



公益社団法人
福島相双復興推進機構
(福島相双復興官民合同チーム)

資料6

福島相双復興官民合同チームの取組状況について

2 0 2 1 年 1 2 月

公益社団法人
福島相双復興推進機構

福島相双復興官民合同チームの体制

チーム長
(相双機構理事長)

北村 清士（株式会社東邦銀行 相談役）

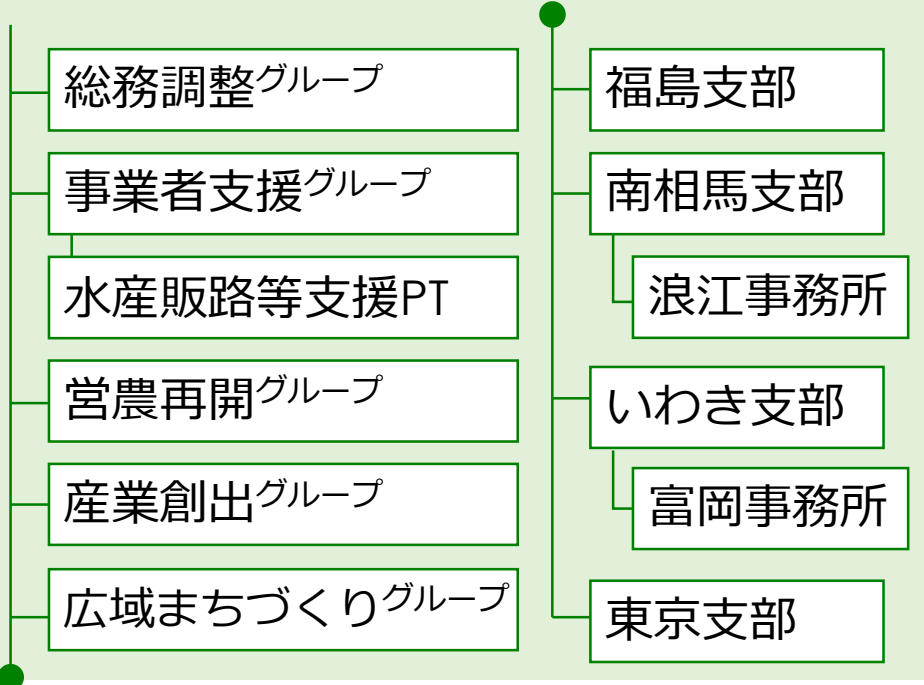
構成員数

281名（うち、常駐員：223名）

体制

<福島相双復興官民合同チーム>

公益社団法人
福島相双復興推進機構



福島県
(農林水産部)

原子力災害対策本部
(農林水産省)

(独)中小企業
基盤整備機構

令和3年11月1日現在

官民合同チームの歩み

- 2015年6月の閣議決定に基づき新たな支援主体（官民が一体となったチーム）として創設
- 福島県原子力被災12市町村における地域経済・社会の再建への寄与がミッション



