

平成 29 年度
札幌市議会海外（北米）視察 報告書

平成 29 年 11 月 5 日（日）～11 日（土）

目次

I	はじめに	1
II	視察団名簿	2
III	行程表	3
IV	視察都市の概要・選定理由	4
V	視察報告	
1	ポートルランド	
(1)	まちづくり（具体例）	
①	ポートルランド州立大学 パイオニア・コートハウス・スクエア ウォーターフロントパーク.....	8
②	パールディストリクト.....	12
③	日本庭園.....	17
(2)	まちづくり（取り組み）	
①	元ポートルランド市開発局職員 山崎満広氏.....	19
②	ファースト・ストップ・ポートルランド.....	25
③	トラベル・ポートルランド.....	30
④	市長との意見交換会.....	33
⑤	ポートルランド・札幌姉妹都市協会との意見交換会.....	35
⑥	在ポートルランド総領事との意見交換会.....	37
(3)	住民目線	
①	サタデーマーケット.....	39
②	ニューシーズンズマーケット.....	42
③	ケネディ・スクール（レストラン）	45
(4)	企業目線	
①	ウッドブロック・チョコレート.....	47
②	ADX.....	49
③	スクールハウス・エレクトリック&サプライ.....	51
④	N I K E 本社.....	53

2	エドモントン	
(5)	冬のまちづくり	
①	ウィンターシティストラテジー.....	56
②	除雪対策.....	59
③	歩行空間.....	62
④	市長・議員との意見交換.....	64
⑤	コーヒーアウトサイド視察.....	66
⑥	パティオ文化レストラン.....	68
VI	まとめと考察.....	70

I はじめに

札幌市議会海外（北米）視察団 代表 飯島 弘之



札幌市議会の海外視察は8年ぶりの実施となりましたが、今回の視察は、「人や企業が集まる魅力あるまちづくり」を主眼として実施しました。

札幌市は、これまで一貫して人口が増加しているものの、近年その傾向は鈍化しており、特に若年層の就職に伴う首都圏への転出等による、生産年齢人口の減少が大きな課題となっています。生産年齢人口の減少は、都市の経済規模の縮小や、活力の低下に結びつきます。

札幌のまちづくりを考えるうえで、日本や世界中から、札幌で「暮らしてみたい」「働いてみたい」と感じてもらえる都市になるためには、魅力に溢れ、活気に満ち、人や企業を惹きつける都市となるための視点が不可欠と考えます。

このため、若年層を中心とする人材流入やそれを支える企業進出が活発であるアメリカ・ポートランド市、及び、本市同様、冬季は気温が低く積雪がある都市で、冬の都市戦略を2012年に策定し、これに基づくまちづくりを進めているカナダ・エドモントン市にて先進的、特徴的な事例を視察することとしました。

視察の実施に向けては、関係部局の職員を交えた勉強会を重ね、札幌市の現状や視察するにあたって学ぶべきポイント等について議論するなど、十分に準備をして臨んだところです。

今回、実際に現地を視察し、市長、議員、行政機関等の関係機関の方々、住民の方々、また、当地を起業や事業の本拠地として選り活躍されている方々とお会いし、お話を伺いましたが、皆さん友好的に対応してくださり、実際に顔を合わせて話をすることによって、暮らしぶりやまちづくりに対するそれぞれの姿勢や考え方などを、本音の部分を含めて伺うことができました。これは、書籍やインターネットからでは到底得られない、生きた情報・知識であると肌身で感じてきたところです。

今回の視察内容について、このたび報告書としてとりまとめました。今後は、今回の視察で学んだことを生かして、市民の皆さんや執行機関と真摯な議論を行い、魅力溢れる札幌のまちづくりのための様々な施策や取組に繋げてまいりたいと考えております。

Ⅱ 札幌市議会海外（北米）視察団名簿

代表者	飯島	弘之	議員（自由民主党）
	こじま	ゆみ	議員（自由民主党）
	北村	光一郎	議員（自由民主党）
	阿部	ひであき	議員（自由民主党）
	中川	賢一	議員（自由民主党）
	村松	叶啓	議員（自由民主党）
	桑原	透	議員（民進党市民連合）
	しのだ	江里子	議員（民進党市民連合）
	村上	ゆうこ	議員（民進党市民連合）
	松原	淳二	議員（民進党市民連合）
	坂本	きょう子	議員（無所属）

Ⅲ 札幌市議会海外視察（北米） 行程表

	月 日	行 事 ・ 視 察 等
1	11/5 (日)	新千歳⇒成田 成田⇒ポートランド ポートランド国際空港⇒ポートランド市内 ポートランド州立大学・パイオニアスクエア・ウォーターフロントパーク 日本庭園 サタデーマーケット ニューシーズンズマーケット
2	11/6 (月)	パールディストリクト ウッドブロックチョコレート ケネディスクール トラベルポートランド 山崎満広氏からのプレゼンテーション ADX スクールハウス・エレクトリック&サプライ
3	11/7 (火)	ナイキ本社 ファーストストップポートランド ポートランド市長との意見交換 在ポートランド総領事との意見交換 MAXライトレール乗車 姉妹都市協会との意見交換
4	11/8 (水)	ホテル⇒ポートランド国際空港 ポートランド⇒シアトル シアトル⇒エドモントン エドモントン国際空港⇒エドモントン市内
5	11/9 (木)	除雪についてエドモントン市職員からの説明・意見交換 歩行空間等視察 冬の都市戦略についてエドモントン市職員からの説明・意見交換 パティオ文化レストラン視察
6	11/10 (金)	コーヒーアウトサイド会場 エドモントン⇒バンクーバー バンクーバー⇒
7	11/11 (土)	成田 成田⇒新千歳

IV 視察先の概要・選定理由

1 視察先の概要

(1) ポートランド

① 基本データ

州	オレゴン州 オレゴン州最大の都市、州の経済、金融の中枢
人口	約 63 万人 (2015 年)
都市圏人口	約 220 万人
面積	345 平方キロメートル
政治	選挙により選ばれる市長と 4 人の副市長 (コミッショナー) による委員会制。
産業	かつては豊富な森林から切り出される木材や小麦、毛皮などがポートランドの主な輸出産業だったが、現在はハイテク産業やクリーンテクノロジー産業の進出も目覚しく、カリフォルニアのシリコンバレーと並ぶオレゴンのシリコンフォレストと呼ばれるように、アメリカの輸出産業の中でも大きな位置を占めるまでに成長してきた。
時差	-17 時間 (夏時間-16 時間)
年間の気候	北海道の道央と同緯度に当たり、気候も似ている。 夏の平均気温は 19 度、冬の平均気温は 5 度。 4~5 月が春季、5 月中旬~9 月中旬が夏季、10 月中旬から雨季に入る。3 月まで雨模様の天気が続くが、降雪はまれ。

参照：地球の歩き方、wikipedia、米国オレゴン州政府駐日代表部

② 札幌との関係

ポートランドは札幌にとって最初の姉妹都市。両市とも開拓者によって開かれた都市であること、ほぼ同緯度で風土が似ていること、そして札幌は開拓当時多くのアメリカ人の指導を受けて発展したこと、などの理由から昭和 34 年 (1959 年) に姉妹都市提携が結ばれた。

特に市民による“草の根交流”では、その活発な活動が姉妹都市交流のモデルとして高く評価されている。平成 26 年 (2014 年) には、ポートランドで交流の中心となっているポートランド・札幌姉妹都市協会が「日米交流 150 周年記念外務大臣表彰」を受賞した。またこれまでに札幌市内の 102 団体が姉妹団体提携を結んでいる。

参照：国際部 HP

(2) エドモントン

① 基本データ

州	アルバータ州 アルバータ州の州都
人口	約 81 万人 (2011 年)
都市圏人口	約 116 万人
面積	684.4 平方キロメートル
政治	選挙により選ばれる市長と 12 名の市議会議員により構成される。 12 名の市議は 12 の区をそれぞれ担当している。
産業	石油、天然ガス関連産業が主要な産業となっている。北アメリカで最も北にある 100 万人都市ということもあり、北方への玄関口として、物流の面でも大きな役割を果たしている。
時差	-16 時間 (夏時間-15 時間)
年間の気候	北海道よりも高緯度であり、長くて寒い冬、夏と冬の気温差が大きい気候により構成されている。夏の期間は、好天で昼に暑くなることもあるが全体的には過ごし易い一方、冬は寒さがきびしく、真冬にかけては-40° C 前後にまで下がり、日中でも-30° C と猛烈に冷え込むこともある。過去最低気温は 1886 年 1 月 19 日に観測された-49.4° C。 気温：平均 1.4 度、最高 30.3 度、最低-27.5 度 (2010 年)。

参照：北海道庁 HP、wikipedia

② 札幌との関係

札幌市長が会長を務め、札幌市国際部に事務局が置かれている「世界冬の都市市長会」の会員都市である。世界の冬の都市が集まり、冬の技術や経験を学びあうためのネットワーク。1981 年に札幌市が提唱し、翌年に第 1 回の市長会議を開催したのが始まりであり、9 ヶ国 20 都市が会員として参加している。2004 年に名称を「北方都市市長会」から「世界冬の都市市長会」に変更している。

また、エドモントンのあるアルバータ州は、北海道と姉妹提携を結んでいる。昭和 47 年 (1972 年) に相互交流についての合意が行われ、その後、昭和 55 年 (1980 年) に姉妹提携についての調印式が北海道とアルバータ州それぞれで行われた。姉妹提携調印後は、両地域間で、学術、文化、スポーツ等、幅広い分野で活発な交流が行われている。

参照：国際部 HP、北海道庁 HP

2 選定理由

(1) 本市の課題

札幌市の人口はこれまで一貫して増加しているが、今後、減少傾向に転じることが予想されている。

その大きな要因の一つに、若年層の道外、特に首都圏への転出がある。

若年層の転出により、生産年齢人口の減少による経済規模の縮小や、生産年齢人口に対する高齢者人口の割合の増加に伴う社会保障制度の持続が脅かされており、今後、改善していく必要がある。

また、平成27年度に実施した「札幌市都市計画マスタープランの見直しに関する市民アンケート調査」の結果では、今後の札幌市のまちのあり方について、「冬でも快適に楽しく暮らせるまち」が最も市民から望まれている事項であった。さらに、「市民意識調査」（平成27年度までは「市政世論調査」）の市政に関して力を入れてほしいもので、長年、最も要望が多いのが、「除雪に関すること」である。

以上からも、市民の市外転出の抑制及び市外・道外からの転入者増加、また、冬でも快適に楽しく暮らせるまちづくりに係る施策は、本市にとって極めて重要なものとなっている。

（参照：さっぽろ未来創生プラン、市民都市計画マスタープランの見直しに関する市民アンケート調査結果、市民意識調査）

(2) アメリカ ポートランド市の選定理由

ポートランド市は、人口約 59 万人であるが、都市圏の人口が 220 万人と札幌市に近い都市である。また、「全米で最も住みたい街 1 位」、「環境にやさしい街 1 位」、「全米で最もクリエイティブな街 3 位」など各評価に輝いており、若年層を中心とする人材や企業などが当市に集まってきている。

そのため、人が集まるまちづくりを実現した市の施策や、企業側の目線からのポートランドの魅力を調査することで、(1)の課題を抱える札幌市の施策の参考とする。

(2) カナダ エドモントン市

エドモントン市は、カナダ・アルバータ州の州都であり、州内ではカルガリーに次ぐ第 2 の都市である。人口は約 90 万人、都市圏の人口は約 130 万人である。エドモントン市は、札幌市が事務局を務める「世界冬の都市市長会」の会員都市であり、冬季におけるまちのにぎわいづくりに力を入れている。

札幌市と同様、冬季は気温が低く、積雪がある都市で、冬の都市戦略を 2012 年に策定し、これに基づくまちづくりを進めている当市の施策等について調査することで、(1)の課題を抱える札幌市が冬季も住みよく、人を集める都市とするための施策の参考とする。

V 視察報告

1 ポートランド

(1) まちづくりの具体例の視察

① ポートランド州立大学、パイオニア・コートハウス・スクエア、ウォーターフロントパーク

(概要)

ポートランド州立大学は、ポートランド市にある州立大学。施設そのものが環境に配慮した設計となっている。

パイオニア・コートハウス・スクエアは、ダウンタウンの中心部で1960年代までは駐車場だったところで、立体駐車場の建設計画が持ち上がった際、市民の反対でレンガづくりの広場に作りかえられた。今では色々なイベントも開催され、MAX ライトレールの乗り換え場所として、TriMet（トライメット：都市圏公共交通運営会社）のインフォメーションセンターやラジオ局、銅像やアート作品などもある。

トム・マッコールウォーターフロントパークは、ウィラメット川の南西岸沿いにある公園で、1960年代まで高速道路があったところを市民のために公園にした場所で、住民主体のまちづくりを象徴する場所の一つ。大きなイベントも開催される場所となっている。噴水や桜並木などもある。（トム・マッコール氏は当時の州知事）

【視察内容】

○ ポートランド州立大学（PSU）

オレゴン州最大の25,000人の学生数を有する大学であり、キャンパスはポートランド市内に位置している。分野としてはビジネスとアートの分野で有名である。また、企業、OB財界人の寄付による施設も多数あり、社会との結びつきの強さも感じられた。

大変環境に配慮してキャンパス全体が設計されており、一例として既存の木を残すために、校舎のデザインがされているという事例も見られた。また、キャンパス・エナジー・ループというインフラシステムが構築されており、冷暖房システム・電気・水道・下水道が全て地下を活用して整備されており、環境に配慮したシステムが整備されているのもキャンパスの特徴である。



ナイキ等企業及び篤志家からの寄付により
整備された運動場

(左のモニュメントは寄付者の名前が記載されたプレート)



寄付者の名前が付けられた図書館



キャンパス・エナジー・ループの標識



既存の木を生かして設計されたキャンパス建物

○ パイオニア・コートハウス・スクエア

ポートランド市の中心部、ダウンタウンに位置し、1960年代、元々2階建てのパーキングがあった場所に、当時の都市計画では10階建てのパーキングを新たに整備する予定であったが、市民の反対運動によって広場として整備された。

広場の整備に関しての市からの予算措置はなく、市民が募金活動を通じて設計、整備まで手掛けた。当初の募金は一口15\$で募金した人の名前がレンガに刻まれ、そのレンガは広場の建設に使われている。現在も募金活動は継続中で、今は一口100\$とのこと。

現在1日約10,000人の来場者があり、ダウンタウンの賑わいを創出している。イベントとして有名なのは砂の彫刻祭りや感謝祭、クリスマス時期には大きなクリスマスツリーが飾られることでも有名である。財団（後述）、ポートランド市ともにwin-winの関係にある好事例。



広場内の観光案内所



MAXの乗り換え地点となっている



寄付者の名前が刻まれたレンガ

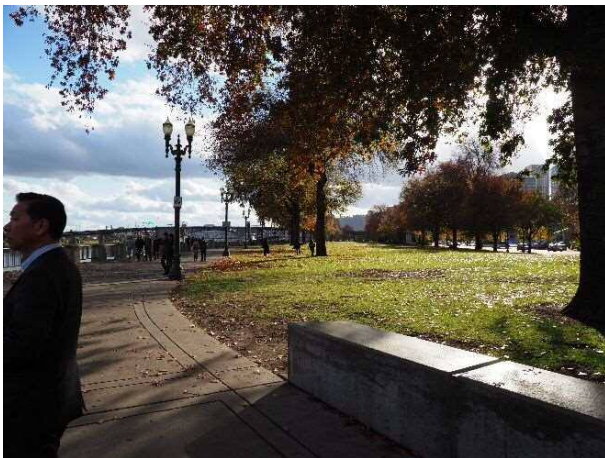
○トムマッコール・ウォーターフロントパーク

州政府とポートランド市の両者が協力して行ったプロジェクトであり、この公園もパイオニア・スクエアと同様、車社会からの脱却とポートランド市の街づくりの特徴・コンセプトである経済と環境の両立、環境に配慮した公園の整備を重点施策として行っている象徴のような事業である。

市民の要望と当時の州知事のトム・マッコール氏とゴールド・シュミットポートランド市長の英断により実現した事業である。

現在年間で 50 以上のお祭り、イベントが開催されており、主にはブルースフェスティバル、ビール祭り、7月4日には独立記念日を祝う花火大会の会場としても利用されている。

視察当日は土日に開催される市場が開かれており、地元のアーティストの作品を中心に販売、展示がされ賑わっていた。



トムマッコール・ウォーターフロントパーク



サタデーマーケット

【質疑応答】

Q1 パイオニア・コートハウス・スクエアに関して維持管理の方法はどのようなものか？

A1 集めた募金を元に、パイオニア・コートハウス・財団が設立されている。土地はポートランド市のものであるが財団が土地の利用権を所有しており、財団が土地の利用料をポートランド市に支払っている。そして財団は年間 300 程度のイベントをこの広場で開催し、イベントによる収入、またテナントとしてあるスターバックスコーヒー店、T r i M e t インフォメーションセンター、ラジオ局のスタジオからのテナント料などにより、数十億円の収入があると言われている。その収入、収益によって維持管理が財団によってなされている。



【所感及び考察】

パイオニア・コートハウス・スクエアの整備の経緯、そして現在の状況を視察して市民の思いを取り入れる重要性はもとより、その思いの実現に向けた市民の力強さを感じさせられたケースであった。一方で今後の本市の再開発事業等の街づくりの実施において、行政主導ではなく住民、民間のアイデア、資金も含めて、民間主導による街づくりの事例をもっと増やすことも重要であろうと思われた。今回のこのケースでも当初の広場の設計も市民の募金により設計者を雇用して計画を立てたということであるが、そのような当初計画から民間主導で実施できれば、真に市民が使いやすい、市民が望む街づくりが実現できるであろう。

