



2014 年度活動報告書

2015 年 1 月 31 日

南三陸町の未来のためのお手伝い

1



1. 復興には人材育成が重要です。

北に気仙沼市、南に石巻市と10万人を超える人口を持つ宮城県の沿岸部最大の都市に挟まれた地域、南三陸町。リアスの絶景・神割崎、そして志津川湾を一望できる霊峰、田東山。海と山の大自然に恵まれたこの地域は、大自然と共存共栄してきた歴史があります。その大自然が猛威を振るった東日本大震災。

現在、旧市街地の盛り土工事や災害公営住宅建設、防潮堤建設など、生命・財産を守る工事が急ピッチで進んでいます。しかし、町を元気にしていくための産業振興はまさにこれからです。

震災後、人口は12,000人程までに激減し、人口の流出に歯止めがかかっていません。元々、南三陸町は、被災地であると同時に過疎化に悩む地域でもありました。この町が復興していくためには抜本的な過疎化対策とも向き合う必要があります。

震災直後からスタートした緊急雇用対策事業も2014年度末をもって終了。商工業・観光業が復旧していない中で、本格的に町の産業の自立が求められています。就労に苦しむ若い世代の町離れの心配がある一方、Iターン組を含め町に留まり、町の復興に寄与したいという意向を持つ若者たちが少なくありません。

南三陸町の真の復興を目指すためには、これからの町の将来を担い、新しい活力を創造できる人材の育成であることは言うまでもありません。【南三陸町の未来】を創り上げることの出来る人材。町のインフラ工事と共に重要な事業がこの人材育成です。

2. ここで、南三陸町にとって必要な人材とは、どういったものでしょうか。

もちろん、これまでのように産業振興を担い、過疎化に歯止めをかけていくことは重要です。でも小さいながらも心身ともに充実した暮らしの出来る町、真に人間らしい幸せな暮らしの出来る町を再定義出来る人材、そんな人材こそ、これからの南三陸町に必要と言えるのではないのでしょうか。

今、広告分野では産業の振興・成長のみを求めるマーケティング・コミュニケーションだけでなく、社会的課題を解決できるコミュニケーションを目指した取り組みが進んでいます。そこで研究されている最先端技術は、広告分野に留まらず、企業経営から町づくりに至る様々な課題解決に貢献しています。

経済成長の原理原則に囚われず、自然や人々との共生を前提に、町に暮らすことの本当の意味を考え、そのための課題解決を可能にするスキル・ノウハウを持ち、持続的に取り組めるこれからの担う人々。

私たちが必要と考える人材は、このような人材像だと考えています。

活動概要



支援活動名・・・・・・・・・・・・・・・・ 南三陸町の地域活性及び産業振興のための次世代人材育成事業

支援活動概要・・・・・・・・・・・・・・・・ 被災地域の復興支援を目的に、当該地域で生活・活動する高校生から地域産業を担う若手事業者を対象に広告分野の専門チームの指導の下、広告的手法を用いた課題解決のスキルと知識（コミュニケーションデザイン）の習得に向けた講座を開催。未来の街づくりのため、地域の再活性化のための人材育成を実施し地域産業振興へつながることを目指す。

活動実績概要・・・・・・・・・・・・・・・・ 2014年6月より11月まで毎月1回、合計6回、計39時間で開催。広告的手法を用いた課題解決（コミュニケーションデザイン）の基礎や、プロジェクトを企画する為のスキルを学ぶ。また、受講者それぞれが抱える課題を参加者それぞれの自分事として捉え、自ら考え、自ら探求し、気づく「場」づくりと「絆」づくりに努める。

