

# 東日本大震災からの早期の復興再生

岩手大学 理事・副学長  
岩 湊 明

# 自己紹介

- 1972年 東北大学工学部機械工学科卒
- 1974年 東北大学大学院工学研究科修士課程修了
- 1974-84年 東北大学工学部機械工学科助手
- 1984年 岩手大学工学部機械工学科助手
- 1991年 岩手大学工学部教授
- 1995-2000年 地域共同研究センター長
- 2010年 岩手大学理事・副学長(地域連携, 国際連携担当)
- 2012年 同上(総務、地域連携、国際連携, **三陸復興推進機構長**)

専門: 機械工学, トライボロジー, 金型工学, **産学官連携**

主な学外の仕事: JST地域結集事業PO

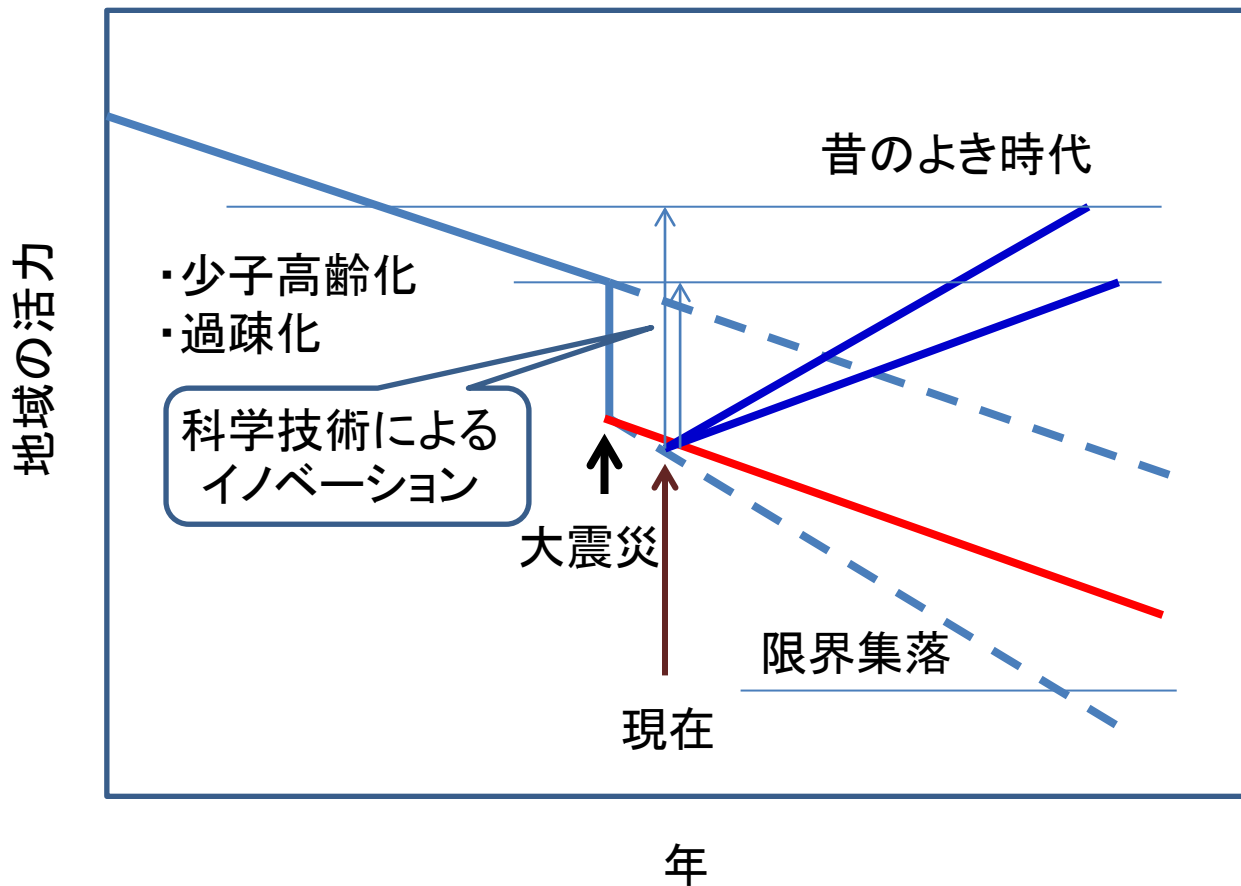
日本機械学会副会長(2009)

