

平成20年度 地方の元気再生事業 事業実施調書

(1) 取組名	奇跡の海「三陸」浜の町再生プロジェクト ～ 三陸の資源・人材・ITが完全融合～		
(2) 実施団体名	三陸の食卓をおすそわけ実行委員会	(3) 対象地域	岩手県大船渡市・陸前高田市・気仙郡住田町エリア
(4) 代表団体名	有限会社 三陸とれたて市場	(5) 推薦団体名	岩手県大船渡地方振興局

(6)実施した取組の内容 実施内容、実施結果	取組① 浜の今を伝えるコンテンツ群開発と漁況に対応した受発注体制の確立 実施主体 有限会社 三陸とれたて市場	当初提案により予定していた計画		実際の取組内容及びその結果	
	【ライブカメラ関係】 ・漁場の水揚げ風景と漁師の生産活動をライブカメラにより24時間配信 【受注処理機構関係】 ・買う前から楽しめる誘客型トレーサビリティ機構の開発	【ライブカメラ関係】 ①20年11月 設置場所：大船渡市三陸町浦浜川河口 運用時間：24時間 対象映像：鮭の遡上水中ライブ ②20年12月 設置場所：大船渡市三陸町浦養鶏場 運用時間：24時間 対象映像：放牧鶏ライブ ③20年12月 設置場所：大船渡市三陸町 運用時間：24時間 対象映像：牡蠣剥き番屋ライブ ④20年 1月 設置場所：大船渡市三陸町越喜来湾 運用時間：操業時 対象映像：サツパ船ライブ <small>（※サツパ船：小型の牡蠣漁などに使用する機船）</small> ⑤結果 ライブカメラの開発に当たっては、電気通信事業者の行う通信量の制限等により映像配信の安定性の問題が発生し、配信が当初計画より遅れ込んだが、配信方法の改良などにより1月末に完了した。地方都市に都市部と遜色ない通信インフラが整備されれば、今後更なる産地コンテンツを軸とした映像配信が実現できるものと考えられる。 また、ライブ映像を補完するマーケティング映像集（商品を取り巻く地域風景や生産者の横顔）を製作し、ライブ映像とペアにして公開（1月末一般公開）。 今後はライブ映像や、これらコンテンツから他の商品（農産物など）への波及効果を出す為に、サイト内での掲載商品を増やし、生産者がお勧めする食事のレシピ提案などを行い購買意欲を高めるようなサイト構成とする必要があると考えられる。 ※ライブ映像の一部は、学校（小学校・大学）に設置した専用端末にも配信した。また、イベント会場には、放牧鶏・牡蠣剥き番屋・鮭の遡上ライブを配信し、作成した全コンテンツをHPでも公開した。（一般公開は1月下旬） 【受発注機構関係】 これまでの静止画と商品説明文・金額表記の現行のお買い物かご方式に加え、商品販売ページにライブ映像を組み込んだ。生産者が今手をかけている商品を購入できる「ライブで見えるトレーサビリティ」機構をHPに実装した。（一般公開は1月下旬） 今後、マイページとライブ映像の接続し、顧客の注文した商品が作られていく過程を楽しめるよう計画している。			
	取組② 仙台デパ地下、仙台飲食店をステージとした新しい売り場づくり 実施主体 「三陸の食卓おすそわけ」実行委員会（越喜来漁協、北里大学海洋生命科学部、博報堂グループ、東日本放送）	当初提案により予定していた計画		実際の取組内容及びその結果	
