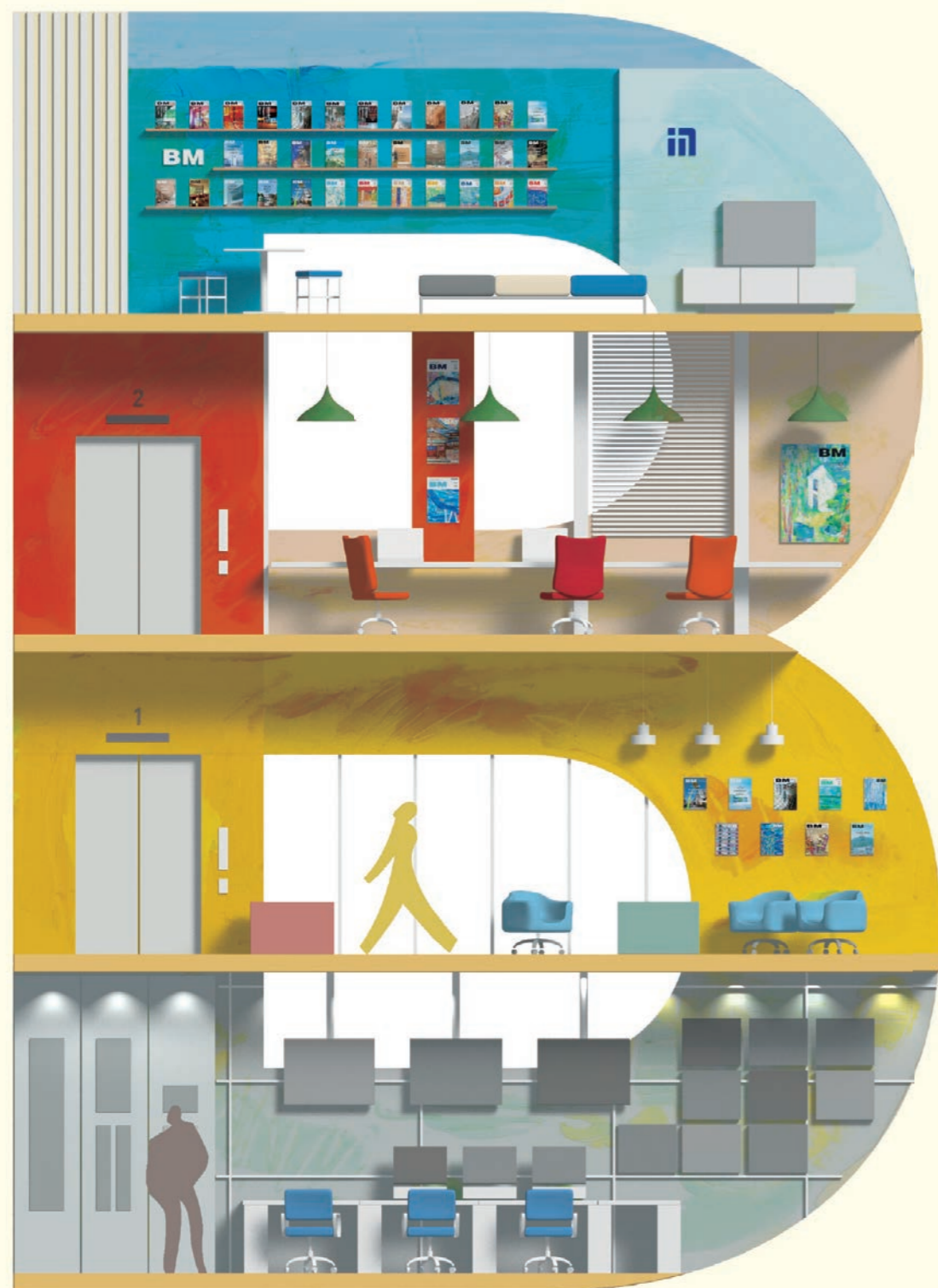


# 建物管理業界の ブランド向上をめざして



鹿島建物は2006年夏、建物管理業界で先駆けとなる、対外向け広報誌『BM Building Management』を創刊した。

“建物管理”の世界を広く社会に伝え、社業さらには業界の発展をめざし、これまで休刊をすることなく年4回の発行をつづけてきた。今号で15年目、57号となる。



# BRAND

# Building Managementを名乗る 広報誌をつくる

## 社報『BM』誕生秘話

創刊当時の編集長で、現在はマネジメントサービス本部 事務部の若山部長は社報『BM』誕生の背景について振り返った。「2005年末、当社はオフィシャルサイトのリニューアルを行いました。その際、広く当社を知ってもらうために『イメージキャラクターを起用してテレビCMを打ち出さないか?』という意見が挙がりました。それに対し当社はB to Cの会社ではないことから、テレビCMよりお客様や業界にむけての存在感を示す広報誌の方が適切との意見を採用し、検討を開始しました。社長のもとへ直接企画書をもっていき直談判したところ、即決定し社報『BM』が誕生しました」

部長は『BM』をお客様とのコミュニケーションツールにしたいと考えた。「当社は現在約2,700棟の管理を行っています。当時は、物件数の増加に伴い、営業担当者や現業担当者とお客様とのコミュニケーションがそれぞれ不十分になりがちなこと社内内で危惧されていました。そこで、『BM』が発行されたら、担当者は営業案件、常駐・非常駐物件にかかわらず、お客様の元へ直接お持ちすることを会社の文化にしていこうと考えました。『BM』をきっかけに話を弾ませ、お客様のご意見・ご要望を引き出す機会にしてほしいと全社に呼びかけました」

