

七十七ニュービジネス助成金受賞

第22回(2019年度)

企業
インタビュー

Interview

株式会社アキウツ リズムファクトリー

代表取締役 千葉 大貴 氏



会社概要

住 所：仙台市太白区秋保町湯元字除9-4
設 立：2017年
資 本 金：100万円
事業内容：飲食業、地域プロデュース業、観光マーケティング調査
従業員数：10名
電 話：022 (724) 7768
U R L：https://akiusha.jp

地域連携とITを活用した観光マーケティングにより、地域まちづくりの拠点を目指す

今回は「七十七ニュービジネス助成金」受賞企業の中から、株式会社アキウツリズムファクトリーを訪ねました。当社は仙台市秋保地区において、古民家を再生した「アキウ舎」で地場生産物を使った料理の提供や、地域文化の体験イベントの企画、地域周遊型の里山ツーリズム創出などの地域プロデュース業を展開しています。また、地域事業者との連携や、地域資源を活かした観光誘致及びITを活用した独自のマーケティングにより、地域経済の活性化にも取り組んでいます。当社の千葉社長に、今日に至るまでの経緯や事業内容等について伺いました。

——七十七ニュービジネス助成金を受賞されたご感想をお願いします。

地域づくりやまちづくりに取り組む中で、普段このような賞を頂く機会が少ないので嬉しいです。飲食店を拠点としたまちづくりや、観光の新しいビジネスモデルを作るという事業を始めて3年目という早い段階で賞を頂くことができ、社員一同喜んでいました。また当社設立にあたって出資してくださった方々にも喜んでもらうことができました。助成金は今後地域おこし協力隊とワークショップなどの新たな取り組みをする際の活動費や、秋保地域の方との交流会や勉強会の開催に充てたいと考えています。

秋保を“関係地”に

——会社設立の経緯を教えてください。

秋保に関わり始めたきっかけは、2011年に秋保地域活性化協議会という「秋保・里センター」を運営する団体から、地域活性化についての講演会の講師を依頼されたことです。当時、他地域の温泉街をインターネットの分野において支援していたので、客観的な立場から見たインターネット上での秋保の評価や、先進地域の事例の紹介等を行いました。それ

がとても好評で、実際に秋保で活動を行ってほしいとの要望があり、秋保地域の事業者を1件1件視察する機会を設けていただきました。

さらに活動を続けてほしいとの話を頂きましたが、その直後に東日本大震災が発生しました。当時私のお客様には沿岸地域に住んでいた方が多くいらっしゃいました。震災の3週間ほど前にも水産事業者を対象にした講演会を行っていましたが、その参加者で行方不明になった方がいたこともあり、沿岸地域での復興支援や事業を主に行っていくため、協議会から頂いたお話をお断りしました。

その後5年ほど沿岸地域での事業を続け、復興支援もひと段落ついた頃、秋保温泉旅館組合と仙台秋保醸造所の毛利社長から秋保で活動を行ってほしいと再度お話を頂きました。5年間待って下さった気持ちに応えたいと思い、そこから秋保地域の方々と再協議を始め2017年に当社を設立しました。



本社

——事業を始めるにあたって考えたことを教えてください。

宮城県出身の私も含めて東北人は、秋保温泉は当然全国的に有名な場所だと思っています。しかし全国で仕事をする中で、秋保は全然知られていない場所だと感じるようになりました。そこでまずは秋保温泉が全国規模で有名になる必要があると感じました。

別府や草津等の全国的に有名な温泉地域を視察してみると、町としての規模や建物・施設がとても充実していることがわかりました。しかし秋保で今から新たに建物を建てていくのは現実的ではない

ため、秋保独自のモデルを作ろうと考えました。そして秋保地域の方々や事業者と意見交換を重ねるうちに、秋保地域を“関係地”にするという方針が定まりました。“関係地”とは、観光するだけでなく何度も訪れたい、住みたい等、町自体に関わりたいたいと思ってもらえる場所のことです。町に関わりを持つ人である関係交流人口を増やしていこうという考えから事業を始めました。

