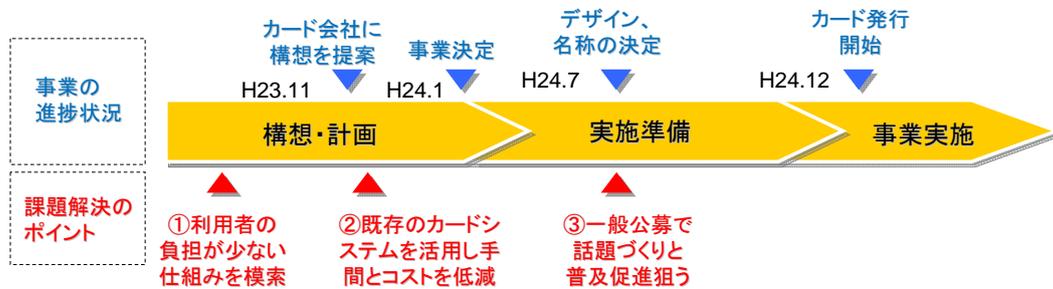


福島県における事例

事例3-1 Fukurumカードによる風評被害対策（福島県福島市他）

- 1 参加者の負担を軽減し、継続可能な支援の仕組みを模索
- 2 成熟したクレジットカードシステムをツールとし、手間やコストを低減
- 3 デザインや名称を全国に一般公募し、話題づくりと普及促進を狙う

事業の全体工程と現況



事業主体 Fukurumカード推進協議会
 （福島県、(財)福島県観光物産交流協会、(株)日専連ライフサービス）

プロジェクト規模 カード発行枚数 約1,000枚（平成25年2月末現在）

事業費 広告宣伝などを民間企業・県の業務枠内で確保

(1)事業の概要

福島県では東日本大震災及び原子力災害の影響により、消費者離れ、企業間取引の減少が起こっており、食品の加工事業者、生産事業者にとって厳しい状況が続いている。風評払拭のためには長期にわたる支援が必要だが、一般の関心の減や資金等の面で、継続した支援が難しいことが課題となっている。震災後、復興支援の販売会や展示会等が県外で多数企画され、福島県では県内事業者の出展を支援している。しかし中小事業者にとって、このような機会を継続的に活用するのは、人員、経費等の点で難しい。また、県としても、風評対策のみに予算を投入し続けるのは難しい。



Fukurumカード券面

そのような状況において、福島県では、一般消費者の福島への関心を呼び起こし、支援を継続させるツールとして「Fukurum（フクラム）カード」を考案。平成23年11月から準備を開始し、協力民間企業との交渉や庁内調整などを経て平成24年12月から発行を開始した。カードは、主な会員を東北圏内に持ち、商店街支援などCSRにも力を入れている(株)日専連ライフサービスの協力を得て作成。JCBのクレジット機能付きで、国内外で広く利用できる。利用額に応じてポイントが貯まる仕組みも一般のクレジットカードと同様であり、ポイントは、福島県の特産品やギフト券、スパリゾートハワイアンなど観光施設の入場券などとも交換でき、福島のアンテナショップ、観光物産館等で利用した場合は通常よりもポイントが多く加算される。また、県内の50近い観光施設での割引等の優待特典があり、さらに、利用額のうち0.1%が、カード運営のために立ち上げたFukurumカード推進協議会に支援金として入金され、今後の風評対策に活用される仕組みだ。カード会員には、発行手数料が不要等、金銭的な負担は一切ない。この仕組みの眼目は、全国の誰もが日常生活のなかで福島を支援できる点にある。カードを使わなくとも、財布に入れて持ち歩くだけで福島を想起でき、記憶の風化を防ぐことができる。カードの名称は福島の「フク」とスクラムの「ラム」を合わせたもの。カードを持つことで、明るい未来や夢が「膨らむ」福島を応援するための、サポーターになろう、という意味が込められている。

現在は、趣旨に賛同する企業等に協力の呼びかけを行い、県内外で行なわれるイベントなどに出席す

るなどして、認知を高めているところだ。会員数は約千人（25年2月末現在）。県外からの加入者が多い。イベントを開催していない県からの加入者もあり、今後はSNSなどを含めた口コミの力にも期待する。

(2)プロジェクトが直面した課題と解決のポイント

1 参加者の負担を軽減し、継続可能な支援の仕組みを模索

Fukurumカードでは、日専連ライフサービス、協会、県の3者が、支援者が負担なく参加できるシステムを構築し、継続的な支援を期待する。一般消費者には、カード入会時に申請書を提出する手間だけで、金銭的な負担は生じない。加盟店からカード会社に支払われる手数料のうち利用額の0.1%相当分が風評対策に活用され、また、利用者には通常のクレジットカード同様にポイントが付与される。



県内外のイベントに出展し会員を募集

日専連ライフサービスは、社長が先頭に立ってCSRに力を入れており、Fukurumカードの取り組みに関しても立ち上げ当初から積極的に協力している。一方で、同社にとっても費用負担はあるものの、会員の全国への広がりや、これまでカードを持ったことがない人など、幅広い層への新たな会員拡大を見込めるメリットがある。

2 成熟したクレジットカードシステムをツールとし、手間やコストを低減

風評被害対策には長期的な支援が必要であるが、福島県では他の復興事業も多く、公の予算の活用に加えて、県の予算を伴わずに行える施策を併せて検討し、継続的な風評対策支援を実施できる方法を模索した。結果、社会的に成立している「クレジットカード」という仕組みに着目した。新たに仕掛けを考えたり、認知を図ったりするためのコストや手間の必要がなく、スピーディに展開できるメリットがあった。

3 デザインや名称を全国に一般公募し、話題づくりと普及促進を狙う

会員が財布に入れて持ち歩くことで、日常的に福島支援をしてもらおうというのがカードの狙い。ホームページや公募情報誌などで一般公募を行い、親しみやすく、インパクトのある名称、デザインを募ると同時に、話題づくりや宣伝効果も狙った。デザインは神奈川県、名称は千葉県在住者のものが採用となった。名称とデザイン合わせて1,621点の応募があり、口コミなどの波及効果もあったと評価している。

コラム：カードを媒体に「支援の気持ち」を広く長くつなぐ

Fukurumカードの仕掛け人、黒田俊久課長（福島県観光交流局・県産品振興戦略課）は、食品生産者・加工業者とともに、風評払拭に向けて尽力してきた。県内には夫婦2人で切り盛りしているような小さな事業者も多い。週末も休まず県外で開催されるイベントなどに、軽トラックを運転して出かけて行く彼らの姿を見つめてきたが、「目に見えない」風評被害の影響は、解決までの道のりが見渡しづらい。「今年は続いても、来年はどうするか?」。懸念がいつも心にあった。イベントなどで顔を合わせれば、多くの人が県産品を買ってくれるのだから、「支援の気持ち」はある。それをいつでもどこでも、呼び起こす方法はないのか? 頭を絞り、思いついたのがカードだった。「これまで日々の生活の中に『福島で作られた電気』があった。同じように、『カード』も日常のなかに当たり前のようにあるもの。このツールを使って風評を打ち消す気持ちを広く長くつなぎたい」。

これからの課題は、カードをできるだけ多くの人に持ってもらうことだ。カードを宣伝するイベントでは、熱っぽい口調で語る黒田氏の、福島への思いが伝わり、入会してもらえることも多い。会員数はまだまだ少ないが、今後も地道な努力を続けていく。

事例3-2 土湯温泉町でのバイナリー発電を活用した地域再生（福島県福島市）

- 1 地域活性化への強い思いと経営者としての才覚に優れるキーパーソンの存在
- 2 温泉街の復興計画の中心に再生可能エネルギー事業を組み込み国の支援策を導入
- 3 事業化に向け、多岐にわたる実務作業を担う有為な人材を確保

事業の全体工程と現況



事業主体 株式会社元気アップつちゆ

プロジェクト規模 バイナリー発電施設 出力200kW（キロワット）1基

事業費 3億円（3,000万円は再生可能エネルギー発電設備等導入促進支援対策事業費補助金を予定）

(1) 事業の概要

福島市土湯温泉町は「磐梯朝日国立公園」内に位置し、美しい景観や豊かな湯量、良質な泉質などから、環境省の「国民保養温泉地」に指定されている。昭和34年には磐梯吾妻スカイラインが竣工、高度成長期を通じ、観光ブームに乗じて空前の活況を呈した。しかしオイルショックを機に客足が減り、次第に衰退。県や市の補助制度も活用しながら、地域起こし、観光に力を入れるなど努力してきたものの、23施設あった旅館は16に減少し、地区の高齢化率も50%に近づきつつあった。



土湯温泉全景

そこへ震災が追い打ちをかけた。主要な源泉であった第1号源泉が損壊し、安定的な温泉の供給が望めなくなったほか、旅館建物の損壊により、3施設が廃業。また風評被害により、宿泊客は平成23年は、前年の3分の1の6万9,420人／年に減少した。「このままでは町が消える」。温泉町としての歴史や自然の恵みをあてにし、「ぬるま湯に浸かっていた」土湯町温泉組合も、厳しい現実を直視せざるを得なくなった。そこで平成23年10月に立ち上げたのが「土湯温泉町復興再生協議会」（以下、「協議会」）である。メンバーは町内会、観光協会、旅館組合、PTAといった各種団体の核となる人物。実は、第二次オイルショックを機に成立した青年団体である「あらふどの会」のメンバーが、再び「我々の出番だ」と立ち上がったものだ。あらふどとは、雪深い土地で、青年が真っ先に雪を踏み分けて道を作ることを言う。協議会は、あらふどの会で会長を務めていた加藤勝一氏が音頭をとる。同時に、地域再生に必要な事業を行う「株式会社元気アップつちゆ」を設立。同企業は、協議会とともに市と連携し、「廃業した旅館などの空き施設有効活用」、「安全・安心な地域への整備」など4つの重点事項に対応する。また、再生可能エネルギーを活用できるエコタウンの形成を謳い、温泉熱を利用する地熱発電「バイナリー発電」に着目、平成25年着工、26年の稼働を目指す。平成23年度に湯量や得られる電力の調査も済み、現在はバイナリー発電施設の設計準備を進めている。国の再生可能エネルギー固定価格買取制度（FIT）を利用し売電するが、200kW 1基の試算では初期投資3億円強の9割以上を借入金で賄うため、FITの収入のみを前提とした試算では、回収には約11年かかってしまう。規模が拡大できればスケー

ルメリットにより投資回収期間は、かなり改善されるという。また、25年度には、市と連携して町の復興再生に向け「地熱を活用した融雪」、「地域防災センター建設」、「電気バス導入」等の検討を進める。

(2)プロジェクトが直面した課題と解決のポイント

1 地域活性化への強い思いと経営者としての才覚に優れるキーパーソンの存在

観光客の減少、高齢化など衰退しつつあった温泉街が被災し、存続の危機が現実の問題となってきた。そこでかつて青年による地域活性化のための会を主宰し、町に尽くしてきた加藤氏を中心に、地域の長が立ち上がった。加藤氏は社会福祉法人やNPO法人も運営しており、福島市など行政とのつながりも強い。経営者感覚を発揮し、さまざまな補助制度を有効に活用し、利益の上がる運営を行い、町を潤してきた実績で、地域の人や行政に信頼されてきた。



