

第4回 地域再生政策研究会

# 21世紀をリードする社会交流欲と地域再生 ～ポートランドにおける人と街と商いの良好なリンケージ～

2009年11月6日



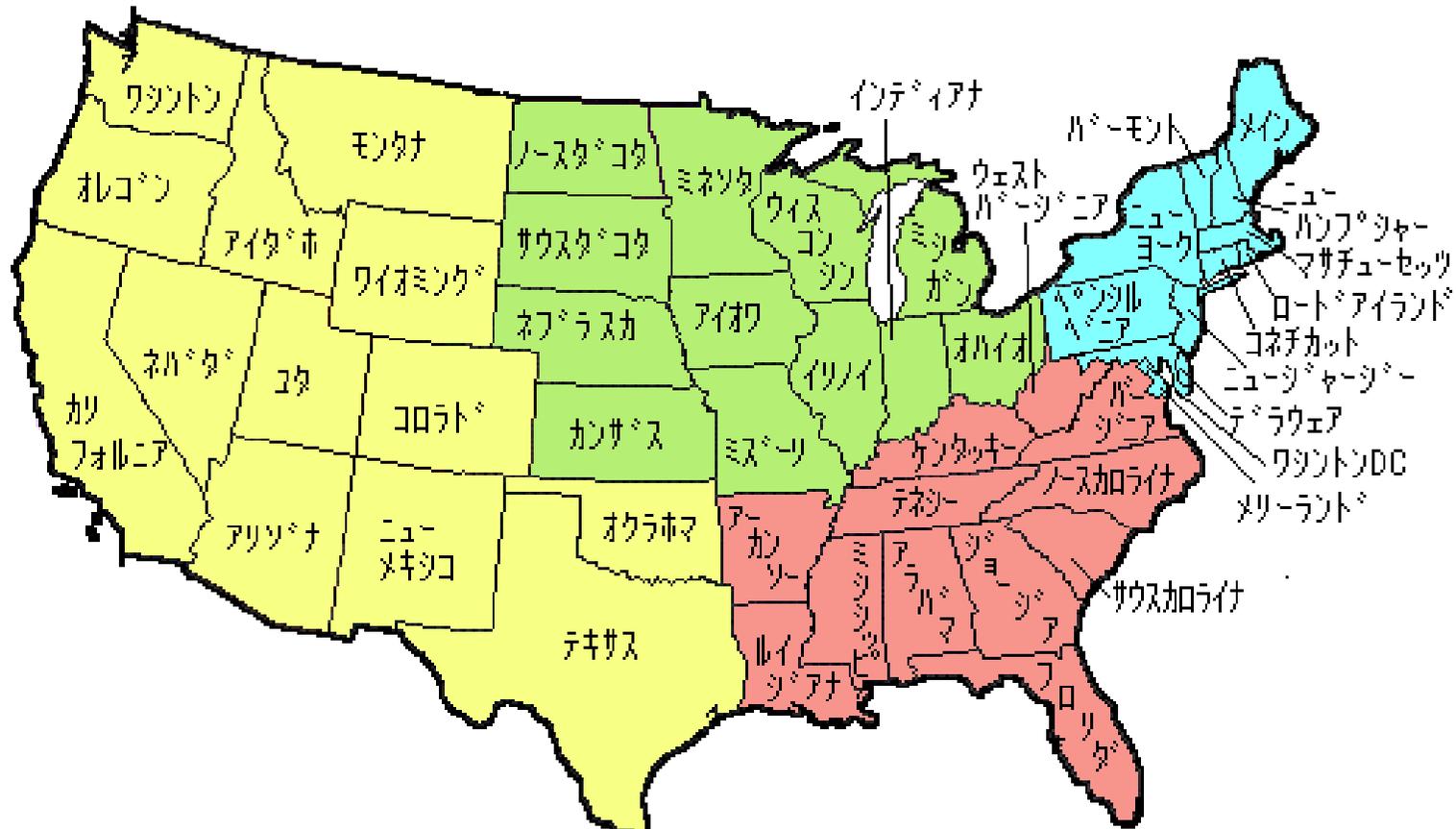
商い創造研究所

松本大地

ポートランドには  
最先端のライフスタイル業態があり、  
社会交流欲に適した持続的な街づくり、  
地域再生の仕組みがある

# ソーシャル・キャピタル (社会関係資本)の充実

活発な市民活動が  
ポートランドスタイルをつくる



州都:セーラム

州全体の面積:約25万1,400平方キロメートル(全米第9位)

