

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

無料

第23号

月1回 発行

創刊 2012年(平成24年)1月16日月曜日

特集
4~5面

三陸の水産業は生まれ変わるのか



3面 企業による復興支援のこれから vol.4



6面 福島の桃源郷・花見山。2年ぶり開園のにぎわい

7面 徳島県 神山町
「奇跡のNPO」が起きた転入者増

8面 被災地の姿を映画で伝える



東北復興新聞

2013年(平成25年)4月29日月曜日

震災で出荷ができなくなりた事業者は、他の事業者に市場を奪われてしまうケースが多く、事業再開しても前からの顧客との取引が戻らず苦戦している。さらに放射能の風評被害や、大手小売り業界のプライベートブランド強化による中小スーパー・マーケットの縮小など市場環境は厳しく

業務用事業から、消費者の方々にダイレクトに販売する事業主体にビジネスモデルを見直した。全国の得

魚料理を毎月届ける、継続販売モデルが主軸。震災から取り組みを始め、震災時に毎月5千人のお客様が購入するまでになった。震災後もその数は増え、現在1万5千人までになり、業務用事業の落ちこみを補っている。これを軸にしながら、同じターゲット層を狙

「領布会」という、旬の魚料理を毎月届ける、継続販売モデルが主軸。震災から取り組みを始め、震災時に毎月5千人のお客様が購入するまでになった。震災後もその数は増え、現在1万5千人までになり、業務用事業の落ちこみを補っている。これを軸にしながら、同じターゲット層を狙

の前顧客に満足してもらうことを意識している。市場が大きければ貰つてくれる人もいるだろう、というのではなく、小さなところでもファンをつくり、そこでシェアが取れるビジネスを目指す。そのためにはどんな商材がいいか、どんな売り方がよいのか、手の届く小さな範囲から実験を愚直に繰り返し、声を集めモデルを検証する。この事業を始めた時は126人のお客様。そこからのスタートだった。

Q 水産業の現状をどう見るか?

い。その中で我々は、震災前以上に稼ぎだす力をつける必要があり、事業内容やターゲットなどを見直しなくてはならない状況にあるのではないか。

意先を訪問して今後の販売についてお聞きしたところ、顧客の業種業態による意向に偏りがあることが分かった。比較的取引の減少幅が少なかつたダイレクト販売に経営資源を集中する決断をした。

Q ダイレクト販売をしているのか?

自前のコールセンターを活用して、お客様からの問合せや要望、クレームなどを一つひとつ整理し、これを分析しながらサービスの改善や商品開発へつなげている。例えば「あの商品は味が濃い」「旅行に行くから今月はいらない」こうした一つひとつの中は宝であり、どんなお客様がどのように食べているのかを把握できる。

目の前の顧客に満足してもらうことを意識している。市場が大きければ貰つてくれる人もいるだろう、といふのではなく、小さなところでもファンをつくり、そこでシェアが取れるビジネスを目指す。そのためにはどんな商材がいいか、どんな売り方がよいのか、手の届く小さな範囲から実験を愚直に繰り返し、声を集めモデルを検証する。この事業を始めた時は126人のお客様。そこからのスタートだった。

Q 今後の三陸水産業の展望は?

特に川上部分は、物流や設備もからむので、地域全体として取り組む必要があるだろう。今まで個々が

震災後に事業構造の転換を図りながら、震災前の水準まで売上を回復させた岩手県釜石市の水産加工企業、小野食品株式会社。代表取締役の小野昭男氏にその戦略と共に、今後の三陸水産業の展望を聞いた。

B2BからB2Cへ事業転換を遂げた小野食品

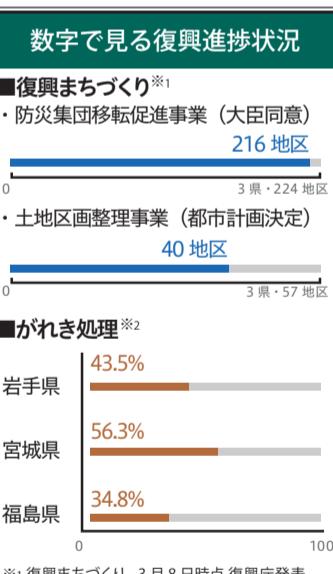
Q 顧客開拓のマーケティング手法は?

