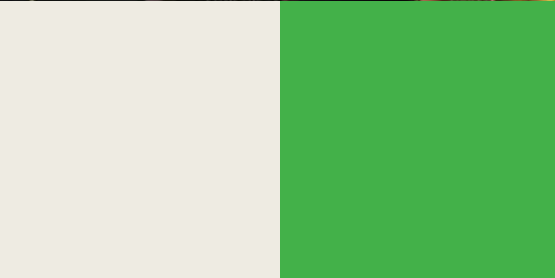
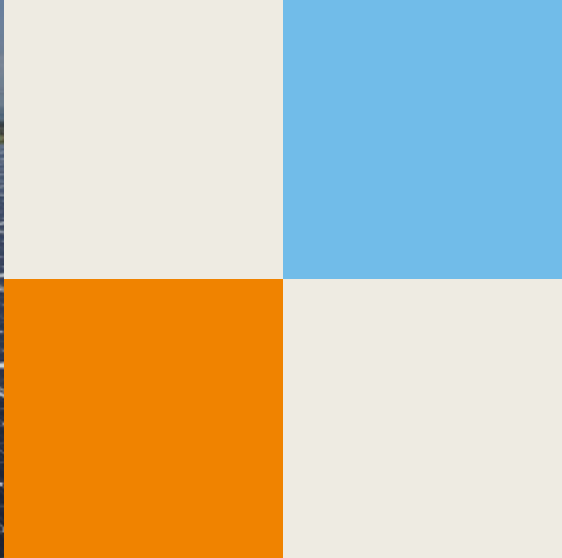


# 「新しい東北」事例集

## ～地域課題解決に向けた挑戦～



## はじめに

# 「新しい東北」とは…

復興庁では、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る。

東日本大震災からまもなく6年が経過し、「復興・創生期間」の2年目を迎える。

復興のステージの変化による新たな課題や多様なニーズを踏まえ、「新しい東北」の創造に向けた取組は現在どのような局面を迎えているのか。

本事例集においては、次のような観点から、いくつかの取組に関する調査・分析を通じて、東北における地域をよりよくするための挑戦の狙いや課題について示している。

本事例集が、東北、あるいは全国における地域課題解決に向けた取組の参考となれば幸いである。

# 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**

## 産業

### 先導モデル事例

- P 6 ————
- 1 ゲームで地域外から人を呼び込む 交流人口を増やし、地元経済に活気を  
岩手県陸前高田市
  - 2 見過ごされていた地域資源に注目！情報開示・巻き込みで浜の活気復活へ  
岩手県山田町、宮古市
  - 3 決済手段の多様化で観光需要を掘り起こし、地域の活性化へ  
福島県会津若松市

## コミュニティ

### 先導モデル事例

- P 18 ————
- 4 地域の財産である「善意」とICTが融合する買物弱者支援  
宮城県気仙沼市
  - 5 民間主導型オンデマンドバス 高齢者を支え、コミュニティを活性化  
福島県いわき市
  - 6 カーシェアリングが生み出すコミュニティの活性化と防災への可能性  
宮城県石巻市
  - 7 地域外との交流が住民の主体性を喚起「賑わい」と「なりわい」創出の先行モデル  
福島県広野町

## 人材

### 先導モデル事例

- P 34 ————
- 8 「憧れの連鎖」を生む人材育成 地域を活性化するアントレプレナー輩出  
福島県南相馬市
  - 9 自然に触れ、サステナブルに生きる 新しい「日本ブランド」を世界へ  
宮城県石巻市
  - 10 福島の子どもたちを日本一元気に 心・体・社会性を育む「遊び場」づくり  
福島県郡山市

P 46 ———— Discussion 「新しい東北」の針路  
**東北・日本の未来を担う人材づくり**

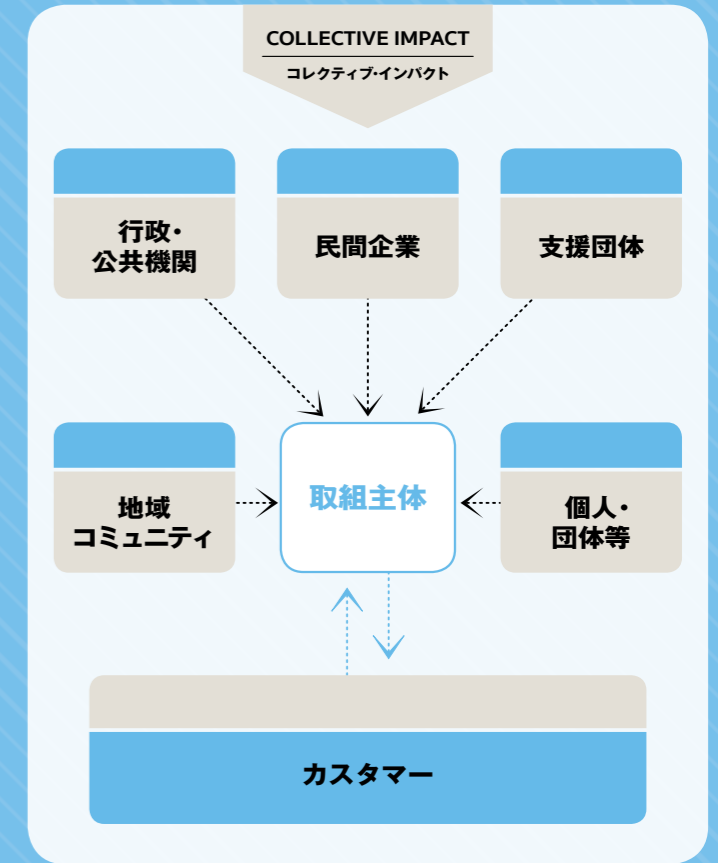


# ① [ヒト]

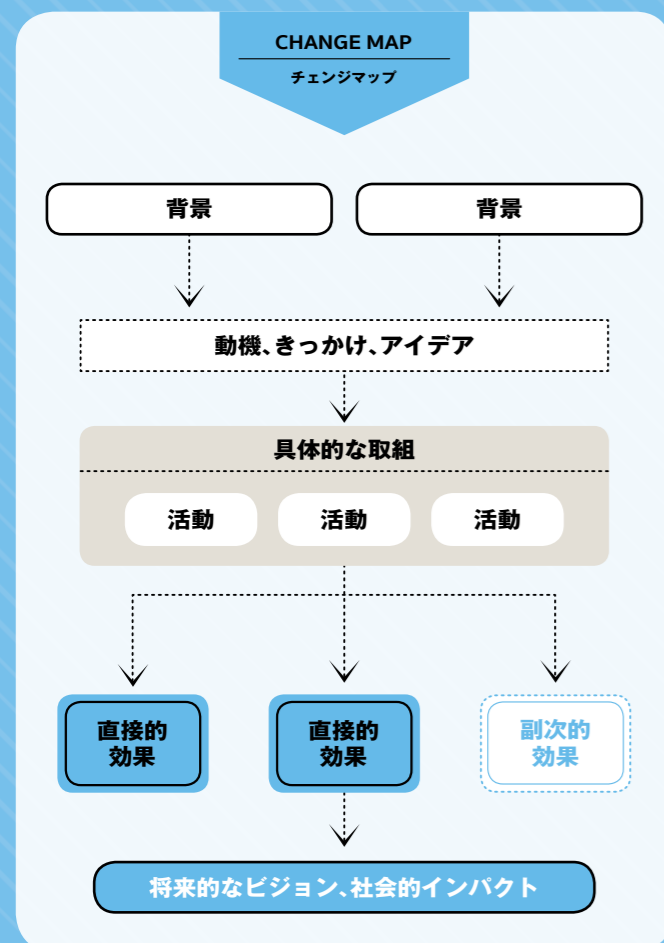
「ヒト」は、中心となる人物が取組を始めたきっかけ、動機、またそれに共感した人々がどのように取組に参画していったのか、という点に焦点を当てている。その背景には震災に起因した問題だけでなく、それ以前からの地域課題があり、課題解決の具体的なニーズがある。

# ③ [連携・協働]

「連携・協働」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<sup>(※)</sup>と呼ばれる効果的な連携・協働の姿を次のようなフォーマットで図解している。  
※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



# ② [着眼点]



# ④ 「新しい東北」事例集の視座

本事例集では、①東日本大震災の被災地で導的な取組の中で、②独自の発想・方法で挑んでいる10の事例を取り上げ、次の

生まれた、民間のネットワークを中心とした先取り組み、現在も新しい社会の実現に向か4つの視座から分析を行った。

「着眼点」は、その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。

# ④ [持続性]

「持続性」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、取組主体がどのような工夫・努力をしているかについて焦点を当てている。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。

以上のような視座から個別事例を眺めた時、復興の過程で生み出された新しいビジネス、コミュニティ形成、教育、人材育成などの取組を支えているものが見えてくる。



# 1 ゲームで地域外から人を呼び込む 交流人口を増やし、地元経済に活気を

ゲームを楽しみながら、人と触れ合い、地域を活性化させる。たかたIngress研究会（岩手県陸前高田市）は、スマートフォンの人気ゲームアプリ「Ingress」（イングレス）を利用し、地域内外の交流を生み出している。これまで縁のなかった来訪者が増加し、地元経済に活気を呼び起こしている。

## Point ▶ 取組のポイント

### [ヒト]

ゲームを楽しめる  
基盤を整備

### [着眼点]

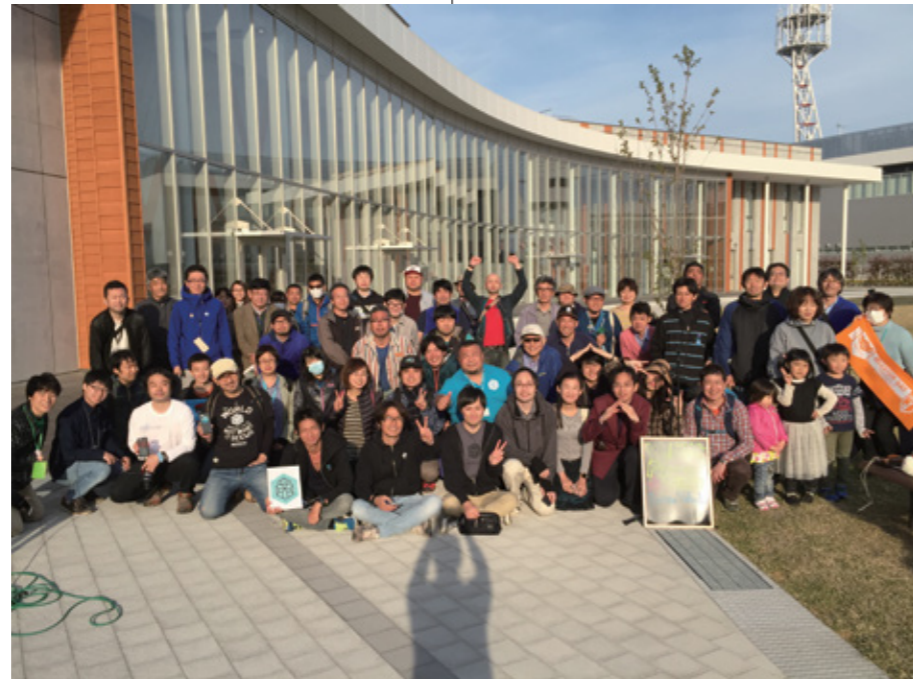
来訪への「最後の一步」  
を後押し

### [連携・協働]

立場を超えて同じ  
目標に向かう

### [持続性]

世代や地域の分断を  
解消する



上・陸前高田市でのイベントの際に記念撮影。笑顔が広がる  
左・陸前高田市の震災遺構を訪れる参加者



## [ヒト]

ゲームを楽しめる  
基盤を整備

このプロジェクトの中心となって活動する山本健太さんは、東日本大震災の後、岩手県陸前高田市でボランティア活動を実施。瓦礫の撤去や物資の仕分けなどを続けながら地元住民と交流する中で、「陸前高田がこれから復興を遂げる様子を肌で感じたい。そして、同じように過疎・高齢化などの問題を抱える故郷の福岡に伝えたい」と考え、移住を決意した。そして、「陸前高田の復興と地域活性化のために、自分に何ができるか」と思索する。そうした中、岩手県庁がスマートフォン向けゲームアプリ「Ingress」を活用した地域振興策

に取り組んでいることを知り、これを陸前高田でも活用しようと考えた。2015年1月、市商工観光課の職員やゲーム好きの仲間を声をかけ、有志メンバーで任意団体「たかたIngress研究会」を立ち上げた。

「Ingress」はスマートフォンの位置情報を使った陣取りゲーム。GoogleマップとGPS（衛星測位システム）を使い、プレイヤーの動きをゲームに反映する。プレイヤーは青と緑のチームに分かれて「ポータル」と呼ばれる目印を占拠し、相互にリンクさせて自陣の所有地を広げる仕組みだ。Google社内ベンチャーであるナイアンティック・ラボ（現・ナイアンティック社）が2013年12月に正式運用を始め、これまで世界200か国で1,400万回以上ダウンロードされる人気ゲームアプリだ。そうした中、ポータルに寺社仏閣や歴史的建造物が多数登録されていることに着目した岩手県（岩手県庁ゲームノミクス研究会）が、Ingressを地域振興に活用する取組に乗り出す。この活動を知った山本さんは、ゲームが地域振興策になる期待を抱いたという。

山本さんがたかたIngress研究会を設立した当初、市内にはポータルが8カ所しか

なかった。「このままでは陸前高田でIngressを活用できない」と考えた山本さんは、県内外の有志を募って新たにポータルを申請するイベントを企画した。集まった8名で元の宿泊施設を拠点に市内を巡り、3日間で約400カ所をポータルとして申請した。岩手県の活発な動きに注目していたナイアンティック社の川島優志アジア統括部長の力添えもあって、2015年3月11日に全ての申請の認可が下りた。「舞台は用意してもらった。あとは現地の自分たちが試される番だ」。それ以降、たかたIngress研究会は市内で様々な企画を仕掛けていく。

## [着眼点]

来訪への  
「最後の一步」を  
後押し

震災から2017年で6年が経つ。「東北は今どうなっているのだろう」「復興のために力になりたい」。そうした思いを抱く人は全国に数多くいても、遠方で決して交通の便が良いとはいえない東北に呼び込むためには、それを後押しする強い動機付けが必要だった。山本さんは、Ingressが「機会があれば東北を訪れたいと思っていた人たちの背中を押してくれた」と話す。

Ingressは実際の地図と位置情報を使って陣地を競うため、大勢が集まって協力しながら遊ぶことができる。たかたIngress研究会も、月に1度の「ファーストサタデー」と呼ばれる公式イベントのほか、様々なイベントを開催し集客に力を注いだ。2015年4月以降、延べ1,000人を超えるプレイヤーが参加しているという。東京や大阪、名古屋、札幌など全国各地から来訪が相次ぎ、台湾から駆けつけたプレイヤーもいた。

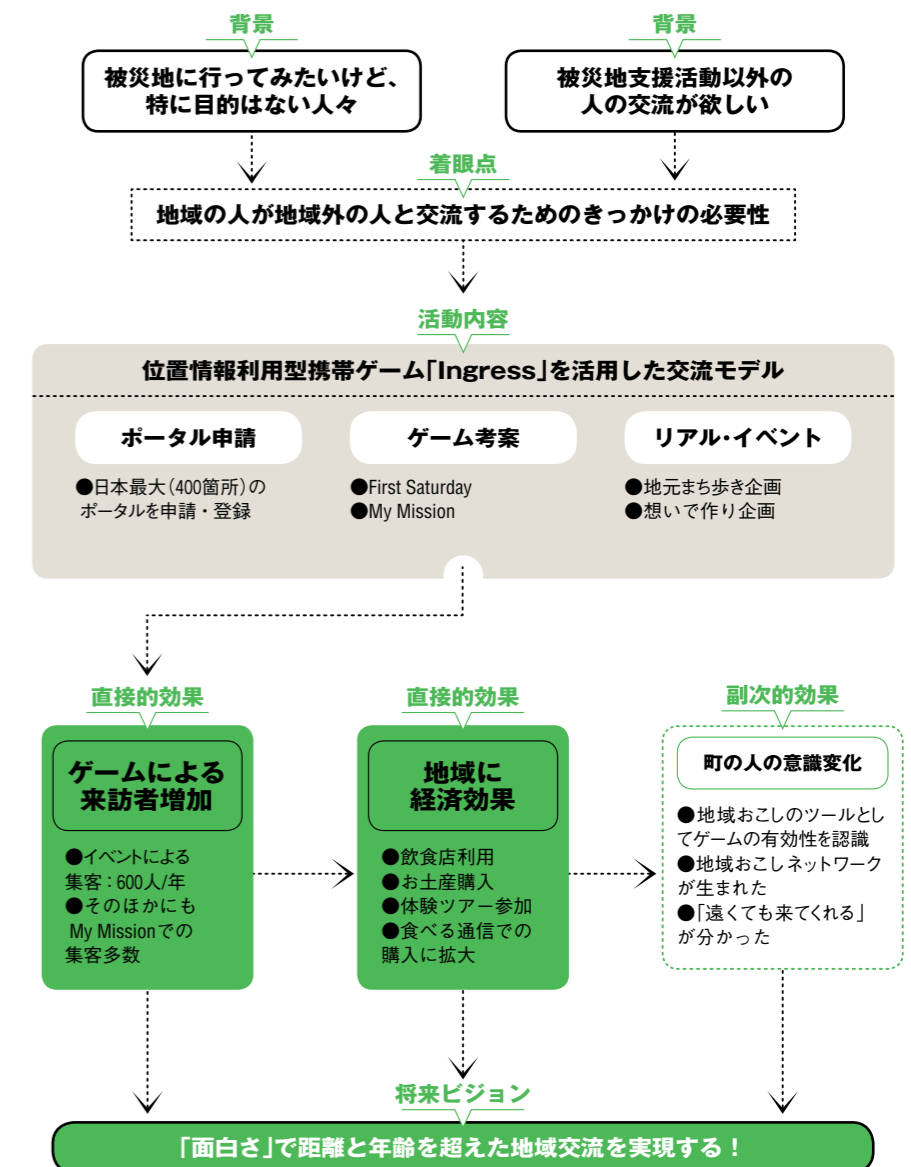
そうした中、イベントで陸前高田を訪れた人たちと、地元のプレイヤーや住民が相互に交流するような現象も生まれている。例えば、山本さんが2015年夏に企画した「緊急時の避難経路マップをつくる」というイベントがある。「震災や津波災害が起こったときに、どのポータルが安全な避難場所になるのか」（山本さん）という細かな土地の情報を、地元住民やプレイヤーに聞き取り



上・2015年6月に東北（仙台市）で開催された世界規模のIngressイベント「ベルセボリス」  
右・ナイアンティック社の川島優志さん（左）と山本健太さん

## CHANGE MAP チェンジマップ

## たかたIngress研究会の 集客・地域活性化モデル



## Theme ▶ テーマ

地域資源（観光）

## Area ▶ エリア

岩手県陸前高田市

## Player ▶ 取組主体

たかたIngress研究会

## Project ▶ 取組の内容

ゲームアプリを活用した地域活性化

## Profile ▶ 人物紹介

代表

山本健太（やまもと けんた）

福岡県生まれ。東日本大震災の後、ボランティアとして訪れた岩手県陸前高田市に移住。スマートフォン向けゲームアプリ「Ingress」を地域振興に結びつけようという岩手県庁の取組に共感し、2015年1月に「たかたIngress研究会」を設立。以来、月に1度の公式イベントをはじめとする様々な企画を開催し、県内外のプレイヤーに陸前高田の魅力を広報する活動を続けている。

ゲームはまちおこしの  
ツールになります！

しながらスタンプラリーのようにポータルを巡り、実用性のある避難経路マップを作製したのだ。通常、避難経路を記した地図は地形や道路などが頻繁に変わるため、3か月ごとに更新しなければならないが、アプリ上であれば数時間で更新することができる。そのうえ、参加者はIngressを使いながら実際に市内を巡り、震災などの緊急時の安全な場所を把握することもできる。地域内外の交流の中から、「人命を守るコンテンツをつくり上げることができた」と山本さんは振り返る。

このほかにも、Ingressは地域に様々な恩恵をもたらしている。山本さんは、県外から訪れたイベントの参加者に市内を周遊してもらう企画も実施している。例えば、地元生産者が運営する産直販売所に案内し、生産者と交流する試みがある。地元で採れた新鮮な農産物や魚介類を紹介。生産

者の思いや食の豊かさに魅了され、その後通信販売のリピーター顧客になるような事例が生まれているという。

同時に、こうしたイベントや交流を契機に、イベント終了後も陸前高田に何度も足を運ぶようになった参加者も少なくない。その度に市内の飲食店や宿泊施設を利用したり、土産品を購入したりと、地域経済に潤いを与えている。生産者など地域住民も、遠方からわざわざ来訪してくれる人の存在に励まされているといい、山本さんが企画するイベントにも協力的な人が増え、まちおこしのネットワークも生まれた。

山本さんは、こうした現象を目の当たりにし、「Ingressはまちおこしにつながる」との思いを強くしている。「陸前高田を訪れる直接的な動機はゲームかもしれないが、それがいづれなくなったとしても、人と人の結びつきが残っていくような活動にしていきたい」

**【連携・協働】**

**立 場を超えて同じ 目標に向かう**

このプロジェクトは、様々な機関が連携して進められている。研究会の発足を支えた有志メンバーは、山本さんのほか市商工観光課の職員、さらに震災後にU・Iターンしていたゲーム愛好家のネットワークから生まれた。また、自身もIngressのプレイヤーだったという当時の副市長にも協力してもらい、研究会の広報活動を支援してもらっている。

企業との関係では、前述したポータル申請に関するナイアンティック社との協力のほか、店舗をポータルとして登録している大手コンビニエンスストアのローソンや、飲料メーカーの伊藤園にはイベントに協賛してもらっている。観光バス会社も定期的にIngressのイベントを企画し、団体観光客を



イベント「ファーストサタデー」を一関市でも開催。地域を超えて人が行き交っている

伴って訪れている。また、ゲームのコンテンツ制作やSNSでの情報発信では、ゲーム愛好家などの個人がプロボノとして支援している。

参加者を受け入れる地元の飲食店や生産者も、イベントの参加者が市内を観光する際に率先して案内を買って出たり、農業や漁業の体験ツアーを受け入れたりと積極的に協力している。

Ingressのイベントを一関市など他の市町村と協働して企画することもあり、相互の自治体間をプレイヤーが移動することで、より広域な経済効果を生むような機運も高まっている。

**【持続性】**

**世 代や地域の 分断を解消する**

2015年1月の設立以降、研究会は月に1度の「ファーストサタデー」などのイベント企画を、ゲームに興じるボランティアスタッフを中心に運営している。スタッフは市職員を含め最大12人に達したものの、次第に

人数は減っており、現在は山本さんが1人で企画・運営を担当することも多い。人手不足は否めず、コンテンツの制作やイベントの広報などに忙殺されているというが、「ゲームの延長なので、楽しみながらできる」と山本さんは明るく話す。逆に金銭の授受が発生しないからこそ、気軽に助け合ったり、新しいことに挑戦したりできるというメリットもあると感じている。

山本さんは、陸前高田市などの地方が抱える大きな問題点として、世代や地域間の分断があると分析している。そうした立場や境遇を超えた交流がこれまで盛んではなかった地方では特に、親世代が交流をあきらめてしまっているケースが多く、こうした地方特有の閉塞感が若者の地元離れを助長し

ているというのだ。地域間の分断回避に対しても、一関市などと取り組むIngressのイベントをきっかけの1つにしたい考えた。

そして今、山本さんが夢見ているのは、次世代の育成だ。「Ingressを使った様々な取組を通して、世代や地域を超えて人が交流できることを確信することができた。地方に根付く分断を解消して、子どもたちが住みたいと思える魅力的なまちづくりをサポートしていきたい」

Ingressのキャッチコピーは、「The world around you is not what it seems.」(あなたの周りの世界は、見えている通りとは限らない)。今は目に見えない多くの人々の思いをつなぎ、明るい地域を実現する取組はまだ続いていく。

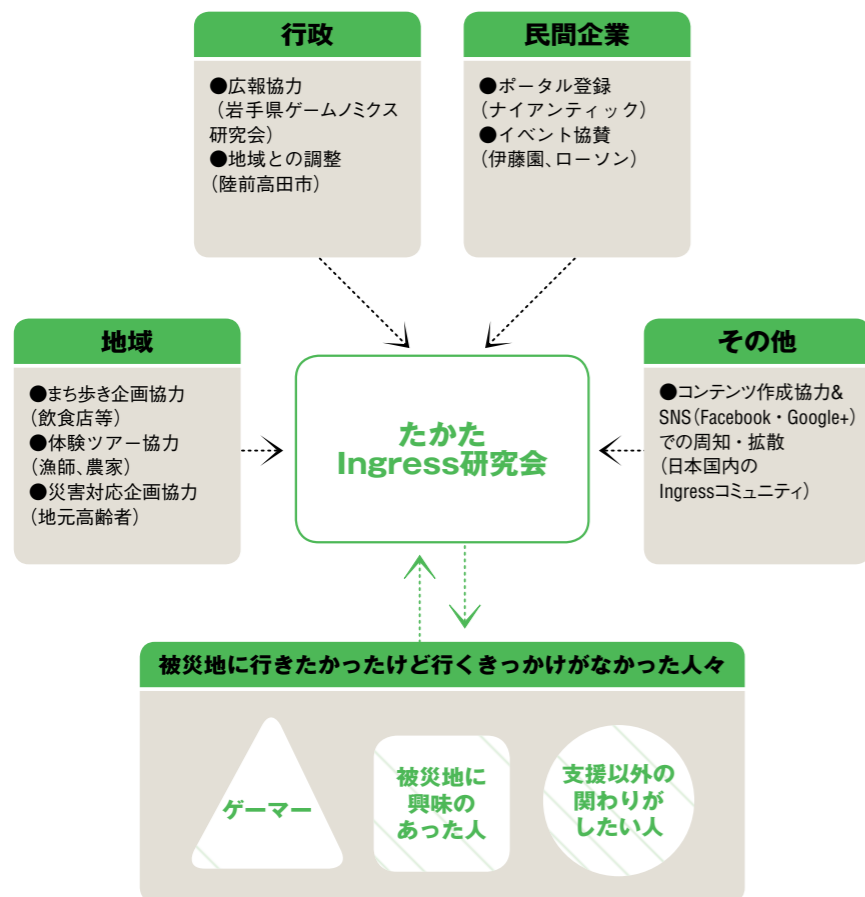


**Data ▶ 本事例の問合せ先**

たかたIngress研究会  
所在地：岩手県陸前高田市  
HP: <https://www.facebook.com/rt.ingress/>  
主な事業内容：ゲームアプリIngressのイベント企画/地域商業振興など

