

第2回「福島浜通り地域等の未来に向けたプロジェクト創出の場」 議事概要

～プロジェクト創出を通じた交流人口の拡大による、地元経済への貢献、にぎわいと笑顔、Civic Prideのさらなる醸成～

日時：令和3年5月20（木）15:00～17:30

場所：オンライン開催（事務局：A P 虎ノ門より開催）

議題：若い人を始め、この地に訪れる人、リピーター、定着する人が増えるためには、何にとりかかればよいか

出席者（五十音順・敬称略）：

地元民間

- ・愛川 雄一郎 株式会社 J ヴィレッジ
- ・井出 寿一 一般社団法人かわうちラボ 事務局長 兼 専務理事
- ・岩本 泰典 コドモエナジー株式会社 代表取締役
- ・大井 利裕 株式会社ゆうとぴあ
- ・久保田 健一 一般社団法人 Sw!tch 代表理事
- ・志賀 風夏 陶芸家・画家 / かわうち草野心平記念館 管理人
- ・霜村 真康 未来会議 副事務局長 / 菩提院 副住職
- ・高橋 大就 一般社団法人東の食の会 事務局代表
- ・谷口 豪樹 スマイルファーム谷口 代表
- ・土屋 省吾 福島相双復興推進機構(官民合同機構)広報戦略部長 / 株式会社博報堂(出向元)
- ・名嘉 陽一郎 株式会社東北エンタープライズ 代表取締役社長
- ・半谷 栄寿 一般社団法人あすびと福島 代表理事
- ・藤城 光 グラフィックデザイナー・美術作家
- ・藤田 大 株式会社鳥藤 代表取締役
- ・古谷 かおり 結のはじまり 代表取締役 / 女将
- ・本田 紀生 株式会社アソシエイト 代表取締役
- ・米谷 量平 一般社団法人葛尾むらづくり公社 事務局長代理
- ・元木 寛 株式会社ワンダーファーム
- ・山田 豊 株式会社ゆうとぴあ 代表取締役
- ・吉田 学 株式会社タイズスタイル 代表取締役

地元団体・地元メディア・地元金融

あぶくま信用金庫

・総合企画部経営強化計画推進室 岡田寛

株式会社 福島中央テレビ

・東京支社長 江花景二

・東京支社 支社次長 兼 営業部長 佐々木聡

・東京支社 営業担当部長 伊藤伸輔

株式会社 福島民報社

・取締役 鞍田炎

公共財団法人 福島イノベーション・コースト構想推進機構

・交流促進部部長 穴澤竜太

福島県観光物産協会
福島相双復興推進機構
福島民友新聞株式会社いわき支社
双葉郡地域観光研究協会

- ・企画戦略室 室長 掛川昌子
- ・交流促進部 副部長 鈴木喜勝
- ・交流促進部 交流促進課 鶴淵靖志
- ・物産部副部長 兼 福島県観光物産館長 櫻田武
- ・広報戦略部長 土屋省吾
- ・支社長 穴戸 正彦
- ・代表理事 山根辰洋

地元行政

- ・飯館村
- ・いわき市
- ・大熊町
- ・葛尾村
- ・川俣町
- ・相馬市
- ・田村市
- ・双葉町
- ・南相馬市

域外民間

- ・浅野 宏介 浅野燃糸株式会社 専務取締役
- ・石川 俊祐 株式会社 KESIKI/Founding Partner デザインディレクター
- ・小橋 賢児 The Human Miracle 株式会社 代表取締役
- ・阪本 未来子 JR 東日本 常務執行役員
- ・柴田 裕 JR 東日本スタートアップ株式会社 代表取締役社長
- ・島田 由香 株式会社 YeeY 代表取締役
- ・白井 智子 特定非営利活動法人新公益連盟代表理事 / 公益社団法人ハタチ基金代表理事
- ・陳内 裕樹 グーグル合同会社 観光立国推進部長 (17:00 退出)
- ・高橋 俊宏 株式会社ディスカバー・ジャパン 代表取締役社長 統括編集長
- ・谷川 じゅんじ JTQ 株式会社 代表
- ・津田 浩平 株式会社ジェイアール東日本企画 ソーシャルビジネス開発局 次長
- ・土屋 省吾 福島相双復興推進機構(官民合同機構)広報戦略部長 / 株式会社博報堂(出向元)