東北らしさ

——経営理念について教えてください。

当社の経営理念は「東北の眠った地域資源を掘り起こし、新たな価値に磨き上げ、魅力的で多様性のあるまちをつくる」です。海外でビジネスをやっていた経験があり、日本らしさや日本文化へ強い思い入れを持っています。そこで日本らしさだけでなく、東北らしさ、宮城らしさを追求していくことで地域の魅力を確立できると考えました。

例えば京都らしさと言えば、現存する多数の寺社など歴史的なものや、それに合わせた商売がイメージできると思います。それに比べて東北らしさはまだ手を付けられていません。

仙台は空襲によって焼失したものも多いですが、秋保には比較的古いものが残っていて、さらに伊達政宗公が湯治に来ていたという歴史や文化もあるため面白いことができると思っています。そういった地域資源を深堀して付加価値に変えていくことを考えています。

——事業内容について教えてください。

当社の事業の柱は大きく分けて3つあります。1つ目はツアー事業で、ツアーガイドを育成しサイクリングやアウトドアなどのイベント企画をしています。2つ目はアキウ舎で行っている飲食、レストラン事業です。3つ目が地域プロデュース事業で、地域資源の発掘や磨き上げ、情報発信、商品開発など地域の付加価値を上げる取り組みをしています。これらはインターネットによるマーケティング分析の結果に基づいて行っています。

売上げのうち8割は飲食事業、残りの2割がツアー事業と地域プロデュース事業です。今後は地域プロデュース事業に力を入れたいと思っています。

地域に求められていることや不足していることに当社が取り組むことで、秋保地域の方々との共存や共生ができると考えているからです。



アキウ舎

アキウ舎

——レストラン事業について教えてください。

2018年7月に地域住民の交流の場となるような古民家カフェレストラン「アキウ舎」をオープンしました。地場産の新鮮な野菜をたっぷり使用しているだけでなく、秋保の地域の歴史やストーリーを反映させたメニューを用意しています。例えば「秋保採石ショコラ」は秋保石の採石をイメージしており、チョコレートの木槌で割って食べるメニューです。他にも健康・食育体験やインバウンド交流の促進・受入れを行ったり、サイクルツーリズムの拠点になったり、観光交流施設となっています。



秋保採石ショコラ

——アキウ舎について教えてください。

元々は秋保で1000年続く早坂家の母屋だった屋敷でした。秋保でのまちづくり事業を行う上で拠点がほしいと考えていた際、当社で受け入れていたグローバルプロデューサー育成事業の研修生がこの物件を発見しました。秋保の中でも立地的に優れており、かつて秋保の町長が住んでいた秋保地域の人々にとっての拠り所である屋敷だったため、このまま取り壊すのはもったいないと感じ、この屋敷を復活させようと考えました。工事を始めてみると予想以上に建物の損傷が激しく「建て直した方がいい」との声もありましたが、この民家に思い出を持つ地域の方のためにもなんとか復活させようと思いました。2017年9月頃から工事を開始し、古民家再生のエキスパートの手によって10カ月ほどかけて屋敷を再生し、2018年7月にオープンすることができました。傷んだ柱は「根継ぎ」と呼ばれる手法を用い、元の建材と新しい建材を接合して再生されました。その様子は今のアキウ舎で見ることができます。



アキウ舎再生の様子

——アキウ舎でのイベントについて教えてください。

歴史や伝統芸能を紹介する夜のイベントを行っています。例えば、湯治のために伊達政宗公が秋保にきたという設定で食事をする「伊達のテロワージュ」というイベントを開催しました。最初はアキウ舎の庭に陣幕を張り、かがり火を用意した中で伊達武将隊に演舞をしてもらい、その後アキウ舎の襖の間の上座に政宗公にお座りいただき、伊達家に伝わる献立をベースにした食事をいただくというもの

です。伊達政宗公は今とても人気があるので、伊達家の歴史や文化に親しめるこのようなイベントをもっと展開していきたいと考えています。

そしてこういったアキウ舎での取組みが、秋保地域を基点とした新たな滞在型コンテンツの創出にもつながっていて、秋保温泉旅館組合やOTAといった観光に深く関わる事業者だけでなく、秋保地域をビジネス領域にする事業者とも連携し、新しいスタイルの地域づくりに繋げていきたいと考えています。



