

サ ー ビ ス 不 動 産 委 員 会

コンサル力でテナントの 総務部の仕事を肩代わり

現場の声を吸収する様々な仕組みを構築

NTT都市開発
ビルサービス株式会社

——NTT都市開発(株)のプロパティマネジメント
(以下、PM) が事業の中心ですか？

富田氏 オフィスビルについてはNTT都市開発(株)が保有する物件の比率が高いですが、当グループが関係するJ-REIT や私募REITの物件も増えていますし、最近ではグループ以外のPMや工事でも受注できるよう積極的に営業活動に取り組んでいます。当初はグループの保有するオフィスビルのリニューアル工事等建築工事を行う目的で設立されましたが、その後グループの事業分野の拡大、グループ内の役割の見直し等に伴いオフィスビル、商業ビル、賃貸住宅のPM業務、分譲マンションの管理業務、その周辺サービスと事業分野を拡げています。2015年10月に、別会社だった関西エリアも統合し、北海道を除く全国で事業を展開しています。PM受託面積比率は、オフィスが78%、商業13%、住宅その他9%という状況です。外部物件を受託していくためには、もっとお客様満足度やサービスの向上をしていく必要があり、CS重視の方針で取り組んでいます。



企画総務部 経営企画部門
担当課長 富田祐一さん

——「サービス不動産
委員会」に参加された
きっかけを教えてください。

ビルサービス事業本部 首都圏営業所
担当部長 奥村晋吾さん

奥村氏 「不動産は立地や規模だけでなく、もっとサービス面から選ばれていいのではないか」という郵船不動産さんに強く共感したからです。同様の思いを持つ数社で、意見交換をしたことから始まりました。

山崎氏 当グループとしては、2009年頃から「もっとお客様に選ばれるためにはどうしたらいいのか」という議論が社内で起こり、CS活動がスタートしました。まずはCS理念の制定や講演会・研修・CSアンケートといった地盤づくりの活動を行ってきました。サービス不動産委員会に関心を持ったのは、会社としてさらに「お客様第一主義」を強めていこう、ステップアップしようと議論をしていたからです。

船津氏 最近は新築物件でも立地以外のハード面の要素で差が出しにくくなっています。では、何で差をつけるか？何でお客様に選んでもらうか？となると、やはりサービス面になると思います。「いかにお客様と長くお付き合いできるか」という点については、人と人との関係によるところが多いと思いますので、そういう部分を会社全体として強めていかないといけないと感じています。



——具体的にどのようなCS活動に取り組まれていますか？

山崎氏 CS活動は、社内の情報共有や改善活動の会議体から、社外への情報発信まで多岐にわたります。まず、会議体としては、役員・幹部等で全体方針を決める「CS委員会」や、PM担当者が担当するビルの特徴や課題・改善策を共有する「CSスクエア」、各ビルで協力会社の担当者も含め日々のオペレーションを話し合う「CS向上委員会」等、様々なセグメントで意識合わせを行うようにしています。次にCS活動としては、サービス内容の定期健診として「CSアンケート」を行い、その結果を「CS提案制度」によりビルオーナーへ提案をすることで、日々のサービス改善に努めています。「CS提案制度」はビルごとの収支にとらわれずに、お客様の声を反映した様々な取組みを実施できるよう、オーナーと相談し、設定した制度です。こういった一連のCS活動について、特に優れた取組みを行った社員には、従業員満足（ES）向上や優良事例の展開を目的に「表彰制度」を設けています。お客様に向けた情報発信としては、オフィスの情報誌「IGOCOCHI」も年2回発行し、テナントや協力会社スタッフ、弊社の施設や事業の紹介をしています。

最後に社内の啓発策としては、社内報でCSの取組み共有の他、研修としてCS講演会を年に1回企画しています。業種を問わず、CSに積極的に取り組んでいる企業の方々にご講演して頂いており、今年はハーバード大学のビジネススクール

