

# 岩手県三陸沿岸地域の観光復興

——持続的な地域づくりに向けて

# 2

岩手大学農学部 共生環境課程 教授  
岩手大学農学部 共生環境課程 准教授  
岩手大学COC (Center of Community) 推進室 特任准教授

広田 純一  
山本 清龍  
柴田 亮

広田 震災後の5年間を振り返るにあたり、おおよその時期区分をしておいたほうがよいでしょう。震災直後から現在までは5つの時期に分けられると思います。

震災直後の2011年(平成23年)3月から、救援活動をしていた自衛隊が撤退する7月までは「緊急復旧期」。その後、避難所が解消して仮設住宅が完成するまでの9月末までが「生活復旧期」。震災から丸1年経った2012年(平成24年)3月までが「復興始動期」で、復興庁が生まれ、復興の青写真が作られた時期です。2012年4月からは「復興初期」で、復興計画に基づいて集

団移転や防潮堤などの復興事業計画が作られました。そして震災から2年が経過した2013年(平成25年)4月以降が「本格復興期」。本格的な復興工事が始まりました。

## 「ボランティアバス」

広田 震災直後の半年間は、観光的要素はほとんど見られませんでしたが、いわゆる「復興商店街」や「仮設商店街」は、2011年後半から2012年3月頃にかけて、各地に相次いでできました。観光や交流となると、これらの設置と利用が最初の動きと言えるかもしれません。が

れきの撤去に来た人たちやボランティア、被災した地元の人たちが利用者として訪れました。こうした動きと並行して、「震災語り部」が登場しています。

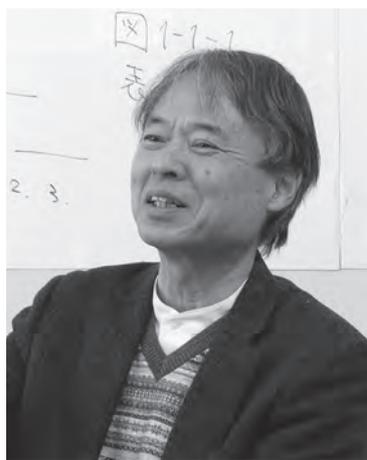
その先駆けになったのが、岩手県田野畑村の『サッパ船アドベンチャーズ』で、2011年7月には再開しています。復旧や復興の語り部ガイドがセットになった小型漁船によるツアーで、この年の夏休みには多くのお客さんが訪れました。船頭さんも被災者です。サッパ船で案内しながら当時の様子を解説されていました。一般観光客向けツアーとしてはこれが一番早いのではないのでしょうか。

柴田 浄土ヶ浜遊覧船も、サッパ船とほぼ同じ時期に運航を再開しています。

広田 サッパ船ツアーの参加者は一般観光客というよりは、ボランティアや復興に関わりのある人たちです。リピーターも応援の意味を含めて来ていました。応援する人たちをターゲットにしていたわけではないと思いますが、結果的にはそういう人たちが多かったと思います。

山本 工藤(2015年)の復興応援バスツアーに関する研究報告によると、2011年に岩手県内に来訪したツアーは483件で、そのうち宮古市には53件来ています。宮古市のバスツアーの行き先のほとんどは浄土ヶ浜ですので、多くの人が遊覧船も利用していたと考えています。

広田 2011年には多くのボランティアバスが訪れました。バスを受け入れてボランティアを割り振っていたのが災害ボランティアセンターです。各自治体に設置されていましたが、大半のセンターは1年目が終わって2年目の途中で閉鎖していました。丸2年やったところは陸前高



広田 純一（ひろた じゅんいち）  
岩手大学農学部共生環境課程教授。1983年東京大学大学院農学系研究科卒。農学博士。東京大学助手、1985年岩手大学講師、1990年助教授を経て1999年より現職。専門は農村計画・地域づくり。1990年代後半より学生とともに、県内外の地域づくり活動支援に携わり、2005年NPO法人いわて地域づくり支援センター立ち上げ（理事長）。東日本大震災後、地域コミュニティの再建支援を中心に、国・岩手県・被災市町村の復興構想・復興計画の策定に関わる。

田くらいです。ポランティアバスが盛んだったのもその頃までです。首都圏発の行き帰りとも夜行のポランティアバスが多かったですね。

## 「観光復活」に向けた機運

柴田 岩手県北バスグループの『浄土ヶ浜パークホテル』は2011年8月に事業再開するまで、被災者の避難所や、全国から集まる警察の宿舎になっていました。がれきはまだあり、被災者がまだまだ苦しんでいる状況下での営業再開には大きな葛藤があったと思います。自粛ムードが強く、東北への観光に批判的な雰囲気はむしろ首都圏でも強かった。

一方で、「自然はそのまま残っている。それを見せて、自然は変わっていない」というメッセージを出すべきだ」「観光を復活させることによって、次の展望や産業復興の第一歩を示すことができる」「これこそ観光事業者の社会的責任だ」という議論があり、批判する人もいるだろうけどやってみようということになったのです。観光事業者としての強い思いがありましたね。

広田 「負けてたまるか」みたいな思いは『一般社団法人おらが大槌夢広場（以下、『おらが』）に集まった人たちにもありました。亡くなった方への弔い合戦のような気持ちの方が強かったと思います。自分たちが立ち上がったって、誘客を通して元の町

を作るんだという気概を感じましたし、復興食堂や語り部は以前にはなかったものです。その人たちもどちらかというところ「負けてたまるか」路線だった気がします。

山本 生業の再生はとても重要です。北海道南西沖地震（1993年）後の経過を見ると、生業を早く再生したことで奥尻島の復興への勢いがついたという評価があります。観光事業者が人を受け入れる仕組みを早く立ち上げたいというのは、当然の流れだと思います。

