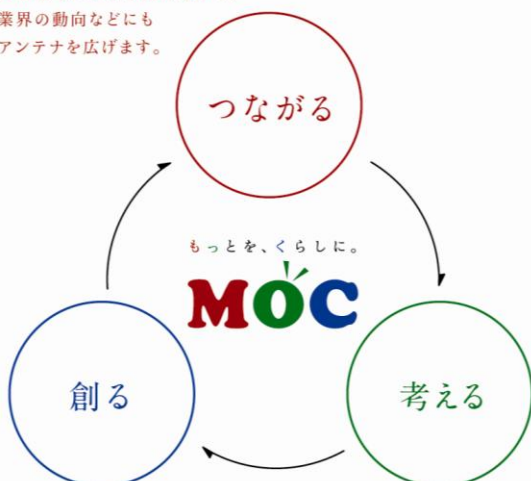


生活者とのコミュニケーション活動「MOC」をさらに進化  
 「MOC」から得られた声をオリジナル商品化

第一弾として「MOC KITCHEN 2012」「MOC COLOR TASTE 2012」  
 ～さらに「MOC 家具転倒防止グリップウォールシステム（仮称）」（特許申請中）を開発～  
 首都圏の「パークホームズ」を中心に順次導入

- 三井不動産レジデンシャル株式会社は、1996年より、お客様をはじめ、外部の有識者や一般生活者とのコミュニケーション活動によって得られた声を住まいづくりに生かす取り組み「MOC（三井オープンコミュニケーション）」を行っています。累計約3万件以上の購入者アンケート、100回を超える座談会や300世帯以上の戸別訪問など、活動を通じて頂戴した声や想いを当社の住まいづくりに活かすことで、画期的な新しい商品を数多く生み出してきました。
- 今般、当社基幹ブランド「パークホームズ」の強化を図ることを主な目的として、「もっとを、くらしに。」を新コンセプトのもと、「創る」「考える」「つなげる」をテーマに、「MOC」の取り組みをさらに進化させます。活動を通して開発された商品やサービスを当社オリジナルとして商品化し、首都圏の「パークホームズ」を中心に順次展開してまいります。
- 第一弾として、「MOC KITCHEN 2012」（キッチン）、「MOC COLOR TASTE 2012」（内装カラーテイスト・室内ドア）を、2012年2月から導入いたします。
- 加えて、「MOC」によって得られた気づきから、地震時に家具等の転倒を防ぐマンション向け新商品「MOC 家具転倒防止グリップウォールシステム（仮称）」（特許申請中）を開発しました。今夏より導入を予定しております。
- また、1月より「MOC」をさらに進化させるため、SNSサイト「Blabo!」を活用したコミュニケーション活動と、それを通じた商品開発の取り組みを開始しています。

インタビューやアンケートなど  
 お客様の声に耳を傾けながら、  
 業界の動向などにも  
 アンテナを広げます。



皆さまの「もっと」をかなえる  
 商品・サービスを三井の住まいで実現。  
 くらしへの新提案をお届けしていきます。

コミュニケーションから得た気づきを  
 住まいづくりのプロとして受けとめ、  
 独自の視点や発想で磨き上げていきます。

- 【今後導入予定の「MOC」オリジナル商品】**
- <2012年2月より商品化>
    - ・「MOC KITCHEN 2012」（キッチン）、
    - ・「MOC COLOR TASTE 2012」（内装カラーテイスト・室内ドア）
  - <2012年春より商品化>
    - ・「パウダールーム」（名称未定）、「玄関ドア」（名称未定）
  - <2012年夏より商品化>
    - ・「MOC 家具転倒防止グリップウォールシステム（仮称）」（特許申請中）
- 【生活者との新しいコミュニケーション活動】**
- ・ソーシャルチャレンジコミュニティ「Blabo!」（SNSサイト）を活用した商品開発への取り組み

## ■「MOC KITCHEN 2012」(キッチン)

お客様へのインタビューから出た意見をヒントに生まれた、もっと使いやすく過ごしやすい工夫のつまったキッチンです。

### ① 効率的で大容量の収納

全ての収納を引き出しタイプにするとともに（配管スペース除く）、音を立てずに静かに閉まる「ブルモーション機構」を採用。ロングレールで奥まで無駄なく収納できます。また、巾木部分も収納として、収納容積をアップ。キッチン本体にすっきり収まるインセット引き出しや可倒式のラックを設け、整理しやすさと取り出しやすさを追求しました。

