

2026年2月24日

ローカルファーストによる地域経済循環と中心市街地の活性化

国立大学法人 和歌山大学 足立 基浩



2 自己紹介

- ケンブリッジ大学土地経済学研究科 Ph.D
- 専門 まちづくり 地方創生 空間計量経済学

主な出版物

『新型コロナとまちづくり』晃洋書房（2021年）、『イギリスに学ぶ商店街再生計画—シャッター通りを変えるヒント—』ミネルヴァ書房（2013年）、『シャッター通り再生計画』ミネルヴァ書房（2010年）。

政府の委員）

- 内閣府 中心市街地活性化評価推進委員会 座長 2023年
- 国土交通省 まちづくり活動の担い手のあり方検討会 2016年 会長

3 ゼミ活動： 2023年4月22日に印南町にて新ビジネス発表会 CHATGPTを用いた地域再生

- ・パネルディスカッション
- ・足立教授、西川教授の
ショート講演
- ・chatGPTを使った
プログラム制作の実演



10.活動内容③商店街でのカフェ運営

- ・足立ゼミ3年生（当時）が実施したカフェの見学
（2022年12月実施）



地方に、もっと豊かな毎日を

印南のための 生涯学習 まちなみ キャンパス

印南町・和歌山大学共創事業
印南町 × 和歌山大学

参加無料
4/22 土
12:00~14:30
IN かいえる館

世代が学び、繋がる空間へ
新しい学びに惹かれることで賑わう新顔地こそが若さを保つ秘訣！
まち全体が学び合い助け合う社会こそが豊かで活気ある理想的な姿です。

パネリスト
足立 孝博 西川 一弘 西川 泰雄
「地方創生×学びの化学反応」

特別講演
今学びたい！
中高生必見！
未来を拓くAIスクールに挑んでみよう
地方では甲府やA2といった最前線の
知識を入手することが困難です。
そこで貴重な最新情報を極秘提供！
共有し印南町の未来をアップデート
（無料参加！）

プログラム
12:00 ショート講演
「地域経済と教育の今」
・和歌山大学の先進性による特別公開
12:30 パネルディスカッション
「地方創生×学びの化学反応」
・地域経済から読み解く活性化のキズ
・どうなる？印南町が取る教育の未来
・未来を拓くAIスクールに挑んでみよう
14:00 体験型教養ワークショップ
「俳句で言葉の美しさを学ぶ」
・新しい学びへのアプローチ方法
・十七音で情景を鮮明に描写してみよう

主催：まちなみキャンパス実行委員会
お問い合わせ先
TEL 080-2489-6916

in 伊太祈曽駅車両検査場

車庫フェス

2023 7.2 Sun
11:00~15:00
伊太祈曽駅車庫内 / 参加費 300円 / 雨天中止
（雨天キャンセルはありませぬ。当日の決断を祈ります）

大正時代から残る大倉庫の車庫は
大学がバタン10組が集い
東やか夏やきを届けます

子どもたちが
楽しめるイベントも！
・ユーチューバーが来たり
・おもしろい
・おもしろい
・おもしろい

Cafe With
Cafe & Bar またひ
Wonder Wall
MUU MUU CHIKEN
HOT UP

Design: 中川デザイン事務所

4

ゼミ & JR西日本和歌山支社

回遊性増進計画ナイトウォーク計画（2026年 1月31日夕方17時実施）



5 本日のお話の内容

- ローカルファーストとは何か
- ローカルファーストのまちづくり
- おわりに

6 ローカルファースト 3つのキーワード

- 地消地産
- 非基盤産業を大事にしながら地域産業を育てる（ローカル株主の発想）
- 無料のデータを使いこなす（地域経済循環分析を重視する）

データで見る 2 県内総生産の伸び 2011年から2021年

7

東京=19位(1.10%)です。

1位	宮城県	1.69%	公共事業型
2位	福島県	1.63%	公共事業型
3位	沖縄県	1.57%	観光型
4位	茨城県	1.47%	公共事業型
5位	滋賀県	1.46%	立地製造業型
5位	熊本県	1.46%	ローカルファースト型
11位	鹿児島県	1.32%	ローカルファースト型

下位の5県

43位	和歌山県	0.28%
44位	奈良県	0.28%
45位	香川県	0.24%
46位	青森県	0.20%
47位	愛媛県	0.17%

8 まちづくり ローカルファースト型地方創生とは何か？

- 地方創生とは、東京一極集中による弊害（低成長、少子化）が顕在化してきた現在、**国土面積のより多くを有効活用**することで日本の生成につなげること。
- なぜ日本人は**現状維持バイアス**が強いのか・。
- ドイツの地方都市はなぜ発展しているのか？
- 先進国がどこも共通して目指す「**個性の成熟化と資金循環**」を追求。

