

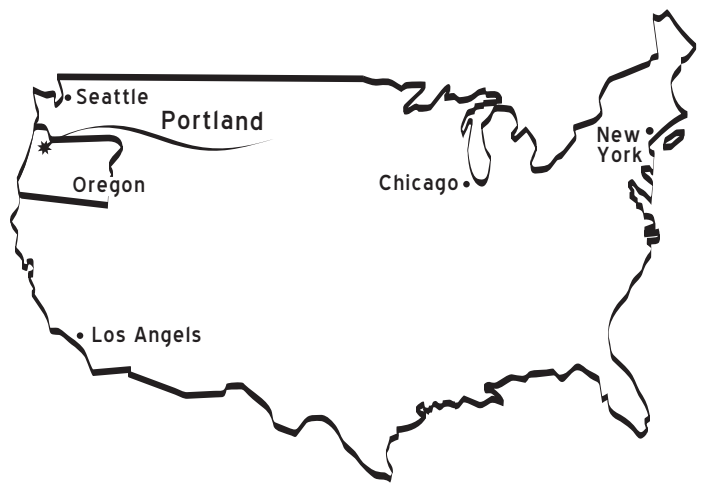
銀座西並木通り街づくり懇話会

～アメリカ・オレゴン州ポートランドの事例より、 銀座西並木通りへの提言～

アメリカ・オレゴン州最大の都市ポートランド（行政人口約60万人、商圏人口約200万人）は、約40年前、中心市街地がスラム化し、荒廃の一途を辿っていたが、優れたリーダーと自治意識の高い住民、ディベロッパーなど、多くのプレイヤーの努力により、全米屈指の環境にやさしく、働きやすく、住みやすい街としての地位を築くに至りました。

銀座西並木通りではリーマンショック以降、複数のブランドが撤退し、テナントの抜けた後にコンビニエンスストアが入る、または抜けたまま1年以上次のテナントが入らない、建て替え計画が頓挫したまま駐車場と自動販売機が並ぶなど、決して日本有数のショッピングストリートとは思えない状況となっております。

このような状況を打開するため、銀座西並木通り会の会員を中心に、銀座の街づくりに高い問題意識、当事者意識を持っている方、銀座の街づくりに一定の影響を持っている方にお集まり頂き、ポートランド在住建築家の渡辺義之氏と、商業コンサルタントの松本大地氏に、世界から注目される環境共生先端都市ポートランドがどのようにして現在の姿に至ったのかというお話と、「銀座や並木通りの活性化の為に」というテーマでご提案を頂きます。



渡辺 義之 （ZGF建築事務所アソシエイト）

「ポートランド流 “歩行者を楽しませる道作り”」

松本 大地 （商い創造研究所）

「人と街と商いのリンケージによる都市の賑わいづくり」

2011年10月21日（金）

講演会：16時～／懇親会：18時～

三笠会館 宴会場

中央区銀座 5-5-17 三笠会館 5F

<主催> 銀座西並木通り会

<共催> 銀座街づくり会議

■講師プロフィール■

□渡辺 義之（ZGF 建築事務所アソシエイト）

オレゴン州ポートランド市 ZGF 建築事務所アソシエイト／マサチューセッツ州登録建築家。

1966 年東京生まれ。慶應義塾大学経済学部卒業後、住友信託銀行入行。建築への夢を果たすべく米国留学、MIT 建築学部 Michael McKinnell 教授の指導を受け建築学修士。1998 年ボストン市同教授の事務所へ入所し、校舎、美術館、オフィスビルなどの設計施工管理を行う。2006 年 ZGF に移籍。プロジェクトデザイナーとして関わったポートランド市の、リテール・オフィス・住居の複合ビル、TwelveWest はグリーンビルディング認証制度である LEED のプラチナをダブル取得。オレゴン大学ジャック・アカデミック・センターは 2011 年度米国建築家協会最優秀インテリア賞受賞。また、ポートランド再生のきっかけとなった「歩行者を楽しませる道づくり」に注目し、東京財団主催の自治体職員週末学校や、原研哉氏主催のハウスビジョンプロジェクト等に積極的に紹介している。

□松本 大地（商い創造研究所）

1952 年神奈川県生まれ。山一証券、鈴屋にて金融・流通の実務を経験後、1988 年に丹青社入社。商業施設の企画、設計、施工のプロジェクト・マネージメントを担当。1999 年営業開発室にて大型商業施設における調査・企画・業態開発・環境計画・事業計画・テナントミックス等のプランニング&プロデュースの責任者。2005 年 4 月より SC マーケティング研究所所長就任、数多くのショッピングセンターや駅ビル開発の推進、新業態開発づくりなどを手掛ける。2007 年 7 月「人と街と商いの新しいリンケージ」をテーマに、(株)商い創造研究所を創立、代表取締役役に就任。街づくりから SC、駅ビル、ショップまでのコンサルティング業務、トータルプロデュース業務を手掛ける。また、長年に渡る欧米の商業マーケティング調査・研究から、日経新聞や業界紙での執筆活動を行う。特に、米国オレゴン州ポートランド市における街づくり研究は、マスコミ、行政、民間企業で注目されている。



竹沢 これから西銀座並木通り懇話会を始めさせていただきたいと思います。私は銀座街づくり会議の竹沢です。どうして私が司会をしているかといいますと、少し理由があります。

銀座街づくり会議は2004年から、街づくりに関わるさまざまな課題を考えて活動をし、シンポジウムなどもやっています。2006年からは銀座デザイン協議会ができ、銀座に建つ建物や広告のデザインなどについて事業者の方と協議を行っています。しかし、銀座街づくり会議で扱う問題はどうしても全銀座、銀座全体に関わってくるのですが、ご承知の通り、銀座といってもいろいろな通りがあり、それぞれ特徴が違います。ですから銀座全体で1つのことをやろうというのは、実はとても大変なことなのです。西並木通り会のように機動力があってやる気のある人材がたくさん整っていて、そして将来像をみんなで勉強していこうではないかというすばらしい動きは、ぜひ私共でも応援していきたいということになりまして、やれることは何でも致しますと申し上げて、今日はこの役回りを仰せつかったというわけです。

そういうわけで、今日は司会進行役を務めさせていただきますが、お手元にある懇話会式次第にしたがって進めさせていただきます。

まず、西並木通り会会長、三笠会館社長の谷善樹さんから開会のご挨拶をいただきたいと思いますのでよろしくお願いします。

谷 本日はお忙しい中を大勢の方々にお集まりいただきありがとうございます。ただいまご紹介いただきました、現在西並木通り会会長をしております谷です。本日はすばらしい企画で、並木通りをどう考えるかというチャンスをいただき、いろいろなご縁があってこういうことができ、大変期待しております。こういう会議では、先生にすばらしいお話をいただくと同時に、参加している方々からそれぞれのお立場からご意見をいただき、そして先生方に投げかけるという形で、やりとりのある中身の濃い会にさせていただきたいという願いをもっております。

並木通りはだいぶ前に8億円ほどのお金をかけて、通りをきれいにしました。それなりのインパクトがありまして、世界の名だたるブティックやいろいろなお店が出てくれるようになり、いま銀座の中でもひととき集客力の高い、前向きのお店がたくさん入った通りになっています。これを1つの転換のケースにして全体のレベルを高めた結果です。それを運営しながらすでに200～300回の理事会を経過していますが、最近つくづく、次のステップを踏まなくてはいけないとおもっています。よりよいメンテナンス、よりよい運営をしているだけでは、いずれ限界が来ると思っています。

ではどうしたらいいのか、やはり目に見える物が必要でないかと思っています。銀座らしいおもてなしで世界一になろうとか、アイデアとしてはいろいろあるのですが、しかしやはり手にとって、また眺めて見るような美しい街並みであるとか、すばらしいアーティスティックな造形があるとか、そういうものがないとうまくいかないのではないか。それに負けないようにしようということがないと、



なかなか心が1つにまとまっていくことはできないのではないかと思います。

現に並木通りには、常に新しいお店や新しい会社がチャレンジしています。そういうことを考えますと、皆さんが心を合わせてよい街にさせていただくためにも、大きな財政的なチャレンジもしなくてはと密かに思っています。よくハコモノ行政というのがありますが、なぜハコモノ行政がダメなのかといえば、発注する側の見識がなさすぎるからだろうと思います。本当によいものをどうやってこの地に根付かせるかという時に、とりあえず予算を作って、素晴らしい外部の有識者の方々、ないしは専門の方々とにかくお願いしても、お願いしただけで終わってしまうからだろうと思います。そこに街としての願いを強く打ち出していくべきであらうし、葛藤の中でその先が見えてくるのではないかと思います。

そういう意味では、銀座はなぜ素晴らしいのかといえば、小売業というのはそれほど偉いものではなかったのですが、明治以来、日本の代表として、そのなかですばらしい見識を持ったオーナーがたくさんいらしたから、今があるのだらうと思います。翻って我々はどうなのかというと、我々というのは皆さんではなくて私ですが、そんなに見識があるわけではではない。心がけて海外を見てきましたが、その程度です。まだまだ勉強しなくてはいけないなと思っています。

実は並木通りを20数年前に作ったときに、横浜に街づくりを見に行ったことがあります。そうしましたら並木通りの長老の方に呼ばれ、なぜ天下の銀座が横浜くんだりまで勉強に行くのだ、お前は何を考えているのだとだいぶお叱りを頂きました。残念ながらその方はもう亡くなりましたが、私がやったことに対してご不満があったということです。それもその通りだと思いますが、私たちとしては学んでいくしかないだろうと思ったのです。どちらが上とか下とかではなく、学ぶべきところは学ぼうと思って、敢えて大先輩の命にさからって、運営してきたことを思い出します。

もう一度銀座が本当の意味でも復興していくためにも、我々が学んでいかなければいけないと思っています。また、今日は一方通行でお話をいただくだけではなくて、それに対して銀座人として「それはわかるけれど、どうなのか」「できないよね」というような問題もどんどんぶつけていただいて、先生方との共感を作っていただけたら、この機会を作られた皆さん、関係された皆さん、ご苦労された皆さんに報いることができるのではないかと思います。

このあと楽しみに講演をお聞きくださるようお願い申し上げて、冒頭のご挨拶に代えさせていただきます。どうぞよろしくお願いいたします。

竹沢 ありがとうございます。ただいま会長からお話がありましたように、本日は銀座の方々にお集まりいただいて、しかも大きな人数にせずに皆さんからご意見をお聞きしたい、ぜひ先生方に質問をぶつけたりご感想を述べていただいたり、そうした会にしたいという先生方からのご希望でもあります。ぜひそのようにしていただきたいと思います、質疑応答の時間がありますので積極的にご発言いただきますように、もしかすると私のほうから指名させていただく場合もございますので、そのような



おつもりでいただければと思っています。

本日は渡辺先生、松本先生にお話しいただくのですが、今回のすばらしい企画をまとめてくださったのは、西並木通り会理事であり株式会社ホッタ社長であられる堀田峰明さんです。堀田さんのほうから今回の企画をまとめるに至った経緯や企画趣旨についてお話しいただきたいと思います。よろしくお願いします。

堀田 ただいまご紹介に預かりました株式会社ホッタの堀田峰明と申します。私は黒子に徹しようと思っていたのですが、今日お話ををお願いするお二人の方に、どうして自分たちがこの場で銀座の錚々たる顔ぶれの方たちに物を申さなくてはいけないのかということをしかり説明しろとお話をいただきましたので、短い時間ですが、簡単な弊社の経緯、弊社と並木通りとのかかわり、どうしてオレゴンのポートランドから学ぼうということになったのかという話をさせていただこうと思います。

私はまだ 34 歳で、会に入れていただいて 6 年くらいで初めてお会いする方もいらっしゃると思いますので、最初に簡単に自己紹介させていただきます。株式会社ホッタは明治 12 年に名古屋で創業し堀田時計店という名前で長い間やってきました。戦後本拠地を問屋街である御徒町に移転して、ずっと時計の問屋としてやってきました。銀座並木通り会のゴルフ部会の会長をしているポンテヴェキオ・ホッタの堀田幸夫はおじにあたりまして、もともとと同じグループだったということになります。

銀座とのかかわりは、2002 年 3 月に花椿通りに「レキシア銀座」というロレックスの専門店を開店させていただき、2005 年 7 月に並木通りに移転しまして、そのときから並木通り会の会員として仲間に入れさせていただいています。本社の建替えにともない御徒町から銀座に 4 年前に移ってきて、今は銀座で朝から晩まで働いています。

最初にあった店舗は、並木通りからちょっと入った花椿通りにあり、今はルイヴィトンさんの隣のビルで営業しています。最初は小さい店でした。並木通りは私は素晴らしい場所だと思っています。花椿通りもちょうとした場所だと思いますが、移転してみて明らかに客層が変わり、客数が増え、客単価が上がりました。そしてお客様からの評価も上がったような印象があります。そして、銀座通りとの比較ですが、たとえば観光バスで乗り付けて買いもしないのにダーッと来てそのまま帰っていくという、もともとのお客様にとっては非常に迷惑なお客様が、今のところ並木通りにはほとんど存在しないということがいえると思います。ロレックスの売り上げでいうと、並木通りに移転する前まではずっと 1 位には程遠い第 2 グループだったのですが、移転してからは 1 位が指定席という形で、立地の力を感じています。