## Heart & Technologyの体現

鹿島建物の企業コンセプト“Heart & Technology”(高度な技術者集団であること、お客様から感謝される信頼のアドバイザーであること)を記事で表現できるよう検討を重ね、3本の記事が企画された。これらはいまままでマイナーチェンジを行いながらも変わることなく現在にいたる。



東京都墨田区両国にある鹿島建物研修センター内のショールーム。ここにはBMの創刊号から最新号まで展示されている。研修センターの見学に訪れるお客様や研修中の社員がバックナンバーを手取る姿が見られる

## タイトルに込められた思い

『BM』は“Building Management”の略で、それをそのままタイトルに反映させたことには、業界を代表する広報誌にしたい、鹿島建物がBM業界をリードしていきたいという思いが込められている。「BMには“ビルメン”という読み方もありますが、鹿島建物は設備メンテナンスにとどまらず、リニューアル計画、不動産系サービス、AIを活用した自動制御管理など、建物の運営全般にかかわっています。広い分野の高い技術と知識を総合して、人々が生活・利用する大切な建物をマネジメントする業界であることを知ってもらいたいという強い決意がありました」

## お客様の意見を直接伺う機会をつくる

創刊当時のコンサルタント部長で、現在はマネジメントサービス本部の山坂副本



# 3本の 不変の柱

## 社報『BM』を通して伝えたいこと

『BM』の表紙には、建物内観やお客様の利用シーン写真、体温を感じさせるオリジナルイラストの外観を採用してきた。現在BM編集長を務めている総務部広報グループの二階堂グループ長は『BM』の制作についてこう語った。

「建物というハコに、電気が灯り人々が行きかうことで命が吹き込まれます。命が吹き込まれてからその生涯を終えるまで、利用する方々が安全で快適に過ごす

ために、あらゆる分野から建物のベストパフォーマンスを発揮させるのが建物総合管理の仕事です。そのことと社員の誠実な姿勢を、『BM』の表紙から編集後記までのすべてを通じて、多くの方々に知っていただきたいと願って編集にあたっています」

建物管理の世界と鹿島建物らしさを読者に伝えていくため、『BM』は今回のリニューアルを機にさらなる進化をめざす。

## The BM PARTNER

管理する物件の魅力とお客様とのパートナーシップを伝える



Vol.44「湊町リバープレイス」



Vol.53「平城宮跡歴史公園「朱雀門ひろば」」



Vol.27「東京国立近代美術館」



Vol.34「フジテレビ本社ビル」



Vol.43「新潟明訓中学校・高等学校」

巻頭の「The BM PARTNER」は、鹿島建物の管理物件を紹介している。最先端の技術が搭載された新築ビル、陸上競技場や野球場などを備えた総合運動場、実験条件に合わせ温湿度設定が必要な研究所など、様々な施設の紹介を通して、鹿島建物の対応力や柔軟性、お客様のもとで社員がどのように信頼関係を構築し、活躍しているかを伝えている。



Vol.25「ホテル鹿島ノ森」。木漏れ日が差し込むメイプルラウンジにて総支配人(当時)とお打ち合わせ

## BM New SERVICE

建物管理の枠を超えた  
新たな取り組みに挑戦する  
プロジェクトを紹介



vol.46「メガソーラーヒツジ除草」



「BM NEW SERVICE」の前身記事である「現場のチカラ」。Vol.10「清掃事業部管理現場-クリーンな環境を提供するために-」

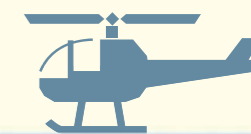
「創刊時の『現場のチカラ』で、まずは建物管理について具体的に知っていただきたいと思い、設備管理や清掃、マンション管理などの基幹業務を担当する社員に密着し、深く掘り下げて載せました。建物管理の現場を紹介することで、管理業界の認知度向上に貢献したい、同時にそれぞれの業務に向き合う社員の情熱やひたむきな努力を知ってほしい、と思いながら編集しました」と若山は語る。その後、実例で構成する業務パンフレット化をめざした『BM SERVICE』、新規業務を解説する『BM NEW SERVICE』へとリニューアルした。



vol.46「メガソーラーヒツジ除草」。埼玉県Kファーム朝霞農場にてヒツジ2頭がお出迎え



Vol.55「荒潮の幸」福岡県北九州市。蛸壺漁を写真に収めるため、漁に同行



## 日本を 訪ねる

全国各地の管理物件を訪ねて、  
その地域の魅力を紹介



Vol.31「吉備穴海」岡山県岡山市



vol.49「風がみえるまち」新潟県柏崎市



Vol.37「萩の志」山口県萩市



Vol.42「紅-BENI-」山形県山形市

鹿島建物の管理物件は、北は北海道から南は沖縄まで広く存在する。「日本を訪ねる」では、管理物件の紹介と合わせて地域の魅力を取り上げることで、各地の建物が地域と共生していることを表現したいと考えた。創刊当初、「日本を訪ねる」は冊子構成のバリエーションであり、読者にとっての息抜きコンテンツとして位置付けていたが、想像以上に反響があり、人気の高いページになっている。単なる観光ガイドにならないよう、取材時の感動ポイントを中心に据えたユニークな切り口の地域紹介を心がけている。