

Vortex Magazine

V-Value

1

January 2023

Vol.79

2023 New Year Special Contents

逆風の中でこそ挑戦を

パートナーの課題解決を支える
ボルテックスの新事業展開

弊社代表取締役社長兼 CEO

宮沢 文彦

企業の進化に必要な 「パーパス経営」の実践

黒田由貴子氏

ピープルフォーカス・コンサルティング取締役・ファウンダー
100年企業戦略研究所 理事

堀内 勉

弊社取締役会長
100年企業戦略研究所 代表理事・所長

宮沢 文彦

弊社代表取締役社長 兼
CEO

区分所有オフィスのボルテックス

Vortex

逆風の中でこそ挑戦を パートナーの課題解決を支える ボルテックスの新事業展開

本格的に"アフターコロナ"の時代を迎えるであろう2023年。ボルテックスにとっては主力の不動産事業に加え、新たなビジネスが本格的に拡大していく年になりそうです。ボルテックス代表取締役 社長兼 CEOの宮沢文彦が、新年のご挨拶とともに、2023年の日本経済と東京の不動産市況の行方を展望し、変わらず挑戦し続ける弊社の事業展開についてお伝えいたします。



経営改革が軌道に乗り 順調な売上高を見込む2022年

2022年はボルテックスにとって、次なる飛躍のための大きな転機となった年でした。コロナ禍に見舞われる以前から進めてきた経営改革が軌道に乗り、社内のあらゆる階層でのコミュニケーションの質が向上。経営の一枚岩化が一層確立されました。それに呼応するように、業績も2022年度に入ると回復軌道に乗り、売上高は順調に推移しています。

2022年10月、経営改革の一環としてボルテックスは従来の理念体系を再構築し、私たちが社会において担うべき存在意義=パーパスを「経営に新常識をもたらし、富の再分配を実現する」という表現で新たに定義しました。以前から弊社は、企業の課題解決を大きなテーマとしてきましたが、今後はこのパーパスの下、不動産関連ビジネスだけにとどまらず、みなさまの課題解決につながるさまざまなサービスを強化していく考えです。

新たな取り組みの一環として、「区分所有オフィス」や「Vシェア」をご購入いただいたお客様に、物件価格に応じてポイントを付与するポイントプログラム「Vortexポイント」をスタートさせました。特にポイントプログラムは、日本の不動産業界でおそらく初の試みです。仮に5億円(税込)の物件をご購入された場合、150万ポイントが付与され、次回購入時に150万円分のポイントがご利用いただけます。お客様に感謝の気持ちをお伝えするために始めたサービスであり、経済的対価で見ればおそらく国内最高水準のポイントプログラムで

あろうと思います。

不動産小口化商品「Vシェア」も好調に販売を伸ばしています。このVシェアの購入申し込みを電子化する「電子商取引」の導入も予定しており、不動産小口化市場の成長はますます加速するものと期待しています。また、区分所有オフィスの販売事業の資金をクラウドファンディングによって調達する取り組みも始めました。さらに富裕層向け事業として立ち上げたタイムシェア(時間分割保有)型の超高級別荘プロジェクトも、軽井沢に続き、リゾート地、観光地などの用地取得を終了。設計・開発が順調に進んでいます。

不動産領域以外の新事業としては、人材育成支援のためにスタートさせた会社間留学「Vターンシップ(在籍型出向マッチングサービス)」があげられます。大手企業であれば、経営幹部人材の育成などを目的に、出向という形で社員を関連会社など外部企業で勤務させるケースが多く見られます。その経験は企業人生において貴重な財産であり、ビジネスパーソンとして大きな成長の契機となります。中堅・中小企業の場合、このような機会がなかなかないのが実情で、ぜひ出向マッチングという形で実現したいと考えました。多くの企業様からご好評をいただいております。人材分野の事業にも手応えを感じています。

2023年、東京の一極集中が本格的に加速 オフィス賃料も2023年度中には上昇へ

マクロ経済の動向に目を転じると、2022年はコロナパンデミックの影響に加え、資源価格の上昇に起因する

インフレや、各国の金融政策を背景とする急激な円安など、新たな課題が次々と浮上した年でもありました。「不動産市況はどうなるのか？」と懸念している方もいるかもしれません。オフィス賃料や空室率などに短期的な変動は起こりうるものの、中長期で見れば、数少ないマネーの行き場として、東京に代表される優良な都市の土地・不動産が買われていくのは間違いありません。

以前から強調しているように、あらゆる資産の相場は、需要と供給のバランスによって決まります。供給が多ければ価値は下がり、供給が少なければ価値は維持される。土地という資産の性質上、供給量には限りがあるため、東京の商業地のように需要の高い土地の所有権の価値は着実に上がっていきます。しかも、東京のオフィスビルの絶対数は、せいぜい数千棟に過ぎません。そのうち、規模が小さくグレードの低いビルは相対的に需要が下がり、淘汰されていく。規模が大きく、機能性もグレードも高いビルほど、その価値は高水準で維持されやすい。

そうした優良物件を多くの方々に容易に保有していただく手段として、われわれは「区分所有」というモデルを提案してきました。本業に連動しない収益源を持つこと。これがわれわれの100年企業戦略の根幹にあります。当社のお客様が安定的に資産を積み増しているのは、その戦略の意義を理解し、実践してくださっているからです。

2023年は、東京の一極集中が本格的に加速する年になると私は見えています。大規模オフィスビルが都内各所で次々に竣工することを問題視する動きもありますが、

高まるばかりの需要を考慮すれば、決して供給過多にはならないでしょう。在宅ワークの定着によって東京の人口が流出したとの話もありますが、近隣へ移動しただけで、経済の中心が東京であることは変わりません。日本経済の低成長が続き、厳しい投資環境の中で、限られた選択肢、すなわち東京の優良なアセット=オフィスビルにマネーが集中していく。テレワーク普及の影響で、一時的に沈静化していたオフィス需要も回復し、賃料の再上昇が起こるはずですが、2023年度中には上昇に転じると予測しています。

2023年のボルテックスは、主力事業である不動産関連事業に加えて、前述のさまざまな新ビジネスを通じて、お客様の経営課題の解決にますます取り組んでいく所存です。われわれが厳しい経営環境でビジネスを次々と立ち上げているのは、経営の成功に「逆風」が欠かせないと知っているから。逆風に抗うからビジネスになる。困難に打ち勝つからビジネスとしての付加価値は高くなります。常に「挑戦」や「成長」に貪欲であること。そうしたみなさまの背中を後押しすることこそ、この国に1社でも多くの100年企業を創出することを目指すわれわれの任務であると考えています。

