



特別対談～震災を未来に「伝える」～

震災を経て様々なことを経験した私たちが未来に「伝える」べきことは何なのか？

伝えるべきことを様々な角度から復興副大臣にお聞きしました。



震災を未来に「伝える」

松井祐介理事長（以下、松井）：まずは復興副大臣就任誠におめでとうございます。地元であり、被災地のことをよくご存じの方が副大臣に就任されたことはこれから復興に向かう被災地にとって、非常に心強いのではないかと思います。

東日本大震災から6年半弱が経過しましたが、復興が進むにつれて、震災の記憶は少しずつ風化している現実もあります。私たちはこの震災を後世まで伝えていくための具体的な取り組みが必要だと考えております。

例えば、阪神・淡路大震災を経験した神戸ですと、冬の風物詩として定着した「神戸ルミナリエ」があります。犠牲者の鎮魂の意を込めるとともに、都市の復興・再生への夢と希望を託し、大震災が発生した1995年から開催されております。

仙台青年会議所でも、「キャンドルナイト」を毎年3月11日に勾当台公園にて行っております。市民の皆様にご作成していただく“未来に伝えるしあわせコップ”にろうそくを入れ灯し、震災時に全世界からご支援をいただいたことへの感謝の気持ちや、風化防止を目的としています。

土井亨復興副大臣（以下、土井）：仙台には季節ごとにたくさんのイベントがあります。その各イベントの中で「震災を忘れないでね」というメッセージを伝えていくことも必要だと思います。

松井：いまある各イベントと連携し、東日本大震災の状況を伝え続けることで、市民や東北に訪れた人々が震災の記憶を思い出すきっかけとなれば、風化も防げるのではないかと思います。

土井：被災地だからこそ、「教育」として学校で教えることも必要だと思います。震災以後に生まれた子どもたちも増えてきています。教育の中で、震災の状況はもちろんですが、防災の視点から、地震、津波がきたらどうすればよいかを考え教える機会をつくるべきです。

松井：私も同感です。過去に発生した大きな地震や津波被害について学校教育で伝えられていたら、東日本大震災の被害も抑えられたのではないかと考える時があります。ただ、起きてしまったことは取り戻すことができないので、これから未来を生きる子どもたちのために、伝えていくことが本当に大事なことだと思っています。

教育の一環として仙台JCでは「しあわせな黄色いハンカチプロジェクト」を行っております。有事の際、外から一目で安否確認ができるよう黄色いハンカチを吊るす取り組みです。震災を知らない世代にも震災の記憶を伝えて防災・減災の意識を高めていけるよう、本年度は学校（小学校・中学校）単位で教育の一環としてこの事業を開催させていただいております。

土井：学校内での授業だけではなく、遠足や社会科見学などで遺構を回り、手を合わせることで子どもたちに教える教育もあると思います。全国一律の教育ではなく、被災地だからこそできる教育、そして将来的には、全国の災害教育につながっていけば良いと考えております。そのためにも、地域のために頑張っている団体、企業の発想を聞き、街づくりに反映していきたいと考えております。

まちのビジョンを未来に「伝える」

松井：では、視点を変えて今後の仙台が復興を成し遂げ、さらに発展していくためには社会インフラの整備が必須だと思いますが、その中でも特に交通インフラの整備の面についてどのようにお考えでしょうか。

土井：インフラ整備を要望する自治体の姿勢として、予算がつくまでは熱心に動くけれども、予算がついたら満足してしまうくらいがあると感じています。私が国交副大臣のときによく言っていたのは「国が勝手にインフラ整備をしているわけではなく、各地方自治体の要望を受けてやっている。なぜ要望するのか、どのように街の活性化へ結び付けていくのかを造ったあとも検証し続けることが大事である」ということです。将来のビジョンを明確に持ち、どのような街にしたいかのプランを持って進め、造ったら終わりではなく、5年後10年後にプランを見直し、街の活性化につながっているのかを検証することが必要です。

また東日本大震災のときは、震災バブルのように仕事が増えました。道路の整備は「住民の命を守るための道」として整備してきました。しかし震災の復興事業が落ち着き、ソフト面に取り掛かろうとしている今、来年・再来年の見通しが不透明となり、公共事業が削減し、雇用が減ってしまう不安もあります。雇用があるからそこに住み着きます。地方の人口減少を前に、雇用を生み出し、生まれ育ち学んだ人たちが地元の企業に就職できる仕組みをつくっていくことも必要です。

