

視点(1012)

近未来の中心市街地商業のあり方（その1）！！

—中心市街地と郊外は商業の棲み分けの時代へ—

(駅美流 No.24 Winter 2008「流通最前線」の六車秀之連載原稿より加筆したものです。)



中心市街地とは何か、郊外商業とはどこが違うのか。郊外商業優位の時代から中心市街地と郊外商業の棲み分けの時代へと進む。お客様は、両方の商業形態を求めていることを検証する。

＜アメリカーナ・アット・ブランド＞

中心市街地には商業のみならず、住宅・オフィス・ホテルなどの施設と同時にプレイス(居心地感のある場)が必要。

1. 日米の都市構造の違いと中心市街地の位置づけ

アメリカでは 1950 年代頃から郊外化現象が起こり、1960～1970 年代には郊外生活が基軸となる社会ができていました。我が国では 1965 年頃から郊外化現象が起こり、1975～1985 年代に郊外生活が基軸となる社会ができました。日米間の郊外化には 15 年の時代差があり、その時代差から、中心市街地の「立地」に大きな相違点があります。日米の都市構造を示すと、下表の通りです。

	エリアのタイプ	エリアの特性	日 本	アメリカ
都 心 (ダウンタウン)	中 心 市 街 地	生活圏の中心となる都市機能を持ったエリア	人口の準空洞化エリア	人口の空洞化エリア
	周 辺 市 街 地	中心市街地周辺の住宅地エリア	人 口 密 集 エリア	
郊 外 (サバーク)	第1次サバークエリア	郊外の成熟した住宅エリア	人口の成熟化エリア	人口の成熟化エリア
	第2次サバークエリア	郊外の新興住宅エリア	人口の成長エリア	人口の成長エリア
地 方 (ルーラル)	第1次カントリーエリア	都心との関連性のあるローカルエリア	人口の減少エリア	人口の安定エリア
	第2次カントリーエリア	都心との関連性のないローカルエリア		

中心市街地は、単に買い物とか遊びとかの場ではなく、1つの生活圏の中で、生活の中核となる機能を備えた「誰もが、ここがこのエリアの中心であると認識する場」(広義の井戸端会議の場=生活圏のコミュニティ&コミュニケーションの場)です。日本より 15 年以上長く郊外生活基軸の時代が続いたアメリカでは、都心(中心市街地や周辺市街地)が崩壊し人口の空洞化が起こりました。そこで、郊外の第1次サバークエリアの中に新たなダウンタウンを模索し、そこに中心市街地の役割を持つ「タウンセンター(まちづくり型の生活複合施設)」が続々と開発されています。



＜ヴィクトリア・ガーデンズ＞

新興住宅地に、みんながここが中心、「顔」と認識する“場”が必要。

しかし、我が国では三大都市圏（※首都圏、中京圏、近畿圏のこと。人口の 50%が三大都市圏に集中している）は大量交通手段（鉄道やバス）が網の目のごとく発展し、かつ、都心の周辺市街地がアメリカとは異なり人口が空洞化していません。逆に住職近接エリアとして人口の密集地帯となり、周辺市街地が中心市街地の役割を果たすことは可能です。むしろ新たな視点で創意工夫し、郊外とは異質型の商業街区を築くことができれば宝の山となることができます。一方で、我が国の三大都市圏以外は大量交通手段が弱く、完全なる車社会であるため、限りなくアメリカの都市構造及び商業構造と似た現象が起こっており、また、これからも起こります。

(流通と S C ・私の視点 1013 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