

令和4年度「新しい東北」復興・創生の星顕彰 受賞者一覧

応募総数 90 件 受賞者数 10 件

<選定委員> ※五十音順・敬称略

- ・ 田村 太郎 (一般財団法人ダイバーシティ研究所 代表理事・復興庁復興推進参与)
- ・ 西山 志保 (立教大学 社会学部 社会学科 教授)
- ・ 宮川 暁世 (株式会社日本政策投資銀行 シンジケーション・クレジット業務部長)
- ・ 柳井 雅也 (東北学院大学 教養学部 地域構想学科 教授)

<受賞者一覧> ※五十音順・都道府県別

【岩手県】

<p>団体名</p> <p>株式会社 幸呼来 (さっくら) Japan</p> <p>【所在地】 岩手県盛岡市</p>	<p>裂き織（古布を活用した手織物）の商品づくりを通して環境対応と障がい者の雇用を創出。伝統文化と技術を伝承するワークショップにも取り組み、裂き織の産地化を目指して活動。</p>	
<p>団体名</p> <p>有限会社 三陸とれたて市場 (いちば)</p> <p>【所在地】 岩手県大船渡市</p>	<p>新しい凍結技術を導入した先駆的な水産加工事業モデルを展開。漁獲段階まで遡り、解凍時に理想の品質が出現する加工方法を確立。</p>	
<p>団体名</p> <p>特定非営利活動法人 体験村・たのはたネットワーク</p> <p>【所在地】 岩手県田野畑村</p>	<p>地域住民と来訪者の交流を通じて、地域を元気にするための様々な自然体験プログラムを提供。漁船体験プログラムを通して継続的に震災伝承活動に取組。</p>	
<p>団体名</p> <p>NPO法人 みやっこベース</p> <p>【所在地】 岩手県宮古市</p>	<p>震災後、地元のために活動する高校生ボランティア等の活動の場づくり加え、コミュニティスペースの運営、高校生等向けの地元修学旅行や市内企業の新入社員同士の交流事業を実施。</p>	

【宮城県】

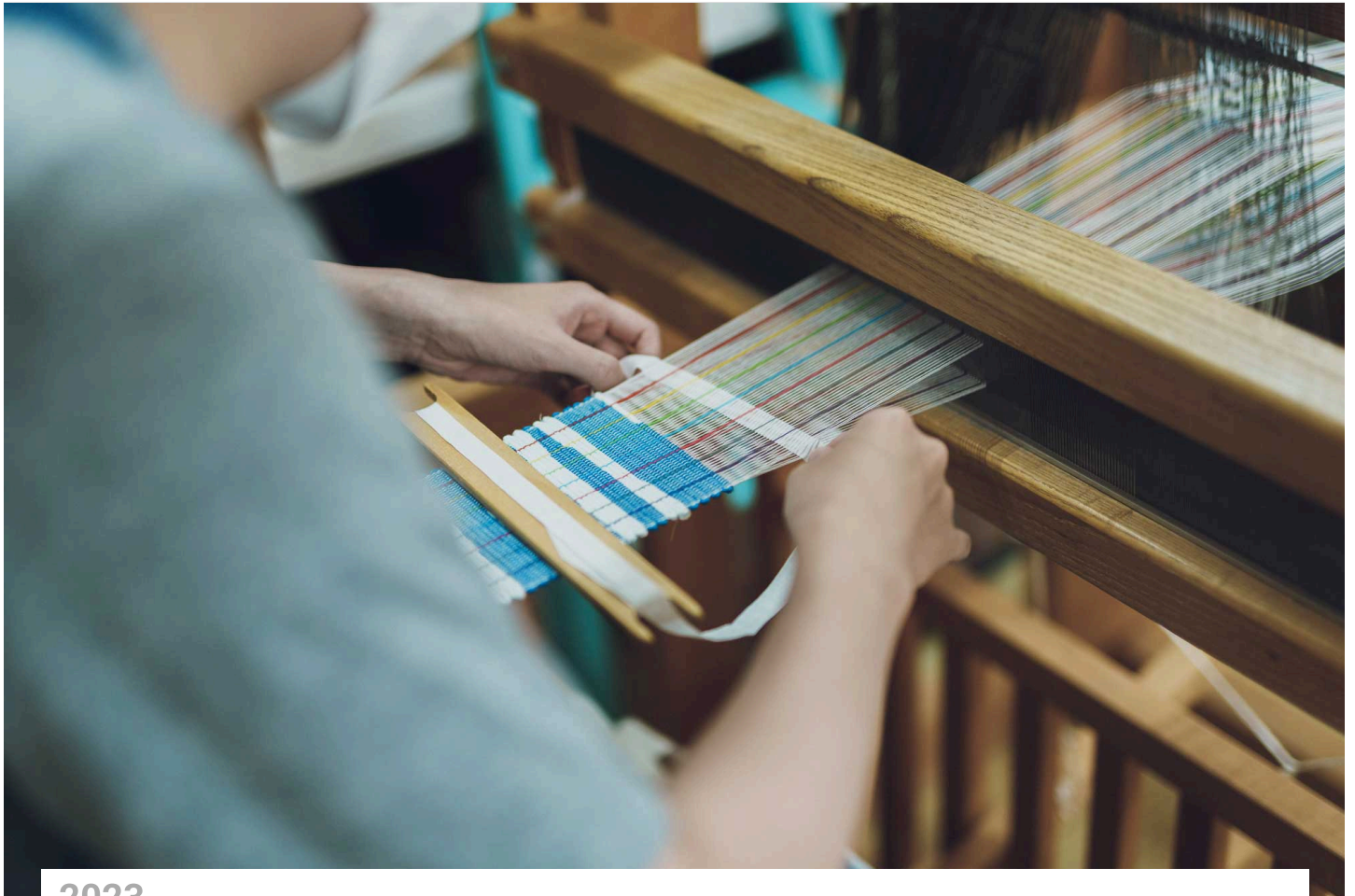
<p>団体名</p> <p>アンデックス株式会社</p> <p>【所在地】 宮城県仙台市</p>	<p>IT 技術を活かした新しい漁業に取り組み、地元企業の生産性向上と産業活性化に貢献。老舗の酒蔵との協業により酒造分野の IT 化も推進。</p>	
<p>団体名</p> <p>株式会社 木の屋石巻水産</p> <p>【所在地】 宮城県石巻市</p>	<p>B C P 対応として沿岸部と内陸部に製造拠点を分割し、地元資源を活かした新しい新商品を多数開発。内陸の工場内に直売所を設け、動画配信でアイドルを起用するなどの新しい販促活動を展開。</p>	
<p>団体名</p> <p>一般社団法人 南三陸町観光協会</p> <p>【所在地】 宮城県南三陸町</p>	<p>防災・震災学習プログラムを観光メニューの一部として取り入れ、観光客誘致、地域物産品の宣伝などを実施することで地域振興に貢献。南三陸 311 メモリアルの運営も受託。</p>	

【福島県】

<p>団体名</p> <p>一般社団法人 オムスビ</p> <p>【所在地】 福島県南相馬市</p>	<p>「地域の経営資源を高め、まちを豊かに」をミッションに掲げ、地域内のコミュニティ拠点の提供や人材育成事業、デジタルマーケティング支援を実施し、地域の課題解決に取り組む。</p>	
<p>団体名</p> <p>株式会社 Smile farm</p> <p>【所在地】 福島県川俣町</p>	<p>ポリエステル繊維を使用する新しい農法による熱帯植物アンスリウムの生産に加えて、クラファン活用でイチゴ栽培も開始。体験農園も運営し関係人口の増加や、新規就農者を増やす取組を推進。</p>	
<p>団体名</p> <p>一般社団法人 ならはみらい</p> <p>【所在地】 福島県楡葉町</p>	<p>町の新たな賑わいを生み出す拠点として「笑ふるタウンならは」を運営し、地域コミュニティの再生と情報発信に取り組む。避難指示解除区域の復興に向け、空き家・空き地バンクの運営や語り部と連携した震災伝承活動も推進。</p>	

令和4年度「新しい東北」復興・創生の星顕彰 受賞者事例集

事例 01	株式会社幸呼来（さっくら）Japan（岩手県盛岡市）	1
事例 02	有限会社三陸とれたて市場（岩手県大船渡市）	12
事例 03	特定非営利活動法人体験村・たのはたネットワーク（岩手県田野畑村）	23
事例 04	NPO 法人みやっこベース（岩手県宮古市）	33
事例 05	アンデックス株式会社（宮城県仙台市）	44
事例 06	株式会社木の屋石巻水産（宮城県石巻市）	55
事例 07	一般社団法人南三陸町観光協会（宮城県南三陸町）	66
事例 08	一般社団法人オムスビ（福島県南相馬市）	78
事例 09	株式会社 Smile farm（福島県川俣町）	88
事例 10	一般社団法人ならはみらい（福島県楡葉町）	98



2023

★01

株式会社幸呼来Japan

【岩手県盛岡市】

幸せを呼ぶかけ声と共に、鮮やかな彩りの裂き織りを通して共生社会の実現へ

取組概要

就労支援事業所として障害者を雇用し、一人一人の特性を生かして、岩手県の伝統工芸である裂き織り製品の製造を手がける。さんさ踊りの衣装を再利用したカラフルな裂き織りが特徴で、小物雑貨などで若者世代にも認知を広げている。SDGsの観点から業界問わず企業の関心も高く、国内の大手ブランドとコラボレーションを続々と展開。障害者に対する偏見や差別をなくすこともミッションに掲げ、障害のあるスタッフによる裂き織りのワークショップを開くなど、取り組みを進めている。

取組のPOINT

ヒ ト

障害者が手がける裂き織りの美しさに衝撃を受け事業化を決意

着眼点

さんさ踊りの鮮やかな衣装を裂き織りにして若い世代にも普及

連携・協働

事業や製品の価値を認める協力者や企業と連携し、コラボ展開

持続性

障害の有無に関わらず、個性を生かし活躍できる共生社会に

ヒ ト

障害者が手がける裂き織りの美しさに衝撃を受け事業化を決意

岩手県盛岡市の住宅リフォーム会社に勤め、高齢者や障害者が暮らしやすいバリアフリーの住環境を提案していた石頭悦氏。福祉用具の展示会の運営に関わった際に、車いす生活を送りながらも精力的に活動している人たちの姿を目にする。

「自分たちが守ってあげなくちゃとか、優しくしないといけないとか、障害者の方に対して健常者の私たちは、どこか上から目線で勝手にそう思い込んでいますよね。実際には皆さん活動的で、自分たちと何も違いはないということを改めて知って、目からうろこが落ちました」



代表取締役の石頭悦氏

さらに、仕事の視察で特別支援学校の見学に訪れた際、生徒たちが集中して規則的な動作を繰り返し、裂き織りを織り上げている姿と、その裂き織りの美しさに「また目からうろこが何枚も落ちました」と振り返る。

裂き織りとは縦糸に木綿や絹、麻などの一般的な糸を用い、横糸に使い古した布をひも状に裂いたものを使う織りのこと。東北に起源があるとされ、盛岡をはじめとした岩手県など複数の地域で傳承されている。石頭氏は改めて地元で作られている裂き織りを意識して手に取るようになり、その上で、やはり生徒たちの織りが緻密できれいだと実感したという。

「こんな素晴らしい作品を、いろいろな人に知ってもらえないなんてもったいない」。そう考えた石頭氏は、生徒が手がけたトートバッグを持ち歩き、それらのエピソードも含めて、一人広報大使のようにPRして歩いた。その話を聞いた人から「事業化したらいいのではないか」と提案されて検討を始め、数年かけて開業資金を用意する必要があるため、思案していたところ、盛岡市の緊急雇用創出事業があることを知る。補助申請が通り、2010年には所属していたリフォーム会社の一部門として、裂き織り製品の製造事業の立ち上げに至った。

しかし、翌年に東日本大震災が発生。翌日の3月12日、会社には社長と石頭氏の他に、裂き織り部門で採用していた障害のあるスタッフが駆け付けた。「会社が心配で家にいられなかったと話している、仕事に対する思いを強く感じました」と石頭氏は語る。

着眼点

さんさ踊りの鮮やかな衣装を裂き織りにして若い世代にも普及

東日本大震災の影響でリフォーム会社は経営が一時不安定となり、裂き織り事業部は閉鎖が決まるが、「駆け付けてくれたスタッフのことを思うと、その思いを無駄にはできないと感じました。生き生きと裂き織りを作るスタッフのみんなの働く場所を無くしてはいけない」と、石頭氏は事業を継承する形で独立を申し出る。

不安は無かった、というよりも「やるっきゃないという気持ちでした」と石頭氏。盛岡市のインキュベーションセンターで起業支援の担当者から言われた「やっぱり駄目だとなったら、謝ればいい」という言葉が背中を押した。「部門が閉鎖したからごめんねと今謝るのではなく、右往左往しながらでもやってみて、それでもお手上げだとなった時が謝る時だ」と覚悟を決めた。

2011年9月、株式会社幸呼来(さっくら) Japanを設立。石頭氏の他に社員1人と、裂き織りの製造担当で、精神、知的などの障害のあるパートタイムのスタッフ2人で、取り壊し寸前だった物件での旗揚げ。引き続き市の補助金は得られたが、小売店で販売する商品をほそぼそと製造するところからのスタートだった。

「さっくら」は、「盛岡さんさ踊り」のかけ声「サッコラー、チョイワヤッセ」に由来する言葉。「“幸”せは“呼”ぶとやって“来”る」という意味がある。社名にするほど石頭氏が根っからのさんさ踊り好きだっただけでなく、同社とさんさ踊りには重要な関係性がある。

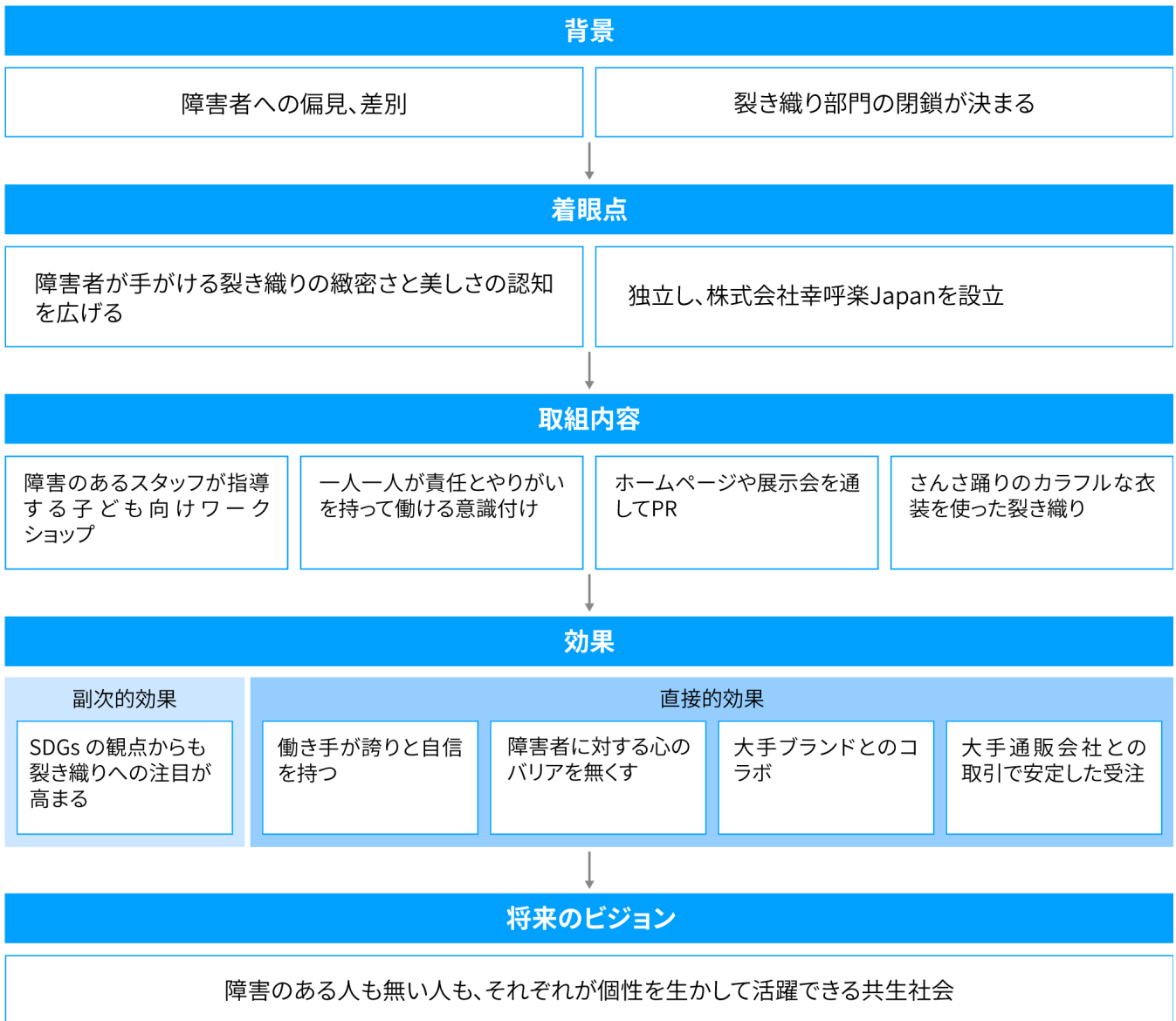
実は、リフォーム会社で裂き織り製品の製造事業部門を立ち上げた際、裂き織りの品質に自信は持っていたが、他社製品と差別化し、若い世代にも興味を持ってもらうには何か工夫が必要だと考えていた。そんな時、さんさ踊りの踊り手らが身にまとうカラフルな浴衣を見て、石頭氏は「この浴衣を、裂き織りの横糸に再利用しよう」とひらめく。そして、さんさ踊りで使い古した浴衣を譲り受け、その鮮やかな色彩で若者の目を引く裂き織り製品を作ろうと考えた。また、そうすることにより、捨てられてしまう浴衣を有効活用できるとも考えた。

リフォーム会社で加盟していた盛岡商工会議所の中にある盛岡さんさ踊り実行委員会を頼ると、「古い浴衣の再利用ができる、すごくいいことだから協力しますよと言っただけでした」と石頭氏は語る。あの鮮やかな浴衣が、障害のあるスタッフの正確で緻密な作業を通して、ポーチや名刺入れといった唯一無二の美しい裂き織り製品に生まれ変わる。「これは絶対に評価される」と、その頃から確信していた。



さんさ踊りの浴衣を使った、カラフルでポップな裂き織りのポーチや名刺入れ

チェンジマップ CHANGE MAP



連携・協働

事業や製品の価値を認める協力者や企業と連携し、コラボ展開

現在では、BtoBが売り上げの大部分を占める幸呼来Japan。最初に企業から依頼を受けたのは、ホテルメトロポリタン盛岡の改修工事に携わったデザイン会社から。裂き織りのインテリアパネルの依頼だった。今も同ホテル本館の4階に飾ってある。

取引のきっかけになったのはホームページだった。事業に共感した盛岡在住のグラフィックデザイナー、ビー・アイ・ディ藤村巧氏が「ホームページだけはあった方がいい」と用意してくれていた。裂き織りをイメージした会社ロゴも藤村氏が手がけたもので、「本当にいろいろと応援してくれました」と石頭氏は感謝する。

次に大きな転機となったのが、兵庫県神戸市に本社を置くファッションや生活雑貨の大手通信販売会社との取引。2012年2月の東京インターナショナル・ギフト・ショーに設けられた震災復興支援ブースに出展すると、ちょうど裂き織りの商品を展開しようとビジネスパートナーを探していたその会社が幸呼来Japanの鮮やかな商品に目を留め、声をかけた。

これまでのような一点物の納品や作った分だけの販売とは異なり、大量の製品を安定的に供給する体制が求められた。しかし、当初から石頭氏は就労継続支援事業所を開く準備を進めており、2012年4月に、通常の事務所での雇用は困難だが、雇用契約に基づく就労は可能な障害者の就労支援を行う、A型事業所の認可が下りたことで発注に応えられる体制が整った。2014年には、雇用契約に基づいた就労も困難な障害者の支援も行うために、B型事業所も開設した。

「最初は私の見通しが甘くて、障害のある方にあまり負担をかけることもできず、納期を延ばしていただくなどご迷惑をおかけしました。それでも相手先企業さんは、一つ一つ手作りしているのでお手元に渡るまで少し時間がかかりますと、お客さまに納得していただけるようなフォローをしてくださって、ありがたかったです」と語る。

その後もホームページや展示会を通して県外の企業からの引き合いも増え、「オニツカタイガー」「KUON」など、国内の大手ブランドとのコラボレーションを次々に展開していく。



「オニツカタイガー」とコラボレーションしたスニーカー

もちろん、クオリティーの高さも認められている。石頭氏は、「今まで見た裂き織りとは全く別物だと評価していただけています。そう言ってもらえるのはうれしいですし、そう言わせるみんなの力が本当にすごい」と感服する。

そんな織り手の個性を生かし、自由に織った一点物の商品をアート作品のように展開するプレミアムライン「Signature」も展開。現在は受注生産で手いっぱいのためストップしているが、「これは今後が本当に楽しみで、織り手と織り機を増やして進めたいです」と、石頭氏ははやる気持ちを抑え切れずにいる。

織り手だけでなく、それぞれの工程を担当する人に責任を持って、やりがいを感じて働いてもらうために、石頭氏は「私たちは『チーム幸呼来』だよ」と繰り返し伝えている。「どの仕事も一つ一つ大事で、みんなが一生懸命に手を抜かないで仕事をするからすてきな商品ができて、お客さんがそれに感動して買ってくださいるんだよと話しています」



石頭氏は従業員とのコミュニケーションを欠かさない

裂き織りを後世に伝えていく役割は十分に果たしている幸呼来Japan。もう一つの役割に、障害者に対する心のバリアーをなくすことを掲げており、その取り組みの一つとして、障害のあるスタッフが先生となる子ども向けの裂き織りのワークショップを、2021年に初めて開催した。

「障害の有無が関係ない場の雰囲気、教える側は自分が誰かにレクチャーできたことに自信を持ち、教わる側は先生から丁寧に教えてもらえたと喜んでいました。子どもの頃からそういう機会があれば、自然と見方は変わっていくはずです」

さんさ踊りのカラフルな浴衣が横糸となって裂き織りを彩るように、障害のある人もない人も、それぞれの個性が織り込まれてこそ彩り豊かな共生社会が実現する。

• 問い合わせ先

企業・団体名 : 株式会社 幸呼来Japan
代表者 : 石頭悦氏[代表取締役]
所在地 : 岩手県盛岡市安倍館町19-41
WEB : <https://saccora-japan.com/>
MAIL : info@saccora-japan.com

有限会社 三陸とれたて市場 ▶



2023

★02

有限会社 三陸とれたて市場

【岩手県大船渡市】

三陸の魚介の品質と鮮度を冷凍で閉じ込め、価値を高め世界へ

取組概要

品質の高い三陸の魚介を全国に流通させるため、直販事業を展開する三陸とれたて市場。東日本大震災で港の機能が失われたことをきっかけに、「魚介の冷凍」に着目。鮮度を維持する冷凍方法を生かし、流水ですばやく解凍できる冷凍刺身「CAS刺身個食パック」を開発した。コロナ禍、品質の良い魚介を好きな時に欲しい量だけ仕入れたい飲食店からの引き合いもあってヒット。現在では市場に出回らない魚の活用も進めている。

取組のPOINT

ヒ ト

三陸の魚を全国に届けたい——。突き当たった「魚介ならではの課題」

着眼点

東日本大震災を機に冷凍に着目。解凍後も魚介の鮮度をキープ

連携・協働

生産者と連携し、仕入れ・漁獲の段階から改善を図る

持続性

限られた海の資源をあまねく活用。市場に出回らない魚が高級魚に

ヒト

三陸の魚を全国に届けたい——。突き当たった「魚介ならではの課題」

静岡県出身の八木健一郎氏は北里大学水産学部（現・海洋生命科学部）への進学をきっかけに、岩手県大船渡市三陸町で大学生活を送った。卒業後、三陸の漁業現場を消費者の視点で見つめた時、「三陸には質の高い魚介がたくさんあるのに、どうして正当な価格で売れないんだろう」と疑問を抱いたという。そこで、三陸の魚介をより多くの人に知ってもらうため、2004年に有限会社三陸とれたて市場を設立した。



代表取締役の八木健一郎氏

「魚介の産地としての認知度が低いのではないか」と仮説を立てた八木氏。「私が三陸に来て感動した景色を共有すれば、魚を買いたくなるのでは」という思いから、漁船にカメラを積み、漁の様子をライブ配信した。通信会社に勤めていた父親の影響で通信機器に精通していた八木氏は、機材やソフトは自分で作ったという。こうした取り組みが成果を上げ、三陸の認知度向上につながった。