松井：私も同感です。一時の雇用目的だけで、未来を考えずにインフラ整備を行うことには反対です。様々な角度で見る必要があるでしょうし、インフラ整備を行う本来の目的をしっかりと考える必要があると思っています。本年度、本会である日本青年会議所では、デフレからの完全脱却を目指し、政府のインフラ投資への積極的な財政政策を提言し、インフラ整備を促進させることで、物流効率の向上を図り、生産性の向上を達成しつつ需要を喚起するという好循環に転換させ、経済再生に導

くための運動を行っております。全国一斉署名運動もそのひとつです。ただ、その運動もやはり、もっと本来の目的を市民の皆様にも周知しないと賛同は得られないと思っています。自治体をバックアップできる体制と予算についてどうお考えでしょうか。

土井：現状復旧ではなく、震災前の街以上に、活力があり誇れる街をつくっていくためには、もっとチャレンジができる体制作りが必要です。国は一日も早く復興を成し遂げたいと考える被災自治体をもっと信じ、復興交付金を柔軟に使えるようにしていかなければいけないと考えています。

またサポート体制をしっかりと構築していくことも必要です。宮城復興局の人員にしても、最初は30人足らずで宮城県の広範囲な被災状況を把握するのはとても困難でした。現在は約110人に増え、各被災自治体と連携を取りながらやれていると思っています。これからは今以上に課題をあぶり出し、それをどう解決していくか、今以上に連携を強化し進めていくことが必要になってくると思います。

例えば、要望に対して、復興交付金の基幹事業や効果促進事業などの復興庁のメニューでは対応できないそうだが、地方創生や特区としてできるのではないかなど、解決する手段を国としても一緒に考えていく役割を担っていくことが重要です。

松井：それでは仙台市の今後の復興・発展に向けた具体的な動きについてお考えを教えてくださいませんか。

土井：仙台市は奥山前市長はじめ、皆様の頑張りでも5年間の復興計画がほぼ終わりを迎えています。課題はまだ山積みです。また、宮城県の復興進捗率で考えると、仙台市以外は平成32年までの復興に向けて取り組んでいるが大変厳しい状況です。

復興公営住宅ができて移られてからのコミュニティの形成、さまざまな理由で仮設住宅から引っ越すことができない方のケア、移転元地の問題など、これから直

面していく被災地の課題があります。復興庁が調整役となり、関係省庁と連携しながら課題解決の道筋を被災自治体や被災された皆様へ示していくことが復興副大臣に就任した私の使命と考えています。



私たちのまちを世界に「伝える」

松井：続いて、まちの未来を考えた時に地域経済を発展させる可能性のあるインバウンドについてお考えを聞かせてください。仙台青年会議所では本年度、インバウンドの取り組みとして、民間外交として台湾と交流を行う事業を開催いたします。仙台市の大学生を対象に台南市派遣事業の参加者を募り、今後の地域経済の発展のために率先して行動する若者を育むとともに、今後の交流人口拡大の礎となる関係構築を目的にしております。仙台市の方向性に合わせた市民レベルでの交流を行います。

土井：仙台は東北の中心都市。多くのインバウンドの方々も、仙台を起点として東北へ観光にきています。私は、民営化された仙台空港は、国際空港として24時間体制にすることが望ましいと考えています。仙台空港は3000mの滑走路があり、どんな旅客機も迎えられるための整備はされております。東北の海外への玄関口として、東北のハブ空港である仙台空港の役割を再度考えていくべきです。

松井：インバウンドを考える時には、同時にアウトバウンドも推進していくことが最も重要だと思います。「日本に来てください！」の一方通行のPRでは成り立つものではありません。飛行機にしても、片道ではなく往復で考えないといけません。片道だけ人が乗っていても、継続した運行はできないと思います。

土井：仙台空港は国内線が厳しい現状があります。その原因のひとつとして、発信力が足りないと感じています。例えば、他の地域では地元紙に時刻表や空席情報がのっています。仙台市民で仙台空港から国内外でいける場所をすべて言える人はどれだけいるのでしょうか。まだまだやれることがたくさん

んあると感じます。

松井：その通りだと思います。仙台青年会議所だからこそ実現できることがたくさんあります。いただきました貴重なお話しやアイデアを今後の事業に活かしていきたいと思います。本年度掲げるスローガンである「やさしく、強く～未来に伝えるメッセージ～」のもと、しあわせを共感できる仙台の実現を目指し、これからも力強く運動を展開、発信してまいります。本日はどうもありがとうございました。

