

震災からの復興活動に取り組むリーダーを、
短期・中期・長期の3つのフェーズで支援します

震災復興リーダー支援プロジェクト

Support our Disaster Recovery Leaders - Relieve, rebuild and re-start Japan

経過報告レポート (2014.12.12-2015.3.11)



Contents

- P.1-6 東北のリーダー・右腕が語る
- P.7-9 今季のトピックス
- P.10 プロジェクトの進捗
- P.10 ご支援ご寄付のお願い

1 東北のリーダー・右腕が語る

なぜ今、東北のスタートアップの現場へ飛び込むのか。右腕経験者の3名——NPO法人東北開墾・日本初の食べる情報誌「東北食べる通信」プロジェクトに参画されていた鈴木英嗣さん、一般社団法人東の食の会・「東の食の会」プロジェクトに参画されていた小沼利幸さん、そして現役右腕として気仙沼水産食品事業協同組合・「リアスフードを食卓に」プロジェクトにて活動中の小林幸さんをお招きして、「右腕」を選択肢として選んだ理由、実際に経験して感じた壁や手ごたえなどを通して、地域で働くということの可能性を語っていただきました。

東北の食品関連企業の“新生”を支える「東の食の会」

小沼：東の食の会は、震災後の東北の食品業界に危機感を抱き、首都圏にいながらも支援できる部分があるのではとの思いから、2011年6月に設立されました。僕自身は、右腕としては2013年9月から2014年8月まで携わっていました。現在も継続して東の食の会で活動しています。茨城出身なんですけども、茨城も被災してるんです。そんな、出身地が被災地ゆえの気持ちもあって。仕事としては、今は東の食の会の会員企業、会員企業となり得る首都圏の食品関連企業などとのコミュニケーションと、総務・経理などバックオフィス業務をやります。



小沼利幸さん

地図上にないコミュニティを作る「東北食べる通信」

鈴木：私は7年間出版社で旅行情報誌の編集制作に携わっていました。右腕になったのが2013年10月からですね。それから1年間、NPO法人東北開墾という団体で活動していました。

そこでの私の役割というのは、「東北食べる通信」についての諸々でした。「東北食べる通信」は、定期購読をしてもらおうと、月1回会員の方に冊子とともに食べ物をお届けするサービスです。

趣旨としては、まず生産者である食べ物作りをされている方のストーリーを、食べ物とセットで消費者側に届けます。ただ届けておしまいではなくて、フェイスブックで生産者と消費者の方がつながるグループを運営したり、生産者の方に都内にお越しただいて読者イベントを開催したりしていました。

ようは「都市と地方つなぐ」ということを、「食」というテーマでやっていきたいと。東北開墾代表の高橋は、「地図上にないコミュニティを作らなきゃいけない」なんて言い方をするんですけども。そういった趣旨の団体です。



鈴木英嗣さん

— 関わったタイミングでは、サービスはもうスタートされてましたか？

鈴木：スタートはしていました。情報誌の編集経験のある方がいらっしやらないなかで、よく立ち上げてましたね。ここでなら僕のこれまでやってきたことが活かせるかなということで、尽力しました。

— 現在の「東北食べる通信」読者数はどのくらいなんですか？

鈴木：1500人です。スタートした時は50人とかでしたね。

— 1500人くらいまでいくと、人を雇用できるまでの成長ですね。

鈴木：でも、ひとつの号につき一人の生産者さんしか紹介しないので、提供できる食べ物にどうしても限りがあるんです。なので、残念ですけど東北食べる通信は1500人ほどで会員を制限させていただいています。ただ、東北食べる通信で生まれた価値、つまり「都市と地方を食というテーマでつなげていく」ということを、また別の事業開発もしてどんどん広げていこうというのが今の段階ですね。

— 東北食べる通信はすごい勢いで全国的に広がってきてますもんね。

鈴木：おかげさまで昨年グッドデザイン賞の金賞をいただいで、活動も加速できています。

現在は「食べる通信」の頭に色々な地域名がついて、「四国食べる通信」だとか「東松島食べる通信」だとか、既に企画スタートしているものだけでも10あるんです。東北を越えて各地域から続々と声をいただいています。

