

株式会社バウンスバック



住民の声と地域資源を活かした真備町の リブランディングとサステナブルなまちづくり



株式会社 バウンスバック

代表取締役
亀鷹 皓平

従業員数

2名

設立

2020年

事業概要

“竹”および“竹水”を使用した商品・サービスの開発、販売

西日本豪雨で失われた町の活気を 取り戻すため、地元住民の声を収集

大学生時代から発展途上国の現状を伝える組織の設立や、国際会議への参加、子ども兵の社会復帰に関する取り組み等を行っており、卒業後も東京の部品メーカーに勤めながら、国際協力関係の活動を続けていました。



2018年、東京で過ごしていたある日、都内の大型ビジョンに映った映像を見て、衝撃を受けました。西日本豪雨によって、倉敷市真備町が甚大な被害を受け、濁流に飲み込まれていたのです。その光景は、海外で目にしてきた災害地

域と重なって見えました。

「これまでの経験を活かし、地元である倉敷市の復興にむけて何か力になれないか」

そう考え、総務省が推進する「地域おこし協力隊」の制度を活用して、真備町へのUターンを決意しました。

豪雨被害は大きな痛手でしたが、私はこの出来事を「すべてがゼロベースに戻った」と前向きに捉えることにしました。住民に「真備町をどんな町にしたいか?」と、一人ひとりヒアリングを行い、その理想像をもとに町をリブランディングしていくことこそが、復興やその先の地域活性化へもつながると考えたのです。

「目的からの逆算」により、 既存の発想にとらわれない商品を生み出す

住民の声を聴くなかで、繰り返し話題に上がったのが「竹」でした。真備町は竹林が多く、たけのこの産地としても知られる地域です。そこで、「豪雨被災地」のイメージから脱却し、「竹の町」としてリブランディングすることを目標に決めました。

商品開発にあたっては、「目的から逆算する」ことを強く意識し、竹細工や建材といった既存のイメージにとらわれず、竹を固体・液体・気体の原料として再定義したのです。

この発想によって生まれたのが、竹水を原料とした化粧水「EMU」です。若竹から採取できる水には、アミノ酸などの保湿性に優れた成分が豊富に含まれており、その特性を活



かして商品化しました。いまではTV・新聞など各種メディアで紹介されています。



さらに、「日常生活に溶け込むことが、町の認知につながる」と考え、「竹で衣食住」をテーマに展開しています。

食の分野では、竹パウダーを開発しました。既存のものよりも粒度を細かくすることで食用化に成功し、県内の百貨店で販売されるお菓子などへ使用されています。衣服の分野では、竹繊維を横糸として使用した「竹デニム」を開発しました。竹繊維の効用は研究中の段階ですが、消臭効果や耐久性の向上などの可能性が確認されています。

竹は成長が早く、供給が安定している点も事業としての大きな強みです。真備町を「竹の町」へとリブランディングしていく取組みと、サステナビリティを前提とした商品開発を、今後も両輪で進めていきたいと考えています。



竹の価値を高め、地域の魅力向上につなげる

今後も当社の商品を通じて多くの方に竹の有用性を感じてもらい、そこから真備町についても知ってほしいと考えています。実際には、竹材の管理負担などから、竹に対してネガティブな印象を持つ住民は少なくありません。

だからこそ、「厄介な存在」と捉えられてきた竹に新たな価値を加えることで、地域の魅力向上・リブランディングにつなげていきたいと考えています。

また、地域での事業展開には、支え合いが欠かせません。「竹の町」というコンセプトも、住民のヒアリングから生まれたものです。人手不足などで困っていたときには、地域同士で助け合う関係が自然と築かれています。

私の取組みが、若年層が地域に根差しながら事業を通じてリブランディングや魅力向上に挑む一つのロールモデルとなり、全国の若者のビジネスチャンスを見出すきっかけになれば嬉しいです。

サステナビリティへの配慮は、今後のビジネスにおいて欠かせない前提条件になると感じています。地域の課題と真剣に向き合いながら、事業として持続可能な形に落とし込んでいく。その積み重ねが、地域の未来を切り開く力になると信じています。

ここがポイント!

- 豪雨被害を「ゼロベースで町を見直す機会」と捉え、住民の声を起点にリブランディングを実施
- 「目的からの逆算」により、竹の固定概念を覆す商品開発を展開
- 被災地支援を一過性で終わらず、事業として自走する仕組みづくりを重視