

お客さまと一緒に創った 「博多マルイ」がついにオープン

約2年にわたり、のべ15,000人以上のお客さまと1つずつ積み重ねてきた想いやアイデアが形に。「お客さま企画会議」を600回以上おこない、店名をはじめ店づくりのポイントやコンセプトの設定、フロア構成から品揃え、モノづくりやエポスカードデザイン、接客サービスまで、お客さまと一緒に熱く議論してきました。

2013年10月、「地域の皆さまに末永く愛着をお持ちいただけるお店」をめざし、共創の店づくりがスタートしました。お客さまが思い描く、理想のお店を共に創るため、2014年7月から「お客さま企画会議」にご参加いただけるお客さまの募集を開始。11月には丸井グループ初のコミュニティサイトをオープンし、より多くのお客さまに場所や時間の制約なく、共創にご参加いただける仕組みを構築しました。

お客さまから寄せられた「毎日立ち寄れるお店が良い」「居心地の良い空間が欲しい」「お買物以外でも楽しみたい」といったご意見から話し合いを重ね、店のコンセプト

を「自分にピッタリが見つかるお店」に決定。そして共創は店づくりにとどまらず、オリジナルデザインの「ラクチンきれいパンプス」(⇒P56、57)や「博多織」のカードデザイン(⇒P50)など、九州発の商品・サービスが完成しました。また、「博多マルイ」の売場構成についても、お客さまのご要望が少ないことが明確になったことから、従来の「マルイ」では約6割を構成していたアパレルカテゴリーの売場を3割に減らし、ライフスタイルカテゴリーの売場を7割にすることで、「マルイ」史上初の共創によるライフスタイル型次世代店舗が誕生しました。

九州地域のお客さまとのつながり



店づくりに参加されたお客さま人数
のべ**15,000**人以上



「お客さま企画会議」開催数
600回以上



開店から1カ月間の入店客数
227万人



開店時の九州地域のエポスカード会員
13万人超



「博多マルイ」コミュニティサイト
hakata-fan.0101.co.jp/



「お客さま企画会議」ご参加の皆さまと「博多マルイ」にて(2016年5月)



共に創りあげたお客さまと1カ月ぶりの再会

約2年にわたって「お客さま企画会議」にご参加いただいた皆さまに、開店の1カ月後にお集まりいただき、今までの企画会議を振り返りながら「博多マルイ」オープン後のご意見やご感想をうかがいました。

長野 未来 博多マルイ 営業担当

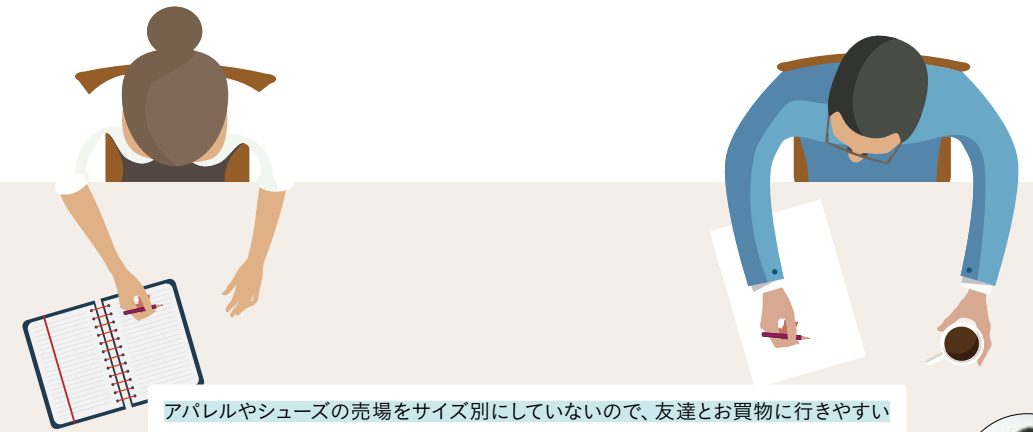
オープンして約1カ月が経ちました。企画会議に初めてご参加いただいた際、「マルイ」をご存じない方も多かったですね。「博多マルイ」は皆さまにご意見をいただいた結果、飲食やライフスタイルの категорияが全フロアの7割を占めています。従来の「マルイ」からすると画期的な変化です。

