

OA **K** HOUSE

株式会社オークハウス

知的資産経営報告書

2013年度版



社長からのご挨拶

オークハウスは1992年に始まり、今年で20周年という節目を迎えました。

もともと外国人向けに始めたハウスビジネスですが、いつの間にか運営ハウスも増え、多くの日本人入居者様にもご利用いただいております、新しいライフスタイルとして定着してきました。ここまでに至るにはリーマンショックや東日本大震災などを含め様々な障壁がありましたが、皆様のおかげで困難を乗り越えてきました。これもオーナー様や入居者様を始めとした関係者様のご支援と従業員の努力の賜物と深く感謝するばかりです。



さて、当社が創業した当初は外国人入居者を主体とした外人ハウスでしたが、やがて外国人と日本人の比率が同等のゲストハウス、日本人入居者が過半数を占めるシェアハウス、そして現在はソーシャルレジデンスとして進化を遂げてまいりました。

入居者様のニーズは過去と比較して大きく変化しています。果たして我々は「物件」をただ安く提供するだけで良いのでしょうか？

現在当社が提案するソーシャルレジデンスのコンセプトは、『住むことを楽しむ』です。少子化で入居者様が減ってきている、物件は増えているのに審査が厳しい、などという状況の中で、当社は入居者様の人となりを見てお貸しする、また入居者様の住居が必要なときにお貸ししています。日本人は宗教的な偏見や人種的な偏見、男女差の偏見もない、また子供も同権だという説もあります。一人でやるよりも皆で何かをやるという文化、ソーシャルレジデンスとは単に住むことだけではなく、皆でアクティビティをやろうということなのです。

今後もコミュニティーの機能を充実させ、10,000室への実現に向けて邁進してまいりますので、皆様宜しくお願い致します。

2013年4月30日
株式会社オークハウス
代表取締役 山中 武志

CONTENTS

～株式会社オークハウス 知的資産経営報告書 2013～

● 経営理念	2
● 事業概要	3
1) 沿革	3
2) 事業内容	4
3) 事業環境	8
● これまでの事業展開（過去～現在）	13
1) これまでのオークハウス	13
2) オークハウスの知的資産	14
● オークハウスの将来像（現在～未来）	19
1) 今後のビジョン	19
2) これからの経営の方向性	20
● 会社概要	25

知的資産経営報告書について

知的資産とは、バランスシートに記載されている資産以外の無形の資産であり、企業における競争力の源泉である人材、技術、技能、知的財産（特許・ブランドなど）、組織力、経営理念、顧客とのネットワークなど、財務諸表には表れてこない、目に見えにくい経営資源の総称です。

「知的資産経営報告書」は、この目に見えにくい経営資源、即ち非財務情報を、債権者、株主、顧客、従業員といったステークホルダー（利害関係者）に対し、「知的資産」を活用した企業価値向上に向けた活動（価値創造戦略）として目に見える形でわかりやすく伝え、企業の将来性に関する認識の共有化をはかることを目的に作成する書類です。経済産業省から平成17年10月14日に「知的資産経営の開示ガイドライン」が公表されており、本報告書では原則として、これに準拠して作成しております。

経営理念

当社の経営理念は、次の通りです。

**住まいを通じて
楽しみ、喜び、成長する
機会を提供する。**

当社は、社会・経済環境の変化による多様な境遇・趣向の入居者様に対して、それに適した居住空間を提供することで発展してきました。それは、住むことの楽しさ・喜びを探求し、提供してきたからこそその発展であると考えます。

さらに人々が集い交流することで、互いに刺激し合い成長へと向かっていきます。住むことで、関わる全ての人々が成長できる環境は、当社にとっても成長への糧となっているのです。当社もまた、入居者様と共に常に成長し続けていきます。

そしてこれからも、時代の変遷と共に新しい住み方を創造し続け、住むことを通じた価値を提供するビジネスを続けていきます。



事業概要

1) 沿革

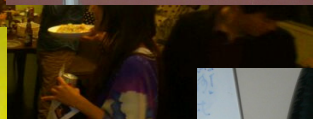
平成 4 年 外国人及び帰国日本人の為のハウスビジネスを開始

平成 10 年 株式会社オークハウス設立

平成 17 年 オークホテル開業

平成 19 年 本社を池袋オークビルに移転

平成 24 年 本社を渋谷区南平台町に移転



事業概要

2) 事業内容

当社は、シェアハウスを作り、集客から運用・管理まで一貫して行っています。シェアハウスとは、自室とは別に複数人数が共同利用できる共有スペースを持った賃貸住宅のことです。従来の不動産業者が地主・家主の代理業者として入居者募集を行っているのに対し、当社は入居者様の代わりに物件を借上げ・購入する消費者側の業者です。

当社は 1992 年から外国人及び帰国日本人の為のハウスビジネスを開始し、東京の新しい住み方としてシェアハウス事業を拡大してきました。敷金・礼金・保証人不要という入居の簡易さと共に、予算やライフスタイル、センスに広くマッチングする居住空間をお客様に提供しています。さらに、入居者様に対しても様々なニーズに応えるべく、トラブル対応から御用聞きまできめ細かいサービスとケアを徹底しています。

① カストマーマーケティング

東京・神奈川の人気エリアを中心にシェアハウスを展開しています。当社では、入居者様の募集／WEB 広告から入居受付／契約、サポートまでの一連の運營業務を自社で完結させています。

●シェアハウスの運営管理

●賃貸アパートの紹介

●ハウスパーティーやイベントの企画

② オーナーマーケティング

土地建物オーナー様のご希望条件や建物状況、立地条件を総合的に満たす最適なシェアハウス収益プランをご提案しています。また、シェアハウスとして有効活用できる空寮やアパート、一戸建て住宅など、土地建物の買い取りも行なっています。

●シェアハウスによる土地建物有効活用の企画提案

●シェアハウス向けのリノベーション工事・メンテナンス工事

●新築シェアハウスの企画提案・コンサルティング

●シェアハウス用物件の取得

●シェアハウス型収益不動産の販売

事業概要

シェアハウスを作って売り、集客して管理

従来の不動産業者が地主・家主の代理業者として入居者募集を行っているのに対し、当社は入居者様の代わりに物件を借上げ・購入する消費者側の業者です。



図表 1：当社のビジネスモデル

シェアハウスの開発から運営までのすべての段階

オークハウスにはシェアハウスに関する各専門分野の経験を積んだスタッフがいます。1992 年の創業から積み重ねたノウハウとサポート体制があります。

シェアハウス事業

オーナー・マーケティング

- シェアハウス開発・販売
- 設計・施工管理
- 不動産情報会社との連携
- 金融機関・ファンドとの連携

カスタマー・マーケティング

- WEB・広告・集客
- SNS企画
- フリーペーパー企画
- イベント企画
- シェアハウス運営・管理
- シェアハウスマンテナンス
- シェアハウス修繕・清掃

