

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804名を超える方に参加いただいています。

## 第36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

理想的な  
ライフスタイルセンターと  
勝ちパターン百貨店の  
ノードストロム  
シアトル

最も住みたい街No.1で  
都心と郊外商業が  
見事に棲み分けている  
ポートランド

全米最大の  
モール・オブ・アメリカ  
がある  
ミネアポリス

日本の将来の  
都心商業がわかる  
ニューヨーク

訪問都市：シアトル、ポートランド、ミネアポリス、ニューヨーク

旅行期間：2010年(平成22年)6月2日(水)～6月11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、お早めにお問い合わせいたします。

### 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<sup>+4</sup>

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<sup>+4</sup>  
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(アメリカの百貨店や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、独特の解説・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6回予定しています。

## 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7万ヶ所以上)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	アメリカで勝ち残っている都心商業を視察・研究	<p>日本では衰退する都心商業を活性化させるために、中心市街地の活性化が言われています。</p> <p>アメリカでは、これまでの業態の多様化の歴史は、郊外商業と都心商業の歴史でもあります。</p> <p>今回は、勝ちパターンの都心商業と崩壊した都心商業の双方を視察し、特にアメリカで<u>勝ち残っている都心商業のポイントの研究</u>をします。</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させていただきます。</u></p>

## コーディネーターのプロフィール

<p><b>六車 秀之</b> (総合コーディネーター)</p>	<p>(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・リニューアル業務が中心。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いる。またSCの長期繁栄のための原理・原則を着々と確立し、ノウハウに基づく指導を行っている。</p> <p>&lt; 著書 &gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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)</li> <li>・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)</li> <li>・ライフスタイルセンターの構築(同文館出版)</li> </ul>
<p><b>郷田 淳</b></p>	<p>(株)ダイナミックマーケティング社 国際事業部長                  ダイナミック海外視察ツアーの企画を担当し、アメリカを中心とした海外のSC・流通を探求。海外の情報を活かし、ディベロッパーには企画・コンサルティング、行政には商業からの街づくりを指導している。</p> <p>&lt; 経歴 &gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・大阪市フェスティバルゲートあり方検討会議委員(～2006.12)</li> <li>・大阪市境川用地事業提案競技審査委員(2006.12～2007.4)</li> <li>・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)</li> <li>・香川県宇多津町産業政策戦略会議委員(2009.4～)</li> </ul>

