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20号
月1回 発行
創刊　２０１２年(平成24年) 1月16日 月曜日

２０１３年（平成25年）1月28日　月曜日

12年度補正予算

復興事業に3千177億円

政府は1月15日に12年度補正予算を閣議決定した。総額13兆円超の大規模な予算編成で、うち約1兆6千億円が東日本大震災からの復興予算に充てられた。その大部分は13年度以降に予定されていた償還財源で、事業関連費は3千177億円規模となる。

住宅再建へ復興交付税

復興補正予算の内訳は、まちの復興に約2千億円、産業復興に約500億円、福島関連に約700億円。もっとも額の大きい項目は震災復興特別交付税の増額で、1千214億円となった。被災自治体の復興事業経費負担を補填するもので、遅れの指摘されている住宅再建への活用が期待されている。

産業復興においては緊急雇用対策事業基金を積み増し、事業の実施期限を1年間延長する。その他東北への旅行需要の創出へ2億円が計上された。

福島に環境研究拠点

福島県環境創造センター（仮称）事業に113億円が充てられた。11年度3次補正予算で既に80億円が計上されていた本事業では、放射線の人体への影響等に関する研究開発などを行い、福島県民が将来にわたり安心して暮らせる環境づくりを目指す。

田村郡三春町および南相馬市の2箇所にそれぞれ放射線等のモニタリングや調査・研究・教育・情報発信等の機能を持たせる。国際原子力機関（IAEA）や日本原子力研究開発機構（JAEA）などと連携を取り、国際的研究機関を目指す。15年度から順次開所する予定だ。

2012年度東日本大震災復興特別会計補正予算

まちの復旧・復興	**1,970億円**
（主な内訳）	
震災復興特別交付税の増額（総務省）	1,214億円
学校施設の耐震化等の推進（文部科学省）	653億円
社会資本整備総合交付金（復興）による道路整備等	60億円
産業の振興・雇用の確保	**502億円**
（主な内訳）	
震災等緊急雇用対応事業	500億円
東北地域における旅行需要創出事業	2億円
原子力災害からの復興・再生	**706億円**
（主な内訳）	
福島原子力災害避難区域等帰還・再生加速事業	208億円
新たに発生した汚染廃棄物の処理加速化事業	104億円
福島県における営農再開等に向けた支援	246億円
福島県環境創造センター（仮称）整備事業	113億円
補正予算総額（復興特別会計）	**3,177億円**

数字で見る復興進捗状況

■復興まちづくり※1
・防災集団移転促進事業（大臣同意）
188地区
0　3県・276地区
・土地区画整理事業（都市計画決定）
34地区
0　3県・58地区

■がれき処理※2
岩手県 31.4%
宮城県 36.8%
福島県 19.4%
0　100

※1 復興まちづくり　11月30日時点 復興庁発表
※2 がれき処理　11月30日時点 環境省発表

特集 4－5面　内発型の「まちづくり」を考える

2面　日本財団 東日本大震災復興支援チームリーダー 青柳光昌さん

リーダーズインタビュー

「人への投資」を通じて、都市と地方の関係を変えていきたい

6面　福島市・あんざい果樹園

東北のいま（フォトエッセイ）

7面　エコツーリズム 先進事例に学ぶ

田野畑村の体験型観光

8面　おいしい復興

今が旬！三陸の牡蠣を食らう

おいしい復興

福島で3月にメッセ

東北復興ソーシャルビジネスを全国に発信

一般社団法人ソーシャルビジネス・ネットワークは、ソーシャルビジネスの先進事例を全国規模で共有する見本市、プロジェクトメッセを3月に福島で実施する。

震災以降被災地では、伝統文化を活かしたチャリティ商品開発や再生可能エネルギーを活用した発電事業など、さまざまなソーシャルビジネスが生まれてきた。これらの事例を発信するために1月末から2月にかけて全国4地域（北海道、埼玉、名古屋、近畿）および被災3県（陸前高田、仙台、いわき）で地域フォーラムを開催した後に、全国規模でのイベントとしてメッセを行う。当日は東北復興に取り組む約100の事業者・プロジェクトがブース出展してPRを行う予定。

「百聞は一見に如かず」　地元のバス会社・旅行会社だからこそ伝えたい現地の想い、未来への胎動

㈱岩手県北観光、福島交通観光㈱がお届けする「復興のスタディツアー」

「いわて三陸復興スタディツアー」
Produced by　岩手県北観光

海の街の水族館。復興に向けたストーリー

“万里の長城”田老の堤防から学ぶ防災

グリーンツーリズム大賞受賞した地元NPOが語る田野畑の今

第一弾は2月下旬運行開始予定の
久慈～東京間を結ぶ高速夜行バス利用の
スタディツアーを計画中。
近日、“岩手県北観光”ホームページで
公開予定
※ツアー内容は写真のイメージから変更する場合がございます

[法人向けにカスタマイズしたツアーも承ります]

リーダーズインタビュー

「人への投資」を通じて 都市と地方の関係を変えていきたい

あおやぎ みつあき
青柳 光昌さん
日本財団 公益・ボランティア支援グループ
東日本大震災復興支援チームリーダー

【プロフィール】
日本財団の復興支援チーム責任者。震災直後より日本財団の「ROADプロジェクト」に携わり、数々の企業・NPOと連携して支援事業を推進している。

Q. 今後の支援の方向性は

軸は2つ。まずは今必要な支援ということで産業面、特に漁業と水産加工業への支援です。震災直後の漁業者への無利息融資に加え、水産加工施設の整備などを行ってきました。産業の復興は雇用を生み、経済がまわることはストレートに町の活気に影響します。

