

第4章 三陸の未来を拓くプロジェクト

基本的考え方と展開の方向性を踏まえ、地域の方々や有識者等からのご意見もいただき、三陸の復興・振興を進めていくアイデアや事例を「三陸の未来を拓くプロジェクト」として整理した。

プロジェクトの構成と基本的な考え方の対応

基本的な考え方
1 交通ネットワークの活用
2 交流・連携の仕組みづくり
3 多様な資源の発掘・活用

	プロジェクト名称	基本的な考え方		
		1	2	3
産 業	A-1 三陸まるごと直送プロジェクト 新鮮な三陸の水産物等を復興道路で消費地に直送	○		○
	A-2 三陸物流強化プロジェクト 港湾と復興道路の活用による県内企業の競争力向上	○		
	A-3 三陸産ブランド構築プロジェクト 生産者の意欲と所得向上に資する産地ブランドの形成	○	○	○
	A-4 三陸産業プラットフォーム形成プロジェクト 企業における人材・資金・経営面の課題を組織的に支援		○	
観 光	B-1 食の観光コンテンツ充実プロジェクト 三陸の豊かな水産物を生かして食の観光コンテンツを充実	○	○	○
	B-2 三陸まるごと博覧会プロジェクト イベント開催を契機とした観光地の魅力と機能の向上		○	○
	B-3 三陸観光マネジメントプロジェクト 人材育成・商品開発・情報発信の戦略的な実施		○	
コ ミ ュ ニ テ ィ	C-1 地域間交流のまちづくりプロジェクト 地域の人々が交流しながら快適に生活できる環境の形成	○		○
	C-2 開かれたまちづくりプロジェクト 地域人材と外部人材による地域づくりの実働部隊を編成		○	○

※ 表中の「基本的な考え方」の項中の数字は、『基本的な考え方』の区分を示している

A-1 三陸まるごと直送プロジェクト

～新鮮な三陸の水産物等を復興道路で消費地に直送～

(目的)

高い付加価値を持つ三陸の新鮮な水産物等を、復興道路を活用して迅速に消費地に輸送する仕組みを構築する。

(三陸産農林水産物の流通をとりまく状況)

三陸地域は、三陸沿岸道路や東北横断自動車道釜石秋田線（釜石～花巻）、宮古盛岡横断道路の整備により、東京や仙台等の大消費地や県内陸部との時間短縮や定時性、信頼性の向上が見込まれている。

さらに、三陸沿岸道路は、「料金が概ね無料であること」、「雪による影響を受けにくいこと」等から、三陸沿岸道路を利用した新たな流通ルートの構築に事業者から期待が寄せられている。また、トラックの横揺れが低減することから活魚運搬車（いけすトラック）による輸送の支障も少なくなる。

一方、運送事業者の廃業やドライバー不足によって輸送トラックの確保が難しくなっているほか、水揚げ量の減少等による荷量の減少等により、水産物等を三陸地域から首都圏に向けて輸送するトラックの定期便数が減少している。

(新たな交通ネットワークを活用した流通ルートの構築)

現在、漁協や水産加工事業者は、水揚げの多い時期に専用便を使用して消費地に向けて商品の直送を行っている。例えば、宮古市の重茂漁業協同組合は、新春にワカメの新芽を摘み取った早採りワカメを例年、1～2月の間、チャーター便で仙台・首都圏へ「春いちばん」として出荷している。

復興道路を活用した流通ルートの構築や、流通プロセスの改善を図ることにより、三陸で採れた「早採りワカメ」のような水産物等を、首都圏や仙台圏の販売店でその日の夕方に販売することができるようになる。

また、現在、仙台空港から中部・関西方面や、沖縄を通してアジア諸都市への流通ネットワークも形成されつつあるため、復興道路を活用し、花巻空港や仙台空港を利用することで遠隔地への展開も可能となる。

効率的な流通ルートの構築のためには、荷量の確保や、少ない荷量でも対応できる輸送方法の開発が必要となる。併せて、新たな市場開拓にも取り組むことが重要であり、モデル事業の実施等により、継続性のあるビジネスモデルを構築していくことが重要である。



早採りワカメのしゃぶしゃぶ

(イメージ)



(取組内容 1 : 効率的な輸送方法の構築)

① 共同集荷の推進【中長期的に実現を目指すもの/民間・行政】

消費地へのトラックの定期便を確保するためには、通年での荷量確保が必要となるため、季節及び品目毎に生産量が異なる複数の商品を組み合わせることなどにより、安定的な出荷量を確保する。

具体的には、複数事業者による共同集荷を行うことが考えられる。復興道路の時間短縮効果を最大限に発揮できるよう、インターチェンジ付近に共同集荷用のスペースや高鮮度を維持する蓄養場等を確保し、そこへ各事業者が商品を持ち寄ってトラックへ荷積みを行い、出荷する。

このような共同集荷を行うためには、荷物の種類や梱包形態、荷量等について、リアルタイムに情報を集約し、荷物を調整して運送トラックの手配を行う必要があることや、首都圏等から三陸地域への帰便の荷量の確保も必要となることから、モデル事業の実施等を通して、課題解決に取り組み、共同集荷の仕組みを構築していく。

② 輸送の効率化や鮮度維持に資する輸送方法の開発【近い将来に実現を目指すもの/民間・行政】

飲食店や消費者に、複数の魚種をまとめて直接配送することができる鮮魚ボックスや、常温での輸送が可能となる保冷ボックスなどを利用し、他の商品と混載や、バスの空きスペースの利用等を検討し、効率的な輸送方法を開発する。

また、消費地に高い鮮度を保って水産物を届ける輸送方法として、活魚運搬車（いけすトラック）のような生きたまま輸送できるトラックや、新幹線を利用した輸送の仕組みを構築する。

（取組内容 2：三陸から直送する水産物の市場開拓）

① 新しい販売エリアでのプロモーションの実施【近い将来に実現を目指すもの/民間・行政】

早採りワカメ、殻付きカキ・ホタテ等、鮮度が重要な水産物は、その日のうちに消費地の販売店や飲食店に並べることによって、例えば『朝採り』という高い付加価値を持つ商品として展開することが期待でき、復興道路の整備によって商品を展開できるエリアが拡大する。

拡大エリアは、首都圏や仙台の近郊だけでなく、花巻空港や仙台空港を活用することによって、関西、中部地方へその日のうちに展開が可能であるほか、アジア諸都市への展開も考えられる。

併せて、これらの新しいエリアの販売店や飲食店に向けて、積極的な商品プロモーションを行う。

② 継続販売に向けたサポート【近い将来に実現を目指すもの/民間・行政】

新しくアプローチできるようになったエリアで、スーパーや百貨店、飲食事業者、個人等、商品の販売先で、試験的な導入から本格的な販売となるよう、継続的な取組を行う。

具体的には、三陸の生産者から消費地へタイムリーな商品情報を、インターネットを用いて配信し、その場で注文ができ、即日発送するような仕組みや、商品に対する評価を直接生産者にフィードバックできる仕組みの構築により、継続販売可能なビジネスモデルを確立する。併せて、そのモデルを応用して、農産物、加工品等への展開も検討していく。

A-2 三陸物流強化プロジェクト

～港湾と復興道路の活用による県内企業の競争力向上～

(目的)

港湾と復興道路を活用した効率的な物流ネットワークを生かし、県内企業の競争力の向上と三陸地域における物流拠点の形成を図る。

(物流環境をとりまく状況)

本県沿岸地域は、三陸沿岸道路や東北横断自動車道釜石秋田線（釜石～花巻）、宮古盛岡横断道路の整備により東京や仙台等の消費地や内陸部との確実な時間短縮が見込まれているほか、宮古～室蘭間フェリー航路の開設も予定され、内陸との交流促進や、東京や仙台といった消費地への物流ネットワークの構築に向けた環境が整いつつある。

港湾の取扱量は、概ね震災以前の水準に回復している。釜石港、大船渡港ではコンテナ貨物の取扱量が増加しているが、県全体の輸出入コンテナ貨物の取扱量のうち港湾の利用は数パーセントにとどまっている。

釜石港近傍には、太陽光パネルメーカーの物流拠点が建設されるなど、三陸地域への企業立地による取扱量の更なる増加が期待される。また、平成29年には、韓国・中国を結ぶ国際コンテナ定期航路の開設の動きもある。

【事例：物流拠点の立地～トリナ・ソーラー社～】

世界的な太陽光パネル製造販売企業トリナ・ソーラー社（本社・中国江蘇省）は、釜石市片岸地区に同社で国内初となる物流センターを建設中である。この物流センターは、中国で生産された太陽光パネルを釜石港に陸揚げし、東北各地に配送する拠点となり、国際コンテナ港の釜石港と復興道路（三陸沿岸道路と東北横断自動車道）の高速交通網の結節点という流通面での優位性に着目し、立地を決定。

計画では、平成29年に操業予定で、中国工場で生産した太陽光パネル年間約48万枚を釜石港から陸揚げし、東北各地に発送する。その取扱量は1,000TEU（1TEUは長さ20フィートのコンテナ1個）を予定。平成26年の釜石港の取扱量は2,662TEUであり、トリナソーラー社の物流センターの立地により、釜石港のコンテナ取扱量の飛躍的な増加が期待されている。



(出典：トリナ・ソーラーHP：
<http://www.trinasolar.com/jp>)

(交通ネットワークの整備等を生かした物流強化の在り方)

釜石港や大船渡港の定期コンテナ航路の充実や宮古港のフェリー貨物の活用によって効率的な輸送手段を構築することにより、企業が物流にかかるコストを削減することができ、県内企業の競争力が向上する。

そのためには、コンテナ貨物の県内港の利用拡大や集約、沿岸地域への物流企業等の立地促進による荷量の確保と、それに併せた港湾の機能強化や、フェリーの受入れ態勢の整備が必要である。

また、復興道路の沿線に円滑なトラック輸送を可能にする施設（休憩施設・車両メンテナンス施設等）を確保する必要がある。

(イメージ)

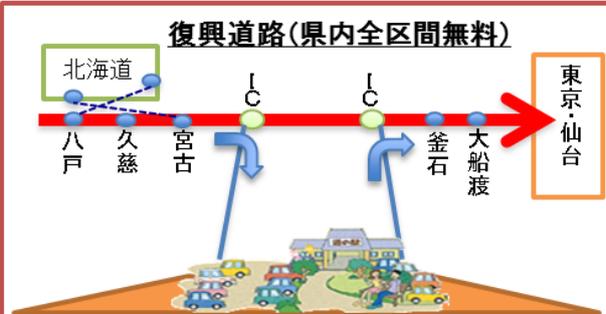
物流網を支える機能の確保

【重要港湾4港(久慈港・宮古港・釜石港・大船渡港) 港湾の役割分担による港湾利用率向上

- 各港の特性を生かして、港湾の利用を促進
- 内陸の産業エリアと連携した物流網の構築と必要な機能整備




復興道路(県内全区間無料)



トラック物流支援沿道施設(一般道)

- 道の駅、コンビニエンスストア(休憩、食事)
- ガソリンスタンド、トラック整備工場

(取組内容 1 : コンテナ定期航路充実に向けた荷量の確保)

