Vortex MAGAZINE

V-VALUE

4 | Vol.82
April 2023

Owner Interview

新しい美容技術で 生き生きとした 笑顔を輝かせる

株式会社エバー 代表取締役 **渡邊 伸**一様

Online Seminar Report

「負けない企業」をつくる リーダーシップ

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 川鍋 一朗氏

エール株式会社 取締役 篠田 真貴子氏

Special Contents

理念は意思決定の拠り所

4期8年にわたるJリーグ改革を語る

Jリーグ前チェアマン 株式会社ONGAESHI Holdings 代表取締役 村井 満氏

区分所有オフィス®のボルテックス







東京・渋谷で「ベル美容外科クリニック」を経営する株式会社エバーは、日本で初めて本格的に導入した「金 の糸美容術」を中心とした新しい施術で多くの人の美容に関する悩みに向き合ってきました。 今年20周年を迎えた同社代表取締役の渡邊伸一様に事業に対する志について伺いました。

新しい美容技術で 生き生きとした笑顔を輝かせる

渋谷で美容外科クリニックの運営や化粧品等の販売を 手掛ける株式会社エバー。今年、創業20周年を迎えた 同社の軌跡は渡邊社長の挑戦意欲によって切り開かれて います。大学で演劇を学んだ渡邊社長は劇団で役者とし て活躍。その後、MCやナレーションなどの司会業に手 応えを感じ、真摯に取り組んでいました。

「司会業は多くの人の前に立つ仕事です。私は実績を 重ねていく中で技術だけでなく、見た目の若々しさも重 要だと感じるようになりました。そんな時にたまたまテ レビ番組で『金の糸』の美容術が特集されているのを見 て、『これだ!』と直感したのです|

当時、金の糸を使った美容術はロシアでしか行われて おらず、単身でロシアに行き、施術を受けました。

「直径0.1mmの純金の糸を肌(皮膚)の真皮層に埋め 込む施術です。金歯などにも使われるように、純金は生 体との親和性が非常に高い金属。ただ、通常は体内にな いものですから、皮下にある金の糸を追い出そうと細胞 が活性化し、毛細血管やコラーゲンが生成されて肌にハ リやツヤが出ることが期待できますし

全国約1万社におよぶ 美容系サロンや歯科医院と提携

施術後、渡邊社長は周囲に「雰囲気が変わった」「み ずみずしくなった」と驚かれ、多くの人から施術の相談 を受けたといいます。そこでエバーを立ち上げ、施術希 望者のロシア渡航をアテンドする事業を始めました。

美容外科、美容皮膚科の「ベル美容外科クリニック」 を開業したのは、エバー創業の翌年にあたる2004年。 金の糸美容術の需要の高まりを感じてのことです。

「日本での施術が可能になれば、より多くの方に喜ん でいただける。そう思って理念に賛同してくれた医師に ロシアで研修を受けてもらい、モニタリングも徹底的に

行って開業に至りました」

患者の多くは同社が協力 関係にある美容系サロンや 歯科医院、整骨院などの関 係者や顧客で、その数は全 国約4万件におよびます。



組織力を高めるために 毎朝1時間の朝礼を実施

ベル美容外科クリニックでは近年、「再生医療」にも 力を入れています。厚生労働省の認可のもとで行う成体 幹細胞を活用した治療です。幹細胞はもともと人間の体 内にあり、皮膚や血液のような絶えず入れ替わる組織を 保つために、新しい細胞を生み出す能力を持っていま す。その性質を病気やケガの治療に利用するのが再生医 療です。

「成体幹細胞は脂肪細胞から採取、培養するもので、 患者様ご本人の脂肪細胞を用います。当クリニックでは アトピー性皮膚炎にお悩みの方の治療法として始めたも のですが、肌細胞を活性化させるため、シワやたるみな どの改善の治療にも用いています。アトピーで苦しんで いた方から肌質が改善したと喜ばれた時などは本当にう れしい。どれほど裕福で満たされた人でも不老不死には なれませんが、一日でも長く健康で若々しくいたいと願 うのが人間というもの。悩んで下を向いていた方が笑顔 で、前向きに生きる手助けができたら、経営者としてこ れ以上の幸せはありませんし、エバーの全社員がそう 思っていますし

エバーでは社員の意識を統一し、人間力を養うことを 目的に道徳的なテーマを中心とした朝礼を毎朝1時間実 施。また月に1度、外部から講師を招いてスキルや知 識、組織力を磨く研修も行っています。社員教育、働き やすさや働きがいに目を配り、給与福利厚生にも手厚い ホワイト企業を志向している渡邊社長。「金の糸」にか けて、「当社はホワイト企業を越えたゴールド企業」と

自負します。

「私の目標は、この会社をいい会社 にすること。いい会社とは何かという と、会社自体は箱であって、それより 中にいるソフトの『人』が重要なので す」と力説します。

「患者様を笑顔にするためには、自 分たちが仕事にやりがいを感じ、生き 生きとした笑顔でお迎えすることが大 切。しかしその笑顔も、働いている8 時間だけいい人になればできるもので

はありません。会社の外に出た時にも落ちているごみを 自然に拾えるような、人格を磨き、人間力を養うことが 大事です。だから社員教育にも力を入れています」

さらに、エバーでは笑顔とあいさつが賞与の杳定にも 大きく影響する、と渡邊社長。社内の連携を強めるため に終業後に社員とお酒を酌み交わすなど、コミュニケー ションの活性化にも努めています。その渡邊社長が区分 所有オフィスを購入したのは事業が軌道に乗ってきた 頃。資産管理を考えるにあたり、都心の不動産は価値が 下がりにくいという点が決め手でした。

「今後は不動産を収益の柱としていくこと、それから 事業承継のことも考えて、昨年12月にエバーホール ディングスを立ち上げました。かつては役者として舞台 に立っていましたが、今の自分は"渡邊組"の演出家 のつもりでいます。私の意志を継いでくれる社員たちを 会社、クリニックという舞台で輝かせ、患者様に最高の 笑顔をもたらす。それが経営者としての使命ではないか と思います

