



報告：米グリーン・ネイバーフッド

持続可能な 街づくり



いま米国のポートランドやシアトルが新しい街づくりのモデルケースとして世界から注目されている。環境やソーシャルな視点を街づくりに導入し、「グリーン・ネイバーフッド」とも呼べる新しい思想が、街のさまざまな機能に反映される。その最前線を追った。
(森 摂=オルタナ編集長、吉田 広子=副編集長)



(左上写真から時計回りで) ①ポートランド市では、毎日のように市内のどこかでファーマーズ・マーケットが開かれている。近郊農家の少女たちもイチゴやブルーベリーを売っていた ②ポートランド市中心部を横断する市街電車「MAX」 ③ポートランド中心部の1区画をまるまる占める大型書店「パウエルズ」は、新刊と中古書の両方を取り扱う複合型書店としては米国最大とされる ④ポートランド市中心部にある公園では家族連れが思い思いに過ごす。「職住接近」の象徴でもある

「20分圏内」で働き、暮らす

シアトルとポートランドの両市がここ数年、環境や健康に配慮した街づくりや、地産地消、オーガニック（有機農業）などのライフスタイルで注目されている。

例えば「35歳以下の人に最も住みやすい街」（2014年、米Vocativ.com調べ）の第1位はポートランドで、第4位はシアトルだった。二つの都市はその他「ベストシティ」「住みやすさランキング」など米都市ランキング上位の常連だ。

シアトルとポートランドの両市はハイテク企業が多く集積していることから、「シリコン・フォレスト」と呼ばれる。アマゾン、スターバックスコーヒー（シアトル市）、マイクロソフト（レッドモンド市）、ナイキ（ビーバートン市）など名だたる

グローバル企業を育てた地域としても有名だ。

なぜ、この二つの街が注目を浴びているのだろうか。その背景には、米国がこの数十年間進めてきた「20世紀型の経済社会」、すなわち大量生産・大量消費や自動車優先社会に対するアンチテーゼ、あるいはオルタナティブ（もう一つの選択肢）な流れを見て取れる。

ポートランド州立大学のナンシー・ヘイルズ教授によると、「ポートランドの市民は、世界規模のチェーン店よりも



ポートランド州立大学のナンシー・ヘイルズ教授

地元の店を愛する人が多い」。大型の百貨店・スーパーよりも個人営業のグロサリー・ストアを尊重し、スターバックスよりも地元の小さなコーヒーショップを大事にする。

地域も住民も意識高く

この一帯では地域の農家が農作物を持ち寄り、露店を開く「ファーマーズ・マーケット」が盛んで、住民は地元で採れた作物を大切にしている。いわば「地産地消」の原型だ。当然、オーガニック農産物の比率も高い。それは意識の高い都市住民に支えられている。

例えば米国の有機認証リンゴのうちワシントン州の生産が8割以上で、他州を大きく引き離す。耕作面積も1万4千エーカーと、4年間で倍増した（ワシントン州リンゴ協議会調べ）。

二つの都市では自転車やLRT（路面電車）の利用率が

高く、自転車専用レーンの整備も進む。ポートランド市では住民の6%が市内の交通手段として自転車を利用する（18ページ参照）。

ヘイルズ教授は「ポートランドは、意図的に欧州に近い街づくりを目指した経緯がある」と解説する。「20ミニッツ（分）・ネイバーフッド」を掲げ、仕事も買い物もスポーツも徒歩20分圏内で事足りることを目指した。これはCO₂を削減できるだけでなく、通勤時間も短くなり、ワークライフバランスも向上できる。

そのポートランドでも、1950年代には自動車の交通量が増え、深刻な大気汚染に悩まされた。このため70年代に市内にLRT（ライトレール）を建設することになった。

「20ミニッツ・ネイバーフッド」で最も大切にしているのは、住民との対話だそう。ポートランドに公園が多いのも、「緑がほしい」という住民の声を尊重した結果だ。

2014年にオレゴン州の

住民を対象にした調査によると、「州民の7割以上は、多少お金がかかっても環境問題に配慮した生活をしたいと考えている」ことが分かった。ポートランドも、シアトルも、環境に配慮した街づくりを支えているのは高い住民の意識だった。

◆ 今回の第一特集は、株式会社オルタナが主催した「海外CSR視察ツアー第2回…米グリーン・ネイバーフッド」（7月27日―8月1日、17人が参加）の報告です。当社主催のCSR視察ツアーの第1回は英国（2014年7月）で、今後も毎年、海外CSR視察ツアーを実施していきます。



シアトルの廃棄物処理業者を見学する視察団

ポートランドのパール地区

自覚した市民が 「創造都市」をつくる

長く倉庫街として放置されていた「パールディストリクト（地区）」は、アーティストが集まるロフトエリアとしてまず火がつき、今では全米を代表する都市再生地区へと変ぼうを遂げた。ポートランドが「創造都市」たるゆえんを『グリーンネイバーフッド』（織研新聞社）の著書である吹田良平さんに聞いた。

（聞き手・撮影 吉田 広子 || オルタナ副編集長）



エースホテルのロビー。ラウンジでは、旅行者だけでなく、地元の人もゆったりとしたカウチで思いおmoiの時間を過ごす④ 部屋の一角「#215」が朝食ルームに。エースホテルでは、焼き立てのクロワッサンや、オーガニックにこだわったローカルフードなど、さりげなく美味しい朝食を味わえる