<再掲>

- ・林 千晶 株式会社ロフトワーク 共同創業者
- ・前川 直哉 福島大学 教育推進機構 高等教育企画室 特任准教授
- ・藤沢 烈 一般社団法人 RCF 代表理事 (16:00 退出)
- ・本田 勝之助 一般社団法人 dialogue 専務理事

・渡邊 賢一 株式会社 XJPJ 代表取締役

行政

- ・復興庁 原子力災害復興班
- ・経産省

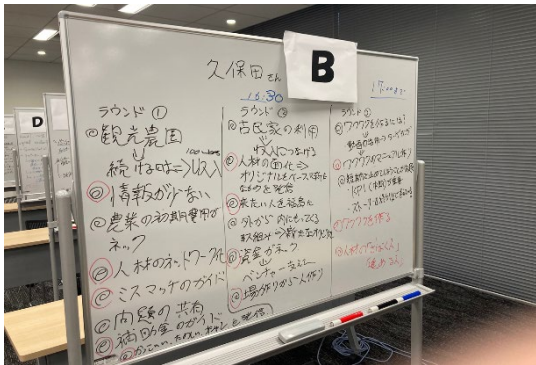
概要

事務局より、資料1~4に基づき説明があり、ワールド・カフェ型式で9つのテーブルに分かれて対話が行われた。各テーブルの主な意見は以下のとおり。

【テーブルI】

- 「単純にかっこいい、新しい、ワクワクが呼び水となるのではないか。」
- 他方、資金、収益をどう作っていく等の地元の課題感もあり、そこが見えないため事業化が進まない。
- ワクワクには作り方があり、ワクワクすることをムービーにしてWEB上で発信していく等。地元側の立場としては、ノウハウを持っている人がいても、地元では十分に使えていない。ノウハウを持っている人を仲間に入れて事業化していくことで、自ずと地元へ落ちて人材が増えていくのではないか。

【対話により挙げられたキーワード】



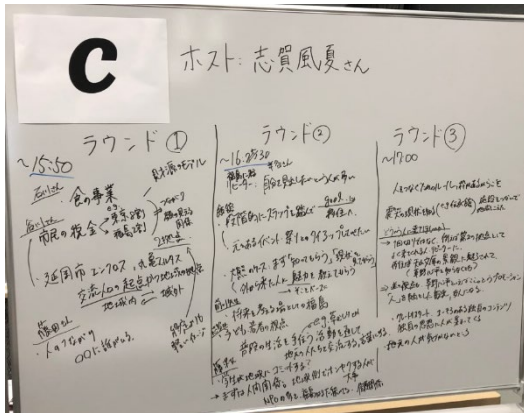
・観光農園 ・続けるには収入100~300万必要
・農業の初期費用がネック ・人材のネットワーク化、ミスマッチのガイド等、情報が少ない
・問題の共有化 ・補助金のガイド ・かっこいい、たのしい、オシャレを発信
・古民家を利用し、収入に繋げる
・人材を面的に、オリジナルをベースに新たなものを発信
・来たい人を福島に
・外から内に持ってくる取組、新たなオリジナルへ
・資金がネック、ベンチャー企業
・場づくり から 人づくり、人材の「さばく人」「薦める人」
・ワクワクをつくる
・ワクワクをつくるには、動画を活用
・ターゲットिंग、ワクワクのマニュアルをつくる
・短期で止めてしまうことが問題
・KPI (中期) が重要、ストーリーを終わりまで考える

【テーブルII】

- やはり”人”が大きいと感じた。観光地化、システムを作るとかではなく、こういった会議に参加していない方にも面白い人たちがいるのではないか。そういう人達を寧ろ知りたい。
- 地域の人と外から来た人 (何かしたいと思っている人) を繋げる人 (翻訳者) が必要であり、挙手していないが、面白さを持っている人をどう繋ぐかも重要であり、私たちの役目で

