

よきことを、よきひとへ。
被災地復興に取り組む人のための業界新聞
<http://www.rise-tohoku.jp/>

発行所 NPO 法人 HUG
〒151-0053 東京都渋谷区代々木 2-10-9-8F
<http://www.h-u-g.jp> e-mail: info@h-u-g.jp

東北復興新聞

無料

第17号

月1回 発行

創刊 2012年(平成24年)1月16日 月曜日

2012年(平成24年)10月29日 月曜日

特集 4-5面

地域コミュニティの 仕組み作りを考える



宮城県女川町の地域通貨

**グループ補助金
800億円の拡充へ**
被災企業への支援策の中でも中心的役割を果たしてきたグループ補助金について、継続と拡充の要望が高まっている。国は26日、準備費を財源とした緊急経済対策を閣議決定。復興関連費として、福島県の立地補助金約400億円とあわせ、グループ補助金に約800億円が計上された。

グループ補助金は、国と県があわせて最大75%の再建経費を助成するもの。昨年6月の一次から今年8月の五次まで、合計329グループ5千779事業者に、対して2千907億円(うち国費1千936億円)が助成されていたが、六次以降の実施については詳細が未決定だった。

岩手県宮古市の事例

震災直後から迅速な支援策を次々と打ち出し、事業者の復興が進んでいる岩手県宮古市。被災した1千154事業者のうち7割以上が事業再開もしくはその見込みがある状態だ。五次グ

産業振興策どのように？ 起業やチャレンジを促し 地域の内発的成長を

グループ補助金では、岩手県で最大となる111事業者の「いわて宮古街なか商人グループ」が採択された。市内の商店街を中心とした小売り・サービス業者たちで、産業振興に加え、地域

通貨を導入するなど地域コミュニティ再生にも力を入れている。
グループ補助金が再建支援の中核となる一方、それだけに頼らない施策の重要性を話すのは、宮古市産業振興部の佐藤日出海部長だ。「元に戻すだけでなく発展的成長のためには、地元の人や企業が新たなチャレンジに取り組むための環境が必要」として、「内発的成長プログラム」が重要だと言う。

いまでできる施策を 多方面から実施

各県における1次～5次までの補助件数と補助金額

	補助件数	補助総額	うち国債
青森県	10グループ	86億円	57億円
岩手県	51グループ	577億円	385億円
宮城県	89グループ	1,471億円	981億円
福島県	131グループ	588億円	392億円
茨城県	45グループ	159億円	106億円
千葉県	3グループ	25億円	17億円
合計	329グループ	2,906億円	1,937億円

グループ補助金の対象にならないような小規模な取り組みに対しては、経費の最大80%を助成する「産業振興補助金」を整備。1月、4月、7月と3度にわたり事業者およびNPOに対して新規事業の創出や地域の連携と活性化のための助成を行った。

新規事業創出へ向けては、あわせて設備貸与や創業者家賃などに対する補助制度を用意した。また11月には被災地の人材育成を行う



宮古市産業振興部 佐藤日出海部長

「夢の国東北プロジェクト」とのタイアップによる『起業家スクール』を開催するなど、補助制度に限らない支援を行っている。外部への発信においても、震災前から東京の「目黒さんまつり」との協力関係を築いており、9月には6千匹のサンマを提供し宮古の産物をアピールした。

お知らせ

月1回の発行になります。

これまで以上に内容の濃い新聞にすべく邁進して参ります。ご意見・ご感想ありましたらお寄せください。今後とも東北復興新聞を宜しく願ひ致します。

2面

釜石市副市長
嶋田賢利氏



巻頭言

「ゆるく前向きに連携し、
各自の持ち場を盛り立てよう」

3面

内閣府地域社会雇用創造事業



6面

大槌・大船渡の
仮設住宅支援員新聞



東北の
いま

8面

マルアラ及川商店の
「たこわさび」



知る、見る、はじめる。あたらしい東北の仕事。



放課後学校「コラボ・スクール」(女川町・大槌町)
未来の東北を担う子どもたちの居場所と学び場を創る

NPO法人ETICは2011年5月から、東北の復興事業や地域再生に取り組むリーダーを支えるため「右腕派遣プログラム」を実施し、120名以上の人材を東北に派遣してきました。