図表 2：当社のサポート体制

事業概要

リノベーション事業

Before



After

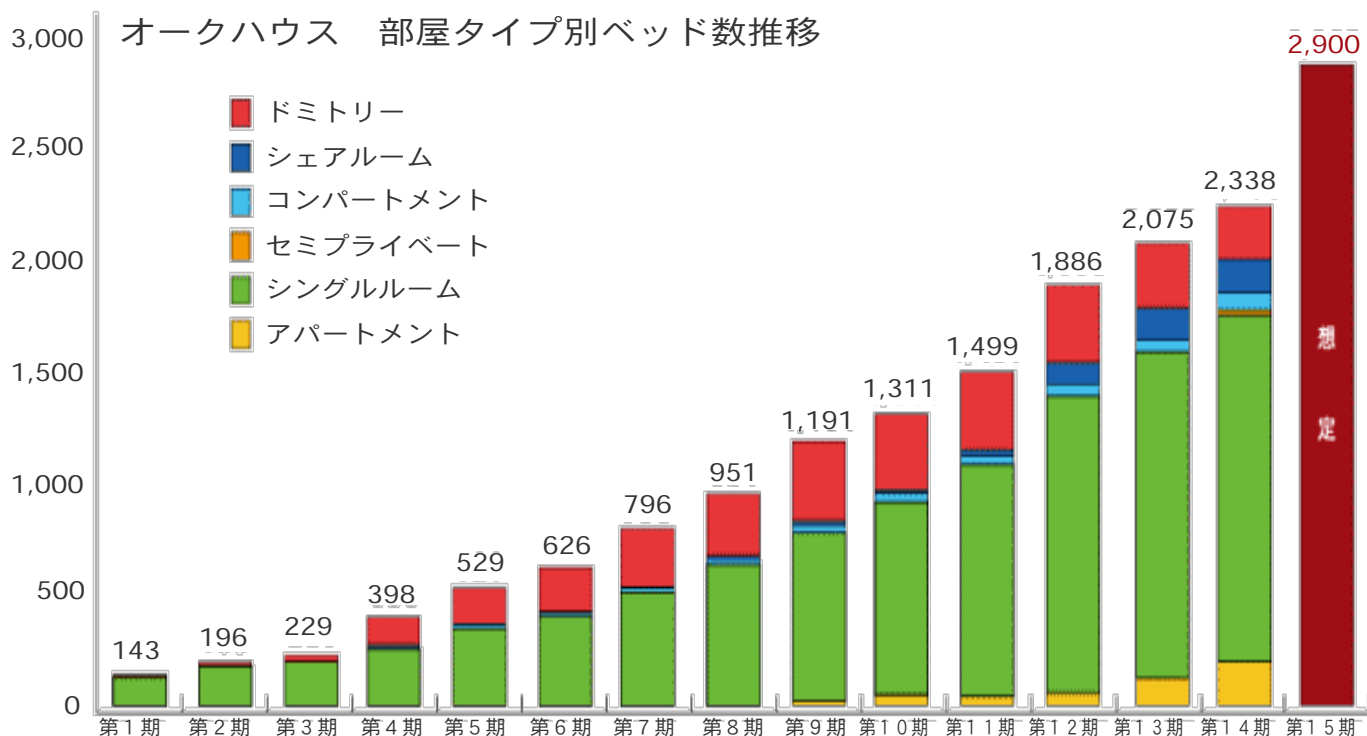


図表 3：当社リノベーション事業の一例

事業概要

シェアハウス事業の拡大

当社では 1992 年の創業以来信頼と実績を積み重ね、約 2700 室の物件を管理しています。



図表 4：当社の部屋タイプ別ベッド

シェアハウス管理戸数日本最大

140棟を運営 2700部屋を管理



図表 5：首都圏に集中する当社の営業エリア数推移

事業概要

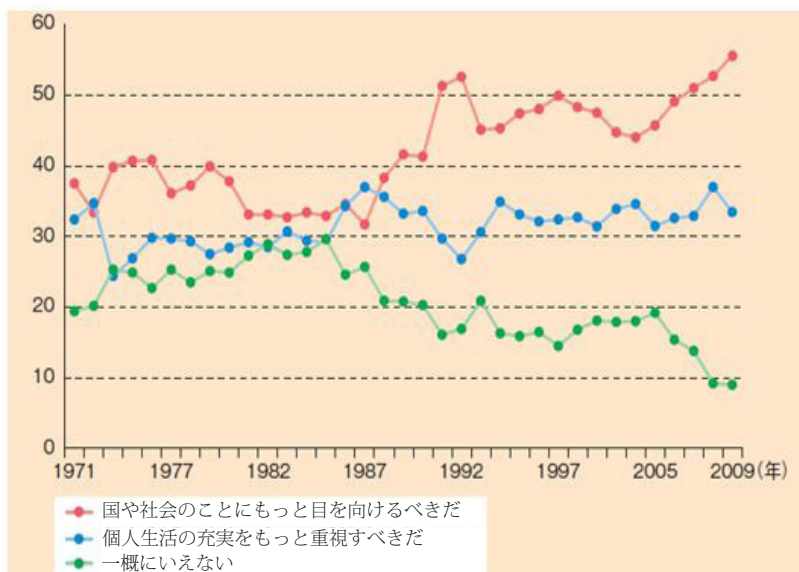
3) 事業環境

当社は、物件を借上げ入居者様に貸すビジネスモデルであるため、居住者の動向と物件提供者の動向、そして業界の動向が主要な事業環境となります。

20 代～ 30 代の若い年齢層のシェアハウスニーズ増加

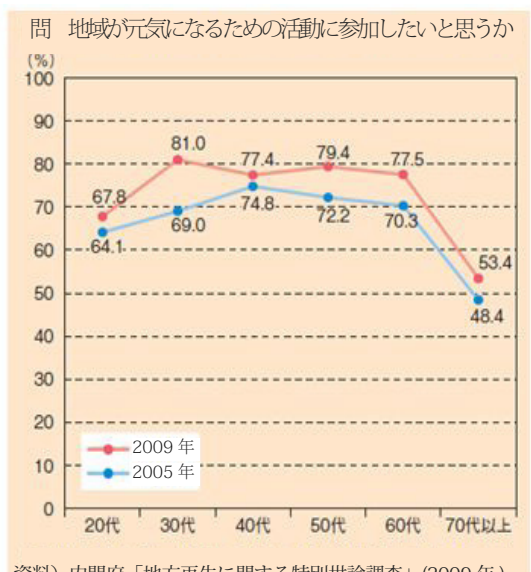
当社入居者様の約 9 割は 20～30 歳代の若い年齢層です。多くが仕事を持ち様々なライフスタイルを持つ中で、シェアハウスの生活を楽しむニーズが多様化しています。また、若い層の社会に対する意識の変化も見られます。

平成 21 年度国土交通白書では、人々の意識の変化を「これからは国や社会のことにもっと目を向けるべき」との意識が高まっており、若い世代においても「その意識は高いとともに、近年さらに高まる傾向にある」と論じています。2011 年の東日本大震災を契機にその意識はさらに高まりを見せており、「社会的つながり」や「きずな」のニーズが高まっています。



資料) 内閣府「社会意識に関する世論調査」より国土交通省作成

図表 6 社会志向と個人志向



資料) 内閣府「地方再生に関する特別世論調査」(2009 年)、「地域再生に関する世論調査」(2005 年)より一部抜粋により国土交通省作成

図表 7 地域が元気になるための活動への参加

(出典：国土交通省「平成 21 年度国土交通白書」)

