

空室解消ニュースレター

10月号

- 継続は力なり
- 商談中の物件情報！—マンション物件久々登場—
- 編集スタッフの「つぶやき」—お客さんを探せ！！—
- スペシャル企画—入居者の声 voice—

* 今月の超オススメ本は紙面の都合上お休みさせていただきます。

継続は力なり

最近、めっきり秋らしくなり朝晩も少し冷え込んできました、季節の変わり目です、風邪などをひきやすくなります、体調管理には十分注意して頂き、食欲の秋、読書の秋を楽しんで頂きたいと思っています。

先日、中国でアジア初の有人宇宙船が打ち上げに成功し、大きく報道されていました。ある新聞に中国の新しいリーダー胡総書記が、失敗した時のリスクを全て引き受け今回のプロジェクトの陣頭指揮を取って進めていたと書かれていました。日本のリーダーは大丈夫でしょうか？

さて、今月は「継続は力なり」と題して、当社で継続して行っていることについてご紹介したいと思います。

まず最初に、掃除です。当社では現在の建物に移転した1年半前から毎朝欠かさず、掃除を行っています。掃除は朝8時45分から10分間全員が各持ち場に分かれて一斉に掃除を行います。玄関から事務室、廊下階段、トイレに至るまで、全て従業員が分担して行っています。掃除をやり始めた当初、皆が嫌がったのがトイレ掃除です。トイレ掃除は分担表を作成し持ち回りで行うことにしておりましたが、「トイレ掃除は心の掃除、便器を磨くことは自分の心を磨くことに繋がる」と伝えると、1人2人と自ら進んでトイレを掃除してくれるようになりました（感謝、感謝）。飲食店や会社、御家庭でもトイレが汚れているところは繁栄しない、荒れた学校で先生と生徒が一緒になって汚れていたトイレを掃除することにより、次第に荒れた学校が納まって行ったという話もあります。トイレを掃除することにより会社やお店が繁栄し家庭が円満になるのなら言うことなし、皆様もお試しになられては如何ですか。（すでに実行されている方はご容赦下さい。）但し、「継続は力なり」毎日行い、最低3ヶ月は続けて下さい。必ず、何んだかの良い変化が現れます。

次は朝礼です。毎日の朝礼で毎回3～5分のスピーチをするのですが、これがまた辛い。というのは毎日毎朝、同じメンバーに向かって話をする訳ですから同じネタが使えません。基本的には当日の朝までに体験したり、感じたり、考えたりしたことについて話をするのですが、どうしても話す内容が思い浮かばない日もあります。無理やり、昨日のニュースから話題を切り出し話を始めてようやく締めくくりまで持って行く。何とかかんとか毎朝のスピーチをこな

しているうちに、**スピーチ力を付けた自分が発見できます。**話をする前は何の準備も出来ていないのに、いざ話し始めるとそれなりに話をし、結論や締めくくりまで持って行っている。新しい会合での自己紹介やスピーチも以前より断然上達している気がします。**これも回数こなせる技**、「継続は力なり」ではないでしょうか。

最後はこのニュースレターです。今年2月から発行し今回が第9号となります。このTOP記事を書くのも、**ネタに非常に苦労しました（正直な話です）。**しかし、これに懲りずに**これから発行し続けて行くことをこの場をお借りして宣言します。**「継続は力なり」。ご意見、ご感想をお寄せ下さい。（本間）

進行中の物件情報！！

SOHOプロジェクト

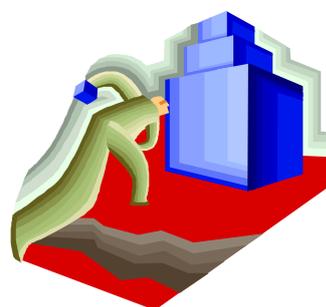
■ 北堀江1丁目ビル

SOHOプロジェクト第3弾！！工事中

所在地：大阪市西区北堀江1丁目、構造・規模 SRC造9階建

現状：事務所→店舗・事務所・SOHO

■ 南農人町プロジェクト 現況：事務所→SOHO オーナー提案中



賃貸マンションプロジェクト

NEW ■ 靱公園プロジェクト 改装提案中

所在地：大阪市西区靱本町2丁目

交通：地下鉄中央線「阿波座」駅 徒歩2分

地下鉄千日前線「阿波座」駅 徒歩3分

構造：鉄骨鉄筋コンクリート造 11階建 11階部分

面積：2DK→1LDK (47.86㎡・バルコニー7.15㎡)