一方で、課題も見つかった。「ライブ映像を見て買ったものの、どう食べていいかわからない」「魚を調理した後の生ごみの処理が面倒」——こうした魚介ならではの特性が、売り上げが伸び悩む要因になっていると気付いたのだった。

「新鮮な魚を産地から直送するという本来ポジティブなものが、受け取った側ではネガティブなものになることもあるんだと気付いたんです。その構造を改善しなければ消費者はついてこないと思いました」(八木氏)

そんな課題と向き合っていた中で2011年3月、東日本大震災が発生した。港は壊滅状態となり、三陸とれたて市場でも生産設備が全て流失する被害を受けた。そうした状況下で、知人のある言葉が八木氏を動かした。

「被災した街を見て、日常はこんなにもろかったのかと考えました。そんな中、知人の漁業者が網を海に仕掛けたところ、大量の魚が取れたそうなんです。『早く商売を始めろ。魚が呼んでいるぞ』と知人からハツパをかけられたことで、このままではいけないと感じ、被災から1カ月後には事業を再開しました」と八木氏は振り返る。

再開後に始めた「三陸復興おまかせ特別便」では、その日取れた魚を詰めて届けた。すると被災地を応援したい全国の人たちから注文が殺到し、水揚げしてすぐに成約する状況が続いたという。

着眼点

東日本大震災を機に冷凍に着目。解凍後も魚介の鮮度をキープ

被災したことで、予測不能な事態にも対応できる、持続可能な事業構築の必要性を感じていた。そんな中ある生産者から、冷凍の取り扱いを勧められた。魚介の鮮度を落とさない冷凍技術を探したところ、「CAS (CELLS ALIVE SYSTEM)」に出会う。CASとは、冷凍庫内に磁場を発生させて水分子を細かく振動させることで、冷凍による組織破壊を防ぎ、解凍後も鮮度を維持できる凍結技術だ。以前より「せっかく買った魚介がすぐに傷んでしまう」「さばいた後の処理が大変」といった課題を感じていたこともあり、CAS技術搭載の凍結機を導入した。



CAS技術を搭載した凍結機

導入後、さっそく課題に突き当たった。「最初は単に『新鮮なものを冷凍すればいい』と思っていたのですが、重要なのは『解凍した時に理想の品質が生まれるよう冷凍する』ということ。両者はアプローチが全く異なるんです」と八木氏は語る。解凍後も高鮮度を維持できるよう、凍結による素材への影響や、解凍した時の傾向を観察し、科学的なアプローチで検証した。

試行錯誤の末、魚種ごとに異なる筋肉特性などが解凍品質に大きな影響を与えることが判明した。そこで、それぞれの魚に適した水揚げ方法や原料の保管条件、下処理方法の開発など、凍結前のフローから見直した結果、鮮度を最大限維持する新たな冷凍手順にたどり着いた。

納得のいく冷凍手順にはたどり着いた。だが、これはスタート地点に過ぎなかった。新鮮さが売りの三陸の魚介を、あえて冷凍状態で買うメリットを顧客に伝える必要があった。「『冷凍した魚は解凍が面倒』と思われて手に取ってもらうのはなかなか難しい。ですが、三陸の魚介をより多くの人に食べていただくためにも、この取り組みを止めるわけにはいきませんでした」と話す。

商品の開発は、苦労の連続だった。一時期は漁師料理の総菜を冷凍食品として売り出したが、鳴かず飛ばずだったという。現在の看板商品である「CAS刺身個食パック」にたどり着いたのは約8年後

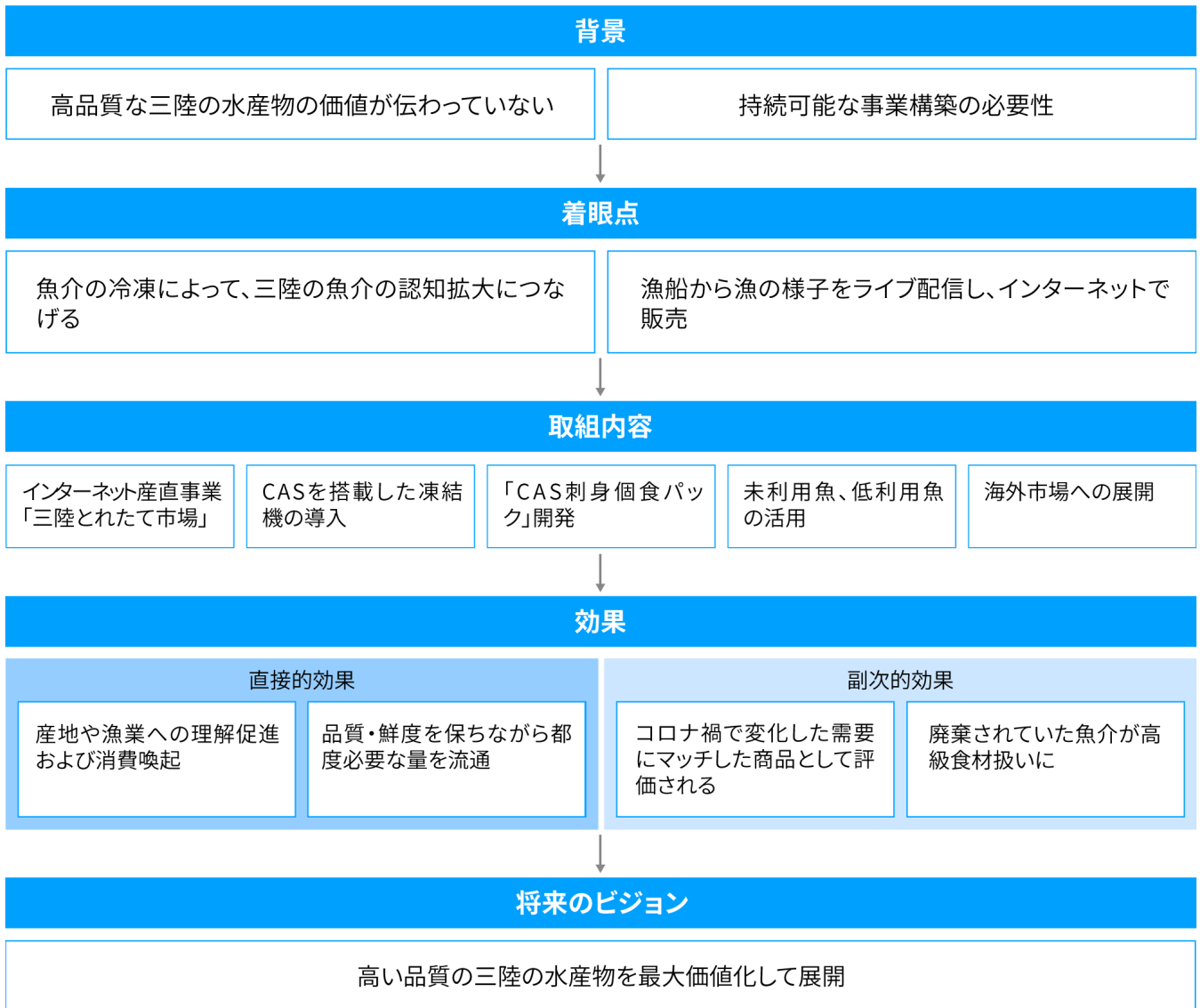
の2019年。1人前50gの刺身を小分けパックに入れられており、流水に当てれば数分で解凍できる。解凍や処理の手間なく、おいしい魚介が提供できることから、顧客に冷凍ならではの価値を提供できると確信したという。



「CAS刺身個食パック」

「CAS刺身個食パック」をリリースしたのは、新型コロナウイルス感染症が拡大し始めた2020年2月。外出自粛などで食品業界向けの展示会などが中止となり、認知拡大は絶望的な状況に思われた。ただ数カ月後、本格的なコロナ禍で飲食業界が苦境に陥ったことで、フードロスが減らせる点や、安定して高品質の食材を確保できる点から一躍脚光を浴びるように。2022年には、累計20万パックを超える売り上げを達成した。

チェンジマップ CHANGE MAP



連携・協働

生産者と連携し、仕入れ・漁獲の段階から改善を図る

安定して高品質の商品を提供するためには、そもそも新鮮な魚介を漁獲する漁業者との連携強化が欠かせない。そこで2012年、八木氏は漁業者10人と共に、三陸漁業生産組合を設立した。組合員

らとは、市場で流通していない魚種を利用した商品の開発や品質向上から漁具の調達まで一体して進めており、「CAS刺身個食パック」の多様性・競争力のさらなる確保に努めている。

「魚市場で取り扱われないものの、風味豊かで繊細な魚介を、チームプレーで漁獲・輸送・凍結することで、付加価値を高めて商品化。これらは魚介を正当な価格で仕入れることにもつながるので、組合員である漁業者とも良好な関係を築けていますね」と八木氏は語る。

漁業者から仕入れるだけでなく、魚介を取る段階から共に取り組んでいる。「製造設備だけが高度化しても意味がない。漁獲から水揚げまでの工程も高度化する必要がある」と八木氏。例えば、漁を効率化する漁船の装備を導入するため、補助金を得るための書類作成や申請も八木氏が行う。またネット通販の知見を組合員に共有し、販路の拡大にも貢献している。

自社だけでなく、漁業者のサポートも積極的に行うことで、より高い品質の魚介の仕入れにつながり、結果として商品の品質向上を実現している。

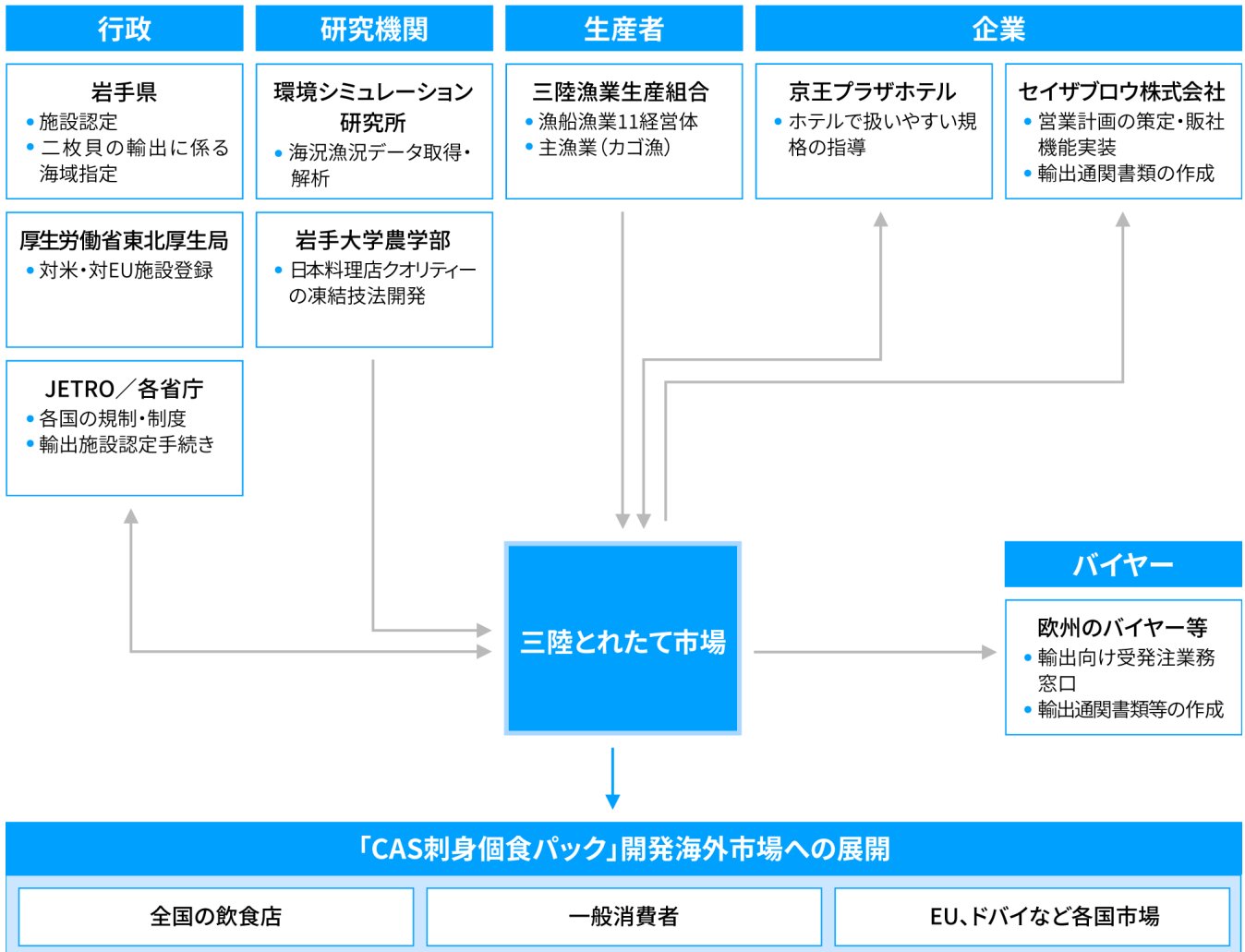


冷凍する切り身を選定しているスタッフ

近年では、海外への販路拡大にも力を入れている。元々熟練した従業員の目利きや経験値で魚介の品質管理を行っていたが、マニュアルなどで客観的な基準を作成中だ。属人化していた目利きが

言語化できれば、欧州などの輸出基準もクリアしやすくなり、バイヤーなどとのやりとりがスムーズになる。現在はEUマーケットやドバイなどへの展開に向けた準備を行っている。

コレクティブ・インパクト
COLLECTIVE IMPACT



持続性

限られた海の資源をあまねく活用。市場に出回らない魚が高級魚に

鮮魚は水揚げされた瞬間から品質が落ちていくため、短期間で大量に流通させざるを得ない。一方で冷凍商材は「時間」を止めて鮮度を維持できる分、必要な時に必要な分だけ流通させられるメリットがある。

さらに、取れた魚介を無駄なく流通させるため、サイズの不ぞろい等の理由で流通されない「未利用魚」や、市場価値が低い「低利用魚」など、市場に出回らない魚の活用を始めた。こうした魚は混獲（こんかく）（漁業の際に意図せず漁獲されること）された際、ほとんど廃棄されている。「海の資源が限られている中、漁獲できたものの価値をいかに最大化するかが重要です。そのために、凍結技術を活用すれば、魚介の価値を高められるのではと考えました」と八木氏は話す。

CAS技術で冷凍した魚介は、流水に当てて数分で解凍でき、生ごみなどは発生しない。その気軽さから、認知度が低かったり、珍しかったりする未利用魚・低利用魚にも手を伸ばしやすくなったと考えたのだ。そこで、従来は廃棄されていたホシエイの肝を商品化したところ、フォアグラのような濃厚ながら口当たりのいい脂が評判に。高級日本料理店の板前からも引き合いがあった。また近年動物愛護の観点から批判されることもあるフォアグラとは異なり、持続可能性があり、資源を無駄なく活用できるという側面でも好意的に受け入れられているという。



「二束三文どころか、廃棄されていた素材が、丁寧な下処理と新たな凍結技術によって高級食材にも生まれ変わる。ホシエイの肝が好評だったことで、次の原石を探し当てるのが楽しみになりました。今は市場の花形であるマグロには目もくれず、見向きもされないような魚種を買い付けていくので、市場関係者の間ではいぶかしげに見られていますね」と話す八木氏。資源枯渇が懸念される時代、魚介のおいしさと新鮮さを維持し、必要最低限の量を最大価値化して世界に売る三陸とれたて市場の事業スタイルは、これからの水産業に欠かせないものになるだろう。

• 問い合わせ先

企業・団体名 : 有限会社 三陸とれたて市場
代表者 : 八木健一郎氏 [代表取締役]
所在地 : 岩手県大船渡市三陸町越喜来字杉下75-8
WEB : <https://www.sanrikutoretate.com/>
MAIL : info@sanrikutoretate.com



2023

★03

特定非営利活動法人 体験村・たのはたネットワーク

【岩手県田野畑村】

地域の自然・文化を満喫する「体験プログラム」で、景色以外の魅力も発信

取組概要

特定非営利活動法人 体験村・たのはたネットワークは、「日本一の海岸美」といわれる大断崖を有する田野畑村で2008年に設立。地域の多面的な魅力を観光客に伝えるため、小型船などを用いて自然や文化を満喫できる体験プログラムを提供する。東日本大震災によって船が流失したものの、中古船を活用して3カ月後には再開。被災者による語り部プログラムなども新たに開発し、体験者数を伸ばした。事業者や行政などと連携を強化し、地域全体で持続的な観光客獲得を狙う。

取組のPOINT

ヒ ト

東日本大震災後も変わらぬ景色を見せようと被災4カ月で体験プログラム再開

着眼点

大自然や文化を体感できるプログラムを通して、人との触れ合いが魅力を高める

連携・協働

観光客を呼び込むため地域全体で連携することで、相乗効果を期待

持続性

観光地づくりの司令塔となり、持続的な観光客獲得を目指す

ヒ ト

東日本大震災後も変わらぬ景色を見せようと被災4カ月で体験プログラム再開

岩手県田野畑村は、「日本一の海岸美」とも称される、高さ200mの大断崖で有名な地域だ。高度経済成長期の頃は、毎日のように団体の観光客が押し寄せていたが、バブル崩壊によって団体客は減少した。そして、田野畑村に滞在する時間も減り、景色を楽しんだ後は現地でお土産の購入や飲食をすることなく、そのまま帰ってしまう観光客が多くなったという。

そこで観光客に、漁業や酪農を中心とした地場の1次産業や、歴史・文化を体験してもらい、田野畑村内での消費行動を促すため、2003年に体験村・たのはた推進協議会が設立された。現理事長の楠田拓郎氏は、元々東京で働いていたが、旅行好きが高じて2006年に自然豊かな田野畑村に移住。地元漁師が操る小型の磯船の「サツパ船」でのクルーズ体験を中心に、観光客向けの体験プログラムの提供に参画した。

徐々にメディアに取り上げられるようになったことで評判が広がり、年々集客数が増加した。2008年には特定非営利活動法人体験村・たのはたネットワークを設立し、楠田氏が事務局長(当時)に就任する。「地道なファンづくりが田野畑にとって一番の力であり、プログラムを通じてファンが増えていくことが何よりうれしいです」と話す楠田氏。さらなる集客に向けた施策を準備していたところ、東日本大震災が発生した。



理事長の楠田拓郎氏

津波によって、漁船のほとんどが流失。ただ幸いにも、サツパ船体験を受け入れていた漁師やその家族は無事だった。楠田氏は「震災後、海の調査をした漁師さんが『人工物は壊れていても、自然の景色はほとんど変わっていなかった』とおっしゃったのが印象的でした。この言葉を聞いて、早く体験プログラムを再開するためにもサツパ船を仕入れなければと感じました」と当時を振り返る。

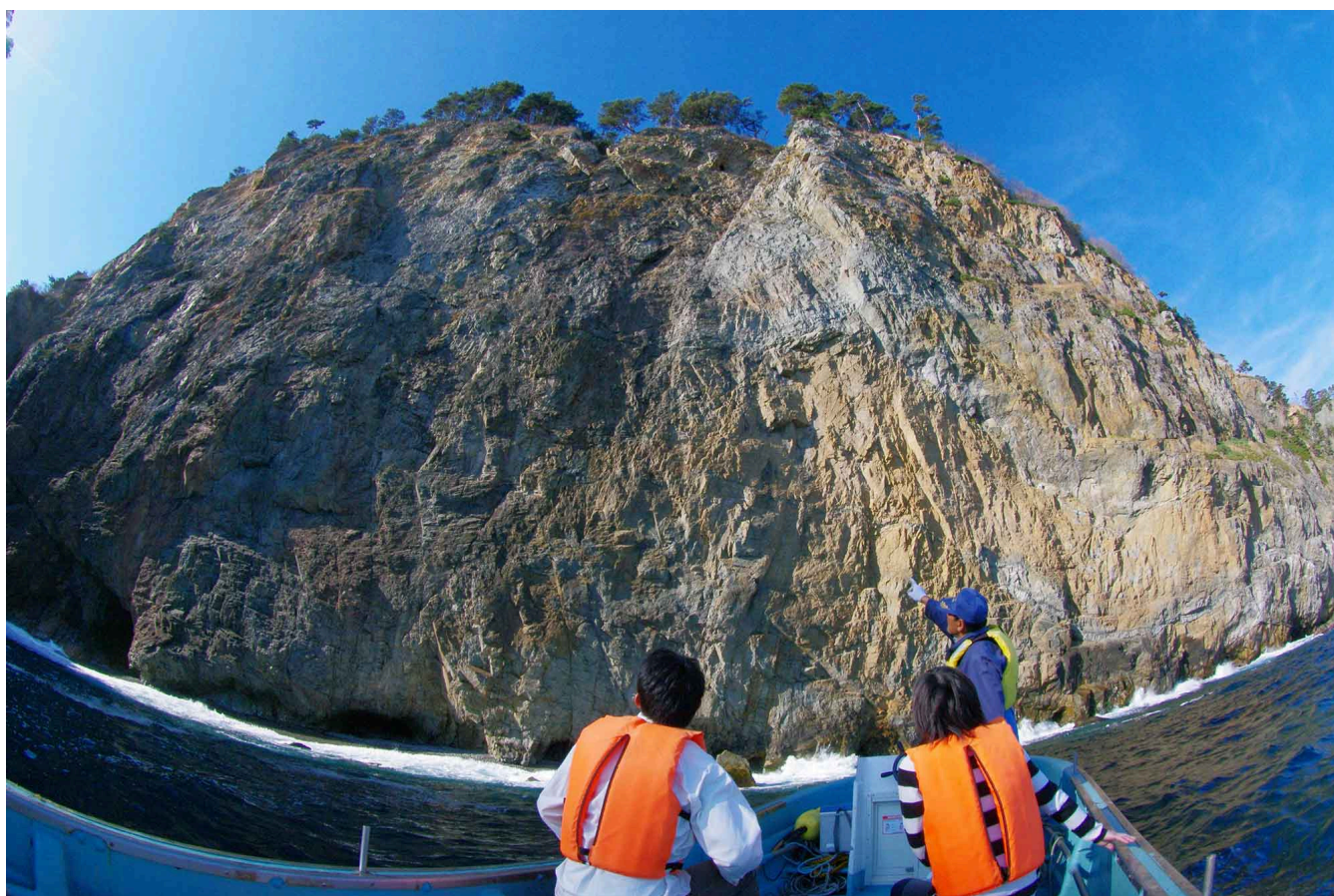
震災1カ月後の4月には中古漁船業者から6隻を買い付け、7月には体験プログラムを再開した。ゴールデンウィーク前には交通インフラが復旧していたこともあり、徐々に観光客も回復したという。

着眼点

大自然や文化を体感できるプログラムを通して、人との触れ合いが魅力を高める

体験村・たのはたネットワークの体験プログラムは、「人との触れ合い」を特に重視して設計されている。最も参加者が多いのは「サッパ船アドベンチャーズ」。小型船を地元漁師が操縦し、名物である高さ200mの断崖を真下から仰ぎ見るコースで、広大な海を全身で感じることができる。

「船長を務める漁師さんには、コースの見どころや土地の歴史、魅力など最低限言うべき内容以外は、自由に話していいとお伝えしています。気楽な会話を通じて、地域の魅力がより伝わるのではと考えたためです。お客さまは漁師さんの話を聞きながら『すごい』と歓声を上げていて、その様子を見て漁師さんもやりがいを感じていただいています」