**COLLECTIVE IMPACT**  
コレクティブ・インパクト

**たかたIngress研究会の 連携・協働の図**



上・ナイアンティック社の村井説人社長が陸前高田市を訪れた  
下・Ingressイベントの後、大槌町の飲食店を訪れる参加者

# 2 見過ごされていた地域資源に注目！ 情報開示・巻き込みで浜の活気復活へ

Point ▶ 取組のポイント

**【ヒト】**  
眠っていた地域資源「邪魔もの」を「宝」に

**【着眼点】**  
低所得などに悩む漁師の副収入源に

**【連携・協働】**  
健康機能性に注目サプリメントの開発も

**【持続性】**  
広がる産地、増える需要の波に乗る

Theme ▶ テーマ

地域資源（一次産品）

Area ▶ エリア

岩手県山田町、宮古市

Player ▶ 取組主体

岩手アカモク生産協同組合

Project ▶ 取組の内容

健康機能性アカモク産業化事業

Profile ▶ 人物紹介

代表理事

高橋清隆（たかはし きよたか）

岩手県山田町出身。サラリーマン生活を経て、家業のワカメ問屋を継いだ1998年に岩手アカモク生産協同組合を設立、代表理事に。2005年にアカモク加工工場を建設、2017年に新工場建設へ。2015年には「被災地の元気企業40選」に選ばれた。



健康機能性が高く、和食にも洋食にも合います

**【ヒト】**

眠っていた地域資源「邪魔もの」を「宝」に

リアス式海岸が連なる岩手県にある山田湾。その波穏やかな湾内の養殖施設などに繁茂する褐藻（かつそう）類の「アカモク」が、首都圏を中心にシェアを伸ばし、知名度が高まっている。高橋清隆代表理事の父親がワカメ問屋を営んでいた際、山田湾のアカモクを持ち去る秋田ナンバーの車を見て食材であることを知り、事業拡大の素材として注目。1998年に岩手アカモク生産協同組合を設立し、サラリーマンを辞めて家業を継ごうと考えていた高橋さんが代表理事となり、商品としての生産に取り組んだ。

アカモクは、北海道から鹿児島まで日本各地の沿岸に分布する。秋田県では「ギバサ」と呼ばれ、味噌汁の具や酢の物などで日常的に食卓に並ぶが、ワカメ、昆布、メカブなど海藻類が豊富に採れる太平洋側では、食用には使われていなかった。流れ藻として刺し網や養殖施設に絡みつく厄介さから「邪魔モク」などとも呼ばれ、藻くず

として畑の肥料などに使われていた。

**【着眼点】**

低所得などに悩む漁師の副収入源に

組合設立時は、生産者と量販店の直接流通が始まった頃であり、輸入解禁により低価格商品も流入し、業界の先細りが懸念されていた時期。山田湾沿岸の主産業である牡蠣（カキ）養殖でも後継者不足や低所得に悩む人が多かったことから、牡蠣漁師がアカモクを収穫・販売し、副収入とすることで経済的支援にもつながればと考えた。

アカモクは細かく刻むとネバネバ、トロトロになり、香りにクセがなく、シャキシャキした食感が特徴。ご飯や蕎麦、刺身などの和食はもちろん、オリーブオイルとも相性が良く、カルパッチョやサラダ、パスタなど洋食にも合う。2005年の工場建設後に湯通し加工品と乾燥粉末を売り出し、翌年には販売先を首都圏の飲食店、それも「珍しいもの、知らないものを好む」店舗にターゲットを絞り、高橋さんが自ら営業をかけた。数百万円だった売上は、2006年には1,000



ネバネバ、トロトロ、シャキシャキした食感が特徴。このネバネバに免疫力向上や脂肪燃焼効果の高い成分が含まれている

長年、各地で見過ごされてきた褐藻類「アカモク」への注目度が高まっている。その火付け役の1人が、岩手アカモク生産協同組合の高橋清隆代表理事だ。自ら積み重ねて得た情報やノウハウを惜しげなく開示。各産地との連携も深めながら、アカモクでフードイノベーションを起こし、「浜の活気」につなげようといま進んでいる。



水質浄化の効果もあるアカモクは、長さ10メートルにもなる。イカやサンマなどの産卵場にもなり、漁場の形成にも役立つ

万円に上昇。アカモクの採集に協力する漁師も増え、収穫量は年間40トン、月間出荷量が300キロにまで増えた。

アカモクの収穫期は、1年のうち3～5月の3カ月間。売上も伸びていた2011年3月、収穫を目前としていた時に東日本大震災が起こった。高橋さんは、山田町にあった組合事務所と自宅を津波で失ったが、幸い、工場被害も人的被害もなかった。しかし、牡蠣の養殖施設は壊滅し、アカモクは波に流された。「工場は無事だったので、他産地から原料を持ってこることもできたが、社名に『岩手』と冠しているし、何より牡蠣漁師さんたちの施設が復旧していないのに自分だけが良くなることはできなかった。経営者としては失格だが、漁師さんと浜の回復を待った」と振り返る。

国や県が進めた「復旧」事業は、「天然資源」であるアカモクには適用されず、3年間は粉末加工の仕事でわずかな収入を得てしのいだ。ようやく山田湾に資源が戻り、アカモク6トン収穫できたのは2014年。その後、収穫量は25トンほどへと増えていく。

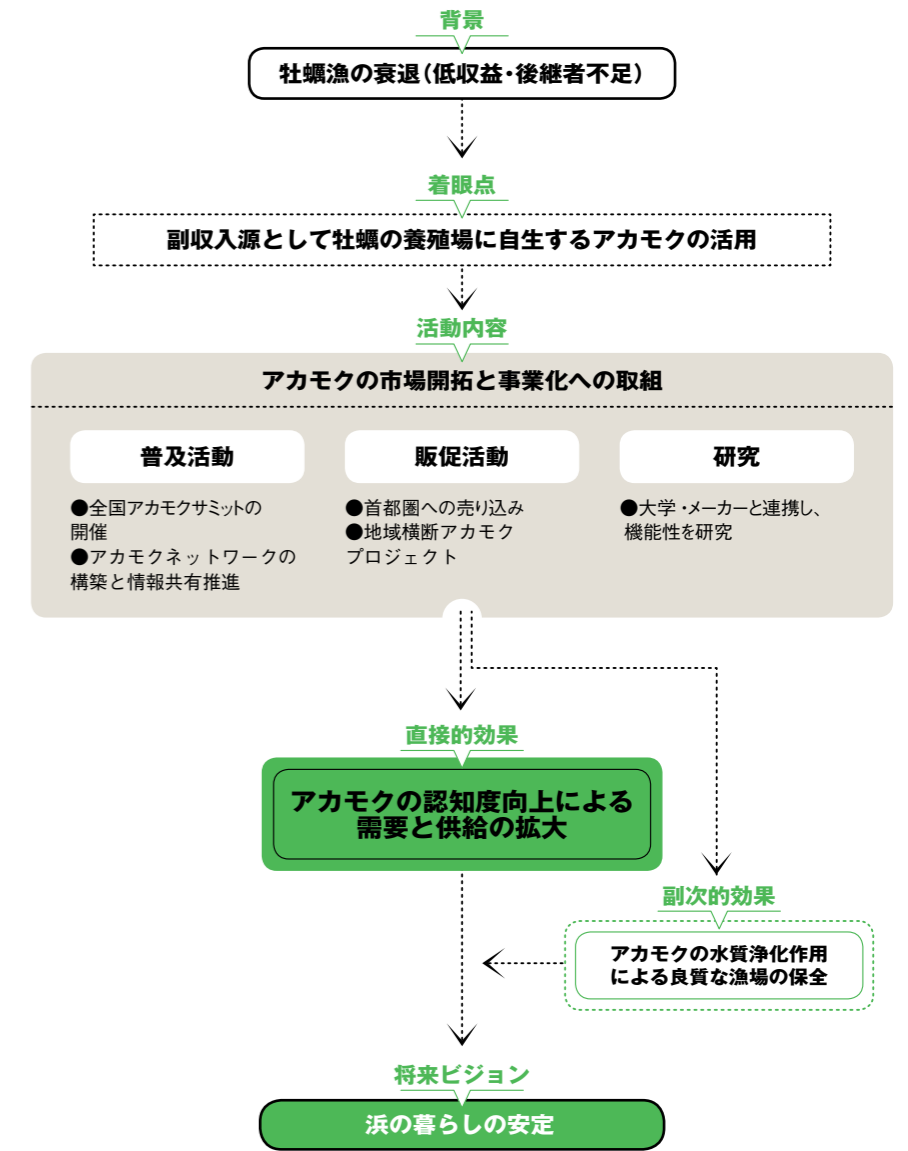
**【連携・協働】**

健康機能性に注目サプリメントの開発も

震災後、新たな分野での「芽」も動き始

CHANGE MAP  
チェンジマップ

アカモクの市場拡大モデル



めた。ネバネバ成分であるフコイダンが持つ免疫力向上の効果や、フコキサンチンの脂肪燃焼効果といった健康機能性の高さに注目が集まっているのだ。アカモクに含まれるフコキサンチンはワカメの3～4倍、昆布の10倍以上もあり、中でも山田湾で採れたアカモクは、日本海側で収穫されたものより多くのフコキサンチンを含んでいることも確認された。

2012年には、被災地の新産業創出を目指す文部科学省の東北マリンサイエンス拠点形成事業の1つとして、北海道大学、

岩手大学、札幌医科大学でつくる研究グループによるフコキサンチン成分の抗肥満効果を立証する臨床実験が行われ、サプリメント市場での商品化の取組が進む。

また、北海道大学が筑波大学、北里大学、30社を超える企業・機関とともにつくれた「北海道大学COI（北海道大学センター・オブ・イノベーション）」が進める「食と健康の達人」拠点事業においても、うまみ成分を多く含み、塩味もあるアカモクをパスタに練り込んで塩分を減らすなど、減塩食材としての商品開発も進んでいる。

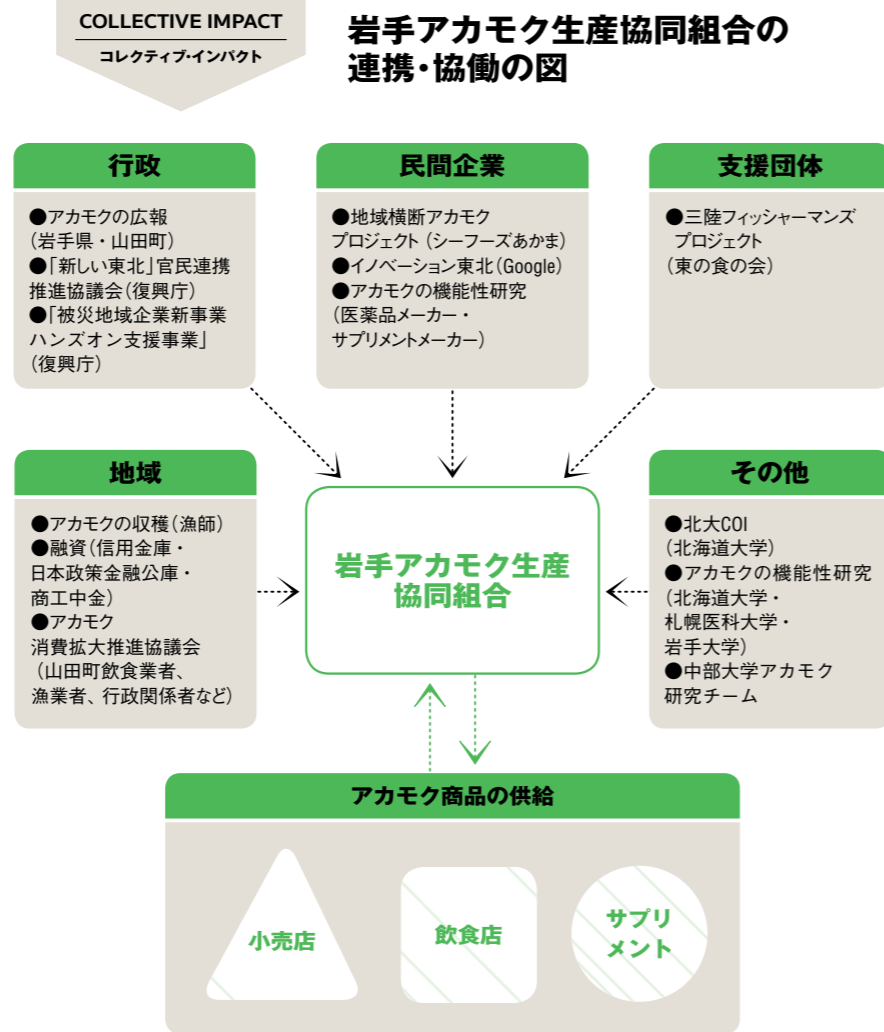
各方面から支援の手を得て、連携も広がっている。Googleの東北復興プログラム「イノベーション東北」で、「自社ブランディング戦略」に対する協力やアドバイスを求めた。専門スキルを持つサポーターの協力で、自社ホームページや商品パッケージなどが完成。これに合わせて同組合の新たな覚悟を込めたキャッチコピー「いつもねばっています」を掲げた。ネットでの発信力を手にしたことでつながりも格段に広がり、その反響は大きな自信にもなった。

一般社団法人東の食の会とヤフーが支援する「三陸フィッシャーメンズプロジェクト」の1つとして、「地域横断プロジェクト」にも挑戦。宮城県のアカモク生産業者シーフーズあかまと、同一パッケージを作って首都圏でのさらなる販路拡大を狙う。

**【持続性】**

**広がる産地、  
増える  
需要の波に乗る**

実は2009年頃から、高橋さんの元にはアカモクの生産に関する問い合わせが全国各地からたびたび舞い込んでいた。工場生産に取り組んでいることを知った愛知県のセントレア空港、神奈川県鎌倉市や逗子市の団体などから問い合わせがあると、高橋さんは加工ノウハウなどを無償で提供してきた。その功績もあり、同組合が事業を始めた頃、アカモクを扱っていたのは秋田、山形、新潟、岩手の4県ほどだったが、



現在は四国以外の海に面した全ての県がアカモクを扱っている。

自社の売上が回復してきた段階で、競合となる産地が増えることに危機感はないのか——。高橋さんはむしろ、産地が増え

ることをメリットだと考えている。「アカモクそのものが社会的にまだまだ知られていないし、各地でアカモクに取り組んでくれることで、全国での知名度、普及率を高めることができる。それに、全国各地の浜の多くが、岩手と同じように衰退の危機にある。後継者難にあえぐ地域が、養殖に挑戦したり、新しいことを模索する中で、アカモクに注目し、ポテンシャルを感じる人たちと一緒に、浜を盛り上げていきたい」

草の根的なネットワークを広げる「アカモクサミット」は、2010年から続いている。アカモクの食品学、医学、薬学、そして地域経済や環境における重要性に着目した日本アカモクサイエンスが主催しており、高橋さんたちも協力している。ローカルニュースやネットで「アカモク」に関する情報を集め、取り組んでいる地域や団体に直接声を掛けては巻き込み、サミットで積極的に

情報を開示、大学の研究成果なども共有してきた。「サミットへの参加を呼びかけると、皆さん、自発的に手弁当で参加してくれる。自分たちが持つ情報やデータ、ネットワークなどもすべてオープンにしている。アナログで時間はかかるやり方だが、人を巻き込みながら市場も広げていきたい」

国内の海藻市場を見渡すと、アカモクの商機はあると見ている。例えば、モズクは300億円市場、メカブは200億円市場とも言われるが、モズクの大半は養殖であり、メカブは国産品が2割ほど。それに対して山田湾産のアカモクは「国内産の天然」であり、健康志向で安全安心に敏感な消費者に届けられれば、シェアは拡大できると高橋さんは考える。実際、同組合の首都圏での小売販売数は着実に伸びている。従業員4人が働く宮古市の加工場では、震災前の月間出荷量が300キロほどだったのに対し、現在は約5倍の1.5トンに増加。大手スーパーなどの注文に供給が追いついていない状態だ。2015年からは、大船渡市や普代村などの漁業者からも仕入れて、増産に努めている。

このような現状から、高橋さんは長期ビジョンとして、アカモクを地域産業へと成長させることを目指している。2017年には新工場の建設に着工し、湯通し加工したアカモクのパック詰めの増産態勢を整えるとともに、将来的にはフコキサンチンの抽出プラント建設も視野に入れる。

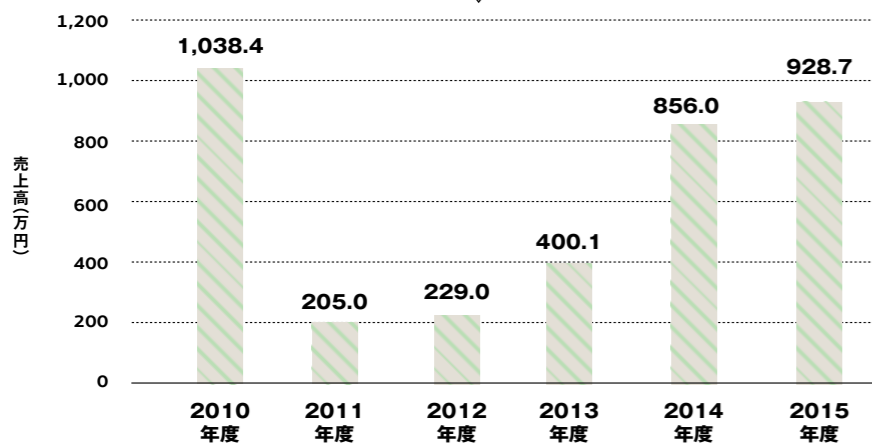
事業の継続性を担保するためにも、資源保護については漁師に牡蠣の養殖施設に着いたアカモクだけを採り、自生するアカモクは採らないようにさせるなど、組合設立当初から気を配ってきた。「海藻は主食になりえないが、私たち日本人にはなくてはならない副食だ。スーパーフードとして可能性を秘めるアカモクへ関心・魅力を感じていただき、このアカモクでフードイノベーションを起こしたい」

地域食から一般大衆食のポジション獲得を実現し、牡蠣養殖を本業とする組合員がアカモクで副収入を得ることで、「浜の暮らしの安定」を目指す。震災から5年が経ち、資源回復は50%程度。日本初のアカモク専門総合メーカーとして、踏ん張る日々が続く。



上・「イノベーション東北」の事例発表で、サポートしてくれた栃木のデザイナーとの取組が紹介された下・宮城県のアカモク生産業者と同一パッケージを制作。首都圏での販路拡大を狙っている

売上は震災後に一時急減したが、右肩上がりで上昇している



**Data ▶ 本事例の問合せ先**

岩手アカモク生産協同組合  
所在地：〒028-1332 岩手県下閉伊郡山田町中央町11-1  
TEL：0193-65-1315  
HP：http://iakamoku.jp  
主な事業内容：アカモクの原料販売・加工販売

# 3 決済手段の多様化で観光需要を掘り起こし、地域の活性化へ

地方では都市部と比べて、店舗などで現金以外の支払いの方法が少ないことが多い。ホテルや土産物店など都市部からの来訪者が利用している業態では、利用者がカードや電子マネーを利用できず不便を感じている可能性があった。そこをチャンスと捉え、決済手段の多様化を地域のブランディングの起爆剤とすべく、会津若松で先進的な取組が行われた。

## Point ▶ 取組のポイント

**[ヒト]**  
ITの力でイノベーションを

**[着眼点]**  
機会損失リスクをインバウンドの商機に

**[連携・協働]**  
地域と連携し、事業者を巻き込む

**[持続性]**  
技術革新への対応力が必要

## Theme ▶ テーマ

地域資源(観光)

## Area ▶ エリア

福島県会津若松市

## Player ▶ 取組主体

アクセント/コイニー/会津若松スマートシティ推進協議会

## Project ▶ 取組の内容

次世代型決済モデル導入による地域活性化

## Profile ▶ 人物紹介

アクセント/コイニー/会津若松スマートシティ推進協議会  
中村彰二郎 (なかむら しょうじろう)

宮城県出身。UNIX上でのアプリケーション開発、EC業務パッケージベンダーの経営、政府自治体システムのオープン化業務などを経て、2011年1月にアクセント/コイニーに移籍。同年8月に福島イノベーションセンターのセンター長に就任。地域主導型スマートシティ事業開発などの復興プロジェクトに取り組んでいる。



他の地域への展開も期待しています!

## [ヒト]

### Tの力でイノベーションを

総合コンサルティング企業のアクセント/コイニーが、会津若松スマートシティ推進協議会と協働しながら取り組んだのが、決済手段の多様化による地域活性化プロジェクト(平成26年度復興庁「新しい東北」先導モデル事業)だ。

アクセント/コイニーは復興支援を通じて日本

「Coiney(コイニー)」は、インターネット環境さえあれば、屋内外問わず、いつでもどこでも行える次世代型クレジットカード決済サービスだ。スマートフォンやタブレットなどのモバイル端末に専用のカードリーダーを挿入し、専用アプリを利用するというシンプルさが売りだ。

福島イノベーションセンターの中村彰二郎センター長は、スマートシティ構想の一環として、Coineyを導入することで会津若松市を訪れる観光客の利便性を高め、生業の復興と地域の活性化につなげようと考えた。現在注目されているFintech(フィンテ



左・アプリをインストールしたスマートフォンまたはタブレットを操作して決済を行う  
右・鏡石町商工会による事業参加店舗の視察。実際にCoineyを利用して商品を購入し、その利便性を確認してもらった

の新たな成長モデルやイノベーションの創出を促すため、2011年8月、会津若松市に「福島イノベーションセンター」を設立した。同センターの柱のひとつが会津若松市と進める「スマートシティ構想」。エネルギー消費の効率化による低炭素化にとどまらず、都市が抱えるあらゆる課題を解決し、観光客が訪れたいくなるまちづくりを目指す都市戦略だ。

一方のコイニーは、2012年3月に設立されたベンチャー企業。同社が提供する

ック)によって観光客の利便性を高め、地域の魅力を向上しようという狙いだ。

むろん、地域の課題解決のためには地元の主体的な取組が要となる。その点、同市の室井照平市長はもとからITによる地域振興に積極的だった。2013年には「スマートシティ会津若松」を市の施政方針として掲げ、様々な取組を行っている。エネルギー分野や防災分野から着手した取組は、震災からの生業の再生という課題に向き合うことになった。

## [着眼点]

### 機会損失リスクをインバウンドの商機に

会津地域では、宿泊施設や土産物店でも現金決済が多い。支払いをクレジットカードで済ませたい観光客の購買機会を逃している可能性があった。とくに外国人観光客は日本人よりカード利用の割合が高いと言われている。ある程度は現金を用意してきているとはいえ、日本人旅行者と違い、



いざというときに気軽にATMを利用しやすいわけではない。日本旅行中の外国人旅行者を対象としたアンケートでは、4分の1以上の人が「両替・クレジットカード利用」について不便を感じているとのデータもある。地方部ではその傾向が顕著だ。こうしたことから、決済手段を多様化することで旅行者の消費を促し、インバウンド対応も視野に入れることで、結果的に地域の生業を復興・再生できる可能性がある。

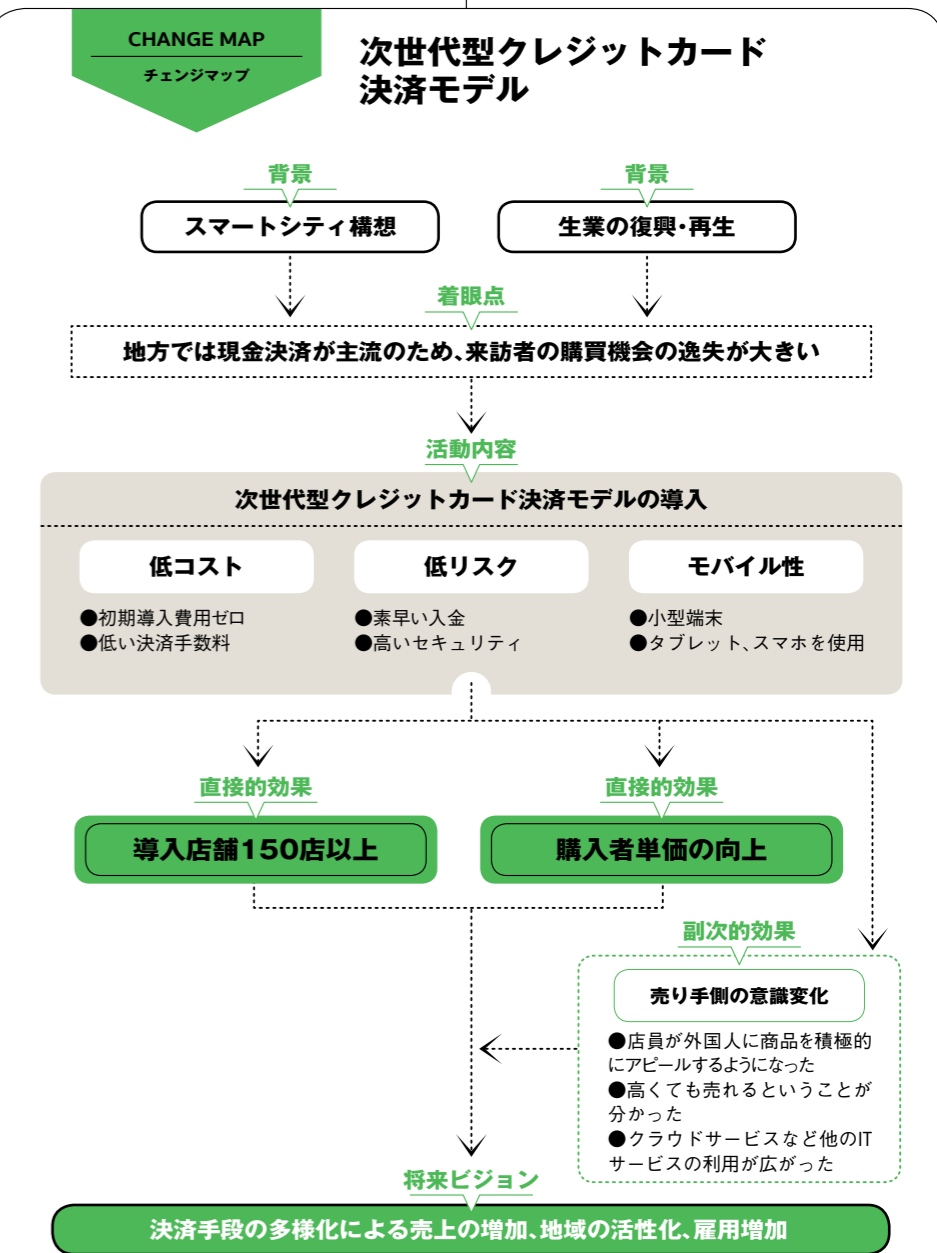
地方都市において、中小事業者の間で

クレジットカード決済の導入が進まない理由として、機器導入などのインシャルコスト負担に対する躊躇(ちゅうちよ)や、決済手数料の高さなどがあげられる。

次世代型クレジットカード決済サービスの特徴は、暗号化技術によってセキュリティを確保した上でインターネット上で決済データをやり取りするため、非常に安価にシステム構築できることである。その結果、システム導入コストは実質的に0円で、さらに決済手数料も通常のクレジットカード手数料が4~7%であるのに対し、Coineyの場合は3.24~3.27% (カード会社によって異

