


Report 2



私たちはお客さまからの信頼を 得られるよう努めます

三菱地所グループでは、あらゆる機会を活用してお客さまの声に耳を傾け、緊密なコミュニケーションを取ることに努めています。お客さまの希望やニーズに誠実かつ迅速に対応し、高品質な商品やサービスの提供をグループ全体として実践していくことが、私たちの使命であり、事業を通して社会に貢献することであると考えます。安全性や安心感、快適性といったさまざまな面で、お客さまにより高い満足感と感動とを提供し、信頼を寄せていただけるよう、常にお客さまの視点で考え、行動し、成果を上げていくための活動を進めています。

Report 2

42 安全と安心のまちづくり

45 お客さまの視点に立ったまちづくり

48 お客さまとのコミュニケーション

安全と安心のまちづくり

災害・緊急事態への対策

防災・災害対策を整備

三菱地所グループの災害対策は、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ることに全力を傾け、災害発生時の適切で迅速な復旧施策を実行することを最大の目的としたものです。

三菱地所グループの防災対策の歴史は古く、1923年の関東大震災の際に旧丸ノ内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ています。

その後1926年より、毎年9月に三菱地所の全役職員をはじめ多数の関係者が参加する総合防災訓練を実施しています。

災害発生時の行動マニュアル

三菱地所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を定めた独自の防災マニュアル「災害対策要綱」があります（1981年策定）。本マニュアルは随時、更新を重ねて内容の充実を図っており、社員への周知徹底を図るために『三菱地所の災害対策 ダイジェスト版』を作成し、社員に携帯を義務付けています。

この「災害対策要綱」に即した対応を円滑かつ迅速に遂行するために「災害対策委員会」を設置しています。災害発生時には非常災害体制を発令すると同時に、三菱地所社長を総本部長とする「災害対策総本部」を立ち上げ、全社をあげて緊急事態に対応します。



三菱地所の災害対策ダイジェスト版

緊急事態対応ガイドライン

「クライシスマネジメント」とは緊急事態に際して迅速に対応し、事業を継続するための企業の危機管理システムを意味し、現代企業の重要課題の一つとされています。三菱地所グループ

ではあらゆる緊急事態発生時の行動指針の基本方針として、2005年10月に「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人命を最優先する迅速な情報伝達・初動体制・組織的対応の方法について行動指針を定めています。

また緊急連絡網を各部門において整備するとともに、携帯サイズの「緊急事態連絡カード」を作成し、周知徹底を図っています。

「事業継続計画ガイドライン」を策定

三菱地所グループでは、災害対策や危機管理の拡充を図るべく、事業継続計画（BCP:Business Continuity Plan）の策定に2006年度より本格的に着手しています。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た計画のあり方について検討を進め、同年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。

大規模地震をはじめとする自然災害・事故や通信・電気などの各種インフラ障害、情報システム障害、犯罪・テロ行為などの脅威によって生じる被害から、三菱地所グループのお客さまおよび社員の生命の安全と事業継続を確保すべく、重要な業務を優先して継続・復旧するためのさまざまな具体的施策について、各部門において順次策定を進めています。

ビルの安全・安心

独自の「ビル安全設計ガイドライン」を策定

三菱地所では、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基準以上に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」を作成しています。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

三菱地所ではビル管理部内に「ビル安全管理室」を設置しており、管理運営する全国のビルにおける危険箇所や利用者が不安を感じる箇所の点検・改修など、各現場での活動や情報を一元管理し、指示やサポートをしています。また各ビルでの日常点検のほか、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のもも収集、原因を究明し、対策の必要があるかどうかを判断しています。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。