う業務用のお客様にも商品提案を行っていく。

三陸地方は世界三大漁場から豊富な魚種が水揚げされ、加工に向いた原料が比較的安価に仕入れられるまれた立地にある。一方、加工や組み立てという従来からの工程だけに特化していると、同じ事は中国でもっと安くできると競争にさらされてしまう。

特に川上部分は、物流や設備もからむので、地域全体として取り組む必要があるだろう。今まで個々が

売業の売り場だけに頼らない消費者に向けた取り組みも必要だ。



「支える人を支える募金」です。赤い羽根。

東日本大震災の被災地における支援活動を支援するため、「災害ボランティア・NPO活動サポート募金」を運営しています。

- 寄付や助成のお申し込みは[こちらから](http://www.akaihane.or.jp)
www.akaihane.or.jp 赤い羽根 検索

- 5月10日(金)から第11次の助成応募を受け付けています。締め切りは5月24日(金)

ボラサボ公式Facebookページ
「ボラサボfacebook」で検索。耳寄り情報を毎日更新中

ボラサボ・メールニュース
登録はwww.akaihane.or.jpから

問合せ先

中央共同募金会 企画広報部（ボラサボ担当）
TEL: 03-3581-3846 (FAX: 3581-5755)
support@c.akaihane.or.jp



赤い羽根の中央共同募金会

岩手県における仮設住宅の調査結果が発表された。本調査は、北は宮古市から南は陸前高田市まで、沿岸6市町の仮設団地住民を対象に、いわて連携復興センターが岩手県や各市町村の協力の元で半年に二度行っているもの。生活環境や就労、コミュニケーションの状況、住まいの見通しなどについてまとめられた。

きな課題となつてゐる住まいの見通しについて、全体では27%の左が「既に見通しが立つてゐる」となり、昨年7月に行つた前回調査の13%の2倍を超える結果となつた。進捗が見られるのは喜ばしい一方、「何もしていない」「検討し始めている」が各3割と、半数以上が具体的な見通しが見ていない状況だ。

い層にその理由を聞くと「高台移転、区画整理等、確定するのを待つていて」が49%と復興の進捗情報の重要性が見て取れる。そして着目すべきは、住まいの見通しと情報満足度の関係性だろう。住まいの見通しがあるものの53%が、今後の生活に必要な情報に対しても満足している一方、満足のない人の満足している割合は36%に留

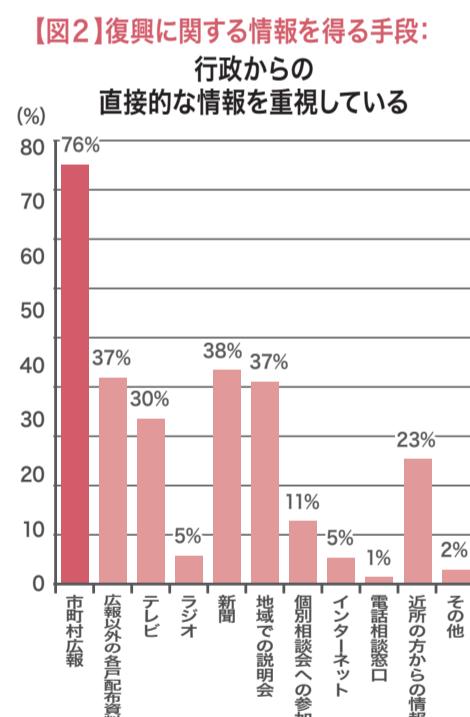
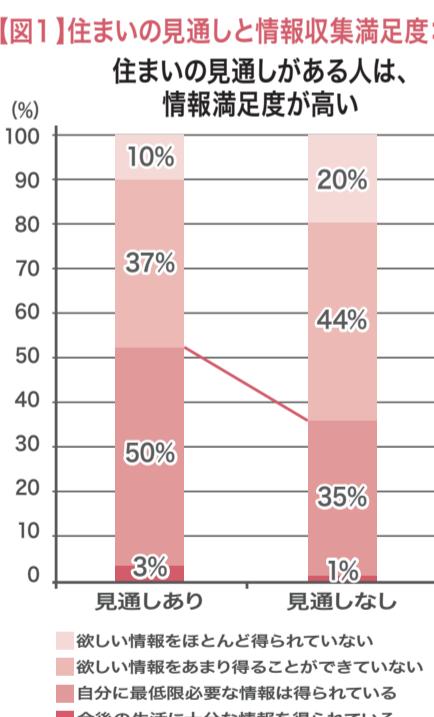
まる。必要な情報は「無い」だけでなく「伝わっていない」現状が見て取れる。(図1)住まいの見通しと情報満足度)

