

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29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)10月28日 月曜日

特集
4-5面

社会課題解決型の
新商業施設

宮城県名取市の新商業施設・ ロクファームアタラタの挑戦



**女川弁で海の幸を
アピール**
宮城県女川町で10月10日、復興応援キリン絆プロジェクト水産業支援「女川ブランドینگプロジェクト」の調印式が開かれた。女川町からの申請を受け、町の水産業に対する支援として、日本財団を通して5000万円の交付を決めた。

女川町は、銀鮭や牡蠣、ホタテなどの養殖が盛んなほか、秋の味覚である秋刀魚は全国でもトップクラスの水揚げ量を誇っていた。震災を経て現在の水産業は、仮設工場などで一部営業を再開しているとはいえ、風評被害もあり販売量は減少。高齢化が進み、今後の水産業の担い手が育たないという課題もあった。

そこで、女川町の水産業の復活を目指し、女川で水揚げされる魚介類と水産業の魅力を高めるために統一ブランドを構築するプロジェクトが発足した。新たな

宮城県女川町

統一ブランドで水産業を発信

「あがいん女川」加工品と体験プログラム

宮城県女川町で、水産業の再生と町の復興を目指すブランドینگプロジェクトが始まった。キリングループと日本財団の支援を受け、町をあげてオリジナルブランドの商品開発・販路の開拓を進めるとともに、水産体験プログラムによる観光客誘致を目指す。

に生まれたブランド名は「AGAIN 女川(あがいんおながわ)」。英語の「AGAIN(再び)」と女川弁の「あがいん(食べてください)」を掛け合わせ、自慢の海の幸をアピールしていく。

**若手経営者たちの
強い結束**

プロジェクトの具体的な取り組みは主に2つある。1つは、女川ブランド認定商品の開発・販売だ。町内外の有識者によるブランド審査委員会を立ち上げ、選ばれた商品を「認定商品」として販売する。初年度は



10商品の開発を目指す。もう1つは水産業体験プログラム。ホタテの水揚げなど子供も楽しめるような水産業体験メニューを開発し、国内外から年間1万人の観光客を集めたいと目論む。

こうしたプロジェクトの推進役を担っているのが、復興まちづくり女川合同会社のメンバーだ。同社は、町内の事業者による「女川町復興連絡協議会」

町復興連絡協議会」内の一部会として活動していた「まちづくり創造委員会」が発展して生まれた組織で、水産加工業、飲食業、観光業などに携わる若手経営者8名が運営を行う。



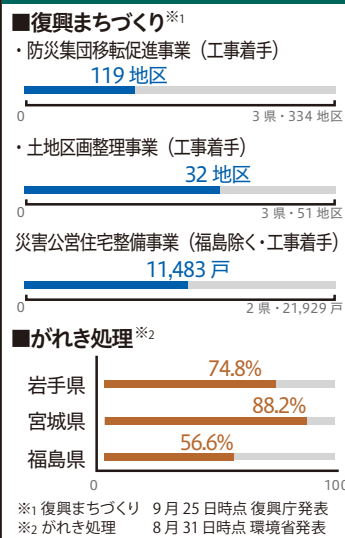
第一弾として発表された商品には、おかせい、マルキチ阿部商店、高政など地元の有名企業の商品が並んだ

同社代表の阿部喜英さんは、震災を機に町内の業種を越えた結束が強まったと話す。特に2012年3月に開催した「女川町商店街復興祭」が大きな契機となった。その後同年9月に合同会社の設立を経て、各事業者単独ではなく町をあげてブランドをつくる動きにつながっていった。

事業期間は13、14年度の2年間。実質、向こう1年強で、商品開発・販路の拡大

大、水産体験事業を軌道に乗せなくてはならない。女川町では現在、ブランド商標登録の準備や、新商品開発に向けた燻製機などの設置準備、さらに水産体験のモニター事業の開催など、ブランド構築に向けた動きを加速させている。近く専用のウェブサイトを開設し、全国に向けたアピールも開始する。

数字で見る復興進捗状況



2面

一般社団法人教育支援グローバル基金 理事・事務局長
坪内南さん

巻頭言

「東北被災地から、
未来を担う次世代リーダーを輩出」

3面

企業による復興支援
株式会社丸井グループ



手仕事グループと協働し
「循環型ファッション」

6面

大船渡市三陸町越喜来
「浜の台所 CAS センター」



届けたいのは
地域の食文化。

東北の
いま

7面

神奈川県 藤野



地域通貨が
つなげる
次世代コミュニティ

他
地域に
学ぶ

1~2年生の
挑戦も歓迎!

復興を担う『学生』右腕インターン募集!

ETIC. アントレプレナー・インターンシップ・プログラム



▶被災地 × 教育支援! 東日本大震災の被災児童にリーダーシップ教育を提供。

一般財団法人
教育支援グローバル基金
(ビヨンドトゥモロー)



▶トレーラーハウス
宿泊村「エルファロ」
の第2ステージ
“Elfaro café (仮)”
の立ち上げ!

女川町宿泊村協同組合
「エルファロ」



▶消費者と生産者・
加工事業者・飲食・
小売店を有機的につ
なげる『コミュニ
ティ型バリュー
チェーン』を創る!

株式会社フレスコ

ETIC. インターンシップ・フェア 2014 SPRING 12.07sat-08sun 東京で開催!