5年後も10年後も若者たちが集い、起業家精神あふれる東北を目指し、これからも東北から生まれた革新的な事業の担い手を送り続けます。

みちのく仕事マッチングフェア

検索

特定非営利活動法人 ETIC.(エティック)
〒150-0041 東京都渋谷区神南1-5-7 APPLE OHMI ビル4 階
TEL:03-5784-2115 FAX:03-5784-2116 E-mail: fukkou@etic.or.jp
<http://www.michinokushigoto.jp/>

東北のリーダーたちが、新たな「右腕」を募集するために、東京に集います。

みちのく仕事 マッチングフェア

11月3日(土)開催

日時: 2012年11月3日(土) 13:00~18:30
場所: 日本財団ビル(東京都港区赤坂1-2-2)
対象: 3ヶ月以上、事業創造や地域経営の現場で
関わることを検討する主に20~30代の方
※ビジネス経験のある人を特に歓迎

震災から1年半、これらの復興について考える「ふくしま復興シンポジウム『つながる・ふくしま』」が10月2日、郡山市内で行なわれた(主催…ふくしま連携復興センター)。参加者は福島県内外から約180人を数えた。ここでは「東日本大震災における被災者支援の展望を紡ぐ」と題して行われた基調講演

ふくしまを生きる被災者支援の現場から

復興への長い道のりに、焦らずに希望を。

講師は、兵庫県出身で阪神淡路大震災以来17年、災害の問題に取り組んでいる弁護士津久井進さん。災害と法の問題について分かりやすく説明し、今年6月に成立した「原発事故子ども・被災者支援法」についても言及。支援の内容はこれから具体化されるため、よりよい支援策についていく

「長い道のりになるのを覚悟すること」。阪神地域では17年たっても復興していない地域があることを紹介し、

「1日も早く元に戻りたい」という気持ちも当然だが、その焦りが一方であきらめを生むことを知っておかなければいけないと思う。「がんばらないけど、あきらめない」。この言葉を福島



基調講演の様子。シンポジウムの分科会については、ふくしま連携復興センターのホームページを参照。http://f-renpuku.org/

津久井さんは最後に「ボランティアが生きて息づく社会こそ民主主義」と、人々が他者の共感をもって

「つながっていくことの大切さを重ねて訴えた。それぞれの個別のテーマをもって行われているボランティア・市民活動だが、今回のシンポジウム

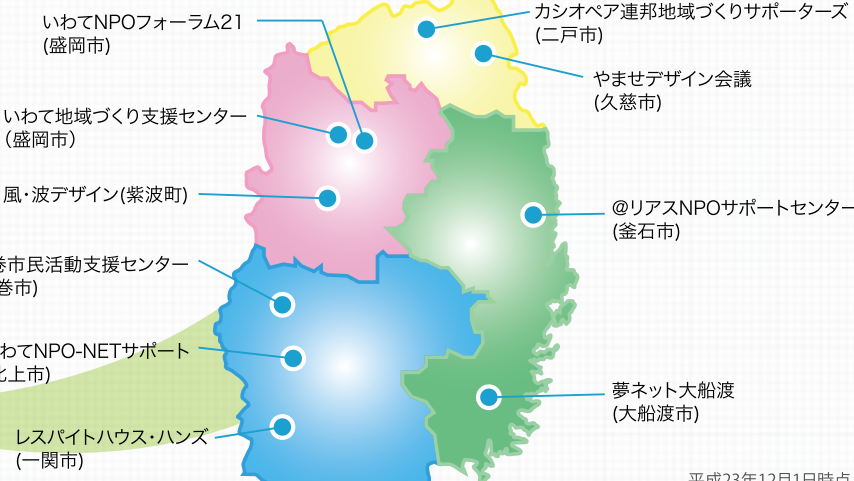
被災地と岩手県内外の支援団体を繋ぐ役割を担っています。

- 行政、NPO、企業、地域間のつながりづくり
- 支援団体のマッチング
- 県内外の支援団体と連携の場作り
- 沿岸設立団体への支援(設立、運営、資金)
- コミュニティ支援
- 仮設住宅環境アセスメント調査
- 新しい公共支援事業
- 仮設住宅団地支援事業フォロー