発電を行う16号源泉

2 温泉街の復興計画の中心に再生可能エネルギー事業を組み込み国の支援策を導入

良質な温泉、自然、歴史を売り物としてきたが、温泉客のニーズ変化、旅館建物の劣化、風評被害などにより、集客が見込めなくなった。町が持つ資源を改めて見直し、温泉固有の地熱によるバイナリー発電という新たな可能性に着目。さらに近隣ダムを活用した小水力発電、太陽光発電も視野に入れる。今後の発電技術者の需要増を見込み、研修等も視野においたエコタウンとし、旅行者、学者、学生、企業人といったさまざまな人に訴求できる温泉町の復興再生を構想し、環境省の平成23年度再生可能エネルギー事業のための緊急検討委託業務により熱源調査を実施。各種マスコミに大々的に取り上げられ、国からも注目されている。宿泊付の視察を積極的に受け入れ計画段階ながら、すでに全国から約800人以上の視察・取材者が訪れている。バイナリー発電開始後は、温泉町の再生に向けた、再生可能エネルギー関連の特色ある視察・研修という新たな集客メニューも見えてきた。

3 事業化に向け、多岐にわたる実務作業を担う有為な人材を確保

「(株)元気アップつちゆ」の定款では、当面中心となる電気事業のほか、空き施設活用関連の各種事業など街の再生・活性化を担う、14の事業目的を掲げており、事業化に向けては、業務の趣旨を十分理解し、膨大な実務作業を支える人材の確保が急務だったが、加藤氏の明確なビジョンとリーダーシップに共感した、実務や技術に長けた、意欲ある社員を得て事業を推進している。

コラム：優れたリーダーシップが志ある人材を引き寄せる

「震災と原発事故という二重災害を被った現在の福島は、平時ではない。有事には強いリーダーが必要。地域への情熱と明快なビジョンを持つ加藤社長は、素晴らしいリーダーだ」と、「株式会社元気アップつちゆ」の唯一の社員である、千葉氏は言い切る。もとは東京の大手外資系企業に勤務していたが、たまたま妻の実家である福島市に滞在していたときに被災。娘夫婦、孫といっしょに、彼の誕生日のケーキを買いに行こうとしていたところだった。

「避難所に2泊3日し、一週間後に東京に戻ったが、もとの生活を送るのがばからしくなった。原発を、福島をなんとかしなければという思いでいっぱいだった」。

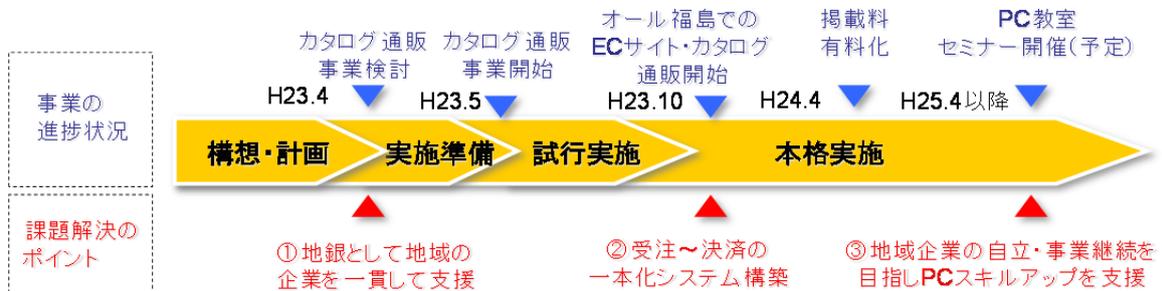
そんなとき、テレビで土湯温泉のバイナリー発電事業を語る加藤氏の姿を目にし「これだ！」と直感。加藤氏の事業所に駆けつけ、40分間話し込んだ。「加藤社長のビジョンは絶対実現する」と確信し、会社をやめ、妻の実家のある福島に移り住んだ。ただ、小さな子どものいる娘夫婦が放射能を危惧し、東京へ行ってしまったのは想定外だったという。

エネルギー工学を学んだ学生時代を振り返れば、当時「魔法」と呼ばれた超伝導の技術が今はリニアモーターカーとなり、トランジスタはコンピュータ社会を生んだ。比較して自然エネルギーの進歩は格段に遅いが、そこに力を注げばきっと実現する。技術を信じ、加藤社長の夢を信じて、土湯温泉の再生事業に精力的に身を尽くす日々だ。

事例3-3 地銀と企業の連携による復興応援通販事業（福島県郡山市他）

- 1 地銀による地元中小企業への一貫した支援姿勢
- 2 通販を請け負う事業者が受注・発送・決済一本化システムを開発、出品者負担を軽減
- 3 地域企業の自立と事業継続を目指し、PC研修などでスキルアップ支援

事業の全体工程と現況



| | |
|----------|-------------------------------------|
| 事業主体 | 事業主体 (有)スペースワン／東邦銀行（企画・協賛） |
| プロジェクト規模 | カタログ掲載65社、ECサイト掲載96社(平成24年5月現在) |
| 事業費 | eコマース（電子商取引）カタログ制作及びサイト運営費（東邦銀行が支援） |

(1)事業の概要

福島県では、地震の影響を受けた産業の復興や、風評被害等への対策として、地域産業振興のためのさまざまな取り組みが始まっている。なかでも地銀がリードする支援策として注目されているのが、通販事業「ふくしま市場うつくしま良品本舗」（以下、ふくしま市場）だ。カタログ制作やeコマース（電子商取引）サイト（以下「ECサイト」）の運営などを地元の制作会社である（有）スペースワンが担当し、東邦銀行が企画・協賛としてバックアップする。掲載企業は県内の生産者、加工業者など、東邦銀行のネットワークを活用。生鮮品は扱わないが、食品に限らず日本酒や工芸品など現在は、162商品をECサイトに掲載。掲載料金はカタログ印刷代相当に抑え地元企業が利用しやすい価格に設定している。



ふくしま市場のECサイトトップページ

地銀として長く地域の中小企業を支えてきた東邦銀行では、震災後すぐに取引先事業者の状況について調査したほか、「復興商談会」と銘打って東京都での商談会を開催するなど、復興への取り組みを開始。平成23年5月にはふくしま市場の前身となるカタログ通販事業をスタートさせた。当初カタログ制作は実績のある他県の会社に委託していたが、事業が軌道に乗ったところでいったん体制を改め、「オール福島」を目指して地元企業のスペースワンと連携。ECサイトも設営し、10月からサービスを開始した。平成24年3月までは掲載料を無料とし、商品の送料についても東邦銀行が負担した。カタログ製作にあたってはスペースワンの担当者がおおよそ100社と面談。商品写真やレイアウトをより見やすくするなど、前身のサイトに改善を加えて、120社208商品を掲載。復興支援の気運が高まっていた時期でもあり、全国から注文が引きも切らず寄せられ、前身のカタログ販売がスタートした23年5月から24年3月末までの11カ月で、累計2億円超を売り上げた。

24年4月からは、掲載を有料化し、送料は商品価格に上乗せする方式とした。それにともないカタログ掲載は65社へと減少したが、数千円台の負担で掲載できるECサイトには引き続き105社が登録した。受注数についても一時期ほどの伸びは見られないが、リピーターや企業のお歳暮用途など大口注文も多く、安定した受注数を確保できている。引き続き通販事業は継続していく予定だが、今後は、福島県や関連団体と連携し、県内の旅館・ホテルも巻き込み、観光イベントや観光キャンペーンを展開するなど、

観光集客に力を入れ、まず「県外から来て県産品に親しんでもらう」ことで、ネット通販顧客開拓に結び付ける取り組みも始めている。

(2)プロジェクトが直面した課題と解決のポイント

1 地銀による地元中小企業への一貫した支援姿勢

県内に105店、県外に8店を展開し、県内に顧客の大部分を持つ東邦銀行では、従来から取引先の中小企業へのバックアップをはじめ、地域への貢献を業務の一環としてきた。法人営業部の公務・地域振興室では、各種商談会や県産品・観光PRイベントの開催など、さまざまな取り組みを行ってきている。その姿勢は震災後の対応にも貫かれており、今回の通販事業においては、金銭的な支援のほか、全国の地銀をはじめとする金融機関や行政とのネットワークを活用し、カタログの普及に寄与した。また、銀行と地元中小企業との強い絆が地盤となり、復興への取り組みをスムーズかつスピーディに進めることができた。



これまでに発行した通販カタログ

2 通販を請け負う事業者が受注・発送・決済一本化システムを開発、出品者負担を軽減

画期的な工夫が、スペースワンが開発・運営する、受注から決済までの一本化システムだ。ファックスなどでの注文を同社で受け付け、まず運送業者に集荷と発送伝票作成を依頼する。同時に、注文のあった商品の事業者へ受注を知らせ、パッキングなどの発送準備を促すメールを送る。これらが自動的に行われるシステムを構築した。また入金についてもスペースワンにて管理。月初に前月の発注数や売上金額を事業者を確認してもらい、問題がなければ月末に支払う仕組みにした。発送伝票を書く手間や代金計算、管理など、通販に伴う煩雑な作業が軽減され、事業者からは非常に好評だった。またこのシステムは、注文する消費者にとっても、複数の事業者の商品をまとめて一括注文できる点で便利である。

3 地域企業の自立と事業継続を目指し、PC研修などでスキルアップ支援

全国で活況を呈すネット通販事業において、参入企業が各地で増加する中、経済産業省の調査では、福島県は、インターネットによる通販事業を実施する企業の割合は全国平均の半分程度の水準で、まだインターネットを活用した通販事業等の普及が十分とは言えない。スペースワンではうつくしま良品本舗のサービスなどを手始めに、県内事業者のインターネットリテラシーを高めたいという。また、4月以降、同社オフィスを利用してのパソコン教室や、講師を招いてのネットショップに関する資格取得セミナーなどの取り組みを始める予定。まずは、事業者自身が自店を管理する「インターネットモール」に対応できる程度の知識、技術の普及を目指す。

コラム：通販カタログを通じて生まれた新たな絆

「スタートして1年での受注数の多さには、出品している事業者もずいぶん励まされたと思う」と、スペースワンの小林康宏専務取締役は当時を振り返る。サービス開始と同時に、1日およそ200件の注文ファックスや電話、メールが舞い込んだ。ファックスや電話での注文が多かったため、入力業務は大変だったが、懸念していた放射能の影響に関する問い合わせもなく、反対に、満足の声や激励の言葉ばかりがメールなどで寄せられたという。

受注数が穏やかになった今でも、何度も注文してくれる顧客や、会社のイベントやお歳暮用に大口の注文をしてくれる企業も。感謝のしるしに、24年度のカatalogには、「ふくしま応援企業」として顧客の会社を紹介するページを設けた。ふだん直接接することのない、お客様の顔や日常を知ることができたと、事業者にも好評。ページをめくると目に飛び込んでくる笑顔が、福島を応援するお客様と事業者を結ぶひとつの絆になった。

事例3-4 南相馬ソーラー・アグリパークで開講する「グリーンアカデミー」(福島県南相馬市)

