

Topに  
聞

消費者ニーズの変化と競争環境の激化でSCにも新たな集客策やブランド再構築のための施策が求められている。スポーツ、カルチャー、ワークショップを軸にディベロPPERとテナント、地域・顧客を三位一体化することで「SCの元気創造」を実現する。大手ディベロPPERで培った運営力とネットワークを生かし、SCとスポーツを連動させた新たな集客策を提案する。

(小川敬)

SCの運営コンサルタントとして、CS(顧客満足)、ES(従業員満足)、SS(店舗満足)の三つの

指標がSC運営で欠かせないと考

## トリニティーズ社長 中山亮氏



えています。SCの利用者と従業員の双方にとって、日々の生活に欠かせない大切な場所がSCとなるよう、貢献することを目指しています。

スポーツとゲームやカルチャー、ワークショップの三つのカテゴリーを通じた販促・イベントを強めることで、顧客とSCが一緒になって楽しみながらSCへの信頼関係を醸成し、集客力向上につなげるのがとても大切になってきました。とりわけ今日のようにECが急成長を遂げ、顧客はSCに足を運ばなくても大抵のものは

## 運動会でCS・ES促進

買えるという環境に変化しています。従来のSC間の競争に加え、新たにECとの競合と、生き残りのための戦いがますます激烈になっていきます。

SCもICT(情報通信技術)を活用した新たな集客策に力を入れていますが、SCがもつと身近に感じられ、来場・来館する楽しさが得られるような販促策が求められています。そこで顧客やSCで働く従業員を対象に、スポーツ、カルチャー、ワークショップの三つのカテゴリーを軸に様々なイベントを提供し、「SCの元気創造」を支援しています。

■ 最近ではSCの拡大・増加に反比例して、従業員のコミュニケーション不足が原因となつて売り上げ減少や人手不足など様々な問題が起きています。スポーツを通じてこうした問題解決をスタートしました。

オープンウォークスイミング

やマラソン、トレイルランなど、まだマイナーだが着実に競技人口を増やしているスポーツ団体の日本スポーツコミュニケーションと共同で、SCでスポーツを体験してもらおう「SC運動会」の提案を行っています。

■ マイナースポーツの普及や競技人口の裾野拡大と連動しながら、SCの特性や環境、条件に合わせながら運動会の提案を行っているところです。様々な国際大会に出場する現役アスリートや経験者が顧客や従業員と一緒に運動会を楽しむ企画です。

20年の東京五輪まで市場はスポーツ色で濃く染まります。スポーツに取り組むことで、日常的にコミュニケーションをとりにくい従業員同士が共通の体験を通してコミュニケーションを深めることは、顧客が幸せな記憶を作るSCという場を提供する上でもとても大切になっています。従業員が職場に愛着を持ち、離職率の低下や業界の活性化に役立っていきたいと考えています。

スポーツを通じてSC支援