

# 商いの新しいものさし

（株）商い創造研究所

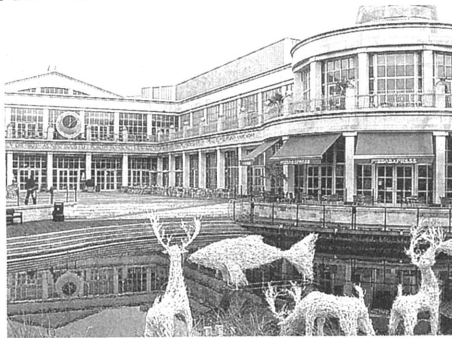
代表取締役

## 松本 大地

第126回

### 地域協調型に移行するSCC

米国西海岸のショッピングセンター(SC)を初めて訪れたのは、大手婦人服専門店に在籍していた1982年だった。



街を幸せにする地域協調型SC「ブルーウォーター」

大きなモールに多くの店舗が集積し、多くの人が買い物や食事、イベントで楽しむ日常の生活景にすっかり魅了され、その後米国をはじめ、アジア、ロシアを含むヨーロッパ、オセアニア各地のSCを視察・研究するようになった。

駐車場をつくり、広域から車での来訪を呼び込むショッピングスタイルは全国に拡大し、米国ほどのモーターゼーション社会ではない日本でも、今やSCは生活インフラとしても必要不可欠な存在になった。

とはいえ、昨今の課題は競合となったネット通販の拡大に加え、増えすぎた施設の過剰感や、コロナ禍の現況や米国や中国でのデッドモ

ーションの現実を目の当たりにすると、どうしても行く末が気がかりになる。SCだけでなく、どのような業態であっても、

時代の変化と共に新たなイノベーションに挑まなければ、成長、存続することはできない。

今回訪れた30年を経過した地方大型SCは、これまで増床や核テナント、専門店の入れ替えで時代に対応してきたものの、不揃いなテナントMD、環境の陳腐化、特に来店客と販売スタッフのワクワク感が乏しく、リアルだからこそできる五感に響く楽しさの消滅が最も危惧され、骨格から中身までの大手術が避けられないとの印象を抱いた。

このSCは新興住宅地と共に誕生したので、ファミリー世帯の30年の人

先般、90年初頭に日本の地方都市郊外に開設された大型SCを訪ねた。大きな

時代の変化と共に新たなイノベーションに挑まなければ、成長、存続することはできない。

今回訪れた30年を経過した地方大型SCは、これまで増床や核テナント、専門店の入れ替えで時代に対応してきたものの、不揃いなテナントMD、環境の陳腐化、特に来店客と販売スタッフのワクワク感が乏しく、リアルだからこそできる五感に響く楽しさの消滅が最も危惧され、骨格から中身までの大手術が避けられないとの印象を抱いた。

このSCは新興住宅地と共に誕生したので、ファミリー世帯の30年の人

生の歩みに合わせた「同調の関係性」を築いてきた。しかし、当時の30代ファミリーは60代のシニア世帯に、小学生は4代になり、求め合うものにも大きな差異と、少子高

齢化や過疎化、環境保護などの社会課題が押し寄せた。これからは生活利便性が主だったSCの役割を方向転換し、SCと住民が互いに力を合わせ、助け合い、協力して様々な地域課題を解決する「協調の関係性」が築かれることが望ましい。

2005年にロンドン郊外にある3つの百貨店、300店超の専門店、エンターテイメントで年間3000万人の来訪があるヨーロッパ屈指の規模を誇るSC「ブルーウォーター」を再訪問した。デベロッパに「なぜこの規模のSCなのに生鮮品を扱うスーパーマーケットがないのか」と質問したところ、「野菜や果物、魚や肉は街なかの商店や市場で買うもの。生

花も街なかの小さなお店の方が良いので、ここでは扱っていない」と、棲み分けすることの大切さを回答された。その答えに赤面すると共に、「ヨーロッパ型の街と共に地域と協調することで成り立っている」と心に刻んだ。

