

2003年 URERU 総目次

	2003年1月号	2003年2月号	2003年3月号
			
特 集	SC“新”時代への提言 SC業界ならびに流通業の今後の方向性 ——(野口智雄) 21世紀SCビジネス最大の課題は、「SCビジネスを魅力ある投資対象にする」こと ——(鈴木孝之) 障壁なき消費社会におけるSC市場争奪戦 ——(角田正博)	人にやさしいSC ～ストレスのない心地よい売場環境が、売上げアップにつながる。～ 「人にやさしい環境」の実現を目指して ——(編集部) 事例に学ぶ、人にやさしいSCのしくみ ——(太田巳津彦) やさしさが感じられる場“SC” ——(神野照子) ヨーロッパで見た、人にやさしいSCとまちづくり ——(太田巳津彦) 京王聖蹟桜ヶ丘SCに、安心して快適なトイレが誕生！ ——(京王電鉄(株)広報部)	(社)日本ショッピングセンター協会設立30周年記念・全国大会 新たな時代におけるSCモデルの創造 ～生活者、テナント、地域との共生を踏まえて～ 会長式辞(岩崎雄一)／ご来賓祝辞(西川公也、小神正志、ウィリアム・ダフ、スコット・ハリス)／功労者表彰／記念メッセージ(望月照彦)／SC経営士認定証授与／SC学校成績優秀者表彰／シンポジウム「流通業の課題と未来戦略」(岡田卓也、小柴和正、奥住正道、岩崎雄一)／記念パーティー／流通展望「外資系小売業No.1の成長要因と今後のSC展開」(田崎學)／分科会①「SCを取り巻く経営環境の変化、これからの開発・運営手法」(加藤拓男、筒井光康、宮崎雄介、大薮聡)、②「アトレ恵比寿の“CS”とテナントの指導(教育)の実際」(菊池眞澄、岡村実)、③「地域密着と、ローコストで成功した地方都市の2事例」(高橋祥元、高田純晴)、④「SC活性化のための“テナント開発、リーシング”の成功条件」(藤塚賢三、萩原泰章、草薙恵美子、糸久昌雄)、⑤「集客、売上げ、賑わいにつなげるこれからの“販促、イベント”展開」(大西直良、大倉正美、桑野伸和)、⑥「成長するテナント…、高収益の秘訣、デベロッパーへの提言」(岩田弘三、重松理、井上英隆、谷善樹、竹村明)／SCクリニック①「最新の郊外型SC『ビナウォーク』」、②「最新の食料品売場(デパ地下)」／第8回全国SC接客ロールプレイングコンテスト～決勝戦～／SCビジネスフェア2003
日本のSC	品川シーサイドフォレスト	ビナウォーク パークプレイス大分 イーマ	カレッタ汐留
世界のSC	バンコク—活気ある中心街のSC	ブルーウォーター	京華城、微風廣場、メトロウォーク、タイモール
世界の専門店	レーン・ブライアント	イケア	J. ジル
VMD ショップクリニック	特別編⑦「欧米のVMDに学ぶ小さなウィンドウ、大きなウィンドウ」 ——(森本真由美)	特別編⑧「VMDの基本構成」 ——(森本真由美)	店頭改革！売れる売り場づくり⑨「ココブランシェ」 ——(森本真由美)
時評(奥住正道)	グローバルゼーション時代の商業施設開発	自宅ショッピングの隆盛から	買う理由
時代は愉快だ		スライス・オブ・ライフという、日々を楽しむ ゲームで時代を読む ——(松本一起)	
チェンジ& チャンス	お客様の動きをすばやく把握!! 複数歩行者も動画解析でリアルタイムに分析する高精度人数計測システム「BSCカウンター」 ——(中村憲市郎)	「早い・簡単・便利」をコンセプトにした、セールスプロモーションチーム「ユニット」 ——(堀江良幸)	
SCリニューアル			
特別報告 SCへの提言			
連 載	流行センサー②『美意識の夜明け』 激辛レポート②『FC支援ビジネスの裏表』 SCのプラチナマーケット戦略④『楽しい買い物を実現させてくれるタウンモビリティ』 効果的なSCウェブサイトの作り方⑦ 東京コレクションから学ぶMD・VMD情報④ ニッポン消費市場の行方④『リーテイル・テイメント。買い物をもっと楽しく!』 MINI INFORMATION『水』がお客様を呼ぶ?! E-Mail from the WORLD 「NEW YORK」,「Seattle」	流行センサー③『顧客連立方程式』 激辛レポート③『迫り来る地方SCの最終局面(前編)』 SCのプラチナマーケット戦略⑤『プラチナ世代に人気のお店』 効果的なSCウェブサイトの作り方⑧ MINI INFORMATION② 拡大するウイメンズ・オンリー・サービス E-Mail from the WORLD 「NEW YORK」,「Seattle」	流行センサー④『ウィズ・ママ消費』 激辛レポート④『迫り来る地方SCの最終局面(後編)』 SCのプラチナマーケット戦略⑥『狙え、プラチナ予備軍のレトロニーズ』 効果的なSCウェブサイトの作り方⑨ E-mail from the WORLD 「NEW YORK」,「Seattle」
そ の 他	年賀広告／ニューオープン＆ニューコンセプト／大店立地法届出情報／SC販売統計調査報告 2002年10月／2002年開店SC一覧／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／SC販売統計調査報告 2002年11月／官庁インフォメーション	今月のオープンSC／ニューオープン＆ニューコンセプト／大店立地法届出情報／SC販売統計調査報告 2002年12月／2002年度「総目次」／SC図書室／官庁インフォメーション

