32_三陸未来価値創造プロジェクト

（岩手県大船渡市）　～協同組合　三陸パートナーズ～

高い発信力を持った地域資源を活用する社会（一次産業）

取組全体の目的・概要：　三陸地域内の水産加工業者が協同で付加価値性の高い新商品を開発し生産、加工から販売までを行う。

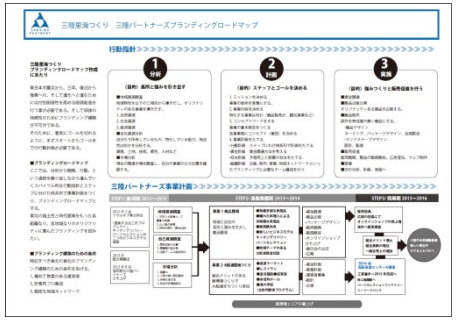
取組の先導性：大船渡の里海（人の暮らしと自然とが深い関わりを持つ沿岸域）の復興モデルとして、地域性を活かす方法やデザインを検討し、三陸パートナーズの商品をブランディングする点に先導性が認められる。

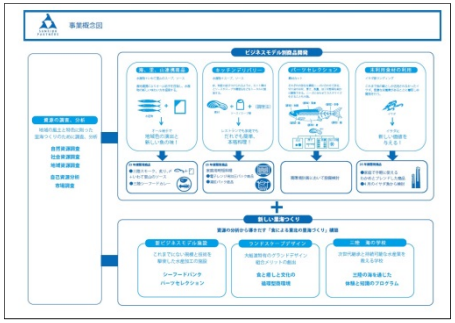
主な実施内容

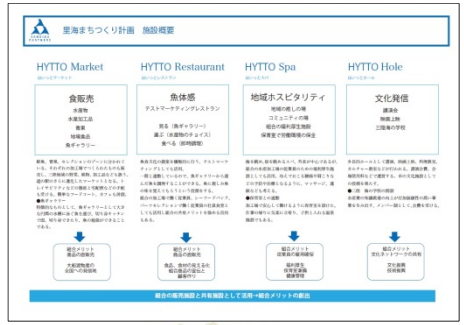
取組①　里海におけるビジネスモデルの構築

■文献調査　2013年10～12月　東京
既存の文献資料を収集し、地域資源を①自然資源、②社会資源、③経済資源に分類し、情報を整理
■先進地事例調査　2013年11月15日
東京　食のモデル地域シンポジウム
（農林水産省）に参加、食による地域活性化の先進地事例の概略調査
■近隣産業調査　2013年11月26日
大船渡（御喜来）、三陸とれたて市場の視察
【直販、漁師料理提供、観光客との交流施設、自然体験などの構想】
■大船渡産直施設及び大船渡実地調査　2013年12月14日
（産直施設候補地と周辺の立地の分析等、複合的要因の調査）
■大船渡産直施設のコンセプトミーティング　2014年1月22日
（町づくりに関しての大船渡市の計画に基づき提案書作成検討会）
■大船渡産直施設のコンセプトミーティング　2014年2月11日
（次世代継承プログラムのためのヒアリング、食のまち企画書たたき台作成
■渡産直施設のコンセプトミーティング　2014年3月2日
（コンセプト立案、ゾーニング案、イメージ図面作成）
■2013年10月16.17日、2014年2月11日、3月2日　大船渡で地域資源撮影

●ビジネスモデル計画書作成







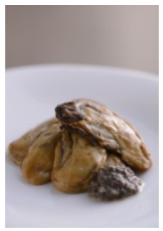
●計画敷地図

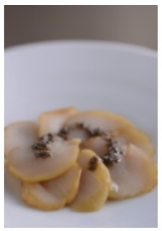
●全体計画パース

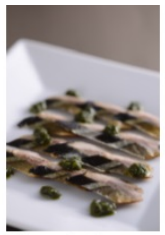
取組②　岩手県の食材を組み合わせた新商品開発

※以下、いずれも大船渡にて実施

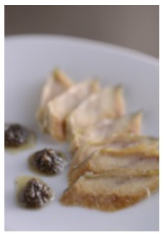
・2013年10月24日：全体会議、新商品企画会議
　→今後の商品開発の方向性検討
・2013年11月6日：定例会議
　→商流ルール（販売フロー、原価、商品原価の考え方）の確認
・2013年11月24～25日：定例会議、全体会議
　→次年度に向けた商品開発の方向性検討、企画書作成
・2013年12月13～14日：定例会議、全体会議、新商品開発会議
　→熊谷喜八シェフと新商品案の検討、工場の視察、企画書作成
・2014年1月21日：定例会議、全体会議、新商品開発会議
　→新商品スモークの試作、試食
・2014年2月10日：定例会議、全体会議、新商品開発会議
　→フードプランナー福田芳子による新商品煮魚の試作、試食と新商品スモークの試作調整、パッケージデザイン検討とオンラインショッピングサイトのデザインの検討
・2014年2月19日新商品スモークのパッケージデザイン決定。
・2013年10月20.21.27.28日、20143月10日　東京にて商品撮影

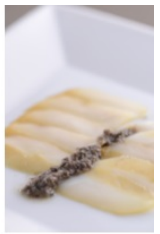

温燻スモーク　牡蠣

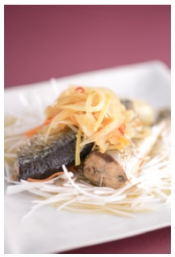

温燻スモーク　ホタテ


温燻スモーク　サンマ

温燻スモーク　ツブ貝


温燻スモーク　穴子


温燻スモーク　真イカ


大根サンマとタマネギのピリ辛煮

さばとタマネギの梅煮

いわしと蓮根の生姜煮

サンマと大根のごま煮

得られた成果・今後に向けた課題

新しい三陸の味を表現した今期の商品を3月19日から25日まで都内大手の百貨店にて展示即売を行う。消費者動向などを分析する良いチャンスとなるだろう。その成果を受け商品を更にブラッシュアップしていく。また、この2月に大船渡市のまちつくりの方針が明らかになり、今期の里海におけるビジネスモデルつくりで自分たちの意思を形に出来たことは、今後のまちつくりに大いに役に立つことと思う。

今後の活動の見通し

今後の活動を潤滑に行うためには、組合の原資を蓄えるために売上強化は必須であり、展示会の出店費用、パッケージ、パンフレットなどの販促費用が不可欠である。更に組合に商品開発の強化と営業部を設け販売促進をしたい。そして、大船渡での販売拠点として産直マーケットの建設、組合の福利厚生施設の運営など実現可能な食のまちつくり構想のための資金計画と運営パートナーの組成を必要とする。

33_新しい地域コミュニティが支える「健康長寿の郷　雄勝アイランド」

（宮城県石巻市）　一般社団法人　雄勝アイランド構想協議会～

高い発信力を持った地域資源を活用する社会（一次産業）

取組の概要：　水産業・水産加工業に特化してきた石巻市雄勝町で、「雄勝ベジ」を始めとした健康野菜の栽培（取組①）、ハーブ・薬用植物の農法調査・試験栽培（取組②）、地域住民に対するハーブの効果等のレクチャー（取組③）を行う。

取組の先導性：　健康野菜やハーブの栽培により、地域資源のブランド化と雇用の創出・地域コミュニティの再構築を行う。高齢者・障害者にとって労働負担の少ないハーブ・薬草の栽培を行い、社会的弱者の雇用を創出する。

取組の目的：健康野菜、ハーブや薬草を栽培し、加工・活用するサービスを開始し観光資源とすることで、雄勝に人が戻り訪れるようになることを目指す。

主な実施内容

取組①　健康野菜のブランディングのための準備

「おがつやさい」商品化に向けての”コンセプトストーリー”やパッケージロゴのデザイン検討を重ねて、首都圏での試験販売に向けて準備

取組②　薬草の農法調査と試験栽培について、NPO薬用植物普及協会みやぎにて栽培セミナーを受講

栽培セミナー（カンゾウ）の受講風景

取組③「健康長寿の郷」に向けた調査、地域ブランド開発を行っている新潟県南魚沼：里山十帖の視察・講習

※地域の生産物での総合的な地域ブランド開発商品の現地との合意形成についてのレクチャー等

得られた成果

取組①：野菜の栄養価測定の結果数値的目標含有量に到達していな事が分かった。又、地域ブランド化開発の点に留意し、パッケージ開発を行った。ストマーケティングの結果関東圏で需要が多い野菜品種がわかった。

取組②：薬草の農法調査の結果カンゾウの栽培は、全体的な労働負担の軽減は図れるが、収穫時の労働負担が大きいので、他の品種による労働負担軽減農法の方向性を継続して模索することとする。

取組③：地域内の合意形成の為、地域ブランド化による地域合意形成の取組セミナーを6名が受講した。更に、地区内の休耕地の活用方法として、流通されていない「雄勝産野菜」を活用した地域ブランド化が望ましいことが調査の結果わかった。

今後に向けた課題・活動の見通し

評価：1月に東京で行った「おがつやさい」の試食回では、葉物野菜を中心にシンプルに温野菜として試食を行い「えぐみが無く食べやすい・市販の物より甘い」等の評価を得たが、栄養価測定の結果を分析すると更なる土壌改良を行う必要がある。

今後の課題：土壌改良による通常品種の栄養価向上と、現存する雄勝野菜（さつまいも）等の栄養価向上に向けた研究。今後の活動としては、千葉大学：渡辺均先生の指導を受け「労働負担軽減農法」の研究・開発を行い、高齢者・障害者等が参加できる「農業」の実証を行う。

34_食とエネルギーの循環を活用した戦略的農業ビジネス展開事業

（福島県伊達市霊山町下小国地域）　～NPO法人再生可能エネルギー推進協会、下小国区民会～

高い発信力を持った地域資源を活用する社会（一次産業）

取組全体の目的・概要：伊達市霊山町小国地区は原発事故によって放射線量が局地的に高くなった地域が存在したため、放射性物質の影響を受けにくいよう、汚染のない土壌や土壌を使わない栽培方法（養液栽培・樹皮を培地とする栽培法）を取り入れ、生産物を加工・販売する。
また食品残渣や廃食油からエネルギーを取り出し、温室の加温等に用いることで経費を削減する。

取組の先導性　：放射能汚染の影響を受けた地域における新たな方法による農産物の栽培や、加工残渣等から取り出すエネルギーを農業に活用し、循環型農業を行う点に先導性が認められる。

主な実施内容

①[小国ブランド農産物栽培事業]

市場流通量の少ない農産物の栽培を行う。

・ナツハゼ（和製ブルーベリー）、大豆、畑わさびなどを栽培。
・高糖度トマトやミニキュウリなどをビニールハウス内で養液栽培し、ピクルスなどを製造。

ナツハゼ苗

新設ビニールハウス（支援対象外）

豆苗植付（3月3日）

②[小国ブランド加工食品製造事業]

地域で栽培した農産物から加工食品を作る。

・ナツハゼジャム、豆腐を試作。
・地元の漬物会社にピクルス製造を業務委託。

ナツハゼジャム

おから煮物と豆腐

森藤食品工業（株）試作中ピクルス

③[エネルギー燃料・肥料製造事業]

メタン発酵によるバイオガス・消化液の生成実証実験、BDFの製造・活用実証実験を行う。

・メタン発酵槽とBDF製造装置製作と運用準備
・加工食品残渣等からのバイオガス製造
・市営宿泊施設等からの廃食油回収と燃料化

メタン発酵槽

畜産農家の牛糞

BDF製造用装置

得られた成果

取組①　ナツハゼ（日本原産ブルーベリー）、大豆（埼玉県産在来種、秋田県産改良種）、畑わさびの栽培を開始し、加工食品づくりに繋げる。
大豆については栄養成分分析の結果を参考にして最適な大豆製品（豆腐、ずんだ餅、アイスクリームなど）を開発する方向性がでた。
養液栽培による高糖度トマトやミニキュウリの栽培技術を確立し、ピクルス素材としての栽培を地元農家に提案・普及した。
取組②　ナツハゼジャム、豆腐、ピクルスなどを試作した結果、豆腐とピクルスについては商品化の見込みとなった。
取組③　バイオガスの製造と利用について地元農家の関心が高まった。BDF製造と利用について地元の土木建設業者へ働きかける準備ができた。

今後に向けた課題・活動の見通し

取組①　大豆栽培予定の畑の表土除去による除染。作物により栽培環境が異なるため複数のビニールハウスが必要。空きハウスの調査。
取組②　ジャム、ずんだ餅、豆腐などの製造販売のために食品衛生実務講習会を受講。ピクルス商品化のための賞味期限の裏付け。
取組③　バイオガス実証実験のための地元畜産農家との連携。BDF製造・利用のための地域ネットワークの構築。

35_太陽熱木材乾燥庫を活用した里山文化の創造的再興
（宮城県登米市、本吉郡南三陸町）　～登米町森林組合～

高い発信力を持った地域資源を活用する社会（一次産業）

取組全体の目的・概要：太陽熱を活用した乾燥庫の能力を実証するとともに、これを活用した木材のブランド化の検討、地域農林産食物の乾燥実証実験を行い、高い発進力を持った地域資源を活用する社会に寄与する。
取組の先導性　：化石燃料を使わないため燃料の使用削減、二酸化炭素排出削減に寄与し、持続可能なエネルギー社会に寄与する。
取組の目的　：震災前より、林業は価格低迷や高齢化などの問題を抱えていた。また震災後、木造応急仮設住宅があまり建てられなかったり放射能汚染による被害を受けた。そこで木材・農林産食物の価値を高め発信することで林業の振興を図る。

主な実施内容

取組①木材乾燥・ストックの有効性の実証実験

●検討委員会
開催日：　11月5日、7日、11日
開催場所：登米町森林組合、仙台、宮城県林業技術総合センター
検討内容：事業全般ｽｹｼﾞｭｰﾙ、評価方法、評価ｽｹｼﾞｭｰﾙについて

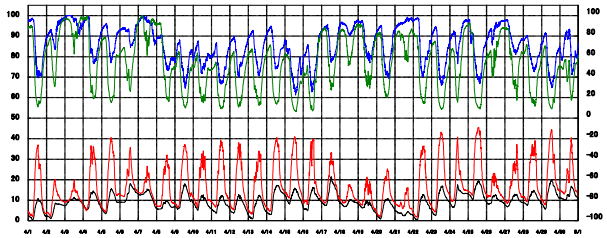
●評価試験：12月2,3日、1月20～22日、2月25,26日
開催場所：登米町森林組合、宮城県林業技術総合センター
事前準備した木材の測定を行い、太陽熱木材乾燥庫に入庫

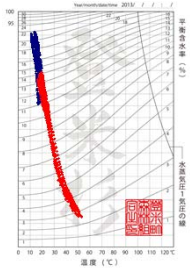
●検討委員会
開催日：　12月25日
開催場所：仙台市内
検討内容：事業経過検討

検討委員会

評価試験

■事業結果
・庫内外部と比較して温度が高く湿度を抑えることが出来るため、平衡含水率（木材の乾燥しやすさの度合）が低く乾燥しやすい環境にあることを確認した
・含水率変化：48日経過で板材の含水率が19.3%と実用含水率に至る
・二酸化炭素削減効果：308.76kg-CO_2/m^3


内外の温湿度分布（一月分）


平衡含水率

取組③地域農林産食物の乾燥実証実験

●検討委員会
開催日：　11月5日
開催場所：登米町森林組合
検討内容：実証実験用施設の設計方針確定

●設計書類確定（11月11日）～施工（ 11月26日～1月11日 ）
※施設施工は本事業助成対象外

●検討委員会
開催日：　12月2日
開催場所：登米町森林組合
検討内容：評価試験方法について

仮設ブースの設置

●加工食品検討会
開催日：　2月18日
開催場所：仙台
検討内容：製造された乾物を、ｵﾌﾞｻﾞｰﾊﾞｰとして管理栄養士を交えて調理～試食

■事業結果
・仮設ブースが設置され、各種農林産物（椎茸、大根、人参、えのき）の冬季乾燥実験が行われた
・食材としての利用性を確認

冬季乾燥実験の様子

乾物を用いた調理

取組②地域木材のブランド化

●検討委員会
開催日：　11月11日
開催場所：仙台
検討内容：担当委員と地域団体商標登録の方向性について検討

■事業結果
「登米杉」を地域団体商標登録を行う上での要件としての商標の周知をはかる必要がある。
取組④等によるPRを継続的に行うこととし、出願にそなえる

検討委員会

取組④実証内容のPR～モデル化

●再委託先との打合
開催日：　11月12日
開催場所：東京、登米町森林組合（インターネット会議）
検討内容：ｽｹｼﾞｭｰﾙの確認、双方のﾀｽｸの確認

●ﾊﾟﾝﾌﾚｯﾄ作成の為の撮影
開催日：　2月15,16日
開催場所：登米町森林組合

■事業結果
・ﾊﾟﾝﾌﾚｯﾄの完成
・本取組に関するテレビ報道（3月8日 仙台放送）
・施設見学受入による本事業内容の普及
・取組③に関連して今後の提携先を確定した。

得られた成果

取組①　冬期間において本施設による木材乾燥の有効性、二酸化炭素削減効果を確認できた
　　本施設で乾燥した木材が登米市木造災害公営住宅に一部使用された
取組②　商標周知には時間を要するが、地域団体商標登録が可能であることが確認できた
取組③　乾燥実証実験施設の設置、農林産物の乾燥実験の実施と試食により有効性を確認できた
取組④　パンフレットの完成、テレビ報道、施設見学受入によるモデル事業の普及
　　取組③に関連しての今後の提携先（仙台を拠点とする「医食同源プロジェクト」）が確定

太陽熱乾燥庫で乾燥した木材が災害公営住宅へ

今後に向けた課題・活動の見通し

取組①　春～秋期間の評価を行い、通年での有効性を確定して乾燥庫としての商用活用を開始する
　　登米市、南三陸町で進められている木造災害公営住宅への木材の供給を行い、本施設活用による木材流通の可能性、課題を整理
取組②　取組①を継続実施していくことにより商標の周知をはかり、地域団体商標登録を行う
取組③　春～秋期間の食物の乾燥実験を行うとともに、提携先の協力を受け商品化に向けた取組を行い販売を開始する
取組④　①③に関して通年での評価試験結果を基に関連学会、機関誌等でレポートすると共に、施設見学を受け入れ、東北発のモデル事業の普及に資する

36_放射能の風評被害払拭と中山間地における新たな農業モデルの実現
（福島県白河市）　～東西しらかわ農業協同組合～

高い発信力を持った地域資源を活用する社会（一次産業）

取組全体の概要：人工光を利用する完全密閉型の植物工場において、レタス・白菜などの野菜の試験栽培を行う。

取組の目的：　放射性物質による汚染の風評被害を払拭すると同時に、高齢者などの雇用を生み出す。

取組の先導性：無農薬で栽培ができ、洗わずに食べられること、安定供給できること、高付加価値の野菜の栽培が可能であることなどの利点を生かし、新たな販路の開拓を目指す。

主な実施内容

取組①　植物工場PRに向けた準備

•『みりょく満点やさいの家』ロゴデザイン完成

•洗わずに食べられ、長持ちすることなどの売りを示すパッケージ、パンフレットを作成

パンフレット

取組②　植物工場におけるレタス、白菜、機能性野菜の生産

•レタス、白菜の試験栽培開始（1月初旬～）
•→レタス類：700粒、白菜：200粒播種

•レタス類、白菜の初収穫（2月中旬）
•→レタス類：450株程度、白菜：200株程度
（写真下：工場で栽培した白菜）

•工場稼働率（3月初旬）
•→育苗ラックの稼働率：80%、栽培ラックの稼働率：40%
→レタス類：1,200株、白菜：200株を、3月中に収穫予定
（写真右下：栽培ラックの様子）

