

2002年 URERU 総目次

	2002年1月号	2002年2月号	2002年3月号
			
特集	<p>マルチチャネル・リテリング時代のSC戦略 さまざまな販売経路を統合させる、21世紀型小売業における、SCの市場戦略とは。 マルチチャネル・リテリング時代の幕開け ——(編集部) 「クリック&モルタル戦略」で「情報の流通」を実践して伸びる カルチャ・コンビニエンス・クラブ。 ——(北原 聡) 玉川高島屋S・CにおけるWEBサイトを使った顧客組織化戦略 ——(菊山みち) マルチチャネル・リテリング時代の新戦略、『ウェブキオスク』 ——(西村あきら) マルチチャネル・時代のマーケティング・トラック&モルタル(情報商圏と物理的商圏) ——(江口泰広)</p>	<p>SCメンテナンス、省コスト化の現状と将来 SC環境を維持し、向上させるための“省コスト化”はどこまで可能か。 メンテナンスを超えたSCの環境管理 ——(編集部) SC運営における省コストの問題とこれからの方向 ——(杉本幸雄) お客様にやさしい、SCメンテナンス ——(坂村正徳) SCメンテナンスと地域性を活かした省コストSCについて ——(喜多村亮) 水道料金的大幅な削減をご提案いたします ——(西島克久) フィルター洗浄サイクルによる建築物の維持管理費の削減 ——(高見澤昇) ローコスト&ハイクオリティなビルメンテナンスとは ——(藤原 力)</p>	<p>第26回日本ショッピングセンター全国大会 開会挨拶(岩崎雄一) / ご来賓挨拶(瀬戸比呂志・田中 淳・マイケル・W・マハラック) / 流通展望「わが国経済の展望」(榊原英資) / 記念講演「いま、求められる“質”の経営」(常盤文克) / シンポジウム「今、求められるSCの革新と挑戦とは何か」(奥住正道・大麓聡・山本和彦・前田昌男) 分科会①「現場第一線から—SCの新潮流」(筒井光康)・②「CS(顧客満足)の深耕化」(谷口正和・湯川日出男・六反園和明)・③「TSUTAYA onlineのクリック&モルタル戦略」(今井衛)・④「流通外資のわが国への進出とSCの対応—日本進出に失敗した外資企業とその原因—」(及川亘弘)・⑤「デフレ時代のSC経営」(清水尊徳)・⑥「加速する小売の輪—2002年の流通を考える視点—」(井本省吾) / SC視察研修①「“21世紀型”最新SCを視る—やまとオークシティ—」・②「わが国最大級の再開発事業の一環として誕生した個性派SC『晴海トリトン』とファッショントレンド発信地、原宿地区」/ 賀詞交歓会 / SC経営士認定証授与 / SC学校成績優秀者表彰 / SCビジネスフェア2002 / 第7回SC接客ロールプレイングコンテスト—決勝戦—</p>
日本のSC	ザザシティ浜松・中央館	ゆめタウン大牟田	やまとオークシティ
世界のSC		バランスシート型SC開発	ガレリア・アット・ローズビル