特定非営利活動法人 いわて連携復興センター ifc

本部 〒026-0013 岩手県釜石市浜町1-1-1 市営釜石ビル318号
北上サテライト 〒024-0061 岩手県北上市大通り1-8-23
TEL:0197-72-6200 FAX:0197-72-6201 mail:info@ifc.jp HP:http://www.ifc.jp

特定非営利活動法人 いわて連携復興センター加盟団体



読み解くデータ

岩手県「応急仮設住宅周辺調査」住宅再建・就労問題の解決へ向け、ソフト施策の強化を

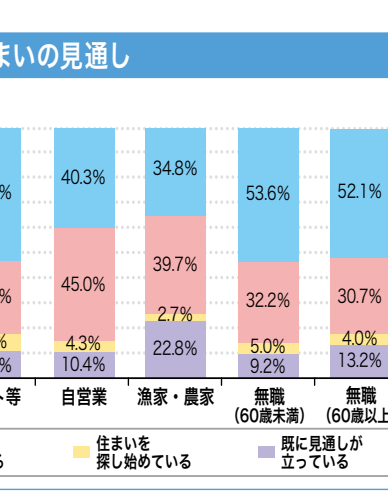
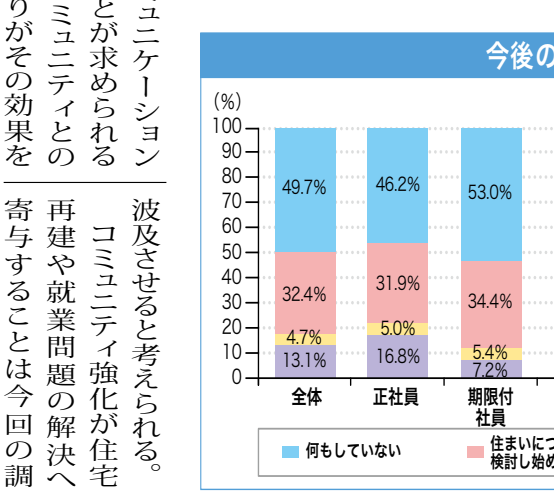
岩手県が実施した「応急仮設住宅周辺調査」の報告書が公表された。仮設住宅環境への満足度に加え、対人関係や就業の状況、今後の生活の見通しなど、被災者の現状を見ることのできる。中でも注目すべき点は、現在焦点となっている住宅再建や就労問題について、地域コミュニティの強化が課題解決につながるとする傾向が

見られたことだ。被災地全域で、仮の住まいである仮設住宅から新たな生活環境への移行が急がれている。今回の調査では、49・1%が今後の住居の確保について「まだ活動を始めていない」と回答し厳しい現状が明らかになった。一方、同じ地域に「継続して住み続けたい」と回答した人の傾向として、コミュニティの

関連指標である「団地内での会話頻度」や、「集会所や談話室の利用頻度」が高いという結果が見られた。例えば継続居住意向がある人の団地内会話頻度を見ると、「ほぼ毎日会話する」が51・4%に対し「団地内で会話はしない」が6・6%だった。

コミュニケーションの有無は、就業状況の改善にも繋がると推測できる。『プライベートな相談をできる人がいない』と回答したのは、40・50代の男性が45・2%と最も高い。働き盛りのこの層に「無職」が21・5%、さらに60歳未満無職のうち57・3%の人が「何もしていない」と回答しており、未就業の問題は深刻だが、これについて仕事のミスマッチングが指摘されているが、もう少し分析が可