- 1 子どもたちの成長を支援する体験学習の場として、太陽光発電所を構想
- 2 地元の理解を得て事業の迅速な推進を図るため、南相馬市との官民協働体制を構築
- 3 志ある企業や個人とともに歩む体験学習の運営主体として、一般社団法人を設立

事業の全体工程と現況



| | |
|----------|--|
| 事業主体 | 一般社団法人福島復興ソーラー・アグリ体験交流の会 |
| プロジェクト規模 | 約2.4ha (太陽光発電所は福島復興ソーラー、植物工場は南相馬市が建設) |
| 事業費 | 体験学習運営費約2,500万円/年 (太陽光発電施設建設費約2億円 (うち9,000万円は、農水省小水力等農村地域資源利活用緊急・促進事業補助金)) |

(1)事業の概要

震災から丸2年となる平成25年3月11日、福島県南相馬市に「南相馬ソーラー・アグリパーク」の植物工場が完成した。太陽光発電や植物工場の仕事体験を通じて、子どもたちの成長を支援する「グリーンアカデミー」の舞台となるものだ(詳細については事例3-5参照)。4月に開講するグリーンアカデミーの事業目的は、太陽光発電や植物工場の仕事体験を通じて、子どもたちの成長を支援することにある。運営する「一般社団法人福島復興ソーラー・アグリ体験交流の会」(以下、交流の会)は、「子どもが主役の街」「キッズニア東京」の企画・運営を行うKCJ GROUP(株)(本社東京)と、体験装置や運営プログラムを協働制作。南相馬市とも協働で事業を推進することで、長期を要する福島の復興を人材育成面で継続的に支援していく。また、プログラム起ち上げ時に必要な資金は、三菱商事復興支援財団が拠出。子どもたちの世話役として地元雇用も創出することから、三菱商事復興支援財団の行う産業振興・雇用創出支援事業の一環として融資が決定された。



太陽光発電所(平成25年3月)

本プロジェクトは、平成23年9月、南相馬市出身で交流の会代表理事である半谷栄寿氏が、太陽光発電所の建設・運営を行う「福島復興ソーラー(株)」(本社東京)を設立したことに始まる。それは単なる発電所ではなく、体験学習により子どもたちの成長を支援し、福島の復興を支える人材を輩出することを目的に構想されたものだ。半谷氏は、代表を兼務する「環境NPOオフィス町内会」(所在地東京)の活動を通じてKCJと交流があったことから、子どもたちの成長を支援するには、誰もが賛同する再生可能エネルギーをテーマとした体験学習の場をつくるのが有効だと考えたのである。この構想は、再生可能エネルギー推進ビジョンを掲げる南相馬市の思いと合致。用地確保や開発許可など、行政に求められる業務を市が主体となって進めることで、福島復興の先駆的な事業が官民一体で動き出した。

市と協働する中で浮かび上がってきたのが、地元住民が農業復興に寄せる思いだった。その思いを反映するとともに、発電した電気を活用する施設として、市がパーク内に、平成25年3月11日までに植物

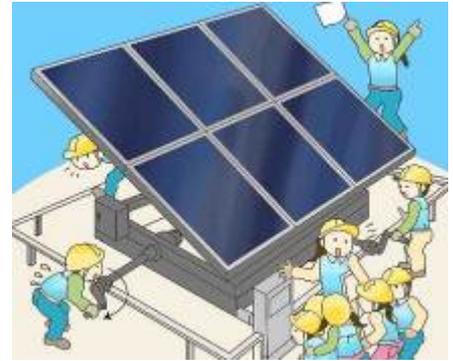
工場を建設。グリーンアカデミーと名付けた体験学習には、植物工場での体験プログラムも加わる。

一方、社会貢献の趣旨から体験学習は参加費無料を前提としているため、運営する原資を安定的に確保する仕組みが必要だ。そこで、法人を対象とした共同スポンサーと合わせて、個人に向けて太陽光パネルのオーナーを募集。交流の会は、復興を目指すニュートラルな立場で、こうした寄付を受け付ける役割も担っている。

(2)プロジェクトが直面した課題と解決のポイント

1 子どもたちの成長を支援する体験学習の場として、太陽光発電所を構想

半谷氏が社長を兼務する福島復興ソーラーは、KCJ GROUP、伊藤冷機工業（本社南相馬市）の出資による当初資本金1,500万円に、東芝が被災地支援の一環としてとして1億円を増資、平成25年3月11日に建設を完了した。パーク内にパネル2,000枚を設置し、発電する500kWのうち100kWを隣接する植物工場に低廉な価格で送電。400kWを固定買取制度で売電することで、継続的な運営を目指す。事業目的は発電で利益を得ることではなく、設備の巡視・点検、発電、電気自動車への充電などの仕事を、子どもたちに楽しくリアルな体験学習として提供し、その成長を支援することにある。



太陽光発電所の体験学習（イメージ）

2 地元の理解を得て事業の迅速な推進を図るため、南相馬市との官民協働体制を構築

地域の復興事業に取り組む上では、地元行政との協働が欠かせない。プロジェクトの事業用地は津波で被災した農地と集団移転地域に指定された宅地で、事業に際し、地権者との円滑な合意形成、農地転用手続などが不可欠。これらは理念を共有した市が復興特区法に基づく復興整備計画を作成し、手続きを迅速化してくれた。交流の会が行うグリーンアカデミーは、地元小中学生を対象とした体験学習プログラムであり、各学校で総合学習の一環として採用することで展開する。半谷氏が教育委員会や学校の賛同を得る上で、市が果たした役割は大きい。

3 志ある企業や個人とともに歩む体験学習の運営主体として、一般社団法人を設立

交流の会は、太陽光発電についての体験装置とプログラムにより体験学習を行う組織として設立され、グリーンアカデミー開講と同時にパーク内に本部を移転。子どもたちの世話役として地元雇用も創出する。県内の子どもたちの体験学習は参加費を無料とするため、人件費を含めた運営費の確保が大きな課題。運営資金を寄付で賄うことを考え、受け皿として一般社団法人とした。約20～30社の企業・団体に支援を求め、共同スポンサー体制を構築。さらに約2,000枚ある太陽光パネルに個人オーナーを募集するなど、継続的に支援してもらえる仕組みづくりに取り組んでいる。福島現状を風化させずに見守ってくれるサポーターが増えることは、地元の人々にとって復興へのモチベーションともなる。

コラム：子どもたちの成長を継続的に支援し、福島の復興を支える

本プロジェクトのキーマンである半谷氏は、平成22年6月まで東京電力の新規事業担当の執行役員であった。原子力災害に対して申し訳ないという思いと責任の一方、南相馬市出身であることから、震災直後から現地に支援物資を届けるボランティア活動を行っていた。その折、物資を届けた先で出会った菓子店を営む女性から「地元の子どものためになる仕組みを創ってほしい」と託される。

「物流が回復すれば物資支援の役割は終わることから、私自身も復興のための継続的な仕組みづくりが必要だと考えていました。その女性から託された言葉を、東京と南相馬を往復するトラックの中で反芻しながら、私なりにまとめ、市とともに取り組んだのが、今回の事業です。被災の中にあって、支援への感謝と、自分も人のために役立ちたいという気持ちを身に付けた子どもたちが、体験学習を通して力強く成長してほしい。そう願っています」。

グリーンアカデミーで体験学習を楽しんだ子どもたちの中から、将来、福島の復興に携わる人材が輩出すること。それが、本プロジェクトが目指す究極の目標である。

事例3-5 農業再生と太陽光発電複合モデルによる復興（福島県南相馬市）

- 1 「再生可能エネルギー」と「農業再生」を復興ビジョン、復興計画として打ち出す
- 2 地元出身の起業家と官民協働で事業に取り組む
- 3 迅速な用地確保と植物工場野菜の安定的な販路開拓

事業の全体工程と現況



| | |
|----------|----------------------------------|
| 事業主体 | 南相馬市 |
| プロジェクト規模 | 約2.4ha 植物工場2棟（太陽光発電設備は協働連携企業が建設） |
| 事業費 | 1億1,500万円（復興交付金） |

(1)事業の概要

福島県の太平洋側に位置する南相馬市は、東日本大震災の津波により大きな被害を受けるとともに原子力発電所事故により、多くの市民が地域外へ避難。約7万1,000人の人口が、一時は1万人を割る事態となった。その後緊急時避難準備区域の解除や警戒区域から避難指示解除準備区域への見直し等に伴い、市民の6割以上が戻ってきたが、



10歳未満の児童・幼児に限ると、帰還率は3割程度に止まる。こうした状況の中、南相馬市では震災後3カ月で経済部内に復興研究チームを立ち上げた。経済復興の柱に「再生可能エネルギーを中心とした地域づくり」と「放射性物質に影響を受けない、安心・安全な農作物生産」の2つを打ち出し、平成23年8月策定の復興ビジョン、同年12月策定の復興計画に「再生可能エネルギー基地」、「植物工場や花き工場」などが明記される。事業化に向けて模索を始めたところへ、地元出身の起業家から体験学習施設を兼ねた太陽光発電所の事業計画が提案された。これに対して市は、発電した電気の一部で植物工場を運営し、そこで子どもたちの体験学習を行うプランを逆提案。その背景には、震災前、市内の小中学校で総合学習の一環として行ってきた農業体験の存在がある。屋外での農業体験が難しい現状にあって、体験学習に植物工場を活用したプログラムが加わることは、子どもたちの成長支援になるだけでなく、長期的な農業復興においても意義深い。このプランが快諾されたことから、市は民間企業との協働に合意。平成24年5月、南相馬市が主体となる「南相馬ソーラー・アグリパーク」建設計画と民間が主体となる「グリーンアカデミー」プログラム（詳細については事例3-4参照）が一体となって具体的に動き出した。

事業用地は、津波で被災した農地と集団移転地域に指定された宅地の買い上げを検討。地権者に対して施設の構想を説明し、同意を得る。課題はここからだ。土地の農地転用と開発許可を得るには、通常どんなに早くても1年以上かかるとされる。そこで市は、復興特区法に基づく復興整備計画を作成、平成24年8月には公表することができた。その過程で事業を担当した経済部農林放射線対策課は、震災という「非常事態」を各方面に説いて回り、迅速な対応を要請。震災から2年となる平成25年3月11日ま

で施設をオープンし、南相馬市が復興している姿を全国に発信したいと考えていた。並行して復興交付金（被災地域農業復興総合支援事業）を活用した植物工場の設計を進めるとともに、ここで農業を営む農業事業者を公募。さらに植物工場で生産された農作物を（株）ヨークベニマルに全量買取してもらうことで、農業参入者のリスク軽減を図った。平成24年12月、事業用地の開発許可が下りると同時に着工。植物工場は平成25年3月11日に完成し、「復興への種まき」を開始した。

