



を見つけることができる。
た。
オーストラリアの人口
は約2400万人、主要
国と比較すると経済規模
は大きくはないが、長年
にわたる安定した経済成
長が続いている。450
万人が暮らす第2の都市
メルボルンは、「世界で
最も住みやすい街」の第
1位に連続7年で選出さ
れた。この街を牽引して
いるのはお金持ちの富裕
層ではなく、心が豊かなな
文化的な富裕層であり、住
みやすさとは豊かさを感じ
る幸せの総量だと得心
がいった。象徴的なのが、
毎日開かれている3カ所

み。総面積7万畳に700店以上が集積し、日常に欠かせない新鮮な野菜、果物・生花・魚介類、肉加工品、チーズ、ベーカリー、スイーツの他、飲食店、フードコートや衣類、民芸品、雑貨、土産品が所狭しと並ぶ。量り売りや威勢のいい掛け声の「ミニユニケーション」は、スーパー・マーケットでは体験できないライブ感が漂つ。オーガニック天国のオーストラリアらしく安心安全な野菜、果物の他、オーガニックワインや保存料を一切使わない100%ナチュラルのドライフルーツなども

ト」。クイーンビクトリーア・マーケットと比べると規模は小さめだが、生鮮食品以外の生活雑貨、ハンドクラフト、アート、絵画、ネイル、リフレクソロジー、スタイリッシュなカフェ、フレッシュスマージー、ショッピングなど洗練された店舗が配置され、ローカライズされた楽しいライフスタイルセンターのような雰囲気を醸し出す。建物は古いが、内部環境は照明、サイン、グラフィックに現代的要素を取り入れた秀逸な環境だ。デザインであり、世界に誇る住みやすい環境と連動していた。

る時代に突入し、「もの」は引き算、心は足し算」の新しい価値観へと大きく変わらざるを得ない。物質的な豊かさだけでは心は満たされず、眞の幸せを手に入れることはできない。世界の人たちは普段は気づかない日常の大切な価値に気づくはずだ。住む人、訪れる人が幸せになれる場所がどれだけあるか。

商いの新しいものさし

(株)商い創造研究所
代表取締役

松本 大地

第112回
大きな常設市場だった。週一とかイブントでのマルシェではなく、住民の日常の可処分時間割の中に入込まれた幸せ

手に入る。また、魚介コ
ーナーの生牡蠣専門店で
は朝獲れの牡蠣をその場
で食することもできる。
子供を連れたファミリ
ー、カップル、高齢者に
加え、現地客の方たち

今回訪れたこの2つの
市場から感じたことは、
可処分時間を獲得するに
は日常の豊かさを育んで
いく施設や店舗になるこ
とだった。人口減や高齢
化、成熟化による商店街