	【研修型売り場関係】 ・仙台小売店を活用した、研修型売り場の開設 ・飲食業販店を活用した、産地出張型コラボの実施 ・学生や漁業農業生産者を売り場に派遣する研修の実施	【研修型売り場関係】 ①開設した売り場 20年10月 盛岡市安比高原 安比グランドホテルの一角 20年12月 仙台市フジサキフードマーケット寺岡店 屋外物販コーナー ②結果 生産者や水産学部学生を同行してのイベント開催の中で、どの様な商品であれば顧客から受け入れられるのか（規格・サイズ・価格など）を学ぶことが出来た。 三陸の旬の魚介情報や産地のライブ映像配信（放牧鶏・牡蠣剥き番屋・鮭の遡上ライブ）を売り場に設置した情報端末に対して行いシステムの有効性を確認できた。 ※安比高原、東京、盛岡は当初計画にはなかったが、普段岩手県のアンテナショップ（岩手銀河プラザ：東京銀座）での産地PRや物販イベントを開催しているが、今回の事業の中で仙台フードマーケットフジサキでのイベント終了後、通信販売への回帰率がアンテナショップなどより高い事を経験した。このことから、より生活の場に密接した東京（世田谷）や岩手（盛岡）の商店街での展開が、どの程度本事業の目的達成に影響を与えるのかを調査する為に、イベント開催場所を追加した。			
	取組③ 現地での交流が育む様々な驚き・感動・連帯（産地を巡る食の体験ツアー） 実施主体 「三陸の食卓おすそわけ」実行委員会、北里大学海洋生命科学部、モサバロハスクラブ、越喜来漁協	当初提案により予定していた計画		実際の取組内容及びその結果	
	【ツアー関係】 既存のネット顧客を主ターゲットとした、産地視察・漁業体験・生産者交流・大学での海洋環境学習などを組み込んだエコツーリズム商品の開発とツアーの実施。 地元ストックのリユース、そして人的ネットワークを再整備しながら、旅行プランを提案し、旅行商品としての仕上げを行なう。	【ツアー関係】 仙台発着のバスツアーで、岩手の食品生産の現場を巡り、自らがこれを体験しながら生産者に触れ、美食を共にし、学ぶという趣旨のツアーを開催した。今後開催予定のツアーでは、旅行者者（トラベルマーケット）と連携を図り、店頭やインターネット・情報番組での取り扱いなどの改善により一層の集客を図る。 （開催状況（予定を含む。）） ・第1回 開催：12月21・22日、参加：10名 ※ 盛岡発着（都合により発着場所を変更） ・第2回 開催：2月1・2日、参加：10名、対象：業者向け ・第3回 開催：2月7・8日、対象：一般向け ・第4回（予定） 開催：3月15・16日、対象：業者向け ・第5回（予定） 開催：3月21・22日、対象：一般向け バスで巡るツアーは、陸前高田市の八木澤商店で醤油蔵を、酔仙酒造で日本酒の醸造過程を見学し、以降の旅に必要な「マイ醤油」と「マイ美酒」を入手するところから始まる。 以降、醤油・酒を携えながら、刺網体験や牡蠣剥き体験、そして、それら水揚げ新鮮度の魚介類を囲んでの番屋での夕食会を実施。翌朝は、自らの朝ごはん食材となる卵や貝類などを浜や里に出て入手し、漁業生産者の調理指導の下、朝ごはんを食す体験を行う。昼を挟んで北里大学での魚にまつわる講義を受けるなど、産地を十分堪能できるツアーを開催。			