活動期間・・・・・・・・・・・・・・・・ 2014年6月～2014年11月/計180日間

実施会場・・・・・・・・・・・・・・・・ 南三陸ポータルセンター

活動人数・・・・・・・・・・・・・・・・

1. スタッフ2名
2. 講師6名
3. ファシリテーター2名
4. ボランティア3名
のべ13名

連携していただいた団体・・・・・・・・

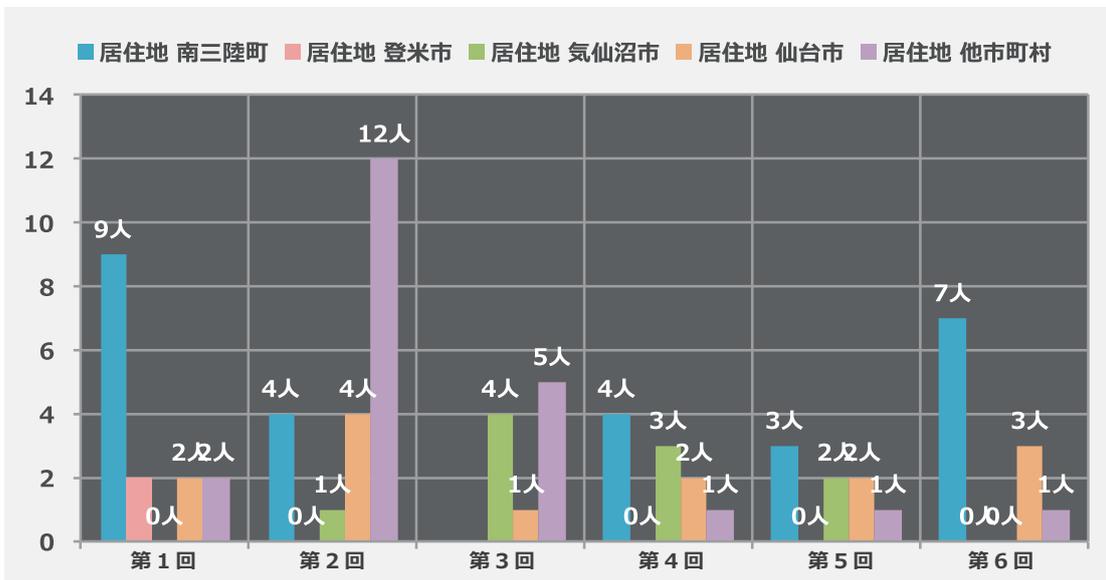
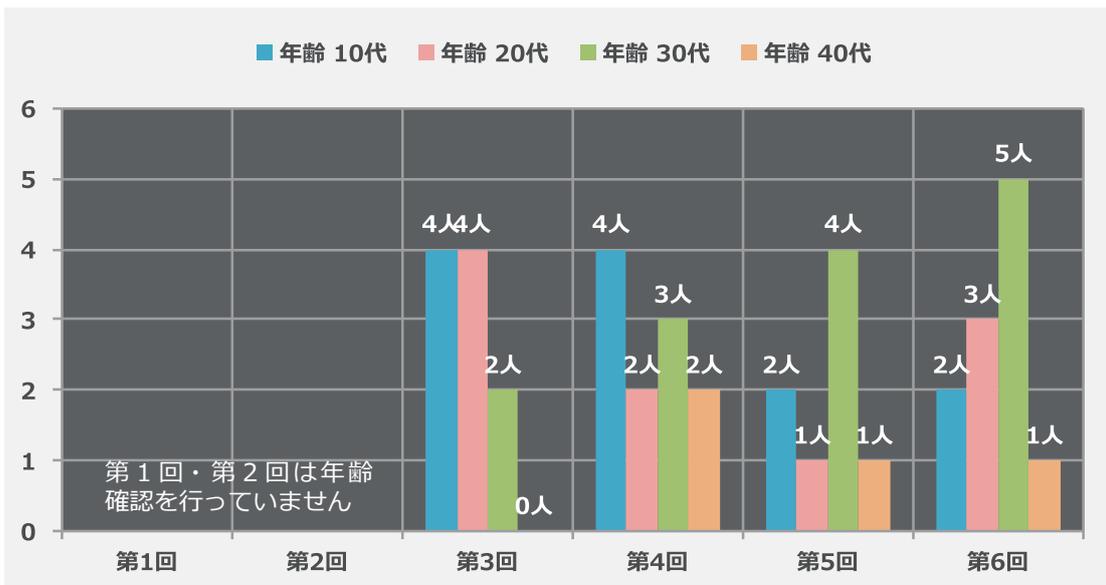
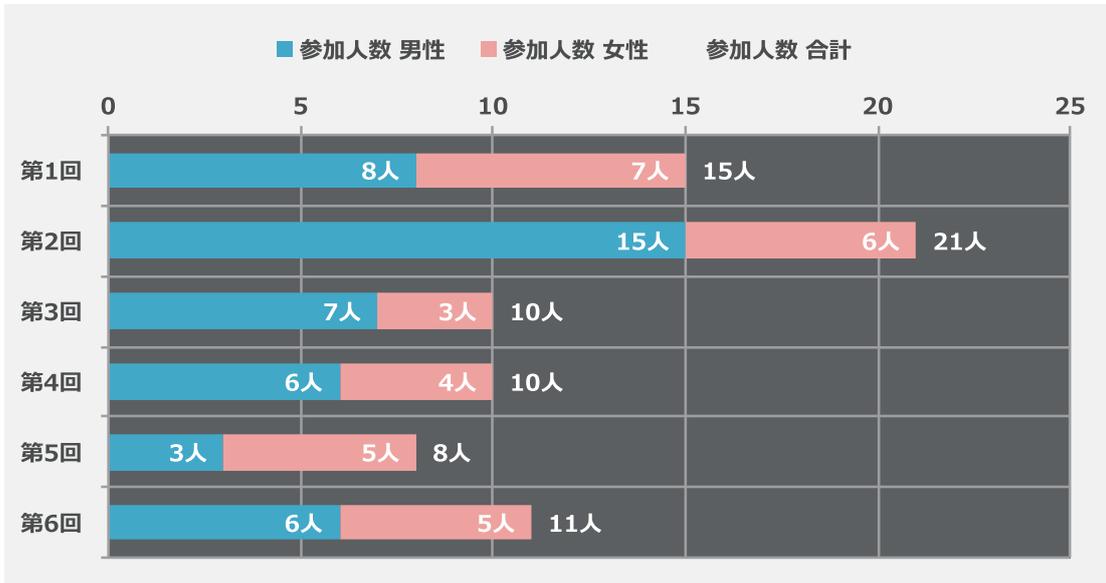
1. 南三陸町役場
2. 一般社団法人南三陸町観光協会
3. 一般社団法人南三陸町復興推進ネットワーク
4. NPO法人底上げ

支援活動の対象者元の居住地・・・・・・・・

1. 宮城県本吉郡南三陸町
2. 宮城県気仙沼市

人数・・・・・・・・・・・・・・・・ セミナー参加者 のべ80名

受講者概要



第1回

22

6

相手に伝わらなきゃはじまらない！

伊藤光弘氏

(株) 電通東日本プランニング・プロデュース3部長クリエイティブ・ディレクター



「伝える」ことをテーマに日常で相手に何かを伝えるに必要な基本的な考え方、技術・知識を学ぶ。

1. 広告分野の専門家を迎え「伝える」について学ぶ

◆ 伝えることとは

- (1) 伝わらないことが大前提伝わらないことが大前提伝わらないことが大前提伝わらないことが大前提伝わらないことが大前提
- (2) 伝わらないことが大前提
- (3) 伝える相手を知る
- (4) 伝え方を工夫する
- (5) 愛情や誠意を込める

◆ コミュニケーションデザインとは

- (6) 相手に何かをして欲しい（買って欲しい）
- (7) そのために相手に何か（自分の思いとか、のすばらしさ）を伝える
- (8) その“伝える”ための作戦がコミュニケーションデザイン
- (9) 作戦によって作られた手段が様々なコミュニケーション