もある。

【対話により挙げられたキーワード】



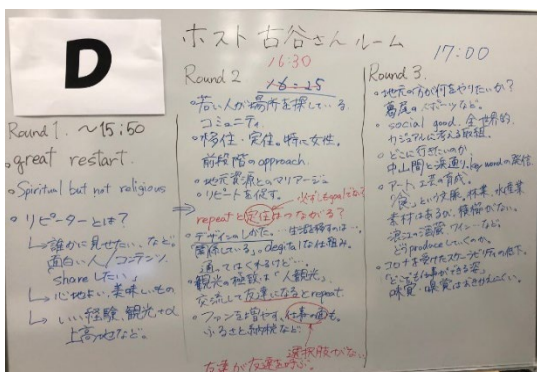
・食の事業 ・市民の税金 東京 8割 福島 2割
 延岡エンクロス、丸亀マルタス等、交流人口の起点
 かつ地域の拠点 ・地域内⇔地域外、2拠点（移住
 よりも軽いイメージ） ・つながり、顔の見える関
 係 ・財源のモデル ・人のつながり、〇〇に誰々
 がいる ・福島のリピーター、自分を見出したいと
 いう人が多い ・段階的にステップを踏んで、
 GOALは移住へ ・既存イベント・祭とのタイア
 ップ ・大熊町のケース：「まず知ってもらう」「現

状を見てもらう」「外から来た人に魅力を教えてもらう」をベースに ・将来を考える場として
 の福島 ・子ども、若者の視点 ・普段の生活を手伝う活動を通して、地元の人たちと交流す
 る、言葉にする ・学生が地域にコミットするか、まずは人間関係 ・地域側で翻訳する人が必
 要 ・NPOの多さ ・福島はまだ続いている ・信頼関係

【テーブルIII】

- 若者がリポートしていくことも大事。コンテンツが大事とはいえ、何かを作るのは大変。実
 験的にでも独自のルールを作って、アピールしていくことから新しいアイデアも生まれる
 のではないか。
- 何度も来ていただく魅力を作らなければいけない。グローバルな考え・視点をもとに、浜
 通りを特区にしていく。連携にあたっては机上論ではなく、事業化していく段階である。
- 特区の様な考え方、海外事例は勉強になった。若者を連れてくるには、この場に参加いた
 だくのも有効かと感じた。

【対話により挙げられたキーワード】



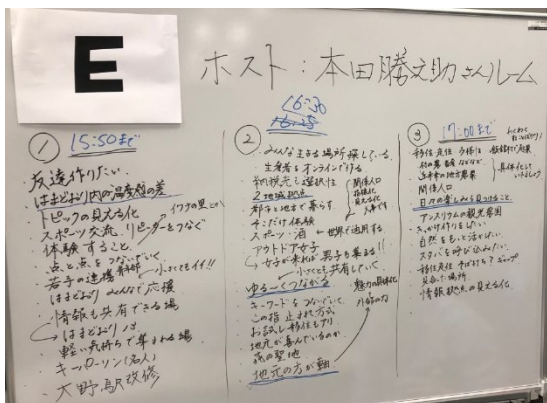
・Great Reset ・SBNR (Spiritual But Not
 Religious) ・リピーター…面白い人・コンテンツ
 を「誰かに見せたい」「Shareしたい」 ・心地よ
 い、美味しいもの⇒いい経験、観光+α、上高地な
 ど ・若い人が場所を探している ・コミュニテ
 イ ・移住、定住。特に女性 ・前段階のアプロ
 チ ・地元資源とのマリアージュ ・リポートを促
 す ・リポートと定住は繋がるか ・必ずしも定住

はゴールではない ・デザインの仕方 ・「関係している」をデジタルな仕組みで ・観光の極
 致は「人観光」 ・交流して友達になるとリポート ・ファンを増やす ・仕事の面も選択肢が
 ない ・友達が友達を呼ぶ ・ふるさと納税など

【テーブルⅣ】

- 新しい人の働く先の変化として、地方に働く人が増えている中で選ばれる地域になっていかなければいけない。地元にいる方が軸になる、「やりたい」ことをサポートしていく構図は変わらない。
- 日々の楽しみをどう提供できるか、見出していくことが大事。ポジティブ、前向きな人は来たがっている、雇用は自分たちで創っていけるような人たち、フロンティアへ宣言してもよいのではないか。

