

報道関係各位

**第8回日本SC大賞・金賞は『二子玉川ライズ・ショッピングセンター』、
第6回地域貢献大賞（倉橋良雄賞）は『ポップタウン住道オペラパーク』に決定**

一般社団法人 日本ショッピングセンター協会では、「第8回日本SC大賞・第6回地域貢献大賞」を2019年4月24日(水)開催の第1回理事会にて決定しましたのでご案内いたします。

当協会全国7支部でのノミネート委員会(第一次選考)を経て、本部選考委員会で審査した結果、**第8回日本SC大賞・金賞**には、『**二子玉川ライズ・ショッピングセンター**』(東京都世田谷区)を選出。そして、**第6回地域貢献大賞(倉橋良雄賞)**には、『**ポップタウン住道オペラパーク**』(大阪府大東市)を選出しました。各賞詳細につきましては別紙をご覧ください。

選考対象は、日本SC大賞・地域貢献大賞ともに「SCの定義」に合致しているSCで(ただし、特別賞は必ずしもSCの定義にあてはまらない商業施設等も可)、単一のSCに限らず同一エリアで統一的な運営をしている複数のSCも選考の対象としました。

なお、「ES賞」は、当協会が取組みを強化している人材確保対策の一環として、2018年1月24日発表しました「ショッピングセンターにおけるES宣言・行動指針」に準拠した優れた取組みを評価されたSCを選出、このたび2SCに贈ることになりました。

表彰式は、5月21日(火)に、ホテルニューオータニ(東京都千代田区)で開催される「第47回定期総会」当日に執り行います。

【参考】日本SC大賞・地域貢献大賞について

協会設立30周年を記念して、これからのSCのあり方を示唆し、社会的役割を果たしているSCを顕彰し、SC業界の一層の発展に寄与することを目的として「日本SC大賞」を創設。また、当協会が策定した「地域貢献ガイドライン」(2007年1月)を基に、地域活性化に取組み、地域のコミュニティの核として地域住民の生活に欠かせない地位を築いているSCを表彰する「地域貢献大賞(倉橋良雄賞)」が創設されました。



第8回日本SC大賞・金賞
『二子玉川ライズ・ショッピングセンター』



第6回地域貢献大賞(倉橋良雄賞)
『ポップタウン住道オペラパーク』

＜本件に関するお問合せ先＞会員・総務部 TEL:03-5615-8510

※お手数をおかけ致しますが、掲載紙・誌をお送りくださいますようお願い申し上げます。掲載部分をFAXにてお送りいただいても結構です。



一般社団法人
日本ショッピングセンター協会

広報担当：高橋・村松・大内・浅田
TEL：03-5615-8524/FAX：03-5615-8539
Mail：pr@jcsc.or.jp

1. 受賞SC一覧

(1) 第8回日本SC大賞

金賞「二子玉川ライズ・ショッピングセンター」

東京都世田谷区 / 推薦支部 関東・甲信越支部

【選考理由】

東急田園都市線、世田谷区、川崎市内等広域から居住者や通勤通学者等が来街する施設。買い物以外の価値の提供を主眼に、公園・オフィス・ホテル・住宅といった多様な機能をもつことも強みとなって、顧客に新しいライフスタイルを提案している。

自SCのポジショニングをしっかりと確立し、時間を楽しく過ごす場として幅広い層に支持されている。人々の集う場としてイベントを多く企画し来訪者をもてなし、陳腐化しない、いつも「新しい発見」がある施設をめざしたMDで、かつ、古くからの地元店舗や日用品販売等の店舗も共存させ、生活の場としての立地であるが、「気持ちが高揚する」「新しい体験」を得られる施設といえる。地元商店街や町会とともに、さまざまなイベントや防犯活動等にも取り組んでいる。「共創の街」へ、二子玉川の街ブランドとともに高め、国内を代表する高品質な「街」の創造に大きく寄与。現在の駅乗降客数は16万人、1期開業前は10万人で1.6倍増えた。

UDの取り組みにも力を入れており、乳幼児から高齢者まで3世代で楽しめる場を想定して、タウンフロント、リバーフロント、テラスマーケットは2階ですべてつなげて車歩分離ができるようにし、歩道も駅から多摩川までバリアフリー歩道でつなぐ等、安全・安心な環境づくりを行っている。

