Vortex Magazine

V-PLUS

March 2020 Vol.45



区分所有オフィス®のボルテックス





デジタルテクノロジーの発達は、あらゆる業界にビジネスの見直しを迫っています。

しかし、単にテクノロジーを導入すれば企業の競争力が高まるわけではありません。むしろ人間にしかできない提案 力や独創性こそが、強く求められるものです。ネット通販型の低価格印刷サービスが普及する中、きめ細かい顧客対 応を重視した対面型の印刷サービスにこだわり、ビジュアル性の高い高精細印刷において確固たる地位を築いてきた 株式会社オフセット岩村の代表取締役・岩村貴成様に、提案力について語っていただきました。

顧客の期待値をどれだけ超えられるか 質を決めるのはコミュニケーション力と提案力

東京都板橋区に本社を置くオフセット岩村は、印刷か ら加工、梱包、発送までワンストップで提供する総合印 刷企業です。会社案内やポスター、中吊り広告のような 商業印刷が主力ですが、中でも大手テレビ局のドラマの ポスターや有名ミュージシャンのファンクラブ会報誌な ど、高いビジュアル性が求められるエンターテインメン ト分野の高精細な印刷物に強みを持ちます。

「近年はデジタル印刷技術の進化やインターネットの 普及により、ネット通販型の低価格印刷サービスが増え



最新鋭の印刷機械を導入し クオリティへのこだわりが光る つつあります。しかし印刷物 の本当の質は、お客様とのき め細かいやり取りを経て、ど れだけ期待値を超えるような 作品を生み出せるか、そのコ ミュニケーション力や提案力 で決まります。だからこそ当 社はデジタル時代になった現在も、お客様とのフェー ス・トゥ・フェースの関係性を重視しています」

印刷会社としての経営姿勢を、岩村貴成代表はこのよ うに語ります。

アナログ時代から培ってきた幅広い知見を デジタル時代の提案力に結びつける

創業は1980年。優れた印刷技師であった岩村代表の 父・岩村 勉氏が独立し、オフセット印刷工場を立ち上 げたのが始まりです。その後のバブル時代は印刷物の需 要が拡大。その波に乗って同社も積極的に設備投資し、 業容を広げていきました。しかしバブル崩壊後は、最大 の受注窓口となっていた代理店が経営破綻するなど、大 幅な売上減少に見舞われます。大学卒業後、ほかの印刷 会社での修業を経て1996年に入社した岩村氏は、先代 社長とともに経営改革・事業改革に取り組みました。

特集|提案力で 差をつける

「目指したのは、とにかく機械を止めないこと。経営 環境の厳しい時代も事業を縮小するのではなく、むしろ 設備投資に力を入れ、印刷機の稼働率をできる限り高め るよう受注拡大に注力しました。また特定の受注先だけ に依存するリスクが身に染みましたので、顧客の分散に も取り組みました。結果的にこうした努力が実を結び、 のちにリーマンショックや東日本大震災などの危機に直 面しても、打撃を最小限に抑えることができました|

岩村代表がもう一つ重視してきたのが、印刷物の付加 価値を高める提案力の強化です。

「『古紙をイメージした印刷をしたい』『普段表紙に使 われないような珍しい用紙を使用してみたい。など、お 客様によってさまざまな要望をお持ちです。それを実現 する上では、アナログ時代から培ってきた紙やインク、 印刷技術に関する幅広い知識と経験がものを言います。 他社と似たような印刷物をつくるだけでは価格競争に 陥ってしまいますから、どんな要求にも最大限に応える 深掘り営業を積み重ねました。その実績が少しずつ業界 内でも認知され、最近では同業の仲間たちからも『そう いう難しい印刷ならオフセット岩村に頼むといいです よ」と紹介されるケースが増えていますし

