平成23年度事業計画書

自　平成 23 年 4 月　1 日

至　平成 24 年 3 月 31 日

Ⅰ　平成23年度基本方針

１．平成２３年度基本方針

SC協会は平成 22 年度、第 38 回定期総会にて、新公益法人制度が実施される中、一般社団法人の共益的活動を目的とする非営利型法人への移行が決議された。これを受けて、総務委員会を中心に、移行後の定款変更案や公益目的支出計画案の作成を進めた。

会員委員会では、会員サービスメニューの 1 つとして新たに、会員専用サイトの中に、会員企業検索システムを立ち上げ、まず賛助会員からサービスを開始した。今後、テナント会員及びディベロッパー会員へのサービスを立ち上げていく。これなどは、移行後の会員サービスの柱の一つと期待される。

本年 1 月には恒例の日本ショッピングセンター（SC）全国大会が、昨年に引き続き横浜で開催された。会員企業の皆様のご協力を得て、3 日間で 36，400 名にご参加いただいた。

平成 22 年度は、景気は全体としては海外経済の回復や政策効果を背景に緩やかな回復が見られたが、足下では海外景気の下振れ、雇用所得環境の停滞等懸念材料があった。そうした中、小売業全体の売上は依然厳しい状況であり、SCの売上は回復の萌芽は見られるもの、一進一退の状況が続いたが、3 月 11 日の震災で状況が大きく変わった。

平成23年度は、平成22年度末に起きた東日本大震災の影響下、厳しい経済環境が続くことを認識し、こうした時期にこそ会員各社に支持されるよう、協会活動を一層強化していく。

大震災の復興支援策については、具体的には公共政策委員会を中心に策定し、実施をしていくが、1. 大震災の復興支援策等の検討、2. 夏の電力供給不足への対応の二本柱を軸にする。

その一方、第 5 回日本SC大賞、第 3 回地域貢献大賞の選考については大震災の影響を鑑み、実施を 1 年延期する。

平成 23 年度の基本方針は次のとおりである。

1. 大震災の復興支援策の立案、実施
2. 夏の電力供給不足への対応
3. 会員支援のさらなる強化と支部活動の一層の活性化
4. 新公益法人制度における、一般社団法人への移行準備
5. まちづくりへの積極的な関与と取組み強化
6. タイムリーなSC情報の収集及び発信力のさらなる強化
7. SC協会第 4 次運営計画の策定

以上

Ⅱ 会 議

1. 定期総会

第 39 回定期総会(平成 23 年 5 月 19 日)

2. 理事会

第 1 回理事会(平成 23 年 5 月 19 日)
第 2 回理事会(平成 23 年 5 月 19 日)
第 3 回理事会(平成 23 年 7 月 26 日)
第 4 回理事会(平成 23 年 10 月 25 日)
第 5 回理事会(平成 24 年 3 月下旬)

3. 企画会議

第 1 回企画会議(平成 23 年 4 月 25 日)
第 2 回企画会議(平成 23 年 7 月中旬)
第 3 回企画会議(平成 23 年 10 月中旬)
第 4 回企画会議(平成 24 年 3 月中旬)

Ⅲ 支部活動計画

支部名	活 動 計 画
北海道支部	(1) 支部総会(平成 24 年 3 月) (2) 運営委員会(6 月、平成 24 年 1 月) (3) 支部セミナー(平成 24 年 3 月) (4) ロープレ北海道支部大会(10 月 28 日、札幌プラニスホール) (5) 北海道万引防止ウィーブネットワーク定期総会出席(5 月)
東北支部	(1) 支部総会・講演会(平成 24 年 2 月下旬～3 月上旬) (2) 運営委員会(6 月、9 月) (3) ロープレ東北支部大会(11 月 21・22 日、ホテルメトロポリタン仙台) (4) 研修会 ロープレ事前研修(8月下旬～9月上旬) (5) 秋の懇親会・懇親ゴルフ大会(10 月)
関東・甲信越支部	(1) 支部総会(平成 24 年 2 月下旬～3 月上旬) (2) 運営委員会(6 月、12 月、平成 24 年 3 月) (3) 研修会(7 月、平成 23 年 2～3 月) (4) ロープレ支部大会 ・関東・甲信越地区大会(9月12～16日 丸ビルホール) ・東京地区大会(10 月 4～6 日 アレーナホール)
中部支部	(1) 支部総会(平成 24 年 3 月上旬) (2) 運営委員会(5 月、9 月、平成 24 年 3 月) (3) セミナー及び講演会(11 月、平成 24 年 3 月) (4) ロープレ中部支部大会(11 月 8～10 日 ウインクあいち)
近畿支部	(1) 支部総会(平成 24 年 3 月初旬) (2) 運営委員会(年間3回開催) (3) SC経営士会近畿ブロックとの研究会 (4) ロープレ近畿支部大会(9 月 27～30 日 ホテル京阪京橋) (5) 支部主催「SCフォーラム」
中国・四国支部	(1) 支部総会(平成 24 年 2 月下旬～3 月上旬) (2) 運営委員会(7月中旬～下旬、10 月上旬、平成 24 年 2 月下旬～3 月上旬) (3) セミナー、懇親会(平成24年2月下旬～3月上旬) (4) ロープレ中国・四国支部大会(10 月 18～19 日 広島 YMCA ホール)
九州・沖縄支部	(1) 支部総会(平成 24 年 2 月下旬～3 月上旬) (2) 運営委員会(7～8 月、平成 24 年 2～3 月) (3) セミナー(7～8 月、平成 24 年 2～3 月) (4) ロープレ九州・沖縄支部大会(11 月日 16・17 日 西鉄ホール)