■ 北加賀屋プロジェクト 改装提案中

所在地：大阪市住之江区北加賀屋2丁目

交 通： 地下鉄四ツ橋線「北加賀屋」駅徒歩5分
構 造： 鉄骨鉄筋コンクリート造 9階建
面 積： 2DK→1LDK+S (61.32 m²・65.1 m²)

編集者のつぶやき—お客さんをさがせ！！—

先月、北加賀屋でマンションのリフォーム計画があがりました。
すぐに物件調査を行うために北加賀屋のそのマンションに伺いました。
築年数は経っているものの、頑強そうな建物で、オートロックの入り口をくぐるとコの字型の建物の中央がパティオのように開かれておりとても雰囲気の良い空間です。

ご案内頂いた担当の方のお話では、以前は府営住宅の建替えのため貸していたが建替えが終わると空室となり現在も入居者が付かない状況だそうです。

当社では、建物を取り巻くすべての環境を見据えてその物件にあったリメイクの提案を行います。

まず、社に戻って現況を調べてみることにしました。
調べた項目は以下の通りです。

- ・住之江区の8月現在の総人口数 133,152人
- ・ 〃 入退出数 -178人
- ・ 〃 人口比率 世帯人口2.40人

以上を調べてわかったのは住之江区は年々人口が減少しており、現在はファミリー層が中心のようですが確実にその世帯構成人員数が減ってきているということです。新しい入居者に、家族層はあまり見込めなさそうです。

次にこのマンションの持つメリットを考えてみました。

四つ橋線の北加賀屋駅から徒歩5分の立地は本町まで15分の通勤圏であり、タクシーでも3000円圏内です。また、駅前に大型スーパーがあり生活に必要なものは揃っています。そして、大阪市内なので新婚補助が付きまします。

また、このマンションの持つ部屋の大きさ(約63 m²)は一人暮らしには少し広すぎるようです。

これらのデータをもとに、当社が提案したのは新婚さん向けの家具付賃貸です。

想定できる入居者層は本町や心齋橋付近で働くこれから結婚しようとしている人達です。新しい生活を始める二人にとって様々な出費はつきもの。そこで、少しでもそれらの負担を減らすために新婚家具20万円分を援助するマンションの企画を生み出したのです。

リフォームは、家具を中心にトータルコーディネートできるようにできるだけシンプルに、しかし家具に合うスタイリッシュな空間を創ります。

プレゼンは紙芝居形式で行いました。

ユーザーの視点に立って考えてみるという事で、設定は「来月結婚予定の二人の場合」。夫（28歳）商社勤務と妻（25歳）デパート勤務の共働き夫婦です。平日に限らず週末も含め若夫婦の行動に基づく要望を想定し、この企画で生まれ変わるマンションがその人達のニーズに応えてゆくものになるという提案をしました。同時に、いままでにない層の入居者を想定しているということで、インテリアショップとのタイアップを中心に集客方法も提案しました。プレゼンの受けは上々。只今、オーナー様検討中です。

今回のようなプレゼンの仕方は初めてでしたが、当社スタッフが日ごろ当社のターゲットとする25歳から30歳前後の人達の属性や好みを**目からの情報だけでなく実際にコンタクトをとって知っていた**からこそ出来たものであったと思います。

耳からの情報では、空想の産物になりがちなターゲットですが、実際の入居希望者やその世代に近い人たちと沢山交流をすることにより、より具体的で顧客のニーズにあったサービスを提供できるのでしょうか。これから、もっと多くの人たちと交流を深め当社のサービスに反映させてゆきたいと思います。

（岡崎）

スペシャル企画 入居者の声—voice—

当事業部では、入居していただいたお客様と入居後もつながりを持っていただくと理由から様々なコミュニケーションを取っています。

お客様とのなんでもない会話も大切なコミュニケーションのひとつ。

雑多な会話からサービスのヒントを頂く事も多々あります。

そこで、**当事業部のリメイクした新型SOHO賃貸オフィスに入居頂いた入居者様にインタビューをしてきました。**HPには、カラーで載っておりますのでこちら是非ご覧ください。

HPアドレス→ <http://www.giken-net.jp/interview00.htm>



Graphynik 代表 外山 一彦氏

南堀江プロジェクト design no.4 入居者

interviewer:岡崎 愛美 (Comodo espace)

