

Vortex Magazine

V-Value



VORT浅草橋駅前（仮称）

12

December 2022

Vol. 78

BOOK REVIEW Special #1

今こそ経営者が
読むべきビジネス哲学
**著書から
読み解く
稻盛和夫の
魅力**

BOOK REVIEW Special #2

Wi-Fiから
PCR検査事業へ急転換
**“V字回復”的
原動力を語る**
エクスコムグローバル株式会社
代表取締役社長
西村 誠司氏

TOKYO街COLORS

VORTのある街 神田

区分所有オフィス®のボルテックス

Vortex



今こそ経営者が読むべきビジネス哲学

著書から読み解く 稻盛和夫の 魅力

写真提供 (稻盛和夫氏) : 京セラ (株)

今年8月に逝去した京セラ創業者の稻盛和夫氏は、卓越したビジネス哲学と理念、経営手法を生み出し、多くのビジネスパーソンに影響を与えました。世界的に支持されたカリスマリーダーの輝きは、今なお色あせません。また、深い人間観と実践に裏打ちされた稻盛氏の言葉と思想は、ロングセラーとなるヒット書籍を多数生み出しています。日本経済新聞出版社で稻盛氏の名著を編集してきた西林啓二氏が、書籍からの三つのキーフレーズをもとに、その魅力を解説します。



「一步間違えば、
進んでいた道に
誤った道にいた」

稻盛さんは奥の深い人で、
編集者の私は、場面ごとにい
ろんな顔を垣間見ました。

「心を高める」「誰にも負け
ない努力をする」「完璧主義」
といった「大善」を唱えると
きの稻盛さんの厳しい顔に

は、周囲を恐れさせる「非情な」カリスマ的一面が表れていました。でも身近に接して声をかけられると、ガキ大将だった頃の少年のような純心を持ち続ける稻盛さんが、誰に対しても柔軟な顔で心配りする「情の深さ」を感じたものです。

『稻盛和夫のガキの自叙伝』は日本経済新聞連載の「私の履歴書」をベースにした傑作です。幼少期は泣き虫で甘えん坊だった稻盛さんが、母親への絶対的な信頼を安全基地としてガキ大将に変身し、正義感や信念が育ったという姿から描かれます。青年期には道を踏み外しそうになるほどの不運な目にも遭ったが、心の持ちようで乗り越えた。この人間の心の弱さを身に染みて知っていることが、稻盛本の通奏低音になっています。起業してからは人間力を身に付け、経営哲学に発展させていった——リーダー魂の原点と遍歴がよくわかる本です。



「会計ができるか!
経営ができるか!
会計がわからん
で、経営ができるか!」

私が最初に稻盛本の編集を
担当したのは『稻盛和夫の
実学—経営と会計』でした。夏
の日が差し込む京セラの会議
室——真剣に議論する編集会
議の真っ最中。私の目の前に

壮年期の稻盛さんは探究心が高じて、スプーン曲げの超能力青年を呼んで目の前で実証実験をさせるなど、超常現象にまで関心がおよび、そんな一面が一部のメディアで批判的に取り上げられ、私も行きすぎを心配したことがありました。しかし人間の可能性を追求し、仏教・陽明学からスピリチュアルまで徹底して学び、よいものは哲学に取り入れるといった姿勢も稻盛さんの一貫した「個性」です。他方の合理主義的な考え方とバランスが取れているので、単なる精神論ではなく、独自の知行合一の実践哲学に止揚され、そこが魅力の一つなのです。

日経から出た本では合理・実用的側面を取り上げ、サンマーク出版、PHP研究所、致知出版社などから出た本は倫理・哲学的側面をテーマにしたものが多いといえ、出版社の個性と相まって氏の多面的な魅力を引き出しており、読み比べると面白いと思います。

秘書室長ほかスタッフ数人が居並び、その中に座り、ボルテージの上がってきた稻盛さんが「会計がわからん
で、経営ができるか!」と一喝したのです。腹の底から湧き出たこの肉声が胸に刺さったとき、私はこの本は売
れるに違いないと確信し、「今出たフレーズを帶のキャッ
チコピーに使いましょう」と思わず応答しました。

バブルがはじけた後しばらくして、どの産業においても長引く不況が深刻化する一方で、経営者の力量で大差がつくグローバル競争時代になっていました。米国流のシビアな経営会計が日本に導入され広がっていくようになると、会計にうとく軽視する社長が経営不振を招いているケースが目立ってきて、問題視されていました。

こんな時代を背景に、日経から初めて出す本のテーマが、これまで世に明かしたことのない京セラの経営手法の根幹を成す稻盛会計学であったため、著者側は力を入れていました。出版局としては当初は地味な会計の本がそんなに売れるとは思っていなかったのですが、工夫を凝らした目次構成や斬新なタイトル・帯コピーなどが出版すると、魅力的なコンセプトが理解され、営業を通して取次・書店へと評判が広がっていました。

技術者上がりの稻盛さんが、青年社長の頃から経理部長に教えを請い、経営の本質から見直して再構築した「私の会計学」。筋肉質、ダブルチェック、ガラス張りの経営など稻盛流の原則には、人間の弱さを見据え、何が正しいかで判断する哲学が貫かれています。

