

V-VALUE

Vortex Magazine No.119

Owner Interview

「行動する」メディアへ進化 新聞社の枠を超え、 北奥羽の 未来を創る

株式会社デーリー東北新聞社
代表取締役社長 広瀬 知明様

長寿企業 永続の法則

地方ゼネコンの常識を破り 合従連衡で日本の頂点を目指す

株式会社田名部組 代表取締役CEO 田名部 智之氏

Special Contents

人材交流とスポーツの力で 「豊かな社会」を創造する

株式会社Criacao 取締役 竹田 好洋氏

表紙：VORT虎ノ門east (仮称)

5

 vortex

100年企業戦略のボルテックス

Owner Interview

株式会社 **デーリー東北新聞社**代表取締役社長 **広瀬 知明 様**

青森県八戸市に拠点を置く地方新聞社、デーリー東北新聞社。1945年の創刊以来、「北奥羽」という独自の生活圏に深く根差し、80年にわたって言論を守り続けてきました。また、単なる報道機関にとどまらず、観光や生活支援など多角的な事業を展開し、地域コミュニティを支えています。自ら汗をかき「行動する」メディアへと進化を遂げる同社の代表取締役社長・広瀬知明様に話を聞きました。

「行動する」メディアへ進化 新聞社の枠を超え、北奥羽の未来を創る

「一斉摺り 勇壮」——。2月18日の「デーリー東北」の1面は、約800年の歴史を有する祭事「八戸えんぶり」の記事。春を呼び、豊年満作を願う祭りに沿道がにぎわう様子を、鮮やかなカラー写真とともに伝えています。

デーリー東北新聞社は、この八戸に本社を構える地方新聞社です。創刊は1945年12月。戦争から復員した政財界の有志が「新しい時代を迎え、この地域にも独自の言論機関が必要だ」と立ち上がったのです。戦争による荒廃と困窮の中、終戦からわずか4カ月で会社を興した先人たちのエネルギーに驚かされます。

他の地方紙にはないユニークな特徴は、青森南部、岩手北部の「北奥羽」を発行エリアとしていること。旧南部藩をルーツに持ち歴史・文化を共有するこの地域は、古くからヤマセ（冷たい偏東風）の冷害に悩まされてきた土地柄でもありました。

「米が育たないからこそ、経済の力でこの地域を豊かにしなければいけない。そう考えた創業者たちが自ら政財官の要人に働きかけ、産業誘致の必要性を訴えました。今日、八戸に新幹線や高速道路が通り、多くの産業が集積しているのは当時の活動が発端になっているのです」

県境を越えて北奥羽の公益を追求する——その同社の理念を象徴するのが、2000年代のドクターヘリの運航をめぐる報道です。「県境を越えたヘリの運航は前例がない」とする青森県に対し、「行政の境界線よりも地域住民の命のほうが重い」と広域運航の必要性を紙面で訴え続けました。その結果、現在は岩手や秋田へもヘリが飛び、多くの命が救われています。地域へのコミットメントに対する住民の信頼が、八戸市内で新聞購読世帯全体の8割を超える圧倒的な購読シェアにも表れています。

シニア支援から観光施設まで 「自ら汗をかく」コミュニティ事業

北奥羽地域の言論をつかさどるだけでなく、経済発展にもコミットする。その創業の精神は、今日にも受け継がれています。それが、報道機関の枠を超えた多種多様なコミュニティ事業の展開です。

2022年に立ち上げたシニア向け生活支援サービス「まごころサポート」では、新聞販売店と連携し、庭の草取りや部屋の掃除、買い物といった日常の困りごとに直接応えています。ほかにも旅行事業「デーリー東北た

びーぐ」、地域のサービスやイベントなどを紹介する会員制事業「デーリー友の会」、公共施設の指定管理など、生活のあらゆる領域を同社のサービスが支えています。

さらに2025年5月には、八戸の種差海岸^{たなかし}にレストランと宿泊を兼ねた複合施設「ミチル種差」を開業しました。「地域が誇る景勝地の観光を活性化するため、旅館の跡地を譲り受け、経営に乗り出しました。地元自治体や鉄道会社とともにPRに努めているところです」

