

SC JAPAN TODAY

[ショッピングセンター・ジャパン・トゥデイ]



特集

次の集客を担うサービステナント

次の集客を担うサービステナント

トップに聞く	ショッピングセンターにおけるサービステナントの役割とは ニッケ・タウンパートナーズ(株) 代表取締役社長 阪本 正一	12
ケーススタディ①	日本最大級のサイクリングリゾート「プレイアトレ土浦」 ～コト消費型駅ビルモデル～ (株)アトレ 土浦駅ビル再生プロジェクトリーダー兼プレイアトレ土浦店課長 藤本 沢子	16
ケーススタディ②	多摩動物公園に育みと大人のくつろぎを 「京王あそびの森 HUGHUG<ハグハグ>」 京王電鉄(株) 開発推進部 沿線事業担当 大竹 将人	20
ケーススタディ③	アパレル企業発の新感覚フィットネスジム 「GROOVE ZONE」 (株)TSIグルーヴアンドスポーツ フィットネス ラボ事業部長 廣島 幸恵	23
ケーススタディ④	SCでお父さんの居場所を創出!? 手軽さと低価格でインドアゴルフを提案 「GOLFZON Japan」 GOLFZON Japan(株) 代表取締役 今野 晃広	26
ケーススタディ⑤	書店であり続けるための“書店の再定義” 「ヒビヤ セントラル マーケット」 (株)有隣堂 社長室 広報担当 志村圭一郎	29
ケーススタディ⑥	自転車でつなぐ、モノ・コト・人の cycles (和) 池上線五反田高架下「STYLE-B」 東京急行電鉄(株) 都市創造本部 運営事業部 営業二部 SCアセット課 燈 俊輔 日本コンピュータ・ダイナミクス(株) パーキングシステム事業部 営業企画部 リテールサービス課 主任 東 光陽	32
ケーススタディ⑦	ふれあいから命の大切さ、温かさを体感。 SC内の小さな動物園「モフ」 (株)MOFF 代表取締役 矢口 宗平	35
ケーススタディ⑧	コインロッカー難民を救う空きスペースシェアリング 「ecbo cloak」 ecbo(株) 代表取締役社長 工藤 慎一	38
コラム①	“人生の後半は楽しい”を提案「いきいき終活サロン」 (株)ユニオン・トレード 葬祭部 終活カウンセラー 橋本 榮一	41
データ分析	データでみる新規オープン・リニューアルSCの集客トレンドとは (株)リゾーム 専務取締役 SCトレンド研究所 所長 金藤 純子	42
コラム②	ショッピングセンターにおけるエンターテインメント施設の効果と課題 (株)ライデンシャフト 代表取締役 有馬 律雄	46

(株)MOFF
代表取締役

矢口 宗平

(取材/月刊誌編集担当)

ふれあいから命の大切さ、温かさを体感。 SC内の小さな動物園「モフ」

近年、「猫カフェ」「ふくろうカフェ」「はりねずみカフェ」など、動物園に行かなくとも気軽に動物とふれあえる施設が増えている。

最近では訪日客からの人気も高く、世界一の旅行口コミサイト「トリップアドバイザー」の『外国人に人気の日本の観光スポットランキング』でも上位にランクインする施設があるなど、新たな観光施設としても注目されている。

首都圏のショッピングセンター(以下、SC)を中心に、動物カフェなどを展開する(株)MOFF(以下、同社)の施設では、ひよこやうさぎなどの小動物から、ふくろう、爬虫類などのエキゾチックアニマルまでさまざまな動物が

飼育され、動物におやつをあげたり、写真撮影したりと、癒しやふれあいを求める多くのお客様で賑わっている。

「デジタル世代の子どもたちが、動物とのふれあいから命の大切さ、温かさを体感できる小さな動物園をつくりたかった」と話すのは、同社代表取締役の矢口宗平氏。単なる癒しの提供に留まらず、同社施設にかける矢口氏の想いは熱い。

