



A-FACTORY
AOMORI
CIDRE

DRY
750ml



「東北の食と農を発信するJR東日本の取り組み」

東日本旅客鉄道株式会社 盛岡支社

～ 目次 ～

地域とJR東日本の繋がる意義

1. JR東日本が地域活性化に取り組む理由
2. 地域再発見プロジェクト
3. 定住人口・交流人口拡大に向けた地域とJR東日本の役割

JR東日本の強みを活かした新事業

1. はこびユン(列車荷物輸送)
2. JREMALLふるさと納税

食や地域産業に関わる地域連携

1. 当社と食や地域産業に関わる主な市町村連携
 - (1) 遠野市：遠野市・キリン・JR盛岡での3者連携協定
 - (2) 岩泉町：復興支援と観光流動促進
 - (3) 八戸市：八戸ブイヤベース缶詰
 - (4) 上米内駅：無人駅の一般事業者による活用・地域産業
 - (5) 岩手県：県内クラフトビール事業者連携企画『IWATEBEER』
2. TOHOKU EMOTIONの運行

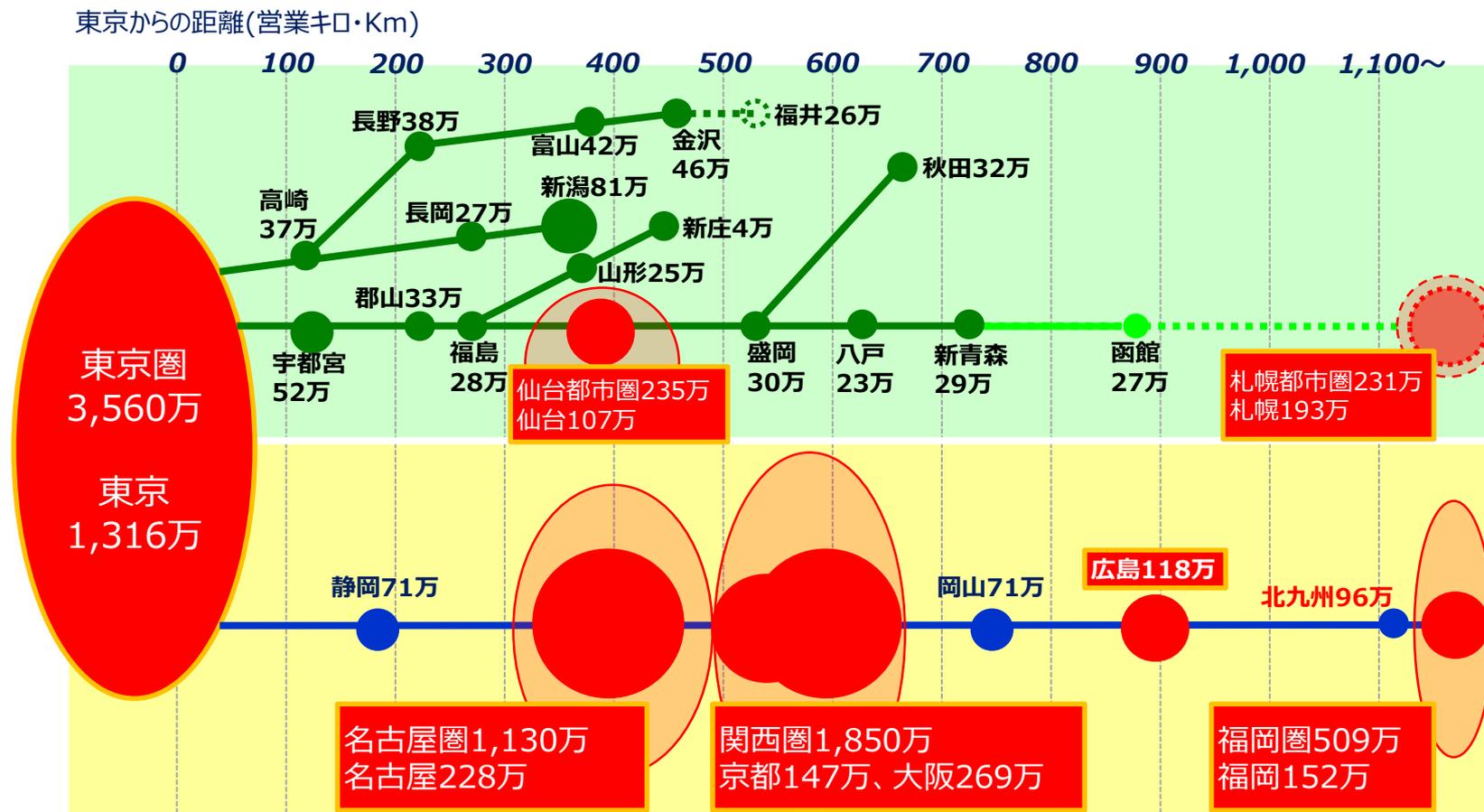
グループで取り組む6次産業事業

青森県 青森商業開発 A-FACTORY 青森シードル

1. JR東日本が地域活性化に取り組む理由

東日本

西日本



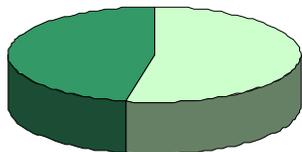
出典:総務省統計局 人口推計(2015年5月)等をもとに当社作成

圧倒的な沿線人口の差 → 地域の衰退 = 新幹線の衰退に直結

1. JR東日本が地域活性化に取り組む理由