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: intern@etic.or.jp Web: http://www.etic.jp/

etic インターンシップ

検索

2分でわかる! NEWS ダイジェスト

9月21日～10月18日

政策

第7次復興交付金を申請

青森県を含む東北4県と45市町村は11日、第7次復興交付金として総額約180.4億円を国へ申請した。11月以降に配分予定。

復興庁、復興モデル66件を選定

復興庁は、東北復興に向けて先導的な取り組みの事業資金を援助するモデル事業について、応募数464件から66件を選定した。

集団移転と農地集約、窓口一本化

復興庁は、集団移転事業と跡地利用整備の促進を目的として、手続き窓口の一本化を行うと発表。事業推進の財源は復興交付金を活用する。

福島立地補助対象に17件を指定

福島県は、第4次企業立地補助金の対象として17企業を指定した。新規雇用者98人、総投資額約52億円、補助額約20億円を予定する。

生活・まちづくり

塩釜市内37事業所が離島支援

宮城県塩釜市内の37事業所で発足した塩釜市商業再生グループが、市の離島である浦戸諸島の住民に対し生活支援事業を開始した。

宮古市、震災遺構保存費を負担

岩手県宮古市は、同市田老地区の震災遺構、たろう観光ホテルの保存整備費を国にけに頼らず、市でも一部負担する方針を示した。

JR 東日本、釜石市にホテルを建設

JR 東日本盛岡支社は、観光促進を目的として、岩手県の JR 釜石駅前にホテルを建設すると発表した。今秋以降に着工し15年春に開業する。

岩手県、医療費免除を1年延長

岩手県は15日、今年末が期限となる被災者に対する医療費の免除措置について、全市町村の希望を受け14年12月まで期限を延長する方針を表明した。

宮古市、災害公営住宅が初着工

岩手県宮古市高浜地区で10日、市内では初となる災害公営住宅工事が始まった。12戸を整備し、14年3月の入居を目指す。

農業・漁業

山田町に新魚市場が完成

岩手県山田町で、津波の被害を受けた山田漁連と船越湾漁連の魚市場の新築工事が完了し、10月上旬から利用を開始した。

山元町、磯浜漁港の本格着工へ

宮城県山元町は、同町磯浜漁港の復旧工事を本格的に開始する。国の補助を受け、16年2月末までに防波堤などを修復する。

シラス漁の試験操業開始

福島県の相馬双葉漁協は11日、原発事故後初となるシラス漁の水揚げを始めた。試験操業は11月頃まで週2回のペースで行う。

吉野家が白河市に農業法人設立

福島県白河市で、吉野家HDが地元農家と共同出資で農業生産法人「吉野家ファーム福島」を設立した。生産物は吉野家が買い取る。

原発・放射能

大熊・楢葉に中間貯蔵を各5ヵ所

環境省は、中間貯蔵施設の整備における検討会で福島県大熊、楢葉両町に各5ヵ所の保管設備を設けることを基本方針に加えた。

双葉町、ボーリング調査を開始

環境省は11日、中間貯蔵施設の事前調査として福島県双葉町でボーリング調査を開始した。約2ヵ月間かけて10数ヵ所を調査する。

みなし仮設の入居期限延長へ

復興庁は、原発事故によりみなし仮設に入居する避難者の入居期限を現行の15年3月末からさらに延長する意向を示した。

その他

東北3県、要介護者が増加

厚労省の調べで、東北3県の震災後2年間における要介護者の増加率が全国平均を上回り、宮城、福島はワースト1、2と判明した。

三陸ジオパークが認定

岩手、宮城、青森の3県をまたがる三陸ジオパークが日本ジオパークに認定された。遺産の中には震災関連の遺構29ヵ所も含まれる。

企業による復興支援のこれから vol.5

【株式会社丸井グループ】 手仕事グループと協働し「循環型ファッション」



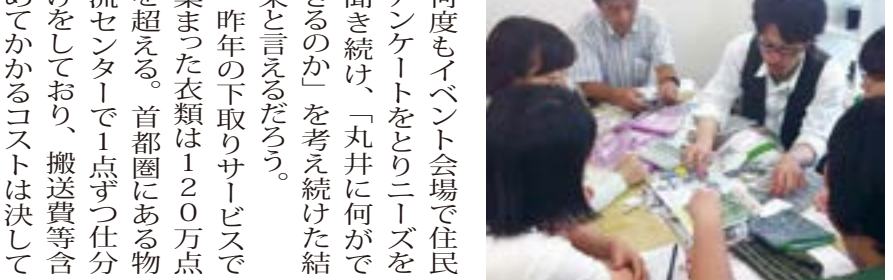
有楽町店で10月に20日間かけて行われた催事販売。国分寺、吉祥寺、なんば、錦糸町、海老名に続く6店舗目となった。

古着が伝統芸によって蘇る

首都圏を中心にファッションの商業施設を運営する株式会社丸井グループは、宮城県亘理町の手仕事グループ「WATALLIS（ワタリス）」と協働しボーチャプレスレットなどのリメイク雑貨を開発・販売。7月より大阪、東京の複数店舗でその回収ノウハウを元に被災地へ衣料品を届けた。

作った巾着袋の製作・販売を行っており、縫製技術にも定評があった。下取りサービスで集められた衣料品を「裂き織り」という伝統的な手法によって細かく裂き織り、編むなどして新たなリメイク商品を作る。丸井の顧客の声や技術的なアドバイスを反映させながら商品の製作にあてている。「30人ほどの女性で構成されているグループですが、独自に技術研修会を行っており、熱い思いを感じます」と同社CSR推進部の金子強さんは話す。