— まさに、震災以降に生まれた東北の新しいコンセプト「東北発で全国へ」ですね！ 関わらせていただいた僕らも本当に嬉しいなっています。



食育を通じて東北の食を広く届ける 「気仙沼水産食品事業協同組合」

小林：私は大学卒業後デザイン事務所で3年ぐらい勤務しまして、調査、コンセプトメイキングから商品作り、店作りなどのブランディングの一連に携わっていました。その事務所時代のブランディング経験から興味を持ったこともあり、その後はより深く地域に関わる仕事がしたいと思って、フリーでデザインの仕事をしながら飲食店で働いたり、コミュニティカフェを運営したりというような生活を3、4年くらいしていました。そんななかで、小さい仕事は少しずつできるようになってきたんですけど、より大きいスケールで仕事をしたいと思ったときに、色々なタイミングが重なってもう一度会社に属して働こうと思って転職活動を始めました。その選択肢の一つとして右腕に応募しましたね。結果、2014年8月から、右腕として気仙沼水産食品事業協同組合という団体で働いています。

— 気仙沼水産食品事業協同組合は、具体的にはどんなことをされてるんですか？

小林：水産加工品会社4社による協同組合で、震災前から団体はあったものの特別には機能していなかったそうです。震災後、新たなものを生み出していかなければということで、水産加工品の新しいブランドを作ろうことになって。ブランド作りと同時に、食育を通じて東北の食を広く知ってもらおうという想いのもと、商品開発やイベント企画運営など、色々な業務を行っています。



小林幸さん

— 気仙沼水産食品事業協同組合さんは、作り手側としてブランドを作っけていかれていると思うんですけど、震災以降いたる場所でご当地ブランドの話があるじゃないですか。そのなかで気仙沼の取り組みの「売り」のポイント、面白いところについては、関わられてみてどう感じていらっしゃいますか？

小林：まずは水産品であることですね。地域に根ざした農業系のブランドやお菓子のブランドって見かけることがあると思うんですけど、ご当地ブランドで海のものってあまり見かけないので、そこがやっぱり面白いかなと思っています。気仙沼は色々な魚が水揚げされて、種類が豊富ですしね。あとは、リアス式海岸という土地がもたらす恵みといいますが……海だけじゃなくて山もあるからこそ、豊かな魚が育つという。その観点から、海だけじゃなくて山の良さにも注目してブランドを作っけていこうとしています。森の豊かな養分が海に流れ、また山に戻るという循環です。気仙沼エリアでも農業やっけていらっしゃる方もいらっしゃいますし、海の幸と山の幸を組み合わせた商品を作っけるということなんです。

— 皆さんは、そもそもなぜ「右腕」を選んだのでしょうか。

小沼：僕は茨城出身で、近隣の商店街のシャッターが閉まっている現状には問題を感じていて、いつか自分の出身地のために働きたいなという思いがずっとあったんですね。ただ、ボランティアという言葉から連想されるような働き方よりも、よりお金を生み出すような働き方で役に立っけていきたいと考えていました。そんななかで震災が起きてしまっけて、その状況から色々な新しい動きが生まれてくるだろうなと想定はしていましたが、やはり僕自身は、お金を生み出す部分に関わっけていいたいという思いがあった。「お金を生み出す仕組み」を人のスキル含めてどんどん東北に送り込んでいったり、共有したりしていかなくちゃなと。そんな思いもあり、震災直後は別の団体で、緊急支援物資を被災地に運ぶための運送会社との調整とか、産業復興を支援する基金の立ち上げに携わっけていました。東の食の会の「ビジネスを生み出していくんだ」という団体のミッションが、僕のももとの想いと合致したことが一番でした。僕はもう今年40なんですけど、社会人経験が残り20～30年あるなかで、自分を賭けるとしたらここだろうと。