【対話により挙げられたキーワード】



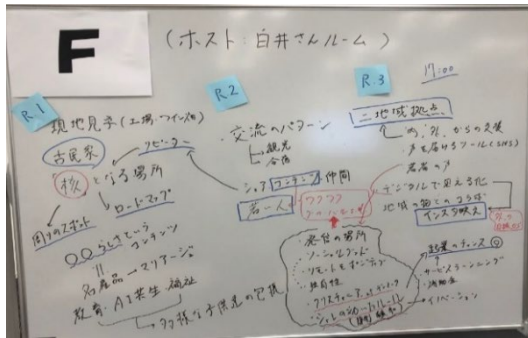
- ・友達を作りたい
- ・浜通り内の温度感の差
- ・トピックの見える化
- ・スポーツ交流
- ・リピーターを繋ぐ
- ・体験すること (イワナの里とか)
- ・点と点をつないでいく
- ・若手、青年部の連携
- ・浜通り、みんなで応援
- ・小さくてもいい
- ・情報も共有できる場
- ・Hamadoori13
- ・軽い気持ちで集まれる場
- ・キーパーソン (名人)
- ・大野駅改修
- ・みんな生きる場所を探している
- ・生活者をオンラインで繋げる
- ・納税先も選択制
- ・2地域

拠点、都市と地方で暮らす ・そこだけ体験 ・スポーツ・酒 (世界で通用する) ・関係人口、指標化、見える化 ・アウトドア女子 ・女子が来れば男子も集まる ・小さくとも共有していく ・ゆるく繋がる ・キーワードをつないでいく ・この指止まれ方式 ・お試し移住もあり ・地元が喜んでいるのか ・花の聖地 ・地元の方が軸 ・外部の力も使い、魅力の具体化 ・移住、定住、多様性 ・村の農、畜産などなど ・近未来の地方農業 ・飯館村で起業 ・わくわくすることばかり ・関係人口 ・日々の楽しみを見つけること ・アンスリウムの観光農園 ・きっかけ作りをしたい ・自然をもっと活かしたい ・スタバを呼び込みたい ・移住、定住 ・そば打ち、ギャップ ・見合った場所 ・情報拠点の見える化 ・〇〇さんオススメツアー ・誰と繋がりたいか積極的に発信

【テーブルⅤ】

- 特に若い人たちに刺さるようなコンテンツ、グローバルスタンダードな視点に絞ると、お金儲けするだけの時代ではなく、いかに Well-being、SocialGood を考えるか。
- 日本的に言うと浜通りを特区にして、チャレンジできるフィールドを創る。教育の面でも、福島はプロジェクトベースラーニングの環境も整っている。

【対話により挙げられたキーワード】



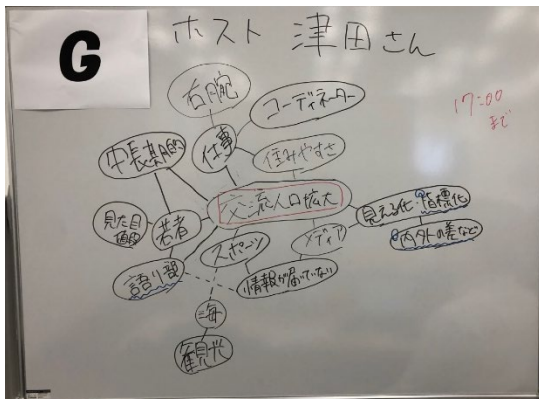
・現地見学（工場、ワイン畑） ・古民家 ・核となる場所 ・周りのスポット ・ロードマップ ・〇〇らしさというコンテンツ ・名産品 ・マリアージュ ・教育、AI 共生、福祉 ・多様な子供達の包摂 ・交流のパターン 観光と合宿 ・シェア、コンテンツ、仲間 ・若い人 ・ワクワク、グローバル、SDGs ・発信の場所 ・ソーシャルグ

