

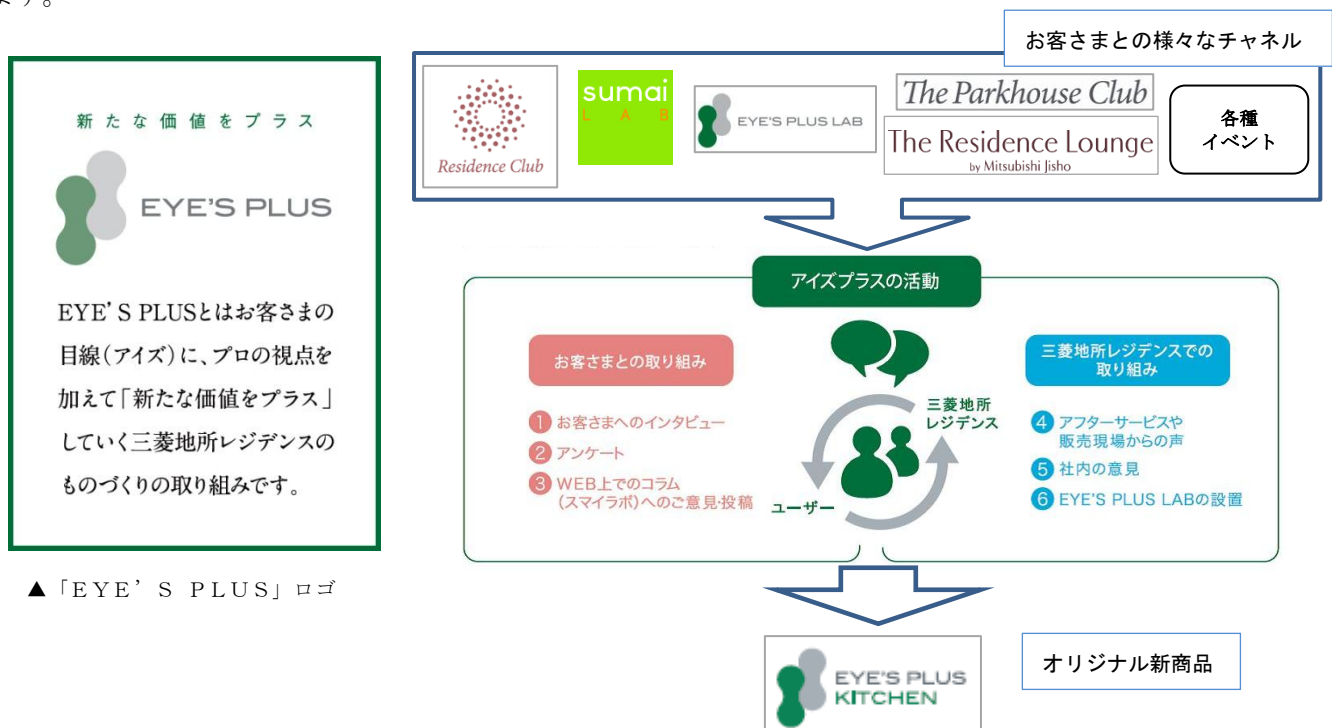
お客さまの声を活かした商品開発の体制強化 「EYE'S PLUS (アイズプラス)」始動 三菱地所レジデンスの“ものづくり研究所” 「EYE'S PLUS LAB (アイズプラス ラボ)」誕生

三菱地所レジデンスは、分譲マンション開発のリーディングカンパニーとして、お客さまの声をより一層集約し、「本当にお客さまにお喜びいただける商品」を開発するため、『お客さまの目線に、プロの視点を加えて「新たな価値をプラス」していくものづくりの取り組みとして「EYE'S PLUS (アイズプラス)」』を始動し、お客さまの声を試作品として形にして各種分析・検証を行う拠点となる“ものづくり研究所”「EYE'S PLUS LAB (アイズプラス ラボ)」を開設します。

