

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。

第50回

明日の日本の流通を担う人材を輩出するツアー

アメリカの流通・S Cの研究視察ツアーのご案内

S CとS Cを取り巻く競争業態の多視的研究視察

過去49回で延べ約1,280名が参加！

S Cを全体的かつ一挙に理解するための視察として最も評判の高い研究視察

デッドモール化に対応して勝ち抜く次世代型S Cの姿が見えてきます！！

ロサンゼルス

- ・多様なS C業態の激戦地
- ・S Cリモデル事例の宝庫
- ・新業態の実験場

ニューヨーク

- ・モダン及びニューモダン志向の最強都市
- ・日本の将来の都心商業が見える
- ・あらゆる業態が都心と郊外に立地

アメリカの西部（ロサンゼルス）と東部（ニューヨーク）を一挙に視察研究
アメリカの西部・東部を見ることにより、アメリカの流通を見たことになります！！

訪問都市：ロサンゼルス、ニューヨーク

研修期間：2018年(平成30年)10月25日(木)～11月2日(金)〔9日間〕

募集人員：30名 <最少催行人員20名>

研修代金：700,000円（ホテル1室2名利用・成田基点）

※国際線往復 全日空利用

〔成田空港施設使用料・現地航空税・出入国税・出国手続き費
等が含まれています。〕

毎回定員オーバーとなりますのでお申し込みは早め
にお願い致します。

お申込み締切は**9月14日**

「企業単位予約枠(人数)」
での受付もしております。

旅行主催者：株式会社近畿日本ツーリスト関西

視察・研究企画

DYNAMIC MARKETING Co. Ltd.

