

岩手・宮城・福島の 産業復興事例集 2022-2023



岩手・宮城・福島の 産業復興事例集 2022-2023



ご意見・ご要望はこちらまで

復興庁 企業連携推進室
(産業復興事例集担当)

Tel: 03-6328-0267

Email: kigyo-rs@cas.go.jp

令和5年3月発行



表紙の写真

- 左 宮古市遊覧船「宮古うみねこ丸」
写真提供: 宮古市
- 中央 双葉町役場庁舎
写真提供: 双葉町
- 右 道の駅さんさん南三陸
写真提供: 南三陸町観光協会



復興庁企業連携推進室
イメージキャラクター
結ちゃん

「結ちゃん」は復興庁フェイスブック上で
キャラクター案を公募して制作されたものです。



目次

TOP FEATURE

監修委員座談会

**被災地から日本を変える！
復興事例に学ぶ新しいビジネス** 4

DATA

宮城県・岩手県沿岸部の現況 10
 福島県15市町村の現況 76
 福島県での企業立地3つのメリット 82
 産業復興の主な取り組み 152

CASE STUDY

岩手県

01 株式会社北三陸ファクトリー 12
02 農事組合法人宇部川ファーム 16
03 株式会社のだむら 涼海の丘ワイナリー 20
04 炎重工株式会社 24
05 丸友しまか有限会社 28
06 有限会社小島製菓 32
07 陸前高田企画株式会社 36

宮城県

08 株式会社阿部長商店 44
09 株式会社菅原工業 48
10 農業法人 株式会社ソーシオ 52
11 株式会社木の屋石巻水産 56
12 アンデックス株式会社 60
13 仙台ターミナルビル株式会社 JRフルーツパーク仙台あらはま 64
14 有限会社佐々木酒造店 68

福島県

15 株式会社リード	84
16 相馬市民市場株式会社 浜の駅松川浦	88
17 刃物の館 やすらぎ工房	92
18 株式会社 smile farm	96
19 株式会社 haccoba	100
20 有限会社ふるさとのおふくろフーズ	104
21 合資会社旭屋	108
22 株式会社アルムシステム	112
23 株式会社ネクサスファームおおくま	116
24 ニューフロンティア株式会社	120
25 株式会社鳥藤本店	124
26 大橋機産株式会社	128
27 株式会社ナラハプラントファクトリー	132
28 株式会社広野町振興公社	136
29 i-step 株式会社	140
30 株式会社マルセイ	144

COLUMN

「誰もが働ける」環境づくりで一歩未来へ	
女性・障がい者が輝く企業	40
産業復興のカギ「地域内経済循環」とは？	
—宮城県石巻市のケースを例に—	72
「ロボットが日本を支える！」福島の開発実証拠点	
「福島ロボットテストフィールド」が描く未来	148
過去の産業復興事例集	154
岩手県・宮城県・福島県 県別索引	156
監修委員／奥付	157

復興庁では、2012年度以降毎年、岩手・宮城・福島の3県の企業や団体が、業種や地域の特性、培ってきた知見や創意工夫を活用した、さまざまな「挑戦」を紹介しています。本年度も30の事業者を取材し、産業復興事例集として編さんしました。こうした取り組みを被災地内外の企業や自治体で共有することによって、今後の事業創出や復興の加速化につながることを期待しています。

監修委員
座談会

被災地から日本を変える！ 復興事例に学ぶ 新しいビジネス

新型コロナウイルス感染症、地震や豪雨などの自然災害、
さらにウクライナ情勢や円安の影響など、企業を取り巻く環境は厳しい状況が続いている。
このような状況下でニューノーマル時代を生き抜き、ビジネスを持続的に成長させるためには、どのような考え方が必要なのか。
そのヒントは、東日本大震災を乗り越えた被災地の企業の取組にあるはずだ。
ここでは本事例集の監修委員に集まっていただき、本誌で取り上げた優れた事例の解説を交えながら、
被災地、そして日本の目指すべき未来を語っていただいた。



一般財団法人
ダイバーシティ研究所
代表理事

田村 太郎氏

東北学院大学
教養学部 地域構想学科
教授

柳井 雅也氏

座長

日本女子大学
家政学部 家政経済学科
准教授

額田 春華氏

株式会社
エスト・コミュニケーションズ
代表取締役

弓削 徹氏

復興から新たな進化へと 移りつつある企業活動

柳井 2011年3月の東日本大震災から11年以上が経過し、被災地復興の論点が、どのように復興を進めるかということから、**新しいビジネスモデルをどのように見つけて、進化させるか**に移ってきたように思います。今回の事例でも福島県の株式会社リードは、精度の高いダイヤモンドワイヤで、岩手県の炎重工株式会社は、船舶ロボットや遠隔モニタリング用水中カメラなどで、新たな市場の開拓に取り組んでいます。新しい動きだと思いますね。

田村 伸びている企業に共通しているのは、「高付加価値商品にシフトする」「販路の拡大や新しいチャネルの開発に取り組む」「人材確保も含めて海外を視野に入れる」のいずれかを進めていることです。たとえば岩手県の丸友しまか有限会社は、地元の高校や大学などとのコラボレーションで商品を開発したり、これまでとは違う販路を開拓したりしています。海外を視野に入れて活動している事例もいくつかありました。中でも宮城県の株式会社菅原工業は、インド

ネシアからの技能実習生を受け入れるだけでなく、逆にインドネシアに進出し、現地法人を設立して道路整備事業を展開しています。雇用の確保と販路の拡大を複合的に行っているいい事例です。

弓削 近年、水産資源の枯渇が問題になっていて、実際に漁獲高は減少傾向にあります。その一方で食生活が世界的に変化し、欧米や中国などでも生魚を食べるようになり、消費量が増えています。そうした状況の中で、魚介類の養殖は進み、陸上養殖といった新しいキーワードも生まれています。欧米や中国などに高く販売できる魚介類、ウニをはじめアワビやマグロ、タイなどの**養殖技術は今後さらに重要になると見込まれるので、技術の蓄積に取り組むことが必要**です。

求められるマーケットインの 発想とデザインの重視

額田 魚介類の養殖に当たっては、おいしさや新鮮さを消費者に伝えることはもちろん大切ですが、養殖にはどのような価値や意味があるのかを理解してもらうことも重要です。

付加価値の高いものをつくるだけでなく、消費する側がいいものと思えるものをつくることも大切で、いわゆるマーケットインの視点が商品開発に欠かせないと思います。その点で岩手県の有限会社小島製菓が、自社のECサイトを通じて得た顧客情報を生かし、子どもの偏食・栄養不足を解消するクッキーの新商品を開発・販売されたのは、意欲的で面白い試みだと思いました。また、丸友しまかが、**ネーミングを含めたデザインを重視することで商品の売り上げを伸ばしているのは、デザインを学ぶ大切さを伝える貴重な事例**と言えます。

弓削 最近の商品展示会などを見ると、パッケージやネーミングに改善の余地のある商品がまだまだ少なくありません。中には、腕のいいデザイナーがつけば大きく変わるだろうと思える惜しい商品もあるので、デザインの力を理解してほしいですね。また、海外への進出には、海外のユーザーが好むものを知ることが大切です。マーケットインの発想が求められるので、専門家がバックアップすることが必要でしょう。

柳井 高付加価値商品の開発とい



菅原工業は2015年、インドネシアに合弁会社を設立。道路整備を行っている



丸友しまかは“手にとってもらえる”パッケージデザインとネーミングでヒット商品を生み出した



ナラプラントファクトリーはJGAPの取得で風評に立ち向かった



福島県田村市で陸上養殖された「福うなぎ」を使った、ニューフロンティアの「うなおむすび」

う点では、福島県の株式会社 smile farm は、鉢植えとしても、切り花としても人気のある「アンズリウム」に特化して栽培しているのが面白いですね。福島県の株式会社ネクサスファーム おおくまと株式会社ナラプラントファクトリーは、新しい技術を用いて、それぞれイチゴとトマトの栽培を行っています。ネクサスファーム おおくまのイチゴは、年間を通じて収穫できるそうです。ナラプラントファクトリーのトマトは JGAP を取得し、高い安全性が売りになっています。このように農業の分野では、全般に新しい技術の導入が活発に行われていて、イノベーションが進み、付加価値の高い商品も生まれてきています。

水産加工業が抱える課題の解決に必要なこととは

柳井 今回の事例では、ウニの養殖を行っている岩手県の株式会社北三陸ファクトリー以外にも、「福うなぎ」の名前で養殖ウナギのブランド化に取り組み、「うなおむすび」と

いった独自商品も開発している福島県のニューフロンティア株式会社など、水産加工関連の事業者が取り上げられています。しかし、被災地全体で見ると、イノベーションが進みつつある農業分野に比べて、水産加工の分野は、総じて厳しい状況に置かれていて課題が少なくありません。地球温暖化の影響からか、「磯焼け」のような海が荒れる現象が見られるようになり、漁期も魚種も変わってしまっています。サンマやシラスなどはとれなくなり、加工品の原料不足は深刻です。その影響は中規模以上の事業者ではまだ耐えられるものですが、零細な小規模事業者では深刻なものになっています。事業者の規模によって明暗の二層化が進んでいるので、業界一律ではなく、それぞれに応じた施策が必要です。また、地域によっても状況は異なります。たとえば宮城県石巻市では、梱包資材の企業をはじめ、味噌、醤油などの醸造業者など、水産加工に関連する産業の集積が進んでいます。取引も域内が約1,000億円、域外が約400億円と幅広いものになっています。

それに対して、同じ宮城県でも女川町では鮮魚の販売がほとんど。当然のことながら、必要な施策は違ったものにならなければなりません。**額田** 水産加工業全体がうまくいっていない、ということではないわけですね。**柳井** そうですね。中規模以上の企業にはいい結果を残しているところもありますし、面白い試みをしている企業もあります。たとえば石巻市では、12の企業が共同でインドネシアからの外国人技能実習生を受け入れています。また気仙沼市の企業では、開発した商品を外国人技能実習生に試食してもらい、海外進出やハラル食品開発のヒントにしています。**田村** 外国人技能実習生のあり方も再考する必要がありますね。これまでのような出稼ぎ型では、賃金の多くは母国に送金されるので、地元にお金を落としてもらえませんし、3～5年で帰国してしまうので、技術の蓄積も難しい。従来の出稼ぎ労働者では地域の経済がすり減ってしまうので、出身地と地域とのつながりを深め、共に発展していけるような



「粃米サイレージ」を食べる短角牛。畜産側ではなく、宇部川ファームのような農家が飼料を作る例は珍しい



農業法人 株式会社ソーシオは宮城県女川町の津波跡地でオリーブ栽培を行う

関係にしたいところです。

大きく変わる国際情勢をプラスに活用するために

柳井 技能実習生の動向は、海外の情勢に左右される面があり、コロナ禍では、多くの技能実習生が来日できなくなって、さまざまな企業や産業に影響を与えました。最近ではウクライナ侵攻や円安といった大きな問題が発生しています。こうした国際的な問題や変化は、技能実習生の動向以外に、被災地に何をもたらしているのでしょうか。

弓削 金属加工や樹脂加工などの製造業で、サプライチェーンを国内に戻す動きがあります。円安や国際紛争、災害などによって、サプライチェーンが分断されるリスクが高まっているので、リスクヘッジのために複数のサプライチェーンを確保する必要が生じ、そのひとつを国内に設けようという動きになっているわけです。国内の事業者にとっては、ある意味でビジネスチャンスが生まれたとも言えるでしょうね。

田村 SDGsの目標では、環境に関するものがクローズアップされがちですが、人権に関するものも重視されるようになっていきます。海外の企業や業界では、ビジネスと人権に関するガイドラインなどが作成され、強制的な労働や不当な労働環境の下で生産されたものは使わない、取り引きしない、輸入しないといったことが当たり前になりつつあります。そこに円安なども重なって、国内にサプライチェーンを戻す動きが生じているわけです。被災地の事業者も、この動きをうまく利用したいところですが、注意したいのは「円安で中国などより安く製作できます」といった発想で臨まないことです。それでは安価で受注するだけで、企業の利益にも、従業員の賃金の上昇にもつながりません。「震災で厳しい経験をした我が社なら人権の面でも問題はなく、サプライチェーンが分断されるおそれもないので、安心して発注できます」とアピールすべきです。人権と環境の面で問題のない社会をつくるというのは、今後も揺るがない世界的なトレンドだと思います。

従来にはない新しい発想で進めたい企業活動

柳井 今回の事例で気づいたのが、地域の産業や自治体との連携です。

これからの被災地復興へのヒントがあるように思いました。たとえば、岩手県の農事組合法人宇部川ファームでは、特産の短角牛が食べる粃米サイレージを作っています。農畜連携の一環として行われているもので、農家が粃米サイレージを提供する例はあまりないそうです。福島県の有限会社ふるさとのおふくろフーズでは、自治体などの協力を得て、地元の女性たちが中心になって、伝統の「凍み餅」の生産に奮闘中です。いずれも地域との連携のあり方を考える上で、格好の参考例と言えます。

弓削 コロナ禍によって、リモートでの勤務や商談などが当たり前ものになりました。ITを活用すれば、東京や大阪などの大消費地に出かけなくても商品の売り込みができるようになったのは、被災地にとっても大きいと思います。これからは、進化しているオンライン展示会の活用も

考えてほしいですね。

柳井 売り方については、引き続き研究してほしいですね。円安で輸出が増えることを考えると、海外への売り込みについては、もう一步踏み込んだ工夫が必要になると思います。また、リモートという観点では、Wi-Fi環境や住環境などが整えば、被災地でリモートワークをしたいという人も増えるはずですよ。こちらも実現には自治体との連携が欠かせませんね。

田村 被災地では沿岸部の造成が終わって、更地が広がっているところが少なくありません。それを「空き地が多い」「復興が進んでいない」ととらえるのではなく、「可能性のある貴重な財産がある」と考えて、活用を考えてほしいと思います。東日本大震災の発生当時とは、日本社会も世界も状況が変わっているわけですから、話題に上がった陸上養殖など、今までの発想の延長線上ではない使い方を考えることが必要でしょう。大きなビジネスチャンスがある土地ととらえることが大切です。

「女性」「多様性」「学び直し」がキーワードに

額田 海外の人権問題でサプライチェーンが国内回帰するというお話がありましたが、身近な人権というか、被災地における働きがいや幸せな働き方といったものも考えたいですね。また、女性の活用や、さまざまなタイプの社員が活躍できるダイバーシティの実現なども重要なテーマになります。

弓削 福島県のリードは「学び直し」、つまりリカレント教育に力を入れています。リカレント教育は、大手企業では当たり前のものでありつつあ

りますが、中小企業ではまだまだこれからです。マーケティングや経営、管理といったことを学び直す社員が増えれば、企業としての次の展開も見えてくるはずですから、新しいことを学ぶという姿勢を大切にしてほしいと思います。

田村 働き方改革やダイバーシティなどについて、面倒だとか難しいとか、マイナスに考える経営者が少なくありません。しかし、社員が生き生きと働ける環境になれば、企業にとって大きなプラスになるはず。ぜひ、前向きにとらえたいですね。

柳井 知り合いのドイツ人から、東北は多様性に富んでいると言われたことがあります。各県それぞれに違いがあり、さらに四季によっても違うと言われたのですが、その多様性を実は東北ではあまり理解されていません。東北や日本を理解するためには、異文化を知ることが欠かせませんが、東北からの出国者数はほかの地域と比較して少ないというデータもあり、東北の海外理解は進んでいないところがあります。インバウ

ンドを期待する前に、やるべきことが少なくありません。

田村 東北から外に出て行かなければ、外からも東北に来ないということです。発信が無いと受信も無い。東北のインバウンドについては、まだまだ伸び代があると考えて取り組みたいものです。

より幅広い事例集の活用を実現するために

柳井 今回から事例集はWebに移行します。Webでの情報発信の意義や特性といったことをどうお考えでしょうか。また、Webへの移行で期待できることを聞かせてください。

額田 大学の授業で使う資料なども事前にオンラインにアップする方式に変わっています。Web情報として気になるキーワードで検索できるようになると、学生をはじめ若い人にとって、なじみやすく使いやすい事例集になりますね。動画で事例紹介ができれば、若い人にさらにアピールできるものになると思います。ア



かつては離職が多かったというリード。労働環境の改善や人材育成に取り組み社員の成長へつなげた

フターコロナをにらんで被災地のさまざまな産業の復興と観光をうまくつなげていくことが大切ですが、みなさんが東北の旅のプランを考えるときなどに気軽に検索に引っかかり、現地のことについての関心と知識を深める事例集になってほしいです。

田村 Webだと海外の人でも読めるものになるというメリットがあります。最近の自動翻訳は性能が向上しているので、日本語の事例集でも

ある程度は理解できるものに翻訳することができますが、ハードコピーでは、当然のことながら翻訳機能をまったく使えません。海外とつながることが、これからの企業には求められるので、その点でWeb移行は重要です。

弓削 事例集のURLを二次元バーコードに変換し、さらにシールにして配ることを提案したいですね。シールを関係各所の店頭や窓口、商品のパッケージやパンフレットなど

に貼ってもらい、スマートフォンで簡単に読み取れるようにして、拡散を図るわけです。また、TwitterやFacebookなどのSNSでも発信すれば、リツイートするなどによって、私たちも拡散に協力できます。

柳井 Webへの移行によって、事例集はさらに多くの人の目に触れることになりそうです。これまで以上に、事例集が活用されることを期待したいと思います。

PROFILE



東北学院大学
教養学部 地域構想学科
教授

柳井 雅也氏
(やないまさや)

法政大学大学院人文科学研究科地理学専攻博士課程中退。岡山大学文学部助教授、富山大学経済学部教授を経て現職。東日本大震災後の復興政策について論文を発表。富県宮城推進会議幹事(宮城県)、多賀城市復興構想会議会長、石巻市・山元町復興有識者会議委員、仙台市復興推進協議会長、復興庁ハンスオン事業等を歴任。



一般財団法人
ダイバーシティ研究所
代表理事

田村 太郎氏
(たむら・たろう)

兵庫県伊丹市生まれ。阪神・淡路大震災で外国人支援や復興まちづくりに従事。2007年1月からダイバーシティ研究所代表として、CSRや自治体におけるダイバーシティ戦略に携わる。東日本大震災後は東北での被災者支援や復興にも参加。2012年2月より復興庁上席政策調査官となり、2014年4月からは復興推進参与としても東北復興に携わる。



日本女子大学
家政学部 家政経済学科
准教授

額田 春華氏
(ぬかだ・はるか)

一橋大学大学院商学研究科博士課程修了。商学博士。生活者の視点を大切にしながら、地域経済の持続のダイナミズムとジェンダー・ダイバーシティ・マネジメントの2つの領域の研究に取り組む。平成26年度新産業集積創出基盤構築支援事業「地域産業活性化研究会」委員(経済産業省、2014年10月～2015年2月)。



株式会社
エスト・コミュニケーションズ
代表取締役
日本工業大学大学院
技術経営研究科 教授

弓削 徹氏
(ゆげ・とる)

東京・浅草生まれ。法政大学法学部卒業。クリエイターとして商品開発、広告・販促キャンペーンを成功させる。1994年、株式会社エスト・コミュニケーションズ設立後は「ものづくりマーケティング」を標榜し、日本の土台である中小製造業を、その下から支えるコンサルタントとして活動。

宮城県・岩手県沿岸部の現況

【住まいと街の復興】

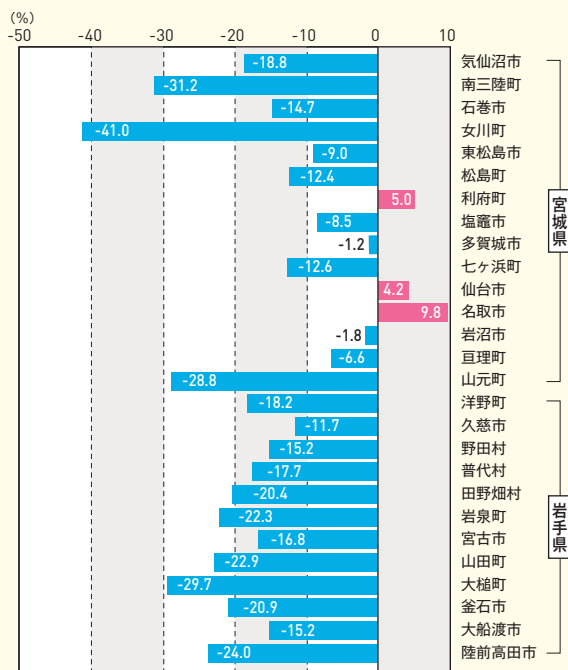


沿岸部の人口増減

被災地の沿岸部では、人口が減少傾向にある市町村が多くなっている

東日本大震災以降の被災地、特に沿岸部では人口が減少傾向にある市町村が多い。2021年と2010年を比較すると、宮城県では女川町、南三陸町、山元町、岩手県では大槌町、陸前高田市などの減少率が高い。一方、仙台市と近郊の名取市、利府町では人口が増加傾向にある。

●宮城県・岩手県沿岸部の人口増減率(2021年/2010年)



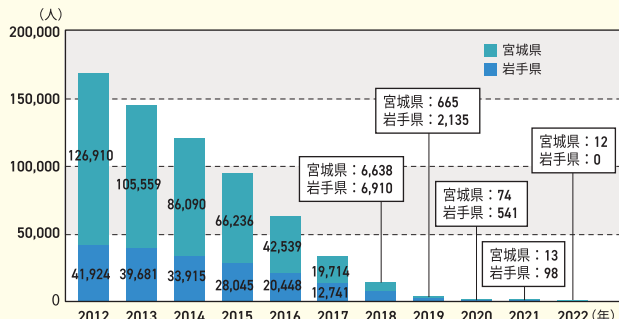
出典：総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数調査」、日本人住民

応急仮設住宅の入居者数

応急仮設住宅の入居者数は減少
岩手県では応急仮設住宅の供与を終了

応急仮設住宅の入居者数は、東日本大震災から間もない2012年には宮城県・岩手県を合わせて約16.9万人だったが、住まいの再建が進むとともに減少。宮城県では2022年には12名となり、岩手県内の応急仮設住宅(みなし仮設住宅を含む)は、2021年3月末をもって供与を終了した。

●応急仮設住宅入居者数の推移



出典：緊急災害対策本部「平成23年(2011年)東北地方太平洋沖地震(東日本大震災)について」

交通・物流網の整備

交通・物流網のインフラ整備は概ね完了

復興道路・復興支援道路は、2021年12月18日、延長約570kmの全線が開通。鉄道は2020年3月14日、JR常磐線の全線が開通。東日本大震災で被災した鉄道は全線開通を果たした(BRTによる復旧を含む)。

地震とともに津波による甚大な被害が発生した宮城県・岩手県沿岸部。加速するその復興状況を概観します。

【産業・生業の復興】

農林業 津波被災農地の復旧と大区画化が進む

津波によって被災した農地の営農再開に向けて、農地復旧や除塩などを推進。農地復旧と一体的に農地の大区画化や利用集積を進めるなど、全国モデルとなるような取り組みを実施している。宮城県、岩手県では復興交付金などを活用し、経営規模の拡大や農地の大区画化に取り組んでいる。

●農地の大区画化の県別面積 (ha)

県名	大区画化に取り組む地区の計画面積 (注1)	整備完了面積 (全体)	左記のうち大区画化を行った面積 (注2)
宮城県	6,490	6,490	5,680
岩手県	50	50	10

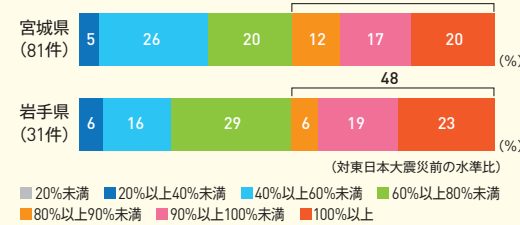
注1: 津波被災農地と一体的に整備する農地を含む。(2022年3月末時点)
注2: 大区画化とは、農地を0.5ha以上の区画に整備するもの。



漁業・水産加工業 漁港の機能は回復、水産加工業の売り上げは回復途上

被災した漁港のすべてで陸揚げ機能が回復。宮城県・岩手県の水産加工施設の大半では、業務が再開されている。一方、水産加工業の売り上げは回復途上。売り上げが東日本大震災前の水準以上まで回復した割合は宮城県20%、岩手県23%。8割以上回復した割合は宮城県49%、岩手県48%である。

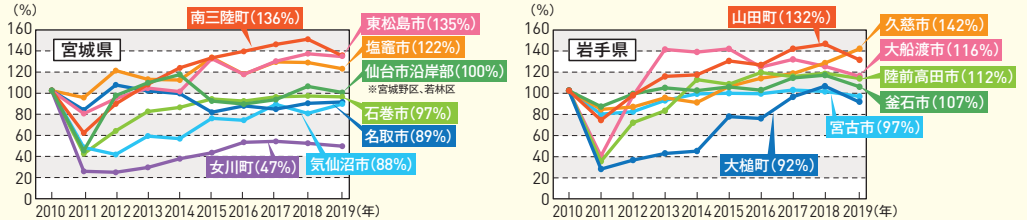
●水産加工業の売り上げの回復状況



製造業 いまだ製品出荷額が被災前の水準に満たない自治体も

主な自治体の製品出荷額の推移を見ると、内陸部では東日本大震災以前の水準までほぼ回復しているが、沿岸部では回復途上の自治体もある。宮城県では自治体によって状況が異なり、被災前の水準に満たない自治体もいくつかある。岩手県では、概ね東日本大震災前の水準まで回復している。

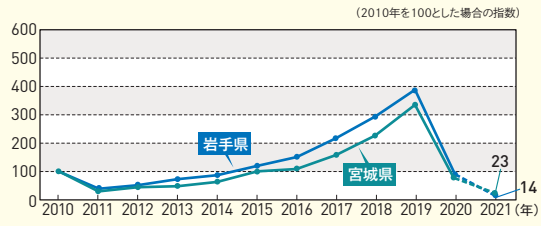
●沿岸部の主要自治体別の製造品出荷額等 (2010年比)



観光業 津波被災地などの復興ツーリズムに期待

宮城県・岩手県の外国人観光客数は、2019年まで回復しつつあったが、2020～2021年は新型コロナウイルス感染症による影響で激減した。コロナ禍以前には、復興ツーリズムへの関心の高まりから津波被災地を訪れる外国人が増加。コロナ収束後には「東日本大震災津波伝承館」などの訪問客が再び増えるのではないかと考えられる。

●各県へ来訪した外国人延べ宿泊者数の推移



商業 続々と商業施設が開業し、にぎわいを創出

被災各地で新しい商業施設が続々と開業。仮設ではない本設の商業施設によって、地域ににぎわいが創出されている。その背景には、復興庁による「まちなか再生計画」の認定がある。コンパクトで暮らしやすく働きやすい中心市街地の整備計画などを自治体が定めた「まちなか再生計画」の認定により、商業施設の整備について支援が受けられる。

●商業施設の開業

- ##### 宮城県
- ・2015年12月*女川町「シーパルピア女川」
 - ・2016年12月*女川町「ハマテラス」
 - ・2016年12月*石巻市「石巻テラス」
 - ・2017年 3月*南三陸町「南三陸さんさん商店街」
 - ・2017年 4月*南三陸町「南三陸ハマーレ歌津」
 - ・2017年 6月*石巻市「いしのまき元気いちば」
 - ・2019年 4月*名取市「かわまちてらす関上」
 - ・2020年 7月*気仙沼市「スローストリート」

- ##### 岩手県
- ・2016年11月*山田町「オール」
 - ・2017年 4月*大船渡市「キャッセン大船渡」
 - ・2017年 4月*陸前高田市「アバッセたかた」
 - ・2019年 9月*釜石市「うのポート」
 - ・2020年12月*陸前高田市「発酵パーク CAMOCY」

01

岩手県洋野町

三陸産ではなく“北三陸”ブランドへ 洋野町産水産物の魅力を世界へ発信

株式会社北三陸ファクトリー



2010年に生まれ故郷で起業。 掲げた目標は 「北三陸の世界ブランド化」

岩手県沿岸部の最北端に位置する洋野町。昔から水産業が盛んなこの町で、水産業を営む家庭に生まれ育ったのが、株式会社北三陸ファクトリー代表取締役CEOの下苧坪之典氏だ。

大学卒業後は県外の都市部でサラリーマン生活を送っていたが、父親の体調悪化を受け、人生の大きな転機を迎えることとなる。

「父親から店を畳むという話を聞き、自分が地元のために役に立てることは何かないかと考えるようになったんです。『自分も水産業の道を歩もう』という漠然とした思いで、サラ

リーマンを辞める決断をしました」。

2009年、洋野町に帰郷。その翌年、株式会社ひろの屋を設立し、新たなスタートを切った。事業を引き継ぐのではなく起業した背景には、「洋野町の水産業を変えたい」という思いがあった。

「この町は、人口も減って、地域そのものが疲弊している。経済を回していく人が少なく、未来は明るくないと思ったんです。悪い流れを断ち切って、新たな展開を仕掛けていくことで、地元にも昔のようにぎわいを取り戻すことができれば、という思いが根底にありました」。

しかし、そう意気込んでいた直後、東日本大震災が発生。洋野町の水産業も大きなダメージを受けた。だが、ピンチはチャンスと言わんばかりに、

下苧坪氏はこの状況を前向きに捉えた。

「人口が減っていけば当然、漁師の人数、加工業者の数も減っていく。このままでは、今まであった地域一連のシステムが崩れると危惧しました。その一方、人数が減ればその分



今回お話を伺った下苧坪之典代表取締役CEO



- 漁業・水産加工業
- 新商品開発
- 新技術開発
- ブランディング
- 市場・商業開拓
- 海外展開
- 地域資源活用
- 地域振興
- 情報発信

株式会社北三陸ファクトリー
カブシキガイシャキタサンリクファクトリー

業種 水産養殖業／食料品製造業
代表者 下学坪之典氏[代表取締役 CEO]
所在地 岩手県九戸郡洋野町種市第22地割133-1
TEL 0194-75-3548
WEB <https://kitasanrifactory.co.jp>
創業年 2018年 **資本金** 1,000万円(内資本準備金500万円)
従業員数 30人 **売上高** 非公開

企業概要

水産業の家系で育った代表取締役の下学坪之典氏が、地元・洋野町で2010年に起業した「株式会社ひろの屋」の戦略子会社。稚ウニを沖に放流し、約2年自然の環境で育てた後、豊富な昆布が生い茂る漁場に移し、最高品質の天然ウニに仕上げる「うに牧場®」ブランドを展開する。「洋野うに牧場の四年うに」などの商品を次々と発売するほか、「北三陸うみの学校」など多角的な事業も手がけている。

チャンスも増えるのではないかと
思ったんです」。

下学坪氏が目を付けたのが、洋野町産の海産物のブランド化だ。洋野町にはウニやアワビなど全国に誇れる海産物がたくさんあるものの、これまでは「三陸産」とひとくくりにされて出荷、販売されているケースが多いことに着目した。

キタムラサキウニが本州随一の水揚げ地であるこの町の存在意義を考えた末に生み出したのは、「北三陸」のブランド化。今まで以上に商品自体の付加価値を高めていこうと決意した。

マーケットインの精神を忘れず、「最高においしい商品」を顧客に提供

2013年11月に、地域の食文化

や食産業の復興支援を目的とした「キリン絆プロジェクト」に採択されたことで事業を本格化。2014年7月に「北三陸 世界ブランドプロジェクト実行委員会」を発足し、同年8月にはひろの屋の戦略的スピンアウトブランド「北三陸ファクトリー」を立ち上げた。

その中で、ブランドの目玉商品として開発を進めたのが「洋野うに牧場の四年うに」である。まずは孵化させ、1年間栽培漁業センターで育てた稚ウニを沖に放流。約2年間外洋に放ち、最後の1年は昆布が生い茂る増殖溝「うに牧場」に移す。計4年をかけてつくり育てるウニはすこぶる身入りがよく、うまみも抜群だ。

この「うに牧場®」は下学坪氏が命名した。名付けた当初は、周囲の反発も多かったという。

「うに牧場と名付けた瞬間に、漁師さんたちから怒られましたね。『このウニは養殖じゃない、天然なんだ』と。ただ、その工程を消費者に伝えなければ、商品価値は高まらない。新しいものを作って、評価していただく、それを続けることでしか道は切り開きませんでした」。

2016年7月、いよいよ「洋野うに牧場の四年うに」の販売を始めると、程なくして注文が殺到。多くのメディアにも取り上げられ、たちまち人気商品となった。

「漁師さんも私の考えを受け入れてくれて、今は誇りを持って働いてもらっています」。

下学坪氏が経営の信条として掲げるのは「マーケットイン」の精神。漁師から1円でも高く買い上げた上で、可能な限り利益を出すという考えだ。



水揚げされたばかりのウニ



大粒で、身がぎっしりと詰まっている

それには、水産業の町で生まれた人間だからこそその熱い思いがある。

「いかに安くして売れるかを重視してしまうがために、添加物をたくさん入れてしまう加工業者も少なくありません。でも、私たちはあくまでも、お客さまに対して最高においしいものを提供したいと思い、商品開発をしています。まずは漁師さんたちへ少しでも多く還元できるような価格で出荷をして、その後、食べてくれる方々の喜ぶ顔を想像する。生産者の背景やストーリーを大切にしてくれているお客さまに向けたマーケティングを常に行っています」。

注目を集める 「うに再生養殖システム」 環境問題にも果敢にアプローチ

2018年、それまでひろの屋のブランドだった「北三陸ファクトリー」を株式会社化。その後も「UNI & 岩手産バター SPREAD」など、数々のヒット商品を生み出し、洋野町のウニの新たな食シーンを拡大していった。

しかし、近年は気候変動も影響し、ウニの水揚げは大幅な減少傾向にある。特に、海藻が枯渇して藻場が砂漠化してしまう「磯焼け」は顕著で、全国的に漁業関係者の頭を悩ませる

問題となっている。

そうした環境問題を解決しようと同社で始めたのが「うに再生養殖システム」である。

磯焼けの原因は昨今の気候変動のみならず、主に春先に身入りの悪いウニ（いわゆる磯焼けウニ）が昆布の芽を食い荒らしてしまうことでも発生する。そこで同社ではその磯焼けウニを捕獲し、ウニのために特別に開発した餌を与えた。磯焼けの問題を解決すると同時に、身入りのいいウニを育てる試みだ。

「北海道大学や大手企業、研究者らと研究開発を行い、栄養たっぷりの餌を作ることができました。養殖ウニではありますが、餌がいいのでおいしくなりますし、安定して餌が供給できるので、季節を問わず1年通して養殖できるという利点もあります」。

2018年よりトライアルを始めた「うに再生養殖システム」は、場所を選ばず、さまざまな土地環境に応じたオーダーメイドの養殖ができるとあって、瞬く間に注目が集まった。今では海外からも視察に訪れるほど、革新的な事業として広まっている。

研究開発した餌には、昆布など海藻の養分が多く含まれる。磯焼けウニを取り尽くした漁場は藻場が枯渇

しているため、そこに新たな昆布等の種を蒔き、北海道大学と共同開発した栄養塩と呼ばれるウニ殻を使ったミネラルのブロックを配置。堆肥ブロックを栄養に、藻場が再生されていくのだという。

「私たちにとって、環境の変化は死活問題。そもそも海藻が生えなければ、おいしいウニやアワビが採れませんから。昨今、SDGsという言葉が叫ばれていますが、私たちにとってサステナビリティは当然の話。こうした取り組みは、次の代につながるためにも必要なことです」。

「世界の洋野町」として、 グローバルな視点で ビジネスを展開

東日本大震災から10年が経過した2021年には、株式会社ひろの屋から株式会社北三陸ファクトリーに加工・販売事業のすべてを移管。北三陸のブランディングに向けた取り組みも新たなフェーズへと突入した。

近年、同社で推し進めているのが「北三陸うみの学校」と呼ばれる教育事業。ビーチクリーンや水産物のトレーサビリティについての研究開発を行ったり、地元の小中高校に出向き講義したりすることで、この地域の豊かな海の自然を守り、次世代に



数多くのウニが放牧されている「うに牧場」。干潮時には、ひしめく昆布の中にウニが見える



水揚げしたばかりの旬のキタムラサキウニで作る、濃厚な風味の「UNI & 岩手産バター SPREAD」



2021年から稼働している新工場。セレクトアンテナショップ「北三陸エキスペリエンス・ザ・ストア」を併設している



「北三陸うみの学校」で開催したビーチクリーン活動の様子

つなげる狙いがある。

「どんな人が、どうやって収穫して、どんな風に加工して、商品が世に出て行くのか。それを知らないこともたちがこの地域でもたくさんいます。これから10年、20年たった時に、水産業で働いている若者を1人でも増やしたい。彼らは大事な財産です。地域の未来を明るく照らす、いわば“人財”を育てていきたいと思っています」。

東日本大震災で甚大な被害を受けながらも、地域の資源を大事に育て、

「北三陸」の水産物の価値を世界に発信している下苧坪氏。「地域と水産業の未来を創る」という同社のミッションの下、今後は海外へも積極的に展開して、その価値をさらに高めようと意気込む。

「2022年10月からはオセアニアエリアでの現地法人を設立し、海外事業を本格的に進める予定です。私たちの地域は『人』がボトルネックであり、特に水産業は今後、厳しい立場に置かれることが予想されます。そうした中、会社として生きていく

ために、地域に根差すことだけがすべてではありません。この洋野町で生まれた商品や技術、アイデアはたくさんあります。岩手で生まれたビジネスモデルをグローバルな視点で展開していくことが、これからの鍵になってくるはずです」。

岩手の枠を飛び越え、「日本の洋野町」、そしてゆくゆくは「世界のHIRONO」として誇れる企業になるために。同社の飽くなき挑戦はこの先も続いていく。



* 人口減少による過疎化が進み、地域のにぎわいが減少。東日本大震災のダメージもあり、水産業も衰退の一途をたどっていた。

* 洋野町には素晴らしい漁場があるにもかかわらず、商品の出荷時には「三陸産」としてひとくくりになされていた。

* 「北三陸」のブランド化に着手。海藻が繁茂する増殖溝を「うに牧場」と名付け、洋野町の水産物の付加価値を生み出した。

* 北海道大学などと共同で「うに再生養殖システム」を研究開発。場所や季節を問わず、1年を通じてウニを養殖できる環境を実現した。

* 高価格で高品質の海産物が顧客から好評を博し、ヒット商品を連発。マーケットインを推進することで、地元の水産業もにぎわいを取り戻しつつある。2025年には売り上げ30億円を目標に掲げる。

* 「うに再生養殖システム」は海外からも注目を集め、グローバルなビジネス展開も可能に。2022年10月からはオセアニアで現地法人を設立し、海外事業を本格的に進めるための実行可能性調査を実施。

02

岩手県久慈市

農地の集約化と湛水直播栽培で省力化を実現 地域の農業の未来つくり出す

農事組合法人宇部川ファーム



被災した地域の農業を守るため、 地元の農家たちが集結

岩手県の北東部に位置する久慈市と野田村。この地域は昔から、梅雨時期から夏にかけて海から吹き付ける冷風「やませ」の影響を大きく受ける場所として知られている。そのため夏は非常に涼しい気候に恵まれる一方で、太平洋に面していることから冬は降雪量が少なく、県内の他地域に比べて日照時間が長いのも特徴だ。

そうした特性を生かし、この地域ではかねてから農業が盛んに行われていた。中でもこの2市村をまたがる宇部川地区は、その広大な土地と豊富な土壌から、稲作、畑作などを中心とした農業が展開され、特産物

を活用した加工品開発、産直販売などの6次産業、農商工連携といったアグリビジネスも推進されている。

2011年の東日本大震災で沿岸部を襲った大津波は、宇部川地区にも押し寄せた。以前より堤防のかさ上げ工事が始まっていたため被害は最小限にとどまったものの、約15haの農地ががれきが流れ込むなどし、復旧までに長い時間を要することになった。

その傍ら、もう一つの大きな問題にも直面する。農家の人口減少である。高齢化による慢性的な後継者不足に悩まされていた中、東日本大震災を機に多くの農家が相次いで退き、地域産業の担い手が一気に減ってしまった。

そうした状況の中、設立されたの

が農事組合法人宇部川ファームだ。代表理事の鹿糠沢津嘉氏を中心に、地元の農業従事者5人が集結。東日本大震災以降、はびこる諸問題を解決し、地域の農業を守っていこうと、2014年に旗を揚げた。

「湛水直播栽培」導入で 農作業の低コスト化・省力化を実現

東日本大震災の後、農地の区画整理が行われた宇部川地区。被災した農地15haの復旧工事を行うと同時に、この地区にある約80haの農地を大区画化し、原形復旧にとどまらない圃場整備ほじょうがされた。2014年に整備は完了するが、鹿糠沢氏によると、大きな課題はその後に待ち受けていたという。



農林業

再建

新技術開発

連携・協業

地域振興

雇用促進・拡大

作業効率・生産性向上

農事組合法人宇部川ファーム

ノウジクミアイホウジンウベガワファーム

業種 農業

代表者 鹿糠沢津嘉氏[代表理事]

所在地 岩手県久慈市宇部町12地割8-1

TEL 0194-75-3015

WEB 無し 創業年 2014年

資本金 510万円 従業員数 15人

売上高 5,500万円

法人概要

2013年から始まった大区画化の圃場整備事業をきっかけに、整備後の地域営農を担う組織として2014年に法人化。農地中間管理事業を活用し、受益面積の約6割を宇部川ファームで集積した。2015年に試験的に導入した「湛水直播栽培」により生産コストの低減、省力化を実現。以降、久慈地区の特産である短角牛へ給餌する粳米サイレージの製造、ミニトマトの栽培もスタート。一部作業を障がい者福祉施設へ委託することで、障がいの就業機会を創出している。

「以前から宇部川地区の圃場整備の計画はありましたが、東日本大震災をきっかけに復興予算が付いたことで、受益者の負担も少なく比較的スムーズに整備は進んでいきました。とはいえ、整備を始めるに当たって放棄地が3分の1以上もあったので、いざ整備が終わっても、そこで作業をする人がそもそもいない。後継者不足の影響もあり、大きな課題として残りました」。

そこで宇部川ファームが行ったのが、農地の集約化だった。担い手不足の解消、経営の安定化を図るため、農地中間管理事業を活用。受益農地の約6割に及ぶ46haの農地の集積、集約化を行い、圃場整備後における地域営農の担い手としての役割を引き受けた。

「これまでは1枚当たりの農地面積も小さく、作業に時間がかかっていました。それが大区画化されたことで、軟弱だった地盤も大型機械を入れての作業が可能になっています。極端な話ですと、10枚あった田んぼが1枚になったことで、作業時間がおよそ半分に減りましたね」。

2015年からは、さらなる作業の効率化を図るため、「湛水直播栽培」を試験導入する。従来のように水を張った田に苗を植えるのではなく、水田に種もみを直接まいていく栽培方法だ。宇部川ファームでは、主に飼料用米栽培にこの方法を用い、低コスト化、省力化にも努めてきた。

「宇部川ファームを立ち上げた当初は育苗施設が足りず、メンバーが所有するビニールハウスをあちこち借

りるような状態でした。人数も少なく、どうすれば作業が賄えるかと考えた時に、たどり着いたのが湛水直播栽培の導入でした。従来の田植えだと作業に3人必要なところを、直播栽培だと1人で対応できるので、負担が大幅に軽減されました」。

約4haの面積で始め、翌年からは大型機械も導入し作付面積を拡大。従来の移植と直播栽培を組み合わせることで作期の分散化も可能となり、周辺地域では珍しい先進的な栽培事例として大きな注目を集めた。