伊達武将隊とのコラボレーションイベント

地域の方と繋がる

——ツアー事業について教えてください。

現在、ツアー事業として主にサイクルツーリズムを行っています。これは、自転車で秋保地域を走り、「いつもの秋保」の景色を楽しんでもらうものです。地域内の各施設に、サイクリストが休憩のため気軽に立ち寄ることのできる「サイクルステーション」を約30カ所設置しています。また、アキウ舎ではプロのサイクルガイドによるサイクリングツアーも実施しています。

この取組みは地域との接点を作るため、当社を設立してすぐに開始しました。まちづくりを行う上で地域住民の声はとても重要ですので地域住民との接点にするためアキウ舎をオープンしようと考えましたが、人それぞれ食の好みがある等の理由から、それだけで地域住民全員との関わりを持つのは難しいことでした。そこで地域住民と繋がるより先に、地域の事業者と当社が繋がるべきだと考えました。サイクルツーリズムを実施し、地域の商店にサイクル

ステーションを設置してサイクリストに周回してもらうことで、当社と地域の事業者の繋がりが生まれると考え始めました。



サイクリングツアー

——サイクルツーリズムについて教えてください。

2016年にサイクルツーリズム事業を開始して、初年度に約20カ所のサイクルステーションを設置しました。秋保の事業者と連携してイベントを開催したところ、サイクリストがどんどん集まるようになり地域でお金を使ってもらえるようになり、当社の事業を地域の人から評価してもらえるようになりました。最初は町内会から自転車は危ないからやめろ等の声もありましたが、道路交通法を順守するよう説明を徹底する、サイクルガイドを育成して秋保の交通ルールを指導する、サイクルステーションにマニュアルを置く等の工夫をすることで納得していただき、最終的にはこの取組みを応援してもらえるまでになりました。

取組みを始めて2年目に、事業者の方へ「サイクルステーションを始めて良かったか」というアンケートを実施したところ、8割以上の方が良かった、お客さんが増えた等と回答してくださいました。そこから更に町内会や総合支所を含む秋保全体でサイクルツーリズムを推進してもらえるようになり、同時に当社の他事業も応援してもらえるようになりました。

今では秋保と言えばサイクリングというイメージもだいぶ定着し、冬でもサイクリストが走っています。ピークは紅葉シーズンである秋ですが、春から

秋にかけていらっしゃる方が多いので、これから芋煮ライドなどワイナリーを会場としたイベントを開催し、そういった方を受け入れていけるようにしたいと思っています。

——地域プロデュース事業について教えてください。

一言で言うと秋保地域に人を呼び込む取組みを行っています。都会に疲れて自然に癒しを求める都市部の住人や、創作意欲が湧く場所を求めるクリエイター等、秋保へ移住したいと考える人が意外といることがわかりました。そこで秋保地域では、そのようなクリエイティブな人が集まる町を目指そうと考えました。そのために当社はクリエイターがワークショップを行ったり、出店したり、移住するための物件探し等の手伝いをしています。秋保地域で事業を始めるための設立準備のサポート等も行います。昨年末には、空き家ツアーと題して当社スタッフが空き物件を紹介して巡る取組みも行いました。

また実際に移住した方が秋保地域で生活していけるよう、地域おこし協力隊が中心となって「アキウ舎学校」という取組みを行っています。これはアキウ舎で行うワークショップやスクール事業のことで、そこで制作されたコンテンツの物販や、お客さんとなる生徒を集めるお手伝いをしています。クリエイティブで面白い人が集う町という地域のブランドを更に磨き上げ、若い人にも興味を示してもらえる取組みに昇華していきたいと考えています。



アキウ舎学校

——独自のBIツールについて教えてください。

これからは、観光客が自分自身でインターネットを活用して調べて訪問する時代になると考えています。それに伴いターゲットとする客層も切替え、インスタグラムやフェイスブック、Googleの評価やトリップアドバイザー等でのPRに力を入れるようになりました。

