

独自のビジネスモデルで「不動産価値」の進化を実現するサービスプロバイダー

# 東京建物グループの豊富な実績と情報力で 商業特化型PMとして能力を発揮

## プライムプレイス



PRIME PLACE Co.,Ltd.

<http://www.prim-place.jp>

### 東京建物グループとして 商業施設の運営に特化

プライムプレイスは、商業施設に特化したPM会社として2005年10月に設立された。

03年9月、東京建物がデベロッパーとして参画した川崎駅北口の再開発ビル「DICE(ダイス)」が開業。当時、同社の商業施設事業部において、同ビルの商業施設企画やコンサルティング、AMおよびPM業務のほか、リーシングまでを包括的に受託していたが、その後、同事業部は錦糸町工場跡地で始まった「TOKYO リ・デザイン」プロジェクトに参画。広大な敷地にオフィス、分譲マンション、商業施設からなる本プロジェクトにおいて、商業施設「olinas (オリナス) モール」「olinas コア」のPMを担当することになった。すでに、「DICE」において商業施設のPMを経験していた同事業部は、

① オフィスや住宅と異なりテナントリ

レーションや販売促進など、特有のノウハウが必要

② 物件によっては、本社サポートとは別にオンサイト業務も発生する

③ 人材と資源を集中させることにより、ノウハウを蓄積し、グループ全体として商業施設事業の拡大を図っていくなどを踏まえたうえで、開発と運営を明確に区分し、さらに商業施設の運営管理に特化した組織が必要との考えから、商業PMを手がけるプライムプレイスとして設立された。

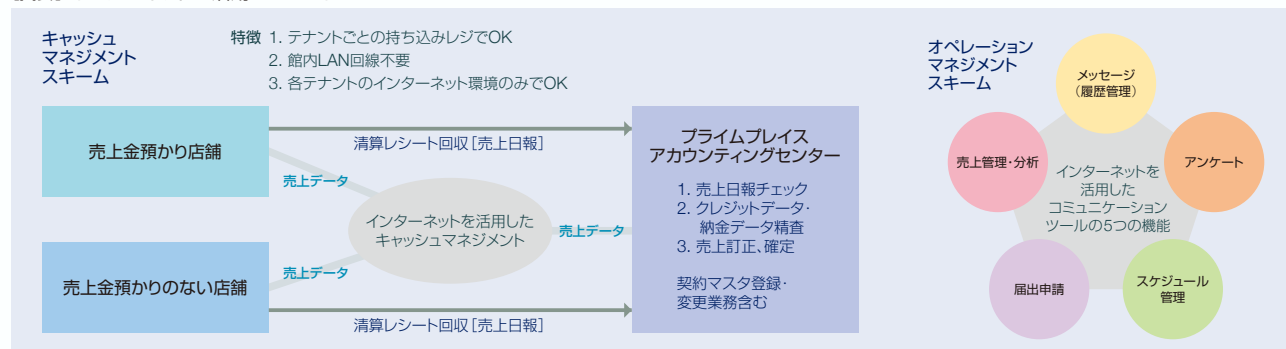
### 卓越したレポート能力が AMの信頼を獲得する

プライムプレイスの強みのひとつは、110年の歴史を持ちビルマネジメントの分野で高い業績を誇る東京建物グループとしての総合力。そしてもうひとつが、証券化物件の運営管理ノウハウである。近年の開発型証券化における東京建物の豊富な実績

を背景に、プライムプレイスは開発準備段階からMD計画立案、テナントリレーションまできめ細かいサポートを提供しているが、特に得意としているのが開業後のキャッシュマネジメントとレポート業務である。

