

平成２８年度 地域づくり海外調査研究事業調査報告書

ポートランドの“地産地消”
ローカルファーストについて

調査地：アメリカ合衆国オレゴン州ポートランド

調査日：平成２８年９月８日～１５日

一般財団法人 地域活性化センター

振興部 地域づくり情報課

副参事 山本 健司

目 次

1. 調査目的

2. ポートランドについて

- (1) ポートランドの概要
- (2) ポートランドの特徴
 - ①LOCAL FIRST
 - ②Neighborhood Association
 - ③環境に配慮したコンパクトシティ

3. ローカルファーストの具体例

- (1) Farmers Market
- (2) New Seasons Market
- (3) GROVEMADE
- (4) Spin Laundry Lounge

4. 視察・調査による考察

- (1) NAによる住民参画（自分達が地域をつくるという当事者意識）
- (2) 自分のアイデアを現実にできる地域づくり（可能性を模索できる）

5. 総括

- (1) “ローカルファースト”を推進しない
- (2) ニーズに応える条例・規則を作り、それを使えるような整備をする
- (3) 誘致企業に力を入れるのではなく、地元企業を促進する施策を

1. 調査目的

私の派遣元である大館市は、いわゆる“観光名所“はないが、体験型観光を推進しており、天然記念物でもある秋田犬や、伝統工芸品である曲げわっぱ、郷土料理であるきりたんぽや枝豆等、多数なコンテンツによるアピールをしている。しかし住民の気質が控えめで消極的であるためか、多くの人は自分たちの文化を発信しようという気概が薄く、何か新しいことを率先して実行する人が現れるとそのことに安堵し、「自分事」として捉えることに乏しいため、自分たちの行動が内へ内へと向かっていくことにあまり疑問を持っていないように感じられる。

ポートランドに着目したのは、「高くても地元の本物を選ぶ」というローカルファースト文化である。これに視られる地元住民一人一人の地産地消への意識と行動、当事者意識が、今最も地域（派遣元である大館市含む）に必要なものと私は考えているからである。

地元の例として大館能代空港という空港を挙げるが、当空港はANAで午前便と午後便1便ずつしかなく、決して利便性が高くはない。しかし、メインの顧客として考えられるのは大館市内およびその近隣住民であり、その層が利用していかなければ減便もしくは閉鎖される可能性も考えられる。利便性や料金アピールも重要だが、搭乗率を上げるためにはローカルファーストと絡んだ地元志向の気持ちが大切だと私は考える。

そういった当事者意識の醸成と、それを浸透させるような文化・まち・ひとづくりを学ぶことで、活気に満ちた地域をつくっていきたいと考え、ローカルファースト醸成のために地域に必要なものについて、またポートランドで生活する人の地産地消に関する意識と考え方を学ぶことを今回の海外調査の目的とした。

2. ポートランドについて

(1) ポートランドの概要

ポートランドは、アメリカ合衆国オレゴン州北西部マルトノマ郡にある都市で、同州最大の都市かつ同郡の郡庁所在地である。人口は約60万人。コンパクトシティを推進しており、都市成長境界線などの政策により自然も多く残している。

ポートランドは、アメリカのベストシティランキング第1位に選ばれたこともある都市で、環境、食事、労働環境、ライフスタイルの自由さなどから、近年は若い世代にも非常に人気があり、移住者も多くなっている。



▲図1 ポートランドの場所

(2) ポートランドの特徴

ポートランドは近年様々な視点から高い評価を得ており、住民のライフスタイルに合わせた様々な文化が生まれ、それらが独自の発展をしている。

ここでは私が調査目的とした LOCAL FIRST がどのようなものであるかということ、またポートランドの特徴的な施策である Neighborhood Association、世界的にも注目されているポートランドのコンパクトシティ化の3つを特徴として紹介させていただく。

①LOCAL FIRST (ローカルファースト)

15 年ほど前から、ポートランドで発達してきた、「地元第一主義」の意識及び行動のことであり、今回の私の視察の主題でもある。

「高くても地元の本物を選ぶ」という地元第一主義、地産地消の考え方に則り、家庭でもレストランでも地元で採れた安全な食材 (LOCAL であり ORGANIC) なものを使用する、建築には、地元で採れた木材・建材を使用するというものである。また加工品も地元の素材を使用して地元で作業するなど、地元の産品に誇りを持ち、地元を応援しながら良い物を作っていくというものである。

具体的に条例や規則で定められているものではないが、ポートランドでは非常にポピュラーな考え方となっている。

②Neighborhood Association (ネイバーフッドアソシエーション)

