

東日本大震災発生から四カ月あまりが経過した七月二十一日、仙台商工会議所青年部(後藤誠会長)において「震災復興勉強会」が行われました。

講師には、阪神・淡路大震災で甚大な被害を受けた神戸市長田区において、今なお、まちの復興に尽力されている森崎清登氏(近畿タクシー(株)代表取締役)にご来仙いただき、講演をいただきました。

「神戸だからできたわけではありません。仙台でもできます。近畿タクシーだからできたわけではありません。みなさんの会社でもできます」と語る森崎氏の言葉に、勇気をいただいた勉強会となりました。



当所青年部で行われた「震災復興勉強会 ～今こそ語り合おう! 経済復興へ進め!これまさに青年の責務!～」の様子

の資源を発掘して

# つなぐ震災復興

昔ながらの故郷の味  
「ぼっかけ」を名物に

阪神・淡路大震災が発生した直後、神戸の商工会議所が全会員にアンケートをとりました。「このまちの復興はいつごろになると思いますか」。回答はそれぞれが思う年数に丸を付けます。三年、五年、十年、十年以上…一番多かったのは「十年」です。当の私も「十年」に丸をつけました。ため息が出ました。ある人は「三十年かかる」といいましたが、あの時、誰が「復興に三十年かけます」といえたでしょうか。私たちのほとんどが「嘘も方便」という気持ちで「正味、十年でやり遂げましょう」といいました。そして長田区の商店街は九年と十カ月で、仮設の店舗から自分の店に戻ったのです。

震災から、もう十七年が経とうとしています。神戸市長田区の小さなタクシー会社がどのようにして商店街の皆さんとまちづくりをしてきたのかについて、お話ししたいと思います。

仙台名物といえば、全国的に有名な牛タンがあります。長田には牛すじとこんにやくを煮込んだ「ぼっかけ」という、全国的には知られていませんが、長田では皆がよく知っている故郷の味があります。これを地元の名物にしようと、飲食店などにかけ合って、ぼっかけメニューをつくってくださるよう協力をお願いしました。その結果、ぼっかけを使っただんや好み焼き、すし、パンまで様々にアレンジしたメニュー

が生まれたのです。さらに、テレビで「関西でぼっかけブームが巻き起こっている」と紹介されたものだから、地元の人たちの方が「ぼっかけはブームになっているのか」と私に聞いてくるような状況になり、私も「そうだよ」と答えました。そのようにして皆がその気になり、地元食品メーカーのMCC食品の協力も得て商品化を進めました。

実は、このぼっかけを地元の名物として売り出す前に、「長田区観光のまち宣言」をしたんです。「震災を観光に」という活動の一環として始めた、修学旅行生を対象とした「震災学習」の中で、長田を訪れた中学生からこんな質問がありました。「長田には名物はないの」と。そこで目をつけたのがぼっかけだったわけです。



東洋水産から発売されたカップ麺「マルちゃん 神戸長田ぼっかけカレーラーメン」のパッケージ

ありふれたものにこそ  
値打ちが隠れている

次にこの「観光のまち宣言」に至る経緯をお話したいと思います。

震災に見舞われた当初はとにかく皆が



## 森崎 清登 氏

もりさき きよと

近畿タクシー(株)代表取締役

1952年 兵庫県神戸市生まれ

1975年早稲田大学法学部を卒業後、西宮酒造株式会社(現 日本盛(株))入社。86年近畿タクシー(株)に入社し、96年代表取締役に就任、現在に至る。

1995年1月17日に発生した阪神・淡路大震災により、生まれ育った故郷長田の風景が消えてしまったのを目の当たりして、自分たちの手で、故郷の復興を進めていこうと決意。地域に暮らし、働く人たちの「思い」を大切にしながら、新しいことではなく、まちが元々持っている資源を発掘し、独自のアイデアで光を当て、輝かせながら様々な取り組みを進めている。

