

Cross Interview

距離はあっても、心は近くに。

気仙沼の気になる人を紹介するコーナー。  
市内の観光分野で活躍するお二人に、想いを伺いました。

●今の仕事に就いたきっかけ

**小松**：小・中学生の頃、唐桑総合型地域クラブ「カラット」に参加していました。当時、学校以外で多世代間の交流ができる機会はほとんどなく、貴重でした。市役所の方がこの団体の立ち上げに尽力されている姿を見て、「自分もこんなステキな場を作れる人になりたい!」と憧れ、高校卒業後に入庁しました。  
**芦原**：島根県の海士町から移住して（一社）気仙沼地域戦略に勤めて2年目になります。大学時代に、移住者が人口の1割以上を占める海士町に興味を持ち、研究のフィールドとして活動していて、そのまま大学卒業後に移住、就職。5年目となる昨年、新たなチャレンジを画策していた時期に、気仙沼市の関係者から、偶然、今の職種へお誘いいただいたことがきっかけです。海士町では観光業に携わり、はじめはマルチワーカーとして働いていました。これは、通年で雇用が難しくても、繁忙期だけ、手が足りない事業所で働く仕組みです。春は岩ガキの水揚げ、夏はホテル業務、秋は水産加工場など、現場業務から、島内の多種多様な産業を実体験に基づいて知ることができました。

**Profile** / 1996年生まれ。唐桑出身。気仙沼市役所職員（入庁7年・観光課2年目）。市主催「ぬま大学」第1期生、「AWC」第4期生。市観光キャラクターを通じた新たな気仙沼ファンの獲得、既存ファンとのつながり強化に積極的に取り組む。

**小松**：決断力がすごい！観光案内でも、実体験を持ってお客さまをおもてなしできるのは説得力があって、強いですね。

●今取り組んでいること

**芦原**：気仙沼クルーカードのデータ分析業務を主に行っています。「世間ではエシカル消費※が年々増えている」などの消費者行動に基づいて事業者を応援するキャンペーンを、組織で定期的に企画しています(①)。実施後、1週間で売り上げが3割増加するなど、少しずつ効果を上げています。  
**小松**：私は市観光キャラクター「ホヤぼーや」の管理を主に担当しています。イベントなどに直接

登場する機会が減るなか、ファンの皆さんに「気仙沼に来なくても、心は近くにある」というメッセージを伝えるため、5月のゴールデンウィークには、「おうち時間を楽しもう！ホヤぼーや体操」の企画や、ホヤぼーやと市内の風景写真をSNSを通じて発信するなど、新しい生活様式に合わせた、新たな取り組みに挑戦しています。

**芦原**：県内の観光アンケート調査で「気仙沼市内で何をお土産に買うか」質問したところ、地酒が1位、2位にホヤぼーやグッズが来るほど、大人気ですね。

**小松**：おかげさまで、今年はホヤぼーや宛ての年賀状(②)が市内

小松  
萌さん



対談

芦原  
昇平さん



**Profile** / 1991年生まれ。佐賀県出身。昨年5月、島根県隠岐郡海士町観光協会から気仙沼に移住し、現在（一社）気仙沼地域戦略に勤務。市主催ぬま大学5期生。生産者と消費者を食でつなげる団体「仁屋」を立ち上げ活動。

気仙沼とつながる  
すべての人たちへ贈る”乗組員証“  
「気仙沼クルーカード」



スマホアプリ版もあります！  
登録者 25700人突破！  
詳しくはこちら  
<https://crewship.net/>



気仙沼クルーカード 検索



ふんばる地元を支えあおう！  
応援消費で街に元気を！  
応援キャンペーン例①



毎年届く年賀状に感謝するホヤぼーや②

外、海外などを含め 1800 通以上届きました！時々ドラマに登場するなど、全国にファンがいてくださるキャラクターです。気仙沼を知り、認知して頂くきっかけとして、ホヤぼーやを今後もたくさん活躍させていきたいです。

●遠くにいても、心はつながる

**芦原**：旅行の要素は、美味しい食べ物・綺麗な景色・面白い人、それなら遠隔でもできるのでは？と海士町で始まった「リモートトリップ（遠隔旅行）」の第4弾に企画しました。これは、事前に申し込み頂いた参加者（20人）に、その時期・その場所でしか食べられない物（岩ガキ、カツオ）をお送

りし、海士町・気仙沼の2カ所を中継で結び、食べ物・景色・人を紹介するものです。オンライン上で、殻付岩ガキを参加者全員で同時に剥いたり、カツオを食べながら、カツオ漁船漁師とチャットで会話するなど、参加者・生産者の相互コミュニケーションが生まれました。気仙沼だけを知っていた参加者が、海士町を知り、その逆も起こりました。実際にその場所へ行ってみたい！との声も聞かれました。

**小松**：つながりは、遠隔・画面越しでも成り立つのです。確かに最初は知らない人でも、一度話すと親近感が生まれますし、観光パ

ンフレットだけではなく、人が関わることで、つながり・関係性が生まれていくのです。

●もっとまちを自慢してほしい

**芦原**：よそ者の視点でみると、気仙沼の皆さんはつながりを作るのが上手です。よそ者を受け入れる気質を持っていて、観光・おもてなしに必要な要素がすでにある場所だと思います。「何もなし」とはじめは話していても、掘り下げればいい所をたくさん教えてくれる気仙沼の皆さん。それは私にはできないことなので、うらやましいです。もっと自分の住んでいるまちを自慢してほしいです。  
**小松**：来年は、市を舞台にした朝ドラの全国放映、三陸道開通などが重なる年で、多くの観光客が訪れることが予想されます。色々な人・もの・ことを組み合わせ、最高のおもてなしをするため、市民の皆さんには、この機会をぜひ前向きに捉えていただき、一緒に気仙沼を盛り上げていきたいです！

**芦原**：大きな効果が期待されますね。それを一過性のブームで終わらせるのではなく、さまざまな課題を乗り越え、5年後、10年後に、もっと住みやすい街、気仙沼のきっかけとなればいいですね。

\*エシカル消費（倫理的消費）：地域の活性化や雇用なども含む、人や社会、環境に配慮した消費行動のこと。