駅直結の恵まれた立地に負けないMDや顧客対応力が求められる中、日々進化し続けている施設といえる。

銀賞「ルクア／ルクアイーレ」

大阪府大阪市 / 推薦支部 近畿支部

【選考理由】

大阪梅田という商業激戦地の中でリノベーションを行い、ルクア(東館)とルクアイーレ(西館)両館の「ルクア大阪」が誕生した。百貨店と専門店を境目なく買い回れるリアル店舗で、徹底的なマーケティングとPDCAにより、常に感度と鮮度を保ちつつ顧客をつかんでいる。顧客の視点にたつて、キッチン&マーケットという新しい業態の開発、ネットとリアルを融合させた店頭受取サービスなど、注目すべき試みを次々に行っている。

テナントとのコミュニケーションを重視したフロア担当(営業部員)の手厚い配置、地道にPDCAに取り組み、ディベロッパーとテナントの良好な協業関係を築き、来店客数を増加させている。従来ディベロッパーは商品には口出ししないが、在庫数、売れ筋商品、売上目標等、きめ細かくアドバイスし、過去数年成功してきた。

梅田地域の商環境で時流・時代の空気を体感しつつ分析し、それらに機敏に対応する野心溢れる商業施設づくりの在り方は、中心都市における商業施設のベンチマークとして評価できる。



銅賞およびES賞「JRタワー(アピア・エスタ・パセオ・札幌ステラプレイス)」

北海道札幌市 / 推薦支部 北海道支部

【選考理由】

「もっと、まちななる。」をコンセプトに、アピア、エスタ、パセオ、札幌ステラプレイスの4SCがそれぞれ個性を活かしつつ、物販や飲食だけでなく「まち」の機能を備えた施設づくり、地域社会にも積極的に貢献している。地域社会の市場性やニーズに基づき駅エリアの商業の方向性を定め、「まち」全体として幅広い客層、多様化するニーズに対応するため以下の施策を実施し、成果を上げた。①14年ぶりに「エスタ大食品街リニューアル」を実施。②ニトリの新業態「ニトリEXPRESS」がエスタに初出店。③「JRタワーチャレンジショップ」として、ステラプレイス3F催事区画を利用し、北海道発の個性的で新しい価値を提供できるショップを展開。

テナントとのコミュニケーションの活発化のため次の施策を実施。【モチベーションアップ策】「スタッフパーティ」を各館毎に年2回開催。毎回セール後にホテルでスタッフの慰労や感謝を込めて景品があたるゲーム等を実施。昨年は2,000人以上が参加。【人材確保支援】ショップスタッフの入れ替わりが激しく採用に関する相談が多いことから、リクルートの採用サイトをJRタワー専用につくり、スタッフの採用支援を行っている。【ショップスタッフ教育】ショップスタッフ研修は年70回以上開催。SC接客マイスター検定資格取得補助制度も設け、これまでに22名が制度活用で資格取得。

JRタワー全体としてサービス向上を図るため、サービス推進チーム、ES推進チーム、2018年度からは食品衛生チームを設立して食の安全管理の強化にも取り組んだ。また、ショップの業種ごとにチームをつくり、1チームが20~30のショップマスターと月1回のコミュニケーションを活発に、支援など双方向型のコミュニケーションで信頼関係を構築している。なお、2019年元旦は働き方改革等の動きに鑑み休業とした(一部店舗を除く)。ほかに、「そらのガーデン」「エキヒロCafé」「エキヒロイルミネーション」「JRタワー子ども見学会」「JRタワーおとな大学」「JRタワー昔あそび」「JRタワーこども科学展」を実施。街としての「くつろぎ」や「賑わい」創出に取り組んでいる。



ニューフェイス賞「GINZA SIX」

東京都中央区 / 推薦支部 関東・甲信越支部

【選考理由】

銀座の街のポテンシャルを活かし、国内外の人々の潜在的な期待に応える施設づくりを実施。銀座地区から国内外への情報発信が増え、街への集客も飛躍的に高まり、地域の活性化に貢献。また、銀座連合会をはじめとする銀座地区商店街との連携をはかり、街の活性化に取り組んでいる。

新しいことへの挑戦、究極のユニーク性を追求。各ブランドの世界観が顧客の五感を刺激し、「発見」「ものづくりへの関心」「本店をみたい欲求」等を満たせる施設として顧客の共感を呼んでいる。テナント241店のうち121店が旗艦店で、フラッグシップとして限定イベント招待等のサービスが活発に行われている。また、ポップアップショップの展開にも積極的である。