(2)プロジェクトが直面した課題と解決のポイント

1 「再生可能エネルギー」と「農業再生」を復興ビジョン、復興計画として打ち出す

原子力発電所の事故の影響を受けた南相馬市が、市民に対して、そして全国に対して南相馬市が復興に取り組む姿勢を伝えるには、力強いビジョンを打ち出すことが必要だった。そのひとつが「原子力発電に頼らない再生可能エネルギーを中心としたまちづくり」。また、南相馬市の基幹産業である農業は、東日本大震災により農業用施設の多くを損失するなど大きな被害を受けており、これを早期に再生させる必要がある。このため、地域の担い手となる農業者を支援し、持続的な生産体制を確立させるため、計画的な農作物生産が可能な植物工場にまずは取り組むことにした。



植物工場での体験学習（イメージ）

2 地元出身の起業家と官民協働で事業に取り組む

復興計画を打ち出したものの、具体的に事業化するには幅広い知見と人材が必要だ。だが、市職員はより緊急性の高い復旧事業で手一杯。全国から約30名の応援職員が駆けつけていたが、それでも市が迅速に新規事業を立ち上げることは難しい。地元出身の起業家、半谷栄寿氏（一般社団法人福島復興ソーラー・アグリ体験交流の会代表理事 兼 福島復興ソーラー(株)社長）からの提案は、協力企業の詳細に至るすべてが具体的であり、市の構想とも合致した。中でも「キッザニア東京」を運営するKCJ GROUP(株)から体験学習プログラムのサポートが得られる点を高く評価。官民協働による事業がスタートした。

3 迅速な用地確保と植物工場野菜の安定的な販路開拓

市の主な役割は、事業用地の確保と植物工場の建設・運営。用地に関しては、各方面と粘り強く交渉し、早期着工への協力を求めることで、市が目指すスケジュールを達成した。植物工場は市が復興交付金（被災地域農業復興総合支援事業）を活用して建設。公募で決定した地元農業法人へ無償貸与される。必要な電力は併設する太陽光発電所から割安で供給。植物工場で生産された農産物はヨークベニマルが全量買取することで合意している。

コラム：民間事業者との信頼関係とそのスピード感が事業を推進

南相馬市が官民協働の提案を受けた半谷栄寿氏は、地元出身の起業家であり、市役所職員の中には震災前から面識のある者もいた。半谷氏は、自ら代表を務める「環境NPOオフィス町内会」（所在地東京）の活動を通じて東芝のCSR部局、キッザニアを企画・運営するKCJ GROUP(株)と信頼関係を築くなど、幅広いネットワークを持っている。また、民間事業者ならではのスピード感は、市職員にとって大きな刺激となったという。平成24年4月の農林放射線対策課設置とともに再生係の辞令を受け、最前線で事業を推進してきた職員の一人名門馬修一氏に聞いた。

「用地取得や農地転用、開発許可取得、植物工場の建設は市が率先して行いましたが、体験プログラムの開発・運営に関してはまったくの素人なので、半谷氏の参加がなければここまで来られなかったかもしれません。圧倒的な推進力は民間の事業者ならではの。そのスピードに必死に着いていくことで、震災から2年の節目に施設をオープンさせる、という目標が達成できたのだと思います」

事例3-6 地域ヘルスケア拠点「南相馬元気モール」の運営（福島県南相馬市）

- 1 メンタル面も含めたヘルスケア拠点設置を目指して、コンソーシアムを設立
- 2 誰でも気軽に立ち寄れる場であることを重視し、南相馬元気モールを開設
- 3 継続運営のために施設を有料化し、本格的にオープン

事業の全体工程と現況



事業主体 相双地域元気づくりコンソーシアム（任意団体）

プロジェクト規模 延べ床面積約80㎡

事業費 6,000万円（委託事業費）

(1)事業の概要

平成24年8月、福島県南相馬市原町地区の複合商業施設内に「南相馬元気モール」が開業した。運営の中心となる「NPO法人はらまちクラブ」（福島県南相馬市）は、スポーツ・文化活動、子育てサポート、地域通貨発行など多彩な活動を行い、主催するイベントだけで年間延べ約7万人（平成21年度実績）を動員する活動的な団体だった。南相馬元気モール（平成24年8月）しかし原子力発電所事故以降、子どもを持つ家族の多くが地域外へ避難。はらまちクラブの活動も休止せざるを得ない状況に陥る。理事長の江本節子氏は、地域コミュニティが崩壊し、人々の生への気力が失われていく様を目の当たりにして、これまで活動の中でうたってきた「第3の居場所=いつ来ていつ帰ってもいい、みんなの居場所」の重要性がますます高まっていることを認識し、これを創出することが地域の医療・介護問題にとって重要であると提言。幅広いネットワークを駆使して「相双地域元気づくりコンソーシアム」を設立し、経済産業省の東北復興に向けた地域ヘルスケア構築推進事業（被災地における医療・介護周辺サービスの提供拠点整備の推進のための調査事業）を受託。「南相馬元気モール」を開設した。



南相馬元気モールでは、「貯筋運動」と名付けられた軽い筋トレ、ラジオ体操、太極拳などのプログラムが毎日日替りで行われる。看護師による健康相談が受けられるほか、介護や保健、法律などの相談会・学習会も開催。こうしたヘルスケア活動と並行して、最もこだわったのが「お茶べり」だ。地域外へ避難した家族と離れて暮らす高齢者の中には、自宅や仮設住宅に閉じこもり、運動不足と孤独感から体調を崩す人も少なくない。彼らの健康にとって必要なのは、積極的な運動もさることながら、まず外に出て地域コミュニティに参加することだ。モール内にはコーヒーやミネラルウォーター、囲碁将棋などを用意したコーナーが設けられ、誰でも気軽に足を運び、心地よく過ごせる場として活用されている。運営はボランティアスタッフによって行われ、モールの利用料は無料（平成25年1月末まで）。複合商業施設内の立地で、子どものための屋内遊戯コーナーも設けられるなど、幅広い年齢層が訪れやすい環境もあり、多い日には予想を上回る1日100人を越える利用者で賑わった。

平成25年1月末に委託事業としての試行期間が終了した南相馬元気モールは、2月から、はらまちク

ラブの運営する有料施設として新たなスタートを切った。江本氏も、どれだけのお客さんに継続してきてもらえるか不安はあるというが、本格的に地域コミュニティに根を下ろした活動が始まった。

(2)プロジェクトが直面した課題と解決のポイント

1 メンタル面も含めたヘルスケア拠点設置を目指して、コンソーシアムを設立

NPO法人はらまちクラブは、3～80歳まで千人以上の会員を擁する活発な団体だったが、震災後は会員の多くが地域外へ避難。人手不足もあり、休眠状態だった。そこで、地域のために新たな活動を展開することを目指し、(株)コスモプラン、パシフィックコンサルタンツ(株)とともに「相双地域元気づくりコンソーシアム」を設立。それぞれの専門分野を活かし、企画・運営や事務局機能をサポートし合うことで、経済産業省「平成23年東北復興に向けた地域ヘルスケア構築推進事業」を受託。「南相馬元気モール」開設を実現した。



モール内運動コーナー（平成24年8月）

2 誰でも気軽に立ち寄れる場であることを重視し、南相馬元気モールを開設

南相馬元気モールは、仮設住宅に隣接する複合商業施設内に開設した。立地を検討するにあたってこだわったのは、誰もが気軽に立ち寄れる空間であること。自宅や仮設住宅に閉じこもり、心身ともに健康が損なわれがちな住民たちにモールを活用してもらうためには、可能な限りストレスフリーであることが重要だ。たとえば駐車場の広さ。地域では移動手段として車を使用する人が多いため、駐車スペースを気にせず来館できることを重視した。また、開催プログラムは、運動や健康相談はもちろん、パッチワーク、編み物などカルチャー講座、おしゃべり会など多彩に設定。家庭、学校・職場に代わる「第3の居場所」として、積極的な目的がなくても足を運べる「井戸端」的な空間を目指した。

3 継続運営のために施設を有料化し、本格的にオープン

南相馬元気モールを経産省委託事業として運営する試行期間は、平成25年1月末、約5カ月で終了。その具体的な評価報告がまとまるには時間がかかるが、地域コミュニティとして定着しつつあるモールの活動を終了するわけにはいかない。2月以降ははらまちクラブが主体となり、施設家賃に充当するために1日300円／1カ月3,000円の利用料を設定、有料施設として本格的に始動する。事業の継続はクラブの使命と考える江本理事長は、2月以降も様々なイベント、講演会の開催を予定しており、地域におけるモールの活動はこれまで以上に注目されそうだ。

コラム：心の健康サポートは3年目が正念場

NPO法人はらまちクラブ理事長江本節子氏は、地域のスポーツ少年団の活動に携わるなど、長年に渡り「元気な人づくり・まちづくり」に取り組んできた。震災後、共に活動していた子どもたちの多くが地域外へ避難。散り散りになった子どもたちを心配した江本氏は、平成23年夏より、各地で避難生活を送る子どもたちとその家族を訪ねるキャラバンを展開。震災復興ニュース「めぐりあい」を発行するなど人々の応援を続けながら、自身も新たな活動の方向を探っている。

「避難生活も、1年目は“特別なこと”だから、みんなで支え合うことで何とか乗り越えられたと思います。でも、本当に大変なのはこれから。一時帰宅した方々と話しをすると、避難生活によるストレスが限界に来ているのを感じました。モールの活動もちろんですが、被災者一人ひとりの元気とバラバラになった地域コミュニティを支えるシステムの必要性を痛感しています」

事例3-7 水耕栽培システムを活用した風評対策（福島県南相馬市）

- 1 ハウス農家で連携し、ゴーヤの緑のカーテンを栽培・販売
- 2 イスラエル製水耕栽培システムの委託を受け、トマト栽培に取り組む
- 3 多様な野菜・品種で水耕栽培の可能性を探り、地元を中心に販路を開拓

事業の全体工程と現況



| | |
|----------|---------------------|
| 事業主体 | KAYANOKI FARM（任意団体） |
| プロジェクト規模 | 300㎡（水耕栽培スタート時） |
| 事業費 | 水耕栽培システムは県から無償貸与 |

(1)事業の概要

夏の節電対策の切り札として人気を集めているゴーヤの緑のカーテン¹。首都圏を中心に電力不足が予想された平成23年夏は、早くから需要が見込まれていた。福島県南相馬市で種苗農家を営む只野孝一氏（KAYANOKI FARM代表）はこの点に着目。地元農家14軒とともに「南相馬市震災復興に取り組む農業者の会」を結成し、ハウス内でゴーヤ苗の栽培に取り組んだ。南相馬市もこの取り組みを応援すべく「南相馬市復興モデル事業第一号」と認定し、広報。市内の小学生がハウス内で種まき作業を体験する風景がニュースに流れる等、農業復興に向けた挑戦を全国にアピールした。ただ現実には予想以上に厳しく、大手企業への直接販売と個人へのネット販売は難航。利益が出るには至らなかったが、それでも「自分たちの力でできることをやった」という自信は、参加メンバーにとって「生きる力」になったという。