また、維持管理の方法も大変重要なポイントであるが、財団を設立し、市民からの募金、そして、テナント料、イベント開催による収入など、維持管理費も行政頼みではなく独立採算で行われていることも特筆すべきことである。行政からの補助金を入れず、逆に行政に地代を支払いながら街の中心部の賑わい、そして交通の結節点としての機能を民間が提供しているというのは、本市においては見当たらないのではないだろうか。今後の本市の街づくりにおいて大いに参考とすべき事例であると感じた。

また、ウォーターフロントパークに関しては、既存の高速道路を撤去して、公園を作るという大胆な発想に対してまず驚かされた。一般的に我が国でこのような事例は見当たらないであろうし、今後も当面あり得ないことのように思える。要望した市民、経済界並びにその市民の思いをくみ取り決断した当時の州知事、ポートランド市長の決断に敬意を表するとともに、やはりその実現にはポートランド市の街づくりにおけるビジョン、コンセプト（経済と環境の両立）がしっかりとトップ並びに市民に理解され、共有されているからこそ実現されたのではないかと思う。

今回、現地を視察しヒアリングをすると、確かに1970年代この公園は高速道路を撤去して整備され、現在市民の憩いの場として機能しているが、一方でウィラメット川の北西岸沿いには工業地帯が位置しており高速道路を新たに整備したとのことである。その結果市経済は発展し、現在はその工業地帯の工場・倉庫などがアートの拠点、レストランなど食文化の拠点となり、高速道路もその地域へのアクセスに貢献している。まさに経済と環境の両立を象徴するようなケースであると感じた。



ウィラメット川と対岸に見える高速道路

(文責：飯島 弘之)

② パールディストリクト

(概要)

1990年までは寂れた、治安の良くなかった倉庫街が再開発されたエリア。
当初はアーティストたちが倉庫を作品づくりのために使い始め、市の開発、民間の投資で一気に再開発が進んだ実例。

【視察内容】

○ 再開発の手法・考え方（コンセプト）、歴史的背景

オレゴン州は1859年に33番目の州として成立した。150年ほどの歴史しかなく、開拓民が土地を求めてやってきて一定の区画が与えられた。

1990年代までは操車場の跡地で貨物列車の置き場、それに伴う倉庫群があり、寂れた場所で治安は良くなかった。そこで、行政、ディベロッパー、弁護士、デザイナー、neighborhood association等がワークショップを開催して、何のために再開発をするのか開発の目的や根本理由を共有し議論をしてきた。ポートランド市は、再開発を進めるため、ノースウエストエリアの高級住宅街とパールディストリクトをつないでストリートカーを走らせた。

ノースウエストエリアの23thストリートはストリート文化の始まりの地域でお洒落なレストランやバーやカフェなどが集積していて、そのエリアと繋ぐためディベロッパーの方々と組んで資金を投入した。未だ寂れていた頃、地元のアーティストの方々がこのパールディストリクトに住み始め、自分のアトリエを持ったりギャラリーを作ったりして文化的な形で盛り上がりを見せた。

そこへ市の開発、民間の投資で一気に再開発が進み、今や多くの人々が住むようになった。

○ コンセプト

① mixed used

24時間人が集える場所にしようというコンセプト

人口が多くないがどうやったら賑わいを見せられるか作れるかを考えて、商業と住居と職場が分散せずに一体となっている。仕事に行くために移動しなくて済むから環境にも優しい。

② ECO

ecology と economy が両輪になってバランスの取れた街づくりであり、パールディストリクトには、LEED 認証（後述）を受けた建築物が多い。1. 環境に優しい建物、2. 古いもの使えるものを使う、そして、できるだけゴミを出さない、最後まで使い切ることを考えて街を作っている。

「Perl district」とは、真珠のように輝く地区という意味。

○ どういう店舗等があるのか？

1994年に設立したECO Trust 環境保護団体の本部が入っているビルがあり、古い建物の外装は古いそのまま内装を大きく変えたビルディングである。この建物は、LEED 認証 環境に優しい建築設計において、2001年にオレゴンで初めてゴールド認証をもらった団体のものである。

ZGF 渡辺 義之氏が建築した21 west ビルディングは、プラチナム LEED 最上級認証の建物であり、最上階はこの地区で最高額となる2万ビリオンドルを超えるコンドミニアムがある。また、このようなビルの上階には、大きなテラスがあり、パーティのために貸し出しされる。環境に優しい建物に住みたいという意識が強い人々がこのエリアに住んでいる。

パウエルズブックスという独立系の最大の書店があり、used（中古）の本も一緒に売っている。

ナショナルチェーンがなかなか根付かない。その理由として地元の本屋、カフェ、チョコレート屋など地元の企業をサポートしようとする気風〜ローカルファースト〜が強い地区である。地元愛が強い人が多い。made here PDX という、ポートランドのクラフターの人々が作っている商品を集めた専門店がある。

○ 建物の構造的特徴、配置の特徴（デザイン面の工夫）

この地区の建物の特徴として、それぞれの建物の一階部分の店舗は、ガラス面を大きく取っている。中の賑わいが外に漏れだすとともに、中から見ていても外を歩いている人が見えて劇場型の出会いの場となる。また、ストリートに面する1階部分の窓や入り口の窓ガラスを大きくすることにより、外から中の様子を伺うことができ、通りを歩く人々を建物の中に呼び込む効果がある。パールディストリクトは、新しく再開発された場所であるが、レンガ造りの古いビルも残っている。古いものを大切にしながら街を作っている。



History 歴史的な建築物のサイン



木々の緑と憩い空間を作る歩道

○ うかがえる暮らしぶり

1 区画 60m、前面に建物を配置させ中庭などコミュニティの場所を確保する工夫が見られる。また、建物と建物間の歩道にも、木々を植栽し、癒しと憩いの空間を形成している。

街区公園の1つである JAMISON square(ジェイミソン・スクエア)は、地元のアーティストが作った公園であり、夏になると岩の隙間や切れ目から水が流れ出て、小さな子供たちがここで水遊びをすることができる。このような公園を作ることで公園周囲に住む人たちや子どもを持つ若い世代の人々が、子どもを連れて遊ばせたりする。



パイオニア・コートハウス・スクエア



JAMISON square

次の公園は、たった2ブロックしか離れていないが、全くコンセプトの異なった公園造りを見ることが出来る。この TANNER spring park(タナー・スプリング・パーク)は、サスティナブルな公園デザインの実証実験の場所で文字通り野生の状況を再現し、夕方、大人が本を読めるよう配慮されたペット禁止の公園である。植栽されている植物の役割は、雨水を濾過してせせらぎとして流し、水を再利用する手法で雨水を循環させたサスティナブルな公園作りをしている。



TANNER spring park の看板



TANNER spring park

線路を再利用してオブジェとして設置したり、歴史的な建物の廃材を利用して石畳などを作ったりリユースをしたりして公園を整備している。

また、この地域はペットフレンドリーな場所でもあり、次の街区には、芝生を敷き詰めペット専用ドッグランが整備された公園がある。

このように異なったコンセプトで公園を造成している。

また、アパートメントの上階にバーベキューコンロ等が整備されたパーティができる広い場所があり、アメリカの人はパーティ好きの人も多く、一般の市民に貸出されパーティを開催することができる。



ドッグランのあるザ・フィールズパークと
再開発による新規ビル建築



アパートメント上階のパーティスペース

モニュメントは pearl artist の作品で歩道に配置されている。



歩道に配置されたトーテムポールのような
モニュメント



○ LEED 認証について

環境に優しい LEED 認証とは、米環境保護庁が定義する建築物のグリーンビルディング評価システムであり、建築物やコミュニティのデザイン、建設や管理の方法に対する考え方について世界中で変革が進められている。コストや資源の削減を進めながら、人々の健康に良い影響を与えることに配慮し、再生可能なクリーンエネルギーの利用を促進している建築物に対して認証している。このパールディストリクトには、LEED 認証の建築物が多く、この地区の人々は環境に優しい建物に住みたいと願ってこの地区に移り住む。



GOLD LEED 認証

○ mixed used について

建物の1階にレストランや商業施設、2階から上は住宅があり、職、住、商が一体となっていて、低層を好む人も、中層を好む人も、高層を好む人も皆この地域に住みたいということで mixed used で住んでいる人を基本として考えている。

低層、中層、高層の様々な人々の MIX された街とは、同じ志向の人ばかりが集まっても面白くないし、各階層の MIX により異なった生活様式や志向でありながら、住んでいる人を優先する街づくりをしている。だからこそ住んでいる人々が幸せになる街として人気が高いエリアである。



セットバック手法の街角・中庭の様子

【所感及び考察】

パールディストリクトの再開発は、ストリートカーを公共交通として街区に整備することにより、民間のディベロッパーによる投資意欲を向上させ、地域のネイバーフッドアソシエーションとしっかりと協議することにより、市民がこの地域に住みたいと願う街へと変化している。特に専門的な知識を持つ人が地域団体に存在することや、議論をしっかりとワークショップ等で行うことで開発目的を共有し、全体の街づくりを推進している。古い建物も新しい建物も混在しながら、街区の景観を大切に、緑を重んじる人に優しく環境に優しい街区であり、1ブロック60m毎に変化する街並みは非常に興味深く、街歩きを楽しめるよう工夫されている。



人・車・ストリートカーが通行する街路



ディレクター・パーク

ブロックごとに建物を道路に沿って建てると、四面とも街角が建物で閉鎖した空間となるが、セットバックで中庭を造り内面から建物が見えるようにすると、中庭に集うことで賑わいが内側からも伝わる街づくりとなり、街の息遣いを感じることができる。

ビルとビルの中の街路についても、単なる歩道ではなく、歩行者専用で落葉の木々を植栽してベンチを設けて、ゆとりと安らぎを持って歩けるよう工夫されている。

また、LEED 認証を受けた環境負荷低減の質の高い建築物が多く、住む人々の環境への配慮の高さも学ぶべき視点である。建設される建築物の多くは、LEED プラチナ、ゴールド、シルバーと認証を受けていることも特徴の一つである。建築物自体、mixed used で働く場所、住む場所、買い物する場所等が一体となることにより、各階層が有効に利用され、街全体の活気につながっている。

コンセプトの異なる街区造成は、低層や若い層から、高層世帯の mixed used のニーズに対応しており、職、住、商が一体となることにより、24 時間人が集える住民ファーストの取り組みが魅力的であり、誰もがポートランドのこのパールディストリクトに住みたいのが理解できる。

ネイバーフッドアソシエーションは、ポートランド全体で 95 団体あり、まち全体のバランスを見ながら、地権者やビジネスオーナー等メンバーシップ制で任意で入るもので、専門的な立場の弁護士やデザイナー等多種多彩の方々が参画している。自分たちの街は自分たちで作るという気概があり、日本における議論では、意見がばらばらになるのではないかと恐れて交渉を避け、自分さえ我慢すれば済むと均衡を保つことが優先されがちであり、このようにやっけて行こうというコンセンサスは必ずしも十分議論尽くされず、お題目となることがある。ここでは、本質や目的を合わせるために議論は尽くされるし、問題解決の方法が大きく異なっている。自分さえ我慢すれば済むと議論を避け、後になって不満が出てくることもあるが、ポートランドでは、その時不満があるのであれば、言いなさい、不満や問題の解決は、negotiation 交渉で解決するものであるとアメリカ文化を学ぶのであれば言語を学ぶ以上にネゴシエーションの重要性を理解することができた。 (文責：こじま ゆみ)

③ 日本庭園

(概要)

ポートランドにある日本庭園。1963年に設計され、1960年代後半に開園。拡張プロジェクトを日本の建築家隈研吾氏が行い、ティーカフェやギャラリーなどの新しい建物も2017年4月にオープンした。

【視察内容】

○ 拡張プロジェクトの内容

日本庭園は、ローズガーデンもあるワシントンパークの山の中の一隅にある。さらに山の上にはオレゴン動物園もあるとのこと。

2017年4月オープンした東屋(2棟)はカフェや事務所、展示室になっている。日本庭園の入り口にあたる場であった。同じ場所の脇に城壁があるが、ザグナスウォールと言って、次に会長になるザグナスさんが日本の何代にもわたる城職人に来てもらい積んだものと説明をいただいた。

1963年にポートランドに進出してきた小麦・材木関連企業により日本庭園協会が設立され、1960年代後半に日本庭園が開園した。



日本庭園へ向かう登り坂

最初のデザイナーの戸野 琢磨先生は北大卒でコーネル大学大学院を卒業されて日本人として初のランドスケープアーキテクト(土地の特徴を活かして、造園空間、町並みなどを設計する職業)になった人であり、一番弟子の平さんが70%を作ったと説明を受けた。たくさんの日本・アメリカの企業が日本庭園を維持整備するため協会の会員となっているとのことである。



記念植樹



2017年4月オープンの広場と東家



五重塔と北海道の模様展示を見学

鶴亀の池（鶴の石像と亀の石像）と言い、二つに分かれて池がある。

沢山の観光客が庭園を見に来られ、ポートランドでも日本庭園は人気のスポットであると説明を受けた。

京都嵯峨野をイメージできるとのコメントも聞こえた。

1963年に札幌市より5重の塔の形の石灯籠が贈られたとのことで、記念写真を撮り参加者皆で確認をした。

石灯籠の前には、北海道を模した形で石が並べられていた。

【所感及び考察】

・札幌市の庭園との比較

日本とアメリカの管理手法の違いは公共が行うか、民間が協会を組織して基金を募り維持管理をするかである。ポートランド市はお金を出さなくても維持・整備ができる仕組みが存在する。

・再整備の必要性、手法等

日本庭園協会が企画検討し、会員となっている企業・個人がお金を出して事業を進める状況がある。

日本の場合、庭園は国・市等、公共で管理されている部分と、私的（寺社・個人）管理に分かれており、歴史に裏打ちされたものが多い。ここではそれらが、集約された庭園であり、アメリカで日本を紹介するうえでは、よく出来ていると考えられる。

（文責：北村 光一郎）

(2) まちづくり（取り組み）

① 元ポートランド市開発局職員 山崎 満広 氏

（概要）

山崎氏はPDC（ポートランド市開発局：都市再生と経済開発事業を行うため、1958年にポートランド市民の投票により設立された準独立型の機関）の元スタッフ。PDCの活動を中心としてポートランドのまちづくりについて説明を受ける

【視察内容】

○ 現在のポートランド市

☺公園緑地の多い街

1900年頃、ニューヨークのセントラルパークを設計したオルムステッド兄弟によって、市の「公園マスタープラン」が「都市マスタープラン」に先立って策定された。現在は市域の12%が緑地で、住民全員の徒歩10分以内に公園があることをコンセプトに、公園緑地マネジメントスタッフ3,000名以上により管理されており、現在も緑地は拡張中である。

☺全米で最も環境にやさしい街

☺全米で最も住みやすい街

☺全米一のスポーツ製品製造都市（NIKE 本社、ADIDAS 米国本社、Montbell、etc.）

☺米国最大の半導体工業地域（Intel etc.）

☺ビジネス・キャリアを伸ばせる街 No1（フォーブス調査）

☺ビール工場全米一（70件以上）、ワイナリー 300以上

○ 全米から注目を集める街となった経緯

1930～40年代、ウィラメット川沿いに造船所が建てられ、工業都市として発展。第二次世界大戦時には「リバティ」と「ビクトリー」という貨物船の製造拠点として栄えるなど、全米から数十万人の労働者が流入した。そのため、一時は深刻な環境汚染に見舞われ、ウィラメット川は全米一汚い川。

60年代には、車社会の到来とともに郊外の一軒家がステイタスとなりドーナツ化が進み、夜間人のいなくなったダウンタウンは廃れ治安も悪化していった。

70年代に入ると環境やダウンタウンの退廃への危機意識が高まり、32歳のゴールドシュミット市長が就任したことも転機となり、再開発プランが策定された。高速道路などの開発抑制・撤去などが進むとともに、ダウンタウンの開発にあたってはミクスト・ユース（Mixed Use）の概念が取り入れられ、職・住・商・緑が一体となったまちに生まれ変わっていくことになった。

併せて、各街区・建物とのアクセスを重視した公共交通機関網（LRT）の整備を行い、都心部の車の流入を抑制している。

こうした取り組みを経て、コンパクトで環境にやさしい”Green City”としてのまちづくりが住民との十分な対話のもとに進んできており、結果、都市廃棄ガスの排出量は、1990年比で11%削減と、全米平均の7%増と比較すると高い改善を実現する一方で、経済はリーマンショックでマイナスに転ずることもなく安定推移を遂げている。



○ シティデザインを行う上でのコンセプト

・面的に考える

個別の建物単位で設計するのではなく、常に「街区」単位で街を設計する。街区単位で建物の配置・デザイン・色、緑地や公園の位置、LRT とのアクセスなどを設計し、その際に住民の意見を取り入れる仕組みが整っている。

ポートランドのダウンタウンの街区は基本的に一辺が約 60m の正方形としており、これは全米で最も小さいサイズで、角地を数多く取れるので建物の有効活用上効率的であるとともに、街区ごとの街並みや景色の変化が楽しめる。さらに、これらの街区が複数集まって「地区 (District)」を形成し、地区ごとに独自のガイドラインを持って、まちの機能や特色ある姿を演出している。



さらに、公共交通網として LRT や中心部を循環するストリートカーなどを整備することで地区内及び各地区間の移動の利便性を確保し、人やコミュニティの繋がりを活性化できている。

さらに、公共交通網として LRT や中心部を循環するストリートカーなどを整備することで地区内及び各地区間の移動の利便性を確保し、人やコミュニティの繋がりを活性化できている。

・インフラを地下に設置

上下水道やケーブルは当然のこと、駐車場も原則地下に設置。地上は極力オープンスペースとし、公園や緑地、オープンカフェなど人の賑わいを創造するものを設置するようしている。

・ミクスト・ユース

かつてダウンタウンが人の住まない地区となり退廃したことを教訓に、職・住・商・緑が一体となった、常に人の営みがあるまちづくりを目指したコンセプト。建物は一階が店舗などの商業施設、下層階は事務所などの就業施設、その上をアパートなどの居住施設とすることで、人がいなくなる街を創り、さらに公園・緑地を確保することで、人が表に出る空間を提供している。