「サッパ船アドベンチャーズ」で断崖を仰ぎ見るコースを地元漁師が案内

その他、遊歩道をガイドと歩く「みちのく潮風トレイルガイド」や、電動アシスト自転車で地質や地形を感じるルートを走る「ジオトレイルサイクリング」などもある。

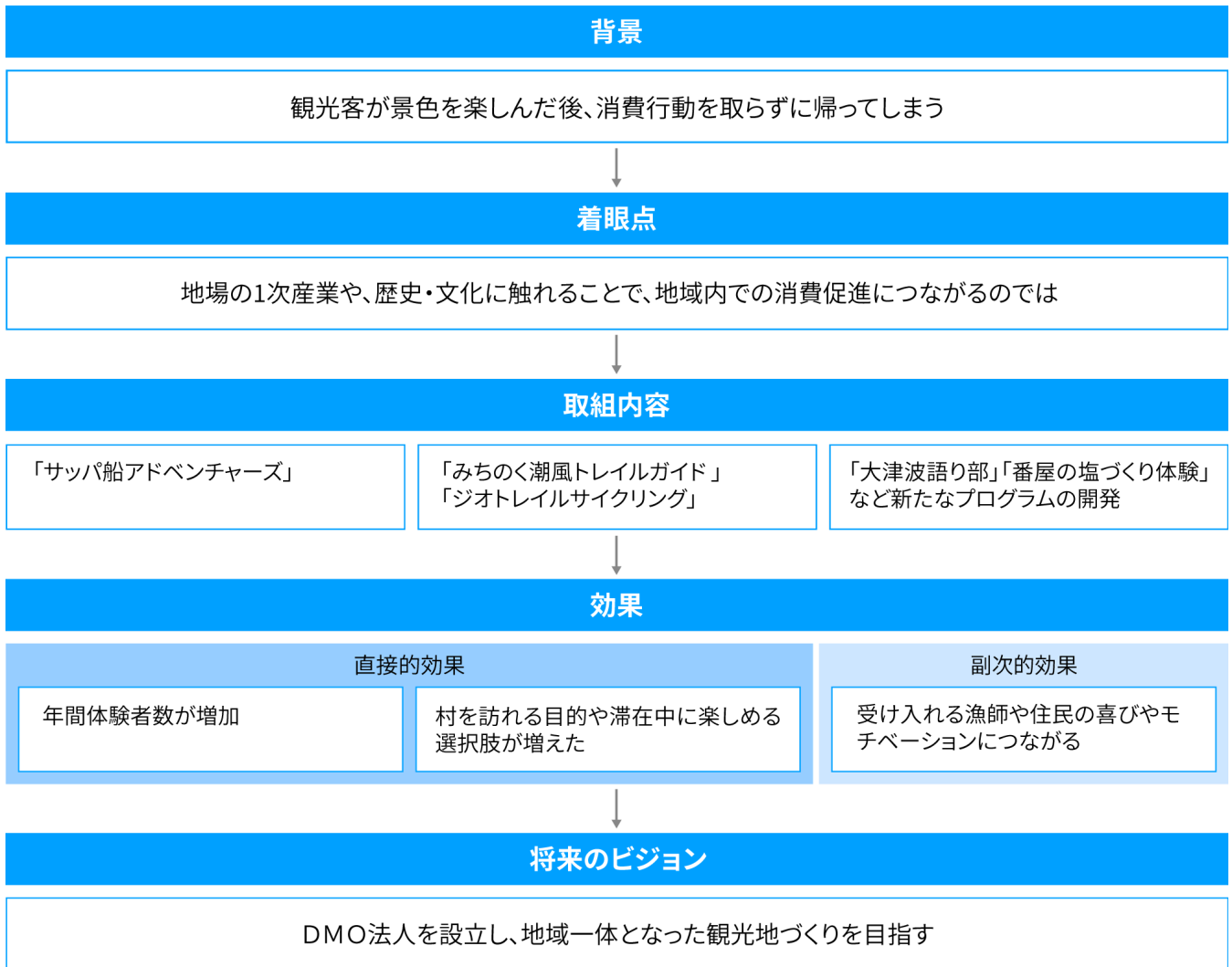
地域の文化や歴史を伝えるプログラムも人気だ。「大津波語り部」は、東日本大震災の被災者が自らの体験を語りながら現地を案内する。2011年より開始し、「サッパ船アドベンチャーズ」に次ぐ実績となっている。他にも「番屋の塩づくり体験」では、海水を煮詰めて作る直煮（じきに）製法による塩作りが体験でき、子どもや孫と一緒に参加する人の多くから、「海水からこんなに真っ白の塩ができるんだ」と驚きの声が寄せられている。



「大津波語り部」で、震災当時の様子を説明する語り部

こうした体験プログラムによって、田野畑村を訪れる目的や滞在中に楽しめる選択肢を増やし、地域の多様な魅力を再発見するきっかけにつながった。

チェンジマップ CHANGE MAP



連携・協働

観光客を呼び込むため地域全体で連携することで、相乗効果を期待

体験プログラムにおいて、地域の事業者との連携が欠かせない。例えば「サッパ船アドベンチャーズ」においては、サッパ船を操縦する漁師との協力が重要だ。接客時の自由度の高さは確保しつつも、漁師が顧客と自然に接することができるよう、運営側としてサポートも行っている。

「漁師さんはシャイで朴訥(ぼくとつ)な方が多いので、『自由に話して』とお願いするだけでは不十分な場合もあります。そのため、最初は運営スタッフもサッパ船に同乗し、船長にお客さんが聞いたがっついような質問を振るなど、会話のキャッチボールがスムーズになるよう意識しています」と楠田氏は語る。そうしたサポートが功を奏し、プログラム提供開始以降は利用客の数が1年で約2倍に増えた年もあった。漁師も、観光客が田野畑村を見て「景色がすごい」と感動する声を直接聞けることが、モチベーションの向上につながっているという。

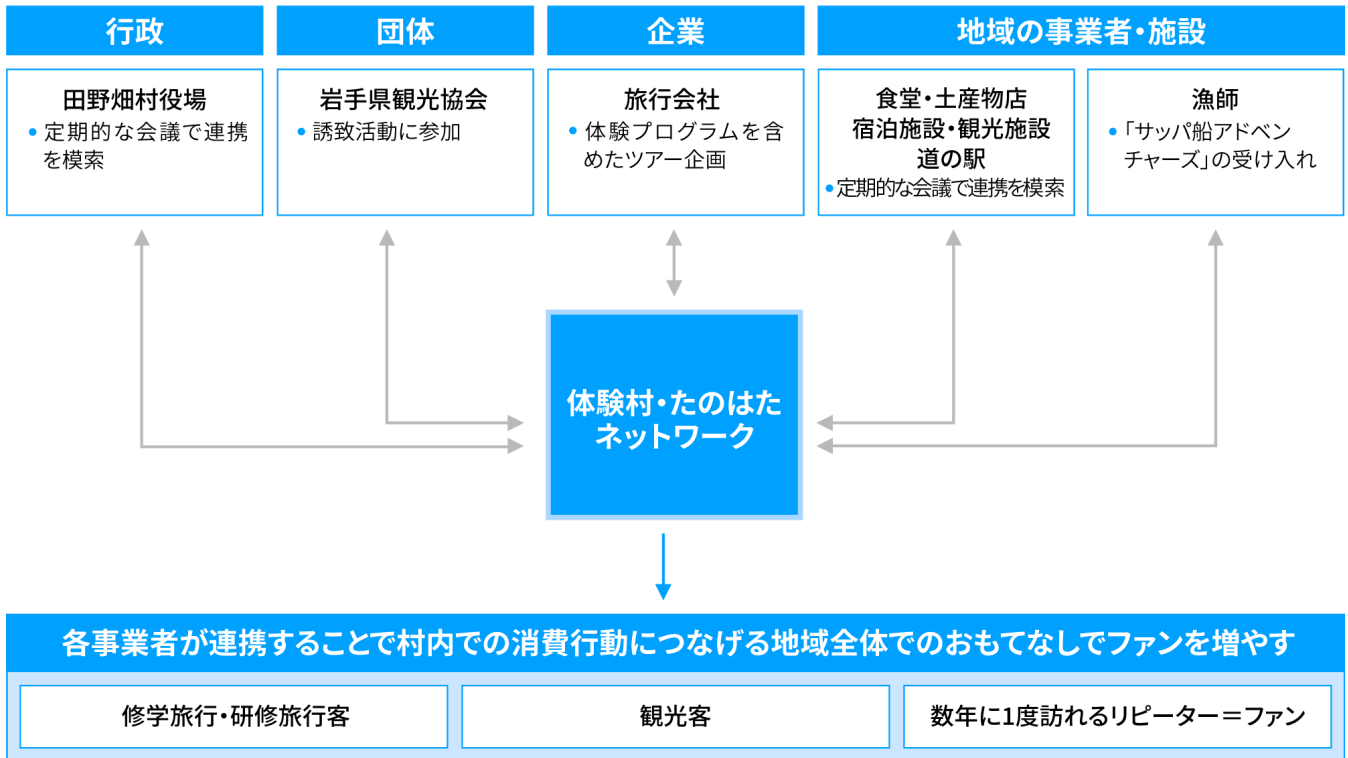
田野畑村内での消費を促進するためには、プログラム内容の充実を図ることに加え、地域全体で連携して観光客を呼び込む取り組みも必要だ。そこで、田野畑村や岩手県観光協会、宿泊施設、観光施設、道の駅や食堂、土産物店などとの連携も進めている。



地域の事業者が定期的集まり、会議を行う

「例えば、観光客から田野畑村の魅力を聞かれた際、どの店舗や施設でも『この時期はウニがおいしいから〇〇のお店がおすすめですよ』のようにお伝えすれば、地域内での消費をさらに促せると思っています。地域全体で連携して一体感のあるおもてなしをすることで、相乗効果を狙いたいと考えています」と楠田氏は話す。

コレクティブ・インパクト COLLECTIVE IMPACT



持続性

観光地づくりの司令塔となり、持続的な観光客獲得を目指す

震災後、田野畑村の観光客が増加する波が2度あった。1度目のきっかけは、被災地支援を目的にさまざまな旅行会社で提供された復興応援ツアーである。2度目のきっかけは、2013年に放送された連続テレビドラマの舞台になったことで、北三陸全体で観光客が急増。2013年度には全プログラム合計の年間体験者数が過去最高の約1万4,000人を記録した。

しかし、その後は徐々に減少。さらに2019年末からは新型コロナウイルス感染症の感染拡大によって、旅行や観光が自粛されたことで、観光客数はさらに減った。2019年度から4期連続で、震災直後の数字をも下回る状況が続いたという。

2022年以降は少しずつ回復のフェーズに入っているが、国内各地の観光地で、観光客の争奪戦になることは必至だ。楠田氏は顧客から選ばれる観光地になるよう、「DMO法人(観光地域づくり法人)」の設立を見据えている。

DMO法人とは、地域の食や自然、文化などの観光資源を活用し、関係者と共同して観光地域づくりを行う法人のこと。これまでは事業者や産業ごとに個別で取り組んできた観光施策を、DMO法人を中心に地域全体で協力・連携することで、地域活性化を目指す役割がある。



観光地としての魅力づくりのため、旅行ツアー企画の商談を行う

人口減少や少子高齢化などの課題に直面する中、国内におけるDMO法人の重要性は高まっている。国内のDMO法人では、複数の都道府県で広域組織を設立し、地域の特産物を活用したブランディングを実施し、インバウンド客の受け入れ数を伸ばしている事例もある。

DMO法人設立後は国からの補助金なども活用しやすくなるため、インフラの整備や設備の改修など、持続的に観光客が訪れるような地域づくりに取り組み、観光客の獲得を目指す予定だという。

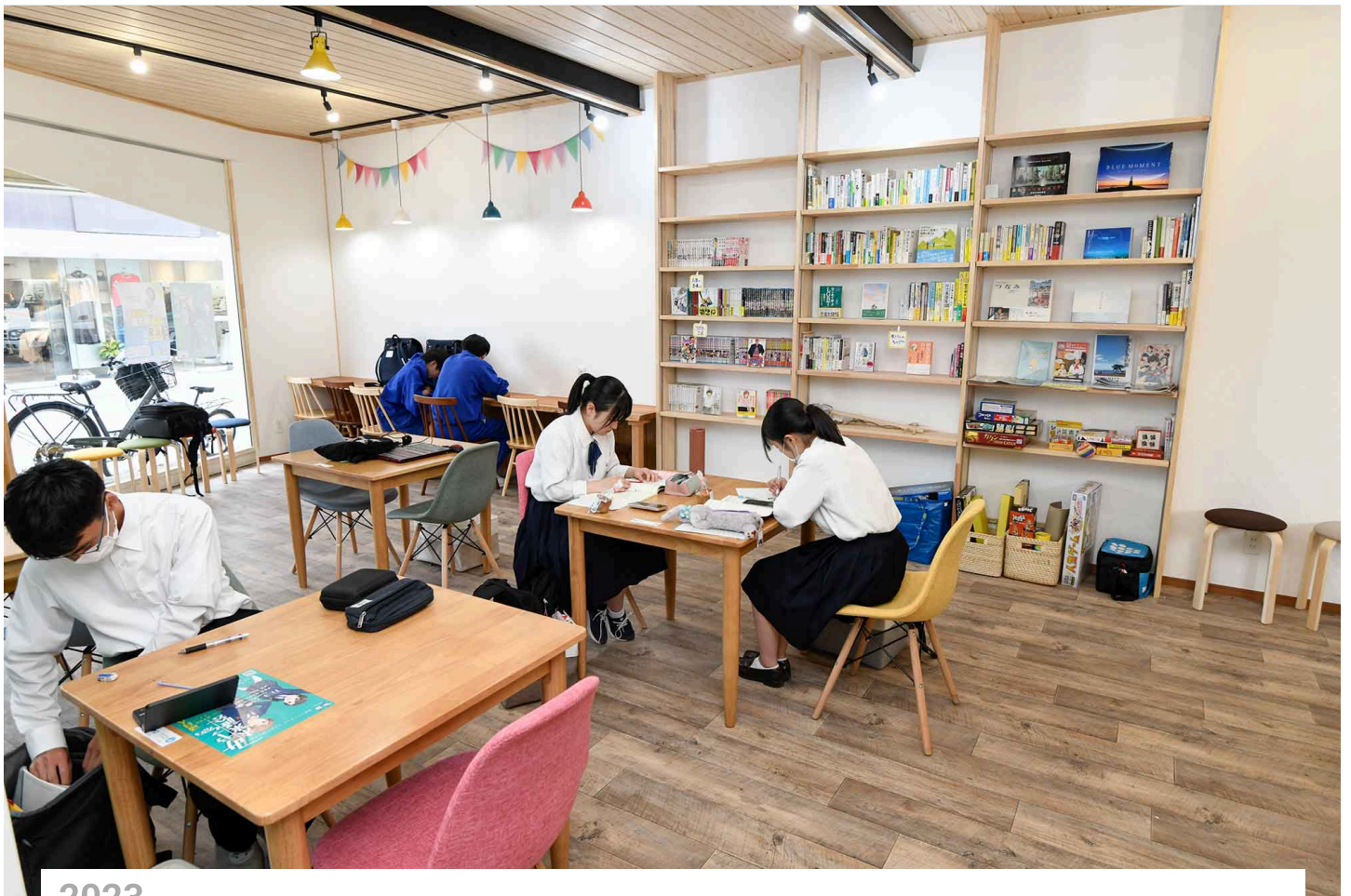
「ほとんどの方にとって、旅行は年に数回程度のイベント。リピーターの獲得が難しい分野だと思います。そのため地域全体で協力し、観光地としての魅力づくりに取り組み、持続可能な観光地づくりにつながると思います」と楠田氏は話す。

• 問い合わせ先

企業・団体名 : 特定非営利活動法人 体験村・たのはたネットワーク
代表者 : 楠田拓郎氏 [理事長]
所在地 : 岩手県下閉伊郡田野畑村北山129-10北山崎ビジターセンター内
WEB : <https://tanohata-taiken.jp/>
MAIL : taiken-tanohata@car.ocn.ne.jp

◀ 有限会社 三陸とれたて市場

NPO法人 みやっこベース ▶



2023

★04

NPO法人 みやっこベース

【岩手県宮古市】

子どもの居場所づくりや学習支援を通じて自主性を育み、地域全体を幸せに

取組概要

NPO法人みやっこベースは、地域の子どもの遊び場や居場所づくり、学習支援を行うとともに、高校生ボランティアの活動拠点として設立。2014年にはコミュニティスペース「みやっこハウス」を開設した。そこに集う高校生らが議論を行う「高校生サミット」を通して、10件以上のアイデアを地域で実現させた。他にも将来の地元での働き方や暮らしを体験する「地元修学旅行」や、小学生が社会の仕組みを学べる体験プログラム「みやっこタウン」などを展開している。

取組のPOINT

ヒ ト

「復興の先」を見据え、将来を担う若者支援を決意

着眼点

高校生たちが集う居場所を設け、そこで生まれたアイデアを形に

連携・協働

関係性に支えられた活動。協力企業にも好影響及ぼす

持続性

宮古で生まれ育った子どもの幸せのため寄付制度を創設

ヒ ト

「復興の先」を見据え、将来を担う若者支援を決意

NPO法人みやっこベース理事長の早川輝氏は福岡県出身で、元々東北とはゆかりがなかったという。東北と関わるきっかけとなったのは、大学卒業後に起きた東日本大震災だった。「当時は遠く離れた地にいたのですが、他人ごととは感じられず、何かできることはないかと思いました」と早川氏は語る。



理事長の早川輝氏

2011年6月、震災で大きな被害を受けた岩手県宮古市に、ボランティアとして出向いた。当初は2カ月程度の滞在を予定していたが、地域の人たちと親しくなる中で、継続的に関わりたいと考えるようになった。そんな折、知人からボランティア団体の立ち上げに誘われ、参加を決める。「いろいろと悩みましたが、いわゆる『よそ者』だからこそ、地元の人たちとは異なる視点や役割で復興支援のお役に立てるのではと思い、宮古に残ることにしました」と話す。

ボランティア団体は1年ほどで解散になったものの、「自分にできることはやりきりたい」という思いがあった早川氏。復興を遂げた後に必要なことを考える中で、ボランティアの活動の中で行っていた、遊び場や居場所づくり、学習支援といった子ども・若者への支援が重要だと感じ、宮古市に残って活動を継続することを決めたという。

宮古市では被災直後から、地元の中高生が泥かきなどのボランティアに積極的に取り組んでいた。早川氏が宮古に入った2011年6月ごろには学校も再開していたが、宮古商業高校のボランティアサークルが活動を継続し、子どもたちの遊び場づくりを一生懸命に行っていたのが印象に残っているという。

「こういう若者が将来の宮古を担っていけば、産業の担い手不足や経済低迷など、復興後に待ち受けるさまざまな課題も解決へと導き、持続可能な町の未来につながるのでは」と希望を感じたという早川氏。そこでボランティアに参加するきっかけを高校生たちに提供することで、すでに参加している高校生の仲間を増やすため、2013年2月にみやっこベースを立ち上げた。

着眼点

高校生たちが集う居場所を設け、そこで生まれたアイデアを形に

団体立ち上げ以前より、仮設住宅で暮らす子どもたち向けの居場所づくりが求められていた。体を思い切り動かしてストレスを発散できる遊び場や、集中して勉強したり同年代と交流したりするスペースなどだ。そうした居場所づくりのコーディネートを、早川氏が行っていた。

併せて若者世代のボランティアセンターのような役割も担う中で、ボランティアとして参加する高校生たちが意見を交わす場をつくろうと、2013年2月よりワークショップ形式の「高校生サミット」を企画。2014年4月にコミュニティスペース「みやっこハウス」を開設してからは、そこが活動の拠点となった。高校生らは、ボランティア活動や目の前の復興にとどまらず、広い視野で町づくりや地域活性化について考えていた。



高校生サミットの様子

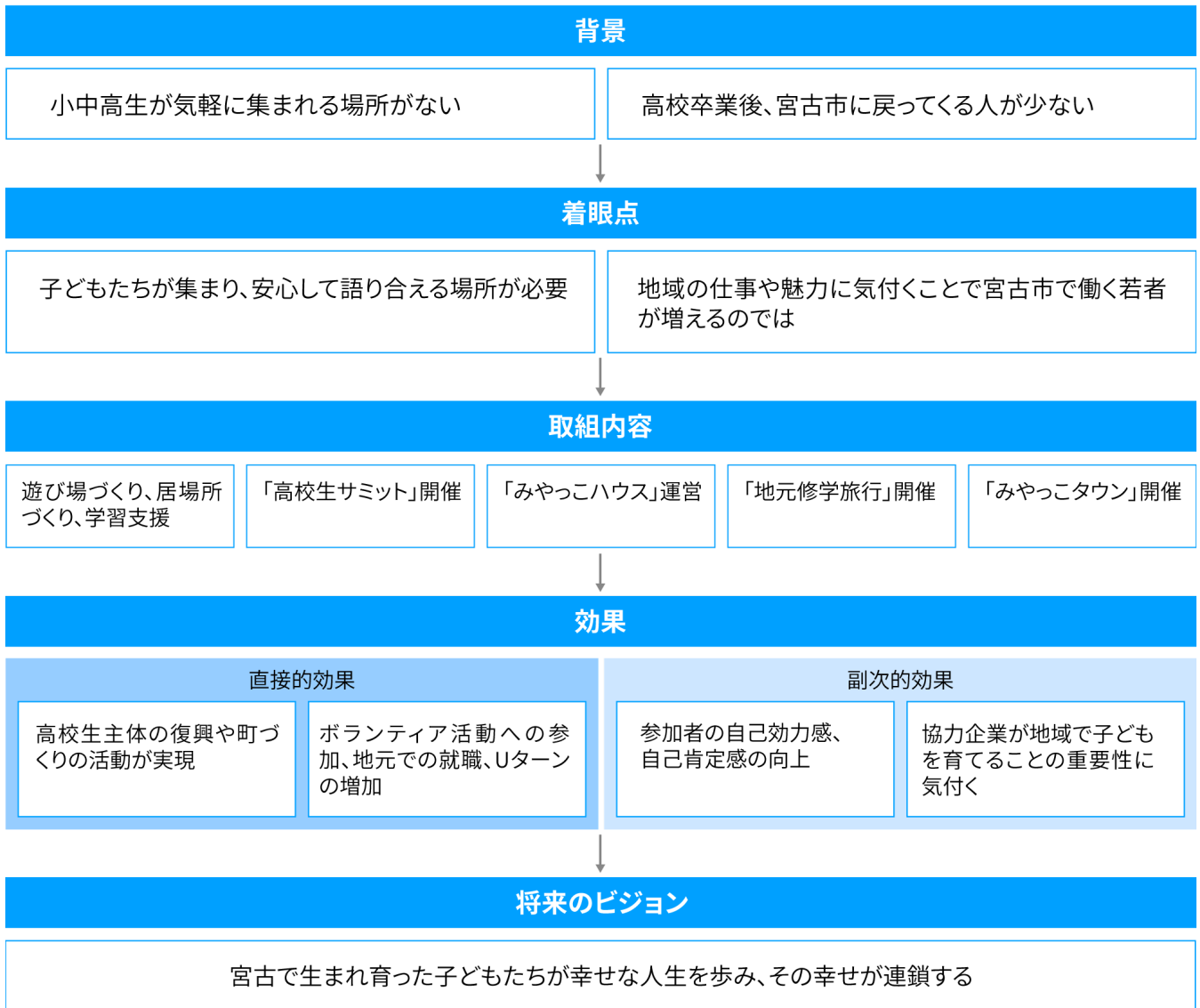
「彼らの意見をアイデアだけで終わらせるのはもったいない」と感じた早川氏は、地域の人たちにプレゼンする機会を設けた。グランプリに選ばれた企画は、地域を巻き込みながら自分たちの手で実現させる仕組みを構築した。高校生サミットは毎月みやっこハウスで実施され、2018年度までに48回開催し、延べ800人以上が参加した。そこで生まれた高校生主体の活動は、商店街を高校生目線で紹介する「商店街のマップ作り」をはじめ10件以上に上る。



みやっこハウスに集う高校生たち

また、宮古の高校生が卒業後、そのまま地域で働く、もしくは進学・就職で一度は県外に出ても戻ってくるきっかけをつくるため、2015年より「地元修学旅行」を開始。進学やキャリアを考え始める高校生や大学生を対象に、宮古市での仕事や自然に触れる機会を提供。宮古で働くカッコいい大人の姿を見せることで、地域での進路選択を考えるきっかけとなっている。

チェンジマップ CHANGE MAP



連携・協働

関係性に支えられた活動。協力企業にも好影響及ぼす

高校生の主体性を育むためには、地域間の連携が欠かせない。例えば「地元修学旅行」では、多種多様な仕事が絡み合い、町の営みが成り立っていることを感じられるよう、さまざまな事業者に協力を依頼している。「地元の水産加工会社にご協力いただいた際は、加工工場の見学をただけでな

く、経営者の水産業の未来にける熱い思いを伺いました。参加者からは『宮古で働く人がかっよかった』などの意見が多く挙がりました。宮古市は幅広い産業があるため、皆様のご協力のおかげでそれぞれの仕事の意義や、どのように社会の役に立っているかが伝えられていると感じています」と早川氏は話す。

2016年からは、小学生を対象にした「みやっこタウン」を開催。架空の町「みやっこタウン」をつくり、「仕事」、「大学」、「地域活動」、「消費(遊び、買い物)」の体験を通して社会の仕組みを学ぶプログラムである。これまで5回開催し、延べ815人の児童が参加した。

