

カリフォルニア版 不動産情報

THE REAL ESTATE MAGAZINE

FUDOSAN JOHO



リアルター紹介 フレッド・サンズ・リアルターズ
 クリスチーナ・ワット
 箕口一実氏——90年代への開発策
 米国投資における外国人の雇用方法

PRESIDENT'S VIEW
 フレッド・サンズ・リアルターズ社長 フレッド・サンズ氏
 カリフォルニアのエーゲ海に浮かぶ
 リゾートアイランド **カタリナ島**

FUTURE of L.A.
 リトル東京再開発
 日系不動産会社電話リスト
LISTING
 FOR SALE
 FOR LEASE

特集

No.12 1990年5月号 \$3.50
 定価¥1545 (本体¥1500)



フレッド・サンズ
パシフィック・リム・ディビジョン
ディレクター クリスティーヌ・リー・ワット

「これから、日本その他の環太平洋の国とビジネスをして行くには、今のアメリカのビジネスの方法では伸びないと社長に直訴しました。

社長は私の意見を耳を傾けてくれ、パシフィック・リム・ディビジョンを新たに作ってくれたのです」

今やカリフォルニア不動産業界の王者ともいえるフレッド・サンズ氏に東洋式ビジネスの必要を力説したクリスティーヌ・リー・ワットさんとは一体どんな女性であろうか。

クリスティーヌさんは現在、そのパシフィック・リム・ディビジョンのエグゼクティブ・ディレクター。まだ学生の面影が残るショートカットの彼女もブローカーのライセンスを取得して、早14年になる。

「大学（カリフォルニア大学バークレー

校）では建築、そして生産性管理と不動産ファイナンスを勉強しました。卒業後、不動産の仕事に入るかどうかは決めていなかったのですが、試験を受けるなら試験なれしているうちに、卒業と同時にすぐリアルターの資格を取ったのです」

クリスティーヌさんは香港生まれの日本育ち。中国語はもちろん日本語、英語、そして大学を卒業後、パリのソルボンヌ大学で学んだフランス語と4か国語に堪能。不動産また各方面のビジネスで成功している父親を間近に見て育ち、ごく自然とビジネスの道に進む。

「この世界に入ったのも、父親の影響が大きいのだと思います。私も、小学生の頃から父の会社で受け付けなどの手伝いをして、いつも10年後・20年後を考えて商売や投資をしている父親の後姿を見てきました」

大学で建築を勉強しようと決めたのも父親が建てるビルデザイナーをいつも考えたりしていたのが、きっかけという。

「建筆専攻時代は、豪邸専門のデザインを勉強していました。でも、コストの高く付く家をデザインして、いつも先生とは衝突だったんです（笑）。それに黒を基調にしたインテリアだったりで、母親には縁起でもない嫌がられたり。でもこの何年かモノトーンの流行でしょう。皆に10年早すぎたね」といわれました」

今、成功のポイントは 東洋式ビジネス

「このわずか20年で成功したフレッド・

リアルター紹介

サンズの商売方法とはどちらかと言ってお客様第一、サービス第一の東洋的なやり方なのです。そこをもっと活かすようにしたいんです。

現在のアメリカのビジネスのやり方はお客様の身になって考えず、ただ売れば良いという感じがあります。私はスムーズにクローズしてからも将来のビジネスにつながるような商売方法をしたいんです。正直にお客様に説明し、例えば「この建物は利回りは低いです、物件自体の値上がりを狙ったほうがいいですよ」とか「最初の1、2年は赤字かもしれませんが、今までのデータから見ても、その後安定しますから長期的に見てください」などの具体的なアドバイスがお客様とのその後のトラブルを防ぎ、納得して買っていただけのことになるのです」

クリスティーヌさんがマネージャー時代に、エージェント達を集めて一番強調したことの中に「自分の個性を押し付けられない、決定権はお客様に、そして人の代わりにしゃべらない」などがある。我々日本人にとってみれば、当たり前に見えるが、個性の強さをよしとするアメリカ人から見れば、これこそ東洋的アイデアなのかも知れない。

「一番いけないことは、エージェントが自分の考えでその物件をダメと思ったら売らないこと。お客様のニーズにしてみたら、節税のためにその物件がいいのかも知れないし、エージェント個人の意見を押し付けてはいけません。

また売り手と買い手の間には、交渉中必ず意見の相違が出てくるのですが、

90年代不動産ビジネスの成功の鍵は コスモポリタン精神と東洋哲学



自分の意見や主張だけを通したり、会話をストップしてしまうのではなく、あくまでも会話を続けていくことが大切です。そのうちお互いの妥協点がだんだんと見えてくるものなのです。

もう一つ、東洋的ビジネスの基本に、問題になる前に問題を解決する、というのがあります。それはアフターサービスの徹底ということ。特に日本人や中国人のお客様は、満足して下されば必ず次のお客様を紹介して下さいます。そういう意味でも、アフターサービスはとても重要なポイントです。

そんな基本的なことが、ここでは意外と盲点になっているのです。

クリスティーヌさんは日本でも大手不動産会社に招かれ、マネージャークラスの日本人エージェンツを対象にアメリカの不動産に関するセミナーを百以上のオフィスにて開いた。女性リアルターが増えたとはいえ、まだまだ男性中心の日本の不動産業界で、講師として登場したチャーミングなクリスティーヌさんに会場

の男性の反応はどんなものであったのか。「うーん、別に変わったことはありませんでした。珍しがられたようでしたけど……。でも、たとえ女のくせに生意気だなんて意見があったとしても、そういう人こそ本当は知り合いになりたがっているんです(笑)。2年間ほど日本の外資系銀行で融資課長をしていた時も、そんな人がいましたけど、皆で飲みに出かけたら仲良しになってしまいました」

小学校の頃はいじめっ子を取り締まる風紀委員。そうかと思えば木登りや、屋根の上で気持ち良さそうに眠る猫を見て真似をし母親を嘆かせたりの自然児……。

そんな彼女も2人の坊やの話になると表情がぐっと柔らかくなる。「親バカって言われるかもしれませんが写真をいつも持ち歩いては、皆に見せて

しまいます。上の子は私がオープンハウスなどの仕事に連れていくと、お客様にちゃんとチラシを配るんです。「世界最年少のブローカー」なんて言われています」ポケットとしているのが、もったいないという勉強熱心なアメリカ人のご主人は、なぜかクリスティーヌさんの父親によく似ているという。そんな環境で育つ2人の幼い坊や達も、また将来ビジネスの第一線で活躍するのだろう。

己所不欲勿施於人(自分が嫌なことは人にもしない)という孔子の言葉を motto にするクリスティーヌさん。

世界中を地球人として生きてきた若き日の彼女。そこで学んだ合理的な精神と、彼女の中に流れる東洋の思想との融合が現代のアメリカ・ビジネス界に最も必要とされるカンフル剤なのかも知れない。



フレッド・サンズ氏と