

人と街と商いのリンケージが輝くポートル  
ンドスタイルに学ぶ(パート1)

商創イ創研究所  
代表取締役

松本 大地



ライフスタイルから次  
世代SCづくりへのヒ  
ントを読み取る

ここ8ヶ月の間に、アメリカ西海岸  
岸ノースウエスト地域の中核都市で  
あるポートルランドとシアトルを3回  
訪れた。いずれも3つの大型商業開  
発プロジェクトにおけるコンセプト  
づくり、合意形成のための研究視察  
が主たる目的であった。なぜポートル  
ランドやシアトルが対象だったのか  
と言え、この地域における人と街  
と商業づくりのリンケージからつく  
られるライフスタイルには、次世代  
SCづくりに繋がるエッセンスが学  
べると確信しているからである。

ライフスタイルとは、生活の様式  
であり、その人の人生観や価値観を  
反映した生き方のことである。また  
特定の地域や街でのライフスタイル  
を標榜する場合には、都会や田舎に  
かかわらず地域にある資源を生活の

あちこちに日常的に取り入れた在り  
ようを示す。例えば、軽井沢におい  
ては明治時代中期にイギリス人宣教  
師が避暑地としての歴史を切り開  
き、ホテル、教会、ミュージアム、  
テニスコート、スキー場、旧軽井沢  
銀座などの集合体がありゾート地軽井  
沢スタイルとして確立されてきた。

街の歴史、伝統、文化を背景に街の  
ライフスタイルはできやすく、結果  
アイデンティティのある街づくりが  
促進され、広域からの集客も可能に  
なる。その面では、ポートルランドの  
進んだ環境共生都市スタイルは、官  
民の街づくり手法、ディベロップメ  
ントレベルの高さ、個性的な商業施  
設、専門店づくりなどが学べる地  
である。今回はポートルランドスタイル  
の街づくりの概要を提示し、次回で  
はさまざまな商業態や先端事例か  
ら次世代SCづくりの各論を提案す  
る。



パイオニアコートハウスクエアでのイベント風景

ポートルランドとはどの  
ような街なのか

ポートルランドは人口53万人、都市  
圏人口では210万人というオレゴ  
ン州最大の都市で、札幌市と姉妹都  
市提携をしている。比較的温暖な気  
候で雨量は東京より少なく、エアコ  
ンのある家は1割程度と過ごしやす

もしくはシヨールムにする地区計  
画での義務が課せられている。なん  
とティファニーも駐車場ビル1階  
という立地に出店していることに驚

く。自分の施設、ビル、店だけを考  
えるのではなく、都市の不動産価値  
は魅力的な街が存在して初めて成り  
立つことを実証している。さらに「ク  
リーン&セイフ」という制度があ  
り、街の環境整備と警備態勢が保た  
れている。クリーンホームレスや  
麻薬等の犯罪者の社会復帰訓練とし  
て街のごみ収集作業を行い、セイフ  
は元警察官や警察官希望者を組織化  
して街のセキュリティや観光案内  
を担い、清潔で安心なダウンタウン  
がつくられている。運営は商工会議  
所であり、資金はダウンタウンに出

店するディベロッパーがテナント賃  
料の一部から捻出している。

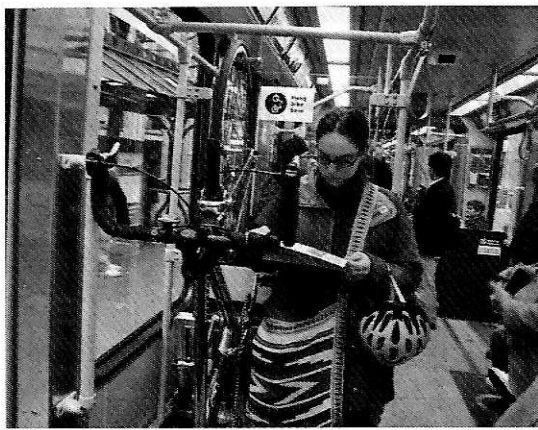
ポートルランドは刺激的な巨大人工  
都市のラスベガスとは対極にある。  
場所の心、人の心を織り込み、歴史  
を残しながら、活かしながらつくる  
という、伝統と革新が一緒にある街  
だ。ポートルランドで人生を楽しむ人  
が増えているのは、街自体が居心地  
の良い大きなサロンのような役割を  
果たしているからである。自己実  
現の次の欲求は何かと言え、それ  
は住んでいる場所の品格、誇り、美  
しさへの欲求という社会環境の充実  
に向いている。つまり、成熟化社会  
においては、人々は経済の成長はあ  
きらめてもライフスタイルの向上は  
あきらめない。だからこそライフス  
タイルの研究は最も重要なマーケテ  
ィングなのである。

次世代SCづくりには、環境共  
生、地域共生、街づくりの視点は欠  
かすことはできないキーフアクター  
となる。真の生活の豊かさの実現に  
は、心が豊かな街の役割が大きく  
い。まるで街全体が理想的なライフ  
スタイルセンターのようなポートル  
ランドは、次世代SCの在り方として  
生きた教本である。

(プロフィール105ページ)

街全体が理想的なライ  
フスタイルセンターに

ポートルランドには強固な地域社会  
づくりのストーリーがある。街全体  
の歴史、風土、文化を見据え、ポー  
トルランドが展開すべきライフスタイ  
ルの提案を盛り込んだ都市計画が示  
され、その方向に添った商業計画や  
運営づくりが営まれることで、持続  
的に人と街と商いが成長するしくみ  
が成立している。



ダウンタウン内は無料で利用できる路面電車は自  
転車にも優しい

ダウンタウン中心部にあるパイオ  
ニア・コートハウス・スクエアは、  
市民の寄付により整備されたすり鉢  
状の広場であり、街のランドマー  
ク、サードブレイスになっている。  
レンガブロックには市民の名前が記  
され、頻りにイベントや市場が開催  
され、市民が社交を楽しむ。その社  
交により強固な共同体意識が生まれ  
るといふ、次世代SCにおけるパブ  
リックスペースの在り方の参考にな  
ろう。

環境保全においては、古い建物の  
中を修復して活かしたヒューマンズ  
ケールな街並みができている。これ  
はポートルランドに在住した故内藤氏  
という日系の富豪家の尽力により、  
守られ寄贈された数多くの古い建築  
物を残すことができた。その思想は  
「古い建物を持たない街は、思い出  
を持たない人間と同じ。思い出のな  
い人生なんてつまらない」との哲学  
からだった。氏の貢献に対し、街中  
にはNAI TO PKWYと命名さ  
れた道路があった。小さい単位での  
ヒューマンな空間が街区、街路で寄  
り集まり、ひとつひとつに突出した  
特徴はないものの、集合して集まる  
と大きな魅力になっている。さら  
に、中心部の界隈性、回遊性を保つ  
ため、ダウンタウンのビル計画では  
道路に面する部分の50%以上は商業



ダウンタウンにあるティファニーは駐車場ビルに入居  
している