
生活文化創造都市推進事業

生活文化創造都市フォーラム

「氷見地域会議」

実施報告書



2019年 3月

一般財団法人 日本ファッション協会

はじめに

一般財団法人日本ファッション協会では、地域振興事業として、平成 15（2003）年度から「生活文化創造都市推進事業」に取り組んでいます。

これは、欧米から始まり、今や世界で 100 以上の都市が目指している都市モデル「創造都市=Creative City」をベースに、地域独自の文化に根差した市民の活発な創造活動こそが豊かな生活文化を育み、産業の振興にもつながるとの認識のもと推進している事業です。

具体的には、地域における創造都市推進の起爆剤となることを目指して、毎年、地域に赴き、まちづくりの推進リーダー及び市民を対象としたシンポジウムを開催しています。

今年度は、「生活文化創造都市フォーラム『氷見地域会議』」と題したシンポジウムを氷見商工会議所との共催で、平成 31 年 2 月 6 日に、氷見市いきいき元気館で開催いたしました。この報告書はその内容をまとめたものです。

皆さまには、ぜひご高覧いただき、これからのまちづくりの取組みのご参考にしていただければ幸いです。

平成 31 年 3 月
一般財団法人 日本ファッション協会

目 次

はじめに	3
目次	5
開催概要	6
主催者代表挨拶	
坪田 秀治 一般財団法人 日本ファッション協会 専務理事	7
開催地代表挨拶	
寺下 利宏氏 氷見商工会議所 会頭	11
基調講演Ⅰ	
「氷見市と生活文化創造都市」	
佐々木 雅幸氏 同志社大学 特別客員教授、 文化庁地域文化創生本部主任研究官	13
基調講演Ⅱ	
「“ローカルファースト” が氷見を明るく豊かにする」	
亀井 信幸氏 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.....	21
パネルディスカッション	
「これからの氷見のまちづくりに向けて」	29
氷見地域会議特別視察会	49

【開催概要】

タイトル：生活文化創造都市推進事業
生活文化創造都市フォーラム「氷見地域会議」
開催日時：平成31年2月6日（水）14：00～16：40
会場：氷見市いきいき元気館（富山県氷見市中央町12-21）
主催：一般財団法人 日本ファッション協会
共催：氷見商工会議所
後援：氷見市、日本商工会議所
テーマ：「これからの氷見のまちづくりに向けて」
参加費：無料
参加人数：約160名

【プログラム】

主催者代表挨拶

一般財団法人 日本ファッション協会 専務理事 坪田 秀治

開催地代表挨拶

氷見商工会議所 会頭 寺下 利宏氏

基調講演Ⅰ

「氷見市と生活文化創造都市」
同志社大学 特別客員教授、文化庁地域文化創生本部主任研究官
佐々木 雅幸氏

基調講演Ⅱ

「“ローカルファースト”が氷見を明るく豊かにする」
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、
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 信幸氏

パネルディスカッション

「これからの氷見のまちづくりに向けて」

◆コーディネーター

三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社
芸術・文化政策センター 主席研究員

太下 義之氏

◆パネリスト（順不同）

一般財団法人ローカルファースト財団 理事長
氷見商工会議所 会頭
日本商工会議所 主席調査役

亀井 信幸氏
寺下 利宏氏
鵜殿 裕氏

主催者代表挨拶

一般財団法人日本ファッション協会
専務理事
坪田 秀治

ただいまご紹介いただきました日本ファッション協会の坪田と申します。

まず、“ファッション”というと、皆さんどういうイメージをお持ちでしょうか？通常ですと、ファッションショー、あるいはアパレルを思い起こされると思いますが、私ども日本ファッション協会の“ファッション”は、そういった狭い意味の“ファッション”ではなく、衣食住の枠を超えた生活文化全般をファッションとしてつくられました。30年前、当時、東急電鉄の五島昇さんが、日本商工会議所の会頭をされていたときに創設されたものであります。もう30年の歴史をもっているとお考えいただければと思います。

そういった中の事業の一つとして、今日、この生活文化創造都市フォーラム「地域会議」というものを主催させていただいております。

せっかくですので、本日お配りした資料の中に「日本ファッション協会事業のご紹介」という資料が入っておりますので、ちょっと説明させていただきます。

協会の事業としては、大きく分けて顕彰事業、情報発信事業、地域振興事業、この三つを大きな柱としています。顕彰事業の中に日本クリエイション大賞と、シネマ夢倶楽部表彰の二つの事業があります。資料に掲載した写真は、去年の3月に帝国ホテルで行いました表彰式の集合写真です。受賞者、それから審査委員全員が写っています。

去年の「日本クリエイション大賞2017」では、どこが大賞だったかという、アクセルスペースというベンチャー企業でした。世界初の民間超小型衛星を開発したとして大賞を差しあげております。

また、2010年には富山市が大賞を受賞されました。ライトレールでCO₂の削減と中心市街地活性化を両立したということで表彰しています。

もう一つの顕彰事業が「シネマ夢倶楽部表彰」です。これも映画が生活文化全般につながるということで、観客目線から見ていい映画を表彰しようというものです。去年のベストシネマ賞の第1位は『花筐／HANAGATAMI』で、大林宣彦監督の遺作になるかもしれないと言われた作品であります。

では30年前のクリエイション大賞はなんだったと思われますか？あまりピンとこないと思いますが、NTTのテレホンカードです。生活文化に大きな影響を与えたということで、30年前に大賞を受賞しました。

去年の表彰式の集合写真をご覧くださいと、一番前に座っている若い女性は石橋静河さんです。新人女優としてこれから大きく育ってもらおうと推薦委員特別賞を差し上げたものです。後ろには、大宅映子さんや内館牧子さんなども写っていますが、こういう方たちが日本クリエイション大賞の選考委員になっています。

もう一つの事業は、若い人たちのストリートファッションの写真が何枚か出ていますが、これももう既に 20 数年行っている事業で、東京の 5 地点、原宿、渋谷、表参道、代官山、銀座で、毎週、若者たちの承諾を得て撮影したファッションスナップを、全世界に発信しています。今の東京の若者たちはどういうファッションをしているかを発信する情報発信事業です。

3 つ目の事業が、今日、この氷見で開催します生活文化創造都市推進事業です。後ほど、佐々木先生からお話があるかと思いますが、その土地に根付いた生活文化を土台としたまちづくりの推進に協会として取り組んでいます。

去年は、ちょうど八王子市が市制 100 周年を迎えたということで、八王子で開催しました。そのときの大きな特徴は、とにかくまちづくりというのは、年配の方たちだけが議論してやっていることが多いですけれども、若い人たちによる議論も必要だということで、小学生、中学生から自分たちのまちがどうあったらいいかということを提案してもらう試みを行いました。とてもおもしろい試みだったと思っています。

今日、ご当地氷見で開催するわけですが、氷見は 2012 年に、日本商工会議所の観光振興大賞で「氷見の魅力“三感王”（味わう・触れる・視る）事業」が、観光立地特別賞を受賞されています。2018 年には、「ひみ番屋街」が国土交通大臣賞を受賞されるなど、いろいろなチャレンジを行っている地域であります。

私はもともと呉東出身で、例えば、この地域会議を 2014 年に高岡市でも開催しましたが、呉東でやったことはありません。ということは、呉西の方が、いろいろなことに挑戦する気持ちが強いのではないかと思います。

本日の地域会議をきっかけに、氷見のさらなるまちづくりの発展につながるような議論が展開されることを願っております。

簡単ではありますが、これをもって挨拶に代えさせていただきます。では最後まで、ご清聴、よろしくお願いいたします。



日本ファッション協会事業のご紹介

一般財団法人日本ファッション協会は、より豊かな生活文化の創造を目指して
下記の3事業を中心とする活動に取り組んでいます。

顕彰事業	●日本クリエイション大賞 ●シネマ夢倶楽部表彰
情報発信事業	●スタイルアリーナ ●シネマ夢倶楽部 ●うらら会 ●アジアファッション連合会
地域振興事業	●生活文化創造都市推進事業 ●まち自慢ドットネット

●創造力を表彰する「日本クリエイション大賞」

製品、技術、文化活動、地域振興など分野を問わず、
時代を切り拓いたプロジェクトや人物を表彰して
います。

●「シネマ夢倶楽部表彰」

その年に一般公開された映画作品（邦・洋画
を問わない）の中から選ぶ「ベストシネマ賞」
をはじめ、映画文化に関わる各賞を選定して
表彰しています。



2017年度表彰式の模様（2018年3月5日開催）

★「日本クリエイション大賞 2017」大賞

株式会社アクセルスペース

「世界初の民間商用超小型衛星を開発」

★「第15回シネマ夢倶楽部表彰」

ベストシネマ賞 第1位

『花筐／HANAGATAMI』

監督：大林宣彦



●協会オリジナルサイト「スタイルアリーナ」

東京の主要エリア 5 地点の最新ストリートファッションや衣・食・住のトレンドをお届けする情報サイトを運営しています。



●アジアからの発信「アジアファッション連合会」(AFF)

アジアの加盟 6 か国により、アジアファッションの発信を目的に、2 年に 1 回の委員長会議や AFF 公式サイト運営などの活動を行っています。



●まちづくりを応援「生活文化創造都市推進事業」

地域で暮らす人々の創造性を育み、独自の生活文化や地域資源を生かしたまちづくりを応援します。

●地域情報を発信「まち自慢ドットネット」

地域で行われているさまざまな活動を紹介し、その地域の情報発信を支援しています。



生活文化創造都市フォーラム「八王子地域会議」(2018 年 10 月 5 日開催)

開催地代表挨拶

氷見商工会議所
会頭
寺下 利宏氏

皆さん、こんにちは。本日は日本ファッション協会主催の「生活文化創造都市フォーラム」がこの氷見で開催されますことを本当にうれしく思いますし、歓迎を申し上げたいと思います。

また、多くの皆様にご来場を賜りましたことを厚く御礼申し上げます。本当にありがとうございます。

このフォーラムのお話をいただいたときに、ちょうど氷見商工会議所では、将来この氷見市が豊かで住みやすいまちになるために、経済界としてどんなアクションを起こせばいいのかということを考えておりました。その折に、このお話をいただいたわけでありまして、われわれにとってもそういうことを考え、行動を起こしていく、そういう起点、スタートのフォーラムになればということ进行、私もこのフォーラムの招聘を逆にお願いをしたというところでもあります。

その意味で、こうして開催できますこと、そして多くの皆様にご来場いただきましたことを重ねて御礼申し上げたいと思います。

今日は氷見の方が多く、ご存知のことと思いますが、氷見は「世界で最も美しい湾クラブ」に加盟している富山湾に面しています。そしてその富山湾は、深さが1000mあり、すり鉢状になっていて、魚、魚種の宝庫であるとも言われています。“天然の生け簀”と言われるゆえんであろうと思います。



また、氷見市においては、400 年以上続く、定置網文化が継承され、今でも続けられております。一方、山手の方に目を向けていただきますと、三方を小高い山に囲まれ、いわゆる野山の幸が、これも宝庫だという称賛を受けているところであります。

今、氷見市では世界農業遺産・日本農業遺産を申請しようとしておりまして、まさにその通りだなということを私も感じておりますし、こういう自然を大切にするという市民性を生んだのが、今の氷見の生活文化だろうと思います。そしてこの自然を大切にする、自然を生かしていくということをこれからも続けていくことによって市民の皆様、移住者の皆様、そしてさらには観光交流で来ていただいている方々にとっても、この氷見の魅力というものを認識していただけるのではないかと考えております。

我々経済界としても、それをベースに置きながら経済活動が続けていく、これがこれからさらにこの地域を豊かなものにしていくことだろうと改めて考えております。

今年、平成の時代から新しい時代が幕を開けようとしております。そして今は産業革命を含めて、百年に一度の大転換期だということをおっしゃる方もいらっしゃいます。私もそうだろうと考えております。この氷見市が、本当に魅力ある、魅力があふれているポテンシャルを持っている地域であるがゆえに、今こそ、そういう自然を大切にするというローカル性をしっかりと大事にして、そして今日のこのフォーラムがその起点となることをご期待申しあげまして、簡単ではありますが、私の冒頭の開催地域を代表したご挨拶とさせていただきます。

本日はどうぞよろしくお願いいたします。ありがとうございました。

基調講演 I



佐々木 雅幸氏

同志社大学 特別客員教授
文化庁地域文化創生本部主任研究官
創造都市ネットワーク日本 (CCNJ)
顧問

金沢大学経済学部助教授等を経て、
1992 年同大経済学部教授、ボローニャ
大学客員研究員。
2000 年立命館大学政策科学部教授。
2003 年大阪市立大学大学院創造都市研
究科教授。
2007 年同大都市研究プラザ所長。
2014 年 4 月より同志社大学特別客員教
授、大阪市立大学名誉教授、文化庁文化
芸術創造都市振興室長。
2017 年より文化庁地域文化創生本部主
任研究官
著書『創造都市への挑戦：産業と文化の
息づく街へ』など

基調講演 I

氷見市と生活文化創造都市 「海山土が育む創造都市」

同志社大学
特別客員教授
佐々木 雅幸氏



皆さん、こんにちは、佐々木です。今日は 30 分ほどお時間をいただいて、基調講演をさせていただきます。

私は、30 数年前、1985 年のプラザ合意の年から 2000 年まで金沢大学にいました。現在も、高岡市の創造都市ビジョンのアドバイザーを務めておりますし、富山県の文化審議会の委員もさせていただきます。

ただ、氷見に参りましたのは、今回が初めてです。それこそ 30 数年前、ここは国の半島振興対策の候補地で、能登半島一帯で当時 25 くらいあった市町村長のサミットをやったことがあり、そのとき総合司会をいたしました。そのときも氷見には足を踏み入れておりませんでした。今回こういう機会ができて非常に喜んでおります。

先ほど、「呉東」「呉西」という話が出ましたが、私も富山市で話すときに、金沢大学にいたというと、ちょっと身構えられてしまいます。でも高岡市では、身構えられない。これは金沢市と富山市には加賀藩の本家と分家の関係があつて、目に見えない壁があるわけですね。そういう点では、呉西のこちらは、割とリラックスして話ができるかなと思っています。

本日のタイトルに選んだのは「海山土が育む創造都市」です。これは実は完全なパクリでございまして、今、ご当地の商工会議所で近未来産業戦略を検討されていまして、その中に、「海山土が育む氷見ならではの産業創造」というフレーズが出てくるのですね。

これはとてもいい言葉だなと思いました。「海と山と土」という三つを並べたところが、ここの地理的、自然的な環境を表しているということで、ここからイメージとしてはやはり「環境未来都市」なのでしょうね。環境を保全しながら未来を考えていく、未来の生活を考えていく都市ということだと思います。