2023年のボルテックスの新たな展開にぜひご期待ください。

株式会社ボルテックス 代表取締役社長 兼 CEO

宮沢 文彦



企業の進化に必要な「パーパス経営」の実践

宮沢 文彦

弊社代表取締役社長 兼 CEO

Profile みやざわ ふみひこ
1989年早稲田大学商学部卒業。ユニバーサル証券（現三菱UFJモルガン・スタンレー証券）に入社。証券マンとして働く一方で不動産に着目し、不動産会社への転職を決意。1995年レーサムリサーチ（現レーサム）入社、営業部長として活躍し、不動産投資コンサルティングを行う。「区分所有オフィス」に魅力を感じ1999年ボルテックスを設立。著書に『2030年「東京」未来予想図』（共著、クロスメディア・パブリッシング）など。

黒田 由貴子氏

ピープルフォーカス・コンサルティング
取締役・ファウンダー
100年企業戦略研究所 理事

Profile くらた ゆきこ
組織開発やリーダーシップ開発に関する企業内研修やコンサルティングを展開。
慶應義塾大学経済学部卒業。米国系大手経営コンサルティング会社を経てソニー株式会社職中に米国ハーバードビジネススクール経営学修士号（MBA）を取得。1994年に株式会社ピープルフォーカス・コンサルティングを創業し2012年まで代表取締役を務めた。著書に『勇気の経営』（日本能率協会）、『リーダーシップ論』（監訳、ジョン・P・コッター 著／ダイヤモンド社）など。

堀内 勉

弊社取締役会長
100年企業戦略研究所 代表理事・所長

Profile ほりうち つとむ
多摩大学社会的投資研究所教授・副所長。東京大学法学部卒業、ハーバード大学法律大学院博士課程修了。日本興業銀行、ゴールドマン・サックス証券、森ビル取締役専務執行役員CFOなどを経て、2022年2月ボルテックス社内シンクタンク「100年企業戦略研究所」の代表理事・所長に就任。2022年4月株式会社ボルテックス取締役会長。著書に『読書大全 世界のビジネスリーダーが読んでいる経済・哲学・歴史・科学200冊』（日経BP）、『ファイナンスの哲学』（ダイヤモンド社）など多数。

未来に向けて解決しなければならない社会課題が多い現代は、企業経営も経済的な指標だけではなく、社会にとっての「存在意義」が問われるようになってきました。そこで最近注目されているのが「パーパス経営」です。ボルテックスでは2022年10月に自社のパーパスを制定し、ステークホルダーにとってよりよい経営の実践を目指しています。パーパス経営に精通する黒田由貴子氏をお迎えし、弊社会長の堀内勉、代表の宮沢文彦とともに語り合いました。

なぜ今、パーパス経営なのか？

黒田 パーパスが注目されている理由は、主に3つあると私は考えています。1つは、従来のビジネスの進め方や企業経営の在り方では、地球環境や人類の社会活動を持続できないことが明確になってきたこと。「ステークホルダー資本主義」という言葉がクローズアップされているように、近年は株主だけでなく、顧客や従業員、地域住民などあらゆるステークホルダーが企業に対し、地球や社会の持続可能性に貢献することを求めています。企業側もその期待に応える必要が出てきました。そこで、改めて社会における自社の存在意義（＝パーパス）とは何なのかを重視する企業が増えてきたのです。

2つ目の理由としては、時代が大きく変化の中で、創業時に掲げた社是や企業理念がそのままでは通用しにくくなり、今日的なコンテキストで捉え直す必要が出てきたことでしょうか。わかりやすい例が、パナソニック創業者の松下幸之助氏が掲げた「水道哲学」。モノを豊富に供給して、人々の暮らしがモノで満ちあふれるようになれば、みんなが幸せになると。当時としては立派な考え方だったわけですが、そのままでは今の人々の幸せには当てはまりにくいでしょう。そこで現在のパナソニックの経営陣たちは、「みんなを幸せにしたい」という創業者の想いを受け継ぎつつ、現代のコンテキストに沿ってパーパスを再定義されています。

3つ目の要因として、パーパスを明確化することは、経営戦略的にも非常に重要だということがあげられます。経営陣がパーパスを明確に掲げることで、企業が目指す方向性が社内でも共有され、軸がブレないしっかりした経営ができる。この点に多くの企業経営者が気づいたのだと考えられます。

堀内 黒田さんの論点に加えて、マクロな視点でお話すると、「パーパス」論の登場は、資本主義社会の課題が明らかになったことに関係があると考えています。

ご存じのとおり、戦後の資本主義社会はさまざまな変遷を遂げてきましたが、近年で非常に大きな転機となっ

たのは2008年のリーマンショックです。世界的な金融危機をもたらしたリーマンショックのインパクトは大きく、単純な「市場原理主義」では世の中がうまく回らないのではないかと多くの人々が感じるようになりました。さらに、2013年にフランスの経済学者トマ・ピケティは『21世紀の資本』を著しました。資本主義とは、放っておくと経済的な格差をどんどん拡大させ、社会全体を不安定化していく可能性がある。ピケティはこうした資本主義の構造問題を明らかにしたわけです。

これらを機に、世界中の経済学者や政策決定者、企業経営者たちは、資本主義を前提にしながらも、サステナブルな社会をどう築けばいいのかと考えるようになりました。そこで生まれたのが、「サステナブル（持続性）」や「ソーシャル（社会）」という視点を経済活動に取り入れていく潮流です。

パーパスとは、企業が社会のためにどう貢献できるのかという存在意義を意味します。資本主義を取り巻くこうした大きなマクロな時代背景から、必然的にパーパス論が唱えられるようになったと、私は捉えています。

宮沢 経営者の実感としては、企業とステークホルダーの関係性が変化していることが大きいと思っています。自分の会社だけが利益を出して成長すればいいという発想では、これからの経営は成り立ちません。従業員をはじめ、さまざまなステークホルダーを巻き込み、良好な関係性を築き、一緒に価値を生み出していくことが必要になっています。このとき企業側は「なぜこの事業を行うのか？」を明示し、「なぜこの企業に協力するのか？」というステークホルダーの想いにしっかりと応える必要があります。企業で働く人々も「自分はなぜこの会社で働くのか？」を真剣に考えるようになっており、それ的確に答えるようなメッセージを打ち出せなければ、企業が目指す未来も絶対に実現できないでしょう。

社是や企業理念は企業側・経営者側の想いが起点になっていますが、これからの時代はステークホルダーの想いにも寄り添い、彼らの共感を引き出すような言葉が求められています。そこで生まれたのが「パーパス」なのだとは考えています。

