

（２）農業

■ 産業の将来像

- 環境への配慮を地域ブランドに、安全・安心を付加価値とした『消費者や事業者の信頼を高めた選ばれる商品づくり』を目指します。

■ 産業振興施策

（安定的な生産・供給・品質の確保）

- 生産者と農協が協力して生産者ネットワークを結び、安定した生産量や品質を確保し、消費者・市場・事業者ごとのニーズにあわせて出荷できるような環境づくりを進めます。
- 流通業者や小売店と連携したマーケティングにより安定した市場の確保、販路の拡大を推進します。

（GAP¹認証の取得）＊2

- 町と生産者は、液肥の効果的な使用方法を確立して利用促進を図るとともに、化学肥料や農薬等の低減化、トレーサビリティシステム²の導入、GAP等各種認証制度の取得等により、消費者や事業者等の信頼を高め選ばれる商品づくりを推進します。

- 1) GAP（Good Agricultural Practice）：農業において、食品安全性、環境保全、労働安全等の持続可能性を確保するための生産工程管理の取り組み
- 2) トレーサビリティシステム：食品の生産、加工、流通などの各段階で、原材料の出所や製造元、販売先などの記録を記帳・保管し、食品とその情報を追跡できるようにすること

（特産化・産地づくり）＊2

- 生産者と農協が協力して市場ニーズに対応した戦略品目を定め、付加価値の高い競争力のある商品を安定的に供給し、特産化を推進します。
※例）「黄金の輪菊」「春告げ野菜」「南三陸産仙台牛」「南三陸米ひとめぼれ」等
- 町は関係機関と連携して新たな商品開発に向けて、事業者間のマッチングによる異業種連携や地元高校等を含めた産学官連携等による調査・研究等、付加価値を高める取り組みを支援します。

（生産から加工・販売・サービス分野への展開）

- 生産者自らが加工・流通販売を一体的に行うなど、生産者と商工業者が連携して新しいビジネスの展開や経営形態の創出を推進します。

（担い手の育成・確保）＊1＊2

- 生産者は農協と協力して高齢化や担い手不足に対応するため、集落営農など経営組織の合理化の取り組みを推進します。また、新規就農希望者等の受け入れ体制の強化を推進します。
- 関係機関等が連携し農業を担う若者等の新規就農希望者を募集し、就農に向け

た実践研修や就農準備等の総合的支援を実施し、担い手として育成を推進します。

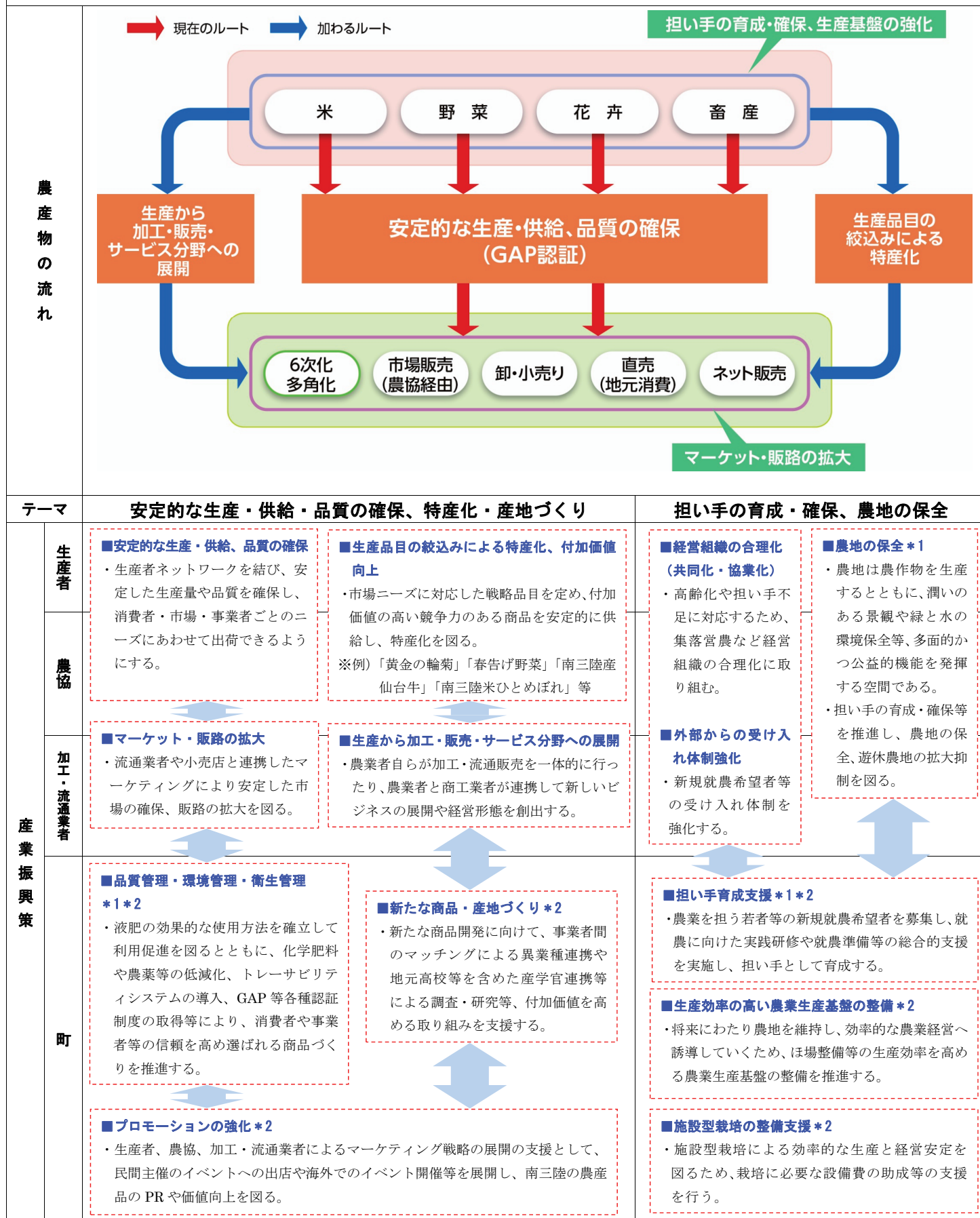
(農地の保全)

○農地は農作物を生産するとともに、潤いのある景観や緑と水の環境保全等、多面的かつ公益的機能を発揮する空間です。

○担い手の育成・確保等を推進し、農地の保全、遊休農地の拡大抑制を図ります。

＊1：「南三陸町第2次総合計画」掲載事業

＊2：「産業・交流復興に向けた施策検討業務 報告書（平成27年3月）」掲載施策



*1:「南三陸町第2次総合計画」掲載事業 *2:「産業・交流復興に向けた施策検討業務 報告書 (平成27年3月)」掲載施策

(3) 観光

■ 産業の将来像

- 地域への誇りと愛着が伝わる『地域・産業が一体となった南三陸ブランドのおもてなし』を目指します。

■ 産業振興施策

(産業連携による新しい商品・サービスの創出)

- 次世代を担う経営者による業種の垣根を越えた勉強会等の仕組みづくりを行い、常に新しいアイデア、商品、サービスの創出を目指します。

(観光地域づくりプラットフォーム¹の機能強化) *1

- 中間支援組織（観光協会等）が中心となって、観光地域づくりのための企画立案、コーディネート、国内外への情報発信の機能強化を推進します。
- 地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役としての組織・人材の育成を図ります。

- 1) 観光地域づくりプラットフォーム：旅行先の地域が主体となり、各種体験や地元産品等当該地域ならではの観光資源を活用して造成された旅行商品の販売を行うため、地域内の旅行商品提供者と市場（旅行会社、旅行者）をつなぐワンストップ窓口としての機能を担う事業体

(地域資源と食を連動させた滞在型宿泊サービスの提供)

- 宿泊業者が中心となって、滞在型サービスの提供に伴う料理メニューの開発を推進します。
- リピーターを含む海外からの観光客の増加を図るため、インバウンド²に対応した従業員の教育・サービスの充実を図ります。

