
第26期(2017年度)SC経営士一次試験問題

SC開発

時間 60分

点数配分 100点

注意事項

1. はじめに、受験番号(4桁)・氏名・ふりがなを記入し、受験番号に該当する番号をマークしてください。
2. 解答はすべて、解答用紙に記入してください。
3. 各問題とも解答のなかから最も適切な番号を選び、解答用紙の解答欄にその番号をマークしてください。
4. 記入は必ず、HBもしくはBの黒鉛筆またはシャープペンシルで、○のなかを正確に塗りつぶしてください(ボールペンは不可)。
5. 訂正は、プラスチック製消しゴムできれいに消し、消し屑を残さないでください。
6. 所定の記入欄以外には記入しないでください。
7. 解答用紙は、汚したり、折り曲げたりしないでください。

<記入上の注意>

・マークの仕方

[良いマーク]



[悪いマーク]

チェック



斜め



短い



細い



ハミ出し



薄い



小さい



一般社団法人 日本ショッピングセンター協会

【第1問】(配点8点)

(解答番号は から)

次の文章はSCの開設状況やSCを取り巻く環境に関する記述である。空欄にもっとも適切な語句をそれぞれの語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

2016年(平成28年)に日本全国でオープンしたSCは54施設。2008年(平成20年)にはオープンしたSC数が88と90近くにのぼっていたのに対し、2009年(平成21年)以降はおおむね50～60前後で推移している。各年にオープンした1SC当たりの平均店舗面積は、2008年(平成20年)をピークに がみられる。全国のSC数は、2008年(平成20年)の2,980から2016年(平成28年)には3,211と着実に増えてはいるものの、その伸びは鈍化しており、SC開発が成熟段階に入っているととらえられる。また2015年(平成27年)に13.3%であった への出店が、2016年(平成28年)には29.6%を占めるようになるなど、SCの立地にも変化がみられはじめている。

こうした変化の背景のひとつとして、まちづくり三法の改正が挙げられる。まちづくり三法の改正によって、 の出店が用途地域の変更や緩和などの措置がなくても可能なのは、三大都市圏および政令指定都市においても「商業地域」「 」「準工業地域」のみとなった。こうした出店エリアの制約も、SC開発の抑制となっている可能性が高い。

語群【1～4】

1	1. 周辺地域	2. 縮小傾向	3. 周辺商業地域	4. 近隣商業地域
2	5. 大規模商業施設	6. 大規模集客施設	7. 拡大傾向	8. 広域商業施設
3				
4	9. 中心地域	10. 同規模で推移する傾向	11. 郊外地域	12. 工業地域

2016年(平成28年)の新規開業SCの特徴として、テナント構成の変化が挙げられる。キーテナントを除くテナントの業種別構成比は、物販テナントの店舗数の割合が 割を下回り、飲食テナント・サービステナントの割合が高まった。物販テナントの比率が下がった要因としては、 を中心にモノの販売不振が続いているなか、飲食テナントや に力をいれることで、「食」にアンカー的機能を担わせようという傾向がみられたと考えられる。

一方、2016年(平成28年)のSCの売上効率をみると、キーテナント、テナント(キーテナント除く)ともに2015年(平成27年)に比べて上昇しているものの、それ以前に比べると低下傾向が著しい。特に は、2012年(平成24年)に比べて坪効率が95%にとどまるなど苦戦を強いられている。

