

「新しい東北」事例集

～地域課題解決に向けた挑戦～



「新しい東北」とは…

復興庁では、従前より様々な地域課題を抱えている東日本大震災の被災地における、地域の課題を解決し、自律的で持続的な地域社会を目指す取組を「新しい東北」の創造に向けた取組と呼び、事業支援や交流の場づくりなど、様々な施策を実施しています。

こうした施策の一つとして、平成28年度、「新しい東北」の実現に向けた取組について、大きな貢献をされている個人・団体を顕彰することにより、その活動を広く情報発信するとともに、被災地内外への普及・展開を図ることを目的として、「新しい東北」復興・創生顕彰を創設しました。

本事例集においては、復興の過程における先導的な取組を、地域課題解決に取り組んでいる方々の参考とするため、平成28年度の「新しい東北」復興・創生顕彰受賞者の取組のねらいや今後の展望について、「ヒト」「着眼点」「連携・協働」「持続性」という4つの視座から調査・分析を行っています。

平成28年度「新しい東北」復興・創生顕彰 実施概要

募集期間：平成28年11月14日～12月13日

応募数：174件（個人部門29件、団体部門145件）

受賞者数：10件（個人部門3名、団体部門7団体）

※平成28年度は、集中復興期間5年間の活動を顕彰する「新しい東北」復興功績顕彰を合わせて実施

Contents 目次

P 2 ————— はじめに「新しい東北」とは…

P 4 ————— 「新しい東北」事例集 4つの視座

岩手県

- P 6 —————
- 1 寺崎 幸季 氏 岩手県 釜石市
灰色の住宅を彩るマグネットアート
 - 2 特定非営利活動法人wiz 岩手県 大船渡市、盛岡市
若者に示す「岩手ならできる」という指標
 - 3 一般社団法人マルゴト陸前高田 岩手県 陸前高田市
被災地×交流人口＝無限大の可能性

宮城県

- P 18 —————
- 4 小松 洋介 氏 (特定非営利活動法人アスヘノキボウ 代表理事) 宮城県 女川町
まちづくり・ひとづくりで過疎化を止める
 - 5 一般社団法人フィッシャーマン・ジャパン 宮城県 石巻市
水産業の未来に革命を起こす

福島県

- P 26 —————
- 6 株式会社小高ワークスベース 福島県 南相馬市
ゼロからイチを生み出す風土をつくる
 - 7 「高校生が伝えるふくしま食べる通信」編集部 福島県
高校生が届ける生産者の熱い想い
 - 8 渡辺 正 氏 (合同会社かわうち屋 職務執行者) 福島県 川内村
故郷の魅力を再発見し全国へ発信する
 - 9 特定非営利活動法人TATAKIAGE Japan 福島県 いわき市
福島から日本をたたき上げる

広域

- P 42 —————
- 10 グーグル合同会社
ITの強みを生かし将来の災害に備える

P 46 ————— Discussion 「新しい東北」の針路
課題から新しい価値を創造する



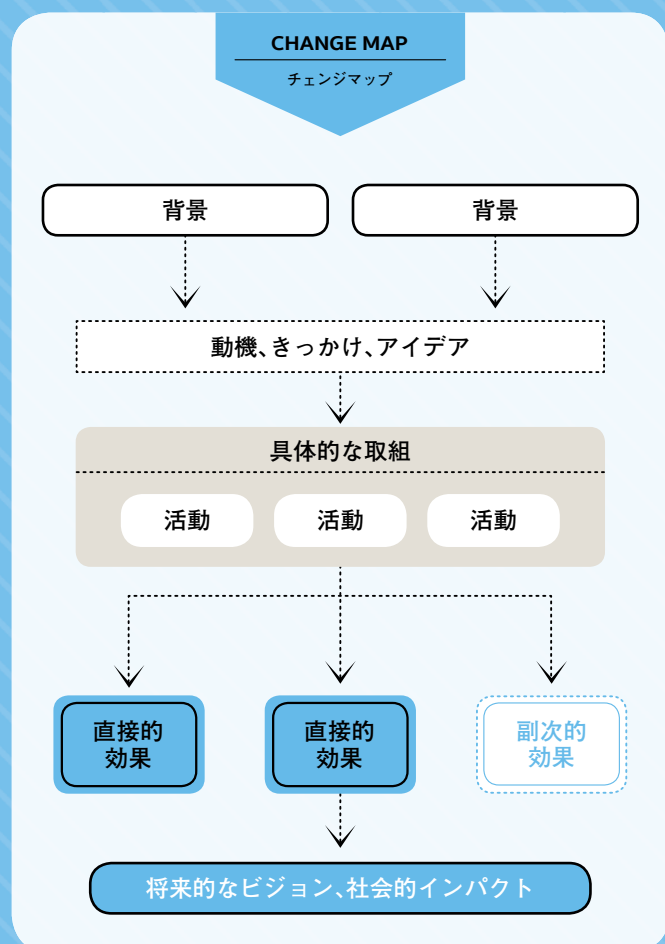
① [ヒト]

「ヒト」の項では、中心となる人物が取組を始めたきっかけ、動機、またそれに共感した人々がどのように取組に参画していったのか、という点に焦点を当てている。

その背景には、震災に起因した問題だけでなく、それ以前からの地域課題があり、課題解決の具体的なニーズがある。



② [着眼点]



4「新しい」

本事例集では、平成28年度「新しい」の事例を取り上げ、東北で進む地域本ページに示す、4つの視座から分

「着眼点」の項では、取組を特徴づけている仕組みや方法論、事業のモデル性に焦点を当てている。

本事例集では、取組の狙いやモデルを眺望するため、取組の特徴を表したロジックモデルを作成している。

課題に対してどのような動機やきっかけ、アイデアから出発し、具体的な取組を通じて地域にどのような変化をもたらしたのか。また、直接的な効果と当初意図していなかった副次的な効果が生まれ、そのような積み重ねの先に現在どのような将来像を描き、社会に変化をもたらそうとしているのかを図説する。

3 [連携・協働]

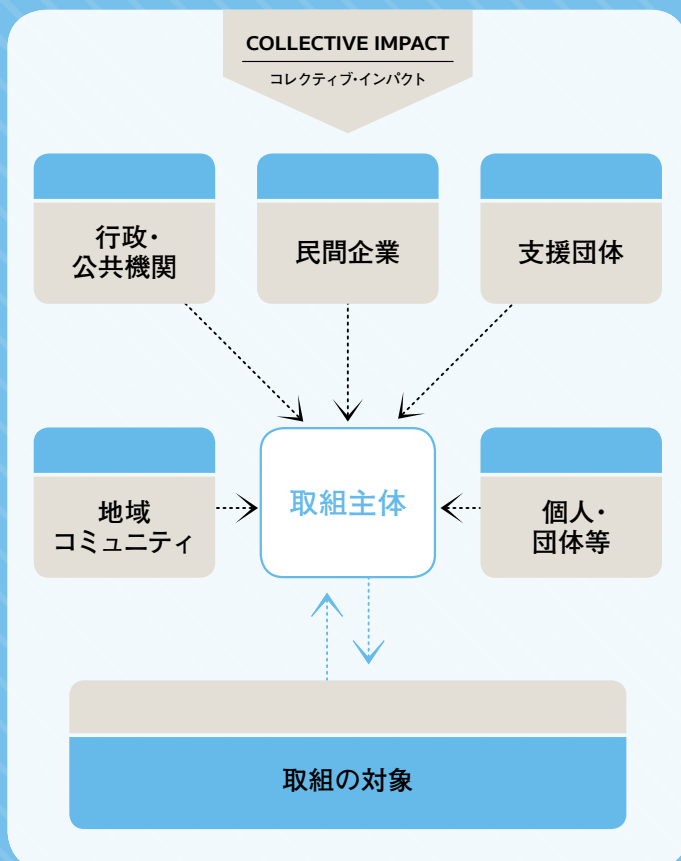
東北」事例集 の視座

東北」復興・創生顕彰に選定した10
の復興・創生に向けた取組について、
析を行っている。

「連 携・協働」の項では、取組の成果を生み出す
ための効果的な連携や協働のかたちに焦点
を当てている。

ここでは、コレクティブ・インパクト(※)と呼ばれる効果
的な連携・協働の姿を、取組の主体と、行政、民間企業、
地域の関係者それぞれの関わり方を含めて図解してい
る。

※コレクティブ・インパクト：立場の異なる組織（行政、企業、NPOなど）
が、組織の壁を越えてお互いの強みを出し合い社会的課題の解決を目指す
アプローチ



「持 続性」の項では、取組を継続していく上で、
事業収入などの自主財源の確保や人的・物的
協力関係の構築などについて、取組主体が
どのような工夫・努力をしているかに焦点を当てている。
また、取組を発展させるために現在課題となっている点
についても示している。

4 [持続性]



1 寺崎 幸季 氏 岩手県 釜石市 灰色の住宅を彩るマグネットアート

Point ▶ 取組のポイント

【ヒト】

支えてくれた人に
恩返しを

【着眼点】

長時間を過ごす
仮設住宅に愛着を

【連携・協働】

周囲やNPO、
著名人の支援

【持続性】

仮設から街の装飾へ、
そして熊本との交流

Area ▶ エリア

岩手県釜石市

Player ▶ 取組主体

寺崎幸季氏

Project ▶ 取組の内容

マグネットアートを使った街の
装飾・交流

Profile ▶ 人物紹介

寺崎幸季（てらさき ゆき）

釜石小学校6年生の時に被災、自宅は半壊し、避難所、仮設住宅で生活を送る。県立釜石高校生の時にプロジェクトを企画。高校生として周囲のサポートを受けながら、マグネットアート作品を全国から約1万3000枚（2017年11月取材時）を集めることに成功した。2017年春から、大学生としてまちづくりを学んでいる。



気持ちがこもった
アート作品で街に愛着を

【ヒト】

支えてくれた人に
恩返しを

「マグネットぬりえプロジェクト」を発案、推進した寺崎幸季さんが震災に遭遇したのは、小学校6年生の時だった。自宅は津波で半壊。地震直後に高台から津波にのみ込まれる街の様子を目の当たりにした衝撃から、PTSD（心的外傷後ストレス障害）を発症した。避難所で辛い毎日を送っていた寺崎さんは、たくさんの温かい心に元気づけられた。

卒業式は目前だったが、釜石小学校の体育館には自宅に帰れない多くの人々が避難している。だが、そんな人たちが「子どもたちのために」と、体育館を空けてくれた。そのおかげで卒業式を迎えられたことが、いまでも大切な思い

出になっている。卒業式は予定より18日遅れの4月5日、多くの卒業生はジャージ姿だったが、周囲の温かい心遣いが何よりの祝福だった。

大ファンだったお笑いコンビ、ノンススタイルの存在も大きかった。避難所でやっと携帯電話が使えるようになった時、ノンススタイルの石田明さんのブログを見ると、「辛い時にクスッとでもしてもらえたら」と、毎日のようにネタを公開していた。「あこがれの人が応援してくれていると思ううれしくて、心の支えになりました」と、寺崎さん。

人々のやさしさに触れた寺崎さんは、自分も地域に恩返しをしようと思うようになる。中学2年生になると、自身でも大好きなお笑いのライブを企画。吉本興業からの協力を取り付けて、お笑い芸人を派遣してもらい、避難所だった体育館で開催した。招待したのはも



① アートに取り組む寺崎さん ②③ お笑い芸人ノンススタイルのおふたりが作成したマグネット

寺崎幸季さんは高校生の時、当時住んでいた仮設住宅の灰色の外壁をマグネットシートにハートマークをあしらったマグネットアートで彩ろうと、「マグネットぬりえプロジェクト」をスタートさせた。その取り組みは釜石の街へ、他の被災地との交流へと、広がりを見せている。

Area ▶ エリア

岩手県釜石市

もちろん、卒業式の時、避難所を空けてくれた人たちだった。

県立釜石高校に進学した2014年夏には、官民パートナーシップ「TOMODACHIイニシアチブ」のサマー・プログラムに参加した。公益財団法人米日カウンシルと在日アメリカ大使館などが主催、次世代リーダー育成のため、被災地の高校生たちがアメリカで地域貢献やリーダーシップについて学ぶプログラムだ。

帰国後は、子どもたちにキャリア学習などを提供する認定NPO法人カタリバが開いた「全国高校生『鎌倉』カイギ〜高校生が町のために何かしたい〜」に参加した。地域の課題や解決策について、考えたかったからだ。

こうした被災地の高校生を支援するプログラムへの参加を通じて、被災地で地域貢献に取り組む他の高校生たちと知り合い、触発されて「自分も高校生として地元の釜石の課題を解決するために何か貢献をしたい」と思いをめぐらすようになった。

[着眼点]

時間を過ごす 長 仮設住宅に 愛着を

日々の生活のなかで、寺崎さんが抱いたのは「中学・高校時代という大切な時期を過ごしたにもかかわらず、仮設住宅を『家』と実感できないのはなぜだろう」という疑問だった。

「私にとっての家は震災前の家。仮設住宅は『カセツ』と、寺崎さんの友人も話している。

そして、「昔の家に強い愛着があるのは当たり前だけれども、仮設住宅が家として愛着を持たれないこと自体が大きな課題ではないか」と気が付いた。

大人にとっても3年間は長いかもしれないが、子どもにとっての3年間は、もっと長い。その期間を『カセツ』で過ごし続けるのは寂しい。仮設住宅にも愛

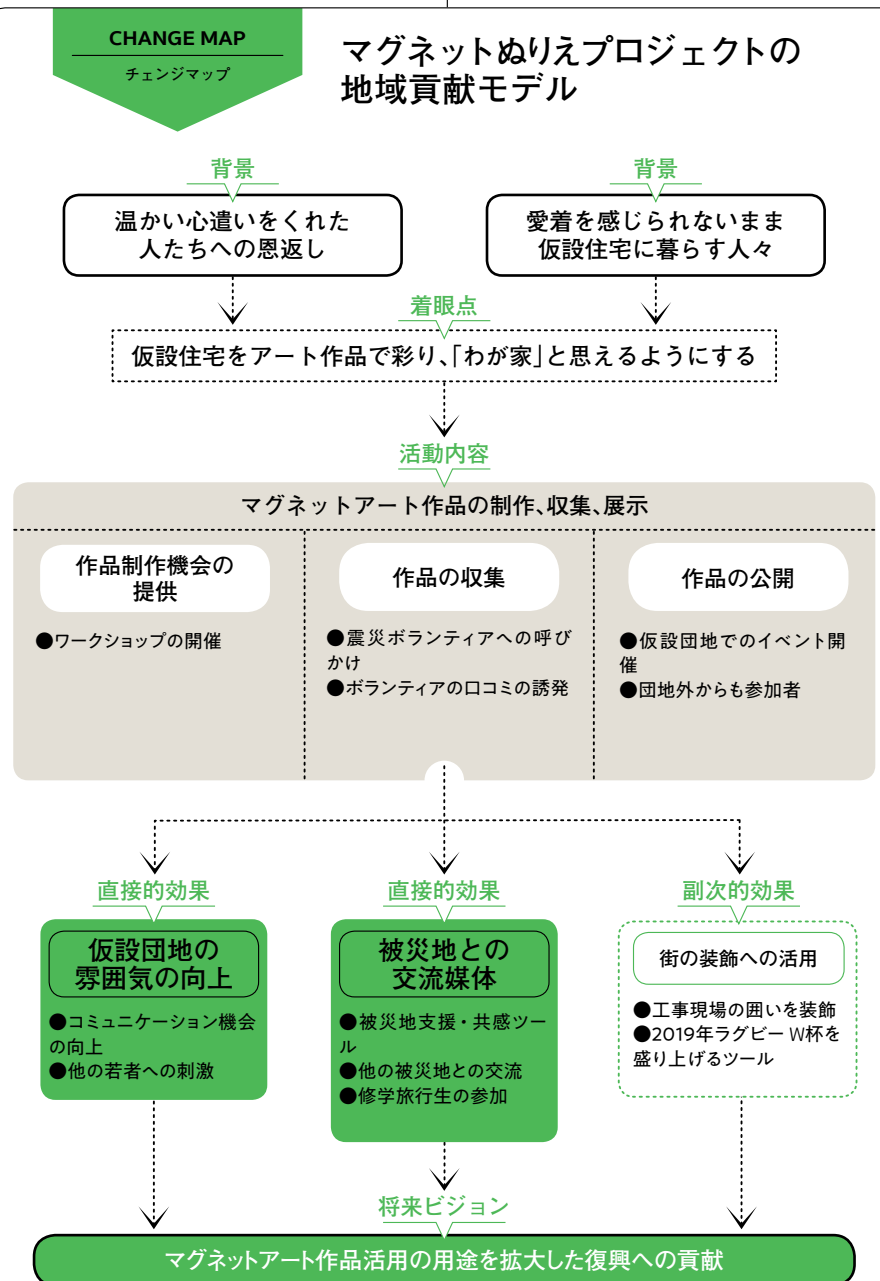
着が持てるようにしたいという思いから、発案したのが「マグネットぬりえプロジェクト」だった。

このプロジェクトは、震災直後から被災地でアートを通じた被災者支援活動を展開している、現代美術家で東京藝術大学教授の日比野克彦氏の取り組みからヒントを得た。マグネットシートにカラフルなハートをあしらった「マグネットアート」を被災者や被災地を支援したい人たちに作ってもらい、仮設住宅のプレハブ長屋の味気ない灰色の外壁を明る

くしようというものだ。

「住民のみんなで作れば、コミュニケーションの機会にもなるはずです。それに、学校の美術の時間に何時間もかけて描いたり、作ったりした作品には愛着が生まれませんか。だから、アートは愛着を持ってもらうには良い方法だと思います」と、寺崎さんは話す。

ちょうど、寺崎さんが住む昭和園の仮設住宅（中妻町仮設団地）は、仮設住宅の集約に伴って、市内で最初に取り壊されることが決まっていた。簡単に



はがせるマグネットアートなら、取り壊されても、次の場所に生かすこともできるはずだと考えた。

高校生会議の場で発表したこの提案は決勝に残り、高い評価を受けた。自信を深めた寺崎さんは、地域貢献の思いを込めてプロジェクトを始動した。

【連携・協働】

周囲やNPO、著名人の支援

寺崎さんの提案は、社会起業支援NPOの一般社団法人アショカ・ジャパンからも認められ、2014年11月、寺崎さ

んは「アショカ東北ユースベンチャー」のベンチャラーのひとりに選ばれ、1年間の活動資金も受け取ることができた。

だが当初、寺崎さんはさすがに、プレッシャーを感じながら思い悩んでいた。「ひとりの高校生が、たくさんのマグネットアートを集めるなんて、無理ではないだろうか。どうしたら集められるのだろう……。」

そこでまず、日比野氏とのコンタクトを試みた。しかし相手は全国を飛び回る著名なアーティストで、なかなか連絡がとれない。途方に暮れていた時に、手を差し伸べてくれたのが地域の大人たちだった。釜石市で、地域のために立ち上がる人々の支援活動をする一般

社団法人三陸ひとつなぎ自然学校の伊藤聡代表理事から、東北を訪れていた日比野氏を紹介された。

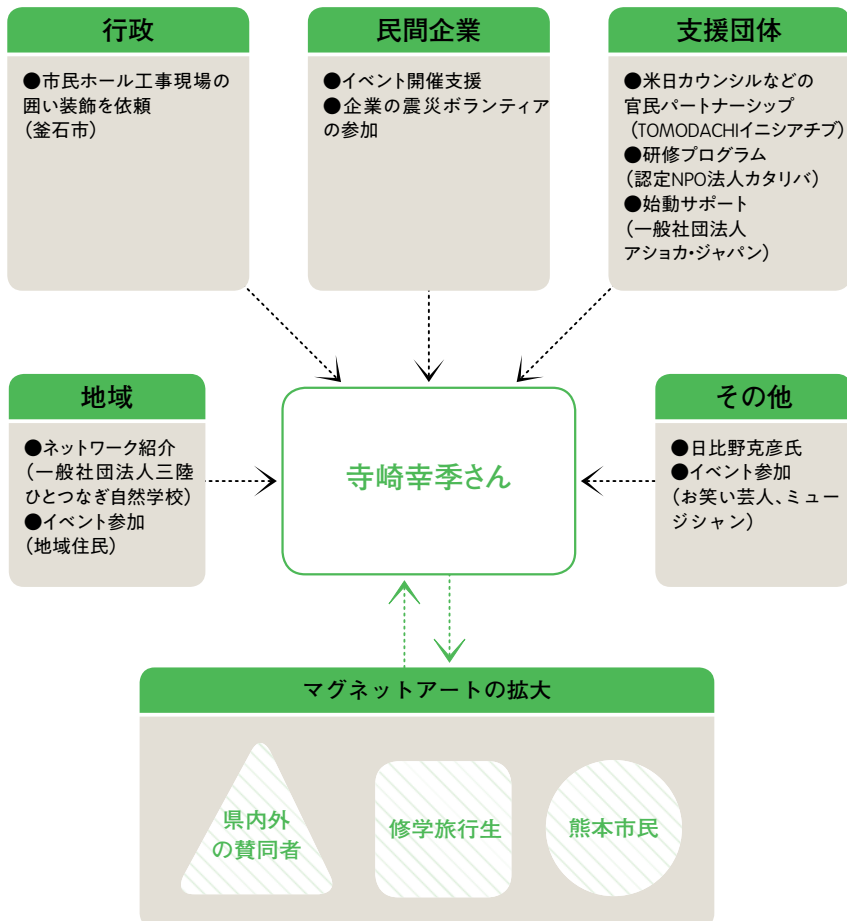
2015年5月に、寺崎さんは忙しい日比野氏と15分ほど、面会する機会を得た。短い時間のなかで、プロジェクトのこと、それをやりたい理由などを懸命に訴えと、日比野氏も「一緒にやりましょう」と支援を快諾。さらに日比野氏から紹介されたマグネットシートのメーカーは、マグネットシートの提供も申し出てくれた。

ここからプロジェクトは一気に進んだ。8月には仙台市のイベント会場で、マグネットアートのワークショップを開催。参加者に、思い思いのハートをデザインしたシールをあしらった10センチ四方のマグネットシートを作ってもらうことができ、1,000枚ほどが集まった。

さらに、三陸ひとつなぎ自然学校を訪れていた、大学生や社会人のボランティアからも協力を得ることができた。

COLLECTIVE IMPACT コレクティブ・インパクト

マグネットぬりえプロジェクトの 連携・協働の図





しかも、そのボランティアたちが地元や会社に戻った後、気軽にできる被災地支援として周りの人に呼びかけてくれたことで、マグネットアート作りの輪は全国に拡大した。SNSでの呼びかけもあって、その年の9月までに計約6,000枚のマグネットアートが全国各地から寄せられた。

そして9月20日には、寺崎さんが住んでいた昭和園の仮設住宅で、日比野氏のほか、共感したミュージシャンら、多くの人のサポートでイベントが開かれた。子どもからお年寄りまで、多くの住民にマグネットアートを作ってもらい、全国から届いた作品と合わせて、仮設住宅の外壁にマグネットアートをパッチワークのように貼って飾り付けていく。当日は東京など遠方からもわざわざ足を運んで参加してくれた人がいて、食品会社からはイベント時の炊き出し支援の申し出もあった。プロジェクトは大成功だった。

[持続性]

仮設から街の 装飾へ、そして 熊本との交流

プロジェクトは仮設住宅にとどまらず、街を彩るかたちで発展していく。

2016年3月には釜石市からの依頼で、市民ホールの工事現場を囲む白い安全鋼板をマグネットアートで彩るプロジェクトを実施した。さらに多くのマグネットアートを集めて、貼り付け当日はお笑い芸人やミュージシャンなどと、大きなイベントを開いた。

2017年3月には、熊本市現代美術館で開かれた「3.11→4.14-16 アート・建築・デザインでつながる東北⇄熊本」展に、マグネットアートが展示された。日比野氏が手がける被災地支援の全国的なプロジェクト「ハートマーク・ビューイン

グ」の一例として、アートの展示が実現したのだ。仙台と釜石で作られたマグネットアートと、熊本で作ったマグネットアートが交換されて、被災地同士で心を交わすツールにもなった。

寺崎さんは、「高校生だから地域に貢献するのは無理なのではなく、高校生だからできることもあると思いました」と振り返っている。

一連のプロジェクトは、地元の復興に貢献したいという思いを抱く、他の若者へのエールにもなるはずだ。

2017年春、寺崎さんは首都圏の大学の1年生になり、実家の釜石市の仮設住宅を離れた。寺崎さんが釜石を離れた後も、東北を訪れた中学・高校の修学旅行生がマグネットアートを作成してくれている。修学旅行生の学校が東京にある場合は、寺崎さんが後日、学校に講演に出向くこともある。

故郷を離れても、寺崎さんのプロジェクトは終わらない。



① 釜石昭和園仮設住宅に日比野克彦さんとマグネットを貼る様子 ② 支援者のみなさんと記念撮影

2 特定非営利活動法人wiz 岩手県 大船渡市、盛岡市 若者に示す「岩手ならできる」という指標

Point ▶ 取組のポイント

【ヒト】

若者が岩手で活動できるには

【着眼点】

行動のための仕組みづくり

【連携・協働】

アクションを助けるための3つの活動

【持続性】

より若い世代の指標となる

Area ▶ エリア

岩手県大船渡市/盛岡市

Player ▶ 取組主体

特定非営利活動法人wiz

Project ▶ 取組の内容

インターンシップの実施、クラウドファンディングの運営など

Profile ▶ 人物紹介

代表理事/CEO

中野 圭

(なかの けい)

岩手県大船渡市出身。漁師家系の16代目。大学卒業後、会社員を経て森林保全を目的とした会社を起業した後、震災に遭う。Uターンしてwizで活動しながら、漁師を継いだ。

理事/COO

黒沢 惟人

(くろさわ ゆうと)

岩手県奥州市出身。大学卒業後、SEとして働く。震災後、NPO法人ETICの右腕プログラムを通じてUターン。復興事業の立ち上げ・運営などを経て、wiz専任になった。

岩手で新しい何かに挑戦しよう!

