

地域再生計画

- 1 地域再生計画の名称
「森里海ひと」の地域ブランド化推進計画
- 2 地域再生計画の作成主体の名称
宮城県本吉郡南三陸町
- 3 地域再生計画の区域
宮城県本吉郡南三陸町の全域

4 地域再生計画の目標

4-1 地域の現状

南三陸町（以下「本町」という。）は、宮城県の北東部、三陸リアス海岸の南部に位置し、東に口を開けた志津川湾を抱くようにして、三方を北上山地の支脈に囲まれている。町境が分水嶺であることから、町域でほぼ一つの流域を形成し、それ故、森・里・海のつながりを直観的に感じられる地形となっている。

人々はその恵みを受けて、主に林業、農業、漁業から暮らしの糧を得てきた。

近年はカキ、ホヤ、ホタテ、ギンザケやワカメといった養殖業が盛んで、稚魚のふ化・放流に始まるシロザケの漁獲等と併せ、水産加工業などの町の産業を支え、また、農漁業体験や民泊体験を軸とする教育旅行の受け入れに力を注いでいる。

4-2 地域の課題

町内の人口は少子化と高齢化が顕著である。大学や専門学校等の高等教育機関の立地もなく、地元企業の業種も水産加工業等に偏り、就業先の選択肢が限られる環境にあっては、若者の流出は構造的な課題でもある。平成12年には19,860人（合併前の旧志津川町・旧歌津町の合計値）であった人口が、平成22年には17,429人と12%減少した。

東日本大震災の被災は、この人口減少に大きく拍車をかけるものとなった。死者・行方不明者は832人（うち、町民782人）を数え、その年の転出者は1,779人に上った。震災から5年以上が経過したが復興事業は続いており、住環境整備は高台造成や災害公営住宅整備の最終段階にあり、壊滅した市街地については、未だ地盤整備の段階で、賑わいを取り戻すには至っていない。平成27年度末の人口は13,717人と、平成22年の21%減、平成12年度比では31%の減と大きく落ち込んでおり、人口減少対策が急務となっている。

その結果、町内産業の生産額も減少しており、中でも1次産業総生産額はピーク時

の5,491百万円（平成18年度）から3,053百万円（平成25年度）まで落ち込んでいる。

4-3 目標

人口減少傾向が続く中では、これを単にピーク時の生産量に回復させることは困難であるが、商品一つ一つの高付加価値化で単価を向上させ、総生産額を押し上げる努力は不可欠である。そのことで事業収支が改善し、地域経済の好循環を生むとともに、結果として事業従事に対する魅力の向上や地域の活力向上につながっていくからである。

一方で、被災経験を糧として、これまで密植状態にあったカキ養殖を見直し、子どもたちに誇れるカキをつくろうという生産者の動きが、日本初のASC認証^(注1)取得へとつながり、また、被災の影響を直接受けなかった林業家が、自らFSC認証^(注2)取得に取り組む事例が生まれてきている。さらに、家庭の生ごみを分別してエネルギーと液肥に変換するバイオガス事業の導入など、これまで以上に環境にも配慮した官民の取り組みが始まっている。

FSCやASCに代表される環境認証製品を積極的に採用する動きは世界の潮流となってきた。2012年のロンドンオリンピックでは「持続可能性を考慮した調達」が重要視され、スタジアム建設などにはFSC材が優先的に利用され、紙製品もFSC等の環境認証を受けたものの使用が義務付けられた。こういった考え方はその後のオリンピックにも引き継がれている。リオデジャネイロ大会では、FSC認証製品の利用はもちろん、提供される魚介類は、MSC（海洋管理協議会）認証またはASC認証のもののみとされており、続く東京大会でもこれらの調達方針が踏襲される見込みである。

また、企業でもFSC認証製品を使う取り組みが加速しており、日本テトラパック株式会社、日本生活協同組合連合会、スターバックスなどで、認証紙を使った製品が使われている。

