一般社団法人 日本ショッピングセンター協会

2021年冬期定例記者懇談会

資　料

日　時　2021年 12月23日(木)　11:00～12:30
場　所　ホテルメトロポリタンエドモント 2階「万里」

Ⅰ.　2022年　年頭所感　2

Ⅱ.　2021年　ＳＣ動向（統計情報）
１.　2021年　ＳＣ販売統計調査報告　3
２.　2021年　オープンＳＣの概要　5
３.　2022年　オープン予定のＳＣ等商業施設一覧　12

Ⅲ　2021年　ＳＣ動向（主な取り組み）
１.　外出自粛と密空間の回避　～顧客接点の拡大～　14
２.　ワークスタイルの変容　～多機能化・多目的化～　16
３.　ウェルネス志向の加速　～多機能化・多目的化とＳＤＧｓ～　17

Ⅳ.　2021年　協会活動について
１.　ＳＣ現場の課題に即した人材育成施策の提供　19
２.　国や自治体等に対する要望活動　21

Ⅴ.　第46回日本ショッピングセンター全国大会について
１.　「ＳＣビジネスフェア2022」開催について　25
２.　「第27回ＳＣ接客ロールプレイングコンテスト全国大会」開催について　28

Ⅵ.　その他　31

2022年 年頭所感

一般社団法人日本ショッピングセンター協会　会長　清野 智
（東日本旅客鉄道株式会社 顧問）

謹んで新年のお慶びを申し上げます。

2021 年は、一昨年に引き続き、新型コロナウイルスの影響を大きく受けた 1 年でした。デルタ株による感染者数の急拡大によって緊急事態宣言・まん延防止等重点措置が相次いで発出され、政府や自治体から大型商業施設に対し、「3 密回避」や「人流抑制」を目的として休業や営業時間短縮の要請が繰り返しなされました。全国のSCはその要請に真摯に応じましたが、その結果、大都市のSCを中心に大幅な売上減少に陥っています。緊急事態宣言等が明けた 10 月以降、徐々に人出は戻りつつありますが、売上げは回復しきらず、依然として厳しい営業状況が続いています。

このような状況においてもSCは、流通 12 団体で定めた「感染拡大予防ガイドライン」の遵守等、徹底した感染対策を講じ安全・安心な利用環境を整えるとともに、オンライン接客やライブコマースといった新たな顧客接点・購買方法の提供、テレワークの拡大に合わせたコワーキングスペースの設置、ウェルネス志向の高まりに対するクリニックモールや健康食などを扱う専門店の導入など、コロナ禍による生活者の関心や行動の変化に柔軟に対応して参りました。

コロナ禍を経験した今、SCは、地域のお客様の日常に寄り添う施設として、「リアルな場」だからこそ提供できる機能や体験をさらに進化させていかなければなりません。

これらを踏まえ、2022 年にSCが取り組むべき事項は以下の 3 点だと、私は考えます。

1 つ目は、「人材確保・働き方改革の推進」です。少子高齢化などに起因する生産労働人口の減少を見据え、SCに携わる人材がお客様への接遇に注力できるよう、日常の事務作業などについてはデジタル技術を活用した業務見直しや効率化を推進し、従業員一人ひとりが生き生きと働きやすい環境を提供していくことでSCの進化・成長につなげていく必要があると考えています。

2 つ目は、「持続可能な社会への貢献」です。2015 年の国連総会で採択されたSDGs（持続可能な開発目標）は、日本においてもさまざまな業界や企業で積極的に取り組みはじめています。とくに環境問題について、消費を促すSCとしては、かねてから省エネ設備や脱炭素技術の導入、廃棄物の削減などに取り組んで参りました。さらに、認証ラベルを取得した原材料を使用する専門店の積極的な導入や、イベントやキャンペーンの開催など、日々の営業活動を通じた地球環境への貢献に取り組むことが求められると考えています。

3 つ目は、「リアルな場の存在価値のさらなる向上」です。コロナ禍の影響もあり、地域のお客様の価値観や生活様式は急速に変化しつつあります。多様なニーズに応える商品や機能の強化に加え、公共機能の拡充や防災拠点の整備、EC と連携した新たな顧客体験の提供など、お客様に「SCは便利で楽しい」と感じていただける施設に進化させていかなければならないと考えています。

新年恒例の「SCビジネスフェア 2022」では、多くの方々の英知の集結により、今後のSCのあり方について有益な示唆が得られる場となることを期待しています。

当協会は 2023 年に設立 50 周年を迎えます。これまでの 50 年を振り返り、次の新たな 50 年を創造すべく、「人材育成」「情報発信」「研鑽･交流」を事業の柱に、変化に挑むSC業界を全力で支援して参ります。

本年も協会活動への格別のご理解、ご協力をお願いいたしまして、年頭の挨拶とさせていただきます。

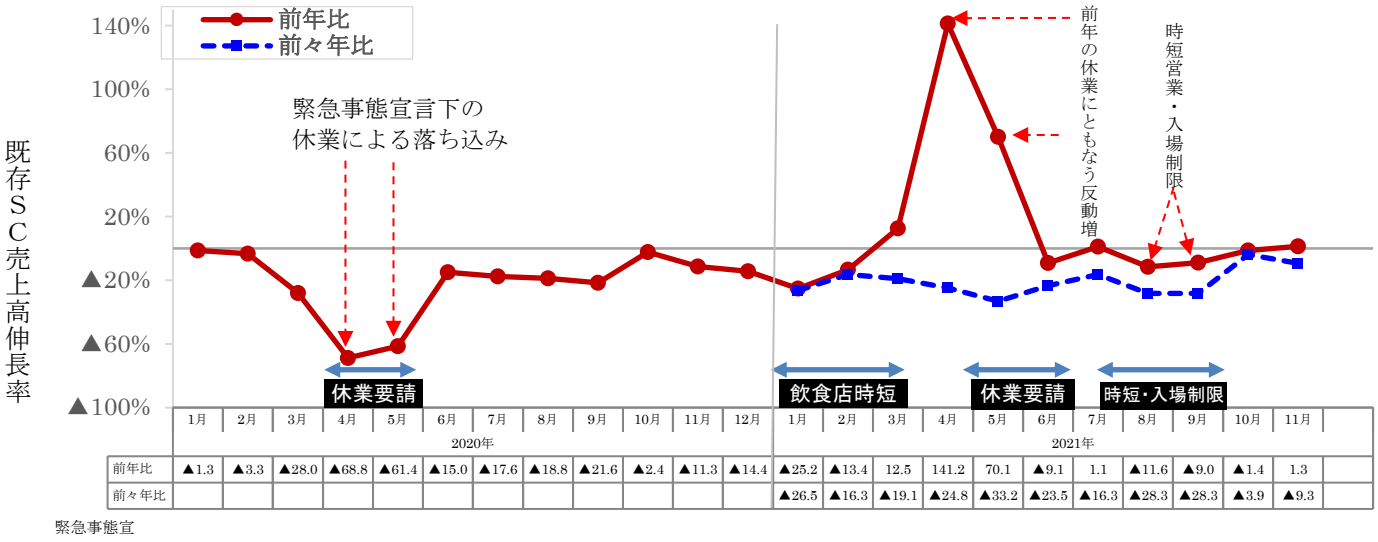
Ⅱ. 2021 年　SC動向(統計情報)　1. 2021 年　SC販売統計調査報告

2021 年(1～11 月)の既存SC売上高は、緊急事態宣言等の相次ぐ発出もあり、厳しい売上となりました。特に、大都市部の回復が鈍い状況です。

2021 年は 1 年を通じて新型コロナウイルス感染拡大の影響を大きく受けました。
1～9 月にかけて緊急事態宣言やまん延防止等重点措置が各都道府県で相次いで発出され、「休業」や「営業時間短縮」などの要請に真摯に従い、コロナ下前の 2019 年比で 2 桁台マイナスとなる厳しい状況が継続しました。
10 月以降は、緊急事態宣言等が解除され、全国の感染者数の減少傾向も見られたことから、徐々に来館者が増加し、2019 年比で 1 桁台のマイナスまで改善しています。
2021 年の既存SC年間売上高は、2020 年と比べマイナス幅は縮まるものの、厳しい結果となる見込みです。

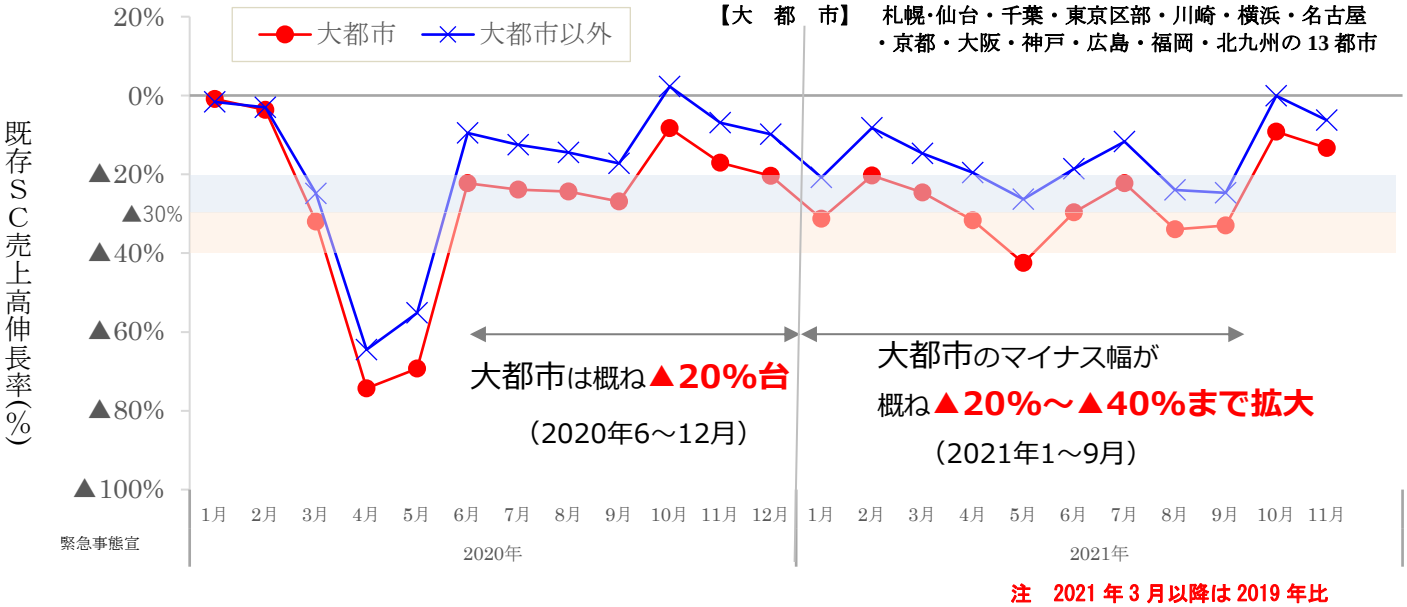
(1)SC販売統計調査報告(2020 年 1 月～2021 年 11 月)

