

デュアルライフ=新都市生活概念

松本大地/商い創造研究所代表取締役

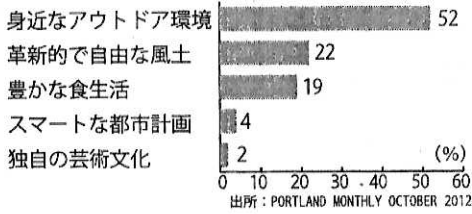
長年にわたる織研教室で伝えてきた米国オレゴン州ポートランドのライフスタイルが、日本のファッションビジネスや生活文化に大きな影響を与えてきた。ポートランドから日本に進出するファッションメーカーや飲食業、逆に日本からポートランドに進出するメーカー、飲食店の勢いが止まらない。ポートランドスタイルの神髄とは何か。

対峙でなく両立

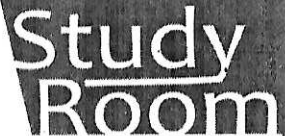
今春アウトドアブランドの「スノーピーク」は、ポートランドに出店した。世界のアウトドアブランドメーカーが集結する街に独自のデザインやクオリティの高さで挑む。モンベルは今秋中心部に大型店をオープン、ABCマートはポートランドの老舗靴ブランド、ダナーを買収した。原宿かいわいにはロンドン・スポート、キーン、246コモン、ナイキ、吉祥寺にはパンケーキハウスオリジナル、そしてヒュムスは新進鋭のフティックホテル・エースホテルとコラボレーションした商品開発を手掛けるなど、東京の中には続々とポートランドが登場する。

11年に創刊された「KINPE OLC」(キンフォーク)は「レミアムがつくライフスタイルマガジン」。今年6月には日本版「キンフォークマガジン」が刊行された。スマイルギャザリングが小さな集いというコンセプトは、シンプルに人と時を共有する情景を映し出す。大手セレクトショップのポートランドでも絶えない。ポートランドで生活をする多くの人は、気取らず、自由で健康的な生き方を志向するポートランドと呼ばれる。昨年、ポートランド・マンズリーが実施したポートランドの生活価値調査からはその気質が見えてくる。「ポートランドで一番良いと思うことは？」の問いに対して、「アウトドア活動が身近にあること」を挙げた人が52%と半数を超え、革新的な姿勢や進歩的な考え、食生活や質い都市計画、個性的なアートカルチャーへの評価と続く。また「いつかポートランドのベストな頃だと思えるか」の問いに、将来もつと良くなると思う人が半数を占め、今がベストと思う人を加えると67%に達する。さらに10年後もポートランドに住みたい

ポートランドで最も良いところ



大地からの自然エネルギーを享受するグリーンランニング



グリーン政策は新たな経済発展の原動力

「この問いには、76%がイエスと答える。過去よりも現在や未来に目を向けているのは活力の表れである。都市と自然が両立できる暮らしに満足し、これからも街が良くなると思えば、これまでも住んでいきたいという人が7割強の結果には、精神的豊かさの中で暮らせることを表している。

この暮らしから浮かんだキーワードが、「DUAL LIFE」(デュアルライフ)という考え方。これは一方を追求すると他方が犠牲になるトレードオフとは異なり、都市と自然、経済成長と環境保全、オンとオフ、シティーライフとサブ

ーバライフ、新しいものと古いものといった対極、対峙することを両立させる新しい都市生活スタイルと概念づけた。デュアルライフは街づくりだけでなく食生活から働き方まで影響を及ぼし、新たな定住、交流人口増を生み、かつクリエイティブクラスという多様性に富む自由な環境を好み、創造的で革新的な知識階級を呼び込む。彼らは自立した存在感がある都市に住む新たな社会的階層と言われ、アート、デザイン、農業、自転車、グリーンな環境に関心を寄せる。消費活動を通して新たな経済発展の原動力となり、彼らが多く集まる都市にはハイテクノロジ、アート、デザインなど知的で高付加価値産業が集積する傾向がある。それは企業自体が社員にとって働きやすかつ環境の良い都市へと移転するからである。

人生を楽しむ大切さ
全米で「環境に優しい街」「暮らしたい街」に選ばれ、持続可能な都市成長を続けるポ

ポートランドは自転車通勤者比率が全米一高く、企業は社員の健康増進につながることから自転車通勤手当を支給し奨励する。都市部の公園内には1300㎡ものトレイルがあり、舗装された道路ではない森や丘、山を駆け、都市空間の中で自然のエネルギーを体感するグリーンランニングを楽しむ。日々の生活の中に都市での刺激と、森での癒やしを取り入れるのもデュアルライフな過ごし方であり、よく働け、よく遊ぶワークライフバランスこそがポートランドの魅力である。

経済成長のために地球温暖化対策には目を注ぐ。サブロー化により郊外立地は栄えるが中心部は寂れる。もうこのようなトレードオフには終止符を打つべきである。持続可能な環境、経済、コミュニティをつくることは、標準化されたグローバルスタンダード、価格や機能優先による近代化と共に失った大切なものをよみがえらせ、社会規範や価値観を変えるパラダイムシフトを生む。デュアルライフで人生を楽しむ大切さをポートランドは教えてくれる。

まつもと・だいichi 街づくりから商業施設のマーケティング、ブランドニング、業態開発、プロデュース業務を推進。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EDPビジネススクールでは次世代商業施設戦略講座を担当する。著書に『最高の商いをデザインする方法』(エクスナレッジ社)。