もう1つは将来を見据えた、人への投資です。中長期的に復興を支える地域人材の育成を行うもので、今後プロジェクト数を増やしていきます。

Q. 人への投資の具体的内容は

例えば石巻では、フィリップモリス社と共に、高校生向けのキャリア教育を行っています。またダイムラー社とは、グローバル経営大学院仙台校への奨学金プログラムを行っており、復興と社会変革に取り組む地元人材へビジネススキル習得機会を提供しています。

少し大袈裟ですが、人への投資を通じて、これまでの中央、都市と地方の関係性を変えていきたいと思っています。地域が人やリソースを中央へ送りその恩恵を返しても らう形から、各地域が自立し、したたかに中央のリソースを使って行くような社会へ。そのために まずは、各社で明確なテーマを持った支援へ移行しつつあります。また復興に使えるCSR予算が限られてくる中、資金の拠出だけでなく、例えば流通ネットワークといったような本業に関連したリソースを活用した支援という意識も高まっています。

日本財団では昨年設立50周年を迎え、自らのミッションを「ソーシャルイノベーションハブ」と定めました。現場を知っているからこその企画力や実行力を発揮し、企業と現場双方のニーズに応えながら社会変革を実現していきたいです。

Q. 現場側のNPO等は今後何が必要に？

さまざまなリソースが減少していく中、プレイヤーは厳選されてきています。一方現場へのニーズはそこまで減っておらず、活動を下支えする人材確保やリーダーのマネジメント力の育成など、各プレイヤーのキャパシティビルディングの重要性が高まっています。また今後も資金を集め続けるためにも、事業評価の強化が求められます。定性的成果の可視化は難しいですが、評価や説明責任を果たすための努力を怠ってはいけません。例えば日本財団は被災母子支援のサロン事業を推進していますが、「母子ともに心身健康になる」という目標を具体的な指標に落とし込む作業を委託先NPOと共にしています。事業推進プロセスを通じて、成長の機会を提供できればと考えています。

復興支援員

マネジメントを強化し最大活用を

地域毎のビジョン設定と運営モデルを構築

中長期的な復興の担い手不足の解消へ向け、総務省が推進する復興支援員制度への期待が高まっている。

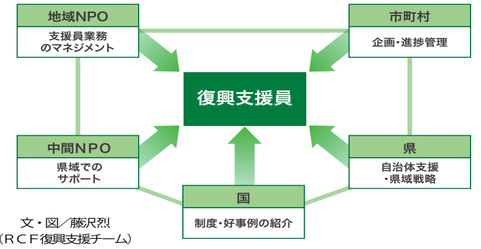
今まで中心となっていた緊急雇用創出事業や外部からの民間支援も収束していく中、最長5年間被災市町村が国費で人員を確保できる。これは、手薄になりがちだったコミュニティ形成等のソフト支援への活用を目的としたもので、活動範囲も広く市町村側の使い勝手も良い。現在までに2県4市町において計67名の支援員が配置されている。

制度の最大活用には、戦略的なマネジメントが不可欠だ。現在各地域は、短期的には生活再建、中長期的には地域の未来へ向けたビジョンづくりといった課題を抱えている。解決へ向けては、地域単位で課題とビジョンが共有され、議論と合意形成の場が用意され、行政側で制度に落とし込む必要がある。

鍵は、地域毎に組織化を図ることだ。まず現場サイドでは、現場で動く支援員業務をサポートする役割が必要で、地域のNPO等が担うことが望ましい。一方行政側は会議等で進捗管理を行うと共に、制度化へ向けた企画策定・役場内調整を行う、支援員への窓口を設置するべきだろう。

続いて後方支援として、中間NPOや県、国が、資金面や人的なリソースの提供、広域での情報共有等の役割を担う。各セクターが役割を明確にしながら面的な支援員バックアップ体制を築くことが重要だ。こうすることで、支援員が単なる行政職員の補充要員に終わらずに、地域の課題解決ドライバーとして活躍することが可能となるだろう。

復興支援員制度活用の全体像



文・図／藤沢烈（RCF復興支援チーム）

現在受付中の 補助金・助成金 情報

●ジャパン・プラットフォーム「共に生きる」ファンド
【対象】東日本大震災で被災された方々や被災地域の緊急から復興までの支援活動全般、全国にある被災者の避難先における活動も対象 【応募締切】2月7日

●公益財団法人東日本大震災復興支援財団 子どもサポート基金（第4期）
【対象】東日本大震災で被災した子どもたちへの支援活動を行う団体（自治体、公益法人、NPO法人、社会福祉法人、学校法人等、コンソーシアム、ボランティアグループ、仮設住宅の自治会など）【応募締切】2月8日

●公益財団法人未来の東北 博覧会記念国際交流基金助成金
【対象】主たる事業所および、団体構成員の半数以上の住所を宮城県内に有する、海外派遣援助や外国人受け入れなどの国際交流事業、セミナーやシンポジウム開催援助を含む国際協力事業、多文化共生推進事業などを行う団体 【応募締切】2月10日

