

世界的な潮流は、エネルギー消費型社会から環境共生型社会へと向かっている。企業の成長や理想的なライフスタイルの実現には、ビジネスから衣食住遊学に至るまで「サステイナビリティ（持続可能性）」が鍵となる。これは、現在の環境・社会・文化・経済にかかわる欲求を、将来の世代の生活や生態系に配慮しつつ満足させる考えだ。

最近筆者がよく訪れている米国オレゴン州ポートランド市は、地産地消による地域循環経済の取り組みに積極的で、サステイナビリティという言葉が都市計画から日常生活に至るまで使われる街である。市の人口57万人、都市圏全体で206万人のこの街は、農水畜産業と林業を主要産業とし、1980年代半ばからはシリコンバレーに並ぶハイテク産業の集積地ともなった。

一方、豊かな自然環境に恵まれていることから、ナイキやコロンビアの本社、アディダス北米本部など、アウトドア・スポーツ関連企業も集中している。「全米で最も住みたい街」を筆頭に、「自転車網が整備された街」「女性が起業しやすい街」「クリエイティブで意欲あふれる人が向かう街」などのランキング調査では、常に上位に入る街でもある。

現在、ポートランドには毎週500人の新しい住民が誕生し、それも21歳から35歳の働き盛りの世代が急増している。その背景として、この街のサステイナブルなライフスタイルが若者にとってクールに映っているということがある。エコなレストランやファッシュジョビネスの起業、アート創作など、さまざまな分野でグリーンビジネスが誕生しており、人と街と商いがリンクすることで、持続可能な街づくりと理想的な都市成長が実現されている。

地産地消で生活の質が向上

「ポートランドファーマーズマーケット」(以下、PFM)はサステイナブルな生活文化を象徴するライフスタイルマーケット。'92年に農畜産業を営む地元生産者の13店で始まり、現在は市中心部に4カ所、合計250店舗の規模で、売り上げは5億円に達した。売り上げの大部分を出店者自身が収入として得ることで、さらに良質な物づくりに循環される。

PFMの運営資金は、地元銀行や新聞社のみならず、通常なら競合と考えられる食品スーパーまでもが支援している。スポンサーである地元スーパーの「ニューシーズンズマーケット」は、質の高い物が継続的に計画生産される遵守されていることも、高い人気の秘訣だ。行政も資金援助や情報提供など積極的な起業化支援を行うことで、活気と就業の機会を後押ししている。

サステイナブルがもたらすもの

先の2つのマーケットの事例に見られるように、「人と街と商いの良好なリンク」は、住民の意識の中に優れた生活規範を培い、人や街の成長につながっていく。これからの街づくりに必要な商業空間は、大きさを競い、モノの必需ニーズを満たすだけの存在ではない。生き生きとした潤いのある持続的な暮らし、豊かなライフスタイルを実現するためのものであると、ポートランドの街は語ってくれる。

不安やストレスから社会全体に閉塞感が充満する今、身近な日常の中に人と人が交流する楽しさは欠かせない。「サステイナブル」と大上段に構えるのではなく、商いが持続可能な社会での豊かさを享受するための潤滑油の役割を果たすことが肝要である。

なお、次回からは、最新の環境共生型ビルや、高齢者向けの商業施設併設型集合住宅など、最先端のサステイナブル都市であるポートランドならではの具体的な事例を、建築ビジネスのヒントと絡めて紹介していく予定だ。

ことで、自社売り場での地場産品が充実するとの考え方で出資している。ポートランドは人口当たりのレストラン数が全米で最多だが、これもPFMの存在が大きい。レストランでは、周辺の農場で収穫された新鮮な食材を使用したオーガニック料理やノースウエスト料理が楽しめるのだ。

身近に安心安全が存在することで生活の質が向上する。この地産地消による地域循環経済の取り組みから、持続的な環境と経済の共存共栄の仕組みがつくられていることは明白である。毎週買い物に来るといふ夫婦は、「素敵なマーケットでしょう」と嬉しそうに話していた。街のシンボルとなったPFMは生活者にとっての誇りであり、楽しみの場となっている。

もう一つ注目したいのが、1月・2月を除いて毎週土日に開かれるアート&クラフト市、「サタデーマーケット」。74年から続くこの屋外マーケットには、ユニークで個性的な品々が並ぶ250店舗が集積し、地元客のみならず観光客で賑わう。客にとってはつくり手と出会う楽しさが、出店するクリエイターにとってはプレゼンの場になるなどの利点がある。「サタデーマーケットならではのモノ、個性あふれる創造的なモノ」という独特の出店規約が

マーケティング見聞録

建築ビジネスを考えるヒント

第6回 | オレゴン州ポートランドは最先端のサステイナブル都市なのだ。

米国ポートランドは、サステイナブルな生活文化を基盤として理想的な都市成長を続けている。今回はその象徴である、オーガニックな「地産地消マーケット」とクリエイティブな「アート&クラフトマーケット」に焦点を当てる



ポートランドは1970年代のオイルショック以降、建築ストックを歴史遺産として大切に、地産地消の仕組みを進めるなど、持続可能な政策にいち早く取り組んでいる。街づくりに対する市民の参加意識も非常に高い。写真はサタデーマーケットの様子

松本大地
マーケティングプロデューサー
商創研究所代表取締役 (http://www.aki-so.jp/)
1952年神奈川県生まれ。山一証券、鈴屋にて金融・流通の実務を経験後、'88年に丹青社入社。商業施設の企画、設計、施工のプロジェクト・マネージメントを担当。2007年「人と街と商いの新しいリンク」をテーマに、商創研究所を創立。街づくりからSC、駅ビル、ショップまでのコンサルティング業務、トータルプロデュース業務を手掛ける



イラスト=アルマジロひだか