

2016年1月8日 一般社団法人東の食の会

東の食の実行会議 2015 中間報告会 開催報告

1. 開催概要

日時:2016年1月8日(金) 14:00~18:15

会場:グロービス経営大学院東京校

参加者: 南部 靖之 株式会社パソナグループ代表取締役グループ代表(ボードメンバー)
程 近智 アクセンチュア株式会社 取締役会長 (ボードメンバー)
堀 義人 グロービス経営大学院 学長 (ボードメンバー)
高島 宏平 一般社団法人東の食の会 代表理事 (実行委員長)
(オイシックス株式会社 代表取締役社長)
加治 慶光 アクセンチュア株式会社 チーフ・マーケティング・イノベーター
(実行委員)
佐藤 大吾 一般財団法人ジャパングビング 代表理事
(実行委員)
下苧坪 之典 株式会社ひろの屋 代表取締役 (実行委員)
高橋 大就 一般社団法人東の食の会 事務局代表 (実行委員)
立花 貴 公益社団法人 SweetTreat311 代表理事 (実行委員)
津田 大介 メディア・アクティビスト (実行委員)
半谷 栄寿 南相馬復興アグリ株式会社 代表取締役 (実行委員)
藤沢 烈 一般社団法人 RCF 復興支援チーム 代表理事 (実行委員)
本田 勝之助 本田屋本店有限会社 代表取締役 (実行委員)
宮城 治男 特定非営利活動法人 ETIC. 代表理事 (実行委員)

ほか、復興キーパーソン約40名

2. プログラム

14:00~ 開会・オープニング
14:15~ アクションの進捗発表
14:50~ 東北の食が目指すビジョンの策定について
16:00~ アクションのネクストステップ検討
16:15~ チーム別議論
17:00~ 各チーム ネクストステップ発表
18:00~ 3月福島会議の期待成果
18:10~ クロージング
18:15 閉会

2016年1月8日 一般社団法人東の食の会

3. 開催レポート

2015年7月10日、11日に岩手県遠野市で行われた「東の食の実行会議2015」より半年が経ちました。地域の「ブランド」を軸とした、東北の食の長期ビジョンの方向性を議論し、また会議で生まれたアクションの実施状況を復興リーダー・キーパーソンが共有し、ネクストステップを議論し実行することで、東北の産業復興に更なるインパクトを与えるべく、中間報告会を開催しました。

開会に際し、ボードメンバーである堀義人氏から、ご挨拶と報告会への期待を述べていただきました。“第2回の会議では、新しいものが動き始める感覚を持った。各自がコミットしていく事が大切。地域をまたいだ貢献をすべく、大きな規模で継続的に取り組みを重ねていきたい”と話されました。



続いて、高島宏平実行委員長より、「東の食の実行会議2015」の振り返りと、新設・統合を含めて今回議論される8つのアクションチームについて紹介がありました。また、本年3月4日、5日に福島県で開催される「東の食の実行会議2016（最終回）」の開催予定についても発表され、各チームのアクション実行へ期待が高まりました。

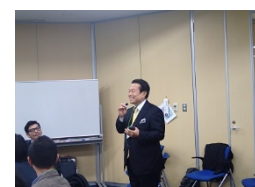
東北の食のビジョン策定については、まず、実行委員の宮城治男氏より東北の食のビジョンを議論するに至った経緯が紹介されるとともに、震災から5年目となるこの時期を好機として捉え、多くのことを主体的に生み出すためには共通の想いが必要であるとして、ビジョンの重要性が訴えられました。

これを受け、東の食の会事務局代表の高橋大就よりビジョンのたたき台が、リサーチ協力をいただいているアクセンチュア(株)の藤井篤之様より、KPIについての提案がそれぞれなされました。



地域の食のブランド力を基軸としたビジョンの方向性と、定量指標の測定に関する提案に対して参加者からは、“現地の想いとシンクロしたわかりやすいビジョンが望ましい” “生産の場やプロセスを重視した評価指標であるべき” “評価を受けた後のバックアップ・スキルアップのためのトレーニング体制が必要”といった意見があがりました。議論ポイントとなったビジョンの方向性・評価指標・運用の3点をもとに、3月の実行会議でビジョンを固める運びとなりました。

後半のプログラムでは、各チームにおけるこの半年間のアクション



2016年1月8日 一般社団法人東の食の会

の現状と現状課題を分析しながら、今後の達成目標とそのため次のネクストステップについて検討が行われました。ここで、ボードメンバーである南部靖之氏が到着され、会議へ期待のお言葉も頂きました。

