

I 観 光

担 当

神崎町	まちづくり課	石 橋 正 彦 (班長)
成田市	財政部財政課	狭 山 朗 (記録・編集)
君津市	会計課	中 花 彩 乃 (写真)
印西市	市民部資産税課	石 井 一 彦 (写真)
東庄町	まちづくり課	椎 名 英 隆 (記録・編集)
九十九里町	税務課	柳 井 勝 己 (記録・編集)
長柄町	建設環境課	本 吉 啓 二 (写真)

【調査概要】

訪問先 アメリカ合衆国 オレゴン州ポートランド市

訪問日 令和元年10月6日及び10月7日

訪問先 「ファーストストップポートランド」外

応対者 飯迫 八千代氏

(ファーストストップポートランドディレクター)

ニック・ファルボ氏 (ポートランド市交通局)



ファーストストップポートランドにて

1. はじめに

日本における観光は、地方創生の切り札であり、成長戦略の柱である。その理由の一つとして、観光庁が発表した『訪日外国人消費動向調査(2019年7月－9月)』によれば、「訪日外国人一人当たり16.5万円消費する」とある。観光は経済発展の一翼を担っているのである。

こうした中、政府が2016年3月に策定した『明日の日本を支える観光ビジョン』において、訪日外国人旅行者数2020年4,000万人、2030年6,000万人等の目標を掲げ、取り組みを進めている。この結果、2018年の訪日外国人旅行者数は3,119万人と6年連続で過去最高を更新し、3,000万人の大台に乗った。

東京オリンピック・パラリンピックを控え、観光は日本における重要な産業として飛躍的に伸びている分野と言える。

しかし、いざ観光を発展させようと各自治体に取り組むに当たって何を観光資源にすればいいのか、目玉になるような観光資源はないと課題に直面することが多いのではないか。

今回視察したポートランド市は、近年アメリカ西海岸において注目を集めている印象であるが、観光イメージはあまりない都市である。このポートランドというまちがなぜそんなにも注目されているのかを研究することで地域活性化を通じた観光施策の参考としていくことが本視察の目的である。

また、車での移動が主流なアメリカにおいて、ポートランドは自転車の普及率が高いことで有名である。日本でもインバウンドを呼び込むための環境整備の一つとして、シェアサイクルに取り組む自治体が増え、自転車が交通手段や観光のアイテムとして注目され始めている。ポートランドがどのようにして「バイクタウン」と言われるまでに発展を遂げたか、その使用感や観光という立場にとってどのような利益を生んでいるかといった点も併せて調査する。

2. オレゴン州及びポートランド市の特徴

オレゴン州は、北米の西海岸に位置し、面積は25.5万平方キロメートル、人口は約414万人。州内最高峰のマウント・フット山などを有し、豊かな自然環境に恵まれた地域である。

ポートランド市は、州内最大の都市であり、人口は約64.8万人。また、ポートランド都市圏内をカバーする行政形態として、広域政府(メトロ)があり、3郡(カウンティ)及び24市をカバーしている。このポートランド広域圏の人口は、222.6万人に上

っている。

都市の特徴として、各種調査機関のアンケート結果で、「最も住んでみたい都市」の上位にランクされ、近年は、毎週500人単位で人口が増加するなど、社会増を中心とした人口増加が著しい点が挙げられる。住民は、大学の学位を持つ人が多く、特に若い世代に人気がある。

産業面では、かつては林業や農業などがポートランドの主な産業であったが、現在はハイテク産業などの進出が顕著であり、カリフォルニアの「シリコンバレー」と並び、オレゴンの「シリコンフォレスト」と称されるように、近年著しい成長を遂げている。また、伝統的に盛んな林業・農業に加え、スポーツアパレル産業や農業の伝統を受け継いだワイナリーも発展しており、多くの企業が市内に進出している。

これら高収益を上げている企業の存在を背景に、州や市の財政基盤が安定しており、オレゴン州では、消費税が課されず消費者（住民や観光客）に優しい都市となっている。また、この安定した財政基盤の下、計画的な都市整備・環境整備が行われており、街の美観が保たれている。