① wizのメンバー ② クラウドファンディングのサイト「いしわり」 ③ インターシップ活動の様子

①



③



【ヒト】

若者が岩手で活動できるには

特定非営利活動法人wiz（以下、wiz）には「岩手な人」の定義がある。「岩手出身者」「岩手に住んだことがある」「岩手が好きだと自信を持って言える」。そのどれかに当てはまれば、その人は立派な「岩手な人」だ。

岩手県の学生は震災の前から、高校や大学を卒業すると進学や就職のために県外へ転出する者が多かった。wizを立ち上げた若き「岩手な人」、中野圭さんと黒沢惟人さんも、東京への転出組だ。ふたりはともに震災後、復興支

援のために故郷へUターンした。

同じように震災後、岩手へ戻ることを考える若者は確実に増えた。wizは若者の岩手での自己実現を目指し、岩手で挑戦したい若者たちを支援するため、現在も活動を続けている。

代表理事の中野さんは、大船渡市の越喜来湾で代々続く漁師家系の16代目。中野さんが上京したのは、大学入学の時だった。卒業後は一般企業へ就職し、2011年1月に国産建築用木材の流通促進にかかわる会社を起業した。

その直後の3月11日、東京で震災に遭遇する。12日未明になっても両親と連絡が取れず、日が昇ると同郷の6人と一緒にミニバンで岩手を目指した。途中の光景に涙を流しながらたどり着くと、

岩手で活動する若者をつなぐネットワークの構築と、若者が岩手に関わる選択肢を提供する目的で設立された特定非営利活動法人wiz。
インターンシップのコーディネート、クラウドファンディング、U・Iターン者の支援などの活動で、アクションすることを岩手のスタンダードにする。

Area ▶ エリア

岩手県大船渡市/盛岡市



両親は無事だったが、故郷は津波に飲まれていた。中野さんはしばらく、東京と大船渡を行き来し、復興支援をする生活が続けた。「地元に戻ってできることのほうが多い」と、Uターンしたのは2011年9月のことだ。

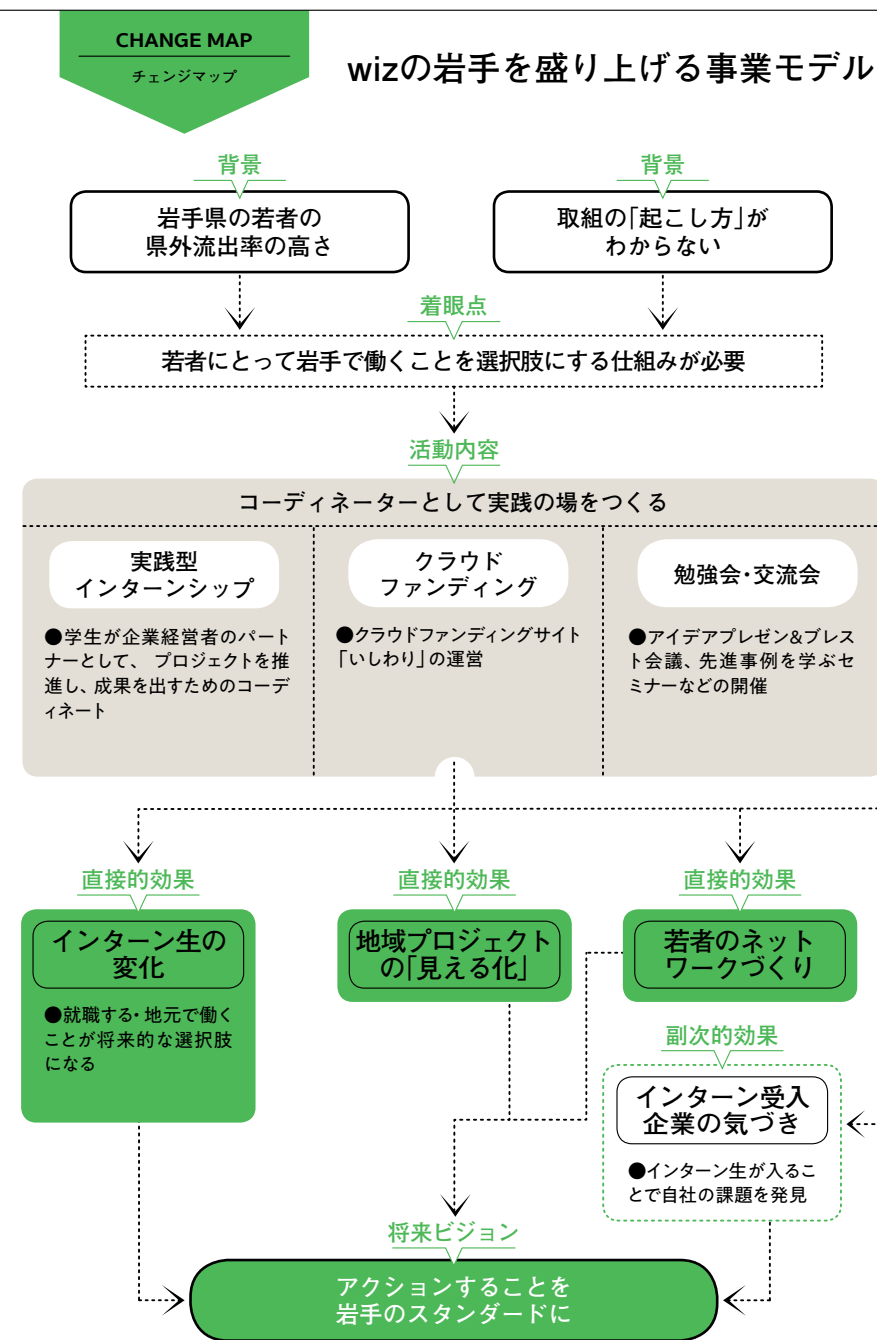
奥州市出身の黒沢さんは、岩手県の大学を卒業した後を上京した。在学中、このまま岩手にいてよいのか迷うようになり、将来的なUターンを前提にして東京へ出た。大手IT企業でシステム・エンジニアとして働いていた時、震災が起きた。すぐに岩手に入り、ボランティア活動をするうちに、復興には長期的な仕組みづくりと運営が重要だと感じるようになった。黒沢さんは、退職して岩手にUターンする決意を固める。

NPO法人ETICの右腕プログラムを通じてUターンした後、岩手県沿岸部の復興事業の立ち上げなどを進めながら、同世代のUターン者との交流を深めていった。中野さんと出会ったのも、このときのことだ。

【着眼点】

行動のための 仕組みづくり

2014年4月、中野さんと黒沢さんは



3人の仲間とともに、5人でwizを立ち上げた。5人は全員、震災後に県外から戻ったUターン者だった。

自分たちは都会にあこがれ、「岩手はつまらない」という思い込みを持つ若者だったと中野さんは振り返る。しかし震災は、人生と価値観を変えるのに十分な出来事だった。「変えた」のではなく、自分でも気づかなかった故郷への想いが「呼び覚まされた」というべきだ。

復興という答えのない問いに挑む同

志が、岩手で出会ったのは運命だと思えた。多くの若者がつながりを持ち、ともに行動を起こすことで岩手を盛り上げたい。その方法を示し、きっかけを提供する仕組みをつくるために活動を始めた。

中野さんは現在、wizの代表理事を務めながら家業の漁師を継ぎ、NPO法人いわて連携復興センターの理事としても活動中だ。

黒沢さんはwizの専任理事となり、

①②③「IWATE実践型インターンシップ」の様子 ④webサイトで公開されている「いしわり」のプロジェクト



多岐に渡る活動を牽引している。wizのおもな活動は3つ、実践型インターンシップのコーディネートと、岩手に特化したクラウドファンディングの運営、地域おこし協力隊となるU・ターン者の支援だ。

【連携・協働】

アクションを ア 助けるための 3つの活動

wizの活動のうち、「IWATE実践型インターンシップ」は、学生には岩手をフィールドに成長する機会を、企業には事業推進や課題解決の機会を提供することが目的だ。多くの学生は、岩手の企業をよく知らないまま「やりたいことができない」と、岩手を離れてしまう。地域

が抱える社会課題を解決したいという想いを持ち、奮起し続ける企業は岩手に数多く存在する。そういう企業・経営者と、学生をコーディネートして、「岩手ではできない」を「岩手ならできる」へ、若者の意識を変えていくことが狙いだ。

インターンシップといえば、数日間の職場体験や採用活動の一環として行われるイメージが強いが、wizがコーディネートするインターンシップは違う。若者（特に大学生）が企業経営者のパートナーとして、企業の新規事業や課題解決方法をともに考え行動し、成果を出すためのプロジェクトだ。

「企業のなかで学生が、経営者の思いを汲みながら、意思決定も含めてがむしゃらに行動することが重要」と、黒沢さん。期間は4～8週間、成果が求められる現場にうまくマッチングさせるため、事前に面談を経て配属先が決まる。

2017年夏には、26名の大学生と、県内の7市町（紫波町、花巻市、矢巾町、釜石市、陸前高田市、大船渡市、住田町）の民間企業など14社との間で、インターンシップをコーディネートした。

ふたつめの活動、岩手特化型のクラウドファンディングは、「いしわり」と名づけられている。盛岡市内にある国の天然記念物、石割桜^{いしわりざくら}に由来した名前だ。

苦境を乗り越え、力強く生きる。それを喜んでくれる人の気持ちに、精一杯応える。そんな石割桜と人々のような関係を生み出すため、クラウドファンディング「いしわり」は始まった。「いしわり」では、岩手をよりよくしたいと考える個人や法人などの「実行者」が、アイデアをプロジェクトとして発信し、それに共感する「協力者」から資金を募る。プロジェクトが目標金額に達して成立した場合、協力者はリターン（お返し）を



Data ▶ 本事例の問合せ先

wiz

所在地：岩手県大船渡市、盛岡市

HP: <http://npowiz.org>

主な事業内容：インターンシップの実施/
クラウドファンディング/地域おこし協力隊

Area ▶ エリア

岩手県大船渡市/盛岡市



受け取れる。2018年1月までに30件以上のプロジェクトをwebサイトで公開し、実行者の多くが目標金額を達成した。

【持続性】

より若い世代の指標となる

前述した「IWATE実践型インターンシップ」では、期間の最後に成果報告会が開かれる。学生、受け入れ企業双方が、インターンシップの成果を発表する場だ。

学生たちの感想は、「成長を実感できたけれども、ここからがスタートです」や、「経営者と新規事業を始められたことはうれしい。この経験は生涯の宝となります」など。企業からは「学生と本気で向き合うことで、得たものが多い。モチベーションの高さや、失敗から真摯に学び改善していく姿は、忘れかけていたもの。実は私たちのほうが刺激を受けていました」という意見もあった。

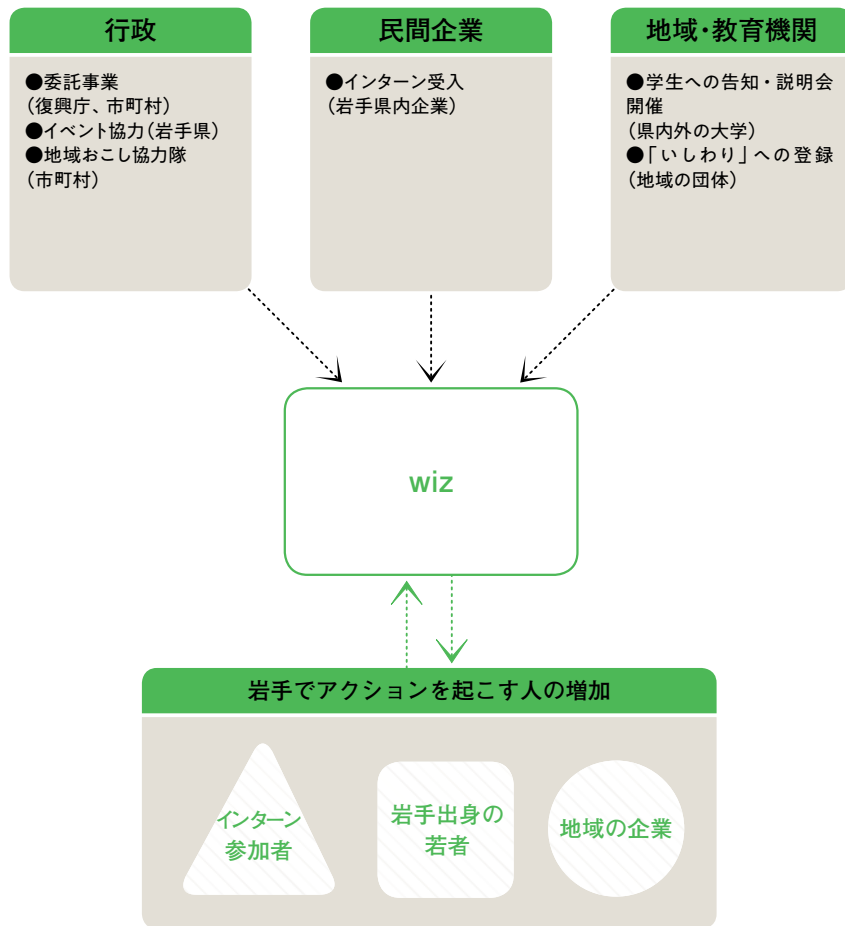
「実際、学生の成長には驚かされます。インターンを通じて顔つき、話し方、すべてが変わっていく。表情から自信を得たのがわかる。何より学生たちが事業の芽、土台をつくりあげたことがうれしい。プロジェクト終了後も、継続的に岩手と関わってもらいたいです」と、黒沢さんは話している。

クラウドファンディング「いしわり」からも、さまざまな成果が生まれている。

COLLECTIVE IMPACT

コレクティブ・インパクト

wizの連携・協働モデル



例えば、岩泉町の小本川漁業協同組合は、台風で壊滅的な被害を受けた岩泉の清流に「あゆの稚魚を放流したい」というプロジェクトを発信した。

あゆの稚魚放流にかかる費用は600万円を見込み、そのうち9割を400人ほどの組合員が負担する。残りの1割60万円を「いしわり」で調達したい、というものだった。岩手出身でAKB48のメンバーとして活躍する佐藤七海さんもこのプロジェクトの応援者となり、県内外69名の賛同者から80万5,000円を集めることができた。

千葉県出身で、縫製の盛んな岩手県久慈地域に移住した香取正博さんは「みんなでくじTを着よう!」というプロジェクトを発信。こちらは目標金額100万円

に対して、144万7,000円が集まった。

黒沢さんは言う。「自分たちよりも若い世代に対して、指標のひとつとなるように、アクションを起こし続ける必要があります。続けていくことこそ、大事だと考えています」

設立から3年以上が経過し、インターン事業の対象となるエリアの拡大も視野に入ってきた。当初は補助金により運営していたが、現在は自治体からの委託事業が主たる財源となっている。多角的に事業を行うことでひとつの案件への依存度を下げるなど、継続的に事業を行っていくための工夫を続けている。

若者がつながって、岩手を盛り上げる。そのためのあらゆる機会をこれからも、wizのメンバーはつくり続ける。

3 一般社団法人マルゴト陸前高田 岩手県 陸前高田市 被災地×交流人口＝無限大の可能性

Point ▶ 取組のポイント

[ヒト]

地域の力を信じる
ことから始める

[着眼点]

このまちならではの
学びで「きっかけ」づくり

[連携・協働]

地域に主体的に関わり
続けるアクションを

[持続性]

陸前高田の可能性が
育ち広がる仕組み

Area ▶ エリア

岩手県陸前高田市

Player ▶ 取組主体

一般社団法人マルゴト陸前高田

Project ▶ 取組の内容

地域資源を活かした「学び」をつくり、
継続的に関わる人口を増やす

Profile ▶ 人物紹介

理事

越戸浩貴（こえと ひろたか）

岩手県久慈市出身。岩手大学及び同大学院で倫理学・社会哲学を学ぶ。大学院在学中に東日本大震災が発生。ゼミや大学の復興支援活動などで陸前高田市に関わる。マルゴト陸前高田の前身組織の立ち上げに携わり、2016年4月独立時に理事に就任。



地域をつくる！
新しい交流人口のカタチ！

[ヒト]

地 域の力を信じる ことから始める

陸前高田市の交流人口拡大を目的とする一般社団法人マルゴト陸前高田。その前身は2014年に陸前高田市の観光物産協会内に発足した「まるごとりくぜんたかた協議会」だ。2016年4月、これを社団法人化、人員を強化して活動をスタートさせた。

理事である越戸浩貴さんは、2014年の発足当時からこの事業に携わってきた。越戸さんは同じ岩手県でも県北に位置する久慈市出身だ。岩手大学の大学院に在籍中、東日本大震災を経験した。

ゼミや支援活動で沿岸部の復興に携わるなかで、陸前高田市を応援する学内の有志のチームを結成。それが陸前高田との関係の始まりだった。

仮設商店街のオープニングイベントの企画や、まちの動きを市外に発信するための冊子の作成などの活動を通して、地域の人々の持つ底力を肌で感じた。そこにはいわゆる「被災地」というイメージとはかけ離れた力強さや温かさがある。自分たちがこれからのまちを創っていくんだという人々の気概に触れるうちに、越戸さん自身もこの地域に携わる仕事をしたいという思いが膨らみ、2013年9月に陸前高田市に移住してきた。

何をすべきかわからないまま、まず陸前高田と東京を、物産を通じてつなげ



① 陸前高田市全景 ② マルゴト陸前高田の事務所
③ 事務所がある一本松茶屋

被災した岩手県陸前高田市の人口は2万人を切り、現在も減り続けている。
 交流人口に留まらない、地域に関わり続ける人口を生み出すことが重要だ。
 マルゴト陸前高田は、「被災地だからこそ提供できる学び」があるとし、
 まちづくりの要として、市内外をつなぐ活動をしている。

Area ▶ エリア

岩手県陸前高田市

るためのイベントに従事した。どのようなカタチで交流人口を増やすべきか。その時点での輪郭はまだおぼろげだったが、「地域の人の力を信じる、そして最大限に引き出す」ことがこれからの自分の役割になるということは確信し、行政や観光物産協会の協力を得ながら協議会の立ち上げを始めた。

[着眼点]

このまちならではの学びで「きっかけ」づくり

陸前高田市は太平洋に面し、東北でも温暖な気候の土地だ。東日本大震災以前は、国の名勝にも指定されていた高田松原を有し、多い時には年間100万人を超える観光客が訪れる観光地として賑わっていた。しかし、震災で7万本あった松原も1本を残し、津波がすべてを流してしまった。市内人口の7%を超える尊い命が失われ、全8,069世帯の99.5%が被害に遭った。市内に残るかつての道の駅や中学校は、市の指定する震災遺構として、いまでも当時の悲慘さを静かに伝えている。

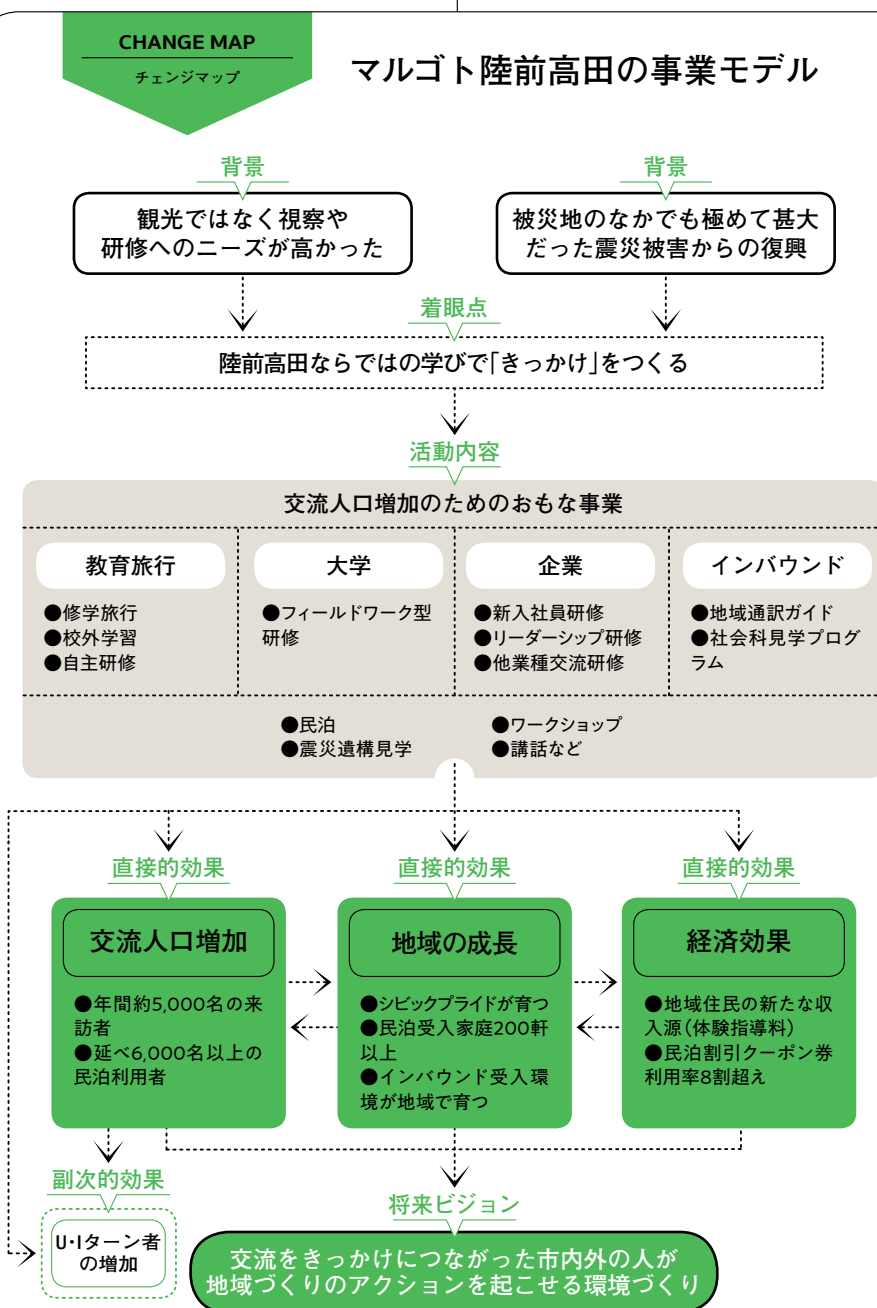
「奇跡の一本松」から僅かな距離に事務所があるマルゴト陸前高田は、「このまちの可能性が、生まれ育つ未来を創る」というミッションを掲げている。教育旅行・大学・企業研修・インバウンドという4つの部門から成り立ち、震災遺構のガイドや農家民泊の受入を通して、交流を生み出している。被災地の悲しい経験だけを伝えるのではなく、陸前高田市が本来もっている伝統、歴史、自然、産業、人を大切な資源とし、今後のまちづくりや未来の姿を伝える学びの場を提供している。

マルゴト陸前高田を介した訪問者は年間を通して5,000名を超えているが、そこではただの交流だけではなく、「陸前高田に関わり続けるきっかけ」をつくり出していた。

2016年から開始した農家民泊は、このまちならではのオリジナルなプログラムとして地域に定着しつつある。年間1,500名が訪れる修学旅行では、主に関東から来る中高生が一般家庭に宿泊し、家庭の生活をともにする。家庭での過ごし方はそれぞれに委ねられており、りんご畑で収穫体験をしたり、漁船で沖合に出たり、時には震災当時の話を聴くこともある。初めてこの場所を訪れる生徒も、帰り際には受け入れ家庭と涙を

流しながら抱き合い、別れを惜しみ、本当の家族のような関係になっている。

陸前高田の民泊では、「心の振れ幅が生まれる出会いと経験」を大切にしている。震災の絶望や悲しさと、そこで強く生きている人々の希望や力強さの対比は、訪れる人の心に深く刺さり、リアルな体験として記憶に残る。帰ってから手紙の交換を続けている人たちも多く、修学旅行で訪れた高校生のなかには卒業後、この地への移住を考える生



- ① 教育旅行・民泊での集合写真
 ② 震災遺構を見学する中学生 ③ 日本、メキシコ、ベトナムの大学生共同プログラム
 ④ 講話を聞くバングラデシュからの旅行者 ⑤ 企業の研修旅行でわかれ作業体験



徒も出てきている。

「普通の観光地ではなく、自分の生き方に目を向けさせられるこの地だからこそ、次のステップにつなげることができる」と、話す越戸さん。

「高田オリジナルなプログラムを作る」ことは、さまざまな人を陸前高田とつなげている。JICAの外国人職員やアメリカの自治体職員は、防災とゼロからのまちづくりを学ぶために、市内視察と民泊を行った。言葉が通じないことがほとんどだが、「一緒にご飯を食べて、一晩ともに過ごせば打ち解けあえる」と、受入家庭は話す。

ほかにも、日本と海外の大学生が協力して地域の魅力を見つけるフィールドワークを行い、地元住民に発表する場をつくったり、関東に本社を置く部品メーカーが仮設住宅の住民と交流芋煮会を行い、物資の提供をしたりと、まちと深い関係をつくることを大切にコーデ

ィネートしている。

〔連携・協働〕

地域に主体的に関わり続ける地アクションを

事業開始から2年が経ち、マルゴト陸前高田の活動の主軸へと成長した民泊事業は、行政と市内のNPO法人と協働することで安定を保っている。回覧板や市内広報などを活用した市全体への告知を行政が担い、特定の地域への広報活動などはその地に特化したNPO法人が受け持つ。その全体統括を行っているのがマルゴト陸前高田であり、まさに市内を“まるごと、連携させているのだ。

