

定期的に交換している。

以上のことから新島村にも同様な温泉を利用したプール施設の実現性を探ってみた。確かに財源等には厳しいものがある。しかしトータルとしてのコスト面から考えてみる必要があるのではないか。健康増進では医療費や保険料の削減につながるし、何よりも高齢者の生きがい対策になる。現にプールでの運動を終えて帰り支度をしているお年寄りに伺ったところ、元気いっぱい、病気一つしていないという。

また小・中学生でオリンピック候補者になるような有望な子供も育っているということだから、これこそ夢の持てる確かな存在感のある地域社会に飛躍できる可能性を秘めている。もちろん観光面からも大いに貢献できるものと確信する。

東京都町村議会議員講演報告

議員 木村諭史

5月16日、年に1回の議員研修として、東京都町村議会議員講演会『小さな町と企業を活性化する「競わない地方創生」』に議員一同参加。

●講師が複数の視点から体験した地方創生を解説

講師の久繁 哲之介（ひさしげ てつのすけ）氏は、『地域再生の罨』や『商店街再生の罨』などの著書で知られています。IBM、自治体のアドバイザー、実家の飲食店など、いくつもの経歴をお持ちです。

●地方創生は『量より質』、『価格競争よりも共感』

『量を追うと低価格と効率の競争になり、強者＝大都市・大企業だけが勝つ』ことを学びました。観光地としての新島村としては、大量生産・薄利多売の戦略ではなく、その土地の魅力・作る人・売る人・買う人とのつながりから生まれる、共感や物語を軸に戦略を組み立てるのが望ましいと理解できました。

●地域の中でお金が回そう！

都市型の『効率まちづくり』では、チェーン店が全国から安い物を仕入れて低価格で販売するような戦略になるため、地域経済循環率が13%と低くなっています。一方で質を重視した『日本版スローシティ』ともいえる戦

略では、地元の個人店が地元の良い物を高価格でも仕入れて販売するので、地域経済循環率が45～80%と高い数値になっています。たとえ商品が价格的に高くても、共感によって購買が促進され、商品が地域の価値を高め、さらに売上の大部分が地域経済に還元されていきます。

※スローシティとは、地域ごとの特色を認め、効率や速さではない悠々自適で豊かで幸せな暮らしを作る取り組みです。

●質とはコミュニティの絆・共感だが、しがらみが強いと衰退する

濃いコミュニティ（主に島のような濃い村型社会）には、短所として“しがらみ”があり、長所として“絆”があります。この絆がすなわち価値でもあり、人與人同士の協働が生まれ共感するから商品を購入してもらえます。

一方で、薄いコミュニティ（主に都市型社会）では、短所として“孤立”があり、“長所として自由や効率の良さ”があげられます。ここで競争が起こり、低価格（便利だから）商品を購入する、とまとめられています。

まさに、一長一短、どちらかだけでも良くないことがわかります。豊かな自然と人間関係をもった村型の社会には、国内だけでなく外国人観光客からも注目が集まってきています。地域とのふれあいを求めるお客様への“おもてなし”のために、断れない人間関係（＝絆）で仲間に協力をお願いすると疲れてしまうので、自然と集まりたくなるテーマや趣味を使って自発的な参加者を募り、お互いに交流を楽しむような工夫も学びました。

●非効率がゆえの地方創生・地域活性

都会と同じことをやっているのは立ちゆかないことを、豊富な事例や現場からの知見をもって学ぶことができました。このような考え方は、地域おこしの現場や研究の場でも少しずつ広がって来ておりますが、議員研修のテーマとして政策立案のために改めて議員一同で共有できた意義は大きいと思います。

表：効率まちづくり vs 日本版スローシティ

理念＝政策	効率まちづくり	日本版スローシティ
コミュニティは	うざい、しがらみ	素晴らしい価値
店の種類は	全国チェーン店	地元の個人店
仕入れ先は	全国から安い物	地元の良い物
重視すること	低価格、量を売る	高価格、共感
地域経済循環率	13%	45 - 80%
利益を得る者は	大都市、大企業	小都市、小企業

都市型社会の価値観に代表される『効率まちづくり』と、持続可能な社会のために新しく農村型社会の良さを見直した『日本版スローシティ』の考え方が対比されています（講師講演資料と『日本版スローシティ』第三章から引用）。