人口:364万人(全米27位)

白人83.5%、ヒスパニック系8%、アジア系3%、アフリカ系1.6%

※本州と四国を合わせた面積で、人口は横浜市(366万人)と同等

富山県と姉妹提携

州知事:テッド・クロンゴスキー



オレゴン州ポートランド市  
 人口:56万人  
 (都市圏226万人)

農業、林業、ハイテクが3大産業。  
 1980年代中頃よりハイテク産業が急成長し、現在ではシリコンバレーに対してシリコンフォレストと呼ばれるIT産業の集積地。  
 豊かな自然環境に恵まれ、世界的なスポーツメーカーナイキやコロンビア・スポーツの本社、アディダス北米本部など、アウトドア、スポーツメーカー企業も集中。  
 このような背景もあり、環境と経済の両方が持続可能な開発の方向に動き、理想的な都市成長を続けている街である。



## ポートランドらしい街づくりへの称賛

〈全米での数々の街づくりに関する受賞〉

全米一の住み心地の良い街

Best Bicycling city(全米で一番自転車に良い街)

Best Walking city(全米で一番歩行者に良い街)

Sustainable Mobility

One of the most attractive for young creatives(クリエイティブで意欲溢れる人が向かう街)

女性が起業しやすい街

Most Vegan Friendly

Most sustainable Policy

.....

人口一人当たりのレストラン数が全米で一番多い  
市内にブリュワリーが34か所と、面積比で一番多い

## 人と街と商いがリンクージュするポートランド

- 米国の変わり者と言われた環境共生都市
- 市民参加が活発な街でSocial Capital(ソーシャルキャピタル: 社会関係資本)が充実
- ポートランドに人がわざわざ来るのは、生活の質、環境、芸術・文化、市民参加、住み良さそして生きやすさがあるから
- 特にパブリックミーティングの参加率の高さ、行政と市民、市民と市民の信頼関係が強い
- 行政が上から引っ張っていくのではなく、市民が積極的に参加するお膳立てをすることで、多くのボランティア、NPOや街づくり組織ができ、人々が一緒になって解決していく
- 欲望を刺激し拡大するラスベガスとは対極の都市の歩み

MAX(LRT) & ストリートカー  
バス、自転車環境に  
優しい公共交通整備

街づくりの要は公共交通機関の整備

MAX (Metropolitan Area Express)  
マックス・ライトレール 路線長 80キロ

## Park & Ride



郊外は70kmで走行 1986年高速道路建設を取りやめ、その資金でLRTを建設。

# 良い街を支える仕組み

# CLEAN & SAFE



1907年 ローズ・フェスティバル  
13校の高校3年生より、ローズク  
イーンを選出

容姿だけではなく、ボランティア  
活動、学校の成績も評価の対象

# International Rose Test Garden



バラ園 1917年創設 560種 1万株

# Recycle



# ポートランドの特質

人と人との信頼関係、絆（ソーシャルキャピタル）を繋げていくことで、ソフトな問題解決の方向を導き出している

	ハードウェアソリューション	ソフトウェアソリューション
犯罪の対処	<ul style="list-style-type: none"> <li>・警察官を増員する</li> <li>・セキュリティーシステムを強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域との連携を図る（市民パトロール）</li> <li>・パブリックミーティングで未然に対策を協議する</li> </ul>
ゴミの対処	<ul style="list-style-type: none"> <li>・燃焼する焼却場をたくさんつくる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ゴミを出さないよう心がける</li> <li>・リサイクル、リユースをする</li> </ul>

パブリックスペースは  
人と人が出会う大切なステージ

# Pioneer Courthouse Square



駐車場を70年代に広場に建て直して、ダウンタウン中心の市民の憩いの場。工事にあたり、約6万人の市民がそれぞれ一つずつブロックを買うという形で建設費を集め、各ブロックには買った人の名前が刻まれている。