なる)と格安に抑えられている。さらにはひと月に6回入金が行われるため、事業者にとっては低コスト、低リスクで決済手段を多様化することが可能となる。

Coiney導入の実証実験は、2014年9月に会津若松市の鶴ヶ城で開催されたイベント「會津十楽」を皮切りに、2015年3月末まで行われ、約半年間で107店舗が参加するという成果を得た。モバイル端末による決済は、通常の店舗ではない戸外で支払いが行われる催事に利便性を発揮する。「イベントのためだけに導入してもいい」という声もあったといい、「會津十楽」をキッ







左・コンパクトな Coineyターミナルでレジ周りもすっきり  
右・ステッカーなどでCoiney対応をアピール。カード決済  
を利用したい観光客を取り込むことに貢献した

**【連携・協働】**

**地域と連携し、  
事業者を巻き込む**

こうした一連の成果を生むため、アクセントチュアでは事業の本格始動の前に、会津地域の事業者を取りまとめている商工会議所、観光協会、金融機関などに対して、会員企業に参加を呼びかけることを依頼。市の観光課や、一般財団法人会津若松観光ビューローも積極的に関与し、さらに会津商工信用組合が個々の事業者とのパイプ役を担ったことが参加事業者数を増やすのに大きく貢献した。

Coineyも商工会議所と会津漆器組合の会員を対象に、Coineyの活用方法を説

**次世代型クレジットカード決済(Coiney)は、低コスト・低リスクが特徴**

	既存 クレジットカード決済	次世代型 クレジットカード決済(Coiney)
決済手数料	4~7%	3.24~3.27% ※ICカードの場合3.24%
決済端末	約10万円	実質0円 ※実証実験では無料配布 ※現在は月売上額が30万円以上は0円 30万円未満は1万9,800円
売上入金	1~2回/月	6回/月
利用開始まで (審査期間)	1~2カ月	約1週間
その他		会計システム等、 クラウド連携サービス

クオフに利用したことで、実証実験に弾みがついた。

全期間を通じた参加店舗を業種別に見ると、伝統工芸品店などの小売業が約4割を占め、次いで飲食業、宿泊業、卸売業と続く。いずれも観光に欠かせない業種ばかりだ。決済利用状況で見ると、36店舗、180件の利用があり、同じく小売業が5割弱を占め、次いで飲食業、宿泊業での利用が多かった。期間中の利用額は総額470万円近くに上り、約4割が5,000円以上の利用で、5万円以上の高額な利用も全体の約3割で見られた。決済手段の多様化によって購買単価を押し上げるなどの効果もあった。

また、こうした定量的な成果のほか、Coineyを利用したことで、事業者のITに対する心理的ハードルが下がり、決済サービス以外のクラウドサービスの活用が広がり、地域全体で経営改善が進んできたという効果も出てきている。

さらに、事業者が外国人に商品を積極的にアピールする姿が見られるなど、売り手の意識の変化も感じられたという。Coineyが対応するクレジットカードブランドのロゴを示したステッカーを店舗入口に貼ったりレジ脇に設置して、カード決済に対応

していることを周知したほか、モバイル端末での決済に不慣れな買い物客がいた場合に備え、多言語による説明書も用意した。こうしたツールの使用は参加事業者の判断に任せていたが、ツールをうまく活用した店舗ほど、Coineyでの決済が多くなった。とくに飲食店では、カード決済ができることを確認してから入店する外国人観光客の姿もあるといい、カード決済について周知することの意義も明らかとなった。

明し、事業への参加を促すセミナーを開催。クレジットカード決済導入のメリットなどを含め、Coineyの利用方法について、レクチャー形式に加えてデモンストレーションも行った。参加者からは、「カード決済が驚くほど簡単なのがわかった」という声が聞かれるなど、セミナーがCoiney導入への敷居を下げる役割を果たせたことが伺えた。

実証実験終了後も会津若松市内の参加事業者数は順調に伸びており、Coineyを導入している事業者だけでも約150社程度に上っている。この大半は会津商工信用組合の取引先であり、次世代型クレジットカード決済モデルが地域金融機関との連携において効果的な仕組みであることが実証実験から明らかになった。

現在では実験に参加したことにより、Coiney以外にも楽天ペイ、Airペイ、Squareなど同様の次世代型クレジットカード決済サービスの導入が進んでいるという。

また、本事例も1つのきっかけとなり、2016年12月に成立した改正割賦販売法では、これまでの書面交付に関する規制が緩和され、加盟店店頭でプリンタ設置必須の状況が改善される見通しとなった。CoineyでFinTech事業開発を担当する井尾慎之介取締役は、「加盟店側の負担が軽減されることで、次世代型クレジットカード決済の普及が期待できる」と見ている。

**【持続性】**

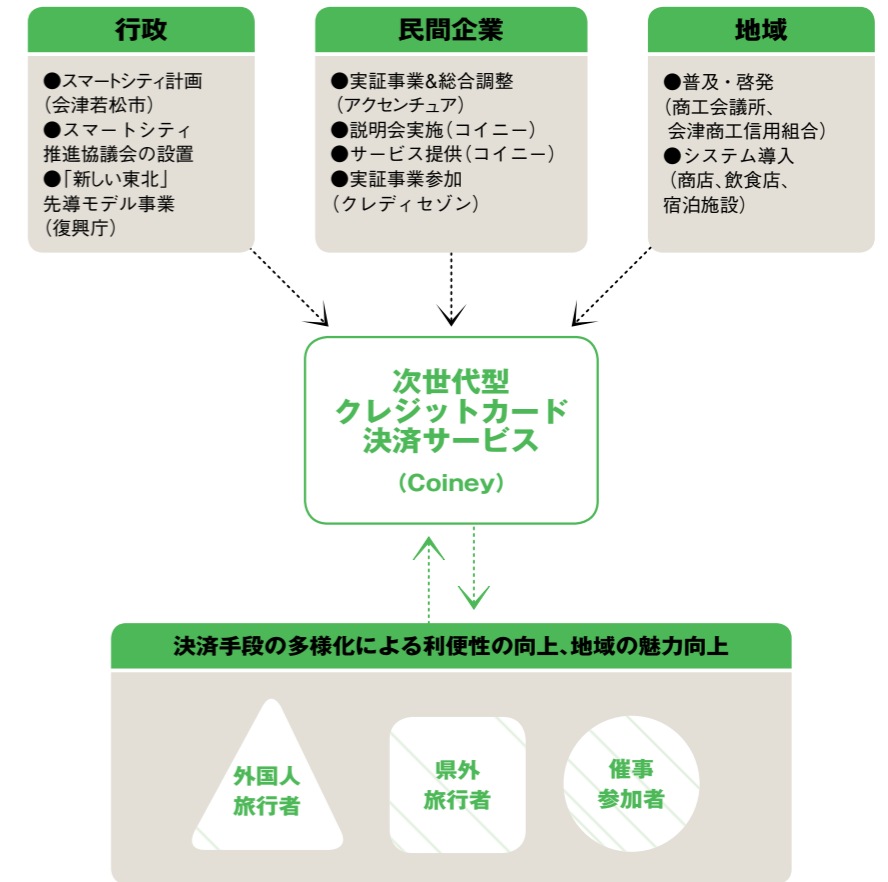
**技術革新への  
対応力が必要**

会津若松市の取組は他の地域からも注目を浴びた。もっとも大きな関心を寄せているのは地方の金融機関であり、秋田県や長野県、首都圏の地方銀行や信用組合がCoineyと事業提携し、次世代型クレジットカード決済サービスの導入を展開している。「地域全体としてカード決済が主流化しておらず、観光資源の豊富な地域なら十分なポテンシャルがある」として、福島イノベーションセンターの中村彰二郎センター長も今後の横展開への可能性に期待をかける。

一方で、Fintechの技術革新は日進月

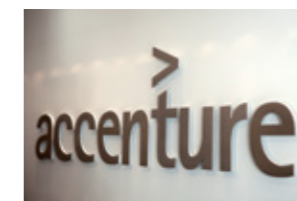
**COLLECTIVE IMPACT**  
コレクティブ・インパクト

**次世代型クレジットカード決済  
モデルの連携・協働の図**



歩なだけに、次々と新たな決済手段が出て来ている。とくにインバウンド対応を重視するなら、海外でのトレンドにも目配りする必要がある。いったん導入したシステムが時代遅れにならないよう、常に変化に対応しなければならない。例えば中国で流行しているQRコードによるモバイル決済手段「支付宝(ALIPAY)」や各種電子マネーへの対応は、海外や都市部からの観光客の消費を取り込む上で、日本全体が抱える課題であり、ビジネスチャンスであるといえる。

決済手段の多様化で地域のブランド力を高めるという点では、小売店や飲食店以外にも公共交通機関やタクシーなど、まだまだカード決済を広げられる余地がある。決済環境が整っている町というブランディングを確固たるものにし、誘客につなげるためには、スマートシティ化という大きな絵のなかで、地域全体が連携した粘り強い取組が求められる。



**Data ▶ 本事例の問合せ先**

アクセントチュア株式会社 福島イノベーションセンター  
所在地：〒965-0006  
福島県会津若松市一箕町大字鶴賀字上居合134-5  
TEL：0242-37-7392  
主な事業内容：復興支援を通じて日本の新たな成長モデルやイノベーションを創出する。

## 地域の財産である「善意」とICTが融合する買物弱者支援

### Point ▶ 取組のポイント

**【ヒト】**  
**撤退を回避するための入念なプラン**

**【着眼点】**  
**地域の善意を基盤にコスト削減を図る**

**【連携・協働】**  
**自治会を味方に住民理解を図る**

**【持続性】**  
**商品ではなく仕組みを売る方向へ**

### Theme ▶ テーマ

社会基盤

### Area ▶ エリア

宮城県気仙沼市

### Player ▶ 取組主体

変幻自在合同会社  
 株式会社NTTドコモ

### Project ▶ 取組の内容

ICTを活用した無人販売所

### Profile ▶ 人物紹介

代表社員 清水隼人 (しみず はやと)

東京都出身。高校3年から新潟の山にこもり、4年間にわたり国内外でスノーボード三昧の生活を送る。家業が楽天市場に出店したのをきっかけに、商品開発からWEB、顧客対応までのすべてを担当。その後、WEB広告代理店に転職しSEMプランナーを担当。東日本大震災の1週間後、実家のトラックで被災地への物資運搬を行い、これを機に退職した。気仙沼に3年ほど滞在し、現地で知り合った友人と一般社団法人を設立。2014年2月、気仙沼にて変幻自在合同会社を設立した。



物販以外の可能性も探っています!

### 【ヒト】

## 撤退を回避するための入念なプラン

このシステムを開発・運営するのは、変幻自在(運営会社)とNTTドコモ(タブレット端末のアプリ開発)。変幻自在は、東日本大震災の1週間後、実家のトラックで物資を運び、そのまま気仙沼に滞在を決めた清水隼人さんが2014年に設立。WEBマーケティングを中心とした事業で気仙沼の活性化に貢献しようと奮闘している。

NTTドコモの東北復興新生支援室に所属する馬場勝己さんと内藤宣仁さんは、タブレットを活用した社会課題解決という社としてのミッションを具現化する上で、交通および買物弱者支援の取組を模索していた。三陸の沿岸各地でヒアリングする中、気仙沼ですでに復興支援に取り組んでいた清水さんに出会い、ICTを活用した無人販売所の青写真を描いた。

店舗の設置場所の検討にあたって、仮



仮設住宅以外の住民が利用するケースも増えている

設住宅を中心とした買物弱者の多くいる地域にヒアリングを行ったうえで、気仙沼市内のいくつかの地域を訪ね、理解を得られそうな自治会を探した結果、唐桑地区での実施を決めた。清水さんの縁で、地元の市場を支援するNPOに協力を仰ぎ、多く採れた野菜を店舗に置いてもらうことで集客を狙ったり、配車に合わせて商品の納品を「ついでに」してもらうため、タクシー会社との連携を模索したりしながら現在のビジネ



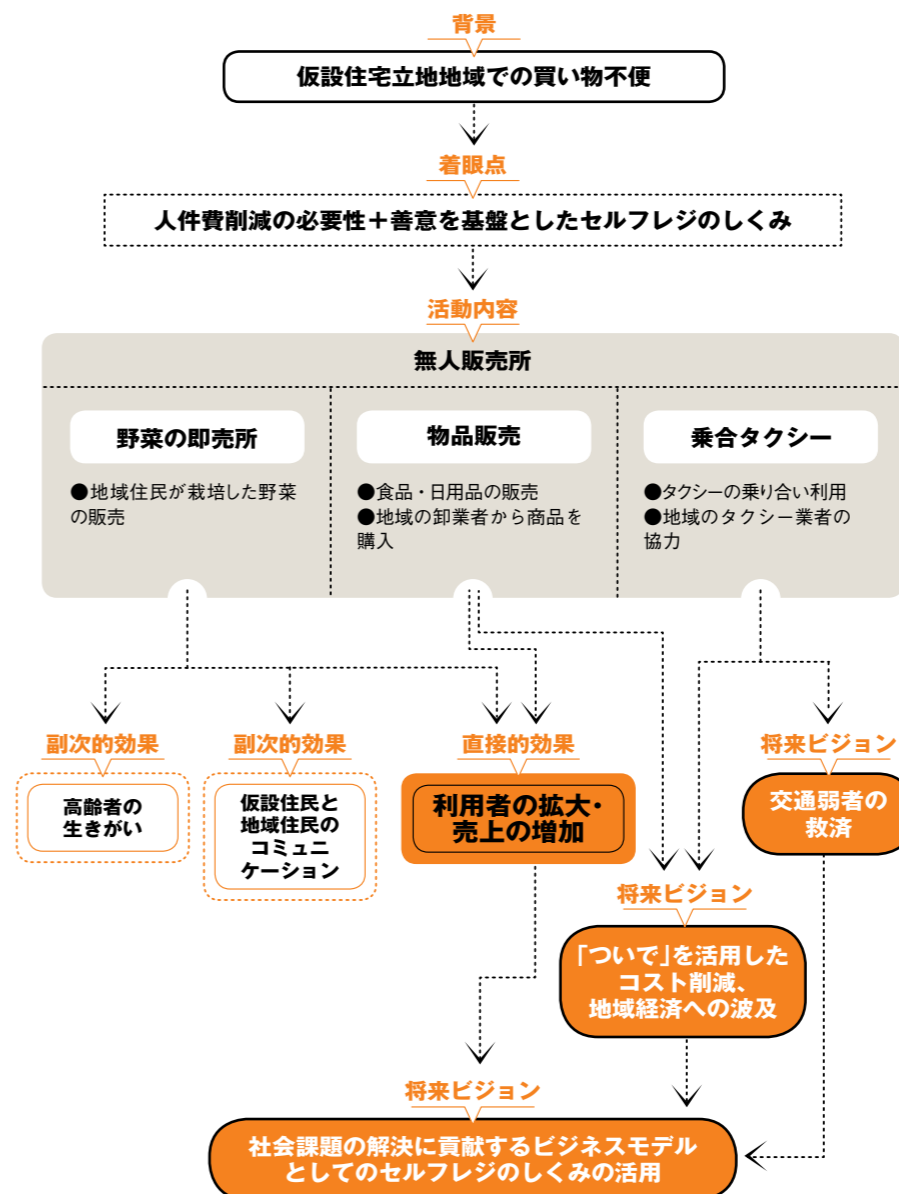
のぼりやチラシの活用のほか、住民説明会を行い住民認知の向上に努めている

気仙沼市唐桑町石浜地区にある仮設住宅「福祉の里住宅」近くに2014年10月、無人の日用品販売所がオープンした。簡単な操作でトイレトーパーや市の指定ゴミ袋などの日用品のほか、お菓子や調味料、冷凍食品などが購入できる無人販売システムだ。高齢化が進む地域で買物環境を改善する取組として注目を集めている。

### CHANGE MAP

チェンジマップ

## 無人販売所のビジネスモデル



スモデルを構築してきた。

「はじめからプレイヤーの全体像が描けていたわけではない。悪く言えば行き当たりばったり」と清水さんは笑う。だが一方で、なんとしても事業化することは腹に決めていたという。「資金が尽きて撤退していく団体をいくつも見てきたからこそ、『やらない』という選択肢はなかった」。仮に復興庁からのサポートがなくても取り組むつもりだった。「予算によって複数のシナリオを描いていた。原資ゼロプランがあったから今がある」と振り返る。

### 【着眼点】

## 地域の善意を基盤にコスト削減を図る

仮設住宅が抱える課題の1つが、買物と交通の便が悪いことだ。様々な団体による復興支援の中には、特定の拠点を設ける有人販売や、いくつかの仮設住宅などを回る移動販売車の試みもあった。だが、気仙沼市の別の場所で有人販売に取り組んでいた団体は、助成金が途絶えたのと同

時に撤退。人件費がかかるモデルは継続性が確保できないことが分かった。

また、移動販売については、ある程度以上の世帯が集まっている地域でなければ、採算が合わないため巡回ルートに入らないのが通例。唐桑地区はまさにそうした場所だった。移動販売すら成り立たない地域で買物の機会を提供するには、無人販売しかなかった。

店舗のレジシステムとしてあるのは、セルフレジアプリがインストールされたタブレット端末とバーコードリーダー、プリペイドカードの販売機と同カードのリーダーのみ。こうした取組は、いかに高齢者を中心とする多くの住民に使ってもらえるかで成否が分かれる。

セルフレジのインターフェースは高齢者でも操作しやすいよう銀行のATMに近づけ、音声ガイドも流れる。セルフレジ横の券売機でプリペイドカードを購入後、①カードをリーダーに入れ、②バーコードスキャナで商品のバーコードを読み取り、③画面の購入ボタンを押すだけ。3ステップで購入完了という簡単さを追求した結果、「意外に使いやすい」「わかりやすい」と好評を得た。

購入した商品はレジ横にある袋に購入者自ら袋詰めをする。なお、プリペイドカードも高齢者に馴染みのあるバスカードと同じものを利用し、残額が印字されることで安心感を与えている。

こうして利用のハードルを徹底的に下げた上で、無人店舗という事業形態が成功するのは、住民の高い倫理観が期待できる場所に限られる。「無人販売でも盗難が起こらないという『性善説モデル』が成り立つのは地域の隠れた財産」と馬場さん。実は、無人販売であることを考慮し、開店当初は念のため防犯カメラを設置。だが、結局は取り越し苦労だったという。

住民のニーズは、当初の「とりあえず必要なものが揃えばいい」という状態から、徐々に「自分の嗜好にあったものが欲しい」という段階に移行。それに合わせて店内の棚を増やし、取り扱う商品の数や種類を約150品目まで増やしてきた。

その甲斐あってか、売上は順調に推移。2014年10月の開店から2016年8月までの延

べ決済回数は約4,700回。売上は60万円近くに上る。一方で、仮設住宅の世帯数は当初の3分の1にまで減少している。ここから見てくるのは、震災以前から近隣に住む、仮設住宅以外の周辺住民にも利用され、日常の買物先として地域に定着している様子だ。

さらに副次的には、仮設住宅の住民と、もともとあった住宅の住民との交流も生まれる結果となった。もとの住民は庭先で野菜づくりを楽しむ人も多い。そうした手づくりの新鮮な野菜も店舗の一角に並べていることから、仮設住宅の住民との間で会話が生まれることもあるという。

今後、レジをモニターしているカメラと決済データを照合することで、顧客の属性を細かく割り出し、マーケティングに生かしていく予定だ。今は「どの商品が人気なのか」はわかるが、「誰が何を購入しているのか」までは把握できていない。より詳しい利用シーンが見えてくれば、いっそう細やかな顧客ニーズにも応えるという、小売店としての営業努力を続けやすい。

**【連携・協働】**

**自治会を味方に 住民理解を図る**

この事業を通して馬場さんは「鍵は自治会にある」と痛感している。「無人販売が通常の商店経営と違うところは、住民の理解が先決であること。そのためにも、まず自治会長に共感してもらうことが必要不可欠だった」。事業の開始にあたっては、自治会長を含め住民に説明会を繰り返し、地域の買物環境を改善するためには、地域全員の善意が必要である旨を事前に十分に理解してもらった。これが功を奏したという。

店舗のある土地は、地元住民の私有地を無償で貸してもらっている。廃校の一部など行政所有の土地活用も検討したが、いくら復興支援とはいえ、業態としては「営利目的の小売業」と見なされる可能性があるため、相応の賃料が発生せざるを得ない。単価の安い食品や日用品ばかりの販売では、土地代を賄ってなお黒字を維持するこ

とは難しい。そうした背景もあり、現状では行政よりは民間との連携を主とした取組となっている。

事業収支の面では、年間では黒字とはいえ、梅雨時は来店が減るなど季節変動もある。もともと、店舗を維持するための必要最小限の利益を確保できればいいという考えから始まっているが、少しでも事業の安定を図るために企業協賛も利用している。例えばレジ周りの機器の一部は、日本ヒューレット・パッカーからの提供を受けている。

**【持続性】**

**商品ではなく仕組みを 売る方向へ**

この取組に対してはすでに多くの問い合わせがあり、横展開も始まっている。その1つは市内の高齢者住宅。プリペイドカードによるセルフレジ方式は踏襲した上で、周辺の既存商店が商品を持ち寄る共同運営という形に応用している。参加事業者にとっては、通常の店舗のほかに「小さな支店」を構えるようなもの。ただし、店員を常駐させる必要がない分、運営コストを抑えられるメリットがある。2016年8月上旬～10月末まで試験的に実施し、一定の評価を得たという。

また、2015年からは企業からの見積もり依頼も舞い込むようになってきている。例えば社内の売店運営に応用できないかという相談があった。事業開始には至っていないが、利用者が一定の範囲に限られる状況であれば、都市部でも「性善説モデル」が



左・取り扱い商品は増加している 右・セルフレジとプリペイドカード販売機が並ぶ日用品の無人販売所。仕組みやインターフェースは独自につくりこんだ

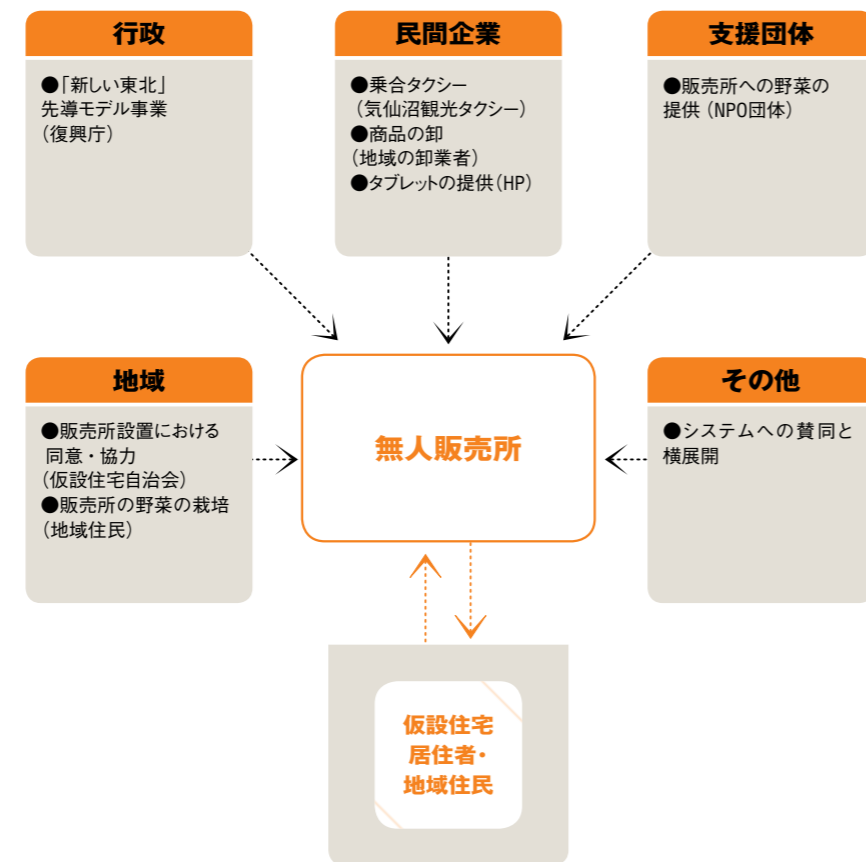
十分に成り立つ場面があることが見えてきた。

また、当初の目論見では買物弱者と交通弱者の課題を一挙に解決するため、商品仕入れには乗合タクシーを活用する案もあった。客を乗せた帰りに「ついでに」商品を持ってもらう仕組みだ。ただし、無人店舗が早く地域に根付くように、まずは買物弱者の支援的を絞ったという経緯がある。セルフレジの買物がしっかり定着した今、改めて交通弱者の課題解決との相乗効果も検討している。

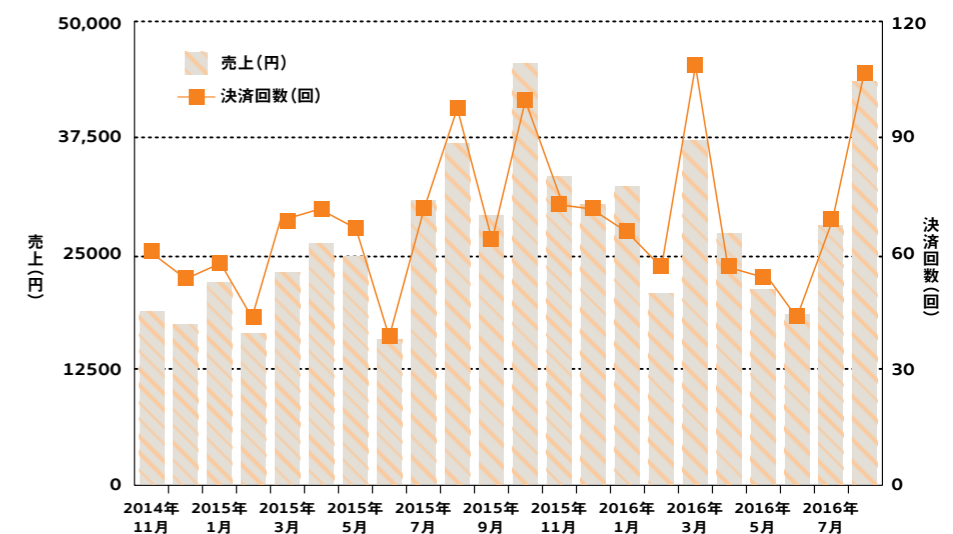
現在、商品の仕入れなど運営は変幻自在が担っているが、清水さんは「自分で小売業をやりたいわけではない。販売システム自体を商品化し、変幻自在のポジションに各事業者が入れるようなプラットフォームを提供したい」と話す。さらに、タブレットを活用した無人の決済システム拠点という意味では、物販に限る必要もない。馬場さんは、「地域のケアマネージャー（介護支援専門員）と連携した福祉医療サービスの拠点などにも応用できるかもしれない」と見ている。現在の店舗で利益拡大を図るのではなく、これまでの成果をベースに、幅広い方向への横展開を見据えている。