もう一つ着目すべきは、住民の情報取得手段だ。新聞(38%)やテレビ(30%)、インターネット(5%)を大きく上回るのが「市町村広報」で、76%という結果となつた。様々なメディアがある

村は広報力の強化が急務だが、一方多くの復興事業でマンパワー不足が続く中、行政だけでそれを行うは厳しい現状もある。例えば我々RCFも釜石の住民コミュニケーションをお手伝いしている。復興支援員などの仕組みを活用しながら、いかに外部と連携していくのかが問われていると言えるだろう。

岩手県 仮設住宅調査

復興の情報源は圧倒的行政から 市町村は外部と連携して広報力の強化を



リーダーズインタビュー

社を設立採算の「で進めるつまつたついてついている。Q.どのよえているの、は出てく町の主産

事業」ありき
もりだ。
「かうな事業を考
か?
業である水産
バーは、
ンディン
まち
ウエブ上
材をま
どのよう
加工業
も重要。中で
路開拓が課題
のプラ
きなが
な継続
界もあるため、
て直して町の
エリアを創造
収益を上げ、

志に女川町として商とめ、女川のブラグを研究する。づくり会社のメンサービス業や水産販売モデルを考える。発協議

町のまちづくり推進議会のWGへも参加し
言してきた
今後町内に商店街や公
設施ができて行く中で、
「ただでなくてその中
何を入れ、どう継続運
していくのかが重要だ。
さわいは震災前から課

あべ よしひで
阿部 喜英さん

【プロフィール】

本業は河北新報の女川販売所の所長。震災直後から新聞配達を再開、その後もフリーペーパーの制作を行うなどしながら必要な情報報を多方面から届けた。商工会理事、観光協会副会長、教育委員

側で継続管理を行う
望ましいと考える。

町の未来にどのような
ジヨンを持つている
協云副会長、教育委員
も勤める。

特別な観光
名所がある訳
でもないけれ
ど、常にどこ
かで市が立つ
ているような
やかな雰囲気がある
遠くから大型バスで
数が来てくれるよ
近隣の町から頻繁に
に来てもらえるよう

トを年に1回やるより、1千人くる市が毎月行われるような、そんな町をイメージしている。女川は小さな町で団結力も強い。コンパクトなまちづくりをすれば、皆がもっと連携しやすくなるって良い町ができる。ナーワードは「循環」。人も、お金も、自然の東みも、常に循環して、派子でなくとも自立持続可能な町づくりに少しでも力を尽くせねばと考えて

題だつたし、震災後に町内にできた仮設商店街も皆が必ずしもうまくいってはいない。

民間側で継続管理を行うのが望ましいと考える。

な、1万人が来るイベントを年に1回やるより、1千人くる市が毎月行われるような、そんな町を



お問い合わせ

JFA・キリンスマイルフィールド事務局

0120-773-903 受付時間：10時～17時
(土日・祝祭日を除く)

●開催場所：小学校内（校庭や体育館など） ●学校側の費用
このプロジェクトは、「復興応援キリン絆プロジェクト」の一環として、子

- 開催日時:2011年9月～2013年12月末日(予定) 日時は学校側のご都合に合わせて実施します。
- 開催場所:小学校内(校庭や体育館など) ●学校側の費用負担はございません ●ボールやゴールなどは寄贈いたします