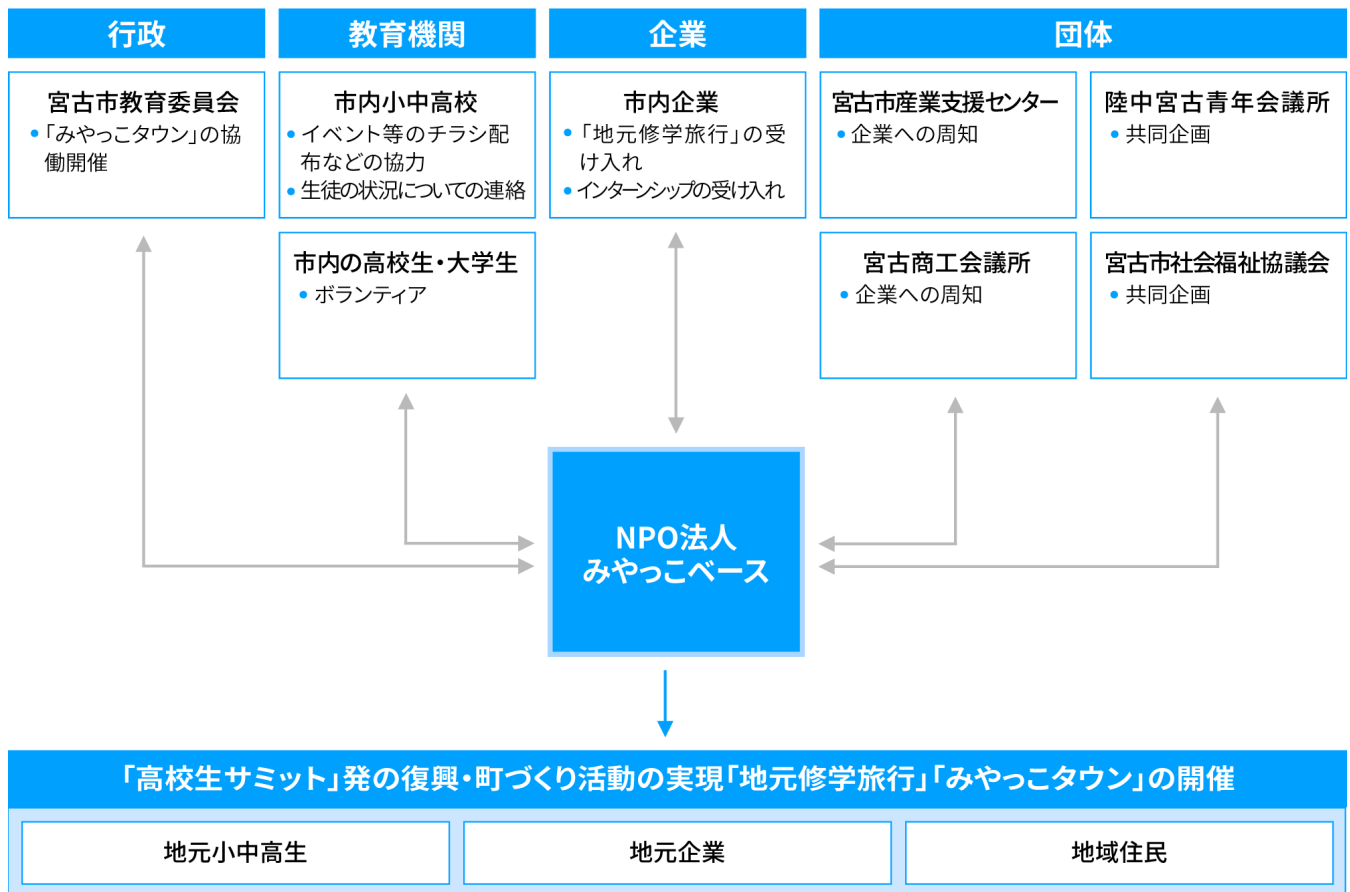


みやっこタウンで行われた職業体験の様子

「みやっこタウン」で体験できる仕事などは、実際に宮古市にあるものばかり。そのため、こうした活動を実現するには、地域の企業や生産者、住民や行政の協力が必須だ。「人とのつながりに非常に恵まれていて、地域の皆様のおかげで大きな苦勞をすることなくやってくられました」と早川氏は謙虚に話す。ボランティア活動から団体の立ち上げ、みやっこベースでの活動の中で築いてきた関係性と信頼があつてこそだろう。

活動を通じ、協力する企業側にも得るものはあった。例えば、初めは早川氏の応援を目的に支援していたある経営者が、若者と接する中で地域全体で子どもを育てることの重要性に気づき、未来に向けた展望をより具体的に描けるようになったという。また、みやっこベース経由でインターンシップを受け入れたことで、社内のコミュニケーションが活発になったなどの好影響があった事例もある。「震災をきっかけに、多くの企業では変化が生じました。社長の代替わりや、若い経営者の就任、震災による負債を抱えた方など。こうした会社の将来を担う方々にとって、われわれの活動がいきっかけを提供できたのではと感じています」(早川氏)

コレクティブ・インパクト
COLLECTIVE IMPACT



持続性

宮古で生まれ育った子どもの幸せのため寄付制度を創設

法人設立から10年がたち、活動の成果が徐々に始めている。みやっこタウンに参加していた子どもたちが高校生になり、今度はボランティアとして活動に参加するケースも表れた。また高校卒業後にみやっこベースのスタッフになったり、Uターンして地域活性化に携わったりする事例もある。

一方で、早川氏の考え方も少しずつ変化している。「多くの若者と触れ合う中で、『宮古市に残ってもらうことや、戻ってきてもらうことが目的になってはいけない』と自分に問い直しました。たとえ離れた場所にいても、宮古市で生まれ育った子どもたちに幸せな人生を歩んでもらうことが一番です。われわれのプログラムなどを通じて、自分で自分の人生を良いものにできるという感覚を育ててもらいたいですね」(早川氏)

今後も活動続ける上で、避けられない課題が資金調達だ。活動の有償化も一つの手段ではあるが、みやっこベースを利用する子どもやその親から料金をもらうのは活動の趣旨に合わず、子どもたちに機会の格差が生まれては元も子もないと早川氏は考える。



みやっこハウスの運営費も、寄付金が活用されている

代わりに取り組んでいるのが、地域住民や宮古出身の人、地元企業や地元出身者が営む県内外の企業から寄付を募ることだ。2021年には、少額でも集まれば大きな支えになるといった考えから、500円から支援できるマンスリーサポーター制度を設けた。2023年9月時点で寄付金は約240万円集まり、子どもの居場所づくりに役立てられている。

「自分の子どもの幸せを考えたら、周りの子どもやその親御さん、子どもを育む地域も幸せにならないと実現しないと思うんです。最近、日本全体で他の人を気にかける余裕が減ってきているとも感じています。そのため、皆さまから応援の気持ちを集めて、子どもたちや地域に還元できたらと考えています」(早川氏)

● 問い合わせ先

企業・団体名 : NPO法人 みやっこベース
代表者 : 早川輝氏 [理事長]
所在地 : 岩手県宮古市末広町8-24
WEB : <https://miyakkobase.org/>
MAIL : office@miyakkobase.org

◀ 特定非営利活動法人 体験村・たのはたネットワーク

アンデックス 株式会社 ▶



2023

★05

アンデックス 株式会社

【宮城県仙台市】

3社協業で水産ICT事業を展開 作業効率化を図り、被災地に貢献

取組概要

ソフトウェアの開発やコンサルティングを行う企業。ITで被災地を支援しようと水産ICT分野に参入した。「マリンIT」を研究する大学教授から海洋観測ブイの提供を受け、海洋データ閲覧アプリ「ウミミル」を開発。漁業者が海で確認していた海水温などを遠隔確認する仕組みを作り、作業効率化を図った。実証実験後、NTTドコモ、海洋機器メーカーと共に実用化を進める。2023年までに全国の海にICTブイ100基以上を導入。競合相手とも協力し、マリンITの推進に努めている。

取組のPOINT

ヒ ト

地元の復興に水産ICTで貢献したいと思うも度重なる試練

着眼点

水産ICTで海洋データを生産者の手元に届け、作業を効率化

連携・協働

ソフト、ハード、販促、3方向の連携が実り全国の海に100基以上導入

持続性

未知の領域への挑戦が旗印となり、採用や事業にも波及

ヒ ト

地元の復興に水産ICTで貢献したいと思うも度重なる試練

東北高校硬式野球部で佐々木主浩氏、斎藤隆氏といった元メジャーリーガーと共にプレーし、甲子園も経験したアンデックス株式会社代表取締役の三嶋順氏。宮城県仙台市で生まれ育ち、周囲の応援を受けて成長したことへの感謝から、高校卒業後は地元での就職の道を選ぶ。



代表取締役の三嶋順氏

雪印食品株式会社、日東シュリンプ株式会社（現・株式会社ハウスイ）と食品業界を経て、畑違いのIT企業ネットワークサイエンス株式会社に転職。IT関連ビジネスの奥深さを知り、ITで地域に貢献したいと2008年にアンデックス株式会社を設立する。システム、ソフトウェアの開発やコンサルティングを行うも、そこにリーマン・ショックが直撃。当初の事業計画が崩れ、大変な時期をしのいだところに、東日本大震災が追い打ちをかけた。

幸い従業員は無事だったが、プロジェクトはすべてストップした。状況が落ち着くまで出社しないでいいと従業員に伝え、有志の社員数人と事務所を片付けながら、これからどうするかを考えていた。

「大変だと言って暗い思いでいるよりも、何ができるかと先のことを考えた方が明るい気持ちになりました。世界が東北を支援してくれているのだから、われわれ地方の中小ベンチャーもがんばっていいんじゃないかという思いもありました」と、三嶋氏は振り返る。ITを使った復興についての会議を開くなど、前向きに活動を続けた。

「自分たちが被災した地域にできることは何か」と思考を巡らせ、視察も行ったどり着いた答えの一つが、水産業の情報通信技術、水産ICTの開発により、地域の水産業者の作業効率化を図ることだっ

た。当時は水産ICTに取り組む企業は少なかったことと、三嶋氏の水産商社とIT業界での経験を生かせることが理由だった。

「津波で壊滅的な被害を受けた宮城県、岩手県、福島県の水産業に何かお手伝いできないか、というのがそもそものスタートです。そして、被災地から新しいビジネスモデルを全国に発信できたらと考えました」と三嶋氏は語る。

着眼点

水産ICTで海洋データを生産者の手元に届け、作業を効率化

システム、ソフトウェアの設計、開発およびコンサルティングといった基幹事業を再開する傍ら、宮城県の後押しも受けて、水産ICTというアイデアを形にするためにリサーチを行う。

その中で、すでに水産業とICTを融合した新しい漁業である「マリンIT」を研究していた公立はこだて未来大学の和田雅昭教授の存在を知り、アプローチ。水産ICTで海水温を遠隔確認すれば、作業を効率化できると教えてもらい、海洋観測ブイである「ユビキタスブイ」の提供を受ける。和田教授からは、「宮城のカキやノリの生産者に使ってもらっては」とアドバイスを受けた。

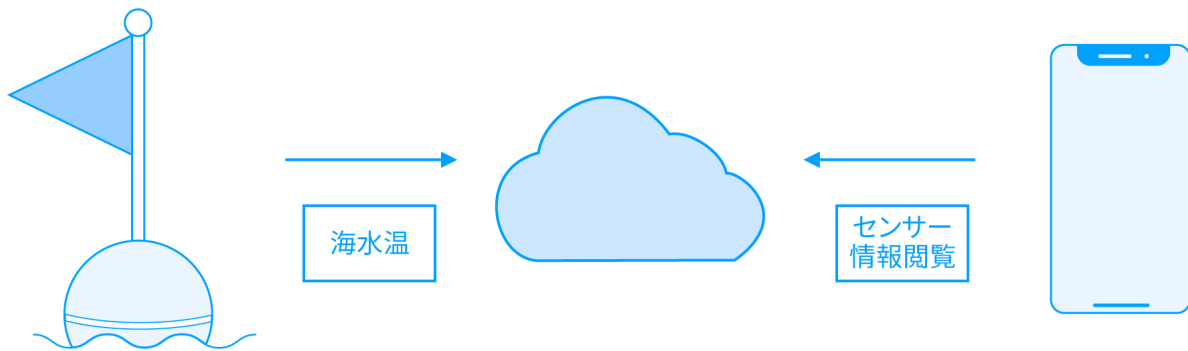
さらに、生産者へのリサーチで、海水温や塩分が非常に大事な要素だと知る。生産者はこれまで、時期になると毎日養殖場へ船を出してこれらの情報をアナログで観測していたため、時間がかかり効率も悪かった。

「その数値を海上に設置したユビキタスブイで測定してクラウドに送信し、蓄積したデータを活用することで作業の高効率化、安定化を図れるのではないか」。そう考えた三嶋氏は、2014年に実証実験を開始した。すでにセンサー情報を遠隔確認する仕組みを確立していた和田教授から、そのシステムも提供してもらった。そうして開発したスマホアプリ「ブイログ」を仙台湾で使用。まずは海水温をクラウドサーバーで24時間365日観測できる環境を構築した。

ICTブイ

クラウド

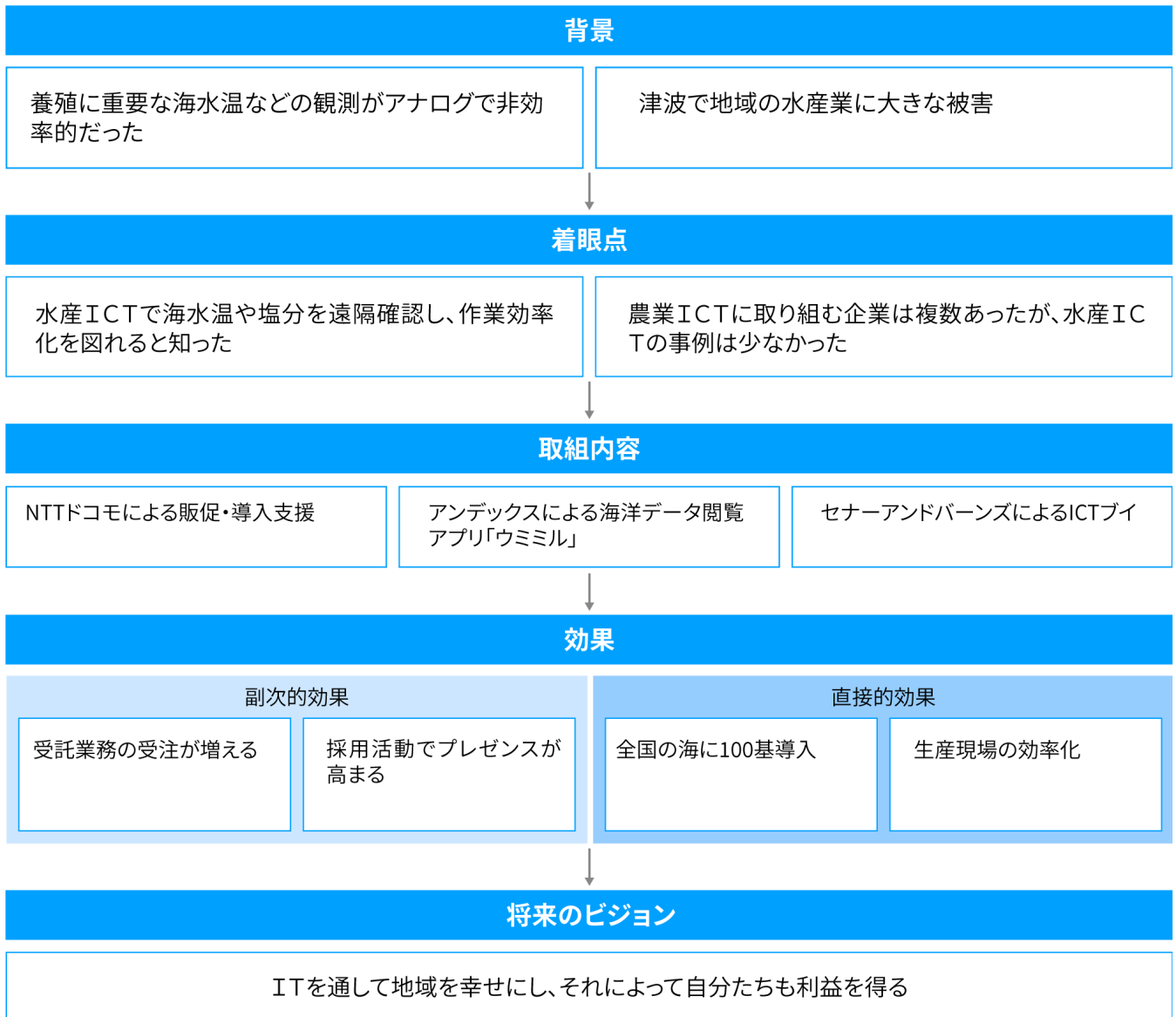
アプリ「ブイログ」



ICTブイから送られた情報をブイログで確認する仕組み

スマートフォンで養殖場の海水温をいつでもどこでも確認でき、測定のために船を出す燃料代や時間も削減できる。当然、生産者からの反応は良かったが、それを実用化しビジネスに展開していく上では、独自のハードウェア開発など乗り越えるべきさまざまな問題が残っていた。

チェンジマップ CHANGE MAP



連携・協働

ソフト、ハード、販促、3方向の連携が実り全国の海に100基以上導入

実用化に向けたハードルをクリアするためには、ハードウェアの開発や販促が必要不可欠だった。そんな折、株式会社NTTドコモがアンデックスの取り組みに興味を持ち、協働で事業を行うことが決

まる。そこに、灯台など航路標識機器を手掛けるセナーアンドバーズ株式会社が加わり、2016年には3社体制が出来上がった。

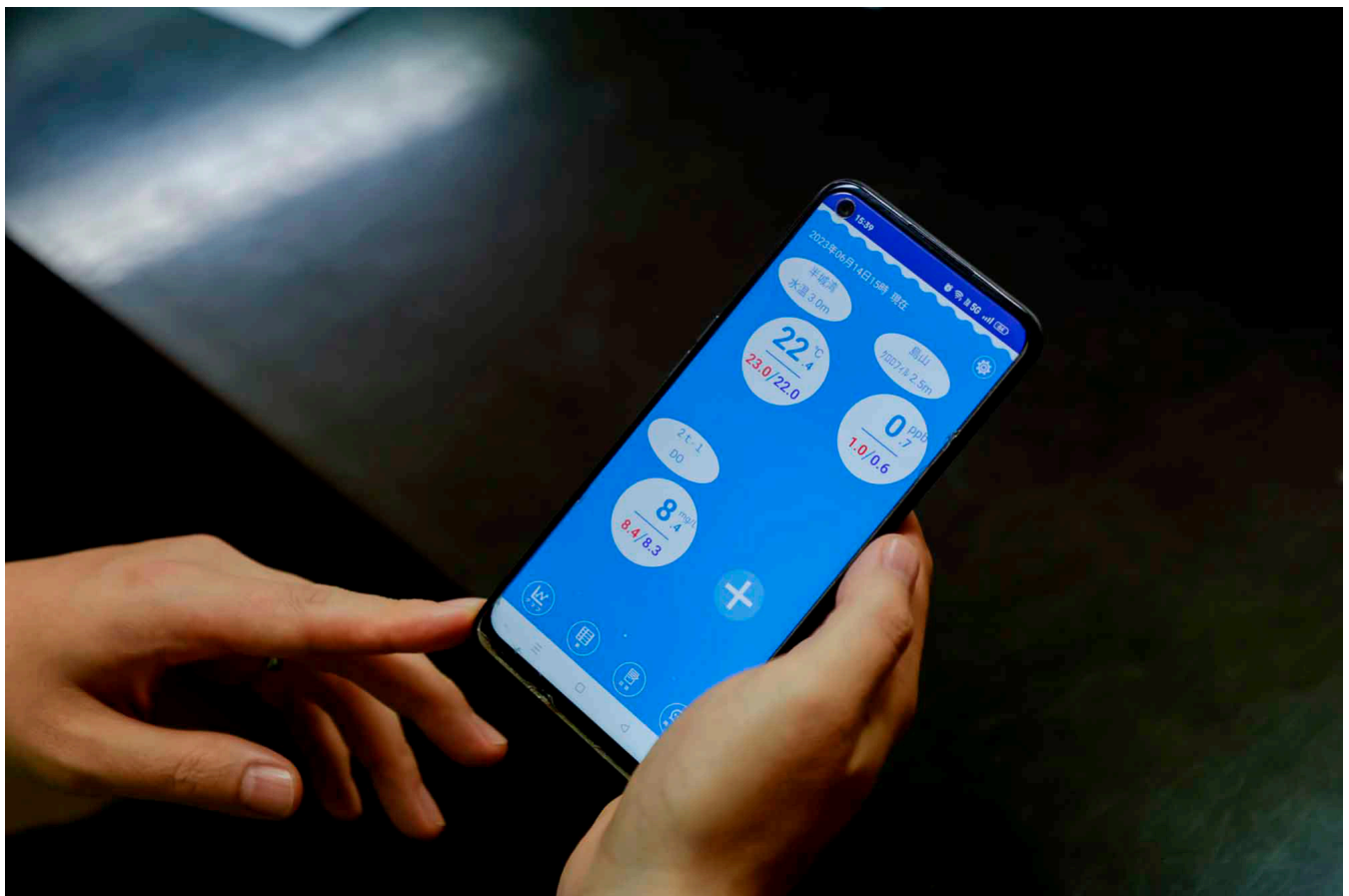
ソフトウェアやサーバーの開発・構築、保守・運営をアンデックス、ハードウェア (ICTブイ) の開発・メンテナンスをセナーアンドバーズ、販促や導入支援をNTTドコモが行う。3社共同で制作されたブイは北海道から沖縄まで各地の海で、テスト導入と本導入合わせて100基以上浮かんでいる。



3社が連携し制作したICTブイ

水産業はICTの導入が遅れている業種の一つだが、若手の漁師や養殖者はSNSで情報発信したり、マーケティングなどに活用したりもしていた。そうしたICTへの理解がある生産者と共に、実証実験とテスト導入、改良を重ねた。

海水温を観測するスマホアプリの「ブイログ」から、掲示板や作業日誌機能を追加したアプリ「ウミミル」を開発。漁師からの要望で海水温だけでなく、塩分も遠隔で確認できるようになり、2017年にはリリースした。生産者が操作するアプリのインターフェースの開発においては、「漁師さんのごつごつとした大きな手で操作することをイメージしました。説明書を読まなくても分かるようにデザインし、無機質な業務アプリにならないよう遊び心も取り入れました」とITエンジニアリング本部部長の鈴木宏輔氏は話す。



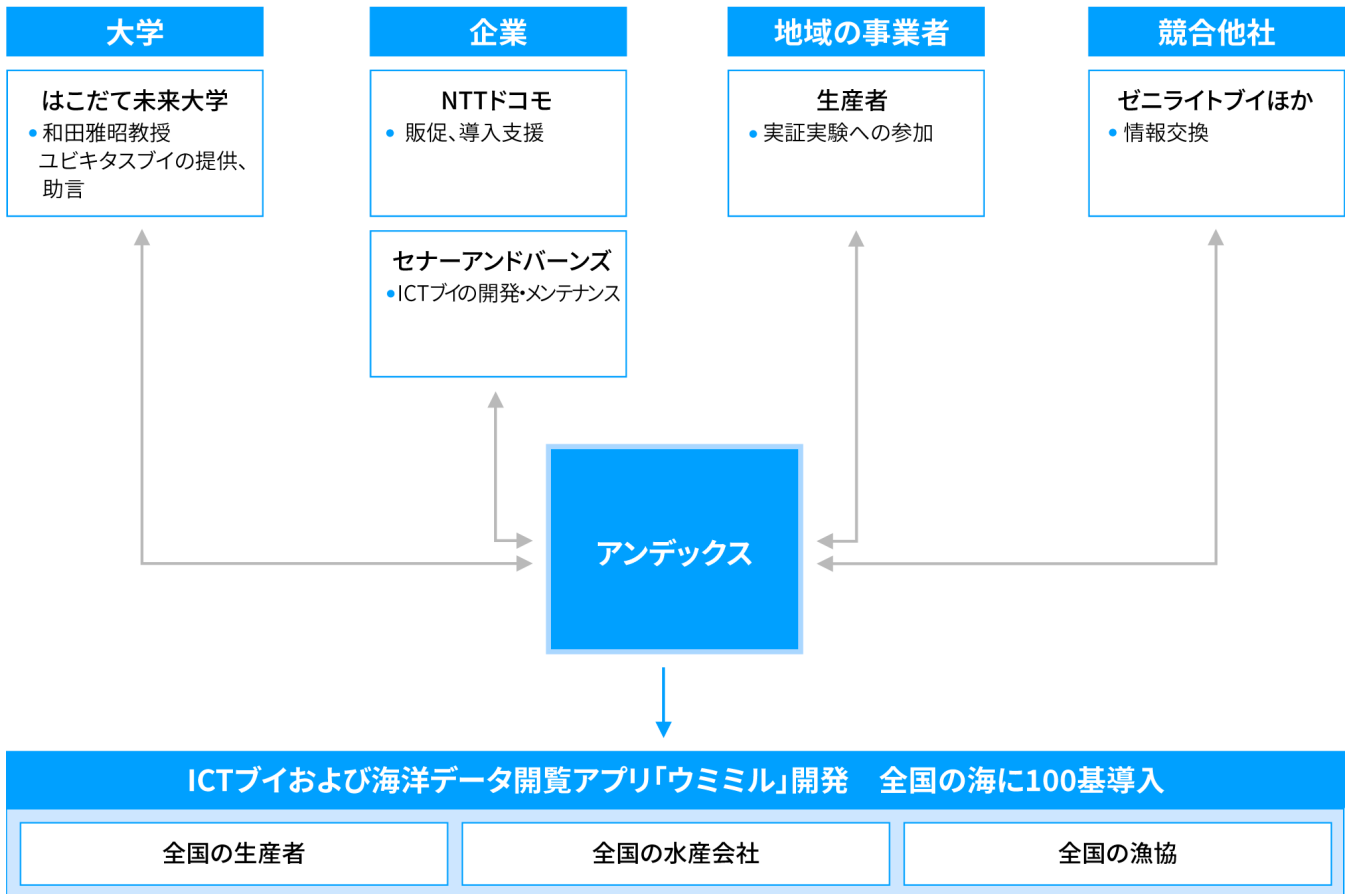
アプリ「ウミミル」の操作画面

ハードウェアでは水深など各地の海の環境に合わせてブイの形状を変え、複数タイプを展開した。ユビキタスブイの普及も、「まずは100基を目指そう」と話していた当初の目標をクリアし、着々とその数を伸ばしている。