**COLLECTIVE IMPACT**  
コレクティブ・インパクト

**無人販売所の連携・協働の図**



**売上と決済回数の推移**



集計：気仙沼市唐桑店データ



**Data ▶ 本事例の問合せ先**

変幻自在合同会社  
所在地：〒988-0017 宮城県気仙沼市南町2-2-25  
TEL：0226-25-8602 HP：http://hengenjizai.jp  
主な事業内容：Web（ホームページ・LP制作、コンテンツ制作、リスティング広告）/ Social（買い物、交通弱者の支援事業[気仙沼市]）/ School（Web、Office関連技術で自立するためのスクール[準備中]）

# 5 民間主導型オンデマンドバス 高齢者を支え、コミュニティを活性化

ITの力を利用し、利用者のニーズに応じて運行するデマンドバスが、高齢者や地域社会を支える新たな交通手段として注目を集めている。その実証運行が2014年度、福島県いわき市で行われた。デマンド型交通は「交通弱者」を救う手立てとして需要が高まっていくことが予想されるが、現在は大半が自治体経営。民間主導で運営していくことが求められている。

## Point ▶ 取組のポイント

**【ヒト】**  
自治体経営から民間主導へ

**【着眼点】**  
買物難民を助け、地域経済を活性化

**【連携・協働】**  
地域マネジメント組織をパートナーに

**【持続性】**  
参加主体の費用負担が鍵に

## 【ヒト】自治体経営から民間主導へ

近年、新たな交通手段として注目を集めているデマンド型交通。利用者の希望する行き先や時間に応じて運行する仕組みを指す。乗降する場所や時間を指定できるため、自宅から目的地までドアtoドアの移動が可能になる。また、決まった路線があるわけではなく、利用者の予約があるときにだけ運行するなどの特徴もあり、定まったルートを守る既存の路線バスや高額なタクシーの欠点を補う新たな交通サービスといえる。

このサービスが注目されている背景には、地方を中心に加速する高齢化や公共交通機関の衰退などがある。買物難民など「交通弱者」と呼ばれる高齢者が今後さらに増えていくことが予想される一方、それを

支える路線バスなどの交通機関も利用者の減少などにより採算が悪化。行政の財政負担にも限界があり、バス会社が不採算路線を廃止するケースが増えている。

さらに、高齢者による自動車事故の多発も深刻だ。特に地方では自家用車が生活に欠かせない交通手段になっており、簡単に車を手放しづらい事情がある。ただ、それを補う交通の足が十分整備されているわけではない。こうした社会課題の解決の一手として、デマンド型交通に期待が寄せられているのだ。

しかし、全国に現在300ほどあるとされるデマンド型交通の大半は自治体経営によるもので、赤字事業なのが実態だ。そのため、自治体の補助金に頼らず、持続的に運営していくことが求められている。

そうした中、福島県いわき市で2014年2月初頭の2週間、および10月末から3カ月間にわたって予約型乗合バスの実証運行が行われた。サービスの流れとしては、まず、



福島県いわき市で実証運行された車両。最短ルートで走行する

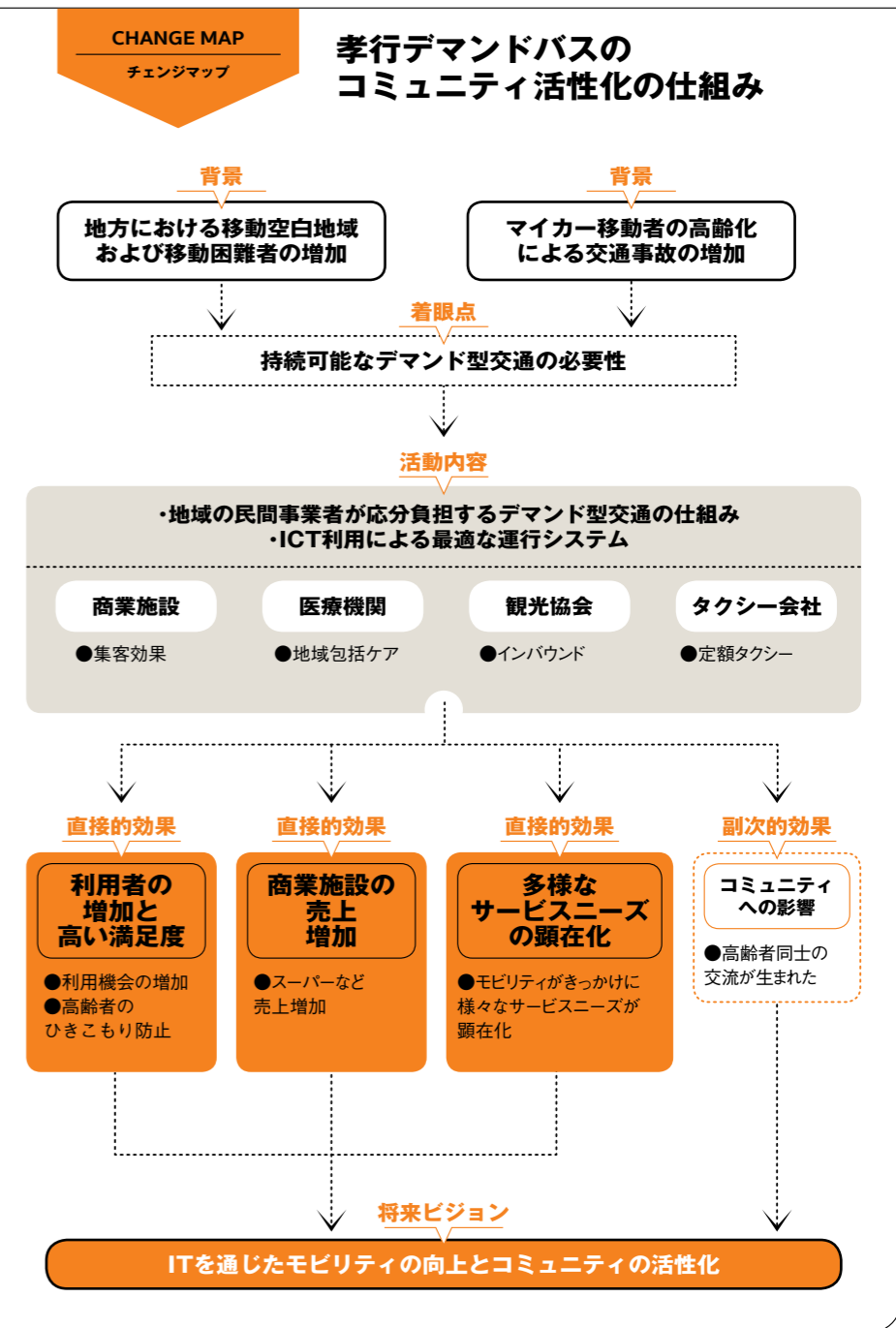
利用者は事前に利用登録を済ませたうえで、電話でオペレーターに希望時間や目的地などを伝える。すると、その予約内容がコールセンターのオペレーターからバスに設置されたタブレット端末に送信され、最短ルートで商業施設や飲食店、病院など計59の加盟店まで無料で送迎する仕組みだ。

こうした一連のクラウドシステムを開発したのが、ソフトウェア・インフラ開発のコガソフトウェア(東京)だ。同社は、「孝行デマンドバス」と呼ばれるこのサービスを以前から全国の自治体で運用してきた実績がある。ただ、今回は小売業などの加盟店が費用を分担する、民間主導型の実証実験として運行されたことが特徴だ。

## 【着眼点】買物難民を助け、地域経済を活性化

この実証運行における目的は、高齢者を中心とする買物・交通弱者をサポートする民間運営の可能性を探るとともに、商店街の売上増など地元経済を活性化させることにあった。そして、3カ月間にわたる運行の結果、多くの成果が生まれ、またいくつかの課題も浮かび上がった。

コガソフトウェアが実施したアンケート調査によると、運行期間中の登録者は293人に達し、このうち約5割にあたる155人が実際にバスを利用。予約件数は2,418件に上った。70代の女性を中心に、5件以上利用した人が6割を超え、10件以上予約した



利用者の評価は高く、70%超が「外出の機会が増えた」と回答

DATA

Theme ▶ テーマ	高齢社会
Area ▶ エリア	福島県いわき市
Player ▶ 取組主体	「孝行サービス」コンソーシアム / コガソフトウェア株式会社
Project ▶ 取組の内容	民間主導型オンデマンドバス
Profile ▶ 人物紹介	

コガソフトウェア株式会社  
営業部長(左) 羽田淳史 (はねだ あつし)  
研究企画課長 / 営業課長(右) 藤田芳寛 (ふじた よしひろ)



高齢者は買物弱者の利便性を高めます!

人も半数近くに達した。リピーターが少なくないことから、利用者の満足度は高かったようだ。実際、7割を超える人が「外出の機会が増えた」とする結果も明らかになった。

他にも、「ドアtoドア送迎で楽に移動できる」「雨や風の強い日は助かった」「行動半径が広がった」といった声が寄せられた。さらに、運賃が有料になっても利用したいとする回答も7割を超えるなど、サービスへの高い期待が浮かび上がった。

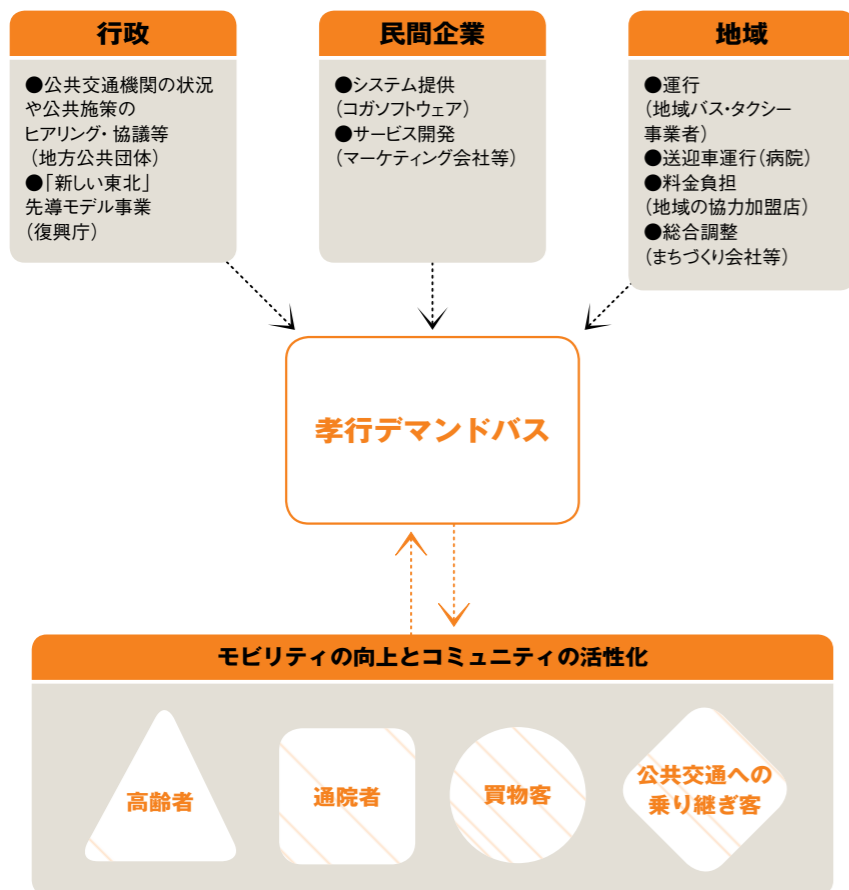
一方、加盟店の手応えも上々で、売上

アップの効果が期待できるといった反応が寄せられた。例えば、スーパーマーケットのマルトは、ポイントカードを基に利用者の消費金額を分析。デマンドバスが走行していた3カ月間、送迎サービスを利用する回数が多い人ほど消費金額が増える傾向にあり、また消費金額が前年同期と比べて増えた人の割合も半数を超えた。

さらに、実証運行終了後の2015年2月の消費金額を調べたところ、消費金額がバス運行期間と比較して減少した人が80%超に上った。マルト以外の加盟店からも、

COLLECTIVE IMPACT  
コレクティブ・インパクト

孝行デマンドバスの連携・協働の図



「来店のきっかけになるメリットがある」「新しいお客様の新規開拓になる」といった前向きな意見が聞かれた。実際、この送迎サービスが継続された場合に加盟店に加わりたいとする事業者は6割近くに達している。

高齢者をはじめとする交通の利便性向上と、地元商店を中心とする地域経済の発展——。実証運行が当初掲げた狙いに対して、一定の成果をつかんだ格好といえる。

**【連携・協働】**  
**地域マネジメント組織をパートナーに**

今回の実証運行は、コガソフトウェアをはじめとする民間企業や、東京大学などで構成する「孝行サービス」コンソーシアムが事業主体となり、いわき駅前を中心市街地に位置する平(たいら)地区の商店会や市内を中心に店舗を構えるスーパーマーケットチェーンのマルト、さらには地元のタクシー会社などと協力して実施された。

既存の路線バスやタクシー会社との利害調整は不可欠な要素の1つだ。既存の事業者にとっては、顧客を奪われるのではないかという不安が拭ききれないからだ。今回は地元のタクシー会社が賛同し、所有するマイクロバスを利用することができた。

他にも、孝行デマンドバス・サービスを活用して乗合タクシーを運行している岡山県玉野市では、バス停までの移動にデマンドタクシーが利用されるなどした結果、低下していた路線バスの乗車率が上向くという相乗効果が生まれている。既存の交通機関とうまく棲み分けできれば、決して競合するわけではないことが実証されている。

このように、サービスを展開するうえでは多くの利害関係者の理解を得ることが必要になるが、コガソフトウェアの藤田芳寛・研究企画課長／営業課長は「これは決して破壊的なイノベーションではなく、関係者と協力しながら進める調和型の変革だ。目的は、地域経済と一緒に盛り上げることにある」と話す。

そのうえで、羽田淳史・営業部長はサービス普及の鍵について「行政や既存の交通機関、加盟店、住民など、それぞれの利害関係を調整してくれる『まちづくり会社』のような地域マネジメント組織の存在が必要」と指摘する。それぞれの立場を尊重しすぎると、なかなか前進するのが難しいからだ。「地域のため」という目的をそれぞれの主体が共有し、事態を打開する推進力が求められるという。

**【持続性】**  
**参加主体の費用負担が鍵に**

前述したように、このデマンド型交通サービスを民間主導で継続させるには、運用コストをどのように担保するかが問われる。孝行デマンドバス・サービスのシステム導入費用は、右表の通り。運営にはこのほかに、車両の維持費やドライバーの人件費などが加わる。

現在、デマンド型交通の多くは自治体の予算を中心に運用されている。自治体からの補助金に頼らずに運営しようとするれば、利用者からの運賃徴収に加え、いわき市のように加盟店から費用負担の協力を得るための工夫が必要となる。

いわき市での実証運行のアンケート調査の結果、加盟店からはサービスの継続を望む声が多く寄せられたが、実際にどれほどの費用負担を許容できるかはまだ未知数なのが実情だ。また、今回のケースでは利用者の行き先の約8割が小売店に集中するなど、特定の加盟店に恩恵が偏りがちな傾向が見られた。そのため、広く加盟店の協力を得られるような仕組みをどう構築するべきか。これが普及拡大の大きなポイントの1つになりそうだ。

そんな加盟店へのメリットを生み出すサービスとしては今回、電子広告と気象情報を加えたマーケティングレポートを運行後に提供した。例えば、気象情報と掛け合わせた分析結果では、天候によって来店客の年代が変化することがわかった。こうした情報は、店舗の仕入れや広告宣伝などに活かせるという。

また、広告収入も選択肢の1つになるかもしれない。アンケートで、加盟店の約4割が車内で広告を掲載したいと回答しているからだ。加盟することへのメリットを数多く打ち出すとともに、加盟料以外の収入源を模索することで、道が拓ける可能性は十分にあるといえる。

一方で、孝行デマンドバス・サービスは他の地域で新たな広がりを見せている。その1つが、石川県七尾市の社会医療法人財団董仙会 恵寿総合病院が運用しているバスだ。2015年10月から、病院と自宅を無料送迎する「楽のり君」を運行。同財団は介護老人福祉施設も運営しており、医療・介護の統合電子カルテを全国に先駆けて導入したほか各種問い合わせや院内バックヤード業務を一括で受け付けるコールセンターを開設。こうした先駆的な施策が高

く評価され、第1回日本サービス大賞総務大臣賞(2016年)に選ばれている。デマンド型交通も、この一連の取組の一環に含まれる。近年、医療や介護を一体型で支える「地域包括ケア」の必要性が叫ばれているが、デマンド型交通がその一翼を担う可能性があるのだ。

他にも、インバウンド向けサービスへの展開、定額タクシーの事業化などが検討されている。

藤田さんは、「移動で困る人をなくすのが一義的な目標だが、それによって生まれるコミュニティの活性化や地域包括ケアといった価値をもっと強調し、社会全体で共有していきたい」と力を込める。

孝行デマンドバスサービスの導入・利用コスト

サービス名	単価(円)	単位
事前コンサル	200,000	式
導入準備(※)	200,000	式
導入支援(初期設定)	20,000	式
導入支援(オペレーター研修)	20,000	日
データ移行	20,000	式

サービス名	単価(円)	単位
車載器レンタル	20,000	台/月
PCレンタル	7,800	台/月
運行管理(※)	100,000	カ月
運行支援(レポート)	5,000	カ月
運行支援(Web予約)	10,000	カ月
基本運用保守(※)	100,000	カ月
出張運用保守	実費負担	回
定形外実績データ提供	20,000	回

※は必須項目



Data ▶ 本事例の問合せ先

コガソフトウェア株式会社  
所在地: 〒110-0005  
東京都台東区上野1-17-6 広小路ビル4階  
TEL: 03-3833-0733  
HP: <https://www.kogasoftware.com/>  
主な事業内容: ソフトウェア・インフラ開発



左・計59の加盟店が協力。継続を望む声も多く聞かれた  
右・石川県七尾市の病院で運行している「楽のり君」。自宅と病院を無料送迎する

# 6 カーシェアリングが生み出す コミュニティの活性化と防災への可能性

## Point ▶ 取組のポイント

**【ヒト】**  
仮設住宅のモビリティ確保へ

**【着眼点】**  
コミュニティ形成や生活支援につなげる

**【連携・協働】**  
行政・企業・大学とタッグを組む

**【持続性】**  
世界で通用するスキームを目指して

## Theme ▶ テーマ

社会基盤・エネルギー

## Area ▶ エリア

宮城県石巻市

## Player ▶ 取組主体

一般社団法人  
日本カーシェアリング協会

## Project ▶ 取組の内容

カーシェアリングによる被災地のコミュニティ支援

## Profile ▶ 人物紹介

代表理事  
吉澤武彦 (よしざわ たけひこ)

立命館大学政策科学部を卒業後、6年間広告代理店に勤務。退社後、本格的に社会活動に従事し始め、平和や環境に関するプロジェクトに取り組む。震災後、一般社団法人日本カーシェアリング協会を設立し、石巻市で取組を続ける。ほかにも、一般社団法人OPEN JAPAN 代表理事を務める。



世界のロールモデルを目指しています!

## 【ヒト】 仮設住宅のモビリティ確保へ

日本カーシェアリング協会代表理事を務める吉澤武彦さんは、元は広告代理店勤務のビジネスパーソン。退社後、様々な社会活動に関わってきた。震災時は大阪在住だったがすぐに福島県に入り、子どもた



る方が仮設住宅に移ったら、そこでカーシェアリングを導入したらどうか。車が流されて不便なはず。やるなら今のうちから準備を始めるといい」

吉澤さんは免許を持っていたとはいえ、完全なペーパードライバー。「カーシェアリング」という言葉を聞いたのも、そのときが初めてだ。車に関してはまったくの「素人」といっていい。だが、尊敬する師匠の提案だ。ぜひ乗ってみようと、2011年4月、まず

上・サポートセンターの運営は、吉澤さん(左端)以外、全員が地元出身のメンバーで担当  
左・仮設大橋団地におけるEVを活用した防災訓練

は車集めに着手。「会社四季報」を片手に一部上場企業を次々と訪問する日々が始まった。

## 【着眼点】 コミュニティ形成や生活支援につなげる

東北ではよほど都市部でなければ似たような事情だが、石巻市でも車は必須の交通手段だ。一家に1台ではなく、家族ひとりひとりが自分の車を持っていることも珍しくない。生活の立て直しに際しても、まずは車が欲しいと誰もが思う。津波で一切の家財道具を失った人が最初に買い戻すのも車

宮城県石巻市に市民型カーシェアリングの雛形を作る。一般社団法人日本カーシェアリング協会の目的は明確だ。多様な背景を抱える住民が集まる仮設住宅や災害公営住宅で、どのようなカーシェアリングがコミュニティ形成や防災に最も貢献できるのか。試行錯誤を続けている。

だ。だが、1台だけならともかく、失った分をすべて買う余裕はなかなかない。そこで、地域で車を共有する仕組み、つまりカーシェアリングが活きてくる。

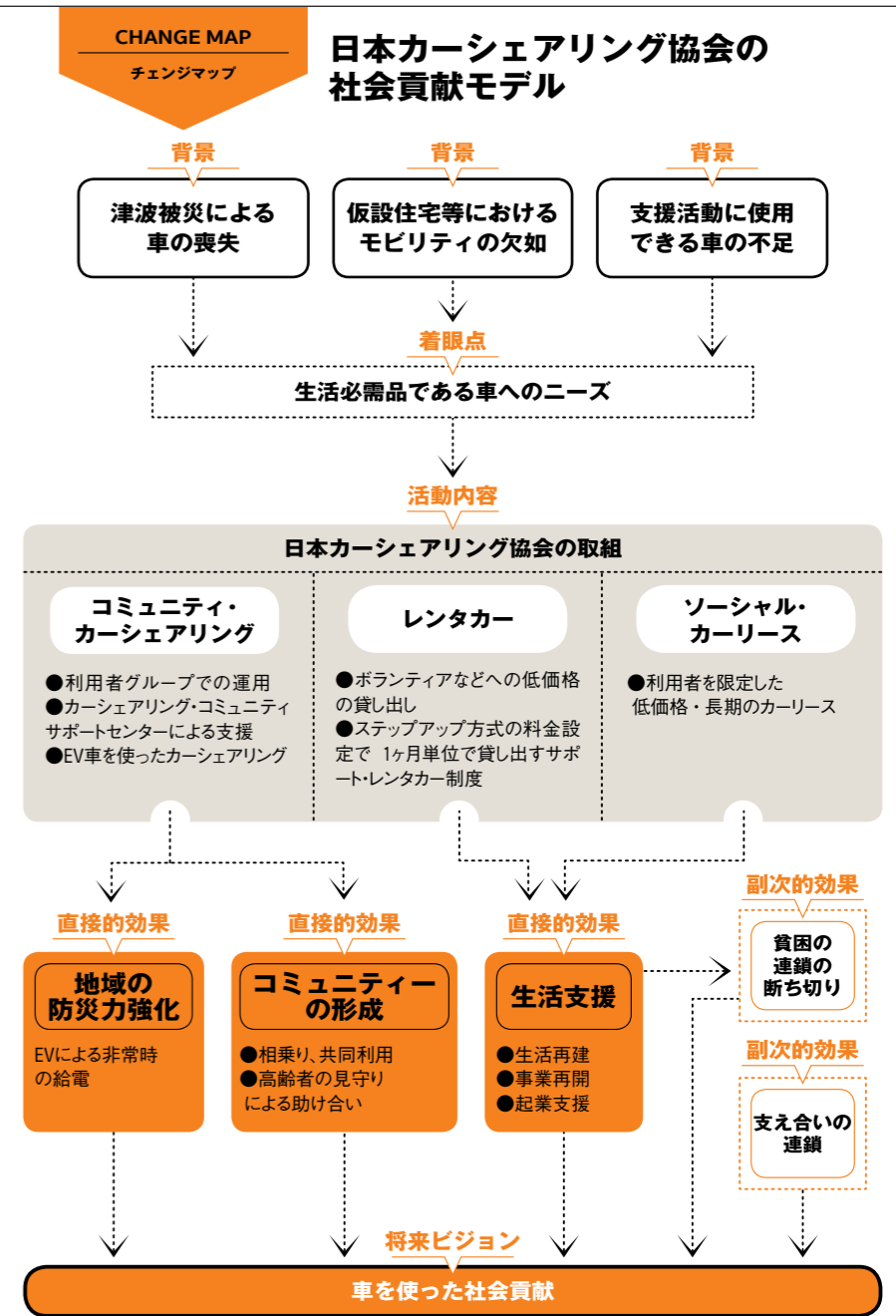
当初、車集めは難航したが、2011年5月、ようやく1台目を提供してくれる人が現れた。そして6月、吉澤さんは改めて石巻市に入り、車の提供先を探し始めた。その際に工夫したのが車に関するアンケートを実施したことだ。石巻市内各所の仮設住宅を「アンケート調査」と称して訪問し、一緒にカーシェアリングに取り組めそうなパートナーを探すのが目的だった。うってつけと思える人に会ったのが、渡波(わたの)地域にある約100世帯の仮設万石浦(まんごくうら)団地。これでカーシェアリングの実施場所が決まった。

本格的な活動に備えて法人化した後、7月下旬にようやく最初の車を届け、さっそく運営方法について協議を始めた。カーシェアリングの話をしながらか、話題は生活の苦勞全般に広がり、移動の不自由さ以外にも多くの課題を共有する機会となった。

