

視点(1950)

(SC理論編)

I Saw All America (その285) !!

—カルフル・ラバルのエンクローズドモールのタウンセンター—

私は今回(2015年6月)、カナダのモントリオールで8年ぶり2回目のSC視察を行いました。前回(2006年7月)に見た「カルフル・ラバル」を再度視察したかったためです。

また、帰国後7月に札幌へ行き「サッポロファクトリー」を視察してきました。ここでカルフル・ラバルとサッポロファクトリーを比較する意味は、カルフル・ラバルはカナダのモントリオール、サッポロファクトリーは札幌と、両SCは地域的に「寒冷エリアのSC」で「自然を取り入れたオアシス型のSC」「異次元型景観」をエンクローズドモールで展開しており、カルフル・ラバルは好業績であるのに対してサッポロファクトリーは苦戦しているからです。この2つのSCを比較すると次の通りです。

	カルフル・ラバル	サッポロファクトリー
場 所	モントリオール市	札幌市
店 舗 面 積	115,600 m ²	58,915 m ²
S C の 業 態	多核モール型RSC	フェスティバルセンター
	タウンセンター	(物販・飲食・アミューズメントの混合SC)
パーキング台数	3,500台	1,500台
フ ロ ア	1Fのみ	4F
異次元空間	SC全体が1層であり、部分的に自然光の大空間を形成している	1～4Fまでの巨大アトリウムで、まさに寒冷地の自然光のオアシスを形成している

カルフル・ラバルはまさに寒冷地のオアシス型のSCであり、地域の住民・生活者を対象とする多核モール型RSCです。商圏内の居住者や生活者の交流の場であり井戸端会議の場であり、同時に買物の場としての機能を持つ「タウンセンター」(ライフスタイルセンターの大型版)です。しかし、寒冷地であるため、本来ならばオープンエアモールであるタウンセンターをエンクローズドモール化して「自然光・ミニ動物園・ミニ植物園」が一体化した大空間と、8の字型のサーキットモール(7つの核店と280の専門店)のランブリングショッピングができるモールで形成されています。

一方、サッポロファクトリーは物販と飲食とアミューズメントの混合型で、レジャー・リゾート客を対象とする「フェスティバルセンター」として開発(1993年4月)されました。中央に4フロア吹き抜けの大アトリウムがあり、多層階にテナントが配置されており、全体的回遊性は著しく低くなっています。サッポロファクトリーはその後、フェスティバルセンターとしての魅力とSCとしての完成度が低いために苦戦し、今や地域密着テナントや郊外RSCテナントが中心となり、一部は特化型のテナントもありますが、全体的にフェスティバルセンターとしての機能は希薄化しています。

寒冷地でのオアシス型・大空間型SCを比較してみると、「ショッピングと高層大空間(巨大ギャレリア)」は回遊的に課題が大き過ぎて、むしろ上層階まで売場で利用するならば、巨大アトリウム(高層ギャレリア)はマイナス要素を持っています。SCのフードコートもエンクローズドモールの場合は3階で成立(館内での回遊性は高い)しますが、オープンエアモールの場合は3階では成功しない(屋外での回遊性は低い)ことが多くの事例で示されています。

サッポロファクトリーは「遊楽型SC」であり「レジャー・リゾート型SC」ですが、完成度の低いレジャー・リゾート型SCであり、ソフト面とハード面に課題の多いSCです。逆に、カルフル・ラバルは平面かつサーキットモール、それに異次元空間(低層・部分巨大アトリウム)のある地域に根ざしたタウンセンターとして大成功しています。

異次元の空間や場づくりは重要ですが、異次元の空間・場づくりを見事に活かしたSCと、異次元の空間・場づくりが活かされていない、あるいは異次元の空間・場づくりゆえに苦戦することがあります。それゆえに、SCづくりにはソフト面とハード面の融合が不可欠です。高層・巨大アトリウム型のSCで成功している例外の原則のSCとして「サンフランシスコセンター」があります。サンフランシスコセンターは、1～3階を専門店、4階以上をノードストロームとする奇策で高層・巨大アトリウム型SCを成功させています。しかし、シカゴの「900 ノース・ミシガン・ショッप्ス」(ブルーミングデールと54の専門店)は高層・巨大アトリウムで大失敗しています。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺₆

代 表 六 軍 秀 之