

Vortex Magazine

V-PLUS

11

November 2019 Vol.41

特集

心を動かす 企業の Mission

Close Up Interview

「利他心」を大切にする ミッション経営を実践

株式会社富士パッキング工業所 代表取締役社長 古家 嘉人様

Seminar Report

「今を生きる」強い信念と ミッションこそ 成長の原動力

ジャパネットたかた 創業者 高田 明氏

BOOK REVIEW

『ミッション 元スターバックスCEOが教える働く理由』

「ミッション」を本気で語る経営者が成功する！

岩田 松雄氏

VORT 浜松町Ⅲ (仮称)

区分所有オフィスのボルテックス

Vortex



Close Up Interview

株式会社 **富士パッキング工業所**

代表取締役社長 **古家 嘉人**様

近年、「理念経営」を重視する企業が日本でも増えています。

企業理念にはさまざまな要素がありますが、自社が目指すべき姿を意味する「ビジョン」と並んで重要なのが、自社の存在意義や果たすべき使命を意味する「ミッション」です。「自社は何のためにあるのか」「私たちは何のために働くのか」といった本質的な問いに答え、社員のモチベーション、愛社意識を高めていく大切な機能を果たします。「会社は社会の公器である」という考えから、ミッション重視の経営を続けていらっしゃる富士パッキング工業所代表取締役社長の古家嘉人様へのインタビューをもとに、理念を実現する経営のヒントを探りました。

社員と顧客の幸せの追求こそ、会社の存在意義「利他心」を大切にするミッション経営を実践

大阪府茨木市に本社を置く富士パッキング工業所は、自動車部品や家電製品、住宅建材などに用いられる絶縁材・断熱材・密封装置（パッキンなど）を製造・販売する老舗メーカーです。

創業は1963年。まもなく大手家電メーカーとの取引が始まり、おもに手がけたのは、ガス暖房器具やガス給湯器具向けのパッキン部品でした。ガスの気密性を保持し、製品全体の安全性と性能を左右する極めて重要な部

品であり、品質が厳しく求められます。技術力と品質の高さは早くから評価され、大手家電メーカーの1970年代以降の成長とともに、同社も順調に業容を拡大していきました。



プレス加工機（写真）のほか、顧客の要望にきめ細かく対応する生産設備を持つ

未曾有の大不況期こそ社員の生活を守る「利他心」の実践が会社の力に

大きな転機となったのは2008年のリーマンショックでした。需要が激減し翌年には赤字に陥るほどの大打撃となり、「自分自身と会社の存在意義（ミッション）とは何なのか」をひたすら考え続けたそうです。

「考えた末に導いた結論が、『会社とは、関わる人すべてを幸せにするためにこそ存在する』でした。そこで社是として『利他心』を掲げ、社員と家族、仕入れ先、お客様、そして社会が幸せになることを、あらゆる経営判断の基準にすることを決意したのです。厳しい経営状態でしたが、リストラは絶対しないと決め、全社員に賞与を支給したのもその考えからでした」

金額こそ減ったものの、未曾有の大不況のときに賞与

特集

心を動かす企業のMission

を受け取った社員たちは本当に驚き、いまだに古家社長に感謝の言葉を伝える社員もいるそうです。厳しいときこそ社員を大切にすべきであると痛感したと言います。と同時に、利益追求ではなく、ミッション追求こそが経営者の任務であるという想いに至りました。

「対外的には『顧客満足』を大切にしていますが、経営者である私自身はあくまで『従業員ファースト』がミッションです。どんなときも私が社員を本気で大切にすれば、社員はそれを決して忘れない。その積み重ねにより社内の信頼関係が醸成されます。社員はおのずと顧客満足のために努力してくれるようになり、それが結果として当社の発展につながると信じています」

社員の自発性を重視する古家社長は、技術や品質、営業などについて口うるさく指導したりはしません。しかし、日頃から誰よりも社員一人ひとりの行動を見るように心がけていると言います。そして、気づいたことがあればどんな些細なことでも朝礼などで「こんなうれしいことがあったよ」と発表し、社内でも共有しています。こうして「利他心」というミッションが、社員たちの日頃の行動の中に浸透していくように図っているのです。また2002年からはISOの認証取得に取り組みましたが、これも社員が品質に対し、互いに切磋琢磨しあうような風土を醸成するのが狙いでした。

事業承継対策を契機に資産運用を検討「百年企業」を追求する姿勢にも共感

古家社長には双子のご子息がいらっしゃいます。一人

は富士パッキング工業所のモノづくり事業を、もう一人はグループ会社でインバウンド向けの新規事業を、それぞれ担っています。近い将来、ぜひ良い形で経営のバトンタッチをしたい……事業承継が現実的なテーマになってきたちょうどその頃、ボルテックスとのご縁が始まりました。「我々はバブル崩壊を経験した世代なので不動産投資は敬遠しがちですが、ボルテックスの提案は、それとはまったく違った意義が感じられました。また当社も企業理念に『企業は継続である』と掲げており、百年企業を追求するボルテックスの姿勢も非常に共感できました」

顧客の依頼に対し、どれだけそれを上回るような付加価値を提供できるかを常に考えているという古家社長。難しい要望にも着実に応える姿勢が評判を呼び、2012年からは独自の加工技術で新たに建材、住宅設備、自動車の部品を受注。2018年に「大阪ものづくり優良企業賞」も受賞し、事業の柱になりつつあります。

「お客様も気づいていない要望に添えていくことこそ利他であるし、当社の使命や存在意義でもあります」社員と顧客の幸せを最優先にする、古家社長の揺るがないミッション経営で、ますますの成長が期待できそうです。



