



株式会社千葉ステーションビル

私たちは、駅を中心とした交流の場を創出し、お客様満足を追求するとともに、地域の皆様に信頼される企業を目指します。

会社名	株式会社千葉ステーションビル
本社所在地	〒260-0031 千葉県千葉市中央区新千葉1丁目6番1号
代表者	代表取締役社長 弭間 俊則
設立	1961年8月1日設立
資本金	2億円
社員数	118人(2019年12月現在)
事業内容	店舗営業、貸室営業

テーマ

『千葉がすき、千葉を盛り上げたい』

1. (株)千葉ステーションビルとは

千葉の駅ビルを開発・管理・運営している会社です。設立は1961年8月1日、まもなく60周年を迎える非常に歴史が深い会社です。株主は、東日本旅客鉄道株式会社と株式会社ジェイアール東日本都市開発。JR東日本のグループ会社です。資本金は2億円、売上高は昨年度の実績で511億円と、設立からずっと右肩上がり業績のほうは順調に推移しています。弊社が設立された

2年後、1963年「千葉ステーションビル」千葉駅ビルが開業しました。当時は千葉ステーションビルが駅前で一番高いビルだったということで、近隣の方含め、大きな観光名所になっていたと聞いております。

2011年1月、JR千葉駅の改良工事と駅ビル建て替え工事が大きなターニングポイントになりました。一部店舗をクローズして、5年後の2016年11月、JR千葉駅のリニューアルが終了し、同時にペリエ千葉エキナカ(駅中施設)がオープンしました。この当時、私は千葉駅の開発・ペリエ千葉エキナカの開発を担当しており、開業準備で誰も足を踏み入れたことのない駅や商業施設に立ったそのときは、非常に感慨深いものを覚えました。その後、ペリエ千葉の本館な

どを順次新装オープンとリニューアルオープンをしていき、クローズから約7年半後の2018年6月に晴れてペリエ千葉のグランドオープンを迎えました。多くの時間とご迷惑をお掛けしましたが、多くのお客様がお越しになり、お客さまの期待が非常に高いということを実感いたしました。

JR東日本グループ全体で掲げているのが、『駅を中心とした魅力あるまちづくり』です。なかでも「大規模ターミナル駅開発」に力を入れて取り組んでおります。東京駅・新宿駅・渋谷駅・品川駅・横浜駅・仙台駅、そして千葉駅です。さらに、「選ばれる沿線ブランドづくり」、「地方中核都市の活性化」があり、街の価値向上を目指しております。『駅から街から未来をつくろう〜CITY UP!』として、その土地の魅力にスポットを当て、自分の住む場所に誇りを持ってもらうためのきっかけを作り、この場所に住んで良かったなど気付いていただけるような街づくりを、千葉駅のリニューアルも含め特に力を入れて取り組んでいます。

2. 会社組織について

弊社は、大きく本社機能のある管理部門と店舗運営機能である現場部門とに分かれております。本社機能として、財務部・監査部・施設管理部・総務部・営業部・総合企画部、そして、私が所属するマーケット開発部があります。次に現場部門です。ペリエ千葉の管理・運営担当の千葉支店、ペリエ稲毛・ペリエ西千葉・ペリエ津田沼・ペリエ西船橋(以上、総武線沿線)を担当している稲毛支店、ペリエ稲毛海岸・ペリエ検見川浜・ペリエ海浜幕張(以上、京葉線沿線)を

担当している海浜幕張支店、この三つの支店がペリエの現場を預かって日々、管理運営をしております。

当社の企業理念は、『私たちは駅を中心とした交流の場を創出し、お客さま満足を追求するとともに、地域の皆さまに信頼される企業を目指します』と掲げております。具体的なビジョンは次の3点です。

