事例No.	2579
公表年度	R5
団体の属性	その他
団体名	株式会社あきた森の宅配便

事例区分	地域活性化

タグ	・関係人口 ・地域運営組織 ・観光

事例種類	地域資源の活用

事例内容・タイトル

株式会社あきた森の宅配便

出典

平成27年度ふるさとづくり大賞事例集

一般社団法人ISHINOMAKI2.0　宮城県石巻市

概　要

東日本大震災を経験した石巻というまちを、震災前に戻すのではなく、新しいまちへとバージョンアップさせるために団体を設立。人口流出、コミュニティの希薄化など、震災前から抱えていた問題を解決するため、地域内外の人を結び、既成概念に捉われないまちづくり活動を展開。「石巻STAND UP WEEK」、「2.0不動産」、「いしのまき学校」などの各種取組は、閉鎖的であった地域を開き、被災地石巻の新たな展開を目指している。



評価された点

・震災復興の取り組みとして勢いがあることが評価される。人と人をつなぐことや今までと違った新しいことへの挑戦はおもしろい。雇用につながってきていることが何よりだと思う。
・地域の課題（震災からの復興）という点において新たな視点から精力的な活動を行っている。
・20代、30代の若者が地域づくりを牽引する好事例で、被災地以外の地域でも取り組める事例。
・まちを震災前の姿ではなく、新しいまちへとバージョンアップさせるために、地域内外の人を繋ぐ、独創的な取り組みは、震災復興の新たな形として評価できる。また、高校生を対象とした教育プログラムは将来の定住に大きく期待できる。



株式会社あきた森の宅配便　秋田県小坂町

概　要

少子高齢化等が全国一進む秋田県であるが、はっきりした四季の変化により自然の恵みがとても豊かである。地元の人々はその価値に気づいていない人も多く、口を揃えて「ここには何もない」と言う。しかし「ここにしかない価値」もきっとあると思い、地元の高齢者の人たちと一緒に自分たちの得意分野である「山菜採り」を活かして外に向かって生きがいを再び見つけられると考えた取組である。



評価された点

・地域の目利きが主体となる活動は、直接その価値を知る人とのマッチングによって、より価値の高まるものとなる。地域に眠る資源を地域の名人によって光を当て、「地域の宝」を直接届ける「里山便」は成長幅の高い地域づくり活動と思われる。
・WEBとリアル（山の名人）を上手く組み合わせたユニークな事例。運営を売上で賄う自立性も高い評価。
・地元の素材と人財を活かした、winwinのプロジェクト。
・新鮮な天然山菜を食べたいと願う消費者と、山菜とりの名人の生きがいをうまくマッチングさせたユニークなプロジェクトである。山間に暮らす高齢者にとってはごく日常の仕事を、誇りの持てる、輝きある仕事に変えるこの取組みは、町おこし、村おこしの材料がないと嘆く他の中山間地域にとっても一つのモデルとなりそうだ。