日本ではなじみの少ないASC認証も、当町のカキ養殖場での認証取得と同時にイオンなど大手スーパーからの引き合いがくるなど、今後は持続可能な生産方式を証明する環境認証が、世界中の企業や消費者が商品選択をする上で、一つの基準を与えるものとなると考えている。

東京オリンピックを一つの呼び水として、当町のFSCやASC認証を核とした地域産品の知名度を上げ、養殖密度を下げることで実現した大ぶりのバージンオイスター（1年ものの産卵前のカキ）や赤白のコントラストが美しい南三陸杉材、あるいはそれらを用いた商品開発により、高品質適性価格のブランドとしてのイメージ構築を行う。

当町にはこれまで、東日本大震災を契機に多くのボランティアが入り、さまざまな企業や台湾を中心とする海外からのご支援も頂いてきた。これらの個人や団体、ある

いは国や地域とのつながりは、当町の震災復興の上で大きな力となった。このつながりを継続すべく、町では南三陸応援団を立ち上げ、広く団員を登録して情報発信を行い、あるいは台湾からのインバウンド客を誘致し、教育旅行やホームステイの受け入れを継続的に行うなどしている。

こういった方々とのリアルなつながりを元に、C S A (Community Supported Agriculture: コミュニティーが支持する農業) の考え方を漁業や林業にも浸透させ、当町の責任ある1次産品を支持していただける「共感市場」を形成することも、適正価格化・高付加価値化にとっては重要な要素である。実際に、米の無農薬栽培に取り組む農家が、企業の支援でC S Aへの取組みを行い、市場の倍の価格で取引が成立した例も見られる。

こうした新たな市場の開拓と、環境にも配慮した責任ある生産方式にこだわった1次産品作りを町全体で進めることにより、地域産品の高付加価値化を図り、いたずらに生産量の拡大を目指すものではない1次産業総生産額の回復を実現する。

これらに取り組む事業者を中心に、町内の地域資源を用いた商品・サービスをさらに磨き上げ、あるいは掛け合わせることで付加価値を向上させ、同時に環境にも配慮することで持続可能な地域産業の発展を目指す。この動きを町内の他の事業者にも広げるとともに、本町ならではの地域ブランドとして発信することで、まちの魅力を底上げし、付加価値向上による雇用創出や産業創出を図り、住民が誇りを持てる魅力ある地域の創出につなげることを目的とする。あわせて、この取組みに共感する移住者や交流人口の増加により地域全域の賑わい創出を目指す。

(注1) A S C 認証: 「A S C (Aquaculture Stewardship Council: 水産養殖管理協議会)」が認証する養殖版海のエコラベル。環境に大きな負担をかけず、地域社会や人権にも配慮して操業している養殖場を認証し、その養殖場で育てられた水産物であることが一目でわかるよう、エコラベルを貼付して消費者に届ける制度。宮城県漁業協同組合志津川支所が南三陸町戸倉地区のカキ養殖場について、平成28年3月30日、日本初のA S C 認証取得。

(注2) F S C 認証: 「F S C (Forest Stewardship Council、森林管理協議会)」が認証する森林のエコラベル。持続的な資源活用を目的に、責任ある森林管理を認証する国際的な環境認証制度。F S C のマークが入った製品を買うことで、消費者は世界の森林保全を間接的に応援できる仕組み。南三陸町では平成27年10月、民間事業者と町がつくる南三陸町森林管理協議会が宮城県内初のF S C (F M) 認証を取得。

【数値目標】

K P I	参画事業者数	ブランド認定件数	第1次産業生産額	創業件数	年月
申請時	0件	0件	3,053百万円 (H25実績)	0件	H28.3
初年度	5件	0件	3,555百万円	2件	H29.3
2年目	10件	基準策定	3,723百万円	3件	H30.3
3年目	15件	2件	3,890百万円	5件	H31.3
4年目	20件	8件	4,058百万円	10件	H32.3