しかし、2008 年のリーマンショックの後には、売り上げはほぼ半減、というか何ヶ月かは 6 割減というようなものすごいことになりました。今は多少戻ってきていますが、リーマンショックの前には戻っていません。多くの業界の方がそのような環境かと思いますが、実際そういう状況です。

世の中全体の流れということもありますが、ルイ・ヴィトンさんが世界最大級の旗艦店を数寄屋橋に出すという計画が撤回され、そこにギャップさんが出て、ご案内の通り、ユニクロさん、フォーエバー21さんとか、決して悪いとは申しませんが、そういうファストファッションが全盛になってきています。

並木通りに目を転じますと空き店舗が目立ち始め、弊社ももう一店舗ジュエリーの店をやっていたのですが客数がガタッと減ってしまい、去年撤退しました。空き店舗が目立ち始めていることに貢献してしまっているのですが、そういう状況があります。8丁目のアワーグラスさんがあった所にセブンイレブンができ、とにかく来外客数の減少傾向は止まりませんし、高級感が並木通りの1つのキャラクターだとすると、それが失われつつあるのが現状ではないかと思います。

それではただよくなるのを待っているのかというと、何ができるのかというところで、当然個々のお店の頑張りがあってと思いますし、銀座レストランウィークという試みや、去年からやっているナイトクルーズというイベントなど、通りや街を挙げて、お客様の満足度、銀座に来る魅力をあげていこうということがあります。

あとは会長のお話にありましたが、よその成功事例を学び実践していくということもあります。成功事例を学んで多くの店のベクトルが合って力を合わせていけば、大きな変化を生むことができるのではないかと考えています。

なぜオレゴン州のポートランドなのかということですが、これは私が7月に松本大地さんの案内する視察ツアーに行ってきたのですが、私はオレゴンがどこにあるのか、ポートランドがどこの国にあるのかもまったく知らないで、松本さんにポートランドはいいから行こう行こうと2年がかりくらいで口説かれて、今年の7月に行ってきました。そもそも個人的には私はアメリカが大嫌いで、学ぶものはないと思っていたのですが、このポートランドという街は40年前に中心市街地がスラム化して、目を覆うような状態だったそうですが、それを何とかしようと素晴らしいリーダーと自立心の高い住民がたくさんいて、開発を進めるディベロッパーの方々に、膨大な調査と理論の裏づけのもとに都市計画をリードする建築事務所、これは渡辺さんの事務所ですが、多くのプレイヤーの努力によって、現在はいろいろなランキングで全米の中で最も環境に優しいとか住みやすいとか、新規事業に適しているとかにランクインしています。スラム街になってしまった所が、40年かけて人の努力とベクトルを合わせてみんなで頑張ったところまでいったということがあり、何か学ぶものがあるのではないかと考えた次第です。

重要なプレイヤーである建築事務所が行政と非常によいパートナーシップを組みながら、どんどん新しい提案をしていって、活気ある街を作ったわけですが、そのZGFという建築事務所にあこがれて門を叩いて入って、いま現地で活躍されている渡辺義之さんと、私がポートランドを知るきっかけになった、毎年ポートランドを紹介するツアーとポートランドの事例をもとに講演活動等を日本



で続けていらっしゃる松本大地さんのお2人に、銀座をどうするかというと焦点がぼけてしまいますので、5丁目から8丁目の西並木通りをどうやったら活性化することができるかということに焦点を絞って、渡辺さんにはハード面から松本さんにはソフト面からアプローチしていただいて、ご提言をいただくことになりました。

一方通行ではなく、ぜひ双方向で話し合い、終わった後感想をお聞かせいただいたり、質問をいただいてそれに答えたり、懇親会にはお2人にも出ていただけますので、これから有意義な2時間、3時間にしたいと思います。

竹沢 ありがとうございました。すでに時間がだいぶ押しておりますので、早速渡辺先生にお話しただきたいと思います。先生、よろしくお願いいたします。

「ポートランド流 ” 歩行者を楽しませる道作り ”」

渡辺 義之

(Z G F 建築事務所アソシエイト)

渡辺 ただいまご紹介にあずかりました渡辺義之と申します。本日は谷会長、谷事務局長、堀田社長、竹沢さん、関係者の皆様にこの場をお借りしまして御礼申し上げます。

私が大好きな街、銀座の街の皆様に、私が5年ほど住みますポートランドの街づくりについてお話しする機会をいただきまして、本当にありがとうございます。ポートランドはニューヨーク、サンフランシスコ、LAといった大都市から比べますと、旅行者の方々には非常にマイナーな街です。しかし住みやすく、環境にやさしい街としては、おそらく全米でいちばん有名な街です。今日はなぜそのようになったのか、だれがそのようにしたのかという話を、皆様にご紹介させていただきます。(1)

最初に皆様と1つの考え方を共有させていただきたいと思います。道作りとは気分作りであって、ハード作りではありません。そのことだけは、今日ぜひ共有させていただきたいと思います。道は歩行者や車にとって動線として機能的に作られなければなりません。これは自然災害の多い日本であれば、そうなります。しかし機能的なだけの道では殺風景になってしまいます。特に繁華街ではそうなります。そんな道を歩くよりは、おそらく家でくつろぐか、ショッピングであればネットショッピングで済ませてしまう、そういう現状が進行中であると私は考えています。そうであるならば、私がご提案したいのは、女性が化粧をするがごとく、繁華街にある道は化粧が必要である。化粧した美しい道は歩いて楽しく、人が繰り出し、そして集客に繋がるはずであるということを、提案したいと思います。実は、この「道の化粧」こそポートランドの再生と現在の成功のカギでした。これからそのことをお話ししたいと思います。

建築用語で建物の正面玄関が付いた外壁のことをファサードと呼びます。フェイス、顔という言葉と同義ですので、建物のファサードというのは建物の顔ということができます。つまり西並木通りに面して建っているビル、それは人の顔がずっと並んでいるように考えることもできるわけです。そして、高級ブランドや老舗ブランドなど、特に一流のお店が並ぶ西並木通りというのは、美しくエレガントな女性の顔がずっと並んでいる道だといえます。皆様にお聞きしたいのは、そのような場合にお客様に対してノーメイクでその並んだ顔をお見せしますか？ということです。おそらく皆様はそうしませんし、日本の女性は外出する際にきれいにメイクをするのが普通ですから、お化粧をするべきだと思うはずです。私が申し上げたいのは、日本の道、並木通りの道に化粧をなされたいかがですかという趣旨で、今日のご提案をさせていただきたいと思います。そして本日のゴールは、みなさまと一緒に西並木通り流の“新・銀ぶら”を探していきたいということです。おそらく私の話も松本さんの話も銀座西並木通りのにぎわいを更にもっと増やしていこうという話です。ぜひ本日は皆様と話をしながら、今にもぎわいがありますが、更なるにぎわいを見つけていきたいと考えています。(2)

1) ポートランド流 “都市” デザイン：その変遷

はじめにポートランド流 “都市” デザインとその変遷についてお話しします。(3)



ポートランドは大自然に囲まれており、10～15分車で走るとすぐに大自然が広がっています。こちらに市街地の地図が出ていますが、川を挟んで右側をイーストサイド、反対側をウエストサイドと呼びます。本日は特にウエストサイドにあるパール地区とダウNTOWN地区、高いビルが連なっている地区ですが、この2つの地区についてお話しさせていただきます。そして先程ご紹介いただいた、私が勤める建築事務所の本社ビルは Twelve/West、パール地区とダウNTOWNの中間地点に建っています。そしてこれから何度もお話しをします5番街と6番街は、銀座で言えば中央通り、ポートランドの中央通りの位置づけになり、これが南北に走っています。(4)

これは南側から北側に向かって見た全景です。ウエストサイドの全景になります。この周辺をポートランド州立大学(P S U)といいまして、この辺りがダウNTOWNで、さらに向こう側にパール地区が広がっています。ご覧の通り、建物はかなり高くなっています。このウィラメット川の反対側、イーストサイドは一戸建ての住居地域が広がっていて、非常に低人口密度の地域です。(5)

これは目線から街を見た写真です。街路樹が高く、リズムよく並んでいるのがよくわかります。(6)

20世紀初頭、この5番街と6番街を街の骨格とするという都市基本計画が作られます。ここで特徴的なのは、この街区を全米最短の60 m x 60 mとしました。ここで面白いのは、今私たちが街を歩くと交差点と交差点の間が近いので、風景が変わるので歩きやすい。歩いていて飽きない。そして沢山の人が好んで歩きたがる、という街づくりになっています。(7)

ところが1950年代、60年代、そして70年代の初めまで、非常に長い荒廃期に入ります。車社会の到来によって街が非常に荒れてしまいます。つまり、街が車だらけになり、駐車場だらけになり、街路樹もなくなり、非常に殺伐とした雰囲気になって人が全く歩かなくなります。ここにウィラメット川が流れており、その川沿いに4車線のハイウェイが通っていますが、後ほど説明しますので覚えていて頂きたいと思います。そしてこの長い荒廃期を抜けるために、ポートランド市長、ビジネスマンたち、さらに住民たちが立ち上がります。(8)

1972年にダウNTOWN・プランという都市計画案を出します。これは車社会に街を合わせていくのではなく、街の“かたち”をまず話し合い、それに車社会を合わせていくという方向転換を意思表示した計画案です。時の市長は、32歳の若さで当選したニール・ゴールドシュミット市長です。この方がダウNTOWNの荒廃を憂うビジネスマンたちから依頼を受け、率先してダウNTOWN・プランというのを出します。簡単なコンセプト図ですが、要は、5番街と6番街を街の骨格にするということを再確認し、全バス停をこの通りに集中させて人と車の流れを簡潔化させます。そしてこの地域に広場やバス停などを集中させて、さらにこの部分を高密度化させていきます。また、24時間ダウNTOWNということを目指して、1階に商業施設、ギャラリー、レストラン、バー、ショップ、リテイルを入れて、上階には住居もしくはオフィスを入れて24時間にぎわいが絶えないダウNTOWN作りを実践しました。さらには大学も周辺に誘致し、住、職、商、学が一体化した街づくりを進めるようになります。



さらに市内への車でのアクセス方法を研究し、先程お見せした川沿いのハイウェイを撤去してしまいます。そしてこれをすべて緑化します。この左下の部分が、今のウォーターフロント公園になります。(9)

このように1日中人が絶えない、そして1年中楽しめる、そういうウォーターフロント公園に変わりました。(10)

さらに彼は当時のオレゴン州知事と共同して、都市の外郭を設定します。それが Urban Growth Boundary と呼ばれているもので、この黒い部分が都市の外郭＝アーバン・グロウス・バウンダリーで、ここより外はもう開発をしない。投資をするのであれば、中のほうに向けて投資をするという範囲を明確に指定します。また、その当時東部のほうに延びるハイウェイ計画があったのですが、住民運動が起きます。その反対運動を受けて、ゴールドシュミット市長は英断に踏み切り、その建設計画を中止してしまいます。その資金を使ってライトレールの電車を導入したい旨を連邦政府に申請します。1981年によく申請の認可が下りて、87年に最初のライトレールが完成します。川沿いのハイウェイの撤去、東部へのハイウェイの建設計画の中止、さらにライトレールの導入という3点をもって、ポートランドがより住みよい街に変わっていった大転換点であったと、今ではいわれています。(11)

1990年代になるとNPOが勃興してきます。ファーマーズ・マーケットは今年で設立20年になりました。ストリートカーもNPOです。その時に、北のノブヒル——代官山のような町です——、少しきれいになり始めていたパール地区、ダウントウン、南のポートランド州立大学、それぞれの地域に商業的エネルギーや庶民の活力がたまっていたところに、ストリートカー、昔風にいうとチンチン電車を通すことによって、点と点が線になりました。それが強力な道になって莫大な投資を呼ぶことになります。(12)

それによって有名なパール地区という大住居地区ができます。2000年までは非常に柄の悪いエリアでした。昔の操車場、倉庫街だった所ですが、まずディベロッパーが入り、そこをすべて改修きれいなロフト風のマンション、分譲賃貸マンションに変えます。それが大成功して人が入ってきます。その時に、パール地区の北側半分はほとんど更地だったのですが、今度はそこに新築マンション群を建て、そこも大成功しました。それによって、ダウントウンのすぐ横に大居住地区ができることになります。(13)

これはパール地区の見た目ですが、新旧の建物が混在しているのがよくわかります。(14)

ポートランド的な都市デザインが集約したといわれている、アーバン・ネイバーフッド“パール地区”とは何なのか、ご説明します。これは、従来型の庭付き一戸建ての低密度住居地域と区別される相対の概念で、ある程度人口密度の高い地域に中層程度のアパート、マンションを建てて、そこに住居、近隣地域ができるというものです。特に4つの特徴があります。(15)

ひとつはウォークビリティといわれるもので、1階にショップ、レストラン、バー、ギャラリー

などが連続して入ります。日本のように細切れに入るのではなくて、ずっと連続して入るので、人が歩いてとても楽しい、見て飽きない、そういう街づくりをします。

次に、ミックスド・ユース。住居、商業、職場が入り混じり、また、画一的都市空間であるような、新しい建物だけ、ということはありませんでした。古いものは残して、新旧入り混じった空間をつくり、老若男女にやさしい空間づくりを維持します。

