

「アジア流通事情2010」 ～アジア市場・獲得に動く日本のSC&小売業～

【おすすめの業種】

- ・アジアへの進出を計画している／実施しているディベロッパー様、テナント様
- ・その他、当企画にふさわしいと思われる業務を実施している企業様

【企画コンセプト】

都市化の進展や中間所得層の増加で、アジア（日本を除く）の消費市場が活況を呈している。実際、金融危機後の世界同時不況の影響で成長率こそ鈍化したものの、依然、力強い発展を遂げている中国やインドに見られるように、アジアはグローバル経済の牽引役を果たしている。

そんなアジア市場に日本のSCディベロッパーや流通小売業が一斉に進出。新たな成長の柱とすべく、同市場へ積極的な投資を行っている。

そこで、7・8月合併号では、アジア市場・獲得に動くSCディベロッパーや流通小売業の実状（パート1）をレポート。合わせて、購買力が高まるアジア諸国の動向（パート2）を紹介する。

【編集構成】

■パート1：アジア市場・獲得に動く日本のSC&小売業

1. パースペクティブ

- a) アジア市場・獲得に向けて果敢な動きを見せる日本のSCディベロッパーと流通小売企業。その背景と実状、そして今後の展開について、大局的な観点からレポートする。
- b) アジア市場における欧米のSCディベロッパーや流通小売企業、また現地流通資本の動向をレポートする。

2. インタビュー

アジア市場・獲得を成長の新たな柱にしているSCディベロッパーに登場願い、その背景や伸展状況、課題、今後の展望を語って頂く。

3. ケーススタディ

直近の事例（SC開発・店舗オープン）及びアジアへの進出戦略をレポートする。

- a) SCディベロップメント・GMS・百貨店
- b) 専門店・メーカー小売
- c) コンビニエンスストア
- d) 飲食・サービス

4. インサイト

アジアにおけるSC開発や店舗出店について、ソフト及びハード面での留意事項をアソシエート企業の立場からレポートする。

■パート２：購買力が高まるアジア諸国

１．マーケットリビュー

中間所得層の増加により、個人消費が拡大する中国をはじめとするアジア諸国のマーケットをレポートする。＜対象国：中国、インド、ベトナム、シンガポール、韓国＞

２．ステラテジー

多様なアジアの消費市場・獲得の鍵を握るマーケティング力について、日本企業（SCディベロッパー・小売&サービスを含む）の実状や課題を述べる。

３．トピックス

上海レポート：中国ナンバーワンの商業都市として発展する上海。現在、万国博覧会（５月１日～１０月３１日）開催中の同都市の消費市場及びSC開発の実状をレポートする。

＊企画内容は都合により変更になる場合があります。

【スケジュール】

広告掲載申込締切＝2010年 6月 1日（火）

入稿締切＝2010年 6月 8日（火）

【広告料金】

詳しくは媒体資料をご覧ください。

☆広告掲載に関するお問い合わせ、お申し込みは…

「SC JAPAN TODAY」編集部まで

電話 ０３－３５３６－８１２１

FAX ０３－３５３６－８１２０

e-mail magazine@jcsc.or.jp

2010年5月14日現在 Ver. 2