

争論 地域とくらしを支える「店」とは？

京都市における 2 R とごみ分別・リサイクルの取り組み

加瀬 和美

北東京生活クラブ生活協同組合理事長

小林 徹也

生活クラブ生活協同組合・東京常勤理事

聞き手：杉本 貴志（関西大学商学部教授）



加瀬和美氏



小林徹也氏

【杉本】生活クラブ館は、生活クラブ生協では「消費材」と呼ばれる生活物資を販売する場であると同時に、子育てを支援し、地域福祉の拠点ともなるなど、多面的な機能を担っていますが、まずは「店」についてのお考えを伺います。班別の共同購入から始まり、時代の流れに合わせて個配を展開するなど無店舗事業中心というイメージが強い生活クラブ生協が、なぜ「デポー」と呼ばれる店舗的な施設をつくったのですか。

【加瀬】デポーは、1982年に第1号店が生活クラブ・神奈川でできたのが最初です。その後、千葉も始め、東京は最後に店舗事業に着手しました。在庫を持たない、店舗を持たないということを信条に、班別予約共同購入を強く進めてきた生協なので、あくまでもそこにこだわるんだということがありましたし、店舗はロスも出るし、それは予約共同購入の考え方とは少し違うのではないかという意見もありました。東京は物件が高いという理由もあったと思います。そういうわけで、東京では2004年に八王子に第1号店ができました。この店をつくるときに、「デポーとは何なのか」ということで、東京全体で「デポー事業構想」をつくり、東京の第5次長期計画（2010～2014）では10店舗をめざしました。第6次

長期計画（2015～2019）では、10店舗目以降の建設について、既存デポーの経営安定を前提に新規2店舗を検討することになっています。今までに9店舗を地域の状況なども見ながら、つくってきました。

生活クラブ東京は4つのブロックに分けて、組合員活動と事業をしています。職員の異動や物件の資産は生活クラブ東京が管理していますが、共同購入や組合員活動はもっと小さい単位でやるために4つのブロック単協に分けています。区部は北と南に分け、ここ板橋は北東京にあたります。市部も北と南に分けて、多摩きたと多摩南というかたちで、東京全体で4つのブロックがあり、それぞれに理事長がいて、それぞれがひとつの組織の単位として活動しています。しかしデポーを持つにはリスクがありましたし、経営がかなり絡むので、デポー事業は東京全体で進めようということで始まり、いままデポー事業は東京事業でやっています。デポー事業全体の黒字も見えてきました。区部はいま3店舗で、23区内で初めてできたのが練馬区のデポー石神井で、昨年8周年を迎えました。デポー板橋はその4年後にできたので、今年6月で5周年を迎えることになります。

【杉本】デポーのねらいは、共同購入の補完ですか。それとも共同購入を利用できな

い組合員向けでしょうか。

【小林】 両方です。予約共同購入がなじまない人がいるのは間違いなくて、生活クラブの場合、遅まきながらやっと昨年4月から今週申し込んだものが翌週届く仕組みになりましたが、デポールの構想を描いた頃は、注文した商品が2～3週間後に届くという状態でした。ありあわせの食材でも料理できる組合員でないと、共同購入にはなじみにくいという状況があったということです。また、小家族など少容量を求める人は続けづらいということもありましたし、マンション暮らしだと不在のときなど荷受けできないということもありました。

働く人が増えたり、家族構成が変わったりする組合員が出てきたので、デポールにはそういう人たちが利用できるようにしたいというねらいがあります。

また、お店には配送と違って、鮮魚があったり、お肉も量り売りがあったり、野菜も少量多品種のものがあつたりするので、共同購入になじまない材が展開できます。ですから、デポールを実現することで、配送の組合員にも利用してもらおうというねらいがありました。

デポールはこの両輪で考えましたので、私たちの戦略としては、組合員が大勢いるところでお店を開けようと考えたのです。組合員が一定数いるところのほうが、生活クラブのことが知られていますし、その方たちを主人公にしながら、友だちを紹介してもらい、加入につなげようと考えてきました。

【杉本】 個別配送の導入よりもデポールのほうが後ですか。

【小林】 個別配送は、生協のなかではかなり早くから始めましたが、全面展開には踏

み込めなくて、個別配送を全面展開したのは2000年です。それによって組合員が一定数増えて、地域のなかに組合員も多くなってきたので、それをベースに新たな組合員に参加してもらおうという意味でデポールをつくりました。

