

希望をもって、移住したくなる地方へ

～久慈市は最高の舞台！～



岩手県久慈市 藤織ジュン

1. はじめに

私は1991年10月に東京都で生まれた。中学時代から演劇を始め、高校生から声優・ナレーター・舞台俳優を志し、アルバイトをしながら活動が続けていた。そして2012年春に東京農業大学短期大学部を卒業後、地方公演の舞台に携わり、2015年6月に岩手県久慈市を舞台公演で訪れた。

その時、久慈市の道の駅やませ土風館に掲示していた一枚のポスターが目にとまった。それは（一社）久慈市観光物産協会が募集していた『北限の海女 PR 隊募集』の広告である。内容は「3ヶ月久慈市に滞在し、観光海女をしたり SNS などで観光地を PR する仕事」の募集だった。私は人生経験や芸の肥やしになると考え、この募集に応募した。採用が決まり、3ヶ月間久慈市に住むことになった。

こうして私は、2015年7月より岩手県久慈市に移住し、今日に至るまで8年間住み続けている。本レポートでは私が久慈市に移住し、何を仕事として何処にやりがいを感じ地域に残っているのか。そして、地域活性化に関する活動団体や地域おこし協力隊とともに、今後どのような展開をしていきたいか。地方移住が持つ魅力と可能性を述べてみたい。

2. 岩手県久慈市の概況

久慈市は、岩手県北東部の沿岸に位置し、総面積 623.50 平方キロメートル。そのうち森林面積が 85.7% を占めており、平庭高原の白樺林や久慈溪流が織りなす久慈平庭県立自然公園を有している。

海岸の「つりがね洞」や「北限の海女」が全国的に知られている。2013年放送のNHK連続テレビ小説「あまちゃん」のメインロケ地になったことでも知名度を上げた。西部には白樺やレンゲツツジが群生する県立自然公園の平庭高原がある。伝統工芸の「小久慈焼」、国内最大の産出を誇る「琥珀」など、地域資源にも恵まれており、三陸ジオパークの一部でもある。ジオパークとは、地球や大地を表すジオ(geo)と公園(park)を合わせた言葉である。地質や地形などから地球の歴史を読み取り、大地の営みが今の自然環境や景観、文化や生活に関わっていることを知ることが出来る。三陸ジオパークは平成25年9

月に日本ジオパークとして認定された。エリアは青森県八戸市から岩手県の沿岸を縦断し



写真1 三陸ジオパークのジオサイト
小袖海岸（夫婦岩）



写真2 三陸ジオパークのジオサイト
小袖海岸（つりがね洞）

て宮城県気仙沼市まで南北約 220 km、東西約 80 kmあり、その海岸線は約 300 kmにもおよぶ日本一広大なジオパークである（2014年3月現在）。

久慈市の人口は、昭和35年度の約4万5千人がピークだったが、人口減少が進み、現在は3万5千人を切る。社会移動に関しても、転出超過となっており、人口減少に歯止めがかからずにいる。空き家件数は1000件以上あるが、そのほとんどが販売や賃貸向けの物件になっていない。

3. 私の起業前史～3か月の海女PR隊から協力隊へ

▼2015年7月

久慈市の第一印象は「ネガティブで人見知りの人が多い」。久慈市に来て関係各所へ挨拶に行くとき、どこでも明るく出迎えてくれて質問責めに合うくらいのことを想像していたが、何処に行ってもどこかよそよそしかった。そしてみんな決まって「こったなとこさ、なんできたや？（こんな所に何で来たの?）」と言うのだ。

地元には自信が無いように見えた。しかし、じっくり話してみたりお酒を飲んだりすれば、みんな地域の自慢をベラベラと話し、1人暮らしすら初めての私を気にかけて様々なことを手伝ってくれた。お米や野菜、魚介類も沢山もらった。つまり、岩手弁で言う「おしよす(恥ずかしがり)」な人が多いのだ。地域への誇りが無いわけではないが、基本的には表に出さない。久慈の人の市民性からか、圧倒的にPRが足りないと感じた。

▼2015年9月

3か月の海女PR隊の間に、海女も含め地域の魅力を存分に味わったことで、3ヶ月後も久慈市に住んでみたいと考えるようになった。また、地元の人たちの反応を見ていて、魅力的な地域であるのに全国的な知名度がまだまだ低いことを私は「もったいない」と感じた上、この地域なら自分でも役に立てることがあるのではないかという自負もあった。