元々和田教授と共同でユビキタスブイの開発を行っていた株式会社ゼニライトブイはじめ競合相手もあるが、日本にマリンITを広めたいという和田教授の思いもあり、「競合だが仲間でもある」と鈴木氏。大学や民間事業者、自治体が情報共有と研究の成果発表を行う「マリンITワークショップ」が毎年開かれ、業界の発展を共に推進している。

現在は、経済産業省による地域DX促進活動支援事業の補助金を受け、生産現場から、市場、流通、水産加工、小売りまで、一貫したDXを進めていく取り組みを、行政や地元企業などとコンソーシアムを組んで行っている。

コレクティブ・インパクト
COLLECTIVE IMPACT



持続性

未知の領域への挑戦が旗印となり、採用や事業にも波及

沖縄や九州の漁業協同組合にも導入が広がり、研究開発への投資を回収する段階に入ったが、「これで十分もうかるところまではきていません」と三嶋氏は包み隠さず話す。しかし、会社にはそれ以上に大きな意味がある。

「リーマン・ショックと東日本大震災に翻弄(ほんろう)されたベンチャー企業が、未知の領域に足を踏み込み、こういうビジネスモデルをつくった。そして、NTTドコモという国内最大手の企業と対等な

パートナーとなって、被災地に貢献し、全国の海にその新しいビジネスモデルを普及させている。これは会社の大きな旗印になっています」と三嶋氏は語る。

水産ICT分野における東北の先行企業だと認知されるようになり、社会貢献できる会社として採用活動の場での存在感も増加。また、水産に限らず、異分野とICTを組み合わせたプロジェクトにも声がかかるようになった。例えば酒蔵。従来は人が確認していた蔵内の温度や気圧といった情報を、ICTによって遠隔監視と情報保存を可能にした。それらのベースにあるアプリ開発やシステム開発、サーバー運用の技術力に対する信頼から、受託業務も順調に伸び、「副産物として会社全体で利益が上がっています」と三嶋氏。

「アンデックスは地域のIT企業として地域とお客さまに貢献し、それによって社員とその家族の最大幸福を実現することを経営理念にしています。なぜ異分野に手を出すのか、もうからないことをやるのかと言われることもあります。そもそも地域貢献をうたっているんです」と三嶋氏。さらに「ITで、お世話になっている地域やそこで働く人たちを幸せにし、それにより自分たちも利益を得る。それが一番の目的です」と力を込める。

海洋環境の変化や、資源や働き手の不足など、水産業を取り巻く課題は多く、その解決にICTが必ず必要とされる。今は緩やかな動きだが、いずれダイナミックな転換期が訪れることは間違いない。創業から一貫してぶれない信念で、その時に備える。



• 問い合わせ先

企業・団体名 : アンデックス 株式会社
代表者 : 三嶋順氏[代表取締役]
所在地 : 宮城県仙台市青葉区大町1-3-2 仙台MDビル5F
WEB : <https://and-ex.co.jp/>

◀ NPO法人 みやっこベース

株式会社 木の屋石巻水産 ▶



2023
★06

株式会社 木の屋石巻水産
【宮城県石巻市】

「希望の缶詰」で再建果たし、新商品開発と異業種コラボで消費拡大を図る

取組概要

東日本大震災の津波により宮城県石巻市魚町にあった工場と社屋が全壊。全国から訪れたボランティアと共に、がれきの中から缶詰を掘り出し、洗浄して義援金のお礼として配布。これが「希望の缶詰」として話題を呼び、24万缶分ほどを義援金に換える。工場再建後は水産にこだわらず続々と新商品を開発し、ヒット商品も生み出す。コラボレーションも積極的に行い、アイドルグループ「いぎなり東北産」とのコラボでは、サイトを閲覧した多くのファンがコラボ商品の缶詰を購入した。

取組のPOINT

ヒ ト

缶詰のおいしさに衝撃受け石巻へ移り住み、翌年に被災

着眼点

泥まみれの「希望の缶詰」が全国に支援の輪広げ、工場再建

連携・協働

インターンの学生たちがマーケティング重ねアイドルとのコラボで若年層開拓

持続性

「よそ者」視点で鯨食発信し、水産にこだわらず新商品開発

ヒ ト

缶詰のおいしさに衝撃受け石巻へ移り住み、翌年に被災

1957年に創業し、宮城県石巻市で水揚げされる魚介を使った缶詰やつくだ煮といった水産加工品を製造、販売する株式会社 木の屋石巻水産。創業以来の看板商品である缶詰の「鯨大和煮」は地元石巻や県内で親しまれている。

東日本大震災後に、木の屋石巻水産の名を全国に広めるきっかけをつくった1人でもある営業部課長の松友倫人氏が入社したのは2010年。転職先を探していた時に知人経由で木の屋石巻水産を知り、試しに缶詰を取り寄せ食べてみて、そのおいしさに衝撃を受けた。



営業部課長の松友倫人氏

「東京水産大学(現東京海洋大学)卒で学生時代から多くの水産加工品を味わってきましたが、その中でも断トツにおいしくて、なんだこれかと思って面接に行ったのが始まりです」と松友氏は語る。

採用が決まり、商品開発部に配属された。しかし、石巻に移り住み働き始めて8カ月後の2011年3月11日に東日本大震災が発生。急いで高台に避難し、2日後に壊滅的な被害を受けた工場の姿を目の当たりにする。一面のがれきりの中、「鯨大和煮」の赤い缶詰を模した巨大な魚油タンクが横倒しになっている姿は、報道でもたびたび映し出された。

あぜんとするしかなかったが、「自分はまだ石巻に来て間もない、静岡県出身のよそ者で、長く住まれている地元の方の喪失感に比べればまだショックが軽い方だったと思います」と振り返る。当時、韓国から商談で来ていた企業の社長のアテンドを任されており、「まずはお客さんを無事に帰そう」と気持ちをそらすこともできた。

一方で、被災後すぐに避難生活を送っていた社員寮にあった食料はわずかで、支援物資もなかなか届かない。「生き延びることができるのだろうか」という不安も襲いかかる中、倉庫で津波をかぶり泥まみれになった大量の缶詰が見つかる。「見つけた瞬間に、これで飢え死にしないで済むぞと。その不安がないだけで、どれだけ大きな希望になったか計り知れません」と、松友氏は話す。

泥まみれの缶詰でも中身は無事。泥を落として、自社の社員たちだけでなく避難所や自宅で避難生活を送る人たちにも配布し、地域住民の命をつないだ。

着眼点

泥まみれの「希望の缶詰」が全国に支援の輪を広げ、工場再建

避難所に入って生活の安全が確保され、支援物資も届くようになったが、松友氏は「このまま自分が石巻にいても支援物資を食いつぶしてしまう。仕事もすぐに再開できる状況ではないので、いったん離れた方が地域にとってはいい」と判断。同じく県外出身の先輩社員と共に石巻を出て、羽田で韓国の社長を無事に帰した後、東京都内で取引先などに無事を伝えて回った。

その中の取引先の一つが、サバ缶が好きなある飲食店の店主主導の基、サバ缶での町おこしを2007年から行っていた東京都世田谷区経堂の商店街であった。木の屋石巻水産の「金華さば」の缶詰などを使ったメニューを約10店舗で展開しており、被災直後から心配してくれていた。状況を伝える中で泥まみれの缶詰について話すと、ある飲食店が「中身が無事ならば欲しい」と申し出る。

それならばと、東京都内から石巻に支援物資を運んだ帰りに、空になった荷台に缶詰を積み経堂へ届けた。商品として販売はできないため、義援金のお礼として商店街で配布。その義援金を新たな支援物資の購入代や車のレンタル代、ガソリン代に充て、石巻と経堂の往復を繰り返した。

その様子がテレビで取り上げられたことをきっかけに、泥まみれの缶詰は「希望の缶詰」として全国から脚光を浴びる。石巻には缶詰を拾い集めて洗浄するボランティアが増え、経堂には寄付する人が押し寄せ、被災前に倉庫にあった100万缶のうち24万缶ほどが義援金に換わった。



「希望の缶詰」の発掘と洗浄に多くのボランティアが参加

それらを原資に被災後も社員の雇用を続け、2013年には経済産業省のグループ補助金も活用して2つの新工場が完成。石巻本社工場では原料の1次処理や加工を、美里町工場では商品の製造を行っており、現在はサバの缶詰やコウナゴのつくだ煮など50種類以上の商品を製造している。また、美里町工場には直売所が併設され、春先やお盆前、年末といった季節の節目に、大規模な直売会「木の屋祭り」などのイベントを開催している。

商品作りに必要なレシピも津波で流されてしまったが、既存の商品を一つずつ復活させていくと、「希望の缶詰」の認知度から小売店での取り扱いも広がり、2015年9月には売上高が東日本大震災発生以前の水準まで回復した。

次の目標は、東日本大震災前よりも売り上げを伸ばすこと。その達成には、魚食や缶詰になじみの薄い若年層の取り込みが必要だと考え、復興庁の復興・創成インターンシップ事業で「M1層」「F1層」（20～34歳の男女）に「刺さる」マーケティング手法をリサーチ。その結果、テレビやネットで不特定多数に向けた広告を流すよりも、SNSの趣味用アカウントに届くよう情報発信する方が若年層には効果があるのではないかという仮説にたどり着く。

「どのようなユーザーに、何を經由した情報発信を行うのがより効果的なのか」を調査、検証した上で学生たちと築いたマーケティングプランを基に、2021年にホヤの販促に関する補助金を活用し、複数の配信者とコラボしてホヤの缶詰のプロモーションを行った。その結果、もっとも大きく当たったのが「いぎなり東北産」とのコラボだった。

チェンジマップ
CHANGE MAP



インターンの学生たちがマーケティング重ねアイドルとのコラボで若年層開拓

「いぎなり東北産」とのコラボ動画を配信した直後からYouTube経由でネットショップへのアクセスが急増し、実際の購買率を示すCVR（コンバージョン率）も、ECサイトの平均が2～3%といわれる中、8.5%と高い数値をたたき出した。

さらに翌日からファンが直売所を訪れ、工場や缶詰の写真、味の感想を、グループやメンバーを応援するSNSのアカウントで発信。ファンが商品を広めてくれる理想的な状況が生まれた。

このコラボ動画以降、「いぎなり東北産」の公式YouTubeチャンネルの動画に、木の屋石巻水産がたびたび登場するようになる。それ以外にも、メンバーが個人的に商品を購入し、SNSにそのことをアップすることで、「いぎなり東北産」のファンの間での認知度はぐんぐん上がっていった。

「大きく当たったのはたまたまではなくて、やっていたことが実ったという感覚です。熱量と行動力があるファンが多い「いぎなり東北産」に出会えたのは、学生たちが代わる代わる2年かけてリサーチと考察を積み上げてくれたおかげです」と松友氏。

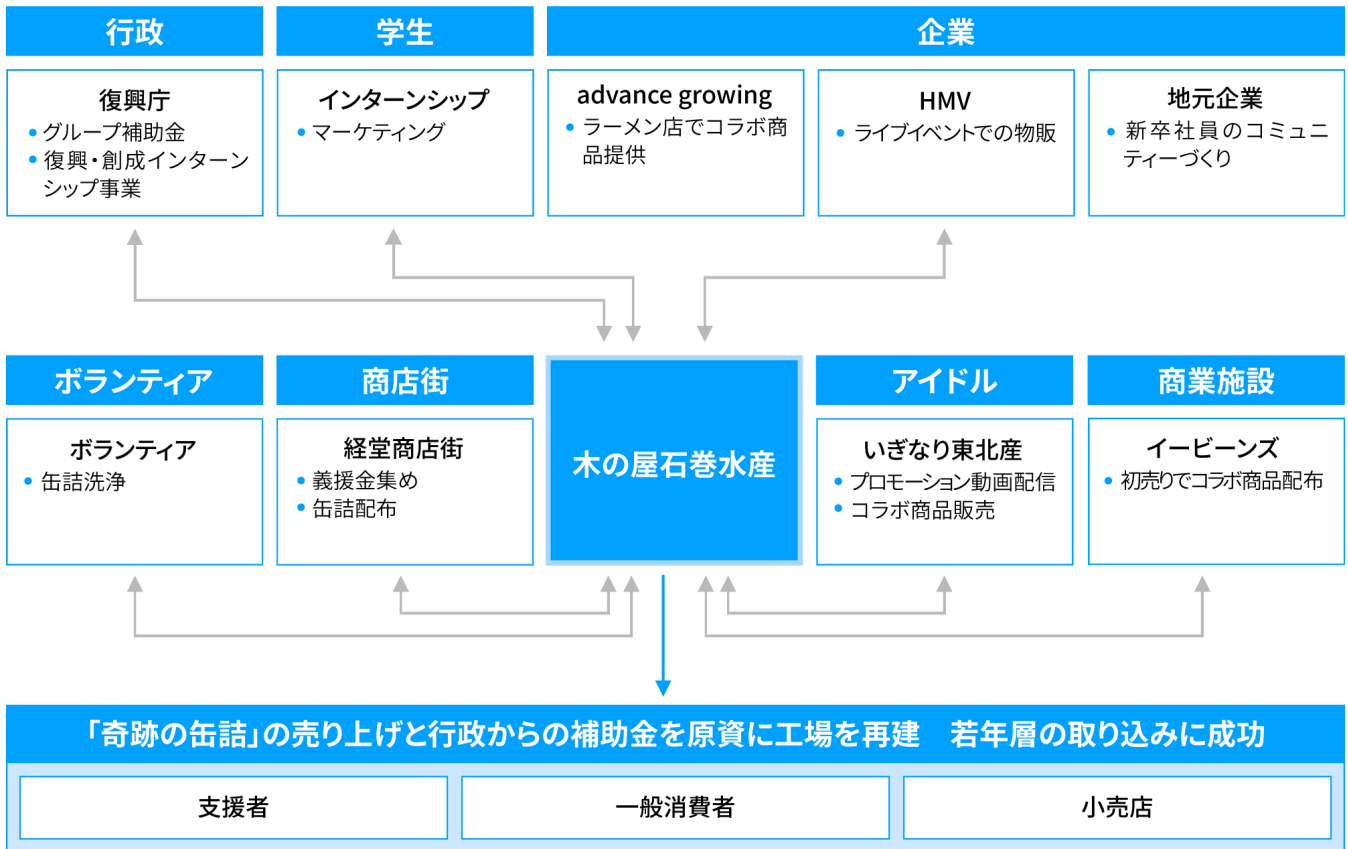
「一度きりのコラボではなく、持続的な関係性を持つという姿勢を示したい」と、「いぎなり東北産」がパーソナリティーを務める地元FM番組のスポンサーになった。すると、「いぎなり東北産」のファンから、同じくスポンサー企業の株式会社advance growingが展開する飲食店とのコラボレーションを望む声が届き、2022年につけ麺屋「つけ麺おんのじ」でコラボメニューが提供されるという思わぬ展開も生まれる。2023年にはadvance growingが経営するラーメン店「らーめん おっぺしゃん」ともコラボメニューを開発し、2社の連携は今も続いている。

それだけにとどまらず、「いぎなり東北産」が所属する株式会社スターダストプロモーション、イベント制作会社の株式会社エドワードライブエンターテインメントの協力の下、ライブ会場で、メンバーそれぞれの顔写真がプリントされたオリジナルラベルの缶詰9種類を、オリジナルのランチョンマットの特典付きで販売した。



「いぎなり東北産」とのコラボ商品

コレクティブ・インパクト
COLLECTIVE IMPACT



持続性

「よそ者」視点で鯨食発信し、水産にこだわらず新商品開発

看板商品である「鯨大和煮」の訴求につなげるべく、鯨食を広める活動にも力を入れている。かつて一大捕鯨基地として栄えた鮎川浜があり「鯨の町」として知られる石巻だが、外向けのアピールが不十分と感じていたのだ。

地元では居酒屋でも当たり前鯨のメニューが提供されているにもかかわらず、外の人々がどこで食べられるのか検索しても何年も前の情報しか出てこないという点に着目した松友氏は、自社で「石巻くじら料理マップ」を作りウェブサイトで公開した。直接収益につながるわけではないが、食べに来

てもらい、鯨がおいしいと思ってもらえれば、ゆくゆくは自社商品の缶詰の購買につながると先行投資を惜しまない。

また、新商品開発では水産にこだわらずさまざまな素材を試し、中でも「牛たんデミグラスソース煮込み」はヒット商品になった。資源不足や海洋環境の変化による水揚げ量の減少、原油高など水産業を取り巻く環境が厳しさを増す中、早めに魚だけに頼らない商品をそろえることも大きな課題。積極的に新商品の開発を進め、2023年には50種類以上の缶詰やつくだ煮、鯨加工品を取り扱っている。



直売所にはベストセラー商品から新商品まで並ぶ

新商品の開発に力を入れることは企業理念の一つでもあり、社員の提案や外部からのコラボレーションの依頼にも「やってみよう」という姿勢で軽やかに臨んでいる。新工場に直売所ができたことで、テストマーケティングもしやすくなった。

若い社員の定着も課題だ。毎年1、2人程度の採用で同期が少なく、地域にゆかりのない新卒社員が孤独感を抱かないように、同じような規模の採用を行う他社と連携し、地域の中で同期のコミュニティをつくる取り組みを始めた。「地域の魅力を見つけたり発信したりするには県外から来た人の目

も必要ですので、そうした若い人材、東北以外からの人材の離職防止につながれば」と松友氏は話す。

被災による喪失感が少ない「よそ者」だったからこそ、東日本大震災後に素早くアクションを起こし、東京都内と被災地をつないで再建につなげることができた。そんな自身の経験を踏まえ、消費動向の変化や資源不足、またいつ起きるか分からない災害を乗り越えて持続していける会社にしていくため、地元採用に限定せず、「よそ者」の定着を図る。

• 問い合わせ先

- 企業・団体名 : 株式会社 木の屋石巻水産
代表者 : 木村優哉氏[代表取締役]
所在地 : 宮城県遠田郡美里町二郷字南八丁2-2(美里町工場)
宮城県石巻市魚町1-11-4(石巻本社工場)
WEB : <https://www.kinoya.co.jp/>
MAIL : order@kinoya.co.jp



2023

★07

一般社団法人 南三陸町観光協会

【宮城県南三陸町】

「主役は町民」 みんなで観光プログラムを生み出し、南三陸に人を呼び込む

取組概要

南三陸町と周辺地域の生活、文化や産業、経済の発展に寄与することを目的として観光による町づくりの中核を担う。東日本大震災後は南三陸復興市や語り部ガイドによる学びのプログラムを実施するなど、他の被災地に先駆けて外部の人を受け入れた。大手旅行会社と開発した防災・震災学習プログラムは、地域相場の10倍という価格設定であったものの、全国の多くの団体から参加申し込みがあった。安定的な運営体制でニーズに応じたプログラムを展開し、実績は右肩上がりです。2023年度は過去最高の売り上げになる見通し。

取組のPOINT

ヒ ト

水産一筋から一転、リセットされた南三陸町の町づくりに関わる

着眼点

ニーズに応える形で観光商品やプログラムを続々と展開

連携・協働

住民、行政、企業が顔の見える関係で町づくりに関わる

持続性

右肩上がりの実績も「ここからがスタート」 滞在型へ転換図る

ヒ ト

水産一筋から一転、リセットされた南三陸町の町づくりに関わる

2008年、JR東日本が自治体と共同で行う大型観光キャンペーン「仙台・宮城デスティネーションキャンペーン(DC)」に向けて、南三陸町では地域の魅力を住民が知る、発見するために「ふるさと観光講座」を開催。この中から観光ボランティアガイドを提供する「ガイドサークル汐風(しおかぜ)」も誕生。このような時期に、旅行者を受け入れる観光地側が作る観光商品「着地型観光商品」を展開しようと、2009年に任意団体から一般社団法人化した南三陸町観光協会。第3種旅行業登録を行い、地域の旅行会社として出発した。

南三陸町と周辺地域の生活、文化や産業、経済の発展に寄与することを目的として、観光による町づくりの中核を担い、観光客の誘致を促進するとともに、観光地・観光物産の紹介、宣伝、観光施設の整備、関係者の資質向上を図って活動していたが、2年後に東日本大震災が襲う。



会長の及川吉則氏

南三陸町では、商工業者の有志らによる福興市や、ガイドサークル汐風を中心に語り部活動が立ち上がり、外部からの人の受け入れが被災地の中でも早くから始まっていた。2012年2月には仮設の「南三陸さんさん商店街」がオープンし、佐藤仁町長も前面に立って情報発信を行ったことで全国メディアに取り上げられる機会が増え、多くの観光客を呼び込んだ。

一方で、一日も早い復興が町の最優先課題であり、観光協会としての事業再開のめどは立たず、解散の話も出たほどだったという。なんとか再出発することになるも、「リーダーを誰にするか」という問題に直面した。そんな中、当時の役員で一番若かった及川吉則氏に白羽の矢が立つ。

及川氏は当時、町の基幹産業である水産業を営む株式会社丸荒の代表取締役で、港の復旧や船の手配などに奔走していた。「まだまだ元気な先輩たちがいて、私自身は三役を経験したこともなく、水産や加工一筋で観光業の経験もない。初めは断ったのですが、解散の話も出たほどだったので、それならばと引き受けました」と話す。

会長に就任し、難しいかじ取りを任された及川氏だったが、「震災で町がリセットされた後でしたから、観光というよりも、町づくり全体に関わっていく感覚でした」と振り返る。

着眼点

ニーズに応える形で観光商品やプログラムを続々と展開

観光資源に着目した大手旅行会社が、復興支援の一つとして観光商品の共同開発を協会に持ちかけた。「被災を売り物にするのか」という一部の地域住民の感情にも配慮して、物見遊山の視察メニューではなく、防災などの学びにつなげるプログラムであることを明確に打ち出した防災・震災学習プログラムが完成する。

被災地の視察や地域住民の講話を通じて住民の悲しい、大変な経験だけではなく、自然災害の脅威やこの震災で学んだこと、教訓になったことを伝えることで、震災の風化防止や防災に役立ててもらうためのプログラムとなった。



防災・震災学習プログラムには多くのニーズがあった

旅行会社の設定した料金は、当時の地域相場の約10倍。高すぎて参加者がいないのではないかと
いう心配はあったが、「業界のプロがそれだけの価値があると判断したのでしょうし、関わる人たちがそれぞれ利益を上げないと続けていけないわけですから」と及川氏。

心配は杞憂(きゆう)に終わる。全国から団体客が続々と訪れ、多い時で年間450団体、1日1団体以上を受け入れた。個人の方からも「被災地を案内してほしい」という声があったが、最初は職員1人で担当していたために対応できなかったというほどの人気プログラムとなった。

このプログラムの売り上げで職員を増員し、雇用を維持。団体客の受け入れも落ち着いてきたタイミングで、個人向けプログラム「まちあるき語り部」を開始する。もともとニーズがあったものなので、受け付けを始めるとすぐに予約が相次いだ。