証券化物件の場合、3年～5年後に売却またはリファイナンスすることを想定し、バリューを最大化する必要がある。長期的なブランディング戦略と短期的な販促戦略とのバランスをとりながら、投資家やアセットマネージャーが何を求めているのか、どんな情報を提供すべきかを見極め、それらをいかにレポートに反映させるかがPMの腕の見せ所でもある。その点、AIGグループやゴールドマン・サックスといった外資系企業からPMを受託してきた東京建物のレポート能力は高い。プライムプレイスではそのノウハウを活用し、さらに売上げや商圈といった商業特有の視点を加えて分析。必要な情報が詳細に、かつ

【図表】インターネットを活用したPMイメージ



タイムリーに伝わるレポートとして、投資家やアセットマネジャーに好評を得ている。

### ASPを活用したマネジメントにより バルク案件にも迅速に対応

受託件数が増えることによって、地域性にとらわれずに業務をシステム化できるという考えから、プライムプレイスではアプリケーションサービスプロバイダ(ASP)の仕組みを活用したマネジメント手法を採用している[図表]。たとえば、売上金の回収から指定口座への送金に至るキャッシュの流れをスキームとして構築できれば、キャッシュマネジメント業務の多くが本社に集約できるという。こうして本社機能に組み込める業務と、現場対応が必要とされる業務を分業化し、PM業務を効率的に実施することでバルク等の大量案件にも迅速に対応できるという仕組みだ。さらに同システムによりインターネット回線を通じてすべてのサイト情報を共有化することにより、リアルタイムの情報を社内でも共有できるほか、パソコンと回線さえあれば商業施設内の各テナントともデータのやりとりが可能となり、

## これまでは組織の足場固め、 これからが運営能力を試される正念場

乾武生 [代表取締役社長]

2006年を振り返ってみますと、新しいサイト2件の立ち上げと、人材の確保および組織体制づくりが仕事の大半を占めていました。07年はolinasとVIOROの開店1周年、また、DICEにおいてはリニューアル計画もあり、PM会社としての運営能力が試される年と位置づけています。

オフィスや住宅の賃料は相場が決まります。しかし商業の場合、インフラの整備が進んだからといって賃料が上がるとは限りませんし、新しい商業施設がたくさん出てくれば、常にパイの奪い合いになります。このような状況において資産性を維持するためには、マンションやオフィスの大規模修繕とは異なるリニューアルが必要です。そして、費用対効果の検証を常にPMの立場から行わなければなりません。また、こうしたことを常に心掛けていけば、投資家の信頼を必ず勝ち得ることができると考えています。



業務の効率化を図ることができるようになる。システム活用により効率化されたことで、より多くの時間を販売促進企画やテナントリレーションなどに割けるようになったそうだ。

同社は、煩雑な売上金管理を簡素化し、売上金の預託にかかわらず、売上歩合を付加した賃料契約にすることも可能だ。この「固定賃料からインセンティブを発生させるための仕組み」は、入金機やPOSレジなどの初期投資もほとんど不要であり、新規物件だけでなく既存物件に対しても提案できるものとなっている。

現在、同社では「DICE」「olinas」のほか、福岡市内の「西新エルモールPRALIVA(プラリバ)」と「VIORO(ヴィオロ)」のほか4~5件のファンド物件をPM受託している。グループ会社のネットワークを活かし複合開発を一括して提案できることが大きな強みであるが、同時に商業に特化した専門性を活かした外部デベロッパーとのコラボレーションも可能である。今後も、開発コンセプトの立案からMD、リーシング、販売促進まで、幅広いニーズに応えられる商業PM会社として積極的な事業展開を図る考えだ。



左上 | VIORO  
右上 | olinas  
左下 | 西新エル  
モールPRALIVA  
右下 | DICE



会社名 (株)プライムプレイス

所在地 〒1003-8285  
東京都中央区八重洲1-9-9

担当部署 運営本部 業務推進室

連絡先 TEL. 03-3242-2266

URL <http://www.prime-place.jp>

事業内容 ・新規開発および既存施設の  
運営管理業務  
・商業施設のコンサルティング・  
評価業務  
・広告宣伝、販売促進業務  
・売上金管理システムの構築  
・テナントリーシング