

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!!
これまでのご参加は
延べ725名を超えて
います。

第32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

今回の視察のテーマ

定番視察研修	特別視察研修	特別視察研修	定番視察研修
多様なSCの研究	まちづくり型 商業の研究	ロハス志向の 商業の研究	新業態の研究
（小売業の売上げの50%以上を占めるSCの強さのメカニズムを探索します!!）	（ライフスタイルセンターやその発展型であるタウンセンターなどのあり方を探索します!!）	（持続可能な街づくりの思想であるロハス思考の商業やSCやまちづくりを視察し、その切り口やビジネス化のあり方を探索します!!）	（アメリカには新しい業態が続々と出現しています。各業態の特徴を探索します!!）

持続可能なまちづくり都市
No.1の**ポートランド**

ロハスのメッカの
ボルダー

真正ライフスタイルセンター
のある**シアトル**

多様なライフスタイル
センターが見られる
ロサンゼルス

訪問都市：シアトル、ポートランド、ボルダー・デンバー、ロサンゼルス

旅行期間：2008年(平成20年)4月8日(火)～4月17日(木) 10日間

募集人員 30名

旅行代金 650,000円(成田基点)

航空会社の規定が厳しくなっているために、締め切りは1ヶ月前(3月7日)となります。お申し込みはお早めをお願い致します。

明日の日本の流通を担う人材を輩出する海外ツアー

5大特徴(この内容で!! この値段!! 価値ある企画です!!)

- アメリカ視察とアメリカ研究ツアー
- 六車・郷田の最適コンビの講師
- ロハス専門家として大和田順子氏も特別講師
- 多様な業態・施設が40ヶ所見られる
- 豊富な資料(A4版250ページ)と豊富な研修

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⁺³

担当 郷 田

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-.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⁺³
旅行主催者 名鉄観光サービス(株)

研究視察のポイント

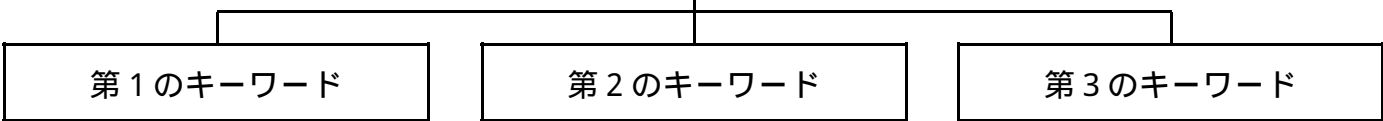
1. アメリカのショッピングセンターの業態の種類と、生き残りを賭けた過去から現在のプロセスを棲み分けの観点から研究・視察します(アメリカの現状を知ることにより、わが国の近未来の流通業の方向性が見えてきます)。
2. アメリカの新業態のフルコースを研究・視察し、新業態の実態と特徴を研究・視察します(SC及び業態を、今回視察中に40ヶ所以上見ることで、業態を一挙にかつ体系づけて学ぶことができます)。
3. ロハスの専門家である大和田順子先生に、ロハスの概念及びロハス志向の企業の事例などを解説していただき、参加者のみなさまに直接お役に立つように致します。
4. 各商業施設のポイントやアメリカの流通業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(研修会を10回開催し、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. ボルダーやポートランドでは、行政の方や地元企業からヒアリングを行い、実態面のお話を聞くことができます。
6. 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8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	

研究視察の趣旨とポイント

次世代型商業の3つのキーワード



地域交流の場としての中心市街地の良さを持つ商業を見る

地球と人間にやさしい持続可能な商業とまちづくりを見る

多様なSCが棲み分けているアメリカのSCの姿とメカニズムを見る

それが21世紀の最適業態と言われる
ライフスタイルセンターです。

それが20世紀の反省から生まれた
ロハスとまちづくりです。

それが今後、わが国の競争時代に本格化する
棲み分け型SCです。

シアトルやロサンゼルスでライフスタイルセンターや
タウンセンターの研究・視察を行います。

ポートランドやボルダーでロハス型商業や
持続可能なまちづくりの研究・視察を行います。

シアトル・ロサンゼルス・デンバーで多核モール型SCや
独自性を持つ異質型SCの研究・視察を行います。

ライフスタイルセンターの基軸である「地域の交流の場づくり」をコンセプトとしつつ、これを事業として成立させるためのマーケティング手法（コンセプトによりニッチ化したマーケットを、マーケティング手法を導入して売上を伸ばす手法）による成功のメカニズムを解説します。