Ⅲ 委員会事業計画

1. 総務委員会

1. 平成23年度 基本方針

⑴ 新公益法人制度への対応

⑵ 第4次SC協会運営計画の策定

⑶ 平成23年度予実算管理の徹底

⑷ 各委員会事業計画の進捗状況の把握

⑸ SC協会40周年事業の検討

⑹ 事務局改革フェーズⅣの推進

2.　会員委員会

1.　平成23年度 基本方針

会員のニーズに応え、より会員のための協会となるべく、平成 23 年度は会員満足度の向上をキーワードに活動すると同時に、支部、委員会にも働きかけていく。
また、会員数は 935 社を下回らないことを目標とする。

2．事業計画（骨子）

（1）全会員参加型の仕組みづくり

①会員ニーズの掘り起こし

協会事業から、会員ニーズを掘り起こし、協会活動に生かす。

②会員ニーズに沿ったテーマ別研究会等の開催

委員会、支部活動等協会事業を通して、会員同士の交流を図り、ネットワークづくりのサポートをする。

③協会事業への参加率の向上

支部と連携しながら、協会活動に参加しやすくなる仕組みの検討と実施。

④研究テーマの検討と実施

ＳＣ業界内で今問題となっているテーマ、課題を抽出し、研究する。

⑤協会活動のＰＲ

他団体、商店街等の意見交換や交流会の開催し、ＳＣ協会の存在を認知してもらい、入会にもつながるようにする。

（2）企業検索システムの本格稼働

全会員運用開始となるため、マッチングという本システムのメリットをわかりやすく告知するとともに、使いやすいシステムにし、活用度を向上する。

3. 公共政策委員会

1. 平成23年度　基本方針

東日本大震災後、我が国の景気は低迷している。さらに、今夏の電力供給不足への対応も景気に大きく影響すると考えられる。そうした中で、SCの売り上げも対前年をクリアできず、厳しい状況にあるが、その一方で新しい切り口やMDといった経営戦略で消費者や生活者の支持を得て、成長しているテナントやSCもあることも事実である。

平成23年度、公共政策委員会はこのような社会・経済環境の変化の中で、大震災後の復興支援策、あるいは今夏の電力供給不足への対応等を検討するとともに、SC業界が新たな成長戦略を構築できるような施策に対する研究や提言を行っていく。

2. 事業計画（骨子）

＜継続事業＞

(1)SC関連税制の研究と平成 24 年度税制改正要望

少子高齢化社会、新たな社会保障制度等を見据えた上で、消費を喚起するような税制、SC経営に影響を与える税制（環境関連税制やまちづくり税制など）を研究し、提言していく。

(2)SCのリスクマネジメントの研究とガイドラインの作成

平成 22 年度の「SCリスクマネジメント・ガイドラインその1」に続き、SC営業管理上発生するリスクマネジメントの内、クレーム処理、万引防止を取り上げ「ガイドラインその 2」として報告書を取りまとめる。

(3)SCの地域貢献ガイドラインの見直しとフォローアップ

現在公表している「SC地域貢献ガイドライン」は、2007 年 2 月に作成された。基本的には本ガイドラインを踏襲しつつも、各自治体が定めている地域貢献に関する条例など時代の変化に応じ変更や追加すべき部分がないかを検証する必要があると思われる。

また、“雇用の創出”などSCが地域貢献に果たしている役割などを、マスコミを通じて積極的にPRしていく。

(4)国際会計基準（IFRS）の研究

2015年または2016年に強制適用が予定されている国際会計基準がSC経営にどのような影響を与えるかについて、SCに関係する項目（ポイント引当金、売上高計上、引当金など）をピックアップし、他団体（不動産協会、百貨店協会など）と情報交換などを行うとともに具体的に研究を行い、会員に情報提供する。

＜新規事業＞

(1)大震災の復興支援策等の検討

景気の回復がひいては被災地の復興に資することになる。そのためには、内需の拡大を図り、個人消費を回復させることが必要である。そこで、「復興のためのチャリティーセール」、「被災地の特産品の販売支援」、あるいは「被災により職場を失った人々の雇用促進」などの復興支援策を検討する。

(2)夏の電力供給不足への対応

大震災の影響を受けて、今夏は全ての企業において電力供給不足の対応が求められるが、この対応についても本委員会で検討する。

(3)SCにおける分煙対策の研究

神奈川県の受動喫煙防止条例(2010年4月)が施行され、SCや飲食店などでは全館禁煙、喫煙施設の設置が義務付けられた。このような動きは兵庫県等他の地方自治体にも波及しようとしている。分煙化自体は健康被害の防止という観点からは必要な措置と考えるが、SC経営にとって費用負担等が生じる、または建物構造上、喫煙室を設けることが困難な場合もある。そのため各地方自治体や国の分煙化の動きを研究する。

4.　環境対策委員会

1. 平成23年度　基本方針

(1)SCにおける再生可能エネルギー(太陽光、風力等)活用策の研究
(2)SC業界の省エネ・節電実施状況の把握
(3)3R、ゴミ処理などの環境対策を研究、提言
(4)会員各社の環境対策に資する情報提供や啓蒙活動の充実
(5)SC協会及びSC業界の環境対策活動を広く知らしめるPR活動の充実
(6)国や地方自治体施策への提言等