そのうえで常に新しい視点を取り入れ、連携を強化させている。商店などの市

内の事業者と協力を仰ぎ、民泊を受け入れている家庭限定に発行している割引クーポン券は利用率が8割を超え、市内の経済循環を生み出している。

また、人との交流を生み出す民泊は育児により影響を与えると期待されている。マルゴト陸前高田のスタッフが、子育て世代の家庭を対象とした地域イベントに参加し、多くの家庭に受入参加を呼びかける。ほかにも市公認の通訳ガイドと連携し、海外からの訪問者への対応体制も整えており、今後のまちづくりを見据えた仕組みづくりを行っている。

市外から訪れた人が地域とつながり続ける例もある。企業の研修の一環として「陸前高田に関わるきっかけ」を得た人たちが、研修終了後も個人で陸前高田を訪れ、約15年間開催されなかった盆踊りを地域の人たちとともに復活させた。さらに、民泊活動自体が「地域住民のシビックプライドを育てている」と、



Data ▶ 本事例の問合せ先

マルゴト陸前高田
所在地：岩手県陸前高田市
HP: <http://marugoto-rikuzentakata.com>
主な事業内容：教育旅行/企業、大学、インバウンド事業の誘致、コーディネート/民泊推進事業

Area ▶ エリア

岩手県陸前高田市



大学の教授が論文を執筆した。市外の人であっても陸前高田を自分のフィールドとして主体的に地域に関わり、アクションを起こすことで仕事やプロジェクトが生まれているのである。

陸前高田市民にとっては、新しい視点や知恵を借りながら地域づくりができるため、双方にとってメリットが大きい。常に相互作用することにより、決して一度きりの交流に留まらない連携と協働を生み出し続けている。

【持続性】

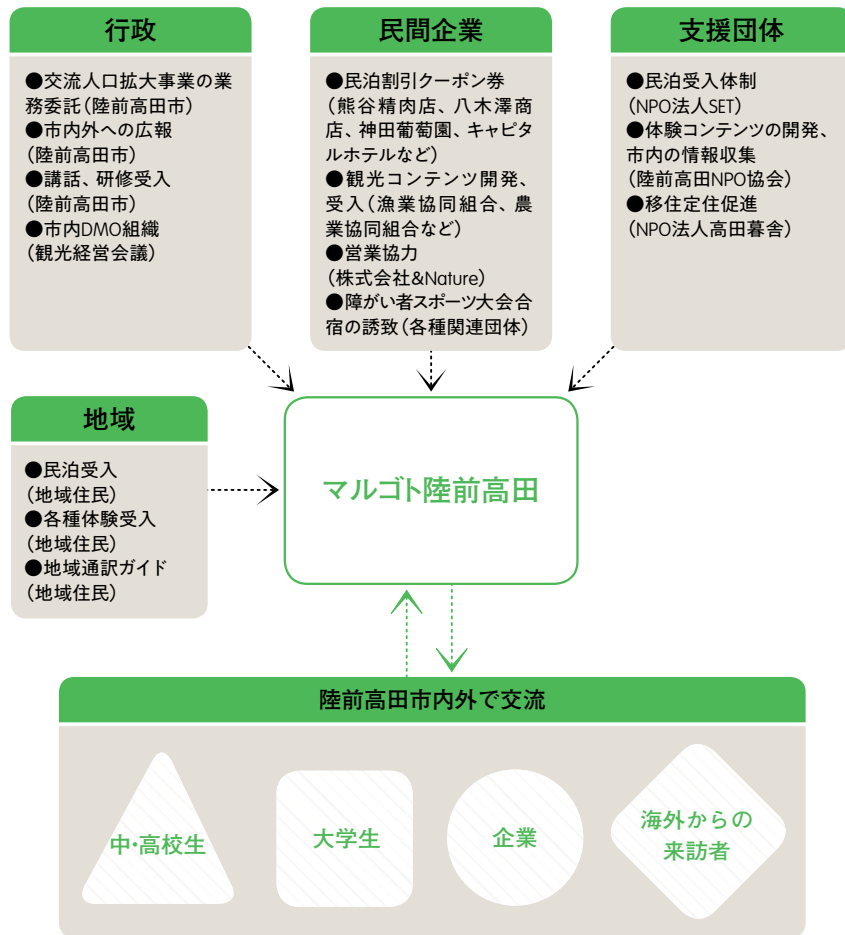
陸 前高田の可能性が育ち広がる仕組み

現在の運営は公的資金に負う部分が大きい、事業としての自走化を目指す。

COLLECTIVE IMPACT

コレクティブ・インパクト

マルゴト陸前高田の連携・協働の図



2年間でコーディネートした民泊は延べ6,000人以上。受入家庭も約200軒まで伸び、民泊事業は好調だ。

また、世界的な防災意識の高まりを活かし、インバウンド誘客も積極的に進め、こちらも受入実績は着実に増えている。

陸前高田だけのオリジナルな体験を軸に交流人口を増やす。そこから市内外の人々が陸前高田を舞台に主体的なアクションを起こす。その先に目指すのは「高田の可能性が生まれ育つ未来」だ。「『生まれる』だけでなく、『育つ』ことが、この事業の発展のカギ」だと、越戸さんは話す。

具体的に、交流人口から端を発して、さまざまな可能性が動き出している。移住定住人口の増加、市内観光関係者と

連携した観光経営チームづくり、大規模な障がい者スポーツ大会の誘致など、近い将来のものから数年先の未来のものまで展開は幅広い。

それらを実現するには「つなぐ」ことが重要だ。市内と市外をつなぐこと、さまざまな事業者とつながること（協働）、陸前高田の未来へつなぐこと（次世代）、市外に価値を分かち合うこと（地域間連携）だ。

マルゴト陸前高田が「要」となり、交流人口から新しい可能性を生む。その可能性が陸前高田で育ち、オリジナルなまちがつくられていく。そのオリジナルなまちの営みが、再び交流人口の呼び水になる。その好循環を作ることこそが、事業の発展的な継続性のために重要になる。

Point ▶ 取組のポイント

[ヒト]

被災地への
強まる想い

[着眼点]

最終目標は世界の
過疎地への支援

[連携・協働]

中核となる
3つのプログラム

[持続性]

都市から地方へ
人の流れをつくる

DATA

Area ▶ エリア

宮城県女川町

Player ▶ 取組主体

小松洋介氏

Project ▶ 取組の内容

まちづくり、創業・経営支援、
移住施策、人材育成などに関わる活動

Profile ▶ 人物紹介

小松洋介（こまつ ようすけ）

宮城県仙台市生まれ。株式会社リクルートで情報誌の広告営業、リーダー業務に携わったが、震災後に退職。退職後、宮城県内すべての行政、各種団体や企業、住民にとって必要な支援は何か、ヒアリングを続ける。2011年10月女川町と出会い、2011年12月、民間団体「女川町復興連絡協議会」内の戦略室に入室。2013年4月、特定非営利活動法人アスヘノキボウを設立、代表理事に就任した。



世界中の過疎地を
支援していきたい！

①



②



③



① 「女川フューチャーセンター Camass」

② トレーラーハウス宿泊村「El Faro」

③ アスヘノキボウのメンバー

[ヒト]

被災地への 強まる想い

震災前、宮城県女川町は人口1万人ほどの町だった。90年ほど前、水産業に適した豊かな土壌を求め、外部から人が集まり、大きくなった町だ。基幹産業は水産業、原発の町でもあった。

女川町は震災によって甚大な被害を受けた。家屋の約7割が失われ、死者・行方不明者は人口の1割に迫る。1,000年に一度の津波、そして現在1,000年に一度のまちづくりに取り組んでいる。特定非営利活動法人アスヘノキボウ（以下、アスヘノキボウ）代表理事の小松

洋介さんは、行政・民間・非営利の3つの領域をつないで連携し、地域の課題解決を推進する「トライセクターリーダー」として、女川の復興を牽引する。

小松さんは仙台市の出身で、もともと女川とは縁もゆかりもなかった。大学卒業後、リクルート（現・リクルートホールディングス）に入社。最初の配属先は仙台のオフィスで、新人営業マンとして宮城県沿岸部の松島から気仙沼まで毎日のように通うようになった。

「震災の時はチームリーダーとして札幌にいましたが、テレビをつけると僕の原点だった場所が、次々と津波に飲まれていきました。言葉では言い表せないほどの衝撃を受けました」（小松さん）

震災2日後にはボランティアとして宮

震災によって、甚大な被害に見舞われた宮城県女川町。
一般家屋の約7割が全半壊、死者、行方不明者は人口の1割近い827名。
その女川でまちづくり、ひとづくりに取り組むNPO法人のひとつが、
小松洋介さんの立ち上げた特定非営利活動法人アスヘノキボウである。

Area ▶ エリア

宮城県女川町

城県へ入り、それから半年間、週末は必ず仙台へ戻った。行けば行くほど被災地への想いは強くなる。小松さんはついに、会社を辞める決意をする。

「生活の不安は、もちろんありました。仙台にUターンして、仕事をしながら被災地とかかわるという選択肢も考えました。いろいろ悩みましたが僕は当時29歳、20代の最後だし、思い切ってやってみよう、と決めました」(小松さん)

【着眼点】

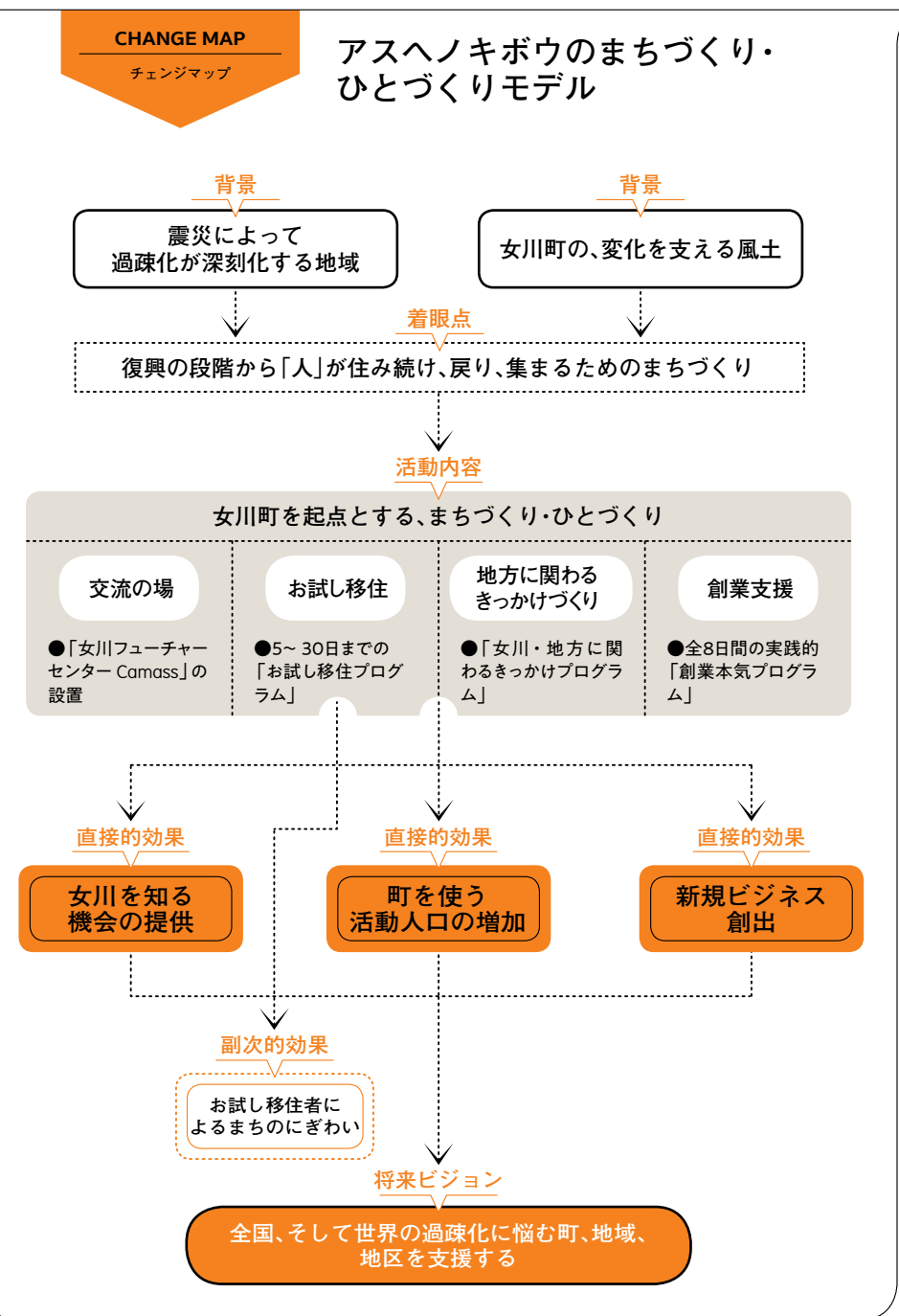
最終目標は 世界の過疎地への支援

小松さんはリクルート時代、「課題は現場に落ちている、とにかく現場に行け」と、教えられてきた。被災地でもまず現場で課題を拾うことを考え、宮城県内のすべての自治体、企業や団体、住民のもとを訪ね歩いた。3カ月間、ひとつのまちに10回以上は足を運び、必要な支援は何か、地元の人々の話に耳を傾けた。その活動ぶりが認められ、女川町の商工会から声がかかった。

「復興のため一緒に活動しないかと、女川の人たちに言っていただいたんです。被害が大きかっただけに女川の人たちは、いますぐに動くという意志が強かった。行政だけでなく民間にもまちづくりをするという気概があって、行政や議会と連携して取り組んでいました。その中心が民間団体の女川町復興連絡協議会で、僕はその戦略室に所属することになりました」

こうして小松さんは女川で活動することを決め、女川で復興提言書の作成や再建・起業支援に携わるようになった。

当時、小松さんは、トレーラーハウスを活用した宿泊施設の企画を温めていた。ボランティアや復興作業員のためにも、町に人を増やし消費を拡大するためにも、宿泊施設は必要だ。しかし被災地の旅館やホテルは、ほとんどが休



業状態だった。車両扱いのトレーラーハウスなら、建築基準法上の制限を受けない。被災地に設置しやすいし、撤去が必要な時がきても移転が可能だ。

女川町もまた、宿泊施設の早期設置を必要としていた。小松さんは女川町の旅館組合とともに、トレーラーハウス宿泊施設の開業を支援した。開業に向けて一緒に動いたのは、両親と実家の旅館「奈々美や」を失った佐々木里子さんをはじめ、女川町で被災した4つの旅

館だった。2012年12月、4つの旅館で「女川町宿泊村協同組合」を設立、佐々木さんが理事長となってトレーラーハウス宿泊村「エル ファロ」が清水地区（現在はJR女川駅前に移転）にオープンした。

3カ月後の2013年3月、女川町復興連絡協議会戦略室を法人化するかたちで、アスヘノキボウが設立された。小松さんは、その代表理事となる。法人化の目的は、何より被災地の復興だ。しかし被災地と呼ばれる地区は震災前か

①「お試し移住プログラム」の様子
②「女川、地方にかかわるプログラム」の様子 ③④「創業本気プログラム」の様子



ら過疎化が進んでいた地域がほとんどだ。震災によって、過疎化はさらに深刻化した。町並みが復活しても、肝心の「人」がいなければ意味がない。復興の段階から「人」が住み続け、戻り、集まるためのまちづくり。そのための努力が必要だった。まちづくりと同時にひとづくりに成功すれば根幹産業が活性化し、地方が活性化するのではないかと。小松さんとアスヘノキボウの最終目標は、全国、世界の過疎化に悩む町、地域、地区への支援だった。

【連携・協働】

中核となる3つのプロジェクト

2015年3月、小松さんは「女川であらゆる人がつながる場となるように」と、「女川フューチャーセンターCamass」

(以下、Camass)という交流施設を開いた。当時の女川町では、内外の交流は各組織のリーダーが個別に対応するしかなかったからだ。Camassは女川弁の「かます=かき混ぜる」と、英単語の「Mass=たくさんの・大勢で」を組み合わせた造語だ。

そしてCamassのオープンを機に小松さんたちは、準備していたアイデアを次々と実現させていく。それはアスヘノキボウの3つのプログラムとして、現在も活動の中核となっている。

3つのプログラムの1つ目は、「お試し移住プログラム」。5日から30日間、自由に滞在期間を選択し、女川町に滞在してもらう。

宿泊費は無料。男女それぞれのシェアハウスに住み、滞在中は何をしてもよい。参加条件は事前に面談を受け、15,000円のオリエンテーション費を払って町の歴史や復興の現状などを学ぶこ

と。代々の参加者が書き継いでいるお試し移住者リレーブログと、最終日に滞在レポートを執筆してもらうことになっている。

2つ目は「女川、地方にかかわるきっかけプログラム」。具体的には、女川に2泊3日(金曜21時~日曜16時)滞在してもらい、女川のまちづくりや各産業の魅力や課題を学んでもらうプログラムだ。町内外の起業家や経営者、移住者などと交流し、参加者に地方との関わり方を考えてもらう。

「地方に興味があっても、何をすればよいかわからない人はたくさんいます。移住しなくても、さまざまな関わり方があることを伝える場になればと、このプログラムを始めました」(小松さん)

震災後の女川町には、スペインタイル工房や石けん工房、グラフィティアート、クラフトビール店、ギター工房といったビジネスが次々に生まれている。オ



Data ▶ 本事例の問合せ先

アスヘノキボウ
所在地：宮城県牡鹿郡女川町
HP: <https://www.asuenokibou.jp>
主な事業内容：まちづくり計画作成支援/
事業再建・立ち上げ支援/事業経営支援など

Area ▶ エリア

宮城県女川町

オープンしたばかりの新しい店や工房、魚市場などを見学したり、山歩きを体験したりといったフィールドワークを通して、自分と女川・地域の関わり方を考えることが目的だ。

そして、3つ目の「創業本気プログラム」は2日間×4回、全8日間にわたって行われる。「なぜ、どんな起業をしたいのか」という参加者の思いを整理し、それぞれに適したビジネスモデルを練る。

それを支えるのが、女川町商工会の職員や行政職員、さらに実際に起業した現役経営者たち。彼らが定期的に講師陣に加わり、創業に至るまでの想いや、具体的にどう実現したか、マンツーマンでレクチャーする。そして8日目は、各参加者が自身のビジネスプランのプレゼンテーションをして終了となる。

「3つのプログラムは、女川での活動人口を増やすことが目的です。活動人口とは町民に限らず、町を使う人の数のこと。日本の人口が減るなかで、女川だけを増やすのは簡単なことではない。いくら移住や定住を叫んでも町に魅力がなければ実現しませんから、この町を使う人が増えて、結果として女川で暮らしたい人が増えればと思っています」(小松さん)

小松さんたちは震災以降、女川での起業支援に取り組んできた。さらに広げて、全国での起業支援プログラムにしていけば、起業の準備をした町が女川になる。「女川を起業の故郷にする」のが、小松さんの目標である。

[持続性]

都 市から地方へ 人の流れをつくる

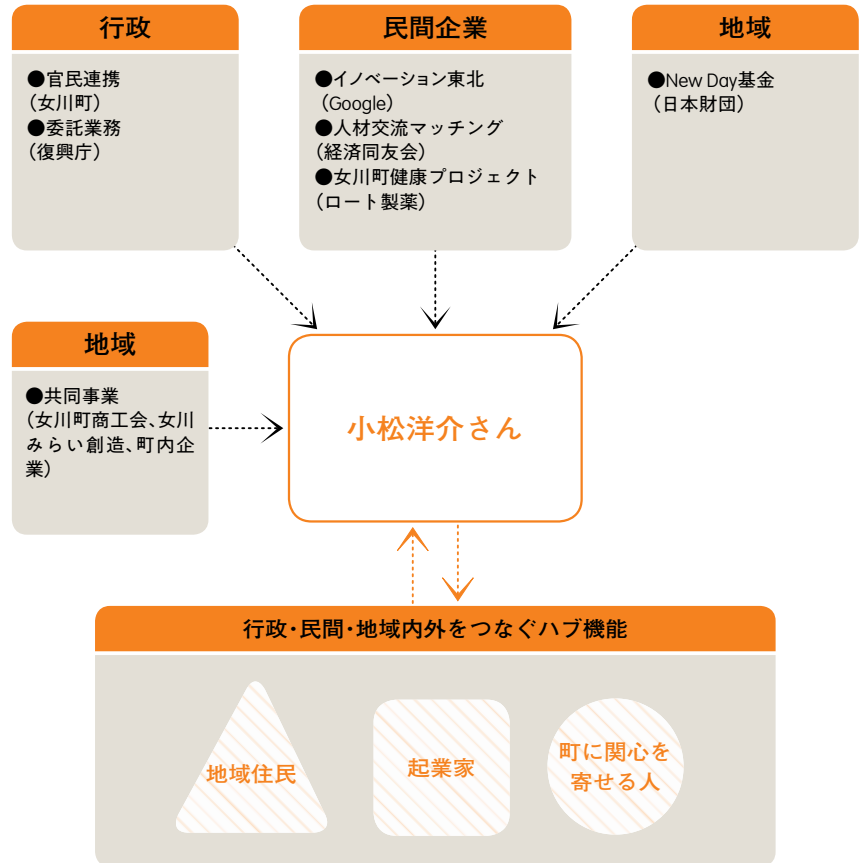
お試し移住の滞在中に別のプログラムを受ける人が増えるなど、「3つのプログラムが有機的にまわるようになりました」と、小松さんは話す。

「例えばお試し移住はおかげさまで参

COLLECTIVE IMPACT

コレクティブ・インパクト

女川の活動人口を増やす まちづくりの連携・協働の図



加者が増えて、滞在中に地元の商店でアルバイトをする人も出てきました。長期雇用が難しい店にとって、お試し移住の人たちに期間中だけ手伝ってもらえるのはありがたい。さらに飲食店を利用してもらえれば、町の人との交流もでき、経済的な貢献にもなります」と小松さん。

課題もあって、プログラムは今後も継続させていかなければならない。

現在は、女川町から委託を受けているが、「参加者の皆さんにより満足していただくために、このプログラムをどう成長・発展させていくかなどを、日々、役場の方と議論しています」(小松さん)

小松さんを始めとする内外の人たちが創造的なアイデアを出し合い、官民が密接に連携してアイデアを実現することで、女川町はまちづくり、ひとづくりのかたちを作り上げつつある。

しかしそんな女川町ですら、現在の人口は7,000人弱、減少は止まっていない。

「課題はいくらでもあります。それでも皆で協力すれば、乗り越えられない壁はないと信じています」(小松さん)

小松さんは2017年、アメリカでの事例をもとに、「Venture For Japan」という新しいプログラムを立ち上げた。これは優秀な学生を地方の中小企業へ、2年間限定で経営ポスト(社長の右腕や経営幹部)として人材紹介しようというもの。

「地方の中小企業で働く」ことが、卒業後の学生の当たり前の選択肢となることを目指した取組だ。

まちづくり、ひとづくりを成功させ、日本そして世界の過疎化に悩む町や地域を支援する、小松さんの挑戦はこれからも続く。

Point ▶ 取組のポイント

[ヒト]

なぜ漁師は
稼げないのか

[着眼点]

新3K理念で
フィッシャーマンを増加

[連携・協働]

柱は育成事業と
販売事業

[持続性]

漁業に触れる
機会を提供

DATA

Area ▶ エリア

宮城県石巻市

Player ▶ 取組主体

一般社団法人フィッシャーマン・ジャパン

Project ▶ 取組の内容

日本の水産業の未来を創造

Profile ▶ 人物紹介

代表理事
阿部勝太
(あべしょうた)

宮城県石巻市十三浜の漁師。漁業生産組合「浜人」を立ち上げ、事業を拡大。漁師自ら積極的に企画、営業を仕掛け大手企業と組んで六次産業化事業の実例を作り出す。

事務局長
長谷川琢也
(はせがわたくや)

ヤフー株式会社CSR推進室東北共創に勤務。誕生日に東日本大震災が起こり、東北に関わり始める。「漁師はカッコいい」それを1人でも多くの人に伝えるべく、丘で奮闘中。

若い力を合わせて
新しい漁業をつくろう!