※本来は「森崎」氏と表記するのが正式ですが、ご本人の希望により「崎」の文字を使用しています。

## 「神戸に学ぶ」まち

# 人・もの・ことを

元気でした。なぜなら元気にしていないと、心がズーンと重く沈んでしまうのが自分でも分かるからです。だから、とにかくそれはものすごく高揚していました。でも三年、四年、五年と時間が経つに連れて意気消沈し、何をやっても全くやる気が出なくなりました。そこで私は「今こそ、元気を取り戻さなければ」と思い、「ここを観光のまちにしよう」と提案しました。震災から五年を経過したころでしたが、まちは更地のまま。土地の権利などの問題が残り、世代が変わらないと復興は成し遂げられないのではないかとささやかかれていましたから、実に脳天気な話を提案したことになります。

「観光っていうけれど、何をさせるんや。何もないやないか」というまちの人に、私はこう話しました。「震災から五年、一人一人がんばってきましたよね。その経験を修学旅行生に話してください。ありふれたものの中に、実は値打ちのあるものがあるんじゃないか」と思っています。そして「一番値打ちのあるものは皆さんです」。そして「もう、あかんわ」と思っていた店主の皆さんが一念発起、「よし、がんばろう」と立ち上がってくださいました。このことが「観光のまち宣言」の一番のメリッポだったと思います。震災まで、そして震災のあと、ずっと自分たちがやってきたことに「値打ちがあった」と思い返すことにより、皆さんの心が次々と立ち上がり始めました。そして、それはまちの盛り上がりにつながっていきました。

「長田を観光のまちに」と提案するに、ある人との出会いがきっかけとなりました。それまで私は近畿タクシーとは関係なく、自分の育ったまちを何とかしたいという思いで、復興に個人で取り組んでいたのですが、よくよく考えてみると、タクシー会社にもできることがあったのです。

長田では震災のあと、かなり早い時期にコミュニティラジオを立ち上げています。当時、外国人の方にも情報を提供しなければという思いから誕生したもので、現在も十八カ国の多言語放送を行っています。その放送局の方と震災後四、五年経過したところにお会いする機会がありました。「番組をつくりたい」と話す彼の顔を見ていたら、ふっと思いついたことがありました。それは大きな道路や交差点の交通情報ではなく、地元の横町の交通情報を放送するというものです。タクシーの運転手が無線で横町の状況を会社に知らせ、それをラジオ局に知らせる。そうやって情報提供を始めたところ、「とても助かる」という声がたくさん寄せられました。「ああ、これや」と思いました。何も手を加える必要がないんです。渋滞状況を見ているタクシードライバーが、目の前の交通情報を知らせるだけで、地域貢献ができるのです。公共のサービスを提供するコミュニティラジオとつながることによって、近畿タクシーは強みを発揮することができました。

### タクシー発、 横町の交通情報



日本で最初にジャズが上陸したまち・神戸にふさわしい、おしゃれな印象の神戸ジャズタクシー



神戸ビーフタクシーの車体に貼られているステッカーのデザイン



神戸スイーツタクシーは海から山コースでは都心の有名6店舗からお気に入りの店をチョイス。2時間以内なら何店まわってもOK

## 「まちにあるもの」とタクシーをつなぐ

話を「観光のまち宣言」に戻しますが、私どもは観光タクシーもやっておりまして、今度は旅行代理店に話を持ちかけました。旅行代理店は、震災のまちを観光するなんて、物見遊山と怒られないだろうかと心配しながらも、「まちの人がやりたいというなら」ということで、修学旅行生が商店主から震災当時の体験談を聞く旅を団体旅行で取り扱っていただくことになりました。これまで延べ二百校の修学旅行を受け入れています。これが「観光のまち宣言」のベースになりました。

この経験によって、商店主が名所になるという観光の形を私自身が勉強できたものから、現在は本業の方で応用させていただいています。その例をご紹介します。

神戸で皆が自慢に思っているものといえばスイーツ、ビーフ、ジャズ。まず、それらとタクシーを結びつけました。スイーツタクシーは神戸スイーツを目当てに訪れた観光客を乗せて、三十軒の協力店の中から、好きなお店を選んで巡る観光タクシーです。ちなみに料金は一台を二時間借り切って六千円。ドライバーはお客様と一緒に店に入り、ガイド役も務めます。ある店では三種類のケーキが五百円で食べられて、しかも一人ひとりの名前を刻んだプレートとケーキと一緒に皿に載せて歓迎の気持ちを表現します。ありふれた

