

# サービス品質向上目指し社員の行動指針を策定

## セミナー開催でブランド戦略の認知図る グローブシップ

総合的なビルメンテナンスサービスを提供するグローブシップ（東京都港区）は先月24日、港区芝の同社本社事務所内大会議室において、取引先企業向けのセミナーを開催した。顧客獲得競争が激しさを増すビルメン業界において、同社はブランド戦略での差別化に注力する狙いがある。



▲今後の抱負を語る矢口社長

このセミナーの全体テーマは「これからのファシリティマネジメント戦略とグローブシップのブランド戦略」。

にフランスの世界的な総合施設管理大手・ソデクソ社と共同で設立した合弁会社、グローブシップ・ソデクソ・コーポレートサービス（東京都港区）のストラテジー&マーケティングディレクターを務めるマーク・ヒル氏が登壇。「IFMの特徴と利点」をテーマにセミナーを行った。IFMとは総合施設管理の頭文字をとったもので、従来のビルメンテナンス業務だけではな

をまとめた「グローブシップウェイ（GS WAY）」の解説を行った。

また、このセミナーではグローブシップが推進するブランド戦略を紹介した。同社ブランド委員会委員長の神部達郎常務が、サービスメニユーの紹介や社員が業務を遂行する上で順守すべき行動指針

本オフィス学会の会長で日本ファシリティマネジメント協会の理事を務める松岡利昌氏が、「ファシリティマネジメント戦略的アウトソーシング-IFMビジネスのこれから」と題したテーマで登壇。その後の第二部では、同社が2016年

務以外の業務も含めた施設管理を総合的に受託するというものである。

### 東京Aグレードオフィス賃料は21四半期

JLL（東京都千代田区）は、日本のオフィス、リテール、ロジスティクス、ホテル市場の需要・供給動向、空室状況、賃料・価格動向などをまとめた調査レポートを発表した。東京のAグレードオフィス市場については以下の通り。  
空室率：3四半期連続で上昇