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

5-2(3)に記載

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

まち・ひと・しごと創生寄附活用事業に関連する寄附を行った法人に対する特例
(内閣府)：【A2007】

(1) 事業名：南三陸「森里海ひと」の地域資源ブランド推進事業

(2) 事業区分：地域産業の振興

(3) 事業の目的・内容

(目的)

日本初のASC認証や県内初のFSC認証など、南三陸の地域資源を用いた商品・サービスの付加価値向上と持続可能な地域産業の発展を目指したブランド化を官民が連携して推進することにより、地域の1次総生産額の増大と創業や雇用を創出する。町内に持続可能で魅力ある事業が多数生まれることで、住民が誇りを持てる魅力ある地域を創出することを目的とする。

(事業の内容)

○地域資源プラットフォームの構築・運営

FSCやASCに代表される国際認証の考え方を根底におき、品質や生産方法にまでこだわった、誇りを持てる地域産品を認証する南三陸ブランド基準を策定し、震災後の多くのつながりを生かした国内の共感市場やアジアを中心とする海外市場での評価の確立とブランド化による付加価値向上を目指す。

そのために地域ブランドの管理及びブランド産品の育成と地域商社機能を併せ持つ

「地域資源プラットフォーム」を官民協働で構築し、運営を行う。

地域資源プラットフォームはF S C認証・A S C認証取得者である南三陸森林管理協議会の会員や宮城県漁業協同組合志津川支所（カキ養殖生産部会）及び南三陸町バイオマス産業都市構想の担い手となっている事業者などから構成される。町内の異業種の若手経営者らが設立したバイオマス産業都市構想の賛同企業である合同会社MMRを中心に責任運営体制を構築する。

地域資源プラットフォームは地域産品の魅力の発信による顧客作りという地域商社機能を発揮するとともに、地域資源に関する情報を一元的に集積することで、森里海の資源を組み合わせた高付加価値化につながる商品開発を引き出したり、起業家が地域資源にアクセスしやすい状況（プラットフォームが窓口となることで、A S Cのカキ養殖生産者や、F S Cの木材生産者からの原材料購入等が容易にできることなど）を作り出し、起業家参入による新たな価値の創造を図る。

○地域資源活用人材育成

地域資源プラットフォーム構築に賛同する意欲ある事業者を、地域資源の付加価値向上を行う上でのリーダーとして育成するため、外部有識者や資源の付加価値化を具現化できる人材を招へいし、セミナーやワークショップを開催する。

具体的には、食材の輸出を手掛けているバイヤーを招へいしたセミナーにより、香港・台湾向けの商品の可能性を学ぶ。アジアでは経済成長とともに生ガキを食べる習慣が広がっており、日本の2倍近い価格での取引実績もあるというバイヤーからの聞き取り結果もあることから、ワークショップにより地域産品を用いた海外向け商品開発コンセプトの具現化を図るなど、各事業者が付加価値の高い商品開発を行うために必要な考え方、世界の最新動向の捉え方を学ぶための研修機会を提供する。

これらの活動により、高付加価値化の実現のために必要な戦略を整え、カキ養殖生産者や地域商社としての地域資源プラットフォームが具体的な売り先開拓を行うことで、1次産品単価向上を図る。このスキームを森里海の他の資源にも適用し、1次産品全体の生産額の向上を実現する。

○森里海協働基盤整備支援

南三陸ではF S C認証取得を契機として、山主、森林組合、製材業、エコツアーガイド、写真家、研究者や地域文化の担い手などが「山さ、ございん」というプロジェクトを結成し、デザイン塾や絵本の製作など、南三陸を山から発信する活動を行っている。

同様にA S C取得を契機として、生産者、漁協、水産加工業者、地域の起業家が「海さ、ございん」プロジェクトを立ち上げ、「戸倉っこかき」としてA S Cのカキの知名度を上げようとしている。

