

南三陸町 産業振興ビジョン

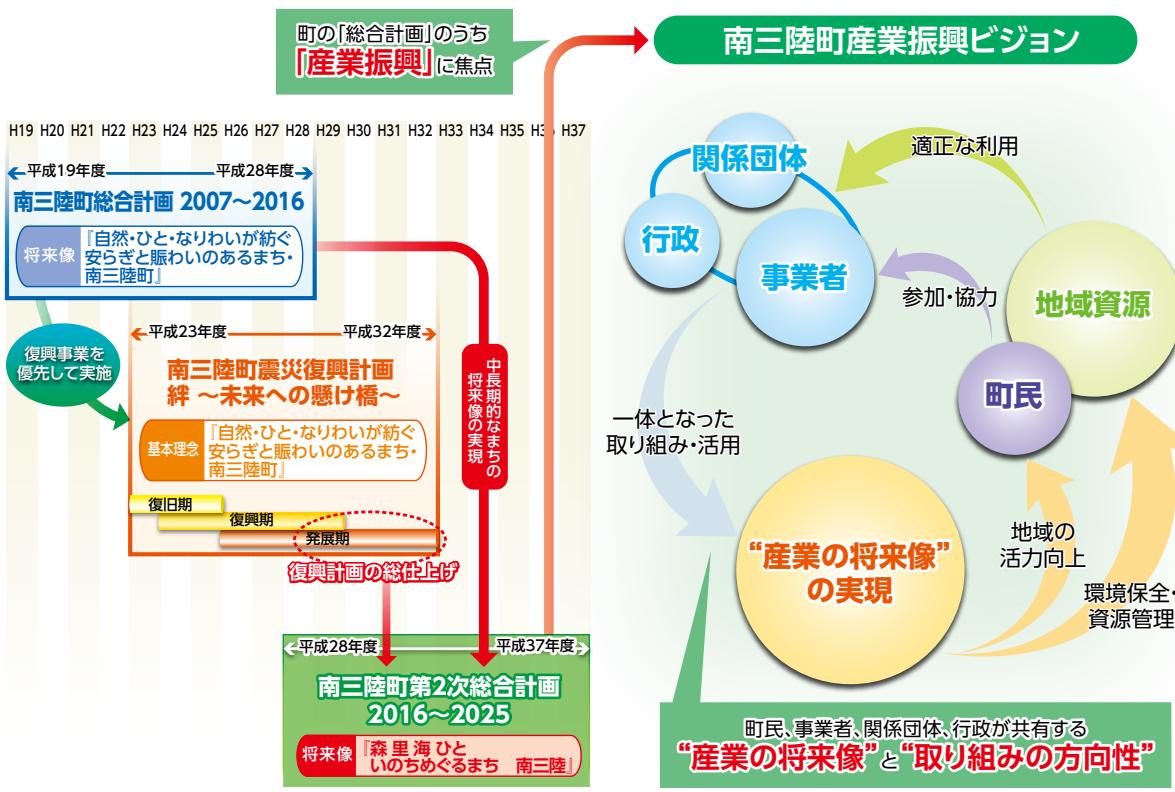
概要版

平成30年2月 南三陸町

産業振興ビジョンとは

- 南三陸町は、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を目指しています。
- 産業振興ビジョンは、町の「総合計画」に定めるさまざまな政策や施策内容のうち、特に「産業振興」に焦点をあて、「総合計画」に示された理念に基づき、町民、事業者、関係団体、行政が共有する“産業の将来像”と“取り組みの方向性”を示すものです。

産業振興ビジョンの位置づけ



産業振興の基本方針

産業間連携、官民連携により、地域経済に活力を創出します。

- 分野の垣根を越え、事業者、関係団体、行政が一体となってマーケティング戦略を練り、良質な商品・サービスがその価値に見合った評価が得られる仕組み、新しい発想・アイデアで魅力的な商品・サービスが生み出される環境を創出します。