1. お客様指向、地域指向
2. 情報発信拠点、地域との連携
3. 一体感、ブランド確立

お客さまにとってペリエが必要不可欠な存在として信頼されるよう取り組んでいきます、というのが、企業理念とビジョンの中で表されております。

実際にビジョンを体現するための取組みが幾つかありますが、地域の取組みの一つに「千産千消」があります。地産地消とは、地元で採れたものを地元で消費するというのですが、千葉県の千に掛けて「千産千消」とうたっております。ペリエに出店しているテナント企業に千葉県の素材を使用した商品やメニューの開発をお願いするため千葉県の事業者とペリエの出店企業をつなぐ商談会を開催することによって、今までつながりが持てなかった同士を引き合わせて、実際に商品化を実現しています。例えば、くず餅の船橋屋が千葉県の落花生を使って「あん焼き」という焼き菓子を開発・販売しておりますが、お客さまから多くの支持を受けており、人気商品になっております。このような取組みはこれからも継続的に取り組んでいく内容になります。

その他、サッカーJリーグのジェフユナイテッド市原・千葉のオフィシャルサポーターを務めたり、お菓子作りの専門学校生の

卒業制作の発表の場をペリエで用意し、実際に販売してもらう「パティシエのたまご」や、ゆるキャラ（チーバくんなど）と写真撮影ができる鉄道フェアなど駅や地元との連携も大切にしながら、われわれは日々事業に取り組んでいます。

3. ショッピングセンターを 取り巻く環境について

まず、百貨店とショッピングセンターの違いですが、百貨店が流通業に分類されるのに対して、ショッピングセンターは不動産賃貸業に分類されます。つまりテナントに売り場を貸すことで、その家賃や光熱費、その他手数料が収入になります。

ショッピングセンターを取り巻く環境については、現在、少子高齢化というのが非常に大きな問題となっております。1950年、65歳以上の老年人口は4.9%でした。それが2000年になると17.2%にまで広がり、今から30年後の2050年には35.6%にまで老年人口が進むと予測されています。つまり、10人いたら3.5人は65歳以上というすごい時代が訪れることです。労働生産人口が減り経済が停滞する、つまり購買意欲の高い年齢層が減少に転ずるため、ショッピングセンター業界にとっては、非常に大きなダメージとなります。また、Amazon、楽天、メルカリ、ZOZOTOWNといったeコマースや、TOUCH TO GOという新しいタイプの無人コンビニなど、そういったeコマースの隆盛時代・AI技術の進歩によって、リアル店舗が必要なくなる時代が今、訪れております。時代のニーズやライフスタイルの変化でショッピングセンターもどんどん変

化を求められています。

では、ものが売れない時代に何をしていたかなければいけないのか。一つは“公共性の担保”。二つ目は“モノからコトへ”です。この二つが、今後のショッピングセンター業界にとって重要な要素といわれています。

それぞれ事例をご紹介しますと、“公共性の担保”という部分については、岩手県紫波町のオガールプロジェクトです。都市と農村の新しい結び付きを目指して開発されたものです。この紫波町は人口の流出が止まらず、商店街も衰退の一途を辿っているという典型的な過疎地域でした。そこで官民連携の手法で開発されたのがこのオガールという商業施設です。農業資源をフル活用し、庁舎、商業施設、図書館などが組み合わせられ賑わい性を創出しており、多くの人々が来場されるようになった成功例です。このように、これからのショッピングセンターというのは、公共性をしっかり担保するようなパブリックセンターに生まれ変わる必要があるのではないかとも言われております。

二つ目の“モノからコト”について、実際に体现しているのがこの事例になります。羽田空港の第1ターミナルにある、「THE HANEDA HOUSE」です。“通過する場所から滞在する場所へ”をコンセプトにしており、飛行機の搭乗時間まで待ち時間の過ごし方を変えたといわれています。中にはスターバックスカフェ・スポーツショップ・ゴルフレッスンやリラクゼーション、他にも会議室など一つの施設で余すことなく使うことができるのがこの「HANEDA HOUSE」です。いわゆる出張族とか旅行に多く行かれる方にとって、非常に革新的な商業施設になっ

