

一般社団法人 日本ショッピングセンター協会
2020年夏期定例記者懇談会

資 料

日 時 2020年 7月20日(月) 17:00~18:00
場 所 ホテルメトロポリタンエドモント 2階「万里」

I. 2020年S C動向について	
1. 2020年上期(1~6月)オープンS Cの概要	2
2. 2020年下期(7~12月)オープン予定のS C等商業施設一覧	5
3. 2020年上期(1~6月)のS C販売統計調査報告	8
II. 新型コロナウイルス感染拡大に伴う業界の動向について	
1. S Cの取り組みについて	11
2. S C協会の取り組みについて	17
III. 協会活動について	21
参考資料	
・一般社団法人 日本ショッピングセンター協会とは	24
・ショッピングセンター(S C)の定義	24
別 添	
・SC JAPAN TODAY・S C白書2020 デジタル版 パンフレット	

<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。



一般社団法人
日本ショッピングセンター協会

I. 2020年SC動向について 1. 2020年上期(1~6月)オープンSCの概要

2020 上期(1~6月) オープンは21SC

2020年上期(1~6月)は首都圏の周辺立地を中心に21SCがオープン。中小型のSCが目立つ。新型コロナウイルスの影響によるオープン延期が相次ぎ、6月オープンが約半数を占める。

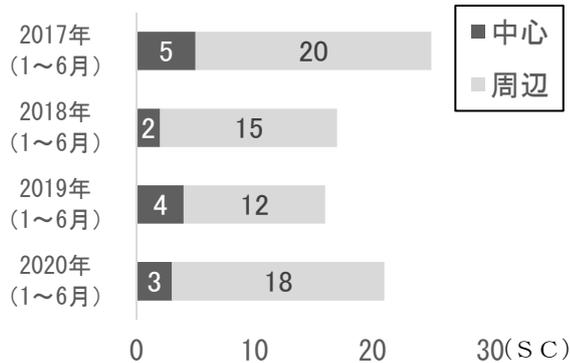
(1) オープンSCデータの比較

	2017年 (1~6月)	2018年 (1~6月)	2019年 (1~6月)	2020年 (1~6月)
SC数	25SC	17SC	16SC	21SC
1SCあたりの店舗面積	23,152㎡	19,923㎡	15,217㎡	15,000㎡
1SCあたりのテナント数	63店舗	60店舗	39店舗	58店舗

【参考】2019年(前年)オープンSCデータ
1~12月(年間)

SC数 46SC
1SCあたりの店舗面積 15,839㎡
1SCあたりのテナント数 50店舗

(2) 立地別オープンSC数



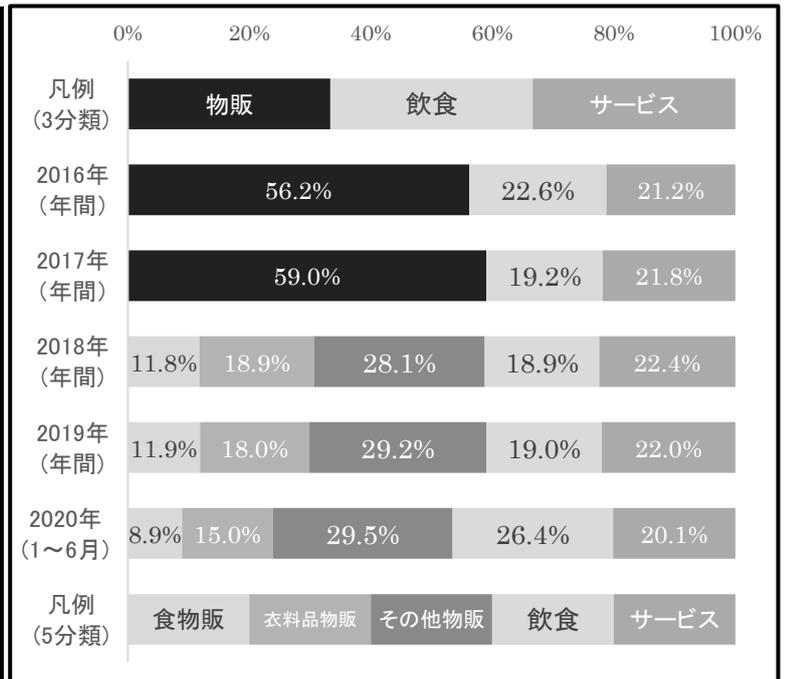
(3) 店舗面積別オープンSC数の比較

店舗面積	2017年 (1~6月)	2018年 (1~6月)	2019年 (1~6月)	2020年 (1~6月)
10,000㎡未満	11	7	9	10
10,000㎡以上 20,000㎡未満	5	5	5	5
20,000㎡以上 30,000㎡未満	3	1	0	4
30,000㎡以上 50,000㎡未満	3	1	0	2
50,000㎡以上	3	3	2	0
計	25	17	16	21

(4) 都道府県別オープンSC数

	都道府県	立地		計	
		中心	周辺		
北海道	(0)			0	
東北	(0)			0	
関東・甲信越	(14)	茨城県	1	1	
		埼玉県	2	2	
		東京都	1	5	6
		神奈川県	1	3	4
		山梨県		1	1
中部	(0)			0	
近畿	(3)	京都府	1	1	
		大阪府		1	1
		和歌山県		1	1
中国・四国	(1)		1	1	
九州・沖縄	(3)	福岡県	2	2	
		沖縄県	1	1	
	計	3	18	21	

(5) オープンSCテナント数の業種別構成比



(立地区分の考え方)

中心地域: 人口15万人以上の都市で、商業機能が集積した中心市街地
周辺地域: 中心地域以外の地域

(6) 2020年上期(1~6月)オープンSC一覧

(オープン日順、7月8日時点速報版)

No	SC名	所在地	立地	ディベロッパー	店舗面積 (㎡) *注1	テナ ン 数 (店舗)	キー テナ ント	オープン日 *注2
1	マルナカ高知インター 店	高知県高知市	周辺	㈱マルナカ	3,349	12	マルナカ高知 インター店	1月
2	ビバモール甲斐敷島	山梨県甲斐市	周辺	㈱LIXIL ビバ	17,316	22	スーパービバ ホーム甲斐敷 島店	2月26日
3	SoCoLa 若葉台 (ソコラ若葉台)	東京都稲城市	周辺	野村不動産㈱、 ㈱ジオ・アカマ ツ	7,234	18	サンワ SoCoLa 若葉 台店、ユニク ロ ソコラ若 葉台店	3月6日
4	ランチ博多パピオン ガーデン	福岡県福岡市 博多区	周辺	大和リース㈱	18,697	33	ハローデイ ランチ博多 パピオンガ ーデン店、ケー ズデンキ BRANCH 博 多店	3月13日
5	SEA MARK SQUARE	茨城県日立市	周辺	㈱日立リアルエ ステートパート ナーズ	16,766	26	ヨークベニマ ル日立滑川 店、スーパー ビバホーム	3月19日
6	ビバモール東松山	埼玉県東松山市	周辺	㈱LIXIL ビバ	23,167	32	スーパービバ ホーム東松山 モール店	3月25日
7	EQUiA PREMIE 和 光(エキア プレミエ 和光)	埼玉県和光市	周辺	東武鉄道㈱	4,202	30		3月26日
8	island eye	福岡県福岡市 東区	周辺	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㈱	17,721	36	フードウェイ アイランドア イ照葉店	3月27日
9	イオンスタイル海老江	大阪府大阪市 福島区	周辺	イオンリテール ㈱	3,916	23	イオンスタイ ル海老江	3月28日
10	GREEN SPRINGS	東京都立川市	周辺	㈱立飛ストラテ ジーラボ	3,200	29	PLAY!	4月10日
11	三井アウトレットパー ク 横浜ベイサイド	神奈川県横浜市 金沢区	周辺	三井不動産㈱、 三井不動産商業 マネジメント㈱	26,500	169		6月4日 (4月10日)
12	WITH HARAJUKU	東京都渋谷区	中心	エヌ・ティ・ティ 都市開発㈱	10,300	15		6月5日 (4月25日)
13	Coaska Bayside Stores (コースカ ベイサイ ド ストアーズ)	神奈川県横須賀市	周辺	アジア・パシフィ ック・ランド・(ジ ャパン)・リミテ ッド	29,636	104	イオンスタイ ル横須賀、横 須賀 HUMAX シネマズ	6月5日 (4月24日)
14	キーノ和歌山	和歌山県和歌山市	周辺	南海電気鉄道㈱	4,100	28	ロックスター ファームズ	6月5日 (4月24日)
15	虎ノ門ヒルズ ビジネ スタワー	東京都港区	周辺	森ビル㈱	3,216	59		6月11日 (4月)