## 訪 問 都 市



訪 問 都 市 の 見 どころ

訪問都市	特 徴
シアトル	<p>シアトルはアメリカ西北部に位置し、自然に恵まれ美しく、日本人が好む都市です。商業的には多くのアメリカの都市の例に漏れず、中心市街地は郊外商業に切り崩され、コンパクトな中心市街地が形成され、郊外SCが基軸となっています。</p> <p>中心市街地(ダウントウン)は「ノードストローム」の本店を街の核として、「パシフィックプレイス」や「ウエストレイクセンター」の都市型SCとストリート型の街区である「5thストリート」、さらにはフェスティバルセンターの「パイク・プレイスマーケット」から成り立っています。</p> <p>郊外には多様なSCが立地しており、代表的なライフスタイルセンターである「ユニバーシティ・ビレッジ」、エンクローズドモールのRSCにオープンエアモールのシネマコンプレックスやライフスタイルセンターを増床付加した「アルダーウッド・モール」、都市型再開発・複合開発の「ベルビュー・スクエア」を視察します。さらに、マウンテン・スポーツメガストアの「RIE」も視察します。</p>
ポートランド	<p>ポートランドはアメリカで最も住みたい街No.1であり、料理人が店を出したいNo.1の都市でもあります。ポートランドは一言で言うと、中心市街地はヨーロッパ、郊外はアメリカという2つの性格の異なる商業形態で成り立っています。</p> <p>中心市街地は、都市型SCである「パイオニア・プレイス」とノードストロームを中心としたストリート型の街区、その中に「パイオニア・コートハウス・スクエア」の公園風広場があります。また、ソーホー風の「パール・ディストリクト」などの新しい街区があります。</p> <p>郊外には多様なSCが立地していますが、副都心立地に位置するSCとして「ロイドセンター」、まちづくり型SCであるタウンセンターの「ブリッジポート・ビレッジ」、アウトレットセンターの「ウッドバーン・カンパニーストア」を視察します。さらに、食品業態で最強の最寄業態である「ウォルマート・スーパーセンター」と、オーガニックとグルメを融合させた郊外バージョンのデパチカ業態の「ホールフーズマーケット」を視察します。</p>
ミネアポリス	<p>ミネアポリスはアメリカ中央・北部に位置し、商業的に超有名な「モール・オブ・アメリカ」が立地する都市です。モール・オブ・アメリカは世界最大の全天候型SCで、核店4店と専門店520店舗、そしてサーキットモール(一周800m)の中央には巨大な屋内遊園地(本格的な水族館も含まれている)で複合化されています。</p> <p>また、世界最古のエンクローズドモールの「サウスデール・モール」、ワンランク下の「リッチデール・ショッピングセンター」やアウトドアのメガストア「カベラス」を視察します。</p> <p>ミネアポリスのダウントウンは、郊外のSCに切り崩されたコンパクトな商業街区ですが、トランジットモールと呼ばれる歩行者専用道路や、高層オフィスビルがスカイウェイによって連結されて空中移動を可能にし、中心市街地は歩けるストリートを形成しています。</p>
ニューヨーク	<p>ニューヨークは世界都市で、不夜城の「タイムズスクエア」を中心点として街並み及び都市が形成されています。中心市街地は「五番街」や「SOHO」の2大街区で、性格の異なる中心市街地の特性を視察します。</p> <p>ニューヨークはストリート型街区が中心ですが、都市型SCとして「ザ・ショップス・アット・コロンバス・サークル」が立地しており、核店舗として「ホールフーズの旗艦店」(デパ地下風オーガニックとグルメの融合業態)が位置しています。話題の「ミートパッキング・ディストリクト」にある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」も視察します。</p> <p>郊外は多様なSCが立地していますが、百貨店からカテゴリーキラーまで導入されている「パライゼズ・センター」、アウトレットセンターの中で世界一のテナント数と売上を誇る「ウッドベリー・コモンス」、さらには、食品業態でありながら唯一の広域商圏対応の「スチューレオナルズ」(製造小売かつファーマーズマーケット型のSM)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	発着/滞在都市名	時間	交通機関	研究視察内容
第 1 日 目	6月2日 (水)	<各地から成田> <全員出発> 成田空港出発	(午後)	アメリカ系航空 (予定)	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: auto;">                     第1回研修会 10:30~12:00                      第2回研修会 13:00~14:30                      成田空港にて ※旅行説明会を含む                 </div>
		シアトル	シアトル着 (午前)	着後、専用 バスにて視察 (一日中視察)	■シアトル都市圏を視察 ①サウスセンター・モール ・[リージョナル・モール] ・エンクローズドの1モール型SCに、さらに1モールを加え、レーストラック型モールへリニューアル。 ・専門店数240店舗、フードコートはアップスケール業態へ転換を図っている。 ②アルダーウッド・モール ・[リージョナルモール] ・エンクローズドSCにシネマコンプレックスとライフスタイルセンターのオープンエアモールを複合させたハイブリッド型SC ③ユニバーシティ・ビレッジ ・[ライフスタイルセンター] ・自然発生的な街並みのような真正ライフスタイルセンター。CSCを見事ライフスタイルセンターに再生 ④バイク・プレイスマーケット ・[観光市場] ・スターボックスやシュラターブルの発祥の地 (全員で食事をとります) [シアトル泊]
第 2 日 目	6月3日 (木)	シアトル	ホテル出発 (09:45)	専用バスにて 視察 (一日中視察)	(第3回研修会 8:00~9:30) ■シアトル都市圏を視察 ①ベルビュー・スクエア ・[複合開発] ・SRSCを核とする複合開発。 ・ホテル2棟(ウェスティン、ハイアット)、オフィスビルなどを複合する ・ノードストロームの郊外店舗を徹底研究 ②ノードストローム本店 ・日本の百貨店のモデルとなる業態 ③パシフィック・プレイス ・ノードストロームを核とする都市型SC ④REI ・山岳アウトドアスポーツ用品REI本店 [シアトル泊]
第 3 日 目	6月4日 (金)	ポートランド	シアトル ~ポートランド	バスにて移動  専用バスにて 視察 (一日視察)	(第4回研修会 8:00~9:30) ■シアトルからポートランドまで視察をしながら移動 ①ウォルマート・スーパーセンター ・スーパーセンターは最強の最寄業態 ・建物外観を地域特性として取り入れたプレーリー様式で、地域に配慮した店舗 ②ロイド・センター ・[RSC] ・1960年に開業したスケートリンクをセンターコートに設けたSC ③パイオニア・プレイス ・都市型SCと都市広場が一体となり街区を形成 [ポートランド泊]

