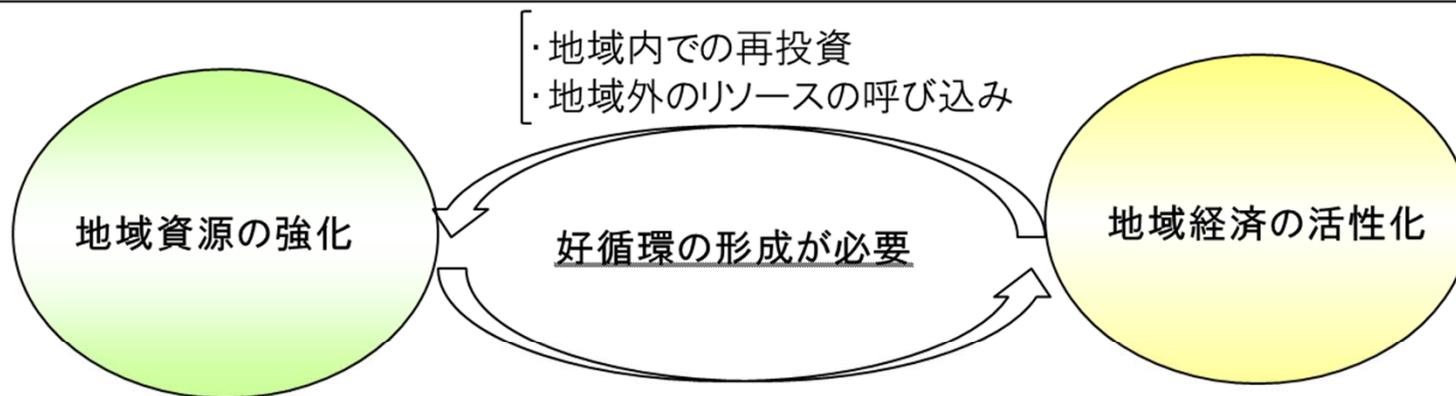


## 高い発信力を持った地域資源を活用する社会 検討メモ(案)

- 東北には地域資源(地域に存在する利用可能な要素(地形、気候、食材、景観、歴史、技術・技能等))が豊かに存在。
- 高い発信力を持つこれらの地域資源を活用し、地域全体が一体となり、被災地外と交流しつつ復興を進める機運の中で、
  - ① 地域資源の潜在的に有している価値の発掘・認識、
  - ② その価値の維持・向上、
  - ③ 市場への地域資源の価値(商品、サービス等)の売込により、地域固有の魅力を伸ばしつつ、多様な連携と市場との直接的なつながりにより、独自に富を創出し(「価値共創ビジネス」)、経済的にも持続的に発展する社会を目標とする。
- 生産から市場化までの様々な取組を統合し、地域経済の活性化と地域資源の強化との間の好循環を形成していくことが必要。  
※「価値共創ビジネス」…企業と顧客の継続的な相互関係に基づいて価値を創造するビジネスモデル



### 地域ぐるみでのその地域にしかない「宝」の高度活用

- ・ブランド化
- ・川下産業、市場、異分野との連携
- ・地域内における高付加価値化
- ・先進的な取組への人材の呼び込み
- ・コミュニティ、ネットワークの形成・活用 等

## 「高い発信力を持った地域資源を活用する社会」について 検討メモ

### 1 検討の視点

- (1) 東日本大震災により、東北の地域産業の発展に向けた課題(人口の減少傾向、製造業におけるアジア等新興国との競争等)が先鋭化。復興の取組の中で、単なる復旧を超えて、さらに、人材の優位性やモノづくりへの地道な姿勢を活かして、東北の特色(強み)の「差別化」や「優位性」を確立することができないか。
- (2) 東北には地域資源(その地域に存在する利用可能な要素(地形、気候、食材、景観、歴史、技術・技能等))が豊かに存在。  
多様な地域資源を活用した商品、サービス等は、他の地域や海外では代替できない独自の魅力を持つ非価格競争力の高いものとなり得る。特に、地域全体が一体となり、被災地外と交流しつつ復興を進める機運は、地域資源の活用にも有効。
- (3) そのため、地域全体として、
- ① 地域資源の潜在的に有している価値の発掘・認識
  - ② その価値の維持・向上
  - ③ 市場への地域資源の価値(商品、サービス等)の売込
- により、独自に富を創出し、地域固有の魅力を伸ばしつつ、同時に地域外や市場と積極的につながることで、経済的にも持続的に発展する社会を目標とする。この目標達成のため、生産から市場化までの様々な取り組みを統合して、地域経済の活性化と地域資源の強化との間に「好循環」を形成していく。
- (4) 農林漁業者や観光業者等からのヒアリング、既に芽生えている優良事例の分析により、「新たな東北」における地域資源を活用した社会への道筋を提示し、政策の手当が必要な事項を検討する。

