ポートランドにみるライフスタイル・カッティングエッジ

自分たちの街は自分たちの手で

商い創造研究所代表取締役
松本　大地

新しい商業の在り方を探る手掛かりとして今回「米国オレゴン州ポートランドレポート」で、二つのキーワード「サスティナビリティー（Sustainability）」と「ウィーアード（Weird）」をテーマに提言したい。

人口が増え続ける都市

3・11以降持続可能な社会や産業の在り方が問われ、エネルギー多消費型社会から持続可能な環境共生社会へと軸が動き、エシカル消費など人々の考え方や行動に大きな変化が起きてきた。この時代の転換期こそ次世代ライフスタイル作りの時機ととらえ、7月7～13日、「ポートランド・ライフスタイルツアー～人と街と商いの良好なリンケージ～」視察を行った。今回のツアー定員は20人で、商業ディベロッパーから専門店、レストラン、ライブハウスオーナーや、街作りを実践している県庁職員など、バランス良く多彩な業種からの構成メンバーとなった。

ポートランドでは1970年代に石油エネルギー依存への不安視から持続可能な社会作りが論議され、ハイウエー建設の中止、LRT（次世代路面電車）の導入、中心市街地再開発が進み、現在では第2派としてEV（電気自動車）、グリーンビルディング、ソーラーなどの自然エネルギー整備が進む環境共生社会の最先端を歩んでいる。

ポートランドはアメリカ北西部オレゴン州の最大都市。人口が57万人のこの街は、環境に配慮したグリーン都市として豊かな生活の質にあふれ、新しい市民社会モデルとして注目される。自然環境を守り、古い建物をリノベーションし、街の記憶をとどめながらの都市計画により、「住みやすい街ランキング」としても必ず全米トップ5にランクされる。今でも毎週500人を超える新移住者があり、ポートランドを中核とした都市圏人口は1990年の1・51万人から、09年では221万人と増加を続けている。豊かな自然の恩恵で生まれる農業、林業、水産業といった第1次産業に加え、ナイキをはじめとしたアウトドアスポーツ企業のほか、IT（情報技術）産業や再生可能エネルギー関連企業なども進出している。ダウンタウンでは歩いて楽しい街が作られ、かつオレゴン州は消費税がかからないため、常に多くの買い物客でにぎわう。つまり、環境保全と経済発展がリンクしながら、独特の魅力的なライフスタイルを形成している理想郷と言える。

スーパーの近くに住みたいという現象が起きるニューシーズンズ・マーケット

暮らし方、働き方を作る

自然に恵まれたポートランドは、“全米一サスティナブルな街”として知られる。サスティナブルとは「持続可能」という意味で、将来にわたるまで続けていけるような、人と地球に優しいビジネスやライフスタイルを作ることと。とかくサスティナビリティーというと、自然環境とだけと解釈する人も多いが、いくら自然環境・住環境を改善しても、そこに住む人たちの仕事がなければ生活を持続できず、コミュニティーも崩壊する。住民が仕事をする場所があってこそ、犯罪も少なく、そして自然環境とのバランスが取れたサスティナブルコミュニティーが形成される。つまり、ポートランドが指し示すサスティナビリティーとは自然環境やエネルギーだけではなく、そこに住む人と経済と環境の共存共栄と言える。日本でも富山市を皮切りにLRTを地域活性化の切り札として街なかに走行させているが、LRTだけではサスティナブルコミュニティーは形成されない。ハード整備以上に重要なのは、あらゆるビジネスから衣食住遊学の暮らしに至るまで、サスティナブルな暮らし方、働き方といったライフスタイルを同時に作ることが肝要である。

ファーマーズマーケットでの子供料理教室

ニューシーズンズ・マーケットという地元スーパーは、最もポートランドらしいサスティナビリティー思想を持った企業。2000年に創業、現在ポートランド周辺で11店舗を展開し、年内には2店舗の新規出店を予定している。事業哲学には「地域産業のサポーター」「地元に良い雇用の創造」「コミュニティーの良きパートナー」とあり、そこにはローカル・ファーストという地域最優先、地域を大事にする思いがあり、充実した食生活の提案、地域循環経済の追求、住民から愛される地域共生商業の在り方がある。

地元貢献度を見える化

今回の訪問では、店内だけではなく、リサイクルごみ処理場からは生産者休憩室までくまなく案内頂いた。これも積極的なCSR（企業の社会的責任）での情報公開ポリシーの一環である。