お客様ご紹介

株式会社 富士パッキング工業所

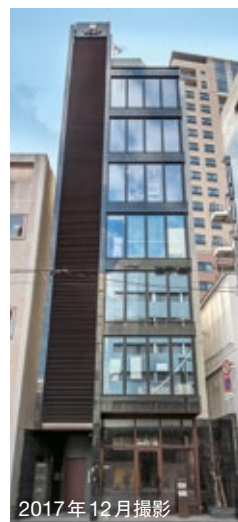
代表取締役社長 **古家 嘉人**様

1985年、富士パッキング工業所入社、2004年11月に社長就任。「利他心」を社是に掲げ、従業員満足が基盤の経営に徹する。65歳をめぐりに経営を次代に譲り、好きな琵琶湖でアウトドア事業に関わりながら、滋賀県の発展に貢献するのが夢。多趣味で、ドライブ、温泉旅行、釣り、スキー、山登りと、アウトドア全般を愉しむ。お客様とのご縁を大事にし、10年以上前から社長自ら社外向けメールマガジンを作成・発行中。愛読書は『論語と算盤』（渋沢栄一）、『いい会社をつくりましょう』（塚越寛）など多数。

<http://www.fujipacking.co.jp>

【所在地】〒567-0879 大阪府茨木市東宇野辺町3番18号
【事業内容】絶縁材・パッキング・断熱材の打抜き加工

ご保有物件のご紹介



S:vort 恵比寿

（渋谷区・区分所有オフィス）

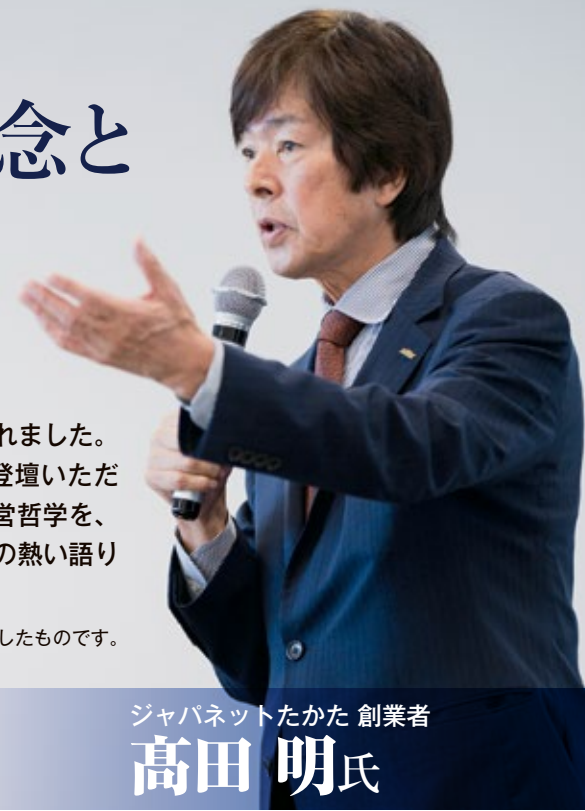
DATA

【専有面積】	43.20㎡（13.06坪）
【最寄駅】	JR各線「恵比寿」駅 徒歩7分 日比谷線「恵比寿」駅 徒歩9分
【構造・規模】	鉄筋コンクリート造陸屋根7階建
【総戸数】	7戸（店舗7戸）
【築年月】	2016年11月
【敷地面積】	79.30㎡（23.98坪）
【延床面積】	332.89㎡（100.69坪）

「今を生きる」強い信念と ミッションこそ 成長の原動力

2019年9月9日、ボルテックス東京本社にてセミナーが開催されました。第一部では、ジャパネットたかた創業者である高田明氏にご登壇いただき、「今を生きる」強い信念とミッションを重視した独自の経営哲学を、これまでの経験談とともに語っていただきました。高田氏本人の熱い語り口そのまま、臨場感ある講演の模様をレポートします。

※この記事は、当日の講演内容を編集部が再構成したものです。



ジャパネットたかた 創業者
高田 明氏

今、最優先すべき
ことを見極め、
集中する

ご承知のように、グローバル化の加速、少子化・人口減少の進展、AI（人工知能）をはじめとするテクノロジーの急速な発達、米中貿易戦争のような国際情勢に起因する「地政学リスク」の顕在化など、大小さまざまな課題が日本の企業を取り巻いています。未来はどうなっていくのかが見通せない状態で、経営の舵取りをするのは本当に大変です。

そんな状況で大切なのは、自分が今、最も優先すべき事柄を見極め、そこに真剣に向き合うことです。世の中には多くの課題があり、皆さんもさまざまな悩みを抱えていることでしょう。しかし人間はたいてい、自分の力では変えられないことで悩んでしまうもの。誰も自然災害を正確に予測できませんし、トランプ大統領の発言一つで予期せぬ為替変動が起こることも止められません。だからこそ今の自分ができること、自社で優先して取り組むべきことを見極め、集中していただきたいのです。

時間軸で言えば、「過去」「現在」「未来」の三つがあります。「過去」とらわれては前に進めませんし、「未来」は見通すのが難しい時代です。ですから私たちが心を砕くべきは「今を生きること」。いろんなことを思い悩むよりも、今を懸命に生きることがはるかに大切。私自身、昔から大事にしてきた考え方です。

「いわれなくても、一生懸命、今を生きていますよ」とおっしゃるかもしれません。しかし残念ながら、今を生きている「つもり」の人が多い。頑張っている「つもり」では何年やっても変化を起こせません。

常識にとらわれると、
成長のチャンス
を逃してしまう

私は大学卒業後、サラリーマン生活を経て、25歳で故郷の長崎県平戸市に戻り、家業のカメラ店を手伝いました。これがジャパネットたかたの前身です。平戸は人口2万4,000人の小さな都市で、当時の売上高は3,000万円。それから時を経て、ジャパネットたかたの売上高は昨年末初めて2,000億円を超えました。小さな町のカメラ店が、なぜこれほどの規模に成長することができたのか。とにかく「今できること」に本気で、全力で向き合ってきたからです。

