

東京海上日動ファシリティーズ

Corporate Identity

コーポレート・アイデンティティ



はたらく環境に、まだない価値を。

東京海上日動ファシリティーズ株式会社

東京海上日動ファシリティーズの理念体系

私たちは何をするのかではなく、なぜするのかを基点とした、理念体系。

経営理念

事業の基本方針

**私たちは、お客様にご満足いただける
最高品質のファシリティサービスを提供する
価値創造企業として、持続的な成長を目指します。**

PURPOSE

なぜ社会に存在するのか？

ファシリティーズの力で、つながるすべての人をシアワセに。

VISION

どこを目指すのか？

**多様な力を1つにまとめ、
ともにファシリティーズの可能性を追求し、
社会から求められ続ける存在になる。**

VALUE

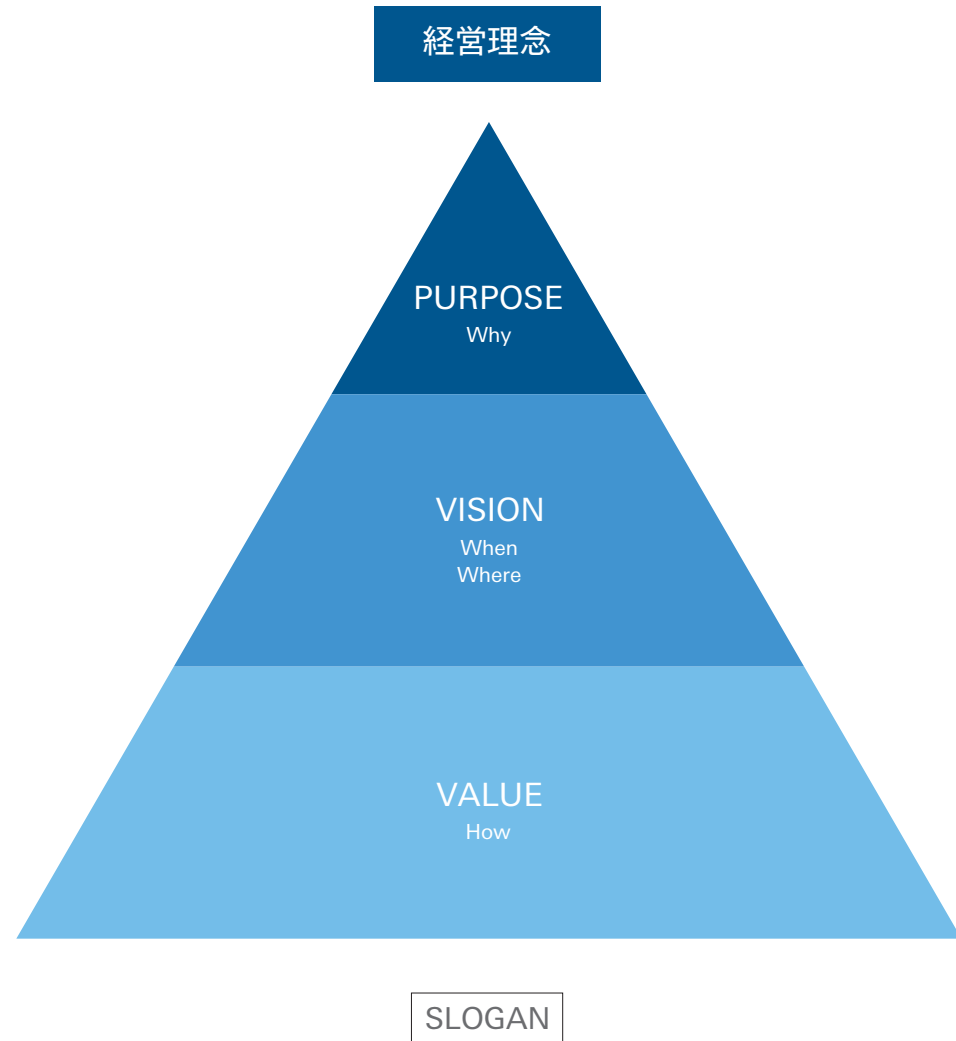
どのように実現するのか？

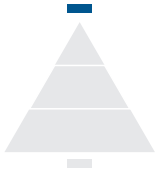
安全と品質の追求	高い専門性の発揮
相互理解と思いやりによる協働	挑戦心と主体性
最後までやり抜く	

