

近畿ブロック&中国・四国ブロック共催

「2019年度 新SC経営士 歓迎交流会」レポート

短い梅雨が明け、急に蒸し暑さが増し始めた7月24日、近畿ブロックおよび中国・四国ブロック共催で、この春新たにSC経営士となられた27期および26期の方5名をお迎えし、新人SC経営士歓迎交流会が開催されました。

交流会に先立ち第一部では、近畿ブロックのSC経営士会議として、近畿の新SC経営士に向け、若森ブロック長より昨年度からの新SC経営士会の概要、近畿ブロックの活動方針、近畿支部との連携事業であるSC研究会・単館SC交流会の説明、今秋のセミナーの検討等の後、来春に迫った民法改正に関する簡単なセミナーが行われました。

第一部を早々に終えての交流会は、SC経営士会西日本ブロック担当疋田副会長の乾杯で、総勢21名のSC経営士による和やかな立食パーティーでスタートいたしました。

途中、ベテランから新人までの自己紹介では、皆が笑いを取りに行く中、いつしか話題は働き方改革・ESに集中し、昨今のSC業界が抱える課題が垣間見えた交流会でした。

最後は今回新たに中国・四国ブロック長になられた井門ブロック長の締めで閉会となりました。受付や会場準備等ご尽力いただいた村岡・村木両運営委員をはじめ、ご参加いただきました皆様、ありがとうございました。



SC経営士会 業務・広報グループ 2019年度メンバー

今期はこのメンバーで活動させていただきます。
宜しくお願い致します！

- | | | |
|-------|-----|-----------------|
| 田部井一哉 | 17期 | (株)東京ドーム |
| 中山亮 | 22期 | (株)トリニティーズ |
| 今井靖亮 | 16期 | (東急電鉄株) |
| 佐藤繁 | 21期 | (株)アトレ |
| 平林孝章 | 24期 | (SCキューブ株) |
| 坂口絵美 | 25期 | (大和リース株) |
| 富田聖二 | 27期 | (阪急阪神ビルマネジメント株) |
| 磯部亜矢 | 27期 | (株)丸井 |
| 菅原啓太 | 27期 | (株)スペース |



「キャッシュレス・消費者還元事業に関する意見交換会」開催レポート

7月23日に、北海道ブロックの主催により表題のテーマにて意見交換会が開催されました。10月の消費増税に際して、ディベロッパーとして消費者還元事業における決済事業者の登録を行うのか、主に札幌市内のディベロッパーを対象として意見交換会が開催されました。

- 日時 2019年7月23日（火） 16:30～18:00
- 場所 JRタワーオフィスプラザ10F 札幌駅総合開発(株) 会議室
- 参加者 札幌市内のディベロッパー（8社18名（内SC経営士7名））
- 議題
 - ①キャッシュレス・消費者還元事業 への 対応 課題
 - ②決済事業者の登録に関する判断ポイント
 - ③現時点における各ディベロッパーの対応方針
 - ④テナントへの説明等の対応
 - ⑤その他



今回は、業務・広報Gのメンバーでもある平林さん（24期）が課題や対策などを資料化し、開催をサポートしました。

◆平林さんのレポート

2019/4/9@東京会場を皮切りに2019/6/14@札幌会場を最後に開催された日本ショッピングセンター協会主催の「キャッシュレス・消費者還元事業」説明会でしたが、当然ながら経済産業省担当者による制度説明であり、この2ヶ月間に制度内容の欠落についてはだいぶアップデートされましたが、現場実務的な対応への解は得られませんでした。

私がこの資料を作成するきっかけとなったのが、最も紛糾した？であろう初日@東京にて弊社クライアント担当者と顔を見合わせて？という状態であったことと、事前に疑問や課題を整理していたA4ペーパーのメモをその方にお渡ししたことでした。

また、幸いなことに最終回@札幌には出張時の偶然の空き時間を利用して当日参加できたことで、制度全体と実務面とのギャップ、つまり課題や解釈を理解して咀嚼しないと現場実務レベルに落とし込めないという懸念を抱いたことによります。

