

### 1. 「遅々として進まない働き方改革」

#### — 変革なければSC業界は崩壊 —

人口減、リモートワークの普及で人材確保は全ての産業で喫緊の課題となりました。

日本ショッピングセンター協会は働き方改革の柱として2018年ES宣言をし、行動指針を発表、ES向上に取り組みましたが、2023年に行った定量調査の結果をみると遅々として進んでいない現状がわかります。以下、主要な質問項目への回答。

1. SC内のテナント従業員は充足しているか (デベロッパー回答)  
充足していない17%、やや充足していない48% 計65% (昨対7%増)
2. テナント従業員の採用困難度 正規社員 (テナント回答)  
非常に困難41%、やや困難47% 計88% (昨対12%増)
3. テナント従業員の採用困難度 非正規社員 (テナント回答)  
非常に困難42%、やや困難55% 計97% (昨対8%増)
4. テナント従業員の離職理由 正規社員 (テナント回答、複数回答)  
職場の人間関係75%、収入が少ない66%、労働時間、休業日数等の条件が悪い56%
5. テナント従業員の離職理由 非正規社員 (テナント回答 複数回答)  
仕事の内容が合わなかった80%、職場の人間関係70%、  
職場の雰囲気馴染めなかった57%
6. 2015年4月以降の営業時間変更の有無 (デベロッパー回答)  
変更なし59%、短縮30%、延長11%
7. 今後のSCの営業時間の変更予定の有無 (デベロッパー回答)  
予定なし75%、短縮予定19%、延長予定4%

以上、主要な働き方改革の課題の調査結果です。ここから分かることは、ますます人材難が逼迫してきたことです。アダストリアの福田会長とお会いした折、「入社辞退者が例年より多くなりました」と。ファッション業界を目指す学生が入社したいNO1のアダストリアでもそうですから採用難は深刻です。とりわけ非正規社員の採用は調査でもわかるように殆どの企業で難しくなっています。御殿場アウトレットのあるテナントが時給2500円提示しても集まらなかったのも現実です。正規社員を辞めて非正規社員になった方が収入が増えるという笑えない話もでてきました。また、人材不足で店を回せないから退店するというケースも出始めています。JR西日本SC開発の山口会長が、ルクアで大人気の高級すし店の社長から人材不足で店が回らないという理由で退店の申し込みがありました、と話されていました。人気店のまさかの退店です。全国のSCでこの現象は増加することは間違いありません。採用困難時代だからこそ定着率を如何に高めるかがテナントにとってもデベロッパーにとっても最大課題であるはずですが、実態はどうでしょうか？離職理由の職場の人間関係や収入が少ないは基本、テナントが解決しなければならない課題ですが、営業時間・休業日数

等の課題はデベロッパーが積極的に改革しなければならない課題です。しかしながら、上述のようにES宣言以降、5年経ちましたがまだ営業時間に関していえば短縮したSCは30%、逆に延長のSCは11%が現状です。さらに問題は、今後、営業時間の変更予定なしのデベロッパーがなんと59%もあることでした。

これで環境に配慮し、働き方改革を推進し、魅力ある、そこで働くことへの誇りと魅力が持てる業界になれるのでしょうか。残念ながら一部のデベロッパー、テナントを除いて遅々として進んでいないのが現状です。

その中で2022年度、全国3200カ所のSCの最高峰、SC大賞を受賞した静岡セノバはいち早くフレックス制を導入し、働き方改革に積極的に取り組みました。フレックスに賛同し導入したテナントは営業時間を短縮するも売上げは上がったとのデータもでてきました。とはいえ、賛同するテナントは約30%です。実は営業時間・休日に関してはデベロッパーだけの問題ではなく、テナント経営者にも問題があります。現場は短縮したいのに本部が許可しないケースがあまりあります。湘南テラスモールが元日休業の是非をテナント各社にアンケートしたところ半数以上がNOでした。また、サンステ岡山が営業時間短縮を同様にアンケートしたところ、現状維持が過半数の結果でした。そして、フレックスを以前より導入している京都ポルタのテナントの殆どは隣のテナントへ右に倣えて、短縮しておりません。これらの経営者は本当に従業員に対する思いやりをもって経営しているか、甚だ疑問が残ります。ややもすると、この問題はデベロッパーの問題と捉えがちですが、未だに売上げに固執し、営業時間・休日の改革には向き合わないテナント経営者が多くいることが問題です。従業員を思いやる経営の意識改革がなされない限り、魅力ある、働きがいのある、環境に、人に優しい小売業、SC業界にはなりません。

