

# 『最高の「商い」をデザインする方法』より

## 第3回

### ポートランドの中心市街地活性化にみる 小田原に不可欠な条件

《寄稿》

(株)商い創造研究所代表

松本大地

前回は、持続可能な都市自治に必要な行政と住民のスタンスをお話ししました。今回は、ポートランドにおける中心市街地活性化の現状と小田原への提言です。

ポートランドでは、1960年代までは高速道路整備と郊外の宅地、ショッピングセンター開発により、中心市街地が荒廃し住民は市街地から流出を続けるという、他のアメリカの都市に見られた現象が起きていました。

その後、ダウンタウン再生に向けて歩いて楽しい街路づくりが進み、公共交通整備、公園や文化施設、住居がつけられ賑やかな中心市街地となりました。

ポートランドの中心市街地は、1990年代後半から2000年代前半にかけて、5つの会場を計250以上の出店者をもつ「フェアーマーケット」のシンボルに

ポートランドのシンボルである「フェアーマーケット」は、1992年に13店舗でスタートし、現在では中心部で5つの会場を計250以上の出店者をもつ「フェアーマーケット」のシンボルに

ポートランドのシンボルである「フェアーマーケット」は、1992年に13店舗でスタートし、現在では中心部で5つの会場を計250以上の出店者をもつ「フェアーマーケット」のシンボルに

ポートランドの中心市街地は、1990年代後半から2000年代前半にかけて、5つの会場を計250以上の出店者をもつ「フェアーマーケット」のシンボルに

ポートランドの中心市街地は、1990年代後半から2000年代前半にかけて、5つの会場を計250以上の出店者をもつ「フェアーマーケット」のシンボルに

ポートランドの中心市街地は、1990年代後半から2000年代前半にかけて、5つの会場を計250以上の出店者をもつ「フェアーマーケット」のシンボルに

直接生産者と住民が、魅力的な店が並び、様々なトレンドが生まれます。住民は全国チェーン店よりも、地元企業が優先する気風があり、例えばチェン店のハンバーガーではなく、地元で育てられた安心安全な牛肉やオーガニックの野菜を使った地元産を好みます。親は子供に地元産を支援すること、地元の人々の雇用や税金に繋がることを理解させます。

ポートランドの中心市街地は、1990年代後半から2000年代前半にかけて、5つの会場を計250以上の出店者をもつ「フェアーマーケット」のシンボルに

ポートランドの中心市街地は、1990年代後半から2000年代前半にかけて、5つの会場を計250以上の出店者をもつ「フェアーマーケット」のシンボルに

ポートランドの中心市街地は、1990年代後半から2000年代前半にかけて、5つの会場を計250以上の出店者をもつ「フェアーマーケット」のシンボルに

ポートランドの中心市街地は、1990年代後半から2000年代前半にかけて、5つの会場を計250以上の出店者をもつ「フェアーマーケット」のシンボルに

最高の「商い」をデザインする方法

Shop in City

日本最大級のオンレックタウンから商店街再生までを学ぶ実践的ノウハウが詰まった、まちづくりの醍醐味をコミュニティづくりの

しるぐ人気が急成長を「ローカルファースト主義」を叫んでいます。地産地消の「ローカルファースト」が、地域優先と「ローカルファースト」を叫んでいます。その経済の地域循環の流れを象徴するのがポートランド国際空港の商業ゾーンです。

米国の旅行雑誌で全米NO.1の空港に選出され、フードコートの一部のテナントを除きテナントがすべて地元企業であることに驚かされています。

パウエルズ・ブックや地域ブックスを揃え、そして「地域循環」の3つの施策は不可欠な要素です。最新の商品を集めたナイキショップやコロンビアスポーツなど、どれもポートランドのライフスタイルを切り取った地元テナントを集めたモールがつけられています。

このように私は地域住民と地元企業が地域経済を高め合うことをしたいものです。

ポートランドの中心市街地は、1990年代後半から2000年代前半にかけて、5つの会場を計250以上の出店者をもつ「フェアーマーケット」のシンボルに

ポートランドの中心市街地は、1990年代後半から2000年代前半にかけて、5つの会場を計250以上の出店者をもつ「フェアーマーケット」のシンボルに

ポートランドの中心市街地は、1990年代後半から2000年代前半にかけて、5つの会場を計250以上の出店者をもつ「フェアーマーケット」のシンボルに

ポートランドの中心市街地は、1990年代後半から2000年代前半にかけて、5つの会場を計250以上の出店者をもつ「フェアーマーケット」のシンボルに

ポートランドの中心市街地は、1990年代後半から2000年代前半にかけて、5つの会場を計250以上の出店者をもつ「フェアーマーケット」のシンボルに



松本大地 (まつもと・だいぢ)

1952年神奈川県生まれ。山一証券、鈴屋、丹青社、SCマーケティング研究所所長を経て、2007年7月「人と街と商いの新しいリンケージ」をテーマに(株)商い創造研究所を創立、代表取締役役に就任。全国各地の街づくりプロジェクトに参画、小田原ダイヤ街商店会コンサル、小田原十郎梅ブランドプロデューサー他実績多数。FMおだわらで街づくりトーク番組「松本大地の商い創造研究所」を担当。著書に『最高の「商い」をデザインする方法』(エクスマレッジ出版)がある。



個性溢れる地元店が並ぶローカルファーストな国際空港(写真上)。次世代型路面電車LRTはダウンタウン活性化に貢献(写真下)