



# New Tohoku Model Case Book

「新しい東北」先導モデル事例集

vol.2

【特集】

震災から5年。  
その先に見えるものとは

【Discussion】

「新しい東北」の現在地点

先導モデル事例×15

# Contents 目次

---

## P 4 ——— 特集「新しい東北」

震災から5年。その先に見えるものとは

### コミュニティ

---

## P 10 ——— Discussion 「新しい東北」の現在地点

## P 14 ——— 先導モデル事例

- 1 目指すはポジティブ福祉制度!? 高齢社会を支える地域のしくみ（岩手県大槌町）
- 2 町中に子どもたちの声があふれる。“遊び”がつなぐ地域の絆（宮城県仙台市・岩沼市）
- 3 保育園児とのおはなが 高齢者の体と心の元気の源になる（被災3県）
- 4 伸ばすべきは健康寿命! りくカフェが介護不要の高齢者を増やす（岩手県陸前高田市）
- 5 買い物弱者を救い、地元経済を再生する「公共商店」（宮城県気仙沼市）
- 6 「民」の力で走るオンデマンドバス、高齢者のおでかけをサポート（福島県いわき市）
- 7 津波から“いのち”を守る! 避難訓練の「グランド・メニュー」化（被災3県）

### 産業・生業の再生

---

## P 28 ——— Discussion 「新しい東北」の現在地点

## P 32 ——— 先導モデル事例

- 1 水産加工の業界再編! 失った販路を海外で取り戻せ（宮城県石巻市）
- 2 目指せ売上げ10倍! 野菜の目利き力を活かした地域野菜ブランド（福島県郡山市）
- 3 600戸の巨大コミュニティが挑む、世代交代あの手この手（福島県いわき市豊間区）
- 4 温泉と自然を何倍にも活用! 再生可能エネルギーとエコツーリズム（福島県福島市）
- 5 決済の多様化で地域のお金の流れを変える（福島県会津若松市）
- 6 8つの町村が力を集結! 福島発、未来をつくる新しい教育の形（福島県双葉郡）
- 7 高校生パワーが爆発! カフェづくりから始まるキャリア教育（宮城県石巻市）
- 8 本気な大人と本気で挑戦できる。実践型インターンシップが熱い!（岩手県大船度市）

---

## P 48 ——— メッセージ 伊藤元重／復興推進委員会委員長

特集

「新しい東北」

# New Tohoku

震災から5年。  
その先に見えるものとは

震災から5年。インフラや住宅等の復旧だけでは「まちの賑わい」は戻らない。  
安心して暮らせるコミュニティの形成、生活の糧である産業・生業(なりわい)の再生など、  
「人々の活動」の復興が必要不可欠だ。

震災後の東北では、多様な外部支援者や地域住民・自治体との官民の連携により、  
単に現状復旧に留まらない、全国のモデルとなり得る多くの取組みが生まれている。  
「集中復興期間」から「復興・創生期間」へと移行しつつある今、  
被災地の状況とそこで生まれている「新しい東北」を改めて考える。



1

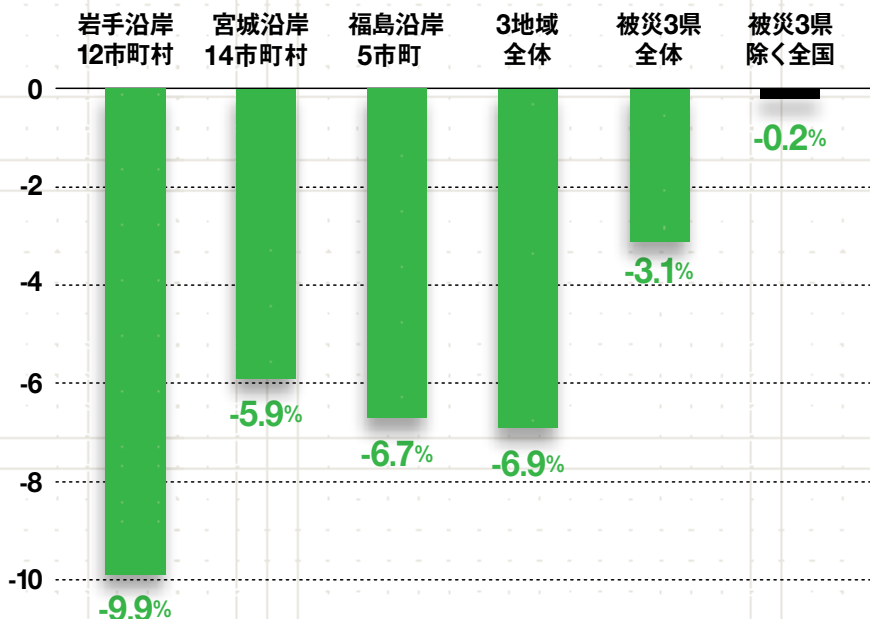
# 人口減少・高齡化

全国と比べても高い人口減少率

**被** 災3県の沿岸部では、5年間で6.9%の人口減。被災3県を除く全国平均(0.2%減)と比較して、圧倒的に高い。また高齡化も進んでおり、特に岩手県沿岸部では34.9%と高齡化率の高さが顕著となっている。ただ、社会増減率は2010年の水準に戻りつつあり(※)、課題は震災の影響による人口流出から、元々進んでいた高齡化による人口減へと変化している。

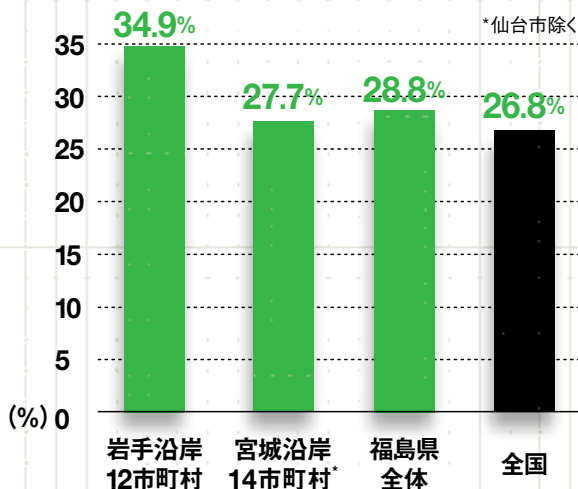
※社会増減率とは、社会増減(転入者数から転出者数を引いた数)を人口で割った値

● 震災前後の人口減少率 (2010→2015年)



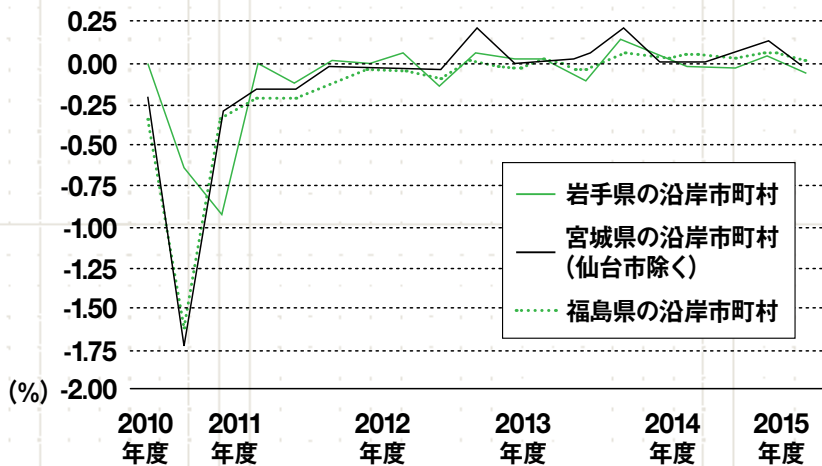
【出典:復興庁・(株)三菱総合研究所「復興状況の把握のための統計データベース更新及び充実等に関する調査事業報告書」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」】

● 高齡化率の推計 (2015年)



【出典:国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」】

● 各沿岸市町村の人口社会増減率 (2010年同期比)



【出典:復興庁「復興の現状」(2016年1月19日)】

## 東北のいま

震災から5年が経過した今も、東北では、沿岸部を中心に人口減少、高齡化の進行、基幹産業の衰退といった課題が継続している。そしてこれらの課題は一時的な「震災の影響」から、継続して取り組むべき「地域の課題」へと変容しつつある。

一方で、NPO法人の増加や、官と民、地元企業と大手企業といった多様な主体による協働、産業復興やコミュニティ支援の分野での新たなプロジェクトなど、ポジテ

ィブな変化も起こっている。

こうした東北の状況は、これから人口減少社会を迎える日本を先取りしているといえる。行政、NPO法人、企業など多様なプレーヤーが震災後の東北で課題解決のために取り組んできた先進的な事例は、今後、日本全国の地域が直面する課題に向き合う際の重要なモデルとなるだろう。

### 地域の主体性を育てる「自治体版ハンズオン支援」

地域の課題を解決し、自律的で持続的



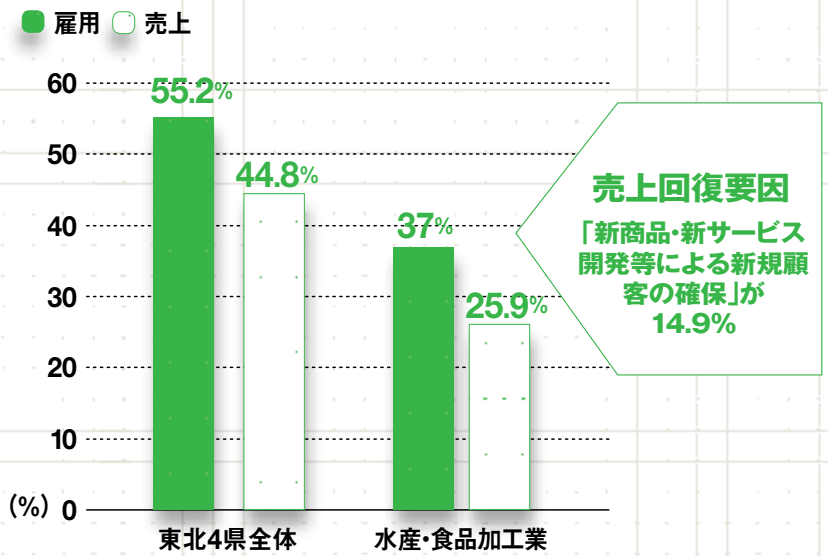
宮城県名取市で復活した「ゆりあげ港朝市」は震災前を上回る賑わいを見せる。こうしたポジティブな事例も生まれている。

# 産業の復興

## 生産は回復するも、課題は新製品開発・販路

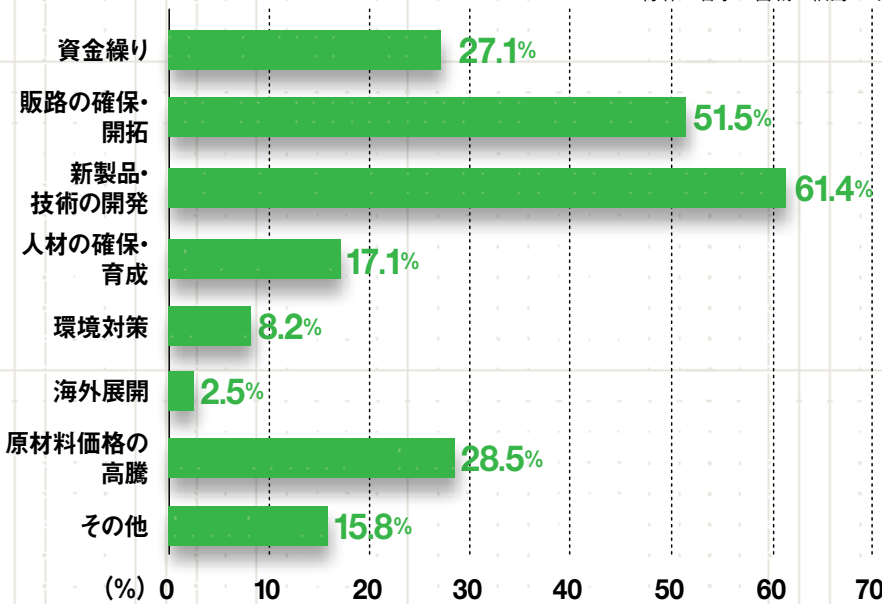
**鉦** 工業生産は概ね震災前水準に回復している。しかし、雇用・売上ともに震災前水準まで回復している事業者は半数程度。特に東北沿岸部の地場産業である水産・食品加工業で厳しい状況が続く。また、全国的に宿泊者数が増える中、東北の旅館・ホテル業界はまだまだ厳しい状況となっている。

### ● 雇用・売上の回復状況 (震災直前の水準以上に回復)



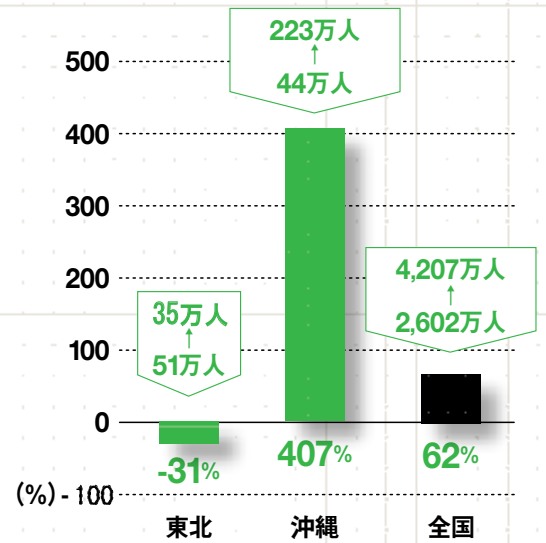
### ● 現在の経営課題 (東北4県\*)

\*青森・岩手・宮城・福島 の4県



【出典：東北経済産業局「グループ補助金交付先アンケート調査」(2015年10月)】

### ● ブロック別外国人延べ宿泊数の増減率(2010年→2014年)



【出展：復興推進委員会資料(観光庁「宿泊旅行統計調査」)】

な地域社会を目指す「新しい東北」。被災地で既に芽生えている先導的な取組を育て、被災地での横展開を進め、東北、ひいては日本のモデルとしていくため、先導的な取組を幅広く支援する『「新しい東北」先導モデル事業』が生まれた。2013年度からの3年間で支援した事業は216(事業は2015年度で終了)。単に震災前の姿に戻るとどまらず、全国的な共通課題である「人口減少」、「少子高齢化」、「産業空洞化」等の課題にチャレンジする、数多くの先進的な取組が芽吹きつつある。今後、必要となるのは、こうした取組を、その

地域に定着させ、さらに同様の課題を抱える他の地域に展開・発展させていくこと。その際に必要なものは「地域の主体性」と「応用可能なノウハウ」だ。

そこで、主体的に新たな取組に挑戦する自治体を、復興庁、支援事業者が三人四脚の体制で支援する「自治体版ハンズオン支援事業」が平成27年度からスタートした。

テーマの設定された補助金とは異なり、自治体は事業費を負担して事業を行い、自ら設定した課題の解決を目指す。支援事業者は対象自治体の取組みに対する柔

軟な支援体制(課題に応じた複数事業者によるコンソーシアムの形成や、外部有識者、ファシリテーターなどの積極的導入)を構築し、継続的にサポートする。従来の事業費補助やコンサルティングとは全く異なる「自治体が主役の伴走型支援」で、具体的な課題を共に乗り越えることを通じてノウハウの習得と自走できる体制づくりを目指している。自治体と事業者が契約・発注関係ではなく、ともに成果を出すことを目指すパートナーであることも、大きな特徴だ。2015年度は5月から4自治体が自治体版ハンズオン事業を活用している。

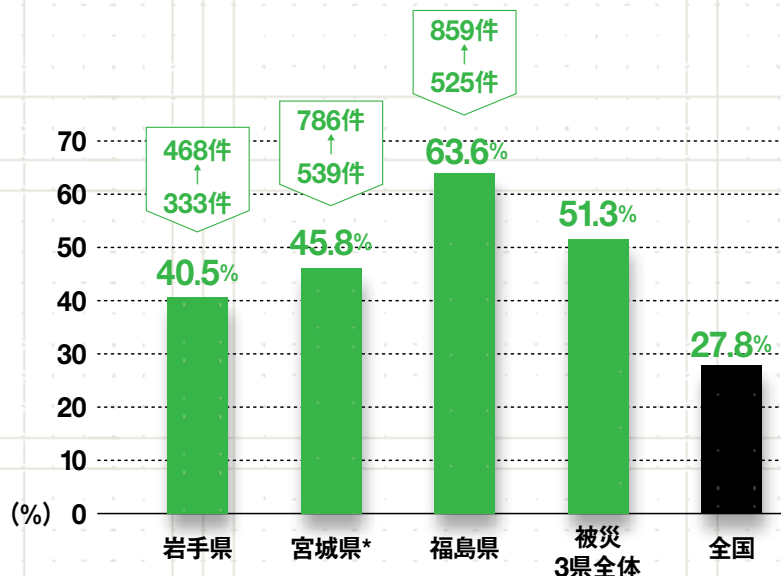
## 3

# 地域づくりの担い手

## 全国を上回るペースでNPOが増加

NPO法人の増加率は3県とも全国平均を上回っており、復興の過程で新たな地域づくりのプレーヤーが多数誕生している。NPO法人の認証数も5年間で700件以上増加した。

### ● 被災三県でのNPO法人増加率 (2010年→2015年)



※県認証数と仙台市認証数の合算 【出典：内閣府NPOホームページ】



自治体版ハンズオン支援事業に取り組む久慈市の観光の柱であった「久慈地下水族科学館もぐらんぴあ」は津波で全壊(左は震災前)。2011年8月より「まちなか水族館」として臨時のサテライト水族館がオープンしていた(上)



そして2016年4月の復活オープンへ向けて、地域住民とともにワークショップを行い水族館の持続的運営へ向けた地域内連携の取り組みが行われている。



### 新たな観光戦略立案に外部の知見を活用

岩手県久慈市。多くの市民に親しまれ、観光拠点としても重要な施設であった久慈地下水族科学館「もぐらんぴあ」が、震災と津波により休業を余儀なくされた。被災から5か月後には、久慈駅前の空き店舗を活用することで「まちなか水族館」として念願の再開を果たし、2016年4月には元の場所でのリニューアルオープンする予定となっている。

この再オープンを契機に観光振興を図

ることを目指す久慈市は、自治体版ハンズオン事業の活用を決断。支援実施団体であるアクセントととともに、ワークショップ等の手法を通じて地域住民との連携を進めている。ワークショップのテーマには、「もぐらんぴあ」のイメージキャラクター開発、産直市場の開設をにらんだ地域産品の新商品開発、そして水族館の来訪者増へ向けたマーケティング施策、の3つが設定された。

ワークショップの設計に際しては「市民が自らの関わりをイメージしやすい、分かり易さを意識した」とアクセント戦略コン

サルティング本部の吉尾氏は話す。久慈東高校2年生を対象としたワークショップでは、ターゲットや訴求価値といった考え方のフレームを提供。「もぐらんぴあ」オリジナルのお土産アイデアやプロモーションイベント案などが出た。

一連の施策について、久慈市産業経済部観光交流課の中野氏は「市だけでは付き合いの無い方々との新しい取組となった。『あまちゃん』や「まちなか水族館」で市民の観光への意識が高まっていたところを更に加速する、良い機会となった」と話す。新たな挑戦に際して地域内だけでは足

# 新しい東北の萌芽

## 官民の連携、地域を越えた協働が生まれている

東北の企業と大手企業をマッチングする「結の場」、新たな事業にチャレンジする企業に対する復興庁職員による「ハンズオン支援」や、「新しい東北」先導モデル事業として取り組まれている産業・コミュニティ支援分野のプロジェクトなど、震災以前にはなかった連携、仕組みが東北に芽吹きつつある。