- 2) インバウンド：外国人が訪れてくる旅行のこと

(観光客向け飲食メニューの開発)

- 年齢層、性別、時間帯、食事・デザート・おやつなど、ターゲットニーズにあわせた価格帯・メニューの開発を推進します。

(滞在型の旅行商品づくり) *2

- 宿泊を前提としたプログラムの開発や学生等を対象とする民泊の受け入れ拡大などの商品づくりを推進します。

(地域資源を活用した体験から学ぶプログラムの充実)

- 若い世代の産業の担い手などが中心となって、学びの要素を取り入れた漁業・農林業体験、ものづくり体験の充実を推進します。

(二次交通³の整備)

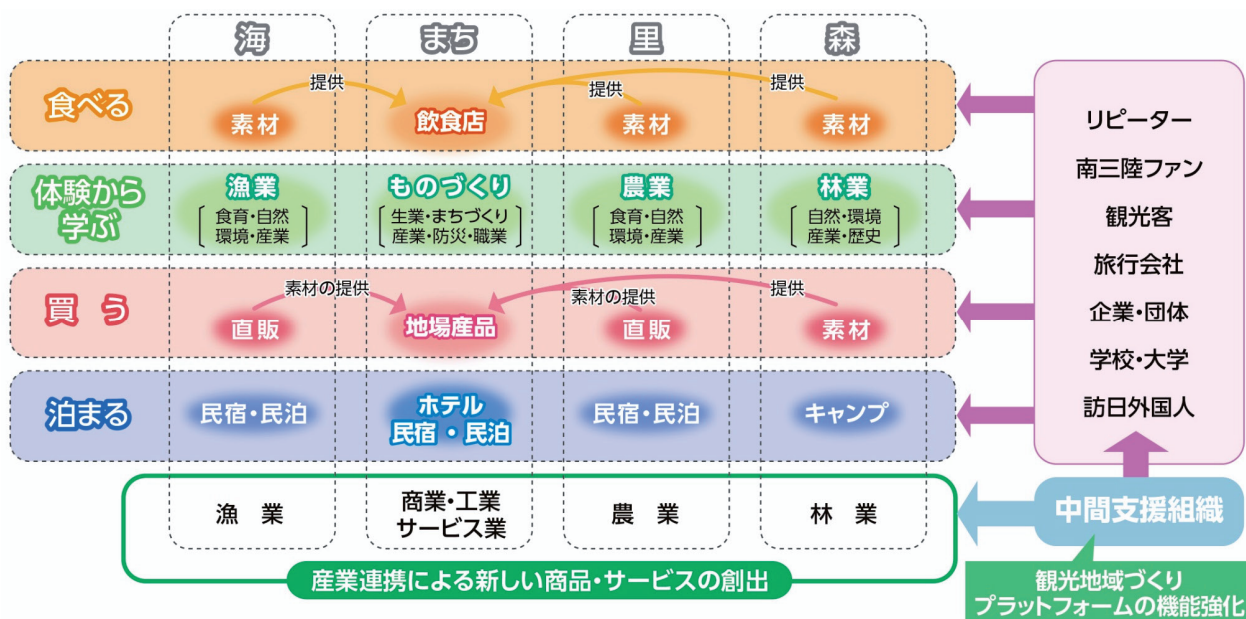
○高齢者や学生、グループや個人など幅広いターゲットを対象に滞在型旅行の利便性を向上させるため、二次交通³など移動手段の改善、整備を推進します。

3) 二次交通：拠点となる駅から観光地までの交通のこと

*1：「南三陸町第2次総合計画」掲載事業

*2：「産業・交流復興に向けた施策検討業務 報告書（平成27年3月）」掲載施策

観光の地域や産業とのつながり



テーマ		プラットフォームの機能強化	戦略的プログラムの展開	二次交通の整備
産業振興策	宿泊業	■産業間連携による新しい商品・サービスの創出 ・町内のあらゆる産業が密接に連携をとることによって、常に新しいアイデア、商品、サービスを生み出す。 ・勉強会等の開催	■地域資源と食を連動させた滞在型宿泊サービスの提供 ・滞在型サービス提供に伴う料理メニューの開発 ・インバウンドに対応した従業員の教育・サービス内容の見直し	
	飲食業		■観光客向け飲食メニューの開発 ・ターゲットニーズにあわせた価格帯・メニューの開発	
	農林水産・サービス		■地域資源を活用した体験から学ぶプログラムの充実 ・漁業・農林業体験 ・ものづくり体験 ■資源の提供 ・料理の素材提供 ・地元産材の提供 ■資源を活かした商品開発（生産から加工・販売・サービスへの展開）	
	観光協会		■観光地域づくりプラットフォームの機能強化 ・企画する ・コーディネートする ・情報発信する ■滞在型の旅行商品づくり*2 ・宿泊を前提としたプログラムの開発や学生等を対象とする民泊の受け入れ拡大などの商品づくり。 ■食のプロモーションの強化 ・観光客をターゲットとしたPR・観光サービスの展開 ・農林水産業と連携した国内外における「南三陸ブランド」の戦略的プロモーション	■二次交通の整備 ・滞在型旅行の利便性を向上させるための二次交通など移動手段の改善、整備の推進
	町		■観光施設、産業関連事業者ネットワーク形成事業*1 ■地域プラットフォーム体制整備事業*1 ■防災教育プログラムの充実 ■自然・産業体験型交流推進事業*1 ■南三陸広域団推進事業*1 ■国内外タウンプロモーション事業の推進*1 ■二次交通の支援	

*1:「南三陸町第2次総合計画」掲載事業 *2:「産業・交流復興に向けた施策検討業務 報告書（平成27年3月）」掲載施策

(4) 商工業

■ 産業の将来像

- 『暮らしを支える商品・サービスの提供』と『消費者を惹きつける商品・サービスの開発』を目指します。

■ 産業振興施策

(人材・担い手の育成・確保) *1*2

- 商工業の担い手を確保するため新規就業希望者等の職業体験を推進します。
- 商工業への興味や地元への就職に関心を持ってもらうことを目的に、地元の学校等との連携を推進します。

(地元既存企業の支援) *1

- 金融機関との協調による支援策や町独自の支援制度の活用により、企業経営や事業の安定向上を図ることで足腰の強い産業を育成し、雇用の確保と地域活性化を促進します。

(連携強化と商店街活性化の支援) *1

- 経営、金融、税務面等の指導・相談を通して、経営の安定が図られるよう関係機関の連携を強化するとともに、賑わいを創出する仕組みづくりに協働で取り組みます。

(地域の資源を活用した起業・創業)

- 地域特性に適した地場企業、地域の資源を活用した起業・創業を推進します。

(市場ニーズの把握)

- 商工会やまちづくり会社を中心となって、観光や産業分野と連携し、南三陸町がターゲットとする市場が求めるニーズ・付加価値を把握・分析し、商品・サービス開発や企業誘致、PR戦略への反映を推進します。

(消費者を惹き付ける魅力ある商品開発)