ご保有物件のご紹介

株式会社工バー

お客様ご紹介 ///

代表取締役 渡邊 伸一樣

1959年愛知県生まれ。大学で演劇を学んだ後、劇団等を経て司会 業で活躍。2002年に自ら金の糸美容術を体験したことを機に2003 年株式会社エバー創業、翌年にベル美容外科クリニックを開業し た。以後、金の糸美容術をはじめとする美容医療の事業に精力的 に取り組む。2022年12月にはエバーホールディングスを設立。坂 本龍馬を尊敬し、彼が新しい日本をつくるために奔走したように 医療と美容の架け橋になることを志す。また、マラソンが趣味で フルマラソンの自己ベストは3時間1分(2018年)。

https://ssl-e--ever-com.cpi-common.jp/

「所 在 地] 〒150-0043 東京都渋谷区道玄坂 1-18-3 プレミア道玄坂ビル3・4F 「事業内容]美容外科クリニック経営、医療美容コンサル

ティング、医薬品や医療機器・美容機器の 販売、化粧品の製造販売など

●ベル美容外科クリニックHP https://belleclinic.com/



ベル美容外科HP

VORT茅場町I

(中央区・区分所有オフィス)

DATA

[専有面積] 100.34㎡ (30.35坪)

[最寄駅] 日比谷線·東西線「茅場町」駅

半蔵門線「水天宮前」駅 徒歩4分 日比谷線「人形町」駅 徒歩6分 浅草線「人形町」駅 徒歩7分 銀座線・東西線・浅草線「日本橋」駅 徒歩9分

[構造・規模] 鉄骨造陸屋根地下1階付き9階建 [総戸数] 9戸(事務所:8戸 診療所:1戸)

[築年月] 1992年5月 新耐震基準適合 [敷地面積] 193.63㎡ (58.57坪)

[延床面積] 1,187.85㎡ (359.32坪)

渋谷の道玄坂にある「ベル美容外科クリニック」の 受付カウンター。いつまでも若く健やかでありたい患 者様の願いに寄り添い信頼を重ねている



Profile かわなべ いちろう 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

大学卒業後、ノースウェスタン大学ケロッグ経営大学院MBA取得。マッキンゼー・アンド・カンパニー・インク・ジャパンを経て日本交通 ㈱に入社。現在、日本交通およびMobilityTechnologiesの代表取締役会長として日々進化する業界の改革に奔走中。東京ハイヤー・タクシー協会会長、全国ハイヤー・タクシー連合会会長。

Profile しのだまきこ

エール株式会社 取締役

オンライン1on1を通じて企業の組織変革を支援している。日本長期信用銀行、マッキンゼー、ノバルティス、ネスレを経て、2008~18年ほぼ日取締役CFO、20年より現職。慶應義塾大学卒、米ペンシルバニア大学ウォートン校MBA、ジョンズ・ホプキンス大学国際関係論修士。経済産業省人的資本経営の実現に向けた検討会委員。『LISTEN—知性豊かで創造力がある人になれる』監訳。

不確実で将来の予測が困難な現代、誠実な経営を続けているだけでは企業が生き残ることが難しくなっています。想定外の状況にも揺るがない組織をつくるために、経営者にはどのような心構えが求められるのでしょうか。タクシー会社最大手の日本交通を会長として率い、タクシーアプリ「GO」を運営する Mobility Technologies 会長でもある川鍋一朗氏と、人材開発・組織開発がご専門でアメリカのベストセラー「LISTEN」の監訳者でもある篠田真貴子氏をお迎えし、それぞれの立場からお話しいただきました。

失敗続きのどん底から奮起、 成功のセオリーを見出す

まず川鍋氏より、日本交通の経営再建のステップについてお話しいただきました。

30歳で日本交通に入社した川鍋氏は、家業の惨状を目の当たりにします。多額の借金。社員の士気の低さ。 危機感に突き動かされ古参に噛みついてしまい、社内で孤立します。めげずにミニバンの会員制タクシーの子会社を立ち上げますが、3年間で4億円を超える赤字を出した末に、子会社は本体に吸収されます。「どんなキャリアがあろうと、結果を出さなければ信用を失い、人は



離れていく。どん底まで落ちてよう やく、カッコつけてる場合じゃない んだと気づきました」

そこで行ったのが、自社の課題の 洗い出しでした。社員の協力を得 て、出てきた100点近い項目の中から 10点ほどに絞り、対策を実行に移し てみると、いくつかのプロジェクト で成果が得られました。一連の取り 組みを経て、①小さな取り組みでも かまわないから早く結果を出す、②一つに絞らずいくつ もやってみてうまくいったものを育てる、③誰がやった 仕事なのかはっきり見せてアピールする、という成功の パターンを見出します。

これを機に日本交通はV字回復を果たし、川鍋氏の活躍が脚光を浴びるようになりましたが、あるとき CCC (カルチュア・コンビニエンス・クラブ) CEOの増田宗昭氏からかけられた言葉に、激しく揺さぶられます。増田氏は「新しいマーケットに向けて新しいサービスやプロダクトを生み出すのが本当の経営。君もそろそろ次の段階に進んだほうがいいよ」と助言したのです。「まさに、目からウロコでした。自分なりに結果を出して有頂天になっていましたが、おかげで再びスイッチが入りました」

壁に衝突しながら、 異なる価値観を理解する

2011年、川鍋氏は3つの新規事業をローンチします。そのうちの一つ、タクシーアプリ「日本交通タクシー配車」がユーザーからも業界からも大きな反響を呼び、約1年後には「全国タクシー配車」がリリースされました。

ほどなくしてUberの存在を知った川鍋氏は、既存のタクシーのビジネスモデルが根こそぎ塗り替えられるかもしれない危機を覚え、本格的にIT事業に注力することを覚悟。日本交通のシステム子会社「JapanTaxi」(現Mobility Technologies)に軸足を移します。しかしエンジニアと話が噛み合わず衝突の連続。いっそのこと自分がエンジニアにと、養成キャンプに飛び込むも1週間で挫折しますが、この挑戦が功を奏します。