ッド ・リモートをポジティブに ・独自性 ・デンマークのクリスチャニア ・シェアの効いたルール（規制緩和） ・起業のチャンス ・イノベーション ・サービスラーニング ・補助金 ・2地域拠点 ・内、外からの支援 ・声を届けるツール（SNS） ・若者の声 ・デジタルで見える化 ・地域のモノとコラボ ・インスタ映え（外の目線から）

【テーブルVI】

- 人材育成・確保に関して、遊休施設・空き家活用等、どこの地域も同じ取組なのであるうが、福島は首都圏から地の利も悪くない。進出してくる企業はポジティブなマインド、ロンティアスピリットも強くある。
- 若手の人材を通じて、「語り部」という言葉も出ていたが、この地域で繋いでいくことの大切さが話されていた。支援者側の立場では、支援プログラムが多く捌ききれていないため、コーディネーター人材が欲しい。
- また、やることそのものにワクワク感があれば若者はやって来る。ワクワクを指標化出来れば面白いのではないか。」

【対話により挙げられたキーワード】



・交流人口拡大 ・仕事 ・右腕 ・コーディネーター ・住みやすさ ・若者 ・中長期的 ・見た目、値段 ・語り部 ・スポーツ ・海 ・観光 ・メディア ・情報が届いていない ・デジタル ・わくわく ・見える化 ・指標化 ・内外の差など ・動画

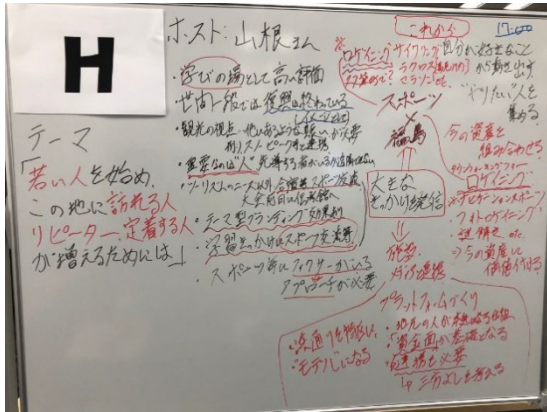
【テーブルVII】

- 地域のポテンシャル、気候のポテンシャルという点でスポーツの掛け算、スポーツの活動を通じて、地域のいいところを発見・価値付けしていく。
- 自分たちで「まち歩き」をデザインする、ロゲイニングの展開が面白いのではないか。地域

の人の人生を紐づけて、まちを紹介する等、観光要素も持たせられるのではないか。

- それを具体化する上では、資金を出す・情報を創る・実務をする、三者の関係性が成立する仕組みが必要である。

【対話により挙げられたキーワード】



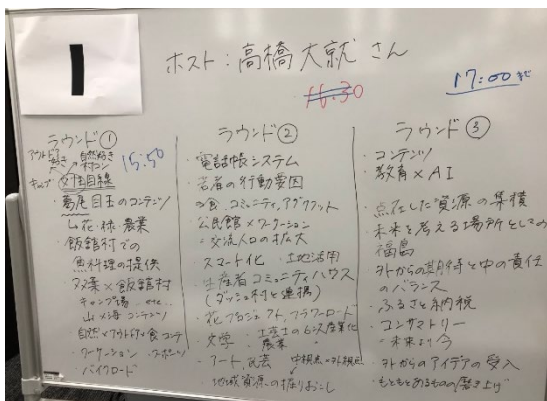
・学びの場として高い評価 ・復興は終わっている
(イメージとして) ・観光の視点 ・重要なのは”人”
・ツーリズムニーズ以外 ・合宿、スポーツ交流
・テーマ型ブランディング ・学習きっかけにスポーツ交流
・スポーツ毎にフィクサー ・アプローチが必要
・大きなきっかけを発信 ・福島×スポーツ
・サイクリング ・マラソン ・ラクロス
・自分が好きなことから動き出す ・やりたい人を集める
・今の資源を組み合わせる ・ロ

ゲイニング ・ナビゲーションスポーツ ・フォトロゲイニング ・謎解き ・今の資産に価値を付ける
・施設、メディア連携 ・プラットフォームづくり ・実行のSTEPが重要 ・地元の人が本気になる取組
・「資金面」が基礎 ・三方よしの連携が必要 ・浜通りを特区に ・モデルになる

