

経営の原点である 沿線価値向上、 そして新たな価値創造への挑戦

これからの時代にマッチした企業グループ

加藤 平成12(2000)年に京橋駅の京阪モールに「無印良品」を出店していただいて以来、樟葉駅の「KUZUHA MALL」、天満橋駅の京阪シティモールにも出店いただき、近年では「MUJI com」の店舗展開における協業などもスタートしました。私たちが沿線の「くらしの価値」を高めていくうえで、御社との関係を深めさせていただいていることは非常にありがたいと感じています。金井会長は、京阪グループにどのような印象をお持ちでしょうか。

金井 地元密着型のバランスがよい企業グループで、ポジションやスケールでも、これからの時代にとってもマッチしていると感じています。また、持株会社体制に移行され、大変よい経営スタイルを構築されていますね。

加藤 私たちの中核企業である京阪電気鉄道(株)は、日本の豊かな歴史文化が蓄積する京都と大阪を結び、沿線としています。それを強みとして、コンパクトな経営を続けてきました。グループ全体の売上構成で見ると運輸業と不動産業、流通業がほぼ30%ずつで、レジャー・サービス業が約10%です。事業ポートフォリオ上もバランスが取れていると考えています。

金井 先ほど京都タワーを視察させていただきました。京都を一望できる展望室からの眺めは素晴らしく、今春リニューアルされた「KYOTO TOWER SANDO」も、海外のお客さまも多く、とても活気がありました。年間5,000万人を超える観光客が集まる京都のまさに一等地に、これからの時代に強い経営資源をお持ちだと改めて認識しました。

「次世代の駅」のコンセプト

加藤 平成29(2017)年度を最終年度とする当社グループの中期経営計画「創生果敢」では、先ほどご指摘いただいた持株会社体制移行のほか、3つの主軸戦略を掲げています。1つ目は「観光創造」で新たな成長を目指すこと。最重点プロジェクトは京都駅前エリアのグローバル拠点化で、京都タワーにおける取り組みはその一環です。2つ目は京阪沿線を新しくデザインする“沿線再耕”、3つ目は「くらしの価値」を高める“コンテンツの創造”です。

金井会長がおっしゃったように、地域に根差した当社グループにとって、沿線の価値向上は創業以来の経営の原点です。くずはエリアでは、平成26(2014)年の「KUZUHA MALL」のリニューアルオープンがまちの

価値向上に大きく寄与しました。次の一手として、“沿線再耕”では、京阪沿線を代表する中間駅である枚方市駅と周辺エリアの再開発に、最重点プロジェクトとして取り組んでいます。

枚方市は人口40万人超の中核市で、北河内エリアの中心地です。再開発には枚方市などとの連携も重要ですので、時間をかけて取り組みたい。そして、「駅」のあり方も改めて検討してみたい。これまでの駅のような機能性と利便性だけにとどまらず、もう一歩踏み込んで夢のあるモノにしていきたい。駅全体を大きなコンセプトで統一し、京阪沿線ならではのライフスタイルを発信する「次世代の駅」づくりにチャレンジしたいと考えています。