「会計は現代経営の中枢」を成すことを、「混沌する時代に血を吐く思いで叫んでいる」叱咤激励のメッセージはビジネス界に衝撃を与えました。発売後、大ベストセラーになり、その後の会計本ブームの嚆矢となったといえます。この本には稻盛さんの革新性の魅力があふれています。コロナ禍後の世界的なバブル崩壊による景気後退がひたひたと迫る今、再び日本企業復活に向けて読まれる意義は高まっていると感じます。



「自ら燃える
集団をつくる」

日経の3冊の「実学・経
営問答」の本は、稻盛さん
から学ぶ経営者の集い「盛
和塾」でのQ&Aを中心
に、塾生の切実な質問に稻
盛さんが誠実に回答した内
容をテーマ別にまとめてい

ます。各地で開催される大会に実際に足を運び、京セラ
社員や塾生とも親密に交流し、臨場感あふれる編集を心
がけました。



元・日本経済新聞出版社
シニアエディター

西林 啓二氏

Profile にしばやしけいじ

1981年、早稲田大学法學部を卒業し日本経済新聞社に入社、出版局編集部に配属。書籍編集一筋にキャリアを重ね、ビジネス本を中心に数百点の本を担当し、ベストセラー、ロングセラーも數多く刊行。編集部デスク、日経文庫編集長、日経ビジネス人文庫編集長、編集部長を歴任。2007年より日本経済新聞出版社シニアエディターとして編集現場に復帰し、2014年にフリーの編集者として独立。10万部を超えるベストセラーとして柴田昌治著『なぜ会社は変わらないのか』(1998年)、稻盛和夫著『稻盛和夫の実学』(1998年)、三枝匡著『V字回復の経営』(2001年)、稻盛和夫著『アメーバ経営』(2006年)などがあり、いずれも文庫化されてロングセラーになっている。

『アメーバ経営』を出版するときは、「手法をこれほどオープンにして大丈夫なのか」と著者側に尋ねたところ、「京セラはその先をいつも行くように進化しているからOKだ」「日本企業が元気になることに役立ちたい」という返事があったと記憶しています。会社経営の本質からノウハウまで、濃密に実践的に解説されています。

稻盛流の経営が、とりわけ中小企業のトップに人気が高い理由は、稻盛さんが町工場の立ち上げのときから「日本一、世界一になるぞ」と宣言して実現した「奇跡とも思える成功のカギ」を知りたいからでしょう。ベンチャー企業が飛躍的に成長するための道筋をこれほど総合的・体系的に構築し、オープンにした経営手法はほかにありません。トップが「志を高く」持つ社員を鼓舞することで火をつけることから始めて、会社が大きくなるほど「自ら燃える」小集団に組織を分けるアメーバ経営にグレードアップするなど、「冷徹な合理と熱き心」の実学・哲学を、稻盛節で幅広く説く深い内容が読者を魅了します。

さらに、中小企業の経営の悩みに親身になって真剣に答える稻盛さん的人間性にたまらなくひかれるためです。「自分の頭が悪いから人の2倍も3倍も努力する」と謙遜しながら、物事の本質を追究して、有言実行する稻盛さんの後を追うのは並大抵ではありません。それでも稻盛さんの追っかけが増え続けたのは、肉声で叱咤激励され、少しでも近づければありがたい——そんな気にさせてくれる氏の人間的魅力からに違いありません。

この続きは「100年企業戦略オンライン」に掲載予定です

<https://100years-company.jp>



Wi-FiからPCR検査事業へ急転換

“V字回復”の原動力を語る



「たんたん、にしたん」と軽快に歌い、踊る郷ひろみさんのCMを最近目にした方も多いのではないでしょうか。にしたんクリニックでPCR検査事業を急拡大させたエクスコムグローバルは、実はイモトアヤコさんをCMタレントに起用した「イモトのWiFi」も展開しています。コロナ禍でWi-Fi事業の売り上げが98%も落ちた状況から、いかに起死回生を遂げたのか。カギは「知名度のアップ」にありました。西村誠司社長へのインタビューと著書の内容から、逆境を乗り越える経営術を探ります。

なぜ「知名度」が最強の武器なのか？

一度見たら忘れられない「イモトのWiFi」のテレビCM。イモトとは、タレントのイモトアヤコさんのことです。サービス名にタレントの名前をつけるという奇抜さと、昭和歌謡風のユニークなCMを2012年から大量露出したこと、当時急成長中だった海外用Wi-Fiレンタルサービス市場を席巻しました。

そんな「イモトのWiFi」を、2020年、新型コロナウイルスの感染拡大が襲いました。緊急事態宣言で海外旅行客が一気にいなくなり需要が激減。会社の売り上げは実に98%減となり、絶体絶命の大ピンチを迎えます。

起死回生の策として開始したのが、まだどこもやっていなかったPCR検査事業です。参入を決めたのが7月20日。サービス開始が8月24日。テレビCM放送開始が9月28日というロケットスタートでした。最初は短期間のうちに制作したアニメーションのCMでしたが、11月開始のCM第2弾では、俳優の照英さんを起用。PCR検査が手軽にできることに驚く会社の上司役を演