No	SC名	所在地	立地	ディベロッパー	店舗面積 (㎡) *注1	テナ ン ト 数 (店舗)	キー テナ ン ト	オープン日 *注2
16	新風館	京都府京都市 中京区	中心	エヌ・ティ・ティ 都市開発(株)	2,396	21		6月11日 (4月16日)
17	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	周辺	住友不動産(株)	40,000	201	イオンスタイ ル有明ガーデ ン	6月17日 (4月24日)
18	イーアス沖縄豊崎	沖縄県豊見城市	周辺	大和ハウス工業 株、大和情報サ ービス(株)	47,600	126		6月19日 (4月23日)
19	JR 横浜タワー (ニュー ウマン横浜、シアル横 浜)	神奈川県横浜市 西区	中心	株ルミネ、(株)横 浜ステーション ビル	24,352	173		6月24日 (5月30日)
20	KITANAKA BRICK & WHITE	神奈川県横浜市 中区	周辺	三井不動産レジ デンシャル(株)、 丸紅(株)、丸紅リ アルエステート マネジメント(株)	5,950	16	Billboard Live YOKOHAMA	6月25日 (4月23日)
21	SoCoLa 武蔵小金井ク ロス (ソコラ武蔵小金 井クロス)	東京都小金井市	周辺	野村不動産(株)	5,378	45	フードウェイ SoCoLa 武蔵 小金井店	6月30日 (6月19日)

(店舗面積計) 314,995 ㎡

注1 各SC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。

注2 ()内の日付は新型コロナウイルス感染拡大前の当初のオープン予定日

以上

* この件に関するお問い合わせは、情報企画部まで (TEL. 03-5615-8524)

I. 2020年SC動向について 2. 2020年下期(7~12月)オープン予定のSC等商業施設一覧

2020年下期(7~12月)のSC等商業施設のオープン予定数は20施設

2020年下期は、愛知県において2020年オープンのうち最大規模である「三井ショッピングパークららぽーと愛知東郷」を含む5施設がオープン予定。次いで東京都と埼玉県が4施設と続く。上期とあわせて年間40強の施設がオープンする見込み。

(1) 2020年下期(7~12月)オープン予定のSC等商業施設一覧

(オープン予定日順、7月14日時点速報版)

No	SC名等	所在地	店舗面積等 (㎡)	ディベロッパー	オープン 予定日
1	MIYASHITA PARK	東京都渋谷区	7,913	三井不動産(株)	7月28日
2	サンエー石川シティ	沖縄県うるま市	9,862	(株)サンエー	8月1日
3	羽生市岩瀬複合商業施設計画	埼玉県羽生市	8,159	(株)ニトリ、ダイワロイヤル(株)	8月
4	フォルテ羽生岩瀬店	埼玉県羽生市	3,210	(株)ベルク	8月
5	湯村ショッピングセンター	山梨県甲府市	3,605	(株)にしきマネジメントサービ ス	8月
6	住友不動産 ショッピングシティ 羽田エアポートガーデン	東京都大田区	7,536	住友不動産(株)	夏
7	三井ショッピングパーク ららぽーと愛知東郷	愛知県愛知郡東郷町	約 63,900	三井不動産(株)、三井不動産商 業マネジメント(株)	9月14日
8	アミュプラザみやざき	宮崎県宮崎市	18,800	(株)JR 宮崎シティ	10月14日(一部) 11月20日
9	メガステージ二本松	福島県二本松市	9,093	(株)アクティブワン	11月
10	フォレストモール八王子大和田	東京都八王子市	3,373	合同会社フォレストプロパティ	11月
11	イオンタウン岡崎美合	愛知県岡崎市	約 9,132	イオンタウン(株)	11月
12	岡崎駅南複合商業施設	愛知県岡崎市	7,236	(株)バローホールディングス ほか	11月
13	松原天美ショッピングセンター	大阪府松原市	約 34,000	(株)セブン&アイ・クリエイト リンク	11月
14	イオンタウンふじみ野	埼玉県ふじみ野市	22,000	イオンタウン(株)	秋
15	イオンモール上尾	埼玉県上尾市	約 34,000	イオンモール(株)	秋
16	アトレ竹芝	東京都港区	約 7,800	(株)アトレ	秋
17	フォルテ秦野	神奈川県秦野市	6,899	(株)ベルク	秋
18	Hisaya-odori Park	愛知県名古屋市中区	約 7,243	三井不動産(株)	秋
19	パルコ心斎橋	大阪府大阪市中央区	約 22,000	(株)パルコ	秋
20	日本生命栄町ビル	愛知県名古屋市中区	4,500	(株)大丸松坂屋百貨店	12月

(店舗面積等 合計) 約 282,348 ㎡

※表中データはオープンしたSCも含む。

※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。

※開業予定は大店立地法届出情報、各企業発表の内容等にもとづく。

※オープン予定のため面積は店舗面積等とした。

以上

* この件に関するお問い合わせは、情報企画部まで (TEL.03-5615-8524)

(参考) 2019年末のSC概況

図表 1-1 SC総数、店舗面積等の年別推移

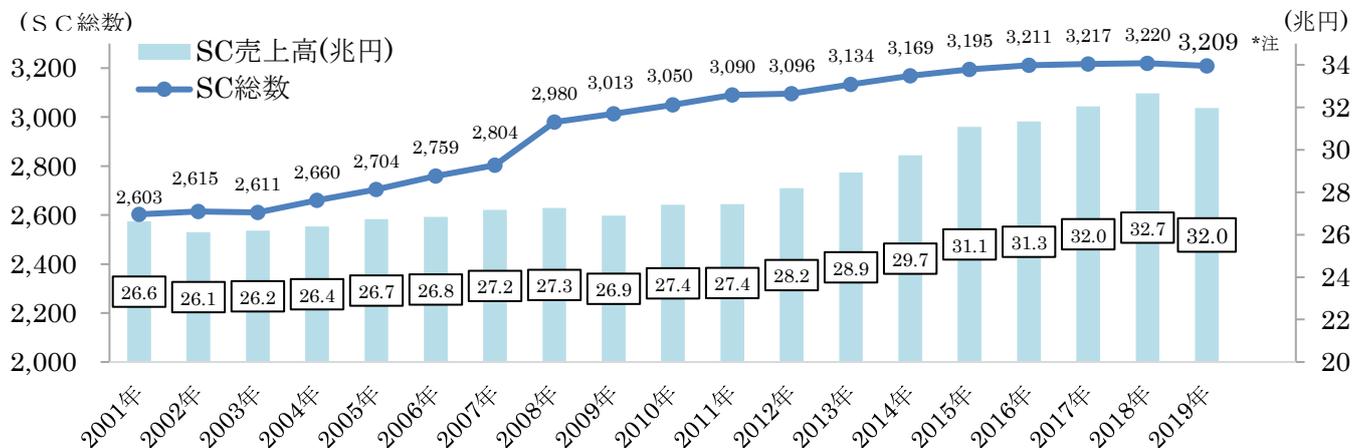
年 (暦年)	SC総数 *注1	総テナント数 (店)	総キーテナ ント数 (店)	1SCあたり テナント数 (店)	総店舗面積 (㎡) *注2	1SCあたり 店舗面積 (㎡)	SC年間総売上高 [推計値] (百万円) *注3
2001	2,603	115,850	2,437	45	30,611,429	11,760	26,627,500
2002	2,615	116,178	2,372	44	30,353,763	11,608	26,115,800
2003	2,611	118,030	2,423	45	31,520,300	12,072	26,189,500
2004	2,660	122,509	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