なぜ「ペンの力」だけでなく、自ら汗をかいて事業を行うのか。その背景には、新聞業界が置かれている厳しい現状があります。人口減少やウェブへの移行により、購読料、広告、折込チラシの従来の収益モデルは大きく揺らいでいます。メディアとしての機能を維持し、言論の灯を守り続けるためには、既存の枠組みにとらわれない新たな収益の柱を築くことが不可欠でした。

「ただ、利益さえ出ればよいわけではなく、新聞事業を通じた地域とのつながりを損ねてはいけません。『デーリー東北がやるなら安心だ。応援しよう』と思っていただけの領域で、真に地域の困りごとを解決する。それが、当社が多角化を進めるうえでの絶対的な基準です」

ネット全盛の時代だからこそ 現場主義で「真実」を伝え続ける

ネットやSNSによって、誰もが膨大な情報にアクセスできる。自身も新聞記者出身の広瀬社長は、この時代における新聞ジャーナリズムの使命をこう語ります。

「ネット上に真偽不明の情報があふれる中、記者が現場へ足を運んで確かむ一次情報の価値は高まっています。何が真実なのか、物事の裏側を探り、伝えていく。それが、私たち地方メディアの存在意義です」

お客様ご紹介

株式会社 デーリー東北新聞社

代表取締役社長 **広瀬 知明 様**

1966年青森県八戸市生まれ。岩手大学卒業後、89年にデーリー東北新聞社入社。報道部長、コミュニティ事業局長、東京支社長、取締役新規事業推進本部長などを経て2023年より現職。趣味はアウトドアで、月1回はキャンプやトレッキングを楽しむ。最近読んだ本は『世界秩序が変わるとき』（齋藤ジン）など。「八戸には日本で3番目に古い図書館『八戸書籍縦覧所』が作られた歴史があり、『本のまち八戸』を推進しているんです」

<https://www.daily-tohoku.company/>

【所在地】〒031-8601 青森県八戸市城下一丁目3-12
【事業内容】日刊新聞の発行、書籍・雑誌等の出版販売、旅行業、芸術文化・スポーツ振興の事業等

その姿勢は、六ヶ所村から三沢市北部に至る「むつ小川原開発計画」に関する報道にも貫かれています。大規模開発を推し進めようとする国や県に対し、記者たちは現場に足を運び、地元住民のリアルな声に耳を傾けました。

「住民から聞いた強引な用地交渉の裏側を、正面から報じ続けました。国策だろうと何だろうと、地域の暮らしを脅かす不合理には断固として異を唱える。その闘う姿勢こそが、私たち新聞社が信頼される唯一の道だと信じています」

その情報の価値に見合う正当な対価を得るため、2026年3月からは電子版の有料化に本腰を入れます。地方メディアとしての生き残りをかけた挑戦でもありません。こうした「攻め」の経営を支える財務戦略の一環として活用しているのが、ボルテックスの「区分所有オフィス[®]」です。

「地価の底堅い東京の一等地に資産を持つことは、万が一の備えとしても心強い。本業にリソースを集中させながら、資産価値の向上を享受できるメリットを感じています」

2025年には創刊80周年の節目を迎え、元旦の紙面に、広瀬社長は次の宣言文を掲載しました。

「北奥羽の持続可能な未来のため、デーリー東北は『考え』『伝え』『行動する』ことを約束します」

この一文には、地域の言論機関として、そしてコミュニティハブとして北奥羽になくはならない存在であり続けるという、同社の決意が込められています。これからも、デーリー東北の挑戦は続きます。



ご保有物件のご紹介



VORT 京橋

5階（中央区 区分所有オフィス）

DATA

【専有面積】210.87㎡（63.78坪）
【最寄り駅】銀座線「京橋」駅 徒歩2分
有楽町線「銀座一丁目」駅 徒歩3分
浅草線「宝町」駅 徒歩4分
有楽町線「有楽町」駅 徒歩5分
JR各線「有楽町」駅 徒歩6分
JR各線「東京」駅 徒歩8分
銀座線・丸ノ内線・日比谷線「銀座」駅 徒歩7分
【構造】鉄骨・鉄骨鉄筋コンクリート造陸屋根地下1階付9階建
【総戸数】10戸（事務所8戸 店舗2戸）
【築年月】2007年6月 新耐震基準適合
【敷地面積】293.59㎡（88.81坪）
【延床面積】2,016.46㎡（609.97坪）