2分でわかる！ NEWSダイジェスト

12月25日～1月21日

政策

復興庁、福島復興再生総局設置
復興庁は、復興政策の一元化を目的に復興庁本庁に福島復興再生総括本部、福島県内に福島復興再生総局を設置する方針を示した。

青年海外協力隊を東北へ派遣
根本復興相は、職員の人手不足解消を目指し、青年海外協力隊の経験者や国家公務員OBなどを東北へ派遣していく方針を表明した。

宮城県、任期付職員105人採用
宮城県は、職員不足解消のため、1月1日付で2年の任期付職員105人の採用を決定。4日に辞令を交付し10市町へ派遣した。

陸前高田市、戦略室を新設
岩手県陸前高田市は、企業などからの支援申し入れや提案を受け付け、検討する窓口として戦略室（仮称）を新設予定。まちづくりに繋げる。

産業復興

気仙沼市で風力発電所建設へ
宮城県気仙沼市で、地元企業が設立した事業会社、気仙沼市民の森風力発電所が風車4基を建設する。2016年度の稼働を目指す。

岩手沿岸自治体 教育機関と協定
岩手県の沿岸自治体が県内外の大学等教育機関と協定を進めている。医療・福祉・文化・ITなど各分野で復興を後押しする。

福島県、企業立地補助の対象拡大
経産省は、福島県の企業立地補助金において県内全域を対象とする方針を示した。補助率は被害状況をふまえ傾斜配分とする予定。

いわて復興応援バスツアー再開
岩手県のバス会社3社は沿岸被災地を巡るバスツアーを再開。「いわてDCありがとうキャンペーン」として3月まで毎週末実施する。

生活・まちづくり

石巻「プチ市民」WEB開設
宮城県石巻市で活動するNPOセンターなどが、石巻市の復興を応援できる参加型ポータルサイト「巻.com（マキコム）」を開設した。

住宅ローン減税額600万円
政府は、震災で家を失った人の住宅ローン減税額を通常の1．5倍に相当する年間最大600万円までの拡充を決めた。

大船渡市、まちづくり会社設立
岩手県大船渡市盛町の有志が、複合施設を建設し、まちの活性化を担うまちづくり会社を設立した。2013年度から取り組みを始める。

福島県、3市に復興住宅建設へ
福島県は、県営復興住宅500戸について、いわき市2地区、郡山市5地区、会津若松市2地区の3市9地区を建設候補地に決めた。

原発・放射能

双葉町、帰還目標は30年後
福島県双葉町の井戸川町長（当時）は4日、町民の帰還時期について「暫定的に30年後とする」という考えを初めて提示した。

医療

福島県、介護職員増員へ支援
福島県は介護職員不足解消に向け、資格取得や復帰支援などを実施する。人材不足地域を重点的に1千人規模の増員を目指す。

その他

復興に関心のある女性、7割超
第一生命経済研究所が1都3県の20～59歳の女性を対象に実施した調査で「復興に関心がある」が7割を超えたことが分かった。

ボランティア数、3倍に増加
2010年10月からの1年間で、災害ボランティア活動参加人数が5年前の3倍以上に上ることが総務省の調査で明らかになった。

パーソナルサポートセンターの 伴走型 就労支援

丁寧なマッチングと生活困窮者支援ノウハウで成果

宮城県の有効求人倍率は昨年11月時点で1・12倍。震災前の2倍近くの高い水準を保っている。一方で働きたくても就職先を見つけることが困難な層は依然として存在し、その解消が課題となっている。

一般社団法人パーソナルサポートセンター（以下、PSC）は、仙台市と協働で、仙台市内に住む被災者、生活困窮者への就労支援を行っている。昨年6月に開始した事業は今年1月10日現在で、相談者165名、就職決定者57名という成果を上げた（就職率34・5%）。その多くは、高齢者や障害者、就労経験が乏しい人など、一般的に就職のハードルが高いとされる人たちだ。

PSCが行う就労支援の特徴のひとつは、求職者と企業との丁寧なマッチングにある。まず求職者担当が求職者の要望や就労能力を見極め、ふさわしい就労の場を一緒に考える。企業開拓担当は、求人誌やハローワークの求人情報をもとに企業ニーズを丁寧に調べる。最新の情報だけではなく、数ヶ月前の求人情報を掘り起こして、電話や直接訪問も行い、利用者が働き続けられる職場か、時間をかけて確認している。

PSCの求職者相談受付の様子

昨年12月からは職業体験実習も開始した。実習生一人を受け入れると、企業には1日3千円の運営費が支払われ、実習生には、期間に応じて最大10万円が奨励金として支給される。求職者が現金収入を得る機会をつくり、働くベースに慣れてもらうのが狙いだ。「すでに10数社の企業から協力の申し出があり、実習生も5名の参加が決まった。その後の就職へのステップアップとして活用してほしい」と、PSCは期待を込める。

もうひとつの特徴は就労支援に限らない、生活困窮者支援のノウハウだ。求職者の状況に応じて、たとえば生活支援が必要な場合には社会福祉制度や関連サービスへつなぐ等の対応をしている。また10以上の連携団体とネットワークを組んでおり、複数の専門領域をもつ団体が、それぞれの視点から利用者の課題解決にあたっている。複合的な事情や問題を抱える利用者を伴走しながら支えているのだ。

就職へのハードルが高い求職者が抱える課題の多くは、震災の前からあったものだ。丁寧な伴走型支援で課題解決を目指すPSCのアプローチは、被災者支援から生活困窮者支援へと今後フェーズが移って行く中、需要を増していくだろう。

パーソナルサポートセンターの連携団体一覧

連携団体名	団体の主要事業
公益財団法人共生地域創造財団	震災支援、地域づくり
全国コミュニティライフサポートセンター	高齢者及び障害者、子ども支援
せんだい・みやぎNPO センター	宮城・仙台地域のNPO支援
仙台夜まわりグループ	ホームレス、生活困窮者支援
みやぎ生活協同組合	消費者生活支援
反貧困みやぎネットワーク	生活困窮者支援
ふうどぱんく東北AGAIN	生活困窮者への食糧支援
萌友	ホームレス、生活困窮者支援
POSSE	労働相談、生活相談、災害復興支援
ほっぷの森	障害者の就労支援
MIYAGI 子どもネットワーク	子ども支援
ワンファミリー仙台	ホームレス、生活困窮者支援

