

ダイナミックライブラリーのご案内

成功するメカニズムによる失敗しないショッピングセンター(SC)づくりとは!!

『SC開発・リニューアル・運営のノウハウ集』

編著： 六車 秀之 (株)ダイナミックマーケティング社⁺6・代表

絶賛発売中



■本書の概要■

ショッピングセンター(SC)業態はアメリカで開発された世界最強の流通業態です。アメリカではSCが4.6万ヶ所立地し、アメリカの小売業の50%以上の売上げを占めています。また、日本ではSCが2,615ヶ所立地し、日本の小売業の売上げの2割を占め、近未来においては3割を占めることは確実です。さらに、経済発展につれて台湾、韓国、中国、東南アジアへSCは波及し、流通の中心的役割を果たすようになります。この世界最強の流通業態を成功のメカニズムの視点から解明し、ノウハウ化することを目指して書いたものが「SCの開発・リニューアル・運営のノウハウ集」です。流通業は経験産業とか暗黒大国とか言われ、必ずしも科学的に解明されることが少なかったと思われま。本書はSCや流通の各業態が、できるだけ多く成功し、また失敗しないために、多くの流通の現象の中から、ノウハウとして整理したものと自負しています。ノウハウの中には「原理・原則」(97%の成功・失敗の事例から導き出された実践理論)と「例外の原則」(1~3%の成功・失敗の事例から導き出された実践理論)と「奇跡の原則」(その国あるいは世界で一つか二つの成功の事例から導き出された実践理論)の3タイプがあります。現在は、原理・原則は定番化され、ノウハウとしては必要ですが、必ずしも、勝ちパターンへのバイブルにはなりません。これからはSCや流通業界にとって、原理・原則40%、例外の原則40%、奇跡の原則20%の割合が、事業を成功に導く実践理論になると確信しています。

本書には、SCの成功のメカニズムの実践理論だけでなく、アメリカ・日本・韓国の流通業における成功の事例の面からのメカニズム分析も行っています。このように本書は、実践理論と実践事例の両面から編集しており、きっと皆様方の企業や流通担当者の方々の参考になると自負しております。私自身、不思議な成功も不思議な失敗もないとの理念に基づき、一生懸命研究し、一生懸命コンサルティングを行ってきました。その成果を、本書として集大成しました。SC関係者の皆様にとってお役に立つことと確信しています。

----- 切り取らずにそのままFAXしてください -----

■申し込み (個人でお申し込みの方は、所在地に本書の郵送先をご記入ください)

(株)ダイナミックマーケティング社

〒531-0062 大阪市北区長柄中2-5-44

URL: <http://www.dynamic-m.co.jp/>

TEL: 06-6353-6666

E-Mail: DM@dynamic-m.co.jp

希望冊数	冊分	円
会社名	※個人の方は「個人」とご記入ください	
所在地	〒	
電話番号	FAX番号	
(フリガナ) ご氏名		

※お支払い方法:弊社では申込書を受け付け次第「書籍」と「請求書」を郵送いたしますので、貴社のお支払い条件にてお振り込み下さい。(振り込み手数料は貴社ご負担でお願いいたします)

FAX : 06-6356-1663

目 次

○はじめに

第1章 大変革期における流通の進化と課題

- I. 流通飽和期と商業
 - 1. 経済発展と社会動向
 - 2. 流通大変革期における新の商法
- II. 流通大変革における商業業態の多様化と課題
 - 1. 買物の棲み分けと適正業態
 - 2. SCの進化と多様化