① コンテナ貨物の集約【近い将来に実現を目指すもの/民間・行政】

コンテナ定期航路の充実に向けて、復興道路により産業集積地の県内陸部と大きくアクセス性の向上が図られる「釜石港」、「大船渡港」へのコンテナ貨物の集約を行う。

② 物流関連施設の立地促進【中長期的に実現を目指すもの/民間・行政】

港湾の後背地に保管倉庫や、三陸沿岸の水産物等の製品の加工、梱包、出庫等を行う流通加工施設といった物流関連企業を誘致し、物流拠点の形成を促進し、荷量の増大を図る。

③ コンテナの効率的な活用【近い将来に実現を目指すもの/民間・行政】

コンテナの効率的な利用を図るため、輸入に使用したコンテナを輸出用に再利用する「コンテナラウンドユース」(CRU)の取組を推進する。

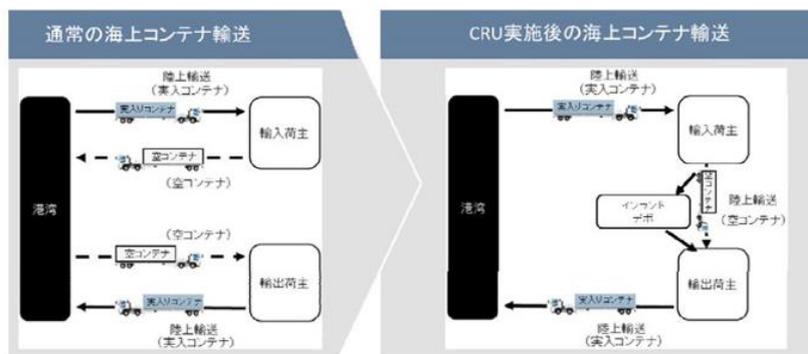
④ 港湾が連携したポートセールスの展開【早期に実現を目指すもの/民間・行政】

各重要港湾所在市と連携した「いわてポートセミナー」を引き続き開催し、本県港湾の利活用や臨海部工業団地への企業立地等を推進する。

【事例：コンテナの効率的な活用の取組～コンテナラウンドユース～】

コンテナラウンドユース（略称CRU）とは、輸入時に使用したコンテナを空のまま港に返却せず、輸出時に再利用する方法。陸上輸送コストの低減と環境負荷の低減を図ることができ、港湾の利用促進に有効とされている。

空のコンテナが多いという県内港湾のコンテナ貿易の現状打破を目指し、荷物を確保し、コンテナを有効利用するため、県と関連業者等が、東北初となる官民連携組織の2016年度設立に向け、調整している。



※デボを介させるケースと介させないケースとがある。

(コンテナラウンドユースイメージ 出展：経済産業省HP)

（取組内容2：物流ネットワークを支える機能の確保）

① 増加する貨物に対応した港湾の機能強化【近い将来に実現を目指すもの/民間・行政】

県内の荷物の集約や、沿岸地域への物流拠点の立地等により増大する荷物量に対応するため、釜石港においてはガントリークレーンの整備を行うとともに、他港においても、取扱量の拡大に応じて、港湾の荷役機能強化の検討を行う。

また、宮古港では、フェリー航路開設に向けた準備を進める。フェリー接岸のため、岸壁やフェリーターミナルの整備や、フェリーを利用する貨物車両が待機やトレーラーヘッドの付け替えができるような用地を確保、整備する。

② IC付近の休憩施設等の物流を支援する施設の立地促進【近い将来に実現を目指すもの/民間・行政】

物流を支援する施設の立地を促進する。県内の復興道路は全区間が無料である一方、サービスエリアがないため、トラックのドライバーも復興道路のIC付近の施設を休憩に利用することが想定される。

道の駅の整備や、トラックでの利用に対応した駐車場を持つコンビニエンスストアの活用等、復興道路のIC付近に休憩や食事の機能を確保する。また、トラックの整備工場やガソリンスタンド等、物流ネットワークを支える施設の立地を促進する。

【事例：多様な機能を持つ道の駅～石巻市「上品の郷」～】

宮城県石巻市の国道45号沿いに立地する道の駅「上品の郷」は、三陸縦貫自動車道の無料区間に当たる河北ICの設置に併せて整備され、道路情報コーナーや一般休憩施設のほか、産直施設、レストランに加えて、22時まで営業するコンビニエンスストアや、21時まで営業する温泉保養施設を併設している。

また、隣接してガソリンスタンドが立地しており、高速道路から降りて、休憩等に使いやすい多機能な「道の駅」となっている。



道の駅「上品の郷」

A-3 三陸産ブランド構築プロジェクト

～生産者の意欲と所得向上に資する産地ブランドの形成～

(目的)

生産者と消費者の関係の強化や総合的な商品力の向上を通して、水産物等を付加価値の高い商品として販売できる「三陸産ブランド」を確立する。

(三陸産ブランド確立に向けた状況)

三陸地域では、野田村の野田村漁業協同組合・漁師・加工販売事業者・野田村役場が中心となって「荒海団プロジェクト」を始動させ、地元漁師らによる「岩手野田村荒海団」を結成し、「荒海ホタテ」ブランドを立ち上げた。また、大船渡市の綾里漁協では、「綾里漁協食べる通信」の発行や「恋し浜ホタテ」の直送、漁業体験等に取り組んでいるほか、有限会社三陸とれたて市場では、オンラインショッピングサイトで、漁業現場のライブ中継掲載や船上オークション等を実施し、消費者への情報発信に取り組むなど、各地で地域ブランド確立に向けた取組が行われている。

【事例：生産者・消費者の関係構築～綾里漁協、三陸とれたて市場～】

綾里漁業協同組合では、漁業の魅力を発信する情報誌と旬の海の食材をセットで自宅へ直送する「綾里漁協食べる通信」の発行、恋し浜ホタテの直送販売、企業や学校を対象とした漁業体験を実施している。

漁協や生産者が外へ情報を発信すること重要だと考えている。地元の漁師が、外から注目を浴びることで、仕事に対するやりがいを鼓舞する。「食べる通信」は、情報発信の取組の1つとして始めた。購読者は首都圏や県内の内陸の方が多い。創刊号（2015年9月）は180人程度が購読している。「食べる通信」の購読者の首都圏在住の10名が、生産現場の見学に綾里を訪れた。その交流が、漁師のモチベーションにつながり、また、新たな綾里のファンの獲得にもつながっており、漁師1人にファン1人の獲得を目指している。（綾里漁協 総務課経理・営漁指導係長 佐々木氏）



「綾里漁協食べる通信」チラシ

三陸とれたて市場では、産地の魅力を発信し、消費者とライブでつながる取組として、オンラインショッピングサイトでの水揚げ作業等のライブ中継による公開やライブ中継と連動させた船上オークション等を実施している。



船上オークション告知(三陸とれたて市場)

【事例：生産者連携による消費者との関係づくり～三陸フィッシャーメンズプロジェクト～】

三陸から新しい水産業を創っていき、日本一・世界一を目指していくことを目的に、水産業に関わる人たち（フィッシャーメンズ）が地域や業種を超えて連携し、平成 25 年に「三陸フィッシャーメンズプロジェクト」を立ち上げた。

生産者と消費者をつなげてファンを増やすため、HP によるフィッシャーメンズたちの日々の活動やフィッシャーメンズの商品の紹介、ファンクラブ会員限定の体験ツアーや交流イベント、頒布会（事業者が月ごとなど、定期的におすすめの商品をお客様にお届けする。）等の取組により「顔の見える水産業」「参加できる水産業」を目指している。



（ブランド力を高めるための取組）

三陸地域の各地で行われているブランドづくりに関する取組を加速し、生産者だけではなく、消費者や販売者を巻き込んだ取組を進めることで、三陸産の水産物等の良さが広く認知され、付加価値の高い商品として取引されるような環境形成に取り組んでいく。

三陸地域の水産物等が消費者に受け入れられるためには、三陸地域の生産者側が連携し、衛生面や食味面で高品質の商品を生産することが不可欠である。さらに、これらが付加価値が高い商品として取引されるためには、希少価値や健康への効果、商品の生産に関するストーリーといった消費者の心を掴むような特徴が求められる。そのため、三陸の豊かな自然に育まれた生産環境をPRすることや、積極的に消費者のニーズに応えた商品づくりに取り組むことが重要となる。

また、発信力の高いメディアやキーパーソンを通じた商品PR、生産者と消費者のつながりづくりによる商品のリピーターの確保、口コミによる販売拡大等の様々な取組を展開し、ブランドイメージの定着を図っていくことが重要である。

(イメージ)



(取組内容 1：生産者と消費者の関係強化による販売力向上)

① 生産者と消費者とのマッチングの促進【近い将来に実現を目指すもの/民間・行政】

生産者と消費者のつながりを強化するため、消費者参加型の生産地見学・食体験ツアー、消費地での試食イベント、小売・飲食に関わる企業・生協等への情報発信活動や、牡蠣やホタテの養殖棚のオーナー制度、直接販売等に取り組み、「三陸産」の商品を継続的に購入するファンを増やし、商品販売力の向上につなげる。

(取組内容 2：小売・飲食事業者の販売意欲の向上)

① 訴求力のある商品の開発と展開【近い将来に実現を目指すもの/民間・行政】

三陸産の水産物等の販売が利益向上につながる事例を消費地の小売・飲食事業者へ示すことで、販売への意欲の向上を図る。

具体的には、仙台や首都圏等の消費者のニーズを捉え、新市場の創造や隙間市場の進出が狙える訴求力ある商品の発掘・開発・PRにより、高いプレミアムを付けた商品として展開を図る。

例えば、大きく品質が良い三陸産のホタテを、首都圏で人気となっているオイスターバーのように、ホタテ専門店（スキヤロップバー）として売り出していくことや、市場に浸透していない早採りワカメのしゃぶしゃぶやエゾイソアイナメ（ドンコ）の肝焼きのプレミアム化。また、一流シェフとタイアップし、三陸食材とレシピをセットにして消費者に届ける食材直送便等が考えられる。

（取組内容3：生産者のネットワーク化による商品力の向上）

① 生産者連携によるブランディング推進体制の構築【近い将来に実現を目指すもの/民間・行政】

生産者が連携して、ブランディングを推進していく態勢を構築し、消費地に対して岩手を「食のふるさと」として関心を持ち続けてもらえるような情報発信を行うとともに、消費地のニーズの継続的なモニタリングや、競合商品との比較等、生産者が単独では担えない広域での市場調査等を実施していく。

② 生産者によるブランド認証の仕組みづくり【近い将来に実現を目指すもの/民間】

衛生面や鮮度管理、商品の美味しさだけでなく、地域の自然環境保護²⁸や生産・流通に関わる人々の作業環境等の背景にも配慮された、総合的な商品力をもつ商品としての認知度を高め、ブランディングを図る。

具体的には、HACCP²⁹等の仕組みを活用し、生産者が連携して品質確保及び付加価値向上に取り組むほか、生産者相互が認め合う商品を一定の基準のもとにブランド商品として認証を行うことや、MSC/ASC認証³⁰といった水産物等の国際環境認証に取り組む事業者もおり、これらの動きを加速させブランディングにつなげていく。

²⁸ 重茂漁協におけるアワビやワカメの生育環境維持のため合成洗剤を使わない取組み

²⁹ HACCP：食品の製造・加工工程のあらゆる段階で発生するおそれのある微生物汚染等の危害をあらかじめ分析（Hazard Analysis）し、その結果に基づいて、製造工程のどの段階でどのような対策を講じればより安全な製品を得ることができるかという重要管理点（Critical Control Point）を定め、これを連続的に監視することにより製品の安全を確保する衛生管理の手法

³⁰ MSC/ASC：持続可能な漁業や水産物のトレーサビリティのための国際規準の認証の仕組みであり、基準審査を通過した品目はエコラベルを添付することができる。MSCは天然水産物、ASCは養殖水産物を対象としている

A-4 三陸産業プラットフォーム形成プロジェクト

～企業における人材・資金・経営面の課題を組織的に支援～

(目的)

人材確保・育成、資金調達、経営面の課題解決のため、地域横断的な組織が、企業や地域のニーズとのコーディネート等の支援を行い、地域産業の振興を図る。

(地域産業を支える人材と資金確保に向けた状況)