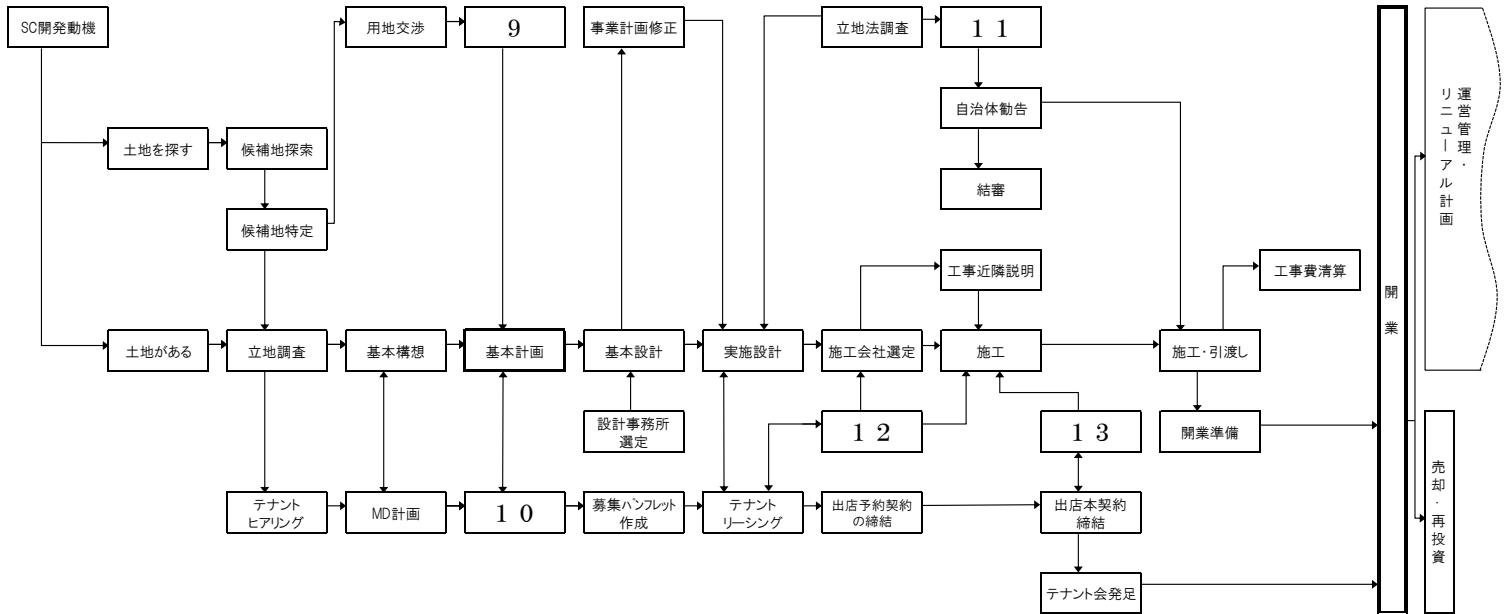
語群【5～8】

5	1. 5	2. アパレル	3. 6	4. 百貨店
6	5. フードコート	6. 7	7. テナント (キーテナント除く)	8. イベント
7				
8	9. 雑貨	10. 休憩スペース	11. アミューズメント	12. キーテナント

【第2問】〈配点16点〉

(解答番号は から)

下図はSC開発の基本的な流れ(SC開発フロー)を示したものである。フローの空欄に適した語句を語群 I から選択し、解答欄にその番号をマークしなさい。



語群 I

9	1. 賃貸基本条件決定	2. 環境計画	3. 土地権利取得	4. 競合分析
10				
11	5. 設計変更	6. 出店計画概要書提出	7. テナント工事監理	8. 開業販促
12				
13	9. 工事発注	10. 内装監理指針書	11. 防災計画	12. 確認申請

また、基本計画に含まれる内容・項目について語群 II から重点となる3項目を選択し、解答欄にその番号をマークしなさい。(順不同)

語群 II

	1. 近隣・地元説明	2. 売上賃料予測
14	3. 事業スキーム	4. サイン計画
15		
16	5. 共益費算出	6. 防災評定
	7. 営業管理規則作成	8. 駐車台数(設定)

【第3問】(配点8点)

(解答番号は から)

以下の文章は、アメリカのSCトレンドからみた高齢化社会におけるSC開発の視点が整理されている。文中の空欄に最も適切な語句を下記のそれぞれの語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

高齢者がSCに行こうと思ったとき最初に思い浮かべるのは、駐車場の場所のわかりやすさや車の停めやすさといったアクセスの良し悪しと言われている。そのため、交通アクセス至便なロケーションで、車を使って来店する適度な広さのSCであれば、各テナント店舗の前やそばに駐車スペースをもつ「」あるいは「コミュニティセンター」といったフォーマットのポテンシャルが高まると考えられる。

アメリカでは、かつての商店街やその周辺の街並みを再生するような「」スキームとよばれるデザインコンセプトが注目されている。このモール形態であれば、クルマ、自転車、バスなどの公共交通機関がストリートに入っただけで済むため、「」としての利便性も確保されている。

オープンカフェやレストランなどが立ち並び夜でも賑わいが絶えない集客力によって、クッキーカッターと言われた従来型の「」には見られない雰囲気づくりに成功したともいえる。

オープンエア・コミュニティ・ビレッジセンターもコミュニティの「」としての評価が高い。コミュニティにおける「サードプレイス」の確保とその付加価値の高さがポイントで、「質の高いレストラン」の導入、ファミリー対応としては「」の整備なども重要といえる。

