

Point ▶ 取組のポイント

[ヒト]

自分の好きな
ふるさとを再生したい

[着眼点]

第二の故郷を
プロデュース

[連携・協働]

行政や地域団体、
農家と協力した村おこし

[持続性]

新商品を増やし
販路を拡大

Area ▶ エリア

福島県川内村

Player ▶ 取組主体

渡辺正氏

Project ▶ 取組の内容

村を活性化する複合商業施設の経営、
村製品の販売拡大

Profile ▶ 人物紹介

渡辺正（わたなべただし）

福島県川内村生まれ。宮城県大河原町でパソコン教室を運営していたが2015年、震災を機に帰村。観光協会の特産品開発担当として、新商品を開発。商工会の商業施設準備室長として2016年に複合商業施設「YO-TASHI」をオープンさせ施設長に就任。村の環境整備や交流人口の拡大、村の活性化に取り組んでいる。



自分たちの足で
1歩を踏み出そう!

[ヒト]

白 分の好きな
ふるさとを
再生したい

福島第一原発の事故で全村が避難指示区域となった川内村。2012年以降、避難指示が少しずつ解除され、2016年6月に全域が解除となった。震災前は人口約3,000人だった川内村だが、現在村で生活するのは2,200人程度だ。

合同会社かわうち屋の職務執行者、渡辺正さんは川内村の活性化に日々、奮闘している。

川内村で生まれ育ち、進学を機に宮

城県仙台市へ移った渡辺さんは卒業後も宮城県に留まった。震災に遭ったのは、仙台市近郊の大河原町で旅行会社のかたわらパソコン教室を運営していた時のこと。生活基盤を村外に移してから、20年近くが経っていた。

震災後、川内村の実家で暮らしていた家族は郡山市の避難所に避難し、渡辺さんも合流した。パソコン教室の生徒さんからは宮城県への移住も勧められたが、年老いた両親が新しい土地になじむのは難しいと考えた。

「両親は村で長く小さな商店を営んでいました。ガス屋だったり雑貨屋だったり。郡山に避難してからも、地元の人と一緒にいたがりました」

渡辺さんは、避難指示が解除された

①



②



③



① 渡辺さんが施設長を務める商業施設「YO-TASHI」
② 川内村の豊かな自然 ③ 平伏沼のモリアオガエル

福島第一原発の事故で全村避難を余儀なくされた福島県川内村。避難指示解除後も震災前の賑わいは戻っていない。高校卒業後村を離れ、震災を機に20年ぶりに帰村した渡辺正さんは故郷の再生のため、さまざまな困難に遭遇しつつ、少しずつアイデアをかたちにしていく。

その時は、全員で川内村に戻る決意を固める。2012年5月、家族を郡山の借り上げ住宅に残し、まず渡辺さんが単身で村の実家へ戻った。大河原町のパソコン教室はともに立ち上げた先輩に譲り、退路を絶つての帰村だった。

「震災が起こるまで、村にはいつでも帰れると思っていました。その故郷がなくなるかもしれないという状況に陥った時、放っておけないという思いが湧いてきたんです」と、渡辺さん。

全村避難で知られるようになった川内村には、復興支援のため村外からもさまざまな人材がやってきた。彼らが縁のない村のため復興に取り組む姿を見て渡辺さんは、申し訳なさと同時に悔しさを感じた。

「このままでは自分の知らない村になってしまう、という感覚でしょうか。だから村に帰って、自分の好きな故郷を再生したいと思ったんです。もちろん復興に携わる方々には、いまも心から感謝しています。そこに自分も関わりたいかった」

[着眼点]

第二の故郷を 第プロデュース

戦前の川内村は林業で栄え、なかでも木炭は全国一の生産量を誇った。

「歴史的に川内村は、国のエネルギー拠点だったんです。炭の生産に貢献し、後には原発がありました。でも戦後、炭の価格が低迷して、村の産業は林業から農業に移りました」(渡辺さん)