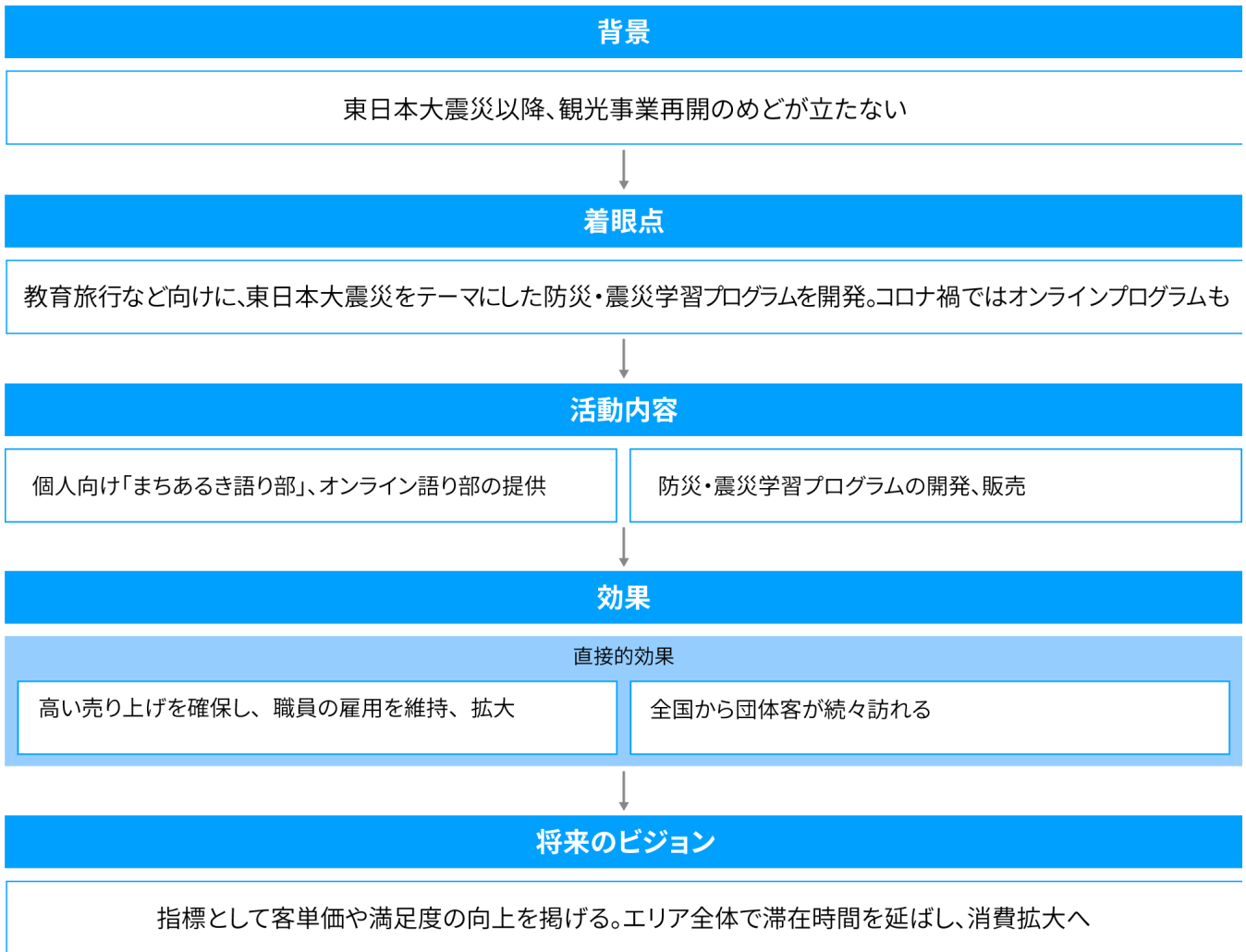
新型コロナウイルスの感染拡大で人の往来が途絶えると、オンラインを活用した語り部プログラムを始めた。「苦肉の策でしたが、人の動きが再開した後も、物理的な距離があってなかなか来るのは難しい方のニーズに対応できるので、これからも選択肢の一つとして残っていくと思います」と及川氏。教育旅行に来る学校が事前学習としてオンライン語り部を受講する場合もあるという。

「私たちが提供したいものを出すというよりは、世の中のニーズに応えてきました。まだまだ応えられていない部分もあり、どうやったら実現できるか、スタッフと日々考えています」と及川氏。

プログラムの運営においては、語り部ガイドを務めてもらう、体験プログラムを提供するなど地域住民の協力が欠かせないが、職員が考えたものを手伝ってもらう、という認識ではない。「主役は町民。南三陸は入谷、戸倉、歌津、志津川の四つの地区がありますが、それぞれの地区でみんなが関わって町づくりをする、観光商品を作るという体制をずっと意識してきました」と及川氏。

語り部ガイドもボランティアベースではなく、適切な謝金を支払うことで、質の高い内容を持続的に提供してもらうという協力関係を最初から設定していた。「南三陸町観光協会と地域住民のどちらがいなくても成り立たない。両者で一緒にやる、というのは言葉にすると簡単ですが、そう簡単なものではありません」と及川氏は話す。

チェンジマップ CHANGE MAP



連携・協働

住民、行政、企業が顔の見える関係で町づくりに関わる



地域住民が主役となって町づくりを行っている

簡単ではないことを、なぜ十数年も続けてこられたのか。「この町はちょうどいい規模で、各地区でみんなが顔見知りというか、知らない人はいない感じで、一緒にやりましょうと言えば協力してくれる関係性があります。だから実現できているんだろうなと思います」と及川氏は言う。

被災以前から取り組んできた「観光地域づくり」により、域内ネットワークが構築されていたことも大きかった。業種や地区、年代を超えたネットワークが強固に引き継がれ、そこに震災後に移住やUターンしてきた人たちが新しい視点を加えてくれたりもした。

行政との連携も密で、「こういうことをやりたい、こういうことで困っている」と言えばしっかりサポートしてくれるという。

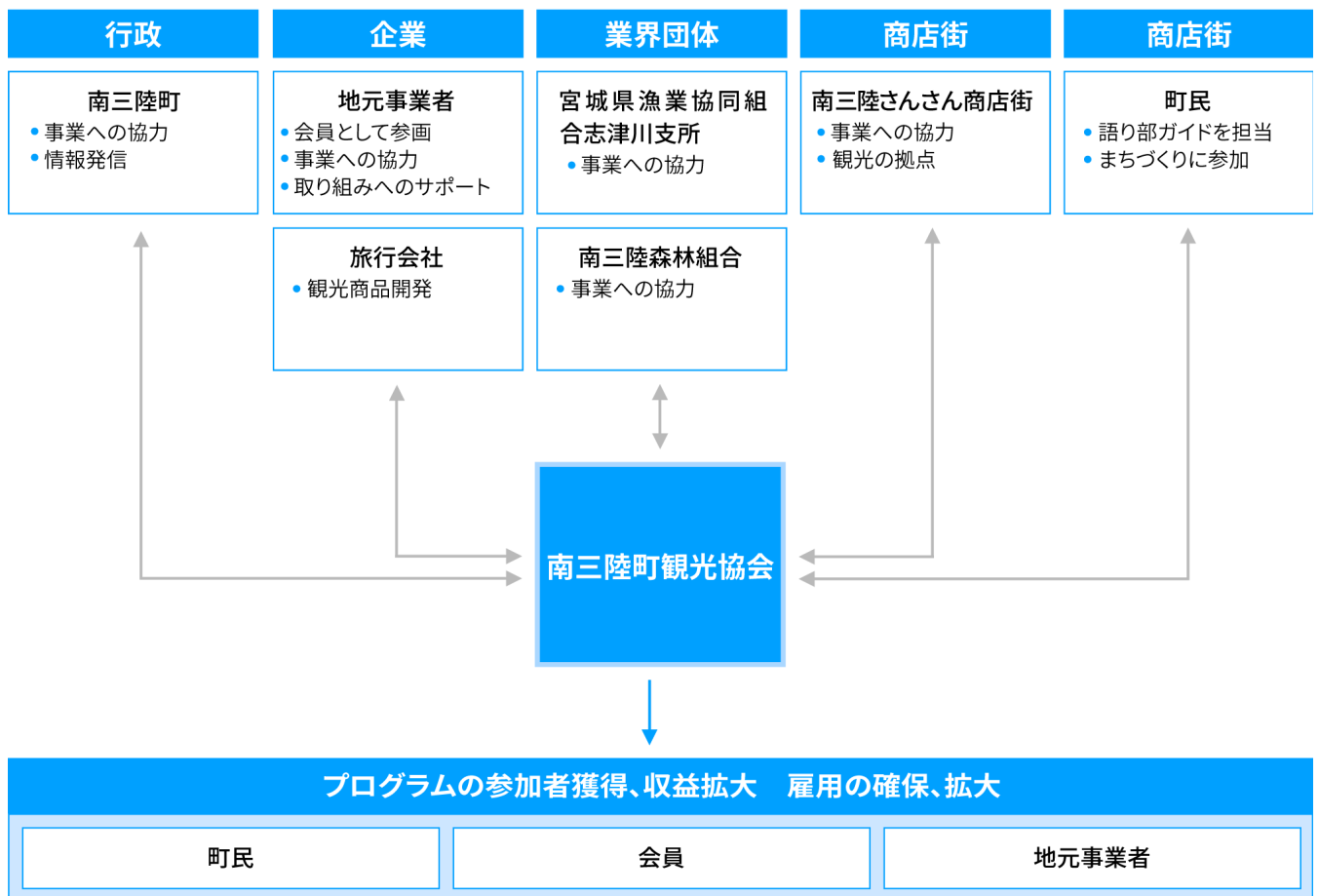
「例えば学校の生徒たちが400人、500人で来て2時間程度で何かできないかといったニーズもあるんですが、町内で受け入れられるキャパシティは限られています。どうにか応えられないかとスタッフみんなで模索する中で、行政にも協力してもらっています」と及川氏は話す。

水産業や宿泊業、商工関係など地元の企業や事業者は協会の役員でもあり、漁協や森林組合といった業界団体からの協力も得られる。

現在、南三陸町観光協会には三つの部会があり、食の魅力プロモーション部会、宿泊部会、マルシェ部会に分かれて、それぞれの部会に所属する会員企業・団体と一緒に次の一手を考えている。2023年には志津川で水揚げされたギンザケを「南三陸サーモン」としてブランド化、南三陸さんさん商店街をはじめ町内の飲食店や宿泊施設で趣向を凝らしたメニューを提供するフェアを行った。

会員に限らず町内の事業者がそうした取り組みやイベントを行う際には全面的にサポートする。「例えば漁師さんたちが販売会を始めた時も、われわれがノウハウを提供し、情報を発信して集客を手伝うことで、成功をサポートできたと思います」と及川氏は語る。

コレクティブ・インパクト COLLECTIVE IMPACT



右肩上がりの実績も「ここからがスタート」 滞在型へ転換図る

2022年度は、教育旅行は122団体1万1,643人、防災・震災学習プログラムは172団体9,434人、まちあるき語り部は1,201人が参加。順調に数字を伸ばせたのは、前述のように防災・震災学習プログラムで、きちんと利益が見込めるよう価値に見合った料金を設定したことで、協会の職員の雇用を維持し、体制を強固にできたことが大きい。

語り部プログラム自体は他の被災した地域でもあったが、活動資金を補助金で賄っているものは数年で活動を続けられなくなるケースが多い。「結果論にはなるんですが、われわれは十分な収入を確保できる形で始めたので、継続して提供できる体制ができました」と及川氏。「今でも何か始める時には、それが維持できるかどうか、補助金を活用したとしても、それがなくなった後にどう続けるかのプランを最初に描くようになりました」とも話す。

会員企業から活動のサポートに対する手数料を徴収しているのも特徴だ。それによって観光協会のスタッフを雇用でき、投資にも回せるという理由からだ。「当初は抵抗感もあったかもしれませんが、メリットを明確に示して、収入にもつながるようにと組み立てているので、今では理解してもらえていると思います」と話す。

右肩上がりに協会の収入は増えて、2023年度は過去最高の売り上げを見込む。東日本大震災前は3人ほどの雇用を維持するのもやっとだったのが、現在では常勤が21人、アルバイトも含めて50人までスタッフが増えた。



職員の雇用を増やせたことで、体制を強固にできた

町全体の入り込み客数も東日本大震災前の年間108万人を超える144万人に達し、コロナ禍で一度は落ち込んだものの、回復傾向にある。ただし、「人数が多ければ多いほどいいというものでもない。混雑しているからとすぐ帰ってしまったら、元も子もないですよ。受け入れる側の負荷だけが大きくなります」

「南三陸のエリア全体を広く使って滞在時間を延ばし、お客さんの数が変わらなくても金額が伸びていくような転換をしていく必要があります。交流人口が増えているのに対して宿泊につながっていないという課題もありますので、宿泊部会で今、宿泊を促進するプログラムも考えています」と及川氏。「いわば、ここからスタート。ますます地域との関係を密にしながら、南三陸を活気づけていければ」と、意気込み新たに前を向く。

● 問い合わせ先

企業・団体名 : 一般社団法人 南三陸町観光協会
 代表者 : 及川吉則 [会長]
 所在地 : 宮城県本吉郡南三陸町志津川字五日町200-1
 WEB : <https://www.m-kankou.jp/>

MAIL

: post@m-kankou.jp

◀ 株式会社 木の屋石巻水産

一般社団法人 オムスビ ▶



2023

★08

一般社団法人 オムスビ

【福島県南相馬市】

地域交流拡大とIT人材育成で小高を活性化

取組概要

東京都から南相馬市へ移住後、個人事業主としてIT事業を行っていた森山氏が2017年に設立。Web制作や高校でITならびに地域課題解決へ向けた人材育成の授業を行うだけでなく、さまざまなイベントも実施。地域交流拡大のため、2016年からキッチンカー「Odaka Micro Stand Bar オムスビ」を運営し、2018年には店舗を構える。2023年7月からは新店舗に移転。さらなる地域活性化のため、カフェ併設のパン屋とワークスペースを兼ね備えた新業態に挑戦している。

取組のPOINT

ヒ ト

地方での人材育成を志して南相馬市に移住

着眼点

キッチンカーの運用で地域を活性化

連携・協働

複数のチャレンジで地域の人々をつなげる

持続性

地域に根ざした持続可能な場をつくる

ヒ ト

地方での人材育成を志して南相馬市に移住

「以前勤めていた会社では、人材育成に関して難しい課題を与えることを重視していました。その結果、できる社員とできない社員がはっきりと分かれてしまっていた。でもそれは能力や才能のあるなしではなく、これまで学校で教えられたことと、社会で求められることの差異が原因かもしれない。そこに問題意識を感じていました」

こう話すのは、一般社団法人オムスビの代表理事・森山貴士氏だ。森山氏は大阪府の出身で、大学卒業後は東京にあるIT企業に勤務。2014年に前述の思いなどもあって退職した後、興味を持っていた教育ベンチャーへの道へ進むことも考えていたという。



地方での挑戦に面白さを感じて南相馬市での活動をスタートさせた森山貴士氏

そんな時、森山氏は知人から宮城県石巻市で開催されるITイベント行くという話を聞き、同行することになった。そのイベントで、「南相馬市でIT企業を立ち上げ、若い人材を育成し新たな産業を確立させて復興に尽力したい」という人と出会う。

「当時から、地方で何かに挑戦してみてもいいという気持ちは持っていました。南相馬という場所がどんなところか知りませんでしたが、こういう出会いも一つの縁かなと」(森山氏)。その後知人や先輩に相談を重ね「人材育成に重点を置くなら、都会よりは人口の少ない地方の方が見える課題も多く、同じ数の人材を育てた時のインパクトも大きい」(森山氏)と決断を下す。

思い切った挑戦ができた裏には、こんな事情もあった。「幸い、辞めた会社には3年以内なら元のポジションで復職できるシステムがあったので、3年は自分の力でやってみよう決めました」(森山氏)

キッチンカーの運用で地域を活性化

南相馬市に移住した森山氏は、個人事業主としてWeb制作、学校でのプログラミング授業などを行っていたが、収入は激減。一時は貯金が数百円になったこともあったという。そんな中でも努力を続けた森山氏は、地域のフリーペーパー「小高の少数力」を発行する製作委員会を設立。また、地域に前向きな可能性を示したいという思いから、ITを活用した町づくりを提案する「ITハッカソン」を開催した。そこで、後にオムスビと一緒に立ち上げる花岡高行氏、福島勉氏らと出会い、次なるステップへと歩みを進める。

「南相馬市小高区は、2016年に避難指示が解除されたばかりで、人が集まれる店がほとんどなかった。そこで花岡が、『地域の人々がコーヒーを飲みながら集まれるカフェがあったらいいね』と。でも、建物を借りてリノベーションしてオープンさせるには1,000万円くらい必要になります。小高にどれくらいの方が帰還してくるか想定がつかない状況で投資に踏み切るのは得策ではないと思いました。そんな時、かつて自転車でコーヒーを売っている人を見たことを思い出し、移動型なら投資金額を抑えられるかなと考え付きました」と森山氏は語る。

この発想から、後にオムスビの名前の由来にもなったキッチンカー「Odaka Micro Stand Bar」が2016年に誕生。中古車を購入し、ホームセンターで部品を調達しキッチンカーに改造して運用を始めることで、地域活性のための大きな一歩を踏み出した。



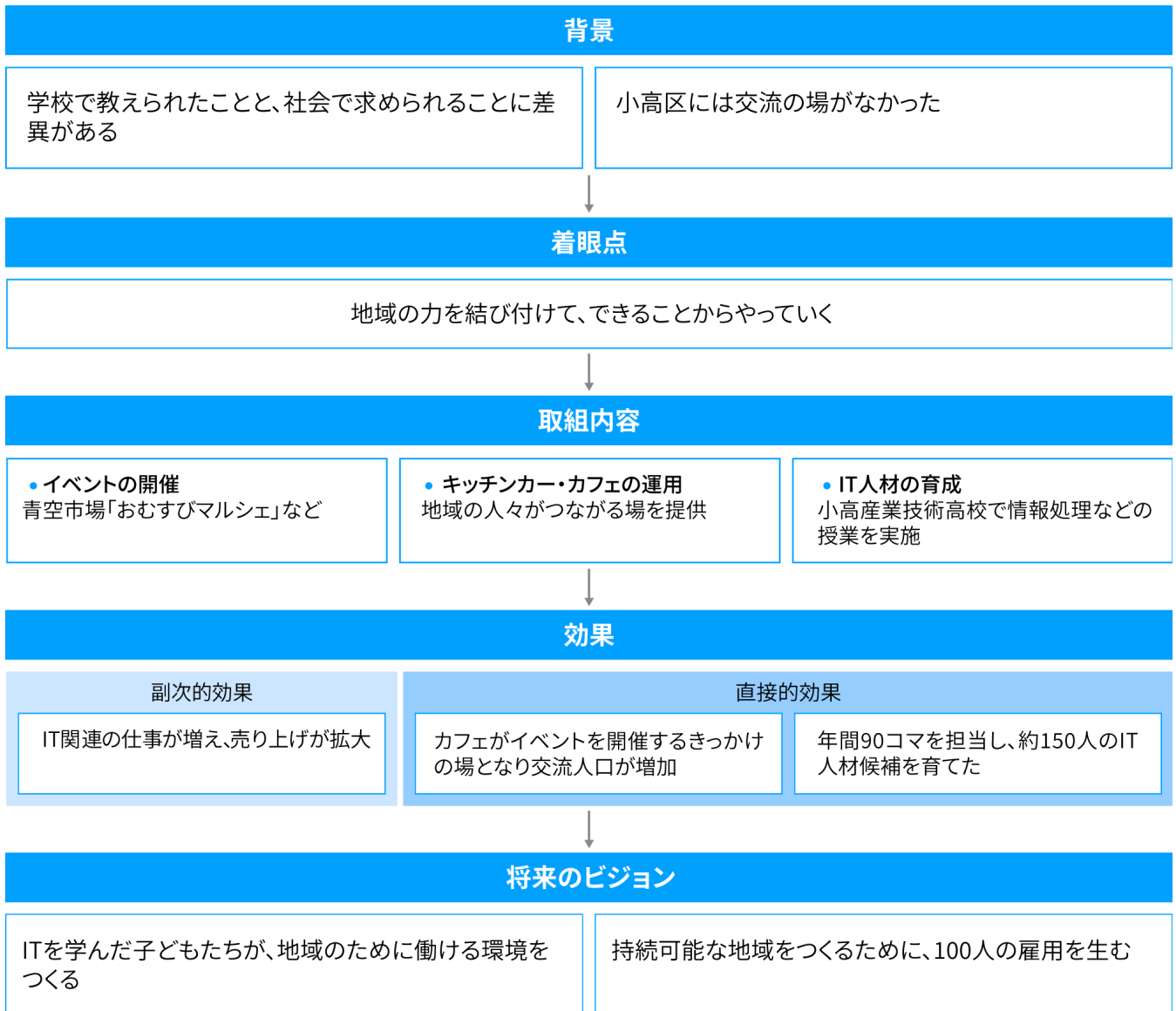
仲間たちの声から誕生したキッチンカー「Odaka Micro Stand Bar」

キッチンカーの運営を通して、人とのつながりの幅は広がっていく。その中で、森山氏は法人化の道も探るようになる。「任意団体だと団体としてではなく、個人に結びつくものになってしまう。それは僕自身が望むものではなかったので、法人化したほうがいいのではと考えるようになりました」と語る。

任意団体の時から協力してくれているメンバーの大半が行政の職員だったこともあり、非営利団体の一般社団法人としての形を取り、一般社団法人オムスビを2017年に設立した。法人名のオムスビは「Odaka Micro Stand Bar」の頭文字を取ったもの。「名前を決めるとき、小さいところから始めようということでマイクロスタートという言葉を使いたかった。小高のOとマイクロスタートのMSをつなげるとOMSになるので、そこにBをつけてオムスビと読めるようにしました」

またオムスビという名には日本神話における神名にもかかわるといふ。「何かを生み出すことにまつわる神様の名で、これから何かを生み出していく小高の現状にも合っているかなと思って、この名前にしたんです」と語る。

チェンジマップ CHANGE MAP



連携・協働

複数のチャレンジで地域の人々をつなげる

地域の人たちとつながり、小さいところから始めることで、少しずつできることを増やしていったオムスビ。キッチンカーとして始めたカフェは、2018年には小高に常設店舗を開業。人と人とのつながり

の大切さを再認識した森山氏は、人が集まるさまざまなしつけやイベントを開催してきた。

例えば、これまで数回開催している青空市場の「おむすびマルシェ」は、カフェに来てくれた人たちの話から生まれた。「『食品の宅配は便利でいいけど、産地とか選べないじゃない。買い物は自分で選ぶから楽しいのよ』と話していたんです。私自身もなるほどと思ったので、地元の農家の人はもちろん、京都府で青果店を営んでいる大学の先輩などにも協力してもらい、いろいろな産地の野菜をそろえて販売しました」と話す。