ポートランドを代表する施策にネイバーフッドアソシエーション (以下NA) がある。

NAとは住民自治組織のことであり、ポートランド市内に 90 以上存在し、市や市の機関に対して自由に政策提言ができるものである。日本の町内会と同様なものともいえるが、大きな違いは条例により公的な意思決定機関とされているところである。これによって自分達の意見が市の政策に反映されやすく、“自分の意見では何も変わらない”という諦めのような感情が生まれにくい環境を作っていると考えられる。

NAは自分達に有益なことは何でも提案でき、実際にそれによって市と住民との双方が納得するような環境がいくつも生まれている。そういった自分達が住む場所は自分達で作っていく、発展させていくという考え方が、現在のポートランドのまちづくりにとって非常に重要となっている。



▲写真1 NAの説明 (ポートランド州立大学)

③環境に配慮したコンパクトシティ

1960 年代まで、ポートランド市は他の都市と比較しても、特に特徴のない都市であり、

都市機能が路面電車を中心に発達していたが、自動車の利用が一般に浸透し、高速道路の建設も急速に進むと、必然的に自動車が地域交通の中心となった。

しかしそれによって生活環境は悪化し、二酸化炭素排出量なども下がることはなく、このままアメリカの他の大都市のように、メガロポリス化することはポートランドにメリットはないと判断された。

そこで1979年に都市成長境界線を設け、自然環境の保全と都市機能の集約を図り、公共交通網を発展させることで、他の都市との差別化を図る政策を打ち出した。

さらに、1993年にはClimate Action Plan（気候変動計画）を策定し、公共交通計画やソーラーシステム、ごみ処理や廃材利活用などについて規定することで、二酸化炭素排出量も減少させる結果となった。これによってポートランド市民は移動手段に車を使わなくなり、公共交通と自転車を主たる移動手段にすることで、自然との共生を実現した。

ポートランドには日本のような大きな駐車場がなく、駐車場を逆に公園にすることや、自動車は通行できない橋の建設など、自動車を極力使用しないようなまちづくりをしている。それによって人口も仕事も増加しているが、二酸化炭素排出量は減少しているという理想的な状況を作り、未来へ向けた環境都市として発展している。

3. ローカルファーストの具体例

まずはローカルファーストの具体例について、特徴とともに、本項でいくつか紹介する。

(1) Farmers Market

農家で作ったものを直接販売する市。ポートランドでも様々な場所で行われており、曜日によって場所と出店農家が異なる。

我々が視察したのはサタデーマーケットと呼ばれ、ポートランド州立大学構内で行われているもので、規模もポートランドで一番大きなものであった。マーケット内にはインフォメーションがあり、ここで出店情報を教えてもらうことや、パンフレットでこれから開催されるマーケットを確認することもできる。

生産者が直接販売を行うため安心して購入できること、出店費用はかかるが、固定客やリピーターも多くみられるため出店農家にも利益が多いこと、日本のスーパーと違って量り売りで購入できるため最終的に生ごみが減少することなどの理由から、出店者だけでなく地域にとってメリットは大きいものと考えられる。



▲写真 2,3 ファーマーズマーケットとインフォメーション

(2) New seasons Market

2000 年、ポートランドに初店舗を開店し、現在は市内に 15 店舗ほど展開している、ポートランド市内に数店舗あるスーパーマーケット。大手の商品も扱うが、地元の農家・農場・小規模店の商品を多く扱っている。販売している果物や野菜は地元産 (LOCAL) であることと有機栽培 (ORGANIC) であることを重要視しており、商品のほとんどにどちらか、あるいは両方の表記がある。果物、野菜の他にシリアルやドライフルーツもどちらかの表記があり、量り売りできるようになっている。

加工品や惣菜なども、地元産の食材を用いて調理したものを多く販売しており、花屋や菓子店でも地元の商店が出店している。また店内にバーカウンターがあり、地元で醸造されたクラフトビールの試飲や販売も行っており、その場で飲むこともできる (車で市内移動がほとんどないことから、消費に繋がりがやすいと考えられる)。



