

NPO 分科会

■事例発表：トレッサ横浜

「トレッサ横浜子育てへの取り組み」

トレッサ横浜 プレジデント

(株)トヨタオートモールクリエイト 常務取締役
栗原 郁男 氏



トレッサ横浜について

■所在地	横浜市港北区師岡町700番地(北棟)(南棟)
■敷地面積	約71,000㎡
■店舗数	220店舗(08年3月グランドオープン)
■駐車場	約2,700台(終日無料:土日臨時駐車場+450台)
■年間売上	350億円
■年間来場者数	1300万人

TRESSA

■トレッサ横浜について

- ・最寄駅は、東横線大倉山駅で徒歩約20分(2キロ弱)
- ・2700台収容の駐車場があり、車で行くには便利である。
土日は450台分の臨時駐車場を設置し、渋滞がないような運営をしている。
- ・店舗数 220店舗
- ・年間来場者数 1,300万人 (平日:2万5,000人、土日:6万人)
- ・横浜市と姉妹都市のフランス リヨンの街並みを再現しているショッピングセンターである。

トレッサ横浜が目指すこと

地域に無くてはならない施設となる

TRESSA

■トレッサ横浜が目指すこと

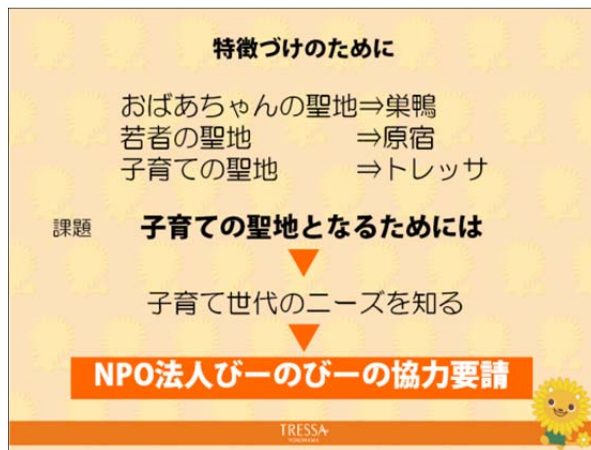
- ・地域になくてはならない存在になる。
- ・地域の人たちの一番好きな行きつけの店になる。



注釈: 棒グラフ 赤…港北区、青…鶴見区、緑…都筑区(参考)

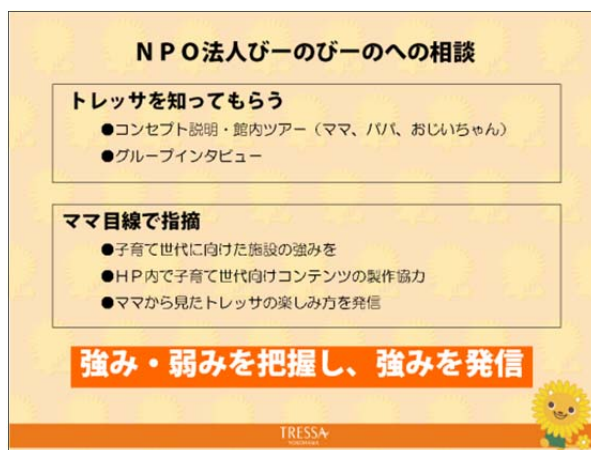
■トレッサ横浜が取り巻く環境

- ・3km圏内に33万人、5km圏内に88万人が居住。
- ・30代の子育て世代が多く暮らす地域で、子どもの出生も増加している。



■特徴づけのために

- ・なくてはならない存在になるために、「子育ての聖地」を目指す。
おばあちゃんの聖地⇒巣鴨
若者の聖地⇒原宿
子育ての聖地⇒トレッサ
- ・子育ての聖地になるためには、子育て世代のニーズを知ること、探ることが重要。⇒NPO法人のびーのびーの協力要請。



■NPO法人びーのびーへの相談

- ・トレッサ横浜を知ってもらうようために…
 - *近所のママ、パパにコンセプトを説明、理解をしてもらう。
 - *館内をツアー、グループインタビューを開催。
 - *ツアー、インタビューを通し、子育て世代のニーズを探る。
- ・ママ目線で指摘
 - *トレッサ横浜の強み・弱みの把握。
 - *強みをホームページで発信。



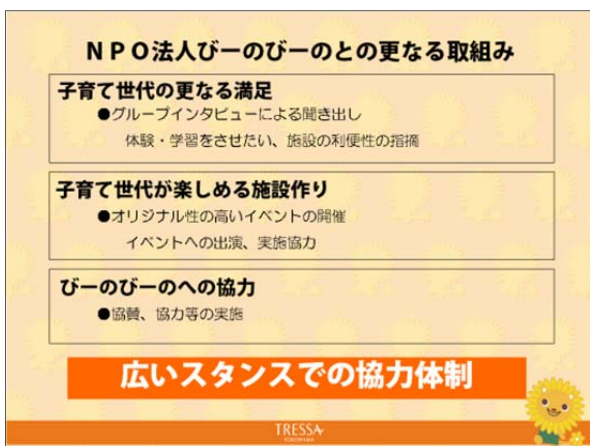
■事例紹介 1:トレッサ横浜ホームページ「便利ガイド」

- ・トレッサ横浜の館内設備、サービスの案内ページ。
- ・ママ目線でもっと案内したほうが良いところを発信。
 - *ベビーカーの案内(1人乗り、2人乗りなどのカート種類などを分かりやすく表記)
 - *トイレの案内
 - おむつを、真空パックで臭いが漏れないように捨てられる工夫がしてある。
 - 授乳室に子どもが遊べるような場所を設けている。
 - トイレ内に設置してある子ども用トイレは、トイレトレーニングに最適である。
 - *エレベーターの案内
 - ベビーカーやカートを押している場合には、2基ある方に行った方がよい。
 - 混雑している日曜は、屋上に車を止め、屋上から来店した方がスムーズ。
- ・子育て世代の方たちに好まれるデザイン。



■事例紹介 2:トレッサ横浜ブログ「とれおんブログ」

- ・新しいお店ができたなど、びーのびーのスタッフが実際にトレッサ横浜を利用し、色々な気付いたことをブログに掲載。
- ・3日に1度、色々な情報を更新。
 - *例)雪の日の配信内容
 - トレッサに行けばあったかく過ごせるよ
 - 雪の日の遊び方
 - チェーンの販売情報 等
- ・好評となり、今では毎月1万8,000程度の閲覧がある。



■NPO 法人びーのびーのとの更なる取組み

- ・子育て世代の更なる満足
 - *定期的なグループインタビューによる聞き出し、施設の利便性の指摘。
- ・子育て世代が楽しめる施設作り
 - *オリジナル性の高いイベントの開催、イベントへの出演、実施協力。
 - *色々な事業への協賛。
- ・びーのびーへの協力
 - *協賛、協力等の実施