

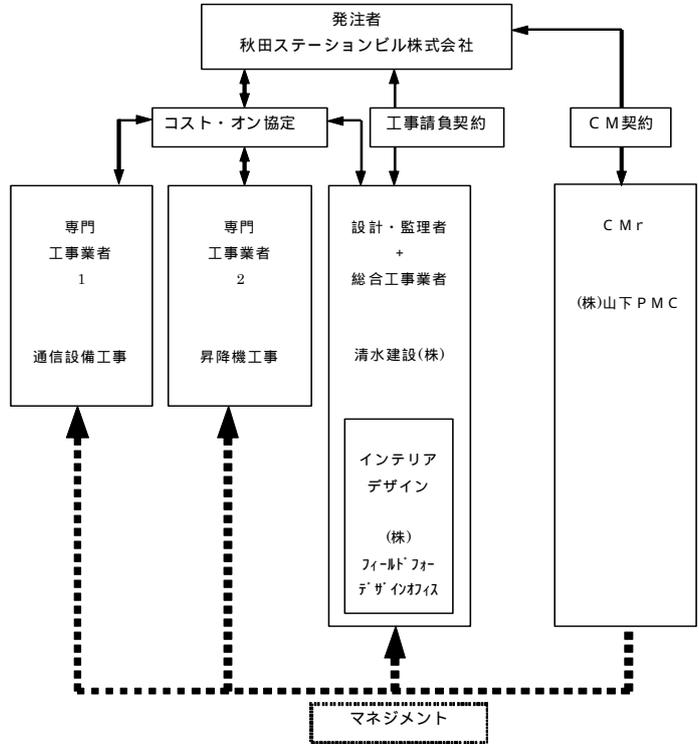
## 事例の名称：ホテルメトロポリタン秋田リニューアルプロジェクト

事例の所在地	秋田県秋田市中通七丁目 2 番 1 号
発注者	秋田ステーションビル株式会社
応募者	株式会社 山下ピー・エム・コンサルタンツ
業務期間	2009 年 6 月～2010 年 3 月

### 《事例の規模、用途》

- ・敷地面積: 4,869.7 m<sup>2</sup>
- ・ホテル棟延床面積: 21,705.8 m<sup>2</sup>
- ・規模: 地下1階地上9階塔屋2階
- ・用途: ホテル・物販店舗・飲食店舗・  
          駐車場
- ・改修範囲: 客室 115 室(従前 123 室)、  
          メインダイニング・メインバー、  
          フロント、ビジネスセンター、  
          大人の休日倶楽部ラウンジ  
          (JR東日本「大人の休日倶楽部」  
          会員専用ラウンジ)、エント  
          ランス等パブリック、昇降機  
          (ELV、ESC)等
- 改修項目: 内装全面改修(FF&Eを含む)、  
          設備更新工事、昇降機改修工事

### 《プロジェクト組織図》



ツインルーム



メンバー Stars II



秋田工芸品を利用した FF&E、アートワーク



**事例の名称：ホテルメトロポリタン秋田リニューアルプロジェクト**

**【プロジェクト目標】**

Quality (品質) 物理的にも社会的にも劣化した施設を改修し、顧客ターゲットに確実に訴求する施設商品のデザインと必要十分な建築基本性能及び設備品質を確保すること。

Cost (コスト) 発注者の事業予算と目標品質を厳守したうえで、可能な限り広範な改修範囲を達成させること。(=可能な限り縮減した工事単価の達成)

Delivery (納期) 2010年3月26日リニューアルオープンを厳守すること。

Service (運営サービス) 秋田市場において名実ともにNo1のホテルと呼べる施設商品とサービスの提供を行うこと。

この与条件を具体的なターゲットに置き換えるために、企画段階において市場調査と分析、これに伴う事業戦略の立案と施設商品企画を策定し、次工程に対して目指すべきQCDSを具体的に提示した。これにより、プロジェクト関係者全員が同じゴールターゲットを共有し、結果としてQCDSの全てにおいて目標を達成することができた。

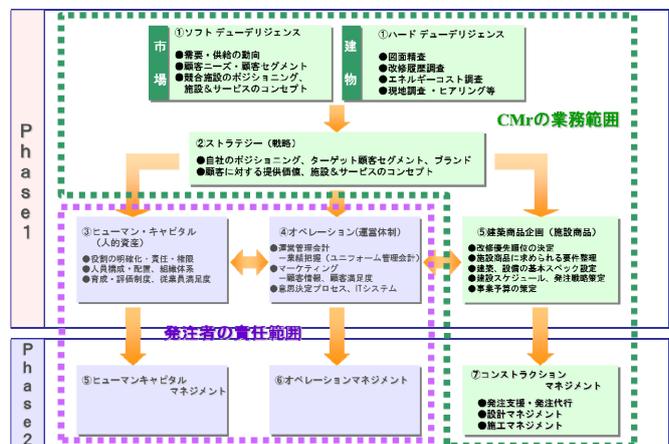
また、明確なターゲットをプロジェクトの初期に掲げ、その達成に向けたプロセスを発注者と共有することにより、発注者自らが顧客へのサービス品質を更に高めることに尽力された。戦略実行の成果と発注者努力の成果を併せ、客室販売単価、稼働率の改善、売上及び利益率の大幅な向上が図られた。

**【建設生産システムへの関与】**

基本・実施設計+施工一括性能発注方式を提案し、採用が決定した。当該発注方式の採用により、早期にQCDSを確定させ、実施設計と調達を同時並行して進めることにより、最も難題である納期目標を達成することを第一の目的とした。

**【取り組み体制】**

プロジェクト当初に、ソフト・ハード双方のデュデリジェンスを十分に行い、それを基に戦略の立案を行うことで、ホテルメトロポリタン秋田の目指すべき姿を発注者とCMrは共有した。可視化されたターゲットに向かって、発注者は人事面、経営(運営)面を中心としたリニューアルとそのマネジメントを責任範囲とし、(狭義の)CMrは、ターゲットを確実に具現化するために、ハードへの変換=翻訳を行うこと、そして変換された施設商品企画を実現に向かってマネジメントすることを業務範囲とした。



**【CM手法の創意工夫】**

設計・施工者選定にあたっては、設計・技術提案+見積総合評価方式を採用した。特に設計・技術提案には、プランや一般的なVE提案等のみならず、ホテルの品質として非常に重要度の高いインテリアデザインの提案に比重を置くことにより、発注者の要求を満足させる選定とした。

発注に先だって、発注者が何を必要としているのか、顧客ターゲットは何を嗜好するのか、デザインの方角性をCMrが発注与条件としてまとめることにより、デザイナーはその趣旨に鑑みたより良い提案が行えるようになり、選定時のデザイン提案は非常に高いレベルとなった。