

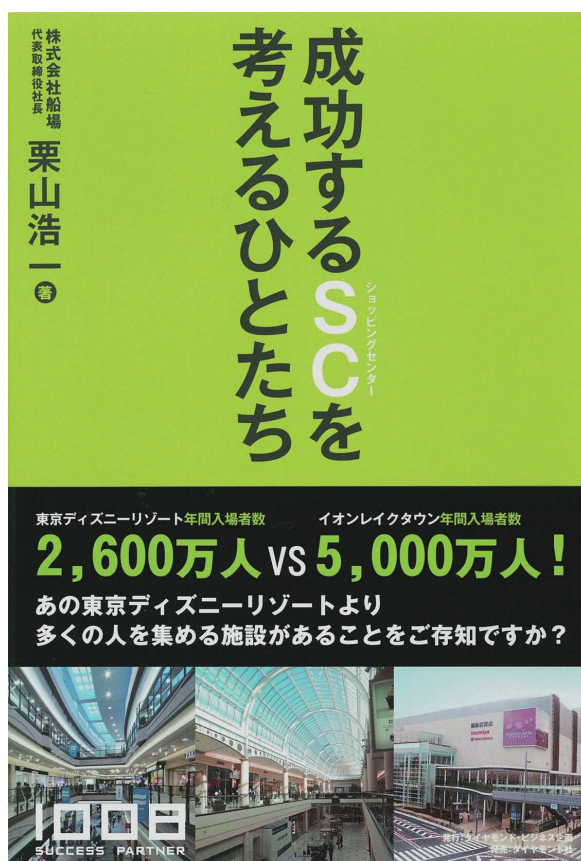
(株)船場 設立50周年を記念して本を出版しました!

ショッピングセンター

『成功するSCを考えるひとたち』

設立50周年を記念して、普段は黒子に徹している私たちの業務内容を紹介することによって、当社の企業理念「サクセスパートナー」が少しでも認知されればと思い、書籍を出版しようということになりました。(中略)

この本を通じて、ショッピングセンターのつくり方や仕組みを理解し、興味を持っていただければ、本来は黒子である私たちの励みにもなります。(本文「あとがき」より)



株式会社船場 代表取締役社長 栗山 浩一・著

発売:ダイヤモンド社 定価:1,620円(税込)

amazon.co.jp(送料無料)または全国書店(品切れの際はお取り寄せください)にてお買い求めいただけます。

詳しくは弊社ホームページにて。 <http://www.semba1008.co.jp>

CONTENTS

■ 序章 ショッピングセンターとは何か それは、ただ買い物をするための場所ではない

1. 「街」をつくるショッピングセンター
2. ショッピングセンター開発の主導者たち
3. ショッピングモールはTDRを超えることができるのか

■ 第1部 ショッピングセンターはどうやって生まれるのか

第1章 何もない場所に、成功を引き込む“線”を描くマスタープランの流儀

1. ショッピングセンターをつくる五つのフェーズと七つの業務
2. 大空に透明なペンで線を描く —— ボリューム検討
3. マーケットリサーチは「ストーリー」である —— 街の未来を読み解く仕事
4. 新しい想像と創造 —— 企画コンセプトで描く成功への道筋
5. 日本初！ 街の真ん中に立体駐車場をつくった阪急西宮ガーデンズの斬新な設計背景とは

第2章 100人以上もの思いが交錯する内装デザインの世界

1. ショッピングセンターのテナントはこうして決まる —— 基本MD(マーチャンダイジング)計画
2. 「場の期待感」を醸成する環境デザイン

■ 第2部 ショッピングセンターは緻密な仕事なしには生まれない

第1章 ショッピングセンターの魅力を伝えてテナントを誘致せよ

1. 絵に描いたテナントを現実のものにする説明会
2. テナントとの共鳴が成功の証

第2章 ショッピングセンターとテナントとのマッチング

1. 成功するショッピングセンターを一気通貫でサポートする
2. ショッピングセンターとお客さまの安全を守る知られざるプロフェッショナル

第3章 ショッピングセンターの変わり目にインパクトを与えたクライアント

1. ショッピングセンターのアパレルは「オシャレじゃない」のか？
2. 時流を読み、常に変化するから成長できる

■ 終章 新たな商環境の創造へ

1. 『イオンレイクタウン』から広がったグローバル展開
2. 未来の商環境を切り拓くカギとは