直後の物資提供から始まった同社の復興支援活動。11年5月から「お買い物気分」で定評があった。下取りサービスで集められた衣料品を「裂き織り」という伝統的な手法によって細かく裂き織り、編むなどして新たなリメイク商品を作る。丸井の顧客の声や技術的なアドバイスを反映させながら商品の製作にあてている。「30人ほどの女性で構成されているグループですが、独自に技術研修会を行っており、熱い思いを感じます」と同社CSR推進部の金子強さんは話す。



担当者らが現地に何度も赴いて製作者との意見交換や技術指導を行っている。

安くはない。「続ける」ことが大切だと思っています。そのためには赤字にならない仕組みへ精度を上げていかなければなりません」と金子さん。震災後にいった丸井店頭での下取りサービスでは寒い中30分、1時間と並んで待つそれでも「持つて行ってほしい」と店舗に来る方が多くいたという。「東北とお客様、想いと想いをつなぐ掛け橋になればと思っています」。

丸井グループでは、今後首都圏を中心に店舗を変えて催事販売を行いながら、商品や販売方法などさらなる進化を模索していく。

巻頭言

戦後日本の復興が進み高度経済成長に至った過程には、ソニーやホンダ、京セラといった世界に誇る企業が生まれる風土があった。60年以上の年月を経て、東日本大震災という惨事が東北を襲った。壊滅状態となった土地からこそ、社会に変革をもたら

各種リーダーシップ教育プログラムを提供する「リーダーシッププログラム」の2つを中核とし、事業は前進してきた。今年10月には、第3回目の試みとなる「ビョンドトゥモロ東北

親を失い、家を流され、愛する故郷の景色が一瞬にして破壊されるという体験をしながらも、東北の未来のために尽力したいという学生たちからは、「被災地と被災地の外をつなぐ交換留学プロジェクト

ト「震災を後世に伝えるためのミュージアム設立」など、意欲的な提言が考案された。これらの提言は、後日、安倍昭恵首相夫人に、学生たちの手から届けられることになっている。

べく、復興に尽力したいと立ち上がる若者たちの覚悟と不屈の精神には、戦後日本の復興を担ったリーダーたちの姿と共通するものがあるのではないかと思う。このような若い世代の志の芽を

めていくことになり、日本の国益にもつながるはずだ。東北復興を担う人材を育成することは、日本の未来にもつながるという認識の下、被災地の若者たちを応援していきたい。

復興後援者として、東北復興を担う人材を育成することは、日本の未来にもつながるという認識の下、被災地の若者たちを応援していきたい。

県外避難者への情報支援

一方通行の情報提供ではなく 住民の自発的なつながりをサポート

原発事故被災自治体における住民意向調査について、昨年度に続く2回目の結果が公表された。この調査は復興庁が福島県、市町村と共同で行っており、結果が出ているものは富岡町と浪江町の2町。現在は大熊町と双葉町も調査が進んでおり、11月には結果が公表される。結果から読み取れる

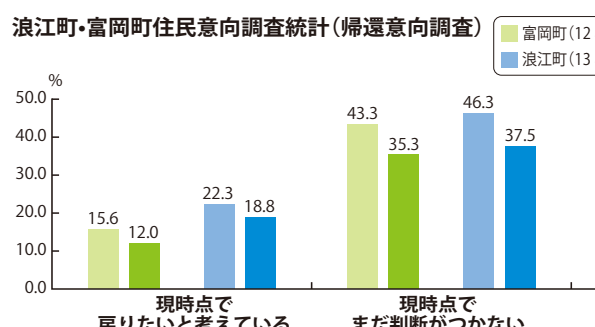
のは、昨年末から半年強の間に、住民の方々が判断を進めてきているということだ。町への帰還意向を見ると、富岡町、浪江町ともに「現時点でまだ判断がつかない」割合は減少傾向にある。また両町とも「現時点で戻らない」と決めている」が6・2ポイント（富岡町）9・9ポイント（浪江町）増加している状況だ。復興公営住宅への入居希望をみても、「現時点では判断で

きない」が14・1ポイント（富岡町）、12・5ポイント（浪江町）減少した。震災から3年近く経過し、いよいよ避難者が生活を決めつつあることが分かる。住民の方々の適切な判断を促すためには、行政と住民間のコミュニケーションが重要な。県外避難者に対しての支援では、浪江町が先行している。復興支援員を千葉

や情報提供を進めている。こうした中で、復興庁も「県外自主避難者等への情報支援事業」を10月末から開始した。避難者の多い近隣の山形県および新潟県、および遠隔の大都市圏である北海道と大阪府において、現地で活動するNPOや社会福祉協議会に事業を委託する。ニュースレターの発行や説明会の実施などの情報提供支援、および個別相談の対応やアンケート調査

などの相談支援の大きく2つの業務を行う。情報支援において必要なのは、情報を一方通行で伝えるだけに留まらず、住民の中で伝播する仕組みをつくるかという視点だ。RCFでは釜石市や双葉町でコミュニティ支援を行ってきたが、住民向けの説明会で一方的に行政の考えを伝えるのではなく、住民自身のやりたいことを聞き出し、横からサポートする形で、住民同士のコミュニティづくり

に注力してきた。福島県外避難者の支援の場合、移動先の住民の中で避難者がばらばらに暮らしているため、津波被災地での支援



※復興庁発表データより当紙作成。浪江町2013年1月のデータは設問構成が異なったため、「帰還後すぐに戻りたい」「帰還後すぐに自宅に帰りたい」「帰還後すぐに自宅に帰りたい」を「現時点で戻りたい」として集計。浪江町2013年8月のデータは設問構成が異なったため、「帰還後すぐに戻りたい」「帰還後すぐに自宅に帰りたい」「帰還後すぐに自宅に帰りたい」を「現時点で戻りたい」として集計。