農畜連携で地元に貢献。 園芸農業にもチャレンジ

久慈地域では、ヘルシーで脂肪分の少ない赤身肉「いわて短角牛」が特産品として有名だ。飼料用米を栽培



宇部川ファームの所有するビニールハウス。主にミニトマトを栽培している



穏やかに語る鹿糠沢津嘉代表理事



1 広大な自然の中にたたずむ宇部川ファーム 2 大規模な田でも、人数を割かず効率的に作業ができる

する宇部川ファームでは、そのいわ
て短角牛用の飼料「^{もみこめ}粗米サイレージ」
の製造を行っている。

「粗米サイレージ」は、稲を刈った
後の生もみを破碎機に入れてすりつ
ぶした後、乳酸菌を添加してパック
に詰め2カ月ほど発酵させて作られ
る。

「全国どこでもやっていること
ですが、そのほとんどは酪農側がも
みを買ってきて加工しています。私
たちは農家が飼料を作っているの
で、珍しいパターンだとよく言われ
ますね」。

始めた当初は買い手が見当たらず
苦労したというが、試験的に導入
した久慈市山形町の「JA新しいわ
てくじ短角牛肥育部会」がそのま
ま契約を結ぶことになり、年間約
200tの飼料を供給。農畜連携を
図ることで、地元の畜産農家の安
定した経営にも多大に貢献してい
る。

さらに2018年には、水稲を育苗
した後のビニールハウスを活用し
、園芸農業にもチャレンジ。その第
1弾として始めたのが、発泡スチ
ロールの栽培槽「ういずOne」を
使用したミニトマトの栽培だ。

「最初はハウレンソウやズッキー
ニを栽培してみたのですが、ハウ
ス内の土を均平にするのに時間か
かってしまい、思ったよりも大変
だということが分かりました。そ
こで『ういずOne』システムを紹
介してもらい、作業がいくらか楽
になるということで採用しました。
実際、『ういず

One』システムは発泡スチロール箱
を用いて栽培するので、土をなら
す必要がありませんし、設置や移
動も簡単に行えます。そのおかげ
で、作業の手間を大幅に省くこと
ができました」。

「コメと違って、野菜は手間がか
かります」と笑う鹿糠沢氏だが、
葉野菜に比べるとミニトマトは
管理がしやすく、作業が休まる時
間も多い。土日は休みながら、園
芸農業を楽しんでいる様子だ。さ
らに、従来のコメ栽培と並行して
作業が行えるため、効率的な農
業が可能となり、収益の大幅増
にもつながっている。現在はビ
ニールハウス3棟で栽培している

が、今後は2棟を追加し、栽培本
数もおよそ2倍にすることで、さ
らなる収穫量向上を目指している
という。

異業種とのつながりに 事業拡大のヒントあり さらなる発展目指す

宇部川ファームでは、ミニマト
のパック詰め作業を地元の障がい
者福祉施設へ委託。障がい者の
就業機会を生み出すなど、農福
連携にも積極的に取り組んでいる。

「最初は慣れない作業に戸惑っ
ている様子が見られましたが、何
回も手伝ってくれるうちに、ど
んどん手際が良くなってきまし
た。これまでは



3 粗米サイレージを食べる短角牛 4 粗米サイレージを保管している様子 5 「ういずOne」を使用したミニマトの定植の様子 6 ビニールハウスの中で、順調に育つミニトマト



直接手伝いに来てもらいましたが、最近はこちらが施設に作物を持ち込んで作業をお願いしています。これからは収穫量も増えますので、今までパートタイマーさんだけで賄っていた部分も力を貸してもらえれば」。

そうした地域活性化の取り組みが評価され、2021年には、東北農政局「令和3年度土地改良事業地区営農推進功労者表彰」で東北農政局長賞を受賞した。鹿糠沢氏は「なぜ表彰されたかいまだに不思議」と謙遜するが、従来の枠を超えたさまざま

な取り組みで、宇部川地域の産業に大きなにぎわいをもたらしている。

最近ではこのような活動が、思わぬ副産物を生んでいるという。

「農畜連携や園芸農業を始めたことで、いろんな業種の方とつながりを持てるようになりました。例えば酪農家さんとの付き合いでは、わらが欲しいと言われて持っていったところ、こちらで処理に困っていたもみ殻も引き取っていただけました。そうしたWin-Winの関係性を築くことができたのも、大きな発展ですね」。

今後は園芸農業により本腰を入れ、さらなる事業規模の拡大を目指す。

「コメ栽培は、12月から3月までの冬場の作業がほとんどありません。その休みの時期を収入につなげられるような、いい作物、いい品種が無いかと、探しているところです」。

既成概念にとらわれないさまざまな取り組みが、宇部川地域の農業の未来を明るく照らしていくことだろう。

課題

- * 東日本大震災の津波により、宇部川地区の農地の約15haにがれきが流入。農地全体の3分の1以上が放棄地となり、手付かずの状態となっていた。
- * かねて慢性的な後継者問題に悩まされていたが、東日本大震災をきっかけに農家の数が大幅に減少。地域営農の担い手不足がさらに深刻化した。

解決策

- * 農地中間管理事業を活用し、受益農地の約6割に及ぶ46haの農地を集積、集約化。圃場整備後の地域営農を担い、経営の安定化を図った。
- * 栽培するコメの約8割が飼料用米だったことから「湛水直播栽培」を試験的に導入した。

効果

- * 農地を集積、集約化したことで放棄地が大幅に減少。大区画化により田んぼ1枚当たりの面積も拡大し、作業の効率化にもつながった。
- * 湛水直播栽培の導入により農作業の低コスト化、省力化を実現。作業人数の削減に成功したほか、空いたビニールハウスを有効活用しミニトマトの園芸農業も始めた。

03

岩手県野田村

特産のヤマブドウを使ったワインで野田村の魅力を高める

株式会社のだむら 涼海の丘ワイナリー



特産品のヤマブドウを 自分たちの手でワインに。 挑戦の始まり

株式会社のだむらが立ち上がったのは1987年のこと。村民から岩手県民、さらには全国の人たちに、野田村の特徴を知ってもらう役割を背負って誕生した。

岩手県野田村で江戸時代に作られていた「のだ塩」を復活させ、加えて、観光物産館ばあがる、国民宿舎えぼし荘などの運営を開始。さらに、ホタテやイクラといった海産物の販売も手がけるなど、野田村にある多くの魅力を対外的に発信していた。

そんな中、東日本大震災が発生。野田村は村の3分の1の住戸が損壊する被害を受けた。復興に向けて、の

だむらが新事業として2016年4月に始めたのが、日本有数の生産量を誇る特産品・ヤマブドウを使ったワインの生産だ。醸造所は「涼海の丘ワイナリー」と名付けられた。

ワイナリー事業を興すきっかけとなったのは、村長兼のだむら社長である小田祐土氏のアイデアだった。当時のことを、涼海の丘ワイナリー所長の坂下誠氏はこう振り返る。

「元々野田村に隣接する(岩手県)葛巻町のワイナリーで、野田村のヤマブドウを使ったワインを醸造してもらい、高い評価を得ていました。それを踏まえて社長は、自分たちの手でワインを造り、観光資源として活用してきたマリンローズパーク野田玉川(野田玉川鉱山坑道)で熟成させたいと考えたんです。坑道の中は1

年を通して温度が11度程度、湿度は70~80%で、ワインを寝かせるのにぴったり。大きなアピールポイントになると社長は確信していました。」

アイデアの実現を後押しする出来事もあった。

「被災地ボランティアとして野田村



明治期に塩が専売制になったことで途絶えてしまった、海水を煮で炊き結晶化させる自然海水塩

- 食品関連業 再建 新事業開発 プランディング
 連携・協業 地域資源活用 地域振興 交流人口拡大 情報発信 資金調達



株式会社のだむら
 カブシキガイシャノダムラ

業種 食料品製造業／飲料・たばこ・飼料製造業
 代表者 小田祐士氏【代表取締役】
 所在地 岩手県九戸郡野田村大字玉川5-104-117
 TEL 0194-75-3980
 WEB <https://www.suzuminookawinery.com>
 創業年 1987年 資本金 7,500万円
 従業員数 48人 売上高 2,750万円

企業概要

野田村活性化を目的に1987年に創業し、農産、畜産食料品の製造や販売をはじめ多角的に事業を展開。東日本大震災を機に、現村長の小田祐士社長が野田村で取れるヤマブドウを使ったワインの製造を起案。2016年にワインの生産を始め、ワイナリーを「涼海の丘ワイナリー」と名付ける。2022年には「ふるさとの美しい海を守りたい」というメッセージを込めたワイン「涼海の丘の風」を完成・販売。



1 観光物産館「道の駅のだ」内にある
 2 涼海の丘ワイナリー外観。ワイナリーとして貯蔵タンクを置いている所は、元タレストハウスだった

に来てくれていた、ネパールとのフェアトレードをしている『特定非営利活動法人』の方たちが、資金調達の方法や事業の始め方も含めて手助けしてくれたんです。それで社長がその気になり、私にお鉢が回ってきました」と笑う。

ワイナリー設立前に“サポート会員制度”で資金調達を始め、2,300万円を集める

坂下氏は野田村の出身。高校卒業後は久慈グランドホテルで働き、2005年にはソムリエの資格を取得した。2010年8月にのだむらに入社した後は、前職の経験を生かしてえぼし荘の運営に携わる。「被災から数年間は、えぼし荘が復興関連工事の方たちの宿泊所として使われていました。私は野田村の海産物を使った駅弁を開発して、百貨店で売るなどしていました。ワイナリーの設立が決まり、坂下

氏は小田氏から「ソムリエの資格を持っているよね。ワインに詳しい人が造るしかないだろう」と言われる。断る選択肢は無かった。それから坂下氏の生活は様変わりする。ワインをよく知っているとはいえ、造り方を習ったことは無い。研修させてもらえる所を探し、たどり着いたのが岡山県のひるぜんワイン有限会社だった。2015年9月から12月まで4カ月間修業した。同時に取り組んだのが資金調達。涼海の丘ワイナリーを立ち上げるに当たって、資金についても野田村に頼るのではなく、自分たちで調達しようというのがのだむらのスタンスだった。そこで特定非営利活動法人の方々の協力を得て、まだワイナリーが完成していない2015年から仕組みを作り、打ち出したのがサポート会員制度だ。「1口5万円と2万円のサポート会員を募りました。5万円の方は3年

間、2万円の方は2年間、年に1回ヤマブドウで造ったワインと野田村の海産物などを組み合わせてお届けする仕組みです」。今現在2,300万円以上を集め、タンクをはじめ施設の整備に大いに役立った。「サポート会員制度は、野田村の復興工事でえぼし荘に寝泊まりしていて仲良くなった建設業の方にもご協力いただいているんです。本当に多くの方に応援していただけて、あり



当時に回顧する坂下誠所長



ジャムのような果実味と、ヤマブドウ本来の酸味をしっかりと感じられる野田村のワイン

がたい限りです」。

2016年の年明け、修業先の岡山県から野田村に戻ると、坂下氏は酒類製造免許を取るために奮闘した。

「施設を整えたり、法的作業も進めたり。何しろ8月までに免許が下りないと9月の醸造に間に合わない。資金のめどは立ったのに造れなかったら、と思うと本当に重圧は大きかったです」。

「ワインが無事初年度からできてよかった」と振り返る坂下氏。創業当初は重圧を感じつつ、孤独感にもさいなまれていたと漏らす。

「何とかなったからよかったのですが、立ち上げ時は自分しか頼る人がいなかった。身近に相談相手がいなかったんですね。基本、1人で物事を進めていかなければいけない。タンクなどの配置も、各種手続きも携われるのは自分だけで、暗中模索の日々でした。結果的にワインがちゃんと造れて、サポート会員の方々にも届けることができ、喜んでいただけて本当にうれしかったです」。

コラボ商品も好評。 自分たちだけでできないことは 外部の協力者に頼る

サポート会員制度の成功も手伝って、事業は順調に展開。2020年にはクラウドファンディングも行い、目標金額の120万円を大きく上回る、約170万円の協力金額を達成した。

一方で、ヤマブドウの収穫量が

2018年の44tをピークに、減少傾向にあるのは気がかりだ。ワインは2018年に1万8,000本生産できたところ、2021年はその半分程度までに減っている。猛暑の夏や、木が弱って受粉しにくくなるなどが原因だ。

「ありがたいことに引き合いをたくさん頂いていて、ワインだけでなく、『年齢問わず誰でも野田村のヤマブドウに親しめるように』と新たに用意したジュースやジャムも『もっと欲しい』と言われます。一方で、悔しいことに供給が追い付いていません。2022年は収穫量を高められるよう農家さんと協議して、人工授粉の導入を検討しています」。

今やワイン造りは、野田村のヤマブドウの付加価値を高め、生産農家に希望を与える事業となった。ヤマブドウの収穫量が減少傾向にはあるものの、「できることは何でもしたい」という坂下氏のポリシーもあり、新商品開発には手を抜いていない。「消費者とのだむら、涼海の丘ワイナ

リーとの接点は少しでも多い方がいい」というわけだ。

2022年2月には新商品を2つ、市場に導入した。一つは、海洋ごみ対策事業「海と日本プロジェクト・CHANGE FOR THE BLUE」の趣旨に賛同し開発した「涼海の丘の風」。もう一つは、クラフトビールでその名を全国に知らしめている株式会社ベアレン醸造所とコラボレーションし、開発した「山葡萄スパークリングワイン」だ。

『「涼海の丘の風」のラベルには野田村の海水浴場・十府ヶ浦の海岸線をあしらい、美しい海を守りたい、というメッセージを添えています」。

ラインアップも、赤、ロゼ、たる熟成に、スパークリングワインが加わった。さらに、白いヤマブドウから造る白、ナチュラルな甘口、ジビエ専用の赤までもが坂下氏の頭の中にある。「白、デザートワインまでそろえると、ヤマブドウワインのフルコースができます。その野望の実現を山葡萄スパークリングワインが一步進めてくれました」。

丁寧に野田村のことを伝えたい。 小規模バスツアーで誘客図る

コラボ商品の開発以外にも、坂下氏はさまざまな企業との連携を模索している。それもまた、野田村の魅力を広く伝えるためだ。

「Win-Winになれる協力先は常に探しています。ベアレン醸造所さん



糖度18度以上のヤマブドウを使ったフルーティな「涼海の丘の風」ロゼ



3 「坂下氏と、ジェイプランニング代表の城内義典氏 4 ロードナイトとも呼ばれるバラ輝石は、日本で唯一野田玉川鉱山からのみ採掘される 5 ヤマブドウワインはもちろん、北三陸の海と山の幸、そしてベアレンビールが並んだ大収穫祭

もそうですが、マリンローズパーク野田玉川の管理者をしているジェイプランニングさんとは特にいい関係を築いています」。

ジェイプランニングはジュエリー製造を手がけ、「てしごと屋」という店舗を展開。マリンローズパーク野田玉川にはマリンローズパーク店が併設されている。中心商品は野田村産バラ輝石を丹念に磨き上げた「マリンローズ」だ。

マリンローズパークへの来訪者をワイナリーに呼び込み、その逆も、という協力関係を築き、コラボ事業として、

「大収穫祭」など季節ごとのイベントを実施。2022年のゴールデンウィークにはワインと食のイベントを開催し、500～600人の誘致に成功した。

「新型コロナウイルス感染症の影響で実際にはできませんでしたが、ジェイプランニングさんとは新酒発表会を坑道でやろうというアイデアもあって。大きな話題になると思いますし、両社の強いアピールにもなるはずなので、いつか実現したいですね」。

そして今、坂下氏が最も実施したいと考えているのが小規模のバスツアーである。

「丁寧な対応が可能な少人数、例えば15～20人程度にバスで来てもらい、マリンローズパークを見学し、その後、坑道の中で食事とワインを楽しんでもらうようなものを思い描いています。野田村の海、ヤマブドウの畑、マリンローズパーク、食事、ワインと組み合わせた、盛りだくさんのツアーも展開したいですね」。

「ここまで夢中で走り続けてきた」と笑う坂下氏。ヤマブドウで造ったワインを中心に、野田村の魅力をできるだけ多くの人に知ってもらおうと、これからも奮闘を続けていく。

課題

- * 東日本大震災で傷ついた野田村を活気づける新事業が必要だった。
- * アイデア実現のためには、ワイン造りができる人材の確保が不可欠だった。
- * 設備などを整えるための資金調達が必要だった。

解決策

- * 野田村産のヤマブドウを使った自社でのワイン造りというアイデア実現に向け、NPO団体の力を借りて、資金調達や事業の始め方を学び、アイデアを実現させる段取りをつけた。
- * のだむらで運営する宿泊施設「えぼし荘」の改革を行っていた坂下氏がソムリエの資格を持っていることから、ワイン造りの陣頭指揮を一任した。
- * ワイナリー設立に向けて、サポート会員制度を導入。年に1回ヤマブドウのワインと野田村の海産物などを組み合わせて届けることを約束し、資金を募った。

効果

- * 短い準備期間だったにもかかわらず、予定どおり初年度から醸造を行え、ワインを市場に提供できた。
- * 坂下氏の岡山での修業ののち、2016年夏に酒類製造免許を取得。他社ともコラボし、新商品を作り続けている。
- * サポート会員制度により2,300万円を調達し、現在も続けている。2020年にはクラウドファンディングでも目標金額の120万円を達成した。

04

岩手県滝沢市

屋外に特化したロボット開発の先陣を切り、 滝沢の地で炎立つ

炎重工株式会社



生き残る道を冷静に分析し、 屋外特化のロボット会社立ち上げ

炎重工株式会社代表取締役の古澤洋将氏が、高校まで過ごした故郷・滝沢市に戻って会社を立ち上げたのは2016年。東日本大震災がきっかけだった。

高校時代からロボットコンテストに出場するなど、ロボット開発にのめり込んでいた古澤氏。筑波大学ではコミュニケーションロボットの研究を行い、修士課程在籍時よりCYBERDYNE株式会社でロボットスーツの開発に携わる。

2011年に東日本大震災が発生。その4日後に叔父の住む岩手県山田町を訪れ、津波にのまれ跡形も無くなった町の惨状を目にする。事業を

通して地元で貢献しようと、故郷での起業を決めた。

思い立ったらすぐさま、ではなく、しっかりプロセスを踏んでいくのが、根っからの開発者である古澤氏らしい。大企業を一度経験しようとシャープ株式会社関連の研究所に転職し、ロボット事業の立ち上げに携わる。その後、株式会社三菱UFJフィナンシャル・グループの起業家育成プログラムに採択され、2016年に炎重工を設立。2年間は育成プログラムで銀行やコンサルティング会社に在籍し、実質的な事業開始は2018年となる。

古澤氏は「会社をつくるだけでなく簡単ですが継続は難しい。いろいろな人たちの知恵や経験を得ながら準備しました」と振り返る。

かつて「人口日本一の村」だった滝沢市での起業という点についても、冷静かつ客観的に分析。自分が得意なことで、かつ東京に対して地方が有利なものを見定め、屋外専用のロボット会社にするという基本方針を



お話を伺った古澤洋将代表取締役



製造業

新技術開発

スタートアップ

被災地進出

炎重工株式会社

ホームラジュウコウカブシキガイシャ

業種 情報サービス業/その他の製造業ほか

代表者 古澤洋将氏[代表取締役]

所在地 岩手県滝沢市穴口57-9

TEL 019-618-3408

WEB <https://www.hmrc.co.jp>

創業年 2016年 資本金 12,910万円(資本準備金含む)

従業員数 11人 売上高 非公開

企業概要

株式会社三菱UFJフィナンシャル・グループの起業家育成プログラムに採択され、2016年に会社を設立、2018年に事業スタート。屋外専用のロボット会社というコンセプトのもと、1年計画で動くプロジェクトの受託業務を中心に行い、遠隔モニタリング用水中カメラや産業用CPUボード、船舶ロボット「Marine Drone」などの自社製品開発につなげた。現在は生体群制御を活用した養殖ビジネスに取り組んでいる。



本社同様、滝沢市穴口に位置する滝沢研究所

固める。

「東京にあるロボットの会社は、フィールドが工場の中や商業施設の中など、基本的にはほとんどが屋内。地方であれば1次産業の現場も多い屋外がいいだろうと結論付けました。そして、積雪が多く気象変化の激しい東北や北海道で事業を展開する方が有利だと考えました」と古澤氏。「それなら勝ち目がある、というよりも、生き残れるだろうという考察です」と苦笑する。

難しいものにこそ挑戦し、 他社の追随を許さない 技術力を蓄積

東北の地の利も生かしながら、屋外専用のロボット会社として立ち上がった炎重工。しかし、研究開発は時間がかかる上に、必ずしも成果につながるとは限らない。ここでも古澤氏は事業を継続するためのやり方

を「設計」する。

「会社設立の書籍などには運転資金3カ月分のお金が最低限必要などと書いてありますが、それは健康を害すれば途端につぶれるということも意味しています。ですから私は、1年に一度売り上げがあれば継続できるモデルの方が安全だと考え、1年計画で動くようなプロジェクトの受託を中心に行いました。」

ロボットという枠をいったん取り払って、IoTやカメラなど屋外の開発案件は何でもやるというスタンスで実績を重ね、収入を確保。次第に県内の業界に社名が浸透し始め、「う

ちの会社を知っているお客さんが増えてきて、営業が楽になった」とほほ笑む。「技術的に難しいものこそ炎重工へ」という共通認識も顧客との間に生まれた。

「逆に簡単な仕事は他の会社に紹介することもあって。難しいことばかりやりますとか、他の会社が諦めた案件を持ってきてくださいとお伝えしたことが、だいぶ浸透したのかもかもしれません。」

当然、困難は伴う。しかし、だからこそ、経験と技術が会社のレベルを押し上げ、他社を凌駕する圧倒的な開発力として蓄積されていく。



「量産の部分は工場を持っている協力会社に外注していますが、それ以外は基本的に自社で、自分たちで解決するという方針。一般的なベンチャーの開発速度と比べると遅いというデメリットもありますが、暗黙知も含め、屋外の開発に関するノウハウは他社とは比べものにならない蓄積があるはず」と自信を見せる。

時代の潮流の変化も炎重工にとって追い風になっている。2010年代以降のロボット開発はオープンソースで世界的なコミュニティの中でシステムを成長させ、ユーザーを増やすのが主流だった。しかし2020年代に入った今、世界的な情勢不安により国内帰帰、独自技術志向が高まっている。急な方向転換を迫られる会社が多い中、純国産の独自システム開発を貫いていた炎重工は大きなリードを手に行っているといえよう。

水上のロボットにフォーカス。 長距離の遠隔操作で一躍脚光

炎重工の事業を大きく分けると、研究開発、製品開発、受託開発の3つになる。研究開発はまだ論文も出ていない技術について研究し、技術確立を目指すステージ。その性質上つまびらかにできるものは少ないが、海中の生き物の動きを制御する「生体群制御」の開発を、水産会社の研究チームと共に取り組んでいる。

製品開発は、先行する製品が市場にある事業領域に対して、独自性を



河川湖沼の浮遊ゴミ回収、環境調査などに活用できるMarine Drone

見いだした製品を投入するステージ。遠隔モニタリング用水中カメラや産業用CPUボード、船のロボットがこのカテゴリーに入る。遠隔モニタリング用水中カメラは生体群制御のために開発したもののだが、顧客から欲しいと言われて商品化したところ、ニーズの掘り起こしにつながり注文が相次いでいるという。

自動運転船舶ロボット「Marine Drone」の開発も手がける。「空飛ぶドローンがあって、工場向けなど陸上のロボットが増えている一方で、船のロボットを手がけているところは少ない。オープンソースの世界では中国などで船に注目が集まっていたので、先行者利益を取るため船にフォーカスを当てました」。

その狙い通り、特に警備の用途で水上ドローンの需要は急速に高まっている。世界的な情勢不安も少なからず影響しているだろう。2021年には密漁対策用の水上ドローン開発に着手。岩手県宮古市協力のもと「令和3年度グローバル・スタートアップ・エコシステム強化事業費補助金(ものづくりスタートアップ・エコシステム構築事業)」に採択。「CEATEC AWARD 2021」でスタートアップ&ユニバーシティ部門

準グランプリを受賞するなど、高い評価を得ている。

「Japan Drone 2022」ではMarine Droneの遠隔操作のデモを行った。岩手県大船渡市に船を浮かべ、千葉県千葉市の幕張メッセから操作。「民間が使えるロボットシステムで、400kmを超える長距離で遠隔操作ができるものはあまり無いのでは」と古澤氏。それを裏付けるように、Marine Droneではなく遠隔操作のシステムを売ってほしいという引き合いもあったという。

他社にそれができないのは、「おそらく400kmの遠隔操作をするためのオープンソースが無いのでは。自分たちでネットワークやシステムを構築しないと動かないので、それが苦手なのかもしれません」と推察する。しかし、遠隔操作の基幹システムは古澤氏が大学院時代に研究していたコミュニケーションロボットと大きくは変わらないという。ここでもまた、独自に積み重ねてきた研究、開発が時代の潮流により一躍脚光を浴びているのである。

食糧生産自動化に挑戦。 地域と1次産業の未来に明かりを

2018年には、株式会社竹中工務





Marine Droneであれば、日中、夜間、さらには天候に左右されず水上の作業が可能

店、東京海洋大学らから成るコンソーシアムの一員として、都市型自動運転船「海床ロボット」の開発に参加。2021年12月には大阪城公園（大阪府大阪市）の東外堀で実証実験を行った。2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）での実用化を目指している。

水上を含む屋外のロボット開発および制御技術の分野で着実に実績を

重ねる一方で、炎重工は大きなミッションとして「食糧生産自動化への挑戦」を掲げる。労働力不足に直面している日本の1次産業をロボット技術開発で救いたい。生体群制御の技術を活用して、新しい養殖の形ができないかと構想を膨らませる。

「海はいわば巨大な水溶液で、太陽の光が当たって、プランクトンがたくさんいて、そこを魚が泳いで大き

くなって増えていく。その自然増加分だけを水揚げすればいいのではないかと、ということです」。

どこかの湾を丸ごと大きな養殖場として、水の中に入れた電極で魚の動きを制御し、水揚げまで自動化する。あまりにもスケールの大きな構想で「今の達成率を聞かれたら、限りなくゼロです」と古澤氏は笑うが、「ある範囲の水域にいる生物を制御して集めて、そのまま魚粉にすることなら可能性はあるかもしれませんが。それを陸上も含めた養殖に活用すればビジネス化できるのでは」と、いかに現実に引き寄せるかのロジックを組み立てる。

「炎重工」という珍しい社名の由来は、岩手・東北を舞台に奥州藤原氏の興亡を描いた歴史小説であり、大河ドラマにもなった「炎立つ」。時の朝廷を脅かすほどの栄華を築いた奥州藤原氏のように、高い技術力とぶれない姿勢、冷静な思考で時流を見極めながら滝沢の地で発展を遂げ、地域の、1次産業の未来を明るく照らす。

課題

- * 大学院時代からベンチャーに在籍し、大企業での経験や起業の知識が不足していた。
- * 地方での起業は東京と比べて不利な面もある。会社を継続させるために定期的な収入を得る必要がある。
- * 空飛ぶドローン、工場向けなどの陸上ロボットの分野は先行する競合他社が多い。

解決策

- * 起業する前に一度大企業に入社。起業家育成プログラムに応募し、会社の本格稼働まで2年間経験を積む。
- * 屋外専用のロボット会社にするという基本方針を固める。その上で、1年単位の屋外の開発案件を受託。
- * オープンソースの動向から船にニーズがあると察知し、先行者利益を取るため船にフォーカスを当てる。

効果

- * 大企業によるロボット開発の現場を経験。起業から事業継続、発展に向けたノウハウを得る。
- * 受託開発で収入を確保しながら実績を重ね、「難しいものこそ炎重工へ」という共通認識が顧客との間に生まれる。
- * 警備の用途など需要が高まっている。他社に先駆けていたことから都市型自動運転船の開発にも関わるようになった。

05

岩手県宮古市

風評と台風の被害乗り越え、デザインに注力した 新商品で活路開く「魚屋」の挑戦

丸友しまか有限公司



風評被害により売り上げ半減も、 信頼揺るがず取引先の9割を維持

三陸で水揚げされた魚介類を長年培った目利きで仕入れ、鮮魚または加工品として卸販売する丸友しまか有限公司。売り上げの8割を占める個人宅配（個配）事業者の先には、安全・安心な食を求める消費者がいる。だからこそ、福島第一原子力発電所の事故による風評の影響は大きかった。

東日本大震災による直接的な被害は軽微で、従業員も全員無事。もちろん、漁業者や養殖業者、港や施設に大きな被害があったことで供給はいったん止まったが、1カ月後には宮古市魚市場も再開し、仕入れが行えるようになった。

ところが、個配事業者に受け入れ

てもらえるのは、東日本大震災前に水揚げされた素材を使った商品のみだった。直前の決算期で1億5,000万円あった売り上げは半減。検査機関で放射能検査を行い、安全性をアピールし続け、10年かけて徐々に取扱量は回復してきたが、現在も売り上げは6、7割程度にとどまる。

消費者のアンケートでは、「不安のある産地の魚介類よりは、明らかに大丈夫だと思える地域のものを選ぶ」という回答が多い。「三陸のものを使っていないアイテムであれば扱う」という取引先もいまだにある。代表取締役社長の島香友一氏は「いまだに検体が欲しいと言われることもあり、何年たっても影響は残っています」と苦い表情を浮かべた。

それでも、取引先の9割とは現在

も付き合いが続いている。「良いものだけを届けることには手を抜かず取り組んでいましたので」と言うように、丸友しまかに対する信頼は揺るがなかった。

しかし、またしても自然の猛威が襲いかかる。2016年8月30日、岩



お話を伺った代表取締役 島香友一氏



漁業・水産加工業

再建

新商品開発

市場・商流開拓

風評対策

連携・協業

丸友しまか有限公司

マルトモシマカコウゲンガイシャ

業種 飲食料品卸売業／食料品製造業

代表者 島香友一氏【代表取締役】

所在地 岩手県宮古市千徳第13地割32-15

TEL 0193-62-1332

WEB <https://www.marutomo-shimaka.jp>

創業年 1997年 資本金 300万円

従業員数 11人 売上高 9,700万円

企業概要

1984年に島香鮮魚店として創業し、1997年に丸友しまか有限公司を設立。消費者向け個配事業者への卸を中心とした事業が、東日本大震災の影響で売上げが半減。以降は加工商品の製造、異業種とのコラボレーションなどに挑戦し、2020年に宮古湾で養殖が始まった「宮古トラウトサーモン」の加工品の詰め合わせは「IWATE FOOD & CRAFT AWARD2021」フード部門グランプリを受賞した。

手県に上陸した台風10号により、宮古市は観測史上最大となる1時間当たり80mmの雨量を記録。川が氾濫し、1.7mに達する濁流が押し寄せて工場と社屋、自宅が浸水し、すべての機材と在庫、車両が被害を受けた。被害総額は5,000万円に上った。

台風による浸水被害から再建
コラボ商品の開発で可能性広げる

「東日本大震災で津波が来ていたら、こうなっていたのかなと思うような状況でした」と島香氏。「ああ、もう駄目かなと。せっかくここまで回復できたのに、またゼロに戻ってしまった」。東日本大震災の津波被害を受けなかった丸友しまかにとって、建物や設備に大きな被害を受ける初めての災害だった。落胆は大きく、その影響か島香氏は病にも冒されるが、「ここで投げ出すわけにはいかない。

がんばるしかない」と自らを奮い立たせる。

「処理が必要な在庫も残っていたし、建物も機材も全部リセットできるからいいじゃないか」と気持ちを切り替えた。取引先など遠方から支援に駆け付けた人たちの力も借り、2週間ほどで復旧にこぎ着けた。洗浄し応急処置を施して使っていた設備は最終的にすべて入れ替えることになった。

台風から再建を果たした2016年は、ほかにも転機となる出来事があった。この年、岩手県宮古市は青森県黒石市との姉妹都市締結50周年を迎えていた。これをきっかけに、黒石市にある「レストラン御幸」とのコラボレーションにより、宮古産のカキと黒石産の根曲がり竹、青森県産のコメをレストラン御幸のたれとセットにしたコラボ商品「牡蠣お重」

を4月に発売。現在はコメを除いた「牡蠣の炊き込みご飯の素」として販売している。

同年5月には宮古商業高校（現 宮古商工高校）の生徒と、市のふるさと納税の返礼品の開発に着手する。四季折々の旬の魚介を使った海鮮丼の具材セットという案が固まり、丸友しまかは具材を用意し、高校生はたれを開発。その最中に台風の被害があり頓挫しかけたが、「どうしても」という生徒たちの熱意に打たれ、10月には「旨海丼」として完成にこぎ着けた。

こうしたコラボレーションは一見、積極的に展開しているかのようだが、実際には「話があったら、やってみるかという感じですね」と島香氏。ただし、コラボを組むのであれば異業種の方が発展性があると感じているという。「ワインツーリズムに参加し



1 困難の跡を感じさせない、2022年現在の社屋

2 丸友しまかの手がけた商品の一部。パッケージはどれも洗練され、こだわりを感じる

たことがきっかけで知り合った岩手県花巻市の酒屋さんで、うちの加工品をお酒と一緒に売ってもらったこともありました。

異業種とのコラボにより、今まで常識だと思っていたことが他業種では通じないといったギャップを感じたり、物の捉え方が変わったりと、大いに刺激を受けたという。

自社開発商品を続々展開し BtoCに販路拡大。 鍵はデザインにあり

コラボレーション以外にも、自社オリジナルの加工商品を続々と開発し、従来のBtoBからBtoCに販路を広げている。その一つが2017年に発売された「宮古 恵みのからめ味噌」。道の駅などに並ぶ海産物を使った土産は、冷凍されているものか要冷蔵の商品が多い。常温で持って帰れるものとして、島香氏の父親で現会長の尚氏が考案した。

当時、宮古市は漁港別水揚げでマダラが日本一だったことから、タラを使ったおかず味噌を完成させた。土産物としては1種類では弱いと、宮古で取れるタコとホタテもラインアップに加えて3個セットで売り出した。その結果、「平成29年度岩手県水産加工品コンクール」で農林水産大臣賞を受賞する。

2020年には、宮古湾で養殖が始まった「宮古トラウトサーモン」の加工品を開発した。「生の切り身」のほ



か、他の魚で製造している「味噌漬け」「粕漬け」、宮古水産物商業協同組合の事業でサクラマスを使って作った経験がある「へしこ」、からめ味噌の開発工程でノウハウを得た「燻製」の5種を展開。これまで積み上げてきた製造ノウハウの結晶ともいえる「宮古トラウトサーモンの詰め合わせ」は、「IWATE FOOD & CRAFT AWARD2021」フード部門グランプリを受賞する。

オリジナル商品が評価を受けている理由について、「すべて会長のおかげ」と島香氏。「味噌付けが絶妙なんですよ。最終的には母親と相談して決めているので、うちの商品開発の要は父親と母親。追い付きたいけどなかなか追い付きません」と、その舌と感覚に脱帽する。

一方で、成功した商品と、思った

ほど売り上げが伸びない商品を対比させて、ネーミングも含めたデザインの重要性を感じている。宮古水産高校と岩手県立大学「復興GIRLS & BOYS*」が共同で開発した「鯖しいたけ 煮付缶」は、元々完成していた商品を流通に乗せるために製造先を探し、結果的にデザインを一新して販売を引き受けることに。デザインを変える前後で商談会での反応が大きく違ったといい、その後ヒット商品となった。

デザインによる効果を実感した島香氏は、勝負を懸けたい商品のロゴやパッケージを、「牡蠣お重」の開発時に知り合ったデザイナーに手がけてもらうことに。素材は自身が目利きする確実なもの、味付けは絶対的に信頼する両親によるもの。食べてもらえればその良さは分かってもらえるからこそ、いかに手に取ってもらえるかが鍵だと考えた。

実際、「宮古 恵みのからめ味噌」は岩手県水産加工品コンクールの取材に訪れた地元テレビ局アナウンサーから「このパッケージどうしたんですか？すごくいいじゃないですか」と言われたり、初競りの業務開始式の後で工場を訪れた達増拓也県知事からデザインを褒められたりしたという。また、「鯖しいたけ 煮付缶」は、



元々学生たちが考案したかわいらしいデザインのラベルだったが、商談会での声を受け、本職のデザイナーにリニューアルを依頼した

日本一サバ缶の品ぞろえが多いという茨城県行方市の農産物直売所「やさいの声」でトップ10に入る売り上げで、最初に送った1ロット96缶が、半年もたらず完売した。

消費動向の変化を察知。 今後の課題は発信力の強化

今後の課題について、自社商品の販売を通して、売り方の工夫も必要だと感じるようになったという島香氏。消費者から寄せられるニーズを個配事業者に聞き、ただ届けてもらうだけでなく、おいしく食べるにはどう調理すればいいのか、一度開封したらどうすればいいかなど、かゆいところに手が届くようなサービスを求められていると知った。

「いくら良いものを作って、賞に選ばれたからといっても必ず売れるわけではなく、企業努力は絶対に必要です。食べ方を提案したり、見せ方を工夫したり、SNSなどネットも活用しながら、もっと発信していく必要がある。積極的に働きかけて、売り上げを伸ばすことを考えていかな



厳しい現実を憂えても、その瞳から光が消えることは無い

いといけません」。

一方で、島香氏は「ただ、どれだけ先まで魚が取れるのかという不安要素はあります」と吐露する。鮮魚の卸売り、自社商品の小売り、いずれもその素材が無ければ商売は成り立たない。漁獲量は減少の一途をたどっており、買い付けに行った港で水揚げされる魚にビニール袋やプラスチックが交じっている様子を見るたび、暗い気持ちになる。

「あと20年魚屋ができればいい方なのかな、なんて思ってしまうすよね。魚を取るのも人だし海を汚し

ているのも人。でも、手を入れられるのも人なんですから、長く続けていくためには何か工夫して変えていく必要がある。例えば環境に配慮した養殖に私たちも関わっていかとか。1社だけではどうすることもできませんが、真面目に考えていかないと」。

それでも、長く続く風評に立ち向かい、台風の被害から立ち上がり、コラボレーションや商品開発といった新しい取り組みに挑んできた島香氏だ。芯の強さと真摯な姿勢で、難局を乗り越えていくことだろう。

課題

- * 福島第一原子力発電所の事故による風評で個配事業者との取引が減り、売り上げが半減。
- * 道の駅などに並ぶ海産物を使った土産は、冷凍されているものか要冷蔵の商品が多い。

解決策

- * 良いものだけを扱う姿勢は変えず、検査機関で放射能検査を行い、安全性をアピールした。
- * 常温で持って帰れるものとして、宮古の魚介類を使った「宮古 恵みのからめ味噌」を開発。

効果

- * 10年かけて徐々に取扱量が回復。取引先も9割を維持した。
- * 「平成29年度岩手県水産加工品コンクール」で農林水産大臣賞を受賞。

06

岩手県釜石市

被災で販路を失いBtoCへ業態転換 直営飲食店でのマーケティングでヒット商品を生み出す

有限会社小島製菓



「BtoB」から「BtoC」へ。 より消費者を意識した 商売に移行

岩手県釜石市にある有限会社小島製菓は、1945年に創業した老舗の菓子製造会社だ。代表取締役社長を務める菊地広隆氏は3代目。「お菓子の笑顔を創る」を企業理念に、祖父の時代から続く伝統を継承している。

創業時の昭和中期は、あめ作りを中心とした個人商店として営業していた。その後、時代の流れとともに、近隣のスーパーマーケットへ商品を卸す大量生産のスタイルに移行していく。昭和後期から平成初期は、交通網の発達により物流がどんどん盛んになっていた時代。平成中期に入ると相次ぐ競合他社の登場もあり、経

営状態は順風満帆とはいえなかった。

そんな中、追い打ちをかけたのが東日本大震災だった。小島製菓が商品を卸していた地元のスーパーマーケットの数々が被災。販路が一斉に途絶え、売り上げは下降の一途をたどる。

菊地氏が帰郷したのは、それから1年後の2012年。2代目として会社を切り盛りしていた父親の体調悪化を受け、経営のかじ取りを任されることとなった。

「それまでの業態は『BtoB』。商品を卸すだけでお金をもらえるというメリットはありましたが、一方で卸先がストップすると何もできず、そのせいで一気に経営が傾いてしまいました。しかも、販路拡大には設備投資が必要でしたが、父は元々私がか

社を継がないものだと思っていたようで、その資金は無く、銀行からも借りられない状態。八方ふさがりとはこういうことかと思っていました」。



快活でバイタリティあふれる菊地広隆代表取締役社長

食品関連業

再建

新商品開発

新事業開発

ブランディング

市場・商流開拓

EC推進

雇用促進・拡大

**有限会社小島製菓**

ユウゲンガイシャコジマセイカ

業種 食料品製造業

代表者 菊地広隆氏 [代表取締役社長]

所在地 岩手県釜石市上中島町1-2-38

TEL 0193-23-6376

WEB <http://kojimaseika.com>

創業年 1945年 資本金 1,000万円

従業員数 30人 売上高 8,000万円

企業概要

1945年に和菓子店として創業。近隣スーパーが対象のBtoBの企業形態だったが、東日本大震災を機に販路拡大を視野に入れてBtoCへ移行。3代目社長である菊地広隆氏のもとで洋菓子の生産販売にも力を入れ始め、釜石市の定番土産となった「釜石ラグビーパイ」、学校給食にも採用されたクッキー「MUSUBit」など新商品を続々と開発。そのかわりカフェ経営も行い、販路拡大、ブランドPR、働き手の確保に挑み続けている。

三陸かまいし
小島製菓



餅処 小島かふえ
KOJIMA CAFE

1 刷新により生まれた小島製菓のロゴ

2 2021年12月にオープンした和風カフェ「餅処 小島かふえ」のロゴ

菊地氏は会社を立て直すべく、大きな決断に打って出る。それが「BtoC」への業態転換だ。

「温故知新ではないですが、創業当時を思い返し、『自分たちで作って、自分たちで売る』という形に戻していかなければ、利益は上げられないだろうと思いました。それで最初に行ったのが、お客さまへのアンケート調査です。当時は応急仮設住宅がありましたので、そこで暮らす人たちはどういったお菓子が欲しいのか、たくさん聞いて回りました。いいマーケティングにもなりましたし、同時に小島製菓の名前を売ることもできました」。

消費者に商品を買ってもらうには信頼度を上げることも必要だと考え、ブランディングにも着手。販売する商品名のすべてに社名を記載したり、目印となるロゴマークを作成したりと、従来の「プロダクトアウト」から、より消費者を意識した「マーケットイン」の形式に切り替え、商品価値をアピールしていった。

大人気の「釜石ラグビーパイ」。 緻密な販売戦略がヒット生み出す

業態の転換と同時に、独自の商品開発に乗り出した小島製菓。2013年に一筋の光が差し込む。岩手県内で開かれた「いわてS-1スイーツフェア」で、菊地氏らが考案した「く

るみだれアイス」を出品したところ、約50品目の中から人気投票で3位に選ばれたのだ。

「内部的な意識改革にもつながったと思います。商品の売り方、打ち出し方を変えれば、こんなにも評判が集まるんだなど。以降は催事にも積極的に出店して、お客さまとのつな



「小島かふえ」店内。団子などの和菓子から、パンダの焼印が愛らしいサイコロ型のパン、パンケーキをはじめとした洋菓子までメニューは多彩



北海道産小豆で作ったあんこ、宮古産の塩、岩手県産の卵を使用。あんから生地まで、すべて小島製菓の自社製造による

がりを増やしていきました」。

それからというもの、小島製菓は新たな仕掛けを次々と展開していく。その一つが、2015年、釜石市の共同店舗「タウンポート大町」内にオープンした直営飲食店「小島かふえ」だ。「これまではスーパーにたくさん商品を卸しても、なかなか利益が生まれない状況でした。それならば、店舗を作って、そこで売った方が採算が取れるのではと思ったんです。もう一つの理由として、その場でマーケティングができるということもありました。商品を食べた瞬間のお客さまの表情が見られるので、すぐに反応をもらうことができ、新商品開発につなげやすいという利点もありました」。

売り方を変えたことで、それまで薄利多売だった経営スタイルから脱却。業績も順調に回復したほか、「小島かふえ」に多くの住民が訪れたことで、小島製菓自体の認知度も大幅に上がったという。

