

県復興委員会 第 11 回総合企画専門委員会の審議概要

1 開催概要

(1) 日時等

平成 26 年 1 月 8 日（水）13：00～15：00 エスポワールいわて「大ホール」

(2) 審議事項等

- ① 総合企画専門委員会による現地調査の概要等について（報告事項）
- ② 復興実施計画（第 2 期）（素案）について（審議事項）

2 復興実施計画（第 2 期）（素案）に対する主な意見

審議中に出された主な意見は、次のとおりです。

（平山委員）

- ・ 三陸創造プロジェクトという新たな取組とともに、事業の進展に伴い、今後**ソフト面での取組が大きい比重を占めることとなる第 2 期**においては、第 1 期計画の成果を踏まえ、**継続的で着実に取組を実施していくことが必要**である。
- ・ 復興塾においても、様々な議論が展開されていくこととなると思うが、それとの関係の整理も必要ではないか。

（齋藤委員長）

- ・ **地域の「生き様」そのものが地域ブランド**であり、復興への大きな原動力となり得る。
- ・ 復興に当たっての重要な二つの点は、**迅速性と地域の声を聞くこと**。それが地域をつくっていくに当たって大切なことである。
- ・ 県の事業に関する進捗状況の把握だけでなく、各分野における**ソフト分野も含めて復興の度合を示せるものも設定**できるとよい。

（広田委員）

- ・ 三陸創造プロジェクトのそれぞれのプロジェクトをつなぐ、**共通的な取組として三陸ブランドの創造**を提案したい。三陸ブランドは、前向きで創造的なイメージを持つもので、**骨太な地域ブランドとなり得るものとすることが重要**である。
- ・ ハードのまちづくり事業に加え、ソフトのまちづくり事業を促進する支援として、アドバイザーの派遣やまちづくり事務局の運営力を高めるような、**包括的な支援パッケージ**があるといい。

（南委員）

- ・ 一層**厳しさが見込まれる将来への準備が本格復興**であり、この期間に地域の人たちがどう再生していくのか、**地域の内側からしっかりとやっていくことが必要**であり、行政側はこれを支えていくことが大切である。

- ・ 他の地域と比較し、岩手は比較的上手くいっていると思うが、行政と地元の住民が信頼感をもち、**対話しながら復興を進めていくことが大切**である。

(谷藤委員)

- ・ 地域ブランドには、地域の物産・物品を指す場合と、地域のライフスタイルを指す場合がある。**沿岸ブランドをどのようなブランドとして位置づけ、どのように展開するのか**を考える必要がある。
- ・ 地域ブランドとしての三陸ブランドは、今、**現に根付いているブランドの力を借りながら、それを活かすような形で展開していくことが有効**である。

(若林委員)

- ・ 第 2 期においては、恒久的な住まいへの移転といった、**応急仮設住宅の解消を柱に据えながら、それを中心に総力をあげて実施することが重要**である。
- ・ 復興の加速化に向けた共通課題（人材の確保、財源の確保、用地の確保等）の解消について、**総力をあげて実施していくという力強い意気込み**をもう少し強く意識してはどうか。