地域経済の持続性の確保のためには、担い手となる人材と、経済循環の基礎となる資金、それをもとに経営する戦略が必要となる。

人材については、地域の有効求人倍率は震災以降、高水準を維持しており、人材確保が大きな課題となっている。特に水産加工業や観光業においては、施設を復旧したにも関わらず、働き手不足のため100%で稼働できない事業者もある。このため、人手不足に対応しようとする作業の機械化や業務効率化への支援も行われているほか、将来の企業経営を支える人材確保のため、地域外から人材を募集する新たな仕組み³¹も活用されている。

資金については、銀行による三陸地域の企業支援ファンドや社会課題解決に対する民間による新たな資金提供スキーム³²等が立ち上がり、民間資金活用に向けた素地が整いつつある。

このような人材や資金を十分に活用するためには、企業の経営者や新たな起業家の経営戦略立案が重要であり、産学官金が連携した人材育成やビジネス支援等も行われている。

(地域産業を支える基盤づくりの在り方)

地域企業が、人材確保・育成、資金調達、経営戦略立案を行い、人材や資金を活用して地域経済の好循環を創り出すことが重要である。

そのため、地域内外から人材の募集、育成、定着の支援や、地域企業が資金調達を行うための経営戦略の立案を支援するなど、地域産業の基盤を強化する横断型の支援の仕組みの構築が必要である。

³¹ 新しい人材確保・育成の仕組み：日本財団「WORK FOR 東北」、(株)リクルートキャリア「StartingOver 三陸」等

³² 新たな資金提供スキーム：「東日本大震災復興・成長支援ファンド」「いわぎん新事業創造ファンド」、「KIBOW インパクト投資」等

(イメージ)

三陸産業プラットフォームの形成による人・資金の確保・経営戦略立案支援と、横断的な地域産業支援基盤の強化

人材確保/フォローアップ

- ・人材確保のコンサルティング
- ・首都圏への企業情報の発信
- ・フォローアップ

三陸で働き始める人材: 入社前研修・地域内の人材の交流
受入先組織: 人材育成・定着のコンサルティング



「稼ぐ」事業戦略策定/資金活用

- ・起業や第二創業の支援
- ・事業戦略づくりの伴走支援
- ・資金活用コンサルティング
- ・会計士・デザイナー等の紹介
- ・投資家・起業家のマッチング
- ・社会的投資の導入推進
(ソーシャル・インパクト・ボンド等)



地域産業の成長

(取組内容 1 : 人材確保のためのシンクタンク機能の構築)

① 人材確保のためのコンサルティング支援【早期に実現を目指すもの/民間・行政】

三陸地域の企業・団体等における人材確保のためには、「求職者に向けた情報発信とマッチング」と「企業における人材育成サポート」が必要であり、三陸地域の企業等に対し、これらの機能をサポートする人材シンクタンク機能を構築する。

「求職者に向けた情報発信とマッチング」については、三陸地域の企業・団体等に対して人材確保のための個別コンサルティングを実施し、求職者向けに企業の魅力を発信していく戦略づくりや、ニーズに合った情報発信イベントの企画・実施等を行うほか、首都圏等における求職者情報を持つ事業者と連携しながら、人材マッチングを実施する。

「企業における人材育成サポート」については、人材のキャリア形成に関する相談やキャリアアップのための研修プログラム等を実施する。

② 人材の育成・定着支援【早期に実現を目指すもの/民間・行政】

三陸地域の企業や団体に就職した人材が、長期にわたり定着し活躍してもらえるよう、就職した企業や人材に対してのフォローアップを行う。企業に対しては、人材のキャリア形成に関する相談や人材育成プログラムの実施を行う。また、三陸地域に赴任するための住まいの確保支援や、三陸で働き始めた人同士や地域の住民と交流できるネットワークづくりを行っていくことで、地域への定着を促進する。

【事例：自治体・第3セクターの人材マッチング事業～日本財団「WORK FOR 東北」～】

岩手県、宮城県、福島県の被災自治体や第3セクター等で求められる人材のニーズを、被災地への支援を行う企業や被災地で働く意思のある個人とマッチングする機能を持つ復興人材プラットフォームとして、平成25年10月に立ち上げられた。事業開始後、延べ134名（平成28年2月24日現在）を送り出している。（事業主体：日本財団、協働事業主体：復興庁）

「WORK FOR 東北」ホームページや大手求人情報サイトとの連携による求人情報の発信、東京でのマッチングイベントを開催しているほか、着任前研修や、着任後のサポートとして個別フォローアップ、着任した人材の研修等を行っている。



マッチングイベント

【事例：企業の人材マッチング事業～株式会社リクルートキャリア「Starting Over 三陸」～】

岩手県や宮城県の三陸地域へのU・Iターンを応援するプロジェクトとして、平成26年度より事業開始し、三陸地域の企業の求人情報を、働く人の声や地域の魅力とともに紹介している。

これまで、釜石市・大槌町（平成26年度事業開始）、気仙沼市（平成27年度事業開始）の事業者の人材募集をホームページにて掲載している。マッチングが成立した例として、平成27年春に釜石市の飲食事業者に新人2名が入社した。

ホームページでの募集内容掲載や説明会開催に加え、各種事業者向けのフォローアップを実施している。

（フォローアップの例：採用企業経営者向けセミナー、採用企業管理者向け研修、入社者研修、入社者と管理者のコミュニケーションツールの活用サポート）



出典：Starting Over 三陸 HP

（取組内容2：事業者の経営戦略構築支援・社会的投資活用支援）

① 女性や若者をはじめとしたビジネス立ち上げの支援【早期に実現を目指すもの/民間】

三陸地域で事業構想を描く女性や若者をはじめとした起業家や第二創業を検討している事業者に対し、事業戦略づくり・民間資金の活用支援といった持続的な経営のための支援を行う。

具体的には、商工団体や会計士・税理士、学識経験者等による指導や支援を行い、事業戦略の作成や、民間資金の活用等により、起業家・事業者と伴走しながら、ビジネスの立ち上げを支援する。

② 継続的な事業運営の支援【早期に実現を目指すもの/民間・行政】

経営やマーケティング面での支援が必要な事業者に対して、企業会計を外注できる仕組みの提供や商品プロデュースの支援、ビジネスマッチングや販路の開拓支援等により、継続的な事業運営を支援する。

③ 社会的投資の導入等民間資金等の活用支援【早期に実現を目指すもの/民間・行政】

地域の経済循環の活性化に資する民間資金の投融資が積極的に実施されるよう、民間資金提供先に三陸地域の起業家の事業戦略に関する情報を発信し、投資を行う側と事業を行う側のマッチングを図る。

また、行政が行うべき事業を民間が事業実施することで、民間のノウハウ活用と行政コスト削減を図る社会的投資（ソーシャル・インパクト・ボンド³³等）の導入についても検討する。

【事例：多様な価値観・リソースを持つ人々が集い、議論する場の提供による創業支援～宮城県女川町～】

宮城県女川町で活動する特定非営利活動法人アスヘノキボウは、女川町内の様々な分野の連携拠点となる機能を担い、「人・組織づくり支援」「まちづくり・町の課題解決」に取り組んでいる。

様々な参加者が未来志向で対話して事業プラン等を考える場として、「女川フューチャーセンターCamass」が平成27年3月28日にオープンした。



女川フューチャーセンターCamass

アスヘノキボウは、「町内のヒト・モノ・カネ・情報の循環を最大化し、創造的な面白い街を作り続ける『仕組み』を作ること」を目的としている。「女川フューチャーセンターCamass」では、「コワーキングスペース」（会員制のデスク・会議室）として議論の場の提供と、月1回の議論の場「フューチャーセッション」を開催している。

フューチャーセッションの開催をすることで町内外様々な業界や立場、世代の人が集まり、女川の抱える課題について議論の場を提供し、また、合わせて女川町での創業を考える人に向けて創業・事業支援のアドバイスしている。（特定非営利活動法人アスヘノキボウ代表理事 小松氏）

（取組内容3：地域資源を生かした研究開発の促進）

① 地域資源を生かしたイノベーションの創出【近い将来に実現を目指すもの/民間・行政】

I L C（国際リニアコライダー）の実現や、波力・潮汐・潮流等の海洋エネルギーや風力、バイオマスなどの再生可能エネルギーの振興や海洋研究、製造業における新素材開発、自動運転車やドローン（自立飛行ロボット）を活用した交通不便地域における物流システム構築の実証実験等といった地域資源を生かした先進的な取組を支援する。

³³ ソーシャル・インパクト・ボンド：社会的課題の解決と行政コストの削減を同時に目指す手法で、民間資金で社会事業を実施し、事前に合意した成果が達成された場合、行政が投資家への成功報酬を支払う手法（Social Impact Bond Japan HP）

② 水産業等の既存産業の活性化に向けた研究支援【早期に実現を目指すもの/民間・行政】

水産業等の生産性向上のため、作業効率化に資する機械化の推進や、作業工程の見直し等のコンサルティングについて、例えば、岩手大学の三陸復興推進機構や平成 28 年度から新設される水産システム学コースと連携した水産業等の効率化やマーケティング、6 次産業化の取組や、東北大学やいわて未来づくり機構等が主催する東北未来創造イニシアティブと連携した経営支援等、大学等と連携して推進する。

～ 産業分野アドバイザーから一言～



キリン株式会社 CSV本部 CSV推進部 絆づくり推進室長
野田 哲也 氏

～ 略歴 ～

1982年キリンビール入社
営業、マーケティング、資材の調達、キリングroup関連会社への出向など様々な業務に従事した後、2013年4月より現職
岩手県における被災地の水産業復興に向け、水産物のブランド育成支援、6次産業化に向けた販路拡大支援や将来に向けた担い手・リーダーの育成支援を行ってきた「復興応援 キリン絆プロジェクト」のリーダーとして活躍

三陸産の水産物等を他地域と差別化し販路を拓げていくために必要なこと

震災後に途絶えてしまった販路を取り戻す努力と同様に、新しい販路を開拓する戦略を立てることが重要だ。世界的に健康志向であり、海外に日本の水産物を販売していくチャンスである。日本産というだけでなく「SANRIKU」産としてブランド化していくことが大事だ。

国内において、消費地に水産物を即日直送し「三陸産朝採れ水産物」として差別化し販売していく場合、「鮮度＝価値」と認める消費者に対して、価値相応の値段で販売できる仕組みの構築が必要になる。水産物の種類・生産量といった生産者側の状況を踏まえながら、条件にあった売り先を確保するためには、明確なターゲティングに基づく、地道な営業活動が必要となるであろう。

三陸の水産物の販路開拓を成功させる方法とは、逆説的には「成功するまでやり続けること」である。販路拡大に関わる関係者が、目標を同じくして関わり続けること（コミットメント）が重要だ。

実際の消費者の購買行動につなげていくためのブランド構築の進め方

三陸の水産物を単なる「モノ」でなく「コト」を売っていくことが大事である。例えば、牡蠣やホタテの商品とセットにして、それらが育った三陸の豊かな海の環境を情報提供したり、消費者を生産地まで連れてきて漁師さんが当たり前に行っていることを、そのまま見せたり、体験してもらうことが考えられる。

消費地側のお客さんにとっては、これらは他の産地の商品と差別化する価値になる。また、漁業体験では、お金を支払って依頼する作業を、体験する側がわざわざお金を支払い作業することとなり、生産者自身が自ら携わる水産業に対する価値観を変えるきっかけにもなる。