小沼：東の食の会の「ビジネスを生み出していくんだ」という団体のミッションが、僕のももとの想いと合致したことが一番でした。僕はもう今年40なんですけど、社会人経験が残り20～30年あるなかで、自分を賭けるとしたらここだろうと。

僕の出身地は茨城で、農産地としても有名な地域なんです。そのことをすごく考えるなかで、やはり食べ物とビジネスは切っけても切れない関係であるというのは体感的に感じてはいたんですね。そこから、どうせやるなら「食」かなと。そして首都圏の土地勘はあるので、自分にできることは販路作りだろうなっけて震災前にも感じていました。

— 「いつかは地元に戻ろう」とか、「地元とつながる仕事をしよう」と思われていたということですか？

小沼：そうですね、頭の片隅くらいにでしたが、より、リアルに仕事なるなっけて感じたのが震災後、あと東の食の会のときかなと。

— 鈴木さんはいかがですか？

鈴木：僕は「旅が好き」ということと「編集者になりたい」という思いがあったので、出版社勤めは自分が望む状態そのものだったから、最初は下見を何度も重ねるところから始めたんですけど、一番大きいきっかけは震災のときだったかなと思います。

出身は福島県いわき市で、震災による被害もそれなりにあった地域です。当時勤めていた会社は旅行情報誌を制作して、もちろん東北エリアも作っけていたんですけど、震災をきっかけに被災地エリアの図書の制作は全部中止にという判断が下されました。

そのときに釈然としない気持ちになっけて。もちろんしょうがないことではあったんですけど、モヤモヤ感が残ったまましばらく働き続けていました。今振り返ると、そのモヤモヤを発散する意味も込めて東北にボランティアに行っけてたりもしていましたね。でも、それでもずっとモヤモヤは残りました。

それで「今後はどうしようか」というときに、「右腕」の募集で東北から新しいメディアを作るぞっけて言っけてる変な団体があると聞きつっけて。「ちょっと自分の出番なんじゃない？」みたいな感じでしたね、最初は。



— 派遣期間が1年終わって、今は？

鈴木：今はフリーランスで、メディア開発・事業開発を「旅」というテーマでやっています。その中で東北開墾とも一緒に仕事はしています。

東北開墾の1年目って、「東北食べる通信」を軌道に乗せていこうという流れだったんですね。いまは「都市の消費者の方に生産現場を訪れてほしい」「旅をしてほしい」というところについて、団体からも生産者の方からも非常に強く声があがっていて、それをメディアで実現するというのが僕のテーマのひとつなんです。だから、旅っていうのも「また出番が来たぞ！」となりまして。一から作り始めなきゃいけない状況だったので、僕はいったんフリーランスという立場で旅の事業を専属でやらせてほしいとお願いし、それをやりつつ他のメディア関係の仕事も今はしています。

— 独立するということは想定されていたことですか？

鈴木：まったく想定していませんでした。今振り返ると、先ほどお話した「震災のときにモヤモヤがずっと続いていた」という部分だったのかなと思うんですよ。そのモヤモヤっていうのは、結局「マーケットインっていう発想を乗り越えられなかった」というところの自分自身の問題があったのかなって思っています。

— 乗り越えられなかった、とは。

鈴木：前職で被災地エリアの本を発行しなくなったとき、マーケットベースで考えれば賢いと思うんですけど、僕自身はその課題を放っておいていいのかなってすごく思ってしまった。東北開墾に入って学べたのは、本質的な課題に対して事業を作ることで解決していこうという姿勢でしたね。「なるほど、起業というのはこういうことか」と。「お金持ちになりたい」とかそういうことだけじゃなくて、「課題を乗り越えるために事業を創る」のかと。そこがすごく勉強になりました。右腕期間が終わっても「自分にやらせてください」と言い出せたのは、そこで得た自信が大きかったかなと思っています。



東京と気仙沼をつなぐような働き方を

小林：3月11日、私はちょうどおにぎり屋さんで働いていて、地震が起きたあとは皆で歩いて帰りました。家に帰ってテレビをつけましたら、大変なことになっていて。その後、物資が届いてご飯を食べてる皆さんが、コンビニのおにぎりをアルミで包んで直火で温めながら「こうするとおいしいのよ」と食べているニュースを見たときに、おにぎり屋で1個250円前後のおにぎりを買っていた自分に「いったい何をしてるのか」と思ってしまった。

