

SC 協会北海道支部・SC 経営士会北海道ブロック共催討論会

「道内 SC 業界リーダーが語る、これからの SC のあり方～E コマース、少子高齢化などその対策を聞く！～」

【日時／場所】 2014 年 9 月 25 日（木） 京王プラザホテル札幌

【討論会】

※敬称略

◇パネリスト

【ディベロッパー】

イオン北海道(株) 営業本部 SC 事業部リーシング部部长	小林 博(15 期)
三井不動産商業マネジメント(株) 三井アウトレットパーク札幌北広島所長	中村 哲
札幌駅総合開発(株) 常務取締役	住谷 正広 (SC 協会北海道支部副支部長)

【テナント】

(資) 土肥商店 取締役営業部長	坂本 敏洋
深瀬商事(株) 代表取締役社長	深瀬 隆一
(株)オンワード樺山 札幌支店販売第一部部长	川島 豊

◇コーディネーター

(株)札幌副都心開発公社 取締役 SC 事業部長兼文化事業部長	西内 敦久(7 期) (SC 経営士会北海道ブロック長)
---------------------------------	---------------------------------

討論内容

<テーマ 1：E コマースについて>

●E コマース、ネット販売の取り組みは？

坂本：直営の雑貨店では対面重視でしかも客単価 1250 円程度でネット販売に向いていないので、やっていない。

深瀬：以前はやっていたが、在庫管理や価格競争などにより利益が出なくなり 1 年前にやめた。参入者が増えたが、最近では経費負担に耐えられなくなりドロップアウトしている会社が多いのでは？

川島：会員制のネット販売を行っていて、会員はカタログとしてネットを見ているようで、購入するのは 10%程度。ネット会員は夜間利用が主でリアル店舗利用者とは異なるとみている。

小林：GMS のネットスーパーは高齢者や子育て中のママの利用が多く、伸びている。

中村：三井アウトレットモールでは行っていない。

住谷：JR タワーでも行っていない。

●E コマースの台頭で、リアル店舗への影響が懸念されるがー。

住谷：ネットなどが強くなるとリアル店舗への影響が気になり、対策を考えている。ショールーミング化は賃料の面からも望ましいことではない。ネットとリアルが役割分担できればいいと思う。

小林：ネットスーパーなどの躍進ぶりを見ると E コマースは当たり前になっている。E コマースのポイントをリアル店舗で使えるとか、E コマースで注文してリアル店舗で受け取るなど E コマースとリアルの連動が重要。

◆会場の札幌パルコの有明店長へ質問。パルコは DV の中ではウエアなどネット販売の取り組みが早いですが、状況は？

有明：パルコのネットモール進出は早かったが、先行の楽天やゾゾタウンにはかなわない。ウエアについては既に撤退をした。最近では「カエルパルコ」としてショップブログでアップした商品をネット注文したり、取り置き予約して店頭で購入する仕組みがあり、札幌店でも導入する予定。売上はショップに計上されるので、ショップの売上は確保される。

●ネットとリアル店舗は連動させていくものという意見が出されていたが、パルコの仕組みはネットとリアルを連動させた仕組みと言えそう。これからのネットとリアル店舗の関係性は？

川島：ネットで情報収集してリアル店舗へ来るお客様もいるので、リアル店舗のスタッフは自社のサイト情報をチェックしてお客様とのコミュニケーションツールとして活用している。リアル店舗に来るお客様は人と人とのつながりを求めている。

深瀬：リアル店舗はスタッフの接客スキルを高めることが大切。それがリアル店舗の存在意義では？

坂本：リアルではスタッフそのものが価値のひとつ。接客などをしっかりやっついていかないと淘汰される。

住谷：接客は重要。スタッフが商品の使い方など専門的な情報をお客様にしっかり伝えていけることが E コマースとの差別化になるのでは？

小林：リアルも E コマースも両方必要。リアル店舗で信頼できればネットも使う傾向がある。リアル店舗で信頼されることが必要で、商品やスタッフの質の向上が求められている。

中村：販売は人手不足。良い接客をするためにも商業に魅力をつけていかなければならない。

<テーマ2 スタッフの確保、育成など>

●リアル店舗の存在を高めていくためには接客やスタッフのスキルアップが重要という意見が多く出てきたので、少子高齢化のテーマでは特に、若年労働者の減少などから人材（スタッフ）にポイントを絞っていききたい。最近は販売職を希望する人が減ってきていると聞くがー。

