

2020年7月30日
 三井不動産株式会社
 三井不動産レジデンシャル株式会社

ニューノーマル時代に求められる ぐらしのサービスニーズ調査を実施

～「時短」に加え「体験」ニーズが増加・プライベートや仕事といった空間の境界線がフレキシブルに～
 ますます多様化するぐらしに寄り添うサービスを強化

調査結果ポイント

1. 新型コロナウイルスの影響により、キッチンカーや食品配達サービス等、食事に関するサービスのニーズが、緊急事態宣言発令前と比較し、約2～3倍増加
2. 効率化を求める「時短」に加えて、リフレッシュや交流を求める「体験型」サービスへのニーズが高まる
3. ニューノーマル時代では、在宅勤務を想定したすまいの在り方が求められるように

三井不動産レジデンシャル株式会社（本社：東京都中央区、代表取締役社長：藤林清隆）は、新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の影響による急激なライフスタイルの変化を受けて、ぐらしのサービスにおけるニーズの変容を把握するために、居住者の方に向けて実態調査を実施いたしました。with/after コロナでは、従来からニーズが高かった家事など日々のぐらしを効率化する「時短」サービスに加え、「手間ひま消費」のように体験型サービスを重視する傾向がありました。また、働き方やライフスタイルの変化により、プライベートや仕事といった「空間の境界線」がフレキシブルになってきており、ますます多様化するニーズへの対応が求められます。

かねてより、三井不動産レジデンシャルは、グループ長期経営方針として掲げている「VISION 2025」のもと「人が主役の街づくり」を展開しており、ミクスユースの街づくりに加え、お客様の入居後のぐらしを豊かにするためのコミュニティ形成支援やぐらし周りのサービス拡充に注力しております。今回の調査も踏まえ、with/after コロナでは当面の間、「宅配・非接触・在宅」をポイントとしたソフトサービスを「三井のすまい LOOP」^{※1}を通じて強化するとともに、2020年秋頃より販売予定の分譲マンション「パークタワー勝どきミッド/サウス」をはじめとして、ハード面の提案もおこなってまいります。ニューノーマル時代においても「住むまでも・住んでからも」快適に過ごしていただけるよう商品・サービスの提供に努めてまいります。