今後、ますます売り手市場になるというのにです。

SC宣言以降、現状をみて痛切に感じるのは人材不足難が極限の今こそ、デベロッパーがたとえ半数のテナントが営業時間短縮に反対しても、例えば21時を20時に、年間休日3日を5日にといった営業方針の改革を実行に移すべきではないでしょうか。

働き方改革を進めない限り、SCはテナント従業員の離脱から崩壊していきます。

## 2. スポーツブランドの強さが光る。売上げは各社、過去最高を更新。

### ブランド価値ランキングでも上位に

ロシアとウクライナの戦争が長引く中、原材料高や燃料高、円安が続いていて、光熱費や食料品、そして衣料品や高級ブランド品など、多くのカテゴリーで値上げが相次いでいます。ウィズコロナ、アフターコロナで活発化する消費活動に水を差す形になっていて、生活者の財布のひもは、ますます固くなっているようです。

そんな中でも、力強く成長を続けているのがスポーツブランドです。最新の決算では、世界トップのナイキ（5月期）が476億ドルから512億ドルに、2位のアディダス（12月期）が212億ユーロから225億ユーロに、3位のプーマ（同）が68億ユーロから84億ユーロに、4位にはワンランクアップしてルルレモン・アスレティカ（1月期）が62億ドルから81億ドルに、5位のスケッチャーズ（12月期）は62億ドルから74億ドルに、6位のアンダーアーマー（12月期から3月期に決算期変更）は57億ドルから59億ドル

に、7位のニューバランス（12月期）は44億ドルから53億ドルへと、各社ともに売上高を大きく伸ばしています。

日本企業では、アシックス（同）が4040億円から4846億円、ミズノ（3月期）が1727億円から2120億円、グローブライド（主なブランドは「ダイワ」、3月期）が1206億円から1345億円と、軒並み過去最高を更新しています。

中国ブランドのANTAとLINING（李宁）も躍進しており、すでに世界ランキングで上位に食い込んでいるようです。

コロナ禍を機に、心身ともに健康を目指すウェルネスやウェルビーイングの意識が高まっており、スポーツ人口も増加しています。また、快適な着心地で耐久性も高く、汎用性が高い、日常でも着られるファッション性の高いスポーツウエア“アスレジャー”ファッションは引き続きニーズが高まっています。

ちなみに、イギリスの市場調査会社のカンター社は今年6月、「世界で最も価値のあるブランドランキング2023」を発表しました。世界54市場の2万ブランド、420万人の消費者インタビューに基づき、ランキングとレポートによって、ブランド構築に関する洞察を発信しています。さまざまなカテゴリーのトップ10を紹介しているのですが、「ブランド価値ランキング アパレルTOP10」では、1位が「ナイキ」748億9000万ドル、2位は前年無回答だった「SHEIN（シーイン）」が242億5000万ドル、3位が前年2位だった「ザラ」183億9500万ドル、4位が「ルルレモン」165億6300万ドル、5位が「ユニクロ」121億100万ドル、6位は前年3位だった「アディダス」118億9600万ドル、7位「H&M」44億800万ドル、8位「ANTA」31億6000万ドル、9位「LINING」30億6500万ドル、10位「プーマ」、29億8200万ドルとなっていて、スポーツブランドが強さを発揮しています。

とくに、「ルルレモン」は「ユニクロ」や「アディダス」「H&M」を超えるブランド価値があるとされています。デザイン性と耐久性とファッション性を兼ね備えたアスレジャーの代表的ブランドですが、ヨガやランニングに加え、ゴルフ、テニス、ハイキング、そして、ランニングシューズ、日常ラインなど商品ラインの拡充と、コミュニティ型による強いブランドロイヤリティなどが高評価につながっているようです。