カメラ店時代に初めてラジオショッピングに挑戦したとき、「通販では1万円以上の商品は売れない」「実物が見えないラジオで、誰もモノを買うはずがない」と言われました。しかし私は1万9,800円のコンパクトカメラの魅力を自分なりに伝え、たった5分の初放送で50台もの注文を取りました。この成功経験はやがて、九州や中国、四国、そして全国に放送地域を広げていく契機にもなりました。また、その後のテレビショッピングでは、学生にしか売れないと言われた電子辞書、若い女性しか買わないと言われた携帯用電動歯ブラシを、積極的にシニア世代の皆さんにアピールして新しい市場を切り拓きました。本気で取り組んだからこそ、通販業界の常識を覆すことができたのです。

常識にとらわれて、成長のチャンスを逃してはいませんか。あるいは「田舎だから」「人口が少ないから」などと、自分で変えられないことを成長できない言

い訳にはしていないでしょうか。さまざまな苦しい条件も、自分に与えられた課題だと前向きに受け入れて、その前提の中でビジネスを切り拓いていくべきです。米国の小売企業・ウォルマートの本社があるのはアーカンソー州の田舎町です。そこから世界で一番の小売業が生まれている。平戸のような小さな町からでも、日本や世界を席卷するような企業へと必ず成長できるはず。そういう気持ちを抱くことが大切です。

ボルテックスさんも世の中の常識にとらわれず、むしろ自分たちが新しい常識をつくっていこうという信念で事業に取り組まれている。この考え方は私も大賛成です。時代の価値観が大きく変わる中で、常識にとらわれない経営姿勢がとても重要になるからです。

ミッション・
パッション・
アクションの
3要素

今の時代の経営者にとって、不可欠な要素が三つあると私は考えています。

一つめは「ミッション」です。企業存続のために、売上高や利益もちろん重要ですが、それ以上に「何のために生きるか」「何のために事業をやっているのか」という本質的な問いに答えるような「ミッション」を明確にすることが欠かせません。

私は「家族はもちろん、ビジネスで関わる方も消費者の方も皆さんを幸せにしたい」という想いで通販事業に長年携わってきました。支えになっていたのは売上や利益の数字ではなく、お客様からいただく手紙でした。「知らない土地に嫁ぎ、無口なお姑さんとうまくいかず、悩んでいたときにカラオケマイクを買いました。実はお姑さんはカラオケが大好きだとわかり、これがきっかけでとても仲良くなることができました」と。たかがカラオケ、されどカラオケ。私はその方の幸せな人生に少なからず貢献できたのです。ミッションこそが、常識を乗り越え、未来を切り拓くような気持ちを支えてくれるのだと思います。

ミッションを企業理念や社是として掲げている会社は



多いと思います。せっかく掲げても、時が経ち社員が増えてくれれば形骸化してしまう場合があります。創業者の思いを伝える「クレド」を作成し、社員で共有する機会をつくるなどの工夫が必要になるでしょう。

二つめは「パッション（情熱）」です。情熱がなければ常識は越えられないし、素晴らしいミッションを掲げてもなかなか人には伝わりません。経営者として部下たちに夢を語るためにも、パッションは重要です。

ちなみに私は今70歳ですが、117歳まで生きるつもりなんです。平均寿命が81歳考えると、約10年しかない。でも、まだ47年あると考えれば、一生懸命生きようというパッションが生まれてきます。もちろんその前に亡くなるかもしれないですが、そのときはそのとき。身体の衰えではなく、情熱を失ったときに初めて人は老いるといえます。

「初心忘るべからず」とは、室町時代に能を完成させた世阿弥の言葉です。初心とは若いときの心ではありません。年齢に関係なくそれぞれに役割がある。何歳になっても初心をつくり、そこに向かっていくからこそ人生を有意義に過ごすことができる。だから初心を忘れてはいけなと。心の持ち方が大切なのです。

三つめは「アクション」です。行動なくして結果はありません。しかし多くの人は、「失敗」を恐れて行動に移せない。私は70年間、一回も失敗をしたことはありません！ 怪訝な顔をされるかもしれませんが、これは定義の問題です。私が考える失敗には二つ。一つは「行動しなかったこと」、もう一つは「一生懸命やらなかったこと」です。今できることにどれだけ本気で向き合っても、うまくいかないことはあります。でも結果をもって失敗とは言わない。失敗はプロセス論です。どんな結果が出たとしても、そのためにどれだけの努力をしたかで人生が変わってくると信じています。

まもなく71歳を迎える現在も、失敗を恐れず、今を生きること懸命になっている自分がいます。なにしろ今が一番忙しいですから。今日の私の話を聞いて、今からの自分は、自分の行動で新しい自分をつくっていくことができる。それが素晴らしい人生、素晴らしい事業活動に活かされていくのではないかと思います。

まだまだ話したいことが残っていますが、それはまた47年後にお会いしたときに。ご静聴ありがとうございました。



BOOK REVIEW

『MISSION 元スターバックスCEO が教える働く理由』

「MISSION」を本気で語る経営者が成功する！

企業にとってのMISSIONとは何か、自分たちは何のために働くのか——企業の目的は、利益追及が第一義ではなく、自分たちの事業を通じて社会に貢献することであり、利益はあくまでもその手段です。経営者として、どのような意識を持ち、社員にそれを浸透させていくのか。『MISSION 元スターバックスCEOが教える働く理由』の著者・岩田松雄氏にお聞きしました。

が、呼び方にこだわる必要はないと言います。

「一般的には、企業の目的は『利益を上げるため』という経営者がほとんどだと思います。しかし、事業を継続するうちに、単なる金儲けだけではダメだと気づくときが来ます。そのとき、自分たちの事業がどのように世の中に役立っているかを考え、『事業を通して社会をよくする』という大義に目覚めることができれば、自分の事業にさらに打ち込め、次の段階に発展していきます」

MISSIONへの回帰がV字回復の きっかけに——スターバックスの戦略

「経営者にとって、利益は企業を継続させるための手段であり、目的ではありません。もちろん私も社長として日常の仕事は、99%売上や利益に関するものでした。MISSIONを意識するのは1%程度。それでもその1%が重要で、それが“経営者として重要な意思決定の拠り所”になるのです」