ごみ処理の仕方では、今まで一つの店舗で1週間に30回のごみ出しが、野菜や食品の残りをすべて堆肥用のコンポストで再生するなど徹底的なリサイクルをしたところ、1週間に2回となったという。手間や時間、費用はかかるが、サスティナビリティーへ対応を優先する企業の側面がうかがえる。売り場ではオーガニック製品にこだわり、かつオレゴン州、ワシントン州での地産地消を優先するなど、生産と消費が循環する基本姿勢を守る。サービス面からも、コンシェルジュカウンターの様々な暮らしの相談窓口、イートインスペースではコミュニティーのための集会スペースに開放し、コミュニケーションボードには住民から多くのメッセージや情報ツールが掲げられるなど、単なるスーパーではないコミュニティーにとっての大切な場所になっている。

一方、毎年どれだけ地域に貢献したかというサスティナビリティーレポートを発行し、CSRの見える化を推進する。例えば、地域の農家からどれだけ買い入れたか、スクールフルーツと掲げられたサインのある果物は、すべて利益を地域の小学校での教材に寄付するなど、様々な地元にどれだけの貢献をしたかが具体的な数値として表される。

地元新聞の第1面に、「ニューシーズンズ・マーケットが進出すると、周辺の住宅価値が17・5%上昇する」という記事があり、ニューシーズンズ現象と書かれていた。持続可能性を追求して地域に貢献するこのスーパーの近くに住みたいという、まさにニューシーズンズ現象が起きている。

次世代の人材育成も

今やポートランドのシンボルとなったファーマーズマーケットも、サスティナブルな思想によって運営される。1992年にスタートしたときは13の出店者であったが、現在では中心部の五つのマーケットに250以上の出店者を持つまで拡大し、すべての出店者の総売り上げは年間500万㌦にのぼる。その大部分の収入は出店者自身が得ることで、良質な農業が持続可能となる。このファーマーズマーケットのスポンサーの一つとして、前述のニューシーズンズ・マーケットが資金援助するのもポートランドらしい。日本ならばスーパーはファーマーズマーケットに売り上げを取られると考えがちだが、ニューシーズンズ・マーケットは農家を応援することで持続可能な仕入れ先を確保できると。

今回は毎週土曜日に開かれる最大規模のポートランド州立大学でのファーマーズマーケットを体験したが、レストランのシェフやパティシエが子供を対象にした料理教室を開くなど、次世代の人材育成という入作りのサスティナビリティーも見られた。

ポートランドは人口1人当たりのレストランの数が全米一というのは、常に持続可能で安心な良い食材があり、そこに良い料理人が集まり、良い店ができるという流れを作る。このように、至るところでサスティナビリティーが息づくのは、自分たちの街を自分たちの手で作る創造的行動があることで成り立つのである。

サスティナビリティー

環境保全と経済発展がリンク

ウィーアード

フレンドリーな人間味

次に第2のキーワードのウィーアードとは「奇妙な」とか「変わり者」といった意味があり、街には「Keep Portland Weird」のサインやステッカーを頻繁に目にする。1970年代、クルマが中心のアメリカ社会にあって、環境を守りながら街なかのにぎわいを取り戻すために公共交通整備を推進し、持続可能な街づくりに舵をとったポートランドは、「アメリカの変わり者」と言われてきた。しかし、人や街の個性を尊重しながらできあがった特有のライフスタイルは、今や大きな財産となった。

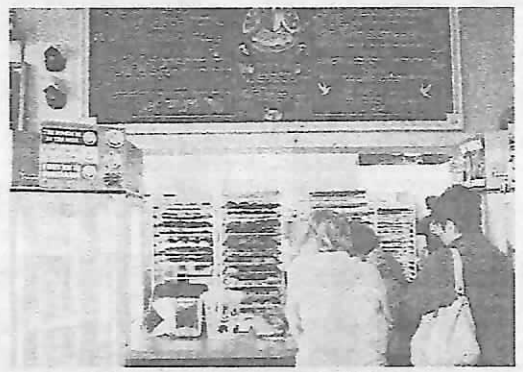
家庭や企業のごみの分別やカーシェアリングも全米で最初にスタートし、93年には地球温暖化対策を独自に政策に取り入れた最初の都市である。変わり者と言われようとその独自性を尊重した結果、精神文化の高さと、フレンドリーな人間味のある街に育ったのである。