### ② お手入れをもっと楽に

レンジフードはフィルタレスタイプを標準採用。フード内部の特殊コートで油分がこびり付かずに流れ落ちるため、ほこりを一緒にためてしまうフィルターが不要。また、レンジフードは拭き掃除がしやすいフラットトップタイプを採用しました。

### ③ 調理スペースを広く使いやすく

調理スペースを広げるために、キャビネットの割り付けを見直しました。またスペースを取るビルトイン食洗機を、水滴や汚れの落ちにくいシンク下に配置しました。

### ④ 良く使うモノは手の届く場所に

調味料やスパイス、キッチンペーパーなど使用頻度の高いものは、照明付きの吊戸棚に収納可能。シンク前のデッドスペースは包丁収納に（お子様への安心設計のチャイルドロック機構付）。

#### 01 アイレベル吊戸棚

いつでも目の高さで取り出せて、普段は隠せる照明付き収納「クイックポケット」。調味料やキッチンペーパーをすっきり収納できます。



#### 02 フィルタレスレンジフード

フィルター掃除いらずのレンジフード。整流板が取り外して、一体成型されたフラットな底板なのでふき掃除も簡単です。  
※整流板をはずして撮影しています。



#### 03 安心フラットコンロ

フラットでふきやすいパールクリスタルトップコンロ。もちろん全口センサー付きで立ち消えや消し忘れの時も安心です。



#### 04 フラットキッチンパネル

タイル地のような凹凸がないパネルで、お手入れのしやすさと美しい色合いを両立しました。

#### 05 オール引き出し式キャビネット

下部収納は、出し入れの負担が少ないロングタイプの引き出し。音をたてずにしめるブルモーション機構を採用。また、中引き出しを設置して、無駄のない空間利用を実現しました。



#### 06 シンク前包丁収納

シンク前のデッドスペースに包丁4本を収納可能。チャイルドロック付きで安心です。



#### 10 片寄せシンク&広い調理スペース

調理スペースを広く確保するために、シンクを片寄せしたレイアウトもご用意。これにより、シンクとコンロの間が格段に広がり、視覚的にも大きく見えるゆとりキッチンが実現しました。



#### 11 シンク下食器洗浄乾燥機

今までは引き出しをはずして設置していた食器洗浄乾燥機をシンクの真下に配置。水滴をたらずにスムーズに出し入れて、水切りスペースとしても活用いただけます。



#### 07 可動式インナートレー

調理の時、一番手元に近い最上段の引き出しに可変間仕切りを採用。そのまま取り出して丸洗い可能です。



#### 08 浄水機能付き水栓

浄水機能付きの水栓は、シャワーヘッドの引き出しもでき、シンク清掃などの使いやすさに配慮しました。



#### 09 専用タオルフック

収納の取っ手部分にタオルを設置可能な専用フックをご用意しました。吊戸棚に取り付ければレシポホルダーとしても便利です。



#### 12 静音ゆったりシンク

シンク自体は、奥行き500mmでゆったりと使用でき、静音仕様なので水音も気になりません。



## ■「MOC COLOR TASTE 2012」(内装カラーテイスト・室内ドア)

心地良い住まいを実現する重要なポイントである「カラーテイスト」を、ミラノ・サローネ※1などの世界のトレンドや時代のニーズ、お客様の声を汲み取りつつ、デザインの専門家の意見を取り入れながら作り上げています。長年愛され続けるすまいの色彩をベースにしながらも、新しいテーマを盛り込んで、「次世代のスタンダード」を提案しています。

