

「未来をまちづくりくる」を掲げ まちとくらしに寄り添いつづける

北野亮 プライムライフテクノロジーズ代表取締役社長

プライムライフテクノロジーズは、成長の「フェーズ2」に入った2023年度に中期経営計画を策定、さらにこのほど、新たなグループブランドを策定、コーポレートメッセージも「未来をまちづくりくるPLT」とした。その思いを北野亮代表取締役社長が説明した。

当社は2023年に中期経営計画を策定し、カーボンニュートラル（地産地消エネルギー）、ウェルネス（健康的な暮らし）、サステナブル（住まい性能の向上）、コネクテッド（人と社会がつながる）を「私たちの4つの価値」と位置づけ、提供をめざすこととした。パナソニックのくらしを支えるさまざまなシーズ、世界的なモビリティ企業であるトヨタ自動車の技術にグループ5社がもつ住宅、まちづくり、建設ノウハウを

融合し、まちとそこでのくらしに実装していく。

う意思表示でもある。さらに、社会と顧客に対する具体的なステートメントとして「4つの約束」を掲げている。

域活性化やまち、くらしといった別のニーズからの顧客設定も可能になる。また各社個別だったまちづくりのご相談窓口も当社に設定することで、お客様が相談しやすい道筋も整備した。

分かりやすく伝えるため、グループブランドを策定し、新コーポレートメッセージを「未来をまちづくりくるPLT」とした。私たちが携わる領域の集合体を「まち」としてとらえ、名詞の「まちづくり」ではなく動詞の「まちづくり」と表現することで、より決意を込めた言葉とした。

物件を引き渡すことがゴールではなく、そこに住まう方々に寄り添い続けることが大切という思いを込めている。まちに住む方は時とともにライフステージが変わり、提供すべきサービスも変わる。世代の入れ替わりによってまちも生まれ変わり続ける。そこに寄り添い、まちとそこでのくらしをより良いものに変化させ続けるとい

2兆円達成という目標を掲げ、現在、20年からスタートした10カ年計画を進めている。20〜22年度をフェーズ1としてグループシナジーの創出による新築請負事業を中心に稼働力の復権に取り組んできた。23〜25年度のフェーズ2では、ポートフォリオの変革による伸びず事業へのシフト、ビジネスモデルの革新による事業基盤の盤石化を図る。26〜30年度で、「くらしサポート事業者」への進化を遂げる。

これまでは住宅や建築からニーズを拾い上げてきたが、今後は地



これは住宅や建築からニ

これは住宅や建築からニ

4つの約束

- 約束1 空間資源を有効活用し、社会課題の解決に向けて、未来をまちづくり。
- 約束2 住み替えたくなるまちから住み続けたいまちへ。まちの魅力を高めて、未来をまちづくり。
- 約束3 生活の質を向上し続けるとともに、自分らしい居場所のあるまちへ、未来をまちづくり。
- 約束4 まちの価値を創るバリューイノベーターとして、地域に根を張り、未来をまちづくり。