

「情ネット会」における情報交換・共有についての概要説明

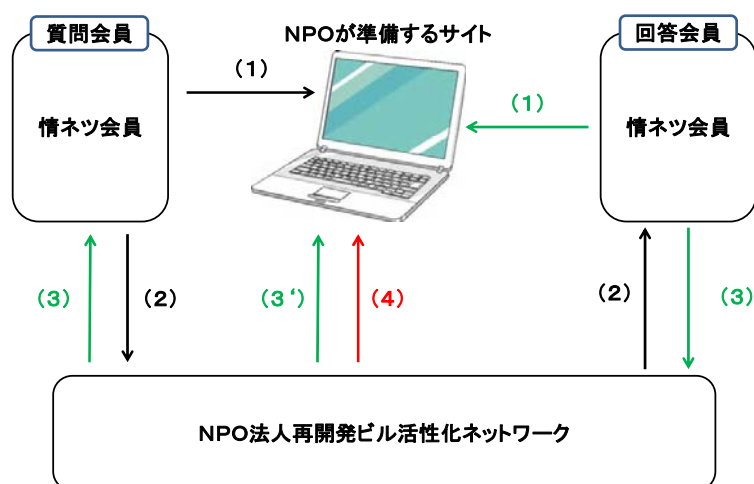
1、主として商業施設等の経営、運営・運営に関する情報の交換・共有

- (1) 現在のテクノロジーの進化から近未来の流通業界を展望すると、スマホの普及をはじめビッグデータ、クラウド、AI、ロボット、キャッシュレス化などのテクノロジーの深化が着々と進行しており、商業施設等の運営においても、これまでの常識にとらわれない事業経営の大転換を促している。
- (2) こうした環境の大変化にあって、単独の商業施設運営者だけで問題や課題の解決を図ることは、ほぼ不可能に近い状況下であり、できるだけ多くの商業施設等の運営者がオープンに情報を交換しながら、新しい道を切り開いていくことが望まれる。
- (3) この「情ネット会」においては、会員相互間で全国の商業施設等が抱えているさまざまな経営、運営・管理上の問題や課題、解決策などについて、当NPO法人のサイト上で情報を交換し、共有することによって、商業施設等の活性化やまちづくりに活力を生み出すことを目指したい。

2、当NPO法人のサイト活用による情報交換・共有

商業の動向、商業施設等の運営、テナント店舗の状況、賃貸条件、組織の運営方法、人手不足対応、販促活動、商店会費、デジタル化への対応、効率化対策など会員が知りたいさまざまな事項を当NPO法人のサイトを活用して他の会員に質問する。この質問に対して他の会員が、事例や実績、経験、問題点などについてアドバイス（回答）する。

想定する情報交換・共有内容及びそのルート



情報交換・共有方法		ルート	具体的な内容
通常の相互情報交換・共有		(1)	会員が相互にネット上でオープンに情報交換し、その情報内容を共有する
匿名	質問したい場合	(2)	NPO経由で質問する。
	回答する場合	(3)	NPO経由で回答会員を探し、質問会員に回答する。
	情報の公開など		①NPOは(3)のルートで質問会員に回答する。 ②NPOは匿名希望に配慮して(3')のルートで質問と回答内容を公開する。
質問と回答を分野別に取りまとめ		(4)	NPOが毎月の質問と回答内容を分野別にとりまとめ、会員専用のネット上で公開し、会員の参考に資する。 (匿名希望の事項についての配慮を行う)

3、会員

(1) 会員は、全国で商業施設等の運営管理に携わる団体や企業をもって組織する。

対象団体 (例)