パーパスに込めた想い

宮沢 弊社は2022年10月、これまでの理念体系を更新し、新たに「経営に新常識をもたらし、富の再分配を実現する」というパーパスを策定しました。近年、当社の事業展開が急速に拡大し、社員数も着実に増えていく中で、企業・組織としての力を一層高めていくため、社内制度の整備を進めていました。パーパスの設定もそうした取り組みの一環といえます。これまででも社是・社訓やミッション&アイデンティティなどは策定していましたが、今回はパーパス（存在意義）、ミッション（使命）、バリュー（価値観）、アイデンティティ（社員の行動規範）という4階層の理念体系として再構築しました（図）。その中で、社内・社外の関係者とさまざまな議論を重ねた結果、「経営に新常識をもたらし、富の再分配を実現する」というパーパスに到達したわけ



日本経済は長年、低成長が続いています。また、少子高齢化・人口減少や、東京の一極集中・地方の過疎化といった多くの社会課題が生まれています。私が特に懸念しているのは、国内の富が偏在して格差が広がり、社会の分断化が深刻になっていくことです。これは絶対解決

しなければならない問題です。

この自分の問題意識と戦う手段として、ビジネスをしてきたという感覚があります。実際、ボルテックスのビジネスで不動産を扱っているのも、富の偏在化という問題の解決に挑戦するという意味合いがあります。区分所有という手法を活用することで、不動産という意味での富を、東京から地方へ還元することができますし、あるいは小口化によって、さまざまな所得階層の方々へそのベネフィットを分配することもできるからです。

黒田 宮沢社長の熱意を感じるお話ですね。私は、よいパーパスの特徴も3つあると考えています。1つは、創業者としての真髄、つまり企業創設に込められた想いが反映されていること。2つ目はその企業の強みが活かされているものであること。ビジネスとして実現できなければ、経営も持続的にはならないからです。

そして3つ目は、社会の要請や期待に応えていること。これが欠けていけば社会に認められず、やはり持続的な経営は難しくなります。今回ボルテックスさんが策定したパーパスは、まさにこの3つが当てはまっています、たいへん感心しました。

堀内 私が所長を務めている100年企業戦略研究所では、100年あるいは200年を超えるような長寿企業の特徴を研究しています。その共通点の一つとして、「家訓」が脈々と受け継がれていることがあげられます。パーパス経営とは、創業者の想いが、今の社会の求めているものとどう合致するのかを整理して、世に問うて、広く支持を得ていくプロセスです。家訓が社会化していくプロセスといってもいいでしょう。創業者である宮沢社長がこのプロセスを意識し、創業の想いを世の中に問う活動を自ら実践しているのは、非常によいことだと思います。

「経営に新常識を」は宮沢社長が常々語っている言葉で、私も個人的に非常に気に入っています。日本の経済・産業界がこれからも成長していくため、「変革」は絶対に必要ですが、常識に凝り固まって変革を拒んでいるような企業は珍しくありません。企業を変革に導くには、人々の心を動かすような言葉が重要です。「経営に新常識を」にはその力があると思います。

パーパス経営の実践とこれからのボルテックス

黒田 パーパスは策定して終わりではなく、経営の原動力にしていくことが非常に重要です。その際、2つの留意点があります。

1つは、経営・業務上のさまざまな判断の基準として



活用していくこと。例えば重要な経営判断をする際に、「パーパスと照らし合わせたらどう考えるべきか」という会話が日常的に行われていくことが望ましい。これは経営陣や幹部層の意識にかかってくると思います。

もう1つは社内にはしっかりと浸透させること。「社員に通達を出せばいい」「パーパスの読み合わせ会でもやればいいでしょう」などと考えている経営者の方が意外と多いのですが、そんな方法だけでは社内へのパーパスの浸透は絶対にできません。

人生100年時代となり、価値観も働き方も多様化する中で、働く社員一人ひとりが「今、自分は何のために働くか?」を問い直すようになってきました。社員がキャリアを自律的に形成していくには、自分自身のパーパスも明確にしておく必要があります。企業としてのパーパスを浸透させるためには、社員一人ひとりのパーパスの明確化を企業が支援することも大切です。個人のパーパスと企業のパーパスに重なり合いが見いだせれば、自然とエンゲージメントも高まっていくと考えます。

宮沢 そのとおりですね。そうした取り組みを含めて、パーパスを社内には浸透させる施策をすでに幅広く計画しているところです。ただ、どんな施策をするにしても、最も大切なのは私も含めて経営陣自身がパーパスの実践に本気で取り組むことです。その本気度が、少しずつ社員たちに伝播していくのだと思います。

黒田 パーパスの実践を通じてどのぐらい社会課題の解決に貢献できたか、何らかの指標があるとなおよいと思います。たとえばソニーグループのパーパスは、「クリエイティビティとテクノロジーの力で、世界を感動で満たす」ですが、その一つの指標として「感動する人を

10億人つくる」と言っているのですね。10億人をどう算定するのははたまた、わかりやすい指標の設定は、パーパスを社内で浸透させる力にもなると思います。

堀内 最近、ソーシャルファイナンスの分野で注目されている「インパクト投資」の考え方にも通ずる論点ですね。インパクト投資とは、社会的価値の創出や社会課題の解決を目指した投資活動のことですが、難しいのはその投資成果をどう測定するか。たとえばSDGsの17ゴールのうち、どれにどれだけ貢献できたかを測定しようとしても、意外に難しい。企業ごとに策定したパーパスの達成度を指標として測るのも簡単ではないでしょうが、その議論を重ねていくこと自体が非常に重要だと思っています。

宮沢 非常に面白いテーマですね。われわれのパーパスの達成度や進捗度をどこまで指標化できるかはわかりませんが、少なくともわれわれの考え方に賛同したり、刺激を受けた結果、成長を遂げた企業の数であれば計測可能かもしれません。中小企業庁の調査によると、日本の中小企業数は、約360万社といます。私としては、その360万社すべてをわれわれのパーパスで感化していきたいと考えています。

黒田 ボルテックスという会社がパーパス経営を実践することで、どんな新しい社会を切り拓いていくのか、想像するとワクワクしますね。ぜひ楽しみに、御社の今後注目していきたいと思っています。

堀内 私は、パーパスの議論は企業の在り方を根本的に変えるものだと考えています。パーパスとは企業の社会的な存在意義であり、「社会」という視点が盛り込まれているからこそ、企業外の人々も共感することができる。パーパスによって、「企業」の境界線を溶かし、企業が社会の中に溶け込んでいく。今までの企業理念や社是とは違った、大きな変化の原動力になるものです。その中で、社会を変えていくというだけでなく、ボルテックスという会社自体がどう変わっていくのか、ぜひ注目していきたいと思っています。

