

安全と安心のまちづくり

三菱地所グループはまちづくりを通じて、真に価値ある社会の実現を基本使命としており、災害や事故を予防し、また不測の災害や事故が発生した場合にも速やかな対応が図れるようにまちの安全と安心を確保する取り組みを推進していくことが重要な責務であると考えています。

防災・災害対策への継続的な取り組み

三菱地所(株)では、1923年の関東大震災の際に当時の三菱合資会社にて旧丸ビルやその周辺で飲料水の提供や炊き出し、臨時診療所の開設などを行ったことに端を発し、毎年9月に三菱地所(株)の全役職員をはじめ多くの関係者が参加する総合防災訓練を実施しています。

大地震や火災といった災害や緊急事態が発生した際に人命と関連施設を守り、適切かつ迅速な復旧施策を実行することを目的に、三菱地所(株)では、1981年に防災マニュアル「災害対策要綱」を策定し、継続的に更新しています。本マニュアルには平常時からの予防措置と各部署の任務分担、防災教育と訓練計画、食糧や資機材の備蓄体制、災害発生時の迅速な応急措置計画や復旧対策、さらには東海地震の注意情報・警戒宣言発令時の応急措置計画など、広範できめ細かな対策を定めています。この「災害対策要綱」に基づいた対応を遂行するために三菱地所(株)の社長を委員長とする「災害対策委員会」を設置し、災害発生時には全社をあげた「非常災害体制」を組織し、緊急事態に対応します。

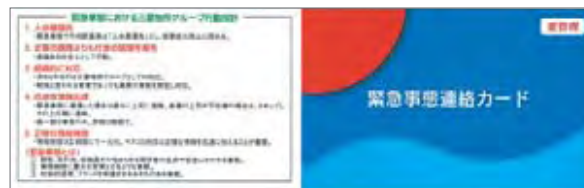


総合防災訓練風景

「緊急事態対応ガイドライン」を策定

三菱地所グループでは、さまざまな危機発生の場合、その危機に迅速かつ的確に対応することが当社グループの健全な事業継続には不可欠であり、企業の社会的責任であるとの認識のもと、2005年10月に緊急事態全般

に対応する「緊急事態対応ガイドライン」を策定しました。このガイドラインでは緊急事態発生時の初動対応体制を定めており、危機管理における基本方針のほか、人命を最優先するなどの行動指針を定めています。これに基づく緊急連絡網を各事業グループにて整備しており、携帯サイズの「緊急事態連絡カード」を作成・配布し、周知徹底を図っています。2008年4月には、事業グループ制導入にともなう一部改訂のほか、責任体制の一部見直しも行っています。



緊急事態連絡カード

「事業継続計画ガイドライン」の策定

三菱地所グループでは、お客さまや取引先をはじめとするさまざまな関係先の視点に立って、災害や事故が発生した場合、重要な業務を中断させないこと、万が一業務が中断した場合にも許容される期間内に重要な機能を再開させるという事業継続計画(BCP:Business Continuity Plan)策定の取り組みとして、2006年10月に「三菱地所グループ事業継続計画ガイドライン」を策定しました。ここでは、「グループ基本使命」に基づき、当社グループのお客さまおよび社員の生命と安全と、お客さまおよび当社グループの事業継続を確保すべく、重要な業務を優先して継続・復旧するため、ハードおよびソフトの両面から日頃の備えを周到に行い、当社グループとしての社会的責任を果たすことを目的としています。基本的には「東京湾北部地震」を想定して、前述の災害対策の拡充を中心として順次具体的な計画の策定を進めています。

ビル事業の取り組み

「ビル安全設計ガイドライン」の運用

三菱地所(株)では、事故を未然に防止するための考え方をビルの設計段階から取り入れるため、建築基準法などの諸規定以上の厳しい基準を独自に設定する「ビル安全設計ガイドライン」を作成しており、このガイドラインに沿って、企画や設計から管理・運営までのあらゆる段階での検討を重ね、課題の改善に取り組んでいます。

また、事故や災害、事件といった万が一の事態が発生した場合の備えや即応体制の整備を中心とした安全管理体制を継続的に見直しています。

ビル安全管理室で安全情報を一元管理

三菱地所(株)ではビル管理企画部内に「ビル安全管理室」を設置しており、三菱地所グループが管理運営する全国のビルの安全点検・改修など、各現場での活動や情報を一元管理するとともに、他社を含めた事故情報のグループ内の共有化や必要に応じた対応の指示・支援を行っています。

