

## これまで培ってきた思いや技術を海外展開で発揮します

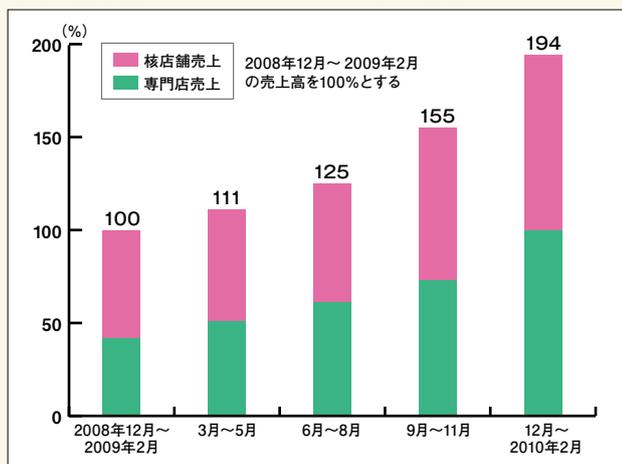
### 出店から1年半、北京国際商城の現在

2008年11月、中国・北京に、「イオン北京国際商城ショッピングセンター」がオープンしてから約1年半が経過しました。オープン前は「こんな郊外までお客さまは本当にご来店されるのか？」という疑問の声も聞かれましたが、市内の駐車場不足に悩まされたお客さまにとって3,000台の無料駐車場や、日本のテナントが約3分の1という他にはない魅力が受け入れられ、今では郊外型モールとして認知され注目を集めています。

オープン当初、テナントさま開店率は約60%でしたが、1年後には100%となり店舗揃えも充実しています。さらに2009年9月にはシネマ・コンプレックスもオープンし、北京市内のシネコンでも上位クラスの人気スポットとなっています。

2010年度も売上は順調に推移し、2月度は春節（旧正月）もあり、開店以来最高の売上となりました。

### 北京国際商城ショッピングセンターの売上推移



### 環境活動に積極的な動きを見せる中国

近年、中国では環境関連法規制が強化されるとともに、NPO・NGOによる監視も厳しくなっています。都市ごとの汚染状況や違反企業の情報がネット上に発表され、不買運動に発展するなどの動きも見られ、持続可能な開発への関心が高まっています。

### 日本の取り組みを標準として導入する

環境汚染が意識されはじめたことで、環境対策の具体的なノウハウが求められています。イオン北京国際商城ショッピングセンターでは、日本国内のモールで作り上げた環境活動のルールや手法を導入。現地社員の環境に対する意識も高く、中国独自の法規制などを加味しながら、環境ナンバーワンモールを目指して取り組んでいます。

### 中国・天津に海外2号店を出店

2010年秋にオープン予定の「イオンモール天津TEDAショッピングセンター」の建設が進んでいます。総合開発エリアである天津経済技術開発区（TEDA）の南側駅前に位置しています。



## イオン北京国際商城ショッピングセンター

開店：2008年11月

商業施設面積：91,000m<sup>2</sup>

所在地：北京市昌平区北清路1号

駐車場：3,000台

### モール内の設備

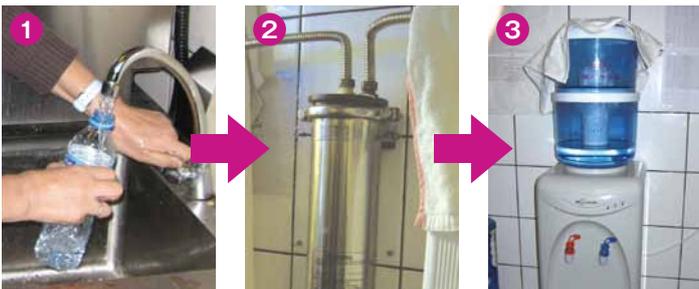


モール内のさまざまな環境活動をパネル展示で紹介しています。



ごみの分別・リサイクルも積極的に推進しています。

### 飲食店テナント（味千ラーメン）の水の管理



水道の蛇口からの水（①）は、浄水器（②）で浄水したのちに調理に使用。有料のドリンクバーでは、再度浄水した水（③）を提供しています。

### テナントさまとともに進める活動



中国の水事情を踏まえ、浄水器を販売するテナントさまも出店いただいています。



クリーン&グリーン活動も、日本と同様に開催しています。

### その他の活動



お客さまとともに植樹祭を実施し、緑を育てています。



オフィスでは不要な照明の消灯を心がけています。

## ベトナムに事務所を開設

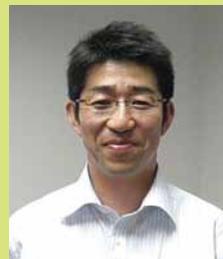
海外での事業展開をさらに拡大するため、中国に続いて成長が期待されるベトナムでのモールビジネスに向け、2009年11月、ホーチミン市にベトナム駐在事務所を開設しました。