上越新幹線

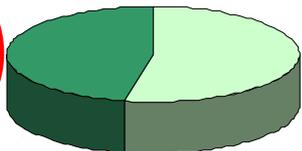
ビジネス
44%



観光
56%

北陸新幹線

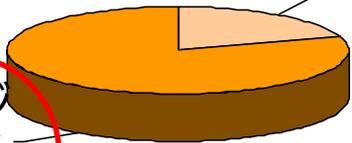
ビジネス
45%



観光
55%

東海道新幹線

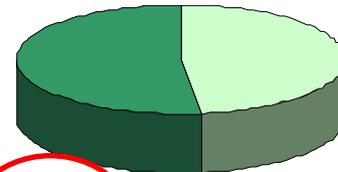
ビジネス
80%



観光
20%

東北新幹線

ビジネス
56%



観光
44%

ビジネス=100%元に戻らない

赤字脱却には観光(帰省等含む)の復活が急務
「食」と「農」は地域活性化や観光復活の「核」

2. 地域再発見プロジェクト

それは日本のたからもの。

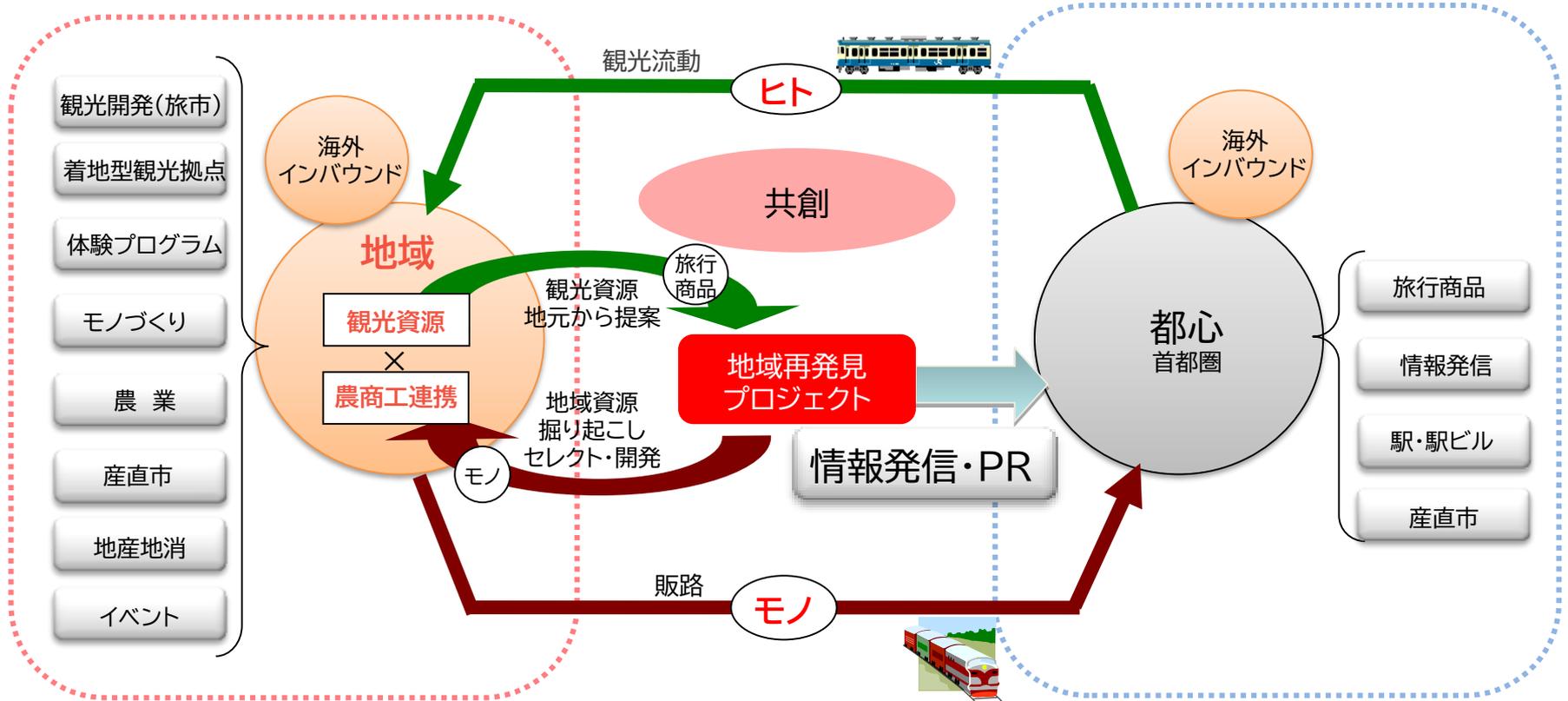


2009年立ち上げ

- ・ 鉄道ネットワークの特性」及び「首都圏での販路や広告媒体」を活かし“ヒト”と“モノ”の交流を図り、地域活性化
- ・ 2011年の東日本大震災をきっかけに、さらに注力

地域の魅力・リソース

JRの媒体・リソース



3. 定住人口・交流人口拡大に向けた地域とJR東日本の役割

地域と当社の
共通課題

交流人口・定住人口の拡大

地域の成長

働きやすい環境

若者の地域愛づくり

住環境向上

宿泊先の充実

観光スポット整備

産業規模拡大・支援



おいしい食の提供・発信



商品製造・販売



混雑のない道路状況
ピーク分散に資する商品設定
各交通事業者連携

交通網

利便性向上