宮沢 ご期待に沿えるよう、われわれならではのパーパス経営に邁進していきたいと思っています。本日はありがとうございました。



図 ボルテックスのパーパスとミッション



ボルテックスの 存在意義 Purpose (何のために存在するか)	「経営に新常識をもたらし、富の再分配を実現する」 <ul style="list-style-type: none"> ● 富の偏在による経済の停滞、都心と地方、高所得者と低所得者の格差の広がり、少子高齢化などによる日本の未来に対する不安、これらの社会問題を新たな視点、発想により解決し、資産が健全に循環する社会を実現したいという強い想いがボルテックスの原点です。 ● その原点のもと、ボルテックスは新しい不動産保有のカチを企業に提供し、企業財務の健全化と企業経営者の挑戦志向への意識変革に取り組んでいます。 ● これからは、企業にとどまらず幅広い人々に対して、そして資産だけではなく人財など活用可能な資源に視野を広げて、画期的なサービスを開発していきたいと考えています。 ● すなわち、ボルテックスの存在意義は「経営に新常識をもたらし、富の再分配を実現する」です。
ボルテックスの 使命 Mission (何を約束するか)	幅広い企業・人々に成長機会と豊かさを、社会に活力をもたらします。 <ul style="list-style-type: none"> ● 市場の先、想像の上を行く、資産活用の画期的な選択肢を提供し続けます。 ● 固定観念にとらわれず、常識を超えた新しい未来を切り拓くため、挑戦と成長を志向する集団であり続けます。

都市の魅力再設計で 地方と中央の活性化を 実現する UDXと都市5.0への進化

前編



東京都市大学
総合研究所・大学院総合理工学研究科 教授

葉村 真樹氏

Profile はむら まさき

早稲田大学政治経済学部卒業、コロンビア大学建築・都市計画大学院都市計画修士課程修了、東京大学大学院工学系研究科博士課程修了、博士（学術）。富士総合研究所（現みずほリサーチ&テクノロジーズ）で経済政策、都市政策関連の研究員、Google 日本法人で経営企画室兼営業戦略企画部統括部長、ソフトバンクでiPhone事業推進室長、Twitter日本法人でブランド戦略部門東アジア統括、LINE執行役員（法人事業戦略担当）などを経て現職。イノベーション論、都市のDXに関する研究・教育に従事。

新型コロナによるパンデミックは人々の働き方を変え、リモートワークが一気に普及しました。オフィスで働く人口が減り、都市の在り方も変化しつつあります。今後、都市はどう変わり、どのような進化を遂げるのでしょうか。また、それにより地域の活性化も進むのでしょうか。都市の未来を研究する東京都市大学の葉村真樹教授に聞きました。前後編の2回にわたってお届けします。

都市はその時代に生まれた 最新のテクノロジーで変化してきた

都市は人間がつくりあげたものの中で最大の規模を誇ります。私はそれを人間拡張の最大形態と呼んでいます。人が集まり経済や文化活動を成長させていくエンジンでもあり、同時にいろいろな問題も都市から発生します。交通渋滞や地球温暖化、地域間所得格差など、あらゆる課題が都市に帰結する。課題が集まる場所にこそ、やるべき仕事もあると考え、これまで社会経済的に都市を研究してきました。

加えて都市は、その時代に生まれた最新のテクノロジーによって変化を遂げてきました。古くは文字や貨幣の発明から印刷、蒸気機関、鉄道、自動車などが都市の構造を変えてきました。そして、現在は情報通信技術の普及が大きな地殻変動をもたらしています。

今、あらゆる場所で起きていることは、都市のDX（デジタルトランスフォーメーション）であり、私はこれをUDX（アーバン・デジタルトランスフォーメーション）と名づけました。UDXについては後編で詳しく説

明します。

新型コロナによるパンデミックをきっかけに日本ではリモートワークが一気に普及しました。その結果、従来ビジネスの現場であった都市に人が集まる必要性はなくなりました。情報通信技術を活用すれば、事務作業のために出社したり、商談や会議を対面で行う必要はなくなってきたからです。

都心が心豊かになる場所へ変化し 機能がコンパクトに揃う街が生まれる

そもそも都市は人が集まることを前提につくられています。都心から放射状に交通網が整備され、周辺に居住する街が生まれ、さらにその外側に農村や工場が形成されてきました。

しかし、都心部が業務の場ではなくなり、移動する人口が減っていくと、交通の在り方も変わります。普段は居住地の周辺で仕事をし、膝を突き合わせてアイデアを議論したり、仲間意識を高めるような、かつて「オフサイトミーティング」（オフィスから離れたリゾートなどに集まること）で行っていたようなことを、オフィスで

することになれば、オフィスに求められる機能も変化します。単純に業務を効率的に進めるだけの場ではなく、もっと心豊かになるアメニティやグリーンが欲しくなる。つまり、オフィスが自然豊かで遊び心のある「リゾート化」するわけであり、今回のパンデミックを契機に都市の仕組みが変わろうとしているのです。

都心の構造が変わってくると、都心を取り巻く周辺の居住地も変わります。都心への移動効率を考える必要はなく、快適な住み方が問われるようになります。徒歩15分圏内に生活に必要なすべてが揃っている街を私は「ニューエッジシティ」と呼んでいます。

ニューエッジシティはシェアオフィスやサテライトオフィス、ショップ、レストラン、カフェ、公園、図書館などの機能がコンパクトに整備され、オフィスワーカーたちが都心とのつながりを持って生活を楽しむことができる場です。首都圏近郊でいうと、東京都であれば吉祥寺や二子玉川、神奈川県であれば鎌倉、埼玉県であれば浦和、千葉県であれば新浦安などがイメージとしてあげられます。街自体が魅力を持って住民を引きつけることが条件であり、単なるベッドタウンではないということです。

地方の中核都市を成長させ その周辺地域も豊かになる

ニューエッジシティは主に東京や大阪などの大都市圏の話ですが、地方都市はどう変化していくべきでしょうか。現在、日本政府は「地方創生」と称し、あらゆる地域に広くリソースを配っています。それで地方が活性化すればいいのですが、あまり現実的とはいえません。

私は地域をリードする中核都市をもっと成長させるべきだと考えています。北海道ならば札幌、東北は仙台、中国は広島、九州は福岡といった都市をより強くすれば、その周辺にニューエッジシティが生まれ、さらに周辺の農村部も「関係人口」を増やして豊かになればいい。関係人口とは村、町を応援する外部の人たちのことです。

地方の中核都市の中でも、福岡は今、突出した存在感を示し始めています。地理的な好条件もありますが、東京をまねすることをやめ、アジア経済圏に目を向けることで、近隣の韓国や台湾などからの旅行客を増やし、活性化しています。もともと、福岡は大企業の支店や子会社が集まる支店経済都市で、単なる出張ベースではない転勤者や移住者なども含めて、多様性を持ってしまし