● ガラス飛散防止フィルム

地震など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積極的に実施しています。

● 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。

住まいの安全と安心

住まいの安全設計基準の策定

三菱地所の分譲マンション安全設計（一部）

● バルコニー、出窓からの落下物防止対策

安全仕様書を作成し、落下物発生抑制策や転落防止策などを詳細に取り決めていきます。

● エントランスドアの不正な方法によるセンサー作動防止

不正な方法によりセンサーが作動しないように、センサーの配置やオートドア下部の構造に関する工夫を採用しています。

● シックハウス対策

「住宅の品質確保の促進等に関する法律」の最高等級をクリアする建材を使用し、壁、天井の下地にホルムアルデヒド吸収・分解ボードを標準採用しています。

三菱地所では従来より安全・安心に配慮した住まいづくりを行っています。安全性に対するお客さまのニーズが高まっていることを受け、一般的な事項に加えて留意すべき点をまとめた分譲マンションの安全設計基準を策定しています。

設計段階から入居までの安全設計チェック

建設会社や設計事務所に対して、設計の初期段階から三菱地所の基準を説明・指導し、設計から入居までの過程を厳しくチェックしています。

例えば構造強度については、三菱地所の構造担当スタッフが柱や梁の断面、鉄筋の配筋などをチェックし、構造材の大きさや鉄筋量についてなど、さまざまな項目を確認し、設計者との間で協議・修正を重ねて、構造設計を進めています。

このように設計のチェックと修正を重ねたうえで、第三者機関の「設計住宅性能評価書」を取得し、その内容は「チェックアイズブック」でお客さまにお知らせしています。

また、施工中にもチェックアイズパトロールを行い、基本性能や重要工事部分を検査しています。



チェックアイズパトロールの様子

マンション入居後の安心のために

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では、365日24時間体制で対応する「MT24 コールセンター」を設けています。

水漏れや設備の故障はもちろん、火災や地震などの緊急事態にも対応し、緊急事態が発生したときには、状況に応じて警備会社や緊急協力会社を派遣しています。

また、前記以外にもマンションライフに関するお急ぎの相談も受け付けています。

誰にでもわかる「サイン」のデザイン

三菱地所では、高齢化社会の到来や国際化社会のなかで高まるバリアフリーやユニバーサルデザインへのニーズに応じたハード、ソフト両面の開発に取り組んでいます。ビルや住宅などのユニバーサルデザインを以前より進めていますが、現在「大丸有地区」のまちづくりの一環として、サイン（駐車場や化粧室などを示す案内表示）のユニバーサルデザインに取り組んでいます。

日本有数のビジネス拠点であると同時に、観光の拠点としても注目度が急激に高まっている「大丸有地区」では、さまざまな人が往來します。外国からの観光客、障がい者の方も含む幅広い年齢層の方にわかりやすいデザインが大切です。

また日本の玄関、美観地区としての景観を損なわない洗練されたデザインである必要もあります。

三菱地所ではサイン作成の規定として「サインデザインブック」を作成し、サインデザインの基本方針・コンセプト、具体的な規定などを盛り込んでいます。新しいサインデザインは新丸ビルをはじめ、「大丸有地区」内で導入し、誰にでもやさしいまちづくりを進めています。



新丸ビル内の案内サイン（左から乳幼児用設備、身障者用設備、化粧室）

東京駅周辺防災隣組

東京駅を中心とする大手町・丸の内・有楽町・内幸町エリアの企業約60社で2004年1月に結成された自主防災組織が、東京駅周辺防災隣組です。三菱地所はその中心メンバーとして活動に参画しています。企業間の共助による防災活動は全国でも珍しく、ほかの地域の模範になるとの視点から、東京駅周辺防災隣組は総務大臣表彰（2007年1月）、消防総監表彰（2007年1月）、総理大臣表彰（2007年9月）を受けました。

● 主な活動

「ビジネス街らしい防災」、「企業間の共助」の考えのもと、毎年1月に千代田区との共催による訓練を実施しているほか、防災情報システムの導入、防災啓発活動、災害時の帰宅困難者支援対策、テロなどの新たな脅威への対応について活動を展開しています。

● 地域機能継続（DC）への取り組み

BCP（事業継続計画）策定の普及啓発とともに、この街の取り組みとしてDC（District Continuity: 地域機能継続）を提唱し、電力・通信の確保、食料・水・トイレの確保、全国の防災団体との連携促進に向けて公民協調し活動しています。