- 異業種連携や地元高校生など若者の意見を取り入れた食の魅力づくりや商品開発を行い、消費の増加を推進します。

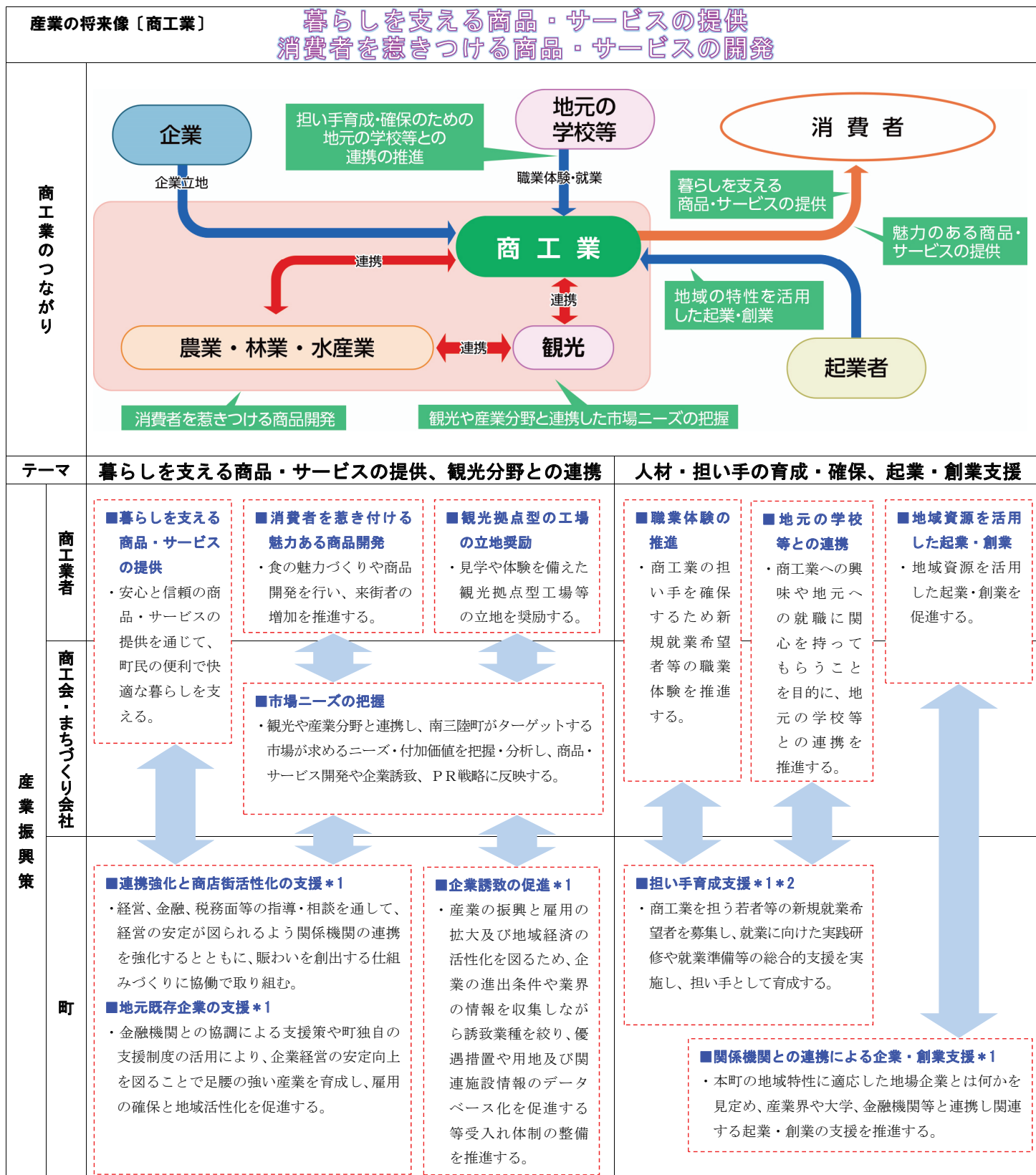
(観光拠点型の工場¹の立地奨励)

- 生産過程の見学や体験、つくりたての美味しさを楽しめる飲食コーナーなどを備えた観光拠点型の工場等の立地を奨励します。
- 町は産業の振興と雇用の拡大及び地域経済の活性化を図るため、企業の進出条件や業界の情報を収集しながら誘致業種を絞り、優遇措置や用地及び関連施設情報のデータベース化を促進する等受入れ体制の整備を推進します。

- 1) 観光拠点型の工場：ものづくりの現場を公開し、見学、体験、生産品の販売等を通じて集客機能を有する工場

＊1：「南三陸町第2次総合計画」掲載事業

＊2：「産業・交流復興に向けた施策検討業務 報告書（平成27年3月）」掲載施策



＊1：「南三陸町第2次総合計画」掲載事業 ＊2：「産業・交流復興に向けた施策検討業務 報告書（平成27年3月）」掲載施策

(5) 水産業

■ 産業の将来像

- 良質な商品を価値に相応しい価格で取り引きできる市場を開拓し『販路拡大・ブランド化』を図ります。

■ 産業振興施策

(漁業者、漁協、加工・流通業者によるマーケティング戦略の推進)

- 漁業者、漁協、加工・流通業者は、連携しマーケティング戦略を推進します。
- 加工・流通業者が売り先や規格を決めることで、漁業者が小売店や消費者ニーズに合致した水産物を価値に見合った価格で取り引きできるように努めます。
- 漁協と加工・流通業者と行政が一体となって、3地区¹の漁業者との調整役・パイプ役として重要な役割を果します。

1) 3地区：志津川地区、歌津地区、戸倉地区

(市場の活性化)

- 本町の様々な水産物を取り扱う市場の活性化を図り、価格形成力の強化、漁業者の手取り向上につなげます。

(市場外流通の開拓)

- 市場を通す従来の組合がまとめて入札するルートだけでは魚価の向上に限界があることから、価値に相応しい価格で取り引きできる市場外流通を開拓します。
- 開拓にあたってはマーケティング戦略に基づき漁協と加工・流通業者と行政が一体となって中心的役割を果します。

(ASC認証のアピール、COC認証の取得促進)

- ASC 認証の認知度向上と ASC 認証商品を消費者が選別できる環境を整えるため、MSC¹や ASC 認証商品を扱う生産者、流通・加工業者等とタイアップして広報活動や商品陳列コーナーの設置等を促進します。
- 加工・流通業者の COC 認証の取得を促進し、ASC 認証商品を消費者が選別できる環境を整えます。

1) MSC (Marine Stewardship Council)：持続可能な天然魚漁業に対する認証制度であり、水産資源や海洋環境を守って獲った水産物であることを認証する