### 被災地域企業新事業 ハンズオン支援事業

#### 事業のしくみ

民間企業等から復興庁に出向している職員 自らが被災地域で新たな事業にチャレンジする企業に対して、具体的な実務支援(ハンズオン支援)を実施

#### 主な成果事例

##### 地元水産食品等の統一ブランド化による消費者向け販路開拓事業

気仙沼地域の小規模事業者が生産する様々な水産食品等を、働く女性をターゲットに少量・小分けにし、統一ブランド「あびす振舞い」シリーズとして販売開始。

### 2014年度「新しい東北」先導モデル事業の代表例

#### 代表例1

#### 産官学連携による避難訓練のプログラム化

「カケアガレ!日本」。被災3県に加えて、釧路市、京都市、宮崎市、タイ・ブーケットにも横展開

#### 代表例2

#### 保育所を活用した高齢者の生活不活発病予防の仕組みづくり

「日本栄養士会」。給食を活用した高齢者と幼児との交流、高齢者への栄養指導等を、3県4ヶ所の保育所等で実施

#### 代表例3

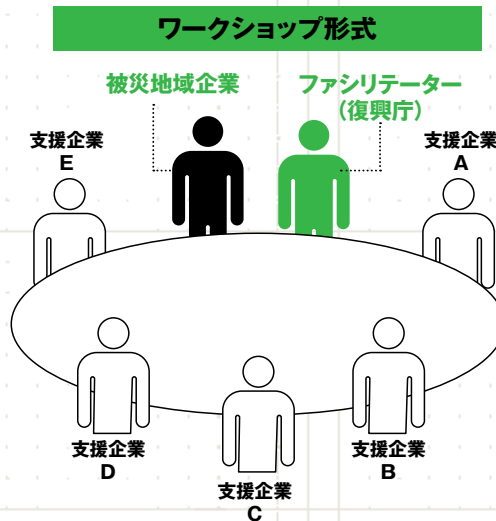
#### 免税店舗の拡大

「株式会社ジャパンインバウンドソリューションズ」。3県で63に留まっていた免税店を、191店舗に(2015年2月現在)

この他にも、2013年度から3年間で216の先導モデル事業を支援

### 「結の場」とは

大手企業と被災地域企業とのマッチングを目的としたワークショップを開催し、被災地域企業の新たな取り組みを支援している。



#### 参加した被災地企業の声

「社内では考えが及ばないことに対して、大手企業から真剣に多くの意見やアドバイスを頂き、とても有意義だった。」

「今までは同業種の大手企業としか接点がなく、異業種の大手企業と話すの機会ははじめて。対話では色々な角度からの話を伺い、新しい気付きがたくさんあった。」



りないリソースを、地域外とつながることで解決していく1つのモデルと言えるだろう。

### 9自治体が活用

第一弾実施の自治体としては、この他、宮城県塩竈市、福島県郡山市、福島県川内村が名前を並べる。塩竈市では、震災により人口3割減、高齢化率8%上昇という被害を被った浦戸諸島における地域内連携へ向け、本事業を活用。日本経済研究所の支援を受け連携協議会を設立し、ビジョンの作成や共有、また行政と島民の調

整機能を担う組織へと成長させようとしている。郡山市では地域コミュニティの強化、そして地域包括ケアの推進に取り組んだ。住民同士の交流や支え合いの基盤



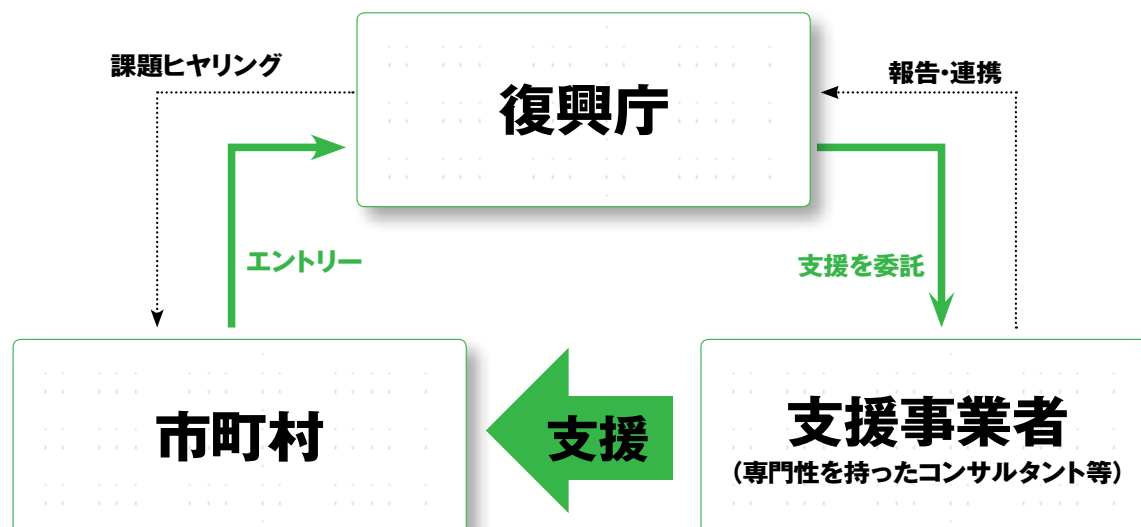
郡山市での取組：市民の自発的な「つどいの場づくり」として朝のラジオ体操を活用



川内村での取組：日本百貨店協会（復興庁先導モデル事業で支援）による村の産品へのアドバイスとなる場づくりのため、全国コミュニティライフサポートセンターと連携し既存の高齢者サロンの調査や研修を行った。2012年の

# 自治体版ハンズオン支援事業

## ● 事業のしくみ



## ● 実施自治体一覧

<b>第1弾</b> 2015年5月～ 2016年3月	岩手県久慈市	久慈地下水族科学館を中心とした交流人口拡大事業
	宮城県塩竈市	浦戸諸島の農業・漁業を活かした離島活性化プロジェクト
	福島県郡山市	地域住民が主役!住民主体の通いの場創設プロジェクト
	福島県川内村	コミュニティと産業を軸とした帰還者支援プロジェクト
<b>第2弾</b> 2015年10月～ 2016年3月	岩手県山田町	観光振興ビジョン実現に向けた内外コーディネーター人材育成・活用プロジェクト
	宮城県東松島市	里地・里山・里海等の地域資源と被災元地を活用した官民連携プラットフォーム構築プロジェクト
	福島県福島市	地域資源を活かした交流人口と次世代定住人口の拡大プロジェクト
	福島県いわき市	文化創造都市いわきを目指した地域人材育成プロジェクト
	福島県飯舘村	住民一人ひとりに寄り添う「まδειな村」農業再生プロジェクト

「新しい東北」の取組はコチラ <http://www.reconstruction.go.jp/topics/main-cat1/sub-cat1-11/creationnewtohoku.html>

「官民連携推進協議会」の取組はコチラ <http://www.newtohoku.org/>

帰村宣言以降の帰村率向上を目指す川内村は、一般社団法人RCFと連携し都内でのイベント開催を含むコミュニティ形成施策を行っている。

また、郡山市や川内村では2015年度で終了する先導モデル事業の実施主体との連携など、先導モデル事業の成果を普及・展開する動きも見られている。

2015年度10月からは、第二弾として5自治体が事業に取り組んでいる。対象自治体が当該課題を解決するだけでなく課題を解決するためのノウハウを地域に蓄積し継続的に自らの力で地域課題を解決していくこ

と、さらに、同じ課題を抱える他の地域のモデルとなることが期待されている。

## 「新しい東北」のこれから

2016年度は震災から5年を迎え、復興庁では「新たなステージ 復興・創生へ」を掲げている。被災地で生まれる先進的な取組を、ここで紹介した自治体版ハンズオン支援事業や、復興に取り組む850の企業や大学、NPOや自治体がつながる「官民連携推進協議会」などを通して、より展開・発展させていく。

被災地が直面する課題は地域によって大きく状況を異にする。地域が現状を理解し、自ら課題解決に取り組む「地域の主体性」、そして地域内外と連携していく「多様な主体との協働」が、持続可能な地域づくりに必要だ。

すでにその萌芽は東北に生まれて来ている。その先に見据えるのは、課題解決の先進的な取組が数多く生まれ、全国のモデルとして発信し続けることができる「新しい東北」の姿である。

次ページからは、具体的な事例を一つひとつ紐解いていこう。



## 「新しい東北」の現在地点 コミュニティ

人口減、高齢化など、今後日本が直面する課題を震災により先取りになったといわれる東北。こうした地域課題を抱えるコミュニティの形成は、復興支援の中でも大きな比重を占めている。全国コミュニティライフサポートセンターの田所氏、保育所等を拠点に高齢者の食をサポートする日本栄養士会の下浦氏、トヨタ財団の本多氏による座談会を行った。ファシリテーターは復興推進委員会委員で東京大学大学院教授の松原氏。

**松原** お集まりいただきありがとうございます。被災地におけるコミュニティ形成ということですが、特に高齢になると環境が変わるだけで生活がうまくいなくなることもあるかと思います。

**田所** 避難所、仮設住宅、復興住宅と移動を繰り返すことで、いったん落ち着いたコミュニティが何度も作り直しになる、これは高齢者の方には非常につらいです。あと、女性は集い場なんかを作ると出てきてくれますが、男性は出てきてくれず、場合によっては閉じこもってお酒に走るといった問題があります。

**下浦** 男性の引きこもりには、餅つき大会、紙相撲大会、コマ回しなどをイベントのテーマにして、男性が必要だというに参加していただけるので、役割づくりが必要だと思います。それから、釜でピザを焼くイベントを幼稚園で行った時に、家族の方が引きこもりの男性を無理やり連れてこられて、我々が何を話しかけても反応されなかった。そこに子どもが寄ってきて「一緒にやろうよ」と言ったら、一緒にピザを焼かれて、奥さんは、こんなお父さんは震災の後初めてだと、すごく喜ばれました。そういうきっかけづくりが一番よかったかなと思います。

**松原** 本多さん、今のようなお話やあるいはご自身のご覧になってきたことで何かありますか。

**本多** コミュニティ作りは、まだ

公益財団法人トヨタ財団  
チーフプログラム  
オフィサー


**本多史朗**

Shiro Honda

復興推進委員会委員

**松原隆一郎**

Ryuichiro Matsubara



公益社団法人  
日本栄養士会常務理事

**下浦佳之**

Yoshiyuki Shimoura

特定非営利活動法人  
全国コミュニティライフ  
サポートセンター(CLC)

**田所英賢**

Hideyoshi Tadokoro

# 「1つの役割にとらわれないコーディネーターの育成が必要」—— 田所

ら模様です。仙台のように、行政も社協も力がある大きな都市部は進みます。沿岸部とは差がついていると思いますね。もう一つ差がついているのは、過去とのつながりがあるところは比較的コミュニティ作りが進む。ないところは、無縁っていうと語感が強いので弱縁って呼びますが、縁が非常に薄い。それから、元々海の近くにお住まいになっていた方が多いので、移転先が海の近くだと住民の方の顔が穏やかですが、山あいの中に移転した地域は厳しい感じを受けます。

**松原** なるほど。過去とのつながりということでは、被災者は場所だけでなく時間の過ごし方でも慣れない生活に戸惑いがちになります。例えばお祭りなんかがあれば人生のリズムを取り戻せますね。

**本多** そうですね。コミュニティ作りが進んでいるところは夏祭りができます。

**田所** お祭りがあると、準備のために会合を持たないといけなく、するとその中で祭以外の話もできる。祭自体が協力が必要ですが、祭をやることによる集う回数、コミュニケーションの強化が非常に大きいんじゃないでしょうか。

**松原** 震災からの復興に限らず人が減って限界集落も出てきていた地域でコミュニティ作りをする時に、お祭りは一つのキーワードになりそうですね。

**本多** 復興公営住宅で驚くのは、敷地の中でおしゃべりしている人がいないことです。コンクリート打ちっぱなしのところを話すると、音が響きます。ゆっくり座ることができるベンチもない。仮設住宅では、いろんなところにベンチが置いてあって、住民が鉢合わせするとずっと喋っていますよね。

**松原** 人と人のつながりは、皮肉にも仮設の方が持ちやすいということですね。そして都会ではなく沿岸部ということが、今回の被災地の大きな特徴ですね。コミュニティの復興にはどんな工夫が必要ですか。アイデアはありますか？

**本多** 一番は花と緑を植えることです。直線とコンクリートを花と緑で和らげ、しかも音も吸収する効果もあります。

**田所** 特に田舎ほど、自分がいじられる畑があるといいですね。収穫っていうのも多少ありますが、何よりも、外に出る用事ができる。しかも、高齢の方にとっては慣れたことができるのは大きいと思います。

**下浦** まさに保育所は土(庭)いじりもできますし、それを子どもたちも見てくれます。公営住宅と保育所等が歩いて行ける距離にあって、園児と一緒に土(庭)いじりをして一緒に食事をする、その中でコミュニティができます。公営住宅に畑や公園を作るのが財政的に難しいのであれば、元々ある保

育所、幼稚園、学校を活用すればいいのかなど。高齢者は、子どもたちと顔をあわせて名前を呼んでもらうことがすごくうれしいとおっしゃいます。保育所等で交流することで地域の子どもと高齢者がつながる、そ

うというのが、地域の中で一緒に生きていくことにとって大事だと思います。

**松原** 当事者のせいではないのですが、移転の日程に地域により差がついてしまった中で、集中復興期間が終わってからコミュニティが維持できるかも心配ですね。

**本多** 危ういのは、復興公営住宅に入居した段階で復興は終わったと考える自治体があることです。神戸と同じように復興公営住宅に入居した段階で支援の手を引くという考えですが、現場の状況は神戸と違います。現金収入の問題もあれば、集合住宅に慣れてないという問題も、弱縁化しているという面もあります。

**田所** 山間部にぼつんとできた復興公営住宅では、移動の問題も発生すると思います。たしか葛尾村で、社会福祉協議会が事務局になって、足がなくて困っている方と、車を持っていて手伝ってもいいという方をマッチングして、有償ボランティア扱いで役所、病院、ショッピングセンターなどへの送迎を行っています。昔だったら住民がお互いに声をかけていたのが、地域の交友関係だけではできなくなった。そこにマッチング役を配置する必要があると思います。

**本多** あとは食事ですね。山あいの中に移動販売の車が来ると、みんな本当にうれしそうな顔をして出てきます。地域の人が

## 復興公営住宅への入居がゴールではない



Profile 復興推進委員会委員

松原隆一郎

東京大学大学院総合文化研究科教授。専門は経済思想史、社会経済学。経済を地域コミュニティや街並み、景観などと不可分なものとして研究を行ってきた知見を東北の復興に生かす。



Profile 公益財団法人トヨタ財団  
チーフプログラム  
オフィサー

本多史朗

2011年から東日本大震災の被災地における地域課題解決、コミュニティ形成に関する活動への助成を実施。今年度は釜石市、古川市、石巻市、南三陸町、仙台市、いわき市の6か所で、地域コミュニティ形成の先導事例をサポートしている。

うまく、野菜をここに持ってきて売る、魚をあつちで売ってという商売をできるといいと思います。

## 縦割りを越えた コーディネートの 機能の必要性

**本多** コーディネーターというものは縦割りを越えてAとBをくっつけ、それ以上のものを作りだすっていう発想です。しかし、被災地の自治体は縦割りに対して誠実なんです。そこでの飛躍がない。

**田所** 東北の沿岸部の基礎自治体は規模が小さくて、やらなきゃいけないこと以外のものに手が回らない。外部からのアドバイスや意見を生かす余裕がないと感じるところがありますね。

**松原** 緊急時は、ものによっては平時の規制・ルールを緩める必要がありますね。これからの日本のために先導モデルとして東北の復興をとらえる場合、どんな仕組みに注目できますか。

**田所** 例えば、宮城県では仮設住宅などの支援を行うサポートセンター支援事務所を県が設置して宮城県社会福祉士会が受託しています。ここは復興というテーマで県、市町村、各地の社協など様々な団体の情報の横串を繋ぐ役目を担って、非常にいい働きをしていると思います。このように半官半民的な組織が、あるテーマでの

公的なお墨付きに基づいて、セクションを越えて情報を収集して、それをまとめた形で提供する、さらに県から国へ情報があげられて、その中で被災地だけでなく全国的に必要であると考えら

れる施策があれば、被災3県を特区扱いにして規制緩和して試してみても、結果として悪くなければ全国にそれを波及させる。こんな仕組みができるといいんじゃないかと思っています。

**松原** コミュニケーション力があって人と人をつなぐ。良い意味でおせっかいな大阪のおばちゃんみたいな組織ですね。

**下浦** 発災直後は支援団体がたくさん入りますけど、時間が経過すると、どんどん撤退していく。長期的な復興に対する支援、ボランティアってあんまりないのかもしれないね。

**田所** 発災直後にはどんな震災でもボランティアが必要ですけど、復興をやらなきゃいけない大きい災害はめったにないので、作っても生かす機会が少ないのかもしれない。そういう意味で、いろんなところに応用がきくコーディネーターを育成しておくのは一つの手だと思います。コーディネートは震災支援に限らず、地域の支え合いなどに

## 「広域組織と地場の活動家が手を携えたことが一番の成果」—— 本多

も使える機能なので。

**松原** 今後、消滅の危機にさらされるコミュニティが全国に出てきます。それにも応用がききそうですね。本多さん、ボランティアに関わらず何か新しい支援のあり方がありますか。

**本多** この震災の支援でよかったのは、東京や地域の中心的な財団やNPOが地域に直接入ったことだと思います。そして、上手くいっているところは、広域的な組織と地場のコーディネーション能力の高い人がコンビを組んで活動しています。その一方で、具体的な課題解決策、例えば復興公営住宅のコミュニティ作りはこうやればうまくいくっていうのはまだ見つかっていないです。今後は、いろんな事例を集積して、個々の前線で働いている人たちを後ろからつなぐ、支える。そんな後方支援とかコーディネーションの機能が、必要だと思います。

**松原** 震災という不幸な出来事を前向きにとらえるには、被災地の自治体での動きからどれだけ学べるかが重要です。ここで見いだされたような、子どもの力やコーディネーターの役割、全国組織と地場の人材との連携といったもろもろの知見を、全国に多くあるコミュニティ問題に是非生かしていただきたいと思いました。今日はありがとうございました。

## 「保育所等を活用することで、世代を越えたコミュニティが形成できる」—— 下浦



**Profile** 公益社団法人  
日本栄養士会常務理事

下浦佳之

災害直後の被災者支援に始まり、栄養と食を通じた被災者への支援を継続的に実施。高齢者の生活不活発病等防止のため、宅配食ではなく保育所等での供食を提供する「ほっこり食事プロジェクト」で、栄養面のサポートと幼児や保育士との触れ合いによるコミュニケーション促進の両立を実現している。



**Profile** 特定非営利活動法人  
全国コミュニティライフ  
サポートセンター(CLC)

田所英賢

仙台を拠点とする福祉系の中間支援NPO。震災後、仮設住宅、復興住宅の生活支援相談員向けの研修実施や情報誌の発行などを行う。コミュニティ分野では、地域住民によるサロンの運営や介護保険事業所設立までも視野に入れた支え合い活動の支援を行っている。

# 1 目指すはポジティブ福祉制度!? 高齢社会を支える地域のしくみ

Area | 地域

岩手県大槌町

Player | 取り組み主体

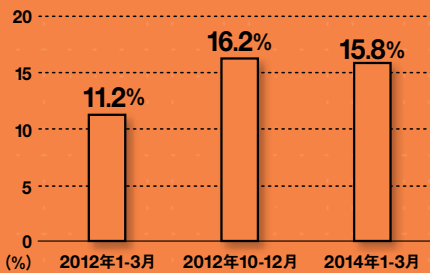
東京大学高齢社会総合研究機構

Background | 背景

## 高齢者のQOLを上げる コミュニティモデルが無い

高齢化が進み単身高齢者の孤立や地域のつながりの弱まりなどが課題になる中、高齢者のクオリティ・オブ・ライフ(QOL)の向上が大きなテーマになっている。人が集える集会所やカフェといった交流空間の有効性は確認されている一方、さらにその先にある地域コミュニティの共助による生活支援等も含めた「コミュニティサポート」については、汎用性のあるモデルが確立されていない。