地方ゼネコンの常識を破り 合従連衡で日本の頂点を目指す

長寿企業
永続の法則

17

株式会社 田名部組

代表取締役 CEO 田名部 智之氏

1924（大正13）年、青森県八戸市で創業した総合建設会社の田名部組。100年の歴史の中で一時は存続の危機に立たされながらもV字回復を果たし、完成工事高では青森県1位を誇ります。積極的なM&Aで各地の建設会社をグループに迎え入れ、「日本一の地方ゼネコン」を目指す代表取締役CEOの田名部智之氏に、再建の歩みと独自の成長戦略をお聞きしました。

経営危機の中で託された 「好きにやれ、言い訳するな」

1924年、祖父・田名部政次郎が大工として独立したのが田名部組の始まりです。その年に八戸は未曾有の大火に見舞われ、中心市街地の8割が焼失しました。復興のために奔走する祖父の背中が、当社の企業理念「人と地域社会のために」の原点となっています。

二代目の伯父・田名部匡省は元国会議員で、農林水産大臣を務めた人物です。長男である伯父が国政に進んだ後、次男の父が会社を引き継ぎます。土木工事に事業領域を拡大して経営基盤を整え、公共事業の追い風も受けて完成工事高は青森県内1位にまで成長しました。

ところが、急成長した組織にはひずみが蓄積していました。社員教育も会議もなく、社長の一言ですべてが動く。組織図はあっても役職は名ばかりで、責任と権限は社長一人に集中していました。そこに公共事業の削減と過当競争の波が押し寄せ、売り上げはピーク時の73億円から15億円まで急落します。資金繰りも苦しくな

り、伯父も交えた話し合いで父が「もう会社を閉めよう」とこぼすところまで追い込まれました。

「おまえはどうしたい？」——そのとき、伯父が私の顔を見て問いかけました。私自身、まだやれることはあると感じていたので「会社をやらせてほしい」と即答しました。父は息子に何十億円もの借金を背負わせまいと止めたのですが、やらずに後悔するほうが嫌だったのです。

「好きなようにやれ。その代わり景気が悪いとか、ライバルがどうだとか、言い訳は一切するな」。伯父はそう告げました。こうして2006年、私は31歳で会社を引き継ぐことになりました。

とはいえ、周りの社員はほぼ全員が年上。しかも父と違って私には土木や建築の技術もない。「大親分が退いてバカ息子が継いだ。うちの会社も終わりだな」。そんな空気が社内に漂う中での船出でした。

「建設業はサービス業」 あいさつから始めた組織改革

「建設業はサービス業である」。改革の第一歩として社

員に伝えたのはこの言葉です。当時の田名部組は職人気質の強い社員が多く、技術はあっても礼儀やマナーといった教育がまったくなされていませんでした。お客様へのあいさつはしない、電話口で待たせるのは当たり前。現場の清掃すら行き届いていない。だから、幼稚園で教わるような「おはようございます」のあいさつと身だしなみの徹底から始めたのです。「俺たちをバカにしているのか」とベテランの社員からは猛反発を受けましたが、「私もやるからお願いします」と自ら現場を回り、誰よりも大きな声であいさつを続けました。

銀行に事業計画書を提出した際に「経営再建に向け何をやるのか」と聞かれ、「まずはあいさつから始めました」と答えたら、書類を1ページも開かずに投げ返されたこともあります。それでも自らの信念を曲げることはありませんでした。

下請け業者を「プロジェクトパートナー」と呼び、対等な関係で現場をつくらうと意識も変えていきました。高圧的に接していると、回りまわってずさんな工事や隠し事につながります。長く商売を続けるには、目先の利益より信頼を先に差し出す姿勢が不可欠だと考えました。ほかにもあいまいだった組織図を明確にし、役職に責任と権限を持たせ、決算情報も全社員に開示し……、ミラクルは一切なく、一般的な会社なら当たり前のことに、創業から80数年目にして、一つひとつ着手していきました。

この当たり前のことが、思いのほか早く結果に表れ始めました。あいさつが徹底され、現場の整理整頓が行き届き、発注者への対応が丁寧になったことで、工事成績の評価点が上がっていったのです。成績点の向上は入札でのアドバンテージになり、受注が増える。受注が増えれば、半信半疑だった社員も「社長の言うことを信じてみてもいいのかな」と変わっていく。たった1年足らずで、この好循環が回り始めました。こうした地道な積み重ねが実を結び、さらに数多くの改革を経て、2023年には完成工事高で県内1位に返り咲くことができました。