岩田氏はスターバックス在任時、店内にフリーWi-Fiを導入し、一人席やコンセントを増やす方針を決定したところ、「長居する客が増え回転率が落ちるのでは？」とメディアからの懸念の声がありました。

「でも、絶対にやるべきだと思いました。これは、『人々の心に活力と栄養を与える』というMISSIONを実現するためです。たとえ短期的にはマイナスになっても、将来的にスタバのファンを増やし、ブランド価値を高めることにつながると信じていたからです」

当時、国内で未出店だった地域への出店を決めたのも、「そこにスタバを待っているお客様がいるから」という理由からでした。

『『人々の心に活力と栄養を与える』という素晴らしい

岩田 松雄氏 (いわた まつお)

(株)リーダーシップコンサルティング代表、早稲田大学ビジネススクール講師。1982年に日産自動車入社。1992年、UCLAアンダーソンマネジメントスクールにてMBA取得。帰国後はコンサルティング会社、日本コカ・コーラなどを経て2000年に(株)アトラス代表取締役、2005年に国内のザ・ボディショップを運営する(株)イオンフォレスト代表取締役、2009年にスターバックス コーヒー ジャパン(株)代表取締役最高経営責任者となり、2011年から現職。著書に『MISSION』(アスコム)、『『ついでにいきなり』』と思われるリーダーになる51の考え方』『『君に任せたい』』と言われる部下になる51の考え方』(サンマーク出版)など多数。



天の啓示のごとく舞い降りた 企業の存在理由

岩田氏が企業のMISSIONの重要性に気づいたのは、イオンフォレスト(ザ・ボディショップ・ジャパン)の社長時代です。「ビジネススクールで教える『経営者の使命は株主価値の最大化』という考えにずっと疑問を持っていました。ある日『企業は事業を通じて世の中をよくするために存在する』という考えが“天の啓示”のように舞い降りてきました」と述懐します。

では、企業にとってのMISSIONとは何でしょうか。「MISSIONとは企業の存在理由。一般的には経営理念とはほぼ同じです。何のために存在し、その事業をやるのか。一番重要なことは経営者が“どれだけ本気になってMISSIONの重要性を感じているか”、ということです」と岩田氏は強調します。

会社によっては「社是」や「ビジョン」と呼んだり、最近では「パーパス(目的)」という言葉も使われます



MISSIONをより達成するためにはどうすれば良いのかを考えました。それは『より多くの人に、より深い感動を与えること』ができれば良いのではと。『より多く』は出店を増やす。それだけでは不十分で、『より深い感動』を味わっていただくために魅力的な商品やサービスを提供することはもちろん、フリーWi-Fiやコンセントを増やすことで、MISSIONはさらに達成されると考えました」

スターバックス時代に岩田氏が下した決定は、結果的に成功を収め、売上・利益アップにつながりました。

「利益だけを目指していたのでは、社員はついてきません。MISSIONを語り、社員の皆さんに自分たちの事業が世の中の役に立っている、という実感を持ってもらうことが経営者の大切な仕事です」

経営者はことあるごとに 熱くメッセージを発信すべき

また、「さまざまな企業を見てきて、「悪い会社」の理由はいろいろありますが、一方で“優れた企業”は、必ず社員一人ひとりにMISSION(経営理念)が浸透している」と岩田氏はいいます。では、どうしたら社員一人ひとりにMISSIONを浸透させられるのでしょうか。経営者がやるべきことは二つあります。

一つめは、「トップが常にメッセージを発信し続ける」こと。岩田氏は朝礼や店舗視察などでスタッフに語りかけただけでなく、ザ・ボディショップ時代にはスタッフ向けのマネジメントレターを毎週1回、スターバックスでも同様に平均月2回出していました。トップから繰り返しMISSIONについて伝えることは、MISSION浸透に不可欠です。

そしてもう一つが「人事と教育」です。人事とは誰を昇進させ、誰を昇進させないか。それこそが企業が社員に向けて発信する最大のメッセージです。能力が高いのは当たり前ですが、会社のMISSIONや価値感をしっかり体現した人を幹部に選ぶことは必須です。

「実はアメリカのスターバックスも、2000年にハー

ド・シュルツCEOが退任後、後継者が効率化を追求しすぎて売上を落としました。その後、シュルツ氏がCEOに復帰して最初に手がけたことは、全米の直営店の店長を集め、MISSIONを再徹底した上で、全店舗を半日閉め、コーヒーの品質を徹底することでした。それほど、MISSIONは経営の根本となるのです。

スターバックスの店長への昇進評価項目には、MISSIONを実現するためのバリュー(行動指針)の達成度が大きな比重を占めます。スキルや知識などの成績がどんなに良くても、これらが一つでも達成できていなければ昇進できません。上司から見た人物像と、部下や同僚からの評価が異なることもあるため、360度の人事評価をすることも基本です」

岩田氏はそうした評価を、「徳」と「才」という言葉に分けて表現しています。「徳」は人間性で、「才」は能力や技術。若い頃は「才」が重要ですが、上に行くほど、人としての「徳」がより重要になってきます。

また、中小企業など中途採用者が多いと、出身企業の社風や考え方の違いからMISSIONが浸透しづらくなることもあると、岩田氏は指摘します。

「企業のMISSIONは人間の価値観と同じもの。スキルは後から教育できても、価値観を後から変えるのは難しい。だからこそ、採用段階でその会社のMISSIONに共鳴できる人材を選ぶべきです」

