子どもたちが誇れる
未来の土沢商店街プロジェクト

元気!岩手つちざわチーム［岩手県花巻市］

団体設立の経緯

花巻市東和町地区では、農業、商業など色々なエリアで各団体、グループが地域のために個々に活動しています。

2012年に、東京都板橋区大山商店街で土沢商店街とその周辺の農業グループが一緒に東和町の物産展を開催したことがきっかけとなり、業種・世代の枠組みを越え、（株）土澤まちづくり会社と花巻市商工会議所青年部東和ブロックが中心となり、地域の将来のために行動するチームを結成しました。

地域概要

岩手県花巻市東和町にある土沢商店街は、かつては和賀郡東和町の中心市街地として栄えてきました。

しかし、大型店、コンビニの進出やインターネット販売などによる購買機会の多様化、人口減少などの要因により廃業、閉店する店が増加し、商店街としての機能が失われつつあります。街かど美術館、アート&クラフト土澤マーケットなど土沢ならではのイベントを展開し期間中は賑わいを見せるものの、商店街の衰退という大きな流れをとめるまでには至りません。

一方の周辺の農村部に目を向けると、少子高齢化、人口減少、後継者不足、空き家の増加など、商店街と同じ問題を抱えながら農業を営んでいるのが現状です。2006年に花巻市と合併したことにより人口の減少と高齢化が加速し東和町という地域性も薄れ、このままでは土沢商店街はもとより東和地域全体が、衰退どころか失われてしまうのではと危機感を抱かざる得ない状況が続いています。

設立年月 ･･･2012 年 3 月
メンバー数 ･･･15 名
代表者名 ･･･ 松葉孝博（まつば・たかひろ）
連絡先 ･･･〒028-0114　岩手県花巻市東和町土沢 8 - 90
☎ 0198-42-1331　tmotowa@vesta.ocn.ne.jp
団体のミッション ･･･ 私たちは、花巻市東和町の商店街と農家が一緒にチームを結成し、共に学び、共に行動しながら、持続可能な地域を見出すためのアクションを展開しています。

万国旗がはためく土沢商店街。
（アート&クラフト土澤マーケット）

農村と都市の交流を通し次の世代へ地域を受け継ぐ。

活動に至った理由や背景

東日本大震災の1年後の2012年3月に、土沢商店街とその周辺の農家グループが一緒になり、東京板橋区大山商店街のハッピーロードイベント会場で「つちざわ物産展」を開催しました。これまではそれぞれでイベントを行うことはありましたが、東和地区の農村部と商店街が一緒になりイベントを行うのは初めてでした。

この物産展を通して、少子高齢化、後継者不足、空き家の増加はもとより、一団体の活動の限界など、お互いが持つ問題点、課題が共通していることに気がつきました。

一方、高齢化だけに目が行きがちですが、これからの子どもたちのために住環境の整備も地域にとっては大切な課題です。今の地域づくりは50～70代が中心に行われていますが、子育てをしている世代（20～40代）と、問題や課題の共通認識を持たなければ、次の世代に引きつぐことは容易ではないでしょう。このように地域に危機感を持った商店街と農村部、そして次の担い手となる世代が一緒になり、このチームを立ち上げました。

今回のプロジェクトは、地域存続のためのチームづくりと位置付けていますが、設立して間もないこともあり、また、メンバーがものづくり、販売に関わってきていることから、チームでイベントへの参加を繰り返しながら、物産で東和つちざわを発信していくことに重点をおきました。その最終目的を東京での物産イベントとし、それまでの期間、ワークショップ、他のイベントへの参加を繰り返しながら、地域内の距離感を縮め、チームの方向性を明確にしていくこととしました。

左:アート&クラフト土澤マーケットでのつちざわ屋台村。焼きたての米粉ピザを待つお客さん。
右:アート&クラフト土澤マーケットのにぎわい。毎年春と秋の2回行われ、多くの人たちが訪れます。

アート&クラフト土澤マーケットに「つちざわ屋台村」として出店

2013年5月3～4日/10月12～13日
2014年5月3～4日の計3回

アート&クラフト土澤マーケットは、街かど美術館《土澤》と共に土沢の大きなイベントです。このイベントは県内外から140店をこえるクラフト関係の店が集まり、商店街の通りを埋め尽くし、2014年春のマーケットでは2日間で3万人が集まりました。しかし、商店の前に店を構える為、実際には通常より商店の中に入りにくくなり、従来の商店の売り上げに結びついていないのが現状です。

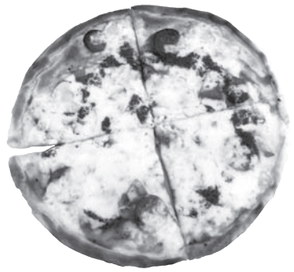
また、地元の参加者も少なく、多くの人たちが集まるのに地元のよさ、食材、物産についての発信ができていません。せっかくの機会に東和の食材を多くの人たちに紹介したいと、地元の食材を使用したメニューを準備すると共に、地元の飲食店に声をかけ共同で屋台村を開きました。

