

2026年6月5日

## 報道関係者各位



# 『真』に都市に住まうとは、何か？』 都市居住の本質を追求する商品戦略始動

三菱地所ホーム株式会社は、設立以来培ってきた都市居住への知見と家づくりの思想を起点とし、現代の都市生活における「住まいの本質」を追求する新たな商品戦略を始動いたします。

本商品戦略は、当社がこれからの都市居住に対してどのような思想を持ち、どのようにお客様と向き合い、どのような家づくりを行っていくのかを示す、「立ち返るべき基軸」として位置づけるものです。

この商品戦略に基づき、顧客コミュニケーションを深化させ、お客様一人ひとりの住まいをステークホルダーと共創する価値提案企業としての役割を強化してまいります。まず第一弾として2026年6月に、新たなメッセージ『真』に都市に住まうとは、何か？』を掲げ、コンセプトサイト並びにコンセプトムービーを公開しました。



コンセプトサイト：[https://www.mitsubishi-home.com/urban\\_living/](https://www.mitsubishi-home.com/urban_living/)

コンセプトムービー：<https://youtu.be/xrABzwI57gQ>

### ■変化する都市生活と、住まいに求められる価値

都市に住むことは、利便性や効率を享受する一方で、都市部への人口集中や生活様式の変化により、心身に大きな負荷がかかりやすい環境に身をおくことでもあります。当社は、都市生活において真に求められるのは、健やかさと安心、そして活力が生まれ続ける暮らしであると考えてきました。

### ■「今日を癒すリトリート」と「明日を創るクリエート」が循環する暮らし

その考え方を象徴するのが、「今日を癒すリトリート」と「明日を創るクリエート」が循環する暮らしです。清浄な空気やプライバシーが守られた安心感、高い耐震性能に代表される安全な住まいの中で、心身を回復させ、その先に、自分らしい時間や挑戦する意欲が自然と生まれる。この相反するよう感じられる二つの価値が住まいの中でシームレスに成立することこそが、これからの都市における「真」の暮らしであると定義しました。



▲コンセプトムービーより



## ■都市と向き合ってきた住まいづくりの歩み

当社は 1984 年の設立以来、三菱地所グループが持つ街づくりの思想を背景に、注文住宅を通じてその時々  
の社会課題に向き合ってきました。

日本の高齢化社会を見据え、1995 年に独自技術の全館空調システム「エアロテック」の販売を開始し、2003 年に注文住宅の標準設備として提供しました。高耐震・高耐久・高断熱の「2×NEXT（ツーバイネクスト）構法」や、空気環境をより高める「エアロテック-UV」、スマートホームサービス「HOMETACT」の採用など、住まいの安全性や省エネ性、利便性の向上に対応する機能を順次強化してきました。さらに、住まいを「消費」から「資産」と捉えるストック重視の時代に対応し、長期 60 年保証「ロングサポート 60」や国産材の活用により品質確保と環境配慮を推進しています。

これらの取り組みを通して快適な住環境を実現し、近年の気候変動下においても、安心して暮らし、心身を癒すことができる住まいを提供してきました。また高い設計力により、お客様が自分らしい時間を過ごし、活力を育める空間を提案しています。こうした 40 年にわたる住まいづくりの積み重ねを土台として、今後、『「真」に都市に住まうとは、何か？』のメッセージを基軸に、都市に住まう人々の生活価値を高め続けてまいります。

## ■今後の取り組み

この新たなメッセージに基づく世界観と当社ならではの提供価値を、まずは WEB サイトを通じてお伝えしてまいります。

さらに、本商品戦略にもとづく空間・間取りの提案コンセプトとして、モデルプランの公開や、モデルハウスの改修・建て替えを予定しております。



▲コンセプトムービーより

<本件に関するお問い合わせ先>

三菱地所ホーム株式会社 広報・サステナビリティ推進部 広報グループ

E-mail: pr\_ad@mjhome.co.jp

担当：田口（080-4333-6368） / 横須賀（080-4137-6032）