エクスコムグローバル株式会社 代表取締役社長

西村 誠司氏

Profile にしむら せいじ

1970年愛知県生まれ。名古屋市立大学卒。1995年にインターミュニケーションズ（現在のエクスコムグローバル）を設立し、1997年海外用レンタル携帯電話事業をスタート。2012年海外用Wi-Fiレンタルサービス「イモトのWiFi」ブランド提供を開始。2019年よりメディカルサービスをスタート、にしたんクリニック開院を支援。2020年、コロナ禍での市場ニーズを察知し、わずか数ヶ月でPCR検査サービスを実現した。

じ、これが話題を呼びました。「にしたんクリニック」のPCR検査事業が広く世に知られたことで、2021年8月期には、コロナ禍前の売り上げ、利益を上回るまでにV字回復します。

Wi-Fi事業からクリニックへという、異業種への素早い転換は、なぜ成功したのでしょうか。

「とにかく『知ってもらう』ことを重要視したからです。知ってもらったからといって、すぐに買ってもらえるわけではありません。しかし、どんなによい商品やサービスであっても、知られていなければ存在していないのと同じ。買ってもらえる可能性はゼロです」

こう語るのはエクスコムグローバル株式会社社長の西村氏。商品もサービスも多様化し、市場にあふれかえっている現代においては、「知名度」こそが、数多くの選択肢の中から選んでもらう最強の武器だと断言します。たしかに、1度や2度聞いただけでは、商品やサービスのブランド名は人の記憶からすぐに消えてしまうでしょう。

「人の脳に深く刻むためには、ターゲットを絞り、その1点に突き刺さるようなインパクトのある伝え方をす

る」ことが、知名度向上には不可欠なのです。

「ない」ものを「ある」ように見せる方法

実は、PCR検査事業の最初のCMは、知名度を上げるという目的以上の、ほかの目的があったと言います。

「このビジネスでは信用が何よりも大事だと考えました。しかし、にしたんクリニックは無名で、私たちはPCR検査の素人同然でしたので信用もありません。そこで、日本航空（JAL）の公式PCR検査サービスになることで信用を得ようと考えました。最初のCMは、JALに認めてもらうのが最大の目的でした」

テレビCMは、公共の電波で流せる内容かどうか、企業や商品、サービスなどの「考查」があります。つまり、テレビCMが流れるということは、テレビ局がその商品にお墨付きを与えたことになり、信用を裏打ちしてくれます。それをJALの決裁権者である経営層が見れば、「テレビCMができるのであれば大丈夫だろう」と考え、公式PCR検査サービスとして認めてくれるという想定の下での策でした。

「JALがこのビジネスの最初の肝でした。JALの公式サービスになったことで、次の肝である大手ドラッグストアチェーンが、私たちのPCR検査キットを全国の店舗に並べてくれました。大手の棚に並ぶということは、それだけ信頼できる商品だということになり、ほかのドラッグストアも並べてくれます。トップを押さえれば、ドミノが倒れるように次々と広がっていきます」

こうしてビッグネームを味方につけ、自分たちに足りない「信用」を補完することに成功。その後、全国の大手流通チェーンでも次々とPCR検査キットが販売されています。タレントの起用でも、五木ひろしさんや郷ひろみさんのCM出演によって、「大御所が出ている会社」と認識され、ほかのタレントたちへの依頼がしやすくなつたそうです。自分たちに資源やノウハウがないからと諦めるのではなく、どうしたらそれが手に入るのか、知恵を絞ることが大事なのです。

逆境を跳ね返せたのは 「どん底」体験があったから

V字回復できた最大の要因は、創業してからの二十数年間の積み重ねがあったから。それも、成功体験よりも、むしろ失敗したときの苦悩や怒りといった負の感情が足腰を強くしてくれたと西村氏は言います。

「コロナ禍で売り上げがほとんどなくなり、きつかったのは確かですが、創業時のほうがその何倍もきつかった

た。いつ潰れてもおかしくない『どん底』状態が5年以上続きましたから。現在は、多くの仲間もいますし、お金もあります。当時に比べれば余裕がありました」

創業時は本当にお金がなく、給料を払えないことも。それでも、「考えるのはタダだから」と、とことんまで考え抜き、社員とアイデアを出し合い、次々と新しいことに挑戦していました。わずか1ヵ月あまりで新たなPCR検査事業を展開できたのは、こうした経験の積み重ねがあったからこそなのです。

本書には、こうした泥臭くもしたたかな営業手法や意外性に富んだマーケティング事例も数多く紹介されています。もちろん、知名度を上げるためのインパクトのある伝え方も。たとえば、心に残るワードやアイテム、「かっこよさ」より「わかりやすさ」、ギャップ感の演出法、覚えやすいネーミング、絶好のタイミングの計り方などなど。どれも非常によく考えられ、工夫された面白い方法なのですが、なかでもおすすめなのが、「えっ、なに？」の法則と呼ばれるものです。

「えっ、なに？」と思った人は、そのことについて知りたくなります。みんなが『にしたん』ってなに？と思った時点で、マーケティング的には成功なのです。知られずに埋没してしまうぐらいなら、悪目立ちであっても知ってもらったほうがいいとさえ思っています」

今はインターネットの発達で、無名の個人や企業でも少ない予算で知名度を上げられるようになっています。「チャンスが多い時代が到来している」と西村氏はアドバイスします。このように、“常道”にとらわれず、前向きに打開策を探る西村氏の知恵とバイタリティには、多くの企業でも学ぶべきところがあります。

