

視点(665)

寒冷地のオアシスとしてのSCがエンターテインメントの 「カルフル・ラバル」(その2)!!

- 商業とエンターテインメントシリーズ³⁷ -

(レジャー産業 2006年9月号の六車秀之連載原稿より加筆したものです。)

(1) 寒冷エリアのオアシス型SC

大都市の中心市街地は自然発生的に出来たためにオープンエアモールが一般的である。ただ例外的に、ミネアポリスのダウンタウンは「スカイウォーク」によって各オフィスビルや商業ビルを空中で結び寒さを防いでいる。また、モントリオールのダウンタウンは「アンダーグラウンドシティ」により地下街、オフィスビル、商業ビルを地下で結び寒さ対策を行っている。今、アメリカのSC業界では気候に関係なくオープン・エアモールのライフスタイルセンターやタウンセンターが続々と開発されている。しかし、寒冷エリアのカナダにとってはオープン・エアモールは厳しい面がある。エドモントンモール(エドモントン市)やモールオブアメリカ(ミネアポリス市)もエンクローズドモールの寒冷対策のSCである。エドモントンモールやモールオブアメリカは、寒冷エリアのオアシス型SCであるが、地元客というより観光客やレジャー客を対象とした大型エンターテインメント型SCである。今回取り上げたカルフル・ラバルは、モントリオールの寒冷エリアに立地する地域の114万人商圏を対象とするSCであり、エドモントンモールやモールオブアメリカの観光客・レジャー客を主力ターゲットとするSCとは異なる。カルフル・ラバルは9店の核店、280店の専門店、それをレストラック型のエンクローズドモールでつなぎ、全天候性の空調機能による快適空間は、正に、寒冷エリアのオアシス型SCである。

(2) オープンエアモールのタウンセンター

アメリカでポストモール型SCとして注目されているライフスタイルセンター、さらに、ライフスタイルセンターを大規模化し、多目的性を持たせ、街並セッティングをすることによりタウンセンター化したSCが続々と開発され人気を博している。ピクトリア・ガーデンズ、イーストン・タウンセンター、シティ・プレイス...等がその代表である。ただ、タウンセンターは元々はダウンタウンに立地していた中心市街地を新しい時代に適合した形で、車社会に対応した郊外立地に開発されたものである。それゆえに、100年以上の歴史を有した自然発生的なオープンエアが基本である。しかしながら、カルフル・ラバルは寒冷エリアの気候を考慮してエンクローズドモールの形で、タウンセンターを実現させている。カルフル・ラバルは、商業施設の規模がモントリオール都市圏で1であり、また核店揃えやテナントミックスのレベル及びバラエティさも1であり、文字通り、地域の顔であり、コミュニティ&コミュニケーションの場(地域の交流の場)となっている。同時に、ワンフロアに総延距離1,200m(推定)の散策モールがありランニング及びウインドショッピングの“場”を提供している。さらに、屋内公園(植物園風公園)(LES JARDINS)を設置し、自然光と緑と花、さらに小鳥のカゴを用意し、人工的ではあるが、いやし空間を提供している。また、各所にイベント広場を用意しカフェと一体化し“場”を創出し、また、大規模なフードコート(FOIRE ALIMENTAIRE)を配置している。カルフル・ラバルの中にはないが、周辺の隣接エリアには、シネコン等のエンターテインメント施設や総合スポーツ施設、さらにはオフィスビルやホテルも付随しており、文字通り、エリア全体でタウンセンター機能を充実させている。それゆえに、エンクローズドモールのタウンセンターあるいはライフスタイルセンター志向のRSCと呼ぶことが出来る。

(流通とSC・私の視点(666)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