なお、各ビルでの日常点検や安全点検を継続的に実施しています。

ビルでの事故に関する情報は、三菱地所グループ以外のビルで発生したものについても情報を収集し、原因を究明して、対策の必要があるかどうかを検討し、判断しています。

このような「ビル安全管理室」を中心とした事故の情報分析や安全点検体制により、事故を未然に防ぎ、災害に備えています。

■ ビルの安全・安心のための事例

● 落下防止策

吹き抜け部などでの落下や転落の危険性を防止するため、手すり高さのかさ上げなどによる対策を実施しています。

● ガラス飛散防止策

地震などの災害時のビルのガラス破損や落下を最小限に抑えるため、ガラス飛散防止フィルムの貼り付け工事を実施しています。

● 外装点検

外装材などの落下による事故を防ぐ観点から、外壁に設置した看板類を含め、外装の目視点検を毎年1回以上実施しています。

● サインの標準化

三菱地所(株)では「サインデザインブック」を作成し、誰にでもわかりやすい案内サインや、注意サインの標準化を進めています。特に、エスカレーターの事故防止に配慮し、エスカレーターの利用方法を表示したサインの改定を進めています。



エスカレーターの利用方法を表示したサイン

ビルの耐震対策

三菱地所(株)では1995年1月に発生した阪神淡路大震災の被害を踏まえて、所有ビルについて順次、耐震診断を実施しました。その結果、一部のビルについては新耐震設計法の基準に照らして耐震補強を実施することが望ましいと認められ、加えて1995年12月には「建築物の耐震改修の促進に関する法律」が施行されたことにより、より安全性を追求するべく、同法に準拠した耐震補強工事を実施してきました。その結果、現状では新耐震基準制定以前に建設したビルについても、阪神淡路大震災で被害の少なかったレベルの耐震性能を確保しています。

注文住宅事業の取り組み

注文住宅の工事の安全のために

注文住宅事業を行う三菱地所ホーム(株)では、工事中の安全確保のために2007年度から工事のリスクアセスメントを実施しています。工事現場における一つひとつの作業についてリスクを洗い出し、発生可能性と発生した場合の影響度を分析した上で、安全対策に取り組んでいます。



リスクアセスメント研修

2007年度は約900名の作業関係者に対してリスクアセスメント研修を行いました。

を共同開発しました。2008年春から販売する首都圏エリアの両社の単独物件、両社による共同開発物件に原則導入しています。

住戸ごとに異常信号が送信されるセキュリティシステムをすべての単独物件に導入することで、お客さまに対してもより細かな対応ができるようになりました。



窓のマグネットセンサー

column

OAP問題に関するご報告

大阪市北区に所在する大阪アメニティパーク (OAP) の土壌・地下水問題に関しては、ご購入者の皆さまをはじめ、取引先、株主の皆さまなど関係各位にご迷惑をおかけしておりますことを深くお詫び申し上げます。OAPレジデンスタワーの土壌・地下水汚染に対しては、管理組合との合意に基づき、2006年6月12日に着手した対策工事は、関係各位のご協力により2008年4月20日に完了いたしました。本対策工事の完了により、住民の皆さまに安心して生活していただける環境を整えることができましたので、今後は現地モニタリングなどを誠実に実施し、環境維持に努めてまいります。