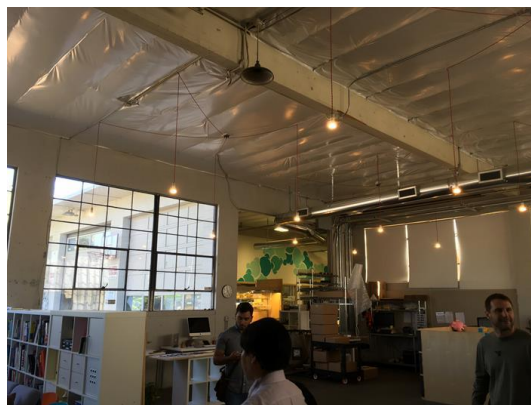
▲写真 4,5 ニューシーズマーケットの外見と売り場

(3) GROVEMADE

地元木材を加工してスマートフォンケースやキーボードの台、マウスパッドなどを製作している企業。木材はクルミやカエデが多く、工房内に木材を乾燥させるスペースや切り出しスペース、木材サンプルの保管場所も備えており、発案から製造まで全ての行程をこ

の工房で行っている。

GROVEMADE を含めた地元工房などはウィラメット川の東側に多く、騒音などの様々な職場環境や周囲への配慮などから、都市部より郊外の方が双方にとって都合が良いのかもしれないと感じられた。



▲写真 6,7 GROVEMADE の製品と工房

(4) Spin Laundry Lounge

少々例外的な観点だが、視察先としてスピンランドリーも加えた。

ポートランドには洗濯機を自宅に置くという文化がなく、洗濯はランドリーへ持っていくのが当たり前となっている。このランドリーにはオーガニック洗剤が置いてあり、それを無料で使用することができる。また、オーガニック洗剤の中で質の高いものを購入することもできる。

このランドリーの特徴的な点は、二階にゲームコーナーを、一階の別スペースに地元のクラフトビールやコーヒーなどを楽しめるカフェを併設しているところである。

これは管理者の発案で、ランドリーは生活に密着したものであるのに、その待ち時間が退屈で地域交流を生み出さないことに対して疑問を持ち、ランドリーの待ち時間を交流しながら快適に過ごすという目的のもと、併設されている。

実際に使用してみたところ、非常に有意義な試みであると感じた。洗濯の待ち時間は一旦帰宅するには短く、ただその場で待つには長い。すぐそばにカフェスペースがあることによって、待ち時間に地元のものが消費され、さらに交流が生まれるという状況を生み出していると感じた。



▲写真 8,9 SPIN Laundry Lounge の外観と併設のローカルカフェ

4. 視察・調査による考察

前項で示した具体例とその他の視察先で調査を進めたところ、ローカルファーストという文化が発展するには、自分達の地域や地域のものに自信を持つこと、自分達の周囲で起こることや行われることに無関心でなく、当事者意識を持つことが必要と考えられる。

本項では、それについて具体例を交えて考察していくものとする。

(1) NAによる住民参画（自分達が地域をつくるという当事者意識）

日本ではよく国民の政治への無関心が危惧されているが、それは長い間に積み重なった「どうせ何も変わらない」という諦めの感情が、人々の心に生まれやすくなったということに原因があると考えられる。

2の(2)の②で触れているが、ローカルファーストに絡む当事者意識という部分には、NAによる住民参画が大きく影響を与えていると考えている。

そこで、NAの具体例として2つの事例を紹介し、そこから考察へとつなげていく。

1つ目は、1960年代からの高速道路建設に対する反対の動きである。

前述した1960年代の高速道路全盛期に建設された高速道路ハーバードドライブがポートランド市街とウィラメット川のアクセスを遮断していたことから、当時の州知事と市民とで組織した特別委員会により廃止が決定され、代わりに広大なウォーターフロントパークが建設されることにより、自然環境と市民の距離を近づけることとなった。その後、マウントフッドからポートランド市内へのアクセスを向上させるために新しい高速道路を建設する計画の際にも、市民の反対と当時当選した市長の政策によって計画は廃止となり、ライトレールやストリートカーなどの公共交通を整備することとなった。

これは住民の意見が反映された最初のモデルケースとなっており、これを機に住民は自信を持ち、様々な提案を行っていったと言われている。

2つ目は、Oregon Health & Science University（以下OHSU）の移設問題である。

OHSUは市の高台にある大学であるが、市街地へのアクセスが悪く、混雑する道を数十分かけて移動するという状況と、土地の狭さなどの問題から郊外への移設が検討されて

いた。

そこで、市はその問題を解消するために、エアリアルトラム（ロープウェイ）の開設を提案した。この提案は OHSU 側には受け入れられたものの、該当地区の住民には猛反対された。頭上をエアリアルトラムが通行することは、日当たりが悪くなることや危険度の観点から住民には許容できないものであった。