世界の専門店	ヴィレジャーズ・ハードウエア	ホイフェルギャラリー	ウェグマンズ・フード・マーケット
時評(奥住正道)	専門店大型化の落とし穴	バランスシート型SC開発	“デバ地下ブーム”の語るもの
時代は愉快だ	まず自分が楽しんで、それで同じ目線の場所に立っていたい。 ——(歌手 アクビトモミ)	スキンマーケット 本を読んで、たくさんの人に逢う。そして良いものをたくさん観ていたい。 ——(協会会長 岩崎雄一)	結果というのは、自分では選べないのではないか。 ——(女流棋士 清水市代)
チェンジ&チャンス	バイオテック ——(長谷三樹彦)		株パルコススペースシステムズ ——(草川春夫、富川芳彦)
SCリニューアル		東京駅名店街のリニューアルについて ——(野村健治)	ヴィーナスフォート
特別報告 SCへの提言	新春会長インタビュー 大不況の中を生き抜くために ——(岩崎雄一) SCへの提言 SCの新潮流—コンビニエンスモール時代の幕開け— ——(小島健輔)		
調査報告 委員会報告	2001年オープンSC一覧 Best of the Best (米国SC) 外資対応小委員会報告②		SC共同販促費関連調査報告
連載	大規模小売店舗立地法についての質問及び回答集 Part 1 流行センサー⑩『心理の経営』 激辛レポート⑩『2002年、SC業界の重要課題とは?』 SCのプラチナマーケット戦略③『高齢者の食生活 その1』 SCのセキュリティ対策②『SCにおける「少年の喫煙」対応について』 E-mail from the WORLD (New York), (Seattle), (Denmark) SC研究レポート⑩『長期低落化の道を歩むCSCの活路』	「大規模小売店舗立地法」についての質問及び回答集 Part 2 流行センサー⑪『「愛」が循環する時』 激辛レポート⑪『ラグジュアリーという名のハゲタカ』 SCのプラチナマーケット戦略④『高齢者の食生活 その2』 SCのセキュリティ対策③『SC内のホームレス等への対応』 E-mail from the WORLD (New York), (Seattle) SC研究レポート⑪『長期低落化の道を歩むCSCの活路』	流行センサー⑫『顧客支持率マーケティング』 激辛レポート⑫『もはや夢、幻の「東大門市場」』 SCのプラチナマーケット戦略⑤『高齢者の衣生活』 SCのセキュリティ対策④『SC駐車場内におけるトラブル対策』 SC法律Q&A ①公正証書 E-mail from the WORLD (New York), (Seattle), (Denmark) SC研究レポート⑫『長期低落化の道を歩むCSCの活路』
その他	ニューオープン&ニューコンセプト / SC経営士会の活動	大店立地法届出情報 / ニューオープン&ニューコンセプト / 今月のオープンSC	今月のオープンSC / SC学校修了者 / テナント募集(関西国際空港) / 大店立地法届出情報 / ニューオープン&ニューコンセプト