【1】SC 総合



	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月
前年比	▲1.3	▲3.3	▲28.0	▲68.8	▲61.4	▲15.0	▲17.6	▲18.8	▲21.6	▲2.4	▲11.3	▲14.4	▲25.2	▲13.4	12.5	141.2	70.1	▲9.1	1.1	▲11.6	▲9.0	▲1.4	1.3
前々年比													▲26.5	▲16.3	▲19.1	▲24.8	▲33.2	▲23.5	▲16.3	▲28.3	▲28.3	▲3.9	▲9.3

【2】大都市と大都市以外との比較

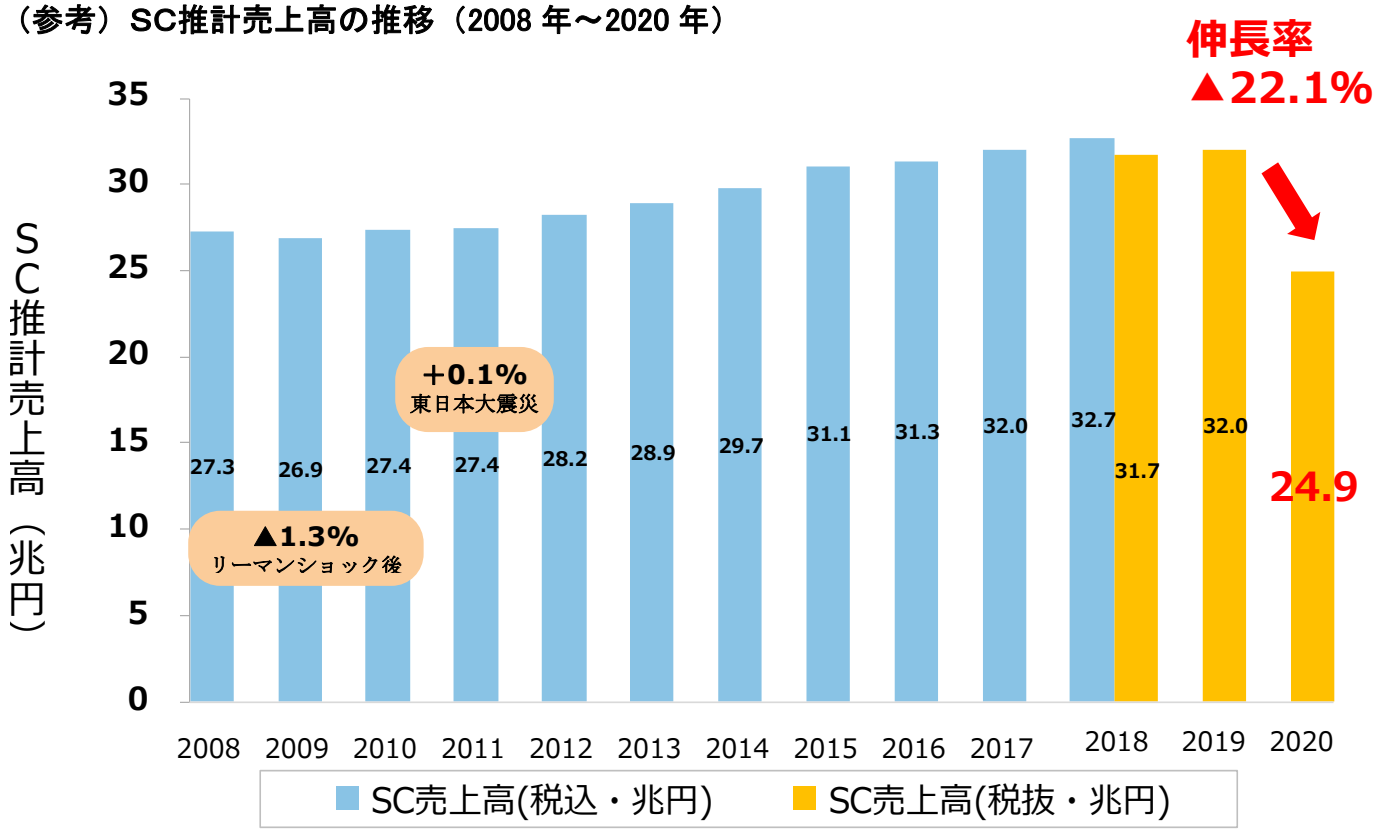


注　2021 年 3 月以降は 2019 年比

＜2021 年・各月の概況＞

月	伸長率前年比 括弧内は前々年比	概況
【1 月】	▲25．2% （▲26．5%）	11 都府県で緊急事態宣言が発出され、中心地域・大都市のSCを中心に営業時間短縮を実施したこともあり、来店客の減少も顕著だった。初売りの盛り上がりに欠けたとの声もきかれた。
【2 月】	▲13．4% （▲16．3%）	月間を通じて緊急事態宣言下での営業となった 10 都府県のSCは、その多くが前月から引き続き国の要請に従い営業時間短縮を実施したが、来館者数は新型コロナ感染者数の減少にともない回復をみせた。
【3 月】	12．5% （▲19．1%）	コロナ影響から一年経過し、前年反動でプラスとなるも、2019 年との比較では約▲20%と依然として厳しい状況が続く。
【4 月】	141．2% （▲24．8%）	前年のコロナ影響による大幅マイナスの反動もあり、前年と比べ大幅に伸長。しかし、緊急事態宣言等の対象地域で営業時間短縮や休業を行ったSCが多く、2019 年比では依然として厳しい状況が続く。
【5 月】	70．1% （▲33．2%）	4 月と同様の理由から、前年と比べ大幅な伸長。しかし、ゴールデンウィークの休業や緊急事態宣言対象の拡大（4 都府県から 10 都道府県）もあり、2019 年比では前月よりマイナス幅が拡大した。
【6 月】	▲9．1% （▲23．5%）	前年は 5 月中旬から緊急事態宣言が徐々に解除され、売上回復傾向が見られたこともあり、緊急事態宣言等による休業が続いた本年は前年を下回った。2019 年比でも▲23.5%と厳しい状況が続く。
【7 月】	＋1．1% （▲16．3%）	6 月後半から感染力の強いインド型変異ウイルスによる感染が急増しはじめ、通常期に売上が期待される夏のセールに盛り上がりが見られず、緊急事態宣言対象が東京都と沖縄県に限定されたものの、総合では前年を辛うじて上回るに留まった。
【8 月】	▲11．6% （▲28．3%）	新型コロナウイルスの感染急拡大に歯止めがかからず、8 月 8 日に 19 都道府県で緊急事態宣言等が発出され、27 日からは 33 都道府県に拡大された。「観光客や帰省客等が大幅に減少したこと」、「営業時間短縮に加え感染防止策として入館制限が求められたこと」が営業に大きく影響した。
【9 月】	▲9．0% （▲28．3%）	緊急事態宣言等が 6 県（9 月 12 日解除）を除く 27 都道府県で 9 月 30 日まで延長されたものの、感染者数が徐々に減少するとともに消費マインドに改善が見られ、売上の回復傾向が少しずつ見られはじめた。
【10 月】	▲1．4% （▲3．9%）	1 日に緊急事態宣言等が解除された後は、徐々に来館者が増え前月から 7.6 ポイント改善したものの、GoTo キャンペーン等の消費喚起策が実施されていた前年を下回った。前月と比べ、外出意欲の高まり、販促活動の再開、アルコール提供再開、買い控えの反動といった、いわゆるリベンジ消費が見られたものの、全国的に月前半の気温が高く秋冬物の衣料品販売が伸び悩んだことや、サービス業種ではシネマが昨年の「鬼滅の刃」大ヒットの反動を受けたことなどが影響した。
【11 月】	＋1．3% （▲9．3%）	新型コロナ感染が全国的に落ち着き、緊急事態宣言等解除により客足の戻りが見られた 10 月からさらに回復傾向が見られ、前月を 2.7 ポイント上回った。外出機会の回復に加え、中旬以降の気温低下もあり、冬物衣料、靴、雑貨などの動きが本格化した。また、10 月以降、緊急事態宣言等の解除により、飲食はディナータイムの売上が回復しはじめた。

（参考）SC推計売上高の推移（2008 年～2020 年）



Ⅱ. 2021 年　SC動向(統計情報)　**2. 2021 年　オープンSCの概要**

2021年オープンSCの概要(速報)

2021 年は 24SCが開業しました。
前年(41SC)から開業数は減少したものの、平均店舗面積は拡大しています。
都道府県別では、東京、大阪、愛知といった大都市圏での開業が目立ちました。

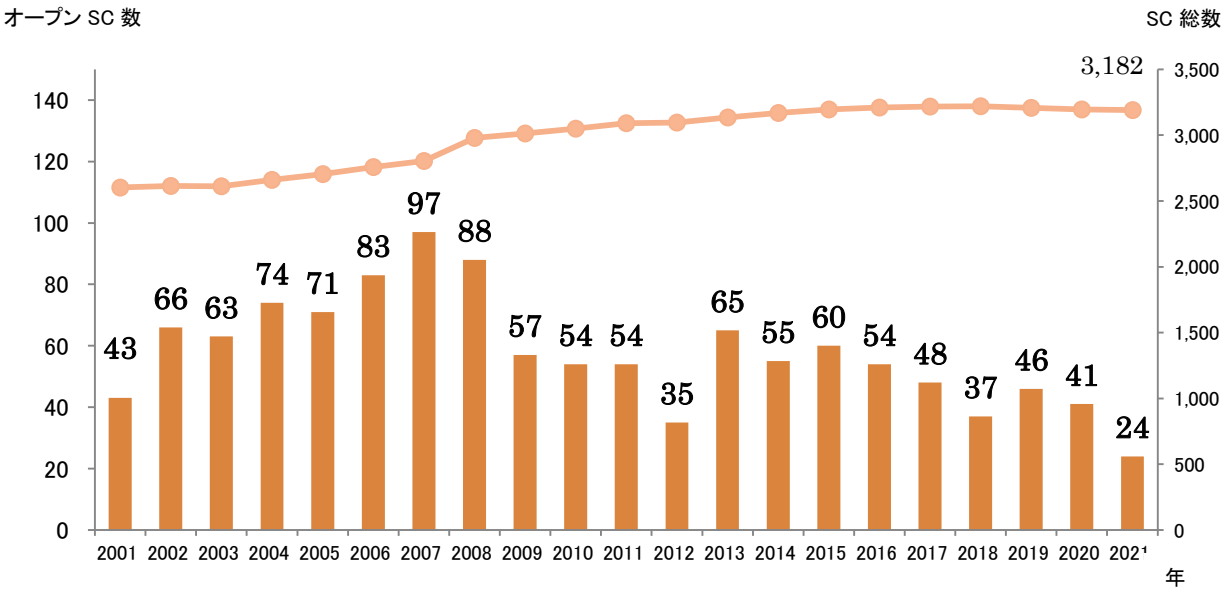
(1)2021年オープンSCの概要

【1】2021 年オープンSC数

オープンSC数			平均店舗面積	平均テナント数
	中心地域	周辺地域		
24	1	23	21,424 ㎡	54 店舗

2021 年末　SC総数　(速報値)	**3,182**	
(内訳)		
2020 年末　SC総数	3,195	
オープンSC数	＋24	
閉店等	▲37	20 施設は跡地に商業施設開業予定
計	3,182	