ポートランドの所在地 出典：Google map

3. ポートランド市の沿革及び街のグランドデザインについて

今でこそ住みやすい街と称されるポートランド市であるが、従前からこの状況が保たれていたわけではない。1960年代末には、ポートランド市においても、他の地域と同様に、人口の増加やハイウェイの整備に伴う居住地の郊外化や郊外部での商業施設の立地が進み、スプロール現象が進行するとともに、人が住まなくなった場所は駐車場となり、治安が悪化するなど、中心街の衰退が深刻化していた。

そのような状況に対応するため、当時の市長は、1972年にダウンタウンのグランドデザイン（全体構想）を策定し、建設中だった高速道路を廃するとともに、街を分断していた道路を撤去して公園にしたほか、街の中心部にあった駐車場を広場（現在のパイオニア広場）に整備し、毎週のようにイベントが開催される市民の憩いの場へ変更するなど、郊外の自然を保護しながら、公共交通機関の利用を中心とした街づくりへと施策の方向性を転換した。また、郊外の自然環境や農地を保護するために全米で唯一、「都市成長境界線」を設定している。

ポートランドでは、現在でもこのグランドデザインに基づいたまちづくりが行われている。

4. ポートランド市のグランドデザインの特徴

(1) 公共交通機関利用の拡充

グランドデザインでは、街の中心部に公共交通網を縦横に配し、人が集まる場所への移動については、公共交通機関の利用が基本とされている。現在の公共交通機関には、電車（ライトレール「マックス」）、路面電車、バスが網の目のように路線を張り巡らせている。このことにより、渋滞の緩和や環境負荷の低減、市民の健康増進が図られるだけでなく、市内各地を安価で移動することができるとともに、街に人が長く滞在することを可能としている。



中心部を走る路面電車



市内を走る電車の路線図

出典：TriMet HP

(2) 街並みの形成

1区画の一边が約60mとコンパクトであり、次の街角をすぐに確認できる街並みになっている。これらを実現する要素としては、適度な都市の規模と、生活圏を郊外へ広げないコンセプトなどが挙げられる。

なお、区画が多くなる結果として、道路スペースが広がるが、建物と建物との間の歩道には、飲食できるスペースが配置されるなど、憩いの空間として有効に活用されている。



美観が保たれる街並み

また、建物の一階部分の店舗は、ガラス面が大きく取られ、中の賑わいを外からうかがうことができ、通りを歩く人々を呼び込む効果がある。中心街には工芸品を扱う店やレストラン、カフェ、ビアホール、場所によってはキッチンカーが立ち並び、街全体が活気に溢れている。

さらに、街中には、集合住宅も広がっているが、住宅に庭がないことの代替として、市民がくつろげる場所として、公園、緑地が数多く設けられている。



市街地に数多くの公園・緑地が設置されている

一方で、人口の増加に伴う家賃の高騰や移民の増加などにより、ホームレスも多数発生しており、大きな社会問題となっている。

5. ポートランドの観光政策

(1) 市及び Travel Portland の活動

ポートランドの観光を推進するのは、市及び非営利団体の「Travel Portland」である。

同団体は、オレゴン州ポートランド市から観光事業を委託されており、また、観光案内所を市内の中心部で運営している。



Travel Portland (現地ガイドへのインタビュー)

市では、同団体と協力しながら、海外の展覧会への出展や SNS による情報発信に力を入れている。

(2) ファーストストップポートランドと視察

観光客（外客）の定義には「観光目的だけでなく、ビジネス目的の外客も含まれる」という考えがある。「観光は外貨を稼ぐ業態である」といった視点に立った場合、広義の意味で「ビジネス客は観光客」と言える。

視察に訪れた者は、視察先の施設に訪れる傍ら、飲食店や商店、そして宿泊をし、外貨を落とすしていく。

視察受け入れは、一つの観光に関するビジネスモデルとして、有効な手段である。目立った観光施設が無くとも何か秀でたものがあれば、視察を受け入れることはできる。

その中で、ポートランド州立大学内で、ポートランドのまちづくり等を研究し取りまとめている部門であるファーストストップポートランドは、視察を通してアメリカ国内はもとより、広く海外からも視察を受け入れている。

