

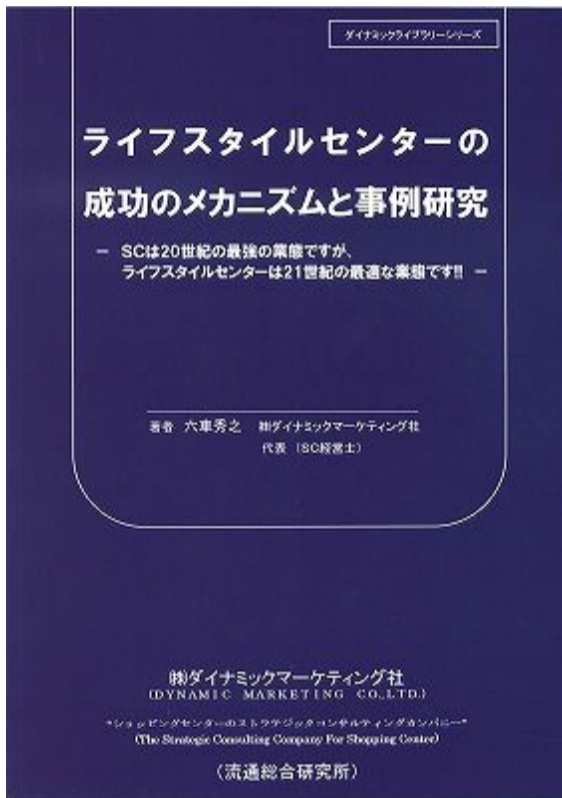
# ダイナミックライブラリー新刊発売のご案内

「新たなSC業態として注目されるライフスタイルセンターを徹底分析!!」

## 『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』

著者： 六車 秀之 (株)ダイナミックマーケティング社<sup>+6</sup>・代表

絶賛発売中



### ■本書の概要■

アメリカで開発されたライフスタイルセンターは、わが国でも注目を浴び、今後続々と開発されようとしています。しかし、ライフスタイルセンターは必ずしも定義化されたものではなく、概念論で語られ、概念論で開発・運営されているのが現状です。

著者がシアトルで「ユニバーシティ・ビレッジ」を見て注目したのは、『核店がSMであるにもかかわらず、ライフスタイル提案性が高く、RSCを中心に出店しているテナントが、地元専門店と一体となって出店し好業績をあげていた』という点です。「なぜ、本来ならばRSCのテナントとなるべき専門店や飲食店・エンターテインメント専門店が、地域密着性の高いSCあるいはNSCに成立しているのか…」をメカニズム分析により解明したのが本書です。

アメリカで成功しているライフスタイルセンターのメカニズムが、わが国には間違って伝わってしまっています。そのため、アメリカのライフスタイルセンターをそのまま真似しても日本では通用しません。日本での成功を収めるためには、日本バージョンのライフスタイルセンターの開発が必要なのです。本書ではわが国で成功する「日本版ライフスタイルセンターのノウハウ」を解説します。

第1章にてライフスタイルセンターの成功のメカニズムを原理・原則として述べ、第2章ではライフスタイルセンターの具体的な事例を基に成功のポイントを述べ、第3章ではライフスタイルセンターの開発・リニューアル化への手法を述べています。

- A4判 ● 約240頁
  - 定価 50,000円
- (消費税・送料含む)

----- 切り取らずにそのままFAXしてください -----

■申し込み (個人でお申し込みの方は、所在地に本書の郵送先をご記入ください)

(株)ダイナミックマーケティング社

〒531-0062 大阪市北区長柄中2-5-44

URL: <http://www.dynamic-m.co.jp/>

TEL: 06-6353-6666

E-Mail: [DM@dynamic-m.co.jp](mailto:DM@dynamic-m.co.jp)

希望冊数	冊分	円
会社名	※個人の方は「個人」とご記入ください	
所在地	〒	
電話番号	FAX番号	
E-mail		
(フリガナ) ご氏名		

※お支払い方法:弊社では申込書を受け付け次第、本書と一緒に「請求書」を郵送いたします。

お支払いは貴社の支払い条件にてお振り込み下さい。(振り込み手数料は貴社ご負担でお願いいたします)

**FAX: 06-6356-1663**

# 目 次

## ○はじめに

## 第1章(理論編)ライフスタイルセンターの成功のメカニズム

### 1.日米の流通実態と近未来の流通動向

- (1)ライフスタイルセンターは21世紀の最適業態
- (2)SCは流通業界の覇権業態
- (3)日本とアメリカの流通歴

### 2.ライフスタイルセンターの意義と出現背景

- (1)ライフスタイルセンターの概要と波及効果
- (2)ライフスタイルセンターの成立の4つの出現背景
- (3)ライフスタイルセンターの2つのマクロ的流通現象
- (4)ライフスタイルセンターのSC業態の中でのポジショニング
- (5)ライフスタイルセンターが目指す方向性