あらためて、スポーツブランドのマーケティング&コミュニケーション戦略や商品開発手法、そして、ストア戦略などに注目していく必要があります。

## <レストラン情報>

### 1. 巣鴨の穴場中華レストラン「2833」

巣鴨には以前こちらでも紹介したイタリアンレストランを始め、コストパフォーマンスが高い庶民派レストランが幾つかあります。こちらの中華レストラン「2833」もその1つ。もともとあった「1833」の2号店です。巣鴨駅から歩いて5分くらい。カフェの様な外観、中華レストランとは思えないモダンな店内。そして中国人シェフが作る料理は油っこくなく、ヘルシーな感じで、どれを頼んでも美味しいです。ワインもリーズナブルで、大魔王がおいてあったり、日本酒がそろっていたり、お酒のラインナップもなかなかです。1人でも入りやすい感じだし、大人数でワイワイガヤガヤでもどちらでもOKなお店。

お酒を飲んで 1 人 5000 円～。

新宿からすぐなので、ふらっと立ち寄るには良いお店です。ランチも人気の様です。

東京都豊島区巣鴨 3-1-16 TEL:03-5980-7633

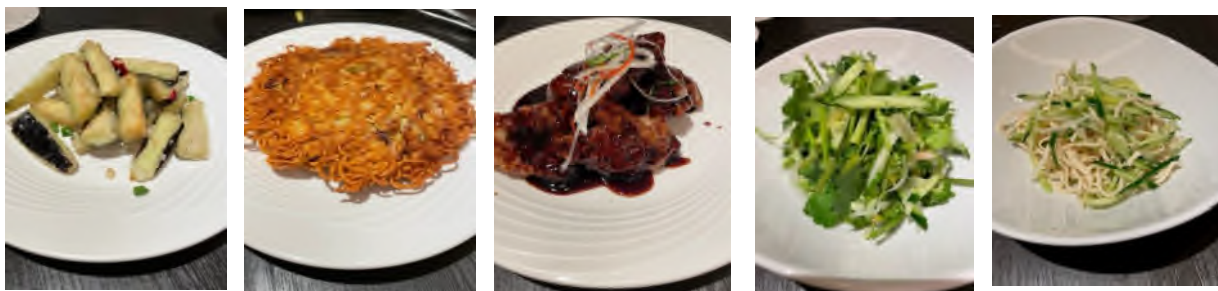
営業時間：[月～金] ランチ 11:00～15:00(L.O.14:30)

ディナー 17:00～23:30(L.O.22:45)

[土・日・祝] ランチ 11:00～15:00(L.O.14:30)

ディナー 17:00～22:30(L.O.22:15)

無休



## 2.古き良き時代のパリを思わせる「ブラスリーヴィロン」

元東急百貨店の本店の向かいにある「ヴィロン」のブランジュリーのフィナンシェやカヌレはお土産の定番として人気で、いつもにぎわっていますが、その 2 階にあるブラスリーを訪れた事がある方は意外に少ないのでは。階段で 2 階にあがると、これぞパリといったクラシカルな赤い椅子とぱりっとした真っ白なテーブルクロスが目飛び込んできます。そのノスタルジックな店内はまるで古き良き時代のパリにタイムスリップしたような感覚に陥ります。渋谷の喧騒を全く感じさせない落ち着いた店内。ギャルソンもいかにもパリのそれっぽく良い感じ。料理は伝統的なフレンチ。舌平目や鴨のコンフィなど、どれを頂いても安定した美味しさです。渋谷でゆっくりランチしたい時にはお勧めのお店です。

1 人お茶まで入れて 4000 円～

東京都渋谷区宇田川町 33-8

TEL:03-5458-1776

営業時間：9：00～22：00

火曜定休



## <2023 Hawaii レストラン情報>

### 1.ウォールアート巡りの後に「MOKU・Kitchen」で地産料理を楽しむ

ハワイ、オアフ島の中心地ワイキキから車で 15 分位のところにある街「Kakaako」。かつて倉庫街だったエリアがウォールペイントでアートな街に様変わりして、今ハワイアンたちの人気スポットとなっています。世界中から様々なジャンルのアーティストが制作するアートは定期的に置き換えられます。ここのエリアの中心にある複合商業施設「SALT at Our Kakaako」にはココに人気のレストランやカフェやセンスの良い雑貨店などが入っています。そこにある「MOKU・Kitchen」はハワイの食材を使ったハワイアンスタイルの料理が楽しめるレストランです。ココたちに大人気で広い店内にもかかわらず早い時間から満席です。壁にはアートがかけられていて、DJ も入っているのでワイキキとはまた違ったローカルハワイ