# Downtown



オレゴン州 公共の建物やストリートには、建設費の1%をアートに使う

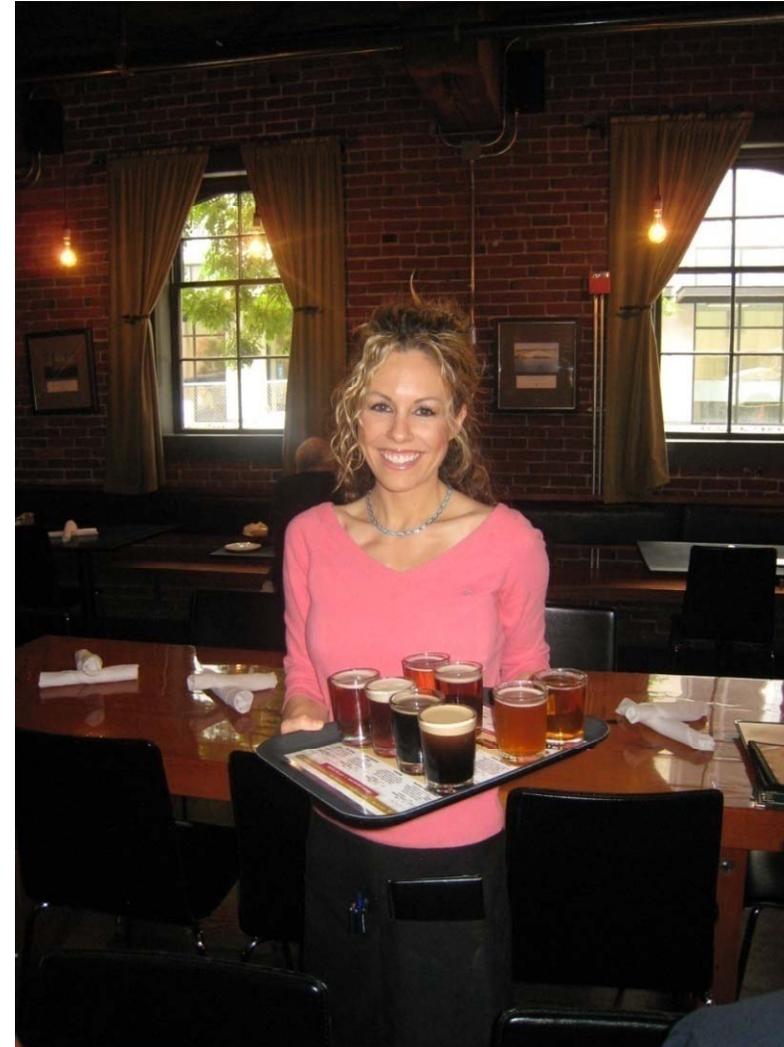
# 遊歩が楽しめるダウンタウン商業

界隈性ができる作法  
楽しい商店街やイベント  
創造的な若い人が集まる  
美味しいものがある

# 界隈の連続性がある Downtown



# Bridgeport Brew Pub



# コンセプトが明快なイベントで 街の魅力を創出

# Saturday Market



2009年(平成21年)7月22日(水曜日) 日経MJ

**■ オレゴンの観光名所 ■ 青空市、個性が出店条件**

米国オレゴン州ポートランドのダウンタウン。パースサイド橋のたもと、川沿いの公園で3月1日から12月24日までの毎週土日、サタデーマーケットが開かれる。1974年にスタート、35年も続く屋外のマーケットには、アート&クラフトを中心にユニークで個性的な品々が並ぶ。店舗数は250店に上り、地元客のみならず観光客にも人気のマーケットだ。その人気と持続の秘訣は出店条件。

「サタデーマーケットならではのモノ、個性あふれるモノ、創造的なモノ」の出品が求められる、この独特の条件が順守されている。初開催から出店するスプーンマンクリエイションは、スプーンやフォークを使ったアクセサリー、風鈴などをつくっていたが、最近ワゴンを埋めているのはヘッドウエアと称したユニークな商品。矢や刃物、ブラシなどがあたかも頭に刺さったかのような笑いを誘うオブジェが何十種類

米  
国  
発

れた「猫専用枕ショップ」一写真も人気がある。顧客はアーティストの作品を買うだけでなく、直接アーティストに出会う楽しさがある。また、ビジネスプレゼンテーションの場でもあるなど、フェース・トゥー・フェースのマーケットならではの効用がある。道を隔てたブロックではその場で食べられるフードブース、古着、土産品などのショップが並ぶスキッドモア・マーケットが同時開催され、違う雰囲気も味わえる。(高い創造研究所 松本大地)