高齢者への配慮という観点では、ベンチもただ単におけばよいというのではなく、デザイン性に優れたソファなど、風情や質感も重要である。環境面では「」の整備が重要であり、噴水、花壇、池などはコミュニティ型のSCには欠かせないとも言われている。テナントミックスとしては、アパレルストアに代り、「」がアンカーテナントとなっていることも多い。

語群【17～20】

17 18 19 20	1. パワーセンター	2. コンビニエンスセンター
	3. リージョナルモール	4. タウンセンター
	5. ハイブリッド	6. メインストリート
	7. ミックスドユース	8. サステイナビリティ
	9. フリーアクセス	10. スマートシティ
	11. スペシャルティセンター	12. エンクローズドモール

語群【21～24】

21 22 23 24	1. ファッションデパートメントストア	2. 食品スーパー
	3. ギャザリング・プレイス	4. ナイトエンターテイメント
	5. フードマルシェ	6. カフェ
	7. エンターテイメント施設	8. パブリック・ガーデン
	9. キッズスペース	10. フィットネスクラブ
	11. シネマコンプレクス	12. ファストカジュアル

【第4問】〈配点8点〉

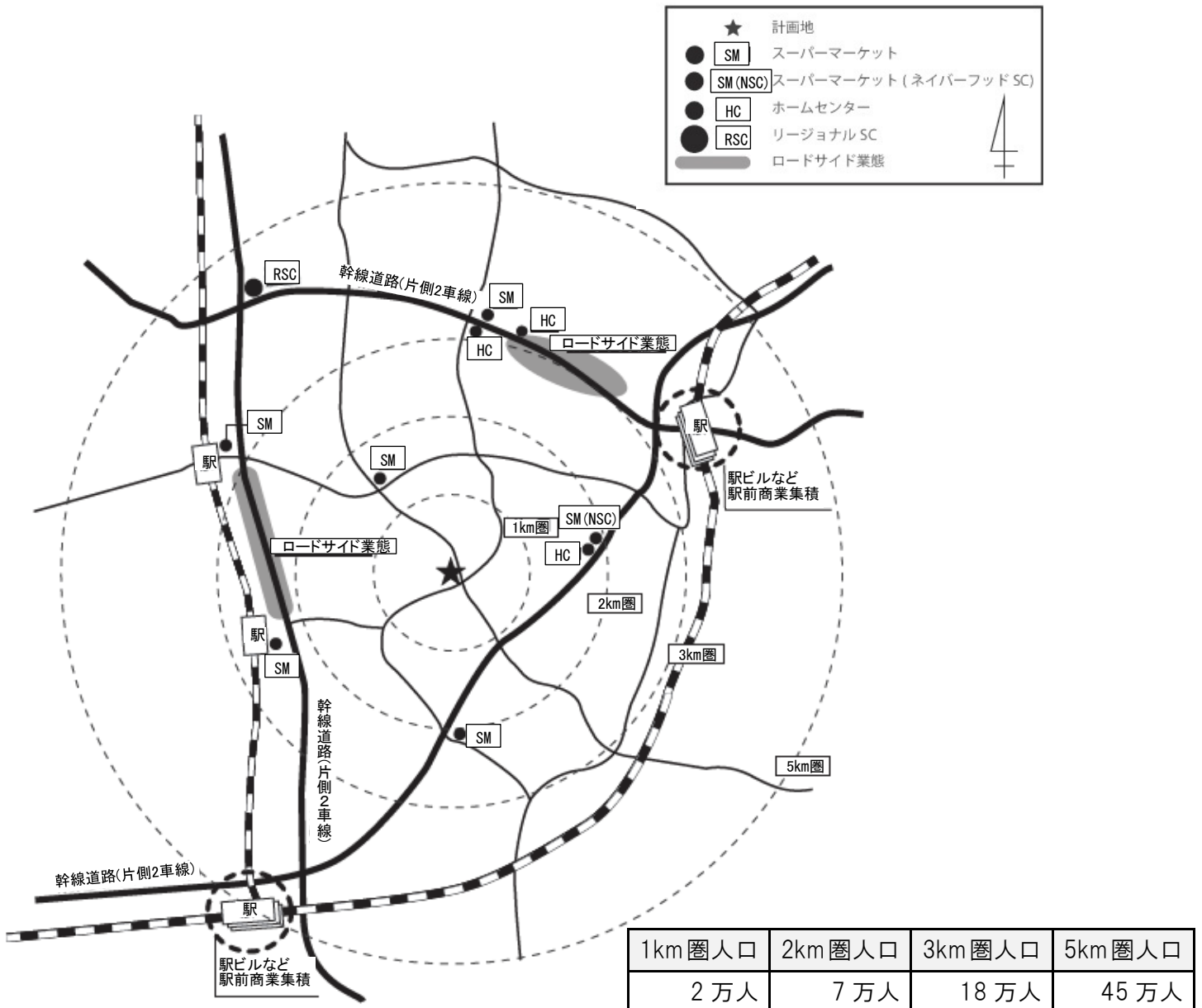
(解答番号は か)