2. 受講者が「伝える」ことについて考える

- (1) 講義後、受講者が二人一組になり「伝える」ことについてワークショップ形式の実技で実践
- (2) 伝えること、伝わることの難しさを感じつつ、発想力・表現力などの基礎技術を学ぶ
- (3) 4班のグループに分かれてグループで「伝える」ことについて考える

3. 受講者が「伝える」ための作戦を組み立てる

- (1) 受講者が好きなモノ、コトを決め、それについてA4用紙1枚1枚にイラストや単語で記入（個人ワーク）
- (2) 最終的に1枚の大きな紙にまとめて各々が発表
- (3) なぜ好きなのか、どんなところに特徴があるのか、どの様にしたら聞き手に興味を持ってもらえるのか、これまでの講義で学んだ方法をいかしつつ1人ずつ発表

4. リフレクション

- (1) 受講終了後、グループワークで振り返りを行い、共有する。
- (2) 今日いちにち、感じたこと、考えたこと、気がついたこと
- (3) 明日から（伝えるとき、コミュニケーションをとるときに）やってみたいこと

20

7

共感を呼ぶプロジェクトのつくりかた

並河 進氏

(株) 電通ソーシャル・デザイン・エンジン部部長クリエイティブ・ディレクター/コピーライター



「nepia 千のトイレプロジェクト」「ハッピーバースデー 3.11」「世界手洗いの日」プロジェクトの紹介、プロジェクトに必要な資金の集め方、共感を呼ぶ為に必要なポイントなどを講義で学ぶ。

1. 共感を呼ぶプロジェクトとは、について学ぶ

◆ 共感を呼ぶためのポイント

- (1) ・自分がいまやっていることを少し変化させて、より共感を集めるカタチにする
- (2) ・自分にできることを応用して、まちや社会をよくする新しいことをはじめる
- (3) ・このプロジェクトが必要だと考え、そこに自分の力だけではなく、いろいろな人の力を集め、実現していく

2. プロジェクトを企画する際に有効な発想法「アイデアのかけ算」を学び、企画する

- (1) 「まちや社会のためにやりたいこと、すべきこと」×「自分にできること、得意なこと、好きなこと」をポストイットに書き出す。
- (2) ポストイットを無作為にピックアップして即興プロジェクトを考え、さらにその発想を広げる。
- (3) この発想法をまずは個人で、次にチームでシェア。最後にチームで一つの企画書に仕上げる。
(例) 南三陸復興×アウトドア
⇒3日間で南三陸人になるキャンプ
⇒キャンプを通して自然、地元の人たちとの交流をはかり、もっと南三陸を知ってもらおうとともにファンになってもらう。

3. プロジェクトの発表

- (1) チームごとにプロジェクトを発表
- (2) 並河氏よりより実現可能にするためのアドバイスなどの公表

4. リフレクション

- (1) 受講終了後、グループワークで振り返りを行い、共有する。
- (2) 今日いちにち、感じたこと、考えたこと、気がついたこと
- (3) 明日から(伝えるとき、コミュニケーションをとるときに) やってみたいこと

第3回

24

8

アホのチカラで町を救う

日下 慶太氏

(株) 電通関西支社関西クリエイティブ局コピーライター／写真家／セルフ祭顧問



「文の里商店街」や「セルフ祭」など、街の活性化に成功している日下氏を迎え、プロジェクト紹介をもとに町をちょっと変える為に必要なエッセンスを学ぶ。

1. プロジェクト紹介

- (1) 「面白い」 + 「社会にいい」 + 「自分にいい」 ことが
- (2) プロジェクトを続けるポイント
- (3) この取り組みによって2倍の集客になった
- (4) 1億円相当の広告費効果があった

2. 南三陸さんさん商店街へ取材 ・ ポスター制作

- (1) 受講者が1人1枚を目標にポスター制作を開始
- (2) 取材先を決め南三陸のさんさん商店街へインタビュー
- (3) コピーワークをメインにポスター制作
- (4) 日下氏ポスター制作にあたり一人一人にアドバイス

3. 制作ポスターの発表

- (1) ポスター発表 (全員ポスターを完成)
- (2) 日下氏からよりコピーに関する講評

4. リフレクション

- (1) 受講終了後、グループワークで振り返りを行い、共有する。
- (2) 今日いちにち、感じたこと、考えたこと、気がついたこと。
- (3) 明日から (伝えるとき、コミュニケーションをとるときに) やってみたいこと

21

9

インターネットを使いこなす

佐藤 慧氏

株式会社 DMP プランナー



インターネットの登場によって変わった情報の収集や伝え方や鮮度の高い情報の集め方やインターネットを駆使した情報発信のテクニックなどを学ぶ

1. インターネットを使いこなすために必要なこと

- (1) 情報収集のためのツール紹介（ツイッター、facebook、feedly など）
- (2) 得たい情報を収集するためには、自らも優れた情報をアウトプットすることの必要性について解説
- (3) 情報をアウトプットする為の 10 か条を紹介
- (4) 書籍「お店にファンをつくるウェブ発信の新ルール」仲島ちひろ（箱庭）（著）から向こう側に人がいるということを忘れず、つながりを維持するためにも投稿、発信を続ける

2. 普段みんなが悩んでいることを書き出し、共有

- (1) グループワークから、各々抱えている悩みを書き出す。
- (2) その悩みを web サービスを使ってどう解決するかという問題解決方法に挑戦。

3. リフレクション

- (1) 受講終了後、グループワークで振り返りを行い、共有。
- (2) 各々の感想を facebook から発信
- (3) 今日いちにち、感じたこと、考えたこと、気がついたこと。
- (4) 明日から（伝えるとき、コミュニケーションをとるときに）やってみたいこと