「必要な情報が一つでも欠けていたら成り立たないのがエンジニアの世界なのだと、よくわかりました。自分にはエンジニアなど務まらないことも。それ以降は丁寧に説明することを心がけるようになり、私の意図をきちんと伝達してくれる人間を間に立てました」

トライ&エラーを経て、自分は自分のできることに特化し、あとはプロに任せるというスタンスに落ち着いた川鍋氏。「自分は会長職に就き、優秀な社長がいてくれて今が成り立っている」と現状を捉えています。

続いて登壇した篠田氏は、「聴く」力と経営、組織と 人の関係などを専門領域とする立場から、「川鍋氏は壁 に衝突するたびに現状を受け入れ、次のステージにシフ トする局面においては、異なる価値観を理解しようとす るコミュニケーションの力が発揮されている」と論じま した。

組織を成長させるために不可欠な 「聴く」力

アメリカのベストセラー『LISTEN』はよく「聞く」 ことの重要性を主題にしており、篠田氏が監訳を務めた 日本版は発売から1年半で8万部のヒットを記録してい ます。篠田氏によれば厳密には「聞く」と「聴く」の2 種類があり、judgementが含まれるか否かが両者を分 かつ基準となっています。判断を伴う「聞く」には自身 の意見が反映されるのに対し、「聴く」は自身の見解を

「聞く」と「聴く」では、相手への共感の感じ方が違う



一切挟まず相手の話を受け止めるも のです(図)。

篠田氏は、「『聴く』のは簡単ではなく、無意識にはできません。しかし意識できるようになると、コミュニケーションの幅や質が大きく変わります。経営者はもちろん社員が『聴く』を習得することで組織や経営が変わるので、ぜひ多くの方に体験してもらいたい」と呼びかけまし



た。さらに、近年「会話と対話」というテーマが広く議論されていることに触れ、コーポレートガバナンスの第一人者である伊藤邦雄氏の見解を紹介。「会話は価値観の共有を前提としているのに対し、対話は価値観が異なることが前提です。伊藤先生は、多くの日本企業の経営者は、会話はうまいが対話がへただと指摘されています。たとえば本社の人間と支店の人間とで価値観が少しずつずれてしまうのは、ある程度やむを得ないことですが、その橋渡しをしてずれを解消するのが、"without judgement"で聴くということだといえます」

後半の鼎談ではモデレーターを務めた100年企業戦略研究所所長の堀内勉が、「自分の主張を示すことを重視するアメリカで『LISTEN』が評価されていることが驚きであり、世界的にコミュニケーションのあり方が変わりつつあるのではないか」と見解を述べた上で、ビジネスシーンにおける「聴く」ならびに「対話」の意識について問いかけました。川鍋氏は、社員やユーザーの声を拾い上げる努力はしているものの、「直下の執行役員など距離の近い人物の声を聴けているかというと自信がない」と率直に語りました。

これに対し篠田氏は、「"without judgement"をごく身近な相手との間で行うことは、人間の本質的に無理があり、川鍋さんが『できていない』のも当然のことなのです。だからこそ経営者は自分が聴き取ることにこだわらず、その人が誰かにじっくり聴いてもらえる環境や仕組みを整備することが大事なのでは」と述べました。

経営環境や社会環境が目まぐるしく変化し続ける現代において、組織を率いるリーダーには、相手のことを理解しながら臨機応変に戦略を築いていくスキルが求められています。そのためには対話が欠かせないことを、登壇した各氏はお互いに確認し合いました。

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



4 V-VALUE April 2023
V-VALUE April 2023
V-VALUE Vol.82



理念は意思決定の拠り所

4期8年にわたるJリーグ改革を語る

Jリーグ前チェアマン 株式会社ONGAESHI Holdings代表取締役

村井 満氏

Profile むらい みつる-

1983年早稲田大学法学部を卒業後、同年4月日本リクルートセンター(現リクルートホールディングス)入社。2000年同社執行役員に就任。04年にリクルートエイブリック(現リクルート)代表取締役社長。11年にリクルート・グローバル・ファミリー香港法人社長、13年同社会長。08年日本プロサッカーリーグ理事(非常勤)に選任。14年1月5代目Jリーグチェアマンに就任。4期8年の任期を終え現在はJリーグ名誉会員。株式会社ONGAESHI Holdings代表取締役。

2014年にリクルートから転身してJリーグチェアマン(理事長)に就任、異例の人事が注目された村井満氏。財政再建と事業基盤の確立に腕を振るい、2022年3月まで4期8年務めました。在任中の改革により、2021年度の営業収益は1240億円と、8年で2倍以上に成長させています。無観客試合の実施など、コロナ禍の危機を乗り越えた村井氏の思いの基軸には、前任者から受け継いだ「Jリーグ理念」がありました。困難に直面しながら経営の意思決定をどのように行ったか語っていただきました。

財政の立て直しを期待され、 チェアマンに就任

高校時代はサッカー部ではありましたが、サッカーとの関わりは深くありませんでした。リクルートに勤務していた時代は、求人広告を取る営業を担当。その後は人事畑を歩み、人事部長などを経て、リクルートエイブリック(当時)という人材紹介会社の社長に就任しました。このとき、社会貢献活動の一環として、Jリーグを引退した選手のセカンドキャリアを支援。その縁で、理事に欠員が出た際、私に声がかかり、2008年に理事を引き受けたのがサッカー界に関わるきっかけです。

この時期、Jリーグは入場者数が減り、スポンサーが離れ、財政的に困窮しているクラブがいくつもありました。「チェアマンは大変だなあ」とのんきに見ていたら、「村井さん、やってもらえませんか」と打診されたのです。当時の理事に企業経営を経験した人があまりおらず、財政面の立て直しを期待されてのことでした。

2014年、チェアマンに就任。さまざまな手段を講じましたが、その中で、財政の健全化とクラブ経営の立て直しに大きく貢献してくれたのが、明治安田生命保険の「タ

イトルパートナー」契約と、スポーツ動画配信サービス DAZN (ダゾーン) の「インターネット配信権10年間約 2100億円」の契約です。この2つが相まって、Jリーグ は大きく飛躍することができたのだと私は考えています。