SLOGAN

らしさを伝える合言葉

はたらく環境に、まだない価値を。





経営理念 事業の基本方針

経営理念

経営理念とは、企業が事業を行う上で基本となる考え方や方針を明文化したものです。一般的には創業者によって作られ、重視すべき価値観が反映されています。

企業を経営していく中で、社会に対して企業がどのような役割を果たすのか、意思決定や日々の業務運営に大きな影響を与える重要な役割があります。

経営者が変わると経営理念も変わる場合があると同時に、ビジネス環境の変化に応じて、意図的に変更するケースもあります。

企業経営の根幹にかかわり、商品やサービスの質にも影響します。

東京海上日動ファシリティーズの経営理念

**私たちは、お客様にご満足いただける
最高品質のファシリティサービスを提供する
価値創造企業として、永続的な成長を目指します。**

※事業を運営する上で、顧客や利益を拡大する根底にある考え



PURPOSE パーパス策定の 前提にある私たちの想い

概念

パーパスの策定にあたり、社内にある4つの想いにフォーカスしました。

パーパスは、企業が大切にしていることやこだわり、誇れる精神や風土など、東京海上日動ファシリティーズが持っている「自社らしさ」、そしてビジネス上の得意分野や強み、社員が仕事を通じて実現したいと願う「社会的価値」を探り、それらを集約して導き出した言葉です。「自社らしさ」と「社会的価値」が交わるところに、東京海上日動ファシリティーズ独自のパーパスが存在します。

快適な環境の提供

東京海上日動ファシリティーズは、東京海上火災保険の不動産管理部が分離独立して1956年に東海不動産株式会社として設立されました。

当初東京海上グループの施設管理業務をメインに行っていましたが、現在ではグループだけにとどまらず、グループ以外の企業との取引が全体の7割を占めるまでに成長しています。その強みはBM、PM、CMなどの広域なファシリティサービスの提供による総合力、また経営支援領域から事業をサポートし、次の時代の新たなファシリティを切り拓いていく高い専門性と技術力にあります。

最高品質による安心と信頼

経営理念として「最高品質の提供」を掲げていますが、最高品質は2つの要素がなければ提供ができないと考えています。

1つ目は自社の「らしさ」である真面目さ、実直さをもって、誠実に顧客と向き合うこと。顧客から信頼を得るためには、高い品質の提供はもちろんですが、まず顧客のニーズに徹底的に向き合うことが必要です。

もう1つは高い専門性の発揮。働く全員のプロフェッショナル意識が、信頼される品質をつくり出し、東京海上日動ファシリティーズなら間違いないという安心感を生み出しています。

人と事業を支える

事業活動に必要な、快適な環境を提供するだけでなく、いざという時にも業務を迅速に再開できるよう環境を整え、安定した事業の継続を支えます。さらには環境で行われる事業活動を通じて、つながるすべての人をシアワセに導くことを目的とした活動を日々行っています。

常に快適で働きやすい環境を提供することで、その事業を成長させ、中長期視点でファシリティの価値を最大化させる。

私たちは、快適な施設づくりを通して事業の発展に貢献し、環境でつながるすべての人たちのシアワセを実現することを目指します。

挑戦で未来を豊かにする 笑顔をつくる

持続可能な社会づくりに貢献するために、快適な環境をより多く提供し、ファシリティを通じて1人でも多くの人の笑顔をつくりたい。挑戦こそが、私たちの持つそんな想いの実現を可能にする手段だと考えています。ファシリティを通して、人々の笑顔をつくり、豊かな未来を実現する。

東京海上日動ファシリティーズは、多様な力を1つにまとめ、ともに社会的課題を解決し、常に社会から求められる、頼りになる存在であり続けたい。そのために私たちは、「真面目」に挑戦を続けます。