最初の会合に集まったのは5人だったが、そこから月1回のゴミ拾い、週1回のお茶会が生まれると、新たなメンバーも徐々に増えていった。病院通いのタクシー代が負担になっている高齢者がいると聞けば、メンバーが送迎を買って出るなど、仮設住宅内のつながりが生まれていった。カーシェアリングの取組が、単なる移動手段の確保でなく、コミュニティ形成にも貢献することが見えてきた。

仮設万石浦団地でテスト運行を進める一方、様々な行政手続にも心を砕いた。巷にカーシェアリング自体は普及してきたとはいえ、一般のサービスはレンタカーのスキームを使っている。地域でクルマを共同利用するという制度は整っていないため、複数の利用者との契約方法や鍵の管理方法など、警察署や宮城運輸支局との間で詳細な確認が必要だった。公的機関に認めてもらいつつ、現場での使いやすさを損なわないよう、注意深い調整に気を配ったという。

ようやく団地内の車庫証明が取れた10月、協会として正式に活動を開始。事業の着想を得てから1台目の車を得るまでに3カ



月、諸々の手続きに3カ月、合計半年がかりでようやく正式始動に漕ぎ着けたことになる。この取組がメディアで取り上げられたこともあり、利用希望者が続々と集まった。車両提供や寄付の申し出もあったものの、需要に追いつかない状態になったという。

## 【連携・協働】 行政・企業・大学とタッグを組む

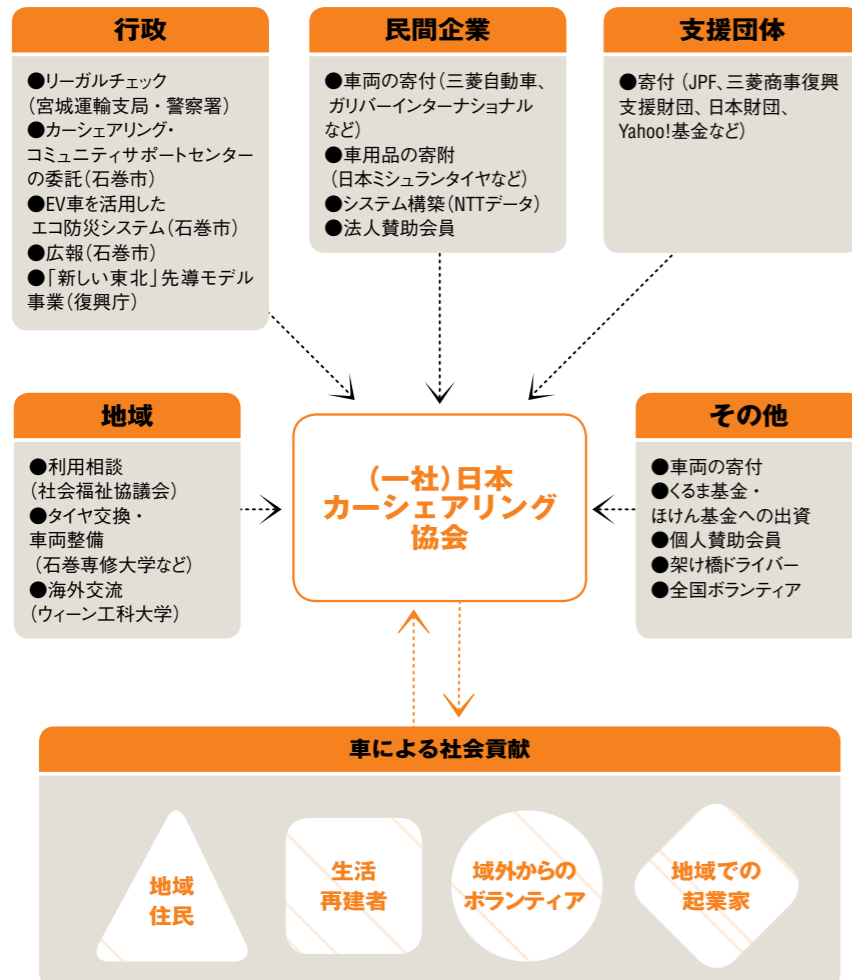
そうした中、2012年初頭、中古車販売のガリバーインターナショナルから合計31台もの寄贈を受け、活動が軌道に乗ってきた。

石巻市も活動を全面的にバックアップしてくれた。市のサポート機関として2012年2月、仮設住宅の集会場の一角に「カーシェアリング・コミュニティ・サポートセンター」が設置された。

センターの主な業務は、車両管理に加え、カーシェアリングの導入・維持・発展のサポート。そのころすでに、カーシェアリン

COLLECTIVE IMPACT  
コレクティブ・インパクト

日本カーシェアリング協会の  
連携・協働の図



れば、万一の停電も怖くない。移動の助け合いとコミュニティ形成に役立つカーシェアリングに、防災という新たな役割が見えてきた。

協会の活動を支える人は、ほかにも大勢いる。例えばタイヤ交換をはじめとした各種メンテナンスには、石巻専修大学工学部機械工学科自動車工学コースの学生が活躍している。

また、タイヤメーカーの協力も欠かせない力となっている。東北の冬にはスタッドレスタイヤが必需品だが、全国から集まる車は雪国仕様にはなっていない。数十台分のスタッドレスが必要になったとき、日本ミシュランタイヤ、東洋ゴム工業、横浜ゴムなどのタイヤメーカーに相談したところ、数日後には新品を揃えてくれたこともあった。

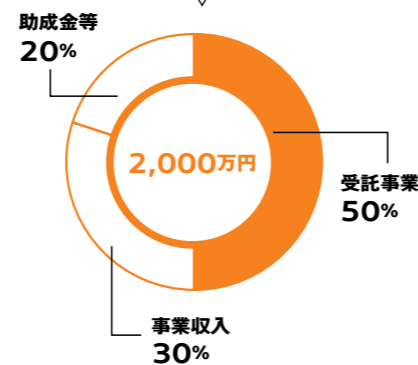
さらに、NTTデータはカーシェアリングの利用状況を整理するシステムを、大自工業、大橋産業はクルマに搭載する防災グッズを提供してくれるなど、車両自体の提供以外にも様々な企業・組織がカーシェアリングの取組を支えている。

**[持続性]**

**世界で通用するスキームを目指して**

協会の活動費は2012年に受けた国際協力NGOジャパン・プラットフォームの助成金100万円が原資となっている。最初はすべての業務を吉澤さん1人でやっていた

**市からの受託事業が約5割を占める**



(i-MiEV)を6台(後に2台追加)借りられることになり、それまでは通常のガソリン車のみだったラインナップに、新たにEV(電気自動車)が加わった。

EVはただの「車」ではない。電気がない生活を強いられた被災者にとって、電源として利用できることが大きな意味を持つ。2013年10月、ある仮設自治会で実施された防災訓練の際に、EVから電気を取り出すデモンストレーションを実施したところ大好評を博した。市も協力的で取組は翌年以降も継続し、2016年には16カ所でEVを組み込んだ防災訓練を実施。EVの防災利用というイメージが定着しつつある。

市が2015年に設置した復興住宅の太陽光パネルを利用すれば、再生可能エネルギーで車を充電することもできる。こうな

ぐは20~25カ所の地域に広がっていたが、単に車を提供するだけで効果的な運用がなされとは限らない。各地域の事情や特性に応じて、利用者である地域住民が主体的かつ継続的に無理なく運営できるよう、住民間の助け合いを下支えする必要がある。このセンター業務を協会が受託し、利用者の中から熱心な人にも手伝ってもらった。こうして、地域住民とともに市内のカーシェアリングを促進していく体制が整った。

着々と市内のカーシェアリングが広がりを見せるなか、「被災地でやるからには防災をコンセプトに入れたい」という思いを吉澤さんは抱いていた。その思いを叶えるきっかけとなったのが、三菱自動車工業からの申し出だ。2013年の夏、電気自動車

が、初めてスタッフを雇うことができたのもこのおかげだった。

2017年1月現在、115台の車を保有し、10カ所でカーシェアリングを展開。利用者数は約200人に上っている。事業規模はおよそ2,000万円。フルタイム4名とパートタイム5名の9名体制で運営している。収入の約半分は市のカーシェアリング・コミュニティ・サポートセンター事業の委託料、3割が事業収入、残りの2割が寄付と民間助成金という割合だ。

なお、車両はすべて無償で提供してもらっているが、当初は運搬費や加入時に高額な自動車保険料を賄う財源はなかった。そのため、導入を希望する地域ごとにクラウドファンディングも利用しながら「くるま基金」を立ち上げ寄付を募り、2年間の保険料、3年目は一部負担というかたちで維持費をサポート。次第に保険料も下がってきたため、現在は基金の募集は行っておらず、経費の補助も実施していない。

協会ではより自立的な体制を目指そうと、2013年の暮れからレンタカー事業を開始した。事業費確保が目的とはいえ、既存のレンタカービジネスと競合しては意味がない。そこで、協会や提携支援団体に関わりのある人や、東北でのボランティア活動経験者は、特別価格で利用できるようにしている。

震災直後のようにボランティアが大勢押しかける状態にない今でも、まだまだ外部からのサポートが必要な場面もある。かつて尽力してくれた人たちが再び石巻を訪れ、さらなる復興に力を貸してくれたら、という思いもある。「車を借りる」というかたちで応援する機会を提供しているともいえる。

吉澤さんが描く将来のビジョンは、未来型の最先端モデルをつくることだ。従来のカーシェアリングは、環境負荷低減という側面が強かったが、石巻市の取組はコミュニティ重視の考え方だ。EVカーシェアリングによって、そこに防災という付加価値も加わった。だからこそ、個人や地域が単体で取り組むのではなく、カーシェアリング・コミュニティ・サポートセンターがハブとして機能することが大切だ。各地の運営ノウハウを蓄積し、これから迎える本格的な高齢化・

過疎化の時代に、石巻市以外の地域でも参考になる雛形をつくるのが急務だ。日本だけでなく、世界でも必要とされるスキームを目指している。

石巻市出身でウィーン工科大学交通学研究所の柴山多佳児さんとの縁で、2016年10月にはオーストリアのCaruso Carsharing協同組合と合同で『コミュニティ・カーシェ

アリング』シンポジウムを開催した。そこで、お互い連携しながらコミュニティが担うカーシェアリングというコンセプトを広げたいと意気投合。これまでのノウハウをまとめたガイドブックを日英両言語で作成した。石巻発の取組が世界に羽ばたく日は近いかもしれない。



上・タイヤ交換をしている石巻専修大学の学生。強力な助っ人だ  
左下・2016年10月、オーストリアのCaruso Carsharing協同組合と合同で、「[コミュニティ・カーシェアリング]シンポジウム in 石巻」を開催  
右下・これまでのノウハウをまとめた実践ガイドブックを発行。英訳版もある

**Data ▶ 本事例の問合せ先**

一般社団法人日本カーシェアリング協会  
所在地：〒986-0005  
宮城県石巻市大瓜鷲の巣45-1仮設大瓜団地集会所内  
TEL：0225-22-1453  
HP：http://www.japan-csa.org/index.html  
事業内容：車の共同利用カーシェアリング/レンタカー



# 7 地域外との交流が住民の主体性を喚起 「賑わい」と「なりわい」創出の先行モデル

## Point ▶ 取組のポイント

### 【ヒト】

町民が主体的に関わり、自立した地域へ

### 【着眼点】

地域外の知恵とノウハウを活かす

### 【連携・協働】

町内外のあらゆるステークホルダーを巻き込む

### 【持続性】

責任あるコミュニティ活動へ

## Theme ▶ テーマ

社会基盤・高齢社会

## Area ▶ エリア

福島県広野町

## Player ▶ 取組主体

特定非営利活動法人  
広野わいわいプロジェクト

## Project ▶ 取組の内容

「賑わい」と「なりわい」の創出

## Profile ▶ 人物紹介

理事長  
根本賢仁（ねもと まさひと）

原発事故後にいわき市に避難し、市内に建設された広野町応急仮設住宅の管理業務に従事。そこで、首都圏などから訪れた多くのボランティアの受け入れに関わる。広野町に戻った後、住民や地域内外の支援団体と連携し、任意団体の広野サステナブルコミュニティ推進協議会を設立。「賑わい」と「なりわい」を生み出すためのプロジェクトを本格的に開始。2016年4月、特定非営利活動法人広野わいわいプロジェクトを立ち上げ、継続して事業を展開している。



首都圏のみなさん、お待ちしております！



上・2015年度から年間3回開催している「広野パークフェス」。子どもや家族連れで賑わうシーンが増えている  
下・防災緑地を利用して、植樹活動を展開。地域外の企業・団体・個人の来訪は今も続いている

## 【ヒト】 町民が主体的に関わり、自立した地域へ

広野町に「賑わい」と「なりわい」を生み出し、コミュニティを再生する——この課題に立ち向かうリーダーの1人が、広野わいわいプロジェクトの理事長・根本賢仁さんだ。福島第一原発事故後、全町避難の指示を受けて親類宅のあるいわき市に避難。その後、アパートで避難生活を始める。2011年8月、いわき市内に建設された広野町応急仮設住宅の管理業務に携わることになり、そこを訪れる多くのボランティアの受け入れに携わるようになった。これが、その後活動が大きく花開くことになる最初の

きっかけとなった。そこでの数々の出会いが現在に至るまで長く続いており、さらに互いに連携しながら多くのプロジェクトを展開しているからだ。

被災から約2年後、広野町に戻って生活していた根本さんは、いわき市の応急仮設住宅で出会ったNPO関係者と再会を果たす。その団体から、耕作放棄地にオーガニックコットンを植え、田畑の再生や地域活性化と一緒に取り組もうと背中を押された。また同じ頃、首都圏からのボランティアバスツアーの受け入れなども開始。こうして、地域外の団体・個人との交流や意見交換を繰り返すうちに、復興や地域活性化に町民自ら主体的に関わる必要性を感じ始めたという。同時に、町内にふたば未来学園高校が開校することも決まり、将来を担う若い世代を温かく迎え入れたい、そんな思いも湧き上がってきた。

福島第一原発に隣接する双葉郡の南端に位置する広野町。この小さな町が今、首都圏など地域外の人たちとの交流を通じて「賑わい」と「なりわい」を生み出している。主導しているのは、特定非営利活動法人広野わいわいプロジェクトだ。原発事故によって避難した住民の帰還を促し、地域コミュニティを再生させようと奮闘している。

「首都圏の団体や個人、つまり外からの知恵やノウハウを借りれば、町を再生・発展させることができるのではないかと。いつまでも支援頼みでは復興は遠い。将来的には地元住民が自立しないといけない」。根本さんは決意を新たに、町民に協力を呼びかけた。幸い、多くの町民が賛同の意を示してくれたという。根本さんは、「危機意識やコミュニティ再生の必要性は、多くの町民が共有していたと思う」と振り返る。こうした経緯を経て2015年春、町民や地

域外のNPOらと連携して任意団体・広野サステナブルコミュニティ推進協議会を設立。コミュニティを再生し、避難住民の帰還を促すための活動に本腰を入れ始めた。2016年4月には、特定非営利活動法人広野わいわいプロジェクトを発足させ、継続して取り組む意志を鮮明に打ち出した。

### 【着眼点】

地域外の知恵とノウハウを活かす



首都圏などからボランティアを集うバスツアーを実施。参加者は町民とともに、防災緑地の手入れなどに汗を流す

一時、全町避難となった広野町の避難指示は2011年9月に解除された。しかし、放射能への不安から帰還が決して順調に進んでいるわけではない。2016年8月現在、町内在住者は約2,800人。震災前の半数程度にとどまり、まだ多くの人が町外で避難生活を送っている。また、避難指示が解除された他の県内市町村と同様に、帰還した人の多くが高齢者という事情も抱える。子育て世代の帰還が、なかなか進まないのだ。同時に離農も相次ぎ、耕作放棄地が増えつつある現状もあった。

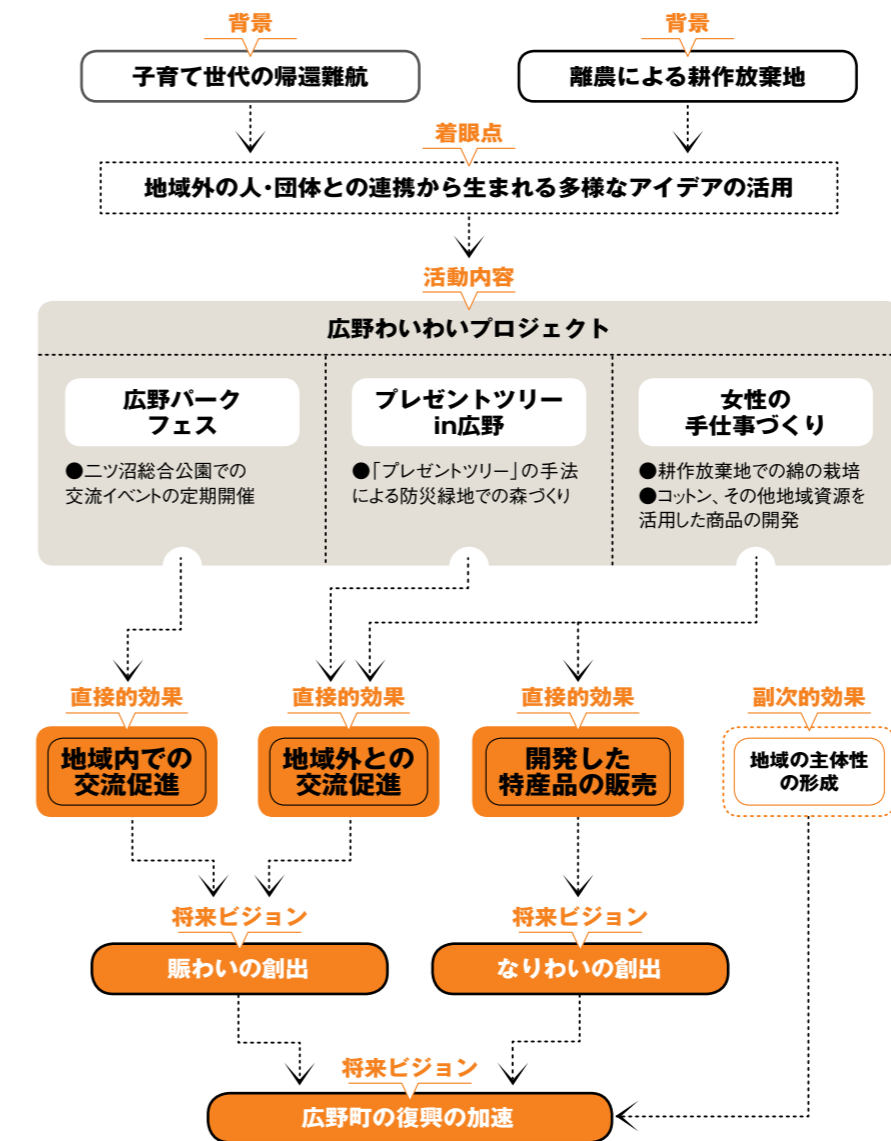
その打開策として考えたのが、地域外の知恵やノウハウを取り入れ、「賑わい」と「なりわい」を生むようなプロジェクトを立ち上げることだった。具体的には、賑わいを生み出すためのイベント「広野パークフェス」のほか、首都圏のボランティアらと行うオーガニックコットンの栽培や防災緑地の植樹体験、そして地域の特産品を開発する「女性的手仕事作り」がある。

2015年5月に再開した二ツ沼総合公園で開催している広野パークフェスは、飲食や雑貨などの多くの店が立ち並び、歌手・アーティストによるライブパフォーマンスなどが繰り広げられる。子どもや家族連れなど地域住民が楽しく参加できる催しとして、年間3回のペースで定期的に開催している。

企画・運営においては、いわき市の「いわきパークフェス」を参考にし、出演者の交渉や広報活動などのノウハウを学んだ。他のNPOなども連携し、毎回新たな企画を盛り込むなどしてバージョンアップを図っている。何より、根本さんは回を重ねるごとに来場者が増えていることに手応えをつかんでいる様子で、「園内に響く子どもの声

## CHANGE MAP チェンジマップ

## 広野わいわいプロジェクトの「賑わい」創出モデル





毎回増えており、親子で楽しく過ごしてもらっている。そんな感覚が強くなってきている」と口にする。

また、首都圏などのボランティアと交流するため、オーガニックコットンの栽培や防災緑地の植樹や草刈り体験も開催。防災緑地での森づくりでは、植えた企業・個人がその樹の里親になる「Present Tree (プレゼントツリー)」の仕組みを利用。森林の再生だけでなく、町外との長期的な結びつきや交流人口の拡大につながる効果が期待できるという。首都圏などからのボランティアバスツアーは2016年度、計4回実施した。

「女性の手仕事づくり」は、地域の女性の手で町の資源を活用した特産品を開発しようという試みで、ワークショップの開催やイベントへの出展などを重ねている。ボランティアが参加して栽培しているオーガニックコットンや、オリーブやみかんなどの特産品を活用。これまでに、いわき市に避難していた母親たちの手によって生まれた「コットンベイク」や、オリーブの葉の粉末を使ったキャンドルなどを手掛けてきた。最近では、広野産米粉を使用したビスコッティの

開発を進めている。商品開発には地域外の専門家やボランティアなども加わっている。こうした活動を通して、地域のブランド化を図るのが狙いだ。

こうした外部の人・団体などとの様々な交流を通して、地域や住民の中には主体的にまちづくりに携わろうという意識が芽生えている。例えば、イベントの際に団体スタッフ以外の町民が率先してサポートしてくれたり、ボランティアらに地元食材を使った手料理を差し入れしたりするケースが増えているという。人口減少や過疎化によるコミュニティの衰退や、耕作放棄地の増加などは全国の地域が抱える大きな課題だ。それを決して行政に依存するのではなく、住民の力で変えていく。そんな参画意識が、醸成されつつあるというのだ。根本さんは、「外部との交流を通じて住民の意識が変わってきている」と力を込める。

**【連携・協働】**

**町内外のあらゆるステークホルダーを巻き込む**

これまで再三にわたって触れてきたように、このプロジェクトの肝になっているのは町外の支援団体や企業・個人のボランティアとの連携だ。例えば、オーガニックコットンの栽培や防災緑地での森づくり活動などの企画・運営では、いわきおてんとSUN企業組合(いわき市)や特定非営利活動法人ザ・ピープル(同)、さらに認定特定非営利活動法人環境リレーションズ研究所(東京)などと協働している。また、ボランティアバスの運行は2015年までは認定NPO法人JKSK女性の活力を社会の力に(同)が担っていた。

民間企業や大学によるボランティアも、現在も継続中だ。町内に店舗を構えるイオンや、いわき市に工場を置く日産自動車、さらには東京電力などが定期的に町を訪れており、大正大学(東京)や跡見学園女子大学(同)などの学生も顔を出す。

一連の活動原資は、国や県の助成金を活用している。2016年度は新たに、福島県のふるさと・きずな維持・再生支援事業として事業を継続。また広野町には、広野パークフェスを開催するための施設や設備の利用など、イベントやワークショップの運

**広野パークフェスの費用概算(年3回分)**

	(円)
事務局費	210,000
人件費	210,000
事業経費	1,370,000
ボランティア費(昼食代、交通費等)	170,000
音響機器	390,000
電源車レンタル	320,000
保険料	50,000
広告費(ポスター、チラシ)	200,000
報償費(司会、オペレーター等)	240,000
<b>合計</b>	<b>1,580,000</b>

営などでバックアップしてもらっているほか、町主催のイベントに集客面などで協力を要請されるケースも生まれているという。

さらに今後は、原発事故の収束・廃炉に取り組む作業員との共生も視野に入れる。町は、東京電力の事故対応拠点となっていたサッカー練習場のJヴィレッジを抱え、3,000人ほどの原発作業員が居住している。現在居住する町民と同規模に達しており、さらに事故収束には長い年月がかかることから、良好な関係を構築することが町全体の活性化を後押しすると考えているからだ。根本さんによると、町民と作業員はこれまで交流の機会が少なく疎遠な関係にあったが、広野パークフェスに作業員も参加できるようになるなど、少しずつ接点が生まれているという。

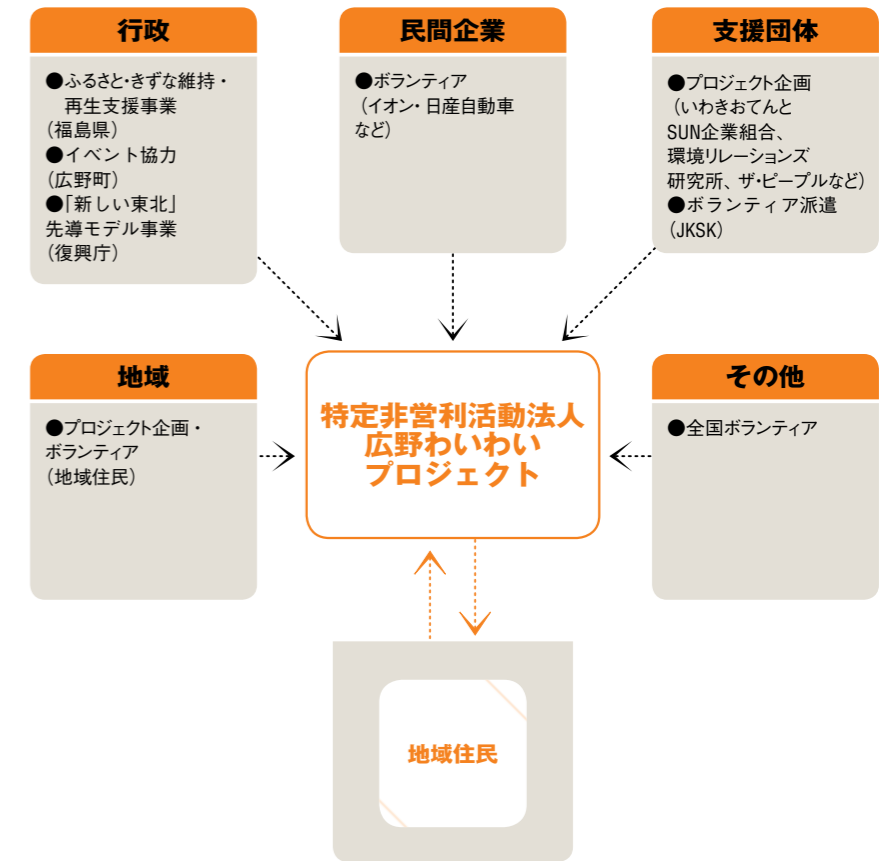
**【持続性】**

**責任ある責コミュニティ活動へ**

一方で、課題がないわけではない。今後は、事業収入を得られるような仕組みづくりの必要性も感じ始めている。広野パークフェスの出店は無料であるなど、現在の事業費はすべて助成金で賄っているのが現状だ。そのため、例えばコットンベイクなど「女性の手仕事づくり」で開発した商品の販売拡大や、防災緑地の管理業務を一部引き受けることなども模索していくという。