CS活動やテナントを対外的に紹介する情報誌「IGOCOCHI」

でも取りあげられた、JR東日本テクノハートTESSEI（清掃会社）様に依頼し弊社社員だけでなく、協力会社の清掃スタッフの方々にも参加して頂きました。



——かなり幅広く、現場からの声を反映させる努力をされています。

船津氏 管理側の努力だけでなく、お客様に一番接する機会が多いのは実際にビルで働いている人ですので、「CSの向上には現場のモチベーションUPが重要」と考え、協力会社との意見共有や連携には力を入れています。

富田氏 これはオフィス分野だけではなく、分譲マンション管理や建築工事部門でも設備会社、工事会社等を集めて“ヒヤリ・ハット”事例を共有したり、優良事例の表彰を実施しています。

奥村氏 協力会社も含め、チームとして「同じ現場で働く仲間」だという意識を持ち合えるよう1年、2年と時間をかけてじっくりと信頼関係を構築していく必要があります。

例えば、協力会社との打合せの際、来社して頂くことが多いと思いますが、こちらから伺い、「お願いしに行く」「情報をもらいに行く」というような姿勢が大事です。今後人手不足の時代になれば、警備や清掃等人手が必要な業界はより厳しい状況になっていきます。そうなれば私たちが逆に選択されることとなります。社内の意識を変えて、協力会社から選ばれる会社になることが大切だと思っています。

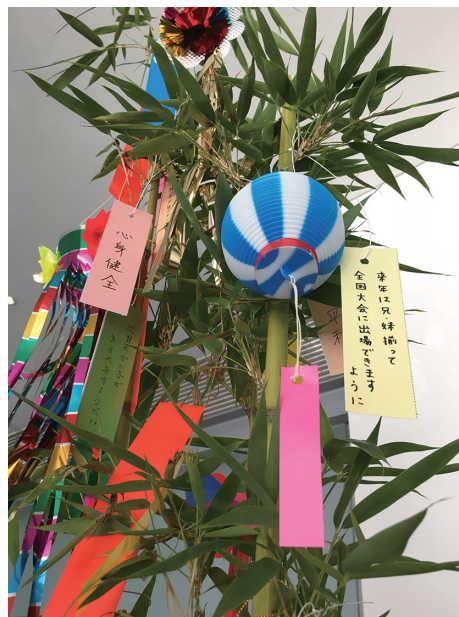
山崎氏 現場を支える協力会社の社員の「ES向上」が、最終的にビルの「CS向上」につながるを考えおり、CSアンケートで直接お客様から頂

取組内容 (位置づけ)	対象	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
CS委員会 (全体方針会議)	役員・幹部						●						●
CSスクエア (情報交換会議)	ビル担当者			●			●			●			●
CS向上委員会 (ビル個別会議)	協力会社含む ビル担当者	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
CSアンケート (定期健診)	お客様	準備・実施 → 集計・分析・回答等 → 課題解決・CS向上に向けた取組み											
CS提案制度 (お客様の声反映)	社内					●							●
CS表彰 (ES向上・優良事例展開)	社内					●						●	
オフィス情報誌 (情報発信)	お客様 社外			○			●			○			●
サテライト不動産委員会 (社外情報交換)	社外						●			●			●
CS講演会 (研修)	社内中心								●				

CS活動の年間計画表（2016年度版）



地域住民も参加する大規模オフィスビルでの夏祭り



いたお褒めのお言葉も共有するようにしています。具体的には、「いつも警備員さんから気持ちよく挨拶してもらって、一日気分良く働けます」「なくしたものを一生懸命探してもらえました」等、嬉しいお言葉をいただきます。その一方で、化粧室清掃で女性ならではの指摘等、実際の利用者でないとなかなか気づかない意見をいただくこともあります。そのようなご意見を吸い上げて、担当者共有し、改善することで、少しずつテナントの居心地を良くすることが大切だと感じています。

——ビル単位の活動も教えてください。

山崎氏 中小規模のビルでは、クリスマスや七夕といったシーズンイベントによる飾りつけや、バレンタインの時には若手男性スタッフがお菓子を配る等、各ビルの担当者が季節にあわせた様々な企画を実施しています。大規模なビルでは毎年テナントを巻き込んだ大々的な夏祭りを企画し、イベントに合わせてビルの商業施設で使えるお得なクーポン券の販売等も行います。テナントだけでなく周辺住民も楽しみにしてくれますので、エリアマネジメントの点からも、地域とのつながりも大切にしないといけません。と改めて感じています。