東北発！
みちのく
仕掛け人市
2013

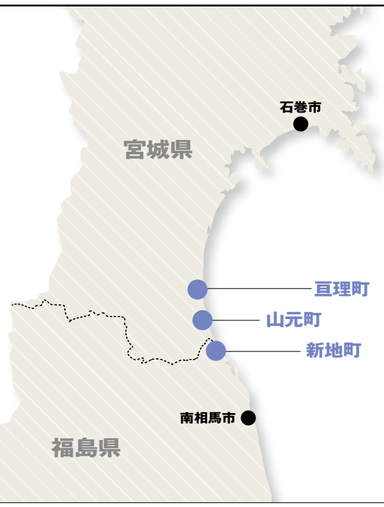
みちのく仕事
ETIC.
特定非営利活動法人 ETIC.（エティック）
〒150-0041 東京都渋谷区神南1-5-7APPLE OHMI ビル4 階
TEL:03-5784-2115 E-mail:fukkou@etic.or.jp http://www.michinokushigoto.jp/

特集

宮城県亘理町・山元町・福島県新地町
内発型の「まちづくり」を考える

住民のチャレンジを地域の魅力に変える
「まちフェス」

震災以降、被災地には多くの訪問者が訪れた。特に人口減に悩まされていたエリアでは、かつてない数の訪問者を固定ファンにしようとする動きが多いが、住民との温度差が新たな問題になりつつある。しかし地域活性化プロジェクト「まちフェス〜伊達ルネッサンス〜」のお客さんは、地域住民。住民による、住民のためのプロジェクトが、復興の新たな息吹を生んでいる。



内発型まちづくり3つのポイント

1 個人芸大歓迎。「個」を主役にし、親しみやすい「場」を醸成することで、参加者を巻き込む。

2 「地元による地元のための場づくり」。芸を披露するのも住民なら、お客さんも運営母体も住民。

3 重要なのは「地元愛」。専門家がいなくても、地元のために働く「黒子」がいれば実現可能性は高まる。

披露するのは「個人技」。親しみやすさがウリ

「まちフェス〜伊達ルネッサンス」は、宮城県亘理町、宮城県山元町、福島県新地町で開催されているまちづくりプロジェクトだ。「達人」と呼ばれる地元住民が開くワークショップが24種類、各エリアで1ヶ月に渡り実施される。参加者数は1回20名程度と多くはないが、地域活性化の観点から注目されているという。何故なのか。

まず、ワークショップが実に親しみやすく、参加しやすい。たとえば農家の奥さまが採れたてのサツマイモでジャムを作ったり、おしゃべり大好きなおばちゃんがお手玉あそび歌を伝授したり…と、比較的「個人技の披露」に近い。しかし、一見「どこにでもいそうな」住民が主役になることで親しみやすさが醸成され、参加意欲が高まるのだという。

次に、ワークショップの参加者、つまり「まちフェス」のお客さんも住民であること。実は「まちフェス」は流入人口を増加させることではなく、地元民が地元の良さを再認識することに目的を絞っている。

住民はプログラム一覧から参加したいものを選び、エントリーする。ヘリコプターに乗って、亘理、山元、新地の伊達3町を上空300メートルから見下ろす「ハイ!伊達コプター」は、そのエキサイティングな内容から、参加者のほぼ全員がアンケートで「満足度100点」をチェックした。

「変わってしまった町を見て、参加者が落ち込まないかと心配していた。でも空からの風景を楽しんでくれた」とは、企画した事務局メンバーの声。

「まだ瓦礫が残っているエリアがあった」「子どもに自分たちのまちを見せてあげたい」と参加者の声はさまざまだったが、自らのまちを再認識することにつながった。

また他のワークショップの参加者からも「普段行かない場所に行けた。面白かった」「新しい休日の過ごし方にしたい」と、地元や日々の過ごし方を改めて見直す声が多かったという。

23歳の事務局長。スペシャリティは「聴く力」

このプロジェクトは、24のワークショップが3町にまたがって実施される、極めて大規模なものだ。しかし、運営母体である「まちフェス〜伊達ルネッサンス〜実行委員会」は、震災以降地元でまちづくりや支援に携わる20代から30代の若手で構成されており、まちづくりの専門家やコンサルタント、自治体職員はいない。事務局長は山元町出身で、北海道大学に在学中の阿部結悟さん。若干23歳だ。

もちろん、すべてを自分たちで立ち上げたわけではない。地元の強みを見いだしてPRするという手法は、地元活性化のために大分県で行われた「温泉博覧会」、通称「オンパク」を真似た。運営のノウハウは、同手法を岡山県総社市で展開した「NPO法人吉備野工房ちみち」から学んだ。

準備も周到に行った。24のワークショップを実施する「まちフェス」だが、最初は1つのワークショップから始まった。自身の農家が津波被害にあった菅野京子さんを↖

事務局の風景

「チラシに駅からの距離を書いておけばよかった」「キャンセルが出たので、赤字になりそう‥」、毎週の会議に熱が入る

プログラム風景

防災ヘリコプターにのって、おらほの3町みてみっぺ「ハイ!伊達コプター」

「達人」に迎え、地元野菜で焼き肉のたれをつくった。(このときは例外的に地元外からも参加を募った)

「京子さんのファンになった参加者の皆さんが、商品化プロジェクトを立ち上げたんです。これで手応えを感じました」(事務局長・阿部結悟さん)