【2】オープンSCおよびSC総数の推移

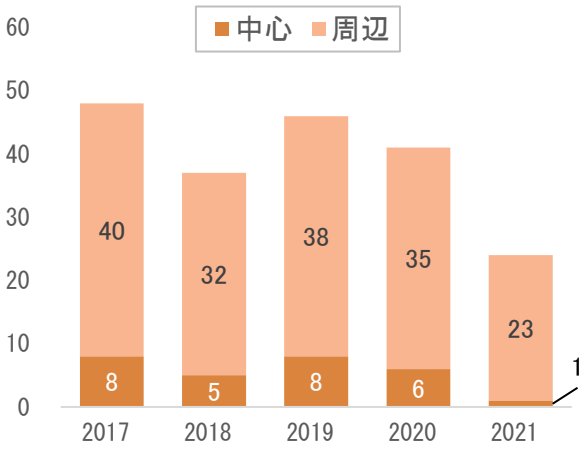


(2)オープンSCの過去年との比較

【1】オープンSC数・平均店舗面積・平均テナント数

	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
SC数	48	37	46	41	24
平均店舗面積	19,475	20,392	15,839	16,917	21,424
平均テナント数	58	61	50	55	54

【2】立地別オープンSC数

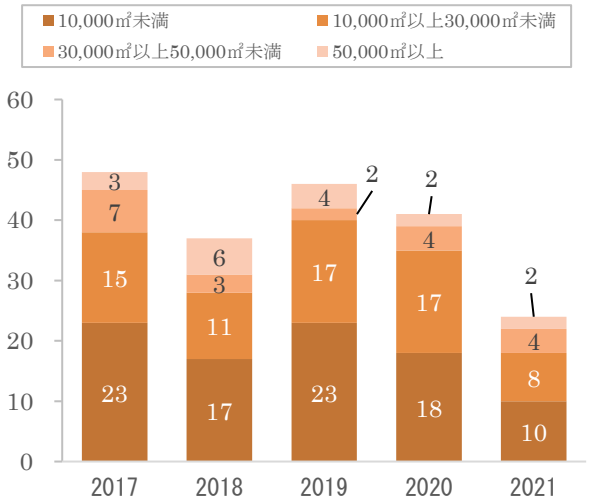


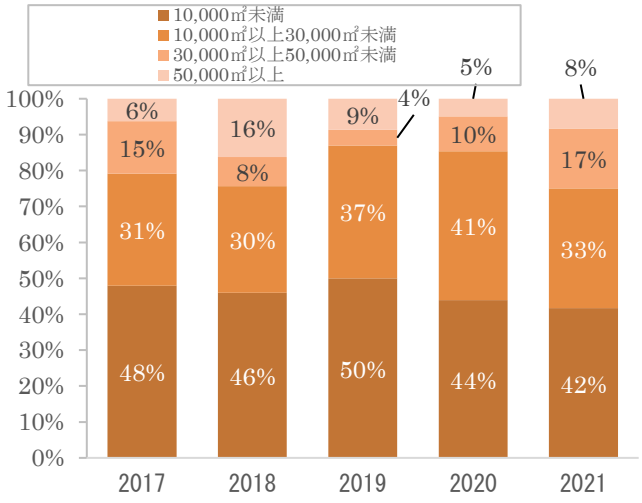
【3】地域別オープンSC数

	2017	2018	2019	2020	2021
北海道	0	0	2	0	0
東北	4	4	2	0	1
関東・甲信越	18	18	20	23	**9**
中部	9	4	3	4	**5**
近畿	5	6	9	5	**5**
中国・四国	6	2	2	1	0
九州・沖縄	6	3	8	7	4
計	48	37	46	40	24

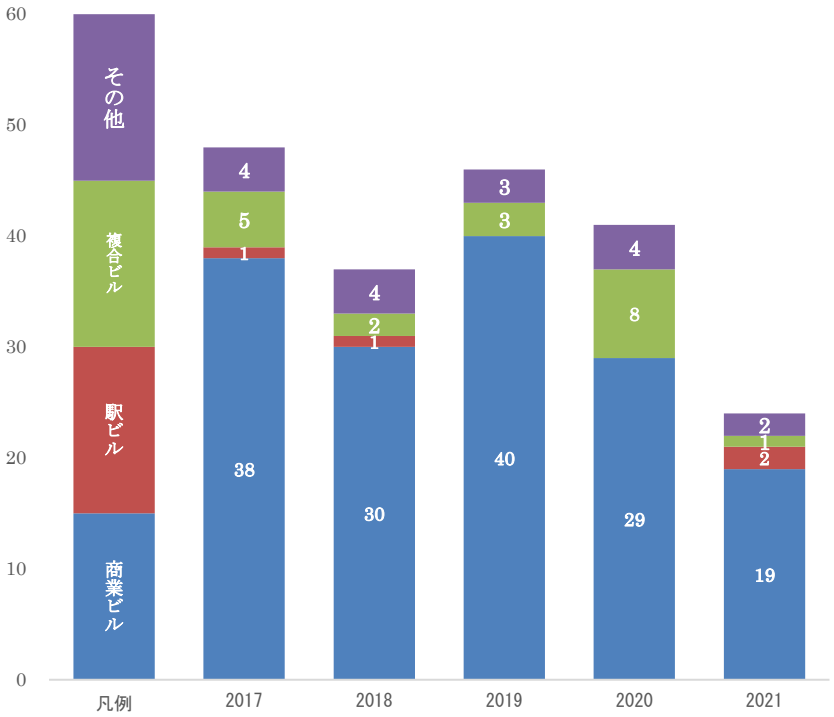
都道府県別にみると、**大阪府 5、東京都 4、愛知県 3**

【4】店舗面積別オープンSC数

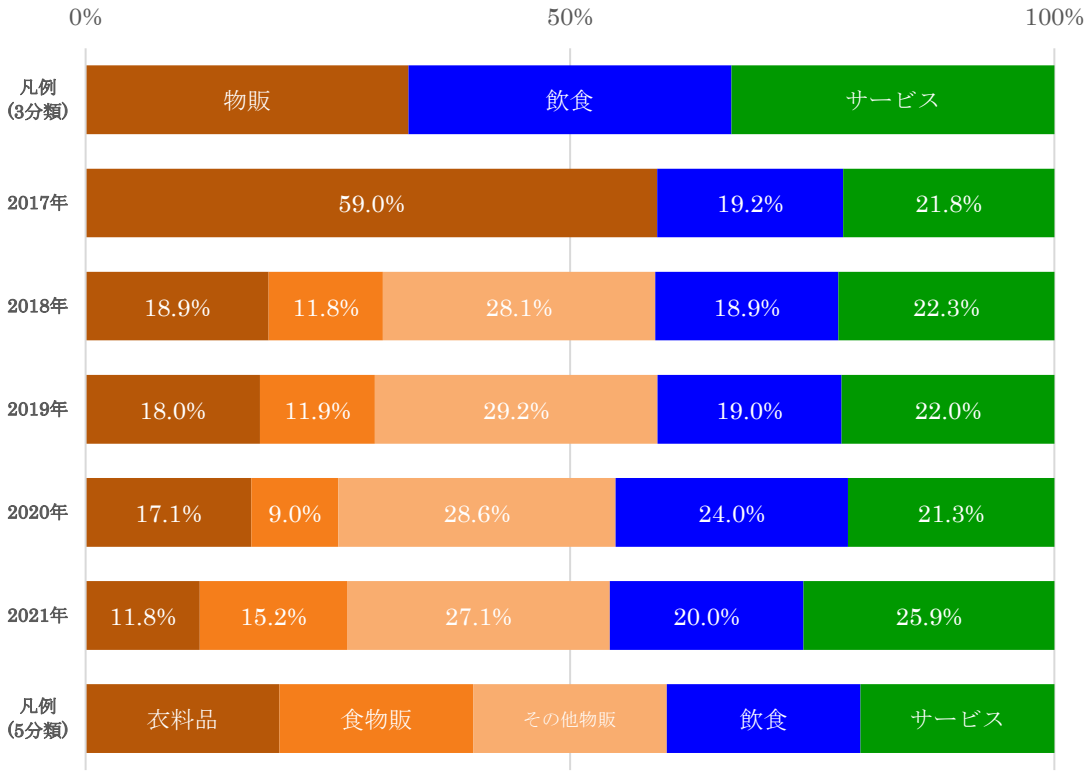




【5】ビル形態別オープンSC数



【6】テナント数業種別構成比



注１　2018 年より物販テナントを「衣料品」「食物販」「その他物販」に細分化
注２　2017 年～2020 年は通年(1 月～12 月)で集計
注３　構成比の合計は四捨五入の結果 100%とならない場合がある

(3)2021 年オープンSC一覧

(オープン日順、12 月 10 日時点)

No	SC名	オープン日	所 在 地	立地	ディベロッパー	店舗面積(㎡)*注1	テナント数	キーテナント
1	アクロスプラザ小平	2 月 16 日	東京都小平市	周辺	大和ハウスリアルティマネジメント㈱	3,300	11	ロピア小平店
2	サンリー カリーノ菊陽	3 月 25 日	熊本県菊池郡菊陽町	周辺	㈱カリーノ	20,000	42	ゆめマート菊陽
3	イオンタウン茨木太田	3 月 27 日	大阪府茨木市	周辺	イオンタウン㈱	17,412	50	イオンフードスタイル茨木太田店
4	エトモ池上	3 月 30 日	東京都大田区	周辺	東急㈱、㈱東急モールズデベロップメント	4,956	14	東急ストア池上店
5	流山おおたかの森 S・C FLAPS	3 月 31 日	千葉県流山市	周辺	東神開発㈱	4,391	26	—
6	日光ランドマーク	4 月 1 日	栃木県日光市	周辺	㈱ジェイピー	3,315	11	かましん日光ランドマーク店、サンキ今市店
7	アミュプラザくまもと	4 月 23 日	熊本県熊本市西区	周辺	㈱JR 熊本シティ	49,200	260	—
8	ビバモール蕨錦町	4 月 24 日	埼玉県蕨市	周辺	㈱ビバホーム	23,090	38	スーパービバホーム蕨錦町店、ヤオコー蕨錦町店
9	GARDENS CHIHAYA	4 月 24 日	福岡県福岡市東区	周辺	高橋㈱	12,944	19	サニーガーデンズ千早店、無印良品ガーデンズ千早、スポーツクラブエスタクオリア千早
10	コピオ長房	4 月 28 日	東京都八王子市	周辺	㈱スーパーアルプス	10,283	12	スーパーアルプス長房店、カインズ八王子長房店
11	イオンモール川口	6 月 8 日	埼玉県川口市	周辺	イオンモール㈱	59,000	145	イオンスタイル川口
12	Li-Ka1920 (ライカ イチキューニーマル)	6 月 18 日	鹿児島県鹿児島市	中心	南国殖産㈱、南国プロパティマネジメント㈱	8,100	40	—
13	ウェルサイド山の手	7 月 3 日	山梨県甲府市	周辺	㈱にしきマネジメントサービス	3,773	11	いちやまマート湯村店
14	そよら新金岡	7 月 17 日	大阪府堺市北区	周辺	イオンリテール㈱	4,419	19	イオンスタイル新金岡
15	イオンモール白山	7 月 19 日	石川県白山市	周辺	イオンモール㈱	74,000	200	イオンスタイル白山

