

一般社団法人日本ショッピングセンター協会  
**2019年冬期定例記者懇談会・交流会**

**資 料**

日 時 2019年12月24日（火）11:00～13:00  
 11:00～ 懇談会 12:10～ 交流会  
 場 所 ホテルメトロポリタンエドモント  
 懇談会 3階「千鳥」 交流会 3階「春琴」

1. 2020年 年頭所感（会長 清野 智）	2
2. 2019年SC動向	
(1) 2019年オープンSCの概要（速報）	3
(2) 2020年オープン予定のSC等商業施設	11
(3) SC販売統計調査報告	13
(4) 消費増税に伴う動向について	15
(5) 自然災害に対する被災状況及び被災対応について	18
3. 協会活動	
(1) ES向上・人材確保に関する定量調査（速報）	20
(2) SCビジネスフェア2020	27
(3) 第25回SC接客ロールプレイングコンテスト全国大会／SC接客マイスター	29
(4) トピックス	31
参考資料	
2020年協会行事カレンダー《上期》	33
「(一社)日本ショッピングセンター協会とは」「ショッピングセンターとは」	34

別 添 SCビジネスフェア2020（パンフレット）  
 SC接客ロールプレイングコンテスト／SC接客マイスター（チラシ）  
 商業ディベロッパー業界研究フェア（チラシ）  
 SC JAPAN TODAY 電子版 ～記者限定 3ヵ月分無料閲覧～

<お願い>

本資料の内容を記事にいただいた場合は、お手数ですが協会事務局まで掲載紙をお送りください。

## 2020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。

昨年、令和の時代が幕を開け祝賀ムードが高まりました。また、「ラグビーワールドカップ 2019 日本大会」が日本中で大きな盛り上がりを見せ、今年開催される「東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会」への期待も高まりつつあります。こうした明るい話題の一方、地震や台風による大雨、河川の氾濫など大きな災害も相次ぎました。自然災害の脅威を目の当たりにするとともに、その対策の重要性を再認識する一年でもありました。

ショッピングセンター(以下、SC)は、今から約 50 年前(1969 年)、日本を代表する本格的郊外型 SC である玉川高島屋 S・C が産声をあげました。その後 SC は消費者のライフスタイル変化、モータリゼーション、大店立地法をはじめとする法改正など、時代の変化に柔軟に対応し、現在では SC 総数 3,200、総売上高で 32 兆円を超え、大きく成長を遂げることができました。

しかし近年、少子高齢化によるマーケット変化、深刻化する人手不足、社会・経済のグローバル化、自然災害の脅威の拡大など、SC を取り巻く環境は大きく変化しています。特に ICT 技術の進展とそれに伴う消費者のライフスタイルの変化は著しく、個人間取引やリサイクル市場の拡大、サブスクリプションのように物を所有しない消費形態の一般化、スマートフォンを基点にリアルと e コマースを自由に行き来するシームレスな消費スタイルなど、SC 業界はこれまでに経験したことのない大きな潮流変化に直面しているといえるでしょう。

このようななか、今後も SC が発展して行くためには何をすべきでしょうか。1つは、潮流変化への機敏な対応です。ICT 技術などを活用した生産性向上や、消費者のライフスタイル変化に応じた新たなサービスの提供など、業界として正面から取り組んでいかななくてはなりません。

そしてもう1つは、あらためて“地域に目を向ける”ことです。これまで SC は、地域に根ざし、地域に必要な商品やサービスを提供し、地域の支持を得ることで発展してきました。時代が変わってもその本質は変わりません。地域に必要な商品やサービスを時代に合わせたスタイルで提供するとともに、地域の課題解決に貢献することが、今後も SC が発展を続けるうえで最も大切なのではないのでしょうか。

SC だからこそ地域に貢献できることは数多くあります。商品やサービスの提供を通して豊かな生活を実現することはもちろん、大規模災害発生時の「災害対応拠点」機能、地域産業発展のための情報発信や販売、地域コミュニティに対する種々の活動の場の提供、SDGsの視点を取り入れた環境・社会問題への取り組みなど多岐にわたります。当協会としても、地域との共存共栄に資する各種情報を会員の皆様に積極的に提供するとともに、行政施策に対しても必要な意見具申等を行っていきます。

このほか、インバウンド需要は毎年増加を続けており、今年までに訪日外国人旅行者数を 4,000 万人とすることが目標に掲げられています。SC 業界としてもショッピングツーリズムを支援するとともに、インバウンド客が安全で快適に買い物を楽しんでいただける環境づくりに努めていきます。

また、テナント従業員の人手不足対策については、「ショッピングセンターにおける ES 宣言・行動指針」に沿って今年も各般の施策を講じていきます。テナント従業員の業務負担軽減と生産性の向上を通じ、ES(従業員満足)の向上に努めなくてはなりません。

以上、年頭にあたり所感の一端を申しあげました。2023 年には協会も 50 周年を迎えます。それに向け、今年から業界発展を期した取り組みにも着手する考えです。新年が新たな時代への飛躍に向けて実り多い 1 年となりますよう心よりお祈り申し上げるとともに、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、年頭のご挨拶とさせていただきます。

<https://bit.ly/2Q9Bj4l>

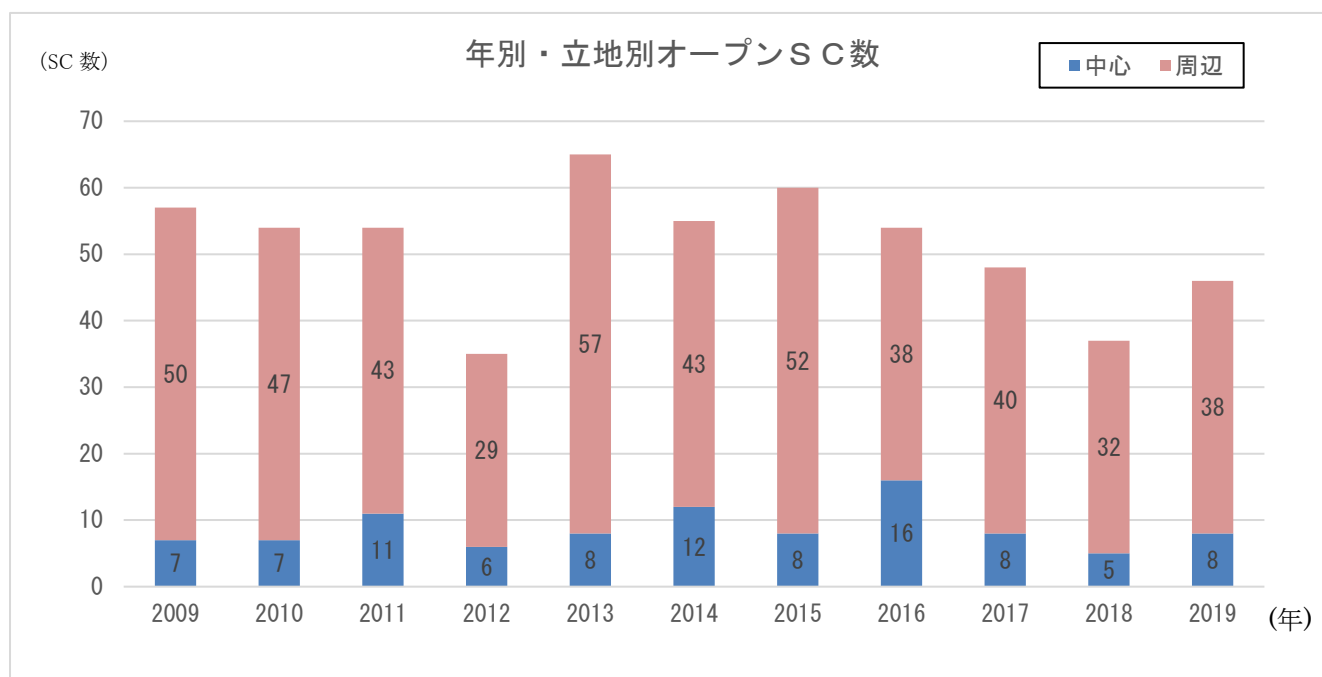
2. SC動向 (1) 2019年オープンSCの概要(速報)

**2019年オープンSCの概要(速報)**  
前年を上回る46SCが開業。SC総数は横ばい

① 年別オープンSC数

(年)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
合計	54	54	35	65	55	60	54	48	37	46
中心地域	7	11	6	8	12	8	16	8	5	8
周辺地域	47	43	29	57	43	52	38	40	32	38



(立地の考え方)

中心地域：人口15万人以上の都市（東京23区を含む）で、商業機能が集積した中心市街地

周辺地域：上記中心地域以外の全ての地域

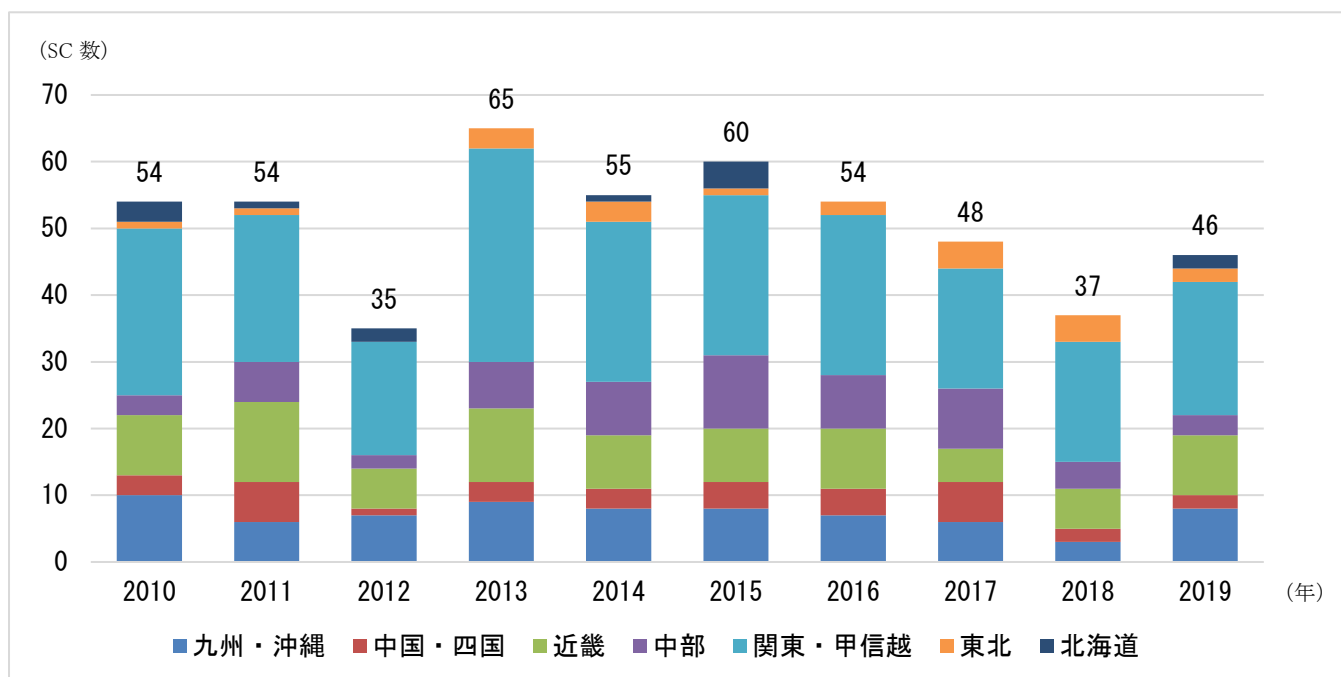
2019年末SC総数(速報値)	3,219
2018年末SC総数	3,220
オープン	46
閉店等	▲47

計 3,219

② 地域別オープン SC の推移

(年)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
北海道	3	1	2	0	1	4	0	0	0	2
東北	1	1	0	3	3	1	2	4	4	2
関東・甲信越	25	22	17	32	24	24	24	18	18	20
中部	3	6	2	7	8	11	8	9	4	3
近畿	9	12	6	11	8	8	9	5	6	9
中国・四国	3	6	1	3	3	4	4	6	2	2
九州・沖縄	10	6	7	9	8	8	7	6	3	8
計	54	54	35	65	55	60	54	48	37	46



③ 都道府県別オープン SC 数上位

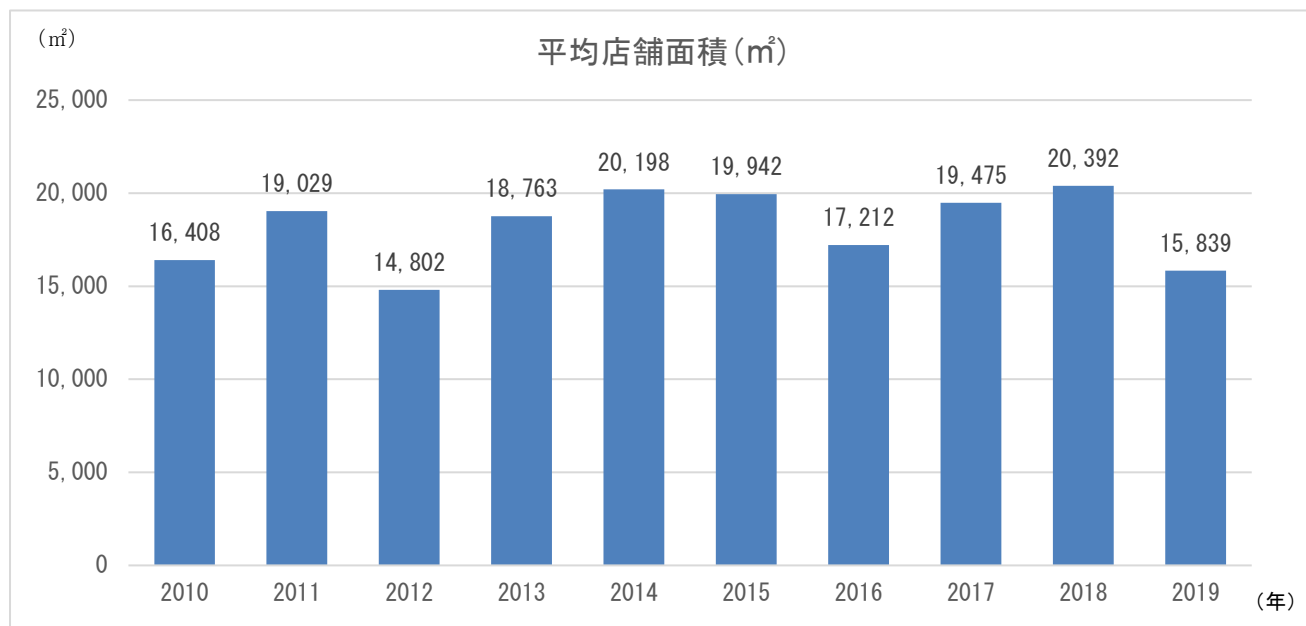
順位	都道府県名	SC 数
1	東京都	8
2	千葉県 大阪府	4
4	神奈川県 埼玉県 京都府 福岡県	3

