

# 支援から協働へ。つながる絆で 新たな“食卓(テーブル)”を提案・発信

Efforts of Enterprises  The future of Tohoku

キリンビール株式会社



「人と人との絆を育む」をテーマに復興支援活動を行ってきた「復興応援 キリン絆プロジェクト」。その活動の一つである地域の食文化・食産業の復興支援からは、数々の農産物、水産物加工品の地域ブランドと、担い手・リーダーが誕生しました



キリングループがまちづくりを通して支援を行ってきた、女川発の水産物加工品ブランド「あがいに (again) おながわ」

東日本大震災では、キリンビール仙台工場も甚大な被害を受けました。しかし懸命な復旧作業を行い6カ月で操業再開を実現。工場は地域復興のシンボリックな存在となり、被災した人々を勇気づけました。復旧作業の中で生まれた「企業として地域の復旧・復興に貢献したい」という思いのもと、2011年7月、「人と人との絆を育む」をテーマに立ち上げられたのが「復興応援キリン絆プロジェクト」です。

キリンの従業員による被災地支援、ボランティアからスタートした同プロジェクトは、12年から本格化し「子どもの笑顔づくり支援(就学支援など)」、「心と体の元氣サポート」(サッカーを通じた支援、「地域食文化・食産業の復興支援」の3つの幹で活動を進めてきました。そのうち、「地域食文化・食産業の復興支援」では、被災した水産業者や農家の設備復旧支援や機器購入支援といったハード支援から、13年にソフト支援へ移行。「生産から食卓までの支援」をテーマに、農産物・水産物の地域ブランドの再生・育成や6次産業化推進・販路拡大、将来にわたる担い手・リーダー育成と、段階を踏みながら支援を続けてきました。また、未来の農業への課題意識を持つ若手農業経営者を集めた「東北復興・農業トレーニングセンタープロジェクト」では、次世代の農業の担い手・リーダーを目指す人々のた

め場のづくり、仕組みづくりを行いました。参加者にとっては、東北以外にも目を向け、農業を事業として進めていくための道筋についても考える場となりました。

**キリン絆プロジェクトで  
食を通じた復興支援**

3県で多数立ち上げた地域ブランドづくりの活動からは、生産物やその加工品など多くの特産品が誕生しました。一例では、女川町や南三陸町での水産加工品のブランド化の取り組みから、さまざまな産品が出来るようになってきました。こうした動きを通して、被災した農業者、水産業者の間にも活気が戻り始めました。各地域のプロジェクトの支援事業期間が終了していく中、19年にキリンはこれまでの活動から生まれた人々のつながりと、培ったネットワークを生かすための新たな枠組みを開始。絆プロジェクトで支援を受けていた事業者や関係者が業界の枠を超えて連携する「東北絆テーブル」です。この4月には法人化も実現しました。

**業界の枠を超えて集い  
地域の共通課題を語ろう**

による気づき・課題も抽出されました」と現状を話します。今後について「東北絆テーブルでの連携は東北地域だけにとどまらない、首都圏を中心にと東北から全国につながることを目指したい」と未来を見据えています。

**食でつながった絆を生かし  
ともに課題に取り組み  
パートナーへ**

絆プロジェクトから生まれた地域ブランドは、キリンを通じて地域の小売店や飲食店に紹介され、事業としての広がりを見せています。その基盤にあるのは、キリンが13年から推進し続けてきたCSV(Creating Shared Value: 共通価値の創造)の考え方です。天野さんは「CSVとはキリンの事業を通じて社会課題(地域課題)の解決を目指すものです。今後東北地域の皆さまとは、支援する側と支援される側だけの関係ではなく、お互いの事業を通じて共に社会課題(地域課題)の解決に取り組むパートナーとなることが重要になってきます。東北絆テーブルでは、その視点を持ちつつ、新しい東北づくりのために皆さまと息を合わせてしっかりと取り組んでいきたいです」と力を込めます。



絆プロジェクトに関わった支援先・事業者が主体の「東北絆テーブル」。東北発の食を通じたコミュニティ活性化とビジネスの土台創出に向けて3月26日、一般社団法人の設立を発表

**KIRIN**

復興応援 キリン絆プロジェクト  
<https://www.kirin.co.jp/csv/kizuna/>