快適な車内空間
安全性・速達性向上

他地域



JR東日本

リアル・デジタルのネットワークを活かし、
地域の成長・地場産業の活性化と観光・交流
人口拡大のサイクルを作る。

産業活性化による定住人口の増
さらに元気な地域づくり

1. はこビュン(列車荷物輸送)

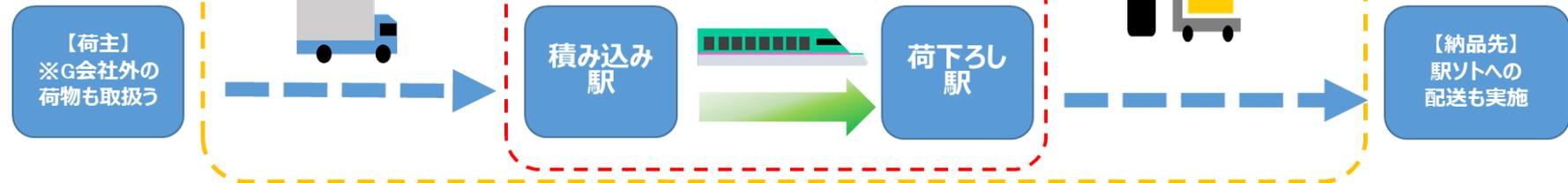


列車を使った物流による地域PR

「はこビュン」の仕組み・流れ

ジェイアール東日本物流が荷主から輸送を受注

ジェイアール東日本物流から輸送を受託



★2017年にスタート、地域活性化に資する商品をグループ会社で販売、車販準備室の空きスペース等を活用。
⇒積込スペースや輸送エリアなど順次拡大予定

新幹線活用の強みとは？

速達性

- 朝採れたものが当日昼過ぎには首都圏に！
新青森⇒東京（約3時間）
- ※トラック便の場合、即日輸送は困難

定時性

- 事故率が低く、道路状況や天候にも左右されない安定輸送



東京駅店舗「羽田市場」に納品されるヤリカ



焼きたて福田パン
大宮駅で販売



焼立ての福田パンを
盛岡駅で新幹線に積込



青森の新鮮な生鮮品を大宮駅で販売

2. JREMALLふるさと納税

リアルな場+ECサイト

JRE POINTが「貯まる」「使える」

JRE MALL

鉄道ネットワーク、ターミナル駅での販路、広告媒体を持つメリットを活かし“ヒト”と“モノ”の交流を図るため、ECサイト「JRE MALL」サイト内で「ふるさと納税」も2020年10月にスタート。