広田 その一方で、がれきもたくさん残っているし、大半の人が仮設に入っている中で、「観光かよ」という気分はあったと思います。

## 雇用の創出

柴田 観光の復興への貢献という点では、まず雇用創出があります。また、観光の受入をする中でコミュニティを構成する被災者の皆さんが前に向きなれたり、他地域とのつながりができたりという側面もあります。外とつながることで新しいことに取

り組む可能性を見いだした団体もあると思います。復興食堂では一時的にでも人が働くことになりました。岩手県北観光では、宮古のレストハウスが流されて失業した方をポランティアバスツアーの添乗員として雇用しました。彼はその後、名物添乗員として活躍しています。観光ビジネスを進める中で、仕事や活躍の場が生まれた人たちが数多くいたと思います。

広田 『おらが』の活動の推移を見ると、観光が復興に果たした役割が見えやすいと思います。2011年7月に小さなシンポジウムが開かれました。後に『おらが』の中核メンバーになるような人たちも参加しており、それがきっかけでこの地元有志の集まりを11月に一般社団法人化しました。僕は顧問として加わりました。『おらが』の設立目的は起業促進と雇用創出です。活動の一つである『おらが大槌復興食堂』は雇用を生み出しました。緊急雇用の制度を利用して女性をたくさん雇いました。後に赤浜地区に開業したイタリアンレストラン『パールリート』もこの活

動を通じて起業したレストランです。

## 風評・意識と需要減

山本 震災によって既存の観光が落ち込んだという事実もあります。私は2013年2月に首都圏在住者と近畿圏在住者の各500人にウェブアンケートを実施しました。その結果、震災後に東北地方への旅行を控えた人は約25%で直後の落ち込みはかなり大きかった。旅行を控えた理由として最も多いのは「福島県の原発事故による放射能汚染」ですが、2番目の理由は「観光地の被害状況が不明だった」でした。きちんとした情報が伝わっていれば旅行に行く人が結構いたはず。なお、3番目は「地元感情に配慮して」、4番目は「観光資源そのものが被害を受けていたから」でした。地元にも配慮し、自分が受けるかもしれない放射能汚染の被害も考慮しながら旅行するかしないか、検討していたというのが、震災直後の旅行者の心理だったと考えています。

柴田 震災直後、私関わっていた

岩手県北バスや福島交通などは、内陸部であっても観光関係の仕事が全くない状況でした。自粛ムードのよくなものが非常に強いと感じました。観光事業者としては、来てもらうことが被災地の応援になると考え、2011年のゴールデンウィーク期に東北の桜を見に行くツアーを企画し「桜は変わらずに咲いています」といったポスターを作りPRしました。それに気づいたお客さんが応援のために東京から訪れるようになりまし

た。これまでは地元のお客様を中心に旅行を提案していた東北の旅行会社、自らの企画で首都圏から人を呼べることに気づいたので。地域の復興や経済振興に貢献できると考え、外に目を向けるきっかけになったと思います。

## 「復興応援バスツアー」

柴田 2012年に入るとすぐに、観光庁の助成事業でモニターツアーが始まり、被災地を見学して応援しようという流れが出てきました。雑誌とのタイアップで、記者と一緒に

被災地を回り、頑張っている人たちを応援するツアーなども作られました。まちづくりや復興に取り組み熱い人と語り合う、といったコンテンツが生まれていきました。

側には、プラスとマイナスの両面ありますね。語り部や地元業者には収入が入るので、広い意味の雇用促進にはなりました。加えて、観光客に来てもらって、まだまだこんな状況というのを知ってもらいたいという気持ちがあったことは確かです。一方で、震災の傷跡がまだたくさんある時期だから、そういうところに観光客がどやどやと来て写真を撮ることに抵抗感がある人たちもいました。

柴田 ツアーを受け入れる人たちは、被災地で起きていることを伝えたい、自粛ムードを打破したい、頑張っていることを理解してほしいという気持ちだったと思います。加えて活動資金的な面でも支援してくれる人が必要なので、そのための情報発信が必要だと考えて受け入れていた人たちもいました。

山本 前に触れた工藤(2015年)

の調査結果では、復興応援バスツアーの開催回数は3年目の2013年が一番多くなっています。2年目の2012年は1年目とそれほど数の上で変わりません。

柴田 震災直後の来訪は、がれきの撤去などのボランティア目的でしたが、2012年はそういうボランティアなしでもツアーができるかどうか、試行錯誤した時期でした。古民家やお花畑を復活させるような地域活動を個別に探し出し、行程に組み込んだツアーも見られました。首都圏の旅行会社、地元の旅行会社に関わらず、思いのある営業担当者が現地に入って、復興を担う団体と直接連携するよう交渉し、現地と一緒に汗を



山本 清龍 (やまもと きよたか)

岩手大学農学部共生環境課程准教授。1997年東京大学農学部卒。1999年同大学院農学生命科学研究科卒。東京大学農学部助教を経て2011年4月より現職。博士(農)。専門領域は造園学と観光学。東日本大震災後はコミュニティの維持・形成、地域資源の保全と観光振興を図るため青森県および岩手県の太平洋沿岸部で活動を展開。2013年11月アジア国立公園会議(仙台)で6ワーキンググループの一つ「自然災害と保護地域」で議長を務めた。

かいてコンテンツを作ったりしていました。

山本 震災直後はボランティア団体が企画するバスツアーが主でしたが、2012年には観光事業者が関与するようになり、2013年には公的機関、行政が企画を主導するようになっていったようです。

## 「コミュニティ」と観光

広田 被災地のコミュニティと観光の関わりを見ると、一般の観光バスを受け入れられる地域や団体は限られていました。また地域として受け入れる時の対象は個人客ではなく企業などの団体に限られます。陸前高田の『長洞元気村』のケースがそれ