復興副大臣 土井とおるオフィシャルサイト

仙台創生

外国人観光客の需要を掴む

突然ですが外国人観光客が日本でどんな“おみやげ”を買っているか知っていますか。一時期、中国人観光客が炊飯器、ウォシュレットなどの電化製品を爆買していたことがニュースなどで話題になりましたが、外国人観光客全体を見ると日本に来て電化製品を購入しているのはほんの一部の人々です。では、何が売れているのか。観光庁による平成28年訪日外国人の消費動向調査によると1位は菓子類（65.0%）、2位はその他食料品・飲料・酒・たばこ（60.1%）、そして3位は医薬品・健康グッズ・トイレタリー（50.8%）となっています。

今日はその第1位である「菓子類」について注目したいと思います。

菓子類の中でも特に人気があるのがキットカット抹茶味、白い恋人、ロイスポテトチップチョコレート、六花亭マルセイバターサンドなどです。北海道のお菓子が多いと思いませんか？

例えば、白い恋人。私達日本人にとっては「北海道みやげ」の代表的な商品として北海道を観光や出張で訪れた方から頂く印象が強いものかもしれませんが、現在その固定観念を崩すような現象が起きています。先日、仙台空港の国際便発着ゲートにある売店を訪れた際、仙台土産の筆頭である「萩の月」を差し置いて、センターポジションに君臨していたのは北海道みやげであるはずの「白い恋人」であり、その横にはこれまた北海道みやげとして有名なチョコレート「ROYCE」が誇らしげに並んでいました。この現象は仙台空港だけでなく、日本全国の国際空港で見ることができます。

日本人は福岡なら「明太子」、名古屋なら「ういろう」などその土地ならではの名産品を好んで購入しますが、そもそも外国人観光客が購入したいのは福岡土産でも、名古屋みやげでも、はたまた仙台みやげでもなく、「日本みやげ」なのです。その結果、上記のように白い恋人が全国展開されたり、沖縄で青森のりんごや夕張メロンが売られていたりするわけです。外国人観光客にとっては都道府県という細かい単位ではなく、あくまで“日本で購入したこと”が重要なのです。

ここで皆さんに外国人観光客が“買いたくなる”ルールをお教えします。

- ①その商品が何か伝わっているか。
- ②日本ならではの生産法、加工法で作られているか
- ③海外では高価、または入手困難か

例えば“こんにゃく”。それが何からできているのかが伝わっていなければ、日本人がどんなにお薦めしたとしても全く売れないでしょう。ちなみにこの場合、「芋」からできていると説明すると安心してくれます。また、山形の山寺では柿巻という干し柿を伸ばして巻いたお菓子が台湾人観光客に大人気ですが、これも「柿」という既に台湾人が既に知っている果物を「冬に干す」という熱帯の台湾ではできない加工法で製造しているから売れるのです。

いかがでしたか。お菓子ひとつとっても日本人とは全く違うロジックでおみやげ買う外国人観光客。とはいえ、自分が外国に行った時のことを冷静に考えればそのロジックも理解できると思います。旅行者になった気持ちになって、マーケットインの考え方で彼らの需要をしっかりと掴むことが大切です。



1973年宮城県生まれ

アメリカ ワシントン州シアトル Roosevelt High School卒業(高校)、イギリス ロンドン Richmond University, International Business学科卒業(大学)、ドイツ ミュンヘンの語学学校をへて、現地IT関連企業、三井物産ドイツ支店へのサポート・エンジニアとして就労し、1999年にオーストラリア、シドニーでワーキングホリデーを活用しソフトウェア開発会社のヘルプデスクとして就労。帰国後、2000年-2004年パークレイズ・グローバル・インベスターズ信託銀行マーケットデータサービスエンジニア、2004年-2006年ドレスナー・クライノオート・ワッサーズティン証券会社にてマーケットデータサービスエンジニアを務める。

2006年株式会社ライフブリッジ設立(宮城県仙台市)。

2009年「日本人による日本人のための英語塾」開設。

現在は、最短2日間で英語接客がマスターできる「外国人おもてなし講座」の他、7カ国語での翻訳、世界17カ国への留学斡旋の他、企業とグローバル人材をつなぐ人材紹介業務を行っている。