### 孤立感を感じる割合



出典：東京大学高齢社会総合研究機構による大槌町4地区9仮設住宅団地276戸に住む20歳以上の住民を対象にしたQOL調査より抜粋※データは「そう思う」および「どちらかといえばそう思う」の合計値

個人別の変化  
では人的交流の  
少ない者は、  
孤立感が高くなる  
傾向

東京大学高齢社会総合研究機構の後藤純特任助教(左)と伊藤夏樹さん(右)



2015年3月29日にサポートセンターの開所式が行われた

## 新しい地域 コミュニティ拠点 をつくる

「医・食／職・住。この3つの要素が、これからの高齢社会のキーワードです」。そう話すのは、この取り組みを進める、東京大学高齢社会総合研究機構の後藤純工学博士だ。高齢者が生き生きと暮らせる地域社会の基盤には、安心安全の住環境をベースとしながら、適切な医療や介護の環境、食卓を囲む団らんの場などを始めとした社会参加環境を整えることが重要である。そして、これらの環境を地域住民が納得して、適切に作り上げていくことが欠かせない。

そのために必要な地域の仕組みとして、岩手県大槌町でモデル化を進めているのが「コミュニティ・サポートセンター」だ。多目的集会所のような施設の整備に加え、自治組織の立ち上げや運営支援、コミュニティビジネスといったソフト面での施策がトータルに運営される、地域コミュニティの拠点である。地域における社会事業や健康ケアの役割を担うコミュニティ・サポートセンターは、「支えられる側」と考えられていた高齢者を、地域の財産へと変えていくためのポジティブな福祉制度になりうるのだ。

## 互 助・共助を 仕組みで取り戻す

取り組みがスタートしたのは2013年。町内自治組織の立ち上げ支援が行われた。それと同時に、東京大学を中心に町や地元のNPO団体などで構成される運営協議会も設置。その後、約半年間にわたって行われたワークショップ等を通じて、取りまとめられたコミュニティ・サポートセンターの機

能は次の4つである。

地域住民が「気軽に集まれる場」。生活の質を向上させるための「知識習得の場」。高齢者自身による「活動実践の場」。そして、「コミュニティ活動の立ち上げ支援・コーディネート」の場だ。交流の場であるだけでなく、学びや健康、社交につながるコンテンツも提供される。そして、従来の公共施設との違いともいえるのは、自ら活動を立ち上げたいと考えた際に支援をしてもらえることだ。そんな、温かくも頼れる地域の新しい拠点こそが、コミュニティ・サポートセンターなのである。

地域づくりや高齢者ケアの構成要素と



予想以上の大盛況! 125人が集まった納涼お楽しみ会

しては、自助(自らで自らを支える)、互助(ボランティアや近隣住民の助け合いなど住民全体の相互扶助)、共助(介護保険など制度化された相互扶助)、公助(行政による支援)の4つに整理されることが多い。コミュニティ・サポートセンターという仕組みを介することで、バランスが崩れつつある地域の互助と共助の活動を人工的に取り戻し、促進させるという狙いもある。高齢化が進む中、公助の負担を軽減するためにも、こうした仕組みの確立は今後さらに重要になるといえるだろう。

**住** 民が主体的に社会活動に取り組むとともに、高齢者の社会参加が促進される。そんな地域社会の仕組みを、汎用的なモデルとして確立するための取り組みが、岩手県大槌町に建設された「コミュニティ・サポートセンター」で行われている。

## 小さな活動を つなげ、新たな 活動が生まれる場に

2015年には、活動の拠点となる「東京大学・大ケ口多世代交流会館」が完成。近くには、災害公営住宅も建設されており、住民同士のふれあいの場として活躍することも期待されている。試行期間ということもあり、大々的な広報活動は実施していないが、使用したいという問い合わせは多い。伝統芸能の練習やフラダンス教室など、サークル活動で定期的に利用する団

そこで、2015年11月。東京大学のチームは、1週間にわたってお菓子作り教室や生活サービス講座など、様々なプログラムを実施するイベントを開催。多くのプログラムを提示することで、利用イメージを膨らませてもらい、住民の自発的な活動を後押ししたいと考えた。また、期間中は施設の一部を談話や読書などオープンに利用できるスペースとして開放する試みも行われた。「最初は、おしゃべりに集まるだけでも良いんです。住民同士のふれ合いが増えれば、自然とニーズもみえてきます。例えば、自宅で一人で行っていた編み物や手芸を、おしゃべりついでにみんなでやってみる。そんな

気軽なスタートから活動が広がっていけばと思います」。東京大学高齢社会総合研究機構の伊藤夏樹さんはそう語る。

将来的に施設を常時開放することも計画されている。しかし、現地での施設管理を2名の地元有志に頼っている現状では、フレキシブルに使用することが難しい。活動の幅を広げるためにも地域が母体となり、施設を管理、利用できる環境づくりは必須だ。来年度以降は地元で活動するNPOとの協力などを含め、地域住民の組織化、個人の担い手育成にも力を入れていく予定だ。コミュニティ・サポートセンターというハードが完成した、ここからが本番である。



認知症サポーター養成講座の講師は  
地元の保健師さんに

体もあり、地域における需要の高さを感じていると言う。

現在は既存の団体による利用が大半だが、将来的には住民主体の活動が新しく立ち上がることを目指している。たとえば、園芸や切り絵など特技や知識を教えてみたい、仕事をリタイアした人たちの交流会を企画したい、といった声が地域に存在する。ただ、思いはあるものの、地域のなかで目立ちたくない、ニーズがあるかわからないといった不安もあり、実行に移されないケースが多いのが現状だ。

### Point | 取り組みのポイント

- ✓ **交流・学び・実践を  
ワンストップで提供**
- ✓ **互助・共助活動にリソースを  
割り当てる**
- ✓ **コミュニティ活動は形の  
見えるアウトプットを**

# 町中に子どもたちの声があふれる。 “遊び”がつなぐ地域の絆

Area | 地域

宮城県仙台市・岩沼市

Player | 取り組み主体

一般社団法人日本公園緑地協会、  
NPO法人冒険あそび場—せんだい—  
みやぎネットワーク

Background | 背景

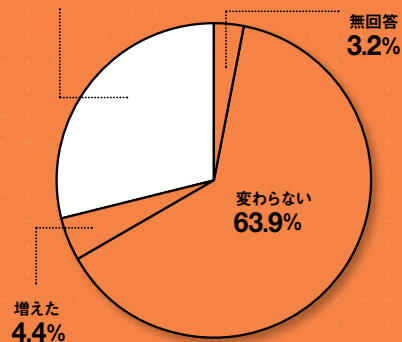
## 地域が分断され、 子どもがのびのびと 遊べる場所が少ない。

多くの公園や学校が仮設住宅として利用されるなどで閉鎖され、子どもたちの遊び場が失われてしまった。仙台市若林区で行ったアンケートでは、約3割の住民が震災後に子どもの外遊びが減ったと回答。住民の多くが外遊びの大切さを認識する一方で、子どもの声を「騒音」と感じる住民や、共働きで子どもを外に連れ出す余裕のない家庭もある。子育て世代だけでなく、子どもを見守る地域の機能回復が求められている。

### 震災前後で、外で遊ぶ頻度の変化

減った

28.8%



出典：本事業研究報告・事業実施周辺住民アンケート  
(2013年12月～2014年1月)

約3割が子どもの  
外遊びが  
減ったと回答

遊んでたら地域が  
良くなった!?



市民農園「楽農村」で泥んこになって遊ぶ子どもたち

## “プレーリーダー” のいる巡回型の 遊び場

冒険あそび場—せんだい—みやぎネットワークは震災前から、仙台市若林区の海沿いにある「海岸公園冒険広場」の指定管理者として、子どもの成長に欠かせない「遊び」の拠点を提供し、年間延べ17～18万人が利用していた。しかし震災で冒険広場は長期休園を余儀なくされている。そこで、それまでの経験を活かして巡回型の遊び場づくりを始めた。

車体をカラフルにペイントしたクルマ「プレーカー」に遊び道具を積み、小学校の校庭、仮設住宅の敷地内、小さな公園など、主に若林区の13カ所に、「プレーリーダー」と呼ばれるスタッフが週1回から月1回程度出向いて、のびのびと遊べる機会を提供している。決められたプログラムに一齐に参加してもらうのではなく、スタッフが提供するのはあくまで遊びの「素材」だ。かなづちなどの工作道具、ロープ、チョークなどがあれば、子どもたちはそれぞれ工夫して遊びをつくる。ビニール袋を凧に見立てて

凧揚げをしたり、将棋に興じる子どももいる。よほどの悪天候でなければ雨天決行。ブルーシートで即席の屋根をつくるのも、子どもたちにとってはちょっとした冒険だ。

公園をはじめ、復興公営住宅のオープンスペースなど屋外の空間に子どもの居場所を設けることで、近隣住民の目にも留まり、大人が他人の子どもにも自然に声をかけ、地域全体で子どもの成長を見守る風景が戻る兆しを見せている。それにつれて、震災後のストレスを抱える大人の顔色を伺うことが多かった子どもにも、無邪気な子どもらしい笑顔が戻ってきた。遊び場の確保が心のケアにもつながっている。

## 多 世代の住民を つなぎ、 仮設・復興住宅の コミュニティ形成に寄与

仙台のような都市部の場合、仮設住宅の住民は、さまざまな地域から移り住んでいるため、ヨコのつながりが希薄という課題がある。敷地内に「遊び場」を設けても、当初は周辺住民の子どもが遊びに来ることは少なかったが、この巡回型の遊び場づく

# 心のケアを含め、子どもたちの健やかな成長には遊び場が欠かせない。 子どもの場づくりから大人同士のネットワークも生まれ、地域の復興にもつながっている。

りの結果、やがて仮設住宅内外の子どもたちが集まるようになってきた。

2014年9月からは、復興公営住宅(荒井東)周辺でもプログラムが始まっている。2015年8月に2棟目の入居が終わったばかりという同住宅には、石巻市など遠方からの住民もいる。また、平屋住まいに慣れ親しんでいた高齢の住民にとって、11階建てという高層住宅ではご近所づきあいにも何かと不自由を感じ、出不精になってしまいがちだ。子どもが伸び伸びと育つ環境を整えるには、大人同士の顔が見える関係づくりが急務だ。

会福祉協議会と連携しながら実施している「里の杜あそび場」では、「子どもの遊び場にかかわる大人のためのボランティア養成講座」を実施。参加者の中には、自宅敷地の市民農園を遊び場に開放する人も現れた。市民農園「楽農村」だ。ここでは隔月1回程度の割合で「土で遊ぼう」シリーズを展開。田植えなど農作業に触れながら、泥んこになって遊ぶ子どもたちの姿を見ることができる。農を介することで、畑仕事に慣れたお年寄りもかかわりやすくなり、高齢者と子どもの異世代交流の機会になることが期待されている。



幼い子どもも大人と一緒に工作に挑戦。奥に見えるカラフルなクルマは、遊び道具を満載して巡回するプレーカー(荒井東復興公営住宅)



「縁側倶楽部」でバンダナ巾着づくりに取り組む女性たち。子どもたちだけでなく、大人同士の交流も大切にしている(荒井東復興公営住宅)

そこで、子ども向けの「遊び場」と平行して大人向けの「縁側倶楽部」も同時開催している。外遊びに興じる子どもの気配を感じながら、集会場では大人がバンダナ巾着などの小物や、エコ洗剤などの日用品づくりを楽しみ交流する。子どもを見守る地域全体の活性化につなげたいと願っている。

## 住民ボランティアによる多様な かかわりが生まれている

活動の場は仙台市以外にも広がっている。岩沼市や仮設住宅の入居者を包括的に支援する「里の杜サポートセンター」、社

また、住民有志から生まれたボランティアのグループ「いわぬまあそび場の会」では、2014年4月から毎月ミーティングを重ねている。年配のメンバーからは当初、「若いプレーリーダーのように、子どもたちと走り回ったりはできない」と躊躇する声もあったが、高齢者は自ら身体を動かさなくても旗振り役を務めればよいなど、地域住民の世代や生活スタイルに応じた多様なかかわり方について協議している。

こうした現場密着型の活動を地道に重ねる一方、全国の公園緑地事業を推進する日本公園緑地協会のネットワークを生かし、域外への広報活動にも注力している。また、2015年3月には仙台開催された「第3回国連防災世界会議」にも参加し、遊び場づくりの意義を世界に向けて発信した。今後も広く、遊び場づくりが人づくり・地域づくりにつながることをアピールしていく。

### Point | 取り組みのポイント

- ✓ 町中の空間に「遊び」の機会を提供
- ✓ 子ども以外の他世代、住民ボランティアにも波及効果
- ✓ 仮設や復興住宅のコミュニティ形成にも寄与



# 保育園児とのごはんが 高齢者の体と心の元気の源になる

Area | 地域

被災3県

Player | 取り組み主体

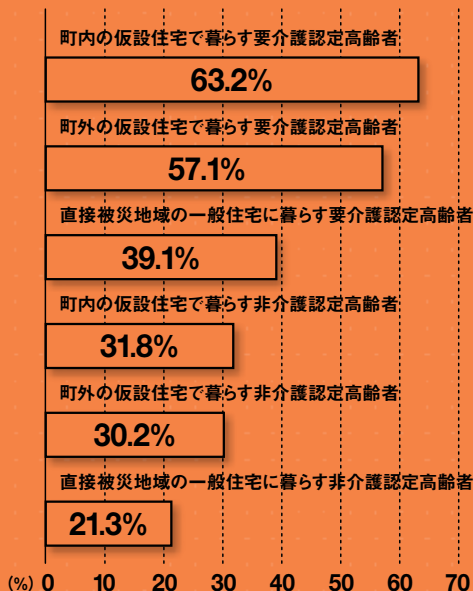
公益社団法人日本栄養士会、  
公益社団法人岩手県栄養士会、  
公益社団法人宮城県栄養士会、  
公益社団法人福島県栄養士会

Background | 背景

## 災害と密接に結び付く 生活不活発病

生活不活発病は、2004年の中越地震後、多発することが確認された。今回に東日本大震災の被災地でも、知らない人同士が暮らす仮設住宅では遠慮がちになり部屋にふさがちになったり、交通手段がないため外出をためらう高齢者が生活不活発病にかかる傾向がある。仮設住宅はもちろん一般住宅に暮らす人たちにも頻発している。これにかかると全身のあらゆる機能が低下し、歩く、立つ、階段を上るなど全身を使う日常生活上の動作が困難となる。

### 南三陸町全町民生活機能調査 震災後歩行が困難になり、7カ月時点でも 回復していない人の割合(65歳以上)



出展：2012年厚生労働省「災害の新たな課題：  
防げたはずの生活機能低下」

元気だった  
高齢者や一般  
住宅でも頻発

## 仮設住宅での 一人ぼっちの 食事が病気の原因に

被災地の仮設住宅では高齢者の「孤食」が深刻な課題となっている。誰かと一緒にだとはりきって作る料理も、一人では調理が面倒になり菓子パンのみで済ますなど栄養が偏った食事となる傾向がみられる。また室内に引きこもりがちになると全身の機能が低下していく「生活不活発病(廃用症候群)」が危ぶまれ、高齢者にとって要介護状態につながる可能性もある。

栄養バランスのよい食事を高齢者に届けるため注目したのが地元の保育所である。保育所には調理室があり、管理栄養士など食の専門家がいる。栄養士が作った栄養バランスを考えたお弁当を保育所に取りに来てもらうことで、仮設住宅で暮らしている高齢者が体を動かす機会にもなると考えられた。しかしそれでは孤食の解消につながらない。「それなら園児と一緒に食事をしてはどうか」と各園から提案があり企画されたのが「ほっこり食事プロジェクト」である。高齢者の外出の機会の提供だけでなく、園児や保育士と一緒に食事や会話を楽しむ「供食」により世代間交流を生み出し、地域社会のつながりを築く活動



上：食事の前に子どもたちが踊りを披露  
下：子どもたちの中にはお年寄りと初めて話をしたという子ども



地元の料理・芋の子汁を作る高齢者

となっている。

食事が終わると、管理栄養士等による栄養相談、体重計測、血圧測定、健康チェックが行われる。肉が食べられなくなってきたという高齢者に、「魚は食べられる?」と対話を通じて代替品を伝えていき、「食べる楽しみをわすれない」環境づくりを進めている。

## 食を通じて 生きがいを見つける

2014年、「ほっこり食事プロジェクト」は岩手県野田村保育所、宮城県のあつる保育園と尚絅学院大学附属幼稚園、福島県小島保育園の4カ所でスタート。計9回行われ延べ105人の仮設住宅で生活をしている高齢者が参加した。

食事ができるまでの間に園児による歌や踊りの披露が行われると、手を叩きながら喜ぶ高齢者の姿が見られた。岩手県野田村保育所では「子どもたちから元気ももらったのでお返しをしたい」と、地元につながる伝統舞である「大黒舞」を披露してくれた高齢者達がいた。普段歩いている姿からは想像できないくらい軽快な手のふりや足運びの舞に、園児や保育士から自然と拍手の輪が広がる。「皆さんに見てもらってよかった。私にも、まだできることがあるの

**仮**設住宅から外に出るのが億劫になり生活不活発病にかかる高齢者が増加している。  
 また一人暮らしでは栄養バランスの悪い食事をとりがちになる。  
 体を動かす機会となり、おいしい食事をする場所として注目されたのが保育所だ。



「美味しいね」との会話も聞こえてきました

ですね」と目を輝かせて話をしてくれた。園児の笑顔はもちろん、してもらいだけではなく自分からお返しをして喜んでもらうことが高齢者の生きがいにつながっている。

また園児と高齢者がこれをきっかけに顔見知りになると、まちで出会った際にお互いに声をかけるようになる。子どもの見守り・防犯、また高齢者には「うれしい、1人ではない」と感じるふれあいにもつながっている。

さらに、食文化の敬称という価値も生まれている。食事前には手を洗う、みんなで手と手を合わせて感謝して食事をする、などのマナーや伝統食などの話を高齢者から聞くことができるのだ。

設に拡大した。

今後、本事業を更に広めるため、被災3県の事業実施施設が集い、その取組内容を説明する被災3県合同事業説明会を開催する予定である。また、当該説明会に参加した施設の職員を対象に、現在事業を実施している施設への見学会を開催する予定である。

また保育所を、日本栄養士会および都道府県栄養士会が認める地域生活支援・健康づくりの拠点「栄養ケア・ステーション」のひとつとして位置づけ、高齢者の栄養と食の支援や生きがい作りだけではなく、妊産婦や子どもを持つ親への離乳食やアレルギー食について相談を受ける子育て

て支援も進めていく予定だ。そのためにも栄養ケア・ステーションの活用により行政や介護関係者、クリニック等と連携しながら、人々の生活を支えていく地域包括ケアへの取り組みを推進している。

公益社団法人日本栄養士会常務理事の下浦佳之さん、課長補佐の清水詳子さん、事務局の石垣小百合さん



## 全国に「ほっこり」を届ける取り組みがスタート

高齢者の孤食は東日本大震災の被災地に限られたものではなく、全国的に見られる課題である。日本栄養士会はこの取り組みをモデル事業と位置づけ、全国の栄養士会や保育士など関連団体へ情報を発信し、他地域での事業展開につなげていく計画がある。2014年に4カ所でスタートしたこのプロジェクトも、2015年には14施

### Point | 取り組みのポイント

- ✔ 専門家のいる地元の保育所を活用
- ✔ 園児との食事が高齢者の生きがいに
- ✔ 全国で応用可能なモデルとして展開

# 伸ばすべきは健康寿命！ りくカフェが介護不要の高齢者を増やす

Area | 地域

岩手県陸前高田市

Player | 取り組み主体

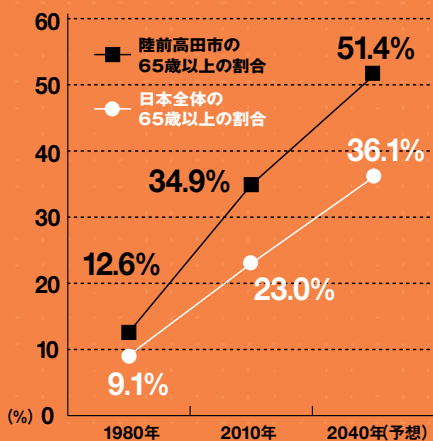
NPO法人りくカフェ

Background | 背景

## 深刻化する高齢化による問題

陸前高田市の65歳以上の人口は34.9%と全国平均より約12%も高い。国立社会保障・人口問題研究所によると2035年には日本全国の高齢化率も33%に達する予想だ。今の陸前高田市は、20年後の日本を先取りした形となっている。介護が必要となる疾病は脳卒中、骨折などの整形的なもの、認知症であり、予防のためにもよい食事をとり、適度な運動をし、生きがいを感じる生活を送ることが重要だ。

