

1. 都心商業に対する郊外商業基軸の原則

アメリカで中心市街地が形成されている都市は「ニューヨーク」「サンフランシスコ」「シカゴ」「ワシントンDC」です。シアトルやボストンやポートランドにも中心市街地は形成されていますが貧弱です。

商業の成立性の原則に「**都心に対する郊外商業基軸の原則**」があります。都心と郊外の商業が同じレベルで競争すると郊外商業が勝つという原則で、都心が郊外商業に勝つためには、郊外商業が真似できないレベルが成立の基本となります。

それゆえに、アメリカの中心市街地や日本の中心市街地は、郊外に商店街やCSCレベルの業態が立地している時代には健全に成立しましたが、RSCが郊外に登場するとアメリカも日本も中心市街地は長期低落化の道を歩み、特にアメリカのほとんどの中心市街地は大量交通手段が発展していませんでしたので崩壊しました。

2. シカゴの中心市街地の実態と成立のメカニズム

今回(2015年6月)、シカゴに7回目の視察に行きました。シカゴの中心市街地は「ノースミシガンアベニューが誘惑の1マイル」と呼ばれ、パワーストリート化(百貨店とラグジュアリーショッピングと有力・有名専門店がストリート状に展開する街区)しており、ノードストローム、メイシーズ、ニーマンマーカス、ニューヨークバーニーズの単独立地の百貨店とファストファッション、ライフアップファッション、ラグジュアリーファッションの有力・有名ショップが街並みを形成し、その周辺通りにはレストラン街が立地しています。

また、中心市街地に都市型SC(都心立地のSC)として「ウォータータワープレイス」(メイシーズとアメリカンガールズのメガストア=スペシャリティ百貨店が核店の116のテナントのSC)と「ショップス・アット・ノースブリッジ」(ノードストロームと83のテナント)と「900ノース・ミシガン・ショップス」(ブルーミングデールと54のテナント)が立地しています。

この3つの都市型SCは、1番型SCが「ウォータータワープレイス」(業績は“良”)、2番型SCが「ショップス・アット・ノースブリッジ」(業績はノードストロームは善戦しているが、ショップゾーンは“不可”)、3番型SCが「900ノース・ミシガン・ショップス」(業績は“不可”・大苦戦)です。すなわち、3つの都市型SCは「1強(?)、2弱」の1.5SCの成立でしかありません。ただし、1km離れたダウンタウンのループエリアに「ブロック・サーティセブン」がステートストリートに立地する都市型SCがありますが、業績的に「可=苦戦」した状態にあります。

流通理論的には「2.5の成立の理論」や「3.5の成立理論」がありますが、シカゴでは「1.5の成立理論」しか適用されていません。

パワーストリートである「ノースミシガンアベニュー」には、街遊びストリートとして有力・有名百貨店や専門店やレストランが街並み状に立地し、郊外の商業には真似できないレベルで立地しています。しかし、4つの都市型SCは郊外のSCとは同質、あるいはそれ以下であり、必ずしも郊外のSCが真似できないレベルの都市型SCではありません。

世界一級のパワーストリートであるニューヨークの中心市街地は五番街、マジソン街、レキシントン街、ソーホー街…等で形成されていますが、都市型SCはコロンバスサークル(誰にも真似できないホールフーズのメガストアが入店していますが、高級レストラン以外のショップゾーンは苦戦)のみであり、ニューヨーク中心市街地では立地的かつSCスタイルは全て失敗してします。都市型SCで成功しているのはサンフランシスコの「サンフランシスコセンター」で、例外の原則で成り立つ型SC(ノードストロームとブルーミングデールを核店とするSC)で、サンフランシスコセンターは郊外のSCには真似できない都市型SCとなっています。

このように都市型SCは、中心市街地は必ずしも適正業態ではなく、中心市街地の適正業態は「パワーストリート」です。パワーストリートは、オープンエアモールのストリート型(アベニュー型)であり、各所に有力・有名百貨店や専門店、レストランが「**宝石の散りばめ型配置**」で街区を構成しています。これらのパワーストリートはニューヨークのみならず、パリやロンドンの世界中の中心市街地で成立しており、都市型SCの成功事例は少ないのが現状です。すなわち、RSCもエンクローズド型の「まち歩きショッピングモール=ランプリングショッピングモール」ですが、パワーストリートはRSCのまち歩きショッピングモールよりもはるかに巨大かつ多様かつ魅力の高いオープンエアの低層階のまち歩きショッピングモールです(六車流:流通・マーケティング理論)。