『最強知名度のつくり方 売上98%減からのV字逆転を実現した必勝術』

(KADOKAWA)



TOKYO 街 COLORS

VORTのある街

東京駅と秋葉原の間にある神田エリア。利便性に優れたビジネス街として有名ですが、文教地区に、古書店街や楽器店街などの専門街も有する多様性に富んだ街です。江戸の頃からの歴史を礎に新たな開発も進む、活気ある街の息吹を体感してみましょう。

学生文化が育んだ日本屈指の専門街

北に神田川、南に日本橋川が流れる神田エリアは、街づくり400年の歴史が香る街です。江戸時代、幕府は江戸城の南側を埋め立てるために神田山を切り崩し、外堀として神田川を開削しました。「神田」の由来は、かつて伊勢神宮への奉納米を作る田んぼがあったからとか、外神田にある江戸総鎮守「神田明神」を創建した真神田氏の名にあるともいわれています。

神田川の南側に広がる神田駿河台には、江戸時代は武家屋敷が立ち並んでいましたが、明治に入ると学校が集まる文教地区へと変貌します。現在も「明治大学」や「日本大学」のキャンパスが点在。また、建築家ジョサイア・コンドルが設計に関わった「日本ハリストス正教会東京復活大聖堂」(通称「ニコライ堂」)や、川端康成、三島由紀夫といった文豪が愛した「山の上ホテル」(ウィリアム・メレル・ヴォーリズ設計)もあり、アカデミックな雰囲気に満ちています。2023年3月には「中央大学駿河台記念館」の建て替えが終わる予定で、地上20階地下1階建ての館内に入るロースクールやビジネススクールが開校すれば、街はさらに活気づくでしょう。

教育施設の集積にともない、周辺には学生のニーズに対応する専門街が生まれました。世界有数の古書店街として有名な神田神保町もその一つです。神田駿河台には都内最大級の「クロサワ楽器 お茶の水駅前店」をはじめとする楽器店が軒を連ね、神田小川町の靖国通り沿いには「石井スポーツ」や「ヴィクトリア」

など数十軒のスポーツ用品店が立ち並びます。今では逸品を求め、学生のみならず国内外から買い物客が集まるエリアです。

都内各所にアクセス至便なビジネスタウン

鉄道は街の発展に追隨するように整備されました。学生街の入り口となるJR御茶ノ水駅が1904(明治37)年に開業し、その後1919(大正8)年には同神田駅が開業しています。かつては御茶ノ水駅と神田駅の間に万世橋駅がありましたが、1943(昭和18)年に休止されました。2013年には、その遺構である赤レンガの万世橋高架橋を活用した商業施設「マーチエキュート神田万世橋」と、地上20階地下2階建ての「JR神田万世橋ビル」が開業したこと話題となりました。昭和に入ると、東京メトロの淡路町駅や新御茶ノ水駅、都営地下鉄の神保町駅や小川町駅などの地下鉄の駅が次々に誕生。どこからでも徒歩で複数の駅が利用でき、新宿や渋谷にもアクセスしやすい利便性の高い街が形成されています。

御茶ノ水駅周辺が学生街であるのに対し、東京駅と秋葉原駅の間にある神田駅周辺は、多くのビジネスマンが行き交うオフィス街へと発展しました。大塚ホールディングスの「大塚製薬」や「アース製薬」、「日清製粉グループ本社」、「昭和産業」などの大手から中小まで、幅広い企業が社屋を構えています。

この界隈には江戸時代、江戸城建設のために移住してきた職人が暮らしていました。神田駅がある神田鍛冶町は錆物師が、神田紺屋町は藍染めを手がける染物

神 田



国の重要文化財「ニコライ堂」、神田小川町のスポーツ用品店街、神田川沿いの御茶ノ水駅付近を行き交う電車と、その下流にある「マーチエキュート神田万世橋」。



神田エリアのVORTシリーズ

VORT 内神田 2018年8月撮影
VORT 神田 II 2020年撮影



* 下記以外にも VORT シリーズ展開中

VORT 神田 2017年12月撮影
VORT 神田 III 2022年7月撮影

師が住んでいたことが、その名の由来だといわれています。やがて青物市場などもつくられて、職人と商人の街として繁栄。こうした歴史が礎となり、街にはビジネスマンのお腹を満たすリーズナブルな飲食店が点在しています。

老舗が多いのも特徴です。現存する東京最古の寿司店と名高い「笹巻けぬきし総本店」は1702(元禄15)年の創業。殺菌効果のある笹に包まれた酸味の強い寿司は往時をしのぶ味です。同様に東京最古という居酒屋「みますや」は1905(明治38)年創業で、ランチも人気の名店。また、神田須田町は戦火を免れた建物に蕎麦屋や甘味処がのれんを掲げ、ノスタルジックな雰囲気に包まれています。

オフィスと住居が共存する街づくりを

多様な文化が育まれる一方で、神田エリアを含む千代田区はバブル期の地価高騰と業務地化によって人口が減少しました。そこで千代田区では都市再生計画に着手。2013年に神田淡路町に誕生した「ワテラス」もその一つで、地上41階地下3階建てと地上15階地下2階建ての2つのビルを中心とした施設には、住宅やオフィス、店舗が設けられています。また、神田小川町3丁目西部南地区で地上22階建ての住宅を有する複合ビルの建設が決定。神田駅西口地区(内神田2、3丁目)や神田美土代町周辺地区