### 人口における65歳以上の割合



出展：国勢調査、「日本の将来推計人口（平成24年1月推計）」国立社会保障・人口問題研究所

## 陸前高田市は 日本の 20年後の姿



左から東京大学の後藤智香子さん（監事）、鶴浦医院の鶴浦明さん（代表理事）そしてりくカフェのスタッフの皆さん

## 新 たなコミュニティスペースの誕生

震災後、住民の集いの場を求める声と、地域内外の多くの人々の思いが一つとなり、あるカフェが陸前高田に生まれた。2011年4月。東京大学、明治大学、法政大学、中央大学の都市計画や福祉分野の研究員のメンバーが避難所で行った聞き



上：2011年12月に施工された仮設のりくカフェは、現在「りくカフェスマートクラブ」の運動と講義の場所として使われている  
下：鶴浦医院・院長の鶴浦明さんによる健康講座

取り調査では、気軽に憩えて息抜きができる場所を求める多くの声が聞かれた。また、津波で自らの医院が壊滅的な被害を受けた鶴浦医院・院長の鶴浦明さんは、開設した仮設の診療所の土地に歯科医院、薬局、駐車場、コミュニティガーデンがあるスペースを作る計画を進めていた。さらにその土地のすぐそばにある津波での被災を免れた鳴石団地で暮らしていた吉田和子さんは、自宅をお茶の飲む憩いの場として開放していたが、広い場所に移りたいと願うようになっていた。

調査で訪れていた、東京大学大学院工学系研究科都市工学専攻教授の小泉秀樹さんは、吉田さんの思いを聞き「誰でも好きなときに来て気兼ねなくつろげるリビングのような居場所」作りを提案した。

そんな建築・まちづくりの専門家、被災し

た地元の医師たち、地域の女性たちが出会い、NPO法人りくカフェが設立された。2012年1月に木造の仮設カフェがオープン。2014年9月には厨房機器やトイレが完備された本設のカフェが完成した。建設にあたっては、民間企業も参加している。りくカフェは、誰でもが楽しく集える場、市内外を結ぶ架け橋の場、健康と生きがいづくりの場を3本柱として運営されている。コンサートが開かれたり、Wi-Fiも使えるので仕事をしにくる若者や市外から来たボランティアの居場所ともなっている。また会議やイベント用に場のレンタルも行われている。コーヒーを楽しむだけではなく、それぞれのニーズに合った使い方ができるコミュニティスペースである。

## 体がよるこぶ昼食を届ける

集いの場所の提供から始まったりくカフェは、カフェの役割を越えて陸前高田市の高齢者が抱える健康課題解決のための取り組みを行っている。

例えば食生活の改善。震災前はあまり食べていなかった菓子パンが避難所で食



「りくカフェスマートクラブ」では家でできる簡単な健康体操やストレッチなどの運動を紹介している

## 運動と食事、そして生きがいづくりが健康寿命を延ばす鍵。でも何を食べればいいのか？

運 どんな運動する必要があるの？そんな疑問に答え、

楽しく続けられるメニューを提供してくれる取り組みが進められている。

べて以来習慣化し、パンだけで食事を済ませている人たちもいた。また東北の他の地域と同様に、漬物など塩分の多い食事を好む傾向があり高血圧に悩まされる人が多かった。

そこでりくカフェでは、仮設のカフェの時は飲み物に限っていたが、本設になった2014年10月6日よりランチの提供を始めた。管理栄養士のアドバイスをを受けて作られている、減塩で600Kcal前後と栄養バランスに配慮したヘルシーメニューだ。米は震災後に生まれた陸前高田市産の「たかたのゆめ」を使用。菜園くらぶハナミズキから届く、地元のおばあちゃんたちが育てた採れたての野菜を使用している。メニューは肉料理と魚料理から選べる。内容は週替わりと、来る人を飽きさせない工夫がなされている。

### 健康寿命を延ばし 介護の いらぬ町へ

高齢者向けの介護予防の領域にも活動の幅を広げている。2015年1月に始まったのが「りくカフェスマートクラブ」だ。「正し



左：健康教室の一貫で行われている料理教室。試食の前の笑顔

右：りくカフェの入口には今週のメニューが書かれた看板が置かれている



い食習慣を身につけよう”、“短時間の運動を毎日続けよう”、“生きがい創りは幸せ作り”をコンセプトに1回につき2時間のプログラムを実施している。11時にプログラムがスタート。参加者が血圧と体重を測定した後、20分間、健康体操やストレッチなど気軽にできる運動を行う。運動の後は、医師による健康ミニ講座が行われる。

鵜浦医師は講座の中で「1時間の運動しようと思うと三日坊主になってしまうことが多い。朝起きて深呼吸を2分したり、お風呂上りにストレッチを3分するだけでも免疫力はつきますよ」と短時間でも楽しみながら続けられることの大切さを伝えていた。

プログラムの最後には、参加者全員で昼食をいただく。講義でカロリー控えめの食事と聞いてもその量がどれくらいなのか想像することは難しいが、塩を控えだしや酢で調理した昼食を参加者に取っていた

だくことで、健康的なメニューとは何かを実感してもらうことができる。また定期的に管理栄養士による栄養相談も行われているので、自分の健康維持のための食事調理方法など学ぶこともできる。

りくカフェスマートクラブの参加者で80代の女性は、毎日ストレッチをするようになってピンと立てるようになったと喜びながら報告してくれた。仕事を辞めてから楽しみは飲酒だけになり午後3時から飲み始めていたという男性は、生活を見直し始めた。

それでも高齢者の中には移手段がなくりくカフェまで来られない人もいる。今後は災害公営住宅などを巡回し、「りくカフェスマートクラブ」プログラムを行う計画もある。震災後、高齢化が一気に進んだ陸前高田市。楽しく毎日を過ごし、介護を要しない健康な高齢者を増やして地域を元気にしていく。その核にりくカフェがなっている。

#### Point | 取り組みのポイント

- ✓ 地元住民、大学、医師、民間企業が連携
- ✓ カフェを核に健康プログラムを展開
- ✓ 「食べる、動く」で実感できるプログラム設計

# 買い物弱者を救い、 地元経済を再生する「公共商店」

Area | 地域

宮城県気仙沼市

Player | 取り組み主体

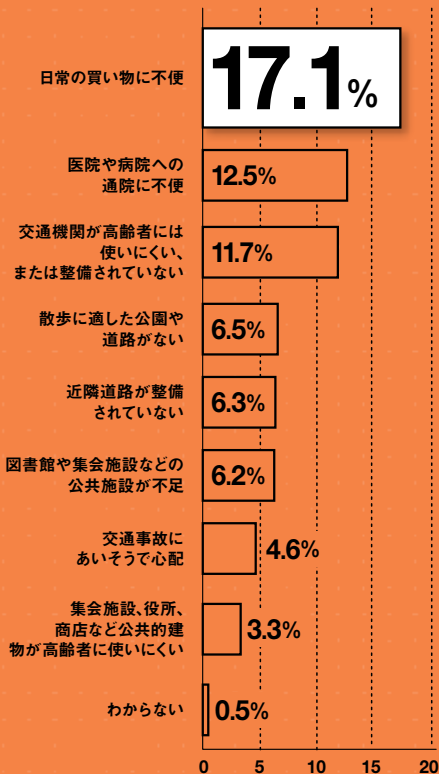
変幻自在合同会社、  
株式会社NTTドコモ

Background | 背景

## 車の運転ができない 高齢者が買い物弱者化

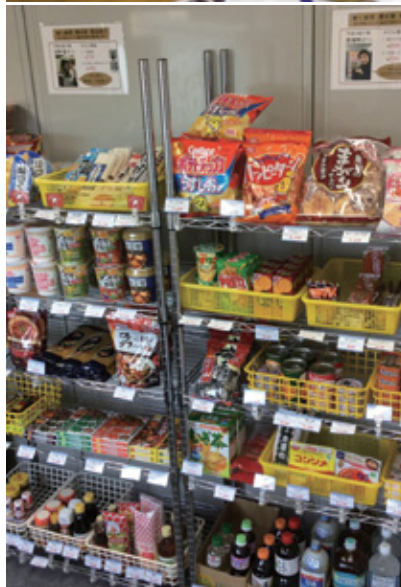
2010年の内閣府による「高齢者の住宅と生活環境に関する意識調査」では全国の高齢者の17.1%が日常の買い物に不便を感じているという結果が出た。気仙沼市内の仮設住宅でも不便などではバスが一日二本しかなく、運転をしなくなった高齢者が「交通弱者」となり、地元の小規模商店も減ったことで周囲に買い物をする場所がない「買い物弱者」となっている。

### 高齢者が不便に思うこと



もっとも  
不便なのは  
日常の買い物

出典：内閣府2010年度「高齢者の生活と住宅環境に関する意識調査」より。グラフは「特に無い(60.3%)」を除く。



上：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今回の為に独自につくりこんだ。左：取り扱っている商品は増加している

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。高齢化が進む地域における、買い物環境を改善するための取り組みとして注目を集めている。

このシステムを開発・運営するのは、変幻自在合同会社(運営会社)と株式会社NTTドコモ(タブレット端末のアプリ開発)。商品は「株式会社郷古紙店」など地元企業から仕入れ、地域経済の活性化につなげたいとの狙いもある。

開店から約1年が経ち、近隣住民の間では便利な買い物の場として定着してきた。業績としても、2015年7～9月の3カ月で同年上半期の売上を上回るなど、少しずつ手応えを得られるようになってきた。

## 外 部企業と 地元企業がタッグを 組んだ無人販売所

2014年10月。気仙沼市唐桑町石浜地区にある福祉の里住宅仮設住宅近くに、無人の日用品販売所がオープンした。中にあるのは、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。簡単な操作でトイレトペーパー

## 高 齢者に親しみやすい インターフェイス 開発の工夫

こうした取り組みは、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イスは高齢者でも操作しやすいよう銀行のATMに近づけた。セルフレジ横の券売機で

**交** 通インフラが不足する過疎地で高齢者が交通弱者・買い物弱者化している。  
 そこで近所に買い物の場がない高齢者のための無人販売所を立ち上げたのが当プロジェクトだ。  
 その鍵となるのはICT技術と、きめ細やかな仕組みの設計だ。

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。プリペイドカードは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。

無人販売であることを考慮し、開店当初は念のために防犯カメラを設置していたが、盗難が発生しないため撤去した。住民の高い倫理観はもちろん、無人販売所の開始にあたって、自治会長を含め周辺住民に説明会を繰り返し、地域の買い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十分に理解してもらっていたことも功を奏しているようだ。

## ニーズの変化と、それに応えるマーケティング対策

利用者の多くはまだ仮設住まいが続いているとはいえ、日常の買い物については、「とりあえず必要なものが揃えばいい」という状態から「自分の嗜好にあったものが欲しい」という段階に移行してきた。そのため、店内の棚を増やし、取り扱う商品の数や種類を増やしてきた。顧客の細かなニーズにも応えるという、小売店としての通常の営業努力が求められるようになってきた。

今後さらに顧客の満足度を上げるには、セルフレジのシステムから得られる購入データの分析が必要不可欠だ。ただし現在は、高齢者の使いやすさを優先したシンプルなプリペイドカードを使用しているため、得られるデータは購入日時と商品名のみ。本格的なマーケティングの材料としては少々物足りない。利用者の利便性を損なうことなく、さらに詳細なデータを蓄積する仕組みを検討中だ。

## 異業種・他業種との連携でコミュニティ活性化を目指す

今後の展開としては、石浜地区での実績を生かし、ほかにも買い物弱者の多い地

域に新店舗を増やしていきたいと考えている。そこで課題となるのが店舗の設置場所である。石浜地区の店舗にはプレハブ式の独立した建物を用いたが、使われていない既存の建物を活用する方法も検討している。

現在、釜石市で試験的にやっているのは、公営住宅の集会所での展開だ。販売所ができることで、従来は集会所をあまり利用していなかった人にも自然と足を向けてもらおうと考えた。その結果、コミュニティの活性化に寄与できないかと期待している。

あるいは、バス会社と連携して屋根付きのバス停を店舗に使うような、異業種とのコラボレーションも検討中だ。バス会社なら物流を担ってもらえることもできるだろう。ほかにも、既に何らかの移動販売サービスを行っている事業者に働きかけ、定期的に無人販売所に配送してもらう仕組みも考えられる。

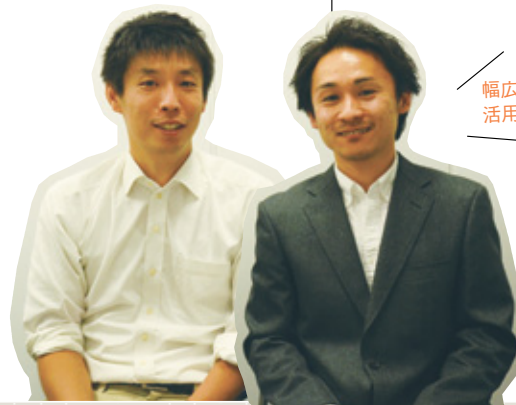
こうした多店舗展開の際には、運営をすべて変幻自在とNTTDコモが担うのではな



のぼりやチラシの活用の他、住民説明会を行い住民認知向上へ努めている

く、セルフレジアプリによる無人販売所という運営ノウハウをパッケージ化し、地元業者やNPOなどに運営を委託すれば、さらに地域経済の活性化にもつながるはずだ。

また、災害時には、無人販売所内の商品を緊急物資として使うという減災への貢献も期待される。そのために、地元自治会と防災協定を結ぶような展開も視野に入れている。無人販売所は単なる商店に留まらず、「商店と公共施設の間」という位置づけとして、今後さまざまな場面におけるソリューションになるかもしれない。



幅広いシーンで活用できます

システムを開発、運営している変幻自在合同会社の清水隼人さん(右)と株式会社NTTDコモ東北復興新生支援室の馬場勝己さん(左)

### Point | 取り組みのポイント

- ✔ ICT技術ときめ細やかな工夫で  
利便性・継続性を担保
- ✔ 地元企業と連携し  
地元経済を回す仕組みに
- ✔ 他地域展開へ向けた  
実証実験の推進

# 「民」の力で走るオンデマンドバス、 高齢者のおでかけをサポート

Area | 地域

福島県いわき市

Player | 取り組み主体

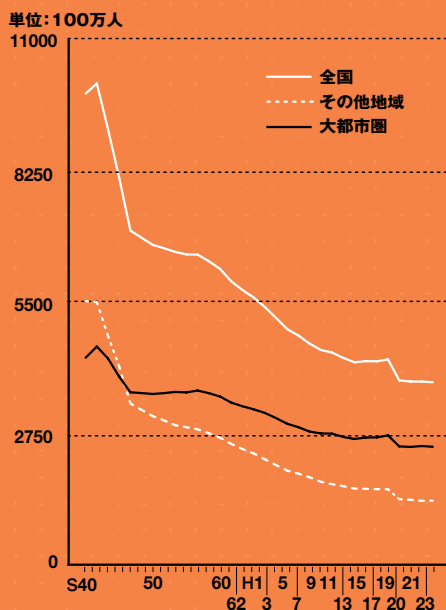
「孝行サービス」コンソーシアム  
推進委員会  
平商店会&マールコンソーシアム  
推進委員会

Background | 背景

## 衰退する公共交通、増える 行政負担と交通弱者

人口減少とマイカー普及が進んだ地方都市では、公共交通の利用者が減り続けており、バス会社の7割が赤字経営だ。これまでは交通弱者対策として行政の公的補助により不採算路線を維持したり、コミュニティバスを運行したりしてきたが、国や自治体の財政負担にも限界がある。一方、移動を車に頼る65歳以上人口が増えると共に、高齢者の交通事故も多発しており、車を運転できなくても移動に困らない社会の構築と、それを将来にわたって維持する仕組みが必要になっている。

### 乗合バス輸送人員数の推移



出典: 国土交通省自動車局旅客課  
「バスの車両数、輸送人員及び走行キロ」及び「平成2012年度乗合バス事業の収支状況について」

利用者の減少によりバス会社の採算性は悪化

## 好きな時間に「低料金」「ドアtoドア」で目的地へ

高齢になり車の運転も不安になってきた。とはいえバスを利用するならばバス停まで歩く必要がある上、本数も少なく、ルートも決まっているので目的地まで行くには遠回りになる。かといってタクシーを気軽に使うには料金が高い。

そんな悩みを抱えた人にとって格好の移動手段となりそうな、新たな交通サービスの実証実験が、2014年10月末からの3か月間にわたり福島県いわき市で行われた。その名も「おいで!毎度!」バス送迎サービス。「オンデマンド」をもじったネーミングが示す通り、利用者のニーズに応じて運行する予約型の乗合バスだ。地域の足の不足を補い、高齢者などの買物弱者や交通弱者の移動を助けて、地元商店街の活性化



上: 10月23日の出発式には復興庁参事官も参加  
下: バスの発着所かつ主な出資者となる加盟店候補を対象とした事業説明会を実施

にもつなげようというねらいがある。

事業の担い手となったのは、民間企業や大学で構成される「孝行サービス」コンソーシアム。プロジェクトリーダーを務めるコガソフトウェア株式会社(東京)が中心となり、いわき駅前の中心市街地を構成する平(たいら)商店会の会員有志や、市内を中心にスーパーを展開する株式会社マールなどと協力してバスの運行を行った。地元のタクシー会社が所有する10人乗りのマイク

ロバス2台を、平日の9時~18時の間に、約28,000世帯7万人が暮らす地域に走らせる。

対象エリアに住む人は、予め利用登録を行った上で、バスを利用する30分前までにオペレータに電話予約をすれば、自宅から金融機関や病院を含む59ヶ所の各加盟店まで無料で送迎してもらえる。コガソフトウェアが開発した専用アプリが、各利用者の出発地点と目的地を結ぶ最短ルートを自動で導き出すため、ルートが固定されているバスに比べて効率的な移動が可能だ。予約がなければ運行しないため、「空気バス」が走るようなこともない。

## 高齢者の外出が増え、 加盟店の 売上げもアップ

運行開始までの広報期間は僅か1ヵ月。それでも293人の登録があり、その53%にあたる155人が実際にオンデマンドバスを利用、予約件数は3ヵ月で2,418件に上った。5回以上利用した人は6割、20回以上利用した人も2割おり、リピーター率の高さがサービスの利便性の高さを物語っている。

実際、利用者の評判は上々だった。アンケート調査では、7割を超える人が「外出の機会が増えた」と回答、「天気の良い悪しに関わらず外出できた」、「いつもより沢山の買い物ができ、重い荷物も運べた」との声が相次いだ。また、利用者の65%以上が70歳以上の高齢者であったが、足腰が不自由な人や、震災以降に家に籠りがちだったという人達から、「一人でも外出できたこと」、「行動範囲が広がったこと」に対する喜びの声が聞かれた。

一方、加盟店側でも好ましい結果が得られた。スーパーマールのポイントカードを使



本事業の推進メンバーの一人、坂本紙店の坂本匡蔵さん

**高** 齢者の数が増加の一途を辿る中、彼らの外出を助ける新たな地域の足が求められている。  
福島県いわき市では、補助金に頼ることなく、地元事業者が費用を分担して、  
利用者のニーズに応じて運行する「オンデマンドバス」を走らせようと模索が続いている。



