

Vortex MAGAZINE

V-VALUE

11

Vol.89

November 2023

Owner Interview

生産農家との 二人三脚で 安心な農作物をつくる

株式会社 熊本青果物出荷組合
代表取締役社長
古川 智康様

Special Contents

負けを認められる強さが 逆境を乗り越える力となる

旭酒造株式会社 会長
桜井 博志氏

Online Seminar Report

国内投資促進で 日本経済復活へ

東京大学名誉教授 経済学者
伊藤 元重氏

2023年 都心オフィスの 価値は上がったか

都市政策専門家
日本テレワーク学会 会長
市川 宏雄氏

区分所有オフィスのポルテックス

Vortex



Owner Interview

株式会社 熊本青果物出荷組合

代表取締役社長 古川 智康 様



熊本県八代市で1992年に創業した株式会社熊本青果物出荷組合は、地元の名産品であるトマトをはじめ、さまざまな農作物を全国各地の市場に出荷する地域流通を担う企業です。販路の拡大に尽力し、次の名産品を育てるべく新商品を開発するなど、八代の農業活性化に取り組む代表取締役社長の古川智康様にお話を伺いました。

生産農家との二人三脚で
安心な農作物をつくる

八代市は冬から春にかけて収穫される冬トマトの生産量が日本一。冬も温暖で日照時間が長いことから、味の濃い良質なトマトが栽培されています。株式会社熊本青果物出荷組合は、そのトマトを中心に八代の農家が生産する農作物を全国の市場に出荷する企業です。

「熊本県内の農業団体に勤めていた父が、生産農家さんたちが効率よく出荷できる仕組みをつくりたいと、独立して創業しました」と話すのは2代目の古川智康社長。社名の「組合」という言葉には、「社員も生産者も協力し合う組織でありたい」という思いが込められています。

「生産農家さんの収穫物を大きさや形、色を見て選別し、箱やパックに詰めて市場に卸すのが私たちの仕事です。現在、200軒以上の生産農家さんからトマトのみならず、メロンやブロッコリー、エノキタケ、米など多彩な農作物を集荷していま

す。彼らが安心して生産するために重要なのが販路です。当社では関東や福岡、名古屋などの都市部を中心に全国各地にネットワークを広げています」

一方で、販路を維持するためには質の高い商品を安定して供給しなければなりません。しかし、農作物は季節や天候によって収穫量も価格も変動するもの。そこで同社では生産者に市況や消費者の動向を細やかに伝え、栽培に関する相談にも乗るなどしてサポート。また、十分な選果作業員や物流手段を確保して、利益率の高いタイミングを逃さず出荷するよう心がけています。

「出荷してもらった農作物に対する代金は毎週金曜日に締めて、翌週中に生産農家さんへ送金するようにしています。手間はかかりますが、農業収入は不安定なので早く受け取れると安心できると思うんです。当社は生産農家さんがいるからこそ成り立つ企業であり、栽培に専念できる環境を整えることが大事な務めなのです」

オリジナル商品を開発
地域の名産品に育てていく

同社が取り扱う農作物の中には、「協力し合う組織」

の名の下に誕生したものもあります。

代表的なのが「房採りトマト」。トマトには主に大玉、中玉、ミニトマトの3種類がありますが、中玉は大玉やミニトマトに比べて売上げが伸び悩んでいました。そこで農家や種苗メーカーと試行錯誤し、15年ほど前に房をつけたまま販売する「房採りトマト」を開発しました。

「緑の房が赤いトマトを引き立てて見栄えがよく、手に取る人が増えました。しかも、一つひとつ切り取らなくていいので収穫時の負担が軽減される上、房があることで鮮度も保たれる。新鮮でフルーティーな味わいに固定客が付き、次第に売上げが伸びていきました」

現在、房採りトマトはオリジナルブランドとして会社の知名度向上の一翼を担っていると古川社長。そして今、新たに取り組んでいる商品が、八代で農業・化学肥料を使わずに育てた「やっちろバナナ」です。

「コロナ禍で飲食店が閉まるなどして青果物の売上げが落ちたとき、トマトに次ぐ新しい特産品の必要性を感じました。そこで着目したのがバナナです。日本はバナナを輸入に頼っていますが、近年、特有の病原菌によって中南米や東南アジアの輸入国の生産量が減少しているため、国産バナナの需要が高まると考えたのです」

古川社長は、日本でのバナナ栽培の技術を持つ岡山県の農家に掛け合い、生産を希望する所属農家を研修に派遣。昨秋初めて収穫に成功すると、ねっとりとした濃厚な甘みと皮まで食べられる安全性の高さから話題となり、たちまち売り切れてしまったそうです。

「今はイタリア料理の巨匠・落合務シェフとやっちろバナナを使ったジャムを開発中です（取材当時、近日発売予定）。また、SDGsの観点から皮や葉を活用した商

お客様ご紹介

株式会社 熊本青果物出荷組合

代表取締役社長 古川 智康様

1978年熊本県生まれ。専門学校などで経理を学んだのち、2001年に熊本青果物出荷組合に入社。農作物の仕入れ販売業務とともに経理も担当する。2015年に先代である父の急病による退任を受けて代表に就任。事業の拡大に努めるとともに新商品の開発にも取り組む。「建設は死闘、破壊は一瞬」を座右の銘に、常日頃から仕事相手や従業員との信頼関係の構築を心がけている。週に2~3回、プールで泳いだ後にお酒を飲むのが楽しみ。

<http://www.kumamoto-s.co.jp/>

(やっちろバナナ紹介サイト)

<https://yacchirobanana.com/>

[所在地] 〒866-0013 熊本県八代市沖町3523

[事業内容] 農産物の仕入れ販売（トマト、バナナ、メロン、ブロッコリー、カリフラワー、エノキタケなど）

品も模索している。農業振興のためにも八代の名産品に育てていきたいと思っています」

経営者と従業員の距離を縮め
働きやすい職場に

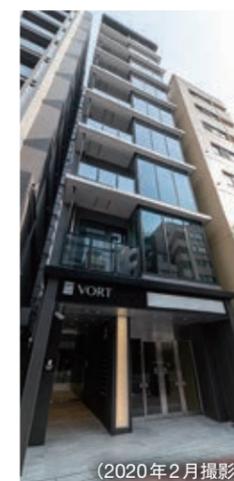
2015年に跡を継いだ古川社長は、急病で退任した先代が創業以来大切にしてきた「感謝」と「信頼」を第一に事業に取り組んできました。それは生産農家だけでなく、約120名の従業員に対しても同様です。