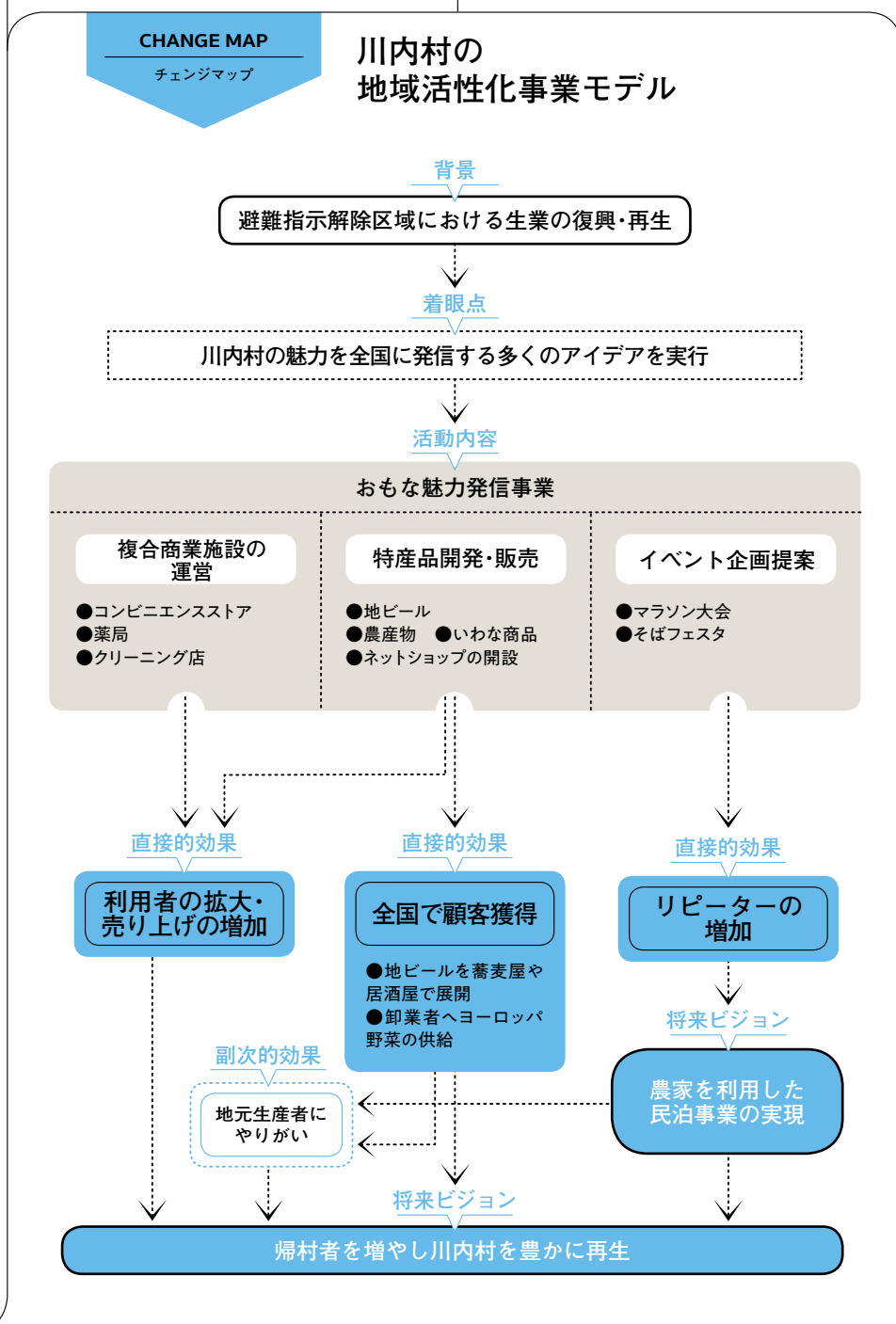
ただ農業収益は決して高くはなく、人口減少や高齢化、若者の流出など、過疎化の問題に川内村も直面していた。それが震災でさらに加速した。「民間で仕事していると、営業して仕事を取るのが当然じゃないですか。でも、川内村のような過疎地で一番お金を持っているのは行政なんです。震災以前から、国や県、村から助成金が出ていた。震災の前も後も、自分がやらなくても村や県が何とかしてくれるという意識が、

