

視点 (899)

I Saw All Spain (その4) !!

スペインと商環境について

(流通とSC・私の視点(898)より続く)

SCにとって「店舗・商品」と「客(生活者)」と「通路」、及び「空間」と「時間」を一体化し、快適かつ異質性のあるエンターテインメント・プレイス(居心地感のあるよこびの場)を構築することをモール・プレイス戦略と言い、その1つに「ヨーロッパ型モール」の概念があり、このヨーロッパ型モールを学ぶ場としてスペインが最適です。

スペインは、「歴史的条件」(過密な要塞都市や複数の宗教・民族・国の融合・覇権国家となったことによる王朝文化の存在)や「自然条件」(乾燥地帯)によって、異質型文化を形成し、我々が、アメリカ型のモール・プレイス戦略とは異なり、かつアメリカ型モールのアンチテーゼの“場”づくりに大いに参考になります。

しかし、SCの開発において、ただ単にスペインの文化をイメージ化し、デザイン化(造型+色彩+光)するだけでは意味がありません。1つの文化を成果のあるものに形づくるためには「知識の取得」「メカニズムの解明による理論化」「成果が発揮できるように戦略化」「成果を能率よく仕上げるようにする戦術化」の4つのプロセスがあります。

この素晴らしいスペインの文化を、デザイン(環境づくり)とマーケティング(人々を集める手法)を融合させた概念が「新しいモール・プレイス戦略」になります。すなわち、スペインの文化をSCの中でビジネス化することです。ビジネス化とは成果のあるものにすることであり、スペインの文化によるモール・プレイス戦略により、「客がより多く集客できるようにすること」と「テナントのリーシングが容易になること」に結びつけることが必要です。

このヨーロッパ型モール形成の概念は次の通りです(六車流：流通理論)。

	テ　　マ	内　　　　容		
ヨーロッパ型 モールの 第1の概念	視覚で異質性を感じる 要素	フォーカスポイント (街角)	+	パティオ (中庭)
ヨーロッパ型 モールの 第2の概念	大きさと長さを感じる 要素	プラザ (広場)	+	ストリート (中幅な通路)
ヨーロッパ型 モールの 第3の概念	細かさとお行きを感じる 要素	アレイ (小径)	+	プロムナード (遊歩道)
ヨーロッパ型 モールの 第4の概念	心理的に五感を感じる 要素	時　　間 (にぎわい時間)	+	空　　間 (にぎわい空間)

第1の概念の「視覚で異質性を感じる要素」としては、まさにスペインの街並みの中にある街角(フォーカスポイント)であり、独自性のあるパティオ(中庭)です。ヨーロッパ型モールを形成する重要な要素です。

第2の概念の「大きさと長さを感じる要素」としては、みんなが集う広場と、モールほど幅広くない散策通路(ランプリング・ストリート)です。

第3の概念の「細かさとお行きを感じる要素」としては、路地風の小径と楽しく遊べるプロムナードです。

第4の概念の「心理的に五感を感じる要素」としては、にぎわいを感じる時間と、にぎわいを感じる空間です。

ヨーロッパ、特にスペインは、ヨーロッパ型モールを形成するための宝の山です。

(流通とSC・私の視点(900)へ続く)

(株)ダイナミックマーケティング社³
代 表 六 車 秀 之