また、水産業のサプライチェーンの上流から下流までの縦のラインと、これまで競合してきた事業者同士の横のラインで、面的に連携（コラボレーション）し、ブランド化に取り組むことも重要である。事業者が自分の利益だけを追求するのではなく、消費者の食卓で「食体験を演出し笑顔を届ける」ために、それぞれが知恵を出し、役割を果たしていくという発想である。

ブランドは一朝一夕にできるものではない。このような取組を継続し、消費者の心に届く価値を少しずつ積み上げていくことで、リピーターが増え、市場価値が高まっていくと考える。

三陸地域の産業振興・事業者のための支援の在り方

産業支援の究極的な目的とは、地域の産業が維持されるサステナブルな社会をつくることである。社会や市場の継続があった上で、企業も成り立つのであり、各企業が短期的な利益だけではなく長期的なバリューを求めていくような、未来のビジネスにつながる考え方が必要である。

そういう観点から、既存の商慣行や考え方にとらわれない、社会課題を解決しながら事業につなげていくような発想ができる気概のあるリーダー人材や企業のチャレンジに対して重点的に支援していくことが大事ではないか。

B-1 食の観光コンテンツ充実プロジェクト

～三陸の豊かな農林水産物を生かして食の観光コンテンツを充実～

(目的)

世界でも屈指の漁場である三陸沖の海の幸、雄大な大地からもたらされる山の幸を生かし、「行きたい！」と思わせる、三陸の食の魅力を創出し、交流人口を拡大する。

(食の観光コンテンツの状況)

三陸地域の観光客入込数の季節変動を見ると、冬季が目立って少なくなっており、通年型の観光地としての地位を確立するためには、冬季の魅力的な観光資源の充実が必要である。

本県の観光の魅力は「食」にあるとの調査³⁴もあり、特に三陸地域においては、冬季に毛ガニの食べ放題プランが好評だった実績もある。

また、陸前高田市では「陸前高田市に行かないと食べられない観光グルメ」の開発³⁵が進められているほか、田野畑村や山田町における三陸の食材を活用したレストランの立地、道の駅等を活用した産直市場の整備等が検討されており、各地で食を生かした地域の魅力作りの取組が進められている。

(食を生かした魅力形成)

豊かな「食材の宝庫」である三陸地域においては、通年型観光地の確立に向けて「食」を共通コンセプトとして、その魅力を前面に打ち出した観光地づくりが重要である。

そのためには、それぞれの地域の食資源を他の地域と差別化し、個性ある食の魅力を発信していくことや、食材の違いだけではなく、レストランなどでの料理方法、産直市場やフィッシャーマンズワープ³⁶といった販売方法、漁業体験を組み合わせる等、食の観光コンテンツを豊富に用意することにより、多様なニーズに対応していくことが重要である。

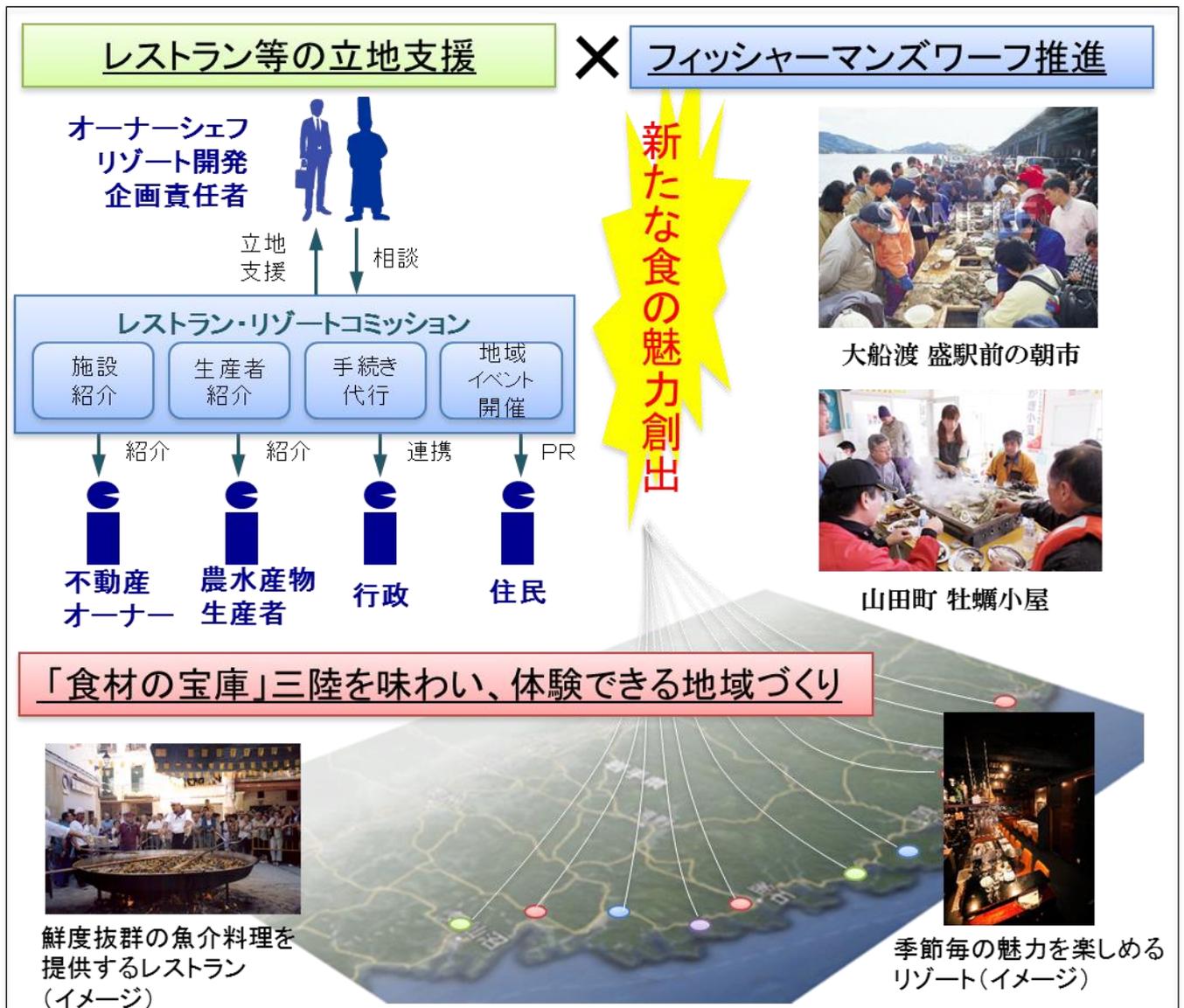
このような取組の結果、来訪者が様々な形で、三陸の食文化を体験し、味わうことができる地域となることによって、食を味わうために三陸地域へ旅行する観光客を増やしていく。

³⁴ 魅力は「食」にあるとの調査：じゃらんリサーチセンターレポート 2015

³⁵ 「陸前高田市に行かないと食べられない観光グルメ」の開発：ヒロ中田氏監修による「陸前高田ホタテとワカメの炙りしゃぶしゃぶ御膳」/「たかたのゆめ」によるブランドおにぎりのような取組

³⁶ フィッシャーマンズワープ：観光客が手軽に新鮮な魚介類が食べられるレストラン、水産物販売、体験施設等からなる施設の総称

(イメージ)



(取組内容 1 : 三陸ならではの食の体験型コンテンツの充実)

① 食をテーマとした複合施設の立地促進【近い将来に実現を目指すもの/民間・行政】

漁港や市場に近い場所で、採れたての農林水産物を買うだけでなく、例えば、牡蠣小屋での牡蠣食べ放題と連動した地引き網体験、秋サケ定置網観光、魚市場と隣接したフードコートでの食事、市場で買った魚介類を観光客が料理できるコーナーや料理教室の開催（ウニのから剥き体験とウニ丼づくり等）、漁業体験プログラムの提供等、食をテーマにした複合的な場づくり（フィッシャーマンズワーフ等）を推進する。

【三陸における動き：牡蠣をテーマとした飲食、加工、物販等の複合施設の立地（大槌町）】

牡蠣の生産、加工、販売を一貫して手がける株式会社 ヒューマンウェブは、大槌町に牡蠣の浄化システムを持つ加工センター、飲食スペース、販売スペース、オープンスペースからなる「大槌 牡蠣ノ星」を、2017年春の開業に向けて準備を進めている。

三陸地域と牡蠣産業の復興に向け、大槌がさらなる歩み続けるきっかけとなる希望の星、牡蠣界の星となることを目指している。

施設開業に先立ち、大槌の真牡蠣を使った「大槌 牡蠣ノ星 スタウト」を、全国各地のヒューマンウェブ直営店舗（オイスターバー）で提供している他、岩手県内外の各種イベントにて提供、販売している。



（取組内容 2：食の魅力発信の核となるレストラン・リゾート誘致）

① 三陸地域の食材を生かしたレストラン等の誘致【近い将来に実現を目指すもの/民間・行政】

「美食都市」と評されるサンセバスティアン（スペイン）のように、「食」を通して三陸地域の魅力を発信するため、様々なシェフによる三陸の豊かな食材の魅力を生かした個性的な料理を楽しむことができるよう、三陸地域への出店意欲のあるシェフやリゾート開発関係者等に対し、レストラン等の立地に対する積極的な支援（レストランコミッション・リゾートコミッション³⁷）を行う。

具体的には、シェフやリゾート開発責任者のニーズを把握し、立地場所・施設確保支援、民間資金の活用策等も踏まえた事業計画のコンサルティング、出店に際しての様々な手続きや申請の相談、地域の生産者との関係構築の支援等を行う。

また、三陸地域のシェフや料理人のネットワークを形成することにより、お互いが切磋琢磨しながら地域全体として食の魅力向上につながっていくような環境形成を行う。

【事例：食の魅力を生かしたまちづくり～スペイン サンセバスティアン～】

世界的な美食都市として世界中から人々を惹きつけているスペイン・バスク地方のサンセバスティアン³⁸は、恵まれた素材を生かし新たな料理を追求し続ける名シェフ、街の文化を支えるバル（軽食の喫茶、酒場）、食への感度の高い人々が集い、レシピを交換し合いながら街の魅力をいっそう高めている。

さらに地元と世界各国のトップシェフを講師等に据えた最先端の料理大学が設立された。ここでは地域の後継者育成にとどまらず、ワークショップや研究機関を通して世界各国のシェフをつなぎ、サンセバスティアンの世界的な役割をさらに高めている。



サンセバスティアンのレストランの様子

³⁷ レストランコミッション・リゾートコミッション：三陸を味わい、体験できるレストラン・リゾート誘致に係る行政手続等の関係機関調整の協力を行う仕組み（関係機関：オーナーシェフ・リゾート開発企画責任者と、施設管理者・生産者等・行政等）

³⁸ サンセバスティアン観光局（平成 27 年 12 月 25 日）<http://www.sansebastianturismo.com/en/>

② 若手シェフの受入れ体制の整備【近い将来に実現を目指すもの/民間・行政】

国内外のレストラン・料亭等で修行したシェフが、本格的に自分の店を構える前のステップとして、食材の魅力を最大限に引き出す方法を極めるため、三陸という多様な食材の生産地に近い場で、自分の腕を試せる店を開くような仕組みづくりとして、レストラン等を開設するための不動産等の賃貸・取得への支援やリノベーション可能な空き家（古民家等）の紹介、営業開始に必要な申請手続の支援等を行う。

B-2 三陸まるごと博覧会プロジェクト

～イベント開催を契機とした観光地としての魅力の向上～

(目的)

イベント開催をきっかけとして、観光地としての交通利便性や宿泊のポテンシャルを向上し、季節毎の魅力地域間で連携させた、フィールドミュージアム³⁹型の観光地づくりを行う。

(イベント開催に向けた状況)