官民合同チームの支援対象地域

-  : 原子力被災12市町村
-  +  : 水産支援15市町村

本部・福島支部
福島市栄町

南相馬支部
南相馬市原町区

南相馬支部
浪江事務所

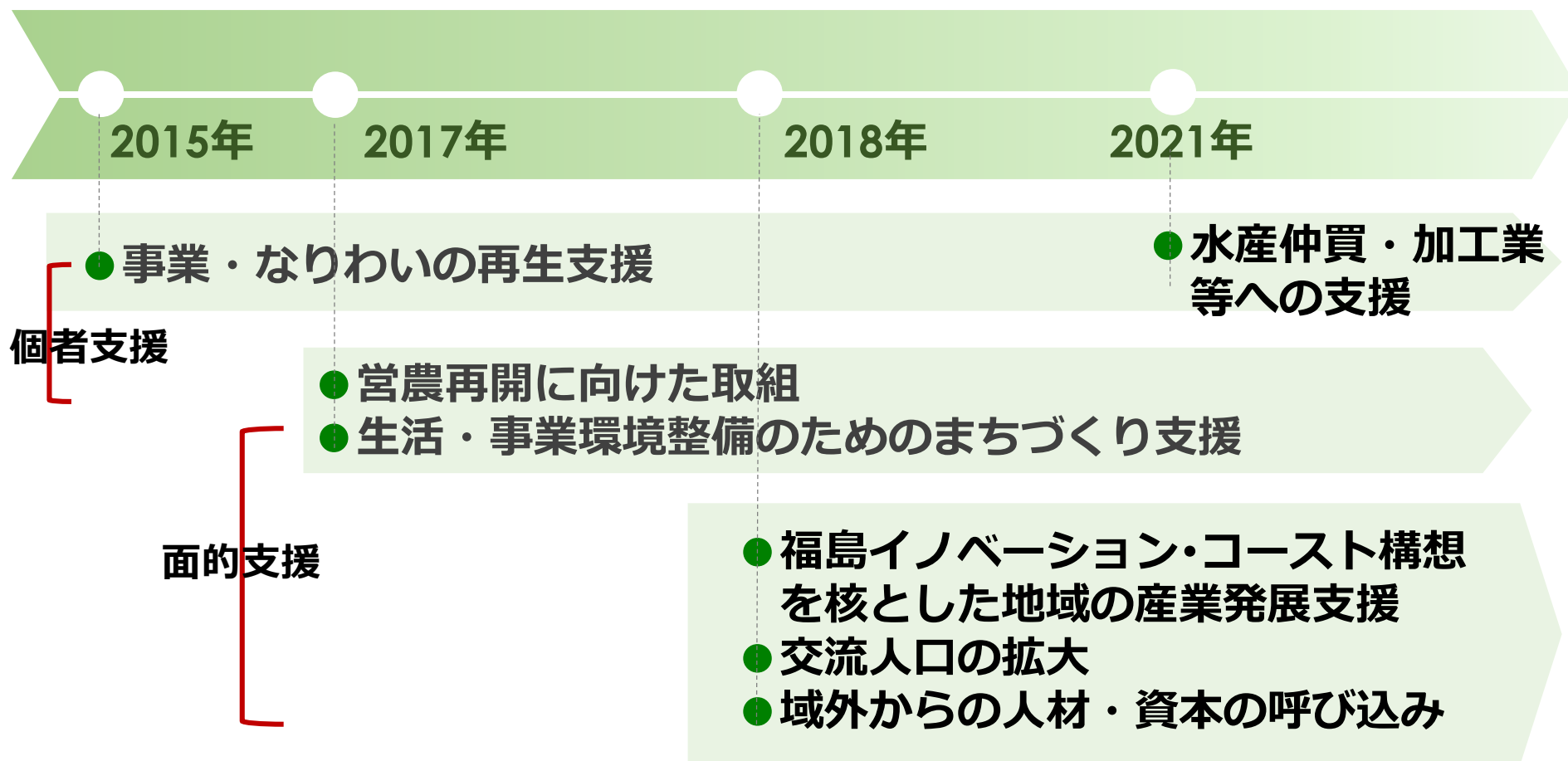
いわき支部
富岡事務所

いわき支部
いわき市平

東京支部
港区三田

官民合同チームの主な業務

- チーム設立以降、被災事業者の個別訪問や事業再開支援等の推進に加えて、生活・事業環境整備のためのまちづくり支援など段階的に取組を拡大
- 地域の産業発展や交流人口拡大等に資する取組を拡充



今後に向けた課題

事業・なりわいの再生支援

- 避難指示解除から間もない地域や帰還困難区域・特定復興再生拠点での帰還再開・創業事業者を中心に支援を強化

営農再開に向けた取組

- スマート農業の導入など先駆的な取組を推進
- 農業者の販路拡大の取組を支援

まちづくり支援等の面的な取組

- 関係人口・移住者と帰還住民が融和するまちづくり
- 交流人口・関係人口の拡大／サプライチェーン強化に向けた取組

水産仲買・加工業等への支援

- 新商品の開発・販路拡大を通じた新たなビジネスモデルの開拓
- 最終消費者までに至る流通構造の改善

相双地域の目指すべき将来像

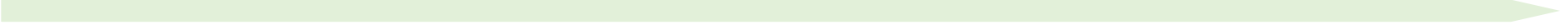
福島相双地域の復興とは

- 事業再開意向のある事業者（商工業・農業）が、持続可能で自立的な経営を行っている状態
- 住民帰還・商圈回復が進み、海外を含めた域外からの人口の流入や交流人口が目に見える規模で増加するなど、持続可能なコミュニティが再生・自立している状態

福島相双地域の抱える課題は全国的な共通課題

- 復興が達成されれば、課題対応に成功したモデルケースとなり、福島相双地域は**事業を始める上での「希望の地」**となる
- 官民合同チームに蓄積した知見は**全国の中小企業者支援に活用可能**
- さらに、**イノベーションによる社会課題解決にチャレンジ**する先導的な地域を目指す

