

魚津三太郎塾 ポスター集

第6期

（平成29年7月～30年3月）

平成30年3月9日作成

企 業 名

提案者(塾生)

日本料理 海風亭

美浪 呂哉

ココマカロン

大島 恵

富居幸一・芳弘りんご園

富居 芳弘

Matin(マタン)

浜田 孝司



- 2012~転機 -

たった一つの出会いが人生を変える事もある



2012年3月 三太郎塾一期生として入塾
5代目として受け継いだホテル、飲食店は当時火の車
三太郎塾に出会い、魚津の水循環、経営哲学、圧倒的な
ボリュームのインプットに衝撃を受ける

-課題-

世界の海の3倍のスピードで水温上昇が進む日本海



- ・地球規模で進む温暖化
- ・海水温の上昇は水産資源の大きな課題
- ・乱獲などの影響もあり、人の食べる魚類は40年で半減
- ・コンパクトな魚津だからこそ世界のモデル、ジオラマに
- ・魚津市民が先頭に立って、地球の海を救うストーリー
- ・食い止める事が出来ない変化にどれだけ対応できるか
- ・サステナブルと言う価値観を魚津に根付かせ、生活の一部と出来るか

-2013~成果-

魚津 CSV statement



三太郎塾の学びを元に、魚津を伝え、守るをコンセプトにメニュー開発
その後は、コンセプトに従って、店づくりを一から見直し、海風亭=魚
津を味わえるという認識を高め、メディアにも多く取り上げられる
事業開始1年目(2013)で売上1割増 現在では3割増に迫る

-2014~仲間-

料理人とは 何を伝え 何を解決し 何を産み出せるのか



一人間、美浪呂哉が料理という手法を用いて何が出来るのか
生産者や作家、料理人仲間と繋がり、次世代へ食を通して地域のプライド
を創れるか 東京ではおつやを通して魚津の豊かさ、文化を伝える

-2015~深度-

結び、作り手と食べ手の誇りを創る



地域と向き合い、学び掘り下げるために、四季に合わせ美食会を開催
地元の作家、生産者を結び、伝える。
ガストロノミー ただ美味しい物を作るのではなく
時と、人と、場所と、想いを、結び、価値を産み出し、伝える

-2017~自信-

料理の想像力が地域の未来を創る



日本最大の料理コンペ REDu-35にて、日本人22人に選ばれる シルバーエッグを獲得
魚津を伝え、守りたいというストーリーが客観的に評価され、日本のトップと渡り合え
ることを証明できた そんな自分だからこそ出来る ローカルガストロノミーとは？

-2018~未来-

価値観を共有するコミュニティビジネス

SUSTAINABLE STANDARD

暮らし、生活、仕事の一部となる事が地域資源とそれぞれの課題解決へ
第二の安定的収入源とセカンドスタイルの提案



-01- ダイニングアウトツアー

『観光、移住』
水循環、スローライフ、食材
料理人、生産者、地元民と行くツアー



-02- 駅前ストリートカルチャー

『販路拡大、BtoC』
作り手の想い、お客様の声をダイレクトに受け取
れる屋台、移動販売、お弁当
魚津ストリートカルチャー



-03- シェア出来るempty

『空きテナント活用、
働き手不足、新たな公』
シェアスペース
託児所、茶道カフェ、ギャラリー、直売所、体験
企業と空き店舗と経営者、業態をマッチングする



-04- サステナブルマークブランド

『意識向上、シビックプライド』
サステナブルマークブランド
世界の海を守ると宣言する



-05- オーガニックなお米

『安心安全、インバウンド』
オーガニックの世界基準を超える
ワールドスタンダードを魚津から
補助制度の提案

『5年後にはカルチャーにしたい』料理人が先頭に立って、異業種で作るコミュニティが魚津の海を守り未来を創る



暮らし、生活、仕事の一部となる事が地域資源とそれぞれの課題解決へ 第二の安定的収入源となり共有できるセカンドスタイルの提案
サステナブルをコンセプトに掲げるコミュニティビジネスが始動！！