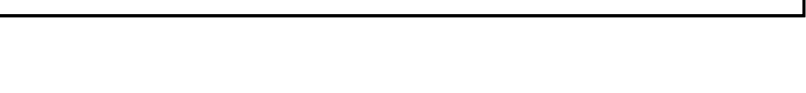
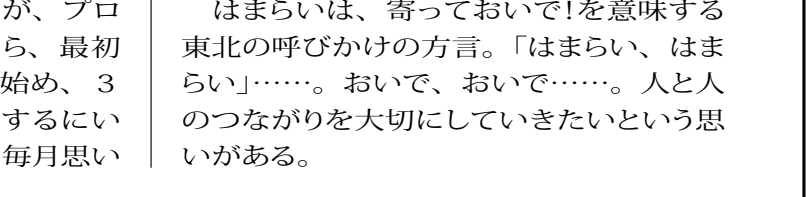
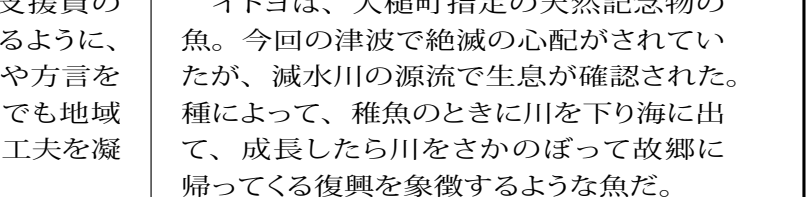
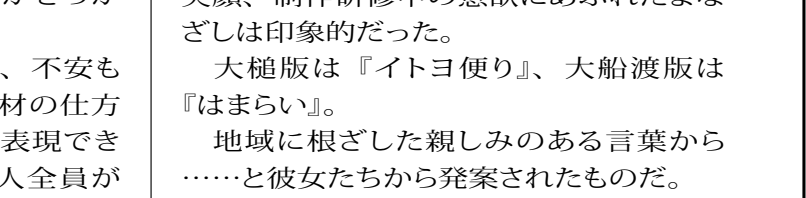
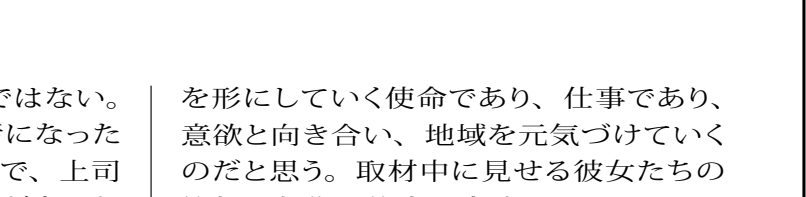
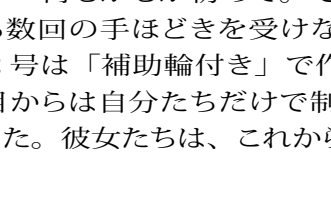
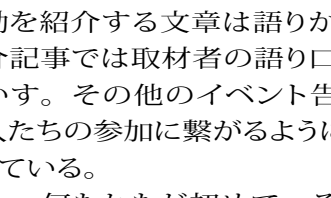
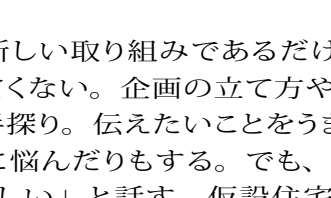
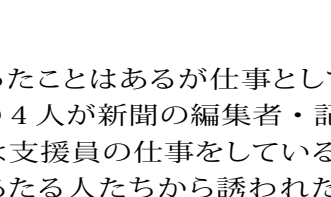
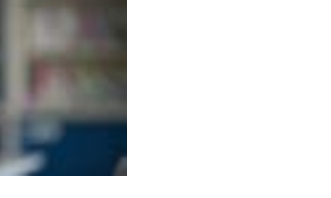
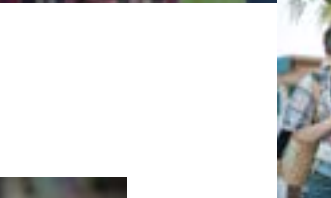
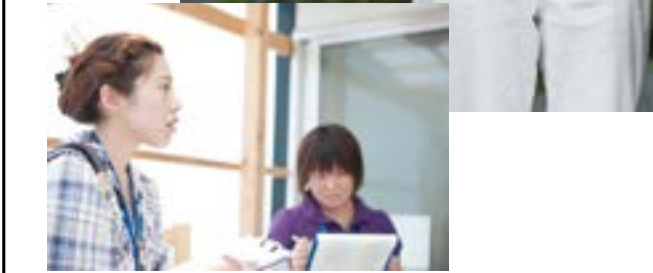
居住市町村への今後の居住意向とコミュニティ指標の関連					
集会所利用頻度	総 計	継続して住み続けたい	条件が合えば住み続けたい	まだわからない	住み続けたいとは思わない
月に6回以上	6.8%	7.5%	5.4%	6.8%	5.4%
月に3-5回程度	13.8%	15.7%	12.6%	12.1%	9.0%
月に1-2回程度	31.1%	32.3%	31.7%	26.9%	25.1%
利用していない	48.3%	44.5%	50.2%	54.2%	60.5%
団地内の会話頻度	総 計	継続して住み続けたい	条件が合えば住み続けたい	まだわからない	住み続けたいとは思わない
ほぼ毎日会話をする	44.8%	51.4%	39.8%	36.6%	34.5%
週に1-3回程度会話をする	28.2%	27.4%	30.0%	27.7%	26.9%
会話をするのは週に1日未満	17.9%	14.5%	21.2%	23.5%	18.7%
団地内では会話はしない	9.1%	6.6%	9.0%	12.2%	19.9%