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

図表 1-3 立地区別SC数

年 (暦年)	SC総数	立地区別SC数	
		中心地域	周辺地域
2019	3,209	476	2,733

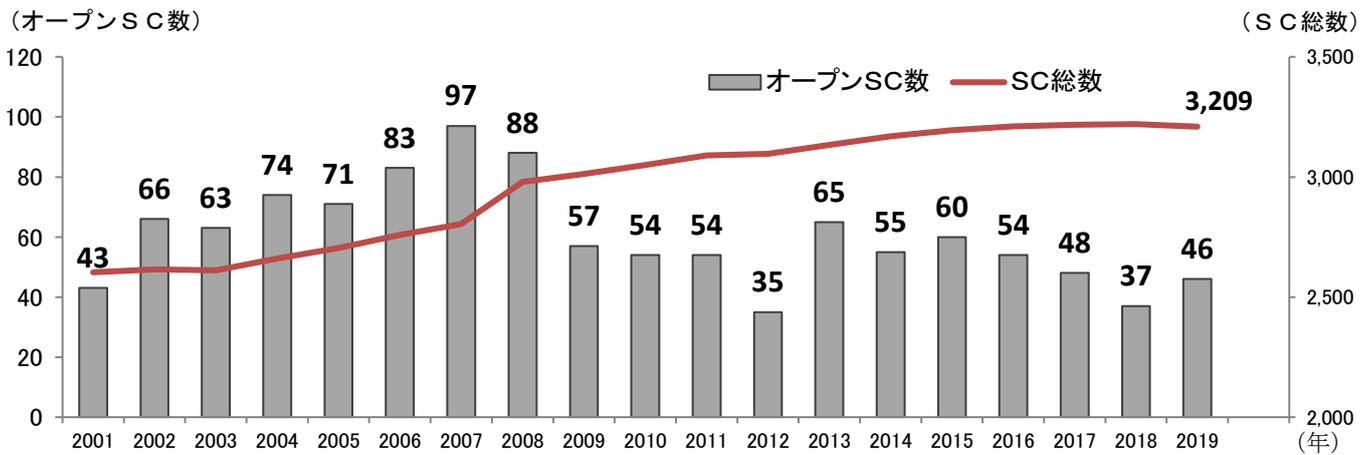
[立地区分]

中心地域:人口15万人以上の都市で、商業機能が集積した中心市街地

周辺地域:中心地域以外の地域

(立地区分に関する詳細はSC協会WEBサイトを参照のこと)

図表 2-1 オープンSC数およびSC総数の年別推移



図表 2-2 オープン1SCあたりの店舗面積・テナント数の年別推移

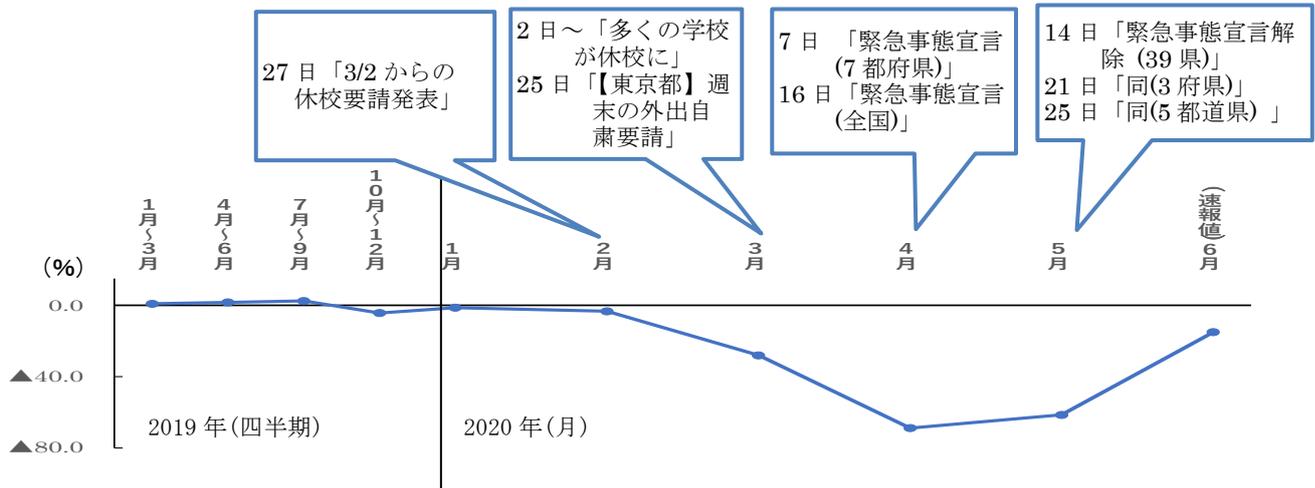
年 (暦年)	オープンSC数	平均店舗面積 (㎡)	平均テナント数 (店舗)
2001	43	17,266	54
2002	66	15,772	49
2003	63	21,199	63
2004	74	23,607	70
2005	71	22,036	62
2006	83	25,717	70
2007	97	23,705	67
2008	88	27,791	82
2009	57	16,283	49
2010	54	16,408	58
2011	54	19,029	69
2012	35	14,802	55
2013	65	18,763	60
2014	55	20,198	61
2015	60	19,942	69
2016	54	17,212	51
2017	48	19,475	58
2018	37	20,392	61
2019	46	15,839	50

I. 2020年SC動向について 3. 2020年上期(1~6月)のSC販売統計調査報告

2020年上期(1~6月)の既存SCの売上高は大幅な減少

新型コロナウイルスの影響が年初から見られ始め、4月の緊急事態宣言発出に伴い、自主的な営業自粛や営業時間短縮を行ったことで、2020年上期の売上は大幅なマイナスとなった。4月に前年同月比▲68.8%まで落ち込んだが、5月以降は営業再開をしたSCを中心に回復の兆しも見え6月は▲15.0%まで回復。

図表1 既存SC売上高(SC総合)の前年同月比伸長率の推移



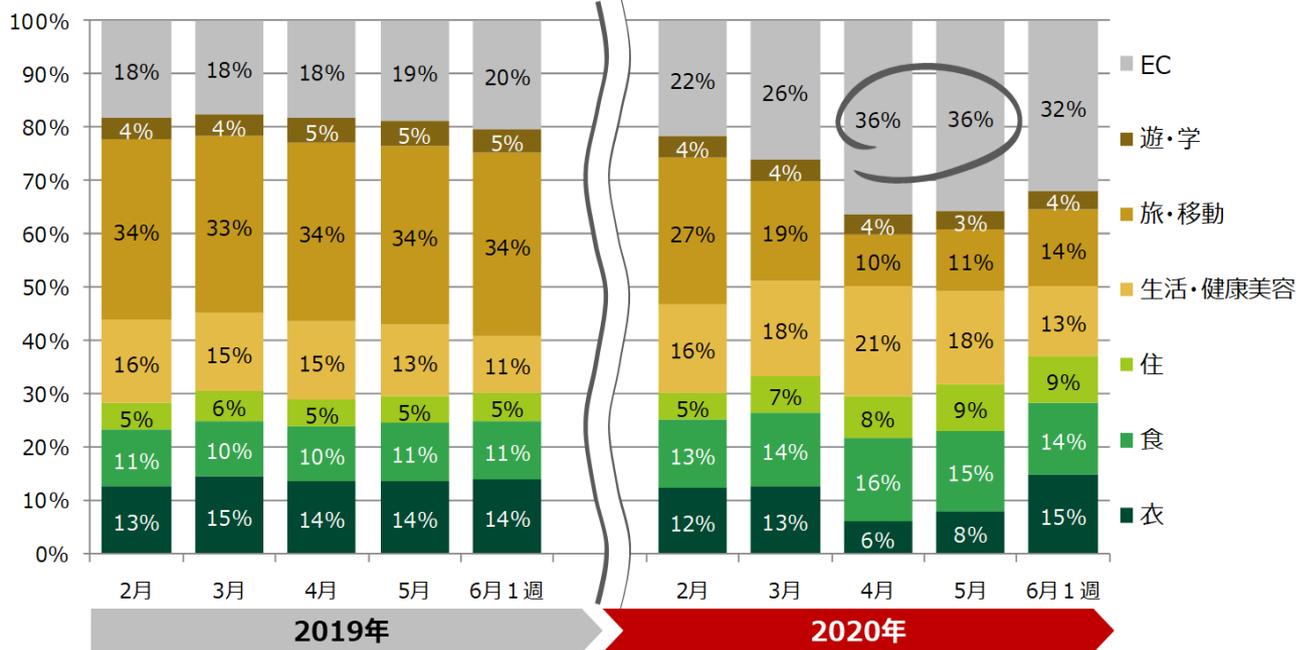
(%)	2019年(四半期)				2020年(月)					
	1月~3月	4月~6月	7月~9月	10月~12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月(速報値)
SC総合	0.9	1.7	2.5	▲4.3	▲1.3	▲3.3	▲28.0	▲68.8	▲61.4	▲15.0
テナント/キーテナント別	1.4	2.1	2.9	▲3.9	▲1.0	▲3.8	▲30.7	▲76.2	▲69.1	▲17.1
	▲1.4	▲0.4	1.2	▲5.7	▲2.6	▲1.4	▲16.3	▲37.2	▲28.2	▲7.2
都市規模別	—	—	—	—	▲0.9	▲3.7	▲32.0	▲74.3	▲69.3	▲22.4
	—	—	—	—	▲1.6	▲3.0	▲24.9	▲64.5	▲55.2	▲9.5
立地別	—	—	—	—	▲1.0	▲3.6	▲34.0	▲78.7	▲75.8	▲26.0
	—	—	—	—	▲1.5	▲3.2	▲25.0	▲64.0	▲54.4	▲9.9