それから「食で東北に何かしなきゃいけない気がする」という思いを持ったまま、なんとなく飲食の仕事などを続けてきたのですが、「やっぱりこれではいけない。何かをしよう」と決心して転職活動を始めたんです。

最初は東北に限らず、地域に入り込めるような仕事を探していました。右腕はそれまで知りませんでしたし、見つけたのは本当に偶然でした。鈴木さんではないですけども、リアスフードの求人を見つけたときは「私にはこれしかない！」と思いましたね。応募して1か月後には右腕になっていました。

— 右腕は、現地に入る方もあれば、鈴木さんと小沼さんのように東京で働かれる場合もある。小林さんの場合はちょっと変わってますよね。

小林：私は東京を拠点としながら気仙沼に通っています。右腕プログラムは現地に1年間入り込むような募集が多かったのですが、実は私には現地に入り込む勇気がなかったんです。「こんな私が応募していいの？」という気持ちをリーダーに伝えるとき、募集要項の「勤務地は気仙沼・仙台・東京」という文言を見つけて。「これはどういうことだ」と確認したら、「どこでもいいってことだよ」と答えていただきました。そのときの「あなたがどこにいても気仙沼のための仕事を作ることができる」という言葉には良い意味でショックを受けましたね。じゃあ東京と気仙沼の両方をつなぐような働き方をしようと、今に至っています。具体的には、東京に自宅がありながら、月の1/3は気仙沼に滞在し、仕事をするというスタンスです。現在は10日から15日、出張というかたちで滞在していますね。



— 実際経験してみて、ご自身にとって右腕期間というのはどういう意味を持つものだったのか、感じたギャップだったり、難しかったことだったりを含めてお話しいただければと思います。

小沼：職場環境に関しては、リーダーを中心に一緒に働く方々に非常によくしてもらって、とても充実した時間を過ごせました。

あとは、東北の生産者の方とお話をさせていただく機会がたまにあるんですけど、販路を増やしていきたいとか色々なニーズがあっても、例えば営業・商品開発の体制をうまく作れず、首都圏へのアクセスもこまめにできないような状態の事業者さんも多いようで。そのために、東北の食品関連企業、ひいては地域の食品関連企業ではノウハウを積み重ねていくのが中々難しいのかなと感じています。

私たちも「東京ランチ商談会」をやったり、人材育成の勉強会をしたりとかで、少しでも東北の方々がそういったノウハウの蓄積をできるような取り組みをしているんですけども、今後、首都圏から右腕として東北に入る方にも、取り組んでいただけると嬉しいです。自分自身としても、非常に充実した時間を過ごせたので。

— 実際に営業をされてきた中では、地域の自然や地域が持つ可能性についてはどういったものを感じられてきましたか？

小沼：首都圏の食品関連企業のバイヤーさんは、地域の資源を探しに行く時間を見つけるのが難しいということをよく耳にします。私どもは、およそ300ほどの東北の生産者さんとの問題に取り組んできた実績があり、地域の資源を紹介することは首都圏の食品関連企業のバイヤーさんなどにとっても喜ばれるという実感があります。

物そのものを紹介するだけでも新鮮に感じてもらえますし、地域の資源はまだまだ眠っているんですよ。そういう意味では、可能性だらけといえますか。もちろんその見せ方っていうのも、生産者の皆さまに色々ご提案していかなきゃいけないというのはあるんですけど。

— 鈴木さんはどうでしょうか？

鈴木：正直1年間かなりきつかったです。だいぶポロポロにはなりましたが、それは多分さっき話したとおりマインドセットの問題があったんだなと思っています。ちょっとくさいこと言いますと、東北開墾のメンバーを見てるとできることじゃなくて夢を語るんですよ。まずはそこから語って、じゃあそれをどうやって実現させていこうってなるんです。僕にはそのマインドセットがなかった。そこでついていけなかったんですよ。「アイデアがあつてね」って色々言われて、それが極端な話、ちょっと鬱陶しく感じたりする時期も正直ありました（笑）。でも、そのマインドセットを変えることでどんどん楽しくなってきたし、それが自己実現というか、自分の成長に大きくつながったっていうのは振り返って感じています。そこに本当に感謝していますね。