取組③　植物工場野菜の販売促進

•関係市場へ販売促進活動

•洗わなくても食べられること、野菜の外側を取らなくても食べられるなどの強みを活かし大手コンビニエンスストア等へ販売促進、販売打合せ

•市内スーパー、レストランにて販売促進活動を実施中

•当組直売所2カ所で販売開始、直売所併設レストランで工場産野菜を使用開始
　→みりょく満点物語棚倉店：2月下旬～、矢吹店：3月初旬～
　（写真右：みりょく満点物語棚倉店の売り出しの様子）

得られた成果

・2月の中旬～下旬の大雪による野菜不足時に直売所で植物工場のレタス・白菜の取り扱いが出来た。

・安定生産に向けた栽培方法についての検討を行い、一定の実証結果を蓄積。（白菜については、植物工場での栽培に向く品種を選定。LED灯と蛍光灯による生育の違いを検証。播種量や定植までの期間の検証）

・販路開拓において、焼肉店やサンドイッチを扱う業者の需要が高いことがわかった。

今後に向けた課題・活動の見通し

① 本稼働（日産3,000株）を目指す
　→本稼働出来るだけの人員確保を行い、徐々に生産量を増やしていく。

② 機能性野菜の栽培
　→大学との協働により、機能性野菜の栽培方法を検討・検証し、そのノウハウを蓄積する。

③ 機能性表示のあり方の検討
　→機能性についての表示内容について検討するとともに、表示内容が優良誤認とならないか等、行政機関に確認のうえ進める。

④ 植物工場野菜のPR
　→地元の小学校等で野菜の成長の仕組みや農薬の役割、植物工場野菜と露地野菜の違いについて授業を行う。子供・保護者たに工場産野菜の理解をしてもらい、関心を持ってもらい風評被害の払拭に向けて取り組む。

37_「森・里・海」の体験を通した新ライフスタイル発信事業
（宮城県気仙沼市）　～特定非営利活動法人　ピースネイチャーラボ～

高い発信力を持った地域資源を活用する社会（一次産業）

取組全体の目的・概要：
豊かな「自然資源・生物多様性」のある気仙沼市西舞根地区を拠点とし、直接・間接の交流人口を増やすことで新しい産業を興し復興につなげることを目的に、「体験」「食」「旅」をキーワードに、豊かな自然と古き良き文化や知恵を感じる取り組みを進める。

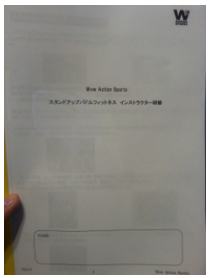
取組の先導性：
町村単位での魅力づくりではなく、流域という単位での魅力づくり。また震災に加え高齢化が進む地域において、高齢化が進んでも尚、その魅力が“古きよき文化”として際立ち、交流人口が雇用や若者移住やUターンを支え地域発展につながる事業展開。

主な実施内容

取組①体験プログラム事業構築

＜マリンアクティビティ＞
第1回　12月　千葉県一宮町　SUPスタンドアップパドルインストラクター講習1名受講

第2回 3月 気仙沼にて3名受講



＜焼き菓子作り体験＞
2013年8月、西舞根自治会館、地区の子供たちを集めて焼き菓子作り

＜絵本・キャラクター作り体験＞
第1回　2013年9月、西舞根地区（野外）
森や浜辺を散歩したあと、イメージしたものをスケッチして絵本作り

第2回　2014年2月、小原木小学校（気仙沼市唐桑町）
地域の魅力を話し合い、マスコットキャラクターをデザイン体験

＜他団体との連携協議＞
2013年1月より、気仙沼市内で活動する他団体（NPO法人あすわ、からくわ丸、気仙沼大島まちづくりサポート）との連携協議会を立ち上げ、それぞれの長所を活かし次年度以降の体験活動プログラムの共同実施について計画策定を実施している。

取組②物販事業「森里海工房」

＜地域産品の加工販売＞
・地元海産物の加工品「バジル入り燻製牡蠣のパスタソース」および「ホタテのパテ」の試作、検査（賞味期限）、ECサイトを通じて、首都 圏30代女性と50代男女を主なターゲットとして試験販売実施。
　想定していた顧客層から顕著な反応が得られた一方、商品利用　シーンを連想できる盛りつけ図等の写真のクオリティー向上　（よりワクワク感を出す）や商品利用例の提案など更なる改善を引 き続き行う必要があることがわかった。特に、商品の写真には利用されているシチュエーションを意識した写真を使うようにした。

＜一次生産者の顔が見えるセット販売＞
また、気仙沼大島の牡蠣や柚子に宮城県産のせり、気仙沼地酒「別格」を組み合わせた「気仙沼大島の恵み～牡蠣とせりの酒蒸しセット（柚子風味）」を売り出し、それぞれの一次生産者の顔が見えるサイトを作り上げたところ、売れ行きが好調となった。

＜地域で活動する他団体商品のEC販売＞
震災3年目を機に、気仙沼周辺で活動する他団体との連携を進めている。そこでそれらの団体がつくる商品やグッズなどを当ECサイトにて販売を開始した。

取組③レストラン事業

- 料理研究家林のり子氏（著書 パテ屋の店先から ）を招聘し、地元産品を活用したメニュー案や気候風土の似たフランスノルマンディー地方の郷土料理等のレシピ案を協議。
- 地元遠洋漁業や地域史に詳しい方へのヒアリングの実施。有益な情報を数多く収集できた。
- 東京のフランス料理店シェフの野澤氏を招聘し、当団体商品開発担当者と一緒に、地域の素材をアレンジしたメニュー20種を開発した。

得られた成果

＜取組①体験プログラム＞
スタッフ数名がスタンドアップパドルのインストラクター講習を受講し、次年度にマリンアクティビティを実施する準備ができた。キャラクターデザインなどのクリエイティブなプログラムは子供たちの関心が高く、同じ子どもたちが1度だけではなく何度かプログラムを受け、最終的に作ったキャラクターを商品のパッケージに使用するといった内容に高めていくことが、子供たちの創造性を涵養するのに効果的だと感じられた。
また、唐桑半島をはじめとする気仙沼市内で活動する複数の団体が、音楽や野外プログラムなど様々な形での体験プログラムを実施、あるいは計画しており、今後は互いの特色を活かして連携してやっていこうということで連携協議会を立ち上げることができた。今後の発展性に期待が持てる。

＜取組②物販＞
地域の一時生産者と協力し、「森里海」の産物で作った加工品やセット商品を、デザインを工夫することで販売ルートを確立するという試みは、一連のECサイトなどを用いた試験販売により一応の形にすることができた。また、地域の産品をセットにしたものや、サイトで生産者の説明を詳しくしたものの売れ行きが良かったことから、今後の商品開発やECサイトの組み立て方についてヒントを得ることができた。

＜取組③レストラン事業＞
地域でのヒアリング調査などの結果、唐桑町ではかつて「食の学校」というサークル活動があり、遠洋漁業に行っていた漁師の方々が世界で食べていたような土地の料理を、唐桑地方の食材も使いながらメニューが考えられていたことがわかった。今後、この成果をベースに更に実用的なメニュー開発に活用できる。
また、東京のフランスレストランの野澤シェフを招聘して開発したメニューも、地域の食材を使った世界のメニューをテーマに20種でき、特色のあるメニューを提供できる見込みとなった。

今後に向けた課題・活動の見通し

これまで別々に取り組んできた3つの事業は、いずれも「森里海」をテーマとしており、組み合わせることにより相乗効果も期待できる。また地域で活動する他団体との連携も推進できる見込みとなり、それぞれの特色を活かして活動の幅が広くなることも期待できる。

＜取組①体験プログラム＞
「森里海」をテーマとしたプログラムに加え、地域においてクリエイティブな才能を持つ子供たちを育てることを目的とした活動を推進する。これまでにやった「絵本・キャラクター作り」などに加え、他団体との協力で「音楽・歌」の教室も開く。また、「食」をテーマにした勉強会も開催し、子供や大人に地域の「伝統的な食」を意識してもらい、彼らのアイデアで進化させて地域を代表するような特色ある料理の開発も体験プログラムに取り入れる。

＜取組②物販＞
取引する地域の一時生産者や、他の支援団体の商品などを増やし、ECサイトを通じた販路開拓を支援する。またレストラン事業の店舗における販売も行う。

＜取組③レストラン＞
単なる観光客向けのレストランではなく、地域の集いの場や、体験プログラムの場として活用する。また、かつて行われていた「食の学校」活動を復活させ、他団体も巻き込んで「食」を通じた観光振興を図る。

38_防災集団移転跡地の利活用とハーブの一大産地化プロジェクト

（宮城県多賀城市）　～一般社団法人 多賀城震災復興まちづくり会社～

高い発信力を持った地域資源を活用する社会（一次産業）

取組全体の目的・概要：ハーブを栽培し、エッセンシャルオイル・ハーブを活用した商品、災害用備蓄食品を試作する取組。継続性の高い商品を作り出し、次年度以降に防災集団移転跡地への事業展開を目指す。

取組の先導性　：国産が少ないアロマオイルや、栄養豊富な備蓄食品などの市場を開拓することで、継続雇用を生み出すことができる。防災集団移転跡地利用や遊休地を活用したソーシャルビジネスモデル事業を実施。

取組の目的：被災地において課題となっている防災集団移転地の活用、産業再生、雇用問題を解決するため、ハーブの一大産地化を目指し、地域資源の活用を促進し、商品化。付加価値化、技術・ノウハウの循環、継続雇用を達成する社会モデルを構築する。

主な実施内容

取組①ハーブエッセンシャルオイルとアロマ関連商品の開発

1）ハーブエッセンシャルオイル開発協議会設置
2）栽培ハーブの収穫、冷凍
3）エッセンシャルオイル抽出研究
4）アロマセラピストから
　ハーブエッセンシャルオイルについての指導
5）ハーブエッセンシャルオイルを活用した
　商品開発
6）ブランド開発（パッケージ、パンフレット）
7）テストマーケティングの実施

取組②ハーブ・野菜を活用した災害用備蓄商品の開発

1）ハーブ・野菜を活用した災害用備蓄商品の研究
2）ハーブ・野菜について、栄養士の意見ヒアリング
3）災害用備蓄食品の開発
4）ブランド開発（パッケージ、パンフレット）
5）保存検査、成分分析
6）テストマーケティングの実施

得られた成果

防災集団移転跡地ならびに遊休地を活用しハーブを栽培し、ハーブウォーターを活用したアロマ関連商品（石鹸・ルームスプレーなど）を開発した。テストマーケティングの結果、より消費者に好まれる香りは何かがわかった。

また、災害用備蓄商品については、地域のハーブ・野菜などを乾燥・粉末とし練りこみ、子供からお年寄りまでが安心して食すことのできる食べやすく、食べさせやすい冷凍うどんを開発し、テストマーケティングを行い、より練りこんだ食材の味を際立たせる方法を探ることとした。

今後に向けた課題・活動の見通し

ハーブエッセンシャルオイル抽出には、大量のハーブが必要であり、大型の蒸留設備整備が課題である。

更に防災集団移転跡地ならびに遊休地において、原材料を栽培することが可能かを実証する必要性がある。また、雇用拡大を担うためには、本調査事業で開発された商品の利用頻度を高める必要性があることから、使いやすく、携帯しやすく、消費期限の長い商品を開発する必要がある。また、アロマテラピーを消費者に更に広めていくことも課題である。

ハーブ・野菜を活用した災害備蓄商品の商品開発は、災害時における需要を想定しながら、製品として顧客ニーズを反映させ、製造ラインを整備し販路を築き、雇用拡大に努めていきたい。

39_都会の過密と地方の過疎共生プロジェクト

（福島県二本松市）　～特定非営利法人ゆうきの里東和ふるさとづくり協議会～

高い発信力を持った地域資源を活用する社会（一次産業）

取組全体の目的・概要：福島県二本松市が持つ、潤沢な農地・緑地等の自然資源や営農技術、伝統ある農村文化・技に加え、人と人をつなぐ地域コミュニティなど、都会にはない魅力を活用し、地域の年長者が主体となって都会の年長者や学生、企業人等との交流事業を実施する。

取組の先導性：地域の年長者自らがその活力を向上し、その運営する農園を核として、郷土料理や地酒といった地域が誇る「食」をテーマとしたグリーンツーリズム等を同時に行い、地域の発展を促進する点に先導性が認められる。

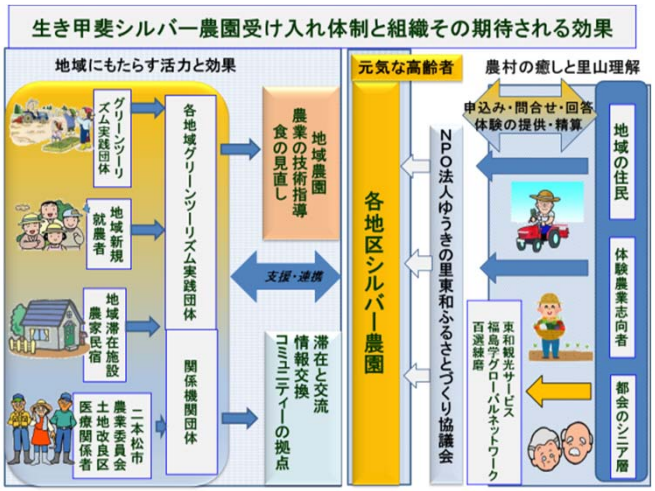
主な実施内容

取組①生き甲斐シルバー農園の開設

豊富な経験を有する地域の年長者が、農業に従事し生涯現役で働くことを通じて、生き甲斐と健康を確保するシステムの構築を目指す。

【組織体制の整備】
地域の年長者や農業者、農家民宿や農業関係者等と連携し、事業取組への支援体制を整備。

【モデル団地の設定】
モデル団地の設定位置関係や土地条件等について協議し、モデル団地として2地区を設定。



取組②働楽市民農園の開設

都会の人々に農業生産の場を提供し、地域の年長者や農業者との交流を図ることを目的としモデル地区を設定する。

【モデル地区の設定】
モデル団地の設定位置関係や土地条件等について協議し、モデル団地として4地区を設定した。また、モデル地区選定の協議を行ったことで、都市との交流の重要性を改めて認識した。

【PR活動】
ふるさと回帰支援センター及び財団法人都道府県会館において取組のPRを行った。風評被害への対策が課題。

モデル地区

PR活動

取組③都会の人々のふるさとづくり

①、②の取組みによる来訪者に対し、地域の魅力をPR（体験農園やりんご酒や郷土料理の活用）することで、地域の活性化を図る。また、農園やツアー等への来訪者に対し、農業指導や地域の魅力のPRを行える人材育成を実施する。

【地場産品を活用した地酒によるアルコールツーリズム（りんご酒等）の交流情報交換会】
全国グリーンツーリズムネットワーク分科会等の場で情報発信を行った。

りんご酒

【郷土料理研究会】
農家民宿等で提供する料理として、地元の食材を活用した郷土料理の試作会を行った。

郷土料理研究会

【インストラクターの育成】
農園のインストラクター候補生に対し、前茨城大学農学部長を講師に、土づくり講習会を実施した。肥料と堆肥の違いから、堆肥・ぼかし肥の種類と用途や堆肥づくりの温度管理の重要性を学んだ。

土づくり講習会

活動の評価・今後の課題

活動の評価：シルバー農園の組織化により、地域の関係者と連携することができた。また、農園やツアー等への来訪者に対し、農業指導や地域の魅力のPRを行えるインストラクターの育成も実施するとともに、農家民宿で提供する郷土料理の研究・試作や、地酒のPRを実施し、都市からの受け入れ体制を構築することができた。

今後の課題：季節ごとの多様な農業体験ができる受入体制を整備。インストラクターの育成強化。企画した農業体験の情報発信。

今後の見通し

インストラクターの育成や農家民宿の体制づくり等を通じ、都市からの来訪者が容易に取り組める市民農園の整備を目指す。また、郷土料理や地酒などの地域ブランド化を目指すとともに、地域の魅力をPRする場として、田舎体験ツアー等の企画を深化させる。

これらの取組を通じ、都市との交流から本地域への定住に誘い込み、過疎地の活力向上につなげていきたい。

40_「奥会津金山赤カボチャ」～高齢者による循環型産業開発事業～

（福島県金山町）　～奥会津金山赤カボチャ食のモデル地域実行協議会～

高い発信力を持った地域資源を活用する社会（一次産業）

取組全体の目的・概要：金山町の特産品である「奥会津金山赤カボチャ」の成分分析によりその価値を明確化する。
また、品質基準を統一し、生産体制を整えブランド化を行うとともに、新たな加工品の開発を行う。

取組の先導性：「奥会津金山赤カボチャ」を生産している高齢者の知見を活用し商品開発するとともに、
大学などの外部機関と連携し、過疎・高齢化地域におけるブランド商品の確立を図る点に先導性が認められる。

主な実施内容

取組①：品質基準管理体制の構築

・会津大学と連携し、「赤カボチャ」の、栄養素の成分分析を実施。
・色とビタミンAについては、他のカボチャとの有意な差があるため、次年度収穫分から、本協議会が色と形を品質基準とした管理体制を構築。（赤色が100%で形が良いものを「S」、赤色が80%以上を「A」、50%以上を「B」、それ以下は「C」として加工用又は廃棄）
・厳格な品質基準を設定する「S」は、会津大学による成分分析シートを金山町の特産品である桐箱に同梱するなどして、価値をアピールする。他方、「A」と「B」は普及価格帯を設定し、裾野を広げる。

色彩計による測定

取組②：加工食品の開発と都心へのプロモーション

・新商品開発にあたって、地域の高齢者からカボチャの調理方法を聞き、またフードコーディネータ、ホテル調理師、特産品開発コンサル等の助言を受けた。地元麹店の協力で「塩麹ポタージュ」を開発。その他「チーズ羊羹」、「チーズケーキ」等の試作を行っている。・また、都心で人気があるパン屋とのコラボレーションを行った。・道の駅奥会津かねやまや東京国際フォーラムでのイベントでテストマーケティング、東京・大阪等でプロモーションを行い、認知度向上を図った。

今年度事業の評価・今後の課題

【実績】試作品開発、テストマーケティング、プロモーションの全てを実施。第1回委員会時にプレス発表も実施。テレビ取材も受ける。
【課題】「赤カボチャ」自体の収穫時期が短く、今年度についてはベストな検体での実証が困難。また試作品開発にも制約あり。

次年度に実施予定の取組内容

取組①を受けて、協議会を拠点として品質基準管理体制を実行し、そのブランド効果を測定。
また、取組②については、引き続き、商品開発を進めるとともに、次年度は見本市を中心としたプロモーションを行い、会津地域の復興を象徴する超高級カボチャとしてブランド化を図っていく。

41_「里山活性」による東北の未来価値創造プロジェクト

（岩手県花巻市）　～NPO法人ソウルオブ東北～

高い発信力を持った地域資源を活用する社会（一次産業）

取組全体の目的・概要：　石黒農場（花巻市）の古民家を改修し建設予定のレストランを活動の中心として、里山の魅力を活かした商品のブランディング等を行う。

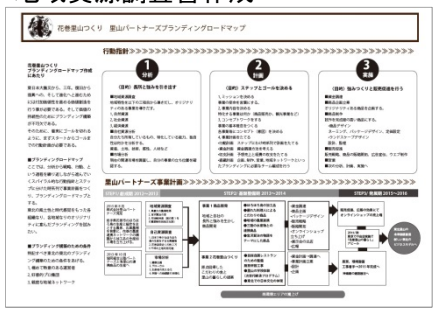
取組の先導性：　里山の魅力をブランディングに活かし、食と自然循環、地域振興、文化伝承、郷土愛などのコンセプトを盛り込んだビジネスモデルを提案する点に先導性が認められる。