でも住宅とオフィス、商業施設が共存する複合市街地の再開発計画が進められています。

オフィスビルを中心とした再開発も活発です。ワテラスに隣接して2013年に開業した「御茶ノ水ソラシティ」は、新御茶ノ水駅に直結。地上23階地下2階建てのビルにはオフィス、商業施設のほか、「デジタルハリウッド大学」のキャンパスが入っています。神田錦町で2015年に開業したのは「テラススクエア」。オフィスと飲食店が入る地上17階地下2階の複合ビルで、旭化成のグループ会社などが入居しています。屋上農園でワイン用のブドウが栽培されることも話題です。また、2020年に同じく神田錦町に竣工した地上21階地下1階の「神田スクエア」は、町名から連想される錦織をテーマにした外観が特徴。任天堂のグループ会社やゲームフリークがオフィスを構えています。

現在、建設が進んでいるのは日本橋川沿いの「(仮称)内神田一丁目計画」です。2025年に地上26階地下3階のビルが竣工予定で、敷地内から日本橋川に人道橋を架けることで、対岸の大手町エリアとのネットワーク強化になると期待されています。さらに、神田錦町3丁目南部東地区や外神田1丁目南部地区でも再開発計画が進行中です。

歴史を大切にしながら新しいものを取り入れていくことで、神田の街の文化はより成熟していくでしょう。

都心を中心としたハイクオリティオフィスを多数ご紹介！

オフィスの増床・移転・購入など
お気軽にご相談ください。

0120-953-482



不動産ファイナンス入門 2-3. 不動産金融商品のリスクとリターン

一橋大学教授・麗澤大学国際総合研究機構副機構長 清水 千弘

2001年に日本に「REIT（不動産投資信託）」が上場して以来、不動産の金融商品が広がりました。REITは「エクイティ」という株の一種で、純粋に不動産のリスク・リターンを扱っているわけではありません。不動産の金融商品は、現物不動産とは異なるリスク・リターン構造を持っています。

重要な概念に「ストラクチャードファイナンス」があります。不動産をストラクチャード（仕組み）として、「デット」という借金の部分と、「エクイティ」という株式の部分に分割するという考え方です。これは金融商品化された上場REITだけでなく、私募REITにも適用されます。

不動産の現物100を、金融機関からの借金のデット70、上場リートであれば株式市場から購入するエクイティ30に分けてみましょう。このデットの部分をいくらに設定するかで、レバレッジ効果によるリターンが大きく変わります。

デットの部分は金融機関が保有し、エクイティの部分は投資家が持つところになります。

エクイティ30、デット70の金融商品で、不動産の現物価格が100から120に上がったとします。これによって、借金であるデットの部分が変化するわけではありません。現物価格の増加分は、エクイティの部分に組み込まれます。つまり、現物価格が20%しか上がってないのに、エクイティの30は50に上がる所以、増加率は67%になります。これが実際にリターンとなって投資家に返ってきます。

逆に、不動産の現物価格が80に下がった場合はどうなるでしょうか。価格が下がってもデット部分の70は減りませんので、30だったエクイティが10になります。現物価格は20%しか下がっていないのに、エクイティは67%も下がったことになります。このような現象を「レバレッジ（梃子）効果」と呼びます。

次に、不動産金融商品の「オプション性」について解説しましょう。ある特定の商品を将来のある時点（権利行使する日）で、あらかじめ定めた価格で買う権利を「コールオプション」、売る権利を「プットオプション」といいます。

不動産が証券化されると、オプション性が備わります。オプション保有者の投資家は、自分の都合がよいときは権利を使い、そうではないときは権利を放棄できます。これが不動産金融商品の強みであり、魅力であるといえます。

エクイティ投資をするときに、現物不動産をデット70とエクイティ30に分けましたが、現物不動産の価格が30下がるとエクイティは0になります。しかし、30以上下がっても、権利者はそれ以上のマイナスを保証する必要はありません。自分が持っているエクイティの権利を放棄すれ

ばよいのです。残念ではありますが、放棄てしまえば、それ以上の損失を受けることはありません。

デットを保有している金融機関はどうなるでしょうか。70のデットに融資しているので、必ず回収する必要があります。回収できなければ不良債権になります。権利行使日に不動産の時価が行使価格以上であれば、金融機関は権利を放棄してデット部分の借金70をそのまま返済してもらい、その間の利子収入が金融機関のリターンとなります。

しかし時価が70を切ってしまうと、金融機関は権利行使して融資を回収することになり、現物不動産の保有者の権利は金融機関に渡ってしまいます。金融機関にとっては不良債権になるオプション性を持つ商品ということができます。

つまり、現物の資産をエクイティとデットに分割することは、「それぞれのリスクを取れる人が取ればよい」という考え方方に基づいたものであり、これがストラクチャードファイナンスの特徴といえます。

投資家は、自分が現物不動産を買っているのか、レバレッジが効いている金融商品のエクイティを買っているのかをしっかり意識する必要があります。では、不動産投資のプロは、どのようにリスクマネジメントしているのでしょうか。

