

街を行く

第141回 ソーホー Soho

疲れるが楽しい

今回はNYのミッドタウンからアッパーを歩きました。ミッドタウンはビジネスと観光の集積地。この街の顔です。ビジネスマンにとってはロックフェラーセンター、旅行者にとってはティファニーやトランプタワーがある5番街、世界のブランドが集まるマディソン街は必ず訪れたい場所。そしてアッパーは、ウエストもイーストも高級住宅の象徴とされる街。そこに住まいを構えることは成功の証、というのがわれわれ日本人にとっての一般認識でした。

しかし今、街の様相は少し変わってきています。

人が集まる中心となっているのは、ミッドタウンよりかなり南に下り、ストリートを数字で表さなくなった地域で、ハウストン通りの南側に位置するサウスハウストン、通称「ソーホー」です。

北はハウストン、南はキャナル、西はウエストブロードウェイ、東はブロードウェイに囲まれた狭い地域なのですが、40年近く前から若い芸術家が集まり独特の文化をここから生み出していて、流行の先端を常に発信しているのです。

1980年代のバブルの頃は、日本からも多くのファッションや飲食のブランドが店を並べていましたが、その崩壊とともに撤退(中にはいまだにがんばっている店もあります!)、あまり身近な存在ではなくなりました。しかし、NY文化の発祥地としての地位は守り通してきたおかげで、最近また注目が集まっています。

今や米国で一番の消費者は若者(ミレニアル世代)です。特にITやスタートアップで成功した若者の購買力は凄い



ソーホーから見えるユニークなマンション「56レオナード・ストリート」(通称「ジェンガ・ビル」)と、ユニークな移動式床屋。ここには独自の文化と熱気が街のそこらじゅうに転がっていて楽しい



ものがあります。同じ有名ブランドを買うにしても彼らの趣向に合ったものがこの街には用意されています。それは観光客中心のミッドタウンにある店とではかなり品ぞろいが違うのです。あのルイヴィトンも来春には3店舗目のオープンを控えています。それにはコロナにより消費そのものの様子が変わってきたことも大きく影響しているのでしょう。いずれはミッドタウンで買い物を楽しむ観光客も戻っては来ますが、それ以上にこの街の活気も衰えることは無いでしょう。いまやソーホーだけではマーケットが賄いきれずに近隣の街に輪が大きく広がり、ソーホーを超えて賑わう街も多くあります。

小生、若者の熱気であふれた街が大好きですが、何より熱気が文化へと発展している本物の街が大好きなのです。日本では一時的熱気ですぐ廃れるケー

スが多いのが残念。小さくまとまらずにもっと外へ目を向ける貪欲さが欲しいところです。

実際のところ、この熱気はかなり疲れが伴います。小生も歳なのですかね?でも今回の街から貰ったエネルギーで当分は乗り切れます。次回は西海岸をご紹介いたしましょう。

南 一 弘



1982年大学卒業後、三井不動産販売に入社。ローンスター・ジャパン・アクイジションズを経て、2001年エートス・ジャパン・エルエルシーを設立。同代表に就任。2005年4月MID都市開発(旧松下興産)の代表取締役役に就任。2006年ジャパン・アセット・アドバイザーズを設立。同代表取締役役に就任。