そこで妥協案を探るための話し合いが幾度も持たれ、結果として住民が一番欲していたウィラメット川への橋を建設するというのを市が受け入れる結果となった。住民と OHSU と市の三方が全て何かしらの満足を得られたという好例である。

ここで言えることは、当事者意識を持って行動することで、自分達の環境を変えられるということだ。ポートランドの住民は、自分達が不満を感じることに、変えてほしいと思うことに対してしっかりと話し合い、行動を起こしている。もちろん条例によって定められていることも大きく影響しているが、長い間様々な活動を通して、自分達の思いや意見が自分達のことを決めていくのだということが、しっかりと根付き自信となっていると感じられた。

これらのようなNAの具体例については、ポートランド州立大学のフィル氏、ポートランド市役所のポール氏をはじめ、様々な人に話を聞くことができた。私が特に興味深かったのは、ポートランド市役所のポ



▲写真 10 エアリアルトラムから見える景観

ール氏へ「ポートランドでは、元々全ての住民が、自分達のまちを自分達で作ろうという意欲を持っているのでしょうか。それとも条例の制定によってもたらされたものでしょうか。」という質問をしたときだ。ポール氏は「もともとは他の都市と同じように、市民参画にさほど積極的ではなく、始めから全ての人が意欲に満ちていたわけではない。幾人かの意欲から少しずつ広まり、今日の形に至っている」と回答した。

この回答から、ポートランドの住民の意識が特別高かったというわけではなく、始めは他の地域と同じようなものであったことが伺える。つまりどの地域であっても、ポートランドの住民のように当事者意識を持つことにつながりうると感じられた。



▲写真 11 NAについて語るポール氏

(2) 自分のアイデアを現実にできる地域づくり（可能性を模索できる）

ポートランドでは個人事業の形態がとて多く、それに比べてチェーン店が少ない。それを実現しているのは、ポートランドでは起業する人に対して応援する環境が整っているということがあるといえる。

ポートランド市開発局（PDC）を訪問した際、対応していただいた山崎氏は、インセンティブ競争をしないこと、地場の経済環境を整えることで、地域企業の独立や新規起業をサポートし、そこから雇用が生まれ、さらに独立するといった循環をもたらしていると話していた。また、「誘致企業 100 社に 1 時間ずつかけることができるなら、ポートランドに拠点を持ちたい企業 2 社に 50 時間ずつかけたほうが、絶対にその企業にもポートランドにも良いことができる」と言っていた。

私の派遣元である大館市も前市長時代は企業誘致に力を入れていたが、誘致企業だけでなく地元を育てるという考え方の方が、地元の若手起業者を育てることになり、長い目で見たときに地域が力を発揮してくることとなるのではないかと感じさせられた。



▲写真 12 PDC にて山崎氏と



▲写真 13 ポートランド市内にある工房

写真 13 は、ポートランド市内にある小さな工房である。ここは何かを作る教室になることもあるが、「何かアイデアを形にしたい」という人に対して工房の場と機材を貸し出すということもしている。

例えば、金属加工専門の業者がレザー製品を新たに商品にしたいと思ったとき（その逆も可）、機材を導入するといった初期投資で失敗をしないように、作業に必要な場と機材を提供するといった取組を行っている。これはアイデアを埋もれさせず、形にできるチャンスを増やしたいという考えによるもので、個人が起業するための準備としても使うこともできる。

このように、意欲が生じたときに即座にアイデアを試行できる環境が整い、その意欲をサポートしてくれる体制があることで、市民にとってはライフスタイル

の可能性が広がり、自分のしたいことを存分にできる満足感にも繋がっているのではないかと考える。そして、このことが自分達の地域が他と比べても素晴らしいという誇りをもたらし、ローカルファーストの育成にも寄与しているのであらうと感じた。

5. 総括

ローカルファーストはここ 10 数年の中で成長してきた文化であるが、地域と密接に関わり成長してきたものと考えられるため、今回はポートランドの住民の意識・環境等がどのようにして発展してきたのかに重点を置いた調査を実施した。

本調査によって、ローカルファースト文化を広めていくためには、以下のことが重要であると感じている。

(1) “ローカルファースト” を推進しない

ポートランドでは、ローカルファーストそのものを推進していたわけではなく、市が様々な住民のニーズに応じていった結果として推進に繋がったという形であった。ニーズとは高速道路建設の反対であり、ウィラメット川への橋の建設であり、都市成長境界線であり、その他の生活における住民の意志である。それが積み重なった結果もたらされたのが、地域の自信、誇りであり、これが住民のローカルファーストの意識を生み出しているものと考えられる。

