

貴社の中で興味のある方にもお渡し下されれば幸いです。

好評!! これまで延べ829名を超える方に参加いただいています。

## 第37回 ダイナミック海外流通研究・視察ツアー アメリカのSC及び新業態 研究視察ツアー

今、アメリカはポストモダン消費社会に突入しつつあります。  
日本の近未来の消費に対応した業態が続々と出現しています。

多様なSC業態や  
リニューアル手法がわかる  
ロサンゼルス

歴史に残るフェス  
ティバル型SCの  
ホートンプラザ  
サンディエゴ

全米史上最大の総工  
費「シティセンター」が  
昨年開業  
ラスベガス

日本の将来の  
都心商業がわかる  
ニューヨーク

訪問都市：ロサンゼルス、サンディエゴ、ラスベガス、ニューヨーク

旅行期間：2010年(平成22年)10月20日(水)～10月29日(金)[10日間]

募集人員：30名 <最少催行人員20名>

旅行代金：650,000円(成田基点)

(成田空港施設使用料、現地航空税、出国税等を含む。)

航空会社の規定が厳しくなり、締め切りは9月15日(35日前)となります。お申し込みは、お早めにお問い合わせいたします。

### 明日の日本の流通を担う人材を輩出する海外ツアー

アメリカの流通の実態を視察し、同時にアメリカの流通が現在に至ったプロセスと成功のメカニズムを学ぶことにより、参加者の方々の意識改革と流通業界の人材輩出を目的とした視察ツアーです。

#### 4大特徴

- ①アメリカ西部・東部の横断視察
- ②六車・郷田とアメリカの流通関係者とのコラボレーション講師陣
- ③多様な業態・多様な施設を30ヶ所視察
- ④豊富な資料(A4版250ページ)と豊富な研修

この内容で!!この値段!!  
価値ある企画です!!

#### 視察企画に対するお問い合わせ

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>+4</sup>  
担当 郷田(ごうだ)

TEL: 06(6353)6666(代表)

FAX: 06(6356)1663

住所: 大阪府大阪市北区長柄中2-5-44(〒531-0062)

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

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

企画者 (株)ダイナミックマーケティング社<sup>+4</sup>  
旅行主催者 近畿日本ツーリスト(株)

## 研究視察のポイント

1. アメリカのショッピングセンターの業態の種類と、生き残りを賭けた過去から現在のプロセスを棲み分けの観点から研究・視察します(アメリカの現状を知ることにより、わが国の近未来の流通業の方向性が見えてきます)。
2. アメリカの新業態のフルコースを研究・視察し、新業態の実態と特徴を研究・視察します(SC及び業態を、今回視察中に30ヶ所以上見ることにより、業態を一挙にかつ体系づけて学ぶことができます)。
3. アメリカ流通事情に詳しいアメリカの流通関係者が講演及び視察する商業施設の解説をし、地についた研究視察にします(アメリカのディベロッパー会社などの勉強会も予定しています)。
4. 各商業施設のポイントやアメリカの流通業の実態と課題の資料を作成し、また、バス中及びホテルで勉強会を行います(アメリカの流通・SC関連の資料集を作成し、出来るだけ実になる研究視察にします)。
5. ダイナミック流アメリカ流通の過去及び現状の分析により、独特の解説・指導を行います(アメリカの現状から、わが国の近未来の流通業の中で勝ち残る手法を解説します)。現地セミナーを7回(成田でのセミナーを含む)予定しています。