第5回

19

10

商売に必要なホスピタリティの基本

佐々木圭氏

仙台伝承千年の宿 佐勘 社長室長



震災後は様々な難問にぶつかり、業績にも影響が現れた伝統ある老舗旅館佐勘。その直後の社員の取り組みにより見事に復活を遂げてV時回復を果たした取り組みについて学ぶ。

1. 佐勘復活への取り組みの核「ホスピタリティ」の考え方

- (1) ホスピタリティと商売の関係
- (2) ホスピタリティとお客様との関係性
- (3) 佐勘流おもてなし
- (4) 企業ブランドの考え方
- (5) 三方良しの考え方（世間が認めるおもてなし）

2. 永く続くビジネスの根底にあるもの

- (1) 佐勘復活への取り組み、そこに大きく関係する「ホスピタリティ」の考え方や、
- (2) 佐勘流のおもてなし、おもてなしの向こう側に見える「ひと」づくり、「ひと」こそが永く続くビジネスの根底であることを学ぶ

3. 観光資源としての「さんさん商店街の未来」について考える

- (1) 個人ワーク
- (2) 「磨ける資源」×「アイデア」×「ひと」をポストイットに書き出し、そこからできる新しいコトを発想
- (3) グループワーク
- (4) アイデアをシェアし、最後にチームで一つのアイデアに仕上げる

4. リフレクション

- (1) 「磨ける資源」×「アイデア」に「ひと」をプラスすることによって今ある資源を利用して新たな資源として生まれ変わること、そこには「おもてなしの心」が大切であるという事を学ぶ

23

11

語り尽くそう！ボクらのまちづくり

石川 淳哉氏

株式会社ドリームデザインプロデューサー／ファウンダー／CEO
公益社団法人助けあいジャパン創始者副会長／理事／情報レンジャー隊長



地元のために何が必要なのか、それとも必要ではないのか、震災復興のためになにができるか。これからどうしたらいいのか、その為にコミュニケーション塾はどうあったらいいのか。南三陸での生きかた、自分の人生について、コミュニケーション塾スタッフ含め一人一人深く濃く語る。

1. 1. 今抱えている悩み、気がかりなこと、課題を一人一人カミングアウトする

- (1) ・地元のこと自分の人生のこと
- (2) ・自分になにができるか
- (3) ・復興とはなにか？

2. 2. 南三陸と都会の違いの IN & OUT

- (1) ・それぞれの良いところをポストイットに書き出し、ホワイトボードに張り出しグルーピングする。
- (2) ・IN & OUT を見つめ直し、これからの方向性・目標・タグラインをみんなで一緒に語り合う。

3. 3. 地元と自分の将来を考える／地元での生き方を考える

- (1) ・カミングアウト、IN & OUT を行った上で改めて地元との関わりについて語り合う

4. 4. リフレクション

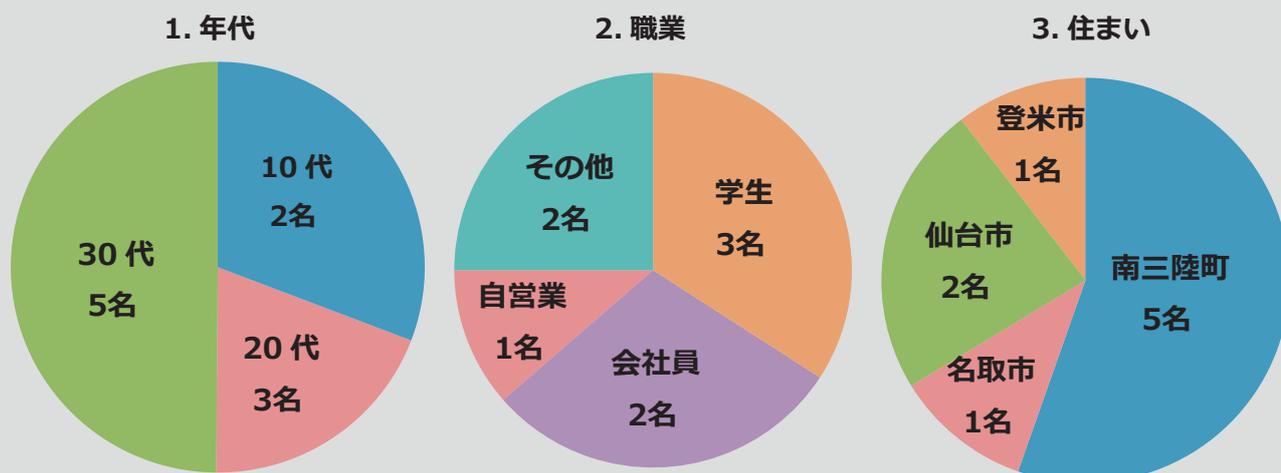
- (1) ・講座修了後、改めて一人一人振り返りを行い、発表し、共有する。
- (2) ・あたらめて南三陸について思ったこと
- (3) ・これからの自分のこと