た。その強みが表れているのでしょう。

関係人口になりうる人たちは、必ずしも地理的に近い外国ばかりが対象ではありません。たとえば、北海道のスキーリゾート、ニセコには多くのオーストラリア人がやってきます。このように、その地域が持つ魅力を活かして、都市として自治体としてマーケティングにもっと力を入れていくべきでしょう。

また、今の都市は人間が制約に縛られずあらゆる活動ができる「個人の都市」に変わりつつあり、私はこの変化を「都市5.0」と位置付けています（後編で詳述）。

これを踏まえ、東京という巨大都市を頂点に各都市がピラミッド型に積み重なるという考え方は捨て、日本列島を連峰と捉え、札幌、仙台、東京、名古屋、大阪、広島、福岡などが高低関係なくそれぞれの頂^{いただき}を持つ分散型の発想が、今後の都市づくりには必要だと思います。

その一方で、巨大都市の東京への一極集中を悪いことだと決めつけて、東京への人口流入を減らし、流出を支援するような政策も無意味だと思います。都市に魅力があるからこそ人は集まるので、それを邪魔する必要はありません。

都市は人間のさまざまな活動によってもたらされるイノベーションが起こる場所であり、それはもともと日本の得意分野であるはずで、ルーティンワークだけの日常で終わらず、インキュベーション（起業や事業創出をサポートするサービス・活動）がさかんな場所です。

また、大都市の都心はイノベーション創造に関わる富裕層が住まう場にもなっていますから、その層に向けた住宅が必要です。タワーマンションではなく、いま先進都市で流行しているバイオフィリックデザイン（自然環境を取り入れた建築やデザイン）を取り入れた、たとえばニューヨークのコンドミニアムのような高級住宅が都心にもっとできて、富裕層の居住者が増えていきそうな予兆もあります。

このような場所はまだまだ多くありませんが、東京は多様性の街であり、今後さらに増えていく可能性があると考えています。アジアの中でも特に東京は、多様なアイデアがぶつかり合い、破壊的なイノベーションが活発に起きている街です。富裕層は都会の真ん中に住みながら同時にリゾートの中で生活する。そんな時代が来ているように思います。

2月号掲載の後編では、地域活性化の実現、および東京がイノベーションの発信拠点となるための方策を説明します。

海外投資家の資金流入で 堅調な国内不動産投資市場

日本の不動産投資市場が 海外投資家から注目される理由とは

三井住友トラスト基礎研究所 主任研究員

田中 可久氏



コロナ禍での経済停滞が一段落しましたが、その後は世界的にインフレが進展し、足元まで金利の上昇が続いています。これらの影響で、世界的に株式・債券市場が低迷する一方、日本の不動産投資市場は、海外投資家からの資金流入によって、底堅い展開が続いています。なぜ今、日本の不動産投資市場が海外投資家から注目されているのか、これから先も続くのか。三井住友トラスト基礎研究所主任研究員の田中可久氏が解説します。

イールド・ギャップが厚く魅力的な 日本の不動産投資市場

足元まで、日本の不動産投資市場は底堅く推移しています。これは、国内外を問わず、投資家の資金が潤沢に確保されていることが背景にあります。

不動産投資市場にとって重要なのは、機関投資家などの資金供給側に悪影響を及ぼす問題がないかです。コロナ禍が実体経済に影響を及ぼしはしましたが、リーマンショック時のような信用収縮や流動性危機は起こりませんでした。加えて、各国の中央銀行は金融ショックを起こさないよう積極的な金融緩和で大量の資金を市場に供給しました。その資金が不動産投資にも回っているのは、想像にかたくありません。

こうした中で、日本の不動産投資市場の相対的な優位性が、海外投資家から注目されています。政情が安定していて資産の安全性が担保されていることに加え、不動産の期待利回りと長期金利の利回り格差、つまりイールド・ギャップが厚いことが優位性の一つです。

米国はインフレ抑制のために政策金利を引き上げ、長期金利である10年国債利回りも2022年初の1.6%台から10月には4%台まで上昇しています。その結果、資金調達コストは上昇し、不動産のバリュエーション（価値評価）も悪化しつつあります。海外投資家の一部では、目標リターンの達成が難しくなり、新規投資に慎重となるだけでなく、保有物件やファンド持ち分を売却する動きも見られます。対して日本の金利水準は相変わらず低

Profile たなか かきゅう

日本大学大学院理工学研究科不動産科学専攻博士前期課程修了（修士〈工学〉）。その後、国内証券会社にて、J-REITや国内外の私募不動産ファンドにおける組成・引受、国内外のプライベートエクイティファンド（インフラファンド含む）や公募・私募投資信託における企画・導入調査など、ファンドプロダクツ全般に従事。2015年2月より現職。公益社団法人日本証券アナリスト協会検定会員（C.M.A.）、一般社団法人不動産証券化協会認定マスター、一般社団法人日本建築学会正会員。

いまです。黒田東彦日銀総裁の後任の政策がどうなるのか注目されていますが、誰が就任したとしても、日本の物価上昇幅や賃金への波及等が限定的なことを考えると、米国ほど金利が上昇することはないでしょう。

さらに足元では、円安により外貨ベースで割安に新規投資できることもあり、当面、海外投資家の投資意欲は底堅く推移すると考えられます。

海外投資家は金融危機以降、不動産投資を拡大

とはいえ、懸念材料がないわけではありません。先ほど、海外の不動産投資市場における資金調達コストの上昇やバリュエーションの悪化を指摘しました。この影響によって、日本の不動産投資市場でも、若干、海外投資家の投資行動が慎重になることはありえるでしょう。もう一つは「デノミネーター・エフェクト（分母効果）」による資産圧縮の動きが見られることです。

保険会社や年金基金など機関投資家は、たとえば、株式：40%、債券：30%、オルタナティブ（株式や債券以外の不動産や非上場株式など）：30%といったように、投資配分を決めて運用しています。運用は基本的に当初決めた目標の投資配分を維持するため、リバランスを行うことがあります。そのため、株式・債券価格の大幅下落で、不動産投資割合が相対的に高くなった場合には、不動産の一部を売却し、現金等の流動性の高い資産へ入れ替える可能性があり、すでに英国年金基金の一部にこの動きが見られます。ただ、ネガティブな材料は今のところ、限定的です。

長い目で見ると、海外投資家は2008年のリーマンショック以降、運用資産の分散としてオルタナティブ投資を拡大してきました。中にはすでにオルタナティブ投資に全運用資産の30%程度を配分している機関投資家もありますが、投資家全体での投資割合はまだ低く、オルタナティブ投資の拡大は今後も続くでしょう。

