

貴社の中で興味のある方にもお渡し下されば幸いです。

好評!! これまで
延べ855名に
ご参加いただ
いています。

第38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業態が林立する
サンフランシスコ

中西部拠点都市である
デンバー

ロハスのメッカ
ボルダー

日本の将来の
都心商業がわかる
ニューヨーク

訪問都市：サンフランシスコ、デンバー、ボルダー、ニューヨーク

旅行期間：2011年(平成23年)6月1日(水)～6月10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4月27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⁺⁴
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⁺⁴
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	

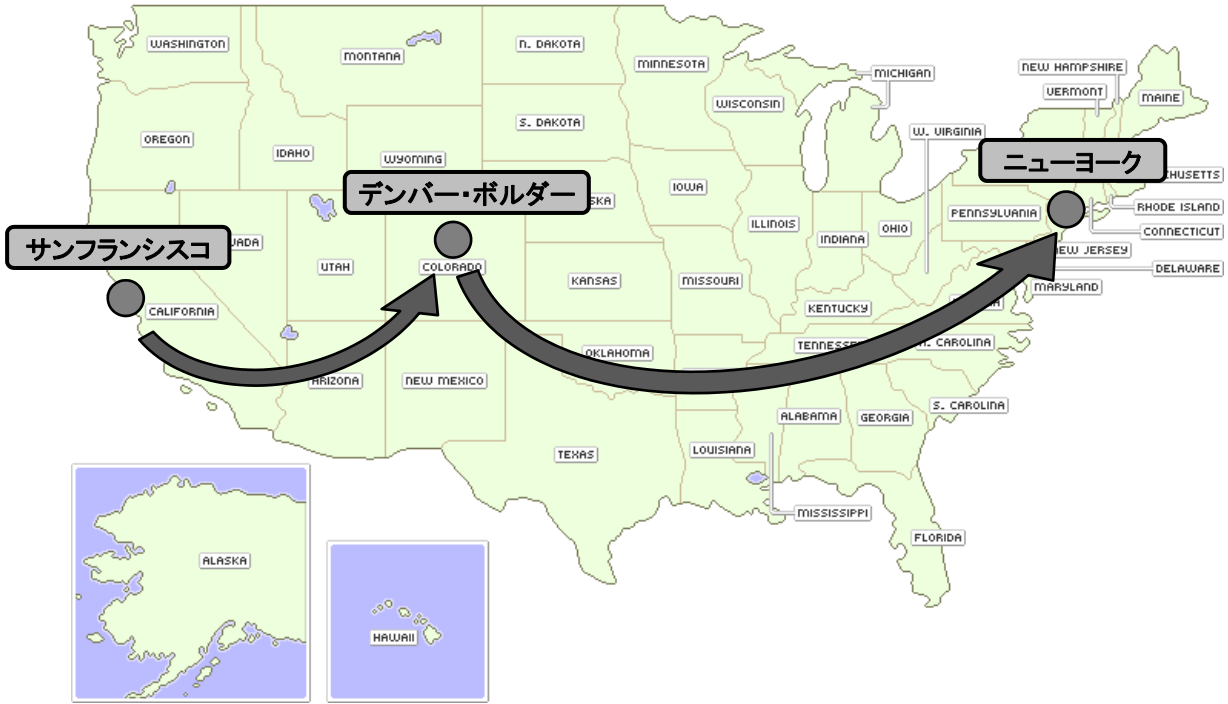
研 究 視 察 の 主 旨

		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
サンフランシスコ	<p>サンフランシスコ都市圏は約700万人で、全米で6番目の都市圏規模です。その中心となる商業地はサンフランシスコの中心街である「ユニオン・スクエア」です。中心市街地では700万人の都市圏で成立する様々な都市型業態を視察します。まず「サンフランシスコ・センター」は大手ディベロッパーのウエストフィールド社により2006年にリニューアルが施され、都心での百貨店が2核の垂直型SCとなり、十分に時間をとり視察をします。また都市型業態ではフードテナントが集積した「フェリービルディング・マーケットプレイス」を視察します。この「フェリービルディング・マーケットプレイス」は歴史的建造物を、商業施設にコンバージョンした事例です。さらに商業中心地の「ユニオン・スクエア」で展開されている都市型百貨店や専門店の旗艦店舗、高級ブティックなどの専門店を視察します。</p> <p>郊外型SCは都市圏南部のシリコンバレー方面ではライフスタイルセンター型SCの「サンタナ・ロウ」を訪問し商業と住宅などが複合した高密度開発を視察し、隣接するエンクローズド型SCの「ヴァリーフェアSC」との棲み分け状況を概観します。都市圏北部ではこれもライフスタイルセンター型SCの「ヴィレッジ・アット・コートマデラ」と「タウンセンター・コートマデラ」の優れたランドスケープを視察します。この2施設はフリーウェイを介して向かい合わせにあり、異なるディベロッパーが運営しており、核店舗の構成の差異からSC間の棲み分けがわかる2施設です。</p> <p>また都市圏北東部のワインの産地で有名な観光地ナパバレーを訪れ、観光地でのアウトレットセンター業態を視察します。</p>
デ ン バ ー	<p>ボルダーを含めたデンバー都市圏は250万人で、地理的にも中西部に位置し拠点都市となっています。</p> <p>デンバーでは中～上グレードで構成された「チェリークリーク・ショッピングセンター」を視察します。核店舗はメイシーズ、ノードストロム、サックス、ニーマンマーカスで構成され、デンバー都市圏でのアップスケールSCとして位置付けられます。郊外型SCでは山岳地帯の地域性をデザインに反映させた「パークメドウズ」を視察し、地域特性のデザインでの活用方法を視察します。またエンクローズドモールとオープンモールをミックスさせた「フラットアイアン・クロッシング」を視察し、モール形態のあり方を視察します。</p> <p>デンバー郊外ではウォルマート社が寒冷地帯での環境対策店舗を出店しています。ここではウォルマート社の旗艦業態であるスーパーセンターの環境対策店舗を視察します。</p>
