

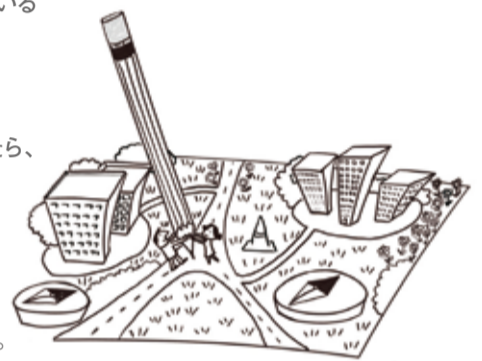


仙台協立  
Sendai Kyoritsu

For the right direction

私たちは街をつくります。  
人々が想う「あったらいいな」を形にして  
個性があってワクワクする  
豊かな「場所」をつくり、街をリードします。

人は誰でも、豊かな時間を過ごしたいと思っています。  
豊かさを感じるのはどんな時でしょう?好きな場所、  
好きな人、好きな食べ物…など、「好き」に関わっている  
時ではないでしょうか。  
私たちには「場所」をつくることができます。  
そこに、たくさんの「あったらいいな」を表現できたら、  
きっと誰もが好きな場所になります。  
人が集まり活気が生まれ、  
魅力ある街へと変わっていきます。  
そんな街をつくるのが私たちの夢であり、目標です。



## Mission

豊かな時間を過ごす場所を創り、  
人々が集うことで、  
地域の価値向上に貢献します。

新築がいい、古くても安全ならいい、買いたい・借りたい・貸したい、エリアや階層、広さや用途、など不動産に対するお客様のニーズは様々です。そのすべてに対応し満足のいく物件を提供するために、長年にわたって尽力してきました。おかげで国分町エリアを中心に、地域に愛され繁栄を担ってきたという実績を得ることができました。今後は仙台駅前や東京エリアへ進出します。もちろん地域に愛され、地域の繁栄の一助となる不動産賃貸業を目指します。

既存物件にお客様の想いを合わせるだけでなく、「こんな物件があったらいいな」「こんな街があったら面白いよね」といったたくさんの理想を形にする取り組みにも、積極的に挑みます。「あったらいいな」の実現は人を集める力になり、豊かな街をつくります。みんなの満足は、豊かな未来につながります。



---

## 行動指針

---

- 1. 商品・サービスづくり**  
「あったらいいな」を形にし、  
利用者と地域に必要とされる場所をつくれます。
- 2. 顧客づくり**  
提供する空間に共感し、  
地域の活性化・街づくりの一翼となるお客様をつくれます。
- 3. システム・ノウハウづくり**  
グループの力を結集し、地域の価値向上につながる  
購入からオペレーションまでをワンストップで構築します。
- 4. 人づくり**  
地域や街の持つ力とニーズ・ウォンツを早く  
把握できる目利きとなります。
- 5. ブランドづくり**  
不動産における多様な利用者ニーズに対応し続け、  
地域の価値向上に貢献できる不動産業者になります。



マーケティング機能の強化を図りながら、  
次なるエリア進出のためのA&B(エリア&ブランディング戦略)を行います。

### 中期戦略コンセプト(2017-2021)

#### 【ブランド戦略の充実】

特に築年数の古い物件を、現代のニーズに合わせた仕様に再設計=Re-Design  
できるという情報を広く公開し、「仙台という街と、テナントにやさしいブランドビル」  
のイメージ定着に取り組みます。実際に駅前ビルをリニューアルして広告塔にし、  
併せて広告宣伝をすることで知名度向上を図りながら、仙台駅前への進  
出もアピールします。

#### 【進出エリアの拡大】

大きな目標である東京進出に向け、居住用兼事務所になる物件を取得します。  
また物件を1棟、購入して貸しビル業としてのポジションを確立する準備を  
スタートさせます。

#### 【市場を目利きする力と情報収集力の強化】

長年の実績に基づいたデータを活用しながら、「街」が必要としているものや新た  
な動きに気づくこと、「時代」の潜在的ニーズをいち早く察知する力も私たちには  
必要です。地域の商店街組合に加盟したり、街のイベントなどにも積極的に参加  
しながら人脈を作り、私たちのことを知ってもらう努力を続けます。