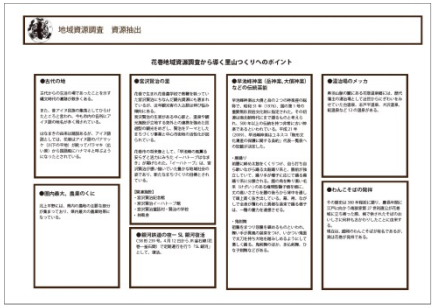
主な実施の内容

取組①　地域の分析調査（文献調査、実地調査）

■文献調査　2013年10～12月　東京
既存の文献資料を収集し、地域資源を①自然資源、②社会資源、③経済資源に分類し、情報を整理
■実地調査　2013年10月24日　花巻、社会資源の1つとして位置づけられる「鹿踊り」を視察
■近隣産業調査　2013年11月8日〉紫波フルーツパーク見学（紫波町）【町内産100%の自園自醸ワイン生産、販売。体験農園、体験工房併設】
2〉館ヶ森アーク牧場（一関市）訪問【館ヶ森高原豚販売、農業体験等】
■実地調査　2014年1月22日　花巻周辺産業の調査
■実地調査　2014年2月12日　次世代継承プログラムのためのヒアリング

地域資源調査書作成

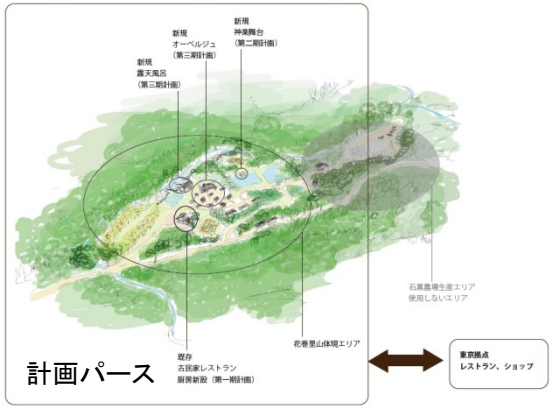




取組②　商品企画、グランドデザインコンセプト立案

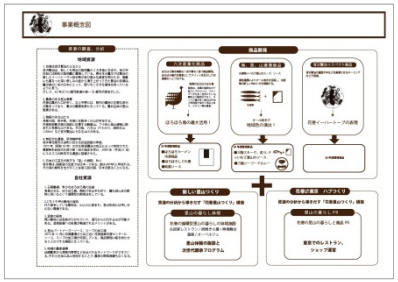
2013年10月17日　花巻周辺、石黒農場の撮影
2013年10月19日　熊谷喜八氏とソース試作、試食会実施（ほろほろ鳥スープ、瓶詰商品などの試作、アドバイス）
2013年12月15日　花巻、グランドデザインの骨子検討
2014年12月25日　2014花巻の里山企画書草案作成
2014年1月24.25日　萩原雅彦シェフによる商品開発試作会
　→ほろほろ鳥のらーめん、スープ、ハンバーグ、しぐれ煮
2014年2月7.8日　萩原雅彦シェフによる商品開発試作会
　→ほろほろ鳥のらーめん、スープ、ハンバーグ、しぐれ煮
2014年2月12～14日　花巻周辺、ほろほろ鳥の撮影
2014年2月20日　国際ホテルレストランショー、厨房設備機器展視察
2014年3月10日　新商品撮影（東京）
2014年3月18日　商品新パッケージ撮影。

敷地計画図



計画パース

●商品企画、ビジネスモデル計画書作成



得られた成果・今後に向けた課題

これまで利用できなかった骨などの部位でスープやしぐれ煮ができたことで、ほろほろ鳥の商品開発は納得のいくものとなった。更にレベルの高い商品にすることとブランディングに必要なブランドアイデンティ（ロゴやマークなど）を整備し、パンフレットなどの制作とウエブ制作による販売促進に力をいれていきたい。また、石黒農場をつかった里山つくりも更に具現化できるように専門家の意見を聞いて行く。

今後の活動の見通し

商品開発と里山つくりの両側面において六次化に向かっていくために以下の資金計画を行う。里山次世代継承プログラムの実践を行い、里山の暮らしと商品販売の促進、また東京にてほろほろラーメンの実店舗計画を行う。花巻と東京をつなぐことで里山ブランディングを強化し安定した経済へのスタートとしたい。

42_宮城県亘理郡山元町沿岸部における六次産業集積地帯に関する事業環境調査

（宮城県山元町）　～みやぎベジフル食彩事業創造委員会～

高い発信力を持った地域資源を活用する社会（一次産業）

取組全体の目的・概要：土地の大規模集約や最先端の園芸施設の集積が進んでいる山元町の農業を六次産業化の手法を用いて地域ブランド化するための調査を行い、持続可能なビジネスモデルを構築する。

取組の先導性：最先端の施設園芸という新しい農業の形態を地域ブランド化する点に先導性が認められる。

主な実施内容

取組①事業環境調査

・山元町の農産物を活用した新商品を開発するにあたり、町内で得られる農産物資源や流通経路、食品加工施設の適地の調査を実施。
・また、山元町で6次産業化を行うために必要なマネジメント能力を持つ人材を育成するカリキュラムを作成。

対象地域では、亘理町を初めとして県南一帯で栽培が始まった新品種トマト「すずこま」やイチゴがある。「仙台イチゴ」は首都圏での認知度は低いが、北限のイチゴの食味の良さや集積地帯でのイチゴ狩りなどのアクティビティは今後の地域ブランド化につながると推測。

山元町、亘理町のイチゴ（仙台いちご）と100ha超規模の大規模施設園芸団地

高リコピントマトすずこま（亘理町）とそれを活用したスィーツ（仙台市）

山元町には耕作放棄地が点在しており、大規模栽培地を必要としない薬用植物の栽培に活用が可能と考えられる。また、震災後撤退が相次いだため空き工場も多く、新たに施工すること無く6次産業に活用が可能である。また山元いちご農園の6次化の取り組みとして建てられたカフェは地域6次化の核となる可能性が高い。

点在する耕作放棄地、空き工場（山元町）

山元いちご農園併設のカフェ（山元町）

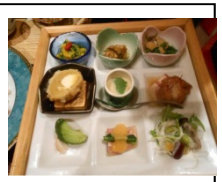
取組②商品の企画（試作開発・及び試食会、商品化、ブランディング）

・山元町のイチゴを用いた和スィーツの商品開発を行い、商品化
　イチゴを練り込んだ餅皮、イチゴカスタード、手作りクリームチーズの3層構造
　1つにフレッシュイチゴを約3個分使用しており、フレッシュイチゴの食味・食感・3層構造のハーモニーに、一般消費者を招いて行った試食会では好評を博した。ただ、プロ（食の専門家）の視点は厳しく「平均点以上ではある」「見た目の改良が必要」「クリームチーズの存在感を増した方がいい」等まだ改善の余地は大きいと実感。
　イチゴ　山元町、モチ米　角田市
　牛乳（クリームチーズ）大郷町
　レシピ、パッケージデザイン　仙台市、加工　柴田町
　と、宮城県南部を中心にALL宮城での商品化を実現
・上記に加え、すずこまを用いたケークサレ、キッシュの試作開発を行い、主に30代から60代までの延べ30名程度の女性を対象に試食会を実施。
・色を重視したブランディングを企画。「かさねいろ」（平安時代の高貴な女性の四季折々の衣服の色合い）シリーズとして今後商品化。第一弾はイチゴの和スィーツ「淡紅」。
・食品機能性に関する様々な検討（栄養素、無添加、農薬の影響等）・分析。

商品パッケージ外観

商品中身

ケーク・サレ試作



機能性食品の調査（薬膳セミナー）

取組③マーケティング及び広報誌の企画

マーケティング　・マーケティング戦略の立案
　・FOODEX JAPAN 2014(3/4～7)へ出展。
　・東京・秋葉原　日本百貨店しょくひんかん、上野松坂屋、築地・太陽のマルシェにてテストマーケティング実施。
　テストマーケティングの結果、バイヤー・一般消費者とも評価は高かった。
　東京での販売は連日完売、バイヤー（小売店舗、卸、和食屋等）からは既に具体的な注文が来ている。
　ただ2個入りではなく12個入りにする、カラフルに数種類欲しい、見た目をイチゴの御菓子らしく等の反応があり、パッケージの追加、カラフルにするための食材の選定、自然な赤みを増すために加工法の改善等にフィードバックして行く。
　・シンガポール Sakura Festival(3/31～)への出展。
季刊誌「みやのは」発行(山元・亘理のいちご生産者特集)
　主に首都圏で商品購買者に配布。

上野松坂屋

太陽のマルシェ@築地

しょくひんかん「ちゃばら」@秋葉原

FOODEX JAPAN@幕張メッセ

活動の評価・今後の課題

評価　6次産業事業会社として「株式会社ぷらっと」を設立。事業環境調査～事業計画策定～商品企画～商品化～テストマーケティング（首都圏・海外）のサイクルを回すことができた。予想以上に商品化に時間が掛かり(11月～2月中旬)、テストマーケティングの期間を圧迫したが、関係者一同の努力により海外展示販売会への参加に漕ぎ着けたことは一定の評価ができると考える。

課題：全体　事業会社の運営・規模拡大。垂直統合モデルへの転換点の見極めと順次転換。
取組①　地域資源に関して、国内他地域との競合力調査・分析。6次産業人材育成プログラムの現場における試行・ブラッシュアップ。
取組②　付加価値（特に機能性）を追求した商品のリリース。地域資源（薬草、麹）を活用した地域ブランディング。
取組③　雇用につながる売上の確保。マーケットセグメントの精緻な検証。

今後の見通し

見通し：全体　6次産業事業会社の運営と山元町を中心とした宮城県南部の沿岸部（名取市、岩沼市、亘理郡）の地域ブランド化と海外展開に取り組む。
ツーリズムと連携し、四季折々の食材・景観（色彩）等をブランドに織り込み、様々なメディアを用いて発信し、海外進出を進める。
結果として、交流人口の拡大と地域産品の需要増を図り、地域の雇用増を目指す。
また、6次産業人材の中から特殊技能を保有した地域人材「地域マネージャ」を育成する。

取組①　・地域ブランド化戦略立案
・6次産業人材育成と選抜した地域マネージャの育成
・6次産業コンサルティングノウハウの抽出・蓄積
取組②　・「かさねいろ」をベースとして、地域の自然及び食材、色彩、パッケージ等をトータルでブランド化。
・山元町を始めとした付近一帯で始まる薬草栽培との連携
・付加価値(一次産品そのものの持つ価値＝栄養素・食味等）×付加価値（機能的価値＝「元気になる」「心が落ち着く」等）の追求
・ツーリズム連携に向けた整備
薬草セミナー・薬膳セミナー等の開催、薬草・ハーブ園の設置検討
取組③　・様々なメディア（紙媒体、SNS、動画メディア等）を用いたプロモーション展開。ターゲット層の掘り起こし、マーケットセグメントの詳細な設定につなげる。
・海外マーケットへの挑戦
海外でのプロモーション、マーケティング方法の検討
・インバウンドツーリズムの可能性調査

43_地域野菜におけるブランド化の推進及び包括的情報発信システムの構築

（福島県郡山市）　～郡山ブランド野菜協議会、株式会社トライビート～

高い発信力を持った地域資源を活用する社会（一次産業）

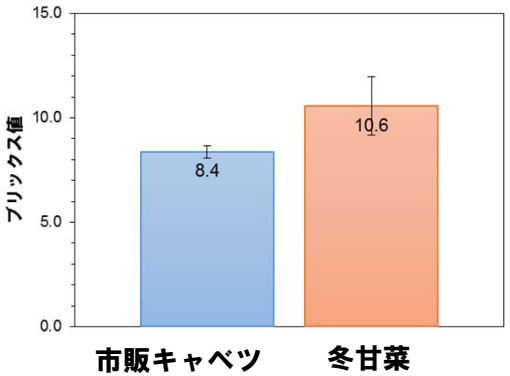
取組全体の目的・概要：福島県郡山市のブランド野菜の認知度の向上及び普及・消費の拡大のため、地域ブランド野菜の新しい価値基準を生産者自らが情報発信する取組み。

取組の先導性：　風評被害対策としてモニタリング検査の結果を情報発信することで安全性を伝えるだけでなく、農産物本来の大切な価値基準である『栄養素』や『おいしさ』という要素の可視化に取り組む点に先導性が認められる。

主な実施内容

取組①　冬甘菜と市販キャベツの糖度比較

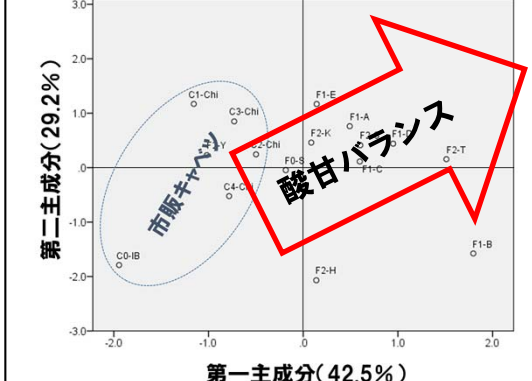
・平成25年12月と平成26年2月の二期に分けて冬甘菜を入手し、ブリックス計によって糖度を測定した。



・中間報告結果を受け、キャベツの中心の葉の糖度が代表地となることを明らかにした。
・キャベツの中間葉の糖度は冬甘菜が平均で10.6%であったのに対し、市販キャベツは8.4%であった。
・冬甘菜のデータにはばらつきが見られた。

取組②簡易測定法を用いた冬甘菜のおいしさマッピング

・冬甘菜および市販キャベツの中間葉から採取したキャベツ汁を4種類の簡易測定器を用いた特性値を得た。これらの特性値を主成分部席を中心とした統計的手法で解析した。



・糖度は、冬甘菜で統計的に有意な差があったように、特性値として重要であった。
・主成分分析の第一成分と第二成分で個々のキャベツをプロットした所、第一象限に冬甘菜の多くが入り、成分得点の分析から酸甘バランスが重要であることが示唆された。

得られた成果

・冬甘菜の特徴として、市販キャベツに比べて「甘さ（ブリックス測定値）」が95%の信頼度で有意に高いことが明となった。しかし、冬甘菜の糖度は、何らかの原因で一定のバラつきがあることが明らかとなった。
・冬甘菜を特徴づける方法の一つとして、簡易測定法を組み合わせた解析が可能で、酸甘バランスがおいしさに関与している可能性が示唆された。

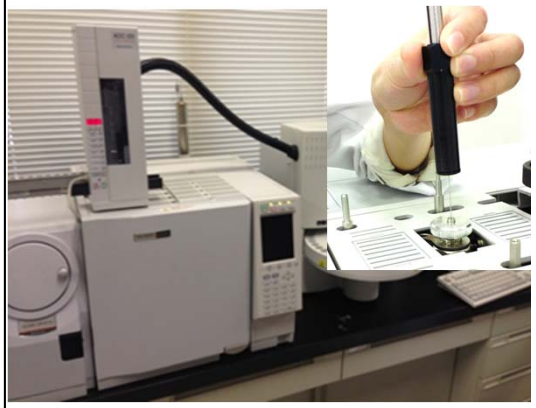
今後に向けた課題・活動の見通し

・冬甘菜の特徴を「保障」する仕組み作りが今後必要になる（簡易測定計による測定の継続や糖度の非破壊検査機械の導入）。
・冬甘菜の「甘さ」に関与する因子の測定（糖質の分析や有機酸の分析、キャベツに特徴的なイソチアシオネートの測定等）。
・冬甘菜の商品としての価値をブラッシュアップするマーケティング視点の導入。

主な実施内容

取組①　御膳人参・紅御前人参の香気成分分析

・平成25年12月に入手した御膳人参および紅御前人参各5種類と。市販の五寸人参を生のままジュースにし、固相抽出(SPME)-質量分析ガスクロマトグラム(GC-MS)によって人参の香気成分を分析した。



・和洋女子大学保有G=-MS装置をSPME使用に改造して分析を実施した。
・アルコール類やケトン類の他、人参に特徴的なピネン類が15種類の化合物が検出された。
・検出した成分を主成分分析で解析した所、紅御前や御膳人参には柑橘系の香気の関与が示唆された。

取組②冬甘菜・御膳人参・紅御前人参・めんげ芋の栄養成分分析

・上記の4種類について、一般分析、ビタミンを中心とした栄養成分、食物繊維の定量を行った（日本冷凍食品検査協会）。

・冬甘菜、御膳人参、紅御前人参、めんげ芋の一般分析、脂溶性ビタミン、水溶性ビタミン、食物繊維を測定した。
・御膳人参および紅御前人参のカロテン量を下記に示した。紅御前は京人参系であるためαカロテン量が少なかった。
・栄養成分は日本食品標準成分表収載値を大きく上回るものは無かった。

	カロテン		クリプトキサンチン	βカロテン当量	レチノール当量
	α	β			
	（・・・・・・・μg/100g・・・・・・・・）				
御膳人参	2500	5300	2	6600	550
紅御前人参	470	2500	1	2700	230

得られた成果

・御膳人参や紅御前人参の香気成分は、市販の五寸人参とは異なるパターンであることが示唆された。ジュースで飲んでもおいしいこととの関連性は今後の検討課題である。
・冬甘菜、御膳人参、紅御前人参、めんげ芋の一般成分や栄養成分は日本標準成分表を大きく上回る項目は無かった。

今後に向けた課題・活動の見通し

・香気成分分析結果は、人参ジュースの官能評価と統合解析が可能である。「ジュースで飲んでもおいしい」の解析は官能評価との統合解析が有効であり、次年度以降の対応が望まれる。
・ブランド野菜の栄養成分は測定項目を絞り込んで、特徴づけすることも必要である。ブランド野菜の価値作りにはマーケティング視点も必要。

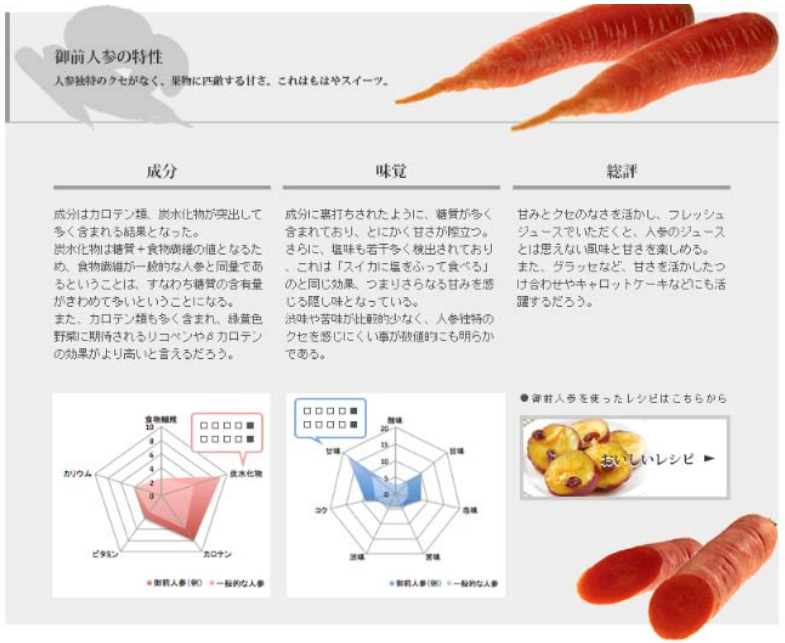
主な実施内容

取組③解析データの可視化及び映像制作

（包括的情報発信システムの構築）
各解析データを分かりやすく、可視化するためのサイトデザインを訴求。
また、レシピの開発や分析手法などの取り組みを横断的に訴求するサイト構築を行った。

情報発信システムの構築

（WEBサイト）解析データ（栄養素及び味覚）の可視化や生産者の紹介など、基本情報を消費者に分かりやすく見せるサイトを構築。また、生産工程や生産者の取り組みを訴求する映像を7本制作した。



