

「新しい東北」官民連携推進協議会
令和2年度 岩手県意見交換会（第1回） 議事概要

令和2年6月17日
「新しい東北」官民連携推進協議会事務局

【日 時】令和2年6月17日（水）14:00～16:00

【場 所】復興庁 岩手復興局 4階 会議室 ／ 復興庁本庁 会議室

※上記2つの会議室に分かれ、テレビ会議を実施

【出席者】

<副代表団体> (順不同)

株式会社岩手銀行、岩手県、国立大学法人岩手大学、特定非営利活動法人いわて連携復興センター、
復興庁総合政策班、復興庁岩手復興局

<事務局>

PwC コンサルティング合同会社

【議事概要】

1 開会

1.1 開会の挨拶

今年は東日本大震災から10年の節目であり、これまでの活動を振り返り今後を展望するいい機会である。制度面でも復興庁設置法が改正され復興庁の延長が決まった。この協議会が継続して被災地の復興に貢献していくため、引き続きご協力を賜るよう、復興庁より挨拶した。

2 各団体の取組紹介

各参加団体より、取組紹介資料（資料2-1以降）をもとに取組を紹介した。

3 「実践の場」開催報告

事務局より、事務局提出資料（資料1）をもとに以下の点を説明した。

- ① 今年度の意見交換会の方向性
- ② 今年度の意見交換会の進め方
- ③ 実践の場の企画背景

4 実践の場の企画案の説明

事務局より、事務局提出資料（資料1）をもとに、現時点での実践の場の企画案を説明した。

5 意見交換

岩手の復興活動に携わった人など、既存の関係人口との関わりを改めて強めることを目的に、過去の復興活動の成果と魅力を発信する。開催形式は新型コロナウイルスの影響を考慮し、オンラインの活用をベースしながら現地開催も絡める方向で検討する。沿岸部の連携先・ニーズの

検討にあたっては、第2回開催までに沿岸部の地域内でハブとなる団体にヒアリングを行う。本日の議論やヒアリング結果を踏まえて、企画案の詳細化を進める。

＜主なご意見＞

- ・ 関係人口増加に取り組むNPOは各市町村に多くあり、実際にコンテンツを提供する団体（プレイヤー）と地域内の活動全体をコーディネートする団体（コーディネーター）に分けられる。また、関係人口の切り口であれば観光などの取組をしている民間企業とも手を組みやすいため、関係人口のテーマに関心がある。現在は新型コロナウイルスの影響で岩手に人を呼ぶことが難しいが、来年度以降の交流人口増加に繋げることができるのでと考えている。
- ・ 新型コロナウイルスの影響を受けて、沿岸部含め飲食業や観光業は大きな打撃を受けている。また、関東圏に事業所を置かない事例やテレワークの推奨で働き場所としての地方が見直されていると思う。ワーケーションにも繋がる形で、関係人口・交流人口を増やせるとよい。
- ・ 岩手県内でも都市部企業の遠隔オフィスでのリモートワークの計画を進めている市町村もある。全国に向けた発信は新型コロナウイルスの影響もあり配慮が必要だが、このような動きが将来的には県外からの移住・定住につながっていけばよいと思う。
- ・ 観光を目的としたイベントだと、内容や集客が開催時期に左右される。被災地の魅力は観光だけではないので、今回の企画だけで関係人口を増やすことをゴールにするのではなく、魅力を発信してきっかけをまずつくり、来年以降の訪問者増加に繋げられるとよいのではないか。
- ・ 岩手県庁にはこれまで全国の都道府県から復興に携わる行政職員が派遣されているほか、県庁を介さない市町村間の派遣ネットワークもある。例えば、復興に携わった県外からの行政職員に働きかけ、震災から10年経った現在の岩手の状況を知ってもらうことは意義のあるものと思う。
- ・ 関係人口を新たに増やすだけでなく、関係を結びなおすことも企画の目的としてよいのではないか。
- ・ 沿岸部の復興状況や震災教訓等を県内外に広く発信することを今年度の企画目的としている。そのため、新たな関係人口を増やさなければいけないわけではなく、復興に関わった方や岩手と関わりがある方などこれまでに少しでも繋がりのあった方に今の岩手の復興状況を知ってもらうことに十分意義があると考える。
- ・ 情報発信ツールではNPO団体を応援している人や活動に参加した人をターゲットに動画を発信し、さらにその人から拡散することをイメージしていた。
- ・ 新型コロナウイルスの影響次第で集客型の企画が実施できない、あるいは人が集まらないことも考えられる。それならばオンライン形式を前提に、現地に来てもらうことなく関係人口を増やすことに特化するのも一つの方法である。飲食店に声掛けをし、過去その店舗に足を運んだ人をターゲットにしてオンラインイベントを開催するはどうか。店舗直送の食品を食べながら交流する会を沿岸部12市町村の店舗で同時に実施するイメージ。日頃から来店者とこまめにやりとりをしている事業者なら、クラウドファンディングやSNSなどを使ってお店のファンにアプローチするチャネルを持っているように思う。