下記のマーケット条件を考慮し、NSCやRSCの成立可能性などに関して、正しいものには1を誤っているものには2を、解答欄にその番号をマークしなさい。

〈条件〉

- ◆計画地★から同心円状の人口規模は1km圏2万人、2km(0~2km)圏7万人、3km(0~3km)圏18万人、5km(0~5km)圏45万人程度。乗用車保有率は約80%、戸建て住宅中心のマーケット。
- ◆計画地周辺には戸建住宅のほか工場などもみられ、東西を走る鉄道の駅に向けて、バス便でのアクセスが良い。
- ◆東側の駅(乗降客数10万人/日)には、駅ビル(店舗面積約1万㎡)、食品スーパー、ドラッグストアなどが出店する駅前商業集積がみられる。また、南側5kmにかかる駅にも同程度の集積がある。
- ◆西側を走る鉄道は各駅とも乗降客数が約2万~3万人/日で、駅前の商業集積は食品スーパーや銀行など日常サービス店舗が点在する程度である。
- ◆西側を走る幹線道路に沿って、計画地から5km程度の位置に店舗面積約4万㎡の当エリアを代表するRSCがある。また、同幹線道路を南下すると、ロードサイド沿いに、ディスカウントストア、家電量販店、紳士服店、レストラン、自動車関連サービスなどがみられる。
- ◆北側約3kmを走る生活道路沿いにも、ホームセンター、SM、ドラッグストア、ロードサイドレストランなどが点在する。
- ◆計画地★は東西方向と南北方向に走る生活道路(ともに片側一車線)の交差点に立地する。

(なお、計画地の敷地面積は、NSCやRSCを計画した場合においても、必要な面積を確保できる前提とする)



25 1 km圏内の食品スーパーを対象とする潜在購買額(市場規模)は概ね22億円程度と考えられる。ただし、1世帯当たりの平均世帯人員は2.2人、1世帯当たりの食料品の消費支出額を年間60万円程度とする。

26 2 km圏内にはNSCや食品スーパーが3店舗みられる。当開発を含めた4店舗で均等シェアしたと仮定すると、食品スーパーが必要とする売上規模に届かず当該立地での成立性は低いと考えられる。

27 当該地でNSCが成立したとしても、周辺駅の駅ビルなどの商業集積によって影響を受けるマーケット特性といえる。

28 潜在購買額や競合環境、アクセスビリティを考慮すると当該地でホームセンターの成立性を見込むことは難しい。

29 立地条件を考慮するとクルマの来店比率はやや低いと考えられるが、利便性の高い駐車場の確保は必須である。

30 5 km圏45万人の人口規模は、地域一番のポジショニングが確保できれば、RSCの必要人口を満たしているといえる。

31 当該地と競合する既存RSCとアクセスビリティを比較すると、既存RSCが勝っている。

32 当該地のSCポテンシャルを総合的に判断すると、アウトレットモールも有力な選択肢と考えられる。

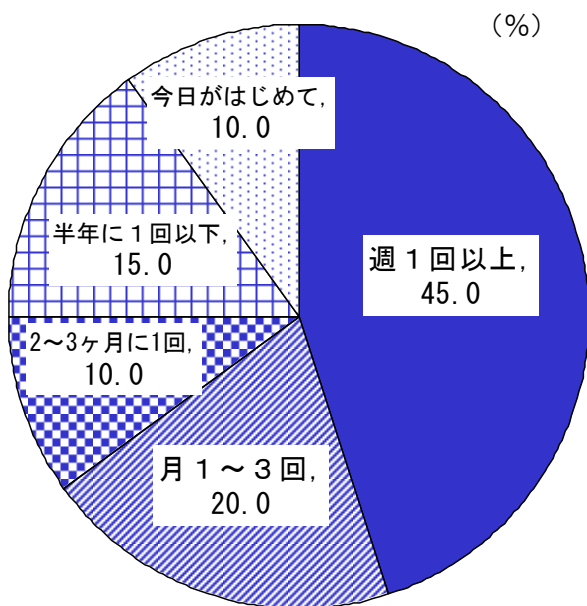
【第5問】〈配点6点〉

(解答番号は から)