に当たります。長洞は広田半島の付け根にあります。そこに行く道路が分断されて、完全に陸の孤島になってしまいました。行政の支援が全く届かず、自分たちで危機を乗り切った集落です。

柴田 長洞は集落全体で「めかぶ」の収穫体験や「ゆべし」作り、語り部をしています。2012年夏頃から集落が主体となってツアーを受け入れています。ハイライトは2013年1月のハーバード・ビジネススクールの来訪です。おばちゃんたちは何となく「世界一の大学なんですよ」という感じでしたが、ハーバード大生がすごく真剣に長洞の話を聞いてくれ、充実した顔をして帰っていったのを見て、これなら誰が来ても受け入れ

られると思ったそうです。

ただ、こうした取組ができるようになる前までは、無償でボランティアを受け入れることが負担になっていました。首都圏のボランティアを受け入れるために、被災地がボランティアをしているなんて笑えない話がありました。当初から元気村の事務局長は「ボランティア自体を体験観光として体験料をもらう」ことを検討していました。「ボランティアはいつか終わるから、観光事業として発展しないと交流も継続しない」という考え方です。決してボランティアを否定するわけではないのですが、ボランティアが労働力として貢献すること以上に交流が元気をもたらしことに意義を感じていました。この交流をどうサステナブルにするかを考えていました。

山本 気仙沼市の『森の学校』も同様で、最初はボランティアの滞在拠点となり、地元の人たちがおにぎりやそばを出し始めたりするうちに、人を受け入れる仕組みができ、そこから観光客の受入に発展していきました。

## 観光資源の復旧と「自然再生」

広田 さて、データによると、被災地応援ツアーの参加者数は2014年(平成26年)から急激に落ちていきました。復興が進んだことで「被災地の風景」がなくなり、ツアーがそもそも成り立ちにくくなっていることが大きな背景としてあります。『おらが』は、一般観光客向けの被災地見学ツアーから、次のステップとして、研修や学習中心のプログラムに移行して高い評価を受けています。

柴田 今、学びのツアーをやっているところは、ボランティアバスが少なくなってきた2012年頃から仕込みを始めています。学びの深さが重要で、ただ何かを話すだけではなく、きちんと人材育成の効果まで考えているところは、参加者数が減っていないと思います。

広田 一時期の「がれきの景色」を見せる観光から、学習系の新しいタイプの観光ビジネスが一部で伸びているのはいいのですが、三陸海岸の

景観などを活かした既存の観光が戻っていません。例えば、釣り民宿などもかなり減っていると思います。本来なら、観光資源の復活が最も重要です。浄土ヶ浜はまだいいほうですが、釜石の根浜海岸や大槌の浪板海岸では砂浜が完全になくなってしまいました。その再生事業は復興交付金では認めてもらえません。観光地のインフラの再生にはお金が回っていないという現状があります。

**柴田** 地元自治体からすると住宅再建・生活再建が重要で観光や観光施設の復旧は優先順位が低くなるのは当然です。根浜海岸の旅館の女将さんは「行政の方があまりにも忙しくて観光に手が回らないのは、仕方がない。だから観光施設の整備は民間でやるしかない」とも言っていました。

**広田** 砂浜や松林の再生にお金が回らないので、従来の観光対象となっていた海岸線の自然回復がされていません。

**山本** 復興工事に関しては、私はちよつと違う考えを持っています。宮古の浄土ヶ浜が被災し、道路が浮き

上がってアスファルトが海に流れてしまい、真っ先に国や県などがお金を投じて復旧工事をしました。しかし、皮肉なことに、復旧前に地元の人たちは「元の浄土ヶ浜に戻った」とおっしゃっていました。つまり、観光資源の保全という観点からすると、直後の性急な復興工事は問題だと思います。砂浜の消失と復旧については河川との関係もあるでしょうし、砂を入れてもまた流れてしまうかもしれません。観光資源、自然資源を守り、復元するためにお金を投じるより、むしろ自然の大きなサイクルをどうやって守っていくかが大切です。自然保護の立場から言うと、性急にすぎる復旧工事はやらないでほしいというのが僕の意見です。

**広田** 僕と山本さんの意見は矛盾しておらず、砂浜再生については、まさに自然のサイクルを生かしたものになると思います。防潮堤の問題とも絡んできますが、やはり復興は災害復旧が中心になります。道路や漁港に比べると観光関係は遅くなるでしょう。しかし、今の状況は不十分だと僕は思います。

## 「覚醒した世代」

**山本** 復興工事に関しては、私はちよつと違う考えを持っています。宮古の浄土ヶ浜が被災し、道路が浮き上がってアスファルトが海に流れてしまい、真っ先に国や県などがお金を投じて復旧工事をしました。しかし、皮肉なことに、復旧前に地元の人たちは「元の浄土ヶ浜に戻った」とおっしゃっていました。つまり、観光資源の保全という観点からすると、直後の性急な復興工事は問題だと思います。砂浜の消失と復旧については河川との関係もあるでしょうし、砂を入れてもまた流れてしまうかもしれません。観光資源、自然資源を守り、復元するためにお金を投じるより、むしろ自然の大きなサイクルをどうやって守っていくかが大切です。自然保護の立場から言うと、性急にすぎる復旧工事はやらないでほしいというのが僕の意見です。

という気がします。私は50年後にはなくなってしまうかもしれないと言われている釜石市の尾崎白浜集落で活動していますが、そこでは北上市で働いていた方が地元貢献するために会社を辞めて移り住み、人を受け入れるための新しい仕組みづくりを始められています。それによって、地元の人が一生懸命若い人たちに昔の話をする機会が増え、将来に何かを伝えていきたいというコンセンサスができていきます。人が訪れることによって地元の魅力や個性を見直すいい機会をつくっています。