次に菊地氏が繰り出した戦略は、小島製菓の顔となる商品の開発だった。地元で暮らす人々だけでなく、訪れた市外・県外の観光客にも小島製菓の商品を味わってほしい。そこで思い付いたのが、釜石市の新た

な定番となる土産品の販売だ。だが、それには苦労を伴った。

「お土産品を売るとなると、JRなどの公共交通機関や、高速道路のサービスエリア、道の駅などが主な販売ルートになります。うちはスーパーへの卸業を中心にやってきたので、それらの販路が一切無い状態でした。販路を押さえるために、まずは自分たちの名前を売って、商品を知ってもらう。そして、お店の棚を確保することから始めなければなりませんでした」。

そこで2015年に販売を始めたの

が、地元の甲子川を泳ぐアユにちなんだ「かまいし^{もなか}最中サブレ あゆ美人」。サクサクとした食感や、その斬新なフォルムが話題を集め、一店また一店と、着実に販路を広げていく。

そして2017年、満を持して売り出したのが「釜石ラグビーパイ」だ。あんこをしっかりとしたパイ生地で包み、ラグビーボール型に成形。2019年に釜石市で開かれるラグビーワールドカップを見越して作られたこの商品は、その優しい味も相まって、老若男女に親しまれる人気商品となった。

「明らかに購買層がこれまでと変わり、流動人口に当たる方々にも手に取っていただけるようになったのはうれしかったです。最初の販路の確保は大変でしたが、あゆ美人の販売からラグビーパイのヒットまで、狙い通りに売り上げを伸ばすことができました」。

コロナ禍の危機乗り越えるために、県内全域にマーケット拡大へ

新型コロナウイルスの感染拡大は、小島製菓の経営にも大きな打撃を与えた。観光客の減少により土産品の売り上げが低迷。「倒産がちらつくようになった」と振り返るほど、財務



発酵バターを練り込んだ生地の中に、求肥で包んだクルミと黒蜜のジュレを入れ、ふんわりと焼き上げている



2021年には盛岡駅ビル「フェザン」にフルーツ大福専門店「コジマのフルーツ大福」を出店

状況も激しく落ち込んだ。

それでも、ただでは起きない菊地氏は、このピンチに対して次なる一手を打つ。

「そのころ、大手通販サイトを介さずに直接ネット販売することで無駄なコストを省く、ダイレクト・トゥ・コンシューマー、『DtoC』の業態が注目を集め始めました。同時に顧客情報も入手できるとあって、マーケティングにもつながられるのではないかと思い、導入することを決めました」。

そうして顧客から直接寄せられた声をきっかけに作られたのが、2021年2月に発売した「MUSUBit」だ。「お菓子は食べるのに、こどもがご飯を食べない」という保護者からの悩みを受けて、野菜パウダーなどを練

り込んだクッキーを製造。こどもたちの偏食・栄養不足を解消する食べ物とあって、現在は近隣の学校給食にも採用されるなど、注目を集めている。

また、同年12月には、総務省の事業「地域活性化起業人」で江崎グリコ株式会社から派遣された大窪諒氏と協力し、釜石地方の郷土菓子「かまだんご」からヒントを得た「KAMA MOCCHI」の販売を始める。コロナ禍の中でも新商品を続々と生み出し、菓子業界に新たな風を吹き込んでいる。

自社EC、新商品開発に続き、拠点の拡大にも挑んでいる。2022年7月には、JR盛岡駅構内に「小島かふえ」の2号店である「KOJIMA CAFE 盛岡駅店」をオープン。これ

までは釜石市を中心とした沿岸部を拠点にしてきたが、今後は内陸部をはじめ県内全域にマーケットを拡大していく予定だという。

「拠点を広げる理由の一つには、人材の確保という面もあります。これからは人を増やして、会社の力をどんどん付けていきたい。そのためには、大学生をはじめとした若い力がどうしても必要です。釜石だけでなく、県内に裾野を広げて、組織力をもっと強化していきたいです」。

爽やかな笑顔で、尽きない夢を語る菊地氏。2012年に帰郷する前の20代のころ、単身カナダへ渡り、現地でリクルーティングの仕事を行っていた経歴を持つ。「太平洋に面している釜石だからこそできることがある」と当時の経験を生かし、ゆくゆくは海外での商品販売にも挑戦していきたいと意欲を燃やす。

東日本大震災、新型コロナウイルス禍といった危機にひんしながらも、柔軟な発想と攻めの姿勢で難局を乗り越えていった小島製菓。会社として成長を遂げる中、果たして次はどんな商品を生み出し、どんな事業を仕掛けていくのか。これからの展開が楽しみでならない。

課題

- * 東日本大震災により卸先のスーパーマーケットが営業停止。販路が止まり、売上げが大幅に減少した。
- * 販路の拡大を図ろうにも資金繰りが悪化したために設備投資ができず、八方ふさがりの状態となった。

解決策

- * スーパーマーケットへの卸業から直接消費者へ売るスタイルに変更。イベントや催事にも出店し、顧客とのつながりを増やした。
- * 独自の新品開発に取り組んだほか、直営店舗「小島かふえ」を釜石市内にオープンし、認知度の拡大を図った。

効果

- * 販売先や販売方法を変えたことで、薄利多売のスタイルから脱却。売上げが右肩上がりになり、業績も順調に回復した。
- * 釜石の定番土産となる商品を次々と販売し、人気ブランドへと成長。「釜石ラグビーパイ」は老若男女から愛される大ヒット商品となった。

07

岩手県陸前高田市

国際経験生かし故郷の発展に尽力 地域資源の高付加価値路線で差別化を図る

陸前高田企画株式会社



国連UNHCRでの経験生かし、 故郷の復興へ いち早くアクション

ロシアのウクライナ侵攻後、日本でもその活動が広く知られることになった国連難民高等弁務官事務所（UNHCR）。紛争や迫害により国を離れざるを得なくなった人々を救う活動を行う国連組織での、人事研修部長の経験を持つ村上清氏は、東日本大震災により壊滅的な状況になった自身の故郷、陸前高田の復興に尽力した。

2011年3月11日、村上氏は米国金融大手バンク・オブ・ニューヨーク・メロンのアジア太平洋担当人事部長として、香港での会議に出席していた。村上氏が陸前高田市出身で

あることを知る人々から立て続けに連絡を受け、急ぎよ帰国。陸前高田市出身の国会議員らから成る会のメンバーで永田町に集まり、これから行くべきことを相談。関係各所に連絡して支援物資を送るなどすぐにアクションを起こした。

自身は3月17日に陸前高田入り。戸羽太市長と涙ながらの再会を果たす。東京に戻った村上氏は、同じUNHCR職員を務めた当時の内閣府防災担当副大臣、東祥三氏に連絡を取った。2人の間で共通認識としてある「難民キャンプ」を例に挙げ、仮設住宅を手配してもらう。そのほか、紛争時に世界に向けてまず行う「グローバルアピール」の手法で、陸前高田市の記者発表および市長のメッセージを英訳して各国の記者に送り

届けた。

村上氏はさらに奔走する。陸前高田の状況を伝えるため、4月に東京・池袋で「第1回陸前高田フォーラム」を開催。マスコミや政治家、NGO、海外のメディアも多数訪れ、情報発信の効果を実感し、5月にも同じ東



世界を舞台に活躍する村上清代表取締役



観光業

地域資源活用

地域振興

スタートアップ

被災地進出

交流人口拡大

陸前高田企画株式会社

リクゼンタカタキカクカブシキガイシャ

- 業種** その他の事業サービス業
- 代表者** 村上清氏 [代表取締役]
- 所在地** 岩手県陸前高田市高田町
字本丸323-4 TEL 0192-22-9105
- WEB** <https://service.amazingtrip.jp>
- 創業年** 2021年 **資本金** 950万円
- 従業員数** 12人 **売上高** 非公開

企業概要

国連難民高等弁務官事務所 (UNHCR) での人事研修部長の経歴を持つ村上清代表取締役が、地元・陸前高田市の発展のために2021年に創業。観光企画事業として、国内のアップーミドル層および海外富裕層向けに陸前高田の地域資源を使ったハイクオリティな食や体験を提供し話題に。そのほか、ロゲイニングイベント、観光シャトルバスなどを使ったモニター実証、地域資源を活用した商品の開発・販売、人材育成にも取り組んでいる。

京の青山で写真展を開く。各国大使館に招待状を送り、ヨーロッパ、アジアの10カ国以上から訪れた大使らに、支援の約束を取り付けた。

特にシンガポールからは7億円という多額の支援を受ける。当初はその資金で学校の校舎建設を想定していたが、国の予算が下りることになったため、陸前高田市内全域から失われた「人が集まれる場所」を用意しようと、コミュニティホールに計画を変更。多民族国家シンガポール共和国が建国の際、さまざまな民族の人たちが集まれる場所を建設したというストーリーとも合致していたことから、全面的な賛同を得ることとなった。

国内外に働きかけ復興に奔走。 持続可能な発展へ自ら起業

当時の村上氏の肩書は陸前高田市

の「ふるさと大使」だった。「誰も対応できる人がいない状況でしたから、ふるさと大使として国や海外の要人とやりとりしました」と笑う。ほかにも、市のマスコットキャラクター「たかたのゆめちゃん」を誕生させたり、臨時災害放送局を立ち上げたりと、東京と陸前高田を往復しながらさまざまなプロジェクトに関わってきた。

その後、市の参与となり、「地域を持続可能なものにするためには民間が主導しなければいけない」と、新しい産業を立ち上げることに尽力。大企業の誘致だけではなく、この地で誰かが新規のビジネスを立ち上げることも必要だと感じ、「行政の立場ではお膳立てまでしかできない」と、参与職を退いて2021年3月に陸前高田企画株式会社を立ち上げた。

「陸前高田の発展のためには、大き

な夢を描いて、ワクワクしながら形にしていく人がいなくちゃいけない。そう自分が思っているからこそ、まず自分がやらなければ駄目なんだろうなと思いました」。まさに「隋より始めよ」である。

初年度は、観光庁の「地域の観光資源の磨き上げを通じた域内連携促進に向けた実証事業」、「既存観光拠点の再生・高付加価値化推進事業」を活用した実証事業を行った。

「いくら岩手県に来てくださいといっても、安比高原の方がいいかもしれないし、三陸海岸という特徴を生かしたとしても日本中の海岸との勝負になる。陸前高田に来てもらうためには、どうしてもこれを体験してみたい、食べてみたい、触れてみたいという、キラリと光るものを示さないといけません」と村上氏。

そこで用意した国内富裕層向けモ



陸前高田市コミュニティホールのエントランスにはマーライオンが鎮座。330人を収容する多目的ホールは「シンガポールホール」と名付けられた



モニターツアーの様子。カキを養殖する「いかだ」にコンクリートパネルを張り、海上レストランとした

モニターツアーの実証はこんな内容だった。初日＝気仙大工左官伝承館でのランチ、杉の家での木工体験、箱根山展望台、本丸公園、鮎まつ田でのディナー、遊漁船上での花火観覧、箱根山テラスでの宿泊。2日目＝黒崎仙峡散策、カキ棚上でのランチ、高田松原津波復興祈念公園、津波伝承館・道の駅。地域にある最上の食、体験、宿泊を惜しみなくつぎ込んでいる。

「三陸には同じように素晴らしい資源があるのですが、そのためどの地域でもみんな同じようなことをやっています。そうではなく、日本国内だけでなく世界にも打ち出せるオンリーワンのものを用意しないと競争力はありません」と言い切る。

起業から1年で実証事業を 続々実行。高付加価値路線で 差別化を図る

国内富裕層向けモニターツアーのほかにも、大型復興プロセスを経験した陸前高田だからこそできる、研修プログラム作成のスタディーモニターツアー、2018年に姉妹都市提携を結んだ米国クレセントシティについて市内外に交流の経緯を周知する姉妹都市交流イベント、市内全域に点在する地域資源をまとめ、外国人富裕層に選ばれる観光地形成を目指すためのコンテンツ造成研修会など、初年度に行った実証実験は合わせて10件に上る。

ロゲイニングは、制限時間内にチェックポイントをめぐって得点を集めるアウトドアスポーツ



陸前高田市を含む三陸沿岸地域でアウトドアレジャーが人気を集めており、誘客につながり始めていることから、こうしたアウトドアツーリズムの動きを経済活性化につなげるためのイベントモデルの実証も行った。市内観光ツアーとロゲイニング大会を1泊2日の行程に組み込んだ観光モデルで、首都圏を中心に10チーム、46人が参加。市民との交流や、陸前高田の発信に寄与する効果が確認できた。

首都圏・仙台圏からの観光誘客において、利便性の高い交通が存在しないという課題があることから、仙台－陸前高田直行シャトルバスの実証も行った。結果、63日間で2,458人が利用。利用者のうち宮城県在住者の27%、首都圏在住者の14%が観光目的だった。既存路線と同水準の運賃では1便当たり平均約4万円の損失が出るのが分かり、事業性の課題も見えた。

観光客を迎え入れるだけではなく、

外に売り出していくことも重要だ。「陸前高田にはいいものがあるのに、より付加価値が高まるような形で出していないという課題がありました」と村上氏。地方においては薄利多売よりも高付加価値路線で収益を上げるモデルにこそ可能性がある。「この地に眠っている希少価値の高い資源をきちんと整えて外に出していく、いわゆる地域商社的な役割も担っていききたい」と意気込む。

同時に、国際姉妹都市から特産物を輸入して市内外の業者や小売店に卸売りすることも計画している。クレセントシティのチーズやビールのほか、カリフォルニア州のワイン、キングサーモンなどが候補に挙がっているという。被災時に支援してくれた国や地域等とのつながりで「特別に創られた物」に価値があり、その物の持つ背景や込められた思いを理解してくれる人に届けたいという考えがある。

輸入の一方で、輸出事業も展開。2022年9月には特産品のイシカゲ貝をシンガポールへ初輸出した。輸入により新たな連携の機運を、輸出により市内へのインパクトを高める試みだ。

いろんな人が集まって チャレンジする多様性と 可能性のある町に

今後は実証の結果を踏まえて観光事業をブラッシュアップしていくと



1 創業100年を超えるルミアアーノ・チーズ社が作るハードチーズ。陸前高田市産の塩が使われている 2 クレセントシティの地ビール会社Sea Quake Brewing社が両市の友好を記念して作った「KAMOMEエール」





3



4

3 4 現在、陸前高田企画の本社はプレハブ建て。「私はこれでいいんですけど」と村上氏は笑う

ともに、陸前高田の資源を活用した商品の開発・販売を行っていきたいと考えている。それは、自社の利益を追求するためではなく、あくまで陸前高田の発展を目的としていることが話の端々から感じられる。そんな村上氏に、今後の展望を聞いた。「一つは、いろんな人が集まってくる場所になること。陸前高田市は2011年12月の時点で『ノーマライゼーションという言葉のいらないまちづくり』を掲げています。高齢者、障がい者、外国人、LGBTQ…。マイノリティーとされる状況のある方が普通に生活できて、あるいは心に傷を負った方が再起していける場所

として、新しく再生する町づくりをしているという文脈のある陸前高田はマッチしているのではないのでしょうか。

もう一つは、「新しいビジネスを起すために、チャレンジしたい人たちが国内外から集まって、何らかの発信ができるような場所にしていく」こと。

村上氏は今後、陸前高田企画の本社を、スタートアップが生まれるインキュベーションとして整備したいと考えている。単に建物のことではなく、サポート体制も含めてのことだ。

復興に際して大きな支援を受けたシンガポール、東日本大震災がきつ

かけで姉妹都市になったクレセントシティに恩返しするために、そのつながりを生かしていきたいとも考えている。「人的交流でジョイントベンチャーが生まれたり面白いですね。そういう機会が陸前高田にはたくさんあるので、何かやりたい人がどんどん集まってくる。そんな場所にしていくのが私のしたいことです」。

社は「ゆめをカタチにする会社」。あらゆる人が集い、ワクワクしながら自分の夢に向かってチャレンジできる。そんな多様性と可能性を持った陸前高田の未来は希望に満ちている。

課題

- * 東日本大震災により故郷が壊滅的な被害を受ける。
- * 持続可能なまちづくりは民間が主導しなければいけない。
- * 市の発展のために「いろんな人が集まってくる場所になる」必要がある。

解決策

- * ふるさと大使の立場ながら、UNHCRでの経験や人脈を生かして次々とアクションを起こす。
- * 市の参与職を退いて陸前高田企画株式会社を立ち上げる。
- * 「ノーマライゼーションという言葉のいらないまちづくり」を掲げる。

効果

- * シンガポールからの7億円の援助をはじめ、国内外からさまざまな支援を取り付ける。
- * 起業初年度から実証事業を次々と実行し、観光と地域商社としての可能性を確認。
- * 多様な人がチャレンジできるように、サポート体制も含めた受け皿としてインターンを受け入れる。



「誰もが働ける」環境づくりで一步未来へ 女性・障がい者が輝く企業

少子高齢化が進み、人材確保がこれまで以上に重要となっている現代。人口減少が特に顕著な東日本大震災の被災地で新たな取り組みが進み、多様な人材が活躍する企業が生まれている。「環境づくり」「やりがい」「制度」の3つの観点から、2つの事業例を紹介する。

Case1

女性が活躍する職場…株式会社一莓一笑 女性の能力と視点を活用 「誰もが働ける」農業に活路を見出す

Point1 環境づくり

ICTによるノウハウの「見える化」

後継者不足に伴う人材確保、この課題が特に深刻なのが1次産業だ。イチゴ産地の復活を掲げ、宮城県山元町で2012年に創業した株式会社一莓一笑は、ICTの活用で栽培のノウハウを「見える化」し、経験と勘で行う旧来的な農業から脱却。「誰もが働ける」農業にすることで、幅広い人材の活躍を生み出している。

現在の従業員は16人で、うち男性

は3人。年齢層は30～60代と広く、40代が中心。一部の力仕事を除いて男女で仕事内容に違いは無い。まさに女性が活躍する職場の典型だが、「当社では収穫も何もかも、女性の方が早いです」と代表取締役の佐藤拓実氏は笑う。

家族で農業をしていたころから、地域のほかの農家の様子も含めて、女性の働きが欠かせないことは認識していたと言う。「仕事内容に男女の差はありませんが、実はイチゴ栽培はテキパキとした女性が担っている部分が多くて、だからこそ成り立っ

ていたのを見て分かっていました。ですので、法人化する時にも男性だけの集団になっては先行きが無いと、女性に参画してもらうことを最初から意識していました」。

2018年に仙台市内に開設した観光イチゴ農園の松森農場にも、女性活躍の視点が反映されている。「松森農場を作る時は、すべて女性視点で物事を考えました。台車の移動などの動線も、重い物を手で運んで歩くという行動を極限まで排除できるように工夫しています」。同時にバリアフリーな作りにもなっており、女性や高齢者、障がいのある人でも働きやすい環境が整っている。

Point2 やりがい

「作りたい」の熱意第一

松森農場で消費者との直接的な接点ができたことをきっかけに取り組み始めた6次産業化にも、女性従業員の力が発揮された。「ラベルのデザインをプロに依頼したのですが、現



温度や湿度、二酸化炭素の量などを管理しているシステム画面



お話を伺った
佐藤拓実代
表取締役



企画開発により生まれた、イチゴとリンゴを掛け合わせた酢「ICHIZU(イチズ)」

場をそれほど見ていないのでこちらの意図が伝わりにくく……。そこで女性従業員に試作してもらったところセンスが良くて、売れる商品に。そういうところでも女性の力は感じましたね。

自由な発想を生かすために、「作りたいものを作ってもらおう」ことを大事にしている。

「本当はまずお客さま側に立たないといけないのですが、作りたいという思いがあればこそ、熱心にやって最後まで完成させてくれるわけですよ。それを大事にしつつ、どんな人たちがどういう状況で買いに来るのかということを伝えて軌道を修正したり、出来上がったものに対してどこで売れば効果的かを考えたりすることでサポートしています」。

会社発展に欠かせない女性の力をさらに取り入れるべく、農業のイ

メージ向上も図る。作業中、女性スタッフがまとうのはおしゃれなユニフォームとエプロンだ。「農業という」と麦わら帽子に長靴というイメージですが、私たちが長靴を履くことは、年に1、2度しかありません。そして、旧来的な「見て覚える」農業ではなく、生産工程が「見える化」されている。「そ

ういう農業だったらやってみようかなと思ってもらって、女性のスタッフを増やしていければ」と佐藤氏。

Point3 制度

固定観念の枠を捨て、柔軟な勤務形態に

勤務体系も、子育てなどライフステージに応じた本人の希望と、繁忙期、閑散期といったその時々状況を照らし合わせ、時給と固定給の社員を組み合わせる柔軟に対応できる環境にしている。「こういう働き方をしたいという要望があれば、じゃあそれで、とお願いするだけです。会社が一つ枠を作ってしまうと、それしか無くなってしまふ。ならば枠を作らなければいい」と明瞭だ。

年齢層の広さもあって、仕事に子育てや家庭について話をしたり、それに対して人生の先輩がアドバイ

スしたりする姿も見られる。女性スタッフ同士が互いに理解し、フォローし合うため、家族が急病の時などでも休みや早退の融通が利きやすい。「そういったところはすごくいいなと思っています」と佐藤氏。

女性に限らず、障がいのある人も活躍している。福祉事業所からイチゴ狩りを体験したいという声があったことをきっかけに、「仕事として携わってもらえないか」と依頼し、利用者を迎え入れた。すると、働き手を求める山元町の地域全体に農福連携が広がっていった。

その裏には佐藤氏の工夫がある。「農家さんも少なからず心配があったと思うのですが、1から10まである作業のうち、ここまではできるところを適切に見定めて、やり方のマニュアルを作って提示しています」。それぞれの農家で手法が異なるため、佐藤氏が一軒一軒検証しながら行っているという。

ICTこそ活用してはいないが、これも「見える化」により「誰でもできる」農業を実現している例だろう。そしてここにも女性の力が生かされているという。「女性従業員に同行してもらおうと判断が早いですし、逆にこっちのやり方の方がいい、と農家さんに提案することもあります。既存概念にとらわれていたやり方を変えるきっかけをつくってくれるんです」。

ICT活用に始まり、仙台市内での観光農園事業、6次産業化、今後は沖縄での農場開設を計画するなど、既存概念を破る取り組みを次々と行っている一畝一笑。今後も女性が活躍し、会社も発展するという好循環が続いていこう。

企業情報

企業名 株式会社一畝一笑

所在地 本社：宮城県亶理郡山元町浅生原字新田58 松森農場：宮城県仙台市泉区松森字城前157-1

WEB <https://ichiichigo.jp>

Point1 環境づくり

- ・ICTによるノウハウの「見える化」
- ・男女差のない業務内容
- ・女性視点での動線の確保、バリアフリー

Point2 やりがい

- ・女性ならではのセンスを生かしたデザインを採用
- ・「作りたいものを作る」自由な取り組みの奨励
- ・洗練されたユニフォームなどで農業のイメージ向上

Point3 制度

- ・時給と固定給の社員を組み合わせる勤務形態
- ・ライフステージに応じた本人の希望を優先
- ・農福連携の取り組み

Case2

障がい者・女性が活躍する職場…株式会社幸呼来 Japan 障がい者が織り上げる「裂き織」を通して、 お互いを認め合う社会を紡ぐ

Point1 環境づくり

十分な働き手の確保で スタッフの負担を軽減

一蓂一笑と同様、女性が活躍するとともに、障がい者の雇用という点で先進的な事業者が、裂き織製品の製造を手がける株式会社幸呼来 Japan だ。

2010年に岩手県盛岡市の緊急雇用創出事業の受託を受け、リフォーム会社の一部門として立ち上がった裂き織事業部が前身。翌年に発生した東日本大震災の影響で事業部の閉鎖が決まり、部門を任されていた石頭悦氏が事業を継承する形で独立した。

石頭氏は東日本大震災の翌朝、会社に駆け付けてきた障がいのある社員の姿が印象に残っているという。「その日、会社に来たのは社長と私とそのスタッフだけでした。その時、仕事に対する思いを強く感じました」と振り返る。もちろん、事業を継承したのは障がい者の働く場所を無くしてはいけないという思いだけでなく、ビジネスとして成立するという見込みも持っていたからだ。

事業部立ち上げのきっかけとなった支援学校視察の際、障がいのある学生が手がける裂き織の緻密さと美しさに衝撃を受けた。「同情で買ってもらうのではなく、商品として正当な評価を得て市場に受け入れられるものになるだろうと確信しました」。

事業を軌道に乗せるには十分な生

産体制が必要であることから、就労支援事業所を立ち上げて織り手を確保。量産体制が整ったことで大手通販会社が取引をしてくれることになったが、当初は困難もあったという。

「障がいのある方に体力的、精神的な部分であまり負担をかけることもできず、私の見通しが甘くて納期を延ばしていただくなどご迷惑をおかけしました」。その苦い経験を生かして、量産の話が来た際のスケジュール管理を交渉も含めてしっかり行くとともに、近隣の就労支援施設とも連携することで、生産体制を拡充した。

Point2 やりがい

伝統文化と織り手の感性を生かし、企業コラボで 未来につなげる

岩手県外の人には聞きなじみが無いであろう「さっくら」という言葉は、東北五大祭りの一つに数えられる「盛岡さんさ踊り」の掛け声だ。そ

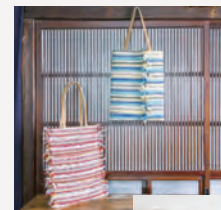
の踊り手らが身にまとう浴衣を材料にしているのが同社の裂き織の特徴で、カラフルな模様が裂き織を知らなかった若い人たちからも人気を集めている。

ウェブサイトや展示会を通して県外の企業からの引き合いも増え、コラボレーション商品も次々と生まれた。浴衣を提供する企業やコラボ相手の企業は、リユースや障がい者雇用に間接的に関わることとなり、SDGsの観点からも喜ばれているという。もちろん、石頭氏が確信していた通り、クオリティーの高さも定評を得ている。

近年は新ブランド「SACCORA」を立ち上げ、コンセプトの異なる4つのラインを展開。なかでも「SACCORA Signature」は障がいのある織り手の個性が尊重されたラインで、自由な感性で自由に織られた裂き織から、唯一無二のアイテムが生み出されている。



社内にある織り機。現状6台が稼働しており、今後はさらに3台増やす見込み



新たな試みに、「スタッフは悩みながらも、想像の上を行く素晴らしい作品を織ってくれている」と石頭氏

人気ブランド「オニツカタイガー」とのコラボで生まれた裂き織スニーカー



働いている織り手の様子を聞くと、「幸呼来が好きで、楽しくて、そしてプライドを持ちながら仕事をしているんですよ。自分たちが作業したものが製品になって、市場に出て、お客さまからすてきだねと言われたり、喜ばれたりする。そうすると、仕事に誇りを持てるようになり、ちゃんとやらないきゃという気持ちにもなるみたいで、だんだん職人の顔つきになってきますね」と石頭氏。

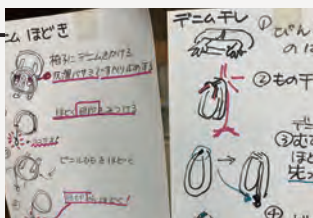
「幸呼来Japanのミッションは、いろんな人たちに障がいのある方たちの力を知ってもらって、差別や偏見を無くしていくこと。そのために企業間コラボをより多く行って、その企業さまの後ろにいるお客さまにも障がいのある方たちの力を知ってもらいたい」と力を込める。

Point3 制度

時間単位での有給休暇で家族を優先

現在の従業員は役員を含め21人。多くは20代で、知的、精神、身体とさまざまな種類の障がいを持つ従業員が13人いる。それぞれの特性に合わせた働き方ができるように、短時間勤務や在宅勤務に対応。声の掛け方や、仕事の段取りの組み方も変えている。

「目標設定や指示の出し方も、口頭



わかりやすい色使いやイラストなど、工夫が凝らされた指示書



やわらかさの中に芯の強さを感じさせる石頭悦代表取締役。後ろにそびえるのは「南部富士」と呼ばれる岩手山

ではなかなか理解が難しい方には紙に絵を描いて伝えたり、今日の業務がどうだったかの振り返りを一緒にしたりと、一人ひとりに対応しています」。

社員のうち男性は5人のみと、女性が大多数の職場でもある。女性が働きやすい環境づくりとして、時間単位での有給休暇の取得ができるようにしている。

「家族が第一という視点で、こどもの学校行事には必ず会社を休んで行くようにお伝えしていて、介護や病院の付き添いなどでも気兼ねなく休めるような体制にしています。家族が幸せでなければ、いい働きもできませんので」と石頭氏。こども連れでの出勤も認めており、仕事をする母親の隣でこどもがお絵描きをしている光景も日常的に見られる。

そんな多様な従業員が働く社内、繰り返し伝えていることがある。「私たちは『チーム幸呼来』で、幸呼来Japanの商品は誰一人欠けても商

品にはならないんだよって。浴衣を解体する人や洗濯をしてアイロンをかける人、一定の幅に裂く人がいて、誰が欠けてもきれいな織りにならない。だから、みんながやっている仕事は一つひとつ大事で、みんなが生懸命手を抜かないでお仕事をするから輝いて見える商品ができて、それにお客さんが感動して買ってくださるんだよ、と話しています」。

「誰もが相手も認め、お互いを認め合いながら心を豊かに生活ができるように、みんなが協力し合いながら働いていける社会になってほしいですよ」と石頭氏。美しく織り上げられる裂き織のように、障がいの有無、性別の違いにかかわらず協力し合ってこそ、誰もが輝く社会が織り成されていくのだろう。

一蓂一笑と幸呼来Japan、両社に共通するのは、多様な人材の活躍を特別なものと認識していないことだ。前者ではICT、後者ではアナログな手法で作業内容を明確にし、「誰もが働ける」仕事環境を整備。その上で一人ひとりにできる仕事を見極め、それぞれの能力を最大限に生かす工夫をしている。ライフステージや特性に応じて柔軟な働き方ができる制度や環境は当然であり、そのための環境整備が企業の使命だととらえている。課題先進地での先進事例は、人材確保の根本的な考え方を見直させてくれるのである。



- ・障がいの雇用創出
- ・就労支援事業所を立ち上げて織り手を確保
- ・スケジュール管理と生産体制の拡充で負担を軽減
- ・地元の伝統文化の継承・発展
- ・織り手の個性を生かしたオリジナリティあるアイテムの展開
- ・企業間コラボによる販路拡大・認知度向上
- ・家族優先のシフト
- ・一人ひとりの特性に合わせて働き方やフォローの方法を調整
- ・時間単位での有給休暇、こども連れ出勤の許可

企業情報

企業名 株式会社幸呼来Japan
所在地 岩手県盛岡市安倍館町19-41
WEB <https://saccora-japan.com>

08

宮城県気仙沼市

高次加工で水産物の価値高め 観光とのシナジーで地域と共に発展を

株式会社阿部長商店



8つの工場全壊し、 被害総額100億円も 「ゼロじゃない」

宮城県気仙沼市に本社を置き、水産、観光、物販、飲食、不動産の事業を展開する株式会社阿部長商店。東日本大震災の津波によって、気仙沼市、宮城県石巻市、岩手県大船渡市の計8つの工場が全壊した。秋から冬にかけて仕込みが終わり、冷凍保管していた原料もほぼすべて失った。被害総額は100億円を超える。

商談会で中国・上海にいた代表取締役の阿部泰浩氏は3日後に気仙沼へ戻り、翌朝、歩いて15~20分を着くはずの工場へ、がれきを乗り越えながら4時間ほどかけてたどり着く。跡形も無くなった光景を見て、

「本当に現実だったんだなと思い、南三陸以外の工場はすべて駄目だろうと察しました」と言う。

当時、グループ全体で800人の従業員を抱え、阿部長商店単体で650人ほど。無事かどうか一人ひとり追っけいき、2週間ほどではほぼ全員の被害状況を把握。残念ながら犠牲になった人もおり、阿部氏の同級生で石巻工場の責任者を務めていた男性は、全員を避難させた後で逃げ遅れたと分かった。「命を落とした従業員にはずっと申し訳ない気持ちを抱えています」と阿部氏。

阿部長商店は、宮城県南三陸町で水産物の販売を行っていた阿部氏の父、阿部泰児会長(2019年逝去)が1960年チリ地震津波で店舗を流され、気仙沼に移って翌年開業したと

いう歴史がある。2011年は創業50周年の節目の年。50年積み上げてきたものが流されたことで、泰児会長もさぞ落胆していると思われたが、「帰ってきたら一番元気なのがおやじでした。『なあに、元々ゼロから始まったんだ。今はゼロじゃないだ



株式会社阿部長商店 代表取締役 阿部泰浩氏

漁業・水産加工業

再建

新商品開発

市場・商流開拓

海外展開

情報発信



株式会社阿部長商店

カブシキガイシヤアベチョウショウテン

業種 飲食品卸売業／食料品製造業／宿泊業／
飲食品小売業

代表者 阿部泰浩氏【代表取締役】

所在地 宮城県気仙沼市港町2-13

TEL 0226-22-1661 **WEB** <https://abecho.co.jp>

創業年 1961年 **資本金** 5,000万円

従業員数 676人 **売上高** 非公開

企業概要

1961年創業、1968年法人設立。生鮮出荷や加工品製造などの水産事業と、ホテルや観光施設の経営といった観光事業の2大柱をはじめ、物販事業、飲食事業、不動産事業を展開している。観光事業部門と水産事業部門の有機的なネットワークによる、安定した資源調達力で地産地消を推進し、三陸の食文化を伝える取り組みを行っている。



被災当時の阿部長商店の様子

ろう』と」。

言われてみれば、高台にある南三陸町の工場と3つの観光ホテルは無事で、多くの従業員が生きて残っている。「それを聞いた時に、ああそうか、やれるんだなと。何とかもう一度立ち上がってみようと思いが持てました」と振り返る。

当時、阿部氏も家を流されホテルで50人ほどの従業員と避難生活を送っていた。「ホテルの食材をみんなで少しずつ分け合って食べていました。でも、これで雇用関係が切れてしまったら、助け合いができなくなるんじゃないかと。国の支援が無くても、持ちこたえられるところまでは耐えてみよう」と一時解雇の選択は取らなかった。

水産事業の反省 積極的な営業活動で 大手取引先との接点を掴む

その後、雇用調整助成金が適用さ

れることが分かり、申請をして、工場再稼働までの人件費の大半を賄った。しかし、働く場を求めて20~30代の従業員が100人ほど退職。現在主力となっているはずの戦力を失ったことは今も影響が大きいという。

「この地域は時間が止まっているようでしたが、首都圏に行けば経済活動は活発になっているし、仕事もたくさんある。だから、私たちが今後期待していた世代の人たちが一気に抜けてしまいました。その人材が残っていたら、もっと楽に仕事ができただろうなと思います。今も大きな課題です」と明かす。

グループ補助金を活用して各工場の再建を進め、2014年にはグループ基幹工場となる気仙沼食品新工場が完成する。それまでの間、阿部氏はこれまでの水産事業を総括していた。

「しばらく時間があったので、どういふうに再開すべきかと、毎日のように考えていました。一番に思ったのは、これまで水産ってあまりいい仕事じゃなかったなと。たくさん水揚げがあって、国内は魚が飽和しているの、海外にも輸出しなければと、需給バランスを自分たちで崩していましたよね。大量に買ったものを相場に任せて大量にさばくだけで、価値が付けら

れない。それが昔のように魚が取れなくなり、値段も上がらなくなり、売れなくなってしまった。せっかくある水産資源をもっと生かすべきだったなと反省しました」。

そこで再建に当たって、従来の仕事を再開するだけではなく、価値を高める仕事をしていこうと決意する。それには絶えず変化する東京のマーケット事情を知る必要があると考えた。そこで、東京都が行っていた被災企業向け支援を活用して都内にオフィスを借り、取引実績の無かった大手と接点をつくるべく、数人を常駐させて積極的な営業活動を行ったのだ。

「工場を作って仕事を始めてからどうやって売ろうかと考えるのではなく、販売を先行する。お客さんと関係を持って、情報交換しながら商品を作っていった方が絶対にいい立ち上がりになるという考えで進めていきました」。



2014年に完成した気仙沼食品新工場

1 最初のヒット商品「気仙沼ふかひれ濃縮スープ」

2 2014年発売の「ajillo × アヒージョ さんまとトマトのアヒージョ」。旬の時期に水揚げされた三陸のサンマとフレッシュトマトをアヒージョに



初のレトルト加工食品が復興のシンボルに。強み生かしヒット連発

ホテルは2011年4月下旬に営業を再開し、復興事業に携わる人やボランティアなどの支援者、観光客など全国から多くの人を受け入れていた。気仙沼の水産加工品を土産で買って帰りたいという声が多かったが、当時は阿部長商店同様に市内の水産加工会社も工場を失い、商品の供給が止まっていた。

そうした中、完成して半年もたたず津波に遭った大船渡の工場で、被害の少なかった2階の加工ラインが稼働できるめどが立つ。そこで、売店で一番の売れ筋だったレトルトふかひれスープをホテルの調理人らで独自にレシピを開発し、工場のラインに落とし込んで、「気仙沼ふかひれ濃縮スープ」として商品化。同年7月にリニューアルオープンにこぎ着けた阿部長商店の直売センター「気仙沼お魚いちば」で販売を始める。

「当時はホテルの関係者も、水産の事業所のメンバーも、何とか早く工場の1ラインでも動かして仕事をしたいと、みんながそこに照準を合わせていました。今のようなきれいなパッケージではなく、無地の袋にシールを手で貼ったものでしたが、それがわれわれの復興のシンボルになりました」と阿部氏は振り返る。

自社での商品開発も、レトルト加

工食品の製造も販売も初めてのことがあったが、いち早く土産売り場に並んだ「気仙沼ふかひれ濃縮スープ」は飛ぶように売れた。この成功が、その後の自社商品の積極的な展開につながる。その後は若手社員の発案で開発プロジェクトが進み、2014年に発売した「ajillo × アヒージョ」も大ヒット。

「若い人が考えればこんな商品ができるんだと。私のような従来の魚屋は和食のイメージしか無かったので、オリーブオイルで煮込んだ、パンやパスタに合わせられる商品というものに、魚の新たな可能性を教えてもらいました」。

女性や若年層に魚食を広げる商品として評価され、2015年には宮城県水産加工品品評会で農林水産大臣賞を受賞する。

次々とヒット商品を生み出せる背景には、ホテルのレストランでテストマーケティングができるという他

社にはまねできない強みがある。

「お膳の小皿やバイキングの一品で提供して、評判が良ければ次は売店でテスト販売する。そうやってお客様の反応を見ながら商品にできているので、外れが少ないというか、ニーズを十分にくみ上げられているのかなと思います」。

業績回復の水産は次の一手。苦境の観光は「笑い」で打開

2017年度には売上高が東日本大震災発生前の水準まで回復したが、「元々あった拠点が全部そろって、そこで仕事ができるようになっただけに過ぎません。特に高次加工商品の分野はまだまだ合格点ではない」と阿部氏。いまだ売り上げの柱は鮮魚や冷凍魚、一次加工品で、現状20%ほどの高次加工品の割合を35~40%程度まで上げて、減少の一途をたどる水揚げに左右されない体制を整えたいと考えている。



発売以降好評の「気仙沼港町のバスタソース×4種」をはじめ、「あぶりさんま」「三陸漁師めし 気仙沼一本釣りがつお漬け」など新商品を次々発売



3 「フカカツ(復活) 気仙沼プロジェクト」の記者発表会にて。ゆるキャラのホヤぼーやと、吉本芸人のけせんぬまペイ! (加藤哲平)、パンサー尾形がPRに出席 4 プロジェクトのオリジナル商品「気仙沼フカカツ(復活) サンド」

「震災前に戻ることが目標ではなく、単なる通過点。大事なのはこれから」と、打つ手を緩めない。その一つは輸出。前述の反省から、「和食がこれだけ世界に広まっているのだから、素材を生かして付加価値のある商品を作って、もっと評価を受けることができないだろうか」と同業者に声をかける。

2016年以降、復興庁のチーム化モデル事業により、青森県八戸市、岩手県普代村、大船渡市、宮城県気仙沼市、石巻市の5地域7メーカーで輸出チームをつくり、経済成長著しい東南アジアへの輸出に向けた営業活動を行っている。生食文化が根付く日

本の魚の管理技術、安全性と品質の高さから、商談でも手応えを感じているという。HACCPやハラール認証、FSSCといった国際認証を取得し、どこにでも出せる状態も整えた。

水産事業が順調な一方で、観光事業は新型コロナウイルス禍で低迷している。ホテルの売り上げは半減し、水産まつりのような人の集まるイベントも開けない状況が続いた。「思わず下を向いてしまうような時期でした」。

そんな時、知人が吉本興業株式会社の副社長とつながりがあると知り、「笑いでこの雰囲気を変えられるかもしれない」と相談を持ちかけ、気仙沼の海産物を使った商品開発などに

取り組む「フカカツ(復活) 気仙沼プロジェクト」を共同で立ち上げる。調理師免許を持つ気仙沼市住みます芸人「けせんぬまペイ!」こと加藤哲平氏がオリジナル商品を開発し、YouTubeやSNSを通して気仙沼を発信している。

「気仙沼は水産と観光の町。その両方を融合させた取り組みを、ホテルや観光施設、工場といった自社のリソースを活用し、さらに地元企業や広域と連携しながら行っていきたい」と意気込む阿部氏。「笑いで」苦境を開き、水産と観光のシナジーで地域と共に発展し、100年企業への道を突き進む。

課題

- * 津波で8つの工場が全壊し、原料も流出。従業員の働く場が無くなった。
- * これまでの水産事業は水揚げと相場に任せて大量に水産資源を消費し、需給バランスを崩していた。
- * コロナ禍により観光事業が低迷し、ホテルの売り上げが半減。

解決策

- * グループ補助金で工場再建。雇用調整助成金で人件費を賄う。
- * 価値を高める仕事を決意。調理加工食品の分野に進出。海外展開は高付加価値路線に。
- * 「笑いで」暗いムードを払拭しようと吉本興業と共同でプロジェクトを立ち上げ。

効果

- * 2017年度に売上高が東日本大震災発生前の水準まで戻る。
- * ヒット商品が生まれ高次加工品の割合が売り上げの20%に。海外での商談に手応え。
- * 吉本興業所属芸人がオリジナル商品を開発し、YouTubeやSNSで気仙沼を発信。

09

宮城県気仙沼市

技能実習生の受け入れが転機に インドネシアでの事業展開でさらなる成長へ

株式会社菅原工業



街の姿取り戻すべく、 気仙沼市の復興に尽力

「このまちをつくる」をスローガンに掲げる株式会社菅原工業は、1965年に創業した宮城県気仙沼市の建設会社だ。水道工事を中心とした社会インフラの整備を手がけ、建設業で人々の暮らしを支え続けてきた。

そんな菅原工業の歴史を語る上で、切っても切れない出来事が東日本大震災である。2011年3月11日、高さ20mを超える未曾有の大津波に襲われた気仙沼市。港から押し寄せた黒い濁流は街全体をのみ込み、菅原工業も社屋全壊という大きな被害に見舞われた。

「重機もほとんど流され、唯一残ったのが2tダンプカー1台だけ。それ

でも4人いた従業員が全員無事だったのが、何よりの救いでした」。

そう当時を回想するのは、現在、代表取締役社長を務める菅原渉氏。東日本大震災から数日後、自分たちに何かできることは無いかと、居ても立ってもいられず市役所に足を運んだ。

「最初にご遺体運びの手伝いを依頼されましたが、土木課の職員の方から『がれきの撤去を始めるので、そこで仕事をしてくれないか』と頼まれました。自社のことも心配でしたが、まずはこの街をどうにかしなければならなかったので、とにかく必死でしたね」。