大都市 札幌市・仙台市・千葉市・東京都区部・川崎市・横浜市・名古屋市・京都市・大阪市・神戸市・広島市・福岡市・北九州市
 中心地域 人口15万人以上の都市で、商業機能が集積した中心市街地 周辺地域 中心地域以外の地域

<各月の概況>

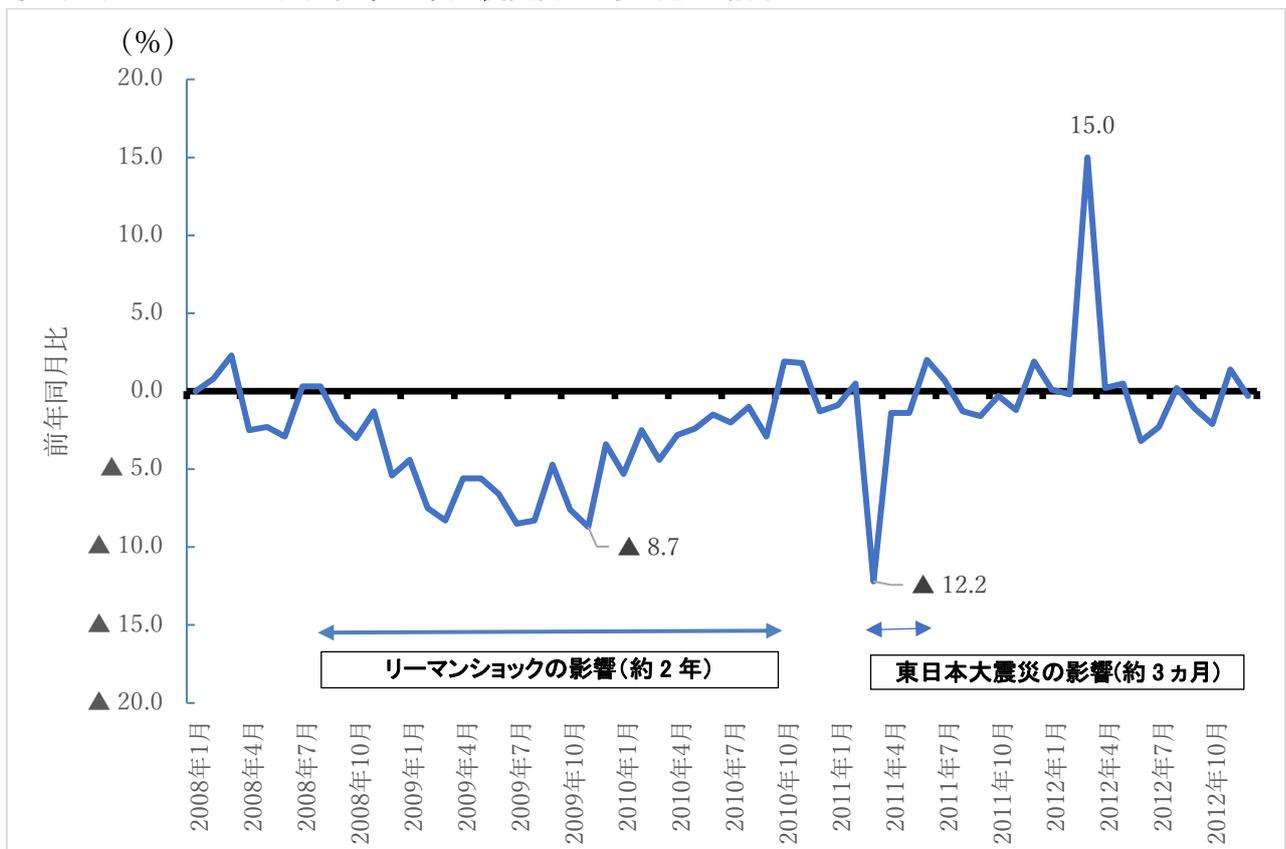
【1月】	▲1.3%	記録的な暖冬の影響により衣料品を中心に冬物商品の動きが鈍く前年売上を下回った。大都市部のキーテナントは新型コロナウイルスの影響でインバウンド客が減少しているとの声が聞かれた。
【2月】	▲3.3%	閏年による営業日数増、祝日増というプラス要因があったが、新型コロナウイルス感染拡大に伴う外出自粛により、来館者数減少の影響が見られ始めた。特に、百貨店がキーテナントである大都市・中都市のSCでのインバウンド売上減が顕著となった。
【3月】	▲28.0%	新型コロナウイルス感染拡大に伴う外出自粛傾向が更に進み、加えて休校に伴うテナント従業員への配慮や感染拡大防止のために営業時間短縮や週末の営業自粛を行うSCが広がりをはじめ、売上が急減した。
【4月】	▲68.8%	緊急事態宣言を受けて自主的に全館休業や生活必需品を取り扱う食品スーパーやGMSの一部などの限定的な営業とするSCが全国に拡大。記録的な落ち込みとなった。
【5月】	▲61.4%	14日以降の段階的な緊急事態宣言解除を受け、感染防止策を講じたうえでSCの営業が順次再開し、郊外エリアを中心に客足が戻り始めたものの、大型連休中の休業が大きく響き、売上の改善幅は小幅にとどまった。
【6月】 (速報値)	▲15.0%	6月に入り、休業していた首都圏のSCも営業を再開。自粛疲れの反動が見られたことや春夏物の値引き販売もあり、地域密着型を中心に多くのSCで前月から売り上げを大きく改善した。

(参考1) クレジットカード等による取引におけるカテゴリー別の決済金額シェア推移



出典：三井住友カード(株)、(株)顧客時間「コロナ影響下の消費行動レポート 第2弾」(2020年6月30日)

(参考2) リーマンショック、東日本大震災発生時の売上動向



出典：(一社)日本ショッピングセンター協会「SC販売統計調査」(2008年1月~2012年10月)

図表 2 SC・百貨店・チェーンストア売上高前年対比伸長率

		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
	19年	0.4	0.8	▲ 1.5	▲ 1.4	▲ 1.8
2019上半期	(1～6月)	1.3	1.7	▲ 0.8	▲ 0.9	▲ 1.3
2019下半期	(7～12月)	▲ 1.0	▲ 0.7	▲ 2.1	▲ 1.8	▲ 2.3
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
	(7～9月)	2.5	2.9	1.2	6.8	▲ 1.7
	(10～12月)	▲ 4.3	▲ 3.9	▲ 5.7	▲ 8.8	▲ 2.9
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
	11月	▲ 1.6	▲ 1.4	▲ 2.4	▲ 6.0	▲ 1.4
	12月	▲ 3.6	▲ 3.3	▲ 4.9	▲ 5.0	▲ 3.3
2020 月別	1月	▲ 1.3	▲ 1.0	▲ 2.6	▲ 3.1	▲ 2.0
	2月	▲ 3.3	▲ 3.8	▲ 1.4	▲ 12.2	4.1
	3月	▲ 28.0	▲ 30.7	▲ 16.3	▲ 33.4	0.8
	4月	▲ 68.8	▲ 76.2	▲ 37.2	▲ 72.8	▲ 4.5
	5月	▲ 61.4	▲ 69.1	▲ 28.2	▲ 65.6	1.3
	6月(速報値)	▲ 15.0	▲ 17.1	▲ 7.2		
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	

以上

*この件に関するお問い合わせは、情報企画部まで (TEL.03-5615-8524)

Ⅱ. 新型コロナウイルス感染拡大に伴う業界動向について 1. SCの取り組みについて

SCの取り組みについて

(1) 営業自粛による休業

新型コロナウイルス感染拡大は、日本のSC業界に大きな影響を与えました。感染拡大の状況を受けて、地域社会における生活インフラとしての役割を果たしてきたSCは、社会に与える影響の大きさを懸念して自主的な営業自粛を行いました。