— 僕らはスタートアップの現場に人を送り込むことを大学生インターンも含めて97年から3000人近くやっていますが、まさにそのマインドがどう変わるかっていうところが勝負のポイントなんですよ。よく変えられましたね。何かきっかけがあつたんですか？

鈴木：かなり自問自答を繰り返しましたね。「やりたいことやってるのに何でしんどいの？」って問うたら、その答えは自分自身の考え方を変えるか、自分自身も夢を語るだけでよかったんです。あとは、そういう環境に自ら積極的に身を置く、慣れの問題もあるのかなっていうのは思いました。



— 鈴木さんご自身は今、そういう意味でも独立してフリーランスとして始められたわけですけど、今後の展望はいかがですか？

鈴木：僕はやっぱり旅をテーマにずっと活動していて、そこはあまり変わっていかないかなと思います。地域活性、地域創生とかっていうのは、オンライン上で人と人をつなぐのも有効な手段だとは思いますが、結局は一人一人が現地に行って魅力を感じてくるのが最も効果的だと僕は思っていて、その手段としては旅が一番だという思いがあるんですよ。だから、いかにその魅力を発信して旅に出る人を増やしていくかっていうのをやってきているんです。

極端な話「東北食べる通信」はなくなってしまえばいいと思っただけです。というのは、今せっせと届けてます、読んでもらって知ってもらっています。でも、そうじゃなくて現地に行けば一発なんですよ、その魅力を知るには。もうそっちの方に向かわせて「東北食べる通信」は別にいらないでしょ？っていう。そういう状況や社会づくりをやりたくなって。

— 東北開墾では、マーケットイン——市場があるからやる・やらないって発想じゃなくて、その課題・本質に対してどうやって知恵を出して持続可能な仕組みを作るかっていうことを学んだとのことでしたが、今日のひとつのテーマ「地域の資源」という意味で取材してまわってみて、東京で旅雑誌の編集をされてたころと比べて発見したり気づいたことは何かありましたか？

鈴木：資源ってということでいうと、僕は「人」だと思いますね。「東北食べる通信」も、食べ物の情報誌というか「人の情報誌」なんですよね、結局は。だとしたら、食べ物の雑誌ですけど主役は食べ物じゃなくて人なんですよね。ようはメインコンテンツはその人のストーリーで、食べ物はおまけでついてくる。なので、グッドデザイン賞も雑誌のデザインが評価されたんじゃないくて、コミュニティデザインが評価されたんです。

やっぱりそれは、僕は「人と人との関係性を築いた」っていうところかなと思っています。それを旅でやっていこうと自分自身が考えたときに、今はグリーンツーリズムとかエコツーリズムとか色々ありますが、でも、「ヒューマンツーリズム」っていうテーマで今後活動していきたいなって思ってるんです。

— 小林さんはいかがですか？ ちょうど半分ぐらい経ったところで、まだ冷静に振り返れないところもあるとは思ってますけど。

小林：ブランド作りに少なからず携わってきた中で、これまで私が知っていたやり方は、最初に調査をしてそこから色々なものを抽出して、さらに物事を組み立てていくという流れのやり方だったんです。そんな流れが一般的かなと思っていたところに、入ってみたら真逆の物作りでした。

加工品会社なので、商品をすでに持っているんですよ。これをどう違うブランドに変えるとか、こういう魚があるから、こういう商品を作ろうとか。どこの、誰に向けて何を作っていくのかっていうのと逆の発想だという事に気づくまで、時間がかかりましたし、手探りで分からないことだらけでした。