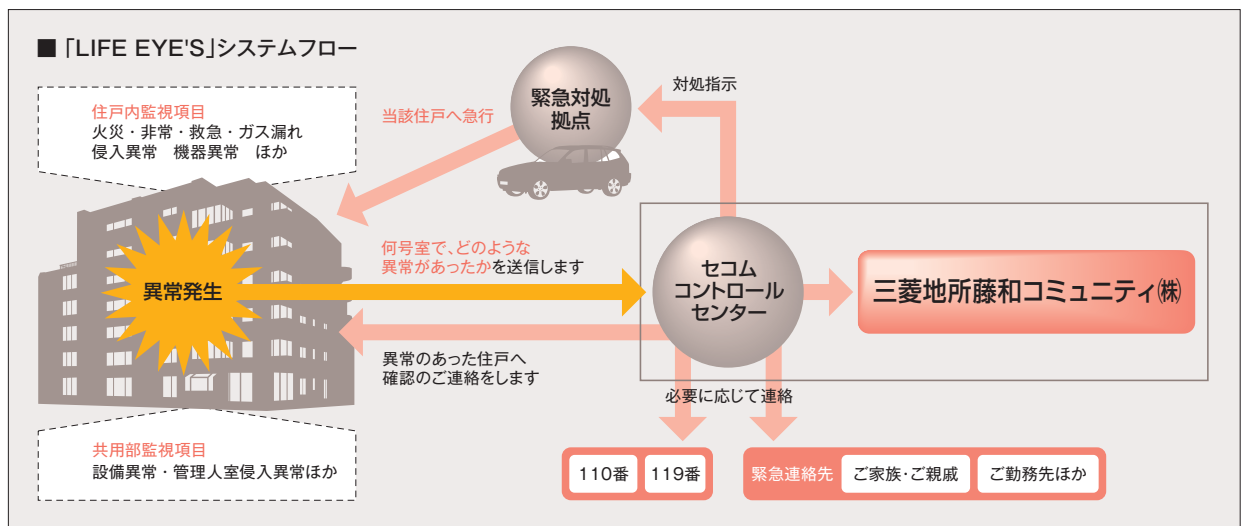
※これまでの経緯につきましてはWEBを参照願います。

Web <http://www.mec.co.jp/houkokusho2008.html>

住宅事業の取り組み

マンションのお客さまの安全と安心を守るために

2008年1月、三菱地所(株)と藤和不動産(株)は、マンションの総合管理業務を行う三菱地所藤和コミュニティ(株)、総合セキュリティ事業を行うセコム(株)とともに、マンションの新セキュリティシステム「LIFE EYE'S」



お客さまの視点に立ったまちづくり

お客さまに満足していただける空間の提供のためには、あらゆる機会を活用してお客さまとコミュニケーションを取ることが重要と考えています。三菱地所グループでは、お客さまの声に誠実かつ迅速に対応し、お客さまにより高い満足感と感動を提供するまちづくりに取り組んでいます。

ビル事業の取り組み

丸の内エリアでの取り組み

丸の内エリアの事業所数約4,000、この街で働く人は約23万人以上、ビジネスで訪れる人の数はその3倍ともいわれ、近年の丸の内エリアの再構築にともない、ビジネスパーソンだけでなく、街を楽しむために訪れる人も急激に増えています。

三菱地所(株)では、丸の内エリア内の交通アクセスの改善について、官民の協働により、地下歩行者ネットワークの整備を進めています。2007年には、新丸ビルの建て替えに関連して、東京駅丸の内地下広場、行幸通り地下通路の整備を完了し、東京駅周辺の地下歩行空間を充実するとともに、バリアフリー化を促進しています。特に、行幸通り地下通路は両側にガラスショーケースを配置し、アート作品の展示など開かれたギャラリーとして活用されており、芸術・文化情報の発信の場にもなっています。

また、地上部についても丸の内仲通りやビル外構公開空地などの歩行空間の一体的な整備を進めており、日常的な管理や各種イベントの開催などを通して、まちの快適性やアメニティーの総合的な向上に努めています。



東京駅丸の内地下広場

「優良駐車場」に認証

横浜市みなとみらい地区の「ランドマーク駐車場」お

よび丸の内地区の「オアゾ駐車場」は、2007年11月、2008年2月にそれぞれ、財団法人駐車場整備推進機構より「グッドパーキング（優良駐車場）」として認証されました。「グッドパーキング制度（優良駐車場認証制度）」は、一定レベルの品質水準を満たした駐車場を認証・公表し、利用者にとって好ましいサービス水準にあることを知らせるとともに、駐車場全体のサービス水準の向上を図ることを目的とした制度です。

テナントからの評価

2008年5月、「第10回（2007年度）テナントが選んだディベロッパ大賞」*において、三菱地所(株)の「新丸ビル」が「新人賞」、チェルシージャパンが「10周年記念賞」、イムズが「コンセプト賞」、サンシャインシティが「イノベート賞」を受賞しました。授賞式においては、三菱地所(株)の木村社長が日本ショッピングセンター協会会長として祝辞を述べました。