（工場等の立地誘致）＊１

○復興事業により造成した水産業加工団地等を活かし、基幹産業である水産業の活性化を図るため、新たな商品開発等につながる加工施設等の誘致を推進します。

（３地区^１の連携、世代間の交流）

○３地区の連携や世代間の交流を促進します。

○若手世代による研究成果の商品化やプロジェクトを推進します。

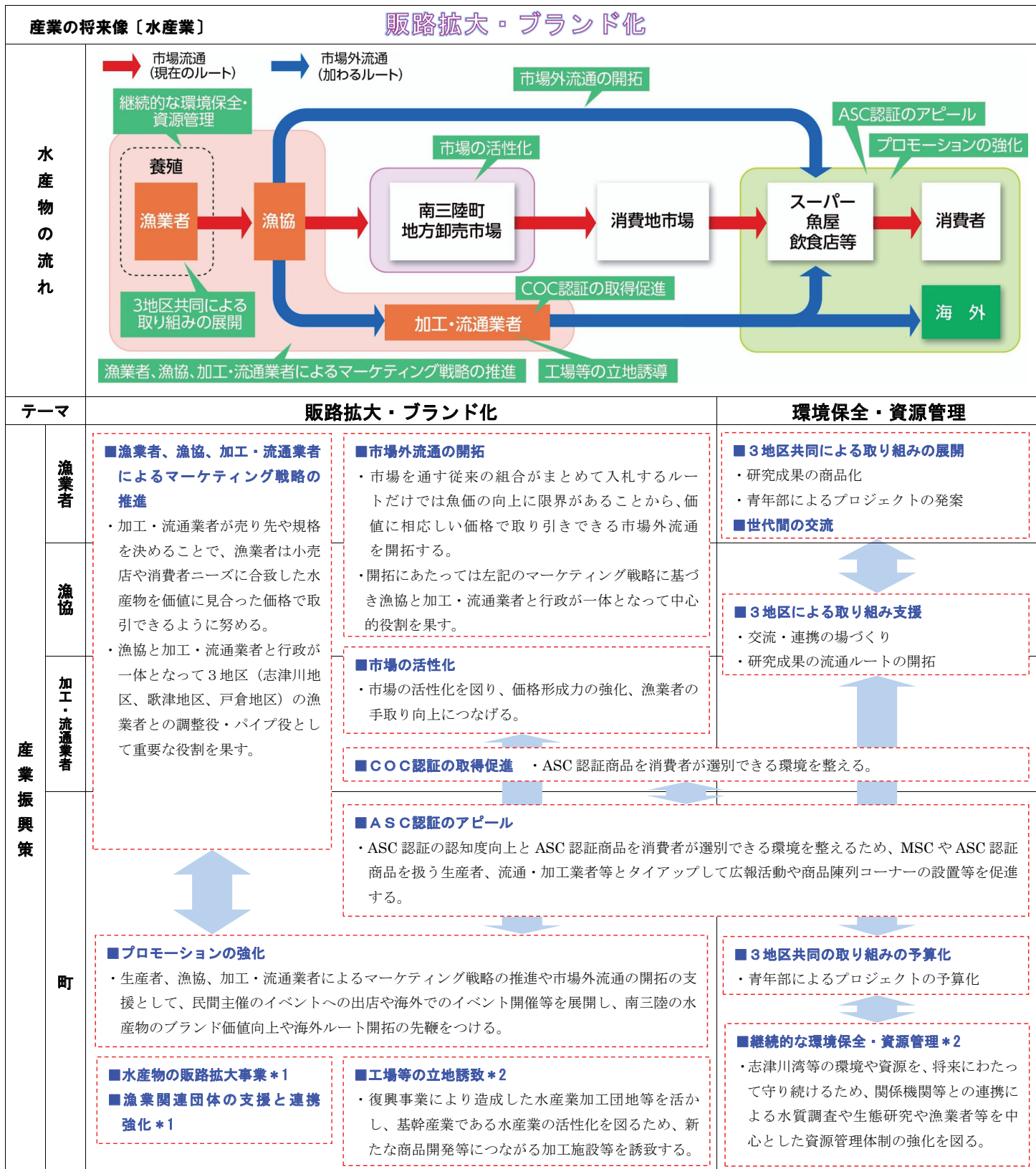
１）３地区：志津川地区、歌津地区、戸倉地区

（継続的な環境保全・資源管理）＊１

○2018年のラムサール条約^２登録を目指している志津川湾等の環境や資源を、将来にわたって守り続けるため、関係機関等との連携による水質調査や漁業者等を中心とした資源管理体制の強化を図ります。

２）ラムサール条約：特に水鳥の生息地として国際的に重要な湿地に関する条約。現在は水鳥の生息地のみならず、人工の湿地や地下水系、浅海域なども含む幅広い湿地を対象として、その保全及び適正な利用を図ろうとするもの。志津川湾は、環境省より「ラムサール条約湿地潜在候補地」として、平成22年に志津川湾の海藻の藻場が選定されている。

＊１：「産業・交流復興に向けた施策検討業務 報告書（平成27年3月）」掲載施策



＊1：「南三陸町第2次総合計画」掲載事業 ＊2：「産業・交流復興に向けた施策検討業務 報告書（平成27年3月）」掲載施策

5. 重点的に取り組む事項とロードマップ

(1) 産業振興ビジョンが目指す姿

○産業振興ビジョンが目指す 10 年後の姿は、産業と地域が一体となって、森・里・まち・海の地域ブランド（南三陸ブランド）を確立し、町内外の多くの人の結びつきによって、地域経済や活力が持続するまちです。

○次頁以降に、産業と地域が連携して取り組むテーマと産業振興ビジョンが目指す 10 年後の姿の概念図を示します。

■ 産業と地域が連携して取り組むテーマ

①付加価値の高い産業への転換

- ・環境への配慮と高い品質により消費者に選ばれる商品・サービスの提供者として、生産者・企業・地域が誇り、やりがいを感じられる付加価値の高い産業への転換を推進します。

②マーケティング機能の強化・人材育成

- ・生産と市場を結ぶマーケティング機能を強化し、既存の商品・サービスの向上や新たな商品・サービスの開発に活かします。
- ・生産と市場を結ぶマーケティングやコーディネートを中心となる組織や人材の育成を推進します。

③国際認証の取得・普及促進

- ・環境に配慮した地域・企業の一体となった取り組みと、安心・安全な商品への信頼の証として、森・里・まち・海の地域ブランドと結びついた国際認証等の取得を進め、マーケットや消費者への普及を促進します。

④生産・流通・消費（域内・域外）の拡大

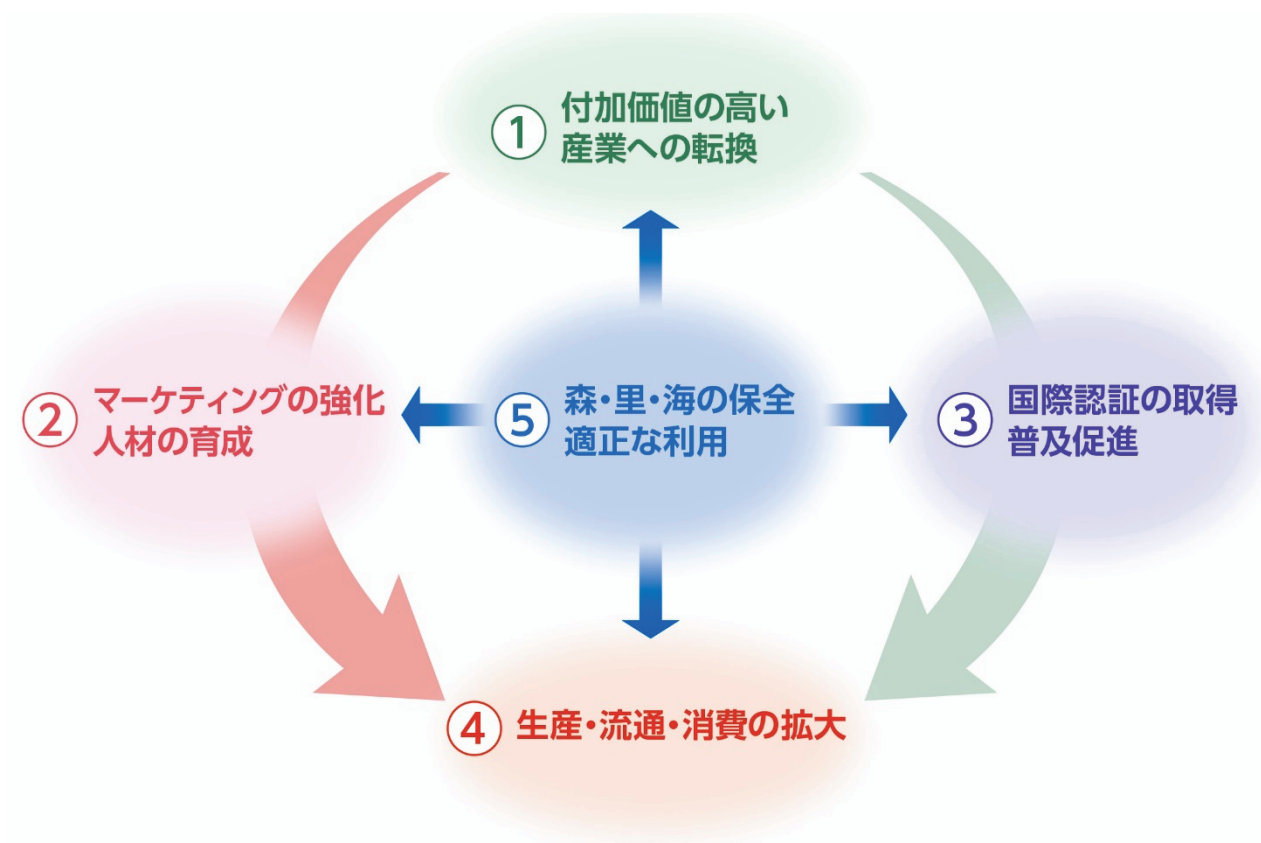
- ・生産と市場を結ぶマーケティングやコーディネートにより、域内・域外の消費の拡大を推進します。