それからヒューマンスケール。中層ビル、大体5～10階建てのビルが占めていますので、圧迫感がなく、非常に歩きやすい。

そして最後にローカル主義というのがあります。これはポートランドを歩くと大規模チェーン店はあまり見当たりません。スターバックスはありますが、それ以外はほとんどありません。とにかくローカル主義を徹底させます。シェフはファーマーズマーケットに行って食材を買い、その食材をレストランで供す。ギャラリーでも、土地のアーティストを使い、そのアーティストの描いた絵を展示する。グローバリゼーションに組み込まれないような街づくりをしようというのが、このパール地区です。

これは、2003年に我々が5番街と6番街の改修計画をした時の写真です。できる限り「歩いて楽しい道」ということを考えてデザインしました。今年の米国ランドスケープ協会最優秀賞を獲得しました。(16)

その際に我々建築家集団が市と協力して、オーナーさんに営業をかけます。すでにスケッチを描いて、こうしたら格好良くなりますよというスケッチを何枚も描いて、オーナーさんの所に行ってお話をさせていただきます。(17)

これはひとえに2次的な投資を呼ぶこと、さらにただの壁とか暗がりや死角をなくして、道に対して店舗が開いていくという形作りをしました。(18)

そして遂に、ポートランドは2008年全米でもっとも住みやすく働きやすい街、そして全米一環境にやさしい街に選ばれました。長い道のりでしたが、ようやくここまで来ましたのは、私が知る限りでは、徹底的なローカル主義を貫いたからです。車社会に反抗し、グローバリゼーションの流れに反抗し、ようやくここまで来たと思っています。(19)

2) ポートランド流“道”デザイン：その手法

次に、ポートランド流の道デザインについてお話しします。(20)

“ポートランド流”とは何か。それは道空間は劇場であるというコンセプトを貫いて道作りをするということに他なりません。スライドでお見せしたとおり、人が街を歩かなくなるというおそろしさを、ポートランドでは身をもって知っています。ですから、歩行者を楽しませるという道作りを徹底的に行っています。これは機能的な動線であること、そして人々が歩いて楽しい場であるということ、その2つの両立を目指しました。ではどうやったらそうなるのか。我々は3次元的なドラマ性を加味す

ることによって、それを実現しました。それは何なのか具体的に申し上げると、段、水、緑、アートと美しい駅シェルター等々を街中に散りばめるということをしました。これは我々が最近デザインした駅です。これが5番街6番街沿いにずっと並んでいて、この美しさは圧巻です。(21)

街中を歩きますと、緑があふれています。これは、最近思うのですが、規模は違いますが、京都のように道を作庭しながら道作りを行っているような雰囲気です。(22)

左側は私の愛するフラワーボールですが、街角には必ずフラワーボールが飾られ、その下には鉢があって花が咲き乱れ、その横には必ずベンチがあって、多くの人がランチを食べたりコーヒーを飲んだりして談笑しています。右側はファーマーズ・マーケットですが、8～9mある巨木の下でみんなが買い物をしています。(23)

街中にアートが溢れています。ポートランド市予算の一定割合をパブリックアート購入費用に充てることが義務付けられています。(24)

街に多く見られる段ですが、これは舞台に上がったような気分にさせてくれます。(25)

パール地区は操車場でしたので、やや小上がり的に造られたテラスなどがよくあります。ここで皆さんビールを飲みながら、食事をとりながら、人が行き交うのを見て楽しんでいます。(26)

水ですが、ポートランドにはたくさん公園があります。公園の中では水が非常によく使われます。水というのは人をブロックするようにも使えますし、その中を通すこともできる、もしくはその中に入って行かせることもできる。噴水を使いますと、耳で聞こえるようにも使うことで、五感に訴える使い方ができます。(27)

もしくは垂直的に使い、自然を想起させるような使い方もでき、ここはいつも写真撮影で使われています。(28)

そういったものを陰で支えるZGFですとか、他の建築事務所、市とはいつも協力しながらこうした仕掛けの都市景観を作っています。(29)

ここで1枚のスライドをお見せします。おそらく皆さんの中には、そう渡辺さんはいっても、こういったことを実行できる日本の街はないのではないかと考えていらっしゃる方が多いのではないかと思います。表参道。実は、ここでは私が申し上げた仕掛けのほぼすべてを実行しています。ファーマーズ・マーケットもあります。先程谷会長がおっしゃっていましたように、5年10年前であれば、銀座と表参道を一緒にするなどお叱りを受けたかもしれません。しかしあえて申し上げるのであれば、表参道は侮れません。銀座線沿い、JR線沿い、こうした仕掛けを駆使することによって強力な集客力を身に付けていますので、ぜひご注意ください。(30)

3) “道”を美空間とするデザインを目指して

最後に私の提案をさせていただく前に、私がどういうデザインをするのかということをお話しさせ



ていただきます。(31)

私は1998年にボストンの大学院を出まして建築家になりました。これが最初のプロジェクトのオフィスビルです。次に6年をかけてプログラム、図面、施工監理まですべて一貫してやりましたテキサス大学プラントン美術館という美術館です。

これは2006年にZGFに呼ばれてポートランドに移り、最初に関わったプロジェクトです。LEEDというグリーンなビルの認証制度の最高位プラチナという、全米でいちばんグリーンな建物であるという認証を受けました。私はこの建物の1階から3階部分までをデザインして図面を描きました。このビルは1階にリテール、2階から5階までが我々のZGFオフィス、6階から23階まで約290室の賃貸マンションが入っていて、ほぼ満室です。(32)

これは私のデザインしました主階段。(33)ここを上ると2階のZGFのロビーになります。左上がそのZGFロビーで、左下がマンションのロビーです。高級感をもって仕上げましたが、この木はすべてリサイクルです。(34)

最近のプロジェクトですが、オレゴン大学センターのジャック・アカデミック・センター。(35)私はインテリアを担当しましたが、今年度の米国建築家協会最優秀インテリア・デザイン賞を受賞しました。オレゴンですので、できるだけ温かみをもって仕上げました。これが私のデザインしたアトリウムと主階段です。(36)

道を作っていく際に、大体2通りと、そのミックスがあります。この左側のように道を街に対して少し閉じながら作っていくやり方、そして右側のように街に開きながら作っていくやり方があります。目線を大事にしながらストアフロント、玄関周りを作っていくことが大事になります。

4) ポートランドから応用する“道”空間の化粧

最後になりましたが、ポートランドから応用する“道”空間の化粧についてお話しします。

「懐かしく新しい銀座西並木通りへ、守りのデザインと攻めのデザイン」私は、懐かしさを強調するのが守りのデザイン、新しい銀座を提案していくのが攻めのデザイン、と呼んでいます。中央通り等の表通りでは、必ず新しさ、攻めのデザインが表に出てきます。三越のリニューアル、ZARA、ユニクロ、アバクロ、H & M、すべて今の時代を切り取った店が並んでいるわけです。しかし西並木通りを見る限り、やはり新しさを少し加味しつつも懐かしさを前面に出したようなデザインをしなくてはいけないのではないかと、そういう提案をさせていただきます。(37)

そこで重要になるのが街路樹です。私は先程から化粧、化粧といっていますが、街路樹こそが化粧のファウンデーションになります。街路樹の印象によって道の印象が完璧に決まってきます。あとでポートランドと比較したスライドをお見せしますが、お叱りを受けるかもしれませんが、私が西並木



通りのリンデンを見た時に、少し弱々しい感じがします。ポートランドでは大ぶりの木が並んでいて、人は街路樹が作る天蓋の下を抜けていくような雰囲気です。(38)

このようにリズムも段々と作っています。街路樹が小さいとそのリズムも弱くなりますし、葉っぱの数が少ないとそこからビルが見えてしまい、空がよく見えますから、街路樹としての役割、ファウンデーションの役割が少し薄らいでくる。つまり、薄化粧に過ぎるのではないかと考えています。(39)

もしくは、緑が建物と一体になったやり方もあります。街路樹は目線より上にくるのに対して、この緑が建物と一体になると、緑が目線と同じ高さになるので、より効果的に印象を変えることができます。左側はホテル・モデラの世界的に流行っている垂直庭園です。これをどこかで、たとえば改装中の資生堂さんなどでやっていただければ面白いのではないかと思います。(40)

私の尊敬する建築家、谷口吉生先生の論文をご紹介します。

「私は建築の設計において、常に敷地との関わりを発想の原点とすることを心がけている。やわらかい自然の持つ曲線に直角と鋭角による建築の構成が対比する。日差しで変わる水の色や季節で異なる背景の色どりが建築の印象と呼応する。建築の外観は可能な限り素材のままの色彩とし、簡潔な美を意匠の特色とする。修景を整え作庭を行い、室内と庭園との融和を計る」

ここで重要なのは、大ぶりのリズムをもった街路樹が陰影を作り出して建物の印象と呼応していく様子こそ、日本人が愛する簡潔な美であるという事実を確認し、作庭を念頭に置きながら道作りをしていくことが、西並木通りにとって非常に面白い空間を作り出すのではないかと提案いたします。

私が愛して止まないフラワーボール。これは道のイヤリングです。ソニー通りにも小ぶりのものが見受けられますので、すぐにでもできるのではないかと考えています。白黒、暗めの印象がある建物に、赤、紫、黄色といった色を加えていくことによって、印象がまったく異なってきます。(41、42)

そして提案したいのは、銀座の中にも盆栽屋さんがいますので、銀座を愛する方々と協力して、たとえばフラワーボールではなくて、盆栽ボールとか四角いとか丸いとかクルクル回っているとか、粋な盆栽ボールを新しく西並木通りにあつらえたらとても面白いのではないかと考えています。正面に飾るだけでなく、店舗側にも飾ります。それをリズムよく置いていただく。さらにはやや大柄な鉢植え等を交差点や店舗の入り口に置かれるというのはいかがでしょうか。(43)

花壇が多いのは知っています。御幸通りにもありますし、中央区でいいますと京橋のほうから日本橋のほうまで続いていますね。同じようなものをしては仕方ないですし、今ある花崗岩を木の根元に置くというのはエレガントなやり方だと思います。それはそれでいいですが、このような少し変わった、私は先程から作庭作庭といっていますので、砂利とか石などを置いておつくりになるのも、趣向が変わって西並木通りらしさがあるって面白いのではないかと考えています。提案いたします。(44)

次に比較をしたいと思います。ポートランドが右側、西並木通りが左側ですが、ご覧の通りリンデン並木との比較ですと、ポートランドが少し厚化粧、西並木通りが薄化粧というのがよくおわかりに



なと思います。ビルの反対側から見ますと、そのまま空がよく見えますし、ビルのファサードもよく見えます。好き嫌いですのでなんともいえませんが、私個人の好みとしては少しビルが見えすぎかな、もう少し自然とビルとの対比、彩りの違いを鮮明にするために、大ぶりにされたらどうかと思います。(45)

交差点の比較です。ポートランドではフラワーボールが必ず街角にあります。それから格好よくデザインされた地図、そして緑や花が咲き乱れた植木鉢を角地に置きまして、交差点というのは道と道とが重なる魅せ場になりますが、その魅せ場を魅せ場らしく扱おうというデザイン的な配慮がうかがえるわけです。それに対して防災上の理由などがあるのかもしれませんが、西並木通りの交差点を見るとかなり実務的で開放的なような感じを受けますので、ここに何かあつらえる、しつらえることはできないのかと提案します。(46)

道の途中ですが、フラワーボール、大きな街路樹。お客様はその天蓋の下をくぐり抜けるようにしてウィンドウショッピングをなされる。暑い夏には日光が遮ぎられて、その中でウィンドウショッピングができる。それに対して西並木通りさんのほうは、リンデンの並木が少し弱く、日光を遮る役目をしていないかなという気がします。好みの問題になりますが、ここにはリズムの問題が出てきます。ポートランドのリズムは、お客様がずっと天蓋の下を歩いてきます。そして交差点に来ると交差点には木がありませんので、ポーンと上に向かって抜けるわけです。つまり天蓋の下をくぐる、抜ける、一息つく、そして交差点を渡ってまた天蓋の中に入っていくというリズムができています。しかし西並木通りさんのほうは、どちらかというとずっと開放的ですので、そこにリズムの崩れがあるのではないかと思います。(47)

入り口の比較ですが、ポートランドではお店の前に鉢植えが必ず2つあり、入り口ですよということを表示しています。それに対して、これは堀田さんのお店をのせましたが、かなり硬質な感じ、ピシッとした感じ です。ガラス張り、植栽は置かない。置かれている所もありますが、ここに座るなどという理由づけで置かれているのかなというような小さなものは目にしますが、このように大ぶりものはあまり置かれていません。印象の違いですが、このほうが入りやすくなるでしょうし、ここを歩いているお客様の目にも留まるのではないかと思います。こちらのほうはかなりエレガントに仕上がっていますが、好みの差になってきます。(48)

これはプロントとスターバックスの違いをお見せしますが、こちらのスターバックスはメニューなどほとんど外には出ていません。中で勝負するような感じで、中は従来のスターバックスとはまったく違いまして、かなりデザインを施してオレゴンっぽく仕上げてあります。(49)

比較を終え元の話に戻ります。道空間は劇場空間ということで、街の記憶というのは必ず必要になってきます。街の記憶をぜひ残していただきたい。(50)