9 大事ななのはデータを用いた政策立案

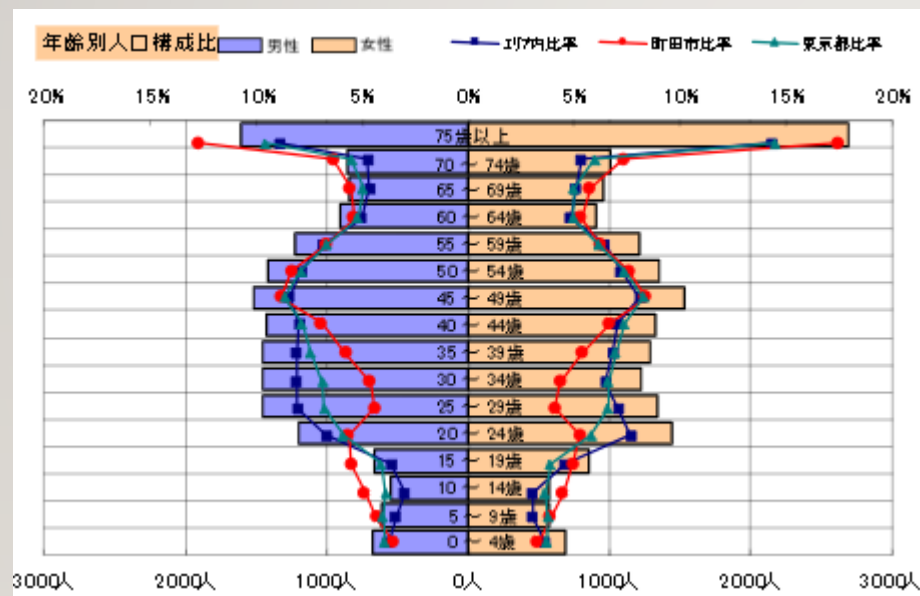
- 徹底的なEBPM
- データを利活用 ChatGPT × データ分析で高度化が実現
- ベイズ階層モデル 空間計量経済学 非線形モデルなど

10

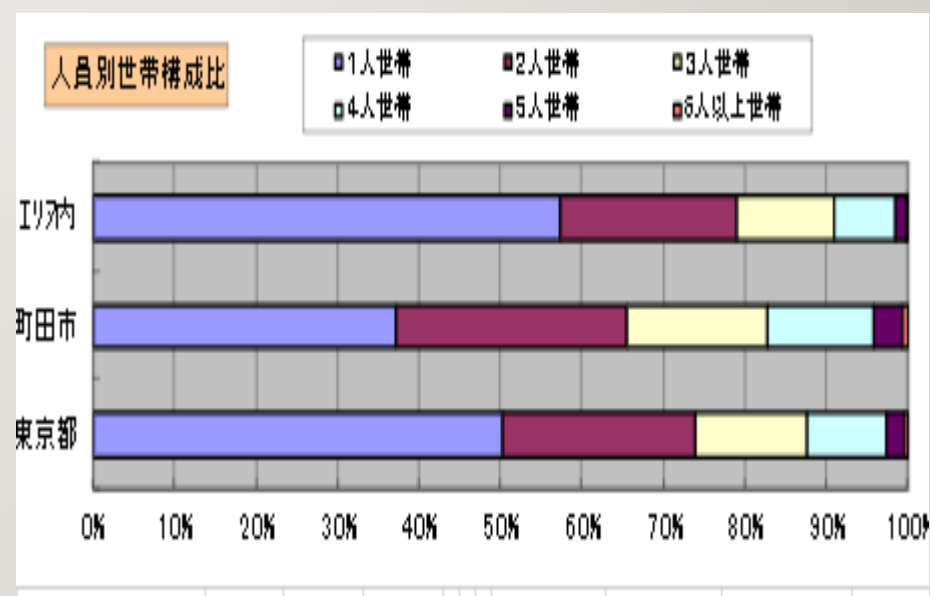


分析手法 2 無料のサイトJSTAT MAPを利用する。町田市の分析E-STATという政府のデータの窓口から入手する。[HTTPS://WWW.E-STAT.GO.JP/GIS](https://www.e-stat.go.jp/gis)