[ヒト]

なぜ漁師は
稼げないのか

水産業に革命を起こす若き漁師集団は宮城県石巻市のわかめ漁師、阿部勝太さんと、ヤフー株式会社の社員、長谷川琢也さんの出会いから生まれた。

阿部さんが生まれ育った十三浜は、豊かな森を流れる北上川が十分な栄養を河口まで運び、国内最高級のわかめの産地と知られる場所。しかし、漁師になって阿部さんは仕事に疑問を抱くようになる。お盆と正月以外、ほとんど休みなく働いているのに生活が苦しいこと。誰にも負けない上等のわかめをつく

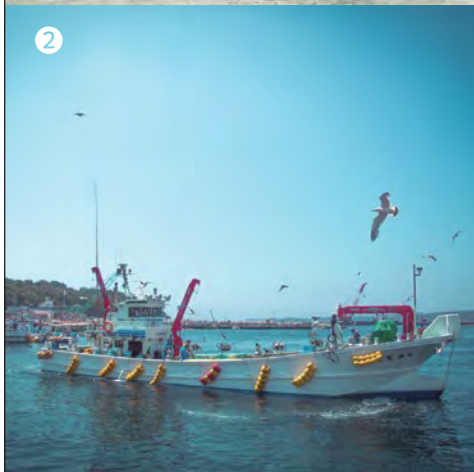
っても、ほかと卸価格がほとんど変わらないこと。ただ、課題をみつけても、よりよい漁業を目指して行動を起こすようなことはなかった。

阿部さんを変えたのは、震災だった。親しい友人が亡くなり、仲間たちが地元を離れていった経験から、自分の身にも何が起こるか分からないと考えるようになった。「今のうちに漁師としてできることをしておきたい」という思いを強め、十三浜の未来のため漁業や加工業、農業の成功モデルを探して国内各地を飛び回った。そこで水産業が抱える深刻な現実を目の当たりにする。「従来のやり方を変えなければ、十三浜どころか日本の水産業が行き詰まる」。自分ひとりでは到底実現できない難しい課題に直

①



②



③



① フィッシャーマン・ジャパンのメンバー
② 港と操業の風景

全国32万人の就労人口が約20年で16万人まで減った水産業。

震災が追い打ちをかけるなか、宮城県石巻市にあるフィッシャー・マン・ジャパンは「担い手育成事業」と「水産物販売事業」を二本柱に、復興を超えた革新的な産業構築へ挑戦を続けている。

Area ▶ エリア

宮城県石巻市

面し、ともに使命感を持ち動いてくれる仲間を探すようになった。

現在、フィッシャー・マン・ジャパンの事務局長を務める長谷川さんは震災当時、ヤフー株式会社で販売促進やYahoo!オークション(現・ヤフオク!)の仕事を手がけていた。震災後すぐに「とにかく何かをしなければ」と、ボランティア活動をするためプライベートで東北の地に立った。泥かきなどのボランティア活動が続けるうち、個人の力でできることには限界を感じた。地元の生産者とヤフーで東北の生産物をインターネット販売する応援サイトを立ち上げたが、長期的に地域産業を支える事業の必要性を痛感し、会社をかけあってヤフーの新しい事業所、ヤフー石巻復興ベース(現・石巻ベース)をつくることに成功する。ベース開設と同時に長谷川さん自身も、家族と一緒に石巻へ移住した。

移住した長谷川さんが2012年に出会ったのが、阿部さんだった。阿部さんの漁船に乗って日々の仕事ぶりを知ること、阿部さんの漁師としての思いを理解し、共感するようになっていった。

ふたりは未来の水産業のために団体を立ち上げたいと動き始めた。状況を見極めて地域性やタイミングを考え、同じ考えを持つ漁師を見つけると自分たちの構想を訴えた。

一般的に「漁師は一匹狼」といわれる。自分が海から多くの資源を得るためには、隣に住む親戚の漁師ですらライバルだ。漁師と仲買人、仲買人と魚屋の間にも、それぞれ利害関係がある。しかし、これからの水産業は自分のことだけ考えればよい状態ではない。既存の概念にとらわれず地域や職種を超え、志をともにする仲間を一人、またひとりと増やしていった。

こうして2014年7月、一般社団法人フィッシャー・マン・ジャパンが立ち上がった。当時の構成メンバーは漁師が8人、魚屋が3人、事務局が2人。立ち上げにあたって全員で話し合った結果、事業の柱は「担い手育成事業」と「水産物販売事業」のふたつとなった。

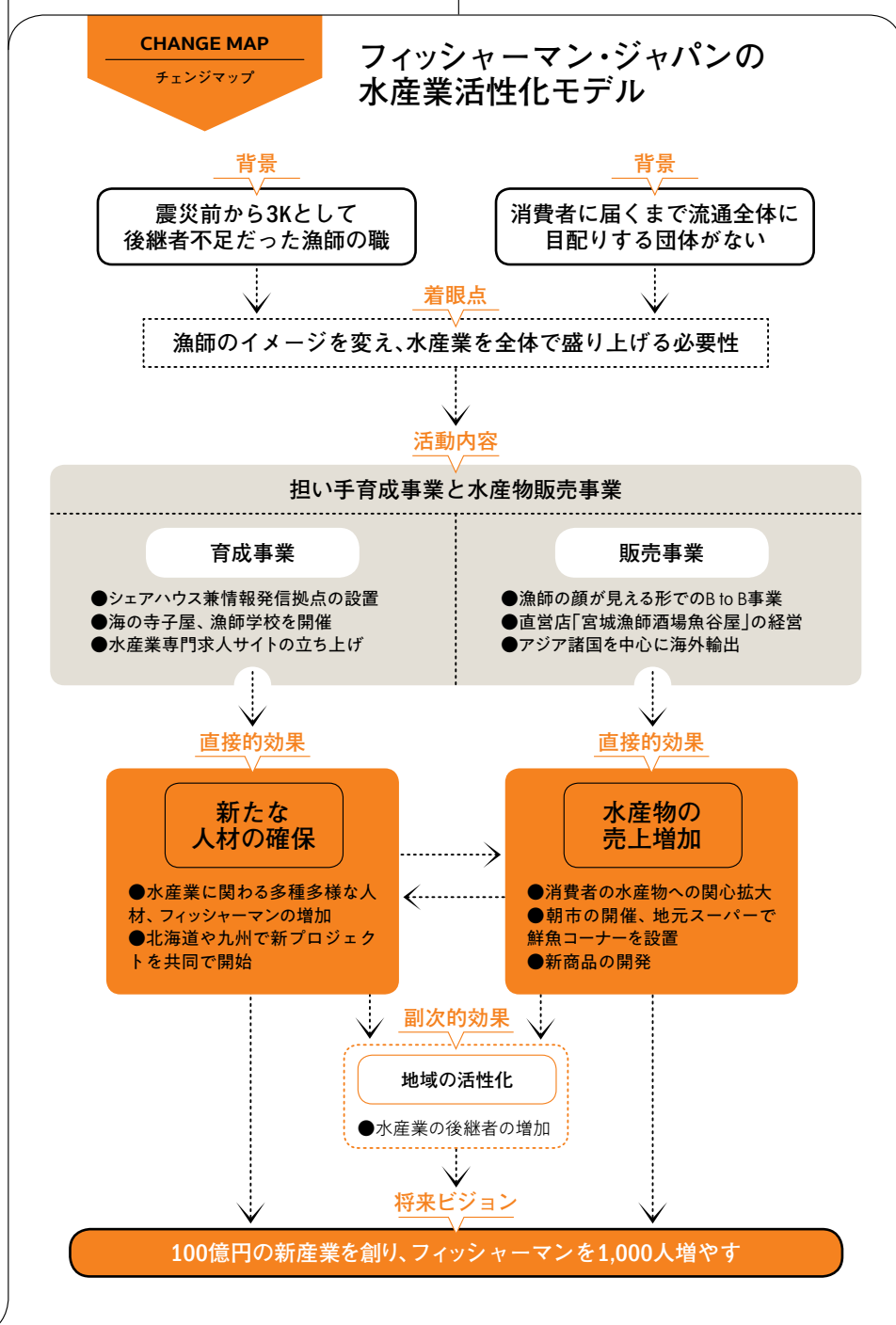
[着眼点]

新 3K理念で フィッシャー マンを増加

日本の漁業者は、震災前からすでに減少傾向にある。フィッシャー・マンの若い漁師たちは、自分の親に「家

業を継げ」と言われた経験がない者が多い。漁師という職業に誇りを持ち、子供に継いでもらえる仕事に変えたい。それにはいわゆる3K職場としての漁業のイメージを、劇的に変える必要がある。

フィッシャー・マン・ジャパンは、「かっこよくて」「稼げて」「革新的な」新3Kの産業を創るという活動理念を掲げた。そして活動のビジョンを、「フィッシャーマンを1,000人、設立後10年までに創



り出す」ことに定めた。

新3Kの「革新的な」とは、従来とは違う水産業を始める、という意思表示だ。漁師だけでなく、水産業に関わる人全体、外部の人までも巻き込んだうえで新しい事業を展開する。業界内で完結していた世界を外へと間口を広げることで、水産業を稼げる職場にしていく。

その決意からフィッシャー・マン・ジャパンは漁師だけでなく、水産業に関わる多種多様な職業人すべてを「フィッシャー・マン」と定義する。そのフィッシャー・マンを1,000人増やして、水産業全体に革命を起こすことを目標に定めている。稼げる産業にするために、水産業全体の売り上げ規模を100億円程度押し上

げなければならない。そのきっかけとなるビジネスモデルをつくるため、努力を続けている。

[連携・協働]

柱は育成事業と販売事業

二本柱のひとつ、担い手育成事業の「TRITON PROJECT」は、新世代のフィッシャー・マンを増やすための具体的なプロジェクトだ。フィッシャー・マン・ジャパンはまず石巻市十三浜と女川町、南三陸町歌津の宮城県内3カ所に、空き家を改築した「TRITON BASE」という基地を

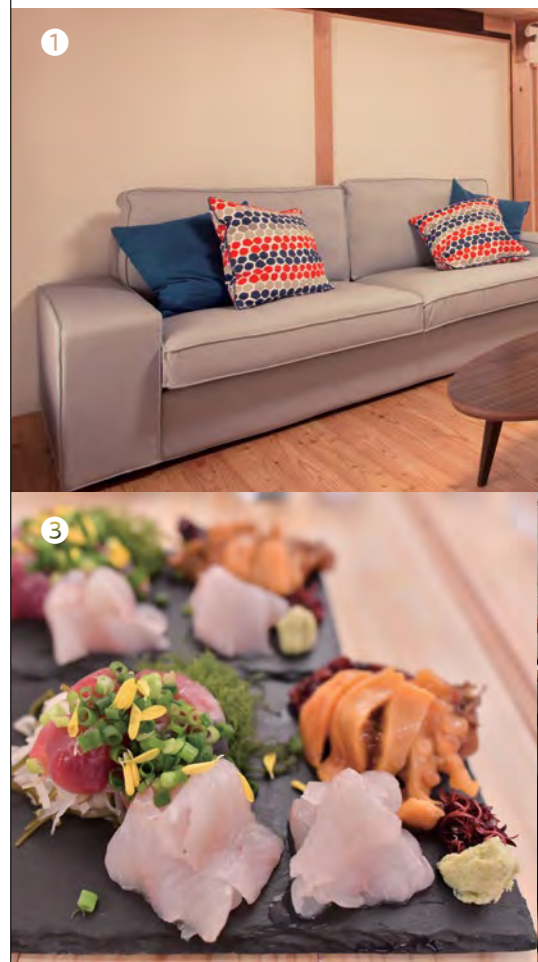
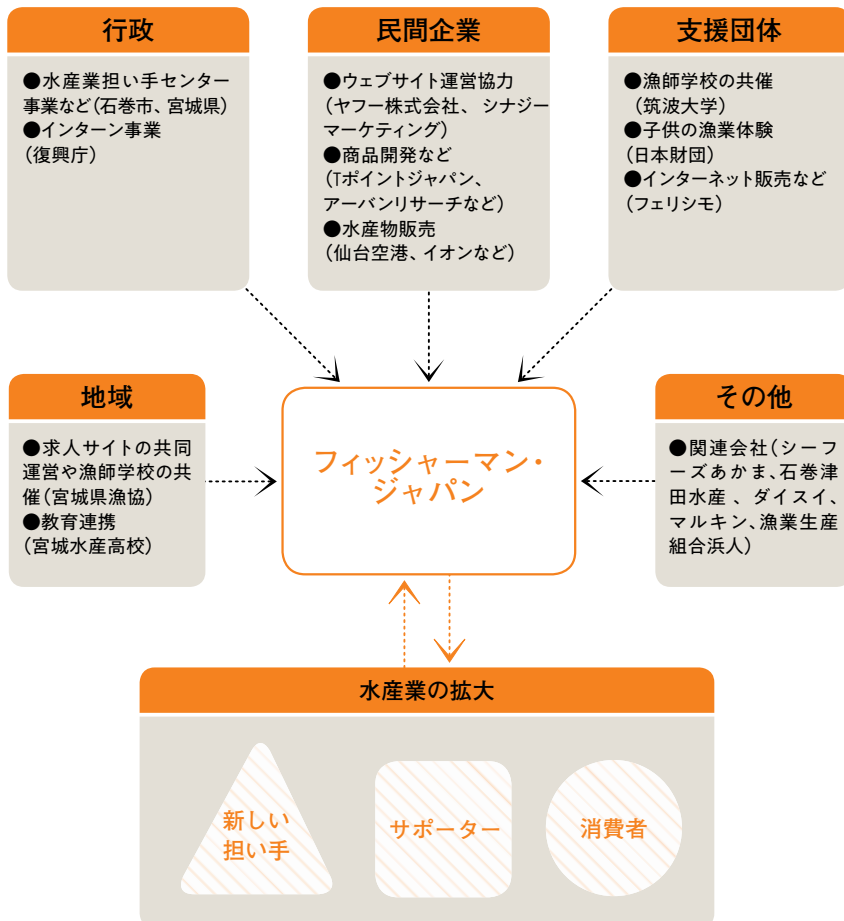
設けた。働きたくても拠点がなかった新世代のフィッシャー・マンに、宿泊施設やシェアハウス、コミュニティの場として使ってもらうためだ。その後、石巻市から宮城県漁協と共同での事業委託というかたちで行政と連携、石巻駅周辺や牡鹿半島にも新たな拠点を儲け、現在6カ所目を改修中。

筑波大学や宮城県漁協と共同で、「TRITON SCHOOL」という研修プログラムも実施中。その名のとおり、海の寺子屋、漁師学校のこと。例えば2017年11月の「TRITON SCHOOL」は1泊2日で牡蠣漁師を体験する、というものだった。その時の参加者6人のうち3人から、実際に漁師になる相談を受けた。

水産業特化型の求人サイト「TRITON JOB」の運営もスタートさせた。水産業に興味がある人材も、求人情報がなければ掘り起こせる可能性は低い。漁師

COLLECTIVE IMPACT コレクティブ・インパクト

フィッシャー・マン・日本の 連携・協働の図





Data ▶ 本事例の問合せ先

フィッシャーマン・ジャパン

所在地：宮城県石巻市

HP: <https://www.fishermanjapan.com>

主な事業内容：水産業の担い手の育成/
水産物販売事業など

Area ▶ エリア

宮城県石巻市

など雇い手側も家族で営んでいて、外部の人を通年で雇った経験のない者が多い。求人サイトは職種や仕事の形態、居住地など応募者の希望をきめ細かく聞き取って、人手がほしい雇い手側との効率的なマッチングに役立てる。

[持続性]

漁業に触れる機会を提供

もうひとつの柱、水産物販売事業は2016年3月に株式会社として分社化した。一般社団法人での販売事業には限界があるため、合理化を図ったかたちだ。

販売事業は基本的にB to B(企業間取引)と卸事業、百貨店、スーパー、チェーンの飲食店に対する海産物販売を主体とする。販売事業も従来のやり方

とは違い、漁師の顔の見える事業スタイルを貫く。メンバーが百貨店などの売り場を視察することはもちろん、パイヤーにも船に乗ってもらい、実際の生産現場を見せうえでタッグを組む。これまで漁師は水揚げを漁協に出したら終わり、漁協も仲買人に渡したら終わりで、消費者へどう届くかを誰も知らずに水産物を流通させてきた。そのシステムを変え、よりよい生産物を適切な価格で、魚のおいしい食べ方などの情報サービスとともに届けたいと考えている。

東京・中野区には直営店「宮城漁師酒場 魚谷屋」を開いた。米や野菜、酒など宮城県産の食材を使用し、メンバーをはじめ生産者が月に1回店に立ち、食材の説明をする。海外事業もスタート。民営化空港となった仙台空港と輸出組合を立ち上げた。輸出はタイやマレーシアなどアジア諸国が中心。

ほかにもウェブサイトでファンクラブ会員を募ったり、Tカードの会員と新商品を開発したり、アーバンリサーチというアパレルメーカーと新しい漁師ウェアを開発したり、さまざまな企画に取り組む。

2017年末まで、増やしたフィッシャーマンは40人、そのうち漁師は16人。事務局のスタッフも大幅に増えている。

千葉県からボランティアで東北に入り、設立メンバーとなった事務局の島本幸奈さんは、「フィッシャーマンが、目標の1,000人に向かって右肩上がりに増えていくとは考えていません。最初の5年はルートづくり。きちんとルートができた時が、飛躍の時だと思います」と、話す。

今後の目標も、水産業のイメージを変えることに尽きる。魚食文化の日本から漁師がいなくなることがないように、あらゆる機会を捉えて漁業に触れてもらうことがメンバー全員の目標だ。



① シェアハウスとしても使われる「TRITON BASE」 ② 東京で営業する「宮城漁師酒場 魚谷屋」店主の魚谷浩さん ③④ 石巻港直送鮮魚のお刺身と、店内の様子

Point ▶ 取組のポイント

[ヒト]

戻れないという
観念を打破する

[着眼点]

ビジネスを通じて
100の課題を解決する

[連携・協働]

魅力的な仕事づくりが
街の風景をつくる

[持続性]

臨機応変に
事業創生を続ける

Area ▶ エリア

福島県南相馬市

Player ▶ 取組主体

株式会社小高ワーカーズベース

Project ▶ 取組の内容

課題を事業で克服していく風土づくり

Profile ▶ 人物紹介

代表取締役

和田智行 (わだともゆき)

福島県南相馬市小高区生まれ。2005年、東京のITベンチャー2社の役員を務めながらUターン。南相馬の自宅で東京の会社のボードメンバーとして働く。震災で家族とともに強制避難。避難先を5か所転々とする。2014年5月、避難指示区域だった小高区に単身で戻り、「小高ワーカーズベース」事業を開始。2017年3月に家族も6年ぶりの帰還を果たす。



自分たちで望む未来を
自分たちで創ろう!

[ヒト]

戻れないという
観念を
打破する

福島県南相馬市は、鹿島区(旧鹿島町)、原町区(旧原町市)、小高区(旧小高町)の3つの区で構成されている。

和田智行さんが代表取締役を務める株式会社小高ワーカーズベースはその名の通り、南相馬市小高区に拠点を置く。小高区は福島第一原発から20キロ圏内にあり、2016年7月の避難指示解除まで、全住民約1万3,000人が避難を余儀なくされていた。

和田さんも、避難指示を受けた住民のひとり。小高区で生まれた和田さんは震災時、システムエンジニアとして実家で両親と暮らしながら、東京のITベンチャー企業の役員を務めていた。「テレビをつけた時、たまたま南相馬の沿岸部が津波にのみ込まれた映像が出ていた。とんでもないことが起きたと思いました」と、和田さん。

その後は、埼玉県川越市などの避難先計5カ所を転々とした。家族で小高区に帰還したのは、震災から6年が経った2017年3月だ。

和田さんが小高ワーカーズベースを立ち上げたのは避難生活さなかの2014年5月のこと。その年の11月には株式会社化した。事業を始めた理由は、避難指



- 1 事務所の前で起業志望者と話す和田さん
- 2 事務所の様子

福島第一原発に近く、全住民が避難生活を余儀なくされた南相馬市小高区。避難指示は一部帰還困難区域を除いて解除されたが、戻らない住民も多い。街の再生には暮らしを支えるサービス再開が不可欠。小高ワーカーズベースは地域のフラッグシップカンパニーを目指し、避難区域再生への努力を続ける。

Area ▶ エリア

福島県南相馬市

示が解除されただけでは、小高の明るい未来を想像することが難しいと考えたからだ。

南相馬市が2014年に行った市民意向調査で市に戻ることを決めている（居住可能性ほぼ100%）と答えた人の割合は、28.6%だった。住民が戻れるようになるためには、暮らしを支えるサービスが必要だ。だが、事業再開意欲のある事業者は避難先に移転してしまい、働き手の確保も難しい。

和田さんは、小高に人が戻らないのではないかと、という固定観念を打破したかった。事業を起こす・再開することで、取引先やスタッフの出入りが生まれ、地域経済が回っていく。その結果、帰還を検討する住民が増えるのではないかと。こうして、小高に帰還する、あるいは帰還を検討する住民の暮らしを支えるビジネスの創出を目指した活動が始まった。

【着眼点】

ビジネスを通じて 100の課題を 解決する

和田さんが最初に手がけたのは、コワーキング・スペースづくりだった。

「コワーキング・スペースは人のいる場所に置くのが普通ですが、僕たちは住民がひとりもいない街に設置することからスタートしました」（和田さん）

一時帰宅する住民や来訪者に活用してもらうため、事務所に電源やWi-Fiが使えるオフィススペースを設置して、作業やミーティングができる環境を整備した。事業や活動を生み出す拠点としてだけでなく、住民とひざをつき合わせて話す環境としても活用されている。

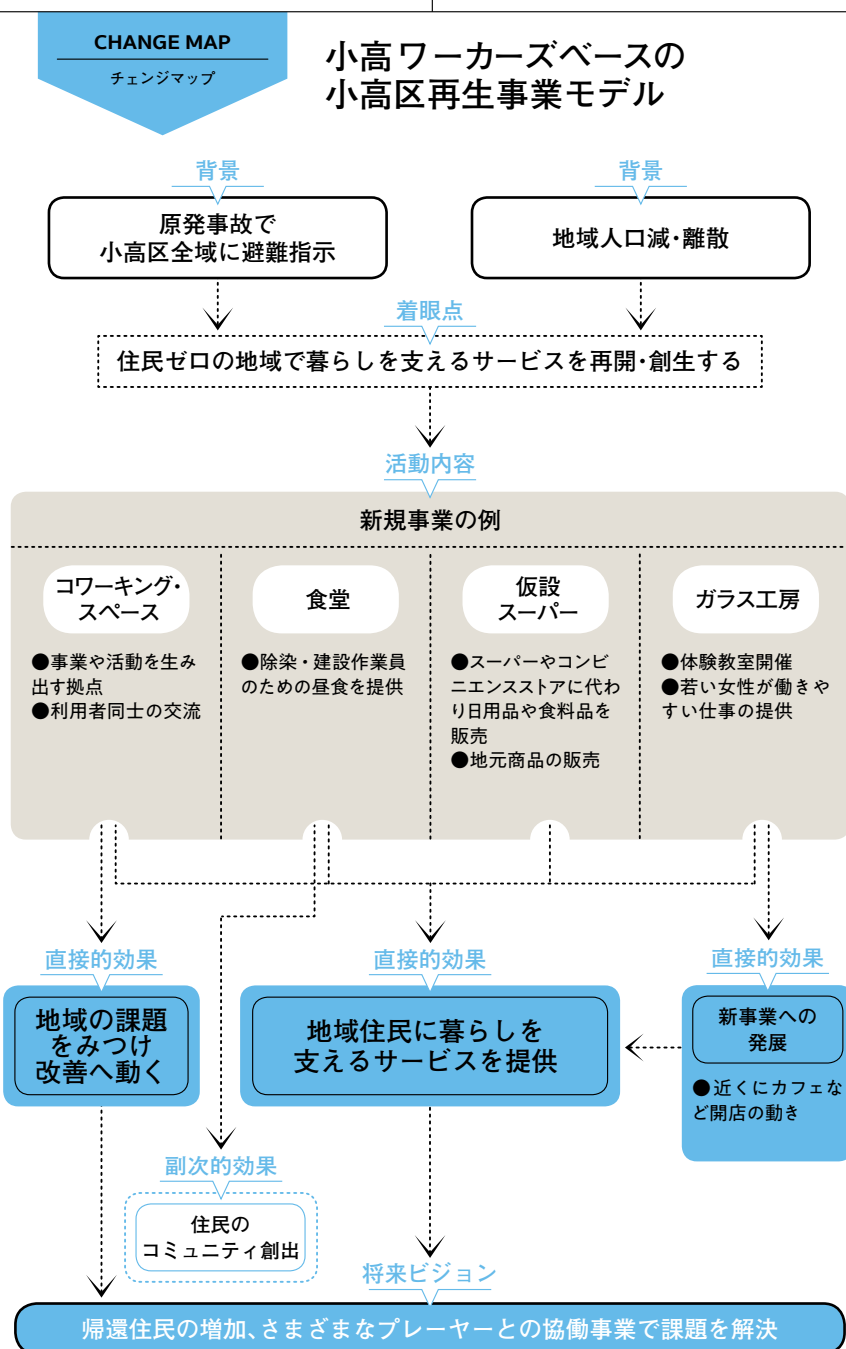
コワーキング・スペースが拠点となったことで、現場の課題やニーズがより見えるようになった。当時、小高には約5,000人の除染・復旧作業員がいたものの、飲食店やスーパーが再開しておらず、昼食をとるのに苦労していた。

その課題を解決すべく2014年12月、今度は震災後の小高区初となる食堂「おだかのひるごはん」をオープンした。事務所近くにあったラーメン店を借りたもので、中華麺にめんつゆをかけて食べる「かけ麺」が人気となった。

「放射能に汚染された場所で食事を出すのかと、バカにされたこともありましたが、でも、店を始めて驚いたのは、来店客の6割ほどが地元の人だったこと。

さすがにこれは狙っていませんでした。避難生活のストレスもあったのでしょう。店は次第に、利益を出すようになりました」と、和田さんは話す。

食堂は作業員の食事環境を改善するだけでなく、住民が避難先から集うコミュニティ再生の場としての役割も果たすようになった。再開の意思がなかった他の飲食店が再開準備を始めるなど、事業者帰還の呼び水としても機能した。



① HARIOランプワークファクトリー小高で作業する女性 ② HARIOランプワークファクトリー小高のロゴと製品 ④ 東町エンガワ商店の店内 ⑤ 地元産商品「手造りアイスまんじゅう」



店舗を貸してくれたラーメン店も帰還を決め、役目を終えた「おだかのひるごはん」は2016年3月11日に閉店した。

小高ワークーズベースが掲げるミッションはこうに、「小高で人が暮らすために100の課題があれば、それを解決する100のビジネスを創出する」ことだ。拠点がなければそれをつくり、昼食に困れば食堂を開く。大企業誘致ではなく、スモールビジネスの創出によって、住民の暮らしを支えている。

「100の課題というのはキャッチフレーズ的なもので、小高のような被災地には星の数ほど課題があります。例えば昼飯を食べる店が1軒しかないとか、のどが乾いたけど自販機が止まっているとか……。だから一般的に避難区域はネガティブなイメージを持たれますが、僕たちはここぞ住民ゼロから新しい街づくりができる、日本唯一のフィールドだ