ポートランド市はまちづくりという秀でた政策の視察を受け入れることで観光客を増加させた成功事例である。

(3) 都市ブランドの推進

市の観光施策の基本的な方針は、有名な観光地・観光資源の PR よりも、ポートランド都市そのもののイメージアップ、いわゆる都市ブランドの推進が中心となっている。

具体的な取組みとしては、クラフトビールやワイナリーなどの地元の名産品をアピールするほか、前述した建物の一体性の確保による街並み形成や、工芸品などを中心とした街全体でアートを感じることができる雰囲気作り、ファーマーズマーケットなどにみられる「ローカルファースト」、いわゆる地産地消の推進などが挙げられる。

6. ポートランド市における観光施設等

(1) トム・マッコール・ウォーターパーク

ポートランド市の中心を南北に流れるウィラメット川に沿う形で公園が広がり、緑溢れる景色を楽しむことができる。

公園へは市街地から徒歩数分程で行くことができ、人々の憩いの場になっている。「バイクタウン」と言われるだけあり、サイクリングを楽しむ人も多く、ジョギングをしている人も多く、こ

の街の健康意識の高さをうかがうことができる。

(2) ポートランド・サタデーマーケット

ポートランド市街地東側に位置するオールドタウン地区では、1～2月を除く土日にサタデーマーケットが開催されており、様々なクラフト商品を購入することができる。

マーケットを訪れる多くの市民は地元のローカルアーティストを知る機会になり、アーティストから直に購入、応援することでローカルファーストの精神がより強固なものになっている。



(3) ポートランド州立大学

オレゴン州では唯一主要都市部にある大学で、キャンパスはダウンタウンに位置しており、周辺にはたくさんの商店やカフェ、レストランなどがある。都市部に設置されているものの、キャンパスは木々が立ち並び、緑に溢れている。正門やフェンスなどもないため、市民が気軽に散歩でき、解放感がある。



(4) フードカート・ポッド

ポートランドのカートは移動式フード・トラックとは異なり、「ポッド」と呼ばれる専用地区に集まっているので、そこに立ち寄れば複数のカートから様々なジャンルの食べ物を気軽に選ぶことができる。このような場所は、珍しいため観光客も訪れ、グルメを楽しんでいる。



(5) アーティスティックな街並み

ポートランドでは建物の外壁や広場などで、ローカルアーティストによる様々なアート作品を見ることができる。

特にポートランド市街の北東部に位置するアルバータストリート地区は、もともと治安の悪い土地であったが、アートプロジェクトによるまちおこしに成功し、今では若手アーティストの集まるクリエイティブな場所になっている。建物のあちこちにはグラフィックアートが描かれており、現地を巡るツアーも行われている。



(6) パウエルブックス

パウエルブックスは、ポートランドの中でも多くの観光客が訪れるスポットとなっている。9つのフロアからなる店内は総面積6,300㎡という広大な売り場となっており、世界中で出版された約400万冊の蔵書数を誇っている。書店や図書館が好きな人には夢のような空間が広がっている。本だけでなく、明るく広いカフェも併設されており、購入前の本でも持ち込むことができる。



(7) コーヒーショップ

ポートランドはシアトル、サンフランシスコに並ぶ「コーヒータウン」と呼ばれており、ポートランド中心部だけでも700件以上のカフェがある。街を歩くだけで様々な場所でコーヒーを楽しむことができる。

(8) ウィラメット・バレー・ヴァインヤード

アメリカはオーガニックの意識が高く、約80%の農産物が有機栽培されている。ポートランド市外南西に位置するウィラメット・バレーには10km×160kmの広大な範囲に大規模なぶどう農場が点在している。農場に隣接されたワイナリーではワインバーが設けられており、試飲を楽しむことができる。



(9) ケネディスクール

ケネディスクールは、ダウンタウンからバスで20分ほどにある廃校を利用した施設であり、宿泊施設に加え、バー、レストラン、さらにはビール工場を併設している。「ブルワリー（醸造所）」と「パブ」が一緒になった「ブルーパブ」の先駆けとなった施設である。

民間企業であるマクメナミンズ社が廃校を買い取り、有効利用している成功事例である。

体育館はシアタールームに改装され、屋外にはミニプールが整備されるなど、敷地内で退屈せずに時間を過ごすことができる。また、各部屋や廊下の壁などには様々なアートが施され、非日常的な雰囲気づくりがなされている。