特に交通網は社会インフラの動脈であり、1日でも早い原形復旧が求められる。それから約2年間、社員らはがれき撤去の最前線で奔走。社

屋が無いため、知り合いの企業や、当時の社長である渉氏の父・寛氏の自宅などを借りて拠点を構え、気仙沼市の復興に尽力した。

がれき撤去が一段落すると、菅原工業の事業は災害復旧工事へとシフトしていく。下水道の仮配管や、住宅の基礎撤去、道路のかさ上げ工事のほか、防潮堤の建設工事も担当。時に周囲から心無い言葉を浴びせられたこともあったが、ぶれることのない強い信念の下、目の前の仕事を黙々とこなしていった。

「特に防潮堤の工事の時は『海が見えなくなる』と文句を言われて、誹謗中傷を受けたこともありましたが、あくまで私たちは人々の生活を支えるための仕事をしているわけであって、それを否定されるのは悔しかっ



その他

再建

新事業開発

市場・商流開拓

海外展開

雇用促進・拡大

株式会社菅原工業

カブシキガイシャスガワラコウギョウ

業種 総合工事業

代表者 菅原渉氏 [代表取締役]

所在地 宮城県気仙沼市赤岩迎前田132

TEL 0226-23-9661

WEB <http://sugawarakogyo.co.jp>

創業年 1965年 資本金 2,000万円

従業員数 50人 売上高 18億9,481万円

企業概要

東日本大震災後の需要を見据えて、海外展開を図った気仙沼市の建設会社。地域に縁の深いインドネシアの技能実習生を受け入れ人材の増加と育成を進める。実習生受け入れを通してインドネシアのリサイクルアスファルトの普及に着目し、合併会社を現地に起業。2020年以降からは、将来の若い人材を育成するべく「菅原工業人事部」という事業に力を入れている。



代表取締役社長 菅原渉氏

たです。つらかったですが、仕事を請け負った以上、ちゃんとしたものを作るんだという思いに迷いはありませんでした。1日でも早くこの街を元通りにすべく、ひたすら工事を

進めていきました」。

技能実習生の受け入れ開始。
インドネシアでも事業展開

気仙沼市の復興を先頭に立ってけん引してきた菅原工業。東日本大震災以前は先細りの一途をたどっていた経営面も、復旧工事の需要の増加と比例して回復していった。順調に事業が拡大する一方で、大きな選択を迫られることとなる。

「人手が不足しているので新たな人材を集めたいところではあったのですが、復旧工事が終わった後、果たして彼らの雇用を守れるのかという不安もありました。この先を考えれば考えるほど、会社の規模を大きくするのが正解なのかどうか、その両

極端の課題に悩まされていました」。

そこで決断したのが、海外からの技能実習生の受け入れだった。気仙沼商工会議所などにアドバイスを請いながら、2013年、以前から気仙沼市と交流を深めていたインドネシアから、数人の実習生を受け入れることとなった。

「受け入れ始めのころは、現場にいる作業員たちには苦労があったと思います。宗教上の制約もあり、こちら側が勝手に壁をつくってしまっていた部分もあったかもしれません。お互いに歩み寄りながら、コミュニケーションを図ることで、徐々に打ち解けていきました」。

「多文化共生社会」を目指す菅原工業では、2019年に気仙沼市内にイ



インドネシア料理店



イスラム教の礼拝所「ムショラ」



インドネシアでの道路整備事業

インドネシア料理店をオープン。同年、「ムショラ」と呼ばれるイスラム教の礼拝所を設置するなど、近年もさまざまな取り組みを行っている。

「菅原工業が多様性への一步を踏み出した」と菅原氏が振り返るように、実習生の受け入れは会社にとって次のフェーズへ突入する転機となった。

菅原工業の挑戦はそれだけにとどまらなかった。実は技能実習生を受け入れた背景には、もう一つ大きな理由があったのだ。

「技能実習生たちが母国に戻った時に、菅原工業で培った技術を現地でビジネスとして展開したら、面白いのではないかと思ったんです。ただ雇うだけではなく、人材として育て上げることで、海外にも事業を展開していこうともくろんでいました」。

そして2015年、インドネシアに合弁会社を設立し、海外進出への大きな一步を踏み出す。菅原氏が目を付けたのが、リサイクルアスファルトを用いた道路整備事業。インドネシアがアスファルトを輸入に頼っていたことから、環境問題へのアプローチも視野に入れていた。

「インドネシアでは車道が壊れると上にどんどんアスファルトをかぶせていて、車道と歩道の段差がいびつな状態になっていました。それならば、道路の表面を削って得られた廃

材を再利用する、日本ではおなじみのリサイクルアスファルトのシステムを導入したらいいのではないかと思ひ、現地で提案しました」。

日本の地方の中小企業であるがゆえ、当初は現地の企業や団体に話を持ちかけても、たらい回しにされるが多かったという。それでも、2017年に国際協力機構（JICA）の「中小企業・SDGsビジネス支援事業」に採択されると、事業は一気に加速。同年、リサイクル骨材（剥がしたアスファルトを破碎して粒度を調整した物）を製造するプラントを建設すると、2022年10月には2基目のプラントを建設。道路整備事業の本格的な稼働に向け、準備は着々と進んでいる。



地域教育事業で授業を行う菅原氏

若き人材の掘り起こし、100年続く企業を目指す

菅原工業では、地域に根差した企業として、気仙沼市で暮らす若者たちを対象とした人材育成にも力を入れている。

「2017年ごろに、大卒の新入社員を採用したいと思って、就職情報サイトに登録してみたことがありました。でも、面接に至ったのは1人だけで、その学生にも辞退されてしまいました。地方であるがゆえ企業のアピールも難しい中で、誰にアプローチすればいいのかと考えた時に、まずは地元の若者に菅原工業の魅力を知ってもらうことから始めなければならぬのでは、と思ったんです」。

そこで、地域教育事業という名のもと、2016年より中学生を対象とした出前授業を開始。職場体験も積極的に受け入れるなど、将来を担う子どもたちとの交流を深めていった。普段は触れることの無い業種とあってか、「建設業の仕事に興味を持った」という、うれしい反応が返ってくることもしばしばある。2021年春には、出前授業を受けた若者が正社員として入社するなど、じわじわと成果を生み出している。

2020年には新たに「菅原工業人事部」事業を立ち上げた。大学3年生を対象に、気仙沼市から市外、県



1 菅原工業人事部人材育成事業の取り組み。気仙沼市の企業と仙台市の大学生が、フラットな目線で直接対話ができる場を創出している
2 女性社員も活躍する

外に進学した学生や、気仙沼市に興味のある学生たちを集めたコミュニティをつくり、月1回のイベントで親睦を図りながら、将来を担う人材を発掘するという試みである。

これが効果と呼び、2021年の春には5人の大学生が菅原工業に新卒入社。この実績を基に菅原工業人事部事業は現在、自社のみならず気仙沼市内の企業数社を集め、企業と学生のマッチングの場としても展開中だという。

『「どうすれば菅原工業を働き口として選んでもらえるだろうか?』という疑問を若手社員やインターン生

たちに投げかけ、そこで得た意見やアイデアを積み上げながら形にしていった事業でした。いわゆる“Z世代”と呼ばれる若い人たちと私とでは価値観が全然違います。だからこそ違った目線からのアドバイスがもらえる。本当に貴重な機会なんです」。

次なる目標は、次世代を担うリーダーの育成だ。現在、菅原工業では本社のほか、インドネシアの合併会社、さらにはインドネシア料理店など、複数の会社・店舗の経営を手がけている。10年以内にそれらをホールディングス化し、それぞれにトップを置くことでさらなる事業の拡大

を目指しているという。

「創業から55年以上たちましたが、目指すはやはり100年企業です。その前にグループ全体で売り上げ100億円を突破しようと、みんなで意気込んでいます。『100年100億』を目標に、これからも地域を活性化させていきたいです」。

東日本大震災の苦難を乗り越え、強く、たくましく飛躍を遂げた菅原工業。何事も常に未来を見据え、行動していく。その挑戦の姿勢こそが、会社を成長させる原動力になっている。

課題

- * 災害復旧工事により需要が急激に増加。人材を確保したい一方で、工事完了後の安定経営を想定し、雇用を増やすか現状を維持するかを選択に悩まされた。
- * 新卒採用の募集をかけても人が集まらず、若手社員の人材不足に陥った。

解決策

- * 人材の確保と将来的な海外進出を見据え、インドネシアから技能実習生を受け入れた。
- * 2016年より気仙沼市の中学生を対象に地域教育事業を展開。2020年からは「菅原工業人事部」を立ち上げ、大学生との意見交流・人材発掘などを行った。

効果

- * 技能実習生が会社の貴重な戦力として活躍。インドネシアでの事業展開も進み、2015年に合併会社を立ち上げ、2022年までにリサイクル骨材の製造プラント2基を現地に建設した。
- * 2021年春には大学生5人が新卒入社するなど、定期的に若手社員が入社。平均年齢が大幅に若返った。

10

宮城県石巻市

オリーブで地域を元気に 若者たちに継承できる産業の土台をつくる

農業法人 株式会社ソーシオ



地域活性化を目指し、 若者に魅力のある新産業を模索

農業法人株式会社ソーシオの創設は2019年1月。宮城県石巻市で産業廃棄物収集運搬、および産業廃棄物処分を主事業とする株式会社サンクリーン工業会長だった日野準氏（2021年5月逝去）と、同社社員の上松健氏（現取締役総務部長）、日野氏と同業で旧知の仲だった阿部栄三郎氏（現代表取締役社長）の3人で立ち上げた。

志半ばで病魔に倒れた日野氏の遺志を継ぎ、阿部氏、上松氏は今、ソーシオ農園の経営を軌道に乗せようと懸命な努力を続けている。親会社となるサンクリーン工業の経営を担う日野氏の子息4人全員が、ソーシオ

農園の役員に名を連ね、物心両面で支えている。

東日本大震災後、復興需要が被災地の経済を下支えしたが、復興が進むに連れ特需は終わりを迎える。日野氏は、地域活性化のためには、地元の若者が働きたいと感じる魅力あ

る新たな産業が必要だと考え、上松氏、阿部氏に思いを伝えた。3人で議論を重ねた結果、たどり着いたのが農業であり、オリーブの栽培だった。

「被災地は人口減少や高齢化が急速に進行し、農業の担い手不足は誰の目にも明らかです。自分たちの手で



代表取締役 阿部栄三郎氏



取締役総務部長 上松健氏

農林業

新商品開発

ブランディング

連携・協業

地域振興

スタートアップ

被災地進出



農業法人 株式会社ソーシオ

ノウギョウホウジン カブシキガイシャソーシオ

業種 農業

代表者 阿部栄三郎氏 [代表取締役社長]

所在地 宮城県石巻市井内字三番108-2

TEL 0225-98-6847

WEB <https://socioagri.co.jp/>

創業年 2019年 資本金 1,000万円

従業員数 4人 売上高 非公開

企業概要

東日本大震災の影響で人口減少や高齢化が進む被災地で、地域活性化のために若者が働きたいと感じる魅力ある新産業が必要だと考えた有志3人により、2019年設立。オリーブの栽培のほか、稲作、ドローン活用事業などを行う。2020年よりオリーブ茶の販売を開始。2024年よりオリーブオイルの出荷・販売を見込むほか、将来的にはオリーブ畑を活用した観光農園の設立を目指す。

傷ついたこの地を元気にしたい、若者たちに継承できる産業を起こしたい、そういう発想から日野会長はオリーブ栽培への挑戦に思い至ります」と阿部氏は語る。「私もそのアイデアを聞いてすごく引かれました。宮城では目新しいし、健康志向の現代にも合っている。付加価値も高い。そして何より、若者も面白がってくれと思ったのです」。

オリーブの産地といえば、世界的にはイタリアやスペインが本場で、日本では温暖な気候で知られる瀬戸内海の香川県・小豆島が有名。それらの地域と比べると宮城県は冬場の気温が低く気候の面で心配がある。そこで上松氏は日野氏の命を受けて調査に乗り出す。その結果、石巻市が2014年からオリーブの実証栽培を

行っており、実際にオリーブが育っていることを知る。その事実の上松氏は興奮を覚えた。

「石巻市での実証栽培の結果には本当に勇気づけられました。寒い石巻市でも育つんだなど分かって、がぜんやる気が出ました」。

2018年、3人は小豆島を訪れ、栽培のノウハウを教わる。オリーブは実を収穫するまで植えてから5年ほどかかることから、早期に製品化できるものとしてオリーブ茶というアドバンスも受け、石巻へと帰ってきた。

地域の協力で耕作面積拡大。 オリーブ茶の生産に乗り出す

2019年1月にソーシオを設立し、事業を開始。軸はオリーブ栽培だが、初年度からの売り上げ確保のた

め稲作事業にも着手した。

「日野会長は農家の出身で、耕作地を3.2ha所有していました。これをソーシオで担当させてもらうことになりました。JAいしのまきの仲介もあって、2022年現在の面積は14haまで広がっています。今、経営を支えてくれているのは稲作です」(阿部氏)。

一方で、オリーブを植える土地は課題となっていた。まずは日野氏が宮城県女川町指ヶ浜地区に持っていた6.8haの土地に、ルッカ、ミツシヨ、ネバディロブランコ、マンザニロの4品種計250本を植栽する。この土地は三陸復興国立公園の特別地域第2種に該当し、開発申請は1ha以下という条件がある。「木は伐採しましたが、根っこを取ると地



オリーブは潮風を受ける環境が好適地。潮風を受けると甘く育つといわれる



萌芽力が強く、葉の数が多「ネバディロブランコ」は茶の原料に向く



オリーブ茶はさわやかな苦味のある味わい

形が変わるので駄目だと言われ、木を切った間にオリーブを植えました」と上松氏。

その後、同町御前浜地区の0.5haに実を育てオリーブオイルを搾る目的で200本、少し高台の0.3haにオリーブ茶にするための木を800本植えることができた。これは御前浜地区の行政区長、東海進氏との偶然の出会いで実現したという。

「たまたま御前浜で栽培用の水をくんでいたら、東海区長が話しかけてくれて、新産業としてオリーブの栽培を進めていることを話したんです。すると地域活性化につながる事業だと評価していただき、津波跡地を整備したまま活用していない土地を使って栽培したらどうかと提案してもらえました。地権者の皆さまには東海区長が説明してくださり、女川町にも掛け合っていました」（阿部氏）。

さらに「資金面も問題でした」と上松氏。自治体の補助金等も調べたが、受給できそうなものは見つからなかった。

「東北銀行と日本政策金融公庫の協調融資を受けられなかったら、立ち行かなくなっていたかもしれません。宮城県でのオリーブ栽培はこれからのもので、さらにオリーブオイルの出荷は5年後となる。難しいと思いましたが、稲作やオリーブ茶など、オ

リーブオイル以外にも組み込んだ事業計画を評価してもらえたと思います」（上松氏）。

こうして土地と資金、2つの問題をクリアすると、2021年春には新芽を収穫し、6月からオリーブ茶の販売を開始した。「おかげさまで売れ行きは好調。今後は生産数の増加が目標です」と阿部氏は話す。

地元企業との積極的な連携で、オリーブを使った商品続々と

オリーブ茶は道の駅やインターネット通販で販売するほか、地域企業との連携にも使われている。石巻市内のステーキハウスは、オリーブ茶葉を粉状にして塩と混ぜ合わせた「オリーブ塩」を開発して店舗で提供するほか、小瓶でも販売。利用客に

好評を博している。

さらに、石巻市内のカフェとのタイアップでは、オリーブ茶を練り込んだクッキーを商品化。他にもオリーブ茶で漬け込んだシカ肉料理に活用する。

この挑戦の導き手となっているのが、石巻市の無料経営総合相談窓口「I-Biz」センター長・吉田真一氏だ。「オリーブ茶を見たときに、地域の特産品として非常に可能性のある商品だと感じたんです。まずは販売先を安定して確保するために、業務用で販売にならないかと考えました。そこで私の活動範囲の中でいろいろ紹介して回った結果、いくつか飲食関係の企業が乗ってきてくれたんです」（吉田氏）。

こうした連携について、阿部氏は「地域内での広がりが重要」と話す。「自社だけのことを考えるのであれば、東京など高く売れるところに持っていくことも考えられます。でも、それでは地域が衰退して、結局自社も事業を継続できなくなってしまいます。地元で需要を生み出すことで、人の雇用も生まれてくる。地域の経済活動にうまく取り入れられるような仕組みづくりをしていって、地域全体で好循環を生んでいくことが必要なんです」。

そのためにも、ソーシオはさらな



ハーブの代わりにオリーブ茶を使用した鹿肉のミートパイ



I-Bizセンター長 吉田真一氏

る展開を模索している。小豆島では、かまぼこにオリーブを練り込んだ「オリーブかまぼこ」や、養殖ハマチのエサにオリーブの絞りカスを混ぜた「オリーブハマチ」などの活用例があると聞き、「宮城でも試してみたい」と阿部氏。ただ、かまぼこ製造のラインを動かすにも、養殖魚の実験をするにもオリーブの量が必要。地域内でさらなる展開を行うためにも、収穫量を増やしていくことが目標となる。

とはいえ収穫量はすぐには増えない。オリーブ茶も完売状態となっている状況のため、販売量を増やすために改良を行っている最中だ。

「一般的なお茶だと年1回しか製造できず、また、製造を委託できる工場が無くなってしまったんです。いろいろ考えた末、焙煎茶にすれば、葉の摘み取りも年に複数回できるなど思い付きました。

オリーブ茶は抗酸化作用が強く、活性酸素などの有害物質を無害化するといわれるポリフェノールが多く含まれているなど、健康に良いことを打ち出しています。焙煎すればノンカフェインになり、この点もセールスポイントに加わると考えています」（阿部氏）。

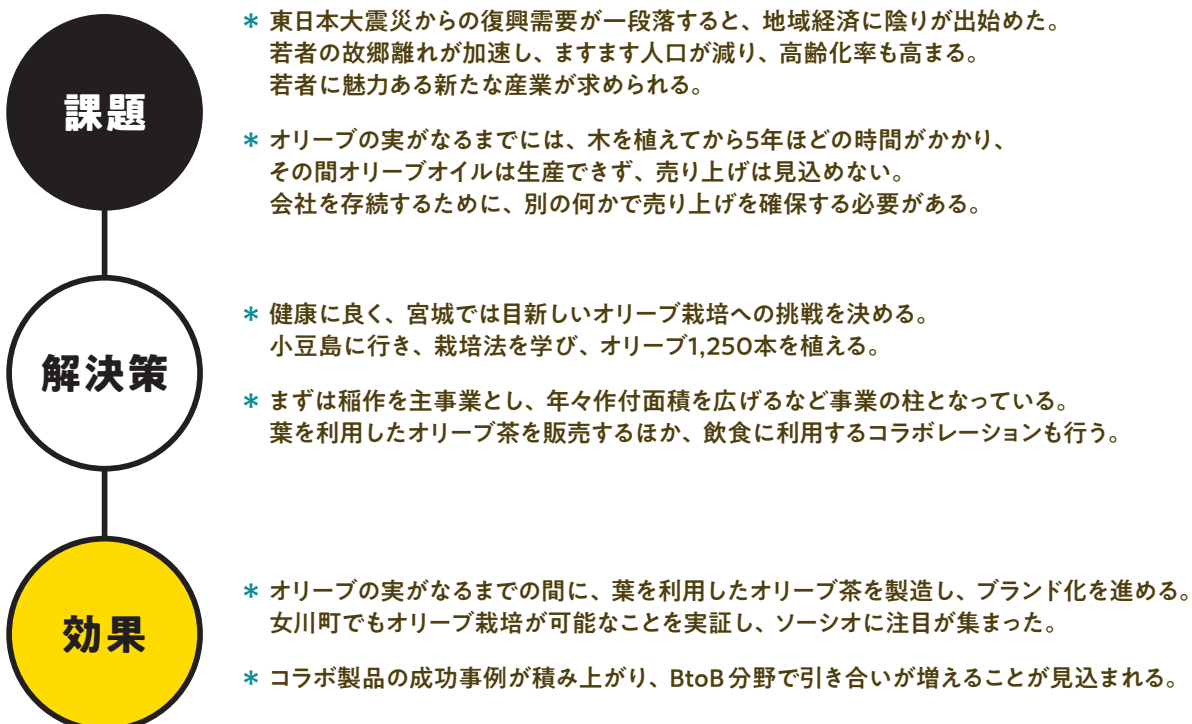
製品化は2022年内を想定する。「焙煎するには、新芽よりもしっかりした育った葉の方が向いていて、秋に収穫したものでチャレンジしてみようと考えています」。焙煎を委託するのは椿茶で知られる岩手県大船渡市の企業で、将来は連携も視野に入れているという。

オリーブ畑を活用し観光農園へ。明るい未来のために汗をかく

次代を担う若者に魅力を感じてもらえる産業を、という創業の精神を実現すべく、ソーシオでは今後さまざまな取り組みを展開していく。ドローンを使った農薬散布事業も、既に数件、依頼を受けて行った経験がある。また、オリーブ畑を活用し、観光農園に発展させたいというアイデアを持つ。

「葉や実の摘み取り体験ができ、オリーブオイル、オリーブ茶などオリーブを使った商品を買える場をつくる考えです。オリーブオイルが生産できるようになれば、レストランの運営なども視野に入ってきます。そういう具合にステップが踏めれば、若者はソーシオ、そして、ソーシオでの仕事に魅力を感じてくれるはずで」（阿部氏）。

日野氏の遺志を継ぎ、周囲の協力を得ながら、ソーシオは地域の明るい未来のために汗をかき続ける。



11

宮城県石巻市

ファンの応援受け2年でV字回復 「やってみよう」の精神で挑戦する新商品やコラボに手応え

株式会社木の屋石巻水産



工場全壊、従業員離散も 缶詰が希望をつなぎ、再建へ

「鯨大和煮」や「金華さば缶詰」の製造元として宮城県内でよく知られる株式会社木の屋石巻水産は、東日本大震災後、「希望の缶詰」で全国にも広くその名を知られることになる。

大津波により宮城県石巻市魚町にあった工場は全壊。「鯨大和煮」のデザインをそのままあしらった巨大な魚油貯蔵タンクが倒壊し、横倒しになっている姿は、石巻が壊滅的な被害を受けたという状況を大きなインパクトを持って伝えた。当時70人いた従業員は指示を待たず高台に避難したが、1人が命を落とした。

その後、不安を抱えて退職する人もおり、残った社員は30人ほど。が

れきの片付けをしたり、工場の跡地に埋もれた泥まみれの缶詰を拾って洗浄したり、できることを行った。すると、その缶詰を「中身が大丈夫ならば買いたい」という声が全国から殺到する。以降「希望の缶詰」として話題を呼び、全国から続々と訪れるボランティアの力も借りて、2011年4月初旬から半年ほどかけて20万缶を資金に変えることができた。

そうした周囲の応援に応じて再建の機運が高まるが、当時の木村長努社長、木村隆之副社長は現実を見据えていたという。現在の代表取締役、木村優哉氏は「当時は社長に再建しましょうとけしかけていましたが、社長になった今ならやめた方がいいかもしれないという迷いはすぐく分かります」と話す。

大きな課題は再建資金。資金が無く自力での再建は不可能だと悩む木の屋石巻水産を救う決め手となったのは、経済産業省によるグループ補助金だった。2011年の年末にグループ補助金が出ると知って、再建を決断。木の屋石巻水産だけでなく石巻の水産業、水産加工業全体の復興・復旧が現実的なものとして見えた瞬間だったという。

木村氏にはもう一つ、再建を確信した出来事がある。

「ボランティアの方から『初めは被災地のボランティア活動として来ましたが、木の屋さんの缶詰を食べたら本当においしかったので、応援したいと思ってまた来んです』とってもらえたのです。お客さんの心に届く、ちゃんとしたものを作ってきた

漁業・水産加工業

再建

新商品開発

EC推進



情報発信

株式会社木の屋石巻水産

カブシキガイシャキノヤイシノマキスイサン

業種 食料品製造業／飲食品小売業
 代表者 木村優哉氏【代表取締役】
 所在地 宮城県石巻市魚町1-11-4
 TEL 0225-98-8894
 WEB <https://www.kinoya.co.jp/>
 創業年 1957年 資本金 1億円
 従業員数 80人 売上高 21億円

企業概要

1957年創業の水産加工品メーカー。代表商品は鯨肉加工品で、ほかにも朝取れの魚を鮮魚のまま缶詰にする独自製法と、国産調味料を使用し、素材の味を大切に商品づくりを行う。2013年に完成した美里町工場では、缶詰や鯨肉加工品、佃煮などを生産し、併設の直売所でも販売。季節の節目には直売会を行うなど、地域活動にも取り組んでいる。



1 被災当時の様子。代表商品「鯨大和煮」仕様の魚油貯蔵タンクが倒壊 2 がれきから取り出され集められた大量の缶詰 3 株式会社木の屋石巻水産 代表取締役 木村優哉氏

ていたんだと確信できたことで、きっと再建できると思えました」。

内陸にも拠点構え工場再開。応援受け2年でV字回復果たす

グループ補助金を活用して再建することになったが、従業員の中から被災した場所での工場再開を望まない声が上がった。「せつかく1年間残っ

てくれたのに、工場が建つ時に辞められるのは困り申し訳ない」と、内陸にも工場を建設することを決める。「希望の缶詰」によって会社が救われた形だが、「缶詰というのは本来こういう災害時に役に立たないといけないもの。同じような災害があった時、避難所に缶詰を持っていくこともわれわれの一つの役割」という考

えも、内陸に拠点を置く理由だった。

2013年、石巻から車で30～40分ほど、港で水揚げされた魚介類の鮮度を保てる距離にある美里町に新工場が完成。石巻の本社工場では原料の1次処理や加工を行い、美里町工場ですべての缶詰や真空パックなどの商品を製造する。

「単に復旧するだけでは意味が無い」



美里町工場。外観はクジラをイメージしている



美里町工場内の缶詰製造エリア



缶詰の大きさもデザインも創業当時のまま復活させた「鰹大和煮」

という当時の経営陣の考えから、「人が訪れる工場」というコンセプトを立てた。外観はクジラをイメージした建物にして、ガラス越しに作業の様子がみられる見学コースを整備するなど、工場見学に対応。さらに、工場直売ならでは商品をそろえる直売所も併設するほか、旬のおいしさを楽しむイベントも定期的に開催している。

美里町工場は稼働し始めたものの、レシピも津波で流されていたため、定番商品を復活させるところから再開。1年に1、2種類ずつ、3年ほどかけて一通りの商品を復活させた。当時は東京と東北を中心に問屋や商社への卸売りが中心で、半分ほどの顧客はしばらく戻ってこなかったが、2015年9月には売上が被災前の水準までV字回復を遂げる。

「作れば在庫が無くなるほど売れる

ようになったのは、全国的に三陸の物が市場から無くなった背景もありましたが、何よりも缶詰を拾って洗っていたころから応援してくれていた人のおかげです。ボランティアに訪れた人たちがSNSで発信してくれたのが、計り知れない宣伝効果を生んでいました」。

そのSNSの波及効果がその後、木の屋石巻水産にさらに大きな効果をもたらすことになる。

「やってみよう」の精神と失敗できる環境でヒット商品続々

新商品開発も加速させていく。取引先から、牛たんのあまり利用されていない部位を活用した商品が作れないかと相談を受けて開発した「牛たんデミグラスソース煮込み」がヒット。宮城県塩竈市の株式会社武田の笹かまぼこと開発した「canささ 笹かまアヒージョ」は仙台市産業振興事業団主催の「第7回 新東北みやげコンテスト（2020年）」で最優秀賞に選ばれた。

こうした商品開発力について、「ただフットワークが軽いだけなんです」と木村氏は謙遜する。「うちの企業理念は、前向きであること、新商品に力を入れること、鯨食文化を保存させることの3つ。新商品開発は『力を入れる』というよりも、『どんどんやっ払いこう』という姿勢です」。

そうした企業風土が浸透している

からこそ、「水産」加工品ではない商品も実現に至り、時にヒット商品が生まれる。「社内会議で、そんな売れないだろうという意見も出ます。でも、売れるか売れないかはお客さんが決めることなので、最終的にはやってみよう」と。

しかし、前向きな姿勢だけで成功するものではない。積極的な挑戦を支える要因の一つが、美里町工場併設の直売所だ。テストマーケティングがしやすくなり、流通に乗せるのは難しいという判断になっても、作った分は直売所で売り切ることができる。失敗もある程度回収できる環境があることは、挑戦を生み続ける原動力につながっている。

もちろんその根底には、品質の良さがあることはいまでもない。木村氏は「鮮度の良い原料が使えるのが他社さんとの違いではあります」と自信を見せる。

さらに、「うちの缶詰の特長は、サバ缶でも鯨缶でも、開けた時にきれいに詰まっていること。そこはこだわりを持っています。一つひとつ手で丁寧に詰めているんですが、そういう缶詰はなかなか無いと思います。大手にはできないことですね」と明かしてくれた。

思わぬ一手で若年層にアプローチ時代の変化に挑み続ける

現代の「魚離れ」が叫ばれる状況を



4



5

4 ヒット商品となった「牛たんデミグラスソース煮込み」

5 美里町工場併設の直売所



地元アイドルグループ「いぎなり東北産」とのコラボ商品

変える努力も行っている。骨ごと食べられて栄養価が高く、魚離れの一つの原因ともされる調理の手間も不要な缶詰を若い人にも食べてもらいたいと、意外な策に打って出る。地元アイドルグループ「いぎなり東北産」とのコラボレーションだ。

2021年9月、いぎなり東北産のメンバーが美里町工場を見学し、商品をPRする動画をYouTubeに公開すると、動画経由で木の屋石巻水産のウェブサイトへアクセスが急増。その9%にも上る人が実際に缶詰を購入し、全国からファンが訪れる効果もあった。

想像以上の反応に、いぎなり東北

産のファンへの恩返しの気持ちも込めて、メンバーが木の屋石巻水産の作業着を着用した姿と直筆のコメントをラベルにあしらったコラボ缶詰を用意。いぎなり東北産のクリスマスライブで販売したところ、完売した。SNSではファンが缶詰を「おいしい」と紹介する投稿が相次ぎ、若年層の消費拡大という狙い通りの手応えを得て、今後も展開を続けていくという。

この成功を生むために欠かせなかったインターネット通販には、2019年から力を入れてきた。「うちの缶詰はやや価格が高いため、説明も無くお店にただ置いていてもなか

なか買ってもらえません。通販であれば、こういう新鮮な素材を使って、こういうふうに丁寧に作っているのでも少し値が張るんですけど、きちんと伝えることができる。それでおいしいと思ってもらえれば、リピート購入にもつながります」。インターネット通販はこれからますます重要なチャネルになると考えている。

最後に、今後の展望について木村氏に聞いた。

「東日本大震災の後も、若者の魚離れや新型コロナウイルス感染拡大などさまざまな困難に見舞われています。それでも商品には自信を持っていますので、インターネット通販の強化やアイドルグループとのコラボレーションといった新事業にも取り組むなど、時代の激しい変化にも柔軟に対応できる会社づくりをしていけば、発展していけるのではないかと思います」と決意を語ってくれた。

「やってみよう」の精神を大切に、挑戦を繰り返すことで時代の荒波を乗り越えていく木の屋石巻水産。今後の取り組みにもぜひ注目していきたい。

課題

- * 大津波により石巻の工場が全壊、従業員の半数以上が会社を離れた。
- * グループ補助金を活用し工場再建を計画するも、被災した場所での再開を望まない声上がる。
- * 「魚離れ」が進む中、特に若年層に魚食の普及、缶詰の消費拡大を図りたい。

解決策

- * ボランティアの力も借りて、工場の跡地に埋もれた泥まみれの缶詰を洗浄し販売。
- * 災害時に缶詰を届けることも使命という考えもあり、内陸の美里町にも工場を建てる。
- * アイドルグループとコラボし、工場や商品をPRする動画を公開。

効果

- * 「希望の缶詰」として話題を呼び、半年ほどかけて20万缶を資金に変えることができた。
- * 原料の鮮度を保ち変わらぬ品質で商品を製造。
- * 動画経由で木の屋石巻水産のウェブサイトへ缶詰を購入した人が9%にも上り、全国からファンが訪れた。

12

宮城県仙台市

IT技術を駆使して水産業を効率化 被災地の漁業復興の一助となる

アンデックス株式会社



**東日本大震災ですべての事業が停止。
事態収束までの間に新企画を打ち出し
困難を乗り越える**

2008年のリーマン・ショックにより事業計画が崩れながらも、その年の11月に宮城県仙台市で創業したアンデックス株式会社。2009年から始めた東北工業大学との共同研究や、2010年に立ち上げたスマートフォンなどを活用した「観光及び交流」に関する事業といったさまざまな新規プロジェクトを進め、ようやく会社の経営が軌道に乗ったかと思われた矢先に襲いかかってきたのが、東日本大震災だった。

「震災でプロジェクトはすべて止まりました。社員が皆無事だったのがせめてもの救いで、事態がある程度

収まるまでは出社しなくていいと社員たちには指示を出しました」と語る、代表取締役の三嶋順氏。

事態があらかた収束するまでの間、三嶋氏は数人の有志の社員たちと共に事務所を片付けたり、会社の行く末に思いを巡らせていたりしていた。そして、「どうせ仕事はすぐ戻ってくるわけじゃない。時間はたっぴりあるのだから、今のうちにさまざまな企画を立ち上げよう」という境地に至り、それが後に形になっていくことになる。

その企画の一つが、東北工業大学クリエイティブデザイン学科の堀江政広研究室と共同で開発した、観光と街周遊を促す観光支援アプリ「マップコミ」だ。「マップコミ」はGoogleマップとGPSを利用したマップアプリで、飲食店や観光地などの紹介

記事をマップ上に表示できる。被災経験を踏まえ、観光情報だけでなく避難所情報を含む地域の防災情報をカテゴリごとに閲覧できるシステムを取り入れているのが特徴だ。2012年、特定非営利活動法人ITS Japanが主催する「ITS防災・減災情報の利用に関する検討会」の中で行われた、「人と物の移動に役立つITS防災アプリアワード」で見事、最優秀作品としてゴールド賞を受賞した。この受賞によりアンデックスは、IT業界内でぐんと知名度を高めた。

また、創業とほぼ時を同じくして、三嶋氏はみやぎモバイルビジネス研究会という団体を立ち上げていた。スマートフォンを使って何か面白いことをしようと、スマホについて学んだりアイデアを話し合ったりする

サービス業

新技術開発

市場・商流開拓

連携・協業

DX



アンデックス株式会社

アンデックスカブシキガイシャ

業種 情報サービス業

代表者 三嶋順氏 [代表取締役]

所在地 宮城県仙台市青葉区大町1-3-2 仙台MDビル5階

TEL 022-397-7988

WEB <https://and-ex.co.jp>

創業年 2008年 資本金 600万円

従業員数 52人 売上高 非公開

企業概要

iPhone/Androidアプリの制作をはじめ、Webサイト制作、システム開発、各種自社サービス、派遣事業など、幅広く事業を手掛ける宮城県仙台市のIT企業。特に力を入れている「水産×IT」事業では、漁業の安定化を目指して、定置網に水中ウェブカメラを設置、太陽光パネル・通信装置・小型の無線装置を組み合わせたシステムを構築し、水産業の活性化を目指している。



1 代表取締役 三嶋順氏

研究会だ。活動の一つとして、「宮城のIT業界はへこたれていない」とアピールするため、東日本大震災から約3カ月後の2011年6月19日に「ICT復興支援国際会議」を仙台市青葉区の仙台国際センターで開催。

首都圏のIT企業に来てもらい、宮城県のIT企業とビジネスマッチングをする場としたことで、実際にいくつかコラボレーションが生まれたという。アンデックスもこの会議が縁で、ITでさまざまな業界のビジネスサポートを行うゼブラ・テクノロジーズ・ジャパン株式会社と協業。中小食品加工業者向け物流管理システム「Smatra ~ SMART-Trace ~」の開発につながっている。

水産業をITでサポート。 「勘と経験」の見える化を図る

さらに東日本大震災後は、傷ついた被災地が立ち直る一助になりたい

という思いから、アンデックスはさまざまな分野で新たな提案を行っている。

代表的な取り組みとして積極的に推進を図ったのが、漁業へのIT活用だ。具体的には宮城のカキとノリの養殖に焦点を当て、漁場をリアルタイムに監視する海洋環境可視化システムを提案。公立はこだて未来大学の和田雅昭教授の協力を得て、2014年より漁にIT技術を組み合わせる取り組みを始める。そして2018年、通信網を提供する株式会社NTTドコモと協業することで実際にパッケージとして提示した。

提案内容は、海上に設置したブイから測定データをクラウドに送信するという仕組み。東日本大震災以降、今まで取れていた魚が取れなくなったり、一方で取れなかった魚が急に取れるようになったりなど、海の変化が激しい状況が続いていた。漁師たちにとって、海の変化の原因を知るには、長年の勘と経験が記された過去の日誌しか情報源がなかったという。宮城県水産技術総合センターが公開している水温や栄養塩などのデータはあったものの、タイムラグがある、自分たちの漁場データではないなどの理由で分析が非常に困難だったのだ。

そこで、アンデックスは漁場から得られるセンサー情報を閲覧できる

アプリ「ウミミル」とクラウドサーバーを提供。このサービスの導入により、水温や出漁状況など蓄積したデータを活用して「勘と経験」がどの程度正しかったのかの検証もでき、無駄がより省けるようになった。漁場の状況を遠隔で知ることができるので、漁場を見ること以外に時間を使えるようになり、漁船の燃料も低減。作業の高効率化、安定化を図ることがで



センサー情報を閲覧できるアプリ「ウミミル」



クラウドに測定データを送るため海上に設置しているブイ

きたのだ。その結果、現在このシステムのユーザーは被災地にとどまらず全国の漁業者にも広がっている。

「当初、カキの養殖をされている方々にプレゼンテーションした時はあまり歓迎されませんでした。皆さんにはそれぞれ確立したやり方がある、こちらには実績もなかったわけですから。でも、若い人が目を向けてくれたんです。そこが突破口になりました」。

課題としては初期投資が決して安価ではないこと、月ごとに使用料が発生するなどの現状から、個人の漁師が利用するケースは少ないが、漁協単位など一定程度人数の集まった団体での活用が進んでいる。「現状のターゲットは、漁協さん、水産会社さん、自治体。今後さらに多くの漁場で利用されていくはずですよ」と三嶋氏も手応えをつかんでいる。

さらに、今後は同じスキームを使って、陸上養殖の効率化も図っていきたい考えだ。

「NTTドコモとも話し合っていますが、海上養殖はどうしても気象など環境に左右される部分が多いんです。より安定的に生産するのであれば陸上養殖に目を向けざるを得ません。海上養殖と共に陸上養殖にITを活用する提案をどんどん進めていきます」。

とことん東北発・宮城発にこだわり、地域社会を良くしたい

アンデックスには被災地のIT企業

ならではの事業が実に多い。2017年12月に総務省から市区町村単位で地域事業者が提供する無線電気通信システム、いわゆる「地域BWA」無線免許の付与を受けた。これを活用し、防災に役立つ事業展開を計画している。

地域BWA免許取得のハードルは高い。自治体と協定書等を結ばなければ総務省に申請できない上、一自治体一事業者という条件があり、免許取得者は公共の福祉に関するサービスなどを行うことが義務付けられている。現在、約500局の基地局（携帯電話やドローンなど移動体通信サービスと通信するために、陸上に開設する移動しない無線局）を整備中だ。

2019年には仙台国際センターで行われた第2回世界防災フォーラムに合わせて、仙台市若林区の荒浜海岸で、地域BWAを利用して防災ド

ローンの実証実験を実施。

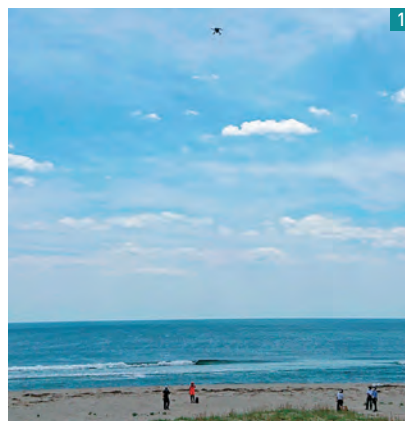
「開発している防災ドローンは、Jアラート（全国瞬時警報システム）が鳴ったら、自動的にドローンが飛んでいって人がいたら『逃げなさい』とアナウンスをするものなんです。このドローンの実証実験を行って、国や自治体等から大変高い評価を頂きました。今は実装に向けた取り組みを行っているところです」。

地域BWAを活用した防災の取り組みとしてはさらに、避難所Wi-Fi設置の構想がある。

「2021年2月に避難所Wi-Fi関連の実証実験も行いました。災害時に大手キャリアさんは通信量に制限をかけます。一気に使用量が増えるからです。でも、われわれの展開する通信網ではそういうことはしません。今までだったら防災無線を通して本部とやりとりするというコミュニケーション手段が用いられていましたが、それだとリアルタイムで情報が分からないし、データも送れない。避難所Wi-Fiを利用すればやりとりが非常にスムーズになります」。

若手の蔵人にIoT活用を進言。昼夜問わずの働き方に変化が起きた

そのほかの特徴的な取り組みとしては、2020年より宮城県蔵王酒造株式会社と行っている、日本酒製造にIoTを活用する実証実験。アン



1 ドローンによる津波避難広報の有効性を確認する実証実験



2 実証実験時の防災ドローン



専用装置を開発し、センサーを用いて酒蔵の温度や湿度を管理

デックスが取引する金融機関の企業見学会での出会いがきっかけだ。

「蔵王酒造は専務も杜氏も30代半ばと若く、子育て世代ということで、昼夜を問わずお酒の見張りをするこれまでのような働き方は変えなければという意識をお持ちでした。そこで私共が、IoTを酒造りに活用されてはどうかと提案したところ、一緒にやってみましょうとプロジェクトが立ち上がりました」。

日本酒造りで何より大事とされるのが、醸造中の温度管理。現在も多くの酒蔵では人の手でやっている。これまではいつでも状態を確認できるよう、酒蔵の近くで寝泊まりして対応してきたのだ。この手間を改善するべく、まずは各種センサーを用い、数値化した。酒造庫、酒造タンク、ろ過室などの温度、気圧、照度、湿度を測り、どのような条件になれば、どのような変化が生まれるかというデータを集め、その対応も遠隔で行えるようにした。

「結果的にこの試みが日本酒造りの効率化と品質向上につながる事が分かりました。技術伝承の問題もある程度、データを用いることで解決できることも見えました。作業の効率化によって働き方が変わって、休みもしっかり取れ、余裕を持って作業できるようになります。こういう取り組みは次の担い手づくりにもつながっていくのではないのでしょうか。

ただ、このシステムでこれまでの作業を代替できるのは7、8割程度。残りの2、3割は杜氏の舌や鼻がど

うしても必要です。つまり利き酒は人間が行わなければならない。杜氏さんの腕の見せどころはこれからも変わりません」。

プロジェクトは一定の成果をあげたが、システムは製品として完成したわけではなく、まだ開発途中だ。課題は価格にあると三嶋氏は話す。

「大体、どこの酒蔵でも造れる酒の量は決まっています、売り上げは数億円ぐらいが主。そこに見合う、安価で導入しやすいシステムでなければ商売にならないと思っています。そこをクリアしたパッケージが完成したら、多くの酒蔵さんにご利用いただきたいですね」。

このように、三嶋氏が宮城県の企業と協業し、とことん東北発・宮城発にこだわるのは、何より地域社会を良くしたいという強い願望があるからだ。「お客さん、地域社会のベネフィットを追求します。そして、アンデックスの社員とその家族の『最大限幸福』を実現するために、これからも全力を尽くしていきます」。

課題

- * 東日本大震災によりすべてのプロジェクトがストップ。収入がゼロになる危機にひんする。社員の生活、会社を守るための一手が求められた。
- * 復興の一助となるべく開発した、漁場をリアルタイムに監視する海洋環境可視化システムは当初、漁師の理解が得られなかった。長年の「勘と経験」によって行う作業を決めており、それ以外のやり方に対し拒否感が見られた。導入費用が高額で個々の漁師が個人で利用するのはハードルが高い。