**COLLECTIVE IMPACT**  
コレクティブ・インパクト

**広野わいわいプロジェクトの連携・協働の図**



また、組織を支える中心メンバーの高齢化もその1つだ。根本さんをはじめ、同法人で主体的な役割を担っている14人のメンバーは60～70代が中心。根本さんらがつくり上げたコミュニティ再生への機運を絶やさないために、将来的には30～40代の若い世代に活動の意志を受け継いでもらいたいと考えている。

プロジェクトはこの先も広野町、そして双葉郡全体の再生に向かって歩み続ける。任意団体から特定非営利活動法人にし

たのは、その意志の表れでもある。双葉郡全体を見渡すと、避難指示が解除された後も住民帰還の動きが鈍い現状がある。広野町は郡内でいち早く避難指示が解除された地域だ。「広野町が双葉郡におけるコミュニティ再生のモデルケースになれるといい」(根本さん)。町外の多様な団体・個人を巻き込んで変化を遂げる小さな町の取組が、地域全体に波及効果をもたらす。そんな将来像を思い描いている。



**Data ▶ 本事例の問合せ先**

特定非営利活動法人広野わいわいプロジェクト  
所在地: 〒979-0403  
福島県広野町大字下浅見川字広長28-1  
Facebook: <https://www.facebook.com/hirono.waiwai.project/>  
主な事業内容: イベント・ボランティアツアーの企画・運営/地域の特産品開発など



左・女性たちの手によって生まれたコットンベイク(左)やオリーブキャンドル(右)など、広野発の特産品開発に取り組む  
右・首都圏の学生との交流も継続している。コットンベイクづくりなどのワークショップにはボランティアも積極的に参加



# 8 「憧れの連鎖」を生む人材育成 地域を活性化するアントレプレナー輩出

Point ▶ 取組のポイント

**【ヒト】**  
地元の子どもに  
役立つ仕組みを

**【着眼点】**  
連鎖を生む  
人材育成

**【連携・協働】**  
地域・企業・行政と  
広域連携

**【持続性】**  
企業研修の  
事業収入が増加

Theme ▶ テーマ  
子どもの成長・エネルギー

Area ▶ エリア  
福島県南相馬市

Player ▶ 取組主体  
一般社団法人あすびと福島

Project ▶ 取組の内容  
小中学生、高校・大学生を  
対象にした地域人材育成

Profile ▶ 人物紹介

代表理事  
半谷栄寿 (はんが い えいじゅ)

福島県南相馬市出身。2010年まで東京電力の執行役員。「長期を要する復興を担う人材を育成する」と決意し、前身の一般社団法人福島復興ソーラー・アグリ体験交流の会の代表理事として関連事業を展開。2016年1月、名称を一般社団法人あすびと福島に改称し、今に至る。



子どもには高い  
ポテンシャルがあります！

**【ヒト】**  
地元の子どもに  
役立つ仕組みを

活動を主導する中心人物が、あすびと福島代表理事の半谷栄寿さんだ。南相馬市出身で、2010年まで東京電力の執行役員を務めていた。震災直後から支援物資のボランティア活動が続ける中、地元住民から「子どもたちのためになる仕組みをつくってほしい」との声を聞く。福島第一原発事故を引き起こした元社員の責任として、また地元出身者として福島の復興に役立ててくれないだろうか。継続的な支援を模索していた半谷さんの脳裏に「長期を要する復興を担う人材を育成する」という志が浮かんだ。

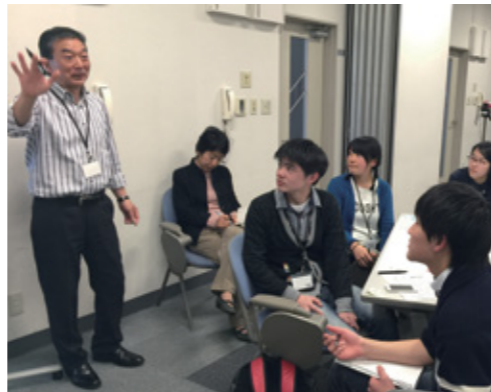
そうして生まれたのが、地元の小中学生を対象とした体験学習施設「南相馬ソーラー・アグリパーク」だ。

再生可能エネルギーを促進するための施策や津波被災地域の活用を模索していた市のほか、事業目的や半谷さんの思いに共感した企業などからの資金援助により、2013年3月に津波被災地(市有地)に500kWの太陽光発電所と2棟の植物工場を建設した。ここを拠点に、再生可能エネルギーに関する体験学習プログラムをスタートさせる。

**【着眼点】**  
連鎖を生む  
人材育成

半谷さんは、福島の小中学生の人材としてのポテンシャルの高さを確信していた。地震と原発事故を経験した一方で、全国各地から数え切れない多くの支援と激励を受けた。「恩返しをしたい」「人のために役に立ちたい」「地元を再生させたい」——。そう感じる小中学生が数多くいたからだ。こうした子どもたちが成長できる仕組みを構築することで、復興に役立つ人材が育成できると考えたのだ。

キーワードは、「憧れの連鎖」だ。人材育成は小中学生から始まったが、2014年5



半谷さん(左)の熱い講義に熱心に耳を傾ける高校生。社会起業塾は参加者の裾野が広がっている

月には福島県内の高校生を対象にした社会起業塾、さらに2016年4月からは東京で福島出身の大学生向けの塾も開講。その結果、県内で地域のために起業するような「憧れの対象」となるアントレプレナー(社会起業家)を育成することができれば、小中学生を始めとする子どもたちが先輩たちに「憧れ」をいだくようになる。地元への愛着や誇りが芽生え、県外への人材流出防止とともに地域の復興、活性化をもたらす人材輩出の構図を描いたのだ。

同時に、その連鎖を生み出すための育成方針や内容にもこだわっている。例え



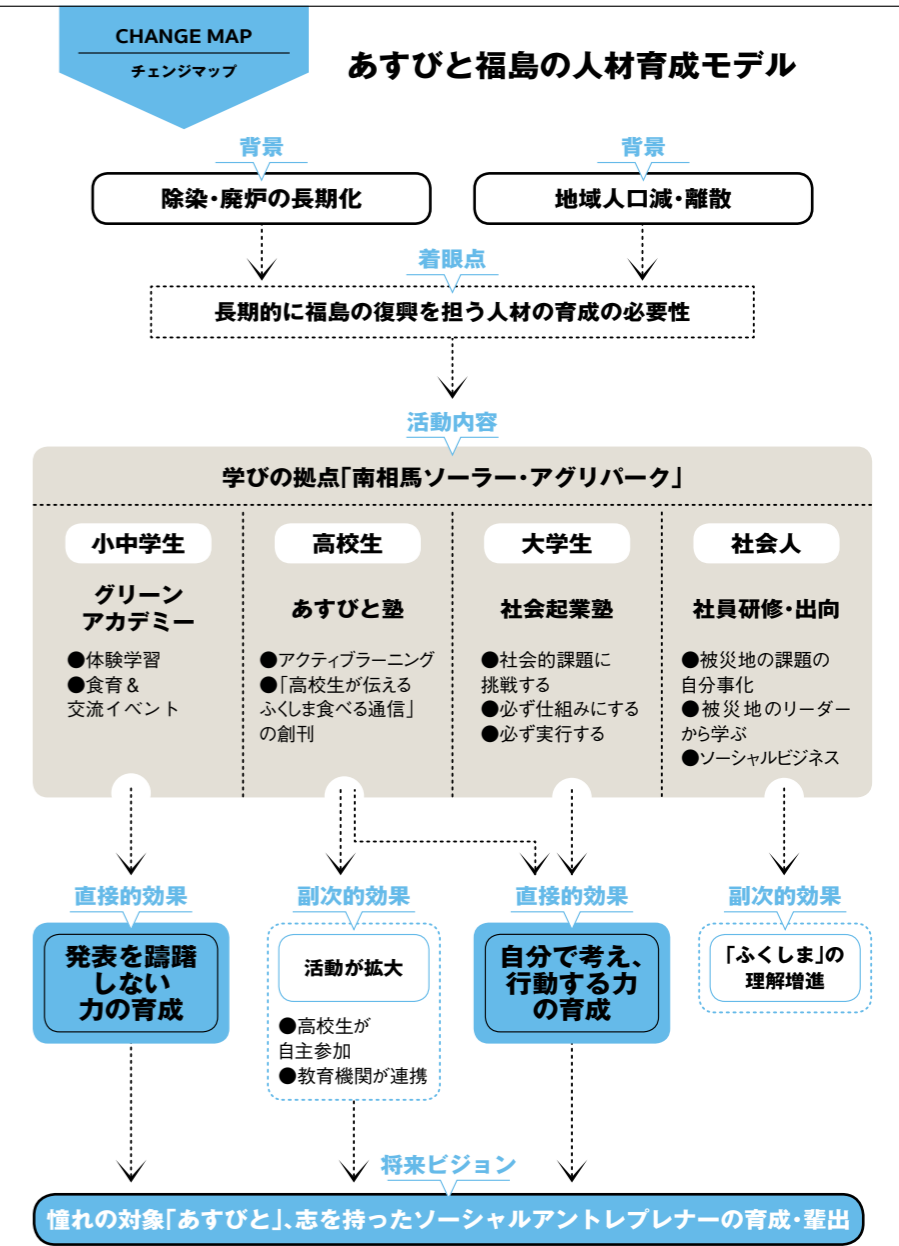
小中学生を対象にした体験学習では、生徒らの「楽しく学ぶ」姿が随所で見られる

地域を活性化させる若い世代の人材育成——。一般社団法人あすびと福島(福島県南相馬市)は、小中学生向けの体験学習に始まり、高校・大学生の社会起業塾を企画・運営。高校生が起業するなど成果が上がっており、将来的に地域を復興、活性化させるような人材を輩出することに期待が高まっている。

ば、入口となる小中学生の体験学習ではまず、主体性を引き出すためにも「楽しく学ぶ」ことに主眼を置く。そのうえで最も重視しているのが、「発表する力をつける」ことだ。これは、厳密に表すと「発表することに躊躇(ちゅうちよ)しない力」(半谷さん)だという。例えば、体験学習後に必ず行うワークショップでは、子どもが発言するまで根気強く待つように心がけるなどしている。こうして発表する力が備われば、自然と自ら考え行動する力も増し、結果として「憧れの対象」となるような人材育成へとつながっていく。

現在、体験学習を起点とした人材育成プログラムは数多くの成果を生み出している。南相馬ソーラー・アグリパークの体験学習には、開始から3年半の期間に市内約3,500人の小中学生のうち2,400人ほどが学校の授業として参加。さらに、市と連携して休日にもプログラムを実施している。この休日プログラムには市内の高校生がボランティアとして運営をサポートする事例が生まれるなど、地元高校と協力する機運も高まっている。

一方、高校生向けに実施している「週末オープンスクール」は、南相馬市にとどまら



ず県全体を対象に拡大。郡山市と福島市で「あすびと塾」として毎月開催している。半谷さんと、東京都市大学の枝廣淳子教授がファシリテーターを務めるほか、外部から講師を招くケースもある。生徒自身が主体的に学ぶ「アクティブラーニング」や双方向性のあるカリキュラムを組んでおり、2016年12月までに計28回開催している。

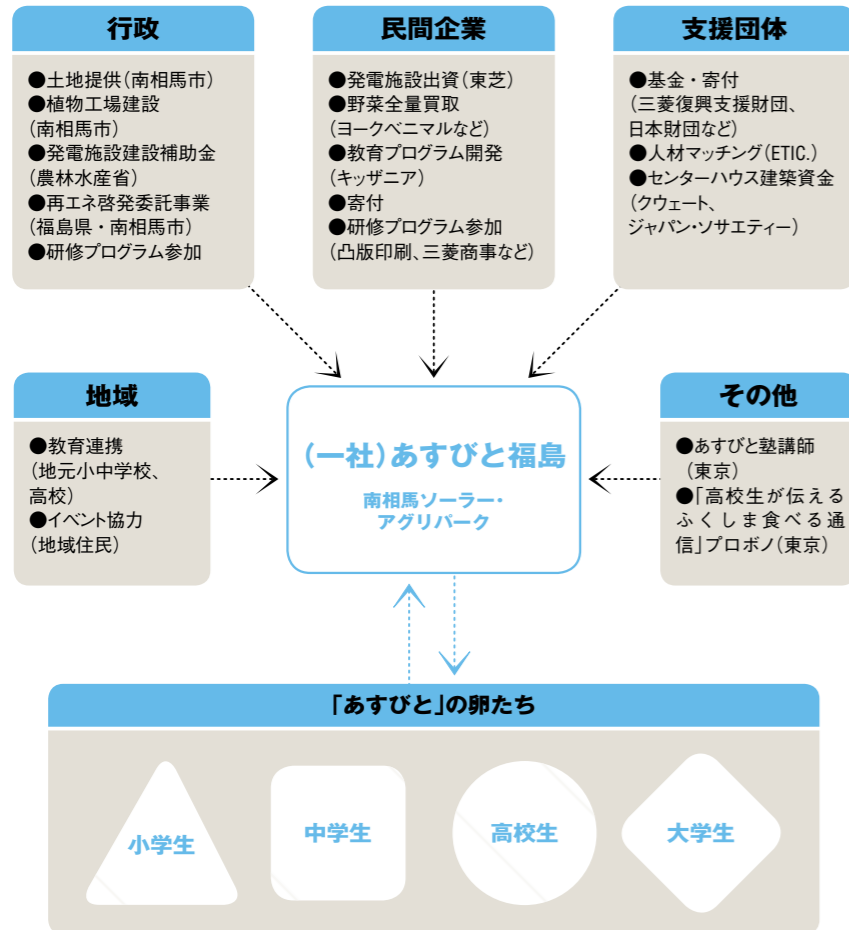
当初は安積高校(郡山市)と福島高校(福島市)の生徒8人でスタートしたが、参加生徒の口コミで後輩が参加するようになったり、地域を超えて参加する動きが広がっている。小中学生の体験学習プログラムにボランティアとして参加している南相

馬の高校生や、ふたば未来学園(広野町)の生徒らも加わるようになっていく。現在、在籍生徒は30人ほどに上る。学校の勉強や部活動などで時間が限られる中、毎回10~15人が参加している。

講義を通じて高校生と共有している大事なポイントがある。それは、志とその実現だ。半谷さんはこう話す。「志とは自分のやりたいことの延長に社会的な価値を創ること。だから、あきらめずに努力できる。志をブラさず明確にし、小さくても実績を積む。実績ができてこそ誠実さと謙虚さを併せ持つことで、周りが巻き込まれたくなるような状況をつくり、その結果、志が実現される」

COLLECTIVE IMPACT  
コレクティブ・インパクト

あすびと福島の連携・協働の図



この社会起業塾から生まれた最初の事業として、食べ物付き情報誌「高校生が伝えるふくしま食べる通信」がある。

第1期生で安積高校2年(当時)の女子生徒が「大好きな福島の信頼を回復させたい。特に農業の信頼を取り戻すため、農家の思いを伝えたい」と強い思いを抱いたのがきっかけだ。その後、全国の有志が加盟する「食べる通信リーグ」に加わる。発案した女子生徒を含む4人が2015年1月に編集部を立ち上げ、同年4月に創刊。高校生自ら農家取材し、原稿を作成している。現在は安積黎明高校や会津高校、福島高校の生徒も新たに加わり、世代をまたいだ15人が編集部員として奮闘している。年間4回発行(各号2,500円)しており、定期購読者は全国で800人近くまで増加中だ。

こうしてあすびと塾で学んだ高校生の一部は既に大学生になっているため、2016年4月からは県出身の大学生を対象にした社会起業塾も東京で開始した。南相馬ソーラー・アグリパークを研修で訪れた企業の社員が大学生のメンターを務めており、一緒に新たな事業を立ち上げていく方針だ。

半谷さんは、小中学生から高校生、そして大学生へと世代を広げてきた経緯についてこう話す。「小中学生の体験学習で成果を上げる過程で、よりよい新たな手段が見えてきた。この3年半、その繰り返しで徐々に取組が広がっていった。確実に手応えを感じており、いずれアントレプレナーのトップランナーが生まれると確信している」

【連携・協働】

地域・企業・行政と  
広域連携

本プロジェクトは、福島の復興を担う人材育成という志のもと、市との協働や企業などの支援で体制を構築している。南相馬ソーラー・アグリパークの太陽光発電所は、東芝の出資と農林水産省の補助金で設立した福島復興ソーラーが事業主体となり建設。植物工場は市が交付金で建設し、地元の農業生産法人に無償貸与さ



上・大手企業を中心に社員研修を多数誘致。寄付金の減少を補う重要な資金源になっている  
右・高校生自ら生産地に足を運び、農家の思いを原稿にする。読者は800人近くまで増えている

れ、収穫した野菜は食品スーパーのヨークベニマルなどが買い取っている。

このほかに、事業の立ち上げには三菱商事復興支援財団や日本財団などの団体・企業からの資金援助があったほか、体験学習プログラムの企画では職業体験施設「キッザニア東京」を企画・運営するKCJ GROUPからノウハウを提供してもらっている。また、2016年11月に完成した研修室などを備えた新たなセンターハウスは、クウェートとジャパン・ソサエティの寄付で買った。

一方、あすびと福島には半谷さんのもとに、NPO法人ETICの東北オープンアカデミーを通じて参加するターン人材や企業からの出向者を含め、地元出身で20～30代の6人のスタッフが在籍している。半谷さんの志をサポートできるスタッフが生まれるなど、社団の内部でも人材育成が進んでいる。

【持続性】

企業研修の  
事業収入が増加

事業を開始した2013年度以降の3年間とも黒字が続いているが、その中身は大き

く変化している。当初は企業・団体による寄付が収入の大半を占めていたが、年を重ねるごとに寄付は減少。それを企業の社員研修を企画・誘致することで賄う構造に変わってきているのだ。

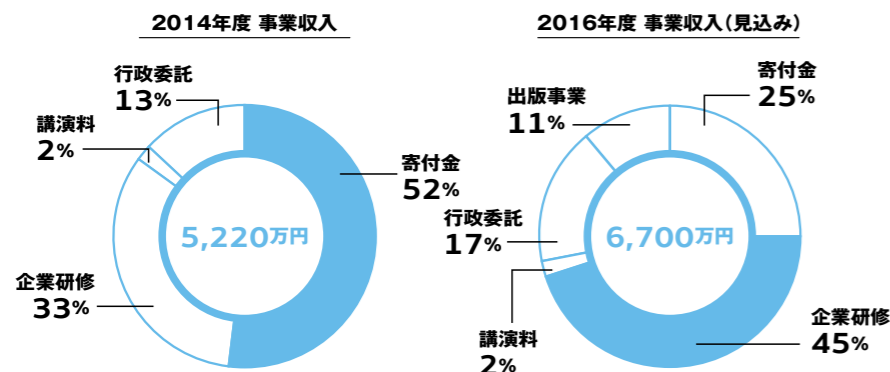
寄付は2013年度の約4,200万円をピークに、次年度以降は約2,700万円、約1,900万円と減少。一方、2014年に始めた企業研修による収入は初年度の約1,700万円から、次年度には約2,700万円に増加した。

南相馬ソーラー・アグリパークでの企業研修は1泊2日の日程で開催しており、2014年度は凸版印刷と三菱商事、東芝を対象に計16回実施し、390人が参加。翌年はNEXCO中日本・東日本と中外臨床研究センターが加わり、実施回数は24回、参加人数は640人へと一気に増えた。

2016年度は寄付金が1,700万円程度にまで低減する一方、企業研修には新たに富士通とセールスフォースも参加し、収入は3,000万円を超える見込みだ。このほかに、太陽光発電所で生み出された電力のうち100kWを植物工場に、400kWを固定価格買取制度を利用して売電益を得ることによって、小中学生、高校・大学生の人材育成のための原資としている。

一方で、人材育成に伴い支出も年々増加。2016年度は収入が支出をわずかに上回る見通しだ。「志はソーシャル、仕組みはビジネス」(半谷さん)——。最大の目的である人材育成を継続するために、組織の持続性をどう担保するか。あすびと福島は、企業研修の拡大と新事業の開発に挑戦しようとしている。

寄付金が減少、企業研修が大きく増加



Data ▶ 本事例の問合せ先

一般社団法人あすびと福島  
所在地: 〒975-0023 福島県南相馬市原町区泉字前向15  
南相馬ソーラー・アグリパーク内  
TEL: 0244-26-5623 HP: <http://asubito.or.jp/>  
主な事業内容: 小中学生向けの体験学習/高校・大学生を対象にした社会起業塾/企業・団体の社員研修など



# 9 自然に触れ、サステナブルに生きる 新しい「日本ブランド」を世界へ

## Point ▶ 取組のポイント

【ヒト】  
**10年、20年と  
長い関係性を築く**

【着眼点】  
**自然の中で、多様な  
人々と交流する**

【連携・協働】  
**地域と強固な  
リレーションを結ぶ**

【持続性】  
**企業研修を積極的に  
誘致する**

## Theme ▶ テーマ

**子どもの成長・地域資源(観光)**

## Area ▶ エリア

**宮城県石巻市**

## Player ▶ 取組主体

**公益社団法人MORIUMIUS**

## Project ▶ 取組の内容

**子どもの複合体験施設運営**

## Profile ▶ 人物紹介

理事  
**油井元太郎** (ゆいげんたろう)

1975年東京生まれ。幼少からアメリカで生活。アメリカの大学を卒業後、ニューヨークで音楽の仕事に従事。日本のテレビ局勤務を経て、2004年にキッザニアを日本に導入するキッズシティージャパンの設立に関わり、2006年にキッザニア東京を開業。現在、公益社団法人MORIUMIUS理事、複合体験施設「モリウミアス」の代表・ラーニングディレクター。

日本全国、そして世界に  
発信していきます!



地元の漁師とともに漁業体験。地域に眠る資源の豊かさを、子どもたちは肌で感じている

【ヒト】  
**10年、20年と  
長い関係性を築く**

仙台駅から沿岸部に向かって車を走らせること約2時間。眼下に雄勝湾を見下ろす小高い山の一角に、築93年の廃校をリノベーションした施設「モリウミアス」はある。その由来は「森と、海と、明日へ」。雄勝町の豊かな森と海を生かしたアクティビティを通じて、明日を生きる力を育む。そんな思いが込められている。自然の温もりを感じる木造校舎、そして屋根には、東京駅舎の屋根に用いられている地元の雄勝硯(すずり)が敷き詰められており、独特な風情と味わいを放っている。

運営する公益社団法人MORIUMIUSは、仙台市出身の立花貴さん(現・代表理事)が東日本大震災後の2011年5月に立ち上げた団体だ。その友人で、理事である油井元太郎さんが現在、施設をディレクションしている。子どもの職業体験施設・キッザニア東京の運営幹部だった油井さんは震災直後、立花さんと宮城県で炊き出し活動を実施。その後、雄勝町と巡り合うことになる。

雄勝町は、津波によって壊滅的な被害を受けた。かつては4,000人以上が暮らしていたが、震災後に人口は1,000人以下にま

で減少。そんな雄勝町で、油井さんらは団体設立当初から、地元中学校に給食を届けたり、放課後の学習支援に取り組んだり子どもたちへの支援を展開。油井さんは、「とにかく子どもたちに対してできることがあればという必死の思いだった」と当時を振り返る。

そして、ターニングポイントは2013年に訪れた。後にモリウミアスに生まれ変わる築93年の旧桑浜小学校の校舎が、2002年の閉校後も取り壊されることなく存在する事実を知ったのだ。当時、「子どもたちとの関係性は時間軸が長く、その成長を見届けるには10年、20年と長いスパンで考える必要がある」と考えていた油井さん。「(震災からの)時間の経過とともに外から訪れる人も減っていく。雄勝には都会にはない自然豊かで魅力的な『コンテンツ』がたくさんある。ここなら地域内外の人が交流し、未来について語り、学び合える『場』を生み出すことができる。そんなイメージが一気に膨らんだ」

校舎は閉校後、卒業生の親族が買い取り、民間保有の状態だった。油井さんらは所有者と交渉し、自己資金で校舎を買い取ることで合意。同時に油井さんは会社を辞め、雄勝町に活動の軸足を移した。それから約2年かけて、老朽化した校舎の改修や資金の調達、スタッフの採用、プログラムの開発などに駆け回り、2015年7月に遂

公益社団法人MORIUMIUS(旧・公益財団法人sweet treat 311)が運営する子どもの複合体験施設「モリウミアス」(宮城県石巻市雄勝町)が、2015年7月のオープンから1年間で2,000人以上の滞在者を受け入れた。子どもたちは森や海などの自然の中を駆け回り、国内外の多様な人々との交流を通じて「生きる力」を育てている。

にオープンに漕ぎ着けたのだった。

【着眼点】  
**自然の中で、多様な  
人々と交流する**

油井さんは、「サステナブル」「ローカル」「ダイバーシティ」というキーワードを用いて、モリウミアスが目指すビジョンを語る。「自然災害が日常化し、地球環境の悪化や人口減少などに直面する中で、自然や人とともにサステナブルに生きることの大切さを学べる場所にしたい。一方で、地域そのものが視点を変えることも重要だ。地域資源の価値を自覚し、日本の新しい地域のあり方をブランドとして日本、そして世界に広げていきたい」

ここで、モリウミアスの中をのぞいてみよう。まず1階には、寝室や食事・ワークショップなどを楽しむダイニングスペースなどがある。2階には校長室を改修し、ソファや本棚を並べたラウンジを設けた。また、屋外には排水を浄化し農業に使うバイオジオフィルターと水田や干しレンガでつくった釜戸のあるガーデンキッチン、ウッドボイラーで湯を沸かす露天風呂などが広がり、さらに校舎の裏手には豚舎や鶏を飼う退避小屋もある。

一方、宿泊プランは、最も利用の多い子ども向けの7泊8日コース(宿泊費:51,408円<税込>)を中心に、1泊2日(宿泊費:子ども7,344円、大人8,640円<税込>)、2泊3日(宿泊費:同14,688円、同17,280円<税込>)、さらに1週間以上の長期滞在も可能だ。子どもの場合は、夏休み期間が予約で埋まる繁忙期となる。閑散期を中心に企