**広田** とにかく、被災地を何とか助けたいという思いで、震災をきっかけに多くの人が地元に戻ってきました。その人たちが地元のいいところを見直すという意味で、人材育成にもなっていますね。そういう人たちが活躍できる場合は、加工業や製造業より観光のほうが合っている気がします。震災当時、中学生から高校生だった若い人たちは「覚醒した世代」と言われています。彼らは、あの時に世界から善意を見せられたわけです。その記憶が当時の中高生に



柴田 亮(しばた りょう)

岩手大学COC (Center of Community) 推進室特任准教授。株式会社経営共創基盤にて、東北地方のバス事業者の経営支援に携わり、東日本大震災後は傘下の岩手県北バスグループとともに復興ツーリズムの振興に従事。三陸沿岸部のNPOや事業者の支援などにも従事。復興庁非常勤政策調査官、岩手大学三陸復興推進機構を経て、2016年3月より現職。現在は沿岸部のものづくり企業の産学連携促進に従事。中小企業診断士。

は確実に残っています。地元のために何かやろうという気持ちが出てきたことを見ると、大きな人材育成がされていると思います。

## 「三陸観光」の方向性

広田 この先の観光に視点を向けてみたいと思います。大きなインパクトは三陸縦貫道です。これができれば仙台から三陸までの時間距離が大幅に短縮します。景観や食など、資源面で三陸は魅力的な所なので、既存の観光回帰というのか、資源そのものの魅力を生かした観光の可能性はあると思います。他には農業分野に比べると漁業分野は六次産業化が遅れています。採って売るだけのよ

うな産業構造に近いので、そこに観光的要素を入れて、地元でさばいた魚を食べてもらおうとか、新しい加工品を開発するといった可能性なども大きいと思います。

山本 震災前から沿岸部の自治体にはグリーン・ツーリズムをどうするかという課題がありました。もともと沿岸部には内陸部との収入格差の問題もあり、それに関連して六次産業化は一つの大きな課題でした。震災を契機に内陸とどうつながるかという話が各地で出ています。2012年頃から沿岸部の自治体の観光に関する相談が来ていますが、震災前に取り組もうとしていた課題にもう一度挑戦したいという内容が多いです。沿岸部の景観を楽しむ観

光よりも、農業を生かしたグリーン・ツーリズムや、民泊で地域を活性化したいという意向が強いように感じています。さらにジオパークの動きもあり、全体としては昔のマスツーリズムではなく、個人中心の観光を目指すという方向性になっているようです。

柴田 震災復興に絡んで多くの外部の人たちが被災地に縁を持ち、関わり続けています。東京にいながらにして現地の復興に心を寄せている人たちは少なからずいます。そういった方々がいることで、首都圏や外国の人の意に沿うような新しい形のグリーン・ツーリズムが生まれるのではないのでしょうか。『東北オープンアカデミー』というイベントでは、東北のまちづくりや地域づくりに関心を持つ首都圏の人が現地のリーダーに会いに行くといったツアーをやっています。この交流の中から新しい観光の担い手も生まれてくると思います。首都圏でのビジネスのノウハウを持つ人、三陸には見られない異なる観点を持つ人が、地域づくりの新しい担い手として、首都圏から地

域に関わり続けることが重要だと思います。昔ながらの担い手がそのまま復活してしまうと、今のニーズに合わないと思います。

広田 観光という視点からは離れるかもしれませんが、我々が「拡大コミュニティ」と呼んでいる取組がまさに今の話のような考え方です。地元の出身者、交流やボランティアで関わりができた人たちなど、そこに住んでいなくても「地元の一員」として定期的にいるいろんな情報や人のやりとりをするようなコミュニティです。

## 「三陸ブランド」 「学び」「交流」 「拡大コミュニティ」

広田 僕は震災の翌年くらいからずっと復興の一つの大きな柱として「三陸ブランド」を確立しようと言っています。三陸という名前がただで高く売れる商品を作り、人が足を運ぶような地域にしていきたい。それが長期的には三陸の振興にとって最も重要だと思っています。特産物

のブランド化もあるし、観光地としてのブランド化もあるでしょう。例えば、風景は単なる見た目だけでなく、そうした景観が形成された地質学や地形学的な背景も併せた理解を促すことによってその場の価値が高まります。三陸ブランドのもう一つのポイントは「学び」だと思います。今回の震災も含め、これまで何度も津波被害を受けては、そのたびに復興してきたという経験や学びを伝える場所としてもいい。震災をきっかけに世界中の人が関わるようになりしました。「あそこに行けば面白い人たちに会えて交流ができる」という意味での三陸ブランドも作れるのではないのでしょうか。さまざまな場面の集合体としての三陸ブランドを作るのがいいと思います。

**山本** 東北に来てから強く感じていることは、地域の個性や魅力を伝える仕組みがまだまだ足りないということです。東北は第一次産業を中心に発展した地域と捉えています。それらを伝えることが重要です。その背景として、子どもたちが地域の個性や魅力を見つめ直す機会を逸し

ているという問題意識を持っていきます。これから先、復興を果たした後に今の子どもたちが外の人たちに東北を伝えたいといけません。そういう人を育てるといって課題が外に置かれているという危機感を持っています。観光学というと、人に刺激や学びを提供することに目が向きがちですが、人を育てるといってにも関与する必要があります。必要があると思います。

**柴田** 強い民間事業者を作ることが大事です。ボランティアは減りましたが、首都圏との縁は残っています。それが武器になります。観光を考えることは基本的に楽しいことですから、首都圏のビジネスマンなどに適切に役割を振れば、喜んでプロボノとして協力してくれます。また、世界を知っているプロが三陸で事業をすることも必要です。三陸の食材は豊かですが、それだけでは勝てません。世界で修業した料理人が面白がつて三陸に集まるような仕組みを考えたいです。宿泊も世界レベルでもてなしや非日常性を演出できる人が挑戦して三陸に関わりたくなる仕組みができませんでしょうか。この先