これによって、常に人の動きがあるアクティブな街に生まれ変わり、治安も劇的に改善。経済面でも、人の回遊する時間帯が、従来の概ね 9-17 時の終業時間帯約 8 時間から、人の何らかの営みがある時間帯約 18 時間に拡大。例えばカフェなどのビジネスにとっては大きな経済的メリットが生ずることとなった。

・エコ・ディストリクト

「地区 (District)」を一つの大きな環境システムと捉える、ポートランドオリジナルの都市デザインコンセプト。エネルギーや上下水などを、各建物単位でなく地区内の建物や街路、オープンスペースなどがトータルに共同で効率的に利用・融通できるような仕組みを設計し、使用量を極力削減しようというもの。その上で、エコと利便性をきちんと両立し、健康的で自立的に持続可能な地区形成に努めている。

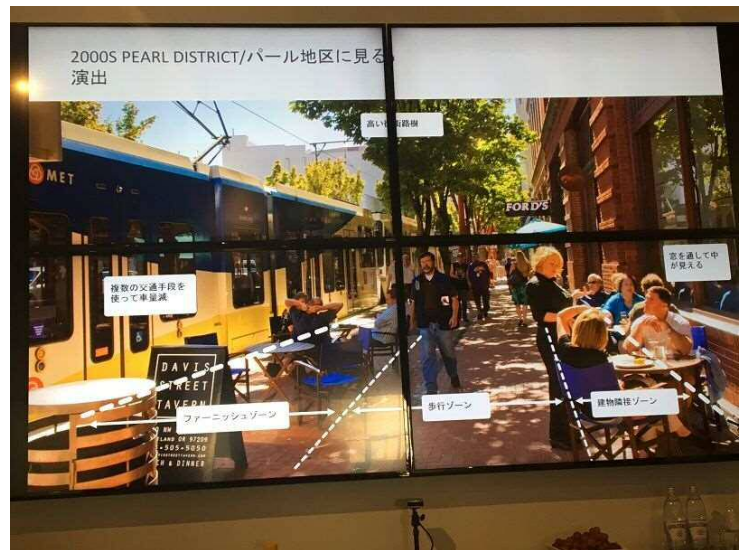


○ 町並み（ビルや街路）のデザインや利用方法の工夫

・「道空間」の活用を前提とした設計

都心部の一街区が 60m×60m と小さいポートランドでは、市街地の約 40%が道路であることから、歩道を「道空間」として人々の賑わいの場として設計している。建物 1 階の商業施設などと歩道、街路樹・植栽、ベンチなどの配置をゾーニングし、多目的機能と視覚的効果が発揮できるよう配慮している。

広めに確保された歩道には、建物側から「建物隣接ゾーン」、「歩行ゾーン」、「ファーニッシュゾーン」が確保されている。店舗のオープンテーブルと歩行空間を確保しながらも一体化することで、店舗への誘導も促進される。車道側のファーニッシュゾーンは、店の立看板やオープンテーブル、ベンチ、駐輪スペースなどとして利用されている。

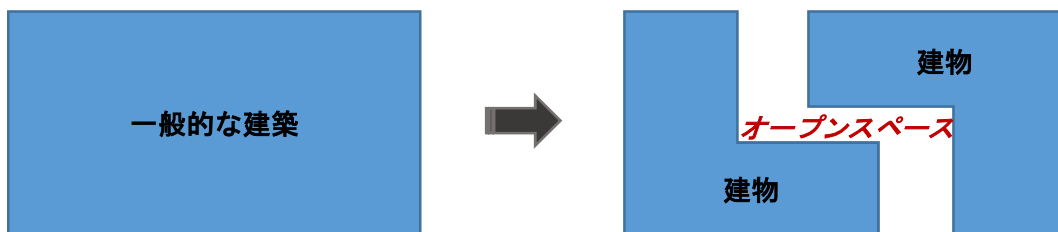


・建物の内外の一体性確保

建物一階部分の道路側外壁部の 40～50%はガラスなどの透明素材を利用しなければならない。このことによって、道路からは店内が、店内からは外が見通せて内外の一体性が高まり、回遊していて楽しく賑わいを感じられる空間を演出している。

・建物の密集を避け、賑わい・交流空間を創出

通常は建物の経済効率を最大化するために、敷地一杯に箱型の建物を建てて床面積を最大化するが、ポートランドでは人の賑わいや交流の空間を作るために、本来建物を建てられる敷地内部に通路や緑地を確保する手法が普及している。



・アート設置

再開発にあたり芸術・文化を取り入れるために、開発予算の 1%が地域のアート・カウンシルに充てられることがルールになっており、その予算によって地元のアーティストの活動の機会を創出している。

・環境システムとしてのデザイン

先述のエコ・ディストリクトを形成するために、個々の建築物の環境性能を高めることはもちろん建物間や地区一体となったエネルギーや水の効率利用システム、ゴミやリサイクル対策が求められ、全米のグリーンビルディング協会の「LEED 認証」の取得が盛んである。

○ 住民参加の方法（ワークショップ、ネイバーフットアソシエーション）

①デザイン・ワークショップ

ポートランドでは、再開発プロジェクトに際し、地域住民や事業者などの利害関係者、シティ・デザインなどに関する専門家、行政などが紹介した「デザイン・ワークショップ」を必ず実施して、プロジェクトの具体的なコンセプト図を作成していく。

ただ、日本でよくあるようなコミュニティのワークショップとは内容や責任が著しく異なる。各ワークショップには、交通だとか緑地だとかその時々テーマについて、具体的なコンセプト図という「成果物」を、数年後のプロジェクト完了期限から逆算して決められた時間内に完成させる「責任」が課せられている。したがって、その責任が課せられた参加者の真剣さも日本におけるものとは本質的に異なっており、参加者個人のメリットや思いつきのようなことは、専門のファシリテーターのもとで全く排除され、言い出す余地はない。

こうして、地域住民の利便性と行政や事業者の意向とのバランスや折り合いの取れたまちづくりが実現できている。

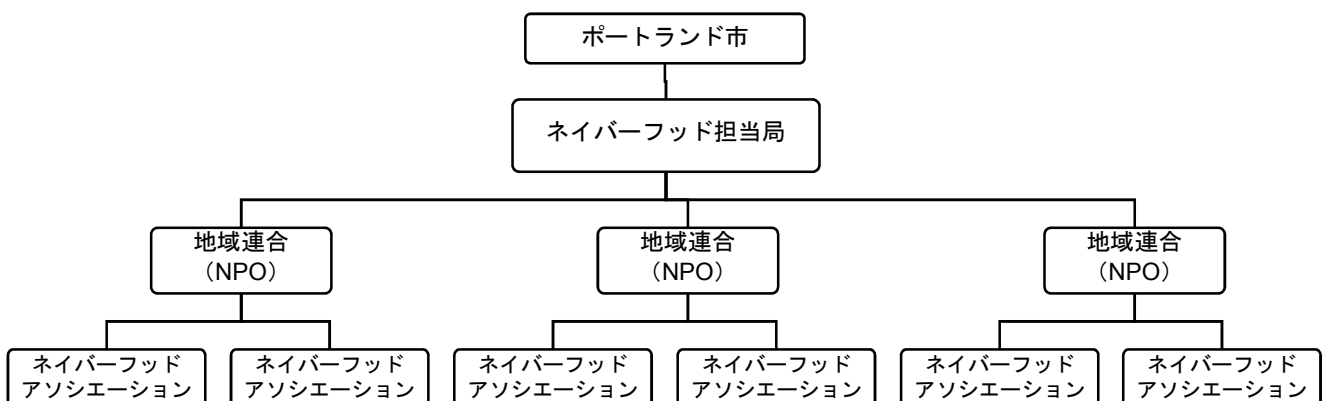
②ネイバーフッド・アソシエーション

こういった責任レベルの高い住民参加を可能ならしめているのは、「ネイバーフッド・アソシエーション」というコミュニティインフラが確立していることが大きい。いわゆる地域自治会で市内に 95 のアソシエーションがあるが、日本の町内会とは性格や権限が相当異なっている。

まず、日本の町内会のように自主的なまちづくり活動や市の行政活動の協力を行うだけでなく、再開発のような市のプロジェクトに参画するなど、市政執行や意思決定上のメンバーであり、仕組みの一部となっている。当然、権限と責任も大きく、アソシエーションの活動資金には市の予算が充当されている。

その権限と責任にふさわしい住民が参画することが必要であることから有料のメンバー制で、地域やまちづくりに思いを持った市民が、自ら志願して会費を払って参画している。少ない地区では 10 名程度のものから、パール地区のような住民意識の高いところでは、数百名規模のアソシエーションがあり、当然役員の質も高く、市政への参画や提案などのレベルも現実的かつ高いものとなっている。日本の町内会のように地域住民であればわずかな会費でほぼ自動的・無意識的に参画している仕組みとはコンセプトが相当異なっている。

これらボランティアで運営されている 95 のネイバーフッド・アソシエーションが末端組織であり、これらを複数束ねる中間組織として市から委託された NPO が 7 つ運営されている。その上に 5 人の市議会議員の一人をトップとするネイバーフッドの担当局があり、市民と市政を繋ぐ役割を果たしている。



○ まちづくりのための資金調達方法

ポートランドで都市の再開発を担うのは、“PDC”（Portland Development Commission）という政府系エージェンシーであり、荒廃地区などの都市再生地区として指定された地区の再開発事業などを展開している。

その財源の大半は、再開発事業によって不動産の価値が上昇した都市再生地区の固定資産税の上昇分で、“TIF”（Tax Increment Financing）と呼ばれている手法で調達している。一言でいうと、荒廃地区を再開発したことによって期待される固定資産税の上昇額を予測し、その額に対応した地方債を発行する仕組みである。

まず都市再生の対象となる荒廃地域などを指定し、その時点（再開発前）においてそのエリア内の地権者から支払われる固定資産税一般財源に入る固定資産税の上限額を固定する。

その上で、再開発によって資産価値の上がった後の固定資産評価額を予測し、その増収分を返済財源として期待できる額の市債を発行し、PDCの開発資金に充当する。

再開発完了後に上昇した固定資産税は、市債の完済まで返済に充当され（特定財源）、完済後は市の一般財源に充当される。



○ 人の社会的流動性がもたらす可能性

ミクスト・ユースなどのコンセプトのもと、ポートランドには多様な人が街の構成員になっているが、中でも多様な所得層を同じ街区や建物に同居させていることはきわめて特徴的と言える。再開発によって整備された市営住宅にはあらゆる所得層をあえて混在させているし、民間集合住宅でも一部の部屋に市が助成金を出して廉価の公共住宅を確保したりしている。その結果、同じ建物の中に数億円のペントハウスと月額家賃2万円程度の借家が混在し、富裕層と貧困層が同じ環境で居住している。そして、双方の子どもたちが同じ学校に通ったりしている。

そのことによって、まちに多様性がもたらされ、若い人やチャレンジを受け入れる風土が形づ

くられている。ビバリーヒルズや田園調布みたいに金持ちばかり集まっても、逆に日々の生活もままならない貧困層ばかり集まっても面白さや可能性が生まれないということである。

こういったことが「自分らしい生活」に最大の価値観を感じる世代、中でもミレニアル世代などに大きな支持を得ており、就職先がなくとも好きなことをしながら未来を切り開くという起業家精神に溢れた風土を形づくってきた。結果、ポートランドには若い人材が集まり、現在 60 万人弱の人口が 2030 年には 100 万人に達するとも言われている。

【所感及び考察】

ポートランドは環境に配慮し、賑わいを創出する個性的でサステナブルなまちづくりをしていると高い評価のある街であり、そのノウハウを少しでも得られ、札幌のまちづくりに生かせるものがあればという思いであった。実際に街区形成の考え方、ミクスト・ユースやエコ・ディストリクトなどのコンセプト、賑わいや交流の空間づくりなど、非常に参考になる考え方が得られた。

しかしながら、これらのコンセプトや手法などのそれぞれは大変有効かつ効率的ではあるものの、それ以上に印象的であったのが、そういったコンセプトや手法を現実ならしめている住民や行政、つまり「ヒト」の力である。ここでいうヒトの力とは、まちづくりに対する知見や能力のみならず、自分たちの生活空間や将来を創り上げていくための、当事者意識と責任感、そして物事に当たる柔軟性などの素養を含めたものであり、むしろそういった素養の方が知見やノウハウ以上にクリティカルだったのではないかと感じる。

ネイバーフッド・アソシエーションを構成する人たちの責任感や合理性。「まちづくり」という不確実な営みの現在の中に、将来の可能性や魅力を感じとり映し出す若者たち。そして、時代の方向性を見据え、自身の考え方や展望を信念を持って発信し、具体的な戦略や仕組みとして顕在化させようとするリーダーの存在。

戦略や手法、ノウハウといった形式的なことを札幌において真似しようとするのは、それほど困難ではないかもしれない。しかし、こういったクリティカルな素養から目を逸らしたまま手法のみを模倣しても、あくまで形式的な取り組みに止まり、実効性の確保は困難であろう。

したがって、札幌がポートランドのまちづくりを参考にするのであれば、まずもって「札幌はどういう街になりたいのか!」、このことを我々自身にしっかりと問い掛けることが不可欠であると思う。その上で、望まれるまちの姿、必要な人材を惹きつける環境や仕組み、投資を得るに値する将来の経済性などを現実的かつ具体的に設計していくことが求められると考える。

今回、山崎氏の話をもった訪問団の中からは、是非、氏に来札いただきアドバイスをいただきたいという声が上がった。私もそのこと自体に異論はないし、是非札幌で具体的なディスカッションができればと切望するところである。しかしながら、氏のアドバイスを伺う前に、まず私たち自身がしなくてはならないことがある。「私たちはどういう札幌を目指したいのか!」。このことにある程度の答えを持たずして、どのような有望な外部人材をもってしても有意義な議論は成立しないと私は思う。

人口減少時代を迎え、一方でインバウンドなどグローバルな人の流動性が高まり、さらには二度目のオリンピック招致をも目指そうという札幌。その将来にどういった姿を望むのか。これらのことをしっかりと考察した上で、ポートランドが蓄積してきたノウハウや山崎氏の経験を参考にする機会を持ちたいものである。

(文責：中川 賢一)

② ファースト・ストップ・ポートランド

(概要)

ポートランド州立大学内の一部門で、ポートランドのまちづくりの歴史やキーポイントを研究し、取りまとめている。ポートランド市の成り立ちや市民参加の方法について学ぶことによって、ポートランド市の住みよさや暮らしについて調査する。

【視察内容】

○ ECO というキーワードとこれまでの経緯、ファースト・ストップ・ポートランド

ポートランド市の街づくりの根幹にあるものは、“ECO”というキーワードであり、それはエコノミー（経済）とエコロジー（環境）の2つである。それぞれに比重を傾けることなく、車の両輪のようにうまくバランスをとって走らせることが大切であり、そうしたECOを大切にして今日のポートランド市の街づくりがある。

そもそもポートランド市は当初からこうしたキーワードを大切にしてきたわけではない。以前はデトロイトやボルチモアと大して違いがなく、大気汚染がひどく河川も汚染され、環境破壊が進んだ時期があった。アメリカ国内のどの都市でもあったことだが、近郊の都市部へ市民流動が起り、ドーナツ化現象が進み、古くから確立されていたビジネス地区が崩壊し、犯罪率が増加した。

都市の中心部も市民が生活する場所ではなく、単に働いている人の受け皿でしかなく、深刻な人種差別も起りつつあった。しかし1970年代にそうした方向へ進みたくないという強い意志が、当時の市長を中心に働き、意図的に長期的な展望を持って計画を行い、すべてのセクターの同意に至った。

そうした計画実行のために、さらに魅力ある人と企業が集う街づくりを進めるために、地方政府と企業、大学が協力し合う組織、即ち「ファースト・ストップ・ポートランド」が形成されたが、これは商工会ではない。ポートランド市は住みやすい都市を作るのが上手だと言われるようになってきたが、都市開発の中心はポートランド州立大学が担い、官民が協力して体制を整えている。

市の位置づけは、より良い行政のグローバルネットワークの中心であり、よりよく機能していくために実際にインフラ（橋梁や建物、道路等の）に対してどう投資するかを決めることであり、またそれ以外にも市民とのつながりをより協調するための投資も欠かせない。



説明を受ける様子

○ アーバンスクロールの実行と成果

都市の広がりを意図的に止める「アーバンスクロール」により、ポートランド市ではアメリカ連邦政府の施策の方向性、即ち車社会から離れ、そうでない方向へ進もうと決めた。そのためのより大胆な政策として、河川沿いにあった高速道路を取り外して、河辺の公園に変える事業を行った。また、都心部にはかつて大きな駐車場があったが、それを取り壊して市民の集いの場所を作った。それが今のパイオニアコートスクエアであり、街のリビングルームとしての役割を担っている。さらに、この集いの場を中心に、ストリートカーやMAXなど路面電車で囲むことによって、いろいろな場所からいろいろな人々が集まれるようにした。

そして、半世紀に及ぶ車中心の社会から人中心の社会へ転換するこの取り組みを経て、多くのことを学んできた。

一つは、社会の中で、人々の心に刻みこまれているものを急に変えることは非常に難しいが、次のステップは避けられないものであることが理解できるといった点であり、またパートナーシップを築き、どうやって協力していけばいいのかをうまく学んできたこと、さらに連邦政府もかつては高速道路を建設する以外の資金を提供することに非常にシビアであったが、自分たちの資金を公共交通機関に効率的に使うということを学ぶことができたこと、なによりも環境的に、かつ経済的な効率といった観点から、人々をうまく移動させるクリエイティブな手法を見出したことが挙げられる。

