

## 地域ブランド 戦略 36

地方PR機構 代表理事  
殿村 美樹

### 地域愛と思い出が原動力に

徳島県には地方創生のモデルとなる取り組みが多い。山間部の上勝町では、地元企業が山にあふれる木の葉を料理の「つまもの」にする「葉っぱビジネス」を立ち上げ、一躍脚光を浴びた。また神山町では山深い過疎地に快適なインターネット環境を整備し、自然豊かな環境で働くワーケーションをいち早く提唱して、コロナ禍に陥る前から都心のIT企業を呼び込むことに成功している。いずれも過疎化と高齢化に悩む限界集落を斬新なアイデアで活気づけた革新的な取り組みだ。

#### 徳島は革新的な事業続々

そんな徳島県に最近、また画期的なプロジェクトが続々と生まれている。2020年には四国で最も山深いとされる那賀郡の限界集落に、未来の建物を思わせるコンビニエンスストア「未来コンビニ」がオープン。世界三大デザイン賞のひとつ「レッド・ドット・デザイン賞」を受賞した。また昨年末には、県の海岸線を走る阿佐海岸鉄道が、電車にもバスにもなる乗り物DMV（デュアル・モード・ビークル）を世界で初めて実用化している。いずれも民間主導の

事業で、少なからぬ投資が必要と見受けられるが、事業も人口の少ない地域ゆえに多くのリターンは見込めないように思う。国や自治体からの補助金があっても、企業利益の増大に繋がる金額ではないだろう。それではなぜ徳島には、革新的な事業に取り組む人が多いのだろうか。



徳島の限界集落に、自家焙煎のコーヒー豆店をオープンした岡崎さん

そこで、2年前に東京から故郷の徳島に帰り、山間部の限界集落に本格的な自家焙煎<sup>ばいせん</sup>コーヒー豆店をオープンした岡崎裕樹さんに話を聞いた。彼は都心で14年間、コーヒー業界に身を投じ、コーヒーの焙煎からマーケティングに至るまで、深い知見と経験を積んだコーヒーのプロである。東京で開店できる地盤も技術も持ち合わせているのに、なぜわざわざ徳島の限界集

落に店を開いたのか。

すると、開口一番「以前から徳島に帰ると決めていました」と率直な答えが返ってきた。都心の生活に慣れていましたが、2人の子供に恵まれたことで、帰る決心が固まった。「子育ては徳島と決めていました」という。

移住先に山間部の阿南市加茂谷地区を選んだのは、コーヒーを美味しくする清らかな水が流れているからだ。店には、自分の名でなく「カモ谷製作舎」と地域名を付けた。「田舎ほど人が集まる場所が必要です。僕の店がその役割を果たせたら」と、あくまで地域のためになる店を目指すという。そのためにまずは地域に溶け込もうと、移住とともに地域おこし協力隊に入った。現在は平日を地域活動に充て、店は週末のみ営業しているが、いずれは店を拠点に地域プロジェクトを興したいと意気込む。「僕は幼い頃、温かい人々に囲まれて育ちました。だから徳島の人大好きです。都心に出たのも徳島で暮らす術を身に付けるためでした」と、深い徳島愛を語ってくれた。

三つ子の魂百までというが、岡崎さんの場合、幼心に刻まれた地域愛と人々との心温まる思い出が、地元のために働く原動力になっているようだ。徳島で次々と斬新なプロジェクトが生まれるのも、子供時代に育まれた地域愛が人々に根付いているからかもしれない。地域おこしの原点を見るようである。 **G**