地元の人から「帰らないで！」と声をかけていただいたことも大きかった。

▼2015年12月

その後、久慈市の地域おこし協力隊として採用された。地域おこし協力隊としてのミッションは「久慈市広域の観光PR」で、主な活動は小袖海岸での観光海女(7月～9月)とSNSでの観光地PR、観光イベントや地元のおまつりでのMC(やませあきんどまつり等)、イベント企画(三陸鉄道を貸し切った『ふるさと大使列車』等)などであった。

▼2018年12月

3年間の地域おこし協力隊の任期が終了した。3年間活動する中で、季節の移ろいによって変わる景色や旬の食材に飽きることはなかった。地域を盛り上げたいという思いを持った人たちや団体にも出会い、副業的にも仕事をもらえるようになり、「東京に帰るより、ここで生活していく方が現実的なのではないか」という考えに至った。そこで、任期を終える前の同年6月に合同会社プロダクション未知カンパニーを設立し、民間企業として久慈市で暮らしていくことを決意した。

4. 弊社の主な事業

合同会社プロダクション未知カンパニーを2018年6月18日に設立し、現在も代表社員1名(本人のみ)の会社として機能している。現在は、観光PRに関することを主軸に、以下のようなさまざまな事業を請け負い、生計を立てている。

(1) 観光海女

7月～9月末に小袖海岸で行われている「海女の素潜り実演」に参加し、観光客の目の前で海に潜りウニ(主にキタムラサキウニ)をとって見せるパフォーマンスを行う。基本的には、土日祝日に定時で行い、平日は予約制となっている。2015年は1日3回の定時実演があったが、2022年からは1日1回となっている。

長らく漁業権を持ったものしか観光海女(小袖海岸の『北限の海女』)に参加できなかったが、2015年に、海女のPRを目的として久慈市観光物産協会からの派遣で私が観光海女を始め、その後地域おこし協力隊になってからも観光海女を継続できた。当時は地域おこし協力隊の業務の一環として観光海女を行ったが、その後起業し独立してからは、小袖生産部より直接委託を受ける形で、観光海女を続けられるようになった。

なお、2016年4月に再建した水族館「地下水族科学館もぐらんびあ」でも、土日祝日

をメインにオールシーズンで海女のパフォーマンスを行っている。



写真3 小袖海岸「海女の素潜り実演」



写真4 もぐらんぴあ「海女実演」

(2) 出張海女パフォーマンス

連休などを利用して、青森県八戸市の八戸水産科学館マリエントなどで出張海女パフォーマンスを行っている。地域のPRイベントと合わせて、東京都池袋にあるサンシャイン水族館や神奈川県横浜市の八景島シーパラダイス、イベント等で海女パフォーマンスを行ったこともある。

2015年11月に八景島シーパラダイスで行われた「いわて洋野と横浜の絆フェス in 横浜・八景島シーパラダイス ～じぇじぇじぇ！海の仕事とアメージング旨いモノ大集合！～」では、隣町の洋野町にある洋野町立種市高等学校の海洋開発課の生徒及び先生が、伝統的なヘルメット潜水『南部もぐり（南部ダイバー）』を披露し、水深8mの大型水槽に『北限の海女』と一緒に潜るパフォーマンスを行った。実演終了後は物産販売ブースで来場者とのグリーティングを行うなどした。特殊な潜水の仕事がある北三陸地域（久慈市広域）ならではのPR方法と感じている。

このような久慈市を離れて他地域で行う水族館での海女パフォーマンスは、私が海女として活動する前には行われていなかった。水族館での地域PRは他ではあまり見られない。偶然水族館に遊びに来ている、久慈のことを全く知らない家族連れや若年層にPRすることができるので、今後も続けていくべき仕事と考えている。

(3) 情報発信事業

地方公共団体等から委託を受け、SNSやブログを通して地域のPRを行っている。

instagram「まいにち北三陸」では、久慈市広域の北三陸と呼ばれる地域（久慈市、野田村、普代村、田野畑村、洋野町）の魅力を、主に景観や食べ物の写真で発信している。市内外だけでなく、台湾や韓国からのフォロワーも多く、インバウンドにもつながる事業と捉えている。

ブログ「タベルンジャー探検記」では、久慈地域（久慈市、野田村、普代村、洋野町）

の海産物に関することを取材し記事にしている。一般の方は入ることができない養殖場や海産物加工工場を取材し、そのこだわりや豆知識を発信する。魚食離れが進む中、この地域の海産物を選んで食べてもらうためにPRは欠かせない。また、地元の人にとっては地域を誇りに思うきっかけになったり、地産地消を促進する意味がある。