ベトナムは40歳以下が8割を占める非常に若い国で、街は活気にあふれています。ベトナムの発展スピードは勢いがあり、大きな潜在力をもった市場と見ています。また、2009年1月には、小売業においても外資100%による現地法人設立が可能となりました。

この好機を捉え、日本で培ったモール開発・運営ノウハウを活かして、ベトナムのお客さまに感動を与えるようなモールを一日も早くオープンしたいと考えています。



歴史的な街並みを残しながら、経済成長の活気にあふれるホーチミン市



ベトナム駐在事務所長  
中川 哲以

現在は、政府機関を訪問したり、物件情報の収集、ベトナムにおける技術基準や法規制などの知識の習得、開発案件に関する具体的な協議や交渉を行っています。文化や言葉・風習がすべて違う国ですので、これから困難なことがたくさんあるでしょうが、非常にやりがいのある仕事だと思い取り組んでいます。

# モールビジネスのノウハウを活かし 新しいビジネスを展開します

## 「ニュービジネス推進本部」のチャレンジ

イオンモールはこれまで、モール専門のディベロッパーとして、大都市近郊から地方都市郊外までさまざまな立地に対応したモールの開発を行ってきました。また、運営管理においても幅広い経験を積んでいます。

そうした実績を活かし、今後の成長性を支える新しい事業を創造しようとする「ニュービジネス推進本部」を2009年5月に設置しました。経験豊富なメンバーを集め、これまでのノウハウをベースに、商業施設の付加価値向上を目指した活動が始まっています。

ニュービジネス推進本部はふたつのセクションからなります。「ニュービジネス開発部」では、イオンモール以外の商業施設の運営・管理を受託し、再生・再開発を行うプロパティ・マネジメント（PM）事業などを手がけています。また、ライフスタイルセンターやアウトレットなど、従来のイオンモールのビジネスとは異なる業態の展開についても研究を始めました。一方「モールビジネス開発部」では、既存のモールの活用法を検討しており、モールのスペースを提供してメーカーの新製品展示会・イベントを開催するなど、賃料以外の収入増加の方法を模索しています。

こうした新たな取り組みが、地域にさらなる活気をもたらすとともに、イオンモールの次の成長の柱を築く礎になると考えています。

## モールビジネスの事例

### 「Mercedes-Benz A-Class・B-Class」

モールビジネス開発部と各モール間、広告代理店（電通OOH局）さまとのスムーズな連携のもと会場提案を行った結果、2010年3月～6月にかけて、メルセデス・ベンツ日本さまが展開する全国20会場強の商業施設を利用した車両展示キャンペーンのうち、15会場をイオンモールで実施いただくこととなりました。

メルセデス・ベンツ日本さまは2008年にも車両展示を実施されており、各地域の主力商業施設でのプロモーションが功を奏して潜在見込客の創出に成功。大量のアンケート獲得だけでなく、実際に商談を成功させた会場もあったとのことで、今回のキャンペーンにも高い期待を寄せていただいています。

メルセデス・ベンツ日本さまの車両展示キャンペーンにより、イオンモールにとってはスペース活用による収益のみならず、マス媒体などでの新型車両PRと連携したキャンペーンにより、ご来店いただいたお客さまへ鮮度の高い情報を発信できるという間接的な効果が望める結果となっています。

2008年の車両展示キャンペーン  
壁面広告（イオンモール大和）



2010年3月のキャンペーンの様子（左・イオンモール筑紫野/右・イオンモール羽生）

## From AEON MALL

### モールを「メディア」として新しい展開を模索

全国で50を超えるモールを開発・運営してきたイオンモールの強みは「開発力」「テナントリーシング力」「営業力」にあると思っています。蓄積されてきたそうしたノウハウを、スピアウトして事業として確立していこうというのが「ニュービジネス推進本部」です。

集客力のあるモールは広告・宣伝に向く「メディア」と考えられる一方、確定申告や献血など地域でのご利用の場としても最適です。モールが共通に持っている

「強み」から活用できるものを掘り下げ、可能性を探りたいと考えています。

次の課題として、ネット事業の検討を開始しました。すぐに効果が上がるものではないですが、今後検討を進めていきたいと思っています。

常務取締役  
ニュービジネス推進本部長  
小西 幸夫