これが2012年2月のことだというから、「まちフェス」はスタートから実に1年をかけた計算になる。

素人集団としての良さが発揮されたのは、8月頃に行った「達人募集」のときだ。公募したものの自ら「達人」を名乗る人はおらず、事務局は地元住民のヒアリングを行った。

「私にはスペシャリティがなく、町の方の話を聴くことしか出来ませんでした。でもその分、彼らの魅力を十分に知ることが出来たし、彼らが主役になれる場を考えることも出来たんです。専門知識はありませんが、黒子という形で地域貢献できることが分かったんです」(阿部さん)

よそ者が少ないからこそ地元住民の力を

未経験の彼らが大規模プロジェクトを実現できた最大の理由は、やはり地元への思いだろう。「まちフェス」を実施する3町は、北東には多くの犠牲者を出した宮城県石巻市、南には原発事故の被害に見舞われた福島県相馬市が位置しており、マスコミの注目度が低い、復興で大きな役割を担うといわれる「よそ者」の流入が少ない一方で、事務局の多くを占める地元出身者の使命感が強く表出した。

事務局メンバーの岩佐勝太さん(30)は仙台で講師の仕事をしていたが、震災後に山元町の地元団体に転職。ボランティアで「まちフェス」の事務局の仕事をしている。震災直後に他県の応援をたくさん頂いた一方で、地元の人間として「生き残った意義」を考えた。

「とにかく、いまの自分の想いを形にしたい。でも『正しいこと』も『常識』も震災で崩れてしまったので、今は『納得できること』をしようと考えている。そのひとつが、まちフェスなんです」。

内発的なエネルギーは、結果として外に伝わり、あらたなエネルギーを運んでくる。両者が交差したとき、まちは何倍にも輝くに違いない。

プログラム風景

不要布を裂いて織る山元町の隠れた伝統工芸 機織り体験「ときめき☆コースター」

プログラム風景

勉強しながら楽しくネイル女子会「自宅で簡単ネイルケアを学ぼう」

注目の達人 ● 京工房　菅野京子さん

いまも昔も人前では「もじもじ」

震災前は夫妻で農業をしながら、採れた野菜で「焼き肉のタレ」なども作っていました。畑も自宅も加工場も津波被害にあいましたが、震災直後の4月から借りた畑で仕事を再開した夫に勇気づけられ、私も再スタートを切りました。

達人として最初にワークショップをしたのは12年の2月です。地元の野菜で「焼き肉のタレ」をつくったところ、とても喜んで頂きました。それ以降も多くの場所で開催しましたが、実はいまも慣れません。みんなの前に立つと緊張して、目を見ることが出来ないんです。

今回の「まちフェス」では、「亘理の復興サツマイモ」を使ったジャムづくりをします。でもやっぱり緊張するだろうと思った事務局の方が、ワークショップ名を「もじもじ農家妻とつくる、サツマイモde新作ジャム」にしました。

参加者との縁が商品改良につながった

ワークショップに出ることで「何か変わりましたか」と聞かれますが、私は何も変わりません。

確かに、震災前に販売していた「焼き肉のたれ」は、中身が一新され「京子の万能ダレ」に変わりました。当初は商品名に「京子」と入れるつもりはありませんでしたが、ワークショップの参加者から「味に自信があるなら入れたら?」と提案されました。またある参加者のお知り合いにデザイナーさんがいらっしゃったようで、商品のラベルを見違えるように美しくして下さいました(笑)。私の変化は、周りの人から起こったものです。

私はそのままですが、とにかく前向きな気持ちでいようと思っています。それが伝われば、よい方に恵まれるのだと分かりました。

菅野京子さんがつくる「京子の万能タレ」。地元の直売所で販売中。

まちフェス【プログラムの例】

東林寺座禅会

新地にあるお寺「東林寺」の住職・本田和也氏による座禅会。住職の福島弁が親しみやすく、若い参加者も楽しめた。「貴重な体験が出来た」「私は煩悩だらけ」とは参加者のコメント。

新地で民話・被災体験を聴きながら、歩く被災地

民話を語り継ぐ達人・村上美保子さんによるプログラムで、町を歩きながら被災体験を聞くプログラム。他地域からの参加者も多く、震災から1年10ヶ月の節目に改めて防災について考えた。

【まだ参加できる! 注目プログラム】

とりあえず喰え、俺の「ひっつみ」

「亘理のことなら何でも知っている!」と豪語する名物オヤジ「かずおさん」と、ひっつみ鍋を囲みながら語る会。
2月9日(土)11:00〜13:00　@亘理町ベリーズガーデンいつき
参加費:1000円(ひっつみ鍋つき)

7つ道具をゲットせよ!伊達藩オリエンテーリング

こだわりのモノづくり職人を歩いて尋ねるオリエンテーリング。「達人」と呼べる人材があまりにも多く、1度で7名に会える贅沢なプログラムにした。
2月10日(日)9:00〜12:00　@山元町中央公民館入口集合
参加費:1500円(2人1チーム)

※参加申込は machifes.onpaku.com まで

エコツーリズム先進事例に学ぶ

田野畑村の体験型観光

取り組み10年。集客年8千人、村人の10%が参画、ガイド副収入130万円……。成功のポイントを聞く

観光復興が盛り上がる中、自然や漁業などの産業、東北の生活を体感してもらう、エコツーリズムが一つのトレンドになってきている。

岩手県の北部沿岸の田野畑村は、サッパ船アドベンチャーズ・ネイチャートレッキング・民泊など、年間約8千人が体験するさまざまなプログラムを実施している。村としての観光収入は年約2千万円。人口4千人弱のうち10%近くの村人が参画しており、漁師はサッパ船のガイドをすることで年130万円の副収入が得られているという。これらの成果が生まれているポイントを取材した。

10年前から滞在型・体験型観光に着手

東北屈指の景勝地・北山崎を見に訪れる人は、年間約50万人いたといわれる。ただしいわゆる「通過型」観光で、地元田野畑村への経済効果は低かった。そこで2004年、観光客の滞在時間を増やすため、体験型プログラムを検討する協議会が村内に発足した。