「選果は専用の機械があるものの、やはり人間の見える力が大切です。従業員の力が作業効率を左右するので、みずから差し入れをするなどして交流し、気持ちよく働ける職場づくりを心がけています。ありがたいことに長く勤めてくださる方が多いのですが、最近は生産農家さんも従業員も高齢化しています。彼らへの感謝の気持ちを形にしたいと思い、現在は介護事業なども検討しています」

「区分所有オフィス」を利用し始めたのは事業を承継してからのことです。「引き継いだときに、不動産分野の資産がなく、もともとやってみたかったということもあって購入しました」と古川社長。東京と福岡の中心部にある物件を所有していますが、インフレにも強い物件の資産価値の高さを実感し、次世代に承継していくためにも、今後も力を入れていくといいます。

「創業者が興した事業を拡大することが2代目の務めだと思っています。先代の教えを軸に生産農家さんと従業員と協力して、これからも『おいしい』と笑顔で食べてもらえる野菜や果物を出荷していきたいですね」

ご保有物件のご紹介

VORT新橋II
(港区・区分所有オフィス)

DATA

[専有面積]	1階45.09㎡ (13.63坪)、 2階87.45㎡ (26.45坪)
[最寄駅]	三田線「御成門」駅 徒歩4分 浅草線・大江戸線「大門」駅 徒歩9分 浅草線「新橋」駅 徒歩9分 JR各線「新橋」駅 徒歩10分 大江戸線・ゆりかもめ「汐留」駅 徒歩10分
[構造・規模]	鉄骨造陸屋根9階建
[総戸数]	9戸 (店舗1戸、事務所8戸)
[築年月]	2020年2月 新耐震基準適合
[敷地面積]	136.47㎡ (41.28坪)
[延床面積]	843.33㎡ (255.10坪)

(2020年2月撮影)

見栄えをよくした主力商品の「房採りトマト」(上)と、農業・化学肥料不使用で育てた「やっちろバナナ」

慣習からの脱却で生まれた「獺祭」 負けを認められる強さが 逆境を乗り越える力となる



旭酒造株式会社 会長

桜井 博志氏

純米大吟醸酒としては日本有数の生産量を誇り、世界的にも人気が高い「獺祭」。そんな銘酒を生み出したのは山口県の山奥にある倒産寸前の酒蔵でした。常識破りの酒造りに挑んだ旭酒造株式会社の桜井博志氏に話を伺いました。

他と違うことをする 逆張りの発想で「獺祭」が誕生

旭酒造は“負け組の酒蔵”でした。先代である父の急逝を受け、私が3代目の社長に就任したのは1984年のこと。当時は焼酎ブームなどの影響から日本酒業界は右肩下がり、旭酒造も例外ではなく、売り上げは前年比85%、10年前と比べると3分の1にまで落ち込んでいました。

実は、私は大学を卒業して西宮酒造に勤務した後、20代半ばで家業に入りました。ところが、程なくして父と衝突し、クビを言い渡されています。だから社長として復帰するにあたっては、亡き父を見返すためにも盛り返してやろうという気概に満ちていました。

でも、売れないんですよ。山口県内はおろか地元の岩国市内でも4番手の弱小酒蔵でしたから、縮小する市場では相手にされなかったのです。先代の手法を踏襲して値引きをしたり、ノベルティーを付けたりしましたが効果はなく、廃業寸前にまで追い込まれました。ただ、手を尽くす中であることに気づいた。当時、旭酒造の看板商品は「旭富士」という銘柄の普通酒でしたが、ほんのわずかに純米大吟醸酒を造っていました。これだけは評判がよかったのです。

日本酒の消費量が高かった高度経済成長期は造れば造

Profile さくらい ひろし

1950年山口県生まれ。松山商科大学（現・松山大学）を卒業後、西宮酒造（現・日本盛）での修業を経て1976年に家業の旭酒造に入社。一度退社し、石材卸業の会社を興すも、父の急逝を受けて1984年に旭酒造の代表取締役社長に就任。1990年に純米大吟醸「獺祭」を開発。2000年には杜氏制を廃止し、データに基づいた酒造りを始め、現在獺祭は約30カ国で販売される。2016年に会長に就任。2023年4月にアメリカ・ニューヨークに酒蔵を設け、酒造りを開始した。著書に『勝ち続ける「仕組み」をつくる 獺祭の口ぐせ』（KADOKAWA）などがある。

るほど売れました。業界も消費者も「お酒は酔えればいい」という認識で、質よりも広告宣伝費を含む資本金や営業力が売り上げを左右していた。ところが焼酎やビールが台頭してきて選択肢が増えたことで、酔うための酒より味わう酒を求める消費者が増え始めていたのです。資本金のない負け組の酒蔵が他と同じことをやっても勝ち目はない。そこで純米大吟醸酒に特化した酒蔵へと舵を切り、1990年に「獺祭」が誕生しました。

常識の風穴を開け事業を成長へと導く

獺祭は現在、日本のみならず世界約30カ国に輸出されています。山口の山奥にある廃業寸前だった酒蔵がなぜこのような日本酒を造れたのか。私は「逆境」こそが獺祭を生み出したと思っています。

そもそも純米大吟醸酒は「幻の日本酒」といわれていました。米と米麴を原料とし、精米歩合（玄米を精米して残った部分の割合）を50%以下にした純米大吟醸酒は、原料や精米歩合の決まりがない普通酒に比べると手間がかかり、安定した量産が難しいからです。そんな酒を造ろうというわけですから周囲はみんな懐疑的でした。

まず、酒どころの新潟や広島が米どころでもあるように、いい日本酒にはいい酒米が重要ですが、山口では良質な酒米が手に入りにくかった。米の仕入販売を仕切る

県の農業団体に生産を掛け合っても、見通しが立たないからと相手にされません。そこで地域のしがらみを超えて生産者を開拓し、酒米の最高峰とされる山田錦を直接仕入れました。

しがらみは販路にもありました。当時、地酒は地元で流通するのが一般的で、販売店では1番手、2番手の酒蔵が優先されます。だから私は東京進出を目指したのです。「地元を捨てるのか」などといわれることもありましたが、負け組にとってはレッドオーシャンの地元よりも、市場が大きい東京のほうが受け入れられる可能性があると考えました。

幸い大学の先輩の紹介で地酒を扱う飲食店に置いてもらえたのを機に、東京での販路を開拓。そして1992年に発売した精米歩合23%の「獺祭 磨き二割三分」が話題となり、市場が拡大しました。当時の吟醸酒は24%が最高だったので、それを上回る日本一の酒を造ったのです。これも、他がやらないことをやろうという負け組の発想です。