明治安田生命がJ1、J2、J3すべてのタイトルパートナーになったのは、50を超える全国のクラブチームを通して日本の地方を元気にするというコンセプトに意気投合してくれたから。一緒に全国行脚を繰り返しながら経営を行ってきた、真の意味でのパートナーです。

JリーグがDAZNと契約した当時、スポーツ放映はテレビが主流でした。年間1000試合のネット配信は世界初の取り組みで、大変驚かれましたが、いつでも、どこでも、多種のデバイスで見られるという利便性は、今後の視聴スタイルを大きく変えるだろうと考えました。動画配信サイトで試合のハイライトやスーパーゴールが見られるようになったことで、多くの人にとってJリーグが格段に身近になったのは間違いありません。

コロナ禍での難しい意思決定で 拠って立つ基軸となったのが理念

国内でも新型コロナウイルスの感染拡大が始まった

2020年2月、Jリーグは政府の自粛要請よりも先に、試合の延期を決めました。これほど早期に意思決定できたのは、施策の議論を行う前に思想の議論を行い、何を優先すべきかというプライオリティーを決めることができたからです。施策の議論を先に行ってしまっていたら、感染対策を優先するのか、経済対策を優先するのか、結論が出せずに右往左往していたのではないかと思います。

思想の議論において、拠って立つ基軸となったのが理念です(図)。Jリーグの理念に「国民の心身の健全な発達への寄与」と書いている以上、国民の健康を危険にさらすようなことは絶対にできません。これが第1プライオリティー。一定の感染対策が施されてリスクが軽減されるまでJリーグを再開しないと決め、発表しました。一方、「豊かなスポーツ文化の振興」という一文もあります。スポーツによってみんなが笑顔になり、生活に張りが出て活力が生まれるのだとしたら、感染対策が講じられた段階で、イレギュラーな形であっても試合を再開する。これが第2プライオリティー。全チームが全試合を消化できない可能性を考え、「降格なし」で早期に試合を再開することを決めました。

第3のプライオリティーとして議論したのが「文化」です。サッカーが好き、楽しい、面白いといった個々の主観が長い年月をかけ集合したときに文化になる。ならば、ファンやサポーターの主観の集合なしに文化の振興はできません。東京オリンピック・パラリンピックは無観客で行われましたが、Jリーグは人数制限を行った上で早期に有観客にすることを決めました。そのためのガイドラインは100ページ超におよび、2年間で40回以上更新しました。結果、無観客試合の期間は2週間のみ、全試合の5%以下にとどめることができました。

先に思想の議論を行い、拠って立つ基軸である理念からひもといて優先順位を決め、ステップを踏んでJリーグの再開を進めました。そのプロセスを国民に広く開示したことで、多くの協力を得ることもできました。かように理念とは、額に入れて飾っておくものではなく、日常の意思決定の拠り所なのだと考えています。

ー、日本サ: サッカ-一、豊かなご

【Jリーグ理念】

- 、日本サッカーの水準向上及び サッカーの普及促進
- -、豊かなスポーツ文化の振興及び 国民の心身の健全な発達への寄与
- 、国際社会における交流及び 親善への貢献

経営とは 「夢と数字をグルグル回す」こと

リクルート時代から、経営には主観的な情報処理と客観的な情報処理の両方が大事であると考え、実践してきました。客観とは外側から見ること。主観は自分の心の内面です。主観が集合すると文化になると述べましたが、客観が集合するとサイエンスになります。サイエンスがベースとなる客観の世界と、アートがベースとなる主観の世界。この両側から見ていくことが、経営においても大事になるのではないでしょうか。



経営では、「見える化」をはじめ、数値化やロジック、ナレッジ、ノウハウ、ケーススタディーなど、誰が見ても誤差が生じないように客観的な指標や方法が重視されます。しかし、客観だけで社員が動いてくれるかといえば、そうではありません。「社長のいっていることは正論だけど、腹落ちしないな」といったことが多々あります。個々人が主観的に判断する「わがままな世界」も同時に社内に存在しているのです。

ですから会議においても、数字とロジックで徹底的に 客観的に議論することも、やりたいことを自由に発言す る、主観を解放した議論を行うことも同じくらい大事に しました。大切なのは、議論の作法を分けて、議論を整 理することです。

経営では、客観だけでは意思決定できない場面があります。世界初でDAZNに配信権を販売する際も、コロナ禍という誰も経験したことがない未曾有の危機状況で意思決定する際も、客観的なデータや成功事例はありませんでした。だから、「こうしたい」「こうありたい」といった主観で意思決定を行ってきました。

主観を夢に、客観を数字に置き換えて、経営とは「夢と数字をグルグル回す」ことだと機会あるごとに述べてきました。常に両方を意識しながら、臨機応変に両方を駆使できる人間でありたいと日々いそしんでいます。

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



V-VALUE April 2023



ここ数年来のコロナ禍で働き方の多様化が進み、オ フィスビルの需要にも変化が見られています。さら に、今後日本の人口減少が続く中で、東京をはじめと する主要都市はこれまでどおり発展するのかが気にな ります。社会状況の変化とともに、これからのオフィ スビル市況はどうなるのでしょうか。住宅・不動産総合 研究所理事長の吉崎誠二氏に、今後の動向を予測して いただきました。

日本のオフィス需要は コロナ前の8割まで改善

区分所有か一棟所有かの別に関係なく、オフィスを所 有している投資家は今、恐らく二つのことが気がかりで はないでしょうか。

一つはコロナ明けのオフィスビルの需給動向です。新 型コロナウイルスの感染拡大によって、リモートワーク が一気に普及し、オフィス需要は大幅に後退しました。 現在ウィズコロナといわれる中で、はたしてオフィスで 働く人がどの程度戻ってきているのか、気になるところ だと思います。

コロナ前のオフィスビル需要に対して、現在の需要 (利用状況) がどの程度か、ジョーンズ ラング ラサー ルや日本不動産研究所など各調査機関のデータを見る と、リモートワークは浸透してきているものの、80~ 85%程度は回復してきているようです。IT 産業が集積 しているサンフランシスコなどでは、まだまだオフィス 利用が回復していないことから察するに、日本は働く場 としてオフィスに対する信仰が強いことを、改めて実感 します※1。