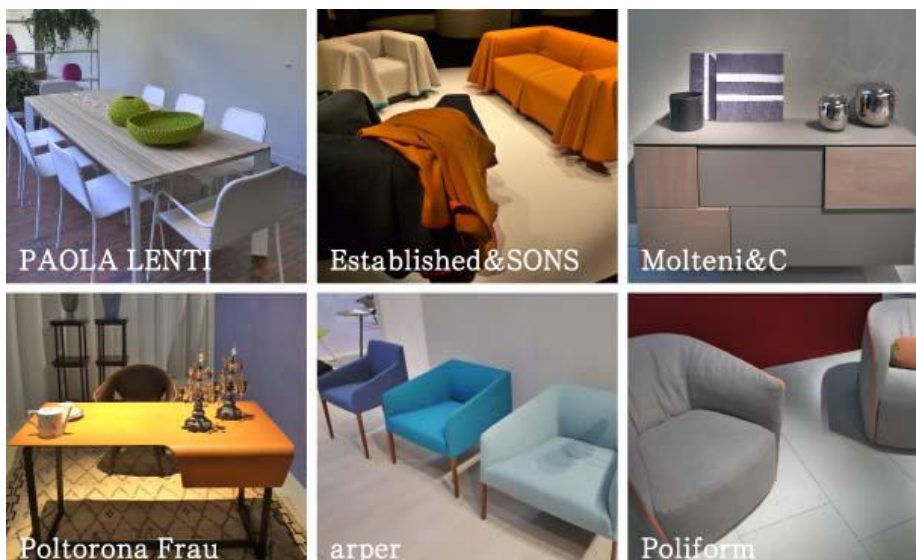
2012年のカラーテイストの特長は「本質的な上質感」です。素材自体の個性を大切に、実際に人が暮らす様子をイメージしながらテイストを創出することで、「ずっと気持ちよく住んでいただける住まい」のカラーを実現しました。



※1：ミラノ・サローネ について

ミラノ・サローネとは、毎年4月に開催される「ミラノ国際家具見本市」の通称。

2011年のミラノ・サローネは、フレンチマリリンやモンドリアンテイストなど鮮やかな色が提案されていました。またオーガニックとケミカル、クラシックと新素材など、ハイブリットな組み合わせも新しいトレンドに。全体的にはリラックス感をテーマとした提案が増え、より素材感を重視する方向に流れており、次の潮流を感じさせるトピックスの多い内容でした。



## ■「MOC 家具転倒防止グリップウォールシステム（仮称）」（特許申請中）

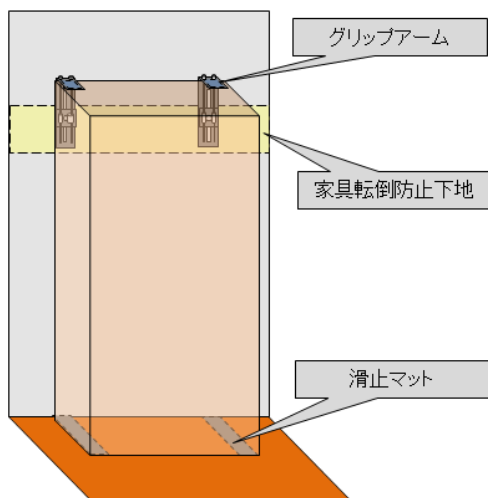
「MOC 家具転倒防止グリップウォールシステム（仮称）」（特許申請中）は、家具の設置が想定されるすべての住戸内壁面に設置される家具転倒防止下地<sup>※2</sup>と、新規に開発した家具転倒防止治具（ジグ）：グリップアーム（仮称）、および滑止マットで構成された、全く新しいタイプの家具転倒防止対策手法です。

家具転倒防止下地に取り付けたグリップアームで家具の上部を押さえ転倒を防止し、グリップアームに取り付けた粘着マットおよび家具下面の滑止マットで滑り出しを防止することで、震度7クラスの振動実験においても転倒・移動を起こさない耐震性が確認できました。

東京消防庁の調査では、家具転倒防止対策を実施していない主な理由として「家具や壁への傷の忌避（美観上の問題点）」が挙げられています。当社がお客様から伺った声と、これらの調査結果を合わせると、家具転倒防止対策の普及には「家具に傷がつく」「見栄えが悪い」「設置が難しい」などの問題解決が必要なことがわかりました。そこで当社では、家具に傷をつけることや居室の美観を損ねること無く、地震の被害から居住者の身体や財産を守るために「MOC 家具転倒防止グリップウォールシステム」を開発しました。