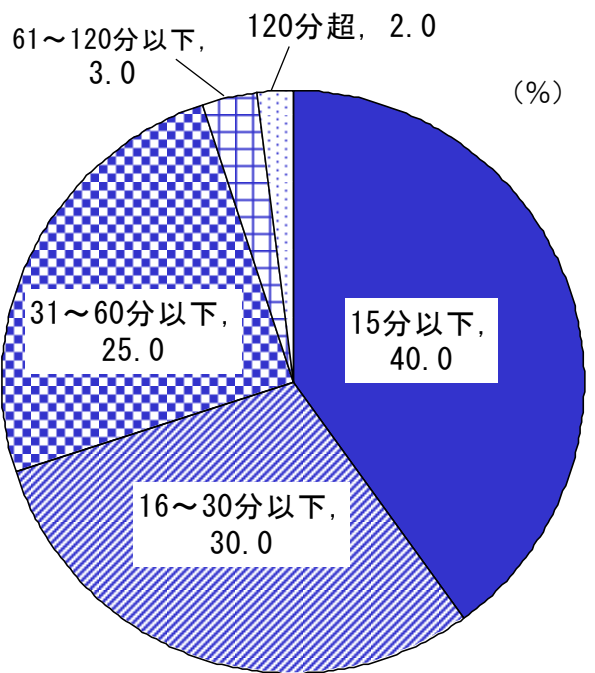
以下の文章は、あるショッピングセンターが行った調査の結果とその考察である。文中の空欄に最も適切な語句を下記のそれぞれの語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

- ◆次のグラフは、あるSCで行った 調査の結果である。
- ◆このグラフをみると、このSCは SCであることがわかる。
- ◆この結果から、このSCの立地は、 であることがうかがえる。こうした立地タイプのSCに求められるのは、 要素であることが多い。
- ◆このSCでは来年の秋に向けて、リニューアルを計画している。このSCのメインターゲットは20代の女性である。ターゲット層に対するグループインタビューを行ったところ、当該SCには、平日の会社帰りにひとりで立ち寄ることが多いことが確認された。また見ていて楽しいお店や、ひとりで気軽に利用できる飲食施設が不足しているといった不満もみられた。
- ◆調査結果を踏まえて、次のリニューアルに向けて導入するにふさわしいと考えられるのは、物販では 、飲食では である。

[来館頻度]



[滞留時間]



語群

33	1. デプスインタビュー	2. 通行量カウント
	3. 来店者アンケート	4. インターネット

34	1. 高頻度&滞留時間の長い	2. 高頻度&滞留時間の短い
	3. 低頻度&滞留時間の長い	4. 低頻度&滞留時間の短い

35	1. 郊外駅立地	2. 都心駅立地
	3. 郊外住宅地立地	4. 観光地立地

36	1. 手軽で便利な	2. ゆったりくつろげる
	3. 高付加価値の	4. 地域コミュニティ向けの

37	1. ラグジュアリーブランド	2. スポーツ用品
	3. 輸入雑貨ショップ	4. ペット・ガーデニング

38	1. 居酒屋・バー	2. フードコート
	3. ファインレストラン	4. カジュアルレストラン

【第6問】(配点8点)

(解答番号は から)

下記の記述は消費者のトレンドやテナントの戦略に関する「SC JAPAN TODAY」の記事の要約である。文中の空欄に最も適切な語句をそれぞれの語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

<消費者のトレンド>

かつてのように海外ブランドの高価なバッグや服にステータスを感じる若い世代は少なく、安くてものを手に入れるのが「おしゃれ上手」という見方もあり、古着にも抵抗感はない。により、情報の主体を握った消費者は、ネットなどを通じさまざまな店やブランドを比較し「価格は安くても質が良い」商品を選択するようになっている。

また、の普及で、たとえばInstagramに服をあげてネタを発信、中古市場で売り買いし、今度は別の服を楽しむといったサイクルが早く、新品にこだわらない消費スタイルも見られるようになった。

<企業の戦略>

これに対する売る側の戦略としては、以下のような取り組みがみられる。

- ◆ (相手先ブランドによる生産)、 (相手先ブランドによる設計・生産) に頼らず、SPA に挑戦、価値あるモノづくりを重視し、再成長させた企業がある。
- ◆ 企業規模が小さくとも、 を絞込み、高い技術力をもった日本の工場で生産し高品質ながらリーズナブルな価格設定によって成長している企業もある。
- ◆ 顧客が参加できるキャンプを開催するなど顧客とのつながりを深め、 イメージを喚起させることに成功したアウトドアブランドもある。
- ◆ リアル店舗の売上が減少している書店の中には、カフェなどの飲食業態の併設によって を提供したり、雑貨など書籍以外の商品の導入や、ネットからリアル店舗への送客を狙った など様々な取り組みに挑戦している企業も見られる。