	平成20年度の取組実施における体制・役割分担	取組の実施を踏まえた反省点
(7)実施体制	<p>〔連携体制図〕</p> <p>三陸地域において、地域産品のシナジー効果を見据えた、業種・業者を飛越えた地域連携組織作りを積極的に推進するために、「三陸の食卓をおすそわけ実行委員会」が設立された。</p> <p>この実行委員会において、行政・民間それぞれが地域を振興するために何ができるのかを真剣に考え、行動し、手弁当で各種イベントを消化してきた。(アンテナショップや物産展での活動等)</p> <p>ここから得られた経験・情報は、常に委員会に戻され、行政を交えた次なる戦略を練る会議を毎週の様に行っている。</p> <p>地域を浮上させたいとの思いを強く持つ官民連携組織だからこそ、この「地方の元気再生事業」にかかる思いはひとしおである。</p>	<p>【全般】</p> <p>事業は、取り組み毎にチームを編成したうえで実施し、各取組の事業の進捗や結果を、おすそわけ実行委員会で確認することで事業全体の状況を把握することとした。</p> <p>事業を行う中では、取り組み間の連絡や調整が後手に回ったり、連携の不整合が発生するなど、現状の体制不備が随所に露呈し、今後の体制再構築に幾多の課題を残すこととなった。</p> <p>また、スケジュールの決定から実施まで、期間が短い事が多々あり、実行委員会の中での混乱を生じさせる原因となった。</p> <p>さらには、事業の主軸である、ライブ映像の配信遅れが、他の取組に悪影響を与える形となってしまったが、課題も解決したので、スムーズに展開していくものと考えられる。</p> <p>今後は、取り組み間をまたぐ、トータルな事業把握と意思決定を行えるよう、実行委員会での報告・稟議の場を一層増やし、情報の共有化を多岐にわたりに行える事業実施体制を整える事とする。</p> <p>(来年度に向けての体制)</p> <p>円滑な事業実施体制を図るため、本年の経験を元に、事業の企画から実施に必要なマニュアルを作成する。</p> <p>また、ライブ映像の更なる有効活用(お客様の注文と、ライブ映像の紐付けや、トレーサビリティとの連携)など、事業により設置された機材を有効に活用するための体制を構築する。</p> <p>【取組1の実施体制】</p> <p>ライブカメラのシステム及び受発注機構の開発については、(有)三陸とれたて市場が行い、設置場所となる、漁業共同組合等の協力を得て設置、運用を行った。</p> <p>コンテンツの制作については、請負者である、盛岡博報堂の提案をもとに、実行委員会メンバーと調整を図りながら行った。</p> <p>【取組2の実施体制】</p> <p>研修型売り場でのイベントは、仙台市内の(株)藤崎(小売業)の協力を得て実施した。</p> <p>【取組3の実施体制】</p> <p>ツアーの実施にあたっては、(株)トラベルマーケット(旅行者)、八木澤商店(醤油醸造)、水仙酒造(酒蔵)、漁業生産者(体験)及び北里大学(講義)と連携を図り実施した。</p>
(8)取組により得られた成果	<p>○成果1→</p> <p>産地のライブ映像送信(設置網ライブカメラ、漁船・番屋での漁師さんと一緒カメラ、市場設置カメラ、農場設置カメラ)など、システムを拡充し、食の安全にかかる「完全」なトレーサビリティをPCでも店頭でもライブで視聴可能なシステム環境を構築します。さらに翌日想定される水揚げの魚種や旬の情報、調理方法のストリーミング配信、その場での発注など顧客が欲しがるすべての情報が、インターネットを通して即入手可能なシステムを完成させます。</p> <p>H19</p> <p>漁港ライブカメラの設置と、独自気象観測網による水揚げリスク自動分析表示システムの運用。魚の捌き方のストリーミング配信の実施など、基本パーツは完成。