日本では企業も自治体も、何か事業を実施する際に、即効性のあるものや結果に直結するものを求める傾向にあり、長期的プランや相乗効果といったものを打ち出しはするものの理解が進んでいない。数値化されたものやデータとして結果がでるものは分かりやすいが、少なくともローカルファーストに関しては、すぐにそのような形で見えてはこない。

概念的な話になるが、その原因としては、自分達の作るもの、していることに自信が持てないことが大きいと私は考えている。現在の自分に疑問を持つこと、自分の周りのことを少しずつ考え、そして自分のやりたい方法で、よりよくしていくために行動していくことで、自分の周りの環境から少しずつ良くなっていき、気が付けばローカルファーストが成立しているという形が理想であり、順当な流れだと考える。

(2) ニーズに応える条例・規則を作り、それを使えるような整備をする

ポートランドのNAに代表されるような住民自治の仕組みを今から作っていくことは非常に難しいといえる。しかし全く同じようなものでなくとも、出来る範囲で規程を作って住民の力を借りることもこれからは考えなければならない。

例えば行政が、住民が本当に欲しているものは何であるかを調査しようとしても、住民に諦めの気持ちがあれば本当の要望は出てこない。もしかしたら叶えてくれるかもしれないという思いがあれば、本当のニーズというものが住民からでてくるのではないかと考えられ、それをどうやって実現するか(予算措置など)ということを検討し規程にできれば、住民が考える理想の暮らしに近づけるのではないだろうか。

具体案として提案できるレベルではないが、例えば町内会レベルで問題提起をしてもらうことを習慣化できないかと考えている。各町内会で一番必要だと考えるものを検討し、それを導入するための予算措置をあらかじめしておくようなことができれば、ポートランドと同じとは言わないまでも、似たようなレベルで住民の希望を叶えられる。それが続くことで、住民は自分達の地域をもっと良くしようという意欲が湧き、自分達でよくした地

域を大事にしていこうという気持ちが生まれていくのではないかと考える。

前述の内容を条例・規則化し、希望を叶えられる仕組みを確立することで、行政が住民のニーズに応え、そのことにより住民の、自分達の地域を大切にしようという気持ちを醸成する仕組みの一端にはなるのではないだろうか。

（３）企業誘致に力を入れるのではなく、地元企業の発展を促進する施策を

企業誘致に力を入れることは地方ではよくやる施策ではあるが、ポートランドを見習うとすると効果的ではないと考えられる。なぜなら大きな企業来ってもらうためにインセンティブを上げていくことは、地域の疲弊に繋がるからである。

インセンティブ競争を行うことは、最終的に低価格競争、物量勝負になり、小さな地域では太刀打ちできなくなることになる。

だからといって単純に地元企業であればなんでもよいというわけではない。ポートランドに習うなら、これから根付かせたいという新規事業者への支援に力を入れることが効果的であるといえる。また、一つの企業が大きくなるよりも、様々な企業が台頭している方が異業種のオーバーラップなどが起きやすく、新しい事業やより良いアイデアが起きやすくなる。さらに地元の起業が大きくなれば、それを誇りに思う若者も増えるので、地元に残る選択肢を選ぶ若者が多くなる。それが結果的に地域を育てることにつながる。

以上３点が、私がポートランドで様々な人、文化、考え方などに触れて、ローカルファーストを他の地域に広める際に必要だと感じたことである。

今回の視察に関しては、PDCやポートランド市役所といった、いわゆる“視察先”だけでなく、Farmers Market やNAの活動によって復旧された建物や公園など、ポートランド市民の普段の生活に密着した様々な場所を見て回る機会も、フィールドワークによって得ることが出来た。

事前調査で調べていたこと以上に様々なもの・ことを見ることができ、考えさせられたが、非常に有意義であり、自分の世界が広がった視察であったことは間違いないと感じている。

最後に、今回の調査の機会を与えてくださった大館市、一般財団法人地域活性化センター、並びに今回の調査研究をサポートし、特別な体験としてくださったFirst Stop Portland のNancy Hales氏及びポートランド州立大学の飯迫八千代氏に深く感謝申し上げます。

参考文献・資料

★Revised_Municipal Forms of Government

作成：ポートランド州立大学ハットフィールド大学院

パブリックサービス実践・研究センター 准教授 西芝 雅美

★ポートランド 世界で一番住みたい街をつくる

著：山崎 満広