セクターの垣根を越え、より専門的に、より熱く……

東北復興新聞が企画・監修・運営する、復興現場で活躍するリーダーたちのオピニオンサイトがオープンしました。

TOMORROW
— 灯ろう、明日へ。 —

灯ろう、明日へ。

検索

笑顔を運ぶサッカー教室。



JFA・キリンスマイルフィールド

開催希望小学校募集のお知らせ

運動が苦手な子どもたちも、運動が大好きな子どもたちも。みんながいっしょに楽しめる。サッカーボールを使ったプログラム。サッカー日本代表経験者が岩手県・宮城県・福島県の小学校を訪問します。

www.jk-smilefield.jp

お申し込み・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)

お問い合わせ メールアドレス info@smilefield.jp

●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。このプロジェクトは、「復興応援キリンプロジェクト」の一環として、子どもたちにサッカーを通じて笑顔になってもらいたいとの思いから、日本サッカー協会(JFA)とキリングループが協力し、岩手県・宮城県・福島県の小学校を対象にした巡回型サッカー教室です。

復興後援者として、東北復興を担う人材を育成することは、日本の未来にもつながるという認識の下、被災地の若者たちを応援していきたい。

特集 社会課題解決型の新商業施設

宮城県
名取市

ロクファーム アタラタの挑戦

宮城県名取市に9月29日、「農と食」をテーマとした学びの商業施設「ロクファームアタラタ」がオープンした。震災からの復興をめざし、雇用の創出、第一次産業の支援、防災意識の啓発といったコンセプトをかかげた。創業費用は約6億6千万円。行政の補助金など受けない民間発の大型復興関連事業としても注目される。創業メンバーの一人である、一般社団法人東北復興プロジェクト代表理事の渡部哲也さんに、オープンに至った経緯や事業のしくみ、そして将来像を伺った。

6人の プロフェッショナルが 生み出す共創空間

「ロクファームアタラタ」は、仙台市内から電車で20分弱、名取市内の新興住宅地に隣接し、一級河川・増田川に面した約4千平方メートルの土地に建つ。三角屋根が特徴的な建物の壁面は、北海道から取り寄せた木材と大きなガラス窓が覆い、モダンでありながらナチュラルな風合いで河辺の風景にのけ込んでいる。

施設には、そばレストラン「焰蔵(えんぞう)」、レストラン＆カフェ「アタラタ・マルシェ」、パン工房「ル・タン・リッシュ」などの飲食店、そして地域の人に開放するコミュニティスペース「6スタ」がある。さらに前庭では、朝



穏やかな語り口のなかに情熱を秘める渡部さん

社会的弱者に 雇用の機会を

一次産業の支援、防災意識の啓発の3つ。このコンセプトを形にするため、6人がそれぞれの得意分野を持ち寄り、構想から2年3カ月の時を経て、ようやくオープンにこぎ着けた。

6次産業化の成功の 秘訣は販路の確保

2つめのコンセプトである1次産業の支援については、生産(1次、加工(2次)、販売(3次))を一体化させた6次産業化が肝となる。被災地に限らず、各地で農水産業が衰退の危機にある中、6次産業化に向けたさまざまな取り組みが進められている。しかし、肝心の売り先が確保しきれず、立ちゆかなくなるケースも少なくない。その点、レストランという確実な出口を持つアタラタでは、継続的な販売力を提供できるのが強みだ。

例えばレストランで使われる牡蠣は、石巻市の「宮城県狐崎水産6次化販売」と直取り引きしている。ここは震災後に浜の漁師たちが新しく設立した会社だ。震災で漁具などをすべて失い、あきらめかけていたところに東北ロクプロジェクトのメンバーが入り、消費者の生の声を伝え、ほかの産地の牡蠣と食べ比べるなどの働きかけを行った。以前であれば、「自分たちの仕事は漁協に卸すだけ」と考えていたような漁師たちが、毎日のように仲間たちと議論を重ね、浜の将来や後継者の育成を考え、新たに漁師中心の会社を設立し、本格的な6次産業化に取り組んでいる。

ほかにも、そばの実は山形県大蔵村の農家から直接仕入れ、宮城県東松島市の「よつばファーム」とは提携農家として直取引をしている。同県角田市の養鶏農家「Kファーム」ではアタラタ専用のケージを用意してもらい、オ



障害者の方々が駐車場の隅々まで清掃して開店に備える

津波で職場が流されたり、事業縮小などによりそれまでの仕事を失った人は数多い。失業することで、経済基盤を失うばかりでなく、尊厳を持つて自分らしく生きていく力をもなくしてしまつことも。東北ロクプロジェクトでは、震災からの復興には雇用の創出、とりわけ社会的に弱者とされる人々に働く場を提供することが欠かせないと考え、中心的なコンセプトの1つとして障害者雇用を力を入れている。オープン当初のスタッフ約70名のうち40名弱が障害とともに生きる人々だ。調理補助や施設の清掃、ガーデンの手入れなどをローテーションで担当している。

創業メンバーのなかでも渡部さんは、障害者雇用の分野で豊富な経験を持つ。東北復興プロジェクトの代表理事であると同時に、仙台市内にあるビュッフェレストラン「六丁目農園」を経営し、これまで延べ200人以上の障害者を雇用してきた。