テナント従業員とはギンザシックスプレゼンターマインドを約束。継続・強固なものにするべく、テナントとのコミュニケーション活動(ES・研修・ミーティング)に注力している。レストランでの懇親会、能やおもてなしの学習受講等を通じ、「ものを言い合える」パートナーシップを形成。「ギンザシックスで働いてよかった」と思ってもらえる場を提供することをめざしている。

ラグジュアリーモールとして、日本にただ1つの外観とテナントの個性や世界観を維持できるような施設である。一歩中に入ると「アート」に触れる高揚感と、「本物のラグジュアリー」を観たり触ったりできる体感を来館者に提供。「アートで人を豊かにする」が特徴的で、来館者から「アートの場」としての評価が高い。

初年度の来館者数は約2,000万人と目標をクリアした。



リノベーション賞「ニッケパークタウン」

兵庫県加古川市 / 推薦支部 近畿支部

【選考理由】

改装にあたっては、3ヵ月間全売り場を閉めた。新しく生まれ変わるSCで何をめざすかを検討する中で、5歳児をもつヤングファミリーをメインターゲットに大型区画の店舗誘致を行った。「ミーツテラス」には近隣にないテナントや時間消費型のテナントを導入し、広域商圈からの集客にも成功している。施設面の大がかりなリニューアルによって、顧客の快適性が高まり、フードコートでは子供連れファミリーが小上がリスペースで食事を楽しんでいる光景が見られる。

リニューアルオープンから24ヶ月連続で売上げが前年をクリアし、当初予想の1.5倍となっている。来館者数も550万人から850万人へ増加を見込む。売場・集客が大きく改善し、非常に効果的なリノベーションだと評価できる。

イベントは年間300回実施。ユニークなものとしては、託児スペースを用意したママ向けのワークショップや、地域の高校生が子供たちに教えるものづくり工作教室等、地域とのつながりを意識し、地域の力を借りながら子供の成長につながる取り組みを行っている。

加古川はニッケの発祥地であるが、加古川市民10人に1人が同施設のメルマガ会員になっているのは驚異的といえる。リニューアルオープン時には、SNSに「ニッケやるなあ」という地元客の好意的な投稿が多かった。



ES賞「新静岡セノバ」

静岡県静岡市 / 推薦支部 中部支部

【選考理由】

セノバで働いている人は「セノバファミリーである」という思いを込めて、ディベロッパーは、セノバで働いているスタッフに「退屈させない」という熱意のもと、さまざまな施策に取り組んでいる。

企業主導型保育のSC導入全国3施設目となる「セノバ保育園」は、テナントスタッフサポートとして同社が投資・運営(運営は委託)し、職員の26名中18名をテナント従業員として直接契約する。土日営業や21時までの無料延長保育、自園給食施設(厨房を備える)によるきめ細かな食事対応(アレルギー対応等)等を行なっている。特筆すべきは、マネジメントオフィス業務アンケートの実施結果を踏まえて開園にいたったことである。1年の準備期間に子育て中のスタッフに何度もヒアリングを重ね、施設設備や運営サービスの内容を組み立てた。ESの視点で徹底的にやる、という姿勢が支持され、保育園利用目的を動機として求職エントリーする従業員も増加している。

また、アンケートをもとに電子タバコ専用の喫煙ルームの設置や、タブレット全店配布も行った。こうしたアンケートやヒアリング、日々のコミュニケーションからの情報をもとに、テナントスタッフのことを思った工夫がなされている。

テナントスタッフとの距離を縮めようと、スタッフ懇親パーティーを年2回開催。1500~1600名のスタッフがいる中で、夏400名超、冬500名超が参加する。テナントに限らず、施設管理(駐車場・警備・清掃)のスタッフ向けにも年1回もてなす会を実施している。ほかに、接客ロープレコンテスト「セノ-1グランプリ」(優勝者にはオリジナルバッジを贈呈)や、セノバアカデミー(店長やテナントスタッフ向け研修会)の実施。2019年1月のSC接客ロールプレイングコンテスト全国大会には、館をあげてバスで応援に駆けつけた。

SC協会の「ES宣言・行動指針」を受けて、休館日設定やレストランフロアの閉店1時間前倒しを実施(2019年2月)、従業員の業務負担軽減に制度的に結び付くものと期待される。