Since1977

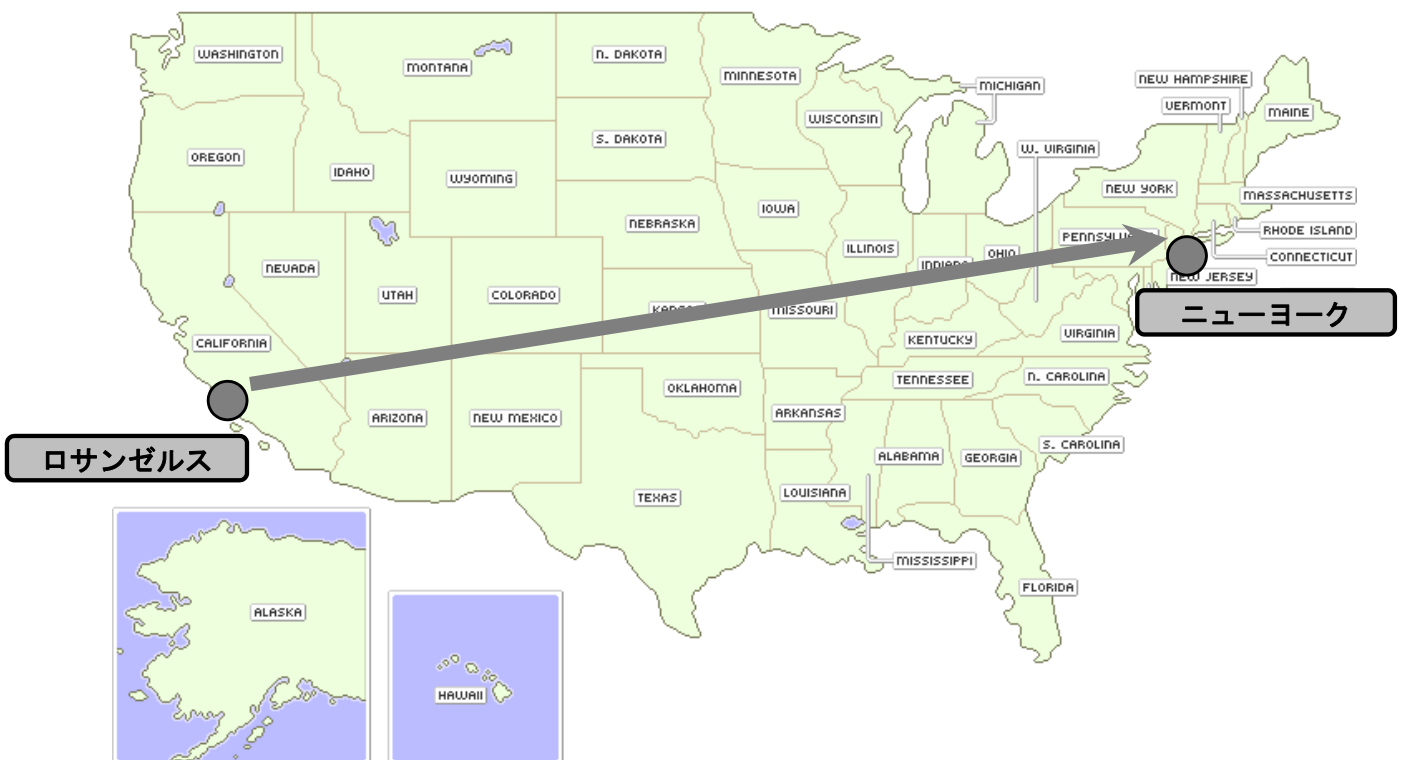
株式会社ダイナミックマーケティング社+7

The Think Tank and Strategic Consulting Company For the Commercial Distribution Industry

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	株式会社ダイナミックマーケティング社 代表 S C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40年。ディベロッパーサイドからのS C開発・リニューアル業務を中心に手がけています。S C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S C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) ・次世代ショッピングセンター<共著>(中央経済社出版) ・次世代サプライチェーン<共著>(中央経済社出版) ・One Hour Know-how 1時間で理解できる濃縮ノウハウ集 vol.1～vol.16 (ダイナミックライブラリー) ・ショッピングセンター理論(ダイナミックライブラリー)
Cho Suzumura (鈴木 長革)	GWest Architecture, LLC Director-Design Principal ・アメリカのデザイン会社 ・アメリカ ワシントン州シアトル市
使用及び 提供教材	①アメリカの流通・S C視察・研修テキスト (A 4サイズ約350ページ) ②One Hour Know-how「成果のメカニズム」 (A 4サイズ53ページ) ③ショッピングセンター理論 (A 4サイズ273ページ)

訪問都市



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、視察先を調整中のため視察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
1 日 目	10月25日 (木)	<各地から成田> <全員出発> 成田空港出発	(午後)	全日空	〔 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 〕
		ロサンゼルス (ロサンゼルス泊)	ロサンゼルス着 (午前) 夕食後 ホテル帰着 (20:30)	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+ザ・ヴィレッジ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態:SRSC(エンクローズド)+ライフスタイルセンター ・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。2015年9月開業のライフスタイルセンターザ・ヴィレッジが隣接。 <p>②ザ・コモンズ・アット・カラバサス</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。市役所、図書館などの公共施設が隣接し、街の中心地となる。 <p>③ウエストフィールド・センチュリーシティ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態:SRSC(オープン) ・1964年開業のオープン型SRSCのリモデルSC。映画会社のスタジオ跡地再開発の商業部分で、業務、ホテルなどが複合した副都心に位置づけられる。 <p>(全員で夕食をとります)</p>
2 日 目	10月26日 (金)	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>(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。3階の食物販・飲食ゾーンが不調により模索中。サードストリート・プロムナードの拠点となる。 <p>②サードストリート・プロムナード</p> <ul style="list-style-type: none"> ・SCと一体化することにより再生した稀有な商店街。SCを集客核として再生したが、最後はSCに打ち勝ってSCを苦戦させている商店街 <p>③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) ・ノードストロー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年代のダウントウンをイメージするデザインを取り入れる。専門店の西海岸での新業態進出の拠点となる。 <p>④ハリウッド&ハイランドセンター</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態:スペシャリティセンター ・アカデミー賞の授賞式の会場で有名なドルビーシアターを中心に物販・飲食店舗が集積するインバウンド・観光志向のSC。