「私たちは目頃、他人のできない部分に目が行きがちですが、障害者がいるこ

ろ」関係ではなく、それぞれができる役割を担っているという発想がアタラタにはある。渡部さんいわく、「障害者を雇用すると生産性が落ちると思われがちですが、実は逆。障害者の労働力も生かしながら手間暇をかけることで、本物志向のお客さんを呼び込むことができる。非常に合理的なモデルです」。

売上3億円のビジネス モデルをめざす

アタラタの総事業費は初期のランニングコストを含めて6億6千万円。そのほとんどを仙台銀行の融資でまか

なった。地元企業応援部の融資担当者も6人の中に入り込み、ともに話し合いながら事業計画を練った。「開業にこぎつけたのは仙台銀行があつてこそ。大義がぶれず、本気であることを伝えれば協力者が得られると実感した」と渡部さん。仙台銀行はこの案件で、東北財務局から地域密着型金融に関する取り組みを顕彰された。被災者と障害者の雇用創出を前提とした農業の6次産業化をめざす事業に、コンサルティ



入り口ではスタッフが笑顔で迎えてくれる

リジナルの卵を仕入れているという。「口では立派なことを言うが、やっていることはただの商業施設」などといわれないよう、6次産業のモデルファームとして、1次産業従事者の地位や収入向上、後継者問題の解決など、本質的な点を具現化することを目指している。

防災、そして コミュニティ拠点として

3つめのコンセプトは防災意識の啓発だ。「ライフラインが絶たれるような大きな災害が起こっても、3日持ちこたえられれば何とかなる」。東日本大震災で渡部さんが学んだことの1つだ。震災発生から3〜4日もすると、ヘリで大量の物資が届くようになったが、それを待たずに失われた命もあった。アタラタには小麦やそばの備蓄があり、熱源にはパンを焼く石窯もある。有事の際、「あそこに行けば大丈夫」という一時的な避難所となる場を具体的な形として地域住民に示すことで、防災への意識を忘れずに復興への力にしたいと願っている。

そのためには、日ごろからコミュニティスペース「6スタ」を地域に開放する予定だ。アタラタがイベントを仕掛けるのではなく、地域の方が企画する料理やヨガ、手芸教室などの会場として貸し出す。そうすることで、安心して地域住民が集える拠点となる。

こうした思いを未来につなぐことも大切だ。「6スタ」の窓から外を眺めると、灯台の形をしたオブジェが見える。これは、大震災を乗り越えた私たちが、子どもや孫に伝えたい言葉や決意を未来に託すためにつくられたタイムカプセルだ。地元の親子を招待し、「90年後の君へ」と題して将来世代に宛てた手紙をここに投函してもらった。カプセルは90年後の3月11日に開封する計画だ。

手間暇かける 本物志向で

こうしたコンセプトを具現化しつつ、アタラタがこだわっているのは、すべてにおいて本物志向である点だ。レストランで提供する料理の食材に冷凍品や加工品は使わず、信頼できる生産者と直接契約し、質の高い新鮮な素材を仕入れている。近隣の農園では、スタッフ自ら野菜の栽培も行う。

例えば、そばレストラン「焰蔵」で使われるそばの実、穀が付いたまま



①明かり日差しが差し込むアタラタ・マルシェの店内 ②「6スタ」では生産者の顔を動画で伝える計画も ③落ち着いた雰囲気です ④将来世代への思いを託したタイムカプセル デザインは俳優の伊勢谷友介さん

直送され、使う分だけを粉砕し、挽き、その日の天候に合わせて職人が打っていく。そうすることで、風味を損なうことなく、最高品質のそばを新鮮なうちに提供できる。

ほかにも、ツマやニンジンの千切りひとつとつても、一般の店舗なら機械でスライス処理するところを、アタラタでは心を込めた手作業で行う。機械で切ると手切りではツヤがまったく違うという。手切りでは多少不揃いになるが、だからこそ手間暇かけていることがお客さんにも伝わる。

実はアタラタの目と鼻の先には、東北最大級の大規模商業施設「イオンモ

colmun

融資が必要になる前こそ 銀行を味方にするチャンス

株式会社仙台銀行 地元企業応援部企画室
室長補佐 木村興一さん

当行が融資を決めた理由の1つは、アタラタの6名それぞれがプロとして成功している方々だったことです。6次産業化を推進し、自社農園も持っているため原価率を抑えられそうなくともプラス要因でした。芸能人も支援を表明してくれており、客入りが期待できるのではないかと予想されました。なによりも、復興を契機に集まってきたみなさんが、持続可能な取り組みモデルにしたいという思いを伺って決断しました。県内には同様の事業がない中で、当行で応援するべきだ、ぜひ応援していきたいと判断したのでです。

当初いけば懸念したのは、途中で6名がバラバラになってしまわないか、という点です。震災後、県外からもさまざまな支援の手が上がりましたが、支援の受け手が空中分解してしまうケースを少なからず見てきましたので。事業計画の協議の場に私も幾度となく一緒にしましたが、アタラタの6名はぶつかるべきところはきちんとぶつかりながらも、結局バラバラにはならなかった。ああ、この人たちは本気なのだ、と思いました。何の衝突もないと、本当に腹を割って話しているのか?とさえ心配になりました。

復興事業に限らずですが、たいいていの方は事業計画を策定し、いざ資金が必要になってから金融機関を訪ねます。でも本当は、漠然としたコンセプトの段階からでも声をかけていただきたい。そうすれば、必要な額について協議するプロセスも共有でき、前向きに検討しやすいものです。ぜひ身近な金融機関を訪ねてみてください。