ております。このように、これからのショッピングセンターは、体験する場所・過ごす場所、即ち“モノからコト”へと価値観を変えていかなければいけないということが言われています。

4. 駅ビル・エキナカ「ペリエ」 について

ペリエについて簡単にご紹介していきます。

1、ペリエ千葉

エキナカも含めてショップ数が 254 ショップ。売上額は 2018 年度で 260 億円、当社の売上の半分以上がこのペリエ千葉で生み出されており、ショップ数も売上の規模もこのペリエ千葉が最大級の館です。一番の特徴としては、千葉県に拠点を置くショップの積極的な誘致と、「千産千消」に積極的に取り組んでいること。エキナカに生鮮産品・肉・魚・野菜それぞれの専門店が 365 日休まず営業しているというのは、日本で千葉駅だけの特徴です。

2、ペリエ稲毛

ショップ数は 74 ショップ。売上額は 80 億円、ペリエ千葉に続く第 2 位の売り上げを誇っております。こちらは衣料品雑貨、食料品、惣菜、ドラッグストア、書店、フラワーマーケット、カフェなど非常にバランスが取れた地域密着の館です。客層も昔から使っている近隣の方が多く、スタッフとお客さまの距離が非常に近いことが大きな特徴です。

3、ペリエ西船橋

こちらは一番、新しいペリエになります。28 ショップという非常にコンパクトで、ペリエの中で最小規模の館ですが、売り上げ

は 63 億円です。西船橋駅は、武蔵野線、京葉線、総武線の JR 路線と東京メトロ、東葉高速鉄道と、全部で 5 路線が入っているため、乗り換えの主要駅として非常に多くのお客さまが日々ご利用されています。

千葉県で一番、乗降客数が多い駅といわれていますので、ペリエも非常にたくさんのお客さまにご利用いただいております。

4、ペリエ海浜幕張

オフィス街と幕張メッセがあり、平日はオフィスワーカー、休日は幕張メッセのイベント客と、平日と休日でお客さまの層が入れ替わる可変性が大きな特徴です。今後、2020 年には東京オリンピック、パラリンピックでたくさんの海外のお客さまも来られるため、インバウンド需要もまだ可能性がたくさん残されている将来性の豊かな施設です。

5. その他の開発について

ペリエ以外の開発ということで 3 つご紹介したいと思います。

1 つめは JR 千葉駅の南側、「えきよこ広場」、2019 年の 7 月 20 日にオープンしました。

JR 千葉駅の南側はあまり賑わいがなく、活性化が進んでいないという課題がありましたので、その解消を目的として造られた設備、施設です。メインは、バーベキューガーデンですが、千産千消のマルシェや、クラフトビールの蔵元直販など、その他イベントスペースも気軽に使っていただけるように、コミュニティ的な機能もイメージしながら開発されました。

2 つめは、千葉駅前ひろばのイルミネーション、高さ 5 メートルのツリーです。

1 1月末～3月まで設置している大きなツリーと大階段を飾るポインセチア、イルミネーションが特徴です。大階段はポインセチアの花弁の色ともマッチした非常に幻想的なムードを醸し出しています。併せて、千葉市が開催している「YORU MACHI」というアイススケートリンク体験ができるイベント会場へ続くイルミネーションとの連続性も意識し、街のにぎわいや活性化にも貢献しています。

3つめは、ペリエ内の催事スペースです。期間限定（2週間～3週間）の運営で、どのペリエにも必ず1か所以上を展開しています。ショップが入れ替わることで興味や関心も高く、毎回楽しみにしてくださるお客さまも多いため売上は日々上昇しています。また、ショッピングセンターにとって、催事スペースはテストマーケティングの場に最適の場所であり、集客の話題づくりにもなります。一方、出店企業側にとってもブランドのPRや、新規の顧客の獲得のツールとして非常に有効的に使えますので、双方にメリットがあるのがこの催事スペースとなっています。当社も一番力を入れていますので、これからも催事スペースの活性化に取り組んでいきたいと思っています。

