

浜のミサンガから浜の番屋めしへ

浜のミサンガは、「自信・誇り・働く意欲」を回復させ、挑戦のきっかけに

- 1 仕事を創出する「新しい支援方法」
- 2 「浜の6次化」で仕事を創出
 - 1次: 浜が壊滅 → 漁の網を「原材料」に
 - 2次: 工場壊滅 → 仮設を「加工場」に
 - 3次: 売場ゼロ → インターネットを売場に
- 3 売上／給金／経費などすべてネットで公開
- 4 あくまでも一時の副業、戻れる人から生業に

※平成23年度・第三次補正活用(農林水産省)



販売本数約14万本／売上約2億円／つくり手300人(最大時)全員、
ミサンガづくりを卒業。それぞれの生業へ、起業へ。

本格的な浜の新・六次化へ

新しい三陸を、新しい東北を、新しい日本を、
新しい産業を、小さな一歩ですが、越喜来も始めます。
三陸の漁師しか食べられなかった「番屋料理」と
「未利用資源」を武器に、CASという最先端冷凍技術を
駆使し、世界最先端の水産食品業を目指します。
浜の女性たちの新しい職場と挑戦です。

※平成25/26年度・新しい東北モデル活用(復興庁)



越喜来屋 ブランドロゴ



越喜来屋 商品



アンコウの肝煎り



とじるの貝焼き



ヒイカ煮物



ウニの炊き込みご飯

物から物語の交易時代へ



漁業関連の復興・再生は極めて厳しい

当地の水産業は、旧来から収益性が極めて乏しい産業体質（水揚げ魚介を中央市場に送り出すのが大半）の中、この度の震災による壊滅的な津波被害は、地域産業の行く末に絶望感だけを残し、国の漁業者再建支援事業が打ち切られる数年後においては過半数の生産者が海を離れる事が現実視される、**これまでの産業形態のみでは地域経済が存続できない絶望的状況**に直面しています。



三陸という原産地だからこそ存在する独自の食文化

反面、これまで多種多様な魚介が湯水のように溢れていた環境を有する当地では、原材料を購入する**消費地においては想像もつかない独自の食文化を育んできた歴史**、いわゆる漁師料理があります。（例：あわびカレー、スルメ刺しウニ醤油和えなど）また、リアス式海岸に細々と暮らすこの地域は、半農半漁というライフスタイルも一般的であり、土地柄農地の大規模集約が図れず、野菜や果物を少量多品種で生産し、産直販売や自家消費用としています。



地域資源保有者である生産者を「台所産業」の担い手として紡いでいく

このような状況にある地域特性を生かし、**分断化されていた一生産者を「台所産業の参画者」として有機的に紡いでいく**と、競争力の極めて弱かったはずの当地一次産業が、その地の利と歴史文化を最大限に生かした、競争力の極めて高い、地場産品を活用した総合食産業へと脱却する可能性が十分見込めます。

人は、物語に飢えていた。

売れないんじゃない。買いたい気持ちにさせてくれる雰囲気づくりを忘れていた。



地域内多業種水平連携による地域の課題解決

これまでであれば一匹狼が当たり前であった地域の生産者、加工者、販売者、流通業者が、同一の地域プラットフォームに総乗り合いする事により、それぞれが得意とする技能を最大限発揮できる労働環境を提供するのみならず、各事業者を調整する中間産業の育成、重複経費の削減による各事業者体力の強化、更には原料からの一貫製造体制による顧客利便性の向上（鮮度の向上、低価格化等）が実現できます。このように地域プラットフォームに総乗り合いすること（＝地域内連携）を「地域内多業種水平連携」と呼び、その基盤整備を行います。



当事業の目標は、地域内多業種水平連携を行うための組織づくりとソフト基盤整備。これらを通じて、衰退の一途をたどる食関連産業や観光業の衰退、雇用機会の減少を解決に導き、広域に活力を生み出せる核組織（ロールモデル）となることです。

さあ、感動をさがしに