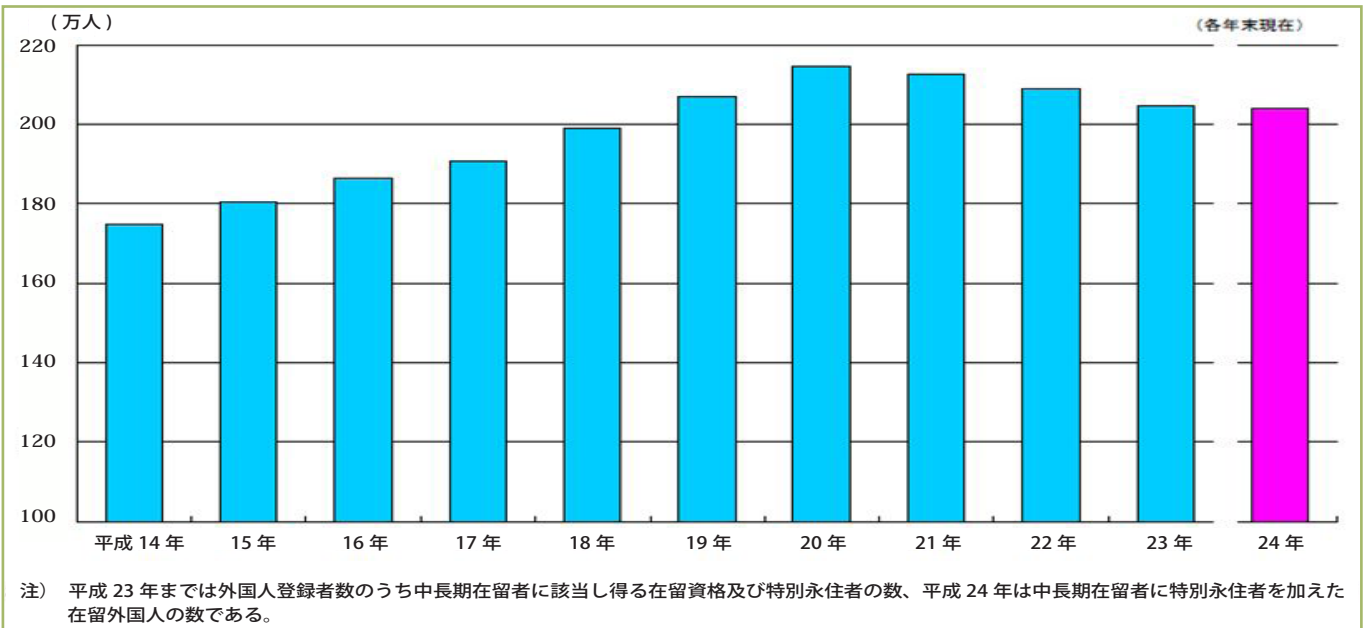
一方、「起業」に対する意識の変化も見られます。大学生で起業した株式会社リブセンスが上場した例も出ているように、若い層を中心に起業ブームが巻き起こっていると言われています。SNS やスマホ用アプリなど、投資が少なくても起業できる事業が増えており、ベンチャー向けファンドも増加しています。このような状況の中で、様々な人と情報を共有し交流する事を通じて学び合える「場」のニーズが高まっています。

事業概要

外国人の増加

次に、オークハウスの入居者様の30～40%を占める外国人の動向を見ていきます。日本に滞在する外国人は2008年まで伸び続け、その後、東日本大震災などを挟み、停滞していました。しかし、近年、円安などにより入国する外国人は増加傾向にあります。日本政府観光局(JNTO)が発表した2013年3月の訪日外国人客数は前年同月比26%増の85万7000人で、単月では過去2番目でとなっています。

外国人の増加は、外国人入居者の獲得の可能性を高めると共に、外国人を含めたコミュニティー創出の可能性も高めるものとなります。

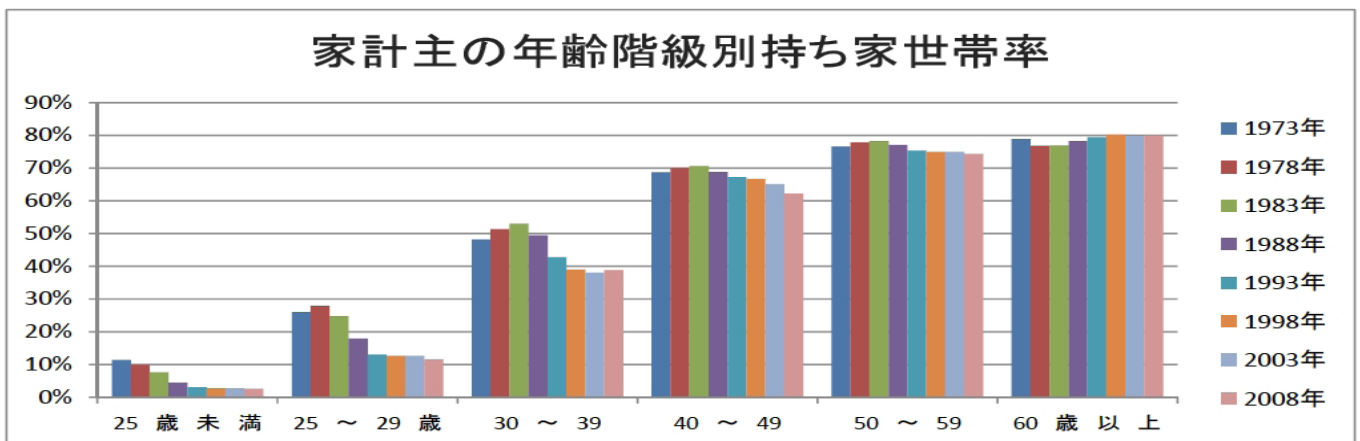


図表 8 外国人登録者数の推移及び在留外

(出典：法務省「平成 24 年末現在における在留外国人数について (速報値)」)

低価格な居住へのニーズ増加

住居環境の変化でみると、下図に示すように若年層になるほど持ち家世帯率が低下しています。バブル崩壊後の就職難を経験した世代以降、収入や就業の不安定な人々の割合が増加したこと、晩婚化などが要因となっているでしょう。賃貸物件の居住スペースとしての役割は大きくなっているということができます。



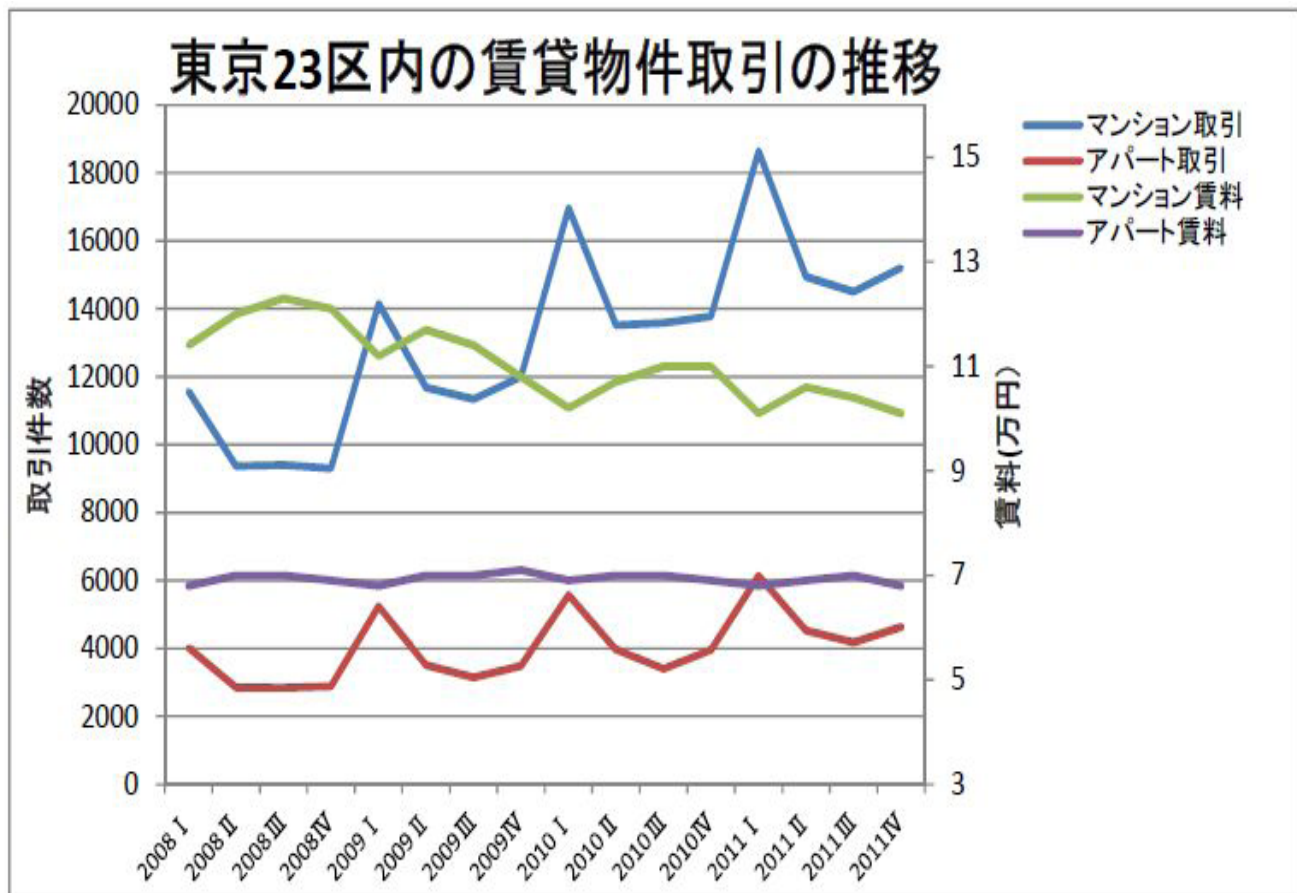
図表 9：家計主の年齢階級別持ち家世帯率

(出典：総務省「平成 20 年住宅・土地統計調査」)