特別賞 「南三陸さんさん商店街」

宮城県本吉郡 / 推薦支部 東北支部

【選考理由】

2011年3月11日に発生した東日本大震災では宮城県沿岸部の商業施設が被害を受け、多くの商業者が廃業する中、南三陸町の商店主たちが結束し、震災直後から「福興市」を開催。2012年には仮設商店街を設置して営業を再開し、2017年に本設商店街を開設した。震災後に8.3mかさ上げされた高台の造成地に、南三陸産の杉材を使用した平屋の集合店舗を6棟設置。飲食店や生活関連店舗、鮮魚店等28店舗が集積し、地元南三陸町の町民の生活を支える商業施設であるとともに、南三陸町を来訪する観光客等に新鮮な魚や料理、海産物等の土産物を提供している。



「南三陸さんさん商店街」の運営にあたっては部門毎に委員会を設置し、イベント等の企画や施設に関する打合せを行っている。仮設商店街時代からの、いくらやうに等をたっぷり使った「きらきら丼」は、南三陸のブランドグルメに成長し、これを目当てにするリピーターも多く、各店舗がその味を競っている。商店街の名物メニュー開発やイベント等メディアで紹介されることも多く、さんさん商店街自体が被災地の賑わい創出モデルとなっている。

テナントは、30代・40代が店主の店舗も多く、若い店主を中心にみんながアイデアを出し合いながら、生き活きと商売を行っている。未来に向けた「明るさ」が感じられるだけでなく、事業継続に向けて実直に物事を進められている様子がうかがえる。敷地内の清掃等環境整備にテナントが積極的に取り組んでおり、また商店街では自主防災組織を結成し、町の防災訓練に合わせた自主防災訓練を行い、来訪者の安全を図っている。

(2)第6回地域貢献大賞

地域貢献大賞(倉橋良雄賞) 「ポップタウン住道オペラパーク」

大阪府大東市 / 推薦支部 近畿支部

【選考理由】

地元の大東市で呉服小売りからスタートし、1972年よりSCビジネスに参入。オペラとクラシックのコンサートを館内で開くことと、地域住民の願いでもあった百貨店のあるSCを創るという現会長の積年の夢を叶えるべく大規模なリノベーションを実施し、2010年に館名も「オペラパーク」として生まれ変わった。百貨店・GMSを核としてさまざまな業種や商品を揃え、“ハレ”のお買い物から、“日常”のお買いものまで、地域のお客様の生活をサポートする商品の充実を図っている。また、さまざまなカテゴリーの商品を催事企画で販売し、“にぎわい”を創出するとともに欠落アイテムを補完することで、生活者の利便性向上に努めている。

SCの規模拡大を機に地元求人促進させ、近隣住民を含め約1,500名の雇用を創出。幅広い年齢層の雇用を生み出し、世代継承型雇用創出に寄与している。また、近隣の保育園とタイアップし、子育てしながら働く従業員を支援している。

館内にはオペラパーク八景と呼ぶエリアをつくり、その1つである『プラザフェスタ』の吹き抜け空間にはパイプオルガンを設置する。そこでは定期的にミニオペラコンサートを開催。特筆すべき点として、館独自のクラシックオーケストラを結成。定期コンサートや社会・文化行事に相応しい音楽イベントを数多く開催し、地域の子供たちやファミリーから絶大な支持を受けている。音楽を通じた文化の浸透や情操教育にも寄与し、その様子は逐次 web上で公開され、文化的なSCの姿を市民が常に共有できるようにしている。

官民一体型のSCとして現在進行中の「大東市新庁舎整備基本計画」に伴う大東市役所庁舎の移転計画では、当施設敷地および隣接する形で新市役所庁舎の移転協議が進められている。今後、行政と一体となって大東市を盛り上げる地域のインフラ型複合商業施設として、役割の強化を具体的に計画している。行政と連携し地域の防災拠点の役割を備え、地域密着型のテナント構成、地域文化の啓発への取り組み等、今後ソーシャル機能を充たす新たなSCとしての萌芽を感じる。

地域貢献賞 「赤れんがテラス」

北海道札幌市 / 推薦支部 北海道支部

【選考理由】

施設の2階には「アトリウムテラス」という来館者が溜まることのできる・時間を過ごせる空間を整備し、プロスポーツチーム公式戦のパブリックビューイングを行う等、賑わいづくりを意識している。札幌の観光スポットとして赤れんが庁舎周辺をひき立たせ、市民のみならず道外・国外の観光客に喜ばれる空間を創出している。一方で、BCPIに優れた特性を活かし、札幌市の防災拠点にもなっている。