黒部川が極端に近しい津市に、バスに乗ると30分、海と山が次第々々見えてくる。片貝村の山が、川が湧き出たところを使った香茅茶を、豊かな里に広がる田園風景に、雨筒分水槽からは15分で海に出る。歴史が感じられる。夏は、海沿いに歩き、古民家の杉が根付いた、埋没した博物館扱いを高く、4000mの杉を駆けた自然の風景が魚津の宝だとよくわかる。そんな自然の恵みを受け、魚津の資源。埋没林の広場で待っていたのは、ダイニングアウト。その日の時、その場限り、は、魚津にアウェイレストラン。腕を振ったのは、魚津にアウェイレストラン。

体験、美食を通して
住みたくなるくらい
好きになる

『観光、移住』を目標とする
水循環、スローライフ、食材
料理人、生産者、地元民と行くツアー

ツアーの最中、生産者のもとを訪れ、採取した食材を調理し、コース料理を提供してくる。どれも地元に根を張り、高い技術を持ってくれた。ここでいかに味わえないものばかり。目の前に広がる富山湾。後を見れば雄大な立山連峰。めくくり過ぎる時間と料理とお酒。こんなにも贅沢なランチをエーション。時間はない。それから水族館など、夜は魚津の駅前大通り街でパルイベントに繰り出す。魚津にはこんなにも、豊富な個性的な飲食店があるんだと実感する。

人と人、人と物の
出会いが
自然と街を笑顔にする

A photograph of a lively outdoor dining area at night. The scene is illuminated by warm string lights hanging from trees and buildings. People are seated at tables, and there are large white tents in the background. The atmosphere is festive and social.

『盛り上がり、販路拡大、BtoC』を目的と
作り手の想い、お客様の声をダイレクト
受け取れる舞台。移動販売。お弁当。

地域課題 貧弱な観光資源 一次産業離れ 街に活気が無い

企業課題 顧客の減少 食べ手側の食材付加価値の認知の低さ 価格出来ない

課題解決 交流人口の増加 美食の街のイメージ 付加価値の底上げ 街の賑わいを作る

コミュニティ 海風亭 浜多屋 コマカロン

原 七 石崎浦岸 宮本未留吉 藍豆

内容	サステナブルシェードを使ったサン ドイット、串焼き、浜焼きを売る移動販売車 その周りに集まるコンパクトなマーケット 組合で作る問伐場、お弁当など1日だけで提 供する、サ カルも取り交ぜカオス感を出す	森林
美浪は活用し、月2度発行 で作る弁当を開発、販売	駅前の飲み屋街のど真ん中に位置する美浪館駐車 場をうまくし、月2度発行 で作る弁当を開発、販売	サステナブルフー

魚津クリアラーメン 新川森林組合 他

A close-up photograph of a hand holding a glass of red wine. The glass is partially filled with a dark red liquid. The background is softly blurred, showing a restaurant interior with warm lighting and some indistinct shapes, possibly other diners or decor.

A photograph showing the interior of a traditional Japanese restaurant. In the foreground, there is a long, dark wooden table with several wooden chairs. The room has a high ceiling with exposed wooden beams and a large window in the background. To the left, there is a wooden shelf with various items. The overall atmosphere is warm and traditional.

『空きテナント活用、働き手不足、新たな公』を目的とする
資源も人もサステナブルがテーマのシェアスペース
託児所、茶道カフェ、ギャラリー、直売所、体験
企業と空き店舗と経営者、業態をマッチングする

[illegible]

宣言することから
始めてみる

14 海の豊かさを
守ろう

『意識向上、シビックプライド』を目的とする
世界の海を守ると宣言する

地域課題 資源の減少 絶滅危惧種への認知の低
さ 危機意識の低さ シビックプライド
企業課題 食材付加価値の認知の低さ 企業イ
メージ、ブランド力の低さ
課題解決 持続可能な漁業、農業 街のイメージ
改革

内容 国際基準の魚のエラペル「Eucel」日本では唯一京都府が取得している。魚津市でとれ尽くれている。また市民向けに市内でサステナブルな商品、漁場から直接仕入れる企業の商品に魚津市独自のマークを付与して発行。マークを集めるに協賛企業で使える金券が貰えたり、魚津ガチャをひける。