「社長、この20年間楽しかった。潰れそうな会社がここまで大きくなって、社長のやってきたことは間違いじゃなかった」。最後はグループ会社の社長を務めた古参の幹部社員が、退任の際にこう言ってくれました。社員の可能性を信じて教育に注力し続けてきたことが報われた——そう感じられた瞬間でした。

地方ゼネコンの「スクラム」で 自分たちが戦える土俵をつくる

ただ、私は「会社を潰さないために」社長になったわ

けではありません。就任した当初から抱いていたのは「この会社を日本一にしたい」との思いです。

とはいえ、当社のような地方ゼネコンがスーパーゼネコンと同じやり方で拡大しようとするのは現実的ではありません。一方で地方ゼネコンには、大手にはない独自の強みがあります。行政や住民との深いつながりを持ち、その土地で築いてきた信頼と実績、ブランドがある。この地域に根差した「土着力」を、全国各地の地方ゼネコンがそれぞれのエリアで有しています。

そこで私が考えたのが、各地の地方ゼネコンをグループに迎え入れる「合従連衡」の戦略です。例えば2020年に経営統合した中亀建設は岩手・盛岡において100年続く企業で、田名部組では取れない盛岡の工事を受注できます。人が足りないときはお互いに融通し合わせるのも、経営統合の大きなメリットです。大手が支店網を築いて行っていることを、それぞれに法人格を持つ地方ゼネコン同士がスクラムを組み、実現するのです。

さらに土木建築工事に必須の専門事業者をグループに組み込むことで、全国どこでも自前で施工できる体制を整えています。2021年に、型枠工事に強みを持つ新潟の竹田工務店をグループ化したのはその一例です。スーパーゼネコンとは「相撲とレスリング」のように競技そのものが違う。この土俵の上でなら、日本一になれると確信しています。

今日では八戸の本社だけでなく、東京、仙台、札幌へと拠点を広げ、東京ではRC造マンション施工で高い評価をいただくなど“外貨”を稼ぐ仕組みも確立しました。そこで得た原資を、グループ会社や協力会社社員を対象として、地域経済発展に向けて共に研鑽し合う人材育成事業「田名部塾」や、さらには地域のインフラ維持、街の再開発事業へと還元しています。

田名部組のグループ全体での売上高は約180億円。「東北ナンバーワン」はすでに射程距離に入っています。「強い選手が弱い選手をかばい、フォローする。どんな組織もこのスポーツチームの連携と同じだ」。札幌五輪でアイスホッケー男子日本代表の監督も務めた伯父は、生前この言葉を遺しました。地方ゼネコンの強みを結集し、お互いをかばい合うチーム力で、「日本一の地方ゼネコン」に向けた歩みを進めていきます。





CRIACAO SHINJUKU

新宿から「東京23区初」のJリーグへ 人材交流とスポーツの力で 「豊かな社会」を創造する

株式会社Criacao 取締役
竹田 好洋氏



東京・新宿をホームタウンとするサッカークラブ「クリアソン新宿」。Jリーグ昇格を目指した競技活動だけでなく、パートナー企業との共創による地域課題の解決や人材育成、ビジネスマッチングなどの取り組みでも注目を集めています。

勝利至上主義に偏りがちなプロスポーツの世界で、競技の枠を超えた人づくりや人材交流、街づくりに力を入れるのはなぜなのか。クラブを運営する株式会社Criacao取締役の竹田好洋氏に話を聞きました。

スポーツの力でパートナー企業の成長に貢献

世界一の乗降客数を誇る新宿駅を抱え、多くの企業や商業施設が集結する新宿区。クリアソン新宿は、この街をホームタウンとするJFL（日本フットボールリーグ）所属のサッカークラブです。チーム創設は2005年。約20年をかけて「東京23区初のJリーグクラブ」の実現も視界に捉える位置に付けています。

ただ、単に試合に勝ち続け、タイトルの数を積み重ねることだけが私たちの目指す「世界一」ではありません。クラブ名のクリアソン（criacao）とは、ポルトガル語で「創造」のこと。国境や言語、カルチャーを超え、競い合いながらもお互いを尊重する。こうしたスポーツの価値を共有し、共に豊かな社会を創造していく仲間（ファン・パートナー）が世界で最も多いクラブ