しかし村人にとって北山崎の風景も、断崖を見上げながらの漁業も、番屋（漁師の作業小屋）群も、酪農もすべてが日常。外からの視点が必要と、協議会の推進役には他市から村に移り住んだ人が選ばれ、行政側も他県で体験型観光に取り組んでいた職員を迎え入れた。さらに他県のNPOも招聘して助言をもらい、サッパ船ガイドや番屋ツアーなどの体験型プログラムが生まれていった。

2年程経って地元のテレビ局から取材されるなどで認知度が上がり、旅行会社でバスツアーも組まれ始めた。専任スタッフの雇用が必要になり、2008年に協議会からNPOに法人化。その頃から小中高生の民泊の受け入れも開始した。

震災で大きな被害を受けたが、できるものから順次再開し、現在は北山崎の観光に加え、体験型プログラムだけで年間8千人を動員。NPOのスタッフは6名（2名が専任、他は緊急雇用とパート）で、北山崎にあるビジターセンターの運営や各プログラムの受け入れ、宣伝などを行っている。

話を伺った、NPO「体験村・たのはたネットワーク」の楠田拓郎さん（31）。東京から移り住み6年。もう一人の専任スタッフも横浜出身だ。

POINT 1 他県のプロに商品化・ガイド手法を学ぶ

04年の協議会発足当時に考えたプログラムは、わら草履作りや牛小屋での搾乳、わかめのしゃぶしゃぶ体験など、田野畑らしさが出しきれていなかった。そんな折、厚労省の雇用促進事業で下りた補助金を使って、北海道・知床でエコツーリズムを行っているNPOを招聘し、精査してもらった。料理体験は番屋で行う方が雰囲気があっていい。森のトレッキングはどこにでもあるので200メートルの断崖を歩く方がいいと。サッパ船と番屋のプログラムもここで生まれた。殺風景だったビジターセンターも生まれ変わり、各プログラムのガイド手法についても、開始の挨拶から安全の注意、ポイントごとの解説まで徹底的に指導してもらった。

現在のビジターセンター。プログラムの案内や、時期ごとの動植物の紹介コーナー、魚の漢字や方言クイズなど、来た人を楽しませる工夫が。

北海道・知床から、エコツーリズムを行っているNPO・SHINRAの皆さんを招き、プログラム作りやガイド手法について助言をもらった。

POINT 2 宣伝は紙媒体を重視。表現はプロに任せる

村が発信する「番屋エコツーリズム」は、フェイスブックページも充実しているが、NPOスタッフの楠田拓郎さんは意外にもウェブより「まず紙」と言う。

東北を訪れる人は、景色や食、温泉といった趣向や、移動に時間がかかる面から年配が多い。そうすると紙媒体が有効になる。特に旅行会社のパンフレットは何千部と配布されるうえに掲載は無料。今は、パンフレットを旅行計画の参考に使う人も多いので、そこにプログラムが載っていれば、直接の集客に繋がると。

楠田さんは「まずは旅行会社がパンフレットに載せたいと思うような面白いプログラムを作ることが大切。それをどう見せるかは、プロである先方にお任せしています」と話す。

目下の課題は、写真に出にくい魅力をどう説明するか。「例えばサッパ船の魅力は景色だけでなく、漁業についての学びや漁師の人柄、語り口、操縦の腕。実際は、いい笑顔の漁師が1時間案内するだけでほとんどのお客様が満足してくれます。そういうソフトの部分をもっとうまくアピールしたいですね」。

漁師の操縦する磯船で北山崎を進む「サッパ船アドベンチャーズ」。田野畑で人気のアトラクションだ（約1時間で1人3500円）。

村人の参画に必要なのは「お客様が喜ぶ姿を実際に見せること」だという。例えば番屋ツアーも、最初はガイドの漁師探しに苦労した。全てが当たり前で話すことなどないと。そんな時、楠田さんはとにかく現場に来てもらい、自分がガイドして見せながら分からない部分を漁師に振った。「このロープの太さの違いは？」漁師が説明すると参加者から「おお！」と歓声。その反応に途中から火がつき、終わる頃には立派なガイドになっているという。

このように楠田さんらスタッフは、外から来た人が求めるものと村人の常識の差を埋める努力をしてきた。小中高校からの体験学習に対し現在80世帯が受け入れ登録している民泊でも、村人たちは「ご馳走作らなきゃ」「普段9時に寝るけど今の子は夜遅いよね」などと言う。それに対し、普段通りの生活をしてお願いする。食事も質素なものでいい。一緒に作ると、子供たちは今まで食べなかった煮物も酢の物も残さず食べる。数回経験すればそういった民泊の意義を掴んでくれるという。

サッパ船ガイドの皆さん（現在は6名）。彼らの漁師としての経験や知識に加え、人柄・語り口・表情も立派な観光資源だ。

POINT 3 村人の参画はまず体験してもらうこと

田野畑村が体験型観光に取り組んで約10年。観光収入はトータルで年100万円程度から2千万円に増え、現在6名いるサッパ船のガイド収入も1人当たり年30万円程度から130万円に。ガイドは全員本業が漁師なので、早朝に漁をした後の時間を使った副収入になる。

参画する村人も増え、ネイチャーガイドや津波語り部など含め約50人が随時、その他民泊の受け入れや料理体験の手伝いなども合わせると、人口4千人弱の村で10%近い村人が何かしらの関わりを持っている。