### 2 現状認識

- (1) 震災後の東北の現状
- 農業・水産業・観光業は改善が見られるが、本格的な復興が今後の課題。
  - 鉱工業生産能力は震災前の水準にほぼ回復したが、業況は経済動向の影響を受けている。
  - 事業再開にこぎつけた企業の中でも、7割の企業は震災前の売り上げ水準に戻っていない一方、震災前よりも売り上げを伸ばしている企業も2割。対象企業の業種別の売り上げでは、水産・食品加工業、旅館・ホテル業が厳しい。
  - 全体として東北経済が着実な回復を続けている一方、被災企業の復興に向けた

進捗状況の地域格差が顕著に。

○また、東北内陸部では、自動車最終組立工場の進出を機会に、自動車部品関連産業等の集積が進みつつある。

## (2) 東北における地域資源

### ① 地域資源の例

#### ○豊かな自然環境

- ・ 広大な森林面積、豊かな漁場、長い海岸線、豊富な水資源…
- ・ 気候・風土を活かした自然公園
- ・ 冬の気候を利用したウインタースポーツ、温泉

#### ○観光資源としての高い評価を得る景勝地

#### ○盛んな農林水産業を利用した郷土料理

#### ○文化的景観(特に、農林水産業に関するもの)

#### ○歴史的な重要無形民族文化財、伝統的工芸品

#### ○質の高い労働力に支えられたものづくり技術

②東北では、これらの地域資源を活用した、多種多様で特色豊かな農林水産業・食品製造業、観光業が存在しており、これらを踏まえた、地域資源を活用した持続的な発展に向けた高い潜在可能性がある。

(3) 地域資源の活用のための取組(地域ぐるみでのその地域にしかない「宝」の活用)  
豊富に存在する地域資源を磨き、活用し、今後の本格的な復興の取組の中で、地域資源を活かした下記のような取組が期待。全体として、独自の強みを持つ地域資源に根差し、消費者や川下産業との継続的な交流に基づいた「価値共創ビジネス化」の方向。

(※「価値共創ビジネス」…

企業と顧客の継続的な相互関係に基づいて価値を創造するビジネスモデル)

#### ○地域資源の価値の発掘・認識

- ・ 外部視点(大学、若者、女性、企業等)による地域資源の価値発見
- ・ 地域資源の価値の客観的な評価(エビデンス)による発信力の強化
- ・ 景観と歴史、文化を結びつける等地域資源の複合的な利用

#### ○地域資源の価値の維持・向上(高い発信力を有する地域資源の育成)

- ・ 地域資源のブランド化(復興ブランド、地域ブランド)
- ・ 高付加価値化

(例:水産物の衛生管理の高度化、新商品の開発…)

- ・ 品質の維持・管理

(例:地域ぐるみでの品質基準の策定と遵守)

- ・地域コミュニティによる名称管理  
（例：地域団体商標の取得・維持…）
- ・地域資源の価値を共同利用する分野横断的な取組  
（例：観光農園、地域製品の一体的な販売…）
- ・地域ぐるみでの地域資源の管理  
（例：住民による街なみの保全・管理…）

#### ○地域資源の価値の売込（高い発信力を有する地域資源の活用）

地域資源を高価格で売り込み、利益を地域社会に還元。

→需要の把握・創出、需要に沿う商品、サービス等の開発・提供

- ・販路開拓・輸出  
（例：ビジネス・マッチング、観光物産展、商談会…）
- ・多様な情報発信主体の活用  
（例：テレビ等のマスコミ媒体、口コミ（Facebook, twitter）…）
- ・支援者との太いつながり  
（例：「復興」というアピール（食べて応援）…）
- ・川下・異業種との連携・クラスター形成  
（例：需要に沿った加工、IT、医食農連携…）