当社は、累計供給戸数167,500戸を超える実績とノウハウを持ち、これまでも、製販管一体の体制を活かし、モデルルームご来場時からご入居後までの各種アンケート等、お客さまの声を活かした商品開発に取り組んでまいりました。また、ご契約者様・ご入居者様の会員組織「三菱地所のレジデンスクラブ」や、お客さまと一緒に理想の暮らしを実現するためのWEBサイト「スマイラボ」(2012年度グッドデザイン賞受賞)を通じ、多くのお客さまとの接点を大切にしております。

この度、お客さまの声を活かしたものづくりの取り組みを「EYE'S PLUS」(商標登録申請中)と名付け、これまで以上に、多くのお客さまとの直接的なコミュニケーションの結果を具体的に商品に反映させる活動を行います。こうした活動の拠点である「EYE'S PLUS LAB」は、お客さまから寄せられたご意見をもとにした試作品の製作・検証・改良、完成品の展示の場となるだけでなく、座談会などを通じて広く・直接的にご意見を伺うコミュニケーションの場として開設されます。本活動を通じて集約したお客さまのニーズ、それに基づく検討過程を様々な局面で広くお客さまに公開することが、新たな視点や価値観を生み出す「コミュニケーション」になると考えています。

当社は、提案型住宅である分譲マンション開発のリーディングカンパニーとして、お客さまの声に耳を傾け、ご支持頂ける商品を開発することで、より一層お客さまにご満足いただける住まいの提供を目指します。



▲「EYE'S PLUS」ロゴ

▲「EYE'S PLUS」活動イメージ

■EYE'S PLUSとは

「EYE'S PLUS」とは、お客さまとのコミュニケーションを商品開発につなげる取り組みです。お客さまの声に当社の実績やノウハウを活かしたプロの視点を加えています。ユーザーの声に向き合うことにより、長く愛され、飽きのこないものを追求し、「お客さまに本当にお喜びいただける商品」を開発してまいります。

お客さまのご意見から方向性を見出し、その方向性から仮説をたてて試作品をつくり、仮説を検証していきます。一連のものづくり活動から生まれた商品を、「EYE'S PLUS」の名を冠した商品としてご提供します。

また、「EYE'S PLUS」では、お客さまにお約束する5つの基本方針を、

1. お客さまに理想の暮らしをご提案するために「ユーザーの視点を大切にすること」
2. 長くお使いいただくために「品質・性能を追求すること」
3. 環境に配慮するために「資源を考えること」
4. いつまでも愛される商品を作るために「飽きのこないものであること」
5. 上質であるために「細かい部分にまでこだわること」

と定め、この方針に基づき使いやすい商品を開発、ご提案します。

EYE'S PLUSの活動

活動
01

お客さまへのインタビュー

三菱地所のレジデンスクラブ会員さまにご参加いただき、キッチンなどの住宅設備類についてインタビューを行っています。会場に試作品を設け、実際に見て触っていただいたご意見や、現在お住まいのマンションで使用している設備類についての感想もお伺いしています。



活動
02

アンケート

より多くの方からご意見をいただくために、イベントやウェブサイトにてアンケートを行っています。キッチンなどの住宅設備類へのこだわりや、子供と一緒に料理するかなど、ライフスタイルについてもお伺いしています。



活動
03

WEBコラムへのご意見投稿

「スマイラボ」(<http://www.sumai-lab.net/project/>)で、サイトを通してユーザーのみなさまと意見交換を行っています。例えばマンションのキッチンや収納など、こうだったらいいのということとはたくさんあるでしょう。その答えは1つではありません。コラムとして提案し、みなさまにコメントをいただきながら、みなさまと一緒に答えを探しています。



活動
04

アフターサービスや販売現場からの声

マンションを販売している中でのお客さまの声や、アフターサービスセンターに寄せられるご意見を拾い上げ、実際に使った感想や使いにくい点など、開発時に気づかない細かい点にも耳を傾け、その改良点などを検討しています。



活動
05

社内の意見

社内でも、ものづくりに関するアンケートやグループインタビューを行っています。グループインタビューではテーマに合わせて様々な社員にヒアリングを行い、プロの視点だけでなくユーザーの目線での声も商品開発に反映しています。