(10) オレンコステーション地区（ヒルズボロ市）

1980年代に、それまでの自動車中心の郊外住宅開発に対する批判から、アメリカ国内でニューアーバニズム（コンパクトシティ）が唱えられるようになったが、この考えを体現した代表的な地区である。

鉄道の駅を中心に、商店や住宅地がその周りを取り囲んでおり、自動車依存を解消するため、鉄道やバスなどの公共交通機関と徒歩を基本とした都市づくりが進められている。

オレンコステーション地区一帯はコンパクトなエリアで管理されているため、ゴミが少なく、非常に閑静な住宅街となっている。

7. ポートランド市の自転車政策

(1) 自転車政策について

現在、ポートランド市内では、自転車がレジャーだけでなく、都市部で通勤・通学の交通手段として利用されているが、これは、2016年9月に、ナイキがスポンサーとなり、街の主要部にレンタル自転車ステーションを設置し、どこでも自転車のレンタルが可能となったことが大きい。

市内には全長480km超の自転車専用レーンや自転車優先道路が整備されており、すべての自転車道がネットワークでつながっている。自転車専用レーンでは、車を進入させないためのポール

の設置などが行われている。地域によっては、自転車通勤者の割合が全体の10%を超えている地域もある。

市は、それぞれの地域の中心地において、歩いて20分以内で自分の必要なものが賄えるまちづくりを目指しており、自転車はその点（地域の中心地）と点（地域の中心地）を結ぶ移動手段として期待されている。このことにより、渋滞の緩和や環境負荷の低減、市民の健康増進が図られている。将来の目標としては、2035年に、労働人口のうち、自転車通勤の割合を25%にできるように努めている。

（2）BIKETOWNの概要

ポートランド市内には100カ所のステーション（自転車置き場）と1,000台の自転車が設置され、各自転車にはコンピュータとGPSが内蔵されている。スマートフォンに専用のアプリをインストールし、登録することで観光客でも利用可能となる。

また、アプリ内の地図にはステーションの位置と利用可能な自転車の台数が表示されるため、誰でも近くのステーションへ容易にたどり着くことができる。

後輪の上に操作ボタンが搭載されており、アプリに示された会員ナンバーと暗証番号を入力し、ロックを解錠すると自転車に乗ることができる。

自転車は、重く、若干扱いにくい部分もあるが、耐久性に富んだ造りとなっている。スポンサーであるナイキのシンボルカラー（オレンジ）が施され、視認性が高い。シアトルでもレンタルバイクを見かけたが、緑色のレンタルバイクより、オレンジ色のレンタルバイクのほうが視認しやすいと感じた。サドルの高さは簡単に調節することができ、ヘルメットの着用も義務付けられていない。



BIKETOWN アプリ

（利用可能台数や利用状況をリアルタイムで表示）

自転車は、他のステーションに返却が可能であり、利用料金は30分までが2.5ドル、1日合計3時間までが12ドル。そのほか、月12ドルで乗り放題の年間契約などがある。

ポートランドの場合、「自転車は夏に利用者が多い」とのことで、街中で利用していた方は数名見かけたただけであったが、トム・マッコール・ウォーターパークまで足を伸ばすと、ジョギングする人やサイクリングをする人が多数おり、この都市の住民のアウトドア活動の活発さがうかがえた。



トム・マッコール・ウォーターパークにて

また、マックスに自転車で乗車する人もおり、公共交通機関も自転車利用に配慮した仕様となっている。

なお、近年は「キックボードの利用者も多くなっている」とのことで、街中では、自転車よりもキックボードの利用者を多く見かけた。



色分けされた自転車専用道路



BIKETOWN ステーション

(3) ポートランド市交通局への訪問

訪問先 : ポートランド市交通局

対応者 : ニック・ファルボ氏

訪問目的 : ポートランド市交通局は、観光局とも連携してレンタルバイク等で市内を安全に走れるインフラを管理している部署である。運営方法や実際の利用状況などをうかがうために訪問した。