Profile たけだ よしひろ

1981年神奈川県横浜市生まれ。柏陽高校卒業後、東日本旅客鉄道（JR東日本）に入社。駅員、車掌、運転士、駅ナカ開発、管理部門に従事。2010年に株式会社efcuoreを創業。フットサルメディアを立ち上げ、コミュニティー事業を展開。2014年、Criacao創業者の丸山和大氏（代表取締役社長CEO）の理念に共感し、同社に参画。取締役としてパートナー企業と連携した地域課題解決や、ビジネス機会創出、コンサルティング事業などを手がける。

が、私たちにとっての「真のトップクラブ」です。

そのために、選手は技術や実績に加えて、クラブの理念に共感し、ピッチ上で体現できる人材を選んでいきます。彼らには社業を兼務し、ピッチの外でもさまざまな地域活動に取り組んでもらいます。また、スタジアムでは、当社のメンバーも一緒になって応援をしています。相手チームをリスペクトする応援は、クラブの理念を象徴する大切なコンテンツだからです。選手や社員一人ひとりが勝利を目指しながらも、「勝利の先にどんな社会を描くか」を常に問い続け、活動しています。

その私たちにとっては、チームを支える企業・団体も単に広告価値の対価を受け取る「スポンサー」ではありません。新宿という街、ひいては社会全体をより豊かにしていくための「パートナー」です。

その実践として、私たちはパートナー企業とともに地

域の課題を解決するさまざまな活動を展開しています。例えば、サッカーとボウリングを掛け合わせた運動プログラムを開発し、新宿区内の高齢者施設などに提供。高齢者の健康づくりや生きがいづくりを支援しています。このような地域活動を昨年は370回以上開催しました。また、パートナー企業の社員を対象とした研修会や社内エンゲージメントを高める施策を年間100回ほど実施しています。

新宿は大企業、スタートアップ、外国人や学生など多様な人々が混在し共生する街です。私たちはサッカーを触媒に、この街で人と人をつなぐ「ハブ」の役割も果たしています。例えば、経営者同士がともに交流し、学び合うコミュニティー「クリアソン新塾」を運営しています。ほかにもユニークな取り組みでは、当社の社員がリーダーを務めている、NPO法人が主催する歌舞伎町での清掃活動があります。普段は接点のないビジネスパーソンと、例えばホストの人がともに汗を流す。街ぐるみでの「ダイバーシティ&インクルージョン」の実践が、お互いの視野を広げる機会にもなっています。

外部人材の活用がもたらした「視点」

クラブのさらなる成長のために、当社では外部からの“風”を入れる決断をしました。それが、ボルテックスの提供する企業間留学「Vターンシップ®」の活用です。

私は取締役として、ほぼ毎日のように新宿区内外の経営者との面会や商談などを行っています。ただ、以前は1人で活動していたので、ビジネスのアイデアを取りこぼしたり、忘れてしまったりする悩みを抱えていました。自分の業務を整理し、伴走してくれる秘書が必要でしたが、いきなり社員として採用するのではなく、まずはVターンシップの仕組みを利用してトライしてみようと考えたのが、導入の動機です。

同社から派遣された社員には半年間、私の秘書としてほぼすべての面会や商談に同席してもらいました。その場で生まれるアイデアを彼が御座に拾い上げ、翌朝には提案書に落とし込む。このサイクルが回ったことで、期待を超える成果が生まれました。日ごろ埋もれがちな「重要度が高く、緊急度が低い」案件がタスク化され、結果としてお客様への提案件数が以前の3倍にまで増加したのです。パートナー企業の数や、当社が展開するコンサルティング事業の収益も大きく伸びました。

それだけでなく、人事担当者からは「竹田さんが暗黙知として進めていた営業活動が整理され、ほかの社員も理解できるようになりましたね」という声がありまし

た。私の業務の進め方や意思決定などのノウハウが、外部人材との日々の対話を通じて可視化・言語化され、組織全体の共有財産になったのです。

また、この半年間は私自身の成長にもつながりました。私はこれまで属人的に仕事を進めることが多く、「部下の育成」に苦手意識を持っていました。ところが、彼と毎日コミュニケーションを取り、共に走る過程で、彼自身がみるみる戦力化していったのです。そのことで「自分にも部下を育成できる」と自信を持つことができました。多忙なプレイングマネージャーのマネジメント力強化という点においても、大きな成果を実感しています。