窮地に立たされたときこそ 飛躍のチャンスと捉えよ

しかし、最大の問題は造り手にありました。従来の酒蔵は杜氏が酒造りを取り仕切り、蔵元は販売に専念します。杜氏の多くは農家で、農閑期になると部下を連れて酒蔵に来る、いわゆる季節労働者です。純米大吟醸酒に特化すると決めてから、私は杜氏に味や品質などさまざまな要望を出しましたが、それまですべてを任されていた彼らにしたらやりにくいようで、なかなか要望に応じてくれません。

そのような状況の中、ビール事業で失敗して2億円もの負債を抱えてしまった。日本酒は基本的に冬に仕込むため、夏の収入を確保しようと始めた新事業でした。当時の年間売上高を超える負債でしたから倒産すると思ったので、杜氏が辞めてしまいました。残ったのは私と3人の社員だけ。しかし、これが大きな転機となります。

実はその数年前から自分でも酒を仕込めないかと研究を重ねていました。そして、精米歩合や温度などをデータ化してマニュアルに落とし込めば可能だとわかった。酒造りには勘が重要だといわれますが、天才とうたわれる杜氏の頭の中にはデータがぎっしり詰まっています。圧倒的なデータがあるからこそ勘が生きていくのです。

2000年、私たちはデータを活用してみずから酒造りを始めました。杜氏が去ったことで妥協せず、おいしい



日本酒市場に驚きを与えた「獺祭 磨き二割三分」



ニューヨークに進出した酒蔵「DASSAI BLUE SAKE BREWERY」

酒を追求できるようになった。やがて年間を通して酒を造る四季醸造も開始。これも常識を破る取り組みでしたが、温度管理ができれば冬でなくとも酒は造れるのであり、これで安定生産が可能となりました。獺祭はデータ化することで杜氏の伝統技術の再現に成功したといわれています。しかし、従来の慣習や技術では満足のいく酒が造れないから新しいビジネスモデルを確立したというのが本質です。

現在、旭酒造では200人の蔵人が酒造りに携わっています。社長就任時に1億円で満たなかった売り上げは、2022年度には165億円を計上。そのうち43%が海外輸出によるもので、これは国の日本酒輸出総額475億円の15%を占めています。国内市場が縮小する中、より広い市場を求めて展開してきた結果だと思っています。

2023年4月にはアメリカのニューヨークに酒蔵「DASSAI BLUE SAKE BREWERY」が完成しました（9月に正式オープン）。世界最大規模の料理大学「カリナリー・インスティテュート・オブ・アメリカ（CIA）」から打診されたのがきっかけです。同国の酒類市場における日本酒のシェアは0.2%しかなく、難しいと思われるかもしれません。しかし、見方を変えればシェアを広げる余地があるということ。もちろん製造に関する法律の違いなど課題もありますが、シェアが小さいぶん凝り固まった慣習がなく、大きな市場も近い。日本ではできない取り組みにも挑戦できるので、日本の酒造りにもよい影響を与えられるのではないかと期待しています。今後は現地での山田錦の生産も進める予定です。

窮地というのは、見方を変えればチャンスになります。コロナ禍で飲食店が閉まり、輸出が止まったときも同じで、山田錦を食用米や消毒用エタノールに加工して販売したことが需要とマッチし、結果として売り上げは増加しました。ただ、現状を認めなければ原因も打開策も見えてはこない。負けを認められる強さが、逆境を乗り越える力となるのです。そして、それを繰り返していくことが、企業が伸びる秘訣なのだと思います。

国内投資促進で 日本経済復活へ

環境対応への投資主体で 実体経済は成長する

東京大学名誉教授 経済学者 **伊藤 元重氏**



国内景気はいまだ不透明な状況となっています。しかし経済学者の伊藤元重氏は、3月の弊社オンラインセミナー（本誌6月号に掲載）において「2024年に物価高は落ち着く。また環境問題解決への投資が活発となり景気は底堅い動きとなる」と分析しました。今回、そのアフターフォローとして再び伊藤氏が登壇。改めて日本経済の見通しについて解説していただきました。

株価急落後の資産価格上昇は 金融政策によって促された

2020年のコロナショックにより、日経平均株価は2万3,000円台から一気に1万6,000円台まで下落しました。日本だけでなく世界的な株価急落です。

一般的にいわれていることですが、金融危機が起こると、名目GDPが危機前の水準を取り戻すためには、10年近い時間を必要とします。たとえば2008年のリーマンショック後、危機前の水準を取り戻したのは2017年でしたし、1998年の金融危機に至っては、20年近い時間をかけてようやく取り戻したのです。

そのため、コロナショックで株価が急落したときは、このまま放置しておけば確実に金融危機が起こるといった危機感が高まり、各国政府・中央銀行は大胆な財政政策、金融政策を打ち出しました。

結果、日本を例にすれば、2021年には日経平均株価が3万円台に回復してきましたし、不動産価格も上昇傾向をたどっています。金融緩和は、株価や不動産価格など資産価格の上昇につながる好例といってもよいでしょう。

このような金融緩和による資産価格の上昇を、金融政策相場といいます。金融緩和によって株価や不動産価格は上昇しましたが、実体経済まで活性化したかどうかは、若干微妙な状況にあります。現状において、思った以上にインフレが強く、日銀はイールドカーブコン

Profile 伊藤 元重氏

1974年東京大学経済学部卒業。1979年米ロチェスター大学経済学博士号取得。専門は国際経済学。東京大学大学院教授を経て2016年4月から2022年3月まで学習院大学教授。2016年6月から東京大学名誉教授。また、2013年より6年間にわたり経済財政諮問会議の議員を務める。その他、復興推進委員会委員長、公正取引委員会独占禁止懇話会会長、気候変動対策推進のための有識者会議座長などの要職を歴任し、政策の実践現場で多数の実績を有する。著書に『入門経済学』『ゼミナール現代経済入門』など多数。

ロール^{※1}の幅を広げて、これに対応しています。

こうして金融政策相場の効果が徐々に薄れていくと、株価や不動産価格にとってはネガティブな影響が懸念されます。だからこそ、この局面で注視しなければならないのは、金融政策相場から実体経済相場にシフトするかどうかということです。