再編後の各チームの構成、現状とネクストステップについては以下の通りです。

※チームは「東の食の実行会議 2015」開催後、各アクションとビジョンの方向性から、新設・統合を含めて8つのアクションチームへ再編成されております。

① 地域ブランド（水産業）チーム

東北水産業のリーダー会議「三陸フィッシャーメンズ・リーグ」が発足し、地域を越えたブランドづくりや、牡蠣の共同ブランディング及び海外輸出などを進めている。

今後は、三陸ブランドのアイデンティティを特定し、地域共通のブランドづくりを進めると共に、牡蠣の香港向け輸出や、三陸ワカメのブランディングと都内販路の強化を継続していく。将来的には、全国に三陸フィッシャーメンのサポーターをつくり、小売企業や外食企業との連携も目指す。

② 地域ブランド（農業）チーム

「東の食の実行会議 2015」では高付加価値型の自立する農業の場「アグリバレー東北」の構想を発表した。今回は、福島県の農業に焦点を当て、県内各地域の農業のトッププレーヤーと中高生でブランドを作っていくプラットフォームの創出を提言した。また、長期目標として、地元の若者が考えたブランドが誕生することや、農業と他の地域資源を組み合わせることができる地域の魅力創出を掲げた。

③ 販売チーム

東北の「おっかちゃんのまごころ」を共通ブランドとして、ブランドロゴを介した複数小売・外食企業による商品展開を実施。これまでに実施した、都内イベントでのテスト販売の他、地元外食店や大型小売店での販売企画などを実施予定。

ネクストステップとして、東北の食に関わる女性10名を集め、WebサイトでのブランドPRや、イベント出展を予定。また長期目標として、参画企業の増員や、東北のおっかちゃんを集めたシンジケートの形成を考えている。

④ 地域×芸術チーム

2017年宮城県で「Reborn Art Festival TOHOKU OSHIKA」を開催。今回は販売チームや水産業チームとイベントでの連携について議論した。

⑤ 行政連携チーム

2016年1月8日 一般社団法人東の食の会

釜石・大船渡・石巻・女川の4市町での企業マッチングイベント「東の窓の会」を実施。

2/10に都内で開催するマッチングイベントでのコラボ達成件数目標を発表すると共に、4市町のリーダーが主体となり、企業との人材育成・販路開拓・商品開発・6次産業化でコラボの実現を目指すとした。更に、5年間のマッチングイベントの継続開催や、参加自治体の増加なども視野に入れている。

⑥ 人材育成チーム

東北へのフィールドワークと参加者コミュニティの形成により、地方創生の担い手をつくる社会実験プロジェクト「東北オープンアカデミー」を実施。フィールドワークの参加費用から組成したファンドで、地方でのチャレンジへの支援金提供が行われたほか、転職して地方に移住する参加者も出てきている。

2016年には第2期として東北6県に活動範囲を広げ、30のフィールドワークと300名の参加を目標としている。継続的な取組の拡大、地方への人材の流入を生み出すために、主催者・参加者・支援者の全ての側面で多様に関わる企業・個人との連携を図っていく。

⑦ 発信チーム

これまでの東の食の実行会議の各アクションの進捗や、ビジョンの達成に向けて発信に特化したチームを新設した。東北に息づく風景や、そこに暮らす人々を前面に押し出しながら、東北の食や旅のコンテンツにつなげる発信チャンネルの設立が提案された。

⑧ 資金チーム

各アクションで、活動推進のためのファンディングが共通して求められていたことから、資金チームを独立チームとして設置した。本年2月に行われる資金ピッチイベント（実行会議関係者も登壇）をはじめとして、継続的なイベント開催を目指す。



今回の中間報告会では、取り組みを継続する意思と取組自体の持続可能性が大切であること、価値と地域を結びつける“ブランド”をつくっていく必要性、エリアを横断したわかりやすいビジョン・誰でもがトライできるKPIの設定が不可欠であることなど、第2回実行会議から掘り下げられた、より深い議論が行われました。



2016年1月8日 一般社団法人東の食の会

閉会にあたり、高島委員長から、3月の実行会議での期待成果を発表し、会場がアクションの実行への決意と3月への期待に包まれるなか、中間報告会は幕を閉じました。



ご意見、ご質問等ございましたら

jikkokaigi@higashi-no-shoku-no-kai.jp まで、お寄せ下さいませ。