宮城県

今 年1月から「カキ屋の大ちゃん」の屋号でヤフーの通販サイトを始めた、牡蠣漁師の佐藤さん。以前は消費者の顔を意識することなど無かったという彼がインターネット販売に乗り出したのは、地元石巻市牧浜(まきのはま)の復興が大幅に遅れているから。まだ牡蠣の処理場は復旧されておらず、漁協ルートでの出荷ができる状態なのだ。

開始して4ヶ月。顧客から直接届く声に手応えを感じ、今ではFacebookで熱心に情報発信を行う日々だ。一方、水産業の復興に関して六次産業化の言葉を聞くことが多い中、「漁師は物を作り提供するのが本来の仕事。情報収集や営業などまで手を掛けてしまっては負担が大きくなる」と言う。専門的な事はヤフーのようなパートナーと連携しな

がら、自身は生産に専念するのが佐藤さんの描く六次産業化だ。

「大切なのは、生産現場に消費者の声を活かすこと」。安心安全面への配慮はもちろんのこと、生産現場の改善や試行錯誤を重ねて、牡蠣1粒ひと粒の価値を高めている。そのためにも消費者との直接の接点が重要と言う佐藤さんは、朝獲った新鮮な牡蠣を軽トラックに載せての移動販売の計画も立てている。

震災前は消費者を意識したことが無かったという一人の漁師が、まったく違う意識で海に向かい牡蠣を育てている。新しい三陸の水産業は生産者の意識の変化から始まるのではないだろうか。

「カキ屋の大ちゃん」
佐藤清之さん
Kiyoyuki Sato



あれ変わるのが ここ挑む シャーマン

ながら始めた挑戦者たち

ニティから疎まれ地元で生きにくくなることもあると言う水産業の現場。隣の浜同士でいがみあうような話を聞くことも少なく無い。「ここには、新たな挑戦のために立ち上がった人々が集まっています。彼らがこの場を通じてつながることで、自分たちだけではないと苦しい時も踏ん張ることができるようになれば」。高橋さんは言う。

震災前から担い手不足が深刻だった三陸の水産業。ここで生まれたネットワークが地域を越えた連携を生み、産業全体の発展へつながっていくのだろうか。



福島県

原 発事故の影響により操業の自粛が続いている福島県の沿岸漁業。昨年6月より安全性が確認されている一部の魚種を対象とした試験操業が開始された。復興へ向けた一步ではあるものの、何年後に本格操業を再開できるか先が見えない状態が続いている。

現在は東京電力からの営業補償金もあり試験操業も一部の漁師が参加するのみだが、「このまま待つだけでは駄目になる」「若い奴らに背中を見せたい」と新たな挑戦を始めた男たちがいる。漁師の菊地基文さんと、魚問屋を営む飯塚哲生さん。幼なじみという2人は、地元相馬市の特産品でもあった「どんこ」を使用した加工食材の開発を開始した。「とにかく肝が美味しい」というどんこ。肝と身と一緒にたたいてボール状にしてつくる「どんこボール」は、船の上で11年間まかない担当だった菊地さん

が自信を持って紹介する漁師料理だ。「いわしなどの青物との違いは、独特のやわらかい白身と肝の脂がつくるふわふわした食感。たまりませんよ!」

相馬市では現在どんこは水揚げされておらず、原材料は北海道や青森から仕入れている。地元のスーパーでも見ることは無くなったどんこだが、地元の食文化をつないでいきたいと言う。3月末に行われたイベントではどんこボールを入れたどんこ汁を販売し、用意した250杯が即座に完売して手応えを感じている。「これから福島の水産業において加工の重要性は高まるだろう。漁に出れない今だからこそ、新たな挑戦の時だと思う」逆境の中から生まれる新たな価値の今後を見守って行きたい。