事業概要

次に、東京 23 区内の直近 3 年間の賃貸物件の取引及び平均賃料の推移を見てみましょう。下図に示すように、徐々に取引数は拡大しており、上述した傾向が見て取れます。

しかし、賃料に関しては下落あるいは横ばいであり、特にリーマンショック以降、低価格での居住に対するニーズが増してきており、不況による就職難・就業難・学生仕送り額の低下・デフレなど経済状況の影響が色濃く反映されたものと考えられます。



図表 10：東京 23 区内の賃貸物件の推移

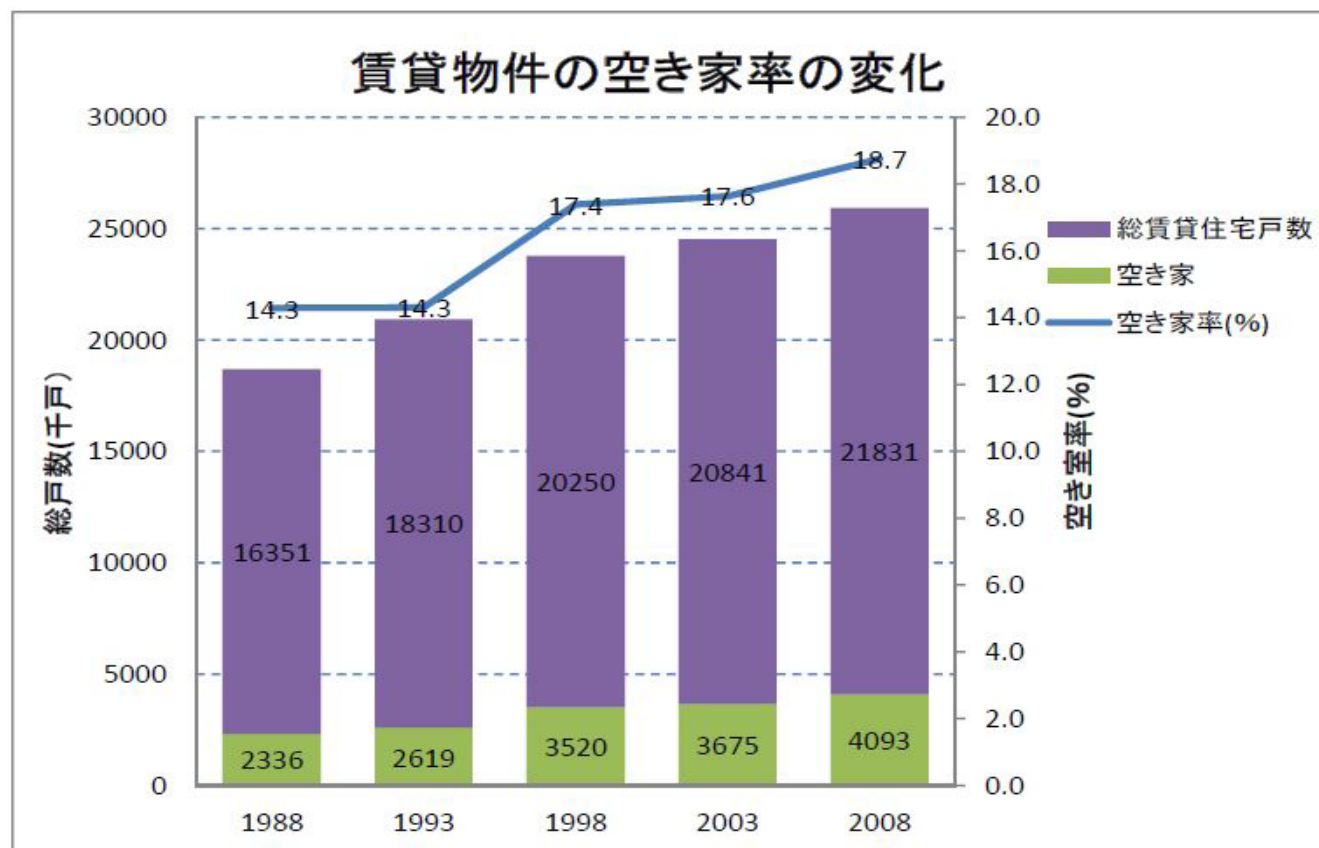
（出典：公益財団法人 東日本不動産流通機構「首都圏賃貸居住用物件の取引動向」）

不動産の空き室率の増加

家賃下落傾向を説明する際、物件の過剰供給を挙げることもできます。図表 11 に示されている通り、バブル崩壊後空き室率が高まったまま、その増大傾向は変わっていません。

上述した賃貸物件へのニーズの増大に相反するのように感じますが、ニーズの増大よりも過剰な物件供給、あるいは人気がない老朽化物件の増加が空き室率を増大させていると分析できます。

事業概要



図表 11：賃貸物件の空き家率の変化（出典：総務省「平成 20 年住宅・土地統計調査」）

このような状況の中で、物件オーナー様には遊休資産の有効活用策として、リノベーションしてシェアハウスとして活用するニーズも高まっています。

こうして入居者様・物件オーナー様のニーズが拡大している事業環境の中で、当社はバランスを取って事業を推進していくことが求められています。

シェアハウスの知名度の向上

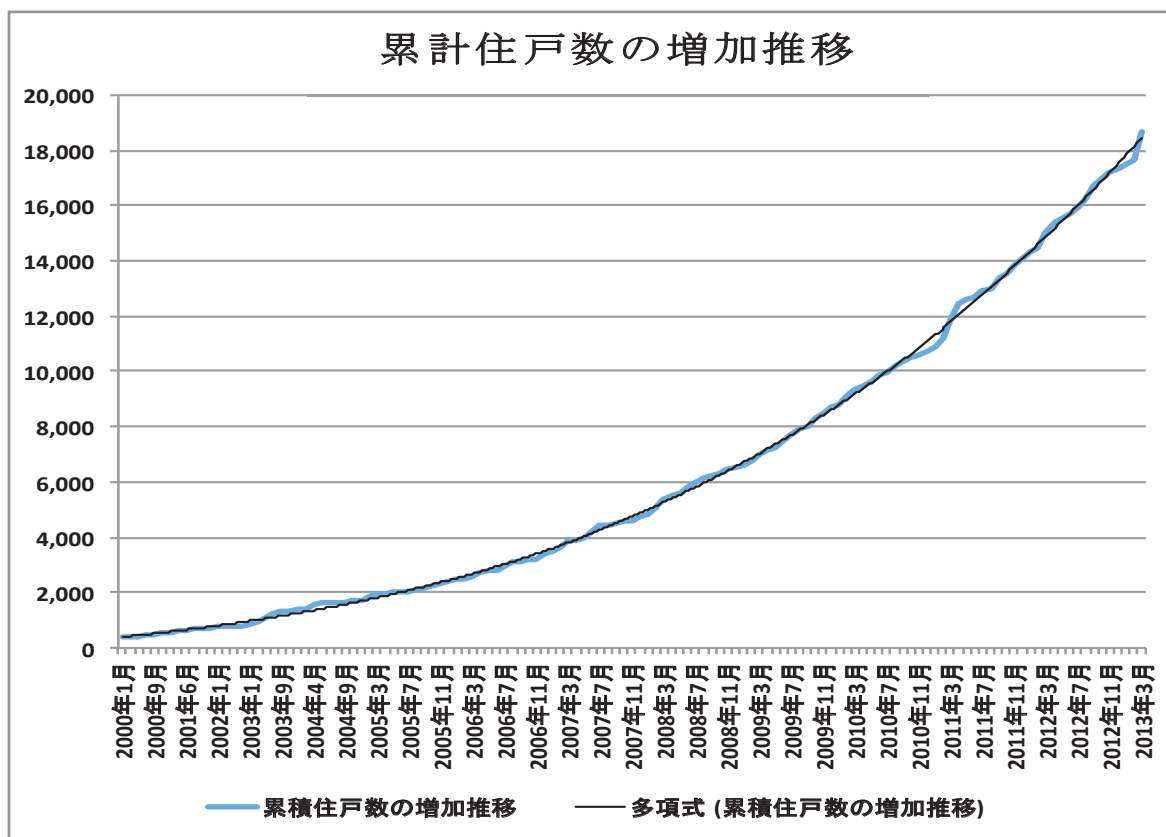
最後に、業界動向を見ていきます。近年、フジテレビの「テラスハウス」や日本テレビの「シェアハウスの恋人」などシェアハウスを舞台にしたドラマが見受けられます。いずれも若い男女がシェアハウスを舞台に知り合い、そこから様々な人間関係を築いていくものであり、「ただの住む所」というよりも「社会と接する場所」としてシェアハウスを肯定的に表現しています。