解決策

- * プロジェクトが止まった事態を逆手に取り、企画、開発に時間、人的リソースを割けるという発想の下、アプリの企画、開発に乗り出す。
- * ITリテラシーの高い若手の漁師と話をしたところ、反応が良く、そこから徐々に受け入れられるように。個人ではなく団体をターゲットに定め、漁協、水産会社、自治体が主な営業先になっている。

効果

- * 観光と街周遊を促す観光支援アプリ「マップコミ」が、2012年のITS防災アプリアワードで最優秀作品としてゴールド賞を受賞。アンデックスの名はより広く知られるようになった。
- * 「勘と経験」がどの程度正しかったのかの検証もでき、無駄がより省けるようになった。漁場の状況を遠隔で知ることができるので、漁場を見ること以外に時間を使えるようになり、漁船の燃料も低減できた。

13

宮城県仙台市

観光農園というビジネスモデルで 復興から地域貢献・農業振興へと前進

仙台ターミナルビル株式会社 JR フルーツパーク仙台あらはま



農業事業は地域の未来に コミットするための具体案

東日本旅客鉄道株式会社 (JR 東日本) の連結子会社として、宮城県、山形県、福島県の南東北3県でショッピングセンター事業、ホテル事業を両輪に展開している仙台ターミナルビル株式会社。JR 東日本グループ全体が新たな事業の一つに第1次産業を掲げる中にあり、東日本大震災以降はそのトップランナーとしてビジネスモデルを確立してきている。

仙台ターミナルビルは2015年2月に仙台市農業園芸センター再整備事業に応募、6月に採択され、2016年4月より日比谷花壇グループと仙台市との3者の共同事業体として運営を開始。2017年にはせんだい農

業園芸センターと改称され、今では「みどりの杜^{もり}」の愛称で仙台市民にとどまらず、多くの人々に親しまれている。

さらに2017年12月、仙台市集団移転跡地利活用事業の公募に申請し、2018年3月に採択される。仙

台市の沿岸部、若林区荒浜地区約11haの整備を進め、2021年3月に「JR フルーツパーク仙台あらはま」を開園させた。「JR フルーツパーク仙台あらはま」は、1年間を通して季節の果物や野菜を生産しているだけでなく、来園者が収穫できるとい



1 農業・園芸の試験、研究および指導による農業振興の場となっている「せんだい農業園芸センター みどりの杜 観光果樹園」 2 JR フルーツパーク仙台あらはま。約11haのうち約8haが果樹園



農林業

観光業

連携・協業

地域振興

被災地進出

交流人口拡大



情報発信

仙台ターミナルビル株式会社 JRフルーツパーク仙台あらはま センダイターミナルビルカブシキガイシャ ジェイアールフルーツパークセンダイアラハマ

業種	農業／食料品製造業／宿泊業／その他の事業サービス業
代表者	松崎哲士郎氏〔代表取締役〕
所在地	宮城県仙台市若林区荒浜新2-17-5
TEL	022-390-0770
WEB	https://stbl-fruit-farm.jp/arahama/
創業年	1976年
資本金	18億円
従業員数	556人
売上高	非公開

企業概要

1978年に仙台駅に開業したショッピングモール「S-PAL」の運営会社として設立された、東日本旅客鉄道株式会社の連結子会社。2021年に、被災した仙台市若林区荒浜地区の復興開発の一環として、観光農園「JRフルーツパーク仙台あらはま」をオープン。約11haの広さを誇る農園では、イチゴやブドウ、リンゴなど8品目156品種を栽培。収穫されるフルーツは首都圏へも出荷され、海外輸出も目指している。



仙台ターミナルビル株式会社 代表取締役社長
松崎哲士郎氏

う体験型の観光農園である。

仙台ターミナルビルはなぜ、これほどまでに農業事業に積極的なのか。その理由について代表取締役社長の松崎哲士郎氏は「東日本大震災からの復興の一助になりたい、鉄道会社としてより地域と連携したいという思いがわれわれにはあります」と前置きした上で、こう続ける。

「JR東日本グループ内に『農業を新たな事業分野に』という動きがある中で、私たちはJR仙台駅などに入っているショッピングセンター『S-PAL』で食品を販売していますし、ホテル事業でレストランも運営しています。そうした意味でも農業というのは非常に親和性が高いのです。元々地元のことを積極的に使ってきましたし、農業に興味がある社員が比較的多いという背景もありました。

農業事業は地域の未来にコミットしたいというわれわれの気持ちを具体化したものでもあります」。

農業経験と地域連携で復興を目指す

2012年にJR東日本グループが発表した「グループ経営構想V～限りなき前進～」は地方創生・活性化が大きな目的となっており、その具体的施策として、以前から大規模体験型観光農園の計画を構想していたという仙台ターミナルビル。その構想背景として、まず宮城県は隣県の福島県や山形県と比較して果樹園が少ないこと。さらに仙台市内には大規

模な観光農園が無いことに着目した。

そこで応募したのが仙台市集団移転跡地利活用事業だ。荒浜地区の広大な土地は大規模体験型観光農園に適しており、被災地での新たな魅力を創出できる。加えて、せんだい農業園芸センターでの経験も大きかったという。

「応募する時点で、われわれには3年弱の農園運営経験がありました。既に仙台市にもその取り組みを認めてもらっていたのは大きいです。ただ、荒浜地区は津波の被害が大きく、条例で暮らすことがかなわなくなった土地ですから、どのような提案をすべきか悩みました」。



土地整備途中の「JRフルーツパーク仙台あらはま」

強く訴えたのは、地域の農家をはじめ復興事業に携わっている関係者との連携を模索し、さまざまな立場の人々をつなぐ橋渡し役をやるという姿勢だった。「いろんなコラボレーションが生まれるように、私たちがまとめ役として汗をかきますと伝えました。JR東日本本体が応援してくれているのも後押しとなりました」。

採択された段階では土地整備が進まず、採択されてから1年程度は積極的な整備に移れなかったが、その間にさまざまな調査を行ったところ、「土壌」「水はけ」「灌水」「風」の問題が浮かび上がった。

「借り受けた土地は基本的に砂質で水持ち、肥料持が悪い。宅地跡ということもあって、場所によっては排水にも問題がありました。果樹を栽培するのに大きな改良が必要だったのです。その改良作業は今も続いています」。開園までの間に、有機物を土壌に入れ、園芸培土も利用し、水はけを良くするために暗渠あんきよの設置なども行った。

風については、「防風林が無く、通り放題」という状況。これに対する一つの解決策が「防風ネットの設置」「ジョイント栽培」だった。主枝の先端部を隣の木へつなぎ直線的な樹木群を作る技術で、枝の高さを低く設定できるので、栽培効率が上げられる。

「ジョイント栽培によって摘み取りがしやすくなりました。この栽培法は風にも強く、ナシ、リンゴ、イチジクに採用しています」。

こうした取り組みが実を結び、2021年度の収穫量はイチゴ、ブルーベリー、イチジク、ブドウ、ナシ、リンゴ、キウイ、スグリ類の8品目74品種で18.2tと想定を上回った。この結果に松崎氏は相手を崩す。

「開園時の記者会見で、初めはイチゴ以外ありませんと申し上げたんで

すけど、1年目からかなりの品目が収穫できました。2022年度の収穫量は前年比160%の29.2tを当初計画としましたが、これも上回りそうです。ここまで順調にきていますと思います」。

想定超す客数。さまざまな工夫でさらなる魅力アップを図る

コロナ禍での開園となったJRフルーツパーク仙台あらはただが、2021年度のレジ客数は13万人ほどと、収穫量と同じく想定を上回った。2022年度のレジ客数は15万人程度を想定するが、これもクリアできる見込みだ。

好調の理由の一つは、カフェ・レストランとマルシェの人気にある。カフェ・レストランでは収穫したフルーツをふんだんに利用した料理やデザート、ドリンクが楽しめ、マルシェでは園内で取れた作物や、販売契約を結ぶ42の地元農家の農作物が購入できる。収穫体験だけにとどまらない施設全体の魅力が客を呼び込んでいるが、さらに客数を増やすべく、さまざまな取り組みも次々と実行している。

「メイン客層であるファミリー層にとって、より魅力的な施設になるように取り組んでいます。例えば、子どもが読んでも分かる文章で園の紹介をした総合案内・品種説明看板や、小さな子どもが安心して遊べる遊具やベンチを園内に設置しています。ほかにも、フルーツパーク内で周遊しながらクイズを楽しめるサインを置いたり、フォトスポットを設けたりといったことで、施設の魅力を高めています」。

加えて、知名度アップのために他社とのコラボレーションにも盛んに取り組んでいる。

「飲料メーカーと開発した梨スカッシュや、飲食会社と連携したブドウ使用のクラフトビールなど、弊社で栽培した果物を使ったさまざまなコラボレーションが動き出しています。他社と組んで加工品を販売することで、全国にJRフルーツパーク仙台あらはまの存在を伝えていきたいですね」。

これらのコラボレーションは知名度アップだけでなく、生産したフルーツを最大限活用するすべでもある。皮が柔らかすぎると、傷が付きやすい



ジョイント栽培を取り入れているリンゴ園

などの理由で、A級品としてそのまま提供するのに向かない作物の利用法としても、加工品製造の意義は大きい。さらに「加工品であれば海外展開も見えてくる」と松崎氏は展望を話す。

観光農園というビジネスモデルの拡大を目指す

仙台ターミナルビルは同事業開業

時に仙台市と30年間の定期借地契約を結んでいる。開業から7年で黒字化、20年で投資回収するという計画を立てているが、「その実現のために、生産量を右肩上がりに高めていく」と松崎氏。

現在の収穫量、客数には一定の手応えを得つつも、楽観視はしていない。「急速な気候変動が起きていますし、実際、2022年の夏は6月の暑

さでブドウに被害が出ました。地震も大きなものが開園してから2回あり、幸いなことに大きな被害はありませんでしたが、今後はどうか分かりません。そうしたりリスクも折り込んで、それでもしっかり運営できる力を付けていかなければならないと胸に強く刻んでいます」。

その上で、培ったノウハウを生かし、観光農園というビジネスモデルを他の地域でも展開したいと考えている。既に次のプロジェクトの検討を進めているという。松崎氏は「できることは全部やりたい」と力を込めた。

JRフルーツパーク仙台あらはまは、2022年度より年間を通して果物狩りが可能になった。今後は東北圏全体へのプロモーションを主軸としつつも、首都圏からの観光ツアーなどの誘致を拡大していく。沿岸部の事業者との連携もさらに深め、荒浜地区の観光と農業を通じてさらなる地域活性化を図る。



小さな子どものために設置した遊具やベンチ

課題

- * 東日本大震災からの復興の一助となり、鉄道会社としてより地域と連携したい。
- * 荒浜地区は土地が砂質で水持ち、肥料持ちが悪く、宅地跡ということもあり、場所によっては排水の問題があった。果樹を栽培するのに土壌改良が必要。防風林が無く風による影響も想定する必要があった。
- * 8品目で150を超える品種のフルーツを生産しているが、皮が柔らかすぎるなどの理由で、A級品として提供するのに向かない生産物がある。しかし加工施設を自前で用意し、一から取り組むのはリスクが大きい。
- * 仙台市集団移転跡地利活用事業に応募し、被災した広大な土地に大規模観光農園の開業を計画。

解決策

- * 開園までに、有機物を土壌に入れ、園芸培土も利用。水はけを良くするための暗渠の設置などを行った。風の問題に対しては、「防風ネットの設置」「栽培管理を簡易化・省力化できるジョイント栽培」を採用することで対策。
- * 食品加工業を営む他社と積極的にコラボレーションする道を模索。飲料メーカーや飲食会社などと実際に協業が始まり、続々とJRフルーツパーク仙台あらはまで生産したフルーツを使った加工品が誕生。

効果

- * 開業初年度の収穫量は18.2t。レジ客数は13万人ほどと想定を上回った。
- * 土壌調査を行ったことで、どの農作物であれば育てやすいかなどをしっかりと見極めることができ、実際に収穫量は想定を上回っている。「防風ネットの設置」「ジョイント栽培」などにより、風による影響も軽減されている。
- * 収穫数、客数が増加。さらに加工品の販売が始まることで、より広くJRフルーツパーク仙台あらはまの認知度アップにつながる。今後は加工品の海外展開も視野に入れている。

14

宮城県名取市

浪の音聞こえる閑上で醸す日本酒を通して 地域の物語を後世に

有限会社佐々木酒造店



**津波に襲われる故郷の光景を見て
再建を決断。
地酒の存在意義を再定義**

宮城県名取市、^{ゆりあげ}閑上で150年以上続く酒蔵、有限会社佐々木酒造店。その代表的な銘柄「宝船 浪の音」には「浪の音と共に宝船が幸せを運びますように」との思いが込められている。東日本大震災当時、いつも閑上に押しつけては引いていた波が大量のがれきを巻き込みながら押し寄せる大津波と化し、町のみ込んだ。津波の様子を目の当たりにしながら、蔵の屋上に避難していた専務取締役の佐々木洋氏は再建を誓う。

東日本大震災の大地震によって、創業時からあった木造家屋、酒蔵、煙突が倒壊し、大津波により製造設備、

タンク貯蔵の酒、在庫製品のほとんどが全壊流出。石造りの蔵と1978年の宮城県沖地震以後に建て替えられた鉄筋コンクリート製の酒蔵の躯体は持ちこたえたものの、庫内にながれきが流入し貯蔵タンクは横転するなど、壊滅的な状態になった。

そんな絶望的な状況でもすぐに再建を決められたのはなぜか。佐々木氏は「戦争や度重なる天災による壊滅的な被害を受けても日本は何度も立ち上がった。先人たちができて自分ができないわけがないという思いが、強い支えと力になりました」と振り返る。

しかし、酒造業は斜陽産業といわれて久しく、人口が減少し景気も低迷している。嗜好品であるお酒に市場の伸びしろはあるのか、事業を再

建するだけの価値が本当にあるのか、果たしてその体力が会社にあるのか、そもそも地酒の存在意義とは何か。さまざまな問いに自問自答する日々だったという。

「土地の栄養と水を吸い上げて育つ故郷の米から造られる地酒は、いわば土地の文化を液体にしたもの。土



有限会社佐々木酒造店 専務取締役 佐々木洋氏

食品関連業

再建

地域振興

資金調達



有限会社佐々木酒造店

ユウゲンガイシャササキシュヅウテン

業種 飲料・たばこ・飼料製造業

代表者 佐々木加知枝氏 [代表取締役]

所在地 宮城県名取市閑上中央1-12-3

TEL 022-398-8596

WEB <https://housen-naminooto.com>

創業年 1871年 資本金 300万円

従業員数 11人 売上高 非公開

企業概要

1871年創業、150年以上続く名取市閑上の酒造会社。東日本大震災で本社店舗、酒蔵が全壊するも、翌年には、中小企業基盤整備機構が準備した復興仮設店舗「閑上さいかい市場」、名取市復興工業団地に入居。全国の醸造家から製造設備などの提供や支援を受けながら、仮設の酒蔵を整えたのち酒造りを再開。区画整理が完了した2019年10月、閑上に新しい酒蔵が完成し現地再建を果たす。酒造りには、豊富な湧き水に恵まれた名取市下余田(しもようでん)の清水を利用し、宮城、名取、閑上の「食に寄り添う酒」を醸す。



1 代表商品「宝船 浪の音」 2 当時の被災状況の写真



橋本建哉氏、宮城県酒造組合の伊藤謙治氏が「被災した蔵元の再建のために力を貸してほしい」と全国の醸造家に呼びかけ、調達に奔走してくれた。

すぐに反応したのが、かつて阪神・淡路大震災で被災した兵庫県神戸市東灘区の老舗蔵元、櫻正宗株式会社だった。さらに鹿児島島の若潮酒造株式会社、白玉醸造株式会社といった焼酎の蔵元も「同じ日本の酒蔵として応援しています」と支援を寄せてくれた。ほかにも県内で被災した蔵元など、「たくさんの人々のお力添えがあり、オールジャパンで仮設蔵の環境を整えることができました」と佐々木氏。

ほかにも問題はあった。主に使っ

地の物語を聞き、味わうことができるもの。嗜好品としてだけでなく、この時代に起きた震災と復興の物語を後世に語り継ぐものとして必要なのではないか。そう自分の中で日本酒の在り方を構築し直しました」。

再建には大きく3つの課題があった。東日本大震災の前年に耐震工事を行い大きな債務が残っていた資金面、製造施設・設備の調達、そして、跡形も無くなった閑上の地に戻ることに。

課題を一つひとつ解決し、オールジャパンの仮設蔵で 願いの初搾り

「何もかも流されているのに債務だけは流されなかった。借金は非常に重いんだなと思いましたね」と佐々木氏は苦笑する。まず資金面の課題を解決するため、会社を続けること、仮設環境下での酒造りをしながら再

建を進めていくことを金融機関に伝える。

製造施設は、中小企業基盤整備機構が整備した名取市復興工業団地に構えることが決まる。設備については、宮城県産業技術総合センターの



2012年に建てた仮設蔵での酒造り

ていた酒造好適米「蔵の華」を栽培する契約農家も被災していた。「1年休んだ田んぼで期待に応えられる蔵の華を作れるかどうか分からない」と言われ、食用米の「ひとめぼれ」での酒造りに初めて挑戦。さらに、自社で所有していた水源の水質が地震の影響で酒造りに適さないものに変化していた。仕込み水に使える良質な水を探し求め、名取市のセリ農家のセリ田の水を分けてもらえることになった。

やっとのことで2012年12月に復興工業団地内の仮設蔵での酒造りが始まり、2013年1月には初搾りにこぎ着ける。

「全壊流出した蔵、がれきの山、たくさんの方々に支えていただきながら、ついに酒を搾るところまでこられたのはうれしかったです」。

日本醸造史上初といわれる仮設環境下での酒造りには厳しい見方もあったが、鑑評会などで評価され、結果で懸念を払拭してみせた。

前向きな姿勢で まちづくりにも関わり、 ついに故郷で再建果たす

そこから7年、仮設環境下での酒造りが続くが、最後の課題が残ったままだった。閑上以外で再建したの

では、思い描く地酒の在り方、役目が果たせなくなってしまう。やはり「浪の音」が聞こえる故郷に戻ることは絶対に譲れない。しかし、閑上地区の区画整理事業が進まず、復旧先の土地の形が決まらないので建物の図面すら引けなかった。

復旧計画がなかなか進まないのには理由があった。東日本大震災前の閑上の人口は6,000人弱で、名取市は災害復旧事業として同規模でのまちづくりを計画していたが、住民の反対に遭う。「そんなに住むはずのない町に多額の税金をかけて復旧する意味があるのか」。その声を受け、3分の1に当たる2,000人ほどの住民規模を想定した計画への変更が閑上地区に到達されたのだ。

人口2,000人の町を持続させるには、外部交流人口を増やすしかない。そこで、多くの人を呼び込めるようなまちづくりをしようと、2016年以降から閑上に急ピッチでにぎわい創出計画が埋め込まれていく。

一方で2012年2月からすでに佐々木酒造店は、名取市復興仮設商店街「閑上さいかい市場」で店舗の営業を再開していた。そこに入居するほかの事業者と共に、グループ補助金を活用した元の場所での再建、新たなまちづくりに向けて取り組みを進めていた。絶えず前向きな姿勢で

仲間づくりをしていた佐々木氏だったが、「復興事業の廃止も口にされるころでしたので、楽観的に語りながらも焦りはありました」と明かす。

「閑上さいかい市場」に入居している事業者がどのような復興を考えているのか、国の職員の前で説明し、思いを伝えた。そして、津波・原子力災害被災地域雇用創出企業立地補助金を申請するための準備段階として株式会社かわまちてらす閑上が立ち上がり、テナントとして入居する事業者の他、行政として名取市、一般からは佐々木酒造店や名取市観光物産協会などが出資する方向で計画が進む。

2019年4月、「かわまちてらす閑上」がグランドオープン。その真南向かいに真新しい蔵、直営店で、10月1日、佐々木酒造店はついに現地再建を果たす。

「かわまちてらす閑上の目の前に佐々木酒造店ができたと言われますが、違います。佐々木酒造店があった場所にかわまちてらすがやって来たんです。私たちは元の場所に戻ってただけなんですから」と佐々木氏は笑う。

「閑」の名に込めた思い。 浪の音聞こえるこの地で100年先も

東日本大震災から1年後、まだ仮



2019年に再建された佐々木酒造店



酒造内には直売所も構えている



震災復興の酒「閑」

設蔵での酒造りが始まる前の2012年3月11日。奇跡的に破損も流出も無かった密閉タンクからくみ出された酒が、宮城県仙台市内の造り酒屋である森民酒造本家の設備を借りて「震災復興酒」として世に出されていた。佐々木氏はその酒に「閑」という名を付けた。

門構えに水を書いた字で、諸説あるが閑上のために作られたともいわれる「閑」。この難読漢字を含む地名が東日本大震災後、「ゆりあげ」のルビ付きで全国的に知られることになる。その悪影響として、再建に対して「誰も望まない町を復興させるの

か」「人が住まない町を作っても税金の無駄だ」といった心無い声が届くようになったという。

「愛する故郷をけなす言葉に耐えがたいものがあつた一方で、がんばれと応援してくださる言葉もあり、その気持ちにとっても助けられました。そうしたさまざまな思いを閑上は抱えていて、手を取り合いながら再び復興に向けて進んでいるということ、を、閑の字に込めました」。

仮設蔵での再開後も、元の場所に戻った現在も、「閑」はその使命を背負って出荷され続けている。

仮設蔵への支援にいち早く名乗り

を上げた櫻正宗を訪れた際、佐々木氏はこんな言葉をかけられた。

「100年続かないような復興をするんだったらやめた方がいい。やるんだったら100年続く仕事をしなさい」。

「酒蔵というのはその地域の文化の一つであり、魅力の一つ。それが消えたら町の生存力が無くなってしまふ。絶えず町に元気を与えるような仕事をしなさい、という叱咤^{しつた}激励だと受け止めました」と佐々木氏。

「いわば復興の先輩から非常に重い言葉を頂いて、自分の仕事の範囲だけでなく、いかにして町を生かすかという発想で仕事をするようになりました」。

仙台空港から最も近い場所にある酒蔵であることから、国内外から訪れる人に閑上や名取の自然や文化、歴史を酒と共に伝えていきたいと意気込む佐々木氏。「閑」の読み方が閑上の物語と共に海外まで広まり、新たな交流人口を呼び込むかもしれない。穏やかな浪の音が聞こえるこの場所でもう一度、宝船が幸せを運び始めた。

課題

- * 斜陽産業とされる酒造業に市場の伸びしろがあるのか、事業を再建するだけの価値があるのかが不明だった。
- * 再建に当たり、大きな債務を抱えた資金面の改善や、新たな製造施設・設備の調達が必要となっていた。
- * 跡形も無くなり、復旧計画も思うように進まない閑上の地に戻ることができるのかが不透明だった。

解決策

- * 日本酒は単なる嗜好品ではなく、「震災と復興の物語を後世に語り継ぐもの」だと在り方の再構築を行った。
- * 資金面において、仮設環境下での酒造りをしながら再建を進めていくことを金融機関に伝える。製造施設面では、全国の蔵元からの設備援助により仮設蔵の建設が実現。
- * 絶えず前向きな姿勢で仲間をつくり、新たな閑上のまちづくりに向けた取り組みを進める。

効果

- * 復興に歩む閑上の思いを込めた酒が全国に出荷され、地域の物語を伝えている。
- * 債務返済の仕方を変え、全国の醸造家からの支援を受け仮設蔵で酒造りを再開。
- * 地域の文化の一つである酒蔵の再建を果たし、閑上の新たなにぎわい形成の一翼を担う。



産業復興のカギ「地域内経済循環」とは？ 宮城県石巻市のケースを例に—

上の写真は、石巻うまいもの株式会社が運営する直売店「石巻うまいものマルシェ」の店内。壁に掲げられた「10」は、この店が石巻市内の水産加工業者ら10社による共同運営であることを表している。宮城県石巻市の基幹産業である水産加工業には、地域経済を大きく成長させる原動力となるポテンシャルがあると、監修委員会座長を務める柳井雅也氏は指摘する。そのキーワードは「地域内経済循環」だ。被災地が復興を成し遂げていくためには、地域の持続的な経済成長が欠かせない。そのエンジンとなり得る地域内経済循環について、石巻市のケースを例に、柳井氏に話を聞いた。

地域経済の成長につながる 「地域内経済循環」とは

「地域内経済循環はまず簡単に言うと、一つの地域に『生産・販売』『分配』『支出』という3つの要素があり、この中でお金が回っていくシステムのことです。『生産・販売』から生まれた所得が『分配』と『支出』を経て、再び生産の場に戻ってくるというものです」。

柳井氏は、この循環が確立されることが地域経済の成長において重要だと強調する。もう少し詳しく聞いてみよう。

「例えばある町で橋を造ると決まり、地元の建築会社に仕事が発注されて、その会社は地元のさまざまな業者に

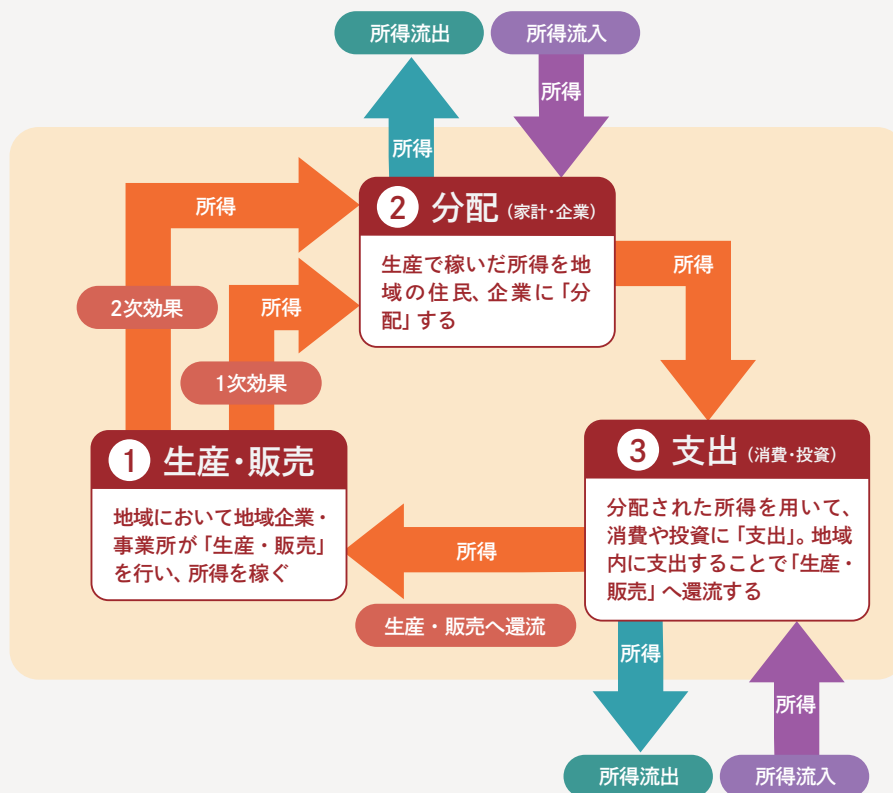
仕事を頼むとします。これが地域で最初に発生する直接効果であり、地域内経済循環の起点です。この一次効果が企業の利益や従業員の給与として分配され、日常の消費、そして

投資という形で生産・販売の場に還流していく。ここまで一巡したものが、“地域に残るお金”になります。「そして、そのお金がもう一回同じ生産の場に再投資されて、あるいは



柳井雅也氏
東北学院大学 教養学部
地域構想学科 教授

●図①地域内経済循環の仕組み



出典:『地域経済循環分析システム』(環境省、株式会社価値総合研究所)、2015年版より。

別の業種の生産に使われて二次効果となっていく。これがループのように繰り返され、続いていくのが地域内経済循環です。こうして地域内で安定してお金が回れば関連企業の収益が向上し、雇用が生まれます」。

確かに地域にとっては理想的な理論だ。だが、現実にはすべて地域内で完結させるのは難しい。

「もちろん、外に出ていくお金があります。他の都道府県などに本社がある企業が生産段階から入っていれば、地域外に流出したという見方をします。地域内の企業が、地域外から働きに来ている人たちへ支払う給与も同様です。それでも残ったお金を、地域内で循環させて増やしていくことが重要です」。

「実現のために必要な存在は、起点となる直接効果に当たるものが大事なのは当然として、図①の一次効果の部分をしっかり自分たちで握

り、地域外からお金を稼げる産業です。せっかく経済循環を一巡しても、地元にお金を投資する先がない、ビジネスの場として魅力がなくなったらやはり地域外に流出してしまう。再投資を行い、経済循環の2巡目に持ち込む企業を増やさなければいけません」。

地域内経済循環の実現に必要なのは強い地域産業

地域内経済循環を高めるために必要なのは、強い地域産業。柳井氏が好例として挙げるのは宮城県石巻市のケースだ。

「石巻市は水産加工業が大きな基幹産業です。経済効果の規模だけを見れば建設業が圧倒的に大きいのですが、水産加工業は経済循環に強く、地域経済の足腰の強さに貢献している。我々はこういう産業に注目しま

す」。

図②を見ると、石巻市は、食料品産業を含む「全産業の域際収支」が大きくマイナスとなっているものの、食料品産業については市外との間の収支を示す純移輸出額のプラス幅が大きく、食料品産業と市内産業との間の取引額も、漁港が存在する東北の他の都市と比べても突出して大きい。「これは石巻市が、地域外で売れるものを地元企業同士で作っていることを端的に示しているデータです。水産加工業は缶詰を作るための味噌や醤油、缶、梱包資材やラベル印刷など、多くの企業が地域内に集まっていることが大事になります。加工業が弱いと鮮魚のまま市場に出すことになり、付加価値が付きません。しかし石巻市では、水産加工業に関連するさまざまな異業種を巻き込む産業集積の形ができています」。

石巻市の水産加工業は、地域内経

●図②石巻の水産加工業

県	市	全産業の 域際収支 (億円)	食料品産業の取引構造(2015年)			工場数	従業員	うち外国人
			純移輸出額 (億円)	市内食料品産業と 市内全産業との間 の取引額(億円)	市内食料品向け 主要産業取引(※)			
宮城	石巻	-5290	411	1015	水産、農業、卸	89	2498	273
宮城	気仙沼	-2726	138	374	水産、農業	72	2249	234
宮城	塩釜	-535	404	615	水産、農業、卸	71	2377	323
岩手	大船渡	-553	200	361	水産、農業	30	868	105

※域内総生産額の0.2%以上かつ当該産業域内生産額30%以上。

出典：食料品取引は環境庁『地域経済循環分析』2015年データ。残りが農林水産省『漁業センサス 2018年』。

済循環の起点となる産業に成長するポテンシャルを十分に持っている。その「原動力」と柳井氏が高く評価している企業が、石巻うまいもの株式会社だ。東日本大震災で被災した水産加工業者ら10社が設立し、統一のブランド化に成功している。

「石巻うまいものは同業の加工業者が集合して設立した会社ですから、本来は異業種連携のような広がりには持ちにくい。ところが同社はバーチャル共同工場という、各社がハードとソフト両面で協力する仕組みを作っています。同業者同士が互いのノウハウを惜しみなく開示し合い、それぞれの得意分野を集約させて商品を開発、製造しているのです。これは画期的なイノベーションと言えます。こうしたつながりが廃業を防ぐストッパーの役割を果たし、新しい商品を生み出す力になるからです」。

地域で生まれる魅力的な産業が経済を循環させる

ただ、開発・製造部門が強くなるだけでは地域内経済循環にはつながらない。

「石巻うまいもののもう一つの長所は、社内に地域商社部門を立ち上げ、

自社だけでなく他社の商品もみんなで営業していることです。こうして商社の機能も併せ持つようになれば販路が拡大されるだけでなく、原材料の調達にも目が向きます。実際、同社では今、地元の漁師との協力にも意欲を示しているようです」。

「一方で石巻市では、一般社団法人フィッシャーマン・ジャパンが若い漁師を育成するプロジェクトを進めるなど、今までにない新しい動きが起きています。地域内経済循環は地域の中に再投資できる魅力を持つ産業があることが必須ですから、こうした核が地域内の各地に生まれていることが非常に大事なんです。新しく魅力的な取り組みが地域内の各所で多発的に生まれてくれば、やがて相乗効果による大きな異業種連携が可能になっていきます」。

しかし、そうした核を作るためにはやはり地域外との連携は欠かせないだろう。今後はどんな分野を地域外のパートナーにすべきだろうか。

「長期的に考えれば、知恵を持つ人です。具体的に石巻市で言えば、海で獲れる魚が減る時代の到来を見据えて、陸上養殖の技術者といった人たちとつながっていったほうがいいでしょうね」。

「いずれにせよ今後の日本の産業

は、既存の統計では計れない動きをする人たちが担い手になっていきます。人口減少＝経済衰退ではありません。イノベーションが起きれば新しい人のつながり方が生まれ、一人一人の活動量や生産性が上がります。これは人口減を十分に補えるものなんです。石巻市の水産加工業を例にお話したのは、新しい取り組みが産業の再定義を行い、地域に活力を呼ぶための実験場になっているからです」。

地域内で生まれ、また生まれ変わる魅力的な産業こそが再投資の意欲を呼び込み、経済を循環させる。ただ柳井氏は、決してそれが完結した姿ではないと語る。

「現在の地域内経済循環の課題点は、自治体単位の指標しかないことです。例えば京浜工業地帯のように、複数の自治体にまたがる産業地帯を構成したほうがより経済を強くすることができます。地元でお金を回し、地域に貢献する産業が各地で大きくなれば、行政が本腰を入れて取り組まざるを得なくなり、実現の可能性が高まります。そのためには、仕事の考え方、人と人のつながり方から変わっていく必要がある。自分の町を面白くしたいという熱意があれば、全部つながっていく話なんです」。

石巻うまいもの株式会社

石巻市内の水産加工業者ら10社が共同で設立した石巻うまいもの株式会社では、統一ブランドを立ち上げ、「バーチャル共同工場」と銘打って設備やノウハウを共有。また、地域商社部門を構成して販路を開拓している。同社の阿部友子氏に聞いた。



左手前に並ぶのは、統一ブランドによる最初のヒット商品「石巻金華茶漬け」

Q 会社設立の経緯、地域商社部門による販路拡大についてお聞かせください。

A 当初は12社で任意団体を立ち上げ、協同して商品開発や販路拡大に積極的に取り組み、イベントや企業取引で積極的に共同販売を行いました。2016年1月、12社のうち10社で株式会社を設立。直売所を開設して共同販売を開始しました。

地域商社部門にあたる卸売事業が本格化したのは、統一ブランド「金華シリーズ」を立ち上げた2018年からです。構成各社がそれぞれ地域商社機能を持ち、他社商品を自社の取引先に提案・販売してきたことが、統一ブランド商品の販路を拡大できた主要因です。

Q そうした共同営業が地域全体にもたらした効果は、どのようなものでしょうか。

A 参加各社が他社商品を仕入れて販売すると、各社間の取引が発生して、地元にお金が回るようになります。

Q 同業者が力を合わせることで、どのようなメリットがありましたか。

A 震災からの復興において、従来のやり方では限界があります。複数企業で力を合わせ、新しいアイデアや事業を生み出そうと考えたのが石巻うまいものスタートでした。

統一ブランドなどの連携事業では、自社のみではハードルが高く感じられるチャレンジも可能になります。パッケージデザインや資材購入の共同化も、初期投資や資材費の負担軽減につながっています。

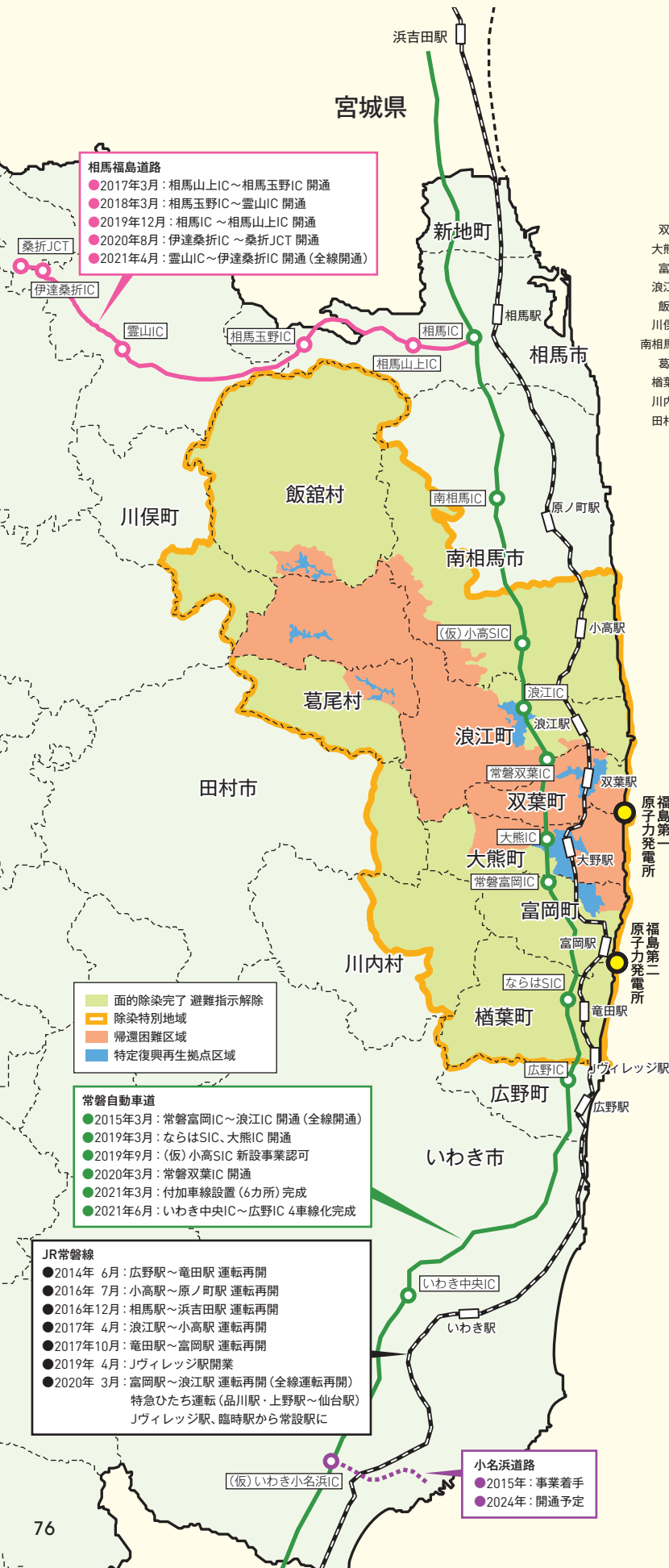
現在もコロナ禍や原材料確保などの問題がありますが、業界共通の課題だからこそ、力を合わせて乗り越える術が見つけれられるものと思っています。そうした統一ブランドや製造面での協力、付加価値化など、試行錯誤を重ねるなかで、成果の一つとして地域内経済循環も生まれてきました。



石巻金華シリーズは、スープカレーやパスタソースも加わってさらに充実

福島県15市町村の現況

【住まいと街の復興】

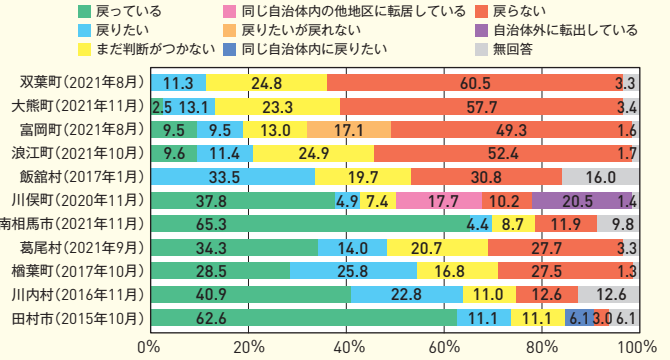


住民の帰還意向

帰還困難区域が多く残る市町村では「戻らない」という声も多い

原子力被災自治体における住民意向調査では、「まだ判断がつかない」という回答が最大3割程度ある。帰還困難区域の多く残る市町村では「戻らない」の回答も多く、最大で6割程度だった。

●原子力被災自治体における住民意向調査(帰還意向)



※復興庁・各町村・福島県が共同で実施している「原子力被災自治体における住民意向調査」を基に作成
※()内は調査実施時期 ※市町村ごとの凡例は、一部便宜上加工している箇所あり。

避難指示区域の状況

帰還困難区域を除くすべての地域で避難指示はすでに解除されている

福島第一原子力発電所から80km圏内で、空間線量率平均は全体として減少傾向となっている。2014年以降は避難指示の解除が進み、現在は帰還困難区域を除くすべての地域で解除済みとなっている。

●避難指示解除の状況

市町村名	帰還困難区域の有無	帰還困難区域以外の避難指示の状況
双葉郡		
広野町	- ※旧緊急時避難指示準備区域(2011年9月に解除済み)	
楡葉町	-	2015年9月5日に解除済み
富岡町	○2020年3月10日一部解除	2017年4月1日に解除済み
川内村	-	2014年10月1日に一部解除 2016年6月14日に全域解除済み
大熊町	○2022年6月30日一部解除	2019年4月10日に解除済み
双葉町	○2022年8月30日一部解除	2020年3月4日に解除済み
浪江町	○	2017年3月31日に解除済み
葛尾村	○2022年6月12日一部解除	2016年6月12日に解除済み
田村市	-	2014年4月1日に解除済み
南相馬市	○	2016年7月12日に解除済み
伊達郡		
川俣町	-	2017年3月31日に解除済み
相馬郡		
飯館村	○	2017年3月31日に解除済み
新地町	-	-
相馬市	-	-
いわき市	-	-

生活環境の整備

避難指示の解除が進むとともに生活環境の整備も進展

避難指示の解除が進む地域では、生活環境の整備も進展している。交通機関については左の地図を、工業団地や商業施設は右ページを参照。

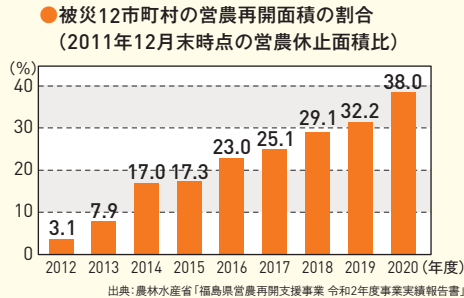
住まい	<ul style="list-style-type: none"> ・復興公営住宅:計画戸数4,890戸のうち4,767戸完成(約97.5%) ・帰還者向け災害公営住宅:計画戸数453戸のうち423戸完成(約93.0%)
医療介護福祉	<ul style="list-style-type: none"> ・2018年4月*南相馬市「特別養護老人ホーム梅の香」再開 ・2018年4月*富岡町「福島県ふたば医療センター附属病院」開設 ・2020年4月*大熊町「認知症高齢者グループホームおおくまのみ木苑」開設 ・2021年2月*大熊町「大熊町診療所」開所 ・2022年6月*浪江町「ふれあい福祉センター」開所
教育	<ul style="list-style-type: none"> 小中学校再開:10市町村再開済み 新規開校等:2019年4月*広野町「ふたば未来学園中学校」開校 2020年4月*飯館村「いたて希望の里学園」開校 2021年4月*川内村「川内小中学園」開校

福島県が復興に向けて歩む道のりは10年の節目を過ぎ、次の10年に突入しました。
浜通り地域等15市町村の現在の復興状況を紹介します。

【産業・生業の復興】

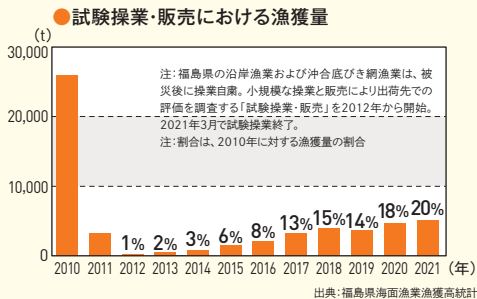
農林業 12市町村の営農再開面積は約4割

原子力災害被災12市町村の営農再開面積は、約4割にとどまる。営農再開の加速化に向けて、農地の利用集積や6次産業化施設の整備の促進、高付加価値生産を展開する産地の創出、スマート農業の推進などに取り組む。森林・林業の再生に向けては、原木林や特用林産物の産地再生に向けた取り組みが進められている。



