

ラゾーナ川崎プラザ LAZONA KAWASAKI PLAZA

ある人が、「川崎で初めてデートスポット（待ち合わせ、出会いの場所）ができた」と云った。それがこの SC、ラゾーナ川崎プラザである。

工業都市の印象が残る川崎市は、人口 135 万人の大都市である。今日では脱工業、住宅都市、学園都市の性格を強めているものの、買物などは東京依存で、市外への流出率が高い。

この市の南部、JR 川崎駅の西口一帯、旧東芝川崎事業所跡地に大規模 SC・「ラゾーナ川崎プラザ」ができた。



店の概要

LAZONA / スペイン語の、LAZO (絆) と ZONA (地域) の造語で、「土地と社会、人と自然、人と人とのつながり」を表している。

位置 / JR 川崎駅 (一日あたりの利用客約 315,000 人) 西口直結

オープン / 2006 年 9 月

規模 / 敷地約 72,000 m²、店舗約 79,000 m²、店舗数約 300、駐車場 2,000 台、駐輪場 3,200 台

想定売上高 / 350 億円 (ビッグカメラ売り上げは除く)

事業者 / 東芝不動産 (株) と三井不動産 (株) による共同事業

□ 店舗の構成 - 幅広い客層の取り込み -

食品、衣料・ファッション、生活雑貨、文具書籍、カメラ・PC、電化製品、それにグルメ & フードやシネマコンプレックス、スポーツクラブ、トラベルラウンジなど、多種のニーズに対応する複合施設である。総合スーパー (GMS) や百貨店などの核店舗はない。単体でも集客力のある「ロフト」「ユニクロ」「無印良品」「ビッグカメラ」「ダイソー」に加え、「ユニディ (ホームセンター)」「SANWA (スーパーマーケット)」等が出店しているほか、さらに少し高級な「コーチ (バッグ等のブランド店)」「BANANA REPUBLIC (アメリカの中級衣料店)」、「ZARA (今、人気のスペイン発の衣料店)」等々の店舗がある。このように、カジュアルな層からこだわりの層までの、幅広い層を取り込む仕掛けを持っている。

□ 面白いもの：トラベルカフェ、半分デパチカ

「トラベルカフェ」：このSCの3つのテーマが「旅」「食」「音楽」というだけあって、旅に関する情報誌やパンフレットが自由に閲覧でき、鉄道の旅やリゾート、クルーズ等の放映を観ながら美味しいコーヒーなどを楽しめる場所となっている。大阪で人気のケーキ店「モンシュシュ」のケーキもここでは味わえるという特典もある。また、その横には、JTB、近畿日本ツーリスト、HISの旅行会社の店舗が揃っており、旅行を計画する人にとっては、各店舗を回り比較でき大変便利だ。どの店内も賑わっていたが、これも一箇所集中のなせる技か。ちなみにその隣には旅行かばん屋と気が利いている。

「半分デパチカ」：1階のグランフードにはデパチカを思わせるような各種惣菜を売る店、人気スイーツの店、和洋菓子店などが集まっている。女性客に大変人気だという。

□ 遊びとおしゃれな空間＝ルーファ（屋根）広場

JR川崎駅改札口を西へ行くと、すぐルーファ広場に出る。白い大屋根で囲まれた屋外の広場は、とても明るく、スペイン風というか大変開放的な印象。階段などの形をした色とりどりのベンチやミニコンサートなどのイベントが開催されるステージ、小さな池、水が飛び出す噴水、パラソル付のテーブルセット等があり、ゆったりと過ごせる場所となっている。5階のウッドデッキからの眺望も楽しめる。デートスポットにふさわしい。

□ まとめと印象

オープンから約半年経つが、週末の人出はかなり多い。4階のレストラン街などは昼過ぎでも満員で、かなり待たされる。物販専門店や飲食店、映画やトレーニングジムからクリーニング店をも含むサービス施設など約300店が複合集積し、買物や飲食だけでなく、楽しみ、またくつろげる空間ともなっている。

奇をてらうことなく、日常の市民生活を半歩前へ押し出すオーソドックスな買物やサービス施設として、週に何度も訪れたくなる身近な買物プラザとして定着していくに違いない。この点、高く評価できる。周辺には高層分譲マンション（2007.3竣工。全667戸。売主：三井不動産・東芝不動産）や音楽ホール（ミュージア川崎シンフォニーホール）もあり、面白い複合エリアとなりそうだ。

欲を言えば、もっと緑が欲しい。（U）