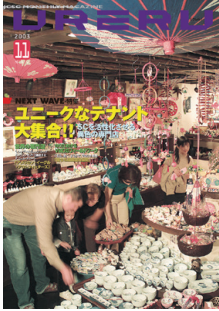
2003年 URERU 総目次

	2003年4月号	2003年5月号	2003年6月号
			
特 集	これからの有望マーケット“母娘(おやこ)マーケット” 注目を浴びるクロスエージ(世代横断)市場 新市場として可能性を秘めた“クロスエージ・マーケット” ——(編集部) 玉川高島屋ショッピングセンターにおける母娘の消費行動について ——(菊山みち) SCは母と娘のショッピング・リポート ——(田島智恵子) 元気がいい団塊母娘—情報が双方向型で行き来する“母娘共感市場” ——(川島蓉子) 母娘のマッチアップ(調和)が消費パワーを生む「ジュニア・マーケット」 ——(西村あきら)	協会設立30周年記念号 ショッピングセンターにおける新しい魅力の創造 SC論文大賞結果発表!! 協会設立30周年記念号 ショッピングセンターにおける新しい魅力の創造 SC論文大賞結果発表!! 大賞「これからのSCでの仮設店舗の活用～商業の場の新しい魅力作り～」 ——(柘植嘉治、田中晶子、山田和也) 優秀賞「日本型ショッピングセンターを創った地方百貨店」 ——(薄羽哲哉) 「顧客情報を活用した21世紀のSCとは」 ——(三輪美恵) 佳作「商業施設におけるこどもの遊び場の提案」 ——(駒場ひとみ) 「日々を過ごす場所としてのSCの提案」 ——(齋藤麻衣子) 「次世代SCを考える」 ——(原田種実) SC“新”時代への提案 ——(株)ナムコ 中村雅哉/協江釣子ショッピングセンター 高橋祥元/金沢都市開発(株) 杉山栄太郎/株吉祥寺ロンロン 佐藤 武/仙台ターミナルビル(株) 宮下泰三/東神開発(株) 濱頭秀昌/西日本旅客鉄道(株) 池田靖忠/株ららばーと 前田昌男/株銀座マギー 植松 昭/株ザ・クロックハウス 花谷洋二/トリンプ・インターナショナル・ジャパン(株) 吉越浩一郎/株やまと 矢嶋孝敏/オムロン(株) 大谷彰彦)	SCの集客装置となったダイニングレストラン?! 成功するダイニングレストラン導入の秘訣とは ブランド化するダイニングレストラン ——(編集部) 丸の内再構築における丸ビル飲食の存在意義 ——(渡辺利之) SC内ダイニングレストラン・オペレーションを成功に導くための戦略及び事例 ～SC内でお客様に支持される店づくり～ ——(田中孝和) 米国SC内におけるダイニング最新事情 ——(福家成子)
日本のSC	LA CITTADELLA (ラ チッタデッラ)」	JRタワー (札幌ステラプレイス・大丸札幌店) モラージュ佐賀	佐野プレミアム・アウトレット 汐留シティセンター キャバオ大谷地
世界のSC	スーパーブランドモール シティックシティプラザ	トリッド	
世界の専門店	「ジーエヌシー」		レストラン・ハードウェア
VMD ショップクリニック	店頭改革! 売れる売り場づくり⑩「リップス」	店頭改革! 売れる売り場づくり⑪「F・D・R」	店頭改革! 売れる売り場づくり⑫「シーズンを演出するフラワーアレンジメントのテクニック」 深夜営業とSC