生産者（人・地域・企業等）の誇り・やりがいが、次世代の関心・意欲を喚起する産業の姿を目指します。

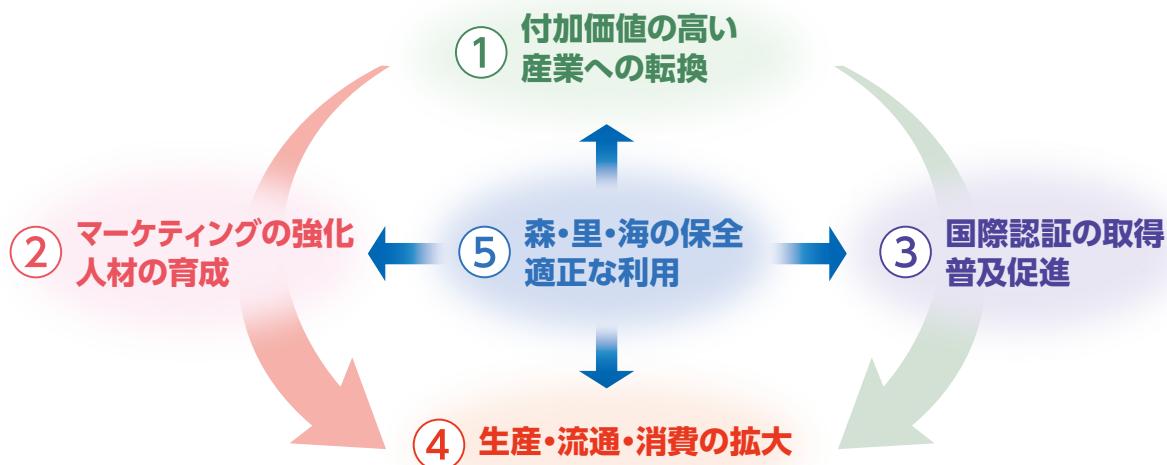
- 環境への配慮と高い品質により消費者に選ばれる商品・サービスの提供者として、生産者・企業・地域が誇り・やりがいを持ち、若い世代が産業の担い手として希望を描く将来の姿を目指します。

参加・協働の輪をひろげ、町民みんなで“産業の将来像”の実現を目指します。

- 町民、事業者、関係団体、行政がビジョンを共有し、町民みんなで実現を目指します。

連携して取り組むテーマ

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産業への転換を推進します。

② マーケティングの強化・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、生産と市場を結ぶ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

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、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をこれからも大切にし、次世代に引き継ぎます。

産業の将来像



森のグランドデザイン、 カスケード利用¹の推進[林業]

■ 産業振興施策

森のグランドデザイン

森林所有者、森林事業体（林家、森林組合等）、町が一体となって森林の多面的機能を勘案し、どのような樹種をどのように育てるか、目標とする森のグランドデザインを描き、共有します。

持続的な森林経営

森林所有者、森林事業体（林家、森林組合等）は、森林の多面的機能の発揮をねらいとし、施業が必要な森林すべてを対象とした森林経営計画の作成を目指します。

森林施業のプランナー、生産と流通をとりまとめるコーディネーターの育成

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。

カスケード利用¹の推進

森林所有者、森林事業体（林家、森林組合等）、流通加工業者、町が一体となって、高品質のものから低品質のものまで余すことなく使い尽くす木材の利用を推進します。

FSC²認証の取得促進

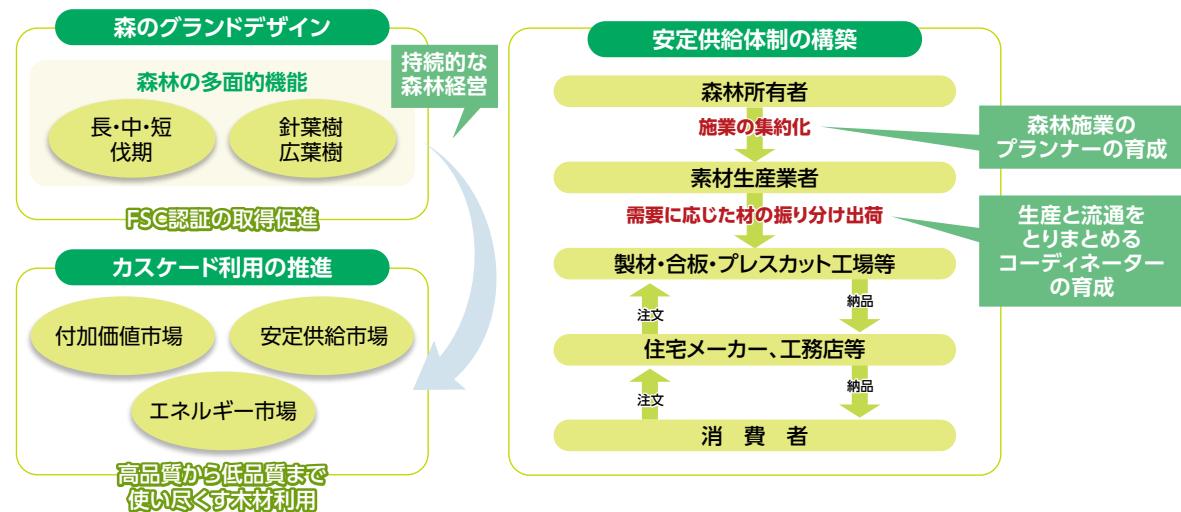
環境に配慮し適正に管理されたFSC木材の活用を図り広く普及させることで、森林資源の付加価値向上を目指します。