今回の地域活性コミュニケーション塾は、最終的には結果を求めるのではなく、みんなで話し合いそこから生まれる「絆」を深めることを目指す講座とした。

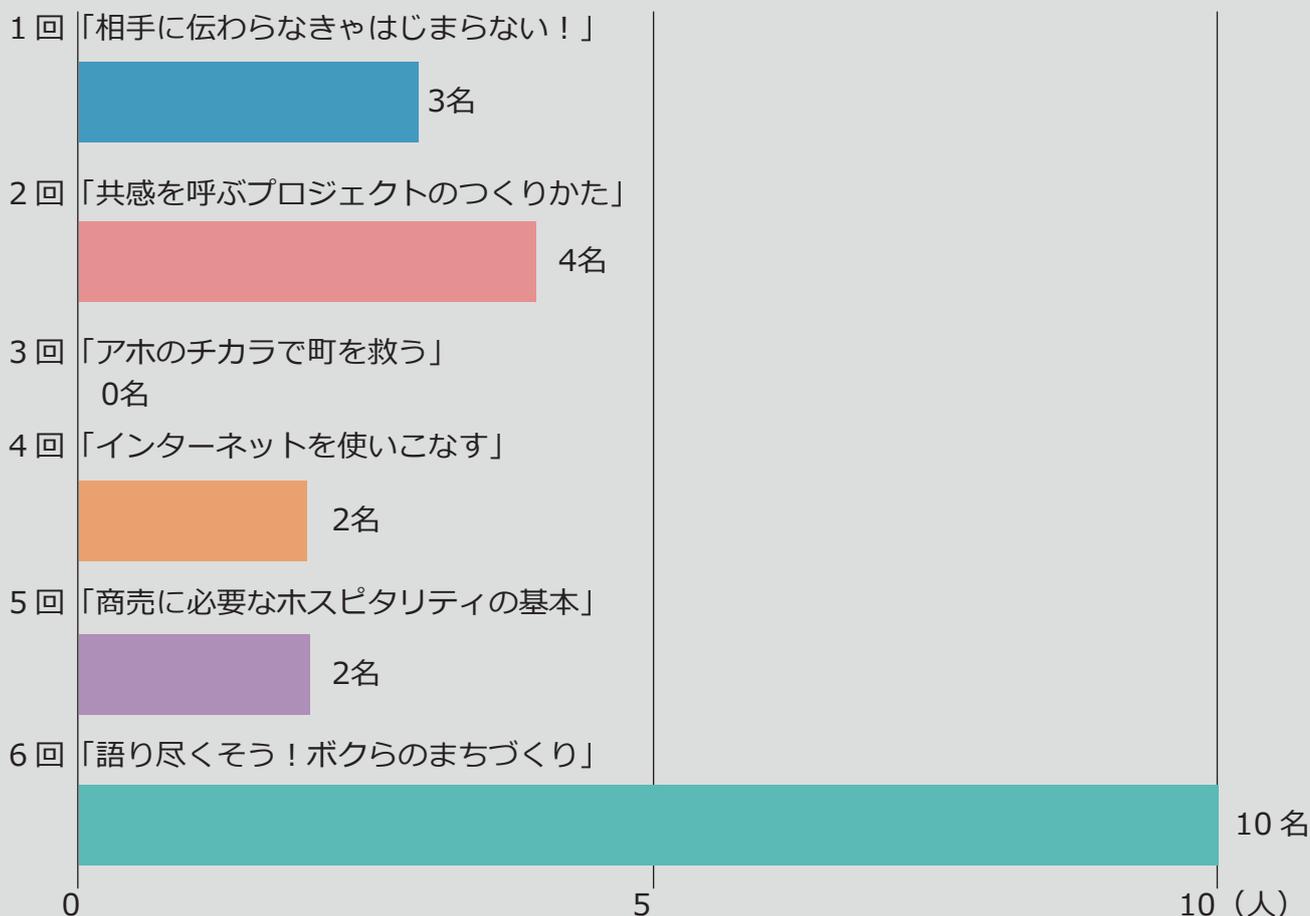
受講者アンケート

このアンケート集計結果は【第6回】の受講者を対象としたもので、受講終了後にアンケート調査を実施しました。このため当日受講できず、過去に受講された受講生の意見及び数値は反映されていません。