パール地区は昔の倉庫街でしたので、そういったものを残しつつ新しいビルを建てて、新旧を構成



しながら街づくりをしています。たとえば西並木通りを歩きますと、ブリックビルというのがありますが、非常に美しいビルです。ああいったものを残しつつ、新しいものを入れ、新旧を交互にしながら街づくりをしたらいかがですかという提案を致します。

このように新しいビル、古い教会がよく見受けられます。(5 1)

ポートランドでは、道の前までデッキチェアを並べてよく食事をしています。(5 2)

こういうことは議論に出ていると思いますが、銀座はあまり座るところがない。モバイル時代に大勢の人が携帯電話、テキストメッセージ、iPhone、iPad と、忙しそうにしながら歩いている。「あなたそんなに急がないでそこにお座りなさい」というのが人情ではないかと思いますので、ぜひこういったベンチを設置したら面白いのではないかと考えています。(5 3)

そんなスペースはありませんというのであれば、1つでもできます。格好いい椅子をデザインしてコンペでも何でも募集して、そういったものを1つずつ置けばそれで済むことです。それによって、おもてなしという雰囲気を西並木通りに出していけるとと思います。(5 4)

これは少し難しいのかもしれませんが、店舗側で椅子などを用意することもできるのではないかと思います。(5 5)

街に対して閉じない、開いていくということが重要です。西並木通りを歩きますと、昼間はドアをずっとお開けになられて、お客様をお招きになっいらっしゃるケースが多いのが見受けられます。それと同じことですが、ドアだけでなく、道に面した壁面全部を開けてしまう。そういう考え方もありますので、デザインの的には非常に面白いと思います。(5 6)

アイスクリーム屋、レストラン、ヨガ・スタジオ、全部開けます。飲食店ならできるだろうといわれる方もいますが、靴屋も絨毯屋も自転車屋も全部開けます。開けながらお客様を呼び込んで、お話をしながら買っていただく。そうでなければ購買者はお店に行く意味がありません。だったらネットショップで買ってしまえばいいわけですから。(5 7、5 8)

刺激的な玄関周り。これはバルセロナの例なのですが、旧、新というデザインをインテリアデザイナーさんや建築家とよくお話になられて、こういうものを提案されていくと面白い空間ができるのではないかと思います。木という温かみ、ぬくもりのあるもの、これは旧ですね。懐かしいデザインと、ガラス=新しいデザインですね。これに道のフラワーボールが一緒になって、美しい構成となっています。(5 9、6 0)

たとえばこういうマーケティング、広告ですとか、写真のスポットができればいいのではないかと思います。空いている駐車場があるとおっしゃっていましたので、そういうものがあればいいですね。これは代官山の例ですが、かなり格好よくデザインをされた広告が置かれています。これは少しやり過ぎかもしれませんが、大ぶりの垂直庭園です。これは5階建てのビルなのですが、外に対して垂直庭園を造っています。(6 1)

アートはぜひやっていただきたいと思います。それもモナリザ型、見るだけのアートではなく、皆さんが参加できるようなアートが面白いと思います。これは、ここの部分を触ると動くようになっていきます。これは自転車のアートで、いつも子どもたちが触ろう、触ろうとするようなアートです。これは噴水のアートですが、いつも旅行者が触ろう、触ろうとしているアートです。(6 2)

ポートランドの人は、ほとんどの方が夜 9 時に寝ますので、照明はあまりきれいではありません。ですので、他の所からもってきましたが、ブルーのブリュッセル、侮れない表参道、きれいですね。そして銀座に京橋または新橋方面から入る時に、高架がいくつかありますので、それを使えないかと思います。そこをきれいに下からライトアップし、銀座に人が入っていく門という考え方でライトアップされたら面白いのではないかと思います。(6 3)

看板です。並木通りを見ますと、いろいろな看板が出ていますが、こういった新しい看板を作っていくのも面白いのではないかと思います。これはすし屋です。(6 4)

老舗のお店が多いので、こういう軽いのはダメで、少し重く、こういったものもできるのではないかと思います。(6 5)

ブランディングですが、ホテルについて少しお話しします。コムズさんがありますが、このエースホテル、ポートランドの中心地にあります。そしてこれは 1 階にガラス張りの窓を設けて、すべてこちらはダイニング、街一番のレストランを持ってきて、街一番のコーヒーショップを持ってきて、外から作っているところがすべて見えるようになっています。ですので街を歩いているお客様はいつも見ながらコーヒーを買いに来たり、レストランで食べている人は作っている人を見ながら楽しめるように作ってあります。(6 6)

パーティーですが、空いている駐車場などがあれば、西並木通りが主催するパーティーにお使いになったらよろしいのではないかと思います。(6 7)

最後になりましたが、ファースト・サズデー。これは毎月第 1 木曜日にパール地区内のギャラリー間でアートウォークとして始まりました。今年 25 周年を迎えます。ナイトクルーズと似ているような感覚で行われている催し物です。アートを讀えるという意味で、今や 1 万人、多い時には 2 ～ 3 万人を集客します。(6 8)

このアートウォークですが、アクセサリー屋、服飾屋も加わりまして、中に入るとワインがふるまわれ、それを飲みながらアートをつくられるアーティストと話ができる、そういう設定をしています。(6 9)

そしてミュージシャン、屋台も招き入れます。屋台で何かを買ってギャラリーに入ってワインを飲みながら話をしながら、何かの買い物をするわけです。(7 0)

そういったアート、オンリーワンの価値をいかに作っていくか。その内容については、松本さんにバトンタッチさせていただきます。ありがとうございました。(7 1)



竹沢 どうもありがとうございました。道作りは気分作り、それから道空間は劇場空間といった非常に魅力的なキーワードを出していただき、且つ具体的なご提案をいただき、胸がわくわくするというか、これからこんなことができたらいいなと思うことがたくさんあったのではないかと思います。ここでぜひ皆さんのご質問をお受けしたいと思います。ご感想などはございませんか。

質問：銀座通り 2 丁目伊東屋の伊藤です。今お話をうかがっていてとてもすてきで、こんな街だったらいいなとつくづく思うのですが、銀座で道を使おうとした時に、先程の看板もそうですし椅子もそうなのですが、歩道を使う時のルールがあったり、看板は何メートルまでしか出せませんか結構厳しくて、今いわれたことでこれはできないな、これはできないなと思えることが、今の部分ではありました。そういうところはポートランドではルールが変わって緩くなってきたとか、変わった部分があったのでしょうか。

渡辺 ポートランドは初めからかなり緩いです。あちらは私道ではなくて公道ですので、お店がお店側の責任でああいう看板や椅子を出しています。それを規制する法律もありません。ですから、新聞を見ていると店が出しているデッキチェアにつまずいて怪我をしたから金を払えとか、そういう話は時々目にします。

今回の講演のスライドを作る時に竹沢さんと E メールのやりとりをして、道の使い方は非常に大変だということは聞いていました。ですので、フラワーボールであれば、西並木通りに面しているほとんどすべてのビルは少しだけくぼみができていますよね。段になっている所やくぼみができている所に、きれいにフラワーボールを押し込みながらお使いになるのが、おそらくいちばんいいのではないかと思います。

ポートランドは行政側とプライベート部分の関係が非常によいのです。我々の資産だと思っています。市側も非常に協力的で、我々がこうしたいと、たとえば植栽でもいろいろな木が使われているのですが、お店側がポプラの木を 3 本だけ使いたいと申請すると、ほとんどの場合認可が下ります。そういった関係を、私は日本のことはあまりよく知らないのですが、銀座という力のある地域が中央区と話し合いながら、何か解決策を見つけ出していくというやり方が 1 つだと思います。それがダメだということであれば、くぼみなどをうまく見つけながら植栽を出していったり、看板を出していったり、フラワーボールを出していったり、そういったことになるのではないかと思います。

竹沢 ありがとうございます。今日は中央区の方もお見えですので、ぜひ今後こういうお話もさせていただけたらと思います。並木通りの場合、壁面後退といって建物を建てる時に 50 センチ下がることになっていますので、少なくともその 50 センチは使えるのかなと思います。



今日は街づくり会議のアドバイザーをしていただいている先生がお見えですので、ひと言コメントをいただきたいと思います。

蓑原 街づくり会議のお手伝いをしています蓑原と申します。今日はどうもありがとうございました。10年近く前、その当時からポートランドは有名でしたが、今の写真を拝見すると本当に素晴らしい成果が出ていて、アメリカでも有数の街になっているのを、非常にうれしく思いました。アメリカのように個人の人権が強い、私権が強い所で、これだけの街ができているというのは大変なことだと思います。

今お話しがあったようなことは、私共もやりたくてしょうがないのだけれども、日本の制度の中でなかなかできない。伊藤さんのほうからご質問があった、道の使い方のルールが全くちがうものですからどうにもならないということが1つありますが、もう1つは市と民間のおそらく財界、アメリカの場合商工会議所が強く、財界が結託をしてそういう方向に向かおうとしているのでしょうか、よそ者が来て暴れようとしたりいろいろなことをやる時に、何がしかのルールがないとそれを押さえきれないはずなのです。そういうことをルールを作って押さえようとする仕組みがどうなっているのかということと、その中で先程お話があった、あなたのような方がオーナーと相談しながらやるといった仕組みが、どういうことを媒介にしてできているのか。しかも、アメリカの場合無料ということはあり得ませんから、おそらく有料でやっていると思うのですが、それはどういう費用でだれがやっているのか、その辺のことをお話しいただけないでしょうか。

渡辺 最初の質問はあまりよく知らないのです。私は建築家で都市計画の方面は詳しくないので、街づくりに興味をもちましてこういったことを調べてお話し申し上げているのですが、最初の質問はちょっとよくわかりません。すみません。

2つ目の営業活動ですが、トライメットという半官半民の鉄道会社がすべてライトレールを運営しています。チンチン電車のストリートカーはNPOなのですが、これもオペレーションはトライメットがやっています。トライメットが市と協力して5番街6番街に新しくグリーンラインを出すことに決まりましたので、我々としてはそちらのほうからやってくれないかというアプローチを受けてやりました。また、街中に必ずデザイン協議会があり、そこを通さないとデザインの変更はできません。申請をする際にもお金を何千ドル、何万ドル払って「ここをこういう風に変えたい」と申請します。それでもいろいろテクニックがあるらしいです。我々のような建築家が最初からスケッチを考えて提案するということは、そういうテクニックをすべて市側から教えてもらっていて、それはすべてクリアするであろうと考えられるデザインを提案しますから、オーナー側もいちいち自分で改修をするために建築家にお金を払ってスケッチを作る必要はありません。そこでかなりお金が浮くので、我々がデ

ザインしたものは受け入れられやすいということらしいです。そのお金は市が負担しています。

養原 その時にそのチェック要素が建築事務所のノウハウとしてあるから、当然民間の人が来るというふうになるのですが、それは市役所のほうである程度ガイドラインのようなものでかなりきめ細かなルールを決めているから、それを熟知しておられる、あるいはそれを作っておられたあなた方のところに来るという構造なのでしょうか。

渡辺 はい、そうです。

養原 ありがとうございます。

小林 私も銀座街づくり会議、デザイン協議会でお世話になっています小林です。私はポートランドに行ったことがないので、今日のスライドを見せていただいて、豊かな街並みの形成ができていてと改めて感心させられました。私の興味も同じように、先程地元の方々が運営されている協議会があるとのことでしたが、その方々がどのような合意を皆さんでして、街並みをこういうふうにしていこうという方向づけをなさっているのかという点に関心があります。銀座ではそのところで皆さんの合意形成ができていて、こういうことをやっていこうよとか、こういうことはやめようといったお話し合いがいろいろなところで起きています。

そうであっても、道路使用の問題のことなどで、なかなかやりたいことができません。ポートランドの場合は、地元の方々がどういう話し合いをもちながら合意形成をなさっているのか。もし設計をなされたのであればその地元の方々との交渉がいろいろあったと思います。そういう過程の中で得られた経験で結構なのですが、教えていただければと思います。

渡辺 アメリカはデザインミーティングを頻繁に行います。市側が設定をして何月何日何曜日の何時からと住民等に知らせます。このビルが建替えられます、このライトレールはこのように敷かれますというお知らせを出し、その打ち合わせにポートランドの皆さんは熱心に出席されます。その中で我々側がこのようなものを作りたいとプレゼンテーションをします。そして皆さんが、「そうか、でもここは私の地所でここをこういうふうにしてもらってはよくないから、駅を3～4mずらしてくれないか」とか、そういう話もあります。それを市側と協力して説得しつつ、何度も協議会を開いて、こちら側の意見を通していくようにしています。通せないことも多くあるのですが、なるべく通していくようにしています。



小林 その時は地元の通りの団体の方がいらっしゃるのですか、それとも各店舗の店主がひとりずつアピールなさっていくというのが基本的なやり方なののでしょうか。

渡辺 基本的には店舗の方がそれぞれおやりになります。アメリカの場合は道ごとの商店街というのはあまりありません。ただしポートランドではネイバーフッド、近隣地域とよくいって、町内会みたいなものはありますので、町内会ごとでの話し合いはあります。ただし道での話し合いはあまりありませんので、道に関しては個々のオーナーさんがおやりになるのだと思います。

竹沢 ありがとうございます。市と街の人たちが非常に協力しながらやっているということがよくわかりました。今のお話を聞いていると、並木通りでこれをやろうとすれば今やれるのではないかと思えるアイデアをたくさんいただいたと思います。そのあたりでご質問、ご感想などありませんでしょうか。このあと松本先生のお話をいただいて、その後またご質問の時間を設けたいと思います。では渡辺先生のお話はここまでということで、どうもありがとうございました。