【問い①】

地元の市民と、観光客との自転車利用の割合は。

【答え①】

ローカル50%、観光客50%である。なお、市内には、BIKETOWN以外のレンタルバイクも多数あるが、そちらのデータは把握していない。

【問い②】

自転車の管理、メンテナンスはどのように行っているか。

【答え②】

ナイキのBIKETOWN専門の業者が、定期的にステーションを回り整備管理を行っている。



巡回する修理業者

【問い③】

BIKETOWN を維持管理していくための財源と予算規模は。

【答え③】

すべてナイキの予算であり、具体的な額は把握していない。

【問い④】

車道での自転車運転に危険性は伴わないのか。事故防止対策はどのように取り組んでいるか。

【答え④】

自転車の事故率は減少傾向にある。アメリカでは、訴訟社会という側面もあり、自動車運転者は細心の注意を払っているため、安全性は高い。

【問い⑤】

市として、条例等で自転車利用を規制しているような内容はあるか。

【答え⑤】

特段ない。制約がないことが特徴であり、ヘルメット着用の義務もない。

【問い⑥】

スマートフォンなどを所有していない方の自転車利用の方法は。

【答え⑥】

メンバーズカードを購入することで利用が可能である。

【問い⑦】

マックスや路面電車、バスとの利用の棲み分けは。

【答え⑦】

メトロと市は密接な関わりがあり、メトロの政策と一致するよう努めている。

【問い⑧】

自転車利用促進のための周知活動はどのように行っているか。

【答え⑧】

例えば、専用のバイクレーンができた場合、スタートとゴールの家には、1軒ずつ連絡を行っている。また、引っ越しなどで転入してくる方へは、市からも積極的に周知を行っている。高齢者への周知についても同様である。

【問い⑨】

今後の新たな取り組みを行う予定はあるか。

【答え⑨】

ナイキの費用負担となっているため、同社の方針次第だが、自転車のアップグレードは行っていきたい。

また、市内の南西地域など、BIKETOWNが少ない地域により浸透させていきたい。



ポートランド市交通局 ニック・ファルボ氏

8. 考察

(1) “住みやすい”をキーワードにしたまちづくり

ポートランド市では1979年に「都市部」、「森林・農地」に分けて開発をしていく「都市成長境界線」を設定した。これにより、まちを発展させるところ、農業を活性化するとところと、区画にコンセプトを持って開発することができるようになり、結果として都市部では区画を細かく分けたことで徒歩でも散策がしやすく、居住地、職場、スーパーマーケットなどがすべて徒歩や自転車で行き来できるようになった。

また居住区にも特徴があり、ポートランド市街ではアメリカでは珍しく各住宅には庭が存在しない。代わりに、道と道の間に縦に細長い公園が設置され、並木通りが広範囲にわたり続く形となった。これにより観光客にとっても移動しやすいという利点につながり、ナイキによるBIKETOWNや地元のレンタルバイクを利用することで、さらに市内を楽しめるようになった。

これらは、住む人々の暮らしやすさにもつながっていると考えられる。本視察日程の後半にシアトルへ行く機会があったが、朝の通勤時に道路は車で溢れていた。事実、バスで視察先に向かった我々の車両もこの渋滞からなかなか抜け出せず大幅に時間を無駄にしてしまった。ポートランドでは市街地にも関わらずそのような渋滞は見受けられず、バス移動等も快適な印象があった。

(2) 住民からの意見の反映

ポートランドではまちのスローガンの言葉として“Keep Portland Weird”というものがある。この言葉は2003年頃に市内の事業者が広告で利用し始めたと言われており、「変わり者でいよう」という言葉はポートランドの人たちのアイデンティティになっている。その言葉通り、ポートランド市街地の至る所でアーティスティックなデザインの壁画が見ることができ、都市部は都会らしくなく、緑に溢れ、チェーンストアが台頭する昨今に地元商店が立ち並ぶ街並みが形成されている。”アメリカらしくない都市部”であるこの市が作られている根底には“自分たちが住みたいと思うまちづくりをしていく”という共通の考えを大切にし、その考えを一つ一つ実現してきたことが今日のポートランドという大都市を形成しているように感じた。