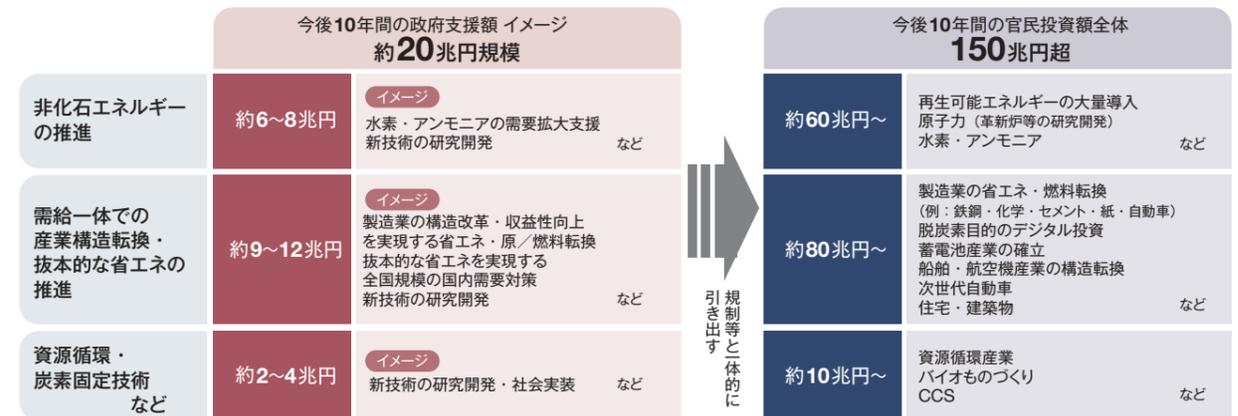
実体経済が成長するためには、ひとまず消費や投資が増えなければなりません。今後、金融緩和政策が正常化に向けて動くのだとしたら、財政政策による景気刺激が必要になってきます。

これは日本だけではなく、米国や欧州など先進国共通の流れでもあります。たとえばEUの「欧州グリーンディール」は、300兆円規模ともいわれる予算を確保し、政府が大胆な景気刺激策を行っています。また、2022年8月に成立した米国のインフレ抑制法は、再生可能エネルギー分野やEV分野への投資を誘導することを目的として、政府が巨大な規模の財政支援を行います。

このように、財政政策を駆使して民間投資を加速させ、マクロ経済を刺激するというのが、世界的な潮流になっているのです。日本も公共事業で需要を増やす、減税で消費を刺激する、ということだけでなく、民間投資を誘発させるような財政政策を講じることが肝心です。その一環として、日本政府がこれから推進させていくのが前回のセミナーでも述べたGX（グリーントランスフォーメーション）^{※2}であり、その成果には大いに期

※1 長期金利と短期金利の誘導目標を操作し、イールドカーブを適切な水準に維持すること。イールドカーブとは、債券の利回り（金利）と償還期間との相関性を示したグラフ。

図 政府はGXを目的に150兆円超の官民投資を掲げている



(出所) 経済産業省「GX実現に向けた基本方針(案)について」(2023年2月)より

待したいところです。

財政運営には好ましいインフレ

積極財政を行うと、国債の利回りが上昇して財政運営にはマイナスではないかという意見もあります。ただ、金利上昇といっても国債に対する信認低下で上昇するのか、物価上昇と経済拡大の中で上昇するのかを整理して考える必要があります。

というのも後者であれば、むしろ財政運営にとってプラスだと考えられるからです。具体的な数字をあげると、2022年度中における日本政府の税収は前年度比で6.1%増でしたが、その主因はインフレです。物価が上昇すると名目上の個人所得、名目上の企業収益、消費額が増えるので、所得税、法人税、消費税のいずれもが増加するのです。

国民からすれば決してありがたい話ではありませんが、穏やかなインフレのほうが財政運営はしやすくなります。したがって今の環境は、方向性さえ間違えなければ、マクロ経済的には好ましい環境にあると考えられます。

創造的破壊を恐れず投資を

ここでもう一つ大きなポイントになるのが国内投資です。いくら政府が財政政策を積極的に行っても、民間の投資を促さなければ意味がありません。

国内投資の主体は大きく3つ考えられます。国内企業とスタートアップ、外資系企業です。

国内大企業はこれまで海外投資を積極的に行ってきました。それをどうやって国内に回帰させるかがポイントで、そこでGXおよびDXが重要になってきます。

GXでは、岸田政権が20兆円のGX移行債を発行して資金を調達するほか、さらに今後10年の間に官民合わせて150兆円規模での投資を促進することを打ち出して

※2 化石燃料をなるべく使わず、太陽光発電・風力発電などクリーンなエネルギーを活用していくための変革やその実現に向けた活動。

います(図)。

またDXでは数年の間に大がかりな半導体投資が行われる予定です。現に台湾の半導体メーカーTSMCが九州で1兆円規模の投資を行っていますが、それに付随して国内企業によるさまざまな投資も同時に行われます。円安も後押ししていると思われるのですが、DX関連の投資が加速していくことでしょう。

次にスタートアップについて、米国では順調なスタートアップ投資も、日本ではうまくいっていません。これを何とかしなければならないということで、政府は今、どこまで資金を入れられるのか、人材をどれだけ振り向けられるのか、そして投資促進への出口戦略としてIPO(新規株式公開)だけでなくM&A(合併・買収)にも広げていけるかなど、さまざまな検討を行っています。

そして、TSMCのような外資系企業による日本への投資が、今注目されています。これまで諸外国の企業は、多くが中国への進出を積極的に展開してきたのですが、地政学リスクの高まりもあって難しくなっています。そのためベトナムやインド、インドネシアなどへの投資を加速させているわけですが、モノによっては日本に生産拠点を移転させる動きも出てきています。特に高付加価値型の半導体製造などは、その代表例といってもよいでしょう。

これらの国内投資は、従前の日本の企業秩序を破壊する要素を多分に有しています。デジタル化によるDXをはじめ、GXの分野でもガソリン車を廃してEVへの転換を図るなど、まさに創造的破壊といっても過言ではないでしょう。それを恐れることなく、既存の秩序にとられない投資をどこまで行えるか、そこに日本経済の明るい未来への接点があると考えます。

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>





2023年 都心オフィスの価値は上がったか

パンデミックから3年、 “東京一極集中”と“オフィス不要論”の行方

都市政策専門家
日本テレワーク学会 会長 **市川 宏雄氏**

コロナ禍の初期には、東京を離れる人が増え「東京離れ」が進んだといわれました。加えて在宅勤務の普及でオフィスの在り方も問われるようになりました。コロナ禍の始まりから3年余り経った今、東京の不動産の価値やオフィスのトレンドはどう変化したでしょうか。都市政策の専門家であり、日本テレワーク学会の会長でもある市川宏雄氏に解説いただきました。