日次	日付	滞在都市名	発着時間	交通機関	研究視察内容
2 日 目	10月26日 (金)	ロサンゼルス (ロサンゼルス泊)	ホテル帰着 (18:30)	専用バスで 視察 (終日視察)	<p>⑤ジ・アメリカーナ・アット・ブランド</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態:タウンセンター型ライフスタイルセンター ・ザ・グローブと同様のカルーソー社が開発する商業・住宅の複合開発。2013年秋にノードストローム百貨店が開業し、物販力の強化を図る。 <p>⑥グレンデール・ギャラリア</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態:RSC ・デッドモール化ししつつあったSCが、隣接するジ・アメリカーナ・アット・ブランドと一体化することにより再生したRSC。 <p>⑦ザ・ポイント</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態:ライフスタイルセンター ・2015年7月開業のライフスタイルセンター。テーマセンター志向で、飲食を中心に店舗構成。 <p>⑧ウエストサイド・パビリオン</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態:デッドモール化したRSC ・ノードストロームが退店(近くのセンチュリーシティへ移転)して、デッドモール化している過渡期業態の2核1モール型RSC。
3 日 目	10月27日 (土)	ロサンゼルス (ロサンゼルス泊)	ホテル出発 (09:45)	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。全米1の売上高を誇るSC。 <p>②ファッション・アイランド</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態:タウンセンター型ライフスタイルセンター ・サウスコースト・プラザと競合するオープン型SRSC。ノードストローム百貨店を核店舗に、さらにオーガニックSSMのホールフーズを加えて物販強化を図り、外向き型RSCに脱皮。 <p>③ザ・ラボ&ザ・キャンプ</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アーバイン・スペクトラム・センター</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態:SRSC(オープン) ・エンターテインメント型SCとして開業し、次第に物販を強化する。現在はエンターテインメント型SRSCとなる。 <p>⑤サウスベイ・ギャラリア</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態:デッドモール化したRSC ・ノードストロームとシアーズが退店し、その跡にコールズ(不適合核店)や恐竜館(催事)を導入しているデッドモールのSC。 ・ホテルを中心とした複合開発を検討中。 <p>⑥アナハイム・パッキングハウス</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態:テーマ型フードモール ・古き良き歴史ある建物を活用し、バラエティ豊かな飲食店や食物販が入るフードモールとして再生したテーマ型フードモール。

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(7核エンクロード型SC。全米最大の売上高のSC) ②ウエストフィールド・トパンガ(ウエストフィールド社の買収以降は、リニューアルによりSCのポジショニングアップを図る) ③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) ④ファッション・アイランド(地中海風ガーデンを居心地プレイスとしたRSC) ⑤アーバイン・スペクトラム・センター(エンターテインメントを基軸としたRSC)
2)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نز・アット・カラバサス(地元ディベロッパーにより開発・所有・運営される小型ライフスタイルセンター。市役所、図書館を隣接し街の中心地となる) ②ザ・グローブ(ノードストローム百貨店を核店舗に、専門店50店舗から構成される。1920年代のLAダウントウンをデザインテーマにメインストリートが造られる。新業態の西海岸出店SCでもある) ③ザ・ポイント(飲食とサービスを主力とするオープンエアモールのライフスタイルセンター) ④ザ・ヴィレッジ(RSCトパンガの隣接地にあるオープンエアモールの街並み型ライフスタイルセンター)
3)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(市の中心市街地として、行政がディベロッパーを誘致、開発した事例。文化センターや図書館などの公共施設を複合し、環境デザインも自然発生的な街並みを醸成する) ②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) ③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) ④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)
4)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。50兆円のウォルマートの基軸業態) 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。外食から内食・中食へ波及した食業態) ⑤トレーダージョーズ(ニューポピュラー層をターゲットとする低価格・こだわりのSM) ⑥グラント・セントラル・マーケット(ダウントウンの再開発で、評判の飲食店を導入してLAの食文化スポットとして評判の高いフードマーケット) ⑦アナハイム・パッキングハウス(古き良き建物を活用し、バラエティ豊かなフードモールとして再生)
5)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) ②コールズ(百貨店とGMSの融合した業態)
6)価格志向とエンターテインメントが一体化したバリューセンター	<ul style="list-style-type: none"> ①ウッドベリー・コモン・プレミアム・アウトレット(旧チェルシー社、現サイモン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) ②オンタリオ・ミルズ(ミルズ型SCと呼ばれ、廉価性にエンターテインメントを一体化したサーキットモール型のSC) ③ジャージー・ガーデンズ(アウトレットストア、バリュー専門店、エンターテインメントが一体化した1,000億円の売上高のSC) ④バーゲン・タウンセンター(百貨店のアウトレットが勢ぞろいし、バリュー志向の専門店と一体化したエンクロード型SC)
7)デッドモールの業態	<ul style="list-style-type: none"> ①ウエストサイド・パビリオン(競争SCにノードストロームを引き抜かれ、大苦戦している過渡期業態のSC) ②サウスベイ・ギャラリア(核店が2店退店した後に不適合な核店を導入して大苦戦しているSC)
8)スペシャリティストア(専門店・飲食店)	<p>チョコズ、コンテナストア、クレート&バレル、ルーシー、アメリカンガールズ、アップルストア旗艦店、ノードストローム、メイシーズ、JCペニー、シアーズ、ニーマンマーカス、ターゲット、バーグドーフグッドマン、チーズケーキファクトリー、PFチャン、ノードストロームラック、ラストコール等のRSC、パワーセンター、ライフスタイルセンターのテナント</p>

