

大阪府は吹田市万博記念公園南側ゾーン活用の事業者には「三井不動産」を選択しました。三井不動産は、教育的要素をエンターテインメントに融合させた体験型商業施設やアニメ・漫画を国内外に発信するテーマ施設等の集積を考えており、2016年9月末までにオープンすることを目指しています。大阪府はエキスポランド跡地や駐車場等17.3~35.8haについて年間500万人以上の集客等を目標に掲げ、事業者を公募し、「三井不動産」と米映画大手パラマウント・ピクチャーズのテーマ提案する「大阪投資マネジメント」の2社が応募していました。

三井不動産は、教育的な要素を盛り込んだ娯楽施設や飲食施設の開発を提案し、英語で料理やスポーツを楽しむ施設、日本のアニメを発信する施設を導入し、国内外からの集客を目指しています。

SCや商業施設に併設するエンターテインメント要素は、集客にとって重要な役割を持っています。ただ、集客とモノ売りが必ずしも一体化せず「もてあそばれ型SC（商業施設）」になる課題を持っていますが、1990年代以降のモノ離れ時代には、モノに変わる集客要素が求められており、その1つがエンターテインメント要素です。

SCに併設する現在のエンターテインメント施設は次の通りです。

(1) アミューズメント型エンターテインメント要素

- ①映像型エンターテインメント施設（シネコン等）
- ②娯楽型遊戯施設（ゲーセン、カラオケ等）
- ③スポーツ型遊戯施設（ボーリング場、スケートリンク、スケートバンク等）
- ④キッズランド型遊戯施設（子供の遊び場）
- ⑤映画のシーン等をテーマとするテーマセンター

(2) SC付随エンターテインメント要素

- ①そぞろ歩きとウインドウショッピングができるモール
- ②大アトリウムと異次元空間演出
- ③多目的・カジュアル飲食のフードコート
- ④多様なグルメレストラン街

以上のSCや商業施設に併設するエンターテインメント要素は「20世紀型エンターテインメント要素」と言います。

20世紀型とは「モダン消費＝モノを買い、モノを消費し、モノを使用し、モノを所有することの連続性を喜びと感じる生活向上志向の消費」の一環としてのエンターテインメント要素を意味します。20世紀はまさに人々の生活を豊かにし、楽しさを享受する時代でした。しかし、もう豊かになった人々は、量的豊かさや楽しさから、次の世代へと進化しつつあります。

アメリカでは1980年代の初めに、日本では1990年代の初めに買物の学習経験の連続性が終焉し、モダン消費からポストモダン消費（モダン消費の課題の解決とモダン消費の延長線上の概念の改良から派生する消費）が始まり、2011年からはニューモダン消費（従来の概念とは異なる発想と新しい産業技術から派生する消費）が次世代のベクトルとして中心的役割を果たします。これを21世紀型と呼び、エンターテインメント要素も20世紀型から21世紀型のエンターテインメント要素へと進化しています。

21世紀型のエンターテインメントは、20世紀型の生活向上志向・モダン消費志向・量的志向ではなく、自然志向・教育志向・文化志向・精神志向・幸福志向…等の21世紀志向のエンターテインメント要素でなければなりません（六車流：流通理論）。

まさに、三井不動産が大阪の万博跡地で開発する教育とエンターテインメントが一体化した商業施設は21世紀型のエンターテインメント要素を加味しています。三井不動産系が行っているキッズニア（東京80万人、神戸70万人の年間集客数）は、職業と教育が一体化したエンターテインメント施設です。キッズニアはエンターテインメントに教育という21世紀型の要素を付加し、かつ事業化したことは見事です。さらに、万博記念公園跡地では、より進化した21世紀型エンターテインメント要素のビジネス化を期待しています。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺₅

代表 六車 秀之