ロハスの基軸である「地球と人間にやさしい持続可能な社会」をコンセプトとしつつ、これを事業として成立させるためのマーケティング手法（コンセプトによりニッチ化したマーケットを、マーケティング手法を導入して売上を伸ばす手法）による成功のメカニズムを解説します。

わが国のSC競争激化時代のキーワードである「棲み分け」をテーマとして、互いに3割差異化・特化、7割総合化の理論に基づき互いに棲み分けている姿を研究します。互いに得意分野をコンセプトとしつつ、マーケティング手法(売上を伸ばす手法)による成功のメカニズムを解説します。

3つの次世代テーマが一挙に学べる研究・視察です

ライフスタイルセンター + ロハス・まちづくり + 棲み分け型SC
上記の3つのテーマは、今後の流通業界において最高のビジネスになります!!

コーディネーターのプロフィール

六車 秀之	<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において、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><著書> ・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) ・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) ・ライフスタイルセンターの構築(同文館出版)</p>
大和田 順子	<p>LOHASプロデューサー 東急百貨店、東急総合研究所、ザ・ボディショップ、イースクエア等を経て2006年4月に独立。 02年9月「日経新聞」等にて日本ではじめてロハスを紹介。サステナブルな社会の実現を願い、講演・執筆、コンサルティング活動を通じてロハスの普及に情熱を注いでいる。 06年1月共著「日本をロハスに変える30の方法」(講談社)を出版。 07年「ロハス教科書」(明治図書)を出版。 ビジネス・生活の両シーンで実践的な“本物の”ロハスを説き、コミュニケーションや経営戦略のヒント・アドバイスを行っている。</p>
郷田 淳	<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><経歴> ・大阪市フェスティバルゲートあり方検討会議委員(～2006.12) ・大阪市境川用地事業提案競技審査委員(2006.12～2007.4)</p>

訪問都市の見どころ

	訪問都市	特徴
1	シアトル	<ul style="list-style-type: none"> ・自然発生的な本物の街並みのよう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”を徹底視察します。 ・郊外都市のダウントウン的な位置づけとなっているSCの事例を視察します。商業施設だけでなく業務機能なども複合し、都市機能を集積しています。
2	ボルダー・デンバー	<ul style="list-style-type: none"> ・ロハスの発祥の地であるボルダーを訪問します。 ・ボルダーではじめて開発させたライフスタイルセンター“29ストリート・モール”を視察します。環境との共生などボルダーならではの取り組みを視察します。 ・バイタミカテッジ、ホールフーズ、ワイルドオーツなどのオーガニックSMも視察します。 ・ロハスのメッカとして、ロハス型商業やロハス型企業を視察します。
3	ポートランド	<ul style="list-style-type: none"> ・アメリカで「最も住んでみたい都市」のポートランドは、持続可能な都市として第1位に評価されました。 ・中心市街地は車を持たなくても生活できる街並みと特化商業街区があり、住みやすい街の視察をします。 ・しかし、郊外には、車社会に対応した各種のSCやポートランド地区の特性を持つSMや商業があり、それらも視察します。
4	ロサンゼルス	<ul style="list-style-type: none"> ・NSCタイプの小型ライフスタイルセンターから、行政と民間とが共同開発したライフスタイルセンターまで、LAエリアでのライフスタイルセンターを徹底視察します。 ・ライフスタイルセンターと競合関係にあるSCや、SC相互間で見事に棲み分けているSCのメカニズムを見ることで商業業態の全体像を把握します。