上野駅



横浜駅



主な返礼品



双方を所有する
JR東日本だからできる
多様なプロモーション



POINT会員の7割が首都圏在住者でそのうち6割が女性。
対応店舗のみならず首都圏等では鉄道利用でもポイントが貯まり、貯まったポイントでJREMALLなどで使用できる。



産直市会場ふるさと納税と観光情報PRブースの設置



横浜駅JREMALLCAFE内では商品展示や小イベント開催が可能

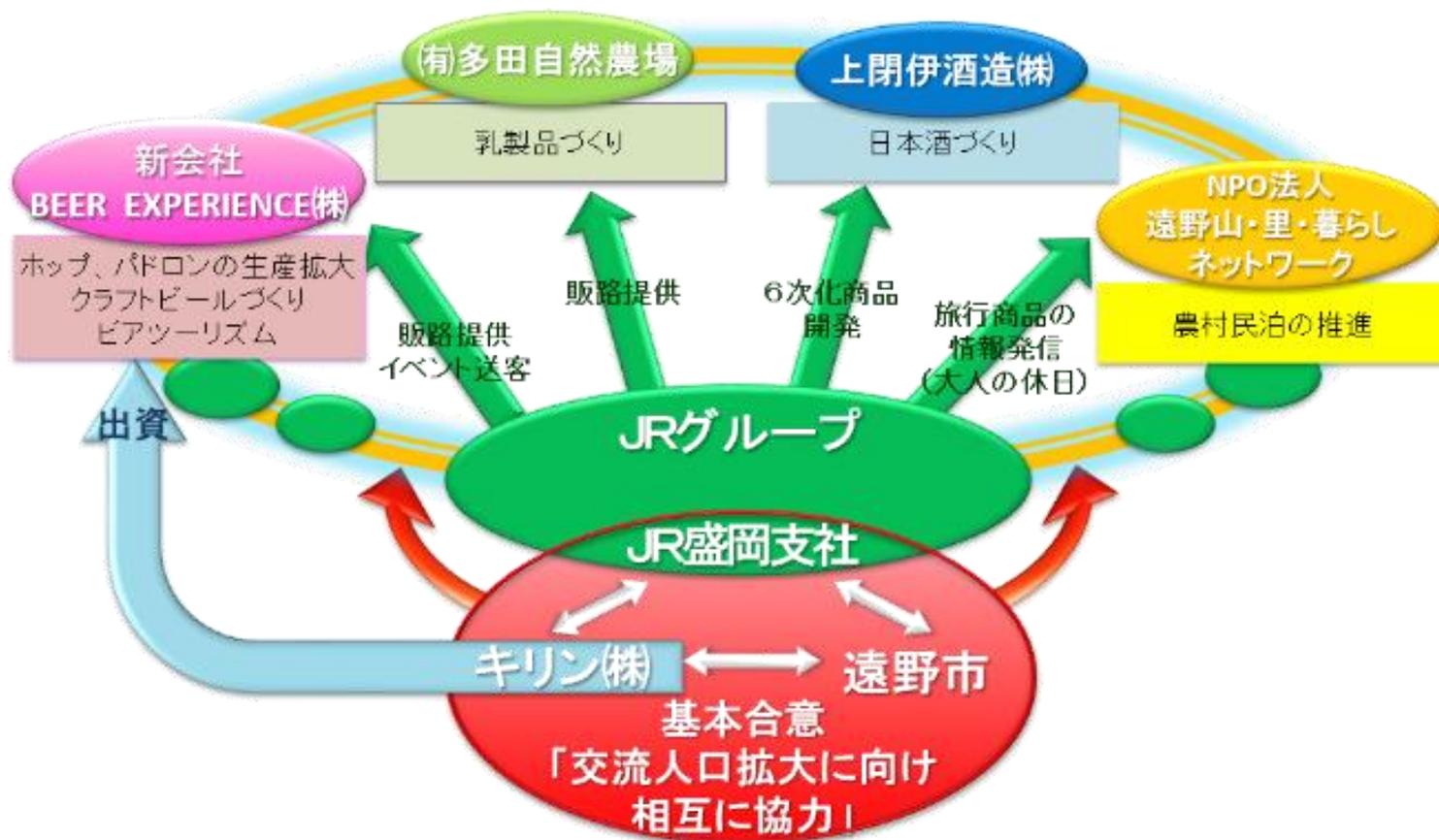
1. 食や地域産業で関わる地方自治体との連携例(1)遠野市

◆遠野エリアにおける地域活性化施策のきっかけ

日本一のホップ産地で、ホップの委託生産を行う麒麟ビールグループと、地域活性化を目指す遠野市が、長年「**ビールの里構想**」、「TKプロジェクト（T：遠野、K：麒麟）」として、ホップを通じたまちづくり活動⇒当社も同プロジェクトの趣旨に賛同し、**2018年6月、遠野市、麒麟(株)、JR盛岡**の3者で

「**遠野エリアの地域活性化に関する連携協定**」を締結。

生産者、事業者、自治体と連携して、産業と観光の振興を図り、遠野エリアの交流人口拡大を目指す。



1. 食や地域産業で関わる地方自治体との連携例(1)遠野市

地元のモノを活かした魅力発信

六次化商品開発(地域事業者との連携)

■ TONO BEER C58 239 (ホップの使用)

遠野産ホップを使い、2018年度から商品化。各商品の副原料は遠野エリア周辺のものを使用し地元の魅力発信に繋げることとしている。第1弾は「奇跡の米 大槌復興米」、第2弾は宮守町「小麦 ゆきちから」、第3弾は住田町「イチゴ」を使用

第1弾(通年)
2019年3月発売～



第2弾(通年)
2019年9月発売～



第3弾(冬季限定)
2020年11月発売
2021年11月発売



▲遠野でのホップ収穫作業



▲第1弾発売イベントの様子

■ SL銀河 コースター (木材の使用)

遠野周辺エリアで取れる様々な種類の木材を使用した木製コースター。県外の方やSL銀河乗車のお客さまがメインターゲット。遠野市内の木工事業者が制作