この考え方を顕著に表しているのが行政の組織形態に「コミッションナーシステム」を採用している点である。現在、ポートランドには4人の議員と1人の市長という5人の政治家が議会を運営

している。ポートランド市の議会は毎週開催され、市民は自由に傍聴することができる。市民の意見を発表する時間も設けられており、約2分程度市政に関する意見を直接市長及び議員へ伝えることが可能となっている。意見発表の時間に歌を唄う者もいるという「さすが自由の国アメリカ」というエピソードもうかがったが、市民の提案内容によっては市政に反映されることもあり、市政と市民を近づける大切な意見聴取の場となっている。

議会は少人数制のおかげで素早く政策が決定され、その政策は速やかに実行へと移される。この制度が成り立つ背景には、市民が積極的に政治に参加できる仕組みにある。一つの特色としてポートランドには、「住みやすさ」を目的とし、協議するための「ネイバーフッドアソシエーション」といわれる団体が存在する。この団体は日本の自治会に近いが、市の公式な組織であることや自主的に個人単位で参加ができる点に違いがある。

コミッションシステムからは「自分達が住みたいまちを作る」、「自分達がまちを守る」という理念の高い市民性から、共通の考えを持った人々がどんどん集まり、その考えを市が受け止められるように体制を整えたことで好循環が生まれ、今日に至るポートランドの形成を実現していると感じた。

住民の意見をより深く聴取する方法として、ポートランドでは演劇などを利用して市民の意見を吸収しているという話もあった。初めうかがった時には何を意味するか判然としなかったが、市民に問いたい内容を演劇にして、それが終わった後に市民から感想や意見を聴取するといった取り組みであった。紙媒体のアンケートでは聞き出すことができない「活きた意見」を吸収することができるだけでなく、市民に問題意識を持ってもらい、より良い市政に繋げようという取り組みである。

9. おわりに

今回観光をテーマとしてポートランドを視察した際に、「ポートランドは観光にさほど力を入れておりません」といった話を受け、絶望感を抱いた記憶があるが、様々な角度から「観光」というものを考えることができた。

現在全国の自治体は、人口減少に歯止めをかけるため、「地方創生」の名のもとに様々な施策を行っているが、今回視察したポートランドは、「観光」を切り口とした地方創生のヒントを得たように思われた。

観光とは、「地元の良いものを掘り起こし、一見の来訪者を誘客

し、外貨を稼ぐことである」と思われている。しかし、ポートランド市は観光資源を掘り下げるのではなく、住民が愛する住みよい良いまちづくりを行った結果、観光客も集まるようになった。

有名な観光スポットがなくても、街全体を楽しむ目的で、観光客が集まってくる。ポートランドを愛する住民と触れ合うことで、ポートランドが好きになる街であった。

ここまで完成した街はそうそうないが、自分の自治体に秀でた観光資源が無くても、自治体の魅力を伝えることはできないだろうか。観光客といわれる一見の来訪者に街の魅力を伝えることができれば、交流人口が定住人口に変わる瞬間になると思われる。

Travel Portland のガイドの一人は、在米 2 年目の日本人であったが、「ポートランドを愛し、ポートランドの良さを観光客に教えるためガイドに就いた」と言っていた。この街の市民はこの街を愛し、この街の良さを皆に伝えている。

日本に住む住民がこのような気持ちでいられるならば、もっと良いコミュニティが構築できるのではないだろうか。際立った観光施設がなくとも、外客を呼べる街が構築できるのではないだろうか。

自治体は、このような住民が住む街となれるようにすることが何よりも大切であると実感した。

今回班員の一人に聞いた。

【問い】

「もう一度ポートランドに行ってみたいですか。」

【答え】

「いいえ。住んでみたい。」

みんなでいい街をつくりましょう。

参考資料

- ・宮副謙司・内海里香著『米国ポートランドの地域活性化戦略』
- ・トラベルポートランド
<https://www.travelportland.com/>
- ・観光庁ホームページ
<https://www.mlit.go.jp/kankocho/>
- ・外務省ホームページ
<https://www.mofa.go.jp/mofaj/press/pr/wakaru/topics/vol38/index.html>
- ・令和元年度市町村職員海外派遣研修事業 事前研修資料