人口の年齢別構成を知る。

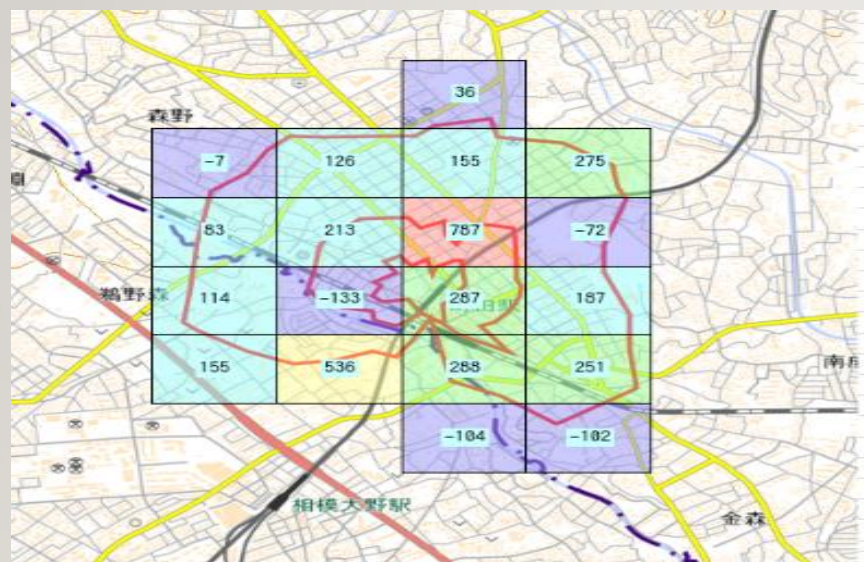


世帯人員 単身世帯が多い



12 2015年から2020年までの人口増減 青色が減少 赤色が増加

人口増減

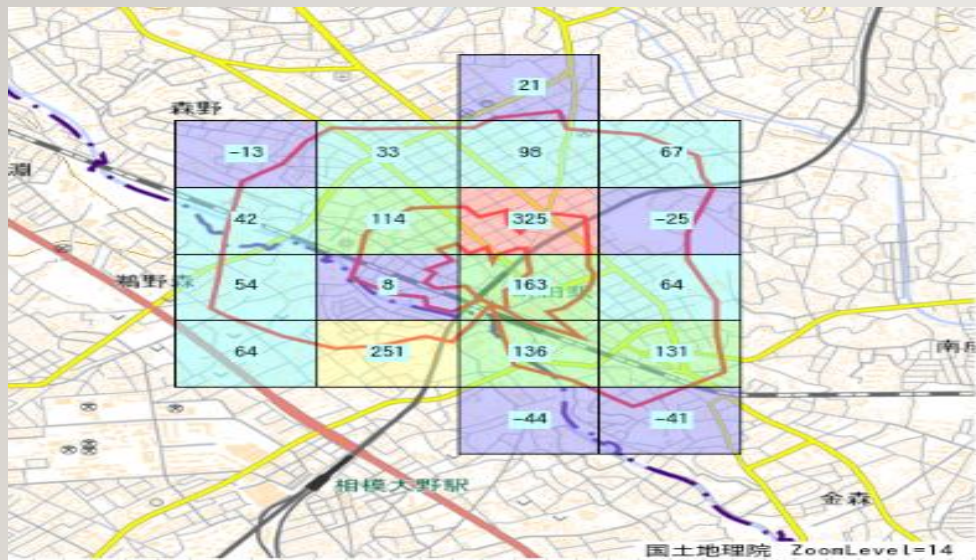


世帯増減



13 2015年から2020年までの人口増減 青色が減少 赤色が増加

男性人口の増減



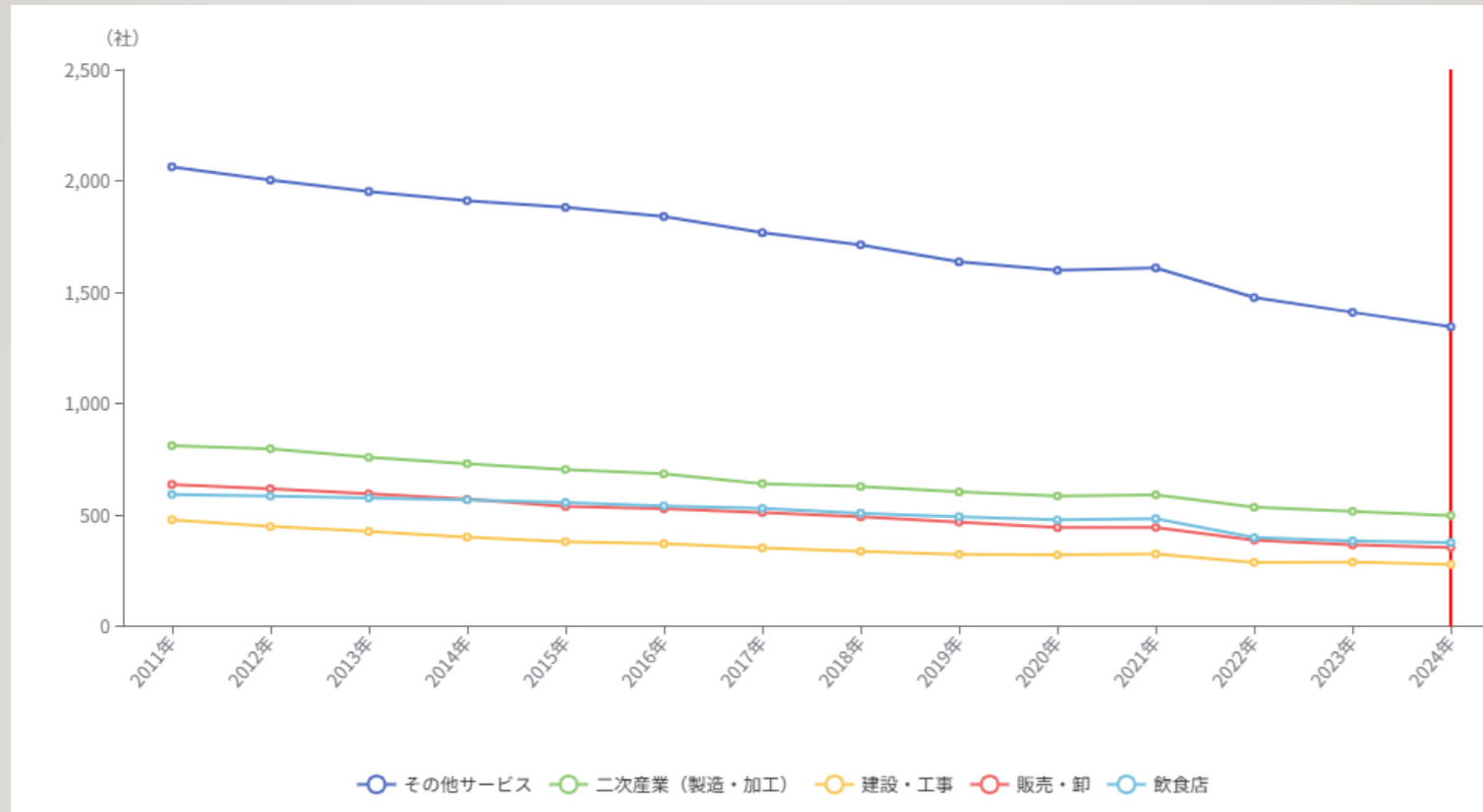
女性人口の増減



14 町田市の飲食店の分布 400店舗（マピオン電話帳より）



15 町田市の中心部の産業構造（RESASより）



16 次に、**SWOT**分析を行いこの地域にとって何が必要とされているかを考える。

そしてまちの10年先以上の **ビジョン** の重要性

17 これからのまちは今後どうなのか

- 特徴のあるビジョンづくりのまちづくりへ。
- どのような商店街を目指すのか。地元密着か、新サービスの提供か、観光商店街か、コミュニティーを充実させる商店街か、マルシェ重視の商店街か。
- ローカルファースト型か対外対応型か。
- 変化に強いまちづくりとは（昨年の事例から学べる点）

18 地域再生甲子園 2025（9月5日）から 地域商店街再生へのヒントを探る

- 日本各地の取り組み事例・モデルとなる商店街のまちづくりの事例紹介



19 これからのまちづくりの方向性 「創造性」「内発性」

- 「創造性」「内発性」をキーワードに事例を絞り込み、選抜された地域（甲子園のような）の発表大会

（午後の部）

- 都市再生における「新機軸」・「創造性」についてディスカッション

「内発性（ヒト、モノ、カネの内部循環）」、
「ローカルファースト」がKey Word



商店街を取り巻く地方創生のヒントになる事例紹介

- ・ 飯塚洋史さん 富山県西部 水と匠 取締役
- ・ 小嶋崇嗣さん 宮崎県新富町長 1000円ライチ
- ・ 古田秘馬さん URASHIMA VILLAGE（香川県）の取り組み

