

復興印 MIYAGI WAY

地元の逸品紹介

北に阿武隈川が流れ、東に太平洋を望み、西に阿武隈山地がそびえる。巨理町の豊かな自然が育んだ山海の幸を「巨理ブランド」として世界に発信する試みが、ことしスタートする。

町が2月に開設するインターネットサイト「みんなの巨

③「みんなの巨理」(巨理)

農家らを取材魅力発信

理。国の地方創生交付金を活用した事業費1800万円「元気な日本をつくる会」(東京)が受託し、会員企業の同



町の食生活改善推進員がはらこめしを調理する様子を動画で撮影するスタッフ=巨理町の荒浜地区交流センター

ハウスで実ったアセロラを手に伊藤さん(右)に取材する横山さん=巨理町達隈高屋



町のパワフルジャパン宮城(横山英子社長)が運営を担う。

サイトでは地元の農産物や商品約30点を文章や写真にまとめて紹介。郷土料理はらこめしの作り方や地域のイベントの様子などを動画で配信して町の観光もPRする。4月からは商品の通販も可能になる予定だ。

開設を控え、社長の横山さん(53)をはじめ社員5人は出店予定の農家や事業所を回って取材を重ねる。生産者や事業主から話を聞き、商品に込めた思いをすくい取ろうとしている。

昨年暮れ、横山さんは東日本大震災の津波被害を乗り越えて中南米原産のアセロラを栽培する農家伊藤正雄さん(64)方を訪問。約14坪のハウスで実る北限とされる果実を手に取り、伊藤さんに栽培方法などの質問を重ねた。

「震災を乗り越え、加工品

だけでなく果物として出荷する。

「震災から5年近く。メデアが被災地を取り上げる機会はある」と横山さん。生産者に取材を重ねる中で「いい物を地域の人々に届けようとコツコツと頑張っていることをあらためて知った」と印象を語る。

発電施設実験へ

横山さんと巨理の関わりは震災前にさかのぼる。NPOのメンバーとして6年前から町の活性化事業に携わる中で地域の逸品に親しむ一方、生産者が積極的に発信しない様子もどかさなかったという。震災で大きな被害が出た地域経済の復興には新たな情報発信が欠かせないと考え

「どんどん新しいことに取り組み、地域に貢献したい」と横山さん。巨理ブランドの価値に磨きを掛ける。(巨理支局・原口靖志)

地場産品認知度向上

新たなサイトを通じて「巨理ブランド」として地場産品の認知度が高まることを期待する。被災地の復興支援という観点でなく、本来の巨理の良さが広まってほしい。ふるさと納税の返礼での商品活用も目指している。(吉田充彦・巨理町企画財政課長)