

1. 人材不足時代、如何に定着率を上げられるか

人材不足が深刻化しています。SC協会、人材確保対策特別委員会の定例調査の2022年度が公表されました。テナント従業員の充足度、採用困難度では「充足していない」「やや充足していない」の回答が2021年の58%に対して2022年は71%に増加。また採用困難度については正規、非正規社員ともに約半数が「増している」と回答。なかでも正規社員は、「増加している」の回答が2021年の29%から50%と急増しており現場の負担増が懸念されています。テナントの皆さんにお聞きすると多くの従業員がビズリーチやインディード等、人材バンクに登録し、転職が当たり前の社会になっているのが現状です。企業にとって、人材不足は中途採用で補うしかないので、採用コストは増すが人材は集まらず閉店や出店を断念せざるを得ない状況も多々生じています。あるSCに入居テナントの調査をしたところ、入社1年未満の離職率は50%、3年未満で70%という結果がでました。採用困難な時代に如何に定着率を高めるかが重大な経営課題であることは間違いありません。

SC協会の調査で離職理由に昨年度とは違った大きな変化がありました。上位3番までの離職理由を昨年度と比較すると明らかな変化が見えます。

- ① 職場の人間関係 75% (+13%)
- ② 収入が少ない 66% (+9%)
- ③ 労働条件 56% (+20%)

以上の3点でした。最も昨年と変化したのは労働条件です。労働条件の主たる条件は就業場所、従事する業務、始業、終業の時刻、休憩時間、休日等で、取り分け問題になるのは営業時間、終業時間、休日の3点です。働き方改革のもと、SC協会は2018年ES宣言を採択し、各社に一步入り込んだ具体的な改革に着手しましたがスピードある改革となっていません。

静岡セノバを筆頭にフレックスタイム導入、休日増のSCが出始め成果が出始めましたが、大手SCの一部は未だに物販で22時営業の施設もあります。子育てママさん社員は早番シフトが基本で閉店までの勤務は店長や若手社員に負担がかかります。結果、離職に結びつくのが今回の調査からも明確になりました。今やSCビジネスはブラック産業と言われても当然の状態です。このような事態の改革はテナントに寄り添う営業時間（基本20時、最大21時）年間休日（5日～10日）、またはテナントのフレックスタイム導入等々の改善にスピード感ある対応が必須です。SCビジネスはテナントが元気であって成り立つビジネスだという基本を真摯に受け止めなければ明日の成長はないでしょう。

一方、テナント経営者が従業員の離職率を低減する施策としては、第一に本部と店頭スタッフのリアルなコミュニケーションです。先ずはスタッフの生の声を聞き、それを施策に活かす。ガラス張りの自由なコミュニケーションが出来れば会社方針も共有出来ます。企業のTOP自ら店を巡回し、コミュニケーションをとっている企業は現場任せの企業より定着率

は高いはずです。先日、ららぽーと門真のオープン前夜のことですが、アダストリアの木村社長が自らスタッフとミーティングし懇親会まで参加し、その後、デベロッパーの会食に参加。今や売上2400億円を超える企業のTOPが一人一人のスタッフの声を聞き、声かけしている姿を見て、同社好調の原点はここにあると感じました。大事なものはグッドコミュニケーションです。

2. ららぽーと門真がオープン、

アウトレットとの複合型施設でリアルな体験価値を発揮

今年の新設商業施設の中で、トップクラスの注目度を誇るのが、4月17日に三井不動産が大阪・門真市にオープンした「ららぽーと門真」です。同社初の試みとして、ららぽーと業態と、アウトレット（正式には三井アウトレットパーク）の2業態を複合した商業施設であり、「便利も、特別も、ワクワクも、ぜんぶ。」をコンセプトに、「ららぽーと×三井アウトレットパークが生み出す、ここだけの体験、ここだけの時間。」の提供を目指していきます。

6万㎡を超える営業面積に、251店舗を集積しています。その内訳は、ららぽーとが153店舗、アウトレットゾーンが98店舗です。アウトレット部分は3月12日に閉館した大阪・鶴見のアウトレットを拡張移転したもので、店舗数は64店舗から98店舗に約1.5倍になりましたし、面積も約9400㎡から約2万200㎡に2倍以上となり、1店舗当たりの平均面積も約177㎡から約254㎡へと、店舗数、店舗規模ともにバージョンアップしました。

このアウトレットゾーンは2階に配して、1、3階のプロパー売場でサンドイッチする形状にしています。また、2階は天井をより高く設定するとともに、各店のファサードにガラスサッシュを施し、洗練されたイメージとしています。