また、こうした不動産を含むオルタナティブ投資は長期保有が前提です。慎重姿勢を強めたとしても、投資を一時的に止める程度で、保有資産をポートフォリオから急激に減らすようなことは想定しづらいです。これも日本の不動産投資市場が当面、底堅く推移するのではないかと考える要因の一つです。

堅調な賃貸マンションと物流施設、 一方で厳しい見方が多い商業施設

用途の面で海外投資家の関心が高いのは、賃貸マンションと物流施設です。

賃貸マンションですので、分譲のタワーマンションのようなものは個人富裕層以外の海外投資家の投資対象にはなりません。海外投資家がポートフォリオに組み入れる賃貸マンションは10階建て程度の好立地の中規模一棟マンションが主流で、今後も安定した賃貸需要があるでしょう。物流施設は、大型施設が中心ですが、最近では冷蔵・冷凍倉庫などへの投資も検討されています。いうまでもなく、背景にはEC（ネット通販など電子商取引）の伸びがあります。

一方、海外投資家に厳しく評価されがちなのは、ECの影響を受けやすい商業施設です。ただ、日本の場合、米国などに比べると極端なECシフトは起こっておらず、好立地の郊外ショッピングモールなどの運営は堅調で、すべての商業施設が厳しいとはいいい切れません。とはいえ、飲食店が多数入居しているような商業施設は、客足の戻りが鈍く、海外投資家から敬遠される傾向が見られます。

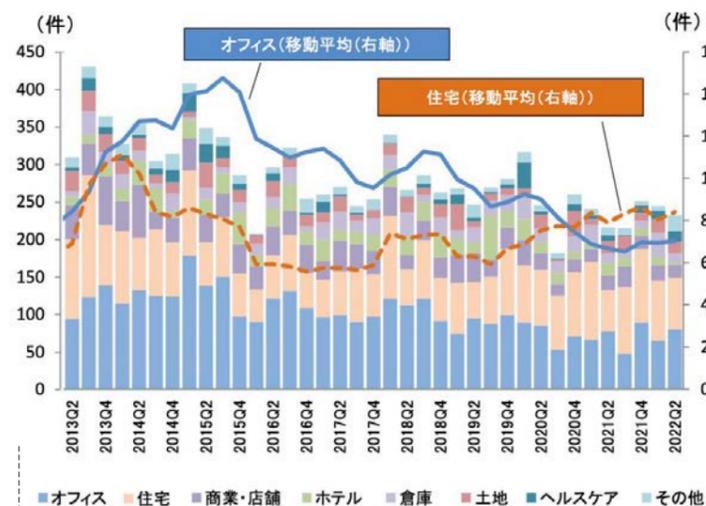
ホテルなどの宿泊施設に関しては、まだ宿泊需要がコロナ禍前の水準には及びませんが、インバウンドが回復の兆しを見せている中、期待先行で投資を検討する投資家も増えているようです。

オフィスビルは「立地とスペック」次第、 都心での賃貸需要は選別的ながらも継続

最後に、オフィスビルへの投資動向について考えてみましょう。

現状、オフィス出社率が戻ってきていますが、今後は

図 2021年以降のオフィスの不動産取引件数は住宅を下回るものの堅調に推移している



（出所）日経BP「日経不動産マーケット情報」をもとに三井住友トラスト基礎研究所作成

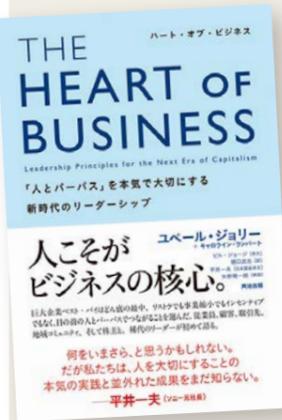
テレワークとの併用が増えると考えられるため、コロナ禍前のような旺盛なオフィス需要は期待しにくいです。また、東京都心ではオフィスビルの大量供給が続くことにも注意が必要です。かつてオフィスビルの大量供給は4、5年に1度程度しか起こらなかったのですが、最近では2、3年おきに起きています。間近なところでは、都心の大規模再開発案件が相次いで竣工する「2023年問題」が懸念されます。それでも、海外投資家にとって、日本は極めて低い金利で資金調達できるので、より選別した上で投資を続けるでしょう。

では、どういうオフィスビルが投資対象に選ばれるのでしょうか。これはひとえに立地とスペック次第です。立地についていえば、再開発から年月が経過した晴海や汐留地区のオフィスビルでは、スペックで有利とされる大型物件であっても、空室率が高止まりしている状況です。一方、丸の内・大手町を含む千代田区などでは、賃貸需要も堅調で空室率も低位で推移しています。

スペックの面では、相対的に不利とされる中型物件でも、適切なメンテナンスが行われ、スタートアップ企業向けなどのテナントニーズに合致するスペックを提供すれば、競争力が期待できます。

取引市場の観点でいえば、国内不動産取引件数の6割以上を東京をはじめとする関東が占めていますが、都心などのエリアは長期的な投資対象として賃貸需要が安定していることに加え、将来の売却しやすさ等を含めた流動性の高さもあり、引き続き投資する意義はあると考えます（図）。

1 組織と人材戦略



まずこの分野では『THE HEART OF BUSINESS (ハート・オブ・ビジネス)』が必読書です。「人こそビジネスの核心」とするパーパス経営を学べることが、本書のポイントです。人を大切にすることに本気で取り組み、並外れた成果をあげた巨大企業ベスト・バイは、どん底の最中でも、リストラや事業縮小、インセンティブなどではなく、従業員、顧客、取引先、地域コミュニティ、株主など、目の前の人たちとパーパスでつながる道を選びました。人と組織の可能性を解き放ち「最も働きがいのある会社」と評される業界のトップ企業にまで成長。経営者が自ら語るケーススタディからはパーパス経営の本質が学べるはずです。

『心理的安全性のつくりかた』は、Googleのプロジェクトで認知され、組織・チームづくりで今注目されている「心理的安全性」の教科書です。心理的に安全な職場

は、メンバー同士が健全に意見を戦わせ、話しやすい風土が特徴。しかも、仕事の基準が低い「ヌルい職場」ではなく、心理的安全性も仕事の基準も高い「学習する職場」が理想だと説きます。リーダーは心理的に柔軟であるべき。心理的安全性を正しく理解し、職場で再現できるように解説しています。本書のチームビルディングの手法は、あらゆる組織・コミュニティで実践できるものです。



2023年に飛躍するための必読書 10



2 経営・リーダー学



これからの時代のリーダーシップを知る本として『謙虚なリーダーシップ』をおすすめします。組織行動論の第一人者が、新時代のリーダーの在り方を「謙虚なリーダーシップ」として提示。価値観が多様化した今、求められるのは相互に信頼し、率直に本音を伝え合える組織文化といえます。リーダーにもそうした文化を築ける資質が求められます。リーダーの条件がわかる1冊です。

