

2023年1月16日

「官民連携のまちづくりを進めるた
めに」

足立基浩

パネルディスカッションの内容

1. 話題提供
2. パネラーの皆様の自己紹介
3. (主要テーマ)ローカルファーストのまちづくりの課題と方策
4. パネラーの皆様の感想 まとめ
5. 全体のまとめ

話題提供 ローカルファーストとは何か？

- ローカルファーストとは、「**地元での消費重視**」「**地域内流通・資金循環重視**」のまちづくりのことである。地域のものを住民が積極的に買うことで地域内にお金が循環し、雇用も生まれる。
- **近隣消費、近隣観光、近隣生産（Withコロナの時代に）。**

和歌山県でなぜローカルファーストが必要か

- 0.6%経済の和歌山県（全国のGDPの0.6%程度）。600億円[※]の需要が不足。
- 重回帰分析の結果、「温泉宿泊者数」「公共事業」「第3次産業」がGDP上昇に有意に貢献。
- 県外消費の3%を内需に回すことで格差が是正し、成長軌道に乗る。

→ローカルファーストの重要性

地元での消費の経済学的意義

「1%消費のローカルファースト運動」

- 地方の活性化で重要なのは「地域内での消費の促進」であるという。つまり、**地域外に出ていくお金を抑制しつつ、地元民が受け取るお金を増やす**必要があるという。
- 藻谷浩介さん（日本総合研究所調査部主席研究員）

計算例

- 例えば、人口1万人の町の場合。
- この町の平均所得が200万円だった場合、この平均所得の1%（つまり2万円分）を地域内での消費に回すとした場合、ざっと2億円が地元経済で還流するという計算。
- そして、この地域に残ったお金を人材投資等に回した場合、雇用100人分が生まれるという計算だ。
- 「地消地産」も重要

事例1 茅ヶ崎方式 ローカルファーストが生まれたまち

地元へのこだわり

- 地元レストラン(なんどき牧場)
- 地元野菜にこだわった「湘南野菜のピクルス」なども製造販売している。その他、平塚市、茅ヶ崎市場で加工された湘南ちりめんなども人気商品だ。
- 毎週土曜日には茅ヶ崎海辺の朝市なども実施され、多くの人でにぎわっている。
- 2001年以降、隔週土曜日の午前8時から9時までの時間に、茅ヶ崎公園野球場東側駐車場付近で開催されている。2008年より毎週土曜日に開催しているが、15店ほどが、軽トラックの荷台に新鮮な野菜やお花を積んで販売している。地元を感じる場所である。

テレビ東京 テレ東プラスより

<https://www.tv-tokyo.co.jp/plus/travel/entry/2018/017798.html>



サザンオールスターのサーフィンの似合う観光地ですが、地元商品もいっぱい。

地元産の商品をいっぱい作っています。



事例2 ローカル重視の商店街 佐久市岩村田商店街 おかず市場

2003年よりおかず市場開設

- 岩村田地域を中心に、地域に根ざして地産の物を使用し、**安全安心をモットーに惣菜開発**を進めている。
- 手づくり、手仕事、技の店としておいしいお惣菜を食卓にご提供できるよう、50種類以上を毎日手づくりにてご用意している。

本町おかず市場



おいでなん処、寺子屋塾、みんなの市場

2002年3月からスタート

- 空き店舗を利用して地域の人々が交流するスペースを設置。
- その他、岩村田本町商店街では、チャレンジショップ(2004年)、寺子屋塾(2009年)、ミニスーパーみんなの広場を設置している(2011年)。



事例3 若者とローカルファースト

宮崎市(人口約40万人)の事例(2013年から2022年まで、毎年実施)

近年では、高校生がローカル経済に貢献

高校生まちづくり会議で様々なアイデアが・・・。

高校生を主体とした戦略で4つの提案が出されている・・・。

案： 高校生商店街

内容例：高校生商店街

組織	内容の絞込み	お金について	スケジュール再確認	期待される効果
・実行委員会 ・農業高校 ・商業高校 ・商振連(商業者) ・地権者 ・行政 ・場所の確保の責任者 →先生、商振連、行政 ・高校生(販売業務担当)	・空き店舗を活用した高校生市場を開催 ・高校発オリジナル商品を販売(鮮度の高いものを提供) ・年3回(7月、10月、2月) ・11時～17時 ・街市などの他のイベントと同時開催	・場所(空き店舗) →オーナーの協力・提供 ・机、イス→商店街から借用 ・内装→高校の美術部 ・商品 ①農業高校→仕入れタダ ②商業高校→仕入れ自己負担 ・売上 - 必要経費を除き、宮崎高校連合基金を創設する →次回のイベントに活用	・H25. 5月スタート ①第1回実行委員会(5月) ②第1回高校生市場(7月) ③第2回実行委員会(8月) ④第2回高校生市場(10月) ⑤第3回実行委員会(12月) ⑥第3回高校生市場(2月) ⑦第4回実行委員会(3月)	・毎回1000人集客予定(高校生など若い人達が集合) ・農業高校・商業高校など高校生のコラボによる高校発オリジナル商品の開発 ・実業系高校を巻き込む ・高校生発宮崎産ブランドの確立→県外へPR