でも、リーダーやメンバーとコミュニケーションを取る中で、私が今まで知ってた方法がすべてじゃないなっていうことに気づかせてもらいましたね。

— それはどうやって気づかれたんですか？

小林：色々な方にアドバイスをもらう中で、このプロジェクトの場合はこの流れでいこうよというか、そういうやり方もあるよねという意見をいただけたのは大きかったなと思います。



— とにかくスタートアップの現場が数多くあるのが今の東北だと思うし、そのようなゼロから立ち上げていく感覚を知ってるか知らないかっていうのは、その人の先々にすごく大きく影響してくる気がするんですよ。

大きい会社の中で、もちろん専門性が身につけていく部分もあると思います。でも、何かを作り出す中でパートパートを担当していくっていうことと、小さいながらもゼロイチで全体を見ながらやっていくってことは違いますよね。

いま東北が色々な支援していただいている中で、逆に提供できることがあるとしたら、そういったスタートアップのゼロイチを生み出していく環境の経験じゃないかっておっしゃってくれた方もいらっしゃいました。

いま東北では、地域内でのエネルギーや経済の循環、豊かな素材を活用した農業漁業の六次産業化など、地域の資源を活かし地域に新たな経済や豊かな暮らしを創り出すプロジェクトが続々と生まれています。優れたビジョン・戦略を持つ東北のリーダーが、スタートアップのゼロイチをとともに生み出していく仲間を募集しています。

聞き手：山内幸治(ETIC.震災事業部マネージャー)

—DRIVE掲載より

<http://www.etic.or.jp/drive/labo/5106>

<http://www.etic.or.jp/drive/labo/5186>

<http://www.etic.or.jp/drive/labo/5302>



2 今季のトピックス（2014.12.12-2015.3.11）

■ 東北オープンアカデミー（2月～5月末）



2015年2月、地域から日本の未来をつくる社会実験プロジェクト「東北オープンアカデミー（事務局ETIC.）」が始動しました。右腕の派遣先の他にも東北各地で未来をつくる取り組みを行う団体や企業などを幅広く選定し、現場で活躍するリーダーの案内のもと現場を巡る2泊3日のフィールドワークを実施しています。フィールドワーク後には、次なるアクションを共有する場として各地の参加者やリーダーがそれぞれのアイデアや提案を持ち寄って、日本の未来を共に考えるカンファレンスも予定しています。これらの活動費の収益は新たに立ち上げるファンドの運用資金として、東北で活動を始める人材への奨学金のほか、東北に限らず地域で起業を志す人材への起業支援に利用されます。3月29日から4月1日まで4日連続で行われた開校記念イベントには延べ200名の方にご参加頂き、連日熱気溢れる場となりました。

フィールドワークは5月末まで開催される予定です。

■ 「新・みちのく仕事」にリニューアルオープン（2月11日）

311から5年目を目前に、「みちのく仕事」を「新・みちのく仕事」へとリニューアルしました。

東日本大震災から約4年、この間、たくさんの新しい可能性と出会うことができました。地域内でのエネルギーや経済の循環モデル、豊かな素材を活用した農業漁業の六次産業化、高齢化に向けた新たな地域医療・福祉の取り組み、そして、その土地で暮らす人々の自治力や誇りを取り戻す仕組みづくりなど。地域の資源を活かし、地域に新たな経済や豊かな暮らしを創り出していく。人口減少社会に突入した日本の他地域、そして海外諸国にとっても、これからの社会の方向性のヒントとなるような事業が生まれています。

311から5年目を迎える東北は、復旧復興に留まらず、これからの社会の方向性を創造していくチャレンジが本格化していきます。多くの希望と課題に満ちた東北から、ともに新しい社会のあり方を創り上げていくための仲間を募っていきたい。「スタートアップの集積地、東北へ」。そんな思いから、「新・みちのく仕事」として、本サイトをリニューアル致しました。ぜひご覧ください！