ヨーロッパ型ショッピングの特徴は、購入する時ほどできるだけ良い物を買って、長く使うことが基本にある。代々受け継いだ家具やキッチン用品だけでなく、ファッショ

ンも大量生産された既製品よりも良質な服を大切に着て、自分らしさを表現する傾向がある。

コロナを経験した私達は、人間の生き方に添ったライフスタイルを創り出す商品やサービスを選択するようになり、単なる安さよりも、内容や中身を重視するバリュー型に変わっていく傾向が顕著になった。アフターコロナでは、「地域間競争型SC」から、「地域協調型SC」が主軸になり、ア

メリカ型の大きさや利便性を追求するSCから、ヨーロッパ型の街と共に親和性を持つSCへの変容が加速すると確信している。

地方都市では郊外へと拡散する開発が限界になり、コンパクトな街づくりが必須となった。SCの持つリソースを生かし、前向きに地域テナントや地域メーカーとの共生、自治体との官民連携、地域コミュニティの醸成などに取り組む使命を果たす時機が到来した。地域を幸せにしてくれるSCとは何か。それは「このSCは私の誇り」があるSCがある近くに住みたい」と思ってもらえる存在になり、顧客との間に目に見えない絆がつけられることで世代継承につながるSCだ。地域競争型SCから、地域協調型SCへの変容がすでに始動している。

メリカ型の大きさや利便性を追求するSCから、ヨーロッパ型の街と共に親和性を持つSCへの変容が加速すると確信している。

地方都市では郊外へと拡散する開発が限界になり、コンパクトな街づくりが必須となった。SCの持つリソースを生かし、前向きに地域テナントや地域メーカーとの共生、自治体との官民連携、地域コミュニティの醸成などに取り組む使命を果たす時機が到来した。地域を幸せにしてくれるSCとは何か。それは「このSCは私の誇り」があるSCがある近くに住みたい」と思ってもらえる存在になり、顧客との間に目に見えない絆がつけられることで世代継承につながるSCだ。地域競争型SCから、地域協調型SCへの変容がすでに始動している。

メリカ型の大きさや利便性を追求するSCから、ヨーロッパ型の街と共に親和性を持つSCへの変容が加速すると確信している。

地方都市では郊外へと拡散する開発が限界になり、コンパクトな街づくりが必須となった。SCの持つリソースを生かし、前向きに地域テナントや地域メーカーとの共生、自治体との官民連携、地域コミュニティの醸成などに取り組む使命を果たす時機が到来した。地域を幸せにしてくれるSCとは何か。それは「このSCは私の誇り」があるSCがある近くに住みたい」と思ってもらえる存在になり、顧客との間に目に見えない絆がつけられることで世代継承につながるSCだ。地域競争型SCから、地域協調型SCへの変容がすでに始動している。

メリカ型の大きさや利便性を追求するSCから、ヨーロッパ型の街と共に親和性を持つSCへの変容が加速すると確信している。

地方都市では郊外へと拡散する開発が限界になり、コンパクトな街づくりが必須となった。SCの持つリソースを生かし、前向きに地域テナントや地域メーカーとの共生、自治体との官民連携、地域コミュニティの醸成などに取り組む使命を果たす時機が到来した。地域を幸せにしてくれるSCとは何か。それは「このSCは私の誇り」があるSCがある近くに住みたい」と思ってもらえる存在になり、顧客との間に目に見えない絆がつけられることで世代継承につながるSCだ。地域競争型SCから、地域協調型SCへの変容がすでに始動している。

メリカ型の大きさや利便性を追求するSCから、ヨーロッパ型の街と共に親和性を持つSCへの変容が加速すると確信している。

地方都市では郊外へと拡散する開発が限界になり、コンパクトな街づくりが必須となった。SCの持つリソースを生かし、前向きに地域テナントや地域メーカーとの共生、自治体との官民連携、地域コミュニティの醸成などに取り組む使命を果たす時機が到来した。地域を幸せにしてくれるSCとは何か。それは「このSCは私の誇り」があるSCがある近くに住みたい」と思ってもらえる存在になり、顧客との間に目に見えない絆がつけられることで世代継承につながるSCだ。地域競争型SCから、地域協調型SCへの変容がすでに始動している。