村民のどこかにあると思います。一方で、村の魅力を発信しようとすると、住んでいるみんなが村を好きなことが伝わってくる」(渡辺さん)

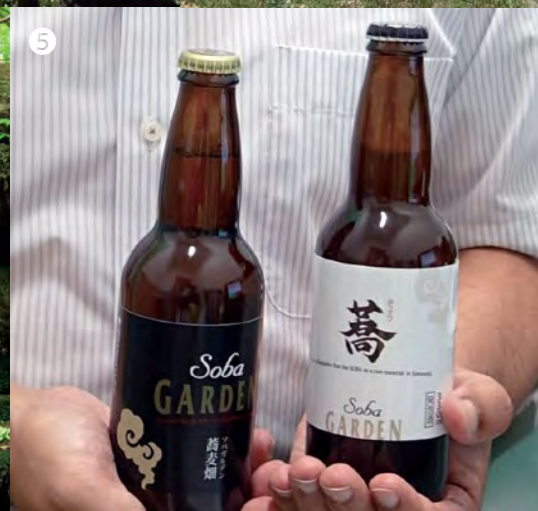
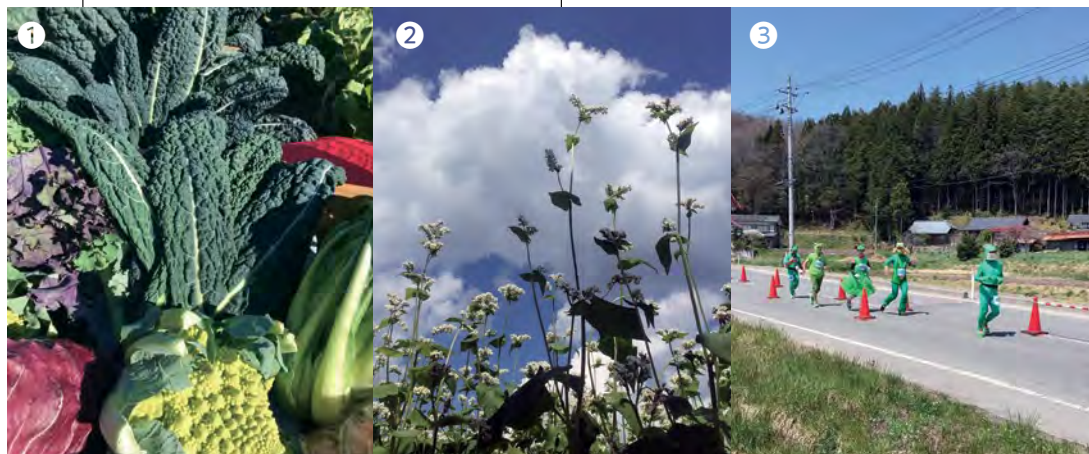
行政と住民のかい離を感じることもあったが、村にとって急を要する課題を前に、「行政の立場を考えれば、少しずつでも段階的に進めていくほかない」と前を向いた。渡辺さんの主な業務は、震災後に村役場や商工会が中心に

なって立ち上げた複合商業施設「YO-TASHI」の施設長。そのほか、蕎麦やいわなど村の特産品を使用した新商品開発や村のにぎわい創出のためのイベントの実施など、村の活性化のために多様な活動を行っている。

「私がどうしても帰ろうと思った理由のひとつは、ふるさとだったからなんです。自分の生まれ育ったところだから、失いたくなかった。川内村はどこにでも



① 川内村の「ヨーロッパ野菜」 ② 地ビールの原料となる川内村の蕎麦 ③ 「川内の郷かえるマラソン」の風景 ④ 原生林を流れる川 ⑤ 蕎麦を活かした地ビール「ソバガルデン」(左)と「ソバガルデン蕎」(右)



ある村かもしれないけど、実際に来てもらって、村の人たちと触れ合ってもらおう。第二の故郷のように思ってもらえれば。それが少しでもできれば、今の川内村の形を崩さずに、変に近代化しないで、発展できるのかなと」(渡辺さん)

[連携・協働]