④ 年別オープンSCの平均店舗面積

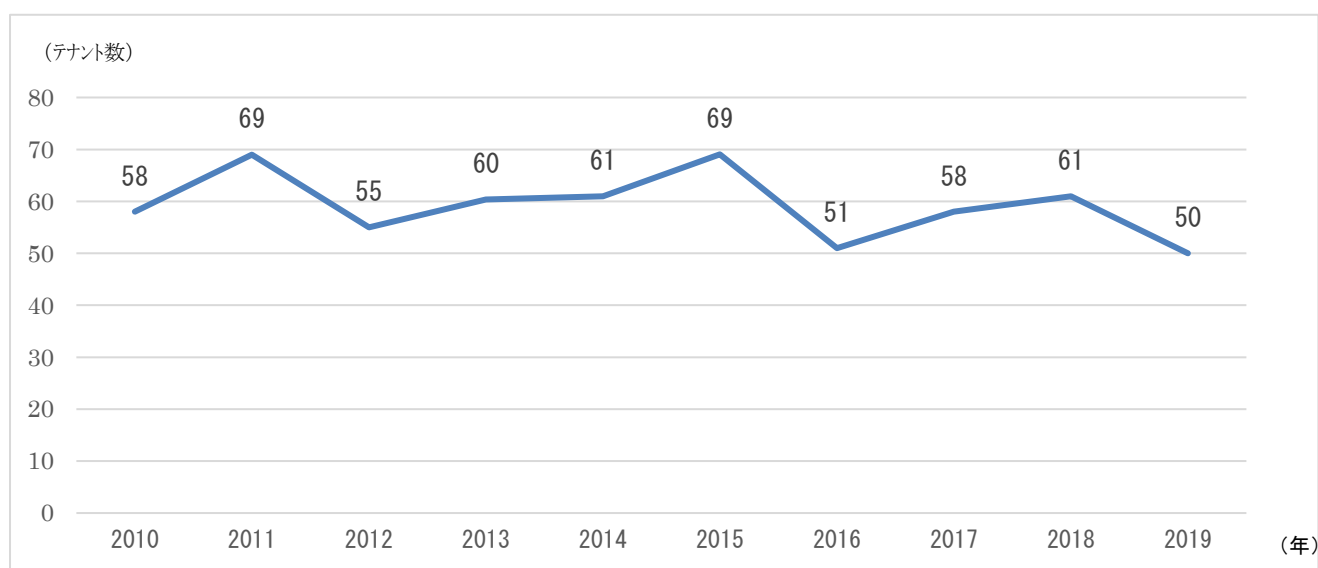
(年)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
オープンSC数	54	54	35	65	55	60	54	48	37	46
平均店舗面積(m <sup>2</sup> )	16,408	19,029	14,802	18,763	20,198	19,942	17,212	19,475	20,392	15,839

(注) 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をいい、店舗間の通路を除いた面積。



⑤ 年別オープンSCの平均テナント数



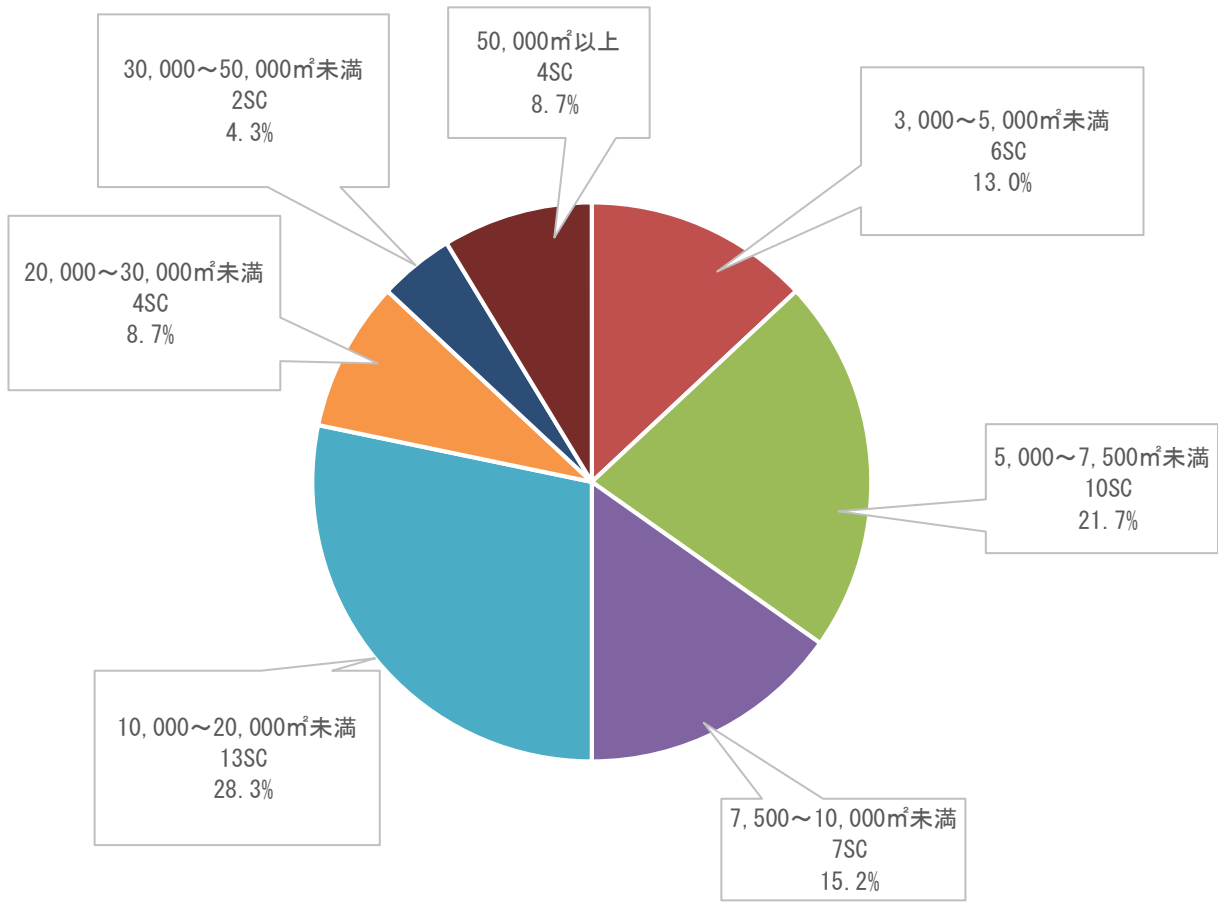
⑥ 2019年のオープンSC一覧 46SC (12月20日時点 速報版)

(オープン日順)

No.	SC名	オープン日	所在地 (都道府県)	立地	ディベロッパー名	店舗面積 (㎡)	テナ ント 数	キーテナント
1	アンビー熊本	1月	熊本県合志市	周辺	アンビー熊本(株), (株)日本エスシー マネジメント	4,021	23	志来菜彩
2	フレンドタウン交野、カ インズ交野店	2月15日	大阪府交野市	周辺	(株)平和堂	15,576	30	フレンドマート交野店、 カインズ交野店
3	ホームズさいたま中央 店	3月1日	埼玉県さいたま 市中央区	周辺	(株)島忠	9,400	13	ホームズさいたま中央 店
4	アクロスプラザ笠懸	3月7日	群馬県みどり市	周辺	大和情報サービ ス(株)	8,330	11	フレッセイ笠懸店
5	SUINA 室町	3月16日	京都府京都市 下京区	中心	(有)ミニマル興産, (株)ジオ・アカマツ	3,330	18	大垣書店京都本店
6	ODAKYU 湘南 GATE	3月22日	神奈川県藤沢 市	中心	小田急電鉄(株), (株)小田急百貨店	12,641	66	小田急百貨店ふじさわ
7	ランチ仙台	4月25日	宮城県仙台市 泉区	周辺	大和リース(株)	11,146	33	みやぎ生協 BRANCH 仙台店
8	アクロスプラザ八尾	4月26日	大阪府八尾市	周辺	大和情報サービ ス(株)	11,685	20	万代八尾曙川店
9	トナリエ桐・美木多	4月26日	大阪府堺市南 区	周辺	(株)日本エスコン, (株)エスコプロパ ティ	8,471	30	イオンフードスタイル桐・ 美木多店
10	ライズモール戸塚	4月	神奈川県横浜 市戸塚区	周辺	(株)ビックライズホ ールディングス	4,176	10	食品館あおば戸塚町店
11	キテミテマツド	5月18日	千葉県松戸市	中心	(同)松戸ビルデ ング、ジョーンズ ラング ラサール (株)	62,181	34	ロピア松戸店、ホームズ KITE MITE MATSUDO 店
12	大分オーパ	6月1日	大分県大分市	中心	(株)OPA	3,800	44	
13	コープ葛飾白鳥店	6月25日	東京都葛飾区	周辺	(生協)コープみら い	6,104	10	コープ葛飾白鳥店
14	サンエー浦添西海岸 PARCO CITY	6月27日	沖縄県浦添市	周辺	(株)サンエーパル コ,(株)サンエー	60,000	248	サンエー食品館
15	ランチ岡山北長瀬	6月27日	岡山県岡山市 北区	周辺	大和リース(株)	7,453	25	天満屋ハピーズ
16	MEGA ドン・キホーテ福 岡福重店	6月27日	福岡県福岡市 西区	周辺	西部日本エンタ ープライズ(株)	15,152	19	MEGA ドン・キホーテ福 岡福重店
17	フレスポ富沢	7月11日	宮城県仙台市 太白区	周辺	大和リース(株)	3,583	11	
18	PRALIVA	7月26日	福岡県福岡市 早良区	周辺	東京建物(株),(株)プ ライムプレイス	5,050	35	フードウェイ西新店
19	オアシスタウンキセラ川 西	8月2日	兵庫県川西市	周辺	(株)阪急オアシス	15,563	21	阪急オアシスキセラ川 西店、ロイヤルホームセ ンターキセラ川西
20	ゆりまち袖ヶ浦駅前モ ール	8月8日	千葉県袖ヶ浦 市	周辺	(株)新昭和	10,676	22	スーパーマーケットせん どう袖ヶ浦店
21	コムプラザ倉敷	8月	岡山県倉敷市	周辺	(株)平成興業,(株)仁 科百貨店	5,122	11	ニシナフードバスケット 市役所北店
22	イオン藤井寺ショッピン グセンター	9月14日	大阪府藤井寺 市	周辺	イオンモール(株)	15,000	65	イオンフードスタイル藤 井寺店

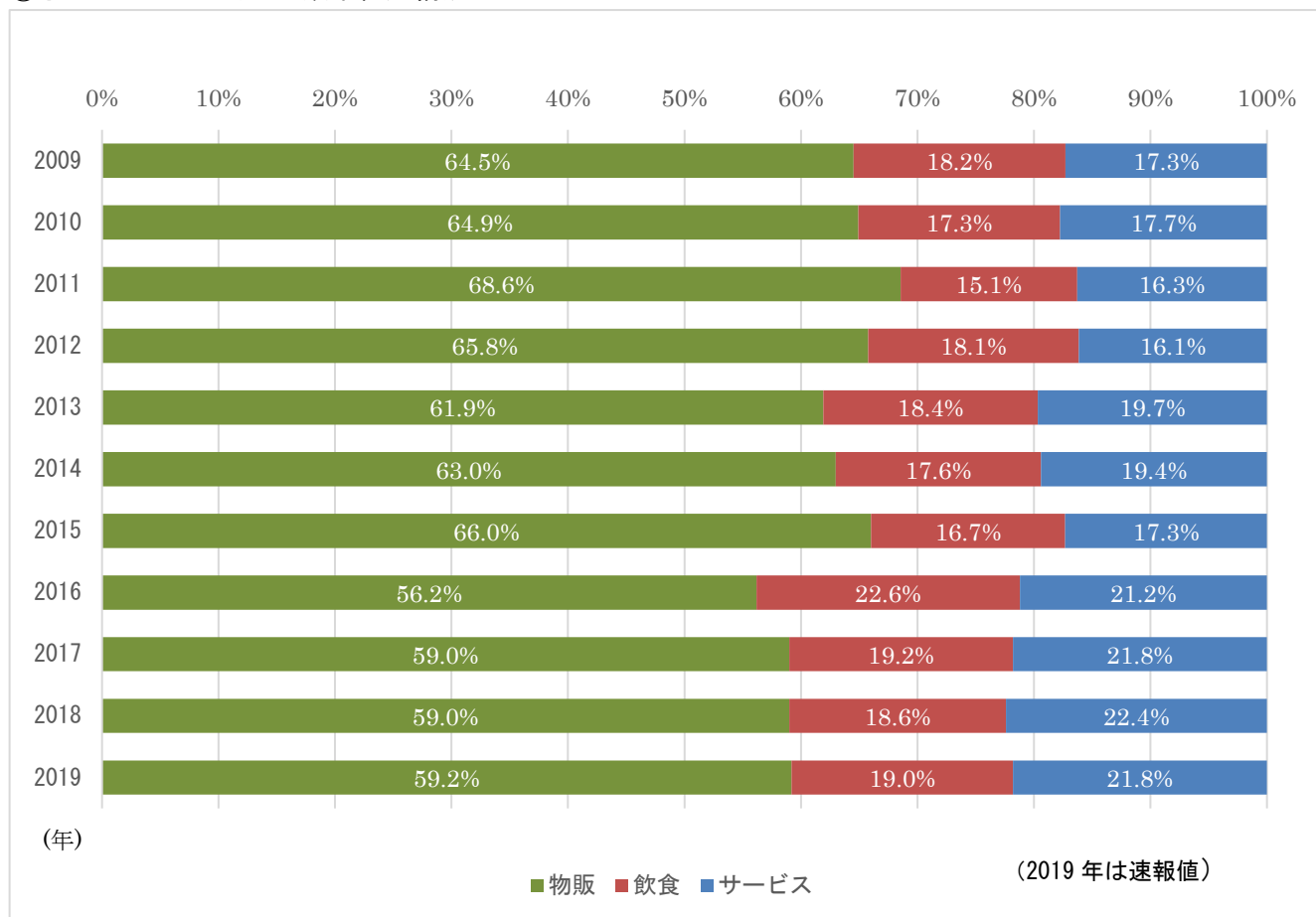
No.	SC名	オープン日	所在地 (都道府県)	立地	ディベロッパー名	店舗面積 (㎡)	テナ ント 数	キーテナント
23	SAKURA MACHI Kumamoto	9月14日	熊本県熊本市 中央区	周辺	九州産交ランド マーク(株)	28,000	155	
24	ランチ横浜南部市 場、横浜南部市場 食 の専門店街	9月20日	神奈川県横浜 市金沢区	周辺	大和リース (株),(協)横浜南部 市場共栄会	15,277	50	エイビー南部市場店
25	COREDO 室町テラス	9月27日	東京都中央区	中心	三井不動産(株),三 井不動産商業マ ネジメント(株)	6,000	30	誠品生活日本橋
26	アクロスプラザ恵那	9月	岐阜県恵那市	周辺	大和情報サービ ス(株)	22,062	14	パロー正家店、DCMカ ーマ21 恵那店
27	フォレストモール甲斐竜 王	9月	山梨県甲斐市	周辺	(株)フォレストモー ル	5,024	12	アマノパークス甲府バイ パス店
28	三井ショッピングパーク ららぽーと沼津	10月4日	静岡県沼津市	周辺	三井不動産(株),三 井不動産商業マ ネジメント(株)	64,000	217	
29	ライフガーデン水巻	10月10日	福岡県水巻町	周辺	ダイワロイヤル (株)	8,654	17	
30	ランチ札幌月寒	10月23日	北海道札幌市 豊平区	周辺	大和リース(株)	8,272	25	スーパーセンタートライ アル月寒店
31	アクロスプラザ市原更 級	10月25日	千葉県市原市	周辺	大和情報サービ ス(株)	11,261	11	ニトリ アクロスプラザ市 原更級店
32	テラスモール松戸	10月25日	千葉県松戸市	周辺	住友商事(株),住商 アーバン開発(株)	42,000	177	
33	フレスポひばりが丘	10月25日	東京都西東京 市	周辺	大和リース(株)	5,337	14	オーケーひばりが丘店
34	ホームズ所沢店	10月31日	埼玉県所沢市	周辺	(株)島忠	14,000	25	ホームズ所沢店
35	渋谷スクランブルスクエ ア ショップ&レストラン	11月1日	東京都渋谷区	中心	渋谷スクランブ ルスクエア(株)	32,000	102	
36	グランベリーパーク	11月13日	東京都町田市	周辺	東急(株),(株)東急モ ールズデベロッ プメント	53,000	241	
37	イオンタウン各務原鶴 沼	11月22日	岐阜県各務原 市	周辺	イオンタウン(株)	20,717	27	ザ・ビッグエクストラ各務 原鶴沼店
38	渋谷 PARCO	11月22日	東京都渋谷区	中心	(株)パルコ	16,200	192	
39	フォレストモール木津川	11月22日	京都府木津川 市	周辺	(株)フォレストモー ル	5,911	16	スーパーマーケットパロ ー木津川店
40	ランチ大津京	11月29日	滋賀県大津市	周辺	大和リース(株)	15,462	28	マックスバリュ大津京
41	イオンタウン諫早西部 台	11月30日	長崎県諫早市	周辺	イオンタウン(株)	5,700	12	マックスバリュ諫早西部 台店
42	アクロスプラザ南 22 条	11月	北海道札幌市	周辺	大和情報サービ ス(株)	4,716	16	
43	ビバモール本庄	12月4日	埼玉県本庄市	周辺	(株)LIXILビバ	24,684	36	スーパービバホーム本 庄店
44	東急プラザ渋谷	12月5日	東京都渋谷区	中心	東急不動産(株),東 急不動産SCマ ネジメント(株)	8,283	69	
45	イオンタウン山科榎辻	12月6日	京都府京都市 山科区	周辺	イオンタウン(株)	7,748	21	イオンフードスタイル山 科榎辻店
46	イオンタウン稲城長沼	12月12日	東京都稲城市	周辺	イオンタウン(株)	5,820	11	ピーコックストア稲城長 沼店