第3世代のローカル・コーヒーショップとして注目されるのが、スタンプタウン・コーヒー・ロースターズ。現在、ポートランドに6店、シアトル、ニューヨークに各1店ある。スタンプタウンとは「切り株の町」の意味で、木材の切り出しが街のメーン産業だった頃のポートランドの愛称である。すべて南米やアフリカの農場からのフェアトレードで調達する厳選されたコーヒー豆に、バリスタがつくるラテ・アート、開放的でスタイリッシュな空間と音楽とすべてにポートランド気質が漂う。ここで焙煎されたコーヒーは各ホテルやレストランでも出される。また、ホスピタリティーの高さに感いたエピソードがある。それは、ダウンタウンの店で朝にコーヒーを飲んだツアー参加者が、夕方ベルモントという近郊のストリート店に行ったところ、ダウンタウン店のバリスタがローテーションで働いており、その参加者の顔を覚えてサービスを施してくれたという。1日に大勢の来訪者がある店であっても、顧客の好みを熟知しているという逸話は真実であった。

開放的でスタイリッシュな空間のスタンプタウン・コーヒー・ロースターズ

日常を楽しみに変える店

ポートランドで大人気のブードゥー・ドーナツが拡張されてリニューアル・オープンした。最もポートランドらしいウィーアードなドーナツ店には、早朝から深夜まで行列が絶えず、多くの人はまとめて箱買いをする。ファンキーなインテリアも、オーナーが牧師であるのも不思議だが、奇妙なドーナツの味と形はさらに衝撃的である。塩ベーコンにハチミツを流し込んだベーコンメープルバーは2㌦だが、ここでしか味わえない体験である。


奇妙なドーナツに行列が絶えないブードゥー・ドーナツ

同様な刺激を与えてくれたのがマクミナミミンズ・ケネディ・スクールというホテル。閉校した小学校を改装、ホテル、ブリュワリー、レストラン、映画館、スパ、ジム、ミーティングルームなどの複合施設に変わった。客室には教室の黒板や本棚があるかと思えば、バーは禁煙の優等生バーと、喫煙できる不良バーに分けられ、ブリュワリーは職員室であった場所を改装した。

マクミナミン・ブラザーズというチームは、現代アートとカウンターカルチャーを武器に、ポートランド近郊の古い建物を次々に改装しては新業態を開発する名プレーヤーである。

自分らしさを大切に

二つのキーワードから、ポートランドのカッティングエッジを紹介したが、西海岸のカウンターカルチャーの名残りが色濃く生きる街は、皆が自分らしさを大切にする。18年前にスケートボーダーの陳情で高架下にできたバーンサイド・スケートパークは、利用者が清掃を続ける限り支援すると市談会が許可した。誰もが自由に自分らしく生活を楽しむスタイルがあり、小さな店やストリート商業が個性的な趣向を凝らして続く街並みは、楽しみがぎっしり詰まった玉手箱のようである。

私たち来訪者にとってはもっとファッション本来の役割を見直し、生活者のライフスタイルや嗜好の変化を捉えた新たな価値を見いだすよう訴えかけてくるようだった。

今回の参加者からの一部のコメントを紹介する。ワーク・ライフ・バランスという点では、「日常の楽しみ方が上手く、仕事後の時間や週末の朝といった、忙しさに紛れてしまいそうなひと時を、楽しみの時間に変えてくれるイベントが街ぐるみで開催され、にぎわっている点が素晴らしい」（生活の木・河野広子氏）。環境共生社会でのエコ活動に関しては、「規制に束縛されるようなイメージを持っていたが、実際は個々人が無理なく出来ることを実践している」（ビューカード・榊原忠通氏）、「小さい子供もちゃんと絵を見て分別してゴミを捨てるという、人々の意識の高さがある」（鉄道会館・大友恵子氏）という意見があった。ストリート商業については、「SCとは違うストリート店舗として楽しさ、差別化、気概が感じられた」（ららぽーと・高会紀明氏）とのコメントが寄せられた。

利用者が清掃を続けるバーンサイド・スケートパーク

振り返って日本の商業施設や小売店を見れば、どこも同じような施設やテナント構成が目立ち、特徴のない商品が山積みされたファッション売り場では、自分らしさを発見するきっかけや喜びもない。日常の楽しみがもっと素敵になることに、これからのファッションデザインや業態開発へのヒントがある。すべてに持続可能性があり、人の心を豊かにするビジネスには、未来への希望と可能性が詰まっている。