水耕栽培ハウスでの只野氏
（平成24年8月）

翌24年2月、東北復興を支援するイスラエルから福島県へ、水耕栽培システムが寄贈される。水の少ないイスラエルで開発された節水型のシステムで、肥料分は水と一緒に供給し、土の代わりに再使用可能なグローバッグ（ココナッツの殻を砕いたものを詰めた水耕栽培用培地）を使うことで、塩害や放射能物質に汚染された場所でも繰り返し植物を栽培できるシステムだ。4月、ゴーヤ苗の取り組みなど農業復興に積極的な只野氏を評価した県は、このシステムを使った栽培とデータ収集を委託。氏は所有するハウス内にシステムを設置し、トマト栽培に取り組む。イスラエル型の水耕栽培が初めてなのは当然だが、苗を専門としてきた只野氏にとっては、トマト栽培自体が未経験の分野だ。県の農業指導員等とともに試行錯誤を続け、夏までには納得のいくトマトが生産できるまでに至った。ただし、この時点で県外産トマトが1個250円程度だったのに対して、福島県産は3個150円程度で流通。風評被害が復興の大きな壁となった。

8月にトマトの収穫を終えた後、只野氏は同じ水耕栽培システムを活用できる品種の拡大に取り組む。8～11月のキュウリを経て、年末からはわさび菜、からし菜、水菜などサラダ用の葉物野菜を栽培して

¹ 建物の外側に植物を育成させることにより、建物の温度上昇を抑えエネルギー節約を図る方法、あるいはその植物

いる。並行して取り組んでいるのが、販路の開拓だ。旧知の地元スーパーマーケットに再三アプローチし、葉物野菜のパック「サラダ菜セット」の販売にこぎつけた。が、事業として成り立つにはまだ道半ば。けれど、自ら働きかけなければ南相馬の農業復興はない。「福島県農業指導士」の肩書きを持つ只野氏は、近い将来、農業を志す若者から相談を受ける日のために、水耕栽培の研究を進めている。

(2)プロジェクトが直面した課題と解決のポイント

1 ハウス農家で連携し、ゴーヤの緑のカーテンを栽培・販売

震災後、福島県産の野菜は市場で値がつかない状態が続いていた。4月には放射線量が下がっていたが、野菜を生産するには時期尚早と思われた。けれど、窓の外につるを這わせて日陰を生み出す「緑のカーテン」としてゴーヤ苗を販売するなら、市場の理



サラダ野菜栽培中（平成24年12月）

解が得られるかもしれない。地元農家14軒と連携し、ゴーヤ苗の栽培に着手したが、風評は予想以上に深刻で、大口予約のキャンセルなど、販売数は伸び悩む。各方面へ働きかけた結果、7月になって厚生労働省から緑のカーテンが災害救助法の補助対象となることが各自治体に通知され、いくつかの仮設住宅の暑さ対策に採用されるようになり、採算ラインぎりぎりの売上を確保する。「農業会」のメンバーにとって、この時点では、収入より「自分の手で何かができる」ことが重要であり、一定の生産販売が行えたことが、メンバーの自信とその後のそれぞれの農業再開につながった。

2 イスラエル製水耕栽培システムの委託を受け、トマト栽培に取り組む

土壌の汚染が心配される中、只野氏は独自の方法で水耕栽培の検討を始めていた。そこへ、イスラエルから福島県へ寄贈された水耕栽培システムの提供を打診される。ハウス内で使用すれば、空気にも土壌にも触れずに栽培できるため「安全・安心」をアピールできる。ココナッツの殻を砕いたものを詰めた培地と給液チューブ、コントローラーというシンプルな構造で、システムが精密な分高額な日本製と比べた場合、約10分の1と圧倒的に安いことも、農家にとっては利点の大きいシステムだった。当初はトライ・アンド・エラーが続いたが、被災農家にとって、わずかな投資で始められる水耕栽培システムを確立することは、復興への一歩になる。ゴーヤに続いて、小学生の農業体験の場としても提供。今は児童の試食はできない状況だが、取り組みを続けることで、給食に採用されることを目指している。

3 多様な野菜・品種で水耕栽培の可能性を探り、地元を中心に販路を開拓

水耕栽培のメリットは、収穫が終わるたびに土をおこし、畝をつくる必要がないことにもある。トマトの収穫が終盤に差しかかった頃には、次の作物の種をまくことも可能だ。KAYANOKI FARMではその後も様々な野菜作りを行い、データ収集に取り組んでいる。現在抱える最大の課題は、販路の開拓だ。地元のスーパーマーケットに無料でサンプル提供し、売場で評価を見てもらったところ、売れ行きは好調。正式に商品として採用された。水耕栽培を明示し、放射線に関する測定値を表示して安心を確保する努力も続けている。

コラム：3月11日の時点では、ライフラインはすべて無事だった

3月14日早朝。幸いにも津波被害のなかったKAYANOKI FARMでは、キュウリの苗が出荷のピークを迎えていた。突然、それまで感じたことのない地響きが襲う。代表の只野孝一氏は、出荷先を失った苗を処分し、ハウスの電源を落とした後、家族とともに山形県長井市へ避難する。

「避難先ではとてもよくしていただきました。福島の地方紙も届けていただけたので、南相馬の状況を外から冷静に見て、落ち着いて考えることができたのかもしれません。何もすることがない、できることがないと、人は何かが壊れてしまうのでしょうか。一時帰宅した際にそんな人たちを目にし、とにかく自分にできることをやらなければ、と思ったんです」。ゴーヤの緑のカーテンは、売上だけ見たら成功とはいえない。けれど参加した14軒の農家は、自分たちの手でやり遂げたことに自信を持ち、元の仕事を手探りで再開するなど、各自が次の一歩を踏み出している。

事例3-8 朝市開催と水産加工品開発の取り組み（福島県相馬市）

- 1 被災者が集まる賑わいの場として朝市を開催
- 2 リヤカー行商隊を組織、被災者の雇用創出、仮設住宅の見守り機能も果たす
- 3 本物志向の商品を次々に開発、安定的な販路として惣菜宅配会社を選択

事業の全体工程と現況



| | |
|----------|--|
| 事業主体 | NPO法人はらがま朝市クラブ |
| プロジェクト規模 | 売上約3,000万円（平成24年3月～25年2月） |
| 事業費 | 福島県地域協働モデル支援事業補助金（約740万円）、「緑の分権改革」被災地復興モデル実証調査委託費（920万円（受託者相馬市）） |

(1) 事業の概要

ヒラメ等高級魚の水揚げ港として知られる福島県相馬市の原釜港。津波で船や自宅、水産加工場など生活手段を失い、原子力発電所事故の影響で漁業再開の目処が立たない状況に、「NPO法人相馬はらがま朝市クラブ」（以下、朝市クラブ）理事長高橋永真氏も、一度は他県への移転を考えたという。しかし、何もすることがなく無為に時間を過ごすだけの仲間たちを前に「このままではいけない」という思いが首をもたげてくる。平成23年4月、宮城県名取市でいち早く再開された「ゆりあげ港朝市」を手伝っ



リヤカー行商「海援隊」

たことをきっかけに、地元で朝市を開催することを思い立つ。浜の出身である立谷市長はNPO法人の立ち上げを高橋氏に提案し、応援を確約。地元の魚は獲れないが、仙台の市場から魚を仕入れることで、5月3日、第1回「はらがま朝市」を開催する。会場となった長友グラウンドは、避難所暮らしが続き、新鮮な魚介類を切望していた数千人の人々に賑わった。その後、朝市では行政が手配しきれない支援物資の配布やボランティアの受け入れも行い、現在（平成25年3月）までほぼ毎週、95回開催されている。6月、被災者の仮設住宅入居が完了すると、今度は「買い物難民」「孤独死」といった問題がクローズアップされる。そこで朝市クラブは、絆づくり応援事業（福島県緊急雇用創出基金事業）で雇用された被災住民により、リヤカー行商「海援隊」を組織。相馬市内にある仮設住宅（1,500戸約3,000人／飯館村、南相馬市住民含む）を、毎日全戸「声かけ訪問」することで「見守り役」をかねて野菜や飲料、日常雑貨を販売する事業を開始する。このメンバーが、朝市では無償でボランティアとして協力している。平成24年、全壊を免れた知人の加工場を好意で借り受け、メンバーで瓦礫を片付け、最低限の設備を整えた上で、無添加の醤油や麴を使った珍味、漬け魚等、水産加工品の製造販売をスタート。生協など復興支援団体に絞って販路を開拓した。被災地支援の盛り上がり一段落した頃から、水産加工品の売上は低迷。平成24年末からは、安定的に惣菜宅配会社へ漬け魚を納品し、売上の6割程度を確保しているが、事業全体の収支は、まだ厳しい。一方、商品開発にも力を入れた。震災前は市内で割烹料理屋を営んでいた参加メンバーの腕を活かした企画は、インターネットの復興デパートメント等で評判を呼ぶ。松前漬け、イカの塩辛などをセットにした「相馬報徳『絆』セット」

をタイムリーに企画・販売したことで、一時は生産が追いつかないほどだったという。朝市クラブでは、開発商品の販路開拓のため、現在、仮設店舗に飲食施設兼アンテナショップとして「報徳庵」をオープン。東京などでのイベント参加、キッチンカーによる実演販売など模索を続けている。

(2)プロジェクトが直面した課題と解決のポイント

1 被災者が集まる賑わいの場として朝市を開催

「はらがま朝市」は、宮城県名取市の関上港でいち早く再開された朝市からヒントを得た。相馬市が復興し、賑わいを取り戻した暁には、輪島の朝市と並ぶ観光スポットとなることを期待している。第1回の朝市は、新鮮な魚を切望していた地域住民など約2,000人の人出で賑わい、3日間で約300万円を売上げる大盛況。また、震災後に連絡が取れなかった親戚や友人たちの安否確認の場としても活用された。避難所では魚を調理することが難しかったことなどもあり、朝市の売上自体は、始めた頃に比べかなり減少したが引き続きやる気のあるボランティアと一緒に運営を続けている。



はらがま朝市

2 リヤカー一行商隊を組織、被災者の雇用創出、仮設住宅の見守り機能も果たす

仮設住宅には、車を持たない人や高齢者など、多くの買物弱者も存在する。その対応策として組織されたリヤカー一行商「海援隊」は、仮設住宅にこもりがちだった被災者をスタッフとして雇用。「被災者が被災者を支援する」グループとして運営される。仕事の基本は「声かけ」や「買物代行」のため、収益は期待できない。平成23年8月、朝市クラブがNPO法人として認可され、助成金等を受け取る体制が整ったため、福島県地域協働モデル支援事業補助金を受けて、復興支援センターMIRAIを設立、職員2名を雇用し、市と連携して事業を進めている。

3 本物志向の商品を次々に開発、安定的な販路として惣菜宅配会社を選択

平成23年末、商品企画ができる料理人と加工場など商品開発の条件は揃った。とはいえ、地元の魚が使えない状況で、自信を持って販売できる商品を開発することは難しい。「緑の分権改革」被災地復興モデル実証調査委託費を活用、神奈川県小田原市と連携し商品開発等を開始。販路を模索する中で知り合った生協と商品の共同開発を行った経験から、無添加の醤油や味噌を使用する「本物のこだわり」を学び、水産加工品を組合せた“絆セット”“絆・巧セット”等を商品化した。販路については、価格競争力では勝負できない大手チェーンストア等での販売は行わず、インターネットの復興デパートメントや支援団体等へ絞り込んで販売する一方、安定的な取引先として大手惣菜宅配業者を確保している。