DCにより、個々の企業BCPの足場が強化され、より効果的なBCP策定が可能になります。三菱地所はDC活動への参画を通じて社会的責任である「地域防災への貢献」を行っています。



路上でのマンホール直結型トイレ組み立て訓練



訓練の一環の外国人避難訓練

お客さまの視点に立ったまちづくり

丸の内エリアでの取り組み

ハード・ソフト両面から支えるまちづくり

三菱地所グループの事業はビルやマンションなどの建物の提供だけでなく、そこにいかにより有意義な空間を存在させるかという点も含まれます。

そのために、三菱地所ではハード面の計画を立案する「ビル開発企画部」、地権者や行政とエリア全体のあり方の協議などを担当する「都市計画事業室」、街のブランド価値向上をソフト面から支える「街ブランド企画部」を中心に関係部署が協力し、ハードソフト両面から丸の内エリアの「真に価値あるまちづくり」を計画、推進しています。

丸の内エリアの情報発信

丸の内エリアの事業所数は約4,000、働く人の数は21万4,000人、ビジネスで訪れる人の数はその3倍ともいわれますが、1998年から始まった三菱地所の「丸の内再構築事業」により、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ました。

さまざまな人が訪れ、その人たちが価値あるものやサービスを楽しみ、互いに情報を交換できるエリアになることが、三菱地所グループがめざす「インタラクティブな街」につながります。

丸の内に集う人々の声を聞き、情報を発信していくことでエリアの活性化とコミュニケーションの深化を図り、事業展開に活かしていく仕組みを整えています。

「丸の内ドットコム」 <http://www.marunouchi.com/>

丸の内エリアのイベント、ショッピング情報などを総合的に紹介するホームページです。



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、長期間にわたって満足いただける住まいづくりを実践するため、三菱地所グループでは「CS推進本部」を中心として、毎年6月と12月に本部会議を開催して住宅事業におけるCS (Customer Satisfaction: 顧客満足) 向上策について討議しています。

三菱地所、三菱地所リアルエステートサービス、三菱地所藤和コミュニティからなる「CS3社会」では、月1回の定例会議で本部会議の決定に基づく各分野の課題を達成するため、情報交換と施策の推進を図っています。

設計・施工の品質管理

設計・施工段階で事業関係者が連携して品質を確保することが、CS向上に不可欠です。三菱地所では設計・施工会社に技術マニュアル、業務マニュアルを発行し、一定段階でクオリティインスペクター*が設計・施工内容を確認、必要があれば正します。クオリティインスペクターが品質管理パトロールも行い、関係各社の意識向上を図っています。

*クオリティインスペクター：設計からご入居後のメンテナンスにいたる各段階で物件の点検を行う、三菱地所または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

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って販売ツール一式を揃え、準備の充実を図っていましたが、2005年度より準備期間を従来の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ように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、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。

こうした三菱地所独自のルールは、お客さまが求めている説明、満足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」と呼んでいます。

「チェックアイズシステム」では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（重要事項説明、マンションの販売に関する取り組みについては15ページのSpecial Issue 2を参照）。

注文住宅事業の取り組み

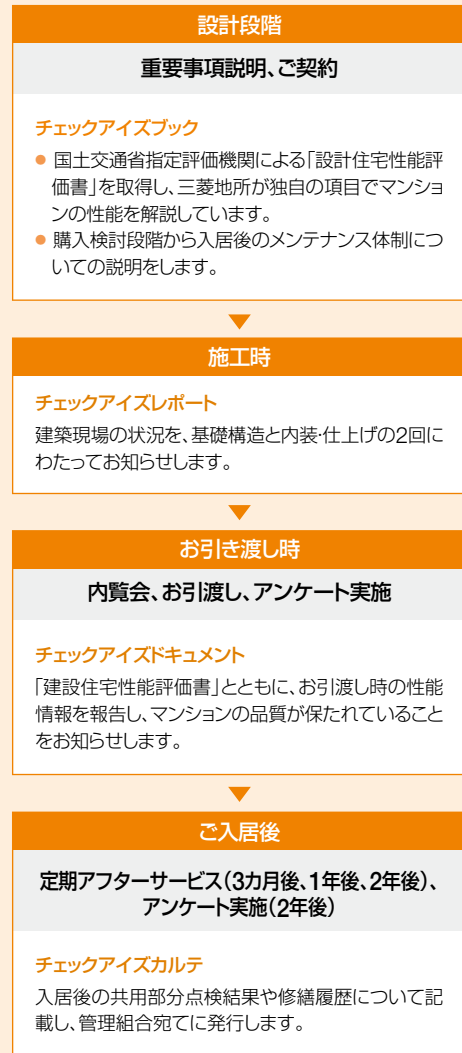
三菱地所ホームでは、注文住宅におけるCS向上の取り組みとして「プロダクトマネジメントシステム」を展開しており、お引き渡しにわたる各段階で、お客さまに施工状況についての定期的な報告を行っています。