ではひきつづき、松本大地先生にお話しいただきたいと思います。よろしくお願いします。

「人と街と商いのリンケージによる 都市の賑わいづくり」

松本 大地（商い創造研究所）

松本 みなさんこんにちは。2 番バッターでお話をさせていただきます商い創造研究所の松本と申します。9 月 25 日に世界建築会議がありました。そのオープニングセレモニーで話をせよということで、私と内藤廣先生と西郷真理子先生の 3 人でパネルディスカッションをさせていただきました。その様子が今週の月曜日の日経新聞 2 面に掲載されます。その殆どがポートランドの話なのですが、なぜポートランドなのかということを少しお話いたします。

1997 年、タイガー・ウッズ初来日に合わせ、お台場でタイガー・ウッズのための 3 日間のテーマパークを作るというプロジェクトがあり、そのプロデュースをさせていただきました。それでアメリカのナイキ社の方と知り合って、翌年 98 年の長野オリンピックではナイキのブースのプロデュースも担当しました。ナイキ本社はポートランドにあり、ナイキのスタッフがいつている通りこの街はすごいなと思いました。当時は自分の関心はまだラスベガスだったり、ニューヨークだったりでしたが、段々日にちが経つにつれ、これからはポートランドみたいな街を作らなくてはいけないのじゃないかと思うようになったのがきっかけです。

私が独立したのは 2005 年です。その前までは丹青社という内装会社のマーケティング研究所の所長をしていました。段々とハードから街を作るのではなくて、ソフトを中心に街を変えてみたいという気持ちになり、人と街と商いのリンケージ社に会社を設立しました。そのきっかけになったのも、実はポートランドとの出会いであり、今日はそんな視点からお話をさせていただきます。

まずは商業を取り巻く、昨今の状況からお話をします。（1）

百貨店、スーパー、ショッピングセンターの売上げの推移です。百貨店は 9 兆 7 千億から 6 兆 2 千億まで落ち、ショッピングセンターも 27 兆円という規模ですが、実はピーク時に比べて売り場面積は倍ぐらいになっているのですが売り上げはほとんど伸びていません。（2）

1988 年に坪当たり 435 万売っていましたが、2009 年の数字ですが、207 万で大体 6 掛け、今は 5.5 掛けくらいになっています。（3）

リアルな店舗のいちばんのライバルは E コマースです。2010 年ではなんと 7 兆 6 千億ですから、百貨店を上回る数字になりました。これから 2013 年まで 12 兆億円までは伸びていく予想です。（4）

今アメリカではデッド・モール＝死んだモールが増え、業界第 2 位の商業デベロッパーが倒産してしまいました。アメリカ社会のモールは、これからスモールマーケットに移行しようとしています。日本でも粗製乱造でつぶれているモールがたくさんあります。（5）

成功例で出される高松の丸亀商店街には皆さんも行ったことがあるかと思います。しかし、1 本違う通りに行くと、店舗で商品を売っているのではなくて、ほとんどが空き店舗で不動産を売っています。街のバランス、マーチャンダイスがすべて崩れていきます。（6）

北東北を代表する盛岡の大通りの実情を見ると、です。いちばんの目抜き通りの真ん中にあった老舗の時計屋さんが廃業し、そこには風俗の案内所ができてしまいました。（7）



私は3月に甲府ココリという再開発ビルを見て驚きました。去年の10月に竣工したのですが、テナントは3分の1ぐらいしかなく、1階にむりやりつくったような山梨だからといって宝石を集めたゾーンも抜けたままです。107億の事業費のうち47億を国・県・市が補助してできた施設も、共感しないものはすぐに腐ってってしまうのです。(8)

銀座では松坂屋さんもGUCCIからフォーエバー21に変わりました。左側は原宿のお店です。なんと530坪で100億を売るといにはすごいことです。(9)

しかし、ブームは絶対に一時的です。あるファストファッションのお店の裏では大切な商品が外に出したままです。休憩室もなく、外で座ってタバコを吸って休憩している環境では、本当にお客様を大切にしようとか、顧客満足とかいえるでしょうか。ブームはブームであり、終わってしまうというのが私の持論です。(10)

小売業が成長をつづけていく事業戦略には2つあります。(11)

1つは生活を豊かにするライフスタイルを提案です。もう1つは真の地域密着、地域共生です。銀座にも必要であり、銀座らしい地域共生、そして銀座のライフスタイルを提案していくということが重要です。

まず生活を豊かにするライフスタイルの提案をお話しますと、(12)

富山にあるスターバックスの環水公園店の周りにはなにもありません。運河を再開発してできた所ですが、朝から夜までいろいろな方が集まります。世界で一番美しいスターバックスということで、金沢や福井のほうからも来ます。なぜ皆さんここに来るかという、ここにはただお茶を飲むだけではなくてなにか自分のライフスタイルを豊かにしてくれる経験がここにはあるのです。(13)

私の好きなスターバックスの鎌倉御成町店です。ここは「フクちゃん」の漫画家の方が住んでいた邸宅を利用して、外にはその当時の小さなプール、藤棚、桜の木が残っています。最高の贅沢はこの緑側でお茶をすることです。(14)

スターバックスはコーヒーと一緒にライフスタイルを売っているので毎年売り上げが伸びています。(15)

表参道に本店がある「生活の木」も不況は関係ありません。年々店舗数も売上高も伸びている会社の1つです。(17)

ここはハーブやアロマのお店なのですが、世の中に役に立つ、商業と社会貢献とが直結している会社です。(18)

「葉香草園」は飯能にある直営のハーブ園ですが、このハーブ園が飯能のニュータウンにできたおかげで、すべてニュータウンは売れています。ハーブ園が街の中心にある街に住んでみたい、ライフスタイルを満喫してみたいという方が来ています。(19)

コミュニティートレード、あるいはウェルフェアトレードは授産施設とのコラボでつくられた商品

です。質の高い手作りの石鹸をつくり、それを「生活の木」の店舗で販売します。お金を寄付するのではなく、それを購入することで、世の中に商いが役に立つということです。(20)

フェアトレードなどを積極的にやっていることで、東日本で従業員が満足するナンバーワンの会社になりました。(21)

モノを売るだけではなく、モノの先にある何か。それは生活のライフスタイルを豊かにする「ライフスタイル業態」だと思います。(22)

もう1つのテーマ、地域密着です。(23)

最近開業したコレド室町は、すばらしい施設になったと思います。伝統と革新に挑戦したビルなのです。(24)

三井不動産の本社の中に東京都全体の模型があります。そこからさらに日本橋だけを引き抜いた詳細な模型があります。将来、東京の中の位置づけで日本橋をこうしたい、日本橋をこうするのだという大きな視野の中から日本橋を見つめて作ったわけです。(26)

ですから地下鉄を降りた瞬間から、日本橋の伝統と新しさを感じさせてくれるわけです。テナントミックスもコンセプトと合致し、全体の付加価値を高めています。(27)

おそらく今日本でいちばんの売上であるのが、ラゾーナ川崎です。三井不動産さんがいちばんリーシングに苦勞した施設所です。競輪競馬、パチンコ、男の街のイメージがあり、川崎市の外に消費は流失していました。しかしラゾーナ川崎ができたことによって、売上もナンバーワンだけでなく、街のイメージも変わり(30)、川崎の街でデートができるようになり、たくさんの人がわざわざ降りてくれる街になりました。(31)

私が計画のマーケティングやプロデュースをさせていただいた越谷のレイクタウンは開発当初はコンセプトがモールオブジャパンという言い方でした。しかし、ポートランドを視察してからはエコ・ショッピングセンターにしようということで、徹底的にエコに配慮したショッピングセンターになりました。(32)(33)

後にできたアウトレットも環境を重視しています。(34)

エコって格好いいねと、すてきだねといったライフスタイルを提案すると、こういう地域に住みたいという人が増えてきました。(35)

イオンが発行している『イオンマガジン』のトップページに「社会交流欲」を発表しました。(36)

マズローの欲求5段階説がありますが、この第5段階の上には社会交流欲があるという説です。自分だけが満足するのではなくて、自分たちの住む環境、住居も、働いている場所も一緒によくならないとダメで、幸せになれない。自己満足だけでは自己実現はできないという考えで、人は社会との交流を求めていくといった理論です。(37)

地域との共生意識、密着、愛情、ここにつながる消費行動を求める人がすごく増えてきています。



社会交流が 3.11 以降に非常に増えてきました。(38)

ポートランドのお話をする前に、アメリカでもっとも崩壊した都市を紹介させていただきます。人口が半分になったのがミシガン州のデトロイトです。自動車産業で成長した車の街ですが、現在は失業率 30%。犯罪も 100 都市のなかでいちばん多い街です。「街づくりへの無関心さ」が犯罪の温床になっていきます。事なかれ主義はぜったいにだめです、それは大きな犯罪ですよという事例だと思います。(40)

さて、AED がとても増えていますね。2004 年に 7000 台だったのが、2009 年には 2 万 7 千台。並木通りや銀座にもたくさんあると思いますが、AED を使った蘇生率が全米でいちばん高い地域がシアトルとポートランドだということを、岐阜大学の医療の教授に聞きました。なぜかという、自分の家族や隣人やまわりの人がそうなったらどうしようということで、講習会やデモンストレーションへの参加率がいちばん高いからだそうです。(41)

ポートランドはシリコンバレーに対して、シリコンフォレストといわれています。環境のよいところに工場や本社を移したりしているわけです。環境を守りながら、経済も発展している、理想的な持続可能な都市です。(43)

街づくりの賞をたくさんもらっています。全米でもっとも住みやすい街やハイブリッドカーの所有率も全米で 1 位。また、全米でもっとも出産に適した街というようなこともいわれています。(44)

ポートランドの人口は年々増えています。(45)

エポックメイキングになったのは、富士山と同じような形高さの山であるマウントフッドまで高速道路を通そうという行政のプランに、住民の反対で止めました。川のところにあった高速道路をさらに拡張しようという計画も、1970 年代に住民の反対もあって止めました。街の真ん中にある公園に 11 階建ての駐車場ビルをつくる計画も、住民の反対で止めました。それから街が住民と行政が 1 つになって環境に優しい街づくりをするようになりました。(48) 持続可能な街づくりをめざしたら暮らしぶりの豊かな都市になったね、というのがポートランドではないでしょうか。

毎週 500 人の若い人が増えている。特に若い人たちがこういう街に住んでみたいということで、増えているわけです。(49)

根底にあるのは、“Keep Portland Weird” です。Weird = ウィアードは「変わり者」とか「へんてこりん」という意味です。これをもっともっとポートランドがキープしていこうということです。1973 年の石油ショックの時にこういう街にしようといった時に、みんなからお前たち変わり者だね、この車社会で車を減らそうなんて、というようなことをたくさんいわれてきたのです。しかし、その持続可能な街づくりが奏功したのです。(50)

これからの都市のあり方、全体を見ると、サステナビリティとウィアードが大きなキーワードになると思います。(51) (53)



地方の街づくりでライトレール・トランジットのような話をすると、バス会社は必ず「うちのバスの乗車人数が落ちてしまう」と反対します。ところが、これはポートランドの数字ですが、バスの乗客数が下がっていた時にライトレールを作ったら、乗客数が一緒に上がっているのです。うまくバスとの連携を図っていったからです。(54)

いまポートランドではエコは責任でやるのではなくて楽しみながら喜びながらやっているということで、こういうメッセージを東京の銀座の並木通りから出していくのは影響力もあり、すてきなことではないかと思います。(55)

7月にポートランド視察ツアーで行った時に見たのが、ソーラーのゴミ箱です。ある程度ごみがいっぱいになってくると上から圧搾し、またいっぱいになると圧搾します。それによってゴミ回収車が来る回数がとても少なくなりました。す。毎日来ていたのが3日に1回になるとか。景観もきれいですし、これから世の中に増えていくと思います。 駐車場ビルになるのを反対して出来たパイオニア・コートハウス・スクエアは街のリビングルームです。この広場の床のレンガには、寄付してくれた人の名前が刻まれています。ですから公共事業が作った広場ではなく、自分たちが一緒に作った広場という意識が高くなるわけです。(59)(60)

パブリックアートが多いのは、公共事業費の2%をアートに回さなければならないという条令があります。(61)

日系2世のビル・ナイトーさんという方は、「古い建物を持たない街は思い出をもたない人間と同じ。思い出のない人間なんてつまらない」といって、解体されそうなビルがあるとそれを買って取り壊して活用したのです。ポートランドに古い建物が残っているのはナイトーさんのおかげなのです。彼の栄誉を讃えて、メインストリートは今「ナイトーパークウェイ」という名前になりました。(62)(63)

3年前には長女のアン・ナイトーさんとお会いできました。左側にお父さんの写真があります。今、アンさんは街のデベロッパーとして地区全体がよくなるようにと、お父さんの志を継いで仕事をしています。(64)

LEED 認定のグリーンビルも多く存在し、環境にいいビルのほうが高く売れて、入居率が高くなるということもあります。(65)