研究視察のスケジュールと内容

航空便、宿泊先は旅行者と調整中のため変更する場合があります。

基本日程

日次	日付	発着/滞在都市名 <各地から成田> <全員出発> 成田空港出発	時間	交通機関	研究視察内容
第1日目	4月8日 (火)		(午後)	ユナイテッド航空 (予定)	<p style="text-align: center;">(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)</p>
		シアトル (ポートランド泊)	ホテル帰着 (20:00)	着後、専用バスにて視察 (一日中視察) ポートランドまでバスで行きます。	<p>シアトルを視察しポートランドへ アルダーウッド・モール ・エンクローズドRSCにオープンエアーを複合させたハイブリッド型SC ユニバーシティ・ビレッジ ・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 バイクズ・プレイス ・観光市場。スターバックスやシュラターブルの発祥地REI ・アウトドアスポーツ用品REIの本社 (全員で食事をとります) (ポートランド泊)</p>
第2日目	4月9日 (水)	ポートランド (ポートランド泊)	ホテル出発 (9:45)	専用バスにて視察 (一日中視察)	<p style="text-align: center;">(第3回研修会 8:00~9:30)</p> <p>ポートランド市内を視察 パールディストリクト ・ニューヨークのホーソーのごとく倉庫や古いレンガ造りの建物を活かしたおしゃれな街並 ノブヒル ・高級住宅地を横切るメインストリート沿いに、質の高い商業施設がオープンストリートで立地 リバープレイス ・ウォーターフロントの再開発地域の中のデザイナーズマンションと一体化した商業施設 ホーソンストリート ・さびれた商店街をヒッピーが開発し、同時に人が都心に帰って来て賑わいを持つようになったヤングと庶民的な街 パイオニアプレイス&パイオニア・コーストハウス・スクエア ・都市型SCと都市型広場が一体となり街区を形成しているエリア その他、ファーマーズマーケットやポートランド大学周辺 ニュー・シーズンマーケット ・地元の地域密着型の自然・健康食品業態 ズーパンス ・地元の高級グルメ志向のSM ポートランド市の観光局の講演(予定) (ポートランド泊)</p>
			ホテル帰着 (18:30)		
第3日目	4月10日 (木)	ポートランド (ポートランド泊)	ホテル出発 (9:45)	専用バスにて視察 (一日中視察)	<p style="text-align: center;">(第4回研修会 8:00~9:30)</p> <p>ポートランド郊外のSCを視察 クラカマスタウンセンター ・ポートランドの東側の郊外に位置する多核・モール型SC(5核と220店の専門店) ワシントンスクエア ・ポートランドの西側の郊外に位置する多核・モール型SC(5核と150店の専門店) ロイドセンター ・ポートランドの副都心に立地する多核・モール型SC(5核と200店の専門店) ブリッジポート・ヴィレッジ ・ポートランドの南側郊外に最近出来たタウンセンター ホールフーズ ・ニューヨークのコロンバスサークル店に次ぐ素晴らしいオーガニック&グルメの食品業態 ウッドバーン ・アウトレットセンターであり、デザイナーズブランドは少ないが、有名専門店のアウトレット90店で形成 トレーダー・ジョーズ ・健康、グルメ、珍味かつ安く売るSMとCVSの中間型食品業態 (ポートランド泊)</p>
			ホテル帰着 (18:30)		