奥村氏 商業施設を併設する大規模ビルでは、商店街や町内会と協力

してイベントを開催する等、地域と交流を深める方向にあります。東日本大震災後に、近隣の皆さんからは大規模なビルなら守ってもらえるという期待感が生まれ、災害対策や避難場所として協力してほしいと、相談をいただくようになりました。私たちも地域の皆様に商業施設を使ってほしいという気持ちもありますし、防災に関する情報を共有していきたいと思っています。実際に、地元自治体と帰宅困難者に関する協定を結んだビルもあります。

船津氏 地域活動に取り組むことで、テナントからも自分たちが入居しているビルは地域貢献に取り組んでいるビルだと、誇りを持っていただいているようです。

奥村氏 大規模なビルでは、定期的にビル周辺の清掃活動をしており、テナントからも「ぜひ参加させてほしい」と言われます。テナントによっては、自社のCSR報告書に記載されているようです。

——顧客重視の活動はビジネス上どのような効果をもたらしていますか？

奥村氏 なかなか数字としては出しにくいですが、間違いなく効果はあると思います。お客様と顔を合わせ、見える管理をすることによりお客様から



ビルサービス事業本部 PM企画戦略部
主査 山崎麻佑子さん

情報が入ってきますので、最近はいきなり退去通知を出されることが減りました。また、テナント専用部の工事やオフィスのコンサルティング、仲介の仕事をいただく機会も10年前に比べて飛躍的に増えています。テナントの総務の方から、「支店を出すのでオフィスを探してほしい」といった相談が来ることも増えました。まさに私たちがテナントの総務の仕事の一部を肩代わりしていることとなります。サービス不動産委員会でも「借りていただくだけが私たちの仕事ではない」という認識が高まっています。テナントが新たに物件を探す際に、参加企業の物件を紹介する等お互いが連携することで、退去したお客様とも関係が切れなくなります。一度お付き合いしたお客様をフォローし続ける意識が定着してきています。

船津氏 オーナー側からも、テナントがすぐに出て行かない、もしくは増床して規模を拡大しているということになれば弊社の評価が高まると思いますし、それには「このビルは管理がいいし、居心地がいい」という従業員からの声が効いてくるのだと思います。

富田氏 最近、社員の働きやすい環境づくりをテナントも求められていますので、建築工事部門では「オフィス環境を改善しませんか」という提案もしています。また、以前は入居工事と退去工事ばかりでしたが、入居後しばらくしてから使い勝手の悪い部分について

ビルサービス事業本部 PM企画戦略部
担当課長 船津彦彦さん



てヒアリングし、改善のための提案をすることで、テナントの満足度がより高まる結果に結びついています。

——今後目指す管理の方向性を教えてください。

奥村氏 一番力を入れていかないといけないのは、ワンストップ営業です。総合建物管理業としてやっている以上、やはり社員一人ひとりがもっとテナントからの情報をキャッチして、弊社にできる仕事であれば何でもビジネスチャンスにつなげるような発想、マインドを持たないといけないと感じています。工事部門を持っているという優位性を活かしながら、テナントやオーナーが困っていることについて相談の間口を広げていき、弊社のファンを増やしていきたいです。



各ビルで開催しているシーズンイベントポスター



NTT都市開発ビルサービス株式会社

代 表 者：代表取締役社長 長谷川和弘

所 在 地：東京都千代田区外神田4-14-1 秋葉原UDX

電話番号：03-6384-0610

H P：http://www.nttud-bs.co.jp/

事業内容：建築物・建築設備・電気通信設備等の設計・施工及び工事監理業務、建築物・建築設備等の維持管理及び修繕工事業務、不動産の売買・貸借及びその媒介、不動産の売買、貸借の代理、オフィスビル・賃貸マンションのプロパティマネジメント業務、分譲マンション管理業務等