得られた成果

栄養素と味覚データを数値化するという先進的な取り組みにより、多数のメディアや流通関係者から注目をされるきっかけとなった。

今後に向けた課題・活動の見通し

分析項目に関しては、各野菜の旬（ピーク時）に測定しなければならないため、事業の計画策定を詳細に行う必要がある。また、解析データは一般の消費者にも分かりやすく表現する必要があり、検査・解析の後のデータの集約により時間を要する必要性を感じた。

44_源生林あしたば栽培による津波被災地域再生と健康食材・飼料開発を通じた産業づくりの基盤構築 （宮城県東松島市、他） ～あしたば災害復興協議会～

高い発信力を持った地域資源を活用する社会（一次産業）

取組全体の目的・概要：耐寒性、耐塩性、健康機能性、CO2 吸収能力、多収穫性等に優れた「源生林あしたば」を栽培し、様々な食材加工品の開発と流通開拓を行う。

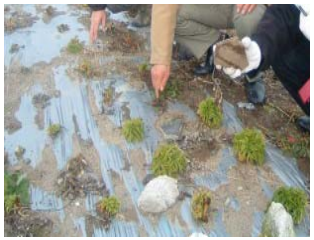
取組の先導性：塩害農地を中心に展開することで、被災農地の再生と雇用の創出による農業復興モデルとなる点に先導性が認められる。

主な実施内容

取組①　あしたば生産圃場の確保

a)あしたば生産・雇用管理方法検討

宮城、青森の生産者が交流を行った（3回）。東松島ではH25の33aに追加してH26は合計58a栽培を検討する。



視察した圃場の様子

b）復興条件下生産モデル検討

東松島市の関係者に電話及び訪問ヒアリングを行い課題の抽出を行った。

土地・生産技術・資金・資源確保等、販売以前に生産システムを整え、6次産業化のための投資を促進するために、あしたばの3製品（生鮮、パウダー青汁、パウダーうどん）の営業を地場で組みあげ販路を確保していくことで解決を図る。

c）　栽培説明

11月～2月に仙台市などで計7回、来年度以降の源生林あしたば栽培のための説明を行った。これらの地域では大規模低コスト栽培が検討されている。（宮城県亘理町 100ha、石巻市120ha　他）

取組②　環境貢献への研究

a）　土壌委員会

東松島市の津波被災土壌を用いてあしたばを栽培した。肥料条件は無処理、化学肥料、鶏糞、牛糞を使用。土壌微生物多様性・活性値の評価を行った。結果、化学肥料、牛糞、鶏糞いずれも塩類環境での生育に問題はなく、化学肥料より堆肥の方が微生物多様性・活性値が上回っており、堆肥の方が肥料として優れていることが分かった。

定植の様子(12/16)

b）CO2評価

上記圃場にてCO_2吸収能力実証実験を開始。化学肥料と堆肥の施肥によるN2O排出量の試算を行った結果、堆肥に代替することで削減できることが分かった。CO2オフセット商品化の検討を行っている。

サンプル採取(3/3)

得られた成果

評価：取組①-aあしたば生産管理方法の検討において、産地交流により栽培・雇用管理方法の検討を行うことができた。栽培説明会は予定回数以上の開催となり、大規模圃場形成につながった。②はプランターによる栽培実験が順調に進み、堆肥の優位性がデータで示されたことで、塩害農地再生と資源循環型農業の実現可能性が見えてきた。

課題：特に生産システムの整備と販路の確保について更なる検討が必要である。

今後に向けた課題・活動の見通し

取組①a）株の乾燥枯死防止、除草作業、収穫量を上げて抽苔を防ぐ方法等の栽培技術の向上が課題。今後は最盛期にも品質や栽培技術、加工を含む販売形態等について産地間交流を実施し、あしたばの生産・販売の拡大及び雇用の創出につなげる。b)苗の稼働期間の適正化、畜産農家との連携、加工食品に必要な資金調達が課題。

取組②今後も生育実験を継続し、堆肥の優位性に追従する化学肥料の量を計測し、化学肥料代替によるN2O削減効果の評価方法に活かす。

主な実施内容

取組③飼料等の開発に向けた機能性研究
実験：卵黄の色付け、健康機能性検討、機能性成分の分離条件　他
結果：【色づけ実験】源生林あしたばに加熱卵に着色効果と退色抑制効果あることが分かった。
【健康機能性】あしたばの根の乾燥粉末が動脈硬化の予防・改善作用を示す潜在性を有すること、ストレスによる生殖能力低下の改善作用を有することが明らかになった。
【機能性成分分離条件】生根より乾燥根の方が健康機能性成分の抽出率が高いことが分かった。

実験の様子

粉末化

取組④
一次加工　あしたば食材資材化ブランチング加工
日時：2013年11月19日(火)
加工原料：ひたちなか（茨城）産 源生林あしたば**加工工程**：①葉の選別・仕分け②洗浄③裁断④ブランチング⑤冷水締め⑥脱水⑦秤量・脱気包装⑧BQF
加工品用途：加熱調理用（コンビニ、量販店向けチルド商材原料、冷凍食品加工用、製菓原料、チルド飲料原料などを想定

洗浄

a) **マルシェ・調査**
内容：あしたばの認知度、関心度、調理方法について、あしたばのサンプルを配布しアンケートを実施。青汁店頭調査も行った。

あしたばジュース

b) 展示会
内容：熟茎しぼりジュース試飲・アンケート調査実施
結果：おいしい98票（65.4%）/まずまず45票（30%）/おいしくない7票（4.6%）
予想に反し、おいしいという回答が多数を占めた。
今後あしたばを使用した飲料の移動販売などの販売方法を検討する。

試飲の様子

c) 惣菜・加工品の試作、試販、評価及びプロモーション
加工商品化の検討を行った。結果、岩手県海岸で採れる海藻や雑魚を使った「源生林あしたば佃煮」などの生産を進めることを決定した。3月以降商品化会議を2回開催する予定。

あしたばの天ぷら

得られた成果

評価：取組③：生根より乾燥根の方が健康機能性成分の抽出率が高いことが分かった。取組④：一次加工懇談会を通じて、佃煮をはじめとする具体的な商品化の出口が見えてきた。岩手大学の地域連携推進センターや北三陸の漁業組合、しいたけ栽培業者等の方々と「北三陸コンソーシアム」を立ち上げる準備を開始した。

今後に向けた課題・活動の見通し

取組③健康機能性食品・飼料・サプリメント商品化のための機能性成分のデータベース化
取組④ 一次加工懇談会とマルシェでの評価データを基に、生鮮野菜及び加工野菜のメニューの絞込やあしたばブランドのマーケティング研究を行なう。

45_漁業資源を起点とした地域内多業水平種連携網の基盤整備事業

（岩手県大船渡市、釜石市、陸前高田市、遠野市）　～地域資源利活用推進協議会～

高い発信力を持った地域資源を活用する社会（一次産業）

取組の目的・概要：地域内多業種水平連携での「台所産業」創出、地域内多業種水平連携による地域の課題解決を目的とし、三陸地方の水産物や農産物を調理済みの冷凍食品として生産・販売することで、地域の生産者、加工者、販売者、流通者が参加するプラットフォームを構築する。

取組の先導性：未利用資源を活用し、三陸の郷土料理である漁師料理として付加価値の高い商品を開発する点。

主な実施内容

【取組①】漁師料理を産業化するための事業開発

商品選定・試作サンプル品の評価

有識者量産化に向けた商品選定作業ならびに、民間有識者等による試作サンプル品の評価作業を実施。

定番メニュー安定化研修

・第1回　（11月6～7日三陸町にて全体戦略統合会議を実施）

全体計画ならびに各担当の行動計画を策定。また、事業工程の決定ならびに事業を統一ブランドにて運営していくための実施戦略等を決定。併せて事業に参画する生産者に対しての説明講習会も実施。

・第2回　（11月8～9日三陸町にてシェフを招聘し商品開発検討会）

銀座アスター元料理長を三陸に招聘し、商品開発に向けた施設・未利用資源の視察ならびにモデル商品の視察検討会を開催。年度末までには商品化する意匠開発にも着手。

参画者に対しての事業説明

商品開発検討会の様子

・第3回　（1月14～15日三陸町にて凍結品質の向上を目的とした研修会）

CAS冷凍機製造元である(株)アビー渡邉氏を三陸に招聘し、凍結工程の品質管理手法の指導ならびに作業動線の最適化指導を実施。

量産化に向けた試験製造の開始

大量調理を前提に、試験製造を重ね、各製造工程やレシピの見直しを実施。

【取組②】域内農産物を活用した冷凍食品の開発

ニーズシーズ把握・物流網の開発ならびに新商品開発企画

・管内連携（11月1日町内直売組合と連携確立に向けた検討会開催）

三陸町直売組合からのヒアリングを通して大規模化できない当地農業事情を勘案し、漁師料理製造における原材料供給体制を企画。

・広域連携（12月11日CASセンターにて遠野農業者に検討会開催）

これまでの流通常識にとらわれない新しい商品開発に向けた講習検討会を開催。農産物を得意とする遠野地区との連携を図り、凍結果実の加工に留まらない、内陸食文化の商品化も進めることを確認。

直売組合との連絡施設の開設

遠野との商品化検討会の様子

農産物を活用したCAS商品開発に関する取組

・市場調査（11月～2月）

CAS冷凍施設の空き時間を有効活用した冷凍果物・冷凍野菜等の商品開発のため、青果卸業者、飲食店、小売店等のヒアリング、また(株)アビーでの実績より市場調査を実施。

・農産物のCAS冷凍品試作（2月）

果物、野菜、農産物加工品のCAS冷凍品試作を実施。

農産物のCAS冷凍品試作の様子

得られた成果

【取組①】漁師料理を産業化するための事業開発

販売予定商品の絞り込み・製造準備

販売予定商品を以下に絞り込み、多量製造を前提としたレシピの調整、製造工程の準備を整えた。

1)サンマハンバーグ（1個50g 4個入）
2)ドンコのマリネ（150g入）
3)サケクリームコロッケ（1個40g 5個入）
4)アワビカレー（200g）
5)としる（アワビの肝）の甘辛煮（アワビの貝のせ）（1個入）
6)酢鮭（200g）
7)サクラツブの炊き込みご飯（200g）
8)タラの親子あんかけ（タラ30g4切入 あん別）
9)サケの味噌マヨネーズ焼き（100g1切）
10）イカのポッポ焼き（約150g1杯）

サクラツブの炊き込みご飯

タラの親子あんかけ

商品化に向けた意匠開発・販売準備

1)ブランド名開発／ロゴ開発など
2)パッケージ開発／商品ラベル開発など

ブランド名／ロゴ

商品ラベル

今春の販売に向けトータルな詰めの作業中

サンマハンバーグ

ドンコのマリネ

サケクリームコロッケ

としる（アワビの肝）の甘辛煮（アワビの貝のせ）

パッケージ

包装

【取組②】域内農産物を活用した冷凍食品の開発

冷凍果実・冷凍野菜等の商品化検討

市場調査のもと、果実、野菜、農産加工品等のCAS冷凍実験を行い、商品化見通しのあるものの絞り込みを行った。

【商品化可能性がみられたもの】

フルーツトマト／きんかん／みょうが（生・甘酢漬け）／サングリアミックス（りんご、オレンジ、レモン、バナナ、シナモンスティック）／ゆず釜　等

今後に向けた課題・活動の見通し

1.漁師料理という消費者訴求力の高い切り口で、最新の凍結技術CASを活用した郷土惣菜産業（台所産業）の発展を目指しているが、長年個々（各生産者や加工事業者）がスタンドプレーをしていた流れから、他業種連携を組み上げ、一つの価値を作り出すという共同歩調関係を築き上げるまでには、今しばらく時間を要する。繋がる先の現場感覚がまだまだ手探り状態で噛み合わない個所が多いことが要因と考えている。

2.テストマーケティングから小売りステージに突入する事で、パッケージの見栄えやデザイン・内容量の設定等、商品の品質を高めるステージから、如何に商品を手に取ってもらえ、買っていただけるか、というマーケティングの仕組みづくりが必要。また、消費者への訴求力の強く、消費者ニーズに適合した商品開発の継続が必要になっている。今後は、この点を最大の注力課題として取組み、安定した出口作りを行う必要がある。

46_ふゆみずたんぼササニシキ活用による地域循環経済創造事業

（宮城県大崎市）　～NPO法人未来産業創造おおさき～

高い発信力を持った地域資源を活用する社会（一次産業）

取組全体の目的・概要：　大崎市の地域資源である「ふゆみずたんぼ」で栽培したササニシキを原料とし、大崎市の伝統食文化である“発酵”をテーマとした農商工連携の商品開発やカフェの業態開発を行う。（※ササニシキは大崎で誕生した品種）都市農村交流と自然保全活動の両立、「ふゆみずたんぼ」を核とした新たなコミュニティを創造し、事業の収益性確保と地域の社会課題解決を目的とする。

取組の先導性　：　商品の開発、商品を地元で提供する麹カフェ等の業態開発を行い、地域に人が足を運び、商品の購入・飲食を通じて健康が増進し、併せて蕪栗沼の自然や景観を保全する活動が両立するしくみの開発を行う点に先導性がある。

主な実施内容

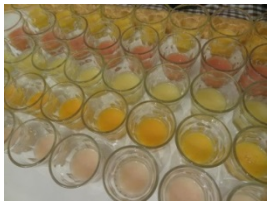
取組①ふゆみずたんぼ・麹カフェ業態開発　（別紙1参照）

ふゆみずたんぼで栽培されたササニシキを原料とした麹、甘酒を利用した定食や甘酒飲料を開発した。
また、来年度のショップ開設を見据え、地域貢献型のショップとしての業態や組織のしくみを検討した。

第１回検討会　（11月13日大崎市役所、事業内容・スケジュール共有）
・麹カフェは　4月以降に開店を計画。　準備を今年度に準備、体制整備を進める。
・発酵文化や生物多様性の普及拠点とする。売り上げの一部を寄付するシステムを検討する。

第２回検討会　（12月17日、東京キッチンスタジオ、メニュー試作・試食）
・小鉢ものと丼ものの発酵メニューを試作、試食。レシピ化し、実用メニュー化を検討する。

第2回検討会



甘酒の試作

■商品およびショップのコンセプト

■カフェ名称、ロゴマークの開発
カフェ名称を決定し、以下の2案をロゴとして仮決定した。

みやき大崎発酵処
ふつふつ食堂

■商品開発
試作を行い、原価率30～40%で複数のメニューを設計した。
例：メニューA　1,400円
（発酵小鉢5種＋麹漬け鮭焼き＋干し野菜雑炊＋甘酒セット）
例：メニューB　1,500円
（発酵小鉢5種＋発酵 豚すき丼＋味噌汁＋甘酒セット）

↑発酵丼物の試作
←発酵小鉢19種の試作

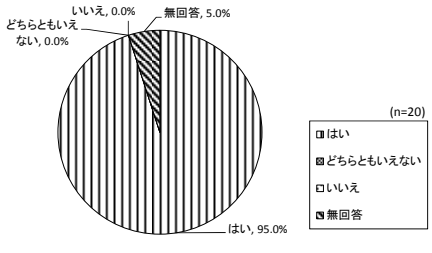
■店舗パース（コンテナベースの場合）

取組②ふゆみずたんぼ米・麹関連商品テストマーケティング（別紙2参照）

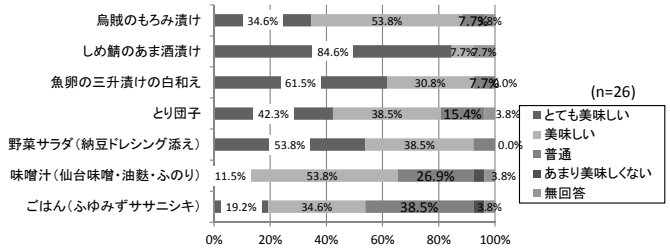
・平成26年2月1日に仙台圏の意識が高い消費者、メディア等向けのモニターツアーを実施し、26名が参加した。「一ノ蔵」をはじめ、ふゆみずたんぼ、ラムサール条約登録湿地である蕪栗沼の視察、有機農家との交流、地域農産物の試食、仙台女性との交流促進のためのワークショップなどを行った。

・発酵メニューの商品化を進め、12月12日に東京丸の内で、2月1日に大崎市で、3月1日に仙台で試食マーケティング、業態コンセプト需要調査を行った。

ふゆみずたんぼササニシキの味(2月1日調査結果)



試作メニューの味(3月1日調査結果)



得られた成果

ふゆみずたんぼ・麹カフェのコンセプト、ロゴを開発／スイーツや定食メニューの開発／パッケージ案や販促物の制作／ショップでの商品販売計画やツーリズムとの連携体制の構築／建築基本計画や事業収支計画の作成

今後に向けた課題・活動の見通し

カフェ開設候補場所との交渉／スイーツや定食メニューのテスト販売・改良／ECサイト、ショップでの販売開始／カフェの実施設計・施工／事業計画の詳細検討／運営スタッフの確保・育成（障害者雇用を含む）／カフェのオープン（平成26年度9月目標）

47_「温泉と地域食材で健康な地域づくり創生」秋保温泉ヘルスツーリズム事業

（ 宮城県仙台市 ）　～ 秋保温泉旅館組合 ～

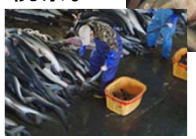
高い発信力を持った地域資源を活用する社会（観光）

取組全体の目的・概要: 宮城県の特産品であるサメを健康食材として活用した「ヘルスツーリズム」による観光モデル構築を目指し、各旅館の協働体制の構築・レシピ開発・顧客評価・健康成分の科学的分析等を実施する。

取組の先導性: 団体客から個人客へと客層がシフトしつつある中で、旅館組合一体となって地域の魅力・価値の再考とブランディングを行い、時代の変化に対応した観光振興を目指している点に先導性がみられる。

主な実施内容

取組①　気仙沼視察（サメ加工関連業者・魚市場）



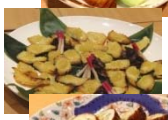
■日時：2013年10月17-18日
■場所：（株）ムラタ、（株）中華・高橋、気仙沼市場
■内容：気仙沼市場におけるサメの水揚げ状況の視察。
サメ加工工場における加工工程の視察。
試作料理の試食会、交流会の開催。

取組② サメ食材の検討・開発

■日時：2013年11月6日
■場所：仙台市 秋保温泉
■内容：秋保温泉料理人組織において、商品化を検討・意見交換。

■日時：2013年11月18日
■場所：仙台市 秋保温泉
■内容：旅館組合会議において、試食会の実施。

取組③ 合同勉強会・アイデアコンテストの開催



■日時：2014年1月20日
■場所：仙台市 秋保温泉
■内容：シャークジャーナリスト沼口麻子氏による講演
11旅館20品目によるサメ肉料理のアイデアコンテスト（試食会）を開催。
秋保温泉内外から約50名が参加し、商品化に向けたアンケート、メディアへの情報発信を実施。

取組④ 栄養成分に関する研修・勉強会の実施

■日時：2014年3月17日
■場所：仙台市 秋保温泉
■内容：（株）フカコレ美人　岩手佳代子氏による講演
サメ肉の健康食材としての栄養価・成分について、研修・勉強会の実施。
エビデンスに基づいた今後の商品化・販促戦略の検討、意見交換を実施。

得られた成果

・秋保温泉各旅館の協働体制、気仙沼との連携体制を確立し、勉強会や商品開発が活発に展開されるなど、計画どおりの成果をあげることができた。
また、商品開発の過程を通じて、地域一体となって商流の変化に対応した観光モデルを構築することの重要性が共有された。
・従来のサメ肉のイメージを払拭するフカ料理を開発することに成功し、今後各旅館一体となった商品展開が期待される。