「バリューアットリスク（VaR）」という概念が、今から20年ぐらい前から少しずつ導入されてきました。金融機関は、BIS（国際決済銀行）の規制の下でビジネスを行っています。国際業務を行う場合は、必ずBIS規制をクリアしなければなりません。先ほどのデット部分に融資する行為では、リスクを正しく評価し、保有するリスク量を一定程度に制限しないと、金融機関の健全性を担保できないので、その範囲内でのリスク管理が求められます。

VaRは市場リスク管理分野で発達しました。最初に対象となる保有期間に一定の確率で発生する最大損失額の推定値を求めます。例えば「99%の確率で、この先1年間で発生しうる最大損失額が1億円」という計算なら、その範囲で引き当てを積んでおけば、融資の健全性を担保できます。

特徴としては、市場の変動性を客観的に反映できること。異なる商品間でリスクの客観的な比較や合算が可能となり、異なる商品から成るポートフォリオのリスクも把握できるようになります。このVaRを構成する各要素が妥当であって初めて、有効なリスク管理指標となりうるわけ、そのようにして広く使われるようになったのです。（以下略）

<https://100years-company.jp/column/article-000509/>



100年企業戦略
ONLINE

ダイジェスト

注目コラムをピックアップ！

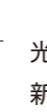
Vの書棚 20



デジタルマーケティングのトレンド 5選

人間とテクノロジーの「相互補完」がカギを握る

本書は、近代マーケティングの父と呼ばれるフィリップ・コトナーのシリーズ第3作。従来の製品中心の「マーケティング1.0」、消費者志向の「マーケティング2.0」から脱し、人間中心のマーケティング原論を説いた、入門の書『コトナーのマーケティング3.0』（2010年）。そして、デジタル時代に人間中心のマーケティングを実現するフレームワーク「5A」を発案した『コトナーのマーケティング4.0』（2017年）の続編となる本作は、マーケティング3.0の「人間中心」という原則と、マーケティング4.0の「テクノロジーの力」を踏まえている。



マーケティング5.0では、まず最新のテクノロジーに光を当てる。近年はAIの機械学習のおかげで、企業は新製品の成功可能性の予測に、予測アルゴリズムの支援を受けられるようになった。新製品開発のプロセスを効率化できるばかりでなく、市場調査よりも精度が高く、スピーディーに知見を生み出してくれる。その実例として、米国のペプシコがソーシャルメディア上で顧客の会話を分析することによって、新しい飲料製品を定期的に発売していることが紹介される。

しかし、人間が学び方を知らないことはコンピューターに教えられないで、「マーケティング5.0では人間のマーケターの役割が依然として重要」であり、人間とテクノロジーそれぞれの得意分野を理解することが大切であると、論を展開する。

マーケティング5.0を使いこなすために、もう一つ重要なこととして、デジタル化の可能性と危険性を知っておくことをあげる。デジタル化によって、雇用や所得、思想、ライフスタイル、市場など多くの面において上位層と下位層の二極化が進んでいる。あらゆるもののが二極化しているとき、SDGsと整合する包摂的（誰もが社会に参画する機会を持ち、排除されること）でサステナブル（持続可能）なマーケティングだけがこの問題を解決すると語り、企業のSDGsへのアクションを促す。

これらを前提にしながら、最後半でネクスト・テクノ

ロジー（AI、自然言語処理、センサー技術、ロボティクス、複合現実、IoT、ブロックチェーンなど）をマーケティングに活用するための「マーケティング5.0の5つの構成要素」が語られる。

それは、「データドリブン・マーケティング」（データを最重要視する）を基点として、「予測マーケティング」（活動結果を事前に予測するシステムの構築）、「コンテクスチュアル・マーケティング」（個人レベルの人と機械の相互関係の提供）、「拡張マーケティング」（人間を模倣した技術の利用）を関連させてそれアプローチのように使い、市場の変化にリアルタイムで対応する「アジャイル・マーケティング」（コンセプトづくり、設計、開発、検証の迅速な実行）を行うことだと述べる。

人間とテクノロジーをいかに共存させて、お互いを補完し、強化できる関係を築いていくかが問われる時代。

その意味で、マーケティングのみならず、世の中の方向性が理解できる内容である。



- ①『コトナーのマーケティング5.0 デジタル・テクノロジー時代の革新戦略』
フィリップ・コトナー+ヘルムト・カルタジヤハカ 著
恩賀 直人 監訳／朝日新聞出版／2750円（税込）

◎そのほかのおすすめ書籍

- ②『デジタルマーケティングの定石』
なぜマーケターは「成果の出ない施策」を繰り返すのか？
垣内 勇威 著／日本実業出版社／2420円（税込）
実際の企業例を基にしたケーススタディでわかりやすく解説
- ③『事例で学ぶ BtoBマーケティングの戦略と実践』
栗原 康太 著／すばる舎／1980円（税込）
SNSを基点にネットメディアを融合して最適な手法を教える
- ④『図解デジタルマーケティング・ハンドブック』
カーツメディアワークス著／日本能率協会マネジメントセンター／2200円（税込）
人間の感情をベースに数値分析を運用して成果を最大化する
- ⑤『ファンダメンタルズ×テクニカル マーケティング』
木下 勝寿 著／実業之日本社／1980円（税込）



伝統と可能性が融合する街に立つ JRや地下鉄の複数路線利用可能な 時代のニーズに即したオフィスビル

販売物件については、
弊社担当営業までお問い合わせください。

基準階
2~5階



2022年10月撮影



アピール
ポイント

VORT 浅草橋駅前IV (仮称)