2. 事業計画(骨子)

(1)平成 23 年度エネルギー調査(平成 22 年度分)の実施

・参加企業・SCの増加

平成 22 年度　71 社・336SC

⇩

目　標　　100 社・500SC

・省エネ法・東京都条例等各種報告書と連動した調査項目などの改善

(2)対策セミナーの見直し

(3)情報提供等

・HPの環境コーナーの内容刷新と充実
・SC環境対策ガイドラインの更新

(4)PR活動

・SC業界や各SCの環境対策の事例をまとめた冊子を作成し、マスコミや消費者団体などに配布

5.　人材育成委員会

1. 平成23年度　基本方針

(1)　23年度は、再構築したセミナーを中心に、常に問題点・課題を意識し、迅速な対応を心掛け、改革・改善をしていく、という3点を念頭に人材育成業務を遂行する。

(2)　セミナー、海外研修、通信教育、ＳＣアカデミーを中心に、ＳＣに特化した付加価値あるテーマ(内容)を設定し、高度化、専門化をキーワードに実施する。

(3)　協会設立30周年の15年度にスタートした冠講座も23年度で丸9年となる。これを契機に着地点を探り、協会設立40周年の25年度を目途に具体化を目指したい。また、懸案であるeラーニングの可能性も研究する。

2. 事業計画(骨子)

(1) 人材育成事業について

① セミナーについて

a. 年間開催本数を41本とする

b. セミナー形態については22年度に引き続き、様々な形を取り入れる

c. 時代に即したテーマ、会員ニーズの高い新規テーマを取り入れる。

例)・『新顧客創造･･･インバウンド対策、シニアマーケット』

② 海外研修について

・平成23年度は4本実施する。米国SCの視察研修は初心者・初級者向けと中堅者以上向けとした対象者を分けた２本設定とし、訪問都市も2都市以内、期間も7日間以内にし、より参加のし易い料金設定で催行したい。そして、「ＳＣとまちづくり」をテーマにヨーロッパ、また、昨今のＳＣ開発が目まぐるしいトルコを含め以下の４本を予定する。また、参加企業の幅を広げるために、海外セミナー参加企業などへのアプローチを積極的に行う。

・米国･･･対象を分け、2本を実施する

初心者・初級者を対象

米国の代表的かつ色々なタイプのＳＣが集まるロサンゼルス都市圏を中心に米国西海岸ＳＣの視察研修

中堅者以上を対象

ライフスタイルセンターの検証や今後の方向性、また市街地再活性化事例を学べるニューヨーク都市圏を中心とした米国東海岸ＳＣの視察研修。

・ヨーロッパ

ヨーロッパ視察については、今年度に引き続き、「ＳＣとまちづくり」をメインテ

ーマにしつつ、ファッションストリートや百貨店、路面店も視察し、ヨーロッパの流通事情も学べる視察研修をしたい。

・アジア

当協会月刊誌「SC JAPAN TODAY」にも寄稿していただいている世界のSCに精通して　いる方からのヒアリングやICSCの「Shopping Center Awards」でも数多くの受賞SCを出しているトルコのＳＣを視察したい。

近年のトルコのＳＣ開発は目まぐるしく、環境に配慮したグリーンディベロップメントのＳＣやデザイン性にも優れているＳＣが数多く開発されており、この状況は当協会として情報収集をしておかなくてはならない国だと考える。

③ ＳＣアカデミーについて

・経営者層育成を目的としたＳＣ業界唯一のビジネススクールとして、より高度な研修を目指す。

・5期は1～3期と比較して実践面を強化した4期を基本的に継続・発展する形をとっている。

④ 通信教育について

通信教育は、22年度下期に着手した全面的なテキスト改訂が23年度上期を目途に完成させ、下期から新テキストによる通信教育をスタートする。

a. 全体編集の方針

・時代に対応した内容・構成共、全面改訂する。

・ビジュアルを活用した、わかりやすい記述。

・数値データ・関連法規改正は別扱いにし、長期利用に耐える基本内容を網羅。

b. テキストの分類と冊子構成

従来は、「ＳＣ管理運営講座」テキスト、「ＳＣ開発講座」テキストの二つに大きく分類されていたが、ＳＣの定義や理念、歴史の発展など、内容の重複が多いため、今回は、本文テキストを（1）「ＳＣ原論講座」テキスト、（2）「ＳＣ開発講座」テキスト、（3）「ＳＣ管理運営講座」テキストの３分類とし、時代に合わせて変化する参考データや法規類は、別冊１「ＳＣに関連する数値データ集」、別冊2：「ＳＣの関連法規改正集」として、随時増補改訂しやすくする。

テキストの分類と冊子構成表

	テキスト名	ＳＣ開発講座	ＳＣ管理運営講座
テキスト	「ＳＣ原論講座」	共　通	
	「テキスト１」	ＳＣ開発講座１	ＳＣ管理運営講座１
	「テキスト２」	ＳＣ開発講座２	ＳＣ管理運営講座２
	「テキスト３」	ＳＣ開発講座３	ＳＣ管理運営講座３
別冊	「ＳＣに関連する数値データ集」	共　通	
	「ＳＣの関連法規改正集」	共　通	