日次	日付	発着/滞在都市名	時間	交通機関	研究視察内容
第4日目	6月5日(土)	ポートランド (ポートランド泊)	ホテル出発(9:45)  ホテル帰着(18:30)	専用バスにて視察 (一中視察)	(第5回研修会 8:00~9:30) ■ポートランドを視察 ①ブリッジポート・ビレッジ ・[小型タウンセンター] ・ポートランド郊外でのまちづくり型センター ②ホールフーズとREI ・オーガニックSMのNo.1のホールフーズとスポーツメガストアのREIの視察 ③ウッドバーン・カンパニー・ストア ・[アウトレットセンター] ・ポートランド中心街から30分圏内のアウトレットセンター ・ディベロッパーはクレグリアリティ社 ④パール・ディストリクト ・[再開発街区] ・ポートランドで倉庫街をレストラン、店舗にコンバージョンした再開発地区 ・高層住宅も多数建設されている ⑤ポートランド・ダウタウン ・[中心市街地] ・ダウタウンは1.5キロ四方のコンパクトな街 ・公共交通で移動でき、ダウタウンには都市型SCや大学が立地する  [ポートランド泊]
第5日目	6月6日(日)	ミネアポリス (ミネアポリス泊)	ポートランド発(午前) ミネアポリス着(午後)  ホテル帰着(18:30)	アメリカ系航空  専用バスにて視察 (半日中視察)	■ミネアポリス市へ移動 ①モール・オブ・アメリカ ・[SRSC] ・アメリカ最大級の全天候型SC ・核店舗4店、専門店数520店舗、全米最大の屋内遊園地、本格的な水族館を複合している ・隣接地で2倍の面積になるリニューアル計画が進行中  [ミネアポリス泊]
第6日目	6月7日(月)	ミネアポリス (ミネアポリス泊)	ホテル出発(9:45)  ホテル帰着(18:30)	専用バスにて視察 (一日視察)	(第6回研修会 8:00~9:30) ■ミネアポリス都市圏を視察 ①カベラス ・[アウトドアスポーツ] ・ハンティング、フィッシングなどを中心としたアウトドアスポーツの大型店 ・山小屋風の店内はライオン、熊などのレプリカで演出 ②サウスデール・センター ・[RSC] ・全米最古のエンクロードモール ・現在は核店舗が3核 ③リッチデール・ショッピングセンター ・[RSC] ・シアーズ、JPペニー、メイシーズと下~中を対象としたモール ④ミネアポリス・ダウタウン ・[中心市街地] ・トランジットモールと呼ばれる歩行者専用道路により、歩ける市街地を実現 ・高層オフィスビルはスカイウェイにより連結され、空中移動を可能とした ・ダウタウンの中心となるホテル2棟と商業施設が複合したシティセンターを視察  [ミネアポリス泊]

