トップ対談

ホスト　有限責任中間法人日本マンション管理協会
理事長　小木曾忠孝氏
URL http : //www.nmkk.jp/

ゲスト　株式会社リブランサービス
代表取締役社長　鈴木貴幸氏

対談する鈴木貴幸氏（左）と小木曾忠孝氏

多彩なメニューで「住まう方の幸せ」を求める
①パーソナルサービス②トラッシュアウトサービス③入居者懇親パーティー④フラワーデリバリーサービス他

テリトリーを限定
戸数約5千戸

「環境共生」を重視
終局のサービス業をめざす

フラワーデリバリーサービスの一例

小木曾　御社は管理戸数約五千戸で埼玉県の東武東上線あるいはJR埼京線沿線をテリトリーしているようにうかがっています。ある識者の発言を思い出しますが、管理業はいろいろな意味を含めて地域密着型が理想。たとえば、渋谷区などばらばらをテリトリーとする管理会社でまとまった方が真の住人サービスができる、というのですが……

鈴木　まさに当社がめざしているコンセプトはテリトリーを拡大したら不可能でしょう。逆にいえば、テリトリーが限定されているからこそこれから述べる居住者サービスも可能といえます。

たしかに管理業は共用部分の設備管理、大規模修繕の提案なども大事です。それ以上に私たちリブランググループはこの三十年間、人が人として気持ちよく生活するためにどんなマンションをつくり、管理とは何か?という問いを考え続けてきました。そこで確立された行動原則が「住まう方の幸せ」です。そのためには、まず「環境共生」という理想を大事にしています。つまり、日常の清掃において「子供が口にしてしまっても安心」できる低公害の洗剤や消毒剤をできるだけ使用しています。

小木曾　居住者の幸せにこだわることで、いろいろな発想が湧き出てくる感じですね。

鈴木　当社ではたとえば管理員に対し「Aランクビジョン」をつくり奨励しています。これも終局的にはいかにお客様の満足度を追求できるかどうかなのです。

当社ではパーソナルサービスといっていますが、高齢者が重たい荷物を抱えて帰ってきた際に自然体で「お部屋のドアまで運びましょう」と言えるかどうかです。あるいは一人ひとりの居住者に「行ってらっしゃいませ」「お帰りなさいませ」とごく自然に挨拶ができるのも肝要です。私どもが管理員に求めているのは勤務時間中の七時間をいかにお客様に還元し得るかの見定めです。

結果として毎年全戸配布しているCSアンケート（顧客満足度）において八〇%を超えるお客様がご満足なさっておられます。

小木曾　最先端のサービスを彷彿させますね。

鈴木　現に、サービスの品質基準については、五つ星と言われるホテルでの研修内容を反映させるなど努力しています。居住者つまりお客様に対していかに心地よいサービスを提供できるかによって、マンション自体の活性化に結びつくでしょう。例えば、マンションでの居住者同士のコミュニケーションが豊かになり、それがコミュニティー（共同意識）へと発展すれば管理業務にもプラスになるはずです。

そういった点で、コミュニティーづくりに励んできたリブランググループが率先して取り組んでいる象徴的なプロジェクトがあります。まず、新規マンションが竣工すると法律で義務づけられている管理組合設立総会とは別に、グループ全体の協力で入居後数ヶ月を経て懇親パーティーを実施していることです。

小木曾　住人サービスもここに極まれる、といった感じですね。

鈴木　これも私たちの行動原則「住まう方の幸せ」を追求するためです。何事も最初が肝心といいますが、隣り同士でもチャンスを逸したために、その後、挨拶しにくくなってしまう居住者同士が多いものです。そこで、購入者の入居が一段落したところで懇親パーティーを通じてコミュニケーションを図ってもらおうという考え方です。フロアごとにテーブルを囲んでもらい、私たちが仲立ちする形で自己紹介をしてもらいながらあとは和気藹々、ゲームに興じたりします。自負するわけではないのですが、当社の管理マンションの居住者同士のコミュニケーションは良い方でしょう。

例えば、雪の降る日に、誰も雪かきをしないマンションはよくあります。しかし、私たちの管理させていただいているマンションの中に居住者同士が寒い中、雪かきをしているのを見て驚いたという外部の方のお声を聞いたことがあります。これもコミュニティーの成果の一つでしょう。

管理組合の中にはこれがきっかけで定期的に自ら懇親会を開催するケースが約七割あります。

小木曾　お聞きしていますと管理会社という概念を超越したようなサービスメニューが多いようですが、一連のイベントの発想の根源は?

鈴木　確かに当社には企画部のような部署が存在し企画を練りますが、基本は会社をあげてお客様つまり居住者の立場に立って社員一人ひとりが考えることで「こういうことがウイークポイントになっている。じゃあ、どういう方法で解決したらよいか」という姿勢です。そうした発想が「トラッシュアウトサービス」に結びつきました。朝のゴミ出しも居住者にとって苦痛の一つです。なかにはパジャマ姿のまま一階まで行く人もいます。そこで、契約した居住者がドアの外にマグネットシールを張っておくと、管理員、清掃人がゴミを回収して歩くシステムです。四年前からスタートしました。他社物件の居住者へのサービスもはじめたところです。

小木曾　最近のマンションの居住者は、現在の管理会社と他社との比較において、管理費、管理委託料ばかりでなくサービスを含めた管理内容に注目しはじめてきたようです。他社との差別化の意味でも「トラッシュアウト」を含めた一連のサービスメニューは大きな評価に結びつきそうですね。

鈴木　再三、繰り返すようですが、いかに「顧客満足度」を追求できるかに尽きるわけです。「環境共生」の一環として各管理組合を対象に、月ごとに季節を感じる花をお届けしエントランスを飾る「フラワーデリバリーサービス」もその一つです。掲示板には花の名前と由来を書き記します。子供さんの情操教育にも役立つと喜ばれています。

小木曾　一連の付加価値的なサービス精神をうかがってきたわけですが、御社の管理業としての最終目的をお聞かせください。

鈴木　確かに管理組合及び各居住者の方々から高い評価をいただいているのは事実です。一つには当社のフロント人材の定着率のよいことがあげられると思います。管理業のような業種は経験豊富な人材がすべてです。そうした一連の信頼関係を軸に「顧客満足度」の追求のうえでのサービスが評価の支えになっていると確信しています。

当社の管理マンションの平均戸数は約五十戸内外ですが、かつ管理組合との信頼関係を軸に考えるならやはり、管理会社による「管理者管理」も当社の最終目標の視野の一つとなるでしょう。国土交通省で現在検討している信託方式での「管理者管理」にも大いに注目しています。

そして、冒頭に小木曾さんがいわれたように現在のテリトリーに固執し大事にすることで管理業としての社会的役割も果たせるのではないでしょうか。

管理組合との信頼関係を軸に
「管理者管理」も視野に