行政や地域団体、 農家と協力した 村おこし

YO-TASHIは渡辺さんが商工会の商業施設準備室長として、村役場や村の間、復興支援員と企画を練り、2016年3月にオープンさせた。公設民営型の商業施設として整備され、村から委託を受け、合同会社かわうち屋が運営して

いる。現在はコンビニエンスストアと薬局、クリーニング店が入って営業中だ。

また、渡辺さんは川内村観光協会の特産品開発担当として、地域資源の蕎麦を活かした新商品を開発した。「ソバガルデン」「ソバガルデン蕎」という地ビールが、その新商品だ。ソバガルデン(330ml・税込620円)は、蕎麦を原料にした地ビールとしては川内村が全国で初めて商品化したもの。濃厚な味わいにファンも多い。

田園風景のなかを走る「川内の郷かえるマラソン」にも、実行委員会の一員として携わっている。このマラソン大会は村や村教育委員会などでつくる実行委員会が主催し、全国に向けた村の魅力発信の方策として、2016年に第1回大会が開かれた。2018年4月28日には第3回大会を予定しているが、もともとは村をにぎやかにするため、小学生が発

案したもの。その案に渡辺さんたち大人が賛同し、企画を実現させた。村の平伏沼がモリアオガエルの生息地として国から天然記念物に指定されていることが、名前の由来となっている。回を重ね、参加者も増えてきた。

せっかく遠方から川内村まで来てくれた人々が、マラソン大会が終わるとすぐに帰ってしまうことが、これからの課題だ。川内村には宿泊施設がなく、観光客向けの飲食店も少ない。そこで渡辺さんが考えているのが、「民泊」だ。

「農家に民泊して、地元の人とふれあっていたいただきたいですね。農家が農作物で収益を上げるのは大変なんです。だから都会から来た人たちを泊めて、自分で育てた作物を食べてもらう。気に入ってもらえたら、米や野菜を売ってもいい。収益が上がるし、買う人の喜ぶ顔も見える。農業への意欲も増すと思う



Data ▶ 本事例の問合せ先

かわうち屋
所在地：福島県双葉郡川内村
HP: <http://kawauchi-ya.com>
主な事業内容：商業施設運営/
村産品販売/イベント企画など

Area ▶ エリア

福島県川内村

ので、そういう仕組みを作りたいと思っています」(渡辺さん)

村へのアクセスや、民泊のための準備など、解決すべき課題は多い。が、朝夕食付きで農家に泊まり、マラソン大会やハイキングを楽しむツアーなど、需要はあると見込んでいる。

[持続性]

新商品を増やし 販路を拡大

YO-TASHIに入っているファミリーマートには、1日800人ほどが来店する。生活者が2,000人ほどの村としては非常に高い集客率であり、売り上げも全国平均より20~30万円は多い。

しかし、一緒に入っている薬局とクリーニング店は赤字経営だ。必要性が高い業種のため、コンビニエンスストアで上げた収益で補填しているが、それでも全体的には赤字になる。

収益を上げるため、村の特産品の六次化にも取り組んでいるが、「助成金のおかげで作るところまではできますが、そこからが大変なんですよ」(渡辺さん)と、販路拡大は容易ではない。地ビールについては、蕎麦屋や居酒屋での全国展開を目指して、奮闘中だ。

さらに渡辺さんは2017年10月、楽天市場に「阿武隈高原『旬食』」というショッピングサイトを outlet した。地ビールやいわたのほか、特産米「里山のつぶ」や、隣接する小野町の牛肉も販売する。川内村を含む、阿武隈高原全体を巻き込んでの展開を睨んでのことだ。

そんな渡辺さんがいま力を入れているのが、「ヨーロッパ野菜」だという。

渡辺さんは2014年、農業普及所の指導員が始めた野菜勉強会に参加した。一緒に参加していたのは、お母さんたちばかり。家族のために作りたいという、ごく内輪の集まりに過ぎなかった。