と思っています」(和田さん)

小高ワークーズベースが手がけている事業それ自体は、珍しいものではない。他の団体にはない点は何なのか、それは「ゼロからイチを生み出すことが普通に思える風土を醸成し、原発事故避難区域の再生を果たす」という「志」だ。

[連携・協働]

魅 力的な仕事 づくりが街の 風景をつくる

2015年9月には、再開の目処が立たないスーパーやコンビニエンスストアに代わり、日用品や食料品を販売するため「東町エンガワ商店」を開いた。南相馬市と独立行政法人中小企業基盤整備

機構が整備し、小高ワークーズベースが業務委託を受けて、2018年末までの期限付きでオープンさせたもの。近くのコンビニエンスストアが再開した時には売上が4割ほど減ったが、地元産の商品を置くなどして役割分担を図り、売上を回復させた。

2015年11月には東京・日本橋に本社がある耐熱ガラスメーカーHARIOの協力を得て、ガラスアクセサリ製造・販売を行う「HARIOランプワークファクトリー小高」を開いた。はじめは事務所内に工房をおいていたが、2016年6月に新工房兼ギャラリーショップをオープンした。

工房の開店は和田さんが、東京から小高へボランティアに来ていたHARIOの職人さんから、「こんな仕事もあるよ」と教えられたことがきっかけとなった。

「原発被災地に若い人は戻らないという固定観念を打破するには、仕事を用



Data ▶ 本事例の問合せ先

小高ワーカーズベース
所在地：福島県南相馬市
HP: <http://owb.jp>
主な事業内容：コワーキング・スペース
の運営/ガラスアクセサリーの製造販売など

Area ▶ エリア

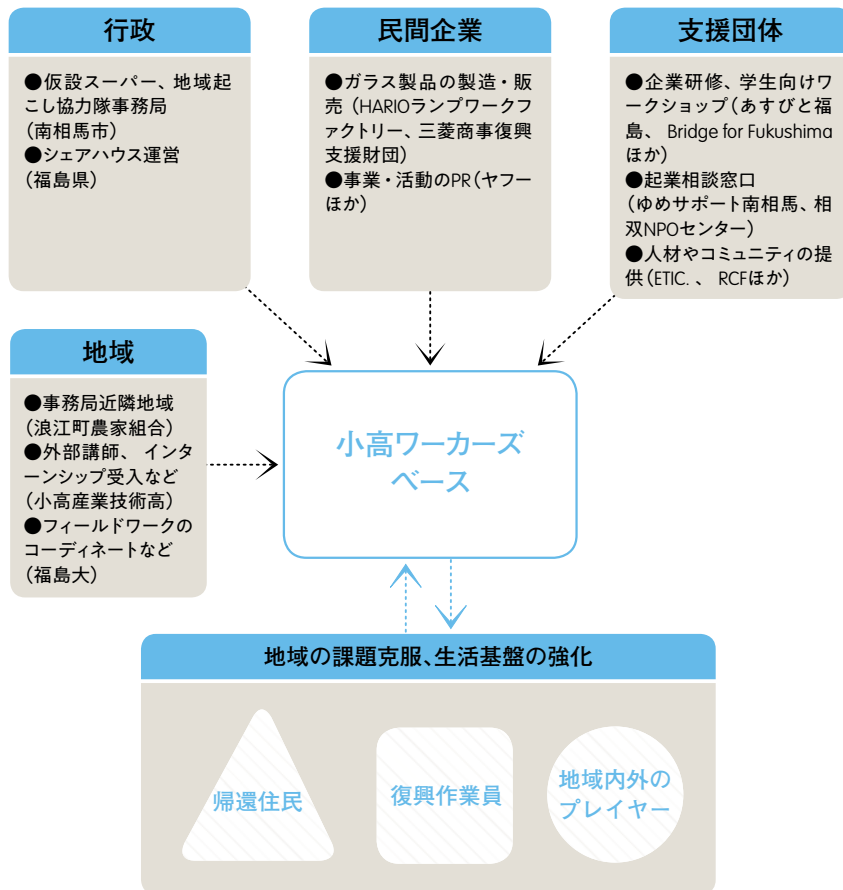
福島県南相馬市



COLLECTIVE IMPACT

コレクティブ・インパクト

小高ワーカーズベースの 連携・協働の図



意するのが一番です。ではどんな仕事ならよいのかと考えて、当たり前ですが、魅力的な仕事だろう、と。しかも、若い女性が働けるような職種なら、さらによい。ガラスアクセサリー職人は、まさにそんな仕事です。HARIO側は職人高齢化の課題を抱えていると聞いたので、やろうと即決しました」（和田さん）

最初は週1回、4カ月間の体験教室を開催した。メディアやSNSを通じて告知し、県外の人を含め職人希望者が70人ほど集まった。36時間の研修、3カ月の練習期間を経て、仕事量や生活に合わせて、成果報酬で働いている。現在の従業員は乳児を抱える人や、東京からの移住者を含めて7人になった。

若い女性が働く姿を街の風景にしたいと、工房の窓を大きくした。その姿を見て、小高にカフェを出店することを決めた人もいる。

[持続性]

機応変に 事業創生を 続ける

ほかにも、小高ワーカーズベースの事業は多岐にわたる。例えば、隣町・浪江町の農家組合の事務局を務め、「お試し移住」のためのシェアハウス（原町区・新地町）を福島県の委託で運営する。市の地域おこし協力隊の事務局なども務めている。

手がける事業について、「何でもやるわけではありません。ボランティアではなく事業性があるというポイントは外したくない。それが継続性を生むと思いま

す」と、和田さんは言う。

2018年度には、10の新しいプロジェクトを始める。そのために、「予測不能な未来を楽しもう」をコンセプトに、地域おこし協力隊制度を活用した起業家誘致事業プロジェクトの推進組織「Next Commons Lab 南相馬」を設立、現在はその中心メンバーを募集中だ。

小高ワーカーズベースの目標は、「持続性のある会社経営ができていくこと」「地域の起業マインドを牽引し、さまざまなプレイヤーとともに創る事業で、課題を解決する風土ができていくこと」。「目標に対していまはまだ1合目。これからが本当のスタートです。今後、状況も課題も変わってくると思うので、臨機応変に事業展開していきたい」と、和田さんは話している。

7 「高校生が伝えるふくしま食べる通信」編集部 福島県 高校生が届ける生産者の熱い思い

Point ▶ 取組のポイント

【ヒト】

福島の想いを
何とか届けたい

【着眼点】

生産者の想いを
農産物と一緒に届ける

【連携・協働】

個人読者、企業の
支援も広がる

【持続性】

志はソーシャル、
仕組みはビジネス

Area ▶ エリア

福島県

Player ▶ 取組主体

「高校生が伝えるふくしま食べる通信」
編集部

Project ▶ 取組の内容

福島県内の生産者の想いを食材付き
情報誌として編集・発行

Profile ▶ 人物紹介

発行責任者
半谷栄寿

(はんがい えいじゅ)

一般社団法人あすびと福島代表理事。2012年あすびと福島を設立。南相馬ソーラー・アグリパークで小・中学生の体験学習を実施。高校・大学生の人材育成を志す。

初代編集長
菅野智香

(かんの ともか)

安積高校2年の時、社会起業塾「あすびと塾」への参加をきっかけに、「高校生が伝えるふくしま食べる通信」を創刊。初代編集長。現在は大学生として後輩を支援。

福島の生産者の
想いを知ってほしい！

① こうふく通信の現役編集部員 ② 高校生による取材の様子 ③ 事務局長の椎根里奈さん

①



②



③



【ヒト】

福島の想いを
何とか届けたい

「高校生が伝えるふくしま食べる通信」(以下、こうふく通信)は福島県内の生産者の想いを食材付きで、春夏秋冬4回発行する情報誌だ。その名のとおり編集部員は全員福島県の高校生で、企画や取材、原稿執筆など、発行までの一連の作業を自らが行う。2015年に創刊され、2018年2月に第12号を発行した。こうふく通信は福島県の風評被害払拭への貢献と、若い編集部員の成長という、目的に向かって前進を続ける。こうふく通信創刊のきっかけを作った

のは、2012年に南相馬市で発足した一般社団法人あすびと福島だ。あすびと福島の代表理事、半谷栄寿さんは南相馬市の出身、2010年まで東京電力の執行役員を務めていた。半谷さんが震災後、原子力発電所の事故への責任と地元への思いから、「福島の復興を担う人材が育つ場を創りたい」と立ち上げたのが、あすびと福島だ。あすびと福島は、2014年5月から高校生を対象にした社会起業塾「あすびと塾」を始めた。このあすびと塾に、後にこうふく通信のキーパーソンとなる菅野智香さん(当時・安積高校2年生)が参加した。

菅野さんはあすびと塾での意見交換などを通じ、福島県産農産物が受ける風評被害について考えを深めるようになった

原子力事故の被災地、福島県の高校生が始めた食材付きの情報誌
「高校生が伝えるふくしま食べる通信」（こうふく通信）には、福島生産者の
想いを全国へ届けたいという高校生たちの熱い気持ちが込められている。
2018年2月に第12号を発行したこの情報誌の、志の実現性が見えてきた。

Area ▶ エリア 福島県

た。2014年8月のあすびと塾で菅野さんは、「県外から『福島は危ない』と言われますが、大好きな福島が誤解されて悔しい。福島の想いを何とかして届けたい」と発表した。これが、こうふく通信の出発点となった。

【着眼点】

生産者の想いを 生 農産物と 一緒に届ける

風評被害を払拭するには、どうすればよいか。あすびと塾では高校生から、さまざまなアイデアが出た。「東京にアンテナショップをオープンさせる」「首都圏向けに農産物を宅配する」「高校生が農産物の売り役になる」……。

そんな折、菅野さんたちは岩手県花巻市を本拠にした「東北食べる通信」（発行・特定非営利活動法人東北開塾）という情報誌があると知る。東北食べる通信は、生産者の想いを発信する情報誌と、その想いがこもった農産物を合わせて全国の読者に届ける事業だった。東北食べる通信の手法ならば、菅野さんの志を実現できる。菅野さんたちは情報誌の創刊に向け、走り始めた。

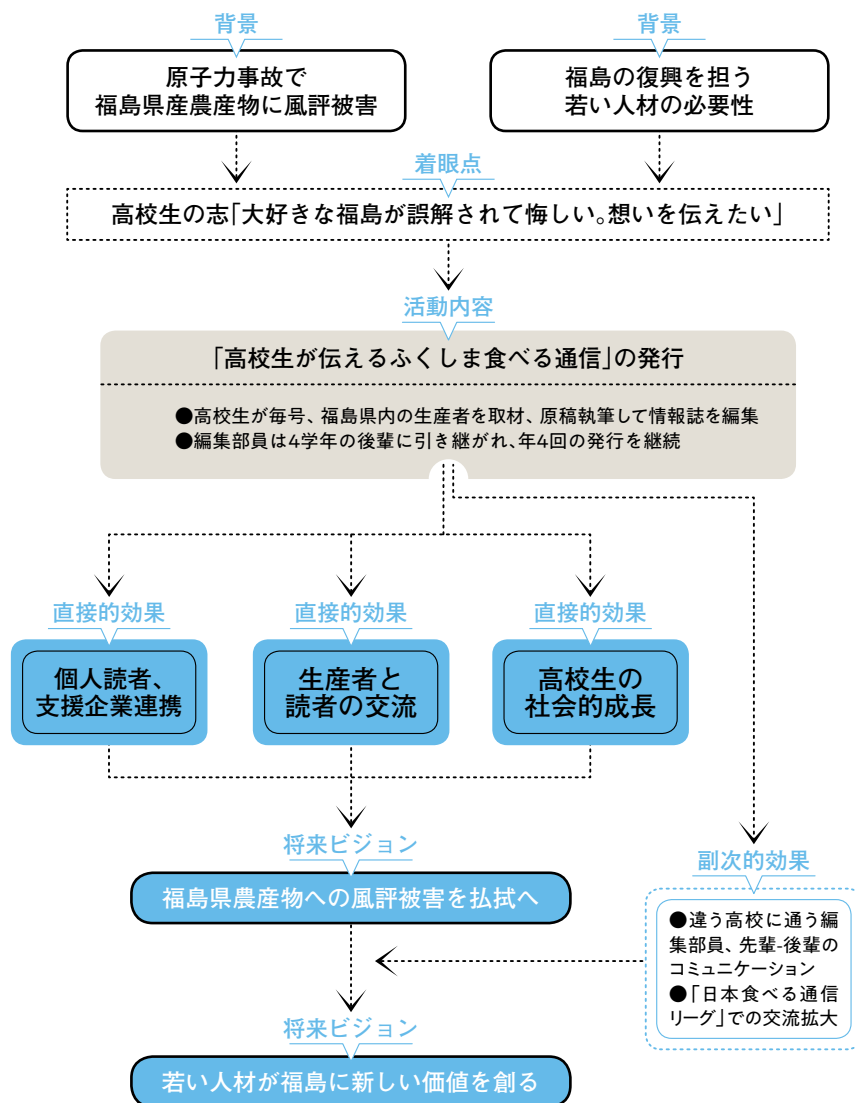
こうふく通信編集部が正式にスタートしたのは、2015年1月のことだった。創刊の目的はふたつ。福島県産品が安全で安心であることを広く知ってもらうこと、母体であるあすびと福島が目指す「復興を担う人材育成の場」とすること。創刊準備を始めた編集部員は5人だった。編集長は「言いだしっぺ」である菅野さんが務めた。発行元となったのはあすびと福島、発行責任者には半谷さん、事務局長にはあすびと福島の椎根里奈さんが就き、高校生編集部を支えることにした。

創刊号で取り上げたのは、郡山市にある鈴木農園、鈴木清美さんのジャンボなめこに対する想い。鈴木さんを集めた情報誌と、通常の2倍もあるなめ

CHANGE MAP

チェンジマップ

「高校生が伝えるふくしま食べる通信」のビジネスモデル



こをセットに、読者へ送ることにした。年4回の発行を継続させるため、購読料を1号2,500円とすることも決めた。

振り返れば、笑い話のようなエピソードが残る。「普段読むような雑誌作りをする」と決めたが、誰も「普段読む雑誌」などない。今時の高校生は雑誌は読まずに、情報はインターネットで集めているのだった。また、鈴木さんのところに取材に行くと、話の面白さのあまりメモを取るのを忘れていた……。そんな

試行錯誤を繰り返しながら、高校生たちは原稿を仕上げていった。

事務局長の椎根さんの要求は、厳しかった。農産物は生産者が自信を持って送り出す。だからこそ、情報誌も代金に見合うレベルでなければならなかった。原稿は赤ペンで修正されたり、場合によっては書き直しが求められたりする。元原稿が、ほとんど姿をとどめていないこともあった。

苦労の末に2015年4月、全18ペー

① 編集会議の様子(左端が高野紗月さん) ② 第12号の編集長・渡辺瑠奈さんと梨農家のご両親 ③ 企業での読者募集は高校生の成長の場でもある(右端が大学生になった菅野智香さん) ④ 生産者や読者との交流会も開催



ジの創刊号が陽の目を見た。全国の読者200人に、ジャンボなめことともに届けられたのだ。菅野さんら編集部は達成感を味わうと同時に、自分たちの未熟さも思い知らされた。この「悔しさ」は「次号こそ」という意欲を生み、高校生たちが前進するための力になった。

第2号以降の特集は、きゅうり、ヤーコン、大豆、アスパラガス、鯉、梨、シャモ、小女子、トマト、蕎麦、豚といちご。安全・安心への努力、食べる人の健康を願う心遣いなど、生産者の言葉を直接聞き取って高校生が文章にする。高校生たちも確実に成長した。第8号の編集長だった高野紗月さん(当時、福島高校2年生)は、川俣町の斎藤正博さんが育てるシャモについて、「どうしても取材したい」と編集会議で言い出した。取材交渉は事務局が行うのが通例だが、高野さんは直接、斎藤さん

と取材を交渉した。そして、高野さんが書き綴った斎藤さんのストーリーは、ほぼ原文のまま第8号に掲載された。

[連携・協働]

個人読者、企業の支援も広がる

創刊から3年目、発行は第12号を数え、読者も700人を超えている。高校生編集部員は代々後輩へと引き継がれ、5学年、4つの高校にまたがっている。

こうふく通信は多くの個人読者に支えられるとともに、CSRとして企業が支援していることも特徴だ。母体であるあすびと福島は多数の企業の社員研修を企画・運営しているが、凸版印刷、東芝、三菱商事、NEC、ジョンソン&ジョンソンなどの企業では各社の社員有志の前

で編集部員がこうふく通信の購読を訴え、読者の広がりにつながっている。

また地元福島の東邦銀行は、主だった支店のロビーにこうふく通信を置き、食材は社員食堂で利用している。

こうふく通信を取り巻く関係者は、労働組合にも広がりつつある。あすびと福島での研修が縁となって、購読を検討している団体もある。

原子力発電所の事故から7年近くが経ち、福島県産の農産物は検査が徹底され安全が確認されているが、福島産を敬遠する消費者もいる。風評被害の払拭に対し、こうふく通信は創刊にあたって、福島産を敬遠する消費者の考えも尊重することとした。その上で、福島県内でおいしい農産物を作る生産者の実像をきちんと伝え、まず読者とその周囲に安心を共有してもらう。時間はかかっても、少しずつ風評被害をなくすこと



Data ▶ 本事例の問合せ先

高校生が伝えるふくしま食べる通信
所在地：福島県
HP: <http://taberu.me/koufuku/>
主な事業内容：福島県産食材付き
情報誌の編集・発行

Area ▶ エリア

福島県

に貢献しようと活動しているのだ。

その志のためにも、こうふく通信は、「日本食べる通信リーグ」に加盟した。日本食べる通信リーグは各地で発行されている「食べる通信」の連盟組織だ。加盟することで、熊本県の「水俣食べる通信」との交流が生まれた。かつて、水俣は公害で大変な苦労を余儀なくされた。水俣湾では1997年に安全宣言が出され漁業が再開したが、長く風評被害に苦しんだ。しかし現在、水俣は環境を大切にする地域として全国から尊敬されている。水俣の経験は、こうふく通信の志の実現性を示している。

【持続性】

志はソーシャル、 仕組みは ビジネス

こうふく通信のふたつの目的、風評被害の払拭、復興を担う若い人材の育成は、どちらも達成まで長い時間がかかる。そのための有効な手段として、こうふく通信自体の継続が必要だ。

「志はソーシャル、仕組みはビジネス」というのが、あすびと福島が大切にするモットーだ。どんなに社会的な意義があっても、経済的な持続性がないと結局は役に立たない。

こうふく通信の各号の購読料は2,500円であり、700人を超える読者の購読のおかげで、高校生編集部の取材経費、情報誌の印刷代、食材の購入費、読者への送料などの直接経費をまかなえるまでになった。事務局長の椎根さんと読者サービスを担当する丸山直美さんの間接経費はあすびと福島が負担しているが、これは編集部高校生の成長のための必要経費であり、全体として「志はソーシャル、仕組みはビジネス」は成立している。

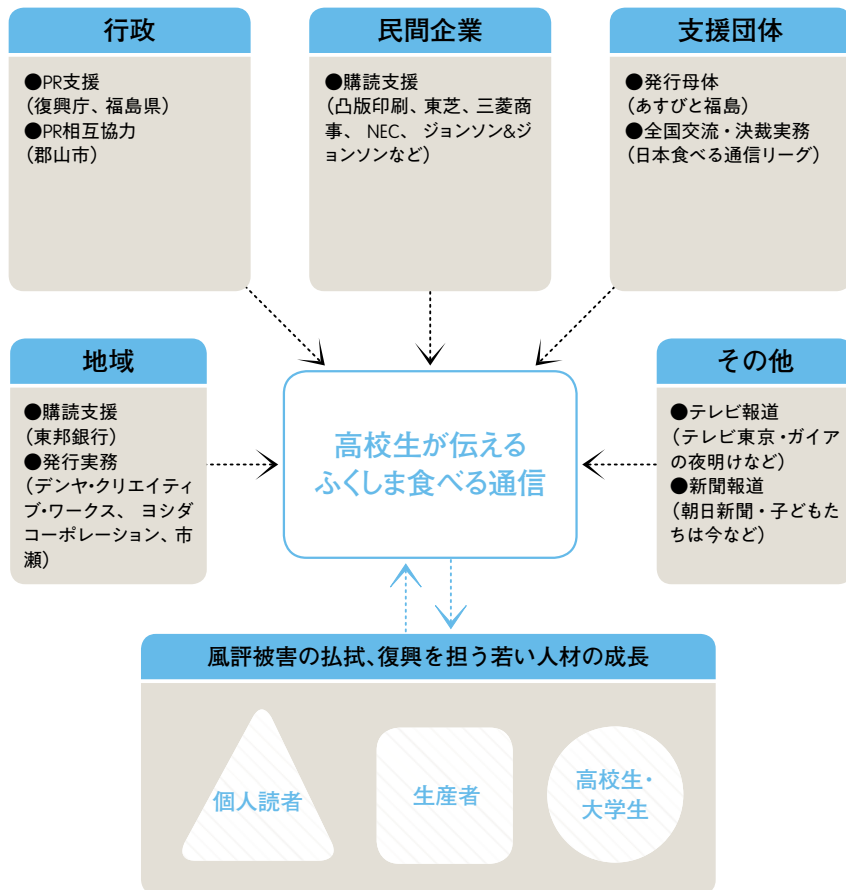
高校生編集部員は、これからも後輩たちが続いていくのだろうか。

編集部員の取材先は、広い福島県の

COLLECTIVE IMPACT

コレクティブ・インパクト

「高校生が伝えるふくしま食べる通信」 編集部の連携・協働の図



各地に及ぶ。取材は、「福島にはこんな文化や歴史があったんだ」という発見の場でもある。真剣に生きる生産者の想いに深く向き合うことで、高校生自身と福島とのあり方を考える機会にもなる。第12号の編集長を務めた渡辺瑠奈さん(安積黎明高校2年生)は、梨農家としての両親の想いが第4号で取り上げられた。取材を受ける両親の話を聞いて、「こんな想いで梨を栽培しているんだ」と感動した。農業に関心がなかった渡辺さんだが、母親の薦めもあって編集部に加わった。将来はキャビンアテンダントになりたいと思っていたが、いまは「自分と相手が幸せになれる仕事をしたい。農業と食にかかわりたい」という。

初代編集長の菅野さんは現在、都内の大学で学んでいるが、時に後輩の活

動を手伝うこともある。菅野さんは編集部時代を振り返り「後輩や周りの大人に助けられた。人に恵まれた」と話す。そして今、「地方と農業は切り離せない。農業のあり方がその地域の存続可能性に影響する」と、考えるようになった。菅野さんは、原発事故による避難指示が2017年3月に一部の帰還困難区域を除き解除された浪江町で、住民とともに、町を花であふれさせる事業を立ち上げようとしている。

菅野さんはこうして成長を続け、後輩たちはそんな先輩に憧れて編集部員としてつながっていく。あすびと福島が人材育成の仕組みとして目指す「憧れの連鎖」が始まっている。将来の編集部は、その学生たちが社会人となって、自ら経営する発展形も期待される。

Point ▶ 取組のポイント

【ヒト】

自分の好きな
ふるさとを再生したい

【着眼点】

第二の故郷を
プロデュース

【連携・協働】

行政や地域団体、
農家と協力した村おこし

【持続性】

新商品を増やし
販路を拡大

DATA

Area ▶ エリア

福島県川内村

Player ▶ 取組主体

渡辺正氏

Project ▶ 取組の内容

村を活性化する複合商業施設の経営、
村産品の販売拡大

Profile ▶ 人物紹介

渡辺 正（わたなべ ただし）

福島県川内村生まれ。宮城県大河原町でパソコン教室を運営していたが2015年、震災を機に帰村。観光協会の特産品開発担当として、新商品を開発。商工会の商業施設準備室長として2016年に複合商業施設「YO-TASHI」をオープンさせ施設長に就任。村の環境整備や交流人口の拡大、村の活性化に取り組んでいる。



自分たちの足で
1歩を踏み出そう！

【ヒト】

白 分の好きな
ふるさとを
再生したい

福島第一原発の事故で全村が避難指示区域となった川内村。2012年以降、避難指示が少しずつ解除され、2016年6月に全域が解除となった。震災前は人口約3,000人だった川内村だが、現在村で生活するのは2,200人程度だ。

合同会社かわうち屋の職務執行者、渡辺正さんは川内村の活性化に日々、奮闘している。

川内村で生まれ育ち、進学を機に宮

城県仙台市へ移った渡辺さんは卒業後も宮城県に留まった。震災に遭ったのは、仙台市近郊の大河原町で旅行会社のかたわらパソコン教室を運営していた時のこと。生活基盤を村外に移してから、20年近くが経っていた。

震災後、川内村の実家で暮らしていた家族は郡山市の避難所に避難し、渡辺さんも合流した。パソコン教室の生徒さんからは宮城県への移住も薦められたが、年老いた両親が新しい土地になじむのは難しいと考えた。

「両親は村で長く小さな商店を営んでいました。ガス屋だったり雑貨屋だったり。郡山に避難してから、地元の人と一緒にいたがりました」

渡辺さんは、避難指示が解除された

①



②



③



① 渡辺さんが施設長を務める商業施設「YO-TASHI」
② 川内村の豊かな自然 ③ 平伏沼のモリアオガエル

福島第一原発の事故で全村避難を余儀なくされた福島県川内村。
避難指示解除後も震災前の賑わいは戻っていない。高校卒業後村を離れ、
震災を機に20年ぶりに帰村した渡辺正さんは故郷の再生のため、
さまざまな困難に遭遇しつつ、少しずつアイデアをかたちにしていく。