「クリーン&セーフ」という良い制度があります。なぜポートランドのダウントウンはきれいで安全なのかと思うと、BID＝ビジネス・インプローブメント・ディストリクトというのがあります。たとえば、銀座なら銀座のエリアについては固定資産税に一定額上乗せさせていただいて、エリア全体がよくなるような活動に回すのです。ショッピングセンターでいえば共益費のようなものです。それを使って「クリーン&セーフ」のようなものや、イベントもたくさんやっています。「クリーン」のほとんどの方が服役していた方で、出所後社会復帰できるように雇用しようとしているのです。「セーフ」では、将来婦人警官になってみたいとか、元警備の仕事をしていたとか、元警官だったとかという人が街を巡回

しています。ショルダーバッグの中にはレストランとかミュージアムなどのパンフレットがあり、観光案内も一緒にやっているのです。これで街の付加価値がどんどん上がっているのです。これは商工会議所が運営管理をしています。きれいで治安のよい街だからと来訪客の満足度は高まり、おまけに消費税はゼロの街ですから買い物天国となります。お互いにウィンウィンの関係でうまく地域が回っています。(66)

街を歩きやすくするウォークアビリティーにも力を入れています。ブロックの長さは他の都市の半分ぐらいの距離で、車優先ではなく人が疲れない距離です。ティファニーでは駐車場ビルにありますが、ポートランドの場合は、道路に面した部分の50%以上は商業施設、ショールームにしなければならないという条例があり、界隈性が途切れません。ですから、駐車場ビルであってもこのようにティファニーが入居するということです。(67)

ファーマーズマーケットが数カ所街中にあり、いまでは総売り上げも5億円に達しました。(69)

街の中にたくさんの日常の豊かさがあるのです。(70)

ポートランドは人口当たりのレストランの数が全米一です。いい水があり、良い食材素材があるから、良いシェフが集まり、良いレストランがたくさんできる。レストランのシェフや料理学校の人たちはファーマーズマーケットで子どもに料理を教えるのです。そうすると子どもたちは、将来はレストランのオーナーになってみたいとか、パティシエになってみたいとか、それがサステナビリティーなのです。環境や建築だけでなく、人を育てたり雇用を育てたりするのでなければサステナビリティーというのはできないのです。(71)

バーガービルは子どもにとって栄養になるハンバーガーショップです。(72)(73、74)

バーガービルの店内では提携している牧場の方が来て、自分たちはこういう環境でハンバーガーの肉となる牛を育て、ているということをお客さんに伝えていました。これが本当のトレーサビリティーだと思います。(75)

スタンプタウン・コーヒー・ロースターズはスターバックスをしのぐ第3世代のコーヒーチェーンになるかもしれません。フェアトレードも豆を買うだけでなく、焙煎も全部その国に指導してもっと深いトレーサビリティーをしています。(76)

商品も、空間も、音楽も、ホスピタリティーもスターバックスとは違うローカルらしさがあります。(77)

ポートランドはローカル・ファーストといった、地元の物を使うのが大好きですから、ホテルでもスタンプタウン・コーヒーを置いてあるところが目につきます。(78)

空港もローカル・ファーストです。空港のモールにはナイキも書店も、飲食もほぼ地元の店で構成されています。(79)

ノーブルロットというレストランはダウンタウンから少し離れた場所にありますが、屋上で有機の



野菜を作り、それを材料に使いながらレストランに出しています。(82)

神楽坂にあるアルポールというお店も屋上で野菜を作っている人気のレストランです。店主が私のツアーに参加しまして、ノーブルロットのオーナーと引き合わせてあげました。(83)

「リビングルーム・シアター」という小さな映画館は、日本でもを中心市街地に作っていったら面白いと思います。38～65席で6ルーム(6スクリーン)あるのですが、レストランが併設されていてお食事をゆったり食べながら映画鑑賞できるというものです。(85)

こうして一連のものを見てきますと、持続可能な社会というのは交通機関とか建築とか以上に、そこに暮らす人々の暮らしぶりやライフスタイルと一緒に楽しむことではないかなと思うのです。それがないと、次世代路面電車のLRT(ライトレールトランジット)を作っただけでは絶対にうまくいかないのです。このことを私はいちばん強く言いたいと思います。(86)

これからはコンパクトシティという表現ではなく、ヒューマンシティの表現のほうがよいと思います。ただコンパクトに機能を集めようというだけではうまくいきません。ライフスタイルという言葉も、これからは暮らしぶりという言葉のほうがわかりやすいと思います。例えば、「小田原のライフスタイルを作ろう」というと大上段になってしまいますが、「小田原のこういう暮らしぶりはいいよね」というと、すぐく入りやすいと思います。(87)

次に、ワークライフ・バランスのお話をしたいと思います。(89)

夫、パートナーが家事を手伝わない率は、日本はダントツの74%です。「俺は仕事だ、家庭はオマエだ」という人がイタリアより多いのです。30歳未満の単身世帯では男性より女性のほうが所得が多いのです。男女雇用均等法は逆にならないといけないかもしれません。(91)

けれども、働いている女性、共稼ぎの女性は本当に時間がなく、自由な時間を欲しています。(92)

そこでご提案したいのが、シンデレラ・ショッピングナイトをナイトクルーズの延長線でできないかなということです。(95)

これは働く女性のためのシンデレラ・ショッピングナイトで、「時間がない、忙しすぎるのが最大の悩み」という女性のために、夫やパートナーが家事を手伝う習慣をつくりましょうということで、第1木曜日だけでも、残業なし、今日はすぐに家に帰って「1ヶ月に1回だけは自分が料理を作るんだ」といった慣習づくりです。女性たちはその日はゆっくり買い物をしたり、カルチャーセンターに行ったり、エステに行ったりするのです。ですから銀座の場合は開店時間を1時間遅らせていただいて、10時スタートだったら11時開店、8時閉店なら9時にするという習慣を作ったらどうかという提案です。(96)

もう1つの提案は、4月に日本ホビーショーに行っていてびっくりしたのですが、年々ホビーショーに来る人が多くなっていてすごい熱気です。客層を見ると、今まで百貨店に行っていた客層です。いまホビー市場は1兆円です。かわいらしいホビーだけではなく、女性がハンダゴテをやったりノコギ



リを使って家具を作ったり、そこまで進んでます。ですから百貨店のワンフロアは東急ハンズの女性版のような、それも工房を作る。そういうことで街の中に来ていただくというような業態を提案してもいいのではないかと思います。(97)

要するにきょう一番言いたいのは、人と街と商いをリンケージさせなくてはいけないということです。その時に、渡辺さんの提案にあったように環境もそうですが、ぜひ人を育てて雇用を増やして、なるだけ銀座の中でうまく経済がまわるように、お互いに考えてやっていくことが必要ではないかと思います。(99)

もう1つ絶対に必要なのは、閉じるのではなくて開くというキーワードがありましたが、来店客をファンにして、その方々を顧客にしましょう。そこだけではなくて、並木通りはロイヤルカスタマーづくりを率先するのです。サッカーで言えばサポーターになるような、そういうロイヤルカスタマーを作っていきましょうとご提案させていただきます。それには、お店のお客は街のお客、街のお客はお店のお客さんというような考え方が必要になります。(100)

最後のまとめです。環境共生社会はポर्टランドが先端を行っていますが、エシカルな思考がどんどん拡大していっています。もう1つは社会交流欲という、今日初めて聞いた方もいらっしゃると思いますが、こういう欲求をどう満たしてあげるかということが必要になってくると思います。

3番目にサステナビリティ、持続可能性とは何なのか、もう一度考えていただけたらと思います。

物だけではなく、ライフスタイル、自分たちの日常が豊かになるようなライフスタイルの業態をどう作っていけるかが要になると思います。(101)

最後に、店のお客様は街のお客様、街のお客様は店のお客様という気持ちで銀座の全体最適を考えていきましょう。

今日は盛りだくさんのお話をさせていただきましたが、渡辺さんのハード面からのお話と私のソフト面からの話で、少しでも皆様のお役に立てれば幸いです。ご清聴ありがとうございました。

竹沢 どうもありがとうございました。最初にショッピングセンターのショッキングな写真などが出てきてどうなるのかと思いましたが、銀座には時計と宝石の若き後継者がこのようにいらっしゃるの希望が持てるなと思いました。

渡辺先生のお話とも共通していたのは、地域の密着、共生ですとか、ローカル主義という言葉でおっしゃっていましたが、その言葉が共通していたと思います。銀座というのは格好よいライフスタイルというのか、銀座としての格好よさ、スタイルを持とうという意識がとても強い街だとも思いますので、そういう意味では銀座もがんばっていけるのではないかと希望を持ちました。松本先生からは商いという面から、そしていろいろな街の活動ということでお話をいただきましたが、そのような面からご感想、ご意見、ご質問がありましたらぜひお願いします。



並木通りといえばライフスタイルを提案されたお店として、戦後のあこがれのライフスタイルを提案されたサンモトヤマさんがあります。今日は茂登山さんがお見えなので、ご感想などいかがでしょうか。

茂登山 サンモトヤマの社長を務めさせていただいている茂登山です。実は一昨年ある新聞でこちらの本のことを読まさせていただいて、いつかおじゃまできないかと思っていた矢先にこういう機会をいただいて、ありがとうございます。生意気なことをいうつもりはありませんが、私が社長になる前からこれからは物を売る時代ではない、お客様を飽きさせず、それを提供する私たちも楽しくできる商売が大事ではないかといっていました。銀座6丁目に店を構えさせていただいていますが、私自身モノ選び、モノ探しでこれからいちばん大切な点は、それを持った方が気持ち豊かになるということで、そういうことをやりつづけ情報を発信つづけることで、結局はお客様に来店いただき、先程渡辺先生がおっしゃっていたファンになり、ロイヤルカスタマーになっていくのではないかと思います。私が心がけていたことがこうして先生方の心強いお言葉で支えられ、本日は感謝しております。

竹沢 今日お話しいただいたなかで、街のイベントといいますか、みんなで少しずつやれるイベントや街を挙げてやるイベントなど、いろいろヒントをいただいたと思います。亀岡幸子さんには街の企画をずいぶんしていただいたので、一言いただけますでしょうか。

亀岡幸子 5丁目対鶴館の亀岡と申します。今日は大変貴重なお話をありがとうございました。すてきなアイデア満載で、何をどう銀座で取り組んでいけるか考えさせていただきました。イベントとは違うのですが、参考までにおうかがいしたいのですが、銀座の街はいま路上生活者の方がポロポロといて、有名な方もいらっしゃって、当ビルでも大変困っております。ポートランドで同じような問題がないのかどうか、教えていただけますでしょうか。

松本 年に2～3回ポートランドに行っていますが、行く度にホームレスの方が増えています。今回は9月17日から“Occupy Portland”ということで、ポートランドにも公園を占領した方々が来ました。ホームレスの方々も一緒にデモをされています。でもポートランドの人はすごくやさしいのです。排除するのではなく、ホームレスの人にも先程見ていただいたような「クリーン&セーフ」に参加させたりしながら、弱者を立ち直らせようという意識がとても強いのです。ポートランドでホームレスが問題を起こしたというのはあまり聞いていません。たくさんいますが「秩序あるホームレス」というか、そういう感じなのです。ですから、これはどう排除するかというよりはやさしい感じで見ていただく



というのも一計ではないかと思います。お答えになっていなくて申し訳ないですが、ポートランドではそういう実情です。

竹沢 街の規模のこともあるのかという気がします。銀座全体や通りでどういうふうに対処できるのかということでもあると思います。

渡辺 5年ほどポートランドに住んでいますので私のほうからお話しします。ポートランドではホームレスの方を立ち直らせていくシステムを確立しようと努力しています。さらに、街中にシェルターも多く見られます。パール地区自体は住居色が強いので、その中にシェルターは見たことはありません。その横に広がっているチャイナタウンやダウントウンの中に、食事などを提供するシェルター、宿泊施設はかなりあり、ホームレスさんはそちらに厄介になったりしているようです。毎週日曜日にはダウントウンのど真ん中の公園で炊き出しをやったり、一緒に生活をしていこうというわけです。ポートランドが悪いわけではないし、その方たちが必ずしも悪いわけではない。社会病の1つであるという認識をもとに対応しています。

またホームレスではないですが、低所得者層の方々への取り組みとして、パール地区ではたくさん分譲マンションができたと申しましたが、特に新築の賃貸マンションの1部は必ず低所得者層用に同じ部屋を安い値段で提供しなくてはならないという条例を決めています。高所得者、中所得者、低所得者が一体となった、社会で対応していこうという形でセーフティーネットのようなものも始めています。

竹沢 それでは質問が他にないので、ここまでと致します。最後に西並木通り会副会長の海東土地建物取引代表社員であります高木かよさんからご挨拶をいただきます。

高木 高木と申します。本日は渡辺先生、松本先生、ご両名お忙しいところ、西並木通り会のために私たちにお時間をお作りいただきまして、私たちにわかりやすくお話しいただきまして、本当にありがとうございました。お忙しい中お集まりいただきました皆様も、お時間をお作りいただくのが大変なお立場の方ばかりです。でも、このように勉強会をもてましたこと、またこのチャンスを与えてくださいました堀田さまにも心から感謝申し上げます。

日本はいま不況のあとに災害等で10年先この銀座がどうなるか、お分かりになる方はほとんどいらっしゃらないと思います。5年後、3年後さえわからない、そんな状況です。でも今日のお話をうかがいまして、これだったらもしかしたらできるかもしれない、そんなことが少し見えてうれしかったです。他の街でにぎわっている所はたくさんあると思いますが、他にはなくて銀座にしかない、それ