今後に向けた課題・活動の見通し

・本事業により開発・商品化されたサメ料理については、順次各旅館において提供開始を予定。本事業を通じて醸成された問題意識・協働体制を活かし、様々な地域食材の活用によるヘルスツーリズム推進を今後も積極展開していく。

48_持続的交流人口創出に向けての復興ツーリズム推進事業

（岩手県沿岸市町村）　～ いわて復興ツーリズム推進協議会 ～

高い発信力を持った地域資源を活用する社会（観光）

取組全体の目的・概要： 地域活性化（＝復興）と地域資源の再発見及び災害の教訓の伝承を目指し、持続的交流人口を創出することを目的として、自治体および企業向け研修のための復興ツーリズムコンテンツの企画調査・開発を行い、モニターツアーによる評価を実施し、参加者からの評価をもとに内容改善・改良を行う。

取組の先導性： 現状の被災地ツアーの多くが短期的な取組である中で、中長期的な交流人口の創出や地域経済の好循環に資する体制を確立しようとしている点に先導性が見られる。

主な実施内容

取組①：沿岸地域協議会の設立と連携

○協議会設立総会　⇒別紙1
9月26日 シートピアなあど（宮古市）
― 役員の選任と規約・事業計画の承認。

○第1回統合分科会　⇒別紙2
10月25日 アイーナ（盛岡市）
― 事業の具体的進行を全体で確認。

○第1回分科会　⇒別紙3
12月17日シートピアなあど（宮古市）
― 研修プログラム等の開発状況の進捗共有。
― モニターツアーの内容について意見交換。

○第2回統合分科会及び第2回総会　⇒別紙4
2月20日 宮古市役所（宮古市）
― 事業の進捗確認と次年度への課題抽出。

○第3回総会　⇒別紙5
3月18日シートピアなあど（宮古市）
― 本年度の事業報告と次年度の事業計画。

○事業報告会兼シンポジウム　⇒別紙6
3月27日ベルサール芝公園（東京都）
― ツアー成果報告と復興ツーリズムの啓蒙。

取組②：訴求力の高いコンテンツ開発

○現地視察及びヒアリングの実施　⇒別紙7
11月6日、11月19-20日、12月7日
― HRI守屋氏と事務局によるヒアリングを実施。

○ヒアリング結果に基づくコンテンツ開発
▼語り部の育成　⇒別紙8
研修プログラムに適する語り部を3名選出。
目的に適う語りの内容にブラッシュアップ。

▼研修プログラムの開発
研修の目的・内容に沿って、コンテンツを検討しプログラム化。
【ヒアリング実施団体】
・宮古市　・岩泉町　・宮古観光協会
・たのはたネットワーク　・新生やまだ商店街
・おらが大槌　・三陸鉄道　計7団体。

○モニターツアーによる検証
―取組③に係るモニターツアーにてコンテンツを検証。参加者からのフィードバックを受け、今後のプログラム作成に反映。

取組③：モニターツアーの実施

○第1回企業向け研修⇒別紙10
12月18日～12月20日（宮古市・釜石市）
― 16の企業・団体から計20名の人事担当者等が集まり実施。テーマは、『組織におけるリーダーシップ』

○第2回企業向け研修⇒別紙11
2月3日～2月5日（山田町・宮古市・田野畑村）
― 18の企業・団体から計22名の人事担当者等が集まり実施。テーマは、『多様性・複雑性の中から、価値創造していくマネジメント』

○第1回自治体向け研修⇒別紙12
2月12日～2月14日（宮古市・岩泉町・久慈市）
― 20の自治体・消防団体から計30名の行政担当者等が集まり実施。テーマは、『震災時対応に学ぶ、今後の防災・減災・危機管理』

○第2回自治体向け研修⇒別紙13
2月26日～2月28日（宮古市・大槌町・釜石市）
― 19の自治体から計28名の行政担当者等が集まり実施。テーマは、『コミュニティ維持の視点からみる、今後の復興と防災』

得られた成果

・ツーリズムの受入に関わる沿岸部の連携体制（基盤）を構築。
・モニターツアーによる検証を経て、企業及び自治体における研修プログラムマニュアルを作成。　⇒別紙9プログラム設計シートを参照

今後に向けた課題・活動の見通し

・協議会の運営強化。具体的には、会員間の交流・情報共有等連携の促進を行うため、定期的な会合を実施し、継続的なコンテンツ開発等を行う。
・復興ツーリズムの普及。具体的には、本年度作成した研修プログラムを広くプロモーションし、持続的なツーリズム事業としての展開を図る。

49_「新しい東北」地域資源発掘モデルスクール事業

（岩手県）　～学校法人龍澤学館、一般社団法人日本文化デザインフォーラム（JIDF）～

高い発信力を持った地域資源を活用する社会（観光）

取組全体の目的・概要： 地域に眠っている魅力を、「新しい視点」で再発見し、それを伝えていくことができる「地域資源発掘人材」を育成することを目的として、その地域の観光業の振興や新たな産業の興隆に結びつけるためのスクール事業を実施する。

取組の先導性： 本事業では、単に魅力発信の方法論を伝えるだけでなく、実際に有識者と共に考え、魅力発信のためのアウトプットを作っていくという作業を通じて、自らが主体となって考え、行動することができる人材を育てるという点に先導性が見られる。

主な実施内容

取組①「モデルスクール　講座プログラム開発」

＜第1回　（10月22日、龍澤学館（盛岡）＞

- 参加者：復興庁、龍澤学館、JIDF等　　計10名
- 結果概要：事業活動内容およびスケジュール確認

＜第2回　（11月14日、龍澤学館（盛岡）＞

- 参加者：復興庁、龍澤学館、JIDF等　　計13名
- 結果概要：チラシ・ポスターの制作、募集・告知方法確認の検討

＜第3回　（12月4日）、龍澤学館（盛岡）＞

- 参加者：復興庁、龍澤学館、JIDF等　　計11名
- 結果概要：講座日程および講座プログラムの決定

＜講師用マニュアル＞

取組②「モデルスクール　講座実施」

第1回＜オリエンテーション＞　岩手はっぷん塾

- 日時：
  - 1/18（土）
  - 13:00-17:00（講義）
  - 17:30-19:30（懇親会）
- 会場：盛岡

＜当日資料＞

実施概要
- 開講あいさつ
- 講師陣自己紹介
- プログラム概要紹介
- 受講生自己紹介①
- 講師による講演
- パネルディスカッション
- 受講生自己紹介②＋ショートダイアログ
- 次回に向けて、事務連絡等
- 懇親会

第2回＜インプット＞　岩手はっぷん塾

- 日時：
  - 2/1（土）
  - 11:00-18:00
- 会場：東京

＜当日資料＞

実施概要
- フィールドワーク
- フィールドワークのダウンロード
- 情報インプット
- インプットから重要なポイントの抽出
- 次回に向けて、事務連絡

取組②「モデルスクール　講座実施」

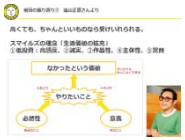
第3回＜コンセプト＞

岩手はっぷん塾

・日時：
　-2/15（土）
　-13:00-18:00
・会場：盛岡

実施概要
・スタートアップ
・ゲスト講師によるスピーチ
・岩手の魅力を伝えたい
「未来の理想的なお客さま像」
・岩手のいいとこピックアップ
・コンセプト/アウトプット領域
　策定、テーマごとにグループ分け
・次回に向けて、事務連絡

＜当日資料＞



第4回＜アウトプット①＞

岩手はっぷん塾

・日時：
　-3/1（土）
　-13:00-17:00
・会場：盛岡

実施概要
・スタートアップ
・ゲスト講師による
・現状のアウトプット
（第0次アイデア）
・アウトプットアイデアの
　ブラッシュアップ
・次回に向けて、事務連絡

＜当日資料＞

第5回＜アウトプット②＞

岩手はっぷん塾

・日時：
　-3/8（土）
　-13:00-17:00
・会場：盛岡

実施概要
・アウトプットセミナー
　-プレゼンテーション修正
　-発表および講評
・修了式
　-修了証授与
・懇親会

＜修了証＞

得られた成果

地元の教育機関が事務局となり、生徒募集からスクール運営までを手掛けることにより、事業が円滑に遂行できることが確認できた。加えて、地元の教育機関・文化団体が共同でスクールを運営することにより、地域を「新しい視点」で見つめ直し、地域に眠っている魅力を再発見できることが判明した。今回の事業を通じて、自らが主体となり発信することが出来る人材が育ち、新たな事業モデルのアイデアが生まれた。更に、事務局が主体となり受講生同士のネットワークが結成されたことにより、今後のビジネス化への発展が期待できる。

今後に向けた課題・活動の見通し

今回の事業を通じ地域の魅力が再発見され、新たな事業モデルのアイデアが生まれた。今後、より多くの地域で本講座を実施するために、講座プログラムの汎用性を高めるための改善を行っていくと共に、本講座を他地域で自ら運営できる人材を育成することにより、この事業を日本全国の地域資源の再価値化モデルとして広く普及させて行くことを目指す。

50_「旅館」ブランドの再構築、発信プロジェクト

（岩手県、宮城県、福島県）　～全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会青年部東北ブロック、株式会社オリコム～

高い発信力を持った地域資源を活用する社会（観光）

取組全体の目的・概要： グローバル市場における「旅館」の価値向上を目指し、海外からの予約が可能となる東北の旅館専用のB2Cウェブサイトを整備するとともに、海外の旅行会社等とのB2Bの商流に対応した旅館の在庫管理システム（CRS）の導入を検討する。

取組の先導性： 旅館が自らの価値を再考しブランディングを行い、東北の旅館全体が仮想「東北旅館アライアンス」を形成し、世界の消費者（旅行者）や旅行会社との商流を直接築こうとする点に先導性が見られる。

主な実施内容

取組①：グローバル市場における「旅館」の価値の再考（「旅館」ブランドの再構築）に関するセミナーの開催、東北の旅館専用のB2Cサイトの構築

①セミナーの開催
■日時：平成25年12月19日
■場所：宮城県 秋保温泉 佐勘
■対象：東北6県内　旅館約60件
■内容：
・「インバウンド観光と旅館業の方向性について」
・「旅館の持つ魅力」/「仮想旅館アライアンス構築の必要性」/「世界標準の予約インフラ構築の必要性」　等

②東北の旅館専用のB2Cサイトの構築
（ワークショップの開催）
■日時：平成25年11月14日
■場所：岩手県　ホテル志戸平
■対象：全旅連青年部東北ブロック各県部長
■内容：B2Cサイトの構築にあたり、東北の「旅館」のブランディングの必要性、外国人観光客誘致におけるB2Cサイトの活用方法等について専門家を交えて議論

（B2Cサイトの構築）
■アドレス：www.ryokan-experience. com
■運用開始：平成26年3月30日
■登録旅館件数：80件

取組②：既存のグローバルな商流に対応した旅館特化型在庫管理システム（CRS）の導入フィージビリティ調査（実証事業）

■対象：岩手県、宮城県、福島県の旅館2～3件
■期間：平成26年1月中旬～2月末
■内容：
・各旅館が使用している管理・予約システムの把握
・CRSパイロット版を試験導入し、1か月間日常的に使用して頂き、その有用性について調査
・将来的に本CRSに接続する可能性の高い国内外OTA（※）、サイトコントローラーにCRSの有用性についてヒアリング
（※）OTA:Online travel agencyの略で、国内では楽天トラベルやじゃらん、海外ではExpediaやagodaが該当。
■調査結果：
・サイトコントローラー未導入の旅館にとっては、国内外問わず、全てのOTA、リアルエージェント等に対する在庫管理が一括で、かつ旅館主導で行える点に大きなメリットが存在する
・サイトコントローラー導入済みの旅館にとっても、旅館主導で在庫管理が行える点がメリットであるとともに、今後、本CRSが日本未進出の海外OTAと接続していくことがメリットとなる
・国内外OTA、サイトコントローラーにとっても、本CRSに多くの旅館が加盟することは、これまで契約のなかった旅館との新たなビジネスのチャンスが提供されることとなりメリットとなる
・会計管理システムであるPMSとも接続されることが望ましい

取組③：グローバルな商流への対応に関するセミナーの開催

グローバルな旅行市場におけるホテルや旅館等の商流のトレンド、海外の消費者（旅行者）や旅行会社から見た旅館の商流の問題点等について、専門家を招へいし、岩手県、宮城県、福島県でセミナーを開催。

■日時：平成26年2月13日
■会場：福島県磐梯熱海温泉華の湯
■対象：福島県内の旅館約20件

※自主事業
■日時：平成26年1月14日
■会場：秋田県小安峡温泉元湯くらぶ
■対象：秋田県内の旅館約10件

■日時：平成26年2月13日
■会場：岩手県ホテルロイヤル盛岡
■対象：岩手県内の旅館約40件

※自主事業
■日時：平成26年2月6日
■会場：山形県かみのやま温泉 葉山館
■対象：山形県内の旅館約45件

■日時：平成26年2月20日、21日
■会場：宮城県ホテルニュー水戸屋、JAL CITY仙台
■対象：宮城県内の旅館約30件

※自主事業
■日時：平成26年3月10日
■会場：青森県青森旅館会館
■対象：青森県内の旅館約10件

得られた成果

・個々の旅館ではなく、地域の旅館全体が一致団結して、（仮想）「東北旅館アライアンス」を形成し、旅館を海外マーケットに一括でプロモーションすることが効率的かつ効果的であることが判明し、東北（特に岩手県、宮城県、福島県）の旅館においてもそのことについて理解が得られた。
・旅館に特化した、世界中の旅行者からの直接の予約が可能となる多言語ウェブサイトの必要性が判明し、東北の旅館専用のB2Cサイトを構築した。
・旅館特化型在庫管理システム（CRS）の有用性が確認され、パイロット事業参加の旅館だけでなく、セミナーに参加した多くの旅館において、導入の必要性が理解された。

今後に向けた課題・活動の見通し

・「旅館アライアンス」については、東北だけではなく全国の旅館においてこの機運を醸成し、早急に日本全国の「旅館アライアンス」を形成していく。
・「旅館アライアンス」においては、共同ウェブマーケティングなどのプロモーションの高度化を図るとともに、外国語対応、クレジット決済を含む受入体制の整備を共同で行っていく。
・B2Cサイトについては全国展開を図るとともに、各地域のポータルサイト等との連携を図っていく。
・旅館特化型在庫管理システム（CRS)についても全国展開を図るとともに、国内外のOTAやリアルエージェント、サイトコントローラー等だけでなく、会計システムであるPMSとの連動など、機能の一層の充実化を図っていく。

51_松島町における「ブランド化」を通じた地域活性化支援事業

（宮城県松島町）　～松島町商工事業者、株式会社エクシード～

高い発信力を持った地域資源を活用する社会（観光）

取組全体の目的・概要： 松島町において、松島ブランドの維持・管理や情報発信等を実施するDMC(Destination Management Company)の母体となる主体を育成するとともに、松島固有のブランドの構築を実施する。

取組の先導性： 任意の地域の観光の発展それ自体に直接のインセンティブを有する営利主体（DMC）の設立を目標としている点に先導性が見られる。

主な実施内容

取組①：ストーリー策定

地域商工関係者が主体となり、意識の擦り合わせを通じて松島固有のストーリーを集約し、本事業の初期段階となる松島のブランド構築を行う。
また効果的にストーリーを発信するための素材（ブローシュア等）を制作する。

第1回定例会

■日時：10月24日
■場所：松島佐勘 松庵

① 本事業の取組内容の確認と共有

② 松島ブランド化に向けた初動確認と検証

- ・一般的な「ブランド」とは？
- ・「地域ブランド」とは？
- ・「松島のブランド化」へのプロセス

③ 主体者との松島内視察

- ・雄島
- ・瑞巌寺

第2回定例会

■日時：11月7日
■場所：瑞巌寺

① 「松島のブランド」構築のプロセスの確認

- ・「松島」とはどのような街か？
- ・想定できるターゲットは？
- ・ターゲットに対して提供できるモノ・コトは何か？

② ブランド構築の必要性

③ ブランド構築の形成プロセスの再確認

第3回定例会

■日時：11月27日
■場所：松島佐勘 松庵

① 地域資源の検証

- ・顧客視点の重要性
- ・地域資源の洗い出し
- ・ターゲットの想定

② 協力者候補の選定

第4回定例会

■日時：12月4日
■場所：瑞巌寺

① 協力者の合流を控えた再確認

- ・本事業の目的と主体者の役割の再確認
- ・地域資源の洗い出し、検証
- ・ターゲットの仮説
- ・伝える工夫とアプローチ

② 協力者候補の選定

第5回定例会

■日時：12月20日
■場所：瑞巌寺

① ターゲットと地域資源の再検証

- ・顧客視点による検証

② 協力者候補の選定

③ ワークショップの講師候補の選定

④ ブランド構築の形成プロセス

第6回定例会

■日時：1月10日
■場所：瑞巌寺

① 協力者候補との意識すり合わせ

- ・ターゲットの再確認
- ・地域資源の再確認

② 体験コンテンツの開発

③ ブランド構築の形成プロセスの確認

④ 体制と役割

取組②：協力者集団の形成

地域住民に対するワークショップの開催により、外部の視点を取り入れながら、プレゼンテーションや協議を繰り返すことにより、地域内における協力者を増やす。ワークショップ参加者からさらに多くのコミットメントを求め、より強固な「協力者集団（事業推進母体）」を形成すること目指す。

第1回ワークショップ

■日時　：1月31日
■場所　：瑞巌寺

第一部：講演会

・講師　：トラベルジャーナリスト
・テーマ：「松島の魅力と集客について」

昨今、特に個人の観光客は訪問先の「地元の人しか知らないモノ、コト」に興味を見出す。より個人の趣向が反映されることから集客にはFacebookやTwitterなどのSNSが重要。

第二部：ワークショップ

参加者各人の「とっておきの松島」を披露しながら、さらなる体験コンテンツの想起を促す。

第2回ワークショップ

■日時　：2月18日
■場所　：瑞巌寺

第一部：講演会

・講師　：地域活性コンサルタント
・テーマ：
「これからの松島ブランド・観光のあり方
～クリエイティブ・ツーリズム～」

人間の脳が本能的に行う“思考の節約”を欺き「サプライズを起こすことができるコンテンツ」が重要。

第二部：ワークショップ

「ディープな松島体験プログラム」と題し、参加者各人が「大切な人に見せたい松島」を想定し、有効な体験コンテンツを抽出しあう。

第3回ワークショップ

■日時　：3月6日
■場所　：瑞巌寺

第一部：講演会

・講師　：外国人コンサルタント
・テーマ：
「外国人から見た松島の魅力」

地域活性活動に取り組み、自身も東北に暮らした経験から松島の魅力を改めて参加者に披露。

第二部：ワークショップ

これまでの地域活性コンサルティングの経験から、外国人に効果的な訴求ポイントや新しい試みを貫く「自信」を与えるため、あえて参加者の苦悩を露わにした。

取組③:ブランディングのための取り組み

取組①、②で策定した松島の楽しみ方を海外消費者(旅行者)に体験していただき、そのフィードバックを獲得。国内のみならず世界で通用する「松島ブランド」を検証、構築する。また、今後の体験プログラムや情報発信体制の在り方などを検討するなど、将来的なDMC化の課題抽出を行う。