コラム：復興支援“ブーム”が終息した今、次の一手を模索する

水産加工品商品開発のきっかけは、松前漬けだった。平成23年12月、相馬市を支援に訪れた北海道松前町町長（当時）は、必要な物資があれば提供する旨を申し出る。ちょうどその頃、仮設住宅では年末に欲しい物資のアンケートを実施しており、上位に松前漬けがあった。この話を聞いた町長は、即座に松前漬けの材料であるイカや昆布を提供。朝市クラブのメンバーである料理人の手で松前漬けに加工され、仮設住宅で暮らす人々に無料配布される。これが好評だったことから、商材としての生産に踏み切り、「復興報徳松前漬け」と名付けて販売を開始した。

「初めは驚くほどよく売れましたよ。でも、一時は月に1万パックあった注文はすぐに千パックになり、今では思い出したように注文があるくらい。東京の復興支援イベントへ行っても、最近は以前ほどは売れません。現実には甘くないですよ」と語るのは、朝市クラブ理事長の高橋氏。

今後は、商品アイテムを増やすために、これまで支援してくれた各地のネットワークはもとより、他の被災地との連携企画などにより新たな商品開発や販路開拓への取り組みを進めていくという。

事例3-9 「復興チャレンジ丼」開発の取り組み（福島県相馬市）

- 1 津波被害を受けた27事業者で観光復興を目指したグループを結成
- 2 「魚のおいしい松川浦」を人々の記憶に留めるため「復興チャレンジ丼」を企画
- 3 地元食材が提供できるまで「復興チャレンジ丼」を継続し、発信し続ける

事業の全体工程と現況



事業主体 松川浦観光振興グループ（任意団体）

プロジェクト規模 グループ参加事業者27事業所

事業費 15億円（うち4分の3は経済産業省「中小企業等グループ施設等復旧整備補助事業」）

(1)事業の概要

福島県相馬市沿岸部に広がる松川浦は、年間約50億円弱（平成22年度実績）の漁獲高を誇る県内随一の良港と、日本百景のひとつに数えられる風光明媚な景観で知られる。沿岸には旅館や飲食店、土産物販売店などが立ち並び、潮干狩りや海水浴、釣りを楽しみ、おいしい魚を食べ、購入できる観光地として賑わっていた。今回の津波でほぼ全域が被災したが、水の勢いが比較的ゆるやかだったため、全壊を免れた建物も多く、大部分の事業者は元の場所ですぐ再起を目指している。とはいえ、原子力発電所事故に伴う漁業の自主規制や風評被害もあり、観光産業の復興を単独で推進することは難しい。そこで、震災前から関係の深かった観光協会と旅館組合を中心に飲食店、土産物店、さらには対岸の岩子地区で事業再開を目指す2軒の事業者を含めた27事業者でグループを結成。グループ補助金の採択を経て、松川浦地区全体の観光復興に取り組んでいる。

グループにできることは、とにかく「松川浦＝おいしい魚の町」というイメージが人々の記憶から消えることのないよう、情報を発信することだった。そこで、グループに参加する11軒の旅館・飲食店で「復興チャレンジ丼」の開発・販売を企画し、平成24年4月～8月の期間限定で提供。チラシやのぼりをつくってアピールし、地元メディア等を通じて発信した。その後も、第2弾（9月～11月）、第3弾（平成25年1月～3月）を企画。参加メンバーが食堂や旅館であり、朝夕の食事提供が必要な旅館が参加するためにはランチタイムに限定されるという時間的制約もあり、企画に取り組む事業者数は伸び悩んでいるが、市観光協会や商工会議所経由で視察団体を受け入れる際、多くの参加者は昼食に復興チャレンジ丼を注文するという。また、津波によって砂州の堆積物が排出されたため、以前より浦の水質が良くなっているという調査結果もある。こういった環境変化も捉えて、漁業の1日も早い復活を目指すグループのチャレンジは続く。



復興チャレンジ丼（第2弾）

(2)プロジェクトが直面した課題と解決のポイント

1 津波被害を受けた27事業者で観光復興を目指したグループを結成

震災後、松川浦観光協会、旅館組合、これらに属さない飲食店、土産物販売店も含めた事業者が、松川浦の観光復興のために立ち上がる。対岸の岩子地区では、再建の意向を表明した事業者が2軒しかなかったため、松川浦のグループに合流。最終的に27事業者が結集し、旅館組合役員8名に小野氏を加えたメンバーが発起人となって「松川浦観光振興グループ」を結成。被災した建物・設備の復旧と観光振興を目指して、グループ補助金を申請する。



松川浦の被害状況（平成23年3月撮影）

2 「魚の美味しい松川浦」を人々の記憶に留めるために「復興チャレンジ丼」を企画

松川浦は、県内随一の漁港を核とした漁業と観光産業が町の経済を支えていた。原子力災害による漁業の自主規制などにより、産業の核が失われてしまったが、ただ黙って待っているだけでは観光地としての松川浦は忘れられてしまう。「魚の美味しい松川浦」を人々の記憶から消さないために、グループ内の有志で「復興チャレンジ丼」を企画。当初は統一メニューを検討したが、食べ歩いてもらうことも期待してメニュー内容は各店の自由とした。事前に試食会を行い、報道関係者を招待したことで、地元メディアなど中心に大きく取り上げられる。残念ながら県外から観光客を呼び戻すには至らなかったが、新聞・テレビ等で松川浦が復興に向けて頑張る姿が話題になったことは、メンバーの励みになっている。

3 地元食材が提供できるまで「復興チャレンジ丼」を継続し、発信し続ける

参加メンバーは、「復興チャレンジ丼」は、松川浦の漁業が復興し、地元産の魚介類を使った「復興丼」が提供できるまでチャレンジを続けていくことが最も重要、という点で一致。秋の食材をテーマとした第2弾（9月～11月）、冬の食材をテーマとした第3弾（平成25年1月～3月）を企画・実施している。第3弾は、当初は鍋料理を想定したが、仮設店舗のランチで提供するには効率が悪いため、テーマを変更。震災前に知名度が上がりはじめていたズワイガニを使用する店舗が多く、好評を得るなど制約の多い環境の中で知恵を出し合いながらのチャレンジは続く。

コラム：世代交替が進む事業者。次代を担う若手の発想とパワーに期待

松川浦観光振興グループには、飲食店だけでなく旅館や土産物販売店も参加している。宿泊者に対する朝夕の食事が主である旅館も参加しているため、参加事業者に無理のない範囲ということで、「復興チャレンジ丼」の提供はランチタイムのみとしている。地元メディアでは大きく取り上げられたが、県外からの観光客を呼び込めるほどではなかったこともあり、参加事業者は回を追うごとにやや減少傾向にある。

「自分たちでできることは全てやってきたつもりです。でも、原発事故の影響で、最大の観光の魅力である地元の海産物が提供できないことが歯がゆい。風評被害を考えると先が見えないという声も少なくありません」グループ代表の小野芳征氏は、苦しい胸の内を語った。

震災からまもなく2年、グループの中には30～40代の事業者もおり、加えて今後は事業者の代替わりの時期を迎える。厳しい現状の下だが、定例会議に顔を出した若手の中には、チャレンジ丼を続け、松川浦の「今」を発信し続けるべきだと、前向きな意見あるという。次代を担う彼らの、松川浦の魚で商売ができる日を目指したチャレンジに期待したい。

事例3-10 菊池製作所の原子力災害被災地域での事業継続（福島県飯舘村）

1 徹底した対策で風評被害と従業員の健康確保に対応

2 全村避難の中でも積極的に事業を継続し地域の雇用を確保

3 厳しい条件下だからこそ、新たな事業分野を開拓

事業の全体工程と現況



事業主体 (株)菊池製作所

プロジェクト規模 全従業員431名、福島工場の従業員260名。新設の川内工場でも新規に30名を雇用。

事業費 川内工場新設事業費4.6億円（初年度）

(1)事業の概要

菊池製作所は、本社を東京都八王子市に置き、「研究開発・試作の総合支援企業」を標榜する、試作・金型メーカーである。昭和55年の創業以来、携帯電話、カメラ、事務機器、自動車、医療機器の金型や部品製作に携わっており、近年ではスマートフォンの試作などでも有名である。福島と菊池製作所との関わりは、昭和59年に社長の菊池功氏の故郷である飯舘村に福島第1工場を開設したことに始まる。



福島工場（飯舘村）の外観

「過疎地なら会社も従業員も互いに安心して技術を磨ける」との考えもあり、過疎地に工場を建てることを社の方針としてきた。引き続き昭和63年に飯舘村内に福島第2工場を設立、その後も村内への工場開設を進め、平成21年には飯舘村の中に6つの工場を擁するようになった。

事業も順調に拡大しているところに平成23年3月の東日本大震災が起こった。福島第1原子力発電所の事故により、放射線影響に関する情報が錯そうする中、菊池社長は早々に操業継続を決意した。その陰には、「雇用の場がないと村の存続が成り立たない」という飯舘で働く従業員の想いがあった。

事故後も希望する従業員の一時的休業を認めつつ操業を継続、4月22日に全村が計画的避難区域に指定されると、村から国への要請もあり、計画的避難区域内での操業についての特例措置が、他の村内の9事業所とともに適用された。

しかしながら、その後の操業は苦難の連続であった。震災前に約250人いた飯舘村の従業員のうち約40人が避難や放射能への不安などから社を後にし、残った社員も村外避難のため長距離通勤を余儀なくされている。取引先から製品の放射能汚染を心配する声も上がった。

それでも、社長の被災地を支える信念は揺るがず、平成23年8月には二本松市内で新工場を開設し、操業を開始、震災の影響度合いに一定の見通しをつけることのできた10月には大阪証券取引所JASDAQ市場にも上場した。さらに、飯舘村と同じく震災後に全村避難を余儀なくされ、現在は遠藤村長による帰村宣言のもと、村民帰村に取り組む川内村に、県のふくしま産業復興企業立地補助金の指定を受

けて新工場を整備、平成24年12月に本格操業を開始している。ここでも既に約30名の雇用が実現している。菊池社長の地域の復興にかける取り組みは続く。

(2)プロジェクトが直面した課題と解決のポイント

1 徹底した対策で風評被害と従業員の健康確保に対応

もともと高い技術力で顧客からの信頼の厚い企業であったが、風評被害には悩まされる。震災後には、殆どの取引先から放射能汚染について問い合わせがあったという。国の除染に先駆け自社で敷地内の除染を行い、バケツ水で足を洗う等の対策を実施するとともに、部品の線量測定や洗浄等を行い、安全性を確立した結果、現在ではそのような問い合わせはなくなった。今でも敷地内の線量を毎日測定するなど、従業員の健康不安の払拭に努めながら操業を続けている。