- ・ キーワードは 「楽しく」「みんながかかわる」 商店街再生へのエリアマネジメント。

DMO 水と匠

- **水と匠**（日本版DMO（観光地経営組織）となり、旅行商品の開発などを通じた地域活性化を目指す。） **富山県西部**
- 農林水産業や観光業を通じて地域経済を循環。コンパクトシティ政策と連携し消費を活性化。**自然共生型の持続可能な社会と経済発展目指す**。水と匠は企業や自治体がアイデアを持ち寄り、空き家となっている古民家を改修して宿泊施設にしたり、域内の伝統技術に触れる旅行商品を開発したりして地域資源を観光に生かしたい考えだ。



◎ 中新川郡、砺波、南砺

富山の屋敷林お手入れサポートモデルツアー（2024.11.23～24）

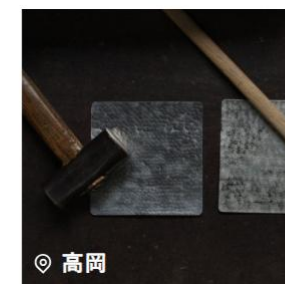
#知る #観る #体験する #食べる #泊まる



◎ 南砺

パラグライダーで空中散歩。鳥の視点から散居村を眺める。

#体験する



◎ 高岡

手打ちおりんの音色に耳を傾け、人気クラフト「すずがみ」作りを体験

#知る #観る #体験する #匠の技に触れる



◎ 高岡

由緒ある禅寺・国泰寺で坐禅と禅書道体験

#知る #観る #体験する



◎ 高岡

「勝興寺」特別拝観と地元のお野菜たっぷり精進弁当

#観る #食べる



◎ 射水

「富山湾の宝石」未来へつなぐサステナブルな白えび漁見学

#知る #観る #食べる

<https://mizutotakumi.jp/>

22 宮崎県新富町 - 稼いで街に再投資

新富町はこれまで、様々な独自のまちづくりを模索。観光組合を発展的に解消し、「こゆ財団」と呼ばれる地域商社を設立。

特産品開発や起業支援による収益を地域へ再投資。新たなビジネスや雇用を創出し、内外からの資源循環を確立している。



<https://lychee.link/>

23 香川県三豊市 地域株主という概念が定着

- 「UDON HOUSE」
- 旧民家を改装した滞在型施設。宿泊しながら讃岐うどんを「学ぶ・作る・食べる」体験ができる。
- 観光客に「うどん文化」そのものを味わってもらい、地域の食文化を資源化。「三豊の古民家再生宿」
- 海沿いや内陸の古民家を改修し、少人数で滞在できる宿泊施設に。□地元住民が株主・オーナーとなるため、運営の利益が地域に戻る。観光資源との連携 父母ヶ浜（瀬戸内の「ウユニ塩湖」と呼ばれる海岸）の人気上昇に合わせ、周辺の宿泊施設・カフェと連携。
- 宿泊業を通じて「観光滞在型」の需要を生み、日帰り観光から地域にお金が落ちる仕組みへ。



<https://www.bing.com/images/search?view=detailV2&ccid=TRLgvQU6&id=EA42D47C1094BC5E6E87F311D9C8F5A322DCBD3D&thid=OIP>

24 URASHIMA VILLAGE

- 特徴
- 単なる「ホテル経営」ではなく、株主になった市民と一緒に運営や 企画に関わる。
- 利益は株主に還元されるだけでなく、地域資源の維持・新規事業に 再投資される。
- **2021**年1月、香川県三豊市の荘内半島には絶景の海を目の前に、一棟貸しの宿がオープン。**URASHIMA VILLAGE**
- 宿泊施設は「泊まる」だけでなく、体験・交流を重視

