

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887名の方
にご参加いた
だいています。

第39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業態が立地する
ロサンゼルス

エンターテインメント型SC
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、ラスベガス、ニューヨーク

旅行期間：2011年(平成23年)10月19日(水)～10月28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。

※燃油サーチャージ等(58,600円)を含む。

航空会社の規定が
厳しくなり、締め切り
は9月14日(35日前)
となります。お申し
込みは、お早めに
お願いいたします。

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⁺⁵
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⁺⁵
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、地についての研究視察にします(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、独自の解説・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リテイール	—	—	—	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リテイール	—	—	—	萌芽期	成長期	成長期	

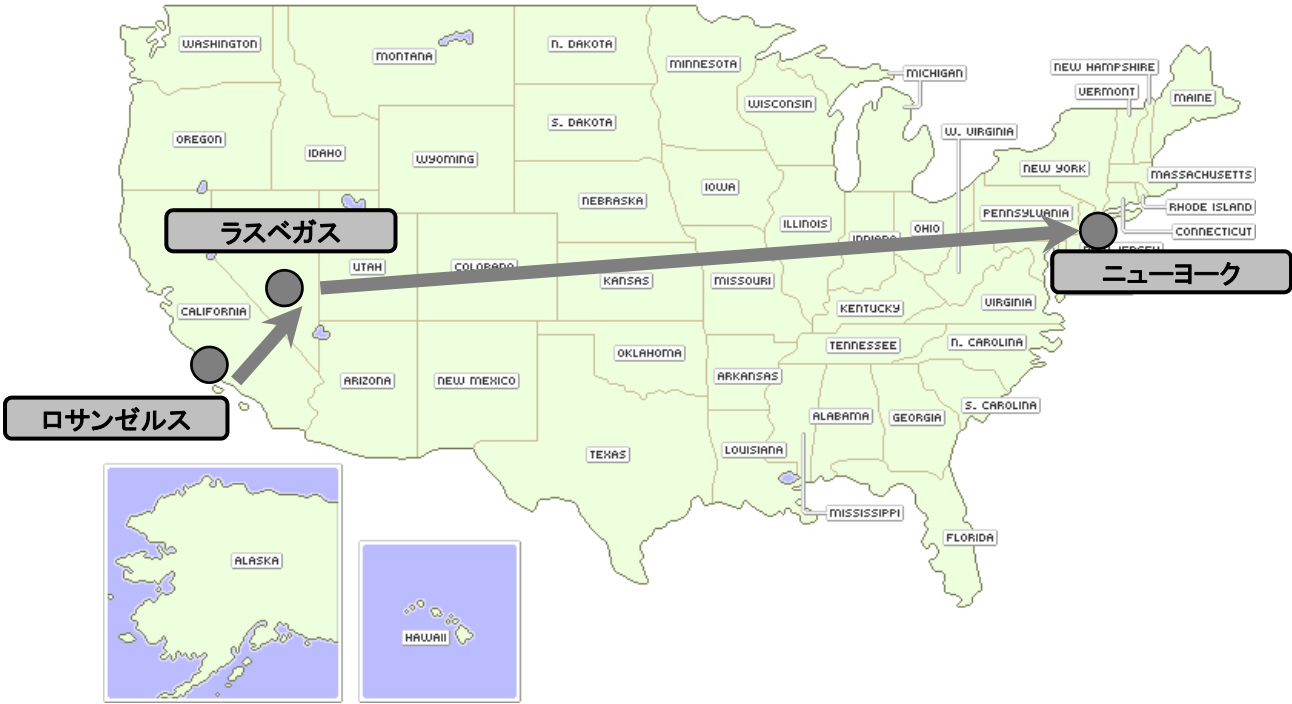
研 究 視 察 の 主 旨

		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發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必ずしもうまくいっていません。</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します。</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 六車 秀之	(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 郷田 淳	(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>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ロサンゼルスでは最新のリニューアル事例です。</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>
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、2009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・アウトレット・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प्ス」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>世界都市であるニューヨークは商業の中心地は「5番街」、経済の中心地は「ウォールストリート」、エンターテインメントの中心地は「タイムズスクエア」で、この3地点から構成されています。商業的には中心地である「5番街」から始まり、いまでは東側の「マディソン街」まで拡大していった様子を概観します。商業の中心地以外でも立地創造型の都市型SCである「ショッप्ス・アット・コロンバスサークル」を視察し、核店舗のホールフーズ旗艦店（デパ地下風オーガニックとグルメの融合業態）を視察します。また特異街区である「SOHO」や「ミートパッキング街区」なども視察します。「ミートパッキング街区」では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」を視察します。</p> <p>ニューヨーク都市圏の郊外では、チェルシー社の代表的なSCである「ウッドベリー・コモン・プレミアム・アウトレット」を訪問し、ラグジュアリーブランドを中心に220店舗を視察します。また郊外型SCでは様々な業態の核店舗から構成される「パライゼイズ・センター」と、広域型食品業態の「スチューレオナルズ」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19日 (水)	<各地から成田> <全員出発> 成田空港出発		アメリカン航空 (予定)	<div style="border: 1px solid black; padding: 10px; 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 10:30~12:00 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)	(午後)	<p>■ロサンゼルス都市圏を視察</p> <p>①ウエストフィールド・トパンガ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態:SRSC(エンクローズド) ・1964年開業のエンクローズド型SRSC。高級百貨店からディスカウントストアまで5核店舗と350店舗の専門店を集積。1993年にウエストフィールド社が買収以降は、積極的にリニューアルが行われ、SCのアップスケール化へのリポジショニングが図られている <p>②ジ・オークス</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態:RSC型ライフスタイルセンター(ハイブリッド) ・1978年開業のエンクローズドRSCが、2008年のリニューアルでオープンエア部分进行、ハイブリッドセンターとなる <p>③プロムナード・アット・ウエストレイク</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態:ライフスタイルセンター(オープン) ・SMを核店舗に各種専門店を集積させたNSC型ライフスタイルセンター。飲食機能はファストフードはなく、すべてテーブルサービスのカジュアルレストランを集積 <p style="text-align: center;">(全員で食事をとります)</p>