意外な効果もありました。その彼はもともとスポーツとは縁遠く、どちらかというとアイドルが好き。でも、その「推し活」の視点が、クラブのグッズの企画やマーケティングにアイデアとして生かされたのです。体育会出身の社員が多い当社にはなかった発想で、組織における多様性の意義を再認識するところとなりました。

都市と地方を結ぶ「共創」のハブへ

こうした組織づくりの経験も糧にして、私たちは今、新宿という都市から全国へと共創の輪をさらに広げたいと考えています。全国各地のホームスタジアムに遠征する際、単に試合をして帰るのではなく、その地域の企業や経営者との交流を深め、新宿のビジネスコミュニティーとつなげる。すなわち、「都市と地方を結ぶハブ」の役割を果たしたいのです。

地方には、伝統ある企業や志を持った経営者がたくさんいます。一方で、都心の企業は常に新しい連携先・協業先を探しています。私たちがその間に入り、地方の経営者と都心の経営者のマッチングの場を設けたり、人材交流を促進したりする。そのことで、新たなビジネスチャンスを生み出せるはずですよ。

高齢者の孤立、児童の体力低下、外国人との共生……新宿という街は東京の中心であると同時に「課題先進地域」でもあります。そこで私たちが実践した課題解決のモデルを地方にも展開し、逆に地方の豊かさを都市へと還流させる。ライバルの関係、さらに都市と地方の垣根を越えて、互いの強みを掛け合わせる。そして、スポーツを通じた「豊かな社会」をともに創っていく——そんなパートナーシップの輪を広げていきたいですね。



自社使用物件としても購入可能

江戸の町人文化と現代的なビジネスが融合する街に立つ 人目を引くガラスウォールが特徴のモダンなオフィスビル

基準階
2~3・5・7~8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。



※掲載図面は、2階になります。

Vortex
今月の
新規物件

VORT 東日本橋 riverfront (仮称)

アピール
ポイント

大きなガラス窓から自然光が差し込む、人にやさしいデザイン

神田川が隅田川に合流する地に架けられた「両国橋」。現在の橋は1932年竣工で、関東大震災や第二次世界大戦を生き延びて東京都から歴史的建造物に選定されています。そんな両国橋の西側に広がる東日本橋は、水運が盛んだった江戸時代から交通の要衝として、また見世物小屋や飲食店が軒を連ねる歓楽街として発展してきました。明治期以降も江戸の町人文化が引き継がれて、日本有数の問屋街を形成。近年は、インバウンド人気の秋葉原や大規模再開発が続く日本橋などの近隣エリアと歩調を合わせるように、大きな発展を遂げています。

隅田川を見下ろす場所に立つ本物件は、最寄りの「東日本橋」駅などの地下鉄駅のほか、JRの「馬喰町」駅や「両国」駅なども徒歩圏内で、都内のターミナル駅や羽田空港・成田空港へもアクセスしやすい立地。道路に面した2面にはガラスウォールが施され、豊富な自然光を取り込んで明るいオフィス環境を実現しています。江戸の伝統とビジネスが融合するエリアにあって将来性も高い「VORT 東日本 riverfront (仮称)」を、ぜひご検討ください。



エントランスホール

アクセス

- *浅草線「東日本橋」駅まで徒歩 4分
- *総武線快速「馬喰町」駅まで徒歩 5分
- *新宿線「馬喰横山」駅まで徒歩 7分
- *新宿線「浜町」駅まで徒歩 9分
- *中央・総武線「両国」駅まで徒歩 10分

■名称/VORT 東日本橋 riverfront (仮称) ●所在地/東京都中央区東日本橋二丁目22番1号 ●構造/鉄骨造陸屋根8階建 ●用途地域/商業地域 ●敷地面積/455.28㎡ (137.72坪) ●延床面積/2,339.52㎡ (707.70坪) ●土地権利/所有権 ●総区画数/8区画 (事務所: 8区画) ●販売区画数/5区画 ●基準階 (2~3・5・7~8階) 専有面積/278.63㎡ (84.28坪) ●築年月/2021年3月 新耐震基準適合 ●施工/大豊建設 ●管理/[全部委託][巡回] 野村不動産パートナーズ㈱から変更予定 ●基準階 (2~3・5・7~8階) 管理費/132,071円 (月額) ●基準階 (2~3・5・7~8階) 修繕積立金/132,350円 (月額) ●設備/エレベーター2基 ●駐車場/4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2026年4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: 2026年5月8日



