

特集2

品質にかける想い。

お客さまと共に、夢をかたちに。
住まいに喜びと感動を

三菱地所株が供給するマンションは「パークハウスブランド」を掲げ、従来から品質に徹底的にこだわってきました。お客さまのご要望に迅速に対応し、「CHECK EYE'S」システムによる広範囲な情報開示を行うことも、品質への自信と想いがあるからです。

根底に流れる「品質」追求

「品質」へのグループのミッション

2008年、三菱地所株の住宅事業グループは、ブランドステートメント「お客さまと共に、夢をかたちに。住まいに喜びと感動を」をまとめました。

1968年以来、基本性能の追求とお客さまへの真摯な姿勢にこだわりながら、「パークハウス」など分譲マンションを全国的に展開してきました。ブランドステートメントは、これら従来から持っている価値を引き継ぎながら、お客さまのニーズを先取りし、新しい生活提案を行い、喜びと感動を感じていただくというものです。

お客さまからの要望に誠実に対応し、情報を徹底開示

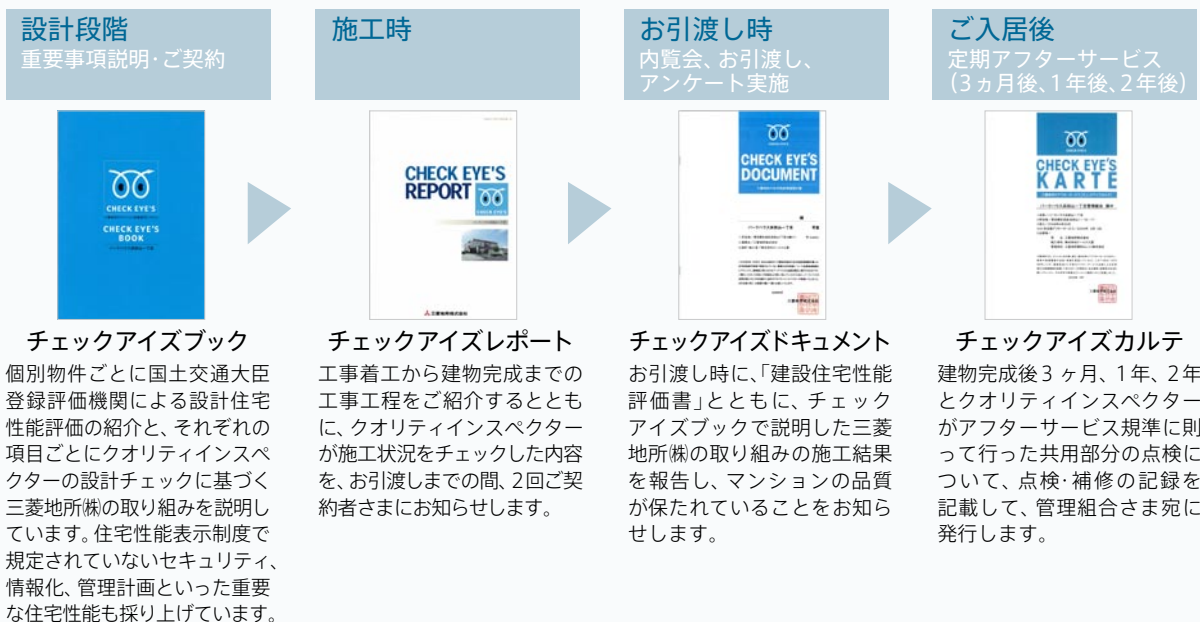
「品質」に徹底してこだわる姿勢は、さまざまな業務の仕組みに結実しています。その一つが、品質確保と情報開示の両面を備えた仕組みである「CHECK EYE'S（チェック アイズ）」システムです。

このシステムでは、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年に至る各段階において品質管理を徹底し、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。各段階で品質管理を行う者は「クオリティインスペクター」と呼ばれ、三菱地所株または株三菱地所設計の専門技術者で、国の住宅性能評価の評価員講習修了者とその予定者が担当しています。

三菱地所株のマンション性能表示システム「CHECK EYE'S」

三菱地所株では、マンションごとに、設計段階からご入居後まで厳しくチェックして、段階ごとに情報開示するシステム、「CHECK EYE'S」システムを導入しています。品質だけでなく、お客さまが知っておくべき重要な性能情報をわかりやすくお知らせしています。

「CHECK EYE'S」システムの流れ



パークハウスブランド

住まいに喜びと感動を

PARK HOUSE

ブランドステートメント「お客さまと共に、夢をかたちに。住まいに喜びと感動を」に照らし合わせて、本来あるべき業務の姿を具体的な業務改善施策に落とし込み、それを実施しています。また、ブランド広告も積極的に宣伝し、ブランド価値向上に向けた取り組みを推進しています。

品質管理に終わりはない

三菱地所株はマンションのアフターサービスを直営化し、2008年度からはカスタマーセンターを商品企画部内に設けています。設計からアフターサービス、お客さまとのコミュニケーションなどを商品企画部として一貫して対応できるのが大きな強みです。

お客さまからのご要望などを直接受け取った後、同一部内で対応・共有するために意思決定のスピードが速くなっています。定期点検で補修箇所が出た場合は、2007年度は1ヵ月以内に解決できた箇所は63%でしたが、2008年度には76%となりました。1ヵ月以内に85%以上解決できることを目標にしています。