## アメリカと日本の流通歴

		1960年代	1970年代	1980年代	1990年代	2000年代	2010年代	
アメリカ	商店街	衰退期	淘汰期	—	—	—	—	
	NSC	ビレッジ型NSC	成長期	成長期	全盛期	飽和期	飽和・衰退期	衰退期
		スーパーセンター	—	—	萌芽期	成長期	成長期	全盛期
	CSC	館型CSC	全盛期	衰退期	淘汰期	—	—	—
		ビレッジ型CSC	—	—	萌芽期	成長期	全盛期	飽和期
	多核型(モール型SC)		成長期	成長期	全盛期	全盛期	飽和期	衰退期
	バリューセンター	パワーセンター	—	萌芽期	成長期	全盛期	全盛期	飽和期
		アウトレットセンター	—	萌芽期	成長期	全盛期	飽和期	飽和期
		パワータウンセンター	—	—	—	萌芽期	成長期	全盛期
		エンターテインメントセンター	—	—	萌芽期	成長期	全盛期	全盛期
		ライフスタイルセンター	—	—	—	萌芽期	成長期	全盛期
		ニュータウンセンター	—	—	—	—	萌芽期	成長期
		eリテイル	—	—	—	萌芽期	成長期	成長期
				—	—	—	—	—
日本	商店街	全盛期	飽和期	衰退期	衰退期	淘汰期	淘汰期	
	NSC	ビレッジ型NSC	—	—	萌芽期	成長期	成長期	全盛期
		スーパーセンター	—	—	—	萌芽期	成長期	成長期
	CSC	館型CSC	萌芽期	成長期	全盛期	飽和期	衰退期	衰退期
		ビレッジ型CSC	—	—	—	—	萌芽期	成長期
	多核型(モール型SC)		—	—	—	萌芽期	成長期	全盛期
	バリューセンター	パワーセンター	—	—	萌芽期	成長期	全盛期	飽和期
		アウトレットセンター	—	—	—	萌芽期・成長期	全盛期	飽和期
		パワータウンセンター	—	—	—	—	萌芽期	成長期
	エンターテインメントセンター	—	—	—	萌芽期	成長期	全盛期	
	ライフスタイルセンター	—	—	—	—	萌芽期	成長期	
	ニュータウンセンター	—	—	—	—	萌芽期	成長期	
	eリテイル	—	—	—	萌芽期	成長期	成長期	