</p> <p>H20(実際に得られた成果)</p> <p>当初の売上目標10,000万円 → 現在までの直接売上高5,000万円強(1月末現在)(波及売上げ分は含めず)</p> <p>当初想定していなかった電気通信事業者が実施する通信制限により、ライブ映像と産直サイトの連携立ち上げが遅れたことが、目標達成に強烈に響いた。</p> <p>通信制限への対応については、ライブ配信する映像の画質、転送量の調整により、映像を安定配信できる環境を整えた。これにより、産地で今行われている作業(牡蠣剥きやサツパ船操業風景など)を、リアルタイムに配信しながら、産地の一次生産商品を物販するサイトへの映像供給を行い、お客様に生産過程を見せる事による安心感や販売促進効果が発揮できるものと考えられる。</p> <p>鮭の遡上ライブカメラの映像受信端末を、地元小学校や大学の共有スペースに設置し、産地映像を教育目的としても利用するなど取り組んだが、より多目的・多角的に産地映像を活用する方法を、今後さらに検討していく必要性を感じた。</p> <p>産地が自ら販売促進を行えるコンテンツ群を、生産者の手間をかけずに自動的に作成・配信していく仕組みを、一通り揃えることができたものと考えられる。</p> <p>○成果2→</p> <p>最も近い大消費地である仙台マーケットに、地元生産者、後継者、水産大学生を派遣し、直接、消費者の生の声、評価を得ることが可能な、定点としての「研修型の売り場」、を確保します。売り場には店頭と漁場、地元生産現場をライブでつなぐ、ITを駆使した、映像配信、リアルタイム発注、トレーサビリティチェックなどのシステムを完備した情報端末装置(開発済み)も設置します。</p> <p>H19</p> <p>単発イベントでの積算売り上げ100万円(実費経費110万円)</p> <p>H20(実際に得られた成果)</p> <p>当初の売上目標3,000万円 → 現在までの直接売上高500万円弱(1月末現在)(波及売上げ分は含めず)</p> <p>イベント会場で出会った顧客が、イベント終了以降もネットで購買を行うことが見込めた事から、今後のイベント以降も、継続して売上げの底上げが見込めるものと考えられる。</p> <p>イベント会場には、農業水産業生産者や地元水産学生も出向き、直接接客を行ったことで、生産者としての一方的な商品作りから、お客様に受け入れられる消費者視点での物を見る目の訓練の場になった。消費者との交流の中で「お客様に言われてみれば・・・」といった、各種気付きを生産者に与える事ができた。</p> <p>以降、お客様視点も織り交ぜた、商品生産や規格作りを産地に反映していく取組が必要である。</p> <p>過去の経験から、イベント実施以降のインターネットでの受注状況を見ると、本事業の取り組み2における取り組み1への波及効果が高い事を実感した。</p>	<p>H20(当初予定していた目標)</p> <p>基本パーツを運動させて、買いたくなるトレーサビリティシステムを完成させると共に、無線通信を用いた設置網ライブや、漁師さんと一緒カメラなどを開発する事により、今までは隠されていたリアルな産地映像をコンテンツとして自動配信していくシステムを完成させ、産直魚介の売上を高めます。</p> <p>【数値目標】H19 4,500万円 →H20 10,000万円</p> <p>H20(当初予定していた目標)</p> <p>仙台デパ地下等での週末型継続イベントに10月～3月の6ヶ月間で30日、のべ150人の生産者、水産大学学生を派遣。実務研修や産地PRを行いながら同時に継続顧客の獲得を目指します。さらに地元酒造メーカー、大手ビール会社などとの連携で仙台地区の居酒屋などに同様の展開を行い同数の成果を獲得します。</p> <p>【数値目標】H19 100万円 →H20 3,000万円以上</p>