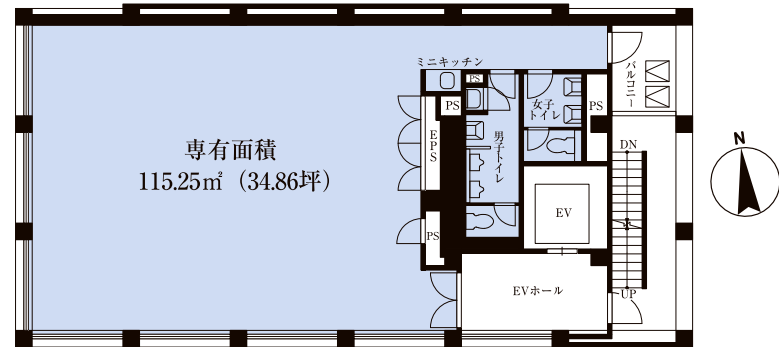
中小企業でもMISSIONが浸透しやすい新卒を定期的に採用し続けることが大切です。そのためにはインターン制度などを活用することです。数カ月、一緒に仕事をする中で能力があって価値観の合う人材が見つければ、トップが本気になって口説けばいいのです。

「就活中の学生さんにも、社長自らが熱く『MISSION』を語る企業は必ず10年後、20年後に大きく成長している可能性は高い、と話しています」

本書で紹介された岩田氏のリアルな実践経験は、多くのビジネスパーソンを勇気づける、力強い指針となっています。



4駅6路線が徒歩10分圏内 羽田直結・再開発が進む 注目のビジネスエリア



※掲載図面は2～9階になります。
他のフロアについては、弊社担当営業までお問い合わせください。



VORT 浜松町Ⅲ (仮称) 1、6、7、9階



ソリューション部
アクイジション課
花本 健宏

物件仕入ストーリー&アピールポイント

本物件は過去にお取引させていただいた売り主様より、弊社限定で紹介いただき、いち早く購入の意思決定をした物件です。浜松町は都心経済の中心地である「東京」駅へのアクセスだけでなく、羽田空港へのアクセスにも恵まれていることから人気のエリアで、国内外問わずさまざまな企業のオフィス需要が絶えることはありません。

本物件東側の「浜松町」駅前では、地上40階建ての世界貿易センタービルを含めた大規模再開発が進行中。また複数の上場企業が本社を構えています。さらに2027年には2駅隣の「品川」駅を発着とするリニア新幹線が開業予定であり、「陸路」「空路」とともに強い浜松町はさらなる発展を遂げることでしょう。期待のビジネスエリアにある「VORT浜松町Ⅲ」をぜひご検討ください。

1階
6、7、9階

専有面積	販売価格 (税込)
80.70m ² (24.41坪)	4億6,560万円
各115.25m ² (34.86坪)	各3億4,350万円



アクセス

- ※大江戸線/浅草線「大門」駅 徒歩2分
- ※JR山手線/京浜東北線「浜松町」駅 徒歩4分
- ※三田線「芝公園」駅 徒歩8分
- ※東京モノレール「浜松町」駅 徒歩5分
- ※三田線「御成門」駅 徒歩10分

■名称/ VORT浜松町Ⅲ (仮称) ●所在地/東京都港区浜松町二丁目1番12号●構造/鉄骨造陸屋根10階建●用途地域/商業地域●敷地面積/199.90㎡ (60.46坪) ●延床面積/1,396.77㎡ (422.52坪) ●土地権利/所有権●総戸数/10戸 (事務所:9戸 店舗:1戸) ●販売戸数/4戸●専有面積/80.70㎡ (24.41坪) ~115.25㎡ (34.86坪) ●築年月/2012年3月 新耐震基準適合●施工/清水建設㈱ ●管理/〔全部委託〕㈱シミズ・ビルライフケアから変更予定●管理費 (月額)/50,357円~71,916円●修繕積立金 (月額)/58,104円~82,980円●各種コスト (1階・月額) /壁面使用料49,500円、自動ドアメンテナンス料1,980円●設備/エレベーター1基●駐車場/なし●現況/入居中●引渡し/相談●取引態様/売主

※詳細情報は、お手数ですが、弊社担当営業までお問い合わせください。

※坪表示は1㎡=0.3025坪で換算した表示です。 ※徒歩分数は1分=80mとして換算したものです。
※掲載の情報は2019年10月10日現在のものです。掲載情報は予告なく変更される場合があります。また万一ご成約済みの際は、ご容赦ください。
※測量により掲載情報が予告なく変更される場合があります。
※現況に相違がある可能性があります。その場合は現況を優先いたします。
※広告有効期限: 2019年11月9日

オフィスは「借りる」より「買う」時代へ。

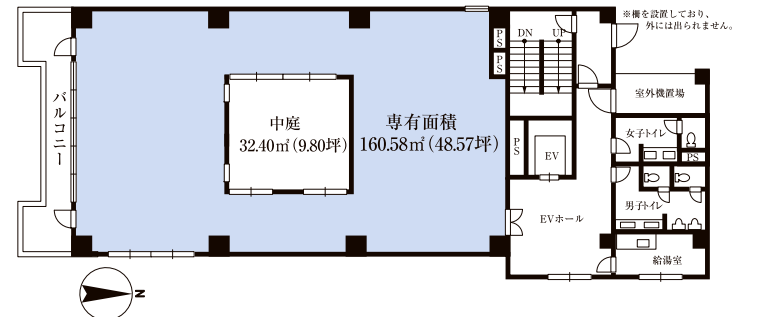
実需販売物件のご案内



2019年5月撮影

半蔵門駅徒歩1分
抜群のアクセス性を誇る
中庭付き上質オフィス空間

VORT 半蔵門Ⅱ 8階



専有面積	販売価格 (税込)
160.58m ² (48.57坪)	4億980万円

8階

アクセス

- ※半蔵門線「半蔵門」駅 徒歩1分
- ※有楽町線「麹町」駅 徒歩4分
- ※南北線/有楽町線/半蔵門線「永田町」駅 徒歩10分

■名称/ VORT半蔵門Ⅱ●所在地/東京都千代田区麹町二丁目2番地3●構造/鉄骨鉄筋コンクリート造陸屋根9階建●用途地域/商業地域●敷地面積/355.53㎡ (107.54坪) ●延床面積/2,397.41㎡ (725.21坪) ●土地権利/所有権●総戸数/9戸 (事務所:9戸) ●販売戸数/1戸●専有面積/160.58㎡ (48.57坪) ●築年月/1988年6月 新耐震基準適合●施工/清水建設㈱ ●管理/〔全部委託〕〔巡回〕㈱カシワバラ・デイズ●管理費 (月額) /82,378円●修繕積立金 (月額) /83,502円●コスト (月額) /中庭使用料11,000円●設備/エレベーター1基●駐車場/なし●現況/空室●引渡し/相談●取引態様/売主