■ 地域イノベーター留学実践編 修了報告会（2月11日）



震災復興に携わるリーダーやスタッフを対象に、全国各地の先進的な取り組みを行っている地域との交流により、新しい視点が持ち込まれ、復興の加速に役立つこと目的とした「地域イノベーター留学実践編」の修了報告会を開催しました。着地型観光や商品開発、Uターン促進支援をテーマに事業展開している6地域（長崎・小値賀、三重・尾鷲、岡山・西粟倉、高知・土佐山、島根・海士町、島根・雲南）に31名の方が参加されました。本プログラムは先進地域への視察はもちろん、先進地域のコーディネーターが参加者のフィールドにも訪れ、事業計画の相談に乗ることが大きな特徴。「本気でそれに取り組めば、Iターンや資金的なサポートにつながる可能性がある」と実感できたので、覚悟が決まった。」など、ネクストアクションが生まれています。

■ 日米リーダー交流プログラム（第2年次）：ニューオーリンズ訪問（3月1日～5日）

2年目の最後のプログラムとして、全米最悪の支援災害といわれる2005年のハリケーンカトリーナから10年目を迎えたニューオーリンズの復興の歩みから、東北における震災5年目をどう迎えるかを再考しました。

ニューオーリンズの5年目は、リカバリー（復旧）からリビルディング（復興）、そしてルネッサンス（再生）へと、行政の長期的展望とそれを支える民間のパートナーシップがトリガーとなったタイミングでした。

どの領域が雇用を増やしているのかの産業構造分析をもとにした戦略的なビジョンに基づいた政策決定が行われ、官民が連携して、教育や新しいアイデアへの投資とそれを支える仕組みが整っていきました。

経済のみならず、積み重ねてきた営みや人々のつながりなど、地域の文化と誇りが大切な精神的な支柱になり、その動きを支えています。

これらの流れが、被災前の「ブレイン流出」から「ブレイン流入」への転換につながったといえます。

5年目を迎えて10年目を睨むという点で、創造の本番はこれから。3年目はこのプログラムの総決算として、更に東北での具体的なアクションにつなげていきます。



■ 第3回みちのく復興事業シンポジウム（3月9日）

3月9日に企業7社のコンソーシアム（事務局ETIC.）が「第3回 みちのく復興事業シンポジウム」を東京の電通ホールで開催しました。今回のテーマは「東北モデルから地方創生のヒントを探す」。国の政策として「地方創生」が掲げられていますが、東北ではその参考となるモデル事業が現れてきています。シンポジウムには東北からの4名の事業者に加え、小泉政務官、平副大臣、内閣官房まち・ひと・しごと創生本部の山崎総括官もゲストとして参加し、国の方向性と民間への期待を述べました。またセッションでは現地の先進的な事業モデルの紹介や、企業や行政がどう連携して現地の事業を後押ししていけるかを議論しました。参加者からは「CSRと地方創生の仕組みを繋げることで企業の本業に結びつけていくことが重要だと気付いた」などの声が寄せられました。



■ みちのく仕掛け人市@東京 2015 SPRING（3月14日）



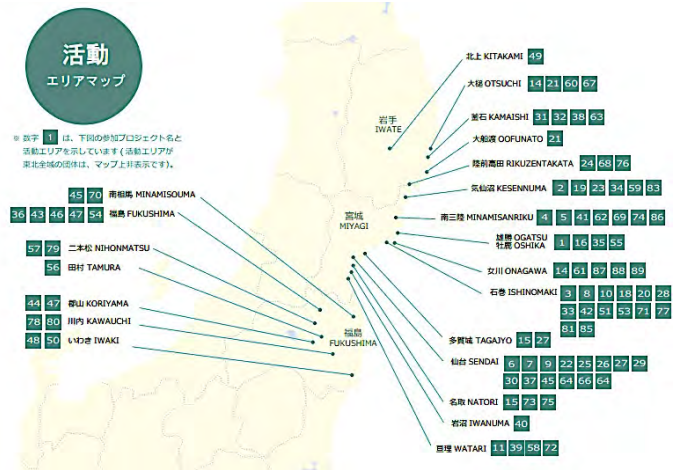
今回より、イベントの名称を「みちのく仕事 マッチングフェア」から「みちのく仕掛け人市@東京」と改めて実施しました。13時～18時の長丁場のイベントながら、厳選された15のプロジェクトのリーダーと、65名の参加者が集まり交流しました。