「おいで!毎度!バス」の車両(左)は株式会社いわきタクシーが提供。利用者(右)からは「外出が楽しくてお金を使いすぎた」との声も

った調査では、送迎サービスの利用回数が多い人ほど消費金額が高い傾向がみられ、実証運行中の消費金額が前の年の同じ時期に比べて増えた人の割合が5割を超えた。また、運行終了後に消費金額が減った人は8割に上り、オンデマンドバスが売上げを左右しうる存在であることを示す結果だった。

## 「地域のメリット」を考え、皆でコストを分担する

オンデマンドバスの運行継続を望む利用者は多いが、「資金源をどうするか」ということは大きな課題の一つだ。

もともと、民間主導のこのような取組みは、これまで公的資金の活用により維持されてきた交通サービスが限界を迎えつつある、との問題意識の中で生まれてきた。高齢化や過疎化が進み公共交通の不採算路線は増え続け、自治体の財政状況も厳しい。「おいで!毎度!バス」では、乗降ポイントとなる各加盟店が費用を分担することが前提となっているが、店や施設側にも明確なメリットが感じられなければ、継続的に加盟店になってもらうことは難しいだろう。

とはいえ、見通しは決して暗くはない。前述のマルチ以外でも、集客の拡大、地域活性化への期待から、約6割の加盟店が「継続運行を行う場合には今後も加盟店に加わりたい」との意思を示している。車内に自店のポスターを張ったり、利用者向けに電子広告を配信したりすることから得られる広告効果も期待できるだろう。利用者側も、「無料」への評価が高かった一方、7割を超える人が「有料でも利用したい」と答えており、100円～200円程度の運賃であれば利用を継続してもらえる可能性がある。

平商店会のメンバーの坂本紙店の坂本匡蔵さんは、「オンデマンドバスが走る

ことによる地域のメリットを幅広くとらえることで、より多くの受益者負担をお願いすることができる」と指摘する。例えば、バスに乗り合わせた人同士の交流や顔見知りが増えることで、「見守り」効果も期待できる。また、塾や習い事への送迎に使えるなら、高齢者以外でもメリットを感じる人は多いだろう。

2015年秋にはいわき市のまちづくり会社も発足した。商店会の有志らは、より魅力的な商店街を創っていくと同時に、オンデマンドバスの継続運行に向けても弾みをつけたい考えだ。

### Point | 取り組みのポイント

- ✓ 無駄のない効率的な運行を実現する専用クラウドアプリ
- ✓ おでかけがもたらす地元経済への貢献
- ✓ まちづくり会社の設立で地域商店による自立体制を構築



# 津波から“いのち”を守る！ 避難訓練の「グランド・メニュー」化

Area | 地域

被災3県

Player | 取り組み主体

河北新報社、  
東北大学災害科学国際研究所、  
株式会社電通、株式会社電通東日本

Background | 背景

## 「早く」「適切な」 避難行動が鍵

震災後、青森から千葉県までの6県（太平洋沿岸地域）における1万人を対象に国が実施した避難実態調査により、すぐに避難をしたとしても約5%の人が津波に巻き込まれていたことが判明。迅速に逃げることはもちろんのこと、適切な避難行動の両方が必要であることがわかった。しかし、想定以上の事態が発生したときに冷静な判断を欠いてしまうことは想像に難くない。行政だけではなく、個人レベルでも日頃から避難について考えておくことが大切である。

### 行動パターン別・津波に巻き込まれたかどうか

- 津波に巻き込まれた人
- 津波に巻き込まれる寸前だった人
- 津波に巻き込まれなかった人
- 未回答



出典：津波避難を想定した避難路、避難施設の配置及び避難誘導について（第3版）2013年4月国土交通省 都市局 街路交通施設課

すぐに避難しても  
約5%が  
津波被害に

## 避難訓練を地域の「文化」に

「適切な避難さえすれば、津波の人的被害は防ぐことができます」。そう話してくれたのは、東北大学災害科学国際研究所の今村文彦所長だ。震災前から大規模な津波発生に対する警鐘を鳴らし続けていたが、多くの命が避難できずに奪われてしまった。痛烈な反省が、「カケアガレ!日本」プロジェクトの出発点となった。

このプロジェクトは、津波発生時の避難に焦点をあてた被災地発の津波防災の取り組みである。二度同じ悲劇をくり返さない、という思いをもった産学官が手を携え

できるようにする。つまり、レストランでメニューから料理を選ぶように、地域の実情にあった訓練パターンを選ぶことができる仕組みだ。プログラムを活用した避難訓練をくり返し実施することで、課題解決と避難する文化を醸成していくことが狙いである。

そこで鍵になるのは、避難訓練の習慣化だ。訓練の必要性を感じてもらうのはもちろんのこと、楽しめることも続ける上では大切な要素となる。そのため基本スタイルは「訓練+イベント」とした。ワークショップなどを実施することで、参加者が主役となり地域が盛り上がる場をつくる。イメージしたのは地域に根付いた「お祭り」だ。避難訓練を地域にとって必要不可欠な文化的行事として定着させ、習慣化さらには防災文化



左：地域唯一の高台である高速道路の路側帯へカケアガレ！  
右：海外にも取組は広がった。津波被害を受けたタイ・ブーケットの小学校で訓練

2012年に始動した。企画委員会は、河北新報社（地元対応・情報発信など）、東北大学災害科学国際研究所（科学的知見）、電通グループ（PR・企画など）で構成。その他、全国の新聞社やNPO法人も参画している。

同プロジェクトがコンセプトに掲げているのは「避難訓練のグランド・メニュー」化だ。沿岸地域の自治体へヒアリングをして集まった課題、問題点をベースに複数の避難訓練プログラム（メニュー）を作成し、選択

の形成につなげていきたいと考えている。

## 前 例のない車避難の訓練にも挑戦

「カケアガレ!日本」が提案する避難訓練プログラムは、従来の訓練とは一線を画している。まずは、これまで参加したことのある避難訓練を思い出してみたい。防災の日など、おおよそ同じ日に実施され、避難場所は近くの学校や公民館。避難方法も

**津**波で多くの命が奪われた東北を中心に、避難訓練等を見直す動きが高まっている。  
**津** 巨大津波の経験と教訓を活かし、「逃げる」ことに着目した被災地発の津波防災プロジェクトが  
 避難訓練のあり方を変えようとしている。

変わらない。ほとんどの県や地区で、型押しされたような訓練が繰り返されてきたのではないだろうか。しかし本来は、地形や住民の年齢構成などによって、避難方法も大きく異なるはずである。それを踏まえ同プロジェクトでは、地域に必要な避難方法を具体化させるためのプログラムを提案している。

例えば、2013年に実施した宮城県亶理郡山元町の訓練。平野部の山元町は数キロにわたって高台がなく、徒歩の避難では間に合わない地域があるため、車避難をテーマに掲げた。これは大きな挑戦だったという。なぜなら、車避難は事故や渋滞を起こす可能性も高く危険が伴うからだ。事実、震災時に多くの被害をだした要因の一つでもあった。



日本での津波に対する避難手段は原則的に「徒歩避難」だ。しかし、逃げる場所がない、または歩行困難な場合には車を使う人がでてくるのは避けられない。適切な訓練をし、住民が車避難について考えることが必要だと考えた。

準備にかかった期間は実に半年以上。住民の協力も得ながら、大通りから裏道まで避難に使える道路の確認、渋滞を避けるための工夫など熟考を重ねた。地域一丸となって取り組んだことも功を奏し、当日の



左：福島県いわき市の塩屋埼灯台では観光客を誘導する訓練を実施  
 右：山元町では約600台が車による避難ルートを確認した

参加者は約3500人、参加車両は約600台にもものぼった。また、訓練後に行われた炊き出しや防災展示会のイベントにも多くの住民が参加したという。この経験を元に、山元町では地域が主体となって、同様の避難訓練に取り組み続けている。

## アップデートを続ける 避難訓練プログラム

どれだけ時間をかけて計画しても実際に訓練を行ってみると、さらなる問題点や課題は見つかるものだ。住民へのアンケートや訓練後のワークショップなどで、意外な落とし穴が見つかることも多いそう。しかし、それこそが大切なことだと言う。見つかった課題、地域の声、訓練の科学的分析結果を次の訓練へ繋げてもらう。そしてプログラムもアップデートさせる。このPDCAサイクルを作り上げることが重要なのだ。また、

プロジェクトでは避難意識を定着させるための取り組みとして、ハット同行避難などをテーマにしたワークショップも開催。ポータルサイトの立ち上げや動画などで精力的に発信もおこなってきた。訓練もさることながら、こうした地道な活動が実を結び、最近では東北以外からの問い合わせも増えているという。

2014年には、かつてスマトラ島沖地震で甚大な被害を受けたタイ・プーケットでも津波避難訓練を実施するなど、国内のみならず、海外でも活動が広がっている。

プログラムのアップデートを続けるには、



河北新報社の木村浩人さん(右)、東北大学災害科学国際研究所の今村文彦所長(中央)と安信祥さん(左)。

多くの時間と費用がかかるという現実もある。しかしプロジェクトは、立ち止まることなく前を見据えている。今後は、国や民間企業などを巻き込みながら活動の輪を広げ、さらなる推進を目指していく計画だ。

自然災害を止めることはできない。しかし災害が起きても、大切な人たちが顔を合わせ、無事を確認できることを当たり前にした。その思いが「カケアガレ!日本」の根底を支えている。

### Point | 取り組みのポイント

- ✔ **津波避難において地域独自のルールをつくる**
- ✔ **習慣的・持続的な避難訓練プログラムの開発**
- ✔ **プログラムを国内外へ普及・拡大させる**

## 「新しい東北」の現在地点 産業復興

震災後の東北では、数多くの産業やビジネスモデルが生まれた。そこに本質的な新しさはあるのか、5年を経て東北にもたらされたものは何なのか。農業の収益性向上に取り組む郡山ブランド野菜協議会の濱津氏、地場産業の創出に挑戦する東松島みらいとし機構(HOPE)の福嶋氏、企業と連携した復興支援プロジェクトを多数実施している日本財団の青柳氏に語ってもらった。ファシリテーターは復興推進委員会委員で東北大学大学院工学研究科の中田教授。

**中田** まずは濱津さんから、震災前から続けられてきたブランド野菜の取り組みと、震災を契機に変わったことを教えてください。

**濱津** 郡山は全国でも有数の米の生産地ですが、米の価格が下落傾向にある中で、若い人たちにつながっていく農業ってどういうものなのかを仲間と話し、野菜でブランディングできないかと考えました。米でいえば10aあたりの売上は10万円ですが、ブランド野菜は例えば10aあたり100万円の売上にすることを目標に取り組みをはじめ、今年で12年目です。福島は東京電力の事故、風評被害がありました。震災前はおいしい野菜をきっちりした値段で買ってもらうのが目的でしたが、「フクシマ」という言葉が負のイメージを持ってしまったところからスタートするには、他の産地よりもプラスの部分を探めなきゃと、栄養分析とか味覚センサーだとか、美味しさの数値化、可視化にもトライしています。

**中田** 福嶋さんが東松島に入った時と現在の状況はいかがですか。

**福嶋** 2013年2月より、企業からHOPEに出向しています。東松島市の市長がユニークな方で、大きく復旧と復興に分け、復旧、つまり道路のかさ上げだとか河川の工事は市役所が担当し、復興、つまり住民の

郡山ブランド野菜  
協議会 会長


濱津洋一

Yoichi Hamatsu

一般社団法人東松島  
みらいとし機構  
(HOPE)

福嶋正義

Masayoshi Fukushima



日本財団ソーシャル  
イノベーション本部  
上席チームリーダー

**青柳光昌**

Mitsuaki Aoyagi

復興推進委員会委員

**中田俊彦**

Toshihiko Nakata

# 地域ごとに、そこに合った解を作ることが重要

—— 福嶋

幸せを考えるような新しい取組は中間支援組織、HOPEが担当するよう整理され、私はそこに入りました。HOPEは震災復興

と環境未来都市構想実現のための時限組織で、5年間の活動は市が担保しています。そこから先、どういう組織に作り替えるのか、何をやって地元へ貢献するのかを、いままさに議論しているところです。

**中田** 濱津さん、12品目できたブランド野菜の価値を発展、継続していくために何が必要だとお考えですか。

**濱津** 郡山で作ったものを郡山の消費者の方、料理人の方に使ってもらうのが一番と考えています。共感していただけるシェフさん、料理人さんを増やして、共通のメニュー開発にも挑戦したいです。あとは人とのつながりです。首都圏から郡山に来てもらうツアーの参加者が、頼みもしないのに、撮った写真でアルバムを作ってくれたんですよ。「感動しました!」って。それで、これは頑張らなきゃ、こういう人を1人でも2人でも増やしていかなきゃって気になっちゃったので、みんなで知恵を出しながらやっていきたいと思

郡山ブランド野菜協議会のパンフレット



やないけれど基本にはなるから、若い人に数字の見方を意識してほしいですね。

**中田** 福嶋さんにとってのこだわりの数字って何でしょうか。

**福嶋** 私が携わっている東松島刺繍の街プロジェクトでは、外から仕事をとってきて、プロジェクトに参加している地元のお母さんたちに作品を刺して(刺繍して)もらいます。そうすると仕事をくれた企業は被災地のためにこんな活動をしてるって話ができる。お母さんは趣味の刺繍を通じて副収入を得られる。特に子育て世代のお母さんたちの社会参加につなげられる。そんな社会を作るべく、今年度の売上の目標として800万という数字を立て実践しています。

**中田** 参加される方のモチベーションは何でしょうか。

**福嶋** 刺繍を刺している間は家事から離れて自分の時間を持てるとか、お金じゃないところの価値が大きいと思います。

## 共通のゴールを目指す連携＝コレクティブインパクト

**中田** 過去の災害と比べて、今回の東北の復興は何が突出した特徴と言えますか。

**青柳** 郡山の事例のように、作り手と消

費者が繋がる動きがたくさん生まれているのが、今回の東北での大きな特徴だと思います。人が少なくなる中で新しい仕事を興すのは、成長社会の中で新産業を興すのとは全く違う意味があります。その中でこのつくり手と消費者の繋がりというキーは、東北以外でも必要となる動きかなと感じています。そして何より、東北では、コレクティブインパクトが生まれていると思います。簡単にいうと連携することで成果を出すことですね。今まではNPO、行政などの単体が主体でした。でも、あの災害からまちを作りなおすという大きな目標ができて、みんなで集まって成果を出そうというところが、過去の災害後のまちづくりや産業復興とは全く違うなど。

**中田** 東松島はいかがですか。HOPEはそもそも連携の組織ですね。

**福嶋** 民間活力って市が言っているんですけど、企業の力を束ねて復興を加速させようっていうところと、それをよとする自治体。このセットがあってはじめて加速すると思います。

**中田** 震災直後は大企業がCSRで来ていましたが、今後の持続可能性を考えると、CSVという、地元発の共有価値を作る、というような別の価値に作り替えていくのが、一つのポイントになりそうです。

**青柳** いわゆる6次産業化にしても、いまの東北ではCSRで関わった企業が本業としても持続可能性を持たせるために6次産

# 「農業者、流通や料理人、消費者が価値とリスクをシェアする「三方一両得」

—— 濱津

います。メンバーに伝えているのは、数字の話です。農家の人って数字を活用しないんですよ。数字が全てじ



**Profile** 一般社団法人東松島みらいとし機構 (HOPE)

**福嶋正義**

震災後、KDDI社内に立ち上がった復興支援室に志願し出向。2013年2月からHOPEで企業連携や、タレントの岡田美里さん、フランスの刺繍系メーカーDMCと協働で子育て中の女性が働ける地場産業を創出する「東松島刺繍の街プロジェクト」に携わる。



**Profile** 郡山ブランド野菜協議会 会長

**濱津洋一**

大学卒業後地元に戻り、20年のサラリーマン経験ののちに就農。郡山農業青年会議所などでの活動を経て、現在、郡山ブランド野菜協議会会長として、野菜のおいしさの可視化やPRの強化を通じて農業の収益性向上に取り組む。

業化なりブランディングで関わり続けています。数は震災直後より減少しているけど、今残っているものは本物になると思っています。

**福嶋** 企業の立場からいうと、東北は「CSR」から「CSV」というキーワードについて考えるためのすごいいいフィールドになっています。住民のために何ができるかを自治体も企業も考える。どういう価値を提供できるかが先であって、それに対する対価や利益というところはまだまだ試行錯誤の段階だと思っています。

## 地域から生まれる、新しい価値の基準

**中田** 私はエネルギー分野が専門です。エネルギー事業者が東北で何かやろうというときには、ビジネスモデルの提案でつまづいてしまうんです。全国規模の会社は一般解という全体に通じるソリューションを求めますが、東北の場合は地域のマーケットに富が直接落ちること、つまり地域解を考慮しないといけないという違いなのだ気づきました。いわば、一般解と地域解の違いです。

**青柳** エネルギーに限らず、一般解と地域解を行き来できる人は絶対に必要だと思います。企業にとっても数字の合う一般解に沿って地元からの提案、計画を作ることができる人が、まだあまり地域にはいません。短期的には、一般解ができる人材を送って、一緒に地域を見て地域解を学び、一般解に合わせて提案していく、その機能が必要です。今は活動してみたら「そういう

のが必要だった」とわかった状態ですが、今後は意図的に、地域解、一般解をコーディネートする人材の需要を満たせるプラットフォームを持つ必要があります。

**福嶋** 東京で作っている一般解を地方にもっていくと嫌われ、隣の市町のものも横展開しようとしても、うちは違うって嫌われます。やっぱり、そこに合ったものを作らないと受け入れられないと、現場にいて強く思います。

**中田** 濱津さんが、地域に根付く面と数字を使う面の両方をお持ちなのがすごいと思いますが、これからの夢や期待、目標っていうのはあるんですか。

**濱津** 農業者が郡山で農業をやってよかったと思えて、消費者の方も郡山の野菜、お米を食べられてよかったっていう、そういう形でみんなが楽しく生活できればと。農業を底辺で支えている小規模農家の人たちと一緒にできることに挑戦していきたいです。

**青柳** 小規模でやっている農家さんは、作り手としてのプライドがすごいですよね。プライドを懸けた食べ物っていうのは、物語も一緒についてきますから、他よりも高くても買うという消費者のマーケットは、大きくはないけど確実に震災の後にできたと思います。

**濱津** それは少しずつ感じますね。

**中田** それが形になって他の人に共有できるといいですね。福嶋さん、今後の展開について聞かせていただけますか。

**福嶋** 目の前の目標として、東松島を刺繍のまちにしたいです。さらにいうと、参加する

お母さんたちが自分の好きな刺繍をすることで新しいコミュニティができて、今まで話をしなかった人が集まって、趣味の時間があって、それが副収入になって、自分の家庭のおかずが一品増える、みたいな、コミュニティの価値が広がって世の中から評価されるようになるといいなと。実はいま、スマトラ沖地震で被災したインドネシアのバンダ・アチェ市というところで、同じようにお母さんたちを集めて刺繍でまちおこしをやりたいと、海外への展開の芽も出ています。

**青柳** 今の福嶋さんの話は、東北で起きていることの特徴だと思います。当たり前のように海外に展開するような発想は、他の地域ではあまりありません。世界中からご支援いただいたのを体感してるから、メンタル的にすごくハードルが低くなっている。また、震災がきっかけで、かなりの日本国民の皆さんが、経済的な価値観だけで全て測るのはちょっと違うんじゃないかと感じたと思います。経済的価値は絶対大事です。でも、それだけではないところに人間の幸せってあるんじゃないかって。その風潮が一過性でなくなってきている。その最たるものが企業で、CSVを試行錯誤でやられていたところから、何年もたってそれが当たり前になり経営に組み込まれてきています。すごく変わってきている。

**中田** 地域には中央にない価値があることをどう伝えていくかですね。本日は本当にありがとうございました。

## 「NPOも行政も、みんなで成果を出そうという連携が東北の新しさ」—— 青柳



**Profile** 日本財団ソーシャルイノベーション本部 上席チームリーダー

**青柳光昌**

東日本大震災後、フィリップモリス社による高校生向けキャリア教育、ダイムラ一社によるMBA奨学金プログラム、キリングroupによる一次産業支援など、企業や行政と連携した支援事業に多く携わる。