Area ▶ エリア

福島県川内村

その時は、全員で川内村に戻る決意を固める。2012年5月、家族を郡山の借り上げ住宅に残し、まず渡辺さんが単身で村の実家へ戻った。大河原町のパソコン教室はともに立ち上げた先輩に譲り、退路を絶っての帰村だった。

「震災が起こるまで、村にはいつでも帰れると思っていました。その故郷がなくなるかもしれないという状況に陥った時、放っておけないという思いが湧いてきたんです」と、渡辺さん。

全村避難で知られるようになった川内村には、復興支援のため村外からもさまざまな人材がやってきた。彼らが縁のない村のため復興に取り組む姿を見て渡辺さんは、申し訳なさと同時に悔しさを感じた。

「このままでは自分の知らない村になってしまう、という感覚でしょうか。だから村に帰って、自分の好きな故郷を再生したいと思ったんです。もちろん復興に携わる方々には、いまでも心から感謝しています。そこに自分も関わりたいかった」

【着眼点】

第二の故郷を 第プロデュース

戦前の川内村は林業で栄え、なかでも木炭は全国一の生産量を誇った。

「歴史的に川内村は、国のエネルギー拠点だったんです。炭の生産に貢献し、後には原発がありました。でも戦後、炭の価格が低迷して、村の産業は林業から農業に移りました」（渡辺さん）

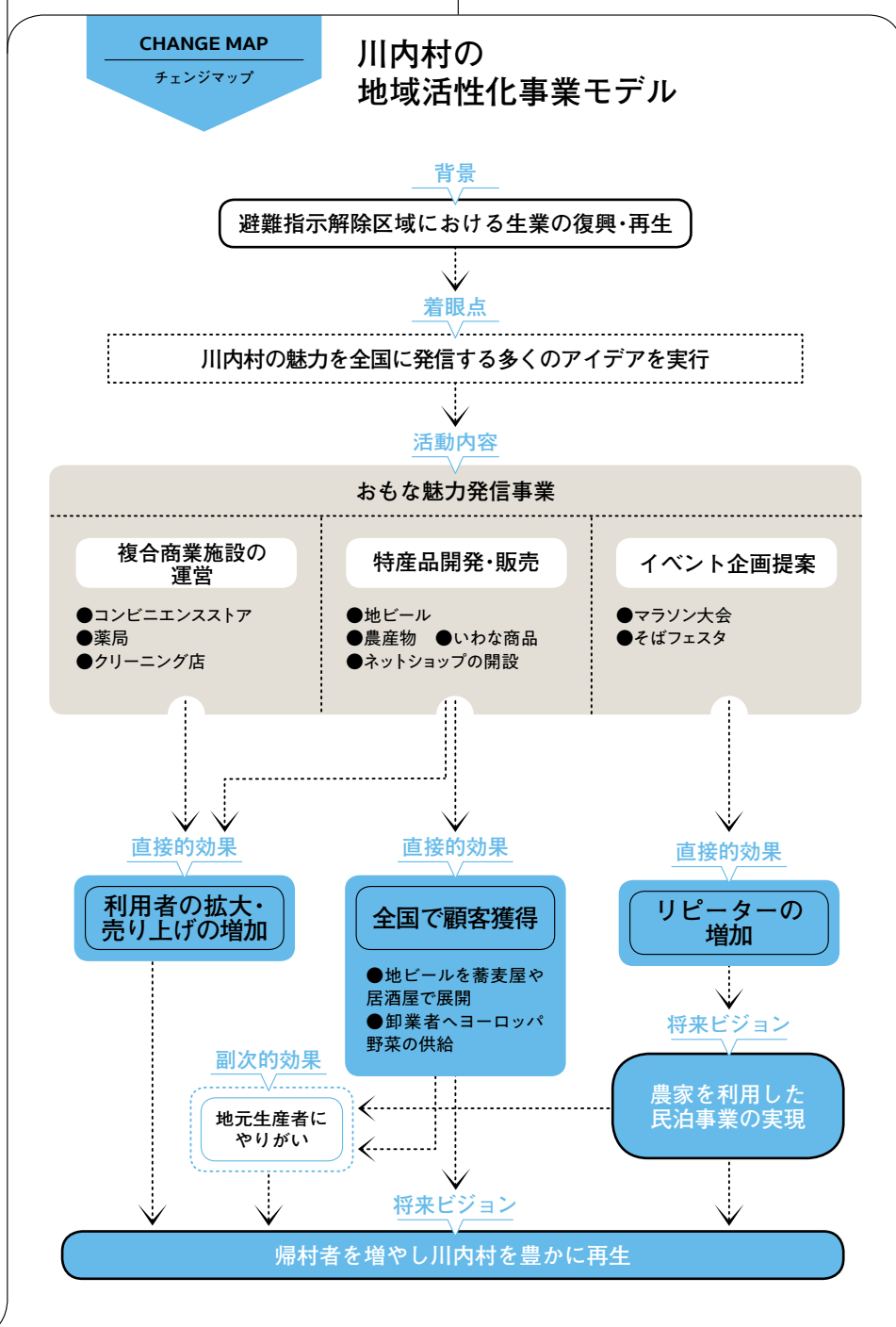
ただ農業収益は決して高くはなく、人口減少や高齢化、若者の流出など、過疎化の問題に川内村も直面していた。それが震災でさらに加速した。「民間で仕事していると、営業して仕事を取るのが当然じゃないですか。でも、川内村のような過疎地で一番お金を持っているのは行政なんです。震災以前から、国や県、村から助成金が出ていた。震災の前も後も、自分がやらなくても村や県が何とかしてくれるという意識が、

村民のどこかにあると思います。一方で、村の魅力を発信しようとすると、住んでいるみんなが村を好きなことが伝わってくる」（渡辺さん）

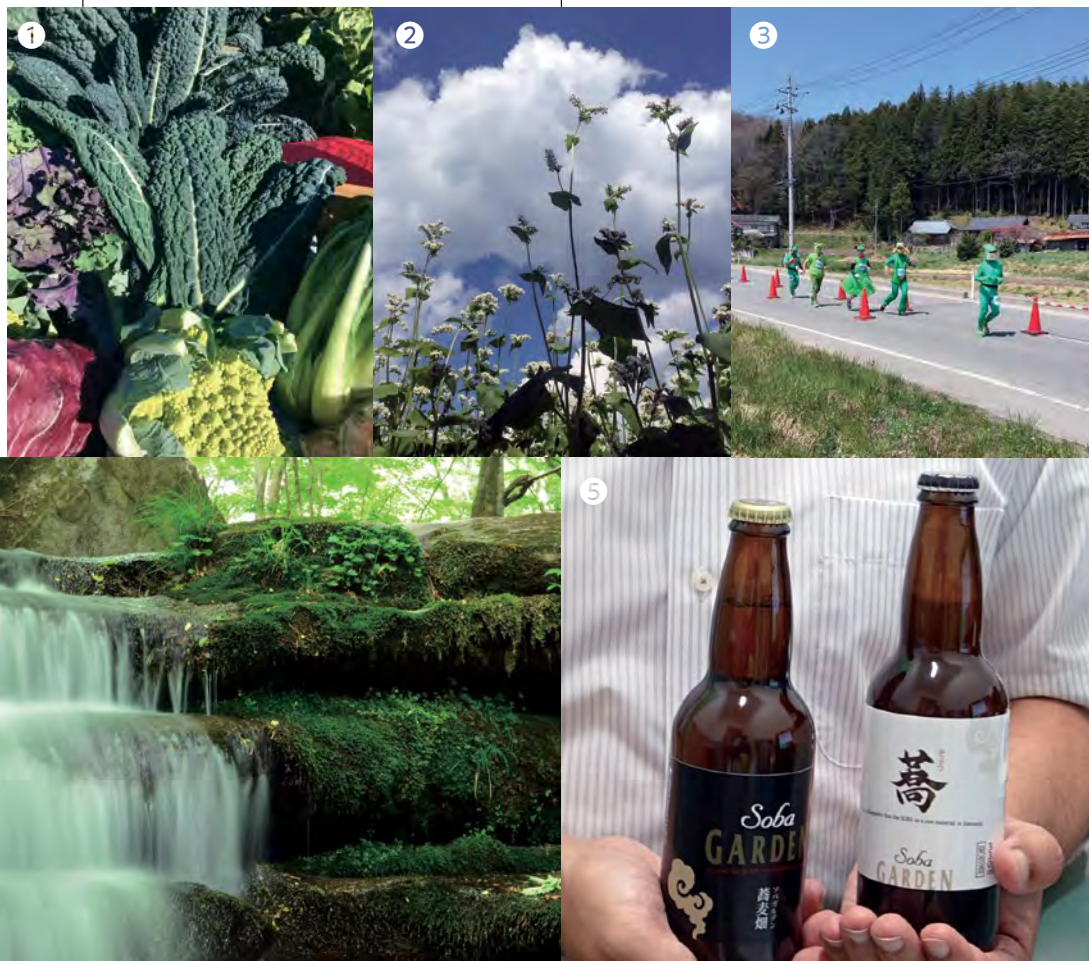
行政と住民のかい離を感じることもあったが、村にとって急を要する課題を前に、「行政の立場を考えれば、少しずつでも段階的に進めていくほかない」と前を向いた。渡辺さんの主な業務は、震災後に村役場や商工会が中心に

なって立ち上げた複合商業施設「YO-TASHI」の施設長。そのほか、蕎麦やいわなど村の特産品を使用した新商品開発や村のにぎわい創出のためのイベントの実施など、村の活性化のために多様な活動を行っている。

「私がどうしても帰ろうと思った理由のひとつは、ふるさとだったからなんです。自分の生まれ育ったところだから、失いたくなかった。川内村はどこにでも



① 川内村の「ヨーロッパ野菜」 ②
地ビールの原料となる川内村の蕎
麦 ③ 「川内の郷かえるマラソン」の
風景 ④ 原生林を流れる川 ⑤ 蕎
麦を活かした地ビール「ソバガルデン」
(左)と「ソバガルデン蕎」(右)



ある村かもしれないけど、実際に来てもらって、村の人たちと触れ合ってもらおう。第二の故郷のように思ってもらえれば。それが少しでもできれば、今の川内村の形を崩さずに、変に近代化しないで、発展できるのかなと」(渡辺さん)

【連携・協働】

行政や地域団体、 農家と協力した 村おこし

YO-TASHIは渡辺さんが商工会の商業施設準備室長として、村役場や村の仲間、復興支援員と企画を練り、2016年3月にオープンさせた。公設民営型の商業施設として整備され、村から委託を受け、合同会社かわうち屋が運営して

いる。現在はコンビニエンスストアと薬局、クリーニング店が入って営業中だ。

また、渡辺さんは川内村観光協会の特産品開発担当として、地域資源の蕎麦を活かした新商品を開発した。「ソバガルデン」「ソバガルデン蕎」という地ビールが、その新商品だ。ソバガルデン(330ml・税込620円)は、蕎麦を原料にした地ビールとしては川内村が全国で初めて商品化したもの。濃厚な味わいにファンも多い。

田園風景のなかを走る「川内の郷かえるマラソン」にも、実行委員会の一員として携わっている。このマラソン大会は村や村教育委員会などでつくる実行委員会が主催し、全国に向けた村の魅力発信の方策として、2016年に第1回大会が開かれた。2018年4月28日には第3回大会を予定しているが、もともとは村をにぎやかにするため、小学生が発

案したもの。その案に渡辺さんたち大人が賛同し、企画を実現させた。村の平伏沼がモリアオガエルの生息地として国から天然記念物に指定されていることが、名前の由来となっている。回を重ね、参加者も増えてきた。

せっかく遠方から川内村まで来てくれた人々が、マラソン大会が終わるとすぐに帰ってしまうことが、これからの課題だ。川内村には宿泊施設がなく、観光客向けの飲食店も少ない。そこで渡辺さんが考えているのが、「民泊」だ。

「農家に民泊して、地元の人とふれあっていたきたいですね。農家が農作物で収益を上げるのは大変なんです。だから都会から来た人たちを泊めて、自分で育てた作物を食べてもらう。気に入ってもらえたら、米や野菜を売ってもいい。収益が上がるし、買う人の喜ぶ顔も見える。農業への意欲も増すと思う



Data ▶ 本事例の問合せ先

かわうち屋
所在地：福島県双葉郡川内村
HP: <http://kawauchi-ya.com>
主な事業内容：商業施設運営/
村産品販売/イベント企画など

Area ▶ エリア

福島県川内村

ので、そういう仕組みを作りたいと思っています」(渡辺さん)

村へのアクセスや、民泊のための準備など、解決すべき課題は多い。が、朝夕食付きで農家に泊まり、マラソン大会やハイキングを楽しむツアーなど、需要はあると見込んでいる。

【持続性】

新 商品を増やし 販路を拡大

YO-TASHIに入っているファミリーマートには、1日800人ほどが来店する。生活者が2,000人ほどの村としては非常に高い集客率であり、売り上げも全国平均より20~30万円は多い。

しかし、一緒に入っている薬局とクリーニング店は赤字経営だ。必要性が高い業種のため、コンビニエンスストアで上げた収益で補填しているが、それでも全体的には赤字になる。

収益を上げるため、村の特産品の六次化にも取り組んでいるが、「助成金のおかげで作るところまではできますが、そこからが大変なんですよ」(渡辺さん)と、販路拡大は容易ではない。地ビールについては、蕎麦屋や居酒屋での全国展開を目指して、奮闘中だ。

さらに渡辺さんは2017年10月、楽天市場に「阿武隈高原『旬食』」というショッピングサイトを outlets した。地ビールやいわなのほか、特産米「里山のつぶ」や、隣接する小野町の牛肉も販売する。川内村を含む、阿武隈高原全体を巻き込んだ展開を睨んでのことだ。

そんな渡辺さんがいま力を入れているのが、「ヨーロッパ野菜」だという。

渡辺さんは2014年、農業普及所の指導員が始めた野菜勉強会に参加した。一緒に参加していたのは、お母さんたちばかり。家族のために作りたいという、ごく内輪の集まりに過ぎなかった。

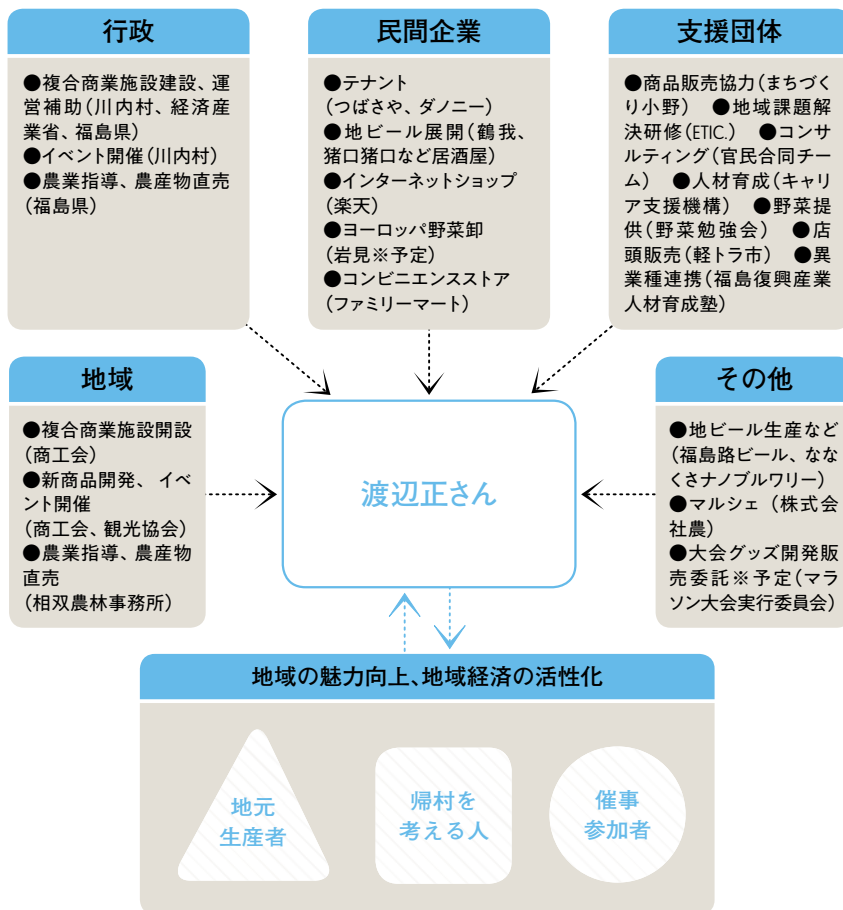
その勉強会で、渡辺さんは作った野菜を売り出すことを提案した。

「2016年の『そばフェスタinかわうち』

COLLECTIVE IMPACT

コレクティブ・インパクト

川内村地域活性化の 連携・協働の図



に育てた野菜を出して、100円ほどで売って見たんですよ。すると店やホテルに野菜を卸す株式会社岩見の方から、仕入れたいと言ってもらえたんです」

指導員が大喜びでそのニュースをお母さん方に伝えたところ、仕事にするのは大変だと最初は乗り気ではなかったという。それでも渡辺さんはあきらめず、株式会社岩見が福島県内で専門料理店向けに実施した展示会に、かわうち屋としてヨーロッパ野菜を出品した。

「展示会にはイタリアンやフレンチのシェフが参加していて、ぜひほしいということになったんです。それを改めてお母さん方に伝えたら、『じゃ、やってみるか』と(笑)。2018年から本格的に栽培に取り組みます」(渡辺さん)

自分で一歩を踏み出そうという渡辺さ

んの訴えに、お母さんたちが応えたかたちだ。実際、寒暖差のある高原で栽培される川内村産のヨーロッパ野菜は、本来のみずみずしさがあると高評価だ。

こうして少しずつ、川内村の「売り」は増えつつある。あとはそれを、どう全国区に広めていくか。

「『金もうけのことばかり考えて』っていつも言われますよ」と、笑う渡辺さん。

「だけど、作ったものが売れて、売れるからよいものが作りたくって、生産力が上がるのが一番ですからね。村が豊かになるし、変われるんだと信じていることができる。道は途上ですが、ここまできたことができたのは行政のサポートがあったから。今後も行政と民間がタッグを組んで、村を豊かにする努力を続けます」(渡辺さん)

Point ▶ 取組のポイント

[ヒト]

故郷を面白い
街にしたい

[着眼点]

ともに切磋琢磨する
プレーヤー

[連携・協働]

浜通りを愛する人の
コミュニティ

[持続性]

不動産開発で
新たな街づくり

DATA

Area ▶ エリア

福島県いわき市

Player ▶ 取組主体

特定非営利活動法人TATAKIAGE Japan

Project ▶ 取組の内容

起業家支援と地域課題解決のための
イベント開催

Profile ▶ 人物紹介

理事長

松本 丈

(まつもと たけし)

同郷の親友、鈴木賢治
(TATAKIAGE Japan 理
事) が代表である(株)
47PLANNINGに入社し、
同社で震災後に立ち上
げた夜明け市場の創業
とともに、いわき市にU
ターン。

理事

小野寺孝晃

(おのでら たかあき)

都内IT企業で新規事業
開発担当。在職中に事
業構想修士課程(MPD)
を修了し、社会起業塾、
いわきBPCで入賞する。
2015年にいわき市にU
ターン。



浜通りを
面白い街にしよう!

[ヒト]

故郷を面白い
街にしたい

TATAKIAGE Japanの活動の中心は、
ともにいわき市出身の松本丈理事長と小
野寺孝晃理事だ。ふたりが出会ったの
は、震災から2年後の2013年のこと。
故郷を面白い街にしたいと考えていた小
野寺さんが、地域プロデュース会社に
「いわきで一番頑張っている若い人
を」と頼んで紹介されたのが、松本さん
だった。

高校卒業後、上京した小野寺さんは、
IT企業で営業企画の仕事をしていた。
震災時は「会議中でしたが、大きな横

揺れで吹っ飛ばされました」。実家は半
壊したが、家族は無事だった。

2年後、小野寺さんは思うところがあ
って事業構想大学院大学の2期生とな
り、再び学生生活を送った。しかし、
指導教諭から「お前の強みはいわき出身
ということしかない」と言われ、帰郷を
真剣に考えるようになった。決断した理
由は、大学で書いた論文「福島県浜通
りの地域経済活性化」を実践したいと思
ったこと、「いわきビジネスプランコンテ
スト」(2014年)で地産地消目的のECサ
イト実現を提案し、優秀賞を受けたこと、
福島で頑張る若い人たちの存在を知った
ことなどだ。

2度目のいわき暮らしも3年目。「いま
は、浜魂(後述)を軸にした新しい街づ



① コワーキング・スペース ② 被災店再開のために
始めた夜明け市場 ③ 浜魂でのプレストの様子

福島県いわき市のTATAKIAGE Japanは、飲食街の運営ノウハウを生かし、
 地域のためにアクションを起こしたいあらゆるプレイヤーの一步を支援する。
 戦後日本の復興と、震災後の東北の復活を重ねたネーミング。
 課題を克服して地域を活性化することから、日本中をたたき上げるのが目標だ。

Area ▶ エリア

福島県いわき市

くりにチャレンジしていますが、いわきの、どの人が何を考えているのか、わかるようになった」と、小野寺さんは話している。

松本さんは東北大学大学院で建築学を学び、不動産会社に就職した。その後2009年、親友の鈴木賢治さんが立ち上げた株式会社47PLANNING^{ヨシナオプランニング}へ入社することになった。47PLANNINGは、地域と食に特化したイベントのトータルプロデュース会社だ。東京都内で福島の郷土料理店の出店を準備している時、震災に遭った。鈴木さんと会社の仲間といわきに炊き出しに行った帰りの銭湯で、「炊き出しにも意義はあるけど費用もかさむし、その場限りになってしまう。地元の復興のための飲食店街を始めよう」と構想が生まれた。

いわき駅前には、築半世紀のスナック街「白銀小路^{しろぎんこうじ}」がある。松本さんと鈴木さんは白銀小路の空き店舗を再生させ、震災から7カ月後、「復興飲食店街 夜明け市場」をオープンさせた。名前には「明けない夜はない」の意味を込めた。

「僕たちの目標は最初、被災店再開でした。その後、ここでの独立開業を応援することになっていった」と、松本さん。

夜明け市場は2013年、福島県が実施する「ふくしまベンチャーアワード」第1回で、スタートアップ部門の金賞に輝いた。

またこの年、松本さんや鈴木さん、小野寺さんたちは、飲食店以外にも地域を活性化するプレイヤーを増やすための団体を設立した。それが特定非営利活動法人TATAKIAGE Japanだ。

【着眼点】

と もに
切磋琢磨する
プレイヤー

TATAKIAGE Japanの事務所は、夜明け市場の2階に置かれている。

活動内容は、「いわき市で熱い思いを持ってアクションを起こす人をサポートすること」と定めた。アクションというのは起業ばかりでなく、地域のためにする、あらゆることだ。高校生が何かをしてもよいし、主婦が何かをしてもよい。小さな行動もいずれ地域を動かす大きな力になると信じるからだ。

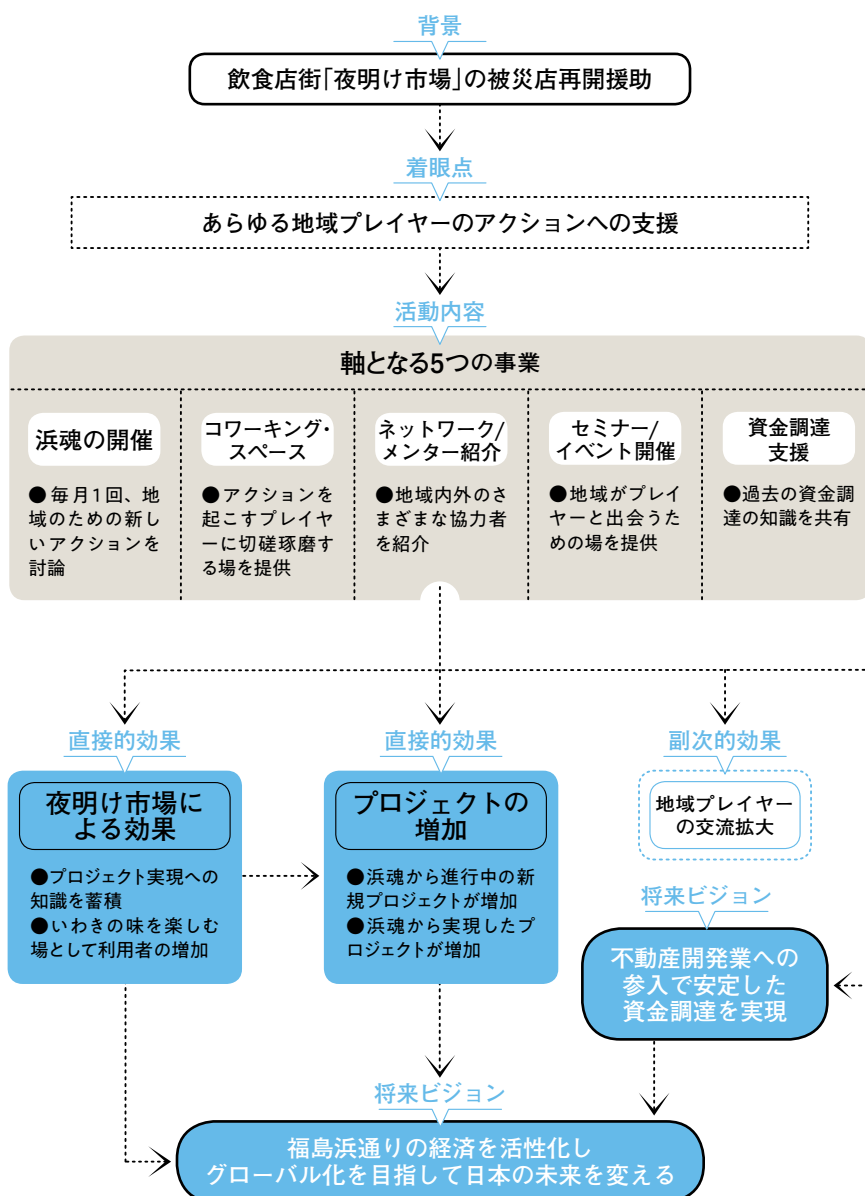
ただ、何かを実現するまでには多くのことが必要になる。特に重要なのが「誰

とやるか」「誰の助けを借りられるか」。ある分野の地域のキーマンの周りには「あの人が言うなら」と一肌脱いでくれる人材がいて、地域の協力が得られるようになる。TATAKIAGE Japanは、何かをしたい人が仲間や適切なキーマンと出会って前に進むために、出会っていなかった人や団体同士をつなげるコーディネータや、場づくりをしてサポートする。サポートといっても、TATAKIAGE Japanは

