

ローカルファーストシンポジウム in 富山 挨拶・資料

「ローカルファースト」の 価値観について

2022年3月12日

一般財団法人ローカルファースト財団 理事長

茅ヶ崎商工会議所 会頭

日本商工会議所まちづくり・農林水産資源活用専門委員会委員長

亀井信幸

Profile

亀井 信幸

亀井工業ホールディングス株式会社 代表取締役社長

所在地 神奈川県茅ヶ崎市南湖1-4-25 <http://www.kamei.ne.jp>

設立：平成18年10月（創業1890年・明治23年）

茅ヶ崎商工会議所会頭

茅ヶ崎市観光協会副会長

一般財団法人 ローカルファースト財団 理事長

国関係

- ・内閣府「地域経済活性化につながるPFI事業推進研究会」構成員
- ・国土交通省 国土審議会土地政策分科会特別部会 専門委員

日本商工会議所関係

- ・日本商工会議所 まちづくり・農林水産資源活用専門委員会 委員長

ローカルファーストの考え方

ローカルファーストとは

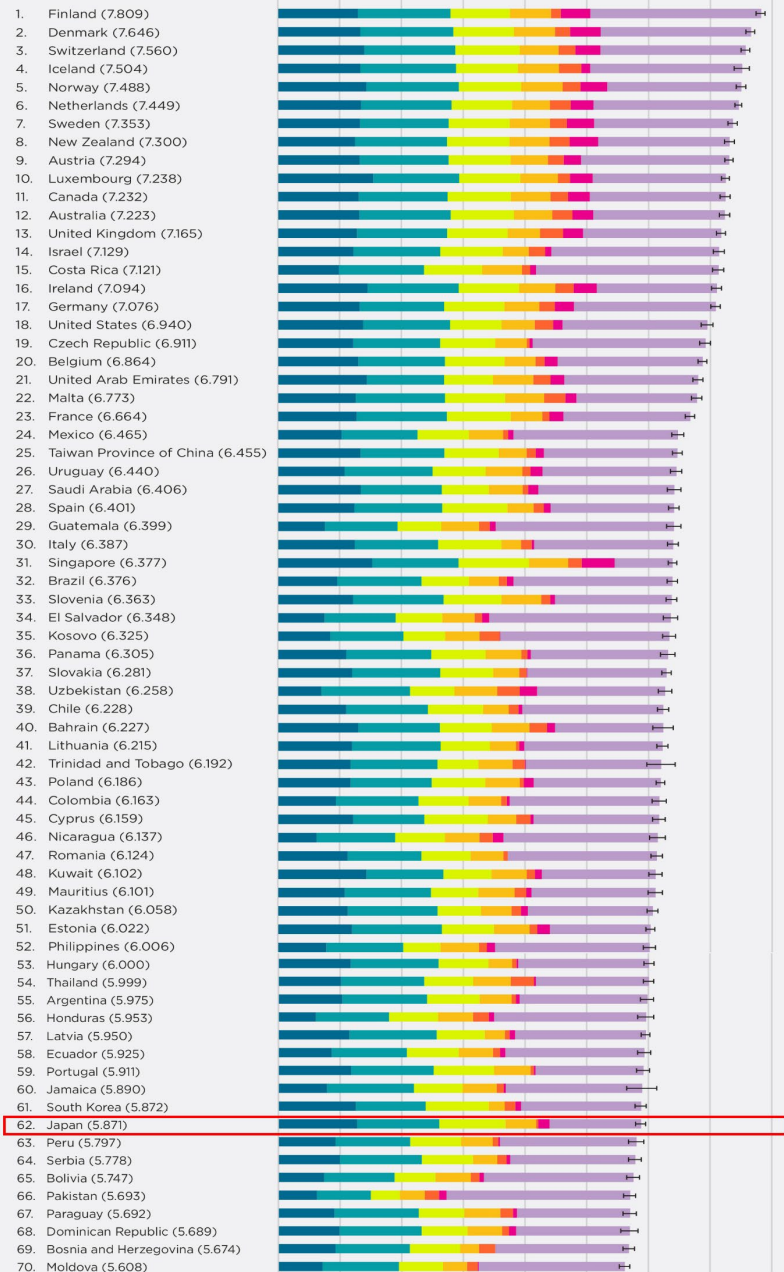
「地域一番」「地元優先」「地産地消」



一例に過ぎない

- ・ これからの社会を変えていくことのできる「価値観」
- ・ 「ライフスタイル」の提唱
- ・ 豊さをもたらすための選択の基準

Figure 2.1: Ranking of Happiness 2017–2019 (Part 1)



日本の幸福度

◀ 国連の世界幸福度ランキング 2020

日本は153ヶ国中 **62位**
(前年から4ランクダウン)

G7中7位(最下位)