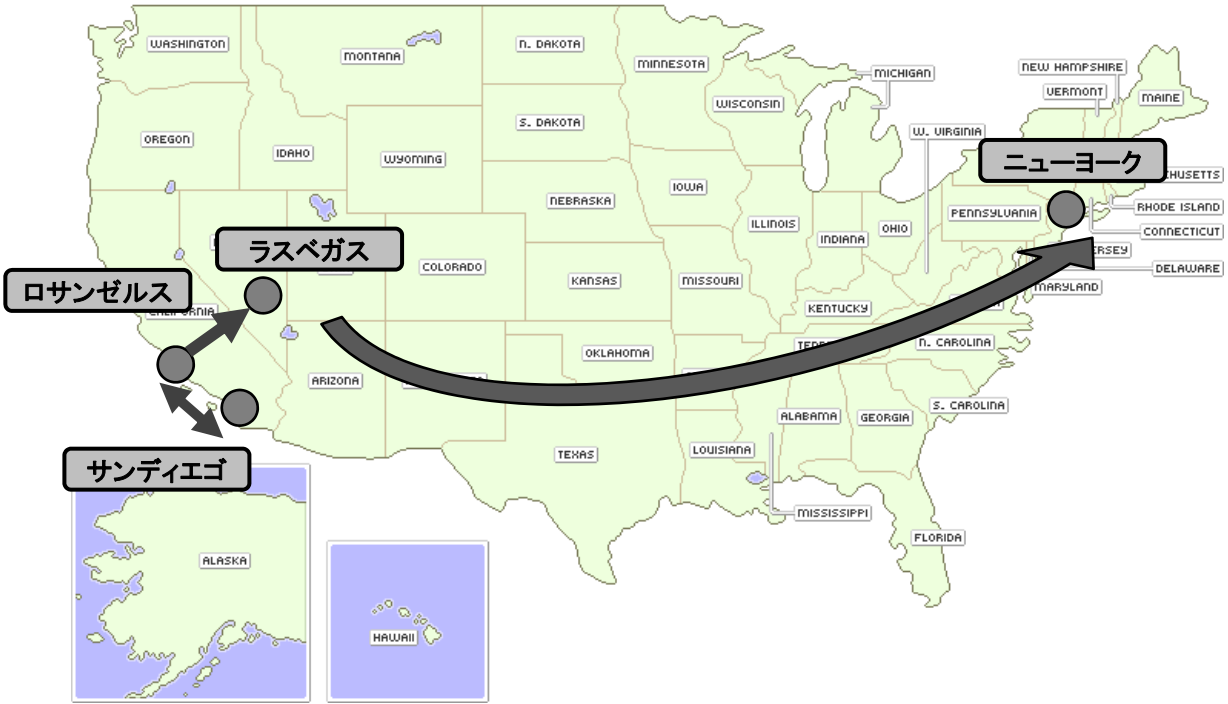
## 研 究 視 察 の 主 旨

		視 察 ・ 研 究 の 内 容
第一のテーマ	リーマンショック以降のアメリカの流通業の底力の研究	<p>アメリカでは過去3回の不況期に新たな時代の変化に対応し、不況を逆利用して発展しました。1980年代の不況期にはバリュー業態(アウトレットセンターやディスカウントセンター、バリューセンター等)が出現し、アメリカの流通の底力を見せました。1990年代のITによる好景気期には、シネコンやレストラン、アミューズメントのエンターテインメントを導入したSCが発展しました。2000年代のITバブル崩壊後には、居心地感のある第三の場を核要素とするライフスタイルセンターが発展しました。アメリカは経済の変化が起こると、常に流通を変革させ、逆に新たな業態が出現しています。今、アメリカはリーマンショックに起因する大不況の中で、<u>トレードダウン、ワンランク下の業態が出現し、底力を発揮しつつあります。</u></p>
第二のテーマ	多様な業態の成立のメカニズムの視察・研究	<p>アメリカにはSCが47,000ヶ所立地(コンビニエンスセンターを含めると9万ヶ所以上)しています。日本の3,000ヶ所と比較して著しく激しい競争がSC相互間及び業態相互間で行われています。競争の激しさが棲み分け手法や業態の多様化へと進み、各業態が互いに得意分野を発揮して成立しています。この棲み分けは30年前からアメリカで現実化しています。</p> <p><u>棲み分けの理論と業態成立のメカニズムがどのようになっているのか解説させていただきます。</u></p> <p>このアメリカの棲み分けの考え方の中には、<u>日本のSC飽和時代の勝ち残りノウハウの宝の山が存在します。</u></p>
第三のテーマ	ポストモダン消費に対応した新業態の視察・研究	<p>アメリカや日本は、モダン消費である買物の学習経験の連続性が終焉し(モノを買い、消費し、所有し、使用することに喜びを感じなくなった時代)、<u>ポストモダン消費(タンスの中は一杯状態)の中で、購買意欲の高い商品・サービスやライフスタイルを追求する業態が出現しています。</u></p> <p>日本の今後の消費意欲を高めるためのポイントを解説します。</p>
第四のテーマ	アメリカの専門店のトレンドの視察・研究	<p>アメリカの専門店業態はSCと共に成長してきました。日本では第2世代の専門店チェーンの時代ですが、アメリカでは第3世代の専門店チェーンが続出しております。たとえば、アメリカの熟年マーケットの専門店チェーンが出現し、団塊世代の人気を得ています。しかし、日本ではシニアマーケットの専門店はずいぶんうまく行っていません。</p> <p>それゆえに、日本とアメリカの専門店を比較分析し、<u>アメリカでの専門店の展開パターンと成立メカニズムの素晴らしさを解説させていただきます。</u></p>

## コーディネーターのプロフィール

むぐるま ひでゆき <b>六車 秀之</b>	(株)ダイナミックマーケティング社 代表 SC及び流通業のマーケットリサーチ、企画、コンサルティング歴30年。ディベロッパーサイドからのSC開発・リニューアル業務を中心に手がけています。SCは開発からの指導が多い中であって、早くから長期繁栄のための運営のあり方を訴え続けております。またSCの長期繁栄のための原理・原則を着々と確立し、理論とノウハウに基づく指導を掲げ、志を燃やしております。 <著書> ・ライフスタイルセンターの成功のメカニズムと事例研究(ダイナミックライブラリー) ・ショッピングセンター開発・リニューアル・運営のノウハウ集(ダイナミックライブラリー) ・ライフスタイルセンターの構築(同文館出版) ・流通とSC 私の視点 第1巻～第11巻(ダイナミックライブラリー)
ごうだ あつし <b>郷田 淳</b>	(株)ダイナミックマーケティング社 国際事業部長 年2回のダイナミック海外視察ツアーの企画を担当し、アメリカを中心に海外のSC・流通動向を常に探求しています。国内のみならず海外のディベロッパーへの企画・コンサルティング業務を行っています。 また、行政への商業を活かした街づくり指導も行っております。 <経歴> ・大阪市フェスティバルゲートあり方検討会議委員 (～2006.12) ・大阪市境川用地事業提案競技審査委員 (2006.12～2007.4) ・大阪市交通局バス事業用地開発ポテンシャル審査会委員 (2009) ・香川県宇多津町産業政策戦略会議委員 (2009.4～)