さらに、お客さまの声が直接設計部門にまで届くため、ご要望などが以後の設計にも活かされています。

今後もお客さまからのご要望など

を誠実かつ積極的にお聴き

して、確かな品質を追

求し、ブランド力

の向上に努めて

いきます。



お客さまのご要望から商品化された、排水管洗浄がし易い洗濯機用防水パン「イージーパン」

特集2

新しい環境品質を求めて

新たな品質と価値をめざして (株)メックeco ライフ始動

2008年12月、三菱地所グループに新たな会社が誕生しました。三菱地所(株)と藤和不動産(株)が連携し、(株)メックeco ライフを設立したのです。主な業務は、住宅事業でのエコ関連企画の研究・提案、住宅部材パッケージの一括購入システムの運用や同展示スペースの運営など。2009年4月から本格的に事業をスタートさせました。同社が設立された背景の一つには、変化するお客さまのニーズに即した新たな品質と価値を創出しようという、グループとしての強い意思があります。

同社取締役社長の平生進一は設立の狙いを次のように説明しています。「三菱地所グループのパークハウスというマンションは高い品質を保持し、確固たる自信を持って社会へご提供しています。ただし、お客さまの中には、エコに関心が深く、従来のマンションとは異なったタイプのものを求める声も出てきています。環境との共生に主体的に取り組むグループとして私たちは、パークハウスに加えて、全く新しいタイプの環境配慮マンションをつくり、そうした需要層に働きかけていきたいと思っています。」

現在、こうした方針に基づくマンションづくりの第一弾として、9世帯が居住する分譲マンションを計画しています。太陽熱利用や外断熱工法の採用など約25のエコメニューを揃え、各戸の配置も多様性に富んだマンションになる予定です。

※(株)メックeco ライフの提案した「集合住宅における一括高圧受電導入とあわせた太陽光発電普及モデル」は、2009年度に、国土交通省が募集した「新たな温室効果ガス削減環境事業モデル」に、選定されました。



(株)メックeco ライフ
取締役社長
平生 進一



「集合住宅」を根源的に問い直す試み

建築家・横浜国立大学大学院教授
飯田 善彦 氏

(株)メックeco ライフが最初に計画することになった集合住宅を設計しました。エコロジカルな切り口で、共に住む良さを感じられる集合住宅をめざしています。各戸の間取りはさまざまであり、外観からはどの部分がどの世帯のものなのかわからないほどです。ステレオタイプの設計は排除して、根源的に、生活に必要な要素を考えながら、本来的な生活の方法を提案したいと考えています。集合住宅の最大供給元である三菱地所グループが、こうした新しいタイプの集合住宅に取り組む姿勢は大変重要であると思います。



業界の常識を覆す大きな実験

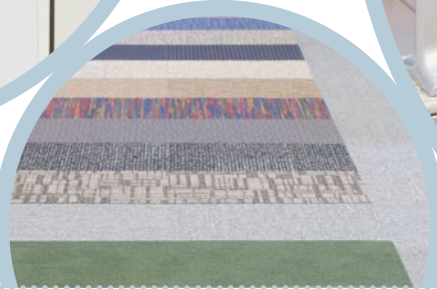
(株)リクルート 分譲マンションカンパニー ディレクター
三神 明仁 氏

(株)メックeco ライフが計画するマンション販売のPR用「理由(わけ)ブック」を制作します。既存マンション広告はビジュアルを中心とした短いものですが、「理由ブック」は設計のコンセプトや設備などの一つひとつを丁寧に説明した冊子にします。実際に、自転車置き場の配置や大きさなど細部に渡り検討を重ねて設計しているので、美辞麗句ではない、きちんとした「理由」を示せるでしょう。完成後に販売予定のこのマンションでは、実際の建物と「理由ブック」をじっくり見ながら購入を検討いただけます。





㈱メックeco ライフが運営する「住まいラボ 赤坂」では、お客さまにより良い品質をお届けするため、住宅部材などの研究を行っています。



ステークホルダーミーティング

～㈱メックeco ライフの
今後の取り組みについて～

環境共生に主体的に取り組む三菱地所㈱の住宅事業グループの活動の「象徴」として、2008年に設立された㈱メックeco ライフは、どのような取り組みを行うべきか。環境やお客さまとのコミュニケーションのあり方についてステークホルダーの皆さまとともに活発な議論を行いました。

■開催日時・場所

2009年2月17日(火) 15:30～18:00
三菱地所インテリアサロン(東京都港区赤坂5丁目)

■メンバー (所属・役職は当時・敬称略)

社外

河口真理子

株式会社大和総研 経営戦略研究部 主任研究員

辰巳菊子

社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会 常任理事

谷口信雄

東京都環境局 環境政策部 環境政策課 環境政策主査

中西清隆

株式会社日経BP ECO JAPAN 編集長

社内

平生進一 株式会社メックecoライフ 取締役社長

鴫田 隆 三菱地所株式会社 商品企画部長

興野敦郎 三菱地所株式会社 住宅企画業務部長

唐澤真二 三菱地所株式会社 商品企画部 副長 兼
株式会社メックecoライフ 常務取締役

上垣智則 三菱地所株式会社 CSR 推進部長



■いただいたご意見から



(河口氏)

環境への取り組みをもっとPR すべきで、それが社会貢献にもつながる。エコな住宅を購入されたお客さまに、販売アドバイザーになっていただいてはどうか。また、住宅販売に女性を活用してほしい。



(辰巳氏)

生物多様性をいかに考えていくかが重要。単に緑があればよいわけではなく、元々の自然といかに調和させるかが大切ではないか。また、エコ規約をつくって住民のコミュニケーションを広げてほしい。



(谷口氏)

ゼロカーボンをめざした住宅の普及のために、デベロッパー側で誘導すべきことはまだまだある。東京都も、再生可能エネルギーの導入検討を義務付けた。トップランナーの住宅が消費者の支持を得られるようにしたい。



(中西氏)

1年前はピオトープをつくっても売れないといった話もあったが、環境への関心の高まりは速く、三菱地所グループもこの1年で大きく変化していると実感した。