全国のSCでは、一部の生活必需品を扱う店舗で地域住民のライフラインを守るために営業を継続しながらも、緊急事態宣言が解除されるまで休業を余儀なくされました。

(2) 休業がもたらした影響

SCの休業により出店するテナント企業も大きな痛手を被り、ディベロッパーにおいてテナントへの支援として「テナント賃料の減免」の動きが見られました。SC協会が行ったディベロッパー会員向けアンケート(※)では、休業にともなうテナント賃料の減免に関して以下の回答がありました。

(※) アンケート期間・・・6/29(月)～7/8(水)

アンケート対象・・・SC協会のディベロッパー会員 314社

回答社数・・・73社(回答社SC数1,168)

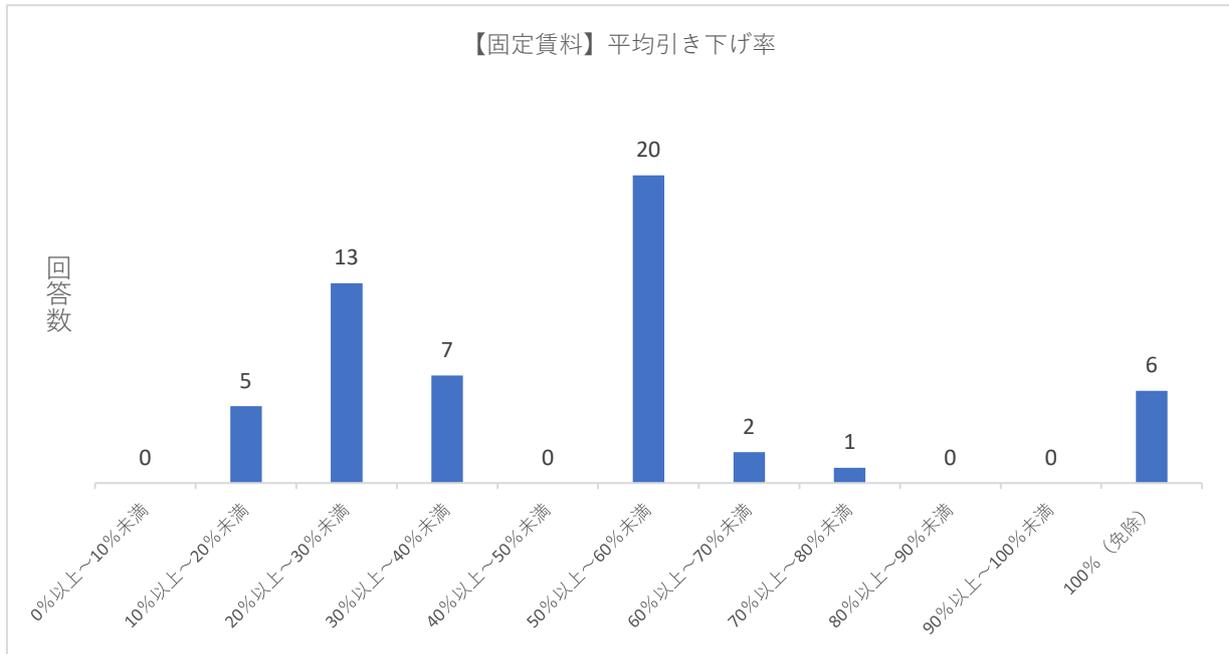
①テナント賃料の減免状況(1つのみ回答)

※複数のSCがある場合、1SC以上で減免した場合は「実施した」で回答

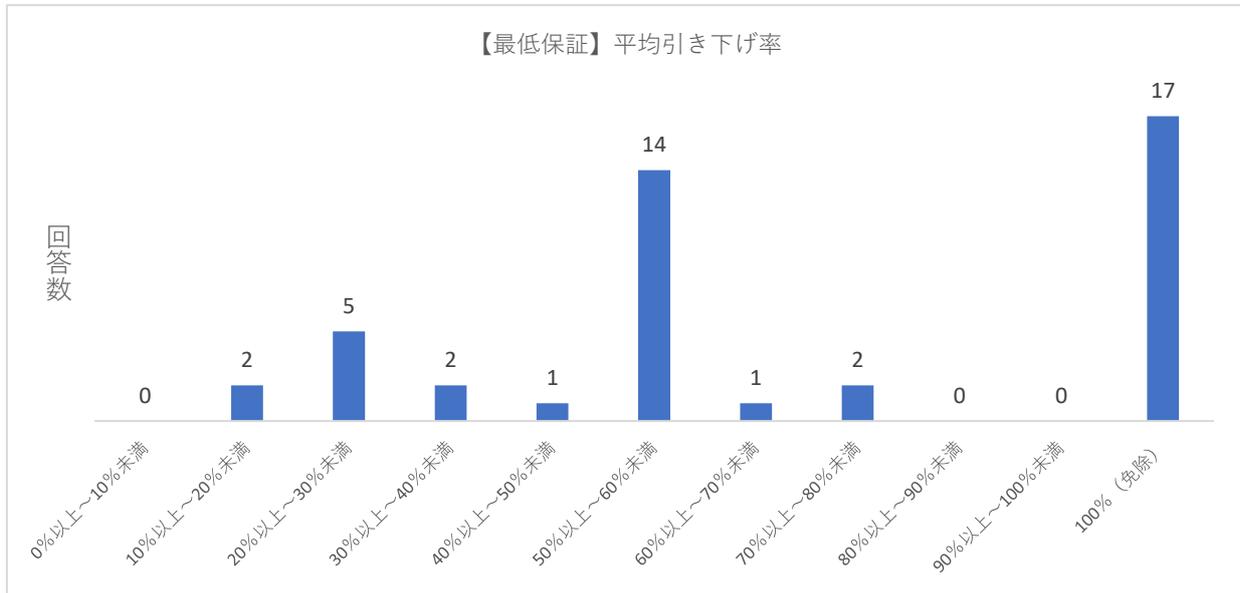
減免状況	回答数	割合
減免を実施した(全館または一部)	67	96%
減免を検討している(交渉中を含む)	1	1%
減免は実施しない	1	1%
その他	1	1%
合計	70	100%

②減免を実施した場合、賃料の平均引き下げ率（固定賃料または最低保証を対象）

a. 固定賃料



b. 最低保証



(3) 営業再開

5月14日以降、段階的な緊急事態宣言の解除に伴い、解除された地域から徐々にSCの営業が再開。緊急事態宣言が全国で解除された5月25日以降、首都圏のSCにおいても営業が再開されました。

SC協会が行ったSC販売統計協力ディベロッパー企業向けアンケート(※)では、①6月の来館者数と②下期(7月～12月)の売上高ならびに来館者数の見通しについて以下の回答がありました。

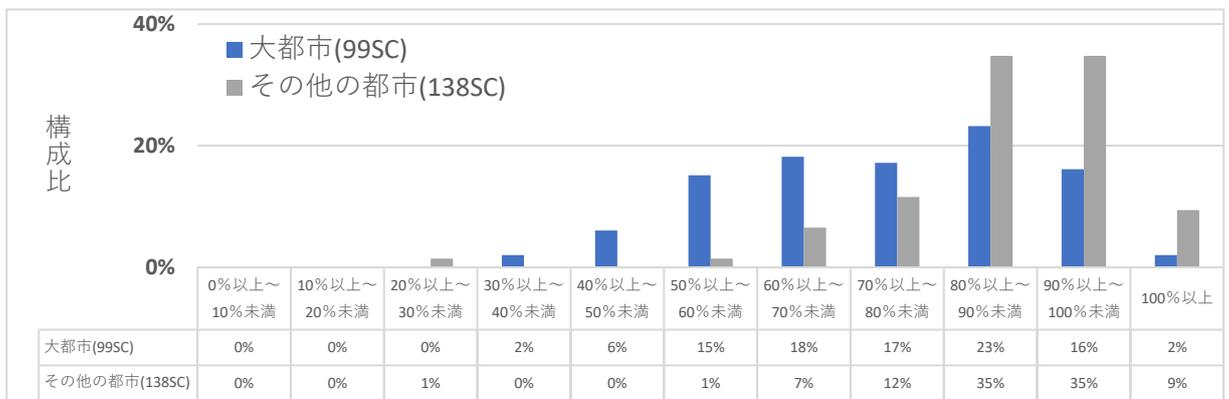
(※) アンケート期間・・・7/1(水)～7/15(水)