ボ ル ダ ー	<p>ボルダー(デンバー郊外)は、ロハス(LOHAS)の発祥の地として日本でも知られています。ボルダーでは新旧の店舗がにぎわう中心部のメインストリートと、環境対策の一環でエンクローズドモールからオープンモールへリニューアルにより転換したSCの事例「29ストリート」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」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(デバ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「スチューレオナルド」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	6月1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)	〔 成田空港にて ※旅行説明会を含む 第1回研修会 10:00~11:30 第2回研修会 12:30~14:00 〕
		サンフランシスコ (サンフランシスコ泊)	サンフランシスコ着 (午前) ホテル帰着 (18:30)	着後、専用バスにて視察 (終日視察)	<p>■シリコンバレー～サンフランシスコ都市圏を視察</p> <p>①サンタナ・ロウ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態：ライフスタイルセンター ・商業、ブティックホテル、住宅などの街並み型複合開発。 <p>②ヴァレーフェアセンター</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態：RSC ・サンタナ・ロウに隣接するエンクローズド型RSC。 <p>③スタンフォードSC</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態：RSC ・北カリフォルニアで売場効率の高いオープンエアースC。 <p>④サンフランシスコ・センター</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態：SRSC ・都心型エンクローズドセンター ・ブルーミングデールズが加わり2006年にリニューアル完了。 <p>(全員で食事をとります)</p>
第2日目	6月2日 (木)	サンフランシスコ (サンフランシスコ泊)	ホテル出発 (09:45) ホテル帰着 (18:30)	専用バスにて視察 (終日視察)	<p>(第3回研修会 8:00~9:30)</p> <p>■サンフランシスコ都市圏を視察</p> <p>①ベイストリート</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態：ライフスタイルセンター ・住宅と複合するメインストリート型センター。ジョン・ジャーディーが設計。 <p>②ブロードウェイ・プラザ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態：RSC ・街並みに溶け込むようなオープンエア型RSC。核店舗はノードストロムとメイシーズで、さらに2012年には高級百貨店のニーマン・マーカスが追加される予定。 <p>③ヴィレッジ・アット・コーテマデラ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態：RSC ・オープンエアの2核1層RSC。ランドスケープなどの環境面に力を入れる。 <p>④タウンセンター・コーテマデラ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態：NSC型ライフスタイルセンター ・ヨーロッパのメインストリートのようなNSC型ライフスタイルセンター。 <p>⑤フェリービルディング・マーケットプレイス</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態：スペシャリティーセンター ・歴史的建築物をコンバージョンし、グルメ食品テナントを中心に構成する。