福島工場（飯舘村）内の様子

2 全村避難の中でも積極的に事業を継続し地域の雇用を維持

社長の地域にかける思いと、工場に残りたいという従業員の声が、全村避難の中で地域にとどまり操業を続ける要因となったが、実際に操業を続けることは容易ではなかった。村も国に対する計画的避難区域内での操業に対する特例措置の申請など、操業継続を後押ししてくれたが、避難した従業員は、隣接する福島市、川俣市などのみでなく、広範な地域に分散して避難することとなり、長距離の通勤を余儀なくされた。現在も、他の市町村に避難し通勤している従業員は約190名おり、遠い人は片道1時間半かけて通っている。同社では、時差出勤や流動的な勤務体制などの対策を行い従業員の健康管理に配慮して営業をしているが、将来的には村内の線量の低い場所に住宅を確保できればと考えている。また、平成24年春にハローワークを通じて新規採用者として高校生を募集した。同社の地域支援に対する積極的な姿勢が広まっているためか、34名のエントリーが集まり、18名（飯舘村内からは2名）を採用することができた。

3 厳しい条件下だからこそ、新たな事業分野を開拓

同社は、さまざまな製品の試作・金型作成に強みを持つ企業である。近年はスマートフォンの試作が主力事業の一つであったが、平成24年12月の川内工場開設に当たっては、平成22年以降社内で独自開発を進めてきた同社の特許技術「アルミホットダイカスト技術」によるアルミニウム製品の、社内初の本格量産ラインを設けることとしている。また、平成24年8月には、同社が部品を供給したガンマカメラが大手メーカーから発売され、菊池製作所自らが、被災地域の自治体並びに地域住民等に向け、放射線測定などの各種サービスを開始している。震災後の厳しい状況下だからこそ、こうした新しい事業分野を積極的に開拓する同社の姿勢が、事業の成長と地域の復興につながっていくことを祈りたい。

コラム：ふるさとの存続にかける熱い思いが事業再開を支える

雇用の場がないと故郷である飯舘村の存続が成り立たないという危機意識が、菊池製作所の被災地での積極的な事業展開の出発点である。「名前は菊池の工場だが、目線は飯舘村の工場」と、社長は語る。飯舘村が全村避難に揺れ、その後も村民の避難生活が長期化する中、菊池製作所の事業継続は、村民にとって一つの大きな心の拠り所であったに違いない。震災後の風評被害との戦いの中でも、社員自らが、風評に流されてはいけない、との意識で風評被害対策に取り組んだ。従業員の放射線被害を案じながらも、徹底した放射線量計測と除染を続けつつ、事業が継続できたのは、社長と従業員のこの地域を思う熱い気持ちが背景にある。

事例3-11 夜明け市場の飲食店街再開の取り組み（福島県いわき市）

- 1 震災前からの地元との信頼関係がスピーディな事業の立上げに結びつく
- 2 2店舗から営業を開始して意欲的な出店者を募り、徐々に事業を拡大する
- 3 市や商工会議所と連携、絶えず情報を発信し、集客のための企画を仕掛け続ける

事業の全体工程と現況



| | |
|----------|----------------------------------|
| 事業主体 | 株式会社夜明け市場 |
| プロジェクト規模 | 管理敷地面積：約600㎡（（建物：約30店舗分）＋センター通路） |
| 事業費 | 約1,000万円（初期費用） |

(1)事業の概要

かつて30店の小さな飲食店がひしめき合い、毎夜賑わっていた「白銀小路」。バブル崩壊後は急速に客足が衰え、震災後はわずか7店舗ほどが営業するさびれた通りとなっていた。一方、後に(株)夜明け市場を設立する二人の起業家は、仕事の拠点であった東京で、出身地であるいわきの食材を使った「食ビジネス」の立ち上げを準備していた。ところが、平成23年4月のオープンを目前に震災が起きる。食材生産者の多くが被災し、供給の目処が立たない。とにかく被災地で何かし 盛況なビアガーデン（平成24年夏）なくては、と炊き出しも行ったが、ボランティアでは限界があり、地元を継続的に支援するには仕組みづくりが必要だった。そこから「震災で店舗を失った飲食店経営者に事業再開の足掛かりとなる場所を提供し、風評被害に苦しむ生産者の食材を消費する場とする、そして復興のシンボルとして全国に情報発信することで、地元を活性化する」というコンセプトを掲げた「夜明け市場」構想が生まれる。



4月以降、いわき地区商工会広域連携協議会など、各方面にアドバイスを求める中で、白銀小路の所有者を紹介される。JRいわき駅近くの、細い路地を挟んで両側に約30店舗が入居できる飲食店街は、土地の所有者でもある単一オーナーが所有する物件。築45年を越える建物は老朽化が激しく補修が必要だが、その分賃料は安く、賃貸契約はシンプルかつスムーズに進められる。7月、白銀小路の使用許可を受け、管理会社としての承諾を得ると同時に、テナントの募集を開始。11月のグランドオープン時点では2店舗のみだったが、その後「夜明け市場」の取り組みが周囲に知られるようになることで徐々に拡大。約1年後に10店舗となり、ようやく損益分岐点を越えた。

(株)夜明け市場は、土地建物オーナーに対しては管理会社、テナントに対しては運営事務局としての業務を行っている。もっとも重要な業務は、夜明け市場への集客を目的とした情報発信と地域内外との連携体制を構築することだ。たとえば、ホームページやツイッター、フェイスブックを使った情報発信を行う。また、市役所や商店会、商工会議所等、市内外の団体と連携し、各種イベントを誘致したり、助成金等の有益な情報を紹介することも業務として取り組んでいる。

今後は、残った2階の店舗スペースをコワーキングスペースとして活用し、いわきでU I ターン起業した

い人たちをサポートする事業も開始する予定である。

(2)プロジェクトが直面した課題と解決のポイント

1 震災前からの地元との信頼関係がスピーディな事業の立上げに結びつく

株式会社を設立した二人は、地元いわき市出身。震災前から地元の食材を活用した地産地消事業を東京で起業するため、地元生産者、商工関係者などと信頼関係を築いていた。「夜明け市場」の事業候補地を探す中、地元から「白銀小路」を紹介される。もともと約30の小さな店舗から成る飲食街だったが、震災時は大半が空き店舗。ただし、単一オーナーが土地を含めて全体を所有しているため、賃貸契約はシンプルかつスムーズに進められる。まとまった事業用地を探していた二人にとっては好条件だった。築45年の建物は補修が必要だが、その分賃料は安く、賃貸交渉がシンプルに進められた。



出店者たちと一緒に

2 店舗から営業を開始して意欲的な出店者を募り、徐々に事業を拡大する

構想を立ち上げた当初は「被災し、再開したくても同じ場所ではできない被災者に店舗を提供すること」を目的としたため、第一次募集では応募条件を震災被災事業者に限定。しかし次第に、「ピンチをチャンスに変えて頑張ろう」という思いは被災者だけのものではない、と気付く。重要なのは、意欲ある事業者に場所を提供し、駅前をはじめ町全体が盛り上がっていくことであり、それこそが「復興」に向う姿勢ではないか。そんな思いから、現在は県外から「いわきを応援するために」出店を打診してきた事業者の参入も受け、全11店舗で展開している。

3 市や商工会議所と連携、絶えず情報を発信し、集客のための企画を仕掛け続ける

(株)夜明け市場は、企画力や実績を活かし、いわき市や商工会議所とも連携。定期的に店長会を開き、各店が切磋琢磨しながら全体としての魅力を打ち出せるよう、コーディネート業務を行っている。たとえば、平成24年夏には「ビアガーデン」を開催。センター通路を活用し、各店を周遊しながら飲食を楽しむ企画が好評を博した。また、地元食材を使ったオリジナル料理を各店で提供する「トマトフェア」なども仕掛けている。そうした情報は、各メディアに対して継続的にニュースリリースを発行するとともに、ツイッター、フェイスブックなどを活用して発信している。市や商工会議所もまちなかの活性化につながることから応援を惜しまない。夜明け市場の賑わいにつられ、「白金小路」時代の常連客が昔なじみの店に顔を出すなどの効果もみられる。

コラム：原発の風評被害を乗り越える

夜明け市場を運営する松本丈氏は、震災直前、東京都内いわきの食材をアピールする飲食店のオープンを抑えていた。震災により生産者からの食材供給が不可能となったため、とりあえず店のオープンは延期となる。なんとか6月にはオープンにこぎ着けたものの、「福島県の郷土料理店」に対するパッシングは想像を越えたものだった。

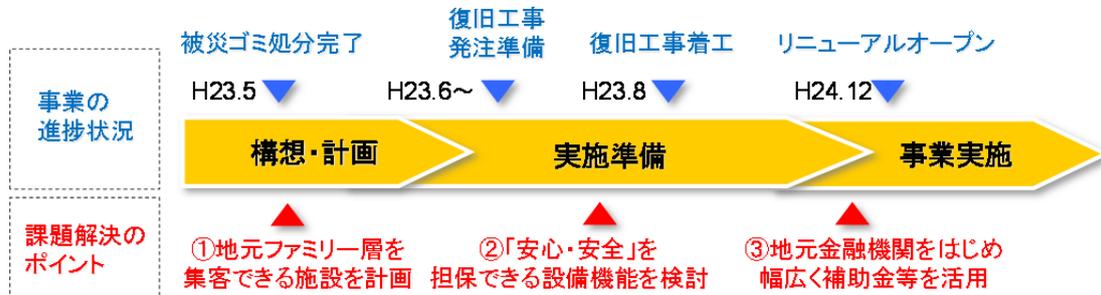
「それは辛辣でしたよ。福島のものなんか持ち込むな、お前らのところから出るゴミが放射性廃棄物だ、とか。でも、それまで『地元いわきのために』をキーワードに食材を供給してくれる生産者を募ってきた以上、ここで事業化を諦めたら全てがうそになってしまいます。炊き出し支援に行った帰り道、仲間とそんな思いを語り合う中で生まれたのが、夜明け市場構想だったんです」。

明けない夜はない—夜明け市場命名のもとになったタイトルから、彼らの強い思いが伝わってくる。生まれ育った地元で起業することを目指して築いてきたネットワークのおかげで、夜明け市場は産声を上げた。次の課題は、賑わいを継続させ、盛り上げることだ。

事例3-12 観光物産センターによる地元客の取り込みと安心・安全確保の取り組み（福島県いわき市）

- 1 風評被害による観光客の減少を地元からの集客で補う
- 2 「安心、安全の担保」をコンセプトに設備機能を再検討
- 3 地元金融機関の私募債をはじめ、幅広く補助金等を活用

事業の全体工程と現況



| | |
|----------|--|
| 事業主体 | 株式会社いわき市観光物産センター |
| プロジェクト規模 | 年間集客数約203万人（平成22年度実績） |
| 事業費 | 約6億5,000万円（経済産業省「中小企業等グループ施設等復旧整備補助事業」、ふくしま応援ファンド、私募債ほか） |

(1) 事業の概要

平成9年にオープンし、いわき市の観光と物産振興の中核施設として多くの観光客を集めてきた「いわき・ら・ら・ミュウ（いわき市観光物産センター）」。震災で2mを越える津波の被害を受けたが、幸いにも建物躯体は大きな損傷を受けずに済んだ。とはいえ、天井近くまで水没した1階内部は壊滅状態。復興費用は約6億円と推計されたが、原発事故による風評被害もあり、施設が復旧したとしても観光客が戻ってくる保証はない。そこで、復興計画の策定にあたっては地元から集客することをコンセプトに加える。