## 訪 問 都 市



訪 問 都 市 の 見 どころ

訪問都市	特 徴
ロサンゼルス	<p>ロサンゼルスは、ニューヨークに次ぐ全米で2番目の都市圏を形成し、都市圏人口は1,300万人近くに及びます。西海岸最大の都市であるロサンゼルスでは、SC業態も多種多様です。また近年リニューアルされたSCも数多くあり、成功しているリニューアルSCも多数視察します。</p> <p>ウェストフィールド社がリニューアルを手掛けた「トパンガ」、「センチュリーシティSC」を視察します。いずれも商圏内の人口動態の成熟化に伴い、大幅にリニューアルを施した事例です。</p> <p>観光名所ともなっている広域商店街「サードストリート・プロムナード」と、その拠点となるSC「サンタモニカ・プレイス」を視察します。「サンタモニカ・プレイス」はエンクローズド型からオープン型へ転換した事例です。</p> <p>その他、スーパーマーケットを核店舗としたライフスタイルセンター「コモンズ・アット・カラバサス」、や百貨店を核店舗とした大型ライフスタイルセンター「ザ・グローブ」なども視察します。</p> <p>まちづくり型の大型タウンセンター「ヴィクトリア・ガーデンズ」や、アウトレットとディスカウントストアの混成型SC「オンタリオ・ミルズ」なども視察します。</p>
サンディエゴ	<p>サンディエゴは約300万人の都市圏人口です。サンディエゴにはフェスティバル型SCの嚆矢となった「ホートンプラザ」を視察します。「ホートンプラザ」はジョン・ジャーディによるカラフルな色遣いと、迷宮のようなレイアウトが特徴。</p> <p>サンディエゴ市内ではライフスタイルセンター「オタイ・ランチ・タウンセンター」を視察します。全米2位のディベロッパ（ゼネラル・グロース・プロパティ社）の開発によるライフスタイルセンターで、メイシーズ百貨店が核店舗となっています。</p> <p>さらにサンディエゴ都市圏で最大の売上高のSC「ファッション・バレー」を視察します。同SCの核店舗は、ニーマン・マーカス、サックス・フィフス・アベニュー、ブルーミングデールズ、ノードストローム、メイシーズ、JCペニーと多様なターゲットとグレードの百貨店で構成されるSCです。</p>
ラスベガス	<p>ラスベガスは年間3,600万人の観光客が世界中から訪問します。また都市圏は180万人を形成する都市です。ラスベガスでは観光客対応の商業施設と、都市圏居住者を対象とした商業施設の双方の視察をします。</p> <p>まず観光客対応の商業施設は、昨年（09年）に開業した「シティ・センター」を視察します。MGMミラージュ社が全米史上最大ともいわれる総工費8,000億円を投じ、複数のホテル、コンドミニウム、カジノ、コンベンション施設、そして商業施設を開業しました。この中でもおもに商業施設を視察します。また観光地内でのアウトレットセンターの事例である「プレミアム・アウトレッツ・ラスベガス」を視察します。さらにカジノホテルに付帯する商業施設、「フォーラム・ショッパズ」なども視察します。</p> <p>都市圏居住者を対象にした商業施設では、「タウンスクエア・ラスベガス」を視察します。アップスケール・オーガニックSMのホールフーズが核店舗となっています。</p>
ニューヨーク	<p>ニューヨークは世界都市で、「タイムズスクエア」を中心点として街並み及び都市が形成されています。中心市街地は「五番街」や「SoHo」の2大街区で、それぞれ性格の異なる中心市街地街区の特性を視察します。</p> <p>ニューヨークはストリート型街区が中心ですが、都市型SCとして「ザ・ショッパズ・アット・コロンバス・サークル」が立地しており、核店舗として「ホールフーズの旗艦店」（デパ地下風オーガニックとグルメの融合業態）が位置しています。話題の「ミートパッキング・ディストリクト」にある製造型フードテナントで構成する「チェルシー・マーケット」も視察します。</p> <p>郊外SCはニュージャージー方面を視察します。中～高級百貨店の5店舗が核店舗となった「モール・アット・ショートヒルズ」を視察します。アウトレット業態とディスカウント業態のミックスされた2層エンクローズドモールの「ジャージー・ガーデンズ」を視察します。</p>