都心におけるオフィスビルの空室率は、これまで上昇 傾向をたどってきましたが、それも徐々に止まりつつあ ります。一方で賃料は下がっているので、「賃料を下げ Profile よしざき せいじ

早稲田大学大学院ファイナンス研究科修了。船井総合研究 所上席コンサルタント、Real Estate ビジネスチーム責任 者、基礎研究チーム責任者、その後、ディー・サイン不動産 研究所所長を経て、現職。不動産・住宅などに関する企業向 けコンサルテーション、データ分析、市場予測などを行うか たわら、全国新聞社、地方新聞社をはじめ主要メディアでの 招聘講演は毎年30本を超える。著書に『不動産投資のプロ フェッショナル戦術』(日本実業出版社) 等11冊。

ることで空室を埋めている | ともいえるのですが、IT 系企業が多い渋谷や五反田あたりは、需給がかなりタイ トになってきているようです。

オフィスのダウンサイジングが始まる

もう一つの気がかりは、2023年問題でしょう。オフィ スビルの大量供給によって、2次空室が生じる恐れがあ ります。たとえば麻布台、虎ノ門、三田、田町、西新 宿、渋谷などに、次々とSクラス^{※2}の高層ビルが竣工 するものの、オフィスビルに対する需要が回復しなけれ ば、当然のことながら空室が発生します。

都合が悪いので、中には賃料を引き下げたり、フリーレ ント期間を設けることによって、何としてでも空室を埋 めようとします。その結果、Sクラスビルは全室埋まる ものの、それよりも下のAクラスビル、あるいはBク ラスビルが、玉突きで空室ばかりになる恐れがあるので す。これは明らかにオフィスビルの需給にとっては、ネ ガティブ要因です。

とはいえ、Aクラスビル、Bクラスビルがすべて低調 だというわけではありません。リモートワークの普及に 伴い、かつてのように本社スタッフが全員オフィスに出 社する必要がなくなったため、そのスペースが余ってい る企業が増えています。

※2 オフィスビルのクラスの定義は各社各様だが、例としてシービーリチャードエリス総合研究 所の基準によると、Aクラスは東京都主要5区(千代田区・中央区・港区・新宿区・渋谷区) で延床面積約10000坪以上、基準階面積200坪以上、築21年未満、SクラスはAクラスと同 地域で延床面積20000坪以上、基準階面積500坪以上、築11年未満の大型ビルを指す。

建てたばかりの高層ビルが空室だらけでは、いかにも

考えを打ち出しています。

このように、子育て支援の名の下に国や地方公共団体 が子供のいる家庭にお金を配るようになると、親はその

こうした企業の中には、コストを削減する目的で、オ フィスのダウンサイジングを行い、Aクラスビル、Bク ラスビルに移転するケースも増えてきました。したがっ て、Sクラス以外のオフィスビルでも、適切な賃料で立 地がよければ、十分に需要はあると見ています。

東京の一極集中はこれからも続く

また、新型コロナの感染が拡大していた時期「東京を 脱して地方へ」などといわれていましたが、実際は東京 の人口流出は限定的でした。先ごろ総務省から発表され た、2022年1年間の住民基本台帳人口移動報告を見る と、東京圏は9万9519人の転入超過であり、前年に比 べ1万7820人の上昇と際立っており、回復傾向が鮮明 です。東京への一極集中が続くのに加えて、主要都市の 中でも優勝劣敗がはっきりしてくると思います。

たとえば福岡市や札幌市の地価が上昇傾向にあるの は、人が大勢集まっているからです。札幌市には北海道 各地の在住者がどんどん押し寄せていますし、同じこと は九州地方における福岡にも当てはまります。

これは人口移動報告を見ると明らかなのですが、広島 県や愛知県などは人口流出が人口流入を上回っており、 その県に住む人の数自体が前年比でマイナスに転じてき ました。両県とも主要都市を抱え大きな人口規模があり ましたが、定住や工業誘致などの施策がうまく機能せず 求心力が損なわれてしまい、交通網の発達も相まって、 東京への流入が加速していきました。

これらの結果、施策が不十分だった地域を中心に、日 本全国から一部の地方主要都市と東京(首都圏)に人口 が集中するという現象が顕著になったのです。この流れ は加速するものと思われます。

人口が集中する理由

東京や一部の地方主要都市に人口が集中する理由は二 つあります。

一つは、いうまでもなく、多くの仕事と企業が東京に 集中していることです。もう一つは「少子化対策」の施 策の手厚さや、子供の教育環境を求めて、より条件のよ い自治体へと移転する動きが起きているからです。

現在、岸田内閣の下で「子育て支援連帯基金」の創設 が検討されています。また東京都は、国とは独自に18 歳まで毎月5000円を、所得制限なしに支給するという

使い道を模索するようになります。

何に使うのかというと、その最上位は塾や習い事をは じめとする教育でしょう。つまり、子供に少しでもよい 教育を施すことができる都市に、人が集まってくるよう になります。ということからも、東京への人口集中は、 これからも続くと考えられます。

したがって、東京都主要部の地価は当面、大きく下が るようなことにはならないでしょう。人が集まるところ には仕事も集まってきます。仕事が集まれば、オフィス 需要も高まります。前述したように、2023年中はオフィ スビルの供給量が増えるので、空室率が一時的に上昇す る場面もあると思いますが、それを過ぎれば供給過多が 落ち着き、空室率は徐々に低下していくでしょう。

投資すべき不動産の基準

では、どのような基準で投資する不動産を選べばよい のか。不動産投資、不動産活用にはいくつかの種類があ り、代表的な一部を紹介すると図のようになります。そ の上で、不動産には3つの使い方があるといえます。