具体的に言えば、今はアキウ舎に来る前にホームページを見て来る人がお客様の中心となっているので、お客様が何に興味を持っていたかを集計することが比較的容易です。ホームページのアクセス解析、SNSのインプレッション、フォロワー数、記事毎のいいね数、更にアキウ舎のクラウド型のレジシステムであるエアレジのデータやPOSデータなどの数字を一元管理しています。その情報を分析のうえ仮説を立て、仮説に基づき情報を発信し検証を繰り返すことが大切だと考えています。

これにより、例えばテレビで秋保特集が放送されるとホームページのアクセス数が増え、その週末はお客さんがいつもよりも増えるなど、来場者予測ができるようになります。また新メニュー開発もSNSでマーケティングを行っており、いいね数によってどのメニューが人気になるか、売れるか等の判断をしています。この当社独自のツールは観光業界においても珍しく注目されています。

——BIツールの活用について教えてください。

BIツールは、他地域にも導入を進めています。

現在、秋保地域ではセンサーを使った実証実験プロジェクトを行っており、秋保地域の中で、観光客がどこに何人訪れているのか等を分析することを目指しています。このデータとエアレジのデータを組み合わせることで、秋保地域全体のマーケティングを行うことができると考えています。

次の課題の解決を

——今後の事業展開について教えてください

アキウ舎自体は多くのお客様にご来店いただき、定着してきている状態にあるので、今後はアキウ舎のある湯元エリアだけでなく、秋保地区でも住民が減少し生活インフラ自体が脅かされている他のエリアとも連携し、自然を活かしたアウトドアツーリズム

ムの展開により、お客様を呼びこもうと考えています。アウトドアツーリズムの1つ目として、昨年試験的に行ったのがキャニオニングという滝や沢下りです。秋保は自然が豊かなので飛び込める滝つぼや歩くのに適した沢があります。そこで身内を対象に実施してみたところ満足度がとても高かったので、これは事業にできると感じました。秋保では現在サイクルツーリズムが盛んですが、夏は暑いためお客さんが減ります。そういった方も呼び込めることを期待しており、賑わってくればあちらにも拠点を展開しようと思っています。



アウトドアツーリズムの様子

——秋保地域の目指す姿について教えてください

当社だけが事業をどんどん展開していくのではなく、秋保で事業を始めたい人、暮らしたい人が増えていくことで町ができていきます。秋保は名取川の渓谷沿いにできた町です。そこにクリエイティブな人が集まる、シリコンバレーのような場所にできないかと考えています。クリエイティブな人が秋保に興味を持ち、移住し、面白いビジネスや新しい事業を始めるといったエリアを目指しています。

現在、秋保にはカメラマンやデザイナー、陶芸作家、ガラス工芸家等のクリエイティブで面白い人達が集まり始め、中には移住した方もいます。今年はその方々をメディアに露出させ、秋保のブランディングを行おうと思っています。今はあまり知られていないクリエイター達について一冊の本にまとめ、秋保で行われている「実はすごい取組み」を全国へ発信します。ブランドを1本立てることで秋保には

面白い人が全国、全世界から集まっていると認識してもらうことができ、伸びしろを感じてもらえるのではないかと思います。クリエイターは完成された町に後乗りするよりも、一緒に地域を作っていくことを面白く感じてくれます。既に完成された町ではなく、みんなで完成させていく町という秋保ならではのブランドを確立していきたいです。

理想を追い求めて

——事業を行う上で大切だと思うことについて教えてください。

地域創生や地域づくりに共通して、逆転の発想が大事だと思います。東北は全国に比べてインバウンドの取込みが1%しかできていない、空き家も多いと言われます。逆に考えれば、東北にはこれから99%のマーケットがあるし、空き家が多いためクリエイティブな人を集めることで新しい事業をたくさん始めることができます。考え方1つで事業の可能性は広がります。

ただ自分たちだけでは実現できないこともあるので地域や周りを巻き込むことも大事です。当社はインターネットを活用して発信し、繋がり、巻き込むことで地域の可能性をどんどん広げてきました。想像する力と巻き込む力が地域づくりにおいて重要だと思います。



千葉社長

長時間にわたりありがとうございました。御社の今後ますますの御発展をお祈り申し上げます。

(2020. 1. 20取材)