これらのことが、ハイクオリティな経済繁栄に結び付き、多くの若者たちが移り住んでくるようになった。

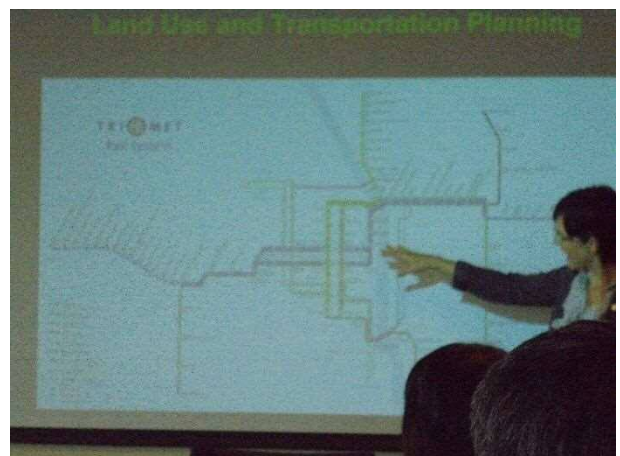
○ 今日的な課題と取り組みについて

今日では、ポートランド市は年間7万人に及ぶ人口増加傾向にあり、急速に成長していることで、成長に伴う痛みを感じるようになってきている。その痛みを克服するため、より包括的な都市を目指している。そのためには、社会的により公平で均等な都市づくりが課せられている。

それは、ヨーロッパにおける移民問題に似た状況とも言える。すなわち、移民問題は社会的な変遷、または人口統計上の変遷といった影響がある。新しく入ってきた人々を、いかに生活の側面や就労の側面など人に関わる様々な側面から、自分たちの街に取り込んでいくか、社会全体として取り込むか、

その点がこれからの今日的な課題となり、大きなチャレンジとなる。

そのためにも、地方政府として多くの詳細な情報（例えばどう生活をしてどう学び、どう働くかなど）を学ぶことによって政策に反映していくことができるようにしている。



○ 地方政府（メトロ）の役割

ポートランド市は溪谷や山、砂漠に囲まれ、肥沃な農地もあることから、経済的発展のために都市が農地へ広がらないよう工夫することも非常に重要である。

特に 2050 年までに人口倍増を見込んでいるため、この成長を管理していくために、地方政府（メトロ）の役割がある。メトロは 3 つの郡と、ポートランド市を含む 25 の都市を治め、それぞれの地域が協力する体制を保つ意味でも重要なポジションと言える。

また、メトロの方針が変わったとしても、大きな政府によって一貫性が保たれているということが良い面である。

20 年前、将来における 2040 年の成長概念マップをメトロが作成し、地域内のすべての都市の同意が得られており、そのマップの一つの目標として、3 年おきに現状の統計数値と照らし合わせ、検証を行っている。

○ アーバングロースバンガリー（境界線）と都市の形成

特筆すべきは、ポートランド市では土地利用と交通計画が今のところ非常にうまくいっているという点である。包括的に多くの市民を関与させながら、持続可能な土地開発を行っている。

1970 年代、野生を守るため、そして都市の広がりを抑えるためアーバングロースバンガリーの規制を確立した。

この境界線の規制については隣接するどの都市の考えも満たさなければならないものであり、コミュニティ全体で決定していく必要があった。そこで作成されたのが、前述の「2040 年成長概念マップ」である。将来的に農地として利用できる土地と開発できる土地、更に将来開発しうる土地では土地そのものの価値も大きく異なる。政治的決定のみならず実際の統計数値を利用することでバンガリーを決定していく。

そうした考えに基づけば、それぞれの地域の中心地（中心核）を確立する必要がある、それぞれの中心地が公共交通機関で結ばれていることが重要であったが、今日的な課題として、建物が低層のため、人が増えると密集し、住宅が不足するとともに、ホームレスが多いことがこれからの課題である。

（成長概念の計画にはそもそも急速な人口増加に伴う住宅問題は入っていなかった。）

ただ、それぞれの地域の中心地、すなわちそれぞれの点の中では、歩いて自分の必要なものが賄えるそうした街をイメージしている。



○自転車の推奨

さらに通勤問題を解決するため自転車の乗り入れを推奨しているため、自転車専用道路を持続的に開発しており、その成果として（少々データとしては古い）2008年には、地域によっては25%にあたる人びとが通勤に自転車を利用しているとある。それ以降も専用道路は増え続けており、多くの市民が素晴らしく環境にやさしい、さらには健康にもよい自転車を交通手段として利用している。

○総括

これまでの説明の通り、ポートランド市は人口が毎年増加しているにも関わらず、コンパクトな街づくり、公共交通機関に対する投資、自転車の推奨などによりクリーンな街づくりに力を注いできた。

またその間、公共と民間のパートナーシップが非常にうまくいっている。（例えば、民間が高層階の建物を作りたいとき、公園を整備してくれたらOKを出すとか等）

また事業を行う際、様々なセクターが集まって役割分担をし、そのセクター間の信頼関係を築きあげていくことも重要であるが、政府と民間の橋渡しとしてNGOが大きく貢献している。

例えば、フレンズオブツリーという団体は市の資金により、市民に公園の樹木の管理の仕方やスキルを教え、市民の手で管理できるように指導している。その他にも雨水の管理など様々な部門がある。

ポートランド市は「人々の暮らしやすさの為」に、できるだけ多くの人々に関与してもらうことが重要であるという考え方を一貫してきた。それは単にその場所へ行って意見を聞くだけでなく、コミュニティに対してツール（道具）を提供しつつ、あまり政府に関わりのない人にも関与してもらうといったことである。

そして、環境がきれいで、経済的に繁栄し、公共交通機関を有し、活気あるコミュニティを形成し、リーダーシップを発揮し、市民全員がアクセスを持つ（公平性、平等性）、そうした街づくりを今後も続けていかなければならないと考えている。



【所感及び考察】

今回の視察での大きなテーマとなった「街づくり」とそれに伴う交通網の整備に関するポートランド市の取り組みを伺い、札幌市においても大いに参考となる仕組みを聞くことができたと感じている。

特に、以前から山積する市政の諸課題解決に向け、はたして5年や10年といったスパンに焦点を当てていく手法はコストといった面においてもリスクを伴い、無駄な時間やコストをしっかりと将来にわたって排除し得る視点に十分立っているとは言えないのではないかと感じていた。

そうした意味からも、20年前に作成されたポートランド市の2040年度成長概念マップは、超長期的展望の位置づけとして、マップとして落とし込んである、極めて分かりやすい具体化された手法の一つと言え、非常に興味深いものであった。

人口減少・少子高齢化の波が一段と高くなることが容易に推測される昨今だからこそ、具体的かつ合理的な視点に立って、超長期的な展望を可視化し、市民に分かりやすいビジョンを明確にすることは札幌市においても出来ないことではないはずである。

特に、ポートランド市における2つのECOをしっかりと考慮した街づくりを1970年代より一貫して取り組んでこられたのも、こうしたグランドデザインがあったからこそではないだろうか。

さらに、官民協働の仕組みが非常にうまくいっていると感じた。

ポートランド市の根幹にあるものは「住みやすい街づくり」であった。その「住みやすさ」は市が考えるものではなく、その場所に住む一人ひとりの生活に答えがある。ただ建物を立派にすればよいというものでもなく、生活するためのアクセスをどうすれば喜んでもらえるかといった観点に基づいていた。もちろん札幌市においても、こうした視点に基づいてワークショップを展開しているが、市の意向と市民の意向がしっかりかみ合っている取り組みであるかは疑問である。なぜならそこにもビジョンとなる将来像、グランドデザインが無いからである。

今後の人口遷移、各所得層の平等性、公平性の観点も含め、今一度札幌市の将来の全体像を明らかにして、どういう街づくりを行うのか超長期的な展望に立った合理的かつ具体的な取り組みが必要不可欠であると感じたとともに、こうした取り組みを実行する際の問題意識の共有をいかに図るべきか等様々に、あらゆる角度から考えさせられる内容であった。



(文責：阿部 ひであき)

③ トラベル・ポートランド

(概要)

ポートランドの観光を育成、促進していく組織。ホテル税の収入の一部を活動予算にしており、ネットワーク構築や世界へのポートランド情報の発信など、積極的にマーケティングを展開している。また、起業支援と MICE を連携させた取り組みを行っている。

【視察内容】

○ 行政（市役所）との連携・役割分担

ポートランド市経済局、観光局との関係については特に組織的には役割分担、連携というものはなく、人対人との関係で連携、協力関係によって結びついている。

○ 活動予算の仕組

市税のうちホテル税（15.3%）の一部2%を使って運営されている。

具体には4年前に決まったTID（tourism improvement district）という仕組みで、市内の客室数50室以上の宿泊施設が宿泊客に2%の手数料を支払ってもらい、その全てを観光客誘致の為に観光マーケティングに使うというもの。元々はホテル業界側の要望で、冬期間の閑散期対策として始まった。このTIDが最大の運営資金であり、その他には、カウンティの宿泊税、そしてトラベルポートランドの会員の会費も運営資金となっている。ただし半分以上はTIDによるもの。



説明員のジェフリー氏と古川氏

○ 観光客誘致の特徴的取組

戦略的に観光客誘致活動を展開している。特にコンベンションセールスには20から30人の体制で活動している。セールス先はアジア、ヨーロッパ、オーストラリア等であるが特にポートランドへの直行便があるかどうかは大きなセールスポイント。アジア地域でポートランドに直行便があるのは日本の成田空港のみである。

また日本でいう、ゆるキャラのオドナロデュードが社長を務めるオドナロトラベル社が、初年度はウェブサイトサイトを立ち上げポートランド市をPR、2年目からはオドナロデュードがアンバサダーとして旅行展示会などでポートランド市のセールスをしている。直近では2017のゴールデンウィークに大阪の百貨店に於けるポートランドフェア、9月にはツーリズムエキスポにも参加し、マーケティング活動を行なっている。

○ 情報発信の手法

ウェブサイトの活用の他、パンフレット、ガイドブックなどにより情報発信を行なっている。



オドナロデュード

【質疑応答】

Q1 トラベルポートランドのスタッフはどのような経歴の持ち主なのか。

A1 主に元ホテルのスタッフ、旅行業界の方が多い。

現在では全くこれまで旅行業界とは関係の無い人を積極的に採用するようにし、既存の考えにとられない発想でのマーケティング活動の展開を考えている。

Q2 人材の採用に関する権限はポートランド市が有しているのか。

A2 人材の採用に関してはトラベルポートランドが権限を持っている。

Q3 ポートランド市からの出向者、OB等はあるのか。

A3 居ない。

Q4 運営資金でTIDの他は無いか。

A4 コンベンションセンターのプロモーションもトラベルポートランドに委託されており、その委託料も収入としてある。コンベンションセンターは、メトロ（広域行政府）が運営している。

Q5 トラベルポートランドの活動による宿泊客の増加等の結果は出ているのか。

A5 宿泊日数の長期化に関しては確実に伸びている。現在平均宿泊日数が2.9泊であるが、これを4泊にするのが現在の目標である。



ジェフリー氏と古川氏と共に

【所感及び考察】

このトラベルポートランドはポートランド市とは独立した組織として行政の発想にはとらわれな
い、あくまで民間の発想でポートランド市のマーケティングを行なっているということが、非常に特
徴であると感じた。

また個々のホテルなどの収入の一部をポートランド観光のプロモーションに使用する事で結果旅
行客が増加すれば、ホテルの売上も増加し、またホテル税並びに TID による 2%のフィーも増える
という好循環が生まれる。今まさにその好循環が起きており大変財政的にも成功しているケースである
と感じた。これらの点は本市の観光行政の施策上参考となる事例であると思う。

ただ課題もあり、これは本市にも共通している課題であると思うが、サンフランシスコやロスアン
ゼルスに比べてポートランド市は観光地が少なく、長期宿泊する旅行客が依然少ないという事である。
この点については、スキー、スノーボード、ロッククライミング、サイクリング等を楽しんでもらう事で
長期宿泊してもらえようようにすること、そして、ポートランド市周辺部とセットでマーケティングす
るという事が今後必要であり、その為にもオレゴン州政府観光局との連携も一層必要となる、という
ことであった。

この点、札幌市においても、周辺地域や北海道との連携も含めて今後の課題、参考になるべき点で
あると思う。

(文責：飯島 弘之)

④ 市長との意見交換

(概要)

ウィーラー市長と「人と企業が集まる魅力あるまちづくり」についての意見交換を行う。

【視察内容】

○ ウィーラー市長との意見交換概要

訪問団：

ご多用の中、市議会訪問団との面会の時間を作っていただき誠にありがとうございます。

この度は67名の市議会議員のうち11名で視察団を編成して訪問させていただきました。

札幌とポートランドは本当に長い間の姉妹都市交流を続けさせていただき、この機会により一層の友好を深めさせていただきたい。

市長：

遠いところポートランドへ訪問いただき誠にありがとうございます。

世界中の他のどの姉妹都市と比べても、一番長い歴史を持っているこの関係についてとても誇りに光栄に思います。

これまでどちらを視察してこられたか。

訪問団：

ファーストストップポートランドでは、セラさんからポートランドの街づくりについて講義をいただき勉強させていただいた。

パールディストリクト、ナイキ本社等、3日間訪問させていただき、ポートランドの魅力ある街づくりの様々な観点で学ばせていただいております。

市長：

暮らしやすさを実現させるために本当に多くの事業を行っている。

札幌のようにビルの密集性はないものの交通、住宅等で様々な共通した問題があげられる。

訪問団：

今後、両都市間の共通する問題や課題の解決に向けて情報交換をしながら一緒に取り組んでいきたいと思っております。

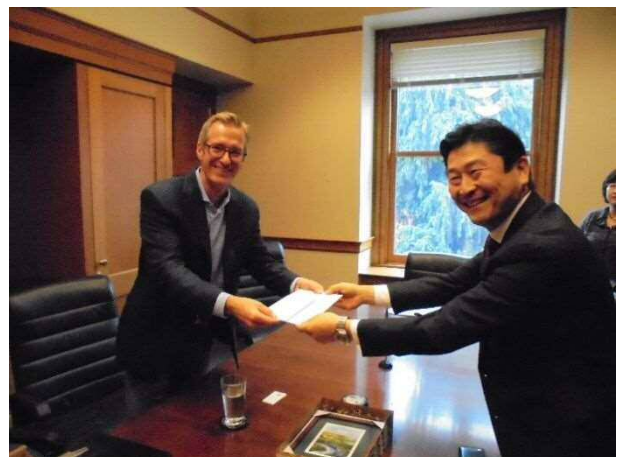
市長：

是非、協力して一緒に取り組んでいきたいと思っております。

ポートランド市長は、以前1995年に札幌市を一度訪問しました。街づくりについて共通した問題があります。その一方で勉強させていただいて先進的で、先駆的な取組がなされている。

20年ごとに開発のプロセスを見直していて、現在2035年に向けて計画を見直し立案している。

全てのことについて包括的に見直すもので、公共交通機関をどのようにするか、開発をどのようにどのくらい広げていくのか、公園をどこに配置するのか検討している。



ウィーラー市長へ秋元市長、山田議長の親書手交

3-4年かけて行われている計画の見直しのプロセスであり、1月にこの計画に対する審議を行い決定される。

かつては、小さな都市であったが、だんだん街が成長していくことについて問題点や葛藤がある。

大きな敷地に1世帯用の住宅がほとんどである。歴史的な近隣地帯の特性は保っておきたいが、そうすると都市の中心部により高い高層ビルを建設して密集力を高めていく。

日本は、先を見通して、多くの人々が密集した場所について、公共交通に対する投資を行い、雇用の場所へ公共交通によって人が移動できるようにしている。これがポートランドでは、まだまだ遅れている。

市長は、日本の都市がどのように公共交通の計画を立案しているか見本としている。お互いに学びあうことが多い。



意見交換会の様子

【所感及び考察】

この度の市長と議員団との意見交換を踏まえて、姉妹都市相互の交流によって信頼関係を深化させるとともに、魅力ある街づくりを推進するために行政や議会が果たす役割の意義を理解することができた。街づくりの状況や産業構造と企業との関係性等、実際に歩いて回って視察することで都市の持つイメージを向上させ、その街の持つアイデンティティを尊重することの重要性を学ぶことにつながった。共通する問題や政策課題の解決に向けて、継続的に交流を維持することにより、単なる情報交換にとどまらず、グローバルな視点で個別の事業を発展的に推進することや人材の育成、協力体制の構築等今後更なる交流の成果が期待される。今後も信頼性と継続性を保持していくために街づくり、人づくりの両輪として議会と行政がこのような交流を維持していくことは多文化理解を促進するのみでなく、相互の強みと弱みを理解しつつ問題解決のプロセスを深化させることにつながると考える。

(文責：こじま ゆみ)

⑤ ポートランド・札幌 姉妹都市協会との意見交換（夕食会）

（概要）

ポートランド・札幌 姉妹都市協会の役員らと姉妹都市交流やボランティア活動、市民交流等についての意見交換を行う。

【視察内容】

○ 意見交換会場

ポートランドのダウンタウンにあるオーガニック日本食レストランの「しずく」で行われた。日本人女性シェフがヘーゼルナッツや牛肉などオレゴン産の地元食材を使った創作和食を提供している地産地消の料理店である。デルタ航空の機内食にもなっているとのこと。

○ 姉妹都市協会

姉妹都市協会からは、会長でありポートランド市教育委員会ディレクターでもあるマイケル ベーコン氏をはじめとする4名の方に出席をしていただいた。皆さんは、仕事を持ちながらボランティアでポートランドと札幌の友好親善に取り組んでくださっている。ベーコン氏はかつて兵庫県の中学校で英語教師をしておられたそうで、親日家で現在の自宅には日本式の浴室や足湯を備えており、また客人を招いて和食や日本酒をふるまうこともあるとのこと。