日本学術会議連携会員

文科省 地域科学技術イノベーション推進委員会委員

**復興庁復興推進委員会委員(2013/3～)**

# 地域の復興の目標は？



- ・復旧と復興の違い：流れを止めて、新たな展開



安倍内閣 復興推進委員会 中間まとめ(2013/6)

## 「新しい東北」の創成

1. 子供の健やかな成長
2. 高齢者のQOL ⇒ライフ・イノベーション
3. 再生可能エネルギー ⇒エネルギー戦略協議会
4. 地域資源による雇用創出 ⇒地域資源戦略協議会
5. 安心の確保(防災・減災) ⇒次世代インフラ・復興再生協議会

「新しい東北」のコンセプト:

被災地の課題(少子高齢化, 過疎化)は日本の地域の共通課題

・総合的な対応が必要

# 被災地の現状と課題

## 安心して暮らせる環境

- 雇用の場 ⇒ 有効求人倍率は1以上, しかし人が集まらない
- 産業は70~80%の回復 ⇒ 設備を入れてもマーケットがない
- 廃棄物処理 80% ⇒ 今年度中に処理完了
  
- 仮設住宅 ⇒ 災害公営住宅・個人住宅に移転は進まず
- 土地の利用計画 ⇒ 高台移転, 嵩上げ工事のロードマップは未定
  
- 風化 ⇒ ボランティアの減少(最大時の1/100)
- 風評被害 ⇒ より安全なもの(被災地以外からのもの)
  
- 復興計画・活動を俯瞰できる人の不足 ⇒ 各要素の取り組みは進んでも, 街全体にとってふさわしいか?
  