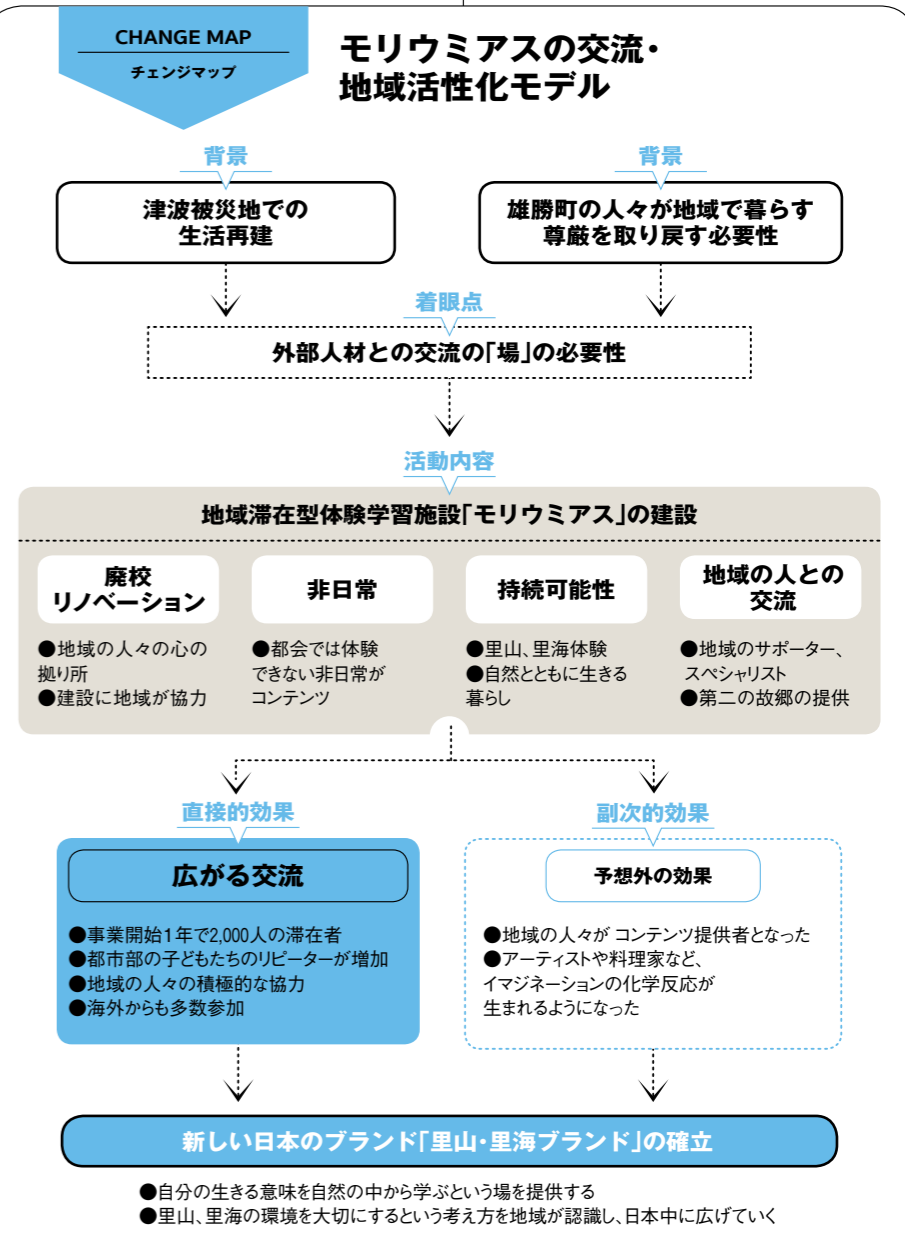
食卓には、自分たちで収穫した食材や地元へ長く伝わる郷土料理などが並び

業による社員研修も誘致している。企業研修では毎年、新入社員が入社する4月頃にピークを迎えるようだ。企業との連携により家族として再度訪問する、地域との連携が深まるなどのつながりに発展している。オープン後、1年間(2016年6月まで)の宿泊者数は2,000人以上に上った。子どもと大人の比率は50:50程度で、リピーターも多いという。

食、森、海、季節——。モリウミアスの最大の魅力は、雄勝町に溢れる自然を凝縮した様々な体験プログラムにある。大勢で囲むテーブルの上に並ぶのは、

地元の食材を使った料理の数々だ。子どもたち自身が近くにある畑で栽培した野菜や米も含まれる。地元に住む母親たちが、地域に古くから根付く郷土料理を振る舞うこともある。

屋外でも、雄勝に広がる自然を目一杯に浴びる。校舎の裏手に広がる森を探検し、ノコギリを使った間伐作業や植樹に挑戦したり、海では地元漁師の船に乗り込み、漁体験に興じたりする。雄勝湾はウニやホタテ、牡蠣(カキ)、銀鮭などの養殖業が盛んな地域だ。釣った魚は、漁師に教わりながら子どもたちが包丁でさばっていく。





地元住民との関係は良好で、施設は地域の日常風景の一部になっている  
(写真は運動会の際に撮影)

第一線で活躍するプロの技術を学べることも魅力の1つだ。著名な写真家やシェフ、芸術家などを定期的に招き、ワークショップを開催しているのだ。子どもたちにとっては間近で一流の技を見られる貴重な機会となり、子どもの個性を伸ばすなど思わぬ化学反応を引き起こすことも期待できるという。

また、モリウミアスには国内外の多様な人々が、その魅力に吸いつけられるように集まってくる。滞在する子どもは周辺地域だけでなく全国各地から押し寄せ、また親の海外赴任で普段は国外で暮らしているような子どもが、帰郷した際に利用するケースも多いという。さらに、震災の復興支援や自然の魅力に惹かれた海外アーティストが、ここを創作活動の拠点として滞在するケースもある。2016年は、アメリカ人の画家など8人ほどのアーティストが訪れた。田舎町の校舎に、子どもの笑い声や地元住民の方言、外国語が飛び交うという異空間が生まれているのだ。子どもたちはこの場所で、国内外の多様な人々との交流を楽しんでいる。

み入れたという。さらに、ロート製菓とベネッセコーポレーションからは出向社員を派遣してもらい、主にPRやマーケティング面で重要な役割を担ってもらった。

モリウミアスで働くスタッフの陣容も多彩な顔触れで構成されている。旧桑浜小学校の卒業生や町出身者、全国からの移住者、夏の繁忙期には、日本の学校で英語を教える外国人教師や大学生も加わる。

そして、地域住民とのパイプも太い。漁体験など各種プログラムには、漁師ら住民が積極的に協力してくれているという。もとも中学校の給食支援などを行っていたことから、生徒や保護者、教師らとの関係は親密で、協力関係は自然と醸成されていった。

夕方、校舎の煙突から空に向かってもくもくと煙が舞い上がっていく。食事の準備や風呂を沸かす時間だ。これは、モリウミアスが地域に溶け込んでいることを物語るシーンでもある。浜に住む地域住民にとってその煙を見上げることが、日常風景の一部になっているというのだ。

に優先して使用する新たな施設を建設中だ。

さらに、新たな事業の芽も見えつつある。例えば以前、熊本地震によって不自由な生活を送っていた子どもたちをモリウミアスに招くツアーを企画。すると、そのツアーに寄付する個人や企業・団体が現れたのだ。モリウミアスという「場」が生まれたことで、「子ども自身と、それを応援する大人

の橋渡しになれる可能性を感じている」(油井さん)という。

油井さんは、「震災から時間が経つほど人を継続的に呼ぶことは難しくなっている。特に今後は「復興」という文脈ではなく、地域の魅力そのものをしっかり伝えていく必要がある。これからは本当の勝負だ」と視線を先に向けている。



上・子どもたちは森を探検し、ノコギリを使った間伐作業も。自然を一杯浴びている  
下・国内外のアーティストが定期的にワークショップを開催。一流の技に子どもたちは興味津々だ

### 【持続性】 企業研修を積極的に誘致する

こうしてモリウミアスはオープンから1年半が過ぎた。油井さんは一定の手応えをつかむ一方で、経営的にも活動を軌道に乗せるのは決して簡単ではないと話す。「私たちはあくまで教育をサービスとして提供している。町内外から多くの人に来てもらい、寄付金に頼らず収入を得て持続していくことが大事だ」

こうした観点から、企業との連携が重要な鍵を握ると考えているという。1回あたりの宿泊者数が多く、安定的な収入が見込みやすいからだ。また、子育て世代の社員も多いため油井さんは利用者の少ない秋冬の閑散期には企業内で利用説明会を積極的に行っている。多いときには数百人単位の社員を相手にモリウミアスの魅力を伝える。反応は上々で、特に母親社員の間で評判が広がるなどしている。今後の需要増を見込み、敷地内には現在、企業研修

### 【連携・協働】 地域と強固な 地リレーションを結ぶ

モリウミアスが誕生するまでには、多くの資金援助や人的支援があった。まず校舎の改修費は、カタールフレンド基金(※)による支援で大半を賄った。設計のベースとなるデザインは隈研吾氏や手塚貴晴氏といった著名な建築家のほか、スタンフォード大学で建築を学ぶ学生らの協力を仰ぎ、木材を豊富に使用するなど自然と調和するデザインにこだわった。資金面ではこのほかにも、三菱商事復興支援財団や日本財団など多くの団体・企業から援助を受けている。

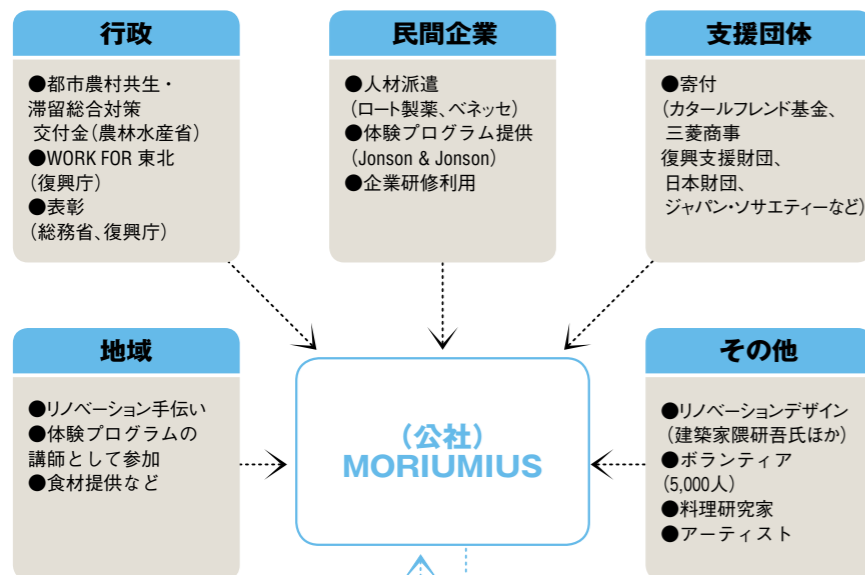
※東日本大震災後、カタール政府主導で設立。「子どもたちの教育」のほか、「健康」「水産業」「起業家支援」をテーマに活動資金を提供している。

一方、改修にはボランティアの存在が欠かせなかった。オープンまでの約2年の間に、全国各地から5,000人以上が足を踏

#### COLLECTIVE IMPACT

コレクティブ・インパクト

### モリウミアスの連携・協働の図



#### 広がる交流、里山・里海ブランドの確立



#### Data ▶ 本事例の問合せ先

公益社団法人MORIUMIUS  
所在地: 〒986-1331  
宮城県石巻市雄勝町明神字沼尻13-5  
HP: <http://moriumius.jp/>  
事業内容: 自然の中での子どもの教育支援/  
地域の活性化事業



# 10 福島の子どもたちを日本一元気に 心・体・社会性を育む「遊び場」づくり

遊びを通して、子どもの心身を育む居場所をつくらう——。認定NPO法人郡山ペップ子育てネットワーク(福島県郡山市)は、東北最大級の屋内遊び場「PEP kids Koriyama」を運営しており、オープンから5年間で158万人(毎年約30万人)ほどの利用者を受け入れ続けている。「福島の子どもを日本一元気にする」という思いは産官民各界の共感を集め、広がりを見せている。

## Point ▶ 取組のポイント

**【ヒト】**  
福島の子どもを日本一元気にするために

**【着眼点】**  
「遊び」を通して子どもの心身を育てる

**【連携・協働】**  
NPO・企業・地域行政と連携

**【持続性】**  
先行事例として、社会への周知を広げる

## 【ヒト】 福島の子どもを日本一元気にするために

プロジェクトの中心となって活動するのは、理事長の菊池信太郎さん。小児科医として医療法人仁寿会菊池医院(郡山市)の院長を務める。東日本大震災と福島第一原発事故からわずか10日後、郡山市と教

隣接する温泉旅館内に、大広間を活用して、小さな屋内遊び場を開いた。集まった親子が遊んだり、絵本の読み聞かせをしたりする様子を見て、こう思いついたという。「子どもが思いっきり遊べるような、もっと大きな屋内遊び場をつくらう」——。2011年8月、郡山市内で「夏のキッズフェスタ」と題して、屋内スペースに様々な遊具を持ち込み、子どもが遊べるイベントを開催した。イベントは予想通りに大成功を収め、3日



上・毎年8月に開催している親子イベント。ハンカチに絵を描いている  
下・プレイリーダー養成講座の研修会



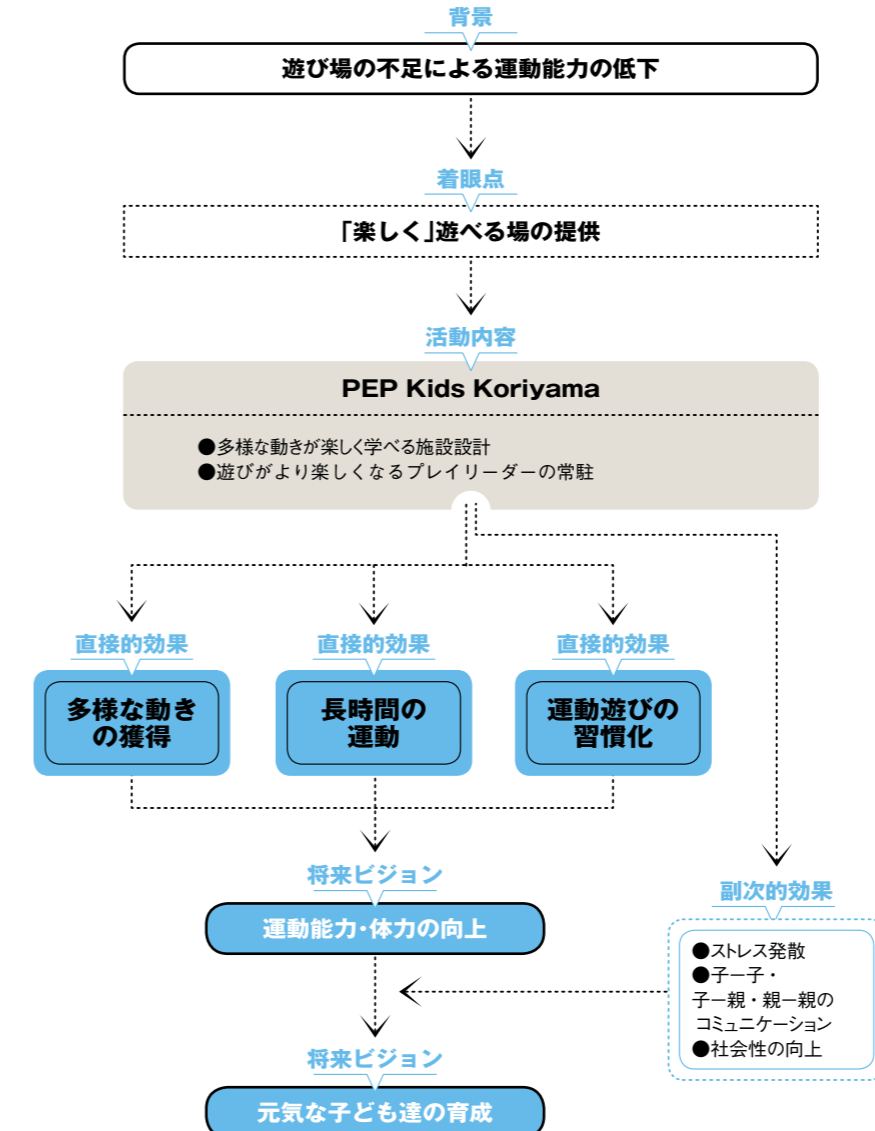
育委員会、医師会で連携し、「郡山市震災後子ども心のケアプロジェクト」を立案。子どもたちの心のケアに取り組みながら、原発事故後、屋外で遊ぶことが制限された福島の子どもたちの「居場所」が少ないことが気にかかっていた。そんな折、原発事故による避難者を受け入れていた郡山市内の太田熱海病院に

間のイベント期間中に約3,500人の子どもたちが訪れた。

元気いっぱい遊ぶ子どもたちの様子を見て、菊池さんは「子どもの遊びが大切なことがわかった。これはもっと大々的にやった方がいい」との思いを強める。その思いに共鳴した地元郡山市の大手スーパーマーケットチェーン・ヨークベニマルが、遊び場のための施設を市に無償提供し、遊具やおもちゃを寄付。こうして同年12月、郡山市と協働し、子どもたちが思いっきり走り回れる広い空間や多様な遊具を備えた屋内遊び場「PEP kids Koriyama」はスタートを切る。2012年5月には、NPO法人郡山ペップ子育てネットワーク(以下、郡山ペップ)を立ち上げ、運営を軌道に乗せていった。

## CHANGE MAP チェンジマップ

## 郡山ペップの「遊び」を通じた成長モデル



## 【着眼点】 「遊び」を通して子ども の心身を育てる

なぜ、「遊び」に注目したのだろうか。それは、子どもが楽しく、自主的に取り組める「遊び」こそが体力向上と子どもの社会性習得に役立つと考えたからだ。菊池さんは原発事故後、屋外で遊べないことが子どもたちの体力や体格に及ぼ

震災直後、学校では外遊びを控える傾向にあり、子どもたちは屋内で遊ぶしかない状況だった。「ラダー」と呼ばれるハシゴ状のロープが配布され、子どもたちは専らそれを使って廊下で遊び回っていたため、反復横跳びの成績だけが異様に伸びたという。また、校庭が使えるようになってからはマラソンを取り入れる学校が増えたため、持久力も改善傾向が見られた。しかし、本来子どもの体力向上は、「走る」「投げる」「跳ぶ」などの運動能力がバランス良く向上することが望ましいとされる。また、例えば授業で強制的に走らされるマラソンなどでは、子どもが楽しみながら主体的に取り組むことは難しいという。「マラソンは嫌いでも、鬼ごっこだったら子どもはもっと楽しめるはずだ」(菊池さん)

そして、子どもが自発的に体を動かすようになるための、もう一つの鍵になるのが「プレイリーダー」の存在だ。プレイリーダーとは、子どもの遊びを先導したり、一緒に遊びながら保護者にその成長ぶりを伝えたりするスタッフを指す。ヨーロッパでは一般的になりつつあるものの、日本ではあまり馴染みがない。郡山ペップは実技や心理研修を実施しながらこのプレイリーダーを養成し、施設に常駐させている。子どもにとってはプレイリーダーが遊びの手本になり、体の使い方を自然に習得したり、遊びに不慣れだった子どもが自発的に遊びに参加したりするようになっている。菊池さんは、「ここで幼少期を過ごす子どもたちは、遊び方を身につけながら成長している」とプレイリーダーの効果を実感している。

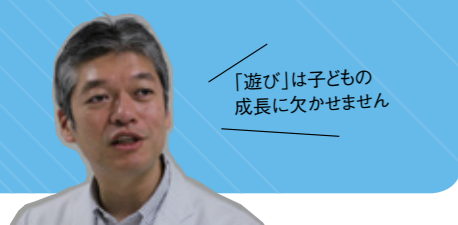
また、「PEP kids Koriyama」は子ども同士をつなぐ役割も果たしている。震災後の避難生活により、もともとあった子ども同士のコミュニティもばらばらに解消されてしまった。しかし、「PEP kids Koriyama」という遊び場があることで、家の中で大人と過ごすことの多かった子どもたちが、子ども同士のつながりを新たに築いているのだ。「遊びを通して得られるものは、体力の向上だけではない」と菊池さんは説明する。子ども同士で遊ぶことによって、遊具を使う順番を守ったり、脱いだ靴をきれいに揃えたり、しっかり挨拶をしたりと、社会性をどんどん身につけるようになっていく。つまり、友達と

DATA

Theme ▶ テーマ	子どもの成長
Area ▶ エリア	福島県郡山市
Player ▶ 取組主体	認定NPO法人郡山ペップ子育てネットワーク
Project ▶ 取組の内容	屋内遊び場運営を通じた子どもの心身の育成
Profile ▶ 人物紹介	

**理事長**  
菊池信太郎 (きくち しんたろう)

医療法人仁寿会菊池医院(郡山市)の院長。小児科医として、原発事故後の生活環境が小さな子どもにもたらす影響にいち早く着目する。2011年3月、震災と原発事故の10日後に「郡山市震災後子ども心のケアプロジェクト」を立案し、同12月に東北最大級の屋内遊び場「PEP kids Koriyama」を設立。2012年5月にNPO法人郡山ペップ子育てネットワークを立ち上げ、現在に至る。



「遊び」は子どもの成長に欠かせません



上・屋内遊具ランニングトラックで元気よく走る子どもたち  
下・屋内イベントで、お買い物遊びに興じる子どもたち

一緒に体を思いっきり動かして遊ぶことは、震災後に懸念された子どもの心のケアにも効果的なのだ。

さらに、子どもが元気いっぱい遊び、笑う姿を見ることは、親の心のケアにも役立つという。「PEP kids Koriyama」では週に1度、保護者を対象にした臨床心理士による心の相談室も設けている。子どもの心身のケアとともに、福島で子育てをする親の心のケアにも積極的に取り組んでいる。菊池さんは、目標を語る。「もともと、遊び場の不足と体力の低下は、現代の子育て

の課題だった。それが震災と原発事故によってはっきり可視化された。だから、震災前の元通りに戻すことではなく、さらにその上を目指したい。福島の子どもたちを、日本一元気にしようと考えている」

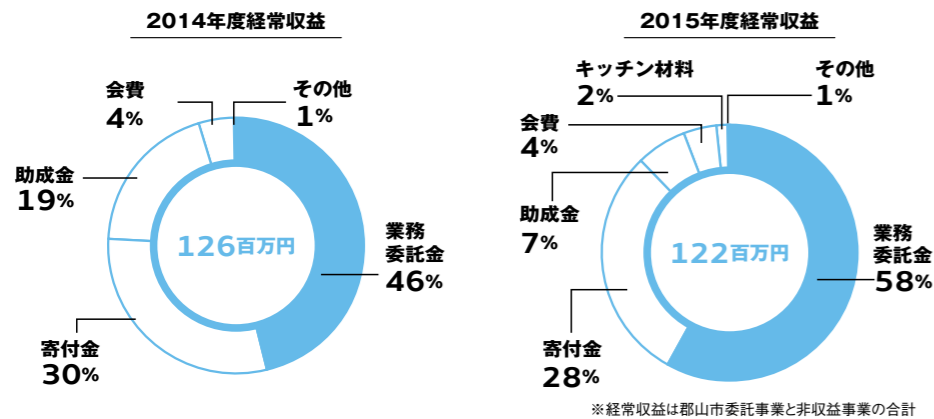
**【連携・協働】**

**NPO・企業・地域行政と連携**

このプロジェクトは、産官民の様々な主体との連携が進められている。まず、「子どもたちの屋内遊び場を建設しよう」という菊池さんの思いに共鳴したのが、ヨークベニマルだった。ヨークベニマルは遊び場を使用するための施設を市に無償で貸し出し、遊具や国内有名玩具メーカー・ポーネルド製のおもちゃを寄付した。

また、「PEP kids Koriyama」のオープン後2年半は、郡山市が施設や職員を管理し、菊池さんたちがプレイリーダーの養成を中心に運営上のノウハウを提供した。その後、郡山ベップが運営や職員の採用、養成などを全面的に受託。その後も、相互の協力関係は続いている。

**助成金が減少、業務委託金が増加**



また、2012年から継続している小学生全員を対象にした体力テストでは、最初の3年間は学研ホールディングスの支援を受けながら実施した。4年目からは郡山市の教育委員会と連携し、独自に予算枠を確保。測定結果の解析と、それに基づく対策の提案を郡山ベップが担っている。

一方、子どもにとって効果的な遊びの企画やプレイリーダーの養成といったプロジェクトの根幹については、子どもの遊びや成長に詳しい山梨大学の中村和彦教授と継続的に連携している。特に、プレイリーダーの養成では2011年10月以降、養成講座を計80回開催し、学校や幼稚園・保育園で活躍できるプレイリーダーの育成に取り組み続けている。

**【持続性】**

**先 行事例として、社会への周知を広げる**

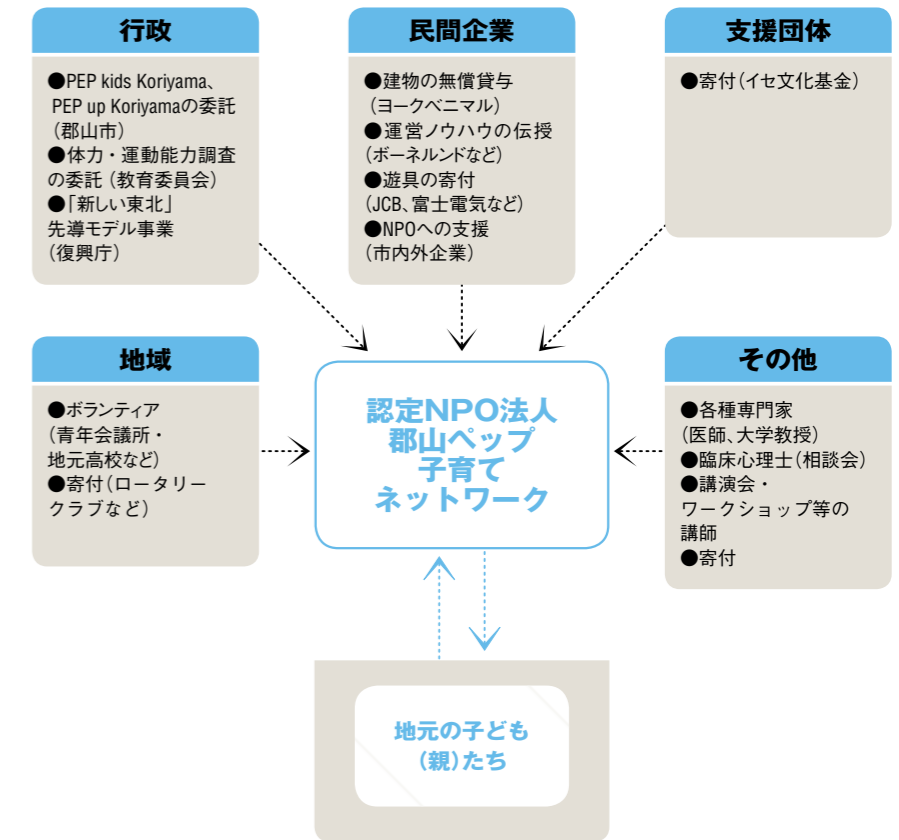
「PEP kids Koriyama」がオープンした2011年12月からの1年間で、屋内遊び場の利用者は親子で延べ35万人ほどを数えた。その後も、福島空港の利用者数を超える年間利用者30万人ほどを保ち続けている。個人利用者のほかにも、園内に広い遊び場がない認可外保育園などが団体で利用するケースも少なくない。2015年度は267施設8,894名の団体利用を受け入れた。