Vortex
今月の
新規物件

VORT 秋葉原 north (仮称)

ITとコンテンツの集積地に そびえるビジネス拠点

基準階
2~9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

- *銀座線「末広町」駅まで徒歩 2分
- *JR各線・つくばエクスプレス「秋葉原」駅まで徒歩 7分
- *千代田線「湯島」駅まで徒歩 8分
- *日比谷線「秋葉原」駅まで徒歩 9分
- *日比谷線「仲御徒町」駅まで徒歩 9分
- *大江戸線「上野御徒町」駅まで徒歩 9分
- *銀座線「上野広小路」駅まで徒歩 9分
- *JR各線「御徒町」駅まで徒歩 9分

■名称/VORT 秋葉原 north (仮称) ●所在地/東京都千代田区外神田四丁目7番11号 ●構造/鉄骨造陸屋根13階建 ●用途地域/商業地域 ●敷地面積/359.66㎡ (108.79坪) ●延床面積/1,698.82㎡ (513.89坪) ●土地権利/所有権 ●総区画数/13区画 (事務所: 13区画) ●販売区画数/4区画 (事務所: 4区画) ●基準階 (2~9階) 専有面積/118.29㎡ (35.78坪) ●築年月/2021年9月 新耐震基準適合 ●施工/大和ハウス工業㈱ ●管理/[全部委託][巡回] 野村不動産パートナーズ㈱から変更予定 ●基準階 (2~9階) 管理費/74,641円 (月額) ●基準階 (2~9階) 修繕積立金/62,221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

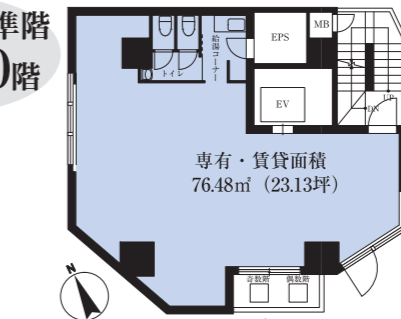


Vortex
実需販売物件の
ご案内

VORT 吉祥寺駅前

人気の“住みたい街”に登場した 新築オフィス&店舗ビル

事務所基準階
3~10階

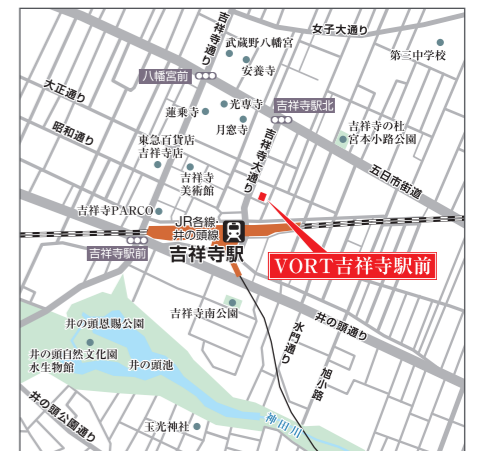


販売物件については、弊社担当営業
までお問い合わせください。

アクセス

- *JR各線・井の頭線「吉祥寺」駅まで徒歩 2分

■名称/VORT 吉祥寺駅前 ●所在地/東京都武蔵野市吉祥寺本町一丁目18番11号 ●構造/鉄筋コンクリート造陸屋根地下1階付き10階建 ●用途地域/商業地域 ●敷地面積/165.36㎡ (50.02坪) ●延床面積/991.55㎡ (299.94坪) ●土地権利/所有権 ●総区画数/11区画 (事務所: 8区画 店舗: 3区画) ●販売区画数/8区画 (事務所: 7区画 店舗: 1区画) ●基準階 (3~10階) 専有面積/76.48㎡ (23.13坪) ●築年月/2025年12月 新耐震基準適合 ●施工/㈱テクノホーム ●管理/[全部委託][巡回] 三洋ビル管理㈱ ●基準階 (3~10階) 管理費/63,479円 (月額) ●基準階 (3~10階) 修繕積立金/42,141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2026年4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: 2026年5月8日