当システムは 2012 年の夏より当社で販売するマンションに取り付けサービスも合わせて提供を開始する予定です。当社では、家具転倒防止対策の強化により、マンションにおけるより一層の安心・安全なくらしの提供を行ってまいります。

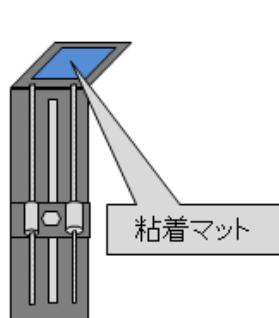
### ◆「MOC 家具転倒防止グリップウォールシステム」概要



#### <グリップウォールシステムの特徴>

- ① 壁に設けられた家具転倒防止下地に確実に家具を固定可能。
- ② 家具を粘着マットと滑止マットで固定するため、釘やビスによる家具傷がない。
- ③ グリップアーム本体および壁固定部が家具裏に隠れるため、家具・居室の美観を損なわない（上面の露出もごく僅か）。
- ④ 取り付けサービスがあるので、設置に関する煩わしさや不安を解消。

### ◆グリップアーム



※2：当社は、家具の設置が想定される全ての住戸内壁面に転倒防止金具の取り付けを可能にする家具転倒防止下地を設置することを 2011 年 12 月に決定しています。

■生活者とのコミュニケーションを更に深化。SNS サイト「Blabo!」を活用した新しい商品開発「MOC」の根幹となる生活者とのコミュニケーション「つながる」の更なる深化に向けて、当社は、SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）サイトを活用した商品開発に取り組みます。2012年1月12日より、ソーシャルチャレンジコミュニティ「Blabo!」において、「“こどもごころ”がわくわくする街をつくろう」をテーマに、生活者とネット上でアイデアを出し合う機会を作りました。そこで生まれた新しいアイデアを、実際の街づくりに取り入れてまいります（2012年4月以降の当社が提供するすまいやサービスに反映する予定です）。

チャレンジ期間：2012年1月12日～2月6日

テーマ：1月12日～ 「学びが生まれる街」子供の学びが、自然に生まれる街をつくろう！

1月16日～ 「育てる街」住んだところから始める？育てていく街をつくろう！

1月23日～ 「つながる街」人と人が、自然につながる街をつくろう！

1月30日～ 「主役になれる街」ひとりひとりが、街の主役に？

目標アイデア数：100個

<「Blabo!」とは>

企業がNPOや生活者とタッグを組んで社会の問題を解決していくソーシャルチャレンジコミュニティです。企業は「Blabo!」サイト上で、企業の取り組む社会課題や自社の課題を生活者と一緒にディスカッション、プレストしながら解決していくことができます。サイトへの投稿情報は全てオープンとなっており、誰もが閲覧することが可能です。更に投稿者のFacebookやTwitterのページを通じても投稿情報が拡散されていく仕組みです。過去10社以上の企業が参加しています。

「Blabo!」URL：http://bla.bo/

◆「Blabo!」三井不動産レジデンシャルページ

The screenshot shows the Blabo! website interface. At the top, there's a navigation bar with 'Blabo! Social Challenge Community' and a login button. Below that, there are three tabs: 'チャレンジ' (Challenge), '実現したいこと' (What we want to achieve), and '実現報告' (Achievement report). The main content area features a challenge titled '"こどもごころ"がわくわくする街をつくろう' (Let's create a neighborhood where children's hearts are happy). The challenge text asks for ideas on how to create a neighborhood where children learn naturally. Below the challenge, there's a 'Share' button and a list of user comments. On the right side, there's a 'Challenger' section with a video player and a 'Blabo! アイデア' (Blabo! Idea) section listing various user suggestions with their respective dates and Blabo! icons.