の空気が味わえる素敵なレストランです。バーカウンターもあるので、アペリティフを楽しんでいる方々も。料理は気取ったところがなく、普通に美味しく、スタッフも皆フレンドリーでとても居心地の良い場所です。今は円安なのとハワイの物価も高騰しているので、ワイキキでディナーをするととんでもない金額にびっくりしますが、こちらのお店はロコ対応なので、お値段も非常に良心的です。

1人お酒を飲んで\$80~。14:00~17:30はHappy Hourです。

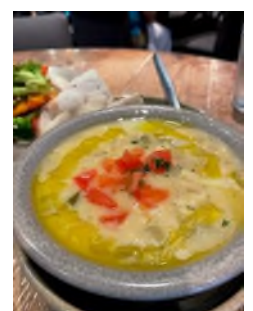
人気店なので要予約です。

660ALA MOANA BLVD, No.145 HONOLULU, HI 96813 +1(808)591-6658

営業時間：日~水 11:00am~21:00pm 木~土 11:00am~22:00pm

定休日：無し

<https://www.mokukitchen.com/>



## 2..Mai Tai Bar でカクテルを

可愛らしいピンクの建物で人気のロイヤル・ハワイアン・ラグジュアリーコレクション・リゾートホテル。こちらのワイキキビーチの目の前に位置するマイタイバーは1959年オープン以来、変わらないレシピで提供するロイヤルハワイアンマイタイを求めて多くの人々が訪れるバーとして人気を博しています。サンセットの時間を海を見ながらマイタイを楽しもうという人達の長蛇の列が絶えません。マイタイと一緒に美味しいタパスを頂きながら、夕食前のひとときを過ごすのは至福の時間です。毎晩6時からライブエンターテイメントも楽しめます。こちらのトリフのフレンチフライはお勧め。トリフの上品な香りが漂うフレンチフライが山盛りで出てきます。これだけで結構お腹が一杯になってしまいます。あとはこちらのシグネチャーメニューのピンクパンケーキ。こちらもボリュームたっぷりなので、シェアして召し上がるのがお勧めです。予約は基本とらないのでサンセットを楽しみたかったら、5時頃に行き行って列に並ぶのがお勧めです。

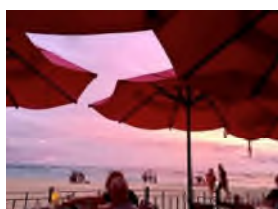
お値段はマイタイ20ドル。タパス的料理は15ドル~。

これに20%のチップが加算されます。

2259 Kalakaua Ave. Honolulu Royal Hawaiian Hotel 内 808-923-7311

営業時間：11:00~23:00

[https://www.royal-hawaiian.jp/dining-overview/mai-tai-bar/\(royal-hawaiian.jp\)](https://www.royal-hawaiian.jp/dining-overview/mai-tai-bar/(royal-hawaiian.jp))