バスデーケーキ用のプレートなのですが、お客様は旅先でお目当てのスイーツだけでなく、自分の名前が入ったウェルカムプレートをみて、とても感動するのです。お店のスタッフは、「普段の仕事で、こんなに喜んでいただけるんだ」ということに気づかされ、それならばもっと喜んでもらうと、仕事のモチベーションが上がるわけです。

次にビーフタクシーは、ステーキの名店から地元の人たちがひいきにしている食事処まで、神戸牛の本場ならではの名物メニューを選べる内容になっていますが、中には神戸ビーフのほぼ全ての部位を味わうことができる特別メニューを出していただいている焼肉店もあります。「タンからテールまで、一人で神戸牛丸ごと食べ尽くしできるようなメニューをつくって」と焼肉店の社長にお願いしたところ、「うちの特徴を出して、よそではあまりできないことをやりましょう」と、快諾してくださいました。

またジャズタクシーは、イギリスで使われていたタクシーに最新のカーオーディオを搭載して、ジャズのサウンドと神戸の夜景を楽しみながら老舗のジャズクラブに向かうというものです。その他にも映画のロケ地をまわる銀幕タクシー、粉もんのまち・長田区に行くお好み焼きタクシーなど、二十以上のコースを考えました。これらの〇〇タクシーをラインナップ化することで「満喫タクシー」という商品群もできあがりしました。

## つながり力が神戸の資産

どれも、小さなタクシー会社とコラボレーションしてくれる方がいたから成り立った企画です。このベースにあるものは何か。それは「共に震災からの復興にがんばってきた」という経験と意思です。だから殺し文句といった言葉が悪いかも知れませんが、例えばスイーツタクシーを実現しようとする時、私は各お店の社長にこんなふうな話をしました。「神戸はあれから不景気のままでなかなか復興に至りませんが、社長、スイーツが復興のトッパンナーになって、このまちを盛り上げてもらえませんか」と。すると誰もが「やろう！」と快諾してくださいました。社長はもちろん、スタッフもその思いを持ってます。つながり力がこれほど強くなったこと。それが、神戸の目には見えない資源、資産なんです。私は震災からの復興という志のもとに、何でもつながっていくということを長田のまちで覚えました。これに気づくのと、気づかないのでは、ことづくりのスピードは完全に違ってきます。

## 「震災復興」に、ともに歩んだからできること

震災を経験して十六年、つながるタイミングだと思ったら、次々つないでいく。その時に自分の事業の「強み」を発揮する。これは近畿タクシーだからできたのでは



秋の神戸市民マラソン開催日まで運行するマラソンタクシー。走りながらドリンクをテーブルからとる「マイドリンク体験」ができる。



神戸市中央区にある全長約1kmの坂、トアロードでアートタクシーに手を振っておもてなしの心を伝える「神戸北野ホテル」「ラクシュミー」、「ア・ラ・カンパーニュ」、「マキシシ」のスタッフたちとロードマップ



ありません。みなさんも、お持ちになつてい  
る商品を使えばいいのです。そうは言つて  
も、簡単にヒット商品は生まれません。だ  
から、たて続けにやらなければなりません  
。そして、これはぜひお話をさせていた  
だきたいのですが、それが一昨年前に走ら  
せた、三分間という、あつという間のアー  
トタクシーです。