背景の液晶画面を見つめながら、レンズ越しに被写体のいい表情を探す。言葉に迷いながら話かける。

質問を返され、どうすれば質問の意図が相手に伝わるのか考える。言葉を選び、表現を変えて問いかけ直す。

編集兼記者は、(写真右から)大槌の中村さん、木村さん、大船渡の澤口さん、高石さんの4人。全員、未経験からの新しいスタート。原稿を書いたこともなければ、見出しをつけたことも、デザインを組んだこともない。写真こそ普段の生活で



「[9] 思いを伝える仕事で、地域を勇気づける」
大槌・大船渡の仮設住宅支援員新聞
写真・文＝岐部淳一郎

東北のいま

フォトエッセイ

を形にしていって使命であり、仕事であり、意欲と向き合い、地域を元気づけていくのだと思う。取材中に見せる彼女たちの笑顔、制作研修中の意欲にあふれたまなざしは印象的だった。

大槌版は『イトヨ便り』、大船渡版は『はまらい』。地域に根ざした親しみのある言葉から……と彼女たちから発案されたものだ。イトヨは、大槌町指定の天然記念物の魚。今回の津波で絶滅の心配がされていたが、減水川の源流で生息が確認された。種によって、稚魚のときに川を下り海に出て、成長したら川をさかのぼって故郷に帰ってくる復興を象徴するような魚だ。

はまらいは、寄っておいで!を意味する東北の呼びかけの方言。「はまらい、はまらい」……。おいで、おいで……。人とのつながりを大切にしていきたいという思いがある。



マルアラ及川商店の たこわさび 南三陸から巻き起こる 「たこわさ革命」



アップル社がiPhoneを発表した時、故スティーブ・ジョブズ氏は「電話を『再発明』した」と感じた。

と表現したが、マルアラ株式会社及川商店の「たこわさび」も既知のそれとは明らかに一線を画し

ている。初めて口にした際、私はたこわさびを「再発見」したと感じた。

たこわさびと言えば枝豆と並ぶ居酒屋での定番メニューの一つ。多くの方に「たこわさ」の愛称で親しまれており、皆さんも一度は口にすることがあると思う。だが、マルアラのたこわさはひと味も二味も違う。何といっても特徴はそのサイズ。新鮮で上質なタコを使用しているからこそ、この大きさであっても口けるような柔らかさを実現できるのであらう。やや濃い目の味付けに、思わずお酒が進んでしまうから飲みすぎには要注意だ。

イノベーションは、技術の進歩によって、これまで出来なかつたことが可能となることでもたらされるよりも、多くの場合これまで思いつかなかつたことを生み出す「ひらめき」によってもたらされる。

従来当たり前のように思っていた「たこわさ」のサイズの常識を、東北の素材の良さがぶち破り、激ウマのたこわさが誕生した。これは一種のイノベーションと言っても過言ではない。

被災3県の外国人宿泊数は震災により激減		
	震災前 (2010年4-6月)	震災後 (2012年4-6月)
岩手県	全国 29位	全国 40位
宮城県	全国 20位	全国 27位
福島県	全国 28位	全国 43位

出典:観光庁「宿泊旅行統計調査報告」

このプログラムで見られたように、震災で大きな「危機」に見舞われ、それに対応してきた被災地の経験・ノウハウを、「危機管理」という一つのコンテンツとすることも可能だ。震災は世界中へ報道され、多くの外国人がボランティアで被災地を訪れた。震災の経験や学びをインバウンド観光のきっかけと捉え、こうしたプログラムを通じて海外のニーズに目を向けることで、観光立国へつながる新たな取り組みが東北から生まれることを願いたい。