	<p>○成果3→ 現状のネット顧客を主ターゲットとし産地視察・漁業体験・生産者交流・大学での海洋環境学習などを組み込んだエコツーリズム商品を開発します。 受け皿として宿泊客減に苦しむ地元のホテル、旅館、地元飲食店、漁協、漁家へのホームステイ、空き住宅などの活用、大学施設などの地元ストックのリユースの人的ネットワークを整備する。三陸鉄道、三鉄ツーリストとの連携で旅行商品としての仕上げを行ないます。</p>	<p>H19 旅行商品としての誘客、入りこみはゼロベース。従来納品先としての首都圏のホテル、有名飲食店店主などの産地視察程度。</p> <p>H20(当初予定していた目標) 産地が収穫に活気づく秋、冬2回の観光キャンペーンを展開し初年度100組の誘客を目標とします。 インターネットでの広報を中心とし現地ライブ映像などを駆使した旅のイメージ作りも推進します。 【数値目標】H19 実質0人 →H20 200人以上</p> <p>H20(実際に得られた成果) 当初の集客目標200人以上 → 第一回(12月開催)ツアー参加者数 10人 一般客をターゲットにしたツアー(2月・3月に各1回予定)実施以外に、飲食店の責任者をターゲットにした視察研修ツアーの年度内実施(2月・3月に各1回予定)も計画中である。 産地の受け入れ態勢も少しずつ整い、ツアー参加者から好評であったが、ツアー自体の周知不足が響き、予想を下回る数となっている。 2月以降実施を予定している4回のツアーについて周知活動を徹底し、食に興味のあるツアー客の呼び込みを、映像コンテンツ・ライブカメラ映像を交え、広く周知していく必要がある。 現在、三セクの宿を使用しているが、ツアーの受け入れ態勢が安定し次第、漁協者宅、地元旅館及び北里大学研修所などへの民泊へのシフトを行い、生産者と消費者の更なる交流を行っていく。</p>
<p>(9)今年度の取組成果や活動を踏まえた反省点、改善点</p>	<p>【より発展させていく取組】 本年度の事業で整備したライブ映像配信機構から、産地の映像・商品・作業・景色を四季に渡り映像化した「産地デジタルアーカイブ集」への発展を行い、食材供給のみならず、産地からコンテンツ供給までを産地が行い、物販・観光の後押しが出来るコンテンツ産業の強化を行っていく。 取組③の現地ツアーの認知と、パッケージの多様性に努めてゆく。</p> <p>【役割を終えて終了する取組】 研修型売り場の開設など、産地に多大な負担をかけて行う「取組②」の今年度成果を反省し、「取組③」との集約を行い、この役割を温存しつつ効率化を図ってゆく。</p> <p>【実施方法を見直す取組】 本年度の事業実施にあたり、各取組が自己完結してしまう事態が多発したため、取組間を飛び越えた総合管理をする実行委員会としての役割を見直し、各取組間のシナジー効果が最大限発揮される組織の運行体制の強化を図る。</p>	
<p>(10)平成21年度以降の活動の見込み</p>	<p>当初提案に予定していた平成21年度以降の展開</p> <p>平成21年度 ○ライブカメラ・市場と連動したお買い物カート機構の開発 ○地場の食材と食文化を生かした名物品の開発 ○北里大学での漁業者を交えた交流事業(戦略会議含む) ↓ ○本格導入に向けた関係機関調整 ・地元漁協と地域産業との連帯の強化 ・B級品(傷など)の引き上げ機構の構築および地元供給</p> <p>平成22年度以降 ○本格的な事業展開 ・実施地域 : 大船渡・陸前高田・気仙郡住田町、仙台 ・実施期間 : 平成22年から ・実施内容 : 1. 生産の現場と消費者をダイレクトにつなげるインターネットの特性を活用した広域連帯のコンテンツ作成・配信を展開し、「ひと・もの・情報」がゆきかう「三陸海洋版シリコンバレー」を構築する。 2. 水産大学の学生を対象に水産マーケティング研修を行い、食材のプロフェッショナルを養成する。三陸の食材を知りつくした人材を全国に輩出し、三陸ブランドの普及・確立にむけた種をまく。 3. 水揚げ不安定な天然産品を販売管理するシステム開発のノウハウをもとに、自然のカオスを情報化してすくいあげる地域密着型IT技術者を育成する。IT分野において、若者に活躍の場をひらく。</p>	<p>今年度の取組状況を踏まえた平成21年度以降の活動の見込みと活用を希望する支援制度</p> <p>平成21年度 ○四季の漁場(定置・あわび漁・ウニ漁・浜の作業風景など)・里山風景(作物の育成風景や醸造風景)などの映像化による、産地映像アーカイブ集の製作 ○広域使用が出来る映像データベース集の製作と配信サイトの開設 機材リース費・人件費 約600万円(元気) ○管内の食材が一括購入できる仕組み作り(一括納品するための、管内通い便の設置) ○本年度作成した広域発注機構を活用した、物流機構の構築の立ち上げ経費 機材リース費・人件費 約300万円(元気) ○産地人材の育成および、消費地空き店舗を活用した取組②の発展型直売機構の開設 ○生産地と消費地の橋渡しをする人材育成、映像コンテンツと食材供給を産地が行い、消費者との繋がりは先方の商店街に任せるなどの広域的な連携網の関係構築 機材リース費・人件費 約1000万円(元気) ○端材を活用した商品開発と、取組③の発展型への連携 機材リース費・人件費 約200万円(元気)</p>