コロナ禍で“東京一極集中”は終焉したのか

コロナ禍に見舞われていた2021年、東京都で26年ぶりに人口減少が起きました。これを受けて、「これから地方の時代だ」「東京一極集中は終わった」という論調が目立ち始めました。

東京圏（埼玉・千葉・神奈川を含む1都3県）ではコロナ以前から、他県からの転入者数から転出者数を差し引いた「転入超過数」が増加傾向にありました。2015年頃からは、ちょうど安倍政権の地方創生政策が推進されていた時期にもかかわらず、転入超過数はさらに増え、2019年には東京都の推計人口が初めて1,400万人を超えるまでになりました。それが2021年には、一時1,400万人を切ったのです。

ただし人口減少の内訳は、地方流出というより、外国人が母国に帰国したことや出生数が減ったことが中心でした。2022年後半からは、東京の人口は再び増加し始めました。オイルショック、バブル崩壊、リーマンショックでも、東京では一時的に人口が減少したものの、時期を過ぎれば再び回復してきました。

こうした現象は、東京という都市の価値・魅力による

Profile いちかわ ひろお

1947年東京都生まれ。早稲田大学理工学部建築学科、同大学院博士課程（都市計画）を経て、ウオータールー大学大学院博士課程（都市地域計画）を修了。1997年、明治大学政治経済学部教授に就任。専門は都市政策やテレワークなど。「世界の都市総合力ランキング（GPCI、森記念財団）」主査。日本テレワーク学会会長のほか、大都市政策研究機構理事長、日本危機管理防災学会会長も務める。『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）など著書多数。

ところが大きく、一極集中はもはや避けられません。これは東京に限った話ではありません。ロンドンやパリもまた同様で、各国第一の都市に人が集まることは中央集権型国家の宿命であり、その背後に第3次産業の飛躍的な発展があることも、共通の現象といえます。

地価にもその流れは見て取れます。東京23区公示地価の前年変動率は、2020年には住宅地で4.6%、商業地では8.5%のプラスでしたが、2021年にはいずれもマイナスに転じています。しかし2022年には早くもプラスに回復し、2023年には住宅地で3.4%、商業地で3.6%まで上昇しています（図）。

オフィス回帰が進み床面積も拡大傾向

東京の不動産市場の安定を支えているのは、いうまでもなく海外からの投資であり、コロナ禍の中でも、東京は世界から大きく注目されていました。しかしながら東京では現在、建築単価の上昇や建築資材の不足などが原因で不動産の供給が減っており、この状況が2026年頃までは続くといわれています。そのため、不動産都市別投資額ランキングで2020年にはパリ・ロンドンに次いで第3位だったのが、2022年上半期に25位までランクを落としています。とはいえ、投資額でいえば前年まで

と同水準を維持しています。

もっとも、この供給不足も一時的な問題です。東京都心部では、特区を活用した大規模プロジェクトが11カ所で進んでいます。ほかにも都心の6キロ圏内ではつねにどこかで開発が行われている状況で、これだけ全域にわたって新たなオフィスの供給が進められている都市は、世界でも例がありません。

このように東京都心のオフィスを取り巻く状況は刻々と変化しており、その動向には次のような特徴があるといえます。

都心部のオフィス人気は根強く その価値は健在

①働き方の変化・多様化から、

新規賃借・賃借面積拡大の意向が高まっている

コロナ禍の影響が最も深刻だった2020年、企業では在宅勤務の導入が一気に進みました。サテライトオフィスやコワーキングスペースなど、新たなワークプレースの台頭もあって、「オフィス不要論」が飛び出す事態にもなりました。

しかし現在、「コロナ収束後も在宅で働きたい」と考える人が少なくない一方で、企業側では、オフィス回帰を推進する動きが強まっています。サテライトオフィスなどの利用は知られるようになったとはいえ、導入している企業は1割程度にとどまっています。

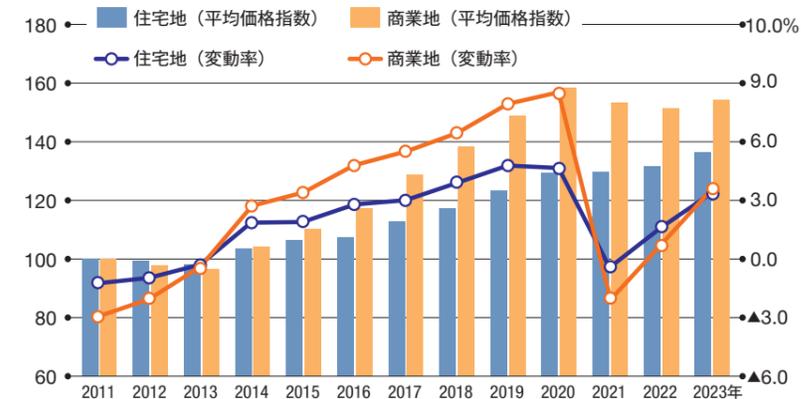
興味深いのは、オフィスに求められる条件が以前とは変わりつつあることです。「優秀な人材の確保」「企業ステータスの向上」「環境配慮」など、対外的な信頼度や好感度を得る手段としてオフィスの存在を捉える傾向が目立ちます。

加えて、オフィスに期待する効果として「社内コミュニケーションの強化」や「オープンイノベーション」、「新たな顧客接点の創出」などをあげる企業が多いのも特徴です。そのため床面積を増やす動きが顕著で、オフィスを交流の場として機能させることが新たな潮流となっていることがわかります。

②当面はオフィスビルの「大規模化」が進む

23区内においては、築20年未満では延床面積5,000坪以上の大規模オフィスが圧倒的に多いという特徴があります。この傾向は今後も変わらず、特に向こう5年間のオフィスビル供給に関しては、事務所延床面積10万

図 東京23区公示地価 平均価格指数および変動率(用途別)



(注) 平均価格指数は2011年の平均価格を100とした数値
(出所) 国土交通省「地価公示」データを基に市川氏作成

m²（約3万坪）以上の物件が高い割合を占めていることがわかっています。

③主要ビジネスエリアやハイグレード物件の 空室率は、下がる兆し

都心5区（千代田・中央・港・新宿・渋谷）のオフィス空室率は、5~6%ほどです。コロナ前には2%程度でしたが、むしろこの頃が特別だったのであって、現在の空室率はごく正常な範囲内です。