語群

39	1. ファッション雑誌	2. オムニチャネル		
	3. マルチチャネルリテ일러	4. デジタイゼーション		
40	1. オンラインストア	2. オークション	3. リサイクルストア	4. SNS
41	1. OEM	2. ODM	3. OCM	4. EDM
42	1. OEM	2. ODM	3. OCM	4. EDM
43	1. アイテム	2. 素材	3. 流通経路	4. 出店場所
44	1. ファッション	2. トレンド	3. ブランディング	4. ライフスタイル
45	1. 最新情報	2. エンターテイメントスペース		
	3. サードプレイス	4. 休憩場所		
46	1. B2C	2. RFM	3. O2O	4. C2C

【第7問】〈配点10点〉

(解答番号は から)

次の文章は2016年(平成28年)に開業した、あるRSCの環境への取り組みに関するプレスリリースからの抜粋である。空欄にもっとも適切な語句をそれぞれの語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

当SCは、“人と環境に配慮したモール”の実現に取り組んでいます。サインや照明へのLED採用や、効率的かつ環境へ配慮した冷暖房熱源の活用などにより、建物設備負荷の低減、などに努めます。

■取り組みの具体例

- ・喫煙室の換気にはを導入し、ファンの風量を変更することで、効率的な運用を行います。
- ・館内共用部の照明および外部サインは従来の蛍光灯等の球管に替わり、LEDを100%採用しています。
- ・建物の屋根にソーラーパネルを設置し、太陽光発電を行います。
- ・充電エリアを駐車場に設置します。
- ・節水型便器を採用し、トイレ内洗浄水量を抑制します。
- ・と屋上緑化を施し、〇〇市がめざす“緑があふれる”まちづくりの形成に寄与します。また、持続可能な生態系や共生関係を維持するためにへの配慮を行います。

語群

47	1. 資源リサイクル	2. フロンの削減
	3. CO ₂ の削減	4. リユース
48	1. 人感センサー	2. 熱交換換気システム
	3. 空気清浄器	4. 分煙器
49	1. エコカー	2. ハイブリッドカー(HV)
	3. 燃料電池自動車	4. 電気自動車
50	1. グリーンベルト	2. 壁面緑化
	3. 浸透性舗装	4. ミストシャワー
51	1. サステイナブル	2. 雨水利用
	3. 生物多様性	4. ヒートアイランド

【第8問】(配点8点)

(解答番号は から)

次の文章を読み、文中の空欄に最も適切な語句を下記のそれぞれの語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

商業施設では、階数や構造により異なるが、概ね mの歩行距離で避難階段を設ける必要がある。

52	1. 10～20	2. 20～40	3. 50～100	4. 100～200
----	----------	----------	-----------	------------

物品販売店舗においては、各階における避難階段、特別避難階段の幅の合計は、その上階のうち床面積が最大の階の、床面積100㎡につき cm以上確保しなければならない。

53	1. 60	2. 80	3. 100	4. 120
----	-------	-------	--------	--------

「消防法」では、 の物品販売店舗を設ける場合、2か所以上の直通避難階段が必要となる。

54	1. 2階以上に1,000㎡超	2. 3階以上に1,000㎡超
	3. 2階以上に1,500㎡超	4. 3階以上に1,500㎡超

避難階段は附室または を設け、耐火構造の壁で仕切り、避難階まで直通させる必要がある。

55	1. 屋外バルコニー	2. 一時退避スペース	3. スプリンクラー	4. 防火シャッター
----	------------	-------------	------------	------------

【第9問】(配点12点)

(解答番号は から)

下記の表は、あるSC開発における事業計画の設定条件である。この表を参考に、下記の問題でそれぞれの語群よりもっとも適切なものを選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