回を重ねるごとにつちざわ屋台村も来客者のみなさんに定着し、3回目の屋台村では、東和町町井のおでって工房のコメ粉ピザが大人気で行列が出来るほどでした。また、メンバーがつくっている朝摘みイチゴも即完売と、今後は農家の野菜などの販売も考えていきたいと思います。

メニュー

春
- 花巻産白金豚の豚汁
- 東和町佐々長の味噌おにぎり
- 花巻産白金豚ソーセージのプラチナドック
- 東和町町井おでって工房のコメ粉ピザ

秋
- 東和町産きのこのスープ
- 東和町佐々長の味噌おにぎり
- 東和町町井おでって工房のコメ粉パン
- おたすけキッチンのコロッケパン

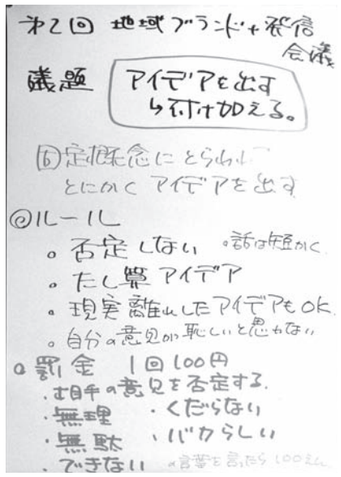


農家のおばさんたちが東和町産の米で作っている、町井おでって工房のコメ粉ピザ生地に東和町産トマトをトッピングして売り出しました。生地がもっちりして大人気でした。

地域ブランドと発信会議

2013年6月21日、7月22日、8月19日、10月21日、11月21日、1月20日

今回のチームを作ったひとつの目的に、商店街と周辺の農村部の遠くなった距離感を縮めていくことがあります。かつては、農家のみなさんが自分の作った野菜を商店街に持ってきて売り、そのお金で商店街の商品を買っていくという循環型の経済が成り立っていましたが、今は、農家は農協を中心に、商店街は商工会、商工会議所などの組織が中心となる業種の中での完結型となり、また流通の多様化により、農家のみなさんも商店街で買い物をしなくても困らない、そんな関係になってしまいました。その関係を修復するというより、新たな関係を築くためのワークショップです。他業種、多世代の集まりのため、どんな意見でも発言できるように、ワークショップでは出された意見は否定しない、ケチをつけない100円罰金のルールをつくりました。



カチカチの会議にしたくなかったので、だれもが自由にアイデアが出せるようにルールを決めました。アイデアにアイデアをプラスしていく足し算会議の誕生です。

多世代による会議。会を重ねるごとに主導権はベテランから若者に移っていきました。会議皆勤賞のチャロ。いるだけで会議の雰囲気が和みます。

ブランド・発信会議は次のような流れで進んでいきました。

(1)東和地区の農業、商業の現状

(2)現在加工し販売している食品の試食

(3)商品のもつ発信力とは

(4)新しい加工品の検討

(5)自分たちにとっての地域ブランドとは

この会議の狙いは、商品開発というより、このワークショップを続けていくことにより、お互いの距離を縮めてチームワークを強めていくことにありました。商品開発の話もいくつかありましたが、最終的には東和つちざわのブランドは「人」だということで一致しました。自分たちの生き生きとした姿を見ていただいて、この人たちが作っている商品を食べてみたい、この人たちがいるまちに行ってみたいと思ってもらうことが私たちにとって発信であり、ブランドであると考えました。

特別ワークショップ

2014年3月17日

板橋区大山商店街の物産イベントに先立ち、首都圏の消費者は、地方の商品に対してどのような意識をもっているかを、前回の大山商店街物産イベントで商品の構成のアドバイス、物産イベントの装飾品、PRツールのデザインをしてくださった「ほほえむデザイン」の岩佐洋介さんをお招きしてワークショップを開きました。食品の信頼を揺るがすような食品、産地の偽造が多発し、消費者の商品に対する信頼は大きく崩れてきています。岩佐さんのお話を聞きながら、その中で自分たちが都市に行って売る意味とは、自分たちが作ったものを直接消費者に手渡す、つまり商品の安全を直接手渡すことであり、消費者からいただくお金は、商品に対しての対価でもありますが、作り手、売り手である自分たちに対する支持、信頼の証を得るためと、物産イベントの核となるものが明確になりました。

岩佐洋介さんのワークショップ。発信する側の思いだけではなく受け手側(消費者)が何を求めているのかを知る必要があるとアドバイス。

岩手花巻・
つちざわうまいもの市

**準備会議・・・2014年3月4日、
3月11日、3月24日
開催日・・・2014年3月28,29日**

いよいよ東京イベントです。準備会議を重ね、商品構成、当日までの段取り、配送の手配などを決めていきました。

3月は年度末、それも今回は消費税増税が4月から行われることもあり、早目に配送のトラックを手配したはずでしたが、ぎりぎりになり首都圏の配送が混み合ってトラックが手配できないと言われ、急遽それぞれが宅急便の時間指定で送ることになりました。その宅急便ですら、首都圏では時間指定どころか、期日につかない状況だったようで、無事にスタートができたことが実は奇跡的なことだったことを後で知りました。