日次	日付	発着/滞在都市名	時間	交通機関	研究視察内容
第7日目	6月8日 (火)	ニューヨーク  (ニューヨーク泊)	ミネアポリス発 (午前) ニューヨーク着 (午後)  ホテル帰着 (18:30)	アメリカ系航空  専用バスにて 視 察 (半日視察)	<p>■ニューヨーク着後、マンハッタン内を視察</p> <p>①ザ・ショpps・アット・コロンバス・サークル ・[都市型モール] ・ホールフーズの都市型旗艦店舗が核店舗として地階に入居 ・高級ホテル、住宅、オフィスとの複合ビルで、建物名称は「タイムワーナーセンター」</p> <p>②チェルシー・マーケット ・[スペシャリティセンター] ・製造型フードテナントで構成 ・話題の「ミートパッキング・ディストリクト」も併せて視察</p> <p>③SOHO ・ブルーミングデールズ小型店、ユニクロ旗艦店、ディーン&amp;デルーカ本店</p> <p>④5番街 ・アップル世界旗艦店、アバクロンビ旗艦店、アメリカンガールプレイス、H&amp;M旗艦店、アップルストア旗艦店 ・サックスフィフスアベニュー本店、バードドーフグッドマン、ブルーミングデールズ本店</p> <p>[ニューヨーク泊]</p>
第8日目	6月9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 (一日中視察)	<p>(第7回研修会 8:00~9:30)</p> <p>■ニューヨーク市郊外を視察</p> <p>①スチュレオナルズ ・[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> <p>②パリセイズ・センター ・[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> <p>③ウッドベリー・コモنز ・[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> <p>④ウェッグマンズ ・[スーパーマーケット] ウッドブリッジ市 ・全米で最も称賛されるアップスケール・スーパーマーケット ・ヨーロッパのマルシェ風のデリコーナーや、イートンを設けるなどライブ感あふれる店舗を演出</p> <p>(全員で食事をとります) [ニューヨーク泊]</p>
第9日目	6月10日 (木)	ニューヨーク	ニューヨーク発 (午後)	アメリカ系航空 (予定)	(機中泊)
第10日目	6月11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週間前にご郵送します。	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"> <li>・百貨店、GMS等の核店舗の動向</li> <li>・家電、ホームセンター等の大型専門店の動向</li> <li>・アパレルを中心とした専門店の動向</li> <li>・アメリカの流通と日本の流通の類似点と相違点</li> <li>・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</li> <li>・アメリカで成功している流通業のポイント</li> <li>・フードコート、レストランなどの飲食業態の動向</li> </ul>
--------	----	--	--

アメリカでの実務家との研修会	2～3か所を予定	<p>①ノードストローム百貨店 副社長デイビッド・レンジ氏 〔テーマ〕不況期でのノードストローム百貨店の成功のポイント</p> <p>②マルバニー・G2(総合建築デザイン会社) 〔テーマ〕アメリカでのSCRリニューアルの事例</p> <p>③つぎのいずれかのテーマで調整中</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・SCマネージャーによるアメリカでのSC運営手法</li> <li>・SCRリーシング担当によるアメリカでのSCテナントリーシングの手法など</li> </ul>
----------------	----------	---

研修会	場 所	日 時	講 師	内 容
第1回	成 田 空 港	6月2日 [10:30～12:00]	六車 秀之 <small>(ダイニ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2日 [13:00～14:30]	六車 秀之 <small>(ダイニ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
第3回	シ ア ト ル	6月3日 [8:00～9:30]	六車 秀之 <small>(ダイニミックマーケティング社 代表)</small>	コンセプト&マーケティング戦略を見事に導入しているノードストロームの成功のメカニズム
第4回	シ ア ト ル	6月4日 [8:00～9:30]	六車 秀之 <small>(ダイニミックマーケティング社 代表)</small>	ライフスタイルセンターやタウンセンターの成立のメカニズムと成功のポイント
第5回	ポ ー ト ラ ン ド	6月5日 [8:00～9:30]	郷田 淳 <small>(ダイニミックマーケティング社 部長)</small>	まちづくりとライフスタイルセンター
第6回	ミ ネ ア ポ リ ス	6月7日 [8:00～9:30]	郷田 淳 <small>(ダイニミックマーケティング社 部長)</small>	これからの都市動向と商業業態
第7回	ニ ュ ー ヨ ー ク	6月9日 [8:00～9:30]	六車 秀之 <small>(ダイニミックマーケティング社 代表)</small>	専門店業態の成立のメカニズムとアメリカ専門店の動向