氷見では寒ブリもそうですが、江戸時代から続く定置網漁法がずっと継承されてきている。最近、「サステナブル・ディベロップメント」という言葉が使われますが、実は「サステナブル」という言葉は漁業から始まったのですね。定置網漁法のような、入ってきた魚の7割を逃がし、大きくなっている残りの3割をおいしいときに食べる。そうすればまた翌年同じように魚が帰ってきてくれるわけですね。これが「サステナブル」です。ですから、400年前から、ここは「サステナブルシティ」であったと改めて思っています。

今日、私が言いたいのは、21世紀は創造性の世紀なので、そこに「クリエイティビティ」というものを付け加えていただきたいということです。「サステナブル&クリエイティブシティ」、これがこれから先の大きなキーワードとして氷見市にふさわしいのではないかと考えています。

手前みそではありますが、私は岩波現代文庫から『創造都市への挑戦』という本を出しておりまして、結構ロングセラーで20年近く売れているのですが、日本でも、海外でも創造都市の展開が始まっています。この創造都市という考え方は、「市民一人ひとりが創造的に働き、暮らし、活動する」という都市を目指そうということです。都市だけではなく、同様に自然豊かな環境を保全しながら創造的に暮らす「創造農村」という言葉も、私どもから提案してまいりました。

創造都市、創造農村を目指す地域が、日本の中でもネットワークをつくっておりまして、現在110の自治体に参加していただいております。ご存知の方は少ないかもしれませんが、実は氷見市にも入っていただいております。

21世紀が始まったときに、イギリスとアメリカと日本で「創造都市」について書かれた本が、相次いで出てまいりまして、私の本は2001年に出版され、20年くらい売れ続けています。イギリスは『クリエイティブシティ』、アメリカでは『クリエイティブクラス』という形なのですが、何が書かれているかと言いますと、20世紀というのは、大量生産・大量消費をやって大量流通をして、大量にエネルギーを使って大量に廃棄して大都市をつくってゴミばかり生み出してきた、環境的にサステナブルでない世紀でした。

このままでは地球が持たないということで、21世紀は転換が求められている。エネルギーの制約もある。さらに新しいITやAIという技術の進展があるという中で、まず、現在の生活、消費の質が変わってきている。それまでは日本では大量消費することが当たり前でした。ところが、これからは他人と違う個性的、文化的な消費をする人たちが増えてくる。そうしたら、大量に作ったものは売れない、



大量在庫になります。生産も変わらなければいけない、フレキシブル生産になります。場合によっては、一点一点職人的な注文生産になるかもしれません。そして流通が変わります。最終的に都市の在り方が変わります。これまでは産業都市でしたが、これからは創造都市です。

今、インバウンドの観光を大きな産業にしようと言われていますが、観光も数年前まではマストツーリズムで、大量にアジアの国々の方がものを買って帰るという形でした。今はもう大量に、爆買いするということを卒業され、本当に良いものを選んで買われる、こうなりました。これをカルチャーツーリズムやクリエイティブツーリズムと言いますが、社会のシステムが今、大きく変わろうとしています。それが例えば「ソサエティ 5.0=超スマート社会」などは、そういうものを表現したことになろうかと思います。

最初に「クリエイティブシティ」と言い出したのはイギリス人です。チャールズ・ランドリーが『クリエイティブシティ』という本を書きまして、これからはクリエイティブなアイデアがわいてくる場所をたくさん持っている都市がよいと、これは企業でもいいし、あるいは病院の中でもいいし、シンポジウムができる会場でもいいし、場合によると、使われなくなった小学校の跡や、工場跡、倉庫といった場所をクリエイティブに使い回すといったことが大事だよということが書かれています。

イギリス政府は、今から 20 年くらい前、トニー・ブレアさんが首相だったときに、これからのイギリスは「クリエイティブ・フォー・ザ・フューチャー」、未来に向かって創造性を発揮するという政策をとりました。クリエイティブ産業を伸ばす、主に文化芸術系の産業と IT、コンテンツ、ゲーム系といったものが含まれますが、これを伸ばすというものです。

イギリスがこれを大々的にやりまして、その仕上げが 2012 年のロンドン・オリンピックだったのですね。ちょうど今、我々は来年、東京オリンピックを開催します。東京オリンピックで、実はロンドン・オリンピックをしのごうと思っていることがあります。もともとオリンピック憲章には、オリンピックとは「スポーツ、文化、教育の総合的なイベント」だと書いてあり、ロンドンではスポーツの祭典としてだけでなく、スポーツと文化と教育の祭典として、全国的な文化イベントを行い、世界中からアスリートだけではなくアーティストが集まりました。そしてロンドン以外のイギリス全土でもたくさんのイベントやアート・プロジェクトが行われ、これがロンドン・オリンピックのレガシーと言われているものです。

これを追い抜こうと、日本でも東京オリンピックに合わせて、全国津々浦々で文化プログラム、アート・プロジェクトをどんどん展開しよう、そしてクリエイティブな産業をつくりだそうという発想で、今、進めているわけです。

これに対して、アメリカでは、リチャード・フロリダという人がおもしろいことを言いました。彼はフロリダに住んでいるわけではなく、デトロイトの隣のピッツバーグの出身です。その辺りはラストベルトといって、いわばトランプさんが一番票を集めたところで、つまり失業中の白人男性が一番多いところです。デトロイトは 5 年ほど前に、都市財政が破綻しました。車がアメリカの一番の売れ筋だという時代は、とうの昔に終わってしまったのです。大量生産・大量消費を続けている限り、デトロイトは救われないというので、デトロイトは創造都市に変わって、デザインを展開するという選択に移りました。

フロリダは、そういう流れを見越して、デトロイトやピッツバーグではどんどん工場がなくなって失業者が増えてくる。これに対してアメリカに新しい産業が生まれるのはどこかという、

例えばシリコンバレーやオースティンだ。そういうハイテクの技術者がたくさん住んでいるところには、どういう社会的特徴があるかという、とてもおもしろい統計が挙がってくるのです。それはゲイ、レズビアンの人が多いらしいということです。そこで、ゲイ、レズビアンが多いこととハイテクの技術者とは親和性があるという説を唱えました。

これはあつと驚くことです。ゲイ、レズビアンが集まってくるところにハイテクの人が増えてくるということなのですが、実

のところ、アメリカのシリコンバレーは、サンフランシスコから湾を下ったところにあります。この湾岸のエリア、ベイエリア一帯全体が、今やGAFAと呼ばれる、グーグル、アップル、フェイスブック、アマゾンの本社が集中している場所です。そこは日本ではハイテクということだけが注目されますが、そうではない、新しい文化が生まれています。だから日本のハイテク産業がつくるものは大体つまらないですよ。パソコンもみな同じ規格になっています。それに対して、アップルはケースからしてデザインされています。全く違うんですね。新しい生活を変えるデザイン、つまりハイテクの技術者とデザイナー、アーティストが一緒になって仕事をしている。こういう空間を本社の中につくっているのです。

この界限は、実はゲイ、レズビアンが多い。アメリカのアーティストの中にゲイ、レズビアンの人の割合が高いということです。サンフランシスコは、アメリカで最初に同性愛者の結婚を認めた町でもあります。そして公用語だけでも8ヶ国語あります。それくらい寛容性が高いということになります。

寛容性は英語で「tolerance／トレランス」というのですが、フロリダが発見した有力な説は、「3T」が揃っている地域は創造的な人材が集まるというもの。「タレント＝人材」「テクノロジー」「トレランス」、すなわち「ハイテック・ハイタレント」というのは、「トレランス」の高い地域に集まりやすい。トレランスは、ゲイ、レズビアンが自分の隣にいてもOKだよと言えるかどうかで、こういう人たちを排除している地域は、ハイテクの人たちも去っていきます。だから、今、トランプさんは窮地に立っているわけですよ。つまり、古い重工業地帯は、海外からやってくる新しいアイデアを持った人たちに対して排他的、非寛容ですから、衰退の一途です。

この二人、ランドリーとフロリダは、まったく新しい社会が21世紀に始まろうとしていることを言い当てました。私もそのことに気が付いたので、この人たちと交流しながら日本でさまざまな分野の取り組みを進めてきたわけです。

世界を見ますと、ユネスコという国連の機関があります。これは教育、文化、科学の専門機関ですが、そこが2005年に文化多様性条約というものをつくり、その前の年から創造都市の世界的なネットワークというものを提唱し始めました。現在、このユネスコの創造都市ネットワークは、Crafts and Folk Art（工芸と民俗芸能）、Gastronomy（グルメ・食文化）、Media Arts、音楽、文学、デザイン、映画の7つの分野で180の都市が認定されています。認定されている都市は、圧倒的に文化的な蓄積の高いヨーロッパに多いのですが、アジアでも日本、中国、韓国が

創造都市・サンフランシスコ

ゲイやホームレスにも寛容な創造都市

- ヨーババエナアートセンターを核とした創造産業の集積クラスター マルチ・メディア・ガルチ
- 無名のアーティストらを支援する多様なネットワーク
- ホテル税を財源としたアーティスト支援



写真の引用: "Yerba Buena Center for the Arts" のWEBサイト
<http://www.yerbabuenaarts.org/splash.html>

多くなっています。

私は、よく、中国、韓国にシンポジウムに呼ばれていますし、留学生もたくさん教えています。2000 年になってから中国政府は国策で、文化創意産業を發展させるという方針をとっています。そして 2010 年を過ぎますと、これからは文化的消費が大事になる。消費のレベルを上げる、すなわち量を増やすのではなく、質を上げるということが、政策に入ってきます。だから、中国人の観光客の購買の動きも変わってくるのですね。とにかく安ければなんでもいいと、日本製のものは何でもいいというのではなくて、質のよいもの、文化性の高いものを選んで買う時代がやってくる。これはおそらく間もなくやってきます。

そしてユネスコは国連の機関ですので、創造都市政策の目標に **SGDs** が加わります。**SGDs** というのは、地球環境がとても危ないので、冒頭に言いました持続的発展を共通のテーマにしています。それをお経のように唱えるのではなく、目標をもって、何年までにそれを達成しようと、2000 年から 2015 年までやってきたのです。そしてさらに 2016 年から 30 年まで次の 15 年間で達成する目標をまとめたものが **SGDs** です。目標があまりたくさんあるので、バッジを付けたりし

ている人もいますが、私は特にこの中で 11 番の目標が大事だと思っています。それは地球上の中で、都市など人間が住むエリアを、「サステイナブルでインクルーシブでレジリエントにする」ということを言っています。平たく言うと、冒頭に言いました、氷見市が未来産業戦略で掲げようとしていること、これが **SGDs** の目標に近いのです。だから未来的だということで、これを応援したいと思っています。

ではどうやって世界の都市がやってきているか、ものづくりで文化的なものづくりを行っているのは、イタリアなんですね。私はイタリアのボローニャに留学していましたので、ボローニャという町が大好きです。この町は「オペラ」をとっても大事にしています。オペラと大学の街です。職人もオペラをしているのです。この「オペラ」は、オペラを歌うということではありません。舞台に立っているのではなくて、職人が自分のアイディアで創る仕事、これを「オペラ」と言います。大量生産の仕事は、「LAVORO ラボーロ」と言って、別の言葉を使うのです。少量で質のいいものを創る、これを徹底しています。

ボローニャ市の商工会議所は、商工業と職人の会議所です。「職人企業」という言葉があって、ピッコロな産業、小さい産業です。ここに伝統的職人がたくさん含まれている。それからスーパーカーをつくっているランボルギーニやフェラーリは、ボローニャの町の外側でつくっています。ドゥカティというレース用のオートバイも、町の周辺でつくられています。要は、大量生産はトヨタやフォードに任せておいて、イタリアは高級車をちょっとだけつくる。ちょっとでも十分経済はまわるというクオリティの高いものをつくっています。これに京都の西陣織の経営者が、フェラーリのようなものづくりをしないといけない、西陣織も大量生産で勝負する時代ではないということに気が付きました。



さらにこの「オペラ」をみんなでやるという言葉がありまして、みんなで一緒にという意味にするには「co」という接頭語を付けます。「coopera」という言葉があり、「cooperation」となります。「cooperativa」は協同組合を意味しますが、イタリアには社会協同組合がたくさんありますし、フランス、イタリア、スペインといったラテンの国々には協同組合が多いのですね。社会協同組合には一種の社会的事業、慈善事業といったものが含まれておりまして、障がい者福祉やホームレスの支援、あるいは老人福祉、保育所などもやってきました。

ボローニャから戻って金沢大学にいた時代に、ボローニャはユネスコの創造都市のリーダー格ですが、ボローニャのような創造都市を目指したらどうですかということを、経済界のリーダーと市長さんにお話をしました。金沢創造都市推進委員長に就かれた福光松太郎さんは、現在の金沢経済同友会の理事長で、山出保前市長は、20年金沢市制をリードしてこられました。この二人に2001年から創造都市をやりたいと提案し、今でも続いています。この間にいろいろなことが起きました。山出さんは本も書かれていますので、ぜひお読みください。

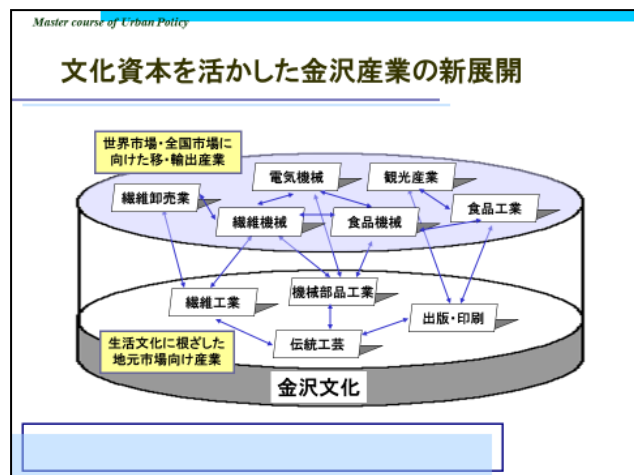
実は、文化と歴史がこのまちの特徴であり、創造都市というのは21世紀の都市づくりのことであったら、福光さんに怒られました。「何を言っているのですか、金沢というのは、加賀前田藩の400年前から創造都市です。加賀藩は、江戸幕府に睨まれないように武力で対抗する道を捨てて、文化でまちづくりをしてきました。世界的な、日本最高の工芸職人を集め、能やお茶の先生を呼び、庶民もそういった中で豊かな生活を送ってきました。だから、日本で最も古い創造都市ですよ」と言われました。きっと高岡市でも、氷見市でもそうでしょう。加賀藩の400年の時代、相当の文化的なストックがあったはずですよ。この文化のストック、文化資本と言いますが、これがこれからのまちづくりにとって、とても大事です。

