



既分譲物件モデルルーム

## 機能性と心地良さ

いつまでも、どなたにも快適な暮らしをお届けするために、

機能性と心地良さを兼ね備えた住まいを追求。

お客様の声に耳を傾け、新たな発想から豊かな時間を創造し続けています。



商品の調査PDCAワーキングの様子

## PDCAワーキング

### より良い商品やサービスを生む、商品改善のサイクル

幅広い世代、様々なライフスタイルの方々が心地よく日々を過ごせるように。

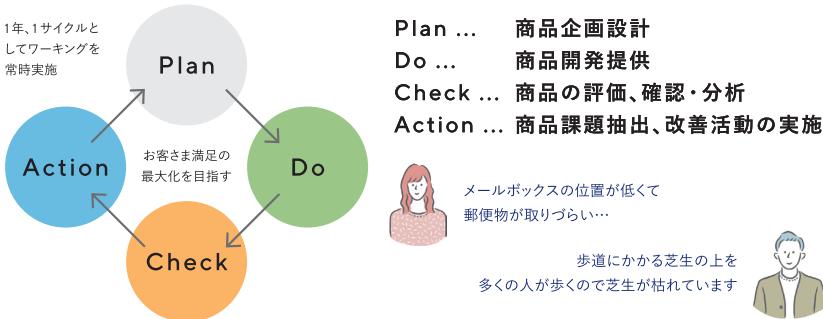
お客様の声に耳を傾けて暮らしやすさを向上。

より良い住まいへと「プラウド」は日々進化しています。

お客様からの声を集める  
『お住まいの満足度調査アンケート』※一部抜粋

## PDCA概念図

調査を活用して事業改善活動を実施。日々の生活の中で出てきたニーズや問題点を吸い上げ改善を試みます。



## ネガティブな意見に しっかりと向き合うことが大切

「商品の調査PDCAワーキング」は顧客満足度の向上を目指してスタートしました。土地の入手後に、商品を企画設計（P=Plan（計画））し、住まい（プラウド）を事業化（D=Do（商品提供））。商品の評価分析（C=Check（評価））を実施するとともに、課題を抽出し改善（A=Action（改善））へと繋げます。この業務を行うのは、当社の「建築・設計」

## 商品の調査PDCAワーキングによる改善例

改善例①

### メールコーナー

毎日の事だから誰にでも使いやすく



メールコーナーなどの廊下幅が狭いと、ベビーカーや車椅子で方向転換がしづらい。

ベビーカーの回転や人とすれ違いができる廊下幅を確保。またメールボックスの高さなど、使い勝手に配慮。

改善例②

### 浴室

使い勝手と手入れのしやすさを両立



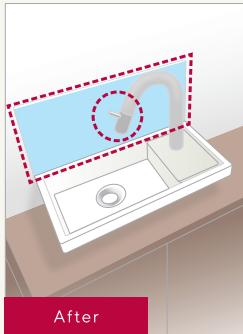
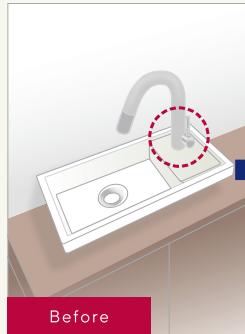
横型の鏡は、掃除の際に浴槽を跨ぐ必要があり手入れが面倒。使い勝手もあまり良くない。

浴槽を跨ぐずに手入れが出来るよう鏡は縦型に。全身も映しやすくなります。

改善例③

### トイレの水洗

水ハネによる面倒な手入れを解消



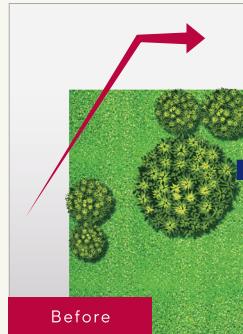
濡れた手で水洗レバーを止める際に水が飛び散る。また背面のクロスにも水が跳ねがち。