最初にお邪魔したのは平日夜。「仕事帰りのお父さん」であるTT 藤野のコアメンバーが集合したのは居酒屋ではなく公民館。「部活のように楽しい！」と話す皆さん。この「楽しさ」が継続の一番の秘訣のようだ。



藤野地域に広がるのどかな風景。大型スーパーはなく、コンビニも2軒と都会から比べたら「不便」だが、地域内にある「豊かさ」を活用するまちづくりが進む。



「藤野トランジション」の学校」地域通貨の回に参加。そもそもお金とは何か話し合うことから始まり、地域通貨を学び、最後は自分の持つ価値を見直す1泊2日。



エネルギーを自分たちでつくる活動をする「藤野電力」。全国各地に招かれ開催している太陽光パネルの組立ワークショップは110回を越えた。



毎年藤野で開催され、昨年は3日間で8000人を動員した音楽とアートのイベント「ひかり祭り」。照明・音響など電力は100%自家発電でまかなう。

トでの電力サポート、実用的なミニ太陽光発電キットの組み立てワークショップを開催し、その数は全国で110回を越えた。電力を自分で

「トランジション・タウン」。

「トランジション・タウン」。

「トランジション・タウン」。

「トランジション・タウン」。

住民の「これやりたい！」から生まれ続けるワーキンググループ

TT 藤野では、細かな規則や努力目標を設定するの

とを、やりたいだけや」というコンセプトを大事にしている。そのためか、メンバーの中から自然発生的にさまざまなテーマのワーキンググループが生まれている。食と農業がテーマの「お百姓クラブ」、森の整備と皮むき問伐を行う「森部」、「健康と医療」など、各グループが主体的に活動する。自分の関心のあ

りだった。その後もイベントでの電力サポート、実用的なミニ太陽光発電キットの組み立てワークショップを開催し、その数は全国で110回を越えた。電力を自分で

「楽しさ」を巻き込みながらゆるやかにトランジションしていく藤野。天然温泉や地元の素材を使った人気の食堂もある。ぜひ地域通貨の視察を兼ね、訪れてみてはいかがだろうか。

新宿から1時間少々で到着した藤野駅を降りると、緑濃いのどかな風景が広がる。旧藤野町（現相模原市緑区）は人口1万人ほどの山間エリアで、2008年までに10校あった小学校が3校になるなど、過疎化が進んでいた。しかし近年、多方面からその名前が聞かれるようになった。太陽光、水力発電に取り組み「藤野電力」や、通帳型の地域通貨「よろづ」屋。そしてこれらの活動の基であり、地域コミュニティのつ核になっているのが、2009年に生まれた「トランジション・タウン 藤野」だ。東北へ今更ますます重要になる、無理のない持続可能なまちづくりへのヒントを探しに訪ねた。

地域通貨が楽しくつなげる次世代のコミュニティづくり

シリーズ 他地域に学ぶ vol.9

地域通貨で育まれる助けあいの関係性

コミュニケーション全体の合計は常にゼロなので、誰かがマイナスなら誰かのプラスになっているからだ。それよりも大事なのはどんな使い、循環させること。何も実体的なお金だが、使えば使うだけ、地域に何かしらの価値が生まれていくのだ。

加入者は、全員の「これができます（あります）・これがほしいです」が並んだ台帳と、誰かが書きこむと全員が見られるメンバーリングリストを活用してコミュニケーションする。例えば獲れすぎた野菜、七五三の衣装、冷蔵庫、さまざまな

地域通貨で育まれる助けあいの関係性

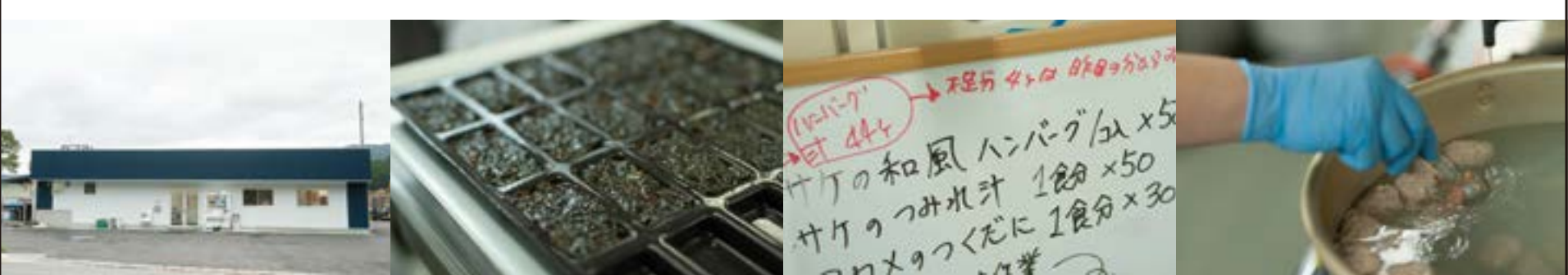
コミュニケーション全体の合計は常にゼロなので、誰かがマイナスなら誰かのプラスになっているからだ。それよりも大事なのはどんな使い、循環させること。何も実体的なお金だが、使えば使うだけ、地域に何かしらの価値が生まれていくのだ。

加入者は、全員の「これができます（あります）・これがほしいです」が並んだ台帳と、誰かが書きこむと全員が見られるメンバーリングリストを活用してコミュニケーションする。例えば獲れすぎた野菜、七五三の衣装、冷蔵庫、さまざまな