#### （4）地域資源活用の事例とポイント

##### ①地域資源活用の事例

東北を含む各地において、地域資源を活用した様々な取組が実施。

##### ②ポイント

- ・地域の取組の核となる者の存在  
→地域における産学連携研究を支援するコーディネーターによる技術指導、地域の人材を結びつけた研究グループの形成。地域ぐるみでのブランド野菜の生産
- ・地域内外の人材・組織のネットワーク化  
→地域ぐるみの生態系の保全を活用した米の栽培・売込。大学等の関係者の知識を活かした新製品・事業の開発
- ・商品、サービス等の高付加価値化・品質の向上  
→水産業の衛生管理の高度化。福島における風評被害対策も見据えた生産管理の徹底
- ・地域・産業の分野を超える連携の取組  
→林業・製材業産業から設計・施工に至る事業者グループの連携による地域材や地場産品等を活用した木造の住宅の整備

- ・ 起業家意識を持って市場と直接つながる
- ・ 地域資源の多様な用途への活用  
→ 地域鉄道の観光への活用

### 3 政策の手当が必要な事項の検討

#### (1) 政策の方向性

- ① 地域資源の状況は地域ごとに異なり、地域資源を活用した社会の構築に向けた政策は、各地域の実情にあったものであるべき。
- ② 地域資源の活用の取組が一過性のものに終わらず、持続的な地域社会の発展につながるためには、地域資源を活用した取組を行う環境整備にとどまらず、地域全体への広がりのある内発的な取組を促進する環境整備も行うべき。
- ③ 特に、地域資源の価値を引き出すために地域のコミュニティが一体となった取組の促進が必要。また、地域資源活用の取組の付加価値がなるべく地域内で発生することが重要。
- ④ 単なる施設整備ではなく、地域の人々の知恵を働かせるような政策を行う。
- ⑤ 省庁ごとの産業分野別の政策に加え、復興という観点からの横断的な政策も必要ではないか。

#### (2) 「価値共創ビジネス化」と「好循環」の形成を目指すために政策の手当が必要な事項

##### (例)

- 地域資源の活用への意識付けや外部視点の導入
  - ・ 成功例の出版・普及、トップランナーの提示
  - ・ 地域資源の発掘や発信をする専門家プラットフォームの創設
  - ・ 外部人材との交流と現場体験
- 人材の活用の促進
  - ・ 地域の取組のリーダーや右腕となる人材の確保
  - ・ 農業等における新規就業者の呼び込み支援
  - ・ 女性、高齢者の活躍出来る環境整備（体への負荷を軽減する機器導入等）
  - ・ 復興現場での大学生インターンシップ
  - ・ 外部の専門家が住む場所の確保
- ネットワーク化の支援
  - ・ 被災地と支援者を結びつけるマッチングの促進
  - ・ 地域での取組の中心となる協議会の設置
  - ・ 事業者間の協業を進める研究会等の組織化
- サービス、商品等の品質の良さのエビデンスに基づくアピール

(パワーブランドの確立)

- ・品質情報の開示
- ・生産工程の管理
- ・リスクコミュニケーション
- ・試験認証機能の整備

○研究開発の促進

- ・生産方式、加工技術等の新規開発・高度化
- ・異分野連携による新たな市場の開拓

○ITを活用した取組の支援

- ・インターネットを活用した商品、サービス等の新たな顧客への提供
- ・専門技術・技能の数値化・汎用化による普及や若手への伝承
- ・ウェブ工学を利用した新たな提携先開拓を支援するシステム

○先進的な取組を行う事業者支援

- ・事業の立ち上がり時のリスク軽減（融資、補助）
- ・サプライチェーンの中核となる生産施設等のインフラ復旧
- ・除染や農地の復旧と同時に行う農地の大区画化による生産コスト低減
- ・水産業の衛生管理高度化等高付加価値化
- ・商標等地域ブランドの保護

○震災を契機とした世界への発信

- ・世界への飛躍に向けた中小・中堅企業に対するゲートウェイ機能
- ・空港、港湾等におけるグローバル化への対応