⑦オープンSC数の店舗面積別構成

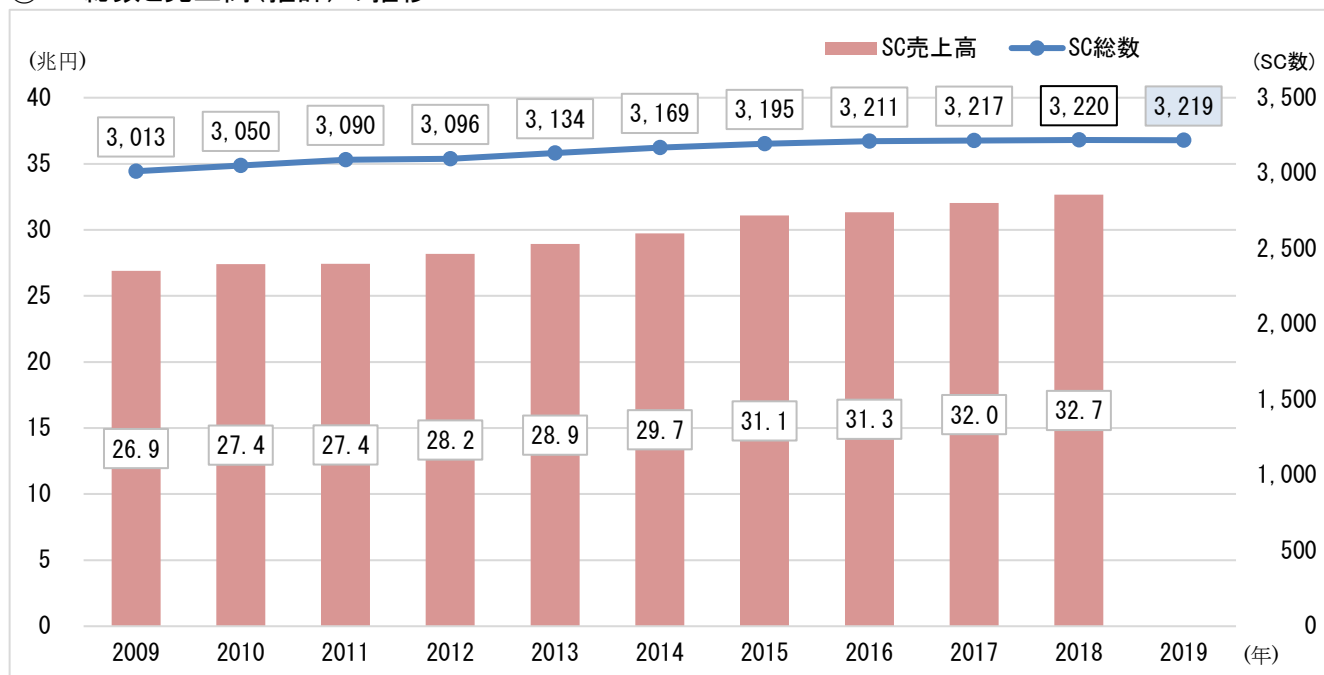




⑧オープンSCのテナント数業種別構成比



⑨SC総数と売上高(推計)の推移



(参考) SC総数、店舗面積等の年別推移(2001年～2018年)

年 (暦年)	SC総数	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 (㎡)	1SCあたり 平均店舗面積 (㎡)	SC年間 総売上高 [推計値] (百万円)
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

※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。  
 ※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。

## 2. SC動向 (2) 2020年オープン予定のSC等商業施設

## 2020年オープン予定のSC等商業施設

2020年にオープンを予定しているSC等の商業施設は40ヶ所

(予定日順・12月20日時点速報版)

No.	SC等商業施設及び計画名	所在地	オープン 予定時期	店舗面積等 (㎡)	ディベロッパー名
1	虎ノ門ヒルズ ビジネスタワー	東京都港区	1月	6,300	森ビル(株)、虎ノ門一丁目 地区市街地再開発組合
2	ぐりんモール (福岡アイランドシティ・センター)	福岡県福岡市	2月	12,660	福岡アイランドシティ特定 目的会社、ジョーンズラン グラサール(株)
3	CO・MO・RE YOTSUYA(コモレ四谷)	東京都新宿区	2月	約 5,800	(独)都市再生機構、三菱 地所(株)
4	ビバモール甲斐甲府店	山梨県甲斐市、甲府市	2月	12,938	株LIXIL ビバ
5	もりまちちはら台モール	千葉県市原市	2月	6,165	株新昭和
6	日立市東滑川 SC	茨城県日立市	2月	16,766	株日立ライフ
7	新利根SC	茨城県稲敷市	冬	4,597	株カスミ
8	ビバモール東松山	埼玉県東松山市	3月	18,690	芙蓉総合リース(株)、 株LIXIL ビバ
9	パークシティ武蔵小山ザモール	東京都品川区	3月	3,200	武蔵小山パルム駅前地 区市街地再開発組合
10	ブランチ博多パピヨンガーデン	福岡県福岡市	3月	13,036	大和リース(株)
11	新宮下公園等整備事業	東京都渋谷区	3月	7,913	三井不動産(株)
12	EQUiA PREMIE 和光	埼玉県和光市	3月	1,967	東武鉄道(株)
13	フォルテ秦野	神奈川県秦野市	3月	6,899	株ベルク
14	ias(イーアス)沖縄豊崎	沖縄県豊見城市	4月	約 47,600	大和ハウス工業(株)、大和 情報サービス(株)
15	GREEN SPRINGS(グリーンズプリン グス)	東京都立川市	4月	3,200	株立飛ホールディングス
16	キーノ和歌山	和歌山県和歌山市	4月	3,090	南海電気鉄道(株)
17	よかど鹿児島 (鹿児島銀行本店ビル)	鹿児島県鹿児島市	4月	2,545	株鹿児島銀行
18	アトレ竹芝 (WATERS takeshiba (ウ ォーターズ竹芝))	東京都港区	4月	約 7,800	東日本旅客鉄道(株)
19	豊洲ベイサイドクロスタワー	東京都江東区	4月	約 6,600	三井不動産(株)
20	住友不動産 ショッピングシティ 有 明ガーデン	東京都江東区	4月	約 40,000	住友不動産(株)
21	WITH HARAJUKU	東京都渋谷区	4月	約 10,300	NTT都市開発(株)
22	住友不動産 ショッピングシティ 羽田空港エアポートガーデン	東京都大田区	春	3,745	住友不動産(株)
23	新風館	京都府京都市	春	2,309	NTT都市開発(株)
24	稲城小田良ショッピングセンター	東京都稲城市	春	4,356	野村不動産(株)
25	イオンタウン読谷北	沖縄県中頭郡読谷村	春	3,765	イオン琉球(株)
26	イオン野田海老江ショッピング センター	大阪府大阪市	春	2,566	イオンリテール(株)

No.	SC等商業施設及び計画名	所在地	オープン 予定時期	店舗面積等 (㎡)	ディベロッパー名
27	武蔵小金井駅南口第2地区再開発	東京都小金井市	6月	5,378	武蔵小金井駅南口第2地区市街地再開発組合
28	JR横浜タワー(NEWoMan 横浜、CIAL 横浜 など)	神奈川県横浜市西区	7月	24,352	東日本旅客鉄道(株)
29	サンエー石川シティ	沖縄県うるま市	夏	約 13,190	株サンエー
30	住友商事 羽生市大型商業施設整備開発	埼玉県羽生市	夏	約 6.4ha (敷地)	住友商事(株)
31	アミュプラザ宮崎	宮崎県宮崎市	秋	16,100	九州旅客鉄道(株)、宮崎交通(株)
32	イオンタウンふじみ野	埼玉県ふじみ野市	秋	81,975	イオンタウン(株)
33	イオンモール上尾	埼玉県上尾市	秋	約 34,000	イオンモール(株)
34	ららぽーと愛知東郷町	愛知県愛知郡東郷町	秋	約 63,900	三井不動産(株)
35	ヴィソン	三重県多気郡多気町	秋	約 53ha (開発面積)	(同)三重故郷創生プロジェクト
36	日本生命栄町ビル 商業施設開発計画	愛知県名古屋市中区	秋	4,500	株大丸松坂屋百貨店
37	大丸心斎橋店北館 パルコ出店計画	大阪府大阪市	秋	約 22,000	株パルコ
38	アリオ松原	大阪府松原市	11月	34,000	株セブン&アイ・クリエイティブリンク
39	メガステージ二本松	福島県二本松市	11月	9,093	株アクティブワン
40	キ・ラ・メ・キ テラス	鹿児島県鹿児島市	2020年内	約 24,500 (敷地)	南国殖産(株) ほか

(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明らかではないため、「SC等商業施設」としている。

(注2) 開業予定は本店立地法等の届出情報、各企業発表の内容等にもとづく。

(注3) 上記店舗面積は立地法届出面積等や床面積である場合もあるので、店舗面積等と表記した。

<オープン例>



iias (イーアス) 沖縄豊崎



ショッピングシティ 有明ガーデン

以上

2. SC動向 (3) SC販売統計調査報告

2019年(1~10月)既存SC売上前年同月比の推移

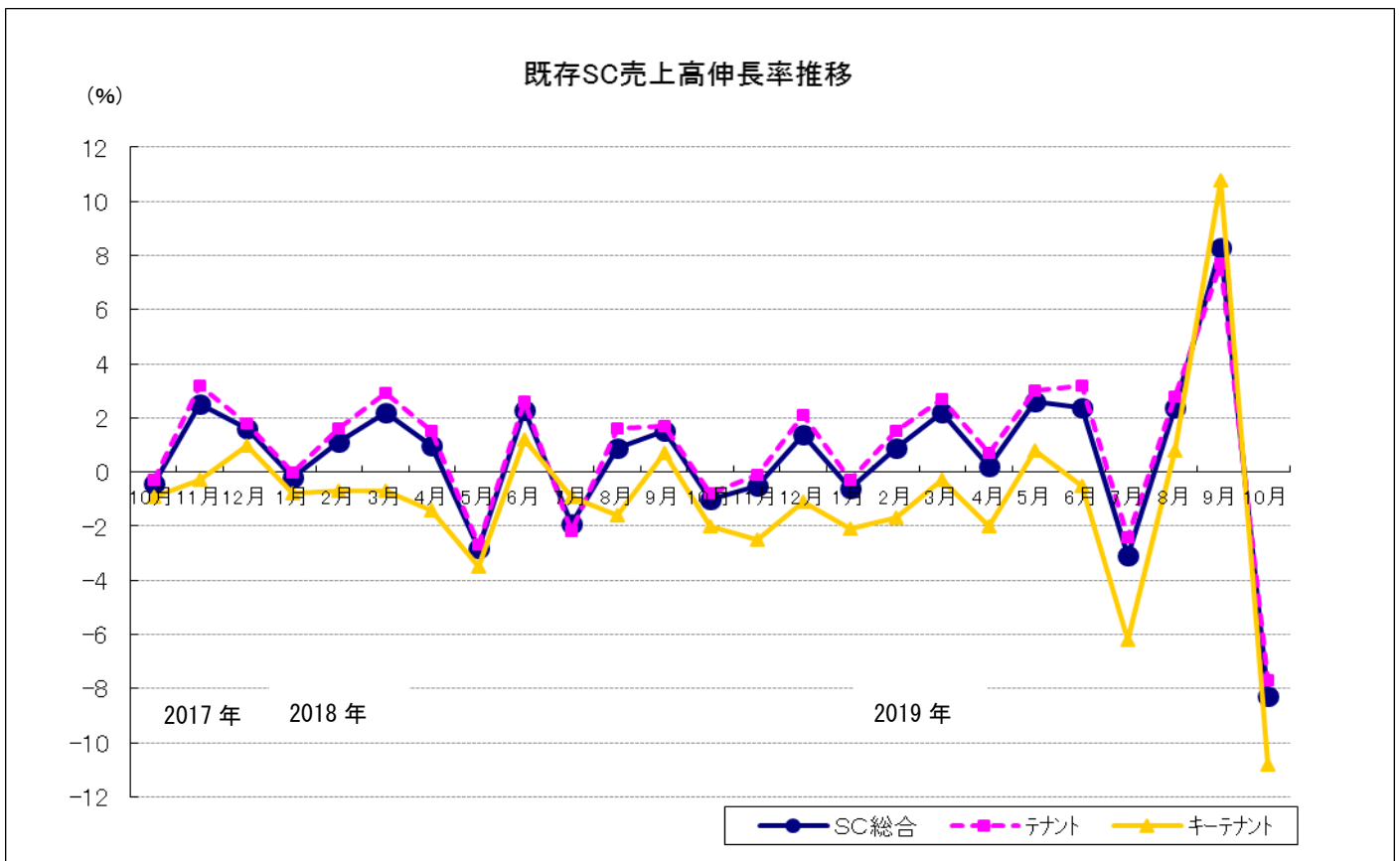
消費増税や台風など気候の影響があったものの、大型GWなどの効果もあり、年間ではおおむね堅調に推移