◆主な実施取組の内容◆

実施取組内容・結果

・見えなかった世界を「IT」が繋ぎ、届ける

漁業生産の現場や、農業・醸造業の現場にライブカメラを投入し、今産地で行われている風景をリアルタイムに消費者の元へと送り届ける機構の開発。

鮭の遡上水中ライブカメラを皮切りに、養鶏場ライブや漁師の番屋、醸造現場の放送そして、定置網の生ライブ中継やサツパ船ライブなど、操業現場を常に楽しんでもらえる産地ライブカメラの整備を順次実施。開発過程は、北里大学での特別講義で報告。ライブ映像の一部は、地元小学校にも供給するなど、新たな可能性を開拓しました。



鮭遡上ライブ中継



ライブ配信機材の独自開発



サツパ船ライブ中継



地元小学校にも受信端末を設置

実施取組内容・結果

・そこに生産者と消費者がいるマーケット

北里大学の学生や生産者と共に消費地へと出向き、ライブ映像を交えながら生製品の販売および信頼関係の構築を行いました。お客様が何を求めるのか、産地では知り得ない情報を、お客様との会話から汲み取る機会ができました。

・現地での交流が育む様々な驚き・感動・連帯

消費者を今度は産地に招き、共に作業を連帯することで得られる喜びと更なる信頼関係の構築を取組③では行いました。



地元旅行会社と協力し、ツアー化



仙台でのイベント開催

イベントスケジュール

- 11月安比高原
- 12月仙台フジサキ
- 2月東京商店街
仙台フジサキ
盛岡カワク
- 3月東京商店街
仙台フジサキ

上記以外に飲食店コラボも実施



産地を巡るツアーの開催

ツアー内容概略

- ・醤油、酒の各種体験
(マイ醤油・マイ美酒を支援して旅がスタート)
- ・刺し網体験
- ・北里大学オープンセミナー
- ・番屋での漁師料理
- ・朝ごはん調達体験
(ホタテの水揚げ、養鶏場で卵の確保など)

◆取組実施による成果・今後の展開◆

平成20年度実施事業におけるお客様の反応から、本プロジェクトの斬新性および地方再生の可能性として、大きな方向性を感じ取ることが出来た。

今年度の事業では、ライブカメラ映像配信の要である高速ネットワークの整備途上など、地域インフラの貧弱性により、安定配信についての問題を残すが、今後インフラ整備が都市部と遜色なく行われれば、地方都市の更なる産地補強に繋がることが確信できた。また、上記取組間の連帯性に欠ける部分も多く、相互の波及効果を引き出す策に乏しい部分も露呈したが、今後、食をキーとした各取組間の連携が充実すればするほど、当地方の活性化に多大な貢献をするであろう産業機構の原型が出来上がったものとする。今後は、通信インフラの整備だけにとどまらず、取組間を見渡せる人材の育成および、取組間を橋渡しする情報網の整備、行政を交えた各種制度化を行い、生産地を基点とした新しい産業構造の育成が展開できるよう、本年度事業の反省を踏まえ、地域再生の実現に向けて取り組んでいければと願っている。