○ 地産地消及び除雪について

意見交換の中、ポートランドでは、この料理店や視察初日にオーガニック食材などを販売するニューシーズンズマーケットを訪れたところでもあるが、地産地消や食の安全といったことへの関心が高まっているとのことであり、北海道においても道の駅などで農家の直売所などの人気が高いことやスーパーマーケットでは生産者の顔や名前が表示されているものもあることの紹介をさせていただいた。またオレゴンでは稲作が行われおり、日常の食卓にもお米が出てくることや、ポートランドでは日本酒も製造されているとのことである。日本国内では近年、気候変動や品種改良等により、「ゆめぴりか」や「ななつぼし」など北海道産米の人気が高いことに、かつての北海道産米のイメージが残るベーコン氏はとても驚いていた様子。こうしたことをはじめ、それぞれの地域の食の状況などについて話しが交わされた。

また、ポートランドは雪が少ないところであるが去年は雪が多く、ポートランド市には除雪機材が少ないため対応ができず学校が10日間ほど休校してしまい市民からの苦情が多かったそうである。今年も雪が多く降ると予測がされているので、雪対策の予算を多くつけて備えているとのことである。

○ 短期留学事業について

姉妹都市協会では、ポートランドで日本語を学んでいる子ども達の短期留学事業に2012年より取り組んでおり札幌では市立高校などが受け入れ先となっているとのことであり、夏季に約1か月滞在している。来年はベーコン氏の息子さんがこの事業で札幌に来る予定のようで、以前訪れた先輩から札幌での体験を聞き、今から大変楽しみにしているとのことである。また札幌の高校生もポートランドへ10日ほどホームステイで滞在しているとのこと。さらには、札幌市立宮の森小とリッチモンド小との交流も予定されているようである。

【所感及び考察】

再来年には姉妹都市として60周年を迎えるところであり、その中で築いてきた友好関係のもと、お互いのまちづくりのために力を合わせるパートナーとして今後さらに親交を深めて参りたい。特に人的交流という部分で現在姉妹都市協会が中心となって進めておられる若い世代の交流事業は、昨年ポートランドからは20名、札幌からは16名の子どもが参加をされたそうである。今後さらにこの事業により札幌の多くの若い人たちに、まちづくりへの評価が高いポートランド市を訪れ、日本では見ることも感じることもできないものを経験し大きな財産としていただきたい。また学業との兼ね合いで長期の滞在は難しいのかもしれないが、できれば現在10日ほどの滞在日数をもう少し延長できるとさらに実りの多いものになるのではないかと期待される。

今のところ札幌市としてこの事業への直接的な関わりはないようであるが、これを含めて多方面から若い世代の交流が広がる環境整備を進めて参りたい。

(文責：村松 叶啓)



海外からの来賓を歓迎するボランティア「ロイヤル・ロザリアン」
姉妹都市協会の方も所属しており、空港にて出迎えていただいた

⑥ 在ポートランド領事事務所との意見交換

(概要)

内山総領事より、ポートランドの現状や日本との交流等について説明を受けるとともに、まちづくりについての意見交換を行う。

【視察内容】

○ 内山総領事との意見交換

ポートランド市と札幌市は姉妹都市となって58年が経過し、ポートランド市にとっても数ある姉妹都市の中でも最も古い歴史がある。

ポートランド市域圏は札幌市の他にも、道内では江別市や門別町、積丹町、岩見沢市などと姉妹都市提携をしている。

ポートランド市の現状については、これまで視察してきたところでもあるが、年間約7万人の人口増となっている。(純増で)

そのため、新興住宅地であるパール地区などを中心に住宅費は高騰しており、またホームレスも増加しているため、街づくりの計画で苦勞している面がある。

市民意見を尊重するばかりだと調整に手間取り、時間もかかることは、ポートランド市も例外ではない。

ポートランド市を含むオレゴン州では、日本企業は約140社を超える数があり、イギリス、ドイツに次いで3番目である。

ポートランド市には6,500人から6,600人の日本人が生活しており、うち6割が女性である。

その他市全体に占める外国人の状況をみると最近ではヒスパニック系が多く入ってきているようである。

経済交流は姉妹都市から発展するのは難しいこともあるが、ポートランド市では日本に対する関心とりわけ、日本酒が人気であり、領事事務所としても、民間会社の更なる誘致を都度お願いしている。



内山総領事との意見交換の様子

【所感及び考察】

内山領事から、ポートランド市の現状等報告をいただいた。その中でポートランド市の日本に対する関心の高さをうかがい知ることができた。

ポートランド市は地ビールの数が非常に多く、本場ドイツのミュンヘン市よりも多いことに驚かされるが、そのことは製作所が乱立し、拡大することを知らないからとも言える。またワインの産地としても知られているが、日本酒の人気が高まりつつあるとのことであった。今回の視察を通して、ポートランド市の街並みも移動中のバスの中から伺い、実際に歩いたりしてその雰囲気を知ったが、個性を重んじ、独特な色合いを好む街であるように感じられた。

そういった意味合いからすると、過去に独自の文化を形成してきた日本の文化、特に飲食に関するものは、非常に好まれる傾向にありそうである。

経済交流の観点からも、食と酒、飲料などの相互交流があっても不思議ではないし、むしろ札幌市としても長い姉妹都市交流があるのだから、こうした機会を一步踏み出して活かすべきであると共にまだまだ経済交流や観光について、特に食というキーワードについては伸びしろと可能性が広いと感じた。

ただし、定住するのは、高騰している住居の問題、さらには人口急増に伴う犯罪率の増加（市の東側グレシャムとの境周辺）等課題もありそうだが、小さな企業が非常に多く、起業する傾向をより好む土地柄と市民の高いチャレンジ精神は、札幌市としてもぜひ学ぶべきところが多いと感じた。



(文責：阿部 ひであき)

(3) 住民目線

① サタデーマーケット

(概要)

土曜と日曜のみ開かれる青空市。

地元の人にとっても定番のイベントであり、芸術家が作品を販売し、市民はその中から気に入った作品を購入している。

【視察内容】

○ マーケットの成り立ち、仕組・参加方法

サタデーとついでにサンデーもやっている。地元のアーティストの人たちがブースを出している。トム・マッコール・ウォーターフロントパークの一部を使って行っている。元々はフリーウェイがあった場所とのこと。1960年までポートランドもほかの都市と同じ車社会の中でありフリーウェイが走っていたのを市民がフリーウェイを引っ剥がした。市民から何かを作ってくれという要望があり、公園を作ったり、イベントをしたり、マラソンをしたり、自転車に乗ったりとなった。その一角を使ってサタデーマーケットが行われているとのことである。

ポートランドもPSU(ポートランド州立大学)にもアートの学部があり、パシフィックノースウェストカレッジオブアートという学校もあり、沢山のアーティストも育つがその人たちが活躍できる場がない。それを提供しようと、街の再開発予算の2%~3%をアートの作品に使いましょうと決めている。それでアーティストの人たちが生活の糧を得られる。



川の桜並木を視察



マーケット内の作品を見ながら歩行

サタデーマーケットも、アーティストの作品を展示・販売することを目的にイベントがスタートし、市民だけでなく、近隣からの観光客が来るにぎわいを創出しているとのことである。

○ マーケットの様子

写真にも載せたように、芸術家の作品として木彫から宝石・装飾品・絵画と様々な店が並んでいた。

私たちが着いた時間には人通りも少なく、日曜日でもあったため店舗も100店舗に満たない店舗数でもあった。ただ、現在では平日でも開いているようである。

お客さんとの作品についての会話を楽しむといったふうで、お客さんとしても、自分のお気に入りがあるとじっくり会話しながら楽しんでいる様子であった。このような場は、日本ではフリーマーケットであり、雰囲気も似ているように思える。



アート作品の視察をしながら歩行



○日本とのつながり

ウォーターフロントパークは、日系アメリカ人を記念した公園でもあり、春になると桜並木がきれい。

現在、ポートランドには約、6000 人の日本人が住んでおり、移住人気も高い。



作品について説明を受ける



通りからのテントのイメージ

【所感及び考察】

川べりの公園内にあるマーケットは、アーティストが自分の作品を販売するマーケットであり、それをポートランド市や市民がサポートしている構図になっているのが感じられた。それほど積極的に売り込みをするわけでもなくその場で自分の作品を見てもらうのが大事なことであるとも感じられる。市民は自分の気に入った作品があれば購入している様子である。

札幌で同様の事業を行う場合は、すべてにおいて実行委員会形式で組織・管理されているし決まりも確立されているが、ポートランド市においては、出展者がテント一張り分のスペースで割り振りされているようだ。場所代もほとんどなく、販売価格も自由に本人が決めている。札幌とは文化の違いだと言ってしまうえばそれまでだがゆったりとした環境であることが感じ取れた。

日本でのフリーマーケットという形式に近いやり方である。このほうが市民感覚に近いしより市民参加が可能になるのではないかと感じた。

(文責：北村 光一郎)

② ニューシーズンズマーケット

(概要)

地元の方々が、近隣住民のためのスーパーマーケットを作ろうという志で始めたお店。オーガニックの食品などが揃う。

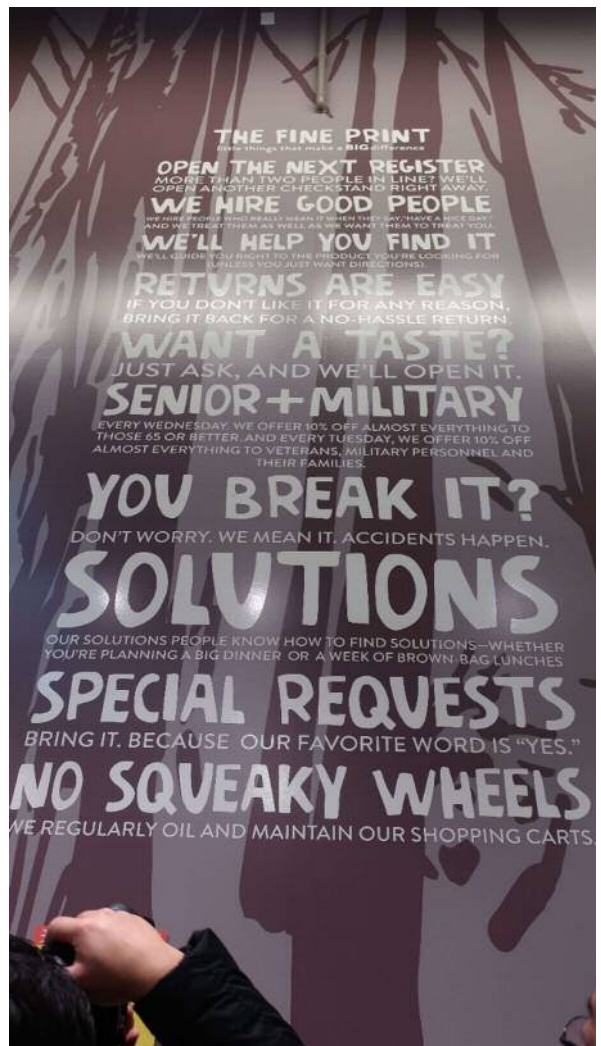
【視察内容】

近郊の農家が毎週土曜日、ポートランド州立大学内の公園でファーマーズマーケットを開き、新鮮な野菜を売っている。ニューシーズンズマーケットもそこに協力している。競合するマーケットであるはずなのに、お金を出してサポートしている。なぜかという農家によりよいものをつくってもらうためであるとのことであった。

ニューシーズンズの特徴としては低層なところとスーパーマーケットの中間の価格帯のお店であるとのこと。このマーケットが進出すると周りの土地が20%ほど値上がりすると言われていたほど人気が高いお店である。オーガニックを中心に品物を売っているので日本だと高いイメージになるが、働いている人たちの対応が素晴らしいし、親切だし、言っていることとやっていることが一致しているので人気である。ナショナルチェーンみたいに違う商売をしているところもあるので、お客さんが買い物に来る。



木調の入り口



御店のモットーが書いてある



オーガニックの果物・野菜の展示



小売をする容器のきれいな陳列の様子



【質疑応答】

Q1 ポートランドを拠点とする利点は。

A1 ポートランドに引っ越してくる人たちの意識が高いことが成功をもたらしている。

ポートランド近郊からも買い物客がやってくる。

オーガニックを日本みたいに特殊なものとしてとらえずに健康や環境を意識する人が多く住んでいる街でもあるので商売が成り立っているところもある。



【所感及び考察】

実際にお店に入り確認すると、従業員の働く姿も一生懸命だし明るい。日本では意外と当たり前な気がするが、アメリカではそうではない。店の中も明るく、すごくきれいであった。

オーガニックも含めて、ビール・ワイン・野菜・果物などと、とても品ぞろえが多く感じたし、新鮮で値段も日本に比べて手頃感があった。品物の展示もきれいだった。そのようなところも人気の一つだと感じたところである。実際に買い物をしてみたが英語が通じなくても買い物ができるのもよかった。



多数（沢山）の商品の陳列の様子



自店調理の人とパイの様子

（文責：北村 光一郎）

③ ケネディスクール（レストラン）

（概要）

元小学校だった建物をマックメナミンズが買い取って、リノベートしたもの。マックメナミンズは1970年代半ばにカフェでスタートし、80年代にクラフトビールで成功し、今ではパブレストラン、宿泊施設などを含む複合施設などポートランド周辺に60以上のお店を持つローカル会社。

【視察内容】

○ 施設の概要

ケネディ・スクールは1915年に建設された小学校で、90年代に廃校となった。その後、市内企業でホテルやパブなどを兄弟で経営するMcMenamins社が廃校を購入し、ホテルとして改装。かつての57の教室は客室として、カフェテリアはレストラン、講堂は映画館として改装され、その他にプールやパブ、売店なども要した瀟洒な建物として、ホテルとしてはもちろん、地元の方なども利用するスポットとして、人気を博している。

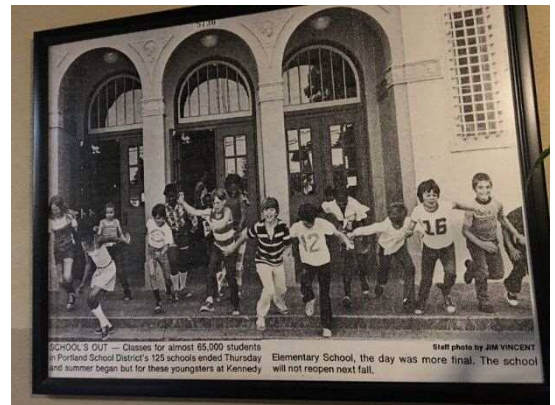


外観

○ 施設の特徴とまちづくりにおける効果

まず特徴としては、当時の学校の雰囲気を極力大事に保存・維持し、商業施設としての個性や魅力に活かしていることが印象深い。

廊下の雰囲気、壁のしつらえや絵画、黒板などに加え、当時の子どもたちの写真なども掲載されているなど、古い学校に迷い込んだ既視感がふんだんに演出されている。映画館も上映作品の紹介に黒板を利用しているなど、手作り感が上手に加えられている一方、座席はソファでゆったりと広く、座席間にテーブルを置き飲食を楽しみながら映画を見られるようなコンセプトとなっており、地域の方にも好評のようである。



かつての小学校の様子



映画館の入口

レストランやパブなどは、クラシックな雰囲気を活かしながらモダンな店づくりを行っている。地元の食材なども活用されており、訪問した時間帯のランチにはフレッシュなサラダやサンドイッチなどが提供されていた。

また、ポートランドは全米屈指のクラフトビールの生産が盛んな都市で、経営者がパブの経営者であることもあって、クラフトビールが充実したパブとしても人気の店になっているようだ。

そういった意味でも、地産地消のコンセプトが存分に生かされ、また、往年の歴史ある建物の価値を大切にしながらも、現在のライフスタイルに沿った施設づくりが行われている。その結果、地域住民の憩いの場として賑わいを創出しているほか、観光資源などとしても、まちづくりの方向性とコンセプトを共有していることで、魅力発信の有力なソースとなっている。



学校らしい広い廊下と調度品のしつらえ



【所感及び考察】

古い建物を現在のビジネスにきっちりと適応させて活かしていることは、まず、ビジネスの視点で興味深く、評価に値する事例であり、ローカルビジネスを育む素養と環境が自然に浸透しているポートランドらしい事例と考える。

ただ、札幌に置き換えた時、古い建築物に対する日米間の価値評価の違い、さらには建物の資産価格がアメリカでは時間の経過とともに上昇することが一般であるのに対し、日本では一方的な右肩下がりであるといった不動産価値の日米の違いがもたらす期待投資利回りの違いも大きいのではないかと推定されるなど、同様のビジネスを札幌で展開し、地域産業と住民の生活とを融合させることは容易ではないとも感じた。

ただ、施設取得や改修などに当たっての経緯や背景、行政などのバックアップ、コミュニティーとの関わりなど、ビジネス収支や経営に関する事項を深掘りしないことには、札幌での実現可能性等は安易に判断できないし、この施設やビジネスコンセプトなどのこういった部分が札幌で反映できそうなのかは、具体性を持って語ることは難しい。

そういった意味では、今回の視察では昼食会場として訪れ、併せて施設を見学したのみであって、経営者などから詳細な内容を聞くことがかなわなかったことから、街づくりのコンセプトを考える優れた事例として参考とさせていただき、札幌の有する素材を見つめ直す機会とさせていただきたいと考える。

(文責：中川 賢一)

(4) 企業目線

① ウッドブロック・チョコレート

(概要)

カフェを併設したお店を持つローカル高級チョコレート店。日本への販売も拡大視野に活動を続けている。

【視察内容】

○ 営業の状況（高級路線の支持）

年間の生産高は12トン程度。現在、新たな機械を入れることで年間15トンを実現とする。

ポートランド市というマーケットの中で、品質や味にこだわるとともに、プレミアム感など独自のブランド力を高めたことで評価されている。

工場内にカフェスペースを自ら建設し、さらに魅力を高めている。

○ ブランドづくりについて

8年前、夫婦二人で仕事ができるものはないかと相談し、それぞれの仕事を辞め、「家族」という視点から食べ物とデザイン関係で働いていた経験を活かして何かできないかと思い、起業に至った。