*織研新聞社が主催。全国のショッピングセンター、地下街などに出店している専門店、メーカー直営店やコンサルティング企業からのアンケート調査と取材をもとに選出。

2007年度グッドデザイン賞（Gマーク）を受賞

2007年10月、三菱地所(株)が企画・開発した「新丸ビル」、新丸ビル内の「エコツツェリア」、ならびに分譲マンション「セントラルガーデン・レジデンス」および「ザ・ステージオ」、(株)三菱地所設計が設計監理を担当した「読売北海道ビル」、「オンワード檜山仙台支店ビル」、「国際文化会館本館保存再生」が2007年度グッドデザイン賞（Gマーク）*を受賞しました。

*1957年に通商産業省によって設立された「グッドデザイン選定制度」を継承し、1998年より(財)日本産業デザイン振興会の主催事業として運営する、日本で唯一の総合的デザイン評価・推奨制度。

住宅事業の取り組み

CS推進体制

お客さまに快適なマンションライフを提供し、長期にわたってご満足いただける住まいづくりを実践するため、CS(Customer Satisfaction:顧客満足)は広い意味で経営の根幹であるとの認識のもと、三菱地所グループでは従来のCS推進体制を発展的に改組し、2008年5月より「ブランド・CS委員会」(原則として毎年4月と10月に開催)を設置して、「ブランド・CS体制」を強化しています。

三菱地所(株)、三菱地所リアルエステートサービス(株)、三菱地所藤和コミュニティ(株)の3社による「ブランド・CS三社会」を原則毎月開催し、「ブランド・CS委員会」および「ブランド・CS担当者連絡会」(原則四半期ごとに開催)との連携のもと、CS向上に向けた施策の推進を図っています。また、2008年5月、三菱地所(株)と三菱地所リアルエステートサービス(株)では、お客さまに対し、最高のサービスを提供することをめざして「ブランドブック」を作成し、グループも含めた社員全員で共有しています。



ブランドブック

お客さまが安心・満足できる販売ルール

モデルルームのオープンに先立つ販売ツール一式の準備期間を2005年度より1週間前から2週間前にし、お客さまへよりきめ細やかな対応ができる体制に変更しました。この「販売時2週間ルール」は、お客さまのアンケート結果を反映した改善策です。また、おおむね着工後6カ月の段階でパンフレットで提示した図面に変更があった場合には、お客さまに変更内容をご説明する「6カ月ルール」などを策定し、実践しています。

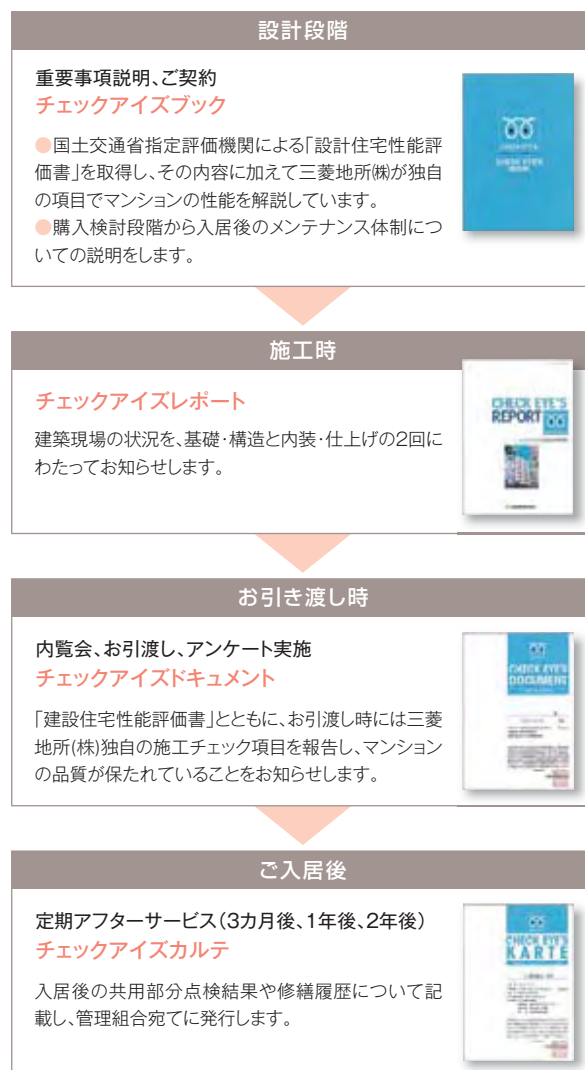
こうした三菱地所(株)独自のルールは、お客さまが求めている説明、満足していただける情報提供により、疑問や不安を感じることがないように策定されたルールです。