【テーブルVIII】

- 「地域に來訪する大きな理由は人であり、ワクワクするような事をやっている人を繋げていくことが重要。人を繋げていくコミュニティをどんどん作っていくことが大事である」

【対話により挙げられたキーワード】



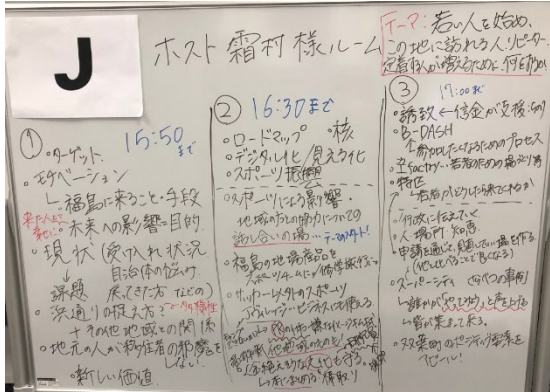
・女性目線 (アウトドア、キャンプ好き、自然好き、村コン) ・葛尾目玉コンテンツ (花・緑・農業)
・旅館村での魚料理の提供 ・双葉町×旅館村
・キャンプ場 ・山×海コンテンツ ・自然×アウトドア×食
・ワーケーション ・スポーツ ・バイクロード
・電話帳システム ・若者の行動要因
・食、コミュニティ ・アグリフット
・公民館×ワーケーション=交流人口の拡大
・スマート化 ・土地活用 ・生産者コミュニティ

ハウス (ダッシュ村と連携) ・花プロジェクト、フラワーロード ・文学 ・工芸士の6次産業化
・農業 ・アート、民芸 ・地域資源の掘り起こし ・内視点×外視点 ・コンテンツ
・教育×AI ・点在した資源の集積 ・未来を考える場所としての福島 ・外からの期待と中の責任のバランス
・ふるさと納税 ・コンサマトリー=未来より今 ・外からのアイデアの受入
・元々あるものの磨き上げ

【テーブルIX】

- スポーツを通じて子供達へ働きかけるような、コアとなるような場所・イベントもある。そういうものを活用していきたい。
- やりたい事はある、やりたい事はあるが事を興そうとする時にぶつかる規制の壁をどうクリアしていくか。政策から応援していただける仕組みがあれば、プレーヤーが活動しやすい場所になっていくのではないか。

【対話により挙げられたキーワード】



・ターゲット ・モチベーション ・福島に来ること ・手段 ・未来への影響=目的 ・来た人が幸せに ・現状（受入状況、自治体の悩み、戻ってきた方など） ・浜通りの捉え方 ・その他地域との関係 ・地元の人に移住者の邪魔をしない ・ロードマップ ・デジタル化/見える化 ・スポーツ振興 ・スポーツによる影響 ・地域の方との協力についての話し合いの場 ・福島の地場産品をスポーツチームに/修学旅行に ・サッカー以外のスポーツ

・ J ヴィレッジ ・PRの仕方、嫌なイメージを払拭 ・ビジネスにも使える ・温故知新 ・途絶えそうな文化も守る（他地域のもの） ・研究員を援助 ・本にまとめる ・誘致 ・信金が支援・地の利 ・B-DASH ・参加したくなるためのプロセス ・工ファクトリー ・若者のための場づくり ・特区 ・若者がどうしたら来てくれるか ・行政に伝えていく ・人、場所、知恵 ・申請を通じて、見直していい場所をつくる ・他と比べることで良くなる ・スーパーシティ ・誰かが「やってみよう」と声を上げる ・皆が集まってくる ・双葉町のポジティブ要素をアピール ・コミュニティづくり ・地元が受け入れる

【プロジェクト紹介】

飯館村でローカルプロデュース事業を展開しているプロジェクトが紹介された。村内にある古い空間（廃業・解体前のホームセンター等）を活用して、村内で活躍している企業・大学など研究機関向けのサテライトオフィス・キャンパス等のハブ空間を創設するプロジェクトであり、「村民の方も関わりながら創っていきたい」と取り組まれている。創出の場にてプロジェクトが共有されたことで新たな繋がりも生まれた。

以上