## 研究視察のスケジュールと内容

### 基本日程

※アメリカSCの最新動向を加味して視察先調整中のため  
視察・宿泊先及び航空便を変更する場合があります。

日次	日付	滞在都市名	発着時間	交通機関	研究視察内容
第 1 日 目	10月20日 (水)	<各地から成田> <全員出発> 成田空港出発	(午後)	デルタ航空 (予定)	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: auto;">                     成田空港にて ※旅行説明会を含む                      第1回研修会 10:00~12:00                      第2回研修会 13:00~14:30                 </div>
		ロサンゼルス	ロサンゼルス着 (午前)	着後、専用バス にて視察  (一日中視察)	<p>■ロサンゼルス都市圏を視察</p> <p>①コモンズ・アット・カラバサス</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・業態：ライフスタイルセンター</li> <li>・カルーソ社による典型的な小型LSC</li> </ul> <p>②ウエストフィールド・トパンガ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・業態：〔SRSC〕</li> <li>・高級百貨店ニーマン・マーカスが加わりアップスケール・モールへ転換。</li> </ul> <p>③ザ・グローブ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・業態：〔複合開発〕</li> <li>・ロードストローム百貨店が核店舗となった大型ライフスタイルセンター。西海岸での新業態進出の拠点となる。</li> </ul> <p>④ウエストフィールド・センチュリーシティSC</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・業態：〔複合開発〕</li> <li>・営業を継続しながら大リニューアルを実施</li> <li>・専門店、フードコートなどが刷新された新しいタイプのオープン型SRSC</li> </ul> <p>⑤トレーダー・ジョーズ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・業態：〔グルメSM〕</li> <li>・グルメ、ヘルシー、ベジタリアンをテーマにしたSM。商品の9割がPB。</li> </ul> <p>⑥フレッシュ&amp;イージー</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・業態：〔バリューSM〕</li> <li>・英国テスコ社の米国進出フォーマット。</li> </ul> <p style="text-align: center;">(全員で食事をとります)</p>
第 2 日 目	10月21日 (木)	(ロサンゼルス泊)	ホテル帰着 (18:30)	ホテル出発 (09:45)	(第3回研修会 8:00~9:30)
		ロサンゼルス	ホテル帰着 (18:30)	専用バスにて 視察  (一日中視察)	(5)