ソシヤルメディアと呼ばれるものが、これまでのメディアと決定的に違うのは、コンテンツ側がメディアを選び、自ら伝える道筋を作れることだと私は思っている。良きことは、イネーを辿って良き人へ届けられる。コンテンツの方が、メディアを選べるようになったのだ。

東北には良きこと、小さなイネーが沢山ある。マスメディアが否定的な報道をするならば、我々はどんな良きことを発信し続けられるのか。Facebookにやダネ！ではなく、イネーしか押せるボタンが無いことに感謝する。(T)



うららか～な午後

福島市の在庭坂に王子ネピア社の支援で7月に完成した交流の場「うららか広場」。浪江町からの避難者を中心とした近隣の住民たちの笑顔が広がっていました。

震災の学びを インバウンド観光へ活かす シンガポール東北親善大使プログラム

震災から約1年半。東北地方では、依然として外国人客数が回復していない。観光庁の調査では、東北6県の今年4～6月の外国人延べ宿泊数は震災前2010年比でマイナス55・9%になった。こうした中、観光庁と日本政府観光局は6月から東北・北関東のインバウンド観光(訪日外国人旅行)プロモーションを開始した。海外7市場9都市における海外旅行代理店と

の商談会やPRイベントを行うものだ。地震や津波の記憶も新しく、今なお続く原発事故の影響は大きい。東北での外国人客数の回復へ課題は多いが、裾野の広い観光分野における対策の必要性は高いだろう。

今年7月、在シンガポール日本大使館や日本政府観光局シンガポール事務所による「シンガポール東北親善大使」フォローアッププログラムが行われた。これは、

昨年8月シンガポールの大学生100人が自国に現状を伝えるために被災地を訪問したが、その際同行した日本人学生を対象に行われたものだ。参加した8名は、震災支援への答礼、観光を専門に学ぶ学生たちへ向けた東北の現状報告や観光PR、昨年の訪日したシンガポールの学生との討論会などを行った。



「シンガポール東北親善大使」フォローアッププログラムの様子

知名度は高いとは言えない状況だった。

東北のインバウンド観光の振興のためには、まず知名度そのものを高めていくことが不可欠だが、震災を受けての外国人客数減少は東北の認知度向上を意味していると言いうこともできる。今後は、魅力ある訪問地としての知名度向上のために、景観や伝統文化に加え、地域ならではの知恵やノウハウを観光資源に変えて発信することが有効だろう。

このプログラムで見られたように、震災で大きな「危機」に見舞われ、それに対応してきた被災地の経験・ノウハウを、「危機管理」という一つのコンテンツとすることも可能だ。震災は世界中へ報道され、多くの外国人がボランティアで被災地を訪れた。震災の経験や学びをインバウンド観光のきっかけと捉え、こうしたプログラムを通じて海外のニーズに目を向けることで、観光立国へつながる新たな取り組みが東北から生まれることを願いたい。

復興予算の使い方が議論されている。残念なのは、そこに建設的な意見がなく、否定的な報道しかないことだ。こうすれば東北は、日本はもっと良くなるという議論がなかなか起きない。結果の出ていない取り組みは、報道され難い。

テレビ番組のディレクターとして長く働いた大先輩から教えられた。「大衆は見たいものしか見ない」。随分と馬鹿にしたように聞こえるが、テレビがスポンサーからの広告料で成り立っている限り、大衆が望むものを流そうとする力学が働くのは否めない。マスメディアは、社会が望んでいると、彼らが思うコンテンツを作り、流すのだ。これまではメディアがコンテンツを選ぶ立場にあった。

「知る」という支援がある。

東北復興新聞の制作・印刷・発送は、皆様からの協賛で支えられています。
「よきことを、よき人へ」伝えるために。どうぞご支援をお願いします。

■お申し込み方法

- Web : <http://www.rise-tohoku.jp/>
- Eメール : assist@h-u-g.jp
- FAX : 03-6869-0151

MENU

1 東北復興新聞サポーター 【8,000円/年】
毎号2部をお届けします。(ご友人・同僚の方にも)

2 東北復興新聞パートナー 【30,000円/月】
毎号100部をお届けします。(会社の皆様でどうぞ)