No	SC名	オープン日	所 在 地	立地	ディベロッパー	店舗面積(㎡)*注1	テナント数	キーテナント
16	VISON	7 月 20 日	三重県多気郡多気町	周辺	(同)三重故郷創生プロジェクト、ヴィソン多気㈱	4,917	64	―
17	μPLAT 神宮前(ミュープラット神宮前)	7 月 21 日	愛知県名古屋市熱田区	周辺	名古屋鉄道㈱	6,376	20	パレマルシェ神宮前店
18	ビバモール美原南インター	9 月 18 日	大阪府堺市美原区	周辺	㈱ビバホーム	27,000	42	スーパービバホーム美原南インター店
19	iias 春日井(イーアス春日井)	10 月 22 日	愛知県春日井市	周辺	大和ハウス工業㈱、大和ハウスリアルティマネジメント㈱、㈱プライムプレイス	49,117	56	無印良品イーアス春日井、ラウンドワンスタジアム イーアス春日井店、西友イーアス春日井店
20	コピオ西八王子駅前	10 月 26 日	東京都八王子市	周辺	㈱スーパーアルプス	3,658	11	スーパーアルプス西八王子駅前店
21	イオンモール Nagoya Noritake Garden	10 月 27 日	愛知県名古屋市西区	周辺	イオンモール㈱	37,000	154	イオンスタイル名古屋則武
22	セブンパーク天美	11 月 17 日	大阪府松原市	周辺	㈱セブン&アイ・クリエイトリンク	45,000	143	ライフセブンパーク天美店、Joshin セブンパーク天美店、TOHO シネマズセブンパーク天美
23	tonarie 南千里アネックス	11 月 26 日	大阪府吹田市	周辺	㈱日本エスコン	18,391	14	―
24	イオンタウン能代	11 月 27 日	秋田県能代市	周辺	イオンタウン㈱	24,535	31	イオンスタイル能代東
					(店舗面積計) 514,176 ㎡			

注) 各の店舗面積は小数点以下を四捨五入した値であるため、店舗面積計と各 SC の店舗面積を合計した値は必ずしも一致しない。
また、店舗面積が非公表の SC については大店立地法の届出面積等を記載している。

(4)オープンSCの主な特徴

【1】公民連携・産学連携

地元行政や学校との連携により、地域の魅力向上に貢献しています。

イオンモール白山／石川県白山市
(2021 年 7 月 19 日オープン)

白山市と「地域貢献連携協定」を締結し、防災機能を担うほか、市内 3 校と「産学連携協定」を締結。さまざまな地域との連携“ローカライズ”の取り組みを推進。

セブンパーク天美／大阪府松原市
(2021 年 11 月 17 日オープン)

松原市と「地域活性化包括連携協定」を締結。「地域の魅力発信」と利便性を追求する「商業とエンターテインメント」を融合させた複合施設をめざす。

【2】ウェルネスの推進

地域社会に健やかな生活を提供するため、クリニックをはじめとした「健康」に関する施設を導入しています。

GARDENS CHIHAYA／福岡県福岡市東区
(2021 年 4 月 24 日オープン)

「食と健康のグッドサイクル」をコンセプトに、食物販・カフェ・フィットネス・シェアキッチンといった「食」、「健康」、「暮らし」にこだわりのある店舗を集積。

イオンモール Nagoya Noritake Garden／愛知県名古屋市西区
(2021 年 10 月 27 日オープン)

先進医療設備を揃えた「大型クリニック」を核として、「健康」をテーマとしたさまざまな機能の店舗を3Fフロアに集約。地域の健康拠点となる「ヘルス＆ウエルネスゾーン」を形成。

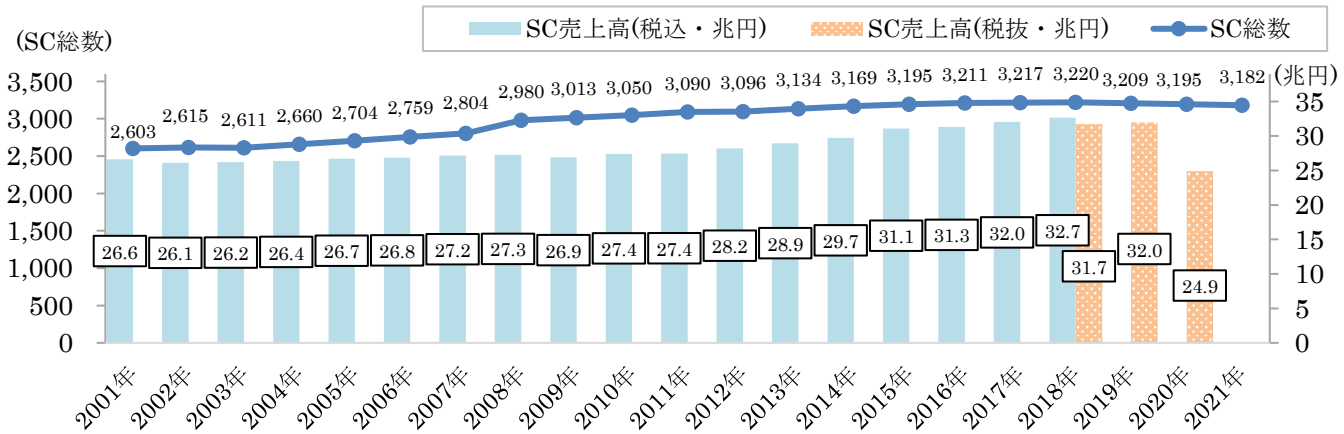
（参考）2021 年末のSC概況

図表 1-1　SC総数、店舗面積等の年別推移

年（暦年）	SC 総数 *注 1	総テナント数（店）	総キーテナント数（店）	1SC あたりテナント数（店）	総店舗面積（㎡） *注 2	1SC あたり店舗面積（㎡）	SC 年間総売上高［推計値］（百万円） *注 3
2001	2,603	115,850	2,437	45	30,611,429	11,760	26,627,500
2002	2,615	116,178	2,372	44	30,353,763	11,608	26,115,800
2003	2,611	118,030	2,423	45	31,520,300	12,072	26,189,500
2004	2,660	122,509	2,454	46	33,114,098	12,449	26,382,600
2005	2,704	126,427	2,495	47	34,626,441	12,806	26,729,800
2006	2,759	131,574	2,558	48	36,538,400	13,243	26,830,600
2007	2,804	136,769	2,593	49	38,028,753	13,562	27,163,300
2008	2,980	143,999	2,733	48	42,083,792	14,122	27,258,500
2009	3,013	145,923	2,740	48	42,678,418	14,165	26,896,100
2010	3,050	149,420	2,715	49	44,179,274	14,514	27,411,000
2011	3,090	151,462	2,728	49	45,697,455	14,789	27,439,800
2012	3,096	151,774	2,730	49	46,399,010	14,987	28,187,600
2013	3,134	154,659	2,771	49	47,869,188	15,274	28,920,900
2014	3,169	157,164	2,865	50	49,760,294	15,702	29,738,500
2015	3,195	159,131	2,908	50	50,770,809	15,891	31,077,900
2016	3,211	159,066	2,931	50	51,724,612	16,109	31,325,900
2017	3,217	160,591	2,936	50	52,531,060	16,329	32,035,500
2018	3,220	161,960	2,928	50	53,193,597	16,520	32,659,500
2019	3,209	163,437	2,916	51	53,651,811	16,719	31,969,400
2020	3,195	163,613	2,927	51	53,991,842	16,889	24,901,600
2021	3,182	163,716	2,916	51	54,090,655	16,999	－

注 1　2008 年に SC 基準を「物販のテナント数が 10 以上」（旧 SC 基準）から、「飲食業、サービス業を含むテナント数が 10 以上」（以下、新 SC 基準）に変更した。2008 年以降は新 SC 基準によるデータ。
注 2　店舗面積は、SC 内の物品販売業、飲食業、サービス業それぞれの店舗区画の面積。店舗間の通路は含まない。
注 3　SC 年間総売上高（推計値）は 2019 年から消費税抜、それ以前の 2001 年から 2018 年は消費税込

図表 1-2　SC総数と売上高（推計）の年別推移



注）　SC 年間総売上高（推計値）は 2019 年から消費税抜、それ以前の 2001 年から 2018 年は消費税込。
また、2018 年の消費税抜・売上高は参考値。

Ⅱ. 2021年　SC動向(統計情報)　　3. 2022年 オープン予定のSC等商業施設一覧

2022年オープン予定のSC等商業施設

2022 年にオープンを予定しているSC等商業施設は 31 施設です。
アウトレットモール2件を含む複数の大型商業施設のオープンを予定しています。

(オープン予定日順、12 月 10 日時点)