POINT 4 状況を見て検証・改善を繰り返す

プログラムを作って実行し、期を見て変える。田野畑村ではこのサイクルがうまく、早く回っている。

例えば語り部ツアーは、震災後の8月と早い時期から開始。4ヵ月で1600人もの集客があったが、今は減少傾向にあるためすでに方向転換に入っている。

楠田さんは言う。「これからの語り部は、過去の事実と共に、現在と未来の話をしなくては。震災後どう取り組んできて、今後は何を目指すのか。それこそニュースでは分からない、現地だからこそ聞ける話じゃないかと思います」。

効果が出るまで3年は我慢の時

最後に、今後エコツーリズムに取り組みたい人へのアドバイスを聞いた。

「よくあるのは、行政の事業や補助金に乗って始め、1～2年で予算が尽きて諦めてしまう例です。でも効果が出なくても3年は頑張って欲しい。僕たちも4年目から伸びました。行政としっかりタッグを組み、5年は面倒を見る覚悟をしてもらってNPO側も必死にやる。それが理想ですね」。

田野畑村の今後の課題は、ガイドの新陳代謝だという。例えばサッパ船ガイドは平均60歳。20年先を見据え、若手漁師へのアプローチや、外部の志願者を募るなどの手を打ち始めている。

成長・進化を続ける田野畑村。多くの地域に参考になるヒントが数多くあった。

2011年8月から開始し、4ヵ月間で1600人を動員した「大津波語り部」。今後は、今と未来を語る内容にしていく。

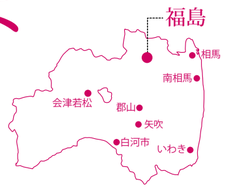
フォトエッセイ

東北のいま

［12］「ハーバード・ビジネス・スクール学生の視察」

福島市・あんざい果樹園

写真・文＝岐部淳一郎



"So the first one we look at is what can I do in the short term ……"

髪を短く切りそろえた筋肉質な男性が両手を広げて話し始めた。声は低いがよく響き、とても早口だ。それを彼の脇に立った男性が通訳する。「僕らの説明するプランは2つあります。1つは短期的にどうやって人を集めてくるか。2つめには、そうやって集まってきた人を長期的で持続可能なものにつなげていくかです」。

これはアメリカの名門大学院、ハーバード・ビジネス・スクール（以下、HBS）の学生グループが訪れた、福島市のフルーツライン沿いのあんざい果樹園でのシーンだ。あんざい果樹園は、りんご、なし、ももなどの果物を生産している。彼らはビジネススクールの海外体験プログラムの訪問先として東北を選び、この日、あんざい果樹園を訪れた。

彼らがプレゼンテーションをしているのは、震災前より半減以下になった売上を戻していくにはどうしたらいいか？　また、施設内のコミュニティスペースを運営していくにはどうしたらいいか？　というテーマだ。17人が4つのグループに分かれて提案を行った。

野球の大会などの地域に根ざしたイベントを開催して、地元へのファンや協力者を募っていく。地域の名前……「ニワサカ」をフルーツのブランドとして育てていく。「ひょっとして既に実行しているかもしれませんが」という前置きをした上で、放射能検査済みのシールを貼って出荷する……など。この他にもフェイスブックを活用したプロモーションなども提案された。HBSの学生と聞けば、「世界で一番頭の良い人たち」という印象を持つ。「最初は、私にはとても実行できないようなことを提案されるのではないかと思っていました」と、コミュニティスペースを運営する木下真理子さんは話す。でも、実際は、どれも実現できそうなものだった。それも、相手の状況も加味した上で現実的なプランだ。

実際に会ったことで、「ハーバード・ビジネス・スクール」という言葉への印象は変わった。「これから世界で活躍していく人たちに、今、私たちが抱えている問題を、情報としてではなく実際に会って伝えられたことは貴重だと思っています。彼らが持つFUKUSHIMAのイメージに何か一つでも良い変化をもたらしたのなら」と木下さんは振り返った。

沿岸一面銀世界

岩手県大槌町、城山公園からの景色。１月は沿岸部でも大雪に見舞われ、一面銀世界が広がった。

6商店街が集結！復興グルメ大会

―「県・地域を越えて」の新しい潮流―

１月20日、宮城・岩手の仮設商店街が集い料理を競い合う「復興グルメF―1（エフワン）大会」が宮城県気仙沼市の仮設商店街、南町紫市場で開催。県内外から約１５００人が来場した。

オリジナル料理の競演。優勝は気仙沼に

味を競ったのは6商店街。岩手県から、大槌北小福幸きらり商店街の「めかぶシフォンケーキ」、おおふなと夢商店街の「さんまばっとう」、高田大隅つどいの丘商店街の「なっちく」、宮城県からは、南三陸さんさん商店街の「タコカレー」、おがつ店こ屋商店街の「雄勝丼」、そして会場である気仙沼復興商店街の「サンマティーヤ」だ。

小雪舞う寒さにも関わらず、県内外から約１５００人が来場した。

いずれも地元の食材を使った創作料理。うち4商店街が新作を考案して臨んだ。

食べ比べしてもらえるよう、サイズを小さくし1品３００円で統一した。各３００食がほぼ完売。来場者は受付に設置された箱に割り箸を入れて投票した。

グランプリに選ばれたのはトルティーヤにサンマの甘露煮を包んだ「サンマティーヤ」。2位はタコの唐揚げを乗せた「タコカレー」、3位は、サンマのつみれをすいとんで包んだ汁料理「さんまばっとう」だった。

「沿岸地域で協力を」。岡山のNPOが繋ぐ

大会の主宰は同市場と、岡山県に本部がある国際医療救援団体「AMDA（アムダ）」。AMDAは震災直後の医療・物資支援から、無料巡回診察や診療所の開設など、各地で活動を続けてきたNPOだ。その中で、三陸沿岸が県や地域を越えて協力し、自分たちで魅力を発信できるようになればと、昨年からは地域を繋ぐ交流事業にも取り組み始めた。