SCに牧場をつくれな

同社は2014年3月、BIG HOPガーデンモール印西(以下、ビッグホップ)内に屋内型動物園「Moff アニマルワールド」(以

下、アニマルワールド)を第1号店として開業、現在は首都圏を中心に動物関連業態12施設を展開する。もともと同社の親会社である常南グリーンシステム(株)は、畜産業の一環として茨城県石岡市と千葉県袖ヶ浦市で観光牧場「ダチョウ王国」を経営するほか、幼稚園や住宅展示場、SCなどへ牧場の動物を派遣する移動動物園も運営していた。

「アニマルワールドは、当時ビッグホップの運営管理にあたっていた(株)京阪流通システムズ関係者に、集客施設としてダチョウ王国のような観光牧場をつくれなかと相談されたことがきっかけでした。しかし屋外型の観光牧場とな

ると、運営や設備、暑さ対策などの課題やリスクも大きい。そこでテナント区画を有効活用し、移動動物園の動物や従業員を常駐させた屋内型動物園をつくることにしました。それにともない円滑な運営と同事業の強化を図るために事業会社となる当社を立ち上げ、2014年にアニマルワールドを開業しました」。

その後、同社はさまざまな業態開発に取り組む。屋内動物カフェ業態「Moff animal cafe」(以下、アニマルカフェ)、イオンペットでのインスタ型業態「もふもふふれあい動物園」、マークイズみなどみらい内にあるオービイ横浜ではアニマルガーデンなどの運営



Moff animal caféイオンモール幕張新都心店



ふくろうは数種類が飼育されている

本物の動物とふれあう楽しさが心に残る

近年はデジタル化が進み、子どもが動物にふれあう機会が少なくなつたといわれている。矢口氏はこういった状況に危機感を抱いていた。

「どの施設も、ふれあい動物園」というのが基本スタイルで、従来の動物園のように見て楽しいで終わらせず、動物とふれあつて感じてもらふことを重視しています。たとえば、絵本や映像でしか見たことがなかったひよこを、実際に手のひらにのせた感動を親と語りあう。そして、あのひよこにまた会いたいなど再来園もしてくれる。そうした経験を通じて楽しかった思い出としていつまでも心に残ってくれたらと思っています。デジタルでは体験できないことを提供するところが、当社の使命だと思っています」。

同社施設は入園料制で、アニマルカフェの場合は中学生以上11000円、4歳以上1600円、3歳以下無料。年間平均来園者数は約7万人、客層はファミリーの

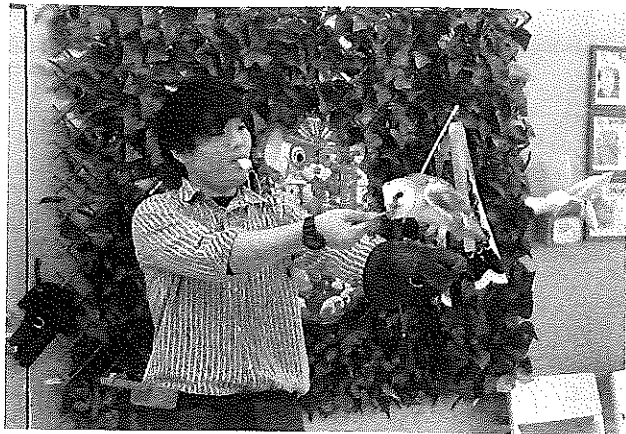
にも携わっている。

「アニマルワールドオープン後、お客様にもっとゆつくりくつろげる場所を提供できないかと考え、アニマルカフェを立ち上げました。同施設ではドリンクバーや時間無制限（ただし、混雑時は入れ替え制）を導入するなど、お客様がゆつくり動物たちと過ごせるように工夫しました」。