アウトレットに出店しているのは、「ビームス」「ユナイテッドアローズ」「ベーセーストック」（ベイクルーズ）、「シップス」「ナノユニバース」「バーニーズニューヨーク」「アメリカンラグジー」「ポロラルフローレン」「トミーヒルフィガー」「ブルックスブラザーズ」「ボス」「マイケルコース」「ナイキ」「アディダス」「プーマ」「アンダーアーマー」「モンベル」など、主だったセレクトショップやインポートブランド、スポーツブランドが軒並み出店しています。「ラルフローレン」の店舗に加え、7店舗目で初の単店舗として導入したカフェ「ラルフズ コーヒー」も人気店舗になっています。

一方、プロパー店舗では、3階エスカレーター前にアダストリアによる「フォーエバー21」再上陸常設1号店を導入。「ラコレ」「レイジブルー」「ローリーズファーム」が隣接して配され、アダストリアゾーンを形成しています。1階には「ユニクロ」「GU」「H&M」を並べたり、大阪・日本橋の「黒門市場」公認ゾーンが設けられてフード関連も充実しています。

三井不動産の常務執行役員の若林瑞穂商業施設本部長は、「ファッションや食といった日常のお買い物体験から、ブランドショッピングといった非日常のお買い物体験までをワンストップで満喫いただける空間を提供します」「生活意識や行動が変化し、リアルな価値がより重要視されている中で、商業施設としての新たな価値を追求し、日常と非日常の両ニーズを叶えられる『ららぽーと×三井アウトレットパーク』の新業態を誕生させました」「2つのブランドが複合することによって、幅広い世代のお客様にショッピングやお食事を楽しんでいただける場ができました」と自信を見せます。

パナソニック（旧松下電器）の工場跡地にオープンしたもので、最寄り駅は門真市駅。主要幹線道路にも面していて、伊丹空港からのアクセスも45分ほどで、インバウンドを含めた広域商圏からの集客力発揮を期待しています。初年度の来場客数は1500万人、売上高は460億円を目指しています。今夏には敷地内にコストコもオープン予定ですし、将来的には三井不動産のマンションも開発。さらに、2029年には2階アウトレットフロアに直結する形でモノレール新駅も開業予定です。

オーバーストアやECの台頭にも負けずにリアル店舗ならではの魅力を発揮し、未来に向けて育っていくイメージが想像できる「ららぽーと門真」は、見逃せない商業施設と言えるでしょう。



<レストラン情報>

1. 新しい感覚の町中華「REI yoyogiuehara」

名店が連なる美食のエリア代々木上原に2020年にオープンしたレストラン「レイ代々木上原」。ミシュランのビブグルマンにも選ばれているお店です。ガラス張りの店は白と黒を基調としたモダンな内装でおしゃれなカフェの様。でも味は洗練された新感覚の中華です。テーブル席とカウンター席があるので、1人でふらっと気軽に立ち寄ることもできます。料理はどれを食べても美味しく外れ無し。それもそのはず、オーナーシェフの高島泰弘さんは京王プラザホテルの「南園」やランドハイアット東京「チャイナルーム」でキャリアを積み、そこに南青山の「エッセンス」出身の河野廉士シェフ、以前こちらでもご紹介した鎌倉「イチリンハナレ」出身の石井瑞紀さんが加わりチームを組んでいます。スペシャリティは「よだれ鶏 REI スタイル」しっとりとしたお肉に豆豉や自家製のラー油で味付けをしてあり、上には中国のスナック菓子を砕いたものと、たっぷりのパクチーが添えてあります。

「イチリンハナレ」のよだれ鶏もかなりレベルは高いですが、こちらのよだれ鶏も本当に絶品です。辛さは控えめで香ばしさが食欲をそそります。コースを置かず、単品を充実し、どの料理も小さいポーションなので2人で行っても色々楽しめます。紹興酒やワインのラインナップも良く、ワインも丁寧に説明してくれます。スタッフは皆さん若いのですが、接客は素晴らしく、心地のよいお店です。

お値段も非常にリーズナブルで1皿1000円~3000円位。要予約です。

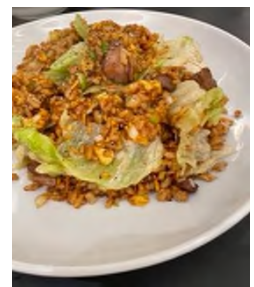
東京都渋谷区元代々木町10-8 関ビル1F

TEL: 03-6416-8803

営業時間: ランチ 11:30~14:00 (L/O)

ディナー 17:30~20:30 (L/O)