F―1大会を企画・推進したAMDAの大政朋子さんが注力したのは、各商店街に主体性を持ってもらうこと。こまめに訪問し、他地域の進捗や工夫を報告しながら、「絶対優勝！」というやる気を盛り上げていった。

次回主催地に挙手が！会場が感動に包まれた

大会の成果は来場者の盛況だけではなかった。表彰式の後、主催商店街の副理事長が壇上から次回の開催希望地を問いかけたところ、半数以上の商店街から一斉に手が挙がった。この瞬間、会場が震えるような感動に包まれたという。また大会終了後、大政さんの電話には各商店街から今回の反省点や次回への提案が寄せられた。それらはどれも参加者ではなく主催者側に立った視点だったという。

被災地の人々が他の被災地を見る機会は意外にないが「訪れることで自分の所以外の大変な現状を目にしたり、皆頑張っているんだと気づいたり。今まで支援される側だった人々が、他地域を『応援する側』にも回るのです」と大政さん。

これまで地域ごとに懸命に進めてきた復興だが、今後は県・地域を越えた交流・協働にも期待が膨らむ。例えば3県の港から大漁旗を掲げた船が集結するイベントや、漁師が腕を競う大会、特定の魚介・農産物を使った新商品のグランプリなど。東北の人々が元気になり、観光客誘致や三陸の新ブランドづくりにも繋がるような企画はさまざま考えられそうだ。

F―1大会の次回開催は大船渡の夢商店街に決定。4月21日の予定だ。

編集後記

ハーバード経営大学院の生徒30人が、震災後の復興の現場を学ぶため日本を訪れた。世界のビジネスにおける最高学府で多くの事例研究を行っている彼らが、東北をどう捉えたのか興味が尽きず、最終発表を聴講させて頂いた。

12日間に及ぶ日本滞在で、被災地にも入り多くの取材を経た彼らのレポートは、現場にフォーカスされていた。特に活動にあたっての「リーダーシップ」や「想い」の重要性を説いていた。PCの前に座って考えたのではなく、現場の声を聴かなければできない内容だ。

感銘を受けたと同時に、復興に関する情報が、海外へ発信できていないということも痛感した。彼らは来日前に、ほとんど今回の研究対象に関する情報を得られていなかったのだと思う。同じ12日間で活動した6チーム中、最も深く考察できていると感じたGoogle社のケースは、事前に米国内での取材を行い、ウェブでの事前調査もできたのであろう。多くのインプットが、良いアウトプットに繋がっていると感じた。

事前に英語での情報提供ができていたら、もっと深い考察が出来たのではないだろうか？われわれの努力不足だったのではなかろうか？自省し、英語での情報発信をがんばろうと決意を新たにした次第だ。（T）

おいしい復興

かき屋の大ちゃん

今が旬!プルップルでプリップリ 三陸の牡蠣を食らう

ジューシーな牡蠣（２０個）に加え、ムール貝（1kg）も味わえる「牡蠣まさむねセット」３９８０円。

今更ながらネット通販の力を思い知った。「ティーン！」と軽快な音色を響かせ電子レンジから現れたのは、つい数日前に「ポチッ」とクリックして呼び寄せた宮城県石巻市出身の牡蠣たちだ。

焼いてよし、蒸してよし、ティーンしてよし。親潮・黒潮の交差点、世界三大漁場といわれる三陸沖で育った牡蠣は、その調理方法を問わず、素材が持つ新鮮で濃厚な旨味を隠しきれない。宝石箱のような貝を開くと、プルップルでプリップリの身を惜しげもなく披露してくれるため、思わずお酒が進む。また「海のミルク」という異名の通り、ミネラル等を豊富に含み栄養満点だ。

牡蠣は育った浜により、味や大きさに特色があるという。Yahoo!JAPAN、東の食の会が運営する「三陸フィシャーマンズプロジェクト」ではその点に着目。渡浜・牧浜・竹浜・狐崎浜の4つの浜、6団体の牡蠣それぞれの特徴を活かした、個別ブランド化に取り組んでいる。我々にとって一人ひとり「おふくろの味」が違うように、母なる海で育まれる牡蠣は、一粒ひとつぶ、育てた漁師の熱い想いが詰まっているのだろう。今回食した牧浜産は、栄養豊富で穏やかな湾の出身で、ミルク感と塩気のバランスが絶妙だ。

その時期の旬な食べ物を、季節を感じながら味わう。今やそれはクリックひとつで実現可能な時代になった。そして牡蠣はまさに今が旬。この最高の贅沢を逃すまい。（K）

絆の継承

私達は五つのキーワード
伝承、集い、賑わい、健康、減災をテーマに、
東北復興活動のお手伝いをいたします。

地域の生活スタイルに合わせた、コミニュティ形成とは？
四季を感じられ、街に賑わいを呼ぶ空間づくりとは？
災害の教訓とそこから生まれた絆を次の世代に受け継ぐためには？
災害発生時の被害を低減させるための備えとは？
あらゆる世代が青空の下で汗を流すそんな健康づくり都市とは？

伝承 集い 賑わい 健康 減災

コトブキ復興 検索
http://www.townscape-net.jp/blog

東北の未来に向けて
コトブキ東北支店スタッフによる
ウェブサイトがオープンしました。

株式会社コトブキ　本社：東京都千代田区神田駿河台1-2-1　お問合せ先：コトブキ 東北支店 仙台市若林区卸町2-12-10　TEL：022-284-1011　FAX：022-284-1088　URL：http://www.townscape-net.jp