

ポートランドのまちづくりから見た
日本の100万人商圏都市のまちづくり!!

郊外立地と都心立地の棲み分けという視点から商業構造を分析すると、日本では100万人商圏都市が分岐点となります(詳しくは流通とS C・私の視点894参照)。

100万人商圏都市の都心は「引き算型の中心市街地」です。都心商業よりも郊外商業が基軸となり、郊外立地に成立することができない商業が都心立地の商業として成立することになります(都心商業-郊外商業=残り物商業=都心立地の中心市街地)。事例として100万人商圏都市の宇都宮市では、昔は百貨店が都心立地に6店(東武百貨店、上野百貨店、福田屋百貨店、ロビンソン百貨店、西武百貨店、マルイ)立地していましたが、ラグジュアリー志向かつシニア志向かつ売場一番店志向の東武百貨店1店のみが現在は立地しています。同時に、郊外では成立しないヤング志向のパルコが立地しています。100万人商圏都市は、郊外立地のS Cに「ファミリーニーズ」「キッズニーズ」「女性=主婦ニーズ」「庶民ニーズ」が都心立地の商業から切り崩され、「ラグジュアリーニーズ」「ヤングニーズ」「シニアニーズ」「メンズニーズ」が都心商業として残っているわけです。その典型的代表が、宇都宮市では東武百貨店とパルコです。

このような100万人商圏都市の商業構造で起こっていることを「宇都宮現象」と呼び、今後、現状のままでは全国の都心立地の商業に飛び火します。現実には、多くの100万人商圏都市では宇都宮現象が続々と起こっています。

日本の100万人商圏都市の引き算型中心市街地ではなく、「引き算+足し算型の融合型中心市街地」の事例としては、アメリカのポートランド市があり、ポートランドの商業構造を「ポートランド型商業構造」と呼んでいます。ポートランド型商業構造の特性は次の通りです(六車流：流通理論)。

(1) 引き算型の中心市街地の都心商業

ポートランドの商業構造は、郊外はアメリカ型商業構造、都心はヨーロッパ型商業構造になっており、ポートランド都市圏(214万人)内の生活者にとって、アメリカ型商業構造である「車立地」「S C」「多様な業態」の3本柱は郊外で確立されています。

ポートランドの都心には、引き算型の商業として「都市型S C」(パイオニア・プレイス=サックス・フィフス・アヴェニューを核店とする都心立地S C)や「ロードストロムとメイヤー&フランクの百貨店及び有力専門店街区」が立地しています。この引き算型中心市街地は、サンフランシスコ、シカゴ、ボストン、シアトル、バンクーバー...等で見られます。

(2) 足し算型の中心市街地の都心商業

ポートランドには、引き算型の中心市街地だけではなく、足し算型の中心市街地が創出されていることが、ポートランド型中心市街地(都心立地の商業)の特徴です。足し算型の商業の視点からポートランドの中心市街地を例にとると、次の通りです。

ソーホー型街区

産業構造の変化に伴い必要性のなくなった倉庫街や伝統的建物、古いレンガ造りの建物を活かして、小売業、飲食業、文化・芸術の街区に再生した街区です。ニューヨークのソーホーから名付けられましたが、ポートランドの中心市街地には「パール・ディストリクト」があります。

個性ある商店街区

歴史的で郷愁の感じられる商店街や高級商店街区、さらには再生型商店街区...等の個性ある商業街区です。ポートランドには「ホーソン街区」(さびれた商店街をヤング&庶民的なおしゃれの街区に再生)、「ノブヒル街区」(高級住宅街に隣接した質の高い商業街区)があります。

ウォーターフロント&ナチュラルフロントの商業街区

自然環境である山・河・海・植物・公園...等と一体化して、良いイメージの環境と商業街区が一体化した街区です。ポートランドでは「リバー・プレイス」(ウィラメット川に面した住宅と商業が一体化した街区)があります。

文化&キャンパス一体化商業街区

大学・芸術・文化施設と一体化した商業街区です。郊外のS Cとの異質化と次世代の核要素には、文化性が必要となります。ポートランドにはアーティスト達が多く住んでいて各所にアトリエがあり、芸術家達のサタデーマーケットがあります。また大学のキャンパスとまちが融合しています。

エスニック街

チャイナ街、コリアン街、イタリア街、メキシコ街、日本街...等の異国情緒溢れる街です。ポートランドには中華街(チャイナタウン)があり、中心市街地に必要な機能です。

(株)ダイナミックマーケティング社³

代表 六車秀之