またNHKの「クローズアップ現代」や「会社の星」ではシェアハウ斯特集を組み、社会と接する場だけでなく仕事を作り出す場として描いています。

このように、様々なメディアでの露出を通じてシェアハウスの知名度は、年々上がっています。近年のシェアハウスの戸数の増加は、知名度上昇を裏付けています。

事業概要

このように、これまでニッチな存在であったシェアハウスが、現在では一般的な存在として人々に認知されてきており、当社にとってのビジネス機会と捉えられます。



図表 12 シェアハウスの累計住戸数推移（ひつじ不動産登録物件をオープン日で集計）
（出典：オシャレオモシロフドウサンメディアひつじ不動産）

シェアハウス業界への新規参入と競争激化

シェアハウス業界が拡大する状況の中で、業界内の競争も激化してきています。大手資本を背景とした企業がシェアハウスの新築物件を建設し、その設備・建物の豪華さで訴求している状況も見られます。当社は、設備・建物と言ったハード面だけでなく、住まいを通じた「楽しみ、喜び、成長」を提供できるソフト面の力で差別化しなくてはなりません。

また、様々なシェアハウス業者が乱立し、シェアハウスの品質にバラツキが生じてきています。当社が提供するシェアハウスのサービス品質を、維持・向上させることで、シェアハウス業界の底上げを図る必要があります。業界全体の地位を高め、全体が成長する中で当社が更にシェアを伸ばすことが重要であると考えております。

これまでの事業展開（過去～現在）

1) これまでのオークハウス

当社は、「住まいを通じて楽しみ、喜び、成長する機会を提供する」ことを実践して参りました。

創業は、ある外国人へ住居を提供することから始まります。久しぶりに部屋を訪ねると、きれいにリフォームし、快適に暮らしていました。当時は外国人が入居できる物件が限られており、ゲストハウスと呼ばれる賃貸も劣悪な物件が多く、満足のいく居住空間の提供が為されておりました。そうした中で当社は、リノベーションを通じてきれいなゲストハウスを提供してきました。さらに、英語が話せてきめ細やかな対応ができるハウスマネージャーを配置するなど、住むことを起点とした経営を実践して参りました。

その後、敷金・礼金・仲介手数料が無いといった割安感・手ごろ感に加え、口コミによる評判の高さからシェアハウス業界での認知度も高まり、日本人の入居者様も増えていきました。さらに、内装デザインやイベントスペースに特徴を出した物件など、地域や顧客のニーズに合致するような物件の提供を続けて参りました。



図表 13 入居者様と共に成長してきた当社

これまでの事業展開（過去～現在）

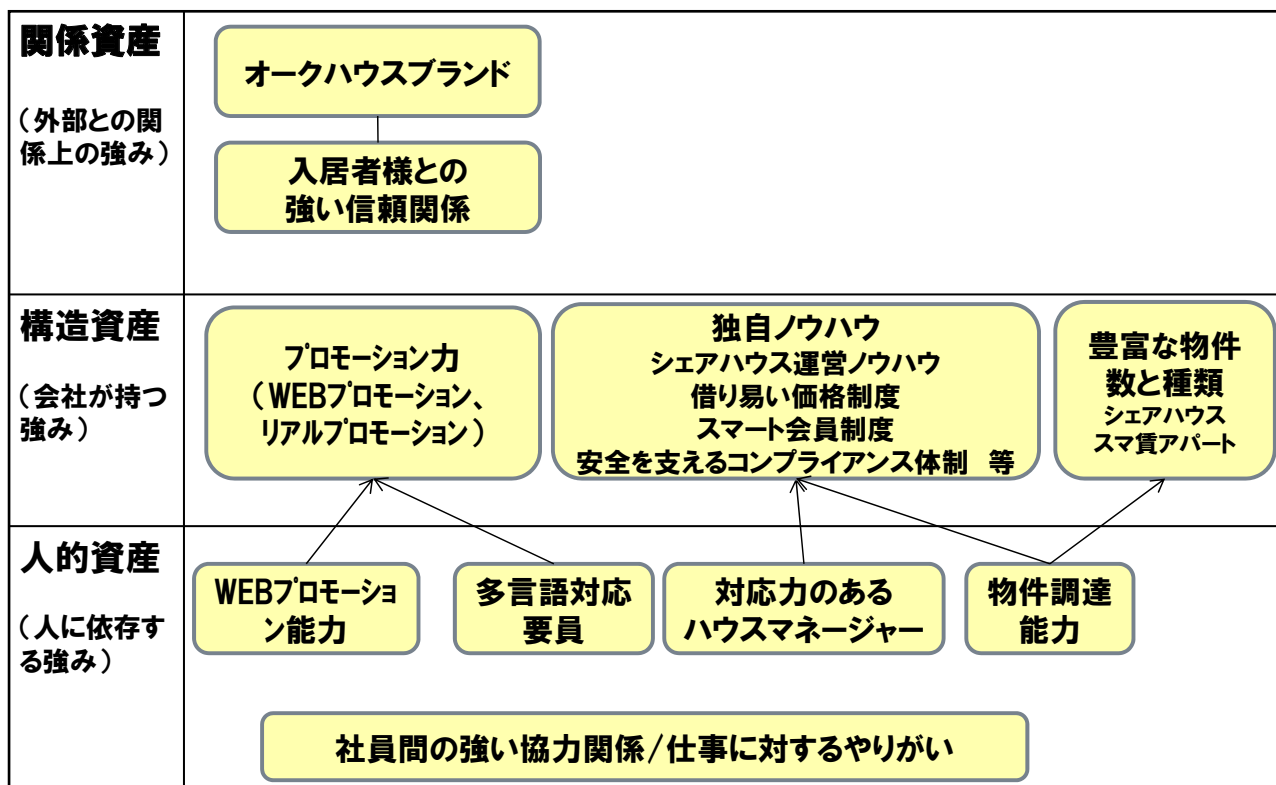
2) オークハウスの知的資産

これまでの経営を知的資産¹の観点から整理したのが図表 14 です。

外部との関係を示す関係資産として、入居者視点による経営を進めた結果得られた、入居者様との強い信頼関係とオークハウスブランドが挙げられます。

当社が仕組み・制度として持つ構造資産として、WEBを通じた発信や人的なリアル発信によるプロモーション力、シェアハウスを「楽しみ、喜び、学ぶ」場とするための独自ノウハウ、そして豊富な物件が挙げられます。

これら構造資産は、経営者や従業員の人的資産つまり各人の力に支えられています。各人の持つWEBプロモーション能力や多言語対応能力がプロモーション体制を支え、シェアハウスを管理するハウスマネージャーの入居者対応能力や、経営者の物件調達能力が、シェアハウス運営や豊富な物件の提供を可能としています。そしてこれらの個々人の強さは、社員間の強い協力関係、仕事のやりがいを重視する組織文化を土壌としています。



