

2021 年 1 月 5 日

三井不動産レジデンシャル株式会社

パークシリーズ誕生 50 周年を機に、住宅事業をリブランディング
提供価値を定め、ブランドコンセプトを「Life-styling × 経年優化」とし、
「お客様の多様なライフステージに応え続け、時の深まりとともに潤うすまいとくらしづくり」を強化

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、住宅事業のブランドである「パーク」シリーズが誕生 50 周年を迎えたことを機に、2021 年 1 月より、分譲マンション・分譲戸建て・賃貸マンション・シニアレジデンスの全住宅事業におけるお客様への提供価値・ブランドコンセプトを「Life-styling × 経年優化 ～お客様の多様なライフステージに応え続け、時の深まりとともに潤うすまいとくらしづくり～」と定義し、ブランドステートメントを制定、ブランドロゴのデザインを全ブランドで統一化します。

「三井のすまい」として、変化し続ける多様なライフスタイルに合わせた最適なソリューションと、入居後 10 年・20 年後も安全安心で快適な暮らしをお届けするための商品・サービスの提供を一層強化してまいります。また、三井不動産グループで連携し、お客様一人一人の暮らしに寄り添い続けていくことで、「すまいとくらしのベストパートナー」を実現してまいります。



Life-styling × 経年優化



お客様の多様なライフステージに応え続け、時の深まりとともに潤うすまいとくらしづくり



1. リブランディングの背景

三井不動産グループでは、1970 年竣工の第一弾パークマンション以降、都市型マンション「パークホームズ」「パークコート」「パークマンション」、超高層マンション「パークタワー」、環境創造型大規模開発「パークシティ」、都市型戸建「ファインコート」、賃貸マンション「パークアクシス」、シニアのためのサービスレジデンス「パークウェルステイト」など、時代に求められる新しい暮らし方や社会構造の変化を捉え、多彩なブランドを展開してまいりました。

人口減少や人生 100 年時代の到来に加え、昨今の新型コロナウイルスをきっかけとした新しい生活様式など、お客様のすまいとくらしに対する価値観はますます多様化が見込まれます。都市と地方での二拠点（多拠点）居住やその仕組みづくりなど、住む場所にとらわれないフレキシブルな暮らし方に応えていく必要があります。

今後一層多様な商品・サービスを提供していくためには、「三井のすまい」としてお客様に提供する価値を明確化し、お客様にわかりやすくお伝えする必要があると考え、今般のリブランディングに至りました。

2. 提供価値・ブランドコンセプト

「Life-styling × 経年優化」

～お客様の多様なライフステージに応え続け、時の深まりとともに潤うすまいとくらしづくり～

パークシリーズ 50 年の歩みやこれまでの実績を振り返り、提供価値を「ライフステージの多様な変化に応え続ける」「すまいとくらしを優化させる」と整理し、ブランドコンセプトを「Life-styling × 経年優化」として再定義しました。安全安心なすまいとしてのハード面、三井のすまい LOOP をはじめとした快適な暮らしを支えるサービスのソフト面、両面一体で提供するとともに、入居前後を問わず、お客様一人ひとりに寄り添い続けていくことで、豊かなライフスタイルを提供し続けます。

- ・Life-styling：ライフスタイル・ライフステージの多様な変化に応える最適なソリューションを提供
- ・経年優化：くらしまわりサービスやコミュニティ醸成等、くらしの潤いをサポートすることですまいとくらしを優化

3. ブランドステートメント・ブランドロゴ

ブランドコンセプトをもとにブランドステートメント・ブランドロゴをデザインしました。
新ブランドロゴの色は大らかさと上質さを併せ持った温かみのあるウォームグレーを基調とし、多様性に応え続ける「Life-styling」を表現しています。フォントはどんな時代の変化にもブレずに今でもモダンな書体として使用されている「DIN」を採用し、時とともに価値を高める「経年優化」を表しています。

ひとりとして同じ人がいないように。ひとつとして同じ街がないように。

三井のすまいも、ひとつとして同じではありません。

あらゆるものが多様化していく時代のなかで、人の想いに応え、街の想いに応えていく。

そのすまいに生まれるすべてのくらしに、ずっと寄り添っていく。

いつまでも、人と街とともに生きる、多様なすまいへ。

お客さまとともに育み、時とともに成長し続けるすまいへ。

ひとつとして同じでない三井のすまいは、一人ひとりに、たったひとつのベストであり続けます。

▲ブランドステートメント



▲パークシリーズ
ブランドロゴ

(参考) ブランドカテゴリー

Core Category

一人ひとりの多様なニーズに合う、ライフ・スタイリング

三井のマンション	三井のマンション	三井のマンション	三井の戸建
PARK HOMES	PARK CITY	PARK TOWER	FINE COURT



Limited Category

唯一無二を貫く、
ライフ・スタイリング

三井のマンション	三井のマンション
PARK COURT	PARK MANSSION



Active Category

アクティブに都会を楽しむ、
ライフ・スタイリング

三井のマンション	三井の賃貸
PARK LUXE	PARK AXIS



Senior Category

新たな人生のステージをより
自分らしく生きる、
ライフ・スタイリング

三井のシニアサービスレジデンス

PARK
WELLSTATE



【三井不動産グループの SDGs への貢献について】

https://www.mitsui-fudosan.co.jp/corporate/esg_csr/

三井不動産グループは、「共生・共存」「多様な価値観の連繋」「持続可能な社会の実現」の理念のもと、人と地球がともに豊かになる社会を目指し、環境（E）・社会（S）・ガバナンス（G）を意識した事業推進、すなわち ESG 経営を推進しております。三井不動産グループの ESG 経営をさらに加速させていくことで、日本政府が提唱する「Society 5.0」の実現や、「SDGs」の達成に大きく貢献できるものと考えています。

※なお、本リリースの取り組みは、SDGs（持続可能な開発目標）における 1 つの目標に貢献しています。

目標 11 住み続けられるまちづくりを