漁業・水産加工業 水揚げは回復基調にあるが低調

漁港の大部分はすでに復旧が完了しており、2012年より試験操業を実施している。水揚げは回復基調にあるものの低調。今後は漁獲量の増大など、本格的な操業再開に向けた支援を実施していく。水産加工業については、販路の回復・開拓などの取り組みに対して引き続き支援を実施する。



製造業 県内各地で工業団地・産業団地を整備

東日本大震災と原子力発電所事故に伴い、警戒区域の設定や、仮設住宅などへの供用のために、東京ドーム約50個分に当たる234haの工業用地が喪失した。産業の復興に向け、企業立地の受け皿となる新たな工業団地などの整備が、県内各地において進められている。

●工業団地の稼働

- ・2018年9月*川俣町 川俣西部工業団地「ミツヅ」開所
- ・2019年10月*楡葉町 楡葉北産業団地「株式会社エヌビーエス」工場稼働開始
- ・2020年3月*富岡町 富岡産業団地 一部供用開始
- ・2021年5月*川内村 田ノ入工業団地「大橋機産」稼働開始
- ・2021年9月*浪江町 丸ピン式乾燥調製貯蔵施設 稼働開始

観光業 被災地域を訪れる「ホープツーリズム」が人気

福島県を訪れる観光客の数は回復しつつあるが、いまだ東日本大震災前を下回る状況が続く。東日本大震災、原子力発電所事故、風評による観光産業の落ち込みがいまだに長引いている。一方、被災地域を訪れる東日本大震災学習ツアー「ホープツーリズム」は福島の魅力発信、風評払拭につながる新たな観光の形として注目されている。



東日本大震災・原子力災害伝承館(双葉町)

商業 避難指示解除地域で進む商業施設の開設

避難指示が解除された地域では、帰還した住民たちが生活を再開できるよう、生活環境の整備が重点的に進められている。その一環として、スーパーマーケットや複合商業施設など買い物をするための環境の整備も積極的に進められている。

●商業施設の開業

- ・2019年6月*大熊町「ヤマザキショップ大川原役場前店」開業
- ・2019年6月*南相馬市「ダイユーエイト小高」開業
- ・2019年7月*浪江町「イオン浪江店」開業
- ・2020年2月*南相馬市「ヨークベニマル原町店」開業
- ・2020年8月*浪江町「道の駅『なみえ』」開業
- ・2021年4月*大熊町「大川原地区商業施設」開業

福島イノベーション・コースト構想 主な拠点・プロジェクト等

福島イノベーション・コースト構想は、新たな産業基盤の構築を目指す国家プロジェクト。ロボット、エネルギー、廃炉、農林水産、航空宇宙、医療関連などのプロジェクトを推進し、産業集積や人材育成、交流人口の拡大などに取り組んでいる。



廃炉分野

- 1 楡葉遠隔技術開発センター(楡葉町)
- 2 廃炉環境国際共同研究センター 国際共同研究棟(富岡町)
- 3 大熊分析・研究センター(大熊町)
- 4 福島廃炉技術者研修センター(大熊町)
- 5 環境放射線センター(南相馬市原町区)

ロボット・ドローン分野

- 6 福島ロボットテストフィールド(南相馬市原町区、浪江町)

エネルギー・環境リサイクル分野

- 7 福島水素エネルギー研究フィールド(FH2R)(浪江町)
- 8 再生可能エネルギー導入促進(風力発電、太陽光発電等)
- 9 スマートコミュニティの構築(新地町、相馬市、浪江町、楡葉町、葛尾村)
- 10 石炭ガス化複合発電(IGCC)プロジェクト(広野町、いわき市)

農林水産分野

- 11 浜地域農業再生研究センター(南相馬市)
- 12 浜地域研究所(相馬市)
- 13 環境制御型施設園芸の導入推進(大熊町、南相馬市、川内村、いわき市等)
- 14 花き等の新たな生産振興(葛尾村、川俣町、浪江町等)
- 15 水産海洋研究センター(いわき市)
- 16 水産資源研究所(相馬市)

【15市町村の今】



浜通り地域等15市町村 それぞれの現在地

復興を目指して歩み続ける15市町村は、
今、どのような状況にあるのだろうか。
各事業者が進める取り組みの背景にある現状を、
自治体ごとに紹介する。

※避難指示区域に指定された自治体については、
現在の人口に加えて居住者数を記載

広野町

現在の人口 4,679人
居住者数 4,244人
※2022年9月30日現在



津波被害のあった駅東側を復興拠点として、 住宅団地や産業団地の開発が進む

被災後、町全域が緊急時避難準備区域に指定されて町民が避難したが、2011年9月には解除された。また、町外に移転していた役場機能は2012年3月、元の広野町役場に戻った。津波被害のあったJR広野駅東側地域を復興拠点と位置付け、2014年より開発整備事業を推進。テナントビル、集合住宅、ホテル、病院などの建設や、道路、上下水道、住宅団地、産業団地などの整備を進めている。

株式会社広野町振興公社

事例記事⇒136ページ



いわき市

現在の人口 325,730人
※2022年10月1日現在



新エネルギー創出に向けた取り組みを進め、 農林水産物の安全性と魅力をアピール

福島イノベーション・コースト構想の実現に向け、次世代エネルギー等関連産業の集積を目指す「一般社団法人いわきバッテリーバレー推進機構」などを設立。新産業創出を目指し、産官学の連携による技術開発や人材育成などの取り組みを推し進めている。また、農林水産業や観光業の再生に向けて、「いわき見える化プロジェクト」を展開し、安全・安心を判断する情報や、「いわきの魅力」を広く知ってもらうための情報を積極的に発信している。

i-step 株式会社

事例記事⇒140ページ



檜葉町

現在の人口 6,649人
居住者数 4,265人
※2022年9月30日現在



町民と行政が一体となり、人のつながりを活力に、 “笑顔とチャレンジがあふれるまち”を目指して

町全体が避難指示解除準備区域となったが、2015年9月に避難指示が解除、復興に向けて新たなスタートを切った。2018年には、コンパクトタウン内に商業施設・交流施設を整備。2019年4月には屋内体育施設がオープンするなど、復旧・復興の多くが実現。町内居住人口も6割を回復し、町内には新たな活気にぎわいが生まれている。“笑顔とチャレンジがあふれるまち ならば”を目指し、地域の良さを生かしたまちづくりを進めている。

株式会社ナラハプラント
ファクトリー

事例記事⇒132ページ



富岡町

現在の人口 11,824人
居住者数 2,063人

※2022年10月1日現在



地域産業の活性化、農業の再生に向けて、産業団地や施設の整備が進む

2017年4月、富岡町北東部の帰還困難区域を除いて避難指示が解除され、帰町が開始となった。また、2023年春には、帰還困難区域内に設定した特定復興再生拠点区域の避難指示解除が予定されている。居住者数は少しずつだが、着実に増加する傾向にある。災害公営住宅、複合商業施設なども整備された。地域産業の活性化と雇用促進を目指し「富岡産業団地」を整備して企業誘致を進め、すでに供用が開始されている。農業関連では、収穫した米の乾燥調製貯蔵施設「カントリーエレベーター」を整備。2022年産米から稼働している。

株式会社鳥藤本店

事例記事⇒124ページ



川内村

現在の人口 2,385人
居住者数 1,973人

※2022年8月1日現在



住民の約8割がすでに帰還して生活を再開。農林畜産業のさらなる振興を目指す

2016年6月に村内全域の避難指示が解除された。生活環境の回復やインフラ整備などの施策を実施してきた結果、現在では約8割の住民が村での生活を再開しているが、現状は高齢者の割合が多く、若い世代や子どもの帰還は進んでいない。人口減少と少子高齢化の流れに歯止めをかけるためにも、村の基幹産業である農林畜産業の振興をさらに推し進め、新たな農業・産業づくり、担い手確保に向けた取り組みを行っている。

大橋機産株式会社

事例記事⇒128ページ



大熊町

現在の人口 10,034人
居住者数 936人

※2022年10月1日現在



大川原地区復興拠点と特定復興再生拠点区域にて、企業誘致を進める

2019年4月、居住制限区域と避難指示解除準備区域の避難指示が解除され、2020年3月には帰還困難区域の一部でも避難指示が解除となった。同月にJR常磐線が全線開通し、大野駅の利用が開始された。特定復興再生拠点区域は2022年6月30日に解除され、大川原地区復興拠点と、JR大野駅周辺の特定復興再生拠点区域内にて、企業誘致を推進している。

株式会社
ネクサスファームおおくま

事例記事⇒116ページ



田村市

現在の人口 33,809人
居住者数 34,534人

※2022年9月1日現在



農林業や商工業の再開が進められ、復興が着実に進展している

2014年4月、都路地区の一部に出された避難指示解除準備区域の避難指示が解除。これにより、市内に出ている避難指示はすべて解除された。農林業については2013年より営農が再開されており、2022年3月現在、休耕地893haのうち508ha(56.9%)で作付けが行われている。商工業では、クラフトビールを醸造する株式会社ホップジャパンや最先端の設備を活用した野菜工場の株式会社A-Plusが操業を開始している。

ニューフロンティア
株式会社

事例記事⇒120ページ



双葉町

現在の人口 5,563人
居住者数 0人

※2022年9月30日現在



特定復興再生拠点区域内への帰還開始を目指し、復興のスタートラインに立った

2020年3月、町域の約5%で初の避難指示解除。町域の約85%に当たる帰還困難区域ではいまだ解除見通しが立たないが、町域の約10%に当たる特定復興再生拠点区域では2022年8月30日に避難指示解除が行われ、住民の帰還・居住が可能となった。住民帰還に先立ち、働く場の整備が先行して進んでいる。約50haの「中野地区復興産業拠点」では、2022年10月現在20件24社の企業の立地が決定している。

株式会社アルムシステム

事例記事⇒112ページ



葛尾村

現在の人口 1,314人
居住者数 467人

※2022年10月1日現在



農林畜産業や製造業などの復興、「スマートコミュニティ」による再生が進展

2016年6月、村内の居住制限区域と避難指示解除準備区域の避難指示が解除され、以後、産業の復興が進んだ。2018年には胡蝶蘭の出荷が開始され、養鶏も再開。ニット工場の操業、産業団地の造成も開始。2019年、酪農を再開して原乳の出荷を開始した。エネルギーの地産地消を柱とする「スマートコミュニティ」による地域活性化を目指している。2022年6月には、帰還困難区域のうち特定復興拠点区域の避難指示が解除され、さらなる復興に向けた取り組みが進められている。

有限会社ふるさとの
おふくろフーズ

事例記事⇒104ページ



浪江町

現在の人口 15,702人
居住者数 1,917人

※2022年9月30日現在



帰還困難区域の再生に向けて、特定復興再生拠点区域の整備を推進

2017年3月、町内の空間放射線量が低い地域の避難指示が解除された（帰還困難区域を除く）。2018年には被災前の約1割に当たる113事業者が営業を再開。2021年9月現在、188事業者が町内で営業している。帰還困難区域全体の避難指示解除に向けては、約661haの特定復興再生拠点区域を定め、2023年3月の避難指示解除を目標として、区域内の除染とインフラ復旧・整備を推進している。

合資会社旭屋

事例記事⇒108ページ



南相馬市

現在の人口 57,545人
居住者数 54,264人

※2022年10月1日現在



福島イノベーション・コースト構想による最先端のロボット開発・実証の地

2016年7月、避難指示解除準備区域、居住制限区域の避難指示が解除。国家プロジェクトの福島イノベーション・コースト構想により、世界に類を見ない一大開発実証拠点「福島ロボットテストフィールド（RTF）」が整備され、ロボット産業の集積が進んでいる。また、RTFの整備に合わせて、工業団地、貸事務所・貸工場などを整備し、基礎研究、試作品開発、工場生産など、幅広い事業ニーズに対応可能な新産業の集積エリアが完成。

株式会社 haccoba

事例記事⇒100ページ



川俣町

現在の人口 11,537人
居住者数 12,350人

※2022年9月1日現在



復興の象徴「アンスリウム」が 山木屋を彩る

川俣町南東部の山木屋地区は居住制限区域・避難指示解除準備区域に設定されていたが、2017年3月に避難指示が解除。それに先駆けて2014～2015年に、住民の雇用の場の確保などを目的に「川俣西部工業団地」や「羽田産業団地」の造成を実施した。アンスリウムは、近畿大学の支援のもと山木屋地区を中心に栽培され、2019年8月に本格出荷を開始。その品質の高さから、年々売り上げは増加。現在は日本一の産地となっている。

株式会社 smile farm

事例記事⇒96ページ



飯舘村

現在の人口 4,902人
居住者数 1,475人

※2022年8月1日現在



早期の村内全域避難指示解除を目指し、 特定復興再生拠点区域の整備が進む

2017年までに村内の除染が完了。2017年3月、居住制限区域と避難指示解除準備区域の避難指示を解除。農用地の基盤整備など営農再開に向けた取り組み、事業所の再開、新規事業者への支援などを展開してきた。2022年10月現在、製造、建築・土木、自動車整備業など102事業所が営業。帰還困難区域では、特定復興再生拠点区域の整備が進められており、早期の村内全域避難指示解除を目指している。

刃物の館 やすらぎ工房

事例記事⇒92ページ



相馬市

現在の人口 33,500人
※2022年9月30日現在



農業・水産業の生産基盤は概ね復旧。 新たな観光資源を活用して交流人口拡大へ

相馬市の基幹産業である農業・水産業の生産基盤は、復旧がほぼ完了している。農業については、農業法人の設立を推進し、担い手育成の支援を展開。水産業では、本格操業の再開に向けて整備してきた施設を活用し、生産流通体制の支援と風評払拭への取り組みを継続する。また、新たな観光資源となる光陽地区のスポーツ施設、尾浜地区の相馬復興市民市場（浜の駅松川浦）、尾浜こども公園などを活用して、交流人口の拡大を目指す。

相馬市民市場株式会社
浜の駅松川浦

事例記事⇒88ページ



新地町

現在の人口 7,781人
※2022年9月1日現在



住宅街や鉄道を安全な内陸に移設。 農業・水産業も復旧が進んでいる

津波で大きな被害を受けたJR新地駅周辺では、2020年に新地駅周辺市街地復興整備事業が完了。平均約4m盛土したエリアでは新しい住宅が建ち並び、また文化交流センターや複合商業施設などさまざまな施設が整備された。農地の復旧はすでに完了し、作付けが行われている。釣師浜漁港では岸壁嵩上げ工事が行われ、荷さばき施設、漁具倉庫が整備されて、本格操業に向け拡大操業を行っている。

株式会社リード

事例記事⇒84ページ



福島県での企業立地 **3**つの

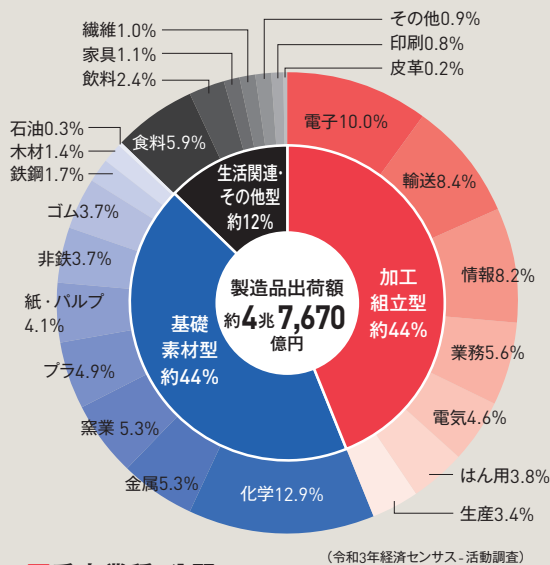
福島県の主要データ

 人口※1	1,788,873 人
 就業者数※2	922,133 人
 GDP(名目)※3	7兆9,870 億円
 事業所数※2	85,960 事業所

※1 令和4年11月1日現在 福島県 推計人口(福島県 現住人口調査 結果)
 ※2 「福島県企画調整部統計課編・令和3年版福島県勢要覧」から抜粋
 ※3 「令和元年(2019)年度 福島県県民経済計算の概要」

■ビジネス環境

福島県の地域経済の概要



■重点業種・分野

ロボット関連業種

実証試験の実績* **751** 件
※福島ロボットテストフィールドおよび浜通り
 ロボット実証区域に誘致したロボット関連実証試験の件数 (2022年2月末現在)

航空宇宙関連産業

航空機 41 社参入
 宇宙 37 社参入
 航空機用エンジンの部分品・取り付け具・附属品出荷額 全国 **2** 位
(2022年2月時点) (経済産業省「2020年 工業統計調査」)

メリット1

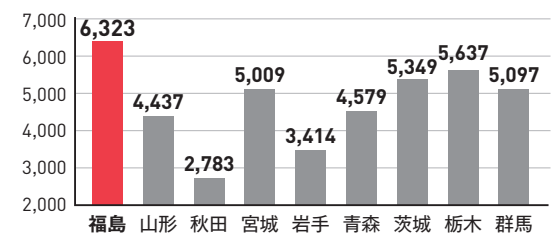
優れた人材

工業科学生数が多く、さらに「真面目で粘り強い人材が多い」と立地した企業に高評価。

工業科学生数 東北・北関東



高等学校の工業科学生数 (単位:人)
 (男女計)



福島県は東北6県、北関東3県の中で、高等学校の工業科学生が最も多い。県内各地の高等学校などは独自のカリキュラムを組んで、多彩な人材を育成している

学生1,000人当たりの大学発ベンチャー数 会津大学



スーパーグローバル大学に指定された会津大学をはじめ、各分野に強みを持つ理工系大学が立地。時代をリードする研究を進めている

福島ロボットテスト フィールドへの来訪者数

64,000 名以上
(2018年7月~)

福島ロボットテストフィールドは、福島イノベーション・コースト構想に基づき南相馬市と浪江町に整備された一大開発実証拠点。無人航空機、災害対応ロボット、水中探査ロボットなど屋外用ロボットを対象に、実際の使用環境を拠点内で再現して実証試験などを行うことができる

お問い合わせ窓口

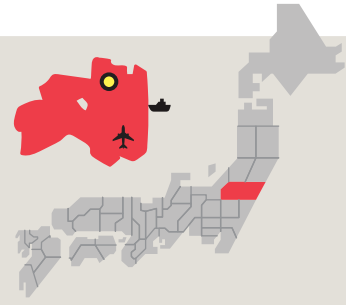
福島県商工労働部企業立地課

TEL 024-521-7280 Mail investment@pref.fukushima.lg.jp



メリット

新産業の育成・集積を図り、産業の復興、雇用の創出に取り組む福島県。ビジネス拠点とする3つのメリットを紹介する。



メリット2

便利なインフラ

東北地方の南端の首都圏200km圏内に位置し、陸路、海路、空路いずれの交通基盤も充実。



首都圏から

200 km
圏内



東北地方の南端に位置する福島県。首都圏から200km圏内でアクセスしやすい

東北新幹線(郡山 - 東京間)

特急列車「やまびこ」を中心に据えて運行している



約 **75分**

高速道路(郡山IC - 東京)

東北自動車道、常磐自動車道、磐越自動車道と、3本の高速道路が縦横に走っている

約 **3時間**



小名浜港への外貿コンテナ

重要港湾・小名浜港を利用したトランシップにより世界各国との輸出入が可能



週 **2便**

国内線(福島空港 - 伊丹空港間)



約 **70分**

大阪経由で九州・四国・沖縄へスムーズに移動可能。新千歳空港とも接続している

メリット3

全国トップクラスの支援制度

研究開発・連携・取引に関する支援を行い、企業活動・企業経営を多角的にサポート。



自立・帰還支援雇用創出企業立地補助金(国制度)

避難指示区域などを対象



最大 **50億円**

被災者の働く場所を確保し、自立・帰還を促進。補助金の上限額は30億円だが、第三者委員会の評価が特に高い場合は50億円まで引き上げる

津波・原子力災害被災地域雇用創出企業立地補助金(国制度)

被災により、特に大きな被害を受けた地域などで新増設する企業を支援。雇用の創出を通じて地域経済の活性化を図る。補助金の上限額は30億円だが、第三者委員会の評価が特に高い場合は50億円まで引き上げる

最大 **50億円**

国が指定する工業団地など

ふくしま産業活性化企業立地促進補助金

次世代自動車、医療機器、航空宇宙などに関連する製造業中心



最大 **5億円**

将来性や成長性が見込まれる企業をバックアップ。工場立地に係る初期投資費用(建物、機械設備等の取得費・付帯工事費)を支援する
※募集ごとに上限が異なる

福島県浜通り地域の産業復興の早期実現を目指す。補助対象となる分野は廃炉、ロボットドローン、エネルギー環境リサイクル、農林水産業、医療関連、航空宇宙

上限 **7億円**



地域復興実用化開発等促進事業費補助金
イノベーション重点分野の実用化開発支援

課税の特例(福島イノベーション・コースト構想の推進に係る特例措置(イノベ税制)等)

機械等を取得した際に税額控除

15% など

新産業創出等推進事業促進区域内において、新産業創出等推進事業を行う事業者を対象に、課税の特例措置を講じる

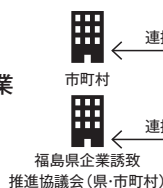
福島県原子力発電施設等周辺地域企業立地支援事業費補助金(F補助金)

電気料金に対する支援

約 **40%**

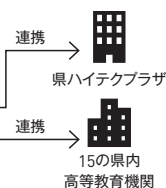
原子力発電施設等周辺地域の復興を図る。当該地域で工場などを新増設し、雇用創出効果があった企業に対し、支払い電気料金の一部を最大8年間補助する
※補助率は目安

企業誘致・立地企業サポート体制



企業誘致・立地企業振興対策本部(本部長・知事)

- ・企業訪問推進チーム(地域担当)
- ・立地企業訪問チーム(地域担当)
- ・県外地方本部・関係部局



立地の際の各種手続きは、関係機関との連携によりワンストップで支援。立地後は地域の県地方振興局とともに、取引拡大や人材確保・育成等の多方面からフォロー。

※特に記載の無いものは「福島県企業立地ガイド」(2022年度版)より引用

15

福島県新地町

思い切った設備投資に戦略的撤退—— 「さて、そのつぎは」と、常に先を読み時代をリード

株式会社リード



被災した社員の姿見て 会社の発展を決意。 先代も大きな決断

社員が居ても立ってもいられず工場に来て、地震で棚が倒れて物が散乱している中で片付けをしていた姿を思い出し、株式会社リード代表取締役社長の鍋谷陽介氏は「今思い出しても涙が出ます」と、当時のことを振り返る。東日本大震災が起きたとき、鍋谷氏は次期社長の立場だった。「美談になってしまうのは嫌なのですが、会社を継ぐ者として、従業員の職場への思いを受け止め、会社を発展させなければいけないと決意したのは確かです」。

ダイヤモンド工具の製造・販売を手がけるリードは鍋谷氏の父、忠克

氏が1973年に横浜市で創業し、翌年法人化。2011年当時は、新潟県胎内市に新潟工場、宮城県亘理町に仙台工場があった。いずれも被害は軽微だったが、仙台工場はインフラが止まった影響で数週間稼働できなかった。

もちろん災害は無いに越したことはない。しかし、起きてしまった災害によって確認できたことがあった。それは、海外の顧客から心配する声が多く寄せられ、「世界に必要とされている物を自分たちが作っている」という自覚が社員間でも強くなったこと。あとは、仙台工場が稼働できない間も震源から離れた地域にある新潟工場は被害が無く稼働を続け、異なる拠点を持つことによる事業の継続性を確認できたこと。「机上の空

論ではなくBCP（事業継続計画）の妥当性が確認できたのは、振り返ってみると収穫でした」。

そして何より大きかったのは、家を流されるなど自身も被災しながら、工場の後片付けや再開に尽力する社員たちの存在。「支援物資を渡す程度



代表取締役社長の鍋谷陽介氏

製造業

市場・商流開拓

BCP

地域振興

人材育成

働き方改革



株式会社リード

カブシキガイシャリード

業種 生産用機械器具製造業

代表者 鍋谷陽介氏〔代表取締役〕

所在地 本社：神奈川県横浜市西区みなとみらい2-2-1横浜ランドマークタワー43階 福島工場：福島県相馬郡新地町杉目字飯樋19-2

TEL 0244-26-4441 (福島工場)

WEB <https://www.read.co.jp> 創業年 1973年

資本金 6,000万円 従業員数 198人 売上高 34億円

企業概要

ダイヤモンド工具の製造・販売および精密加工サービス業務を主として創業。現在は世界の中で日本が得意とする半導体・電子部品、磁石などの高付加価値な材料加工に適した精密長尺ダイヤモンドワイヤをはじめ、精密加工用ブレードや精密コアドリルといった加工用製品を、オーダーに合わせて最適化して製造する。

しかできませんでしたが、会社自体が無くなってしまったら彼らが生活の基盤を失って、もっと大変になってしまう。会社を継続し、発展させ、還元し続けることが支えになると考えていました」。

創業者で当時の社長だった父親の忠克氏も、発災から2週間もたたないうちに、復興の旗印として宮城県亘理町の仙台工場の敷地内にR1工場（現開発研究棟）を建設することを決める。同時に、当時リードを含めた同業各社が参入しながらも需要が伸びていなかったダイヤモンドワイヤの生産を加速させた。これは、復興はもちろん社員のための会社の存

続と発展を見据えてかじを切るという意志表明でもあった。

ダイヤモンドワイヤは簡単にいえばピアノ線にダイヤモンドの粒を固着させた糸のこの刃。それまで2台しか無かった製造設備を20台、2011年に開設したR1工場に導入したのだ。

需要急増による工場フル稼働、そして戦略的撤退と路線変更

その大きな決断をした先代が2012年に逝去。鍋谷氏が跡を継いだ後、2014年ごろから太陽光パネル向けシリコンインゴット（精錬したシリコンの塊）の切断用にダイヤ

モンドワイヤの需要が急増し、生産が追い付かなくなる。居抜きで急ぎよ、新地町で新地駒ヶ嶺R2工場を立ち上げ、さらに2015年に同じく新地町に新地南R3工場（現福島工場）を立ち上げ、3工場合わせて月20万kmを生産（ダイヤモンドワイヤの生産量は長さで表す）。

折からの環境意識の高まりに福島第一原子力発電所の事故も影響し、化石エネルギーから再生可能エネルギーへ転換する機運が急速に高まっており、太陽光パネルの生産は急速に拡大。ダイヤモンドワイヤの需要は拡大の一途で、リードは24時間365日体制でも供給が追い付かない



新地町の福島工場



状況になる。

生産すればするだけ売れるという状況は一見理想的だが、薄利多売の世界に突入していくことも意味する。中国の工場との価格競争が進み、それに対応するうちに労働環境の悪化を招いた。

「これ以上やるとドツポにはまる」。そう判断した鍋谷氏は「自社にしか無い技術で品質の良いものを作ることを会社の価値にしていこう」と方向転換を図る。「何千人という人を雇って、劣悪な環境下で24時間稼働させるような会社運営はしたくないと思いました」。

当時の顧客に迷惑をかけないことを念頭に、太陽光向けの製品に関し、現地材料で生産できる仕様を中国企業に提供して生産体制を担保した上で、新地駒ヶ嶺R2工場を閉鎖し戦略的に撤退。現在、中国の工場では月1,000万kmが生産されており、月20万kmの生産ですら労働環境の悪化があったことを考えれば、当時の判断は正しかったと鍋谷氏は確信している。

「詳細は機密」だが、現在は日本が競争力の高い分野向けに精度の高いダイヤモンドワイヤを提供している。「超量産技術では中国に勝てませんが、品質では絶対に負けないダイヤ

モンドワイヤを作れる自信がありません。その技術を日本の企業に提供して、自国の産業発展に生かしていきたい」と力を込める。

失敗経て社内環境整備に注力。 「学び直し」テーマに教育も

厳しい電気産業界をサバイブしてきたリードの社訓は「さて、そのつぎは」。今、鍋谷氏が最重要視するのが人材育成だ。超過需要に対応しようと福島で2工場を稼働していたころ、労働環境の悪化に伴い離職が増え人材が育たなかったことを反省材料に、労働環境の改善、人材育成、社員の関係性強化に力を入れている。

「若い人を中心に集めたので反発も多かったですし、こちらも一人ひとりと向き合って組織の一員として受け入れる準備もできていない中で、ただノルマをこなすことが目的になってしまっていました」と鍋谷氏は正直に明かす。

「もちろん従業員に利益を還元することはずっとやってきましたが、お金ではないんですよ。いい職場かどうかは最終的に人間関係に尽きまます」。上司と部下、同僚との関係改善のために才能診断の手法を用いて個々の強みを見える化し、その強みを掛け合わせていかに業務に生かし

ていくかといった勉強会を行っている。3年以上継続してきたことで、その効果が表れてきているという。

「本音で語れる環境が醸成されてきています。いろんなことが好転し始めて、『カイゼン』やQCサークル(小集団改善活動)が活発になって仕事の中身がどんどん濃くなっていく。そうすると、ただノルマをこなすのではなく、働くのって面白いんだなと思ってくれる従業員も増えてきました」。

社員が希望すれば大学や大学院への通学、資格取得や英会話のようなスキル習得への支援を惜しまない。それは鍋谷氏自身の経験を踏まえてのことだ。「同じことをただ続けるのではなく、学んでいかないと能力も上がらないし給料も上がらない。私自身も『学び直し』を自分自身に課して、社長になった後でも積極的に学び続け自信を付けてきました」。

社員の成長は顧客にも良い影響を及ぼす。最終的にはそれが経営の本質だとも語る。「顧客満足(CS)と従業員満足(ES)が同レベルであって、その両輪がうまく回ることがわれわれの経営者満足(MS)につながります」。

創業50周年に向け体制強化。 地域と共に100年企業へ

地域貢献にも積極的だ。「世界で活躍している製品が地元で作られていることを知ってもらおう」と行っている工場見学会。工業用ダイヤモンドの粒を小瓶に入れ、キーホルダーとして配布すると子どもたちは喜び、「お母さんに渡そう」などかわいらしい反応もある。毎年度決算後には、工場のある新地町、宮城県亘理町、新潟県胎内市に教育振興金として現金100万円を寄付している。

桜の植樹も行っている。社内で誰かに何かを手伝ってもらったり助けてもらったりした際、桜の花びらを



左から「サンキューカード」、「健康宣言」、そしてCSR活動や英会話、女性／子育て支援など「社内／外活動」の取り組みを紹介する社内掲示



社員同士、感謝の気持ちを伝える「サンキューカード」。“満開”になったら新地町内に1本桜を植樹している

あしらった「サンキューカード」に感謝の言葉を書き入れて感謝の気持ちを伝え、枯れ木が描かれた紙に貼り付けていく。カードがいっぱいになると枯れ木が満開になったら桜の木を1本、町内に植樹。社員の関係性強化と地域貢献を同時に実現するこの素晴らしい取り組みは、社員の発案によるもの。

「地域の支援がなければ企業は成り立ちません。地に足を着けてこそ事業ができる。どれも大きなことでは

ないですが、地域への感謝を形にしています」と鍋谷氏。

地域の支えもあって2023年に創業50周年を迎える。2022年夏現在、仙台工場を新設中。東日本大震災後も地震や豪雨災害を経験し、3工場それぞれで同じ製品が作れる体制を整えるため、基幹システムの刷新など大規模な投資を行っている。DXを活用して品質保証から性能保証へと、顧客の信頼度を高める取り組みも行う。

その中で自動化やロボット化も進めるが、人の手が介在する部分でこそ差別化が生まれる。「100年企業」の基盤をつくる上で、人材育成の重要性は増していきだろう。少子化や人口流出が進む中、地元での人材確保には苦勞しているが、いずれダイヤモンドの入ったキーホルダーを手にしたかつての子どもたちがリードの門をたたき、「そのつぎ」をつくるだろう。



- * 東日本大震災による被害は軽微だったが、会社が存続できない事態になっていたら従業員が生活の基盤を失っていた。
- * ダイヤモンドワイヤの需要急拡大で供給が追いつかず、労働環境の悪化を招く。
- * 超過需要に対応しようと稼働した結果、離職が増え人材が育たなかった。

- * 会社を発展させることを決意し、ダイヤモンドワイヤの生産を加速。
- * 品質の良いものを作ることを価値にしようと方向転換を図り、生産体制を担保した上で戦略的に撤退。
- * 労働環境の改善、人材育成、社員の関係性強化に力を入れる。

- * 太陽光パネル向けシリコンインゴットの切断用に需要急増。
- * 日本が競争力の高い分野向けに精度の高いダイヤモンドワイヤを提供し、自国の産業発展に寄与。
- * 社員が本音で語れる環境が醸成され、「カイゼン」やQCサークルが活発化。

16

福島県相馬市

漁業の魅力発信で復興支える 外資系企業から転身した店長の挑戦

相馬市民市場株式会社 浜の駅松川浦



通い続けた被災地で見つけた、 自分に「しっくりくる」 ボランティア

太平洋の大海原に面する福島県相馬市。この沖合は寒流と暖流が交わる豊かな漁場だ。ここで獲れる魚介類は「常磐もの」と呼ばれ、東京・豊洲市場の水産関係者から評判だった。

しかし、東日本大震災における福島第一原子力発電所の事故後、漁を制限しながら出荷先での評価を調べる試験操業が続き、10年が経過した2021年3月31日ようやく試験操業が終了。現在は本格操業に向け、漁の制限を段階的に解除しながら水揚げ量の拡大に取り組んでいる。

そんな中、相馬市と相馬市の漁業関連企業などが手を組み、第三セク

ターとして相馬市民市場株式会社を設立。10年に及ぶ制限の解除を目前とした2020年10月に、復興事業のシンボルとして、漁業と生活者を結ぶ「相馬復興市民市場(浜の駅松川浦)」をオープンした。相馬市内のよりすぐりの産品と水揚げしたばかりの魚介類を取りそろえており、専門家が太鼓判を押す常磐ものを買求めるに、地元のみならず県内外から多くの客がやって来る。

この浜の駅松川浦の店長を務めるのが、東京から移住してきた常世田隆氏。元々は世界140カ国以上で事業を展開する外資系金融会社に勤めていた。

「移住のきっかけは、会社を早期退職したタイミングだったこともありですが、東日本大震災の被災地でポ

ランティア活動を通じて知り合った方々と一緒に復興に尽力したいと思ったからです」。

常世田氏がボランティア活動のために初めて被災地を訪れたのが2011年10月。会社の同僚たちと共にボランティアを乗せたバスに揺られ宮城県仙台市を訪れ、月に1度のペースで1年通い続けた。

福島県相馬市や南相馬市で暮らす人々と交流を図るツアーにも参加し、「人々の前向きで明るい姿が心に響きました。ツアー後も相馬に毎月のように通って、皆さんとごはんやお酒を共にしながら、懐に入っていくというか交流させてもらった。何かしてあげるといふより、時間を共有し、交流する。これが自分にしっくりくるボランティアであり復興支援

流通・小売業

風評対策

地域振興

交流人口拡大

情報発信



相馬市民市場株式会社

ソウマシミニイチバカブシキガイシャ

- 業種 飲食料品小売業
- 代表者 立谷秀清氏 [代表取締役社長]
- 所在地 福島県相馬市尾浜字追川196
- TEL 0244-32-1585
- WEB <https://www.hamanoeki.com>
- 創業年 2019年 資本金 1,410万円
- 従業員数 15人 売上高 非公開

企業概要

「相馬復興市民市場」(愛称「浜の駅松川浦」)の運営会社。相馬市の水産業は、東日本大震災による津波被害と福島第一原子力発電所の事故に伴う風評被害で脅かされたが、約10年をかけてその機能を取り戻しつつある。そこで松川浦漁港の復興のシンボルとして「浜の駅松川浦」が設営された。地元の水産物や農産物などを取り扱うが、出品者(生産者)に売場スペースを貸して商品を陳列しているため、生産者との距離が近いのが特徴。食堂も併設し、コミュニケーション創出の場ともなっている。

「なんだと思いました」と常世田氏。
 足しげく現地に通った常世田氏は、南相馬市小高区を拠点に、地域のビジネス創出を展開する「株式会社小高ワーカーズベース」代表の和田智行氏と出会う。

「被災された人たちと話をしている、前向きな姿勢になっているけど何かを始めるまでには至っていないのかなという部分も見受けられました。でも和田さんから『人口がゼロになった小高区で、100のビジネスを創造する』という思いを聞いて、若い世代がこれまでにとらわれないゼロからの街づくりを始めるといふ思いに胸がときめきました。」

その小高ワーカーズベースが南相馬市から委託を受けて、小高区の住民の生活を支えるための仮設商業施設「東町エンガワ商店」の運営を請け負うことになったとき、和田氏から常世田氏に「マネジャーを引き受けてくれないか」とオープニングスタッフの打診があった。

「小高区の住民でもない自分に誘い

があったことに驚きましたが、復興のお役に立てるならと引き受けました。この歳で家族を置いて単身赴任。自分でも思い切ったなと(笑)。店頭で立ちながら、各メディアの対応をしたり、SNSで小高区という被災地の現状を発信したりしていましたが、避難した人や帰還しようと考えている人に、何らかの思いを伝えられたのかなと思います(常世田氏)。「どこに避難していたの?」「久しぶりね、元気にしてた?」など、突然バラバラになってしまった住民たちにとって、ここに来れば誰かと会えるという場所だった「東町エンガワ商店」。2015年9月のオープンから3年後の2018年12月に役目を終え、惜しまれながら閉店となった。

くじけず前進する若者と一緒に復興の道を歩む

東町エンガワ商店の閉店後、常世田氏は隣の相馬市へ移り住み、情報誌「そうま食べる通信」の制作に携わる。相馬市周辺の1次産業や食品加

工業の生産者の生き方や、食に対する思いを掲載しており、食材や相馬で使えるさまざまな特典が付いたユニークな情報誌だ。

編集長は漁師と土建業社長の2人。さらに仲卸業、ギフトショップ、水産加工業の従事者など6人の若者たち。編集経験ゼロの面々が、取材、撮影から編集まですべてを行った。その誌面の中で常世田氏は、「若者たちの、くじけず前進していくという気持ちに協力したかった」と、相馬沖で獲れる魚介類のトリビアについて執筆した。

相馬の魅力を発信し続けた「そうま食べる通信」も、2020年8月発行分をもって休刊。また一つ役目を終えた常世田氏に、今度は2020年10月にオープンする浜の駅松川浦の店長にならないかという声がかかる。「引き受けた理由は2つ。県外出身者から相馬の魅力を伝え、経済復興に少しでも貢献できればと考えたため。もう一つは、漁師と消費者をつなぐ交流の場をつくることで、この



1



2

1 浜の駅松川浦の店長、常世田隆氏
 2 「浜の駅松川浦」のすぐそばにある自然公園。のどかで人々の交流に適した場所だ

町の漁業、そして町自体の活性化につながると思ったからです。

「浜の駅松川浦」は主に水産物コーナー、農産物コーナー、地域の物産商品コーナー、そしてそして食堂「浜の台所 くあせっと」の4つのブロックに分かれている。訪れる客のメインのお目当てはもちろん松川浦漁港で水揚げされる魚介類。誰しもその鮮度と安さに驚く。

「当店はスーパーではなく、いわば直売所。例えば水産物なら、仲卸業の方々が出品者という形で、決められたスペースで魚介類を販売する。店側で仕入れを行ったり商品を並べたりしないのでそういった人件費はかかりません。また、ここから目と鼻の先にある松川浦漁港から運んでくるので鮮度は抜群。物流コストもかからない分、首都圏などと比べて安くおいしい鮮魚を店頭で並べることができるわけです。最安だと、福島県の普通のスーパーなどの2分の1くらい価格だと思いますよ」。

だが評判を聞き付けた客の中には、やはり安全性を気にする人もいる。開業時の懸念事項の一つではあった

が……。

「2021年3月に試験操業が終わりました。それは国の厳しい安全基準をクリアしたから。安全性を気にするお客さんには丁寧に説明しています。面白いことに、そういうお客さんほどたくさん購入されていきます」と、常世田氏は店内に積まれた持ち帰り用の発泡スチロール箱を指差して笑う。元々は「地方発送用」に用意した発泡スチロール箱だが、ビニール袋では入り切らず、こちらも購入して持ち帰る客が多いのだそう。あわせて保冷用の氷も必要となり、製氷機は2台追加。約2年間営業する中で、レジも従業員もトイレも足りなくなり、追加したほどだ。当初の見込みを大きく上回る売り上げには、「うれしい誤算です」と常世田氏は語る。

客層は、地元をはじめ福島県内、近隣の栃木県、茨城県、宮城県、さらには東京都と広範囲にわたる。「福島は遠いという人がいますが、首都圏から相馬市まで300kmちょっと。日帰りで行き来できる場所です」と常世田氏。ボランティアで何度も南

相馬市や相馬市に通っていた常世田氏が語るからこそ説得力がある。

外様から見た「福島の魅力」を相馬から発信していく

「浜の駅松川浦」の人気を支える一番の要因は「安くて新鮮でおいしい鮮魚」といえそうだが、もう一つ欠かせないのが「浜の台所 くあせっと」の存在。

「水産物コーナーで取り扱う鮮魚を使った料理を提供していますが、休日や、時間帯によっては行列ができるほど人気です。揚げ物料理なども少しはあるのですが、やはり刺身身のおいしさに驚かれます。それで帰りに生の魚介類を購入されるというケースも多いですね。こちらが一番の魅力は新鮮な魚介類なので積極的に勧めています」。

ただ、水産物コーナーではさまざまな魚介類を取り扱っているとはいえ、客のニーズにすべて応えられるわけではない。

「お客さんには、漁港にはどんな魚介類も水揚げされると思っている方も多い。でも実際には旬もあればマグロやカツオのような遠洋漁業で獲る魚は水揚げされません」(常世田氏)。

そのため、店内には松川浦漁港で水揚げされる旬の魚介類について図解したパネルを設置。理解を深めてもらおうと取り組んでいる。

「漁港で水揚げされる魚介類を知ってもらうこと。そして、それを求めにリピーターになってもらうことへとつながれば設置したかいがあるというもの」。松川浦沖で獲れる魚介類を理解してもらう、味わってもらうことは、まさに「そうま食べる通信」が築いてきたことと同じだ。さらに旬ごとに訪れてもらうことでリピーターが生まれる。

リピーターが増えるのはいいことだが、地元の旅館や飲食店、物販店からは観光客が街中に流れないので



3 相馬の食卓には欠かせない、海苔 4 広々とした店内。地の物を中心に新鮮な魚介が購入できる 5 松川浦で水揚げされる魚介類の種類と旬が一目で分かるパネル 6 毎日採れたての農産物が並ぶ農産物コーナー



7 豪華魚介9種が味わえるぜいたくなメニュー「そうま海鮮九曜井」 8 見映えのよい海鮮丼にアレンジして食べることもできる 9 その日水揚げされた新鮮な刺身が人気「日替わり刺身定食」 10 新鮮な魚介とメカブを味わえるうれしい一品「漁師のまかない井」

はと、懸念する声もあったという。「確かにここだけが潤うわけにはいきません。少しでも街中に人が流れるように、店内にそれぞれの割引チケットを置いて、お客さんに使ってもらえるよう促しています。関係者からは徐々にお客さんが増えていると聞いて、安心しています」と常世

田氏。「相馬市の復興拠点という意味合いだけでなく、ここから福島県の魅力を発信していきたいと考えています。そのためにはまず、松川浦沖で獲れる魚介類や相馬市のPRをしていかななくてはけません」とも。福島県内は浜通り、中通り、会津地方とそれぞれが異なる気候風土や