私は「文化資本を活かした金沢産業の新展開」（右図）というモデルをつくっているのですが、今の経済の土台になるのは文化なんですね。インフラの中でも、文化インフラが一番大事です。それで、地元の経済を潤す、循環する産業群と外から所得を稼いでくる輸出産業との二つの関係をうまく作ればいいのです。域内の循環がうまくいかないと生活の質が上がリません。域外から所得を稼いでこないと持続性はありません。この二つは文化が土台になってできています。だから文化

投資を怠った都市は、短期間でデトロイトのようにだめになるのです。文化投資を加賀藩はしっかりやってきたので、ずっと持続的に発展してきたということを申し上げたいと思います。

でも、だからといって安住できないというので、金沢市では新しい政策を採用しまして、大和紡績工場の跡地に市民芸術村をつくり、都心に21世紀美術館をつくりました。新しい芸術が古い伝統文化に刺激を与えて、そして伝統工芸も新しくなる。伝統工芸を伝統のまま置いておいたら、誰も後継者は生まれてきません。若い人たちが関心を持つのは新しい展開があり、世界の新しい潮流とリンクしているものになります。

21世紀美術館では「工芸未来派」が出てきて、伝統だけではない新しい時代の工芸を追求して



います。それから金沢美大の卒業生たちが、3D プリンターで新しい工芸作品をつくる、こういう流れが出てきました。私は今、文化庁の委員をしているのですが、2020 年までに東京の国立近代美術館の工芸館を、国立工芸館という形で金沢に移転するプロジェクトが進んでいます。こうなると金沢は、世界の工芸文化首都と名乗るだけの実力を備えるだろうと考えています。

京都には文化庁が移転するので、その話もしたかったのですが、その話は飛ばしまして、「創造農村」についてお話したいと思います。人口 1 万人に満たない農村、そういったところでも創造的なまちづくりが進んでいます。長野県の本曾町の町長がわたしのところに来られて、創造都市というのは、農村でも適用できるなら、創造農村というのがあるだろうと言われました。

兵庫県の丹波篠山市では創造農村をめざして、使われない古民家をカフェやホテルに転換することで、限界集落を再生しようとしています。カルチュアツーリズム、クリエイティブツーリズムですね。山形県の鶴岡市は漁業も農業もバランスが取れているまちで、ユネスコの食文化都市として発展しています。

最近話題なのは、徳島県の神山町という非常に小さい過疎の村です。ここのリーダーは、NPO を作られまして、これからはたとえ人口が減っても創造的なまちづくりをしたいと「創造的過疎」を提唱しています。豊かな自然の中で、サテライトオフィスに先端的な IT ワーカーを集め、これを世界に発信しまして、今注目をされています。沖縄の石垣島でも、離島でも創造都市にチャレンジしています。

能登半島の一番先にある珠洲市も、最近はこうした潮流に乗ろうということで、2017 年に「奥能登芸術祭」を成功させまして、アートによる地域の再生をはかっています。昨年は SDGs 未来都市計画に名乗りを上げて、認定を受けました。そして能登 SDGs ラボを金沢大学などと提携しながら進めております。これらが、これからの新しい地域づくりの方向を示すことになるのではないかと考えています。

氷見市でもこれから商工会議所を中心に、近未来産業戦略がいよいよまとまると思いますので、ぜひ市民の合意を得ながらまとめていただいて、こうした流れに合流していただきたいと思う次第でございます。ご清聴ありがとうございました。



基調講演Ⅱ



亀井 信幸氏

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

亀井工業ホールディングス株式会社
代表取締役社長

2015 年ローカルファースト財団設立

2016 年より茅ヶ崎商工会議所会頭

著書『ローカルファーストが日本を変える』など

基調講演Ⅱ

“ローカルファースト”が氷見を明るく豊かにする

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

亀井 信幸氏



ただいまご紹介をいただきました、ローカルファースト財団の理事長を務めております亀井と申します。また、茅ヶ崎商工会議所でも会頭職を務めさせていただいて、まちづくりに取り組んでおります。この両方はボランティアですけれども、本業は亀井工業ホールディングスで、仕事もしっかりやりながらまちづくりに取り組んでおり、一市民の目線で、まちづくりのお話をさせていただきたいと思いますが、特別に勉強をしているわけでもありませんし、仕事としてまちづくりをしているわけではありません。

今日は、日本ファッション協会主催の会であり、まさにライフスタイルの話をさせていただきます。いかにかっこよく、楽しく人生を生きるかということです、ファッション協会さんの趣旨にあうかなとも思っております。どうぞよろしくお願いいたします。

伺うところによりますと、氷見では「6 億円プロジェクト」という素晴らしいローカルファーストな取り組みをされております。今日、おじゃました目的の一つとして、その辺を私も勉強させていただきたいと思っております。

今、行政をはじめ、いろいろな団体がまちづくりをどうにかしていこうとさまざまな取り組みをしておりますけれども、実際にそういう取り組みを行うのは、一人ひとりの市民かと思います。「ローカルファーストが氷見を明るく豊かにする」、では誰がやるんだというと、一人ひとりの市民かと思います。その市民一人ひとりの価値観やライフスタイルについてお話をさせていただきます。

難しい話ではなく簡単な話です。簡単な話ではあるのですが、わかる人はわかるのですが、わからない人はなかなかわかっていただけないということで、いくつかの具体例を挙げて話をさせていただきますと思います。

前段として、自己紹介を兼ねてなのですが、私は小学生のころ、カブスカウト、ボーイスカウトをやっております、それから学生の際は、社会政策、そんなことを学びました。その後、青年会議所に入りまして、今は商工会議所でいろいろやっているのですが、ずっと子どものころからボランティアと言いますか、社会についてという視点でいろいろ考えてきました。

そういう中で、ボーイスカウトの時に、返還前の沖縄に行ったり、ソウルにホームステイをしたりしました。また、20 代のころに全国建設技術協会で、1 か月ほどヨーロッパのまちづくりを観る機会がありました。機会があればできるだけ海外の、特に観光地ではない地方などを回っていました。日本の地方はなかなか元気がない、かたや欧米に行くと地方が本当に豊かで、どこが違うのだろうかという疑問が以前からあって、その解決が私のライフワークとなっています。

ちょうどこちらに来る前、新幹線の中でネットのニュースを見ていたら、経済同友会の小林喜光代表が、平成の 30 年間は敗北の歴史だったという話がありました。例えば、30 年前の株価の時価総額は、世界のベストテンのうちの 8 社が日本だったけれども、今は最高位のトヨタが 40 数億だ、そんな話があって、それは経済だけではなくて、日本のまち全体も、この 30 年間で大きく欧米のまちに遅れてしまったのではないかと思います。

では、どうしたらいいのか、そのキーワード、解が「ローカルファースト」であると思っています。「ローカルファースト」という言葉には、人生を元気に楽しく幸せにする力があります。素敵なライフスタイルを教えてください。地方を明るく豊かにする力があります。商店街は活気づき、人々も笑顔が出ます。持続可能な長寿社会が実現できます。未来への夢を描き、希望をあふれさせる力があります。今日は「ローカルファースト」という言葉が持つ、魅力と可能性について考えていきたいと思います。

2013 年に『ローカルファーストが日本を変える』という本を書きました。この冒頭のところを抜粋してお話をさせていただきます。簡単にローカルファーストとはこんなものだということを確認していただけたらと思います。

ローカルファーストを考えることで、視点やものの見方が変わり新しい価値観



が生まれます。一人ひとりが自らの行動に責任を持ち、豊かなライフスタイルの実現につながります。そしてこの言葉が多くの人に使われることにより、生活への意識が変わり、さらには地域の皆さんの価値観が高まり、自分が暮らすまちを愛しく思い、一人ひとりの責任ある行動により、心の通ったまちづくりがなされると考えています。

では、私たちの求める豊かな生活とはどのようなもののでしょうか？世界的に見て、日本は豊かと言われますけれども、実際はどうでしょうか？

日本の市民の暮らしの豊かさと欧米の暮らしの豊かさというものが、私は確実に違っている、その違いはローカルファーストという価値観を持って生活をしているかどうか、それだけの違いだけだろうと思っています。ですから、私たちがローカルファーストなライフスタイルを身に着ければ、豊かな暮らしを実現することができるのではないかと、そう考えています。

振り返って日本をみると、少子高齢化、国の財政、環境、外交などいろいろな問題がたくさんあります。豊かではあっても、物質的な繁栄が行き詰まって、人口減少と高齢化が進む中で、繁栄の分配から負担の分配へとテーマが大きく変わってきています。

地方では、よく外国の方から、日本はどこへ行っても同じようなまちだと言われますけれども、同じような通りばかりで、特にバイパスのようなところでは、個性がなくなってきています。その土地固有の自然や歴史、文化を反映したまちなみは、地域の活性化には欠かせないはずです。まちのアイデンティティはどこにいったのでしょうか？中央と地方の格差が拡大し、さらには人口減少が進み、疲弊する地方はどうしたら活性化していくのでしょうか？

まちの商店街をどうにか活性化できないか、まちをより魅力的にするにはどうしたらいいのか、市民一人ひとりが真に豊かな生活を送るためにはどうしたらいいのか、課題が山積しています。さまざまな施策が考えられていますけれども、明るい未来への展望を描くことがなかなかできていません。総論は賛成でも各論になると急に難しくなってしまう、大きな閉塞感があります。ローカルファーストはそういうものを打破するものと考えています。

欧米の魅力的なまちでは、「ローカルファースト」な市民の意識が強く感じられます。自分たちのまちは自分たちの力でどうにかしなければいけない、そんな強い気概があります。

まちの歴史や文化、風土、地勢に基づいた個性を生かしたまちづくりを目指し、地域でできることは地域の市民や企業が責任をもち、私たち一人ひとりが地域を盛り上げていかなければなりません。そしてできないことは、地域だけではもちろんできないですから、ほかの地域の力を借りたり、全国的な組織、グローバルな力を借りたりしていく、こういうことだと思っています。

ローカルファーストという言葉は、人生を楽しむ、豊かにする、おもしろく生きるための方法です。言葉によってベクトルが一致し、大きな力を持つことにより社会に大きな影響を与え、ということがしばしばあります。言葉が力を持つと社会が変わることがあります。ローカルファーストという言葉に力を持たせ、ローカルファーストという言葉が地域社会を変えていく、このローカルファーストという言葉の皆さんとともに育てていきたいと思っています。

昨年、国連の幸福度ランキングでは、日本は54位でした。G7の中で5か国が23位以内に入っていて、イタリアが47位、日本は54位です。G7の中でもダントツの最下位のラインになっています。GDPや健康寿命などの数値は高いのですが、全体として幸福度が低いということは、それ以外が相当低いということが客観的にわかります。

これはいうまでもなく、課題が山積しているということでもあります。将来を見通せない大きな

「ローカルファースト」との出会い

まちづくりのヒントやモデルを探して、「ピーチのあるまち」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、カーメル、サンディエゴなどの視察を重ねました。それぞれ「豊かさの本質」について考えさせられましたが、ポートランドでの経験は決定的でした。



「市街地に“ナショナルチェーン”が見当たらない」

最初にそ不便でも、それが「地域資本の店で買い物をし、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」が創り上げた形であると知りました。
「自分たちの町に愛情と誇りを持った選択と行動をする」
それが次世代への責任に繋がります。「生活の真の豊かさ」になると気づいたのです。

12

不安があるということが大きな問題になっています。国もそうですし、地方もそうなのだと思います。国も地方も将来あるべき姿を提示できずにいることが、日本の一番大きな問題ではないかと思っています。

日本が抱える課題の原因は、少子高齢化というのが大きな要素ではありますが、大量生産、大量消費が構造的に

私たちにより安く、便利にという価値観を植え付けてきたのかなと思います。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た。そういう価値観を変換するために、ローカルファーストという価値観を持とうということでもあります。

いろいろな国、いろいろな地方を歩きました。その中でローカルファーストに出会ったのは、アメリカの西海岸のポートランドというまちであります。そこでは「市街地にナショナルチェーンが見当たらない」ことに気づきました。これはなんなんだろうと深堀をしていきました。

アメリカのまち、ヨーロッパもそうなのですが、特にアメリカはまちのドーナツ現象で、裕福な人たちがまちの外に出ていき、中心市街地に人がいなくなりスラム化していきました。でも、今、商店街の時代ということで、ダウンタウンにみんな戻ってきて、非常に治安がよくなっています。アメリカの治安がよくなったのは、決して警察が力を持ったわけではなくて、人々がまちなかに戻ってきたからです。一方、郊外のモールは次々につぶれているのが現状です。特にポートランドだけではなく、西海岸の大きなまち、小さいまちどこも元気があります。

ローカルファースト、これは社会を変えていける価値観であり、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あります。わたしたちがまちの未来を考えると、いかに地域を理解しているのか、まちの人、もの、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ているか、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うことが大切だろうと思っています。それを導き出す価値観がローカルファーストだと考えます。

私たちは、ローカルファーストは魔法の言葉ではないかと思っています。ローカルファーストを説明するときに、「パンをどこで買いますか」という話をします。コンビニや大手スーパー、地元の商店やスーパー、いろいろな選択肢があります。コンビニは深夜ですとか、早朝ですとかに便利に使えますし、大変貴重なお店だと思います。ですが、地元のお店ですと、つくっている方や生産者の顔を直接見ながら買えます。お金の地域循環もありますし、高齢化社会になっていく中で大切なものがフェイストゥフェイスの人間関係で、これを地域でいかに築き上げていくかということが大切で、そういう人同士のコミュニケーションが生まれるわけです。どこがいいかということを、そのライフスタイルにあった、TPOに合わせた選択をしていくことが大切であります。

「駅までどうやっていきますか」という聞き方もします。車、バス、バイク、自転車、徒歩でいろいろあります。環境にやさしくするなど、一つの行動においてもいろいろな選択があって、その選択にはいろいろな結果が含まれるということ、自分の行動の先を一つひとつ考えて行動す

るということが、ローカルファーストのライフスタイルだと思っています。

歩けば健康に良い、今までにない新しい発見がある、まちの人と挨拶ができる、環境に良い、駅前が車で混雑しないなど、いろいろな利点もあります。すべて歩きなさいと言っているわけではなくて、そういう選択もありますよということです。便利だけを優先するわけではなく、地域にやさしい選択をしていきたいと思いますということでもあります。

藻谷浩介氏の講演から、地域循環、地域でどのようにお金が回るかについて、氷見では「6 億円プロジェクト」に取り組んでおられますので、同様の考え方ではありますが、私の地元、茅ヶ崎市民 1 人が年間に消費する額を 250 万円とすると、その 1% で市内産の品を買えば 1500 人分の雇用が増える。茅ヶ崎市民 1 人が年間に支払うエネルギー代を 30 万円とすると、その 1 割の省エネを進めれば、1800 人分の雇用が増える、こんな計算もあります。