不動産保有のおかげで広がった 事業展開の選択肢

ボルテックスとのご縁が始まったのは2012年。代表 取締役に就任した直後の電話営業がきっかけでした。

「経営者としていろいろと勉強しなければと考えてい た時期でした。でも最初は半信半疑。日本人は投資と投

お客様ご紹介

株式会社オフセット岩村

代表取締役 岩村 貴成様

1972年生まれ。大学卒業後、印刷会社での勤務を経て、1996 年、オフセット岩村に入社。2012年、代表取締役就任。東京地 区の印刷会社の業界団体や青年会の幹部を長年務め、地縁と同 業者間の交流を大切にしてきた。その経験から、座右の銘は 「頼まれごとは試されごと」。学生時代にクイズ研究会に所属 し、現在もクイズの研究を欠かさない。人気TV番組「アタッ ク25」で2度優勝するなどユニークな経歴を持つ。

http://www.offiwa.com

「所 在 地]〒175-0081 東京都板橋区新河岸1-15-22 -「事業内容] カタログ・パンフレット・ポスター・チラシ・パッケー ジ等の印刷、その他一般商業印刷、出版印刷

機を混同しがち。自分も『投資は設 備投資だけでいい』と考えていまし たが、営業の方から何度もお話を聞 いて、不動産にも経営を支えてくれ る機能があることがわかりました。 あの電話を取っていなければこの縁 はなかったし、不動産投資は投機の 一種と今も誤解していたでしょう | と振り返ります。

今後、新たな事業展開を考えると き、不動産を売却してそれを軸に別 の投資を検討することもできるなど、 財務的な基盤と選択肢が増えたこと は精神的な支えになったそうです。



また、「印刷業は東京の地場産業」と岩村代表は言い

「これほど印刷の需要が集中し、クオリティの高い印 刷物が日々生まれている都市は世界でも東京だけでしょ う。斜陽産業と呼ばれることもあるけれど、私は全然そ う思わない。まだまだこの分野でやれること、面白いこ とがたくさんあると若い世代に伝えていきたい

印刷技術に深い知見を持ち、難易度の高い印刷のニー ズにも応え続ける同社。これからも紙の印刷にこだわり ながら、印刷技術を中核にした「総合情報加工企業」へ とシフトしていくことを目指しています。

「『印刷物を使って今までにないプロモーションがした い』『ほかとは一味違った印刷加工がしたい』などのご 要望があれば、ぜひご相談ください

ご保有物件のご紹介

VORT上野II

(台東区・区分所有オフィス)

[専有面積] 40.03㎡ (12.10坪) [最寄駅] JR各線「上野」駅 徒歩2分 銀座線・日比谷線「上野」駅 徒歩4分

京成本線「京成上野」駅 徒歩7分 銀座線「稲荷町」駅 徒歩8分 日比谷線「仲御徒町」駅 徒歩10分 大江戸線「上野御徒町」駅 徒歩10分

[構造・規模] 鉄骨鉄筋コンクリート造陸屋根

「総戸数] 16戸(事務所:15戸 店舗:1戸) 「築年月〕 1988年1月 新耐震基準適合

[敷地面積] 475.66㎡ (143.88坪)

「延床面積】 3.397.33㎡ (1.027.69坪)

V-PLUS March 2020 V-PLUS Vol.45





「提案力」というと、顧客に対する戦略提案やマーケティング提案などを思い浮かべますが、

それだけではありません。企業の経営力を高めていくためには、

社内改革においても提案力を発揮していくことは重要です。

この度新たに弊社取締役に就任した田島伸和は、これまで財務・経理を皮切りに、

複数の企業で人事や人材開発を担当し、経営改革を手掛けてきました。

そんな企業管理のプロに、経営改革における「提案力」の重要性とは何かを聞きました。



さらなる成長には経営体制の強化と 経営品質の向上が欠かせない

区分所有オフィスという独自のビジネスモデルの提供を通じて、お客様の安定経営に貢献するボルテックス。 今後さらに不動産市場におけるプレゼンスを高め、日本 経済の底上げの一端を担う社会の公器へと成長を遂げて いくには、経営体制の強化が欠かせません。

管理本部の総責任者として、今後経営改革の中核を 担っていくのが田島取締役です。税理士事務所で財務・ 経理の専門家としての知識と経験を積んだのち、その実績を武器に、これまで複数の企業で管理部門の責任者や役員としてさまざまな改革に取り組んできたという経歴の持ち主。いわば経営改革のプロフェッショナルです。