チェックアイズシステム

三菱地所(株)では、一つひとつの物件ごとに設計段階から施工、竣工時、入居後2年にわたる各段階においてクオリティーインスペクター*による品質管理を徹底し、その結果を4種類の冊子でお客さまにお伝えしています。品質確保と情報開示の両面を備えたこの仕組みを「チェックアイズシステム」と呼び、単に品質について伝えるだけでなく、お客さまが契約から入居前・後の間で知っておくべき情報について、わかりやすく伝えることに重点をおいています。

*設計からご入居後のメンテナンスにわたる各段階で物件の品質確保を行う、三菱地所(株)または(株)三菱地所設計の専門技術者で、国土交通省の定める住宅性能評価の評価員講習修了者とその予定者。

■ チェックアイズシステムの流れ



ホテル事業の取り組み

CD(顧客感動)に向けた取り組み

(株)ロイヤルパークホテルズアンドリゾーツでは、2005年より「Best For The Guest」という経営理念に基づき、CS(Customer's Satisfaction:顧客満足)の先にあるCD(Customer's Delight:顧客感動)をめざした全社的なプロジェクトに取り組んでいます。

この取り組みは、ホテルに対してお客さまから今まで以上のサービス、すなわちホスピタリティが求められており、このようなお客さまのご期待にロイヤルパークホテルズチェーンがお応えしていくためのものです。

CDの実現のために、社長、経営陣、各ホテル支配人による「トップミーティング」、各部署のコアリーダーを中心とした「コアリーダーミーティング」、各ホテルの実務者による「定例ミーティング」を開催し、サービスに関わる課題抽出や改善策の決定、課題改善に向けた取り組みを行うとともに、お客さまから頂いたコメントによる改善事例をグループ内で共有し、業務に反映させています。

■各ホテルでの取り組み

例えばロイヤルパーク汐留タワーでは、お客さまとの円滑なコミュニケーションを促進するため、2カ月ごとに接客上のテーマを抽出してCDアップのための活動を行っています。また、横浜ロイヤルパークホテルでは、毎月スマイルリーダーミーティングを開催し、職場の笑顔を大切にすることから、接客対応の向上を進めています。さらにロイヤルパークホテルでは、お客さまへのサービスについて、月1回社内トレーナーによる実践研修を実施し、お客さまの気持ちをくみ取ることを研修の課題にしており、日常的にはお客さまとの会話などから、お客さまの声を反映した改善提案を各自が作成し、全社的に改善提案への取り組みを行っています。加えて仙台ロイヤルパークホテルでは、2005年の開業10周年にあわせて、CD活動のひとつとして、ホテルで記念日を祝うお客さまのご要望に細やかに対応するため、アニバーサリーデスクを設置し、専属のスタッフ「アニバーサリーデザイナー」がお客さまの記念日をお祝いしています。

column

J.D.パワー「2007年日本ホテル宿泊客満足度調査SM」の価格帯部門別でロイヤルパークホテルズが1位

2007年12月にCS(顧客満足)に関する調査・コンサルティングの国際的な専門機関である(株)J.D.パワーアジア・パシフィック(略称J.D.パワー、本社東京都港区)より、同社が日本のホテルグループ・チェーンについて、ホテルでの経験やサービスに対する満足度に関して、2007年9月から10月にかけて全国の18歳以上の男女を対象にインターネットによる12,070人の回答から実施した「2007年日本ホテル宿泊客満足度調査」で、1泊15,000円～35,000円未満(正規料金の最多価格帯15,000円～35,000円未満)の部門でランキング対象となった24ブランドにおいて総合ポイント1位(同1位 アソシアホテルズ&リゾーツ)の評価を得ました。

出典：J.D.パワー アジア・パシフィック 2007年日本ホテル宿泊客満足度調査SM。
当部門の調査対象は正規宿泊料金最多価格帯15,000～35,000円未満のホテル。直近1年間に宿泊したホテルに関して12,070名から回答を得た結果。Web www.jdpower.co.jp

VOICE

(株)ロイヤルパークホテル「品質向上委員会」の取り組み



(株)ロイヤルパークホテル
宿泊部フロント課 フロントレセプション
アシスタントマネージャー
清水美佳

(株)ロイヤルパークホテルでは、「品質向上委員会」に味・雰囲気・サービスの3つの分科会を設けてサービスの向上に取り組んでいます。ホテルのスタッフはお客さまからいただいたご意見などからサービス改善のアイデアを「品質向上委員会」に提案し、委員会では提案に基づいてサービスの改善が検討されます。