「PEP kids Koriyama」は、定期的に開催している料理教室を除いて、利用料は無料だ。施設の運営には郡山市からの委託料のほかに、個人・団体からの寄付金を充てており、母体である郡山ベップの運営は国からの助成金などを受けているのが現状だ。

ただ、そうした運営費用については2014年度と2015年度で変化が生まれている。国からの助成金が大きく減少する一方で、市からの業務委託金が増加。委託金は2014年度の約5,800万円から約7,100万円に上昇した(市内の子育て支援団体からのイベント開催受託費を含む)。また、新たに有料の料理教室で得る収益が生じたほか、規模は小さいものの、市内の教育現場

**COLLECTIVE IMPACT**  
コレクティブ・インパクト

**郡山ベップの連携・協働の図**



へのプレイリーダーの派遣で得る収益も2015年度は前年の約3倍に上がった。しかし、郡山ベップが重視しているプレイリーダーの雇用やその養成には多額の人件費がかかり、市からのPEP Kids Koriyamaに関する業務委託金をはるかに超えてしまう。新しい遊具の導入やより多彩な人材確保、プレイリーダーの安定雇用や待遇の改善には、今後は助成金に頼らない安定的な収入源の確保が課題となる。

郡山ベップが取り組むのは、震災から復

興するだけでなく、もともと福島の子どもたちが抱えていた遊び場不足や体力低下の課題を解決するためのプロジェクトだ。それは福島だけではなく、日本全体の問題でもある。遊びを通して子どもたちの心身を健全に育む全国の先行事例として、今後は社会への周知をさらに広げ、子どもを育てる家庭への「子育て支援」だけでなく、子どもたち自身が育つ「子育て支援」に積極的に取り組む重要性をアピールしていきたい考えだ。



**Data ▶ 本事例の問合せ先**

認定NPO法人郡山ベップ子育てネットワーク  
所在地: 〒963-8803 福島県郡山市横塚1丁目1-3  
TEL: 024-942-6777  
HP: <http://pepnet.jp/>  
主な事業内容: 屋内遊び場の運営/子どもの体力調査/  
子育て人材育成事業/食育事業/臨床心理士相談会/  
周知啓発事業など

## 「新しい東北」の針路

# 東北・日本の未来を担う人材づくり

東日本大震災後の東北には、民間主導による先駆的な取組が数多く生まれた。震災からまもなく6年。そこにまかれた種は、どのような価値を社会に提示しているのだろうか。東北、そして日本の未来を担う人材の育成に情熱を注ぐ団体と、そうした活動を支える企業・団体の代表者に集まってもらい、新しい地域社会をつくる視点も踏まえて議論してもらった。

**渡辺** 本日はお集まりいただき、ありがとうございます。早速ですが、東北の現場で活動されている事業者の皆さんに、事業の着想に至った経緯についてお聞きます。

**半谷** 私は震災の前年(2010年)まで東京電力の執行役員を務めており、南相馬市の出身でもあります。加害者でもあり、被害者の立場でもあったのです。原発事故を引き起こした元社員としての責任と、地元出身者としての役割を自問自答しました。震災直後は東京から支援物資を市内に届けていましたが、次第に一過性の活動で終わっていいのか、長期的に関わる「仕組み」としての支援が必要ではないかと思うようになりました。そうした中、地元住民から「子どもたちに役立つ『仕組み』をつくってほしい」という声を耳にしたのです。その瞬間、「人材育成」という言葉が浮かんできました。福島の子どもたちには、全国から寄せられた支援への感謝の気持ちや、自己実現への強い意識が芽生えていまし

公益財団法人  
三菱商事復興支援財団  
事業推進チームリーダー  
**中川剛之**  
Takeyuki Nakagawa

キリン株式会社  
CSV本部CSV推進部  
絆づくり推進室長  
**野田哲也**  
Tetsuya Noda

公益社団法人  
MORIUMIUS  
理事  
**油井元太郎**  
Gentarō Yui

一般社団法人  
あすびと福島  
代表理事  
**半谷栄寿**  
Eiju Hangai

芝浦工業大学  
名誉教授  
**渡辺孝**  
Takashi Watanabe

NPO法人wiz  
理事  
**黒沢惟人**  
Yuto Kurosawa



た。復興に貢献し、地元で新しい価値を創造できるような人材が生まれる可能性が高いのではないかと。震災は決して起こってはならないことでしたが、人材育成にとってはむしろチャンスだという発想に転換し、再生可能エネルギーに関する体験学習プログラムの構想が浮かんだのです。

**油井** 対照的に、私は雄勝町とは全く縁がありませんでした。仙台市出身の友人で、当法人の代表理事である立花貴とともに炊き出しの支援を実施している中で、雄勝町と巡り会ったのです。その後、地元中学校の給食や生徒の学習支援などを通じて地域との交流を深めてきました。そして震災から約2年後、町内に築93年の廃校が残っていることを知りました。卒業

生の親族が買い取り、民間保有の校舎として現存していたのです。ここを子どもたちの教育・交流の場として再生し、「東北」というフィールドから日本の未来を担う人材を育てたいとの思いが湧き上がり、オーナーと交渉して買い取ることにしたのが始まりです。

同時に、地元の子どもたちに限定せず、地域外から多くの子どもを呼び込むことにも力点を置きました。交流人口を増やすことで地域に活気を生み出すとともに、長期的な視点では過疎地域における子どもの育成モデルを構築したい考えがありました。

**黒沢** 2014年4月に、震災後にUターンした5名でwizを立ち上げました。私自身は奥州市(岩手県)の出身で、大学まで県内で

生活していました。就職を機に上京しましたが、震災後の2012年にNPO法人ETICの右腕プログラムを通じてUターンし、大船渡市などの復興事業に従事しました。その過程で、復興に貢献したいという強い思いをもつ県内外の若者が数多く存在することに驚いたのです。

時間の経過とともにボランティアが減っていく中、そうした人材が継続的に行き交うような仕組みを設計できないかと考えるようになりました。岩手県は高校卒業後に約7割が県外に流出していると言われており、地元出身者として「前向きなUターン」を促進する必要性を感じたのです。そこで、県内外の学生を対象に県内の企業やNPOでのインターンシップをコーディネートする事業

とれば事業を軌道に乗せられるかという「仮説構築力」をもっていったことが、協力関係を構築するうえで重要なポイントになりました。

## 支援基準は明確に、ニーズの変化にも順応

**渡辺** 現場の事業者を支援する側の活動としては、民間企業や財団も大きな役割を果たしています。支援する際のインパクトやモデル性、また支援事業を決定する際に重視している基準などを教えてください。

**中川** 特に震災直後はスピーディーな意思決定を心掛け、即効性の高い寄付を中心とした活動を展開しました。ただ、復興のフェーズに合わせて現地のニーズは変化していきます。2年目以降は被災地の産業復興・雇用創出に注力することとして、財団を設立し、当初の寄付主体の支援から投融資のかたちをとるようになりました。また、刻々と変化するニーズを正確につかむために、被災地に駐在員を配置し、地元の金融機関などと協働するなど、なるべく現地に入りながら判断するように心掛けています。

このほかには、事業規模や団体人数などの定量的な指標以上に「人」を重視しています。事業の継続性は、代表者など当事

者の強い意志に左右されるところが大きいからです。直接顔を突き合わせ、事業者の熱意とやる気を感じ取ることが重要です。

**野田** 本業との関わりが深い農業・水産業(一次産業)への支援を基本方針に、緊急時の物資提供から農業機械、養殖設備などのハード支援、そして徐々に「ブランド化」「販路拡大」「人材育成」を3本柱とするソフト支援へと移行した経緯があります。また、株主への説明責任を果たすうえでも、透明性と公平性はしっかり担保する必要があります。支援先選定の審査基準は明確にし、その中でも「4つのC」を強く意識しました。1社単独ではなく、地域を巻き込み協働での取組を促す「Collaboration(コラボレーション)」、新しいことに挑戦する



## 志を実現させるための方策が大切

芝浦工業大学  
名誉教授  
渡辺孝

1972年東京工業大学大学院社会学専攻を修了し、同年、日本開発銀行(現・日本政策投資銀行)に入行。退職後、東工大でハイテクベンチャー創業支援などを実践。芝浦工大大学院で起業家論などについて教鞭を執り、その後社会起業家と社会イノベーションに焦点を当てている。2006年から東工大社会学専攻特任教授を兼務、芝浦工大工学マネジメント研究科長などを歴任。



## 震災は、人材育成にとってはむしろチャンスだ

一般社団法人あすびと福島  
代表理事  
半谷栄寿

福島県南相馬市生まれ。2010年まで東京電力の執行役員を務める。震災後の2012年、一般社団法人福島復興ソーラー・アグリ体験交流の会を設立。地元の小中学校を対象に再生可能エネルギーの体験学習を開催しているほか、高校生や大学生向けの人材育成も展開。企業の社員研修も積極的に誘致している。2016年1月、名称をあすびと福島に変更。



## 自身の『思い』を伝え続けることで、道が拓ける

公益社団法人MORIUMIUS  
理事  
油井元太郎

幼少期からアメリカで生活。ニューヨークでの音楽の仕事や日本テレビ関係の業務に携わり、2006年に子どもの職業体験施設キッズニアを開業。震災後、社団の代表を務める仙台市出身の立花貴とともに炊き出し支援を実施。石巻市雄勝町で学校の給食や学習支援を展開し、2015年に子どもの複合型施設「モリウミアス」をオープン、理事を務める。

を立ち上げました。その橋渡し役になるコーディネーターは沿岸部の市町村単位では存在するものの、県全体で捉えると人材が不足していたため、wizでは県域を活動エリアに据えて実施することにしました。

## 国・地方自治体との連携で事態を打開

**渡辺** 事業を展開していくうえでは、幅広い他者との協働が欠かせません。特に、復興庁をはじめとする国とはどのように連携したのでしょうか。また、国の役割についても考えを聞かせてください。

**油井** モリウミアスが生まれたのは、若手

官僚のアイデアがきっかけでした。立花の講演を聞いた官僚らがボランティアで頻りに雄勝町を訪れるようになり、その1人である人事院の職員が我々の元での研修を企画しました。その研修に派遣された官僚から、廃校の存在を教えてもらったのです。この研修事業は今も継続されています。つまり、ボランティアを通じた官僚「個人」としての関わりが大きな転機をもたらした。その後事業が花開くことになったのです。

**半谷** 体験学習施設として利用している太陽光発電所を建設する際に、農林水産省の補助金を活用できたことは非常に役立ちました。建設資金に頭を悩ませていた絶好のタイミングでした。これは、国に強い志や直感力のある役人がいるからだと思います。

**渡辺** 地方自治体との関係構築も決して簡単ではないと思います。一方で、うまく連携しないと事態を動かすづらい面もあります。どのような協働がありましたか。

**黒沢** 自治体とは深い縁がありますが、リスクを分散させるために特定の市町村に依存しないことを意識しています。まずは共感してくれる自治体としっかり手を組んで実績をつくり、それをもとに他の自治体にも連鎖を生んでいくアプローチを心掛けています。

**半谷** 太陽光発電所などの建設用地は、市が買い取った津波被災地域の土地を利用しています。市も再生可能エネルギー事業と連携した植物工場事業を推進しようとしていたのですが、双方がどういった手段を

「Challenge(チャレンジ)」、お客様目線の「Customer(カスタマー)」、徹底的にやり抜くという意味の「Commitment(コミットメント)」です。

さらに、支援金は先払いを原則とし、万が一計画通りに進捗できていない場合は返金していただくかたちをとりました。その代わりに、意欲のある事業者には徹底的に寄り添い、キノコの販路をご紹介するなどハンズオンのサポートを心掛けています。

**渡辺** 事業の社会的な価値を評価する「ソーシャル・インパクト・ボンド」(SIB)と呼ばれる投資活動に似ている面がありますね。特に欧米で盛んですが、一定の緊張関係を保つことで事業の成果を最大化させることが期待できます。支援後の徹底し

た進捗管理は、民間ならではの発想といえそうです。

**半谷** こうした審査は、事業の計画性を捉え直す貴重な機会になっています。ビジネスモデルや事業収支計画などが問われるので、それを検証するきっかけになり、その後の事業運営に活かされています。

**渡辺** 事業者側にとって、こうした支援や応援を得るために必要とされることは何だと考えますか。

**油井** 最終的には、なぜその事業を立ち上げたのかという自身の「思い」ではないでしょうか。共鳴していただけないケースも少なくありませんが、それを信じて伝え続けることで道が拓けることがあると思います。例えば、廃校の改修費用はカタルフレンド基

金に多大な協力をいただきましたが、これは資金確保に苦労していた土壌のときに巡り合った「縁」でした。

そうした「縁」に行き着くまでには、プロセスが非常に意味をもちます。震災直後から地域に腰を据えて学習支援などを実施してきましたが、こうした活動を通して一歩ずつネットワークを広げてきた結果として生まれるものだと思います。

**黒沢** 設立した当時は、法人としては実績のない状態でスタートしました。個人ではなく組織として、行政や大学と連携するためには実績が問われる場面が少なくありません。そのため、設立後の約2年間は小さくてもコツコツと実績を積み上げながら、少しずつ信頼を得てきました。

## 事業収益モデル、 必要な人材像とは

**渡辺** 将来にわたって自立して事業を持続させるためには、事業収益を得られるような仕組みを模索する必要もあると思います。

**半谷** 志は「ソーシャル」、仕組みは「ビジネス」であることが大切です。小・中学生向けの体験学習や高校生・大学生を対象にしたプログラムは、参加費が無料です。例えば、県内各地から参加する高校生には、交通費も支給しています。一連の活動の原資は、最初は民間の寄付を中心に賄っていま

したが、寄付は2013年度をピークに現在は10分の1程度にまで減少しています。一方で、企業研修を企画・誘致することで収益を得る構造へと転換しています。首都圏の企業を中心に年間約10社、計650人ほどを受け入れており、事業収入に占める割合は6割近くにまで上昇しています。

**油井** 私たちも核となるのは子どもたちの教育ですが、ビジネスの観点でいえばそれだけでは難しいのが実情で、企業研修の力を借りています。半谷さんと異なるのは、研修で訪れた社員が後日、子どもを連れて再訪してくれるような流れを生み出そうとしている点です。

加えて、最近では企業の福利厚生制度に結びつけられないか模索しています。例え

ば、社員の家族旅行の訪問先に指定してもらい、交通費を一部補助してもらおうといった内容です。企業にとって、そうした復興支援のあり方が存在してもいいのではないのでしょうか。

**黒沢** 当団体は、まだ公的資金に依存しているのが実態です。ただ、2015年度までの補助金による運営から、自治体の委託事業として実施するかたちに変化しています。2016年度は収入の約7割が自治体の委託事業となっており、まずは補助金から委託への切り替えを進めている段階です。

**渡辺** 震災後、東北には多くのNPOが誕生しましたが、事業収入を確保するのは容易ではありませんよね。

**油井** 震災直後は課題がわかりやすく山

も、独自開発の技術を事業化する人と、他者のソリューションをそのままビジネスモデルにする人で分かれますよね。何度でも度重なる壁に直面してもチャレンジするのは前者ですが、ソーシャルデザインにおいても同様のことが言えそうです。

**野田** 「憧れの対象」という意味では、「次の世代を育成できる人材」を発掘し、支援するべきでしょう。私が考えるその人材像は、「地域のリーダー」です。地域外のよそ者を含め、多様な人を巻き込みながら地域社会を盛り上げられるような存在です。震災をきっかけに、東北には多様な人が連携する土壌が広がっており、そうした新しい人材・リーダーが生まれる可能性が高いと思っています。

## 国は現場に 入り込み、政策に 活かす動きを

**渡辺** 最後に、今後の事業の方向性を踏まえ、国に対する率直な意見・要望をお聞きしたいと思います。

**中川** 私たちは支援形態の主軸を寄付から投融資に移し、事業パートナーという意識で活動を続けてきました。国にも、そうした現場のニーズの変化に柔軟に対応してほしいと思います。先導モデルを支援することは民間が得意とする発想の1つですが、それ

が地域全体の底上げにつながるという意識を共有していただき、（平等性の観点から）「官」の立場から許される範囲内でトップランナーを支援するような考え方があっていいのではないのでしょうか。「民」と「官」でうまく連携しながら、相乗効果を生み出せるような関係を構築したいですね。

**油井** 私は是非、すでに多くの官僚がしているように、モリウミアスに足を運んでほしいと思っています。その人たちが省庁に戻ったときに、意識が変わり行動が変わるはず。残念ながら自然災害は日常化し、過疎・高齢化も進行していきます。そうした状況から、どのようにコミュニティを形成していくべきかという点において、東北は日本、そして世界の先進事例になる可能性



## 10歳前後の間隔で、 身近なところに 憧れの対象を

NPO法人wiz  
理事  
黒沢 惟人

岩手県奥州市出身。岩手県立大学卒業後、東京のIT企業に就職。震災後、NPO法人ETICの右腕プログラムを通じてUターンし、大船渡市などで復興事業の立ち上げ・運営のマネジメントに携わる。2014年4月、NPO法人wizを設立し、大学生を対象にした長期・滞在型インターンシップのコーディネート事業を展開している。



## 先導モデル・トップ ランナーの支援が 底上げにつながる

公益財団法人三菱商事復興支援財団  
事業推進チームリーダー  
中川 剛之

2009年三菱商事入社。震災後、同社の復興支援活動の企画・運営を担当。2012年3月の同財団設立に携わる。就学困難な学生への奨学金や、復興支援に携わる非営利団体への助成金給付、被災企業に対する投融資などを実施。2015年には福島県郡山市にワイナリーを建設し、市と連携して果樹農業の6次産業化に取り組んでいる。



## 『お客様目線』で 現場に寄り添った 支援を

キリン株式会社  
CSV本部CSV推進部絆づくり推進室長  
野田 哲也

1982年キリンビール入社。営業やマーケティング業務などを経て、2013年4月より現職。2011年7月に立ち上がった「復興応援 キリン絆プロジェクト」のリーダーとして活躍。農業・水産業のブランド育成支援や、6次産業化に向けた販路拡大支援、さらに地域に将来の担い手・リーダーを育成するための人材支援などを幅広く展開。

積していましたが、6年近く経った現在はそれが見えづらい状況にあると思います。現場の変化を読み取り、事業に生かすことが求められているのではないのでしょうか。

**黒沢** 当事者として志を持ち続けること、その時々、時流にうまく乗ることが必要だと思います。今でいえば「地方創生」という国の施策に、どう対応するのか。活動の理念は不変でも、アプローチをその都度変化させるべきです。

**渡辺** 復興の大きな課題の1つに「人材育成」があります。この部分において、最も大切なことはどこにあるのでしょうか。

**半谷** 「憧れの連鎖」を生むことが鍵になると考えています。震災直後のような非常

時のモチベーションは一時的な面がありますが、「憧れ」は一生続きます。

**黒沢** 今の大学生にとっては40～50代は少し遠い存在ですが、東北の現場では30～40代の人活躍しています。10歳前後の間隔で、身近なところに憧れの対象になるような人が常に存在する状態をつないでいけるといいですね。また、キャリアプランを描くうえで、新卒でNPOに就職することが果たして最良の選択なのかと疑問に思うこともあります。遠回りしてでも一度みっちり社会経験を積むことが、その後のキャリアに生きてくる面があると思います。

**油井** 一度外部の環境に触れて、頭の中を整理することも必要だと思います。モリウミアスで働く若いスタッフは今年、長い旅に

でかけることにしました。特定の地域だけに居続けると、逆に地域の良さや事業の目的が見えづらくなることもあるのではないのでしょうか。外の空気を吸ってリフレッシュして外から地域を見ることも大切だと思います。

**半谷** 高校生や大学生にとって大切なことは、自分がやりたいことの延長線上に社会的な価値を見出すことができるかどうかだと思います。つまり、自分のやりたいことであれば「志」に向かって、あきらめずに努力し続けることができます。また、小・中学生には「発言に躊躇（ちゅうちよ）しない力」を養おうと口酸っぱく伝えています。発言することで自ら考える力が身につく、やがて行動する力に変わっていくからです。

**渡辺** ベンチャー企業の経営者の中で

が高いと思います。加えて言えば、「研修」の枠を超えて「出向」で来てほしいですね。現場は助かりますし、官僚にとっても地域の課題を肌感覚で学べる貴重な機会になるはず。です。

**半谷** トップランナーを支援することが、底上げにつながるという考え方に同感します。そのうえで、私も復興庁など国の役人が自治体だけでなく、私たちのような民間事業者のもとに出向することを望みます。

**渡辺** 実は、国の機関の中にも民間企業への出向というスキームがありますよね。

**半谷** ただ、出向先は大企業に限定されているのが実態です。私の社団には首都圏の民間企業から既に複数の出向者を迎

え入れており、先方からも高い評価を受けています。役人のみなさんにとってもリーダーシップの形成につながることに加え、国の政策に生きた経験を反映させることもできると思います。

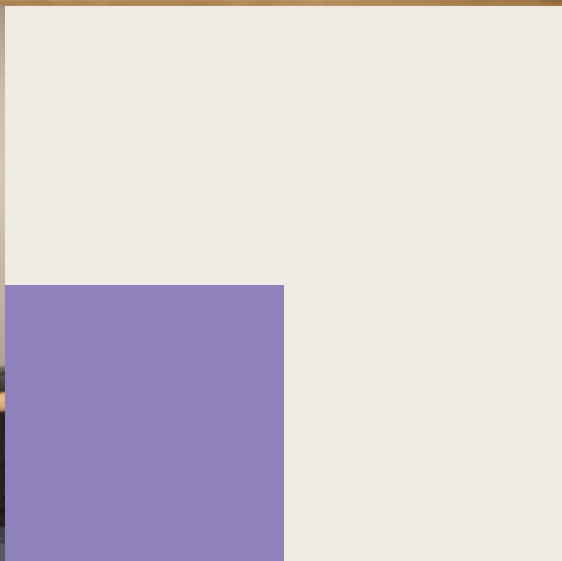
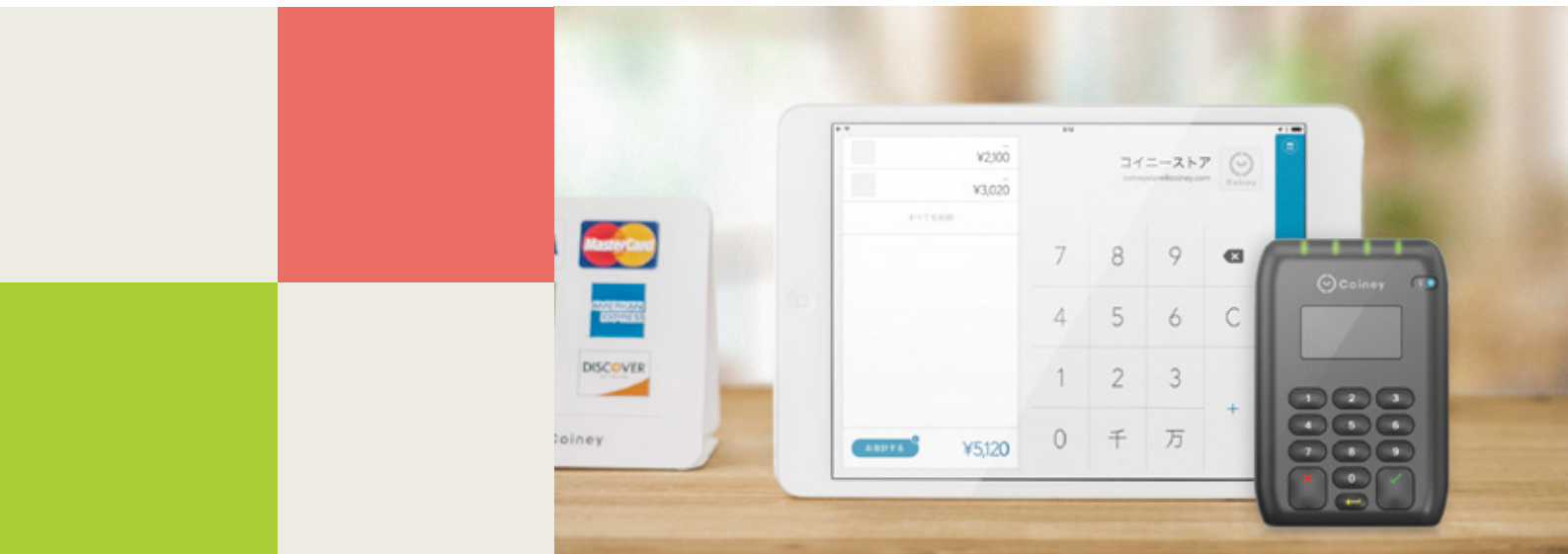
そのうえで、各地に交流・宿泊施設となるシェアハウスを建設してほしいですね。東北の復興リーダーのもとにターンや民間企業社員、公務員など多様な人々が日常的に交流することで、素晴らしいコラボレーションが生まれることが期待できるからです。

**黒沢** 私も具体的な要望としては、施策を実行する段階で現地のパートナー探しを入念に行ってもらいたいです。それが失敗に終わると、「数年後に何も残らない」といった事態が生じてしまう可能性があります。強固

なパートナーシップを組めれば事業効果は増大するので、そこに期待したいですね。

**野田** 耳障りなことかもしれませんが、国には資金援助だけでなく、現場で当事者と一緒に汗をかくことを強く要望します。復興庁の評価指標は、支援した団体・人から「ありがとう」と伝えられることではないのでしょうか。そうした「お客様目線」でどのように評価されているのかを意識しながら、現地に寄り添ってもらえると嬉しいですね。

**渡辺** 今後も現場は「志」を実現させるための方策を模索し、それを応援する側もパートナーとして継続的にコミットしていく必要がありますね。東北の明るい未来に期待します。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)

TEL 03-6328-0223 FAX 03-6328-0292

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

新しい東北

検索

平成29年2月発行 発行：復興庁 制作：NPO法人HUG