SCディベロッパー (単館)、テナント会、商店街振興組合、管理組合など
単独で商業施設等の運営管理を行っている団体

(2) 当NPO法人に加入している管理会社 (約30社) は自動参加

4、実証実験等

(1) 約6か月～1年かけて実証実験を行い、その後参加会員並びに事業活動を拡大すべく体制や実施内容などを整備する。

(2) 参加費 無料

(3) 手続き 登録申込み届け、NPO 法人理事会承認、ID、パスワードの発行 の手順による。

以上

「情ネット会」への立ち上げの背景について

1、商業を取り巻く経営環境の変化

商業施設等の経営と運営・管理事業を取り巻く環境の変化は多岐に亘るが、ここでは5つの大きな環境変化要因を取り上げる。

(1) 少子高齢化社会

1) 2017年1月1日時点総務省人口推計（概算値）

～平成27年国勢調査による人口を基準～

日本の全人口	1億2,686万人	
年代別人口	0～14歳	1,575万人
	15～64歳	7,640万人
	65歳以上	3,471万人 (高齢化率27.4%)
	75歳以上	1,705万人
	85歳以上	525万人

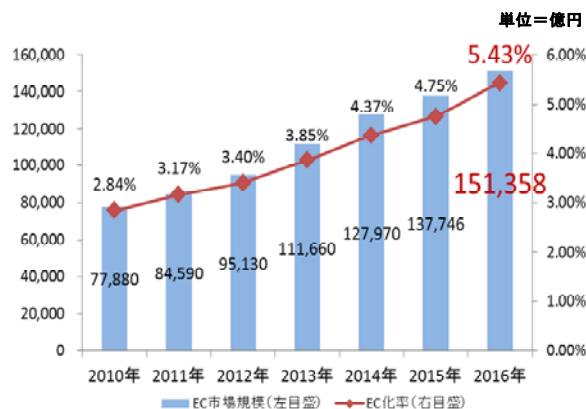
2) 「2025年問題」

- ①現在懸念されているのは、第一次ベビーブーム（1947～49年）に生まれた「団塊の世代」が75歳以上となる2025年。団塊の世代が75歳を超える2025年には、国民の5人に1人が後期高齢者世代ということになる。
- ②日本の人口数は、2010年の1億2,806万人以降、年々下降している。一方で上昇を続けるのが高齢化率

	総人口	高齢化率
2017年	1億2,686万人	27.4%
2025年	1億2,066万人	30.3%

(2) ECの著しい伸長

日本のBtoC-EC市場規模の推移



ECは、フラッシュセールス、テレビ連動、オークション、越境ECなど事業モデルが多様化しており、今後さらに伸長するものと思われる。

また、現在の流通業界を進化する技術の動向から近未来を展望すると、スマホの普及をはじめビッグデータ、クラウド、AI、ロボット、キャッシュレス化などのテクノロジーの活用が着々と進行しており、これまでの常識にとらわれない事業経営の大転換を促している。

(3) 消費者の消費行動の多様化

ICTの進化は、消費者の購買行動そのものにも大きな変化を与えている。Blog、Twitter、Facebook、line など「ソーシャルメディアや消費者発信型メディア」の急速な普及により、消費者の消費行動は多くの情報を吟味し、納得した上で商品やサービスを選択するようになり、さらに口コミなどで情報共有・拡散するという大変化を生じさせている。

(4) 人手不足と生産性の向上

- 1) 2016年11月時点の3大都市圏のアルバイト・パート募集時の平均時給は、1,000円を突破した。
- 2) 生産年齢人口が減少の一途をたどるなか、労働市場は逼迫。特に労働力をパートやアルバイトに頼る外食・小売業界の人手不足は深刻である。
- 3) これまでの外食・小売業界は、出店や営業時間の拡大によるビジネスモデルを維持してきたが、人手不足によりこのビジネスモデルは限界にきている。抜本的な解決には、デジタル活用による店舗内の効率化や付加価値の高いメニューやサービスの提供による客単価の向上などが求められる。

(5) 訪日外国人の増加

- 1) 11月4日時点で2017年の訪日外国人数は、過去最高だった昨年の2403万9700人を上回った。
- 2) 地方都市をつなぐ格安航空会社(LCC)の便数や寄港するクルーズ船も増加。
- 3) 政府目標である「2020年に4,000万人」の実現には、円安に頼るだけでなく、訪日ビザ緩和、免税制度の拡充、民泊等の施策に加えて新たなインバウンド拡大策が必要。