また1998年より職方（建築関係などで、特定の技術をもっている作業員）および協力会社担当者全員に施工登録者研修会への参加と写真入りの施工登録者証、および指定ヘルメット（プレミアムヘルメット）の携帯を義務付けています。2006年度の研修会は東京、神奈川、千葉、埼玉、大阪など6会場で計11回開催し、のべ2,733名が参加しました。



施工登録者証とプレミアムヘルメット

■ チェックアイズシステムの流れ



お客さまにお渡しする冊子類

不動産サービス事業の取り組み

不動産サービス事業を行う三菱地所リアルエステートサービスでは、「お客さまのベストパートナーになること」を目標として掲げ、新入社員は「CSマインド研修」でCSについて学び、社員全員に「CS行動基準」の携帯を義務付けています。

お客さまの疑問やニーズに応えるために、お客さまに対し「引渡時アンケート」を実施し、年4回集計して内容を分析しています。その結果をもとに、充分なご理解とご満足いただける説明方法や対応に関して社内訓練を行っています。

現在は購入にいたらなかったお客さまの声を集めるため「販売センター来場者アンケート」を実施し、さらなるサービスの向上に努めています。

ホテル事業の取り組み

CD（顧客感動）に向けたプロジェクト

ロイヤルパークホテルズアンドリゾーツは、「Best For The Guest」という経営理念に基づき、CSを超えたCD（Customer Delight：顧客感動）を追求することを目標とした全社的プロジェクトを2005年度よりスタートさせました。

プロジェクトでは顧客満足経営の実現に向けて、社長、経営陣、各ホテル支配人を集めて年に2～3回開催される「トップミーティング」、各部署の責任者を中心とした「コアリーダーミーティング」、各ホテルの実務者レベルで開催される「定例ミーティング」を通して、現状の把握から課題を抽出し、改善策を決定し、各ホテルは課題改善に向けて取り組んでいます。またアンケート調査から課題を抽出し、課題改善策の検討・実行・振り返りを、1年をかけて実施、その間に課題改善策の進捗状況を発表する中間発表会も設けられています。

例えばロイヤルパークホテル（東京都中央区）の場合は改善策の一つとして、ホテル内の「品質向上委員会」で味・雰囲気・サービスの3つの分科会を開き、サービス向上へ向けて取り組んでいます。

ホスピタリティを育てる研修

プロジェクトのなかで、各ホテルではそれぞれ個別の課題改善プランを推進、実施しています。

しかしCDをお客さまに実感していただくためには、社員一人ひとりの「ホスピタリティマインド」が欠かせません。そしてその「マインド」はシステムやルールではコントロールできない部分です。新入社員はもちろん、中堅社員に対しても「ホスピタリティマインド」を育てるために妥協せず、教育・研修を実施しています。

また、2006年度は社員自身が経験したお客さまの感動体験を紹介するCD実例集を制作し（8ページ参照）、より具体的なCDを社員に伝えることができ、各ホテル社内でも好評でした。

CS調査とES調査で課題を抽出

プロジェクトにおける現状の把握と課題の抽出は、お客さまに対して行う詳細なCSアンケート調査（48ページ参照）と、ES（Employee Satisfaction：従業員満足）調査と呼ばれる社員へのアンケートによります。