右腕を募集するプロジェクトの中で、立花貴氏（公益社団法人 Sweet Treat 311 代表理事）、芳賀正彦氏（NPO法人吉里吉里国 代表理事）、佐藤賢氏（NPO法人ピースジャム 理事長）に登壇いただき、今の東北の現状や参加してほしい右腕について、パネルトークを行いました。芳賀氏からは「これからの林業は、きちんと手入れして、森林空間を多目的に有効するべきだと私は思う。ひとつは地域外の人を呼び込んで森林教室を開催すれば副業となる」、また佐藤氏からは「震災によって、元々地域の課題として考えなければいけないことが表面化した。育児も核家族化で共有できない。そういう場所がないなら作りましょうと、子どもを連れてきて働ける場所を作った」など、社会的課題を解決しながら復興に取り組むアイデアが紹介されました。その後も、参加リーダーによるプレゼンテーション、リーダーと参加者のブース形式の交流会にて、真剣なやり取りがされました。

3 プロジェクトの進捗

2015年3月11日の時点で、112のプロジェクトに202名の右腕人材を派遣してまいりました。派遣期間（1年間）が終了した右腕人材（社会人に限定）の約60%が継続して被災地に残り、そのうち14名は自ら起業するなど、彼らは被災地での重要な役割を担いつつあります。現役（派遣期間中）の右腕とあわせると、現在120名の人材が、東北の担い手として活動を行っています。

2013年に新たに設定した、「5年で300名」の派遣に向け、今後も精度の高いマッチングと各種サポートを行っています。



4 ご支援・ご寄付のお願い

本プロジェクトについては、スタート以来、国内外の個人・団体・企業の皆様より大きな関心を頂戴し、現在のご寄付・助成金等の総額は、入金見込額も含めて、757,694,601円という多額のご支援をいただいております。この場をお借りしまして、改めて心より感謝申し上げます。本プロジェクトは、当初、2013年度末までの3年間を目安に取り組んでおりました。しかし、東北の復興が本格化していく中で、中核事業である右腕派遣プログラムへのニーズは、更に高まってきており、2015年度末までの中長期計画を策定しました。

右腕派遣は初期に設定した目標から、「5年で300名」へと上方修正しております。目標の変更に伴い、2015年度末までの2年間で約4億3千万円の支出を見込んでおり、残り1億2千万円ほどの資金調達に向けて、改めて資金調達戦略の強化を実施してまいります。皆様におかれましては、「震災復興リーダー支援基金」のPRへのお力添えはじめとして、事業連携や各プロジェクトへの個別のご協力など賜りますよう、引き続きよろしくお願い申し上げます。

>>寄付ページURL http://www.etic.or.jp/recoveryleaders/donations_support/please_donate

《ご寄付の受付》

■ 信託資本財団「震災復興リーダー基金」

<http://www.shinrai.or.jp/fukkou-shien/etic2/>

※公益財団法人である信託資本財団は、特定公益増進法人に該当するため、寄付者の税は確定申告をすることによって寄付金控除の優遇措置を受けることができます。

■ Global Giving

<http://www.globalgiving.org/projects/sponsor-fellows-for-tohoku-and-japans-recovery/>

※米国在住の方は、GlobalGivingから寄付していただくと、税控除を受けることができます。

■ American Express (メンバーシップ・リワード)

http://catalogue.membershiprewards.jp/viewAwardDetail.mtw?productId=4487681&categoryName=jp_21a_charity_tohoku

※アメリカン・エキスプレスのカード会員さまは、ポイントによる寄附ができます。

連絡先・お問い合わせ先

◆ NPO法人ETIC.内 震災復興リーダー支援プロジェクト 事務局（担当：山内・押切）

東京都渋谷区神南1-5-7 APPLE OHMIビル4階

mail : fukkou@etic.or.jp Web : <http://www.etic.or.jp/recoveryleaders/index.html>