私は出身が東京なのでもちろん知っていましたが、博多で育った友達は誰も「マルイ」を知らなかったですね。企画会議の参加メンバーに選ばれた時はすごくうれしかったです。今では「マルイ大使」になっつもりです。

博多育ちなので「マルイ」を知らなかったのですが、企画会議への参加から始めて2年近いお付き合いになりました。一緒に創ったお店なので愛着があります。友達を誘って何回か来店し、エポスカードにも入会しました。「REC COFFEE」やドライフルーツの「FAR EAST BAZAAR」は、企画会議で店長さんともお会いしているので特別な気持ちになりました。やはり、お人柄を知って来店するのは違いますよね。

ありがとうございます。テナントさまも含めた企画会議で皆さまからいただいたご意見が、かなり反映されていたのではないのでしょうか。おかげさまで、テナントさまも目標を超える順調なスタートとなっています。

「だし処 兵四郎」はプレゼントにも最適ですね。小ぶりのパッケージもありデザインも良い。企画会議で厳しい発言をさせていただきましたが、従来のパッケージは大袋だったり、ロゴも古さを感じるものでした。私たちの声を反映した「博多マルイ」仕様のパッケージやロゴがオープン時に店頭に並び、今後は他店舗の商品もすべて「博多マルイ」仕様のものに変えていくと聞いて、本当にうれしかったです。



アパレルやシューズの売場をサイズ別にしていないので、友達とお買い物に行きやすいです。通常のお店はサイズやテイストでフロアが違うので、一緒にお買い物する際にも気をつかうのですが、「博多マルイ」ではそれが無いのが特徴的ですね。これまで見ていなかったお店で、素敵な商品との出会いがあったり。企画会議で出会ったメンバーとお友達になったり。

**企画会議への参加がきっかけで
お客さまから販売スタッフに**

石田 美由紀

博多マルイ 雑貨売場担当

「お客さま企画会議」に参加し、博多を盛り上げようという丸井グループの強い想いを感じました。博多出身の私はそれが本当にうれしくて、オープン後も「博多マルイ」と一緒に過ごしたいと考えるようになりました。これからはスタッフとして、お客さまと一緒に博多を盛り上げていきます！

人と人との「つながり」って大切ですね。実は企画会議に参加されたお客さまで、「博多マルイ」の販売スタッフになった方がいらっしゃいます。

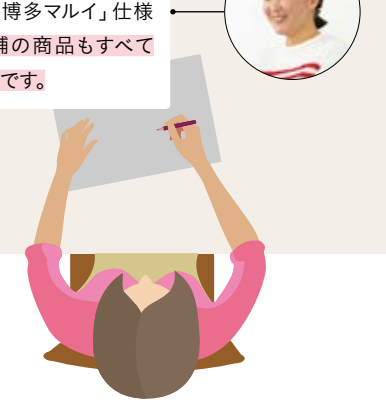
参加しているメンバーの熱意を感じましたよね。年齢も性別もさまざまな方々との会話は、普段の生活では得られない経験になりました。参加するたびにパワーをもらいました。

企画会議がアットホームな雰囲気なので、本音の会話がしやすかったです。会議のすすめ方も自分たちの意見を取り入れてくれて、距離感が縮まっていくのを実感しました。自宅に帰ってから思っていた意見は、コミュニティサイトに補足で投稿したり。

企画会議に参加するたびに、期待感がどんどん高まりました。九州初上陸のお店が欲しいという意見がたくさん出ていましたが、本当に実現しましたよね。自分たちの希望がかなうってうれしい。

店内の雰囲気も全体的にとっても良いですね。開放感があって照明も綺麗。それに、店内の音楽も良いですね。あまりにも気に入ったので、「博多マルイ」オリジナルCDを毎朝自宅ですべて流しています。

本当にありがとうございます。皆さまと出会って、初めて気づくことがたくさんありました。皆さまからいただいた共創へのご意見を、「博多マルイ」の今後に活かすことはもちろん、「マルイ」他店舗でもお客さまやお取引先さまと「共創の店づくり」をすすめていきます。





「味の兵四郎」が共創により これまでの歴史を覆す大革新を遂げる

「味の兵四郎」と丸井グループには、共通してお客さまの声を聴くという創業当時の企業風土があります。共創とは、これまでの概念を越えて、歴史を覆す大革新を遂げ、お客さまの「しあわせ」を共に創りあげることです。