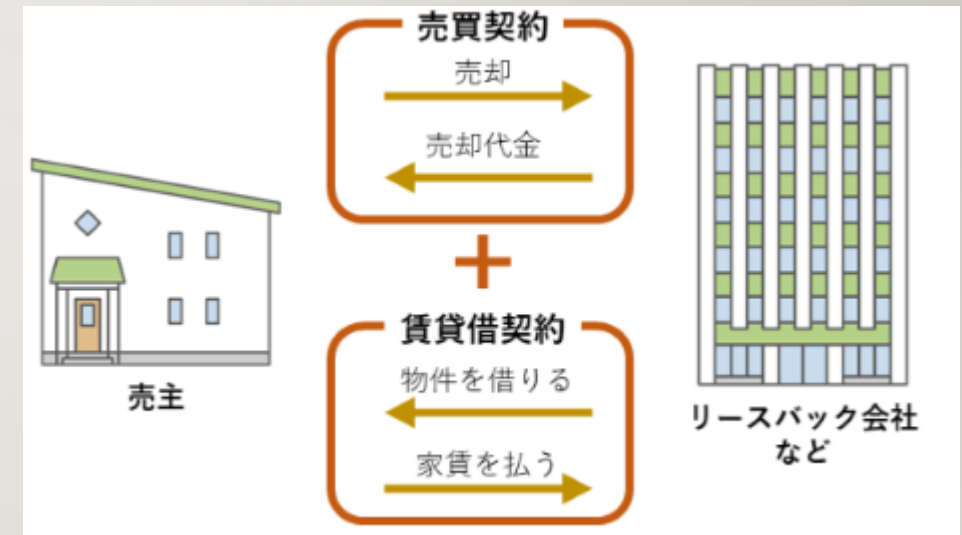


<https://www.mitoyo-kanko.com/facility/urashima-village/>

25 関係人口→地域株主人口へ。

- このモデルの肝の一つが「関係人口 → 株主人口」への拡張。すなわち、宿泊者や地域に関心を持つ人々を投資家・株主として参画してもらうという構想がある。
- 具体的には、「香川県三豊市・ソーシャルPJファンド1号」が設定され、1口10万円から出資できるようにし、利回りを2%想定、出資者には宿泊割引や無料宿泊券などの特典を与える仕組みを提示している。

このファンドで得た資金で不動産を取得し、運営会社へサブリース（賃貸）するというスキーム。



<https://www.bing.com/images/search?view=detailV2&ccid=tkjVWsTwK&id>

26 地域を鳥の目と虫の目で考える・。

- 目の前のものだけを見てはいけない。
- 全体と個別で政策を考える（ケンブリッジ方式）。

27 今後注目する**5**つの都市政策

- これからの「まち」の施策を少し考えてみよう・。
- 今注目される「街」の形が**以下の5類型**である。

28 【タイプⅠ】 公共空間・エリアマネジメント主導型 — 公共空間を核に、人の活動と運営を育てる —

- 特徴
- 公園・道路・河川など**公共空間の再編・利活用**が起点
- 社会実験 → 制度化 → **エリアマネジメント組織**へ発展
- ハード整備と「使いこなす人材・運営」を同時に育成
- 該当地域
- **山形県 上山（かみのやま）市** **住宅と公園・緑道が一体となった暮らしの場を創出するプロジェクトを推進**
- **神奈川県 秦野市**
- 公共空間を「つくる」ことよりも、「**どう使い、誰が運営するか**」を重視するタイプ。
上山市は公園住宅と暮らし方、秦野市は河川空間と歩行回遊性を軸に、人中心の都市構造へ転換している。



29 【タイプⅡ】空き家・不動産活用×創業支援型 — 空間と担い手を同時に再生する —

- ・ 特徴
- ・ **空き家・空き店舗・空き地の利活用**が主軸
- ・ **創業塾・社会実験**による**担い手発掘・育成**
- ・ ランドバンクや不動産マネジメント組織を重視

山形県 川西町

- ・ 三重県 津市
- ・ 奈良県 生駒市
- ・ 店舗経営を希望する人を募集し、専門家がアドバイスした上で、所有者とマッチングするプログラムを開始
- ・ 「建物が先か、人が先か」という問いに対し、**両方を同時に育てるアプローチ**。
小商圏・人口減少下でも成立する、小規模・分散型の都市再生モデル。
- ・ 所有者と経営希望者マッチング 市が開業支援