⑤森・里・海の保全、適正な利用

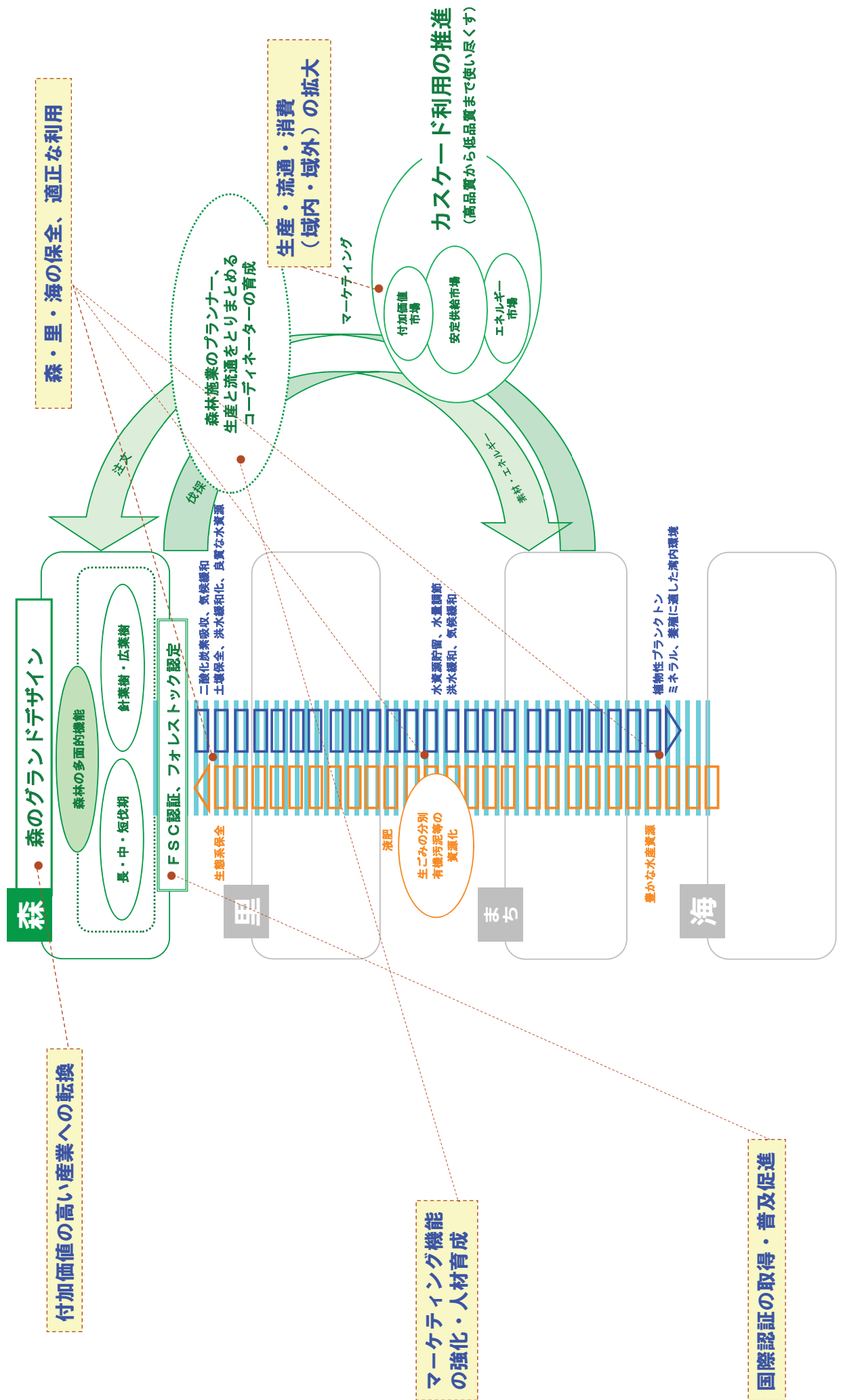
- ・森・里・海の保全と適正な利用を推進し、町の産業と結びつく、森・里・まち・海が相互に作用し生み出す環境（気候緩和¹、良質な水資源、土壤保全、生態系保全、湾内環境等）をこれからも大切にし、次世代に引き継ぎます。

1) 気候緩和：森林や田の水面からの蒸発発散等により周辺市街地の気温上昇を抑える効果（出典：農林水産省 HP「農業・農村の多面的機能」、林野庁 HP「森林の有する多面的機能」より編集）