日次	日付	滞在都市名	発着時間	交通機関	研究視察内容
第3日目	10月22日 (金)	サンディエゴ  (ロサンゼルス泊)	ホテル出発 (09:45)  ホテル帰着 (18:30)	バスにて移動  専用バスにて 視 察  (一日中視察)	(第4回研修会 8:00~9:30) ■サンディエゴ都市圏を視察 ①オタイ・ランチ・タウンセンター ・業態：〔タウンセンター〕 ・ゼネラル・グロウス社によるライフスタイルセンター。メイシーズ百貨店が核店舗。 ②ホートン・プラザ ・業態：〔RSC〕 ・ジョン・ジャーディーによるSC史上に残る都市型SC。サンディエゴ中心市街地の拠点となる。 ③ファッション・バレー ・業態：〔SRSC〕 ・サンディエゴ都市圏では最も売り上げる繁盛SC。
第4日目	10月23日 (土)	ロサンゼルス から ラスベガス  (ラスベガス泊)	ホテル出発 (08:00)  ホテル帰着 (20:00)	専用バスにて 視 察  (一日中視察)	■ロサンゼルス～ラスベガス間を視察しながら移動 ①ウォルマート・スーパーセンター ・業態〔スーパーセンター〕 ・都市型アップスケール・タイプのスーパーセンター。 ②オンタリオ・ミルズ ・業態：〔バリューセンター〕 ・アウトレットとディスカントストアで構成されるバリューセンター業態。 ③ヴィクトリア・ガーデンズ ・業態：〔タウンセンター〕 ・まちづくり型の大型オープンエアースC。 ④バスプロ・ショップス ・業態：〔大型アウトドアショップ〕 ・15,000㎡を超える大型アウトドアスポーツ。
第5日目	10月24日 (日)	ラスベガス  (ラスベガス泊)	ホテル出発 (09:45)  ホテル帰着 (18:30)	専用バスにて 視 察  (一日中視察)	(第5回研修会 8:00~9:30) ■ラスベガス都市圏を視察 ①タウンスクエア・ラスベガス ・業態：〔タウンセンター〕 ・まちづくり型のタウンセンター。ホールフーズが核店舗となり、地域の拠点となる。 ②フォーラム・ショップス ・業態：〔スペシャルティエセンター〕 ・シーザーズパレス・ホテル付帯のSC ・全米最大の売上をあげる。 ③ファッション・ショー・モール ・業態：〔SRSC〕 ・8核2層の巨大モール。定期的にSC内でファッション・ショーを行う。 ④プレミアム・アウトレッツ・ラスベガス ・業態：〔アウトレットセンター〕 ・チェルシー社開発のアウトレット。中心地に近く、ラスベガス観光客を吸引している。 ⑤シティ・センター ・業態：〔複合開発〕 ・8000億円規模のプロジェクト。複数のホテル、コンド、カジノ、劇場、コンベンション施設、モールにより構成。 ⑥サンフラワー・マーケット ・業態：〔ナチュラル・オーガニックSM〕 ・旧ワイルドオーツの創業者が第2創業したオーガニックSM。

日次	日付	滞在都市名	発着時間	交通機関	研究視察内容
第6日目	10月25日 (月)	ニューヨーク  (ニューヨーク泊)	ラスベガス発 (午前) ニューヨーク着 (午後)  ホテル帰着 (18:30)	デルタ航空 (予定)  専用バスにて 視 察  (半日視察)	<p>■到着後、ニューヨーク視察</p> <p>①ショップス・アット・コロンバスサークル</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・業態：〔都市型スペシャルティセンター〕</li> <li>・建物名「タイム・ワーナー・センター」付帯の低層商業部分。地下にはホールフーズの旗艦型店舗が入居、4階は有名シェフのレストランが集積。</li> </ul> <p>②S o H o</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ブルーミングデール小型店、ユニクロ米国旗艦店、ディーン&amp;デルーカ本店、無印良品S o H o店など。</li> </ul>
第7日目	10月26日 (火)	ニューヨーク  (ニューヨーク泊)	ホテル出発 (09:45)  ホテル帰着 (15:00)	専用バスにて 視 察  (1日視察)	<p>(第6回研修会 8:00~9:30)</p> <p>■マンハッタン内を視察</p> <p>①チェルシーマーケット</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・業態：〔スペシャリティセンター〕</li> <li>・製造型食品テナントが入居し、上層部はオフィス。ミートパッキング・ディストリクトなどもあわせて視察。</li> </ul> <p>②5番街~マディソン街</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・アップル世界旗艦店、アバクロンビ旗艦店、サックス、バードドーフグッドマンなど。</li> </ul> <p>(以下、自由視察)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・トイザラス世界旗艦店、メイシーズ本店、ブルーミングデールズ本店など。</li> </ul>
第8日目	10月27日 (水)	ニューヨーク  (ニューヨーク泊)	ホテル出発 (09:45)  ホテル帰着 (18:30)	専用バスにて 視 察  (一日中視察)	<p>(第7回研修会 8:00~9:30)</p> <p>■ニューヨーク郊外を視察</p> <p>①モール・アット・ショートヒルズ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・業態：〔SRSC〕</li> <li>・ニーマン、サックス、ブルーミング、ノードストロームにメイシーズが加わり、アップスケール百貨店に重点を置いた核店舗揃いのSC。</li> </ul> <p>②ジャージー・ガーデンズ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・業態：〔バリューモール〕</li> <li>・アウトレット業態とディスカウント業態により構成されたSC。</li> <li>・2層エンクローズド型でレーストラック状の配置。デビット・ロックウェルによるインテリアデザイン。</li> </ul> <p>③ウェッグマンズ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・業態：〔アップスケールSM〕</li> <li>・全米で最も称賛されるスーパーマーケット。</li> <li>・ヨーロッパのマルシェ風のデリゾーンやカフェを導入する。</li> </ul> <p>④コールズ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・業態：〔小型百貨店〕</li> <li>・景気後退期でも絶好調の小型百貨店チェーン。環境対策ストアを視察。</li> </ul> <p>(全員で食事をとります)</p>
第9日目	10月28日 (木)	ニューヨーク	ニューヨーク発 (午後)	デルタ航空 (予定)	(機中泊)
第10日目	10月29日 (金)	成田	成田着 (午後)		成田空港着後、解散