SC販売統計調査報告(2019年1月~10月)

		S C			百貨店	チェーン ストア
		既存SC				
		SC総合	テナント	キーテナント		
年別	00年	▲ 3.4	▲ 3.1	▲ 3.7	▲ 2.2	▲ 5.1
	01年	▲ 2.2	▲ 1.4	▲ 3.3	▲ 0.4	▲ 5.2
	02年	▲ 2.1	▲ 2.1	▲ 2.1	▲ 2.3	▲ 2.1
	03年	▲ 1.6	▲ 0.8	▲ 2.4	▲ 2.8	▲ 3.2
	04年	▲ 1.7	▲ 0.9	▲ 2.9	▲ 2.8	▲ 3.5
	05年	0.3	1.5	▲ 1.9	▲ 0.2	▲ 2.6
	06年	0.3	0.9	▲ 0.7	▲ 0.7	▲ 2.7
	07年	0.0	0.3	▲ 0.6	▲ 0.5	▲ 1.4
	08年	▲ 1.5	▲ 1.1	▲ 2.3	▲ 4.3	▲ 0.7
	09年	▲ 6.8	▲ 6.5	▲ 7.4	▲ 10.1	▲ 4.3
	10年	▲ 2.0	▲ 1.7	▲ 2.8	▲ 3.1	▲ 2.6
	11年	▲ 1.3	▲ 1.1	▲ 1.5	▲ 2.0	▲ 0.8
	12年	0.5	1.5	▲ 1.6	0.3	▲ 1.9
	13年	▲ 0.5	▲ 0.1	▲ 1.3	1.6	▲ 0.7
	14年	0.1	0.5	▲ 0.9	0.3	▲ 0.6
	15年	0.0	0.3	▲ 0.6	▲ 0.2	0.7
	16年	▲ 1.1	▲ 0.9	▲ 1.4	▲ 2.9	▲ 0.4
	17年	0.6	1.0	▲ 0.9	0.1	▲ 0.9
18年	0.6	1.0	▲ 1.0	▲ 0.8	▲ 0.2	
2018上半期	(1~6月)	0.7	1.1	▲ 0.8	0.0	▲ 0.3
2018下半期	(7~12月)	0.4	0.8	▲ 1.0	▲ 1.5	
2019上半期	(1~6月)	1.3	1.7	▲ 0.8	▲ 0.9	▲ 1.3
2018四半期別	(1~3月)	1.2	1.7	▲ 0.6	▲ 0.7	0.6
	(4~6月)	0.2	0.5	▲ 1.1	0.6	▲ 1.2
	(7~9月)	0.1	0.3	▲ 0.6	▲ 3.4	1.1
	(10~12月)	0.3	0.8	▲ 1.5	0.0	▲ 1.3
2019四半期別	(1~3月)	0.9	1.4	▲ 1.4	▲ 0.9	▲ 1.8
	(4~6月)	1.7	2.1	▲ 0.4	▲ 0.9	▲ 0.7
2018月別	1月	▲ 0.2	0.0	▲ 0.8	▲ 1.2	0.6
	2月	1.1	1.6	▲ 0.7	▲ 0.9	1.3
	3月	2.2	2.9	▲ 0.7	0.1	▲ 0.1
	4月	1.0	1.5	▲ 1.4	0.7	▲ 1.2
	5月	▲ 2.8	▲ 2.7	▲ 3.5	▲ 2.0	▲ 2.3
	6月	2.3	2.6	1.2	3.1	0.1
	7月	▲ 1.9	▲ 2.2	▲ 0.9	▲ 6.1	1.5
	8月	0.9	1.6	▲ 1.6	▲ 0.2	0.1
	9月	1.5	1.7	0.7	▲ 3.0	1.9
	10月	▲ 1.0	▲ 0.8	▲ 2.0	1.6	▲ 0.7
	11月	▲ 0.5	▲ 0.1	▲ 2.5	▲ 0.6	▲ 2.5
	12月	1.4	2.1	▲ 1.1	▲ 0.7	▲ 0.7
2019月別	1月	▲ 0.6	▲ 0.3	▲ 2.1	▲ 2.9	▲ 3.4
	2月	0.9	1.5	▲ 1.7	0.4	▲ 2.5
	3月	2.2	2.7	▲ 0.3	0.1	0.5
	4月	0.2	0.7	▲ 2.0	▲ 1.1	▲ 1.0
	5月	2.6	3.0	0.8	▲ 0.8	▲ 0.7
	6月	2.4	3.2	▲ 0.5	▲ 0.9	▲ 0.7
	7月	▲ 3.1	▲ 2.4	▲ 6.2	▲ 2.9	▲ 7.1
	8月	2.4	2.8	0.8	2.3	▲ 0.3
	9月	8.3	7.7	10.8	23.1	2.8
	10月	▲ 8.3	▲ 7.7	▲ 10.8	▲ 17.5	▲ 4.1
出典		日本ショッピングセンター協会			百貨店協会	チェーンストア協会

各月の概況

- 【1月】12月のプレセールが好調だった反動で年始セールの売上が伸び悩んだSCが多く、前年同月比▲0.6%となった。福袋販売の縮小や暖冬による冬物衣料の苦戦も響いた。
- 【2月】全国的に例年より温暖に推移したこともあり春物衣料が全体を牽引し、前年同月比+0.9%と前年を上回った。
- 【3月】前年同月比+2.2%となり2カ月連続で前年を上回った。好天に恵まれ衣料品が堅調だったことに加え、休日が前年より1日多かったこともプラス要因となった。
- 【4月】全国的に気温が低く衣料品の売上が伸び悩んだが、大型連休による行楽客の増加もあり、駅ビルなどで飲食や食物販など食関連が堅調で、前年並みの前年同月比+0.2%であった。
- 【5月】月前半の大型連休が前年よりも2日多く全国的に客足が伸びたことに加え、月後半は気温が上昇したことにより夏物衣料をはじめとした夏関連の商品が好調だったこともあり、月を通じ安定して推移し、前年同月比+2.6%と前年を上回った。
- 【6月】曜日配列により休日が1日多かったことや、大手衣料品専門店で値引きセールの実施により売上を大きく伸ばしたことなどにより、前年同月比+2.4%と好調だった。
- 【7月】梅雨明けが遅れ、気温の低い日が続いたことなどで夏物衣料やビール等の飲料品など夏物商材の需要が低迷したことや、休日日数が前年より1日少なかったことなどが影響し前年同月比▲3.1%と厳しい結果となった。
- 【8月】台風10号の影響で西日本では売上減となったSCもあったものの、前年と比較して休日が2日多かったことや、低気温が続いた7月から一転して気温が上昇したことで夏物商材の売れ行きがよく、前年同月比+2.4%と好調であった。
- 【9月】10月からの消費増税を控えた駆け込み需要により、化粧品、家庭用品や、貴金属などの高額商品を中心に売上を伸ばし、前年同月比+8.3%と前年を大きく上回った。
- 【10月】消費増税前の駆け込み需要の反動減に、大型台風の影響などによる売上減が重なり、前年同月比▲8.3%と前年を大きく下回った。



以上

\* この件に関するお問い合わせは、調査担当まで (TEL. 03-5615-8524)

2. SC動向 (4) 消費増税に伴う動向について

消費増税に伴う動向について

2019年10月より消費税率が引き上げられ、併せて軽減税率制度がスタートしました。また10月以降の需要平準化対策として国による「キャッシュレス・消費者還元事業(ポイント還元事業)」等もスタートしています。当協会では、ポイント還元事業に対する会員の参加状況及び、消費増税後の現況や国の経済対策に関する感想等について調査を行いました。

《調査概要》

期間 : 2019年11月11日～12月4日

対象 : 当協会のディベロッパー会員(第一種)322社、テナント会員(第二種)311社

回答数 : 99社101回答(ディベロッパー会員76社、テナント会員23社)、回答率16%

※ディベロッパー企業は1社複数回答を含む

(1) 結果概要

- ポイント還元事業への参加率は約3割となった。現在検討中の企業もあるが、還元事業の構造に対する運営面でのハードルの高さやお客様の混乱回避を理由として参加を見送った企業が多いと思われる。
- 消費増税により「売上が下がった」とする企業が多いが、10月は大型台風による影響なども大きく、消費増税の売上に与える影響を判断するにはもう少し時間を要する。また、消費増税の影響が長期化すると見る企業の割合は少ないが、業種間での短期・長期の差が大きくなるとの見方は多い。
- 国の経済対策については一定の効果を認める声がある一方、業種の偏りや消費の押し上げには至っていない点を指摘する声も聴かれた。また、ポイント還元事業については、事業の構造や各種対応についての不公平感あるいは不満を挙げる企業もあった。

(2) 調査結果

※①・②はディベロッパー企業対象、③以降はディベロッパー・テナント共通

【ポイント還元事業】

①SCとしての「キャッシュレス・消費者還元事業(ポイント還元事業)」への参加状況

回答内容	回答数	構成比
参加している	23	29%
参加していない	47	60%
参加予定(申請中等)	5	6%
検討中(今後可能性あり)	3	4%
合計	78	100%

②①で「参加していない」と回答した理由(複数回答可)

回答内容	回答数	構成比
制度の内容が分かりづらい	7	6%
売上効果が期待できない	9	8%
運営が難しい	30	26%
コストが高い	13	11%
準備が間に合わなかった	7	6%
実施期間が短い	6	5%
お客様の混乱を招く(対象テナントの告知等)	19	17%
キャッシュレスの対応は進んでいる	6	5%
他の方法(販促等)で売上対策ができる	6	5%
その他	12	10%
合計	115	100%

【消費増税の影響、経済対策の効果】

③消費税率引き上げが売上に与える影響について

回答内容	回答数	構成比
下がった	48	48%
変わらない	17	17%
上がった	1	1%
何とも言えない	28	28%
その他	7	7%
合計	101	100%

<主なコメント>

- 10月は高単価商材・業種で売上に影響を受けた。年内までは影響が続くものと見られる。その他業種は増税直後は売上に影響を受けたものの、9月の駆け込み需要が限定的であったこともあり、想定していたよりも売上に与える影響が低い施設が多かった。
- 台風の影響もあり、天候不順でのマイナス要素が大きいため現時点では何とも言えない。

④国の経済対策(ポイント還元事業・プレミアム付商品券)の効果について

回答内容	回答数	構成比
効果がある	13	13%
効果がない	18	18%
何とも言えない	64	63%
その他	6	6%
合計	101	100%

<主なコメント>

- 飲食・食物販でポイント還元事業に参加した店舗では一定の効果あり。ただし他の業種についてはプラス要素とまではなっていない。
- お客様自身が増税後の経済対策と捉えておらず、理解が進んでいない印象。一部の関心が高い層は反応しているが、現金がキャッシュレス決済に移行した形であり売上の押し上げ効果には至っていない。
- プレミアム付商品券は想定より利用が多い。
- プレミアム付商品券の取り扱いを行っているものの、客層とは合っていない。

⑤今後の国の経済対策(ポイント還元事業)について

回答内容	回答数	構成比
現行のポイント還元事業を継続して欲しい	15	15%
現行のポイント還元事業を一部修正して、継続して欲しい	8	8%
現行のポイント還元事業に代わる対策を実施して欲しい	36	36%
これ以上の対策(関与)は求めない	31	31%
その他	11	11%
合計	101	100%



<主なコメント>

- 消費の促進につながるのであれば実施して欲しい。
- 全テナント(事業者)が対象にならないため不公平感を感じる。
- 規模に関わらず、対象となる事業者を拡大して欲しい。
- 今回の申請が極めて難解で膨大な時間とエネルギーを要した。問い合わせへの対応等も不十分であり非常に困惑した。

⑥今後の売上の見通しについて

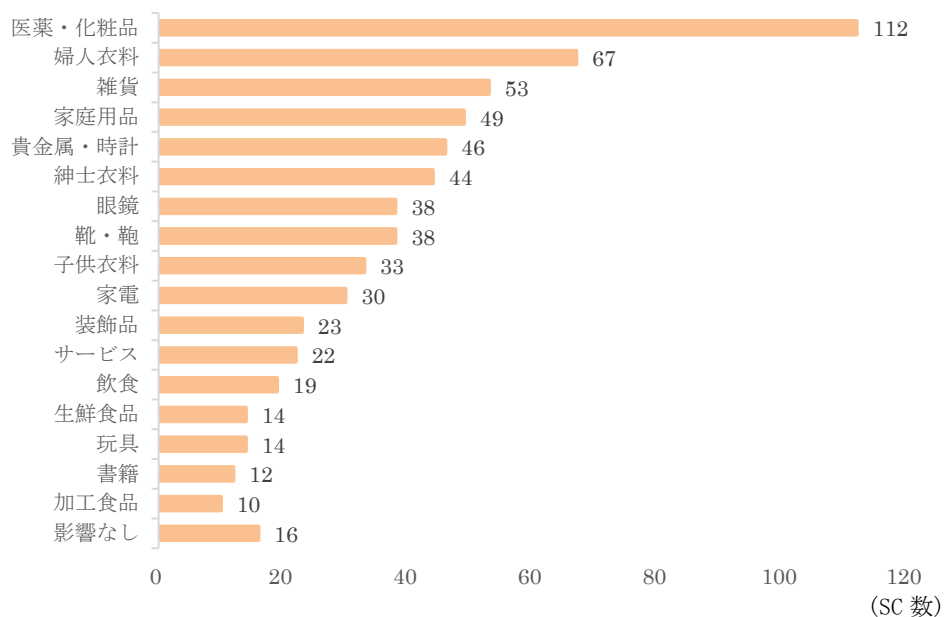
回答内容	回答数	構成比
消費税率引き上げの影響は短期的である	30	30%
消費税率引き上げの影響は長期化する	12	12%
消費税率引き上げの影響は業種間で大きく差が出る	33	33%
何とも言えない	24	24%
その他	1	1%
合計	100	100%