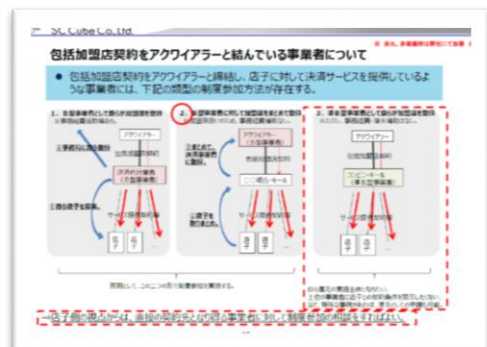
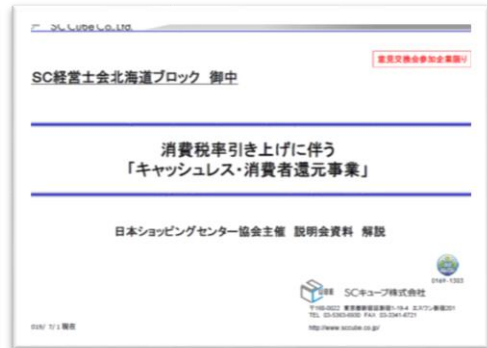
初回はメモをお渡ししたデベの各拠点の実務担当者にお集まり頂き、7/4に勉強会形式にてFace to Faceでディスカッションしたところ、制度だけでなく、そもそものクレジット決済の仕組みから理解したいと突っ込んだ情報交換の場となりました。現場もジョブローテーションサイクルが短期化しており『今更聞けないあるある』でこれはこれで盛り上がりました(笑)

これによりデベが対応にお困りな様子がわかったので、弊社ユーザーや営業先に順次、資料ベースにてお渡しし始めた矢先に西内さんの目に留まり、バッチリのタイミングで7/23の北海道ブロックセミナーにてご活用頂いた流れに繋がります。その後も情報収集・更新によるアップデートを続け、7/25時点においては第3版となっております。

そうこうしているうちにも第4版となりそうです（クレジット決済の内回り・外回り/決済センター利用型・決済サーバー型/PCI-DSS準拠などを問わず、国の『キャッシュレス補助金システム』に接続していないために、クレジットカード会社には申し込んだけれど利用できないという、消費者やエンドテナントとのトラブルに繋がりがかねない状況があるようで現在、調査中）。

最後に、SC協会支部会員向けにSC経営士会が開催したことは、協会のシンクタンク的な機能を担う組織として意義深いアクションだと感じました。また、SC経営士2期、7期、20期前後といった各社・各職階での課題意識から生まれた偶然かつ必然の連携が成し得た結果とも言えるかもしれません。そして北海道と関東・甲信越というブロックを超えてオールSC経営士としてサポートさせて頂く機会を頂戴できたことを嬉しく思います。

『餅は餅屋で』これからもSC経営士という、現場実務と事業経営/企業経営の虫の眼・鳥の眼をもつプロフェッショナル同士の連携が生まれ、SC業界全体が活性化され長期熟成に繋がることを楽しみにしております。



SCアカデミー・テラス「第8回研修会」

開催レポート

6/25にSCアカデミー・テラス主催の研修会が開催され、SCアカデミー卒業生や、SC協会会員企業、SC経営士など146名の方がご参加されました。

第一部の研修会のテーマは、「マイパブリックとグランドレベル〜今日からはじめるまちづくり〜(晶文社)」の著者であり、両国-森下エリアで「喫茶ランドリー」を企画・運営する株式会社グランドレベル 代表取締役田中元子氏に、地域における多世代交流拠点である「喫茶ランドリー」などの事例を踏まえながら、これからのSCの1階のあり方・求められる機能や地域コミュニティの取り込み方についてご講演いただきました。

