

貴社の中で興味のある方にもお渡しいただければ幸いです。

好評!! これまで延べ942名の方にご参加いただいています。

第41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業態の激戦地
ロサンゼルス

食品業態と完成度の高いRSC
ダラス

日本の都心商業の将来がわかる
ニューヨーク

訪問都市：ロサンゼルス、ダラス、ニューヨーク

旅行期間：2012年(平成24年)10月31日(水)～11月9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(52,000円予定)を含む。

航空会社の規定が厳しくなり、締め切りは9月26日(35日前)となります。お申し込みは、お早めをお願いいたします。

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⁶
担当 郷田(ごうだ)、岡田

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⁶
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	
	リカ	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
		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	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
		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>

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>また、西海岸で最大の売上高を誇る「サウスコースト・プラザ」を徹底視察し、50年近くにおよぶ長期繁栄の秘訣を探ります。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>
ダラス	<p>ダラスは中部の拠点都市で、都市圏人口は500万人を超える全米第5位の都市です。ダラスではウォールマートの基幹業態であるスーパーセンターを視察するとともに、ウォールマートと対抗する食料品業態も視察します。</p> <p>また、ダラスで代表的なエンクロード・モールである「ギャレリア・ダラス」を徹底視察します。同SCは1980年代に開業し、百貨店が3店舗と専門店が200店舗で構成され、さらにウェスティン・ホテルが付帯する複合施設です。またダラス都市圏でのアップスケールなSRSCである「ノースパーク・センター」を視察します。ノースパーク・センターはRSCの開業ラッシュ時代の1965年に開業しました。同SCはパブリックコートにアンディ・ウォーホル、フランク・ステラ、ジム・ダインなどの著名なアーティストの作品を展示し、アップスケールSCにふさわしい共用部分を展開しています。さらに、1931年に開業したエレガントなオープンモール「ハイランド・パーク・ヴィレッジ」を視察します。</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」、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「ショップス・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、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「パリセイズ・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31日 (水)	<各地から成田> <全員出発> 成田空港出発		米国系航空 (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 10:30~12:00 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)	到着後、 専用バスで視察 (終日視察)	<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・オックス</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	11月1日 (木)	(ロサンゼルス泊)	ホテル帰着 (18:30)		(第3回研修会 8:00~9:30)
		ロサンゼルス	ホテル出発 (09:45)	専用バスで視察 (終日視察)	<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拠点となる <p>②サンタモニカ・プレイス</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え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 ・2013年にノードストロム百貨店を導入予定
		(ロサンゼルス泊)	ホテル帰着 (18:30)		

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	11月2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</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	11月3日 (土)	ダラス (ダラス泊)	ロサンゼルス発 (午前) ダラス着 (午後) ホテル帰着 (18:30)	米国系航空 (予定) 到着後、 専用バスで視察 (半日視察)	<p>■ダラス到着後、ダラス郊外を視察</p> <p>①サウスレイク・タウンセンター</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態:タウンセンター ・商業施設、業務施設、ホテルなどの複合開発 ・市役所、図書館を誘致した本格的なタウンセンター <p>②セントラル・マーケット</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態:SSM ・HEB社のアップスケールSSM業態 ・ウォルマート・スーパーセンターと徹底した差別化を目指す <p>③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 ・ウォルマート社の基幹業態であるスーパーセンター
第5日目	11月4日 (日)	ダラス (ダラス泊)	ホテル出発 (09:45) ホテル帰着 (18:30)	専用バスで視察	<p>(第5回研修会 8:00~9:30)</p> <p>■ダラス郊外を視察</p> <p>①ギャラリー・ダラス</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態:スーパーRSC ・ダラス都市圏での代表的なスーパーRSC ・メイシーズ、ノードストローム、サックスフィフスアベニューを核店に220店の専門店で構成 ・ウェスティンホテルが併設される <p>②ノースパーク・センター</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態:スーパーRSC ・ダラス都市圏で最もアップスケールなスーパーRSC ・ニーマンマーカス、ノードストローム、メイシーズ、ディラードの4核に、サブ核としてバーニーズNYが入居 ・著名アーティストの作品展示でモールの格上げを図る <p>③ハイランドパーク・ヴィレッジ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態:ライフスタイルセンター ・1931年にオープンした小規模なオープンセンター ・スーパーマーケット、シャネル、エルメスなどの高級専門店が集積する