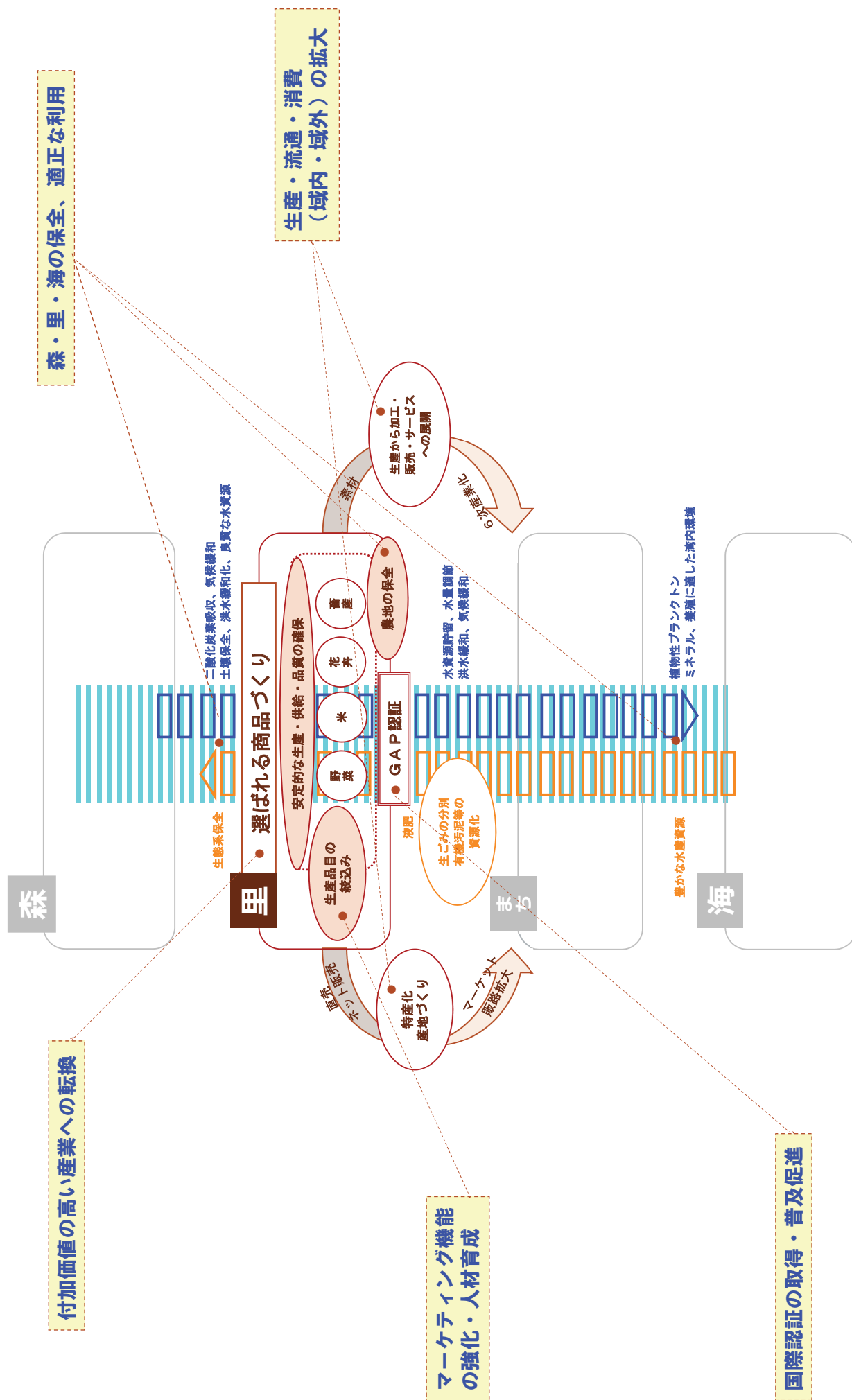
産業と地域が連携して取り組むテーマ



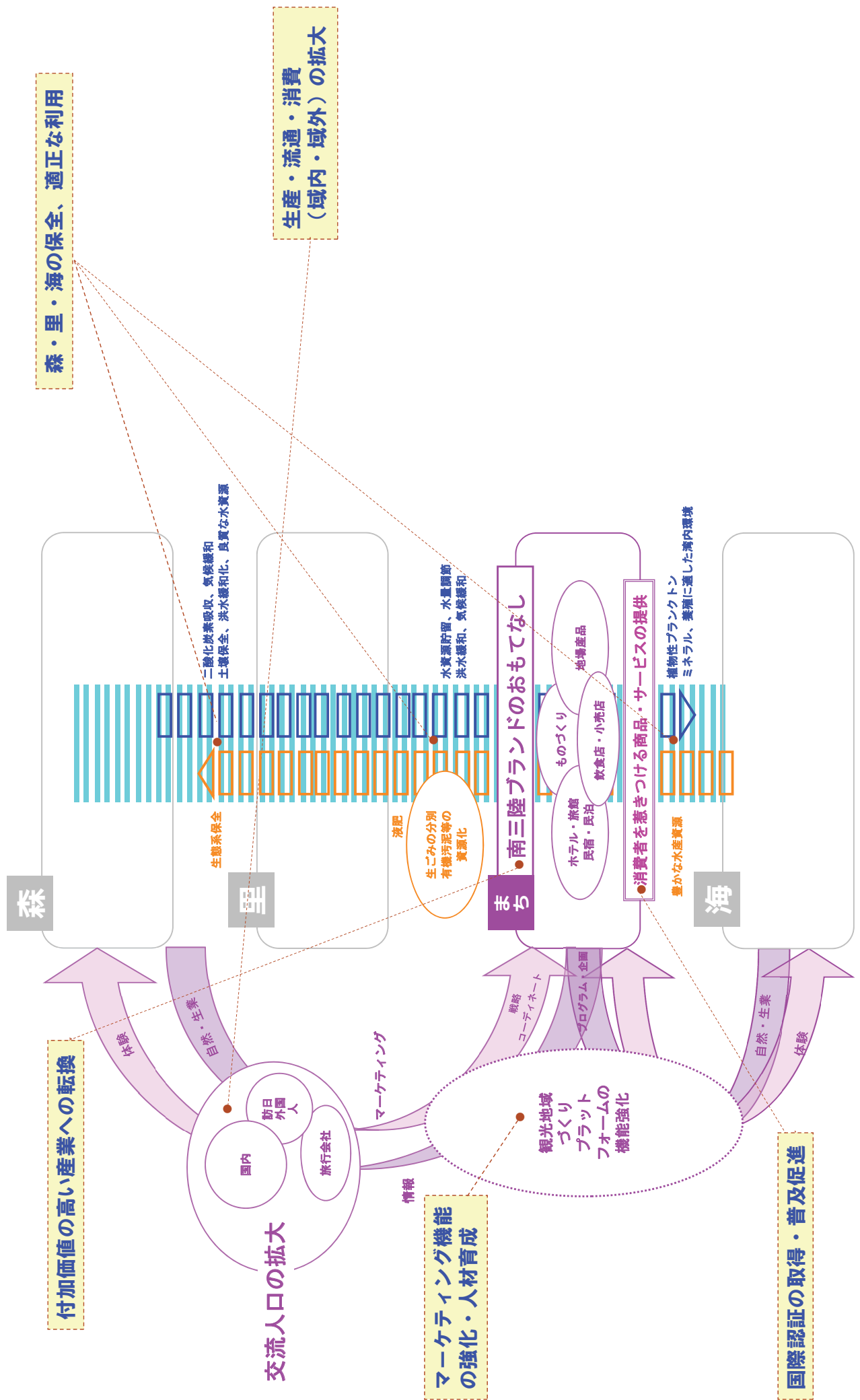
産業振興ビジョンが目指す姿（林業）



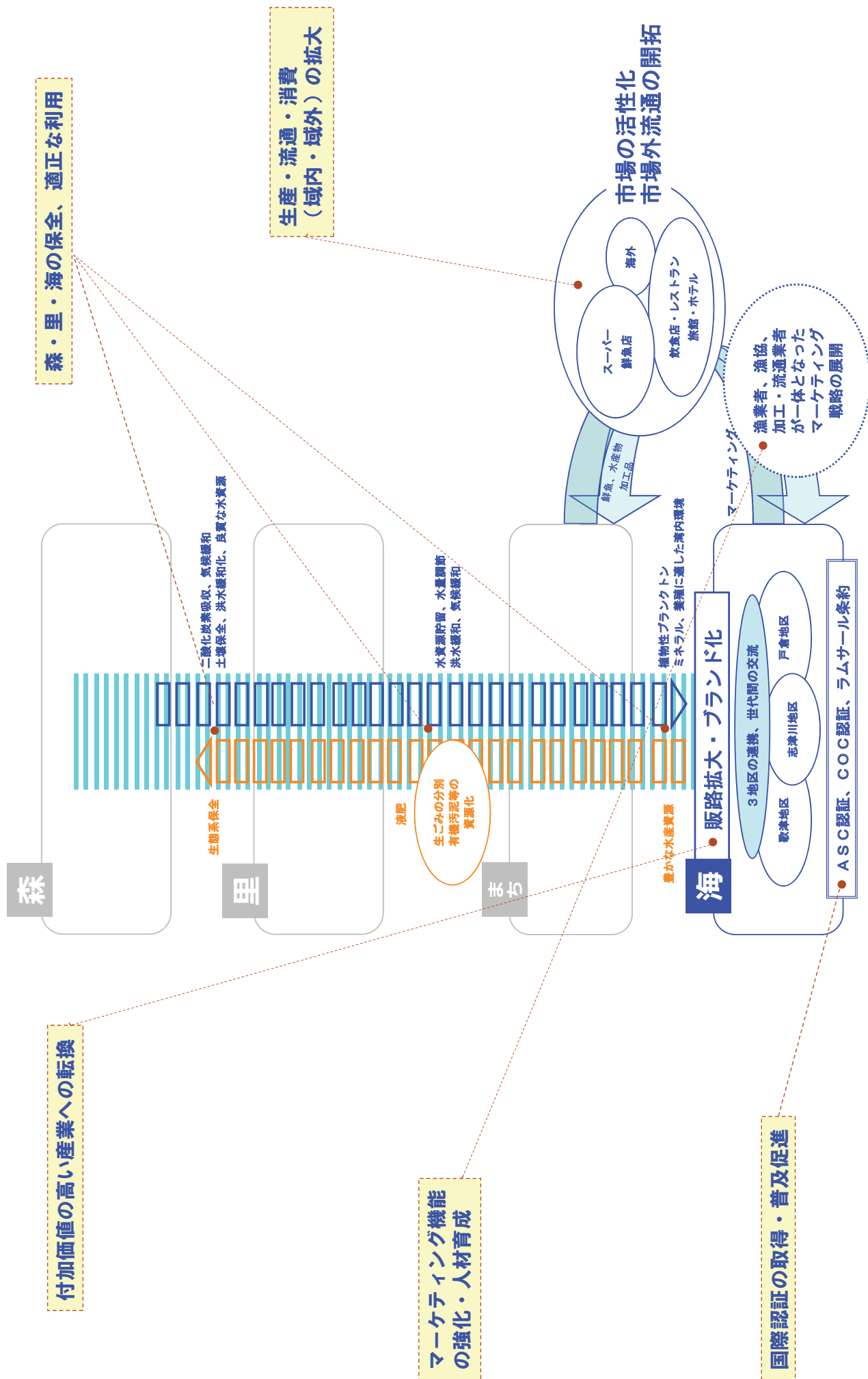
■産業振興ビジョンが目指す姿（農業）



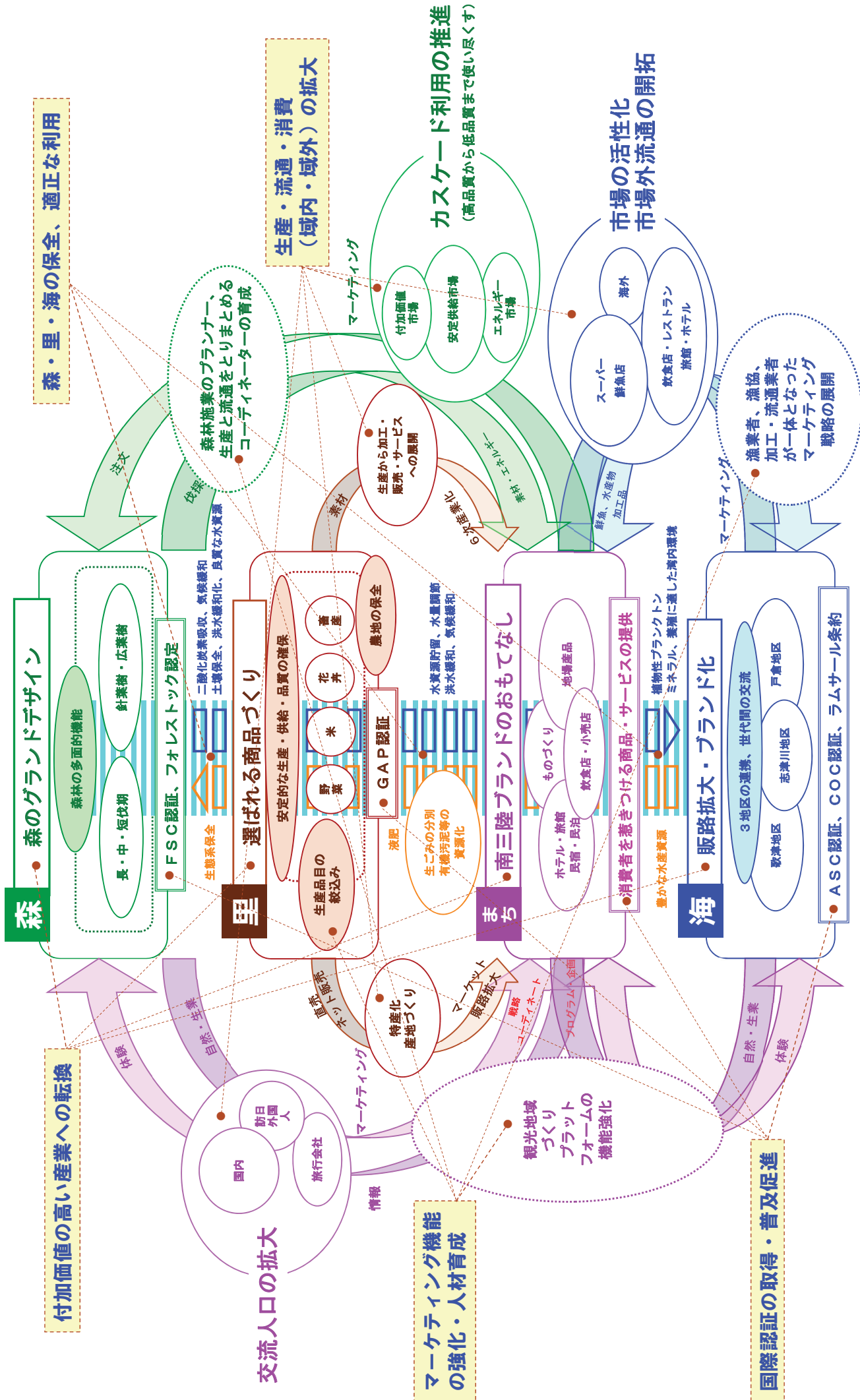
■産業振興ビジョンが目指す姿（観光・商工業）



■産業振興ビジョンが目指す姿（水産業）



■産業振興ビジョンが目指す姿（全体像）



（２）重点的に取り組む事項とロードマップ

○産業振興ビジョンが目指す 10 年後の姿を達成するためのロードマップを、産業と地域が連携して取り組むテーマ「付加価値の高い産業への転換」を軸に、整理しました。

○森、里、まち、海を舞台として「付加価値の高い産業への転換」をテーマに重点的に取り組む事項を設定しました。

○ロードマップでは、10 年をⅠ期、Ⅱ期、Ⅲ期に区分し、

【Ⅰ期】 2 年後を目標とする「土台づくりの期」

【Ⅱ期】 5 年後を目標とする「実績づくりの期」

【Ⅲ期】 10 年後を目標とする「将来像を実現する期」

と位置づけました。

森

○森を舞台に重点的に取り組む事項として、「森のグランドデザインと持続的な森林経営」「安定供給体制の構築」「カスケード利用の推進」を設定しました。

【Ⅰ期・Ⅱ期】

（森のグランドデザインと持続的な森林経営）

- Ⅰ期では、森林所有者、森林事業体（林家、森林組合等）、町が一体となって、目標とする森のグランドデザインを描き、保全や活用、管理の基本的な考え方の共有を目指します。
- Ⅱ期では、小規模所有者にも利益が還元される仕組みづくり、森林経営計画の策定率の向上を目指します。
- FSC 木材の活用と普及による森林資源の付加価値向上を目指します。