三陸地域においては、多くの来客が見込めるイベントとして、ラグビーワールドカップ2019岩手県・釜石市開催が決定し、釜石市鶴住居地区にはスタジアムの建設が進められている。

全国では、新潟県越後妻有「大地の芸術祭」のような地域の102集落が参加し、約50万人の入込客数(2012年実績)を達成した地域連携型のアートイベントや、マラソン大会やトレイルランニング大会等の大規模スポーツイベント等が開催され、観光地域づくりの促進に寄与している状況も見られる。

今後、集客力あるイベントを通し、地域全体で観光客受入れの機運を高め、地域間が連携しながら観光メニューの開発等を進めることで、復興に取り組む新たな三陸の姿を全国、そして世界へ発信していくことが期待されている。

【事例：国内外からの大勢の誘客が見込まれるイベントの開催（ラグビーワールドカップ2019）】



ラグビーワールドカップは、「夏季オリンピック」、「FIFA ワールドカップ」とともに、世界3大スポーツ祭典と呼ばれており、世界で延べ40億人が視聴（RWC2011 ニュージーランド大会実績）する大会。

2019年に開催されるラグビーワールドカップ日本大会の開催都市の1つとして、岩手県・釜石市が決定し、「釜石鶴住居復興スタジアム（仮称）」の整備が予定されている。

RWC2019 開催都市一覧 (2019 All For Japan Team HP)

³⁹ フィールドミュージアム：その土地の歴史・風土・文化そのものを博物館又は美術館に見立て、住んでいる人と訪れた人が互いに価値を発見していく仕組み。地域全体を博物館に見立てた住民主体型の博物館活動であることが特徴

(イベントを契機とした観光地づくり)

ラグビーワールドカップ 2019 大会の開催や、J R 山田線宮古～釜石駅間の復旧・三陸鉄道への移管を、情報発信の契機として、地域資源を生かした体験型観光のメニューが各地に点在するフィールドミュージアム型の観光地としていくことが重要である。

また、三陸鉄道のような復興と地域間連携の象徴となる交通機関とともに、先進的な技術を用いた交通輸送システムの試行や、農山漁村と都市との交流の仕組みを通じた民泊の促進等、三陸地域で観光の先進的取組を進めることも考えられる。

(イメージ)



『花咲ける妻有』草間彌生 Photo by Osamu Nakamura

イベント開催を契機とし、フィールドミュージアム型の観光地づくり

地域交通の活用



三陸鉄道

**特区等を活用し
新たな交通・宿泊の仕組みの確保**



**自動運転車
(ロボットカー)**



水上飛行機



バス



**外国人旅行者の受入れ
環境の整備**



民泊

**地域資源を活用した
観光コンテンツの充実**



イベント開催の継続



観光地の情報発信

(取組内容1：イベントの開催を契機とした地域の魅力発信)

① 三陸での観光イベント戦略の策定・実施【近い将来に実現を目指すもの/民間・行政】

イベントを契機に三陸の農林漁業を支える技術や暮らし・文化を見せる観光プログラムを創出し、これらを三陸地域全体でつなげ、スポーツや芸術等の各種イベントを通じ、フィールドミュージアム(地域そのものを博物館として見立てる取組)として発信していくことが重要である。

イベントの例としては、ツール・ド・三陸や駅伝等のスポーツイベント、地域に伝わる祭りや、地域のフィールド・空き店舗等を活用した芸術祭、第九合同演奏会等の音楽祭、三陸を舞台にした映画を上映する映画祭、イングレス⁴⁰等のゲーム性を持ったイベントなどが考えられる。

広域的な連携組織等が中心となって、イベントに際して三陸の各地域や団体が担う役割や提供する観光の形成に関する戦略を策定し、これらに求められる役割や機能が担保されるよう支援を行っていく。イベントを契機として三陸地域を訪れた人々が、地域の自然や文化的な魅力への理解を深め、今後も三陸地域に観光に訪れてもらえるような働きかけを行い、地域の観光プログラムがイベント後も引き続き運営され、三陸地域全体の観光メニュー充実につなげる。

(取組内容2：三陸鉄道や先進技術を活用した二次交通の確保)

① 三陸鉄道を核とした二次交通の確保【近い将来に実現を目指すもの/民間・行政】

三陸鉄道を多様な観光メニューを提供する地域同士を結ぶ交通手段として活用していくほか、様々な企画列車の運行、沿線で開催されるイベントでの車両や駅舎の活用等により、三陸鉄道自体を観光資源として活用していく。

また、駅等の交通結節点から観光地へのバス路線等を充実することより観光客の周遊を促進する。

② 先進的・個性的な交通手段の導入検討【中長期的に実現を目指すもの/民間・行政】

復興と地域間連携の象徴である三陸鉄道・バスといった既存の公共交通手段とともに、イベントに際して自動運転車や水上飛行機、ヘリコプターといった先進的・個性的な交通手段の導入により、未来志向の三陸の姿を来訪者に示していく。国や企業を巻き込みながら特区認定等により実現への道筋を付け、イベント会期中の運用を図る。

また、三陸ならではの個性的な交通手段として、団塊世代や夫婦での旅行を対象としたバイクやカーレンタル、シーカヤック等の活用について検討し実用化を図る。

(取組内容3：民泊等の多様な宿泊の仕組みの確保)

① 宿泊観光客受入れ能力の確保【近い将来に実現を目指すもの/民間・行政】

イベントにおいては、地域の宿泊能力を越える観光客が訪れることが予想されるため、地域において質及び量の両面での受入れ能力の確保を進める。

⁴⁰ イングレス (Ingress) : GoogleMap を活用し、実際の街を歩くことでプレイする拡張現実ゲーム。2015年夏現在、200カ国で利用され、ダウンロード数は合計で1,200万回以上を記録。岩手県庁ゲームノミクス研究会では、「ゲームを活用することによる、観光振興、地域活性化、地域社会への貢献等につなげる可能性・有効性」等の調査としてイングレスの研究・イベントの開催等を実施

具体的には、既存の宿泊事業者に対しては、受入れ能力を高めるための施設整備に際し経営戦略策定の支援、人材確保や「カイゼン」といった手法を活用した業務効率化の取組への支援等やインバウンド対応のための研修や情報発信、予約システムづくり等の支援を行う。

また、あわせてクルーズ船等の誘致による宿泊の確保等の検討を行う。

② 安心して宿泊できる民泊の推進【早期に実現を目指すもの/民間・行政】

国によりイベント時の活用が認められている民泊については、三陸地域で推進できるよう安全・衛生面でのガイドラインづくりや複数の民泊受入れ先の連携による体験プログラムの相互利用等を進めていく。特に、民泊ニーズの高い教育旅行について、三陸地域全体で誘客と受入れ施設確保を進める。

【事例：地域の資源を生かしたビッグイベント（大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレ）】

大地の芸術祭は、新潟県越後妻有地域（十日町市、津南町）で平成12年に第1回が開催され、現在では3年に1度、50日間開催される世界最大規模の国際芸術祭となっており、地域の資源を生かした取組も多く、地域の価値を発信している。（例：津南町の「なじょもん」、十日町市の「キナーレ」等、昔ながらの”技・生業・文化”を体験できる施設の設置、豪雪地・越後妻有を楽しむ雪アートや雪花火等、芸術祭の開催期間に留まらず年間を通じたイベント開催）

運営は大地の芸術祭実行委員会（商工会、建設業界等約100の団体が参画）が行っている。



『花咲ける妻有』草間彌生
Photo by Osamu Nakamura

大地の芸術祭開催当初は、町長が人口減少等に対して特に危機感が強くアートによる地域づくりを推進しようとしたが、議会は全員反対、地域住民も開催主旨をよく分かっていない中で開始された。現在は参加集落数が2015年で110まで増え（2000年は28）、地域側は、開催を重ねるごとに、「隣の集落で面白いことをやっている」「盆祭りではなく毛色の変ったものもしたい」と、地域側から参加希望が増えている。波及効果として「Rooots 越後妻有の名産品 リデザインプロジェクト」があり、アーティストの協力等により商品パッケージのデザインを変更し、売上が向上した。

（大地の芸術祭実行委員会事務局 金澤氏）

【事例：水上飛行機を活用した観光振興構想～尾道市～】

造船大手「ツネイシホールディングス（HD）」の関連企業、株式会社せとうち SEAPLANES は、平成28年春に広島県尾道市を拠点に、日本で初めて水陸両用機を使用した遊覧飛行やチャーター便の運航を予定している。（平成28年1月15日に航空運送事業の許可を取得）

海面で離着水できるよう小型機を改造し、宮島や小豆島等の上空を巡る複数の周遊コースを計画している他、水上機操縦訓練のコースの提供も予定している。乗客は尾道市内のリゾートホテル前のマリーナに整備される栈橋から乗降し、将来的には、国内外の富裕層の瀬戸内観光誘客も考えている。

B-3 三陸観光マネジメントプロジェクト

～人材育成・商品開発・情報発信の戦略的な実施～

(目的)

国内外から訪れる観光客が、三陸の魅力を存分に感じ楽しんでもらえるよう、地域が連携して個性的な観光メニューの充実や道の駅等の整備による周遊観光の充実を図る。

(三陸地域の観光振興の状況)

三陸地域には、三陸復興国立公園、みちのく潮風トレイル、三陸ジオパーク、三陸鉄道等、市町村をまたがる観光資源が多く立地しており、それぞれが誘客の取組を行っている。

各地域で交通ネットワークの整備を機に、新たな情報発信・交流拠点としての道の駅等の設置・移転計画が進められている。陸前高田市の道の駅「高田松原」は、国営追悼・祈念施設（仮称）、高田松原津波復興祈念公園と一体的に再生する「重点道の駅」として、今後、三陸地域のゲートウェイ機能を果たすことが期待されている。

また、震災学習を目的とした教育旅行、企業研修旅行の受入れにおいて、震災語り部ガイドや民泊、農業や漁業体験等、地域の人材が、三陸の新しい観光メニューの開発に大きく貢献している。彼らの中には、既存の地域資源を活用した先進的な体験型メニューを提供している人材もいる。

さらに今後は、交通ネットワーク整備や、フェリー航路の開設等により教育旅行等の入込客数増加が見込まれ、これらの体験型観光メニューの受入れ態勢の強化が求められる状況にある。

交通ネットワークの観光面での活用や、近年増加しつつあるインバウンドのための観光ルート形成といった観点から、東北観光推進機構や交通事業者等により、東北と北海道をつなぐ広域観光ルートづくりの取組も進められている。

(観光メニューづくりと相互連携)

地域それぞれの観光メニューを提供する観光事業者等が連携し、それぞれが個性を持ちながら三陸として一体感を持つ魅力ある商品を開発していくことが重要である。

様々な来訪者を受け入れる体制が必要であり、宮古～室蘭間フェリーを利用して訪れる修学旅行生や、企業研修旅行等の受け入れには、宿泊事業者、交通事業者のみならず、民泊の宿を提供する地域の方や震災語り部ガイド等、地域の様々な主体が連携して対応する必要がある。

また、海外や首都圏等の発地に対しては、「三陸」が一丸となって、訪日外国人や、修学旅行、個人、企業・団体等、それぞれのニーズに合わせた効果的なプロモーションを展開していく必要がある。

【三陸における動き：地域資源を生かした観光プログラムの提供～陸前高田市～】

陸前高田市観光物産協会の一部会として「まるごとりくぜんたかた協議会」があり、旅行情報系企業のエリアマネージャーの経験者や、陸前高田市出身のスタッフ数名で運営されている。

