

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

財 団

- 一般財団法人 ローカルファースト財団 理事長

商工会議所

- 茅ヶ崎商工会議所会頭
- 日本商工会議所 まちづくり・地域経済循環推進専門委員会 委員長

亀井工業ホールディングスグループ

- 亀井工業ホールディングス株式会社 代表取締役社長
- 亀井工業株式会社 代表取締役社長
- グローバルキッチン株式会社 取締役会長
- 相模開発株式会社 監査役
- 茅ヶ崎スマートウエルネスパーク株式会社 代表取締役社長 (特定目的企業)



亀井 信幸

ローカルファースト財団

ローカルファースト財団は、ローカルファーストの理念をより多くの人々に広め、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与え、持続可能な豊かな地域社会を創り上げることを目的に設立した**ものです。

「ローカルファースト」は、文字通り、地域でできることは、できる限り地域で担うということでもあります。これは、これからの社会を変えていくことのできる価値観であり、ライフスタイルの提唱、選択の基準、そして豊かさの本質を問う言葉でもあります。

また、**地域の企業が自分たちの住むまちの未来を考える時、いかに地域を愛しているか、**まちの人物、場所、文化などに愛情を持っているか、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想像できていることが大切で、それを導き出す価値観が「ローカルファースト」という考え方です。

現在、ローカルファースト財団は、地域での様々な実践的活動や普及啓発事業を広く展開しながら、国内の各地域において、それぞれの地域の特性を生かした地域主導のまちづくり、地域の活性化と持続的な社会が形成されるよう、**その活動を支援しています。**

ローカルファースト

「地域一番」「地元優先」「地産地消」 → **一例に過ぎない**

ローカルファーストとは

- 日本が抱えている諸課題を解決し、明るい将来を提示する
- 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

ローカルファースト = 幅広く奥深い意味があり、
色々な可能性に繋がる含蓄のある“**魔法の言葉**”

ローカルファーストとは

「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

品揃えが豊富、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、原材料費は外国等へ。流通コスト要。

【C】地元の個店

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、高齢者の安否確認機能。

【D】地元スーパー

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とは

「駅までどうやって行きますか？」

車、バス、バイク、自転車、徒歩・・・目的や事情によって使い分けていくことができます。

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。

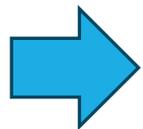
一方、バスや車は環境に優しい選択とは言えません。

燃料費も海外へ流出してしまいます。

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ません。お店の品揃えなどを見ることがもできます。

大切なのは「何を**選択すべきかを一人一人がきちんと考えること**」。

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ことが大切です。



ローカルファーストの価値観に基づいたライフスタイル



ローカルファーストな価値観 -事例1-



◆地域の食材を選び抜く ラ・ターブル・トリウミ

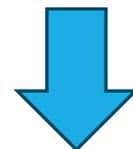
*遠方からもファンが足を運ぶ、地域を代表する、地元の誇りである
フレンチレストラン

料理は素材のうまみを最大限に引き出す最適な料理方法で
提供するために、

- ・ **地元の食材**
- ・ **各地域の魅力的な食材** を使用している

価値観

地元だけでなく、**お互いに努力をした地域同士が、
お互いに協力し合う**



隣人・地域を大切にする
= ローカルファーストの原則の一つ

◆アジアン中華 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ために、物件をオーナーが提供

価値観

地域で頑張ろうとしている人に、
市民は応援する
応援される人は、与えられた
チャンスを活かす



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書いてある

◆埼玉県 所沢プロペ商店街

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、賑わいある商店街です。
一方、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ました。
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に、「ローカルファースト」を取り入れる挑戦を続けています。



ローカルファーストな価値観 -事例4-

◆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りません。
その代わりに、至る所にカフェがあります。
そうして地域の経済を回しています。

自販機かコンビニかカフェか、どの選択が真の豊かさと言えるのでしょうか。 皆さんはどれを選択しますか？



◆環境的な取組み

2019年6月に軽井沢にて開催されたG20環境サミットの取組み

- ・間伐材を使用した木製ストロー使用。
- ・プラスチック容器、ペットボトルの使用禁止。
- ・会場内から自動販売機を撤去。

日本は環境対策を前面に打ち出してマイクロプラスチック削減に向けた国際的な取組みに合意しました。一方、私たちの身の回りには自販機やペットボトル、プラスチック容器が溢れかえっています。



◆トラックの走っていない高速道路



アメリカの高速道路



Q: 何を連想しますか？

- 地産地消
- フードマイレージ
- 道路混雑
- 道路のいたみ・維持
- コストがかかる
- 排気ガスによる環境汚染
etc.

ローカルファーストな価値観 -事例7-

◆トヨタモビリティ神奈川 海老名店

従来の販売店としてのかたちとは異なり、
前庭の駐車場やショールームには車を置かず、
休日は**マルシェ**等を開催

価値観

地域に役立つことをしていれば、まちの
人々（親子）が足を運ぶ
= **地域の交流拠点**となる



地域社会への貢献
(売上 1.5倍増)

