

その1つの「サンタモニカ」は、昔からカリフォルニアの人気トップクラスのビーチリゾートとして知られていて、海岸沿いにある公園から、ジョギング・コースやサイクリング・コースがあって、時間を気にせず日光浴をしたり、海を眺めながらお茶を飲んだり、あるいは夜はトロピカル・ドリンクを傾けたりして、食事を楽しめる開放的な気分になれる所です。

「サンタモニカ」は、ブティックやレストランが並びファッショナブルな街として知られています。大型ショッピングセンターとしては、「サンタモニカ・プレイス (SANTA MONICA PLACE)」があり、北側には「サード・ストリート・プロムナード (THIRD STREET PROMNADE)」と、南側の「メイン・ストリート (MAIN ST)」は個性のある店が軒を並べています。

また、「オーシャン・アベニュー (OCEAN AVE)」を北上すると「マリブ」に行くが、道路沿いには特徴あるレストランが数多くあり、この地域の海岸沿い高級住宅地の方々のご用達になっています。

[サンタモニカ・プレイス]

「サンタモニカ・プレイス」は、高級住宅地の多い海浜リゾート地域で唯一のショッピングセンターで、「オーシャン・アベニュー」「サード・ストリート・プロムナード」「メイン・ストリート」と共に、一大ショッピングとレストランで構成されています。

「サンタモニカ・プレイス」は、建築家フランク・ゲリーによって設計されたもので、モダンな外観の3階建てで、大きな天窗が空を仰ぎ自然光が入っています。特に噴水のある中央広場はパティオ風で、3階まで吹き抜けになっていて、極めて明るいショッピングセンターです。専門店のテナント構成も揃っていますが、「フードコート」の人気の高いのが特徴です。

[小売業]

キーテナントは、百貨店の「MACY'S」「ROBINSONS/MAY」で、主な専門店はこちらの通りです。

(婦人服) ◎ANN TAYLOR ◎CONTEMPO CASUAL ◎EXPRESS ◎THE LIMITED
◎VICTORIA SECRET ◎THE WHITE HOUSE

(紳士服) ◎OAKTREE ◎STRUCTURE ◎CLUB MONACO

(美容と健康) ◎BATH & BODY WORKS ◎GNC ◎LE SALON

(宝石&アクセサリ) ◎AFTER THOUGHTS ◎SIMPLY STERLING

(子供服・玩具) ◎GAP KIDS ◎GYMBOREE ◎KAY BEE TOYS

[フードコート]

「サンタモニカ・プレイス」の「フードコート」の特徴は、入口付近には、壁に地

大量消費時代となりました。

大学教育も門戸が大きく広がり、教育に関心をもちはじめ、第2次世界大戦や朝鮮戦争への出征兵に対する「GI ビル」の権利の一つとして、大学進学費が与えられたのも進学率が増加したのに大いに貢献しています。

また、戦後生まれのベビーブーマー達は、すでに豊かな時代に成長してきているので、大学進学は当たり前のコースとして中流化意識も大いに作用しているのです。

(2) 戦後のアメリカ小売業の旋風

1938年のパットマンによる「チェーン・ストアに対する死刑宣告法案」は廃案になったとはいえ、「A & P」「ウールワース」「J. C. ペニー」の戦前の代表的なチェーンは、第2次世界大戦後もパットマン後遺症によって急速な発展は見せませんでした。新たな業態の開発が行われました。

1948年にユージン・ファーカフは、ニューヨークのマンハッタンに、ディスカウント・ハウスの「E. J. コルベット (E. J. Korvette)」をオープンさせました。これは戦後帰国した人たちに家庭づくりに必要な家庭電器製品を、メーカーの定価よりはるかに安いディスカウント価格で販売しました。当然のことながら、メーカーや他の小売業者から圧力がかかりましたが、これにめげませんでした。

さらに、1964年、ユージン・ファーカフは、取扱商品の範囲を広げ、同じニューヨークのロングアイランドに、「より多くの物をより安く」という「経営理念」のもとに、「ディスカウント・ストア」をオープンさせました。

現在「ディスカウント・ストア」のトップにランクされている「ウォルマート (Wal-Mart)」「K マート (K-Mart)」「ターゲット (Target)」は、1962年に第1号店をオープンさせ今日の隆盛を呼びました。

またメール・オーダー・ハウスから出発した「シアーズ・ローバック」や、総合衣料品店から出発した「J. C. ペニー」は、日常家庭で使われる商品の総合的な販売する新たな業態としての、「ゼネラル・マーチャンダイズ・ストア (GMS)」として生まれ変わりました。

1960年代後半から始まった消費の大衆化は、ファッションを普及させました。総合された店舗もさることながら、専門的に絞り込んだ専門店の「ニーズ」の高まりをみせたことが大きく専門店時代を創出しました。

「スーパーマーケット」は、第2次世界大戦後は、「セーフウェイ (Safeway)」「クローガー (Kroger)」のナショナル・チェーンと一定の地域におけるローカル・チェーンと2つの発展的プロセスを示しました。

一方、「百貨店」は「ディスカウント・ストア」や「ゼネラル・マーチャンダイズ・ストア」の追撃を受けて後退を余儀なくされましたが、「ショッピングセンター」の発展とともに復活してきたことは大いに注目されました。

(3) ショッピングセンター時代の到来

日 時 2月9日 土曜日 14時～16時

講 師 株式会社 日本フランチャイズ総合研究所
代表取締役所長 内川 昭比古

会 場 日本フランチャイズ総合研究所 5F会議室

セミナー内容 フランチャイズに加盟し独立・開業を検討されている皆様に、
フランチャイズ・ビジネスの基礎知識、加盟のポイント、本部との
上手な付き合い方を紹介。また、弊社のフランチャイズ加盟サポ
ートシステムをご紹介します。

参加費 無 料

お問合せ先 日本フランチャイズ総合研究所
<http://www.the-franchise.co.jp>

2. 「フランチャイズ・ビジネス参入のためのセミナー」

日 時 2月22日 金曜日 13時30分～17時30分

講 師 株式会社 日本フランチャイズ総合研究所
代表取締役所長 内川 昭比古

会 場 日本フランチャイズ総合研究所 5F会議室

セミナー内容 フランチャイズ・ビジネスに参入を検討されている方、フランチャ
イズ本部構築をお考えの方に、フランチャイズ・ビジネスの基礎知
識から、参入の手順、本部構築のポイントまで、フランチャイズ・
ビジネスの基本を講義いたします。

参加費 24,000円

お問合せ先 日本フランチャイズ総合研究所
<http://www.the-franchise.co.jp>

3. 第24回フランチャイズ・ショー2008 「フランチャイズ本部構築成功セミナー」 ～ 基礎知識から成功のポイントまで ～

日 時 3月12日 水曜日 10時00分～13時00分

講 師 株式会社 日本フランチャイズ総合研究所
代表取締役所長 内川 昭比古

※ ご意見、ご要望、ご質問は下記アドレスまでご連絡ください。
尚、配信停止をご希望される場合も、下記までご連絡ください。

Mail to: franchise-news@the-franchise.co.jp

発行者：株式会社 日本フランチャイズ総合研究所
代表取締役所長 内川 昭比古
〒102-0083
東京都千代田区麹町 4-4 麹町シャインビル 2F
TEL 03-3511-3755 (代)
FAX 03-3511-3754
<http://www.the-franchise.co.jp>
Mail to: franchise-news@the-franchise.co.jp