山陽新聞（夕刊）
2018年（平成30年）7月4日　水曜日

一日一題

行商は見た⑤自動運転社会とＳＣ

リゾーム専務　金藤　純子

日本初の本格的な郊外型ショッピングセンター（ＳＣ）が誕生し来年50周年を迎えます。今、ＳＣ業界は売り上げ規模32兆円に達し、暮らしに不可欠なインフラに育ちました。昭和の高度成長とともに発展したＳＣは平成の終焉（しゅうえん）に伴い、どこに向かうのでしょうか。

さかのぼれば、多くの若者が、就業機会を求めて農村から水島コンビナートや都市部へ人口移動した時期が１９５５（昭和30）年から75（昭和50）年。その時期に核家族モデルが「標準世帯」となり、社宅や団地が形成されました。その後、戸建てを求め郊外へ移り住み、並行して郊外型のＳＣも発展しました。ライフステージが変わる時、消費スタイルに変化が起きます。家具、家電、赤ちゃん用品にランドセル…と節目に合わせてモノをそろえました。

人口減少、少子高齢化が社会問題化しています。人口減少により、モノ消費の総量は今後も減っていくでしょう。車社会の岡山では、地元のスーパーやコンビニに行く際ですら車を使うことが当たり前です。高齢化と人口減が進む地域では、自家用車の利用を前提とした郊外商業施設はいったん厳しくなっていくでしょう。高齢者と買い物難民が増える地方に、明るい材料はないのでしょうか。

２０２５年ぐらいには日本でも自動運転車が走るようになるといわれています。地方では車がなければ、生活が成り立ちませんが、高齢者が多く需要の多い地区では、自動運転のバスやタクシーの料金も下がっていくと想定されます。そうなるとシニアが終活期をさらにアクティブに過ごし、子育て世代を助け、地元を楽しくしようというコミュニティーが増えそうです。未来は、顔認識ができる人型ロボットが保育園児とシニアを乗せ、バスガイドをしながらＳＣに向かっているかもしれません。郊外型ＳＣも自動運転社会における新たな場づくりの成長ストーリーを考える機会だと思います。

2018・7・4