第二部は新宿アイランドイツ内のレストラン「THE SAKURA DINING TOKYO」にて懇親会が開催されました。SC業界に携わる皆様にて交流を深めていただき、業界の更なる発展に寄与するような有意義な会になりました。

■田中元子氏 プロフィール

株式会社グランドレベル 代表取締役社長

1975年茨城県生まれ。独学で建築を学び、2004年、大西正紀氏と共に編集ユニットmosaki(モサキ)を設立。建築と一般の人々をつなぐためのメディアづくりを約10年間行う。

2014年ころより、ダイレクトにまちや都市、ひとに関わるプロジェクトに重点をシフトさせ、2016年株式会社グランドレベルを設立。“1階づくりはまちづくり”をモットーに、建物の1階や公共空間に市民の能動性を高める日常をつくることで、エリアの価値と幸福度の向上を目指す活動に取り組む。

2018年には「喫茶ランドリー」を墨田区千歳にオープン。0歳から100歳まで多様な市民が集い、さまざまな活動に使われている本施設は、「2018グッドデザイン特別賞グッドフォーカス [地域社会デザイン] 賞」を受賞するなど、国内外から注目を集めている。

■SCアカデミーとは

2006年に開校された、一般社団法人日本ショッピングセンター協会(以下、SC協会)主催のビジネススクール。商業デベロッパー各社を中心とした企業から派遣された各期40名前後の生徒が、1年間に渡り通学により受講する。過去12期開催され、現在は13期生47名が受講中。卒業生は400名を超える。

■SCアカデミー・テラスとは

SC協会の主催する研修セミナー「SCアカデミー」の卒業生が所属する任意団体。SCアカデミー卒業生が気軽に集える広場=テラス、そしてSCアカデミーの志やSC業界のあるべき姿を指し示し、未来を「照らす」という意を掛け合わせて名付けられた。会費の徴収はなく、会合等への参加も自由。卒業生同士の交流の場としてテラスが活用されている。

■SCアカデミー・テラスの活動

SCアカデミーの卒業生各期から選任された世話人と呼ばれる幹事係によって、年1回のセミナー研修会の開催、SCビジネスフェアのブース出展を中心に活動。卒業生各期のコミュニケーション機会を設けることで業界ネットワークの拡充を図るだけでなく、研修等を通じてショッピングセンター業界に対する発展的な提案を行うことを活動目的とする。今回はSCアカデミーの10期卒業生が幹事。

◆ご報告

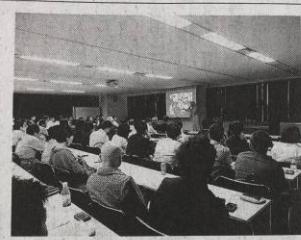
株式会社新都市ライフホールディングス
第三エリア経営部 南部 卓也 (27期)

皆さんこんにちは、先日新SC経営士になりました27期の南部です。新宿アイランドタワーというオフィスビルの管理運営をしています。西新宿から何か新しいことを発信していきたいと思ひ、日々模索中です。最近メガネを買いました。どこかでお会いしましたらぜひお声がけください！



て源ををブラ受東 のな替統

地域ブランドの掘り起こしは食



人が集まる場所の設計などセミナー
SCアカデミー・テラス研修会

日本ショッピングセンター協会が運営するSCアカデミーの卒業生の同窓会「SCアカデミー・テラス」の第8回研修会が交流

は予算を下回っている。宝飾品

会が東京・新宿のベルサール西新宿で行われた。写真。研修会は卒業生が業界のネットワークの拡充とSC業界に発展的な提案を行うことを目的に毎年開催している。

セミナーでは、東京・墨田区で「喫茶ランドリー」を運営するグランドレベル代表取締役の田中元子さんが地域における多様な世代の交流拠点になった喫茶ランドリーの事例、海外の小都市地域や路面商店街の再開発の成功例、人が集まる場所の設計などのあり方を紹介しながら、SCの1階のリニューアルのヒントになる内容で講演を行った。研修会にはアカデミー同窓生、SC経営士、業界関係者170人が参加した。