日次	日付	滞在都市名	発着時間	交通機関	研究視察内容
第3日目	6月3日 (金)	サンフランシスコ (サンフランシスコ泊)	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 (終日視察)	(第4回研修会 8:00～9:30) ■ナパバレー周辺を視察 ①ナパ・プレミアム・アウトレット ・業態：アウトレットセンター ・チェルシー社が開発する小型センター。店舗数50店舗の観光地型アウトレットセンター。 ②オーバスワン・ワイナリー ・業態：ワイナリー ・スーパープレミアムワインの火付け役となったワイナリー。建築家スコット・ジョンソンが設計。 ③ナゲット・マーケット ・業態：グルメSM ・サクラメント周辺で展開する高感度グルメ食品スーパー。 ④ユニオンスクエア周辺
第4日目	6月4日 (土)	デンバー (デンバー泊)	サンフランシスコ発 (午前) デンバー着 (午前) ホテル帰着 (18:30)	デルタ航空 (予定) 着後、専用バスにて視察 (半日視察)	■デンバー都市圏を視察 ①ウォルマート・スーパーセンター環境対策店 ・業態：スーパーセンター ・ウォルマート社のDS+SMの旗艦業態。寒冷地帯での環境対策店舗を視察。 ②コロラド・ミルズ ・業態：バリューセンター ・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。 ③フラットアイアン・クロッシング ・業態：SRSC ・エンクローズドとオープンエアーを複合させたハイブリッド型SC。 ④パークメドウズ ・業態：SRSC ・地域特性をデザインに取り入れた、山岳ロジ風のSRSC。
第5日目	6月5日 (日)	ボルダー (デンバー泊)	ホテル出発 (09:45) ホテル帰着 (18:30)	専用バスにて視察 (終日視察)	(第5回研修会 8:00～9:30) ■デンバー～ボルダー都市圏を視察 ①パールストリート ・業態：メインストリート ・ボルダーの中心市街地を視察。地元店舗とナショナルチェーンでほどよく構成されたメインストリート。 ②29ストリート ・業態：RSC型ライフスタイルセンター ・古いRSCをオープンエアーのストリートモールへ転換。 ③ノースフィールド・ステイプルトン ・業態：SRSC型ライフスタイルセンター ・ステイプルトン空港跡地の再開発。LEED認定を受けた大型ライフスタイルセンター。 ・メイシーズ、バスプロショップス、スーパーターゲットを核店舗に組み入れる。 ④チェリークリークSC ・業態：SRSC ・デンバー都市圏で代表的なアップスケールSRSC。 ・ニーマンマーカス、サククス、ノードストローム、メイシーズが核店舗。

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	6月6日 (月)	ニューヨーク (ニューヨーク泊)	デンバー発 (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प्ス・アット・コロンバスサークル</p> <ul style="list-style-type: none"> ・業態：〔都市型スペシャルティセンター〕 ・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。 <p>②SOHO</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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&デルーカ本店、無印良品SOHO店など。
第7日目	6月7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 (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：〔スペシャルティセンター〕 ・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、アバクロンビ旗艦店、サックス、バードドーフグッドマンなど。 (以下、自由視察) ・トイザらス世界旗艦店、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	6月8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 (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・レオナルズ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・〔広域型スーパーマーケット〕 ヨンカーズ市 ・製造加工型巨大マーケット <p>②パリセイズ・センター</p> <ul style="list-style-type: none"> ・〔パワーモール〕 ウェスト・ナイアック市 ・4層エンクローズドの巨艦型SC ・百貨店、専門店、カテゴリーキラー等多様な業態が入居 <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"> ・〔アウトレットセンター〕 セントラルバレー市 ・チェルシー社最大規模のアウトレットセンター ・4期に分けて拡大 <p>(全員で食事をとります)</p>
第9日目	6月9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	6月10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	6月1日 [10:00～11:30]	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・SCを学ぶポイント
第2回		6月1日 [12:30～14:00]	六車 秀之 <small>(ダイナミックマーケティング社 代表)</small>	アメリカの流通を解説
第3回	サンフランシスコ	6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SCの動向と強さのメカニズムを解説
第4回	サンフランシスコ	6月3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	デ ン バ ー	6月5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	6月7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	6月8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・サンフランシスコセンター(サンフランシスコ都心での2核リージョナル型SC。ノードストロム百貨店に全米で2番目の店舗面積のブルーミングデールズが加わり、SC全体では全米9位の高い売場効率となる) ②ヴァレーフェアSC(ライフスタイルセンターに隣接するエンクローズド型センター。ライフスタイルセンターとの棲み分け方法を視察) ③ブロードウェイ・プラザ(2核のオープンエア型SC。周辺の街並みに溶け込むようなSC形態) ④パークメドウズ(山岳地帯の地域性を活かしたロッジ風の内装デザインを施したエンクローズド型SC) ⑤ノース・フィールド(空港跡地の再開発。環境に配慮した建築物であるLEED認定を受けたSC) ⑥チェリークリークSC(デンバー都市圏での歴史あるSC。ニーマン、サックス、ノードストロム、メイシーズと中～上グレードの核店舗で構成される) ⑦パリセイズ・センター(百貨店、DS、HC、ホールセールクラブなど様々な業態で構成される巨大SC)
②話題の アウトレットセンター の視察	<ul style="list-style-type: none"> ①ナパ・プレミアム・アウトレット(チェルシー社による50店舗の観光地型アウトレットセンター) ②コロラド・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) ③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ヴィレッジ・アット・コーテマデラ(百貨店2核で構成されたライフスタイルセンター) ②タウンセンター・コーテマデラ(ヨーロッパのメインストリートのような商環境の小型ライフスタイルセンター) ③29ストリート(エンクローズドモールをリニューアルでオープンエアにした、ストリートタイプのセンター) ④ノースフィールド・ステイプルトン(空港跡地を大型ライフスタイルセンターにしたプロジェクト)
④ まちづくり型SC の視察	<ul style="list-style-type: none"> ①サンタナ・ロウ(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) ②ベイストリート(工場跡地を商業と住宅にした複合型再開発SC) 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) 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) 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ナゲットマーケット(アップスケールなグルメ・スーパーマーケット)
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トイザらス(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