ボウルの上にレバーがあれば水が飛び散ることも少ない。クロスの水跳ねはバッゲガードで防止。

改善例④

### 植栽計画

植栽の維持・管理の負担を減らす工夫



暮らし始めた時は綺麗だった敷地の芝生。人が芝の上を歩く事で、せっかくの植栽が枯れることも。

四角の角をカットすることで人の通行をスムーズに。敷地の緑も傷みが少なく維持できます。

「品質管理」「商品企画」「アフターサービス」などを担う複数部署と、「管理」を担う野村不動産パートナーズからなる商品の調査PDCAワーキングチーム。製・販・管のグループ一貫体制だからこそ結成できるチームです。商品の評価分析では、お引き渡しから1~2年が経過したお客様さまを対象に共用部・専有部の使い勝手や清掃性・動線・デザインなどを調査。2022年の調査では約750件の回答をいただきました。この調査では、お客様さまが日々の生活の中で感じている問題点

や、「もっとこうだったら良いのに」というご意見やニーズに着目し、徹底的に議論。お褒めの言葉は私たちのモチベーションアップにつながりますが、もっとも重要なのは問題点をそのままにしないこと。「もう少し」という意見にこそ耳を傾けなければいけません。

### お客様のニーズを読み解き 「プラウド」を進化させる

集められた意見はワーキングチームで共有されます。さらに調査対象物件を

観察し、日頃の管理を担う「住まいのサポート」からヒアリング。アンケートだけでは読み取れない細かなご要望を吸い上げ、時には、ご家庭へ訪問調査することもあります。必要に応じて仕様や機能を見直し、メーカーなどと相談・検証。お客様のニーズにあわせた改善を図り、次の商品開発へと生かしていきます。この「商品の調査PDCAワーキング」は1年を1サイクルとして実施され、より良い住まいを届けるために、繰り返し、常時継続されています。

## お客様の声は 理想の住まいへの道しるべ

実際に共用部や専有部などで、お客様の声を基にした、いくつもの改善が行わされてきました。例えば植栽計画の【改善例④】。芝生が踏まれ枯れてしまった事例をもとに、植栽計画に配慮。企画設計する側が気付きにくい点には、管理している方の視点も生きてきます。これらのうち設計に関わる改善点はマニュアルに改訂が加えられ、「プラウド」の理念とともに共有されます。

さらにお客さまの声だけでなく、野村不動産社員で分譲マンション購入者による座談会も実施し、当社物件にかかわらずマンションでの課題を抽出。また、トレンドを取り入れることも必要であると考え設備メーカー・ショールームでの座談

会なども実施してきました。こうした検証から提供しているプロジェクトのひとつが『Luxmore(ラクモア)』です。普段から不便に思っていることや「こんなのがあったら」と思っているもの、どんな風に暮らしたいかなどお客様の声に耳を傾け、理想の住まいを創りあげるべく努力を重ねています。

## 品質を切磋琢磨する社内での 取り組み「デザインレビュー」

野村不動産では、「プラウド」のデザイン性と品質向上を目指し、前年度に竣工した物件の中から優れた物件を表彰する社内コンテスト「デザインレビュー」を開催しています。

デザインレビューは建築担当者が、その物件でこだわった点や工夫した点、もう少しこうしたらより良かったという反

省点を踏まえ、ものづくりの成果を共有する場です。共有されるのは、外観のデザインのみならず、土地・計画・お客様視点・コミュニティ形成など多岐にわたり、360°の視点で商品を振り返ります。社内の建築担当が互いにデザインや技術、知識を切磋琢磨することで、次の計画へつなぎ、お客様の満足度の向上に努めています。



デザインレビュー開催時の様子

## デザインレビュー発表物件



1  
プラウドタワー亀戸クロス(分譲済)

1 地域共生を目指した住・商・学の複合開発。広場の創出や1R~4LDKと幅広い生活に対応するプラン設計に加え、入居前から街への愛着を育てる活動を通じ地域に愛される開発を目指した。2 タワー形状の建物が多いエリアの中で、オーバル形状の建物への挑戦。住棟に囲まれた「住民専用」の緑あふれる広大な中庭で、都心でありながらも心地良い自然を感じることができ、中庭や中庭とのつながりを意識した共用施設にたくさんの居場所を創出。3 ガラスのパーティションを採用し、外観の意匠性に配慮しながら、光や風を取り込むと同時にプライバシーも確保可能とした明るく開放的な半内廊下のデザインを構築。4 2~3戸に1機のEV計画とした、ゆとりのある専有部の住空間など、由緒正しき立地で美しき池畔と響き合う集合邸宅を目指した様々な工夫を施した。



2  
プラウドシティ東雲キャナルマークス(分譲済)



3  
プラウド新宿中落合(分譲済)