新SC経営士に聞く～第8回～ 岩下 賢一さん（東海旅客鉄道株）



■SC経営士を目指したきっかけ

前職の(株)ジェイアール東海高島屋では、同社初のSC物件「タカシマヤ ゲートタワーモール」の立上げから運営までの約7年間、副責任者を勤めていました。開業後一段落してみても自分自身の軸を持ちたいと思ったことに加えて、「後輩のためにもこの資格は役に立つのでは?」と思い、まずは自らが取得して、それから部内で推奨しようと思って受験しました。SC協会の通信教育を受けながら、あとは独学で臨みましたが、日々の業務に役立つ知識がたくさんあり、「もっと知りたい!」という思いを持ち続けながら勉強することができました。今年からは後輩たちが毎年受験しますので、JR東海グループのSC経営士シェアを少しずつ高めていきたいです。

■今後の抱負

今年7月にJR東海本社へ復帰、事業推進本部の「運輸・流通・飲食・構内営業」部門で、JR東海高島屋、東海キヨスク、JR東海バス、JR東海フードサービス、JR東海バス等、グループ会社9社のとりまとめをしています。SCの現場実務とは離れましたが、今後の商業施設は業態の違いに関係なく、「立地に応じ、如何にお客様に最も魅力的なコンテンツを提供できるか?」が課題だと思いますので、引き続きSC経営士の皆様とは情報交換をよろしくお願ひします。

■経歴

1992年4月 JR東海入社後、新幹線車掌、東京駅改札業務を経験
1996年7月 JR東海エージェンシーで鉄道の広告宣伝業務を担当
1997年7月 ジェイアール名古屋高島屋の立上げ業務の社内公募に応じ、研修で2年間高島屋大阪店で勤務
1999年4月 ジェイアール東海高島屋で百貨店の開業宣伝を担当、以降広告企画、プロモーション企画、VMD計画を担当
2010年7月 JR東海に復帰し、事業推進本部担当課長(流通)を勤める
2012年7月 再びジェイアール東海高島屋へ出向し、タカシマヤ ゲートタワーモールの立上げ業務の副責任者及び開業宣伝担当として参画。
2019年7月 JR東海に復帰し、現職は事業推進本部担当部長(運輸・流通・飲食事業・構内営業)。

■趣味 撮り鉄・乗り鉄、神社巡り、古墳探訪。現職は名古屋と品川に自分のデスクがあるので、毎週新幹線に乗れるのが楽しみです。

東海旅客鉄道株式会社 事業推進本部(運輸・流通・飲食・構内営業)
岩下 賢一
kenichi.iwashita@jr-central.co.jp
tel: 052-564-1770 (名古屋) tel: 03-6711-9671 (品川)



新SC経営士に聞く～第9回～ 塚本 豊さん（三菱地所プロパティマネジメント株）

この度、SC経営士会に入会させていただきました27期の塚本です。
どうぞ宜しくお願い致します。

●SC経営士を目指したきっかけ

とても単純なのですが、ご活躍されていらっしゃるSC経営士の先輩方の姿をみて『SC経営士ってカッコいい!』という思いから資格取得を目指しました。

●今後の抱負

街づくりに寄与できるSC経営士を目指したい。地域住民の衣食住の提供は勿論ながら、懇親会や発表会会場など人生のイベントやコミュニケーションの場となったり、人によっては職場となったりと街の人々の生活と切り離せない。そのような期待に応えられるSC経営士を目指したい。

●プロフィール

1990年 株式会社ダイエー入社 ダイエー仙台店青果担当後、ロードサイド複合商業施設/OPA開発、運営担当等
2003年 三菱地所ビルマネジメント株式会社入社
2007年 SCアカデミー(1期生)修了
2014年 三菱地所プロパティマネジメント株式会社へ社名変更
2019年 経営企画部、SC事業部、プロモーション事業部を経て総務部へ異動