また空室は、築年数が長く小規模なオフィスに集中しているという実態があります。人気エリアの物件やハイグレード物件に限れば、相変わらずニーズは高く、今後空室率は下がっていくと予想されます。

④地域住民や来訪者に好まれる工夫が オフィスに求められ始めている

オフィスビルの1階を地域住民に開放するなど、地域との共生が一つのトレンドになっています。また、オフィスの中に育児ルームや仮眠ルーム、リフレッシュスペースを設ける事例も増えています。オーナーにとっては、今まで以上にテナント企業のニーズに応えたオフィス環境の整備が要求されます。

以上のような局面は、2027年頃までの見通しです。それ以降の情勢については、今後およそ5年の間にオフィス事情がどう変化するかによって変わってきますが、2028年以降にリニア中央新幹線の開業が予定されているほか、2030年以降にはJR羽田空港アクセス線の開通や「第2六本木ヒルズ」の竣工、日比谷や品川の大規模再開発の竣工などが控えています。東京一極集中の終焉もオフィス不要論も杞憂であるどころか、東京が世界のビジネスセンターとしてさらに発展するのは確実といえそうです。



不動産市場のマクロ分析 6-4. 人口動態の変化と不動産価格、 金融政策のモデル化

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**

人口動態と不動産価格の関係を、金融政策を含めてモデル化し、どのような国際的力学が働いているのかを考えてみましょう。これまでは日本とアメリカの関係を実証的に見てきましたが、ヨーロッパ・アジア・アフリカを含めたパネルデータ（同一の対象を継続的に記録したデータ）を使います。理論的なフレームワークで不動産価格のサイクルを見ようとすると、「クレジットサイクル（信用サイクル）」という循環を考えていく必要があります。

経済学者のラインハート教授とロゴフ教授は、長期間のデータを集めて「歴史マクロ」の視点からさまざまな発見をしてきました。また、米プリンストン大学の清滝信宏教授も、LSE（ロンドン・スクール・オブ・エコノミクス）時代の1997年に出した「清滝・ムーア」モデルの論文で、レバレッジ（テコの原理）エコノミーとデレバレッジ（過剰債務の削減）エコノミーのような問題について、信用サイクルの枠組みの中で基礎的な理論を提案しています。

ベビーブーマーが住宅市場に入ってくる時や、生産年齢人口が増えている時代は、「人口ボーナスの時代」といわれ、これによって物事を楽観的に見ていく傾向が強くなります。しかし、1991年に不動産バブルが崩壊したのち、日本の生産年齢人口は1995年をピークに減少し始めて、悲観的な要素が社会を支配するようになります。

経済の成長と不況の長さは、実はこのような見方で説明することができます。地価や住宅価格などのさまざまな変動を読み解くためのヒントになります。経済学者のグレゴリー・マンキュー教授らが本誌8月号の本連載で紹介した「アセットメルトダウン（資産崩壊）」の仮説を出したのも、悲観的な要素をかなり引きずっているといえます。

楽観的な予測によって過剰資本が発生？

さらに同記事では、人口予測は非常に正確に行うことができ、住宅供給を弾力的に調整できれば、不動産価格の暴落は起こらないという説明をしました。しかし今日、日本において大量の空き家や所有者不明土地が、なぜ生まれてしまうのでしょうか。

その理由として考えられるのは、楽観的な要素があったのではないかということです。1人の女性が一生の間に産む子供の数を示す合計特殊出生率（15～49歳までの女性の年齢別出生率を合計したもの）が2を下回ると、人口は減少していきます。1975年に合計特殊出生率は2を切りましたが、政府は再び2を超えて復活するとのシナリオで人口予測を行ってきました。1986年に1.8を割り込んでいる状態でも

2に戻るとの予想が立てられ、常に楽観的に将来を予測してきました。

このような楽観的な予測に基づいて社会・経済活動が行われると、何が起るのでしょうか。過剰資本が発生する可能性が出てきて、将来の「完全予見」に基づく供給の調整が行われず、結果として「アセットメルトダウン」が起こる可能性が出てきます。そう考えると、「合計特殊出生率の予測が、常に楽観的に行われたこと」が「今の混乱をもたらしている」という過言ではないかもしれません。

割引現在価値モデルで不動産価格を推計

住宅価格を、現在価値モデルを使って、将来家賃の割引現在価値であると考えてみましょう。ここでは実質と名目を区別するためにインフレ率を加味します。

不動産価格を数式に表すと、さまざまな要素によって説明することができます。家賃に相当するのが、生産年齢人口1人当たりの実質GDPになります。1人の労働者がどれだけの利益、つまり付加価値を生み出しているのかを表します。さらに金利の要素と、人口要因として「総人口」「若年人口依存比率」「高齢人口依存比率」が加わります。

この数式から不動産価格の変動は、需要と供給によって決まる家賃の影響もありますが、それ以上に割引率の影響が強いことがわかります。この割引率が、子供が多い社会と高齢者が多い社会では違った効果を生み出すことになります。

数式から導いた予測値に対して、実績値と予測値の予測誤差も重要になってくるので、この拡張モデルとして予測誤差を加味したモデルを使った複雑な式で推計しました。分析対象は17カ国で、アジア3カ国、カナダ、アメリカ、南アメリカ、ヨーロッパ11カ国です。

推計結果を見ると、インフレ率のパラメーターが1ですから、貨幣錯覚（名目値で判断すること）が起こってないことがわかります。1人当たりのGDPが大きくなると不動産価格が押し上げられ、金利が上昇すると不動産価格が押し下げられます。

日本では、総人口が減少していますが、総人口が伸びればパラメーター1.15で地価は上昇していきます。子供の数が増えれば、将来に対する期待が高くなり、割引率が小さくなることで地価を押し上げる。一方で、高齢人口依存比率が高くなると地価を押し下げるといふ効果があるとわかります。

<https://100years-company.jp/column/article-000572/>



ダイジェスト
注目コラムをピックアップ！



ビジネス心理学を学ぶ

5選

人を動かし、人を導く「心の性質」を知る

「経営心理学」と聞くと、会社や事業、ビジネスに関する心理学を想像するが、著者はそれに加えリーダーが自分を律するための心理学の意味を持たせている。ビジネスの経営と自分の心の経営はリンクしており、そのことに気づくと人との関係に変化が生まれるという。

著者は、公認会計士・税理士でありながら、心理カウンセラーとしても活躍している。経済活動の背景には人の心や感情の動きという要素が存在し、売り上げや組織のパフォーマンスを上げるには、顧客や社員の心や感情を理解する必要がある。心理学の専門知識や深い洞察を持つことでより高い効果を発揮できるというのだ。