は品位、気品だと思います。それを壊すことなく、なつかしい美しい銀座に皆様で作り上げていただけたらと努力したいと思います。今日はありがとうございました。

竹沢 ではこれで本日の街づくり懇話会を終了いたします。それでは最後にもう 1 度先生方に盛大な拍手をいただきますよう、先生方どうもありがとうございました（拍手）。

以上



スライド 001



スライド 002



スライド 003



スライド 004



スライド 005



スライド 006



スライド 007



スライド 008



スライド 009



スライド 010



スライド 011



スライド 012



スライド 013



スライド 014



スライド 015



スライド 016



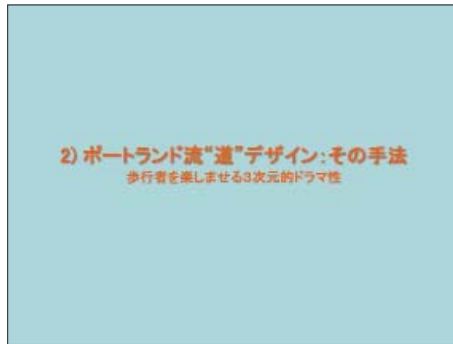
スライド 017



スライド 018



スライド 019



スライド 020



スライド 021



スライド 022



スライド 023



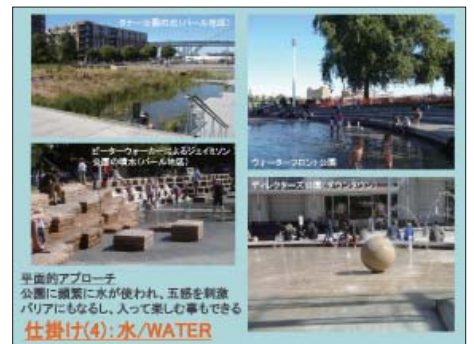
スライド 024



スライド 025



スライド 026



スライド 027



スライド 028



スライド 029



スライド 030

3) “道”を美空間とするデザインを目指して 歩行者の目線の高さを基本に、工夫を凝らす

スライド 031



スライド 032



スライド 033



スライド 034



スライド 035



スライド 036

4) ポートランドから応用する“道”空間の化粧 懐かしく新しい街並みと木通りに 守りのデザインと収めのデザイン

スライド 037



スライド 038



スライド 039



スライド 040



スライド 041



スライド 042



スライド 043



スライド 044



スライド 045



スライド 046



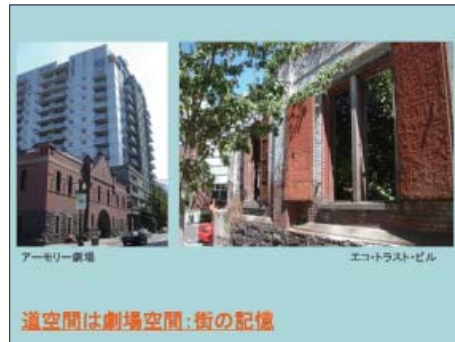
スライド 047



スライド 048



スライド 049



スライド 050



スライド 051



スライド 052



スライド 053



スライド 054



スライド 055



スライド 056



スライド 057



スライド 058



スライド 059



スライド 060



スライド 061



スライド 062



スライド 063



スライド 064



スライド 065



スライド 066



スライド 067



スライド 068



スライド 069



スライド 070

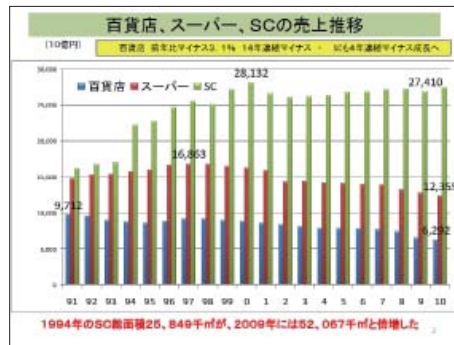


スライド 071





スライド 001



スライド 002



スライド 003



スライド 004



スライド 005



スライド 006



スライド 007



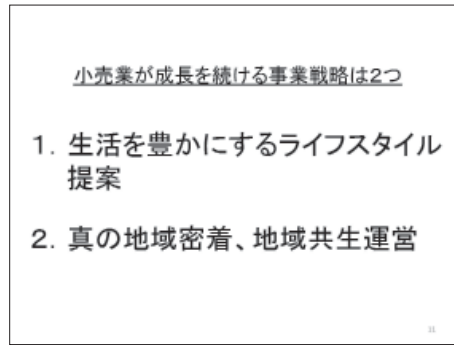
スライド 008



スライド 009



スライド 010



スライド 011



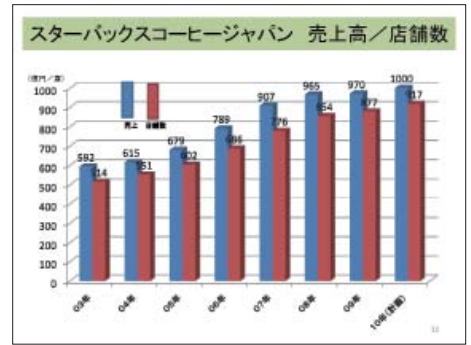
スライド 012



スライド 013



スライド 014



スライド 015

生活の木

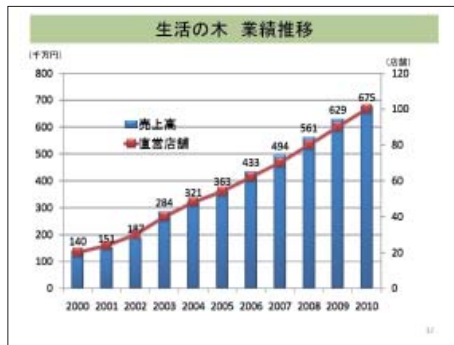
自然・健康・楽しさの提供を企業理念とし、顧客とのコミュニケーションを通じて、モノではなくハープやアロマのある暮らし方というライフスタイルを提供

1. 『ハーブギャラリー生活の木』/ 5～20坪
2. 『ハンドメイドギルド生活の木』/ 20坪 工房付き
3. 『ライフウェアショップ』/ 30坪～60坪
4. 工場＋プチサロン＋スクール＋ハーブティ試飲
5. 『ボニエルブ』/ 3坪 ハーブ飲料専門
6. 『アーユルシャ』/ 60坪 アーユルヴェーダサロン
7. 『美香草園』/ 4,000坪 体感型ハーブガーデン
8. ホテル・Ayurveda Resort / Hotel Tree of life
9. 『ヒーリングカフェ生活の木』25坪以上






スライド 016



スライド 017

「環境コミュニティレード」で好循環スパイラル

環境問題に取り組むだけでは不十分。また、正しい人々も求めなくてはならない。モノを消費する人々の目には見えない。モノの消費は、人々の大きな苦しみを生んでいる。

一方、先進国で「環境問題」が叫ばれている。環境問題の解決には、環境問題の解決。モノの消費は、人々の大きな苦しみを生んでいる。

その生活の木が、新たなチャレンジに取り組んでいます。環境問題で先を行く人々への生活の木。モノの消費は、人々の大きな苦しみを生んでいる。

その生活の木が、新たなチャレンジに取り組んでいます。環境問題で先を行く人々への生活の木。モノの消費は、人々の大きな苦しみを生んでいる。

その生活の木が、新たなチャレンジに取り組んでいます。環境問題で先を行く人々への生活の木。モノの消費は、人々の大きな苦しみを生んでいる。

スライド 018

「美香草園」/ 4,000坪 体感型ハーブガーデン




スライド 019




コミュニティレードやウェルフェアトレードで社会貢献事業を展開

スライド 020

生活の木の成長要因

1. 環境保護や産地での労働搾取の解消、フェアトレードなどに配慮する姿勢で、消費を通じ積極的に社会に貢献。
2. 製造、流通、販売すべてにリスクを持って自社で行うSPAモデルが有効に機能。
3. 東日本で社員が評価する会社ナンバー1に選ばれた従業員満足度の高さと、企業・商品に対する愛着を持つ。

スライド 021

モノの先にある「何か」...

3. 11以降、「自尊心の満足」や「自己実現」から、「コミュニティの発展」や「エンカル」へと、消費の喜びや目的が変化。
(首都圏では消費を減らす傾向にあり、消費の喜びや目的が変化。)

生活者は地球温暖化を感じ、その環境問題を考える、実行することが「楽しい」や「かっこいい」と思う感覚に変わってきた。

生活者の考え方が変われば、今までのような便利になったり、安くなったものだけでは売れない時代。

モノの先にある「何か」を考えると、生活者は、なるべくモノを買いたくないが、買うときは心算に満たすモノを買いたいと思うようになった。

モノの先にある「何か」は、生活者のライフスタイルを豊かにする「ライフスタイル素地」である。

スライド 022

2. 真の地域密着、地域共生運営

スライド 023

コレド室町

- ・ 開業日 2010年10月28日
- ・ 事業主体 三井不動産
- ・ 延べ床面積 41,000㎡(オフィス含む)
- ・ 店舗数 27店舗(内飲食店18店舗)
(B1～4階)
- ・ 所在地 中央区日本橋室町2-2-1
- ・ 総事業費 237億円
- ・ 売上高予定 40億円

スライド 024

“伝統と革新” 残しながら、蘇らせながら、創っていく

(ヒストリー)
日本橋エリアの誕生は、江戸幕府開府の際、江戸城を中心に形成した「町人地」がはじまり、地域のシンボルである「日本橋」も、1605年(慶長8年)、江戸幕府開府と同時に完成。1604年(慶長9年)に制定された五街道の起点として、やがて各地から訪れる人々や物資で、街は大いに賑わう。中央通りの両側には、「三井物産長屋(のちの三越)」や「日本橋(のちの東急百貨店)」をはじめ、数々の名店が次々と軒をたらし、日本橋は日本経済の中心として発展していった。

「日本をにぎわす、日本橋」をコンセプトに、江戸時代の賑わいを再現する商業ゾーンには、日本橋の歴史が宿る老舗店舗を誘致、人気店の新築など新しさを取り入れた店舗までが揃う。





スライド 025

日本を代表する街に再生するビジョン




日本橋再生計画は今後周辺を段階的に開発し、総延べ床面積18万㎡の大プロジェクトになる

スライド 026




スライド 027




1699年創業のにんべん 人気のかつお丼だ

金沢の名店「恵比寿」 金沢の食器やアクセサリー

スライド 028




スライド 029

ラゾーナ川崎プラザ



1日乗降客数42万人も2000億円が川崎市以外で消費。経済、経済、パナソニック、労働者、男の街。

2006年9月ラゾーナ開業 店舗面積: 79,294㎡ テナント数: 300店舗

2009年3500万人来都 日本SC大賞賞状受賞

川崎市人口 平成17年 132万人 → 平成22年度 141万人

スライド 030



川崎が通るの街から、わざわざ来る街へ。デートスポットになった街

スライド 031



商業面積 22万㎡ / 駐車場8160台 / 全長1.1km
来館者数 4500万人

スライド 032



電気自動車 急速充電ステーション

ソーラーパネル 4000㎡
年間175トンのCO2削減

スライド 033



スライド 034

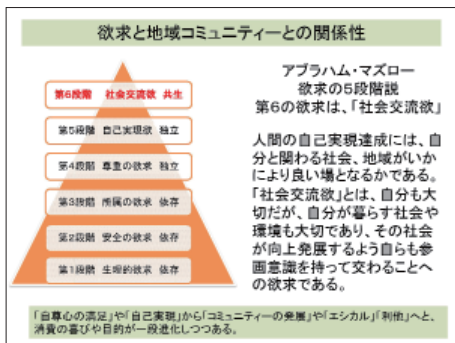


レイクタウンには初年度、予想の倍近い4500万人が来場。一躍県内有数の商業地域となり、遠く所沢近辺からも集客するなど、人の流れが変わった。商業施設は住民も呼び込み、越谷市の人口は08年度、前年度の2倍近い3000人増えた。