坂本：これまでは雑貨好きの女性が応募してくれてスタッフ不足を感じたことがなかったが、8月から急に集まらなくなった。

深瀬：当社でも8月くらいから集まらない。事務系やコールセンターなどが人気のようで、求人誌の担当に聞くと、賃金よりも自由度の高い仕事が人気らしい。

川島：新卒の応募はきちんとあるが、中途は厳しいので一般募集をしておらず、紹介で採用している。

中村：4月の増床時には合同求人をしたが、ライフスタイルとか趣味にかかわるようなお店はすぐに集まったが、アパレルは厳しかった。

小林：紋別の GMS で、繁盛していてもスタッフが確保できなくてオープンから4か月で閉店したショップがあった。地方は採用がものすごく厳しい。スタッフがなくてオープンできないことが今年になって4件もあった。営業時間が長いと集まらない場合もあり、テナントの協力をしてスタッフを集めていくしかない。

住谷：JR タワーでは1年間でスタッフの約半数が異動も含めて替わっている。研修などでコストもエネルギーをかけているので、磨きのかかっていたスタッフが流失してしまうことも問題。

●最近の傾向やスタッフ確保に向けた対策などは？

川島：販売職のベテランを採用するケースが多い。当社はブランドが多い所以对象年齢によっても異動できる利点がある。

坂本：以前は販売の経験者が応募してきたが、最近はコンビニとかパチンコとか異業種からの応募が目立ち、接客できない人が多い。一度やめたインターンシップを復活させようかとも考えている。「好きだから働きたい」という出会いを大切にしたいのでー。

深瀬：何回も仕事を変えた若い子が多い。長続きしない。教えるのに時間とエネルギーかかるが、すぐやめてしまう。結局、良い人材を集めるには魅力あるショップにするしかないのかなーと思っている。

中村：海外客も多いので、留学生を採用するケースもある。丁寧に説明して売上げにつながっている。

●スタッフの接客力向上を目指してロープレなど接客研修に力を入れる DV が増えているが、テナントのみなさんはどうみているか？

川島：ロープレは接客スキルアップや意識改革に役立っている。

坂本：以前は社内でロープレをやったことがあるが、缶詰状態となり、売り場で役立てることができなかった。10時間の座学よりも1時間の現場だと考えている。今は DV とテナントの取り組みが近づいているような気がする。

●DV としてスタッフ確保のための取り組みは？

小林：スタッフ研修では、ロープレ、POP コンテスト、接客やクレーム対応セミナー、海外研修などいろいろなことをやっている。雇用のために JR や地下鉄などの最寄り駅までバスを運行させるなど交通手段を確保したり、休憩室を改装したり、レクレーションなどもやっているが、やはり小売業の評価を上げることが大切。「小売り＝楽しい」としていききたい。

中村：年1度東京報告会を開き、東京のテナント本部の方に北海道のシーズン性を知ってもらい、現場の要望を聞いてもらいやすくする環境をつくっている。ショップの表彰制度でも、表彰式には本部の人にも出席してもらい、現場のショップスタッフのモチベーションアップにつなげ、スタッフのやる気や達成感などを引き出すようにしている。

- E コマース市場は伸びているが、本日の討論で、テナントでは、業種や規模などにより E コマースの取り組みが異なり、すべてが良い方向へ進んでいるわけではないこと、DV ではリアル店舗の売上げが収益のベースになっており、E コマースの拡大によりリアル店舗の売上げ減への危機感があることなど、それぞれの本音を聞くことができた。その中で、テナントと DV では立ち位置の違いはあるものの、E コマースとリアル店舗は対峙するものではなく、融合や連動させていくことが必要という大きな方向性が見えてきた。SC という視点では、SC には E コマースに馴染まないテナント（例えば、リアル店舗でしか直接サービスを受けることができない理美容や飲食など）もあり、SC に集客があるからこそ成り立っている面がある。また、リアル店舗では直接お客様と接するスタッフのスキルアップは重要で、スタッフ不足が深刻化する中で、人材の確保と育成が急務になっている。これからはテナント、DV 相互に良くなることを考えていかなければならない。課題の解決に向けてテナントと DV が共に協力して取り組むことが必要で、SC 協会北海道支部や SC 経営士会北海道ブロックでは、今後ともテナントと DV をつなぎ SC の発展のために微力ながらも尽力していきたい。