## 視察する流通業態のポイント

	視 察 内 容
第1の ポイント	<p style="text-align: center;"><b>最強の業態である ショッピングセンター の視察</b></p> <p>①アルダーウッド・モール (RSCとシネマコンプレックスとライフスタイルセンターが一体化したハイブリッド型RSC)                  ②パシフィック・プレイス (ノードストロームと一体化した都市型RSC)                  ③パイオニア・プレイス (都市型SCと都市広場が一体化したRSC)                  ④モール・オブ・アメリカ (レジャー施設と4つの核店、520の専門店の世界最大級のスーパーRSC)                  ⑤パリセイズ・センター (百貨店からディスカウントストアまで、多様な業態が同居するRSC)                  ⑥サウスデール・センター (全米最古のエンクローズドモール)                  ⑦リッチデール (中中～中下のワンランク下のRSC)</p>
第2の ポイント	<p style="text-align: center;"><b>今、話題の アウトレットセンター の視察</b></p> <p>①ウッドベリー・コモنز (世界最強のライフスタイルセンター、売上高600億円を誇る)                  ②ウッドバーン・カンパニー・ストア (ポートランド都市圏の中型アウトレットセンター)</p>
第3の ポイント	<p style="text-align: center;"><b>21世紀の最適業態 ライフスタイルセンター の視察</b></p> <p>①ユニバーシティ・ビレッジ (長期低落化CSCを見事ライフスタイルセンターに再生。全米で最もライフスタイルセンターのコンセプトを実現する。)                  ②ブリッジポート・ビレッジ (コンパクトではあるが、ライフスタイルセンターをよりまちづくり型にしたタウンセンター)</p>
第4の ポイント	<p style="text-align: center;"><b>まちづくり型の 都市再開発型SC の視察</b></p> <p>①パイク・プレイス・マーケット (シアトルの観光市場、スターバックス発祥の地)                  ②ベルビュー・スクエア (ホテル、オフィス、商業の複合型再開発SC)                  ③パール・ディストリクト (倉庫街をレストラン・店舗に再開発)                  ④ニューヨークの五番街 (世界一のアップスケールストリート)                  ⑤ニューヨークのSOHO (ニューヨークのもう1つの異質型ストリート)                  ⑥ミネアポリスのダウントウン (寒冷地対応のスカイウォークのある街)                  ⑦ポートランドのダウントウン (自然豊かなヨーロッパ志向の街)</p>
第5の ポイント	<p style="text-align: center;"><b>多様な 食品業態 の視察</b></p> <p>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スチュレオナルズ (産直・製造小売の広域商圈型スーパーマーケット)                  ④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)                  ⑤ウェッグマンズ (アップスケールなグルメ・スーパーマーケット)</p>
第6の ポイント	<p style="text-align: center;"><b>カテゴリーキラーの メガストア業態 の視察</b></p> <p>①REI (マウンテンベースのアウトドアメガストア)                  ②カベラス (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ターゲット (アップスケール・ディスカウントストア)                  ④コールズ (百貨店とGMSの融合した業態)                  [他に、RSCやパワーセンターやNSC内の核店や準核店となっているメガストアを視察します]</p>
第7の ポイント	<p style="text-align: center;"><b>スペシャリティストア (専門店)</b></p> <p>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点を説明</p>