- ・ 実践の場の集客は新型コロナウイルスの影響もあり不確定要素が多いので、オンラインに特化した開催形式を検討してもよい。飲食店の他にも、特産品・伝統工芸品・工業製品などの製造業、観光業なども連携対象の候補になるのではないか。中間支援組織のネットワークを用いての情報発信もできるのではないか。
- ・ オンライン開催と現地開催の双方に意義があるため、集客型イベントを開催しつつ、オンラインでも発信するのがよいと思う。一案として、沿岸地域のうち北部・中央・南部の三拠点で会場を作り同時中継することも考えられる。
- ・ 動画での魅力発信だけでなく、オンラインでのワークショップも検討できる。その場合、魅力の発信（A）と復興活動の活性化（B）という2つの方向性を組み合わせたものが考えられる。
- ・ 現地＋オンラインで検討するなら、内陸の人には現地に来てもらい、県外の人はオンライン参加ということも考えられる。県内の宿泊を推進する方針にも合致する。
- ・ wiz や、パソナ東北創生など比較的長期のインターンシップを実施している団体では延べ何百人もの学生が関わっていると聞いている。こうした団体は日常的に OB・OG とリモート会議をしているようなので、同様にまちづくり・地域づくりに携わっている団体に協力いただくのも一案である。また、陸前高田グローバルキャンパスは岩手大学と立教大学により開設された交流活動拠点であり、こうしたネットワークもある。
- ・ ボランティアセンター時代から関わりのある、関係人口増加の取組を行っている NPO も多くある。
- ・ 行政職員以外にも「結の場」関係で被災地企業にノウハウを伝授した大手支援企業も連携可能な候補と考えられる。また、今でも首都圏で東北被災地の企業内マルシェを CSR 等の一環で実施する企業や自治体が 50 件程度あり、新規に検討している企業もあると聞く。このような企業のネットワークも活かせると思う。
- ・ 新たな関係人口の増加を目指すのではなく、岩手とこれまでに関わりのあった人を参加者像とすることがこの場の共通認識だと思う。その上で、地域毎に関わりのある人が異なるため、沿岸部の方が具体的にどういった関係人口・交流人口を有しているのか・求めているのかを把握する必要がある。現地のニーズを拾うと参加する側も受け入れる側も前向きに実践の場に取り組めると思う。
- ・ 開催地域を選定する際、三陸 DMO センターや県域の経済団体にヒアリングすることも手である。
- ・ 岩手県は同窓会や県人会が活発に見え、中学や高校単位での強いつながりがあると思う。同窓会会員の多くは東京や仙台に出ているので、思い出のある場所・店が震災を経てどうなったかという切り口で企画すると関心を持ってもらえるのではないか。
- ・ 各団体は自分達でもゆかりのある人物に働きかけられるので、協議会として提案する際には、協力いただける団体に対してどういったメリットを提供できるのかを考える必要がある。
- ・ 他の情報提供元としては、新型コロナウイルスの関係で危機感を持っている、沿岸部の商工会等が挙げられるのではないか。
- ・ 沿岸の地域でハブになる団体がないと実践の場に関わる団体を募ることが難しいと感じた。

地域でハブになる団体と意見交換していきたい。

6 閉会

第2回意見交換会では実践の場の詳細について具体化を進める。8月～10月頃に開催予定。事務局より別途、日程調整を依頼する。第2回意見交換会開催前に意見照会を行うので、その際にはご協力をお願いしたい。

以上