(8~12%)も並ぶ。マタタビの葉や実に含まれるエッセンスを枕の中に入



# ポートランドファーマーズマーケット

野菜や果物、生花や苗だけでなく、軽飲食や音楽なども楽しめる。

1992年に13店でスタート、現在は250店まで拡がり、売上は500万ドル。

地産地消がコンセプトで、スーパーのニューシーズズや銀行のウェストコーストバンク、新聞社のオレゴニアンなどもスポンサーとして応援している。



2009年(平成21年)5月20日(水曜日) 日経MJ

**■ 持続可能な市場 ■ 良質な食べ物を再生産**

米オレゴン州ポートランド。二酸化炭素(CO<sub>2</sub>)の排出抑制につながる公共交通機関の整備や、ゴミの削減・再利用を進めるサステイナブル(持続可能)な生活文化が囁かれている。

特に「地産地消」の取り組みが盛んで、ポートランドファーマーズマーケット(通称PFM)の発展は、その顕著な例だ。1992年に地元の野菜栽培や畜産を営む13店で始まったPFMは年々拡大を続け、今ではポートランドを象徴するライフスタイルマーケットとなった。現在、市内4カ所に合計250店が出店し、年間売り上げは500万ドルに達する。有機野菜、果物、キノコ、チーズ、ソーセージのほか、焼きたてベーカリー、ピザの店から花屋までが並び、その一角では子供の料理教室や屋外コンサートも催される。

出店者はポートランド近郊の農家や地元の小売店であり、その大部分の収入が出店者自身に帰る。これにより良質な食べ物の再生産が可能になる。さらに運営資金の一部を地元銀行、新聞社そして食品スーパーが支援している。ポートランド州立大学校内では毎週土曜にマーケットが開かれる一写真。3月21日から12月19日までの期間で、時間は午前8時半から午後2時まで。ポートランドに住む人をポーターンダーと呼ぶが、彼ら・彼女らはPFMにお気に入りのエコバッグを持参し、大地の恵みを楽しむ。サステイナブルはポートランドの都市政策の一端が垣間見られ、環境共生が経済とリンクしている。

(問い合わせ先 松本大地)

**アメリカ発**

良質な食べ物の再生産が可能になる。さらに運営資金の一部を地元銀行、新聞



# New Seasons Market





### <持続可能なシーフード>

世界の65%の漁場で魚の取り過ぎが起きている。持続可能な漁業のために、あなたの買い物で意思を現わして下さい。

(グリーンサイン)

最も良い選択です



(イエローサイン)

養殖された魚なので、健康に問題がある可能性があります

(レッドサイン)

この種は持続可能な方法で収穫される漁場で採られていません。

どうぞ他の種類を検討してみてください



## SCHOOL FRUIT

このサインのある地元で採れたリンゴは、売上げのすべてを地域の学校に寄付します

昨年度実績: \$88,862

2000年からの累計: \$231,667



2009年(平成21年)6月1日(月曜日) 日経MJ

■ 健康的な粉食の「殿堂」 ■ 「スローな業態開発」示す

米ポートランド市内から車で25分。道路沿いに水車のある赤い建物が見えてくる。ここは粉のフードテーマパークとも言える「Bob's Red Mill (ボブズ・レッド・ミル)」。ビタミンや食物繊維、ミネラルが豊富な全粒粉を使い、パンケーキやワッフル、クッキー、シリアル製品などをつくっている。店内には様々な粉や穀類、それを使った食品のほか、キッチン用品、雑貨が並ぶ。レストランや料理教室も併設し、

昔ながらの製法にこだわった健康的な粉食の良さを来店客にアピールする。もちろん風車を動力にした石臼が小麦をひく過程も見られる。

創業者のボブ・ムーア氏は妻がつくる全粒粉の健康食を研究し、19世紀の製法にたどり着いた。30年前にポートランドで製粉事業を開始。胚芽(はいが)を取り除き、精白した小麦粉が一般的な中で、彼の製品はカナダを含む北米の自然食品店、スーパーマーケッ



米  
国  
発

トに広がっている。  
アンテナショップ的な店の営業時間

は月～金曜日が午前6時～午後6時、土曜日は午前7時～午後5時で、日曜日は休み。連日、駐車場は早朝から朝食を求める人の車でほぼ満杯。伝統の製法に支えられた品質と風味のあるものづくりには、遠方であっても訪れる人が絶えない。

Bob's Red Millは「食の原点」に戻り、それを深く掘り下げて製粉文化を伝承する。そこにはサステイナブル(持続可能)でスローな業態開発をみることができ

(商い創造研究所 松本大地)