文化を持つ。常世田氏は、10年後にはその垣根を越えて一つになってほしいと願っており、InstagramやTwitter、YouTubeなど、さまざまなSNSを駆使して、浜の駅松川浦のPRにつながる投稿のみならず、福島県全体の魅力を発信。投稿に対するコメント数もだんだんと増え、手応えを感じている。

「県外からやってきた私にとって福島はとても魅力的。さまざまなイベントに参加したり、旅先で見つけた特産品を紹介したりするのが楽しくて、自主的に発信しています。東日本大震災後、相馬市を含む浜通りと中通り、会津地方の交流も増えてきました。相馬福島道路もできたので、気軽に行き来するような距離感でつながってほしいです。被災から11年以上が経過しましたが、これからの10年でさらに福島県の魅力を発信していきます」。

福島県外から移り住んだからこそ体感する魅力を発信していく。常世田氏の描く復興はまだ歩み出したばかりだ。



- * 避難指示などによる、根本的な人口流出問題。
- * どうしても松川浦漁港で獲れる魚介類の安全性を気にする客がいて、売上面や風評被害の懸念が拭えなかった。
- * 浜の駅松川浦のオープンで地元の旅館や飲食店、物販店に観光客が流れないのではないかと懸念する声上がる。
- * 「浜の駅松川浦」を設立し、相馬市の漁業の再出発を支えるとともに、観光客や帰還する人たちの交流の場をつくった。
- * 松川浦漁港で水揚げされる旬の魚介類について図解したり、安全性について懇切丁寧に説明したりして、理解してもらうことに努めた。
- * 店内に地元の旅館や飲食店、物販店で使用できる割引チケットを設置。
- * InstagramやTwitter、YouTubeなどあらゆるSNSを駆使し、浜の駅松川浦のPRはもちろん、福島県の魅力を発信。
- * まだまだこれからではあるものの、徐々に客も増え、また相馬福島道路もできるなど周囲のインフラも着実に改善されてきており、交流や活気が増えてきたことを感じている。
- * 理解をした上で納得、安心し、多く買っていき客が増えた。
- * 浜の駅松川浦のオープン以前に比べ、2、3割ほど客が増えた。
- * Instagram「浜の駅松川浦」は開始約2年間でフォロワー数が1,400人を超えた。

17

福島県飯館村

飯館村から発信する伝統技術—— “までい”の精神は刃物だけでなく世界の人々の心も打つ

刃物の館 やすらぎ工房



気持ち新たに 日本の伝統産業を受け継ぐ

JR福島駅から徒歩10分ほどの場所に店を構える「刃物の館 やすらぎ工房」。包丁をはじめとした各種刃物の販売、刃付けを中心としたメンテナンスなどを行っている。東日本大震災後には福島県飯館村に工場を構え、製造にも力を入れることで、刃物について一貫したサービスを提供できる体制を整えた。

その事業を行うのが、3代目となる二瓶信男氏と息子の貴大氏。次期代表でもある貴大氏は、大学卒業後、県外の自動車部品製造会社に就職している。「そのころは、家業を継ぐという意識はありませんでした」と話す貴大氏が、転職を決意した理由を

教えてくれた。

「前職がそうだったように、ものづくりにはずっと興味を持っていました。業種は違いますが、働く中で経営にも興味が湧いてきて、家業を継ぐことで両方できるかなと思ったんです。決断までかなり悩みましたが、一度きりの人生なので後悔しない道

を選ぶべき、と気付いたことが決め手になりました」。

息子の決意を聞いた信男氏は、「鍛冶屋が減っている中で、業界のことを考えると不安はありました。その半面、小さいときに『おやじと一緒に仕事する』と言っていたことがあったので、それが実現するのかと、う



左は、3代目にして現代表の二瓶信男氏、右は4代目の貴大氏

製造業

新事業開発

市場・商流開拓

海外展開

被災地進出

交流人口拡大



刃物の館 やすらぎ工房

ハモノノヤカタ ヤスラギコボウ

業種 金属製品製造業/その他の卸売業 代表者 二瓶信男氏[代表]

所在地 店舗:福島県福島市三河北町16-6

工場:福島県相馬郡飯館村草野字大師堂113-37

TEL 024-533-0418(店舗)

WEB <https://www.hamononoyakata-yasuragikobo.com/>

創業年 2001年 資本金 無し(個人事業主のため)

従業員数 4人 売上高 非公開

企業概要

福島市にある、出刃包丁や三徳包丁といった調理用刃物全般の販売店で、研ぎや修理なども行う。東日本大震災以降、刃物の鍛造で有名な新潟県三条市で修行した4代目の二瓶貴大氏が中心となって製造業にも着手。飯館村に工場を設立して刃物の鍛造を始め、主に海外に向けて販売している。今後は飯館村の活性化や鍛冶の普及などを目的として、一般向けの鍛冶体験教室の開催を目指す。



ください』という感じだったんですが、いざお願いしますと言ったら一度断られたんです。本気で修業するととらえられていなかったようです。以前修業したいという方を預かったものの、長続きしなかったことがあったようで、それも影響したようです」と貴大氏は振り返る。

結果的には二瓶親子の考えを理解してもらい、修業は認められた。「息子はとにかく勉強家。何事にも一生懸命に取り組む姿勢が認められ、修業先の方々にも大変良くしてもらいました」と信男氏は語る。

貴大氏が修業先で学んだのは、鍛冶の技術だけではない。自社工場を設立するために、鍛冶に必要な機械設備の知識や、その設置方法も習得したという。

「福島市には、鍛冶工場に関しての地下構造や基礎を知っている業者がいませんでした。そのため、三条の人に業者を紹介してもらっていろいろと勉強させてもらい、設置に必要なとなるフォークリフトやクレーンの免許取得も同時並行で行いました」。今では、鍛冶屋仲間から機械について相談を受けることもしばしばあるという。

修業と同時期に工場探しもスタート。店舗を構える福島市はもちろん、近隣の市町村にも足を運ぶが、なかなかいい候補地は見つからなかった。「鍛冶工場は、音、振動が激しいの

れしさと心強さも感じていました」と振り返る。

貴大氏が転職したとき、「やすらぎ工房」の軸は刃物の販売とメンテナンス業務。一般の客の声をじかに聞ける環境は貴大氏にとっても勉強になることが多かったという。その一方で、製造業務を強化することが、今後の事業の成長には欠かせないと考えるようになった。

「当時、まったく製造をやっていないわけではありませんでしたが、数は少なかった。刃物全体を扱う仕事として、製造を担う鍛冶屋としての技能も磨いていかなければいけないなど。そのころ、海外で日本の刃物が高く評価されているにもかかわらず、業界全体として『製造する鍛冶屋の減少』という課題を抱えていました。このままでは、世界から称賛される素晴らしい日本の伝統が無く

なってしまう。残す側の人間になりたいと思ったんです」(貴大氏)。

高い評価を得られる 海外流通強化に向けて 自社製造に着手

息子の「事業拡大」という考えには、信男氏も理解を示した。

「長年メンテナンスの仕事をしていると、商品ごとに品質のむらがあることを感じていました。それを無くすためには、自分たちで作るのが一番だと。切れなくなった包丁を一生懸命に再生させていく中で、自分も製造したいと思うようになりました。」

製造事業を本格化させるため、貴大氏は取引先である新潟県三条市の2つの鍛冶屋で修業する。月に1週間から2週間、新潟に赴き匠たちの技を習得していった。

「最初に相談したときは『ぜひ来て

で、あまり喜ばれる施設ではありません。自治体の方も話は聞いてくださるのですが、前のめりになっている印象はありませんでした」(信男氏)。

熱心な役場職員との出会いが 飯舘村との縁結ぶ

3年ほどで30~40の場所を紹介してもらったが決定には至らなかった。「三条で学んだ設備機器に関する復習もしたかったので、早く決めなかったのですが」と貴大氏。そんなとき、信男氏が飯舘村の避難指示が解除されるという新聞記事を目にする。

「飯舘村は、福島市と隣接はしていませんが、車で30~40分ほどの場所。アクセス的な問題は無いので、話を聞いてもらおうと、避難指示解除になった直後に村役場にアポイントを取りました」(信男氏)。

この行動が工場建設へ向けた大きな一歩となった。「対応してくれた担当者が、私たちの仕事への姿勢、考えを親身になって聞いてくださり、工場となり得る場所を必死に探してくれて、3つほど紹介してくれました。その一つが今の工場となっている旧飯舘村立草野幼稚園の跡地。これは後から聞いたことですが、担当者の方は、場所探しはもちろん、さまざまな調整で相当苦労されたそうです。なぜ私たちの思いに共感し、積極的な行動を取ってくれたかは聞いていませんが、今の工場があるのは、その担当者のおかげなんです」(信男氏)。

それまで二瓶親子にとっては縁も



ゆかりも無かった飯舘村。しかし、話が進むうちに、自分たちとの“ある共通点”に気付いた。

『までい』という福島の方言があるんです。『丁寧に』とか『心を込めて』といった意味で、飯舘村では村民が昔から大切にしてきた言葉だと聞きました。我が家でも先代が、『仕事は丁寧に、一生懸命やる』ということを大切に、私自身にもそのことを口酸っぱく言っていた。それを思い出して縁を感じ、この村から自分たちの刃物を発信したいと思いました」(信男氏)。

一つの出会いと“までい”で結ばれた、二瓶親子と飯舘村。担当者が工場誘致にかなり苦労したという話も聞き、事業の成長はもちろん、村への恩返しもしなければと気持ちを新たにしたいという。

工場の建物は元幼稚園。隣接する小学校と共に、全村避難の影響を受け廃園となった。建物はそのままに、

内部を改造して鍛冶工場にしている。

「ある程度の広さを求めていましたので、理想にマッチした場所で本当に感謝しています」と貴大氏。「高台の場所で騒音、振動問題もクリアできますし、環境的にも素晴らしい場所」と信男氏も笑顔を見せる。

積極的な地域活動で 昔のように人が集まる場所に

日本の刃物は、海外で高い評価を受けている。「刃物の館 やすらぎ工房」が製造する刃物の多くは、料理人などの口コミなどで海外でも広がりを見せ、高い評価を受けているという。

「直接的、間接的なものも含めて、製造の大半は海外のお客さま向けです。鍛冶業界が低迷した理由の一つに、適正価格で刃物を売ることができなかったことがあります。海外の方でしたら、鍛冶の技術を認めてくれた上で、適正価格で取引が可能です」と貴



1 幼稚園舎を改装して鍛冶工場に。壁には「幼」のマークがあり、その名残を感じさせるが漂う 2 中は鍛冶に必要な機械がずらりと並び、外と違ってかわって工場らしさが漂う 3 福島市の店舗の方でなくとも、代表的な包丁のいくつかは工場で購入可能



4 貴大氏の妻・麻美氏。2021年5月に工場前(旧草野幼稚園 園庭)でも飯館の物産やハンドメイド品などを販売する物産市を主催した

大氏。“までい”の精神は、刃物だけでなく、海外の人々の心も打つのだ。

世界で認められている技術だからこそ、日本でももっと多くの人に刃物の良さを知ってほしいと願う貴大氏。今後は鍛冶体験を通して地元の人はもちろん、県内外にアピールすることを目標に据える。その準備として、刃物文化を語る上で欠かすことのできない日本刀の勉強にも力を入れている。

「刃物のことを総合的に伝えるには、おのずと刀についての知識も必要になる。歴史も踏まえてこちらが正しく理解した上で、たくさんの人に伝え

ていけるようにしたい。作業工程の楽しさ、難しさ、体験を通して感じることも多いはず。飯館村にあれば、こんなに楽しいことができるんだという人が増えれば、村への恩返しにもつながるのかなと思っています」。

村への恩返しという点においては、貴大氏を支える妻・麻美氏も、「山の向こうから」というものづくり市を主催し、飯館村の良さをアピールしている。

「私が実際に使って良いと思った物を作っている方などにお声がけして、たまにイベントを開いています。場所は、工場に隣接する廃校になった小

学校。昔は多くの人でにぎわっていたはずですから、イベントを通じてにぎわいを取り戻してもらえればと考えています。規模が大きくなり、出品者の公募も始めましたが、クオリティーを守るためにも直接作り手に会っての交渉は続けたいです」(麻美氏)。

3人それぞれが飯館村に感謝し、村にかつての活気が戻ることを願っている。だからこそ、初心を忘れることなく自分ができることを「までい」に行う。先代から受け継がれるこの精神こそが、「刃物の館 やすらぎ工房」の成長につながるに違いない。



- * 刃物の販売、メンテナンスを主体としていたが、海外で日本の包丁が高い評価を得ているため、製造事業の強化が不可欠だった。
- * 工場建設には、候補地の選定だけでなく、機材設置の業者を探すことが必要。福島市には関連業者がなかった。
- * 工場建設に至った飯館村は避難指示が解除されてから日が浅く、人も産業も復興には時間がかかる状態。
- * 3年の歳月をかけて飯館村に工場を建設。騒音、振動の問題もクリアした場所を紹介してくれた役場職員との縁も強い味方になった。
- * 新潟県三条市で鍛冶修業を行った貴大氏が、併せて機材設置について勉強し、フォークリフトやクレーンの免許を取得するなど自前でできる体制を整える。
- * 飯館村に人を誘致するためのイベントを画策。今後は鍛冶体験教室も計画している。
- * 自社で製造することで、海外の顧客との直接取引が可能になった。製造の大半が海外客向けになり、売り上げも増加した。
- * 自社工場建設の際、すべての機材の導入を貴大氏が1人で行ったことで費用削減にもつながった。鍛冶屋仲間から相談も入るようになった。

18

福島県川俣町

リサイクル素材を活用した栽培で咲き誇る「復興の花」を日本一のブランドに

株式会社 smile farm



転勤が人生の一大転機。 義父、義母から感じた 「農家のかっこよさ」

福島県の県北地方に位置する川俣町山木屋地区。ここは東日本大震災で発生した福島第一原子力発電所の事故の影響で計画的避難区域となり、住民が生活することができなかった場所だ。

現在、この地区で南国の花「アンズリウム」の栽培を手がけているのが株式会社 smile farm 代表取締役の谷口豪樹氏だ。前職はゴルフ用具販売店に務めていたが、2013年に福島市へ転勤したことがきっかけで新しいチャレンジが始まる。

「転勤して妻（川俣町山木屋地区出身）と出会い、優しさや面倒見の良

さに触れるうちに漠然と『移住してもいいな』と思うようになりました。ところが、また他県への転勤の話があって、それなら仕事を辞めてこっちで生活しようと。今思うと自分でもよく決心したなと思います」。

周りも驚く思い切った決断をした谷口氏。前職関係の仕事をしながらも福島復興のために何かできることはないかと思っていた。しかし、日々の仕事や暮らしの中で、その思いが現実

に結び付かないことに悩んでいた。「壊れた建物が建て替えられたり道路が整備されたりと、物理的な復興は進んでいましたが、福島はちょっと事情が違います。この山木屋地区だって知らない人が見たら山に囲まれたどこにでもある風景ですが、2017年までは人が住めない土地で

した。見た目が変わらないからこそ、余計に心が苦しかったです」。

もやもやした思いを抱えながら日々を過ごしていたが、避難先でも家業の花卉栽培を続けていた義父、義母の姿を見て心を打たれた。

「妻の父は被災した翌年に、避難先



避難先でも花卉栽培を続ける義父、義母の姿に心を打たれたと語る代表取締役の谷口豪樹氏



農林業 ブランディング DX 地域振興 スタートアップ

被災地進出 作業効率・生産性向上

株式会社 smile farm
カブシキガイシャスマイルファーム

業種 農業
代表者 谷口豪樹氏【代表取締役】
所在地 福島県伊達郡川俣町山木屋字向東山5-9
TEL 070-4084-2799
WEB 無し 創業年 2021年
資本金 100万円 従業員数 6人
売上高 非公開

企業概要

代表の谷口豪樹氏は埼玉県出身。東日本大震災の2年後に前職で福島県に転勤となり、休日に農家の手伝いをする中で農業に魅せられ、脱サラ・移住を決意して2018年に川俣町で新規就農。熱帯植物であるアンズリウムで、土ではなく古着をリサイクルした「ポリエステル媒地」で栽培し、IoTの導入により管理の大幅な自動化を実現。2021年に法人化し、新たにイチゴやブルーベリーの栽培も始め、観光農園の開園を目指している。



川俣町山木屋地区で花卉農家として新規就労した

で土地を借りて小菊栽培を始めました。元々この辺りでは大きな花卉農家だったので、避難先で働かなくてもいいのではと思いましたが、ある時、働く姿がとてもまぶしく、かっこよく見えたんです。それからですね、『自分も人生を懸けて農業をやろう』と思ったのは。

そう決めたのが2017年。ちょうど川俣町山木屋地区の避難指示区域が解除となった年でもある。生活することができるようになったとはいえ課題が山積するこの場所で、谷口氏は花卉農家として新規就労する。「右も左も分からない状況に不安はありましたが、自分が決めたことで、前に進むことしか考えていませんでした」。

避難指示区域だった町で「南国の花」を栽培する

花卉農家へと転身した谷口氏が選

んだ花は、コロンビアやエクアドルなどの熱帯アメリカから西インド諸島が主な原産地のアンズリウム。近年は生花店などで見かけるようになったが、日本で出回っている95%が輸入花で、国産花は5%程度しかない。

福島第一原子力発電所の事故により避難指示が出された地域では、避難指示の解除後の営農再開が課題となっていた。そうした中で、花の栽培は他の農産物に比べて風評の影響を受けにくいと、花を地域の新しい名産品にしようという動きが各地で起こった。

川俣町は元々トルコギキョウのブランド産地だったが、アンズリウムは、東日本大震災からの早期復興を支援するため、近畿大学による「“オール近大”川俣町復興支援プロジェクト」の一環として、2013年から実証栽培が行われていたものだ。

川俣町では2018年から、アンズリウムの栽培を本格的に始めた。この栽培には土壌の代わりに、ポリエステルをリサイクルした「ポリエステル媒地」という綿のような手触りをした素材と肥料を活用する手法が用いられている。土に比べ連作障害が起きにくい、難しい作業がいらぬ、再利用もできるなどのメリットがある。

2017年には町内11農家が「川俣町ポリエステル媒地活用推進組合」を設立。町内の11カ所に栽培用のハウスを整備した。谷口氏もその一員として参画し、アンズリウム栽培を始めた。

「川俣町で南国の花の栽培が本当にできるのか？ ポリエステル媒地とは？ ということから頭を整理しなくてははいけません。それでも『やる』と決めたからには後戻りはできないと腹をくくりました」。

花や作物を栽培する上で大事なものは「土壌を作ること」といわれ、栽培するものによって土壌も変えなくてははいけないとされている。しかし、ポリエステル媒地そのものには肥料成分が含まれないため、栽培品目にかかわらず生育に適した肥料を用いることで、高品質のものを栽培することが可能とされる。

「実証栽培を重ねてできた栽培マニュアルを参考にしましたが、液体



1 南国の花アンスリウムを栽培
2 土ではなくポリエステル媒体と肥料を活用した栽培を行う

肥料の調整は試行錯誤でしたね。でも、『これだ』というものが一つ見つければ、あとはその分量を与えれば同じ品質のものを栽培できるので、土壌よりも効率的です。手入れも媒体についてごみや雑草を除くだけでいいし、使用後は肥料を洗い流せば再利用もできます」。

こうして始まった町ぐるみのアンスリウム栽培は順調に進むかと思われたが、町の気候とアンスリウム自体のなじみの薄さがネックとなり、すんなりとはいかなかったという。

「かわまたアンスリウム」 確立のために惜しまぬ IoT化の努力

アンスリウムは南国の花だけあって寒さに弱いことは容易に想像がつく。川俣町山木屋地区は寒さが厳しく、真冬の時期にはマイナス10℃を下回ることもあり、田んぼに水をまいて作る天然のスケートリンクが冬の風物詩としてこどもたちの遊び場となっているほどだ。

「いくらハウス栽培だからといっても寒さを完全にしのぐことはできません。大型の暖房器具や、熱が逃げないように厚手のカーテンを取り付けるなどの設備投資もしていますがとても追い付かない状態です。がんばって栽培して出荷しても燃料代や箱代、運送費などもかかりますから冬場は赤字です」。

出荷のために栽培をしているのに、

それまでに費やすコストが売値を上回ってしまう。冬場の苦労は川俣町でアンスリウム栽培をする農家にとって頭痛の種となり、どこかで補う必要がある。谷口氏が取り入れたのは現代風のやり方だ。

「ハウス内の管理にIoT (Internet of Things) を導入しました。ハウス内の温度上昇に伴う窓の開閉、水の散布などすべて自動です。それぞれの数値がスマートフォンのアプリで確認できるので、遠隔でも操作できます。メインのハウスだけでも300坪あるので水の散布も一苦労で、人がやると4、5時間かかるところを1、2分程度で終わることができ、時間と人件費をかけずに済みます。コストを削減できた分で冬場の赤字をある程度は補ってできています」。

気候への対応、さらに作業コストの削減は可能となったものの、アンスリウム自体の知名度を上げることには、ことさら労力がかかった。ま



IoTを導入して作業を省力化

してや“川俣ブランド”となると、知る人はほぼ皆無だ。谷口氏は県内外のイベントなどに持ち込んで、花の素晴らしさと川俣町をPRして回ってきた。その効果は少しずつ実を結んでいるという。

「最初、アンスリウムがあってもお客さんは不思議そうに眺めるだけでしたが、見かける回数が増えてくると『これ見たことある』『あの川俣町で栽培しているの?』という反応に変わってきました。さらには『川俣のsmile farmの人』と私のことも覚えてもらえるようになりました。ちりも積もれば何とやらで、着実に認知度が上がってきたことを実感しています。覚えてもらったからにはいいものを栽培しないとイケないとプレッシャーを感じる半面、とてもうれしいことでもあります」。

smile farmのアンスリウム栽培が軌道に乗り始めたことに合わせるかのように、2021年の東京オリン



水分量が足りなくなれば自動的に水が散布される



3 室内でフラワーアレンジメントなどのワークショップも開催



4 若者が働く場の創出も視野に入れて取り組んでいる

ピック・パラリンピックでは競技会場周辺の装飾用に使われるなど、着実にブランド化も進んでいる。2021年には町の年間出荷本数が初めて30万本を突破、日本一を達成した。今後は年間50万本を目標に掲げて取り組んでいく。もちろん、smile farmがその一翼を担う。

**自分の成功が
未来を担う若者たちの
「道しるべ」となる**

アンズリウムの栽培が順調に推移している今だからこそ、谷口氏は次

の展開を思案している。

「2021年からイチゴの栽培も始めました。寒暖差のある気候も栽培に向いているので、この土地にはピッタリの作物です」。

今後はアンズリウム狩りとイチゴ狩り、ブルーベリー狩りが同時に体験できる観光農園の開園を目指す。ほかにも園内の建物でのクラフトのワークショップ開催や、バーベキューが楽しめる広場の造成など、アイデアがどんどん湧き出している。

「働く場所を創出すれば、若者の新規就農も増えると思っています」。

人を呼び込み町を活性化させるだけでなく、若者に働く場所を創出することも視野に入れている。その根底には、農家としての誇りと義父、義母に対する尊敬の念がうかがえる。

「義父、義母の働く姿を見て感じた『農家ってかっこいい』という姿を、今後は自分が体現したいと思っています。若者から『かっこいい』と思ってもらえる農家になりたいですね」。

自分の選んだ道に間違いは無い。近い将来、株式会社smile famは笑顔あふれる場所になることだろう。



- * 東日本大震災でダメージを負った川俣町の新しいシンボルの創出が急務だった。
- * 冬場は寒さが厳しく、燃料代などのコストがかさんで赤字になってしまう。
- * 近畿大学による「“オール近大”川俣町復興支援プロジェクト」の一環として、ポリエステルのリサイクル素材「ポリエステル媒地」を活用したアンズリウムの栽培に取り組む。
- * ハウス内の温度や水分量などの管理にIoTを活用することで、作業量や時間を大幅に低減。
- * 通常の栽培方法より高品質のアンズリウムを安定供給することが可能となり、町全体での出荷本数も2021年には30万本に達した。今後は年間出荷数50万本、引き続き日本一の生産地を目指すとともに、「かわまたアンズリウム」のブランド化を進めていく。
- * 人件費を抑えて、他の作業にコストをかけられるようになった。

19

福島県南相馬市

酒蔵が「新しいコミュニティ」になる 人口がゼロになった街で「酒造り」文化を創造

株式会社 haccoba



若者たちが移住して起業。 酒造りで 「社会に問いかける存在」に

東日本大震災による福島第一原子力発電所の事故で、避難指示区域に指定され人口がゼロになった南相馬市小高区。現在は住民も帰還し始め、交通機関や商店の整備も進み、人々の生活が戻りつつある。

一度人口がゼロになった小高区で2021年2月、民家をリノベーションした酒蔵が誕生した。その名は「haccoba-Craft Sake Brewery-」。東京から移住した若者たちが、まさにゼロから立ち上げた。

株式会社 haccoba 代表取締役の佐藤太亮氏は埼玉県出身。都内の大

学を卒業後IT系の会社に就職し、スタートアップをサポートする仕事も経験している。

「大学時代に働いていた飲食店で、日本酒の味わいや楽しさを知りました。石川県で酒造りの現場を見学さ

せてもらう機会があり、いつか自分も取り組めたらと思うようになりました」。

その時は酒を造ることまでは考えていなかったが、日々仕事をしているうちに、「酒造り」に人生を懸けて



1 いつか酒造りに取り組みたいとの思いをかなえた代表取締役の佐藤太亮氏



2 地域の人たちが集まるコミュニティとして機能する



食品関連業

ブランディング

地域振興

スタートアップ

被災地進出

交流人口拡大

株式会社 haccoba

カブシキガイシャハッコバ

業種 飲料・たばこ・飼料製造業

代表者 佐藤太亮氏 [代表取締役]

所在地 福島県南相馬市小高区田町2-50-6

TEL 080-3606-1792

WEB <https://haccoba.com/>

創業年 2020年 資本金 非公開

従業員数 4人 売上高 非公開

企業概要

代表取締役の佐藤太亮氏は前職を退職後、新潟の酒蔵での修業を経て2020年2月に会社設立。6月に妻と共に南相馬市に移住して準備を進め、11月に酒蔵となる民家のリノベーションを開始。2021年2月に酒蔵が完成し、醸造を開始。4月グランドオープン。酒蔵+パブというスタイルで営業をスタート。ここが地域のコミュニティーとなって社会課題をカジュアルに考える場になればという考えで取り組んでいる。

取り組みたいと思うようになり一念発起。これまでに飲んだ日本酒の中で、「鳥肌が立つほどおいしい」と感じた銘柄を造っていた新潟県の酒蔵に連絡し、受け入れてもらい、酒造りを基礎から学んだ。

修業を終え、いざ酒造りを始めることに。なぜ南相馬市小高区を選んだのか？

酒造りに必要なことといえば、適した気候風土や蔵の環境が頭に浮かぶが、佐藤氏が場所選びで大事にしたのは、その場所が持つ意味だった。避難指示が解除となり人々の営みが戻ってきているとはいえ、風評や人口減少など課題は山積みの南相馬市小高区。しかし、角度を変えて見れば、ゼロからまちづくりが行われる場所でもある。

「海外や都内などの選択肢もありま

したが、経済的な価値よりも文化的・社会的な価値が最大化される土地で挑戦したいと思いました。味の追求はもちろんしていきますが、一度人口がゼロになったこの小高区で酒造りをするので、社会に問いかけをしていく存在になりたいと思ったんです。地域の人たちが集まる新しいコミュニティーになればいいなと」。

酒蔵に集い、みんなで地域社会の課題を考える。佐藤氏が目指す在り方に合致した場所が、この小高区だった。

パブを併設して、 気軽に人々が集える酒蔵に

実は佐藤氏の誕生日はくしくも3月11日。その日が来るたび、何か力になりたいという思いに駆られてい

た。東日本大震災直後から南相馬市で復興に携わる人々との出会いもあった。

出会った人の中には、小高区で「100の課題から100のビジネスを創出する」ことをミッションに掲げ、2014年より事業創出に取り組んでいる株式会社小高ワーカーズベース代表取締役の和田智行氏がいた。

起業支援に力を入れ、行政と組んだ起業型地域おこし協力隊や、複数の大手民間企業と連携した若手起業人材育成事業などを展開している和田氏との出会いが、haccoba立ち上げを加速させた。

「酒造りをするに当たって店舗用の空き物件を探しましたが、なかなかいい物件が無くて頭を悩ませていた時に、和田さんから『親戚の家が今、空き家になっているから使ってもい



空き家となっていた民家をリノベーション



外壁にはhaccobaのロゴが輝いている

いよ』と、ありがたいお話を頂きました」。

和田氏の実家から目視できるほどの距離にある空き家を酒蔵にすることが決まり、佐藤氏は妻と共に2020年6月に移住。まるで実家のような生活のぬくもりが感じられる空き家は、新しい酒と新しい文化を創造する場所、そして地域のコミュニティとして人々が集う場所を目指し、リノベーションされた。

建物内には酒蔵とパブを併設。酒を仕込むタンクや酒造りの様子が見えるようにガラス張りになっている。蔵見学はハードルが高いと感じる人も、haccobaではパブに気軽に立ち寄ったついでに、間近で見ることができる。お酒が好きな人にはたまらない光景であり、そうでない人も興味深いものであろう。

奥にはキッチンを備え、腕によりをかけたフードメニューを提供できるようにしている。「飲み手と造り手の境界を可能な限りあいまいにして、お酒を造る楽しさも身近に感じてもらいたいので、こういうデザインにしました」と佐藤氏はほほ笑む。

2020年11月に始まったリノベーションを終え、2021年4月、ついにグランドオープンを迎えた。

新しい文化の礎を築くため、古き良き製法にチャレンジする

haccobaの酒は日本酒のようで、

実は酒税法上は日本酒に分類されない。

国内で酒類を造るためには「酒類製造免許」が必要になる。日本酒やビール、ウイスキーなどに細分化されており、それぞれに製造免許が必要だ。特に日本酒の製造免許は、原料から最低限の醸造量まで細かく定義されている。

近年、日本各地でクラフトビールやクラフトジンなど、大手メーカー以外から多数ヒット商品が誕生し、市場が活性化している。そこには日本酒に比べ製造免許が取得しやすく、参入するハードルが低いという背景がある。日本酒を醸造するための酒類製造免許を新規取得することは、現実的には不可能に近い。

haccobaが取得したのは「その他の醸造酒製造免許」。日本酒(清酒)は米と米こうじを原料とし、こした酒のこと。「その他の醸造酒」というジャンルでは清酒を名乗れない代わりに、発酵過程で米と米こうじ以外の副原料を使うことができる。

「うちのお酒は東北の一部地域に伝わっていたとされる『^{はなもと}花酏』というどぶろく製法に基づいたもの。ビールにも使われるホップの防腐効果を発酵初期に利用するやり方です。今、この製法を用いている酒蔵はほとんど無いと思います」。

各家庭でのどぶろく製造が禁止されて以降、ほとんど用いられなくなっ

た製法だが、「伝統に基づいた自由な醸造スタイル」での酒造りを目指すhaccobaでは、あえてこの製法で酒造りを行っている。

これまで醸された酒の数は17。伝統的製法の花酏をベースに、ビールの原料ホップを加えたかんきつ系の爽やかな味わいのものや、インドの飲み物「マサラチャイ」のミルクィさをイメージしたものなど、さまざまな酒がある。

限りなく自由な発想で醸される酒だが、一方で主原料のお米は南相馬市産のものにこだわっている。福島県のプロバスケットボールチームとのコラボ商品として、福島県矢祭町産のラズベリーを使ったものもある。

「どれも実験的要素を加えたものです。醸造所でもありラボでもありません。昔の酒造りはもっと自由でしたので、今後もさまざまな副原料を使って自由な醸造スタイルを追求していきたいと思っています。もちろん、お米は地域のものを使うというこだわりも忘れません」。

本来、酒造りは各家庭でいろいろな原料を使って楽しまれていたものだが、現代においては「自由な酒造り」を楽しむことができない。今後、地域の人たちに愛される酒を造り、小高を「自由な酒造りが楽しめる土地」にしたいと考えている。

何事にもとらわれない柔軟な発想が、酒造りの可能性を広げている。



3 柔軟な発想で酒造りに取り組んでいる

4 東北に伝わるどぶろく製法「花酏」とビールの製法をかけあわせたhaccobaの酒



お米と麴の味を際立たせたやさしい味わい

コミュニティという 点結び付いて、 やがて大きな文化に

自由な発想で酒造りを展開する haccoba だが、飲む人に「おいしい」と思ってもらえる酒を造るという軸は決してぶれない。

「うち是一般的な酒蔵と比べると、圧倒的に小規模で醸造量も少ない。その分、小回りが利きます。味や質

を追求するためにいろいろなことにチャレンジできる。それがお酒のおいしさや楽しさにつながっていくと思っています」。

いくら小規模がいいといっても、ファンが増えれば醸造量も増やさなくてはいけなくなる。必然的に蔵の規模も大きくせざるを得ないのではないか。

佐藤氏の考えは異なる。

「規模を大きくしていく以上に、こ

の土地、地域にしっかりと根っこを生やし、続けていくことが大事だと思っています。続けていくことが、新しい文化を生み出すことにもつながっていくはず」。

さらにエネルギー問題や気候変動などのグローバルな社会課題についても、「酒」というツールを通じてカジュアルに考えるきっかけをつくってあげたいと思っている。

一方で、拠点を増やしていきたいという考えはある。

「小高区から拠点を移すつもりはありませんが、隣町の福島県浪江町に2つ目の酒蔵を作り、3年後には3つ目の酒蔵を海外に作りたいです。会社を大きくするよりも継続し、haccoba のほかにもあちらこちらで同じ考えや価値観を持った人たちが酒造りをする。そのために、起業する人のサポートもしたい。そして、それらの点がいつか大きな面になればいいなと思っています」。

小高区に誕生した haccoba は、「酒造りを通じた新しい地域コミュニティと文化の創造」という大海原にこぎ出したばかりだ。



* 南相馬市小高区は避難指示の解除後、生活が再開されたが人口は3分の1程度で、風評など課題が山積。

* 福島県原子力被災12市町村で横のつながりが少ない。

* haccoba が街の「新しいコミュニティ」となり、社会課題に思いをはせるきっかけをつくる場になれば考えた。

* つながりの機会を活発化させるために、自由な酒づくりを行う酒蔵を増やす。

* 地域の人たちに愛される酒を造り、「自由な酒造りが楽しめる土地」に。地域が抱える諸問題について「酒」というツールを通じてカジュアルに考える場に。

* 酒の造り手が増えることで、人と人、地域と地域の交流の活発化や移住者の増加が期待できる。

20

福島県葛尾村

葛尾の伝統食を世界へ 両親が思い描いた夢を引き継いだ姉妹の挑戦

有限会社ふるさとのおふくろフーズ



村の伝統食を 県内外に広めるため 主婦6人が製造に着手

1979年に当時の大分県知事、平松守彦氏が提唱し、全国へと広がりを見せた「一村一品運動」。地域振興や活性化を目指し、各自治体が特産品などを製造してアピールした活動で、1990年に製造を始めた「葛尾の凍みもち」も、この運動から生まれた。

その先頭に立っていたのが、2022年に亡くなるまで有限会社ふるさとのおふくろフーズ代表取締役を務めた松本富子氏。現在は長女・松本智恵子氏、三女・松本裕子氏が事業を引き継いでいる。元々農家だった富子氏が凍みもちの製造・販

売に力を入れた理由を、智恵子氏が教えてくれた。

「当時、母が所属していた『すずらんグループ』という会がありました。そこで、一村一品運動として葛尾村でも何かやれないかという意見が出て、村の伝統食である凍みもちをア

ピールしようとなったようです」。

グループには20~30人が集まっていたが、実際に凍みもち製造に関わったのは発案した富子氏を含む6人だった。当初はすずらんグループを母体に「おふくろフーズ」として凍みもちのみを製造していたが、その



松本富子氏から事業を引き継いだ長女・智恵子氏(左)と三女・裕子氏(右)



食品関連業

再建

地域資源活用

地域振興

事業承継

有限会社ふるさとのおふくろフーズ

ユウゲンガイシャフルサトノオフクロフーズ

業種 食料品製造業

代表者 松本智恵子氏[代表]

所在地 福島県双葉郡葛尾村大字野川字湯ノ平41

TEL 0240-29-2154 WEB 無し

創業年 1998年 資本金 300万円

従業員数 5人 売上高 非公開

企業概要

自治体の特産品などを製造してアピールした「一村一品運動」の流れの中で、1990年に主婦たちのグループが葛尾村の伝統食である「凍みもち」を特産品として売り出した。1998年、グループを法人化して有限会社ふるさとのおふくろフーズを設立。2011年、東日本大震災と福島第一原子力発電所の事故により全村避難となり休業。一時は材料の入手も困難となったが、2017年に新工場が完成して凍みもちの加工を再開した。

後、生もちやつくだ煮、梅干しなど製造する品目が増加。グループ活動という範ちゅうを超える規模になったため、1998年に法人化し、ふるさとのおふくろフーズが誕生した。

ふるさとのおふくろフーズの商品は口コミで評判が広がり、2011年には8,800連の凍みもちを製造するまでとなった。1連は12枚なので、その数は10万5,600枚に上る。会社としても順調に売り上げを伸ばしていたところで、東日本大震災が起きる。

「3月中旬は乾燥が終わり、出荷をスタートさせる時期。地震で建物が壊れるなどの被害はありませんでしたが、乾燥のため屋内につるしていた凍みもちが床に落ちてしまいました。そして福島第一原子力発電所の事故があり、凍みもちの心配よりも放射能に対する不安の方が大きかったです」（智恵子氏）。

福島第一原子力発電所の事故から



東日本大震災以前は順調に売り上げを伸ばしていた

2日後の3月14日、葛尾村には全村避難指示が出された。松本さん一家も避難を余儀なくされたが、富子氏は最後まで避難を拒んでいたという。

生まれ育った故郷を離れなければいけないつらさに加え、今までがんばってきた凍みもち作りが今後できるのかという不安。先行きの見えないう状況で、葛尾から避難しなければいけなかった当時の富子氏の心中は複雑だったに違いない。

必ず葛尾で復活させる。 母親の強い意志に 娘たちも継承を決意

被災時に製造していた凍みもちも、出荷できる状態のものも多くあった。それを顧客の元に届けたいという思いもあり、各機関で放射能検査を実施し、いずれも不検出を確認。しかし、出荷前の凍みもちの多くは破棄しなければいけなかったという。トラックいっぱい積まれた凍みもちを見送り、涙が止まらなかったそうだ。

両親が受け入れていた多くの親戚は途中まで一緒に避難をしていたが、途中からばらばらとなり、智恵子氏は両親、長男夫婦らと一緒に福島県郡山市の借り上げ住宅で生活。一方、裕子氏は自身の家族と福島県三春町のアパートで避難生活を始めた。いつ葛尾村に戻れるか分からない状況は続いていたものの、富子氏は凍み

もちの製造再開へ向けて動き出していたという。

「避難してから1年後に、凍みもちの原材料の一つである『ごんぼっぱ(オヤマボクチ)』の苗をインターネットで取り寄せたんです。そして届いた苗をプランターに植えて育て始めました。そのころには常連客の皆さんから、葛尾の凍みもちが欲しいという声をたくさん頂くようになりました。避難先で再開してほしいというお客さんの声もありましたが、葛尾の凍みもちを葛尾で作るという母の強い意志もありましたので、葛尾に戻って作るため、できる範囲で準備を続けていました」（智恵子氏）。

全村避難指示が出てから5年が経過した2016年5月19日、帰還困難区域を除く地域について、6月12日に避難指示が解除されることが発表された。ふるさとのおふくろフーズ再建へ向けた動きも本格化する。かつての工場は野生動物に荒らされる被害を受けていたが、富子氏は自ら新工場の設計図を何枚も描き記すなど積極的な動きを見せていたという。「パッケージのシールに書かれた文字は、父が書いたもの。母は『葛尾の凍みもちがお父ちゃんの書いた文字と共に県内外、そして世界中に広がってほしい』と願っていました」（裕子氏）。

全村避難が解除になる約3カ月前。



1 避難先では葛尾で製造再開するための準備を続けていたと語る智恵子氏
2 葛尾の凍みもちに対する母・富子氏の思いを語る裕子氏

役場職員だった智恵子氏は体調不良により退職する。同時期、裕子氏も事務を担当していた医院が閉院した。偶然にも2人が同時期に前職を離れることになり、それぞれの思いも凍みもちの復活と、今まで積み上げてきたふるさとのおふくろフーズの再建へと向かっていった。

原料確保の困難に直面するも周囲の協力で解決

再建へ向けて動き出したふるさと

のおふくろフーズだが、課題も多かった。中でも凍みもちの原材料となるごんぼっぱの確保には苦労が多かったという。富子氏が苗を育てていたが、育てるスペースは少なく十分な量は確保できない。かつて仕入れていた農家に連絡を入れてみたが、栽培をやめたところが多かった。

工場を立て直しても材料がなければ製造はできない。富子氏たちは、除染が行われた安全な場所で自生しているごんぼっぱやヨモギを収穫し、放

射能検査にかけて安全性も担保しながら確保していった。そんな地道な活動をしていたところ、常連客がふるさとのおふくろフーズ再開の話を聞き、避難先の長野で採れたごんぼっぱの種を送ってくれるという話が飛び込んでくる。さらに、地元で栽培を続けていた人たちからぜひ使ってほしいという話が増え、製造のめどが立ったという。

「凍みもちの製造が始まることを聞き付けた人が、仮設住宅の庭先でプ



3 販売スペースに並ぶ凍みもち
4 葛尾のそばとうどん
5 葛尾の豆ときなこ
6 梅干しや豆菓子など

ランターに栽培したものを持ってきてくれたこともありまして。ごんぼっぱやヨモギを採取している私たちを見た村の人が「がんばってんなあ」とねぎらいの言葉をかけてくださり、見守っていただいているなど感じました。周りの方々の応援には本当に感謝しています」（裕子氏）。

周囲の助けにも恵まれ、2017年2月に新工場が完成し、凍みもちの製造を再開。最初に出荷した1,000連（1万2,000枚）は1週間で完売した。

「先輩たちの協力も得て、無事に作り終えて、完売した。ほっとした気持ちとともに、これで大丈夫という自信ができました」と裕子氏。智恵子氏は「私たちは、母を含めた先輩たちがつくってくれたルールに乗っかっているだけですが、自分たちもやっていけるという確信を持ってました」と当時を振り返る。

再開から6年目を迎えた2022年は、8,000連（9万6,000枚）を製造するまでとなった。凍みもち以外の商品も被災前の状態に近づいているという。智恵子氏と裕子氏は近い

将来、母親たちが達成した過去最高となる8,800連を超えることを一つの目標に、両親が他界した今、「私たちが作った凍みもちがロケットに乗って星まで届くといいな」と願っている。

「今後も、再開後に1,000連を作った時の気持ちを忘れずに凍みもちを作り続けることが大事だと思っています」と智恵子氏、裕子氏は口をそろえる。今後は、凍みもちのいろいろな食べ方も広めていきたいという。ちなみに、凍みもちの一般的な食べ方は、冷水に一晩浸して戻し、水を切ってフライパンやトースターなどで焼き、好みの味付けをするというもの。長期保存も可能であり、非常食として利用することもできるという。

「料理研究家の栗原はるみさんが、テレビ番組で凍みもちを紹介してくれたんです。著名な料理家が扱ってくれる商品を作っていると思うと誇



2017年に完成した新工場

らしい気持ちになります。でも、凍みもちをもっと簡単に食べられないかという意見も多く聞きます。水で戻すということはどうしても外せませんが、アイデア次第で、ごはんにもお菓子にもなります。ぜひ皆さんとレシピを共有していければと思います」（裕子氏）。