ローカルファーストが解決できるいろいろな例があるのですがけれども、ポートランドでは貯金が 1 万ドルあると十分リッチだという話を聞きました。日本円に換算すると 110 万円ぐらいですね。日本だったらいくら貯金があったらリッチなんでしょうか？いくらあれば将来に不安がないのでしょうか。コミュニティがしっかりしていて、フェイストゥフェイスの人間関係があり、もちろんそれはローカルファーストなライフスタイル、ローカルファーストな市民によってつくられている、そういうことであると将来に不安がない、将来が描ける、これが大切なことなのだろうと思います。

先ほども佐々木先生からサンフランシスコのお話がありましたけれども、2006 年にサンフランシスコの市民と商店街が立ち上がって、チェーン店の規制の条例をつくるようにサンフランシスコ市に働きかけました。チェーン店がどんどん進出してくることによって、サンフランシスコがサンフランシスコのまちでなくなってしまうという危機感を持ったからです。

今は 11 店舗以上を持つ企業がサンフランシスコに出店する場合は、サンフランシスコ市の都市計画課に書類を出して、そこで、市が公聴会を開いて審査しています。すべてがだめだと言っているわけではなく、その地域に必要なチェーン店だけは許可するという制度で 2006 年にできています。これも行政がこういう施策を立案したということではなくて、ローカルファーストな価値観を持った市民一人ひとりが立ち上がって、こういう条例を市につくらせたということです。

私はサンフランシスコのまちが大好きで、毎年行くのですが、日本のコンビニくらいの大きさの「Bi-Rite バイライト」というスーパーがあって、とにかく魅力的で素敵なお店です。そこに行くだけで楽しい。ここは 2 店舗しかありませんが、まだまだ他にもいろいろな地元のスーパーがたくさんあるんですね。チェーン店を規制することによって、魅力的なスーパーがいくらかでもできるという活況を市民が作り上げています。

フランスのビアリッツという 2 万 5000 人のまちには、まちなかの市場とその隣にカルフルがあります。両立をしています。魅力的なものは市場にあって、そこで足りないものだけをカルフルで補填しています。そんな魅力的なお店がたくさんあります。



アメリカでもヨーロッパでも地方都市のまちなかにチェーン店がほとんどないのですね。地場のお店ばかりです。『フランスの地方都市にはなぜシャッター通りがないのか』という、ヴァンソン藤井先生が書いた本を見つけて、昨年 9 月にフランスのまちを案内してもらいました。アンジェという 15 万人のまちなのですが、フランスで一番住みやすいまちに、8 年連続で選ばれています。人口 25 万人のボルドーも、フランスで一番住みたいまちに選ばれています。どちらもまちなかに人が溢れかえっています。15 万人のアンジェ、2 万 5000 人のビアリッツにどうしてこんなに人があふれているのか。どこもチェーン店はなく地元のお店が元気に営業しています。ドイツもそうですし、イタリアも、スペインもそうです。

日本の高速道路では、東名高速道路でも関越でも、普通自動車よりトラックの方が多いですね。トラックの中に普通自動車が走っているような感じです。アメリカの高速道路には、トラックは日本ほど多く走っていません。これは何なんだろうとローカルファースト的に考えると、日本は必要以上に物が動いているのではないかと。地産地消はローカルファーストの一部ですが、考えがそれだけで終わるのではなく、もう少し深く考えていただくとわかつてと思いますが、必要以上に物が動くということは、必要以上に道路をつくらなければいけないということです。道路も傷みます。ガソリンも使います、燃料も使いますよね。人件費もかかるわけで、環境にも悪いし、考えが単なる地産地消で終わるのではなくて、必要以上に物を動かさない努力も必要なのではないかと思っています。

ネッツ湘南トヨタの海老名店もローカルファーストを考えることの例になります。駐車場とショールームを全部取りやめて公園にしました。ショールームには車が入らないし、道路に接続する駐車場もすべて公園になりました。これからは車を売るのはではなくて、いかに地域に貢献できるかということをトヨタも考えているのです。



実は神奈川トヨタグループの会長は友人なのですが、ローカルファーストを非常に応援していただいています。100 店舗ぐらい県内にディーラーがあるのですが、商工会議所には一切入っていなかったのを、ローカルファーストの話をしたら 100 店舗全部で会議所に入ってくださいました。これからは地域のために地域といかに交流していくか、地域に役立って初めて車の商売になるということで、海老名店は 5 割増しの売上を増やしているそうです。年中マルシェなどを開催し、いろいろな方にご利用いただいています。

海老名店のある場所はいい場所なので、ドラッグストアやコンビニからも貸してくださいという話がたくさんありました。土地の所有者であるストッキングで有名なアツギ株式会社の工藤社長には、まちを考えたときに、地域にプラスになるところに貸したいという強い思いがあって、地域に役立つ神奈川トヨタさんなら貸しますよという話になりました。誰にでも貸すというわけではなく、地域のためになっていくところに貸したいということでした。

ヨーロッパでは不動産のオーナーには責任があると言われています。その土地をどのように活用するのか、ローカルファーストで地域に役立つ活用をしているか、周りからもチェックが当然

入りますし、一人ひとりの市民がローカルファーストな価値観を持っているわけです。まさにこれは、ローカルファーストとローカルファーストが交わって、うまくいっている例だと思います。

古民家、古家を地域の若者に貸し出して、チャレンジする若者に機会を与えている例もあります。今、市内に8店舗ある会社に成長したのですが、それも地域に役立つ人に貸すというローカルファーストの価値観を持つオーナーがいて成り立ったということでもありますし、貸してもらえたというチャンスを生かしながら拡大をして、茅ヶ崎のまちのために相当がんばっている若者がいるということでもあります。

なぜローカルファースト財団を創ったかではありますが、ローカルファーストという言葉は誰のものでもないし、市民一人ひとりの、言葉を使う人のものであります。今は一般財団でありますけれども、いずれは公益財団にして公平性をもった活動、取り組みをしていきたいと思っております。先ほどご紹介のあった日本ファッション協会の「日本クリエイション大賞」に将来チャレンジをして、そこで賞がいただけるくらいになると、また流行語大賞にノミネートされるくらい、市民国民の中に浸透してくると、日本も少し変わってくるのではないかと思います。

まちは誰がつくるのか、市民一人ひとりがつくる。だから一人ひとりのちょっとした生活、ライフスタイル、選択ですね、そこから変えていきたいと思います。運動としては非常に難しい啓もう活動ではありますが、誰かがやらなければいけないので、そういう思いでやっています。

一人ひとりがローカルファーストなライフスタイルを送ると、自分自身がまず楽しくなります。いろいろな見方ができて大変楽しくなります。そしてまちもよくなっていく。こんな好循環になればと思います。

貴重な30分をいただきました。「一日一ローカルファースト」ということにも今みんなで取り組んでおりますので、ローカルファーストを少しでもいいのでぜひとも取り入れていただくと、人生豊かになります。よろしくお願いいたします。

ありがとうございました。



パネルディスカッション

コーディネーター：



太下 義之氏 三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング(株)
芸術・文化政策センター 主席研究員

文化審議会委員、東京芸術文化評議会委員、鶴岡市食文化創造都市アドバイザーなど文化政策関連の委員を多数兼務。著書に『アーツカウンシル』など

パネリスト：



亀井 信幸氏 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

亀井工業ホールディングス（株）代表取締役社長

2015 年ローカルファースト財団設立。2016 年から茅ヶ崎商工会議所会頭

著書に『ローカルファーストが日本を変える』など



寺下 利宏氏 氷見商工会議所 会頭

氷見まちづくり（株） 取締役会長

2011 年、氷見まちづくり(株)設立、翌年同社運営の「氷見漁港場外市場ひみ番屋街」オープン。2015 年より氷見商工会議所会頭



鵜殿 裕氏 日本商工会議所 主席調査役

1993 年日本開発銀行（現・日本政策投資銀行）に入行、運輸省（現・国土交通省）出向などを経て、2014 年に日本政策投資銀行富山事務所に就任、2017 年から現職

パネルディスカッションテーマ

「これからの氷見のまちづくりに向けて」



太下 それでは、本日のシンポジウム後半のパネルディスカッションを進めてまいりたいと思います。最初に自己紹介をさせていただきますと、私は三菱UFJという銀行グループのシンクタンクにおりまして、文化政策を専門に研究しています。文化政策というのは、文化の振興ですね。文化と言いますと、皆さんちょっと堅苦しいものと思われてしまうかもしれませんが、文化というのは非常に幅広いものであります。ご案内のとおり、一昨年、平成29年に芸術文化の法律が変わりまして、「文化芸術基本法」という法律ができております。

この中に日本が国として振興すべき文化の対象が書かれていますけれど、非常に幅広いですね。もちろん狭い意味の芸術文化も入っておりますけれども、それ以外に生活文化、伝統文化などさまざまなもの、例えば意外に思われるかもしれませんが、食文化も文化の中に入っています。実は今回の文化芸術基本法の改正の大きな要因の一つは、食文化という三文字を法律の文言の中に入れることだったとも言われています。

法律に言葉が入るということは、大したことはないと思われるかもしれませんが、実は大きなことなのです。法律にその言葉が入ることによって具体的にどういう変化が起こるかという、文化の分野における国の顕彰制度、文化功労章や文化勲章で、昨年12月に直近の発表がありましたけれど、食文化の方がお二人表彰されています。これはすごく大きな変化です。そういった意

味で言いますと、文化の振興には非常に幅広い分野の振興が含まれ、おそらく地域の振興ともかなり密接な関係をもっていくと私は考えています。

こういった関係もあって今日のコーディネーターを仰せつかったのかなと思っています。

さて、今日の会は、氷見という場所で行わせていただきますけれども、冒頭にもご紹介がありましており、氷見は天然の生け簀と言われる、本当に恵まれた富山湾があり、「海山土」と、先ほど佐々木先生からもご紹介がありましたが、非常に自然の資源に恵まれた土地であります。

一方でこれは氷見に限ったことではありませんけれども、少子高齢化、地域産業の緩やかな衰退という課題を抱えていることも事実ですね。こういった状況の中、今後、一体どういうまちづくりの振興があり得るのかを考えていこうというのが、このセッションの目的であろうかと思います。

本日はそういった目的の中で3名のパネリストの方にご登壇いただきます。先ほど、「ローカルファースト」という新しいコンセプトをご紹介いただきました茅ヶ崎商工会議所会頭の亀井さん、そして日本商工会議所で全国各地のまちづくりにご協力いただいております鶴殿さん、地元の氷見商工会議所会頭でひみ番屋街を運営されております寺下さん、このお三方にご登壇いただき、それぞれのお立場からご発言をいただき、ディスカッションを進めていきたいと思っています。

最初にお三方から自己紹介を兼ねて、先ほど亀井さんは既に一通りプレゼンテーションをされておられますが、たぶん時間が短かったので追加的な話もいただきたいと思いますし、お三方の活動をそれぞれご紹介いただいた後で、次に氷見のまちづくりにあたって課題といったものをディスカッションしていただき、もう一巡、これからの氷見のまちづくりについて、どういった提言や方向性が考えられるかという議論ができればと思っています。

それでは、最初に寺下会頭からプレゼンテーションしていただき、亀井さん、鶴殿さんという順でお話いただければと思います。

トップバッターとして、寺下さんよろしくお願いいたします。

寺下 トップバッターということで、よろしくお願いいたします。自己紹介をということでもありますけれども、みなさんご存知だと思いますし、あえてまた自己紹介するほどでもないと思います。私に与えられた時間が10分間なので、プレゼンテーションを進めていきたいと思っています。

今日は、氷見商工会議所で取り組んでいる事業、それから今、考えているようなことも含めて進めていることをご報告がてらさせていただきます。後ほど、またいろいろなご意見が矢のように飛んでくるのではないかなと思いますが、まずはそれをご説明させていただきます。

皆さんもうご存知のことと思いますが、氷見はいいところだなという印象を、まずは持っていただきたいと思います。風光明媚で非常に歴史のあるまちだということでもあります。

氷見の産業は、いわゆる農業、漁業もありますが、数字上では鉄鋼業が非常に大きいのです。



とはいえ氷見市の産業として特徴があるのは、やはり農業、漁業、水産業ということになるので、そういうイメージをもっていただければと思います。

また、観光は幅広い業種が影響してきますので、これも氷見にとっては大きい産業といえるのではないかと思います。

人口の問題につきましては非常に根本的な問題で、皆さんもよく理解されていると思います。人口減少によってどんなことが起きるのかということでありますけれども、いわゆる後継者不足、それから域内消費額の減少が考えられ、これは経済規模が縮小していくということにつながりますので、このままでは地域経済の維持というものが難しくなるということであります。

そういうことを受けて、商工会議所が何をしているかといえば、何回も何回も、何年もやっていることなので、氷見の方はご存知だと思いますが、あえて申し上げますと、「買活！ひみ6億円プロジェクト」、「6プロ」と我々は呼ばせていただいておりますけれども、一人月1000円、自分で使う量を増やす、もしくは市外で使っているものを市内で1000円だけでも使っていただかせんかという、いわゆる啓もう活動を行っています。

これを50,000人、実際の氷見の人口は47,000人くらいですけれども、仮に50,000人の市民が実践すれば、1年間に6億円の効果が生まれます。6億円を目指しているわけではなくて、あくまでも啓もう活動で、先ほど亀井さんがおっしゃったように、こういう啓もう活動をやることによって、皆さんの意識が変わってくるということから取り組んでいる活動です。

この活動には、氷見市内の52の団体に協力していただいています。自治振興委員会の皆さんにも関わっていただいています。いわゆる商店でもない、経済に関係するわけでもないのですが、氷見にある約220町の自治会に関わっていただいて、ポスターを貼っていただいたということが大きかったと思います。そういう啓もう活動を進めたおかげで、アンケートを取った結果、6億円よりさらに大きな数字の効果が出たと我々は理解しております。

こういうものと併せて、いろいろなイベントを組み合わせることによって、さらに効果が生まれてくると感じています。

皆さんのおかげで意識が少しずつ高まってきましたが、では何を具体的にやるのかというと、本来なら電子マネーでやりたかったのですが、当時、4年ほど前でありましてけれども、電子マネーはなかなかハードルが高くて、費用もかかるということから、その時点ではまだ早いと感じ、紙ベースの商品券を発行させていただきました。

この商品券の販売額の1%をふるさと教育に寄付させていただくという流れを今、つくっているところです。この商品券は、いわゆる地域内でしかまわらない商品券でありますので、そういうものもぜひ活用していただきたいし、この後、電子マネーに少しでも変えられるよう、今、勉強中ではありますが、できたときにはまたお願いをしたいと思います。