(参考指標)

年	総人口 (百万人)	スマホ利用率 (%)	有効求人倍率 (倍)	訪日外国人客数 (千人)
2010年	127.8	9.7	0.52	8,611
2011年	128.0	29.3	0.65	6,219
2012年	127.5	49.5	0.80	8,358
2013年	127.3	62.6	0.93	10,364
2014年	127.1	64.2	1.09	13,413

2015年	127.1	72.0	1.17	19,737
2016年	126.9	78.0 (東京)	1.36	24,039

有効求人倍率

最高	1973(昭和 48)年	1.76 倍
最低	2009(平成 21)年	0.47 倍

訪日外国人客の増加 (インバウンド)

2005年	673 万人
2020年目標	4,0000 万人

2、商業施設等の経営、運営・管理に与える影響

こうした商業を取り巻く経営環境の変化は、商業施設等の経営、運営・管理にさまざまな影響を与えるが、その大きな影響の一つが店舗面積の減少 (想定) である。一定の前提条件のもとに、マクロ環境から総店舗面積の減少 (想定) について見てみると次のようになる。

「人口減少とEC」による小売り売上高と総店舗面積への影響

総店舗面積の減少 (想定)	毎年	2025年までの累計	備考
人口減少による影響	69 万㎡	621 万㎡	下表(C)欄
ECの伸長による影響	137 万㎡	2,627 万㎡	下表(D)欄
合計	206 万㎡	3,248 万㎡	(想定)

現時点	総人口	12,686 万人	2016年小売り統計
	小売総額	140 兆円	2017年1月1日現在
	総店舗面積(A)	12,808 万㎡	経産省；商業統計
2025年の推計	総人口	12,066 万人	厚労省；2017年1月1日推計
	小売総額	133 兆円	140 兆円 ÷ 12,686 万人 = 1,103 千円/年・人 1,103 千円 × 12,066 万人 = 133 兆円
	総店舗面積(B)	12,187 万㎡	1.01 ㎡ × 12,066 万人 = 12,187 ㎡
総店舗面積の減少 (A) - (B) = (C)	9年間の減少	621 万㎡	* 総人口減少による総店舗面積の減少 (想定)
	毎年の減少	69 万㎡	
ECの伸長 (想定)	2025年 (想定)	約 28.6 兆円	店舗面積㎡当たり売上高 = 1,093 千円/年
	年間増加額	約 1.5 兆円	
店舗面積の減少 (D)	2025年 (想定)	2,627 万㎡	9年間の総店舗面積減少
	年間 (想定)	137 万㎡	1.5 兆円 ÷ 1,093 千円 = 137 万㎡

* 毎年の訪日外国人旅行者の買い物・飲食の消費額の増額は除く (2016年約 1,670 億円)

3、商業施設等の経営、運営・管理の大転換期

上記の「総店舗面積の減少（例）」は、商業施設等の経営、運営・管理に与えるさまざまな影響の一例に過ぎず、「商業を取り巻く経営環境の変化」は、これまでの商業ビジネスモデルでは到底太刀打ちができるものではない。商業施設等の経営、運営・管理の構造そのものの大改革を迫っており、現在の常識では考えられないライフスタイル全般に及ぶ業態革新や事業領域の拡大を求めており、従来の業態の多様化や多角化などとは根本的に異なっている。

また、現在の流通業界の動向から近未来を展望すると、ICT化からデジタル化、そしてITO時代へとデジタル革命が着々と進行しており、これまでの常識にとらわれない事業経営の大転換を促している。こうした環境の大変化にあつて、単独の商業施設運営者だけで問題や課題の解決を図ることは不可能に近い状況下であり、できるだけ多くの商業施設等の運営者がオープンに情報を交換しながら、新しい道を切り開いていくことが望まれる。

以上