

■テナント募集の基礎

チェーン店舗の種類

- a. ナショナルチェーン
全国的にチェーンとしてショップを展開しているテナント。知名度が高く取扱商品も豊富。
- b. リージョナルチェーン
地方を主力として展開し、地域によってはナショナルチェーンをしのぐ影響力、販売力をもつ。その勢力範囲は数ブロックにわたる。
- c. ローカルチェーン
地方市場を中心に展開しているチェーン。その商圏はある特定地域に限られている。リージョナルチェーンとの明確な区分けの基準はないが、ローカルチェーンの商圏が拡大するとリージョナルチェーンとなるのが一般的。
- d. 地元単独店
チェーン展開していないが、地元で個性を発揮し、顧客の支持を受けている有名店や老舗。

順位	社名	業態	決算期	本社	2013年度売上高(百万円)	前年度比伸び率(%)
1.	(1) 日本マクドナルド	ファストフード(洋風)	12	東京	504,459	▲4.8
2.	(2) ゼンショーホールディングス	ファストフード(和風)	3	東京	419,072	7.9
3.	(3) すかいらーく	多業態	12	東京	288,513	▲1.1
4.	(4) 日清医療食品	集団給食	3	東京	191,950	3.8
5.	(5) プレナス	持ち帰り・料理品小売	2	福岡	185,001	6.0
6.	(6) モンテローザ	パブ・居酒屋・バー、料亭	3	東京	145,364	0.2
7.	(7) 日本KFCホールディングス	ファストフード(洋風)	3	東京	132,171	▲3.0
8.	(8) あきんどスシロー	回転ずし	9	大阪	118,511	6.5
9.	(10) エームサービス	集団給食	3	東京	108,400	4.0
10.	(9) ダスキン	ファストフード(洋風)	3	大阪	103,001	▲7.4

カッコ内は前年度順位、▲は減(出典:日経MJ)

第40回(2013年度)日本の飲食業調査、飲食業店舗売上高

■プロパティマネジメントとは



プロパティマネジメントとは、ビルオーナー様の所有と経営のうち経営にかかわるもので、所有する個別の収益不動産から得られるキャッシュフローを増加させ、マーケットリスクやハードのリスクを統括的にコントロールしつつ、中・長期的にその物件の資産価値を最大限に高めることを目的とするマネジメントである。というご紹介を前回させて頂きました。

今回は、この「プロパティマネジメント」の主な業務をご紹介します。

① 清掃・害虫駆除、設備の運転・日常点検、定期点検、保守、各種法定点検、植栽・外構管理、経常的・臨時的修繕業務、改善業務などの維持管理保全業務を行う「ビルメンテナンス業務」

② 中・長期的な新築工事、修繕・改善工事の管理を行う「コンストラクションマネジメント」

③ 賃貸用不動産の営業や仲介の管理を行う「リーシングマネジメント」

実際にプロパティマネジメントを行う会社は以上の3つの業務をそれぞれ専門の管理会社に業務を委託する場合と自ら行う場合があります。



クリックでホームページへアクセスできます