⑤ サポート関連(講師派遣)について

「ＳＣ接客ロールプレイングコンテスト」と連動したプログラムは既に一つの柱となっているが、二つ目の柱としてディベロッパー向けカリキュラムを強化する。既に実績のある鉄道系ディベロッパーを中心にアピールをする。

(2) 社会貢献について

① 冠講座について

下記2校で実施を予定。

前期　流通科学大学（初）　　後期　立教大学（初）

② インターンシップコーディネートの実施について

上記については22年度をもって一旦休止する。

セミナー実施案

（実施予定本数･･･41本　※★は新テーマ）

月	№.	テーマ	開催日
4 月	1	『SC 基本管理運営セミナー』 ①東京	4/27,28
5 月	2	『SC 基本開発セミナー』 2 日間	5/11,12
	3	『最新のテナント情報提供セミナー』	5/13
	4	『SC の CS（ES 含む）向上セミナー』	5/20
6 月	5	『SC 販促・イベントセミナー』 2 日間	6/9,10
	6	『SC テナントサポート力強化セミナー』	6/17
	7	『SC 駐車場対策セミナー』	6/29
7 月	8	『SC の今後の成長戦略を探るセミナー』	7/6
	9	『SC におけるテナント従業員教育セミナー』 ①	7/15
	10	『SC 緑陰トップフォーラム』※東北開催予定	7/
	11	『SC テナントリーシングセミナー』	7/27,28
8 月	12	『SC 法律セミナー』	8/5
	13	『店長・SV 向け　ショップスタッフへのコーチング』★	8/10
	14	『SC 運営の基礎知識を学ぶ 第 1 回「SC 管理運営の基礎知識」』	8/25
	15	『最新の海外情報セミナー』①欧米	8/30

9 月	16	『SC 運営の基礎知識を学ぶ 第 2 回「SC テナント営業管理の基礎知識」』	9/1
	17	『SC 運営の基礎知識を学ぶ 第 3 回「SC 販売促進の基礎知識」』	9/8
	18	『SC 運営の基礎知識を学ぶ 第 4 回「SC テナントミックス、リーシング、出店契約の基礎知識」』	9/15
	19	『SC 運営の基礎知識を学ぶ 第 5 回「SC テナント更新、リニューアルの基礎知識」』	9/22
	20	『空きスペース（空床）対策セミナー』	9/28
10 月	21	『NET 販売・E コマース活用セミナー』	10/12
	22	『SC テナントミックス再構築セミナー』	10/14
	23	『SC 秋晴れトップフォーラム』　※東京開催予定	10/
	24	『SC 基本管理運営セミナー』 ②大阪	10/26, 27
	25	『顧客情報活用セミナー』	10/28
11 月	26	『新顧客創造セミナー』★	11/9
	27	『SC 出店契約書作成セミナー』	11/11
	28	『SC リニューアルセミナー』	11/18
	29	『SC アカデミー　スペシャルバージョン』	11/24, 25
12 月	30	『危機管理対策セミナー』　②	12/2
	31	『SC におけるテナント従業員教育セミナー』 ②	12/8
	32	『新視点での経営戦略を探るセミナー（賃料関連）』	12/9
1 月	33	『SC 契約実務対策セミナー』	1/27
2 月	34	『飲食ゾーン活性化セミナー』	2/3
	35	『最新の海外情報セミナー』②アジア	2/10
	36	『SC テナント営業管理を学ぶ第 1 回』★	2/16
	37	『SC テナント営業管理を学ぶ第 2 回』★	2/23
3 月	38	『SC テナント営業管理を学ぶ第 3 回』★	3/1
	39	『クレーム対策セミナー』	3/16
	40	『SC マネジャー交流セミナー』	3/23
	41	『テナント退店・倒産対応セミナー』	3/28

海外研修実施案

実施時期	訪　問　先
２０１１年　６月 ※中堅者以上を対象	米国東海岸（ニューヨーク、他）
同年　１０月	ヨーロッパ
同年　１１月	トルコ
２０１２年　２月 ※初心者･初級者を対象	米国西海岸（ロサンゼルス、他）

平成23年度 第5期ＳＣアカデミー概要

１．趣旨

当協会は昭和48年＝1973年の設立以来、業界の人材育成に重点を置き、現在までセミナー、海外研修、通信教育、ＳＣ経営士制度等の各種プログラムを実施し、ＳＣ業界の人材育成に寄与して参りました。

協会設立後36年が経過し、厳しい経済環境の下、ＳＣ数も3,000を超えるなど成熟期を迎え、一方では、所有と経営の分離が進むなどＳＣ業界は今変革の時期を迎えております。この変革期に当たり、協会では次世代のＳＣ経営者層の育成を目的として、ＳＣを学術的・体系的に学び、ＳＣの新潮流、将来動向についても理解を深めていただくための新プログラム=ＳＣアカデミーを平成19年に創設し、これまでに147名が卒業しました。また、平成23年4月からの第5期ＳＣアカデミーは31名でスタートしました。

２．開催要領

(1) 会　場　　(社)日本ショッピングセンター協会会議室

(2) 期　間　　平成23年4月～平成24年３月

(3) 時　間　　金曜日　18:30～20:30

(4) 受講料　　420,000円（税込）

(5) 定　員　　30名

(6) 対　象　　ＳＣ及び関連企業の中堅社員(ＳＣに関する実務経験5年以上を目安とします)

(7) 指導教授と主な講義内容(カリキュラム)　(敬称略)