また、里ではバイオガス事業で産出する液肥を用いた循環型農業の取組みや無農薬によるササニシキ、トウキ（薬草）の栽培など、新たな取組みが起こっている。

さらには、これらの地域資源に可能性を感じた社会起業家が移り住み、腰を据えて起業家育成を手掛けようとしている。

これらの団体や個人が、それぞれの製品の付加価値を高める活動をしていくことはもちろん重要なことであるが、同時にこれら関係者がコ・ワーキングオフィスやミーティングスペースとして利用できる場ができれば、対話が促進され、それぞれの持つ資源やアイデアの交換が、新たな商品開発や新規事業のきっかけをもたらすものとなる。

これら森里海の資源を活用した活動を行う団体が気軽に利用できるコ・ワーキングオフィスや戦略会議を行うスペースを整備するための費用の一部を補助し、地域の資源を用いて創業したい移住者等の呼び込みをはかるとともに、異業種の事業者同士のコミュニケーションを促進し、コラボレーションによる付加価値商品開発を加速化する。

そのための異業種事業者が協働して商品開発を行うために必要な講師謝金や、試作品の製作費、消耗品費、材料費等の活動に係る経費について、一定額を補助する。

また、地域資源の持続的な活用を推進する上では、地域の子どもたちに対し、地域資源の内容やその活用策について理解を深める活動を行い、次世代を育成することも重要となるため、団体による地域の子どもたちへの普及等の活動について、事業費の一部を支援する。

○国際認証等取得促進

南三陸ブランドの根底を形作る特徴の一つであるA S C認証やF S C認証等の国際認証の取得促進に向け、現状の課題や見込まれる効果を整理し、農林漁業者や町民等に向けて分かりやすく取得の効果や取得に関する費用、取得方法等の発信を行うことで、認証取得者の広がりや対象種、対象分野の拡大などの横展開を図る。

この事業により、世界に通じる客観的な評価を獲得した地域産品づくりへの機運を高め、こうした地域全体の取組みについて共感する層を引き付けるとともに、高付加価値化の土台作りを強化する。

○未利用資源活用実証試験と地域資源研究

水産系廃棄物や、養蚕の衰退により利用されなくなった桑などに代表される、地域の未利用資源の高付加価値化による新規事業構築のため、地域資源プラットフォームが大学などの研究機関や企業と共同して行う仮説検証や方法論の検討などの実証試験を支援する。また、遊休農地を活用したエネルギー作物の生産などを例とするような、新たな資源の発掘やテクノロジーの導入による価値の向上を目的として地域資源プラットフォームが主体となっていく地域資源研究への取り組み等を支援することで、地域内の起業・創業を活発化し、第1次産業生産額の増加に貢献するとともに、持続可能な地域づくりを推進する。