また、単発ではyoutube用のPR動画の作成なども請け負うことがある。例えば、令和3年度に行われた芸人「EXIT」によるイベント「葵えぼよエリアぶちアゲ活性化ツアー」の舞台裏を撮影した動画や、久慈市の観光PR動画などをいくつか作って、久慈市の公式Youtubeに投稿されている。最近ではショート動画の人気の高いため、後述の移住コーディネーター事業内で運用しているinstagram「くじふいー」では概ね30秒程度の動画を制作している。

いずれも弊社が管理するX(旧twitter)やfacebookページでシェア拡散して相乗効果を得ている。現在は情報発信のコンテンツも多様化しているが、観光や関係人口創出においてはフォロワー数や閲覧数にこだわりすぎず、行動に移してくれる太いフォロワーも大切と考えている。長く続けているコンテンツには、太いフォロワーが多く、効果を得やすい。

(4) イベントMC・出演

地元イベントのステージMCの他、観光のPRイベントに出向き、PRステージやMC・ブースでの盛り上げを行う。地域の魅力発信業務等で培った知識と、実際に海女をやっている経験を活かせることが強みである。

例えば、台湾で行われた「台北国際観光博覧会2023」では、ミニステージで話す沿岸地域のPRの内容やスライドも自ら作成している。イベントの企画段階から携わることもあり、他出演者への依頼や調整・ノベルティの制作なども行える。人口の少ない地方においては、さまざまな仕事を請け負える方が重宝される。



写真5 台北国際観光博覧会



写真6 「いわて洋野と横浜の絆フェス」
ノベルティ (弊社制作)

(5) 三陸ジオパークガイド及び観光ガイド

概況で述べたように、久慈市は、日本ジオパークに認定されている三陸ジオパークに含まれる。私は三陸ジオパークの認定ガイドになっており、北三陸認定ガイドクラブに所属している。観光ツアーや個人のお客様に対し、ガイドを行っている。一般向けのガイドを請け負うことが多く、地質や地学に興味のない方にも楽しんでもらえるように「ジオ：観光ガイド=1：9」くらいで話したり、クイズを出したり、考えてもらう時間を設けるなど工夫している。

また、まち歩きガイドや三陸鉄道の列車内で観光ガイドを行うこともある。観光ガイドは主にツアーのお客様に向けて行うことが多いが、まれに婚活イベントや個人のお客様からの予約もある。NHK連続テレビ小説「あまちゃん」に登場した場所の案内や、特産品の豆知識を説明し、道の駅に案内する際には気持ちよく買い物をたくさんしてもらえるように促す。ガイドにおいても海女の衣装で行うことも多く、「実際に海女をやっている」と話すと「じぇじぇじぇ」と驚かれる。

(6) 商品開発・販売

雑貨品や農産物、農産物加工品などの商品をECサイトや道の駅などで販売している。雑貨品については、オリジナルキャラクターである「海女のジュンちゃん」のキーホルダーや缶バッジを始め、北限の海女の衣装である緋（かすり）を使ったヘアゴム、久慈市で発掘された恐竜をモチーフにしたマグネットやキーホルダーなどを制作・販売している。

久慈市の特産品である琥珀の採掘屑（POPアンバー）を使った「うんこはくくんキーホルダー」は、未利用資源であった小さな琥珀の欠片を使った商品である。国内で唯一琥珀の商業採掘が行われている久慈市だが、琥珀製品は値段が高く、市民全員が琥珀を所持しているわけではない。

そこで、久慈商工会議所が2017年より「こはくびと運動」をはじめ、POPアンバーを使った商品を開発し、誰もが琥珀を身につける「琥珀のまち・久慈」を地域ブランディングしようとした。他事業者は、男性でも身につけられるネームプレートやお守り、女性向けのキャンドルやハーバリウムペンなどを開発していたので、弊社は子ども向けのキーホルダーを制作した経緯がある。