ワールド
スタンダード
を当たり前に

サステナブルな商品、漁場から直接仕入れる企業、他

魚津市 サス

『安心安全、インバウンド』
オーガニックの世界基準を超える
ワールドスタンダードを魚津から
補助制度の提案

[illegible]

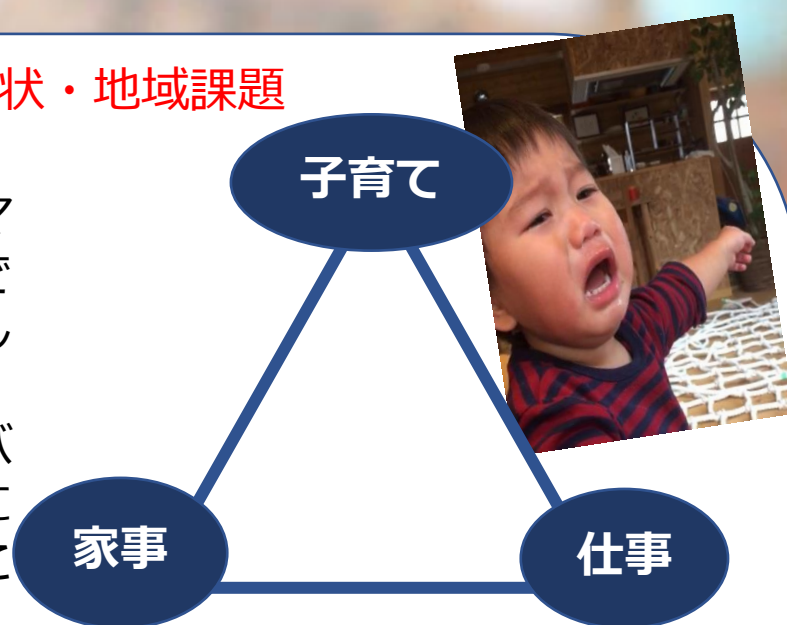
同時多発的に事業を継続させることで5年後には、魚津の客観的なイメージを「Sustainable sea city」「環境への高い意識を持つ美食の街」へと戦略的にブランディングする事と同時に市民に高い意識、プライドを根付かせる事を目的とする

キラキラ輝くママプロジェクト

ココマカロン 大島恵

1. フリーランスママの現状・地域課題

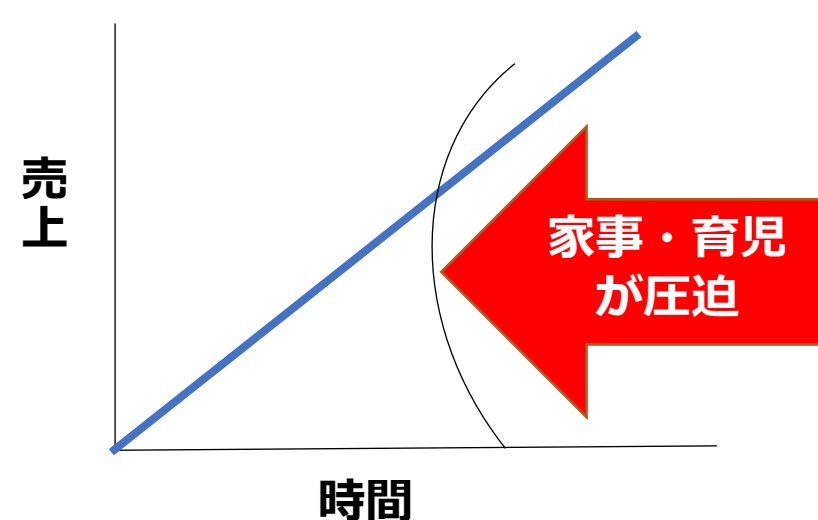
2018年・・・時代は「働き方改革」と言われ、ママやお年寄りなどみんなが活躍できる社会を目指していこうとしている。しかし、ママのワークライフバランスは家事育児仕事が密接に絡んでおり、ママが活躍することは簡単な事ではない。