松島の楽しみ方

■体験プログラム
①瑞巌寺拝観と「写経体験」
②雄島での「歴史めぐり　～伊達正宗以前の松島～」

■その他の楽しみ方
・漁師の店で「海鮮ごはん」
・人気のスイーツを楽しみながら「松島の歴史を学ぶ」

第1回フィージビリティスタディ

■日程　:3月6日(木)～8日(土)
■宿泊　:松島佐勘 松庵
■招聘者　:上海チーム
・ブロガー×3名

第2回フィージビリティスタディ

■日程　:3月18日(火)～20日(木)
■宿泊　:松島佐勘 松庵
■招聘者　:台湾チーム
・バイヤー×3名

得られた成果

・地元主体者の定例会実施によって「松島ブランド」の構築(想定するターゲットおよび活用する地域資源の抽出、設定)
・外部識者を招聘したワークショップにより、構築した松島ブランドを外部視点からの検証を経て、さらなる磨きあげ。同時に、事業推進母体の強化を図るための協力者増が図れた。
・海外からバイヤーやブロガーを招聘し、松島体験を通じた「松島ブランド」を検証、今後の松島の在り方を検討する材料を得た。
・ブローシャーの制作により、松島ブランドの具現化を図るとともに、内部の意識統一を図る効果を得ることができた。
そして、情報発信の具体的イメージを誘発することを実現した。

今後に向けた課題、見通し

本年度の取り組みは、いずれの段階においても概ね好況な活動実績を示した。同時に、松島の持つポテンシャルに比べれば、基礎的かつ限定的な取り組みであったことは明白である。今後は、継続的な取り組みの中でトライ＆エラーを繰り返し、その反復作業を通じて、確固たる「松島ブランド」を構築、発展させていくことが重要である。また、DMC化に向けての課題は、活用できる地域資源をどれだけ数多く抱えることができるのか、そして、それに向けて、主体的に取組みを行うことができるのかということである。そのためには、地方都市に多く見受けられる“精神的閉鎖性”を取り除く活動も同時並行で行う必要がある。つまり、『過去の成功体験に固執、順応性を欠くことにより市場から取り残されることが危惧される。』このことをブレイクスルーするためにも、今後の活動を通じた協力者(社)作りにも細心の注意を払っていく必要がある。

52_東北の地域観光資源を活用した観光創造事業

（岩手県、宮城県、福島県）　～東北地域資源活用観光創造事業推進協議会～

高い発信力を持った地域資源を活用する社会（観光）

取組全体の目的・概要： 東北に数多く残る地域資源を活用した滞在型観光のビジネスモデルを確立し、個人客に農村漁家の民宿、古民家等の田舎暮らし体験を促進する事により、都市と地方の交流人口を拡大し地域活性化を目指す。

取組の先導性： 農村漁家の民宿、古民家宿泊等については、主に教育旅行のみをターゲットとしてきたところであるが、今後も拡大成長が見込まれる国内外の個人客をターゲットに集客を図ろうとしている点に先導性が見られる。

主な実施内容

取組①：地域資源を活用した観光型滞在の実態調査

- 10～11月にかけて以下地域の滞在型観光資源の現状調査
- モデルエリア選定に向けて各地の状況把握　赤字：モデルエリア認定

【岩手県】 **一関市、久慈市、洋野町、葛巻町、遠野市、平泉町**、奥州市、雫石町、田野畑村、野田村、住田町
【宮城県】 山元町、名取市、蔵王町、石巻市、**気仙沼市、南三陸町**、加美町、栗原市
【福島県】 **二本松市、喜多方市、郡山市、南会津郡**、坂下町、只見町、天栄村

取組②：滞在型観光促進事業

ワークショップ No.1
「農林漁家民泊の可能性」
対象時期：25年12月～26年1月実施

・農林漁家民宿の魅力と一般個人客の需要
・個人客誘致に伴う危惧の解消　等

ワークショップ No.2
IT販売研修
対象時期：26年1月～26年2月実施

・IT販売の有用性と成長性
・IT販売における管理画面の操作方法　等

ワークショップ No.3
ITマーケティング研修
対象時期：26年2月～26年3月末実施

・情報発信（民宿紹介文、写真）の重要性
・レビュー（口コミ）を活用した集客と意義　等

得られた成果

・既存で活動していたグリーンツーリズム協議会等と連携し、地域主導の販売管理、情報発信体制を確立。
・地域資源を保有する農家・漁家の方々（＝現場）とグリーンツーリズム協議会等（＝取りまとめ・情報発信役）という体制基盤があることが成功の大きな要因であることが判明。

今後に向けた課題・活動の見通し

・体制整備ができてない地域は、有益な地域資源があってもきちんと商品化できていないため、今後、東北における、より一層の地域の資源発掘調査と体制整備を実施する。
・モデルエリアの観光資源の更なる発掘と体験商品の磨き上げによる新規・既存観光客の増大を図る。

53_風景と心の修景および創景事業－共時空体験的ふるさと再生と創造

（岩手県一関市、陸前高田市、大船渡市、宮城県塩竈市、石巻市、気仙沼市、仙台市、福島県郡山市）
～東京藝術大学、NPO法人ｸﾞﾛｰﾊﾞﾙ･ｽﾎﾟｰﾂ･ｱﾗｲｱﾝｽ、OVAL HEART JAPAN、NPO法人20世紀ｱｰｶｲﾌﾞ仙台～

高い発信力を持った地域資源を活用する社会（ものづくり・IT）

取組全体の目的・概要：過去の映像、音源、伝承、芸術的創作資料を基に各時代のふるさと体験をヴァーチャルに再生し、最終的に失われたふるさとの仮想共時空感覚的再現を最先端テクノロジーを用いて創造することによって、被災地域において精神的な喪失感の軽減をはかる。
また、その感覚の再現による地域コミュニティーの維持、地域社会的活力の再生を促進する。

取組の先導性：最先端映像加工技術、音響技術と地域における個人的文化資源、創作資料を混合し生まれる、地域に密着したコンテンツの創造により、今までにない多元的ヴァーチャル体験の有効活用シミュレーションを実践する。また、今後想定されるグラウンド・ゼロ級の災害においてコミュニティの維持、精神的復興に貢献できるテクノロジーと地域的文化資源の有効的利活用の在り方を具体的に示唆し、東北由来の先導的技術を世界的にアピールするとともに当該先端産業および教育機関等と次世代の人材育成を推進する。

これまでの主な実施取組の内容

対象地域：岩手県一関市、岩手県陸前高田市、岩手県大船渡市、宮城県塩竈市、 宮城県石巻市、宮城県気仙沼市、宮城県仙台市、福島県郡山市

取組全体 キックオフミーティング

東京藝術大学がプロジェクト全体のハブ機能を担い、それぞれの機関の専門性、地域性を生かした役割分担のもとに事業を実施する。各機関が一同に集い、今後のスケジュール策定および課題整理、連携団体との調整を行った。
〈出席者〉東京藝術大学社会連携センター 伊東順二・平諭一郎・三好大輔・木下晴美・相澤尚登・岩瀬昌三・松戸健一、NPO法人グローバル・スポーツ・アライアンス 岡田直子氏・大窪健司氏、NPO法人20世紀アーカイブ仙台 坂本英紀氏、鉾井喬

取組① 風景、記憶の実地的調査

現在の風景の時代的、地域的、風景的特徴を2K、4Kビデオで撮影しながら歴史の再構築作業を行っている。実風景を映像および画像で記録して、実体験に基づいたヴァーチャルコンテンツの検討および制作を行っている。
岩手県大船渡市、陸前高田市、宮城県石巻市、気仙沼市、仙台市においてはすでに実施した。

取組② 事業拠点整備

各地域の教育委員会、体育協会、NPO法人、メディア関連産業と協力し、事業拠点として大船渡の復興地図センター内に地域連携センターを整備し、窓口機能として「思い出スポット」を開設した。
さらに、仙台では20世紀アーカイブ仙台事務局の整備を進め、コミュニティの復興アーカイブづくりを推進している。
また、本事業において国際的に広く情報発信、公開すべく、ホームページ、SNSを開設し、地域メディアと連携して地域からの直接的情報発信を開始した。

取組③ 風景アーカイブのシステム構築

風景と記憶の損失をカバーし過去に基づいたシミュレーションを実施する物質的な記録の収集を開始し、今後映像データ、音源、写真などをどのような機器で保存し、また、それらをどのようにタグ付けし、情報分類していくかを検討し全体スキーム化を各NPO、教育機関と企画している。
IT関連企業人材等のアドバイスを受け、最新の4K対応システムおよび情報関連構築の基本的準備をすでに完了している。

取組：大船渡・マラソン大会撮影（1/13）

昭和27年から60年以上続いている大船渡市でのマラソン大会を映像および画像で記録する。大船渡の街はかつての風景からどのように発展し、変貌を遂げてきたかを時系列的に整理し、また、それぞれの心の「ふるさと」がありかを探る。

取組：大船渡での映像・音源資料収集及び アーカイブシステム構築

東北の風景を蘇らせ、それぞれの心の「ふるさと」を再生、創造するため、大船渡の地域にて記録された8ミリフィルムやビデオテープなどの映像や音源を収集する。

大船渡在住者だけでなく、インターネット等を通じて世界中から関連資料を収集する。

取組① 風景、記憶の実地的調査Ⅱ

現在の風景の時代的、地域的、風景的特徴をハンドスケッチを含む描写記録にて歴史の再構築作業を行っている。 岩手県大船渡市、陸前高田市、宮城県石巻市、気仙沼市、仙台市においてすでに実施した。

取組：大船渡「吉浜のスネカ」撮影（1/15）

国の重要無形民俗文化財である「吉浜のスネカ」は、地域の風俗を伝える貴重な文化資源である。
現在のこっている伝統を記録し、後世により良い形で残していく。
同様に「五年祭」についても取材を行った。

取組：ウォーキングプログラム「歩く人。」

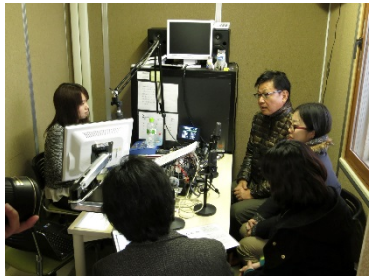
仮設住宅内において、歩いて健康を維持するウォーキングプログラム「歩く人。」を通じて、体力づくりや仲間づくり、まちづくりを促し、健全なコミュニティの創造につなげていく。また、本プログラムの記録を身体の風景記録として映像や画像、音声資料として保存し、素材として活用していく。

取組① 風景、記憶の実地的インタビュー調査Ⅲ

現在の風景の時代的、地域的、風景的特徴について、現地の人々へのインタビューを通して、実体験に基づいたヴァーチャルコンテンツの検討を行っている。

取組：映像、楽曲等の創作コンテンツ制作事業と配信事業

大船渡のコミュニティFMである、FMねまらいんとの協働により、創作コンテンツの配信事業を行っている。本事業の趣旨や各イベントの告知を含めた情報発信とともに、地元の方が発信できる仕組みをつくっていく。



取組：イベント（3/28）「よみがえる大船渡−みんなでつくる未来の風景−」

３月２８日（金）に大船渡リアスホールにて、「よみがえる大船渡！−みんなでつくる未来の風景−」と題した大規模なイベントを実施（イベント詳細は参考資料「よみがえる大船渡！」フライヤー各種を参照）。当日は、各界のオピニオンリーダーや地元の方を交えたパネルディスカッションおよび子どもたちとの絵画ワークショップを通じて、心のなかにある風景を生き生きと蘇らせ、新しいふるさとの創造に役立てていく。

得られた成果

「風景の実地的調査」
・個人が所有する8ミリフィルム、ハイエイト、miniDV、ビデオテープ、音源等を調査し、計56本をすでに収集した。併せて、現地の人々へのインタビューと資料のデジタルデータへの変換作業を継続的に行い、人々の記憶の記録を収集した。

「風景アーカイブのシステム構築」
・収集した映像、音源、絵画等のデータをアーカイブするサーバーシステム設計を行い、事業拠点内に資料収集のための窓口機能として「思い出スポット」を開設した。

「事業拠点整備」
・地域資源データの管理と活用に関しての事業拠点として、大船渡の復興地図センター内に地域連携センターを整備した。

今後に向けた課題・活動の見通し

平成26年度は、平成25年度の仙台、大船渡、陸前高田、気仙沼を主たる拠点とした被災地域における状態調査、4Kも含む現状映像記録、現地直接取材、NPO法人「心の修景プロジェクト」設立を前提とした地元各機関との連携システムの確立および資料収集、イベント開催を踏まえて、昭和特に戦後における風景の共時空間的再現の実行と映像、昔話や民謡、祭りなども含むデジタルリマスター音源、ハンドスケッチを含む描写記録などの分類に分けたオープンアーキテクトラルなオンデマンドアーカイブシステムの継続的な構築に取り組む予定である。
またすでに開始した被災地のコミュニティメディアとの協働による映像、楽曲等の創作コンテンツ制作事業と配信事業を基盤として極小メディアから拡大したインターネットを通じた地球的規模の被災地からの問題提起の発信を行う予定で、360° 8K VRコンテンツ制作事業と併せて各事業共同体とともに東北からの予想されるグラウンドゼロ事後対処法と災害減災、復興の未来形の提案を進めていく予定である。

54_公民連携による企業への留学制度と人材派遣制度の導入による女川町内の企業・団体のグローカル人材づくり　（宮城県女川町）　～NPO法人アスヘノキボウ～

高い発信力を持った地域資源を活用する社会（ものづくり・IT）

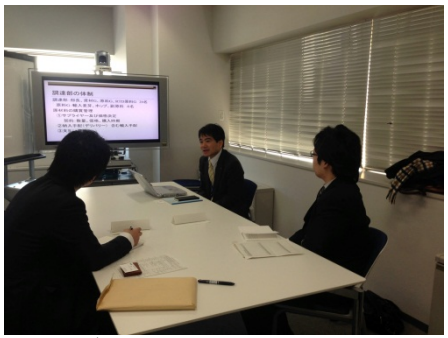
取組全体の目的・概要：（目的）女川を支える企業の次世代経営者・リーダーの育成
（概要）公益社団法人　経済同友会、仙台経済同友会と女川町で人材交流のプラットフォームを作り下記①～④を実施。
①女川町内の企業・団体の次世代リーダー・幹部候補の人材留学、②女川町内で進めているプロジェクトへのプロ人材派遣、③まちづくりに関わる企業・団体のまちづくりツアー、④女川に入っている学生インターン生の企業へのインターン

取組の先導性：今まで接点が少なかった大手企業のとの関わりを持つことで、町内の若手リーダーに必要とされるスキルや知識を学び視座を高める。

これまでの主な実施取組の内容

取組①女川の若手人材が大手企業へ留学

- 日時：2月24日～2月28日、3月3日～3月7日
- 場所：留学対象企業（リクルート、みちのりホールディングス、ローソン、アサヒビール、メックデザイン、キッコーマン、三菱UFJリース、三菱地所、ヤマトホールディングス、日本政策投資銀行）
- 内容：女川の地場企業の次世代の経営幹部、リーダーになる人が自分の興味のある分野だけではなく、世の中の中心にある大手企業の仕事のスピードや考え方を学ぶ。



アサヒビール様の研修風景

リクルート様の研修風景

取組②学生達の被災地インターン後のインターンシップ

- 日時：3月1日
- 場所：グロービス経営大学院　仙台校
- 内容：被災地インターンを終える女川の学生達に、「働く事」の意味や被災地だけではなく「世の中」仕事に触れるため、学生達が興味のある分野を企業で学ぶ。今回は全員が興味があった「人を動かす・育てる」をグロービス経営大学院の協力のもと、社会人MBAクラスの見学、その後、ランチをしながら、大学院に通う受講生で起業家や会社員、フリー等の様々な職業についている方々と「働く事について」ディスカッションを行った。

社会人MBA授業見学風景

ディスカッション風景

得られた成果

（留学）町内の関心も高く、申し込みは定員25名を越える約40件。参加者と企業の満足度も高く（全員が感想の5段階評価の4以上）、参加者からは来年度の実施の要望、企業からは社員のモチベーションアップの高い評価とそれを維持する今後のフォローアップの依頼が目立った。視座は参加者全てが高まったので、今後のフォローアップまでデザインする必要がある。
（学生）学生の関心も高く、定員3名に対し、4名の申し込みがあり、4名全員が参加した。参加者の満足度も高く、社会人から問われた「自分のありたい姿」と「自己理解」について、より深めたいという声があり、3月17日にワークショップを行う事が決定した。内容は「自己理解」を深め、「ありたい姿」を設定し、自分の仕事（働くという事）を考えていく。予定プログラムよりも深めたいという声が高かった。

今後に向けた課題・活動の見通し

今後、女川町における自走化に向けた検証、他地域への適用性を更に高める予定。
（留学）東京の企業側が初めてだった事もあり、次回に向けて企業側と内容の修正と今回参加した女川次世代リーダーのフォローアップを行いたいと考えている。今後は、参加者を送り出す事を継続しながら、参加者のフォローアップを行っていく事が重要となる見込み。
（学生）社会人と議論した後に、学生が「働く事」について考える機会が生まれる事は大きかったが、一層の効果を得るには、その内容を深める、または整理する過程が必要。

55_ICT教育を通じての地域教育エコモデル事業（会津若松市）

（福島県会津若松市）　～会津先端 ICT協議会～

高い発信力を持った地域資源を活用する社会（ものづくり・IT）

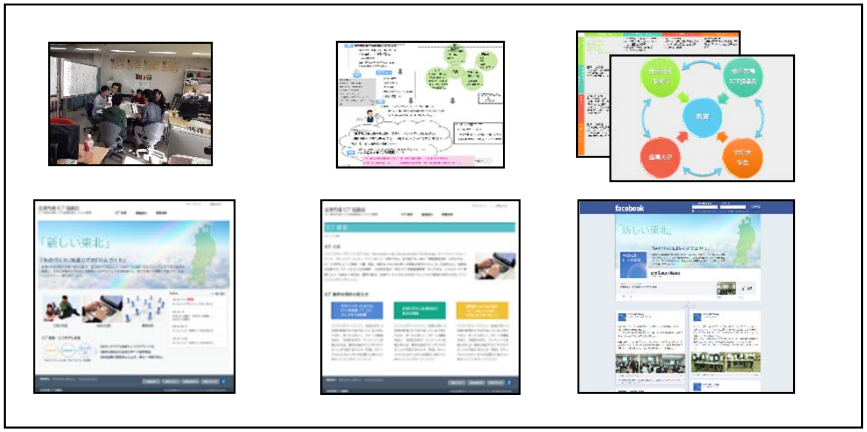
取組全体の目的・概要：　目的：地域循環型のICT教育を軸とした教育モデルを構築する。
地域を巻き込んだ教育モデルの調査、検討、及び具体的な施策としては高校生、小学生向けのICTに関わる講座の実施、及び会津大学OBによる大学生への講演の開催。

取組の先導性　：　ICTに特化した会津生まれのベンチャー企業が中心となり、市役所、大学も巻き込んだ、『「カリキュラム」及び教育ノウハウ』を作成し、地域振興の取り組みのモデルを展開する。

主な実施内容

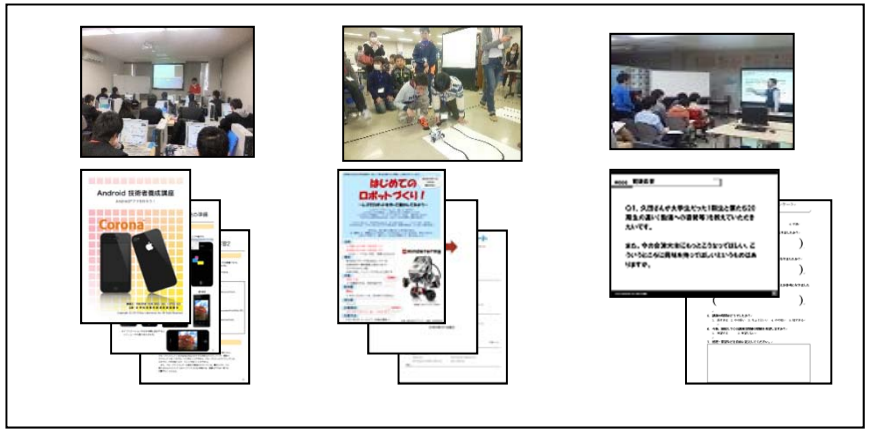
取組①全体設計（事業調査と今後について）

1. 市場調査（ICTの教育、子供向け、大学の役割等）
2. 全体の段取りについて各関係機関への呼びかけとMTG
3. プロジェクト立ち上げ
4. Webサイト作成／Facebookページ作成