私は2008年、米国オレゴン州ポートランド市にあるパールディストリクトという都市再生事例に偶然出会った。消費社会とは一線を画した、街全体が創造的なムードを持つこの街に妙に惹かれて、何度も足を運んだ。

ポートランドのキーワードは2つある。1つは「創造都市」、もう1つは「環境都市」だ。

棚作りから街の運営まで

なぜポートランドは創造的なのか。それは、「自覚した」（自治意識のある）市民が自分たちの手で街づくりにかかわっているからだだろう。

ポートランドの創造性とは、著名な建築家にビル設計を依頼したり、美術館を誘致したり、箱物を作ることでない。家の内装をDIYで変えてみたり、街を良くするアイデアを提案したりと、棚作りから街の運営まで当事者意識を持って自ら実践しているところにある。

ポートランドには、エリアごとにボランティアによる自

パールディストリクト。倉庫街だったエリアがクリエイティブな街に再生した



治組織「ネイバーフッド・アソシエーション（NA）」がある。市内に95カ所の組織があり、都市計画や交通計画、生活環境を良くするための具体的な活動について、毎月ミーティングを行っている。

ポートランドを訪問したとき、「なぜ多くの市民が積極的にミーティングに参加するのか」聞いたことがある。返ってきた答えは、「会議に参加すれば、自分の意見が反映されるから」。

ポートランド市民には「やればできる」という絶対的な

成功体験が根付いている。それは米国が車社会に進んだ1960年から70年代、ポートランドも同様、高速道路の整備計画が発表された。ところが、強烈な反対運動が起こり、多くのプロジェクトを中止するとともに、すでにある高速道路まで撤去したのだ。こうして、ポートランド市民は、依存体質から脱却し、街の

自治は自分たちの手のなかにあることを実感したのである。**「地元優先」の精神根付く**

もう一つ、「環境都市」に関していえば、ポートランドは必ずしも最新のテクノロジーや省エネ設備が整っているわけではない。だが、常に米科学雑誌による「全米で最も環境に配慮した街」の上位に選ばれている。



市街中心地にある広場「バイオニア・コートハウス・スクウェア」で。子ども連れの家族など数百人が集まった。ポータランドは安全な街としても知られる

ポートランド市民は、何でも「ローカル」(地元産)を好む。ファーマーズマーケットが毎日開催されているように、食材は地産地消にこだわるし、地元のコーヒー店、地ビール、地元アーティストのギャラリも人気だ。

2006年、パイルディストリクト近くに誕生した「ACE HOTEL(エースホテル)」は、ポートランドのユニークさを100%反映した人気のホテルだ。約100年前に建てられた古い建物を改装し、地元のアーティストに部屋のデコレーションを依頼し、オレゴン産リネンなどローカルな材料にこだわる。食物の地産地消と同様、すべてに対して、地元の素材、地元の才能を優先するという意識が表れている。

ポートランドには地方都市が自立して生きていくための秘けつが隠されているように思える。ファッション・観光都市といった「商業的」地平とは異なる価値観に立脚しているのだ。東京の麻痺した感覚でポートランドを見れば、もしかしたら「洗練されていない」「つまらない」と映るかもしれない。恐らくそれは、あくまで消費者としての目線で街を受け止めているからだろう。ポートランドは消費する快楽よりも、創造する快楽にあふれているのだ。

ポートランドにある大企業といえばインテルとナイキがすぐ浮かぶが、それ以外のほとんどは50人以下の中小企業だ。これが成り立っているのは、人々が地元のを愛し、域内で経済が循環しているからだろう。

さらに、地元のものを好きになれば、その先に社会や環境があり、自然に環境共生的な考えになっていく。消費するのではなく、「創造都市」であることが、結果的にサステナブル(持続可能な)社会「環境都市」を構築している。

歩きやすい街づくり

ポートランドの特徴として、「ウォーカブル」(歩きやすい)がある。米国都市部の区画は400フィート(約120メートル)が一般的だが、ポートランドはその半分の200フィート(約60メートル)。1ブロックを小さく角を増やすことで、景色も変わり、歩くのが楽しくなる。テナントも増え、ビジネスの機会も増える。

街づくりの観点でも、歩きやすいということは、街の触媒化につながる。人と人の接触機会が増えれば、化学反

応が起きイノベーションが生まれやすくなる。

ポートランドの街づくりは、東京よりもむしろ地方都市にとって参考になるだろう。「地方創生」が話題になっているが、地域おこし協力隊の街中版のように、よそものを街の中心地に連れてくることでさざ波が立ち、街が創造的になることを期待したい。

(談)



吹田 良平(すいた・りょうへい)

1963年生まれ。アーキネティクス代表取締役。浜野総合研究所を経て、2003年アーキネティクスを設立。商業開発、都市開発におけるプレイスメイキングを中心に関連する内容の書籍編集も行う。主な実績に、渋谷 QFRONT、商業開発専門誌「ZEROHOUR」、「北仲 BRICK & WHITE experience」、「日本ショッピングセンター ハンドブック」共著、「グリーンネイバーフッド〜環境先進都市のつくり方とつかい方」(織研新聞社)自著等がある。