## 研 修 会 の 内 容

アメリカ視察研究資料	出発1週間前に郵送いたします。	アメリカにおける流通業界・SCの現状、日米の流通比較、視察ツアーにおけるポイント等を整理しています。
------------	-----------------	--

バス中研修会	随時	バス移動中に、視察SCの概要と見どころを説明します。また、長時間の移動中には、「アメリカの流通の実態や業態の特性」を随時解説します。  [ 担当：六車、郷田 ]	①視察施設ごとの特徴、内容を説明 ②バス中研修 (長時間移動時にバス内での講義) ・百貨店、GMS等の核店舗の動向 ・家電、ホームセンター等の大型専門店の動向 ・アパレルを中心とした専門店の動向 ・アメリカの流通と日本の流通の類似点と相違点 ・アメリカのリーマンショック以降の消費動向や流通動向 ・アメリカで成功している流通業のポイント ・フードコート、レストランなどの飲食業態の動向
--------	----	--	---

アメリカでの実務家との研修会	2～3か所を予定	①マルバニーG2社(総合建築デザイン会社) (テーマ)「アメリカでのSCリニューアル事例」(予定)  ②ディベロッパーへのインタビュー ・サイモン社、ゼネラルグロース社などで調整中。 (次のテーマを予定) ・SCマネージャーによるSC運営手法 ・リーシング担当によるテナントリーシング手法 ・マーケティング担当による販促手法
----------------	----------	--

研修会	場 所	日 時	講 師	内 容
第1回	成 田 空 港	10月20日 [10:30～12:00]	六車 秀之 (ダイナミックマーケティング社 代表)	アメリカの流通SCを学ぶポイント
第2回		10月20日 [13:00～14:30]	六車 秀之 (ダイナミックマーケティング社 代表)	アメリカの流通を解説
第3回	ロサンゼルス	10月21日 [8:00～9:30]	六車 秀之 (ダイナミックマーケティング社 代表)	アメリカのSCの動向と強さのメカニズムを解説(サウスコーストプラザを事例に)
第4回	ロサンゼルス	10月22日 [8:00～9:30]	六車 秀之 (ダイナミックマーケティング社 代表)	アメリカのライフスタイルセンターの実態と成立のメカニズムを学ぶ
第5回	ラ ス ベ ガ ス	10月24日 [8:00～9:30]	郷田 淳 (ダイナミックマーケティング社 部長)	これからの都市動向とまちづくり
第6回	ニュー YORK	10月26日 [8:00～9:30]	郷田 淳 (ダイナミックマーケティング社 部長)	アメリカの最新商業動向
第7回	ニュー YORK	10月27日 [8:00～9:30]	六車 秀之 (ダイナミックマーケティング社 代表)	ポストモダン消費とポストモダン業態を解説