・統　　括　　大甕　　聡　(社) 日本ショッピングセンター協会 専務理事

・ＷＧ会議リーダー　　〃　　〃

・アドバイザー　　太田巳津彦　㈱ワイ・キャップコンサルティング 代表取締役

○ＳＣ序論(合宿研修　６単元)　及川　亘弘　㈱まちづくりコンソーシアム 取締役

①開講にあたって／②構想力と地域創造試論（仮）／③SC及び流通業の現状と環境変化④SCの歴史的変遷と先進国アメリカとの相違点／⑤混迷するSC環境をいかに乗り切

るか⑥グループディスカッション

○ＳＣ経営論Ⅰ(8単元)　藤山　正道　NPO法人再開発ビル活性化ネットワーク 理事長
①SC経営の構造と戦略／②SCのガバナンス体制／③SCのマネジメントⅠ（ＳＣ経営とマーケティング）④ＳＣのマネジメントⅡ（ＳＣ経営とイノベーション）／⑤SCと不動産の経営環境⑥小売業の経営　革新と成長戦略／⑦SCと環境問題　（鼎談）／⑧グループディスカッション

○ＳＣ経営論Ⅱ(7単元)　筒井　光康　㈱ソフトクリエイション 代表取締役社長
①地域社会を牽引するSCの役割／②地方都市の変容と地域経営／③都市計画視点からのSCの位置づけ④欧米におけるSCと「まちづくり」／⑤まちづくり時代のSC／⑥事例研究：地方におけるSC開発と運営／⑦グループディスカッション

○ＳＣ事業実践論(７単元)　西山　貴仁　東京急行電鉄㈱ 商業部課長
①SC開発論Ⅰ／②SC開発論Ⅱ／③SC管理運営論Ⅰ／④SC管理運営論Ⅱ／⑤SCの情報活用戦略／⑥SC経営と法律／⑦グループ演習

○特別研修(4単元)　早川　一明　まちづくりプランナー 代表
①特別講義Ⅰ／②現地事例研修Ⅰ／③現地事例研修Ⅱ／④特別講義Ⅱ

6. 情報委員会

1.平成23年度 基本方針(案)

SCを取り巻く環境の中で「生産年齢人口減少と少子高齢化」、「インバウンド」、「ｅコマース」の３点が当面の課題と思われる。この３点を情報委員会としてどのように発信していくかを検討する。また、東日本大震災関係の内容を企画する。

各媒体（月刊誌、Ｗｅｂ、メールマガジン）の棲み分けはほぼ終了した。その中で、官公庁から頻繁に来る大震災に関する通達や依頼は、いち早くWebで掲載したりメールマガジンで配信し、周知徹底を図る。特に、公共政策委員会で検討されるであろう内容は、できるだけ逐一報告していく。

協会発行物の電子化については、紙媒体、電子媒体それぞれの長所、短所を見極め、それぞれのバランスを図りながら推進していき、“電子化元年”としていきたい。

2. 事業計画骨子(案)

(1)月刊誌（「SC JAPAN TODAY」）

編集面では、先行きが見通せない厳しい時代に立ち向かっていくために、読者の日々の業務に効果を発揮する特集企画を数々企画していく。また、東日本大震災に関する内容を企画する。

広告面では、“SC業界唯一の月刊専門誌”という「SC JAPAN TODAY」の媒体特性を武器に、一層の広告集稿増加を狙っていきたい。

昨年末から新しい電子書籍端末が登場しており、電子書籍市場は今後伸びが期待されている。広がりつつある電子書籍に対応すべく、「SC JAPAN TODAY」の電子書籍化について昨年来、研究をしてきたが、電子書籍市場拡大のスピードなどを見極めながら、対応していきたい。

(2)SC情報化

協会活動を広くPRする目的で「一般のページ」の充実を図ってきたが、会員サービスとして位置付けられている「会員のページ」の利用促進のため、こちらのコンテンツを見直していく。

メルマガ配信数の増については、協会主催の各種会合等で積極的に勧誘していき、現在のほぼ５割増しとなる、3,000件を目指し、スピーディーかつタイムリーに配信していく。

(3)広報

ニュースリリースをマスコミに一方的に配信するだけでなく、Webから積極的にとっていただくような体制作りをし、「協会の見える化」を図る。

7. 調査研究委員会

1. 平成23年度 基本方針

調査研究委員会のミッションは、

①会員企業の経営判断に資する調査分析結果を提供する。

②正確な業界動向を迅速に内外に公表する。

に集約される。

本格的なSCが誕生して40年余り、市場の変化・流通業の発展とともにSC業界は絶えず変化し、また昨今では、グローバル化や少子高齢化、ネット販売の伸長といった外的要因や、小売業界の再編といった、SC業界を取り巻く環境は急速に変化しており、これまでの慣例では対応できなくなっている。このような状況下において、調査研究委員会では、業界の変化を的確に捉え、調査項目や内容、分析方法を適宜見直す体制を整備し、研究を行っていく。また、調査で得られたデータ等を迅速に提供し、会員サービスの向上をはかる。

2. 事業計画（骨子）

①調査全般

調査関連の基本項目（SCの全体像を表す面積や、業種分類、物販以外の売上の考え方、立地、キーテナント等）については、グローバルスタンダードを見据えつつ、見直しと標準化を図る。東日本大震災以降の動向の把握。