### 3.ライフスタイルセンターの成立要因と立地創造力

- (1)ライフスタイルセンターの固有の特性と成立要因
- (2)ライフスタイルセンターが持つ専門店の成立力と立地創造力
- (3)ライフスタイルセンターとSCの選択動機

### 4.SCの核要素の変遷とライフスタイルセンター

- (1)SCの核要素のタイプと核要素変遷の時代背景
- (2)SCの4大核要素
- (3)SCの核要素とライフスタイルセンター

### 5.ライフスタイルセンターと第3の空間づくり

- (1)SCのモールの概念
- (2)モール型SCから“場”づくり型SCへ
- (3)ライフスタイルセンターの“場”づくりの概念設計
- (4)オープンエアモールの基本原則

### 6.ライフスタイルセンターの多様化

- (1)ライフスタイルセンターの3つのパターン
- (2)ライフスタイルセンターとタウンセンター
- (3)わが国でのライフスタイルセンターの展望
- (4)ライフスタイルセンターの波及効果と新業態

## 第2章(事例編)ライフスタイルセンターの事例研究

### 1.真正ライフスタイルセンターの事例研究

- (1)ユニバーシティ・ビレッジ
- (2)コモンズ・アット・カラバサスパーク
- (3)若葉けやきモール
- (4)LALAガーデンつくば

### 2.タウンセンターの事例研究

- (1)ヴィクトリア・ガーデンズ
- (2)シティ・プレイス
- (3)サンタナ・ロウ
- (4)サウスレイク・タウン・スクエア
- (5)グンゼ タウンセンター つかしん

### 3.ライフスタイルセンター志向のSCの事例研究

- (1)ファッション・アイランド
- (2)ザ・グローブ・アット・ファーマーズマーケット
- (3)アーバイン・スペクトラム・センター
- (4)カルフルー・ラバル
- (5)ステラタウン

### 4.ライフスタイルセンターとして参考になるSC

- (1)サンタモニカ・プレイス&サードストリート・プロムナード
- (2)プロムナード・アット・ウエストレイク
- (3)パーク・メドウズ
- (4)モール・オブ・ジョージア
- (5)ザ・ディストリクト
- (6)アルダーウッドモール
- (7)イーストン・タウンセンター
- (8)サンストリート亀戸

## 第3章(実践編)ライフスタイルセンターの開発・運営手法

### 1.ライフスタイルセンターの事業計画の内容と推進手法

- (1)ライフスタイルセンターの推進スケジュール
- (2)ライフスタイルセンターの推進業務
- (3)ライフスタイルセンターのPLAN・DO・CHECKの推進体制

### 2.ライフスタイルセンターの成立基本原則

- (1)ライフスタイルセンターの適正立地条件
- (2)ライフスタイルセンターの成立マーケット条件
- (3)ライフスタイルセンターのグレード条件
- (4)ライフスタイルセンターとターゲット(客層)の条件

### 3.ライフスタイルセンターと第3の空間づくりの基本原則

- (1)ライフスタイルセンターの第3の空間づくり
- (2)ライフスタイルセンターの“場づくり”の成果
- (3)ライフスタイルセンターのデザインの陳腐化と  
第3の空間としての場の持続性
- (4)ライフスタイルセンターの生活シーンとSCの環境のあり方

### 4. ライフスタイルセンターと地域密着型づくりの基本原則

- (1)ライフスタイルセンターの地域密着づくり
- (2)ライフスタイルセンターのコミュニティ&コミュニケーションづくり
- (3)ライフスタイルセンターと日常の中の“新”づくり

### 5.ライフスタイルセンターと運営システムの基本原則

- (1)ライフスタイルセンターの運営・管理システム
- (2)ライフスタイルセンターの運営・管理戦略
- (3)ライフスタイルセンターのキャンペーン戦略
- (4)ライフスタイルセンターのライフスタイル化&カスタマイズ化戦略
- (5)ライフスタイルセンターのテナントマーケティング戦略

### 6.ライフスタイルセンターを応用した新業態

- (1)ライフスタイルセンター志向のNSC
- (2)ライフスタイルセンター志向のCSC
- (3)ライフスタイルセンター志向のRSC
- (4)ライフスタイルセンター志向の地元主導型SC
- (5)ライフスタイルセンター志向の新商店街