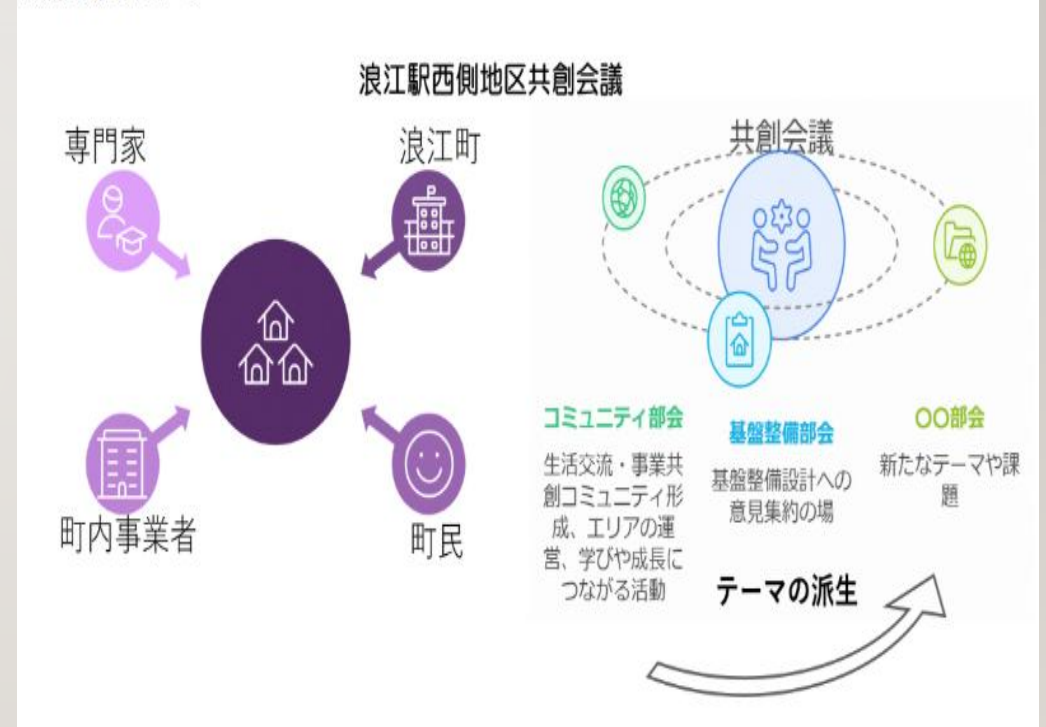


<https://www.sankei.com/article/20250618-YE4JETCXVRIUZGPQD4LIWCQ4YY/>

30 【タイプⅢ】復興・再編型（ゼロからの再構築） — 震災後の都市・コミュニティ再設計 —

- 特徴
- 一度都市機能や人口が**断絶・縮小**した地域
- 行政主導の基盤整備＋官民連携への移行
- **移住者**と**既存住民**の**関係構築**が最大のテーマ
- 福島県 浪江町
- 通常市中心市街地再生とは異なり、「元に戻す」ではなく**新しい日常と都市像をつくる**ことが目的。
エリアプラットフォーム形成が復興後期の鍵となる。

共創の場のイメージ



<https://www.town.namie.fukushima.jp/soshiki/34/38863.html>

31 【タイプⅣ】 拠点施設再生 × 経済循環型 — 公共的拠点を核に地域内循環を生む —

- 特徴
- 閉鎖・遊休施設を**公共的拠点として再生**
- イベント・直売・交流を通じた**地域内経済循環**
- **愛着・参加を重視し**、利益最大化を目的としない
- 該当地域
- 富山県 上市町 **カミール（2006年より）**
 - 大型商業施設の代替ではなく、
「**規模を落として持続させる**」**地方型モデル**。
自治体が一步踏み込み、拠点を支える点が特徴。



<https://arnon.jp/comeal/>

32 【タイプV】 コミュニティ形成・人材育成先行型 — ハードより「関係性」から始める —

・ 特徴

- ・ハード整備は後段
- ・市民対話・学び・若者参画を重視
- ・公民連携・共創意識の醸成が主目的

・ 該当地域

・ 熊本県 玉名市

- ・駅前や跡地活用がテーマでありながら、「何を建てるか」より「誰が、どう関わり続けるか」を最優先するモデル。
文教・若者を核にした中長期型の再生。



<https://www.city.tamana.lg.jp/q/aview/11831976.html>

33 では、どうするみなさんのまちづくり？



2026年1月31日 ゼミで夜間の回遊性促進イベントを実施（マップ＋チケット1000円） 約100人ほどが参画



35 注目事例2 たまり場としての商店街

農商福連

高知県安芸市 安芸本町商店街

軽トラマルシェも実施 農商福連携

- 商店街内にたまり場を設置。
- このたまり場では、ワークショップ各チームの活動状況等の情報共有・メインスピーカー（本日の主役）のお話・終了後は懇親会（希望者のみ）がある。
- 参加者は、市内事業者（個人事業主、法人代表、金融機関支店長等）、市民団体、高校教員、高校生、一般市民、本町商店街振興組合、市地域おこし協力隊、商工会議所、市、県の職員も参加する。自己紹介をしながら忌憚ない、まちの課題について討議する。これまでの参加人数は、スタートした**2022年5月**から**2024年11月**までに**28回**（全体会2回含む）開催され、累計**464人**（平均約**15人**）。



軽トラの荷台から...ナス詰め放題！商店街活性化へ、安芸市でマルシェ | 高知新聞・参照

36 現在私がかかわっている チーム宮崎の商店街再生計画

- 小規模だけど、楽しく、計画的にやるのも大事・。
- 大事なのは「**SWOT**分析」→「コンセプト」→「計画案を自分たちで作成」→「実行（スケジュール、組織、お金）」。