G20中13位

東京は186都市中**79位**

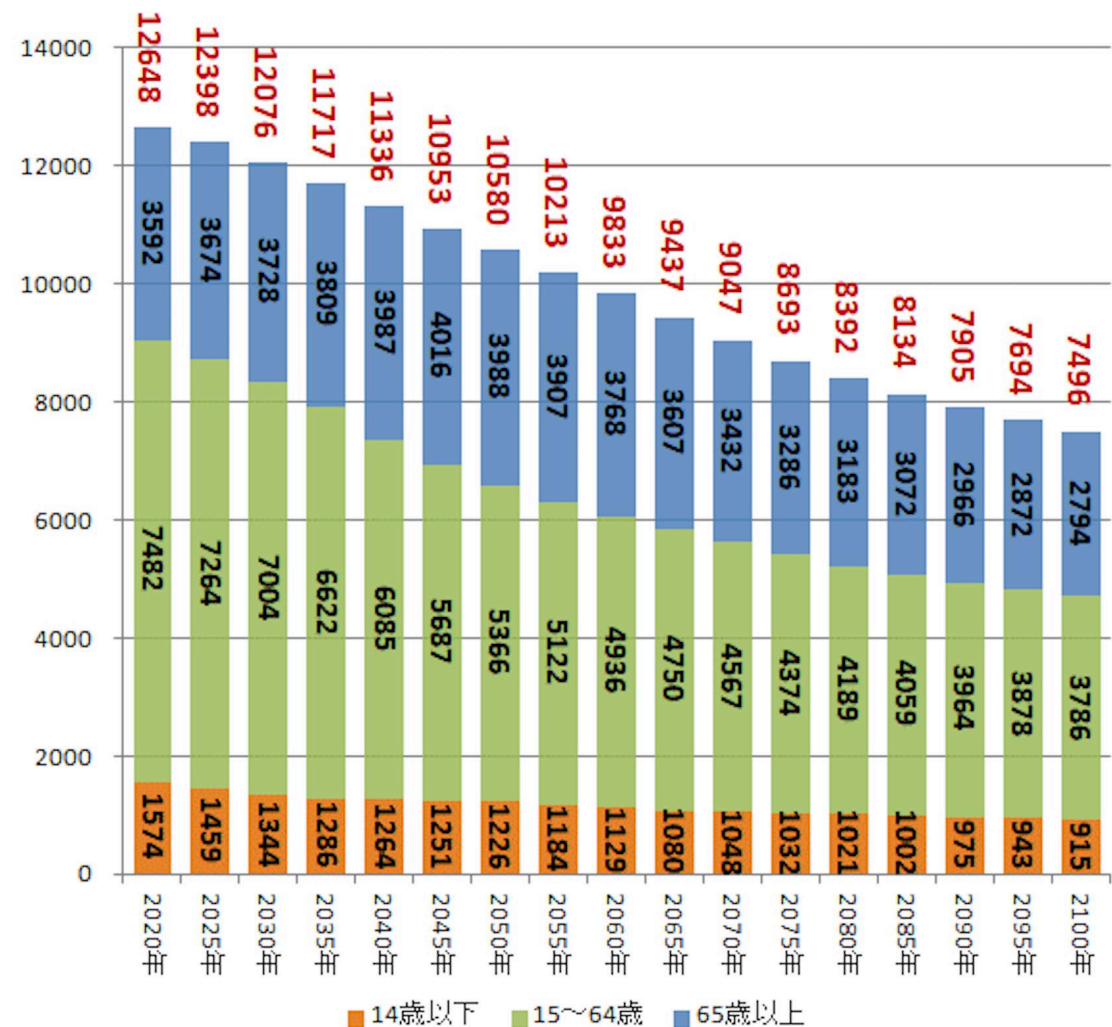
ここ数年、低下傾向 初回（2012年）40位



日本はGDPや健康寿命などの数値が高いわりに全体としての幸福度が低いのはなぜか？

日本の現状 — 先進国日本の課題 —

- 少子高齢化の加速度的進行
- 巨額な財政赤字
- 労働生産人口が減少
- 産業構造の変化
- 東京一極集中
- 格差社会
- 地方経済の疲弊
- グローバル化の拡大



ローカルファーストとの出会い

かつての高度成長期が推進してきた大量生産、大量消費の構造は、「より安く、便利に」という価値観を植え付けてた

結果、世の中に希望を見出しづらくなった市民が将来設計を描けなくなっている

一方で欧米のまちを訪ねると、豊かなまちがいくつもあることに気付く

違いは何か？

まちづくりのヒントやモデルを探して「ビーチのあるまち」という茅ヶ崎との共通項のあるロサンゼルス、サンタ モニカ、サンフランシスコ、カーメル、サンディエゴなどの視察を重ねた

それぞれ「豊かさの本質」について考えさせられたが、
ポートランドでの経験は決定的

ポートランドでは市街地に“ナショナルチェーン”が見当たらない



ローカルファーストとは

最初こそ不便でも、それが「地域資本の店で買い物をして地域のレストランで食事をし、自分たちの手でまちを美しく保つ」というポートランドの人々の価値観、すなわち「ローカルファースト」が創り上げた形

「自分たちのまちに愛情と誇りを持った選択と行動をする」

これこそがローカルファースト