環境共生のライフスタイル  
＝クール・トレンドィ  
毎週500人の人口増

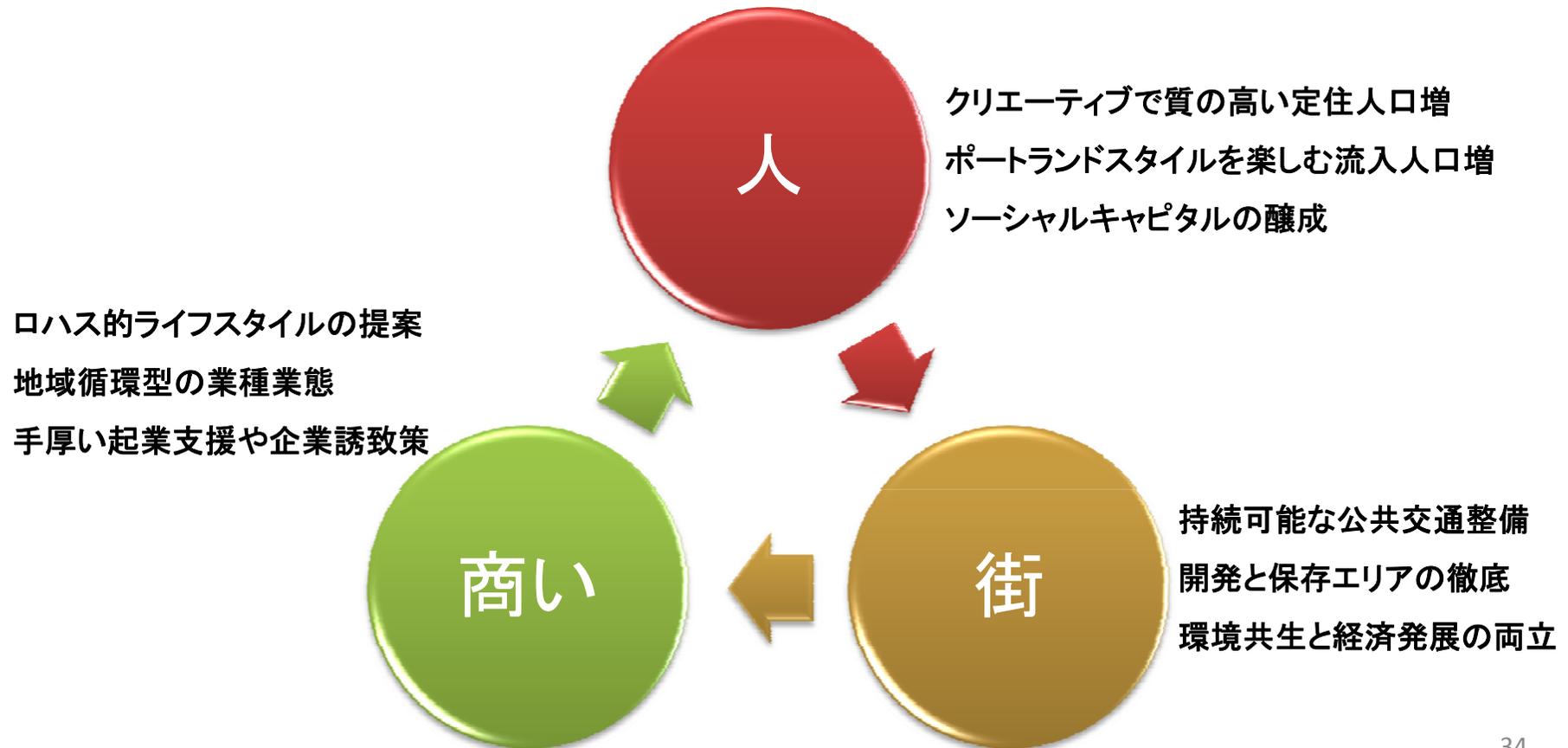






ポートランドは、人と街と商いが良好にリンケージしている

( 街 の 理 念 )