第1は自宅のように住む、あるいはオフィスのように 働くといった効用を求める使い方。

第2は投資家の場合、自分が建てた建物を他人に貸し て収益を生む使い方。

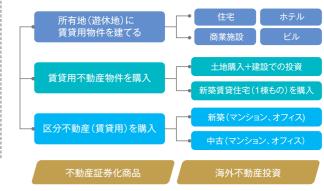
第3は銀行などから融資を受ける担保資産としての使 い方。以上のように3つの使い方があり、それぞれにつ いて収益を最大化できる物件に投資するのが、不動産投 資のポイントになります。

これら3つの条件を満たせる物件とはどういうものな のかを考えながら、投資するのが望ましいでしょう。

すると、長期的な需要が見込まれ、かつ地価公示価格 が下がりにくい、希少価値の高いエリアに建てられた物 件という、おおまかなイメージが浮かんできます。

あとはこうした物件の中から、ご自身の資金力に応じ て投資できるものを探して、投資すればよいのではない でしょうか。

図 不動産投資、不動産活用の種類(一部)



面「Bizランキング 世界のオフィス空室 率 米都市、『在宅』広がり悪化 台北は 賃料上昇、半導体支え | 参照。

※1 日本経済新聞 2023年1月23日付朝刊12



不動産市場分析 - 理論とデータ 5-3. 不動産の特性と市場評価

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

家計にとって住宅とは何であるか。

住宅は必需性が高く、住宅なくして生命を守ることはできません。耐久性があり、消費財として重要性が高い。市場には多様な住宅が存在しますが、取引量については、非常に流動性が低いといえます。市場では売り手と買い手の間に情報の格差が存在し、取引費用の負担も重要となります。

不動産市場のリスク特性は、そのほかの金融資産と異なるところにあり、高い取引費用や低い流動性も重要なポイントです。そのような特性を持つ不動産市場において、住宅価格をどう考えればよいでしょうか。

情報が不完全で不透明な日本の不動産市場

我が国の不動産市場は「情報が不完全で、不透明である」 といわれてきました。一般的に市場は、「資源配分機能を十 分に発揮するために、取引対象となる財の質と価格の情報が 取引参加者に十分に行き渡っていること」「適切な取引対象 を見出し、取引を実現するための特別な費用が存在していな いこと」が条件になります。

以前に比べれば不動産の取引価格情報の整備・開示は進んできましたが、諸外国のようにすべての取引の価格がわかることはありません。開示される情報は、公示地価や路線価など不動産の鑑定評価額が中心です。これはマーケットの価格ではなく、不動産鑑定士によってつくられた価格です。さらに不動産市場で流通している情報は、「量が不足しているだけでなく、正確性などの質にも問題がある」といわれます。

ヘドニックアプローチによる価格推計

不透明な不動産市場を解明していくために「ヘドニックアプローチ」といわれる手段があります。ある商品の価格を、さまざまな性能や機能の価値の集合体として捉え、統計学における回帰分析のようなテクニックを使って分解し、推計していきます。

商品供給者の「これぐらいの値段だったら、売ってもいいよ」という価格は、オファー関数で表現されます。一方、商品需要者にも付け値関数があります。「それぞれをヘドニック関数という構造の間で厳密に位置づけて、商品価格を消費者と生産者の行動から特徴づける」という理論体系です。

消費者の行動は、住宅を購入したり、食べ物や服を買ったり、エンターテインメントを楽しんだりする効用によって幸せや満足度が形成され、これを数値化した効用関数で表せます。付け値関数は、この効用によって決まります。これに対してオファー価格関数は、技術制約によって生産時に必要と

なる供給者の価格です。市場における価格形成要因の変化に ともなう住宅価格の変化は、住宅の持つ特性に応じて変化す る市場価格関数で表すことができます。

市場価格関数の形成メカニズム

消費者は住宅購入を予定した段階から、インターネットや 住宅情報誌などを通じて価格を形成する市場価格関数を推計 して、自分の効用を最大化するように住宅を選択するので、 効用関数は一定の予算制約のもとで最大化されます。

住宅の購入者の付け値関数は、効用水準に応じて効用関数が財の特性に合わせ、その構成要素のもとで形成されます。 これをグラフに表すと、付け値関数とオファー関数が接する 均衡点を通る線が市場で見られる市場価格関数となります。

住宅の購入者は情報収集し、市場価格関数を推定して、予算制約のもとで効用を最大化できるように、住宅の品質と価格の組み合わせを考えます。そのためには情報が行き渡っているか、情報が操作されていないかが重要で、十分な情報がない、情報を得るためのコストが高いと価格は付きません。

不完全な情報のもとで効用を最大化しようとしている現在 の消費者の状況を観察すると、市場の完全性を満たすことで 市場全体の厚生水準は高まることがわかります。そうした観 点からも情報開示が重要であり、科学の力を使ってマーケッ トを明らかにしていくことも必要になります。

品質に応じた正しい価格をどう設定するか

住宅の供給者は、供給関数で表されますが、一定の技術条件のもとで利潤を最大化するように行動します。 それによって、市場価格関数では最低価格を提示しようとします。

しかし、住宅にかかる品質も技術も変化していくので、品質に応じた正しい価格を設定することが課題になります。環境配慮型住宅のように、新しい性能が出てきたときに、価格をどう設定するか。設計者や生産者が「環境配慮型住宅には、より高い価格を付けるべき」という信念のもとでオファー価格を設定し、売り出す事業者が現れ、そこで取引が成立すれば市場価格が形成されます。

設計者や生産者が意思を持たないと市場の反応がないので、そこに情報の非対称性問題が生じます。価格の設定者が事業者とともに価値を見出したときに初めて、市場価格の形成行動が行われます。 (以下略)

Q

https://100years-company.jp/column/article-000553/





ダイジェスト

注目コラムをピックアップ!