また、山菜や農産物の栽培も行っており、主に道の駅いわて北三陸や弊社ネットショップにて販売している。主力商品である「山ウド」は、ふるさと納税の返礼品にもなっている。山菜は採れる時期が非常に短く、一斉に市場に出るため価格崩れを起こしてしまうこともある。この問題を解決しようと、2020年に山ウドとウルイを使った「さんぴくー北三陸山菜ピクルスー」を開発・商品化した。その後、2021年のいわてふるさと食品グランプリ「いわてうんめえ〜もん!!グランプリ2021」では最優秀賞を受賞。第9回新東北みやげコンテスト入賞。優良ふるさと食品中央コンクール（全国大会）では、国産農林産品利用部門にて（一財）食品産業センター会長賞を受賞。このように数々の賞を受賞し、こちらもふるさと納税の返礼品としても人気を博している。

未利用資源や地元消費がほとんどであったものに価値を作り出すのは、移住者の方が向

いているのかもしれない。先入観なしに、価値創造ができる。

(7) 久慈市移住コーディネーター

2022年8月から、久慈市移住コーディネーター業務を受託し、主にPRの部分を担当している。移住のPRのためのシティプロモーションや地域おこし協力隊のサポート、県が行う移住PRイベントへの参加、移住ツアーの企画と実施などを行っている。

また、instagram「くじふいー」を運用し、高校卒業とともに久慈市を離れてしまう若者世代に久慈市と関わりを持ってもらうツールとしている。移住相談が気軽に行える公式LINEアカウントも作成。それらのアカウントや、地域おこし協力隊を知ってもらうための紙媒体を観光地に配布したり、掲示をお願いしている。

また、久慈市広域の移住コーディネーターでタッグを組み、移住情報をオンライン配信する「北三陸かだっトーク」も立ち上げた。個々の市町村では知名度が弱いので、情報を共有し協力して岩手県沿岸北部のPRを行うようにした。広域の移住担当者や協力隊員が交流・意見交換するミーティングや飲み会なども定期的に行っている。移住者のコミュニティを形成し、不安解消につなげ、定住につなげていきたいと考えている。

実際に私が相談を受け、来年度あたりに移住を考えている人もおり、少しずつ成果を出せている。地域リーダー養成塾を通じて、地域づくりに関する知識を得ることができたので、自身の移住経験も活かしながら地域で活躍できる人材を確保していきたい。移住相談者や地域おこし協力隊からは、私の个性的で自由な雰囲気が移住の安心材料になるとお褒めいただいている。私がいることで「排他的な地域じゃない」と思ってもらえるならありがたい。

(8) その他

以下のような活動も行っている。

- ① 地域おこしや移住についての講演やオンラインイベント出演：移住コーディネーター以前からよくいただく仕事の一つである。移住の成功例とまでは言えないが、移住希望者の参考にしていただける。
- ② 地元イベント「べっぴん夜市」などでくじ引きなど子供向け縁日を出店：千本くじのセットやカプセルトイの機械も所有し、自分の出店時に使うほか、貸し出しも行っている。
- ③ 新規販路開拓やネット販売が難しい生産者の商品販売：高齢の専業農家の農産物を道の駅に卸すお手伝いや、岩手県唯一の手削り朧昆布「四作昆布」のネット販売および東京出店のアシストなどを行っている。
- ④ 映像作品やCMなどの出演者を探しているクライアントのキャスティング協力：私に対応できるパターンもあるが、人物像に合わない場合は他の人をお声がけする。

5. 見えてきた課題

このように一人会社として様々な活動を行ってきたが、見えてきた課題もある。

(1) 会社として、事業が多く、一人では請け負いきれなくなっている。

2020年春頃から、新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、観光に関するイベントやガイドなどの仕事が減り、お土産品も売れない時期があった。その間に情報発信事業を多く受託し、新たな事業として展開した。コロナの影響が落ち着いた昨今は、イベントやガイドなどの仕事が再開してきた。2023年はNHK連続テレビ小説「あまちゃん」放送10周年ということもあり、コロナ前より観光関係の仕事は多忙となった。

しかし、情報発信事業も継続し、新たな委託を受けることもある。2022年8月より移住コーディネーター業務も始まったため、いただく仕事の全てを請け負うことが難しくなっている。十分に成果を出し、満足に事業を行っていくには今の一人体制では難しい。

(2) 地域として、移住や空き家バンクの相談件数が少ない

移住や空き家バンクの相談は久慈市の地域づくり振興課で行っているが、市役所の2階にあり、窓口を設けていないため一般の方が入りやすい雰囲気ではない。令和4年度の移住相談は29件、空き家バンク新規登録件数は3件（平成21年度より累計38件）であった。移住の相談については移住マッチングサイトSMOUTや公式LINEでも相談できる体制を整えているが、空き家バンクに関しては電話や来庁が基本となっている。