経営者の視点で語る、別荘投資の新しい価値 資産性と経営ツールを兼ね備えた別荘という選択

株式会社赤尾 代表取締役 赤尾隆氏に聞く、『Seren Collective MAPLE』購入の決断

投資判断の本質は「出口戦略」

——今回、『Seren Collective MAPLE』の購入を決断された理由を教えてください。

最も重視したのは、出口を迎えたときの資産価値です。この物件は将来的なキャピタルゲインが十分期待できると判断しました。それは建築コストの観点からも明らかです。この物件が建てられた時期は、現在と比べて建築コストが相当安かった。今同じものを建てようとするれば1.5倍の金額になるでしょう。そう考えると、中長期的な資産価値の向上が期待できると考えています。これはインフレヘッジという側面もあります。

購入を検討されている方には、「今持っている資産の収入と物件の管理費を組み合わせてペイできるなら、検討する価値がある」とお伝えしたい。付与日数を使い切るかどうかは二の次で、出口で価値が上がる可能性があり、必要ときに使える保険のようなものと考えればいいでしょう。

経営ツールとしての別荘という発想

——実際の用途について教えてください。

大きく2つの使い方をしています。1つは福利厚生として、役員を対象に年2回の宿泊権利を付与しています。もう1つは、取引先や役員との会議の場としての利用です。

特に商品開発や新規事業など、新しい発想を必要とする議論には最適な場所だと実感しています。社内で1日会議をやっても、アイデアが出尽くしてしまったり、議論が混沌としたりすることがあります。でも『MAPLE』のあの空間で、食事やお酒を共にしたり、庭に出たりしながら話していると、柔軟な発想が自然と生まれてきます。



海外取引先との関係構築に見えた予想外の効果

——実際に海外のお客様の接待でも使用されたそうですね。

ええ、毎年恒例の年度予算計画の打ち合わせで使いました。通常は本社で、売り上げ実績の達成・未達成、今後の見通しといった、どうしてもネガティブになりがちな話をするのですが、『MAPLE』で食事を共にし、くつろいだ雰囲気の中で話していると、「じゃあ、こういう方向で落ち着かせよう」といった前向きな意見が自然と出てくるんです。ぜひいただとは思いますが、あの広さが本当にいいですね。先方にも全体を通して大変喜んでいただきました。

——取引先からの反応はいかがでしたか？

興味深かったのは、先方から「御社の経営も順調みたいだね」と言われたことです。先方との取引は前払い制で、常に私たちの財務状況の健全性を見られています。今回『MAPLE』に招いたことで、会社が順調に成長しているということを、言葉ではなく暗に示すことができたと感じています。これは予想していなかった副次的な効果でしたが、経営者にとっては重要な要素だと思います。

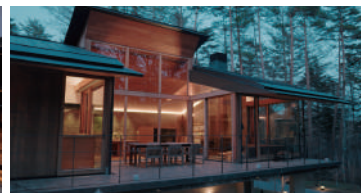
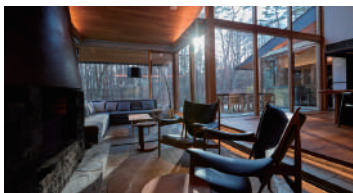
投資としての別荘、経営ツールとしての別荘

——最後に、購入を検討されている経営者の方へメッセージをお願いします。

別荘を単なる「ぜいたく品」や「消費」として見るのではなく、資産性と実用性の両面から評価することをお勧めします。

資産価値の上昇が見込める物件であれば、それは投資です。同時に、経営における重要な場面で活用できるツールでもあります。新しいアイデアを生み出す場、取引先との関係を深める場、そして会社の健全性を示す場として。使用頻度だけで判断するのではなく、長期的な資産形成と経営における戦略的な活用という視点で考えれば、十分に合理的な選択肢になると思います。

【編集部注】本記事は実際の購入者様へのインタビューに基づいていますが、不動産投資には市場変動等のリスクが伴います。投資判断は、ご自身の財務状況や投資目的を十分に考慮のうえ、専門家にご相談ください。また、将来の資産価値の上昇を保証するものではありません。



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(3)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(3)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>

2026年4月24日発行

【発行・編集】株式会社ボルテックス コーポレートコミュニケーション部 [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」「Vターンシップ」「OFFICE RESEARCH」「Seren Collective」「VORT SPACE」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2026年4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。

※物件画像は現況と異なる可能性があります。その場合は現況を優先します。



Facebook



X (旧Twitter)



©2026 Vortex Co., Ltd.