→各年度の事業の内容

- 初年度) ① 地域資源プラットフォームの構築に向けた協議会を設置し、地域資源の付加価値向上につながる地域商社としての在り方や、地域ブランドの育成・管理を達成するための運営方法、組織形態等について検討を行う。その結果を受けて、効果の高い地域資源プラットフォームの仕組みや運営方法について、広く関係者の合意や支援を引き出しつつ、組織立ち上げへ向けた準備を行う。
- ② 地域資源活用人材の育成のため、初年度は東の食の会事務局代表として三陸の水産物のブランディングに取り組んでいる高橋大就氏らを講師として招へいし、セミナー・ワークショップを開催する。高橋氏はオイシックス株式会社執行役員海外事業部部長として香港等への食材輸出にも造詣が深く、顧客目線から商品開発の在り方を学ぶことで、生産者らが行う產品の高付加価値化の具体的な方策や戦略についてのビジョン形成を支援する。特にASC認証取得のカキについては、先行して高付加価値化を狙った海外向けや、国内のオイスターバー等へ向けた新規販路開拓への取組みを実践し、生産者単価の向上を目指す。
- ③ 協働オフィス整備や森里海の事業者らの自主的な活動に対し、事業費の支援を行うことでコラボレーションのアイデアを加速させる場づくりを行うとともに、次世代の子どもたちが地域資源への理解を深めるための活動についても支援する。具体的には、既存の施設を改修してコ・ワーキングオフィスやミーティングスペース等を整備し、森里海の產品を扱う事業者や起業家等の対話や協働が生まれる場を形成する事業に対し、補助金の交付を行う。また、事業者らが協同して行う、森里海の產品の組み合わせや起業家のアイデアを活かした付加価値の高い商品開発等の事業に対し、一定額を補助するとともに、これらの事業者が行う、次代を担う子どもたちに向けた地域資源への理解を深める活動（例えば、地域資源の教材づくりや学習活動等）を補助金により支援する。
- ④ 国際認証の横展開に向けた調査を行い、現状の課題と見込まれる効果を整理し、どうやったら認証に参加できるのか、どの程度の費用が掛かり、どのような効果が見込まれるのか、といったことを町内の事業者等に分かりやすく伝えるためのパンフレット等、普及促進に資するツールを作成する。
- 2年目) ① 地域資源プラットフォームの組織立ち上げを行い、地域商社機能の具現化を図るとともに、地域ブランド基準についての具体的な検討を進める。
- ② 引き続き地域資源活用人材の育成を進めるため、より実践的な販路開拓や高付加価値化に直結するセミナーやワークショップを開催する。
- ③ 国際認証の横展開の推進のため、普及促進ツールによる周知を強化し、認証取得希望者への支援を行う。

- ④ 未利用資源の活用に向けた仮説検証のため、大学等適切な機関と連携しながら必要な試験や検討を行う。
- 3年目) ① 地域資源プラットフォームの運営を軌道に乗せ、地域ブランド基準の策定や具体的な地域ブランド製品の先行的な認定を行うとともに、地域商社機能の発揮による販路開拓を推進する。
- ② 前年度に引き続き、国際認証等の横展開を進める。未利用資源活用において、事業化を目指した実証試験を行う。
- ③ さらなる地域資源の発掘に向け、地域資源研究体制を整備し、町などが別途実施する創業支援事業とも連携して起業家・創業家への発信を強化しつつ、地域資源研究を実施する。
- 4年目) ① 地域プラットフォーム事業による地域ブランド製品育成を加速化し、地域商社機能を強化しつつ、国内の共感市場や香港・台湾を中心とする海外市場への高付加価値商品の供給体制を本格化する。
- ② 地域ブランド認定基準の基礎要件とできるよう、国際認証の横展開を支援し、その取り組み自体を発信することで共感市場のさらなる開拓を図る。
- ③ 地域資源研究体制整備を本格化し、起業家・創業家との協働を加速することで、新たな地域製品の創出を図り、第1次産業総生産額の増加を実現するとともに、持続可能な地域の魅力づくりへの仕掛けを強化する。

(4) 地方版総合戦略における位置付け

南三陸町総合戦略では、基本目標とそれを実現するための施策が掲げられており、それぞれKPIを定めて取り組むこととしている。本取り組みは「事業4-2-①南三陸ブランドの育成と管理」として記載の事業であり、以下の基本目標実現に直接寄与するものである。