『経営12カ条』は、あの故稲盛和夫氏の最新刊。「経営者は何を思い、何を行うべきか」という経営の要諦を「経営12カ条」としてまとめ、それぞれに要点と関連する氏の発言を抜粋した補講が収録されています。読めば、経営はむしろシンプルで、重要なことは原理原則の会得であることに気づかされるはず。業種、業態、事業規模を問わず、実践・実証されてきた内容には力強い説得力があります。



3 ビジネスイノベーション



イノベーションを理解するためには『ジョブ理論』の一読をすすめます。あの『イノベーションのジレンマ』の著者クリステンセンが、人がモノを買うメカニズムを解明、それを変容させるイノベーションの方法をイケア、P&G、アマゾンといった世界企業を事例にしなが

VUCA時代、事業環境はますます先行きが読みにくくなっています。経営者に求められるのは、正しい現状認識と正確で迅速な判断といえるでしょう。情報はあふれていますが、まずは原理原則を押さえておくために役立つのが「名著の教え」です。新年に事業を飛躍させるために押さえておきたいトレンドを5つのジャンルに分類。自らの会社を運営するかたわら、ビジネス書の書評家としても活躍する藤井孝一氏が良書10冊を厳選しました。

5 財務と資産形成



『武器としての会計ファイナンス』は、ビジネスの実務と密接につながる会計とファイナンスの基本をわかりやすく解説します。ファイナンスの考え方を反映した経営指標は、今や企業会計の常識。そんな現代に必要な知識を網羅しています。本書で投資家や銀行など資金の出し手を意識した戦略を学ぶことで、投資やビジネスの現場にファイナンスの視点を取り入れることができるようになります。

『サイコロジー・オブ・マネー』は、富のマインドセットが学べます。投資やビジネスの判断は、個人の経験や世界観、エゴやプライドに大きく影響されていると著者は主張。経済的な成功は、知識よりもどう行動するかの「ソフトスキル」が重要といえます。「目的のない貯金ほど価値が高い」「パフェットの純資産の95%以上は65歳以降に得た」「投資の成否を決めるのは全体の1%以下の行動」など、興味深い事実をストーリー形式で紹介しています。



説。重要なのは、自社製品も他社製品も買っていない無消費者の取り込みであり、顧客データや市場分析より数値化できない因果関係に着目すべきだとわかります。

『イノベーションの競争戦略』も注目したい書籍です。イノベーションにおいて必要なのは、画期的な発明ではなく、むしろ「顧客の行動変容を引き出すこと」と著者は説きます。「顧客の価値観や行動を変え、次世代の社会の常識を創ることで、自らがゲームチェンジャーとして新しい市場やビジネスモデルを創造する」ことができ、圧倒的優位性を手に入れられる。本書を読めば、イノベーションについての認識が、根底から変わることでしょう。



4 地域創生



続いて「地域創生」の分野から『まちづくり戦略3.0』を紹介しましょう。ないない尽くしが一般的なまちづくりでも、地方や小規模事業者ならではの戦い方をすればチャンスはあります。むしろ、ニーズが多様化した現代はニッチにこそ有利で、初心者でも成功確率を高められると著者は主張します。たとえば、見晴らしのいい場所にベンチを一つ置いて、バズらせるだけでも勝機は生まれる。常識を覆す手法は、ビジネス全般に応用できるヒントになります。

『地域づくりのヒント』もおすすめ。地域づくりは、地域で活動する「多様な関係者との共創」と語る著者が、取り組みを具体的に進めるポイントを提供しています。前半では人口減少を前提とした地方創生への提言をし、後半ではキーワードを解説。ガイダンスとして役立つはずです。



以上、いずれも骨太で、読み手に時間と知力を求める本ばかりですが、その深い洞察力と知見を与え、混沌とした時代に飛躍する地力を磨いてくれるでしょう。

アンテレクト取締役、経営コンサルタント

藤井 孝一氏

Profile ふじい こういち

慶應義塾大学文学部を卒業後、大手金融系会社で米国駐在を経て、経営コンサルタントとして独立。そのかたわらビジネス書を紹介するメールマガジン『ビジネス選書&サマリー』を20年以上にわたり配信。これまで1000冊以上を紹介し、雑誌などに書評の寄稿も多い。著書に「読書は「アウトプット」が99%」(三笠書房)など読書法やビジネス書関連の書籍多数。

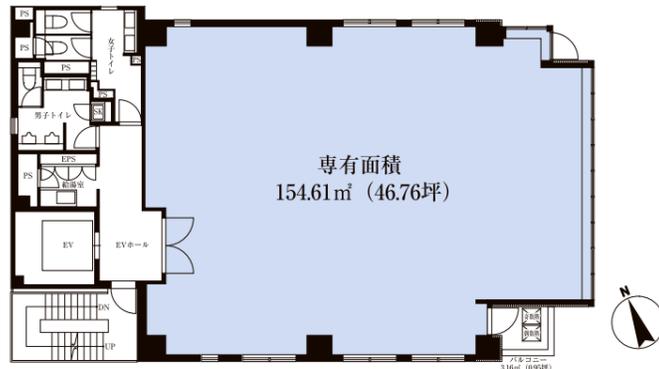




再開発続きでオフィス需要が高まる 話題のビジネス街・虎ノ門に立地する 開放感に満たされたオフィスビル

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
2~9階



(2022年7月撮影)



VORT 虎ノ門II

アピールポイント 地下鉄新駅にバスターミナルもあるアクセス良好のロケーション

ビジネス街として知られる虎ノ門は、多数の上場企業や有力ベンチャー企業もオフィスを構えています。官公庁や大企業が集まる霞が関や日比谷と隣接するほか、近年は「虎ノ門ヒルズ」の開業や、豊洲・有明に至る環二通り（通称・マッカーサー道路）の開通、新駅のオープンなどもあり、オフィス需要も高まっています。さらに複数の再開発が進められ、近隣の六本木エリアなどととも注目を集めるエリアです。

新駅の「虎ノ門ヒルズ」駅と「虎ノ門」駅を結ぶ場所に2021年11月に竣工した本物件は、「霞ヶ関」駅や「内幸町」駅も徒歩圏内。さらに羽田空港直通的リムジンバスや都心部と湾岸部を結ぶBRT（バス高速輸送システム）が発着するバスターミナルも間近と、交通の便も良好。フロア内に柱のない無柱空間はレイアウトもしやすく、天井も高く開放感があって採光面でも優れたデザインとなっています。資産価値も高いエリアにある「VORT 虎ノ門II」を、ぜひご検討ください。



5階フロア (2022年2月撮影)