ママはシンデレラ

時間が来たら母になる。残業も出来ず、イレギュラーな出来事（子供の風邪）等にも振り回される。仕事にかけられる時間が決まっているため、1馬力では収入も少ない。業務も経理、販売促進、市場開拓などを全て1人でやらないといけない為、ビジネスとして成立することが難しいママが多い。

売上と時間のバランス



決められた時間の中で売上を稼ぐことは難しい。

自社（フリーランスママ）の課題	地域課題
- 働ける時間が限られている - 売上低 - 経営のスキル不足 - 子育て・家事との両立 - 孤独 - 家族・周りの理解	- 出産数の減少 - 合計特殊出生率の低下 - 若者人口の流出

2. プロジェクト始動

魚津市にはフリーランスで頑張るママが何人もいる。潜在的にはもっている。そんなママたちも同じような悩みを抱えていることがわかり、フリーランスママが結束することで、1馬力が100馬力になる事に気づいた。**3足のわらじを履くママの会**発足！



活動内容

子育て助け合い

子供を預かり合う仕組みを作る→活動できる時間が増える。活動の幅が増える。



情報発信（ワークショップ・イベント情報）

個々で発信している情報を集約して発信→周知アップ。他のママへの拡散アップ。



勉強会・相談会

ママのための経営学を学ぶ→適切なスキルを習得。ママ同士相談することでモチベーションがアップし、団結力が生まれる。



販売場所の拡大

市内の朝市や空スペースを利用。個々では使用できない場所も使用できる。個々で販売するより集客数のアップ。認知度アップ



運営方法

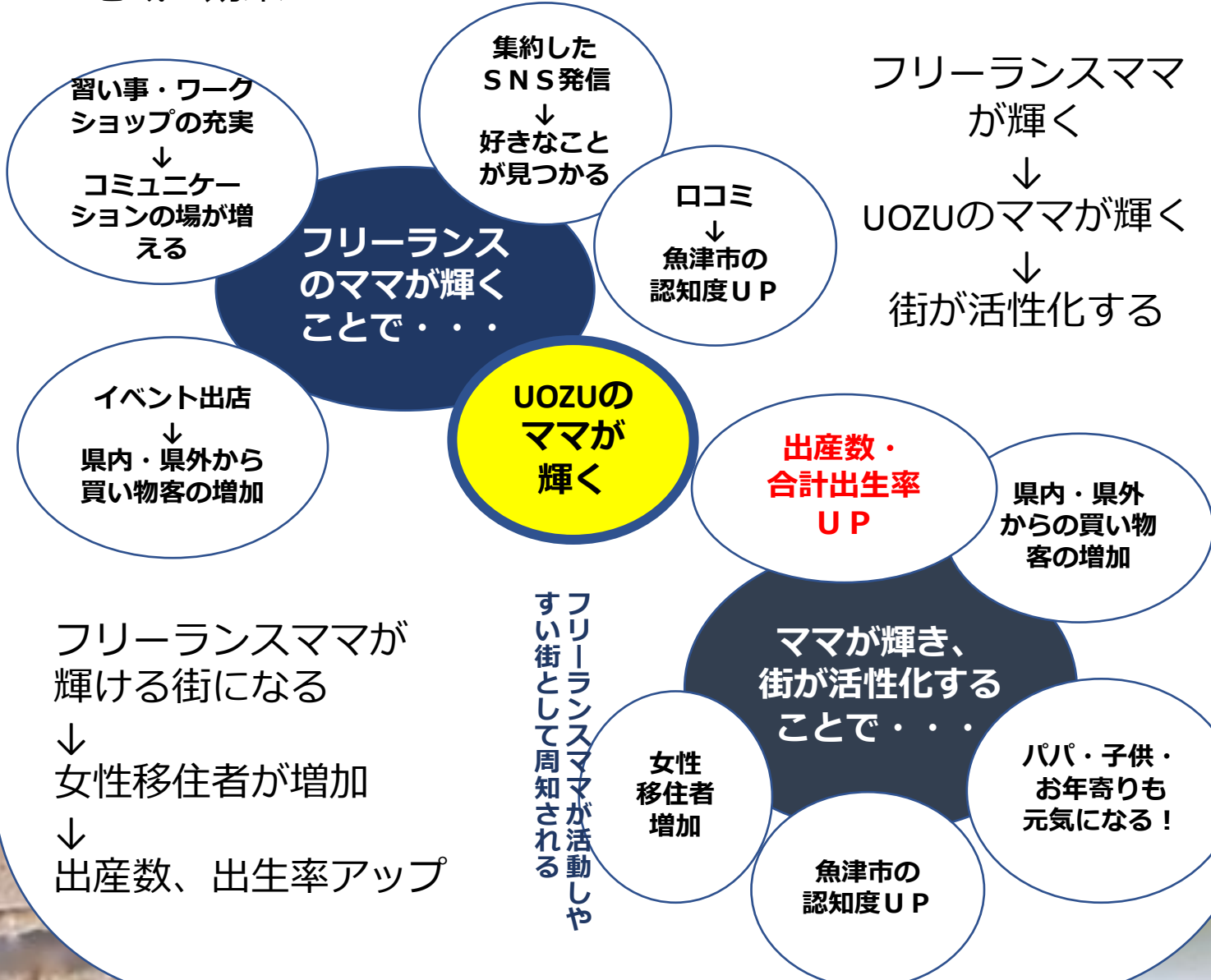
営利目的ではなく月額費などはいただかない。（自分のメリットとトレードオフ。）都度、必要な時にお金を出し合う。子育て助け合いに関しては検討中。