研究視察の趣旨

テーマ		視察・研究の内容
第一のテーマ	経済の変化に常に対応して発展しているアメリカの流通業の底力の研究	<p>アメリカの流通業は、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<u>バリュー業態</u>(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<u>エンターテインメント</u>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<u>ライフスタイルセンター</u>が発展しました。</p> <p>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、アメリカは経済の成長と停滞という二極化の中で各流通業は互いに創意工夫し、生き残り勝ち残りをかけて進化しています。</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46,000ヶ所立地(コンビニエンスセンターを含めると11万ヶ所以上)しています。日本の3,200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。そして、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</u>がどのようになっているのかを解説します。このアメリカの棲み分けの考え方の中には、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。</p>
第三のテーマ	ニューモダン消費に対応した新業態の視察・研究	<p>アメリカや日本では、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>モノ離れ</u>(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<u>ポストモダン・ニューモダン消費への対応型業態</u>が出現しています。そこから、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います。例えば、アメリカでは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いきません。そこで、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</u>の素晴らしさを解説します。</p>
第五のテーマ	デッドモール化の実態とネット通販に対応した次世代型SCの視察・研究	<p>アメリカのRSCにおいて、経年劣化及びネット通販により過渡期業態化(時代対応できていない業態)したSCは淘汰または長期低落化しています。この流通先進国における<u>デッドモール化のメカニズム</u>ならびにネット時代に対応した<u>次世代型SC</u>について解説します。</p>

ダイナミック海外流通研究視察ツアーの特徴

1. アメリカのショッピングセンター業態の種類と、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より研究・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. アメリカの商業業態のフルコースを研究・視察し、各業態の実態と特徴を学びます（SC及び業態を今回視察中に40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、地に足の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、バス移動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、できるだけ身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において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。

研修会	場 所	日 時	講 師	内 容
第1回	成 田 空 港	10月25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を学ぶポイントを解説
第2回		10月25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・SCの動向と強さのメカニズムを解説
第3回	ロサンゼルス	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)	アメリカの流通・SC・専門店の動向①
第4回	ロサンゼルス	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)	アメリカの流通・SC・専門店の動向②
第5回	ロサンゼルス	10月28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)	アメリカの流通・SC・専門店の動向③
第6回	ニューヨーク	10月30日 [8:00~9:30]	Cho Suzumura (GWest Architecture, LLC)	アメリカの流通・SC・専門店の動向④
第7回	ニューヨーク	10月31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)	アメリカの流通の動向から近未来の日本の流通・SCを学ぶ

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。
アメリカでの業界実務家との研修会	3ヶ所を予定	<p>■ディベロッパーへのインタビュー SCマネージャーなどへのインタビュー (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 ・ネット時代における対策手法

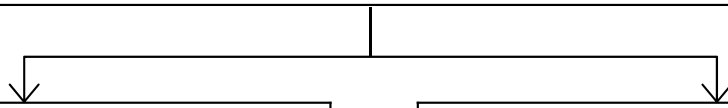
アメリカ視察研究資料	出発1週間前にお送りします。	アメリカにおける流通業界・SCの現状、日米の流通比較、研究視察におけるポイント等を整理してお送りします。
------------	----------------	--

アメリカの流通を学ぶポイント

アメリカの流通は、視察のみでは「**記憶に残るノウハウ**」（**見て学ぶノウハウ**）の取得にはなりません



アメリカの流通の過去から現在さらに近未来までの**成功・失敗のメカニズムを解明**することが、アメリカという**流通のノウハウの宝庫**を見て学ぶこととなります



アメリカの流通を学ぶ**第1の理由**

なぜ成功し、なぜ失敗するのかのメカニズムをノウハウとして“見て学ぶ”ことです

アメリカの流通を学ぶ**第2の理由**

世界の最先端を歩むアメリカの流通の最新業態・専門店を知識として“見て学ぶ”ことです



それにより、日本の近未来の「**デッドモール化の中での次世代型SCのあり方**」「**モノ離れ後のSCのあり方**」「**流通成熟期のSCのあり方**」が見えてきます