**Profile** 復興推進委員会委員

**中田俊彦**

東北大学大学院工学研究科教授。専門分野は地域エネルギーシステム、環境経営、エネルギー経済工学。自律・分散型エネルギーシステムの研究の知見を活かして、復興推進委員会の委員を務める。

# 水産加工の業界再編! 失った販路を海外で取り戻せ

Area | 地域

宮城県石巻市

Player | 取り組み主体

石巻市水産復興会議、  
(株)JEMCO日本経営、  
石巻販路開拓支援センター等

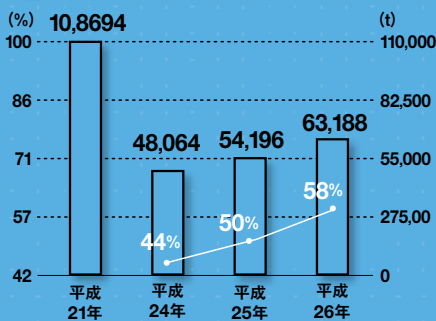
Background | 背景

## 作業従事者半減で 工場操業が困難

石巻魚市場は水揚げ量全国3位、200種類を超える水揚げがあったが、震災前から全国的な傾向と連動して漁獲量の減少が目立っていた。震災で半減した水産加工作業の従事者数も向上かず、加工場における生産性向上や後継者難も深刻な問題となっていた。新たな販路を開拓するには個社での対応では限界があり、地域の業界が一つとなった共同での生産、販売体制の構築が急務となっていた。

### 水産加工品の生産数量の推移

□ 数量 ● 対21年比



出典：平成27年9月石巻市水産部  
「東日本大震災からの復興の状況と課題」

増加傾向にあるが生産量は震災前まで回復していない

再建され、2015年9月に供用開始した石巻魚市場。荷揚げする多くの漁船がひっきりなしに出入りしている



## ピンチが生んだ 水産業界の再編

石巻市には延長1200mの水揚げ岸壁を有する魚市場と、その後背地には水産加工場が集結していた。しかし、津波により市場、加工場は壊滅。約5万トンもの冷凍・冷蔵の水産物は陸上に流されて腐敗、強烈な異臭を放って周辺環境に著しい悪影響を及ぼした。漁業者、水産加工業者、市場関係者らは、水産物の片づけと業界の将来を考えるため、2011年3月末に「石巻市水産復興会議」を発足。当初は2週間に1回、約300人が集まって意見を交わし、現在も月1回、150人ほどが集まり、活動を続けている。

がれきとともに散乱する水産物の収集、分別、廃棄処理には時間と手間がかかった。同年7月に仮設テントでの競り再開、11月には応急復旧した市場が稼働したが、その間、得意先との販路が途絶えた業者は少なくなかった。失った販路の回復は難しく、2013年の水産加工品生産量は5万4,196トン、出荷金額は289億円と、震災前の半分ほどに止まった。

一方、約3ヶ月も業界全体が力を合わせて水産物の処理作業を行い、一体感が生まれたことが「共同での業界再編」へとつ



左：魚市場に水揚げされた水産物は、後背地の加工場で商品化され、出荷される。下：新しくなった市場で、威勢のいい声を上げながら水揚げされたばかりの魚を競り落とす仲買人のみなさん



川魚が多く食されるアジアで好まれる可能性のある調理法、味付けなどについて、留学生にヒアリングを行った

ながっていった。震災前、海外に輸出していた業者はあったが、求められたロットに1社では対応できず、販路拡大のチャンスを失ったケースがあった。マーケティング戦略や商品開発について学ぶうち、海外への輸出に販路を見いだそうと検討を始めた。その結果、石巻市魚市場買受人協同組合(以下、買受人組合)が各企業が提供する商品をとりまとめ、地元の加工会社1社が輸出窓口となって海外の輸入業者に商品を提供するスキームが生まれた。

## 共同販売と「石巻ブランド」 確立に向けて基盤整備

震災前、各社は買受人組合に加盟していたものの、互いの商品情報に触れることはタブーだった。しかし、共同体制を組むということは、それらがオープンになるということだ。それまでバラバラだった各社の商品の種類、製造工程、最低ケース納品単位、発注リードタイムなどの情報を日本語と英語で表記したシートを作成、データベースを構築し、共同販売体制の基盤を整備した。共通のロゴやパンフレットも製作して「石巻ブランド」確立に向けてPRを進めている。

共同販売にあたって、業界の基盤整備、強化も進められている。復旧完了した市内の水産加工業や冷凍冷蔵庫業は約7割に達し、ハードは順調に回復している。行政によって再建された新魚市場は将来的に求め

**水産**産業を基幹産業とする石巻市。津波で魚市場と加工場群が被災し、復旧期間に多くの販路を失い、業界全体の建て直しに迫られている。関係者らは、加工作業の効率化や販路開拓、業種・地域横断によるにおける業界全体の底上げに向け、力強く踏み出している。

られる可能性のあるHACCP(食品における危害分析重要管理点)に対応可能な高度衛生管理を導入し、海外マーケットにも通用する産地市場として2015年9月に供用を開始した。

一方、課題は人材確保だ。水産加工業の従事者は震災前の半分に落ち込んだままで、求人はあっても人が集まらず、復旧した生産ラインを稼働できない深刻な状況に直面している。そこで4社で工場診断を実施。作業標準時間の設定がなく、待ち時間など無価値行為が複数確認され、各社とも20%程度の生産性の余力があると判断された。今後、工程間のモノの動きや工場レイアウト、作業の評価基準を見直して少人数での作業の効率化を目指し、人材不足を補っていく。

あわせて、加工作業の衛生管理レベル向上に向けて大手スーパーの品質管理担当者を講師に招き、魚介類や廃棄物の衛生的な取り扱い、床面・選別機などの衛生管理などの研修も継続的に行っている。

## アジアへの輸出本格化に向けて一丸

2014年の輸出先として、日本の大手スーパーが進出し現地エージェントとのつながりもあるベトナムと、輸入通関手続きが簡素で現地レストランの質も高い香港に決め、共同出荷のテストを実施した。その予備調査として現地向けに商品をローカライズするために東北大学のアジア圏からの留学生らに聞き取り調査を行ったところ、「自国のサーモンと違って鮮度が良く、わさびや醤油との組み合わせもいい」「フライや煮魚は自国の料理法と似ていて、なじみがある」といった声が聞かれた。

香港でのテストマーケティングには、レストランでの提供を想定して13社の23商品を提示した。好評だったのは、あなごの天ぷらやタラ鍋、銀鮭フレーク、帆立寿司など。現地のシェフやバイヤーから調理方法・メニュー開発の研究等のアイデアが出され、輸出拡大の可能性が確認された。航空貨

物による少量出荷でコストが割高となったことから、2015年度は少量多品種の加工品をまとめ、ロジスティック業者も交えて梱包規格の統一化や作業フローの共通化を検討し、20フィート型コンテナによる船の輸出モデル構築にのぞむ。

共同販売モデルを確立するための体制作りには、外部からのアドバイスを得て、買受人組合長がリーダーとなり、事務局には行政サイドとも連携でき、海外での経験、ネットワークを持つ外部人材を登用。その事務局担当者は香港で、飲食チェーンの運営、イベント企画・マーケティング、TVアン

カー、流通など専門的な知見を持つ6人による支援体制を母体を構築。既に現地の大学や企業との連携に関するアイデアも複数出されており、石巻の認知度向上に向けて具体的な検討が進められている。

買受人組合の布施三郎理事長は「少しずつ輸出先も開拓し、5～10年先の一定量の輸出を目指し、業界を活気づけていきたい」と力強く語る。「明るい未来」を提示することで、業界全体の底上げとともに従業者や後継者の獲得にも期待を高めている。



2013年11月、応急復旧して再開した市場で、業界の再発進と飛躍に向けて氣勢を上げる買受人の皆さん

### Point | 取り組みのポイント

- ✓ 各社の製品情報を集めてデータベースを構築
- ✓ 共同での生産体制をつくり海外販路開拓へ
- ✓ 作業効率化で加工現場の人材不足に対応



# 目指せ売上げ10倍! 野菜の目利き力を活かした地域野菜ブランド

Area | 地域

福島県郡山市

Player | 取り組み主体

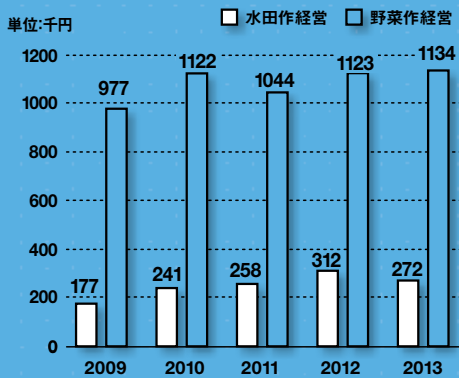
郡山ブランド野菜協議会、  
株式会社トライビート

Background | 背景

## 低い農業の収益性

農業、特に米作農家の所得が他の産業と比べても低い状況が続く中で、米と比べて単位面積あたりの売上げが高い野菜を作り、さらに商品の競争力を上げることで、米であれば耕地10aあたりの売上げが10万円のところを、100万円を売り上げられる“稼げる農業”を実現するのが、「郡山ブランド野菜」の目標だ。農業を夢とやりがいのある仕事にすることを目指す背景には、後継者不足の解消や新規就農者を増やすために「若い人にとって魅力的なものに」との思いがある。

### 農業経営関与者1人あたりの農業所得



出典：農林水産省「営農類型別経営統計」を元に作成

農業者、特に  
コメ作り農家の  
所得が低い



定期的に直販イベントを自ら主催し、課題解決へ挑む



野菜をつくるだけでなく、消費者との積極的な交流を行っている

## 年に一度誕生する 新ブランド

きれいに並べられた色鮮やかな野菜。生産者の笑顔。郡山ブランド野菜のホームページには、思わず次のページを開きたくなる写真がたくさん並んでいる。

実は郡山には、会津のように伝統野菜が豊富にあるわけではない。郡山農業青年会議所の有志が「郡山で、自分たちが自慢できるような野菜、地域の人に喜んでもらえるような野菜を作りたい」と考え郡山の土地に合い、かつ栄養があって美味しい野菜作りを2003年にスタートした。メンバーらは「あおむくらぶ」というグループを作り、栽培勉強会を開催するなどして高品質の野菜作りに励んできた。このあおむくらぶがベースとなり、後に企画部隊として「郡山ブランド野菜協議会」が発足した。

並行して、現在の協議会の中心メンバーである鈴木光一さんが10年前に「あぐり市」の取り組みを始めた。単に野菜を販売するだけでなく、みんなに見てもらえる機会、作品発表会のような場を作りたい、という思いからスタートした。当初は夏と冬の年2回だったが、7月は夏野菜発表会、10月は新米祭・・・とテーマを持たせながら徐々に開催回数を増やし、2015年10月には50回を迎えた。

郡山ブランド野菜は、数百種類の中から毎年1品ずつ商品開発を行っている。どの季節にも郡山ブランド野菜が手に入るよう

にとの考えから、種類を増やすことに力を入れる。名称は公募で決定し、「万吉どん(玉ねぎ)」「佐助ナス」などのユニークな名前がつけられた野菜が、現在12種類認定されている。

## 野菜の品質を 可視化する

2011年の震災後1年間は、放射能の影響への懸念から生産を休んだ。そして生産再開後に待っていたのは風評被害。その時に支えになったのは、郡山ブランド野菜の原点となった考えだった。「ここにしかない食べたいものがあれば、消費者は買ってくれる」。



2014年には、他の野菜との差別化を明確に打ち出すため、放射性物質の量などネガティブな数値ではなく「ポジティブな数値」、すなわち、おいしさを数値化する取り組みを開始。3つの調査を実施した。一つは栄養分析。糖度、抗酸化力、ビタミンC、硝酸イオン含量を測定した。2つめに、味覚の優位性を明らかにするため、酸味、苦味雑味、渋味刺激、旨味、塩味等の味覚データ、香気成分分析を実施。これらの結果から、例えば「御前人参」の成分は一般的なニンジンと比較して、糖度が約1割高く、硝酸イオン含量が約8割と低い。えぐ味や苦味を感じにくく、より甘さを感じられる数値だ。これらにより、他地域の野菜と比べた郡山ブランド野菜の優位性を客観的に示すことができるようになった。

**伝** 統野菜の少ない郡山市で、「郡山ブランド」を生み育てる取り組みが進んでいる。  
**伝** 栄養分析や味覚データの数値化で品質を可視化。イベントでの直売やツアー開催、  
 デザイン性の高いツールの制作など、消費者コミュニケーションにも力を入れる。

そして3つ目は土壌診断。各生産者の土壌成分を診断して、不足や過剰成分を把握し、土壌づくりの指標を作成。生産者は土壌診断に基づいた中長期的な土壌改良計画に取り組んだ。

## コミュニケーションで消費者・生産者双方が変わる

数値化に続いて考えたのは、いかに情報発信をしていくかということ。ホームページでは、野菜1種ごとにページを作り、測定した数値と野菜の紹介をあわせて掲載している。野菜や協議会の活動を紹介するリーフレットも作成した。これらのホームページ

みよう」と畑に寝転ぶアクティビティも実施。生産現場を肌で感じることで、根強いファンが誕生している。

## ブランド野菜づくりはゴールではない

鈴木さんは、自分たちの活動が目指す姿を「ブランド野菜を作るのではなく、郡山の食の文化を発信していくこと」だという。レストランなど、他業種とのタイアップなどを通じて、郡山のみんながよくなっていくことを目指す。

また今後は、取り組みを次世代につなげていくことに力を入れたい、という。就農のハードルを下げため、そして若い農業者が

自立し夢とやりがいを持って取り組んでいけるためにも、農業の収益性を上げたい。そのための一つとして、ブランド野菜の作り方をマニュアル化し、新規就農者に作り方を伝えている。こうした取り組みにより、「農業に興味を持っていなかった子どもが開成マルシェは手伝ってくれるようになった」という生産者も。「地元の人が誇れるブランドを」という思いは、着実に共感者を増やしている。

毎年1つずつ認定され、現在12種類まで広がった郡山ブランド野菜



やリーフレットはデザインにこだわり、閲覧者の視覚に訴えかけるものになっている。あぐり市や、月に一度郡山市内で開催されている「開成マルシェ」での対面販売に加えて、2014年には生産の現場を訪れるツアーも実施した。参加者とのつながりはツアーの後も継続しており、開成マルシェには、毎月必ず誰かが来てくれている。2015年8月に東京で青山ファーマーズマーケットに出店した際にも、ツアー参加者が早朝から手伝いに駆け付けた。

また、都会からのツアー参加者の「畑に入っていいんですか!?!」「野菜ってこんな風にできているんですね!」という反応は、生産者にとっては新鮮であり、その驚きは活動に活かされている。2015年11月に開催されたツアーでは「野菜の気持ちになって

ブランドづくりのために写真にもこだわる。プロの手で生産現場の写真を撮影し、パンフレットやWEBを通じて現場のリアリティを伝えている (Photo by Kentaro KUMON.)

### Point | 取り組みのポイント

- ✓ 他と明確に異なる商品で”競争しない“戦略
- ✓ 栄養成分や味覚データで品質を可視化
- ✓ コミュニケーションで熱烈なファンをつくる

# 600戸の巨大コミュニティが挑む、 世代交代あの手この手

Area | 地域

福島県いわき市豊間区

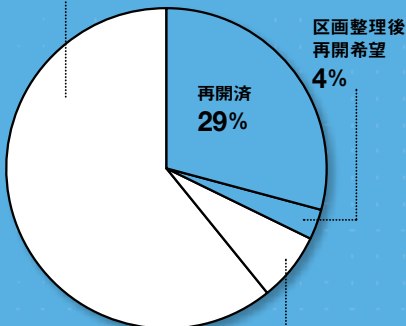
Player | 取り組み主体

ふるさと豊間復興協議会、  
NPO法人美しい街住まい倶楽部

Background | 背景

## 家業の継続が難しく、 地域産業が衰退の危機に。

いわき市豊間区には52の隣組で構成される10の町会があり、震災前より相互扶助的な生活が営まれていた。沿岸、遠洋漁業、ウニやアワビの採集など漁業が盛んで、海水浴やサーフィンなどの海浜レジャーに訪れる人を対象とした民宿、飲食店も多かった。しかし、後継者不足などで家業継続が困難な家は多く、震災後は海浜の利用再開の見通しが立たないことから、地域において新たな産業、特産品の創出が必要だった。

豊間区・事業所再建の意向  
震災前事業者数:58再開せず **60%**

出典：2015年9月ふるさと豊間復興協議会調査結果

## 7割近くが 再開見通しナシ

団地での新しい関係性をどう作り上げていくか、災害公営住宅の住民たちが顔を合わせての話し合い



## 震災前のコミュニティを維持して 災害公営住宅に

津波で3分の2の世帯が壊滅したこの地区では、「地域のつながり×専門家グループ」というタグ(コラボ)によって、住民の意見を集約、行政の提案との折り合いをつけながら、住民の早期帰還を目指して、



上：大学生たちと特産品のポーポー焼きの試作を重ねて、商品化を進めるカーちゃん達 下：2015年1月にオープンした仮設商店街「とよマルシェ」は、待ちかねた住民達で賑わった

復興まちづくりを進めてきた。千葉県船橋市でコミュニティ形成を重視した街づくりを行った「NPO法人美しい街住まい倶楽部」のアドバイスを受けて「ふるさと豊間復興協議会」（以下、復興協議会）を設立。住民による復興計画作り、延べ300人を超す住民らが参加した12回にわたるワークショップなどを通して、2013年1月に「豊間復興まちづくり宣言」をまとめている。

災害公営住宅には、抽選方式ではなく震災前の隣組などのグループでの申

し込みを進め、2014年11月末までに戸建て24戸を含む192戸が入居。住民の希望に添ったかたちで3年半ぶりに「地元の団地に希望者全員が帰還」する目的を達成した。

もともと豊間区を中心とした10の町会と52の隣組は、震災後4ヶ月で住民全員の仮住まい先の名簿を作成するなど、被災の翌日から安否確認や避難先の把握などに大きく機能した。そんな地区の区長や町会長

らが復興協議会の主要メンバーとして牽引してきたこの4年間のまちづくり活動は、全国各地で特色ある街づくり活動に対して贈られる第11回日本都市計画家協会賞（NPO法人日本都市計画協会主催）で、全国まちづくり会議特別賞を受賞。被災を機に、新しいまちづくりが進んでいることが高く評価された。

新しい住環境でのコミュニティの醸成に向けても、ワークショップや会合を開くなど住民が顔を合わせる機会を多く作っているほか、埼玉県上尾市にある2,000戸規模の尾山台団地を訪れ、またその自治会役員などに豊間に来てもらい、団地内でのコミュニティ形成の手法など自治会活動について学んでいる。

**津** 波により、620戸のうち430戸が全壊する大きな被害を受けた福島県いわき市豊間地区。  
全戸が加入する区・町会の自治力の高さなどにより災害公営住宅へのスムーズな入居を実現したこの町で、  
地域一丸の暮らしの再生の取り組みが進んでいる。

## 浜 料理を特産品に。 「ポーポー焼き」は 売り切れる人気に

2015年1月、住民待望の仮設商店街「とよマルシェ」がオープンした。一度は再建をあきらめた震災前からの事業者が、帰還した住民の暮らしを支えようと、4店舗のうち3店舗は家業を転換するかたちでの出店に踏み切った。しかし、住民は震災前のまだ3分の2、海辺への来訪者もサーファーなどに限られ、経営は厳しい状況が続いている。

産業再生には特産品も欠かせない。2013年から地域の産業再生に向けて本格的に動き出した協議会は、震災前の事業者による産業再生検討会議を設置。住民ワークショップや道の駅の先進例視察などを通して、地元の水産資源や伝統の食文化を活用する活動が始まった。民宿や飲食店で培った調理技術を活かして作られた伝統の味「秋刀魚のポーポー焼き」（秋刀魚をつみれ状にして焼いたもの）は、福島大学の学生とかーちゃん達が試作を重ね、食べ歩きできるよう串揚げにして売り出した。伝統の味を心待ちにしていた住民は多く、予約で完売が続出。製造を担当する12人のかーちゃん達は元気を取り戻している。