【杉本】 デポールだけを利用しているという組合員はどれぐらいですか。

【加瀬】 2011年に1072人でオープンし、現在1350人程になりました。この人たちはデポールだけの利用者です。私たちはオープン前に、「デポールだけの組合員を1000人集めてからオープンしましょう」と決めました。板橋区に住む生活クラブの組合員は「まち板橋」という組合員組織をつくっていて、そこで年間の活動方針を決め、それに沿って活動します。そこで「まち板橋にデポールをつくらう」と討議をして決めました。いま北東京には全部で16の「まち」が存在しますが、そこに「デポールをつくりたいところはある？」という投げ方をしたのです。

お店をつくることに反対する組合員もたくさんいましたから、「何のために私たちはデポールをつくるのか。目的をちゃんと確認しよう」、「生活スタイルの変化で、配送だけでは利用できない組合員が出てきている。やっぱり店舗型のものがほしい」、「ここを拠点にして、食べるだけでなく福祉のことも一緒に進められるところがほしい」というような話し合いを重ねました。まち板橋の組合員が話し合い、「まち大会」で「『デポールいたばし』をつくりましょう」ということを決め、そこから活動が始まりました。

配送組合員にお店なら加入するというお友だちや知り合いを紹介してもらったり、地域で戸別訪問をしたり、チラシをまいた

り、消費材を車に積んでまちに出て広報をしながらデポー組合員を募って行って、それと並行して物件探しやお店の設計も進めました。

【杉本】 まだ店がなく、しかも馴染みのない「デポー」というものだということに、「出資金を払って組合員になってください」と勧誘すれば入ってもらえるのですか。

【加瀬】 東京のデポーは、すべてそのやり方です。デポー石神井が先行してオープンして、2号店をつくりたいということで、「まち板橋」が最終的には2009年度の3月のまち大会で「自分たちのまちにデポーを建設しよう」ということを決定しています。

2010年から組合員と事務局でデポー建設準備会をつくって、拡大活動を開始しました。この段階では「板橋のどこか」につくるということぐらいいしか決まっておらず、同時に物件情報も組合員から集めて、候補地を絞っていきました。私たちは予約共同購入をすすめながら、まちづくりの活動もすすめ、「福祉のまちづくり」や「子育て支援」の拠点を地域につくってきました。そして、そうした点に生活クラブの運動グループ（デイサービスなど）を組合員がつけながら、地域のまちづくりをしていきましたが、店舗をつくる時には、店舗を中心にひとつの村のようにまちづくりをしようと考え、それが「デポー・ヴィラージュ構想」です。土地を提供してくれる方が見つかったことで、構想を具現化できる「高齢者の見守りや子育て支援もできるような、統合した施設をつくらう」ということになり、さらに地域に仲間を増やしていく力になりました。

【小林】 生活クラブの組合員は消費材に対

して満足度が非常に高いので、「配送はだめでも、お店ができるんだったら入るかもしれないわ」という人を紹介してくれたりしました。理事や「まち」の運営の人が地域の組合員に会いに行って、「今度、こういうお店をつくりたいから、ぜひお知り合いを紹介してください」と呼びかけながら、人が人をつないでいくようなかたちで募っていきました。この活動をベースに、ミニお店みたいな場をつくって、そこに鮮魚やお肉を持ってきて、組合員に購入してもらうと、それを食べたうちの何人かが「こんなお店ができたなら、やっぱり買いたいわ」という思いを強く持たれて、その人がまたお友だちを紹介してくれて…というような流れができ、関わる人がどんどん増えていきました。それと一緒に、働く人も集めるのですが、働く人にすれば、お店が開かない限り自分の働くところもないので、新規組合員集めに関わる。そういう人をどんどん増やしながら、組合員を増やしていく、というやり方です。

【加瀬】 オートロックのマンションが増えているので、「生活クラブの消費材はほしいけど、受け取りができないから加入できない」という声もありました。そういう人に、「この近くにお店ができる」ということを知らせると、「お店だったら、いいわね」ということで組合員になる人がいましたね。

【杉本】 店は、好きなときに好きなものを買える場でもあります。それによって生活クラブが従来から抱えてきた、「豚を丸ごと購入する」というような考え方が変わってしまうというような意見は出なかったのですか。