復興という文脈なしで他の観光地と競争していくには、世界のレベルを知ることが重要です。

**山本** 今後の方向性としては「交流」に可能性を感じています。今、国際的にはエコツーリズムなど新しい観光の潮流の中で、訪問先のコミュニティとどのような交流を図るかが大きな論点になっています。岩手大学の学生の7割が東北出身ですが、その学生たちに聞くと、来訪者がコミュニティに入り込む機会を提供したら面白いのではないかとといった提案が出てきます。それは旅行者が求めていることでもあり、まずは受入側が提案してマッチングさせる。そして、交流によって地域への深い理解を促進し、リピーターを増やす。いわゆる観光による交流人口の拡大といった表面的な話ではなく、深い地域体験を提供することを通じた濃い結びつきです。そのきっかけづくりとして、観光学の役割は大きいと考えています。

**広田** 僕は地域づくりの視点で地域を捉えています。「拡大コミュニティ」はまさにその中の考え方です。しか

し、震災を契機としてさまざまなつながりが各地域にできたものの、関心を寄せている人がコミュニティと関わる仕組みがないんです。その仕組みを作るのに必要なことは、まずそうした人たちの名簿作りです。関わりのある人たちの連絡先を整理して、定期的に地元情報を流し、交流の場をつくって、地域あるいは自治体単位で地域行事への参加を促していく。被災地には関心のある人がたくさんいますから拡大コミュニティの形成に適しています。人口が減るのは仕方ないけど、きちんとした仕組みの中で交流をしていければ、その周囲に多くの人が関わる状況が作られて、地域側から見れば、持続的な地域づくりにつながるのではないかと思います。そこに観光的な要素も入ってくれば、より望ましいと思います。

我々のような研究者も連携して、メッセージを発信し、実践を支援していきたいでしょう。

聞き手…観光地域研究部 寺崎竜雄  
取材協力…井上理江

# 三陸観光復興のコーディネーター ——三陸鉄道の取組

三陸鉄道株式会社

旅客サービス部長

冨手 淳

## 運転再開へのこだわり、背景

震災直後から、社長の望月と沿線の状況を見て回った。三陸鉄道も甚大な被害を受けてはいたが、もともと津波被害を回避するよう、なるべく海から離れた場所や標高の高い所を走っていたため、戦前に開通した山田線などと比べると被害は小さかった。がれきで埋め尽くされた道路を避けて、高台の線路を行き交う被災者を見て、「ちょっと直せば動かせる区間もある。走りたい。」と思っていた。

うちは県や沿線市町村などを株主とする第三セクターの鉄道。こういう時こそ、移動手段を確保しなくてはとの強い想いと、正直、走らせなければ「三鉄は必要ない」と思われてしまうとの危惧もあった。

変わり果てた田老駅で、「とにかく、一刻も早く列車を走らせよう」という社長の一声が、何より嬉しかった。

誰もが混乱を極めていた中、社長は県知事や宮古市長に掛け合い、具体的な運転再開案（区間、安全確保策、運賃無料など）と支援内容（線路や駅周

辺のがれき撤去など）を提示し、理解を得た。行政、沿線住民をはじめ、多くの皆さんにご支援いただき、震災の5日後には久慈駅～陸中野田駅間、9日後には宮古駅～田老駅間の運転を再開することができた。

運転再開は「復興の象徴」として、思いがけず全国のマスコミに取り上げられ、東北、三陸地域への支援の輪が広がっていくのを感じた。

## 地域と三陸鉄道の関係

三陸鉄道の開業は、1984年（昭和59年）4月。開業から10年は黒字、その後、旅客が減少し、厳しい経営が続いている。2001年（平成13年）には、県や沿線市町村と連携・協力して、観光客の誘致に本格的に乗り出した。私の提案で、団体客誘致のために、東京や大阪、九州の旅行会社への営業を始めた。第三セクター鉄道の営業活動は全国でも珍しい時代だった。

「ツアーバスから、眺めのよい区間だけ鉄道に乗り換える」、鉄道に乗ることを目的とした企画が実現。東北新幹線八戸駅開業に合わせて導入した「お



冨手 淳（とみて あつし）

1961年生まれ。大学卒業後、三陸鉄道入社。総務から車掌・運転・指令などの現場を経て、現在旅客サービス部長。運転管理、鉄道営業やイベント企画を手掛けている。\*震災直後は取材窓口を担当。

コーディネーターとしての役割が、一層求められるようになった。県からも「三陸プラットフォーム構築事業」の委託も受けている。

数年後には、JR山田線（55.4km）が、三陸鉄道に移管される。沿線の人口も減少し、安定的な利用は見込めないが、北リアス線と南リアス線がつながれば、車両基地の集約や社員の業務効率化など、経営上のメリットも少なくない。何より沿線市町村からの強い意向もあり、お引き受けすることになった。

北リアス線沿線には、浄土ヶ浜や龍泉洞など三陸を代表する観光資源がある。南リアス線への誘客は苦労したが、震災前は「産直列車」などが人気を集めた。今は、全線163kmがなくなった時、宮古から釜石間の旅客数をいかに増やしていけるかを考えている。列車が通ったからお客が来るわけじゃない。魅力的な観光のコンテンツがほしい。首都圏から見れば三陸は一体。三陸の観光は、沿線市町村が連携・協力して取り組んで、周遊ルート・コースを作り、プロモーションをしていかなないと。

