

# 探訪 **新**ライフスタイル

少子高齢化の加速が止まらない。2020年の婚姻数は前年比マイナス16・2%と見込まれ、21年の出生数は大幅減の予測だ。一方、20年の65歳以上の高齢化率は28・4%に上昇した。この社会課題に直面し、ファミリーを中軸にしてきたショッピングセンター(SC)にも転機が訪れている。

## ライフスタイル

### 子育てに優しいSC続々



昨年開業した複合施設「グリーン  
スプリングス」(東京都立川市)

# 人つなぎ、街育てる拠点に変化

SC生誕の地である米国 あって、もはやライフスタイルでは、ネット通販の浸透に イルを充足する場所ではな  
加え、供給過多と同質化も くなった。日本では1996 国に広がり、2009年に 約1万平方メートルの中央広場パ

9年に玉川高島屋SC(東 ユアリーホテル、ホール、 京・世田谷)の開業から全 美術館、オフィス、そして 国に広がり、2009年に 約1万平方メートルの中央広場パ

3000カ所と急拡大した ークで構成された複合施設  
が、18年の3220カ所を だ。  
ピークに減少に転じた。全 特にパークは、待ち合せ  
国に量産されたSCは便利 したり、お茶を飲んだり、  
ではあるが、ワクワク感を 散歩したり、本を読んだり  
感じることは少ない。コロ して、人がゆっくりと時間  
ナ禍での生活者の価値観の を過ごせる場所として秀逸  
変化、行動変容により、明 で、多くの子育てママが集  
日のライフスタイルを感じ まる風景を見ると、少子化  
るSCづくりが喫緊の課題 が間違いなのではと思っほ  
である。 だ。  
そんな中、20年4月に東 昨年、大型リニール  
京都立川市に開業した「グ した東京都江東区の「アー  
リーンズスプリングス」は、 バンドックららぽーと豊  
約4万平方メートルの敷地に飲食 洲」と大阪府箕面市の「み  
を中心とした商業、ラグジ のおキューズモール」の共  
通点も徹底した子育てファ Cと一緒に子育て、まち育  
ミリーの取り込みだ。 ヨーロッパを見ると、各  
ららぽーと豊洲は以前か 国にある多くの広場は、人  
設「キッズシア」に加え、 が集まり人と接して緩やか  
子育てファミリーで楽しめ な関係が作られるように設  
る飲食や物販も強化され 計されている。これからの  
た。豊洲地区をはじめとす SCに求められるのは消費  
る江東区の湾岸エリアは人 目的だけの場ではなく、人  
口が大幅に増加した。 どのつながりによる地域の  
キューズモールがある箕 幸福を実現する「まち育て」  
面市は、関西での「住んで の担い手になることだ。物  
良かった街NO.1」に選 質的満足を得た生活者は利  
出され、生活環境に優れて 便性よりも心地よさ、心の  
いる。地域のママを組織化、 ゆとりなどを優先する傾向  
手づくりのベビー服や子供 にある。  
服、生活雑貨、子どもに読 新しい時代にはSCとい  
ませたい本や体に優しい食 う名称より、人とモノ、人  
品などを提供する「みのマ と人、人と幸せをつなぐ「ギ  
ママルシェ」や、保育士や ヤザリングモール」がふさ  
助産師と日々の子育て悩み わしいかもしれない。  
相談を話し合う「Mama (商い創造研究所代表  
Cafe」の開設など、S 松本大地)