これは二年に一度開かれる美術展覧会  
「神戸ビエンナーレ」に合わせて走らせま  
した。会場が山と海に分かれてあるのだ  
が、その移動には必ずトアロードという坂  
道を通ります。車で走ると三分ほどの距  
離ですが、タクシーから見える窓の外を  
作品化しようと試みました。夕暮れ時、ト  
アロードの坂のてっぺんからお客様をタク  
シーに乗せて、海に向かって車を走らせま  
す。途中にある北野ホテル、ラクシュミ  
ー、ア・ラ・カンパーニュ、婦人帽子の老舗マ  
キシシの全店舗スタッフ三十三名が忙し  
い仕事の手を休めて、店の前をタクシーに  
乗って通り過ぎる観光客に向かって手を  
振ります。お客様も手を振ります。これだ  
けのことなのですが、とても感動してもら  
えます。おもてなし観光。お金はかかりま  
せん。でも、神戸の、おもてなしぶりも伝  
えることができそうです。このタクシーに  
乗られたお客様十人のうち、二人が感激  
の涙を流していらっしゃいました。各店舗  
の皆さんも「おもしろそうだから、ぜひや  
りましょう」といつて協力してくださいま  
した。なぜ、こんなことができるかといえ  
ば、震災復興で十六年を費やしたまちだ

からです。仙台でもできます。

もう一つ、ご紹介します。今、私たちは

神戸マラソンという市民マラソンに合わせ  
て、マラソンタクシーを走らせようと計画  
しています。お客様には独自で厳選したコ  
ースを走ってもらうのですが、観光ポイン  
ト以外はタクシーで移動してもらおうとい  
う、それだけのものなのですが、コースの途  
中にある観光施設に「走っているお客様を  
見たら、窓を開けて、がんばってください  
い」と声をかけてください」とお願いしま  
した。十六年前、神戸のまちは全国から  
「がんばって」と声をかけていただきまし  
た。その言葉を今回、お返ししませうと  
お誘いしたのです。断るところはありませ  
んでした。「がんばってください」「ありが  
とう!」。そんな言葉が交わされる光景を  
見た観光客は、「さすが神戸やな」と思っ  
てくれるのではないのでしょうか。

実は「近畿タクシーは、儲けのない企画  
ばかりやって大丈夫なのだろうか」と心配  
されるのですが、例えばホテルなら「タク  
シーはどこに頼んでもいいけれど、あんな  
ええことをやっているんだから近畿タクシ  
ーに頼もうか」とならないでしょうか。こ  
れがもうけの源泉になっているのです。

## 地域の資源を見つけ、活かす 「目利き」の重要性

近畿タクシーは、このまちのみんなを  
盛り立てようとたくさんの方々のアイデアを出  
す社会貢献度の高い会社といわれます。

でも社会貢献ではないのです。自分の強み  
を生かしながら、そして地域の資源を持  
ち寄りながら、アウトプットしている。その  
中身は全て神戸の街中、神戸の人たちが  
持つているものです。自社製造したものは  
何もありません。つなぐ、タイムイングと、  
つなぎ合わされるもの、同士の、のりしろを  
知っているだけです。

例えば、仙台でいえばお客様を仙台駅  
から市役所までつなぐのが私たちの生業  
です。でも私たちは市役所の中身を知つて  
いて「〇課は何階ですよ」と説明できま  
す。つなぐための「のりしろ」を知ってい  
る。お客様のニーズを探るといふより、「の  
りしろ」をつないでいったら、お客様のニー  
ズに答えられたということ。

これから仙台も五年、十年、十五年、三  
十年と復興への長い道のりを歩いていく  
わけですが、この道のりの「のり」に注目し  
ていただきたいと思えます。この「のり」は  
「のりしろ」であり、復興への道のりは、い  
ろいろな人たちが、そしていろいろな企業と  
地域とをつなぐ「のりしろ」です。私は長  
田のまちで接着剤の役割をしました。皆  
さんが接着剤の役割をする機能をお持ち  
でしたら、ぜひその機能を使ってください  
。ケーキ屋にお客様をご案内して、ひと  
皿五百円のケーキが売れるわけですが、  
得られるものはそれだけではないのです。  
お店のスタッフのモチベーションが上がる  
ところに、ケーキ屋の社長の「のりしろ」が  
あるわけです。それを見つけ出す「目利  
き」を、震災復興に役立ててください。