「いりませんか？」「ください」が日々飛び交い、そこに地域通貨が使われている。特筆すべきは、物のやりとりだけでなく、不在時の庭の水やりやバッテリー上がりの救援、買い物代行などにも活用されていることだ。隣人に毎回頼むのも悪い、でも企業のサービスに

い、でも企業のサービスに

「ミニシティの一人ひとりに、貨幣の世界では価値がつかなくとも、実は自分にはさまざまな価値がある」という。仕事では使っていない技術や語学力、お金にはならない上手な趣味や家事、蓄積された知識やネットワーク、体力や時間があるということですから、それを必要とする誰かの役に立つことができます。自分の発揮できた価値に感謝をされる、そんな自己肯定感に似た喜びは、それこそ貨幣では買えない、日々を豊かにしてくれるものだろう。



「21」届けたいたのは地域の食文化。

大船渡市三陸町越喜来「浜の台所CASセンター」写真・文＝岐部淳郎

東北のいま

盛岡・宮古・山田・大槌・遠野・釜石・一関・陸前高田・大船渡

震災後、一人の女性を助けたいという思いから始まった「浜のミサンガ」というプロジェクトがあった。漁網でミサンガを編み、販売。プロジェクトは他地域にも広がり、最終的には350人の生産者がいて、累計で16万本を販売した。売上が伸びていった一方で「そう遠くない未来、売上が頭打ちになる」という危機意識を、三陸とれたて市場の代表・八木健一郎さんは持っていた。「ミサンガ」の次の仕事を生み出さなければいけない…。でも、仕事であれば何でも良い、というわけではなかった。地域にとって必然性のある仕事が必要だった。暖流と寒流がぶつかる三陸は、かつて世界三大漁場と言われた程、豊富な漁場を有する。地元の人はそれを当たり前として育ってきたため、その豊富な海産物を獲っては、大量消費地に流す…ということに注力してきた。しかし、大量に獲るほど漁業関係者たちが苦しくなっていく漁業のあり方に、震災前から三陸とれたて市場という産直販売サイトを営んでいた八木

さんは、危機感を持っていた。地域にとって必然性のある仕事、過剰漁獲からの脱皮…この2つから思い至ったのが、三陸が持つ豊かな商品を「磨く」こと。磨くとは、その商品を消費者が食べたいと価値を感じてくれるようにすることだ。具体的には、食べ方を教えたら良いと八木さんは考えた。経験から「地場産物の一番おいしい食べ方を知っているのは漁師」ということを知っていたからだ。水揚げした地場産物を「イヤという程」食べている彼らは、東京であれば少量を刺身にして大事に食べがちなあわびのような高級食材も、大胆に美味しく調理する秘密レシピを持っている。そして、その食べ方や調理の方法こそ、地域ならではの文化やぬくもりが隠れている。八木さんは、地元の人たちからレシピを集め、まさに「台所の料理」をそのまま送り出すことを決めた。調理室で、5人の女性が、サケのハンバーグ、つみれ、わかめの佃煮を料理していた。ハンバーグ作りを自動化するた

めの機械があるわけではない。ミキサーをかけ、手で計り、こね、火を通す。全身白衣や帽子で覆われているものの、楽しげに会話しながら料理する姿は、家庭の台所を思わせる。彼女たちがここで作った料理は、「CAS (cells alive system)」という商品状態をほぼ劣化させない冷凍技術によって、美味しさを閉じ込めたまま他地域へ運ばれる。「漁師のレシピ」はすでに300以上集まっていて、今は、台所に立つ彼女たちと一緒に試行錯誤しながら商品開発をしている最中だ。八木さんは、「彼女らが楽しげに料理するこの姿を保って行きたい」と話す。効率だけを求めていけば、最終的に行き着く場所は、固定化されたレシピを作る料理の自動化になってしまう。でも、それは望んでいない。伝えていきたいのは、こうした浜の女性たちの笑顔から生まれる料理、漁業従事者たちが作ってきた地域の食文化や魅力。そして、それを「いかにみんなで遊ぶか」を合言葉に伝えていく。



谷を下りるとひっそり現れる川沿いの露天風呂・女の湯

秘湯探訪 東北をゆく vol.6

夏油（げとう）温泉。これをさらに読めた方は相当な温泉通だ。東北道北上金ヶ崎インターから山の中を車で40分。険しい山道に心細くなった頃に辿り着く元湯夏油は、訪れる者に衝撃に近いインパクトを残すところである。

まず電話線が来ていないため、問い合わせ番号が衛星電話の番号である（最近では携帯番号へ変わった）。毎年営業は5月上旬から温泉に向かう道路が封鎖される11月上旬の半年間のみ。湯治客向けの自炊部の建物立ち並ぶ様は昔ながら

岩手県北上市・夏油温泉「元湯夏油」

贅沢な自然湧出湯で温泉通へステップアップ

らの風景そのままである。俗世や日常との繋がりを絶ち、感覚を研ぎ澄まして温泉の良さを感じては絶好の環境だ。何よりも、昔ながらの湯治場の風景を頑なに守り続ける姿勢が多くのファンに支持される所以だろう。

湯船は夏油川沿いの女（目）の湯や真湯を中心に7ヶ所あり、数日かけて湯浴みをして飽きることはない。また湯量、泉質ともに豊富であり、露天風呂の

温泉は湯船の底あはるいは脇から湧き出ている。これは自然湧出といわれ、全国でもそれ程数は多くない究極に贅沢な温泉である。温泉好きから温泉通へのステップアップを目指す方を含め、ぜひとも訪れてほしい夏油温泉。あなたの中の温泉のイメージを打ち壊し、また今まで日本で育まれてきた温泉文化に関する視野を開けることは間違いない。（ゆ）