図表 14 当社の知的資産

¹ 知的資産：企業が持つ無形の資産、目に見えにくい経営資源、強みの総称

- ・ 人的資産：従業員に依存する知的資産。従業員が退職時に一緒に持ち出す資産
- ・ 構造資産：組織として会社が持つ知的資産。従業員の退職後も企業内に残留する資産
- ・ 関係資産：外部との関係上の資産。企業の対外関係に付随した全ての資産

これまでの事業展開（過去～現在）

入居者様との強い信頼関係とオークハウスブランド

来日する外国人に対する丁寧な対応は、口コミとなってオークハウスの認知度を高めました。現在では、時として親や先生、友人のような存在であるハウスマネージャーが、入居者様と強い信頼関係を築いています。これらは、「シェアハウスといえばオークハウス」と「オークハウスなら安心」というまでに、オークハウスブランドを確立しております。

また入居者様は、当社の魅力を積極的に発信してくださいます。この情報発信が更なるブランド強化に役立っています。



図表 15 入居者様による情報発信

「楽しみ、喜び、学ぶ」場とするための独自ノウハウ

当社には、明確な料金体系やスマート会員に代表される割引制度、年齢・性別・国籍を問わず入居可能とする制度、保証人・保証会社を不要とする制度、敷金・礼金・仲介料・更新料を不要とする制度、季節ごとのキャンペーン制度など、他社が真似できない制度がたくさんあります。さらには、ハウス内の移動が自由になる制度も人気を得ています。

また、入居者様の安全を守るコンプライアンス体制をもち、共用スペースにモノを置かないなどのルール徹底、防災訓練の定期的な実施をすすめています。

これらの制度や体制は、当社が入居者様の立場に立って運営するなかで積み上げた独自ノウハウで支えられています。

これまでの事業展開（過去～現在）

抜群のプロモーション力

当社のホームページは Google に於いて「シェアハウス」検索 1 位の抜群のヒット率を維持しています。ホームページに限らず、Facebook、Twitter などの SNS によって、広く顧客に認知されるようなプロモーションを実践しております。一度、当社のホームページにアクセスしてみてください。毎日新しい物件情報が更新され、新しい生活に活気を付ける仕上がりとなっております。また、英語、韓国語、中国語、フランス語にも対応しており、海外に対する発信力は他社の追随を許しません。こうした発信力によって、外国人入居者の多くは母国でオークハウスのことを知り、海外からのアクセスも非常に多いのが特徴的です。



図表 16 当社の Facebook ウォール

また、お客様との直接の窓口として「情報館」を有しております。ここは当社にアクセスするお客様の入り口であり、電話、メール、来訪をワンストップで対応しております。情報館には英、中、韓の外国人スタッフが常駐し外国人のお客様に対してもきちんと対応します。正直に物件がマッチするまで、丁寧に且つ、すばやく対応することで、多くのお客様に評価を得ております。



図表 17 渋谷情報館のスタッフ

これまでの事業展開（過去～現在）

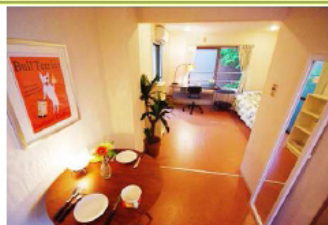
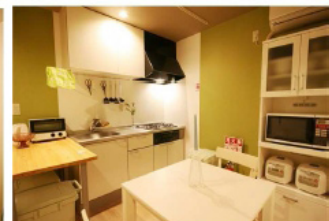
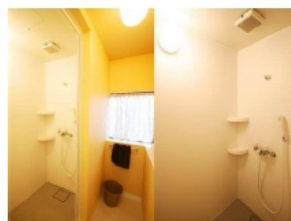
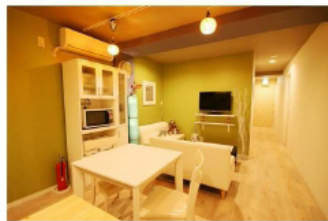
豊富な物件数と種類

当社では、従来のゲストハウスからハイレジデンスを訴求する物件まで、幅広いニーズに対応しています。綺麗でお洒落で、家具のクオリティが高い「プレミアムシリーズ」、自転車好きなど趣味やライフスタイルを徹底的に楽しめる「ジラスシリーズ」、女性専用シェアハウス、緑と庭に囲まれて、四季を楽しめる「ガーデンシリーズ」、保証人不要で敷金礼金なしの「スマート賃貸アパートメント」などが140棟あり入居者様は、自由に移動が可能です。



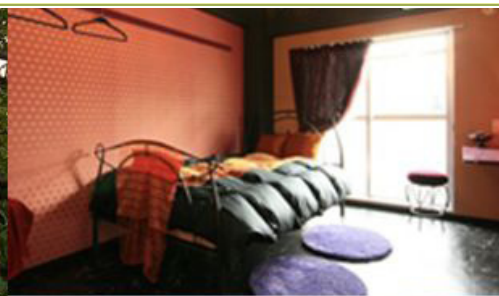
シェアハウス:

キッチン・シャワー・トイレを併設しない個室に滞在するスタイルです。キッチン・シャワー・トイレを共有することをキッカケにコミュニケーションが生まれます。



アパートメントタイプ:

キッチン・シャワー・トイレが併設された部屋です。一般の1Rや1K等を敷金・礼金保証金無しのシェアハウス型の契約で貸出します。共有スペースはありません。



図表 18 当社の様々な物件

これまでの事業展開（過去～現在）

シェアハウスの運営を支えるハウスマネージャー

ハウスマネージャーは、オークハウスブランドを担う重要な人的資産です。シェアハウスを運営する上で、入居者間のトラブルがゼロになることはありません。共用スペースの使い方からごみの出し方など大小様々なトラブルが発生します。そのような時に、入居者様と信頼関係を築いている経験豊富なハウスマネージャーが間に入ることで安心した生活を送ることが出来ます。また、ハウスパーティを積極的に開催するなど、入居者様同士のコミュニケーション促進を図るのもハウスマネージャーの役割です。

当社は 100 室から 150 室ごとに一人のハウスマネージャーを配置し、全マネージャーが英語での接客が可能な体制をとっております。また 20 年間の経験で蓄積したノウハウを共有し対応力の強化も図っています。