※詳細情報は、お手数ですが、弊社担当営業までお問い合わせください。

※坪表示は1㎡=0.3025坪で換算した表示です。 ※徒歩分数は1分=80mとして換算したものです。
※掲載の情報は2019年10月10日現在のものです。掲載情報は予告なく変更される場合があります。
また万一ご成約済みの際は、ご容赦ください。
※現況に相違がある可能性があります。その場合は現況を優先いたします。
※広告有効期限: 2019年11月9日



経営者様のためのボルテックスセミナー 企業基盤を強化する経営戦略セミナー

定員 (先着順)
10名
参加費
無料

11月6日(水)/11月20日(水) ●開催時間 17:00~18:30 (16:30開場)

登壇者 株式会社ボルテックス 実需部 実需課 前川 明久

会場 株式会社ボルテックス 東京本社 〒102-0071 東京都千代田区富士見2-10-2 飯田橋グラン・ブルーム22F
●JR 中央・総武線「飯田橋」駅 西口より徒歩1分
●東京メトロ有楽町線・東西線・南北線、都営大江戸線「飯田橋」駅 B2a 出口より徒歩2分

お申込み先 株式会社ボルテックス ☎0120-530-700 受付時間 9:00~18:00 (平日) ✉kariruyorikau@vortex-net.com

最新のセミナー開催情報については
ボルテックス公式サイトにて
ご覧いただけます。

ボルテックス セミナー 検索

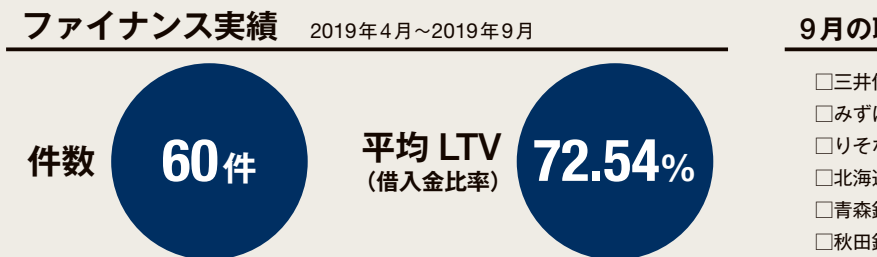
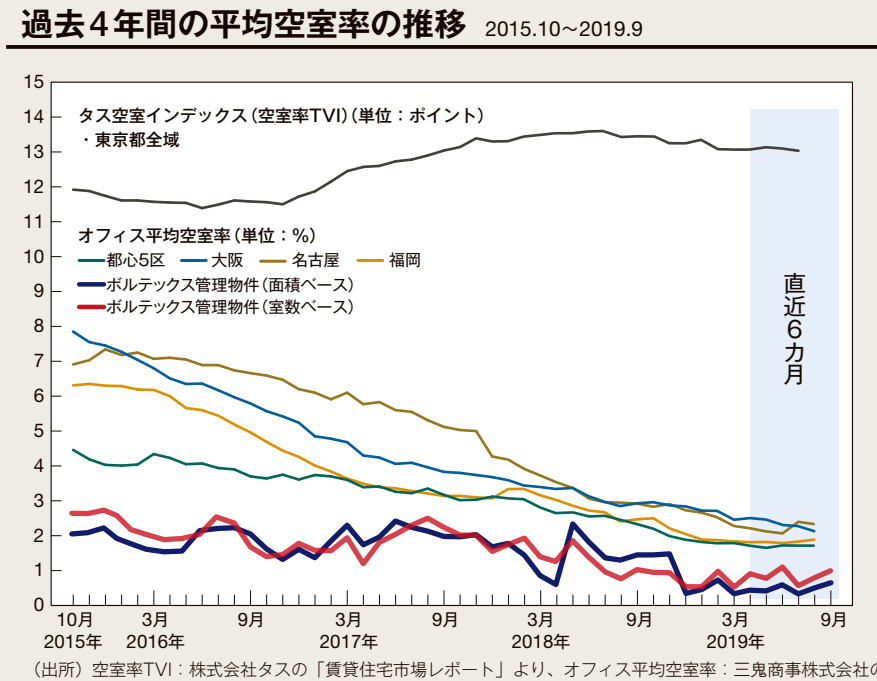
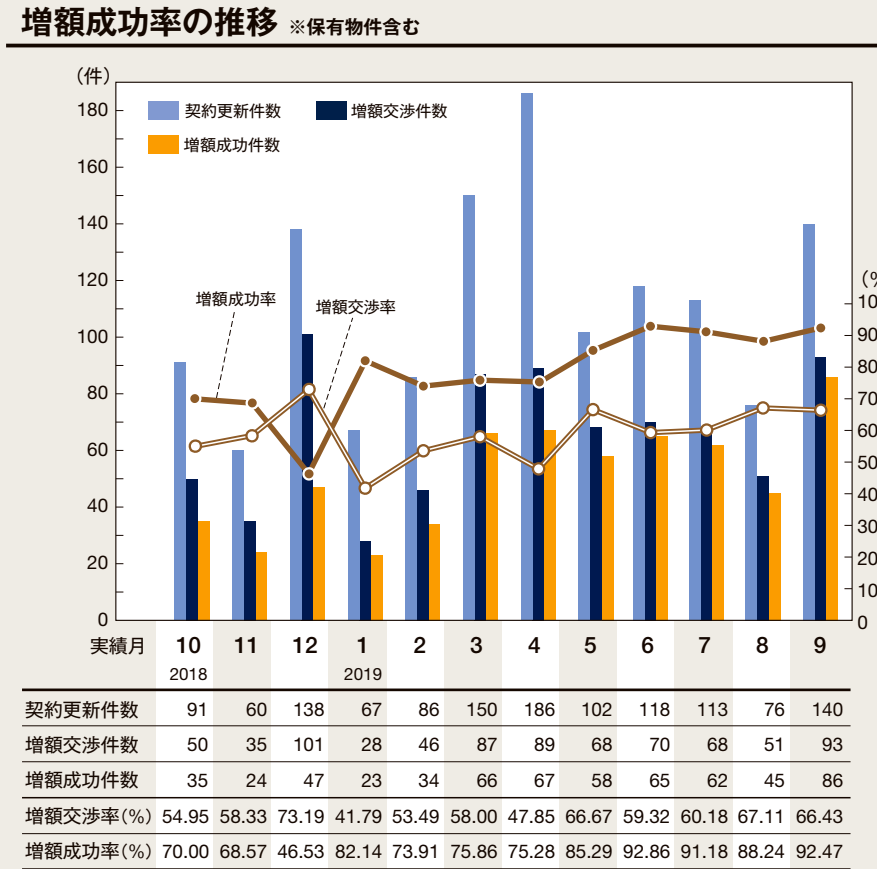
管理実績／運用実績 2019年9月度		
預り資産時価総額	314,103,824,901円	※お客様が取得された物件のうち、弊社管理物件の時価合計
総収入（年額）	11,813,252,328円	
総稼働率	97.33%	※全管理物件の総受託期間に占めるテナント入居期間の割合
リーシング実績 (2018.10.1～2019.9.30)	総件数	140件
	平均所要期間	1.22ヵ月