沖合底引き網漁船「清昭丸」船主
菊地基文さん Motofumi Kikuchi

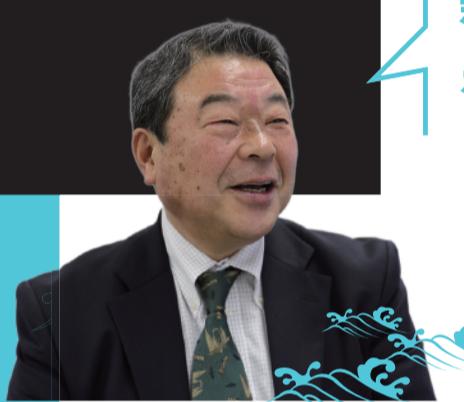
飯塚商店
飯塚哲生さん Tetsuo Iizuka



どんこボールで
相馬復活の狼煙を上げる

顧客の声を 生産現場へ反映

(株)三陸オーシャン
木村達男さん
Tatsuo Kimura



宮城県

新しいホヤ拠点 を三陸に

ホ ヤおやじの愛称で親しまれる木村さんがホヤを材料とした加工会社を設立して今年で9年目になる。宮城県は全国のホヤ生産量の実に8割を誇ったが、震災でほぼ全てのホヤが失われた。現在は北海道から材料を仕入れ赤ほやを使って塩辛やジャーキーなどの商品を販売しながら、ホヤの普及に全力を注いでいる。

そんな木村さんが新たな取組みとして現在計画しているのが、新たなホヤの拠点づくりだ。ホヤに特化した

加工施設をベースとしながら、六次産業化を推進する為の研究開発機能を持たせる。そして、漁師料理が食べられる食堂を併設するとともに、ほやクルーズなどの観光ツアーを行う拠点にする。加工施設に外部との交流機能を持たせるこの形を、今後の新たな三陸水産業のひとつのモデルケースにしたい考えだ。

「2007年に石巻で開催した『世界ほやエキスポ』には8千人が来場し大いに賑わった」「世界中に2千種類あるというホヤのうち食べられているのは3種類だけ。しかも食べているのは4カ国だけ」。木村さんはホヤの無限の可能性を強調する。来年の夏からは、震災後に種つけされた復興ホヤの水揚げが始まる。ツウ好みのこの海産物が生まれ変わり、新たな三陸水産業の代名詞となることができるかは、「ホヤおやじ」にかかるところにかかるのかもしれない。



岩手県

元

々は鍼灸師だったと言う奈良さんは、ボランティアとして震災直後から被災地に入る。石巻市の避難所で活動した後、大槌町を拠点に仮設住宅の支援活動を継続して行ってきた。長期の活動により地元コミュニティとも関係ができるといった。コミュニティ支援の活動を続ける中で、時間の経過とともに仕事の場をつくり出す重要性を痛感。主要産業である水産業の復興のための活動を開始した。

「外の人間だからこそ、気付くことのできる地元の魅力がある。」と話す奈良さんは、船の共同利用を地元漁師に提案するなどしながら、新しい形を模索している。目下取り組んでいるのは、東京におけるイベントを通じた広報支援。東北と東京を食でつなぐイベントを企画したところどれも盛況で、三陸の海産物のブランド力を肌で感じた。今後は、生産者の代わりに販路を獲得する、いわば営業代行的な立ち位置を目指す。「漁協などにも価値を提供できれば、ビジネスとして双方にメリットを出せる」と想いを語る。

震災後2年の時が経過したが、今も奈良さんのような多くの「ソトモノ」が被災地に貢献したいと考えている。販路開拓分野におけるこうしたソトモノ活用も、新しい三陸水産業のひとつの形と言えるだろう。

ソトモノが営業機能を代行

宮城県

自

らを、「営業漁師」を名乗る阿部さんは、震災後、東京の半導体会社からUターンし、石巻市牧浜の実家で牡蠣の養殖業を営んでいる。「漁師は魚を獲つて終わりではない。だれが食べてその結果どうだったのかというところまで追いかけないといけない。それが、品質の良いものを作るモチベーションにつながる」と語る。

