

平成21年4月21日

報道各位

三菱地所ホーム株式会社

小規模住宅「セレキューブ」を発売

ー設立25周年記念プロモーション企画第1弾ー

三菱地所ホーム株式会社（本社：東京都港区赤坂 社長 脇 英美）は、会社創立25周年を迎えるのを機に受注拡大に向けた新しいプロモーション企画を展開して参ります。

その第一弾として、提供プライスに柔軟性を持たせた経済設計企画の提案を発表致します。

1. 経済設計企画提案

（1）名称 SELECUBE / 「セレキューブ」



（2）背景

市場環境が、景気の後退、少子高齢化の波を受け非常に厳しい局面の中、当社ではプレミアムなライフスタイルを実現する住まいへの提案に焦点を置いてまいりました。フルオーダーの家づくりに対する取り組み強化を続けているなか、これまで比較的受注の機会が薄かった一次取得者層を中心とする小規模住宅マーケットへの対応を一つの課題としておりましたが、本企画により、ライフスタイル提案のすそ野が広がりました。

（3）コンセプト

SMART・SIMPLE・SUITABLEをキーワードに、合理的なプランニングや時代にマッチした機能的な仕様を上手に選択することで、高いコストパフォーマンスを実現しています。全館空調システム「エアロテック」の創る快適性や長期50年保証を裏づける高い基本性能を維持しながらも、選んで楽しいフルオーダーの醍醐味を100㎡前後の住宅でも十分に味わっていただけるように、充実した設備・仕様を取りそろえています。

（4）設計企画概要

建築面積 60㎡、延床面積 110㎡（33.27坪）以下の2階建て住宅（カーポート等の容積緩和を含める）

参考プラン 延床面積 99.36㎡（30.01坪） 1,980万円（坪単価 65.9万円）

（5）訴求効果

- ・5000万円～7000万円クラスのマンション購入検討層が、土地購入と注文住宅建築を検討しやすくなります。
- ・建築予算が理由で全館空調システムの採用を迷われているお客様が「エアロテック」を装備しやすくなります。

2. 25周年プロモーションについて

会社創立 25 周年の節目を迎えて、従来よりマーケットに発信している「楽しんで家をつくる人たちへ。」というメッセージをより顧客心理に踏み込んだワードに表し、今後プロモーションを展開していきます。

(1) プロモーションのネーミング 「いえしるべ」

自由に、と言われるより、
選んで、と言われたほうが、
想像はふくらむ。



(2) コンセプト

フルオーダー、自由設計で楽しんでつくる家、それは愛着のあるものとなり、愛着とともに長く住み続けたいと思える住まいになる。

その素晴らしい経験を楽しんでいただく事を何よりも大切にし、お客さまの家づくりに対する想いを、安心、安全、信頼でお手伝いをする三菱地所ホームの「楽しんで家をつくる人たちへ。」のメッセージ。

以 上