アンケート解答者プロフィール



1. これまで地域活性コミュニケーション塾で受講されてきた講座名を教えてください。また、なぜ受講をしようと思ったのか《理由》をお聞かせください。



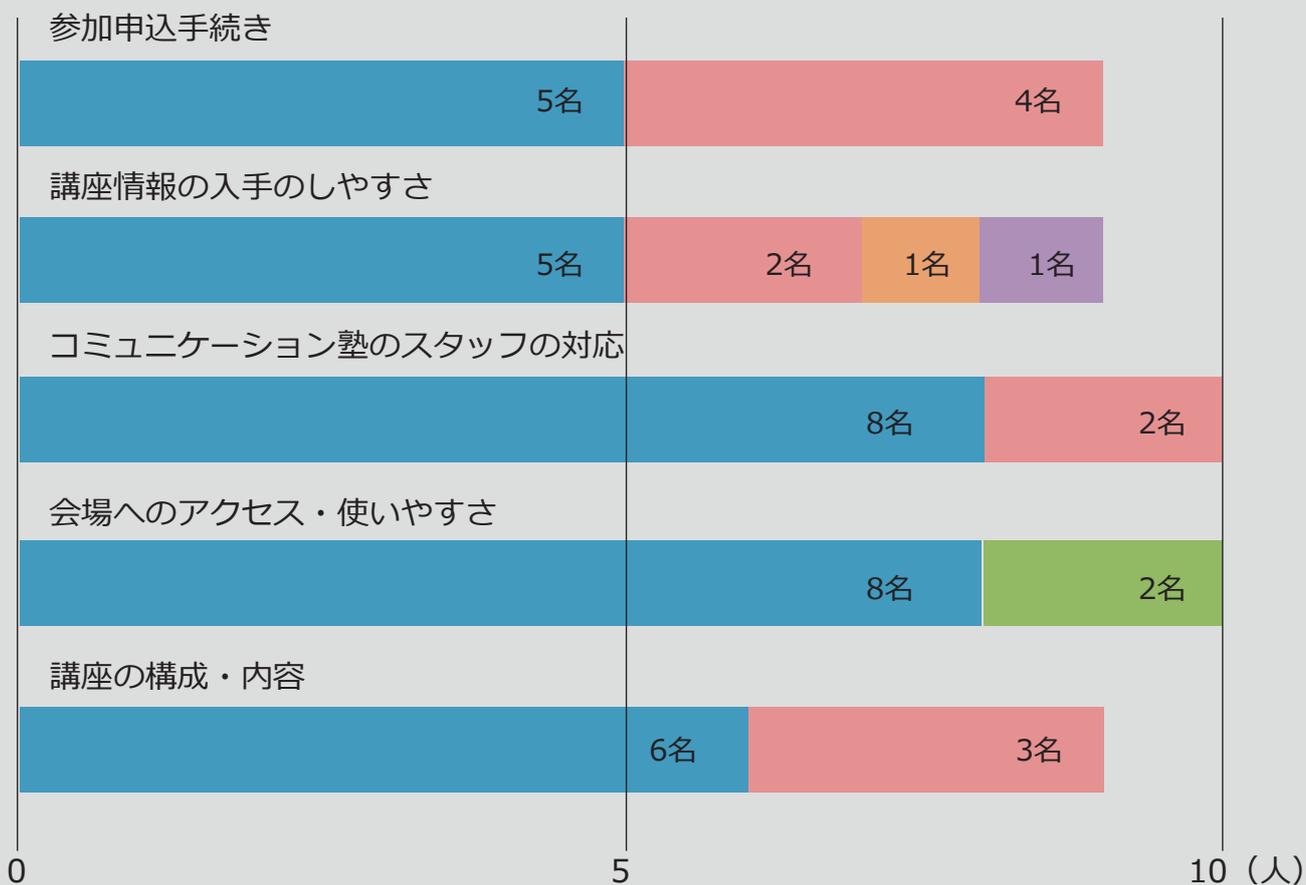
《理 由》

- 【第1回】** 相手に自分の考えを伝えるのが不得意だったから
コミュニケーションの基本を学んでみたかった
コミュニケーションがうまくなりたい
- 【第2回】** 企画、発案のスキルアップをしたかったため。
1回目面白かったので2回目も。
社内で交流活動を企画し始めたので、テーマにも興味があった
取材のため
色々な人を巻き込みたい
- 【第3回】** 記入なし
- 【第4回】** 以前から参加しようと思っていて日程があわなかった
広く発信したい、情報を上手く整理したい
- 【第5回】** 商売をしている身で得られるものがあると思った
佐勘の社長室長に会ってみたい
- 【第6回】** 他の方々の考えを聞いて参考にしたかったため。
最後なのでぜひ参加したかった。
本音で語るというテーマも気になったなにか生まれそうで気になった
参加者が何を考えこの町をどうしていくのか。その方向性を見いだしたかった
様々な人にあえることに期待した
知人の誘い
最後の盛り上がりを見てみたい
最後だから、知らない人に会えそうだったから、休みだったから

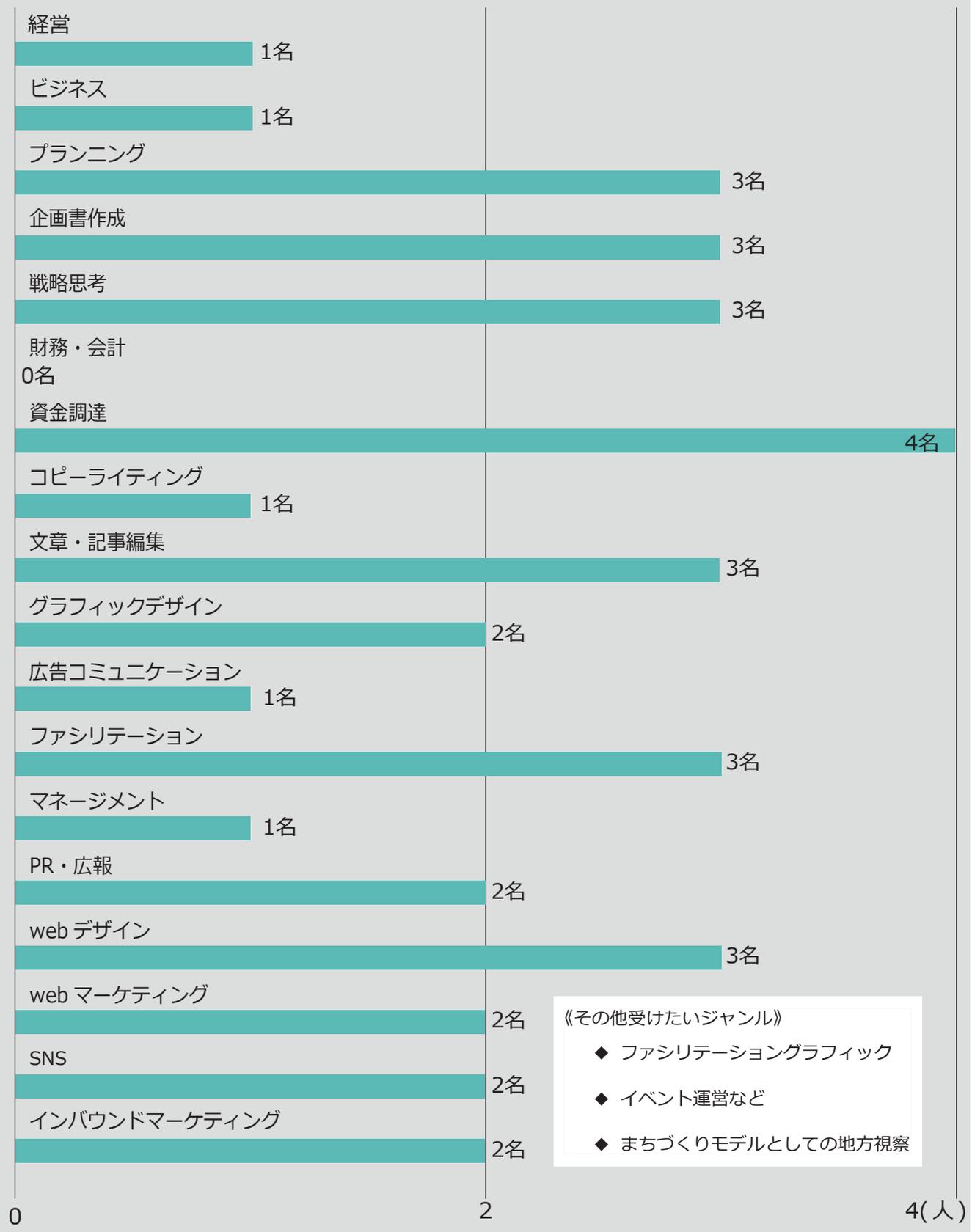
※このアンケート調査を行った【第6回】受講者には【第3回】受講者が含まれていなかったため、【第3回】に関する記述は取れませんでした。