1. 食や地域産業で関わる地方自治体との連携例(1)遠野市

送客による貢献

イベントに合わせた列車運行

■ホップ収穫祭 ※2020・2021年はイベント中止

ホップ・ビールをメインに遠野に足を運んでいただき、地のモノやヒトに触れるきっかけとなるイベントに合わせて臨時列車運行（2019年開催時：来場者1万2,000人）



臨時列車にはヘッドマーク取付

観光利用促進を目指した観光列車運行

■SL銀河の運行

沿線の飲食店、道の駅、宿泊施設の利用増→(2023年春運行終了後も新たな観光列車の運行を検討)



車内での沿線紹介・展示



宮守のめがね橋 撮影スポット

1. 食や地域産業で関わる地方自治体との連携例(2)岩泉町

地域の特色や事業者に合わせて連携やサポート

〈ねらい〉

2011年の東日本大震災、2016年の台風10号による甚大な被害の復興支援、地元地域の活力創出。
2012年「岩泉商談会ツアー」の開催（JRグループ会社のバイヤーを町に招き、商談会・エクスカージョン、事業者向けに商品開発セミナー実施）
2018年、町役場・地元事業者と共に盛岡駅にて臨売「岩泉フェア」を開催。

岩泉町の特性として・・・

「たくさんモノを作る」「たくさんモノを売る」に向かない土地柄・町の規模



岩泉町商談会ツアー
(2012年～2016年)

地域事業者・商品の販路拡大を目的に首都圏の当社グループのバイヤー等を岩泉に招待し現地を直接見て触れていただいた。

盛岡駅「岩泉フェア」
(2018年～現在)

大人の休日倶楽部パス期間に合わせての実施やホルモン鍋お振舞などにより多くのお客さまにお越しいただいている。



商品開発



岩泉の極味肉饅頭
(2014年～2017年)

希少な「いわいずみ短角牛」と岩泉産広葉樹のおが粉を使用し栽培した「岩泉産しいたけ」を使用。



鮭の燻製あらほぐし
(2018年～現在)

岩泉町を流れる小本川（おもとがわ）河口付近にて採捕した遡上鮭を使用。一本一本丁寧に燻製し、鮭の身の美味さを引き出した商品。
★ラベルのロゴデザインも岩泉町出身のデザイナーが制作している。