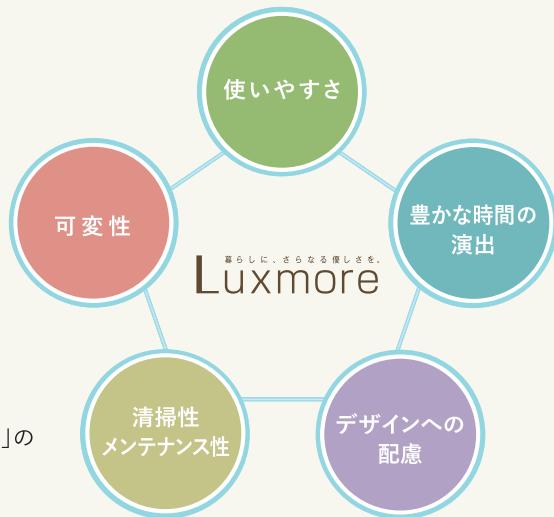


4  
プラウド苦楽園(分譲済)

暮らしに、さらなる優しさを。  
**Luxmore**  
[ ラクモア ]

住まいを暮らしの  
豊かさという視点でつくる。  
プラウド独自の商品開発

LUX(優雅さ)とLUX(樂)のどちらもあきらめず、  
暮らしをMORE(もっと)豊かにするという視点で提案する  
プロジェクトとして、2007年にスタートした「ラクモア」。  
優雅さを実現する「豊かな時間の演出」「デザインへの配慮」  
そして樂を実現する「清掃性・メンテナンス性」「可変性」「使いやすさ」の  
5つの要素を常に意識した商品や空間を開発、提案しています。



### ラクモアの商品・空間提案のサイクル

「お住まいの満足度調査アンケート」や「物件独自のアンケート」「ユーザー訪問調査」「社内座談会」等を実施。  
お客様の声をもとに問題点をあぶりだし  
新たな商品を提供します。  
その後も、ご利用いただいたお客様からの声を  
フィードバックしていただき、さらなる改善を目指します。



### お客様の声、暮らしのシーンから生まれた商品

扉を開けると向こう側の洋室へ  
居室間の動線が確保でき家事や身支度の効率を高めるウォークスルークローゼット



大型収納は様々な  
スペースとしても利用可能

家の印象を決める玄関収納は  
インテリアとしての美しさを追求



見通しの良さを活かした  
家族の気配が感じられる書斎

傘やスリッパ掛け・小物入れなど  
日常で気づく「あると便利」に細かく対応

## プロジェクトチームミーティング(PTM)

# “お客さま視点の住まいづくり”であり続けるために

お客さまにとって、よりご満足いただける住まいであり続けるために

土地の仕入れ・設計・営業担当が一体となり敷地・配棟計画やプランニングなどの試行錯誤を繰り返しながら、一つひとつのプロジェクトを完成へと導くために実施しているのがプロジェクトチームミーティングです。

### PTM事例 ①

#### 事例 [ 建物デザイン ]

##### 課題

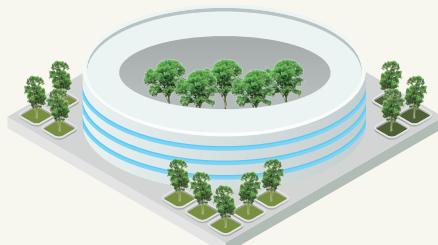
- タワーマンションが多い湾岸エリアで  
ランドマーク性を  
どのように持たせるか?



〈 当初の計画 … タワー型 〉

##### PTM後

- オーバル(橢円)形状とし、  
他にはない個性的な建物形状へ
- 敷地の中心にセキュリティに守られた  
コミュニティの中心となるプライベートガーデン



〈 改善後の計画 … オーバル型 〉

## 試行錯誤を重ね、唯一無二の 「世界一の時間」を創る

「プラウド」は商品計画決定までに、何度もプロジェクトチームミーティング(PTM)と呼ばれる会議が行われます。そこではコンセプト立案のほか、配棟や住戸割り・共用部・専有部・デザインを幾度の議論を重ね、決定していきます。お客さま視点での住まいづくりであり続けるための取り組みであり、いわゆる商品企画にあたるもので、土地の仕入れ・設計・営業担当が一体となり、「どのような商品がお客さまにご評価いただける