定休日: 日曜日



2. イサーン料理専門店「SOMTUM DER」

バンコクに本店を持つ本格イサーン料理専門店「ソムタムダー」。NY、ホーチミン、チェンマイにも店舗があり、NY店はミシュラン一つ星も獲得しています。虎ノ門ヒルズにも店舗がありますが、今回は代々木の店舗のご紹介です。店内は白木を中心としたハンドクラフトの内装でまるでタイにいるみたい。モダンな内装です。ランチ時は2時すぎても満席の人気店です。こちらのいくつかあるランチセットの中でもおすすめは、人気イサーン料理の4点セット「イーサンスペシャルランチ」。可愛らしいエスニック調のお皿に4品が並べられていて、頂く前からテンションがあがります。ラブムー（肉のサラダ）は辛さ控えめでミントの香りが効いています。ソムタムタイ（パパイアの甘酸っぱいサラダ）はオーダーが入ってからきちんと作っていて、

ガイトード（タイ風唐揚げ）はパリパリ、カオニャオ（もち米）は白米か黒米を選べます。

どれもイサーン地方の人気の料理です。ランチは1300円~。

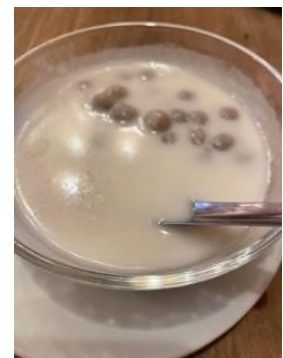
東京都渋谷区代々木1-58-10

TEL: 03-3379-5379

営業時間: ランチ 11:30~15:00 (L/O14:30)

ディナー 17:00~23:00 (L/O22:20)

定休日: 無し



世界のトップレベルを誇る日本の接客やサービス。そのリアルな現場を年間1300店以上見ている調査員がパトロール！時代が変化しても引継いでいきたい「おもてなし」を、調査結果と共に発信していきます。

知識豊富な技術者の説明は流石
もう少し接客の基本もお願いします

お直しコンシェルジュ
Big MAMA
ビッグ・ママ

SHOP DATA>>>お直しコンシェルジュ BIG MAMA
アトレ吉祥寺店

住所：東京都武蔵野市吉祥寺南町1-1-24 東館地下1階
関連URL：<https://big-mama.co.jp/>

おもてなし評価

総合	挨拶	★★★★☆
65点	笑顔	★★★☆☆
★★★★☆	パーソナルな対応	★★★★★
	再来店したいか	★★★★☆

物販とは異なるサービスに求めること
by 調査員A. I

お気に入りの冬物のニットの補修を依頼するために、洋服のお直しをしてくれるお店に行った。脇の縫い目が破れてしまった事が原因だが、ニットは布帛とは違った専門的な知識や技術が必要で、以前洋服の販売の仕事をしていた時も、ニットの直しは慎重に、時には専門業者に頼むこともあったので、きちんとした知識や説明があるお店であることが、私にとっての必須条件だった。

Point!

R・B・K 調査隊長よりヒトコト!

コロナ下での体型変化や、衣替えでお直し需要が高まるシーズン到来。奥ではお直し業務をしながら、接客業務もこなす大変な業務だとつくづく思う。特に複雑なお直しは、受注時の説明もより大変に。お直し知識が圧倒的に少ないお客様ゆえ、接客の基本も大事にした対応もお願いしたい。



業種ならではの知識の提供と、
サービス業であることを踏まえた対応

スタッフは1名。カウンターでタブレットを見ていたが、私にすぐに気付いて挨拶があった。笑顔は対応中もほとんどないという残念な結果に。早速、ニットの補修ができるか確認するために、ニットを見せて打診。状態を確認してから説明が始まった。私の望む通りの知識や、詳しい説明があった。今回は2つのパターンの説明があったが、それぞれに詳しい補修の仕方、期間、目安ではあるが料金など、ほぼこちらから質問することはない説明だった。



不確定なことでも、最低限、判断材料
になることの提供

特に今回良かったことは料金について。よりきちんと補修するやり方は見積もりをとってから正式な料金が確定するため、その場ではわからない。スタッフは前例と比較して、目安だけは言ってくれた。不確定なことを言わないようにするお店が増えてきたなか、最低限の判断材料にはなった。「直したいが高すぎるのは困る。かといって安い方は心配」そんな不安は払しょくされた説明だった。



接客対応の基本を大切に

ちなみに他のお店にも相談したのだが、全く論外の対応だったので、依頼するならこのお店になると思う。ただ、基本が出来ていなかったことが残念だった。また、一気に長い説明をするので、(私はなんとか理解することができたが)人によっては頭に入っていないのではないかと思う。もちろん最終的には技術が大切な業種だが、相手が理解しているかどうかを頭に置いて、一方的ではなく、時には相手と会話するような説明の仕方もあってはどうかと思う。