まさに、「**見て学ぶ**」を**コンセプト**とするアメリカ流通の視察・研究です

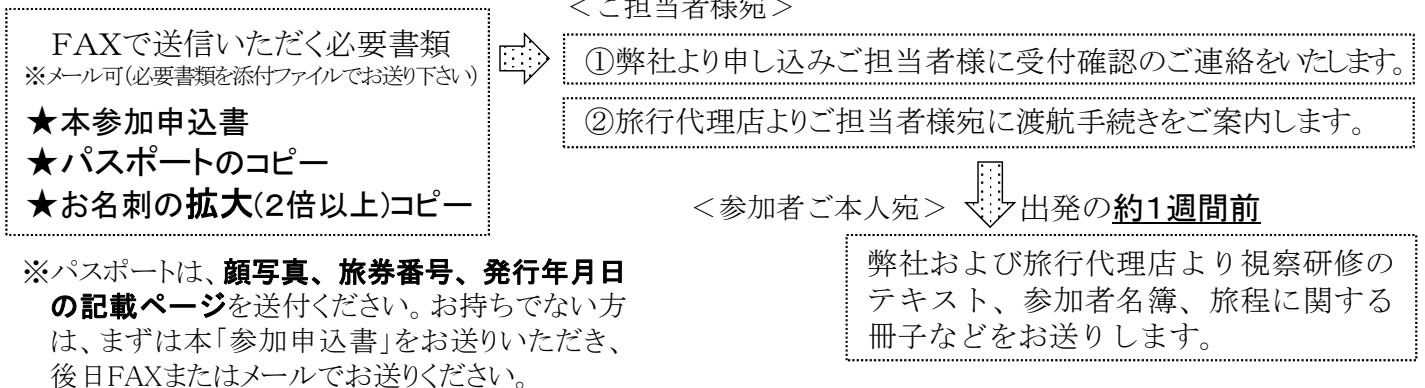


すなわち、**日本の流通を熟知しかつアメリカの流通のメカニズムを最も知る**コンサルタントがコーディネートする視察・研究です

募 集 要 項

1	期 間	2018年10月25日(木)～11月2日(金)	
2	代 金	700,000円 (エコミークラス、ホテル1室2名利用) ・1人部屋利用は追加料金(7泊分 135,000円)が必要です。 ・ビジネスクラスは追加料金(国際線往復480,000円)が必要です。 ※各地から成田空港への乗継便は旅行代理店で手配可能です(別途料金)。	
3	募集人員	30名	
4	締め切り	2018年9月14日(金)	
5	代 金 に 含まれるもの	①航空運賃(成田空港起点での国際線および米国内での国内線、エコミークラス) ②宿泊料金(1室2名利用) ③食事(全朝食および夕食2回) ④視察(専用バスによる視察費用、訪問にかかる費用) ⑤セミナー・資料にかかる費用 ⑥添乗員費用 ⑦成田空港施設利用料、現地航空税、出入国税、出国手続き費等 ⑧燃油サーチャージ ※燃油サーチャージ等に変動があっても、代金の増減はありません。	
6	代 金 に 含まれない もの(例示)	①ビジネスクラス 国際線往復 480,000円 ②一人部屋の追加料金7泊分 135,000円 ③手荷物超過料金 ④成田空港行き帰りの国内交通費 ⑤個人的性格の費用(飲食代、電話代、FAX代など) ⑥傷害、疾病に関する医療費 ⑦任意の海外旅行傷害保険料	
7	取 消 料	①旅行開始日の前日から起算し30日前から15日前に当たる日までに解除した場合	代金の20%
		②旅行開始日の前日から起算し14日前から4日前に当たる日までに解除した場合	代金の30%
		③旅行開始日の3日前以降から前日までの解除の場合	代金の50%
		④旅行当日及び開始後に解除した場合または無連絡不参加の場合	代金の100%

【お申し込みの流れ】



〔ツアーに関するお問い合わせ〕

株式会社ダイナミックマーケティング社 南(みなみ)まで

〒531-0062 大阪市北区長柄中2-5-44

TEL 06-6353-6666 FAX 06-6356-1663

メールでのお申込は E-mail: dynamic-tour@dynamic-m.co.jp (ツアー専用E-mail)