漁業・農業体験等、25ほどの体験ツアーのメニューを有料で提供し、教育旅行や企業向けの研修等のコーディネートをしている。

「まるごとりくぜんたかた協議会」の平成26年度実績は、受入れ数69団体延べ3,000名。平成27年度は10月時点で受入れ数が約3,500名となっている。

平成28年春・秋に、関東圏・東北・愛媛の学校、計5校800名の教育旅行の誘致に成功した。教育旅行の宿泊先として民泊を受入れ先にしようと、受入れ体制の整備をNPO法人SETと民間の旅行会社の株式会社AND Natureと連携して進めている。（陸前高田市 観光課 桑原氏）



協議会主催ツアーパンフレット

(イメージ)

三陸広域の着地型観光プラットフォーム(DMO)

- ・ 観光リーダーの発掘・観光プログラム開発支援
- ・ 地域の観光客受入能力強化・広域的な観光ルート開発

観光リーダー支援

(観光リーダーの発掘)

- ・ 三陸地域の観光リーダーの発掘
- ・ 観光リーダー同士のネットワーク化

(観光プログラムの開発支援)

- ・ 戦略づくりのコンサルティング
- ・ 利活用できる観光施設・資源の紹介
- ・ 観光リーダーの取組の情報発信



ジオパーク体験



漁業体験プログラム

広域的な観光マネジメント・プロモーション

(受入能力強化)

- ・ 観光客受入能力把握・市場調査
- ・ 交通や宿泊施設の受入れ調整

(広域観光ルート構築・プロモーション)

- ・ 道の駅を活用した広域観光ルート構築・プロモーション
- ・ 教育旅行の問い合わせ・コーディネート



教育旅行



道の駅

三陸地域における
個性的な観光コンテンツの充実

三陸広域で戦略的に観光客を
誘致できる仕組みの構築

(取組内容 1 : 個性的な観光メニューの充実)

① DMOによる観光リーダーの連携促進【早期に実現を目指すもの/民間・行政】

三陸広域のDMO⁴¹が主導し各地域の観光の取組を牽引するリーダー(DML⁴²)の相互連携を促進し、ノウハウの共有や、プログラムの差別化、共同での観光プログラムづくり等の実施につなげ、三陸地域全体での観光メニューの充実と質の向上を図る。

② 観光メニューの開発支援【早期に実現を目指すもの/民間・行政】

DMOが、地域の観光リーダー(DML)に、観光メニュー活用できる施設・資源の紹介、首都圏等に向けた情報発信への支援、経営戦略作成のコンサルティング、活動資金の調達に向けた助言等を行い、例えば、高田松原津波復興祈念公園や沿岸市町村の震災遺構、メモリアル施設等の連携による震災学習・教育旅行ツアー、宮古～室蘭間フェリー等を活用した三陸復興国立公園・三陸ジオパーク・世界遺産橋野鉄鉱山を巡る体験型観光等、それぞれの地域の特徴を生かした観光メニューの充実を図っていく。

(取組内容 2 : 三陸が一体となった観光客誘致活動)

① 広域的な観光客の受入れ調整やプロモーションの実施【早期に実現を目指すもの/民間・行政】

イベント開催時や団体旅行等の受入れに際して、周辺地域が連携して対応できるよう、DMOが事前に宿泊・交通等の受入れ能力の把握や関係者間の役割調整等を行う。

また、観光客のニーズや動向を市場調査の実施により把握し、三陸地域広域の観光戦略を立案するとともに、観光事業者と連携しつつ、広域的なルートの開発・プロモーションを行う。

② 教育旅行等の企画旅行のコーディネート【早期に実現を目指すもの/民間・行政】

教育旅行や企業研修旅行誘致のために、三陸地域の豊かな自然環境を体験するプログラムや震災学習のプログラム等を観光・学習メニューとして積極的にPRするとともに、学校や企業それぞれのニーズに合わせたプランをオーダーメイドでコーディネートできる仕組みを構築する。

(取組内容 3 : 道の駅等の整備による周遊観光の充実)

① 道の駅の整備と連携による周遊観光の促進【近い将来に実現を目指すもの/民間・行政】

道の駅等の整備による休憩、おもてなし機能の充実に取り組むとともに、それぞれの道の駅等が連携し、ジオパークや震災学習プログラムといった地域情報の発信や、名物メニュー、お土産品開発等に取り組む、地域のゲートウェイとして三陸広域の誘客や観光客の周遊を促進する。

⁴¹ DMO : Destination Marketing/Management Organization の略。地域全体の観光マネジメントを一本化する、着地型観光のプラットフォーム組織

⁴² DML : Destination Marketing/Management Leader の略。DMOを参考にした造語で、観光事業者や地域資源を活用した体験型の観光メニューを提供している者など、地域の観光を牽引する人材

【事例：観光主体をまとめ観光振興の目標達成に向けて取り組むDMOの構築～気仙沼市～】

気仙沼市では、同市を中心とした三陸沿岸地域の日本型DMOの構築に向けた準備を進めている。

地域単位でのKGI・KPIを明確にし、マーケティング機能を有するDMO体制を構築し、水産業と観光産業が連携・融合した付加価値創造等、気仙沼独自の観光アクティビティの開発・運営等稼げる観光の仕組みの開発を進めている。

(観光に関する戦略の指標例：観光宿泊者数 62 万人(H34)、KPI：新規開発アクティビティ受入れ人数 1,000 人)

DMOは、気仙沼市が民間に委託して組織を立上げ、市内外の観光事業者等と連携して推進する。事業の例としては、三陸復興国立公園や三陸ジオパーク、食の魅力を生かした観光アクティビティが開発・運営される仕組みづくりや、先進事例調査等を行うことを想定している。



「三陸ジオパーク」(岩井崎：気仙沼市階上)

～ 観光分野専門アドバイザーから一言 ～



株式会社 JTB コーポレートセールス チーフディレクター
毛利 直俊 氏

～ 略歴 ～

1991年日本交通公社(現JTB)入社
法人営業、商品企画などを経て2012年2月JTBグループ本社東北復興支援担当課長、2013年1月から現職
東日本大震災の被災地域において、ボランティアツーリズムとして復興支援のボランティア向けの旅行商品の企画販売や、観光交流を通じた地域経済の活性化支援を実践

三陸地域に観光客や旅行者が期待すること

三陸地域は、海の幸が豊富という印象を持って来る方が多い。その期待を超える感動の提供が、再来訪を呼び込むと思う。そこに存在するのは、海に限らない自然の恵みと「ひと」の魅力である。全国どこの観光地においても「食」に対する観光客の関心は高い。その一方で来訪者がふらっと立寄りその恵みの豊かさを感じることができる施設が増えると良いと思う。フィンガーフードのようなものから、オーベルジュのようなものまで素材の恵み(豊かさ)を来訪者が受け取れる受入れ側のさらなる取組も期待したい。

団体旅行を企画する側からいうと、現状のお客様のニーズに合った買い物(お土産)を提供する施設・お土産品が十分とは言えない。来訪者が地域経済に貢献するためにも、消費する拠点があることが望ましいと思う。

東京から3万円では北海道・沖縄に行ける時代に、5万円出しても三陸に行きたいと思わせるだけの「必然性」と「価値の訴求」が必要だ。再来訪に結び付けるためにも重要なポイントと言える。

観光客を三陸に呼び込むために考えられる戦略

首都圏の学校の修学旅行先は京都・奈良が定番であったが、近年インバウンドが好調であり、宿泊施設の確保が難しくなっている。さらに、学校側は教育的効果が得られる体験学習型の修学旅行のコンテンツを求めている状況もある。三陸地域は震災学習や民泊、水産業体験といったコンテンツの素材が豊富であり、その素材を磨き上げることで、教育旅行を積極的に誘致できるチャンスなのではないか。

現在、東北への訪日外国人の来訪は他地域と比較しても伸びていないが、橋野鉄鉱山の世界遺産認定に加え、2019年には釜石市を会場の一つとするラグビーワールドカップも控えており、訪日外国人の来訪環境を整え、迎え入れる体制が必要だ。受入れのためのWi-Fi環境、免税店登録と場所等の情報提供、クレジットカード決済環境などの受入れ環境整備と、来訪者ニーズ(食や観光資源)も意識した取組が重要である。

三陸の観光コンテンツ充実のための取組方法

旅行商品として観光プログラムを販売するには、受入れ側の体制や安全性などの条件をクリアすることが必要であり、県や市町村、観光DMO等が観光コンテンツとなりうる地域の素材を旅行商品として育てていく役割を担うことが望ましい。

観光プログラムづくりは地域の人々が、観光に参画するきっかけとなる。地域の魅力を地域の方みなさんで発信することで多くの方が観光による恩恵を受けることなども重要だ。観光客にリンゴ農園の作業を手伝ってもらい、見返りに収穫したリンゴを提供するだけでも、観光プログラムとなる。地元の人にとっては、手伝ってもらっているのに喜んでもらえる様子を見ることで、相互に地域の新たな価値の発見につながる。

また、三陸地域においては、観光情報の提供や地域交流の拠点として、複数の新たな道の駅が計画されているが、その機能を今一度確認・活用し、居住者も来訪者も地域の恵みを感じることができるような施設づくりを進めると良いのではないかと考える。

C-1 地域間交流のまちづくりプロジェクト

～地域の人々が交流しながら快適に生活できる環境の形成～

(目的)

復興道路の整備や鉄道の復旧等による生活圏域の変化に対応し、生活サービス機能⁴³の利便性の向上を図り、地域の人々が快適に生活できる環境を形成する。

(震災後のまちづくりの状況)

東日本大震災津波により被災した市町村では、将来の人口減少や高齢化を見据えて、地域住民と協議を重ねながら、被災した地域の嵩上げや高台移転等を進めるとともに、鉄道駅等の交通結節点に公共施設や商店街等の中心市街地機能を集約したコンパクトなまちづくりを進めている。

例えば、宮古市においては、宮古駅南側地区に市役所等の行政機能を移転するほか、田老地区ではまちの姿に合わせて新駅を設置する計画があるほか、岩泉町では岩泉小本駅周辺に津波防災センターや小・中学校等の施設を整備するなど、鉄道駅等の交通結節点を拠点としたまちづくりが進んでいる。また、山田町では「まちなか再生計画」の認定を受け、まちづくり会社が運営する商業施設等が駅前の商業エリアに整備予定になっている。陸前高田市や大船渡市においても「まちなか再生計画」の認定を受け、かさ上げした中心市街地に大型商業施設や商店街等を配置するまちづくりを進めているなど、各地で復興まちづくりが進んでいる。

他にも、隣接市町村の医療施設へのコミュニティバス運行等、公共交通の確保や、三陸鉄道やバスの利用促進等の検討が進められている。

(生活圏の変化に対応した生活サービス機能の在り方)

三陸地域の交通ネットワークの整備により広域的な移動が容易になることから、生活圏が拡大する。例えば、従業員の通勤エリアが拡大したり、三陸鉄道の久慈駅～盛駅間の一貫運行によって、高校生の通学エリアや、通院や購買する地域が拡大することが予想される。

そのため、日常生活に不可欠な生活サービス機能について、広域的な視点で維持や充実を図っていくことや、公共施設等の共同利用を検討するとともに、生活圏としての一体感を醸成するため、地域住民の交流を促進することも重要である。

⁴³ 生活サービス機能：日常の生活を営むに当たり必要となる機能であり、医療、福祉、教育、水道・汚水処理等の公共サービス、交通、購買・消費（商業）、雇用（就職）、住宅宅地、防災をはじめ地域コミュニティの活動の場、自然環境、歴史・伝統・文化の存在なども含まれる概念である。この生活サービス機能の確保とは、地域に暮らす人々が日常的に移動する範囲において、生活サービス機能を受容できる水準で享受することができること