### 3.夢の様な時間を与えてくれる「CANOEHOUSE」

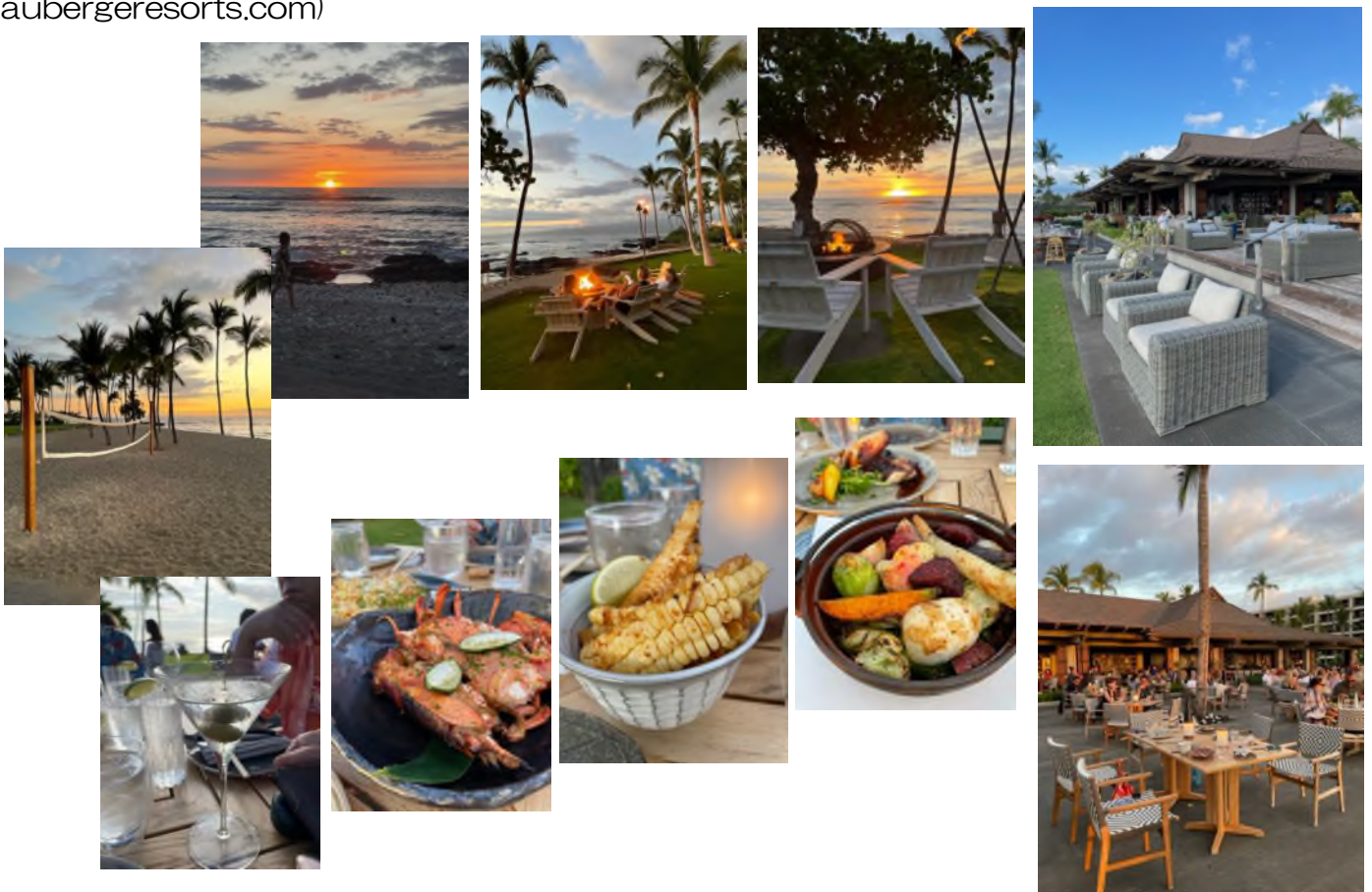
世界3大パワースポットの1つハワイ島の「マウラナニ」、ハワイ語で「天国に手が届く丘」を意味します。ハワイ島のコナ空港から車で北上する事30分。「精霊が宿る聖なる地」として崇められています。ハワイ島は火山のマグマの噴出によって形成されているため、強い磁場が発せられ、この磁場が人間の血液中の鉄分と反応して血液の循環を促すという効果が、科学的にも立証されています。そんな神秘的な場所に位置する「マウラナニベイホテル」のビーチサイドに建つ「カヌーハウス」。サンセットの時間に合わせてテラス席を予約しましたが、夢の様な時間を過ごすことが出来ました。予約必須のレストランなので日本から予約を入れた時、「サンセットを思う存分楽しめる最高のテラス席を」と駄目元でメッセージを添えてメールしました。大体この様な要望は海外では無視されるケースが多いのですが、レストランに着き席に案内されると特等席、「このレストランで1番良いお席をご用意しました」とにこやかな笑顔で言われて、この時点でテンションマックス。その後のメニューの説明から、お料理の説明、コースの流れ、全てがパーフェクト。料理はシーフードを中心に、伝統的なハワイ料理まで、日本の食材、ゆずやワサビなどを使った料理も多く、どれを頂いても美味しかったです。席に着いた時は明るかった空が徐々にオレンジ色に変わり太陽が水平線に沈んでいく様を十分に堪能でき、素晴らしい時間を体験することができました。ワインのセレクトも満足のいくラインナップ。コースだと1人\$180に税金とチップ(20%位)と今の円安だとそこそこするお値段ですが、このロケーションとスタッフのフレンドリーな対応からすればとてもリーズナブル。アラカルトで皆シェアして食べるのもOKです。サンセットを楽しめる時間が希望なら日本からの予約は必須です。下記のサイトから予約できます。