3. フリーランスママのメリット・地域の効果

フリーランスママにとってのメリット

- 売上げアップ
- スキルアップ
- イベント出店などを通して販路拡大
- 認知度アップ
- モチベーション

地域の効果

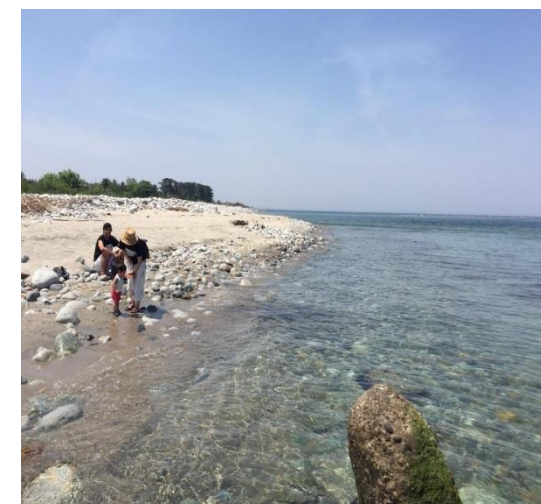


4. 展望（水循環との関わり）

魚津特有の地形がもたらす水資源「水循環」

魚津市に住むママは子育てにおいて、その恩恵を受けてる

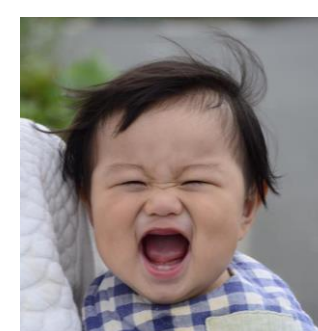
- 新鮮で美味しいものを食べさせられる**安心感**
- 山と海の自然から育む**豊かな心**
- 四季を感じるアクティビティーによる**経験**



魚津は、ママが子供を育てたい街だということだ



ママが輝ける街
+
子供を育てたい街



= 2つが合わさる事で、
他にはない唯一無二の街になる。
ここUOZUだからできる
皆が輝ける**笑顔あふれる街**を目指して

思考の循環C

「想いを伝える」

- 食育やワークショップを通じたアピール
子供から大人まで世代に応じたコミュニケーション方法でイメージアップ
生産者のこと、地域のことを知ってもらい、地元への関心をもってもらおう
例)小学生へ紙芝居を使ったワークショップ
＝子どもたちに夢を語ることで加積りんごやりんご農家として活動することの魅力を感じてもらう
- 効果的なPRで認知度を上げる
＝ブランドの魅力アップ
担い手の関心を惹くようなPRを