【事例：複数地域で運行されるコミュニティバス（住田町）】

「平成 21 年度に、町は路線バスやスクールバス、患者輸送バスといった、公共交通のよりよい在り方について総合的に検討した。陸前高田住田線を行く岩手県交通から、終点の八日町を川口（住田高校前）に短縮したいという申し出があったことから、廃止される川口～八日町間と、それまで住田交運が運行していた八日町～上有住駅間と八日町～遠野駅間、さらに八日町から下有住方面に運行していた患者輸送バス、これらを1つにまとめ、平成 22 年 4 月 1 日から「住田町コミュニティバス」として運行を開始したもの」（出典：住田町HP）であり、現在、住田町コミュニティバスは地域を越えて遠野市までバスの運行を行っている。



住田町コミュニティバス
(出典：住田町HP)

(イメージ)



地域内交流のためのソフト施策の展開

- 三陸地域に暮らす人々のライフステージに合わせたスポーツ・教育・文化等の交流促進
- 三陸地域の共通メディア(コミュニティ誌・FM局等)



（取組内容 1：地域交通システムの構築と利用促進）

① 三陸鉄道やバス事業者の連携による利便性の向上【近い将来に実現を目指すもの/民間・行政】

道路や鉄道ネットワークの整備を有効に活用し、三陸鉄道やバス事業者が連携して乗継の利便性を高めるとともに、駅と観光地・病院・商店等へのアクセス向上を図るほか、鉄道とバスとの共通乗車券の発行等により、子どもからお年寄りまでが利用しやすく利便性の高い公共交通システムを構築し、日常利用を促進する。

② 自家用車タクシー⁴⁴や超小型モビリティ⁴⁵等の二次交通の導入の検討

【中長期的に実現を目指すもの/民間・行政】

自家用車タクシーの仕組みや超小型モビリティの導入等を組み合わせ、駅やバス停などからの二次交通をきめ細かく確保することも検討する。

③ 公共交通利用増加に向けた意識の醸成【早期に実現を目指すもの/民間・行政】

日常的な鉄道・バス利用には、公共交通利用を前提としたライフスタイル構築や意識づけ⁴⁶が必要であることから、公共交通への利用誘導や啓発活動を実施する。

（取組内容 2：生活サービス機能の共同相互利用の推進）

① 生活サービス機能の充実と広域的利活用の推進【近い将来に実現を目指すもの/行政】

生活サービス機能の確保については、復興道路の整備や鉄道復旧により広域の移動が容易になる。このため、公共施設等の共同利用、整備における役割分担により、効率的に、より充実した施設が整備できるようになり、維持管理の負担も軽減される。

例えば、三陸鉄道の駅や道の駅をまちの拠点と位置づけ、三陸地域の各市町村の住民が相互利用できる買物、医療、金融等の機能の立地誘導を図ることや、釜石市内に整備される「釜石鶴住居復興スタジアム（仮称）」等の広域的利活用等が考えられる。

② 行政サービスの連携・共同化の検討【中長期的に実現を目指すもの/行政】

住民ニーズが多様化する中で限られた行政の人材や財源を有効に活用するため、岩手県沿岸市町村復興期成同盟会の枠組み等を活用し、市町村職員同士の相互交流の機会を設け、地域の課題を相互に共有できる環境づくりを行うとともに、各地域の観光イベントの日程調整といったところから市町村間で調整する実績を積み上げるなど、市町村の連携を促進し、広域での行政サービス確保に取り組み、連携・共同化が可能な業務についての検討を行う。

⁴⁴ 自家用車タクシー：一般のドライバーが自家用車を使い、代金をもらって送迎する「ライドシェア（相乗り）」サービス

⁴⁵ 超小型モビリティ：コンパクトで小回りが利き、地域の手軽な移動の足となる軽自動車よりも小さい二人乗り程度の三・四輪自動車

⁴⁶ 公共交通利用を前提としたライフスタイル構築や意識づけ：多様な交通施策を活用し、個人や組織・地域のモビリティ（移動状況）が社会にも個人にも望ましい方向へ自発的に変化することを促す取組が各地で実施されている。例えば、自動車以外の通勤を呼びかける冊子と地域の公共交通マップの配布（京都府宇治市・茨城県竜ヶ崎市）や、学生等の年間パスの発行（茨城県つくば市）等がある

(取組内容3：地域内交流の促進)

① ライフステージに合わせた人的交流の促進【近い将来に実現を目指すもの/民間】

交通ネットワークの整備により形成される新たな広域生活圏において、野球やラグビーのアマチュアのスポーツチーム・リーグ立ち上げ等のスポーツ交流や小中高校生等の地域間交流、広域での婚活イベントの開催など、人々のライフステージに合わせた様々な交流を促進する。

また、三陸広域をカバーするコミュニティ誌や、ケーブルテレビ、ラジオ局による情報発信等により、一体感の醸成を図っていく。

C-2 開かれたまちづくりプロジェクト

～地域人材と外部人材による地域づくりの実働部隊を編成～

(目的)

人材が広域で活躍できる仕組みや移住者の受入れ態勢づくり等を通して、地域内外の多様な人材の力を三陸地域全体の地域づくりに生かしていく。

(地域コミュニティをとりまく状況)

復興まちづくりを進める上で、災害公営住宅への入居者等の新たなコミュニティ形成が課題となっている。また、三陸地域では少子高齢化と人口減少が進むことが見込まれており、既存の地域コミュニティの維持も課題となっている。

そのような中、例えば、釜石市では、地域課題解決の方法として、従来の地域住民と、震災ボランティアやインターンシップ参加者や地元出身者等が相互に補完し合う「オープンシティ戦略」の取組が進められるなど、復興を支援するために三陸地域を訪れたボランティアや移住者、地域の女性や若者が主体となったコミュニティ形成支援や地域づくりの動きも見られる。

【事例：支援員制度を活用した地域課題への取組～釜援隊～】

1 釜石唐丹地区地域コミュニティ支援

復興まちづくりに関する合意形成と地域活動の活発化支援として、地域会議主体のイベント開催の支援や運動会、旅行等による地域間交流の促進を行っている。平成26年には郷土芸能祭を初開催し、平成27年4月には「釜石さくら祭り」の6年ぶりの復活を支えた。

2 釜石〇〇（まるまる）会議

学生、お母さん、市内外の若者等、みんなで楽しく釜石のことをより良くしていくための会議を開催している(第1回は平成27年3月)。同年6月には、世代や役職を超えて釜石について語り合う「釜石百人会議」が開催され、約100名が参加、釜石の地域課題や魅力について意見を出し合った。

3 水産加工品ブランド化プロジェクト（「海まん」の共同開発・販売）

釜石市内の食品製造・加工会社6社で構成された「釜石六次化研究会」がキリングループの支援(復興応援キリン絆プロジェクト)を受け、海鮮中華まんじゅう「釜石 海まん」を共同開発した。商品販売は、釜援隊の中村博充氏が代表取締役として設立された KAMAROQ 株式会社が行う。



釜石さくら祭り



釜石〇〇（まるまる）会議



釜石 海まん

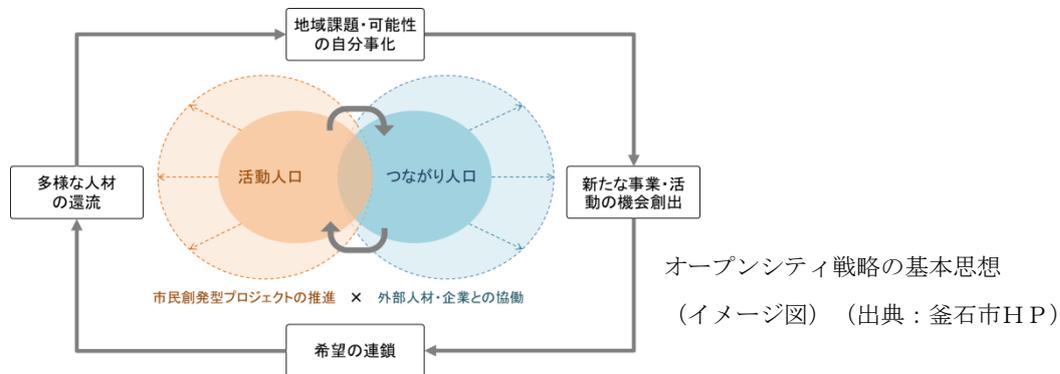
（新たなコミュニティ形成の在り方）

地域に居住する人や外から来た人、また、若者や女性など多くの人が、地域で協働し、刺激し合っ
て、地域づくりに取り組み、コミュニティの再生や新たな地域の産業振興につながる好循環が生まれ
ていくような仕組みづくりが重要である。

【事例：新たなコミュニティ形成としてのオープンシティ～釜石市オープンシティ戦略～】

オープンシティ戦略では、基本思想として「オープンシティ釜石」を掲げ、歴史が育んだ文化的土壌と社会関係資本を
最大限生かしながら、良質な地域内外の交流を通じて、多様な人材が還流し、地域の課題と可能性が自分事化され、新た
な事業機会や市民活動が生み出されることによって、希望が連鎖していく、そうしたサイクルが自立的に回っている状態
を地域のありたい姿として掲げています。

「活動人口」と「つながり人口」を戦略の柱に据え、このまちに生きることを自ら選択し、小さな挑戦を生み育て、そ
れぞれの役割を全うする市民一人ひとり（＝活動人口）が生き生きと暮らすことのできるまちづくりを実現し、必ずしも
将来的な定住に捉われることなく、釜石の暮らしや産業、まちづくりに多様な関わりを有するすべての人々（＝つながり
人口）が、相互に補完し合い、住民票上の人口以上に、地域に活力が生み出され、市民一人ひとりが役割と品格を持ち、
地域の誇りとともに生き生きと暮らす姿を目指します。



【事例：多様な移住の選択肢の提供～にいがたイナカレッジ～】

公益社団法人中越防災安全推進機構ムラビト・デザインセンターは、中
越大地震からの復興を支援する中間支援組織。過疎化が進んだ集落の新しい
担い手対策、そして自然豊かな地域で自分らしいライフスタイルを実現
したい都市の若者達をつなぐ仕組みとして、2012年にIターン留学「に
いがたイナカレッジ」を開始した。