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	4月11日 (金)	ボルダー (ボルダー泊)	ポートランド発 (午前) デンバー着 (午後) ホテル帰着 (18:30)	ユナイテッド航空 専用バスにて 視 察 (半日視察)	デンバー着後、ボルダーへ ボルダー市内のロハス志向の店舗の視察 ・ファルマカ、バイタミカテッジ、ボルダーコープ ・ホールフーズ、ワイルドオーツ 29ストリート・モール ・ボルダー市内で初めてのライフスタイルセンター ボルダー市観光局による講演(予定) ロハス関係者の講演(予定) (ボルダー泊)
第5日目	4月12日 (土)	ボルダー & デンバー (ボルダー泊)	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)	(第5回研修会 8:00~9:30) デンバー市郊外を視察 ボルダー市内・郊外の自然及び街並視察 フラットアイアン・クロッシング ・エンクローズドとオープンエアーを複合させたハイブリッド型SC。 コロラド・ミルズ ・ミルズ社(サイモン社傘下)のメガパリュウセンター。スーパーターゲットが核店舗の一つとなる。 パークメドウズ ・地域特性をデザインに取り入れた、山岳ロッジ風のSRSC。 ウォルマート・スーパーセンター環境対策ストア ・環境対策デモストレーション店舗 (ボルダー泊)
第6日目	4月13日 (日)	デンバー (ロサンゼルス泊)	ホテル発 (9:45) ボルダー発 (夕方) ロサンゼルス着	専用バスにて 視 察 (一日中視察) ユナイテッド航空	(第6回研修会 8:00~9:30) ボルダー市内とデンバー郊外を視察し空港へ パールストリート ・ボルダーの中心市街地を視察。地元店舗とナショナルチェーンでほどよく構成されたメインストリート。 ベルマー ・古いRSCを行政と民間により複合開発された再開発プロジェクト。 ノース・フィールド ・ステーブルトン空港跡地の再開発。LEED認定を受けた大型ライフスタイルセンター。 (ロサンゼルス泊)

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	アメリカの流通業界やSCの現状及びアメリカと日本の流通の比較、さらには、ライフスタイルセンターやロハス(LOHAS)やまちづくりや棲み分け型SC等のアメリカで学ぶポイント等を整理してあります。
------------	---------------	--

バス中研修会	随時	郷田 淳 (ダイミツマーケティング社・部長)	当日の視察物件ごとに、商業施設や業態の内容・特徴を随時説明します。(六車秀之、大和田順子も随時お話をさせていただきます)
--------	----	---------------------------	--

	場 所	日 時	講 師	内 容
第1回	成 田 空 港	4月8日 [10:30～12:00]	六車 秀之 (ダイミツマーケティング社 代表)	アメリカの流通を学ぶポイントについて
第2回		4月8日 [13:00～14:30]	大和田 順子 (LOHAS プロデューサー)	ロハスの概念と、ロハスと商業の関連性について
第3回	ポ ー ト ラ ン ド	4月9日 [8:00～9:30]	六車 秀之 (ダイミツマーケティング社 代表)	ポートランドの特性と商業及びまちづくりの概念及びあり方について
第4回	ポ ー ト ラ ン ド	4月11日 [8:00～9:30]	六車 秀之 (ダイミツマーケティング社 代表)	ライフスタイルセンター、ロハス、エンターテインメントセンターを基軸とする業態や企業の成功のメカニズムについて
第5回	ボ ル ダ ー	4月12日 [8:00～9:30]	大和田 順子 (LOHAS プロデューサー)	アメリカ及びボルダーにおけるロハスをコンセプトとしたビジネスの事例について
第6回	ボ ル ダ ー	4月13日 [8:00～9:30]	郷田 淳 (ダイミツマーケティング社 部長)	ライフスタイルセンターの事例及びライフスタイルセンターの複合化の考え方について
第7回	ロ サン ゼ ル ス	4月14日 [8:00～9:30]	六車 秀之 (ダイミツマーケティング社 代表)	ボルダーの特性と食業態の成立のメカニズムについて
第8回	ロ サン ゼ ル ス	4月15日 [8:00～9:30]	六車 秀之 (ダイミツマーケティング社 代表)	アメリカのSCの得意分野を活用したSC相互間の棲み分けのメカニズムについて
特別講演	ポ ー ト ラ ン ド	交渉中	ポートランドのまちづくりの関係者	まちづくりの概念や地元の有力企業の方に解説してもらいます
特別講演	ボ ル ダ ー	交渉中	ボルダーのLOHAS関係者	ロハスの概念を、ボルダーでのロハスの現状やビジネスについて解説してもらいます