サービス改善の事例として、ベルスタッフの制服の変更があります。夏季にはエントランスやロビーでお客さまをお迎えするベルスタッフの制服を夏服に変えたほうがよいというご意見をお客さまからいただきました。より季節感を演出するため、夏季にはベルスタッフの夏用制服の着用を提案し、2008年の夏季より夏用制服にてお客さまをお迎えしています。

お客さまとのコミュニケーション

三菱地所グループでは、ビル事業、住宅事業をはじめとする多岐にわたるまちづくりのなかで、さまざまな形でお客さまとコミュニケーションを行い、お客さまからのご要望にお応えするとともに、いただいたご意見を事業活動に活かしていく取り組みを進めています。

ビル事業の取り組み

ビルのテナントとのコミュニケーション

三菱地所(株)では、日頃よりビルのテナントのお客さまとのコミュニケーションを行うなかで、例えば有事の際には即応するなど、きめの細かい対応を行っています。ビル運営において、これまでの取り組みを三菱地所のブランドとして以下のように総括し、今後ともテナントとの良好なコミュニケーションを進めていきます。

企業姿勢

- ・ 長期的視野に立ってテナントとの関係を重視する文化
- ・ 営業・管理・技術の三位一体の体制によるワンストップサービスの提供
- ・ 顧客を重視し、誠実・真摯な対応をする社員の営業マインドの高さ
- ・ 総合力を活かしソリューション提案を行える全社営業体制

営業

- ・ 営業担当の意識、知識、技術スキルの高さ
- ・ 顧客ニーズを把握した提案営業力

管理

- ・ 「安全」、「安心」、「清潔」を意識した高スペックの管理
- ・ パートナー会社との強固な関係に基づく質の高いサービス
- ・ 危険箇所是正など、情報共有を行い早期対応を可能とする組織

丸の内ブランド

- ・ 高スペックのビルの集積、一流企業の集積
- ・ 整然とした街並み(丸の内仲通り整備、清潔な環境、安全な街)

住宅事業の取り組み

マンションのアフターサービス業務改善の取り組み

三菱地所(株)では、マンションを購入されたお客さまの声を積極的に聴き、その声にお応えすべく自社の業務を見直すとともに、建設会社との連携を強化することを基本方針として、アフターサービス業務の改善に取り組んでいます(右図参照)。