CHANGE MAP

チェンジマップ

TATAKIAGE Japanの 地域活性化事業モデル



ただの支援団体ではなく、自らも事業を行うプレイヤー仲間という位置付けだ。夜明け市場を通して築いたノウハウやネットワークを、新しくアクションを起こす人たちに利用してもらう。

利用対象者は、「福島県内もしくはいわき市内でアクションを考えている人」「地域のために何かをしたいという想いを持つ人」「すでに自分のビジネスを持ち、次の展開を模索している人」「ビジネスパートナーを探している人」「1ターン・Uターンして福島やいわきで起業したい人」「福島やいわきからグローバル展開を目指している人」としている。

福島県やいわき市がいま抱えている課題の多くは東北の課題であり、日本全

体の課題でもある。ともに切磋琢磨して、地域から、日本の未来を変えていくことを目指している。

[連携・協働]

浜 通りを愛する人のコミュニティ

小野寺さんは震災前からのいわきの課題として「新規事業が立ち上げにくい。私の強い人が多く、外からの人に関心が低い」ことを挙げる。1966年、14市町村の合併で生まれたいわき市。合併

後の課題として、市のホームページには、「旧地区を単位とする地域意識が強い」などと記載されている。

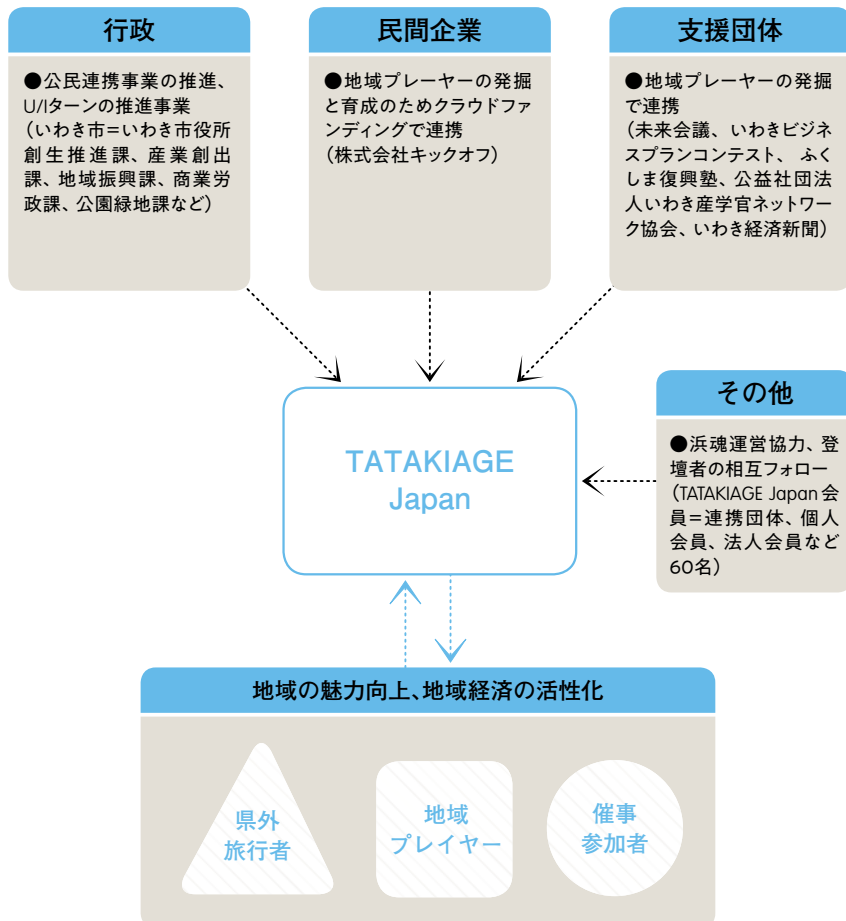
さらに小野寺さんは、市民の「行政頼み」の傾向も課題として挙げる。

「行政に頼り切るのではなく、自分たちで稼ぐ仕組みづくりをしながら、面白い街にしていきたいと思いました。自分たちのために好きでやるのが大事だろうと。最初は人と人との間で困ることがありましたが、いまは皆さんにご協力いただけるようになりました」(小野寺さん)

TATAKIAGE Japanはさまざまなアクションを具体的にサポートするため、いくつかの事業を軸に活動している。例えば事務所に併設された「コワーキング・スペース」(アクションを起こす人同士が切磋琢磨し、よい影響を与え合える場)の運営、地域内外のネットワークや地域のメンターの紹介、セミナー・イベン

COLLECTIVE IMPACT コレクティブ・インパクト

TATAKIAGE Japanの 連携・協働の図





Data ▶ 本事例の問合せ先

TATAKIAGE Japan
所在地：福島県いわき市
HP: <https://www.tatakiage.jp>
主な事業内容：浜魂の開催/
コワーキング・スペースの運営など

Area ▶ エリア

福島県いわき市

ト開催、資金調達支援など。

なかでも、柱となる事業が2015年にスタートした浜魂だ。神奈川県鎌倉市の、街を熱くしたい人をITで支援する「鎌魂」を先例とし、名前にも敬意を込めた。hama+community、浜通りを愛する人のコミュニティの意味もある。

浜魂では、浜通りをよくするために、新しいアクションのアイデアや悩みをプレゼンテーションする。それに対して、参加者全員がプレスト（アイデア出し）をする、という全員参加型のプレゼン&プレストイベントだ。浜通りをよくするアクションなら何を提案してもよく、参加者に制限もない。

当初はいわき市内の「いわきPIT」で開かれることが多かったが、他地域での開催も増えつつある。例えば、2017年7月の第20回「浜魂」in久之浜では「人口減少・少子高齢化の進む地元久之浜・大

久町で公共交通を再生させ、地域住民の協力体制をつくる方法」「若い人に地域の魅力を知ってもらう方法」「一流の人間力を育てるための街づくり手法」「サンマ加工時に捨てる部位の生かし方」について話し合われた。

[持続性]

不動産開発で 新たな街づくり

浜魂の登壇者は、スタートから延べ100人を超えた。その3分の1ほどがプロジェクトを進行中。いくつかのプロジェクトはすでに事業化されている。

ただ、志や専門知識だけでなく、事業継続には資金力も必要だ。「復興特

需」や国の補助を頼むだけでは長続きしない。「日々、稼げる街づくり」を構築するため、「エリアに新たな価値をつくっていく不動産開発に挑戦しています。うまくいけば、町に新しいお客さん呼び込めるし、雇用もつくれるようになる」（小野寺さん）

街づくりの公民連携の事例を作りたいと、現在企画中なのが、磐城平城跡約4,000坪の活用計画だ。「どんな知恵を出して、お金の流れをどうするかが勝負」と、小野寺さんは話している。

松本さんは、復興庁の「復興・創生インターン」にコーディネーターとして参画。企業・団体の経営課題の解決に経営者とともに取り組む学生を支援している。

沢山のプレーヤーが地域に根付き成長することで地域が変わる、故郷が面白くなる。TATAKIAGE Japan は、浜通りから日本をも面白くする活動に邁進中だ。



① 浜魂登壇の様子 ② 第20回浜魂の集合写真 ③ いわき市四倉町のたんぼアートも浜魂から実現 ④ 初対面でも活発に議論する浜魂でのプレスト（アイデア出し）の風景

Point ▶ 取組のポイント

[ヒト]

断片的な経験を
共有財産に

[着眼点]

誰でもアクセスできる
デジタル化した経験

[連携・協働]

コミュニティを
広げる勉強会

[持続性]

ITの情報力を
未来の備えに

Area ▶ エリア

広域

Player ▶ 取組主体

グーグル合同会社

Project ▶ 取組の内容

災害に備えるための
情報プラットフォームの公開

Profile ▶ 企業紹介

グーグル合同会社

インターネット関連のサービスと製品に特化したアメリカの多国籍テクノロジー企業。検索エンジン、オンライン広告、クラウドコンピューティング、ソフトウェア、ハードウェア関連の事業があり、検索をはじめとした多くのウェブサービスや、ダウンロードして使えるローカルアプリケーションを提供する。日本法人は2001年8月に設立された。

- ① 「未来への学び」のサイト
- ② 「未来への学び」の3つの柱

① 未来への学び

企業・団体の支援 自治体の対応 地域発プロジェクト デジタルでできること



災害の復旧・復興支援で得た知見を、未来への学びに。

「私たちが何ができるのか。」災害が発生する度に、様々な企業・団体、自治体、そして個人が、その間に答えようと、試行錯誤を繰り返してきました。

「未来への学び」は、その試行錯誤の過程で得られた経験と知見を記録し、誰もがアクセスできるようにする情報プラットフォームです。

復旧・復興支援で得た知見を、未来への学びに。

②

復旧・復興のナレッジ



自治体の対応

自治体の対応から、災害における情報マネジメントのポイントを学ぶ

自治体が災害に対して、SNSを活用した情報収集や発信といった情報マネジメントの観点からどのような対応を行ったのか。実際の対応内容を首長と役所職員のインタビューで紹介するとともに、情報マネジメントにおけるポイントをご紹介します。



企業・団体の支援

企業・団体の支援活動から、次の「もしも」に役立つナレッジを学ぶ

「未来への学び」では、企業・団体がどのように東日本大震災に関わり、支援活動のためにどんな知恵を絞ったのか、活動を通して何を学び、将来起こるかもしれない災害時に活かせるのかを、各社の「ナレッジ」としてまとめるとともに、実際の担当者のインタビューで活動の詳細をご紹介します。



地域発プロジェクト

地域発のプロジェクトから、地域の未来のつくり方、かかわり方を学ぶ

東日本大震災以降に立ち上げたマッチングプラットフォーム「イノベーション東北」で、地域を元気にするためのプロジェクトを立ち上げた人、そのプロジェクトに参加した人の体験談を紹介します。それぞれの活動の軌跡から、地域の未来のつくり方、かかわり方のヒントをご紹介します。

[ヒト]

断 断片的な経験を
共有財産に

災害とそれに続く復旧・復興支援活動は、多くの教訓を残す。教訓を体系的に記録し、公開するのが、IT企業、グーグル合同会社（以下、グーグル）のプロジェクト「未来への学び」だ。団体や個人、ばらばらの経験を共有財産にする試みで、「IT時代の語り継ぎ」といえる。

グーグルは震災の当日、地震発生から1時間46分後の16時32分には、家族や友人の安否が確認できる「パーソンファインダー」というサービスの提供を始めた。

その後も、被災状況を撮影した衛星写真の提供や、前日までに通行実績のあった道路を確認できる自動車・通行情報実績マップの公開、避難所名簿共有サービスなど、さまざまなプロジェクトを展開する。2011年7月からは、岩手、宮城、福島3県のストリートビューを公開した。ストリートビューは2013年、2016年に更新され、復興の歩みを視覚的に確認できる。

そして2016年3月、生み出されたプロジェクトが「未来への学び」だ。それは、災害からの復旧・復興支援活動に取り組んだ企業・団体、個人、自治体が、試行錯誤をしながら得たナレッジ（知見、経験）やヒントを体系的に記録し、インターネットに公開するプロジェクトだった。

震災直後から、インターネットを利用したさまざまな災害対策サービスの提供を始めたグーグル。2016年からは、大災害へ対峙してきた企業・団体、自治体、個人などさまざまな人たちが、そこからどんな知識や課題を得たか、体系的に記録した情報プラットフォーム「未来への学び」を公開している。

Area ▶ エリア

広域

あらゆる人がいつでも活用できる、情報プラットフォームである。今後、災害に対して復旧・復興支援が必要になった時、効果的な対応が速やかに取られるための助けとなることが目的だ。

プロジェクトの根底にあるのは、「世界中の情報を整理し、アクセスできて使えるようにする」という、グーグルが掲げるミッションだ。

防災・復興プロジェクトプログラムマネージャー、松岡朝美さんは、「特定の固定メンバーではなく、自治体の方とのプロジェクトであれば公共政策部のスタッフが参加するなど、必要な時に必要な人が集まるかたちで運営しています」と語る。

[着眼点]

誰でもアクセスできるデジタル化した経験

地震や津波、台風、洪水など、日本は多くの自然災害を経験してきた。例えば、古くから数多くの津波を経験してきた三陸地方には、津波が来たら「各自でんでんばらばらに高台へと逃げろ」という教訓があり、「津波でんでんこ」という言葉で広く知られている。東日本大震災ではあらかじめ津波を想定した防災教育が行われていたことで、迅速な避難につながった地域もあった。過去の大災害に関しては、当事者である自治体や企業団体の多くが記録集や報告書をまとめてきた。しかし、資料棚の奥で忘れ去られたケースも少なくなく、どこにどんな「記録と教訓」が残っているかはすぐにはわからない。

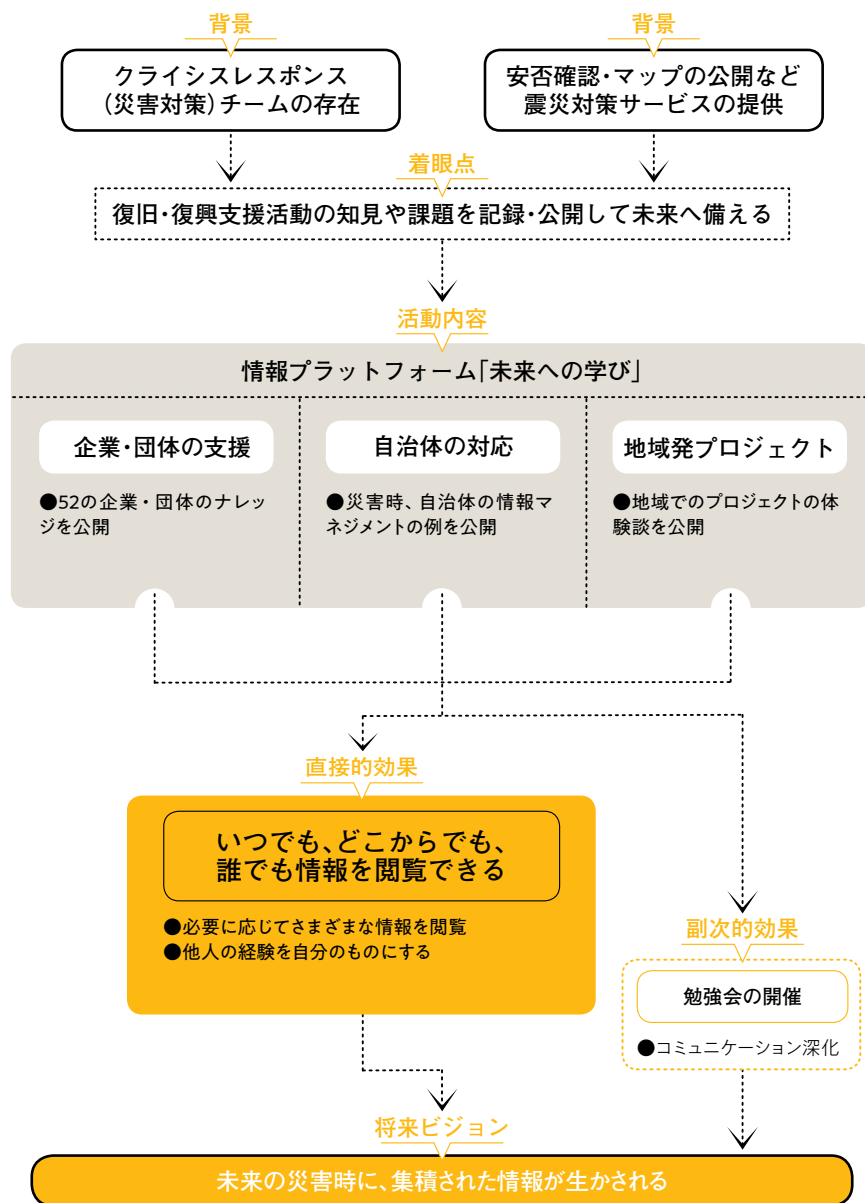
「未来への学び」がインターネット上にデジタル化した「経験」を公開し、誰もが利用できるようにした意味は大きい。

その「未来への学び」は、おもに3本の柱で構成されている。「企業・団体の支援から学ぶ」「自治体の対応から学ぶ」「地域発プロジェクトから学ぶ」だ。

CHANGE MAP

チェンジマップ

グーグル内での「未来への学び」サービス提供のモデル



「企業・団体の支援から学ぶ」には、52の企業・団体のナレッジが公開中だ。各企業・団体が回答した「復旧・復興支援活動を始めた経緯」「予算」「人員」「評価」「現地とのネットワークの構築法」などについて、アイデアや課題を含めわかりやすくまとめている。企業・団体名から検索可能だが、業種や支援内容で絞り込むこともできる。「プロジェクト担当者インタビュー」もあり、担当者の経

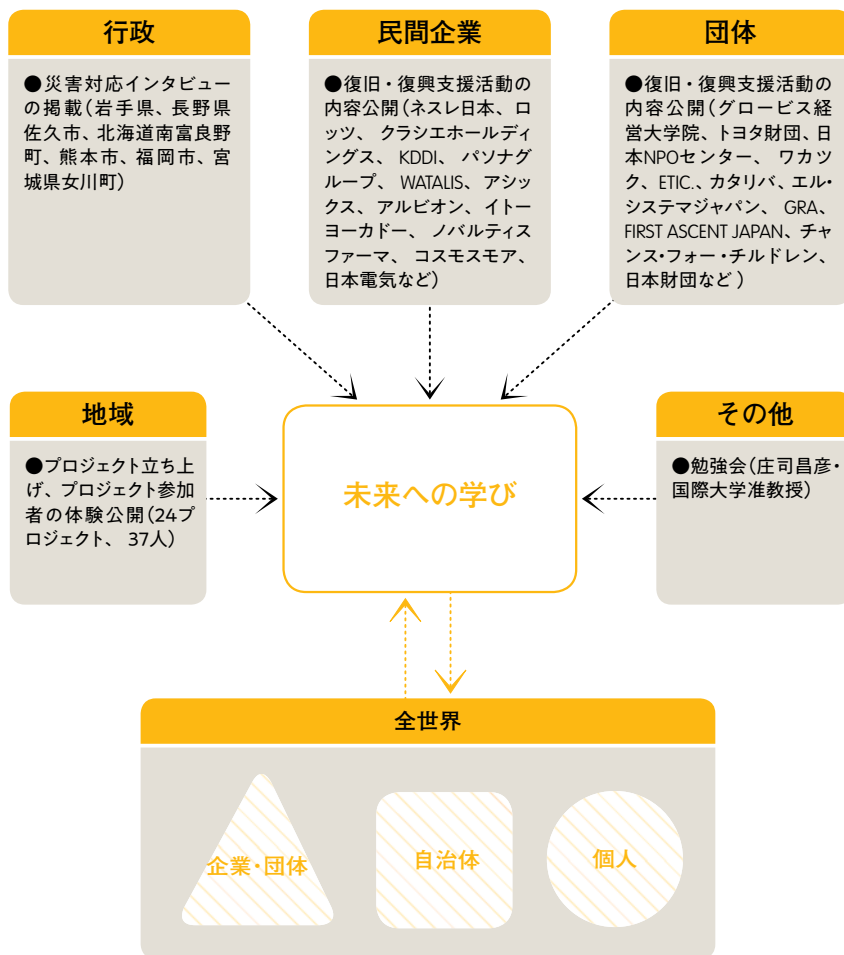
験を自分のものにしやすい工夫がなされている。

「自治体の対応から学ぶ」には、SNSを活用した情報収集・発信を中心とする「情報マネジメント」の例が多数紹介されている。例えば、「災害発生直後、情報収集のためにSNSをどう活用したか」「支援者とながらためにSNSをどう活用したか」「メディアとの連携方法」など。岩手県、宮城県女川町、熊本地

COLLECTIVE IMPACT

コレクティブ・インパクト

「未来への学び」の 連携・協働の図



震に見舞われた熊本市などの、担当者らの現場の声をインタビュー形式で公開している。

「地域発プロジェクトから学ぶ」では、地域でさまざまなプロジェクトを立ち上げた人や、地域外からサポーターとしてプロジェクトに参加した人の体験を知ることができる(24プロジェクト、37人)。

【連携・協働】

コミュニティを 広げる勉強会

グーグルの「未来への学び」はインタ

ーネット上での知見の共有にとどまらず、対面の場での勉強会を開催している。参加者がお互いの顔を見て話をすることで、より密なコミュニケーションを行い、防災とテクノロジーに関わるコミュニティが広がることが期待される。

勉強会は、2017年8月に東京で開かれた。長野県佐久市の柳田清二市長による来賓講演では、2016年2月の「100年に一度の大雪」の際、Twitterを使って道路の冠雪情報などを収集・提供した経験と教訓が語られた。

国際大学の庄司昌彦准教授は基調講演で、被災情報などのオープンデータの現状を説明した。

さらに「緊急期支援における課題提起と現場の声」と、「未来の被災地にシビックテックができること」をテーマに、パネルディスカッションも行われた。

ディスカッションの合間には、参加者が2~3人のチームを組み、避難所担当の行政職員として具体的な実施計画を立案する、「災害時の情報マネジメントに関するロールプレイング」が行われた。このロールプレイングでは、災害や状況を把握し、そこから現場の課題と対策を検討するほか、被害実態を取材するメディアへどう対応するかなど、知識を蓄えるのと同時に実践を念頭においた学びの場がつけられていた。

グーグル合同会社

所在地：東京都港区

HP: <https://miraimanabi.withgoogle.com>主な事業内容：検索エンジン/オンライン広告/
クラウドコンピューティング/ソフトウェア関連事業など

①「未来への学び」勉強会でのパネルディスカッションの様子 ②勉強会での「災害時の情報マネジメントに関するロールプレイング」の様子

【持続性】

I Tの情報力を未来の備えに

情報プラットフォームが持つアーカイブ機能は、容積を増していく紙の資料とは違って、蓄積する情報が多いほど威力を発揮する。

「未来への学び」は、グーグルが用意したプラットフォームに、企業や団体などが自身の知見や経験を載せることができるようになっている。利用者やナレッジ提供者に費用が発生することはない。有益な情報をオンラインで無償提供する

ことについて、公共政策部マネージャーの吉村達哉さんは、「グーグルの使命は、世界中の情報を整理し、世界中の人々がアクセスできて使えるようにすることです。この取組はまさにそれに沿ったものであり、われわれが行うべき活動なのです」と、話している。

「未来への学び」のこれからは、どうなるのだろうか。

「ITは情報をつなぐことができるということを痛感しています。例えば当社のパーソンファインダーは、外国からも特定の個人の安否確認ができます。起きないことを祈りますが、また大災害と遭遇した際、少しでも適切に、しかも早く対応するため、『未来への学び』に盛り込まれたナレッジが活かされればいい。

多くの人に、『未来への学び』を見ていただきたいです」と、松岡さんは話す。

前述の勉強会で、庄司准教授はオープンデータの今後の課題として、「どこからでも必要なオープンデータが得られること」「各地の成功事例を地域間で横展開させて共有すること」「民間がすぐに使える形式にすること」「公的機関のデータだけでなく市民や企業のデータも活用されること」を挙げていた。将来の災害に備えるため、過去の経験をどのようにまとめ、伝えていくかはよりいっそう重要性を増している。

データに関する技術は、まだまだ進化の途上だ。技術の進歩が「未来への学び」を、ワンランク上のものにする可能性は高い。

「新しい東北」の針路 課題から 新しい価値を 創造する

東日本大震災から東北では、創生に向けた取組が続いている。ここでは第1回「新しい東北」復興・創生顕彰を受賞した個人・団体から8人に、継続中の活動について、きっかけや展開、工夫、課題などを話していただいた。地域や社会の課題に向き合う取組の現在と、未来へのビジョンを聞いた（平成30年1月25日実施）。

地域を巻き込む 取組の原点

中林 私の専門は街づくり、災害からの都市復興です。東日本大震災後は、宮城県南三陸町の復興計画策定を手伝わせていただきました。また、明治大学の一員として、岩手県大船渡市、宮城県気仙沼市、福島県新地町で、復興に関する調査に携わってきました。今日は司会を務めます。これまでの取組で一定の成果があった部分と、まだまだこれからというところがあると思いますが、まず、皆さんが現在の取組を始めたきっかけをうかがいます。

小松 僕が住んでいる宮城県女川町で復興まちづくりについて話す時、必ず「人口減少をどうするか」という問題が出てくるんですね。人口が減るなかでどう町をよくするのかを考えた時、町長はじめ復興まちづくりに関わる方々から「活動人口」というキーワードが挙がり



ます。町民であるか否かに関わらず、その町を使う人たち、「活動人口」を増やすことが大事だろう、と。それで僕たちは、さまざまなプログラムを始めたかたちです。例えば「お試し移住」というのは5～30日間、活動するきっかけを見つけるために女川に住んでもらうプログラムです。ほかにも「きっかけプログラム」や「創業本気プログラム」を提供しています。この3つのプログラムに共通するのは、女川町で何かをやらなくてはならないというルールを、基本的に設けていないことです。その気軽さが大事で、入り口を広げて気軽に町と関われるきっかけをつくっています。緩いところから関係が深まって移住した人もいますし、起業した人もいます。

