

空室解消ニュースレター

7月号

- いまどきのお客さんの集め方
- 進行中の物件情報！（SOHO第2弾）
- 今日の超おすすめ本（まず、ルールを破れ）
- 若者の食事情&スタッフのつばやき

いまどきのお客さんの集め方

今、私共の最大の課題はいかに数多くの入居予定者を確保し、いかに接点を深めてゆくかです。今月は、**お客様の集め方（集客方法）**についてお話してみたいと思います。

私達が求めているお客様は、20代後半～30代の独身者で、都心で働き、週末の夜はしゃれたレストランやバーで食事を楽しむような、そんな若者。そんな**若者の心を捉え、お客様になって頂くためには、宣伝や広告が必要**になってきます。中には口コミさえあれば、広告・宣伝は不要と考えている方もいらっしゃると思いますが、口コミも綿密に仕掛けられた立派な広告・宣伝です。プロの口コミ仕掛け人も実在するとか…。最も反響があるのはTVコマーシャルですが、中小企業にそんなお金はありません。そこで、今回は**お金を掛けずに効果が見込めるフリーペーパーと呼ばれる無料情報誌**に着目してみます。

現在、フリーペーパーと呼ばれる雑誌が街の至る所に置かれているのをご存知ですか？大きさはそれぞれ異なりますが、大程のものは月1回発行で、内容は若者の興味のある特集記事と飲食店やヘアサロンの紹介等々。20頁程度のものがほとんどですが、厚いものになれば1cm近くにもなります。お店の紹介記事には、1ドリンクサービスや10%Off等のクーポン券が付いており、若者のアフターファイブの参考書になっているようです。広告掲載料は、大きさやその雑誌の知名度等により変わって来ますが、3～100万円とかなり価格差があります。効果の程は未知数ですが、**アプローチの仕方によっては、若者への訴求効果は確実にあるようです。**

「このフリーペーパーを利用して貴方の所有させている賃貸物件を紹介してみませんか？」と冒険的な提案をする前に、自ら進んで体験してからお勧めしようとの信念から**当社で広告掲載することになりました。**掲載するのは「Za Beat」という名前のフリーペーパーです。毎月1回南堀江・南船場を中心としたおしゃれな店舗に配置し、約2万部発行している情報誌です。発行は7月末の予定です。広告費用を掛けて、その効果は表れるでしょうか乞うご期待！（来月号に続く）

進行中の物件情報！

SOHOプロジェクト ☆NEW☆

■ KGTビル南船場 改装提案中！

SOHOプロジェクト第2弾！セミオーダーシステム採用物件！

所在地：大阪市西区南船場2丁目、構造・規模RC造6階建

現状：事務所

SOHOプロジェクト 産経新聞（7・11朝刊）に掲載されました！（資料①参照）

■ サンイースト南堀江 6月中旬完成済、入居者決定見込！順次改装予定

所在地：大阪市西区南堀江2丁目、構造・規模：SRC造9階建

現状：事務所



産経新聞（7月11日朝刊）に掲載されました

* 実物写真がHPで閲覧できます

→<http://www.giken-net.jp/design%20no.4.htm>

7月中はオープンルームとして見学が可能となっております。

見学をご希望の方はリモデル事業部までご連絡下さい。

TEL 06-6533-5145(代) FAX 06-6533-5146

Email:remodel@giken-net.jp

その他

賃貸マンションプロジェクト

■ 松本ビル 7月末工事着工

■ グランドビスタ北野 3室完成済 全室入居中

今月の超おすすめ本！(技建設 設計部 渡辺)

【 まず、ルールを破れ ～すぐれたマネジャーはここが違う～ 】

マーカス・バックingham&カート・コフマン著 宮本 喜一訳

日本経済新聞社 1600円

この本は、まだまだ半人前の私が、自分で選んで読んだ初めてのビジネス書で、内容的にも共感できる場所が多々ありましたので、その一部を紹介します。

すぐれたマネジャーの4つのカギは、

1. **すぐれたマネジャーは才能で人を選ぶ**
(経験や知識、意思の強さでは選ばない)
2. **すぐれたマネジャーは成果を適切に定義する**
(適切な手段を定義するのではない)
3. **すぐれたマネジャーは部下の強みを活かすことに専念する**
(弱点に注目するのではない)
4. **すぐれたマネジャーは部下の強みに適した場所を探りあてる**
(単に梯子を上を継ぎ足すのではない)