Mauna Lani, Auberge Resorts Collection, 68-1400 Mauna Lani Dr, Waimea, HI 96743

TEL: +1 (808) 885-6622

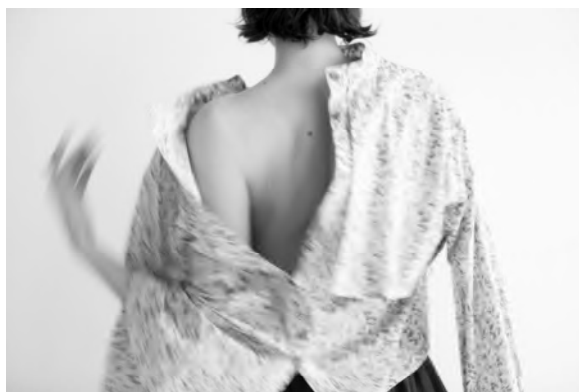
営業時間: 17:00~21:00

Dine at CanoeHouse at Mauna Lani | Fine Dining Restaurant in Hawaii (aubegeresorts.com)



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。

## お客様別のお声掛け等 コミュニケーション力にアップレ！



※ HP画面より引用

SHOP DATA>>>ADIEU TRISTESSE アトレ吉祥寺店

住所：東京都武蔵野市吉祥寺南町1-1-24 本館B1F  
関連URL:<https://adieu-tristessee.jp/index/>

### おもてなし評価

総合

100点



挨拶



笑顔



パーソナルな対応



再来店したいか



### スタッフのレベルの差が広がっている？

by 調査員A.I

この夏の最高気温になった猛暑の中でも、ファッションのお店はシーズンが切替わり始めている7月中旬。初夏に購入したボトムに合わせるものを探しに出かけた。いつも見に行く数店舗に行くと、半数ぐらいのショップは挨拶やお声掛けがない。無表情でチラッと見るだけのスタッフも。消費者としても経験者としてもとても残念な気持ちになるが、良いスタッフは本当に良かった。その差がとても大きい。

**Point!**

### R・B・K 調査隊長よりヒトコト！

コロナから挨拶やお声掛けがない店舗と、お客様への動きを確認しながら、積極的なプロらしい販売をする店舗と、益々、レベル差がついているように思う。1回の接客から、スタッフへ安心感が生まれ、こちらから気軽に相談できる距離感サイコーだ。お客様からの質問や要望は信頼の証ともいえるだろう。



### 基本的なことだけど、接客中でも周りが見えているか。

店内には複数のお客様がいたが、私のこともちゃんと気付いてくれる。3分の2以上は秋物、夏物も少し残っている店内。「少しですけど夏のセールも残っているんですよ」文章にするとよくある声掛けだが、親しみやすく穏やかな表情、砕けすぎない話し方。きっとこのスタッフは、人によってどういう対応をするのか自然と使い分けているのでないが、自然な入り方に思わずそう思ってしまった。やはりきっかけはとても大事なことだ。



### 押しつけがましくないスツと入ってくる提案方法

いくつかの商品を提案してくれたが、私からも好みやスタイルを漠然と伝え、切り替えて、それに近い提案や、更にアレンジした提案をしてくれる。

入店後の対応でスタッフに対する安心感があり、私も要望はちゃんと言うことができる。自店の商品を把握している事や、スタイリングの種類を認知していることもあるが、ここでも会話することで、客の好みや欲しているものを把握した上で、スタッフ自身が持っているテクニックをきちんと活かせる対応になっている。



### また行きたい、次はここで買いたい、そう思わせるショップにつながる

こちらのショップは吉祥寺に路面のフラッグショップを含めて2店舗ある。

どちらの店舗もいつ行ってもとても感じの良い対応をしてくれる。

前回購入した時は、元気な明るいスタッフで、細かいディテールやスタイリングのポイントを教えてくれた。今回と同じようにスタッフとの会話はしやすかった。このショップのスタッフは、それぞれに得意なことや特徴があり、それを活かせるお客様とのコミュニケーションを大切にしているのではないかと思った。