想定しなかったのは、住民の皆さんや事業者さんが、「今度は『お試し移住』で長くおいでよ」って、外から来る人に宣伝してくれること。僕ら、プロモーションの量を増やしたわけではないですけど、今年度は「お試し移住者」

が70名を超えそうです。とにかくまずは移住の手前の関係をつくることを考えて取り組んでいます。

渡辺 私が住んでいるのは約2,000人が生活している福島県川内村で、福島第一原発事故で全村避難を余儀なくされたところなんです。震災前、私は村外で生活していましたが、復興を手伝わないと故郷が知らない場所になってしまうという思いがあって村へ戻ったわけです。当時、川内村役場と商工会とでショッピングセンターをつくる計画があって、私は商工会施設準備室長として計画に参加することになりました。参加してみるといろいろ問題が浮上して、村としては地元の人が安く買い物できる施設を望んでいるんですよね。でも村の要望だけ聞いていたら、すぐに潰れてしまう。結局、コンビニエンスストアと医療品店、クリーニング店が入ったショッピングセンター「YO-TASHI」をつくりました。同時に施設内に人やものが交流するコミュニティスペース設けて、村産品を村外に売

り込むことにも挑戦しています。川内村にはヨーロッパ野菜を育てているお母さんたちがいますが、野菜を集荷して村外へ広げる拠点にしたいと思っています。

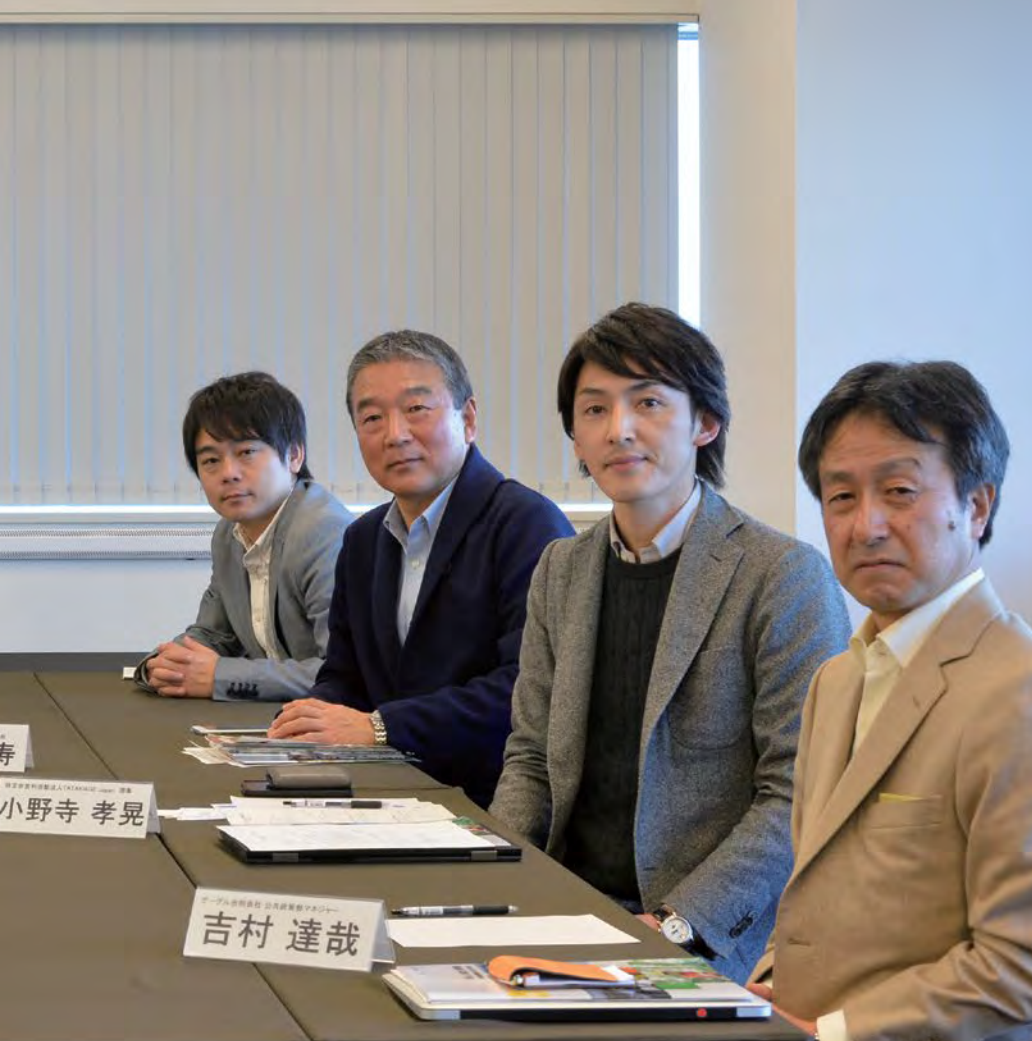
中林 人口が減るなか地域の活動人口を増やすという点に、おふたりのお話は共通点がありますね。それでは、松本さん、活動のきっかけをお願いします。

松本 フッシーマン・ジャパンという団体は、宮城県石巻市の尖った漁師と、IT企業の社員が出会って始まりました。十三浜のわかめ漁師、阿部勝太が現在の代表です。彼は震災をきっかけに漁業の危機的状況を肌で感じるようになりました。農業や漁業を含め、他の成功事例から学ぼうと、阿部が日本中を駆けずり回って孤軍奮闘していたという状況がまずありました。

一方、ヤフーは2012年から石巻にオフィスを設けて、インターネットで地域の特産品販売のサポートをしていました。ヤフーの社員に長谷川琢也という人間がいて、その長谷川が阿部と出会い、「これほどモチベーションが高い漁師となら一緒に漁業を変えたい」と、活動が始まりました。僕自身も、フィッシャーマン・ジャパン事務局にいますが、ヤフーの社員でもあります。活動するうちに漁師だけでなく魚屋さんや仲買の方、ステークホルダー（企業の経営活動に関わる利害関係者）が集まってきた。さらに映像クリエイターやカメラマンまで加わって、漁業のかっこよさや可能性を語り合い、法人を立ち上げて漁業にインパクトを与える活動を始めました。漁業と関係のない門外漢まで巻き込むことを心がけるのが、僕たちの特徴かと思います。例えば、アーバンリサーチというアパレル企業と組んで漁師専用のスタイリッシュなウェアを販売しています。そういうことは、漁師同士がつながるだけでは、できなかったと思うんですね。

和田 僕らも、福島県南相馬市小高区という原発事故の避難区域になった場所で活動しています。「地域の100の課題から100のビジネスを生む」というミッションを掲げて、スモールビジネスを立ち上げることで、失った人の暮らしを取り戻す、という活動です。

僕自身、6年ほどの避難生活を送りま



した。日中であれば避難区域に滞在できるようにしたのは、震災1年後です。その頃になると、あちこちで新しい取組が生まれています。一方の小高では、多くの方が視察に訪れても何ひとつ生まれない。なぜなのか、結論としてたどりついたのが、人の暮らしがない場所では何かは生まれないということです。街に灯を点けるという意味で、コワーキング・スペースを始めました。僕は前職がITベンチャー企業の役員ですが、当時のウェブの世界はまさにレッド・オーシャンで、新しいサービスを始めてもすぐに過当競争にさらされました。ところが小高では誰も商売をしないし、大企業も入りがたらない。これはブルー・オーシャンじゃないか、こんなにおいしいフィールドはないと思うようになりました。そこで食堂を立ち上げたり、仮設スーパーを始めたり、女性が働くガラスアクセサリーの工房を開いたりしています。高校生を含めて70人以上がガラス工房で働きたいと手を挙げてくれて、魅力的な仕事があれば障害を取り除けるという実感を得たところです。

目指す将来へのステップ

中林 震災から7年が経とうとしています。活動の発展期にどう活動が続けるのか、お話をうかがいたいと思います。

越戸 私たちは岩手県陸前高田市の被災経験や人の想いを素材に、市内外の交流人口を増やす活動をしています。

「被災地×交流人口=無限大の可能性」というのが大事な考え方かな、と思います。震災直後の陸前高田は被災地のなかでも、視察や研修で訪れる人が多かった街なんですね。人々の来訪を仕組化し、継続的なまちづくりの資源にしようと始めたのが、この事業なんです。おもに、企業や大学研修、中学・高校の教育旅行、インバウンドを企画し実施しています。こういった誘客コンテンツの軸にしているのが民泊事業ですね。被災地で一番大きな受入体制を目指して現在、市内で200軒の受入家庭登録を得ています。400人規模の修学旅行も受入が可能で、中学・高校の民泊修学旅行が着実に増えています。市全体で民泊事業に取り組んでもらえるように、修学旅行受入の際にだけ使えるクーポン券を発行して、地域でお金を遣ってもらう工夫もしています。今後のビジョンとしては、私たちの活動が市内外をつなぐくさびとなって、市により効果が返ってくることをイメージしています。交流人口を増やし移住定住へ流れをつくるのが大切ですが、交流人口と移住の間の関係人口づくりが効果的に機能する仕組みを、模索しているところです。

半谷 あすびと福島の大切な活動として、「高校生が伝えるふくしま食べる通信」の高校生編集部を支える事務局を務めています。「高校生が伝えるふくしま食べる通信」は年4回の発行で、福島の生産者の想いを高校生たちが情報誌にまとめ、その生産者の作物とともに読者へ届けます。目的はふたつ、福島の農業の信頼回復と、近い将来新し

い福島を創る高校生たちの成長です。2014年にひとりの高校生の志から創刊されて、2018年2月まで全12号が発行されました。まだ道半ばですが、目的に対して手応えを感じています。

編集部員の高校生は4年間で4つの高校にまたがって5つの学年に渡り、その一番先頭の人材がいま大学2年生です。若い人材が成長して福島で活躍することが私たちの目的ですが、今後は大学生から社会人になる時のキャリアデザインがとても大切です。大都市の大企業で活躍するのもいいですが、自分の社会人人生を福島でスタートしたいという学生が必ず出てきます。われわれは責任を持って、学生を福島に迎え入れる体制をつくる時期にきています。「ゲートイン福島」と申しますか、同じ志を持つ団体と一緒に雇用責任を果たし、福島に新しい価値を創る人材を支援し続けたいと決心しています。

小野寺 僕たちTATAKIAGE Japan設立のきっかけは、原発事故の影響で経営ができなくなってしまった12市町村の人たちを福島県いわき市に呼び込んで、駅前に新しい復興飲食店街をつくったことなんですね。立ち上げに大変な苦勞をして、地域で新しいことをするにはキーマンを知る人がいたほうがいいと、思い知ったからです。TATAKIAGE Japanはいわき市を中心とした浜通りで、新しいことを始めたい人たちに、この人と話せばいいよとか、ここを通さないと難しいよといったアドバイスを与えるハブの役割を果たしています。いわき駅前にコワーキング・スペースを設けて活動しています



まず、移住の前の関係づくりから

特定非営利活動法人
アスヘノキボウ 代表理事
小松洋介

アスヘノキボウは行政・民間・非営利の3つをつないで連携し、地域の課題解決を推進する「トライセクターリーダー」として、宮城県女川町の復興を牽引している。



生きがいを持って暮らせる支援をする

合同会社 かわうち屋
職務執行者
渡辺 正

原子力発電所事故で全村避難した福島県川内村。渡辺さんは公設民営型の商業施設を運営する合同会社かわうち屋の職務執行者として故郷を再生させる。

が、地域で働ける地域プレーヤーをもっと発掘する必要があると感じて、2015年に「浜魂」を始めました。「浜魂」は毎月4人に浜通りでやりたい新しいことをプレゼンテーションしてもらい、それに対して参加者全員がアイデア出しをする全員参加型のイベントです。これまでに22回開催しました。

活動としては、コワーキング・スペースに月30件の予約が入るようになりましたし、何かに挑戦するならTATAKIAGE Japanという流れができつつあって、手応えを感じています。地元名士のメンター化に向けた課題もありますが、ひとつずつ進めているところです。

中林 いままでの7人の方は被災地のなかでの活動ですが、グーグルは少し違った観点から復興に取り組まれていますね。

吉村 震災が起こった時、Googleとして何ができるかを考えて「パーソンファインダー」を始めとする情報をつなぐためのサービスを提供しました。2016年に「未来への学び」を公開しましたが、このプロジェクトは、それまでにストリートビューやイノベーション東北を通じて出会った皆さんにインスピレーションをいただいたものです。復旧、復興、新しいチャレンジと各々に目的は違っていても、地域をよりよくするために非常に多くの人がそれぞれに知恵を絞っている様子に触れて、これをより多くの人々がアクセスできるかたちにしたいと思ったことが、このプロジェクトの発端です。「企業・団体の支援」「自治体の対応」「地域発プロジェクト」という柱を立て、「企業・団体の支援」では、わかりやすいように構

新しい基盤の上に、 どんな花を咲かせるか

明治大学大学院特任教授

中林一樹

1975年東京都立大学工学研究科(建築学専攻)博士課程退学し、同大学地理学科助手、助教授、教授、首都大学東京教授を経て、2011年より現職。工学博士。都市防災・災害復興が専門。日本災害復興学会特別顧問(前会長)、防災功労者(2014内閣総理大臣表彰)。東日本大震災では、南三陸町復興計画策定に係る。事前復興研究にも取り組み、東京都震災復興検討会議会長など。



成をプロジェクト開始の経緯や予算、人員配置、現地とのネットワークの構築などと、項目だてて整理しました。

企業・団体の支援については52のプロジェクトを紹介しています。ここに蓄積したアイデアや知見を広くシェアすることが、次に新たなチャレンジに立ち向かう人の背中を押すことにつながればと期待しています。

中林 ここまでのお話を聞いて、「課題解決から主体形成へ」というキーワードを思い出しました。被災地の課題を解決するためにビジネスを展開したり、サービスをつくったりするわけですが、それが最終的に地域に根付くようにしなければならない。皆さんの最終的な目標は、主体形成なのだなと感じます。

習うノウハウから 創るノウハウ

中林 それでは今後、活動を展開する

うえで、ここを工夫したい、あるいは自分たちのこういうノウハウを使ってほしいということはありますか。

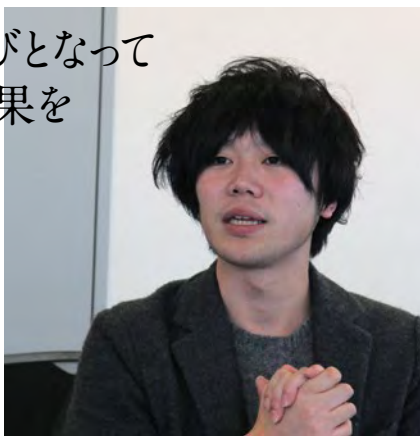
松本 僕らの活動自体に珍しいものはありませんが、もし特殊だと思われる部分があるとすれば、それはクリエイティブな力だろうと思います。小規模な団体には珍しく、クリエイティブ・ディレクターやカメラマンが専属で在籍しています。ホームページやブックレットなどに使う写真や動画、コピー、文章などに、高いデザイン性を与えてわかりやすく、見られやすくするためです。僕らは団体の活動理念を「新3K」と打ち出していて、「かつこよくて」「稼げて」「革新的な」漁業を目指しています。その理念を広めるには、わかりやすい見え方と、伝わりやすいメッセージングがいい。特に漁業は新参者が入りづらい産業ですから、イメージづくりに意識的にこだわっていかなければと思うところです。

和田 僕らのやっていることも、どこでも試されていることです。ただ、目指す

外へのくさびとなって 街によい効果を

一般社団法人
マルゴト陸前高田 理事
越戸浩貴

岩手県陸前高田市のマルゴト陸前高田は「被災地だから提供できる学び」を街の資源とし、企業研修や民泊による修学旅行など市内外をつなぐ活動を続ける。



門外漢を巻き込み 世界を広げる

一般社団法人
フィッシャーマン・ジャパン
松本裕也

宮城県石巻市を拠点とするフィッシャーマン・ジャパンは「担い手育成事業」「水産物販売事業」を二本柱に、復興を超えた革新的な漁業構築へ挑戦している。





スモールビジネスで 望ましい社会を築く

株式会社 小高ワークスペース
代表取締役

和田智行

福島県南相馬市の小高ワークスペースは地域のフラッグシップカンパニーを目指し、原子力発電所の事故による避難区域再生のため、努力を続けている。



雇用責任を果たして 人材の成長に伴走

一般社団法人
あすびと福島 代表理事

半谷栄寿

あすびと福島が発行元を務める食材付きの情報誌「高校生が伝えるふくしま食べる通信」には、福島の生産者への高校生たちの熱い気持ちが込められている。

ところは1,000人を雇用する大企業に依存する社会ではなくて、10人を雇用する100の多様な事業所が躍動する社会であるべきだと思っています。同じようなビジョンを掲げて動いている他団体とはつながったり、互いにノウハウを交換しあったりしています。今年度から参加したのは、ネクスト コモンズ ラボ Next Commons Labという岩手県遠野市で始まった取組で、地域おこし協力隊制度を使った起業家の誘致です。起業家を地域に呼んでスモールビジネスをつくることで、その地域に望ましい新しい社会の構築を目指そうというものです。僕らも近いビジョンを持っているので、一緒にやらせてもらっています。同じコンセプトを掲げる団体が日本中に複数あって、最近始めたのが隔週で彼らとオンラインで定例ミーティングを行うことです。地域での起業を目指す時、例えば起業家のメンタルの問題など、だいたい同じような悩みを抱えます。その悩みを共有したり、互いにサポートしあったりしています。

中林 越戸さんは、いかがですか。

越戸 他地域の活動から学びたいノウハウは皆さんのお話にたくさんあったのですが、私たちから紹介するのは取組というか、考え方・姿勢ですね。大事にしているスタンスがひとつあって、「信じて任せる」ことです。「口出しせず、その人にしかないオリジナルをそこに生み出させる」こと。民泊の受入家庭に対しても、最低限の安全管理以外はほとんど口出しをしない。陸前高田の自然な生活のなかで生まれる交流にこそ、価値があると思うからです。口出しすると

それが変質してしまう。これはもちろん組織内でも大事にしている考えですが、さまざまな場面での協業においても大切にしています。陸前高田は震災の被害が大きかったこともあり、ゼロから取り組むことがたくさんあります。人のリソースも限られているので、協力・協業が必須になります。インバウンド誘致、地域観光経営、移住定住促進など、キーパーソンが集まって頭を悩ませます。そのときに船頭が多くなって進まなくなるために、専門性や主体性を尊重し、信じて任せる。それぞれがそのように動くことで、高田オリジナルの価値の組み合わせができ始めたと感じています。**吉村** Googleはインターネットの会社です。情報を扱うことを得意としています。「イノベーション東北」はインターネットで人を、「未来への学び」ではメディアやノウハウをつないでいます。

もうひとつ、災害時の支援という物資や労働力の提供だと思われがちです。しかし、復興や新しく街を作ろうとする時には、もっと息の長いスパンで考えなければいけません。もちろん土地を歩き、そこに住む人たちと知り合い、同じ景色を見て、何が必要なかをトコトン考え抜くことは必要です。しかし、すべての人が必ずしもいまの生活を変えて現地に入れるかといったら、おそらく無理でしょう。違う場所からでも、同じ思いを持って何かを変えたい、それを手伝いたいと思う人達が参加できることは重要だと思います。「未来への学び」には、より長期的に地域と関わりながら復興や新たな挑戦に携わるために、さまざまな

プレイヤーが絞った知恵が集まっています。知見を集めることに加えて、より多くの人たちに伝えていくための努力ができればと思います。

中林 4人の方の話を聞いて、「習うノウハウから創るノウハウへ」と、状況が変わっていることに気づかされました。何かを習ったら、それでうまくいくステージではもうないわけですね。地域にふさわしいオリジナルのノウハウを、いかに構築するかが重要です。

民を活かす 官民連携とは

中林 皆さんは民間のお立場ですが、地域社会をつくっていく過程で行政との関わりも出てきます。一般的に「人、もの、金、情報、場所」などといわれる官民連携のあり方について、最後にお話ください。官からの支援はもういいよ、ということならそれでもいいですが。

小松 そうですね。僕は、まちづくりをするうえで、すべて官民連携が良いとは思いません。連携するにあたって大事なものは、行政と民間は地域社会のなかで、役割もルールもできることも違うと、まず正しく理解すること。女川町長も言いますし、僕もそう思いますが「人、もの、金、情報」を集めるのは民が得意。行政は何が得意かというと、政策や制度をつくって民の動きを加速させること。官民連携で取り組むなら、お互いの役割、ルールに則って話し合いながら進めることが大事です。

何かに挑戦する人を 同じ立場で応援する

特定非営利活動法人
TATAKIAGE Japan 理事

小野寺孝晃

TATAKIAGE Japanは、福島県いわき市での飲食街の設立ノウハウを生かし、地域のためにアクションを起こしたいあらゆるプレイヤーの1歩を支援している。



未来のため生きた データを蓄えていく

グーグル合同会社
公共政策部 マネージャー

吉村達哉

2016年からグーグルは大災害へ対峙した企業・団体、自治体、個人などが、どんな知識や課題を得たかを情報プラットフォーム「未来への学び」を公開している。



具体例で話をすると、女川には一人当たりの医療費が増えているという課題があります。それで僕らは行政に働きかけて、民間のロート製薬さんと組み、健康プロジェクトを始めました。ロート製薬のノウハウを利用して、町内で無料のカラダチェックを実施したり、100日間の健康レースを行ったり。

僕たちの団体、行政の方、ロートさんがお互いのできることをパートナーシップを組む前から真剣に話し合い、パートナーシップを締結後も常に役割を話し合い、チームでこの課題に取り組んでいます。だから民間と組む時に、民間との役割を分けて考えられる行政の方がいることが、大きな支援になると思うんです。よく官民連携で補助金の話が出ますが、正直、お金は補助金に限らず、融資、投資などさまざまな手段が今はあるので、そこまで重要だと思いません。

渡辺 小松さんの言われたことは、そのとおりだと思います。川内村は住民の皆さんが役場のほうを向いているんですね。道路をつくるにしても、住民には何のための道なのかわからない。あそこにつくれば補助金ももらえるっていうだけです。

補助金目当てじゃなくて、生産性のある仕事で自立を考える時、村という小さなコミュニティで完結するのは難しいです。近隣の市町村や企業まで関係性を広げて、初めて収益が上がるとしています。ただ、いまのところ将来につながるビジョンができていない。原発周辺地域をどうするのか、県や国できちんとビジョンを定めるべきだと思います。

福島県全体のなかでの川内村、あるいは全国のなかでの川内村、もっと大きく世界のなかでの川内村の役割まで追求しないと、住民が生きがいを持って暮らすのは難しい。限界集落や過疎化が進む山村は同じような課題を持っていますが、生活さえできればいいと住んでいらっしゃる方が多い。きちんと生きられる支援をしたいし、考えるべきだと思います。

中林 それはまさに、住民が地域の主体になっているのかという課題ですね。

半谷さんは、いかがですか。

半谷 あすびと福島は震災からちょうど2年、2013年3月11日に人材育成の拠点「南相馬ソーラー・アグリパーク」を完成させたんですね。太陽光発電所の建設資金の2億円を農水省の補助金と東芝さんの出資でまかない、植物工場は南相馬市が建設した官民一体の連携事業です。しかも土地の一部は南相馬市からの無償提供です。私たちの目的は箱物建設ではなく、人材育成の拠点づくりでしたが、ソフトを前提としたハードをつくる場合は官の支援が有効です。

当初の運営面でも、経済産業省や福島県、南相馬市の補助金や委託に支えられた時期がありました。いまは企業の社員研修事業で自立自走できるようになっています。2017年は1泊2日の社員研修を44回行い、いわゆるCSV、社会課題に取り組む目的で南相馬を訪れる企業社員が800名を超えました。実は、国家公務員35名の研修も行いました。国家公務員であることを忘れ、個人として被災地の社会課題を自分事化したうえで、行政施策を立案する研修です。

私は、公務員の皆さんが個人として福島に向き合ったうえで行政にあたる仕組みを、国や自治体が拡充されてはいいかと思っています。そうすれば、民も官もより強い当事者意識を共有して、福島の新しい価値づくりに向かって相互連携を深めていくことが期待されます。

小野寺 最近では、国や市が事業を考えて補助金をつくる流れがあります。ただ僕らは街づくりの先輩から「補助金には手を出すな。一時的にキャッシュは増えても経済的に自立しないし、箸の上げ下げまで指示がくる。お前らのビジョンなんて達成できないぞ」と言われてきました。そんな教育も受けつつ、つくづく思うのは、主役は民間で官はサポートだということです。一生懸命事業をつくってくれるのはうれしいですが、例えば「浜魂」で公的不動産、空き学校や道路、河川で何かをしようという時に、全力でサポートしてもらえらるほうがありがたいですね。補助金に予算をつけるのであれば、国の機関や市役所に窓口を設けて、民の意見を聞いて、庁内調整してもらえらる仕組みをつくってほしいと思っています。

中林 東北の復興は、7年をかけて行われてきた基盤整備の上に、どんな花を咲かせるか、まさにこれからが正念場ということだと思います。そういう意味で、従来の官民連携のシナリオにこだわらず、官とは得意なことが異なる民間を活かす連携へと転換していくこと、それが「新しい東北」の創造にとって重要だと、皆さんは感じていらっしゃるのだと思います。

本日は、ありがとうございました。



お問い合わせ

復興庁 総合政策班(「新しい東北」担当)

☎ 03-6828-0223 FAX 03-6328-0292

<http://www.reconstruction.go.jp/>

新しい東北

検索

平成28年2月発行 発行 復興庁 制作 復興庁東北復興支援センター