【加瀬】 店では当然ロスが出るので、反対意見もたくさんありましたが、デポーは大きな班だと考えました。「肉はこれぐらいの量を食べよう」とか「消費材はこれぐらいの量を食べよう」という供給計画を立て、「それを1000人の組合員で食べきるんだ。1000人の大きな班だ」と考えるわけです。地域に消費材を見せる場所ができたことで、生活クラブを知ってもらって、加入に結びつける。デポーで加入して、配送の組合員になっていく。デポーが「見せる場所」「人の集まる場所」になることで利用と拡大につながり、一方でロス率は厳しく管理して、他のスーパーや店舗に比べたらずっと低いレベルでおさまっています。

【杉本】 そのほかに他生協の店舗にはないデポーの特徴はどこにあるのでしょうか。

【加瀬】 まずは、ここでしか買えない消費材があるということですね。ひとつひとつに物語があって消費材があるということが一番の強みです。それから、たくさんの組合員が運営に参加しているところです。デポー委員長とまち委員長と理事、マネージャー、事務局でデポー運営会議を毎月開いて、拡大と利用状況を確認し、折込チラシの枚数や回数、どの生産者を呼ぼうとか、どんな企画をしてどれだけ人を集めようとか、消費材を開発しようとかいろいろなことを決めて実行します。また、「ワーク」という形で組合員が、例えば野菜の袋詰め、情報紙の配布、クリスマス・正月用品の受け渡しなどに有償の組合員活動として参加します。もうひとつ大きいのは、店で働く人です。この地域に住む人たちがフロア・ワーカーズとして働く場になっていることです。だから、拡大するときに「働く場が一つできる。デポーで働くことも考えて

みない？」という話もしました。

【杉本】 デポーで働いている人は全員が完全にワーカーズなのですか。

【小林】 そうですね。業務委託しているので、任意団体をつくっています。店舗責任者(マネージャー)をワーカーズで立てられるまでは、東京本部の専門部署の職員が入って共同運営をしますが、自分たちでできるようになれば、マネージャーを理事会で承認して、それ以後はワーカーズに完全委託します。

材の部分は、食の約95%がプライベートブランドなので、そこは大方の生協とは違うかなと思います。あとは、組合員の参加ですね。店舗オープン前の新しい組合員集めや、どんな店にしようとか、事あるごとに組合員の委員会を立ち上げるんですね。デポー建設準備会を立ち上げて、そこになるべく大勢の組合員に参加してもらって、人集め、働く人集め、店の設計などを議論して、それを形にしていきました。

板橋の組合員で「まち」を組織していて、そこで組合員が運営に関与します。ひと月100円を組合員から集めて、それをこの「まち」の活動費にして、「どこにチラシを入れて拡大しよう」とか「利用促進をどのようにしようか」とか、自分たちの「まち総会」で決定して、予算立てをして取り組んでいます。これは他の生協にないユニークなところかなと思います。

おもしろいことに、任意団体である各まちの計画の積み上げが法人の事業計画になっています。組合員の参加をつくっていく生協という点で、これはおもしろいかなと思います。さらに、ここがまちづくりの拠点になるので、組合員だけでなく、組合員以外の人にもここを暮らしの課題解決に

使ってもらえるのが生活クラブの大きな特徴かなと思っています。

【杉本】 他の生協でも、全県単位では規模が大きすぎるので、総代会だけでなく事前に地区別総代会をやるとういうことがよく行われていますが、独自に予算や事業目標まで立てるのは非常にユニークです。

【小林】 「東京」と「北東京」と「まち」とで、それぞれ役割分担をしています。「まち」は地域なので、店舗にいちばん近いところは「まち」の組合員が活動に参加しながら担う、という構図です。「東京」は、事業管理や、全デポーで統一的にやる事業や活動をダイナミックに提案して、それをブロックが自分たちの地域政策にほぐして、各店に「こんなふうにとったら、どう？」みたいに提案して、各店で組合員とワーカーズが中心になって組み立てていくというのが、大まかな流れです。