株式会社ライフブリッジ

本業を通じて仙台を支えるJAYCEE

320年前から守り続ける歴史と伝統の仙台駄菓子



創業は1695年（元禄8年）です。町人の台頭で社会は活気を増し、文化や産業が発達した平和な元禄時代から熊谷屋は創業当時と同じ場所で一貫して菓子作りを続けています。店の前の道路は、江戸五街道の一つで、参勤交代路としても使われていた奥州街道です。建物は仙台空襲で焼けてしまい、再建された後、平成2年に現在の店に改装されましたが、江戸時代からの間口6間（約10.9m）、奥行き25間（約45.5m）という細長い土地は昔の地割りのままです。

仙台駄菓子は郷土銘菓として現代に受け継がれた伝統菓子です。もともとなったのは、糯（ほしい）といって、米を煮たり蒸したりしたうえで天日に干した保存食で、参勤交代の携帯食や戦時の兵糧とし

でも使われていました。平和になった元禄時代に糯の在庫が増えたことから、庶民に払い下げられるようになり、初代の治三郎が工夫を重ねて様々な菓子を作り始めました。現在でも材料や使う道具は当時とほとんど変わりません。粉にしたもち米、あられ状にした餅、大麦を煎ってひいた香煎粉（はったい粉）などが主原料で、保存料などは使っていません。変わった点は大きさと柔らかさです。昔の人は甘いものを好んで食べていたようで、大きい駄菓子が主流でしたが、今は以前と比べると小さくなり食感も柔らかくなっています。

また駄菓子それぞれの名前も昔から変わりません。ウサギがクルッとまるくなっている様に似ている所から「うさぎ玉」、出来上がった姿がゴボウに似ていて、それをカットすることから「ごぼうきり」など、多くが昔から身近にあるものをヒントに命名されており、当時の庶民生活の様子や職人のユニークさを名前から垣間見ることができます。

駄菓子作りの難しい所としてはレシピがない所です。弟子は先輩職人がそれぞれの駄菓子を作るときに升で量る配合を頭に入れて覚えなくてははいけません。今でこそ一部に機械が導入されていますが、ベテラン職人の長年の経験と勘を頼りにその日の気候や湿度に応じて、微調整しながら作られています。

仙台駄菓子の大きな特徴として、種類の豊富さがあげられます。最盛期には50～60種類ほどの駄菓子が作られていました。全国各地で多くの種類の駄菓子が受け継がれていますが、一つの地域でこれほど多彩な駄菓子を作り続けているのは仙台だけです。これからも320年前から伝わる多彩な技を受け継ぎ、伝統の味を守り続けていきたいです。また若い人たちにもぜひこの味を知ってほしいと思います。



プロフィール

熊谷 典博氏

仙台青年会議所特別会員（平成23年卒業）

有限会社元祖仙台駄菓子本舗熊谷屋 10代目

有限会社元祖仙台駄菓子本舗熊谷屋

色のしかけから持つべきビジネスの視点

私のセミナーの事例の中で、ピンク色を使って成功したログハウスの会社の話がある。施工前は、青色を使用。

すると、セミナーの取材に来ていた新聞記者が何を思ったのか、「ピンク色には売り上げをアップさせる力がある」というタイトルで記事をまとめられ、観光用のタクシーを始め、お店の看板や外観もピンク色に……。

その街中がピンク色になろうかという異常事態になりそうだったことがある。色に摩訶不思議な力があると思ったか。そんなものはない。

さて、ログハウスの会社の経営者は何を見たのだろうか？何に気づいたのだろうか？

そこが私のセミナーでは大事でビジネスの視点に当たる。そして、もうすでにこれまでのコラムの中にも出ている。わかっただろうか？

うえた さより プロフィール



集客コンサルタント、マーケティングプランナー

株式会社ローズ・ウェッジ 代表取締役

企業、自治体の集客に努める。コンサルティング、執筆、セミナー・講演業。集客に心理的アプローチを高めて売るという方法を生み出したのが特徴であり、これからの売りづらい時代に必要だと説いている。著書に「たった1秒の『イメージ色』で行列店に変わる」（経済界刊）がある。

[公式ホームページ](#)