「ボルテックスは、大きな夢を実現しようと本気で取り組んでいる希有な日本企業ではないでしょうか」と、 田島は弊社の印象を語ります。

「『経営の新常識を創る』『日本に1社でも多くの100年企業を創出する』など、社会的意義のある夢を社員全員が共有し、その実現に向けて邁進していることは、企業としての大きな特徴だと感じています。また、区分所有オフィスという魅力的なビジネスモデルがあり、それに社員が自信を持っていることも強みです。

私はこれまでの経歴の中で、『経理・財務』『人事・総務』『人材開発』という管理部門の主要要素に長年取り組んできました。その経験を活かしてボルテックスの経営品質を一層高め、真の一流企業へと発展させていくことが私の使命だと考えています」

社内の提案力を最大限に活かすために 社員との関係性への配慮も重要

田島はかつて、MBO(経営陣が参加する買収)によって非上場化した企業を再上場させるという大規模な経営改革プロジェクトにも携わってきたといいます。経営改革のプロフェッショナルとして、「提案力」についてどのように考えているのでしょうか。

「提案力とは突き詰めて言えば、自分の提案内容をどれだけ深く愛しているか、その想いの強さで決まるのだと思っています。 たとえば人事制度を見直そうとすれ

ば、社員一人ひとりのキャリア全体を大きく左右しますから、全員を納得させた上で改革を実現するのは容易ではありません。『この改革をやれば、個人と組織にとって必ず良い結果をもたらす』と、自分の提案内容に自信を持てるかどうかが非常に重要です!

とはいえ、過去には平坦な道ばかりではなく、失敗も 経験してきたと述懐します。

「昔の反省を込めて言いますが、自分の中で十分腹落 ちしていないのに、誰かからの借り物の言葉で格好の良 い提案をしようとすると、大抵は失敗しますね。逆に想 いや熱意が強ければ、たとえつたないプレゼンテーショ ンでも、言葉の端々にそれが表れて、相手を納得させる 力になっていくのです。

もちろん提案力には、相手の気持ちをくみ取る力や、 良いアイデアを構想する力も必要です。しかし最終的に は、提案までのプロセス全体にどれだけ熱意を持って取 り組めるかにかかっていると思います!

管理部門の立場で、企業内で提案力を最大限に発揮するために、社員との関係性にも常に配慮してきたと田島は言います。

「結局、組織も企業も、支えているのは人なんです。 社員一人ひとりがどんな価値観や労働観を持ち、どのようなキャリアを歩みたいと考えているのかをまずしっかりと把握する。その上で、その人にプラスになることを どれだけ提案できるかを考える。

その際、相手が新入社員でもベテラン社員でも必ず心の目線を揃えて対話することが大前提です。もし相手が新人なら『自分が22~23歳だったら今どんなことを考えているかな』と想像しながら、彼らと一緒に行動してみたり。そんなコミュニケーションを意識してきました。そういう日々の行動が相手への理解を深めますし、自分の提案に対する熱意にもつながるのだと思います」

企業として成熟していくためには 意識レベルの向上を図ることが不可欠

今後は、自分が培ってきた提案力を、弊社の経営品質の向上に活用していきたいと田島は語ります。私たちの目指す『1兆円企業』になるためには、広く社会から一流企業として認識されるよう、弊社が企業として一段と成熟していく必要があるからです。

「個人の能力を磨いたり組織構造を見直したりするだ

けでなく、意識のレベルを高めることが大切です。高い 意識を社員全員で共有することで、集団アイデンティ ティが醸成され、経営品質が徐々に高まっていくのです」 田島はそのためのキーワードとして、「ボルテックス プライド」という言葉を強調しています。

「一流と呼ばれる企業で働く人々は皆、必ず自社に対して崇高なプライドを持っていらっしゃいますよね。一流企業とは、社会の公器とは、そういうものだと思うんです。だから私たちも日頃から、ボルテックスという企業の一員であることに常に誇りと自信を持ち、その名に恥じない行動をしよう、日本のビジネスパーソンの手本として尊敬されるような存在になろうと。これは個々の社員の意識を高めることになりますし、集団アイデンティティを形成して経営の質を向上させることにもつながります。ボルテックスプライドの浸透は、私が今最も成し遂げたいことの一つです」