地域の事業者が地域の食材からこだわりの商品を作り
絞ったターゲット層、場所での展開、認知拡大と観光流動に繋げる。

1. 食や地域産業で関わる地方自治体との連携例(3)八戸市

八戸ブイヤベースフェスタの公認商品として、八戸港で水揚げされた鯖の他、鱈、海老の魚介類と、野菜、トマト、ハーブ、スパイスを使用し、旨みたっぷりのブイヤベーススープに仕上げている。

形や規格が不揃い等で流通しにくい水産物の解消と、地元貢献、地域還元を目指して販売。

八戸市



八戸ハマリレーション
プロジェクト



JR盛岡支社



- ・4号缶(415g) 八戸ハマリレーションプロジェクト
八戸ブイヤベースフェスタ監修
- ・凝縮魚介スープ
鍋で温めるだけで**本格的な味わい**のスープ
(例)魚介+スープ=ブイヤベース
パスタ+スープ=スープパスタ
米+スープ=リゾット
- ・課題食材の使用(魚介類は八戸産)
- ・地場産品をふんだんに使用



▼「おいしいにっぽんフェス」
@恵比寿ガーデンプレイス



1本900円と高単価な商品だが、
早々に完売した。(約300缶)
※所得の高い方が多いエリアで
あったことが要因

商品を購入

認知
拡大

調理は簡単温めるだけ

食べて美味しい

「どこの商品？」
味に関心を持ってもらう
リーフレットを見る

本場の八戸ブイヤベースを
食べてみたい

フェスタや八戸観光情報が
リーフレットに載ってる

八戸ブイヤベースフェスタ
(八戸)に行ってみよう
「交流人口・観光のきっかけ」



1. 食や地域産業で関わる地方自治体との連携例(4)盛岡市上米内

無人駅舎+地域産業の活性化

当社（地方支社）の課題

- 人口減少による**鉄道利用減**
- 無人駅の増加**
- 事業収入拡大

次世代漆協会の事業目的と漆の課題

- 自給率2%の**国産漆の増産**（岩手県で国産約7割生産）
→文化財施設改修に1.1t/年が不足
- 米内エリアを漆の里山モデル地域にする
- 漆の認知度の向上

クラウドファンディングを活用し
無人駅舎をリニューアル・貸付

2020年4月29日リニューアルオープン



待合カフェスペース

★活用から約1年半が経過し主に地域住民が公民館的活用、地元学生による勉強・通信ゲーム利用など憩いの場として使用している



漆塗り工房設置



地域振興・交流拠点の場

無人駅活用の先駆けとして活用や運営の仕組みを発信していく



ボランティアによる
植樹活動

★春・秋のウルシ苗植樹活動に県内外から多くのボランティアが参加している。毎回当社社員も多数参加。



漆関連の展示販売

1. 食や地域産業で関わる地方自治体との連携例(5)岩手県 IWATE BEER 「いわて食材発信プロジェクト」

【きっかけ】

なぜ当社が「クラフトビール」に注力し始めたのか!?

2018年 遠野市・麒麟ビールとのつながり

前項でご紹介した遠野市・麒麟ビールとの3者連携協定の後、遠野の上閉伊酒造と繋がり商品化した「TONO BEER C58 239」の発売（2019年3月）

岩手県のホップ生産・クラフトビール製造事業の現状を知る

- ① **日本一のホップ生産量の岩手県!!** しかし生産量・就農者数が年々減少
- ② **クラフトビール製造事業者・提供店舗の増加**
- ③ **アルコールと鉄道の親和性の高さ**：自動車移動だとドライバーは飲酒できない
- ④ **食材とのペアリング**：アルコールだけを楽しまれるお客さまは少ない
⇒地域の食も一緒に食べる機会が増える。(多様なビアスタイルで合う食材が異なる)

【理想】 岩手県のクラフトビール文化定着とブランド化



青森県



シードル

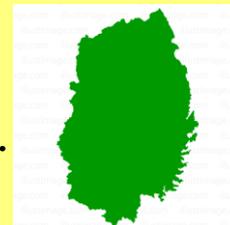


新潟県



日本酒

のように…



岩手県



クラフトビール

インバウンドにも受け入れやすいアルコールをきっかけとして、盛り上げることを目指す。

【いわてクラフトビールまつり】(2019/6月29・30日盛岡駅前「滝の広場」)

いわて観光キャンペーン推進協議会の「観光キャンペーン」(2019年3/21~11/10)の節目のイベントとして開催し、観光流動を創出することを最大の目的とし、人気が高まってきているクラフトビールをフックに県内の美味しい食材を使った飲食店とも出店。



岩手のクラフトビールが盛岡駅前に大集結!