オープニングセレモニー（平成23年11月）

三セクである同施設の復興には「いわき市の復興を対外的にアピールする」という役割も求められていた。その重責を負った施設職員は、補助金等の申請作業を進めながら、早期復興を目指した実作業に取りかかる。まず行ったのが、1階を埋めつくす震災ゴミの処理。早期に重機を手配したものの、燃料が十分に届かないため、作業は遅々として進まない。それでも、延べ530人ものボランティアの協力と行政の支援を得て、5月初旬には処分を完了。職員の判断で当初から「分別収集」を行ったことも、迅速な処理に貢献した。

7月の館内解体工事に続いて、8月には本体復旧工事に着手。施設設計では「安心、安全の担保」を新たなコンセプトとして追加した。津波浮遊物に備えた防御フェンスの設置など来館者と入居テナントの双方に配慮した設備改善を行うとともに、避難誘導に関する情報を明示したポスターを作成し、営業再開後の館内に掲出。最終的な復興費用は約6億5,000万円に達したが、グループ補助金や日本政策投資銀行と東邦銀行共同出資のふくしま応援ファンド、地元銀行発行の私募債などを活用することで調達することができた。

平成23年11月25日、リニューアルオープン。いわき市観光の顔である施設の復興は、ニュースとして多くのメディアに取り上げられた。この時点の入居テナントは、賃料を引き下げたにもかかわらず、復興前の32店舗に対して24店舗しか埋まっていなかった。それでも屋内型遊戯施設を設けたことが功を奏し、来館者数は前年の約8割を達成。テナント数も徐々に回復している。ただし、購買額の多い首都圏からの来客が減少したため、全体売上は震災前の6割程度。最近では周辺観光施設の再開とともに、首都圏からの来客も回復傾

向にあり、今後近隣に大型商業施設の出店も決まり、これらの施設との相乗効果で、いわき市の観光産業全体の復興を牽引することが期待されている。

(2)プロジェクトが直面した課題と解決のポイント

1 風評被害による観光客の減少を地元からの集客で補う

震災前の「ら・ら・ミュウ」は、周辺観光施設を巡る観光バスも含め、関東圏から広く観光客を集めていた。原発事故の影響により、復興後はそうした県外からの観光客の従来のような来館が望めない。そこで、集客のターゲットを地元ファミリー層に絞る。震災後、屋外で遊ぶ機会が減った子供たちのために、大規模な屋内型のあそび場を開設した。東北最大級の広さを誇る屋内施設（504㎡）は好評で、来館者数は平成23年度中に8割程度まで戻った。復興のニュースが全国に流れた後は、視察ツアーも含め、観光バスの来館も徐々に増えてきている。



屋内型あそび場（平成23年11月撮影）

2 「安心、安全の担保」をコンセプトに設備機能を再検討

従来、魚市場を思わせる魚ゾーンのオープンな雰囲気は来館者に好評だった。震災後は、屋外の放射線を心配する顧客に対する配慮や、雨や風などの影響を受けにくい環境を重視。魚ゾーンが閉鎖空間となるよう、前面にアーケードを設ける。また、海岸地区が45cm程度地盤沈下したため、高潮への対策として海岸線に近いガラス面外側に防護壁（高さ75cm）を設置。テナントとして入居する事業者に対しても「安心、安全」をアピールする。

3 地元金融機関の私募債をはじめ、幅広く補助金等を活用

総事業費約6億5,000万円のうち、復旧に係る費用は5億2,000万円。同じく地域の観光の中核を担う2観光施設と組んでグループ補助金を申請し、採択されたことで、費用の4分の3を受給。残りは政策投資銀行と地元銀行のふくしま応援ファンド、さらに地元銀行が発行する私募債などで調達。いわき市の復興を全国に向けて発信できる中心観光施設のひとつであること、そして開業時の借入金を順調に返済していた点等が評価された。

コラム：誰もが知っているはずだった、大地震とその後に来る津波の危険性

気象庁の発表によると、3月11日、いわき市では震度4以上の揺れが190秒続いたという。長く大きな揺れではあったが、施設内で大きな被害はなく、運営会社の代表取締役専務、高島信夫氏の意識の中にも「津波」という言葉は浮かばなかったという。既に首都圏から訪れる観光バスの多くは帰路についており、残っていた数台も地震の揺れが収まると同時に出発していた。館内の安全を確かめ、ほっと一息のつもりでラジオのスイッチを入れた高島氏は、我が耳を疑った。すぐ隣の相馬地方に7mという大津波警報が出されていたのだ。

「宮城沖地震の可能性はずっと言われてきたことだし、避難場所も頭に入っていました。でも、今がその時だとは思わなかったんです。慌ててテナントのスタッフに避難を呼びかけましたが、やはりピンと来ない人が多かったので、最後はほとんどけんか腰でした」。

「ら・ら・ミュウ」は港湾の中に位置したことも幸いし、津波は館内で2.05mに達しただけで済んだ。それでも第3波で1階は完全に水没。最後まで館内に残っていた16名は施設の2階に取り残され、不安の中で一晩を過ごしたという。

事例3-13 スパリゾートハワイアンズのフラガール全国キャラバンによる風評対策（福島県いわき市）

- 1 専門家に調査を依頼した上で、現地での営業再開を決断
- 2 地域の風評被害払拭を目的に、フラガールの全国キャラバンを実施
- 3 いわき市制施行45周年に合わせた営業部分再開

事業の全体工程と現況



| | |
|----------|------------------------|
| 事業主体 | 常磐興産株式会社 |
| プロジェクト規模 | 敷地面積690,000㎡ |
| 事業費 | 約40億円（平成22～23年度、原状回復費） |

(1) 事業の概要

映画「フラガール」（平成18年公開）のヒットも含め、福島県の観光の顔として定着している「スパリゾートハワイアンズ」（運営：常磐興産株式会社、以下ハワイアンズ）。平成23年3月11日の地震では施設に大きな被害がなく、当初は6月の営業再開を検討していた。ところが4月11日、いわき市直下型の震度6強の地震が発生。施設は断層の影響による深刻な被害を受ける。4月下旬、ようやく被害状況の調査・安全点検を終えたものの、復興費用の捻出、修復技術など課題は山積みだった。メインバンクを中心としたふくしま応援ファンドの活用や、ゼネコンの高い技術力による早期修復を期待したが、時が経過するにつれ、原発事故による風評が次第に大きくなり、10月中営業再開の見通しを発表できたのは、5月11日のことだった。



フラガールによるポリネシアンショー

主要施設が大規模な修復工事に入る一方で、断層にかかっていない施設はほぼ無傷だったため、ここを避難所として提供することを決め、5月23日より福島県広野町の被災者約550人を受け入れる（同年9月末受入れ終了）。コミュニティと一緒に生活でき、温泉も利用できる避難所は好評だったが、これはハワイアンズにとっても雇用の維持につながった。

こうした動きに先立つ5月3日、いわき市の避難所への慰問活動を皮切りに「フラガール全国きずなキャラバン」をスタート。社長が社団法人いわき観光まちづくりビューローの会長であり、いわき市と二人三脚で動いてきた経緯もあり、全国各地、行く先々で地域の風評被害払拭のための活動を展開する。

10月1日、いわき市市制施行45周年を記念して開催された一大復興イベントの開催に合わせて、営業を一部再開する。だが、主要施設であるウォーターパークが営業できず、フラガールのステージも仮設だったため、しばらくは客足の鈍い状態が続く。

平成24年2月8日、いよいよグランドオープン（全面営業再開）。震災前から計画を進めていたが、資材不足等で建設が滞っていた新ホテル「モノリスタワー」も同時にオープンした。宿泊設備が増強されたこともあり、その後は順調に客数が伸びる。平成24年度の中期経営計画では、日帰り客100万人、宿泊客28万人を目標としていたが、最終的には日帰り客138万人、宿泊客38万人を達成する見込みだ。

ただし、現在の来館者の中心は福島の復興支援を目的とした団体やシニア層が中心。原発事故による風評被害から、本来のターゲットであるファミリー層はまだ十分に戻ってきたとはいえない。いまは、フラガールの活動に加え、周辺観光地を回る周遊バスを運行し着地型観光を展開するなどにより、新たな顧客の開拓に力を注いでいる。

(2)プロジェクトが直面した課題と解決のポイント

1 専門家に調査を依頼した上で、現地での営業再開を決断

4月11日に起きたいわき市の直下型地震は、ハワイアンズに大きな被害をおよぼした。あまりの深刻な被害に、当初は営業再開が危ぶまれた。しかし、専門家の調査の結果、「断層は今後千年以上動かない」とのお墨付きを得て、当地における営業再開を決断。銀行への融資を依頼する。重要施設であるウォーターパークは、天井を支えるトラス構造が歪んだものの、空間が広く重機が入りやすいことも幸いし、復旧計画が具体化する。



主要施設・ウォーターパーク

2 地域の風評被害払拭を目的に、フラガールの全国キャラバンを実施

ハワイアンズの代名詞ともいえるフラガール。その全国公演は、施設の前身である常磐ハワイアンセンターのオープン前、昭和40年以来、46年ぶりのことだった。キャラバンが終了する平成23年10月2日までに、全国26都府県に韓国ソウルを含めた125カ所、247公演を行う。いわき市のPRと各地で避難生活を送る人々の慰問を目的としていたため、基本的には交通費・宿泊費・出演料の全てをハワイアンズが負担。負担は大きかったが、行く先々でメディアに取り上げられる等、その効果は予想をはるかに超えるものだった。

3 いわき市制施行45周年に合わせた営業部分再開

平成23年10月1日、いわき市制施行45周年を記念した一大復興イベント「がんばっぺ！いわき復興祭」が開催された。フラガールは、全国キャラバンの最終公演としてこのイベントに出演した後、営業を部分再開した本拠地で特別公演を行う。この日の設定は、いわき市の、そしてハワイアンズの復興に向けた力強い足取りを、全国に向けてアピールするための重要なスケジュールだったといえるだろう。

コラム：3月11日の時点では、ライフラインはすべて無事だった

3月11日の地震では大きな被害を受けなかったスパリゾートハワイアンズ。首都圏へ向うバスが発前だったため、震災発生当時、館内およびバス車内には約1,500名の顧客がいたという。電気・ガス・水道などのライフラインは無傷、温泉も無事、食糧の備蓄も十分あったため、顧客にはハワイアンズに留まることを勧める。東京からいわきへ向う列車内で被災した若松貴司氏（常磐興産株式会社執行役員SRH営業本部副本部長）は、最寄りの避難所で一晚を明かした後、5時間かけてハワイアンズへたどり着いた。

「施設は昭和41年の開業と同時にできた建物ですから、お客様は避難所にご案内した方が安全なのは、という声もありました。しかし周辺の避難所はどこもライフラインが途絶え、情報も十分に届かない状況です。それなら、建物の安全確認をした上でハワイアンズに留まっていただいた方が安心では、という結論に達しました」。

道路状況等の情報収集と並行して、社員が東京までのルートを自走し、走行の可能性を確認。13日午前9時、首都圏からの顧客617名が18台の貸切バスに分乗し、東京駅へ向けて出発。高速道路が使えないため約13時間かかったものの、全員無事東京駅に帰着した。