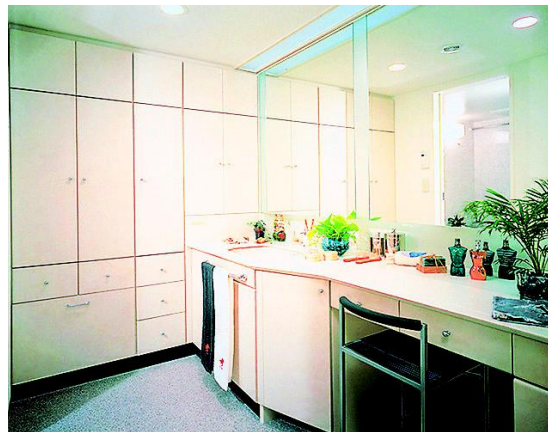
## ■三井不動産レジデンシャルの「MOC」について

「MOC」とは「三井オープンコミュニケーション」の略称で、お客さまや外部有識者、一般生活者などさまざまな方々とのコミュニケーション活動を指します。1996年、約100名のモニターでの活動開始以来、100回を超える座談会・グループワークなどを通じ十数年にわたり活動を続けてまいりました。累計3万件以上の購入者アンケート、300世帯以上の戸別訪問を行うとともに、約3万人の会員を抱える当社のコミュニティサイト「みんなのすまい(37sumai)」では、2005年6月からこれまで8000人からアンケートの回答を頂いております。また、当社アフターサービスセンターにて頂戴しているお客様の声を、商品企画へ累計1000件に及ぶフィードバックを行っています。これら活動を通じていただいたご意見は、当社オリジナルの商品である「ワイド洗面室」など、数多くの商品企画としてカタチになっています。社会環境やライフスタイルの変化に伴い、消費者のマンションに対するニーズも変化しております。当社は時代の変化に対応すべく、『もっとを、くらしに。』を新コンセプトに、「創る」「考える」「つなげる」をテーマのもと、活動を通じて生まれた新しいアイデアの商品化、外部有識者や専門家と新たな住まいについて考えるプロジェクトの発足、SNSサイトを活用したコミュニケーション活動などを行い、「MOC」をさらに進化させてまいります。

### 【「MOC」を通じて生まれた商品企画例】

- ・「ワイド洗面室」(メイクが座ってできるパウダールーム仕様の洗面室)
- ・「ワイドバルコニー」(マンションでありながら、ガーデニングライフなどを楽しめる奥行き2mのバルコニー)
- ・「ダブルマスターベットルーム」(二人世帯のニーズに合わせた「夫の個室」「妻の個室」を用意したプラン)
- ・「ファミリーアルコーブ」(濡れた雨傘、ベビーカーなど多目的収納スペースとして活用できるアルコーブ)

### ◆「ワイド洗面室」(メイクが座ってできるパウダールーム仕様の洗面室)




### ◆2010年度実施の「MOC」座談会写真



### 【今後の「MOC」活動予定】

- ・次世代環境（コミュニティ、グリーン、パッシブデザイン）建築のプロトタイプ検討プロジェクト  
芝浦工業大学 秋元孝之教授と日建総合研究所による「パークホームズ等々カレジデンススクエア」での実証実験を生かした、次世代の集合住宅における環境建築を検討するプロジェクト。
- ・サステイナブルコミュニティ研究プロジェクト  
コミュニティづくりをサポートする独自指標を作成し、入居者同士はもちろん周辺住民も楽しく、安心につながれるきっかけを創造するコミュニティの場を研究するプロジェクト。
- ・「MOCグリーン憲章」策定  
社外のデザイナーを交えたグリーンチームとともに、マンション緑化の標準デザインを策定するプロジェクト。
- ・慶應義塾大学 山中俊治教授との「未来住宅」プロジェクト  
工業デザインのオーソリティである山中教授と未来のすまいプロジェクト会議を実施。
- ・「女性目線と子育て目線」のマンション企画会議  
三井不動産グループ女性社員による、女性と子育てをキーワードとする未来のマンション企画会議を実施。女性ならではのきめ細やかなアイデアを反映していきます。

■今後も、「すまいとくらしの未来へ」というコーポレートステートメントのもと、上質な住まいの提供と新たな暮らしの提案に努めてまいります。

\* 『&EARTH』（アンド・アース）は、三井不動産グループのロゴである「（アンド）マーク」に象徴される「共生・共存」という理念のもと、当社グループの活動が常に地球とともにあることを表現しています。当社グループは、グループ体となって、豊かで幸福な未来へと繋がる新しい街を、お客様とともに創り出してまいります。

以 上