※1 三井不動産グループが供給した住宅にお住まいの方等を対象とした、すまいとくらしのサービスを提供するメンバーシップサービス



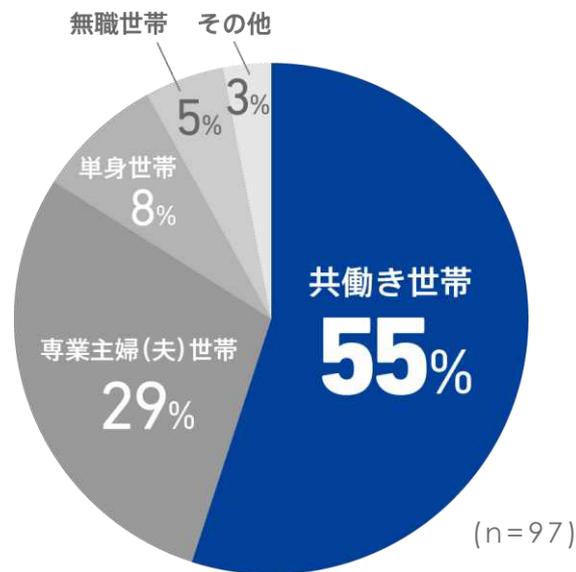
変化するライフスタイルをいち早くとらえ、ハード・ソフト両面で商品企画を推進

<当社のニューノーマル時代における商品・サービス提供体制>

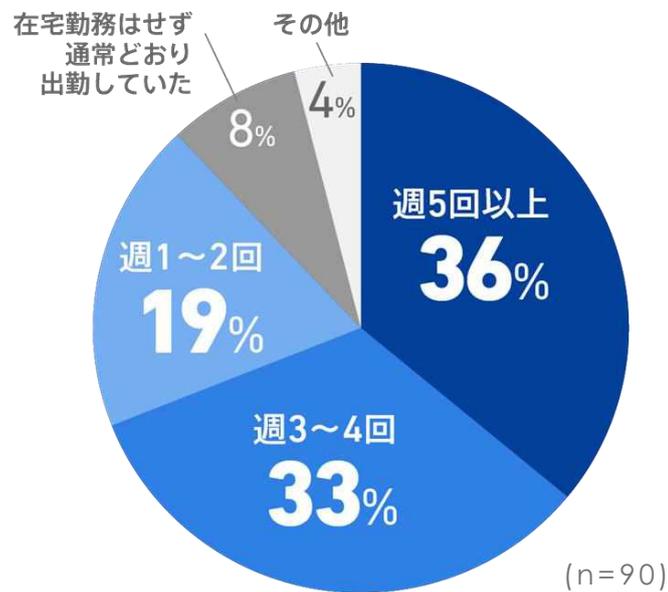
調査結果概要

■回答者プロフィール

世帯属性



緊急事態宣言発令中(4月7日(火)~5月25日(月))の在宅勤務状況



調査概要

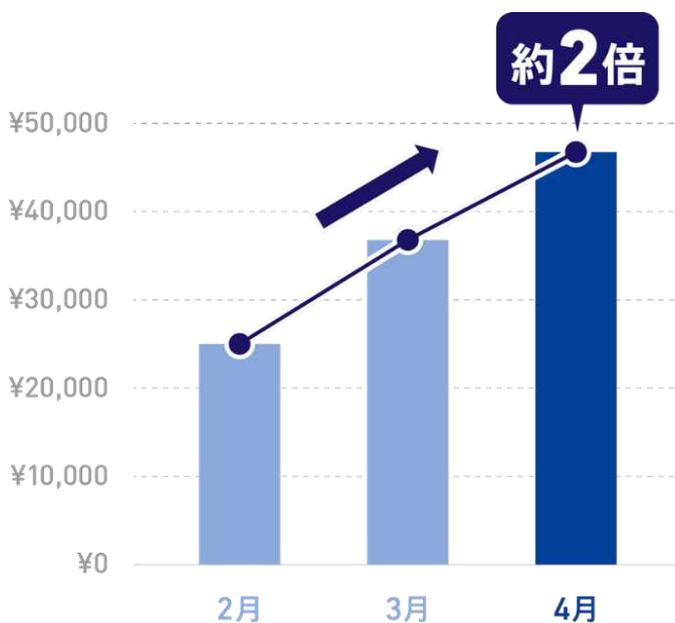
- > 調査名称：新型コロナウイルス感染拡大によるくらしサービスにおける居住者ニーズ調査
- > 調査方法：インターネット調査
- > 調査対象者：三井不動産レジデンシャルが分譲したマンションにお住まいの方
- > サンプル数：97名
- > 実施時期：2020年6月4日~6月19日

■ 1:食事に関するサービス利用者が増加

三井不動産レジデンシャルでは、主に共働き世帯向けのサービスとして、家事負担軽減を目指し、キッチンカーを誘致する「月夜のキッチン」、生鮮食品をマンション共用部に設置した食品ロッカーに届ける「クックパッドマート」を導入しています。緊急事態宣言発令中は、いずれのサービスも大幅に売上額・注文件数が伸びました。在宅時間が増えたことによって、食事づくりにおける効率化・時短ニーズが高まったこと、ならびに外出自粛要請に伴い、ネットスーパーへの需要が高まったことが挙げられます。

キッチンカーの売上金額は約 2 倍増

「月夜のキッチン」は、新型コロナウイルス感染拡大前の 2 月と比較し、1 店舗当たりの売上金額は約 2 倍に増加。普段家庭ではつくれない料理が食べられるなど、リフレッシュの一環として利用される方や、家事の時短を求める方々から好評の声が相次ぎました。



回答者コメント

外出自粛期間は、在宅勤務をしている日が多かったので、月夜のキッチンを利用。今後もぜひ継続してほしい。
 (40代女性・公務員 週 1、2 回在宅)

外出自粛の中でも、レストランでないと食べられない食事が簡単にテイクアウトできるため満足している。
 (40代男性・会社員(事務系) 週 3、4 回在宅)

月夜のキッチンのような、手軽に美味しい料理が食べられる仕組みがもたられば嬉しい。
 (30代女性・会社員(その他) 週 5 回以上在宅)

食品配達サービスの注文数が約 3 倍に増加

緊急事態宣言発令後、「クックパッドマート」の注文数は 272 件と約 3 倍に増加。外出自粛により、買い物を控える居住者の方々が増えたことで、利用数が向上しました。