ボルダーがロハスのメッカになった理由

ロハス (LOHAS = Lifestyles of Health & Sustainability・健康と地球の持続可能性を志向するライフスタイル) のメッカは「ボルダー市」(コロラド州ボルダー市)です。弊社の第29回海外流通視察ツアー(2007年4月)でロハスの研究のためボルダーに行き、ロハス関係者(ロハスの生みの親・フランクランペ氏)や行政の方(ボルダー市の開発担当者)やロハス企業の方々(ファルマカやワイルドオーツ等)のお話を聞き、勉強をしました。

では、何故にボルダー市がロハスのメッカになったのかをメカニズム的に説明します。

ボルダー市がロハスのメッカになった第1の理由

コロラド州ボルダー市はロッキー山脈の麓、海拔1,600mの地点に位置し、豊かな自然のある高原都市です。このボルダー市が持つ地域固有の特性が、ロハスという自然と人間に優しい持続可能なライフスタイルとの適合が可能となりました。

1960年代にヒッピーがこのボルダー市に住みつき始め、自給自足の生活を始めました。ヒッピーとは、原始自給自足生活とは異なる思想自給自足生活者(反資本主義、反工業主義、反戦争等の現在の社会体制に反発して、豊かな物質社会でありながら自然と一体化して自給自足生活を行う人々)であり、彼らにとってボルダー市は最適な場所でした。今、ボルダー市は全米で一番暮らしやすい都市になっています。また、健康に一番良い都市でもあります。このボルダー市が持つ地域固有の特性と、ヒッピーの反体制の思想が融合することにより、思想と自然が融合し、ボルダー市がロハスのメッカになる第一歩となりました。

ボルダー市がロハスのメッカになった第2の理由

自然に恵まれたボルダー市に、コロラド大学ボルダー校(ノーベル賞受賞4名)や企業の研究機関が進出して、学歴の高い人々や所得の高い人々が住みつき、ロハス思想のターゲットが育っていきました。また、ボルダー市は昔から伝統的に産業を育て応援する土壌があり、この市民性が、ロハス企業の発展にも結びつきました。ボルダー市はロハス志向の三大ターゲットである高学歴者、高所得者、自然・アウトドア愛好者の比率が著しく高くなっています。

ボルダー市がロハスのメッカになった第3の理由

自然に恵まれ、思想自給自足生活者のヒッピーが住みつき、大学や研究機関が進出し、産業を育成し応援するという土壌の中で、ロハスの三大ターゲットである高学歴者、高所得者、自然・アウトドア愛好者が集まり住むようになり、ロハスのメッカとしての背景は全て勢揃いしたことになりました。後は、ロハスとしての成果である持続可能な経済を創出する企業が出現することです。ロハスは単なる思想ではなく、自然と地球さらには人間の肉体的・精神的に優しい実践経済であるため、思想を戦略発想で実戦化する企業が必要です。ボルダー市発のロハス企業は、ワイルドオーツ(自然・健康食のSM)、バイタミンカテッジ(病気にならない食品とサプリメントのSM)、ファルマカ(病気になる前に行き病気にならないようにする薬局)、ガイアム(ロハス商品の通信販売の企業)等があり、全米のロハスのリーダー的役割を担っています。

このように、ロハスは反体制思想から始まりましたが、ロハスの思想が社会的に認知され、多くの人々に支持されるためには、反体制思想が持つ「長所」を現体制の現代的システムの中に融合させる必要があります。すなわち、20世紀は大量生産・大量消費による豊かな社会を構築しましたが、地球や自然、動物、人間にとって決して優しい世紀ではありませんでした。現代社会の利便性や人間独自の文化を認めつつ、20世紀の課題と反体制思想の長所が融合した概念が、ロハスとすることができます。正に、「産業の世紀」(20世紀)から「環境の世紀」(21世紀)への概念的かつ実践的移行です。

それゆえに、現実の人間社会の仕組みを否定するのではなく、人間社会が確立した現社会・体制を維持しつつ、できるだけ地球や自然さらには人間の肉体的・精神的な面に負担をかけない仕組みがロハスです。いずれにしても、一步一步、ロハスを具体的に進めることが持続可能な社会をつくるために必要です。