m ²	総貸室面積	202,601.31m ²
	空室面積	1,305.24m ²
	空室率（賃貸面積ベース）	0.64%
室	管理総数	1,615室
	空室数	16室
	空室率（室数ベース）	0.99%

管理実績／販売実績 2019年9月度		
販売顧客数	個人のうち 実需販売	法人のうち 実需販売
個人 340名	30名	法人 522社
法人のうち不動産業者 26社		

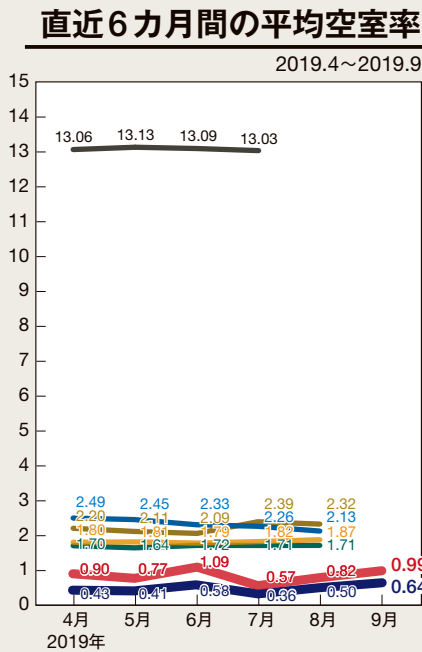
お客様実績（委託資産上位30傑）					取引開始年月
1位	個人	食料品製造業役員	7件	7,072,600,000円	2015年7月
2位	法人	厨房機器製造業	11件	4,091,820,000円	2013年2月
3位	法人	金属加工業	15件	3,688,800,000円*	2009年4月
4位	法人	娯楽業	6件	3,495,800,000円	2016年9月
5位	法人	燃料小売業	7件	3,419,300,000円	2017年5月
6位	法人	縫製機械製造業	6件	3,401,800,000円*	2018年9月
7位	法人	食料品製造業	10件	3,279,100,000円*	2014年7月
8位	法人	不動産管理・賃貸業	2件	2,824,800,000円	2019年1月
9位	法人	金属切削部品加工業	14件	2,607,730,000円*	2012年7月
10位	法人	紙製品卸売業	6件	2,503,390,000円*	2014年6月
11位	法人	電気機械器具製造業	3件	2,493,494,100円	2016年5月
12位	法人	中古品小売業	4件	2,365,600,000円*	2017年7月
13位	法人	建築金物製造業	4件	2,290,100,000円*	2017年2月
14位	法人	不動産賃貸業	3件	2,267,600,000円	2018年9月
15位	個人	不動産賃貸業役員	6件	2,144,090,000円	2014年8月
16位	法人	海運業	3件	2,138,280,000円	2019年3月
17位	法人	医薬品製造販売業	2件	2,077,300,000円*	2017年3月
18位	法人	印刷業	4件	2,038,300,000円*	2018年2月
19位	法人	医療機械器具製造業	2件	1,926,400,000円	2019年8月
20位	法人	繊維衣類卸業	6件	1,907,400,000円	2016年10月
21位	法人	娯楽業	16件	1,888,400,000円*	2010年12月
22位	法人	種苗販売業	14件	1,857,740,000円*	2013年3月
23位	法人	ホテル業	10件	1,848,800,000円*	2013年12月
24位	個人	元上場企業役員	9件	1,823,400,000円	2001年4月
25位	法人	インターネット販売業	9件	1,795,100,000円	2012年3月
26位	法人	牛乳・乳製品卸売業	6件	1,729,900,000円	2012年5月
27位	個人	外資系金融機関役員	10件	1,666,460,000円	2006年1月
28位	法人	ソフト受託開発業	12件	1,629,400,000円	2004年3月
29位	法人	ソフト受託開発業	5件	1,610,350,000円	2017年5月
30位	法人	電気通信工事業	6件	1,563,762,000円*	2016年3月

*個人取得分を含む



- 9月の取り扱い金融機関（順不同）
- 三井住友銀行
 - みずほ銀行
 - りそな銀行
 - 北海道銀行
 - 青森銀行
 - 秋田銀行
 - 群馬銀行
 - 武蔵野銀行
 - きらぼし銀行
 - 横浜銀行
 - 北國銀行
 - 滋賀銀行
 - 関西みらい銀行
 - 愛媛銀行
 - 香川銀行
 - 四国銀行
 - 長野信用金庫
 - 大地みらい信用金庫