活動
06

ものづくり研究所の設置

専用の研究所(EYE'S PLUS LAB)を設け、マンションの開取りの一部を再現し、キッチンやユニットバス、カラースキムなどを設置しています。実際のものを見て触りながら分析・検証を行い、プロの視点を反映するための改良改善を随時行っています。



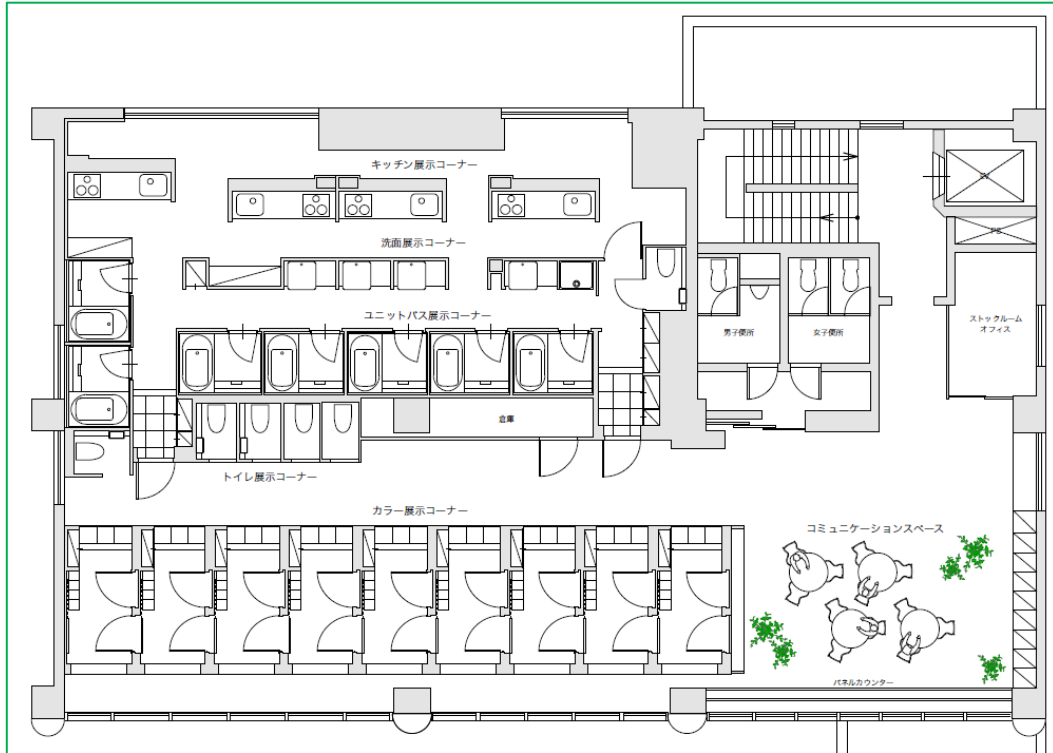
▲お客さまとの様々なコミュニケーション

EYE'S PLUS ホームページ : http://www.mecsumai.com/brand/list/brand_category_id/54

■ “ものづくりの研究所”「EYE’ S PLUS LAB」の開設

商品開発の分析・検証を行うための場として、ものづくりの研究所「EYE’ S PLUS LAB」を開設。研究所では、キッチン、カラスキム、洗面台、トイレ、浴室、扉、収納などの試作品や完成品を実際に設置し、検証・改良に活用します。また、お客さまや社員へのインタビューなど対面のコミュニケーションを通じてご意見を伺う場とするほか、バリエーションの中からマンションのコンセプトに最適な商品を導入することで、お客さまにご支持いただける商品をご提供します。