第 2 日 目	10月20日 (木)	ロサンゼルス	ホテル帰着 (18:30)	(ロサンゼルス泊)	<p style="text-align: center;">(第3回研修会 8:00~9:30)</p> <p>■ロサンゼルス都市圏を視察</p> <p>①ザ・グローブ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態:RSC型ライフスタイルセンター(オープン) ・小型のノードストロム百貨店を核店舗とする大型ライフスタイルセンター ・1920年代のロサンゼルスダウンタウンをイメージするデザインを取り入れる ・NC専門店の西海岸での新業態進出の拠点となる <p>②サンタモニカ・プレイス 重点視察</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態:SRSC ・2010年にエンクローズドモールからオープンモールへ建替リニューアルを図る ・サンタモニカ海岸を眺望できるアップスケールなフードコートと、フードテナントを集積させた「ザ・マーケット」もオープンする ・サードストリート・プロムナードの拠点となる <p>③ジ・アメリカーナ・アット・ブランド</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態:大型ライフスタイルセンター ・グローブと同様のカルーソ社が開発する商業と住宅の複合開発 <p>・2013年にノードストロム百貨店を導入予定</p>
			ホテル出発 (09:45)	専用バスで視察 (終日視察)	(5)
			ホテル帰着 (18:30)	(ロサンゼルス泊)	

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21日 (金)	ロサンゼルス (ロサンゼルス泊)	ホテル出発 (09:45) ホテル帰着 (18:30)	専用バスで視察 (終日視察)	<p>(第4回研修会 8:00~9:30)</p> <p>■ロサンゼルス都市圏南部を視察</p> <p>①サウスコースト・プラザ 重点視察</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態:SRSC(エンクローズド) ・全米最大の売上高のエンクローズド型SC ・1967年開業以来、増床リニューアルを繰り返し、7核、専門店250店舗となる ・米国では珍しい1SCのオーナー企業 <p>②ファッション・アイランド</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態:SRSC(オープン) ・サウスコースト・プラザと競合するオープン型SRSC。ノードストロム百貨店を核店舗に加え、物販強化を図る <p>③ザ・ラボ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態:スペシャリティセンター ・アンチ・モールをテーマにしたヤング向け専門店集積 <p>④コロナ・デルマー・プラザ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態:アップスケールNSC ・LAでの高級住宅エリア・ニューポートビーチ市でのNSC ・高級SMにアップスケール専門店が集積する
第4日目	10月22日 (土)	ロサンゼルス～ 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)	バスで移動 専用バスで視察 (終日視察)	<p>■ロサンゼルス～ラスベガスを視察しながら移動</p> <p>①ウォルマート・スーパーセンター</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態:スーパーセンター ・都市圏進出タイプのアップスケール型スーパーセンター <p>②オンタリオ・ミルズ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態:バリューセンター(エンクローズド) ・アウトレットとディスカウントストアで構成されるバリューセンター業態 <p>③ヴィクトリア・ガーデンズ 重点視察</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態:タウンセンター(オープン) ・まちづくり型の大型オープンエアセンター <p>④バスプロショップ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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専門店
第5日目	10月23日 (日)	ラスベガス	ホテル出発 (09:45)	専用バスで視察	<p>(第5回研修会 8:00~9:30)</p> <p>■ラスベガス都市圏を視察</p> <p>①タウンスクエア・ラスベガス</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態:タウンセンター(オープン) ・オーガニックSMホールフーズが核店舗となる地域拠点のまちづくり型SC <p>②フォーラム・ショップス</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態:スペシャリティセンター(エンクローズド) ・シーザーパレスホテル付帯のSC ・全米最大級の売上を誇る <p>③ファッション・ショー・モール 重点視察</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態:SRSC(エンクローズド) ・8核2層の巨大モール。百貨店後にフォーエバー21が入居。定期的にファッションショーを行う <p>④プレミアム・アウトレット・ラスベガス</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態:アウトレットセンター(オープン) ・チェルシー社開発のアウトレットセンター。ラスベガス観光客の誘致も図る <p>⑤シティ・センター</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態:複合開発 ・8,000億円規模の巨大プロジェクト。ホテル、住