アンケート対象・・・SC販売統計協力ディベロッパー企業

回答SC数・・・237SC

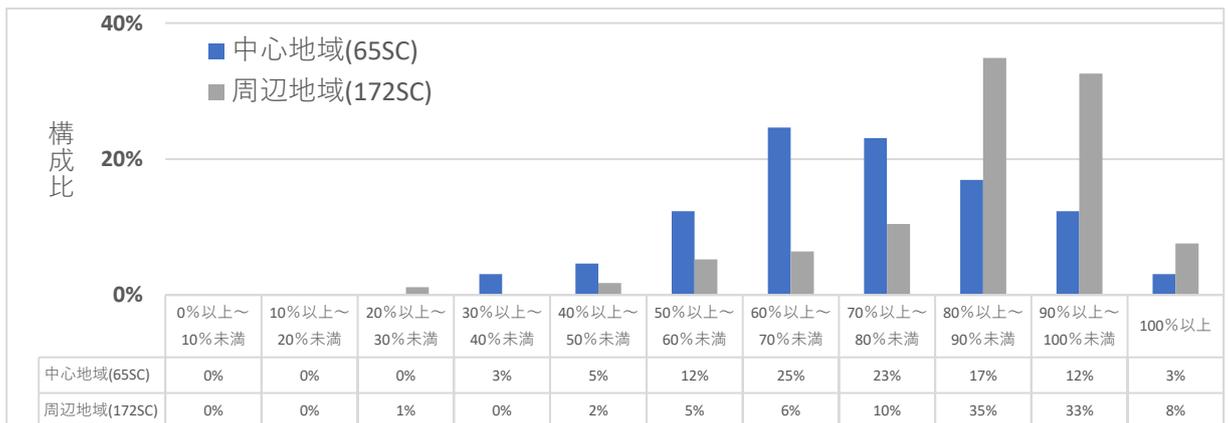
①2020年6月の来館者(またはレジ客)数の対前年同月比

a. 都市規模別



大都市 札幌市・仙台市・千葉市・東京区部・川崎市・横浜市・名古屋市・京都市・大阪市・神戸市・広島市・福岡市・北九州市

b. 立地別



中心地域 人口15万人以上の都市で、商業機能が集積した中心市街地 **周辺地域** 中心地域以外の地域

②前年7月～12月と比較した当年7月～12月の見通し

都市規模別

a. 売上高

	大都市 (99 SC)	その他の都市 (138 SC)
増加	0%	4%
前年並み	3%	9%
減少	69%	62%
不明	28%	25%

(構成比)

b. 来館者数

	大都市 (99 SC)	その他の都市 (138 SC)
増加	1%	2%
前年並み	2%	4%
減少	68%	69%
不明	29%	25%

(構成比)

立地別

	中心地域 (65 SC)	周辺地域 (172 SC)
増加	0%	3%
前年並み	8%	6%
減少	72%	62%
不明	20%	29%

(構成比)

	中心地域 (65 SC)	周辺地域 (172 SC)
増加	2%	2%
前年並み	3%	3%
減少	74%	66%
不明	22%	29%

(構成比)

注)回答の構成比は小数第1位を四捨五入しているため、合計は必ずしも100%にはなりません

(4) 営業再開以降のS Cの取り組み

①「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」を踏まえた取り組み
 S C協会を含む流通業界 12 団体で、『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』を策定しました。1) 店舗における感染予防対策、2) 従業員の感染予防・健康管理、3) 買い物エチケットに係る顧客への協力依頼・情報発信の3つの観点から、感染拡大予防として有効である身体的距離の確保や清掃・消毒、接触感染・飛沫感染の防止などを中心に、各S Cにおいて、施設および従業員として取り組むべき施策、お客様にご協力いただく施策を具体的に示しています。

●ルミネ「来館されるお客様へのお知らせ」

お客さまへの大切なお知らせ

ルミネでは新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、お客さまと従業員の安全に配慮し、下記の取り組みを行っております。ご理解とご協力を賜りますようお願い申し上げます。

お客さまへのお願い

- マスクの着用**：ご来店の際は、マスクの着用をお願いいたします。
- 手指の消毒**：ご来店の際は、手指の消毒をお願いいたします。
- 一部施設の利用制限**：（エレベーター、エスカレーター、一部の店舗等）のご利用を制限させていただきます。
- 身体的距離の確保**：1メートル以上の距離を確保をお願いいたします。
- ご来店前の体調確認**：発熱や咳などの症状がある場合は、ご来店をお断りさせていただきます。
- 混雑時間帯を避けたご来店**：混雑時間帯を避けてご来店をお願いいたします。

店舗運営にあたっての取り組み

- マスクの着用、手洗い・うがいの徹底**：従業員もマスクの着用、手洗い・うがいを徹底いたします。
- 体温管理の徹底**：発熱など、体調不良の従業員は出勤いたしません。
- 定期的な消毒作業の実施**：店舗内を定期的に消毒いたします。
- 密接感染の防止**：密接を避け、密着を避けるよう努めます。
- 換気の徹底**：換気扇を常に稼働させ、換気を徹底いたします。

ルミネのネット通販「アルルミネ」もご利用ください。

ルミネ株式会社 LUMINE

●ニッケコルトンプラザ「清掃活動のお知らせ」

ニッケコルトンプラザ清掃活動のお知らせ

ニッケコルトンプラザでは、日頃より清掃/消毒活動を実施しておりますが、新型コロナウイルスの感染拡大予防のため、いま私たちに出来ることを考え、さらに頻度を高め清掃/消毒活動を実施し衛生管理に努めております。

●渋谷パルコ

「29の飲食店でテイクアウトメニュースタート」
 渋谷パルコに出店する29の飲食店でテイクアウトメニューがスタート。また、10階の屋上庭園にテイクアウトした料理を食べられるように椅子と机を設置。



●イオンモール

「『ドライブインパブリックビューイング』開催」
 ニューノーマルにおける新たなエンターテイメントとして、Jリーグの試合を車内で観戦することで3密を避けたリアルイベント。音声はカーステレオのFM受信機を使い、車の中でも楽しむことができる。



●三井ショッピングパークららぽーと
『「マナーバーゲン」開催』

例年実施しているサマーバーゲン「LaLaport BARGAIN」は、新型コロナウイルスの感染拡大防止に努めながら新しい生活様式に対応したお買い物の楽しみをお届けするために「マナーバーゲン」として開催。

施設側の取り組みに加え、お客様に安心してご来館いただけるよう6つのマナーを提案した。

「マナーバーゲン」6つのマナー

- ①来館時のマスク着用
- ②支払い時のキャッシュレス促進
- ③座席などのスペースをゆずり合っての利用
- ④ソーシャルディスタンスの確保
- ⑤積極的な接客の控え
- ⑥ベビーカーご持参の推奨

はじまるよ。
マナーバーゲン

来館時は、マスクをつける。
おしゃべりやつなげながらの会話も、

支払いは、基本キャッシュレス。
安心は、断然プライスレス。

みんなのスペースは、ゆずり合い。
やめましょう、寒い合い。

レジに並ぶ時は、2m距離を。
おとなしく、ワクワクしながら待とう。

接客は、最小限です。嫌いな
なっただけではごめいませぬ。

ベビーカーは、持参する。
自分のがいちばん落ち着くね。

ポイントアップも開催中!
おうちで楽しめる!ららぽーと公式通販サイト&mallでもバーゲン開催中!

2020/6/26(金) - 7/9(木)

LaLaport & mall & EARTH 三井不動産

② 地域支援活動

SCは、地域住民の生活に無くてはならない存在として、地域の活性化や環境保全、生活者の多様なニーズに対応した暮らしの総合的サポートを行っています。3月中旬から多くのSCが集客イベントなどを延期または中止しましたが、今だからこそできる地域支援策に取り組んでいます。

●トレッサ横浜

『「とれおんくん募金」実施』

新型コロナウイルス対策支援として「とれおんくん募金」を実施。携帯アプリ「トレッサウォレットアプリ」内にチャージされた「トレッサマネー」での売上1%が「かながわコロナ医療・福祉等応援基金」寄付される。

●イオンモール

『日本赤十字社と連携し、献血活動を強化』

新型コロナウイルス感染拡大の影響により、献血協力が減少し血液不足が懸念されたため、営業を再開したSCで献血活動の受け入れを強化した。

あなたの「スマホでトレッサマネー」でのお買物が新型コロナウイルス感染症対策に取り組まれている方などへの支援になります。
「スマホでトレッサマネー」での売上の1%を「かながわコロナ医療・福祉等応援基金」に寄付します。
あなたかご支援を宜しくお願い申し上げます。

参加方法

[Step1] トレッサスタイルカードまたはトレッサスタイルカードプラスにご入会

[Step2] トレッサマネーウォレットアプリをダウンロードの上、アプリのユーザー設定およびサービス設定

[Step3] お会計時に「スマホでトレッサマネー」のご利用

トレッサマネー スマホ支払いなら
非接触でのお会計で安心安全!
キャッシュレスでスムーズなお会計!
ポイント2倍でオトク!! (お買上100円(税込)毎に2ポイント)
(現金・クレジットカード支払いの場合は1ポイント)

トレッサマネーのご利用方法・アプリの詳細設定手順についてはトレッサ横浜ホームページへ
<https://www.tressa-yokohama.jp/> トレッサ横浜 検索

トレッサスタイルカード / トレッサスタイルカードプラスのご入会は南棟1Fインフォメーション横カードカウンターまで!