設定条件		備考
土地(借地)	事業用借地権30年 面積5,000坪 月額地代10,000千円	敷金など考慮せず
建物	建物8,000坪 テナント面積5,000坪 建築総コスト坪600千円	
租税公課/保険料	考慮せず	
減価償却費	建物+設備 定額法 年額200,000千円	金利考慮せず
PMコスト	年間100,000千円(人件費+事務所経費) 販促費 年間50,000千円 (ディベロッパーサイド負担分)	
テナント売上高(予測)	年間100億円(見通し)	
テナント賃料/賃料比率 (予測)	年間8億円 賃料比率8%	共益費などは別途清算したネット(純)賃料
共益費は別途実費精算(維持管理コストなどと相殺)、販促費は別途受領する経費にディベロッパーサイド負担をプラスして実費精算、そのほか収入や支出は考慮しない		

56 土地建物に関するコストやPM費などを考慮した、SCを運営するため最低限必要となる1年間の総コストを求めなさい。

語群

56	1. 270,000千円	2. 320,000千円	3. 350,000千円	4. 470,000千円
----	--------------	--------------	--------------	--------------

57 上記56で求めたコストに対して、損益分岐点となるテナント面積当たりの月坪賃料を求めなさい。

57	1. 約4,500円	2. 約5,300円	3. 約5,800円	4. 約7,800円
----	------------	------------	------------	------------

58 建物関連の総投資額に対する期待利回り10%は、年間いくらになるか計算しなさい。

58	1. 300,000千円	2. 360,000千円	3. 400,000千円	4. 480,000千円
----	--------------	--------------	--------------	--------------

59 キャッシュベースで最低限カバーすべき年間コストを上記58に加算した場合の、テナント面積当たりの期待賃料を求めなさい。

59	1. 9,700円	2. 9,900円	3. 12,500円	4. 15,800円
----	-----------	-----------	------------	------------

60 年間賃料(予測)が8億円の場合、NOI(償却前営業利益)はいくらになるか求めなさい。

60	1. 330,000千円	2. 390,000千円	3. 480,000千円	4. 530,000千円
----	--------------	--------------	--------------	--------------

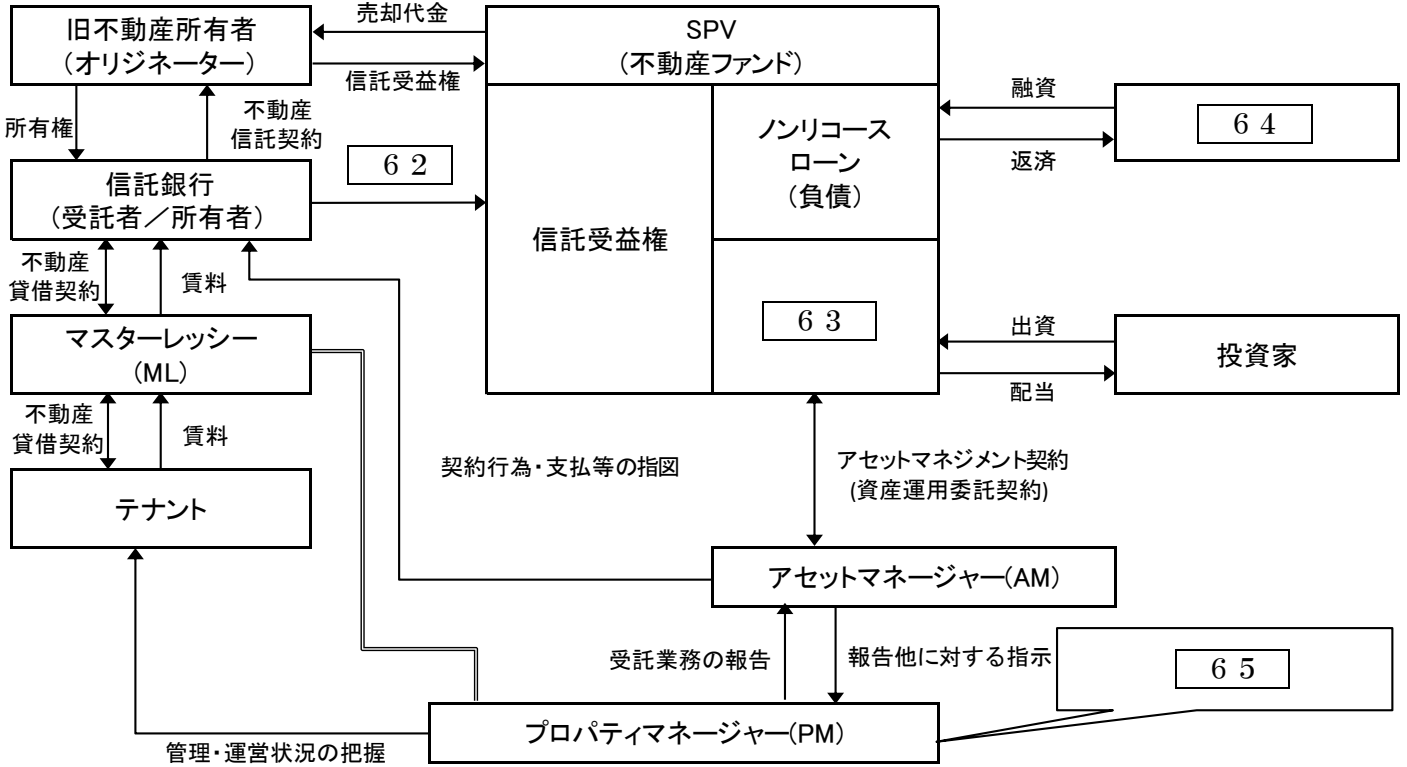
61 地代が20%増加した場合、他のコスト(支出項目)や賃料比率が一定であるとき、損益分岐点となる必要売上の増加率を選びなさい。