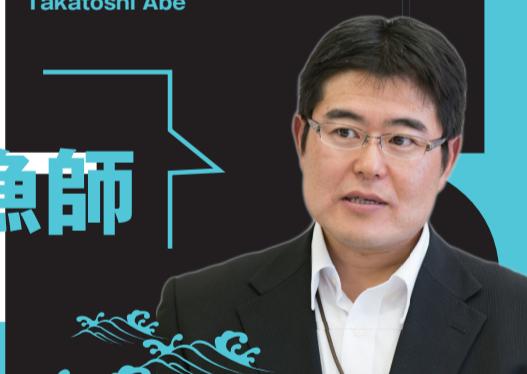
東京など各地でイベントが開催されると聞けば自ら出向き、自分が作った牡蠣を食べてもらい、ファンを増やす営業を行う。真剣にお客様の声に耳を傾け、特にお互いのコミュニケーションを大事にしている。

さらに阿部さんには「バーチャル漁師」というおもしろい構想がある。首都圏など都市の方々に漁師の仕事

を、ITを活用しながらバーチャルに体験してもらうのだ。個々の工夫を取り入れた養殖法をチャレンジしたり、天候や海水温等の自然条件により成長具合の変化を遠隔からリアルタイムで体験出来るシステム。多くの人に「自然とは?環境とは?」といった事を考える機会を提供しながら、漁業に関心を持ってもらいたいと考えている。

新たな発想で地方の生産者と都市の消費者の関係に切り込む阿部さん。目指す姿は、三陸の生産者側だけでなく、消費者側も変革した、新しい日本の姿なのかもしれない。

牡蠣漁師
阿部貴俊さん
Takatoshi Abe



都市と浜をつなぐ バーチャル漁師

取材を終えて

本特集の入稿日にあたる4月23日、復興庁は宮城県の水産業復興特区申請を認定、石巻市桃浦地区において漁業権が民間企業へ開放されることとなった。宮城県漁協を始めとして業界からの反発も強いが、三陸の水産業が変わりつつある事例であることは間違いない。

今回取材した三陸フィッシャーマンズキャンプや、そこで出会った、記事で紹介した5名

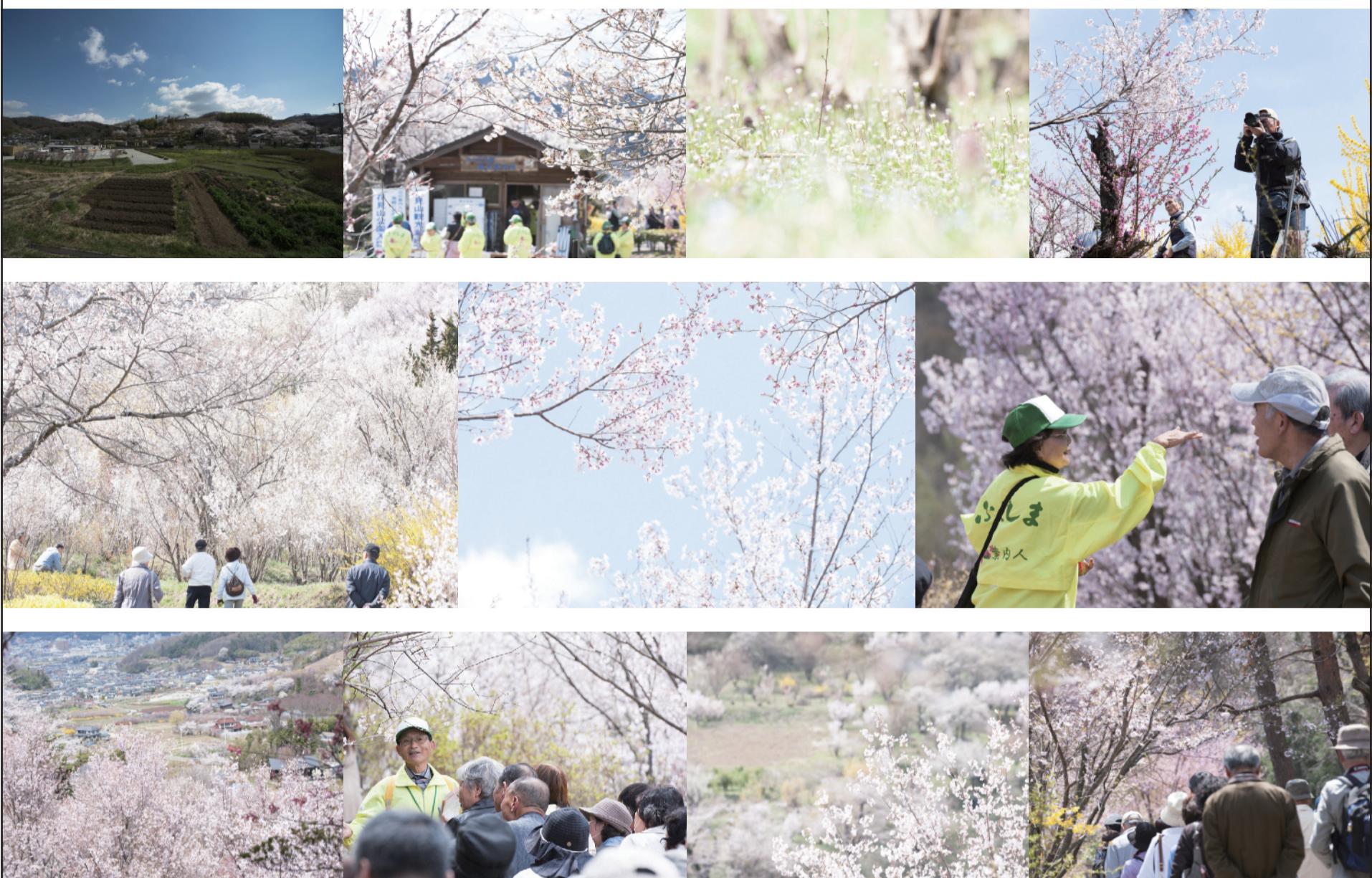
を含む20人の挑戦者たち。彼らもまた、変化そのものだ。三陸の水産業は変わるべきなのか、どう変わるべきなのか。誰も明確な答えを持たぬまま前に進んでいるのかもしれない。ただしこの一つひとつ変化の点が他の点とつながり、線となり面となり、大きなうねりとなった先にのみ、輝かしい未来が存在するのだろう。