1900年から受け継がれる「味の兵四郎」の想い

日本で初めてのあご入りだしパックを世に送り出した「味の兵四郎」には、「忘己利他(もうこりた)」という経営理念があります。忘己利他とは、「己を忘れて他を利するは、慈悲の究極なり」という、自分を忘れて他人のためにつくすことを指しています。お客さまが美味しいものを味わった時に思わずこぼれる笑み、お客さまの喜ぶ姿が「味の兵四郎」の最大の喜びです。お客さまの声に耳を傾け、味へのこだわりを守りながら「簡単・便利・美味しい」を合言葉に、急速に変化するお客さまのニーズにお応えするために研究開発を重ねています。

原点となったのが、1900年から先々代が九州・福岡で営んでいた「割烹 兵四郎」です。調理場越しから垣間見るお客さまの「美味しい」という笑顔が何よりの喜びでした。ご家庭でも手軽に楽しんでいただくため、1988年にあご入りだしパックを開発。1パックで、いつもの料理がグンと美味しくなる手軽さを実現しました。しかし開発当時、あごだしは一般家庭には知られていなかったため、全国の百貨店をまわりお客さまに試飲販売することから始めました。お客さまからいただく「美味しい」のお声や笑顔、時にいただく嬉しい声が、「味の兵四郎」の原動力となりました。今では簡単に本格的な料理が作れる万能だしとして、多くのご家庭で愛用されています。

お客さまの声から生まれる新たな歴史



横手 友梨氏
だし処 兵四郎 店長

あごだしを開発販売していた「味の兵四郎」が、食事処を併設した「だし処 兵四郎」として、「博多マルイ」へ出店することが決まりました。初めての飲食業への挑戦です。2015年11月、丸井グループが開催する「お客さま企画会議」に参加し、自慢のあごだしと地元九州の食材を活かした自信作の新メニューをお客さまに初披露。しかし地元のお客さまは「独自の売りが無い」と厳しい反応。また商品についても、「パッケージデザインが古い」と散々な評価に。お客さまは「味の兵四郎」に何を求めているのか、自問自答をくり返し、オープンまであと3カ月となりました。

「あごだしの伝統」にこだわりながら試行錯誤を重ね、なんとかオープンまでにメニューが決定。お客さまから合格点をいただくことができました。そして商品パッケージもブランドをわかりやすくするためにリニューアルし、歴史あるブランドロゴも刷新しました。お客さまからは、「まさかパッケージまでオープンに間に合うとは思わなかった」「とっても素敵。私たちの声が届いて感動」とのお声をいただいています。「味の兵四郎」はこれからも、お客さまの声に寄り添い、「美味しいの笑顔」のために革新を続けます。



「味の兵四郎」ブランドサイト
ajino-hyoshiro.com/



横手 友梨氏 | だし処 兵四郎 店長 (右)
西野 淳 | 博多マルイ 店長 (左)

すべてのお客さまにとって居心地の良い店づくりを「ハード」と「ハート」の両面から実現

丸井グループは、年代や性別に関係なく、ご高齢の方、障がいのある方、外国人やLGBT(性的マイノリティ)の方など、すべてのお客さまにご利用いただける店づくりをめざしています。「博多マルイ」では、すべてのお客さまに安心して楽しくお買い物いただけるよう、設備環境(ハード)と接客(ハート)の両面から、居心地の良い店づくりに取り組みました。

すべてのお客さまの快適をめざした店づくり

「博多マルイ」では、多様なお客さまに快適にお過ごしいただける店内環境をめざし、専門家やお客さまの意見を取り入れる共創の店づくりをすすめています。店づくりの前段階では、九州大学や「一般社団法人 生き方のデザイン研究所*1」にご協力いただき、障がいのある方が街中や商業施設にどういった課題や不安を抱えているのか、ユーザーワークショップ形式で検証・分析を実施。「トイレまでの距離がわかると便利」「電動車イス用の充電スペースがあると安心」といったアイデアを形にしました。また、「お客さま企画会議」にも車イスをご利用されるお客さまにご参加いただくなど、さまざまな方のご意見をいただきました。