ワイナリーで三か月間働き、ワインと同様にチョコレートの味わいとか匂いをどう表現したら良いかを学び、独自のブランド力を高めた。

メーカーは現地に直接カカオを買い付けに行くことから、現地に直接お金が入る仕組みとなり、フェアトレードに寄与するなど社会的に意義がある。また直接買い付けすることで質の高いカカオが入手でき、少し高いがプレミアムなチョコレートを作ることができる。

カカオの産地は、マダガスカル、エクアドル、ペルー、トリニダード・トバコなどであり、いかに、カカオの味を引き出すか、どういうカカオを使うか、ハンドメイドや味にこだわりを持っているとのこと。

このことが、支持され、高価であっても食材や独自性など質にこだわる姿勢が評価されている。



チャーリー夫妻が営む
ウッドブロック・チョコレート



コーヒーロスターを代用した
カカオロスター

【質疑応答】

Q1 ポートランドを拠点とする理由は。

A1 米国ではカカオが採れないことから、輸入に頼らざるを得ず、大きな工場でしかチョコレートを作ることができなかった。生産地へ出向き、直接、カカオを仕入れることで、小さな工場でもチョコレートを作ることができた。8年ほど前までは、米国で15件程度しかなかったチョコレートメーカーだが、今では300件を超えている。

しかし、当時はポートランドには1件もなかった。

小規模の機械などはなく、自分たちで作らなくてはいけない。幸いにもコーヒーのロースターが代用できたことから、加工し使用している。



原材料のカカオ

産地ごとに風味や渋みなどが違うことを体感

Q2 ポートランドの魅力は。

A2 ポートランド市のケネディスクールで初めて地ビールに果実を入れたと言われ、以降、多くの地ビール工場が起業し、特徴ある地ビールをつくっている。

またワイナリーも400件を超え、カリフォルニアワインのメッカ「ナパ・バレー」のような大きなワイナリーではなく、小さなワイナリーがたくさんあるなど、オリジナリティーを受け入れる土壤があり、小さな企業が出てくる力になっている。



独自ブランドの特徴などの説明

【所感及び考察】

ポートランド市民は、古いものを大切にする傾向があり、住宅も構造をそのまま中身をリノベーションするなど、隣の家と『デザインが違う、色も違う、形も違う、それがいい。』という気質に独自の味や品質を追求する姿勢がある。この店のチョコレートは、種類は様々だが、中にはカカオ分が多く、複雑な苦味があるものもあり、他にはないオリジナリティーを感じる事が出来た。オリジナリティーを受け入れる土壤がポートランド市にあったからこそ、この店はポートランドを先駆けとして大きくなったと思われる。

そのことから、ポートランド市の『デザインが違う、色も違う、形も違う、それがいい。』という市民の気質をしっかりと把握し、それに合った商売をすることが、ポートランド市にて起業する場合に求められることだと感じた。

また、チョコレートや地ビール、ワイナリーなど小さな事業であっても地元企業を応援する姿勢については、大きく学ぶ必要がある。札幌においても地元企業を応援し、まち全体で育む姿勢が企業の活性化や新たな起業を生み出すのではと実感した。

(文責：桑原 透)

② A D X

(概要)

メンバーシップ制のものづくり共同作業場、訓練組織。6年前にオープンし、100を超える起業家を生み出しており、起業支援的役割も担っている。

【視察内容】

○ A D Xの成り立ちや企業概要について

A D Xは個人や企業・団体などがものづくりをする共有スペース。会員制で施設や道具などが自由に使える。創業者が私財を出して「もし機械をシェアできるスペースや機械があったらどうなるか」を確かめるために創設。いまでは、木工や金属加工のみならず革細工やジュエリー・裁縫など多くの分野にわたる。

○ 利用している人たちについて

メンバーとして180人が登録されていて、道具を使ったことのない人や、作ったことのない人もメンバーになることができる。

ポートランドは豊かな自然があり、多くのアーティストが集まる場所でもあることから、始めたが、アーティストだけでなく、起業家や趣味として利用する人、学生や仕事で利用されている。

○ 企業支援の具体的事例

趣味・起業・学生・仕事などいろいろな人が利用し、企業にも機械やスペースなどを提供しており6社が利用している。

機械をシェアするだけでなく、起業したい人たちに、政府の規制やマーケティングなど会社設立に向けたアドバイスなども行っている。

そういったことから、これまで100社以上が起業している。

A D Xでは、人とのつながり、たくさんの人とコネクションをつくることができ、職業訓練のみならず、将来的な起業の後押しにも貢献し、地元企業の活性化に大きく貢献している。



【質疑応答】

Q1 利用の仕組み（費用、会員制）は？

A1 会員は、1か月75ドルで、特定の機械が使える限定会員と、1か月200ドルですべての機械を使うことのできるフル会員の2種類。

Q2 どういったことができるのか？

A2 ADXの仕事は、一つは物を作る、二つ目は道具の使い方や物の作り方の講義、三つめが外部の企業からの注文を受けて作る場所。

教育の方は、安全講習から始まって、初期段階のコースターから家具やナイフを作る講習もある。また、外部から注文を受けて、ポートランドの地ビールのタップのハンドルやコースターを作ったりしていますし、メンバーの人が作成した作品も売っている。

この場所は、およそ1,300㎡の施設で4つのセクションに分かれていて、木工や金属加工に必要な電動工具有り、3D設計ができるソフトウェア、3Dプリンターなどの機器が用意され、ジュエリー製作、家具の製作、Tシャツなどにデザインしたロゴなどをプリントする手法などの作業ができるようになっている。



【所感及び考察】

日本とアメリカでは家についての考え方のちがいがあがる。家を買うというのは人生で一生の買い物である。これは日本もアメリカも同じだと思うが、アメリカでは、主に、中古住宅を購入する人が多いそうで、ハリケーンなどの自然災害があるが、地震が少ないので中古住宅に長く住み続けるそうである。

中古住宅を購入することによって、家の修繕や修理は自分たちで行うことが一般的であり、ペンキ塗りやタイル貼り、床の張替えなど、自分たちでやったほうが安く済むとのこと。

ADXは人とのつながりを大事にして学ぶコミュニティ作りに力を置いている。このように、いろいろな人達が集まり、一緒に何かを作り上げるという共同作業から学ぶことも多いのではないだろうか。

日本でも、DIYは盛んになってきていますが、ADXのように道具の使い方等の教えてくれる教官、場所というのは少ないと思う。

札幌市でも、家に関する物のリサイクルを目的とした施設の必要性を考えたとき、ADXのように誰もが知識や経験を共有できる施設が必要と考える。

(文責：桑原 透)

③ スクールハウス・エレクトリック&サプライ

(概要)

ランプや掛け時計などホームグッズを中心に製造・販売しているローカル会社。移民を積極的に雇用していることなど現地コミュニティに貢献している。

【視察内容】

○ 企業の成り立ち

- ・ポートランドは古いものを大切にする文化であり、古い建物を残す文化。
- ・遠くからでも目を引く大きな煉瓦造りのビルは、元パシフィック・ハードウェア&スチール・カンパニーの鋼鉄倉庫として1910年に建てられたもので、ポートランドを代表する企業。
- ・リノベーションされた1階はショップで、古い古材を使い、オークの床材もリユースされている。上階には照明工房や倉庫、事務所などが入っている。
- ・スクールハウス・エレクトリックは、創立者のブライアン・ファリティ氏が、50年代にアメリカの学校などで使われていた鑄造照明の型を倉庫で発見したことが始まり。どこか懐かしいけれどモダンな照明を中心に、現在は時計、タオル、ベッドリネン、キャンドル、マグカップなどの家庭用品や、DIYで使われるドアの取っ手や飾りなど様々なグッズが「実りある生活のための道具(Tools for Productive Living)」のコンセプトでセレクトされた、長く使える多くのライフスタイルアイテムとして販売され、若い世代から50代のカップルなどが顧客となっている。

○ 移民の雇用について

- ・ポートランドは全米で一番魅力的な街であり、毎年1万人が移入して来る。その中には当然移民もあるが、もともと米国は移民が作り上げた国であり、移民に対する抵抗感はない。多いのはヒスパニック系と言われる。スクールハウス・エレクトリック&サプライにおいても積極的に移民を雇用しており、特に工房や倉庫などのバックヤードには多くの移民が採用されている。

○ 現地コミュニティとのかかわり方

- ・ショップにはカフェも併設されており、近くの住民も良く訪れ、様々な意見を交換する。商売においても型にとらわれず、来た人に楽しんでもらうことから自分たちの心地よさを感じることのできるスタイルが、ポートランドの温かさと感じた。
- ・雇用した人が地域に居住することもあり、ローカルとのつながりは厚い。また、ショップを会場としたイベントには地域住民も多く参加する。



【質疑応答】

Q1 なぜビンテージデザインの商品を扱うのか。

A1 自分の家をDIYで良い感じにリフォームしてもそれにあうインテリア商品が見つからなかった。

たまたま倉庫で学校に使用していた照明器具や時計を見つけ、求めているものはこれだと思った。

大量生産されたものにはない温かさを感じさせるものを提供している。

Q2 オレゴン州は消費税がかからないが、お客様は州を越えて買い物にくるのか？

ショップはほかにもあるのか？

A2 消費税がかからないので、かなり遠くからも買い物に来てくださる。お店はポートランドとNYのみ。

【所感と考察】

- ・ポートランド発、デザイン性の高さが人気のインテリアショップであり、ショップには、上階にある工房で作られた照明を始めとするインテリアグッズやキャンドル、グリーティングカードを始め、ポートランドらしい落ち着きとナチュラルテイストを感じられるアイテムやDIYでリフォームする際に使われるグッズが所狭しと並んでいる。
- ・工場では多くが手作業で丹念に創られており、リサイクルされた金属を使った製品や、オーガニックやナチュラル原料を使ったソープなどの家庭雑貨も揃い、「全米一環境に優しい街」のライフスタイルを彷彿とさせる。最近は日本の業者によるネット販売もされるほど、人気のあるショップ。
- ・札幌市でも古民家を再生した店舗や住宅が見られるが、耐震や断熱対応には相当な改修費が掛ることから、なかなか進まず、建替えられることも多いが、ポートランドはとにかく古いもの古い建物を大切に、中のリノベーションをすることで快適な空間を創造している。
- ・札幌市でも、長期にわたって循環利用ができる200年住宅の普及・拡大を目指して、古材・古民家等の再生リサイクルに関する事業を行い、伝統的木造建築の民家・町並みの保存並びに産業廃棄物の削減等による循環型社会の実現に寄与することを目的とする団体もあるが、保存にかかる費用などの難しさもあり実現することは中々難しい。
- ・今後、古民家を始め札幌軟石等で建築された建物などにおいて既存の優良な古材・古瓦等の活用事業、産業廃棄物の削減・CO2排出の削減に係る事業でもあり、札幌遺産として残していく活動に行政がどのように関わられるのか検討していきたい。

(文責：しのだ 江里子)



④ N I K E 本 社

(概要)

オレゴン州発祥のグローバル企業。世界を牽引するスポーツブランドの一つ。

【視察内容】

- ・ポートランドの近郊ビーバートン (Beaverton) にあるナイキ・ワールド・キャンパス (Nike World Campus) は雑木林を切り開いた新興住宅地と郊外型ショッピングセンターが点在する典型的なベッドタウン。広報担当のキャリー氏より説明を聞く。
- ・スタンフォード大学で経済学を専攻していたフィル・ナイトは在学中に論文「日本について」を書き、卒業後に日本を遊学し、神戸でオニツカタイガー (現アシックス) の陸上用シューズが高品質・低コストであることを知り、1962年にオニツカの米国販売権を取得し、船便で16か月かけ300足を輸入したことに始まる。
- ・1968年にフィル・ナイトと、オレゴン大学の陸上コーチであったビル・パウワーマンがブルーリボンスポーツ (BRS) 社を設立。日本からオニツカタイガーのランニングシューズを輸入しアメリカ国内で販売を行う。
- ・1971年に500ドルずつ出し合い新会社ナイキ (ギリシャ神話の女神N I K E) を設立、より高い利益を求め、トレーニングシューズを生産、ナイキのブランド名で販売した。
- ・ナイキの製品デザインは自社で行うが、自社工場を持たずに生産は海外の工場に委託している。フィル・ナイトの両親の家の庭にあったワッフルメーカーからヒントを得て開発されたソールパターンはクッションやグリップに優れておりアスファルトや様々な路面状況に対応できる。
- ・キャンパスがオープンしたのは1990年。2011年に現在の形になり、200エーカーの広大な敷地は大学のようなレイアウトで、ギャラリーあり、サッカー場、テニスコート、バレーボールコート、バスケットボールコート、400mトラック、ウェルネスセンター、オリンピックサイズのプール、ゴルフのパティン・グリーンなども備え、商品試作等にも生かされている。一方、傷い軍人など障害者対応スポーツ用品も開発されている。
- ・ナイキ製品はアスリートのために制作されてきたが、現在は一般人へとシフトしている。



N I K E 本 社。200 エーカ-。
広大な敷地。現在、増築計画中。



社名の由来となったギリシャ神話・女神N I K E

- ・ナイキは1997年NGOによりベトナムなど東南アジアの委託工場での、児童労働、低賃金労働、長時間労働、セクシャルハラスメント、強制労働などの存在が明らかになり、米国をはじめとする各国のNGOおよび学生たちは、大学キャンパスやインターネットを使用し、ナイキの社会的責任を批判し、不買運動や訴訟問題に発展した。
- ・これに対しナイキは1999年にグローバル・アライアンスを設立し世界各国の自社を含む多国籍企業における労働環境の調査を行い、労働環境の改善に対して迅速に取り組めるよう対応している。



展示される歴代のエアジョーダンモデル

【質疑応答】

Q1 ナイキ・ワールド・キャンパスではどれだけの人が雇用されているのか？

A1 ナイキ・ワールド・キャンパスだけで7,000人の雇用されている。周辺を加えると17,000人がナイキ関連で働いている。

Q2 ナイキが地域経済にあたる影響は？

A2 7,000人の雇用を生み出していて、そのうち2,000人くらいがビーバートンの住民。従業員とその家族が消費する経済など地域への影響を考えると、地元経済への貢献は計り知れない。

Q3 会社がこれほど大きくなった今でも創業の地オレゴンに本社を置いている理由は？

A3 創業者フィル・ナイトの両親の家があること。何より消費税が掛らないオレゴン州であり、良い人材が集まることでNIKEは存続し続ける。

Q4 事業縮小とか人員削減とかはなかったのか？

A4 5年前にゴルフ部門を縮小、約1,000人が退職した。

しかしジョブセキュリティがあり、「退職パッケージ」を使い再就職への活動を行った。

Q5 福利厚生が充実しているが？

A5 キャンパスは社員の福利厚生のためでもある。3か所あるウェルネスセンターは社員が自由に使用でき、商品開発にも役立つ。夏季の金曜日は半日勤務であり、木曜日はフリービールなども行っている。



プレミアリーグ・マンチェスターC関係者の指摘を受けサッカー用天然芝の全面改修



敷地内の日本庭園風スペース

【所感及び考察】

- ・ ナイキは元々オレゴン州に関係のある二人が創業した企業であることが大きい。
- ・ またオレゴン州ポートランド周辺の地理的利便性、コロンビア川での水力発電により安価で豊富な電力、優良な労働力に負うところもあり、生産性の質について極めて高いと言われている。
- ・ 有利な税制措置
全米規模の調査結果によると、過去 5 年間の有効事業税率の低さでオレゴン州は全米で 5 本の指に数えられ、オレゴン州には売上税（消費税）・地方税・付加価値税・在庫税・総収入税（**Business & Occupancy Tax**）・自動車税・印紙税等がないこと、法人所得税の低さも企業誘致に大きな力となっている。
- ・ 各種優遇税制及びインセンティブ
オレゴン州には最初の数年間は新たな設備投資への固定資産税を免除する固定資産税減額控除プログラムがあり、企業の収益確保を比較的容易にしている。また、再生可能エネルギー関連製造業者の大型プロジェクトを支援する目的で「再生可能エネルギーに関する税額控除制度」も設けられている。
- ・ 札幌市も優秀な人材集積地と言われるが、中小企業中心であるために双方のミスマッチにより、人材定着がされないと聞く。企業誘致施策においては、コールセンター・バックオフィス立地促進補助金、本社機能移転促進補助金、IT・コンテンツ・バイオ立地促進補助金、札幌圏設備投資促進補助金などの補助金を中心に、あくまでも一過性の支援でしかない。北海道と連携した地方税の優遇措置もあるが、他県との比較優位性につながるものではなく、オレゴン州における税制措置、優遇税制などを参考に、札幌市の優位性となるものを伸ばしていくべきである。

（文責：しのだ 江里子）

2 エドモントン

(1) 冬のまちづくり

① ウィンターシティストラテジー

(概要)

エドモントン市は2012年10月に「冬の都市戦略 (Winter City Strategy)」を策定した。この戦略はエドモントンを素晴らしい冬の都市にすることを目指している。

【視察内容】

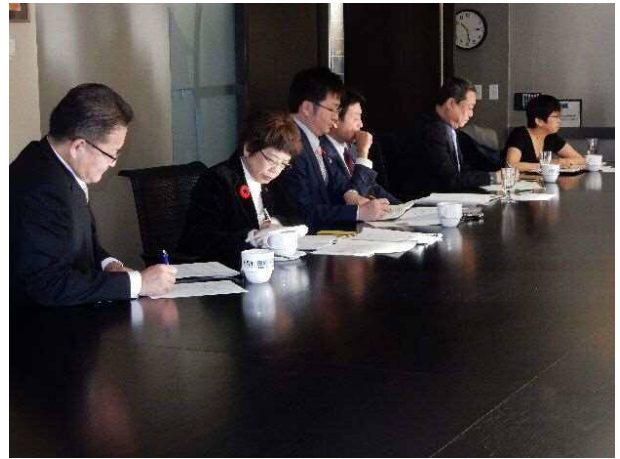
○ 施策全体の説明 (立案の手順等含む)