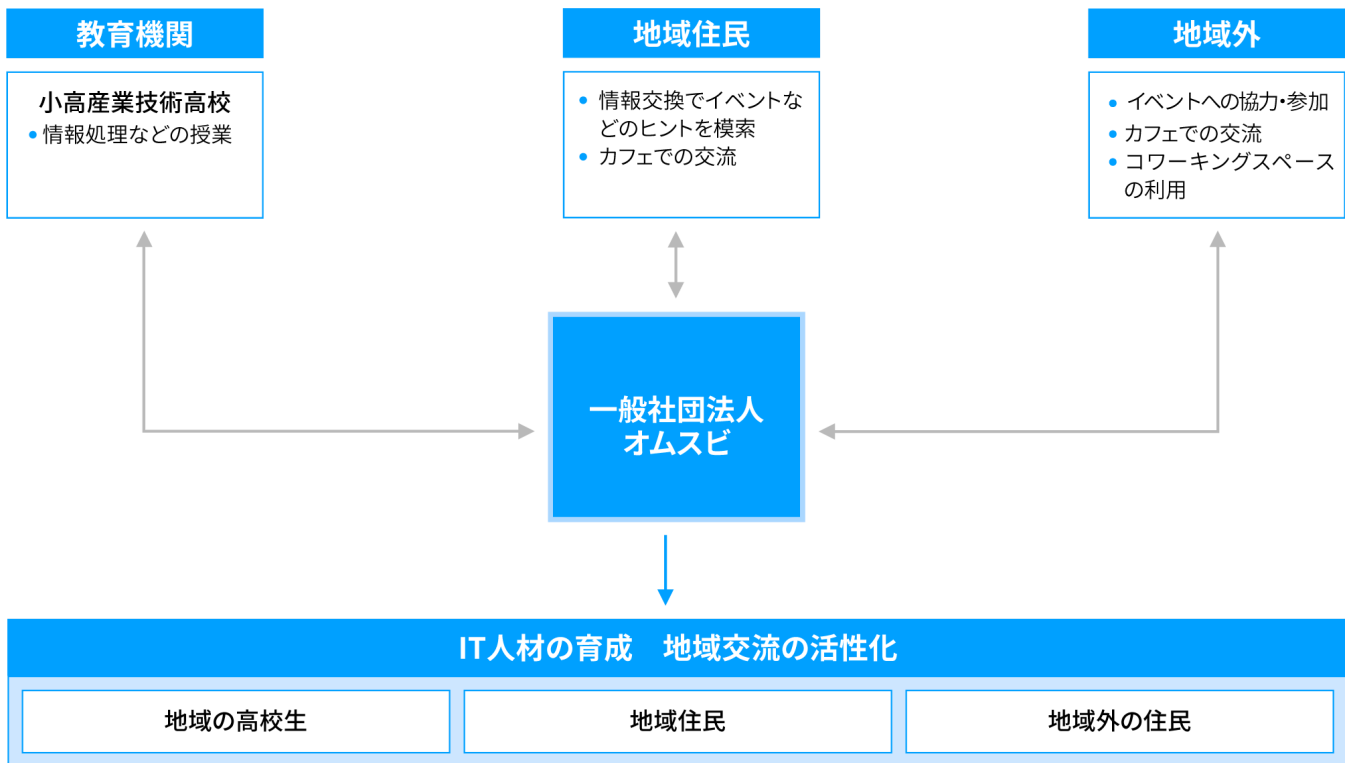
元々力を入れていた教育系の事業も順調に拡大している。オムスビの活動の中で、森山氏が当初考えていたITを切り口とした課題解決人材を育てるという目標につながっているのが、小高産業技術高校での情報処理などの授業だ。森山氏は、法人設立前から外部講師として授業を担当し、実体験を交えた話もしている。最初は年に2コマだったが、現在では約90コマを担当するまでになり、教え子は約150人にも上る。2022年からは実務家教員に任命された。



小高の人材育成にも力を入れている

「小高は技能を持った人が少なく、人材が不足している。社会課題に触れ、問題解決のためになるトレーニングをしっかりと伝えていくことで、地域の人材を増やしていけたら」と話す。

コレクティブ・インパクト COLLECTIVE IMPACT



持続性

地域に根ざした持続可能な場をつくる

紆余(うよ)曲折がありながらも、知り合いのいない南相馬市で努力を続けてきた森山氏。移住して9年、法人を設立して6年の歳月が流れた。地域の人とつながり、やれることを少しずつ増やしていこうという活動意図のもと前進し続けるオムスビの2023年度の売り上げは過去最高を更新する見込みだという。2023年7月には「Odaka Micro Stand Bar」を移転し、新店舗「アオスバシ」をオープン。経緯について森山氏は、次のように語る。

「カフェでは多くのつながりが生まれましたが、コロナ禍の影響もあり売上は頭打ちで、持続可能な事業とはいえませんでした。また、カフェを利用する方というのは地域住民のごく一部で、地域の暮らしの豊かさに直結するようなサービスを提供できていないのでは、という思いもありました。そこで、地域の人たちが日常的に利用できるものとして、パン屋ができないかと思ったんです」

アオスバシではパンが冷凍で販売されている。「全国各地のご当地パンを冷凍して仕入れることで、職人が地域にいなくても品質の良い多種多様なパンを提供することができます。ロスも少なく、職人を育てるのが難しいこの地域でもこれならばニーズにあう商品を仕入れ、利益を上げていくことができるのではないかと考えました」と森山氏。

2階は移住者や滞在者が利用することを想定した、集中して働くことのできるコワーキングスペースとなっている。「一つの建物に集約することでこれまで以上に新たな出会いや活動が生まれるようにしたいと考えました。オープンスペースなので1階と2階の会話も相互に聞こえますし、気になる会話があれば行き来して話もできると思ったんです」



新店舗「アオスバシ」はオープンスペースで、1階がカフェ併設のパン屋、2階がワークスペースになっている

新たなスタートを切ったカフェ併設のパン屋に訪れる人も増えている。森山氏に今後の目標を聞くと、「持続可能な地域をつくるためには若い人たちが働き続けられる雇用が必要です。今の活動を大きくしていき、いずれは100人ほどの従業員を雇えるようになればうれしいですね」と答えてくれた。

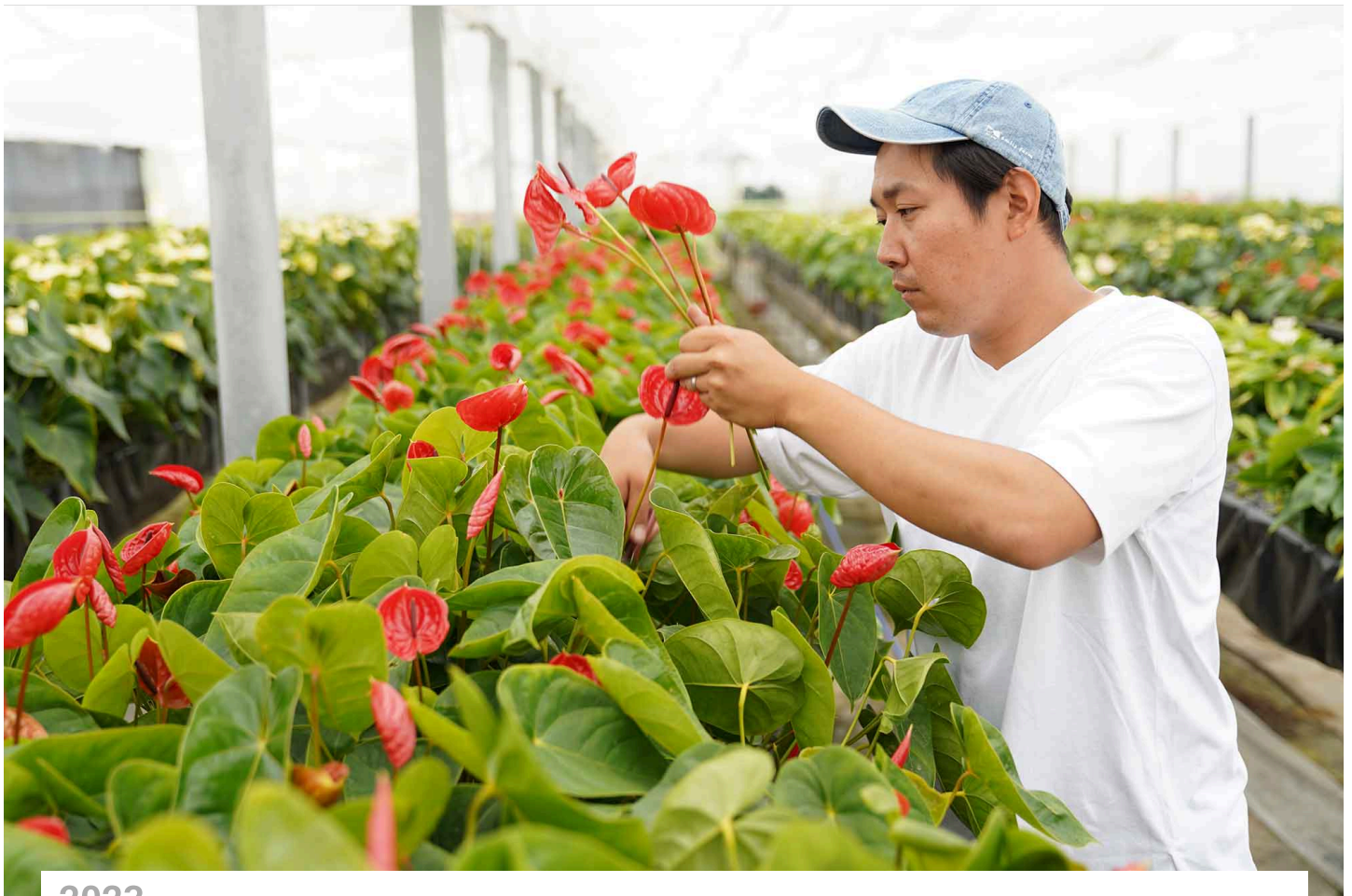
人と人とのつながりを重視し、少しずつ自分たちのできることを増やして、小高の地域活性化につながっているオムスビ。森山氏がスタートから出はなをくじかれながらも、気持ちを切り替えコツコツと努力を続けた成果だ。ゼロから地域をつくり上げるという森山氏の挑戦は、これからも地域の人たちと力を合わせながら続いていく。

• 問い合わせ先

企業・団体名 : 一般社団法人 オムスビ
代表者 : 森山貴士氏 [代表理事]
所在地 : 福島県南相馬市小高区東町1-67
WEB : <https://omsb.co/>
MAIL : omsb.handmade@gmail.com

◀ 一般社団法人 南三陸町観光協会

株式会社 smile farm ▶



2023

★09

株式会社 smile farm

【福島県川俣町】

新しい農業で町の復興と就農者の増加を目指す

取組概要

2012年から川俣町と近畿大学により行われている「“オール近大”川俣町復興支援プロジェクト」。その一つに、熱帯アメリカ原産の観葉植物アンズリウムを、土壌の代わりに、古着など衣服の切れ端から作る育苗用の培地「ポリエステル媒地」を活用して栽培する活動があった。就農と同時にこの活動に参加し、順調にアンズリウムの出荷数を伸ばしている株式会社 smile farm。現在では、切り花を育てる花卉（かき）栽培にとどまらずイチゴの栽培や観光農園の運営も手がけ、稼げる農家のモデルとなるべく努力を続けている。

取組のPOINT

ヒ ト

義父母の姿に憧れて脱サラし農業の道へ

着眼点

土を使わない新しい農業で風評の影響を受けずにアンズリウムを栽培

連携・協働

行政、大学、市場との連携が新たなチャレンジを生む

持続性

もうかる農業を実現し就農者を増やしていく

ヒ ト

義父母の姿に憧れて脱サラし農業の道へ

「避難先で義父母が家業である花卉栽培（お盆、お彼岸で使われる小菊の栽培）をしていて、その姿を見て私もやってみたいと思いました。最初は兼業でも考えましたが、いろんなことを知るにつれて本腰を据えてやらないと駄目だと感じ、農業一本でやろうと決めました」

こう話すのは株式会社 smile farmの代表取締役・谷口豪樹氏だ。埼玉県出身でゴルフ関連の仕事をしていた谷口氏は、東日本大震災発生時は茨城県水戸市におり、その時から「わずかでもいいから復興の役に立つことができないか」と考えていた。そして2013年のクリスマスに、たまたま転勤で福島市へやって来た。「妻とも出会えましたし、生活していく中で福島が好きになりました。ここで復興に携わっていこうと決心しました」と語る。

そんな谷口氏に再び転勤の辞令が出る。「いずれ転勤があるのは分かっていました。でも、2015年に結婚もして、他の場所で働くぐらいなら、会社を辞めて福島に残ろうと決めました」と谷口氏。福島市

の印刷会社で働く傍ら、妻の両親が避難先で行っていた菊などの花卉栽培を手伝うようになる。

妻の実家は福島県川俣町の山木屋地区にある。東京電力福島第一原子力発電所の事故の影響で2017年3月31日に避難指示が解除されるまで、人が住めなかった場所だ。「義父母はいつ地元に戻るか分からない中でも、一生懸命に農業を続けていて、その姿は本当にかっこよかったですし、今でも目に焼き付いています」と谷口氏は当時を振り返る。そして避難指示が解除になると同時に、自身も専業農家の道を歩むことを決意した。

そのタイミングで、近畿大学が川俣町とタッグを組んで2012年から進めていた、早期復興を支援する「“オール近大”川俣町復興支援プロジェクト」の一つ、アンズリウム栽培の話が飛び込んできた。他の農産物と異なり風評の影響を受けにくい花の栽培を積極的に推進する動きがあった中で、古着などをリサイクルして作られるスポンジのような手触りの「ポリエステル媒地」を土の代わりに使用すれば高品質な作物が容易に栽培できる他、土を使わないので風評被害に苦しむ川俣町の農業復興に有望であるとの考えから、アンズリウムの本格栽培に向けた準備が進められていた。



代表取締役の谷口豪樹氏

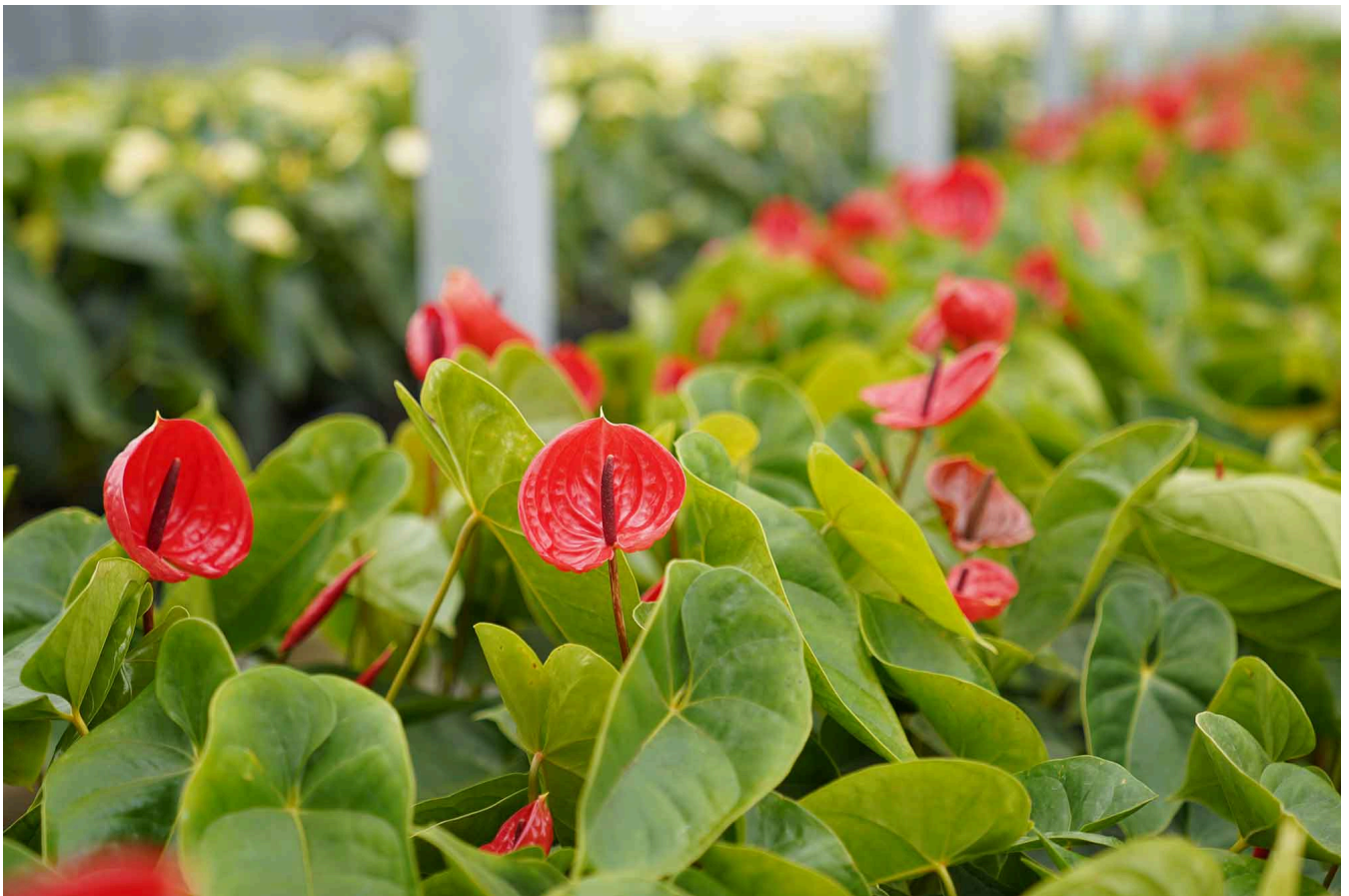
土を使わない新しい農業で風評の影響を受けずにアンズリウムを栽培

川俣町では2013年から、栽培マニュアルの作成に向けてアンズリウムの実証栽培を行っていた。2017年には、町内の11農家が合同で「川俣町ポリエステル媒地活用推進組合」を設立し、本格的な栽培がスタート。谷口氏もその一員となった。「この地域で南国の花が育つのか、土を使わないでできるのかという不安がなかったわけではありません。でも、土を使わずポリエステル繊維で栽培ができれば新しい農業の形ができ、次へのステップにつながると思ったんです」と話す。ポリエステル媒地には、土に比べ連作障害が起きにくい、難しい作業が不要、再利用も可能といったメリットがある。

簡単な挑戦ではなかったが、町の復興にも関わる事業だけに、「苦労があるのは分かっていましたが、まずは一度、成功させようと強く思いました」と谷口氏は語る。栽培開始から出荷までは2年ほどかかるため、その間の収入はゼロ。予想以上に費用もかかり、借金も増えたという。

例えば、寒さをしのぐために大型の暖房機器や厚手のカーテンを取り付けるなどしたが、それだけでは寒さに弱いアンズリウムの栽培に不十分で、谷口氏はハウス内の環境を自動的に最適化するIoT (Internet of Things) を導入。ハウス内の温度や媒地の水分量などをスマートフォンのアプリで確認でき、窓の開閉や水の散布を自動化するとともに遠隔操作も可能に。作業時間やコストをIoTによって大幅に削減したスマート農業を実現した。

そして諦めることなく栽培を続け、2021年に川俣町全体のアンズリウム出荷数が年間30万本を達成して日本一を記録する原動力になった。

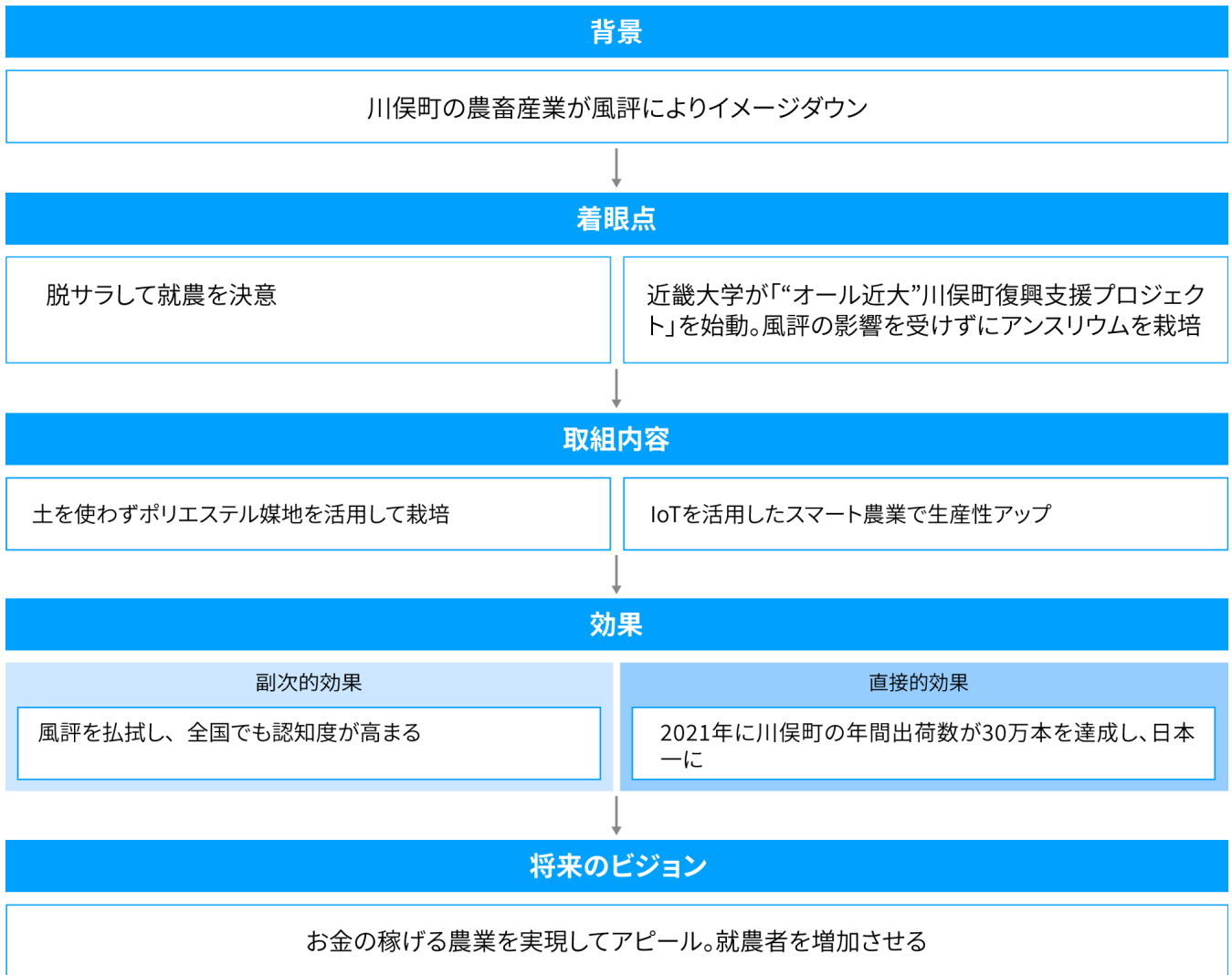


smile farmのハウスで育てているアンズリウム

「今思うと、農業のことを知らずに始めたから、ここまでできたんじゃないかなと。たくさん失敗もしてきましたが、全てが経験になった。無知だった自分に共感してくれた方も多く、たくさんサポートをしていただきました。そして2023年5月には、やっと認定農業者になることもできた。本当の意味でのスタートはこれからです」と谷口氏は語る。

2021年には法人化し、花卉栽培にとどまらず、ワークショップの開催、イチゴ栽培、観光農園の開設など、農業をより身近に感じてもらうための策を打ち出している。「4年前に、こういうことをしたいという目標を書いたんですが、それが今、こうして全て実現している。義父母から反対され、『やらせてもらえないなら埼玉に帰ります』と反抗したこともありましたが、アンズリウムが軌道に乗りつつある今、次は農業に関わる人を増やすために、成功例を作り上げたいと考えています」と話す。

チェンジマップ CHANGE MAP



連携・協働

行政、大学、市場との連携が新たなチャレンジを生む

smile farmの成長に欠かせないのが、行政、近畿大学、アンズリウムの販路を請け負う株式会社大田花きの存在だ。

川俣町はアンズリウムを「復興の花」と位置付け、「かわまたアンズリウム」と名付けて町の活性化につなげようと、生産者を募った経緯がある。この行政の取り組みに賛同した一人が谷口氏だ。また、町では関係・交流人口を増やしたいというねらいもあり、谷口氏はこれにも応えるべく2023年2月にイチゴ狩りやアンズリウムを活用した観光農園をスタートさせた。「この農園にたくさんの人が訪れてくれれば町の活性化はもちろん、若い世代へ農業の魅力を伝えることもできると思うので」と谷口氏は語る。この農園は、アンズリウムやイチゴ狩りの他、季節の野菜の収穫体験ができ、フラワーアレンジなどのワークショップも楽しめて、訪れた人が「笑顔になれる観光農園」だ。