②販売統計調査は、従来どおり月次および年間調査を実施する。さらにトピックとして、例えばバーゲン時期や、年末年始の販売動向調査を行う。また、業種別（物販・飲食・サービス）売上集計を7月調査（6月度）にて発表予定である。

③賃料・共益費調査

1）媒体の電子化

要望の多かった集計表（エクセルファイル）を、会員のページに掲載する。従来は会員には1冊無料贈呈し、2冊目以降は会員価格（1,050円）にて販売したが、今後は全て会員は無料で提供する。会員外は、電子ファイルを従来と同額（5,250円）にて販売する。

2）サンプル数の増加

2010年版326SC回収→2011年版380SCの回収を目標とする。

3）前年度に引き続き、総合賃料の考え方を取り入れた調査の実施

④SC白書2011の発刊

2003年より発行する「SC白書」は、毎年前年の全国SCの実態を調査し、SCの現状と業界動向を網羅した研究書であるが、本年5月発行の「SC白書2011」は、例年の内容に加えて、2010年のSC業界のトピックや、2000年代（2001～2010年）の時系列データを掲載する。

⑤調査結果のPRを強化

会員外への販促活動の強化策として、調査結果のアウトラインをニュースリリース等で情報発信する。また情報委員会が作成を予定の「総合パンフレット」を活用し、PRや販促の強化に努める。

8. SC 経営士制度委員会

１. 平成23年度 基本方針

1992 年にＳＣ経営士制度が誕生してから 20 年の節目の年を迎えるにあたり、過去にとらわれることなく、新時代に対応し得るＳＣ経営士制度とするため、前年度に引き続きＳＣ経営士制度全般を抜本的に見直す。
また、これまで以上にＳＣ経営士の存在が広く認められるよう、積極的に広報をする。

２. 事業計画（骨子）

(1) SC経営士制度の見直し

時代の変遷とともにＳＣ経営士自体も大きく変化したため、ＳＣ経営士の定義をはじめ制度自体を抜本的に見直す。2013 年 4 月からの実施を目指す。

(2)第 20 期SC経営士試験の実施

ＳＣ経営士試験の告知を早期に行い、受験者数の増加を目指す。また第 19 期に引き続き、公明正大な試験とする。

(3)SCマネジメントブック〈仮称〉の全面改訂版発行

a. 位置づけ

ＳＣ経営士試験受験のためのテキスト（教科書）ではなく、ＳＣ経営に携わる人およびＳＣの経営管理を目指す人にとっての必携の書・手引書となるものを目指す。

b. 改訂の基本方針

多様な価値観が存在する現在において、(社)日本ショッピングセンター協会としての指針を、全編を通して明確に提示する。そのためには、第 1 章でＳＣの定義、基本理念、編集視点を明記し、戦略的に編集する。
また、ＳＣを取り巻く環境が大きく変化したことに鑑み、現行のＳＣマネジメントブックをベースにしつつも、部分改訂ではなく全面改訂版（新版　ＳＣマネジメントブック〈仮称〉）とする。

(4)SC経営士の認知度アップ

ＳＣ経営士の存在を、ＳＣ業界だけでなく広く一般へも告知し、ＳＣ経営士の存在価値を高めていく。
またＳＣ経営士制度創設 20 年を迎え、第 20 期の新ＳＣ経営士が誕生するため、SC経営士制度自体のPRを、積極的に行う。

(5)登録更新講習の実施

ＳＣ経営士のレベルアップのための登録更新講習を実施する。テーマについてはタイムリーなものとする。

全国大会推進本部

1. 平成23年度（第36回） 基本方針

第 36 回日本ショッピングセンター全国大会は委員会間の情報共有を図りながら、運営のレベルアップ、内容のさらなる向上、広報の強化に努めつつ、下記の概要で開催する。

2. 事業計画（骨子）

(1) 各事業別日程について

・シンポジウム・セミナー　　平成 24 年 1 月 18 日（水）～20 日（金）
・SC接客ﾛｰﾙﾌﾟﾚｲﾝｸﾞｺﾝﾃｽﾄ　　1 月 20 日（金）
・SCビジネスフェア　　1 月 18 日（水）～20 日（金）

(2) 特記事項

①開会式について

・開会式では、通常通り SC 経営士認定証授与を行う。

②閉会式について

・閉会式は行わない。
・従来の閉会式は SC 接客ロールプレイングコンテストの表彰式が終了すると同時に、参加者が激減する傾向があることと、競技と一体化した表彰式を希望する同実行委員会からの要望により、次回からはコンテスト会場における表彰式のみとする。
・ただし、各実行委員会相互の交流を図るため、大会終了後に改めて実行委員会合同の打ち上げを開催し、次回に繋げる。

③合同企業説明会について

・懸案となっていた合同企業説明会をビジネスフェアの併催として 3 日目に開催する。

④シンポジウム・セミナー、懇親パーティー会場について

・第35回で課題となった初日のセミナー、懇親パーティーの会場が手狭だった点やクロークの問題を解決する会場設定とする。

(3) 会場・パシフィコ横浜について

・今回 36 回の会場仕様については、上記を踏まえて次の通りとする。

・SC ビジネスフェア	展示ホール
・開会式 ・シンポジウム・セミナー・懇親パーティー	アネックスホール

・出展者交流パーティー ・ショッピングセンター合同企業説明会	
・接客ﾛｰﾙﾌﾟﾚｲﾝｸﾞｺﾝﾃｽﾄ	会議センター1 階

（参考）

前回（35 回）の場合

・SC ビジネスフェア	展示ホール
・開会式・閉会式 ・シンポジウム・セミナー・懇親パーティー ・出展者交流パーティー ・接客ﾛｰﾙﾌﾟﾚｲﾝｸﾞｺﾝﾃｽﾄ	会議センター