Vの書棚 [23]



若手人材の活用を知る

5選

「V-Value」編集部

新卒の育成スピードを上げる3つの仕掛け

著者は従業員100名弱でありながら毎年1万人を超える学生がエントリーする人材コンサルティング会社・レガシードの創業者。多くの企業は中途採用が即戦力人材だと思っているが、採用や入社前研修のやり方次第では、むしろ新卒のほうが即戦力になると著者は訴える。本書では自社のノウハウとともに、これまで関与した企業で新卒が1年目から頭角を現した事例を具体的に紹介する。

新卒を即戦力化するには採用段階から育てる仕掛けが 必要になる。その方法は以下の3つにまとめられる。

1 入社時に厳選する

採用する人材の質を妥協することは会社の未来を妥協 することであり、採用段階でこそ「品質」にこだわるべ きだと著者は主張する。

そのためには採用活動のイノベーションを行い、学生が集まる就職人気企業になっておく必要がある。できるだけ早期に採用活動に動き出し、自社を知らない学生にもアプローチできるスカウトサイトなどの攻め型ツールの活用や独自イベントの開催、社員の人脈を活用することを勧める。即戦力人材は、仕事へのやりがいや既存社員の人柄を重視する傾向があり、その質を上げて「選ばれる企業」を目指せともいう。

2 入社までの期間を利用して鍛え上げる

中途採用は出会ってから入社するまでの期間は短いが、新卒は入社まで期間があり、その間にしっかりと教育することが大切だ。内定期間中に質の高いインターンシップを実施して経験値の積み上げを図ると、企業カルチャーが浸透し、知識も入ってスタートできる。たとえば、自社商品の提案トークを練習させて入社前に合格点を取らせておけば、入社後すぐに先輩と一緒に現場に出向いてある程度の仕事が可能だ。

こうした実践力を鍛えるのに、効果的なインターンシッププログラムの設計法を中小企業の実例とともに紹介。実際に業務を開始するおよそ半年前からの長期インターンシップ制度の実施を推奨する。

③ 採用・育成に全社員を巻き込む

重要なのは「自分を成長させられる環境」があると実感させること。そうした環境をつくるには、既存社員の協力を得て、ある程度の負荷を与えて挑戦させることだという。新人だからと甘く接するのではなく、自分のレベルを認識させ、何ができるようにならなければならないか、成長課題を明確にさせる。そして、期待する役割を伝え、目標に対する責任をしっかりと果たすよう自覚をもって取り組ませるべきと語る。

著者は育てるべき人材を「自動巻時計」と呼ぶ。仕事をしながら、自ら求め、吸収し、考えて、行動に移せる人材ということだ。新卒を自動巻時計人材に育て上げ即戦力化することによって、既存社員も新卒に負けられないという気持ちが起きて全社的な意識向上につながる。

*

大手企業のように入社後に研修を重ねてじっくり育て ることができない中堅中小企業では、育成スピードが重

要になる。採用・育成に悩む企業は一読の価値がある。



『伸びてる会社がやっている 「新卒」を「即戦力化」する方法』

●そのほかのおすすめ書籍

ささやかな一言で人間関係を変える「問いかけ」の技法を紹介

『問いかける技術――確かな人間関係と優れた組織をつくる』
エドガー・H・シャイン 著/英治出版/1870円(税込)

古今東西の優れたリーダーたちが実践している話し方のテクニック

『最強リーダーの「話す力」 誰から見てもリーダーらしく見える「話し方」の秘密』 矢野 香 著/ディスカヴァー・トゥエンティワン/1760円(税込)

「新人育成のプロ」による最短の指導で最速の成長を促すメソッド

● 『10秒で新人を伸ばす質問術』

島村 公俊 著/東洋経済新報社/1650円(税込)

若者のやる気の引き出し方をロジカルなアプローチで伝える

「ロジカルティーチング ガツガツしていない若手社員を伸ばす技術」 阿部 淳一郎 著/ぱる出版/1540円(税込)

V-VALUE April 2023

(2022年10月撮影) Vortex

今月の 注目物件

再開発が進む赤坂エリア! 閑静な高級住宅街に位置する 躍動感あふれる新築オフィスビル

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。 6階



VORT赤坂III

アシンメトリーなバルコニーと二面採光が魅力

江戸時代には大名屋敷が立ち並んでいた赤坂。都心にありながら緑あふれる高級住宅街と

して知られる一方、各国大使館や外資系企業、上場企業の本社などが集積、さらにTBS放送センターや劇場からなる「赤坂

ています。現在も「赤坂エンタテインメント・シティ構想」「赤坂二丁目プロジェ クト」などの再開発が進められ、さらなるグローバル化が期待されています。 本物件は「赤坂」駅からほど近い、大通りから一歩入った閑静なエリアに立地。ア シンメトリーなデザインのバルコニーや二面採光で明るいフロアなど、機能性の高 い設計で、2022年9月に竣工したばかり。周辺には築浅の同規模ビルが少なく、希 少な存在といえます。今後は国際ビジネス都市として、エンタテインメント都市と してさらなる発展が期待される赤坂にあって、将来性・資産性を備えた「VORT赤

サカス | や「赤坂インターシティAIR | のオープンなど、文化の街としても発展し



6階フロア (2022年10月撮影)



坂Ⅲ」を、ぜひご検討ください。

アクセス

- *千代田線「赤坂 |駅まで徒歩 5 分
- *銀座線・南北線「溜池山王」駅まで徒歩 6 分
- *銀座線・丸ノ内線「赤坂見附 | 駅まで徒歩 9 分
- ■名称 / VORT 赤坂 III 所在地 / 東京都港区赤坂二丁目 17番 62号 構造 / 鉄筋コンクリー 造陸屋根6階建●用途地域/商業地域●敷地面積/226.50m (68.51坪) ●延床面積/739.21m (223.61坪) ●土地権利/所有権●総戸数/6戸(事務所:5戸店舗:1戸) ●販売戸数/4戸 (事務所:4戸) ●3~6階専有面積/118.27㎡ (35.77坪) ●築年月/2022年9月 新耐震基準 適合●施工/伊佐ホームズ㈱●管理/[全部委託][巡回](㈱カシワバラ・デイズ●3~6階 管理費84,209円 (月額) ●3~6階修繕積立金42,223円 (月額) ●3~6階コスト/バルコ ニー使用料5.775円~8.470円(税込み、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2023年3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。

