

# 町民の成長と夢が広がる場

一般社団法人 おらが大槌夢広場  
代表理事・ツーリズム企画担当 臼沢 和行(うすざわ・かずゆき)氏  
副代表理事 上野 拓也(うえの・たくや)氏  
物産・開発担当 岩間 敬子(いわま・けいこ)氏

地元住民による飲食店「おらが大槌復興食堂」(以下、復興食堂)を訪れたのは、2012年2月のこと。復興食堂の運営元は「一般社団法人 おらが大槌夢広場」(以下、夢広場)だ。2年以上が経過し、新たな取り組みも生まれていると聞く。そこで2013年11月末に移転した新しい事務所を訪問して、現状についてうかがった。



一般社団法人 おらが大槌夢広場の活動について話す上野拓也さん(左)と岩間敬子さん(中)、代表理事の臼沢和行さん(右)

## 全戸無料配布の新事業『大槌新聞』

前回訪問時に、復興食堂で私たちを温かく受け入れてくれた岩間敬子さんと上野拓也さん、そして「夢広場」の発起人である阿部敬一さんの後を継いだ代表理事の臼沢和行さんが迎えてくれた。「夢広場」は、「三陸のおいしい食べ物を食べてもらいたい」と立ち上げた復興食堂を筆頭とする「今を支える活動」から、「町を育てる人を育てる」を目指す「未来を見据える活動」へと事業を徐々にシフトしているようだ。

「おらが丼」などを提供して人気だった「復興食堂」は「夢広場」から独立を決め、今は開店準備中だ。岩間さんは準備の傍ら、物産・開発を担当。上野さんは副代表理事として活動全般をサポートする。

『大槌新聞』とは、夢広場が2012年6月に創刊した週刊のローカル新聞。無料で全戸(約5100戸)に配布しており、町外にも90部ほど郵送している。取材・執筆は、副代表理事の菊池由貴子さんが担当しており、大きな文字とカラーの紙面は「わかりやすい」と評判だ。

文字を大きくしているのは、高齢者でも無理なく読めるようにとの配慮から。扱うのは大槌町の復興に向けたさまざまな情報。「町民がいちばん知りたいのは、これからの町の復興計画と現状です」と岩間さん。たしかに、家を建てるにせよ、商店を再開するにせよ復興計画がわからなければ考えようもない。町役場は説明会を開くが、全員参加できるわけではないので、紙面を通じて行政の情報をわかりやすく紹介している。

印刷代や郵送料は広告収入で賄っているが、町民の認知度が高いことから「広告を出したい」と希望する企業・商店はかなり多い。「まちづくりや復興に特化した新聞は珍しいですよ。ほかでは見たことがないです」と言う上野さん。臼沢さんも「誰のためのメディアなのか。その本質をとらえています」と胸を張る。2014年4月には創刊号から73号まで1年6ヵ月分の記事を収録した『大槌新聞縮刷版』(有料)を発行。復興へのこれまでの道のりを網羅しているため、大学の研究者やメディア関係者が買い求めている。



大槌町の復興に向けたさまざまな情報を毎週伝える『大槌新聞』(右)と1年6ヵ月分の記事をまとめた『大槌新聞縮刷版』(左)

## 深化する復興ツーリズム事業

津波のメカニズムや防災対策を紹介する「復興館」は今も継続中だ。神戸大学が作成した大槌町中心市街地の模型などを展示して東日本大震災の被害を伝え、いつ起きるかわからない自然災害に対する教訓にして欲しいとの思いがある。震災当時に起きた出来事は町民にヒアリングしてまとめている。

復興館と連動して以前より深まっているのが、観光や視察、研修の受け入れを行なう「大槌復興ツーリズム事業」(以下、復興ツーリズム事業)だ。朝日新聞社を皮切りに、KDDIや伊藤忠商事など有名企業の新入社員や幹部候補者、また震災復興学習の一環として岩手大学1年生を受け入れるなど、さまざまな人たちに研修を行なっている。