イベントでは、2日間で1300人の方に御来場いただきました。商品構成は、農産物、味噌醤油、酒、菓子、しょう油たこ焼き、東和裂き織り、東和和紙、経木など地元のものにこだわりました。

また、東日本大震災後お付き合いしてきた岩手県大槌町マリンマザーズのわかめかりんとう、昆布の加工品も販売しました。自分たちの商品を売るともに、自分たちの背景にあるまちに関心を持ってもらうことが目的です。

「自分たちが地域ブランド」を合言葉に、来ていただいたお客様に自分たちの言葉で積極的に話しかけました。また、イベントに対するアンケート調査も行い多くの方たちに答えていただきました。

同じ会場で農業、商店街の垣根を越えてチームとして一緒に販売していく。これこそがこれからの東和地区の形だと思いました。逆になぜ今までこのことに気がつかなかったのか不思議なくらいです。

左上:専業農家の新人。声は小さいけど一生懸命／左中:東和弁の達人。なまり言葉でお客様を引きつけます／左下:東和町名物のしょう油たこ焼き。このチームのリーダーです／右上:大槌町マリンマザーズのわかめの加工品／右中:アンケート調査もしました／右中:準備中。手前は専業農家のベテラン。チームを引きしめます／右下:チームのゆるキャラ担当。東和手裂き織の職人です

プロジェクトを通して一番感じたこと

小さなグループは フットワークの良さが 決め手

個々の団体に所属しているものの、参加は個人の意思に任せました。義務や強制では長続きしないからです。また、団体ごとの集合体になると団体の思惑がでてきて、地域をなんとかしたいという気持ちが二の次になってしまう可能性が出てくるため、個人として参加し、バックグランドにある団体は利用できる時に利用するというスタンスですすめていきました。次世代の参加もメンバーの声掛けによるものです。ワークショップだけに参加する人、屋台村にだけに参加する人など、参加できるときに参加する形で一年間続いてきました。

そのゆるさが、これからも続く一因になっていくと思います。また、少人数のため他人任せではなく、「自分で考え、自分で行動する」ことが原則となり、自発的に役割分担が出来てきたことも大きな収穫でした。

地域の中の まとまりが力になる

地域存続の危機感は、各地区、各業種で痛感しており、何とかしなければと考えているものの、自分たちのエリアを守るのが精一杯で、同じ地域にいながら地域の課題を共有せずに来たような気がします。今回のプロジェクトを通して、業種、世代を越え、地域のことを考える機会が得られ、新しい形の地域づくりチームがこれからの地域を変えていくと予感しました。

今後の予定

**◎釜石線土沢駅での
東和地区の発信（現在進行中）**

現在、釜石線ではJR東日本の復興支援プロジェクトとして42年ぶりに復元された蒸気機関車が、「SL銀河」として花巻―釜石間（90.2キロ）を秋まで土日運行しています。

土沢駅は、宮沢賢治の「銀河鉄道の夜」の始発駅。せっかくのチャンスを生かし、初日に土沢駅構内で、東和町内の観光、グリーンツーリズムのイベントなどのパンフレットを配布しようと目論みましたが、JR側の許可が下りずにあえなく断念。行政を巻き込んで、再度検討中です。

**◎農家（作り手）と
売り手（商店）との商品開発**

地域ブランド会議の継続。作るのが得意な農家と売るのが得意な商店が一緒になって商品を開発できないかを検討していきます。農家との連携を深め、商店街で産直のような販売ができないかも考えていきたいと思っています。

今後は定期的に集まりを開き、地域のために、時にはゲリラ的に、時には冷静にアクションを起こしていきます。外に向けた東和つちざわの発信を、東和地区内部に向けた問題解決の話し合いを通して、次世代につなげていく地域再生の糸口を見つけていきたいと思います。

これからの地域存続のためには若い世代の定住が不可欠です。定住には、住居と雇用と生活環境の3つが必須条件で、大きな企業、工場の誘致も必要ですが、働く場所を選ぶことが出来るくらいの雇用の場があることが魅力になってくると思われます。私たちがしていることは小さな活動ではありますが、地域ブランドという名のもとに農業だけで行われている6次産業化を、「地域内6次産業化（他業種の中で循環していく）」に変換していくことで、新たな雇用を生み出したいと考えています。それに加えて、空き家、空き店舗の活用、子育てのための教育環境の維持等、やるべきことは山積みですが、「できることから、できるところから、できる人」が、少しずつやっていく、そんなチームに育っていけばいいなと思っています。