

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916名の方にご参加いただいています。

第40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
サンフランシスコ

アメリカ中西部の拠点都市
シカゴ

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、シカゴ、ニューヨーク

旅行期間：2012年(平成24年)6月6日(水)～6月15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(51,000円予定)を含む。

航空会社の規定が厳しくなり、締め切りは4月25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⁺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	
	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リテイル		—	—	—	萌芽期	成長期	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	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
		eリテイル		—	—	—	萌芽期	成長期	成長期

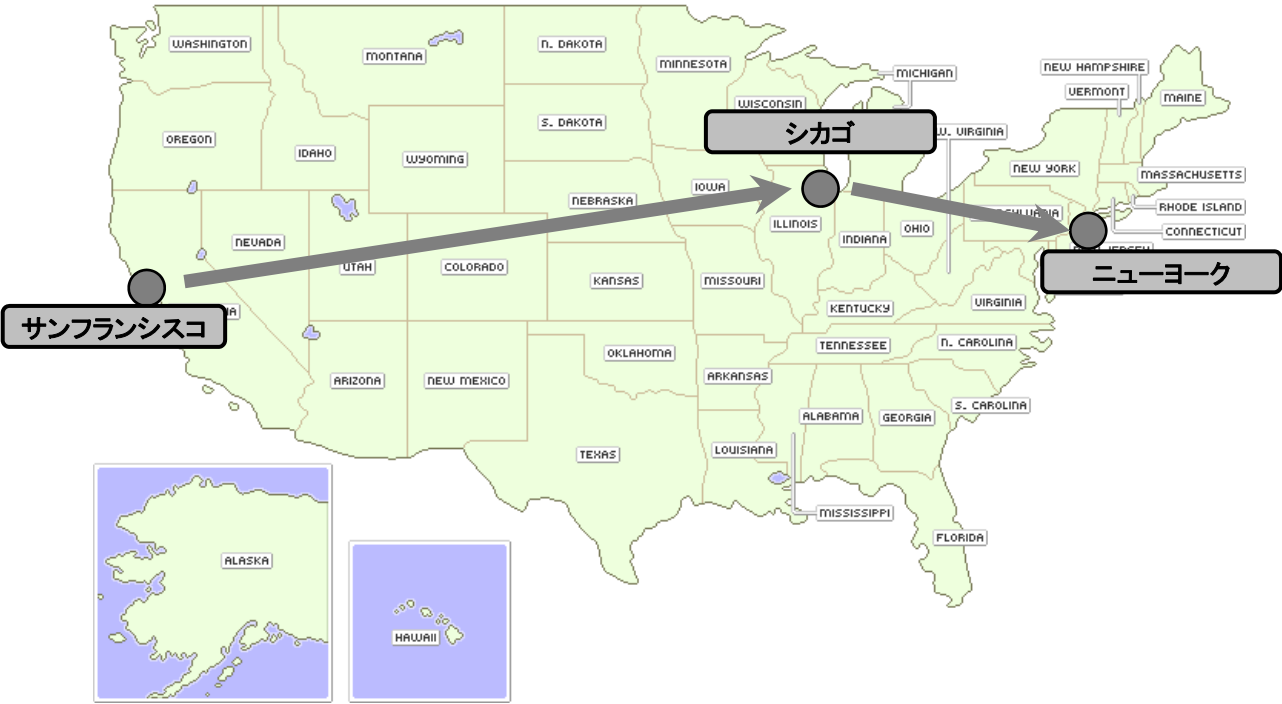
研 究 視 察 の 主 旨

		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協議審査委員 (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～) ・大阪市交通局駅構内事業審査会委員 (2011)