- コーディネーターの連携不足 ⇒ ニーズ情報の共有が不十分

# 地域科学技術の展開におけるJSTの役割

JST地域事業：8イノベーションプラザ+8イノベーションサテライト



事業仕分け：閉鎖（平成24年3月）



復興促進センター：3カ所（福島，宮城，岩手）3年間

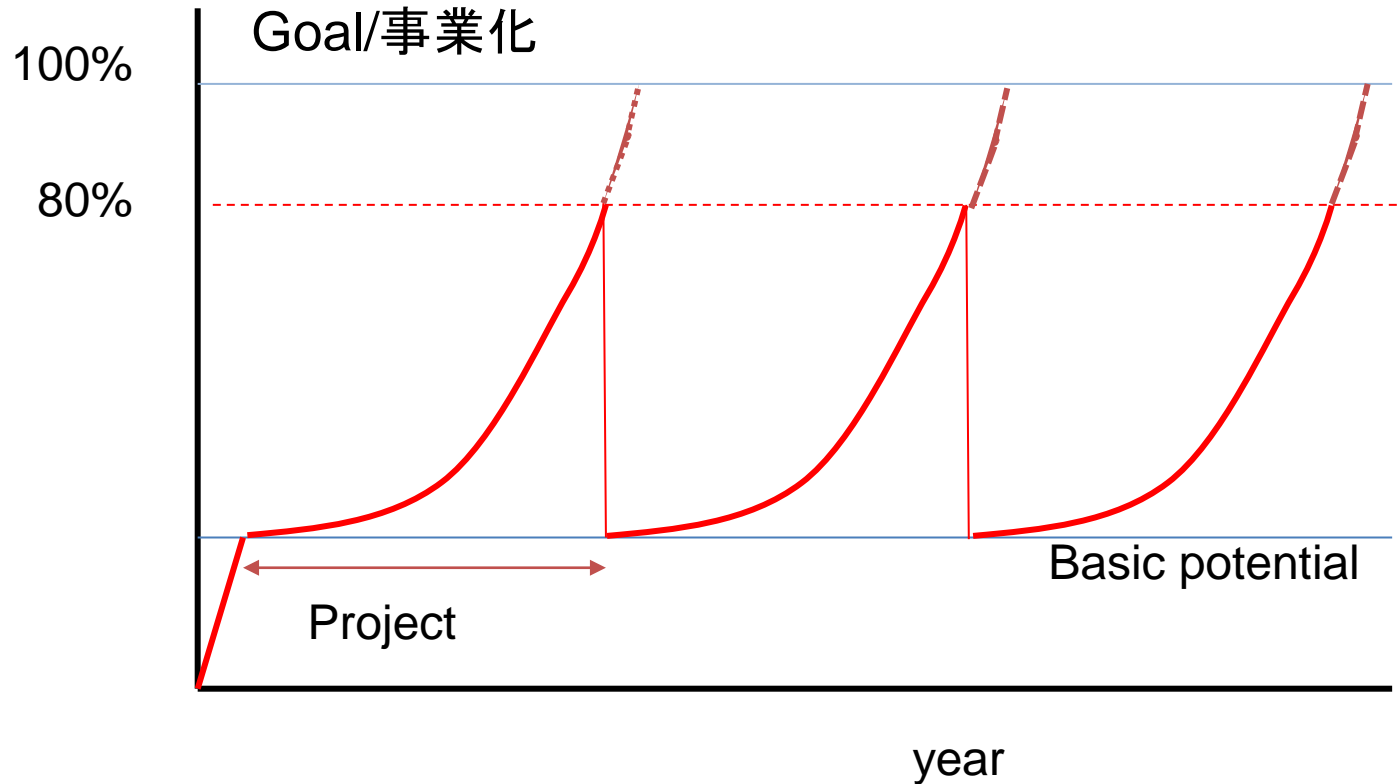


平成26年度で終了/閉鎖（平成27年3月）

復興事業：A-Step（探索，マッチング，産学協創）

\* 産学連携による新たな技術展開/イノベーションの眼

# 成果を出さない/出せない産学官連携



- 金の切れ目が縁の切れ目！
- 完璧を目指し過ぎる！

## 今後

### 科学技術イノベーションで復興再生？

- 科学技術の信頼性回復  
「安全」の定義不足
- 「想定外」は許されるか？  
1000年に1度の確率の災害に対応するインフラは必要か？  
インフラには寿命がある
- 防災から減災 ⇒ 「てんでんこ」自分の命は自分で守る
- 防災・コミュニティー再生  
自然科学と社会科学, さらに人文科学の融合

復興事業は総合的: **科学技術の融合化**を行うチャンス!



# 岩手大学三陸復興推進機構

機構長: 地域連携担当理事

事務局  
三陸復興推進室

活動拠点

釜石サテライト

久慈エクステンションセンター

宮古エクステンションセンター

大船渡エクステンションセンター

地域防災研究センター(2012/4.1)

三陸水産研究センター  
(2013.4.1)

教育支援部門

学習支援班

生活支援部門

ボランティア班

心のケア班

被災動物支援班

文化財保護支援班

地域コミュニティ再建支援班

復興推進部門  
水産業

水圏環境調査班

水産・養殖班

水産新素材・加工技術・  
加工設備開発班

マーケティング戦略班

ものづくり産業復興推進部門

技術研究・指導班

人材育成班

インキュベーション班

復興推進部門  
農林畜産業

農地復興班

高収益型農畜産復興支援班

林業・林産業復興支援班

農林畜産業復興総合計画班

地域防災教育研究部門

自然災害解析班

まちづくり班

防災教育・資料収集班

# ものづくり系でのイノベーション

Product innovation ⇒What/ 短期

Process innovation ⇒How/ 長期

多くの中小企業

KKDからKKD+S: 科学的エビデンス

K: 経験, K: 勘, D: 度胸, S: 科学

➤ 作り手にとっていいものを作れば売れる時代からユーザーにとっていいものを作る



ユーザの動向を如何に反映させるか⇒マーケティング力

➤ 科学的思考ができる(理解力)人が少ない⇒高度人材育成

# まとめ

仮説) 大災害の後にはイノベーションが起きている



今回の震災は大災害にあたる



復興でイノベーションを起こす(責任が我々にある)

◆儲かる産業を「科学技術」を用いて創造していく



安心して暮らす環境を作る