【加瀬】 モノがあるだけでなく、ここに人が出入りして、出会う場になるということがすごく大きいです。いまは生活クラブでは8割以上が個別配送の組合員で、北東京では2015年に2店舗のデポーの組合員数の合計が班の組合員数を超えました。個別配送の組合員にはいろいろな広報紙で情報は届けますが、配送する職員すら会えなくて、留守宅にモノだけ置いてくるという方が増えて、その方との双方向のやりとりが難しい。運営を担い、活動に参加する組合員、企画に参加する組合員、組織を担う人材を、どうやって育てていくかが大きな課題になっています。

そのなかで、このデポーがある「まち板橋」は、デポーがあることによって新たな組合員が登場しています。組合員が出会う

場ができたのが大きいです。たとえば組合員集会室で企画などをしているときに、「あ、〇〇さん」というふうに出会うことができ、いろいろな話をするができるし、運動グループも、たとえばデイサービスや保育園があると、そこを利用する人との対話があるので、すごく活気のある「まち」、新しい組合員が登場する「まち」になります。

当初は反対もずいぶんありましたが、5年経って、「やっぱり、ここで買うことにするわ」と言って、組合員になる人も増えています。そう考えると、人が出会う場、つながる場、そこからまた発展していくことができる場なんだと実感します。それは組合員がここで活動しているからです。たとえば生産者を呼んで学習会をするときも、その企画はすべて組合員が立てます。

2005年に「生活クラブ・デポーヴィラージュ構想」を考えて、石神井が1番目、ここ板橋が2番目のデポーになりました。「北東京でデポーをつくる」ということは、単にお店をつくるのではなく、デポー・ヴィラージュをつくるということだ。ここは単なるモノを売る場所ではなく、人と人をつなぐ場であり、まちづくりをする場である。地域には地域福祉や環境に関わる団体もあるので、自分たちの生活で必要に応じて生みだしてきた機能もすべてつなげる。そのなかのひとつにお店がある」という考え方です。

【杉本】 組合員以外の地域コミュニティ、あるいは行政との関わりは、どうですか。

【小林】 保育園は板橋区の制度で「小規模保育」になっているので、区から待機児童を紹介されるというかたちで認可事業としてやっています。デイサービスや訪問介護・

居宅介護も介護保険事業としてやっていますので、地域の他の事業者と連携して運営しています。

【加瀬】 保育園の利用者は必ずしも組合員とは限りません。給食やおやつは消費材を使ったものを提供していて、「なるべく組合員になってね」というお知らせはしますが、強制ではありません。もちろん、デイサービスも同じです。地域の運動グループは、「組合員でない人も一緒に地域をつくっていく」という考え方ですので、組合員の人もいるし、そうでない人もいます。

【杉本】 いまや地域生協の組合員の平均年齢は50代半ばで、子育て世代が少なくなっているといわれます。生活クラブはどうですか。

【加瀬】 同じです。そこに危機感を覚えて、とにかく子育て世代を増やそうということで、昨年4月から週次申込みに変った大きな理由もそこです。2～3週間まとめて注文するという生活サイクルは、いまの若い世代になじまないんですね。いま懸命に子育て世代を拡大しています。

【小林】 地域で組合員拡大が進んでいるので、新しい組合員は少しずつ増えています。新しい組合員には比較的若い人が多いですね。

【杉本】 そういう若い方々は総代になったり、組合員活動で活躍されたりされていますか。

【加瀬】 「まち板橋」では、きょうも午前中に「まち」の会議があって、私も出てきましたが、運営を担っているのはほとんど、

未就学児を持つママです。30代後半から40代前半の人たちで、いまはその人たちが「まち」の活動の中心です。若い人たちの意見も聴きながら、たとえばおしゃれチラシをつくるとか、企画も友達を誘って来やすいように、「〇〇学習会」ではないタイトルにしようとか若い世代の意見を取り入れています。

【杉本】 大きな生協では、新しい店をつくらうとしても、「なぜあの地域ばかり店ができて…」とか「あっちばかり、ずるい」という反対意見が出て、実現しないという話をよく聞きます。

【加瀬】 デポーをどの地域につくるかは、まちが決めます。決めたら、その地域で1000人拡大します。自分たちの手で新しい組合員を1000人拡大するというのは、それも1年ぐらいの短い期間でやりますから、相当の活動をすることになります。

【杉本】 その1000人というのは、9人の「まち運営会議」の委員が中心になって仕掛けをするのですか。

【加瀬】 そうです。北東京理事会がそれをサポートします。まちの会議で「いつ、どこで、どれぐらい、どんな方法で拡大しようか」ということを決めて、一緒になってまちを歩きます。企画もします。「紹介してね」というチラシをつくって組合員に呼びかけたりします。