Comodo espace 以下 CE : まず、入居を決めるまでの期間と実際に見た物件の数を教えて頂けますか？

外山氏以下 T : 正味、2, 3週間前からですね。

20件ほど見ました。三件の不動産屋に頼みましたね。

あとは、実際にその近辺を歩いていいものがあれば問い合わせたり。やっぱり見ないと全然わからないんで。日当たりとか・・・。

CE : そうですよ。周りの環境って大事ですもんね。この物件は南堀江2丁目にありますがデザイン事務所として、文化の最先端の場所で仕事をするにはこだわったのですか？

T : そうですね。業種によっても大きく変わるとは思いますけど、アパレルの事務所とか南船場に多いですしね。僕らの取引先はこの辺りが多いですし、先進的な場所で事務所を構えたかったですね。でも、真ん中のガチャガチャした所は避けたかったから、新町とか北堀江あたりの近所で探してたんです。

CE : 沢山の物件を見てこられた外山さんですが、当社の SOHO 物件に決められた理由は何ですか？

T : う～ん。清潔であること。ビル・部屋内とも。あと、ビル全体の雰囲気ですね。

このビルはエレベーターも2基付いてるし、来客の多いうちのような事務所にはサービスに一役かってくれてると思う。

それと、部屋の雰囲気。来客者は絶対驚かれますね。初めてこの事務所を見た方は最初ずっと部屋の話がされますよ(笑)

特に、僕らは「いいところ行ったね～って言われたくないじゃないですか。新規事業するとかとか新しく開店するとかになってきたらね。

この物件と初対面の方から、外山さんらしい事務所だね。て言われるのが一番嬉しいですよね。

CE : すごいいい事ですよ。会社のキャラクターとオフィスのイメージが合うっていうのは。

T : そうですね。大体みんな似通ってきていい感じに相乗効果上げてますよね。

ストーリー作るの好きなんで。プレゼンする時とかも、オフィスに入ってきて頂いて、まずドア見てもらって名刺渡して部屋の雰囲気見て貰ってとか考えますよ。

CE : ドアのロゴと名刺の裏一緒ですよ(笑) 部屋が白っぽいのも同じイメージですし。

T : そう。(笑)

CE : イメージを大事にされる外山さんでしたら、他のデザイナーズ物件とかも見られたんですか？

T : あまり見ていません。一社話は聞いたけど、ケースバイケースですね。作り込まれすぎた空間って、仕事しようって思ってる人間には難しい。ON と OFF がありますよね。僕の場合、バルセロナチェアに座ってゆったりしたい空間って、活動する場としてどうかなあって・・・。あまり活動する気になれなさそう。居心地の良い空間でもね、仕事場として良い空間を選びたか

ったんですよ。

その点、この物件はやっぱり家っぽくて良かったんじゃないんですか？ホームオフィスっぽくて、来てくださるお客様もいい感じに商談できますよ。デザイナーだけじゃなく、普通の企業の社長さんとかにもこんな部屋の方が商談がうまく行きそうって言って頂いてます。あ、設計に参加できたりしたらもっといいですね。

CE: 実は、次回から入居者が部屋作りに参加できるようにしようと思ってるんです。

プランは当社が何個かだしてお客様の用途によって選んで頂いたり、塗装の色とか壁紙の色とか建具の素材をお客様のイメージに沿って選んで頂くシステムなんですけど。もし、外山さんがまだ物件探しをされていたと仮定したら、そのような賃貸物件のシステムは利用されますか？

T: 利用しますね。必ず。

うちの家でもそうなんですけど、木の色とイタリア素材の家具の色があって、壁の色はこんな色だとか頭の中でイメージが出来上がっちゃって、そのイメージにはまっちゃうと他に関してもそうしなくなっちゃうんですよね。でも、そういうコーディネートってできる人とできない人がいるんだと思うんですよ。そこで、コーディネートしてくれる方がいればそれはすごいサービスですよ。きっとハウスメーカーのコーディネーターは忙しくてそんなことしてられない。だからね、ベースだけを作ってくれて後は相談しながら決めましょってやり方ができたらいいですよ。

CE: そうですよ。なんか求める方がおられると思うとちょっと自信ができました。がんばります。本日はどうもありがとうございました。

T: いえいえ、こちらこそ。うちの作品見られますか？

CE: え、見せて頂けるんですか?!是非!!

ここから色んな作品を見せて貰ってグラフィックデザインの奥深さに感動しつつ、さらにのんびりとお話させて頂きました。

Graphynik の皆様。貴重なお時間を頂き本当にありがとうございました。いつか何かの仕事でコラボできたら良いですよ。

「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

〒550-0012 大阪市西区立売堀1丁目6番8号

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 06-6533-5146

[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