こうしたハウスマネージャー中心のシェアハウス運営により、入居者様の継続入居率や満足度の高さに繋がっていることがアンケートでも示されています。



図表 19 ハウスマネージャーを中心とする当社スタッフ

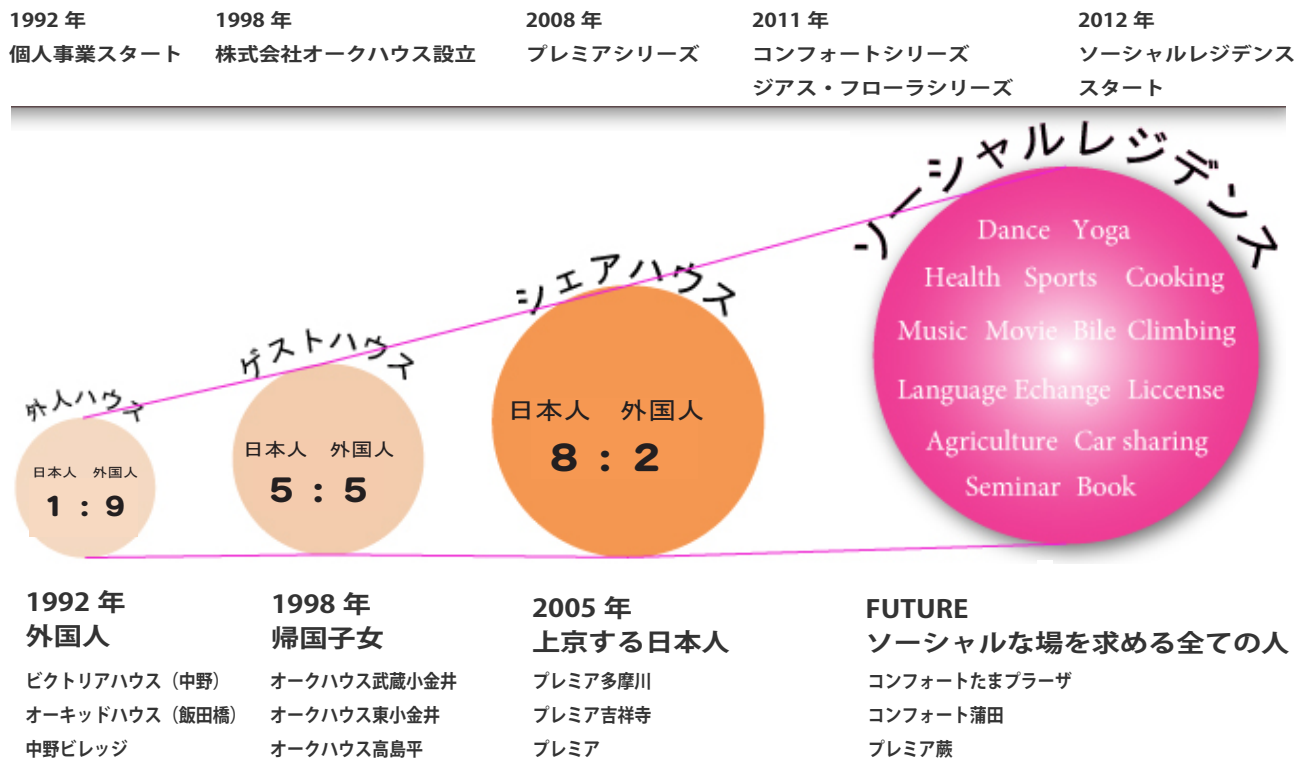
オークハウスの将来像（現在～未来）

1) 今後のビジョン

当社はシェアハウス事業の先駆けとして成長してきました。

最初は外国人 90% の“外人ハウス”から始まり、次第に多くの日本人の支持を得てきました。今後はソーシャルな場を求める全ての人を対象としたソーシャルレジデンス®を提供し、シェアハウス業界をリードしていきます。

ソーシャルレジデンス®はシェアハウスをソーシャルな場として捉え、入居者間のコミュニケーションに力を入れるハウスです。居住空間では、サークルやセミナーが行われ、オフィス空間では、オフィススペース提供・情報発信サポート・経営コンサルティングサービスなどが提供されます。これらのサービスをソーシャルアプリケーション®として整備し提供します。これからも「住まいを通じて楽しみ、喜び、成長する機会を提供する」ことで現在約 2,700 室の室数を 10,000 室にして、シェアハウス業界トップの地位を一層確立します。



図表 20 当社のビジネス推移

オークハウスの将来像（現在～未来）

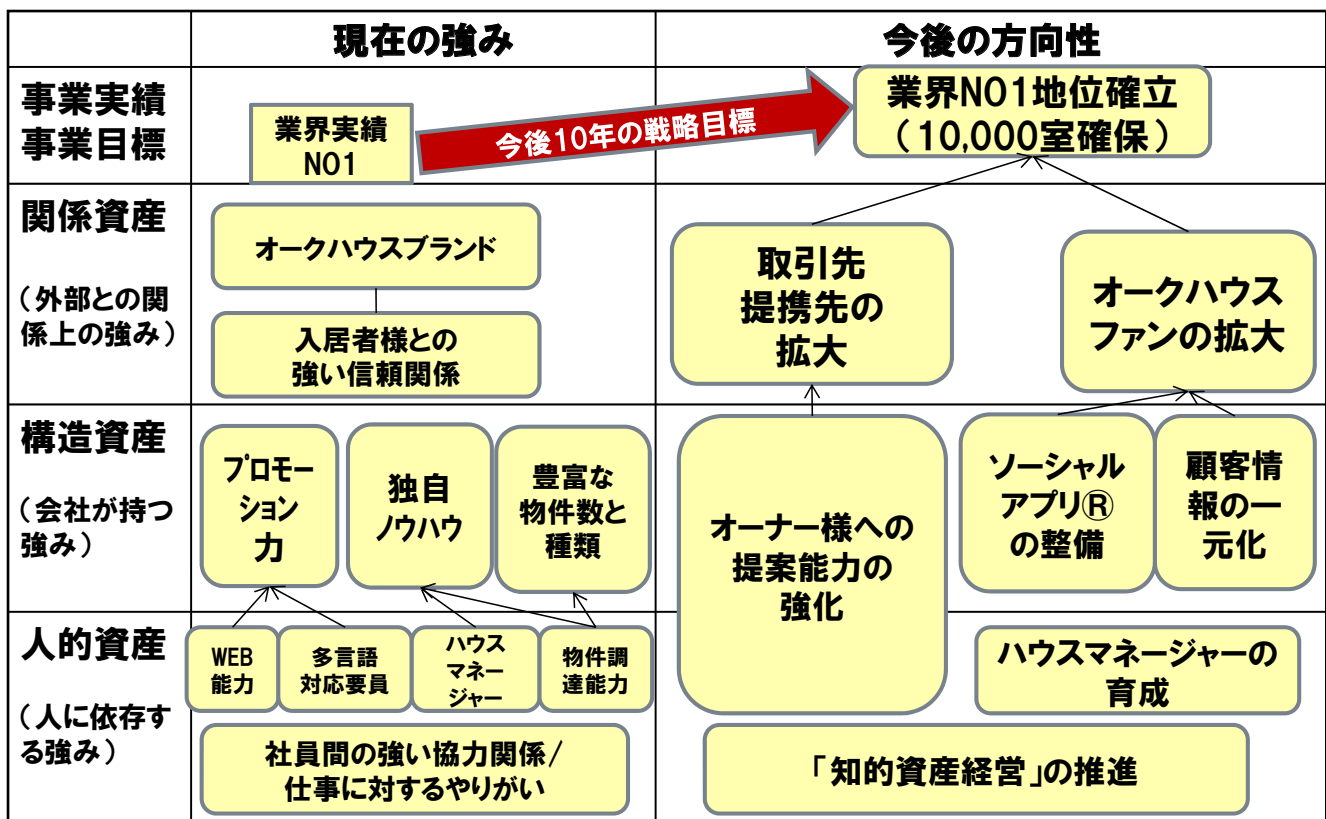
2) これからの経営の方向性

当社はこれまでお客様との強い信頼関係、プロモーション力、独自ノウハウ、豊富な物件数と種類などの強みで成長してきました。今後 10,000 室という目標を達成するため、これまでの強みを一層活かした成長戦略をもって事業を進めていきます。

具体的には、まず取引先・提携先を拡大することで優良物件を安定的に確保します。そのために、提携スキームを作り、オーナー様への提案能力強化に取り組んでいきます。

第二に、オークハウスファンを拡大していきます。そのために、より魅力的なソーシャルアプリケーション®の整備や、顧客情報の一元管理を進めていきます。

第三に、それらの基盤であるハウスマネージャーの継続的な育成を図ります。これまで同様、入居者様との信頼関係を大切にしながら、ハウスマネージャー間の連帯意識をさらに醸成し、サービス力と組織力双方の強化を図っていきたいと考えます。