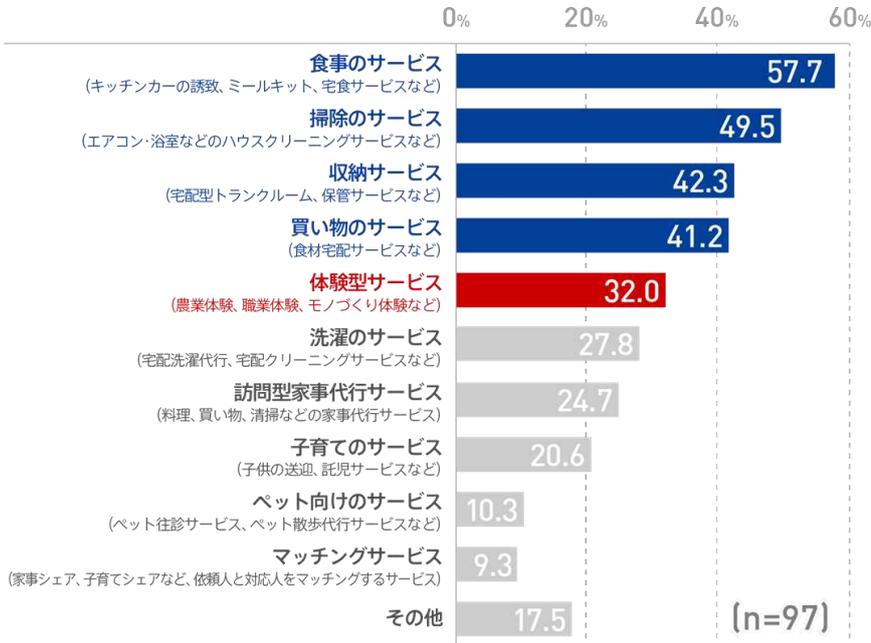
回答者コメント

毎日利用するサービスではないが、外出が難しい時やスーパーではなかなか購入できない商品が手軽に注文できる便利なサービスなので非常に満足している。
 (40代男性・経営者/役員 週 1、2 回在宅)

近くのスーパーでは、十分な食材を調達できないこともあるため、食材の宅配サービス等があれば便利だと思う。
 (30代女性・会社員(事務系) 週 3、4 回在宅)

■ 2:体験型サービスを求める声が多くあがる

「今後どのようなマンション向けサービスを期待しますか」という設問に対し、食事や掃除、買い物といった家事の効率化におけるサービスが高い傾向にあった一方で、体験型サービスのニーズも高まっていることが分かりました。新型コロナウイルスの影響を受けて、共感や交流、リラックスしたいという欲求がより顕著になりました。



回答者コメント

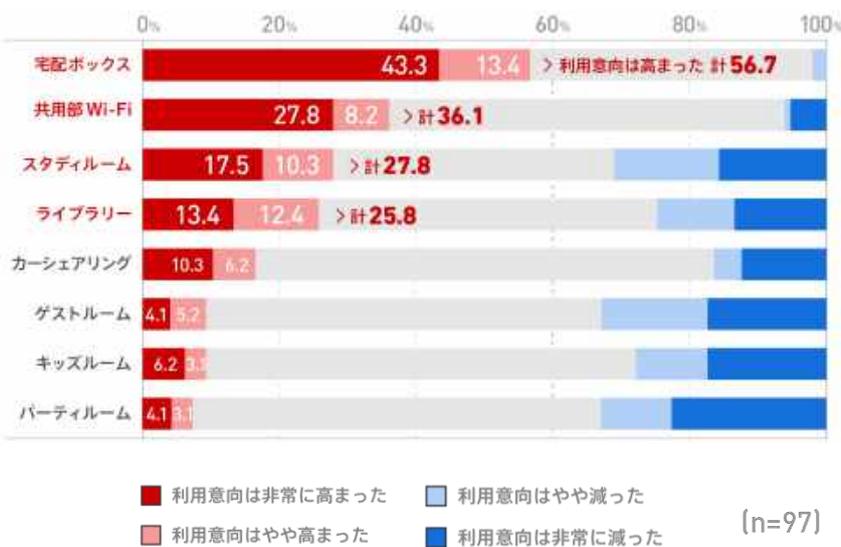
マンションの住人が交流できる機会を作って欲しい。
 例えば子供向けのイベントや、ワインセミナーなど。
 (30代女性・会社員(その他) 週5回以上在宅)

家族と過ごす時間や在宅ワークが増えたが、近所付き合ひも少ないことを改めて再認識。
 地域交流がすこしでも必要と感じた。
 (30代男性・会社員(事務系) 週3、4回在宅)

