

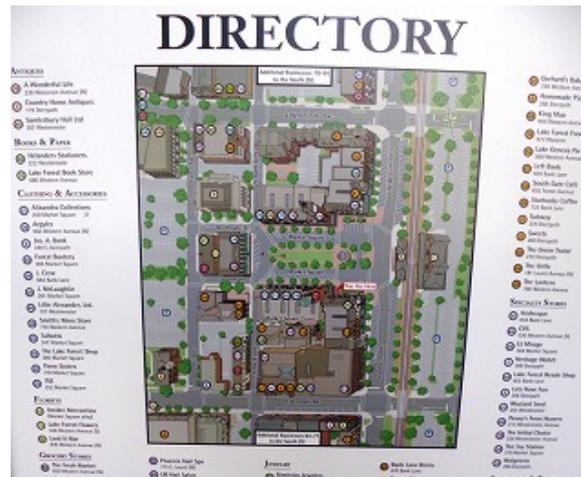
## 視点(1596)

(ライフスタイルセンター編)

## I Saw All America (その220) !!

— 全米最古のSC・マーケットスクエア —

シカゴ郊外にある「マーケットスクエア」は1916年(大正6年)に開発されたSCです。核テナントは存在しませんが25店舗の商店とオフィス・アパートメントから形成されています。私はライフスタイルセンターの概念が確立した1995年頃より前に開発されたライフスタイルセンターのことを「**伝統的ライフスタイルセンター**」と呼んでいます、まさに全米最古のSCが伝統的ライフスタイルセンターであったことを知りました。



「マーケットスクエア」の特徴は次の通りです。

- ①閑静な住宅地の中にとけ込むように25店舗のテナント(総売場面積は推定4,000~5,000㎡)とオフィスとマンションから成るSCです。
- ②鉄道の駅前(ノスタルジックなレトロ風の駅舎の真ん前)に位置し、車社会の萌芽期段階で地域の中心となる場所に立地しています。
- ③オープンエアの中央に広場を置き、周辺に商業街区を形成し、自然と緑と水と一体化したSCです。
- ④中央に時計台がシンボルとして立地しており、駅と時計台と商店街区が地域の中心センターとしての存在感を示しているSCです。
- ⑤中央に面する街区と裏通りの中庭風及び路地風の街区もあり、まさに自然発生の商店街風の形態のSCです。

このような「マーケットスクエア」の特徴は、1995年頃から言われ始めSCの業態として確立されたライフスタイルセンターの概念とメカニズム的に一致する面が非常にたくさんあります。まさに、SCのルーツはライフスタイルセンターであると言うこともできます。

SCは商店街から進化した20世紀の最強の業態です。全米最古のSCである「マーケットスクエア」は、商店街の固有の特性を形態的にも機能的にも多く持っています。商店街は「住民=住む人」にとって生活のインフラとしての地域の交流の場でした。しかしながら車社会が進み、人々の生活が豊かになるとSCが出現し、「生活者=生活の向上とライフスタイルを追求する人々」としての買物センター化しました。マーケットスクエアはまさに商店街とSCの「中間の業態」です。マーケットスクエアは長い長い間(96年間)、静かにスローな時間を地域の居住者に支えられてきたタイムカプセル風なSCです。

今、アメリカではSCが10万箇所存在し、SCに対するアンチテーゼ(反発=利用するけれどこれ以上必要ないという現象)が起こり、その結果、従来のSCとは異なる成立のメカニズムであるライフスタイルセンターが出現しています。「**ライフスタイルセンターは21世紀の最適業態**」(20世紀の最強の業態はSC)と呼んでいます(六車流:マーケティング理論)。

21世紀は20世紀の反省の世紀であり、20世紀へのアンチテーゼ&ソリューション及び19世紀以前へのノスタルジーの時代です。「マーケットスクエア」の概念は、まさにライフスタイルセンターそのものです。それゆえに、私は「**ライフスタイルセンターを商店街の良さを取り入れたSC**」と呼んでいます。

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>+</sup><sub>6</sub>

代表 六車秀之