



日本初の4核1モールとなった アリオ八尾



核のひとつ トヨタ・ダイハツの車が揃い オートモール



多彩なカルチャー教室が集積 コミュニティアリーナ



障害者の手づくり作品の販売店と八尾市中小企業サポートセンター



12のスクリーン 全2436席のシネコン MOVIX 八尾

井上 UR賃貸住宅は最近「人はふれあつて育つ」というキャッチフレーズで訴えています。亀井さんがおっしゃったことも同じことなんですよ。色々な人に接触し、刺激を受け、発信すること、それができるまちには健全な社会も形づくられるし、生活する人たちもいきいきと暮らすことができます。



リボンシティの商業施設 アリオ川口



金融などの情報サービス機能も充実



パパと一緒に買い物ママを待つ なかよしひろば

亀井 リボンシティは川口のまちのシンボルゾーンになっていきますね。それもUR都市機構さんの周到なプランニングとリーダーシップがあったからこそではないでしょうか。映画館をつくるにせよ、住宅をつくるにせよ、県や市の許認可が必要になる、特に交通体系を中心としたインフラ整備において、UR都市機構さんならではの調整力を発揮されましたね。もしあの時の決断と実行力がなければ、いまごろ大変な交通渋滞を招いていたと思うんですよ。

井上 私どもは民間だけではできない役割をさせていただき、縁の下の力持ちになるうとしていっています。基盤整備は建物などと違って、目に見えない部分の仕事ですからね。

亀井 記念碑でもつくりましょつか笑。UR都市機構さんの手法は、目標を数年後に設定して、あらゆる調査データをベースに予測精度を高め、その上で具体化の設計をされておられました。私どもも大いに学ばせていただきました。私どもはいまブレークスルー思考が必要だと社内

外に訴えているのですが、これは例えば3年後の出店を目指すとして、いまの環境をベースに計画を立てるのではなく、3年後に、そのまちはどうなっているか、お客さまの流れ、車の流れはどうか、どんな年代の方がどんな買物をされるか、それらを徹底的に予測して、その計画実現のために、いま現在何が求められるのかを追求しようということ。川口の場合はUR都市機構さんが、奇しくもその考え方を実践され、私どもに示していただいたんですよ。



もう一度小売業の原点に戻ろうということ。例えばお釣りを渡すとき、トレーに置いて、「はい、お釣りです。」というのではなく、「はい、お釣りでございます。ありがとうございます。」とトレーをお客さまの方へ2cm動

井上 亀井さんは社長ご就任の挨拶でもおっしゃってましたが、過去の延長で考えるのではなく、将来のあるべき姿からいま何をすべきかを考えよ、まさにその通りですね。昨年12月オープンした八尾アリオもまちづくりとして話題になりましたね。

方で世界的なレベルの学者や研究者が住むまちではあるものの、もつと様々な人が入り混る、そして交流するというのが本当のまちではないかというお話をいただきました。ある催し物のポスターで、まちのイラストを使ったのですが、これはまちではない、若い人ばかりじゃないか、高齢者も子どもも赤ん坊もいる、そういうイラストでないとまちじゃないといわれたんですよ。

亀井 そうでしょうね。アリオ八尾でも様々な催し物をやっていますが、近畿大学アリーダー部の発表会がある一方で、老人ホームのど自慢大会があったりします。先日、市民の方に嬉しいことをいわれたんですよ。「アリオは私たちの店だ」とうんだと思いましたね。

売り手の論理から
顧客の論理へ

井上 UR都市機構というのは、かつて

かす、この2cmにホスピタリティがあるんだといっています。

井上 ほう、それはいいですね。お客さまとしても大変よくわかる接客態度です。
亀井 もう、「良い商品」というだけでは売れない時代なんです。いまの時代は情報とサービスが整っていないとお客さまは満足されない。情報とサービスは元来非効率なものですし、手間もかかり、多くの人員が必要です。収益性の面ではマインナスの影響も出ますが、お客さまに支持されることを通して、ストアロイヤリティが高まり、結果として生産性向上に結びつくと考えています。

井上 単位面積あたりの売上高や、収益性などが小売業の原点と考えられていたけれど、それでは店としてもまちとしても今後は成り立たない、地域の人々に受け入れられてこそというのが、小売業の構造変革の基本的な理念なんですよ。

亀井 アリオ八尾の場合は、特に非物販面積が、テナントゾーンでは53%と過半を超えています。イトーヨーカ堂がキータナントですが、12スクリーンのシネマコンプレックスとトヨタさんのオートモールとで核を形成し、168の多彩な専門店が入っています。隣に百貨店の八尾西武が既にあったものですが、当初は競争心に溢れていたのですが、計画を進めているうちに同じセブン&アイホールディングスのグループになって、ライバルではなく仲間になってしまいました笑。それで近鉄八尾駅から上空通路をつなげて4核1モールという日本初のショッピングモールになりました。

堂で孫へのお土産を買い、休憩所でそれを仕分けて家へ帰る、そんな生活ができたらいい(笑)。

井上 そういうニーズを持つお客さんの立場で、いつも店づくり、まちづくりを考えてらっしゃる。

亀井 そうです。うっかりすると店サイドはつい売り手の論理にはまってしまう。売り手にとって便利なお客さまにとっては不都合なことが多いんですよ。お客さまにとって都合のいいことは売り手にとっては面倒なことが多い。イトーヨーカ堂では、その不都合なことを面倒なことを社員みんなでやるうとしていきます。休憩所を増やしたり、トイレをきれいにしたり、インフォメーションカウンターを前面に持ってきたり。もちろん企業ですから採算性も大切ですけど、どういう地域コミュニティをつくり、どういうまちづくりを進めるか、そういうあるべき姿の追求こそ重要なことです。UR都市機構さんも、この理念を共有しながら進めていきたいと思っていますね。