研修のプログラムはすべて「夢広場」のオリジナルというから驚く。しかもパッケージ化せず、各企業や大学の理念や力点に合わせて組み立てているそうだ。復興ツーリズム事業の企画を担当する臼沢さんは「まだヨチヨチ歩きですが」と謙遜しつつこう語る。

『「被災地で腹をくっけて取り組む人間から学べるものがあるんじゃないか」、それが出発点です。大槌町と各企業・大学が互いに抱えている問題点を見比べ、共感しながら自らの中に落とし込む。その過程で個々人の能力を開発していくことが目的です』

例えば、震災遺構として残すかどうか町民でも意見が分かれている旧大槌町役場庁舎の問題をテーマにする「リーダー育成プログラム」がある。5人1組に分かれ、1人が町長、残りの4人が副町長という設定でテーマについて話し合う。副町長が「震災遺構として残す」もしくは「残さない」の立場と理由を発表。町長は双方の言い分をじっくり聞いて決断する。町長役を入れ替えて何度も繰り返すという。

『「リーダーの決断が間違っていたら大槌町はおかしな方向に進んでしまう」とプレッシャーをかけます。白黒つけなければいけないシチュエーションで決断力を育てるのです」と臼沢さんは明かす。実際の大槌町の課題を題材とするため、生半可な答えは出せない。大槌町をフィールドとして、よそでは真似できないプログラムをつくり出している。

臼沢さんは、企業を呼び込むために2か月に1回は首都圏で営業活動を行なう。不特定多数の企業の前でプレゼンすることもあるが、「企業と接することで、私たちにも学ぶ点が多いのです」と言う。価値観もキャリアも異なる人たちの話を聞くことで、「被災しているからこそ視野が狭くなっているのかもしれない」と考え直すきっかけになるそうだ。復興ツーリズム事業は互いに得るものが多い。

## 高校生の職業観を広げたい

復興ツーリズム事業はまた別の可能性を育む。復興ツーリズム事業でつながった企業から「子どもたちのために何かしたい」との申し出があるからだ。

「夢広場」は以前から高校生向けのプログラムを行なっているが、タイアップ企業の得意分野を疑似体験させることで高校生たちの視野を広げようと取り組んでいる。

最近の例を挙げると、2014年2月から3月にかけてパークレイズ証券の協力を得て行なった「高校生による復興アントレプレナー」がある。これは小売店を立ち上げるプロセスを通じて、高校生が起業体験を行なうもの。大槌高校や隣接する釜石商工高校などの高校生24人が参加し「会社設立と店舗計画」「収支計画書作成と販売商品の決定」「商品仕入と店舗づくり」などまさに一から起業するワークショップを重ね、最後は東京の赤坂アークヒルズで岩手県産の海産物加工品や、お菓子、工芸品の販売も行なった。

高校生にこうした体験の場をつくる理由を、臼沢さんは「職業観を広げてもらいたいからです」と言う。実は、臼沢さんも岩間さんも上野さんも町外で暮らした経験がある。「いったん外へ出て故郷を考えることで見えてくるものがある」と口をそろえる。

復興には長い年月がかかる。だからこそ「新しい時代の人材たちと一緒にやっていきたい」というのが臼沢さんたちの願いだ。

「夢広場」が目指すのは、町民の成長をサポートする団体。「人の成長がなければ、町はよくなりません。そのために少しでも力になれば」と臼沢さん。「夢広場」の事務所には高校生たちが遊びに来る。起業や商売の相談で町民たちもやってくる。2011年11月11日に設立しておよそ2年半。これからも大槌町民の「夢が広がる場」としてあり続けるだろう。



「被災地だから……と肩肘張らずに、お酒を飲みに来てください」と話す臼沢さん(上)。「前回の東北電力のホームページを見て、会いに来てくれた人がいたんですよ」とうれしそうに話す岩間さん(中)。「いわゆる観光で来るような町ではないですが、住民と話をしたり笑い合ったりできますよ」と語る上野さん(下)



おらが大槌夢広場が高校生向けに行なっているプログラム。企業とのタイアップによってさらに内容が濃くなっている