震災後、三陸鉄道も観光開発や誘客に投入できる資金は限られているが、県や沿線市町村とタッグを組んで、三陸観光の復興に取り組んでいきたい。（談）

（とみて あつし）

聞き手：観光地域研究部 吉澤清良

# 人の流れをつくる観光の力

## —おらが大槌夢広場の取組

一般社団法人おらが大槌夢広場 代表理事

白沢 和行

岩手県・大槌町は震災で町長が亡くなり、行政機能がまひしてしまいました。何をするにも何も動かない状況で、当時「大槌町は一番復興が遅れた町」とメディアにも取り上げられたこともありました。

町が壊滅的になくなり誰もが何をしたいかわからない中で、大槌町に縁があった岩手県内陸部の企業の社長たちが「大槌町のために何かをしたい」と集まり、そこに、「何かをしなきゃいけない」と思った大槌町住民数人が参加し、そのメンバーで「何かをやるう」と話し合ったことが、一般社団法人おらが大槌夢広場（以下、「おらが」）発足のきっかけとなりました。

正直、初めはその「何か」が何なのかも分かりませんでした。とにかく自分たちができることを考えました。そして、まず考えたのがボ

ランテアの方々の食事でした。大槌町のような無名の地域に、全国各地世界各国からボランティア支援でたくさんの方々が訪れてくれました。一生懸命に私たちのために活動してくれているにもかかわらず、皆さんが食べているものがコンビニ弁当や冷めたものだったので、どうにかこの大槌町のおいしいものを食べてほしい、また、大槌町がどういう町なのか伝えたい、そういった恩返しから、活動が始まりました。

### 人と人が関わる

#### ヒューマンツーリズム

法人格を取得したのは2011年（平成23年）11月ですが、設立前の準備期間から少しずつ受入を始めていました。語り部ガイドの活動は同年9月頃から始まりましたが、今のような形で本格的に始動したのは2012年（平成24年）4月からで

す。そして、法人設立直後におらが大槌復興食堂をオープンすると同時に、最初の視察交流事業であるインドネシア・アチエ州からの子どもたちの受入も始まりました。

そして、その取材記事が新聞に掲載されたことがきっかけとなり、ボランティアツアーを組み立てることになり、それが企業研修やスタディツアーへと流れが変わっていききました。全てのツアーに共通しているのは「人」に焦点を当てた商品であるということ、ヒューマンツーリズムということでした。活動の目的は交流人口の拡大ではなく、人と人との関わりを通じた人材育成だったのです。「おらが」の語り部ガイドの特徴は、ガイド一人ひとりによってその内容が全く異なることです。自分が感じて何を思ったのかに焦点を合わせるということ、自分自身のつらい体験を語ることに他ならず、容易なことではありませんでした。しかし、自分の思いや話を打ち明けていくこと、聞いてもらうことがカウンセリングのような役割を果たし、自分自身が楽になっていきました。そ

れだけではなく、たくさんの人から応援の言葉をいただき、勇気づけられ、次第に精神的にも安定していき、もつと何かをやっていくかなければならないという前向きな姿勢になっていくのが自分自身でも分かりました。

企業研修の特徴では、実際に町や住民、事業者が抱えている課題を題材にし、町民との対話や交流、ワークショップなどを通じて、企業としての課題への解決策を考えると、いったコンテンツを提供しています。その中では、ここに来るからこそ知ってもらえる「リーダーシップとは何か」「コミュニケーション能力とは何か」を表現するようにしています。私たちは震災で人を呼んでいるわけではなく、この町、このフィールドとして人を呼んでいるのです。入り口は震災かもしれませんが、ワークショップの内容も被災関係のものは一切入れていません。震災でゼロになったことで生じている課題はテーマにしますが、震災自体はテーマにはしていません。震災後の大槌町は、戦後の日本と同じ状況です。先駆者たちは、戦後の日本をどのよう

に生き抜いて、何を学んで何を感じ取ったのか、おらがではそれを体現できるプログラムを提供しています。

### 町の人たちを変える観光の力

震災前の大槌町は、観光客が訪れることもビジネス客が訪れることもほとんどありませんでした。それが、震災後、ボランティアなどの支援団体や研修団体、観光客などが訪れたことで、大槌町民は変わりました。

具体的な例として3人を紹介します。一人目はある高校生です。震災前、大槌町には海外の方は英語の先生くらいでほとんど見たことはありませんでしたが、震災後、外国人が訪れたことで、もつと外国人と話をしてみたい、もつと英語を勉強したいと思うようになり、留学したのです。

次はある漁師さんです。それまでは、漁をして漁協に卸していただけでしたが、観光客が訪れ、自分がつてきたものを目の前で食べ、おいしいという言葉が直接耳にしたことで、この商品を全国に売ってもいいんだという自信となり、自ら全国に販路を広げて自分で売りに行くよ

うになりました。

そして、あるガイドさんは、人前で話すことが嫌で、最初は安定剤を飲みながらガイドしていましたが、今では看板ガイドになりました。皆の前で胸を張って話すことができるようになり、自分に自信を持つことができるようになったのです。

観光を「人の流れ」と捉えるのであれば、観光は人を変える力があると思います。田舎特有の「何かをしたら駄目だ」「無理だ」という気持ちから、人が来ることで「やってもいいんだ」「できるんだ」という気持ちに変わり、チャレンジをしている人、新しい考え方を持つ人が確実に増えています。まさに、人の流れが人を変えたのを目の当たりにしたのです。私はこの「人の流れ」を太くすることを通じて、子どもたちにとって「この町が好き!」と思える場所にしていきたいと考えています。

### 住民参加型の活動を目指して

現在のスタッフは4人。立ち上げ当初は20人以上のスタッフがいましたが、独立事業の切り離し、行政機能の回復、他のNPOの立ち上げな

ど刻々と変化する状況に対応し、現在は、人を呼び込むことに特化した事業を行っています。

受入のメインも、語り部ガイドから、企業研修・教育旅行にシフトしました。語り部ガイドの参加者数は、言葉が悪いですが、震災ブームが落ち着くにつれ減少し、それに代わり、修学旅行、企業研修、大学や海外からのスタディツアーが増加しています(図)。企業研修・教育旅行は、2012年から2014年(平成26