とあり、本書はこの4項目を軸として書かれています。この4つのカギは個人的に全て「ビンゴ」しました。

すべては紹介できませんので、カギの一つの事例をご紹介します。

6章第4のカギ **“部下の強みが生きる場所を探りあてる”**

マッサージのトレーニングを終えてから三年後、メアリーは自分が働いているアリゾナの会員制保養施設で最も人気のある療法士になっていた。評判は広まった。

まもなくメアリーの雇い主は、その保養施設にいるマッサージ療法士全員のマネジャーにメアリーを昇進させることにした。この昇進によって、高い給与、身分保障、有利な手当が与えられ、その上本人自身の予約は減らされた。そして、メアリーは悲惨な状態に陥った。

「人との親密な触れ合いがなくなりました。マッサージ療法士として部屋で患者さんを静かに治療しながら、肌をよく観察し、痛みのあるところを感じ取ってその痛みを和らげるのが私の仕事です。患者さん一人一人に愛情を感じるようになります。仕事としての愛情です。マッサージでストレスが和らいだ人から感謝されるのは気持ちの良いものです。…そんな仕事ができるのは本当に気持ちのよいものですし、それは患者さんも同じだと思います。」

メアリーはこの気持ちを取り戻したいと考えた。そこでこの施設での仕事を辞めて、ロサンゼルスに引っ越し、自分で治療を始めた。予約表は再び満杯になり、もう一度メアリーは毎日欠かさず人に触れることができるようになった。

著者は、すぐれたマネジャーは**自己発見こそ、健全なキャリアを目指すよりどころとなる原動力だ。**ということがわかると言っています。自分の才能を見出そうとすること、またはさせることが大切なのですね。

若者の食事情

編集人である私、岡崎はピカピカの社会人一年生（22歳）です。枚方の田舎から大阪市内まで通勤することになり、都会の刺激にさらされて少し興奮気味で毎日を過ごしています。また、生活の中心が市内に移ったということもあり、休日にもよく会社付近の本町・南船場・南堀江あたりの探索をしています。

そこで、今回は私岡崎の体験を踏まえながら、**最近の若者に人気のあるレストラン**のお話をしようと思います。

ポイントは

1. **話題性=新規性**
2. **最先端のインテリア+αブランド性（人気デザイナーの起用等）**
3. **女性が好むメニュー作り**

の3点が挙げられます。

ここで私が実際に行ったお店を例として考えてみます。

お店は北堀江にある「TUBAKI SUSHI」。外観は**最近流行のジャパニーズモダンテイスト**で店内は間接照明を多用した上品な明るさです。4人がけのテーブル席は薄い布で仕切れちょっとした個室気分が味わえます。私は丁寧なサービスの従業員に誘導され、鮮魚が沢山ディスプレイされたカウンターに座りました。メニューは普通の握り寿司もありますが、**「変わり寿司」というものが売**りのようです。その他カリフォルニアロールなどの逆輸入寿司や各種刺身、焼き物、食事の締めには**女性が喜ぶデザートメニュー**がありました。その他ドリンクメニューも豊富です。

早速注文した「変わり寿司」ですが、お味はなかなかで**寿司の新境地開拓**という感じです。器の盛り方も涼しげなガラス皿に紫陽花をあしらったりと趣向が凝らされており、**女性が喜びそうな心配りが随所に見られました。**

「TUBAKI SUSHI」は上記の3点は全て合格です。ですから今大変人気があります。しかし、この人気はいつまでも続くものではありません。競争の激しい飲食業界では**時代の変化に柔軟に対応することが不可欠**となります。しかしこれは他人事ではなくマンション・オフィス業界にも当てはまることです。変化の早い世の中で常に差別化できる空間を創れるのか。大きな課題ですが怯まず挑んでゆきたいです。（岡崎）

「空室解消ニュースレター」編集部

株式会社技建設計 リ・モデル事業部

発行人 岡崎愛美

〒550-0012 大阪市西区立売堀1丁目6番8号

発行日 平成15年7月15日

当社モデルルームは随時見学可能となっております。見学をご希望の方はリモデル事業部までご連絡下さい。

TEL 06-6533-5145(代) FAX 06-6533-5140

[URL:http://www.giken-net.jp](http://www.giken-net.jp)

Email:remodel@giken-net.jp

Copyright(c)2003 (株)技建設計 all rights reserved