(参考)販売統計調査報告(2019年10月)より

調査サンプル数:215SC、複数回答

※2017年12月末現在の全3,217SCの中から立地別・SC規模別にサンプル抽出し、集計・算出

<消費増税後の買い控えがみられた業種>



結果概要

- 増税前(9月)の駆け込み需要により好調だった医薬・化粧品、家庭用品、貴金属・時計などの落ち込みが大きかった。
- 具体的な商品としては、化粧品に加え、コンタクトレンズ、眼鏡、書籍、買いためが可能な日用品(洗剤・トイレトペーパーなど)、サプリメント、ジュエリー、家電全般などが目立った。
- サービス業種では、リラクゼーション、エステ等の回数券等に反動減がみられた。
- 一方、軽減税率対象の生鮮食品、加工食品については、増税前の駆け込み需要、増税後の買い控え、ともに少ない傾向となった。
- 婦人衣料の買い控えも見られたが、駆け込み需要の反動減を理由にする回答は少なかった。10月の気温が高めに推移したことで秋冬物の動きが鈍かったことが大きく影響したと想定される。

## 2. SC動向 (5) 自然災害に対する被災状況及び被災対応について

## 自然災害に対する被災状況及び被災対応について

2019年は、台風などの自然災害が相次ぎ、地域社会に大きな被害をもたらしました。ショッピングセンターは被災者に支援物資や避難場所を提供するなど、地域社会のインフラとしての役割を果たすとともに、平常時にも地域の環境保全、地域生活者の安全性と快適性に配慮した取り組みを行っています。

SC及び当協会では「ショッピングセンターの地域貢献ガイドライン」に沿い、地域社会を十分にサポートする体制の構築に努め、地域社会に信頼される存在になるよう努力していきます。

## 1. 台風15号、19号によるショッピングセンターの被災状況

- ・大雨及び鉄道の計画運休等による臨時休業、営業時間短縮(首都圏、千葉県等)
- ・停電による臨時休業(千葉県等)
- ・大雨による店内浸水(東北地方等)
- ・強風による窓ガラス破損(東北地方等)

## 2. 台風15号、19号の被災に対するショッピングセンターの支援活動

## (1) 支援物資提供

- ・自治体との協定に基づき、食品や日用品等の支援物資の提供
- ・非常給水設備を活用した、断水した地域の住民への給水
- ・航空会社との協定に基づき、空港に災害用復旧要員用の食料を提供

## (2) 避難場所等提供

- ・近隣地域住民に向け、共用スペースやフードコートを開放
- ・夜の台風通過にあたり、避難用(車中泊等)に駐車スペース・トイレを開放
- ・携帯電話の充電スペース設置
- ・電力会社との災害時における相互支援に関する協定に基づき、復旧支援拠点(応援機材等のスペース)として駐車スペースや休憩スペースを提供

## (3) 移動販売車の派遣

- ・大型移動販売車を活用し食料品等を販売

## (4) 義援金の募金活動

- ・各社による義援金の募集活動

## 3. 自治体との防災協定の締結(例)

項目	内容
物資供給	食料・飲料・生活必需品・燃料・資機材等の供給
防災活動・救助活動協力	災害応急活動に係る要員派遣、災害活動用機材の提供、生活必需品物資の提供 店舗における避難場所、飲料水、トイレ、被災者に対する災害情報の共有
店舗営業の継続又は早期再開	店舗の営業継続又は早期営業再開に係る協力
専用水道の使用	専用水道(地下水)による応急給水の協力
帰宅困難者支援	帰宅困難者への水道水、トイレ、一時休憩場所、及び災害情報の提供

【参考：事例写真】

●携帯電話の無料充電（札幌駅ビル・JRタワー）  
2018年9月6日北海道胆振東部地震



●共有通路の開放（札幌駅ビル・JRタワー）  
2018年9月6日北海道胆振東部地震



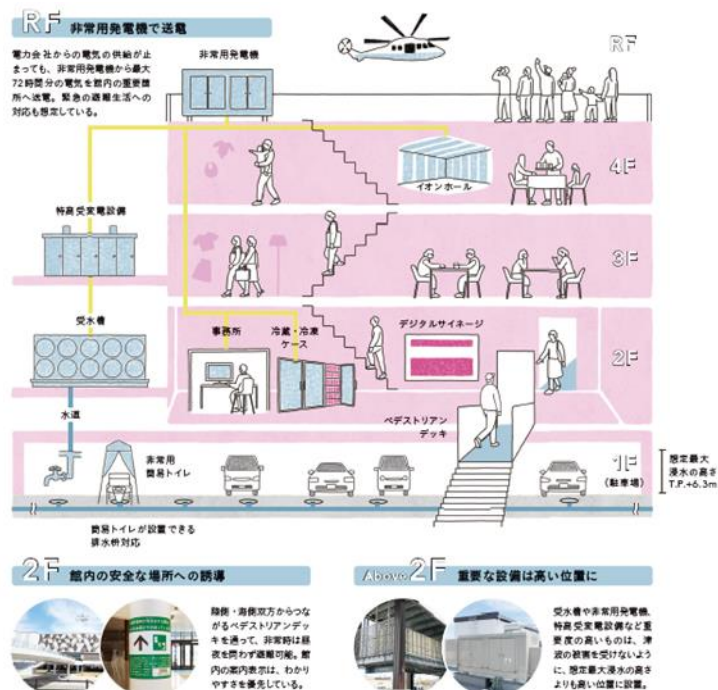
●駐車場に避難する近隣住民（イオンモール倉敷）  
2018年7月豪雨



●駐車場で臨時販売  
（新さっぽろアーカシティ サンピアザ・デュオ・イオン新さっぽろ店）  
2018年9月6日北海道胆振東部地震



●イオンモールいわき小名浜における防災対策



3. 協会活動 (1) ES向上・人材確保に関する定量調査(速報)

ショッピングセンターにおけるES宣言・行動指針  
ES向上・人材確保に関する定量調査(速報)

テナント企業の人手不足が深刻さが増えています。当協会ではこれを重要な課題として位置づけ、2018年1月24日に「ショッピングセンターにおけるES宣言・行動指針」を発表しました。この宣言の目的は、SCで働くテナント従業員が生き生きと働ける環境を整え、より一層のES向上と人材確保対策などを推し進めることにあり、現在、ディベロッパー・テナント企業を中心に、さまざまな取り組みを行っています。

1. ES向上・人材確保に関する定量調査(速報)

調査概要

調査期間:2019年9月26日～11月22日

調査対象:第一種正会員(ディベロッパー)316社、第二種正会員(テナント)309社

回答 (1)ディベロッパー向け調査:回答数132社(242SC)、回答率42%

(2)テナント向け調査:回答数83社、回答率27%

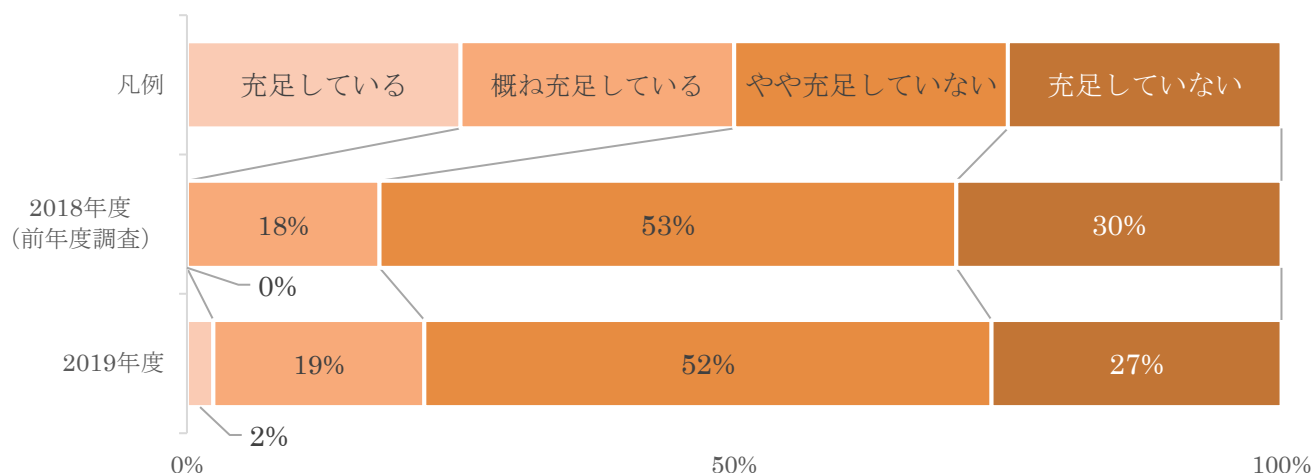
【ポイント】

- 多くのテナント企業が引き続き従業員不足と採用困難を実感
- 離職理由は、①職場の人間関係・雰囲気、②仕事の内容が合わなかった、が上位に  
→正規社員では「結婚」が最も多く、「出産・育児」も上位で、ライフイベントによる理由も多い
- 営業時間短縮、休業日数増加が昨年度に引き続き進展。元日を休業日とするSCも増加傾向にある
- 就業意欲向上のためテナント従業員の待遇改善(正規社員登用、休日増、賃金アップなど)に取り組む企業が多い

(1)テナント従業員の充足度・採用困難度(テナント企業アンケート)

① テナント従業員の充足度

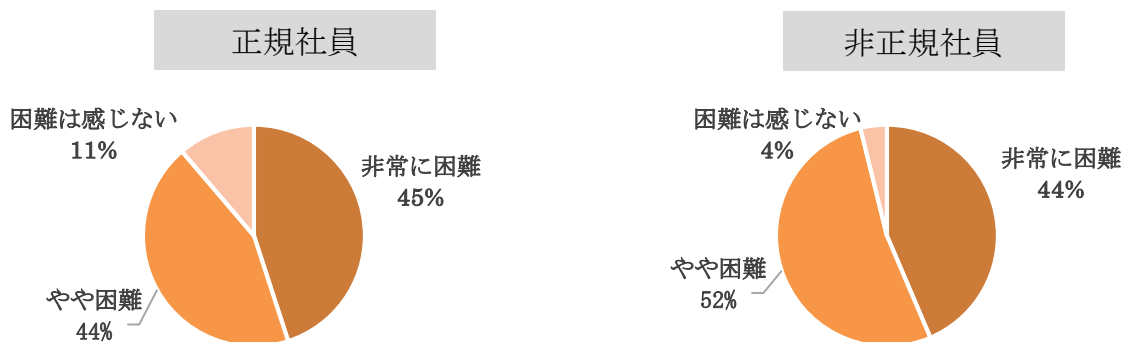
「充足していない」もしくは「やや充足していない」と回答した企業の割合が79%。昨年度の調査よりは若干改善傾向が見られるものの、いまだテナント企業の多くが強く人手不足を感じている。



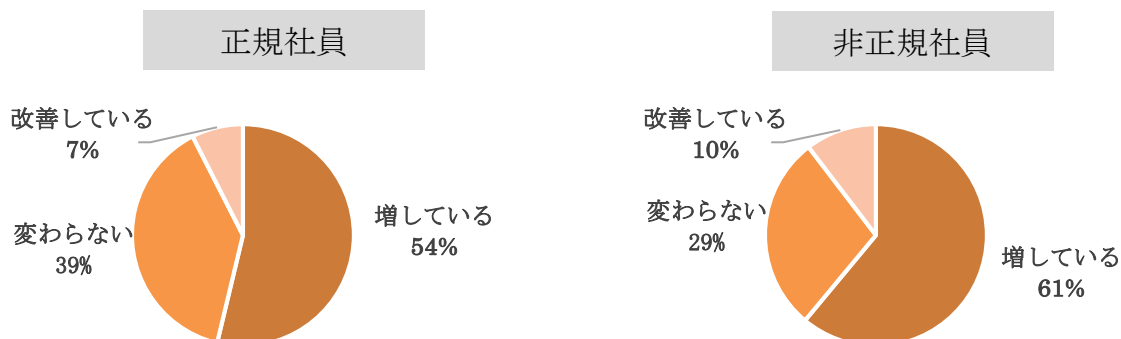
② 採用の困難度

「非常に困難」「やや困難」と回答した割合は、正規社員は89%となり、昨年度の90%とほぼ横ばい。非正規社員も96%と、昨年度の99%とほぼ横ばいとなっている。前年度との採用困難度の変化についても、「困難度は増している」と回答した企業が正規社員は50%以上、非正規社員は60%以上で、ほとんどの企業で採用が困難な状況が続いている。

