

ポートランドは、多くのアメリカの都市で中心市街地の商業が崩壊し、郊外のSCが基軸商業を形成しているのに対し、中心市街地の商業も健全な都市です。

一般的には「都心商業に対する郊外商業基軸の原則」(六車流：流通理論)があり郊外商業が強いと中心市街地の商業は切り崩されます。

しかし、ポートランドの中心市街地の商業は、郊外のSCよりも大きな商圈(都市圏人口214万人)を有していますが、必ずしも大規模化、複合化、高級化、ハイトレンド化、ハイエンターテインメント化の要因ではなく、小規模かつ個性的かつ地域密着的な街区として成立しています。それゆえに、ニューヨークや東京のように中心市街地が百貨店や有力チェーン店で郊外商業と差異化している姿とは異なります。その成立背景には、MAX(路面電車)といった公共交通手段の確立による都市圏や郊外からの吸引や、オフィスワーカーの存在、さらには、中心市街地に人が住んでいることがあります。このように中心市街地の商業は広域圏からの吸引と同時に、アーバン・コンビニエンス(都心の利便性ニーズ)であるオフィスワーカーや、都市住宅(タウンハウス)に住む住民のニーズによって成立しています。郊外には、サバーバン・コンビニエンスニーズとサバーバン・リゾートニーズを対象とするSCが数多く立地しています。

(1) 中心市街地の商業街区

①パイオニアプレイス(都市型SC) &パイオニアコートハウス・スクエア周辺商業街区

パイオニアプレイスは、サックス・フィフス・アベニューを核店とする都市型SCであり、郊外SCより核店及び専門店のグレードが高くなっています。また、パイオニアプレイスの周辺街区には、ノードストロムや有名専門店が街並みに溶け込む形態で立地しています。都市圏人口214万人に対応する中核街区であり、かつ、ワーカーニーズ対応、また、中心市街地に居住する人々のRSCとしての役割を持った商業街区です。

②パールディストリクト

ニューヨークのソーホーのごとく倉庫や古いレンガ造りの建物を活かしたオシャレな街並みに、ライフスタイルショップや個性的なレストランが立地しています。

③ノブヒル

高級住宅地を南北に横切るメインストリートである23rdアベニュー沿いに、質の高い商業施設がオープンストリートで立地しています。

④リバープレイス

ウォーターフロント(ウィラメット川)の再開発地域の中にデザイナーズマンションと一体化した商業施設であり、ライフスタイルショップとレストランが立地し、一種のライフスタイルセンターを形成しています。

⑤ホーソン・ストリート

さびれた商店街をヒッピーが開発し、同時に、人が都心に帰ってきてにぎわいを持つようになったヤングと庶民的な商業街区です。

(2) 郊外のSC

①クラカマスタウンセンター

ポートランドの東側の郊外に位置するRSCであり、ノードストロム、メイシーズ、メイシーズホームファニチャー、JCペニー、シアーズの5核と専門店約220店(シアター含む)で形成されています。

②ワシントンスクエア

ポートランドの西側の郊外に位置するRSCであり、ノードストロム、メイシーズ、JCペニー、シアーズ、デックス・スポーツ・グッズの5核と専門店約150店で形成されています。

③ロイドセンター

ウィラメット川の対岸(ポートランドの東側の副都心)に位置するRSCであり、ノードストロム、メイシーズ、シアーズ、マーシャルズ、ロスの5核と専門店約200店で形成されています。

④ブリッジポート・ヴィレッジ

ポートランドの南側の郊外に位置するタウンセンター(オープンエアモール)であり、大型の核店は存在しませんが、クレート&バル、ボーダーズブックス、コンテナストアズのマグネットストアを基軸としつつ、専門店約150店から成り立っており、隣接地にはホールフーズ(ニューヨークのコロンバスサークル店に次ぐ素晴らしい店)やREI(マウンテンスポーツを基軸とするスポーツの総合店)が立地しています。

⑤ウッドバーン

ポートランドの南側の郊外に位置するアウトレットセンター(オープンエアモール)であり、デザイナーズブランドは少ないが、有名専門店のアウトレットストア約90店で形成されています。

(株)ダイナミックマーケティング社³
代表 六 車 秀 之