6. 課題解決に向けた今後の展望

(1) 会社として、他団体や協力隊等と協力し合う体制の強化

地域リーダー養成塾の学びの中で、主任講師の土山希美枝氏は「自治体はその社会を構成する人々の政策・制度として必要不可欠なことを行い、その先は市民の自由の領域」と仰っていた。行政の政策資源には限りがあり、十二分に無いことは承知している。

また、函司ゼミでの先駆的地域づくり現地調査では、高知県の「チーム稲生」や、徳島県の「NPO法人阿波勝浦井戸端塾」の取組を視察し、地域の理想は当事者である住民の活動でもってかなえていく必要があると考えるに至った。

弊社だけでは力足だが、久慈市における民間団体や現役の地域おこし協力隊と連携していく方法もあるのではないかと考えている。以下に、候補となり得るパートナーを挙げてみたい。

① OLD NEW

「久慈市を盛り上げたい」と2022年1月に発足された任意団体。当初はUターン者3人のグループだったが、地域おこし協力隊の山下隊員（Iターン）も加入し4人で活動している。主な事業として、空き家となっていた建物を借り、Cafe、R SHOP R GALLERY（レンタルスペース）の運営を行っている。元は「ユベントス」という喫茶店であった場所をクラウドファンディングなどで寄付を募りながら、できる限り自分達の手でリノベーションを行い活用している。名前はそのまま「ユベントス」と残し、若者が「挑戦する拠点」「新たなつながりを作る拠点」を目指している。

また、岩手県の事業「遠恋複業課」にも携わっている。この事業は岩手県に住んでいなくとも岩手県でスキルを活かしたいという思いのある人や企業を岩手県の企業とつなぐと

いうもので、関係人口の創出に一役買っている。地域イベントの開催なども行っており地域活性化に熱い団体である。

② 日々荘

給食事業を営んでいる(有)第一ライフトラストが2024年1月頃オープン予定としている食事つきのシェアハウス。健康的な手作りの食事が提供される点と、昭和レトロな雰囲気が強みだ。元旅館をリノベーションし、その様子をInstagramやnoteで公開している。夫婦で大家となり、久慈に移住してくる人や地域おこし協力隊に利用してもらいたいと考えている。

久慈市にはビジネスホテルや旅館はあるが、ゲストハウスは無く、移住希望者等の滞在費が高くなることに課題があった。市の「お試し暮らし住宅」は中心市街地から遠く、冬季は使用できない。日々荘は短期の滞在もできるため、今後移住希望者の拠り所になるに違いない。

③ 地域おこし協力隊の活動

久慈市では11名の地域おこし協力隊が活動している(2023年12月現在)。主に企画立案型での採用隊員が多く、畜産関係や農業関係、漁業関係などの一次産業を営む人や、アート・デザイン等で町おこしを行う人など様々である。

活動は基本的に一人一人がミッションに取り組むスタイルだが、広域の地域おこし協力隊と交流や意見交換会などは定期的に行っている。久慈地方産業まつりに共同で参加したり、2024年1月には道の駅いわて北三陸で『冬のおさかな祭り(地域おこし協力隊マルシェ)』を開催するなど協力し合いながら活動している。

名前	出身	主な活動内容
新村樹	長野県	農業・味噌づくりなど食文化の発信
片岡凜太郎	新潟県	短角牛の農家の手伝い・闘牛の勢子
山下竜司	熊本県	イベント企画・チラシやロゴのデザイン
米澤友紀	東京都	飲食店開業準備・WSやイベント出店
橋本拓也	和歌山県	地域の歴史や民俗等の文化調査と発信
小野沢りん	長野県	短角牛農家ヘルパー・生肉加工技術取得・勢子
阿部大地	岩手県(Uターン)	白樺の利活用
細川大介	千葉県	農家ヘルパー・削蹄技術取得
ベルズィアン ダブッド	イラン	牧場の監視・ピザ工房準備
西村 一章	岩手県(Uターン)	水産業発展に向けた取り組み(漁師)
朝比奈 つとむ	岩手県	美術作品デザイン制作・牛農家手伝い・古民家DIY