TRESSA YOKOHAMA



II. 新型コロナウイルス感染拡大に伴う業界動向について 2. SC協会の取り組みについて

SC協会の取り組みについて

(1) SC協会から政府等への要望

SC協会は、新型コロナウイルス感染拡大に伴う国・地方自治体等の動向に応じて、政府等への要望等及び会員への情報発信（周知）を行いました。

①臨時休校要請を受けての取り組み

- 2/27（木）、安部首相が全国の小・中・高校等の臨時休校を要請する考えを表明。
- SC業界においても主にテナント企業が従業員確保に困難をきたす事が懸念されたため、ディベロッパー会員に対し、テナント企業の営業状況の十分な留意・適切な配慮に関する文書を発信した。

②「東京都の外出自粛要請～緊急事態措置下の休業要請」に対する取り組み

- 4/7（火）、7都道府県へ緊急事態宣言を発出。
- 東京都の外出自粛要請（3/25）により、発令前から自主休業する百貨店やSCが増加していたため、東京都の緊急事態措置において、休業要請施設の範囲を明確化するよう東京都に強く要請。
- 結果として、SC内において生活必需物資等を取り扱う店舗については「社会生活を維持する上で必要な施設」として営業継続対象として取り扱われることとなった。その後、多くの地方自治体が東京都の考え方を踏襲することとなり、会員の判断基準の1つとなった。

③緊急経済対策に関する要望について

- 4/16（木）、緊急事態宣言が全国へ拡大。
- 全館自主休業等を継続するSCも多く、テナント賃料の問題は更に深刻化。ディベロッパーに対する賃料減免や支払い猶予の要請が急増した。
- 4/27（月）、流通8団体と連名で経済産業大臣宛の要望書を提出。事業収入が相当に減少した施設所有者等に対する固定資産税の減免を企業規模に関わらず行うこと、およびテナント事業者等に対する持続化給付金の充実と企業規模要件の撤廃を求めた。
- 中小・小規模事業者に対する固定資産税の減免措置は第1次補正予算で成立（4/30）したが、今後の更なる拡充に向けた働きかけを行う。

④テナント家賃支援策に関する要望について

- 休業要請が長期化する中、テナント賃料問題に対する直接的な対策が火急の課題となった。
- 第2次補正予算に向けてテナント家賃支援策に焦点を絞り、5/1（金）に流通2団体と連名で経済産業大臣、国土交通大臣、自民党宛の要望書を提出。テナント事業者のみならず施設所有者等の賃貸人への直接の助成措置、その対象を企業規模で制限しない事等を求めた。また第1次補正予算で成立していた「地方創生臨時交付金」の用途としても家賃支援策を講じてもらうべく、同様の要望書を東京都知事宛に提出した（5/18）。
- 結果として、テナント事業者向けの「家賃支援給付金」が第2次補正予算で成立（6/12）。また、「地方創生臨時交付金」が第2次補正予算で増額され、その用途の1つとして、地方自治体による「家賃支援を含む事業継続支援」が追加された。

⑤業種別ガイドラインの作成について

- 5/4(月)、緊急事態宣言の延長が発表され、政府の基本的対処方針の中で、経済活動の再開を見据えた持続的な感染予防対策を、業種別にガイドラインとして作成する事とされた。
- 「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」を流通11団体と共同で作成し、5/14(木)に公表(5/22に一部改訂)。

(2) 新型コロナウイルス情報提供サイト 開設

SC協会は、新型コロナウイルス感染拡大を受けて、2020年2月28日(金)に新型コロナウイルス情報提供サイト『新型コロナウイルス感染症の対応等について』を開設しました。

協会および官公庁等からの発信情報や関連ガイドライン、官公庁等の新型コロナウイルス関連サイトのリンク集などを掲載しています。

引き続き当サイトで迅速な情報発信に努めてまいります。

【視聴者数】約 15,500 ユーザー
(2020年6月30日(火)時点)



(3) 新型コロナウイルス会員支援プロジェクト『共助のちから DE 支援』 開始

SC協会は、協会会員の皆様のお借りし、新型コロナウイルスの危機を“共助のちから”で乗り越えるための会員支援プロジェクト『共助のちから DE 支援』を2020年5月にスタートしました。

新型コロナウイルス対応で困られている会員を支援するために、会員企業が保有されている多様な商品・サービス・スキルなどをご提供(無償または会員特別価格)いただくことで、SC業界一丸となってこの事態を乗り越える取り組みです。

7月20日時点で13社の会員企業にご協力いただき、感染拡大防止ツールの提供やウィズコロナ/アフターコロナを見据えた販促支援など、さまざまな支援策をホームページ等でご紹介しています。



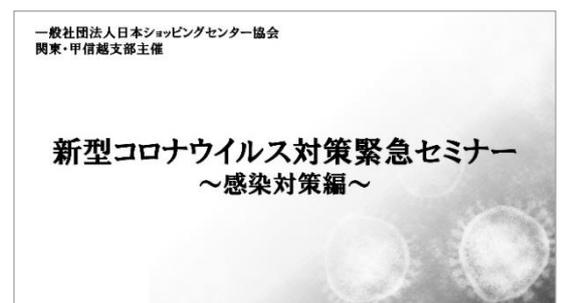
<協力企業一覧> ※敬称略、企業五十音順

MS&Consulting、九州ハイテック、コンビウィズ、JTB、テラオカ、店研創意、日本コンサルタントグループ、Pathee、藤田建装、メディック、メビレーション、USEN、ワールド

(4) 新型コロナウイルス対策緊急 WEB セミナー 実施

SC協会関東・甲信越支部は、新型コロナウイルス感染拡大を受けて、『新型コロナウイルス対策緊急 WEB セミナー』を開催しました。2020年5月8日(金)より協会会員サイトで配信(会員限定/無償/オンデマンド形式)しています。

第1弾は、危機管理が専門であるミネルヴァベリタス(株) 顧問/信州大学 特任教授の本田茂樹氏より、「感染対策」をテーマにご講演いただきました。



(5) 月刊誌「SC JAPAN TODAY」緊急特集

月刊誌「SC JAPAN TODAY」では、5月号、6月号、7・8月号で新型コロナウイルス感染症対策について緊急特集を行いました。新型コロナウイルス感染拡大に伴うSCの対応策や専門家の提言などから、SCへの影響と今後の対策などについて探っています。
最新号やバックナンバーのデジタル版は各電子書籍ストアでもご購入いただけます。