No	SC等商業施設および計画名	オープン予定時期	所在地	店舗面積等(㎡)	ディベロッパー
1	ビバモール八王子多摩美大前	1 月	東京都八王子市	21,430	㈱ビバホーム
2	ビバモール一宮	2 月	愛知県一宮市	27,509	㈱ビバホーム
3	ヨークタウン那須塩原西富山	3 月	栃木県那須塩原市	3,629	㈱ヨークベニマル
4	前橋市 CCRC 複合計画	3 月	群馬県前橋市	4,482	大和ハウス工業㈱
5	昭島もくせいの杜商業施設計画	3 月	東京都昭島市	4,500	㈱フーコット　ほか
6	MAROOT	3 月	富山県富山市	12,303	JR 西日本不動産開発㈱、富山ターミナルビル㈱
7	丸栄百貨店不動産再開発	3 月	愛知県名古屋市	4,755	大和ハウスリアルティマネジメント㈱
8	KAMEIDO　CLOCK	4 月	東京都江東区	22,500	野村不動産㈱、野村不動産コマース㈱
9	ブランチ調布	4 月	東京都調布市	2,245	大和リース㈱
10	ルビットパーク南草津	4 月	滋賀県草津市	5,438	㈱バロー、㈱バローマックス
11	エキソアレ西神中央	4 月	兵庫県神戸市	26,500	双日㈱
12	三井ショッピングパーク ららぽーと福岡	4 月	福岡県福岡市	46,380	三井不動産㈱、九州電力㈱、西日本鉄道㈱
13	センテラス天文館	4 月	鹿児島県鹿児島市	8,815	千日町1・4番街区市街地再開発組合、㈱プライムプレイス
14	流山おおたかの森 B35 街区プロジェクト	5 月	千葉県流山市	9,600	大和ハウス工業㈱
15	イオンタウン旭	春	千葉県旭市	11,654	イオンタウン㈱
16	イオンそよら上飯田	春	愛知県名古屋市	4,966	イオンリテール㈱
17	イオンモール　八幡東田プロジェクト	春	福岡県北九州市	48,000	イオンモール㈱
18	イオン東淀川豊新	6 月	大阪府大阪市	9,284	イオンリテール㈱
19	宇都宮駅東口地区整備事業複合施設	8 月	栃木県宇都宮市	37,400	住友商事㈱

No	SC等商業施設および計画名	オープン予定時期	所在地	店舗面積等(㎡)	ディベロッパー
20	東京ミッドタウン八重洲	8 月	東京都中央区	4,823	三井不動産㈱
21	流山おおたかの森 S･C ANNEX2	夏	千葉県流山市	8,027	東神開発㈱
22	イオンタウン毛呂山	夏	埼玉県入間郡毛呂山町	6,500	イオンタウン㈱
23	杜の街グレース	夏	岡山県岡山市	5,905	両備グループ
24	サンエー宮古島シティ	夏	沖縄県宮古島市	5,853	㈱サンエー
25	IKEUCHI GATE ビル	秋	北海道札幌市	9,297	㈱丸ヨ池内
26	盛岡バスセンター整備事業	秋	岩手県盛岡市	5,421	盛岡市、㈱盛岡地域交流センター
27	ふかや花園プレミアム・アウトレット	秋	埼玉県深谷市	27,000	三菱地所・サイモン㈱
28	イオンモール土岐	秋	岐阜県土岐市	34,763	イオンモール㈱
29	イオンタウン　北方町出店計画	秋	岐阜県本巣郡北方町	30,000	イオンタウン㈱
30	三井ショッピングパーク ららぽーと堺	秋	大阪府堺市	56,200	三井不動産㈱
31	イオンタウン 新居文化公園西側土地出店計画	年内	静岡県湖西市	22,838	イオンタウン㈱

注１　全ての商業施設が SC の基準を満たすかどうか現時点では不明であるため、「SC 等商業施設」としている。

注２　オープン予定日は大店立地法届出情報。
　　各企業発表の内容等にもとづき、SC の定義に該当すると見込まれる日・時期としている。

注３　オープン予定のため面積は店舗面積等とした。また SC 名等は仮称。

Ⅲ. 2021 年　SC動向（主な取り組み）

生活者の主な関心・行動の変化と、それに対応したＳＣの取り組み

新型コロナウイルス感染拡大にともない、その予防や拡大防止を優先した生活様式が長期化しました。その結果、生活者の関心や行動にも「外出自粛・密空間回避」、「ワークスタイルの変容」、「ウェルネス志向の加速」といった変化がみられ、ＳＣはその変化を的確・迅速に捉え、顧客のさらなる利便性の強化と進化に取り組みました。

1. 外出自粛と密空間の回避 ： 日常生活における対面接触の回避や最少化、ECのさらなる浸透

【SCの取り組み：顧客接点の拡大】

これまでの主な顧客接点であった「来店」に加え、「オンライン活用による接客」や「オンラインとオフラインを組み合わせて最適なサービスを選択できる店舗づくり」などに取り組み、新たな顧客接点や購買体験の提供に取り組みました。

■オンライン接客

スマートフォンやタブレット等を通した接客で、店頭と同様の相談や商品選択が可能です。商品知識や接客に長けた店舗スタッフがお客様の個別ニーズに対応でき、また遠隔地のお客様への接客も可能になりました。

【東急ハンズ】

「オンライン相談」

タブレットに実際の商品を映して、素材や機能について接客することができる。

【ゴディバ】

「ゴディバリモートショッピング」

2021 年 12 月 24 日終了予定

商品棚やショーケースを見せることも可能。店頭と同様の商品相談ができる

【ルネサンス】

「ルネサンスオンライン Livestream」

自宅に居ながらレッスンに参加。質問やアドバイスなど双方向のやり取りも可能

■ライブコマース

ライブ動画配信を通じて商品紹介を行い、EC サイト等で受注を行います。

店舗スタッフやインフルエンサーのプレゼンテーションを一度に多数へ発信することができ、チャット等を活用した双方向のコミュニケーションも可能です。

【イオンモール㈱】

「LIVE SHOPPING」

AEON MALL
イオンモール ライブショッピング
LIVE SHOPPING!

店舗スタッフがライブ動画を配信。接客を通じて一人ひとりのキャラクターや魅力を知りファンとなってもらえる新たな買物体験を提供。

【三井不動産㈱】

生配信ショッピング「MEETS SHOP」

MEETS SHOP

店舗スタッフが「もっと輝く」新しい情報発信ツールとしてライブコマースを活用。欲しいと思った商品は、公式通販サイトまたは来店して購入可能。

■OMO 型ショップ

「ＯＭＯ（Online Merges Offline）」は“オンラインとオフラインの融合”を意味し、それぞれのチャネルが持つ強みを組み合わせて顧客体験の最大化を図るものです。購買行動における情報収集や接客、試着や決済、商品受取等のあらゆる場面で最適なサービス選択を提供しています。

【アダストリア】

「ドットエスティストア」

店内サイネージではブランドや商品のトレンドが発信されるほか、顧客の購入履歴を表示してスタイリング提案することもできる

【オンワード樫山】

「ONWARD CROSSET STORE/SELECT」

EC 上の在庫を取り寄せて試着できたり、店舗スタッフを指名してオンライン接客ができるなど、EC との垣根を感じさせない

■ＳＣによるＯＭＯ

ＳＣの店頭在庫をＥＣでも販売できるようにする取り組みです。ＳＣ内の複数ショップの商品を注文することもでき、ひとまとめにして配送もしくは店頭や専用カウンターで受取ることができます。

【mozo ワンダーシティ】「mozo PLUS」

ＳＣの店頭在庫を営業時間外にも受注できる。注文が入ると、物流専属スタッフが商品ピックアップや配送手続きを行い、テナントは店頭販売に集中できる。また顧客は配送のほか、店頭受取も選択できる。

2. ワークスタイルの変容 ： テレワークやオンライン会議の一般化、オンとオフの近接・融合。

【ＳＣの取り組み：多機能化・多目的化（オフィス）】

テレワーク等の進展により、自宅やその周辺で働く、また就業と休暇を組み合わせた“ワーケーション”の登場など、これまで通っていた就業地に限らないワークスタイルが生まれており、ＳＣは交じり合うオンとオフを繋げ、利便性や生産性を高める場所にもなります。

【イオンモール Nagoya Noritake Garden】
「BIZrium（ビズリウム）名古屋」

「ワークライフブレンドオフィス」をコンセプトに、
働き方と暮らし方をトータルデザインする。

【軽井沢プリンス・ショッピングプラザ】
「Karuizawa Prince The Workation Core」

リゾート型 SC 内に誕生したシェアオフィス。
ワーケーションのほか、地域コミュニティとしても機能。

【ＳＣのワークスタイルの変容：スタッフコミュニケーションのデジタル化】

【三井不動産㈱】
「三井ショッピングパーク Staff Circle（はた Luck）」

店舗スタッフ向けのコミュニケーションツール。連絡の円滑化のほか、
従業員証のデジタル化、研修動画の配信などの機能も備える。

【タリーズコーヒージャパン㈱】
「タリーズ放送局」

社内向けオンライン研修を立ち上げ、
コーヒーや商品知識の発信・共有を図る。

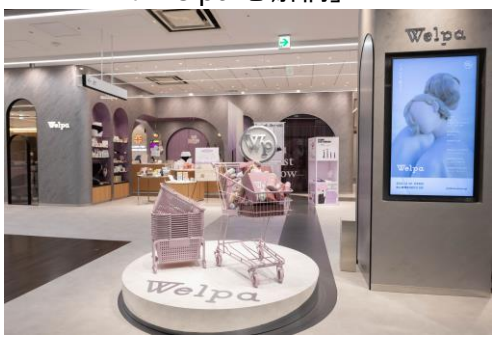
3．ウェルネス志向の加速 ： 高い健康管理意識の継続、SDGsへの関心向上、貢献欲求

【SCの取り組み：多機能化・多目的化（医療・スポーツ）】

コロナ禍をきっかけに多くの人が自身の健康管理に向き合い、その予防や管理は1つの生活スタイルとして定着しつつあります。SCは医療や運動といったリアルならではの業種業態の導入を進め、こうした健康ニーズの充足の場として機能を高めています。

【心斎橋 PARCO】

「Welpa 心斎橋」



医療・物販・サービスをシームレスに提供する。
診察や治療だけでなく、健康状態を知ることにも注力。

【三井ショッピングパーク ららぽーと福岡】

※2022 年 4 月開業

「MIFA Football Park 福岡」「スポーツパーク」

陸上トラックやテニス、バスケットボール、フットサルコートを備え、
老若男女の健康や繋がり、感動の共有を目指す。

【SCの取り組み：営業活動を通じたSDGsへの貢献】

疫病に限らず地球規模の課題対応についてもSDGsの浸透等によって広く認知されるようになり、生活者においては前述の心身の健康のみならず、社会的な健康をも追求する「ウェルネス」志向がより加速しています。

