

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に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 「魚のおいしい松川浦」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。「魚のおいしい松川浦」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代の事業者もあり、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。