

# 織 研 教

## 心地良い空間を生むポートランド体験

松本大地／商い創造研究所代表取締役

富消費、収入といったモノやお金の尺度とは異なり、富身近な自然環境、良質な食生活やコミュニティといった価値観で生活する人たちが多い米国オレゴン州ポートランド。この街が注目されるのは、日常の暮らす環境、働く環境での幸福感や満足度が高い都市生活文化にある。この豊かなポートランドの都市生活文化をテーマに、5月22日より横浜ベイクォーター(神奈川県)で3日間のイベント「ポートランド・ウィークエンドフェスタ・イン・ベイクォーター」を開催したことから見えてきたことをまとめた。

### 横浜新ライフスタイル

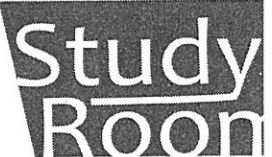
このイベントのコンセプトは「ゲット・ホールド・オブ・ポートランド!」、そのコンセプトメーカーからプランニング、プロデュースを担当した。なぜ、横浜、それもベイクォーターだったのか。横浜は開港とともに諸外国から様々な生活文化がもたらされ、パンやビールだけでなく、

アクタスでは「ポートランドにみる今の時代のライフスタイル論」を休山昭社長と対談形式で行い、「ニコアン」ではポートランドスタイルのシルクスクリーンプリントサービスイベントで盛り上がった。



く、アイスクリームは日本最初の「あいすくりん」が誕生するなど横浜には多くの食生活文化発祥の歴史があった。また、戦後は米国オレゴン産小麦がポートランド港から横浜港や神戸港に出荷され、今もパン原材料の多くはオレゴン産である。また、ベイクォーターの対岸にある日産は、エコカー「リーフ」のアメリカ市場におけるプロモーション活動を環境に優しい街ナンバーワンのポートランドからスタート。さらに、横浜市は国家戦略プロジェクトである環境未来都市に認定され持続可能な街づくりを推進している。

一方、横浜ベイクォーターのテナントには原宿の旗艦店でポートランドをテーマに開業した「ニコアン」や、ポートランドのライフスタイル専門誌『キンフォーク』と提携したファッションブランド「アウアー」を展開するアクタスも入居。また、筆者が横浜ベイクォーターでポートランドを題材にした講演をした縁もあり、構想から実施まで約8カ月にわたってプロデュースを手掛けることとなった。



## 2都市を結ぶ生活文化イベントで顧客創出

られたが、近隣住民や買い物客が集まる商業施設ではエコでフレンドリーなライフスタイルを紹介し、その生活文化体験やシンポジウムから新しい横浜生活文化を発信することにした。

### 生活楽しみたい顧客

ポートランドは人口60万人の地方都市だが、「生活の楽しみを作る」ことで幸福度が高く、ファーマーズマーケットやクラフトマーケットをはじめ、サードウェイブコヒー、エシカルファッション、プレックファッション文化など、街中に豊かなライフスタイルを映し出す。そんな豊かさを横浜でどう3日間で表現するかを思案した際、千葉県佐倉市の「にわのわ」の光景が浮かんだ。まだ3年の歴史のクラフトマーケットながら、毎年1万人以上を集める。そこにはモノにまみれて使い捨てるのは逆方向の、モノを大切に使うというベクトルがあり、出展には審査基準をクリアしたクリエイター作品だけという質の高さ、外部空間での心地良さが合わさり成功を収めている。

また、神奈川県大磯町大磯町も海辺の公園で地元神奈川を中心にした良質な作品が並び、ポートランドで日常に開催されるファーマーズマーケットやサタデーマーケットという全米最大級のクラフトマーケットと空気感が似ていた。早速、大磯市のプロデューサーに直談判し、今回のポートランドフェスタの核としてクラフトマーケットが決定した。その流れで飲食店にはポートランドらしいチョークアップの立て看板を作り、ポートランドの生活シーンである朝食&ランチサービス、午後のハッピーアワーで雰囲気作りを構成。通常開催される「かもめマ

ルシェ」をポートランド風のファーマーズマーケットとして一体感を深め、オレゴン発のクラフトビールやペンドルトンショップなど4店をワゴンショップとして誘致した。

シンポジウムは米国オレゴン州政府駐日代表部やポートランド観光協会の協力をいいただき、「豊かな社会が見えるポートランドスタイル」を発表。ポートランド在住のシェフ・ナオコのオーナー、田村なを子さんの食生活への思いや生産者とのつながりの基調講演の他、筆者がコリーネイターを務めたパネルディスカッションでは立ち見も出るほど聴講者が集まった。昨年対比で来館者数も増え、特に飲食店は10%以上の売り上げ増となり、またテナントからは今回の新しい生活文化イベントへの評価が高く、顧客作りに貢献するとの声が上がった。

商業施設が単なる買い物をする場ではなく、今回のような生活文化イベントの開催と、公園でたたくような心地良いパブリックスペースやテラス席があることで、顧客にとって開かれたギャザリングスペースとなることの大切さを実感した。

まつもと・だいご マーケティング、プランニングから業態開発、プロデューサー業務を推進。専門誌や業界紙での連載やFM番組のパーソナリティーの他、大学でのマーケティング講義やIEEビジネススクールでは次世代商業施設戦略講座を担当。2015年経産省コト消費づくり研究会委員就任。近著に『最高の商いをデザインする方法』(エクスマレッジ社)。