（4）後援・協賛関連について

・新たに協賛として日本チェーンドラッグストア協会を加えた。その理由は、経済産業省と流通団体との定例懇談会のメンバーで唯一協賛団体に入っていなかったことと、ドラッグストアという業種が SC 業界と関係性が深いため。

・また、後援としては朝日、毎日、読売各新聞社に新たに依頼する。

主　　催　社団法人　日本ショッピングセンター協会

後　　援　経済産業省、国土交通省、農林水産省、中小企業庁、横浜市
日本経済新聞社、**朝日新聞社、毎日新聞社、読売新聞社、**繊研新聞社
（順不同）

協　　賛　日本商工会議所、日本小売業協会、全国商工会連合会、日本百貨店協会、日本チェーンストア協会、（社）日本専門店協会、（社）日本フランチャイズチェーン協会、（社）新日本スーパーマーケット協会、（社）日本ボランタリー・チェーン協会、日本スーパーマーケット協会、（社）日本フードサービス協会、**日本チェーンドラッグストア協会**、全国地下街連合会、（社）不動産協会、（社）日本ビルヂング協会連合会、全国商店街振興組合連合会、協同組合連合会日本専門店会連盟、（社）商業施設技術者・団体連合会、（社）日本商環境設計家協会、（財）流通システム開発センター、（社）再開発コーディネーター協会
（順不同）

4.第37回以降の方向性

第 1 回を延参加者数 600 名でスタートした全国大会は、3 日間の延参加者数 3 万人を超える規模となった。

しかし、一方、35 回を数える全国大会は次のような様々な課題を抱えることとなった。シンポジウム・セミナーは第 32 回をピークとした参加者減傾向が見られる。また、経営者層である理事の参加率が低迷している。SC 接客ロールプレイングコンテストは逆に参加者増による収支の悪化が今後の課題となる。SC ビジネスフェアはリーシングモールの要の一つであるテナントの出展減、また、春節の関係上、現状の開催時期ではアジアからの出展が望めないという課題がある。この点はアジアのハブを目指す協会としては国際化対応の遅れの象徴ともなっている。

上記課題を解決しさらなる進化を図るため、総会時に併せて全国大会を開催することを検討した。6 月の第 1 週を開催時期と仮定して会場の確保を図ったところ 5 月～6 月については繁忙期につき東京、横浜の会場の手配ができないことが判明した。

その結果を受けて、今後については、該当の会場の情報を収集しつつ、当面は 1 月開催という現状の中で課題を解決することとする。

9. シンポジウム･セミナー実行委員会

1. 平成23年度 基本方針

ＳＣ業界最大のコンベンションである日本ショッピングセンター全国大会の一環として、ビジネスフェアのパネルディスカッション及び出展者プレゼンテーションと差別化し、これぞシンポジウム・セミナーと称されるプログラム内容を提供する。ＳＣ業界が抱える課題解決の場として、また、交流の場としてアピールをする。参加者数は、理事の皆様を始めとする 850 名を目指す。

なお、日程・会場については下記の通り。

日程　平成 24 年 1 月 18 日（水）～20 日（金）

会場　パシフィコ横浜

2. 事業計画（骨子）

⑴ プログラムについては早期に着手し、9月にはプログラム内容・講師ともに決定し、10月の理事会ではパンフレット配布を目指す。

⑵販促については、理事、各支部、各委員会、実行委員のご協力を得て広報し、パンフレット完成時には即時販促をスタートする。

⑶会場については広さ、設備、クローク対応など、快適な環境を提供する。

⑷上記を実行するに当たり、委員会開催数を増やす。

10.　接客ロールプレイングコンテスト実行委員会

1. 平成23年度　基本方針

・全国大会のステータスをさらに高めるため、拡大する一方の支部代表者人数を絞り込む。そのために支部大会では代表者選出を1日あたり1名とし、全国大会への門戸を狭くする。
・支部主催の支部大会という位置付けをさらに高めるため、賞の種類を充実させる。
・「お迎えからお見送りまで」を競技対象としてきたが、販売本来の部分をより重視していくため、お見送りまではしない。