SCはエネルギー施策等の環境対策を進めるとともに、廃棄削減や原材料適正化に各店舗と取り組むことで、日々の営業活動を通じた地球環境への貢献にも注力しています。

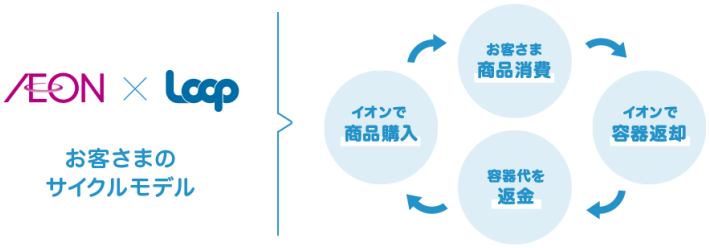
■脱炭素

【セブンパーク天美】「環境配慮型ショッピングセンター」

「CO_2 排出削減技術」「健康」「災害時の事業継続」等が評価され、「サステナブル建築物等先導事業(省 CO_2 先導型)」に採択。

■廃棄物削減

【イオンリテール㈱】「ゼロウェイストへの取り組み」



従来使い捨てされていた容器の耐久性を高め、繰り返し利用できる商品提供システム「Loop（ループ）」と協業。各店舗で導入。

【トレッサ横浜】「衣料品回収プロジェクト」

引用：トレッサ横浜ホームページ

店内に衣料品回収ボックスを設置。専門会社と連携して再利用し、循環型社会への貢献に取り組む。

■望ましい原材料への転換

【㈱FABRIC TOKYO】
「フェアトレードコットンオーダーシャツ」

素材の選択肢としてフェアトレードコットンを導入。
オーダーシャツのため過剰生産も防ぐことができる。

【㈱ゼットン】
「プラスチックストロー削減の取り組み」

「ストローポリシー」を導入して、オペレーションを見直し。
ドリンクにストローを当たり前に提供することを止め、必要な場合はトレーサビリティが明らかな紙ストローを提供する

Ⅳ. 2021 年　協会活動について

時代の変化を踏まえた「ＳＣ人材の育成」と「国や自治体への要望活動」

本年は、コロナ禍による生活者の変化に対応するＳＣ業界を支援すべく、当協会の強みである「人材育成分野での新サービス開始」や「国や自治体等への要望活動」に重点を置き、事業を進めています。

1. SC現場の課題に即した人材育成施策の提供

（1）テナントスタッフ教育向けの新プログラムを提供開始
～「集合研修」に替わる「非接触型研修コンテンツ」を会員企業と協業。2021 年 12 月より提供開始～

コロナ禍により、大人数が集まり、密閉空間・近距離間での発声や会話をともなう「集合研修」が激減しています。SCは販売サービス等の向上に向けた店舗スタッフの教育や育成の手段・機会を失い、安定的なSC運営や販売サービス力の向上において新たな課題が生じています。

当協会は従来の集合研修に替わる「SCやテナントスタッフへの支援」として、協会会員企業であるワンスアラウンド㈱（東京都目黒区）と協業し、インターネット経由で動画を配信し、時間や場所を問わず必要な学習機会を提供する、新たな非接触型研修コンテンツの提供を開始いたします。

■主な特徴
1. 集合する必要がなく、感染リスクや店舗スタッフの時間的負担も軽減。
2. 受講は場所や時間を問わない。
3. 隙間時間で学べるショートムービー形式の研修素材。
4. 学習履歴が分かり、受講者管理が容易に。

＜スマホ閲覧画面イメージ＞

■コンテンツ例
“小売りの現場への支援セミナー”シリーズ①
「～コロナ禍でも成果を出すチームを作るために～
リーダー・スタッフがやるべきことが見つかる　チーム力 UP 研修」

場　所：WEB 配信限定（事前収録・編集済、全国から視聴可能）
対　象：テナント企業/現場の店舗スタッフ向け
講　師：ワンスアラウンド㈱ シニアインストラクター　滝脇　朗代　氏
内　容：コロナ禍においても、リーダーがどのようなショップをつくりたいか 方向性を明確にし、スタッフ一人ひとりが自身の役割を考え、目標に向かい行動することで強いチームができ、成果をあげることができます。この動画研修では、スタッフ一人ひとりが自ら考え、行動できるようになるポイントを学びます。また、スタッフがやりがいを持ち、いきいきと働ける環境をつくるためのリーダーが取るべきコミュニケーションポイントを学びます。

（2）業界唯一のビジネススクール「SCアカデミー」のオンライン提供
～通学に依らない受講環境を整備し、難局に挑む次代のSC人材育成を全国で加速させます～

2018 年よりSC開発や運営の実務を学ぶ各種セミナーのオンライン提供に着手し、コロナ禍においてはその取り組みをさらに拡大して、受講環境や教材等の改善に努めてまいりました。

このたび、部分的な併用に留まっていた「SCアカデミー」においてもリモート学習を取り入れた受講環境を整え、第 16 期（2022 年度）から会場出席を原則とする現地視察等のカリキュラム以外は、基本的にリモートによる受講が可能となります。遠隔地でも受講しやすい環境を整備し、コロナ禍の難局に挑む次世代のSC経営層の育成を全国で加速していまいります。

※SCアカデミーとは※

2007 年に次世代の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るプログラム「SCアカデミー」を創設。これまでの修了者は 552 名。

・次世代を担うSC経営者層の育成を目的とします。
・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きます。
・ワンウェイではなく“考える力”をつける授業です。また、講師は各コースの指導教授のほかに、各分野で活躍されているゲスト講師をお招きします。
・長期プログラムなので、受講生相互の情報交換やネットワークづくりに役立ちます。

（3）DX人材育成に資する月刊誌連載と勉強会の提供開始

～注目を集めるDXの基礎知識やハウツーの発信を通して、SC業界のDXを加速していきます～

顧客接点の拡大やマーケティング情報の収集、施設運営の効率化などSCが抱える経営課題の解決手段として、デジタルトランスフォーメーション（DX）の活用が注目を集めています。DXを理解し、効果的に使いこなす人材育成や活用機運の醸成を目的にとして、各種施策を企画・提供しています。

【1】月刊誌『SC JAPAN TODAY』における DX 連載企画

当協会が発行する月刊誌 『SC JAPAN TODAY』にて、DX 推進に関する連載を展開し、基礎から応用まで、全 10 回に渡って専門家によるハウツー解説を行っています。

■連載名　DX推進のハウツー

■著　者　郡司　昇 氏（店舗の ICT 活用研究所 代表）

㈱ココカラファインにおいて、統合マーケティングと EC 事業責任者を兼任した後、2018年より現職。
小売業への ICT 活用により顧客体験を向上するために、小売業と IT 企業に常時5社程度のコンサルティングを実施している。

■各号テーマ（2021 年 7・8 月合併号～2022 年 6 月号）

回	掲載号	テーマ
1	7・8 月合併号	DXの本質と目的　～デジタル化とDXの違いとは～
2	9 月号	DXのはじめ方①　～あるべき姿をえがく～
3	10 月号	接客のDX　～DX好事例のポイント～
4	11 月号	リアル店舗と EC＋αの融合～オムニチャネル化の背景～
5	12 月号	DXのはじめ方②　～DXプロジェクトの破綻要因と対策～
6	1・2 月合併号	DXのはじめ方③　～経営資源の計画～
7	3 月号	DXのプロジェクト管理　～プロジェクトマネージャーの重要性～
8	4 月号	データと情報の違い　～AI の活用ポイント～
9	5 月号	世界と日本のギャップ　（予定）
10	6 月号	日本の未来予想とDX　（予定）

【2】DX勉強会の開催

月刊誌連載と連動として、「郡司氏による解説セミナー」と「参加者による情報交換」を目的とした勉強会を実施しています。第1回勉強会から多くの方々に参加いただき、SC現場でのDXへの興味・関心の高さとSC業界におけるDX推進の重要性を実感しています。第 2 回（2 月 14 日予定）以降も年2～3回の開催を予定し、SC業界のDX人材育成に取り組みます。

2. 国や自治体等に対する要望活動

(1)「緊急事態宣言下の営業継続に関する要望」～感染対策の徹底を前提にした営業継続要望～

【1】SCにおける感染拡大防止への取り組み

2020 年 5 月に、流通 12 団体で策定した「小売業の店舗における新型コロナウイルス感染症感染拡大予防ガイドライン」(2021 年 1 月改訂) に基づき、地域の日常生活を支える施設としての役割を果たすべく、お客様に安全・安心な環境でご利用をいただける対策に努めています。

【2】緊急事態宣言下での営業継続に関する要望

2021 年 1 月 8 日に、第 3 回緊急事態宣言が発出されて以降、9 月 30 日に至るまで、「デルタ株」による感染者数の急拡大もあり、緊急事態宣言等の延長や再発出が繰り返されました。

このような状況下、当協会は、ＳＣでの感染防止対策を徹底することを前提として、国や自治体に対して「営業活動の継続」等に関する要望を行ないました。

①第 3 回 緊急事態宣言の発出に向けて ※宣言期間：2021 年 4 月 25 日㈰～5 月 11 日㈫

大阪府にて国に対する緊急事態宣言発出要請の動きがあり、SCを含む大規模商業施設への「休業要請」の可能性があることを受け、以下を要望しました(その後、東京都、兵庫県、京都府にて同様の動きがあったため、それぞれの知事に同内容の要望書を提出)。

【件名】　大阪府内のショッピングセンターの営業継続について(要望)
【要望内容】　(ⅰ)SCは感染防止対策を徹底しており、全館休業は要請しないで欲しいこと
(ⅱ)休業が必要と判断される場合も、生活必需物資(衣食住に係る業種)は営業継続したいこと
【要望先】　・ 4 月 15 日 内閣官房新型コロナウイルス感染症対策推進室、大阪府知事
・ 4 月 20 日 東京都知事、4 月 21 日 兵庫県知事、4 月 22 日 京都府知事

緊急事態宣言発出に向けた国の動きを受け、「緊急事態宣言が発出された場合の商業施設への措置」について、百貨店協会と連名で要望書を提出しました。

【件名】　「緊急事態宣言」発出の際の大規模商業施設に対する対応について (要望)
【要望内容】　(ⅰ) 大規模商業施設へ休業要請を出す場合、生活に必要な衣食住の店舗を対象から外して欲しいこと
(ⅱ) 休業に係る補助金等を実態に即して支援して欲しいこと
【要望先】　・ 4 月 15 日 内閣官房長官、経済産業大臣、経済再生担当大臣

②第 3 回 緊急事態宣言の延長に向けて ※延長期間：2021 年 5 月 12 日(水)～5 月 31 日(月)

5 月に入り、国における「緊急事態宣言延長」に向けた動きにともない、国および宣言対象地方自治体に対し、以下を要望しました。

【件名】 「緊急事態宣言」延長にともなう大規模商業施設への対応について(要望)
【要望内容】 (ⅰ)感染対策を十分にとった上での営業再開をご検討いただきたいこと
(ⅱ)やむをえず休業要請を発出する場合には、現在の「休業要請協力金」の増額を強く望むこと
【要望先】
- 5 月 6 日 内閣官房長官、経済産業大臣、経済再生担当大臣
- 5 月 7 日 東京都知事、大阪府知事、京都府知事、兵庫県知事、愛知県知事、福岡県知事
  自民党中小企業・小規模事業者政策調査会 会長
- 5 月 11 日 自民党住宅土地・都市政策調査会 会長

③第 3 回 緊急事態宣言の再延長に向けて ※再延長期間：2021 年 6 月 1 日(火)～6 月 20 日(日)