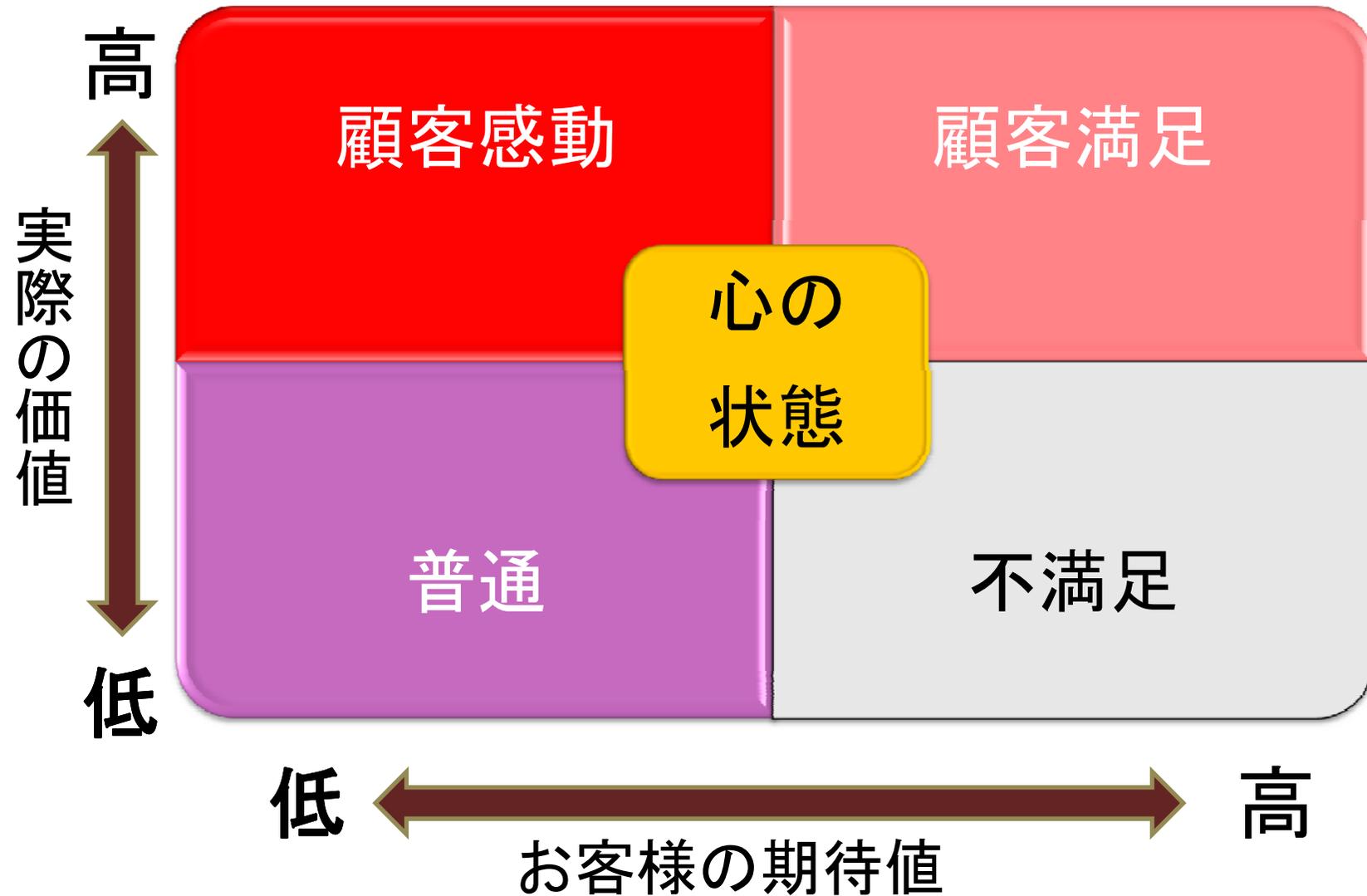
小田原を環境共生と地域経済が相乗し、  
来街者と地域住民がふれあう  
感動交流文化都市にできるか

『地域の活性化なくして地域の再生なし！』

## 全国商店街の課題

	平成2年度		平成15年度	
1位	駐車場が無い	41.4%	後継者難	67.1%
2位	大型店舗に客足移動	38.5	魅力ある店舗少ない	66.3
3位	店舗規模が過小	38.5	商店街活動参加意識薄	55.7
4位	業種構成に問題あり	25.7	核となる店舗が不在	51.8
5位	バラバラの断続的街区	21.8	店舗の老朽化・陳腐化	48.2
6位	商店の歯抜け状態	20.7	駐車場の不足	37.2
7位	後継者難	18.3	大型店舗との競合	36.9