IWATE Craft Beer Festival

初開催!!
2019.6.29 sat 11:00~20:00
30 sun 11:00~16:00
会場 盛岡駅前「滝の広場」

Time Schedule
11:00 開場
12:00 JFA杯(12:00~12:30)
13:00 岩手県産地産物展覧会
14:00 JFA杯(14:00~14:30)
15:00 岩手県産地産物展覧会
16:00 閉場

【ドリンク&フード】

主催:東日本旅客鉄道株式会社盛岡支社・盛岡ターミナルビル株式会社

<p>岩手のクラフトビール 飲み比べ IWATE Craft Beer</p> <p>500円(税込)</p> <p>ビール クラフトビール</p> <p>500円(税込)</p> <p>ビール クラフトビール</p>	<p>株式会社ベアレン醸造所 盛岡市 クラシク(岩手県)</p> <p>500円(税込)</p> <p>ビール クラフトビール</p> <p>500円(税込)</p> <p>ビール クラフトビール</p>	<p>上野伊達醸造株式会社 盛岡市 道の駅あづまの森から</p> <p>500円(税込)</p> <p>ビール クラフトビール</p> <p>500円(税込)</p> <p>ビール クラフトビール</p>
<p>株式会社酒野醸造 盛岡市 ESB</p> <p>500円(税込)</p> <p>ビール クラフトビール</p> <p>500円(税込)</p> <p>ビール クラフトビール</p>	<p>さくらブルワリー 盛岡市 SMA SHED Englishman</p> <p>500円(税込)</p> <p>ビール クラフトビール</p> <p>500円(税込)</p> <p>ビール クラフトビール</p>	<p>いわてビール 一関市 ジャマニールブルワeries</p> <p>500円(税込)</p> <p>ビール クラフトビール</p> <p>500円(税込)</p> <p>ビール クラフトビール</p>
<p>株式会社酒野醸造 盛岡市 ESB</p> <p>500円(税込)</p> <p>ビール クラフトビール</p> <p>500円(税込)</p> <p>ビール クラフトビール</p>	<p>スプリングブルーブルワリー 一関市 キリンビール岩手支店</p> <p>500円(税込)</p> <p>ビール クラフトビール</p> <p>500円(税込)</p> <p>ビール クラフトビール</p>	<p>【いわてクラフトビールまつり】 ご来場アンケート</p> <p>アンケート実施期間:6/29(土)11:00~16:00 6/30(日)11:00~16:00</p> <p>アンケート実施場所:会場</p> <p>アンケート実施内容:お名前(フリガナ)・年齢・性別・来場理由・クラフトビールへの関心度・クラフトビール以外の飲食店への関心度・クラフトビール以外の飲食店への来店予定の有無</p> <p>アンケート実施目的:クラフトビールまつりの今後の開催に活用するため</p> <p>アンケート実施方法:会場にてアンケート用紙を配布し、お名前(フリガナ)・年齢・性別・来場理由・クラフトビールへの関心度・クラフトビール以外の飲食店への関心度・クラフトビール以外の飲食店への来店予定の有無を記入していただく</p> <p>アンケート実施結果:アンケート結果は、今後の開催に活用させていただきます</p> <p>アンケート実施お問い合わせ先:0196-333-1111</p>



ビール事業者7社・食物販7社(計14社出店)

不安定な天候の中延べ1万人を超えるお客さまにお越しいただいた。飲食を楽しみながらステージイベントで地域の芸能などに触れていただいた。



IWATE BEER 「いわて食材発信プロジェクト」 つづき

◆東北のホップを使用した限定クラフトビール

★東北6県連携した大型観光CP「東北デスティネーションキャンペーン」
2021年4月～9月に開催に合わせ、遠野市の上閉伊酒造と商品を検討し東北各6県
で生産されているホップを使用したビールを製造・販売。

※各6県のホップは**キリンビール**、**サッポロビール**が契約栽培しており、
「ホップ提供」という立場で**2社は1つの商品で初めて連携することとなった**。