アフター工事の朝礼風景写真

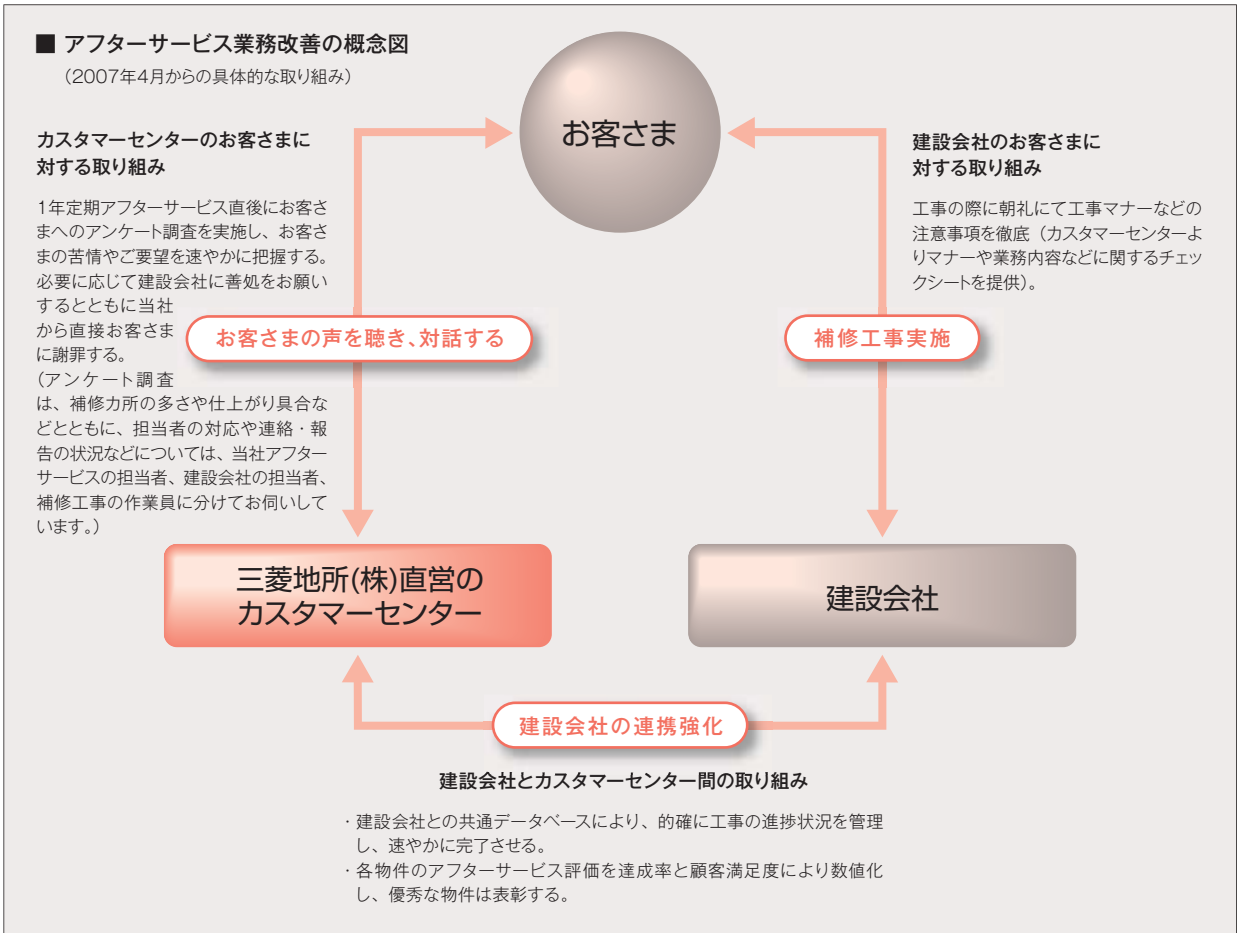
column

ガイドラインに基づく満足度調査

米国ロックフェラーグループ社では、80年におよぶ不動産所有・管理の経験から、テナントに対して最高の顧客満足度を得るために、テナントとの積極的なコミュニケーションを心がけています。ビルの管理事務所では、右のようなガイドラインに基づき、空調、照明、清掃、セキュリティといった項目毎にそれらの満足度を調査票に基づいてお客さまにお伺いしています。

ガイドライン概要(抜粋)

- ビル管理部門のプロパティマネージャーならびにアシスタントマネージャーは、就任後、速やかに全テナントの担当者との会合を持ち、その後は少なくとも二週間に一回は定期的な会合を持つ。
- 日頃E-mailや電話のみで連絡を取り合っている多忙なテナントの担当者に対しては、都合のよいときにいつでもビル管理事務所に訪問いただけるようにと促し、フェース・トゥ・フェースの関係を心がける。
- テナントハンドブックを適時またはお客さまから要望があり次第配付する。
- ビルサービスに関するテナント満足度アンケートを四半期ごとに実施し、問題のある分野については改善を行う。



注文住宅事業の取り組み

「オーナーズアンケート」を実施

注文住宅事業を行う三菱地所ホーム(株)では、お客さまに対し、従来よりお引き渡し時にのみ実施していた「オーナーズアンケート」を、これに加えて着工時、お引き渡し1年後の計3回実施するようにしています。お客さまからいただいたご意見に誠実に対応するとともに、従来紙ベースにて取りまとめていたものを2007年



からはデータベース化し、全社員にて共有するようになっています。また、「エアロ

エアロテックセミナー

テック」の仕組み・効果をご理解いただくことを主旨としたセミナー「教えて！エアロテック」を月1回開催しており、オーナーの皆さまにも本音で語っていただける場を提供しています。一方、各モデルハウスでは「ホームパーティー」も実施し、お客さま同士のコミュニケーションの場となっています。

アフターサービスの対応を集約化

三菱地所ホーム(株)では、従来、アフター対応窓口は施工エリアごとに対応しており、お客さまからは、どの窓口にご相談すればよいのかわかりにくい場合もありました。2007年6月からは、アフター対応窓口を一括（首都圏エリアのみ）して行う「受付センター」を設置し、アフター対応をより円滑に実施できるようになっています。