そしてもう一つ、田島が今後注力したいと考えているのが人材開発だと言います。具体的には、①社員全体の底上げを図るための基本的なスキル開発、②近年積極的に採用している新卒社員の育成、③マネジメント層の強化、この3点をあげますが、特に重要なのはマネジメント層の強化であると表情を引き締めます。

「時代や社会の変化に合わせて、求められるマネジメントのあり方も少しずつ変わっています。だからマネジメント層の意識改革を進めることが重要とよく言われますが、実際にはなかなか難しい。多くのマネジメント層の方々は、過去の成功体験や実績に基づいた自分なりのマネジメント論を持っていて、それをアップデートしようとはなかなか思えないからです。しかし、ここに私が今まで培ってきた提案力を発揮することで、弊社のマネジメント層の意識改革を図り、経営品質の強化の原動力にしていきたいと考えています」

Profile



取締役 管理本部本部長田島 伸和

税理士事務所勤務から株式会社アイキョー(現・株式会社アムテックス) および同社 親会社の株式会社平和を経て、2008 年 株式会社オークネット入社。経営管理部門 GM・コーポレート部門 DM・常務執行 役員や同社子会社の役員を歴任したのち、2019 年 10 月に弊社に入社し上席執行 役員 管理本部副本部長を経て、2020 年 1 月より現職。



BOOK REVIEW

| 逆境を | アイデア」に 変える企画術

思考を制限する天井を 取り払い徹底的に考え抜く

優れたアイデアを出すのに、資金や人材や時間が豊富なほうがいいとは限りません。制約が多いゆえに、普段見落としがちな部分が浮かび上がり、突出したアイデアの創出につながることも。これまで数々の企業のブランドを構築し、業績回復に貢献してきたクリエイティブディレクターで、『逆境を「アイデア」に変える企画術』の著者である河西智彦氏に、提案力・企画力の磨き方についてお話をうかがいました。

逆算の思考法にこそ逆転のヒントがある

博報堂クリエイティブディレクターの河西智彦氏の仕事は、CM制作の枠を超え、ブランディングや事業戦略におよび、肩書をひとことでは言い表せません。インパクトのあるCMや自虐的ともいえるキャンペーンで、勢いを失っていた企業の息を次々と吹き返させ、「逆境請負人」なる称号が生まれたほど。最近では、2019年のお正月に、元日の売上約2億円を捨てて全店舗休業を発表したラーメンチェーン「幸楽苑」の広告「2億円事件」が、大きな話題となりました。

斬新なアイデアは、クライアントにとって常識はずれ で前例のない試みであり、企画を通すのは容易ではない はず。そのために本書で紹介される手法の一つが、結果 (最終目的) から逆算してアイデアを導き出す方法です。

「私のミッションは、面白いCMをつくることではなく、クライアントの売上を増やすこと。そのためにはたくさんの人に商品を買ってもらう、店を訪れてもらう。では、そのためにはどうしたらいいか、とさかのぼって



いきます」と河西氏は自らの思考法を語ります。

関西の老舗遊園地のキャンペーンでは、売上を増やすために入場者を増やそう、そのために「行きたくなる理由を2つつくろう」という発想から、キャラクターアトラクションの見直しに着手。結果から逆算して導き出した論拠はクライアントの賛同を得やすく、結果を出せる可能性も高くなります。遊園地側の努力もあり、年間来園者数は1年間で10万人近く増加したと言います。

注意したいのは、アイデアが大胆なことと、ハイリスクで冒険的なこととはまったく別物だということ。逆境に陥ったとしても、経営者は大逆転を狙ってリスクの高い行動に出てはいけないと、河西氏は諭します。

「会社が危機的状況のときに、前例のない挑戦的な施策を仕掛けるのはかまいません。ただ、その施策でなぜ人が動くのかのある程度の確証(地固め)がなければ、ジャンプしてはいけません」

