

流通とSC・私の視点

2012年6月23日

視点(1595)

I Saw All America (その219) !!

(ライフスタイルセンター編)

— 居心地感とオールド・オーチャード —

今、アメリカのSC業界は第2次ライフスタイルセンター（地域の交流の場と居心地感が一体化したオープンエアモールの中型SC）や第2次タウンセンター（地域の中心としてのセンター機能と居心地感が一体化したオープンエアモールの大型SC）の時代に突入しています。

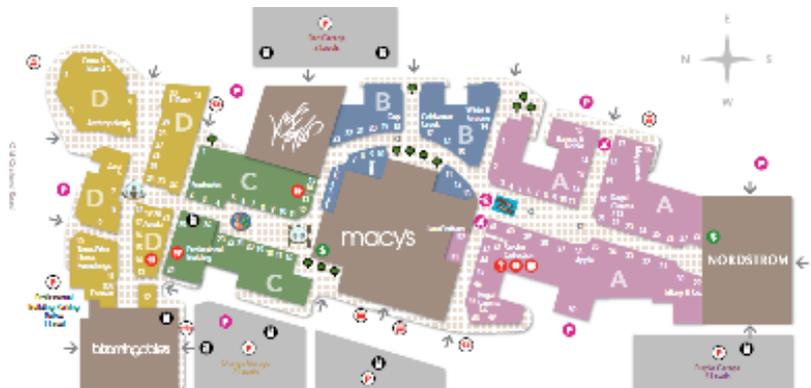
しかし、ライフスタイルセンターやタウンセンターという概念が確立されていない時代から、実はたくさんの「ライフスタイルセンターやタウンセンター」がありました。

シカゴ郊外に立地する「オールド・オーチャード」もその1つで、1956年にオープンエアモールとして展開され、1995年に増床リニューアルを行い現在に至っています。

<ウエストフィールド・ショッピングタウン・オールド・オーチャードの概念>

| | |
|---------|---|
| SC業態(1) | スーパーRSC(5核・140店舗) |
| SC業態(2) | タウンセンター(ライフスタイルセンター化したRSC) |
| モール形態 | オープンエアモール |
| 開業日 | 1956年(1995年に増床リニューアルにより今日の姿になる) |
| 店舗面積 | 167,400㎡(50,639坪) |
| 核店舗揃え | ①ブルーミングデールズ(中上クラス百貨店) ②ノードストローム(中上クラス百貨店) ③ロード&テイラー(中中クラス百貨店) ④メイシーズ(中中クラス百貨店) |
| 専門店数 | 140店舗 |

<施設配置>



オールド・オーチャードは、1995年のライフスタイルセンターの萌芽期にリニューアルし、現在の姿になりました。

オールド・オーチャードの特徴は次の通りです(六車流：流通理論)。

- ①オープンエアの「非常に長いランブリングモール」で形成されています。
- ②核店は中の上の百貨店のノードストロームとブルーミングデールズ、中の中級の百貨店のメイシーズとロード&テイラー(メイシーズより上)の、上と下のグレードを切った「ワンランク上のSC」(中の中から中上に集中したMD i n gミックス)を形成しています。
- ③モールの形態は一部曲線はありますが、直線型のモールで、中央にミドルクラスの核店(メイシーズとロード&テイラー)、両端にアップスケールクラスの核店(ノードストロームとブルーミングデールズ)を配置し、2つの性格の異なるモールを一体化した形態を取っています。
- ④非常に長いオープンエアモールは、自然と緑・水・遊び場・公園…等をふんだんに取り入れ、まさに住民や来街者にとっての「居心地感」(快適性とコミュニティ&コミュニケーション場)となっています。広場と言えば「住民のための広場(公園)」「SCのための広場(プラザ)」「学生のための広場(キャンパス)」がありますが、オールド・オーチャードの居心地感のあるランブリングモール(そぞろ歩きのできるモール)があれば、全ての広場の機能を満たしています。もう住民のための公園は必要ありません!!

(株)ダイナミックマーケティング社⁶

代表 六車秀之