61	1. 約3%	2. 約5%	3. 約8%	4. 約10%
----	--------	--------	--------	---------

【第10問】(配点8点)

(解答番号は 62 から 65)

下記の図は、不動産証券化スキームでの利害関係者を表したものである。62 から 64 については空欄に適切な語句を、65 についてはプロパティマネージャーの業務をそれぞれの語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。



語群

62	1. 返済	2. 出資	3. 配当	4. 融資
63	1. SPC	2. エクイティ	3. ファンド	4. 社債
64	1. ファンド	2. レンダー	3. メザニン	4. シンジケート
65	1. 物件購入・売却の判断	2. 個別物件の運営管理業務		
	3. 運用方針の決定	4. 運用物件の収支の予算管理		

【第11問】(配点8点)

(解答番号は から)

ヨーロッパおよびアジアのSCに関する次の文章を読み、文中の空欄に最も適切な語句を下記のそれぞれの語群から選び、解答欄にその番号をマークしなさい。

■ヨーロッパのSC

2016年(平成28年)時点のSCの開発状況を見ると、主要国のなかで最も総賃貸面積が大きく、トラディショナルタイプのSCが多いのはフランスである。一方、アメリカの に似たりテイルパークの数が多いのは である。ヨーロッパでは、SCが飽和状態にある国も増えており、増加数は鈍化傾向にあるが、依然として開発余地の高い国もみられる。特に は開発ラッシュが続いており、2016年(平成28年)第2四半期末時点で建設中のSCの総賃貸面積は110万㎡を超えている。

ヨーロッパのSCは、日本同様にスーパーマーケットもしくは が入っているケースが多い。またマルチシネマ、ボウリング場などのレジャー施設も多くみられる。ポーランドに2016年(平成28年)に開業した「ポズナニア」は、総賃貸面積10万㎡超の超大型SCであるが、キーテナントの 、ホームセンターのほか、レジャー施設も含め約300のテナントが入っている。周辺には競合SCも多いことからサービスにも力を注いでおり、パーソナルスタイリスト、オンライン注文・受け取り・宅配、犬の散歩代行まで、幅広いサービスを提供している。

語群【66～69】

66	1. ロシア	2. ドイツ	3. ハイパーマーケット	4. イギリス
67	5. トルコ	6. アウトレットモール	7. パーチカルモール	8. ルーマニア
68				
69	9. パワーセンター	10. テーマパーク	11. ドラッグストア	12. イタリア

■アジアのSC

アジアのなかでも、アセアンでSCの開発が活発化している。一人当たりGDPの伸び率が高く、今後の成長が期待されていることから、SC開発への投資が増加していることが背景にある。アセアン諸国におけるSC開発の特徴としては、 店比率の高さや超大型開発などが挙げられる。

「SC JAPAN TODAY」でも、たびたびアジアのSCが紹介されている。 の「プラザ・スナヤン」はオフィスビル、アパート、ホテルなどが立ち並ぶ複合開発プロジェクトのSCである。鹿島建設が政府とBOT契約をむすび、運営にかかわっている。同じく の「ポンドックインダモール」は、 のSCとして拡張してきた施設であり、館内にはスライダー付のウォーターパークも備えるなど、エンターテインメント施設としての一面もある。 では、「モール・オブ・アジア」が有名である。

語群【70～73】

70	1. タイ	2. インドネシア	3. ベトナム	4. シンガポール
71	5. リゾート型	6. 飲食	7. 物販	8. フィリピン
72				
73	9. 都市型	10. サービス	11. 郊外型	12. マレーシア