<採用の困難度>



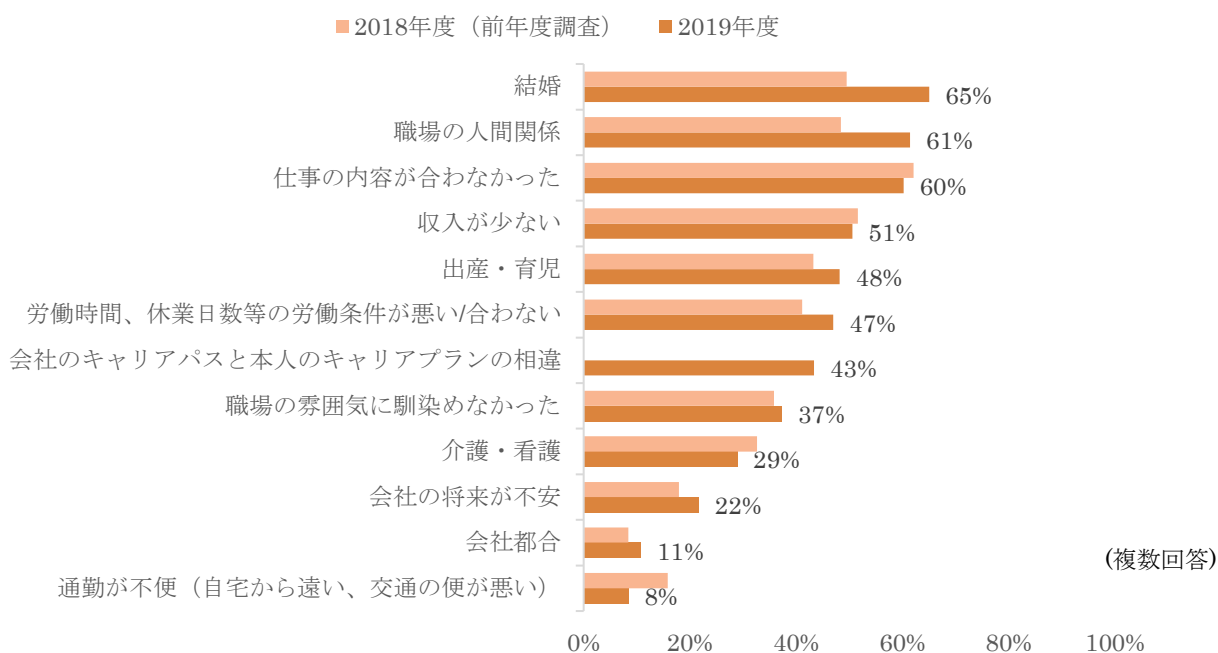
<前年度と比較した採用の困難度>



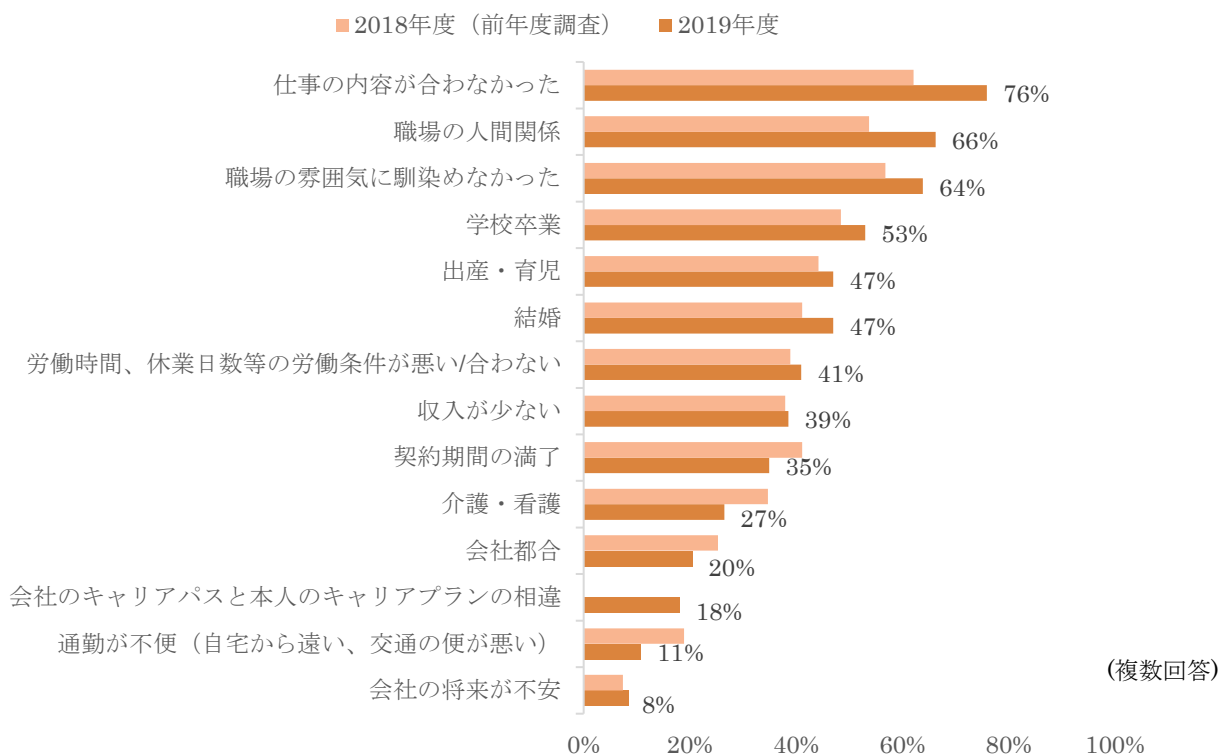
(2) 離職理由(テナント企業アンケート)

- ・離職理由は、正規社員は「結婚」、非正規社員は「仕事の内容が合わなかった」が最も多かった。
- ・「職場の人間関係」は、正規、非正規ともに2番目に多く、非正規については「職場の雰囲気に馴染めなかった」も上位に。社員の定着率向上には居心地のよい職場づくりが重要であると思われる。

正規社員



非正規社員

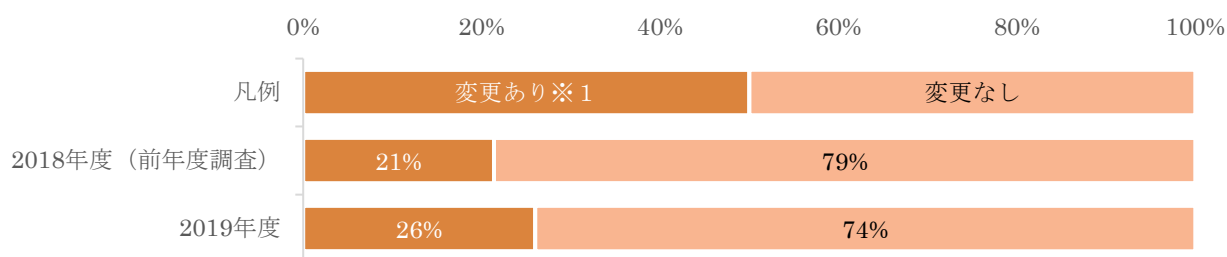


### (3)SCの営業時間・休日の変化(ディベロッパーアンケート)

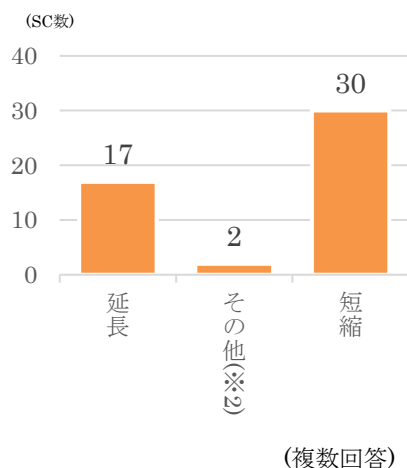
#### ①営業時間の変化

- ・2015年4月以降に営業時間を変更したSCは198SC中52SC(26%)。リニューアル(居酒屋の導入、衣料品エリアを食物販エリアに変更など)による営業時間の延長を除き、営業時間の短縮傾向は継続している。
- ・短縮の理由は、「人手不足/人材不足のため」、「従業員の労働条件改善/ESのため」などの声が多い。
- ・今後、営業時間の短縮を予定しているSCも34SC(17%)あり、今後も営業時間の短縮傾向は続く見込み。

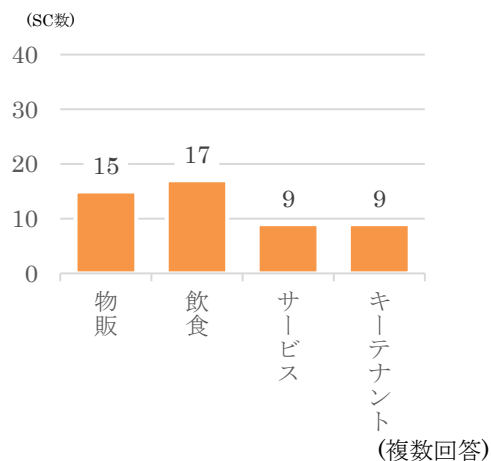
<2015年4月以降の営業時間の変更有無と変更内容>



<「変更あり」(2019年度調査)の内訳>



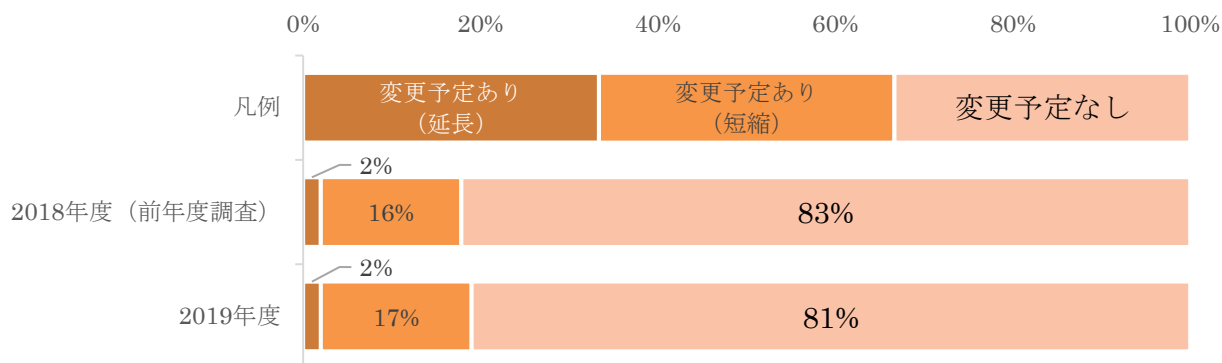
<「短縮」の対象業種>



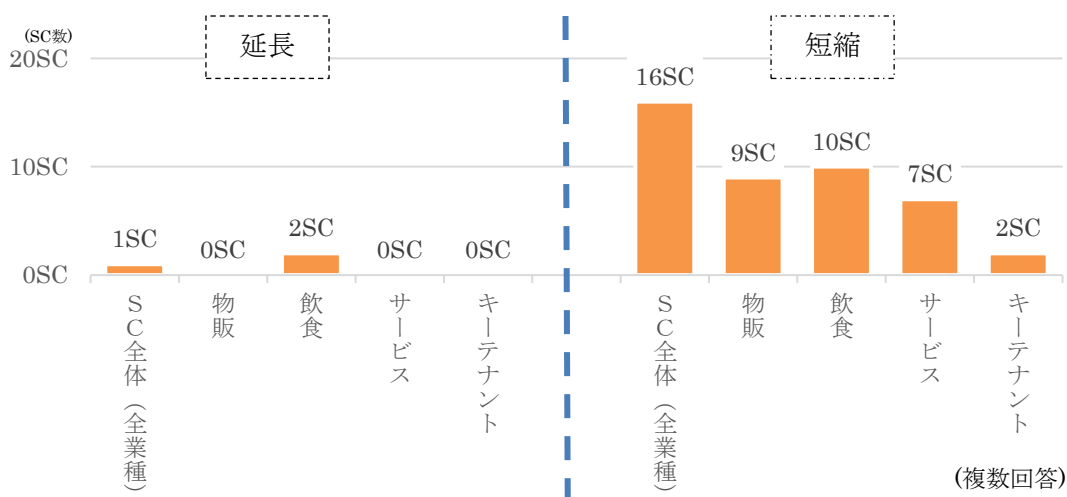
※1 一部のテナント/曜日/期間のみ変更ありと回答したSCを含む

※2 「その他」の2SCは 開店から閉店までの営業時間は変更ないが、開店と閉店時間を前後いずれかにスライドしたSC

<今後の営業時間の変更予定の有無と変更内容>



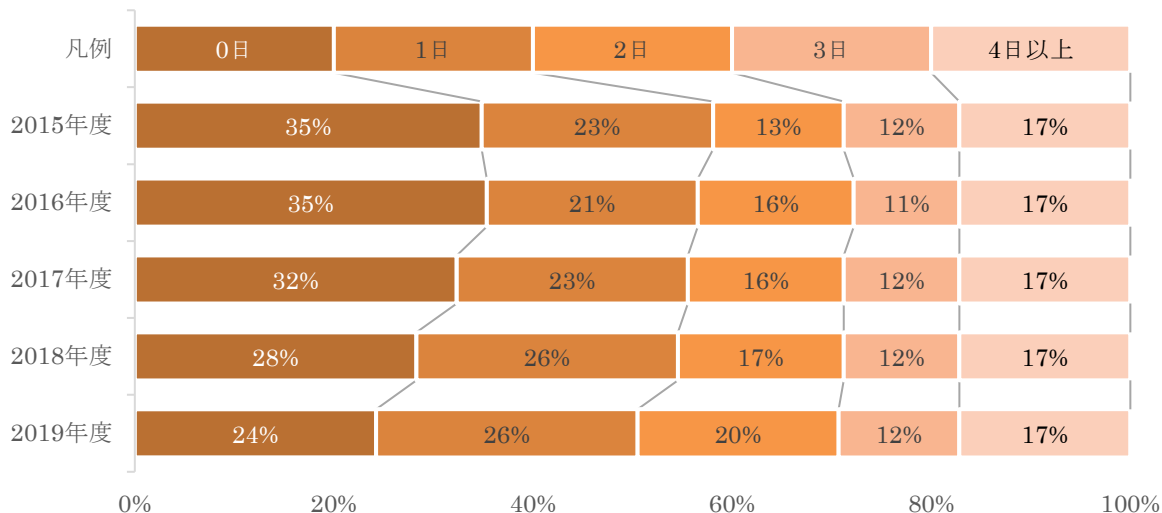
<営業時間変更予定「あり」と回答したSCについて変更対象業種>



③ 休業日数の変化

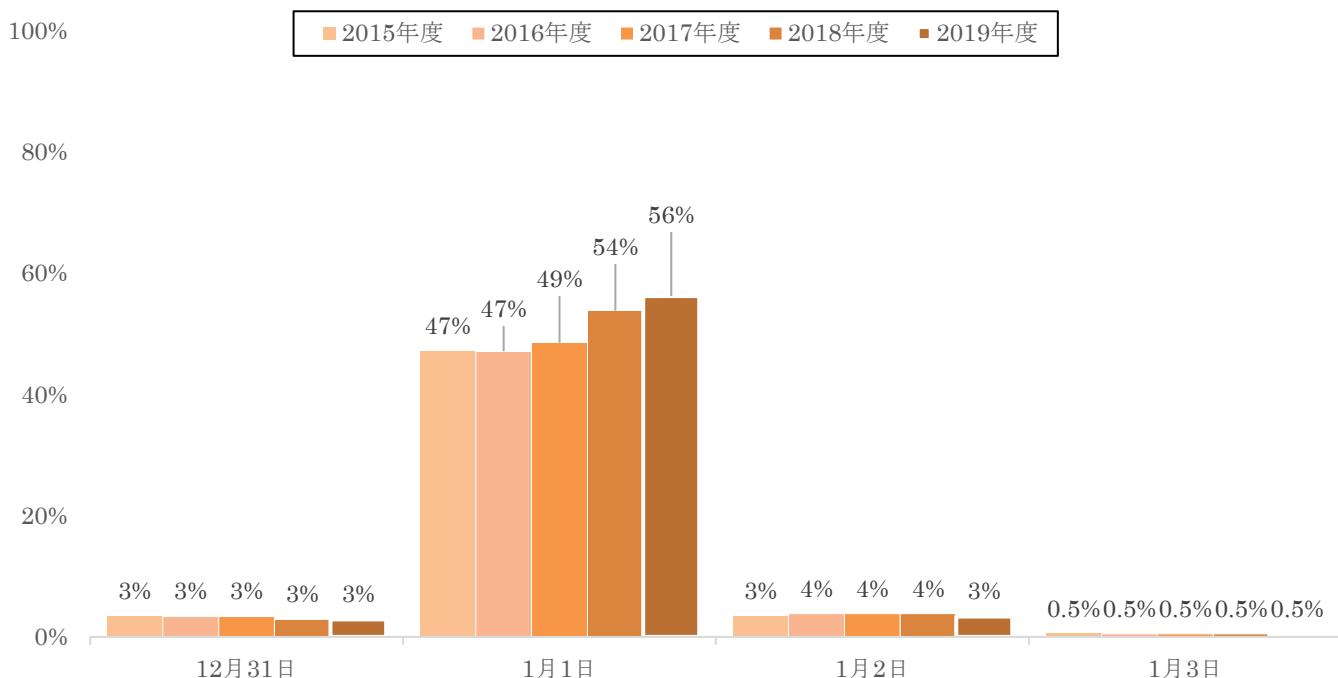
- ・年間の休業日数0(ゼロ)日のSCが減少している。
- ・元日休業を実施するSCが増加している。