現在は、売れ筋商品の人気を少しでも収益に還元できるよう、低価格で抑えていた価格設定を見直すほか、作り手によって商品に差がでないよう規格をそろえ、品質アップを狙っている。さらにかーちゃん達の負担軽減のために、作業の一部に簡易な機械を導入して効率化を図るほか、昔から地域で作られてきた「秋刀魚の佃煮」など、新メニューの商品化にも取り組んでいる。

当初入居した4軒のうち1軒は、個人経営での負担が大きくなったことから、復興協議会が支援に乗り出し、野菜などの集荷や配達、送迎などを地域全体の協働の力で行うことで、住民の暮らしを支える店舗運営を軌道に載せる試みが始まった。

## 区 画整理完成後を 目指し、「住まい手」 と「担い手」確保へ

一方、住まいに関しては、2017年末の完成を予定している沿岸部と高台に造成中の震災復興土地区画整理エリアにおいて、この4年間で地元を離れた若い世代がなかなか戻ってこないことが大きな課題となっている。約400戸の宅地が整備される区画整理エリアへの居住（帰還）に関するアンケート調査では、帰還予定者は震災後1年目では200戸だったが、2015年秋には100戸以下に減っており、中でも若い世代の流出は深刻度を増している。

未利用地となる見込みの約300戸の宅地活用方法については、この地の先達たちが残している豊間区の土地と資金を活用し、宅地の一部を若い世帯に格安で提供したり、豊間地区で店舗をつくる場合は優遇措置をとるなど、まずはソフト面で若い人たちにバトンを受け渡せる舞台の準備を検討し始めた。

さらに、住環境を整えることで新しい「住まい手」の確保を狙うことや、地域の産業や活動に参加し、プロデューサー的な活動が期待できる地域の「担い手」確保にも乗り出している。首都圏を含む全国各地から豊間地区に一定期間住み込んでまちづくり事業を担当してくれる若手を募集しようと、NPO法人ETIC「右腕プロジェクト」事業にも参加。情報と

思いを発信しながら、「とよマルシェ」にあるお店の運営を任せつつ、「ゼロからのまちづくり」と一緒に挑戦してくれる若き地域プロデューサーを求めている。

また、新潟中越地震で被害を受けた新潟県長岡市に赴き農業体験など有給でのインターン留学を通して定住化を図ろうとする「にいがたイナカレッジ」についての研修を実施。インターン生へのヒアリングや現地視察を通して、移住者によって地域が元気になっている状況などを見学。先進地の状況を参考にしながら、若い世代を積極的に呼び戻し、受け入れる体制の整備を進める検討にも入った。

もともと地域の結束が固く、“頑張るリタイア層”や婦人メンバーなどのシニア世代がここまで自分たちの手で新たなまちづくりを進めてきた。これからは若い世代を迎える足下を支えながら、コミュニティの世代交代を進めようと考えている。全国トップクラスのコミュニティによる挑戦は続く。



週1回定期的に集まり、新しいまちづくりの課題一つひとつについて意見を交わす「豊間区」「ふるさと豊間復興協議会」「NPO美しい街住まい倶楽部」による事務局メンバー

### Point | 取り組みのポイント

- ✓ 「家業」から「地域協働産業」への転換
- ✓ 区画整理後の住宅再建と土地活用支援、町会再編を検討
- ✓ 「担い手」と「住まい手」確保に向けたコーディネート

# 4 温泉と自然を何倍にも活用! 再生可能エネルギーとエコツーリズム

Area | 地域

福島県福島市

Player | 取り組み主体

NPO法人土湯温泉観光  
まちづくり協議会

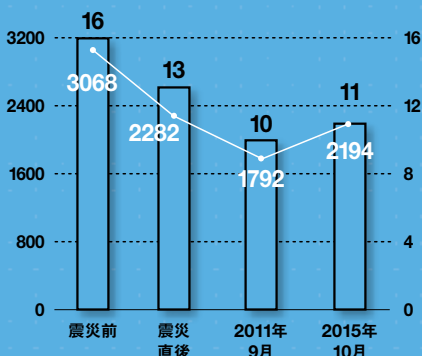
Background | 背景

## 観光客と旅館の急激な減少

土湯温泉の宿泊者数は、1992年には年間42万人を超えていたが、2010年には26万人台に減少。そして、震災と原発事故が発生した2011年には11万7千人にまで落ち込んだ。廃業する旅館も相次ぎ、人口も減少。特に労働人口の流出が大きく、高齢化率は45%まで上昇。限界集落(高齢化率50%)の危機が迫っていた。将来的な定住人口、二地域居住人口の増加のため、まちの活気と雇用の場を取り戻して、若い人に住みたい、働きたいと思ってもらえる場所を作ることが急務だった。

### 旅館数と収容人数

□ 旅館数 ● 収容人数



出典：土湯温泉の宿泊者数と旅館数  
土湯温泉町復興再生協議会作成資料より抜粋

震災と原発事故  
の影響で  
半分以下に減少

協議会では地域との連携のため定期的に  
会議を行っている



## 再生エネルギーで まちおこしを

聖徳太子の時代に開湯したと伝わる土湯温泉は、磐梯朝日国立公園の中に位置し、山と清流、湖沼に囲まれた風情ある温泉街だ。

震災後、収容人員数の約1/3を占めていた大きな旅館が廃業したこともあり、主幹産業である観光業の衰退が危惧された。2011年11月、「土湯温泉町復興再



上：イスラエルから輸入したバイナリー発電設備。  
この奥に温泉のタンクがある。  
下：温泉卵を作って温泉熱を体感する  
アクティビティは、研修旅行のコンテンツとして人気

生協議会」が発足。地元住民が今後のまちをどうしていくか話し合い、「温泉観光地の将来を占うモデル地域の構築」「自然再生エネルギーを活用したエコタウンの形成」「空き旅館、空き店舗、空き住宅等の活用」「産学官との連携によるまちづくり」「安全・安心な地域への整備」という復興への事業テーマを決定した。

「自然再生エネルギーを活用したエコタウンの形成」を推進にあたっては、行政との連携を重視した。2011年、環境省の「自然再生エネルギー緊急調査委託事業」を活用して温泉資源の熱量やバイナリー発電の可能性などの調査を実施。2012年には国土交通省の「震災復興官民連携支援事業」で小水力発電によるスマートコミュニティ事業の調査を実施した。発電

事業の可能性を見出し、2012年10月、再生可能エネルギーによるまちおこしを目的とした「株式会社元気アップつちゆ」が設立された。

## 「エコタウン」として 新産業を興す

土湯の再生可能エネルギー事業は、2つの発電設備から成り立っている。1つが温泉の熱を発電に利用する「温泉バイナリー発電」、もう一つが、町を流れる清流に設けた小型の水力発電「小水力発電」だ。バイナリー発電は2015年11月、小水力発電は2015年5月から送電を開始した。バイナリー発電は年間260万kwh、小水力発電は年間80万kwhを発電する計画だ。

温泉バイナリー発電は、地下からくみ上げた約130℃の温泉熱でノルマルペンタンという沸点の低い(36℃)液体を気化させ、その蒸気でタービンを回して発電する。気化したノルマルペンタンは水で冷却して液体に戻し、何度でも利用できる。発電に利用した温泉はパイプを通して温泉街に運ばれ、旅館や入浴施設で使われる。環境に影響を及ぼす廃棄物が一切出ないのが特徴だ。現在は冷却水を川に流しているが、将来的な活用も視野に入れてスーパーサイエンスハイスクールである福島高校と連携。ミラクルフルーツの栽培や、フグやウナギの養殖を試験的に行っている。

小型のバイナリー発電設備はイスラエルから輸入し、JFEエンジニアリング株式会社が設備購入のコーディネートや工事を担った。ポイントは、購入・設置は外部に委託したが、事業の企画は地元の人たち自身で行ったこと。土湯温泉



NPO法人土湯温泉観光まちづくり協議会事務局長の池田和也さん。温泉街をバックに。

**福** 島駅から車で30分の高原地帯に位置する土湯温泉。高齢化率が45%を超える中、若い人の働く場を創出することを目指して地域資源を活かした新たな産業を開発するとともに、新産業を観光資源と位置づけ訪問者の増加にも取り組んでいる。



左：土湯温泉の源泉は約130℃。この熱を活用して発電を行う。右：秋には美しい紅葉が見られる山あい、土湯源泉の源泉がある

における再生可能エネルギー事業の最大の特長は「地域にあるものを最大限活かしている」ということだ。温泉も川も、元々地域にあったもの。さらに、温泉バイナリー発電では、温泉をくみ上げる井戸や貯蔵タンクは温泉協同組合が所有しており、発電設備を増設する最小限の投資で発電を開始できた。

これらの新しい取り組みを進める上でキーになったのが、NPO法人土湯温泉観光まちづくり協議会だ。2004年に設立されたこのNPOは、道の駅の運営やこんにやく製造販売など観光と関連した事業を行っており、24人のスタッフがいる。事業収入と財政基盤、そして事業運営や管理業務のノウハウがあった。NPOや温泉組合といった従来からまちづくりに取り組んできた団体の活動がベースにあったことが、意思決定のスピードや発電設備の整備資金借入の際の信用につながったといえる。

## 改善を続ける ニューエコ ツーリズムツアー

再生可能エネルギーの取り組みにより、国内外からの視察者が土湯を訪れるようになった。これを基幹産業である観光業にも活かそうと、2014年春から「再生可能

エネルギーによるニューエコツーリズム」をテーマとしたツアーを実施している。発電施設を見学するだけでなく、温泉卵を作って地熱の力を体験するなどアクティビティ要素も取り入れ、小学生から大学生までの宿泊研修としても好評だ。2012年以降、視察とツアーを合わせて、のべ約7,000人が土湯を訪れた。ツアー参加者にはアンケートを取り、好評のイベントや改善点を把握。開催時期や内容の検討材料としている。また、ツアー参加者に配布するパンフレット等のツールは英語でも作成し、インバウンド観光への対応も可能になった。

多くの訪問者を受け入れたことで、気づ

きもあった。「旅行会社が販売するツアーの多くは2泊3日。土湯温泉のコンテンツだけでは1泊分にしかないのでは、1泊は土湯温泉、もう1泊は福島沿岸部、のように組み合わせるツアーを企画してもらいたい」と、次の打ち手も考えている。

これらの取り組みは、まちづくりの経験とノウハウを持つ団塊世代の旅館経営者らを中心に進めてきた。最近では、こうした動きに刺激を受けた若い世代が「若旦那図鑑」など新しい企画を打ち出している。温泉と自然を中心に、町を元気にするエネルギーの循環が生まれつつある。

### Point | 取り組みのポイント

- ✓ 地域資源を生かした  
2つの発電
- ✓ 財政基盤のあるNPOが  
後ろ盾に
- ✓ 発電事業を観光業活性に  
つなげる

Area | 地域

福島県会津若松市

Player | 取り組み主体

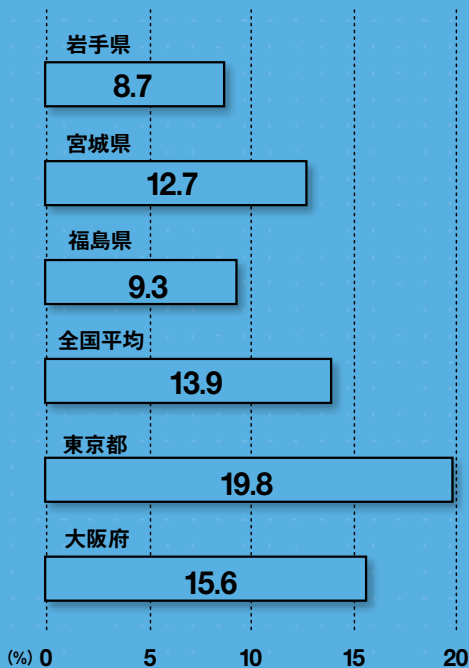
アクセンチュア株式会社、  
コイニー株式会社、  
会津若松スマートシティ協議会

Background | 背景

## 地元商店の売上機会損失

地方では都市部と比べて、店舗などで利用可能な支払いの方法が少ないことが多い。特に、地方では一般的なクレジットカード決済の普及が進んでおらず、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、利用者が不便を感じている可能性があった。また、クレジットカード決済ができない飲食店が、支払いが十数万となる宴会の予約を取り損ねるなど、高額の上機会損失が発生していることが考えられた。

## 小売業におけるクレジットカードによる販売の割合



出典：2014年経済産業省商業統計確報より

都市部に  
比べて地方での  
買い物は支払の  
利便性が低い

## 都市OS構想でスマートシティを促進

アクセンチュア株式会社(以下、「アクセンチュア」)は2011年8月から会津若松市に拠点を設け、福島を拠点とした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の創出に貢献するという覚悟で取り組んできた。ICT専門大学である会津大学にアナリティクスの寄付講座を設ける、会津若松市とスマートシティ構想で先行するオランダ・アムステルダム市の提携を仲介するなど、「グローバルな総合コンサルティング会社だからこそできる支援」にこだわっている。

会津若松市と二人三脚で地域の課題を抽出、そして魅力を見直しながら施策を検討する中で、大きな柱となったのが、スマートシティ計画だ。2012年には会津若松スマートシティ推進協議会(以下、「協議会」)を設立。会津若松市の人口は約12万人、会津地域でも28万人。日本の多くの街が直面する課題を抱え、その解決の可能性を秘めたコンパクトな街で、日本の地域課題解決の先進事例をつくる。そんな志のもとに、ICT人材育成、テクノロジーを活用した街づくりと、その運営を担える人材育成に取り組んでいる。

会津若松のスマートシティ化の取り組みの特長は、大きな絵を描き全体のコンセプトは持ちながら、同時に全てに着手するのではなく、効果のありそうなところから1つ1つサービスを立ち上げていく手法にある。アクセンチュアの海老原城一マネジング・ディレクターは、この発想の背景に「都市OS」と呼ぶ構想があるという。費用対効果が見える個別サービスを実現しながら、裏側の仕組みを統合的に組み上げていき、これが「OS」として有機的に機能するように自治体横断で取り組んでいくという考え方だ。2013年にエネルギー分野から着手し、スマートグリッドの取り組みを開始。実証実験では、各家庭のエネルギー利用量を「見える化」することにより、最大で27%の削減効果が出るという結果が得られた。

次に焦点を定めたのが、地域の産業振

興であり、その具体的取組のひとつが「次世代決済のモデル」だ。会津若松では、宿泊施設や土産物店でも現金決済が主流。クレジットカードで支払いを行いたい観光客の購買機会を逃している可能性があり、決済手段を増やすことが地域経済の活性化につながると考えた。

## 導入のハードルを下げた、クレジット決済サービス「Coiney」

地域の事業者の多くはこれまでもカード決済の導入を検討したことがあったが、いちばん障壁になっていたのは、機材の問題



だった。既存のカード決済端末は、導入時のコストがかかるだけでなく、レジ周りでスペースを取るため、規模の小さな店舗では導入しにくい。それを解決したのが、コイニー株式会社(以下、「コイニー」)の提供する、スマートフォンやタブレットを使ったクレジットカード決済サービス「Coiney」だった。

また、現金決済では販売時に事業者現金が入るが、一般のカード決済では決済後約1ヶ月後の振込となるため、資金繰りも懸念点となる。Coineyでは、手続きをすれば最大で月6回入金が行われ、最短で販売から10日後に入金が可能なことも、導入の大きな後押しとなった。

# 現金決済が主流の地方の小売店や宿泊施設で、カード決済が当たり前ができるように。

スマートフォンやタブレットを活用した小型決済端末が、その願いを可能にした。

導入店舗では客の利便性向上だけでなく、売上増に繋がっている。

アクセント、コインー、協議会の3者がタッグを組んだ取り組みは2014年6月に開始。アクセントの3年間の活動により培った地域でのネットワークを通じ、商工会議所や地元金融機関などと連携して説明会を開催することで、多くの事業者への周知を図った。出展する全25事業者が仕組みを導入し、3日間で21件のカード決済の利用があった。

2015年3月末までの導入事業者数は目標の100事業者に対し、107の事業者が参画した。カード決済導入の効果は如実に表れた。飲食店では会計が高額になるため現金決済しかできない店は敬遠されがちな宴会の需要を取り込むことができた。

10月末までの累計では約1,400件、1,500万円と実績が伸びており、会津地域でのカード決済手段として浸透している。

## インバウンド観光消費の取り込み、地方創生のモデルに

カード決済の導入により、外国人観光客による消費拡大の効果も見込まれる。コインーの佐俣奈緒子社長によれば、日本の消費額に占めるカード決済の割合は、金額ベースで約15%。一方、アメリカ、イギリス、韓国などではクレジットカードとデビットカードを合わせると50%を超えているとい



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

う。つまり海外からの旅行者にとっては、カードで買い物をすることがそれくらい一般的ということ。日本の地方でカードを利用できる店舗が増えることは、インバウンド観光の増加、来訪者の満足度向上に寄与する。インバウンド観光の消費をいかに取り込むかは、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。

会津若松での成果を受け、宮城県気仙沼市や石川県輪島市でも、小型端末を使ったカード決済導入のプロジェクトが進行しているという。

効果の出そうな施策から順に、負担の少ない方法で開始する「都市OS」の発想は、復興支援から地方創生のモデルへと広がっている。



左：会津若松市内の雑貨店「b Prese(ビープレゼ)」。小型の端末は店の雰囲気を損なわない  
右上：コンパクトなCoineyターミナルでレジ周りもすっきり  
右下：イベントではカードの利用を促すプロモーションを行った



鏡石町商工会主催の説明会

また、リピート率の向上につながっている美容院もあるという。

事業者の持つスマートフォンに専用端末を接続して決済を行うため、イベントの会場でも使用できる。2015年2月に東京ドーム開催された「東京テーブルウェアエステイバル」に会津漆器組合が出展した際、売上の約半分はカード決済だった。単価の高いものがカードで購入されており、カード決済を導入していない頃は逃していた販売機会をつかむことができた。

本事業の期間中の利用実績は2015年3月31日までに192件の決済が行われ、売上は約500万円。事業が終了した後も2015年

### Point | 取り組みのポイント

- ✓ **まずは効果の出そうな施策に絞って取り組む**
- ✓ **小型の端末で導入のハードルを下げる**
- ✓ **決済利便性向上が、インバウンド消費につながる**



## 8つの町村が力を集結! 福島発、未来をつくる新しい教育の形

Area | 地域

福島県双葉郡

Player | 取り組み主体

国立大学法人福島大学

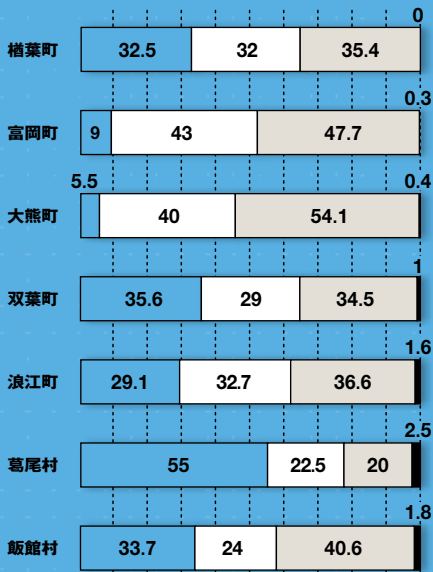
Background | 背景

### 子どもがいる世帯の 帰還意向が低い

帰還意向についての調査で、若年者ほど帰還意向が低く、また、子どもがいる世帯の方がいない世帯と比べて、帰還意向が低い傾向が見られた。「今は判断がつかない」と回答する人も多い。帰還を希望しない理由としては、「放射線量に対する不安」、「原発の安全性の不安」「今いる学校や地域になじんでいる」などが挙げられている。全町村で避難指示が解除された後も、地域で暮らす子どもの減少、ひいては地域の将来を担う人材の不足が懸念され、子育て世代にとって魅力ある地域づくりが必要である。