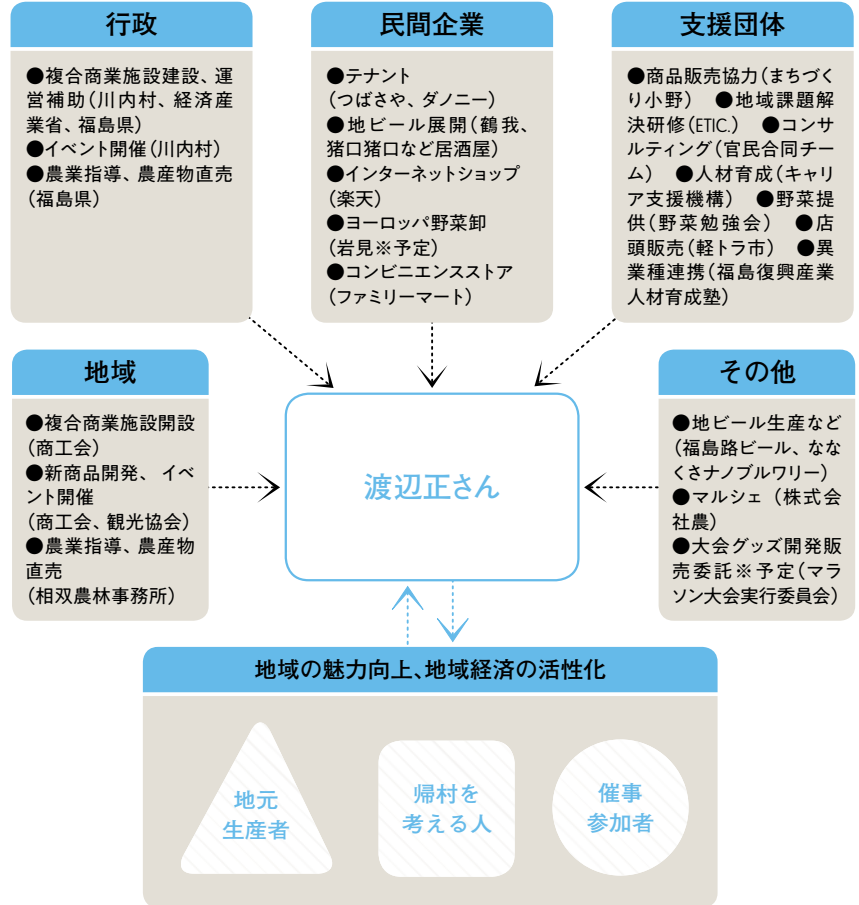
その勉強会で、渡辺さんは作った野菜を売り出すことを提案した。

「2016年の『そばフェスタinかわうち』

COLLECTIVE IMPACT

コレクティブ・インパクト

川内村地域活性化の 連携・協働の図



に育てた野菜を出して、100円ほどで売って見たんですよ。すると店やホテルに野菜を卸す株式会社岩見の方から、仕入れたいと言ってもらえたんです」

指導員が大喜びでそのニュースをお母さん方に伝えたところ、仕事にするのは大変だと最初は乗り気ではなかったという。それでも渡辺さんはあきらめず、株式会社岩見が福島県内で専門料理店向けに実施した展示会に、かわうち屋としてヨーロッパ野菜を出品した。

「展示会にはイタリアンやフレンチのシェフが参加していて、ぜひほしいということになったんです。それを改めてお母さん方に伝えたら、『じゃ、やってみるか』と(笑)。2018年から本格的に栽培に取り組みます」(渡辺さん)

自分で一步を踏み出そうという渡辺さ

んの訴えに、お母さんたちが応えたかたちだ。実際、寒暖差のある高原で栽培される川内村産のヨーロッパ野菜は、本来のみずみずしさがあると高評価だ。

こうして少しずつ、川内村の「売り」は増えつつある。あとはそれを、どう全国区に広めていくか。

「『金もうけのことばかり考えて』っていつも言われますよ」と、笑う渡辺さん。

「だけど、作ったものが売れて、売れるからよいものが作りたくなくて、生産力が上がるのが一番ですからね。村が豊かになるし、変われるんだと信じていることができる。道は途上ですが、ここまで来ることができたのは行政のサポートがあったから。今後も行政と民間がタッグを組んで、村を豊かにする努力を続けます」(渡辺さん)