2. 塾の運営に関してご意見をお聞かせ下さい。

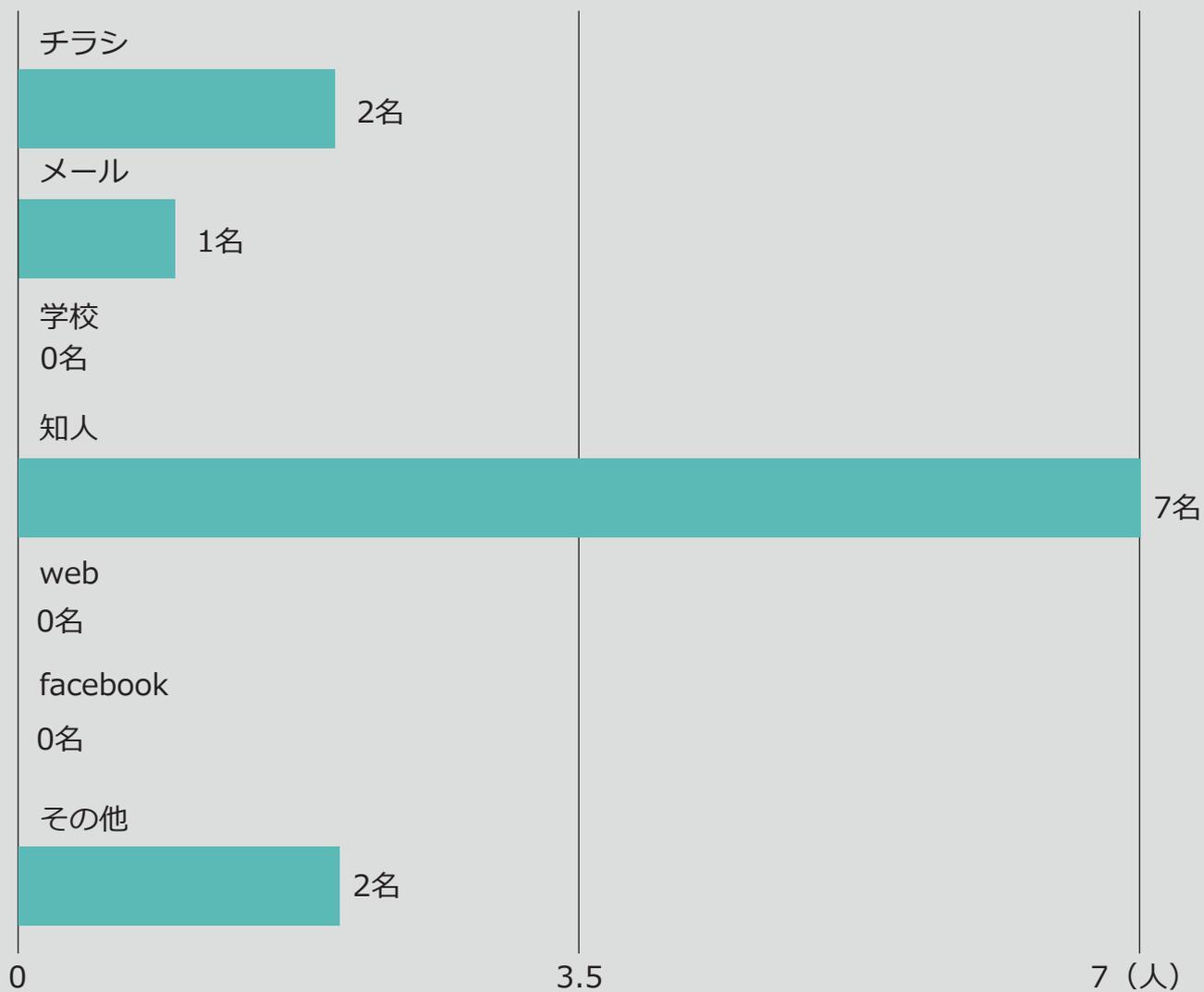
■ 満足 ■ やや満足 ■ どちらも ■ やや不満 ■ 不満



3. 今後、受けたいカリキュラムはありますか。(複数回答可)



4. コミュニケーション塾を知ったきっかけは何ですか。(複数回答可)



1. 《運営面で気づいたことやご意見・ご感想など》

- ◆ スタッフのみなさまありがとうございました。来期もよろしくお願ひします！
- ◆ 何かしら得られるものがあるこの塾へ、参加者を増やそうと思っていたが、いまいち決めの誘い文句が出てこなかった。
- ◆ 今年が初めてなので、そうかもしれませんが、可能性のある活動だと思いますので「参加したらこんなことが得られる、学べる」というキャッチフレーズがあるといいなとおもいました。
- ◆ 休憩がもう少しこまめにあれば。