PURPOSE
私たちの存在意義

PURPOSEとは 「何のために存在するのか」

パーパスとは、英語で「目的」「目標」「意図」などと訳されます。ビジネスシーンにおいては、企業の社会的意義や志を意味するもので、一言で言うと「企業の存在意義」を指す言葉として使われます。「自社は何のために存在するのか」「その事業をやる理由は何か」といった根源的な問いの答えとなるものです。事業を行う根拠や原点であり、揺るぎない自社の指針となります。

東京海上日動ファシリティーズのPURPOSE

**ファシリティーズの力で、
つながるすべての人をシアワセに。**



PURPOSE 私たちの存在意義

自社らしさ

ファシリティーの力で、

快適な環境の提供

ビジネスドメイン

1956年から続く事業領域

最高品質による安心と信頼

真面目さ、実直さを背景とした自社の強み

広域なファシリティーサービスの提供

経営支援領域から事業を支援する

期待を超える価値を提供する決意

ファシリティーとは単なる施設の呼称でありながら、そこから人々に歓びを与え、社会に価値を届ける存在だという概念を力というワードで表現。真面目に対象ニーズと向き合い、その価値を最大化させる挑戦が東京海上日動ファシリティーズの強み、DNA であるという考え方。

社会的価値

つながるすべての人を

人と事業を支える

いざを支え、事業の発展に貢献する

環境でつながるすべての人を対象と考える

施設で働く人たちだけでなく、施設への来訪者や利用者、クライアントの社員、担当する東京海上日動ファシリティーズ社員、それだけでなく、関連する家族、周辺地域の方々までを含むすべての人をシェアワセにし、社会に貢献する存在であることをメッセージに込めている。

シアワセに。

挑戦で未来を豊かにする

笑顔をつくる

ファシリティーを通じて人に幸せを届けたい

その実現のために挑戦し続ける志を持つ

笑顔を届けることに真面目に向き合う会社

集中して良い仕事ができ楽しさ、毎日を快適に過ごす喜び、安心して暮らせる嬉しさ、いざという時のありがとう、様々な感情を含む「しあわせ」を伝えるために、あえてカナ表記とした。東京海上日動ファシリティーズが提供する6つの事業で得られる価値とシアワセは連動している。



VISION

私たちのありたい姿

VISIONとは「実現したい未来」

ビジョンとは、パーパスを日々遂行することで企業として辿り着きたい「実現したい未来」であり、自分たちが目指している未来の姿。

自社だけの未来ではなく、自らのビジネスを通じてどのような社会を実現させたいかという社会的意義や価値貢献といった「世の中との接点」を持ったもの。

東京海上日動ファシリティーズのVISION

**多様な力を1つにまとめ、
ともにファシリティーの可能性を追求し、
社会から求められ続ける存在になる。**



VISION

私たちのありたい姿

共創

多様な力を1つにまとめ、

個々の力が発揮できる職場環境

異なる専門性と高い技術を持った社内メンバー同士、またお客様と自社の部門が、共通で認識している社会課題の解決を目的に「共創」すること。互いに尊重し合い、それぞれの力を発揮して課題解決に取り組む風土を醸成する。

共創とは

企業があらゆる利害関係者（ステークホルダー）と協働しながら事業を行い、新たな価値を創造することを意味する言葉。英語では「co-creation」と表現する。ステークホルダーには社内、関連企業、消費者、パートナー企業などが含まれる。

挑戦

ともにファシリティーの可能性を追求し、

挑戦が次の可能性をひらく

私たちが考える自身のありたい姿とは、挑戦するマインドを持ち続ける姿勢にある。共通の志を持った個が集まり、互いに協力し、挑戦により未来を変えていく。

成長

社会から求められ続ける存在になる。

持続的な成長の好循環をつくる

ファシリティーを通して持続可能な社会づくりに貢献すると同時に、常に社会から求められる自社の持続的な成長の好循環を創造する。

グローバルな社会課題と向き合い、自社の強みを活かした解決策を常に探求・提供しながら、よりよい環境と社会づくりに貢献することで、社会課題解決と自社の持続的な成長の好循環を加速していく。