人の心を動かすため 徹底して思考の量にこだわる

河西氏によると、発想力とはセンスや才能などではなく、"思考の量"によって決まると言います。そのためには、自分自身で勝手に思考の幅を狭めないこと。「~できない」「これは無理」といったボトルネックとなる思考の制約を、河西氏は"心の天井"と呼びます。

「天井を取っ払うのは簡単です。講師を務めているコピーライター講座でも、受講者にお題を出すと最初は平凡なアイデアばかり。そこで"心の天井"について話をします。『それらを一切無視して考えてください』と伝えると、まったく違うアイデアが出てきます」

"心の天井"とはモラルやタブー、さらに現代では炎 上も含まれます。そして"経験"も天井になり得ると か。同じ失敗を避けようとする心理が働くと、知らず知らずに選択肢を狭めてしまうのです。経営者にとって、 意思決定の場面でこの天井を外せるかが重要なのです。

そしてBtoCの場合、経営者が世間の反応を予想でき る感覚を持っていることが大事だと言います。

「その感覚はSNS、特にツイッターで鍛えられます。 インスタグラムではよそ行きのカッコつけた投稿があふれる一方、ツイッターでは本音が語られます。人々の本音が見える場であり、かつ数千万人がアクセスし、フラットに民意が反映される場なのです。どんな話題にどんな反応や意見があるのかを見てください|

ある事柄に対して、世間の賛否率はどれくらいかを予想してからSNSを調べる訓練があります。自分の考えと正反対の声が大勢を占めることも少なくありません。しかし、日頃から民意に意識を持ち感覚を磨くことで、世間の反応への正答率は徐々に上がるそうです。世間の価値観に目を向け、理解できるようになると、自社を客観視する力も養われます。この力を備えた経営者を持つ企業は強いと、河西氏は考えています。

生活者の視点や価値観を常に意識する

2018年に32億円の赤字を出した外食チェーンがまさにその好例でした。起死回生のキャンペーンを担当した河西氏は、根本の問題点を経営幹部に率直に指摘したところ、「そうなんだよ」という返答が。優れた感覚を持つ新CEO、CMOと多くの施策を行い、同社はその後、わずか1年で過去最高益レベルまでV字回復を果たしました。

「偉そうですが、経営幹部が自社の弱点を認めたのを 聞いたとき、ああ、この会社は大丈夫だ、自社を客観視 できていると確信しました |

この、自らを客観視できる感覚が身につくと、批判的 な意見も冷静に受け入れることができると言います。

「自分が手がけた広告やキャンペーンに対して、世間 のポジネガ率 (賛同と批判の割合)がどれくらいか、事 河西 智彦氏 (かわにしともひこ)

博報堂クリエイティブディレクター/CM プラナー/コピーライター。1976年生まれ。一橋大学卒業後、株式会社博報堂に入社。苦境に直面した企業の業績を短期間で回復させた実績を持つ。国内外の広告賞を多数受賞。代表的な仕事に、多くの老舗遊園地、森永製菓、「幸楽苑」2億円事件、アウディジャパン3.2秒CMなどがある。大阪経済大学非常勤講師、宣伝会議コピーライター養成講座講師などを務めるほか、地方創生をテーマにした講演なども行う。



前にだいたい予想がつきます。批判も想定内の反応です から、それで慌てることはほとんどありませんし、予想 を立てた上で、"ポジ"率を引き上げる方法を提案した りします

このとき、主目的を見失わないことが重要だと河西氏は付け加えます。"ポジ"を100%にすることはできませんし、それが目的でもありません。ネガがあっても、売上増という主目的を達成できればよしとします。

SNSの影響力が強い現代で、社会を相手に事業を営む以上、企業のイメージやブランドを意識した経営は必須。イメージ向上のために河西氏が推薦するのが、本書でも紹介されている「理想型企画法」です。

まず、自社が外からどういうふうに見えたら売上が上がるだろうと、できる・できないは一切無視した理想論で考えてみます。実現不可能な理想でも、あるべき姿を考えることで、今なにが足りなくて、どんな要素が自社のイメージ向上やブランディングに関わるのかが見えてきます。それを実現可能なレベルまでハードルを下げて目指せば、理想の姿に一歩ずつ近づきます。