2. 《地域活性コミュニケーション塾について、ご意見・ご感想・今後期待することなど》

- ◆ 頑張ってください！（頑張ります）他の場所での開催もいいかもですね！（勝ってすみません！）
- ◆ 来期も是非開催をお願いいたします！継続していくことで、
- ◆ 町民のみなさんも町づくりへの関わり方にヒントが得られると思います
- ◆ 多面的な巻き込み、外部資源の活用、つなぐ役目
- ◆ このような経験が初めてだったので新鮮でした
- ◆ 貴重な場をつくっていただきありがとうございました
- ◆ 自分の意見をまとめて述べることの難しさを感じました
- ◆ 情報支援の画期的な例だと思います、スタッフのみなさん、本当にお疲れさまでした
- ◆ 人を集めやすくするために何か変えていかないと、私も微力ながら応援します
- ◆ 日程、テーマ、時間帯？は足りていると思います
- ◆ 地元の人間の参加が足りなくて申し訳ないです

総 評

1. 受講生からの声

- (1) 復興に関わる地域の町づくりに興味があり受講した。
- (2) 今は転換期だと思っています。自分なりの復興支援をしたい。
- (3) 南三陸はこれら大きな可能性を秘めた場所だと思ったから、地元へ帰ってきた。これからこの講座で出会った人たちとの繋がりを大切にしていきたい。
- (4) 人の為に始めた小売事業だが、営利がないとやっていけないという現実さらされている。しかし、人の為に始めたことなので続けていくにはどうしたらよいか悩んでいる。
- (5) 取りあえずやってみる！
- (6) 外部の人のチカラは必要だと思った。これまでは支援にたよっていた。
- (7) 自分たちでなにかやりたいというコトもどうやっていいかという不安があった。それが外部の人のチカラを借りて出来るのは良いと思う。
- (8) 南三陸という自分たちが育った身近な地域の問題に焦点をあてた講座だったので、当事者意識がもててよい。
- (9) 震災によって南三陸の色々な人が、色々な所から情報を吸収するようになった。色々なアイデアが可能性を広げることがわかった。
- (10) 第一線で活躍する人の話は刺激をうけ、やる気をもらえる。

2. 運営者から

- (1) 定量的な成果→毎回 10 名程度の固定した受講者の参加がありました。
- (2) 受講生は、南三陸の復興の為に何かしたい方や、南三陸の可能性を感じて U ターンしてきた方など、背景はそれぞれですが、「南三陸を元気にしたい」という共通のメッセージを持って参加いただいた意識の高い人ばかりです。
- (3) 地域活性コミュニケーション塾では、広告的手法を用いたコミュニケーションスキルを身につけていただくだけでなく、これまでは 1 人でその思い、悩みを抱え各々に壁にぶつかり、時には志が折れそうな時に支えあう人をつくる「絆」づくりにも努めました。
- (4) その結果、講座終了後に受講者自ら集まる場を設けて活動するなど、横の繋がりも広がりました。
- (5) また、スタートしたばかりの地域活性コミュニケーション塾ですが、自ら考え、自ら行動していくヒトづくりを今後も進めて参りたいと思います。

3. 運営上の課題

- (1) 当初は、地域活性コミュニケーション塾は高校生を対象して活動をスタートしました。しかし、開校してみると、高校生よりも町内の方、若手事業者の参加者が多かったことに驚きました。
- (2) しかし、受講者の参加意識はとて高く、南三陸を愛していて、それ故にとまどい迷い、その突破口として地域活性コミュニケーション塾を受講していただいた方々です。
- (3) そんな受講生に向けて、私たちも彼らが本当に何を学びたいと思っているのか、どんな悩みを抱えているのか、地域の人々のニーズを把握し、彼らの悩みに対し本講座が本当にマッチしているのか、講座とは別に話し合いの時間を設け、彼らの目線まで降りていく努力をしました。
- (4) 抱えている課題はそれぞれですが、地域活性コミュニケーション塾が彼らの活動をサポートする為のハブとなる役割が大きいとでは感じております。この人材育成こそが南三陸復興の大きな活動源になると考え、今度もカリキュラムを見つめ直して活動を行って参りたいと思います。

団体概要

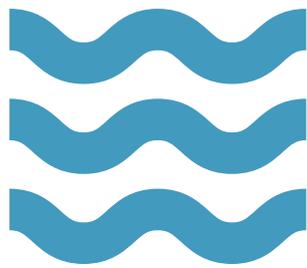
◆役員	代表理事	鈴木 淳	株式会社グリニウム 代表取締役
	理事	佐藤 尚之	株式会社ツナグ 代表 コミュニケーションディレクター 公益社団法人 助けあいジャパン 会長 電通モダンコミュニケーション・ラボ主宰 復興庁政策参与/独立行政法人国際交流基金 理事
	理事	吉川 由美	有限会社ダハプランニングワーク 代表取締役 アートプロデューサー 宮城県南三陸町復興応援大使
	理事	斎藤 恭紀	株式会社斎藤予報士事務所 代表 元衆院議員
	理事	藤谷 廣司	阿部藤建設株式会社 代表取締役社長（南三陸町）
◆スタッフ	ファシリテーター	近藤 祐見	株式会社 電通 CMプランナー ワークショップデザイナー
	ファシリテーター	室中 直美	公益社団法人国際文化フォーラム ワークショップデザイナー
	運営	榊形 徹	株式会社キュービック 代表取締役 ワークショップデザイナー
	運営	篠原 礼子	PRプランナー ワークショップデザイナー
	ボランティア	山本 勇	iDesign 代表 グラフィックデザイナー
	ボランティア	松村 洋	ムードセンターまつむら プランナー

◆所在地/連絡先

所在地	〒 986-0724 宮城県本吉郡南三陸町志津川平井田9 3 - 1 阿部藤建設株式会社内
運営事務局	〒 171-0022 東京都豊島区南池袋1 - 1 1 - 9 I・O・M 5階/株式会社グリニウム内 TEL : 03-6907-1429 / FAX : 03-6745-9670



一般社団法人地域活性コミュニケーション塾



地域活性化
推進
プロジェクト