<年間の休業日数>





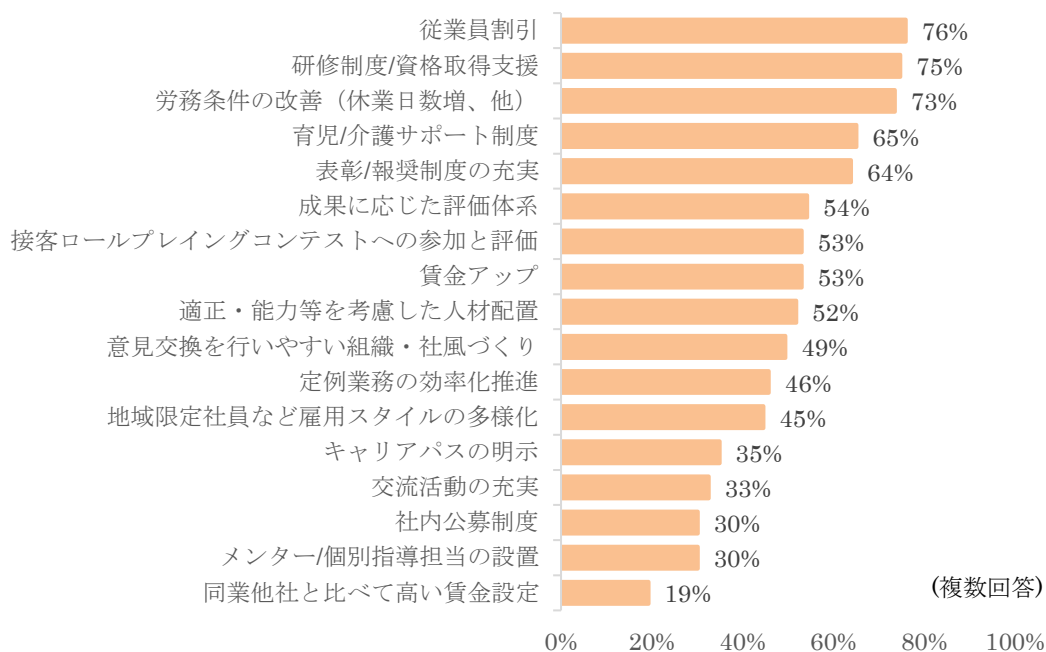
<年末年始の休業日>



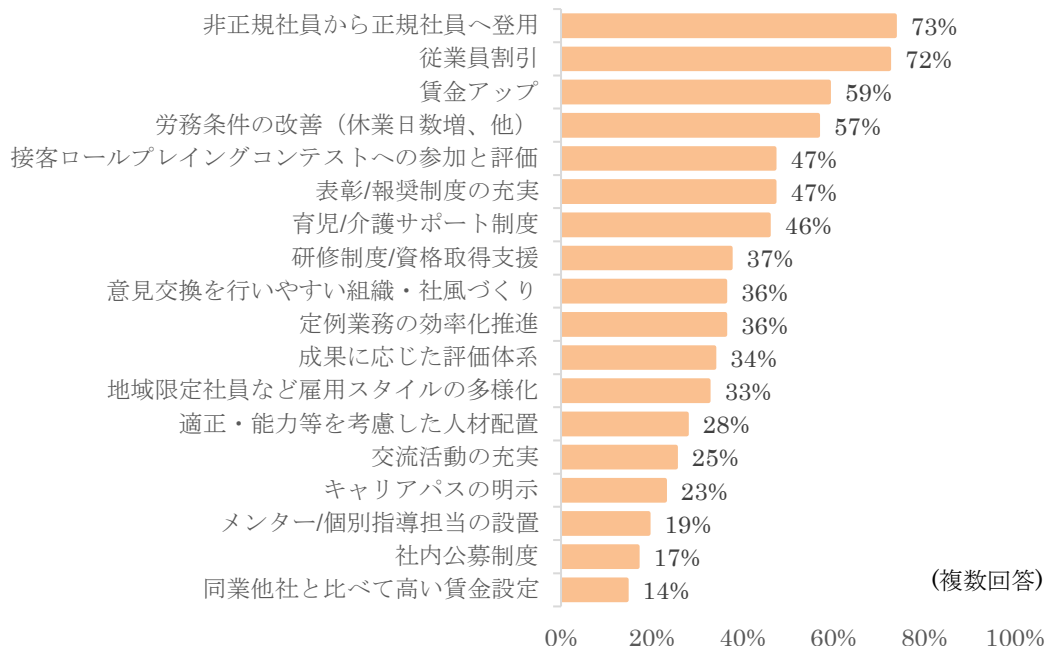
(4) 就業意欲向上の取り組み(テナント企業アンケート)

- ・正規社員、非正規社員ともに「従業員割引」と回答した企業が7割を超えている。
- ・非正規社員については「非正規社員から正規社員へ登用」がトップとなっており、7割を超える企業が実施している。
- ・正規社員では「研修制度/資格取得支援」、「表彰/報奨制度の充実」、「成果に応じた評価体系」などが上位となり、モチベーションアップや仕事のやりがいを感じることでできる取り組みも多い。

正規社員



非正規社員



(参考) ディベロッパー、テナントのES取り組み事例(2019年)

営業時間短縮・休業日増	営業時間の短縮、元日休業の導入、休業日増、営業時間延長日の廃止
保育園等の設置	SC内に保育園設置、臨時託児所の設置
研修のWEB化	自分のスマホで時間と場所にとらわれず研修を実施
従業員休憩室の充実	従業員アンケートを基にした従業員休憩室の美化・拡大、フリーWi-Fi整備、女性専用休憩室、スマホ充電席、個人席・打ち合わせスペースの設置
従業員トイレの美化	従業員トイレの洋式化、美化
申請書類の電子化 (タブレット端末配布)	DVへの各種申請を電子化・ペーパーレス化し、DV事務所への往訪を削減
コミュニケーション強化	表彰制度の充実(表彰数・表彰対象の拡大など)、懇親会の充実(回数増、内容の充実など)、テナント企業においては開催箇所の拡大
雇用対象者の拡大	シニア雇用の拡大
勤務制度等の見直し	時給の引き上げ、育児のしやすい勤務制度の導入など

3. 協会活動 (2) SCビジネスフェア2020

第44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2020開催概要

SCビジネスフェア2020は出展小間総数 565 小間(学生のためのSC業界研究イベント等含む)にて開催！  
注目のポップアップストアや最先端テクノロジーの発信、セミナー講座数は前回から大幅増。

会 期	2020年1月22日(水)～24日(金) 10:00～18:00 (最終日は17:00まで)
入 場 料	無料(展示ホール)
会 場	パシフィコ横浜 展示ホール A・B・C、アネックスホール
出展小間数	565小間 ※発見マルシェ、SC業界研究イベント含む (前回564小間)
来場者数(予定)	入場登録者数14,000人(延べ54,000人)(前回入場登録者数12,576人延べ53,000人)

【SCビジネスフェア2020 出展小間数内訳】(11月25日時点)

出展者数	小間数	出展者数(小間数)内訳			
		ディベロッパー	テナント (発見マルシェ含)	サポート企業	SC業界研究イベント
241	565	50(195)	80(153)	81(188)	30(29)

※出展者一覧は別添リーフレットをご覧ください。

☞SCビジネスフェア2020の見どころ、聞きどころ

1. 発見マルシェ(1月22日・23日)

全国から魅力的な商材が集まる「発見マルシェ」。3回目となる今回は、話題のキッチンカーなど「食関連」の出展が増加します。注目のポップアップストアの出店・運営支援など、いまSCが求める事業者が勢揃いする2日間です。出展者はこれからの展開が期待される25社・36小間。

2. SC Tech Forum **新企画**

「SC Tech Forum」(協力=次世代SCテクノロジー研究会)は、発見マルシェに続く新たな主催者企画ゾーンです。ディベロッパーやテナントの実務者の声を受けて、『デジタルマーケティング』、『省力化・省人化』、『キャッシュレス決済』、『インバウンド対応』の4つをキーワードに企画しました。大手企業やスタートアップ企業がテクノロジーで共演。レジを通さずにキャッシュレス決済ができるウォークスルー型の実験店舗も設置します。出展者は約20社・40小間(共同出展含む)。SCにおける最先端テクノロジーの情報をここから発信します。

3. 有料セミナー・無料セミナー

SC業界のみならず幅広い視点から、SC業界の今日的課題に対する提言や、今後のSCの在り方についての議論を行います。「有料セミナー」は、充実の7講演！また前回に引き続き1講演毎にお申込ができ、1講演6,150円(協会会員価格)と受講しやすい料金が魅力です。「無料セミナー」は、新たに設けたSC Tech Forumと併せて、前回の29講演を大きく上回る全42講演を予定しています。

4. 学生のためのSC業界研究イベント「商業ディベロッパー業界研究フェア」

パネルディスカッションや企業大喜利など各種コンテンツを通じて、学生がいま知りたいSC業界の最新情報や商業ディベロッパー企業社員の生の声を伝えます。

\*この件に関するお問い合わせは、SCビジネスフェア担当まで(TEL.03-5615-8526)

【シンポジウム・セミナープログラム】

○1月22日(水)

基調講演①(13:00～14:10)

『「2020」、その先へ、今を輝かしい転換点に～新国立競技場、JR高輪ゲートウェイ駅に込めた新しい時代のあり方～』

建築家 隈研吾

基調講演②(14:25～15:35)

『東急グループが考えるグローバルな都市開発～東急の100年構想実現に向けた戦略』

東急株式会社 代表取締役会長 野本 弘文

基調講演③&クロストーク(15:50～17:00)

『お客様の立場で考えるアマゾンのビジネスモデルと戦略』

アマゾンジャパン合同会社 社長 ジャスパー・チャン

法政大学 大学院教授・一橋大学イノベーション研究センター 名誉教授 米倉 誠一郎

懇親パーティー(18:00～19:30)

SC業界企業のトップクラスが集う交流の場。賀詞交換会を兼ねています。

○1月23日(木)

基調講演④(10:30～11:40)

『～30期連続増収増益～ヤオコーが元気な理由(わけ)』

株式会社ヤオコー 代表取締役会長 川野 幸夫

テーマ講演①(12:40～13:50)

『スポーツとコミュニティと商業の新しい融合』

横浜 DeNA ベイスターズ 初代球団社長・一般社団法人さいたまスポーツコミッション 会長 池田 純

テーマ講演②(14:05～15:15)

『「途上国から世界に通用するブランドをつくる」マザーハウスが目指す、ビジネスと社会性の両立』

株式会社マザーハウス 代表取締役副社長 山崎 大祐

パネルディスカッション(15:30～17:30)

『ベストなESを目指したSCの取組みについて ～ES大賞ディベロッパー2社とテナント企業が考えるESの最適解～』

【コーディネーター】

住商アーバン開発株式会社 代表取締役社長 高野 稔彦

【パネリスト】

札幌駅総合開発株式会社 代表取締役社長 平川 敏彦

静鉄プロパティマネジメント株式会社 代表取締役社長 川井 敏行

株式会社ナノユニバース 代表取締役社長・株式会社 TSI ホールディングス 執行役員 濱田 博人

3. 協会活動 (3) 第25回SC接客ロールプレイングコンテスト全国大会/SC接客マイスター

**第25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接客マイスター 2019年度実技試験合格者は364名**

第25回SC接客ロールプレイングコンテスト全国大会を1月24日(金)に開催。

当協会では1995年度から毎年「SC接客ロールプレイングコンテスト」を開催しています。これはショッピングセンター(SC)業界の一層の発展を願い、SC内店舗で働くテナントスタッフの資質向上を図り、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。

9月～11月にかけて25日間、8つの支部大会を開催し、531のSCから1,107名が参加(昨年1,075名が参加)し、各支部大会から選抜された28名の代表者が、1月24日(金)に開催する「第25回SC接客ロールプレイングコンテスト全国大会」に出場します。支部代表者の中から、栄えある「大賞」、「SC接客日本一」を決定します。また大賞受賞者には経済産業大臣賞が贈られる予定です。

また、2015年に創設された「SC接客マイスター」は、1～3級取得者合計で1,569名(2019年度は実技試験合格者)となる見込みです。引き続き、テナントスタッフの資質向上、ステータス向上に向けた取り組みを実施してまいります。

**1. 第25回SC接客ロールプレイングコンテスト全国大会開催概要**

開催日時 2020年1月24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  
 競技者数 28名

**2. SC接客マイスター**

**(1)SC接客マイスター制度とは**

SC接客マイスターは、SC業界で働くテナントスタッフのステータスの向上を目的として、2015年度に創設された当協会が認定する資格制度です。SC接客マイスターになるためには、SC協会が実施するSC接客ロールプレイングコンテスト支部大会に出場し、実技試験を受けることが基本になります。

**(2)SC接客マイスターの定義**

SC接客マイスターは、

- ① SCの一員として自覚を持ち、接客の仕事への誇りを胸に、自店とSCを愛します。
- ② 目の前のお客様のニーズを捉え、「お客様のための提案」をして、お客様と喜びを共有します。
- ③ お客様とコミュニケーションをとり、信頼関係を築き、私と、自店、SCのファンをつくります。