取組②/③/④各種カリキュラムの実践と検証

1. 取組②高校生向けスマートフォン講座
2. 取組③小（中）学生向けレゴマインドストーム講座
3. 取組④大学生向け会津大学OB講演会



得られた成果

取組①：市場調査によるIT教育市場の大きさと可能性の把握、IT教育エコモデル構想の明確化。
取組②/③/④：各種カリキュラムの有効性が確認された。

今後に向けた課題・活動の見通し

取組①：【課題】各事業者への実際の事業状況まで踏み込めず、事業収支状況が不明なまま。【活動】事業化へのステップを検討し計画立ての実施。
取組②/③/④：【課題】運営ノウハウの不足。【活動】今回得られた知見を有効活用しての運営の精緻化及び拡大。県外への展開の検討及び実施。

56_組木のいえプロジェクト―国産地域材でつくる「DIY住宅（小舎）」モデルの広域展開　（岩手県陸前高田市）　～TSUMUGI Inc.（株式会社紬）～

高い発信力を持った地域資源を活用する社会（ものづくり・IT）

目的：被災地における国産地域材を活用した新たな木材産業の創出
概要：地域材（杉）を加工し、家具から家まで組み合わせてつくれるDIY用木材キット「KUMIKIシリーズ」を活用した新たな商品開発や、被災地での有効活用について、生活者が直接商品開発に関わる「価値共創型ものづくり」のプロセス構築、被災地におけるDIY住宅（移動式店舗やコミュニティスペース等）づくり、海外展開を見据えたマーケティング調査（環境分析）の３点を実施した。
先導性：生活者と開発する価値共創型商品を核に、持続可能な事業と豊かな森作りを同時に達成でき、且つノウハウの他地域移転が可能。

これまでの主な実施取組の内容

取組①生活者が商品開発に直接関われる仕組みづくり

■木材キット「KUMIKI」を活用し、20～30代の賃貸住人と新たな商品開発を考える試作体験ワークショップを全４回開催。

・1月09日（木）
・1月26日（日）
・2月25日（火）
・3月01日（土）

取組②被災地においてDIYでつくる「木造店舗検討会」

■木材キット「KUMIKI」を活用した被災地における木造店舗について、建築家と設計プランを検討するとともに、店舗兼コミュニティスペースとして被災地の住人が自らの手で建設するイベントを行い、課題検証を実施。

・参加型建築イベント
・2月22日（土）～24日（月）の3日間

取組③海外マーケティングの実施

■木材キットを活用したセカンドハウスについて4パターンの企画設計を行った。加えてセカンドハウスに関する類似競合事例の調査を中心に海外での展開について模索した。

得られた成果

①一般生活者とともに商品開発を行うために必要とされるステップと実施内容を整理した参加型商品開発のワークショッププログラムを作成。
②国産地域材（杉間伐材）でつくるDIY住宅モデルの推進が生み出す波及効果、建築設計（プロトタイプ）、課題と対策についてをとりまとめ。

今後に向けた課題・活動の見通し

①本事業で策定したワークショッププログラムの他地域への摘要性を更に高める。具体的には、平成26年度に、東京、埼玉、神奈川等、3都市を中心に、地域の材木店、製材所、家具会社等と連携しながら、参加型商品開発ワークショップを実施することを予定。
②DIY住宅モデルの推進にむけ、被災地における林業関係者とのサプライチェーンの確立、10平米程度の小屋モデルの被災地での本格展開を図る。

57_東北マニュファクチュール・プロジェクト（仮称）

（岩手県、宮城県、福島県）　～一般社団法人つむぎや～

高い発信力を持った地域資源を活用する社会（ものづくり・IT）

取組全体の目的・概要：　①ものづくりの背景や物語を情報発信することにより、各作り手団体の情報発信力を補う
②被災地の手仕事を分析・類型化することにより、各団体に横展開可能な情報に落としこむ

取組の先導性：　各作り手が個別に行っている発信を集約することにより、事業の持続性に寄与する

主な実施内容

取組① 手仕事の物語を伝えるサイト「東北マニュファクチュール・ストーリー」の構築・発信

・20団体強の作り手団体を追加取材・公開　→詳細は別紙3参照

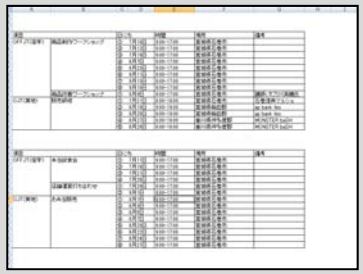
取材風景

取材記事の更新

取組② 各プロジェクト・団体要因の成功要因の分析

・各プロジェクトの取材内容より成功要因を抽出　→詳細は別紙4参照

ヒアリング調査
（対面／電話／メール）



得られた成果

震災後3年をたっても、持続して運営を行っている団体の成功要因また課題を抽出することができた

今後に向けた課題・活動の見通し

今後、掲載団体間での勉強会（上記成果内容の共有）及び今後の方向性に関するディスカッション、個別共有を開催（10団体強を対象に実施）

主な実施内容

取組③ 各作り手の取材・編集、サイトの公開

・約10の作り手（団体・個人）の取材を実施　→詳細は別紙10参照
・ECサイトの公開・試験運用　→詳細は別紙11参照

取材風景

ECサイトの公開（TOHOK.com）

取組④ サイト・サービス向上のためのアンケート調査

商品やサイトに関するアンケートを20－50代のターゲット層に実施
→詳細は別紙15参照

アンケート調査

得られた成果

・各作り手の新規販路開拓、及びそのテストマーケティング
・サイトを運営していく上での課題・運営上のポイントを抽出

今後に向けた課題・活動の見通し

・今後さらにECサイトの商品数・団体数の拡充・広報を強化し、より持続的なモデル構築の可能性を検討
・各作り手と「贈り物」というコンセプトに沿った新商品開発を行い、新たな需要を創出する

58_伝統技能継承と先端技術の融合によるなりわい再生の拠点づくり

（岩手県大槌町）　～一般社団法人　和RING－PROJECT～

高い発信力を持った地域資源を活用する社会（ものづくり・IT）

取組全体の目的・概要：地域の枠組みを超えた共同関係を構築し、伝統技術と先端技術を融合した新たな地域ブランドを創出する。
震災を通じて蓄積した多くの人の繋がりと、大槌町の木材をはじめとする豊富な地域資源を活用した家具、祭具、漁労具等 を住民の手で作り産業として発展させる。

取組の先導性：東北地方の各地域が従来から抱えているボトルネック（伝統技術の後継者不足、復興特需後の備え、人材不足、デザインや販路などのノウハウ不足）を被災地支援で生まれた新たな交流関係によって解決し、新しい東北の協働関係を構築する。シェア・ファクトリーという形で障碍者から高齢者に至るまで、「なりわい」を通じたノーマライゼーションを実現する。

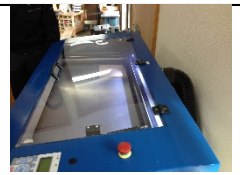
主な実施内容

取組①オーダー家具の試作製作（高い発信力を持った地域資源を活用する社会）

第１回　11/20　東北芸術工科大学 共創デザイン室
デザイン案の検討会実施。ジャンルとスケジュールを策定。(別紙参照)
第２回　11/27　東北芸術工科大学 共創デザイン室
人間工学に特化した機能性を有する仕様に重点を置く。(別紙参照)
第３回　1/23　　和RING－PROJECTシェアファクトリーにて
学生のアイデアを取り入れた試作品デザインの決定。(別紙参照)
●試作品数点の完成と仕様検証（１月下旬より随時実施）
●椅子デザインの決定（２月初旬デザイン完成）　※別途添付
試作となる製品の部材は大槌町で伐採した木と山形県天童市多田木工所より提供頂いた整形合板を使用した試作品を５点製作。
試作品完成後、試用し強度や利便性（使い勝手・重量など）の改善点を検討し製品化を進めている。

取組②太鼓バチの試作品・製造（高い発信力を持った地域資源を活用する社会）

11/16　バチの製品調査・マーケティング検討会（於 釜石：青葉ビル1F）
12/17 バチ製作にかかるワークショップ
(於 和RING－PROJECTシェアファクトリー)
1/30 試作品へのレーザー加工試験（於　同工房）
2/28　旋盤技術講習（於　同工房）
3/25　旋盤技術交流会（於　同工房）
3/30　試作品の試用開始・意見交換会（於　同工房）
バチのマーケティングを行い部材の選定作業を行った。
バチの材料はヒノキや朴材（ほうざい）が主に使用されているが、その他にも数種類の材を使用した試作品を10数点製作した。
旋盤の技術は多くの経験が必要であり、試作品製作と同時進行で講習会も実施。
同時にレーザー加工機にてバチにオリジナルの名前やロゴを刻印する事で一点もののバチを製作可能となった。
各団体へ試用検証を継続し製品化を進める。



取組③漁労具の開発製造（高い発信力を持った地域資源を活用する社会）

1/8　第１回　試作品開発に向けたヒアリング＆検討会
(於 和RINGーPROJECTシェアファクトリー)
2/5　第2回　試作品開発に向けたヒアリング＆検討会（於　同工房）
2/28　旋盤技術講習（於　工房）
3/6　第3回　試作品開発に向けたヒアリング＆検討会（於　同工房）
3/25　旋盤技術交流会（於　工房）

正確な機械の操作方法を習得し、初心者・女性でも機械を使用した加工が可能。試作製作と同時進行で講習会も実施した。
漁労具の検討会の中で、アワビやウニの漁などに使用する「メガネ」という漁労具の需要が高く、試作品を製作する事とし、2点の試作品が完成。
主だった材が杉を使用する事から、大槌町吉里吉里の材を使用する事で原材料費を安価で調達が可能。
漁が本格的に導入される春（早期5月以降のウニ漁）に実地試験を行う予定。

④知的障害者・高齢者にも製作できる製造方法の構築
（高い発信力を持った地域資源を活用する社会）

1/25-26 CFW-Japanとの検討会（於　和RING-PROJECTシェアファクトリー）
2/10　わらび学園打ち合わせ会議（於　同工房）
3/12　CFW-Japan、産業育成センターとの検討会（於　同工房）

被災地の障害者施設における雇用状況の調査と報告会を実施。
製品の試作に伴い、最終の仕上げ部分の作業（紙ヤスリ等を使用する）の標準化に向けたマニュアル作成に向けた検討会を実施。
試作品の製品化を進めると同時に作業工程の標準化を進めており、今後は下記の優先順位にてマニュアルの策定を進める。
①試作品の製品化
②量産品の選定および生産管理の確立
③量産品の作業工程の解析および標準化
④作業工程の外注
施設ごとにも作業の得意不得意もある事から、実地検討は平成26年度以降、小規模にスタートさせる。

取組⑤生産から加工・組立・販売までを一本化させた体制の構築

大槌町内の原生する山林地の木材（主に津波の被害を受けた塩害木）を伐採し、製材～乾燥までの流れを構築するために、試験的に町内の企業の連携活動を実施。

【伐採】：NPO法人吉里吉里国

原生する大槌町の山林の調査。種類や民有林の種類別の割合を数値化。
山林地内の木材の中から、加工に適した材を伐採し、製材所へ運搬する。

【製材・乾燥】：碇川製函、上田製材所、石山製材所

丸太材を指定した厚さに製材し、乾燥を行う。
乾燥には自然乾燥と機械乾燥があるが、自然乾燥に適した場所の確保が難航しており、一定の材を事前に確保する環境を26年度内に整備したい。
機械乾燥は現在復興需要の影響で順番待ちの状況が多々発生し、製作用材としての時間コストがかかるが、安定的な供給を可能にする事は可能である。

【組立】：和RING-PROJECT、地域の大工や職人、東北各地の家具職人

組立加工は当法人シェアファクトリーで行っている。交流機会を設けていることで、地域の職人が集まりみんなの知恵や技術を持ち寄る基地としての効果ももたらしている。
町内・県内のみならず、東北・北海道の職人が工房に足を運び、集う場が形成され、地域の人が集い技術的交流とハブとしての役割を担っている。

得られた成果

当初予定していた、試作品 『テーブル、椅子、ラック、棚、サイドテーブル、バチ、漁労具』の製作。
大槌町内の企業・団体と連携し、材料の調達（伐採）⇒製材⇒乾燥⇒組立てという仕組みの構築が出来た。
本プロジェクトをきっかけに、大槌・釜石地域内外の多様な方から声がかかり、より広域の交流拠点になる可能性がひろがった。

今後に向けた課題・活動の見通し

当初の計画通りに概ね進行することが出来た。部材の確保スピードは、調達のサイクルを恒常化する事で可能である。
課題としては試作品の試用検証に十分な時間を得ることが出来なかった。これは漁労具に於いては漁の繁忙期が春以降から最盛を迎える中で、十分な検証をするには十分な使用環境下が必要という点が理由。太鼓のバチに関しては、試作段階で新たな材を検討し試作品製作に多くの時間を費やした事が理由として挙げられる。
平成26年度は　1.試作品の製品化　2.継続的な新製品の開発（太鼓台、遊具、福祉関連用具等）　3.販路構築と拡大　4.更なる人的交流の促進を行う。

59_ICT 利活用支援ワークショップの開催および、マッチング事業の推進プロジェクト

岩手県・宮城県・福島県の3県各地域　～「イノベーション東北」コーディネーター事務局～

高い発信力を持った地域資源を活用する社会（ものづくり・IT）

取組全体の目的・概要：被災事業者等に対する支援が加速することを目的とし、被災地の支援需要と、主に被災地外の支援供給を結びつけるプラットフォームを構築し、被災地での課題解決型ワークショップ、マッチング事業等を実施する

取組の先導性：自らのスキル・ノウハウを活かして復興をサポートしたいと考えている人材及び企業・団体が東北復興に関われるスキームを構築。東北だけでなく日本の地域活性にもプロボノが活躍するための土台作りにもつながる

主な実施内容

取組①課題解決型ワークショップ

5月から取り組んできたwebサイトの作り方/webでの販売強化のためのワークショップ形式と同様のワークショップを展開。全期間合計で185社（418名）の事業者に対し、合計33回のワークショップを行った。
12月からは②マッチングへ繋がるような課題解決ワークショップを計6回実施。20社の事業者に対し課題の深堀りを行い、マッチングへと繋げた。

取組②マッチング

- イノベーション東北事務局と各地域のコーディネーターが、地域の事業者とサポーターと呼ばれるプロボノを結びつけて課題解決を行うマッチングを実施。2014年3月までに294件のマッチング
- マッチング推進のため、サポーターが現地を巡り、事業者の現状と課題を共有し課題解決に向けた議論を行うツアーを、11/23-24、1/25-26、2/1-2の3回開催。岩手県釜石市、宮城県石巻市、南三陸町、福島県相馬市、いわき市、喜多方市、会津若松市を訪問。全3回総計でサポーター43名、60事業者が参加

得られた成果

- マッチング件数：294件、個人サポーター数：351人、企業・団体サポーター数：25団体　※3月13日時点
・マッチングによる成果の一例として、岩手県釜石市の水産業社では、サポーターとWeb広告の運用に取組み、2013年7-12月期の売り上げが前年比300%を達成した（2010年比でも150%-200% ）

今後に向けた課題・活動の見通し

- 震災から4年目となり、目に見える支援リソースは減少が想定される
- 今後は、潜在的なリソースの発掘による支援リソースの拡充と、効率的・効果的なリソースの活用（マッチング）が求められる
- 地域との関わりについては、定性的なマッチングだけでなく、データ分析を用いた定量的なマッチングを進める
- サポーターとの関わりについては、潜在的なリソースである企業人材の活用を進める

60_釜石型ものづくり新事業創造モデル

（岩手県釜石市）　～公益財団法人釜石・大槌地域産業育成センター～

高い発信力を持った地域資源を活用する社会（ものづくり・IT）

取組全体の目的・概要：　古くから日本の近代製鉄・ものづくりを支えてきた釜石で、市民にまでオープンな製品開発プロセスを確立し、着実に新規事業を生み続ける体制を整え、変化の激しい時代でも常に競争力のあるものづくり産業の維持を目指す。

取組の先導性：　**WEMAKE(※1)**やフューチャーセッション（※2）を通じた市民や市外団体との価値共創ものづくり。

(※1)ものづくりのクラウドソーシングサービス。本来専門家が担ってきた製品開発の間口を一般市民にまで広げることで自由に寄せられたアイデアの中から、より多くの人に支持されたアイデアが製品化されていく。

(※2) 最適解のない複雑な問題を解決するために、企業・行政・NPOなどのセクターの壁、組織内の部署の壁、専門分野の壁など、立場の違いを超えた対話により、協調アクションを生み出す場。

主な実施内容

取組①CCM合金（※1）：市内製造業者が集っての製品開発研究会

(※1) レアメタルであるコバルトを基合金として、クロム、モリブデン等を配合し、鋳造・鍛造加工をして高強度で耐摩耗性、耐食性に優れた合金。

・第1回　～第7回（いつ、どの場所で、結果概要）→詳細は別紙
・CCMの製品開発で構築した地域ネットワークを活用するための新たなテーマ探索のための勉強会を実施。
・CCMを鋳造し、及源鋳造(株)の鋳型を利用して南部鉄器を試作。

左：HP用製品写真
中：『輝の御剣』
右：2014年3月11日、尾崎神社に奉納

取組②林業機械：現場フィールドワークを通じた製品開発

・釜石の復興支援員（釜援隊）を交えた林業に関する勉強会のなかから、ワークグループを形成、
・石村工業(株)と当センターによる釜石地方森林組合へのヒアリングを重ね、森林組合の抱える課題を掘り起こした。枝条圧縮機が、新規性及び波及性に富んでいると判断し、試作を決定。
・ワークグループで2度のフィールドワークにて現場作業の見学をすることで、枝条圧縮機のデザイン選択肢を多様なものにすることが出来た。
・プロトタイピングの後、格子状の鉄柵で枝条圧縮する案を採用。3段階での圧縮により、10tトラックに6t(従来は3tしか積載できず、採算が合わなかった)近く積載が出来るとの算出のもと、本格的な試作を開始。
・試作品が完成し、森林組合にて実証実験を行った。

得られた成果

取組①：地域のものづくり企業が切磋琢磨しながらその技を結集し、プロモーション、デザインなどの不足する部分を県内の専門家の参画を得て補うことで、難削材であるCCMの製品加工に成功した。ものづくりを地域内で完結するファーストステップを構築した。
取組②：現場フィールドワークを通して、機器使用感をイメージしながら柔軟かつ現実的なアイデアを多数検証することができた。

今後に向けた課題・活動の見通し

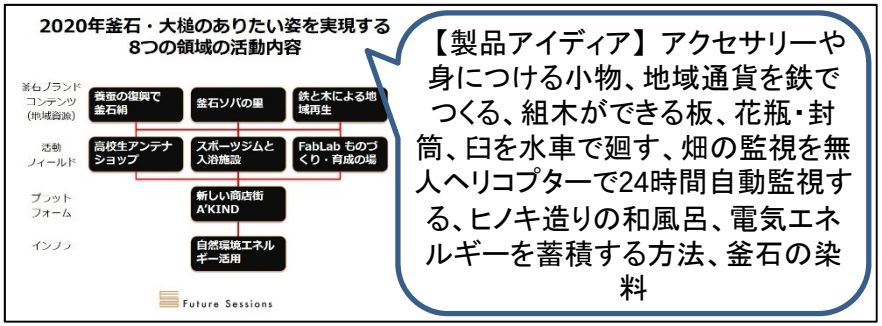
取組①：今回構築された地域内完結製品開発の仕組みを基に、更なる技術力の向上、企画開発力の向上等を進めつつ、国内・世界へと売る仕組みを外部の力を得ながら構築し、「ものづくり最強体制」を目指す。また地域の（特に）1次産業現場の課題解決を進めることで地域経済の底上げを図る。取組②：今回の、現場視察に基づいたものづくりのプロセスをモデルとし、新製品研究会にフィールドワークを通じた製品開発を波及させていく。