（安定供給体制の構築）

- Ⅰ期では、森林所有者に対して、施業の方針や事業を実施した場合の収支を明らかにして、施業の集約化を推進するプランナーの育成を目指します。
- 施業の集約化を推進するプランナーや、原木の流通段階で、用途別の需要バランスの変化を把握したうえで、木材加工業者と情報交換し、需要に応じて必要な数量の原木を持続的に供給していくコーディネーターの育成を目指します。
- Ⅱ期では、原木の流通段階で用途別の需要バランスの変化を把握したうえで、木材加工業者と情報交換し、需要に応じて必要な数量の原木を持続的に供給していく需給のマッチングを目指します。

（カスケード利用の推進）

- Ⅰ期では、高品質から低品質まで余すことなく使い尽くす木材の利用をいかに実現するのか、森林所有者、森林事業体（林家、森林組合等）、流通加工業者、町による戦略の検討を目指します。
- Ⅱ期では、森林事業体（林家、森林組合等）、加工流通業者、町が一体となって、カスケード利用の市場の開拓を目指します。

【Ⅲ期】

- 森林経営計画の策定目標の達成、施業の集約化、カスケード利用市場の開拓やコーディネーターによる需給のマッチングにより、「グランドデザインで描かれた豊かな森づくり」の着実な推進を目指します。

○里を舞台に重点的に取り組む事項として、「安定的な生産・供給・品質の確保」「特産化・産地づくり」「農地の保全」を設定しました。

【Ⅰ期・Ⅱ期】

（安定的な生産・供給・品質の確保）

- Ⅰ期では、生産者と農協が協力してネットワークを結び、安定した生産量や品質を確保し、消費者・市場・事業者ごとのニーズにあわせた出荷を目指します。また、化学肥料や農薬等の低減化、液肥の利用推進をはじめ、トレーサビリティシステムの導入や GAP 認証の取得を目指します。
- Ⅱ期では、GAP 認証のアピール等を通じて南三陸産農作物の消費者認知度を高め、安定した市場の確保、販路拡大を目指します。