図 (一社) おらが大槌夢広場 ツーリズム事業受入実績の推移



受入の様子 (説明しているのが白沢氏自身)

年)でおよそ5倍となり、2014年度(平成26年度)は2300人以上が訪れました。なお、企業研修は8割がリピーターです。

訪れた方がただ町を見て帰るといふような交流人口の増加のさせ方はたくさんありません。今後は、できるだけ多くの住民を巻き込んだプログラムやコンテンツをさらに増やしていきたいと考えています。(談)

聞き手：観光地域研究部 五木田玲子 (うすざわ かずゆき)

## 「好齡ビジネス」を通じたコミュニティ復興 ——長洞元気村の取組

一般社団法人長洞元気村 事務局長 村上 誠二

陸前高田市・長洞元気村は、正式には長洞元気村協議会といい、以前あった長洞仮設住宅の自治会の名称です。ボランティアなどの支援への受入態勢を整えるために話し合いを進める中で、自治会の必要性が指摘され、発足することとなりました。

名称の由来は、震災後に学校が休校になる中で、子どもたちが学べる場として始めた「長洞元気学校」



です。これは民家を借り、高校生や大学生が小学生に勉強を教える活動を行っていたもので、その活動がNHKのテレビ番組で取り上げられ、注目を集めたことで、自治会もそれに倣った名称をつけました。

自治会の役員は男性中心ですが、仕事を持っていたり、復旧作業に当てる必要があったりと、なかなか仮設住宅の運営に手が回らない現状がありました。一方、コミュニティの大半は高齢女性の皆さんで構成されてきたにもかかわらず、役割がないという現状もありました。そこで、自治会の運営を担う実働部隊として、高齢女性の皆さんの協力を得るようになったのです。

### 高齢女性パワーの本領発揮

初めは自治会の共益費を得るため、「笑顔の集まる土曜日」として、野菜や余った支援物資を売る場を設

けたのがきっかけでした。その中心となったのが高齢女性であり、そこで自然と何か始めようかという機運が高まりました。その後正式に会としての参加者を募ったところ、12人の賛同が得られたことから、「なでしこ会」として発足することになったわけです。

自治会となでしこ会が合同で話し合う場を「長洞未来会議」と呼んで定期的に協議の場を持っていましたが、2015年（平成27年）2月に仮設住宅が撤去されたことに伴い、自治会は解散しています。その後、同年12月に自治会の会長と事務局長、なでしこ会の会長と事務局長の4人を役員として一般社団法人長洞元気村を発足させ、なでしこ会はその一部門として存続し、活動を続けています。

現在では、「なでしこ会」の他、元漁師や大工など男性6人で構成する「浜人会」も発足しています。具体的な活動はこれからですが、月1〜2回のかご漁や盆行事である「万灯籠」の復活などを計画しているところと、かご漁については、船も

手に入ったため、今後は体験プログラムも視野に入れています。

自分の楽しみをビジネス化し、あくまで生活優先で余力を仕事に充てるという「好齡ビジネス」という考えに立って活動しています。

なでしこ会では、語り部体験や料理体験、漁業体験などの体験プログラムを提供しており、最少催行人員を6人に設定していますが、少人数でも受け入れることがあります。料金と人数の関係から収入を試算し、1回当たり6人程度なら何とかペイするかな、という感じで設定したのですが、メンバーとしては、集まってやるのが楽しいので必ずしも収入として見合わなくても構わない、といった意見もあるようです。このように、参加している高齢女性の皆さんたちは生きがいややりがいを見つけてくれているようです。

なでしこ会は部門として独立採算で運営しており、体験プログラムの参加料は、ほぼそのままなでしこ会の収入となります。

### 自立への意識が流れを呼び込む

全国にいる支援会員からの会費と、

民間企業の寄付、その他収入を含めると、事業費としては年間300万〜400万円ほどになります。ただ、そこから体験プログラムの講師日当や原材料費などを支払うため、実際には支出も多く、大きな利益が出ているわけではありません。

体験プログラムの参加者は詳しく数字を把握していませんが、年間100〜150人といったところですね。それに講話だけの参加者を含めると300〜400人になります。

特段広域に向けて情報発信や宣伝をしているわけではないため、多くは口コミやウェブサイトを見ての来訪となります。また、自分が講演を依頼されるケースも多いため、それを聞いた人からさらに広がる場合や、震災後に来てくれたボランティアが仲間を連れてくるといった場合もあります。

旅行会社との連携は、企業の社員研修を受け入れる際に入ってもらう程度で、旅行商品などに組み入れられているといったことはありません。

たとえば少しの日当であったとして

も、社会の役に立っている、あるいは必要とされているという実感が生じる力につながっていると感じます。それがなければ仮設住宅に閉じこもってしまった高年齢者もいたかもしれない。そういった活躍の場として、外から人を受け入れてきたことはとても有効であったと思います。

ただ、その際にはボランティアではないと考えています。必ず収入が発生するからこそやりがいにもつながりますし、それがたとえ月1万〜2万円の小遣い程度でも張り合いが出るのだと思います。

長洞元気村では、外から人を受け入れることについては、初めからオープンでした。それは、被災者の震災以前のコミュニティのまま住み続けたいというニーズを受けて、仮設住宅の建設や入居にあたって、震災以前のコミュニティのまま入居できるようにしたことも要因として大きいと考えています。実際に仮設住宅は、震災以前と隣の家との並び順まで同じになっていました。