ベランダのガーデニング講座や、収納スペースの最適な利用方法など、生活の Tips 情報を頂けると大変ありがたい。
 (40代男性・会社員(その他) 週5回以上在宅)

■ 3:在宅勤務を想定したすまいの在り方が求められるように

新型コロナの影響により、共用部や設備面における利用意向の変化について問う設問では、宅配ボックス・共用部 Wi-Fi の利用意向が大きく高くなりました。続いて、スタディールーム・ライブラリーと続く一方で、「利用意向は減った」の値も高くなっており、三密回避の観点などから、「利用したいけれど感染対策が心配」という心理が垣間みえる結果となりました。



回答者コメント

在宅勤務が増えたため、業務の内容や気分に応じて使える、スタディールームやライブラリーがあるとありがたい。
 (30代男性・会社員(事務系) 週5回以上在宅)

外の空気を吸ったり、気分転換したい気持ちが高まった。そういう時に、自宅とは違うスタディールームのようなパソコンが利用できて非接触型のルームがあると良い。
 (50代男性・会社員(事務系) その他)

スタディールームなどは有効であるが密になるので使えないのかなとも思う。それよりも部屋で使う Wi-Fi の容量等が重要とも思う。
 (50代男性・会社員(技術系) 週3、4回在宅)

■ 三井不動産レジデンシャルの今後の取り組み

三井不動産レジデンシャルでは、今回のアンケート結果を踏まえ、従来から実施している「三井のすまい LOOP」を通じて、仕事やプライベート時間におけるサービスを更に拡充するとともに、2020 年秋頃より販売予定の分譲マンション「パークタワー勝どきミッド/サウス」をはじめとして、ハード面の強化も行っていきます。

在宅勤務など「仕事時間」をサポートする取り組み

- 在宅勤務の環境整備をサポートする「（仮称）三井のすまい LOOP イエナカ office」を開発
- 「パークタワー勝どきミッド/サウス」では、個室ブースを用意した 300 m²のコワーキングスペースを導入



体験型サービスなど「プライベート時間」をサポートする取り組み

- コミュニティ形成支援を目的とし、従来から実施していた野菜や加工品を直売するイベント「マンションマルシェ」は、自宅にいながらにして手軽に地方産品を手に入れられる宅配型サービスへ切り替えるとともに、将来的には都市のマンションにお住まいの方を対象とした地方での体験イベント等、居住者の方同士の交流だけでなく、都市と地方との地域間交流にも資する各種サービスを提供予定。
- 「パークタワー勝どきミッド/サウス」では、一人時間を楽しめるパーソナルフィットネススタジオやプライベートサロンなどを導入。



■参考資料

<月夜のキッチンについて>

平日 17 時から 20 時にマンションの空地へキッチンカーを誘致するプロジェクトとして 2019 年 7 月から本格的に展開しています。2018 年度に、共働き女性社員によるプロジェクトチームを立ち上げ、変化するくらしに対応するサービスの検討を進める中で、共働き世帯においては家事時短のニーズが高いという社内調査結果をもとに、すまいの視点から“料理”に対する課題解決策を模索する中で誕生しました。



<クックパッドマートについて>

共働き世帯の買い物を便利にすることを目的に、2019 年 10 月より株式会社クックパッドが運営する生鮮食品 EC「クックパッドマート」専用の宅配ボックスを集合住宅で初めて設置いたしました。本サービスは、生鮮食品を 1 品から送料無料で購入でき、好きな時間に専用宅配ボックスにて受け取りができるもので、専用の宅配ボックスは居住者のみ利用できるよう、セキュリティ機能を付加し、安全性を高めています。



<『三井のすまい LOOP』概要>

2012 年 4 月より開始した、会員数約 24 万人（2020 年 5 月時点）の三井不動産グループのメンバーシップサービスです。家事代行やハウスクリーニング、ショッピング・レジャー優待まで、多岐にわたるサービスをご用意し、お住まいになってからの快適なくらしをサポートしてまいります。

<『パークタワー勝どきミッド/サウス』概要>

詳細は、7 月 21 日に配信いたしました、プレスリリースをご参照ください。

GRAND MARINA TOKYO「パークタワー勝どきミッド/サウス」ニューノーマル時代のくらしの多様性に応える商品を発表
https://www.mitsuifudosan.co.jp/corporate/news/2020/0721_02/download/sumai/20200721.pdf