【参考】取組の具体例 等



官民合同チームの取組の例

事業・なりわいの再生支援 ～浪江町請戸の復興へ向けた支援～

- ◆ 浪江の請戸漁港の中核となっていた**柴栄水産**(水産卸売・加工業)は震災後、別の場所での再開を検討したが、浪江町からの強い要望を受け**帰還再開を決意**。
- ◆ 再開に至るには従業員不足や再開計画の策定等、課題が山積。**官民合同チームは、平成30年7月から支援を開始**。事業者の浪江町への想いを自分事として、開業に向けたオペレーションの支援や、キャラクターの製作・商標登録など、事業者にとことん寄り添った支援を実施。
- ◆ 令和2年4月、請戸漁港の試験操業にあわせて**震災以降9年ぶりに再開**を果たす。同年7月には施設内直売店もオープン。
- ◆ 請戸漁港の水揚げが少ないことが課題(週2～3回)となっており、継続的に支援中。



店舗外観



店内の様子

営農再開に向けた取組 ～新たな流通体制の構築～

- ◆ 葛尾村の営農再開拡大に向け、村で整備された園芸施設を活用した農産物の生産拡大の取組が進められる中、震災以降、村の農産物の出荷は地元直売所が中心であり、**村外への出荷を模索**。
- ◆ 村内農産物の集荷について、村内の食品加工会社向けに流通経路を持つ卸売業者が、復興交流館あぜりあで良い野菜が出荷されていることを確認。**村外の商品スーパーへの出荷を可能に**。
- ◆ **10月22日に初出荷**が行われ、しいたけ、ピーマン、青大豆を出荷。



10月22日から出荷された農業者



出荷の様子

【農産物の出荷のイメージ】



官民合同チームの取組の例

双葉町のまちづくり支援 ～エリアマネジメントの取り組み～

- ◆ 住民・事業者・地権者等が複数存在する特定の地域における良好な環境や地域の価値を維持・向上させるための、関係者による主体的な取組であるエリアマネジメントの意識付けを進め、企業と連携したアート・デザインを軸にしたブランド力形成等の具体的な取り組みを開始。

【ハード面】

- ・快適で魅力に富む環境の創出や美しい街並みの形成
- ・資産価値の保全・増進

(株) OVERALLS (立地企業とコラボ)



ランドポート (株) (双葉モデルリリース)

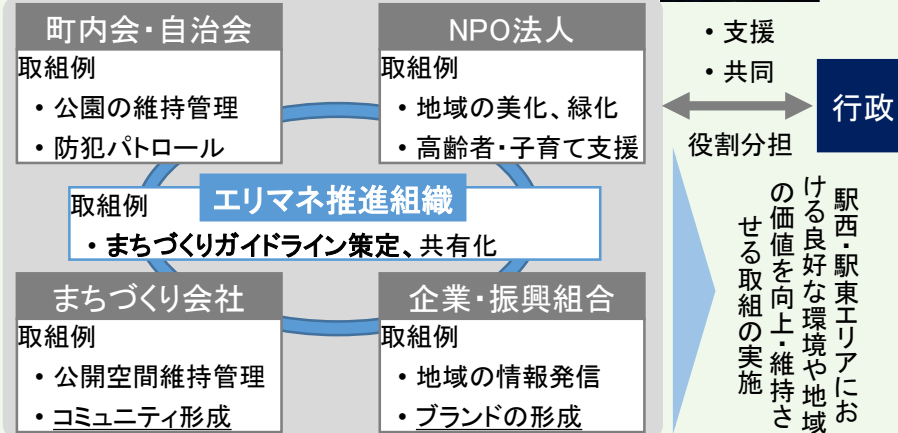


使用時風景

【ソフト面】

- ・人を惹きつけるブランド力の形成
- ・安全安心な地域づくり
- ・良好なコミュニティの形成

【エリアマネジメントのイメージ】



水産仲買・加工業等への支援 ～「常磐もの」の魅力発信に向けた取り組み～

- ◆ 組合に所属しない仲買・加工事業者の把握に向け、チラシを作成。銀行の窓口や商工会議所を通じて配布・周知することでさらなる支援対象事業者の掘り起こしを実施。
- ◆ いわきFC(株)いわきスポーツクラブ)、福島県漁業協同組合連合会と連携して「常磐もの」の魅力や美味しさを発信する取り組みを開始。



チラシ



いわきFCのNEWS
RELEASE