地元企業が自分たちの住む「まち」の未来を考える時、いかに地域を理解しているか、まちの人、物、場所、文化などに愛情をもっているか、人々のニーズに寄り添い続けられるか、皆が真に豊かに暮らしている情景をきちんと想像できているかといったことが大切です。それを導きだす価値観が「ローカルファースト」だと考えます。

ローカルファーストという価値観からのまちづくりの推進

ローカルファーストとは

私たちが自分たちの住む「まち」の未来を考える時

- いかに地域を理解しているか？
- 「まち」の人、物、場所、文化などに愛情をもっているか？
- 人々のニーズに寄り添い続けられるか？
- 皆が真に豊かに暮らしている情景をきちんと想像できているか？

といったことが大切で、それを導きだす価値観

これこそがローカルファースト

ローカルファースト財団



理事長 亀井 信幸

住所：神奈川県茅ヶ崎市幸町5-8

電話：0467-57-8100 <http://www.local-first.info>

設立：平成26年6月10日

役員一部紹介

副理事長 阿部眞一（有限会社和泉屋菓子店代表取締役 全国商店街振興組合連合会理事長）
理事 足立基浩（国立大学法人和歌山大学副学長）
鵜殿裕（株式会社日本政策投資銀行設備投資研究所経営会計研究室長）
河木照雄（豊田まちづくり株式会社代表取締役）
桐山章伸（株式会社鎌倉まめや代表取締役）
當間安弘（茅ヶ崎機械産業株式会社顧問）
古川康造（高松丸亀商店街振興組合理事長）
眞壁潔（株式会社湘南ベルマーレ代表取締役会長）
松本大地（株式会社商い創造研究所代表取締役）
三澤ひとみ（乃羽バレエ代表）
藻谷浩介（株式会社日本総合研究所主席研究員）