**(3)受験資格**

SC接客ロールプレイングコンテスト支部大会には、全国のSCに出店している物販、飲食、サービス等すべての業種のテナントスタッフ(パート・アルバイト、協会会員外も可)が参加でき、実技試験を受験できます。

**(4)試験の内容**

実技試験と筆記試験の2つから構成されており、実技試験の結果が判明した後に筆記試験を実施します。

- ① 実技試験…ロールプレイングコンテスト支部大会に出場して、ロールプレイングを行うことが実技試験になります。
- ② 筆記試験…実技合格者を対象に、演習問題・小論文のWEBによる試験。

**(5)SC接客マイスター取得者数(2019年12月24日現在 速報値)**

	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度※	合計(人)
1級	73	44	35	36	39	286*
2級	75	50	24	40	122	311
3級	135	208	217	209	203	972
合計	283	302	276	285	364	1,569

※2019年度は実技試験合格者(筆記試験は2020年1月実施予定)

\*1級の合計には、2014年度以前のロールプレイングコンテスト全国大会に出場した有資格者59名を含む。

**\*この件に関するお問い合わせは、ロールプレイングコンテスト担当まで(TEL.03-5615-8523)**

第25回 SC 接客ロールプレイングコンテスト全国大会 競技者一覧 (敬称略)

支部	部門	氏名	SC名	店名
北海道	ファッション・物販	水谷 祐亮	札幌ステラプレイス	マンハッタンポーテージ
	食品・飲食・サービス	木幡 春花	エスタ	柳月
東北	ファッション・物販	野地 茜	エスパル福島	グローブ
	食品・飲食・サービス	大島 正行	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	黒田 玲	イオンモール浦和美園	エースコンタクト
	ファッション・物販	鈴木 理紗	ラスカ小田原	キタムラケイツウ
	ファッション・物販	阿部 香南子	イオンモール高崎	アモスタイル バイ トリンプ
	ファッション・物販	桐生彩希	ラブラ2	ユナイテッドアローズ グリーンレーベルリラクシング
	食品・飲食・サービス	佐藤 寛子	ペリエ海浜幕張	ユーハイム
	食品・飲食・サービス	上原 夕佳里	イーアスつくば	ルピシア
東京	ファッション・物販	江頭 つぐみ	丸の内二丁目ビル	トゥモローランド
	ファッション・物販	江口 千賀子	アトレ恵比寿	ニールズヤードレメディーズ
	ファッション・物販	黒子 愛	東急プラザ蒲田	ニコアンド
	食品・飲食・サービス	佐藤 由佳	アトレ亀戸店	トゥ・ザ・ハーブズ
	食品・飲食・サービス	佐藤 奈緒	アトレ目黒店	とらや
中部	ファッション・物販	櫻井 涉	新静岡セノバ	ビームス
	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
	食品・飲食・サービス	中村 将之	プライムツリー赤池	やなか珈琲店
近畿	ファッション・物販	井上 裕文	ららぽーとエキスポシティ	シップス
	ファッション・物販	岩本 紗季	阪急西宮ガーデンズ	キャサリンロス
	ファッション・物販	川畑 建人	イオンモール伊丹	ザショップティーケー
	食品・飲食・サービス	藤原 麻由	エビスタ西宮	カルディコーヒーファーム
中国・四国	ファッション・物販	原野 祐輔	さんすて岡山	シップス
	ファッション・物販	中能 里穂	ゆめタウン廿日市	アズールバイマウジー
	食品・飲食・サービス	島谷 愛美	さんすて福山	ドトールコーヒーショップ
九州・沖縄	ファッション・物販	村田 優美	天神地下街	キールズ
	ファッション・物販	磯部 龍太郎	イオンモール八幡東	クレアーズ
	食品・飲食・サービス	後藤 昭子	鹿児島中央駅みやげ横丁	月揚庵

### 3. 協会活動 (5) トピックス

#### 1. SC 経営士研究論文「未来の SC のために今取り組むべきこと」受賞論文が決定

当協会では、「未来のSCのために今取り組むべきこと」をテーマにしたSC経営士研究論文の「最優秀賞」「優秀賞」を決定しました(奨励賞は該当なし)。

今回の研究論文は、SC経営士会から2019年7月から8月の2ヵ月間で募集を行いました。

SCの第一線の現場で活躍する主に30～40歳代のSC経営士が、実務者の目線で未来のSCのために今取り組むべきことを提言した8篇の論文の中から、当協会の役員や学識経験者ら7名が審査を行い、最優秀賞を含む3編を選出いたしました。

最優秀賞を受賞した磯田氏は論文で、長い歴史の中で確立されたSCのビジネスモデルの根本を疑い、それぞれの施設が「市場=取引がなされる場所」という広い定義の中で、個別具体的な戦略をとることがSCの未来をつくるという仮説を提示しました。それを受けて、「区画主義」と「BtoBtoC モデル」の変革による「市場化」を図ることを示しました。

具体的な方策としては、例えば良いショップを街中から見つけてきてSCに誘致するという従来の発想を逆転させ、世の中にまだないショップを自社内・施設内で育てて、街中や他の施設に横展開し資本的収入を得るというインキュベーションの発想などを提案しました。

受賞論文については今後、当協会が発行する月刊誌や当協会HPに掲載する予定です。

##### <最優秀賞>

論文名:～市場化するSC～同質化と多様化の狭間で生き残る新時代の道標

執筆者:磯田幸実(第23期SC経営士) 東日本旅客鉄道株式会社 事業創造本部 主席

##### <優秀賞>

論文名:「as a Service」時代の交通結節型 SC:MaaS 対応の処方箋

執筆者:池澤威郎(第19期SC経営士) 福山市立大学 都市経営学部 准教授

論文名:クラウドファンディングの活用により「地域のつながり」となるSCを目指す

執筆者:梶川直樹(第23期SC経営士) 株式会社東急モールズデベロップメント 二子玉川ライズ・ショッピングセンター 営業企画 MD担当 アシスタントマネージャー

(敬称略)

#### 2. Web セミナー 会員サービス向上に向けて、年間6本実施

当協会では主にSCの開発・運営に関するセミナーを毎年約50本開催しています。日々変化・進化する社会環境の中で注目度の高いテーマを取り上げ、その取り組みに対する考え方や実例等を学ぶ内容で、2019年度は年間51本を開催する予定です。

2018年11月より、地方会員へのサービス向上や受講スタイルの多様化を目指し、Webセミナーを開始しました。

2019年度は前年度より拡充を図り、パソコン、スマホを活用した遠隔地セミナーに加えて、映像を活用した東京・大阪にて同時開催するサテライトスタイルの遠隔地セミナー、収録した講義映像を後日放映するビデオセミナー等、多様な受講形態を設け、6本実施しました(前年度2本)。

引き続き、多面的な検証を踏まえた上で、会員サービスの更なる向上を目指します。



### 3. SCマイスター取得者への支援

当協会では、SCマイスターの継続的なステータス向上のため、各種支援を行います。2019年11月には、協会会員企業所属の講師陣による応援動画の配信を開始致しました。

第1回目は、SCマイスター取得者のスキルアップを目的とし、株式会社エデュカール代表 幡地嘉代氏による「これからの時代に必要とされる売る技術」、「ストレスに負けない自分の創り方」を動画配信しました。今後も「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、小売の現場とSCマイスター取得者へ各種支援を講じてまいります。



### 4. 人材育成実績

#### (1) 通信教育

第一線の業務に携わったベテラン実務家が執筆・編集。SC管理運営講座・SC開発講座を開講しています。2018年度は、年間587人(開発138人、管理449人)が受講しました。

#### (2) セミナー

SC業界の様々な問題解決に応えるセミナーを年間50本程度開催しています。2019年度は、SCの新しい時代への対応として「新時代対応シリーズセミナー」を7本実施した他、ICTを活用した遠隔地対応のwebセミナー、映像を活用した遠隔地セミナーを実施しました。2018年度は、海外研修を含めてセミナーを年間49本開催し、1,916人が参加しました。2019年度は、11月までにセミナー35本を開催し、1,260人が参加しています。

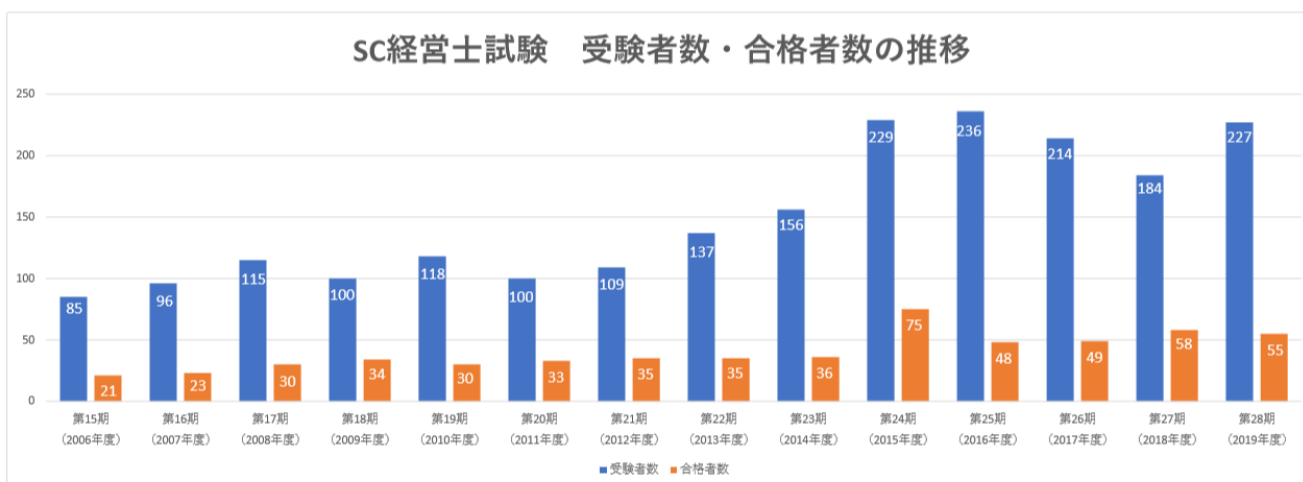
#### (3) SCアカデミー

次世代を担うSC経営者の育成と将来に向けたネットワークづくりを目的に開講し、SCを学術的・体系的に学ぶ1年間のカリキュラムで実施しています。2019年度は、第13期生46人(前期41人)が受講中であり、SCの新潮流、将来動向についても理解を深めています。

#### (4) SC経営士

SCに関する専門知識を総合的・体系的に体得し、その専門知識を活かして、現在および将来のSC経営やSC業界、地域社会の発展に貢献できる資質を持った者で、当協会が実施するSC経営士試験に合格し登録した者が「SC経営士」です。

2019年度(第28期)受験者数は227人、うち合格者数は55人でした。この結果、SC経営士は724人となる予定です。(2019年12月20日時点)



#### (5) 冠講座

当協会創立30周年を機に、次世代のSCマン育成のため「SC冠講座」を大学に寄贈しています。2019年度は、岩手県立大学、下関市立大学の2校で開催し、延べ41校、7,090名に対する講義を実施しました。



【参考】2020年協会行事カレンダー<上期>

月	日	曜日	内容
1月	22日	水	第44回 日本ショッピングセンター全国大会(パシフィコ横浜) <ul style="list-style-type: none"> <li>・オープニングテープカット 9:50~10:00(展示ホール)</li> <li>・SCビジネスフェア2020 10:00~18:00</li> <li>・SC経営士認定授与式 17:00~17:30(アネックスホール)</li> <li>・懇親パーティー 18:00~19:30</li> </ul>
	23日	木	第44回 日本ショッピングセンター全国大会(パシフィコ横浜) <ul style="list-style-type: none"> <li>・SCビジネスフェア2020 10:00~18:00</li> </ul>
	24日	金	第44回 日本ショッピングセンター全国大会(パシフィコ横浜) <ul style="list-style-type: none"> <li>・SCビジネスフェア2020 10:00~17:00</li> <li>・第25回SC接客ロールプレイングコンテスト全国大会(会議センターメインホール)</li> <li>・商業ディベロッパー業界研究フェア 10:00~16:30(展示ホール)</li> </ul>
4月	3日	金	SCアカデミー修了式・開講式(ホテルメトロポリタンエドモント)
5月	27日	水	第48回定期総会 (ホテルニューオータニ) <ul style="list-style-type: none"> <li>・通信教育「SC学校長賞」授与式</li> </ul>
7月	20日	月	定例記者懇談会(ホテルメトロポリタンエドモント)
上期予定			<ul style="list-style-type: none"> <li>・SC白書2020発行(5月)</li> <li>・東京・大阪同時開催遠隔セミナー(8月)</li> </ul>

## 【参考資料】(一社)日本ショッピングセンター協会とは／ショッピングセンターとは

## ●(一社)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(株)	顧 問
副会長	村上 教行	イオンモール(株)	顧 問
〃	青柳 雄久	三井不動産商業マネジメント(株)	代表取締役社長
〃	竹内 彰雄	片倉工業(株)	相 談 役
〃	福田 三千男	(株)アダストリア	代表取締役会長兼社長
〃	椋本 充士	(株)グルメ杵屋	代表取締役社長
専務理事	古屋 雅弘	(一社)日本ショッピングセンター協会	

会員数(2019年12月1日現在)

第一種正会員 322社 第二種正会員 312社 賛助会員 322社 / 合計 956社

## ●ショッピングセンターとは・・・SC定義

ショッピングセンターとは、1つの単位として計画、開発、所有、管理運営される商業・サービス施設の集合体で、駐車場を備えるものをいう。その立地、規模、構成に応じて、選択の多様性、利便性、快適性、娯楽性等を提供するなど、生活者ニーズに応えるコミュニティ施設として都市機能の一翼を担うものである。

## SC取り扱い基準

ショッピングセンターは、ディベロッパーにより計画、開発されるものであり、次の条件を備えることを必要とする。

- 1.小売業(物販)の店舗面積は、1,500㎡以上であること。
- 2.キーテナントを除くテナントが10店舗以上含まれていること。
- 3.キーテナントがある場合、その面積がショッピングセンター面積の80%程度を超えないこと。ただし、その他テナントのうち小売業(物販)の店舗面積が1,500㎡以上である場合には、この限りではない。
- 4.テナント会(商店会)等があり、広告宣伝、共同催事等の共同活動を行っていること。

SCのイメージとしては、単体の施設ではなく複数の店舗の集合体であるとともに、1つの単位として管理・運営されている施設を指す。具体的な例としては、百貨店やGMS、SMなどを核とした大型商業施設やシネコン・ホテル・公共施設などを併設した複合施設、ファッションビル、駅ビルや地下街などがある。

またディベロッパーという言葉も、本来の不動産開発という意味よりはむしろ、SCを管理・運営する立場を指す場合のほうが現状では多い。

以上

(一社)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