こういうことをやりながら、では将来、どんな氷見市になればよいのか、冒頭、ご挨拶で申し上げましたけれども、その将来像というものをしっかり持たなければいけないことから、何をベースに将来像を描くのかを未来戦略として考える機会を設けさせていただきました。

では、氷見市は今、どんな状況なのか、まず自分たちの立ち位置をしっかりと知らなければいけないですし、経済的な指標などがある程度知った上で、将来を見なければいけないと思います。もしくは、文化、歴史、そういうものの流れの中で、今、どうなのか、将来、どうなのかということ、やはり自分たちの今の立ち位置というものを、しっかりと知った上で将来像を見ようではな

いかということで、それを勉強させていただきました。

その一環として「地域経済循環図」をつくりました。2013年という少し古いデータではありますが、今も概ね変わらないだろうし、逆に言えば、現在、もしかしたら悪化している可能性もあるのではないかと思います。

この数字をみると、労働生産性が低いということ、それから域際収支、この図の中でいう収支のバランスが非常に悪いということ、もう一つは地域の稼ぐ力が弱く、住民所得が低い縮小均衡型の構造であるということが言えるのではないかと思います。

さらに、産業間取引構造というものも、どんな業種がどんな業種と関わっているのかということも、見させていただきました。

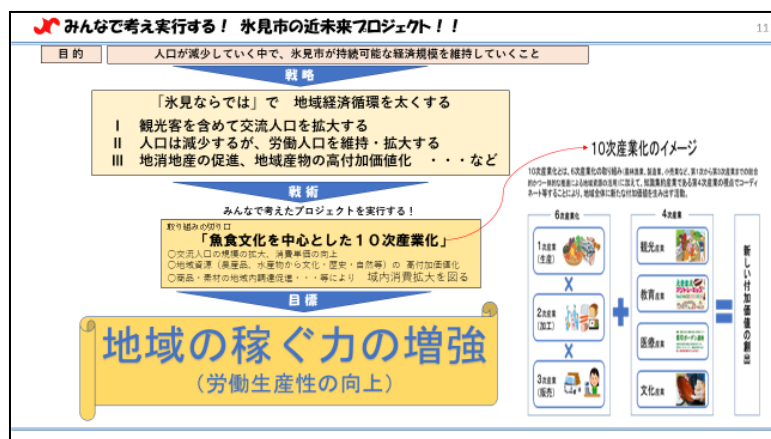
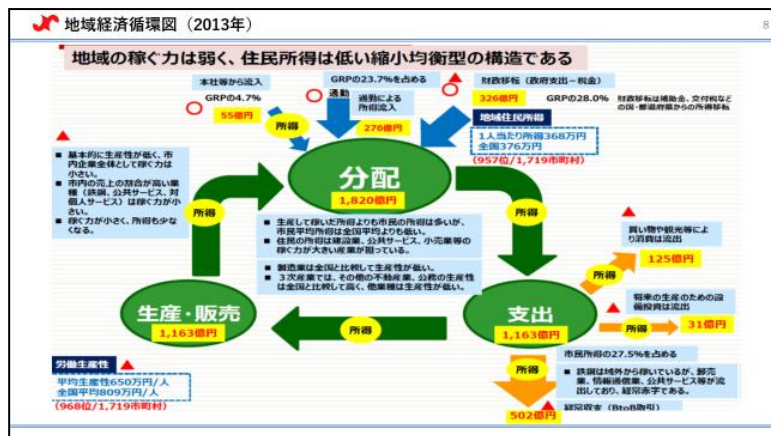
このように、氷見市の現状についていろいろな指標を集めながら、経済でいう SWOT 分析を試みました。氷見市の内部環境、外部環境それぞれの強み、弱みを挙げてみますと、強みが弱みになったり、弱みが強みになったりというようなこともあろうかと思います。ただ、データでわかる範囲のものを、そのまま強みは強みとして挙げてみました。

先ほど産業の中では、鉄鋼が一番ということを行い、強い製造業が強みとして挙げられますが、これは数字上のことで、氷見の産業を全体的に網羅しているわけではありません。地域を特徴づける産業と言え、やはり水産業であったり農業であったりということが言えるのではないかと思います。このことがわかってきています。

強みの中で、域外通勤による所得流入は、いわゆる市外に働きに行っている方々の所得があるからプラスになるという考え方でありますが、逆に弱みの方でみれば、域外の通勤者が多いことによって、いわゆる昼夜間人口差、そういうものが起きてしまっているということにつながっています。このような分析をいろいろなデータを用いながら行いました。

では人口が減少していく中で、氷見市が持続可能な経済規模を維持するためには、どんなことを考えればよいのかということですが、近未来プロジェクトということで、まずスタートになる目標を考えました。

氷見ならではの地域経済循環を太くする必要があるということが、まず考えられるわけでありすけれども、その中でも先ほど太下さんからもお話いただきました「魚食文化を中心とした10次産業化」があるのではないかとことを提案しています。今までの6次産業に、観光、教育、医療、文化の



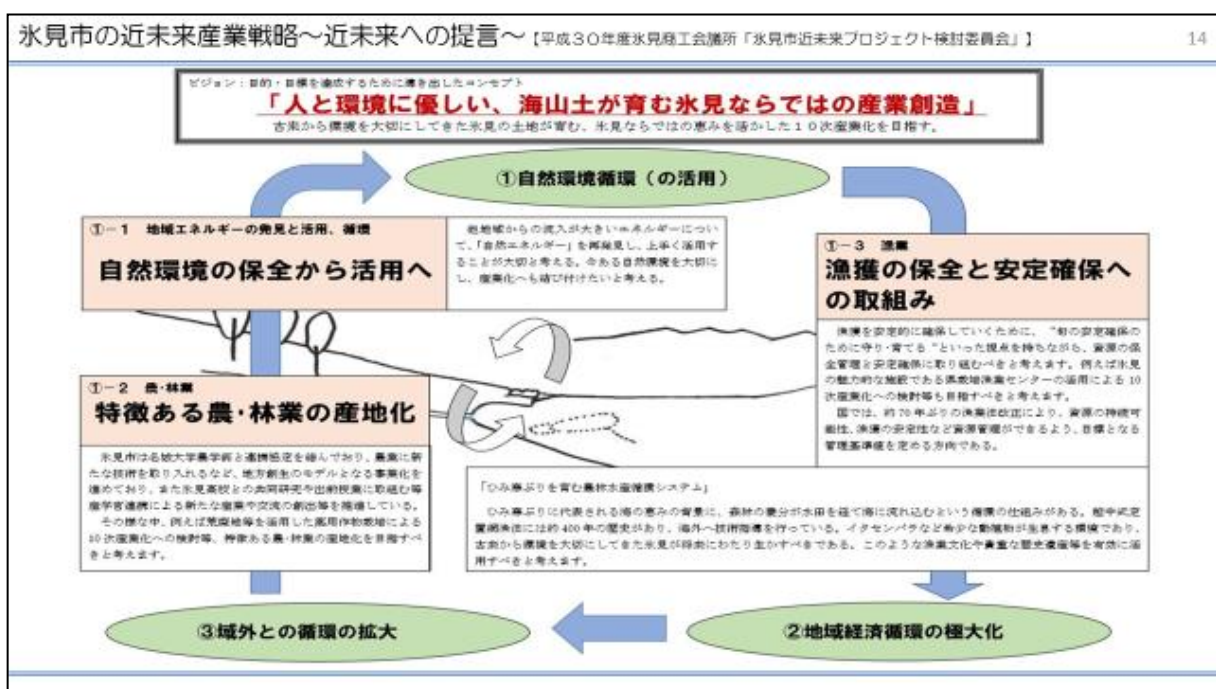
4次産業、こういうものを併せ持った、いわゆる新しい付加価値をつくれるようなものの考え方をしていた方がいいのではないかとということで、これが結果的に地域の稼ぐ力の増強につながるということ、このプロジェクトの中で話し合っております。

では、その実現に向けた戦略の視点としてどんなものがあるのか、三つ挙げました。視点1は、「地域の所得規模を維持し、地域住民の地域での消費を促す、地域事業者が地域住民の消費を喚起する商品、サービスの開発を促す」ということです。視点2は、これは観光産業につながるかと思いますが、「相応規模の交流人口のさらなる誘客を促す」、それから「地域事業者が交流人口の消費を喚起する商品、サービスの開発を促す」ということです。視点3は「地域循環のバランスをよくすることが大事」ではないか、「域際収支と言われる部分の改善を促す必要がある」ということを掲げています。

これら3つの視点が、先ほど申しましたように地域の稼ぐ力が強くなっていくことにつながっていくのではないかとということです。いろいろな方法があるわけですが、氷見ならではのいわゆる豊かでバランスのよいブランドイメージが大事なのかなということで、そのベースになるのはなんなのかを考えたときにそういうことであろうかと思っております。

「氷見市の近未来産業戦略～近未来への提言～」は、先ほど佐々木先生におっしゃっていただいた「サステナブル・クリエイティブシティ」、そういうものにつながるのではないかと考えています。漁獲の保全と安定確保への取り組みというのは、やはりこれだけ水産業が氷見としては強みのはずなのに、大事な漁獲が下がってしまっている、これを何とかしなければいけないということが一つであります。これは育てるということも含めて考えなければいけないのではないかと我々の議論の中の話でありますので、ご理解いただければと思います。

もう一つは農林業で、一言でいえば、「特徴ある産地化」ができるようなものがあれば、非常に氷見にとってもいいのではないかと思います。農と海と山というものの強みをどう生かしていくかということが、産業の中でも必要でありますし、これが我々のベースになるということ、冒頭に私が申し上げたベースの部分の部分をしっかりと持つということが何といても大事ではないかと思



います。そして、①の「自然環境の循環」、これはある面でいうと、再生エネルギーです。再生エネルギーを販売するのではなく、自分たちで消費するというのが、地域内循環につながるわけでありますから、こういうことは考えていく必要があるし、行動していく必要もあると思っております。

②の「地域経済循環の極大化」は目指さなければいけないことです。③の「域外との循環の拡大」、これは先ほど佐々木先生から「域外交流」とした方がいいのではないかと言われましたが、確かにそうだなと思いました。

ビジョンとして挙げたのは「古来から環境を大切にしてきた氷見の土地が育む、氷見ならではの恵みを生かした 10 次産業化を目指す」ということです。そして「人と環境にやさしい海山土が育む氷見ならではの産業構造」、こういうものを目指していく必要があるということが、今、現在、商工会議所で議論している現段階でのコンセプトであります。これをこれから実践していくことにつなげていかなければなりません。コンセプトだけではだめですので、これを今、実践しようとしているところであります。以上です。

太下 寺下さん、どうもありがとうございました。「魚食産業を中心とした 10 次産業化」、この中に教育や医療が入っていて、あまり他では言われていない広がりを感じます。ぜひ後段のこれらの氷見のまちづくりのディスカッションの中でもこの議論を深めていければと思います。

それでは続きまして、先ほどもご登壇、ご講演いただきました亀井さんに基調講演の補足という形で、具体的な活動のご紹介がありましたらお願いいたします。

亀井 ローカルファーストの運動というのは、先ほども申しあげましたけれども、いわゆる土壌を耕すことなのだと思います。豊かなまちをつくるにも、その果実がなる土壌がしっかりとていいものでなければいけない。その土壌を耕すのがローカルファーストの運動だろうと思っています。そういう中で、財団はこれを全国に広げようとしているのですが、研究会という組織がありまして、そこではまず地元茅ヶ崎で何ができるのかやってみようと、いろいろなローカルファーストの活動に取り組んでいます。

まず、半年に 1 回シンポジウムを開催しています。4 年間で 8 回開催をいたしました。それに合わせて、藻谷浩介さん、富山和彦さん、古川康造さんなどにご講演いただいています。ポータルから日本人シェフ田村なを子さんをお呼びしてシェフズミーティングを開催するなど、毎回テーマを決めてシンポジウムを行っています。それに合わせてライフスタイルマガジン「ローカルファーストジャーナル」を発行していますが、その 6 号誌、8 号誌をお持ちしたので、ご覧いただくと、いろいろな仕組みが工夫されていることがおわかりいただけると思います。

さまざまな取り組みを、ローカ



ローカルファースト研究会主催
ローカルファーストシンポジウム 全8回開催

第1回「ローカルファーストが日本を変える」
第2回「魅力あるふるさと『茅ヶ崎』のつくりかた」
第3回「あなたのライフスタイルが茅ヶ崎の未来を創る」
第4回「ローカル経済が日本をつくる」地域との「共創」から見えてきた未来
第5回「持続可能な新しいスタイルの再生まちづくり」～茅ヶ崎丸亀町商店街に学ぶ～
第6回 CHIGASAKI LOCAL FIRST TRIAL「シェフズミーティング」
第7回「スガーツが健康なまちをつくる」
第8回「新しいワークライフスタイルを実現する茅ヶ崎資本主義へ」

2018年10月24日開催

ルファーストの動機付けや啓もうにつなげています。単なるローカルファーストに留まらず、これからまちをどういうふうにしていこうかという意識を皆さんにもっていただく活動をしており
ます。

ジャーナルもすべて手作りで、研究会メンバーが撮影、文章を書いて編集まですべてやっています。自分たちでできることは自分たちでやろうと、決して外注せず、自分たちだけで取り組んでいます。

そしてまずは、子どもたちから「ローカルファースト」を啓もうし、その子どもたちに親を啓もう

してもらおうと、子ども向けのローカルファースト教材を、地元の学生と一緒に作成しました。

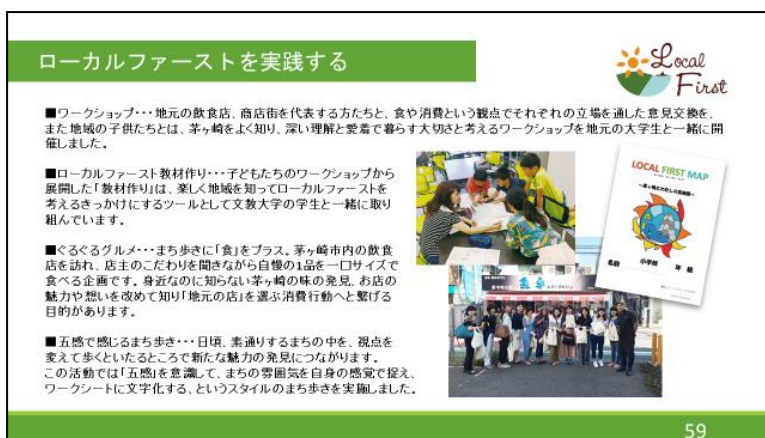
建て替え予定の団地商店街で空き店舗活用事業に取り組み、居場所作りも行いました。今は全国から視察も受け入れています。