実際、高い影響力を發揮し、優れた実績を残しているリーダーは、人の心についての感性が高く、そこで感じたことをみずからの発言や行動に反映させ、リーダーとしてふさわしい振る舞いをとっている。

著者は、人への影響力は、信頼度の高さに比例することを強調する。たとえば、人に対して何かを伝えようとする場合、「何を伝えるか」よりも、「誰が伝えるか」のほうが、相手の心にはるかに大きな要因になる。そのため、リーダーはまず相手の心理を知り、そこに入り込んで、つねに信頼を得るための行動をすべきだと語る。

その例として、ガッツ石松や井岡弘樹らプロボクシング世界チャンピオンを育てたトレーナーのエドワード・タウンゼントをあげる。彼は勝った選手への称賛よりも、負けた選手に対するケアを優先した。また、「ボクサーはやめた後の人生のほうが長い。無事に家に帰してあげることも私の仕事だ」といって、リングにタオルを投げるタイミングはどのトレーナーより早かった。そのような言動や行動により選手たちから厚い信頼を得て、6人もの世界チャンピオンを育て上げた。

本書では、心理学のほか脳科学、集団力学などを用いて人の心のメカニズムを解説。解説の締めとして、経営やビジネスを行う上でポイントとなる「心の性質」と名づけた50の教訓をあげる。

たとえば、有名なマズローの欲求5段階説を進化させた新しい学説に基づいて、人間が持つ根源的な欲求を解説し、最後に「何歳になっても成長の跡を褒めてほしいという気持ちは変わらない」（心の性質6）と指摘する。

また、恐怖や不安などのストレスを感じた際に分泌されるノルアドレナリンという脳内物質を引き出して「火事場の馬鹿力」を發揮させることも、実は心理学を使ったマネジメントの一つになるというのも興味深い。

心の性質38では、なぜリーダーはビジョンや目標を掲げる必要があるのか、「類似性の法則」などの心理学を解説した上で、「ワクワクする未来のイメージによって人は大きなエネルギーを得ることができ、そのエネルギーを得るためにワクワクする未来を掲げる人の下に集まる」と結ばれる。スタートアップの経営者は特に意識すべきところだろう。50の「心の性質」を頭の中に置いてマネジメントすることで、新たな視点が生まれてくるに違いない。



1 『リーダーのための経営心理学 人を動かし導く50の心の性質』
藤田 耕司 著/日本経済新聞出版/1,980円（税込）

●そのほかのおすすめ書籍

- ビジネスに関する世界最先端の心理学研究100本のエッセンス
- 2 『ビジネス心理学の成功法則100を1冊にまとめてみました』
内藤 諒人 著/青春出版社/1,650円（税込）
- ビジネス心理学に基づく販促テクニックや営業術を100項目紹介
- 3 『心理マーケティング100の法則』
酒井 とし夫 著/日本能率協会マネジメントセンター/1,650円（税込）
- お客様の「不合理な選択」の法則を読み解く新しい「プライシング戦略」
- 4 『価格の心理学』
リー・コールドウェル 著/日本実業出版社/1,760円（税込）
- 科学的エビデンスに基づく「リーダーシップの新しい教科書」
- 5 『武器としての組織心理学 人を動かすビジネスパーソン必須の心理学』
山浦 一保 著/ダイヤモンド社/1,650円（税込）



ガラス張りファサードが特徴! 進化を続ける渋谷エリアに立つ 将来性も豊かなビジネス拠点

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。

4階



VORT渋谷II

アピール
ポイント

資産性を高めるバリューアップ工事も順次進行中

海外にも広く認知されています。その一方で、現在は100年に1度といわれる「渋谷」駅周辺の大規模再開発などが進み、ビジネスエリアとしても発展を遂げています。渋谷駅桜丘口地区や東急百貨店本店跡地などの再開発に加え、東急・相鉄直通の新横浜線開通により新幹線へのアクセスも向上するなど、一層の飛躍が期待されています。ショップや飲食店が軒を連ねる繁華街を抜けた宇田川町エリアに立地する本物件。周辺には大手IT企業などが集積しており、物販・飲食ばかりでなく高いビジネス需要にも対応しています。白を基調としたガラス張りのファサードが特徴で、さらに外装や共用部をはじめ、各フロアの水回りなどのバリューアップ工事も順次進められています。つねに変貌を続ける渋谷にあって将来性の高い「VORT渋谷II」を、ぜひご検討ください。



バリューアップ後のエレベーターホール (イメージ)



アクセス

- *半蔵門線・副都心線・田園都市線・東横線「渋谷」駅まで徒歩6分
- *井の頭線「渋谷」駅まで徒歩8分
- *JR各線・銀座線「渋谷」駅まで徒歩9分

■名称/VORT渋谷II●所在地/東京都渋谷区宇田川町10番3号●構造/鉄筋コンクリート造陸屋根地下1階付き9階建●用途地域/商業地域●敷地面積/527.65㎡ (159.61坪) ●延床面積/3,022.33㎡ (914.25坪) ●土地権利/所有権●総戸数/8戸 (事務所: 7戸 店舗: 1戸) ●販売戸数/3戸 (事務所: 3戸) ●基準階 (4~7階) 専有面積/320.46㎡ (96.93坪) ●築年月/2006年8月 新耐震基準適合●施工/鹿島建設●管理/[全部委託][巡回] (株)サイマックス●基準階 (4~7階) 管理費197,724円 (月額) ●基準階 (4~7階) 修繕積立金156,385円 (月額) ●設備/エレベーター3基●駐車場/8台●現況/空室なし●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。 ※徒歩分は1分=80mとして換算したものです。 ※掲載の情報は2023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: 2023年11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

都心の潇洒な高級住宅地からビジネスエリアへ
発展を遂げる麹町に立つ2つのビジネス拠点
最寄り駅徒歩1分のアクセスも魅力!
ハイスペックな中規模オフィスビル

Vortex
実需販売物件の
ご案内

VORT麹町III



(2022年5月撮影)

基準階
2~8階



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。

アクセス

- *有楽町線「麹町」駅まで徒歩1分
- *半蔵門線「半蔵門」駅まで徒歩4分
- *南北線・有楽町線・半蔵門線「永田町」駅まで徒歩7分
- *銀座線・丸の内線「赤坂見附」駅まで徒歩10分
- *JR各線「四ツ谷」駅まで徒歩10分
- *丸の内線・南北線「四ツ谷」駅まで徒歩11分