2. 事業計画（骨子）

(1) 支部大会開催日数増への対応

支部大会のエントリーがさらに増えることが予想され、関東･甲信越、中部、近畿、中国･四国支部大会は開催日数を増やす予定。

(2) 支部大会代表者選出について

原則として支部代表は1日あたり1名とする。

(3) 支部大会表彰について

支部代表が減った分、表彰者を多くし、支部大会を盛り上げる。

(4) ＤＶＤ制作･販売について

販売予定のなかった前回は、お客様の要望に応え制作したが、原価に近い価格設定をして販売した。今回は以前の形に戻し、通常の価格で販売する。

12回から15回までの入賞者だけを集めた研修用ＤＶＤは好評だったが、引き続き拡販に努める。

第16回ＤＶＤ（競技記録）　会員　8,400円　会員外 12,600円
研修用ＤＶＤ（第12～15回収録）　会員 18,900円　会員外 29,400円

(5) 大会スケジュール

支部名	開催日数	開催時期	大会会場
北海道	1日間	10月28日㈮	プラニスホール（札幌エスタ）
東北	2日間	11月21日㈪･22日㈫	ホテルメトロポリタン仙台
関東甲信越（関東･甲信越地区）	5日間	9月12日㈪～16日㈮	丸ビルホール（丸ビル７階）
関東･甲信越（東京地区）	3日間	10月4日㈫～6日㈭	アレーナホール（玉川髙島屋Ｓ･Ｃ西館）
中部	3日間	11月8日㈫～10日㈭	ウインクあいち（愛知県労働産業センター）
近畿	4日間	9月27日㈫～30日㈮	ホテル京阪京橋
中国･四国	2日間	10月18日㈫･19日㈬	広島ＹＭＣＡホール
九州･沖縄	2日間	11月16日㈬･17日㈭	西鉄ホール（ソラリアステージ６階）
全国大会		2012年1月20日㈮	パシフィコ横浜

11. SC ビジネスフェア実行委員会

1. 平成23年度　基本方針

(1) わが国SCのさらなる発展を期し、より深化したビジネス活動と情報交流を推進する場を提供してSC業界の発展に尽くす。
(2) リーシングモールの実現を期して、ディベロッパー・テナントの出展数及び質を前回より充実させる。
(3) 関連企業からの、新たな分野の出展増をめざす。
(4) 主催者として広報・PRをさらに強化する一方、出展者に配布する来場者募集パンフレットを増やす等して、来場者の増加に努める。
(5) 会場内の回遊性のさらなる向上をめざし、ゾーニングと小間配置についてさらに研究する。
(6) SCビジネスフェア2012と併せて、「ショッピングセンター合同企業説明会」を実施する。

2. 事業計画（骨子）

(1) SCビジネスフェア2012はパシフィコ横浜展示ホールA・B(10,000 ㎡)を会場とし 380 小間、ショッピングセンター合同企業説明会はアネックスホール(450 ㎡)を会場とし 20 小間、合計で 400 小間の展示規模を目指す。
(2) 来場者数 35,000 人を目標とする。
(3) 3 月から新規を中心に出展募集活動を始め、4 月から過去出展者を含めて出展募集を本格化させる。
(4) 出展料の早期割引制度を実施する。また、テナントや環境ゾーン、あるいは商店街及びまちづくり会社の出展増を狙って、インキュベート企業向けの出展料金を設定する。

SC 経営士会

1. 事業方針

(1)2011 年度統一テーマ案

「時代変化への積極的対応－活動の充実と情報発信」

(2)2011 年度基本方針

当会は、①会員同士の情報交流、②会員の能力向上を 2 本柱とし、交流会や研修会、セミナーなどを通じて、次世代ＳＣ経営のあり方を探求してきたが、引き続き活動を充実させ、併せて、当会の認知度向上のための広報活動にも積極的に取り組む。

2. 具体的施策

(1)地域部会活動

SC 経営士同士の交流、場の提供の更なる充実を図るため、下記の事業を展開する。
また、SC 協会会員との交流も一層深める。

a. グループ別勉強会の開催
b. 各種セミナーの開催
c. 話題の SC 視察及び説明会の開催
d. テナントとデベロッパーの開発担当交流会の開催

(2)専門部会活動

会員の能力向上とＳＣ経営士会のＰＲを目的とする委員会して、今年度は下記の 2 委員会で活動していく。

①能力向上委員会

基本テーマ「転換期のSCマネジメントの方向を探る」(仮題)

a. セミナー開催

・年間３回開催予定

・開催場所

地方会員の参加を促がすことを考慮して、2 回は東京（協会） 1 回は大阪での開催を検討する。

・セミナー出席者の動員促進計画検討

2010 年度は、毎回 20 名程度の出席に留まったため、今年度は出席者の倍増を目指し、改めて動員促進計画を検討する。

b. セミナーの意見交換会

セミナーの講師に対する質疑だけではなく、講演議題をもとにＳＣ経営士間の意見交換を行う

c. セミナー及び意見交換会の成果を取りまとめる

②まちづくり委員会

「まちづくり・地域再生に資する地域とSCの協働」をテーマとした活動を行う。

a. セミナーの開催

b. 地域再生に取り組む地域との連携を図り、具体的事例から手法を検討する ための研究会の開催。

c. これらの活動を都度取りまとめるとともに年間の成果としてまとめる。

(3)総務部会活動

①広報委員会

a. HPを全会員が有効に活用するような具体策を再検討する。

・HP内容の充実 （タイムリーな情報提供、会員個人情報の充実 etc.）

・開催セミナー、会議などについて早期の事前告知と開催結果の掲載

・研究レポート、新情報の掲載

・会の活動状況の公開（議事録、進行状況の掲載）

・会員相互の意見交換

b. 日常活動における情報の収集・発信の明確な仕組みを構築する。

・メールを活用した会員あてのタイムリーな情報提供

・会議の出欠などについて構築されたシステムを活用して効率化を図る。

c. 新たにSC経営士の地位向上を目指して、外部への広報活動を開始する。

会員の研究レポートの外部発表など具体的に実績を重ねるべく踏み出す。

2010 年度に能力向上委員会が作成した「提言」は貴重な第1歩であった。

②業務委員会

SC 経営士会事業の円滑な運営と執行のために、各種会議等の全体調整や事業進捗状況の把握、予算の適切な執行管理、協会を始めとする外部機関との調整等の業務を行なう。