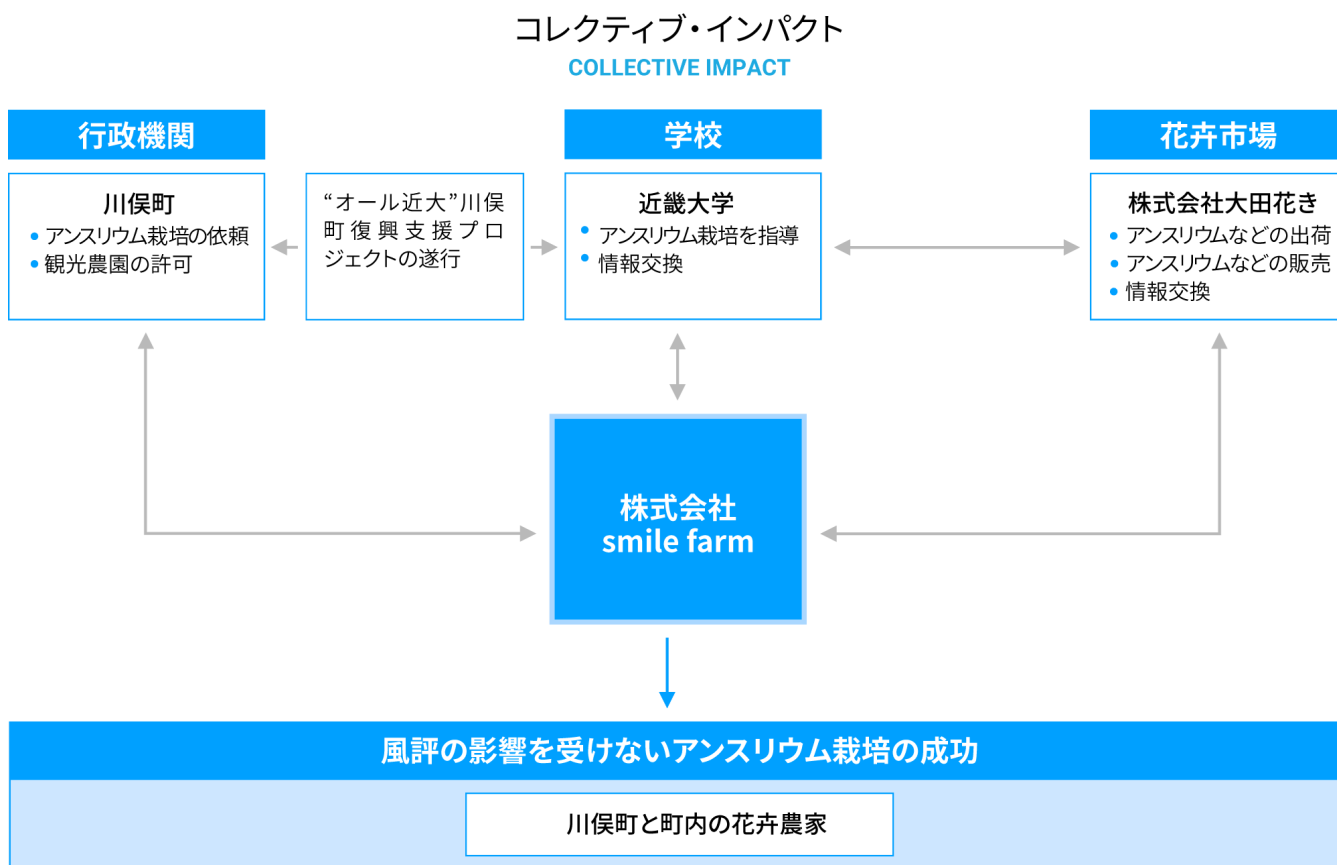


2023年2月に観光農園スタート

復興支援の一環として「“オール近大”川俣町復興支援プロジェクト」に取り組んできた近畿大学は、社会連携推進センターの田中尚道教授が中心となり、谷口氏ら川俣町の農業者にポリエステル媒地を活用したアンズリウムの栽培方法を伝授。川俣町ポリエステル媒地活用推進組合が始動した当初は月に1度、川俣町を訪れて農家の人々と情報交換を行っていたという。「ポリエステル媒地については、アンズリウムだけでなく、イチゴ、トマトなど、野菜や果物の栽培も可能であることも教えてもらいました」と谷口氏。それが、観光農園の実現にもつながっている。

栽培以外の部分でも関わりは深い。同大学の文化デザイン学科の学生が、アンズリウムの販売に使うダンボールのデザインも手がけた。「大学との連携によって視野が広がるだけでなく、新しい挑戦もしやすい環境にあるのはありがたいです」と谷口氏は語る。

そして、大田花き。花卉の出荷は約9割が市場向けとなるため、その存在はとても大きい。東京都に本社を構える大田花きは、卸売市場を管理している他、コンサルタント事業も展開。「組合設立当初、売り先が心配だったのですが、町と近畿大学さんが大田花きさんと話し合いを進めてくれて出荷が決まりました。今ではアンズリウムだけでなく、他の花についてもアドバイスを頂くなど、良好な協力関係を築けています」



持続性

もうかる農業を実現し就農者を増やしていく

2017年の就農後、さまざまな経験を積み、周囲からも一人前と認められるようになった谷口氏。福島の復興に関わるという思いを実現させる中で、新たな目標も生まれてきている。それは、農業に関わる人を増やすことだ。「農業の経営は難しい。いいものを作ろうとすればするほどお金もかかりますが、薄利で割に合わない部分もある。私自身も燃料費の高騰などがあり、人材を確保できない状態が続いています」

農家の高齢化や人手不足は今に始まったことではない。10年以上前から叫ばれているが、明確な解決策はない状況だ。だからこそ谷口氏は自分の成功体験を、若い人たちを中心に伝えていきたいと強い意欲を見せる。

「職業の選択肢が広がった中で、農業に興味を持ってもらうには『稼げる』という点をアピールしないと駄目だと思います。川俣町は高冷地で雪も少ないエリアですので、少し時期をずらして野菜を出荷できることもある。そういう地の利も生かし、新しい農業にチャレンジしていけば、絶対にもうかる農業ができると思います」と話す。

自らが新しい農業のスタイルを確立し、それを若い人たちに伝える。実際に作業も体験してもらえば、興味を持つ人も増えていくだろう。そして、就農したい人にはサポートを行っていく。そうした流れを生み出して、農業に携わる若者を増やしていきたいと考えている。

20代、30代の若者にアピールするだけでなく、子どもたちが農業に触れる機会を増やして興味を持ってもらう施策も考えている。「子ども専用のイチゴ狩り施設を造りたい。また、子どもたちが体験農園で作った作物を一日店長のような形で販売することも体験してもらえれば、総合的に農業に関するイメージが膨らむと思うんです」

農家の高齢化や担い手不足、耕作放棄地の増加をはじめ、日本の農業が抱えている問題は多い。しかし、農業未経験者から認定農業者まで成長し、さまざまなアイデアと工夫で新たな農業の形を切り開いた谷口氏のような農業者が増えていけば、この厳しい状況も少しずつ変わっていくのではないだろうか。



成功体験を伝えたいと語る谷口氏

• 問い合わせ先

企業・団体名 : 株式会社 smile farm
代表者 : 谷口豪樹氏 [代表取締役]
所在地 : 福島県伊達郡川俣町山木屋字向東山5-9
WEB : <https://smile2525farm.com/>
MAIL : goki0824@outlook.jp



2023

★10

一般社団法人 ならはみらい

【福島県楡葉町】

町民と町外、双方のボランティアグループが参加する新しい町づくり

取組概要

東日本大震災後、「『きずな・安心・活力』を取り戻し、町民が誇りを持てる魅力あるまちづくり」を目指して2014年に設立。町民で結成する「なにかし隊」、町外の人々で構成される「ならは応援団」という独自のボランティアグループを結成して、幅広く復興のためにできることを実現してきた。新電力会社に出資し、行政と連携を取って、財源確保を行いながら移住定住促進事業にも力を入れ、楡葉町の新たな環境づくりに励む。

取組のPOINT

ヒ ト

町の復興に役立ちたいという商工会会長の決意

着眼点

多方面からアイデアを募り新たなイベントを企画

連携・協働

行政との連携を強化し、企業誘致や移住定住策を推進

持続性

若い世代がリーダーシップを取ることがより良い発展につながる

ヒ ト

町の復興に役立ちたいという商工会会長の決意

檜葉町が来たるべき避難指示解除に向けて帰町準備室を開設した2014年6月に、時を同じくして設立された一般社団法人ならはみらい。現在代表理事を務める渡邊清氏は、12人の発起人のうちの一人だ。

檜葉町の農家に生まれた渡邊氏は、地元を離れて東京の企業に勤めたが30代でUターンし、布団のクリーニングやレンタルを行う「ヘルシージャパン」を起業。地元のホテルや企業の寮、介護施設などを取引先として業績を伸ばしていった。その後、檜葉町の商工会会長を務め、檜葉町の発展に貢献してきた。

そんな渡邊氏も、東日本大震災の影響で起きた東京電力福島第一原子力発電所の事故により避難。先の見えない状況ではあったが、避難から約3カ月後にはいわき市で事業再開にこぎ着けた。そ

れから約1年半後には、国から特別な許可を得て、除染作業員向けのレンタル布団の事業を行い、
檜葉町にあった自社工場を再建した。

自身の事業だけでも大変な状況であったが、渡邊氏の頭の中には町の復興への思いが常にあった
という。「当時私は、商工会の会長もしていたので役場との関わりも強かった。役場の人たちが深夜
まで、あるいは泊まり込みで作業をしている姿は今でも覚えています。疲労で体を壊して辞めた人も
たくさんいた。そんなこともあり、行政が手の届かない部分で何かやれば復興の力になれるかなと
思いました」と渡邊氏は語る。

その後、行政から檜葉町の真の復興を目指す「まちづくり会社」設立の相談を受けて会議に参加。商
工会の女性部長、地元の銀行や農協の支店長などいろいろな人たちが集まって、帰町に向けた計画
などを踏まえた話し合いを重ね、ならばみらいの設立が決定。渡邊氏を含む、会議に参加していた
12人が発起人に名を連ねた。檜葉町を目指すのは、檜葉町民が「きずな・安心・活力」を取り戻し、町
民であることへの誇りを取り戻す、そうした真の復興である。

渡邊氏は、檜葉町商工会会長という立場でも奮闘。行政との官民合同チームをつくり、生活インフラ
を整えるために、仮設商店街（現在の「ここなら笑店街」）の設立を計画し、檜葉町に縁のある飲食店
やスーパーマーケットに商工会から参加の呼びかけも行ったという。



積極的な行動を見せた渡邊氏だが、避難先から一度、檜葉町に戻った時の光景は忘れられないと話す。「音のない世界が広がっていたんです。それを目の当たりにした時は、この状態から復興して新しい町をつくることができるのだろうかという不安を感じました」。そんな経験をしたからこそ、2014年6月1日、JR常磐線の広野駅と竜田駅間での運転が再開され、電車の走る音が聞こえた時は涙が出るほどうれしかったと振り返る。

着眼点

多方面からアイデアを募り新たなイベントを企画

ゼロからのスタートを迎えたならはみらいだが、会議を重ねる中で、これだけは貫くというテーマが決められた。それは「町民主体のまちをつくる」ということだ。

渡邊氏は「まちづくり会社をつくったからといって、そこだけで復興の仕事をするのは難しい。行政の力も必要となりますし、地元企業の協力だって必要になる。さらには、町に住む人たちが新しい檜葉を一緒につくろうという思いにならないと、絶対にうまくいかないと思ったんです」と語る。

一番の課題は、町民にどのような形で参加してもらうか。しかし、その不安もすぐに解消される。復興のために何か手伝いたいという町民の声が多く聞こえてきたからだ。

そこで、ならはみらいが事務局となり、檜葉町民のボランティアグループ「なにかし隊」を結成。月に1度会議を開き、復興へ向けどんなことをしたいか、アイデアを募った。そこから生まれたのが、町内防災無線を利用したラジオ体操の放送だ。体操の前には、檜葉町を元気づける町民のメッセージを日替わりで放送。現在、檜葉町の一日は子ども園の園児の元気な声で始まる。他には、居住者が少なく閑散とした町を少しでもにぎやかにするために「かかしを作って、人間の代わりに置いてはどうか」という案が参加者から出て、「なにかし隊」のメンバーでかかしを作り公共施設など町内の各所に設置した。



「なにかし隊」が作ったかかしは町内各所に置かれた

町外の人たちが参加して活動するボランティア組織「ならは応援団」の設立も、人々が復興により関心を持つためのきっかけとなった。檜葉町の復興を支援する人材・知恵・活動資金が全国から集まり、町の復興につながっている。個人だけでなく団体としての登録も可能にして、気軽に参加できる環境も整えた。現在、登録者数は個人・団体を合わせて300人を超えている。その中には関東や関西の大学も入っており、学生による町民インタビュー「ならは31人の“生”の物語」のプロジェクトが遂行されている。現在もさまざまなアイデアを出してもらい、広くイベントなどを実施。檜葉町の復興や活性化につながる活動に町民や町外協力者と一緒に取り組むことで、地元住民やコミュニティとつながって「絆」が生まれ、それが継続的な活動につながる。

「ならはみらいの基盤は、人と人とのつながり。それをこれからも大切にして、各ボランティアグループとも連携していきたい」と渡邊氏は語る。

チェンジマップ CHANGE MAP

背景

東京電力福島第一原子力発電所事故の影響で全町避難が約3年続いた

着眼点

復興へ向けてまちづくり会社を設立
町民に参加してもらいながら町づくりを行うことも決定

取組内容

指定管理事業

- ここなら笑店街
- みんなの交流館 ならはCANvas

なにかし隊

- かかし作り
- ならは監染め会
- フラワーアレンジメント教室 他

ならは応援団

- 町外の人がイベント時などにボランティア参加
- ならは31人の“生”の物語 他

効果

副次的効果

交流の場が広がる

人と人とのつながりが増幅

直接的効果

他県の人たちにも檜葉町の現状を知ってもらう機会が増える

町民の積極的な参加で多数のイベントを開催、町に活気が戻る

将来のビジョン

町民が一緒になって新しい檜葉町の姿をつくり出す

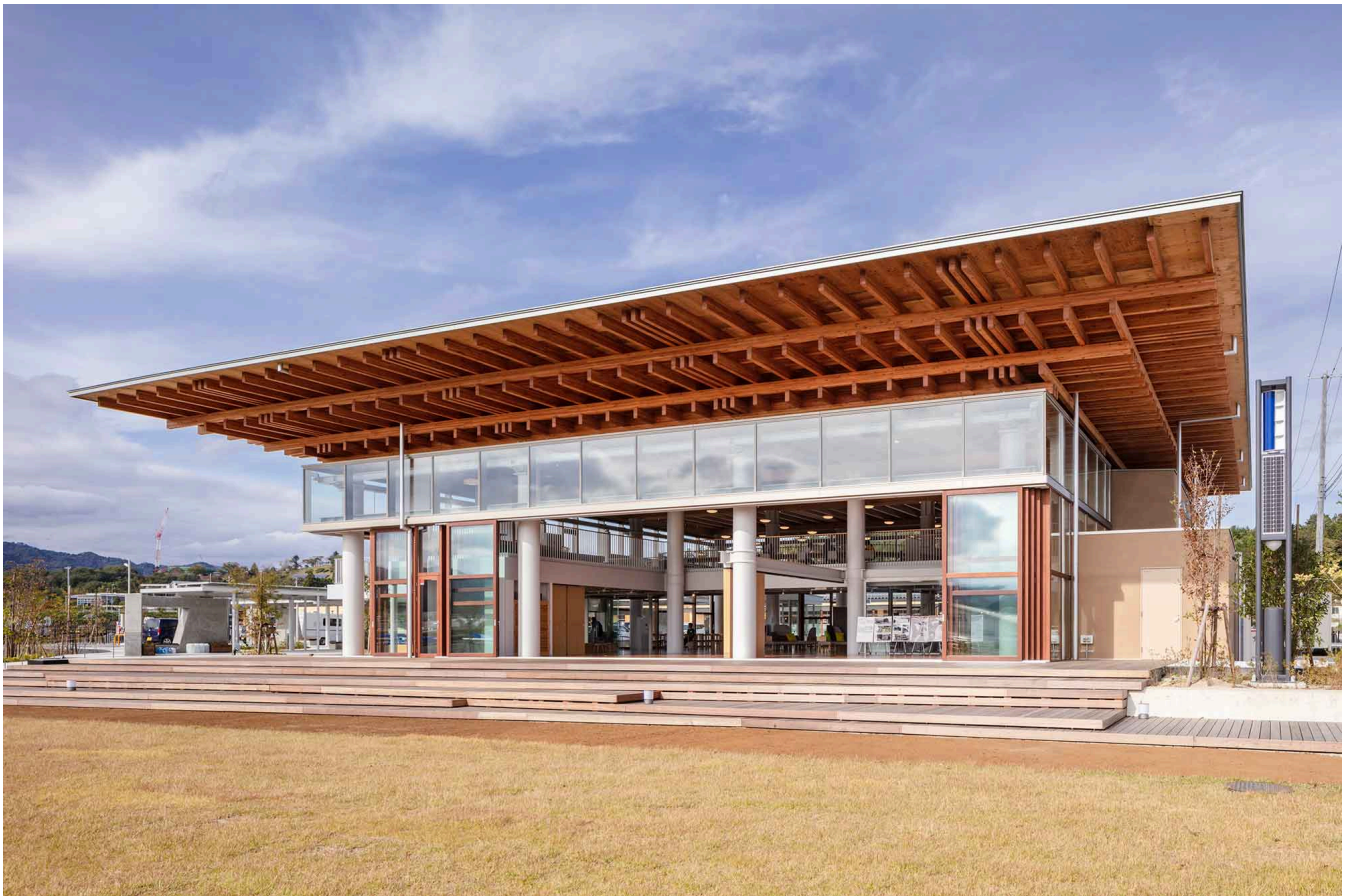
連携・協働

行政との連携を強化し、企業誘致や移住定住策を推進

檜葉町の中心部に位置する復興拠点「笑(えみ)ふるタウンならは」は、商業施設、交流施設、災害公営住宅、診療所、認定こども園など、さまざまな生活機能を集約したコンパクトタウン。この「笑ふる

タウンならは」にある複合商業施設「ここなら笑店街」と交流施設「みんなの交流館 ならはCANvas」について、町から受託した指定管理業務もならはみらいの大きな事業の一つだ。施設利用の促進、テナント会の運営支援、イベントの開催などを通して、町のにぎわい創出に取り組んでいる。

「ここなら笑店街は、かつて役場前の仮施設で営業をしていました。その時は、ならはみらいとして何かしたわけではありませんが、正式オープンからは指定管理者としてイベント運営などに関わっています。そのため、町全体のにぎわいを盛り上げる意味でも、行政との連携はもっと密にしていかなければいけないと思います」と渡邊氏。



町民の声から生まれた交流施設「みんなの交流館 ならはCANvas」

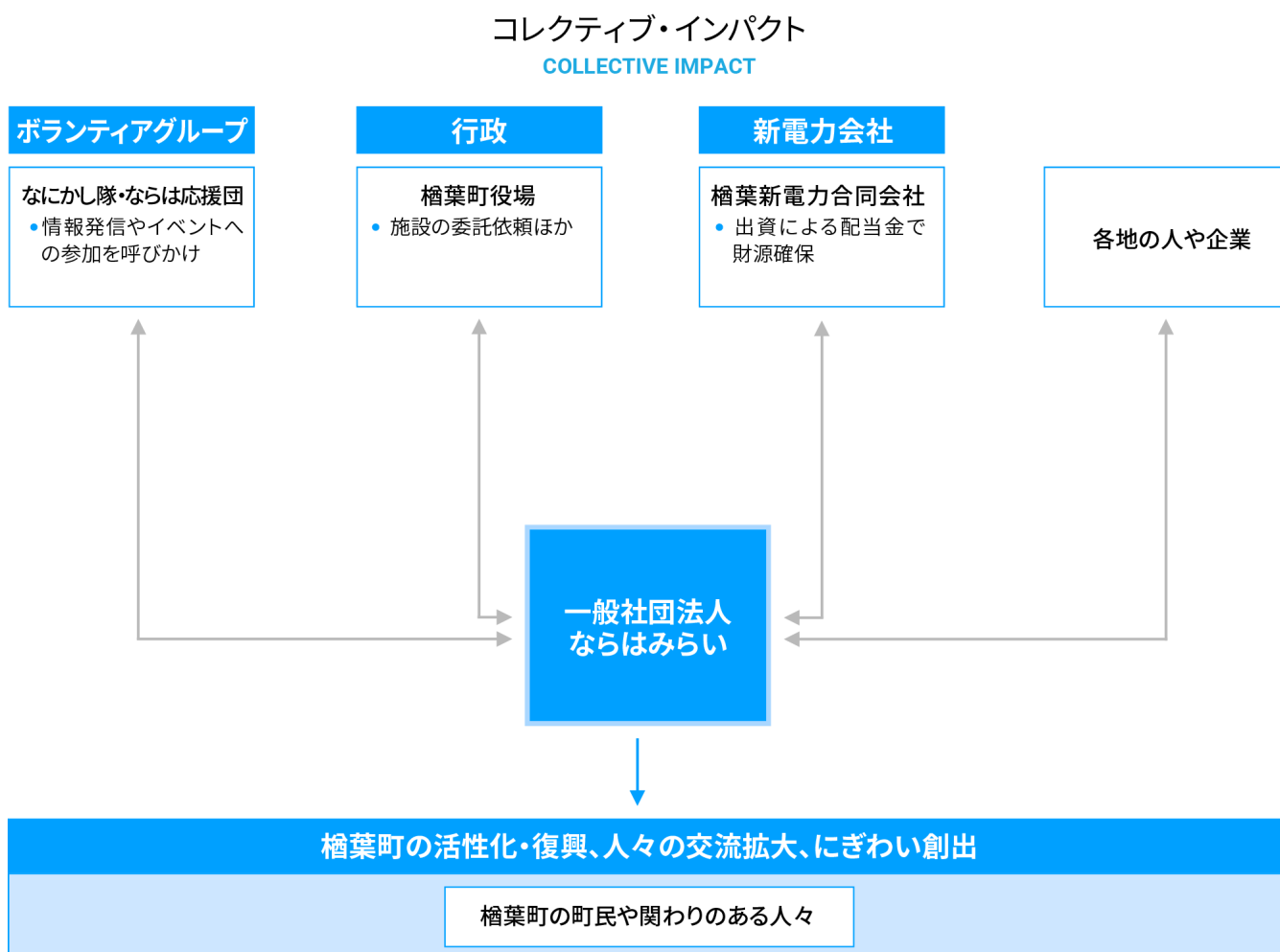
行政には、得意なことと不得意なことがある。その不得意な部分を、まちづくり会社としてならはみらいが補っていくという考えを渡邊氏は持っていた。その考えは、2017年に稼働を始めた波倉メガソーラー発電所を運営する橋葉新電力合同会社に、行政からの出捐金(しゅつえんきん)2億7,000万円を出資したことにもつながる。

「まちづくり会社のような非営利団体は、どのように財源を確保するかがとても重要です。そういう点でも町と連携し、東京電力と何度も話し合いを行い、発電所で作った電力を販売して、年に一定額

の配当金を受け取れる仕組みを作りました。これが徐々に軌道に乗ってきているので、今後ならば
みらいは、安定した財源を活用しながら新しいアイデアを出せると思っています」

現在、ならばみらいが力を入れていることの一つに移住定住の推進がある。過疎化が進むだけでなく、避難指示が長期間に及んだことで町を離れた人々も多い。現在の居住率は東日本大震災前の約6割まで回復したが、新しい町づくりを進めるためにも、もっと多くの人に住んでもらう必要がある。

檜葉町では、多くの企業に町へ来てもらうために産業団地の整備なども実施。企業誘致を積極的に行い、すでに4社ほどが檜葉町に拠点を置くことが決まっているという。また、ならばみらいでは、移住や起業に興味がある人のための施設「CODOU(コドウ)」も開設した。



若い世代がリーダーシップを取ることがより良い発展につながる

避難解除から8年以上の歳月がたった今、町の居住人口は4,000人を超え、住民基本台帳に記される人数の約6割となった。町にはさまざまな施設やサービスが整い、新しい檜葉町の光景が完成されつつある。だからこそ渡邊氏は、これからの町が大切だと気を引き締める。

「町づくりに関しては、われわれのような高齢者ではなく、若い世代が先頭に立ってやらなければいけない時期にきたと思う。今、若い人たちと定期的集まって飲みながら語る場を設けているんです。発想豊かな若い世代からリーダーが出てくれば、より良い町づくりができるはずですが、仕事もある若い人が町づくりにどっぷり漬かるのは難しい。だから、これからの町を担う若者たちの後押しとなるように、復興の過程で得た経験や人とのつながりを継承していくことで彼らの町づくりを少しでも応援できたらと思います。若い世代が重荷に感じず、みんなで協力しながら楽しく取り組んでもらえればいいですね」と語る。



2022年8月に開催された「第1回ならは百年祭」。この新しい祭りも、町に関わるさまざまな人たちがアイデアを出し合って実現させたものだ。ならはみらいの設立から約10年がたとうとしている中で、人と人のつながりが広がり、新しい檜葉町の姿がだんだんと見えてきているのは間違いない。2020年から、ならはみらいの専務理事を務める永山光明氏も「町で子どもの姿を見られるのは本当にうれしいこと。子どもは町の未来ですから」と笑顔を見せた。

町づくりと聞けばハードルが高く感じられるが、できることに参加してもらい、やりたいことをみんなで形にしてもらうとなれば、誰もが気軽にやってみようと思えるに違いない。決してハードルを高くせず、町内外に関わらず少しでも檜葉町に興味のある人に参加してもらおうという姿勢を崩さないことが、今後も町の発展において不可欠なものになるだろう。

● 問い合わせ先

企業・団体名	： 一般社団法人 ならはみらい
代表者	： 渡邊清氏 [代表理事]
所在地	： 福島県双葉郡檜葉町大字北田字中満260 みんなの交流館 ならはCANvas内
WEB	： https://narahamirai.com/
MAIL	： info@narahamirai.com