2002年 URERU 総目次

	2002年4月号	2002年5月号	2002年6月号
			
特集	<p>ライフスタイルの変化に呼応した、SC運営とは。～タイムレス・マーケットの拡大が、小売市場を変える。～</p> <p>ライフスタイルの変化がタイムレス市場を拡大させる —(編集部)</p> <p>ライフスタイルセンター化する米国のSC —(ロバート 鈴木)</p> <p>タイムレス市場を舞台に、次々と新たな挑戦を繰り返す、小売業界のエポック・メーカー「ドン・キホーテ」 —(高橋光夫 西村あきら)</p> <p>消費者の変化とタイムレス購入行動 —(吉水由美子)</p> <p>駅の利便性を最大限に活かし、新しい食のライフスタイルを提案 —(伊藤純子)</p>	<p>SCにおける、危機管理の目的とその重要性</p> <p>なぜ、危機管理が重要なのか —(編集部)</p> <p>防災対策から危機管理対策へ —(細坪信二)</p> <p>米国における自然災害への取り組み事例 —(西村あきら)</p> <p>我がSCの危機管理体制 —(吉田好信)</p> <p>SCにおける危機管理実態調査報告 —(編集部)</p>	<p>最新版「テナント情報の集め方、テナントの見つけ方」</p> <p>～どうやって、半歩先をいくテナントを探し、SCへ導入していくか～</p> <p>エクセレンステナント(超優良店)獲得のために —(編集部)</p> <p>SPAからセレクト型へ、アパレル業界の新潮流 —(安田晴美)</p> <p>注目！食料品テナント —(安達泰博)</p> <p>エリア・ウォッチング「東京・中目黒」 —(西村あきら)</p> <p>エリア・ウォッチング「大阪・南堀江」 —(田畑三喜子)</p> <p>正しいテナント情報入手の心得とは？ —(中原隆雄)</p> <p>「テナント情報の集め方、テナントの見つけ方」調査報告 —(編集部)</p>
日本のSC		アトレ上野 ラスト・トクシマ	THE MALL みずほ16 浜松プラザウエスト アルカキット錦糸町
世界のSC	ライフスタイルセンター化する米国のSC 本格的SC時代に入りつつある、台湾の最新SC事情	フェスティバルウォーク	ハリウッド&ハイランド
世界の専門店		チコズFAS	リネンズン・シングス
VMD ショップクリニック			店頭改革！売れる売り場づくり①「クリート」 —(森本真由美)
時評(奥住正道)	何も生まない鶏卵論争	カスタマー争奪戦	SCと専門大店
時代は愉快だ	エンターテイメントな空間を、どうそこに作っていくかが大切。 —(垂石克哉)		ジュエリーは仕事の時もつけて、「夢を、自分の心の中に送り届けて欲しいのです。」 —(谷口久美)
チェンジ& チャンス		アクセサリー・ファッション雑貨の新業態を提案し続けるムカイグループ —(向井正太郎)	
特別報告 SCへの提言			契約に関するトラブル防止策と、スムーズな管理運営について —(山迫信雄)
調査報告 委員会報告			SCのカード戦略 Part 1 —(及川亘弘)
連載	<p>「大規模小売店舗立地法」についての質問及び回答集 Part 3</p> <p>流行センサー⑬『文化経済社会』</p> <p>激辛レポート⑬『早乙女 和徳一問一答』</p> <p>SCのプラチナマーケット戦略⑥『高齢者のレジャー』</p> <p>SCのセキュリティ対策⑤『SCにおけるイベント警備について』</p> <p>SC法律Q&A②『民事再生の申立』</p> <p>E-Mail from the WORLD (NEW YORK), (Seattle), (Denmark)</p>	<p>「大規模小売店舗立地法」についての質問及び回答集 Part 4</p> <p>流行センサー⑭『オーダー・リテラー』</p> <p>いちかばちか⑧『何事も「コンセプト」が大事』</p> <p>激辛レポート⑭『今や百害あって一利なしのテナント会』</p> <p>SCのプラチナマーケット戦略⑦『高齢者とIT』</p> <p>SCのセキュリティ対策⑥『SCのちょっとした危機管理』</p> <p>SC判例コーナー⑨『抵当権者の物上代位権の行使による差押えと、賃借人の保証金返還請求権と賃料債権を相殺する旨の意思表示と何れが優先するかについて判示した事例』</p> <p>SC法律Q&A③『売上不振による退店要求』</p> <p>E-Mail from the WORLD (NEW YORK), (Seattle), (Denmark)</p>	<p>流行センサー⑮『真・プロの時代』</p> <p>激辛レポート⑮『女性社員の戦力化とは？』</p> <p>SCのプラチナマーケット戦略⑧『プラチナ予備軍(団塊世代)の特徴』</p> <p>SCのセキュリティ対策⑦『爆破予告に対する対応について』</p> <p>SC法律Q&A④『定期借家による出店契約』への変更』</p> <p>SC接客の極意①『銀座かねまつ』</p> <p>SCビジネスフェア①『ストーンマーケット』</p> <p>E-Mail from the WORLD (NEW YORK), (Denmark)</p>
その他	SCの売上(2001年第4四半期) / SC図書室 / 今月のオープンSC / 大店立地法届出情報 / 官庁インフォメーション / 協会の動き / 2001年度新会員紹介 / ニューオープン&ニューコンセプト	米国のライフスタイルセンター / ニューオープン&ニューコンセプト / SCビジネスフェア 2002 / 今月のオープンSC / 官庁インフォメーション / 大店立地法届出情報	今月のオープンSC / ニューオープン&ニューコンセプト / 2001年SC年間販売統計調査報告 / 2002年SC第1四半期(1~3月分) / 販売統計調査報告 / 定期総会報告 / 官庁インフォメーション / 大店立地法届出情報 / 第1回SC実務担当者懇談会