#### 子供のいる世帯の帰還意向

戻る意思あり     わからない  
 戻らないと決めている     無回答



出典：復興庁「平成24年度 原子力被災自治体における住民意向調査結果 報告書」より抜粋  
※「条件が揃えば戻る」など、条件付きで戻る意向とした回答も「帰還意思あり」に含んでいる

子供のいる世帯比では  
約10ポイント帰還意向に差がある

### 双葉の未来をつくる魅力ある教育とは何か

原発事故の影響が続く双葉郡8町村（大熊町、葛尾村、楡葉町、浪江町、富岡町、広野町、川内村、双葉町）。一部では帰還が始まるなど状況は様々だが、子どもが散り散りに避難先の学校に通う困難な状況、また、子育て世代の帰還意向が低いという課題は共通していた。2012年12月、8人の教育長がこの課題を共有し、「福島県双葉郡教育復興に関する協議会」（以下、「協議会」）が設立された。月に1度のペースで教育長による話し合いを続ける中で、「新しいことをやらないとダメになる」という危機感が醸成され、「魅力ある教育とは何か」という議論が深められた。また、2013年3月からは、教育の当事者である子どもたちの意見を取り入れるため、小学生から高校生までの子どもたちが参加する「双葉郡子供未来会議」（以下、「未来会議」）を開催した。

協議会や未来会議で出された意見などをもとに、2013年7月、「双葉郡教育復興ビジョン」（以下、「ビジョン」）が策定された。ビジョンは、5つの方針（※図）に基づき、8町村が連携し、長期的に双葉郡の復興を担う人材を育成することを目指している。

### 子ども、他地域、民間企業…多様な知恵を取り入れビジョンを具現化

未来会議はビジョンの策定後も続き、約2年間で12回開催されている。「ワールドカフェ方式」という対話形式で開催される会議では、小学生から校長や教育長、保護者、地域の人などがみんな同じテーブルに座り、「未来の教育」「これからの双葉郡」について立場を超えて話し合った。自分の意見に大人が耳を傾けてくれることは、子どもたちにとって自信にもなった。

ビジョンの具現化にあたり、もう一つ力を入れたのが先進地域の視察だ。「少子高齢化」「人口減少」という双葉郡と共通する課題を抱える中で地域資源を活かした学校づくりを行う島根県立隠岐島前高校、20年前から「探究科」としてアクティブラーニングの手法を取り入れている京都市立堀川高校、全国初の公立中高一貫教育校である宮崎県立五ヶ瀬中等教育学校、さらには公害を乗り越えて環境モデル都市として歩む水俣市など、成功のポイントを知るとともにプログラムの作成の参考にした。

さらに福島大学内に設置された事務局には、民間企業からの出向者など教育分野以外の人材の力を取り入れている。学



**福**島第一原発の事故の影響で避難を余儀なくされた福島県双葉郡の8町村。  
**福**子どもたちが地元を離れて暮らす現状に将来への危機感を感じた教育長らが中心となり、  
 自治体を超えて教育委員会が連携する教育の取り組みをスタートさせた。



小学生から校長先生、地域の大人達が同じテーブルに座り教育の未来を話し合う「子供未来会議」

校現場の経験者だけでは得られない人脈は、キャリア教育授業や教員向け研修の講師招聘などに大いに活用された。第三者的な視点から立場の異なる8町村の調整を図れる事務局員の存在は、8町村が一丸となってビジョンを推進する上で大きな役割を果たしている。

村合同の交流会や学習発表会を開催し、町村・学校を超えた「ふたばの子」「ふたばの教師」としてのつながりを育てている。また、帰還できない住民も気持ちがつながっていただけるようにと、各学校の現状は広報誌を通じて郡内36,000世帯に発信されている。

こうした取り組みの一つの集大成として、2014年12月に8町村の学校が初めて一堂に会した「ふるさと創造学サミット」が開催された。児童・生徒約250人、教師や保護者も合わせると約400人が集まり、各学



左：2014年12月に行われた学習発表会「ふるさと創造学サミット」には約400人が集まった。下：双葉郡教育復興ビジョン推進協議会事務局の庄野事務局長（左）と赤司展子さん



**Point | 取り組みのポイント**

- ✓ **町村の垣根を超えて未来のビジョンを策定**
- ✓ **他地域や外部の知恵を取り入れる**
- ✓ **先進教育を行う中高一貫校の設立**

**核** となる3つの  
**取り組みと**  
**ふたば未来学園**

郡内の小中学校をはじめとする教育現場では、ビジョンを大きく3つの取り組みに具体化して取り組んでいる。

1つは「ふるさと創造学」。ふるさとのことを知り、調べ、考えることを通じて子どもたちが震災の経験を生きる力に変えることを目指す、「双葉型アクティブ・ラーニング」だ。地元住民へのインタビューや、陶芸や郷土料理の実習を通してふるさとを発見する活動が行われている。

2つめは「地域との協働」。住む場所としての「地域」が失われた中で、避難先で運営されている学校を「地域」と考え、住民と子どもが交流しお互いの存在が刺激となり勇気を与える、教育復興と地域復興を同時に進める取り組みだ。

そして、「教育を通じた絆づくり」。8町

# 高校生パワーが爆発！ カフェづくりから始まるキャリア教育

Area | 地域

宮城県石巻市

Player | 取り組み主体

NPO法人スマイルスタイル

Background | 背景

## 高校生が地域を知り、 愛着を感じる 社会体験の場が少ない。

石巻市の高校生が進学や就職で市外に流出する割合はおよそ75%。背景の1つには高校生に必要な支援の不足がある。震災後のケアでは、小中学生への学習サポートはあっても、高校生向け、特に卒業後の進路に関する支援が少ない。2つめには、震災の影響で地元企業が縮小し、地元では働き口が見つからない。3つめに、そもそも高校生が地元の魅力に気づいていないこともあげられる。

### 石巻市の高校生の進路

#### 石巻市高校生

1585人

#### 大学・専門学校

##### 石巻市内

80人  
} 100人

##### 石巻市外

800人  
} 850人

#### 就職

##### 石巻市内

200人  
} 250人

##### 石巻市外

400人  
} 450人

ハローワーク石巻「卒業生進路データ」およびハタチ基金「被災地における小中高生キャリアと学習環境」よりNPO法人スマイルスタイル作成

約8割が市外へ  
進学、就職している

## 高 校生の声を 生かした プロジェクトが次々誕生

2012年6月から石巻で活動を始めたNPO法人スマイルスタイルは、地元の高校生に対するさまざまなキャリア教育プログラムを、高校生自身とともに実施してきた。同年11月には石巻駅前に「いしのまきカフェ」（かぎかつこ）をオープンし、高校生が調理・接客、イベント企画を行うカフェづくりを通して、学校やバイトとも違う社会経験を積む場を提供。地産地消にこだわり、地元企業・団体の協力を仰いで水産加工品を使ったカレーを開発するなど、地域との連携も重視している。

ほかにも、町で出会った大人たちに高校生がインタビューするプロジェクト「仕事みち図鑑」も展開する。さまざまな大人たちの仕事に関する話を引き出したり、仕事場を見せてもらったりして、その言葉や写真を1枚のカードに収める。参加者全員のカードをそろえ共有することで、「仕事みち図鑑」をつくるというものだ。

2014年度は宮城県内の高校3校、3年目となる2015年度は5校での開催を予定しており、すでに3校では開催済みだ。各校の事情に応じて2～6回分のカリキュラムを作成し、「前に踏み出す力」「考える力」「チームで働く力」が高まるよう工夫している。参加した生徒からは、「今まで町の人と関わり

がなかったので今日関わってよかった」「この経験を生かして興味のある仕事について調べたい」といった声があがっているという。現場の教員からも、「生徒の知らなかった特技や趣味を聞くことができた」「学校では実施しにくいので、外部から働きかけてもらえると助かる」との評価が聞かれる。



プロジェクトの土台となっているのは、調理、接客、イベント企画など全て高校生が行うカフェ

さらに高校生のアントレプレナーシップ（起業家精神）育成のため、2014年11月に女川町を舞台に2泊3日の「KAERU(カエル)CAMP」を開催した。高校生の復興まちづくりへの参画を促すため、実際の地域課題を解決する事業案を合宿中に考え、最

左：KAERU CAMP 右：仕事みち図鑑



**石** 巻から広がる、職業観や創造力を育み、将来への展望を描ききっかけを提供する高校生世代向けのキャリア教育プログラム。この取り組みは地域の将来を担う人材育成に発展し、大人世代も巻き込み、町の活性化と復興に貢献し始めている。

終日に地域住民、企業、行政関係者の前で発表するという短期集中型のプロジェクトだ。

### 3 年目の目玉は「百貨店」プロジェクト



「KAERU CAMP」で高校生が出したアイデアを、地域と協働して実現する機会として新たに生まれたプロジェクトが「高校生百貨店」。2015年度の目玉プロジェクトだ。石巻市・女川町地域の高校生がバイヤーとなって、地元にある本当に伝えたい商品を自分の目で見つけ、つくり手の思いとともに販売する。2016年2～3月頃の物産展開催を目指し、2015年10月から本格的な活動を開始した。

初回のオリエンテーションでは、仲間づくりのチームビルディングの後、石巻と女川の情報を把握するためフィールドワークの

準備を行った。今後、プロのバイヤーからレクチャーを受け、百貨店のコンセプトを絞った後に、各地に現場に向いて生産者や製造者にインタビューしながら、仕入れる商品を発掘していく。

「百貨店」プロジェクトの狙いは、単なる職業訓練として商品を売ることではない。高校生に期待されているのは、まちが抱える「被災地」「復興」のイメージからステップアップし、「魅力あるまち」として継続的に繁栄するためのアクションにつなげること。商品の背景やつくり手の思いに触れ、それを地域内外のお客さんに届けることで、若い世代が地域のよさに気づき、魅力的な町として石巻や女川が発展するいしづえとなることを狙っている。

### 生産者の思いを伝える—その責任が成長を促す

「かぎっこPROJECT」が何より重視しているのが活動の継続性だ。そのため、百貨店もしっかり利益を出せるよう、生産者から預かった商品はすべて売り切る覚悟で取り組んでいる。そのためにも、バイヤーや販売を担う高校生は、つくり手の思いをしっかり受け止め、お客さんに伝えなければならない。その責任感を背負う経験こそ、単なる売り子のアルバイトとは違うキャリア教育となるはずだ。

石巻地域で継続的な活動をするために、運営主体であるNPO法人スマイルスタイルのメンバーも覚悟を決めた。スマイルス

スタイルは、実は地元ではなく大阪出身のNPO。2014年4月からは「かぎっこPROJECT」の名称で活動をしてきたが、どうしても「大阪の団体が被災地を応援している」と見られがちだったという。そこで真に地元で根ざした活動をしやすいよう、「かぎっこPROJECT」のNPO法人化が決まり、4月から活動予定だ。



上：地元のよさを伝える「高校生百貨店」に挑戦する高校生。若い感性に期待したい  
下：女川町で行われた「KAERU(カエル)CAMP」。地域課題を解決する事業案が高校生が真剣に考えた



#### Point | 取り組みのポイント

- ✓ カフェという敷居の低い活動拠点を確保
- ✓ お仕着せではなく、高校生の自発的な好奇心を尊重
- ✓ 高校生であっても継続性のために利益を追求

# 本気な大人と本気で挑戦できる 実践型インターンシップが熱い!

Area | 地域

岩手県大船度市

Player | 取り組み主体

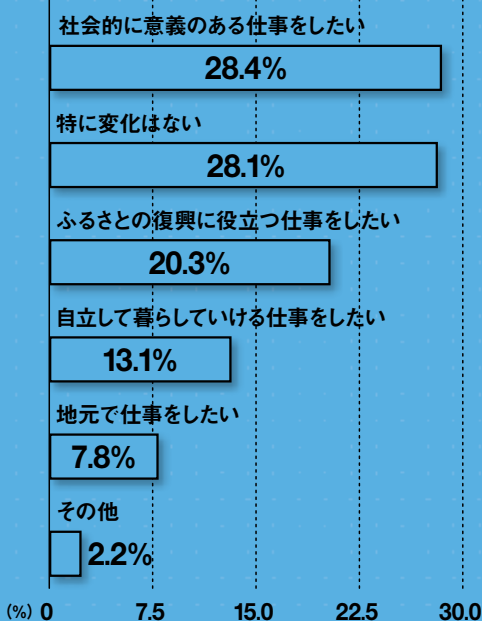
NPO法人wiz、  
株式会社ココロマチ

Background | 背景

## 社会的に意義のある仕事につきたい若者増加

東日本大震災直後の2011年4月26日から5月12日に行われた「2012年卒 マイコミUターン・地元就職に関する調査」によると、地元でも就職を強く意識するようになった、少し意識するようになったと答えた東北出身者は58.8%と、他の地域と比べても抜きん出て高かった。また震災後社会的に意義のある仕事をしたい、地元で貢献したいという若者も増えている。また復旧・復興に向けた動きを加速させたい地元の企業の中もある中、その両方の思いをつなぐプログラムが求められている。

### 震災以降の若者の意識 仕事に対する意識の変化



出展：東北活性化研  
「東北の若者の就労に関する調査研究」2013年

社会や地域への  
意識が  
高まっている

## 企業・経営者の「右腕」 となる機会を 大学生に提供

岩手県では、高校や大学卒業後、進学・就職のために東京圏や仙台圏へ向かう転出者が震災前から顕著であった。また大学卒業後も、県外に残る若者が多い。

一方、震災後は故郷の復興支援のために地元に戻りたいと考えている学生が増えた。また岩手県の大学に進学する学生も一定数存在する。ボランティアではなく、よ



り具体的な事業として被災地に貢献したい県外の学生も存在する。しかし、岩手県にどんな仕事や働き方があるのかがイメージできないと就職には結びつきにくい。そこで始まったのが大学生を対象に民間企業やNPOで実際に仕事を体験してもらう



東京の企業に勤務していたが、震災後Uターンし、現在wizの理事兼COOを務める黒沢惟人さん

「IWATE実践型インターンシップ」だ。インターンシップを通じて、地方でのキャリアを考える機会を提供している。

IWATE実践型インターンシップは、春や夏の休暇の時期に4～6週間という長期で行われる。経営者の右腕となり新規事業の立ち上げや企業が抱える課題解決への施策を考え、実行してもらうもの。数日間の職場体験や作業の手伝いではなく、本気で成果を出してもらうプログラムである。また経営者にとっても、若者の視点を知ることができたり、新規事業のプロトタイプを試す機会になっている。

## 社 会人になって すぐに役立つ経験と スキルを積む

インターン先の企業は大船度市に事務所をもつNPO法人wizがコーディネートしている。2015年8月16日から9月19日まで行われたプログラムでは、岩手県大船度市、陸前高田市、釜石市の民間企業とNPO3社に5人の学生をコーディネートした。

受け入れ先の一つは、陸前高田市で

**岩** 手県沿岸部で奮起している企業やNPOの代表の右腕となり、  
**岩** 学生が新規事業立ち上げや営業戦略作りに加わる実践型インターンシップが行われている。  
 岩手に関わる選択肢を知った学生のUターンやIターンを促進する取り組みにもなっている。

200年続くしょうゆ、味噌の醸造「八木澤商店」。震災で本店、工場、蔵を失いながらも再建し、売り上げを震災前の7割まで戻した。この老舗企業に学生が入り、店頭やECサイトで販売する特定商品の売り上げを2倍にするプロジェクトに臨んでもらった。再建に取り組む経営者のマインドや行動に直接触れられるだけではなく、BtoCビジネスの実践を通じ社会人になっても役に立つ経験やスキルを積むことができる。2016年春のプログラムでは4社が学生を受け入れる予定だ。その一社は地元で採れたホタテ、鮭、鯖を具にした「釜石海まん」



若い学生の視点を活かしながら大船渡の地域ウェブサイト「オオフナコ」の充実を図る



東京から参加した学生が「八木澤商店」の売上拡大の営業戦略作りを担当

なくても、思い立ったとき相談できる頼れる大人がいることは大きな財産になる」と話す。インターンは経験やスキルだけでなく、人間関係の意味でも価値があるのだ。今後は、このプログラムの継続的な普及のため、行政や大学など産学官の連携体制を構築していく。大学だけではなく、若手社会人などが遠隔地や週末などの短期間で関わることができる社会人向けのプログラムを計画している。県内外の学生がインターンシップに参加できる枠組み・体制をつくり、実践を通じて地元定着や将来的なU・Iターンにつなげていく。

株式会社ココロマチと連携して行う「いわて時間」。ただの交流会にとどまらず、岩手県にUターン・Iターンをした若手の起業家やインターンシッププログラムの受け入れ先の企業の経営者などを招きトークセッションの時間を持ち、岩手の「今」はもちろん働き方を知る場となっている。第一回目のイベントは2015年7月31日に「岩手のヒト・モノ・コト再発見!」をテーマに行われた。以来、2、3か月に一度のペースで実施している。イベントの中では、関心を持った学生の受け皿となる「IWATE実践型インターンシップ」の説明も行われている。「ボランティアだけでなく、もっとしっかり被災地と関わりたい」、「育った地域で将来、どのように貢献できるかを考えたい」と考える若者のニーズにどう答えていくのか。直接対話する機会を持ち、インターンシップという実践の場を提供する。wizの地道な取り組みは、将来的にUターンやIターンにつながる礎となっていこう。

## 定 住交流会 「いわて時間」を 開催

インターンの入口をつくるためには、都内で定期的にイベントを開催している。それが、ウェブマガジン「ココロココ」を運営する株



左：岩手の伝統工芸「南部鉄器」の魅力を発信するプロジェクトに取り組む学生（2015年2～3月実施）  
 右上：インターンシップ期間中、経営者との会議では社員同様に意見を求められる  
 右下：終了時には報告会を開催。企業経営者と共に何をやり遂げ、どう成長したのかを発表

を開発した創業1年目のKAMARQ株式会社で、社長の中村博充さんは3年前に関西からIターンし釜石にやってきた。インターンシップ期間中は、中村さんの指導のもと、釜石の人と食の魅力を発掘し、売り上げアップに向けた広報や販売戦略を作り、6週間で「釜石海まん」2万個の販売を目指してもらった。学生にとって社長からIターンを決めたきっかけや、心構えなど直接聞くことができる貴重な機会になる。wizの理事でCOOをつとめる黒沢惟人さんは「県外から来た学生が大学卒業後すぐに移住をし

### Point | 取り組みのポイント

- ✓ 学生が企業の新規事業立ち上げなどに挑む
- ✓ 本気で成果を出す長期のプログラム
- ✓ イベントを通じて若者の定住を促進

---

# Message

---

## 新しい挑戦が生んだ 地域課題解決モデルを全国へ

復興の最終目標は、人々の活動を復興し、まちの賑わいを取り戻すこと。

そのために必要なのは、安心して暮らせる「コミュニティの形成」、

生活の糧である「産業・生業の再生」です。

さらに、被災地で顕著に見られる、人口減少、高齢化、

産業の空洞化といった全国共通の地域課題をも

乗り越えていくことが求められています。

これらの分野での取組では、企業・大学・NPOなど、

民間の人材・ノウハウを最大限に活かすこと、

地域の自治体も含めた様々な関係者が連携して

進めていくことが欠かせません。

既に被災地では、これまでの手法や発想にとらわれない

「新しい挑戦」が多数生まれています。

数多くの「新しい挑戦」が進む「新しい東北」の姿を全国に発信し、

地域課題の解決に向けたモデルとして広めていくこと。

これが、復興庁が被災地とともに進める「新しい東北」の取組です。



復興推進委員会委員長：  
東京大学大学院経済学研究科教授

### 伊藤元重

Motoshige Ito

1996年同教授に。専門分野は国際経済学、ミクロ経済学。政府の諮問機関など政策の実践現場で多数の実績を有する。

新  
し  
い  
東  
北



**お問い合わせ**

**復興庁** 総合政策班(「新しい東北」担当)

TEL 03-5545-7463

FAX 03-5545-0524

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

新しい東北

検索