表1 久慈市地域おこし協力隊一覧

弊社としてはまだ人を雇うことは現状難しいが、こういった団体や協力隊員と協力し合



写真6 冬のおさかな祭りチラシ（表）



写真7 冬のおさかな祭りチラシ（裏）

い、外注を増やせる体制を取っていききたい。たとえば、移住関係のイベントであれば OLDNEW などの団体や地域おこし協力隊とも連携して行ったり、商品の納品や販売においても他の小規模事業者と合同で行うのも良いかもしれない。地域おこし協力隊は卒隊後、独立して起業を希望する人が多い。一緒に事業を行いたい人材があれば共同経営も視野に入れ会社として発展できれば、地域の活性化にもつながっていく。

（2）地域として、街なかに気軽に相談できる移住相談窓口を作る

久慈市における移住相談や空き家バンクへの対応に関して、「まだ行政に相談するほどではない」「自分ではなく親族や友達の話である」といったささやかな場合でも、気軽に話せるようなスペースや機会があるべきと考える。

地域リーダー養成塾の第6回一般研修で登壇された北海道ニセコ町の地域おこし協力隊卒隊生である奥田啓太氏は、役所外に移住相談窓口を設置し成果を上げていた。奥田氏は「地方移住を考えた時、普通の人には行政に相談する発想が無いのではないか。移住相談＝役場はハードルが高い」と語っていた。

移住希望者が、旅行がてら、ふらっと相談に来てもらえるスペースがやはり重要である。認知度がまだ低い空き家バンクに関しても、街なかにその案内を掲示しつつ、相談スペースを設けることで、少なくとも知名度は上がる。

現在、私自身も他事業者と連携し、街なかに菓子製造とカフェ、ソフトクリーム店、移住と空き家の相談スペース、シェアオフィス等の複合施設を作る企画をしている。ソトコトの編集長指出一正氏の言う「関係案内所」にあたるものだ。地域と人と人の関係を創り出す場所を創っていききたい。弊社では街歩きのガイドも行っているなので、その拠点から出発し街を歩きながら地域の良さを伝えることもできる。その人に合わせたお店や企業、人を紹介し「おともだち」を作ってあげたり、行政では難しい「移住の一步目」をお手伝い

することを担いたい。

7. おわりに

移住者やUターン者は、単に人口の数として終わらず、その人に関わる者が関係人口となり、さらなる人材を創り出す力があると考えている。そして、移住者が新たな視点から創り出す事業やコミュニティは、地域を動かす力を持っている。

地域リーダー養成塾の第2回研修で登壇された山形デザイン株式会社の山中大介氏も「日本には、地方には、課題が山積みしているが全て希望ある事業として解決が可能」と仰っていた。日本中で人口減少が叫ばれる中、地方に課題があるとすれば、それは「やるべき仕事がたくさんある」ということである。まさに、やりがいのある仕事や生き方を探している人には、これほど素晴らしいステージはない。行動の結果が出やすいのも地方の良いところである。地域メディアも近く、得意なことを掲げていると仕事が舞い込んでくる。

私のように、自分ができることを仕事にして生きていくことは可能である。自分一人では限界があるが、想いを持った人たちで協力しあえば地域課題にも立ち向かえる。久慈市では、地域に想いを持った団体や企業、個人がそれぞれ小さなハブとなって協力し合っている。地域への入り口はたくさんあった方が多様な人材に出会える。こうして個性的な役者がそろった久慈市で活動していると、地方に未来がないとは決して思わない。

ゼミで読んだ『地域づくり読本』で、図司先生は「今日の若者の目には、農山漁村は、仕事がないから住めない場所ではなく、先人からバトンを受け継ぎ、自らが新たな価値を加えていくことで、新たな“業”を起こせる、可能性に満ちた場所と映っている」と書いていた。都会で力をつけた若者が地方の持つ魅力に気づき、続々と地方へ移住し力を発揮していく。久慈市からそんな未来も想像できるよう、私自身も希望を持って暮らし、活動を発展させていきたい。

【参考資料】

- ・『久慈市 ホームページ 久慈市の概要』

<https://www.city.kuji.iwate.jp/shisei/kujishi/kujishiprofile/outline.html>

- ・『久慈市 人口ビジョン概要版』 令和2年3月

<https://www.city.kuji.iwate.jp/assets/seisaku/gaiyou.pdf>

- ・『三陸ジオパーク ホームページ』

<https://sanriku-geo.com>

- ・図司直也「共感が生み出す農山村再生の道筋」大森彌ほか『人口減少時代の地域づくり読本』公職研、2015年

- ・『ソトコト 2023年3月号（関係人口入門 2023）』