1. 「EYE’ S PLUS LAB」平面図



2. 「EYE’ S PLUS LAB」内 写真



▲インタビュー研究スペースとカラスキム展示



▲キッチンの展示コーナー



▲カラスキムの展示コーナー



▲洗面台の展示コーナー



▲浴室の展示コーナー

■「EYE'S PLUS」からの商品誕生 ～「EYE'S PLUS KITCHEN」～

2012年7月より、キッチンの開発に取り組み、アンケート5,107件、グループインタビュー6回、「スマイラボ」を通じたコミュニケーション19件、顧客接点を持つ部署の社員が直接伺ったお客さまの声や社員の意見をもとに、「EYE'S PLUS」の商品開発の第1弾として「EYE'S PLUS KITCHEN」が誕生しました。今後は、収納、洗面、カラースキムなどの開発を順次進めて参ります。

「EYE'S PLUS KITCHEN」が完成するまでの取組み

STEP 1

「スマイラボ」、当社主催イベント来場者へのアンケート等を実施して、お客さまの声を広く伺いました。その中から、「キッチンカウンターの立ち上がり」「収納」「作業スペース」について、以下のご意見が多いことに着目し仮説を立てました。

～アンケート結果より～

- ① 「キッチンカウンターには手元が隠せるように立ち上がりがあった方が良い」という声が、約51%と多く聞かれ、「フラットカウンターが良い」という声は、約26%ほどでした。

仮説

手元が隠せるように立ち上がりがあった方がよいのではないか。

- ② シンク下、食品庫などの収納部がもっと必要、ものの置き場所に困るという声が、多く聞かれ、足りないスペースの中で「収納」と答えた方は、約87%を占めました。

仮説

キッチンでは様々なものがあり散在しやすいのではないか。

- ③ 食洗機があれば、シンクよりも作業スペースが広い方がよいという声が、約70%を占めました。

仮説

食洗機があれば、シンクより作業スペースを広く取っても良いのではないか。

～「スマイラボ」でのコラム～

1. 第一弾キッチンプロジェクトが始まります
2. キッチンの立ち上がりについて
3. キッチンの吊戸棚について
4. 作業スペースの広さと収納について
5. キッチン前の立ち上がりカウンターを収納スペースとして使う