●趣味

カメラ、オートバイ、温泉巡り、愛犬と遊ぶ
(犬を飼い始めてから温泉に行く機会がめっきり減りましたが、1日に11カ所の温泉に入ったことがあるくらい温泉が大好きです。どこか良い温泉ご存じでしたら情報下さい! ちなみに銭湯も大好きです。)



第27期SC経営士の森田克伯です。皆さま、未永く宜しくお願ひします。

<目指した理由>

年齢50をとうに超え定年まで“逆算態勢”という焦燥感が募り始めた昨春、突然の社長勅命により、「よし！」と即断。SC業に従事して20年、この資格のこいつも心の一隅にはありましたし、今回良き受験仲間にも恵まれたので、本格的に取り組むことができました。

<受験してみて>

「良かったあ」の一言に尽きる。業界で虚しく馬鹿を重ねた身に“喝”が入った。合格報を聞いたとき、20年分の在庫を棚卸したような爽快感を覚えましたね。それにしても、受験勉強は辛かった。「灰色の土曜、暗黒の日曜、漆黒の祝日」、平日の夜も酒を控えて必ず教材を一読、通勤電車では自製用語集の暗記、と、今思い出しても……（汗）。

<今後の抱負>

SCを、人がわざわざ足を運びたいくなる価値のある施設として磨き上げていきたい。1997年来私は駅ビル（≒SC）に従事していますが、今や駅立地の優位性など幻想に過ぎません。沿線や地域というマーケットに最適な“衣食住楽・職”を提供できる施設（≒SC）に仕立てないと取り残されてしまいます。その努力の果てに「あの駅ビルがあって良かった」と、マーケットから評価されれば業界人冥利に尽きますよね。

<経歴・職歴>

1965年生まれ、東京都保谷市（現西東京市）育ちで、妻と女子3人で豊島区在住。幼少から今まで大阪府池田市、広島市、仙台市、新宿区大久保の居住経験あり。1989年JR東日本入社、97年来(株)アトレ、(株)ジェイアール東日本都市開発、(株)横浜ステーションビル、グランデュオ立川に勤務しSC運営全般、開発、百貨店を経験、2017年6月から現職。

<趣味など>

趣味は、旅行や街歩き、音楽鑑賞、下手の横好きゴルフと、先日2度目の挑戦をした釣り。寺社仏閣、古建築、古い街並みが好きで、最近では関（三重）、岩村（岐阜）、佐原（千葉）、美々津（宮崎）の街並みに感銘を受けました。好物は魚料理、蕎麦、和菓子、落花生（限千葉県産）、広島のソウルフードにして我が青春の味“お好み焼き”。ただ最後の晩餐は天麩羅蕎麦か“鰹のたたき定食”で迷うでしょうね。座右の銘は「桃李成蹊」（出身校に非ず！）と「雨滴石を穿つ」（短気なので……）です。



● 輪厚GCにて
2019年7月31日緑陰セミナー 2日目の親睦会。



● 関の宿
2017年夏第3子と2人旅。これぞ“弥次喜多”の東海道。



● ミッキーと一緒に
やはり偉大なキャラ、不思議と心が和みました。

新連載 I ～LINK～ SC経営士の輪

この連載では、世界で活躍するSC経営士の皆様をリレー形式で紹介いたします。

【前回登場の小松さんより】

実は私が佐藤さんにお会いしたのは、先日のSCアカデミー・テラスの懇親会が初めてでしたが、一目で惹かれる人柄でございました！以下、佐藤さんと長年お付き合いがある三井アウトレットパーク北陸小矢部の保木副所長のコメントです。「勉強会や懇親会などの幹事含め皆をしっかりとめる姿、「これは才能だな～」と尊敬しております。皆に愛され、着実にキャリアを積み上げている事実、目が離せない人物です！皆さん要チェックです！」