アクセス

- *日比谷線「虎ノ門ヒルズ」駅まで徒歩1分 *銀座線「虎ノ門」駅まで徒歩2分
- *日比谷線・千代田線「霞ヶ関」駅まで徒歩6分 *三田線「内幸町」駅まで徒歩8分
- *丸ノ内線「霞ヶ関」駅まで徒歩9分

■名称/VORT 虎ノ門II ●所在地/東京都港区虎ノ門一丁目13番5号 ●構造/鉄骨造陸屋根11階建 ●用途地域/商業地域 ●敷地面積/289.74㎡ (87.64坪) ●延床面積/2,098.28㎡ (634.72坪) ●土地権利/所有権 ●総戸数/11戸 (事務所:10戸 店舗:1戸) ●販売戸数/1戸 (事務所:1戸) ●基準階 (2~9階) 専有面積/154.61㎡ (46.76坪) ●築年月/2021年11月 新耐震基準適合 ●施工/日本建設 ●管理/[全部委託] [巡回] (株)カシワバラ・デイズ ●基準階 (2~9階) 管理費82,871円 (月額) ●基準階 (2~9階) 修繕積立金61,381円 (月額) ●設備/エレベーター1基 ●駐車場/3台 ●現況/空室あり ●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2022年12月9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。
※広告有効期限: 2023年1月6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



(2022年10月撮影)



VORT 京橋III

JRも地下鉄も複数駅利用可能! 日々変貌を遂げる東京駅東側 エリアに立つ築浅オフィスビル

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
2~9階



*2階~9階はセットアップ
オフィス化工事を行う予
定です。



エレベーターホール



9階フロア



9階トイレブース

(2022年10月撮影)

アクセス

- *銀座線「京橋」駅まで徒歩1分 *浅草線「宝町」駅まで徒歩2分
- *有楽町線「銀座一丁目」駅まで徒歩6分 *JR各線「東京」駅まで徒歩8分
- *銀座線・東西線「日本橋」駅まで徒歩8分
- *京葉線・日比谷線「八丁堀」駅まで徒歩9分
- *銀座線・日比谷線「銀座」駅まで徒歩9分 *浅草線「東銀座」駅まで徒歩10分



■名称/VORT 京橋III ●所在地/東京都中央区京橋二丁目6番17号 ●構造/鉄骨造陸屋根9階建 ●用途地域/商業地域 ●敷地面積/177.86㎡ (53.80坪) ●延床面積/1,166.34㎡ (352.81坪) ●土地権利/所有権 ●総戸数/9戸 (事務所:8戸 店舗:1戸) ●販売戸数/7戸 (事務所:7戸) ●基準階 (2~9階) 専有面積/118.76㎡ (35.92坪) ●築年月/2022年8月 新耐震基準適合 ●施工/飛鳥建設 ●管理/[全部委託] [巡回] 新栄不動産ビジネス(株) ●基準階 (2~9階) 管理費68,287円 (月額) ●基準階 (2~9階) 修繕積立金48,692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2022年12月9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。
※広告有効期限: 2023年1月6日

2023年1月17日(火)

15:00~16:30

再建した長寿企業×組織の聴く力 「負けない企業」をつくるリーダーシップ

参加費
無料

1年先の経営環境すら不透明な時代、企業はビジネスや人材開発の成功のモデルケースを持つことが難しくなっています。その中で未来戦略を描き、組織のパフォーマンスを向上させて「負けない企業」をつくるには何が必要なのでしょう。

1,900億円の負債を抱えた家業の再建を経て、モビリティ業界を牽引する創業94年の日本交通株式会社会長の川鍋一朗氏。現在、タクシーアプリ『GO』の開発を手がける株式会社Mobility Technologiesの会長も務めます。マッキンゼーや「ほぼ日」など名だたる企業でキャリアを積んだのちジョブレス期間を設け、現在はエール株式会社の取締役として「社外人材による1on1」を通じ組織・人材開発を手がける篠田真貴子氏。最先端を走るお二人のリーダーに、「負けない企業」や「持続可能な組織」についてお話しいたします。

お申し込み 締切：2023年1月16日(月)12時まで

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

- 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。



プログラム

15:00~16:00 対談 川鍋一朗氏×篠田真貴子氏



川鍋 一朗氏
日本交通株式会社 代表取締役会長
株式会社 Mobility Technologies
代表取締役会長



篠田 真貴子氏
エール株式会社 取締役

16:00~16:30 鼎談 川鍋一朗氏×篠田真貴子氏

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

*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。

●ご視聴について

- 弊社ホームページよりお申し込み後、開催当日までに「視聴用URL」をメールにてお送りいたします。
- 主催側のシステム不具合やご視聴される環境などで視聴できない場合がございます。ご理解の上、お申し込みいただきますようお願い申し上げます。
- システム状況、またはその他の事情により開催を中止、または中断させていただく場合がございます。あらかじめご了承ください。
- PCやスマートフォンなどのネット環境があれば参加可能です。セミナーは「Zoom」のシステムを使用して実施いたします。「Zoom」について、個人情報保護方針や視聴要件、その他ご不明な点につきましては「Zoom」の公式サイトをご確認ください。

建築家 坂 茂氏率いる災害支援活動に協賛 弊社社員が有事の際にボランティアスタッフとして参画

弊社ではかねてより社会貢献活動の一環として、NPO法人ボランタリー・アーキテツ・ネットワーク(所在地:東京都世田谷区、代表理事:坂 茂)が行っている災害時の避難所や仮設住宅といった被災者の住環境への支援、平時の防災意識向上を目的とした防災訓練など一連の災害支援活動に協賛しています。

同ネットワークは国内外の大規模災害発生時において、被災者への住環境に対する支援事業を行うほか、防災訓練を通じた防災・減災意識の啓発に関する事業を行い、災害からの円滑な復旧・復興、および災害時に発生しうる被害の最少化に寄与することを目的としています。現在は坂茂

建築設計とともに、近隣諸国へ逃れたウクライナ難民が滞在する施設で、プライバシーを確保するための紙の間仕切りシステム(紙管のフレームに布を掛けたシンプルなパーティション)の提供をしています。これまでも、東日本大震災や熊本地震、北海道地震、九州南部豪雨など多くの災害で利用されてきました。

弊社は1口200万円(年間)の寄付に加え、災害時には弊社の有志社員がボランティアスタッフとして被災地に滞在しながら、避難所でパーティションの設置作業などを行います。この協賛を通して、弊社および社員の社会貢献活動への参画を促進していきます。



避難者のプライバシーを保護する間仕切りシステムを組み立てる弊社社員

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

V-Value
GIFT

新サービス開始!ポイントプログラム

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

オフィシャルサイト

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

2022年12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2022年12月9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。

©2022 Vortex Co., Ltd.