ポートランドが最も住みたい都市ベスト1になった理由

アメリカで「最も住んでみたい都市」のベスト1位・2位に常にランキングされる都市に、ポートランドがあります。ポートランドは、アメリカの北西部大西洋沿岸のサンフランシスコ(カリフォルニア州)とシアトル(ワシントン州)の間に位置しています。人口562,690人(2006年)、都市圏人口2,137,562人(2006年)のオレゴン州最大の都市であり、また、人口増加が著しい都市でもあります。札幌市とほぼ同緯度であり、肥沃な農地を抱える周辺の農産物集散の港町として成長しました(同緯度にあることと、共に計画された美しい街並みを持っていることから、ポートランド市と札幌市は姉妹都市になっています)。戦時中は軍事産業が発展しましたが、今ではカリフォルニアのシリコンバレーに対抗して、ポートランドからシアトルに至る一帯はシリコンフォレストと呼ばれ、半導体、電子部品、情報・通信関連企業(特にインテル)の集積が進んでいます。また、至る所に森が点在し、自然と文化が調和する美しい都市としても知られています。

このような概要を持つポートランドですが、何故、「最も住んでみたい都市」のベスト1位・2位に常にランキングされるのでしょうか？私なりに分析してみました。

自然という地域固有の長所と融合した街づくりの都市

ポートランドは山と川の自然に恵まれ、この恵まれた自然を活かし、森を保存し、街中には公園が至る所に存在し、街路樹が整備され、自然と街が融合した都市を形成しています。ポートランドは緯度は高いが、西側の沿岸地域は温帯気候で秋から冬にかけて雨がが多く(雪は少ない)農業に適した肥沃な土地で、一方、東側の内陸部は乾燥地帯で美しい自然が豊富にあります。

ニューアーバニズムの都市理論を導入した都市

ニューアーバニズムとは、都市の成長をバランス良く誘導し、都市をよりサステイナブルな構造に再編していこうとする都市づくりの考え方です。そのニューアーバニズムの概念に基づき、ポートランドでは、伝統的近隣地区で街路の整備や建築のデザイン規制等を行い、かつて街(コンパクトシティ)が持っていた機能性を現代の都市に活かした開発をしようとしています。また、公共交通志向の開発を行い、車社会で廃れた鉄道やバスなどの公共交通を再生・新設し、駅を中心とした歩きたくなる街をつくらうとしています。

ポートランドの伝統ある建物の再利用や、MAXやストリートカー(電車・フリーゾーンは無料)と呼ばれる2つのタイプの鉄道が存在し、さらに、バス網も充実しており車を持たなくても生活できる都市が形成されています。

産業構造がアナログ型とデジタル型の調和の取れた都市

ポートランドは、肥沃な土地からの恵みである農産物(水産物も豊富)や、豊かな森からの木材といったアナログ型産業と、ハイテクのデジタル型産業が調和した産業構造が形成されています。また、観光資源も多く、観光産業も発展しています(年間670万人の観光・レジャー入込客)。さらに、ナイキやコロンのスポーツメーカー企業の地元でもあり、スポーツアパレルの産業も発達しています。このように、ポートランドは、アナログ型産業とハイテク型産業が両立し、豊かな労働需要を創出し、多様な働く場を提供しています。

エコロジー志向及び健康志向の強い都市

自然環境と調和した都市形成、公共交通機関の活用、オーガニック食材の栽培、また、スポーツのメッカであり、ナイキやコロンのスポーツメーカーの発祥エリアでもあります。このように、ポートランドはエコロジー志向と健康志向を求めて全米から転入が続き、人口の成長力も高い都市です。

文化と芸術志向の高い都市

大型かつ有名な文化施設や芸術施設(ハコ物)ではなく、個性あるアーティストによる独創的なアート商品がサタデー・マーケットで販売されています。ポートランドはアーティストの街であり、アーティストの芸術・文化を街づくりの基軸とした都市です。また、ポートランドの都市部にポートランド州立大学(2万人の学生)があり、学生とヤングの街でもあります。