仙台JCの歴史を紐解くー未来へ伝えるメッセージー

～わずか7ヶ月で仙台初の国際スポーツイベントを誘致した仙台青年会議所の底力～



1986年7月20日、ジャパントライアスロンシリーズ 仙台国際大会



1986年、ジャパントライアスロンシリーズ 仙台国際大会

仙台青年会議所がジャパン・トライアスロン「仙台国際大会」を主管した1986年は、私が当会議所に入会してちょうど10年目で理事長に就任した年でした。ちょうどバブルの頃で、華やかな時代でしたが、私が理事長として掲げた基本方針は、1.時代を担う青年経済人の育成、2. JAPAN. SENDAI を売り出す、3. ロマンある仙台の総合ビジョンの3つでした。

中でも、国際都市である仙台、JAPAN. SENDAIを世界に売り出すことに注力し、小さい規模でも良いので、国際大会を誘致できればと動いておりました。当時は、各地でマラソン大会が開催され、全国放送で流れていたのを良く目にしておりました。そこで、何か全国に発信できるスポーツイベントを出来ないのかと考え、国際交流委員会を設立して、世界から人々が集まる国際スポーツ大会を誘致する運びとなりました。

どのようなスポーツを誘致するかが難題でしたが、知名度はまだ低かったものの競技人口が増えつつあったトライアスロンを候補に考え、1985年12月25日に東京の国際トライアスロン連盟日本支部を訪ね、事務局長と面談しました。この時、既に35の都道府県が大会誘致にエントリーしており、仙台青年会議所は36番目という遅いスタートとなってしまいました。しかし、何とか大会の誘致を実現したいという想いを抱き、翌日26日には、副知事、仙台市教育長及び、県や市の皆様との折衝を行い、2日後の27日に当時の石井仙台市長にお会いして、誘致の相談をしました。その結果、市長の快諾を得て、1986年1月より、国際トライアスロン大会の誘致運動を本格的に、かつ急速に進めました。

同時に、マラソンや自転車に適した道路、水泳コースなど、トライアスロンのコース選定に奔走する日々が始まりました。さらに大会誘致のエントリー締め切りが1月13日であり、大変短い期間で企画書を作成し、ギリギリの中で、何とか申請しました。その後、2月8日に協会のアジア支部長及び日本支部長を兼任されていた元巨人軍の長嶋茂雄氏から仙台市長との面談希望の連絡がありました。市長に直接お願いし、わずか2日後の2月10日に長嶋茂雄氏と石井市長との面談が東京にて実現し、仙台の決意をお伝えしました。そして、3月1日に仙台で開催することが連盟から通達され、そこから実行委員会を結成し、大会実施に向けた具体的な活動が始まりました。

しかしながら、国内ではトライアスロンの大会を連盟が前年に熊本で一回実施したのみで、大会開催に関するノウハウがほとんど無い状況でした。マラソン、自転車、水泳の各連盟とやり取りしながら、実施に向けて活動していきましたが、中でも県警から道路使用の許可を頂くことに一番苦労しました。当時は、道路使用の許可書発行の実績が少なく、なかなか許可が降りませんでした。毎日ように宮城県警本部に通い、石井市長の助けを借りながら、ご理解を得て、許可を頂くことができました。

また仙台港の使用許可を宮城県から既に頂いていたのですが、4月になってから海上保安局の許可が必要であることが判明しました。そこで申請書を提出するために海上保安庁を伺ったところ、「国際貿易港で泳ぐ事例は世界を探してもない」と許可を断られてしまいました。ここでも人脈を活用して運輸大臣に直談判し、何とか許可を得ることができました。

そして、7月20日に仙台初の国際スポーツイベントが開催されました。参加者は516名（応募者数は1500名以上）、テレビでも全国放送され驚異的な視聴率を上げました。また米国トライアスロン連盟会長より「ここまで管理が行き届いた大会は初めてだ」と絶賛され、大会そのものも大成功理に終わらせることができました。

この成果は、大森委員長をはじめ委員会・仙台青年会議所メンバー・市役所担当課の不眠不休の準備作業と宮城県警・自衛隊・各諸団体・多くのボランティア皆様の協力、まさに「オール仙台の力」が結集された成果だと私は深い感銘を受けるとともに、関係した人々の熱意の素晴らしさに心から感謝しております。

第4回以降は、七ヶ浜町主催でトライアスロン大会が継続されて今年で23回目を迎えております。

プロフィール

高橋 雅樹氏



公益社団法人仙台青年会議所 第35代理事長

平成元年卒業