ローカルファーストという理念をより多くの人々に広め、語り合い、交流を広げ、新たな価値観によるライフスタイルを生み出すことで、地域に希望と活力をもたらし、持続可能な未来を拓き、健康で、明るく、豊かな社会をつくることを目的として、「一般財団法人ローカルファースト財団」を設立。

「ローカルファーストが日本を変える」を出版

■平成25年12月発行



日本商工会議所のローカルファーストに対するスタンス

日本商工会議所 2021年度 事業計画の概要

基本的考え方・課題

新型コロナにより、東京一極集中のリスクが認識され、地方移住や副業・兼業による転職なき移住、企業の地方移転への関心が高まっている。こうした動きを具現化させるため、

地域の魅力を高めるローカルファーストのまちづくりが重要である。

地方創生の再起動①

民間主導のまちづくり・まち育てへの商工会議所の参画を推進する

- **ローカルファーストの観点からのまちづくりを推進**するため、地域診断サービスやこれに合わせて行う啓発およびワークショップの開催等を通じ、各地商工会議所に対して、2021年3月に策定した「民間主導のまち育て・再生実践マニュアル」の活用を促す
- 民間の知恵や資金を活かしたPPP/PFIの先行事例の紹介や、ガイドブックによる 情報提供を行う



本日皆様にお伝えしたいこと

1. 「ローカルファースト」は「人々をより幸せにし、日本を豊かにする価値観」
2. 一人ひとりの立ち振る舞いにほんの少しローカルのことを取り入れるだけで地域は変わる

ローカルファーストな価値観

「パンをどこで買いますか？」



【A】 コンビニ

24時間利用可、味などの商品規格も安定均一、大量流通で価格も想定内。

【B】 大手スーパー

品揃えが良く、大量仕入により価格が抑えられる⇔売上は首都圏にある運営企業や郊外の工場、原材料費は外国へ。流通コスト要。

【C】 地元の個店

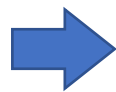


地元にある店でも地元にお金落ちない

原材料を含めた生産者の顔が見える。保存料を使わず、季節に合った食材を楽しむことができる。人同士のコミュニケーションの活性化。

【D】 地元スーパー

大手スーパーと同じ程度の買い物ができる。



地元で確実にお金が回り、経済を支える

ローカルファーストな価値観

「駅までどうやって行きますか？」

1. 駅前の混雑事情や安全面を考慮すると、公共交通機関を利用することも選択肢の一つ。
2. 一方、バスや車は環境に優しい選択とは言えない。燃料費も海外へ流出してしまう。
3. 時間や体力に余裕があれば、環境にも優しい自転車や徒歩を選択することで、見過ごしていた「まちの魅力」を発見できるかもしれない。お店の品揃えなどを見ることが出来る。
4. 大切なのは**「何を選択するべきかを一人一人がきちんと考えること」**。
5. 便利さだけを優先した毎日の無意識の行動を見直して、地域に優しい選択をするライフスタイルを取ることが大切。



ローカルファーストな価値観 - カフェと自動販売機 -

欧米では自販機やコンビニは見当たらない。
その代わり、至る所にカフェがある。
そうして地域の経済を回している。

自販機かコンビニかカフェか、どの選択が真の
豊かさといえるのか？ 皆さんの選択は？



ローカルファーストを考える - 事例 1 -



◆地域の食材を選び抜く ラ・ターブル・トリウミ

茅ヶ崎の住宅街に独立開業したフレンチレストラン、ラ・ターブル・ド・トリウミの鳥海シェフは、地元のお客様を中心に、まちに支えられていると言います。料理は世界中の厳選された旬の食材を最高の状態で仕入れ、素材のうまみを最大限に引き出す最適な料理方法で提供。地元の食材にこだわる考えもあれば、世界各地から地域の最高の食材を吟味して集めることで、より魅力的なものが出来上がります。そして、他の地域を支えることにも繋がる。**他の地域力も借りること、これもまた「ローカルファースト」の原則の一つであり、隣人・地域を大切にすること。**