思考の循環B

「新たなビジネスのかたち」

- 新たな食べ方の提案で消費者層を拡大
加工業者や異業種とのコラボレーション促進
- 対面販売の特徴を活かす
地域コミュニティからより広範囲のコミュニケーションへ
→配達サービス余剰品を利用した加工品生産・販売
＝進化する『親切経営』
- 廃棄ゼロを目指す
大切に育てた商品を、最後まできちんと売る意識へ
生産の可能性を追求
＝販路拡大、生産性向上



2017年地元加工業者とコラボしたりんごゼリー

課題

加積りんご農家の課題と現状

富居りんご園

- 新規顧客獲得
- 地域外への認知度上昇
- 消費増加のための新たな取組み

【富居りんご園プロフィール】
富居りんご園は、山梨県加積町にあり、長年加積りんごを栽培し、地域外への認知度を高めるために、様々な取組みを行っています。
加積りんご園のりんごは、加積町産りんごの中でも、特に品質が高く、味も絶品です。
加積りんご園のりんごは、加積町産りんごの中でも、特に品質が高く、味も絶品です。

余剰品廃棄

売上減少

ブランド力低下



- 100年超の歴史を誇る産地

- りんご生産地域ブランドとして全国で2例目の認定

- 樹上完熟

- 対面販売が主流
別名「幻のりんご」

- 組合員すべてがエコファーマー認定者
＝持続性の高い環境にやさしい農業生産法



事業内容

産地を守る

「思考の循環」

魚津の水循環

果樹栽培に適した魚津ならではの自然環境・地形

思考の循環C
想いを伝える



できっこないこともやってみなくちゃ!

思考の循環A
五感に響くりんごをつくる

思考の循環B
新たなビジネスのかたち

思考の循環A

「五感に響くりんごをつくる」

- 記憶に残るおいしさを追求
地域の魅力を思い出すきっかけに
- 良いものを適正な価格で売る
所得向上・魅力ある職業になることで雇用を生む



今後の展望

加積りんごブランドを守る
3つの『思考の循環』を推進

生産者・加工業者・消費者

持続する『加積りんごブランド』へ。

魚津の“りんご畑がある風景”を守る



M A T I N A N T I Q U E S



Matin=衣料品販売店。生まれ育った魚津で、若い世代に米オレゴンからの輸入衣料品を販売しています。

魚津三太郎塾6期生
浜田孝司



魚津の子供たちに世界を見せたい スタンドバイミー魚津

当社の課題

通販での販売が売り上げ全体の7割を占めている。



想いを伝えるためには店頭での販売が必要！顧客のすそ野を広めたい！！

社会の課題

留学者が減少傾向にあるといわれている。



グローバル、積極的、冒険心にあふれた子供を育成したい。

地域と連携して課題解決しよう



わが街魚津市の教育方針
英語教育の充実



わが社 Matin の目標
店頭売り上げ増

異文化交流型人循環プログラム 「スタンドバイミー魚津」

■目的: 交換留学やサマーキャンプを体験する場を提供し、国際コミュニケーション能力を身につけた子供を育成する。

■行先: オレゴン州(ポートランド近郊)
= 海の町。魚津のことも知っている。
期間: 平成 30 年 7 月 27 日~8 月 7 日
対象: 魚津市小中学生(人数3人)
課題: 参加費(検討中)

■特徴: 現地仕入で培った、旅行企画会社ではできないような内容の濃い体験の場を提供。



展望

人循環プログラムの実施

↓
国際コミュニケーションに興味を持つ子供の育成

↓
アメリカンスタイルへの興味

得られる効果

Matin: 顧客や BP の獲得
参加者: 外向きな若者に
魚津市: 世界に通用する人材



さらなる波及効果

- ・国際コミュニケーション
- ・故郷を知る
- ・移住者増
- ・BP の育成
- ・BP と連携
- ・国際交流

Matin から始まる Win4

- Win1: 自社の課題解決(Matин)
- Win2: 英語教育の拡充(魚津市)
- Win3: 満足、スキルアップ(参加者)
- Win4: 魚津の世界進出(地域、企業)