付加価値市場への参入を目指した生産体制や実需者への販売促進

公共建築物をはじめ、これまで木材が使われてこなかった新たな付加価値市場への参入を目指し、生産体制の整備や実需者への販売を推進します。

- 1) カスケード利用：木材を建材等の資材として利用した後、ボードや紙等の利用を経て、最終段階では燃料として利用すること。
- 2) FSC(Forest Stewardship Council)：森林を対象とした国際的な認証であり、森林の管理や伐採が環境や地域社会に配慮して行われていることを認証する国際的な制度

■ 木材資源の流れ



産業の将来像



消費者や事業者の信頼を高めた 選ばれる商品づくり〔農業〕

■ 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。

GAP¹ 認証の取得

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、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。

特産化・産地づくり

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。

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ったり、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

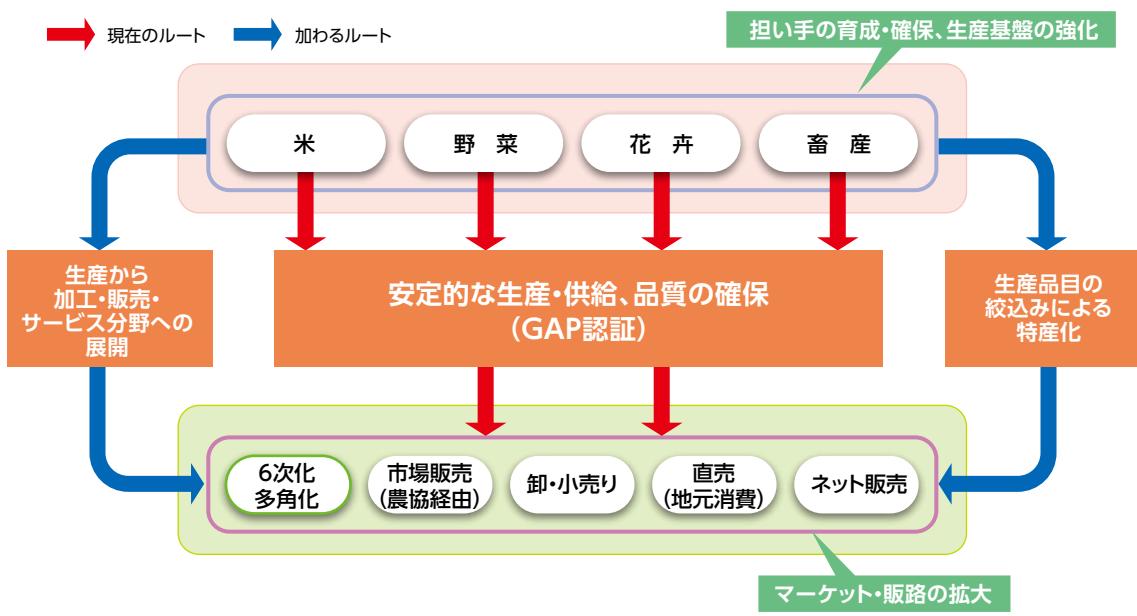
生産者は農協と協力して高齢化や担い手不足に対応するため、集落営農など経営組織の合理化の取り組みを推進します。また、新規就農希望者等の受け入れ体制の強化を推進します。

農地の保全

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) 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

■ 農産物の流れ



産業の将来像



地域・産業が一体となった 南三陸ブランドのおもてなし【観光】

■ 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

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やサービスの向上を推進します。

観光客向け飲食メニューの開発

年齢層、性別、時間帯など、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

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等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