VALUE

私たちのありたい人物像

VALUEとは「約束する価値・強み」

バリューとは、その企業やブランドが顧客や社会に提供する、そのブランドにしか生み出せない独自の価値や強み。ステークホルダーに対する約束や、社員の行動理念にもなる要素。

ありたい人物像

長年に渡り社会を支えてきた東京海上日動ファシリティーズの一員としての誇りと使命感を感じ、社会・お客様・株主・協力会社・社員と共に成長し、持続可能な社会の実現を目指す社員

東京海上日動ファシリティーズのありたい人物像

安全と品質の追求

高い専門性の発揮

相互理解と思いやりによる協働

挑戦心と主体性

最後までやり抜く



SLOGAN
企業の合言葉

SLOGANとは「企業の合言葉」

スローガンとは、その企業・ブランドのパーパスやビジョンを顧客や社会に向けて、「らしさ」を踏まえながら、分かりやすく伝えるための合い言葉。

企業ロゴと合わせて掲げられることも多く、ステートメントへのアピールを考える上で重要な要素となる。

東京海上日動ファシリティーズのSLOGAN

はたらく環境に、まだない価値を。



SLOGAN
企業の合言葉

はたらく環境に、

快適な環境の提供
最高品質による安心と信頼

快適な環境を支え、維持する

はたらく環境とは

はたらく環境とは、オフィスビルだけでなく、大学・保険工事各現場など「人が働いている空間（建物全般）」と「空間を取り巻く環境」すべてを含め「はたらく環境」という表現を用いている。

環境とは、物質的なファシリティだけでなく、そこで起こる人々の営みや体験、周辺地域の生活までを指し、後に続く価値とセットで使用することで意味を持つもの。

まだない価値を。

挑戦で未来を豊かにする
人と事業を支える

社会を支えて、未来をよりハッピーに

価値とは

価値とは、自社が提供できる最高品質を指す。従前からあった既存の価値に甘んじることなく、時代にあった新しい価値、それまでの概念とは異なる価値の創出に挑戦する志を持つこと。業界を牽引する先駆けとして、ファシリティーの可能性を切り拓く存在であり続けることを表現している。

はたらく環境から、より快適な未来を創造し、社会を豊かにすることを目指す。

STORYとは「大切にすべき信念」

ストーリーとは、パーパスの背景にある私たちの信念

ファシリティーの力で、 つながるすべての人をシアワセに。

ファシリティーには、
みんなをシアワセにする力があります。
はたらく人、使う人、その家族や地域の人たち。
環境に新しい価値をつくり、
人を、社会を、未来を支えます。

ファシリティーの力で、
つながるすべての人をシアワセに。
そのために私たちは存在しています。

キービジュアルは「共感」を表す旗印

キービジュアルは、ロゴやシンボルマーク、イメージフォト、キャッチコピーなどと組み合わせ、企業が伝えたいことを可視化し、見る側に伝達・記憶してもらうことがその目的です。

それまでの企業が持つイメージを壊すことなく、社員が持つマインドの共感を前提に、新しい魅力や価値を想起させるような工夫が必要です。

もっと増やしたいという想い

快適な環境を世の中にもっと増やしたい。
ファシリティで事業の発展、価値の最大化に貢献したい。

人を支え、事業を成長させ、ヨロコビ、シアワセを今よりも世の中にもっと増やしていきたい。そこで働く人たち、来訪者や施設の利用者、クライアントの従業員、担当する自社の社員、それだけでなく、関係する家族、周辺地域の方々までファシリティでつながるすべての人のヨロコビやシアワセが増えていく、そんな社会を実現したい。



東京海上日動ファシリティーズは、
ファシリティを通じて、
「人」を支え、より多くのヨロコビを
未来に増やします。



建築、環境、
東京海上日動ファシリティーズ



未来に
もっとヨロコビを増やす

より良い社会に
貢献する