【杉本】 北東京理事会が手伝ってくれるなら、杉並も手を挙げればよかったのではないのでしょうか。

【加瀬】 主体は「まち」です。たとえば私

たちはキャラバンカー(消費材を積んだ車)を道路わきに止めて拡大をしますが、それは他の区に住んでいる組合員(理事)が行ってもだめなんです。紹介の力が強いので、「あ、〇〇さん」と声をかけられるのは、その地域に住んでいる人です。そこがきちんと動かなければ、1000人の拡大はできない。もちろん、理事会はバックアップはしますが、実際のところはまちの組合員がやる気にならなければ数字は達成できないです。

【杉本】 デポの1人あたり利用高は9000円と高いですね。

【加瀬】 それは生活クラブの特徴です。配送も含めて、1人あたりの利用高は他の生協と比べると高いです。

【小林】 うちとしては、所有感を持ってくれる組合員をどれだけ増やせるかが、けっこうカギです。

【加瀬】 いま消費材の開発をしています。「デポーいたばしでないと買えないものをつくらう」ということで、組合員でプリン・プロジェクトを立ち上げました。組合員の声があったので、「それを形にしようか」ということで、ここの惣菜室でオリジナルプリンをつくって販売する計画です。自分たちの力で変えていけるお店なんだということが魅力になります。一つひとつの消費材の力が大きいですね。学ぶ場でもあるので、生産者を呼んだりして、お肉であれ、牛乳であれ、それがどういう経緯で生まれてきたものなのかという学習会をすると、「なるほど。やっぱり、ここでしか買えない」というような組合員が増えていきます。

【杉本】 店舗のいいところは、小規模生産地とも結びついて、いろいろなことができる点にあると思いますが、それぞれのデポで独自に消費材を仕入れることはできますか。

【加瀬】 できます。野菜は、都内で農業をやっている生産者と提携しているので、届けてもらって、直接売ったりしています。お豆腐やパンなども地域で探して提携しています。板橋には、クッキーを作っているワーカーズがあって、そのクッキーの販売もしています。

【杉本】 それは運営委員が探すのですか。ワーカーズですか。

【加瀬】 提携する生産者を決めるのは、組合員です。運営委員が、あそこのパンをデポで販売できないだろうかと探してきたりすることもあります。

【小林】 地域の人と議論をして、最終的には規格書を含めて理事会で決定するという流れです。

【加瀬】 「自分たちが探して、自分たちが決めた生産者、だから食べようね」ということです。

【杉本】 その場合、ワーカーズはどこで店の運営に主体的に関わるのですか。

【加瀬】 たとえばプリン・プロジェクトでいえば、ワーカーズのメンバーもプロジェクトメンバーのひとりとして参加してくれています。ワーカーズは実際につくって販売していく立場として参加して、「つくる側としては、これぐらいの値段でできるよ」

とか「これはできるけど、こっちはできないよ」というふうに、売り手の意見を言います。同じプロジェクトメンバーで、同じ土俵の上に立って、議論していく仲間です。

【小林】 仕組みとしては、毎月のデポー運営会議で、組合員の「まち」の人とワーカーズと理事会が議論します。その構成メンバーに入っているの、場合によっては自分たちが提案を出すこともできます。決定するのは理事会だとしても、「こういうのをやりたい」という提案は出せて、それがコンセンサスを取れば、そこの担当の理事が理事会に持っていくという流れはあるので、月次とかで自分たちの意見反映ができる場を保障されています。

【杉本】 そうしたデポーだけでなく複合施設であるのがこの生活クラブ館の特徴ですが、これはたまたま同じ建物に店と保育園や福祉施設とが一緒に入っているのとは、どこが違うのでしょうか。

【小林】 生活クラブのお店と生活クラブの保育園が同じ建物の中にあるというだけなら、単なる雑居ビルですね。食材は生活クラブのものを使っているの、下と上の連携は食材がいちばん大きいと思いますが、保育園と高齢者施設はベランダを共有していて、高齢者が散歩に出かけるときはお見送りをしてもらうことが日常茶飯事です。だから、うちの子どもたちは高齢者と当たり前のようにあいさつできる子になります。一つの館に思いを同じくする団体があることで、それぞれのところでいいことが起きていると思います。