時評 (奥住正道)	日本のショッピングセンター計画	顧客・レジ客・固定客	
SCリニューアル	ダイナシティ ウォーク		TOKYO-BAY LaLaport SHIBUYA109
特別報告 SCへの提言	小売の世界に…! リセットの勇気が無限のチャンスをもたらす ——(鈴木ルミ子)		協会設立30周年記念総会 SCにおける保証金契約の作成・締結に関するガイドライン 小売・サービスを科学する視点 ——(高橋伸治)
連 載	激辛レポート②⑤『SC飲食ゾーンの明日はどちらだ? (前編)』 効果的なSCウェブサイトのつくり方⑩ SC法律Q&A⑧「テナントの都合による休業と賃料の関係」 SCビジネスフェア⑦『タイムクリエイト』『来場者アンケート』 MINI INFORMATION③『小売衣料市場の新勢力となった「ユーズド・クローズ」』 E-mail from the WORLD 「New York」, 「Seattle」	東京コレクションから学ぶMD・VMD情報「2003～2004年秋冬もの」 激辛レポート②⑥『SC飲食ゾーンの明日はどちらだ? (後編)』 SCのプラチナマーケット戦略⑩『パターンを打ち破って、お気に入りになろう』 効果的なSCウェブサイトのつくり方⑪ SCビジネスフェア⑧『サンシャインシティ』, 『ブイエスシー』 MINI INFORMATION④『伸長するサブプライム市場』 E-mail from the WORLD 「New York」, 「Seattle」	東京コレクションから学ぶMD・VMD情報「2003～2004年秋冬もの②」 激辛レポート②⑦『祝開業「六本木ヒルズ」』 SCのプラチナマーケット戦略⑩『都市生活を楽しむプラチナ』 効果的なSCウェブサイトのつくり方⑫ (最終回) SCビジネスフェア⑩『大和ハウス工業』, ⑪『ビッグママ』 MINI INFORMATION⑤『社会トレンドとなった“スローフード”』 E-mail from the WORLD 「New York」, 「Seattle」 SC研究レポート『ライフスタイルセンターの特性と成功のメカニズム①』
そ の 他	ニューオープン&ニューコンセプト/SC販売統計調査報告 2003年1月/2002年SC年間販売統計調査報告/SC図書室/大店立地法届出情報/今月のオープンSC/官庁インフォメーション	30周年記念広告/テナント募集 (「関西国際空港」, 「ベルモール」)/ニューオープン&ニューコンセプト/SC販売統計調査報告 2003年2月/大店立地法届出情報/今月のオープンSC/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/今月のオープンSC/海外情報「THE LIST」/SC販売統計調査報告2003年3月/大店立地法届出情報/協会だより