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>サンフランシスコは700万人の都市圏を形成し、全米で6番目の大都市、西海岸ではロサンゼルスに次ぐ拠点都市です。SC業態も多種多様で、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>[都心地域]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ユニオンスクエア周辺の、都心型百貨店、高級ブランドショップ群。 ・百貨店が2核店舗となる都心型SC「サンフランシスコセンター」。 <p>[サウスベイ=シリコンバレー周辺地域]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・街づくり型複合開発の「サンタナ・ロウ」と、これに隣接する王道型SRSC「ヴァレーフェア」を対比しながら視察します。 <p>[イーストベイ地域]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・住宅と複合したライフスタイルセンター「ベイ・ストリート」。 ・郊外の成熟化に応じて高級百貨店を導入する「ブロードウェイ・プラザ」。 <p>[ノースベイ地域]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・富裕層が多いエリアでのライフスタイルセンター型NSC「ヴィレッジ・アット・コーテマデラ」などを視察します。
シカゴ	<p>シカゴはアメリカ中西部最大の拠点都市で、900万人の都市圏人口を有します。ニューヨークにつぐ経済・金融都市で、鉄道、海運、航空などの交通の要衝でもあります。シカゴでは、都心商業地区の「ノースミシガン・アベニュー」と郊外部の商業エリアを視察します。</p> <p>[都心商業]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「ウォータータワー・プレイス」、「ノースブリッジ」などの百貨店が核店舗となる都市型SCを視察します。 <p>[郊外商業]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中西部最大規模の5核エンクローズドモール「ウッドフィールド・モール」。 ・ディベロッパーはアップスケールSCを得意とするトープマン社。 ・オープンエア型のアップスケールRSC、「ウエストフィールド・オールド・オーチャード」を視察します。
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、「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「パリセイブ・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	6月6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>
		サンフランシスコ	成田発(午後)	サンフランシスコ着 (午前)	到着後、 専用バスで視察 (終日視察)
第 2 日 目	6月7日 (木)	サンフランシスコ	ホテル出発 (09:45)	専用バスで視察 (終日視察)	<p style="text-align: center;">(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 ・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> <p>②ブロードウェイ・プラザ ・街並みに溶け込むようなオープンエアースC。核店舗はノードストロムとメイシーズで、さらに2012年春には高級百貨店のニーマン・マーカスが追加予定で、RSCのポジショニング転換が図られる。</p> <p>③ヴィレッジ・アット・コーテマデラ ・オープンエアーの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> <p>④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NSC型ライフスタイルセンター。</p> <p>⑤フェリービルディング・マーケットプレイス ・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。食品テナント集積の成功事例。ローカルテナントを中心に構成される。</p>
		(サンフランシスコ泊)	ホテル帰着 (18:30)	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	6月8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)	専用バスで視察 (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 ・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オーパスワン・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 ・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。9店舗程度の地元チェーン食品スーパー。 ④ユニオンスクエア周辺 (各自視察) ・メイシーズ、ニーマンマーカス、サックスなどの百貨店。 ・高級ブランドショップ群、ナショナルチェーンの旗艦店など。
第4日目	6月9日 (土)	シカゴ (シカゴ泊)	サンフランシスコ発 (午前) シカゴ着 (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)	■シカゴ着後、シカゴ市内を視察 ①ウォータータワー・プレイス ・シカゴ市内で最も売上の高い7層のアーバンモール。メイシーズとアメリカンガールの大型店が核店舗となり、100程度の専門店により構成される。 ②900ノースミシガン ・6層の都心型モール。ブルーミングデールズが核店舗となる。 ③ザ・ショッप्ス・アット・ノースブリッジ ・ノードストロムが核店舗となる3層の都心型モール。
第5日目	6月10日 (日)	シカゴ (シカゴ泊)	ホテル出発 (09:45) ホテル帰着 (18:30)	専用バスで視察	(第5回研修会 8:00~9:30) ■シカゴ郊外を視察 ①ウッドフィールド・モール ・中西部最大規模の5核のエンクローズドモール。トープマン社の代表的なSC。 ②オークブルック・センター ・オープンエアーのアップスケールSC。ニーマンマーカスからシアーズまで幅広いターゲットを対象とする。 ③プロムナード・ポーリングブルック ・オープンエアーのライフスタイルセンター型RSC。メイシーズとバスプロショップスが核店舗となる。 ④ウエストフィールド・オールド・オーチャード ・2002年にウエストフィールド社が買収したオープンエアーのRSC。核店舗はノードストロム、ブルーミングデールズ、メイシーズ、ロード&テイラーの4核に、170店舗の専門店が構成される。

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	6月11日 (月)	ニューヨーク (ニューヨーク泊)	シカゴ発 (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)	■ニューヨーク着後視察 ①レゴ・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。 ②ショpps・アット・コロンバスサークル ・タイムワー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	6月12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)	(第6回研修会 8:00~9:30) ■マンハッタン内を視察 ①チェルシーマーケット ・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。 ②5番街~マディソン街(各自視察) ・アップル世界旗艦店、アバクロ旗艦店、サックス、バグドーフグッドマンなど ③イーターリー ・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	6月13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)	(第7回研修会 8:00~9:30) ■ニューヨーク郊外を視察 ①スチュレオナルズ ・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。 ②パリセイズ・センター ・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。 ③ウッドベリー・コモン・プレミアムアウトレット ・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。 ④バーゲン・タウンセンター ・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。 (全員で食事をとります)
第9日目	6月14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	6月15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 業界実務家との研修会	2～3ヶ所を 予定	■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6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		6月6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	サンフランシスコ	6月7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	サンフランシスコ	6月8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	シ カ ゴ	6月10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	ニューヨーク	6月12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	ニューヨーク	6月13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サンフランシスコ・センター(ノードストロムとブルーミングデールズの百貨店2核により構成される都市型SC。) ②ウエストフィールド・ヴァレーフェア(サンノゼ地域最大のエンクローズド型RSC。街づくり型SCのサンタナロウに隣接し、棲み分けを視察。) ③ブロードウェイ・プラザ(1951年に開業し、周辺居住者の成熟化に対応し、SCのポジショニングの変遷を図る。2012年春には高級百貨店ニーマンマーカス加わる予定。) 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	<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観光地型アウトレットセンター。ワイナリーへの観光客を誘致する。) 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)
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"> ①タウンセンター・コーテマデラ(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プロムナード・ボーリングブルック(2007年開業の百貨店と大型アウトドアショップが核店舗となる大型ライフスタイルセンター。2000年代開業の典型的な大型オープンエアセンター。)
④まちづくり型SC の視察	<ul style="list-style-type: none"> ①サンタナロウ(ブティックホテル、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の秀作。) ②ベイストリート(商業、住宅などが複合したコンパクトなまちづくり型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"> 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