



被災地の心を東京で伝えるための取り組み

帝京大学 経済学部 観光経営学科 大下ゼミ

国民のみんなが心を痛めた震災から2度目の正月を迎えましたが、多くの被災地での日常は未だ戻っていません。「忘れないでほしい」～私たち帝京大学生が夏休み期間中に宮城県気仙沼市の復興支援を行う特別プログラムに参加した際に、地元の方々の心の声として教わった言葉です。

「私たちの記憶を風化させてはいけない」「復興への道は未だ長い」「被災地・気仙沼の支援を東京で何かできないか」をメンバーで考え、大下ゼミ生が一丸となって実践した3つの取り組みを、今回はレポートしたいと思います。

■ 子供たちと一緒に防災グッズをつくる (千葉県下総中山の商店街イベントでの取り組み)

10月12日、千葉県下総中山駅前でのほこ天イベントに商店会の協力をいただき「防災・減災ブース」を出展し、防災グッズづくりと気仙沼の物産品販売を行いました。

防災グッズ～船橋市在住の海老原さんが考案したもので私たちを始め関係者は「海老袋」と呼んでいます。ビニール袋を頭にかぶり目に当たる部分をカッターで切り抜き、そこを透明のビニールテープで覆ったもの。火事が起きたときにかぶり、短時間でも有害ガスから身を守るためのグッズです。子供たちに携帯してもらうために、海老袋作成後はそこにマジックで好きな絵を描いてもらい、楽しみながら防災について学んでもらうことができました。

気仙沼の物産品販売では、私たちが夏休み中に直接交渉し仕入れてきたゆずドレッシング、フカヒレスープのもと、かこの缶詰、酒粕などの加工品を販売しました。それぞれ商品を仕入れる際、震災時のお話や現状を聞かせていただきました。中でも気仙沼市で震災後一番早く製造を開始した「(株)男山本店」では、日本酒の知識から教わり、震災時のお店の様子や震災前後の販売方法の変化などを聞かせていただきました。多くの方々が気仙沼市の物産品を手にとっていただき、「私も気仙沼出身なの」「復興のために頑張ってください」など声をかけてくださいました。人々とのふれあいがあるからこそ復興が続けられるのだと感じました。



地元ケーブルテレビも、私たちの取り組みの取材にきていただきました。



子供たちと「防災グッズ」づくりに取り組みました。



イベントに参加していたご当地アイドルも、ブースを訪問してくださいました。左が海老袋の考案者の海老原さんです。

■ 食から復興観光へ～料理研究家・きじまりゅうた料理教室 “気仙沼サンマのつみれ汁”

地域の魅力は「食」から…気仙沼を訪れたことのない人に気仙沼の魅力を知ってもらい、足を運んでもらおうと、大学に料理研究家のきじまりゅうたさんをお呼びして料理教室を行いました。

きじまさんのアドバイスのもと、ゼミ生がサンマを三枚におろした後、気仙沼の伝統料理“サンマのつみれ汁”を作りました。料理教室に集まった学生には、地元の味である醤油や出汁をベースにした味付けのもと、豆板醤や味噌を加えて味付けしたきじまさんオリジナルのもの2種類をふるまい、食べ比べをしてもらいました。参加した学生



からは「料理を通し、楽しく震災への関心を高めることができた」といったコメントをもらうことができました。

料理教室後には「現在、何か震災の対策をしていますか?」「自分の周りだけでも被害を最小限にするにはどうすればいいと思いますか?」のように防災・減災について参加者に考えてもらうアンケートを行い、いつ起こるかわからない震災への備えをアピールするとともに、現地で発見した気仙沼の魅力をもとめたマップを参加者に配布しました。課題の多い被災地の現状を知るためにも、この料理教室をきっかけに、一人でも多くの人が東北に足を運んでほしいと思っています。



料理研究家のきじまりようたさんとおしゃべりクッキング。大学の理科室が突然、料理教室のスタジオに。地元・気仙沼でお借りした大漁旗が「気仙沼のつみれ汁」のソウルフード感を高めてくれました。



当日スタッフ一同での、復興観光を祈願した「祈念撮影」
…先生は何もしていないのに格好だけは???



これがサンマのつみれ汁!!

■ 八王子いちよう祭りでの気仙沼名物販売活動～海鮮だけでない気仙沼の名物・ホルモン

気仙沼市の名物PR第三弾は「第34回八王子いちよう祭り」のブース出展。このお祭りは毎年30万人のお客さんが訪れるとても規模の大きい祭事で、プロモーション活動をする上では格好の舞台となりました。

フカヒレやホヤ、サンマにイカと、気仙沼はPRするべき魚介類の特産品が豊富なのですが、衛生管理やコストの面で魚介類は断念するしかなく、他に何か名物はないかと実際に気仙沼へ赴いた際、にんにく味噌で漬け込んだホルモンを焼いて、千切りキャベツと一緒に食べる「気仙沼ホルモン」なるものを知り、これを屋台でお馴染みの焼きそばにアレンジして販売することにしました。

さらに商品提供の際に自分たちで現地を訪れてデータを集め作成した、気仙沼魅力マップも一緒に配布したところ、「東北のどこかへ観光に行こうと思っていたからちょうど良かった」「気仙沼はフカヒレだけじゃないんだね」「気仙沼ホルモンって何?」といったお声をいただきました。

観光客数は震災直後に比べ回復しつつあるものの、いまだ震災前の数には届いておらず、低迷が続いている状況にあります。地域の名物の知名度を上げ、その地域に関心・興味を持ってもらうこともまた、東京でできる復興観光のひとつであると思います。皆さんも是非、気仙沼で地域のソウルフードと出会い、美味しいお酒とともに地元の方々との会話に花を咲かせる旅に出かけてみませんか??
(文責：堀越大・香野友恵・斎藤梨佐)



気仙沼の新しいソウルフードの一つ「ホルモンやきそば」。販売には苦戦しましたが、気仙沼のアピールには少しは貢献できたいと思います。