さらに、オープン前には、(株)ミライロ*2監修により、エントランスやエスカレーター、トイレなどを障がいのある方の

視点で細部に至るまで確認していただきました。実際の使い勝手を検証し、イスに手すりをつけるなどの改善を実施。あわせて、「ハードは変えられなくても、ハートは変えられる」というコンセプトに基づき、同社が運営する、自分とは違う誰かの視点に立ち、適切な理解のもと行動するための「ユニバーサルマナー検定2級・3級」やLGBTに関する基礎知識や配慮すべき点を学ぶ「LGBTマナー研修」に当社グループの従業員が参加しました。そのほか、「サービス介助研修」や外国人講師による「インバウンド研修」を受講するなど、接客面(ハート)からも安心して楽しくお買い物していただける環境づくりに取り組んでいます。

▶▶▶ P62 すべてのお客さまに向けて

*1 障がいのある方が講師となって企業や学校などで研修をおこなうことにより、障がいのある方ならではの役割を果たす機会をつくとともに、企業の接客や顧客満足度の向上につながる活動をおこなう一般社団法人。
*2 障がいを価値ととらえるバリアバリューの視点から、誰もが安心して快適に過ごすことができる、ユニバーサルデザインのモノやサービスを提案する企業。

「博多マルイ」では、オープン前に(株)ミライロ監修による施設診断を、細部に至るまでおこないました。
www.mirairo.co.jp/



トイレまでの距離を表示した案内板や電動車イス用の充電スペースは、九州大学や「一般社団法人 生き方のデザイン研究所」との取組みの中で出たアイデアを形にしました。



車イスをご利用されるお客さまから見た「博多マルイ」 篠原 彩さま

「お客さま企画会議」には、成長していく博多の街と一緒に創ることができると思い、参加しました。企画会議での意見がどの程度反映されているのか興味津々でした。オープン後、実際に行ってみると通路幅は広く、多機能トイレが各フロアに設置されているだけでなく、案内板には現在地からトイレまでの距離が表示され、また休憩スペースには車イスマークが貼られた充電スペースもありました。ここまで対応している商業施設は、九州では珍しいのではないのでしょうか。接客面でも、車イスの低い目線に合わせた丁寧な対応は安心感があり、私を含む車イス利用者にとっても快適に自身の時間を過ごせる空間に仕上がっていると感じました。

「博多マルイ」の店づくりを振り返って

平井:私が研究している「インクルーシブデザイン」は、障がいを身体的ではなく、社会的課題としてとらえ、あらゆる領域で製品やサービスから除外されてきた人々の本音を企画・開発の初期段階から、ユーザーワークショップ形式で聴き、課題を共有し、ビジネスとして成り立つデザインを共に(インクルード)考えることで実現します。この取り組みは、丸井グループの「共創」や「すべてのお客さま」の考え方と、とてもよく似ていました。

遠山:障がいのある方は、自分が社会の役に立っていると感じられる瞬間をなかなか経験できないといいますが、そうした方々のご意見は、異なる視点や発想であるが故に、多くの気づきがあるものです。

平井:今回は、丸井グループの従業員の方と障がいのある方が一緒に行動し、街中はどういった課題があるかを話し合い、設備環境(ハード)だけでなく使い勝手や接客面(ハート)の改善もはかるなど、共に解決策をまとめました。そうした課題解決の積み重ねは、障がいのある方だけでなく、ご高齢の方へのおもてなしにもつながります。
遠山:「博多マルイ」のように車イス用の充電スペースがあることで、車イスの方は安心して外出ができます。そういった居心地の良い場所が増えることは、すべての方々の社会参加を促すことにもつながります。丸井グループの共創の店づくりは、多くの人に生きるチカラを与えます。ぜひ継続して社会の期待に応えていただきたいですね。



平井 康之氏 (左)
九州大学大学院 芸術工学研究院
デザインストラテジー部門 教授

「インクルーシブデザイン」の国内第一人者。一人ひとりに向き合い、誰もが暮らしやすいデザインを公共空間などに応用。

遠山 昌子氏 (右)
一般社団法人 生き方のデザイン研究所
代表理事・コーディネーター

障がいのある方が障がいを強みに感じ、自分らしい生き方をデザインするためのコーディネーター。
www.facebook.com/ikikatanodesign