6. 社員の仕事とやりがい について

実際に当社で働く社員4名の仕事とやりがいをご紹介します。

1人目、本社・マーケット開発部。

主に店舗開発をしており、取引先企業とのやり取りが非常に多い部署です。勤務場所

は本社でフレックスタイム制を敷いております。1日の主な仕事は、取引先企業との連絡（メール返信など）・店舗の売上確認・商談に向けての資料作成・定例会議で担当プロジェクトの進捗状況報告など。また、情報収集も大事な仕事なので、オープンした新しい施設を中心に外回りもします。開発部のやりがいは、「お店づくり」の延長にある、「まちづくり」に非常にやりがいを感じるようです。駅は街の顔になりますので、“駅ビルを造るというのはすなわち街をつくること”“そういったスケールの大きい仕事を担当する事がやりがいに繋がるということでした。

2人目、本社・営業部。

ペリエ全館の売り上げ支援が主な仕事になります。例えば販売促進施策を提案したり、スタッフの研修・教育も営業部の仕事の一つです。売上を上げるための方法に正解はありません、どうすればお客様がもっと快適にお買い物ができるのかを常に研究し、館とショップと全員で悩んで探していきます。こつこつと取り組んで確実に成果を出すということにやりがいを感じていると言っていました。

3人目、支店・売場マネージャー。

シフト制で、早番、中番、遅番の3交代を敷いています。ショップの方と意見交換をしながら一緒に売上をつくっていくことが売場マネージャーの一番のやりがいということでした。ショップ店長だけでなく取引先のエリアマネージャーや、企業の社長とお話することもありますので、高いコミュニケーション能力と広い視野・高い視点が求められるのが、この売り場マネージャーの仕事になります。様々な業種の方とお

話しができるというのは、担当者にとって知識も技術も経験も身に付けることができるので、非常に責任が重い分やりがいを感じているということを話していました。

4人目、支店・販売促進担当。

数ある業務の中で花型の業務です。館への集客や購買促進のためのキャンペーンやイベントを企画立案する業務が中心です。

自分たちで考えた販売促進企画がお客様に受け入れられて実際に来ていただけたという結果が目に見えるのが、この販売促進の業務の醍醐味です。お客様やショップスタッフに喜んでもらった時の感動はとても大きく、やりがいを感じます。と話してくれました。

7. 求める人材像とメッセージ

求める人材像は、チャレンジ精神

・新しい発想力・深い探究心の3つです。

チャレンジ精神は立場や年齢を超えた積極的な姿勢で発言や行動ができる方がこの業界で活躍できると思います。また、新しい発想力は固定概念にとらわれない鋭い感性でショップスタッフからの生の情報を新しい取り組みに繋げて行けますし、深い探究心については、流行を敏感に掴んで高いアンテナを持っている方は日々のライフスタイルや常に変化するお客様のニーズにあわせた提案ができるので重要な要素だと思います。当然この3つをすべて兼ね備えている人間というのはなかなかいませんので、この中の一つでも持っている、もしくはこういうことをしたいという想いがあれば、

ぜひ一緒にそれを育てていきたいなと思います。

最後に当社の社長の言葉を送ります。

「千葉が好き、千葉を盛り上げたい」

シンプルなメッセージですが、千葉で生まれ、千葉で育って、千葉で働いている私はこの言葉が非常に身に沁みました。

千葉というのは風光明媚な土地です。豊かな自然の恵もたくさんあります、温暖な気候もあります。穏やかな県民性とも言われています。この魅力ある千葉を、仕事を通じてもっともっと盛り上げいきたいなと思っています。ご清聴ありがとうございます。皆様、今後のご活躍を祈念いたします。

以上