2003年 URERU 総目次

	2003年7月号	2003年8月号	2003年9月号
			
特 集	SCにおけるバーゲンセールの現状と課題 セールの慣れた消費者をいかに引き戻すか “バーゲンセール”はネバーエンディングストーリー?! ——(編集部) 座談会「今時のSCバーゲンの理想と現実～新進気鋭のディベロッパー本音トーク～」 ——(島田 隆、原 康一郎、幸川 靖、伊藤正彦、岡村 実、下村 淳) 安いだけでは振り向かない。非価格競争がバーゲンセールに求められている ——(田中千賀子) 新聞を見ない世代に告知する ——(五十嵐賢治) “2003夏のバーゲン”日程一覧	出店契約の新潮流を追う!! “最新の出店契約の流れ”と“保証金の捉え方・考え方” 今、SCに望まれる“変化への対応と革新精神” ——(編集部) 「SCにおける保証金契約の作成・締結に関するガイドライン」の制定について ——(岩崎雄一) 「最新の出店契約の流れ」と「保証金の捉え方・考え方」 ——(筒井光康) SCの出店契約についての最近の動向について ——(渡辺 昭)	特集1 SCのブランディング戦略 お客様から“選ばれるSC” “好かれるSC”になるための、差別化戦略 特集2 SC接客研修のススメ 特集1 郊外&地域型SCに求められるブランド力 ——(編集部) マーチャングライディング力が、すなわちブランド力 ——(濱頭秀昌) 玉川高島屋S・Cブランドを支えるもの ——(西村あきら) “エリア・ブランディング”時代のSC～“カレッタ汐留”のケースを中心に～ ——(福田優二) againの差別化戦略～“恋しく慕っていたく”ことを目指す!!～ ——(森 隆弘) ラスカの差別化戦略について～CS推進室の取り組み～ ——(田村亜紀) SCブランディング戦略の本質 ——(谷口正和) 特集2 「接客日本一」になるための留意点 ——(奥住正道) 「吉祥寺ロンロン」における接客向上への取り組み ——(佐藤 武・長岡瑞恵) SCにおける接客研修への提言～研修への参加意識の向上、お客様へ通じる接客提案～ ——(近藤江美子)
日本のSC	六本木ヒルズ 湘南モールフィル イオン熱田ショッピングセンター	ラクア ショップ&レストラン	星が丘テラス
世界のSC	ベルシーヴィレッジ	ザ・ガーデンズ・オン・エル・パセオ アメリカのライフスタイルセンター ①ユニバーシティ・ビレッジ／②コモンス・アット・カラバサスパーク	ザ・ショッप्ス・アット・ジョージタウンパーク アメリカのライフスタイルセンター ③モール・オブ・ジョージア、④ザ・グローブ・アット・ファーマーズマーケット
世界の専門店	トレーダー・ジョーズ 海外情報「米国最新SC事情」	シュール・ラ・ターブル	ブルーミングデールズ・ホーム+ファニチャー
VMD ショップクリニック	SCにおけるVMDのフィールドワーク①「ベクトルグッズを見せる」	SCにおけるVMDのフィールドワーク②「インテリメートの世界観」	SCにおけるVMDのフィールドワーク③「イメージを伝える、パネルの効果」