また、将来を描くということ、氷見のまちがどうなっていくのか、どうあるべきかということについて、寺下会頭から先ほど素晴らしいお話を伺いましたけれども、ビジュアル化していくことが大切だと思っていますし、世界にはモデルになるまちがたくさんありますので、いろいろなまちの視察をしています。欧米では本当に地方が豊か、小さいまちが豊かでありますし、まちづくりの法則として同じやり方はないわけで、そのまちにあったやり方があります。それは私たちの結論としてみると、やはり市民一人ひとりがローカルファーストな価値観を持ってライフスタイルを送っているかどうか、それだけで、それが一番大きな違いだろうと思っています。

簡単でありますけれども、ぜひジャーナルも見ただけだと、いろいろなヒントがたくさんあると思います。また他の号もありますので、ご希望があれば言っていただければお届けするようにいたします。以上です。

太下 亀井さんありがとうございました。先ほどのご講演の中で、ローカルファーストというコンセプトを考案されるにあたって、いろいろな海外の都市を視察されたというお話がありました。サンフランシスコは皆さんご存知の方も多いと思いますけれども、同じアメリカのポートランドは、ここ数年注目が集まっている都市ですね。ノーベル賞に一番近い作家と言われている村上春樹さんが、ポートランドのことを書かれていますけれども、村上さんは音楽好きらしくてポートランドの町の魅力の一つに、中古レコード屋さんがまちなかにたくさんあるんだとおっしゃっていて、先ほどのローカルファーストの最後の方のご紹介に古本市の話がありまして、単なるもったいないということだけではなくて、そういう文化、許容性のある高い都市なんだなということがわかります。

ヨーロッパではフランスのビアリッツのご紹介がありました。ビアリッツは確かフレンチバスクの都市だと思いますが、フランスはご案内のとおり、すごく自国の文化に対してプライドが高い国です。自国の文化と自国の言語に対してですね。国内で使われる自国の言語は、フラン



ス語だけだという国だったのですが、21 世紀に入って自分たちの国の中に多様な言語の文化があるということをようやく認めて、その中の一つがバスク語ということで、非常に特徴的な文化を持つ地域ですね。本当にパリだけがフランスではないんだ、多様な地域地域に特徴ある文化があるということを体現するような都市だと思います。

それでは大変お待たせしました、鵜殿さんをお願いしたいと思います。

鵜殿 日本商工会議所 地域振興部の鵜殿と申します。今日はよろしくお願いいたします。

まず、自己紹介ですが、私は、今、日本商工会議所におりますが、その前 2014 年の 4 月から 3 年間、日本政策投資銀行の富山事務所におりました。そういった意味では、今日も何人かの方々には初めましてというよりは、ただいまという感じがいたします。

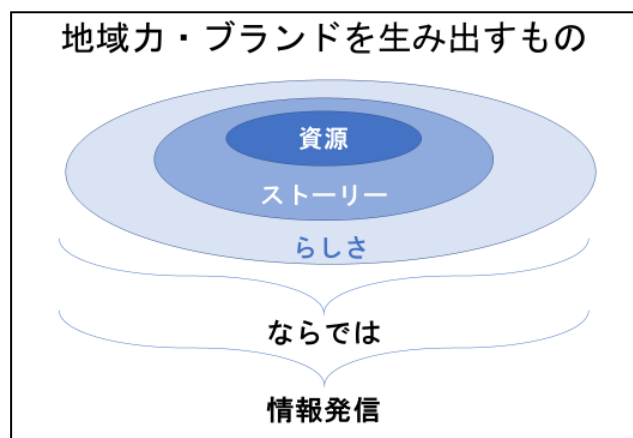
先ほど亀井会頭から、「パンはどこで買うのか」「どこのパンを食べるのか」、もう一つ「一日ローカルファースト」という話がありましたので、今日は日本酒の「大関」ではなく「勝駒」（高岡市）でもなく、氷見の「曙」を飲みたいと思います。

現在、取り組んでいる活動でございますが、今、日商の地域振興部で地域診断サービスを担当しています。これは何かというと、その地域にどんな資源があるかをデータで見える化するというものです。地域力、ブランドを生み出すものとしては、資源があるだけではブランドにはならず、そこにストーリーがあるか、その地域らしさがあるか、そういったものが揃ってはじめて氷見ならではのものが生まれるのですが、それが生まれたからといってブランドになるかというとそうではなく、情報発信をしっかりとしないと、本当の意味での地域力、ブランドにつながらないと思います。

氷見ブリに当てはめてみればわかりますよね。魚というものがないと、そもそも始まりませんし、そこにこのブリがここまでくるというストーリーがあるということです。これが、氷見の自然と合わさって、ならではの商品になるということだと思います。でも誰も氷見ブリを知らなかったらブランドになりませんので、情報発信をすることによってしっかりブランドになったのだろうと思います。

ここで気を付けなければいけないことは、資源というと、よく観光でも今だけ、ここだけ、あなただけや、オンリーワン、ナンバーワンという人がいますけれども、そんなことである必要はないと思います。違いです。上見て、下見て、右見て、左見て、よそとの違いを発見して、それを上手にアピールすることなのだろうと思います。

よくうちの地域には素晴らしい地域資源がたくさんありますと言いますよね。きれいな山がありますといっても、日本中どこにもあります。きれいな川があります、これも日本中大体どこにもあります。うちの温泉すごいです。どこでも大体温泉はいいものです。それらに上手にらしさ、ストーリーといったものをくっつけて PR して、しっかりお客さんがついたものがよい地域資源なのだろうと思います。



今、日商では、こんなことをディスカッションするサービス「地域診断サービス」を担当させていただいています。まずは自己紹介でした。ありがとうございます。

太下 鶴殿さんありがとうございました。今のお話、奥深いですね。私も全国いろいろなところに呼ばれていくのですけれども、まさに同じような会話があります。どこにでも地域資源はあるのですが、それがうまく活性化されていない、外に対してきちんと伝えられて、お客がつく状態になっていないというところが、構造的な課題なのだろうということをまさに実感しています。

それでは、今、お三方から自己紹介を兼ねたプレゼンテーション、活動紹介をしていただきました。ここからはディスカッションということで、できれば二巡くらいお話を伺いたいと思っています。冒頭にも申しあげましたけれども、お三方それぞれの活動、ローカルファーストは地元での活動、日商での全国の活動など、それぞれの視点から見た場合、氷見のまちの課題はどういうところなのか、これをディスカッションしていきたいと思います。

先ほど、寺下会頭から **SWOT** 分析されて、かなり詳細な課題の提示がありましたけれど、そういったところをもう一度、フロアーの皆さんとも共有しながら話をしていきたいと思っています。今度は寺下さん、亀井さん、鶴殿さんの順番で課題についてのコメントをお話いただければと思います。まずは寺下さんからお願いします。

寺下 課題と言いますか、これはもしかしたら、地方都市としては全国どこでも同じなのかもしれませんが、人口が減るということが一つの根本にある課題であります。ただ、これはどうしようもないというか、自然減の場合、やむを得ない部分があるので、ではどうするかという話につながってくるわけです。今後、いわゆる経済規模が縮小していくわけですが、では今まででしっかりとしたいいわゆるベースになるものはなんだったかということが、わかっているようでわかっていなかった、そこの辺をしっかりと啓もうしていかなければいけないというのが、これからどうしようかという部分であろうかと思っています。

それができたときに、ではどんなアクションを起こしていけばいいのかということが、私が考えている課題であります。先のことを言ってしまうてしまいますけれども、そのようなことを今、課題として考えております。

太下 ありがとうございます。確かに人口減少というのは氷見だけの話ではなくて、全国の話ですね。多少社会移動があるといっても、日本全体をマクロで見た場合は、どうしようもないことがかなりある。例えばですけれども、私の子どもはちょうど 10 歳くらいなのですが、確か彼が生まれたころから、日本全体の自然減が始まっているのですね。ちょうど彼が 75 歳、後期高齢者になるころには、人口が生まれたころの半分になるのです。こういう構造になっています。

もし、われわれのマインドセットが **GDP** や規模の経済だけを求めているままだと、日本は、または地域各地はひたすら寂しくなるだけだと思います。といった意味では、まず抜本的に何等かの価値観の転換が必要なのだろうと思います。ただ、一方で地域経済の維持ということを考えると価値観を変えるだけではやっていけない。具体的な活動にもっていかなければいけないということかなとも思っています。では続きまして亀井さんからお願いします。

亀井 大変難しい質問でございまして、今、価値観という話もありましたが、ローカルファーストの観点からいえば、土壌づくりをしていくということでありまして、私も商工会議所をやっている会員ですとか、市民のみなさんに茅ヶ崎のまちをどうしたいか、将来どうあるべきかと言われたときに、なかなか伝えきれないというのが、自分の反省でもあるのですね。



先ほど、氷見のビジョン、産業戦略を伺いましたが、まちのあり方というものを模索して、市民の皆さんで共有するということが必要なのだろうと思っています。先ほど、例を挙げた、国外の例はほんの一部でありますけれども、例えばサンディエゴからシアトルまで全部海岸のまちは歩きましたし、ヨーロッパもほとんどの国、特に地方を回っています。いろいろな国の地方を見てきましたけれども、欧米の地方は、本当に豊かなところが多い。人口は1万でも2万でも豊かなところが多いのです。別にまねるということではないのですけれども、ヒントになることがあると思います。

日本の国もそうですし、地域もそうですけれども、市民の皆さんに将来を提示できていないというのが、日本の課題、地域の課題だという話もさせていただきました。まさにどういうふうにしていこうかということを示すできれば、それによってベクトルも一つになってくるわけで、ビジョンを描くことによって自信も誇りも持つことができると思います。それに取り組んでいくべきなのだろうと思っています。

繰り返しになりますけれども、ベースはローカルファーストという土壌づくりで、誰がやるのかと言えば、それは市民一人ひとりが行うことでありますけれども、そのベクトルを合わせていく、その土壌づくりが実は私自身もまだできていない。それを地元でつくっていきたいと思っています。

太下 ありがとうございます。今、コメントされたとおり、まずは課題を認識していく、共有していくプロセスが大事になると思います。冒頭のご講演の中にもありましたけれども、「パンをどこで買いますか」という非常にシンプルな問いかけは、かなり深く刺さるものがありますね。ああいったことをやっていながら、啓もうというちょっと上から目線になってしまいましたが、一緒にみんなで考えていこうという機運をつくっていく、それが最初のプロセスになるのでしょうか。それでは鶴殿さんお願いします。

鶴殿 そういった意味では、お酒を飲んで帰ったらかみさんに怒られますけれども、「大関」を飲んで帰ると怒られるけれども、「曙」を飲んで帰ったら怒られない。そんな文化、価値観が広がればいいなと思いました。

まちづくりの課題ですが、究極的に言うと、もうちょっと儲けましょよ、経済的な欲をもうちょっと出しませんか、ということが一つあります。氷見のまちづくりへの課題ということで、

寺下会頭のお話と少し重複するのですけれども、聞いていただければと思います。

地域経済循環というところで、よく地域活性化というと、一昔前は、今でもそういう考え方をする人がいますが、工業団地をつくりましょう、工場誘致しましょう、ショッピングセンターを呼んで来いという方がいるのですけれども、地域の経済は、ものをつくるということだけで成り立っているのではなくて、それをつくっていることに関与した市民、従業員や企業が利益を得て、その利益を今度は使う、支出する。支出のうち、地域で使った分については地域の生産に跳ね返るということがあります。いわゆる GDP の三面等価ですけれども、地域の経済は、ものをつくるだけではなくて、つくる、つくったことから得た利益をみんなで分配する、もらった分配をまた支出すると、生産、分配、支出とお金がぐるぐるまわることによって成り立っています。

大事なことはどの段階でどんな強みがあってお金をとってきているのか、どの段階でどんな弱みがあってお金が抜けていっているのか、ということです。どの段階でどんな強みをもって外からお金をとってこれるのか。それが一つのまちづくり、地域づくりなのだろうと思います。

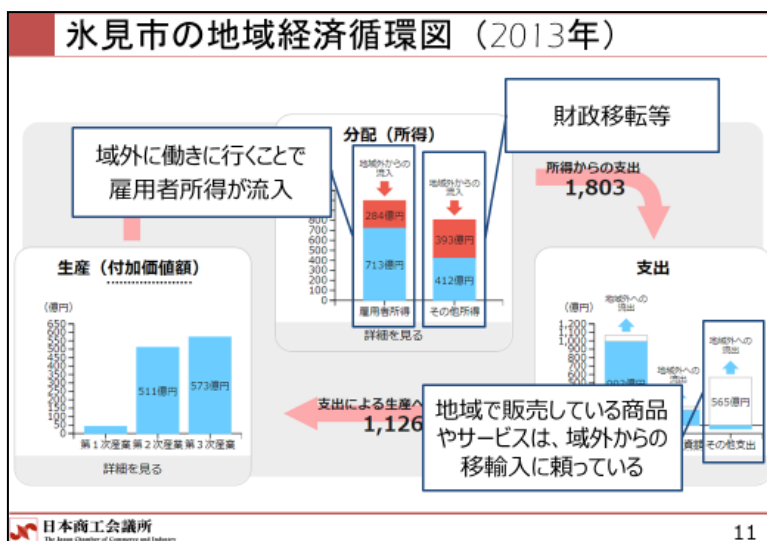
では、氷見はということですが、寺下会頭の図と内容は一緒なの

ですけれども、赤のところは外からお金が入ってきているところ、白はお金が抜けて行っているところです。真ん中の分配のところを見ていただければと思いますが、分配（所得）のうち、雇用者所得、つまり地域住民の給料ですけれども、284 億円が地域外から入っています。市外に出稼ぎにいらっているということですね。地域外から入ってきている「その他所得」は、財政移転等によるものですが、これも 393 億円あります。

ところが、せっかく 284 億円、393 億円と入ってきているにも関わらず、その他支出を見ていただくと、565 億円が地域外に流出してしまっています。これはどういう意味かいうと、支出のところの左側の民間消費というのは、小売りというか、BtoC ですね。消費者によっているということです。その他支出の「流出入」というのは貿易だと思っていただければよく、簡単にいうと、地域で 1 千億円売っているのですけれども、そのうちの 565 億円は外から輸入しているものを売っているということです。

これだけ自然があるにも関わらず、輸入に頼っている。地域で販売している商品やサービスは地域外からの輸入に頼っているということです。これがいいとか悪いとかではないのですね、こういう構図なんだということです。ここから先はどんな生き方をしていくかということだと思います。雇用者所得だけで稼ぐという考え方もあります。ちなみに茅ヶ崎市は雇用者所得の半分くらいが地域外からの流入で、住みやすい、働きやすいベッドタウンだということなのだと思います。

地域力、ブランドを生み出すものということなのですが、情報発信で終わってはだめで、やはり関心をもっているお客様を集めないといけないのだと思います。では、お客さんが来れば



