特集 ローカルファーストな「お店」がまちをつくっていく

④ 歩くことが楽しくなるまちへ

ローカルファーストでまちづくりムーブメントを起こせ!!

株式会社商い創造研究所 代表取締役 松本大地

ドイツ・フライブルグの旧市街は自動車の乗り入れを規制した人に優しい道

イタリア・ミラノのヴィットリオ・エマヌエーレ２世のガレリアは街のシンボル

デンマーク・コペンハーゲンのストロイエはニューハウンまで続くヨーロッパ最長の歩行者天国

街の中心部から離れた幹線道路沿いには全国津々浦々同じようなロードサイト店が並ぶが、そこには風情も思い出も生まれない。世界中の人気のある都市の街並みは、人と人が行き交う界隈のある空間であり、感度の高い生活と品が備わり、ずっと住みたくなるような洗練された生活風景がつくられている。残念ながら私が住む神奈川県湯河原町では、幹線道路にはチェーンのロードサイド店、そして街なかにはコンビニエンスストアが乱立し、同じ顔をした同質化が進み、あっという間に街の個性が消され、人々から街への愛着心を奪っていく。日本中に自動車に便利な道は増えたが、近代化と共に人にやさしい道は失われていった。

いま求められるのは人のための道を取り戻すことではないだろうか。

街を歩きながらショーウインドーに飾られた手の届かないあこがれを眺めつつ、いつかそれが手に入る豊かさを思い描くときめき。表通りだけでなく、裏道にも味にこだわった個性的な飲食店や物販店が並び、街路と広場に人々が集うことで街の居間、リビングルームが生まれ、手入れの行き届いた街づくりに繋がる。

ホール・イン・ザ・ウォール(hole in the wall)。直訳すると壁の穴。見た目はきれいとは言えないが、気取ったところがなく料理は旨く近所に根付いたお店のこと。人は壁に穴が開いていると覗きたくなるといった、隠れ家的な存在を称して使われる。きれいでおしゃれなお店ではないが安心感と人間味があることで近隣住民が自分らしくいられる溜まり場には、気軽に挨拶がかわされ友達が増えていく。店主もお客さまを感動させたいといった気負いや、サービスを向上したいといった感覚はない。どこもチェーン店ではなく個人経営であり、近隣住民が自慢する店独自の味がある。ホール・イン・ザ・ウォールはコミュニティーにとって慈しまれる存在だが、そんな慈しまれるお店が無くなると緩い絆が切れ、徐々にコミュニティーが崩壊し、そして街が衰退していくケースもある。だからこそ、住民が大切に守っていくのがホール・イン・ザ・ウォールとなる存在のお店なのである。

物販やサービス店でも、慈しまれ地域になくてはならないお店になることは可能だ。

大きな面積でなくても、安売りしなくてもいいが、常に品揃えや接客・サービスを磨き信頼を得て、生涯顧客というロイヤルカスタマーに育てていくことである。モノが溢れた時代が進むと、画一的なものよりも多少高くても価値のあるものを求める、揺り戻し現象が起きる。例えば、お惣菜はそのお店独自の味やスタイルが差別化要因となる。あえておはぎを店内で握って付加価値をつくり、その製造過程を見せて成功した大手スーパーマーケットもある。昨今では量販店や大型家電量販店の苦戦が伝えられるが、街の小さな電器店が小さな修理や取り付け、アフターフォローを重視した対応で復活した例もある。その背景には、価格の安さだけではなくアフターフォローや近所同士の繋がりを重視する傾向があるからだ。それぞれの個店が主治医のようにきめ細かいサービスで対応することが評価されるのは、偏重し過ぎた低価格志向やネット通販への依存による揺り戻しであろう。

不安やストレスから社会全体に閉そく感が充満した現在、日常の中に人と人が交流する安心と楽しさは、暮らしになくてはならないと現代生活者は感じている。観光にしてもそこに住んでいる人々が常日頃から親しんでいる市場での買い物や、街の広場で開催される地域のイベントといった普通の生活文化の魅力が来訪者をひきつける要素となってきた。

特に海外の旅先でのんびり過ごすのに、広場は最高の場所。広場にイスを設けているカフェは旅先のオアシスであり、広場は現地の人たちと触れ合う交流の場となる。ロンドンのパブ、パリのカフェは道が集いの場となり、会話が自然と発生する雰囲気が生まれる。それを演出する街路樹やお店のショーケースやサイン、ストリートアート、聴こえてくる音楽、そしてその地域ならではの商品やサービスに接すること。これこそショッピングセンターやロードサイド店舗ではできない、豊かなドラマを生む体験消費と言えよう。

冒頭のように多くの街が同質化した大型商業施設やチェーン店が強くなり過ぎたことで、地域のブランド力を失ってきた。その結果、私たちはモノでもサービスでも普及すれば「ありふれたもの」になるリスクが高まることを知った。

地域ブランド力を高めるには、際立つオンリーワンが必要。それには街にローカルファースト志向を広げることが大切だ。

暮らすこと、働くこと、楽しむことは全部繋がっている。ポートランドの道の営みに触れるたび、せめて街なかだけはローカルファーストで人にやさしい道をつくることができないものかと思う。街づくりは守るだけではなく、時代に合わせて新しさを加えることが大事である。今、ローカルファーストを旗頭にした茅ヶ崎には、次世代の街をつくっていく好機が訪れている。

フランス・パリの街なかでショーウインドーに思いを馳せる人達