5 月下旬には、国による緊急事態宣言の再延長に向けた動向に加え、大阪府等が宣言延長の要請を決定したことを踏まえ、日本小売業協会、不動産協会、日本ビルヂング協会連合会と連名で以下の要望書を提出しました。

【件名】 大規模商業施設への支援について(要望)
【要望内容】 (ⅰ)生活に密着した大規模商業施設の機能が適切に維持されるよう、休業要請を廃止または縮小
(ⅱ)休業協力金について、休業要請が長期化される場合、テナントに対する賃料減免額に相当する支援を講じるなどの抜本的な改善の検討
【要望先】
- 5 月 26 日 経済産業大臣、国土交通大臣、経済再生担当大臣
- 5 月 27 日 東京都知事、大阪府知事、京都府知事、兵庫県知事、
  愛知県知事、福岡県知事、北海道知事、岡山県知事、広島県知事

④第 4 回 緊急事態宣言の発出に向けて ※宣言期間：2021 年 7 月 12 日(月)～8 月 22 日(日)

「デルタ株」による感染者数の急拡大を受け、7 月 12 日に東京都を対象に 4 回目の緊急事態宣言が発出されました。8 月 2 日には、首都圏３県および大阪府に緊急事態宣言が拡大されたことを踏まえ、日本百貨店協会と連名で要望書を提出しました。

【件名】 緊急事態宣言に併せた大規模商業施設への措置について（要望）
【要望内容】 （ⅰ）追加的な感染防止対策（従業員の健康管理の徹底・営業時間の短縮検討・入館者の制限）を進めることにより、大規模商業施設への措置を見直される場合にも、営業体制を維持できるよう休業要請回避の検討
（ⅱ）万一休業要請がなされる場合には、大規模商業施設の事業継続を確実に支援いただくよう、休業協力金に関しても、実態に即した増額及び制度の見直し
【要望先】
- 8 月 5 日 経済産業大臣、経済再生担当大臣
- 8 月 6 日 内閣官房長官

⑤第 4 回 緊急事態宣言の再々延長に向けて ※再々延長期間：2021 年 9 月 13 日㈪～9 月 30 日㈭

8 月 22 日までとして発出された第 4 回緊急事態宣言が延長・再延長を繰り返してきた中で、広島県においては、9 月 11 日および 12 日の休業要請が為されるとととともに、緊急事態宣言が 9 月 12 日以降も延長された場合に「土日祝日の休業要請」を行う意向が示された。これを踏まえ、以下を要望した。

【件名】　緊急事態宣言延長の場合の大規模商業施設への措置について（要望）
【要望内容】　（ⅰ）緊急事態宣言が延長される場合、大規模商業施設への措置については、現在の営業体制を維持できるよう検討いただきたいこと
（ⅱ）万一休業要請が為される場合には、大規模商業施設の事業継続を確実に支援いただくよう、休業協力金に関しても、実態に即した支給をお願いしたいこと
【要望先】　・ 9 月 9 日　広島県知事

【3】国・自治体からの要請に対する協力

感染拡大防止対策等に関する国・自治体からの要請内容について、当協会ホームページ等で発信し、SC業界内の周知徹底に努めました。

なお、発信回数は、新型コロナウイルス発生（2020 年 1 月）以来の累計で約 250 回に及び、うち、2021 年は約 160 回。感染拡大防止に向けて、SC業界としても国・自治体の取り組みに積極的に協力しました。

(2)令和 4 年度税制等改正要望について

緊急事態宣言等における、国・自治体からの休業や営業時間短縮の要請に対し、真摯に協力してきましたが、これらにより、ＳＣを構成するディベロッパー、テナント双方で非常に厳しい経営状況を強いられています。令和 4 年度の税制等については、地域の日常生活に根差すＳＣへの実態に即した支援として、下記 2 点を最重要の柱として改正の要望書を取りまとめました。

〇コロナ下で傷んだ企業経営へのさらなる打撃とならないよう、令和 3 年度に実施された商業地に係る固定資産税課税標準額の据え置き措置の延長等、**固定資産税等の負担軽減措置**

〇地域の社会インフラ、防災拠点としての整備を進めるための**災害対策に関する支援**

なお、上記を含めた『令和 4 年度税制等改正要望』について、国土交通省および経済産業省それぞれと意見交換会を設け、SC業界の現況をお伝えするとともに、両省幹部に対して直接要望を行いました。

（国土交通省との意見交換会）

【1】＜令和 4 年度　税制等改正要望＞の概要

①商業施設に係る固定資産税等の負担軽減措置の継続等

●令和 3 年度に実施された商業地に係る固定資産税課税標準額の据え置き措置の延長、更には一定期間の継続

●家屋及び償却資産に係る固定資産税・都市計画税の一定期間の減額

●地下商店街の支援のため、公道下地下街に係る道路占用料の減免

②防災施設など公共性の高い社会的インフラとしての役割を担う商業施設に対する支援の強化

商業施設の災害対策に対する税制・補助金・規制緩和等の公的支援強化

（電気室等の水害防止のための設備投資に対する支援、一時避難所としての駐車場活用に向けた所要設備等設置にともなう支援　等）

③DX投資促進税制の対象の拡大

テナントとディベロッパーが一体となってデジタル化を加速するため、SCのシステム改修等をDX投資促進税制の対象とする。

④新型コロナウイルス感染症対策への支援措置

実態に即した休業要請や営業時間短縮要請に対する協力への補償と補償措置の制度化　等

⑤環境対策に対する取り組み強化に係る支援措置

2050 年カーボンニュートラル実現に向けて、省エネ性能の劣る既存ストックの取り換え等を促すための支援制度の拡充　等

⑥不動産にかかる多重税制の適正化

償却資産に係る固定資産税や事業所税を廃止するなど、法人課税の総合的な負担軽減、不動産にかかる多重課税の排除　等

【2】＜要望関連事項に係る措置状況＞の概要

①商業地に係る固定資産税（都市計画税を含む）の軽減

令和 4 年度については、評価替えの結果、課税額が上昇する土地における課税標準額の上乗せ額を、本来、評価額の 5.0%のところ、激変緩和措置として 2.5%とすることとされました。

（令和 4 年度税制改正大綱）

Ⅴ． 第 46 回日本ショッピングセンター全国大会について

1.「SC ビジネスフェア 2022」開催について

SC業界唯一の商談展示会を2年ぶりにパシフィコ横浜で開催！
「SCビジネスフェア2022 ～出会い、発見、チャンス、そして未来へ～」

「アフターコロナ」「DX・テクノロジー」「ES革新」といった、いまSC業界で注目されるテーマの展示やセミナーが目白押しです。

多くの来場者が集う展示ブースの臨場感と、時間と場所を問わないオンラインセミナーの利便性を融合させ、次代のSCビジネスをリードする出会いと、明日のSCに欠かせない情報を発信します。

（1）開催概要

日　　時：2022 年 1 月 26 日（水）～28 日（金）
場　　所：パシフィコ横浜 展示ホールB・C・D/アネックスホール
出 展 数：143 社　367 小間（初出展 17 社）

・ディベロッパー	39 社	141 小間
・テナント	27 社	60 小間
・サポート	41 社	88 小間
・DX テクノロジー	27 社	58 小間
・発見マルシェ	9 社	20 小間

特別協賛：JLL モールマネジメント㈱、㈱テレコムスクエア、㈱JR 東日本クロスステーション
オムロンソーシアルソリューションズ㈱

（2）注目のコンテンツ

【1】商談展示会 （無料）

■テクノロジーの体験・体感■

施設内ナビ「PinnAR」（協力：㈱テレコムスクエア）による会場内のご案内を行ないます。
お手持ちのスマートフォンにアプリを登録いただくと、会場内のどこからでもお目当ての場所にご案内します。
また、複合サービスロボット「Toritoss」（協力：オムロンソーシアルソリューションズ㈱）による、会場内の清掃・警備を行います。

■サステナビリティへの取り組み「交流広場」■

会場中央の「交流広場（約600㎡）」にて、**「発見マルシェ」**を開催します。
「食」をテーマとして、まだ世の中に知られていない商品や、販路がなく行き場を失った食材など、地域の隠れた名品の数々を発掘し、紹介するマルシェゾーンです。
広場の椅子やテーブルには間伐材（熱海産）を使用しており、フェア終了後は加工再生されるなど、地球環境にもこだわったゾーンです。

■セミナー・出展者プレゼンテーション■

ご出展者やSC経営士の知見やノウハウを学べるセミナーを多数ご用意しています。
「デジタル販促」、「WEB活用研修」、「ライブコマースノウハウ」といったSC現場で活用できるテーマから、「SCの未来への提言」、「ワールドレポート」、「ジェンダー・ダイバーシティ」といった経営的テーマまで、無料でお気軽に聴講いただけます。

【2】シンポジウム・セミナー（於／アネックスホール、有料）

日本をリードする有識者にご登壇いただき、シンポジウム・セミナーから、明日のSCに向けて情報発信します！

【プログラムⅠ】 1月26日（水）開催

『日本経済の処方箋、ウィズコロナ・アフターコロナ対応を学ぶ』

■基調講演①■ 「スタートアップが日本を救う」

㈱ディー・エヌ・エー　代表取締役会長　南場 智子 氏

「人材の流動不足」という日本経済の課題を指摘し、
スタートアップが生まれ成長し続けるエコシステムの構築の観点から、
「企業変革の方向性」を示します。

■基調講演②■ 「行動経済学から考えるSCの感染対策」

大阪大学　感染症総合教育研究拠点 特任教授　大竹 文雄 氏

SCの感染症対策は、行動経済学からはどのように見えているか
これまでの感染症対策を検証し、ウィズコロナ時代に生かすとともに、
今後の感染状況の変化に備えます。

■SCシンポジウム①■ 「アフターコロナ時代に必要とされるSCとは」

三井不動産㈱　執行役員 商業施設本部 副本部長　若林 瑞穂 氏
㈱バンダイナムコアミューズメント　代表取締役社長　川﨑　寛 氏
日本経済新聞社　編集委員兼論説委員　中村 直文 氏
JLLモールマネジメント㈱　取締役会長　大津　武 氏

アフターコロナに向けてSCはどうあるべきか
SC業界の第一人者が、最新事例を交えながら、SCに携わるすべての人達にメッセージを発信します。

若林 瑞穂 氏

川﨑 寛 氏

中村 直文 氏

大津 武 氏

【プログラムⅡ】 1月27日（木）開催

『再生を実現したリーダーシップ、小売の経営改革、集客施設イノベーション、ES革新を学ぶ』

■記念講演①■ 「『ソニー再生』のリーダーシップ」

ソニーグループ㈱　シニアアドバイザー　平井 一夫 氏

変革を成し遂げるリーダーとは、いかにあるべきか
不確実性の高まる時代に、変革と再生を成し遂げるリーダーシップを
「ソニー再生」を推進した平井氏に学びます。

■流通展望■ 「時代変化に対応した小売業の経営変革とDX」

㈱西友　社長 兼 最高経営責任者（CEO）／
㈱リテイルサイエンス　ファウンダ　大久保 恒夫 氏

時代変化に対応した小売業の経営改革の肝はなにか
ネットショッピングと実店舗運営の両輪でDXを推進した西友の事例など、
数々の小売業経営を成功に導いた大久保氏に学びます。