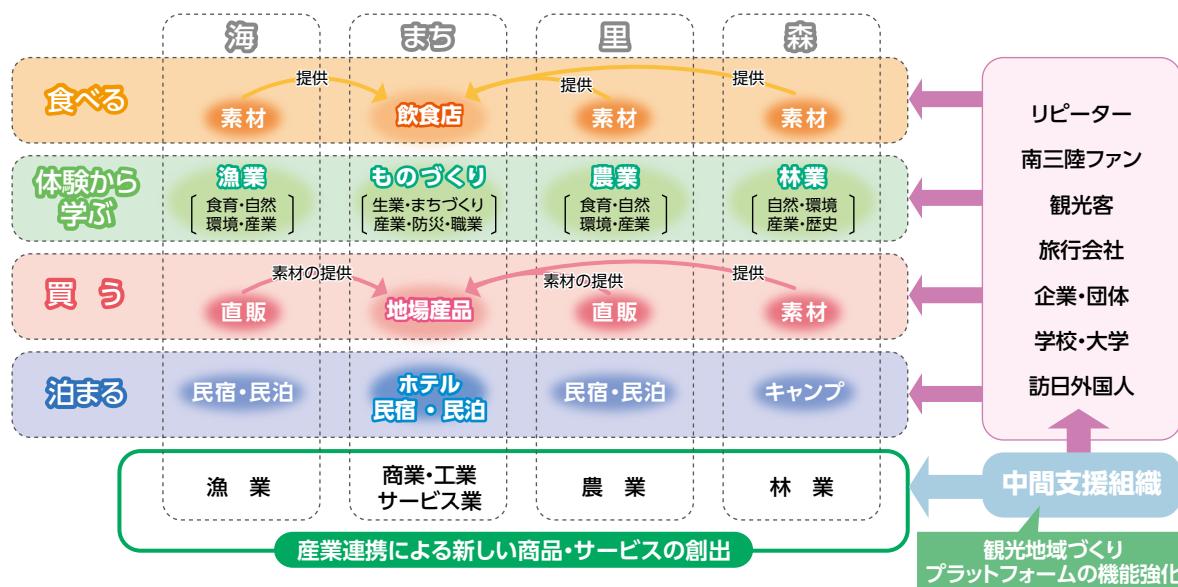
若い世代の産業の担い手などが中心となって、学びの要素を取り入れた漁業・農林業体験、ものづくり体験の充実を推進します。

二次交通²の整備

滞在型旅行の利便性を向上させるため、二次交通など移動手段の改善、整備を推進します。

- 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
- 2) 二次交通：拠点となる駅から観光地までの交通のこと

■ 観光の地域や産業とのつながり



産業の将来像



暮らしを支える商品・サービスの提供、消費者を惹きつける商品・サービスの開発(商工業)

■ 産業振興施策

人材・担い手の育成・確保

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关心を持ってもらうため、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

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

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。

暮らしを支える商品・サービスの提供

安心と信頼の商品・サービスの提供を通じて、町民の便利で快適な暮らしを支えます。

市場ニーズの把握

商工会やまちづくり会社が中心となって、観光や産業分野と連携し、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

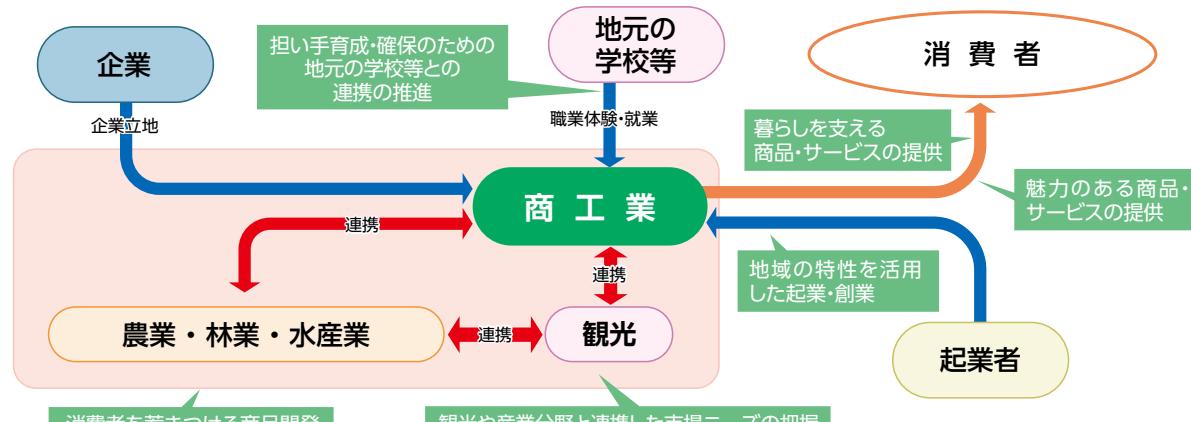
異業種連携や地元高校生など若者の意見を取り入れた食の魅力づくりや商品開発を行い、消費者の増加を推進します。