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	11月5日 (月)	ニューヨーク (ニューヨーク泊)	ダラス発 (午前) ニューヨーク着 (午後) ホテル帰着 (18:30)	米国系航空 到着後、 専用バスで視察 (半日視察)	<p>■ニューヨーク着後視察</p> <p>①レゴ・センター</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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近郊の高地価での開発のために4層の多層構造となる都市型パワーセンター。 <p>②ショッप्ス・アット・コロンバスサークル</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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	11月6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"> ・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(各自視察)</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(以下、自由視察) ・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	11月7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スチュールレオナルズ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アイテムを絞り込みほぼ100%PBにより構成される製造型広域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"> ・百貨店、カテゴリーキラー、DSなど多様な業態が集積する4層エンクローズド型SC。 <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"> ・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"> ・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。エンクローズドとオープン両面により構成されるバリュー志向のRSC。 <p>(全員で食事をとります)</p>
第9日目	11月8日 (木)	ニューヨーク	ニューヨーク発 (午後)	米国系航空 (予定)	(機中泊)
第10日目	11月9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)	<p>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。</p> <p style="text-align: center;">〔 担当：六車、郷田 〕</p>	<p>①視察施設ごとの特徴、内容を説明</p> <p>②バス中研修 (長時間移動時にバス内での講義)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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	<p>■ディベロッパーへのインタビュー (次のテーマを予定)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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31日 [10:30~12:00]	六車 秀之 <small>(ダイナミックマーケティング社 代表)</small>	アメリカの流通・SCを学ぶポイント
第2回		10月31日 [13:00~14:30]	六車 秀之 <small>(ダイナミックマーケティング社 代表)</small>	アメリカの流通を解説
第3回	ロサンゼルス	11月1日 [8:00~9:30]	六車 秀之 <small>(ダイナミックマーケティング社 代表)</small>	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	11月2日 [8:00~9:30]	六車 秀之 <small>(ダイナミックマーケティング社 代表)</small>	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	ダ ラ ス	11月4日 [8:00~9:30]	郷田 淳 <small>(ダイナミックマーケティング社 部長)</small>	これからの都市動向とまちづくり
第6回	ニューヨーク	11月6日 [8:00~9:30]	郷田 淳 <small>(ダイナミックマーケティング社 部長)</small>	アメリカの最新商業動向
第7回	ニューヨーク	11月7日 [8:00~9:30]	六車 秀之 <small>(ダイナミックマーケティング社 代表)</small>	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ウエストフィールド・トパンガ(高級百貨店からディスカウントストアまで5核と、350店の専門店により構成される大型SC。リニューアルによりアップスケール化へのリ・ポジショニングが図られる。) ②サウスコースト・プラザ(全米最大の売上を誇るSRSC。7核250店舗の専門店により構成されるエンクローズド型SC。) ③ギャレリア・ダラス(ダラス都市圏での代表的なSRSC。3核220店舗の専門店により構成され、ウェスティンホテルが併設。) ④ノースパーク・センター(ダラス都市圏で最もアップスケールなSRSC。著名アーティストの作品をパブリックに展示し、モールの格上げを図る。) ④パリセイズ・センター(7核4層の巨大SC。百貨店、DS、ホールセールクラブ、HCなどあらゆる業態から構成されるSC。)
②アウトレットセンターの 視察	<p>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)</p>
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プロムナード・アット・ウエストレイク(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(百貨店が核店舗となる大型ライフスタイルセンター。西海岸での新業態進出の実験場所となる。1930年代から続くファーマーズ・マーケットに併設。)
④ まちづくり型SC の視察	<ul style="list-style-type: none"> ①ジ・アメリカーナ(商業、住宅、オフィスが複合する街づくり型ライフスタイルセンター。2013年にはノードストロム百貨店が入居予定。) ②サウスレイク・タウンスクエア(商業、住宅、オフィスが複合したまちづくり型SC。市役所、市立図書館を誘致した本格的なタウンセンター。) 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"> ①RSC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・・・等の専門店を説明