地域貢献賞

「イオンモール天童」

山形県天童市 / 推薦支部 東北支部

【選考理由】

山形県天童市の特産品である将棋駒の普及や、地元を代表する天童木工との関係構築、地元の東北芸術工科大学との連携、地域住民のための夏祭り企画等、天童市のさらなる発展のため、地域資産の情報発信等を、イオンモールをプラットフォームとして推進している。

なお、イオンモール天童は地域の人々に『イモ天』という愛称で親しまれており、「南山形ことば新しい方言」(東北文教大学 地域連携・ボランティアセンター著)にそのことが記載されている。



「南砂町ショッピングセンターSUNAMO」

東京都江東区 / 推薦支部 関東・甲信越支部

【選考理由】

周辺に居住する生活者に良質で快適な生活を提案し地域のお客様が集い楽しめる”サードプレイス”として、地域に根差したさまざまな取り組みを行っている。イベントを通じて顧客同士のつながりができるなど、子育てファミリーのつながりに加えて、地域には高齢者が多いため健康増進の体操イベントなどコミュニティの核としての役割を果たしている。

通常の販促活動やテナント主催イベント・ワークショップに加え、まちの行事への積極参加や防災・防犯・子育て支援をはじめとする行政との連携イベント、地元スポーツイベントへの協賛、地元近隣施設との相互集客タイアップ、エコプロジェクト等、地域に密着したイベント活動を積極的に行っている。



「ラスカ熱海」

静岡県熱海市 / 推薦支部 中部支部

【選考理由】

商工会議所や行政との連携を6年かけて行い、イベント、駅前広場、地域ブランド開発と出店(準公募制)、プロモーションにいたるまで合意形成を行いながら開業後も継続実施しており、それらは乗降客数増や売上高増につながり、地元顧客にも支持をされている。

地域ブランド「A-PLUS」は、選りすぐりの48事業所86品目を認定し、これがフックとなって、本店のある中心地商店街への来店誘因にもつながっている。



「イオンモール倉敷」

岡山県倉敷市 / 推薦支部 中国・四国支部

【選考理由】

東日本大震災以降、イオングループとして災害時対応がマニュアル化され、またディベロッパースタッフの災害経験者が中心となって素早い対応を取ってきたことで地元生活者らの信頼を得ている。このほか、地域の育児支援サービス、お客様同士の情報交換や相互支援サポート等、SCとして息の長い活動を続けてきており、地域コミュニティの育成に高い評価を得ている。



「鳥栖プレミアム・アウトレット」

佐賀県鳥栖市 / 推薦支部 九州・沖縄支部

【選考理由】

九州全域からの交通網が整備されていることや、各地の観光施設と相互集客企画を実施する等して、佐賀県内に留まらず全九州で貢献し、多くの顧客に支持されている。また、地元行政とも連携して「観光物産展」を開催し名産品をPR、また「サガン鳥栖」のスポンサーとして鳥栖を盛り上げる企画を継続的に実施。

交通の便の良さに加えてインターンシップの実施による就労支援や、スタッフのモチベーション向上に注力し、従業員約1,650名の地域雇用を創出する。



2. 選考基準

(1) 日本SC大賞

これからのSCのあり方を示唆し、社会的役割を果たしているSCを顕彰し、SC業界の一層の発展に寄与することを目的として設けられた賞であり、幅広い視野で総合的かつ客観的に見て参考・模範となるSCを選考する。今回が8回目。

選考対象は全国のSC(ただし、特別賞は必ずしも「SCの定義」にあてはまらない商業施設等も可)。なお、今回からの変更点として、単一のSCに限らず同一エリアで統一的な運営をしている複数のSCや、歴代金賞(大賞)受賞SCも選考対象とした。評価期間は2016年7月から2018年6月までの2年間の活動実績について複眼的に審査。