第1チーム 暖簾戦略 マネその1)

37

(現在計画案策定中のエリ

- 地域の入り口に情報発信の暖簾を作る
- 商店街エリアをもっと知ってもらいたい。暖簾にQRコードを付けて町の入り口に。
- まだまだHPが知られていない町の店舗をQRコード&暖簾で対応・。
- 知ってもらうエリマネが進行中・・・。



一番街＝若者の流入を生む→センチメンタル価値を植え付け、再生へ。→若者に「刺さる」具体策は？

2025年現在での「若年層、30～40代の親等）へのアピールを目指して。

38 第2チーム ブランド印象付け戦略 （現在計画案策定中のエリマ ネその2）

- ビタミンの街をよみがえらせる、**ブランド再構築型の観光エリアマネジメント**。

地方と協働した**CSR**活動をしているサプリー系の企業への企画提案などはいかがか。

- 町のブランドはビタミン・。「ビタミンの父を生んだ高岡」のイメージををもっと出せないのか。
- 取り組）結びつきが厳しい。かねひろさんのビタミンの父を出そうと思った。**ビタミン朝市**、ビタミンカレー。
- 朝市を検討中。それに合わせて「マップの作製」を検討中。

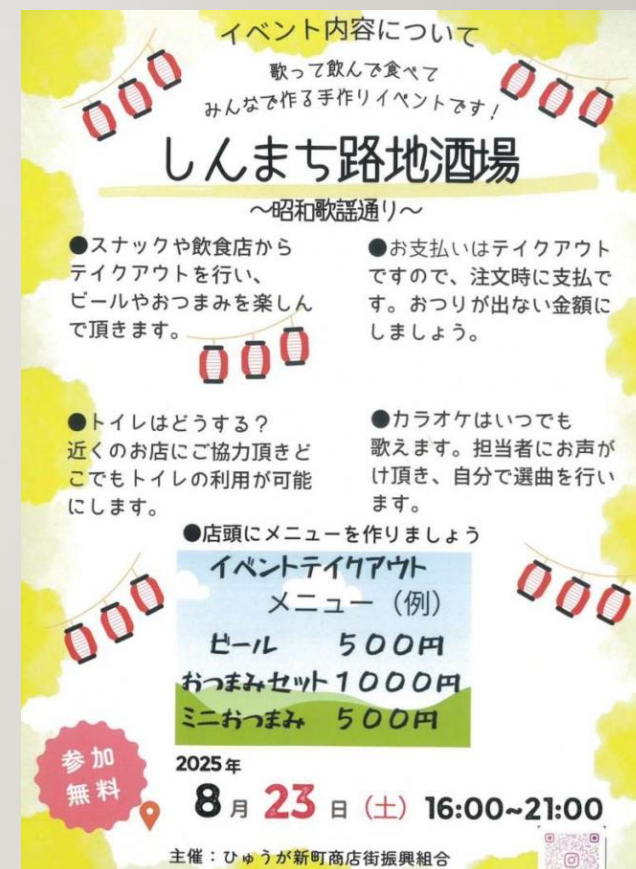


39 第3チーム （現在計画案策定中のエリマネその3） 高齢者にターゲットを絞った「**界隈**」の活性化・・・。

- 2025年11月8日 **しんまち路地酒場**

・ **高齢者が、主人公・楽しむエリマネ**

- 土曜日にシルバーを目的とした昭和歌謡の街＝大人の夜市企画。60メートルのなかで飲み屋さんの通り＝テーブルを出して大人のビアガーデンを実施。無料で歌っていただく企画。
- お年寄りの方に街に出てきてもらう＝議論を行う。500円のビールとまちの飲み屋さんを巻き込んだ（ワンコインで）。
- 同時に、**トイレシェアリングも目指した。**



40 今後のKEYWORD

- 古いマインドセットのままでは物事は解決できない（「アインシュタイン」）。
- 減りゆく人口は変えられない・。
- しかし、増やせるものがある・。

- 「地域周辺顧客（ヤングとシニア）」
- 「交流人口（SNS + 地域株主）」 そして 「商店街商社」。

4 | おわりに シン 町田市のローカルファースト型まちづくり 2. 0

- 少し大胆なことを、急いでやらねば街は変わらない・。

- そして大事なものは組織づくり、ひとづくり
- 強い「まちづくり会社」を構築する。
- そして、ある程度の許認可を民間組織に移行→地域のエリアマネジメントが必要な時代といえます。「エリア」全体の発展と「地価」の上昇を狙う。
- 足りない人材は外部から応援を頼もう・・・。

42 ご清聴ありがとうございました。