○基本目標1 私たちは地域の仕事を輝かせます

【KPI：町内新規雇用者数150名（年間）・創業件数20件（累計）】

○各目標に共通する取り組み（官民連携で南三陸らしさを実現する）

【KPI：協働による活動創出数5件以上（年間）】

施策4-2 南三陸ブランドを輝かせる（地域シンクタンクの創設）

事業4-2-① 南三陸ブランドの育成と管理

【KPI：南三陸ブランド基準の策定、ブランド認定件数10件（累計）、
参画事業者数20件（累計）】

(5) 事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標(K P I)）

K P I	参画事業者数	ブランド認定件数	第1次産業生産額	創業件数	年月
申請時	0件	0件	3,053百万円 (H25実績)	0件	H28.3
初年度	5件	0件	3,555百万円	2件	H29.3
2年目	10件	基準策定	3,723百万円	3件	H30.3
3年目	15件	2件	3,890百万円	5件	H31.3
4年目	20件	8件	4,058百万円	10件	H32.3

(6) 事業費

南三陸「森里海ひと」の地域資源ブランド化推進事業費内訳 (単位：千円)

プラットフォーム 設立・運営事業	年度	H28	H29	H30	H31
	事業費計	5,175	8,000	16,000	13,000
区 分	報償費	555	1,340	0	0
	旅費	300	700	0	0
	委託料	4,320	5,840	0	0
	需用費	0	120	0	0
	負担金補助及び 交付金	0	0	16,000	13,000

地域資源活用人材 育成事業	年度	H28	H29	H30	H31
	事業費計	4,708	5,000	0	0
区 分	報償費	203	400	0	0
	旅費	185	600	0	0
	委託料	4,320	4,000	0	0

コ・ワーキング基 盤整備事業	年度	H28	H29	H30	H31
	事業費計	9,000	0	0	0
区 分	負担金補助及び 交付金	9,000	0	0	0

国際認証等取得促 進事業	年度	H28	H29	H30	H31
	事業費計	9,072	4,000	2,000	2,000
区 分	委託料	9,072	4,000	2,000	2,000

未利用資源活用実証事業	年度	H28	H29	H30	H31
	事業費計	0	4,000	8,000	0
区分	負担金補助及び 交付金	0	4,000	8,000	0

地域資源調査・研究事業	年度	H28	H29	H30	H31
	事業費計	0	0	6,000	6,000
区分	負担金補助及び 交付金	0	0	6,000	6,000

(7) 寄附の見込額

(単位：千円)

南三陸「森里海ひと」の地域資源ブランド化推進事業	年度	H28	H29	H30	H31
	事業費計	27,955	21,000	32,000	21,000
	寄附額計	1,100	1,100	1,100	1,100
寄附法人	食料品製造業	1,000	1,000	1,000	1,000
	飲食料品卸売業	100	100	100	100

(8) 事業の評価手法（P D C Aサイクル）

(評価の手法)

事業のK P Iである参画事業者数、ブランド認定件数、第1次産業生産額、創業件数について、実績値を公表する。また、当町の住民と産官学金労言の委員からなる南三陸町総合戦略推進会議において、事業の結果を検証し、改善点を踏まえて次年度の事業計画を改良することとする。

(評価の時期・内容)

毎年度6～7月に南三陸町総合戦略推進会議を開催し、前年度の効果検証を行い、また11月～12月には同会議において中間報告を行うことで、翌年度以降の取組方針を決定する。

(公表の方法)

目標の達成状況については、検証後速やかに南三陸町公式ホームページ上で公表する。

(9) 事業期間 平成28年8月～平成32年3月

5-3 その他の事業

該当なし

6 計画期間

地域再生計画認定の日から平成32年3月31日まで

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7-1 目標の達成状況に係る評価の手法

事業のK P Iである参画事業者数、ブランド認定件数、第1次産業生産額、創業件数について、実績値を公表する。また、当町の住民と産官学金労言の委員からなる南三陸町総合戦略推進会議において、事業の結果を検証し、改善点を踏まえて次年度の事業計画を改良することとする。

7-2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

毎年度6～7月に南三陸町総合戦略推進会議を開催し、前年度の効果検証を行い、また11月～12月には同会議において中間報告を行うことで、翌年度以降の取組方針を決定する。

7-3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

目標の達成状況については、検証後速やかに南三陸町公式ホームページ上で公表する。