のか」について打合せを重ねてきます。メリットは何か、デメリットを解消するにはどうすればいいか。立地にふさわしい住まいはどんなものか。社会的ニーズへの貢献や新しい価値観の創造なども課題に含まれます。市場特性や立地特性、マーケットなどあらゆる角度から分析と把握を繰り返し、全体コンセプトがようやく決定するのです。例えば、湾岸エリアの大規模敷地の場合、土地取得段階での課題として「タワーがふさわしいのか?」「広さを活かした共用部とは?」などがあがっていました。PTMを重ねた結果、『地域の概念を覆すような周辺に

はないものを創り多様なお客さまの満足度を高める』という全体コンセプトが決定。こうした打合せは土地の仕入れから随時継続して行われ、大規模な物件になると半年以上続くこともしばしば。商品計画の決定まで、ひとつの物語を綴るように時間をかけて住まいづくりに取り組みます。



「プラウドシティ東雲キャナルマーケス」外観

## PTM事例②

### 課題

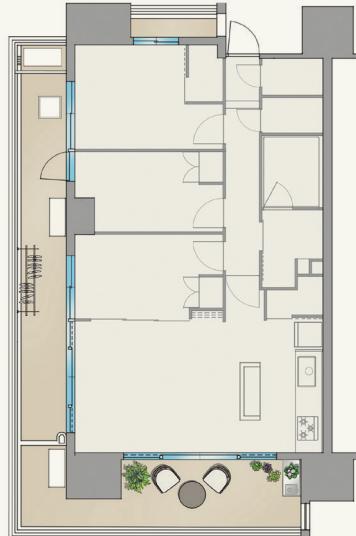
- コロナ禍によりおうち時間が増加  
豊かな時間が過ごせる空間をつくれない

### PTM後

- バルコニーを居住空間とつながるスペースへ
- 特別注文のカウンター付きスロップシンクを設置
- ライトも備え、居心地の良いバルコニーへ



〈 当初の計画 〉



〈 改善後の計画 … 中も外も楽しめる住まい 〉

### コロナ禍で求められる 住まいとは何か

昨今のコロナ禍において「おうち時間増加」「在宅勤務」「換気が必要」「個室の必要性」など大きく変化した生活スタイル。住まいに対しても『オンライン会議可能なスペース』『遮音性の高さ』『庭などの外スペース』などへのニーズが高まっています。この地だから実現できること、求められているものを追求する商品計画も変化への対応を迫られました。

3方接道角地、目の前が低層住宅であるという立地での商品計画が始まったのは、まさに新型コロナウイルスによってライフスタイルが変化し始めたタイミング。恵まれた立地にふさわしい住まいであるだけでなく、まさに『おうち時間が長くなる中でどんな商品が必要とされて

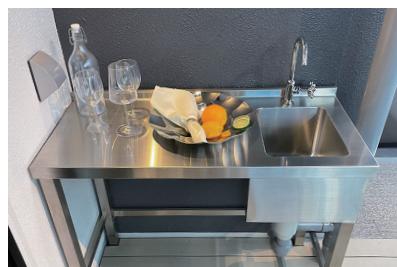
いるのか』というコロナ禍での住まいのあり方を体现すべくたくさんの議論を重ねることとなりました。

### バルコニー空間を豊かにし、 空間に多様な使い方を

まず追求したのはバルコニー空間の充実です。L字型のバルコニーとすることで、ゆったりとした広さを確保。加えて、エアコンの室外機や物干し金具などの設置場所を一方向にまとめることで、リビングとつながるバルコニーの居住性に特化

しました。また使い勝手を高めるためにカウンター付きスロップシンクを特注。さらに防水コンセントやバルコニーライトも標準仕様としました。例えばコーヒーを飲んだカップをそのまま洗うことも出来ますし、ライトアップされたバルコニーでゆったりと寛ぐなど、使い方の幅が広がるはずです。加えて3方接道角地の開放感を最大限に感じてもらえるよう大きな開口部を実現。特に角住戸では背面キッチンやキッチンとリビングの分断を防ぐキッチンカウンターも採用しています。また開放感を邪魔しないよう角住戸と最上階のバルコニーには眺望を遮らないカラーガラス、中住戸にはラミスカイといわれる素材を採用し、精鋭的な外観デザインに仕上げました。

今後もニーズの変化に対応しつつ、その地に相応しい個性を生み出し続けます。



特別発注したカウンター付きのスロップシンク