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¹等の立地を奨励します。

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

■ 商工業のつながり



産業の将来像



販路拡大・ブランド化(水産業)

■ 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

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引できるように努めます。

市場の活性化

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、市場外流通を漁協と加工・流通業者と行政が一体となって開拓します。

ASC¹認証のアピール、COC²認証の取得促進

加工・流通業者のCOC認証の取得を促進します。流通・加工業者等とタイアップしてASC認証商品の広報活動や商品陳列コーナーの設置等を進め、ASC認証商品を消費者が選別できる環境を整えます。

工場等の立地誘致

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³ の連携、世代間の交流

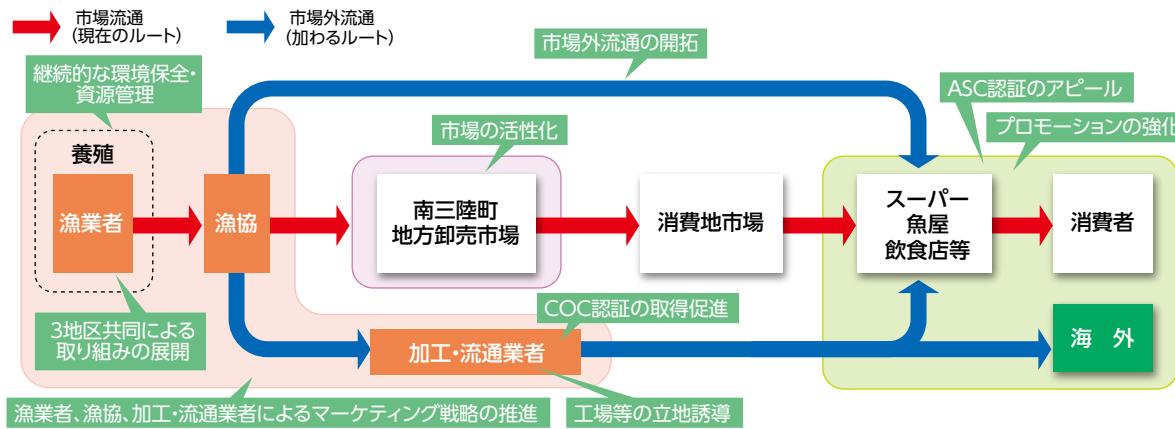
3 地区の連携や世代間の交流を促進します。また、若手世代による研究成果の商品化やプロジェクトを推進します。

継続的な環境保全・資源管理

2018年のラムサール条約⁴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。

- 1) ASC(Aquaculture Stewardship Council)：対象となる養殖水産物が、持続可能で環境や社会的責任に配慮して生産されたものであることを認証する国際的な制度
 - 2) COC(Chain of Custody)：製品の製造・加工・流通のすべての過程において認証水産物が適切に管理され、非認証原料の混入やラベルの偽装がないことを認証するもの
 - 3) 3 地区：志津川地区、歌津地区、戸倉地区
 - 4) 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

■ 水産物の流れ



重点的に取り組む事項とロードマップ

■ 産業の将来像を達成するためのロードマップ

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 	<ul style="list-style-type: none"> 「森のグランドデザイン」の実現
	安定供給体制の構築	<ul style="list-style-type: none"> 生産と流通を取りまとめるコーディネーターの育成 	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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、森林事業体(林家、森林組合等)、流通加工業者、町による戦略的検討 	<ul style="list-style-type: none"> 森林事業体(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合わせた出荷 GAP認証の取得 	<ul style="list-style-type: none"> GAP認証のアピール、南三陸産農作物の消費者認知度向上 	<ul style="list-style-type: none"> 「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	<ul style="list-style-type: none"> 市場ニーズに対応した戦略品目の絞込み、試行と評価 	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 職業体験の推進、地元の学校等との連携 	<ul style="list-style-type: none"> 職業体験・受入れ実績づくり 	<ul style="list-style-type: none"> 「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	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> マーケティング戦略に関する漁業者、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 	<ul style="list-style-type: none"> 「販路拡大・ブランド化」の実現
	3地区の連携、世代間の交流	<ul style="list-style-type: none"> 3地区による連携や世代間の交流の場づくり 	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> ASC認証のアピール、COC認証の取得促進 	<ul style="list-style-type: none"> 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 	

発行 / 南三陸町 農林水産課 商工観光課

〒 986-0725 宮城県本吉郡南三陸町志津川字沼田 101 番地 電話 0226-46-2600 (代表)