お客さまから頂いたご意見（抜粋）

「オープンキッチンは開放感があってよいが、散らかるのでこまめな日々の手入れが必要」

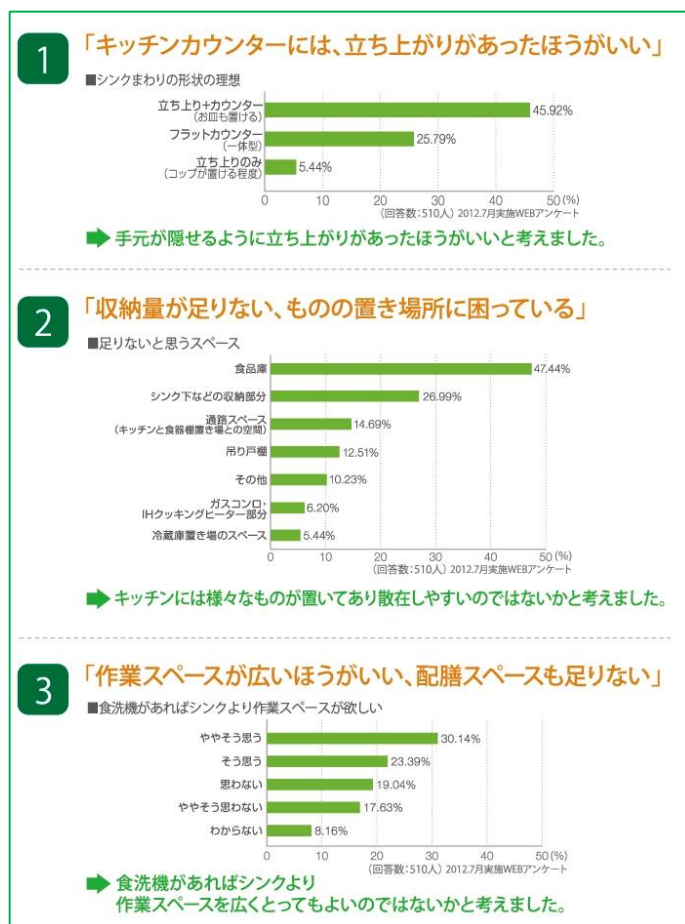
「自分好みにアレンジできるキッチンがほしい」

「ボールやざる、鍋など、調理中に仮置きするスペースが必要。」

「どこかにスペースがあれば吊戸棚はいらない。」

「レシピ本を傍らに置きたい・・・60%」

「まな板の置き場所は、キッチン天板上・・・60%」



▲お客さまとの双方向コミュニケーションサイト「スマイラボ」

STEP 2

細かく検証を行うため、4つのキッチンを試作し、お客さまと社員にアンケート（649件）やグループインタビュー（6回・45組）を行いました。その結果、立ち上がりの形状や高さ、収納のサイズや場所、収納の形状、作業スペースについて下記のような発見を得て、開発のポイントをまとめました。

特に、キッチンカウンターの立ち上がりや、シンクのサイズ、収納の形状は、当社とお客さまでは異なる意見が出た箇所でもあり、お客さまにキッチンの試作品に実際に触れ、ご意見をいただいたことで、当社の気付きとなり、お客さまにお喜びいただける本当に使いやすい商品の開発につながりました。



▲ママ社員の試作キッチン見学風景



▲お客さまモニターの試作キッチン見学風景



▲お客様モニターの座談会風景

～試作品を見学頂いた上でのアンケート結果～

A 「立ち上がりはどんな高さや形状がいいか」

発見 手元やシンクまわりの小物は隠したいけれど、あまり高すぎない方がよいという意見が多くありました。

■どの様な立ち上がりがいいか

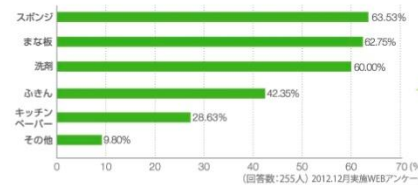


結論 手元は隠せるけれど、立ち上がりは高すぎず洗剤などが隠れる程度の高さ23センチとしました。

B 「立ち上がりを収納スペースとして有効に活用してはどうか」

発見 スポンジ、まな板、洗剤、ふきんの上位4つを整理整頓できるといい。

■シンク周りにある隠したいもの



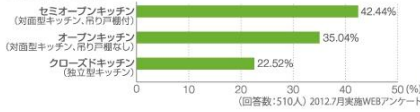
だらしなく見えて恥かしい…

結論 使い方によって、取り外し可能なアクセサリラックを採用しました。

C 「吊り戸はあったほうがいいか、ないほうがいいか」

発見 開放感が欲しいと思いつつも、収納量も欲しいという矛盾がありました。

■キッチンの理想



開放感はほしいが、収納量もほしい。

■足りないと思うスペース



結論 開放感と収納のバランスを考えました。開放感を優先し吊り戸については45センチの一箱だけを残し、さらに中の形状にこだわることによって必要なものがきちんと収納できる工夫をしました。

D 「キッチンまわりはなぜ散らかるのか」

発見 収納量もさることながら、収納の仕方に迷っている。

■置き場所に困っているもの



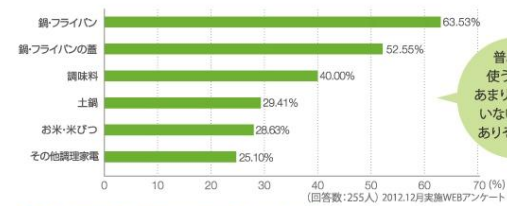
普段使うものが多いです。

結論 目的別に定位置を決め、使いやすいように収納場所を明確にしました。

E 「シンク下収納は、開き扉かスライド型か」

発見 シンク下にはデイスポーターの機器があるため、スライド型の収納では箱部分に欠き込みができ、収納量が減ってしまうというデメリットがあります。よく使用するものであれば使いやすいスライド型が良いが、使用頻度の少ない調理家電やお皿などは出し入れのしやすさよりも容量が必要なが分かりました。