第2章 勝ちパターンのSC開発・リニューアル・運営の手法

- I. 勝ちパターンのSCのマーケティングプラン
 - 1. 立地特性から見た客観的立地評価手法
 - 2. 競争特性から見た客観的立地評価手法
 - 3. 市場特性から見た客観的立地評価手法
 - 4. マーケットキャパシティの客観的立地評価手法
 - 5. 立地条件の展開理論
- II. 勝ちパターンのSCのコンセプトプラン
 - 1. SCのコンセプトの概念
 - 2. 勝ちパターンのSCのメカニズム
 - 3. ターゲット戦略とニーズ戦略の手法
 - 4. 住民が自慢するSCづくりの手法
- III. 勝ちパターンのSCのマスタープラン
 - 1. 回遊性と相乗効果システムから見たSCのタイプと特性
 - 2. SCのマスタープランの基本原則
 - 3. 交通計画の与件の検討
- IV. 勝ちパターンのSCのビジネスプラン
 - 1. 事業推進計画
 - 2. 収益還元法から見た適正投下資本計画
 - 3. 事業推進計画のフォーマット
- V. 勝ちパターンのSCのマーチャダイジングプラン
 - 1. デベロッパーのMDingとテナントのMDing特性との相違点
 - 2. SCの効果のある業態ミックス計画
 - 3. SCのMDingの適用理論
 - 4. メガストアのサブ核導入の基本原則
 - 5. SC専門店のタイプと特性
 - 6. SCにおける食料品売場の基本原則
- VI. 勝ちパターンのSCのマネジメントプラン
 - 1. プロパティマネジメントの概念
 - 2. 近未来型SCの運営・管理業務
 - 3. エリアマーケティングの概念と手法
 - 4. SCの戦略情報ネットワークシステム
 - 5. マーケットマネジメント調査
- VII. 勝ちパターンのSCのテナントマーケティングプラン
 - 1. テナントマーケティングの概念
 - 2. 提案性リーシングの手法
 - 3. 既存テナントの強化手法
 - 4. SCテナントの事業収支計画の手法

第3章 近未来志向のSC及び流通の業態別パターン

- I. 勝ちパターンの新業態開発手法
 - 1. 新業態開発の概念
 - 2. 新業態開発のプロセス
- II. 多核型SC
 - 1. スーパーCSCから多核型SCへ
 - 2. 多核型SCの成立性のメカニズム
 - 3. 多核型SCの成立性

III. ライフスタイルセンター

- 1. ライフスタイルセンターの概念
- 2. ライフスタイルセンターの3つのタイプと展開パターン
- 3. ライフスタイルセンターの事例

IV. 地域密着型CSC

- 1. コミュニティ型SCの勝ちパターンへの道
- 2. ライフスタイルCSCの意識と基本体制
- 3. ライフスタイルCSCの食料品基軸MDing

V. アウトレットモール(センター)

- 1. アウトレットモールの概念
- 2. アウトレットモールのタイプ
- 3. アウトレットモールの成立立地条件
- 4. アウトレットモールの成立の基本原則

VI. 勝ち残るGMSの進化業態

- 1. GMSの位置づけと課題
- 2. GMSの進化と要因
- 3. 勝ち残るGMSの業態モデル
- 4. アメリカにおけるGMSの生き残り手法

VII. ハイブリッド商法と親会社ヴァージョン商法

- 1. ハイブリッド商法
- 2. 親会社ヴァージョン商法

VIII. 勝ちパターンのSCづくり

- 1. 課題が残るSCの改善の方向性
- 2. 不適合SCの改善の方向性
- 3. SCの勝ちパターンの実践理論

IX. ハイパーマーケット

- 1. ハイパーマーケットの概念
- 2. ハイパーマーケットの基本型
- 3. ハイパーマーケットの日本ヴァージョン化

X. 日本型郊外型百貨店

- 1. 百貨店の業態固有の特性と課題
- 2. 郊外型百貨店の展開手法

第4章 流通・SCの成功のメカニズムと事例研究

I. 日本の流通・SCの成功のメカニズムの事例研究

- 1. ジョイフル本田新田店の強さのメカニズム
- 2. 福田屋ショッピングプラザの強さのメカニズム
- 3. 日本型スーパーセンターの強さのメカニズム
- 4. イオン型RSCの強さのメカニズム

II. アメリカの流通・SCの成功のメカニズムの事例研究

- 1. 街づくり型商業の成功のメカニズム
- 2. ウォルマート対応の成功のメカニズム
- 3. コールズの成功のメカニズム
- 4. スポーツメガストアの成功のメカニズム
- 5. ヴァリューセンターの成功のメカニズム
- 6. ルーズベルトフィールドモールの成功のメカニズム
- 7. スチュール・レオナルズの成功のメカニズム

III. 韓国の流通・SCの成功のメカニズムの事例研究

- 1. 韓国の流通業の注目すべき3大業態
- 2. ミリオレとドゥサンタワーの強さのメカニズム
- 3. E-マートの強さのメカニズム
- 4. ハナロクラブの強さのメカニズム
- 5. 韓国の流通業の実態