伝統のビジネス街に位置する使い勝手のよいオフィスビル

隅田川と神田川の合流地点に位置する「浅草橋」駅。世界が注目する「秋葉原」駅から1駅という距離にあり、北には浅草と上野、南に日本橋、隅田川の対岸は両国と、ビジネスにも観光にも適したエリアです。駅周辺は、老舗の人形問屋や模型メーカー、衣料品の問屋などが軒を連ね、古くからビジネス街として栄えてきたほか、近年はその立地から若い企業にも人気のエリアとなっています。

浅草橋エリアでは弊社にとって4棟目となる本物件は、1988年竣工と築年数は長いものの、ビル1棟をまるごと時代のニーズに合わせて再生しました。屋上には働く人がリフレッシュできる開放的なテラスが設けられており、今後はさらに外観などのバリューアップ工事が予定されています。各フロアはさまざまな用途に対応できる使い勝手のいいデザインで、「馬喰町」駅や「東日本橋」駅、「馬喰横山」駅にも近い、交通の便にも恵まれた環境です。今後とも高い需要が見込まれる「VORT 浅草橋駅前IV (仮称)」を、ぜひご検討ください。



【参考】室内の一例 (2020年9月撮影)



アクセス

- *中央・総武線「浅草橋」駅 徒歩 2 分
- *浅草線「浅草橋」駅 徒歩 3 分
- *総武線快速「馬喰町」駅 徒歩 5 分
- *浅草線「東日本橋」駅 徒歩 9 分
- *新宿線「馬喰横山」駅 徒歩 10 分

■名称/VORT 浅草橋駅前IV (仮称) ●所在地/東京都台東区浅草橋一丁目10番6号 ●構造/鉄骨鉄筋コンクリート造陸屋根7階建 ●用途地域/商業地域 ●敷地面積/207.70m² (62.82坪) ●延床面積/1,010.25m² (305.60坪) ●土地権利/所有権 ●総戸数/7戸 (事務所: 6戸 店舗: 1戸) ●販売戸数/1戸 (事務所: 1戸) ●基準階2~5階 専有面積/135.56m² (41.00坪) ●築年月/1988年3月 新耐震基準適合 ●施工/野村不動産株 ●管理/〔全部委託〕〔巡回〕(株)カシワバラ・デイズ ●基準階2~5階 管理費59,105円 (月額) ●基準階2~5階 修繕積立金63,036円 (月額) ●設備/エレベーター1基 ●駐車場/なし ●現況/空室なし ●引渡し/相談 ●取引態様/売主

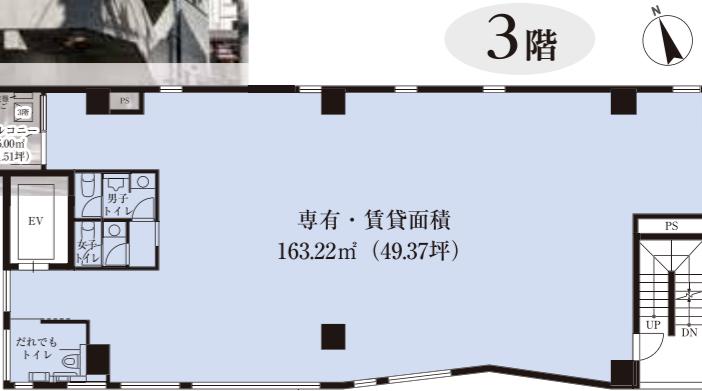
※坪表示は1m²=0.3025坪で換算した表示です。※徒歩分は1分=80mとして換算したものです。
※掲載の情報は2022年11月10日現在のものです。掲載情報は予告なく変更される場合があります。
また万一ご成約済みの際は、ご容赦ください。
※現況に相違がある可能性があります。その場合は現況を優先いたします。
※広告有効期限: 2022年12月9日

オフィス移転や東京の拠点新設に自社オフィスという選択肢を!

オフィスは「借りる」より「買う」時代へ



大規模再開発が続く麻布地区!
富裕層が集まるエリアに佇む
デザインコンシャスな商業ビル



VORT 麻布イーストII (仮称)



西側接道。奥に見えるのが虎ノ門・麻布台地区の再開発

エレベーターホール

3階室内 (2022年7月撮影)



アクセス

- *南北線・大江戸線「麻布十番」駅 徒歩 4 分
- *大江戸線「赤羽橋」駅 徒歩 6 分

■名称/VORT 麻布イースト II (仮称) ●所在地/東京都港区東麻布二丁目26番14号 ●構造/鉄筋コンクリート造陸屋根地下1階付3階建 ●用途地域/第一種居住地域 ●敷地面積/ 284.46m² (86.04坪) ●延床面積/ 703.24m² (212.73坪) ●土地権利/所有権 ●総戸数/4戸 (店舗: 3戸 事務所: 1戸) ●販売戸数/ 1戸 (事務所: 1戸) ●専有面積/ 163.22m² (49.37坪) ●築年月/2022年4月 新耐震基準適合 ●施工/エミニアス(株) ●管理/〔全部委託〕〔巡回〕グローバルコミュニティ(株) ●管理費109,421円 (月額) ●修繕積立金51,931円 (月額) ●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