ES調査では「Best For The Guest」という理念の浸透状況やホスピタリティについての社員の意識、普段の行動などを調査していきます。

CS調査とES調査は、一つひとつの課題について綿密に分析し、各ホテル個別の課題解決プランとして、フィードバックされます。

プロジェクト3年目を迎えて

顧客満足経営の実現に向けたこのプロジェクトは2007年に3年目を迎え、現在も取り組みは道半ばです。プロジェクトが始動してからこの2年で、社員の意識は変わり「Best For The Guest」という理念を踏まえたお客さまへのCDの提供が実現されてきています。

一つひとつの取り組みを確かめながら進む現段階から、今後は全社員が無意識のうちにCDを実践できるレベルまで向上させていきます。

お客さまとのコミュニケーション

アンケートでお客さまの声を聞く

ホテルのお客さまへのアンケート

ロイヤルパークホテルズアンドリゾーツでは、お客さまの評価や意見などを詳細、かつ具体的に把握するために、お客さまを対象にアンケートを年に1回実施し、CS調査をしています。2006年度の調査は1～2月に実施され、インターネットや電話、旅行代理店の窓口などでの予約からチェックアウトまで、サービスに関するありとあらゆる項目を評価していただきました。これにより、お客さまにご満足していただき、感動を実感していただくための活動や取り組みに役立つ意見を数多くいただきました。

マンション・住宅販売後のアンケート

三菱地所住宅事業部門ではお客さまアンケートを、お引き渡し時、お引き渡し後2年の計2回実施し、その内容を「CS推進本部」にフィードバックしています。その結果は業務ルール制定、業務フロー見直しといった業務改善のための資料として活用し、これらの情報は月例のフィードバック会議においても社内内で共有しています。

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では、管理組合理事長などへのアンケートを適宜実施し、2006年4月にはさらなるCSの向上に向けて「CS推進部」を新設しました。

お客さまへの情報発信

地元へ密着した会報誌

ロイヤルパークホテルでは、地元・日本橋に密着した編集方針で、ユニークな工芸品や日本橋周辺の行事などに関する情報や、経営トップと著名人の対談スタイルで同ホテルの事業姿勢やホスピタリティに対する考えなどを紹介する会報誌を年4回発行し、約1万5,000名の同ホテル会員に配布しています。



快適な住まいづくりを提案する情報誌

三菱地所住宅事業部門では、快適な住まいづくりとライフスタイルに関する情報誌『生活散歩』（発行部数12万部・隔月発行）を、三菱地所藤和コミュニティでは『家暖』（年4回発行）を発行しています。

インターネット上の会員組織「生活散歩online」では住まいに関する多種多様な情報を提供し、意見交換の場にもなっています。「生活散歩online」は2007年度から札幌、大阪エリアへもサービスエリアを拡大し、会員数は2万8,000名（2007年7月末現在）にのぼっています。



お客さまとのコミュニケーション

ホテル宿泊客とのコミュニケーション

ロイヤルパークホテルではインターネットより宿泊などのご予約をされたお客さまからの感想や意見を参考にさせていただき、今後のサービス向上に役立てています。また、このような感想やご意見のすべてに対して、総支配人よりメールで返信しています。日常の業務においてもお客さまとのきめ細かなコミュニケーションを何よりも重視しています。

ロイヤルパーク汐留タワー（東京都港区）ではサービス業務にあたるスタッフはメモ帳を携帯し、お客さまからのリクエストや情報を確実に処理・伝達できるよう努めています。

マンション居住者とのコミュニケーション

三菱地所のマンションについての情報を提供するホームページ「住まいのギャラリー」や「生活散歩online」を通じてお客さまから寄せられるお問い合わせには、通常2営業日中に回答をさしあげるよう努めており、調査が長引く場合はその旨をお伝えするなど、誠実で迅速な対応を心がけています。お引き渡し後の商品についてのご要望、お問い合わせには三菱地所商品企画部「カスタマーセンター」が責任をもって対応しています。