■名称/VORT麹町III●所在地/東京都千代田区麹町三丁目2番地9●構造/鉄骨造陸屋根12階建●用途地域/商業地域●敷地面積/334.46㎡ (101.17坪) ●延床面積/2,867.18㎡ (867.32坪) ●土地権利/所有権●総戸数/11戸 (事務所: 11戸) ●販売戸数/3戸●基準階 (2~8階) 専有面積/224.43㎡ (67.89坪) ●築年月/2018年3月 新耐震基準適合●施工/ (株)熊谷組●管理/[全部委託][巡回] (株)カシワバラ・デイズ●基準階 (2~8階) 管理費131,068円 (月額) ●基準階 (2~8階) 修繕積立金87,304円 (月額) ●設備/エレベーター2基●駐車場/6台●現況/空室あり●引渡し/相談●取引態様/売主



アクセス

- *有楽町線「麹町」駅まで徒歩1分
- *半蔵門線「半蔵門」駅まで徒歩6分
- *南北線・有楽町線・半蔵門線「永田町」駅まで徒歩8分
- *JR各線「四ツ谷」駅まで徒歩8分
- *丸の内線・南北線「四ツ谷」駅まで徒歩9分
- *銀座線・丸の内線「赤坂見附」駅まで徒歩10分

■名称/VORT紀尾井町●所在地/東京都千代田区麹町四丁目5番地21●構造/鉄骨造陸屋根13階建●用途地域/商業地域●敷地面積/384.38㎡ (116.27坪) ●延床面積/3,342.19㎡ (1,011.01坪) ●土地権利/所有権●総戸数/12戸 (事務所: 12戸) ●販売戸数/5戸●基準階 (3~13階) 専有面積/234.11㎡ (70.81坪) ●築年月/2019年1月 新耐震基準適合●施工/前田建設工業●管理/[全部委託][巡回] エス・シー・ビルサービス●基準階 (3~13階) 管理費136,487円 (月額) ●基準階 (3~13階) 修繕積立金81,237円 (月額) ●設備/エレベーター2基●駐車場/10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。 ※徒歩分は1分=80mとして換算したものです。 ※掲載の情報は2023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: 2023年11月9日

VORT紀尾井町

基準階
3~13階



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。



(2023年6月撮影)

中小企業経営者のみなさまへ ホールディングスを活用した事業承継の勘所

参加費
無料

オンライン 2023年11月28日(火) 15:00~16:20

オーナー企業による不承継リスクが立つ昨今ではありますが、オーナー企業の強みを維持し、事業承継を成功させている中小企業は多く存在します。本セミナーでは、事業承継の選択肢としてM&Aを選択した企業内・社内の事業承継を成功させるために重要な「オンライン活用」について、株式承継対策、経営承継対策の両面から、事例を交えて勘所についてお伝えいたします。

▶このような人におすすめです

- ①すでにホールディングスを設立しているが、うまく活用できているか不安である。
- ②株式承継・経営承継について、具体的に検討をはじめの必要がある。
- ③事業承継についての情報を集めておきたい。

お申込 締切：11月27日(月) 12時まで

<https://bit.ly/469iaF4>



- ①上記URLまたは右記2次元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。

●オンラインセミナーご視聴に関するご案内

- ・視聴用URLの第三者への転送は固く禁止いたします。
- ・セミナー中の録画・録音・写真撮影はご遠慮ください。
- ・また、セミナーコンテンツ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固く禁じます。
- ・お申込時にご申告いただいた個人情報は、弊社の個人情報保護方針に則って適切に取り扱わせていただくとともに、情報は参加者名簿の作成に利用させていただくほか、共催・協力・協議・各登壇企業への名簿の共有、弊社が運営するメールマガジンの配信、アンケートで希望したほかのセミナーへの参加登録に利用させていただく場合がございます。下記個人情報保護方針は必ずご確認いただき、お申し込みください。

第1部
15:00~16:00

プログラム



首藤 迅亜 (しゅとう はやつく) 氏

株式会社Esネットワークス
コンサルティング事業部 マネージャー

経営者のご意向にあわせた事業承継計画の策定、事業承継に係る資本政策・組織再編の立案および実行支援、後継者および次期幹部候補の育成支援、次世代の経営体制の構築などに従事し、主に中堅中小オーナー企業の経営者および後継者の支援を行っている。金融機関への出向経験もあり、金融機関、商工会議所をはじめ多方面でのセミナー講師実績も多数。経営者に寄り添うスタンスでのコンサルティングには定評があり、事業承継に関与した企業数は300社を超える。

第2部
16:00~16:20

事業継続のための不動産戦略

松村 悦子

株式会社ボルテックス マーケティング部
セミナー推進課 チーフコーディネーター



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

ケートで希望したほかのセミナーへの参加登録に利用させていただく場合がございます。下記個人情報保護方針は必ずご確認いただき、お申し込みください。

■株式会社ボルテックス：「個人情報保護方針」

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

- ・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。
- ・競合、同業者の方からの本セミナーへの参加がふさわしくないと弊社が判断した際には、参加をお断りさせていただく場合がございます。

マンションワンストップサービスを展開するリノベるへ出資

～さまざまなアセットタイプの不動産をリノベる事業を開発～

弊社はこのたび、国内トップクラスのマンションワンストップサービス「リノベる。」を展開するリノベる株式会社（東京都港区、代表取締役 山下智弘氏）へ出資いたしました。

同社は、2010年の創業よりテクノロジーを活用した中古マンション探しとリノベーションのプラットフォームサイトとして「リノベる。」を構築し、お客様の本当にしたい暮らしに寄り添い続けています。これまでに5,500戸を超えるリノベーション住宅を提供しており、近年は法人向けのCRE戦略推進や有効活用ソリューションにも取り組んでいます。

オフィスビルを主軸とした事業を展開する弊社も、今後さまざま

なアセットタイプの不動産をリノベーション／コンバージョンして活用（もしくはバリューアップ利用）する際に、同社の個人／法人向けのリノベーションサービスから事業シナジーを得られることなどを想定し、このたびの出資を決定いたしました。

「区分所有オフィス」のパイオニアである弊社ならではのノウハウを活用し、さまざまなアセットタイプの不動産をリノベーション／コンバージョンする事業を開発し、よりよいサービスをお客様に提供していく予定です。

- ・リノベる株式会社公式サイト：<https://reoveru.co.jp/>
- ・「リノベる。」サイト：<https://www.reoveru.jp/>

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
ONLINE



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>

2023年10月25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、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。



Facebook



X (旧Twitter)