問い合わせ：090-5834-515

訪問学習対象地と見るべきポイントなど

	奥尻島	玄界島	中越	阪神・淡路
人口	3,033 人	550 人	約 28 万人	約 154 万人
見るべきポイント	ハードは完ぺきに復興、しかし続く人口減少	島民間の合意作り、情報共有を丹念に行った	地域に若者を引き付ける枠組みを数多く設定	地域内の関係者をネットワーク化していくスキルとしくみ
見るべき施設	奥尻島津波館、人口地盤、避難路	玄界島全体	長岡麓アークライブセンター ぎおくみらい	人と防災未来センター（略称：ひとぼう）
受け入れ組織	奥尻島観光協会	株式会社醇建築 まちづくり研究所	公益社団法人 中越防災推進機構	特定非営利活動法人 神戸まちづくり研究所

復興支援の取り組みに関しては様々な助成プログラムがある中、他地域視察に特化したものは珍しい。トヨタ財団の本多史朗氏は「これからは復興まちづくりのフェーズ。住民合意や復旧後の

復興支援の取り組みに関しては様々な助成プログラムがある中、他地域視察に特化したものは珍しい。トヨタ財団の本多史朗氏は「これからは復興まちづくりのフェーズ。住民合意や復旧後の



陸前高田唯一の観光ホテル復活 津波の被害を受けたキャピタルホテル 1000 が、高台の新たな土地で 11 月 1 日にいよいよ復活する

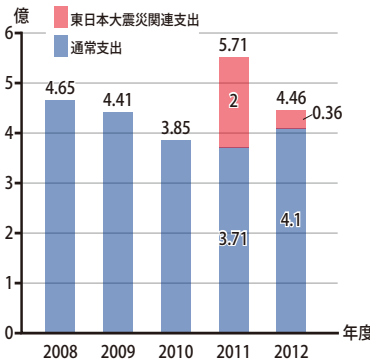
日本経済団体連合会（経団連）の社会貢献推進委員会と1%クラブは、12年度の企業による社会貢献活動に関する調査結果を発表した。社会貢献活動に係る支出は、回答397社で1千771億円、うち震災関連は143億円（1社あたり3千6百万円）。追加で従業員募金や店頭募金など企業による寄付の呼びかけによるものは震災関連だけでも28億円（1社あたり7百万円）にのぼった。

経団連 12年度・社会貢献活動実績調査 震災関連支出 1社あたり3千6百万円

昨年発表の11年度データ、震災関連支出860億円（回答431社、1社あたり2億円）と比較すると減少しながらも、多くの企業が支援活動を継続してきた。事例調査においては震災関連で約200の事例が掲載され、ボランティア派遣に加え、自社の通常実施プログラムでの被災地における開催といった事例も多く見られた。予算規模が縮小していくなか、企業がどのように東北の復興と関わるのか、

今後の調査結果にも注目が集まる。

過去5年の社会貢献活動支出額（1社平均）の推移



復興まちづくり支援に「他地域から学ぶ」

トヨタ財団は13年度の国内助成プログラムを発表。全国を対象とした一般枠に加えて設けられた「東日本大震災特定課題」は、被災地のグループによる学習を目的とした他地域への現地訪問学習を支援するものとなった。

訪問学習対象地と見るべきポイントなど

	奥尻島	玄界島	中越	阪神・淡路
人口	3,033 人	550 人	約 28 万人	約 154 万人
見るべきポイント	ハードは完ぺきに復興、しかし続く人口減少	島民間の合意作り、情報共有を丹念に行った	地域に若者を引き付ける枠組みを数多く設定	地域内の関係者をネットワーク化していくスキルとしくみ
見るべき施設	奥尻島津波館、人口地盤、避難路	玄界島全体	長岡麓アークライブセンター ぎおくみらい	人と防災未来センター（略称：ひとぼう）
受け入れ組織	奥尻島観光協会	株式会社醇建築 まちづくり研究所	公益社団法人 中越防災推進機構	特定非営利活動法人 神戸まちづくり研究所

「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

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）

編集後記

あまロス、だった。連続テレビ小説「あまちゃん」を見るために起床時間を早め、毎日続きを楽しみに待っていた私は、10月以降なんだかぴりっとならない朝を過ごしていた。日本中で何百万人もの人が東北を舞台にした物語にハマり、（ドラマが11年3月11日を迎える）9月2日をドキドキしながら迎えたことだと思っ。誰かが言っていた。あまちゃんの見聴者はその日「東北の人たち」ではなく「夏ばっば」や「ユイちゃん」や「北鉄」がどうなるのかを心配していたのだと。「風化させるな」と言われるより、固有名詞で思い浮かべられる人や場所があることの方がずっと、心を動かす力が強いのだ。

いま、石巻から東京へ戻る列車の中でこの原稿を書いている。石巻で、女川で、地域をよくしようと取組む方たちにお会いした。人を育てる。生まれ育った場所を再生する。一〇〇年後の地域のために。彼らが語るの、ドラマよりもずっとワクワクする、続きが楽しみで仕方ない物語だった。

事実小説より奇なり。東北復興新聞を通じて固有名詞の「よきこと」「よきこと」を伝えたいと、改めて思う。東北で、日本で、世界で、多くの人が「〇〇町のあの方は元気だろうか」と思い浮かべ、つながるきっかけになれるように。（R）