にリノベる。で働いてらっしゃる方々の、お仕事に対する向き合い方からキャリアについてまで幅広い学びを得て、自身のキャリアを見直すきっかけとなった。お話を伺った方々の全員が仕事それ自体にやりがいをもって前向きに取り組んでいることがお話から伝わってきた。今回伺った話を踏まえて自身のキャリア形成を考えていきたい。