■シンク下に何を収納しているか



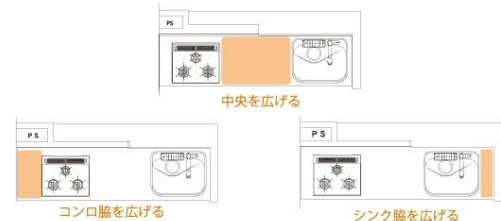
普段よく使うものとあまり使われていないものがありそうです。

結論 収納量を重視して開き扉にしました。

F 「シンクを小さくして広げたスペースはどこに置けばいいのか」

発見 調理や配膳のしやすさ、二人で作業ができること、という意見がグループインタビューや投稿で多数ありました。

■作業スペースをどこにもってするか



結論 中央にまとまったスペースを確保しました。

ANSWER

お客さまと社内の意見を分析・検証し、2013年度版「EYE'S PLUS KITCHEN」が完成しました。今後、ご提供する「ザ・パークハウス」に順次採用し、第一弾として「(仮称)横浜市神奈川区新子安一丁目計画」等での導入を予定しています。なお、キッチンの仕様見直しは、隔年で行う予定です。

2 広くなった作業スペース

シンクよりも作業スペースが広いほうが良いという意見から、作業スペースを大きくしました。調理や配膳がしやすくなりました。



1 シンク前にキッチンカウンターの立ち上がりをつくる

シンクの前にカウンターの立ち上がりをつくることによって、シンク回りに置かれている細々とした雑多なものを置く場所を確保でき、ダイニング側からもすっきりと見えます。また、水はねなどの問題も解消できます。



3 収納を重視し、収納場所を明確に

コンロ脇のスライドラック

調理中でもすぐに使用できるように、醤油や酒など背の高いボトル類、スパイスが収納できます。



たっぷり入る引き出し

作業スペースを広くとったことで、収納の容量も変わりました。



吊戸棚の収納を使いやすく

吊戸棚の下部にキッチンペーパーとラップが入るマルチハンガーを設置しました。右側部分は棚板を外すと、まな板やレンジ本などを立ててしまうことができます。



機能紹介



- User** 理想の暮らしを提案するために
- Quality** 長く使えるために
- Ecology** 環境に配慮するために
- Favorite** いつまでも愛されるために
- Detail** 上質であるために

E ワークトップ

ワークトップは人工大理石を使用しています。傷がつきにくく、汚れにくく、お手入れも簡単です。

F 食洗機

食器洗い機を標準装備しています。洗浄、乾燥、除菌もするので清潔です。また、節水効果もあります。

A フィルターレスレンジフード

フィルターレスレンジフードによってお手入れが楽になりました。シンプルですっきりとしたレンジフードです。

B キッチンパネル

キッチンパネルは汚れにくく日々のお手入れが簡単です。ホーローパネルの場合磁石がつき、自由に収納小物などをつけることができます。

G シャワー水栓

節水機能がついた、切り替え可能な浄水器です。一体型だから浄水器カートリッジも取替えが簡単。フレキシブルホースでシンクの隅々までお掃除いただけます。

H ディスポーザー

ディスポーザーを標準装備しています。生ごみを自動粉砕します。捨てる手間や臭いを抑え、キッチンを清潔に保ちます。

C ガスコンロ

お手入れがしやすく、見た目も美しいガラストップを採用した多機能コンロです。

D 無水両面焼きグリル

料理に合わせて調理する時間や温度を自動で設定できるタイマーを搭載しています。

I タオルかけ

置き場所に困る手拭きタオル。扉の取手部分に取り外しが可能なタオルかけを用意しました。

J ソフトクローズ機能

引出し収納にはソフトクローズ機能をつけました。重量物を入れた場合や強く押して閉めた場合でも速度を調整してスムーズに閉まります。

(参考)

■ 三菱地所のレジデンスクラブ

「三菱地所のレジデンスクラブ」は、三菱地所グループにて分譲・管理するマンションのご入居者様及びこれから入居されるご契約者様を対象とし、全国で約19万世帯が対象となる会員組織（2011年10月設立）です。