佐藤 友相（26期）

株式会社メトロプロパティーズ プロジェクト推進部
1984年4月19日生まれ/2008年4月入社
y.sato.r7k@metro-pro.jp

2008年4月に新卒プロパー社員一期生として当社に入社しました。一般管理部門や東京メトロへの出向、エソラ池袋/エチカ池袋の運営担当などを経て、今年4月から現職です。現在は、地上物件の再開発検討、エチカ表参道の運営、リーシング業務と3足のわらじを履かせてもらっています。SC経営士を取得した勢いで、昨年は宅地建物取引士資格も取得しました！…当面勉強はお腹いっぱいいな感じです…笑

趣味はお酒と美味しいもの巡りです。特に辛いものやアジアン、メキシカン系は大好きですので、気の合う方はぜひ一緒にいかがでしょうか！？



【今、見ておくべきSC】

SHIBUYA109渋谷 (東京都渋谷区・株式会社SHIBUYA109エンタテインメント)

- 施設概要 東京都渋谷区道玄坂2-29-1
- 公式HP <https://www.shibuya109.jp/>



この連載では、SCマニアを自称する編集部の方々が「仕事が忙しくてSCを見にいけない」「いまだ知らない本当の良いSCを知りたい」というご要望に応え、「わざわざ時間を作って見に行く価値のあるSC」をご紹介します。今回の担当は、中山副グループ長(22期)です。

SC業界の皆さん!あのSHIBUYA109渋谷が大変貌を遂げています!!今回大きなリニューアルを実施したB2Fエリアは多くの人で賑わい、入館者数140%、売上も想定以上です。となっており、2019年2月から売上が前年を大幅に超えています。過去最高年間入館者900万人も超える勢いの同SC。今大注目のSHIBUYA109のヒミツを探ってきました。

注目ポイント①【SCからエンタテインメント業へ】

2017年4月、SHIBUYA109事業に特化した株式会社SHIBUYA109エンタテインメント(以下「109E」)を設立。ブランド強化とSCの型に拘らない独自路線へと舵を切ります。他社に真似できない「SHIBUYA109オンリー」の施策を輩出し続け、徹底したファン目線の運営が大きな特徴です。



もはやSCを超越!?
エンタメのシカケ
が満載のビルへ!

注目ポイント②【ファン目線での業態変更】

従来のSCでは事業者の価値観や店舗入替の都合が優先されがちでした。109Eでは、ファン(顕在ユーザー・潜在ユーザー)目線で「買い物より食べ歩きが好き」というニーズを読み取り、SHIBUYA109渋谷のB2Fを大胆にフードゾーンへ変更。自社直営店を導入し投資リスクをもってターゲット世代に最先端の「ほしい」を提案しています。



イマダ キッチン

ファッションは、
若者の興味4位!
興味上位の食へ大転換

注目ポイント③【マーケティングの活用】

なんと、自社で運営するマーケット分析機関SHIBUYA109Lab.(ラボ)を保有。若手女子社員をラボの所長に大抜擢。驚くことに毎月入館調査/グループインタビューも行い「生の声」を収集し続けているのです。今回のリニューアルにもマーケティングデータを取り入れています。私が知る限り日本で最もお客様が見ている施設と感ずます!



SHIBUYA109Lab.

自社で毎月来館者に
聞き取り調査!
社内ラボで日々
若者を研究!
若手社員が活躍!

注目ポイント④【SNSはファンとの懸け橋】

LINE@・Instagram・twitterなど顧客と多くの接点を持つ109。その運営も社員に裁量を持たせ、お客様の質問に、親身に応えるといった双方向の仕組みを確立。オウンドメディアである109ニュースシブヤ編集部で店舗スタッフがライターとして自らニュースを書く。メディア⇄売り場⇄EC、接点のオムニチャネルでも最先端をいきます。



お客様とはSNSで
会話する!
SHIBUYA109が大好
きな社員がファンを
増殖し続ける!



