

探訪 新ライフスタイル

喫茶店がカフェに、ホットケーキがパンケーキに交換されたように、時代がつくりだす「言語交換」は業態の変化を体現する。最近では海水浴場もビーチリゾートと呼ばれ始めた。

7月に大阪府泉南市の海岸に「泉南りんくう公園(呼称「SENNAN LON G PARK」)がオープン

生まれ変わる「公園」



生まれ変わった泉南りんくう公園(大阪府泉南市)

ライフスタイル

街のブランド向上に一役

ンした。関西国際空港からチリゾット業態になった。車で20分の距離にある海浜スターバックスコーヒーや公園が、2キロの長いビーチカフェタインキングなど、お

プ場、スケボーパーク、サ

社会がぜひ欲しいと感じ

心地の良い場所を求めて、スになる。コロナ禍で多くの人が訪れたのは公園であり、家族で楽しめるパドパブリックススペースの質ミントンを増やす光景が増えてきた。日常の中で誰かと一緒に、その時、その場で共感する消費行動はますます注視されよう。

ッカーコート、アスレチック施設の他にドッグランや温浴施設、合宿所も整備された。

大きな海を一望できる地域資源ながら、従来は人が思いをさせて訪れることはなかった場所が、SNSへの投稿のためかビーチをバックに写真を撮ったり、お茶を飲んだり、犬を散歩させたりと、新たな日常と非日常のハレが重なった場所へと昇華した。質の高いパブリックススペースができたことで、泉南市のブランド

る価値を生むには、先見性に対する嗅覚が欠かせない。泉南りんくう公園の事業主体は大和リースで、プロジェクトを統括した森内潤一・取締役は「これからも官民連携で公園の価値を上げ、地域の新しいライフスタイルの基盤にしていきたい」と語った。

公(おおやけ)の園(その)である公園は有効利用されずに遊休資産となつていくケースが多く、「誰に」は、常の生活がマイナス思考で変わる時期だからこそ、日常の生活がマイナス思考ではなく、未来に向けたワクワクするプラスのライフスタイル思考が打開の決定打

谷の宮下公園が「MIYA SHITA PARK」として提供するかといった戦略思考を考案し、従来の公園との違いを作り出すことで、大きなビジネスチャン

(商い創造研究所代表 松本大地)