

2016年10月19日

三井不動産レジデンシャル株式会社

子育てファミリー層にもっと身近なモデルルームを目指す取り組み「MaMa Smile モデルルーム」 子育て中の“元キャリ主婦”を対象に情報発信について学ぶワークショップイベントを開催

三井不動産レジデンシャル株式会社では、子育て中の元キャリ主婦（結婚前はお勤めの経験があり、現在は育児や家庭が生活の中心となっている主婦の方）を対象に『武蔵小杉の魅力を発信しよう』をテーマとした記者体験ワークショップを「パークシティ武蔵小杉 ザ ガーデン」レジデンシャルサロン（モデルルーム）にて10月13日に開催いたしました。

現在当社では、お客様視点に立ち「お住まい探しを検討する場」であるモデルルームについてもっと気軽に、もっとじっくりご見学いただく取り組みを進めています。今回は、モデルルーム来場者の約3組に1組を占める子育て世代[※]向けのサービス「MaMa Smile モデルルーム」の一環として、一般参加者向けイベントを実施いたしました。本イベントは、日々の暮らしや気づきに加え、育児や暮らしに役立つ情報を SNS で発信するなど、子育てをしながらも情報発信感度の高い元キャリ主婦層のニーズを踏まえ、WEB メディア『ハレタル』（東洋経済新報社）協力のもと、記者やプロカメラマンから記事の書き方・写真の撮り方等、情報発信のコツを学ぶ講座となりました。参加者がまとめた武蔵小杉の魅力を発信する記事は、『ハレタル』および当社関連 WEB サイト内に掲載される予定です。 ※2015年6月22日現在販売中の首都圏自社物件来場者実績(20~40代の3人以上家族の割合)より算出

■ 記者体験ワークショップイベント 開催レポート

プログラム①：記事の書き方講座 『ハレタル』編集長 堀越 千代氏

堀越氏からは、現役記者の視点から「オリジナリティ」のある記事を書くためのコツをレクチャー。

ワークショップでは、武蔵小杉エリアで保育関連事業を展開されている株式会社グランドクロス取締役熱海正宏氏より、武蔵小杉の街の魅力について実際にお話し頂き、参加者自身が「子育て世代の女性」へ向けた記事内容についてディスカッションしました。

プログラム②：写真の撮り方講座 プロカメラマン 平林 直己氏

数多くの女性誌で活躍中の平林氏からは、風景と人物の撮り方をレクチャー。人物の表情豊かな瞬間を捉える実践ワークショップでは、参加者同士がグループに分かれお互いを撮影しあい、すぐに応用できるワンポイント・アドバイスをもとに熱心な撮影会が行われました。



■ イベント参加者の声

- ・ 記事や写真が上手になる考え方、きっかけがもらえて満足
- ・ 普段接することができないカメラマン、編集者に会えて新鮮だった
- ・ 子どもを預けて学ぶことができ、子育てだけの毎日のなかでとてもリフレッシュできた
- ・ 武蔵小杉をよく知らない方と同じグループでその方たちの武蔵小杉に対するイメージも聞けて新鮮だった

☆イベント後は、希望者に対し「パークシティ武蔵小杉 ザ ガーデン」レジデンシャルサロンの見学会が実施されました。



ワークショップの様子

■ イベント開催概要

開催日時：2016年10月13日（木）午前の部 10:15～11:45／午後の部 13:15～14:45

開催会場：「COSUGI COBO」神奈川県川崎市中原区小杉町 1-403-53 旧 NEC 小杉ビル 1 階

ワークショップスペース「COSUGI COBO」内の「パークタワー武蔵小杉 ザ ガーデン」レジデンシャルサロンにて開催

■ 子育てファミリー層にもっと身近なモデルルームを目指す「MaMa Smile モデルルーム」とは？

「MaMa Smile モデルルーム」では、妊婦さんや子育てファミリー層にも安心してモデルルームを見学してもらうため、キッズコーナーや授乳室、おむつ替えスペースはもちろん、クーファン・キッズチェア等を用意してママも乳幼児も疲れない工夫や、ママ限定の平日モデルルーム見学タイムを設定し自由に見学時間を作れるように配慮するなどの取り組みを実施しています。昨年の導入以来、好評を頂きこの度内容を一層充実させ提供物件を 47 件に拡大しています。



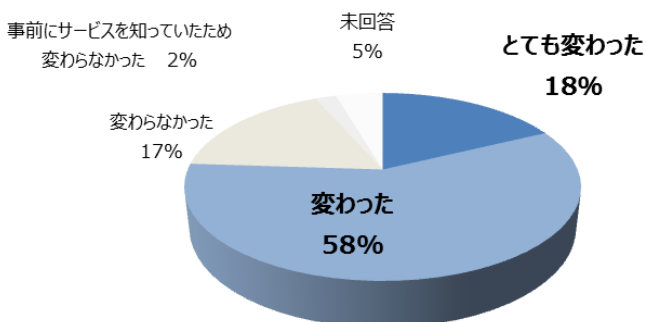
(URL:<http://www.31sumai.com/promo/mama-smile/index.html>)

「MaMa Smile モデルルーム」 来場者アンケート・サマリー

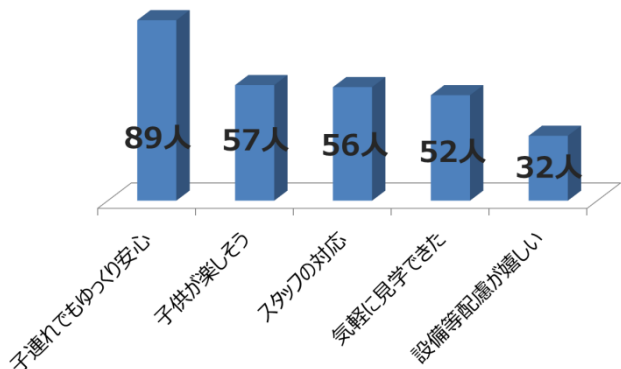
(調査対象 196 名、2016 年 9 月 28 日時点)

来場者の約 8 割がモデルルームの印象が変わったと回答。キッズルームは「MaMa Smile モデルルーム」利用者の半数が利用する設備でニーズの高さがうかがえる他、ママ限定の平日モデルルーム見学タイムの利用者もみられました。来場後の印象の変化では約 6 割が子ども連れでもゆっくり見学でき安心したという声をいただき、本取り組みに対する共感の声が多く寄せられています。

① モデルルームの印象



② モデルルーム来場後の印象の変化 ※複数回答



～三井不動産レジデンシャル株式会社 市場開発部ブランドマネジメントグループ 山本洋介～

住まいを選び購入することは大きなライフイベントの一つですが、『モデルルーム』がもっとお客様に寄り添った購入体験を提供する場所になることを目指し、まずは子育て中のママが安心してモデルルームへご来場頂ける空間作りを昨年 6 月より導入しています。今回のようなママ向けワークショップを開催するなど、モデルルームへ足を運ぶきっかけとなるような家探し + α の機会提供を通し、気軽に見学に行けるという印象が子育てファミリー層に広がって欲しいと考えています。お客様に気持ちよく、楽しい時間を過ごしていただくために、今後も来場・契約・引渡といったお客様との接点におけるニーズを捉え「住まいを選ぶ・買う」というライフイベントの新しい提案を継続してまいります。