# いかに顧客の期待を超えていくか



## 「人と環境にやさしい小さな感動の散歩道」

ドメインとは事業領域という意味。明確な一言で自社の進む方向を現わす言葉です。ダイヤ街ではお客様により快適にお買い物頂くため、一店一店でドメインづくりを進行中。

ダイヤ街全体のドメインは、「人と環境にやさしい小さな感動の散歩道」。

ダイヤ街が誰もが過ごしやすい、環境に対しても配慮した街路であり、そして人と人の交流が小さな感動の連鎖生み出す商店街であってほしい、という思いからつくられました。

ダイヤ街はドメインをつくりました

## ●ドメインワードが決定した店舗●

1. 魚国 .....「地域の安心と健康そしておいしい暮らし」
2. ビアイタリアーノ .....「気軽で美味しいイタリア食堂」
3. ダイアナ .....「履き心地の良い豊富なサイズが自慢です」
4. チャーリー .....「犬の幸せがあなたの喜びになりますように」
5. 茶月 .....「お寿司で四季の食卓を彩ります」
6. プラム .....「美と健康のくらしを提案するドラッグストア」
7. エポ .....「価値ある買い物で暮らしを豊かに」
8. ドコモ .....「心を繋ぐ携帯電話のステーション」
9. ふらんす亭 .....「笑顔と喜びを共有するレストラン」
10. とく市 .....「エコとお得をまごころで」
11. ポニービル .....「心安らぐゆったり空間ビル」
12. 小林生花 .....「笑顔と花の鮮度で地域No.1を目指します」
13. アプリ .....「街なかで半歩先の生活トレンドを発信する  
商業ビル」
14. 藤木屋 .....「いやってほどタバコとお酒があるお店」
15. 茶加藤 .....「享保13年から日本の心、茶文化を  
発信しています」

## 第2回ダイヤ街モンドヘッド祭り開催!

- 出演フラダンス・バンド○
- ・松野恭之とハワイアンフレンド&フラ・カナニ星谷
  - ・長谷川マコト スーパーウクレレバンド
  - ・アドベンチャーズ (ベンチャーズコピーバンド)
  - ・内藤志保
  - ・和田タカヒロ
  - ・スタジオ「ラウハラ」
  - ・湘南Kフラ
  - ・オフトーンズ (出演順、敬称略)

小田原ダイヤ街商店街では、8月14日(金)、15日(土)の2日間にかけて夏のシーズンイベント「第2回ダイヤ街モンドヘッド祭り」を開催しました。昨年に引き続きエポ・アプリ前の広場にて、ハワイアンをテーマとした、フラやミュージックのライブステージを行い、たくさんのお客さまにご来場頂きました。お堀端通りのハワイアンレストラン「Lea Lea」さんのご協力により、本場さながらのハワイアンフードやドリンクもご提供することができ、まさにハワイ色の雰囲気の中、素敵な音楽やダンスを楽しんでいただけたようです。

また、イベントを開催した2日間、ダイヤ街商店街の各お店が連携して、「ダイヤ街びっくり目玉市」を開催しました。各お店ごとに限定お得商品を特別販売し、その名の通り驚愕の目玉商品をお客様にご提供しました。

今回、初めての企画となった「富くじ」の販売も行いました。1枚200円で限定100口の富くじを販売しましたが、販売開始と同時に長蛇の列ができ、10分ほどで完売をいただきました。お客様に日頃の感謝の気持ちを込めて、1等になんと10,000円の商品券、2等に5,000円、3等に3,000円の商品券を準備しました。また、特別ダイヤ街賞には丸ごとパイナップルをお持ち帰り頂き、全員参加賞には200円の商品券をキャッシュバックし、絶対に損をしない富くじ販売は大成功に終わりました。

ダイヤ街商店会では定期的な清掃活動やイベント開催を通じて、お客様との繋がりを深め、目標に掲げた「人と環境にやさしい、小さな感動の散歩道」になれるよう、今後も様々な活動をしてまいります。



# ダイヤ街かわら版

No. 5

2009年9月発行



ダイヤ街商店会  
Daimon Shopping Mall

<発行責任者>  
総務広報部会長  
古川達高  
<企画・編集>  
商い創造研究所







成熟化、少子高齢化社会においては、  
「顧客との間に商品やサービスを超越した情緒的な絆を築くこと」

街も商店街も、お客様との良好な関係性をどうつくっていただけるのか。

価格や利便性だけではなく、ライフスタイル提案や顧客感動づくりで生涯顧客にしていく。