いいのかということではなくて、売り上げと利益を計上しなければいけない。そこで止まっていいのかということ、地域経済循環を意識しなければいけない。稼いだお金を地域に残すということが大事です。

ショッピングセンターだとわかりやすいと思うのですが、一生懸命コマーシャルを打ちます。コマーシャル打ってそれでおしまいではダメですね。やはり人に来てもらわないとダメです。では、ショッピングセンターの駐車場が車でいっぱいになったらいいのか、ダメですよ。お客さんに来てもらっても、ものを買ってもらわないといけない。ここで終わりなのがショッピングセンターです。これで終わりだと地域にお金が貯まらない。そこから先の、やはり地域経済循環を考えて、稼いだ所得を地域に残す、ここまで意識することによって地域が活性化されるのだらうと思います。

稼いだ所得を地域に残すためには、地域の資源を使うことが簡単な道です。となると「情報発信」「関心・集客」「売上・利益の計上」「地域経済循環」「稼いだ所得を地域に残す」、これを繰り返し、繰り返し、少しずつやっていく。この流れの中で、何が氷見に抜けているのかを考えて対策をとっていく、それが大事なんだろうと思います。課題解決の話になってしまいましたね。

太下 今、お話されたのは、課題解決への考え方ですね。もう一巡ぜひディスカッションさせていただきたいのですが、今、皆さんから課題が出ましたけれども、ではこれからどうしていくのかということですね。ここをぜひ議論させていただきたいと思います。

このセッションは順番を変えて、亀井さんから、ローカルファースト財団のミッションの実現に向けて、これからどうするのかということでも結構ですので、お話をいただいて、次に鶴殿さんをお願いします。今、課題解決の道筋のお話をいただきましたけれども、では具体的にどういう手を打てばいいのか、ぜひアイデアをいただきたいと思います。

ある意味で、お二方は氷見市外からの視点ということになります。お二方のコメントを受けて、では地元ではということで、最期に寺下さんからお話を伺うという順番でいきたいと思います。では亀井さんをお願いします。

亀井 ぜひ氷見でもローカルファーストに取り組んでいただきたいと思います。ローカルファーストは誰のものでもない、使った人のものなので、ネットワークが広がって全国の人にローカルファーストに気づいてもらい、日本ファッション協会の「日本クリエイション大賞」を取れたらと思います。

実は商工会議所の先輩が、毎年季節になると、氷見に寒ブリを食べに来ているのです。結構な人数が来ているという話を聞いて、毎年いいなとうらやましく思っていたのです。氷見にはさまざまな資産があります。ちょうどジャーナルの6号誌は、「ローカルファーストがつくる食のまち」をテーマにしています。

世界に食をキーワードにして大成功しているまちがいくつもあります。ポートランドも食のまちですね。全米から腕利きのシェフが集まってきています。60万人の人口なのに、フードカーが800あるんですね。腕利きのシェフが集まって、フードカーから入って行って、成功して店を持っていく、そんな仕組みができています。ポートランドは海も近く、川もあり、山もあり、食料が豊富ということもありますので、食が作ったまちであり、人口がどんどん増えている魅力的

なまちでもあります。

「シェフズミーティング」という言葉を聞いたことがあるかと思いますが、茅ヶ崎でもシェフズミーティングをやりました。生産者と料理人と、間の流通に入る人、その三者がミーティングをするんですね。どこにでもありそうですが、実はまだやっていません。生産者は、こんなものを作れるんだけどという提案をシェフにで



きますし、シェフもこういうものをつくってほしいと生産者に相談できます。そこからいろいろなアイデアが生まれて、実際にさまざまな取り組みがどんどん生まれてきています。

例えばハワイでも、「パシフィック・キュージーヌ」はシェフズミーティングから生まれたものです。ジャーナルの8号誌に掲載したサンセバスチャンも小さな海辺のまちで、スペインのバスクなのですけれども、パブが数百あって本当に活気があります。ここも食がつくったまちですね。食はまちを大きく変える力があります。それは世界中で実証されています。氷見もまさに食材は豊富にありますし、茅ヶ崎からわざわざ毎年必ず楽しみに来ている人もいるぐらいなので、全国から年間を通して食で人を集める、そんなことも可能ではないかと思います。ぜひ食についての取り組みをしていただけたらと思います。シェフズミーティングは、本当におもしろくて新しい取り組みです。

また、ジャーナルの8号誌で面白法人カヤックのCEOの柳澤大輔という、最近がんばっている若者を紹介しました。彼は『地域資本主義』という本を出しています。これもいかに地域で面白く楽しく生きる人を増やすかというもので、こんなものもぜひ参考にいただければと思います。

地域経済を回していく、地域を活性化していく方法は幾つもあります。ぜひそういう研究、取り組みをしっかりと行っていただきたい。

先ほど鶴殿さんから地域資産には他との差別化、違いがなければいけないというお話がありました。同じものであっても地域の人の交流によって、新しいものが生まれることもあります。6次産業、10次産業というお話もありましたけれども、そこに大きな可能性があると思います。

太下 冒頭でも言いましたけれども、食は、非常によいコンテンツですね。今日の冒頭の講演、佐々木先生のお話の中にユネスコのクリエイティブシティーズ・ネットワークの話があったのを覚えていらっしゃるでしょうか。日本でユネスコというと、世界遺産認定の機関として有名ですけれども、ユネスコは世界遺産のことだけをやっているわけではなくて、世界の文化と教育と科学技術を所管している国際機関です。世界遺産とは別のメニューで、世界の文化的な都市を認定する制度をスタートさせたのですね。それがクリエイティブシティーズ・ネットワークです。

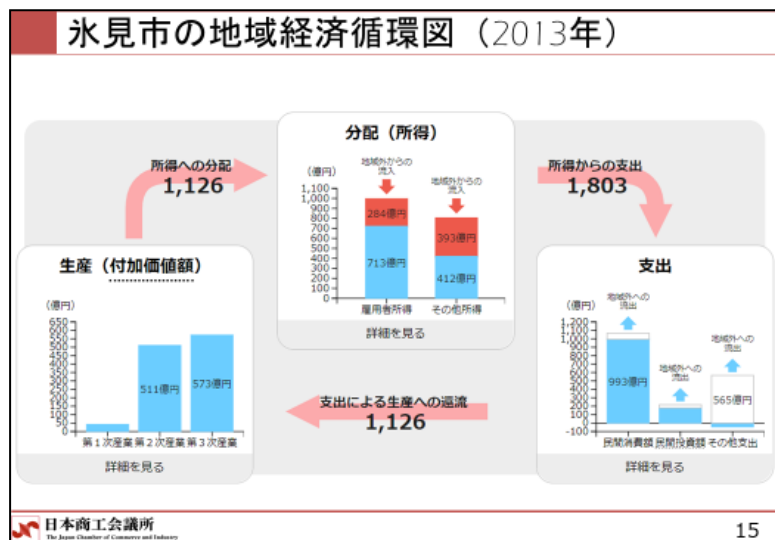
ただ、文化といっても冒頭お話したとおり非常に幅が広いので、ユネスコは7つのカテゴリー、分野ごとに都市を規定しています。例えば音楽都市、文学都市などで、この近くでは、金沢がク

ラフト&フォークアートシティに認定されています。この7つの分野の一つに食文化都市があります。ガストロノミーシティですね。これに日本で1都市だけ認定されています。それは山形県の鶴岡市なのですが、ここがまさにローカルファースト的と言いますか、地域の食材を大切にするという活動を行っています。テレビなどで奥田正行シェフの「アル・ケッチャーノ」というレストランをご覧になったことがあるかもしれません。それが非常に大きな原動力になってガストロノミーの認定を受けています。

氷見もユネスコの食文化創造都市を狙うというのも、一つの国際的な知名度アップのための大きな目標になるかもしれませんね。

では鶴殿さんから、ぜひこれからの氷見についての提言をお願いします。

鶴殿 また、氷見の地域経済循環図をご覧くださいと思います。私がもし氷見という会社の経営者であれば、「なんで赤字が発生しているんやねん」ということを調べるのに、部門別損益を出して赤字だったところについては、その責任者に「お前何しているんやねん」と問い詰めると思うのですけれども、氷見の場合、赤字はどこだというと、民間消費額が流出しているところです。



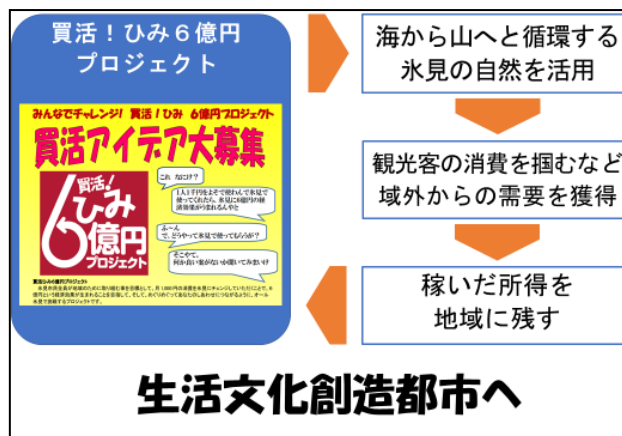
これは氷見市民が外でものを買う場合と、氷見市外の人が氷見に来てものを買う場合の収支差額でいうと、氷見の人が外で買う方が多いということです。ではこれを埋めていくにはどうすればいいか、来ている人に少しでもお金をたくさん使ってもらおうということだと思います。

次にその他支出のところですが、これは氷見で売っている商品やサービスを外から輸入しているということです。全部というのは無理ですが、少しずつ少しずつ地元産のものに変えていくということなのだろうと思います。それだけだと思います。

ただ、ここで大事なことは、続けるということです。何が当たるかわからないですよ。長野県阿智村というところは、日本で一番星空がきれいだということで、全国から人を集めていますけれども、それが当たるなんて、やり始めたときにはたぶん本人たちも思っていなかったと思います。上手にPRしてお客さんが来るようになったということだと思います。

繰り返しますが、何が当たるかわからないので、もし経営をされているのであれば、新商品が当たる法則があったら教えてくれという感じです。でもそんな法則はないのです。やはり新商品を出し続けるということが大事なのだと思います。そういった意味ではまちづくりの取り組みについても、民間消費の流出を止める施策、域外の流出を止める施策を少しずつ小さなことでもコツコツコツコツ、とりあえずどんどんトライしていくことが大事だろうなと思います。

いずれにしても、せっかく氷見には、「買活！ひみ 6 億円プロジェクト」があります。これは域内循環を太くしていこうという話なのだと思います。これだけではなく、せっかく海から山へと循環する自然があるわけなので、これを使おうではありませんか。そうすると、氷見ならではの商品が生まれて、観光客の消費をしっかりとつかむことができるのではないかと思います。



ここで終わりではなくて、稼いだ所得を

地域に残す努力が必要で、「買活！ひみ 6 億円プロジェクト」のバージョンアップを日々地道に続けていくことが大事なのだと思います。それがとりもなおさず、生活文化創造都市の発展になると考えます。一番いいのは、とりあえず「曙」を飲んで帰っても怒られないと、そんな風土になることを祈っております。大変失礼しました。

太下 お話の中で紹介のあった長野県の阿智村は、日本一の星空が確かに人気で、彼らがうまいのは先ほどの鵜殿さんのコメントにあった単に情報を出すだけではなくて、きちんと関心と集客につなげるというところにつなげていることですね。

実はわたしは、「ジャパンツーリズムアワード」という日本の各自治体や民間の取組みを表彰する日本全体のアワードの審査委員をやっているのですが、阿智村は常連さんなんですよ。グランプリも取りました。毎回そういうところにこまめに発信をされて、アピールしている。そういう意味では、日本一ポテンシャルを持ち、それを発信しながら、もっともっとこまめな情報発信活動、誘客活動をされている。そういう地道な活動を続けているところです。

鵜殿 一点だけ補足します。富山県の「富山湾鮓」というのは、すごくいい取り組みだろうと思います。出張者が来て、1350 円、1500 円で、お寿司を食べていますけれども、もともと富山の寿司は、お米もネタも富山産だったのですが、「富山湾鮓」とブランド化することで、ちょっと高額でも食べてみたくなります。そういうちょっとしたことも素晴らしいなと思います。

太下 ありがとうございます。それでは、お二方の外からの視点というものを受けて、地元として寺下さんからお話を伺います。

寺下 今日は、氷見市の部長さん方もいらっしゃるの、お前が勝手になんでも言うなと後で怒られるような気がいたしますけれども、私としては、今、鵜殿さん、亀井さんからいただいたご意見は、アクションを起こす上で非常に大事な視点だなと感じております。

特にこの 6 億円プロジェクトは、鵜殿さんにはいろいろアドバイスをいただいているわけですが、これからバージョンアップをせよということですね。まさにそういうことが我々商工会議所としての今の課題でもあるわけで、これはある程度しっかりとバージョンアップしながら続けていくことを、やはりこれからもやっていきたいと考えています。そして、その数字をしっかりと

らみながら、バランスのいいものをいかにつくっていくか、そのために何をするのかということも加えていく必要があると感じました。

そして亀井さんから食のまちというご提案をいただきました。もともと氷見は「食の都」ということを謳っているところでありますし、冒頭申し上げましたように海の幸、山の幸が豊富ですので、それをしっかり食べていただくということをこれからも考えなければいけないと思います。

先ほど、スペインのサンセバスチャンのお話も出ましたが、私も本を読んだことがあるんですね。18万人の都市が世界一の美食のまちになったと、非常にいいことが書いてあるなと思いました。そのまちをそういうふうにつくっていったということでありますから、氷見でもできる話だなということ、その素材は氷見に間違いなくあるということが言えるのだろーと思います。

亀井さんがおっしゃったようにシェフズミーティング、こういうものをしながら全体としてバージョンアップしていく、グレードアップしていく、そして一流のものもちやんとそこにはあるということが、もしかしたら大事なのかなと考えました。

太下さんが言われるようにユネスコの食文化創造都市、これも会議所としても考えていきたいと思っています。非常にインパクトを与えられることだろうと考えました。本当にいろいろとありがとうございます。

太下 それでは、お時間も限られてはいるのですが、今日冒頭で基調講演をさせていただいた佐々木先生から今日のディスカッションの感想を含めてお話いただければと思います。



佐々木 お話を聞いていて何点か思いついたことがあります。まず、ポートランドはとてもおもしろいまちですが、たぶん白人の割合がどんどん減ってきていると思います。それは白人の出生率が低く、新たに流入した人たち、家族の方の出生率が高いからです。

アメリカの抱える大きな問題の一つは、従来は白人と黒人の間で結婚する割合がある程度高かったのですが、最近は白人同士で結婚、黒人同士で結婚するという形に分かれてしまったことですね。おそらく今、日本の社会の動向からしたら、今回、外国の労働力を入れるという決断をしていますので、将来の日本は、間違いなく単一民族国家と考えてはいけないのですね。どういう人たちを迎え入れてどのような新しい社会をつくるか、このビジョンを早く出さなければいけない。そうすると、そこに必要なのは、「トレランス、寛容性」です。