▲三菱地所のレジデンスクラブ ロゴ

1. 『ご契約者様』へのサービス

マンションを契約し入居されるまでのご契約者様に、物件の施工状況レポートや、ご入居までに開催される各種イベントのご案内、ご入居準備に関する情報等、新しい生活を迎えるにあたり役立つ情報をご提供します。(※)

2. 『ご入居者様』へのサービス

マンションご入居後は、マンション管理やアフターサービスに関する情報、室内リフォームのご相談、生活用品の販売など、便利で快適なマンションライフに役立つ様々なサービスをご提供します。

3. 共通のサービス

三菱地所グループ各社の優待サービス（宿泊施設の優待プラン、インテリア特典等）、会員限定のキャンペーンや体験型イベントのご案内など、会員特典を多数ご用意しています。(※)

(※)「ご契約者様」へのサービスにつきましては、一部物件からの導入となります。

「三菱地所のレジデンスクラブ」では、「楽しくくらしがもっと広がる。」をテーマに、ウェブサイトを通じて様々な情報を発信し、お客様と双方向のコミュニケーションを図っていくとともに、会員様同士が親しくなりコミュニケーションが広がるような、様々な会員参加型イベントも開催しております。

「三菱地所のレジデンスクラブ」ウェブサイト

URL : <http://www.resiclub.com>

■スマイラボ

「スマイラボ」は、2011年11月、三菱地所グループの住宅事業における環境への先進的な取り組みや新規事業提案等を行っている株式会社メック eco ライフが開設しました。

「スマイラボ」は、お客様とともにこれからの住まいのあり方を考え、その声を反映した商品開発を行うことで、理想の暮らしを実現するためのWEBサイト上の研究室です。

「ニュース」、「コラム」、「アンケート」の3つのコーナーで構成し、「ニュース」、「コラム」でお客様に住まいに関する情報を発信するとともに、「アンケート」でお客様からのご意見を伺い、双方向でのコミュニケーションを行っています。

「スマイラボ」ウェブサイト

URL : <http://www.sumai-lab.net/>



←スマイラボ ロゴ

スマイラボ ウェブサイト→

The screenshot shows the Sumai Lab website interface. At the top, there's a navigation bar with 'sumai' logo, 'RSS', '文字サイズ', and 'AWARD 2012'. Below the navigation, there's a main banner for a project titled '自分の暮らしの色を決める ~色の組み合わせとコントラスト'. The main content area is divided into three columns: 'Project' (Project M07), 'Column' (Column #36), and 'Research' (Research #35). Each section includes a title, a brief description, and a '続きを読む' (Read more) link. The 'Project' section also features a 'color' logo. The 'Research' section includes a pie chart and a 'アンケート報告' (Survey Report) section.

■ The Parkhouse Club (ザ・パークハウス クラブ)

「The Parkhouse Club」とは、三菱地所レジデンスが分譲・販売する不動産の最新情報を中心に、住まい選びや暮らしにまつわる様々な情報を、無料でお届けする会員組織です。

The Parkhouse Club

▲The Parkhouse Club ロゴ

会員の方には、会報誌やメールマガジンのご送付、会員限定セミナーやキャンペーンの開催、各種アンケートを実施しております。

「三菱地所レジデンスの住まいのギャラリー」ウェブサイト

URL : <http://www.mecsumai.com>

■ 三菱地所のレジデンスラウンジ

「三菱地所のレジデンスラウンジ」は、住まいに関する様々な情報やサービスを、ワンストップでご提供する総合窓口です。

The Residence Lounge

by Mitsubishi Jisho

住まいの購入・マンション管理・リフォーム・賃貸・売却など、住まいのあらゆるフェーズにおける豊富な情報とサービスを取り揃え、

▲三菱地所のレジデンスラウンジ ロゴ

それらをコンシェルジュがお客様のご要望に応じてご案内するソリューション機能とともに、ライブラリー機能、イベント機能を備えた三菱地所グループの住まいに関する情報発信拠点です。

「三菱地所のレジデンス ラウンジ」ウェブサイト

URL : <http://lounge.mec.co.jp>