商品開発・販売による認知・宣伝

- 外出の難しいコロナ禍でも東北を感じ、応援できる
- 飲食店でなくても自宅で東北を楽しめる
- 東北のホップ生産・岩手のクラフトビールPR



◆岩手県全11クラフトビールメーカー共同企画「IWATE BEER」

岩手県

1次(ホップ農家・ビール会社)
「持続的、安定的な生産」

2次(ブルワリー)
「産業振興、ファン拡大」

クラフトビール
(産業振興)

お客さま
(交流人口拡大)

3次(店舗)
「地域活性化、交流人口拡大」

主に首都圏

共通ロゴ

共通ポスターやマップの設置・配布

★岩手県の事業支援とPRを目的に「IWATE BEER」という共通ロゴ、宣伝物を用い11社から順次11商品を発売。当社収入と岩手の認知に繋げるため首都圏JRグループ会社店舗・JREMALL(ECサイト)を中心に販売。

TOHOKU EMOTION

※ 2013年10月より運行

北東北
NORTH TOHOKU



【TOHOKU EMOTION】

「デザイン」「食」「アート」「景色」
をキーワードとし、
新しい東北を発見・体験いただける観光列車

- ◆ 区間：八戸線 八戸駅～久慈駅
- ◆ 目的：東北エリアの復興支援と地域の活性化
東北エリアの名店と料理人、**地元食材の紹介**
- ◆ 目の前で調理されるライブキッチンスペースをはじめ、
列車全体がレストラン空間となる**「東北レストラン鉄道」**
- ◆ 車内では**東北各地の伝統工芸をモチーフとしたインテリア
や食器を使用**
- ◆ 担当シェフは年2回、メニュー内容は年4回替わるので
何度ご利用いただいてもお楽しみいただけます！



【ライブキッチンスペース車両】

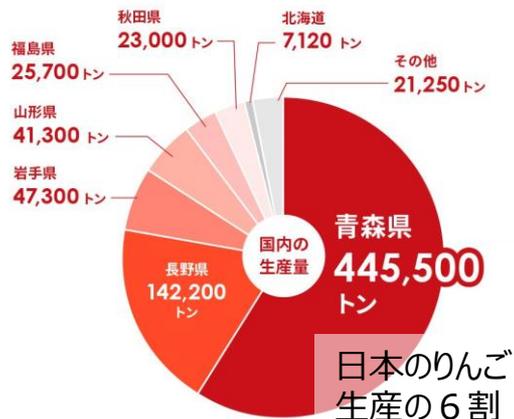


【オープンダイニング車両】



【コンパートメント個室車両】

青森シードルクラスター



地域資源としての
“りんご”



【Aファクトリー】

- ・りんご仕入れ58トン
- ・シードル製造・販売 (6次化)

地域資源を活用した新産業創造とクラスター化

シードル産業クラスター創造

- ・シードル製造者の量的拡大 (13社へ)
- ・品質向上とブランディング化 (りんご酒協、ICC金賞)
- ・付加価値化 (本数3%UP、売上12%UP) 2018→2019

・りんご仕入れ34トン
【弘前シードル工房】2020



シードル製造・販売から

- ・観光活性
- ・周辺産業創造へ

★2019年、2021年
International Cider Challenge
金賞受賞 [日本企業初]

1956～

・ニッカウヰスキー



ニッカによる生産は
あったものの地域産業
とはなっていない状況

新幹線開業

2010/12/4～



2013～

- ・タムラファーム
- ・Kimori

2017～

- ・津軽ゆめファーム
- ・GARUTSU
- ・弘果物流
- ・弘前銘醸

2018～

- ・もりやま園
- ・澤内醸造
- ・サンマモイワイナリー
- ・WANO Winery
- ・ファットリア・ダ・サスイノ

2020/4/11～

2019年時点で
13社に拡大
(りんご事業者を含めると17社)

あおもりりんご酒推進協議会

商品力向上・販売力強化に向けた交流・情報発信等 * 事務局・会長 = 青森商業開発

■ 青森に続き笠間栗ファクトリーも新たな地域産業クラスター化の先導役としての取り組みを進めていく！



A-FACTORY
AOMORI
CIDRE

DRY
750ml



これからも東北の豊かな「食」と「農」を発信し
地域とともに産業振興に取り組んで参ります。