事例4 大学生にローカルを好きになってもらう・・・。

カムバック サーモン計画

- 和歌山大学経済学部足立ゼミでは過去10年連続でぶらくり丁商店街でカフェ経営を実施・・・。
- 学生たちがまちなかで地域再生に尽力することで市民・地権者の皆さんに「この場所の持つ意味 (Sense of Place)」を再び意識してもらえたら・・・。

2013年11月には学生が結婚式を商店街で企画(和歌山市)・・・。

商店街 元気でハッピー

和大学生が企画

和歌山大学の学生たちが運営する和歌山市のぶらくり丁商店街内の「Cafe With」で17日、20〜70歳代の3組が結婚式を挙げた。商店街活性化を目的に企画し、希望者を募ると、親の反対や再婚などで挙式していない夫婦が応募。家族や友人、商店街を行き交う人たちに祝福されたカップルたちは、幸せそうな笑顔を見せた。(落合宏美)

カフェは、地域再生や街づくりなどを研究する同大経済学部足立基浩教授のゼミ生らが2005年にオープンした。毎年期間限定で飲食を提供し、多彩な催しを開いてきた。今年は、「なくさん人を集め、商店街の良さを再発見するきっかけをつくりたい」と、誰もが幸せな気分になれる結婚式に着目した。

ぶらくり丁 婚

20〜70代3組 買い物客ら祝福



この日、挙式したカップルのうち同市土人の樋口敏彦さん(74)と文子さん(70)はぶらくり丁内で出合い、46年前の11月に結婚。当時は家族の反対もあって式を挙げなかった。今回、結婚式の写真のない母にウェディングドレスを着てほしいと、長女が応募。

この日、アーケード内に設けられたパーシブロードに登場した樋口夫妻は、家族や知人、商店街客たちが見守る中、宮司の前で宣誓。ケーキに入刀すると大きな拍手が起った。文子さんは「挙式できることは夢にも思わず、パーシブロードに立つと涙があふれた」。敏彦さんは「ぶらくり丁に夫婦で来るのは10年ぶり。懐かしさと幸せで胸がいっぱいになった」と感動した様子だった。

学生代表の梅田貴正さん(21)は、商店街内外の人々が力を結集してくれたので、行き交う人が一緒に祝いたくなる式になりましたと笑顔を見せた。

最近、店のリノベーションを行いました。
しかも、代金ゼロ円・。



売上報告

カフェの売上

総売上 87,450

総費用 44,325

純利益 43,125



店頭販売売上

総売上 70,250

総費用 56,200

純利益 14,050



事例5 小学校と連携 ローカルファースト運動

2022年1月22日、和歌山商工会議所青年部(略称YEG、Young Entrepreneurs Group)主催のオンラインでのシンポジウム「ローカルファーストが未来をつくる」が和歌山市内で開催された。

和歌山市立有功(いさお)東小学校は、「バイ(Buy)ローカル(地元のものを積極的に買おう)」に関する授業を既に実施している。

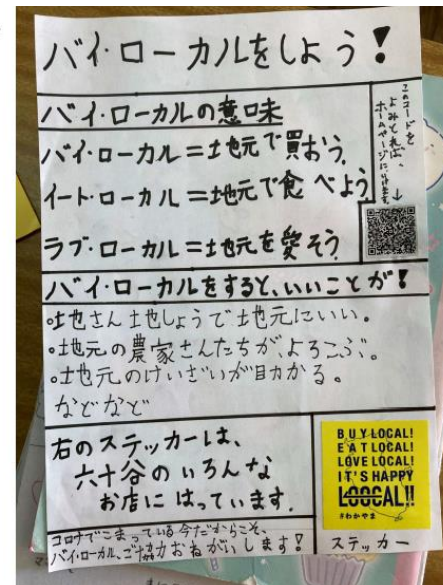


有功東小学校 三年風組

Buy Localのステッカー作りも

- この活動に参加した同校3年風組の子供たちは、地域などを学ぶ総合学習の授業の中で「地元を大事に」「もっと地元を好きになろう」をテーマに地元和歌山市六十谷地区周辺のお店を訪ねた。地域のものを、地域で買うということの意味。それは、商品だけでなく、地域の皆さんの息遣いにふれる機会を得ることでもある。
- また、子どもたちは地元のお店を知れば知るほど、宣伝したくなったようだ。YEGメンバーなどの応援もあって、おしゃれな黄色をベースとしたステッカーをJR六十谷駅や、地元周辺のお店に貼ってもらい、また、独自で作成したポスターも掲示して頂くこととなった。

ステッカーポスター 大作戦！



パネルディスカッション

ローカルファーストのまちづくりの論点

ポストコロナに向けて

「ローカルなまちづくりの実践→**需要を刺激**→日本全体の経済成長の実現」

(論点)

- ローカルファーストの理念をいかに市民の皆さんと共有するのか？
- 官民連携のポイントは？
- お金は？組織は？広報は？
- 実践例

ご清聴ありがとうございました。