※坪表示は1m²=0.3025坪で換算した表示です。※徒歩分は1分=80mとして換算したものです。
※掲載の情報は2022年11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: 2022年12月9日



[共催]
一般社団法人
100年企業戦略研究所
株式会社ボルテックス
オンラインシンポジウム

100年企業はなぜ強いのか 持続可能な経営・組織のあり方を探る

2022年11月30日(水) 14:00~16:00

参加費
無料

日本には3万社を超える長寿企業（創業100年以上の企業）があり、創業200年以上の企業数で見ると世界全体の半数以上を占めています。こうした多くの長寿企業の存在は日本の財産であり、国力の源泉といつてもよいでしょう。他方で、戦後の高度経済成長を支えた日本型経営モデルは、急速に変化するグローバルな経営環境への適応が難しくなっており、これまでの同質的・固定的な組織の改革が急がれています。また、経済格差や地球環境問題への意識が高まり、これまでの新自由主義的な行きすぎた資本主義の見直しが進む中で、経営の持続可能性という視点がクローズアップされてきています。明治維新や二つの世界大戦など、激動の時代を乗り越えてきた我が国の長寿企業は、こうした大きな変革の時代にどのように対応していくのでしょうか。

お申し込み 締切：11月29日(火)12時まで

<https://www.vortex-net.com/seminar/form/1479>

- ①上記URLまたは右記QRコードよりお申し込みください。
受付完了メールが届きます。
- ②開催当日までにセミナー詳細と視聴用URLをお送りいたします。

※セミナー内容、講師、時間などは予告なく変更となる場合がございます。



登壇者プロフィール

木村 光伯氏 株式会社木村屋總本店 代表取締役社長

学習院大学経済学部卒業、グロービス経営大学院経営学修士(MBA)。2001年大学卒業後、家業である木村屋總本店に入社。翌年米国カンザス州にある American Institute of Baking (AIB) に留学し、製パン技術ならびに安全衛生管理を習得。帰国後2006年より現職。企業風土の変革や事業承継を経験し、伝統企業の持つしなやかな強さの根幹を探求している。



中島 周氏 キューピー株式会社 取締役会長

早稲田大学政治経済学部卒業、1989年米国コーネル大学ジョンソン経営大学院修士課程修了。1983年日本興業銀行入行、興銀アセットマネジメント勤務(ポートフォリオマネージャー)を経て、1993年中島董商店、キューピー株式会社入社。現在、中島董商店取締役社長、キューピー取締役会長ブランド・コンプライアンス担当。セーブザチルドレンジャパン副理事長等も務める。

黒田 由貴子氏 株式会社ビープルフォーカス・コンサルティング 取締役・ファウンダー

田久保 善彦氏 グロービス経営大学院 経営研究科 研究科長

モデレーター：堀内 勉 一般社団法人100年企業戦略研究所 所長

●ご視聴について

- ・開催当日までにご登録をいただきましたメールアドレス宛にセミナー詳細と参加URLをお送りいたします。
- ・開催時刻になりましたらパソコン、またはスマートフォン、タブレットの画面でご覧ください。

オンラインセミナー

今話題の経済アナリスト 馬渕磨理子氏 登壇



世界からみた日本経済の今

～中小企業経営者のための財務基盤強化策と資産ポートフォリオ形成～

2022年12月8日(木) 13:00~14:15

参加費/無料

時代に先駆けて、現実的な財務戦略・資産形成を立てることは、激動の令和の時代を生き抜く現代人にとって避けて通れない課題となりました。日本経済の停滞感から、脱却の糸口を見つけることはできるのか。メディア出演や書籍出版、YouTubeやSNSなどの各種媒体にて、第一線で活躍中の経済アナリスト馬渕磨理子氏が語ります。

講師プロフィール

お申し込み 締切：12月7日(水)12時まで

<https://bit.ly/3eTcZUV>

- ①上記URLまたは右記QRコードよりお申し込みください。
受付完了メールが届きます。
- ②開催当日までにセミナー詳細と視聴用URLをお送りいたします。



ご視聴に
・開催当日までにご登録をいただきましたメールアドレス宛にセミナー詳細と参加URLをお送りいたします。
について
・開催時刻になりましたらパソコン、またはスマートフォン、タブレットの画面でご覧ください。

おかげさまで8年連続受賞！



業務委託クライアント数
業界No.1を獲得

このたび弊社は、『月刊プロパティマネジメント』2022年11月号にて発表された「プロパティマネジメント事業者総覧2022」の「クライアント数ランキング(総合型・オフィス中心型)」において、8年連続で「業界No.1」を獲得いたしました。

コロナ禍にあっても弊社の2022年の業務委託クライアント数は好調を維持し、この栄冠を獲得することができました。

これからも、皆様により一層ご満足いただけるよう、サービスの改善と向上に取り組んでまいります。

※『月刊プロパティマネジメント』
2015年～2022年11月号掲載結果より

ボルテックスのサービス

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

新サービス開始！ポイントプログラム

100年
企業戦略
研究所

100年企業戦略
ONLINE



Facebookもご覧ください

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

2022年11月22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」「100年企業戦略」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います。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2022年11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。※P.4、P.6-7 写真提供：PIXTA

オフィシャルサイト

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

©2022 Vortex Co., Ltd.