■記念講演②■ 「コロナ禍で加速したピューロランドのイノベーション」

㈱サンリオエンターテイメント　代表取締役社長　小巻 亜矢 氏

ダイバーシティの尊重こそがイノベーションのカギとなる。
さまざまな従業員が、あらゆる形でコミュニケーションを取ることで、
サンリオピューロランドが加速させたイノベーションを学びます。

■SCシンポジウム②■ 「ES革新がSCの人材確保を支える」

㈱アダストリア　代表取締役会長　福田 三千男 氏
㈱グルメ杵屋　取締役 兼 代表執行役社長　椋本 充士 氏
静鉄プロパティマネジメント㈱　取締役会長　川井 敏行 氏

SCにおける働き方は、どうなるのか
労働生産人口が減少していくなか、ES革新の観点から「生き生きと働けるSC」について議論します。

福田 三千男 氏

椋本 充士 氏

川井 敏行 氏

「いつでも、どこでも　セミナー視聴」
① 会場受講、②WEB 受講（ライブ・アーカイブ）

詳しくはこちら https://www.scbf.jp/seminar.html

※SCビジネスフェアとは※　https://www.scbf.jp/

「SCビジネスフェア」は、業界関係者が一堂に会する唯一の商談展示会であり、全国の SC ディベロッパー（SC の開発、管理・運営者）、テナント（専門店）、サポート企業（内装、店舗企画、マーケティング、コンサルティングなど）が出展します。会場内では、SC に関する様々な情報を効率よく収集することができ、多くの商談が生まれて実際のビジネスにも結びついています。

Ⅴ. 第 46 回日本ショッピングセンター全国大会について

2.「第 27 回 SC 接客ロールプレイングコンテスト全国大会」開催について

第 27 回SC接客ロールプレイングコンテスト全国大会 出場者決定！

SCで活躍するテナントスタッフの方たちが、その接客技術を競いレベルアップを図る「SC接客ロールプレイングコンテスト」。

本年は、全国 8 支部大会に総勢 676 名の参加をいただきました。支部大会を勝ち抜いた精鋭28名が、お客様を感動体験へと導く接客スキルを披露します。

栄えある“SC接客日本一”接客ロールプレイング大賞に輝いたテナントスタッフには、経済産業大臣賞が贈られます。ぜひ会場で卓越した接客の数々を体感ください。

(1)開催概要

・開催日時　2022 年 1 月 28 日(金)　12:00～19:00(予定)

・入 場 料　無　料

・会　　場　パシフィコ横浜　会議センター　メインホール

(2)出 場 者

支部	部門	氏名	ＳＣ名	店名
北海道	ﾌｧｯｼｮﾝ・物販	成田　美幸	マルヤマ クラス	グリーンパークストピック
	食品・飲食・ｻｰﾋﾞｽ	広瀬　幸菜	エスタ	回転寿司　北海道四季彩亭
東北	ﾌｧｯｼｮﾝ・物販	引屋敷　未知子	エスパル仙台	ファンケル
	食品・飲食・ｻｰﾋﾞｽ	鈴木　友未	三井アウトレットパーク 仙台港	タリーズコーヒー
関東・甲信越	ﾌｧｯｼｮﾝ・物販	中島　正弘	三井ショッピングパーク ららぽーと湘南平塚	クロックス　バイ　ファム
	ﾌｧｯｼｮﾝ・物販	佐藤　和恵	佐野プレミアム・アウトレット	シップス
	ﾌｧｯｼｮﾝ・物販	伊藤　二三	三井アウトレットパーク 木更津	ジンズ
	ﾌｧｯｼｮﾝ・物販	大嶋　千春	ステラタウン	ジュエリーツツミ
	食品・飲食・ｻｰﾋﾞｽ	長谷川　絵理	小田急本厚木ミロード	赤坂柿山
	食品・飲食・ｻｰﾋﾞｽ	松山　俊介	三井ショッピングパーク ららぽーと TOKYO-BAY	ルピシア
東京	ﾌｧｯｼｮﾝ・物販	小林　奈古	京王聖蹟桜ヶ丘ショッピングセンター	ディーエイチシー直営店
	ﾌｧｯｼｮﾝ・物販	皆川　芽生	テルミナ	ルロウ グリーンレーベル リラクシング
	ﾌｧｯｼｮﾝ・物販	豊田　沙織	銀座並木通りビル	エストネーション セントラル
	食品・飲食・ｻｰﾋﾞｽ	周　里奈	ビーンズ阿佐ヶ谷	カレー専門店　日乃屋
	食品・飲食・ｻｰﾋﾞｽ	中村　有紀	渋谷ヒカリエ	ヨックモック

中部	ﾌｧｯｼｮﾝ・物販	藤井　謙士郎	土岐プレミアム・アウトレット	タケオキクチ
	ﾌｧｯｼｮﾝ・物販	中村　陽平	ヴェルサウォーク西尾	ゾフ
	食品・飲食・ｻｰﾋﾞｽ	傍島　李沙	タカシマヤゲートタワーモール	タリーズコーヒー
近畿	ﾌｧｯｼｮﾝ・物販	廣瀬　亜沙美	エスト	ラグナムーン
	ﾌｧｯｼｮﾝ・物販	古賀　一輝	ヘップファイブ	レイジブルー
	ﾌｧｯｼｮﾝ・物販	里川　由貴	京都駅ビル専門店街 ザ・キューブ	ラッシュ
	食品・飲食・ｻｰﾋﾞｽ	廣澤　美紀	京都駅ビル専門店街 ザ・キューブ	京つけもの　もり
中国・四国	ﾌｧｯｼｮﾝ・物販	渡邉　茉弥	パセーラ	ディーゼル
	ﾌｧｯｼｮﾝ・物販	前田　未来	三井アウトレットパーク倉敷	ベーセーストック
	食品・飲食・ｻｰﾋﾞｽ	川相　愛子	さんすて福山	ルピシア
九州・沖縄	ﾌｧｯｼｮﾝ・物販	永嶋　美里	アミュプラザ博多	サマンサタバサプチチョイス デジタルストア
	ﾌｧｯｼｮﾝ・物販	安澤　涼夏	アミュプラザ博多	コロンビアフットウェア スペシャルティ
	食品・飲食・ｻｰﾋﾞｽ	新屋敷　茉梨香	アミュプラザ小倉	ゴディバ

※SC接客ロールプレイングコンテストとは※

1995 年度から年 1 回開催しています。

SC業界の一層の発展を願い、SCテナント従業員の資質向上を図り、お客様にいつまでも支持され、愛されるSCづくりを目指して、接客技術を競うコンテストです。

（前回大会の模様）

【参考】支部大会

毎年 9 月から 11 月にかけ、全国 7 支部(北海道、東北、関東甲信越、中部、近畿、中国･四国、九州･沖縄)において 8 支部大会(関東甲信越支部は東京大会、関東甲信越大会の 2 大会)を開催。

ファッション物販部門、食品･飲食･サービス部門の 2 部門に分かれ競技を行い、多くの優秀な方たちを表彰するとともに、もっとも優秀だった競技者が支部代表として選抜され(各支部大会の競技者数によって異なる)、全国大会に出場していただきます。

支部大会	開催日程	会場	申込締切日	競技順・スケジュール公表日	対象都道府県
北海道	10 月 15 日(金)	ＴＫＰ札幌ビジネスセンター赤れんが前	9 月 1 日(水)	9 月 21 日(火)	北海道
東北	10 月 27 日(水)	メトロポリタン仙台	9 月 13 日(月)	10 月 4 日(月)	青森、岩手、宮城、秋田、山形、福島
関東･甲信越	12 月 6 日(月)～11 日(土)	日中友好会館	7 月 26 日(月)	8 月 13 日(金)	茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、神奈川、新潟、山梨、長野
東京	10 月 4 日(月)～8 日(金)	ムーブホール（ムーブ町屋）	8 月 20 日(金)	9 月 8 日(水)	東京
中部	11 月 10 日(水)・11 日(木)	imy 会議室	9 月 24 日(金)	10 月 15 日(金)	富山、石川、岐阜、愛知、三重、静岡
近畿	10 月 18 日(月)～21 日(木)	天満研修センター	9 月 7 日(火)	9 月 24 日(金)	福井、滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山
中国･四国	11 月 24 日(水)・25 日(木)	丸田産業会議室	10 月 11 日(月)	10 月 29 日(金)	鳥取、島根、岡山、広島、山口、徳島、香川、愛媛、高知
九州･沖縄	11 月 18 日(木)・19 日(金)	天神チクモクビル	8 月 13 日(金)	9 月 2 日(木)	福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島、沖縄

Ⅵ. その他

2022 年の主な行事予定

日程	イベント名	場所
1 月 26 日(水)～28 日(金)	第 46 回日本ショッピングセンター全国大会 SCビジネスフェア2022	パシフィコ横浜
4 月 7 日(木)	SCアカデミー修了式・開講式	東京ドームホテル
5 月 25 日(水)	第 50 回定期総会	ホテルニューオータニ
7 月 14 日(木)	SC緑陰トップフォーラム	未定
8 月 3 日(水)	夏期定例記者懇談会	未定

●一般社団法人 日本ショッピングセンター協会とは●

日本ショッピングセンター協会は1973年4月、わが国のショッピングセンター(SC)の発展を通じて消費者の豊かな生活づくりと地域社会の振興に貢献することを目的に設立された。その後1975年4月に、社団法人として通商産業省(現経済産業省)から許可を受けた。2012年4月1日、内閣府から認可を受け共益的活動を中心として行う一般社団法人に移行。

会　　長	清 野　　智	東日本旅客鉄道㈱	顧問
副 会 長	岩 村　康 次	イオンモール㈱	代表取締役社長
〃	大 林　　修	三井不動産商業マネジメント㈱	代表取締役社長
〃	佐 野　公 哉	片倉工業㈱	取締役会長
〃	福 田 三千男	㈱アダストリア	代表取締役会長
〃	椋 本　充 士	㈱グルメ杵屋	取締役 兼 代表執行役社長
専務理事	椿　　浩	(一社)日本ショッピングセンター協会	

会員数 (2021年12月23日現在)
第一種正会員　309社　　第二種正会員　265社　　賛助会員　329社　　／　　合計　903社

一般社団法人 日本ショッピングセンター協会　広報担当
〒112-0004
東京都文京区後楽 1-4-14　後楽森ビル 15F
電話 03-5615-8510　FAX　03-5615-8539
e-mail　pr@jcsc.or.jp