その未来はきっと来る。熱を持って議論するフィッシャーマンたちは、そう思ってくれるエネルギーに溢れていた。牧浜に処理場ができる頃、復興ホヤが全国の食卓に並ぶ頃、福島の海で本格操業が再開する頃、その未来が見えてきている。



三陸フィッシャーマンズプロジェクトとは

三陸から新たな水産業を創ることを目的に、ヤフーおよび、オイシックスやカフェ・カンパニーなどによる東の食の会が主体となり立ち上がったプロジェクト。三陸の水産品のブランディングや広報支援、地域や業態を超えた連携の場づくりなどを行う。



東北のいま

フォトエッセイ

[15] 福島の桃源郷・花見山。
2年ぶり開園のにぎわい

写真・文=岐部淳一郎



「福島に桃源郷あり」。写真家・秋山庄太郎がそう称し、20年に渡って通い続けた花見山。

4月上旬の週末。福島駅から出ている臨時バスは人であふれていて、降車場から花見山までの道程にも絶えず大勢の人々の姿が目に入る。地元の園芸農家が育てている色とりどりの花を味わいつつ、豊かな桜色をパッチワークした絨毯のような花見山を目指して歩いた。市街から4.5キロメートル程度の距離にもかかわらず、眼下には、菜の花やチューリップの畠など、青々とした畑が広がる。空は高く青く、そして濃い。ところどころに土筆も見える。

花見山公園が開放されるのは2年ぶりのこと。震災前は、毎年30万人以上の人人が訪れていたが、震災後の原発事故で

来園者数が大幅に減ったことや畠の手入れが必要になったことから、園主の阿部一郎さんは休園を決断。2年を経て、「花が、福島の人たちの負けずに立ち上がる活力になれば」と再び開園した。