## 視察する流通業態のポイント

ポイント	視 察 内 容
① 最強の業態であるショッピングセンターの視察	<ul style="list-style-type: none"> <li>①ウエストフィールド・トパンガ(人口動態に応じてリニューアルを繰り返す。近年は商圈の成熟化に伴い高級百貨店を新たに加えたSRSC)</li> <li>②ウエストフィールド・センチュリーシティSC(営業継続しながら全面リニューアルを実施。斬新なフードコートなどがみられる)</li> <li>③サウスコースト・プラザ(全米最大の売上高のエンクローズド型SRSC)</li> <li>④ファッション・アイランド(サウスコースト・プラザと競合するオープン型RSC。ノードストロームを導入し物販強化に乗り出す。)</li> <li>⑤ファッション・バレー・センター(サンディエゴ都市圏で最大の売上のSRSC。核店舗はニーマン、サックス5th、ブルーミングデールズ、ノードストローム、メイシーズ、JCPと揃う。全米6位の高効率Aクラスモール)</li> <li>⑥ファッションショー・モール(8核2層の巨大モール。)</li> <li>⑦モール・アット・ショートヒルズ(NY都市圏のSRSC。全米で3番目の高効率Aクラスモール。)</li> </ul>
②今、話題のアウトレットセンターの視察	<ul style="list-style-type: none"> <li>①プレミアム・アウトレッツ・ラスベガス(ラスベガスの観光客を吸引する都心部に近いアウトレットセンター。)</li> <li>②オンタリオ・ミルズ(アウトレット業態とディスカウント業態により構成されるSC業態=バリューセンター業態とも言われる。)</li> <li>③ジャージー・ガーデنز(バリューセンター業態で、2層エンクローズド型でレーストラック状の回遊動線が特徴的。)</li> </ul>
③21世紀の最適業態ライフスタイルセンターの視察	<ul style="list-style-type: none"> <li>①コモンズ・アット・カラバサス(食品スーパーマーケットが核店舗となり、アップスケール専門店を導入した、トスカーナ風デザインの小型LSC。)</li> <li>②ザ・グローブ(観光地ファーマーズマーケットに隣接したノードストローム百貨店を核とした大型LSC)</li> <li>③オタイ・ランチ・タウンセンター(サンディエゴ都市圏ではじめてのライフスタイルセンター。大手DVのGGPが手掛ける。)</li> </ul>
④まちづくり型の都市再開発型SCの視察	<ul style="list-style-type: none"> <li>①センチュリーシティ、ニューポート・ファッションアイランドほか(ホテル、オフィス、商業の複合型再開発SC)</li> <li>②シティ・センター(ホテル、コンド、カジノ、商業、コンベンションセンターなどラスベガスで最新の複合再開発)</li> <li>③ニューヨーク・五番街～マディソン街(世界一のアップスケールストリート)</li> <li>④ニューヨーク・SOHO(ニューヨークのもう1つの異質型ストリート)</li> <li>⑤ニューヨーク・ミートパッキング街区(都心での低利用地再開発モデル)</li> </ul>
⑤多様な食品業態の視察	<ul style="list-style-type: none"> <li>①ウォールマート・スーパーセンター(最強の最寄業態。40兆円のウォールマートの基軸の業態)</li> <li>②ホールフーズマーケット(オーガニックとグルメが融合したアップスケールの食品業態)</li> <li>③チェルシーマーケット(小売・卸売を併用した製造食品型SC。ナビスコの工場再生事例でもある)</li> <li>④ウェッジマンズ(アップスケールなグルメ・スーパーマーケット)</li> <li>⑤サンフラワー・ワーケット(オーガニックSMで洗練されたイメージを訴求)</li> </ul>
⑥カテゴリーキラーのメガストア業態の視察	<ul style="list-style-type: none"> <li>①トイザラス(NYタイムズスクエアにある世界旗艦店)</li> <li>②バスプロ・ショップス(ハンティングやフィッシングのアウトドアメガストア)</li> <li>③コールズ(百貨店とGMSの融合した業態)</li> </ul>
⑦スペシャリティストア(専門店)	<ul style="list-style-type: none"> <li>①RSCの中の主要専門店テナント</li> <li>②シニア専門店業態</li> <li>③パワーセンターやNSCのテナント・・・等の専門店を説明</li> </ul>