

オフィス市況の現在を読み解く シンキング&アナリシスマガジン

オフィス通信

Vol.23

11 | 12

2015 November-December
Office Trend Magazine

オフィスの移転を、ビジネスの発展に。
BUILDING GROUP
ビルディンググループ

【巻頭エリア特集】

神保町・御茶ノ水周辺再開発

再開発で魅力を増す

千代田区・中央本線沿線エリア

オフィスの最新トレンドを探る

オフィス探訪

ベンチャー企業オフィス100選

全国オフィスビル市況

エリア別マーケット動向

 cookpad

【オフィス特集】

新たな価値を生み出す企業が実践

会社の魅力を高める オフィス空間

【全国オフィスビル市況】

賃料上昇が1年ぶりにストップ

空室率は5ヵ月連続で改善進む

ベンチャー企業
オフィス100選
VENTURE COMPANY
OFFICE 100 SELECTED

100

NEXTONE
INTERNATIONAL

ネクストワン インターナショナル株式会社

代表取締役

遠藤 一平氏

Ippei Endo

「わかりやすさNo.1」と
「ありがとう創造」で世界市場を狙う

海外進出、全国展開の拠点として アジアの中心地・東京に本部設置

住宅業界は一般の人にとって知らない用語やシステムが非常に多い。そんな業界にあって『わかりやすさNo.1』『ありがとう創造』を経営理念として掲げ、顧客の視点に立ったブランド構築によって売り上げを伸ばしているのがネクストワンインターナショナル株式会社である。

同社の代表取締役・遠藤一平氏は理念についてこう語る。

「一般の方からすると、住宅業界に対しては非常にわかりづらいイメージを持たれています。住宅を購入されるお客様も、まず住宅展示場に足を運んで、いろんな情報や知識を得ながら住宅会社を何社か

に絞っていくような流れが多いです。土地や構造、間取り、値段などわかりづらいことを誰でもわかるようにしたいと私どもは考えております。そのため当社が展開するブランド名もわかりやすいものにしております」

2010年、千葉県市原市で設立された同社は、中古マンション販売やリフォームのプロデュース『中古マンションある情報館』、女性目線の注文住宅建築『with Mamaの家』など、住宅販売を軸に事業展開しており、大幅増収を続けている。

なかでも『with Mamaの家』は、家に一番長くいる女性の目線に立った家づくりをコンセプトにブランド構築しており、住宅を購入した顧客の紹介による新規顧

客が受注の4割を超えているという。この数値は、住宅業界の平均の2倍にあたる。

遠藤氏はブランド展開をこう語る。「家を建てる際に、誰の意見が一番重要かといえば、その家に一番長くいる人の意見です。つまり奥様なんです。そこで奥様目線に立った家づくりをコンセプトに立ち上げたのがこのブランドで、おかげさまで非常に多くのご支持をいただいております。当社では、奥様の意見を取り入れる一環として、2週間に1度、実際に家を建てられた方や購入予定の方をお招きして座談会を実施し、その声を住宅建築に反映しています。つまり当社の住宅はお客様がつけられているといっても過言ではありません」

明確なコンセプトのもと事業拡大した



同社は、千葉県内に新たな拠点を次々に開設しながら、2015年9月には、東京・赤坂にオフィスを開業。リノベーションマンションの専門店『Nリノベ』をオープンするとともに、本部機能を東京に移した。「当社はインターナショナルという名称にあるように海外進出を視野に入れて立ち上げており、現在は韓国とベトナムに現地法人を設立しています。今後はさらなるアジア進出を検討しており、国内でも全国展開を考えております。そこでアジアの中心地である東京を拠点に据えるために、利便性の高い赤坂にオフィスを構えることにしました」

理想は収益性を生むオフィス お客様が足を運べる空間づくり

同社が入居したのは、昨年竣工したばかりの「ストロング赤坂ビル」で、「赤坂駅」「赤坂見附駅」「溜池山王駅」の3駅が利用できる非常に利便性の高い立地にある。「物件探しはすべて仲介業者さんにお任せしていたのですが、ロケーションがよく、アクセスも便利で、ビル名も気に入ってここに決めました」

各地に展開している拠点はすべてショールームを兼ねており、千葉にある本部と、5年前から設置していた日本橋だけがオフィスだけの機能だった。そのため、赤坂オフィスもショールームを兼ねたオフィスにする予定だったという。

「理想は収益性を生むオフィスにしたいと考えており、そのためにもお客様に足を運んでいただけるオフィスにするつもりでした。ただ面積が約60坪で、社員の会議や事務仕事もありますから、確保できる面積は非常に限られていました。そこで外部からお客様をお招きする会議室と和室、あとエントランスだけは家やマンションをイメージしたつくりをしました」

白を基調としたエントランスでは、ソフトバンクの感情認識パーソナルロボット「Pepper」が出迎える。今後は営業担当として、物件を探しているお客様と会話できるようプログラムされる予定という。

一面に広がる窓から外堀通りを見下ろすことのできる会議室は、マンションのダイニングをイメージされており、ダイニングテーブルと椅子、照明、テレビが設置されている。壁紙には、快適な湿度を保つ『エ

コカラット』が使用されており、床にも家をイメージしたカーペットが敷かれている。「今後は会議室にカーテンをつけて、サンプルを選んでいただけるようにする予定です。あと、和室をつくったのは、お客様にオフィスビルでも掘りごたつ式の和室をつくることができると見てもらいたかったからです。これを見て、マンションに導入していただく参考になればと考えました」

『with mamaの家』や『Nリノベ』で定期的に実施している座談会も、このオフィスの会議室を利用して行なわれており、同社の内定式や懇親会にも利用する予定という。赤坂オフィスを拠点として、今後同社が目指すのはさらなる海外進出、そして全国展開を含めた事業拡大だ。

「上場も視野に入れて活動していますが、革新を起こしてこそ上場する価値があり、公の会社になれると考えていますので、まだまだこれからだと気持ちを引き締め直しているところです」

現状に満足せず、次へ向かう。同社の社名にはそんな意味が込められている。東京に本部を移転した同社の挑戦に注目が集まる。



1 マンションをイメージして取り入れられた和室の会議室。社員の利用というより、訪れるお客様への提案として取り入れられた 2 ダイニングをイメージした会議室。照明も住宅を感じさせる照明が置かれている 3 会議室には遠藤氏の目指すビジョンが描かれたイラストがある 4 執務室はシンプルで、ちょうど取材日に日本橋オフィスからの移転作業が行なわれていた 5 エントランスでは感情認識パーソナルロボット「Pepper」がお出迎え