危機に直面した企業にとっては救世主的存在の河西氏ですが、自身の役目は、あくまで経営者や現場の社員に "気づき"を促す存在と位置づけています。

「私はクライアントにアドバイスをするとき、経営者の視点に立つわけではありません。生活者の側に立って、彼らの言葉や思いを経営者に橋渡しする"翻訳者"のような役割。もし経営者が本当に冷静に自社を分析できたら、私の存在は必要ないのだと思います」

もともと広告業界に携わる人やクリエイターに向けて 執筆された本書。蓋を開けてみると、さまざまな業種や 立場の人に読まれ、多方面から反応があったそうです。

「社内の決裁を取るのも一種のプレゼン。そこにもクリエイティビティが必要。トップの側も部下の優れたアイデアを待ち望み『うまく説得してみてよ』と思っています」 広告のプロが発案した企画術と思考法を取り入れることが、会社を大きく変えるきっかけにもなるのです。

6 V-PLUS March 2020



空港へもダイレクトアクセス 集客抜群のアキバ隣接地域で 人気上昇中のビジネスエリア

基準階

販売物件やフロアについては、 弊社担当営業までお問い合わ せください。







物件仕入ストーリー&アピールポイント

江戸の問屋街から「コト消費」の最先端エリアに

本物件はJR総武線「浅草橋」駅から徒歩1分、都営地下鉄浅草線「浅草橋」駅A2出口の目の前という、非常に利便性に恵まれ たビルです。また浅草線は、「羽田空港」と「成田空港」を結ぶ路線で、空の玄関口とのアクセスの良さも魅力の一つとなりま

す。「浅草橋」は、江戸時代後期から問屋街として栄え、アクセサリー用品などの卸問屋が 集まり、同一企業で複数の物販店舗を構えるほどニーズの高いエリア。有名どころでは、 ひな人形や五月人形を手がける「人形の久月」「吉徳の人形」などの大手人形店も多く出店 しています。

また、「秋葉原」が隣ということで、現在はインバウンド観光客が大幅に増えており、人通 りも多く活気のあるエリアとなりました。それに伴い、「コト消費」と呼ばれるサービス需 要も増し、街自体が一層活気づくとの期待が高まっています。ぜひ、「VORT浅草橋駅前Ⅱ」 をご検討ください。 (ソリューション部 デューデリジェンス課 担当)





アクセス

*JR総武線/浅草線「浅草橋」駅 徒歩1分 *JR総武線快速「馬喰町」駅 徒歩4分 *浅草線「東日本橋」駅、新宿線「馬喰横山」駅 徒歩8分

■名称/VORT浅草橋駅前 II (仮称) ●所在地/東京都台東区浅草橋一丁目9番12号●構造/ 鉄骨鉄筋コンクリート造陸屋根地下1階付9階建●用途地域/商業地域●敷地面積/192.22㎡ (58.14坪) ●延床面積/1.304.96㎡ (394.75坪) ●土地権利/所有権●総戸数/9戸 (事務所:7 戸 店舗:2戸) ●基準階専有面積/125.04m (37.82坪) ●築年月/1988年9月 新耐震基準適 合●施工/㈱竹中工務店●管理/〔全部委託〕〔巡回〕ボルテックス合人社建物管理㈱に変更 予定●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

※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2020年2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といたします。

※広告有効期限:2020年3月9日



7路線6駅が利用可能! 歌舞伎座の隣りにそびえる アクセス良好の商業ビル



VORT銀座イーストⅡ

*浅草線「東銀座」駅 徒歩1分、日比谷線「東銀座」駅 徒歩2分

*銀座線/日比谷線/丸ノ内線「銀座」駅 徒歩5分

*有楽町線「銀座一丁目」駅・「新富町」駅、日比谷線「築地」駅 徒歩7分 *JR山手線/JR京浜東北線「有楽町」駅 徒歩10分

■名称/VORT銀座イースト II ●所在地/東京都中央区銀座四丁目12番1号●構造/鉄 骨・鉄骨鉄筋コンクリート造陸屋根地下1階付き12階建●用途地域/商業地域●敷地 面積/82.51㎡ (24.95坪) ●延床面積/698.30㎡ (211.23坪) ●土地権利/所有権●総戸 数/13戸(店舗:13戸)●専有面積/45.04㎡(13.62坪)●築年月/2017年9月 新耐震 基準適合●施工/中川企画建設㈱ ●管理/〔全部委託〕〔巡回〕ボルテックス合人社建 物管理㈱に変更予定●設備/エレベーター1基●駐車場/なし●現況/4階2020年6月退 去予定●引渡し/相談●取引態様/売主