以上のような要因と、ポートランドのユニークな都市計画により、「ポートランドスタイル」(ポートランドの独自固有の特性を活かしたライフスタイル)が形成されています。

第32回 ダイナミック海外流通研究・視察ツアー 参加申込書

お申し込み日 年 月 日

(ふりがな)	-----			性別
氏名	-----			男・女
生年月日	19 年 月 日生(満 歳)	婚姻の有無	有・無	
(ふりがな)	-----		電話番号	
現住所	〒		- -	
渡航中の 連絡先	氏名	住所		
	続柄	電話番号 - -		
勤務先	会社名	住所		
		電話番号 - -		
<div style="border: 1px solid black; padding: 20px; background-color: #e0e0e0;"> <p>お名刺の貼り付けをお願い致します</p> </div>				
旅券 (パスポート)	所持・未所持	旅券番号		
		発行年月日		
航空便	ビジネス・エコノミー		ビジネスクラス追加料金 = 未定(確定次第お知らせします)	
ホテル	シングル・ツイン(同室 様)		1人部屋をご希望の場合は、別途追加料金がかかります。	
喫煙	吸う・吸わない			

お申し込みと同時に、パスポート(顔写真、旅券番号、発行年月日などが記載されている部分)をお送り下さい。お持ちでない方は、取得し次第お送りください。

募集要項

1	期 間	2008年4月8日(火)～4月17日(木)								
2	代 金	650,000円(エコノミークラス、ホテル1室1名利用) ・1人部屋利用は追加料金が必要です(旅行社と調整中。確定次第お知らせします。) ・ビジネスクラス追加料金 = 未定(確定次第お知らせします。)								
3	募集人員	30名								
4	締め切り	2008年3月7日(金)								
5	代金に含まれるもの	航空運賃(成田空港起点での国際線および米国内での国内線、エコノミークラス) 宿泊料金(1名1室) 食事(全朝食および夕食2回) 視察(専用バスによる視察費用、訪問に係わる費用) セミナー・資料に係る費用 添乗員費用 空港税・空港施設利用料、渡航手続に係る費用								
6	代金に含まれないもの (例示)	ビジネスクラス、ファーストクラスの追加料金 手荷物超過料金 成田空港行き帰りの国内交通費 個人的性格の費用: 飲食代、電話代、FAX代など 傷害、疾病に関する医療費 任意の海外旅行傷害保険料								
7	取消料	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 80%;">旅行開始日の前日から起算してさかのぼって30日前から15日前に当たる日までに解除した場合</td> <td style="width: 20%; text-align: right;">旅行代金の20%</td> </tr> <tr> <td>旅行開始日の前日から起算してさかのぼって14日前から4日前に当たる日までに解除した場合</td> <td style="text-align: right;">旅行代金の30%</td> </tr> <tr> <td>旅行開始日の3日前以降から前日までの解除の場合</td> <td style="text-align: right;">旅行代金の50%</td> </tr> <tr> <td>旅行当日及び開始後に解除した場合または無連絡不参加の場合</td> <td style="text-align: right;">旅行代金の100%</td> </tr> </table>	旅行開始日の前日から起算してさかのぼって30日前から15日前に当たる日までに解除した場合	旅行代金の20%	旅行開始日の前日から起算してさかのぼって14日前から4日前に当たる日までに解除した場合	旅行代金の30%	旅行開始日の3日前以降から前日までの解除の場合	旅行代金の50%	旅行当日及び開始後に解除した場合または無連絡不参加の場合	旅行代金の100%
旅行開始日の前日から起算してさかのぼって30日前から15日前に当たる日までに解除した場合	旅行代金の20%									
旅行開始日の前日から起算してさかのぼって14日前から4日前に当たる日までに解除した場合	旅行代金の30%									
旅行開始日の3日前以降から前日までの解除の場合	旅行代金の50%									
旅行当日及び開始後に解除した場合または無連絡不参加の場合	旅行代金の100%									

< ツアーに関するお問い合わせ >

(株)ダイナミックマーケティング社 ごうだ 郷田まで

〒531-062 大阪市北区長柄中2-5-44

TEL 06-6353-6666 FAX 06-6356-1663