（特産化・産地づくり）

- Ⅰ期では、生産者と農協が協力して市場ニーズに対応した戦略品目を定め、付加価値の高い商品としての市場性、採算性の試行と評価の検証を目指します。
- Ⅱ期では、マーケットや販路の拡大を図り、産地としてのブランド化を目指します。

（農地の保全）

- Ⅰ期では、高齢化や担い手不足に対応した経営組織の合理化や新規就農者の受け入れ体制の強化を目指します。
- Ⅱ期では、経営組織の合理化や外部からの受け入れ実績により、遊休農地の面積拡大を抑制します。

【Ⅲ期】

- 安心・安全な農産品の安定的な生産・供給や特産品により、「消費者や事業者に選ばれる商品づくり」の実現を目指します。

○まちを舞台に重点的に取り組む事項として、「商工業を担う人材の育成・確保」「地元既存企業の支援」「観光地域づくりのプラットフォームの機能強化」「戦略的観光プログラムの展開」を設定しました。

【Ⅰ期・Ⅱ期】

（商工業を担う人材の育成・確保）

- Ⅰ期では、商工業の担い手を確保するため、職業体験の推進や地元の学校等との連携の推進を目指します。
- Ⅱ期では、地元高校生の受け入れやⅠターン、Ⅱターンの実績づくりを目指します。

（地元既存企業の支援）

- Ⅰ期では、金融機関との協調による支援策や町独自の支援制度の活用により、企業経営の安定向上を目指します。
- Ⅱ期では、支援制度の継続により足腰の強い産業を育成し、雇用の確保と地域活性化の促進を目指します。

（観光地域づくりプラットフォームの機能強化）

- Ⅰ期では、新しいアイデア、商品、サービスを生み出すため、若い経営者による業種の垣根を越えた勉強会等を開催し、産業間連携の推進を目指します。
- Ⅱ期では、勉強会等への参加メンバーや事業者と連携し、観光協会が中心となって、観光地域づくりのための企画立案、コーディネート、国内外への情報発信などの機能強化、地域資源の活用・実践を目指します。

（戦略的観光プログラムの展開）

- Ⅰ期では、地域資源や食と連動させた滞在型プログラムを開発し、付加価値の高い商品としての市場性、採算性の試行と評価の検証を目指します。
- Ⅱ期では、滞在型プログラムの参加者の拡大、インバウンドを含む観光入込客数の拡大を目指します。

【Ⅲ期】

- 商工業を担う人材の育成・確保、地元既存企業の支援、観光地域づくりプラットフォームの機能強化、戦略的観光プログラムの展開により「地域・産業が一体となった南三陸ブランドのおもてなし」の実現を目指します。

○海を舞台に重点的に取り組む事項として、「漁業者、漁協、加工・流通業者によるマーケティング戦略の展開」「3地区の連携、世代間の交流」「環境保全・資源管理」を設定しました。

【Ⅰ期・Ⅱ期】

（漁業者、漁協、加工・流通業者によるマーケティング戦略の展開）

- Ⅰ期では、小売店や消費者にニーズに合致した水産物を価値に見合った価格で取り引きするための戦略を練るため、漁業者、漁協、加工・流通業者による意見交換会の開催、組織化を目指します。
- Ⅱ期では、マーケティング戦略の市場性と採算性を検証し、市場の活性化及び市場外流通の開拓を目指します。

（3地区の連携、世代間交流）

- Ⅰ期では、3地区による連携や交流の場づくりの推進を目指します。
- Ⅱ期では、3地区共同の若手世代による研究開発の商品化やプロジェクトの推進を目指します。

（環境保全・資源管理）

- Ⅰ期では、ASC 認証の認知度向上と ASC 認証商品を消費者が選別できる環境を整えるため、MSC や ASC 認証商品を扱う生産者、流通・加工業者や ASC 認証団体を抱える他自治体等とタイアップして広報活動や商品陳列コーナーの設置等の促進を目指します。また、加工・流通業者は COC 認証の取得を促進し、ASC 認証商品を消費者が選別できる環境の整備を目指します。
- Ⅱ期では、ASC 認証の消費者拡大を背景に、歌津地区、志津川地区の ASC 認証取得を目指します。

【Ⅲ期】

- 良質な水産物を価値に見合った価格で取り引きできる市場を開拓し「販路拡大・ブランド化」の実現を目指します。

■重点的に取り組む事項とロードマップ

	重点的に取り組む事項	I 期 平成29年～平成31年(2年後)	II 期 平成32年～平成34年(5年後)	III 期 平成35年～平成39年(10年後)
森 (林業)	森のグランドデザインと持続可能な森林経営	<ul style="list-style-type: none"> ●「森のグランドデザイン」の策定 ●FSC 木材の活用と普及による森林資源の付加価値向上 ●森林経営計画の目標策定率の設定 ●森林施業のプランナーの育成 	<ul style="list-style-type: none"> ●小規模所有者等にメリットのある仕組み構築 ●森林経営計画の策定率の向上 	●「森のグランドデザイン」の実現
	安定供給体制の構築	●生産と流通を取りまとめるコーディネーターの育成	●コーディネーターによる需給のマッチング	
	カスケード利用の推進	●木材を高品質から低品質まで余すことなく利用するため森林所有者、森林事業者（林家、森林組合等）、流通加工業者、町による戦略の検討	●森林事業者（林家、森林組合等）、流通加工業者、町が一体となった市場（付加価値市場、安定供給市場、エネルギー市場）の開拓	
里 (農業)	安定的な生産・供給・品質の確保	<ul style="list-style-type: none"> ●生産者ネットワークによる安定した生産量や品質の確保、消費者・市場・事業者ごとのニーズにあわせた出荷 ●GAP 認証の取得 	●GAP 認証のアピール、南三陸産農作物の消費者認知度向上	●「消費者や事業者に選ばれる商品づくり」の実現
	特産化・産地づくり	●市場ニーズに対応した戦略品目の絞込み、試行と評価	●マーケット・販路の実績づくり	
	農地の保全	<ul style="list-style-type: none"> ●経営組織の合理化 ●外部からの受入れシステムの構築 ●遊休農地の拡大抑制の目標設定 	<ul style="list-style-type: none"> ●経営組織の合理化の実績づくり ●外部からの受入れ実績づくり ●遊休農地の拡大抑制 	
まち (観光・商工業)	商工業を担う人材の育成・確保	●職業体験の推進、地元の学校等との連携	●職業体験・受入れ実績づくり	●「地域・産業が一体となった南三陸ブランドのおもてなし」の実現
	地元既存企業の支援	●金融機関との協調による支援策や町独自の支援制度の活用による企業経営の安定向上	●支援制度の継続による雇用の確保と地域活性化の促進	
	観光地域づくりのプラットフォームの機能強化	<ul style="list-style-type: none"> ●産業間連携 ●常に新しいアイデア、商品、サービスを生み出すための勉強会等の開催 	<ul style="list-style-type: none"> ●観光地域づくりプラットフォームの機能強化 ●新規企画および地域資源の活用・実践 	
	戦略的観光プログラムの展開	●地域資源や食と連動させた滞在型プログラムの試行と評価	<ul style="list-style-type: none"> ●滞在型プログラム参加者の拡大 ●インバウンドを含む観光入込客数の拡大 	
海 (水産業)	漁業者、漁協、加工・流通業者によるマーケティング戦略の展開	●マーケティング戦略に関わる漁業者、漁協、加工・流通業者による意見交換、組織化	<ul style="list-style-type: none"> ●良質な水産物を価値に見合った価格で取引できるマーケティング戦略の試行と評価 ●市場の活性化及び漁協と加工・流通業者が一体となった市場外流通の開拓 	●「販路拡大・ブランド化」の実現
	3 地区の連携、世代間の交流	●3 地区による連携や世代間の交流の場づくり	●3 地区共同の若手世代による研究開発の商品化やプロジェクトの推進	
	環境保全・資源管理	●ASC 認証のアピール、COC 認証の取得促進	●ASC 認証商品の消費拡大を背景とした歌津地区、志津川地区の ASC 認証取得	