増額改定交渉 ※保有物件含む	
2018.10.1～2019.9.30の実績値	
契約更新総数	1,327件
増額交渉総数	786件
増額成功総数	612件
増額成功率（期間平均値）	77.86%
平均増額率（期間平均値）	5.98%
最高増額率	25.06%
※期間中において減額は1テナント	
平均事務所入居期間 ※保有物件含む	
2001.9.1～2019.9.30の実績値	
100坪以上	8.91年
50坪以上	7.13年
30坪以上	6.76年
全坪数平均	6.10年
※坪数は賃貸面積による ※住居は平均3.68年 ※入居中のテナントに関しては、 賃貸契約期間を以て入居期間とする	





埼玉100年企業 「着眼力」が次代を拓く

対象
経営者様
限定
参加費無料

日本には3万におよぶ創業100年以上の長寿企業があり、創業200年を超える企業数は世界全体の約56%を占めています。中でも、埼玉県内には1,000社近い創業100年以上の企業があります。その中から、豊かな「着眼力」「発想力」を発揮されている老舗企業3社を迎え、各社の伝統と最新の取り組みを紹介いたします。併せて、企業の長寿を可能にする“眼のつけどころ”について議論を深めます。多くの方々のご来場をお待ちしております。

●日時 2019年11月8日(金) 14:00～17:40 (受付開始 13:30)

●会場 ロイヤルバインズホテル浦和 (4F ロイヤルクラウン)
さいたま市浦和区仲町2-5-1

お申込み締切 10月31日(木)

お申込み
方法

「百計オンライン」で検索 または下記サイトの専用お申込みフォームから
<https://hyakkei-online.com>

※ セミナーの内容、講師、時間などは、予告なく変更となる場合がございます。

プログラム

開会挨拶

関根 正昌氏 株式会社埼玉新聞社 代表取締役社長
天崎 日出雄 株式会社ボルテックス 取締役 CMO
100年企業戦略研究所 所長

基調講演

橋本 久義氏 政策研究大学院大学 名誉教授・客員教授

パネルディスカッション

山田 登美男氏 有限会社清香園 四代目園主・代表取締役
時田 巖氏 トキタ種苗株式会社 代表取締役社長
永瀬 重一氏 株式会社永瀬留十郎工場 取締役社長
橋本 久義氏 政策研究大学院大学 名誉教授・客員教授
鈴木 ともみ氏 経済キャスター
株式会社PHP研究所
川上 恒雄氏 理念経営研究センター 首席研究員

交流会

都市政策の権威が語る

賢人会アカデミー <オーナー様限定セミナー>

なぜ東京が強いのか ～令和時代の東京の価値とは～



講師
市川 宏雄氏

都市政策専門家、明治大学名誉教授。日本テレワーク学会会長、日本危機管理防災学会会長などの学術的活動に加え、文京区・中央区都市計画審議会会長、港区・渋谷区基本構想等審議会会長をはじめ、国土交通省、内閣府等の政府委員を多数歴任。

お申込み
方法

下記までお電話またはFAX、
もしくは弊社担当営業までお申込みください。
株式会社 ボルテックス 名古屋支店
TEL: 052-533-5506
FAX: 052-533-5509

※ セミナーの内容、講師、時間などは、予告なく変更となる場合がございます。

激動の平成時代を経て、ついに迎えた新時代・令和。しかし、中小企業を取り巻く環境は厳しさを増しています。私たちボルテックスは、「東京を企業資産に。」を合言葉に、お客様が希少性の高い東京のオフィスビルを企業資産とし、企業の発展に活用してもらうために、急速に移り変わる東京を専門的な視点で見つめてきました。本セミナーでは都市政策の視点から今後の東京の展望について、市川宏雄氏にお話しいただきます。

●日時 2019年11月18日(月) 16:30～17:30 (開場 16:00)

●会場 名古屋マリオットアソシアホテル 51階 ジュピター
〒450-6002 愛知県名古屋市中村区名駅1-1-4

参加費
無料
定員
20名様

* セミナー終了後(17:45～19:45)、同ホテル51階「マキユリー」にて懇親会として
お食事をご用意しております。ご参加される人数を担当者にお知らせください。

ボルテックスの
サービス

オフィス探しは
はたらくはこ

首都圏の賃貸オフィス検索サイト



経営の新常識
自社ビルのススメ

賃料コストを削減する実需という選択肢



Vシェア®
不動産小口化商品

500万円から始める不動産小口化商品



株式会社ボルテックス

〈東京本社〉〒102-0071 東京都千代田区富士見2-10-2 飯田橋グラン・ブルーム22F TEL.03-6893-5550(代) FAX.03-6893-5470

宅地建物取引業 国土交通大臣(2)第8509号 (公社)全国宅地建物取引業保証協会加盟
マンション管理業 国土交通大臣(2)第034052号 (公社)首都圏不動産公正取引協議会加盟
不動産特定共同事業 金融庁長官・国土交通大臣第101号 (公社)東京都宅地建物取引業協会加盟

オフィシャルサイト

<https://www.vortex-net.com>

2019年10月21日発行 [発行・編集]株式会社ボルテックス ブランドマネジメント課 [TEL]03-6893-5661 [FAX]03-6893-5470 [制作協力]株式会社東洋経済新報社
※「区分所有オフィス」「VORT」「Vシェア」「THE EXPO 百年の計」は株式会社ボルテックスの登録商標です。※本誌は弊社の著作物であり、著作権法により保護されております。お客様が弊社取扱商品をご検討になる際に内部的に利用される場合を除き、弊社の事前の承諾なく、本誌掲載情報の全部もしくは一部を引用または複製、転送等により使用することを禁じます。
※掲載の物件情報は2019年10月10日現在のものです。※掲載情報は予告なく変更される場合があります。