※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4月7日

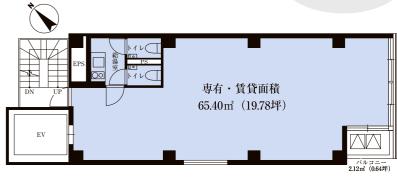
また万一ご成約済みの際は、ご容赦ください。

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 地下鉄6駅が徒歩圏内の立地! 伝統の商業エリア・東銀座に構える シャープなデザインのオフィス

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 2~10階



Vortex 実需販売物件の

== =

VORT 銀座イーストIII



② 有楽町線 銀座一丁目駅

東銀座駅

国 表江戸網

築地市場駅



1階アプローチ

銀座駅

10階オフィスフロア

有楽町線

京橋築地、築地駅

築地本願寺

• 築地場外市場

10階トイレブース

(2022年12日撮影

アクセス

*日比谷線「東銀座 | 駅まで徒歩1分 *浅草線「東銀座 | 駅まで徒歩2分 *銀座線・日比谷線「銀座 | 駅まで徒歩 6分 *丸ノ内線「銀座 | 駅まで徒歩 8分 *有楽町線「新富町 |駅まで徒歩6分 *日比谷線「築地 |駅まで徒歩6分 *大江戸線「築地市場」駅まで徒歩8分

*有楽町線「銀座一丁目」駅まで徒歩9分

■名称 / VORT銀座イーストⅢ●所在地/東京都中央区銀座四丁目14番8号●構造/鉄 骨造陸屋根10階建●用途地域/商業地域●敷地面積/105.22㎡(31.82坪)●延床面積 /704.15㎡ (213.00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/8戸(事務所:8戸)●基準階(2~10階)専有面積/65.40㎡(19.78坪) ●築年月/2022年11月 新耐震基準適合●施工/栗本建設工業㈱●管理/〔全部委託〕 [巡回] 双日ライフワン㈱●基準階 (2~10階) 管理費40.614円 (月額) ●基準階 (2 ~10階)修繕積立金35,970円(月額)●設備/エレベーター1基●駐車場/なし●現況 /空室あり●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2023年3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。 ※広告有効期限:2023年4月7日

V-VALUE Vol.82 13 V-VALUE April 2023

ノラインセミナ

資産を守りたいあなたへ 不動産小口化商品「Vシェア®」解説

2023年4月5日(zk) 15:00~16:00 参加費

コロナ対策として世界的に行われた金融緩和の影響で、日本においてもしばら く経験してこなかったインフレ時代に突入しています。今後資産の多くを現金 で保有しておくことは資産価値が目減りするリスクがあり、安全資産への価値 観は大きく変化していくことが想定されます。

不動産は相対的にインフレに強いとされる資産であり、ポートフォリオの中に 組み込むべき資産といわれますが、個別性が強く「どこに、何を、どのような 形で持つのか」によって資産形成に与えるインパクトも大きく異なります。本 セミナーでは、長きにわたって富を生み出す可能性の高い都心プライムエリア のオフィスビルの不動産を、500万円から保有する方法についてご説明します。

お申し込み 締切:2023年4月4日(火) 12時まで

http://bit.ly/3EkOJEl

- 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。「ボルテックスセミナー」で検索後のHPから もお申し込み可能です。
- 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。

お問い合わせ先 セミナー担当 齋藤・倉

電話番号: 0120-790-936 平日 10:00~18:00 メール: info-seminar@vortex-net.com



セミナー内容

- ■不動産を資産ポートフォリオに組み込むことの重要性
- ■資産を守り育てることができる不動産とは
- ■オーナー様の声・最新物件情報などのご案内
 - ~長寿企業を実現させた経営戦略~

●講師プロフィール



松村悦子 株式会社ボルテックスマーケティング推進部 セミナー推進課

大手製薬会社に長年勤務。営業としてお 客様の問題解決につながる提案をモッ トーに活動し、売上向上に貢献。社員研 修のプランニングにも携わり、教育体系 の構築、自らも講師を務めてきた。現在 は金融機関等において、相手にわかりや すく「伝える」ことを大切にしながら情 報提供セミナーに取り組んでいる。

*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。

月極駐車場検索サイト「駐マップ」をリニュ・

弊社が展開する月極駐車場検索サイト「駐マップ」がリニューアル され、さらに充実したサイトとなりました。同サイトは、東京都心を 中心に日本全国の駐車場を掲載し、10年以上にわたり約38,000 件*の契約実績を積み重ねてまいりました。これまでと同様に豊富 な情報量をご提供するとともに、新しいコンテンツも追加して「希 望の駐車場を探しやすい|「駐車場の詳細がわかりやすい| 仕様 に生まれ変わりました。今後も豊富な情報と契約実績を生かし、お 客様のご希望・ニーズに合った駐車場をご提案いたします。

*2019年の事業承継以前の取引を含めた2011~2020年の累計契約数

<特徴的な機能>

- 検索機能の充実
 - ①条件での絞り込みが可能に
 - ②スマホの位置情報から検索が可能に

■ひと目でわかりやすい情報表示

- ①アイコンで情報を可視化
- ②検索結果一覧に賃料や大きさなどの情報表示
- ③現地写直など詳細な車室情報
- ④リストからまとめて問い合わせ可能

V-VALUE

リニューアル&増ページのお知らせ

弊誌『V-VALUE』は今月号より誌面をリニュー アルし、4ページ増の16ページとなりました。今 後も内容を一層充実させ、皆様のお役に立つ情 報をお届けしてまいります。引き続き、ご愛顧 のほど、お願いいたします。

広報誌『V-VALUE』に関するアンケートのお願い

弊社広報誌として毎月お届けしております『V-VALUE』につい て、よりよい誌面づくりのために、皆様にアンケートへのご協力 をお願いしております。下記URLまたは右のQRコードよりア クセスの上、ご回答いただけると幸いです。(平均所要時間・約5分)



広報誌『V-VALUE』 プンケート専用ページ URL: https://forms.office.com/r/nXKm9N4M4E

ボルテックスのサービス





















新サービス開始!ポイントプログラム

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 (公計)首都屬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

https://www.vortex-net.com

2023年3月23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2023年3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.8 写真提供: PIXTA ©2023 Vortex Co., Ltd.