ローカルファーストを考える - 事例 2 -

◆アジア中華 加納ダイニング

地元の若者が独立をして自分のお店を出す際に、物件をさがすのことは簡単ではありません。

写真はこの物件のオーナーが若者にチャンスを与え

若者はチャンスを活かしてお店を増やしていく。

これもローカルファーストの価値観であります。

古い一軒家を改装した店頭には地域にむけた熱いメッセージがこめられています。



ローカルファーストを考える - 事例3 -

◆ネッツ湘南トヨタ 海老名店

従来の販売店としての役割を見直し、より「**地域の交流拠点**」となることを意義とした設計でリニューアル。休日はマルシェの開催などで親子の来店が増加。店舗としての売り上げも**約1.5倍**へ。



ローカルファーストを考える - 事例 4 -

- ◆トラックの走っていないアメリカの高速道路。
日本はフードマイレージが高いと思いませんか？



ローカルファーストを考える - 事例5 -

◆埼玉県 所沢プロペ商店街の事例

ベッドタウン所沢のプロペ商店街は、全長300mに200店舗が並ぶ、賑わいある商店街。しかし、**昔からの地元のお店は3店舗しかありません。**

市民からはチェーン店が多く面白みが無い個性が無いと言われている。

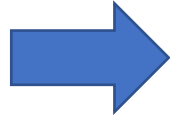
人口減少の中でいかに所沢に愛着を持ってもらい、住み続けてもらえるか。

プロペ商店街は、市民が所沢のいいところを再発見できるよう、「ローカルファースト」を取り入れる挑戦を続けている。



「まちづくり」をどう考えるか？

- 祭りや商店街イベント
- 行政によるハコモノの建築



というものではないということは皆様のご存知の通り

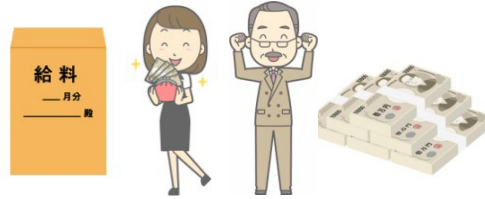
行政や様々な機関、住民が連携・協力して「魅力ある仕事」「住みやすいまち」を作り上げること

言うは易し。。。

実現のためのポイントは **「地域経済循環」**

地域経済循環

地域 経済循環



稼いだお金を分配



生産・販売して稼ぐ



分配所得を支出（投資）

この循環を太く、強くしていくこと

立ち振る舞いにほんの少しローカルのことを取り入れるだけで地域は変わる

- ローカルファーストは地域を閉ざすものではない
- ナショナルチェーンにはナショナルチェーンの役割があり、ローカルの店舗にはローカルの店舗の役割がある
- ローカルファースト、地域経済循環を進める際、100%をローカルに注がなくても良く、1%を振り向けるだけで地域は変わっていく
- 一例として茅ヶ崎で一人当たり月間1,000円をローカルのお店に落とせば直接、間接合わせて約53億円が茅ヶ崎で消費され、また、税収も約6.4億円増える（令和2年度茅ヶ崎市税収入の約1.7%に相当）
- ほんの少しでもローカルを考える習慣を身につけていただきたい
- それによって地域は大きく変わっていく

皆様に気づいていただきたいこと

- ローカルのスーパーで買い物をする
- 地元の個人のお店で食事をする、お茶を飲む、お酒を飲む
- 個人でお店を地元で営む
- 自転車でするに行く

これら全てはもう既に皆さんが行っているローカルファーストであり、豊かなライフスタイルである、ということに気づいていただきたい