【加瀬】 いま生活クラブ館徳丸に入ってい

るのは、フロア・ワーカーズを担う「ワーカーズ・コレクティブGreen」、「NPO・ACTいたばし居宅介護支援事業所」、「NPO・ACTたすけあいワーカーズあやとり」、保育園を運営している「ワーカーズ・コレクティブえがお」です。

ここは徳丸ですが、前野町というところには「おやこ舎あやとり」が地域の子どもの一時預かり事業をやっています。もともとデイサービスも、前野町でやっていたのですが、生活クラブ館ができたときに、「いっしょにやろうよ」ということで、移転しました。それから、まちの居場所づくりで新しくできてきたのが「まちの縁がわ」で、ちょっとしたまちの居場所になっています。それから、南常磐台にあるのは、組合員が「安心・安全なおやつがほしい」ということで始めたお店で、クッキーを専門につくっているお店です。そして地域政党「生活者ネットワーク」も加わって地域協議会をつくっていて、毎月、いろいろな情報交換をしています。協議会がまち板橋のまちづくりをすすめています。その拠点となっているのが、生活クラブ館です。

保育園は新しく始めた事業ですが、「あやとり」や「居宅介護支援事業所」などは、もともとあった事業所がここに移転するというかたちでスタートしました。

どこが特徴かということ、各事業所のリーダーたちがすべて生活クラブの組合員活動をしてきた人たちなんです。「ただ食べるだけではだめだ。自分たちが年をとっても暮らしやすい地域であるためには、介護のことにも関わっておかないと心配だ」と言って、始まっています。子育てのことも、「若いお母さんを助けてあげたい。お互いに助け合いだよね」ということで始まって、その根っこがみんな一緒なので、形は違うけれども、たとえばまつりをやる

うとなったときも一致してできます。やっている事業は違うけれども、めざす方向性や基本的な考え方が一致している。そこが、単に寄せ集められているというのとは違うところかなと思います。

特に「まち」の部分は、加入して1～2年目の若い組合員が入ってきて運営を担いますが、そこでいろいろな疑問にぶつかります。「チラシを地域に配ったり、企画をしたり、そんなの事務局がやればいいじゃない。なんで私たち組合員がここまでやらなきゃいけないの」「そうじゃないんだよ。何のためにこのお店をつくったんだろう。どうして組合員が活動するんだろう」というやりとりを常にしながら深めていくわけですが、そのときにいろいろなリーダーがいろいろな立場でものを言うので、「こうやって活動している先輩が地域にいる」ということを目の前でひとつのかたちとして見せられて、納得していく。これがすごく大きいかなと思います。

【杉本】 これから北東京として、石神井や板橋の経験を積んで、次に「こういうふうにしたい」というのはありますか。

【加瀬】 長期計画は5年ごとに立てていて、2015年度から第4次5カ年計画が始まったところですが、この5カ年で店舗をつくる計画はまだありません。次にしたいことは、デポーいたばしでいえば、今週1回実施している「お届けデポー」、高齢や病気などの理由でご来店できない組合員に、御用聞きスタイルで必要な材を届けるしくみですが、それをさらに拡げていきたいです。その他、移動販売などもできないだろうかという意見も出ています。また、北東京全体では、地域の組合員をつなげてたすけあいのできるコミュニティを形成すると

いうことです。孤立せずに、近くにいる組合員どうし、班・個配・デポーという形態にかかわらず誰もが顔見知りになって、いざというときにたすけあえる関係性を日頃からつくっていかうと、チャレンジをはじめたところでは。

【杉本】 いまいちばんの課題はどこにありますか。

【加瀬】 組織運営は本当に課題です。リーダーは60～70代です。その後を継ぐ40～50代がなかなか見つからないというのも、それぞれのワーカーズでも共通の課題なので、若い子育て世代の30～40代の人に入ってほしいというのは、生活クラブの組合員だけでなく、ワーカーズもそれぞれ抱えている課題です。

【杉本】 それでも生活クラブの場合、独自の消費材に対して組合員が寄せる信頼は年代を越えて圧倒的です。その柱がしっかりしていることが、地域の拠点をつくりあげる上でも基礎となっている。そのことがよく理解できました。本日はありがとうございました。