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24日 (月)	ラスベガス～ 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)	アメリカン航空 (予定) 到着後、 専用バスで視察 (半日視察)	<p>■ラスベガス～ニューヨークまで移動。着後視察。</p> <p>①レゴ・センター</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態:都市型パワーセンター ・コストコ、シアーズ、コールズ、オフプライスストアを核店舗に、トイザラスなどのカテゴリーキラーを集積させる ・NY郊外の高地価での開発のために4層の多層構造となる <p>②ショップス・アット・コロンバスサークル</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態:スペシャリティーセンター ・タイムワナーセンター付帯の低層階の商業部分 ・地階にはホールフーズのニューヨーク旗艦店舗が入居する ・4階にはスーパーシェフのレストランが集積する
第7日目	10月25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)	専用バスで視察 (終日視察)	<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"> ・業態:スペシャリティーセンター ・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 <p>②5番街～マディソン街</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アップル世界旗艦店、アバクロ旗艦店、サックス、バードドーフグッドマンなど <p>③イーターリー</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態:グルメSM+レストラン ・イタリア食材とイタリアンレストランを4,500㎡の売場に集積させる大型店 <p>(以下、自由視察)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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
第8日目	10月26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)	専用バスで視察 (終日視察)	<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スチュレオナルズ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態:広域製造型スーパーマーケット ・アイテムを絞り込みほぼ100%PBにより構成される製造型スーパーマーケット <p>②パリセイズ・センター</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態:パワーモール ・4層エンクローズドの巨艦型SC ・百貨店、カテゴリーキラー、DSなど多様な業態が集積 <p>③ウッドベリー・コモン・プレミアムアウトレット</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態:アウトレットセンター(オープン) ・全米最大のアウトレットセンター。チェルシー社の代表的なSC <p>④バーゲン・タウンセンター</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態:バリューRSC(オープン) ・百貨店のアウトレットやディスカウントストアから構成されるSC。オーガニックSMのホールフーズも入居 <p>(全員で食事をとります)</p>
第9日目	10月27日 (木)	ニューヨーク	ニューヨーク発 (午後)	アメリカン航空 (予定)	(機中泊)
第	-			(7)	

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 業界実務家との研修会	2～3ヶ所を 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19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19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20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
第4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23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25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26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"> ① 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。1967年開業以来、増床リニューアルを繰り返し、7核、専門店250店舗となる。) ② 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SC。ノードストロムを新たに導入し物販強化を図る。) ③ サンタモニカ・プレイス(エンクローズドモールからオープンエアに全面建て替え。広域商店街サードストリート・プロムナードの拠点となる。) ④ ファッション・ショー・モール(8核2層の巨大SC。百貨店跡にフォーエバー21が入居する。)
② 話題の アウトレットセンター の視察	<ul style="list-style-type: none"> ① ラスベガス・プレミアム・アウトレット(チェルシー社による観光地型アウトレットセンター。ラスベガス中心地から10分と近距離にあり、ラスベガス観光客を大量に集客する) ② ウッドベリー・コモン・プレミアム・アウトレット(チェルシー社の代表的なアウトレットセンター。ラグジュアリーブランドを中心に220店舗により構成される)
③ 21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"> ① コモンズ・アット・カラバサス(SMとドラッグにより構成される典型的なライフスタイルセンター) 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小型百貨店を核店舗にするライフスタイルセンター)
④ まちづくり型SC の視察	<ul style="list-style-type: none"> ① ヴィクトリア・ガーデンズ(郊外住宅地の中心市街地の役割を果たす) ② シティ・センター(商業、住宅、オフィス、ブティックホテルなどが複合したまちづくり型SC) ③ ニューヨーク・5番街～マディソン街(世界一のアップスケールストリート) 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) 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)
⑤ 多様な食品業態の視察	<ul style="list-style-type: none"> ① ウォルマート・スーパーセンター(最強の最寄業態。40兆円のウォルマートの基軸の業態) 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) 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) ④ イーターリー(イタリア食材+イタリアンレストラン)
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"> ① トイザラス(NYタイムズスクエアにある世界旗艦店) 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) ③ コールズ(百貨店とGMSの融合した業態)
⑦ スペシャリティストア (専門店)	<ul style="list-style-type: none"> ① RSCの中の主要専門店テナント ② シニア専門店業態 ③ パワーセンターやNSCのテナント・・・等の専門点を説明