まとめ【SCでもファッションビルでもない、「SHIBUYA109」の存在】



樺坂46コラボなど話題のPOP UPストア「DISP!!!」や自主編集売場など、まだまだ魅力がたくさん。もはやSCカテゴリに入れていいのか迷う、SHIBUYA109。実は、役員・総支配人をはじめSC経営士も多数在籍。社員の方のSHIBUYA109愛も成功の秘訣だと強く感ずます。ぜひ一度、今だからこそ訪問してみてください!!

【SCとアウトドアと私】

このコーナー（不定期連載）では、アウトドア好きなSC経営士の日常をランダムに紹介させていただきます。

第6回からは、JR西日本大阪開発(株)の今治 加奈子さん（22期）にご登場頂きます。

今治さんの、SCとアウトドアへの愛情を堪能してください！

SC+アウトドア+私 = 「アウトドアのアルビ」

JR西日本大阪開発(株)の今治（いまじ）です。JR大阪駅の商業施設、アウトドアのアルビのMD 企画&リーシングを担当しています。コラム第2回目となる今回は、【SC+アウトドア+私=アウトドアのアルビ】を理解していただくためにテナントさんの声をお届けしたいと思います。

皆さん「ピークパフォーマンス」というブランドをご存知ですか。

スウェーデン生まれのとてもクールなアウトドアブランドです。日本で経営する（株）RCT日本の福島社長もまた素敵な方です。福島社長は、「私が出店を決めるのは、その施設にこのブランドを好きな担当者がいることが最も重要なことだと思っています。」と言います。『もともと私たちとピークパフォーマンスとの取引も、私の趣味であるスキーを通してライフスタイルに共感し合ったことから始まったようなものです。アウトドア、ランニング、トレーニングなどアクティブなライフスタイル、自然との対話、こういったフィロソフィーを分かりあえる人と仕事をしたいといつも考えています。

だからSCへの出店は、休館日数や営業時間などスタッフの働きやすさを最優先に考えます。365日営業は考えられません。その点、アルビは年末年始がお休みであるなど、スタッフへの負担が小さいことも出店を決めるポイントとなりました。また売上の問題より、今治さんというスキーを趣味とし、ピークパフォーマンスを好きでいてくれる方がいること。これが出店の大きな決め手となりました。ピークパフォーマンスは、世界では最高峰ブランドではあっても日本国内では知名度が低いので、まずはブランドを理解してくれている人と組みたいと思っています。それは、他の施設への出店でも同様で、私たちのブランドを好きな担当者がいる場所へ出店します。売上よりも、商売はまずは、人ありきだと考えています。そうすれば売上は必ずついてくると信じているからです。』と。



同社は、良質な商品の提供のみならず、日本でアウトドアの楽しさをライフスタイルとして提案することで、アウトドア文化の浸透や拡大に取り組みを進めている企業であると感じたことから、2016年のアルビのリニューアル計画には「ピークパフォーマンス」の出店が必要だと強く思っていました。「ピークパフォーマンス」の出店は、福島社長にその想いが通じたのだと思います。

私がテナントさんと出店交渉の際は、家賃や立地などの条件提示よりも、まずは「アルビがどう在りたいか」という事を説明することから始めます。商品を売ることだけでなく、本物のアウトドア文化を多くのお客様に発信する場所を作ることが私の目指すところであり、出店にあたっては多くの話し合いを重ねます。

テナントリーシングは、タイミングや出店条件など多くの与件が存在します。そのため、断られることも度々です。お断りの理由を聞くことも大切ですが、逆に出店していただいた方に出店を決めた理由を聞くことが重要ではないかと、最近感じています。断ることは簡単です。しかし、内装投資と在庫投資と人材投資というリスクを背負い出店するテナントさんの勇気とチャレンジ精神。この想いを、私は大切にしたいと思っています。

こんにちは！第23期SC経営士の山路 直です。不定期連載の【競馬コラム】久々の登場で、また誌面をお借りします。

それにしても今年の梅雨は長かったですね…。特に6月の終わりから7月中盤まで、ショッピングセンターにとってはお客様が多くなりっしやる土・日に限って【雨】ということも多かったかと思えます。このコラムで取り上げている中央競馬（JRA）も土・日が開催日ということもあり、競馬ファンにとっても厄介な開催が続きました。