時評(奥住正道)	情報発信とSC	ノンエイジの時代	複合業態
SCリニューアル	ニッターモール	相鉄ジョイナス 検見川浜ベイサイドモールフェリア	
特別報告 SCへの提言	岩崎会長、ICSCラスベガス大会を視察	商業施設とイマジネーション ——(ハーレイ・岡本)	SC緑陰トップアカデミー 「ポイントカードとクレジットカードを一体化」したフォルテの新しい顧客管理データシステム ——(佐久間孝晴)
連 載	激辛レポート⑳『SC新時代への提言(回想編)』 SCのプラチナマーケット戦略⑨『「人にやさしいまちづくり」を実現している商店街』 よくわかるシリーズ①『第1回 REITって要は何?』 SC接客の極意⑥「ダイアナ」 チェンジ&チャンス『SC出店によって新たな可能性を切り開いたレストラン「ふらんす亭」』 SCビジネスフェア⑫『阪急ショッピングセンター開発』、⑬『ベッパーフードサービス』 MINI INFORMATION⑥『新時代健康管理“セルフメディケーション”』 E-mail from the WORLD 「New York」,「Seattle」 SC研究レポート『ライフスタイルセンターの特性と成功のメカニズム②』	激辛レポート㉑『SC新時代への提言(人材育成編)』 SCのプラチナマーケット戦略⑫『高齢社会白書にみるプラチナ世代の生活ぶり』 よくわかるシリーズ①『第2回 REITへの投資とは?』 SC接客の極意⑦「キャンプ・ネボス」 SCビジネスフェア⑭『都市生活施設』、⑮『サンライズジャパン』 E-mail from the WORLD 「New York」,「Seattle」,「Paris」 SC研究レポート『ライフスタイルセンターの特性と成功のメカニズム③』 SC判例コーナー⑩『賃料の構成を固定賃料と歩合賃料との併用したものとする約定をした場合の賃料減額請求権の行使は、固定賃料部分の減額によって適正賃料まで賃料の減額を請求できるとした事例』 SC法律Q&A⑨『明渡しと即決和解手続』	激辛レポート㉒『SC新時代への提言(施設編)』 よくわかるシリーズ①『第3回 REITを運営するということは?』 MINI INFORMATION⑦『拡大するリフォーム市場』 E-mail from the WORLD 「New York」,「Paris」 SC判例コーナー⑮『敷金返還請求権が会社更生手続上の共益債権であることの確認請求が棄却された事例』
そ の 他	ニューオープン&ニューコンセプト/テナント募集(「浜松モールプラザサガー」)/SC販売統計調査報告2003年4月/大店立地法届出情報/今月のオープンSC/委員会・支部報告	暑中見舞広告/ニューオープン&ニューコンセプト/官庁インフォメーション/SC販売統計調査報告2003年5月/大店立地法届出情報/委員会・支部報告/今月のオープンSC	日本の専門店(カラー)「SKIP」 倉橋元会長永眠/ニューオープン&ニューコンセプト/SC図書館/SC販売統計調査報告2003年6月/テナント募集(「イオンモール」,「キュート」)/大店立地法届出情報/委員会・支部報告/今月のオープンSC