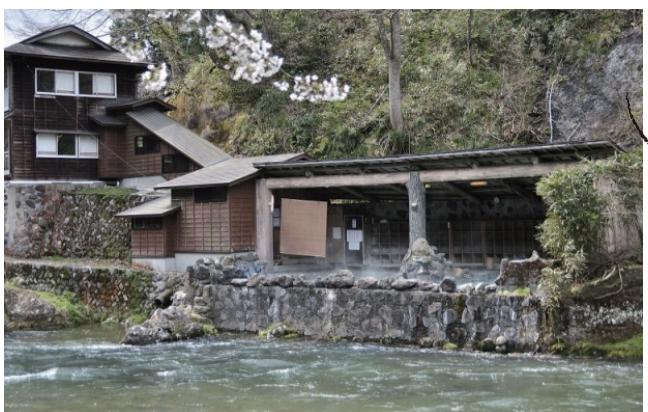
帽子をかぶり、杖を突きながら、笑顔で歩いて行く女性の二人連れ。真剣な眼差しで花にカメラを向ける男性。花を背景に記念写真をお願いする老夫婦。黄色いウィンドブレーカーを来た市民ボランティアスタッフが、旗を片手に花の見どころを案内する。この日、シデコブシ、トウカイザクラ、レンギョウ、おかめ桜、ヒヨウガミズキ、トサミズキが満開。ハナモモ、ソメイヨシノ、頂上のTOKIO桜は五分咲きだった。

「うちはうちの畠を皆様に開放している

だけですから。ここから見える景色は地元の農家さんの畠でもあります」と阿部さんは話した。ここから見える景色一体が、地元の園芸農家の畠全体が、花見山。

阿部さんは、大正8年生まれの93歳。少ししゃがれた、でも力強い声音で、自身の思いをよどみなく言葉にする。作業の合間を割り込むようにいただいた時間にも関わらず、グレーの襟付きの背広をしゃんと着て対応してくれた。折々見せる笑顔に引きこまれる。その姿を誌面にと、本人の写真撮影をとお願いすると、やんわりと断られた。

「私みたいな一介の農業者の顔を撮るより、桜を見てもらったほうが良いでしょう」と目を細めて笑った。



秘湯探訪
東北をゆく

vol 3

みちのく岩手 花巻 大沢温泉

東北新幹線で新花巻駅を降り、東
で西へ30分強。山間に佇む大沢温泉
は、湯治文化を温泉旅館とうまく融

合せた
深い一軒宿である
高級温泉旅館
の雰囲気の山木
閣 風情を残す
萬葉、易经

タイルで素泊まりが基本の自炊部と、それぞれ特徴のある3つの建物から構成される大沢温泉最大の魅力は、これら異なったリストを提供

全体としての一体感が絶妙なバランスで保たれているところであろう。

湯治文化と温泉旅館の素敵な融合

数ある風呂の中
でやはり一番は、
川辺にある露天風
呂の大沢の湯だろ

0198-25-2021
(三六閏)

視る人に
仕事の原点
を教えてく
れる。



災害ラジオ局「FMみなさん」は、町の体育館の一角から放送されていた。



無償でナレーションを務めた俳優の役所広司さんと、元「FMみなさん」の工藤さん。製作発表の会見にて。

今後一年の決意も込めて
この言葉に乗せたい。「あら
がとう。そして、これかこ
もよろしく」。(ひ)

「歩んだ道を振り返ろう。今まで書いた原稿を読み直した。稚拙な文章力に頭を抱えた。夜な夜なの作業をこなせたのは東北の熱量で励まされたこそだった。「王様のいる」。感謝の気持ちがこころを上げた。

東北復興新聞を手伝い始めた約半年。4月から大学4年生になり、就職活動も中盤に差し掛かつた。先日、面接官から「印象に残った記事や出会いは」と質問をされ、言葉を詰まらせてしまった。

春。平年より早く
開花した桜は、花見
の季節を待たずその
葉を散らしていった。
新しい学校。新しい
人との出会い。慌ち
だしい新年度のスタートに。
不安と期待が入り混じる。
職場。人との出会い。慌ち
だしい新年度のスタートに。
「友郎当手のためこい」

短篇後記

緒論後記

春。平年より早く開花した桜は、花目の季節を待たずそのまま散らしていく。