イナカレッジイメージ

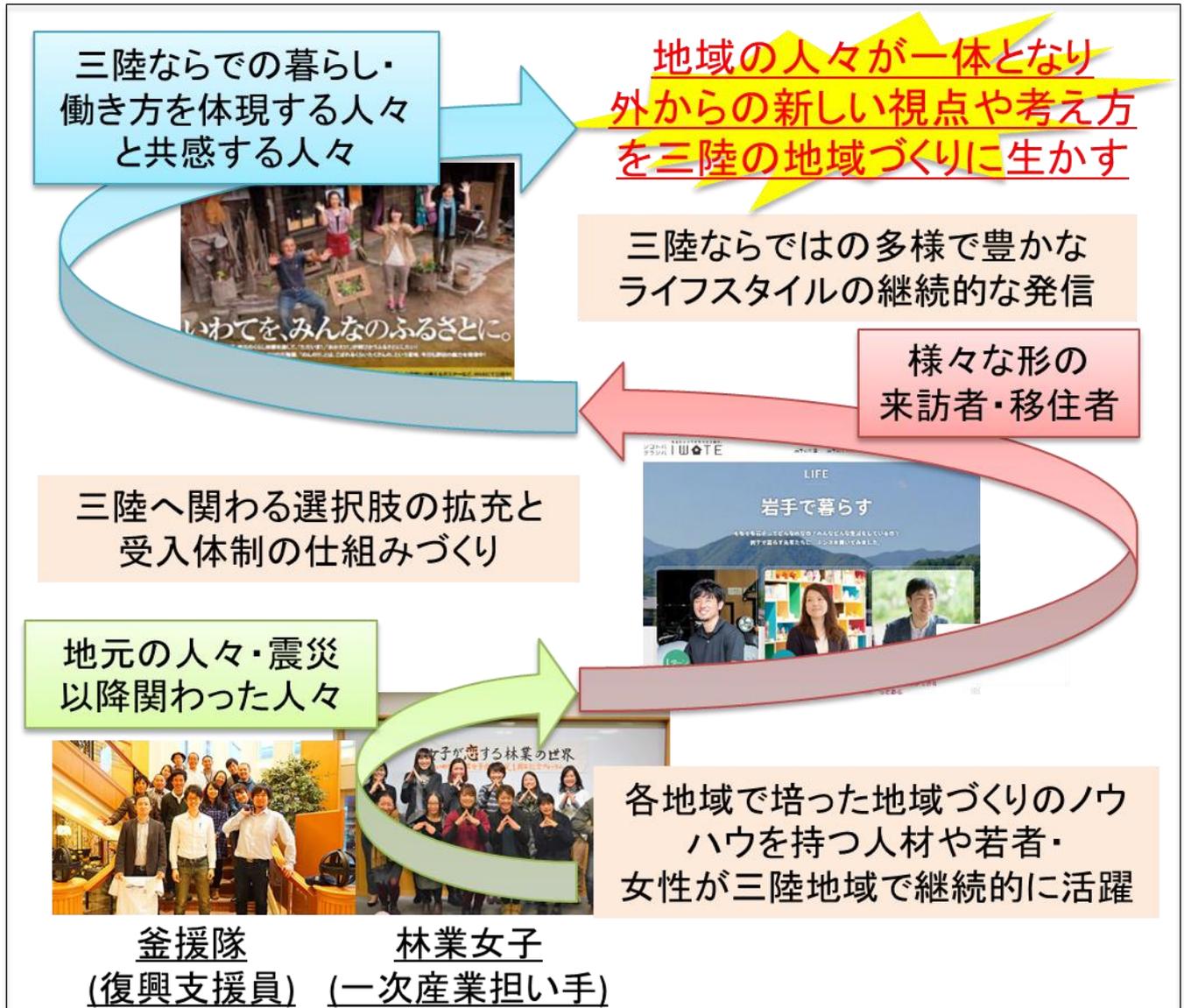
イナカレッジでは、「すぐ移住したい人」から「地方の暮らしに興味がある人」までを対象にインターン生を受け
入れている。事業の特徴は、若者は地域のことを何も知らないため、地域ぐるみの受入れ体制として、1人対1人の
師弟ではなく、地域全体でインターン生を教えることである。

インターン生を受け入れる中で、「集落の雰囲気が変わった。明るくなった」「何かを教えることができるのは幸
せ」「地域内で集まるが増えた」など地域の声が挙がっている。（平成26年度参加者8名のうち、7名が定住）

現在は、地域に関わるきっかけづくりとして各種イベント（ライフスタイルカフェ・今年1,000名近く参加した全
国地域仕掛人市等）を開催している。

（にいがたイナカレッジ担当 金子氏）

(イメージ)



(取組内容 1 : 地域づくりの人材が広域で活躍できる仕組みの構築)

① 若者や女性等の地域づくり人材のネットワーク構築【早期に実現を目指すもの/民間・行政】

震災後に三陸地域の地域づくりに様々な形で関わってきた人材のネットワーク化とフォローアップを行い、地域づくり人材の定着を推進する。

特に、震災以降、新たに地域づくりに関わり、活発に活動している若者・女性等の連携を推進し、情報の提供や研修の実施等のフォローアップやネットワークづくりのためのイベント開催、また、地域の若者や女性が地域づくり活動に参画しやすい環境づくりなどの取組を推進していく。

② 地域課題に対応できる人材の三陸全体での活用の推進【早期に実現を目指すもの/民間・行政】

三陸地域で事業創出やコミュニティ支援等、地域づくりに様々な形で関わってきた人材が、他の地域や広域で地域づくりに関われるように、地域の人材の取組やスキルをリスト化し、それぞれの地域課題に対応した人材のマッチングを行う仕組みを構築する。

(取組内容 2 : 来訪者や移住者の受入れ態勢の充実)

① 移住・定住につなげる受入れ態勢づくり【早期に実現を目指すもの/民間・行政】

来訪者や移住者が地域コミュニティの新たな担い手として、地域づくり、伝統文化の継承に関わり、コミュニティの活性化に資するような、交流人口の拡大や三陸地域への移住・定住を推進するため、来訪者や移住者への雇用・居住・生活面のきめ細かい支援を行うなど、移住、定住につなげる受入れ態勢づくりを推進する。

② 多様な居住スタイルの場の提供【近い将来に実現を目指すもの/民間・行政】

本格的な田舎暮らしや二地域居住を希望する人、三陸地域の暮らしや文化を感じつつ過ごせる短期の滞在を希望する人、三陸地域を自己成長の場として捉え地域づくりに関わる若者等、それぞれの目的に合わせて、空き家の斡旋や、家庭菜園を併設した簡易宿泊施設等、多様な居住スタイルの場を提供する。

(取組内容 3 : 新たなライフスタイルの発信)

① 三陸ならではの多様で豊かなライフスタイルの発信【早期に実現を目指すもの/民間】

自然や文化を享受しながら心豊かに暮らす人々や、漁業や伝統技術の後継者として未来の三陸地域を担う人々など、三陸地域に暮らし、活躍する人々の多様な生き方・暮らし方を、新たなライフスタイルとして発信し、共感する人々の輪を拡げる。

三陸ならではのライフスタイルを体現するトップランナーを発掘し、地方での暮らしに興味を持つ人々の目に触れる雑誌やホームページ等による情報発信や、三陸地域での暮らしに興味のある首都圏等の人々との交流機会をつくり、三陸の豊かな自然の中での暮らしをPRし浸透を図っていく。

【事例：地域固有の資源を生かした暮らしの再生による交流人口の増加～三陸駒舎～】

一般社団法人三陸駒舎は、被災地の子どもたちの心と体のケアとして、釜石市にある築90年の古民家「曲り家」を再生し、馬とともにある暮らしの場づくりに取り組んでいる。釜石市に数十年前に馬とともに暮らしていた文化があり、歴史や自然と共生する知恵・技をつなぎ直すことで、心豊かに過ごすことのできる持続可能な社会の実現を目指すことを理念としている。

平成26年度は「曲り家」が多く残る地区を馬に乗って巡るホーストレッキングのトライアルプログラム、平成27年は「曲がり家」再生の資金調達をクラウドファンディングにより実施した。

平成28年度から馬との触れ合いによる心と体のケアプログラムや、馬と一緒に暮らす宿泊体験等のエコツーリズムの提供を開始する予定としている。



馬がいる地域の未来のイメージ

(出典：三陸駒舎クラウドファンディングページ)

～ コミュニティ分野専門アドバイザーから一言 ～



公益社団法人中越防災安全推進機構
震災アーカイブス・メモリアルセンター長
稲垣 文彦 氏

～ 略歴 ～

中越大震災直後から山古志村の災害救援ボランティア活動に関わり、2005年5月に地域復興のための中間支援組織「中越復興市民会議」を創設
その後、公益社団法人中越防災安全推進機構復興デザインセンター長を兼務し、被災中山間地域に設置された地域復興支援員の人材育成等に従事
最近では、集落支援員や地域おこし協力隊等をネットワークする「地域サポート人ネットワーク全国協議会」の設立に尽力し、全国の中山間地域の再生や防災対策に尽力

中越地震からの復興の経験を踏まえた、三陸地域のこれからの取組み

まずは地域の人々の生活基盤の再生をしっかりと進め、その上で地域住民のコミュニティを形成していくことが大切であると考えます。東日本大震災から5年が経過し、インフラの復旧や整備も進んできました。地域住民が震災で失った喪失感をそのまま回復することは難しいが、地域コミュニティの賑わいを創出し、未来志向の新しい価値観の下で、幸せに生きていくことは可能である。

外部の新しい視点・価値観をもった人材を受け入れ、地域づくりに活かす仕組みづくりが重要

若い人にとって、東京に行って大企業に入ることが幸せという価値観だけではなくなくなり、地方での就職を望む人も増えてきている。また、大都市の企業を退職した世代が、地方移住する動きも見られる。

外から来た人材は、従来の地域の人間と異なる視点を持ち、地域の伝統文化や暮らし方に新しい価値を見いだすことで地域の人々に新たな気づきをもたらしている。さらに、長岡のイナカレッジでは外から人が来ることで、仲違いしていた人間関係が解きほぐされたり、宮城県女川町のアスヘノキボウで活躍する小松氏のように、地域に新しいビジネスが生まれるなど化学反応も起こっている。また、外から来た人材も、地域で必要とされている自分の存在に気づき元気になる状況も見られる。

このように、今いる人と来た人がともに元気になる好循環を生み出すためには、岩手の中で人を活かす仕組みをつくることが不可欠である。また、2～3日の地域居住お試し滞在から、月単位、年単位の地域居住サポートなど、外から人を受け入れる柔軟なしくみを持つことも大切である。長岡では、中越地震を機に、集落を越えた連携、行政等の立場を超えた連携ができ、地域づくりを推進するための人材を活用する仕組みが構築された。

三陸地域には、震災を機に優秀な人材が多数入って活躍しており、恵まれた状況にある。全国では、地域おこし協力隊を活用する自治体の間で人材の取り合いが始まっている。これからは地域住民と外部人材がともに成長し、人材がキャリアアップできる仕組みをもつ地域に人材が集中していくと思う。

地域内の経済循環の仕組みを、若者・女性の力を生かし、地域が主体的に行うことが理想

これからの地域づくりは、もちろん外からお金を稼ぐことも重要だが、地域内で経済を循環する仕組みづくりが大事である。例えば、地域の食糧自給率を上げるために、休耕田で野菜をつくり学校給食や配食サービスで利用することや、地域のバイオマス活用による地域内のエネルギー循環の仕組みづくりなどがある。このような仕組みを企画、実行していくためには、地域が自ら現状分析し、戦略を立て、地域づくりのアクションを起こしていくことが理想である。

このような主体的な地域づくりを担う人材として期待されるのは、地域に住む若者や女性である。20代・30代という若者世代は、これからの生き方や社会に対する危機感を持ちチャレンジの機会を求めている。女性は、既存の自治会組織とは違う仕組みで新しい発想で地域づくりに取り組むことができる。このような若者・女性の力を生かし、主体的な地域づくりの取組みに育てていくことが大事である。

検討の経緯

ヒアリング等

行政関係 6月17日～2月9日
三陸地域 市町村長（沿岸12市町村及び住田町）
三陸国道事務所、南三陸国道事務所

企業・団体 10月5日～11月18日
観光業、製造業、流通業、水産加工業、漁業協同組合 等

専門アドバイザー 10月29日～2月25日
麒麟株式会社CSV本部CSV推進部 絆づくり推進室長 野田哲也氏
株式会社JTBコーポレートセールス チーフディレクター 毛利直俊氏
公益社団法人中越防災安全推進機構 震災アーカイブス・メモリアルセンター長 稲垣文彦氏

復興委員会 6月19日～2月4日
復興委員会、総合企画専門委員会、女性参画推進専門委員会（延べ7回）

市町村への情報提供 6月4日～10月21日
岩手県沿岸市町村復興期成同盟会総会・WG（延べ5回）

他地域事例調査
宮城県 女川町・石巻市（7月22、23日）
新潟県 長岡市・十日町市（10月29、30日）

三陸の未来を拓く提案
三陸復興・振興方策調査報告書

岩手県復興局

平成28年3月発行

〒020-8570 盛岡市内丸10-1

TEL. 019-629-6945 FAX. 019-629-6944