それから今、観光客の話が出ましたが、日本人の観光客は減っているのですね。インバウンドをベースにしたら観光全体は伸びているのですが、日本人がかつてほど観光をしていない。ですから京都や金沢を見れば明らかですが、外国人の方が増えてきたときに、サインから案内からバスの中のガイドから全部変えなくてはならない。そういう対応が地方都市は遅れています。環日本海というかつて大陸とのつながりがあったころは、まだそういう対応ができていました。ところが東京集中で、非常にドメスティックになってしまい、日本人しか相手にしないようにな

ってしまった。これはやはりまずいので、これからはアジアに開かれた市民として迎え入れることを考えなければいけない。

また、個人商店の衰退にはいろいろの理由がありますが、ネット販売の増加が大きいわけです。ちょっと前までは郊外型の大規模スーパーが出てきて、それが市外に広がった。それによって駅前商店街がまずだめになり、今はネットでダブルパンチ、トリプルパンチをくらった。そういう中で亀井さんから問いかけがありましたね。「どこのパンを買うか」「どのお酒を買うか」。今、私は京都に住んでいますが、京都というのは実は個人のパン屋さんが一番多いのです。大手のパンメーカーではなく、個人で製造販売している店しか残らない。そうすると、パン焼き窯を備えて朝からパンを焼いているところにはずっと客がつく。そういうところは並んでも買う。今、並ぶことを厭いませんよね。

そういうところは家族経営であることが多いのです。国連も、実は最近、家族農業を見直しています。大規模農業に任せると格差の拡大、環境破壊が進むからです。今日ボローニャの話をしましたけれど、基本は家族経営なのです。職人的ものづくりが、生活必需品にもきちんとあると、経済が崩れないということがあります。それが2点目です。

3点目は、今日の話の中で抜けているのは、域内の所得を循環させようと思ったら域内に産業連関をしっかりとつくらなければいけないということです。これが弱い。例えばお酒を買うとしたら、そのお酒をどこの機械で詰めているのかという話です。瓶詰機械はどこの会社のものですか、ラベルはどこの会社でつくっていますかという話ですね。

これが金沢は強いのです。金沢ではボトリングは澁谷工業でやっています。ここは中堅企業ですけれども、全国的なシェアを持っています。それからお酒の瓶のラベル、これも高桑美術印刷でやっていて、ここも7割くらいのシェアを持っています。しかもそこがお酒のマーケティングまでやっています。

食品関連機械や、食品関連産業があって初めて域外に出ない構造ができます。それを人口5万人の都市ですべてをそろえるのは難しい。しかし例えばブリを加工した商品を揃えることならできます。また、茅ヶ崎から来られた方がブリを食べた後、どこに立ち寄ってどのような体験をされて帰られるのか。体験できる場所が、どれだけレベルが高いかなのです。

たとえば氷見は、400年続く定置網漁法で日本で一番有名な地域です。ネットで見ると資料館はあるようなのですが、その資料館は本格的な資料館なのか。それから周りには金沢21世紀美術館や、高岡市の「藤子・F・不二雄ふるさとギャラリー」などがありますが、小さくてもいいけれど、それに匹敵するような体験ができる文化施設があるか、これがなかったら食だけでは絶対勝負できません。「食×文化施設」、今日6次産業、10次産業と言われましたが、それに文化を入れなければだめです。そうでないと食べただけで帰ってしまう。そののところをもっと行政と連携して、どういう尖り方をするか考えるべきです。注文ばかりしてしまいましたが、以上が私の感想です。

太下 佐々木先生ありがとうございました。最後にいろいろな宿題が出ましたが、最初に聞いておけばよかったなと思いました。今日で何かの結論が出て、はい終わりということではなくて、冒頭にもありましたとおり、今日がスタートラインです。

もともと地域で地道に活動されてきたことを、もっと本格的にやっていくという新たな決意表

明の場というふうに捉えて、今の佐々木先生の宿題も踏まえ、これから氷見が発展するそのスタートラインになればいいなと思っています。

最後にまとめをせよと言われたのですが、既に若干時間がオーバーしておりまして、これを機に、外から来ている我々の提案を取り入れていただく機会もつくっていただければと思います。

最後に佐々木先生から文化が大事だというご指摘もありました。私も文化振興に取り組んでいますので、ぜひ食を中心としたまちづくりに期待したいと思います。

長い時間ありがとうございました。



閉会のあいさつ

氷見商工会議所
副会頭
飯田 和男氏

今、時計を見ますと、5時間近であります。やがて開始より3時間になろうとする中、皆さん、お話を聞くのにかなり緊張し、一言一句を聞き漏らすまいと、ずいぶん力を入れてこの場を一生懸命盛り上げてくださったかなと思います。

基調講演をいただいた佐々木先生には、最初のお話よりも最後のコメントで大変な宿題、あるいは課題なりをいただきました。特に地域内の産業連携で重要なのは、産業ではなくて文化だということで、この部分について、まさしく今日のテーマの“生活文化創造都市”というものの本当の意味での宿題が、今ここで与えられましたし、我々も見直さなければいけないのではないかと思います。

また、基調講演Ⅱの亀井理事長の「ローカルファースト」という意味が、なんとなくわかりやすいようで、今、われわれの足元の氷見で、本当にローカルファーストでいろいろなことをしているのか、改めて考えさせられるお話をいただきました。

そしてパネルディスカッションは、コーディネーターの太下さんの名司会で、パネリストたちが一生懸命答えを考えながら、自分たちの思いを十分伝えられたかどうかはわかりませんが、とにかく今やっていること、あるいは思っていること、とても氷見にとっては大事なこと、それらのエキスが十分引き出されたのではないかなと思えた時間でありました。

課題もたくさんありますが、行政、あるいは会議所だけでなく氷見市民として、いろいろな企画を施行する側、あるいは企画を受け止める側として、同じ共通の課題、同じ言葉をもって氷見をよくするという思いを一つにして、これからいろいろな課題に取り組んでいくことの、今日はきっかけになったのではないかなと感じました。

最後に、これを主催していただきました日本ファッション協会は、当初、洋服の団体かなと思っておりましたが、冒頭ご説明をいただきましたように、さまざまな活動をしているということも、初めて知りました。このような素晴らしい企画、有意義な会を企画していただいたことに感謝申し上げて、私の閉会のごあいさつといたします。



【氷見地域会議特別視察会】

開催日：平成31年2月7日（木）

行 程：

視察先	概要
1. 氷見漁港の朝セリ	氷見漁港は、富山湾随一の水揚げを誇る。富山湾は天然の生け簀と言われる日本でも有数の好漁場で、四季を通じて多くの種類の魚が水揚げされる。漁獲される魚種は156種に及び、日本一。氷見漁港の魚市場では、早朝6時頃から「セリ」が始まり、2階テラスから見学することができる。 氷見漁業協同組合 住所：氷見市比美町 435 TEL：0766-74-0170
2. SAYS FARM （セイズファーム）	100%自社原料ワイナリーにレストラン、宿泊施設、ショップ、ギャラリーが併設されている。 江戸時代から氷見で代々魚商を営む「釣屋 魚問屋」のグループ企業として2007年にオープン。 住所：氷見市余川字北山 238 TEL：0766-72-8288
3. 株式会社ラポージェ	和服の縫製技術を工程分析し、作業の分業化と独自に開発した和裁専用ミシンを駆使して、和裁の技術をシステム化し、短期間でリーズナブルな国内縫製を実現した。 独特の華やかさを持つ和キルトによるタペストリーも展示されている。 本社：氷見市泉 250 番地－1 TEL：0766-72-0100
4. 氷見漁港場外市場 「ひみ番屋街」	氷見市の「北大町市有地利活用事業」として開発された事業で、2012年10月オープン。食事から土産店まで33の専門店・飲食店で構成される。運営は、2011年5月創立の氷見まちづくり株式会社 住所：氷見市北大町 25-5 TEL：0766-72-3400

1. 氷見漁港の朝セリ

＜「天然の生け簀」 富山湾と氷見漁港＞

氷見は西側を能登半島に抱かれた富山湾の北西部に位置する。富山湾は、立山連峰など標高 3,000 m級の北アルプスから、一気に水深 1,000mを超える海底に到達する高低差 4,000mという急峻な地形で世界に例を見ない。しかも岸近くから一気に深くなっているのが大きな特徴で、海底は深い海底谷（かいていこく）によってできた複雑な地形となっている。海底谷がせまり、岸から急に深くなっているところは、海の青さが一段と濃く見え、深い藍色をしていることから「藍瓶（あいがめ）」と呼ばれ、シロエビやバイ貝、ベニズワイガニなどの宝庫になっている。地形が急峻なため漁場から港までの距離が近く、生け簀から魚をすくうように新鮮なまま運べることから「天然の生け簀」と言われている。

富山湾の表層には、塩分の低い「沿岸表層水」が流れ、その下層から 200～300m付近には「対馬暖流系水」が流れている。この流れに沿って暖流系の魚がやってくる。さらに水深 300m以深には低温の「海洋深層水」が流れ、冷水系や深海系の魚介が生息している。このため、日本海に分布するとされる約 800 種の魚のうち、約 500 種が富山湾に生息しているとされる。富山県最大、日本海側でも有数の漁港である氷見漁港に水揚げされる魚種は、156 種におよび日本一である。

＜「朝セリ」見学＞ 6：30～7：00

氷見漁港の魚市場で「セリ」が始まるのは朝 6 時ごろ。次々と横づけされた漁船から、新鮮な魚が水揚げされ、すぐにセリにかけられる様子を、魚市場の 2 階テラスから見学した。



漁船が港に着くと、次々に水揚げされ、セリにかけられる



ブリのせりの様子

2. SAYS FARM（セイズファーム）

<SAYS FARM>

富山湾と氷見市街地を見下ろす小高い丘の上にあるワイナリー。ドメーヌとして 100% 自社原料のみのブドウでワインを生産している。休耕地だった標高の高い南向きの斜面にブドウ畑を切り拓き、瓶詰に至るまでワインの製造を自社で行っている。

2007 年、江戸時代から続く魚商「釣屋 魚問屋」の次男釣誠二氏が、氷見の自然の恵みを通じて「氷見ブランド」を育てていきたいと、一つひとつ自分たちで作り上げていく、循環型の里山事業として立ち上げた。2008 年休耕地で荒廃していた土地の開墾に着手、2011 年にワイナリーを設立、醸造が始まった。

ワインだけでなく、シードルも自社畑でふじやグラニースミスを栽培し、醸造が始まっている。現在は、富山県産のリンゴを使ったシードルを醸造し、販売している。

<SAYS FARM の施設>

ワイナリーのほかに、レストラン／カフェ、ショップ、ギャラリー、1 日 1 組限定で 1 棟貸切となるゲストハウスが併設されている。ゲストハウスには、オープンレンジなどのキッチン設備もあり、ゆったりと過ごすことができる。レストランで女子会を行い、そのまま宿泊という形などで使用されているという。



3. 株式会社ラポージェ

＜株式会社ラポージェ＞

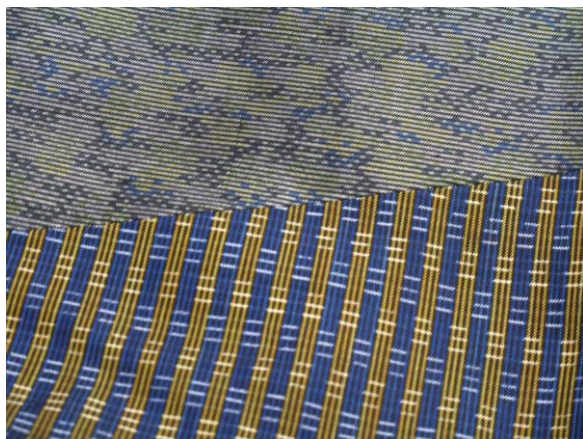
1979年、白石和裁店として創業。85年有限会社白石きもの設立、88年に「ラポージェ」に社名変更。創業者である先代の白石末子社長が、和服の縫製にも海外シフトが押し寄せる中、空洞化を食い止めるには機械化しかないと、大手企業から引き抜いた技術者と研究を重ね、2000年に一人用和裁ミシン「和裁工房・卑弥呼」を開発。和裁で最も難しいとされる運針をミシンにより自動化した。お客様の寸法に合わせて仕立てる際の寸法印付け作業も自動化し、一つひとつ形状の異なる和服をより正確に美しく仕立てあげることができる。

同社では機械による和服縫製だけでなく、縫製機械・システムの開発販売も行っている。機械だからこそできるオリジナルデザインで着物をリサイクルする『和っサイクル』は、二着以上の着物をさまざまなデザインで組み合わせて仕立替えするシステム。ミシンだからこそ、生地をナナメに縫い合わせることもでき、自由なデザインを選べるのが人気になっている。着物の端切れや帯を使用して、和裁工房・卑弥呼で作る「和キルト」は独特の雰囲気を持ち、キルト・タペストリーとして高く評価されている。

和裁用機械の開発で培った技術から生まれた、カーテンにひだを付けるプリーツ加工機もヒット商品となっている。



キャタピラで動く和裁用ミシン



2枚の着物を縫い合わせて仕立替え



和キルトによるタペストリー

4. 氷見漁港場外市場「ひみ番屋街」

＜北大町市有地利活用事業＞

北大町市有地は、氷見市が公有水面の埋め立て免許を取得し、1995 年埋め立てを開始し、2006 年に完成した氷見市所有の埋め立て地。この利活用に当たり、氷見市は大手開発業者に丸投げしない方針を打ち立て、氷見市と（合）まちづくり氷見が発起人となって運営会社「氷見まちづくり株式会社」を 2011 年に設立、ひみ番屋街と温泉施設「総湯」の開発に当たった。2012 年に完成したひみ番屋街は、33 の専門店・飲食店で構成される。

＜「ひみ番屋街」の運営状況＞

施設全体雇用人数	約 200 人
年間来場者数	約 120 万人
年間バス入込数	約 7,000 台
施設全体売上高	年間約 20 億円（テナント 29 店舗、直営 6 店舗）

＜建設費＞

ひみ番屋街 5 億円、総湯 3 億円、温泉掘削や設計・その他 2 億円
市による駐車場（220 台）・足湯・芝生広場等整備費 10 億円



“生活文化創造都市推進事業”
生活文化創造都市フォーラム「氷見地域会議」実施報告書

2019年3月発行

編集・発行 一般財団法人 日本ファッション協会
〒101-0051 東京都千代田区神田神保町1-5-1
神保町須賀ビル7階
TEL 03-3295-1311 FAX 03-3295-3295