アニマルカフェはイースつくばへ初出店後、イオンモール幕張新都心、イース高尾、水戸オーパに1年程度で相次いでオープンさせた。

「終生飼育」が基本

動物を扱うからには、動物への配慮も不可欠である。たとえば、ふくろうが落ち着けるように森を再現した展示エリアにしたり、日光浴が必要な爬虫類には紫外線ライトを設置したりなどのハード面はもちろんのこと、従業員が動物の状態をつねに注視しながら個体の入れ替えや入場制限するなど、動物にストレスがないよう環境づくりにも人一倍気を配っている。



ふくろうのトレーニングの様子

なかには、動物を建物外に出して日光浴ができるSCもあるという。

「当社の事業は、動物にやさしい環境をつくらないと長く続けていくことは難しい。そのため、当社では『終生飼育』（＝命の灯が消えるまで、ともに暮らし、責任を持って面倒をみる）を基本方針に、終生飼育しやすいよう動物たちにトレーニングや躰を行っていただきます。さらに定借満了にともない店舗営業が終了したとしても、系列の牧場で動物たちを最後まで飼育する体制も整えています。人間の身勝手で、動物たちの行き場を

なくすということは避けなければなりません」。

さらにアニマルワールドでは、NPOと連携し、ブリーダーや行政から保護された犬猫と里親との橋渡しを目的にした「保護犬カフェ」を施設内に併設するなど、動物保護にも積極的に取り組んでいる。

動物の魅力を伝える「飼育員」

近年、動物園では飼育員がショーやイベントの企画を考えたり、客前で動物の生態を解説したりと、本来の飼育業務の枠を超えて動物の魅力を伝え、楽しませることも飼育員の大事な役割となっている。同社でも同様の考え方をしている。「当社では、スタッフを店員ではなく『飼育員』と呼んでいます。当社でも動物園の飼育員のように接客力強化に努めており、接客の最先端をいく動物園になることが目標です」。

また動物園の飼育員は、人気が高い職種でありながら求人数が少ないこともあり飼育員になりたくてもなれない学生も多くいるのが実情だ。同社では、そうした夢を持った若者の雇用の受け皿にもな

っている。

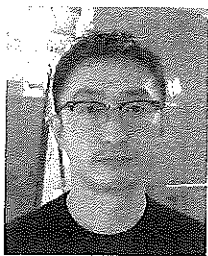
「当社では、大学や動物専門学校から飼育員を志す学生のインターシップを積極的に受け入れています。2017年度は学生約100人を受け入れ、そのなかから18名（グループ全体）を正社員として採用しました。さらに最近では、動物園経験者が当社に転職するケースも増えています。従来の動物園だと、なかなか増床できませんが、当社は新規出店計画も控え、今後とも増床を見込める動物園でもあります。さらにSCという安心して働ける場所であることも相まって、将来性と安心感を見込んで多くの応募をいただいています。また動物関連業のなかには、雇用・待遇が悪いところもありますが、当社では企業としての体力をつけ、従業員に還元するなど安心して働ける環境づくりに努めています」。

将来的には大規模施設も

12施設のうち、2017年度は7施設をオープンさせるなど、近年は出店を加速させる同社。今後の事業展開を聞いた。

「当面は既存のアニマルカフェを中心に、サービスと出店強化に取り組みたい。サービスにおいては、フードメニューを充実させるなど飲食の強化を図り、お客様がよりゆったりとくつろげる空間を提供したいと考えています。出店については、2018年に九州エリアへの進出、2019年度末までには30施設まで増やし、日本のトップ5の集客力を誇る動物園を目指しています。また、現在は60〜80坪程度の施設が中心ですが、いつか大規模なプロジェクトにも挑戦したいですね」と、矢口氏の夢は大きい。

各SCがこぞってコト消費戦略を進めるなか、差別化が難しくなってきた。一時的な集客装置に留まらず、「体験を通じて一生モノの思い出を提供する」という同社の考えが、まさにSCの生き残りのヒントになるかもしれない。



矢口 宗平
東証一部上場企業経営企画室勤務を経て、2004年常南グリーンシステム㈱専務取締役就任。2012年同社代表取締役へ就任。2014年㈱MOFF設立。代表取締役としてSC中心に屋内動物園、アニマルカフェを展開。