エドモントン市の「ウィンターシティストラテジー」は2012年10月に採択され、本戦略の実施計画が2013年に承認された。本戦略が承認される過程において、エドモントン市議会は、「市民自身がエドモントンの冬を好きになる」との考えに基づいたビジョンを正式に支援した。

2011年秋、市が中心となって、市民、建築士、設計士など、いろいろな立場の人とも一年程を費やして話し合い、エドモントンと冬の状況が似ていると思われるノルウェイやフィンランド、ハルピンなどへの視察も行った。また、冬のイベントだけではなく、より大きな視点から冬の都市をどうしていくのかを市役所の部局全体で協力し合って考えることが重要であると認識し、ディスカッションを続け、2012年10月に「冬の都市戦略 (Winter City Strategy)」が策定された。エドモントン市では、こうした流れの中で、過去の「冬は退屈で寒くて暗くて危険」という考え方が大きく変わったと実感しているという。

○ 施策における具体的事例

次に戦略を実行するために、ウィンターシティシンクタンクを設置し、市がイニシアチブをとるのではなく、地域のコミュニティリーダーの人たちの陣頭指揮で具体的な施策を練ってきた。「冬のエドモントンで何をしたら多くの市民が魅了されるか」ということで500のアイデアが上がっていたが、事業を実施するにあたり4本のテーマ (冬の生活、冬のデザイン、冬の経済、我々の冬のストーリー) を掲げ、64の事業が計画・実行された。具体的な事業として、ビル風が起きないストリーートの工夫、ビルの壁にライトアップされた絵画の展示、建造物の特徴をとらえたライトアップ、戸建ての前庭にしつらえた電飾のコンクール、電停へのスキー置き場の設置、道路を競技場にして選手二人で行うスケート競争、散策路のスケート場、冬のサイクリング、屋外マーケットに対する支援、冬のファッション支援、パティオ (アウトドアカフェ) を使ったパーティなどがある。



ウィンターシティストラテジーについて説明を受ける様子

【質疑応答】

Q1 策定に当たっての市民意見反映の方法は？

A1 市民にもウィンターシティシンクタンクに参加してもらい、「何をすれば、あなたはエドモントンの冬に恋をしてしまいますか」と質問している。市民は意外と冬のまちに対する、思いや考えを持っていて、それが新鮮な驚きだった。市民からアイデアの申し出があれば直接会って話を聞き、市民がやりたいことをできるだけ実行するようにしている。「冬の都市戦略」は、市民のものであるという考えで策定した。また、他市町村の賢くて優秀な人たちにエドモントンに住んでもらいたいと思っているが、「ここは冬が楽しく暮らしやすいから引っ越してきたい」と言わせられたら戦略も成功だと考えている。



冬でも自転車走行が可能

写真は偶然出会ったアンドリュウ市議

Q2 策定後5年経過しているが、運用状況は？

A2 市民は、冬が嫌いだと思っても冬の生活の質や文化の向上を高めることをとても重要だと感じている。それは、これまでは少なかった、市が提供する冬の屋外活動は常に予約がいっぱい入り、また公共の場所を使って何かしらのイベントをしたいという申し込みも昨年の倍になったことから分かる。市民からの評価はここ1~2年で高くなったと思うところであり、ビジョンは成功していると考えられる。種はたくさん蒔いた。しかし、まだまだこれからであり、評価と点検をしていかなければならないと考えている。

Q3 観光とウィンターシティストラテジーの関係は？

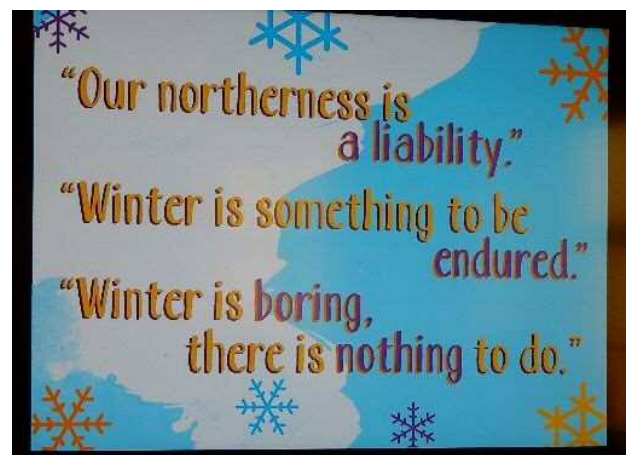
A3 市の観光局も戦略に賛同し、部局間相互で非常に積極的に協力し合えた。(直訳は両足を揃えて飛び込んできてくれた。)道路上のスケート競技などは、国内外から脚光を浴び、観光客も多く訪れた。しかし、何より、大事なことはエドモントン市民にとって必要なこと、楽しみたいこと、やりたいことが戦略の基本にあることだ。

Q4 今後もウィンターシティストラテジーを推進するためには？

A4 3つの要点がある。

1. 私たちの望むものや必要なものに変えねばならない。
2. 私たちの態度を変えなければならない。
3. 私たちが維持できなければならない。

※ 長期計画というのは、参加者が長く参加を続けられるものでなければならない。今ある状態で限度があるのではなく夢を大きく持つべき、時間が経てば文化が変わっていくのは周知の事実である。



ウィンターシティストラテジーの3要点

【所感及び考察】

札幌市の「冬を活用したまちづくり」を考える際、市民の日々の生活を守りながら、活気があり、経済も発展していくまちにすることを念頭に置く必要があるが、これらのバランスを取っていくことが重要である。冬の様々な課題を解決していくためには、行政の活動だけでは限界があり、市民や事業者が意見を自由に述べることができ、さらに具体的な計画作業にも主体的、積極的に関わることができるようにして、実際の施策に反映されるような環境を整えることが求められる。また、町内会や大学、各学校の生徒などの草の根的な活動を大事にして、市民が積極的にアイデアを出してまちづくりに関わることができるような環境づくりも大切である。

こうした点からみると、エドモントン市における「ウィンターシティストラテジー」の策定及びその具体的な施策の作成に当たって、採用した手法は参考になるものとする。

まず、策定に際しては、特に市民とともに建築士、設計士なども含めた専門家の様々な意見を1年かけて把握し、生の意見を直接取り入れようとしたことにより、行政のみでは予測できない事柄も種々の観点から把握し、検討することに繋がったものと思う。

また、市の全部局が協力して冬の都市戦略を策定した点も、種々の観点から施策を検討することにより内容の充実につながるだけでなく、市民の側からすると全部局が一致協力している姿を直視することとなり、市民の熱意をさらに高めることになったのではないかと思う。

更に策定後も、より多くの市民の意見を取り入れていくため、ウィンターシティシンクタンクを設置し、参加する市民の率直な意見やアイデアを多数求めたことで、具体的な計画も細かい意見が取り入れられたものと考えられる。

その後の戦略実現のための具体的な施策は、地域のコミュニティリーダーが陣頭指揮に当たって計画を作成し、その一方で市は裏方に徹するなど、市民が主体的に参加し、責任をもって決定する仕組みを確保している。また、重要な点として、市民から意見を募集する際の設定内容や質問方法も、自分たちの日々の暮らしがどのように良くなっていくか、という視点で考えさせるようなものであることが必要だと思うが、エドモントン市では紋切り型の設問ではなく、「何をすれば、あなたはエドモントンの冬に恋をしてしまいますか」といった回答者自身の想像力を膨らませ、人によって、いろいろな回答を引き出せるような工夫を凝らしている点も参考となった。

このほか、「冬の都市戦略」の推進に必要な3つの要点の指摘も、実際に携わった方々が実感として得たものであり、事業を確実に推進していくために心がけるべき貴重な示唆として受け止めた。

札幌市においては、今後も市民の様々な意見を取り入れながら冬のまちづくりを進めていかなければならないが、エドモントン市の採った手法はおおいに参考となるものと思われる。



(文責：村上 ゆうこ)

ヘンダーソン市議とともに市内散策

② 除雪対策

(概要)

エドモントン市は年間降雪量が約 160 cm で、札幌市の約 3 分の 1 であるが、除雪車による除雪を行っている。

【視察内容】

○ 除雪の具体的方法

「雪と氷のコントロールプログラム」事業について担当部長ジャネット・テクレボード氏（皆から頼りにされ、「snow boss」の愛称で呼ばれている）より説明を受ける。

市の平均年間降雪量は約 100 cm だが、2013 年に 160 cm の降雪量を記録した。

事業予算は年により異なるが、年間 3660 万ドルから 7360 万ドル（33 億円から 66 億円）を計上している（ドルは「カナダドル」である。以下同様。）。降雪期間は 11 月から 4 月までであるが、最も寒く、雪が多いのは 1 月である。年間 4～5 日は気温が -40 度になり、その日は、学校も休日になる。

除雪は、冬期間の交通安全を図るため、416 か所あるスクールゾーンを始め、歩道と多目的道路で 5,500 km、都心の自転車専用道路 8 km 等々、またハイウェイや一般道を合わせて 11,800 km をカバーしている。一日に一回で処理する距離は、エドモントンからメキシコシティくらいまでの距離となり、それだけ道路がたくさんあるということである。市では雪除け機 133 台、グレーダー 20 台、ブローア 17 台、ベルトローダー 2 台を保有し、除雪に当たっているが、降雪量によっては最大で 300 人程と雇用契約を結び、除雪作業や凍結防止作業に就いてもらう。

シーズン中は砂 113,000 t、塩 20,000 t、塩化カルシウム（液体）200,000 l を散布している。これらを気温によって使い分け、-15 度までは塩を使用し、それ以上になったら液体の塩化カルシウム（30%含有）を散布するが、塩化カルシウムも -40 度以下になると凍る特質がある。

なお、今までの滑り止めは、塩と砂が主だったが、今年から新しいアンチアイシング（雪氷が着かないよう予防する作業）という方法を試験的に取り入れ、3 cm 以上の降雪予報が出たら、雪が降る前にダウンタウンの中の車道や自転車専用道路、散策路に使用し、滑り止めの効果や影響を調べて、その結果をもとに市議会に提案したいと考えている。最終的には市内 40% まで適用していきたいと考えており、春になって道路上の砂を集めて運搬する手間を減らすことができると思う。エドモントンも砂や塩を撒いてあっても、市民が雪道や氷道で滑って転んでけがをすることがあるため問題となっている。

市内に雪堆積場は 4 つあり、北東に 2 か所、北西に 1 か所、南に 1 か所である。2 か所の堆積場はまだ新しく、セメントで囲っており、融けた雪は排水溝を伝って、池にたまり、最後は水質検査をして川に流している。古い方も融けた雪が地中に漏れないように施している。夏が終わったところに全ての雪がなくなる。

○ 除雪の基準

- ・一般住宅があるところは 5 cm 積もったら除雪を行う。
- ・市内に多数ある散策路については、これまで雪がやんでから 48 時間以内に除雪していたが、今後は 12 時間以内に行いたいと考えている。
- ・除雪してできた雪の山が 30 センチ以上になったら排雪を行う。

○ 市民との役割分担（費用含む）

- ・ 自宅の前の歩道上の雪は降ってから 48 時間以内に除雪すること。
- ・ 店舗の前の雪はオーナーが 48 時間以内に取り除くこと。（車道と歩道の間、樹木があればその木の下に寄せることができる）
- ・ 上記の除雪は自発的に率先して行ってもらうが、悪質な場合は罰金 100 ドルの適用もある。
- ・ 降雪量によって駐禁にする場所（ごみステーションやバス停等）もあるが違反したら 200 ドルの罰金が科せられる場合もある。なお、以前は 50 ドルであったが、今回の視察の 2 日前から 200 ドルになった。



【質疑応答】

Q1 冬場、除雪で雇用した 300 人たちの夏場の就労は。

A1 普段は道路工事の仕事に従事している。

Q2 アンチアイシングとはどういうもので、どのような効果があるものなのか。

A2 塩と塩化マグネシウムをフレーク状にして混ぜた物であり、保管が容易で単価も安い。金属の腐食防止にもなり、環境にやさしい。急な融氷や融雪を必要とする場合や事前の凍結防止などにあらゆる条件での使用が可能と思われる。即効性と持続性が期待できるものである。

すでにカナダのいろいろな場所で使用されている。ちなみに塩とビーツジュースを混ぜた物も凍結防止剤として代用することができ、実際に使われている場所もある。

Q3 障がいや高齢が理由で除雪ができない家庭の支援はどうしているのか。

A3 「スノウエンジェル」という草の根的なボランティアの人々が支援をしている。これらのボランティアは近隣に住む住民で組織されている。



【所感及び考察】

○本市の除雪体制との比較

札幌市の年間累計降雪量 582 c m は、エドモントン市 100 c m の約 6 倍であるが、一方でエドモントン市は、「-40 度」になることも珍しくない厳寒の地である。気象条件が大きく異なることもあって、除雪体制には次のような違いが見られる。

札幌市の除雪に関する 2017 年度の予算 203 億円は、エドモントン市の 33 億円～63 億円の 3.2 ～6.1 倍である。札幌市の 2016 年度の除雪機械台数は、車道除雪用の除雪グレーダー・除雪トラック 249 台、タイヤショベル 697 台、大型ロータリー156 台、凍結防止剤散布車 29 台、これらに歩道除雪用の小型ロータリー231 台、歩道散布専用車 10 台を加えた、合計 1372 台であり、単純な台数比較では、エドモントン市 172 台の 8.0 倍となっている。

札幌市の除雪延長は（車道除雪延長 5416.0km + 歩道除雪延長 3018.3km = 8434.3km）であり、延長距離の単純比較では、エドモントン市 11,800km の 71.43% である。また、除雪や排雪の実施基準は、札幌市より緩やかになっている。

○参考となる事例

エドモントン市では市民や店舗が実施すべき除雪作業の基準を明確にし、また、悪質な違反者に対する罰則規定を設けるなど、札幌市に比べ市民に対する義務付けが強いと思われる。

札幌市では、降雪量が多く、除雪の妨げとなる路上駐車に悩まされ、また、個人住宅・店舗・会社の敷地内から車道への雪出しなどの問題も生じているが、これらの解決は市民各自のモラルに頼るところが大きいのが現状である。

これらの解決策の一つとして、エドモントン市のように市民や事業者が実施すべき除雪の作業基準を明確にすることは、行政と住民がそれぞれ担う役割を明確にすることにもつながり、除雪パートナーシップ制度や助成トラック制度、また福祉除雪制度等の充実と並行させて、市民感情に十分配慮しながら、作業基準の策定は問題解決の一つの方法になるのではないと思われる。なお、罰則規定を設けることは降雪量自体が大きく異なり、またカナダとの国民感情やモラルに対する考え方の相違も大きいことから、日本（札幌市）にはなじみにくい方法と思われる。

高齢者や障がい者に対する除雪のボランティア活動について、市では町内会、企業、学校等が活動するための用具貸し出しを行っているが、大前提となるボランティア活動そのものが活発に行われるようになることが大切である。

エドモントン市には「スノウエンジェル」という草の根的な除雪活動のボランティア団体があるため、札幌市でも市全体に活動の輪が広がるような働きかけや支援ができないか、その活動ノウハウを参考にしながら、検討していく必要があるのではないかと思う。

（文責：村上 ゆうこ）

③ 歩行空間

(概要)

冬の快適性を意識した Pedway (ペドウェイ) と呼ばれるダウンタウン内のビルやL R T空間をつなぐ地下道や空中歩道がある。

【説明内容】

○ 現在の活用状況及び具体的な構造

1970年代はじめから整備され、大部分は1970から92年までに作られた。

ペドウェイは、41の建物や駐車場、3つの地下鉄駅、3つのホテルを歩行者空間で結んでいる。ビルとビルを直接結ぶ地上部分のほか、空中回廊は14か所、地下道が20か所ある。

実際に歩いてみると、一般的な地下道や接続橋のような単純な歩行空間のみならず、店舗や賑わい空間をあわせもつ歩行空間など様々であり、1年を通じて快適にアクセスできる仕組みになっている。

○ 今後の展望について

ペドウェイにより、歩行者と車を通行から離すことで安全性を担保すること、そして、悪天候や雨・風から避けることができることで、快適な生活ができるのではとの考えのもと議論されてきた。

ダウンタウンの建物の間や地下鉄までの間、雨風にさらされず、信号待ちもしなくてよく、1年を通じて快適な歩行環境をつくることは大事と認識するが、歩行者システム、ウインターシティシステム デザインガイドライン、ダウンタウン計画において、ペドウェイが屋外空間にどのように影響するか調査・研究している。

また1997年ころから、ペドウェイによって、屋外空間が閑散としてしまうことをはじめ、景観がそこなわれてしまうこと、風のトンネルになってしまう課題が議論され、現在は、どこにつければよいか制限することとしている。



ペドウェイ (地下道) を散策



ペドウェイ (空中歩道) の外観

【質疑応答】

Q1 整備に係る何らかの基準があるのか。

A1 地下道の大部分は市の所有となっており、地上部分は一部で市が管理運営しているものの、大部分が民間での管理運営となる。同意書により、ビルの持ち主と市が締結し、役割や負担などを協議することとなっている。



ダウンタウンにあるアリーナ

今後ペドウェイ接続も検討

Q2 整備に係る課題はどのようなものか？

A2 ひとつの組織が管理していないことから、運営・運用が区々であり、開場時間やバリアフリー化の差がある。接続パターンも多様でアリの巣や迷路のように入り組んだ構造となっている。