というのも馬にも当然それぞれに個性があり、雨が降るとからっきし実力を出せない馬もいれば、中には「向かい風が吹いていたのでやる気を無くした」（ジェニユインという昔の強い馬です）なんていう馬もいます。競馬の予想をする上で、この開催を取り巻く環境の変化は重要なファクターになるわけです。

ドロドロの中・いわゆる不良馬場・重馬場で行われたダートコースにて開催された重賞レースを振り返ると（※）、1番人気の単勝回収率 37%に対して、8～13番人気の単勝回収率 166%というデータが出てきました。1番人気を買うと元手が4割弱にしかならなかったのに対し、下位人気の馬を買っていただければ元手が1.7倍弱になったというデータです。わかりやすく説明すると【雨が降れば馬券が荒れている】ということです。そしてこの下位人気の中で激走した馬を分析していくと、血統面であったり、脚の繋ぎや蹄（ひづめ）の形状、レース展開など、激走のヒントがどこかに隠れているものです。

（※）2017年6月より過去10年間のダート（砂のコースで行われた）重賞を対象に集計

ショッピングセンター運営においても、先述した通りこの夏は天候に苦しめられたかと思いますが、雨に対して何か対策は打ったでしょうか（自戒も込めてます…日々反省）。また日々の天候もさることながら、秋には消費増税やキャッシュレス還元、来年にはオリパラが控えており、商業のみならず世の中を取り巻く環境が大きく変化します。日頃の運営面においても、1番人気強い（＝例えば安易な前年踏襲をする…等）という常識に捉われず、常に思わぬ穴馬がないものか、色々な視点で考察し、仮説を立ててトライすることが求められるでしょう。



東京競馬場は子供向けの遊具などもあり、家族でのんびり過ごせます。

ちなみにこのコラムもリレー形式に発展を！ということでしたので、京王電鉄・山路（23期・7月16日付でキラリナ京王吉祥寺より京王聖蹟桜ヶ丘に異動となりました）より、次回は株式会社東急モールズデベロップメント・たまプラーザテラスをご担当されている高橋駒貴さん（23期）にバトンタッチ致します。高橋さん、宜しくお願いします！！



【編集後記】

長かった今年の梅雨、そして猛暑、さらにお盆休みを直撃した台風と、文字通り水を差されたSCも少なくなかったのではと思います。

今号では、SHIBUYA109における新たな取り組みをご紹介します。ご存知の通り、これまでは、お客様にとって「ファッション」そのものが来館動機で、デベロッパーは、ショップの入替を通じて、その魅力を研ぎ澄ませていくことが収益の源泉になっていたところ、今般、エンタテイメント、その語源は「心をつかんで離さず、もてなすこと」だそうですが、開業40年を機に、改めてそれが何であるか立ち返り、ファッションに限らない、多彩な魅力をフックとしたことが、結果につながっているのではと思索するところです。

もちろん個々のSCで、抱える課題は異なりますし、この異常気象を憂うこともいたしかたないことですが、こうしたときこそ、自館だからこそ創出することのできる来館動機、来街動機を見つめ直す機会になるかもしれません。

まだまだ、残暑が続きます。我々はもちろん、ショップスタッフ、バックスタッフに至るまで、心身共に健康であることが、「エンタテイメント」の一丁目一番地であることも、忘れてはなりませんね。

今月も、最後までおつきあいいただき、ありがとうございました。

担当：今井（16期）

- ◆所属先・部署・役職に変更がありましたらお知らせください。
- ◆「SC経営士会 THE CIRCLE」に対するご意見・ご感想は、こちらにお願いします。

SC経営士会
業務広報グループ
田部井（17期）

ktabei@gms.tokyo-dome.co.jp
SC協会 SC経営士会事務局
sckeieishikai@jcs.or.jp