図表 21 当社の方向性

オークハウスの将来像（現在～未来）

取引先、提携先の拡大（毎年 1000 部屋の優良物件の安定的確保）

毎年 1000 部屋を安定的に確保するため、様々な提携先と取引を進めていきます。

リノベーション物件については、これまで以上に多くの不動産業者様、オーナー様と取引させていただき優良物件の確保を進めます。

また新築物件については、物件の数を確保する上で必要となるため、投資先と資金調達を含む提携スキームを検討して進めます。

さらに、他企業とのアライアンスを通じて、物件調達を進めマーケット拡大を図ります。



図表 22 日本最大のシェアハウス「コンフォート蒲田」



図表 23 新築物件で職住一体を提案する「コルパルティア新宿」

オークハウスの将来像（現在～未来）

オークハウスファンの拡大

オークハウスの魅力を発信し、オークハウスファンを増やしていきます。そして将来シェアハウスに入居いただくようメッセージを発信しつづけます。

オークハウス会員へは、メリットとして早期入居による格安料金の提供、ソーシャルアプリケーション®の場の提供、定期的な情報提供を行い、継続的におつきあいでいきます。



図表 24 オークハウスファンのイベント

プロモーション面で

は、WEB によるマーケティングに一般メディアを加え、総合的に進めます。今日、シェアハウスの認知度の一層の高まりによってシェアハウスが新聞、テレビなどのメディアで取り上げられるケースが増加しており、この機会を生かし積極的にメディアを通じた発信を図っていきます。

オークハウス会員や、既存の入居者様の顧客情報を一元化し、関係構築を図ります。これにより、入居前、入居した後、シェアハウス退出後でも、お客様と、お付き合いでき、当社のファンであって頂けるようにします。また情報を共有することでハウスマネージャー、情報館、管理部門などの連携を強化し、業務の効率化、スピードアップを図っていきます。



図表 25 総合的なプロモーション

オークハウスの将来像（現在～未来）

ソーシャル・アプリケーション®の整備

シェアハウスをソーシャルな”場”として再定義し、オモシロイ・ためになる・共有できる価値あるイベント・ワークショップへ参加しながら住むという、新しい住み方をソーシャル・アプリケーション®として整備します。

新しい住まい方について、当社のハウスマネージャーやスタッフが入居者の皆様と一緒に作り、成長させていきます。

更にソーシャル・レジデンス®と連携し「働く楽しみの場」を提供する機能の強化も図ります。オフィススペース提供、PRによる情報発信サポートサービス、中小企業診断士と連携したコンサルティングサービスなどの提供を実施していきます。

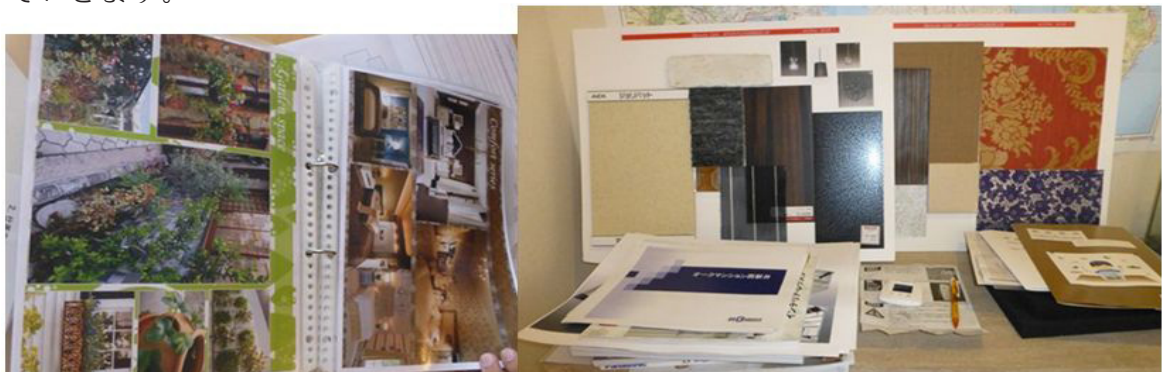


図表 26 ソーシャル・アプリケーション®の提供

オーナー様への提案能力の強化

当社はシェアハウスを運営する機能と、シェアハウスを作る機能の両方を持ち、オーナー様に不動産のシェアハウス活用を総合的に提案できる会社です。今後、更にオーナー様に対し魅力的な企画提案できるようプランニング能力を強化します。

特にハウスマネージャー部門やプロモーション部門と連携することで、ニーズを掴み、タイムリーにプロモーションを実施し集客を図る事も可能となりますので、これらの強みを活かした企画を進めていきます。



図表 27：リフォームカタログや壁紙サンプル

オークハウスの将来像（現在～未来）

ハウスマネージャーの継続的な育成

各ハウスのサービス品質は、そのハウスマネージャーの力量で大きく左右されます。これまで当社ハウスマネージャーは、各人が入居者様と住みながらコミュニケーションを重ねることで成長し、様々な対応ノウハウの蓄積につなげてきました。

今後の成長に合わせ、ハウスマネージャーを育成し増やす体制を作り、サービス品質の維持・向上を図って行きます。

そのため、マニュアル作成や研修を通じた育成と同時に、ベテランハウスマネージャーによるOJT²を進めます。

「知的資産経営」³の推進

当社は多くの知的資産を持ち、その強みを活かした経営を進めてきました。全ての社員がその強みを認識し行動することで、当社の一層の発展が可能となります。そこで昨年度は、社員全員で当社の知的資産を棚卸し、当社の強みの認識を共有するワークショップを実施しました。今後、知的資産を更に活用し業績向上に結びつけて行きます。



図表 28 社員全員で実施した知的資産経営ワークショップ

² OJT: On-the-Job Training

職場の上司や先輩が部下や後輩に対し具体的な仕事を通じて仕事に必要な知識・技術・技能・態度などを意図的・計画的・継続的に指導し、修得させることによって全体的な業務処理能力や力量を育成する活動。

³ 知的資産経営

会社の強み（知的資産）をしっかりと把握し、活用することで業績の向上や、会社の価値向上に結びつける経営方法。大きなコストをかけずに身の回りにある「知的資産（見えざる資産）」を活用することによって、他社との差別化を継続的に実現することができ、ひいては経営の質や企業価値を高めることができる。

会社概要

社名	株式会社オークハウス
所在地	〒150-0036 東京都渋谷区南平台町 8-11
代表取締役	山中 武志
設立	平成 10 年 11 月 10 日
資本金	40,000,000 円
従業員数	45 名 (2013 年 1 月末時点)
事業内容	■賃貸物件一括借り上げ事業 ■賃貸物件運営管理事業 ■不動産販売事業 ■コンサルティング事業 ■ホテル・旅館事業
登録商標	ソーシャルレジデンス 商標登録番号：第 5541122 号 登録日：平成 24 年 12 月 7 日 ソーシャルアプリ 商標登録番号：第 5541166 号 登録日：平成 24 年 12 月 7 日 ソーシャルアクティビティ 商標登録番号：第 5543474 号 登録日：平成 24 年 12 月 14 日



あ と が き

注 意 事 項

本知的資産経営報告書に記載しました将来の経営戦略及び事業計画ならびに付帯する事業見込みなどは、全て現在入手可能な情報をもとに、当社の判断にて掲載しています。そのため、将来にわたり当社を取り巻く経営環境（内部環境および外部環境）の変化によって、これらの記載内容などを変更すべき必要が生じることもあり、その際には本報告書の内容が将来実施または実現する内容と異なる可能性もあります。

よって、本報告書に掲載した内容や数値などを、当社が将来にわたって保証するものではないことを、ご了承願います。

問 い 合 せ 先

株式会社 オークハウス

WEB マーケティング課 横山 雄一

〒 150-0036 東京都渋谷区南平台町 8-11

TEL 03-3770-7891

FAX 03-3770-7892

E-mail info@oakhouse.jp

URL <http://www.oakhouse.jp/>

本報告書内容の合理性について

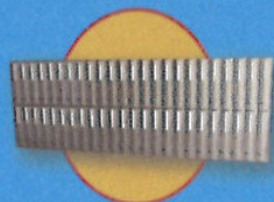
本報告書に記載された内容は、株式会社オークハウスの過去から現在に至る経営環境（内部環境および外部環境）に照らし、合理的な内容であることを認めます。

2013 年 5 月 29 日

中小企業診断士	宮崎 博孝	（登録番号 213170）
	細野 祐一	（登録番号 409913）
	海老原 良	（登録番号 409909）
	下地 貴之	（登録番号 409911）
	高鍋 光太郎	（登録番号 409912）



洗面所



TOKYO