2002年 URERU 総目次

	2002年7月号	2002年8月号	2002年9月号
特集	<p>“勝ち組SC”になるための、DV組織 ～女性に支持されないSCは、勝ち組に残れない?!～ 女性の活躍がSCの運営管理を支える ——(編集部)</p> <p>リテールマーケティング情報のオープン化と構築 ——(南場賀代)</p> <p>DV組織内における女性の役割について ——(伊能尚志)</p> <p>お客様は女性！SCに期待する女性の顕在意識 と潜在心理 ——(田中久栄)</p> <p>座談会「女性に支持されないSCは生き残れない?!」</p>	<p>SC内で“売れる専門店”、“伸びる専門店” ～売上げ好調店の“繁盛の秘訣”を探る!!～ 「UAグリーンレーベル・リラクシング」「デュラス」 「ジャッシー」「SHIBUYA109」 ——(西村あきら)</p> <p>店長さんが語る“ストア運営”“顧客対応” 2002年SC専門店調査報告</p>	<p>深化するCS（顧客満足度）マネジメント ～徹底したCS追求が、SCの勝敗を左右する～ CS向上の弛まぬ努力がSCの未来をつくる ——(編集部)</p> <p>ラスカにおけるCSの考え方と取り組み ——(佐竹明雄)</p> <p>HEPファイブにおけるCSのあり方 ——(中村 茂)</p> <p>ショッピングセンターのCSM戦略について ——(義那健治)</p> <p>顧客満足当たり前、これからは顧客感動だ ——(兼村美徳)</p>
日本のSC	ジャズドリーム長島 アトレ目黒	横浜赤レンガ倉庫2号館	109 MACHIDA
世界のSC	デザート・リッジ・マーケットプレイス ウワジマヤ・ヴィレッジ	ヴァル・ド・ヨーロッパ	メトレオン
世界の専門店	ピカール・シュルジュレ	チルドレンズ・プレイス	オーシャン
VMD ショッピングクリニック	店頭改革！売れる売り場づくり②「ネオスタ」 ——(森本真由美)	店頭改革！売れる売り場づくり③「ラ・メゾン・ド・ミエール・ナミキ」 ——(森本真由美)	
時評（奥住正道）	SCとタウンセンター	川を見わたす視点	SCの原点
時代は愉快だ		絶対に限界を作らないで、行動して説得する、そして 華があって初めてトップに立つ。 ——(緑 健児)	
チェンジ& チャンス			
SCリニューアル	荒巻セントラルプラザ	ファッションドーム141	
特別報告 SCへの提言		ウォルマート成功への道 ——(リー・スコット) アメリカ商業視察研修レポート ——(松本大地)	ICSC主催“日本視察ツアー”一行と懇親 ——(SC協会岩崎会長) 非利便的生活のスズメ ——(ロバート・鈴木)
調査報告 委員会報告	SCのカード戦略 Part 2 ——(及川巨弘)	2001年SC賃料・共益費調査報告	
連載	<p>「大規模小売店舗立地法」についての質問及び 回答集 Part 5</p> <p>流行センサー⑩『シグナル・マーケティング』 激辛レポート⑩『オレの食べてた松坂牛は…?』 SCのプラチナマーケット戦略⑨『ショッピングモ ビリティのすすめ』 SCのセキュリティ対策⑧『「恐喝事件」の対応 について』 SC法律Q&A⑤『工作物の事故責任の所在につ いて』 SC接客の極意②『赤ちゃん本舗』 効果的なSCウェブサイトの作り方① SCビジネスフェア②『はなまる』 E-Mail from the WORLD (NEW YORK), (Seattle), (Denmark)</p>	<p>流行センサー⑪『ワンコンテンツ・パワー』 激辛レポート⑪『ワールドカップ・シンドローム』 SCのプラチナマーケット戦略⑩『百貨店に見 るシニア対応』 SC接客の極意③『ダイアナ』 効果的なSCウェブサイトの作り方② SCビジネスフェア③『ワールド』 東京コレクションから学ぶMD・VMD情報① E-Mail from the WORLD (NEW YORK), (Seattle)</p>	<p>流行センサー⑫『リ・エクスペリエンス時代』 激辛レポート⑫『3セク系DVに明日はあるの か？ [前編]』 SCのプラチナマーケット戦略⑪『SCにおける プラチナ対応の実態』 SC接客の極意④『アカチャンホンポ』 効果的なSCウェブサイトの作り方③ SCビジネスフェア④『名古屋三越』 東京コレクションから学ぶMD・VMD情報② E-Mail from the WORLD (NEW YORK), (Seattle)</p>
その他	2001年のアメリカSC概要／今月のオープンSC ／ニューオープン&ニューコンセプト／インフ ォメーション／大店立地法届出情報／SC経営 士会	暑中見舞広告／ニューオープン&ニューコンセ プト／大店立地法届出情報	2002年SC第2四半期（4～6月分）／販売統計調 査報告／官庁インフォメーション／ニューオー ペン&ニューコンセプト／今月のオープンSC ／大店立地法届出情報／SC図書室