● 5月号

<特集>お客様・従業員双方の安心に向けて ～日常リスクへの備え～

<緊急特集>新型コロナウイルス 今求められるSCの対応策

【リサーチ】

新型コロナウイルスの感染拡大 SCの対応策

【感染対策とBCP】

新型コロナウイルス感染症への対応 SCの観点から考える～

【消費行動】

恐怖が変える消費への対応 ～リスク判断の歪み、消滅消費、ウチ消費、代償消費～

【コラム①】

新型コロナウイルス感染症の流行がもたらしたアパレル・雑貨店への影響検証レポート

～AIで取得したデータから見えた来店者の動向と、いま小売ができること～

【提言】

守成戦略を考える ～新型コロナウイルス終息後に向けて～

【コラム②】

新型コロナウイルス感染拡大 ～中国事情～



● 6月号

<特集>ダイバーシティ&インクルージョン ～SCの働き方～

<緊急特集>新型コロナウイルスの感染拡大がもたらしたSCへの影響

【日本SCの状況と対応策】

新型コロナウイルス感染拡大 世界的な危機がもたらしたSCへの影響

【採用・働き方の変化】

コロナ苦境を乗り越える骨太な人事戦略

【海外レポート 米国】

米国における新型コロナウイルスの影響と対策

【海外レポート ドイツ】

ドイツ・デュッセルドルフにおけるコロナ禍の状況 ～日常生活の視点から～



● 7・8月合併号

<特集>変わる消費者にどう立ち向かうか ～ビジネスモデル最前線～

<緊急特集>コロナショックで問われるリアル店舗の進化

【消費行動の変化】

新型コロナウイルスは消費行動にどのような影響を与えたか

【リサーチ】

買い物意向調査から考える生活者の変化

【提言①】

コロナ自粛が再認識させたリアル店舗のこれからの意義

【提言②】

新型コロナウイルス対応から生まれる「顧客価値」を集客の武器に

【コラム】

これから先の「モノを売るということ」

【法律Q&A】

コロナ禍におけるSCの法律問題



(6) 今後の取り組み

これまでSCはリアルな場をもつ施設として、「顧客ニーズに応える商品や情報」、「接客を通したきめ細やかなサービス」、「快適に過ごしていただく空間」を提供してきました。

新型コロナウイルス感染の拡大をきっかけに、消費行動が大きく変化することが想定され、これまで提供してきた価値に加え、「安心・安全の提供」や「環境への配慮」、「更なる利便性の追求」に努めていくことが重要であると認識しています。

これらの新たな価値提供を実現するためには、様々な分野で著しい進展を見せるデジタル技術の活用がSC業界においても欠かせない要素となっています。

「混雑状況・入店待ち状況のリアルタイムでのお知らせ」、「キャッシュレス決済による非接触販売」といった、お客様がより安心・安全にお買い物できる場を提供するとともに、「リアルとデジタルの融合」により、お客様が欲しいものを欲しい時にシームレスに購入できる仕組みを導入するなど、交流や体験の場としての特長を生かしながら、より安心・安全に、より便利に、SCを利用していただく取り組みが求められるでしょう。

SC協会では、デジタルトランスフォーメーション委員会を新設し、「顧客満足度を高める取り組み」と「生産性を向上させる取り組み」といった視点から、現在のSCが抱える課題を抽出し、アフターデジタル社会におけるSCのあるべき姿をテーマに、テクノロジー全般の情報収集と整理を行うことで、SC運営に役立つテクノロジーの実装化に向けて研究を推進します。

Ⅲ. 協会活動について

第45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2021

コロナ禍をきっかけに、これからのSCの在り方について探求

全国大会実行委員会では、2021年1月27日～29日の第45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2021」の開催に向けて、準備を進めています。政府や会場となるパシフィコ横浜の展示会ガイドライン等を受けて、入場時の検温や消毒液等の感染予防アイテムの設置、通路幅の十分な確保、セミナー会場における密を避けるレイアウト等の感染防止対策を講じて、商談展示会やセミナー開催を計画するとともに、セミナーは併せてオンライン配信を行います。

さて、ご承知のとおり、新型コロナウイルスの感染拡大が外出自粛やテレワーク等の非接触化を助け、人々の行動を大きく変えています。そうしたなか、ECの利用が更に加速していますが、一方で生活者のリアルの買い物体験への飢餓感も如実な現実として見られます。

このようなかつて経験したことのない変化にSCが対応していくため、「出会い、発見、チャンス、そして未来へ。」というSCビジネスフェアの基本的な考えを維持しつつ、今回はコロナ禍をきっかけに、これからのSCの在り方について探求することを大会のメインテーマとして掲げます。

(1) 開催概要

会 期：2021年1月27日(水)～29日(金) 10:00～18:00 ※29日(金)は10:00～17:00

会 場：パシフィコ横浜 展示ホール 横浜市西区みなとみらい1-1-1

コンテンツ：商談展示会、セミナー（セミナーはオンライン配信あり）

当日運営：政府の業種別ガイドラインや、会場となるパシフィコ横浜の策定した入場者数等の指針を受けて、感染拡大防止策を講じて開催する予定。

(2) 企画概要

①シンポジウム・セミナー

シンポジウム・セミナーは展示ホールで商談展示会（SCビジネスフェア）と一体となって、SC業界に向けてメッセージを発信します。キーワードとして、「流通・SC展望」「EC・デジタル」「まちづくり・地方創生」「ES」「リスクマネジメント」等を掲げ、ウィズコロナ、アフターコロナ時代に、これからのリアルの場の在り方を示唆する講座を企画し、会場での聴講とオンライン配信の2本立てで計画します。

②商談展示会（SCビジネスフェア）

商談展示会（SCビジネスフェア）では、各社出展ブースを通じて、コロナ禍で一気に溢れ出した課題解決の方策や、これからのSCを支えるTech活用について提案いたします。

会場内ではソーシャルディスタンスを確保しつつも、広場をイメージするような交流コーナーを設け、リアルならではの楽しさを追求します。

(3) 前回（SCビジネスフェア2020）実績

出展規模：244社・570小間（学生のためのSC業界研究イベントを含む）

来場者数：延べ53,400人（当日入場登録者数（招待者含む）は12,874人）

セミナー：49講座、聴講者5,069人（出展者プレゼンテーション含む）

以上

*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）

Ⅲ. 協会活動について

新たな時代に対応したセミナーを開催 ～SC業界の発展とお客様や地域の皆様に役立つSCを目指して～

SC協会では、アフターコロナ時代の視座を定めるために、広い視野と多角的な視点を持った次世代の業界人を育成し、今後のSCの方向性を考えるヒントとなるようなセミナーを提供します。

ベーシックな内容の基本セミナーや、新時代対応セミナーなど幅広いテーマで開催。

また、ICTを活用したWEBセミナーの充実を図り、地方の会員への受講機会を拡大します。

(1) 新時代対応セミナー開催 **[NEW]**

近年のSC業界を取り巻く環境、情勢を踏まえ、複雑、多様化し、かつ変化の激しい時代への対応を行うべく、「AI、IoT等新技術への対応」、「ECとリアル融合」、「キャッシュレス時代への対応」、「人材確保対策」等、SC業界の新たな課題をテーマに据えたセミナーを実施する。

- 7月14日～20日「ニューテクノロジーがもたらすSCの未来セミナー」
- 9月23日「キャッシュレスセミナー」
- 10月13日「SDGsセミナー」 など



(2) WEBセミナー開催 **[NEW]**

感染防止やニューノーマルへの対応の観点から、これまで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的に開催していたWEBセミナーを一気に拡充する。

- 7月14日～20日「ニューテクノロジーがもたらすSCの未来セミナー」
- 7月29日～8月7日「SC基本管理運営セミナー」
- ※8月以降のセミナーも続々とWEBセミナー化の予定



※SC協会では、SCの運営や開発の実務を中心に、年間約50本のセミナーを開催、約2,000名が受講しています。講師には、経験豊富なSC経営士やSC事情に精通した弁護士、またケーススタディとして実務家を招き、プログラムを構成しています。

Ⅲ. 協会活動について

2020年度 主な行事予定

日程	イベント名	場所
11月5日	SC秋晴れトップフォーラム (会員企業の代表者、役員クラスによる研鑽と交流)	東京
12月23日	定例記者懇談会(冬)	東京
2021年 1月27~29日	第45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2021	横浜

※新型コロナウイルス感染拡大を受けて、2020年度のSC接客ロールプレイングコンテスト支部大会、全国大会、SC接客マイスター検定試験については、無観客審査での実施までも含めた、開催に向けてあらゆる感染防止対策の検討と準備をしてきましたが、競技者及びSC関係者、応援のみなさまが安心して大会に参加できる環境を整備することが困難と判断しました。

また、緊急事態宣言を受けての自粛要請の中、各SC内事前研修・代表選抜会開催および参加者の皆様のコンテストへの準備を整えることも困難であると考え、誠に勝手ながら開催を中止させていただくことになりました。

【参考資料】

●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(株)	顧問
副 会 長	岩 村 康 次	イオンモール(株)	代表取締役社長
〃	青 柳 雄 久	三井不動産商業マネジメント(株)	取締役会長
〃	竹 内 彰 雄	片倉工業(株)	顧問
〃	福 田 三千男	(株)アダストリア	代表取締役会長兼社長
〃	棕 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（2020年7月1日現在）

第一種正会員 313社 第二種正会員 288社 賛助会員 315社 / 合計 916社

●ショッピングセンター（SC）の定義

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@jsc.or.jp