※坪表示は1m = 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2020年2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といたします。 ※広告右効期限:2020年3月0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

株式会社ボルテックス 実需部 実需課 岩田 蒼

銀座一丁目駅

銀座駅

VORT銀座イーストII

銀座三書

東銀座駅

新橋演舞場

京橋公園

京橋築地小 築地駅

築地本願寺

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

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

最新のセミナー開催情報については

お申込み先 株式会社ボルテックス @ 0120-530-700 受付時間 9:30~18:00 (平日) ☑ kariruyorikau@vortex-net.com

V-PLUS March 2020

V-PLUS Vol.45

「令和」という新時代に明るい希望が膨らむ一方、少子高齢化や競 争激化など中小企業を取り巻く環境は厳しさを増しています。弊社 は「1社でも多くの100年企業を創出すること」を目指し、東京の オフィスビルを活用した企業戦略をご提案しています。本セミナー では都市政策の第一人者・市川宏雄氏をお招きし、東京の将来展望 についてお伺いします。経営安定化や事業承継のヒントが得られる 内容となっております。奮ってご参加ください。

講師プロフィール



市川 宏雄氏

大都市政策研究機構・理事長、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。世界で 活躍している都市政策の権威。

Tel. 03-6893-5311

参加お申し込み

お雷話

「セミナー開催情報」ページからお申し込みください。

東京本社(担当:向井・松村)

https://www.vortex-net.com/seminar/form/414 株式会社ボルテックス

※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。 また、セミナー配布資料には限りがございますので、予めご了承ください。

2020年3月3日(火) 日時

15:00~17:30 (開場 14:30)

TKP ガーデンシティ PREMIUM 大阪駅前 トワイライト C 会場

大阪府大阪市北区曽根崎新地2-3-21 ax ビル4階

JR各線「大阪」駅 中央口 徒歩5分 JR東西線「北新地」駅 徒歩2分 アクセス 大阪メトロ四つ橋線「西梅田」駅 徒歩3分

阪神本線「梅田 | 駅 徒歩5分

無料

定員5()名榜

プログラム

なぜ東京が強いのか 第1部 ~令和時代の東京の価値とは~

15:00~ 大都市政策研究機構・理事長、明治大学名誉教授

16:30 市川 宏雄氏

東京を、企業資産に。 第2部

~令和時代の企業の不動産戦略とは~ 16:40~

弊社 西日本第1営業部 部長 17:30 明石 良介

新たなオフィス需要にこたえる

貸オフィスと月極駐車場の 索・仲介3サイトを譲

弊社では2019年10月に、大手オフィス賃貸仲介サイトの「東京オフィ ス検索」と「あしたのオフィス」、月極駐車場検索サイト「駐マップ」 の3事業を譲受しました。

これにより、「区分所有オフィス」事業に加えて、新たに**オフィス移 転や駐車場の賃貸サービスの提供を開始**することとなり、 さらな る顧客ニーズにこたえる企業を目指して業務に取り組んでまいります。 オフィス移転をお考えの方や駐車場をお探しの方はサイトよりお気軽 にお問い合わせください。

全国の賃貸オフィス検索サイト







全国の月極駐車場を探すなら





ボルテックスのサービス









100年企業戦略 ONLINE







賃料コストを削減する実需という選択肢

経営者必見の情報サイト

LINEはじめました

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 マンション管理業 国土交通大臣(2)第034052号

(公社)全国宅地建物取引業保証協会加盟 (公社)首都圈不動産公正取引協議会加盟 不動產特定共同事業 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

https://www.vortex-net.com

2020年2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2020年2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。