

# 商いの新しいものさし

(株)商い創造研究所  
代表取締役

## 松本 大地

第31回

### 商業施設の子供マーケット拡大策



カントリー・ビレッジ内を走るミニ機関車

厚生労働省は、年間出生数が2011年に105万人、12年に103万人と過去最低を更新した

と発表した。1973年の出生数が209万人だったことから、40年間で人口は2010年の1億80万人が、2030年には1億203万人、2050年には938万人と、10年比で55・8%まで減少するとの驚愕の予測をしている。

この影響を受けて、実店舗におけるベビー・子供マーケットは年々縮小傾向にあり、百貨店におけるベビー・子供市場規模は、03年の1兆540億円に比べて11年には3

億60億円も減少した。一方、パソコンやスマートフォンが身近にある子育て世代のインターネットでのショッピングは年々増加、リアルとバーチャル市場の攻防が続いている。

ならば実店舗での子供マーケットは消えていくのだろうか。そんな危惧を払しょくする面白い商業施設が、先般訪れたシアトルにあった。そこは「カントリー・ビレッジ」という、シアトル中心部から車で北東に30分のB o t h e r (ボセル)にある地域密着型オープンモールである。

シアトルは人口60万人のワシントン州最大の都市であり、高級百貨店のノードストロムや会員制倉庫型店舗を展開するコストコ、そしてスター

バックスコピーやタリーズの本社もあり、様々な小売り、ショッピングセンター(SC)業態が揃っている。

SC業態ではリージョナルSCの老舗ペルビュー・スクエアや、ライフスタイル・センターとして進化を続けるユニバーシティ・ビレッジ、全面リニューアルでアップスケール化に成功したウェストフィールド・サウスセンターなど、見応えのある施設が目白押しである。その中でおそらく最も日本の方々が視察することになったと思われるのが、カントリー・ビレッジである。

モールのゲートには巨大な二ワトリのオブジェが置かれ、施設内には本屋、花屋、骨董品、生活雑貨、バーベキューレス

トラン、カフェをはじめ、農園やダンス・スタジオなど約40店が構成された戸建てのモールが連なる。外観はカントリー風であり、店と店をつなぐ板張りの廊下には二ワトリが闊歩し、園内には子供を乗せたミニ機関車が走り、まるで自然公園の遊園地にいるかのような気分になる。

店舗として使われている家屋の多くは移築されたもので、その古い建物に混じって海賊船や子供のステージも設置され、小さな池に集まるカモや二ワトリと戯れることもできる。有料ではあるが広場ではポニーに乗る子供たちの歓声が上がり、小さな手動メリーゴーラウンドやすべり台といった遊具もある。毎週金曜日にはファーマーズマー

ケットが開かれ、施設内では結婚式もできる場所もあった。

カントリー・ビレッジは子育てファミリーにとって毎日でも行きたくなるサードプレイスであり、子供の成長と幸せな暮らしをサポートしてくれる商業施設の存在は大きな刺激であった。

昨今の日本の大型SCには、授乳室やベビシート、子供用トイレ、そして託児所が整備される施設もあり、その充実度は世界でも最もレベルが高いだろう。SCの存在は子育てファミリーにとっては生活する上で欠かせない快適な場所であるが、核家族化の進展は地域社会での希薄な人間関係を形成し、地域社会を脆弱化させる恐れがある。

子育てママは、常に育児での不安や悩みをわかち合える同じ環境にいる人達との出会いを強く求めている。もっと子供目線でワクワクするパブリックスペースをつくり、そこに育児ママやパパ達が寄り添い、そこから新たな地域コミュニティができないものだろうか。その橋渡し役を、ローパーが担うことで、地域社会の一員としての存在価値と信頼を獲得し、さらにSCの日常利用は強まるだろう。

ネットでは成しえない、リアルな現場だからこそできることで子育てしやすい環境づくりを支援し、子供の笑顔が溢れた明るい暮らしの場ができることは、必ず子供マーケット拡大に繋がる道となる。