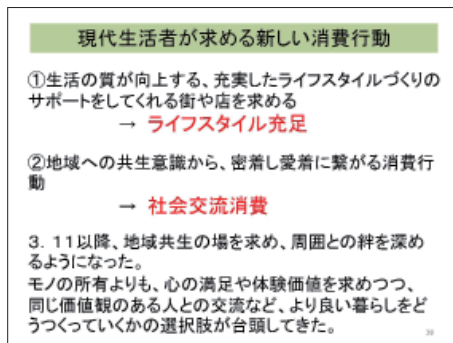
スライド 035



スライド 036



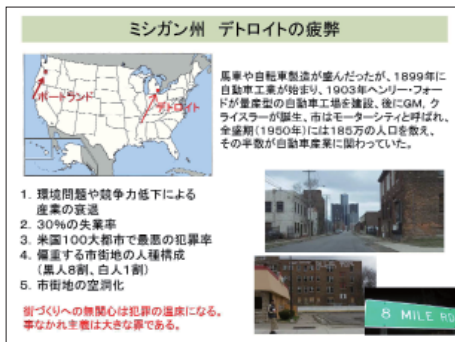
スライド 037



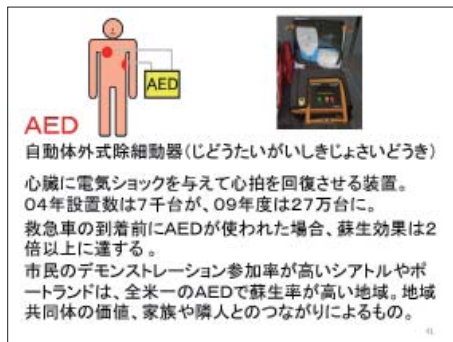
スライド 038



スライド 039



スライド 040



スライド 042



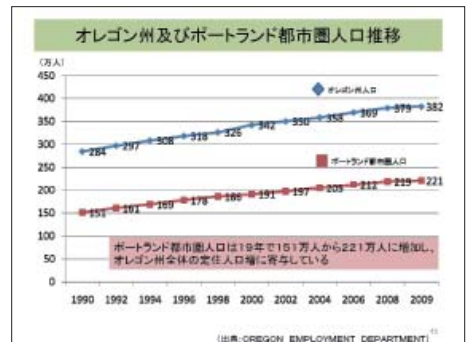
スライド 042



スライド 043



スライド 044



スライド 045

epoch-making 持続可能な街への画期的な出来事

1. マウントフッド高速道路建設反対運動

→ 公共交通機関マックス導入

1970年代初期マウントフッドを囲む高速道路計画。市民反対運動で1974年建設中止。その高速道路建設資金と道路取得補助金にてLRT建設へ

2. ハーバードライブ高速道路拡張反対運動

→ トム・マッコール・ウォーターフロントパーク建設

1942年ハーバードライブ高速道路建設される。1969年拡張反対運動。1974年高速道路閉鎖・除雪。1978年ウォーターフロントパークオープン

3. パイオニアスクエア駐車場建設反対

→ パイオニアコートハウススクエア建設

1969年デパートが2階建駐車場を11建ての高層建て替えを提案。市民反対運動。1981年市民による資金集めの運動。1984年完成。

43

スライド 046

土地利用計画と公共交通整備計画を連動し、生活の質の向上を目指した都市開発の取り組み



スプロール現象、交通渋滞、大気汚染のない、自然環境豊かな地域の成長と共に、「住」「職」「遊」「商」が共存する。楽しみながら環境のことを考え、実行する、グリーンな街づくり。

※28歳で市議員、31歳で市役になったニール・ボールドがシェリット氏にライダーとなった。 47

スライド 047



スライド 048



毎週500人の若者が移り住む。若い起業家、クリエイター、アーティストなどが急増、若い世代が住みたくなる都市。

スライド 049



Counterculture

主流や、体制的な生き方に対抗することに価値観や様式をもった文化。たとえ変わり者と言われようと、その精神を大切にする。

スライド 050

これからの都市の在り方として

● Sustainability

サステナブル(持続可能)は環境保護だけではなく、「地球に優しい」「人に優しい」を意味する

● Weird

ウィーアードは変わり者、へんてこりんの意味だが、それを誇りに思い自分らしさを大切にすること

スライド 051

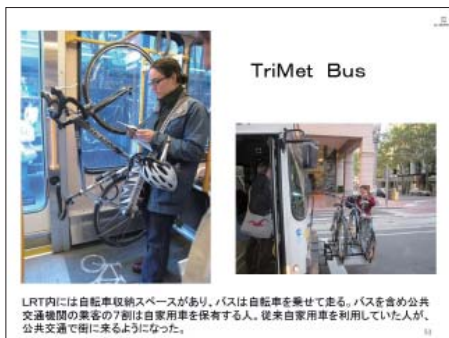
2009年新型車両のMAXと、街なかを走るStreetcar



MAXはダウンタウンと近郊をブルーライン、レッドライン、イエローライン、グリーンラインの4路線が走る。1980年に廃止された路面電車も2001年に復活 路線長12km。

52

スライド 052



TriMet Bus

LRT内には自転車収納スペースがあり、バスは自転車に乗せて走る。バスを含め公共交通機関の乗客の7割は自家用車を保有する人。従来自家用車を利用していた人が、公共交通で街に来るようになった。

スライド 053



スライド 054



ECOは責任ではなく、生活の中での喜びや楽しみに

スライド 055



スライド 056



人に環境に優しいことが、暮らしの中にあふれている

スライド 057



日常生活の中にリユースやリサイクルできる仕組みが、ごく自然にできている

スライド 058

Pioneer Courthouse Square



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

18

スライド 059

街のリビングルーム



街の中に誰もが安らぎを感じるリビングルームのような空間

スライド 060

Public art



percent for art
オレゴン州 公共の建物やストリートの工事があると、アートが街に拡がる

14

スライド 061

「古い建物のない街は思い出を持たない人間と同じ。思い出のない人間なんてつまらない」
ポートランドで解体されそうな古い建物を買収・保全・活用した日系2世ビル・ナイト氏の言葉



62

スライド 062



1907年に新しい流れの建築様式である赤褐色(テラコッタ様式)の装飾と明るい色が取り込まれ、現在約40のテラコッタ様式の建築物がダウンタウンに残されている

63

スライド 063



Anne Naito-Campbell

68

スライド 064

Green building LEED Leadership in Energy and Environmental Design



エネルギーや持続可能性に配慮した
米国のビル評価システムで、新築物件
から古い建物の改修までを対象

69

スライド 065

CLEAN & SAFE



1988年制度設立
中心部の南北2.5キロ、東西
1キロがBID区域。575の地権
者より徴収、ポートランド・ビ
ネス・アライアンスが運営。

BID(Business Improvement District)
特定エリア内に不動産を所有するオー
ナーに対し、固定資産税に一定額を上乗
せし、そのエリア内での魅力を向上さ
せるような活動を推進する制度



70

スライド 066

ウォーカーブル・シティ 歩きやすい街、歩くのが楽しい街



界限の連続性と、ヒーマンスケールなブロックの長さで
不動産価値が上がる(1ブロック214フィート(約60m))
消費税はゼロであり、買い物天国の街。

71

スライド 067

サステナブルで ウィアードな 地域循環の商い

スライド 068



スライド 069



ファーマーズマーケットは、想いの詰まった野菜に出会い、
人と人の心が繋がる場所

72

スライド 070



73

スライド 071

Burger Ville

- ・1961年創業、ポートランド都市圏で39店舗
- ・ローカルプロデュース(地産地消)の徹底
パンから野菜、チーズ、牛肉、フルーツまで地元で生
産された食材にこだわる
- ・ミッション “子供たちにとって、安心して健康に良い
食べ物を提供する”
- ・店舗は風力発電でまかない、年間1740万ポンドの
二酸化炭素の発生を抑える
- ・使用されるフォーク・スプーン、ペーパー類はとうも
ろこしの茎や再生紙のリユース品

74

スライド 072

Burger Ville



75

スライド 073

Burger Ville



76

スライド 074



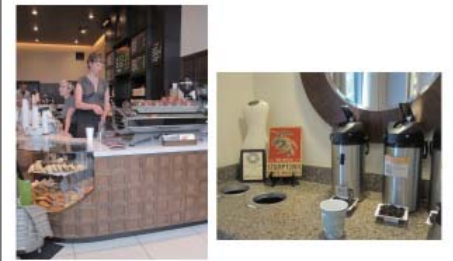
スライド 075

スタンプタウン・コーヒー・ロースターズ STUMPTOWN COFFEE ROASTERS

- ◆ ポートランドに6店、シアトル、ニューヨークに各1店
- ◆ すべて南米やアフリカの農場からのトレードフェア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を提供
- ◆ 焙煎されたコーヒーは各ホテルやレストランでも提供



スライド 076



スライド 078

空港もローカルファーストな地域密着



旅行雑誌で全米NO. 1の空港に選出。フードコートの一部のテナントを除き、出店者がすべて地元企業で、パウエルズ書店、フライングエレファント、ナイキショップやコロンビアスポーツなど、ポートランドのライフスタイルを切り取った地元テナントの集積。

スライド 079



ナイキはポートランド空港のビル屋上に太陽電池パネルを設置。そこで得た電力を、ターミナル内にあるナイキの店舗に送電。最終的にはナイキ店舗すべての電力を太陽エネルギーによって供給する予定。

スライド 080

NOBLE ROT



スライド 081



スライド 082



スライド 083

Living Room Theater から 新しい映画のライフスタイルを提案

- ・館内での飲食売上げが確保できるよう、食事の質や内容を充実させる。また、映画利用以外でも飲食ができるようにする
- ・6ルームで最小38席から最大65席。貸切の場合は、2時間平均350ドル
- ・パーティーや講演会などでも利用できる
- ・百貨店や専門店ビルもしくは中心市街地活性化策としての導入が可能



スライド 084

LIVING ROOM THEATERS



スライド 085

持続可能社会をつくるには、交通機関や建築などを都市の形をつくるもの以上に重要なのは、そこに暮らす人々、訪れる人々の楽しみ方や暮らしぶりといったライフスタイルをつくることである

スライド 086

コンパクトシティ
↓
ヒューマンシティ

ライフスタイル
↓
暮らしぶり

スライド 087



Counterculture

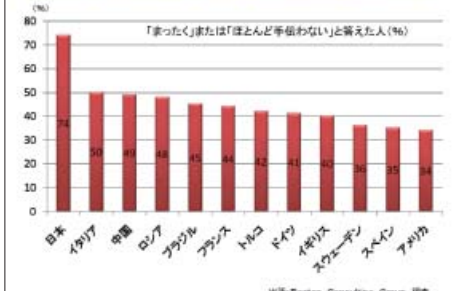
主流や、体制的な生き方に対抗することに価値観や様式をもった文化。たとえ変わり者と言われようと、その精神を大切にする。

スライド 088

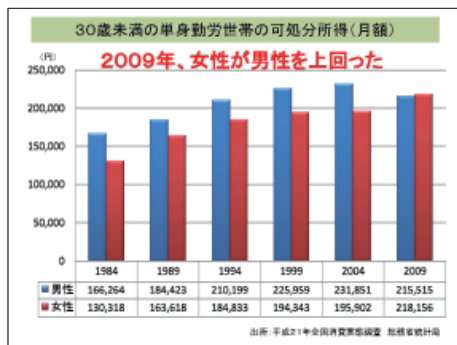
ワーク・ライフ・バランス 仕事と生活の調和の改善

スライド 089

夫・パートナーが家事を手伝わない比率



スライド 090



スライド 091

- ◆個人消費をリードする女性が、積極的に消費の現場に誘うような仕組みをつくる
- ◆特に家庭があり、かつ仕事をもっていることで時間の無いワーキングウーマンをメインターゲットに据え、新しい慣習をつくる
- ◆消費の拡大を誘導し、ワーク・ライフ・バランスを改善させ、内需を拡大する

スライド 092



スライド 093

ミシシippーストリート



スライド 094

シンデレラショッピングナイト



スライド 095

働く女性のためのシンデレラショッピングナイト案

- ◆ 女性の可処分所得は年々増加
- ◆ 「時間がない、忙しすぎる」ことが最大の悩み

- 国の政策→子育て支援、働く女性の制度支援を充実
- 家庭環境→夫やパートナーが家事を手伝い、女性が自分のためにできる消費の機会を増やす

- 第1本曜日はシンデレラショッピングナイトを設定し、働く女性を家事から解放させ、自由に過ごせる習慣、時、場所、季節をつくる
- ゆつくりモノを選び、自分だけのショッピング、ビューティー、エステ等
- カルチャー教室、トークショーなども開催
- 第1本曜日は閉店時間を1時間遅らせ、閉店時間を1時間遅らせる
- シャトルバスはかぼちの馬車マークのシンデレラナイト号最終便を増発
- 官庁、関連団体、自治体、企業を巻き込み、環境整備を行う

スライド 096

ホビー市場から新業態開発のヒント



第35回 2011日本ホビーショー 4月27日～29日 3日間 104,000人来場
331社・団体・個人 673小間で、延々拡大。来場者の98%は女性。
ホビー市場規模 1000万人、1兆円。

スライド 097



米国の2009年度カテゴリー別売上高で、アパレルやホームファイニング、レストランなどすべてがマイナスの中で、玩具/ホビー関連が前年比増4%、映画館が1.2%とプラス成長している。

スライド 098

人と街と商いが良好にリンケージすることが最も重要



環境を守り、人を育てて雇用を増やして経済活動が循環するサステイナブルな考え方が、良質な街をつくっていく

スライド 099

次世代商業づくりで大切なこと

少子高齢化、成熟化が進展し、オーバーストアで過去のような成長は見込めない。
次世代に向けて成長を続けるには、顧客一人一人との良好な絆をつくっていくことが最も重要となる。
安さや利便性だけではなく、ライフスタイル提案や地域共生の姿勢を持ち、**街と店とのロイヤルカスタマーづくり**が大切になる。



スライド 100

時代をリードする次世代商業開発

1. 3.11を境に、日本全体がエネルギー多消費型社会から持続可能な**環境共生社会**へと移行、**エシカル志向**が拡大する。
2. 掛け替えのない“絆”を深める“**社会交流欲**”が増大する。
3. あらゆるビジネスから衣食住遊学の暮らしに至るまで、**サステナビリティ**(持続可能性)がキーワードになる。
4. 現代生活者のワークスタイル、ライフスタイルの社会構造の変革が起き、**ライフスタイル**業態が姿になる。
5. 店のお客様は街のお客様。街のお客様は店のお客様。部分最適な商業開発から、**全体最適の商業開発**へ。

スライド 101