2002年 URERU 総目次

	2002年10月号	2002年11月号	2002年12月号
			
特 集	<p>集客装置としてのSC ～お客さまを集めるための“メカニズム”と“その活用法”～</p> <p>集客装置とは？ —(編集部) 行列の法則 —(谷口正和) フードテーマパーク時代の到来 —(池澤 守) シアトル周辺の商業施設のちょっと面白いイベント —(早野真佐子) 集客装置としての新戦力「ハアカラプラザ」 —(西村あきら)</p>	<p>SC施設管理における省コスト化への提言 ネットワーク化や情報の共有化が優れたコスト・パフォーマンスを生む —(編集部) 情報ネットワークの重要性について —(村高久雄) SC施設管理の省コスト化から見た建物緑化 —(坪内信朗・松尾丈司) 空調フィルターのメンテナンス・コスト削減と環境改善 —(岡田光弘) 「地下水活用システム」による水道料金の大幅な削減 —(小林渡洋雄) イオン式燃費削減と環境対策 —(木暮 徹)</p>	<p>SC活性化への提言 ～リニューアルを成功に導くためのタイミングと方法～</p> <p>本質的な“リニューアル”が求められる時代になった —(編集部) 「リニューアル」をマネジメントの本質として考える —(彦坂 裕) 「札幌パルコ2002年春リニューアル概要」について —(牧山浩三) 起死回生のリニューアル—大船ルミネウイング 食生活提案型フロア「テールスパイス」誕生まで —(大瀧裕志) SCリニューアルのタイミングとは？ —(松本雪久) SCリニューアル最新事例—恵比寿ガーデンプレイス「GLASS SQUARE」/京都駅前地下街「ボルタ」/うめだ阪急「阪急ダイニングステージ」/「アトレ四谷」/デックス東京ビーチ「台場一丁目商店街」/「八王子東急スクエア」/「アトレ大井町店」/「マイシティ」 —(編集部)</p>
日本のSC	ラグーナ フェスティバルマーケット	丸ビル	オアシス21
世界のSC	サンフランシスコショッピングセンター	グランド・キャナル・ショップス	シーコン・スクエア
世界の専門店	ビービー	エキスポ・デザイン・センター	ファイア・アンド・アイス
VMD ショップクリニック	店頭改革！売れる売り場づくり④「ホームワキング」 —(森本真由美)	店頭改革！売れる売り場づくり⑤「クレーモア」 —(森本真由美)	特別編⑥「クリスマス・ラッピング」 —(森本真由美)
時評 (奥住正道)	SCとコンプライアンス	専門大店とSC	都心回帰から
時代は愉快だ	記事を選ぶのも写真を選ぶのも、その時その時のセンス。 —(久保村俊昭)		自分に厳しくありたい。人に優しくありたい。 —(神座正仁)
チェンジ& チャンス			500社の研修実績と教育魂で「活き活きとしたヒトづくり」をサポート —(幡地初香)
SCリニューアル	ヴィーナスフォート		京阪モール
特別報告 SCへの提言	第15回SC緑陰トップアカデミー		岩崎会長、「2002SCアジア・パシフィック大会(シドニー)において講演」 —(岩崎会長)
調査報告 委員会報告			
連 載	<p>流行センサー⑱『とんがりマーケット』 激辛レポート⑱『3セク系DVに明日はあるのか？』[後編] SCのプラチナマーケット戦略⑫『プラチナマーケット戦略のキーワード「ゆとり」』 SC法律Q&A⑥『共益費の負担割合』 効果的なSCウェブサイトの作り方④ SCビジネスフェア⑤『イオンモール』 ニッポン消費市場の行方①『市場環境変化と消費者意識変化のセオリー』 E-Mail from the WORLD (NEW YORK), (Seattle)</p>	<p>流行センサー⑳『発芽点』 激辛レポート⑳『優勝謝恩(便乗)セール』の裏事情 SC接客の極意⑤『風車』 効果的なSCウェブサイトの作り方⑤ SCビジネスフェア⑥『ららぽーと』 ニッポン消費市場の行方②『消費不況を克服する鍵、消費者デモグラフィックス』 E-mail from the WORLD (NEW YORK), (Seattle)</p>	<p>流行センサー㉑『エルダース・コミュニティ』 激辛レポート㉑『さくらアパートメント』に共存共栄の原点を見た！？ SCのプラチナマーケット戦略⑬『英国SCにおけるショップモビリティ事情』 SC法律Q&A⑦『盗難事故の責任の所在』 効果的なSCウェブサイトの作り方⑥ ニッポン消費市場の行方③『パワー・リーディングとライフスタイル・マーチャндаイジング』 東京コレクションから学ぶMD・VMD情報③ E-Mail from the WORLD (NEW YORK), (Seattle)</p>
そ の 他	ニューオープン&ニューコンセプト/大店立地法届出情報/今月のオープンSC/SC販売統計調査報告 2002年7月/SC図書室	SCインフォメーション「ロータスパーク」/ニューオープン&ニューコンセプト/大店立地法届出情報/今月のオープンSC/SC販売統計調査報告 2002年8月/SC図書室/官庁インフォメーション	ニューオープン&ニューコンセプト/大店立地法届出情報/今月のオープンSC/SC販売統計調査報告 2002年9月/SC図書室/官庁インフォメーション