特に開場時間は、店舗の時間に合わせていることも多く、一部のペドウェイが閉鎖することで当初行こうとしていた箇所へスムーズに行けないことも出てくる。

事業者全体に車いすやベビーカーなどが利用しやすい環境を行き渡らせることは難しい。

またホームレスへの配慮も必要であり、厳しい冬のある、エドモントン市においては、生死の問題に係ることから、市の所有部分は開け放しの部分を設けているものの、民間の所有部分には強制できない。

Q3 調査はどのように行っているのか？

A3 調査にあたっては、ただ、単純に一定の場所で計測するだけでは、比較対象として正しいか判断できないことから、すぐ上にペドウェイがある路面交差点の人の数を数えるなどの工夫が必要。また屋内施設を利用するためなのか、屋外施設へのアクセスだけで利用しているのかなどの判断ができないなど有効な調査方法に苦慮している。人を数える技術は、携帯電話のシグナルやビデオ録画でのソフト解析など格段に向上しているものの高額なので人力に頼らざるを得ない。



サインの靴の位置で

空中・地上・地下を表す

【所感及び考察】

大きな課題は、屋外空間と屋内空間とのバランス均衡・相乗効果を考慮することが必要である。

安全性・利便性から屋内空間整備は必要だが、屋外空間が閑散とすることは、札幌市と同様大きな課題であり、特に観光の面からの魅力・賑わいづくりは重要な視点と考える。

エドモントン市においては、屋内空間を重視する観点から、屋外に玄関をつくらない事業者もあるなどバランスにかけていた。相乗効果を生み出す仕組みが必要であり、屋外の賑わいづくりは共通の課題。賑わいを作り出すとともに、案内・誘導サインの充実を図ることで連結機能を強化する取り組みは大いに参考としたい。

(文責：松原 淳二)

④ 市長・議員との意見交換

(概要)

アイヴソン市長、ヘンダーソン市議、マキーン市議と魅力ある冬の都市についての意見交換を行った。

【視察内容】

○ アイヴソン市長などとの意見交換

魅力ある冬の都市については、そう古い歴史ではない。

20年くらい前、ウインターシティとはどうあるべきか議論され始めたが、進展がなかった。

札幌とも協力し、取り組みを進めようとしたが、10～15年動きがなかった。

10年ほど前から、冬の街とはどうあるべきか取り組み始めた。

これまでは、夏をどう過ごすのかばかりに力を入れすぎていた。そして、冬はただじっと過ぎ去ることだけを思っていた。冬の多くは室内で過ごし、できるだけ、屋外を避け、まちなどのデザインもそのように作られてきた。

人々の暮らしは、新鮮な空気をすう機会が少なく、暖房のついた車に乗って、会社の窓から寒そうな街をみるだけで、冬は、暗く、寒く、悪い印象だけが残ってしまう。

悪いイメージが強く、6カ月近く、マイナス40度が続くまちと誤ったイメージが市民からも言われるようになる。

エドモントン市は、フェスティバルシティとしても有名で、多くのイベントが開催されてきた。しかし、夏のイベントが多く冬のイベントはなかった。

小さい頃の思い出は、外遊びをしていたことを思い出す。大人になってその思いが薄れていくことに気が付き、外のイベントを作ることを考えた。どのようなイベントがふさわしいのか。

冬の利点を満喫する冬のイベントを試み、冬は寒いとの利点を活かし、アクティビティをつくった。

しかし、暖かい年、寒い年、また時期がずれるなど天候によって大きくイベントの成功が左右される課題あった。

そこで、天気や気温は変わるが、「冬は暗い」は変わらないことに着目し、暗さ、光に焦点をあわせ取り組むことに気が付いた。

ペドウェイについても、課題がある。

冬でも快適に生活を過ごすことができるペドウェイについても大きな課題がある。屋外空間と屋内空間のバランス均衡・相乗効果を生み出す必要がある。

昔のように屋内のみに意識が偏っていると、通りの通行が減ってしまう。そこにあるビジネスも衰退することから、バランスを取らなくてはならない。

また夜の経済活動も重要であり、飲食店などの経済活動はペドウェイでは難しい。しかし、夜だけ営業するといった一定の時間だけではなく、1日を通した経済活動を可能にしないといけない。



市長・ヘンダーソン市議などと

【質疑応答】

Q1 民間企業等への働きかけは。

A1 賑わい創出のため1F部分に店舗を設けてもらうよう要請をする。またビル風を防ぐため高層ビルに段差を設ける設計をお願いするなど。

Q2 どんな他都市を調査したのか。

A2 北欧圏のノルウェー、フィンランドや中国・ハルビンなどを見ることで様々なことを学んできた。

同じような北にある街はたくさんあるが、それぞれ状況が違い、決して、他都市で成功している取り組みがうまくいくとは限らないと感じた。

カナダ国内だけを見ても、エドモントン市のように気温の変化が激しく、比較的雪が少ないまちもあまりない。それぞれの特徴にあった取り組みが必要である。



ビル風を防ぐ設計

Q3 今後の展望について。

A3 エドモントン市の夏は素晴らしいので「夏に来てください」と言うのは簡単だが、冬が素晴らしいので「冬に来てください」というのは難しい。一年を通じて引っ越してくれる人が増えることを望む。

長期計画をたてるのではなく、参加者が続くことで長期的な活動になっている。

計画や戦略とか議員が指揮するのではなく、市民がどれだけ参加して引っ張っていくのが大事。

今ある常識で限界があると考えるのではなく、時間がたてば文化が変わる。



ヘンダーソン市議とともに市内散策

【所感及び考察】

一年の半分を雪や寒さとともに過ごす地域では、いかに冬の生活を快適にするかということが共通の認識である。

エドモントン市は、快適な夏をさらに楽しむことから、大きく方向転換をしてきた。

これまで冬は耐え忍ぶ期間として公園や遊び場なども、夏の間しか使わないものとの認識で放っておいたが、1年を通じて使えるものとしてデザインすることも研究している。

特にビル風を防ぐ建築方法や雪や風をしのぐデザインも民間事業者に要請をしているように、民間事業者の活発な経済活動を後押ししつつ、民間でできるものは民間の活力を活かす取り組みが必要と感じた。

(文責：松原 淳二)

⑤ コーヒーアウトサイド

(概要)

「外で楽しむコーヒー」の意味。自転車通勤者や市民が外で冬の天気を楽しむことでチャリティにつなげるもの。

【説明内容】

○ イベントの内容（チャリティの仕組等）

毎週金曜の出勤前の時間7時から9時までまちの中心部で誰でも気軽に立ち寄れる場所として開設している。公園に集まり、それぞれが自前のコーヒーやホットチョコレートを持参し、お互いの味自慢をしながら、日々の出来事や街の様子などを語っている。冬期間のエドモント市の夜明けは遅く、出勤時間帯には、まだ街灯がつき暗い状態にある。

- 数人が定期的集まり様々な会話をするようになった時、ハイレベル橋での自殺防止のために橋のもとに立ち入りができないように防護柵（フェンス）を市民の手で設置しようとの声があがり市当局に要請。その後自分たちでも募金活動を行い、2,000ドル集め市に寄付しフェンスが設置された。市民の力と行政が勝ち取った大きな素晴らしい成果だと誇らしげに話しておられた。



未だ暗いうちから10名ほどが参集



コーヒーを振る舞うダレン氏

【質疑応答】

Q1 どうしてこういった取り組みを行ったのか。

A1 最初にツイッターで呼びかけたのはダレンさんという救急救命医の方。自らが改造したカート付き自転車に更に手を加え、キャンプ用のガスコンロを取り付け、「その場で炒りたてのコーヒーを振る舞うから寒くて暗い冬の通勤前に楽しい時間を過ごそう！」とツイッターで発信を続けた。

冬場の朝にER（救急救命室）に運ばれる自殺者（自殺未遂者）が多く、しかも若い方増えている事が始めた発端だった。

コーヒーアウトサイドが開催されている公園のすぐ近くにあるハイレベルブリッジは橋の高さが市内で一番高く、通勤途上の方などが投身する場所であった。そもそも、冬場の自殺を少しでもくい止めたい、暗い冬の通勤時の憂鬱を少しでも解消し楽しい気分で職場に向かえるようにしたいとの思いから始めたそうだ。

Q2 どれくらいの人が集まるのか？

A2 常時集まるのは15~20名程度とのこと。しばらく顔が見えない方がいると連絡をとり、精神的・経済的に辛い状況にあると皆で連れ立って家まで訪問するなど、外に出かけるよう促して社会との絆を切らせないよう支援している。

ツイッターで繋がりのある仲間は現在340名ほどになり、知り合いに声をかけ合い仲間は増え続けている。FB（フェイスブック）のサイトも立ち上げ、活動内容なども広く発信している。メンバーには医者や弁護士、エンジニアなど専門家もいるが、会社員や教員など、互いの職種での区別や差別はまったくなく、自分の出来ることを無理せず、自分の判断で行っているとのこと。



キャンプ用ガスコンロを付けた改造自転車

Q3 そのほかの活動についてはどのようなものがあるか。

A3 着るものに不自由している者には着るものを、経済的に困窮していると少額の募金を、食べるものがない人には食事をとるように、お互いの足りないものをお互いに分かち合う形で支援している。

普段なかなか外に出ることができずにいるメンバーには、感謝祭にはターキーを届け親交を深め、外に出かけるきっかけ作りなども行っている。

またマイナス40度になることも珍しくないエドモントンの冬を大いに外で楽しみたい、自転車は冬でも乗れるということも広めたかった。



明るいころには20名ほどが参集

【所感及び考察】

「札幌では、冬に自転車はどのような楽しみ方をしているのか？」と聞かれ、雪が高く積もるので冬に自転車には乗らないと答えると、「それはもったいない。是非自転車に乗れるようにすべきだ。」と言われたが、エドモントンでは、車道、歩道はもちろん、自転車専用レーンが整備され除雪もきちんと行われている。本市との大きな差を感じた。自転車走行レーンの整備はもちろん、冬期間の自転車活用についても雪の多い都市ならではの取り組みを考えるべきと感じた。

また、ダレンさんは自動車に乗っていても気づかない様々な街の暮らしがあると言う。自転車や徒歩だからこそわかる色々なことがあると。そこから見える人々の悩みや苦勞に寄り添って、冬の暗い街の中心部で、これからもさらに仲間を増やし、活動を広げていきたいと話された。

「でも自分自身が楽しまなきゃね。」と落としたてのコーヒーを勧めてくれた彼とメンバーのチャーミングな笑顔には癒された。自発的に始まり、行政からの援助は基本的にない。自転車が好き。コーヒーが好き。誰かと話すのが好き。SNSで活動を知る方たちが集まり、自分の見たこと聞いたことからチャリティにつなげていく、このようなコミュニティの在り方は本市でも大いに参考になると考える。行政主導ではない市民活動を支える仕組みづくりや様々な活動の在り方のアイデアを広く市民に募り、伝える役割を本市が担えたら良いのではないかと考える。（文責：坂本 きょう子）

⑥ パティオ文化レストラン

(概要)

エドモントン市では、四季を通じて屋外の暮らしを快適にするパティオ文化を推進している。特に活気ある冬の生活につなげる仕組等について視察する。

【視察内容】

○ パティオ文化とはどんなものなのか

一般的なパティオは、建物の中庭などを指すが、エドモントン市におけるパティオは、オープンカフェのように飲食店の外にテーブルと椅子を並べ飲食をすること。昔からパティオ文化は広く認知され、親しまれていたものの、あくまでも夏場の文化であった。

寒い冬にとにかく外に出て、子どもの頃のように雪や寒さを楽しもうとのコンセプトで、夏に市民の憩いの場となっていた「パティオ」を冬にも開放しているもの。



パティオの看板

○ 冬季も屋外で快適に楽しむ工夫

大きな薪ストーブや暖房器具を囲み毛布にくるまり、コーヒーやホットチョコレートを飲みながら他愛のない話で打ち解ける高齢者や子どもを連れた夫婦、ロマンティックなディナーを満喫する若いカップルなど年代や性別を問わず、にぎわっているとのもので、始まったばかりでさらに成果が出るまで店舗への支援も継続し、市民へのアナウンスも積極的に進めなくてはならないとの見解だった。

高層ビルの高層部分と低層部分に段差を設ける設計を行うことで、ビル風を防ぐ工夫も取り入れている。そのため工夫をしているビルのあるエリアとそうでないエリアの体感温度が違い、パティオの盛況ぶりにも大きく影響がある。

【質疑応答】

Q1 取り組み状況について。

A1 現在は 70 あまりのカフェやレストランで行われているが、さらに店舗数を増やして行きたいと働きかけており、週末だけ実施している店舗には、平日の日中にも開催するよう要請しているとのこと。



開店前のパティオ
イスやテーブルに雪が積もっている

Q2 行政からの支援について。

A2 支援の内容としては、パティオを開
設している店舗には、市から毛布が無
償提供され、2,000 ドルの補助金が出る
とのことである。



夜のパティオ

極寒の屋外で薪ストーブや毛布で暖を取る

【所感及び考察】

実際に夕方のパティオ文化を体感した。

薪ストーブの灯りと暖かさを体験したくなる工夫がされているようだった。ベンチや椅子にはクッションが用意されお尻も冷たくなく、十二分に暖かい毛布が体をすっぽり包むとマイナス 20 度の体感気温も忘れてしまうほど快適だった。はぜる薪の音と煙は、まさに子どもの頃の思い出と重なり、冬、雪、寒さは楽しむものとの思いが強く湧いてきた。市民が行政とともに寒い冬こそアクティブに外での活動を楽しもうとの気概を感じる瞬間だった。

12月の第1週の週末に、町全体でシェイワイドウィンターパティオパーティーが開かれると、本格的な冬の訪れを感じるとか。真冬のエドモントンを体験してみたいと強く感じるとともに、札幌においても、冬、雪を楽しむ文化の醸成をすすめたいと思う。



薪ストーブとパティオ全体

(文責：坂本 きょう子)

VI まとめと考察

今回の視察は、「人や企業が集まる魅力あるまちづくり」について、国内では視察することが出来ない海外の先進事例について学ぶことを目的として、議員 11 名で、アメリカ・ポートランド市とカナダ・エドモントン市の二都市を視察した。

最初に視察したポートランド市においては、人口流入や企業進出が活発であるため、人や企業が集まる理由や都市の魅力づくりの工夫について調査した。具体的にはまちづくりにおける実例及び取り組み、住民目線での魅力、企業目線での魅力について、視察を行った。

実例、取り組みについての視察においては、市民主体で住みやすさ、にぎわい作りを創出してきた手法、環境保全対策など様々な施策を学べた。次に、住民目線での魅力については、アートなど、自分の作品を表現できる場があること、地産地消が進んでいることが分かった。また、企業目線での魅力については、オリジナリティがあるもの、古い味のあるものを好む人が集まっているため、それらについての事業が受け入れられやすいことが分かった。

それらの視察の結果、オリジナリティや古い味のあるものを好む人々、つまり、「自分らしい生活」を求める人々が、市民主体で住みやすさ、にぎわいづくり、環境保全などに力を入れてまちづくりを行ってきたため、そのような人々に好まれる都市になったことが伺えた。ポートランド市に移住する人々は、良い職や高い収入があるからではなく、「自分らしい」、ワークライフバランスが整った生活が出来るポートランド市という都市そのものに住みたいから移住するのである。その傾向が特に若年者に強いため、現在、ポートランド市においては、若年者の人口の流入が起きているのではないだろうか。「自分らしい生活」は、近年、日本国内においても強く求められていると考えられる。高い収入を求めて東京近郊の大都市への若年層の人口流出が増加している本市においても、ポートランド市を参考にすることにより、高い収入ではなく、「自分らしい生活」を追求する若年層を強く惹きつけるような魅力があるまちづくりを推し進めていく必要があると考える。

次に視察を行ったエドモントン市においては、冬の住みよいまちづくりについて調査した。具体的には、「冬の都市戦略」、除雪、歩行空間などの施策について公的機関の方々から話を聞き、コーヒアウトサイドやパティオ文化のレストランなどについて、実際に体験してきた。

エドモントン市においては、この「冬の都市戦略」に基づき、冬季における様々な施策が行われてきており、それが実際に民間企業や市民にも受け入れられている状況であることが分かった。冬季も「住みよい都市」とする施策を学ぶべく、視察を行ったが、エドモントン市の「冬の都市戦略」では、「住みよい都市」について、より具体的な「市民自身がエドモントンの冬を好きになる」との考えをもとに戦略を立てていた。「寒くて暗くて危険」という印象を「冬を好きになる」に変えることは容易なことではなかったはずである。しかしながら、現在、これらの施策が成功し、市民などに受け入れられている。それは、マイナス 20 度の極寒の中、夜間、早朝にも視察を行ったことにより、「冬を好きにな

る」という取り組みを実際に体験したこと、関わっている人々に実際に話を聞いたことから伺い知ることが出来た。これは、市民・関係機関の巻き込みが成功した結果ではないだろうか。具体的には、「冬の都市戦略」という大きな分かりやすい枠組みを造り、そこに「何をすれば、あなたはエドモントンの冬に恋をしてしまいますか」という市民の想像力を書き立てる質問を行い、市民の声を反映する。実際、寒いこと、雪が降ることは、住んでいる市民にとっては、不便な部分が多いかもしれない。しかし、今後、札幌市において、人口の流出を減らす、さらに人口の流入を増やすうえでは、「住みやすい」ことはもちろんであるが、住んでいる市民が「冬が楽しい」と思うような施策を行っていく必要があるのではないかと感じた。

最後にポートランド、エドモントンのどちらにも共通しているのは、そこに住んでいる市民の声を身近に聞いて、市民を主体としてまちづくりをしていることである。

行政ではなく、地域に密着し、市民と身近に接している議員だからこそ、出来ることがあると、実際に都市に赴き、活きた施策について触れ、またその都市の人々に触れ合い、率直な意見を聞くことによって、より強く感じる事が出来た。今後も今まで以上に市民の皆様の声を反映し、札幌市が持つ潜在的な魅力を引き出しながら、人や企業が集まるまちづくりに向けて、議会活動に励んでいきたい。