2003年 URERU 総目次

	2003年10月号	2003年11月号	2003年12月号
			
特 集	2003年エリア・レポート!! 塗り変わる商業地図 「巨塔」の長い影〜好調「JRタワー」が浮き彫りにした札幌「多集客・低消費」市場〜 ——(浜中 淳) 宇都宮市の商業マップの変遷〜提案型SCから適応型SCへ〜 ——(薄羽哲哉) 大宮地区の商業地図 ——(観音寺一嵩) 銀座地区の商業地図 ——(太田巳津彦) 地域イメージの向上と魅力づくりが優先課題〜川崎駅前の現状と将来〜 ——(西村あきら) 塗り替わる名古屋の商業地図 ——(立松鉄洋) 北九州からの報告〜冬の時代乗り越え、出店ラッシュへ 北九州流通業界の背景〜 ——(木下 悟)	ユニークなテナント大集合!! 〜SCを活性化させる異色の専門店〜 底力と活力に満ちている元気な専門店 ——(西村あきら) コンセプト型専門店(トレインステーションから生活ステーションへ/若い女性をターゲットにした新感覚の漢方ショップ“デュ・アン漢方スバ”/和食器を通して子供の生活スタイルを提案する店“小夏”/愛犬のためのヘルシーフードショップ“キッチンドッグ”/UD商品を一堂に集めたショップ“パラマウント・ユニバーサルデザイン・ステーション”) ・軽・迫・短・小テナント(軽・迫・短・小を信条にするユニークなテナント/キュートでコスメ感覚の“おしゃれはんこ”) フード・スペシャリティストア(食材と菓子材料を売る、食のスペシャリティストア“富澤商店”/はかり売りを通して新しい食スタイルを提案する“フォームファス”/実演スペースとイートインを導入したユニークな豆腐専門店“鎌倉古亭”)	データで見る、日本のSC像 SCなんでもランキング オープン月No.1は「11月」、SCがもっとも多い県は「愛知県」/「TOKYO-BAYららぽーと」が5冠を獲得!!/今年30周年を迎えたSCは、51SC。/50.8%のSCでポイントカードを導入!!/SCは、営業・管理関係が15名、施設関係が12名の人数で運営されている。/「サンシャインシティ」には、年間3,000万人が訪れている!!/月坪当たりの平均賃料・共益費は、物販約27,800円、飲食約26,680円。/月坪No.1は、「ASTY新横浜」と「吉祥寺ロロン」/シネコン併設SCが一番多いところは「神奈川県」/アウトレット導入SCは、23箇所。/自慢できるものは、“おもてなしの心”や“接客”。/おわりに
日本のSC	リバーウォーク北九州 玉川高島屋ショッピングセンター新南館 DICE (ダイス) イオン盛岡ショッピングセンター	イオン東雲ショッピングセンター	箕面マーケットパーク ヴィソラ 玉川高島屋ショッピングセンター
世界のSC	ザ・リバー・アット・ランチョ・ミラージュ		
世界の専門店	パネラ ブレッド	アメリカン・イーグル・アウトフィッターズ	ザ・コンテナ・ストア
VMD ショップクリニック	SCにおけるVMDのフィールドワーク④「クリスマス」の演出」	SCにおけるVMDのフィールドワーク⑤「魅せる服飾雑貨展開」	SCにおけるVMDのフィールドワーク⑥「シーズン性を意識したモチーフ・カラー」
時評(奥住正道)	SCと一店逸品	シニア社会のもとで	CS時代への対応
SCリニューアル	御殿場プレミアム・アウトレット エブリー	札幌エスタ	ウイング高輪EAST
特別報告 SCへの提言		“時間の消費”の質を考えるヨーロッパの伝統建築装飾工芸 ——(菊地広子)	第2回秋晴れトップアカデミー&JCSC杯ゴルフコンペ
連 載	激辛レポート③『これぞ玉高S・Cマジック?!』 E-mail from the WORLD 「New York」, 「Paris」, 「Maastricht」	激辛レポート②『我々の業界常識とは?』 SCのプラチナマーケット戦略② 『プラチナ世代の会員獲得に奏効しているスポーツクラブ』 よくわかるシリーズ①『第4回 商業施設のREITは他のREITと何が違う?』 E-mail from the WORLD 「New York」, 「Seattle」, 「Paris」	東京コレクションから学ぶMD・VMD情報「2004年春夏もの①」 激辛レポート③『“変る”という事』 SCのプラチナマーケット戦略②『お呼びできなかった客層=団塊の男性』 よくわかるシリーズ②『第1回 不動産の証券化とは何か?』 注目店の風を読む①『ハロー赤ちゃんミキハウス』 E-mail from the WORLD 「New York」, 「Paris」
そ の 他	ニューオープン&ニューコンセプト/テナント募集(「三越名古屋『専門館』」, 「関西国際空港」)/SC販売統計調査報告2003年7月/大店立地法届出情報/協会だより/今月のオープンSC	全国大会/ニューオープン&ニューコンセプト/SC販売統計調査報告 2003年8月/大店立地法届出情報/今月のオープンSC/官庁インフォメーション/協会だより	全国大会/SCビジネスフェア2004/ニューオープン&ニューコンセプト/SC販売統計調査報告2003年9月/大店立地法届出情報/テナント募集(「モリタウン」)/今月のオープンSC/協会の動き 支部からのお知らせ