他の仮設住宅の例では、さまざまなかコミュニティから集まって住んで

いるために、隣の家との交流も少なく、閉じこもってしまった例も多いようです。

#### 培ってきた「受援力」

自分たちで「なでしこ番屋」と呼んでいる活動拠点はボランティアの皆さんの協力を得て2年間かけて自力建設しました。地元で気仙大工の流れをくむ職人が多いため、建設にあたっては協力いただきました。建設資金は、震災後に継続して支援を受けている民間企業の助言を受けたり、企業からの寄付金を充てたりといった方法で賄いました。

毎年大きな寄付をしてくれる民間企業とのつながりは、岩手大学特任准教授の柴田先生を通じてネットワークができたものです。復興の取組が形になっていくため、支援する側も分かりやすいのではないのでしょうか。社員の方が家族を連れて来てくれることもあります。

柴田先生に言わせると、長洞元気村は「受援力」があるそうです。つまり、支援を受けるための受け皿があるということだと思います。実際

に、ただ支援を待っているだけでは不十分であり、受け入れる側の合意形成も大事になるといことは確かに感じます。

なお、村を訪れる人が年々少なくなっているという現状も感じていますが、毎年来てくれていたが昨年になつていらしてくれなくなった団体もあります。もともと、そもそも観光地ではないので、受け入れられる範囲で活動していきたいとは考えています。体験プログラムについては、月に2団体くらいのペースで受け入れられるとちょうどよいのでは、と考えているところです。(談)

(むらかみ せいじ)

聞き手：観光地域研究部 菅野正洋



# 地元のバス会社だからこそ ——岩手県北観光の取組

株式会社岩手県北観光 執行役員・営業企画部長

相馬 高広

## 震災被害と

### 地元バス会社としての対応

当社の一般乗合バス営業エリアは、内陸部では盛岡以北の県北エリア、沿岸では山田以北の広域な地域となっている。

震災で小本支所が全壊し、山田支所は車両2台が被災、うち1台は乗務員ごと流され、系列ホテルでも1人の社員を失った。旅行部門では全ツアーがキャンセルとなり、その対応に追われた。

震災直後、津波で孤立した重茂半島で、バスとバス無線を地元消防団の災害対策本部に提供した他、医療チームのピストン輸送、炊き出し物資や人員の輸送、避難所へ入浴施設間バス運行などを連日行った。

東北新幹線、東北自動車道は不通で、震災5日後に運行を再開した盛岡〜宮古間の都市間バスとともに、唯一県外からアクセス可能であった秋田空港と盛岡を結ぶシャトルバスを運行し、復旧作業関係者などの人の流れをつくった。

### 観光を通じた地域貢献

同年5月、北東北を巡る花見ツアーを決定した。世間はまた旅行自粛ムー

ドであったが、県内では経済の沈滞を懸念する声が出始めており、地元企業としていち早く観光復興に取り組む必要性を感じていた。「震災でも桜はいつでもおり咲く」を掲げて募集したところ、ゴールデンウィーク期間中に約350人のお客様の参加があり、「買って応援」という気持ちからか、とても多くのお土産品を買っていただいたことが記憶に残っている。

ボランティアツアーも積極的に手掛けた。首都圏からの夜行バスを使った弾丸ツアーには2000人以上の参加があった。作業内容は、地元の社会福祉協議会などと調整しながら決めた。モルモン教会と専属契約を結び、世界中の教会から来日したボランティアの輸送を行い、現地とのコミュニケーションは英語ができる社員が対応に当たった。震災後2年間で、企業や団体も含め、国内外から延べ3万人の輸送を行った。私たちは、震災直後からしばらくの間は、当面の経済性を無視して住民の社会生活機能の復活に全力を挙げて対応したが、震災被害の大きさから、息

の長い取組が必要なことも明らかだった。そこで、ボランティアツアーでは、持続可能な取組とすべく参加者から会費を取るようにし、内容も、震災復旧の進捗に合わせ、がれき撤去などの作業ボランティアから、震災を学ぶスタディーツアーにシフトした。スタディーツアーにおいては、震災・防災および復興を学ぶ企業団体研修として、首都圏の企業・団体などから数多くの方に参加をいただいたしており、現在も継続している。

### 復旧から復興へ

震災後5年が経過し、ボランティアツアーなどは大幅に縮小した一方で、いまだに修学旅行やインバウンドには風評被害の影響がある。

最近、若い人からは「復旧ではなく「復興だ」という声を聞くことが増えた。実際、三陸は、自然景観や食などの素晴らしい資源を持つが、震災以前も十分に魅力を活かしていたとは言い難い。「復興」には、新しい取組、新しいターゲットにも積極的に挑戦しなければならないだろう。

そうした中、私は、外国人観光客の誘致に期待している。現在、岩手県にきている外国人は、台湾・タイなどからのリピーターが多いが、彼らは、いわゆる「観光地巡り」ではなく、より地元の普通の暮らしと一体となれるような旅への志向が徐々に強まっている。三陸

は、体験観光や食を通じて、こうした志向に応えられる地域だと考えている。例えば、三陸各地で行われている鮭のつかみ取りは、30年ほど前に国内客にはやったが、今では外国人の嗜好に合っているのではないか。また、吉浜アワビは東アジアでの知名度がとても高いが、体験観光と結びつけられないだろうか。

三陸の海産物は一つ一つのブランド力は一番でなくとも、種類が豊富で高品質なのが強みだ。例えば、三陸を束ねて「シーフード・パラダイス」と銘打てば、三陸の食の魅力を効果的に打ち出せるのではないか。

今後も、地元旅行会社・バス会社として三陸観光の復興に挑戦していきたい。(談)

聞き手：観光地域研究部 吉谷地裕



相馬 高広 (そうま たかひろ)

昭和35年生まれ。昭和53年に岩手県北自動車(株)に入社後、(株)岩手県北観光・盛岡支店長、営業部長、取締役を経て、平成22年より現職。平成27年よりインバウンド事業推進室室長を兼務。