【選考基準】

<金賞・銀賞・銅賞>

以下の6項目について総合的に評価し、その取り組み姿勢が明確で将来の模範となるべき革新性があるか

1) マーケティング

地域社会の市場性やニーズに基づき、明確な自SCのコンセプト設定と事業展開をしているか

2) テナントミックス

生活者ニーズに対応したテナントミックスや新業態開発を視野に入れた継続的努力をしているか

3) ディベロッパーとテナントとのパートナーシップ形成度

ディベロッパーとテナントとの良好で協業的な関係形成、DVマネジメントに基づくテナントへのサポートとESのための努力、配慮はなされているか

4) ブランディング

顧客との接点創出のため、ネット等ITを活用してSCの発信力を高めるといった誘客における仕掛けが見られるか

5) 顧客サービス

顧客サービスに向けた施策を推進し、顧客から高い評価を得られているか

6) 快適環境の形成と環境保全

高齢化、バリアフリーへの対応など、来街者・利用者のための快適な環境づくり、および地球温暖化防止等のためのCO₂削減や省エネ対策、ゴミ減量などの具体的方策を恒常的に行っているか

以上の6項目への取り組み姿勢が明確で、将来の模範となるべき革新性があると評価されるべき点があるか

<部門賞>

上記の6項目のほか、さらに特定の部門で他の模範となる特に優れた活動を行っているか

○ニューフェイス賞

斬新なMDコンセプト、テナントミックスで話題を集め、予想以上の集客があったSC

選考対象および評価期間:2016年7月～2018年6月にオープンしたSC

○リノベーション賞

リニューアル実施などにより、時代に合った、生き生きと再活性化したSC

○ES賞

「ショッピングセンターにおけるES宣言・行動指針」(2018年1月24日発表)に準拠した優れた取り組みを評価されたSC

○特別賞

先見性を示すあるいは実験的な取り組みを行っていて、これからのSCの模範となるSC。または、「街づくりへの積極的な関与と取り組み」を通じて、地域の中心的な役割を担い、地域を牽引する商業エリア。

(2) 地域貢献大賞

SCの地域社会への貢献と地域活性化への取り組みや考え方を踏まえ、継続的に地域のコミュニティの核として、地域に密着し地域住民の生活に欠かせない地位を築いているSCを選考する。今回が6回目。

選考対象は全国のSC。なお、今回からの変更点として、単一のSCに限らず同一エリアで統一的な運営をしている複数のSCや、歴代の地域貢献大賞受賞SCも選考対象とした。

評価期間は2016年7月から2018年6月までの2年間の活動実績について複眼的に審査。

【選考基準】

「地域貢献ガイドライン」(2007年1月策定)に基づいて以下の6項目について総合的に評価し、地域の特性を活かして元気に頑張っていて、地域住民の支持を得、なくてはならないSCを表彰。

1) 暮らしの総合的サポートの貢献度

2) 地域のプラットフォームとしての貢献度

3) 地域環境との共生、安全性・快適性への維持・管理の貢献度

4) 地域経済および地域商業の健全な発展への貢献度

5) 働く場の提供と雇用創出の貢献度

6) 地域の「まちづくり」への協力と貢献度

3. 第8回日本SC大賞・第6回地域貢献大賞選考委員会 委員一覧

<委員長>

木村 達央 (株)ジャパンイマジネーション 代表取締役会長 兼 社長
((一社)日本ショッピングセンター協会 副会長)

<副委員長>

山中 拓郎 三菱地所・サイモン(株) 代表取締役社長
((一社)日本ショッピングセンター協会 理事 / 総務委員会 委員長)

矢野 靖二 (株)大創産業 代表取締役社長
((一社)日本ショッピングセンター協会 理事)

<委員>

林 正武	(株)アダストリア	上席執行役員 戦略開発本部長
山元 麻有	(株)ジンス	店舗開発室 開発チームリーダー
木山 茂年	(株)東京デリカ	代表取締役会長
山崎万里子	(株)ユナイテッドアローズ	執行役員
米田 泰子	(株)東急総合研究所	研究二部長 主席研究員(SC経営士)
柿沼 裕之	(株)読売広告社	ひとまちみらい研究センター センター長
井出多加子	成蹊大学	経済学部 学部長
永井 岳彦	経済産業省	商務情報政策局 商務・サービスグループ 消費・流通政策課 課長
佐藤 守孝	国土交通省	都市局 まちづくり推進課長
小川 敬	(株)織研新聞社	編集局 編集委員
梅咲 恵司	(株)東洋経済新報社	編集局 流通業界チームリーダー
松本 和佳	(株)日本経済新聞社	生活情報部 編集委員
古屋 雅弘	(一社)日本ショッピングセンター協会	専務理事

(敬称略)

* 所属・役職等2019年3月末時点