回	日付	開催場所	結果概要	参加者
第1回	*11/19*	***産業育成センター***	***CCM合金の応用開発として、「宝剣」を選定、コンセプトは置物に決定、CCMの加工性確認のため試作実施。 販売の可能性について検討。 3Dプリンターの加工応用について受講。***	*15*
第2回	*12/12*	産業育成センター	***顧客ターゲットを釜石に縁のある人に、初期デザインの修正を討議、加工方案について討議。 商品企画、販売、全体管理をグループ制により役割分担することを決定。 3次元造形技術について受講。***	*14*
第3回	*12/26*	北上さくらホール	***ストーリー、コンセプト、第2デザイン案の検討。 光造形によるサンプル作成。 ターゲット、販売方法について討議。***	*18*
第4回	*1/17*	産業育成センター	***加工方案、小冊子、販売戦略について討議。 宝剣、パッケージのデザイン決定。 新たなテーマとして「林業機械」について討議 研究会のより良い運営方法について討議。***	*20*
第5回	*2/13*	産業育成センター	***最終デザイン決定、小冊子内容について討議。 加工方案について討議。 新たなテーマとして「福祉ロボット」開発の講義受講。 製品開発におけるデザインの重要性について講義受講。***	*15*
第6回	*2/27*	産業育成センター	***試作品の確認と加工方法についての最終確認。 表面研磨方法についての確認 3．11に尾崎神社への奉納を決定。それまでの最終スケジュール確認。 パッケージ本体およびロゴの刻印の最終確認。***	*18*
第7回	*3/11*	***産業育成センター***	***地域内のものづくり企業の連携の成果である「輝の御剣」を総鎮守である尾崎神社に奉納。販売戦略とプロモーション、価格戦略の検討。 取組の成果を考え得るチャネルへ広範囲的周知。 新たなテーマの探索と研究会のクオリティアップについて討議***	*14*

主な実施内容

取組③フューチャーセッションの開催（詳細は【別紙】参照）

第1回：1/16（木）（財）釜石・大槌地域産業育成センター会議室、釜石・大槌の未来のありたい姿を「まち紹介カード」という形で表現した。
第2回：2/4（火） 同会場。参加者の取り組みたいテーマが提起された。
第3回：2/18（火） 同会場。テーマを具体化した。
第4回：3/4（火） 同会場、テーマのプロトタイピングを行った。
第5回：3/18（火）同会場、テーマの計画を策定。



【製品アイディア】アクセサリーや身につける小物、地域通貨を鉄でつくる、組木ができる板、花瓶・封筒、臼を水車で廻す、畑の監視を無人ヘリコプターで24時間自動監視する、ヒノキ造りの和風呂、電気エネルギーを蓄積する方法、釜石の染料

取組④Fablab(※)：ファブラボ設置に向けた体験会の実施

（※）欧米で増加し、近年日本にも設立され始めた多様な工作機械を備えたオープンな市民工房で、ものづくりをパーソナル化している場・団体。

・産業育成センタースタッフが、岩手大学釜石サテライトとoffice CADMSによる3D CADセミナーを受講しノウハウを構築。
・Fablab既存グループ (Shibuyaなど)や岩手大学の支援により、『Kids Fab』(小学校低学年以下向けのファブラボ)、『オトナの工作教室』(大人版ファブラボイベント)を開催。イベント運営実績の積み上げ。
・Fablab既存グループ（Shibuya、Kannai、他）を実地見学・ヒアリング。関係構築と情報交換。
・リ

↑ 既存ファブラボの視察
↓『オトナの工作教室』

得られた成果

取組③：全5回のセッションを通じて、ものづくり・まちづくりのテーマ（上記8つの領域）が提起され、これらの実現に貢献する製品アイディアを得た。取組④：産業育成センター職員がCAD取扱い・イベント運営のノウハウを積み上げた。また、既存Fablabグループに視察に行き、Fablab運営に必要なリソース等の情報交換と、関係構築をした。子供向け・大人向けのFablabイベントを成功裏に終えた。

今後に向けた課題・活動の見通し

取組③：生産現場における製品開発ニーズのアイデアを抽出する手法を活用して、(1) 業種毎の個別セッションや異業種交流する仕組みを増設して、(2) 要素ニーズを縦横格子状に交錯させてアイデアを高精度化してものづくりに直結させていく。取組④：釜石・大槌地域に導入の可能なFablab設備機構を整備する。具体的には、想定している機器の稼働に必要な要員の確保・育成や (スキルセットとして (1) 3D CAD データの作成 (2) 各機器の使用諸元の理解 (3) 素人向けに作業指示をする説明能力、企画能力等)、利用普及を図るための機器等の運用コストを考慮した設計。

主な実施内容

取組⑤ものづくりのクラウドソーシング（SNS）での製品開発

・釜石・大槌新製品研究会自社製品を開発するうえで弱点とされてきた商品企画を補うために、ものづくりのクラウドソーシングサービスを提案するWEMAKEを利用し、製品アイデアコンペ
定。
・アイデアコンペのテーマを、"手作業・力作業をする高齢者が生涯元気に働くのをサポートする道具"として、コンペを開始した。
・全国のデザイナーからの応募を促進するために、登竜門(※2)にコンペページの掲載を決定。
・コンペ開催期間は3月31日までであるが、3月13日現在で15～20のアイデアが出ており、今後、更なる増加が期待される。
・応募期間終了後は、アイデア選定ののち、新製品研究会で製品化を予定。

（※2）誰でも参加できるコンテストのページを掲載するポータルサイト。JDNが運営。年間アクセスは、ユーザー数11万、訪問数24万、ページビュー（PV）115万。

得られた成果

取組⑤：報告書作成時点ではアイデアの募集段階だが、既に数十もの製品アイデアが出てきている。応募元としては、主婦（主にWEMAKE経由）・プロダクトデザイナー（主に登竜門経由）からの応募が多い。また、アイデアとしては、日用品類が多い。

今後に向けた課題・活動の見通し

取組⑤：引き続き本アイデアコンペの製品化に向けてアイデア選定・デザインなどの工程を踏みつつ、今後は並行して、CCM合金や鉄など、シーズ発の製品アイデアコンペも行ってゆく。

61_三陸ジオパーク構想観光推進事業

（青森県八戸市～宮城県気仙沼市）－三陸ジオパーク推進協議会－

高い発信力を持った地域資源を活用する社会（環境）

取組全体の目的・概要：東日本大震災の津波からの復興に向けて、自然災害に対する教訓を踏まえつつ、三陸の美しい自然や豊かな文化などの地域資源を結集し、住民自らが主体となったジオパーク活動により地域全体の活性化を目指す取組。実施にあたっては、三陸広域の市町村が一体となり、地形・地質の特徴のほか、防災教育や体験型の観光等を取り入れることによって、広く観光振興を図れるものとした。

取組の先導性：三陸沿岸という非常に広域の地質・地形にジオという新たな付加価値を付け、水産業や自然景観等の既存の地域資源と併せてうまく活用し、地域の新たな観光資源としようとする点に先導性が見られる。

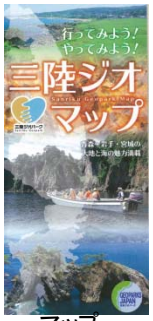
主な実施内容

取組①　日本最大の三陸ジオパークの解説・ＰＲツールの作成

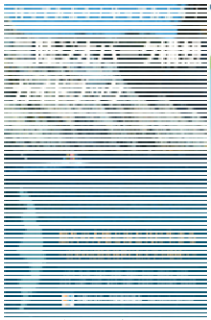
３月末より三陸沿岸の道の駅等観光施設で配布。HPも同時公開。

三陸ジオ観光マップ、三陸ジオツアーガイドブック（※）、ウェブサイト（同ﾓﾊﾞｲﾙ）・解説展示版等のPR用のツールを作成。

※ガイドブックは初心者編、ガイド案内編、専門編の3種類制作



マップ


ガイドブック

ウェブサイト

モバイルサイト

解説展示版

取組②　ジオガイド（専門ガイド）の養成、ガイドの資質向のためのガイド研修

推進協議会を構成する16市町村の被災地ガイドが、専門知識を身につけ、体験型観光の担い手となるための研修・モニターツアーを実施。

１　旅行ｴｰｼﾞｪﾝﾄ等による既存のガイドツアー評価を行い、全体的なガイドスキルの底上げ必要性が指摘された。

・第１回　1/14～15　北部エリア（８ツアー）
・第２回　2/22～23　南部エリア（６ツアー）

２　ガイド研修会開催により専門知識習得とガイド間交流が進み、三陸はひとつとの一体感が醸成。（ｶﾞｲﾄﾞ在席市町村は全て参加）

・第１回　1/18～19　中北部：初級者・上級者・船頭３ｺｰｽ　67名
・第２回　2/28　南　部：上級者・職員編の２ｺｰｽ　65名

３　内陸からの観光客を対象としたモニターツアーを催行し、参加者の91%が「また参加したい」と回答。

・第１回　3/1　久慈コース　14名参加
・第２回　3/8　田野畑コース　22名参加
・第３回　3/16　大船渡・高田コース　19名参加

得られた成果

取組①三陸ジオパークの理解を深めるためのツールを作成、観光客の誘客をはじめ地域住民のジオパークに対する理解を促進する環境が整ったこと。

取組②「ガイドの外部評価⇒研修でのスキルアップ⇒モニターツアーでの実践⇒改善検討」という一連のスキームでガイドの養成が進んだこと。また青森から宮城県までの１６市町村に跨がる構成市町村のガイドが交流し情報交換することによって、広域連携に向けた一体感が醸成された。

今後に向けた課題・活動の見通し

・今後は観光事業者や旅客運輸事業会社と連携して、具体的な旅行商品の造成と受入体制の整備に注力するとともに、現地でのジオサイト解説板整備について検討を開始する（現在は県・市町村の財源が乏しく、解説板整備まで取りかかれていない状況）。

・ジオパークを世界標準で紹介できるガイドの養成に向けては、地形地質の専門的な知識の習得と併せ、東日本大震災津波の発生要因や他地域との被害比較、そして三陸の津波災害の歴史などを的確に伝達出来るスキルの獲得が必要。一度の研修では大幅なスキルアップは難しく、一定のガイドスキルを身につけるためには今後も継続的な研修とガイドの実践経験を積むことが必要。また広域でガイドできる人材は現時点では極端に少なくその養成が課題。なお、ジオガイドを担う人材として、観光関係者だけではなく地元漁師に潜在的な需要があることから、地元漁師との連携を今後模索。

62_「東北グリーン復興」事業者パートナーシップ

（宮城県仙台市・塩竈市・南三陸町）　～「東北グリーン復興」事業者パートナーシップ事務局～

高い発信力を持った地域資源を活用する社会（環境）

取組全体の目的・概要： 環境保全（生態系保全）と地域資源を活用した自立した地域経済の両立を実現することを目標とし、グリーン復興に取り組む被災地を支援するとともに、グリーン復興事業アイディアを企業と創出し、取組に参画する事業者の拡大を図るためのプラットフォームづくりを行っている。

取組の先導性： グリーン復興事業創出を企業と行うことでグリーン復興の意義、事業の可能性を共有し、積極的に復興の取り組みへ積極的に関わらせていく点に先導性がある。

主な実施内容

取組①　東北グリーン復興事業者パートナーシップの設立。 新事業創出ワークショップの開催

・グリーン復興の浸透・加速に向けて、被災地の取組と事業者をマッチングさせるプラットフォームを設立し具体的な取組をスタートした。
・流域思考を意図するロゴマークを作成し、広報用に活用した。

APC 1ST ASIA PARKS CONGRESS JAPAN 2013 | PARKS CONNECT

東北グリーン復興 事業者パートナーシップ

（1）東北グリーン復興事業者パートナーシップの立ち上げ

・11月14日に仙台市で開催された「アジア国立公園会議」のサイドイベントにおいて、東北大学、環境省、企業の参加を得て本パートナーシップの立ち上げを発表した。

（2）東北グリーン復興「未来洞察」ワークショップの実施

実施日：平成25年12月14日、15日　　場所：東北大学大学院　環境科学研究科 エコラボ
参加者：計48名　（38名（東北圏内・圏外の産官学から大学は生物・環境・医療、企業は環境・食品・日用品・観光・IT・メーカーと広い領域をカバーした参加者構成）、10名（事務局・ファシリテーター））

・「2025年を想定した東北における『自然環境保全と経済活動が両立する社会』」をテーマとして、博報堂イノベーションラボのイノベーション創発ワークショップ「未来洞察」手法を用いて、外部性・不確実性を積極的に取り入れつつ、東北ならではのグリーン復興の在り方を検討した。
・ワークショップ終了時には、計14の事業アイディアをとりまとめた。

（3）グリーン復興事業アイディアの精緻と発表

・WS参加者が創発した事業アイディアを関連する業界に整理しHP上で公開。
・今後マッチングの場でさらに深堀し新しいグリーン復興事業を地域と企業が創発する場を創る。

（東北大学生態適応センター、Hakuhodoイノベーションラボ、NPO法人サスティナブルソリューション）

取組② グリーン復興モデル事業　食歩学守 の開発

浦戸諸島と南三陸町の2地区において4つのキーアクション「食べる」「歩く」「学ぶ」「守る」から構成されたモデル事業を実施した。

浦戸諸島（宮城県塩釜市）

・各島の区長を中心に島民の方々とのきめ細かなワークショップを開催し、島の資源を守りながら活用していくための具体的な方策を検討した。
・コンセプトを「島のおすそわけ」と設定し、新規開発した6次化商品のテスト販売とエコウォーク（歩くエコツアー）を実施した。

【テスト販売】
2月19日～25日（日本百貨店しょくひんかん）
2月17日～28日（さとゆめラボショップ）
・9つの商品を開発し、上記ショップで販売した。
・特に牡蠣の商品の人気が高く、両ショップとも追加生産し完売した。

【エコウォーク】
3月21日（桂島・野々島）
・まず島民の方々と地域資源の棚卸を行い、コースや伝えたいことを検討した。
・さらにエコツアー事業者による研修後、20名が参加したエコウォークを実施した。

事業者：株式会社さとゆめ、一社）CEPA　JAPAN
日本エコウォーク環境貢献推進機構

南三陸町（宮城県）

・南三陸町は、町全体が一つの流域からなることから、町の地域資源を、“流域”の視点から捉えることが重要。
・この地域資源の価値を住民の方々が認知し、この町に住む誇りを再認識してもらうこと、さらに地域資源の活用を喚起するための「地域資源マップ」を作成した。
・また、地域資源の価値を体験するエコウォークを実施した。

【地域資源マップ】
・東北大学生態適応センター、南三陸町ネイチャーセンター関係者たちの協力・監修のもと作成し、全住戸配布を行った。

【エコウォーク】
3月25日（「しづがわ湾源流ウォーク（山主と歩く島から森の源流をたどる）」）
・まずプログラム作り、ガイド指南のため、エコツアー事業者を招聘し、2回のワークショップを開催した。
・さらに南三陸住民30名が参加したエコウォークを実施した。
・なおエコウォークの実施にあたっては、新しい林業の事業領域・従事者拡大を目的に町の山林経営者がガイドとなるとともに、製材を活用したガイドマップや気仙大工が作る弁当箱、被災した宿が南三陸産の食材で作る弁当を開発した。

事業者：NPO法人東北開墾、日本エコウォーク環境貢献推進機構

得られた成果

■国際会議サイドイベントでの設立発表

・１１月に仙台で開催された国際会議、「第１回アジア国立公園会議」サイドイベントで、本パートナーシップの立ち上げを宣言し取組をスタートさせた。

■民間企業19社、中間支援組織7団体、４大学6学科から38名が参加した新事業創出ワークショップにおいて、１４の事業アイディアを創出。

、・ワークショップでは、「2025年の新しい東北」のあり方について検討を進め、１４つのグリーン復興事業アイディアを創出した。
・さらに、これらの事業アイディアを精査し、関連する事業領域（業界）を整理し、WEB上で発表した。この事業アイディアはグリーン復興事業を創出するために来期以降活用する予定。
・また参加した東北企業、グローバル企業の社員が「グリーン復興」の目指す「環境保全と経済活動の両立」の重要性を再認識できる機会となった。

■９つの地域産品商品開発とテスト販売の成功、島の宝探しリスト化作成とガイドプログラム開発、モニターツアーの実施による観光事業の検討。

（「グリーン復興」モデル事業として宮城県塩釜市浦戸諸島と南三陸町における「食歩学守」事業の成果）
・「浦戸諸島」 お母さんのレシピによる「島のおすそわけ」シリーズの商品力を実証し、東京でのテスト販売で７９５点、約５０万円を売り上げた。
・特に殻付き蒸し用牡蠣は強い商品力を発揮、初期ロットは完売、増産の対応だった。特にお母さんたちが実演販売を行った日本百貨店しょくひんかん（秋葉原）では単独イベントとして過去最高の売上であった。お母さんのレシピに商品力があることが確認され、お母さんたち達にとっても、牡蠣・海苔生産以外に仕事ができることに自信を持つことができた。
・「島のおすそわけエコウォーク」は島のお父さんたちが（桂島区長他）がガイドを務め、有料ガイド（一人2000円×20名）を体験した。
・この体験を通して、自分たちの島が観光資源となり守りながら活用できる「エコツーリズム」を認知することができた。

■地域への誇りを取り戻す地域資源マップの町民全戸配布、流域思考と林業（生業）をテーマにしたエコツーリズムへの挑戦

・南三陸町に元々あった自然・文化・生業の資源を可視化した地域資源マップを全戸配布（3000部）した。
・エコウォークでは、ガイド3名、住民50名が参加、海から山へ源流をたどるガイドウォークを実施。
・エコウォークでは、地元の山林経営者自らが自然と共生した生業から復興を加速したいとの思いを伝える等、南三陸の自然資源を活用した環境にやさしい経済活動の可能性を探索することができた。

今後に向けた課題・活動の見通し

①グリーン復興事業者パートナーシップのさらなる発展

・グリーン復興を進めたい地域と企業の連携をさらに強化するためには、「グリーン復興」の理解促進が課題。そのためにグリーン復興ファンを醸成するグリーン復興ラベリング事業を今後行う。具体的には新聞社との連携により、被災各地で始まっているグリーン復興事業を詳しく紹介するWEBサイトの運営と、地域が必要としているサポートを企業へ紹介する取組を実施予定。また、食歩学守モデル事業が開発するグリーン復興商品やサービスを重点的に紹介・販促支援予定。これにより被災地のニーズと企業との出会いを創りながら、収入を地域に還元する場を創出する。
・また、事業創出WSで出た事業アイディアを実現するために東北で起業したい人と企業による検討会（マッチング）を行う予定。

②食歩学守の事業自走化への検証、他地域への適用

・浦戸諸島は季節毎の多品種少量生産を行うことから商品性を探る。また季節×４島全体でのレシピ・ガイドウォークの商品化を行い、①で告知、販売支援行うとともに、島の人たちが暇になる春～夏にかけて多くなるツーリストへの波及効果を狙い、収入増加につながる本格的事業に挑戦する。
・南三陸では持続可能な林業の可能性を探索しながらガイドウォークを継続、サポート見込み企業への紹介プログラムとして拡大予定。また、２地域の事例を活用しながら「食歩学守」事業を他地域へ展開する研修事業も行う。（候補地・気仙沼）