その取り組みに賛同し、郡山女子大学の学生が凍みもちの食べ方の研究を始めている。すべては、葛尾の凍みもちを県外へ、そして世界へと広めるため。母の意志を継いだ娘2人は、母たちが残した味を守りながら、次なるステージを見据えている。



- * 福島第一原子力発電所の事故によって全村避難を余儀なくされ、材料入手困難のために生産を継続できなくなった。
- * 保存食としても活用されている凍みもちは、一度水で戻してから調理をする必要がある。それでも袋を開けてすぐ食べたいという声も多い。
- * 自ら原材料の苗を購入して生育をスタート。除染が完了しているエリアに苗を定植し採取した。
- * 水で戻した後どのように調理するかのアレンジを増やしていくことに着手。地元の女子大学の学生も参画している。
- * 製造再開の動きを聞き付けた常連客やかつての仕入れ先から連絡が届き、製造が可能になる量のごんぼっぱを確保できた。
- * 料理番組で著名な料理研究家が凍みもちのアレンジレシピを紹介。学生が考案したレシピなども発信して凍みもちの魅力を広めていく。

21

福島県浪江町

「なみえ焼そば」ブームに流されることなく 強固な基盤を再構築

合資会社旭屋



東日本大震災から 約4カ月で仮事務所設立も 売り上げは立たず

歯応えのある極太麺と濃厚ソースが絶妙にマッチする「なみえ焼そば」。具材はもやし、豚肉とシンプルだが、福島県浪江町では古くから労働者や地元民の胃袋を満たすソウルフードとして親しまれてきた。この商品に欠かすことのできない極太麺を製造してきたのが合資会社旭屋だ。

1935年の開業当初は米穀店だったが、1953年に合資会社となってから製麺業も始めた。その後、福島県認定の学校給食工場となり、麺の給食配送業務にも携わるようになる。そして、1982年に誕生したのが、「なみえ焼そば」のルーツとなる

「太っちょ焼そば」だった。

「町の青年部が、商標登録されている『太っちょ焼そば』でB-1グランプリに申請しようとしたところ、いろいろな障害があってできなかった。そこで、地域ブランドという形で『なみえ焼そば』という名称が生まれたんです。旭屋代表の鈴木昭孝氏は振り返る。

2010年にB-1グランプリへ初めて参加。思うような結果には至らなかったが、「次こそは」という意気込みで再挑戦の準備を進めていた時、東日本大震災が起きた。地震の影響で蔵が倒壊し、工場内の機械が倒れて配管は大きく破損したという。

「ちょうどB-1グランプリへ向けて工場の拡張工事を行っている時でした。春休み直前で学校給食が落ち着

く時期だったこともあり、この時期を選んだのですが……」。

福島第一原子力発電所の事故の影響で自身も避難生活を余儀なくされた鈴木氏。県内を転々とした後に、東京にいた姉家族の元へ避難した。

「同業者と連絡を取り状況確認はしていましたが、1カ月は何もできませんでした。でも何かしなければと思い、大手メーカーへ今までしたことが無かった飛び込み営業をしたんです。うちの小さな会社がアポ無しで大手に行っても普通は門前払いとなるでしょうが、どの会社も話を聞いてくれたのはうれしかったですね」。

すぐに取引につながることは無かったが、「担当者と顔見知りになったことで間口が広がったので、やっ



食品関連業

再建

新商品開発

EC推進

情報発信

合資会社旭屋

ゴウシガイシヤアサヒヤ

- 業種** 食料品製造業 **代表者** 鈴木昭孝氏[代表社員]
- 所在地** 本社：福島県双葉郡浪江町大字権現堂字上柳町11 相馬工場：福島県相馬市馬場野字雨田166
- TEL** 0244-32-1631 (相馬工場)
- WEB** <https://asahiya.com/>
- 創業年** 1953年 **資本金** 280万円
- 従業員数** 15人 **売上高** 1億9,000万円

企業概要

1935年開業の米穀店「鈴木旭商店」が、1953年に米穀と製麺業を営む会社として合資会社旭屋を設立。1966年、福島県学校給食認定工場として麺の給食配送業務を開始。2011年の福島第一原子力発電所の事故により避難・休業を余儀なくされたが、2012年に福島県郡山市で営業再開、2013年、第8回B-1グランプリでなみえ焼そばがゴールドグランプリを受賞し、全国出荷開始。2015年、相馬市に工場を建設し、学校給食・ゆで麺の製造を始める。2022年9月、浪江町に新築した新工場が稼働。

て良かったと思います」と鈴木氏は話す。

その後、鈴木氏は家族を東京へ残し、浪江町が拠点を置いた福島県二本松市へ移り、会社の再建へ向けて準備を進めていく。一時立ち入り許可された時に浪江へ戻り、家から印鑑や通帳、取引先の住所録などの書類を持ち出した。そして東日本大震災から約4カ月後、郡山市に仮事務所を設立。少しずつ麺の注文は入ったが自社工場が無く外注したため、売り上げは立たなかったという。

B-1グランプリ優勝のブームを冷静に捉えた経営判断が活路開く

会社の再建へ動き出したものの、これまでの基盤となっていた学校給

食や企業食堂への配給は止まったまま。自社工場建設のめども立たず、苦しい経営が続いた。

そうした中で迎えた2013年11月、第8回B-1グランプリで「なみえ焼そば」が見事ゴールドグランプリを受賞。一躍全国区になった浪江町のソウルフードに、注目が一気に高まった。

「グランプリを受賞した時も自社工場は無く、お世話になっていた二本松の製麺所さんに外注していました。グランプリ受賞で売り上げが伸びたのは確かですが、外注だったので利益につながることはありませんでした」。

しかし、鈴木氏は「グランプリ受賞後のブームに乗っていたら、会社は存続していなかったのではないかと、冷静に振り返る。

「ブームに乗って利益を上げていたら、問屋をはじめ取引するお客さんを間違えてしまっていた可能性は高い。確かに、グランプリを取った後の盛り上がりは本当にすごかったですが、自社工場も無くどん底から抜け出せない状況で、このブームが長く続くことは無いと冷静に考えられたことは大きかったです」。

鈴木氏の予測通り、ブームは1年ほどで終息を迎えた。その背景には、福島第一原子力発電所の事故の影響があった。東日本大震災前の2010年10月時点での浪江町の人口は約2万1,000人。その全住民が避難したことで町の様子は一変した。

「過去にB-1でグランプリに輝いたり、話題を集めたりした地域ブラン



極太麺と濃厚ソースが特徴的なみえ焼そば



会社再建への道のりを語る代表社員の鈴木昭孝氏



基盤事業の学校給食配送業務が再建への道を切り開いた

くしまみらいチャレンジ」への参加も、業績アップに弾みをつけた。「大手への流通網を持たないうちのような会社がプロジェクトに参加することで、高級スーパー向けの商品開発が行えるような仕組みができたことも大きかったです」。

その中で、「^{おやじ}親父の小言みそらーめん」「とまとらーめん」といった新商品の開発販売にも着手。2017年には酒類販売業免許を取得し、浪江の企業3社と地元の復興を願い製造した清酒「親父の小言」の小売り・卸売りを始めるなど、新しいチャレンジも積極的に行っている。

「学校給食という基盤があるからこそ、『なみえ焼そば』の枠にとらわれない商品開発ができています。これからはネット販売にも力を入れていきたい」と鈴木氏。

数年前からネット販売の重要性は分かっていたが、新型コロナウイルス感染症拡大により、高速道路のサービスエリアや道の駅でのアピールが十分にできなくなったことで改

ドは、地元が存在して街全体で盛り上げてくれた。しかし、受賞当時の浪江には人が住むことすら許されていなかった。そんな状況で地域ブランドとしての『なみえ焼そば』を根付かせることは難しかったと思います」。

被災後にグランプリ獲得へ向けて努力を続け、受賞という結果を残し、復活への起爆剤と思われた「なみえ焼そば」でも苦しい状況を打破できなかった。だが、東日本大震災前から会社の基盤事業となっていた学校給食の配送業務が旭屋を救うことになる。

「なみえ焼そばのブームが下火になったころ、相馬市で学校給食を担当していた会社から、高齢を理由に会社の再建を断念するので、事業を引き継がないかという話を頂いたんです。今後また大きな災害があっても、町がある限り学校は無くならないと考え、初心に返って学校給食を基盤にしようと決めました」。

2015年3月に事業を譲り受けた会社の跡地に自社工場を建設。同年9月に操業が始まり、会社はどん底から少しずつはい上がっていった。

苦境に立たされても、時代に合った販売促進戦略でアピールし続ける

麺の学校給食配給という基盤を取り戻した旭屋。ちょうどそのころ、

ブームが落ち着いた「なみえ焼そば」を常磐自動車道の南相馬鹿島サービスエリア内の施設「セデッテかしま」で取り扱うことも決まった。

「多くの人が立ち寄るサービスエリアや道の駅での取り扱いは本当にありがたいです。2020年には浪江の道の駅もオープンして、そちらでもいいアピールができています」と鈴木氏。

事業者の思いがこもった製品を全国へ情報発信するプロジェクト「ふ



1



2



3



4

1 相馬工場の外観 2 ミキシングの工程 3 麺生地のを平らにする 4 薄くした麺生地のを機械で切り出す



5 人気商品の「なみえ焼そば」 6 「親父の小言みそらーめん」など新商品の開発も



これからも学校給食を基盤に新商品開発やネット販売にチャレンジする



めて痛感。2020年にはSNSを活用したファンクラブを立ち上げ、2021年からはInstagramを活用したライブ配信を行うなど、従来とは違うアプローチにも取り組んでいる。

「インターネットを活用した情報発信ができる時代であれば、使わない理由は無い。世界中に広がるネットワークを使って、商品を知ってくれ

る人が一人でも多く生まれ、『なみえ焼そば』をはじめとしたうちの商品を食べてみたいと思ってもらえればと思います。すぐに売り上げに直結するものではありませんが、目に見えない効果は絶対に生まれるはずで

す」。2019年の台風19号、2022年3月の福島県沖地震で、相馬工場は大きな被害を受けた。コロナ禍とい

う先の見えない状況も続いている。それでも会社を存続させるため、鈴木氏は固定観念にとらわれず行動を続ける。

2022年9月には故郷・浪江の新工場が操業を始め、浪江地区の学校給食配給も再開するという。鈴木氏の「会社を守る」というぶれない精神がある限り、旭屋は健在だろう。



- * 自社工場の製造ラインを喪失したことで、これまで培ってきた製造、流通というルートを活用できず、外注に頼りながら再建を模索。
- * 「なみえ焼そば」ブーム沈静化後の状況、コロナ禍での飲食需要の変化などを通じて、商品販促に課題。
- * 相馬市で学校給食の配送を行っていた会社から、事業、土地の譲渡が決まる。自社工場の再建がかない、製造・流通ラインが復活。
- * SNSを活用したファンクラブを設立。インターネットを活用した商品アピール戦略を取り入れる。
- * 麺の学校給食ならびに企業食堂への配送という基盤が再構築される。これにより、新商品開発などへの取り組みも積極的に行えるようになった。
- * 公式Instagramのフォロワー数は5,000人以上。ファンクラブの人数も徐々に増え、効果が見え始めている。

22

福島県双葉町

「無いものはつくる!」 被災後町内初のホテルを活性化の起点に

株式会社アルムシステム



「ビジネスホテル進出」 北海道から縁のある 双葉町の支援に

1988年に北海道帯広市で創業し、道内で居宅介護サービスや不動産賃貸を手がける株式会社アルムシステム。2013年に太陽光発電事業、2015年にバイオガス発電事業、2018年にホテル事業を始めるなど、経営多角化を進めている。

1996年ごろから福島県郡山市の企業と業務提携を結び、郡山市内でも介護事業を展開していたが、東日本大震災により状況が一変。発生直後の心境を、代表取締役の清信祐司氏が語る。

「郡山がどんな状況になっているか一切分からず、電話をしても連絡が

つかないので大変心配していました。テレビで現地の様子を見て初めて状況が分かって、これは大変だと」。その後、福島第一原子力発電所の事故が発生。「食べ物の心配がありましたので、電話がつながるようになって

から、介護事業を行っている事業所のスタッフ宛に牛乳や生鮮品を届けました」。

その後も福島への支援を考えていた清信氏。2020年に提携先の企業から、全町避難中の双葉町が企業誘



代表取締役の清信祐司氏

サービス業

地域振興

被災地進出

交流人口拡大

雇用促進・拡大



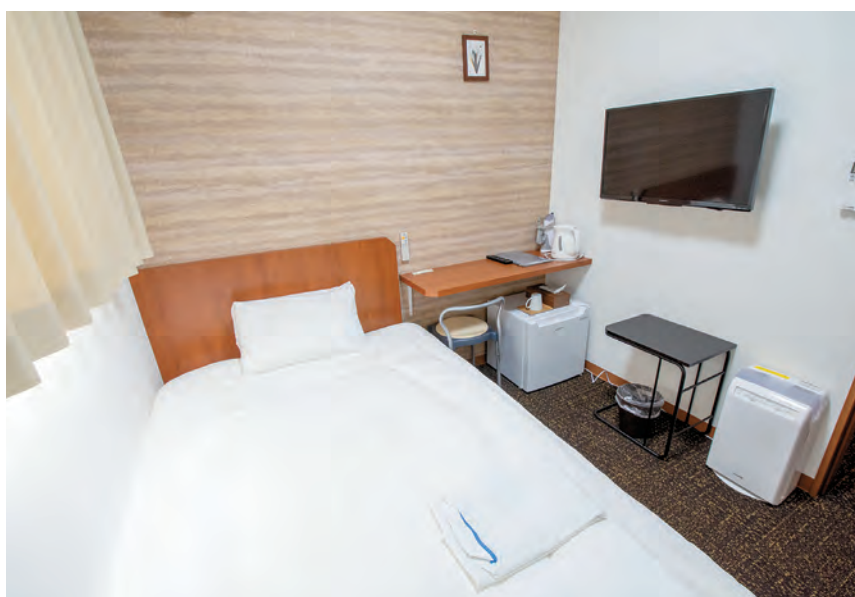
株式会社アルムシステム

カブシキガイシャアルムシステム

- 業種** 宿泊業 **代表者** 清信祐司氏 [代表取締役]
- 所在地** 本社:北海道帯広市清流西2-19-4
- TEL** 本社:0155-47-0953
- 所在地** ビジネスホテルARM双葉:福島県双葉郡双葉町中野堂ノ前31
- TEL** ビジネスホテルARM双葉:0240-23-6040
- WEB** <https://www.armsystem.co.jp/> **創業年** 1988年
- 資本金** 4,340万円 **従業員数** 458人 **売上高** 非公開

企業概要

北海道帯広市を拠点とし、不動産賃貸事業、高齢者向け福祉事業、太陽光発電事業、ホテル運営事業など幅広く展開する。帯広で複数のホテルを運営しているノウハウを生かし、2021年に福島県双葉郡双葉町に「ビジネスホテルARM双葉」を開業。「地域の発展とともに地域に必要とされる人間・会社を目指す」ことを企業理念としている。



はいえ、全町避難が続いていた町で宿泊施設を開業するという決断にはどんな思いがあったのか。清信氏はこう語る。

「町役場の方とやりとりして交流が深くなるうちに、町が活力を失っているという実情を知りました。双葉町に住んでいた人は大変な苦しみを経験されており、避難指示が解除されたからといって、なかなか戻ってこないだろうと。われわれのようなよそ者ががんばって雇用の場を生み出すことで、長期的な支援にもつながるのではないかと思います」。

ビジネスホテルARM双葉は木造2階建て3棟、延べ床面積2,469㎡で、客室は134室。地域に元々住んでいた方が訪れることを想定し、高齢者用にバリアフリー対応ルームも設ける。元住民の宿泊が少ないのでまだバリアフリー対応ルームの利用実績は無いが、いつでも受け入れる態勢は整っている。

食堂では1日一つ、北海道の食材を使ったメニューを提供している。「以前から福島の方に北海道の農産物を送ると大変喜んでもらっていたので、北海道に本社を置くホテルの一つの特色として続けています」。それと同時に、福島第一原発原子力発電所の事故による風評被害に苦しむ生産者を支援しようと、福島県浪江町の請戸漁港で獲れた魚介を使っ

致のために産業用地を整備しているという情報を得て、視察に訪れる。祖父母と父親の出身地という縁のある福島県南相馬市に近いことから運命を感じて双葉町への進出を決め、町と立地協定を締結する。

「うちの事業の中で何かやれるものがあるのか考えたとき、復興を進めるには宿泊できる場所が必要だろうし、ホテルなら役に立てるかもしれない。町とやりとりして、産業用地はホテルを建ててもいい場所なのか聞いたところ、ぜひお願いしたいということだったので事業計画を組みました」。

南相馬市に近いとはいえ、右も左も分からない双葉町。「地域の事情やニーズ、どういうお客さんが泊まり

そうかということなど、町の方からいろいろとアドバイスを頂きました。当面は除染作業や復旧・復興工事に関わる人、東京電力および関連会社の人の利用が多だろうと見込み、单身シングルの利用を想定した客室構成とした。

2021年4月、「ビジネスホテルアルムARM双葉」が完成。5月1日に営業を始める。当時のことを清信氏は「住民ほぼゼロの中で不安もありましたが、地域からの期待も感じたので励みになりました」と振り返る。

誰も住んでいない町での開業。その思いと苦しい現状

工事関係者の利用が見込まれたと



1 落ち着いた雰囲気のレストラン 2 朝食はビュッフェ形式 3 アルムシステムならではの、北海道の新鮮な農産物 4 ご当地グルメの「なみえ焼きそば」や、北海道の食材など、名物は看板でアピール

たメニューも定期的に用意する。

開業から1年半がたったが、「同じ福島の被災地でも地域間競争があり、これまでの実績は想定を下回っています」と清信氏。「双葉町にはうちのホテルしかありませんが、周辺の町には復興事業に従事する方をターゲットにするホテルはたくさんあり、そこと競争した場合、町に何も無いのでどうしても不利ですね」と苦い表情を浮かべる。

2022年夏現在、産業復興や観光交流の中核施設で、フードコートや土産物店、貸事務所や会議室が入る双葉町産業交流センターがあるほかは、周辺には整地された野原と道路しか無い。誰も住んでおらず夜は工事車両も通らない「静けさ」と、住居や街灯の明かりが無いこの地でしかお目にかかれない「星空の美しさ」が

印象的だと清信氏。今しか体験できない観光資源ともいえるが、ますますの努力を星空に誓うのであった。

動き出した町に必要なものを、地域や他の事業者と共同で創出

福島県内で唯一、全町避難が続いていた双葉町。2022年8月30日、帰還困難区域のうち特定復興再生拠点区域(復興拠点)の避難指示が解除された。福島第一原子力発電所の事故から11年半、やっと居住が可能となったのだ。

避難指示が解除されたからといって、すぐに住民が戻ってくるわけではない。清信氏はホテル建設の段階から、町に必要なものがまだ整備されていないことを実感していた。

「コンビニなど日常生活を営むために必要なインフラがありませんし、今

後戻ってくる住民に向けたレクリエーションとなるものも、人々が集まる機会も無い。観光の売り物になるものも無い。町自体が動いていなかったのでは仕方ないですが、これからそういうところを町に要望し、できることは自分たちで取り組まなければいけないとも思っています」。

「できることは自分たちで」の一環として、ビジネスホテルARM双葉の第2期工事に着手。人工温泉と居酒屋、さらにはレジャーやレクリエーションに訪れる人向けのツインルームを中心とした客室の増築を進めており、2023年4月の完成を予定する。

「双葉町に1日、2日帰しても誰かに会える場所や機会はまだ無いと思いますが、同じホテルに宿泊していれば温浴施設で会えたり居酒屋で

会えたりと、交流が生まれるかもしれないですね。そういうことが、東日本大震災後、初めて双葉町にできたホテルの役割だと感じています」。

2022年春にはコンビニの誘致を嘆願する署名活動を行った。これも2023年には実現させるべく、「どこも来てくれないんだったら、自らやろうという気持ち」で、コンビニ大手と交渉している。

一方で、継続的な町づくり、ひいては自社のホテル事業を継続するためにも、地域に事業者が増えていくことが欠かせないと考えている。「何でもかんでも自社でやるのではなく、例えばホテルの中のお土産屋さんやカラオケボックス、スナックなどは地域の方にやっていただくなど、役割分担をしながら地域をつくること、ホテルの長生きにつながると考えています」。

この町に必要な企業となり、復興の主人公と共に歩む

自身のルーツが南相馬市にあり、

郡山市に業務提携先があったことから、北海道の企業でありながら双葉町の復興に大きく関わるようになった。行政の人たちはどのような反応を示しているだろうか。

「いろいろ声をかけてくれるので、民間企業が、しかも北海道から来て復興に携わっていることをありがたいと感じてもらっているんだというのは、折に触れひしひしと感じています。この地域にはアルムシステムが、アルムのホテルが必要だと思ってもらって、共に栄えていくことを目標にやっていきたい」と清信氏。

企業としては事業の収益、継続性も感情抜きで考えなければならない。そこも経営者として当然、そろばんをはじいている。双葉町に限らず地方でのビジネスについて、「土地代が安いということがまずあります。仕事さえ見つかれば田舎暮らしがしたいという方も多いので、雇用もそれなりに見込めます」と明かす。「特に、復興に関する土木や建設の仕事に比べてサービス業の求人はあまり無いので、サービス業に就きたいという

方の選択肢になります」とも。

アルムシステムという受け皿があることで、ここで働くことを選んだ人たちが、町の復興、発展に携わっていく主人公であるべきだとも考えている。「私みたいに1カ月に1回しか来ない人がそれらしいことを言っても長続きしないでしょう。町に戻ってきた人たちが、新しく町で暮らし始めたうちの従業員とも一緒にアイデアを出したり、楽しみを見いだしたりしてもらいたい」。

双葉町がこれからどのように発展してもらいたいかと清信氏に問う。「月並みかもしれませんが、『この町に戻ってきて良かったねえ、住んで良かったねえ』と言われる地域になってもらいたいですね」。

「良かった」は「よかった」の方言で、北海道でも福島でも使われる。今はただ静寂と星空が広がる双葉の地に、いずれ、ホテルの湯に漬かり、居酒屋で酒をくみ交わし、笑顔で「良かったねえ」と言い合う人たちの声が響き渡るだろう。



- * 北海道から右も左も分からない双葉町にホテルを進出することになった。
- * 同じ福島県の被災地でも地域間競争があり、ビジネスホテルARM双葉と交流センターの他には何も無い双葉町は不利で、利用実績は想定を下回る。

- * 地域の事情やニーズ、想定客層など、町の職員からアドバイスを得る。
- * 日常生活のインフラや観光の売り物の整備を町に働きかけるとともに、できることは自分たちで取り組む。

- * 除染作業や復旧・復興工事に関わる人向けに、単身シングルの利用を想定した客室構成とした。
- * 人工温泉と居酒屋、ツインルームを中心とした客室の増築を進め、コンビニ大手と交渉。

23

福島県大熊町

経営的な視点で農業を見直し 人と機械が役割分担して働く

株式会社ネクサスファームおおくま



新たな町の産業構築へ。 食のプロフェッショナルが 経営に尽力

東日本大震災により発生した福島第一原子力発電所の事故。発電所の施設が立つ大熊町は、大きな被害を受けた未曾有の出来事から10年以上が経過しても、町の約5割の面積が帰還困難区域に指定されている。避難を余儀なくされた住民約1万人に対し、2022年10月現在の町内居住推計人口は1,000人にも満たない。

このような厳しい状況の中でも町は、復興に向けて着実に歩みを進めている。町は「特定復興再生拠点区域復興再生計画」を2017年10月、国に申請。翌月には認定を受け、復興へ歩み始めた。その復興再生計画

に含まれる「営農再開」の先駆けがイチゴの栽培だ。

原子力発電所が地域雇用を創出し、産業基盤をつくり上げた大熊町だが、古くから農業や果実の生産も盛んだった。町には、「フルーツの香り漂うロマンの里」というキャッチフレーズもあった。

町の伝統産業である農業を新たなビジネスとして確立し、復興をアピールして、雇用を生み出すことで町民の帰還を促す。その事業を行うのが株式会社ネクサスファームおおくま。町が100%出資する第三セクターとして、町が整備した施設を借用する形でイチゴの栽培を行っている。

その工場で指揮を執っているのが取締役兼工場長の徳田辰吾氏だ。元々料理人でもある徳田氏は、さま

ざまな食のビジネスに携わってきた。東日本大震災後、宮城県の商品加工会社の再建に尽力し、黒字化するまで経営を立て直した実績を持つ。

そんな徳田氏にかつての仕事の先輩から、大熊町でイチゴ栽培を行うので、協力してもらいたいという話が届く。しかし、すぐに受けることはなかった。

「話をもらった時は一度断ったんです。イチゴ栽培に興味がありませんでしたし、自分が納得できる内容ではなかったから。その後、大熊町の考えを聞かせていただいたり、自分の仕事に対するスタンスを伝えたりとやり取りさせていただき、双方納得の形で参加させていただきました」。

数多くの食のビジネスに関わってきた徳田氏には3つのこだわりがあ



農林業 再建 市場・商流開拓 風評対策 DX 地域振興
 スタートアップ 人材育成 作業効率・生産性向上

株式会社ネクサスファームおおくま
 カブシキガイシャネクサスファームオオクマ

業種 農業 代表者 島和広氏 [代表取締役]
 所在地 福島県双葉郡大熊町大字大川原字西平2127
 TEL 0240-23-7671
 WEB <https://nexus-f.co.jp>
 創業年 2018年 資本金 2億8,000万円
 従業員数 18人 売上高 9,940万円

企業概要

大熊町より太陽光利用型植物工場を借り受け、イチゴを栽培・販売する。2019年から生産を開始。経営的な視点で農業を見直し、人と機械の分業化で誰でも働ける、安定的で継続可能な農業を目指している。「ポットスライド型高設養液栽培」により労働負荷を軽減し、農作業を楽にする工夫を行っている。「環境制御システム」を導入し、栽培環境、作業環境、経営環境のバランスを考えた効率的な栽培を実施。



1 イチゴ栽培は「営農再開」の先駆け
 2 取締役兼工場長の徳田辰吾氏は食のプロフェッショナル

る。1つは、家族を養えるだけの収入を得て生活ができるか。2つ目は、つらいことがあっても、嫌なことがあっても、自分のモチベーションを保ち楽しんでできるか。最後は、自分のやる事が誰かのためになるか。「イチゴ栽培に関わろうと決めたのは、この条件がそろったことが決め手だったと教えてくれた。

24時間コンピューター管理で、夏秋イチゴの栽培に成功

ネクサスファームおおくまは、イチゴの栽培工場としては東北一となる敷地面積約4.8haを誇る。栽培施設および栽培関連施設は約2.8haで、約15万株のイチゴが栽培可能だ。施設内では、1株1ポット栽培を行う「ポットスライド型高設養液栽培」を採用。地上から約1mの高さに設置されたベンチにスライドコンベヤーでポットをセットしていく。

イチゴ栽培を行うビニールハウス内は24時間コンピューターで管理されており、水と肥料を混合した養液も自動で一株ごとに給液パイプを通して供給される。室内には約60個のセンサーを設置し、温度、湿度、日射量、二酸化炭素などを感知。その数値を基に、天窗、保温カーテン、遮光カーテン、ミスト、循環扇、ヒートポンプ、加温機、LEDライト、CO2局所制御、株元温度制御などが連動し、イチゴにとって最適な環境が整えられている。

収穫後は、5℃に設定された予冷库で鮮度を保ち、放射性物質非破壊検査装置で全量検査を実施。4kgから5kgのイチゴをおよそ1分で検査し、終了したもものから一粒一粒重さや形、色、傷のルールによって選別され、トレーに並べられるという。ここまで徹底した品質管理を行うのは、福島でも安全なイチゴを栽培できる

という証しであり、販売先の安心感につながるためだ。

充実した設備を整えたことで、この地域では困難といわれた「四季なりイチゴ(夏秋イチゴ)」の栽培を可能にしている。消費者がよく目にするものは「一季なりイチゴ(冬春イチゴ)」で、冬から春に栽培、収穫されるもの。「四季なりイチゴ」は、洋菓子店などに提供され、ケーキなどに使われている。

「初めて計画の概要を見た時は、冬春イチゴのみの栽培が予定されました。しかし、農業という視点だけではなく、植物工場のビジネスモデルをつくる上では、需要がある夏秋イチゴの栽培も重要でした。お客さまのニーズを調査し、ニーズに合ったイチゴについて、いかにして生産できる設備、生産方法をつくり上げるのが重要となります。

冬春イチゴは赤く熟した状態、夏



3 給液パイプを通して養液を自動供給 4 ハウス栽培用のヒートポンプ 5 ハウス栽培に欠かせない温風暖房器 6 作業を自動化した栽培システム 7 収穫したイチゴを選別してトレイに並べる

秋イチゴは赤みを帯びない状態で収穫する。その両方を栽培するのが強みだ。夏秋イチゴは実をそのまま食べることはほとんど無く、ケーキを含めたお菓子、ホテルなどの食事、加工品に使用される。冬春イチゴだけでは栽培期間が短く出荷場所や数も限られるので、市場で需要の多い夏秋イチゴの栽培も行って、売り上げを立てている。

栽培したものをどこに売るかという出口戦略を固めた上で栽培に踏み切った裏には、食品を扱う料理人として、また、商品開発や品質管理など食のビジネスにさまざまな立場からも関わってきた徳田氏の考えが反映されている。

旧来のスタイルにとらわれず生産性の向上を果たす

ネクサスファームおおくまでは、農業経験者に限った雇用はしていない



8 農業未経験者たちがイチゴ栽培に取り組んでいる

という。農業の新しいビジネスモデルを構築するという思いがあるからだ。「イチゴ栽培を経験している人は、当然たくさんの経験と知識を持っています。その半面、自分がやってきたことへのこだわりも強く、変化に対応することができないことが多い。まして、この会社では前例が無いことに挑戦しているのですから、失敗したらやり方を変える必要がある。スピード感も早く、工業的、商業的な考え方が必要になります。そういった点では、農業未経験者の方がスムーズに仕事に対応していけることが多いです」。

農業の固定観念にとらわれることなく、さまざまな手法にチャレンジしていく。そして町に新たな産業を根付かせるという目標がある。だからこそ未経験者がチャレンジし、成功させて実績をつくっていけばイチゴ栽培に対するハードルが下がり、興味を持つ人も増えてくる可能性がある。「将来的に、町の人たちがみんなイチゴに詳しくなれば面白い。10年、20年後には、いつのまにか大熊町はイチゴの町になったねという声が聞こえてきたらいいな」と徳田氏。

2019年4月には本格的な栽培が始まった。それから3年半の歳月が流れ、さまざまなデータも蓄積され、品質改善はもちろん、生産性も向上しているという。

「従業員の労働については、個人単



9 多くのデータが蓄積され、生産性も作業効率も向上している

位、1分単位、1g単位、1トレー単位で仕事の内容をタブレットに入力してもらい記録しています。そこから得たデータを基に、それぞれの生産性を把握し、生産性が上がらない人がいれば、どうすれば上がるようになるか一緒に考えて、会社全体として生産性、作業効率の向上につなげています」。

会社として農業に取り組むからこそ、ルール管理も徹底している。ビニールハウスに入る際は専用の靴に履き替える。手を洗った後は乾かし、アルコール消毒をする。当たり前のことだが、守れない人も一定数いるという。だからこそ徳田氏は、「当たり前のことを当たり前に戻す」と従業員を教育している。

事業を引き継げる人材を育てるフェーズに突入

町の新しい産業構築へ向けて前例が無いことに挑戦しているネクサスファームおおくま。人材不足もあり、稼働率100%には届いていないが、安全なイチゴを栽培するという実績

は積み重なっている。

「農業未経験の私たちでも、イチゴの周年栽培を行っているという実績はつくれました。会社を設立した際に、ここではイチゴは栽培できないと言う有識者もいましたが、今ではより良い栽培をするためのアドバイスも頂けるようになりました。事業をスタートする時点では『福島のいちごはね……』と抵抗を示していた方や業者様からも、購入のお問い合わせを頂いています。そうした効果が表れているので、人数を増やして生産量を上げていきたいです」。

現在の社員数は18人。当初の計画通りに稼働率を100%にするためには、あと30~40人の人材が必要だという。町内居住推計人口が1,000人にも満たない町にあって、新たな人材の確保は困難を極めるが、グローバルGAPを取得し安全なイチゴであることをアピールするなど、今できることを必死に行っている。

最後に徳田氏は「私がいなくなってもいいように、今、人材育成に力を入れています」と教えてくれた。

「毎日、従業員が確実にステップアップして、次の仕事ができるようになっていく実感もあります。これからは、私が指示しなくても、自分たちでしっかりと考えてアイデアを出して、改善していける環境をつくるのが大事。あと1年ほどを目安に次期工場長や次期管理部長にステップアップしてもらい、私がやっている仕事を引き継いでいきたいです」。

自身がやってきたことを引き継ぐことこそが会社の繁栄につながり、イチゴ栽培が町の新たな産業として根付くきっかけになる。フルーツの里・大熊町を復興させるため、徳田氏の挑戦はまだまだ続く。



大熊町の新たな産業としてイチゴ周年栽培を根付かせる



- * 当初の事業計画書では冬春イチゴのみの栽培を予定していた。しかし、その計画では会社としての利益が生まれにくいことが判明。
- * 町内居住推計人口が1,000人にも満たず、高齢者が多数を占める町において、どのように雇用を増やし、労働力を確保するか。
- * 計画を変更して、夏秋イチゴの栽培にも着手。販売経路を確立させて経営の効率化を図る。
- * 農業未経験者、他業種経験者の積極的採用を行い、生活スタイルに合わせた働き方の多様化にも対応。
- * 夏秋イチゴは洋菓子店やホテルなどへ数多く出荷。冬春イチゴと併せ、グローバルGAPの取得で安全性をアピールしながら販路を拡大している。
- * 農業未経験者の農業へ対する疑問や、他業種経験者の知識、経験が新しいアイデアを生み、より良い農業、より良い会社づくりに生かされている。

24

福島県田村市

海の無い町でウナギの陸上養殖を行い ブランド品として価値を高める

ニューフロンティア株式会社



地元を元気にしたいという 社長の思いに共感し、 福島に骨うずめる覚悟

阿武隈高原に位置する福島県田村市。あぶくま洞をはじめ、自然の息吹を感じられるスポットが点在し、あぶくま山系の清らかで豊富な井戸水が得られる場所でもある。そんな風光明媚な地で、ニューフロンティア株式会社はウナギの養殖に取り組んでいる。

会社を立ち上げたのは、結婚後にこの地に嫁いだ秋元眞樹氏。福島第一原子力発電所の事故により避難を余儀なくされ、帰還後に希望を失っている多くの住民の姿を見て、何か役に立てることは無いかと考えたのが始まりだった。そんな中、ある本

の中で『山間部で陸上養殖』という言葉に出会い、これだ！と思った。

同時に、東日本大震災で大きな被害を受けた福島県沿岸部で若者の漁業離れが著しいことも耳にする。「育てる漁業」という形を提案できれば山間部の町の新たな産業にもなる



田村市内の山間部にある養殖場。ここで小売りもやっている

考え、秋元氏は陸上養殖の会社設立を決断した。

その後、知人を通じて、岡山県で養殖設備や技術を提供するベンチャー企業を立ち上げていた会社に協力を依頼。その会社の担当者が山下尊宣氏(現養殖部顧問・場長 兼 外



養殖部顧問・場長 兼 外商・品質管理の山下尊宣氏

漁業・水産加工業

新商品開発

ブランディング

地域振興

スタートアップ



被災地進出

ニューフロンティア株式会社

ニューフロンティアカブシキガイシャ

業種 水産養殖業 **代表者** 秋元真樹氏 [代表取締役]
所在地 本社:福島県田村市船引町船引字畑添1-1
 養殖場:福島県田村市滝根町菅谷字矢立松37-1
TEL 0247-61-6657 (養殖場)
WEB <http://www.fuku-unagi.com/>
創業年 2015年 **資本金** 300万円
従業員数 3人 **売上高** 約2,200万円

企業概要

一部が避難指示区域となった田村市にて、地域の新しい特産品をつくりだして、復興を後押ししようという考えから、2015年にウナギ養殖事業を始める。あぶくま山系の清らかな伏流水(井戸水)を用いて養殖場で稚魚から育てることで、特有のにおいが無いウナギ「福うなぎ」を年間約2~3t養殖することに成功。地元で有名な旅館にウナギを卸すほか、加工品がふるさと納税の返礼品に採用されるなど、地域のブランド品へと成長しつつある。

商・品質管理)だった。

秋元氏の協力要請を引き受けた山下氏だったが、場所選びは難航した。学校跡地、仮設住宅跡地など、市の協力も得ながら場所を探すがなかなか決まらない。設備が無いと養殖業の許可申請書を提出できず、その期限も迫っていた。

「万事休すかと思いましたが、今の場所を市から紹介してもらい、不動産会社に連絡を入れ、値引き交渉もして何とか場所を確保できました」。申請期限に間に合い、養殖設備を整え、技術指導を始めた山下氏。実は、一定の指導が終われば実家のある兵庫県へ戻ろうと思っていたが、考えが変わったという。

「養殖技術の習得には時間を要し、販売先も探さなければならず、事業はスタートラインに立ったばかり。ここまでやってきて途中で抜けるのはどうかと思うようになったんです。何より、会社の利益よりも地元で育

てたウナギを食べて住民に元気になってほしいという秋元社長の思いに感銘を受けました。私自身も阪神・淡路大震災を経験し、町が復興していく様子を目の当たりにしてきた経験もある。この町に名産をつくるために、福島に骨をうずめようと決断しました」。

**水質保持に不可欠な
 バクテリアの選定から、
 かば焼きのたれまで妥協を許さず**

山下氏は、友人と設立した岡山県の会社の株式を譲渡し、福島での単身赴任生活を始める。養殖したウナギは、生きたまま飲食店などに卸す活ウナギだけでなく、スーパーなどでも販売できるようにかば焼きなどの加工品としても取り扱うことに決めていた。

最初に課題となったのは、ウナギ特有のにおいをどう無くすかという問題だ。

「豊富な井戸水があり、水温調整も含めて水質をいかにして保つかがポイントになりました。水質維持にはバクテリアが必要なのですが、何十種類もいる中からどれがいいかを選別するのも大変でした。同業者の中には、そこまでこだわらないという人もいますが、町のブランド品としてにおいの無い最高級のウナギをつくらうとしていたので、妥協することはありませんでした」。

バクテリアは、ウナギの排せつ物や餌の食べ残しを分解してアンモニアに変えてくれる。この働きが水質維持に必要なのだが、自らにおいを持つ性質のバクテリアもいるという。それでは水質維持ができないため、いくつもの種類のバクテリアを試し、試行錯誤を重ねた。今では適したバクテリアがすみ続けており、補充の必要は無くなったが、選定までは約1年の歳月を要したという。

水質維持と同時に取り組んできた



1 水質維持には決して妥協することがない
 2 度重なる試作を経て完成した、ふっくらとおいしいかば焼き

のが、加工品の軸となるかば焼きの味をどうするかという問題だった。知人の紹介で加工を行ってもらえることになった福島県いわき市の会社に通い、串打ち、焼き加減など、さまざまな工夫を凝らしていったという。中でも困難を極めたのが、たれの味と焼き加減だった。

「においの無いウナギを養殖できるようになったので、白焼きに関しては問題ありませんでした。しかし、たれがかかったかば焼きの場合、福島県の中でも地域の特性があり、好みが変わったんです。沿岸部の浜通りでは少し甘めが好まれ、山間の会津では濃いめが好まれ、田村市のある中通りではその中間の味が主流。まずは県内での流通を定着させなければいけなかったため、3つの好みの中点をどう表現するかは本当に苦労しました」。

約1年間に及び度重なる試作を経て、ふっくらしたウナギ本来の味を引き立てる程よい甘みとうまみがあるたれを完成させた。今では、このかば焼きにウナギの肝と吸い物の素をセットにした商品も開発し、売り上げを伸ばしているという。

飲食業界から否定的な声もあった「うなおむすび」が加工品の主力に成長

ウナギは高級品というイメージがあるが、「おいしいウナギを誰にでも食べてもらいたい」というのが秋元



3 うなおむすびは加工品の主力となった



4 5個化粧箱入りのうなおむすび

氏の願いだ。そこで山下氏は、おにぎりにウナギをトッピングする商品を考案した。それを隣接する福島県郡山市の弁当店などに冷凍品として提案したが、おにぎりはその日に作って販売するものだと敬遠されたという。それでも山下氏は商品化を諦めず、卸先でもあるいわき市のフランス料理店にどうしても世に出したいと相談する。

「かば焼きや活ウナギを仕入れてもらっていることもあり、うちのウナギに対する理解もありました。自分たちでこういうものを作ろうと思っていると話したら、誰もやらないならうちでやるよと言ってきて、完成したのが『うなおむすび』です」。

うなぎのたれで炊き込んだおにぎりには、電子レンジで温めた時にふっくら感が出るようにもち米を配合するなど、製法に工夫を凝らした。適度にカットされたかば焼きの食感も相まって、うな丼を食べている気

分に浸れる。

「1尾で10~14個のうなおむすびが作れます。そうすると1尾当たりの付加価値が大きくなり、利益も出やすくなる。今では会社の売り上げで6割を占める主力商品に育ってくれました。良い反応が無いからとやめずに意志を貫いたのが良かったです」。

安価でウナギが提供できたことで、秋元氏の「おいしいウナギを誰にでも食べてもらいたい」という思いも達成された。うなおむすびやかば焼きなどの加工品は、ふるさと納税の返礼品に採用されるまでに成長。これも、秋元氏の強い願いと山下氏の行動力があったからこそ、生まれたものだといえるだろう。

商品の知名度は着実に上がるも、課題は多くまだ道半ば

どこにも負けないと胸を張る養殖ウナギをつくり上げた山下氏。その自慢のウナギを広めるため、販路開

5 養殖場内に掲示された「福うなぎ」の紹介

6 東北農政局長賞などの賞状も掲示されている





陸上の閉鎖型養殖設備での飼育では、品質が天候や環境に左右されず安定している

拓にも力を入れる。

「ふくしまらいチャレンジの協力も得ながら、地元で有名な旅館や日本料理店、小売店など、たくさんの飛び込み営業も行ってきました。そんな地道な努力が実り、今では県内外を含め多くの取引先ができました。

かば焼きを含めた加工品も本格的に動き出した2019年9月以降、地元の新聞社やテレビ局などから取材が続き、徐々に知名度も上がっていき

ました」。
販路開拓のため、自治体にも働きかけを行い、福島県観光物産館でも

商品を販売。さまざまなイベントにも参加し商品を販売しているほか、地元の観光スポット、あぶくま洞のレストランでもニューフロンティアのウナギを使ったメニューを提供している。

2021年には地産地消活動で東北農政局長賞を受賞するなど、会社としての認知度も上がっている。設立から今までを山下氏に振り返ってもらった。

「土地の取得から始まり、設備の設置、ウナギの飼育、販売先の確保、加工品開発など、ゼロの状態から始めて、よくここまでできたなというのが率直な感想です。でも、ウナギの供給も十分にできていませんので、現状に慢心することなく努力を続

けていきたい。会社設立10年目を迎える3年後には、売り上げ5,000万円を達成したいですね」。

ひよんなことから縁が生まれた福島の地で走り続けて7年。「福うなぎ」を町のブランド品に成長させるため、これからも止まらずに前へ。

課題

- * 東日本大震災と福島第一原子力発電所の事故の後、避難指示区域が解除されてからも住民たちは元気が無く、街は活気を失っていた。さらに、東日本大震災で大きな被害を受けた福島県沿岸部で若者の漁業離れが著しい。

解決策

- * 地元の山間部でウナギ養殖事業を立ち上げ、新たな特産品で復興を後押しし、安くておいしいウナギで人々に元気になってもらう。

効果

- * 特有のにおいが無いウナギを年間2~3t養殖することに成功。地元で有名な旅館にもウナギを卸すなど、県内外に取引先が拡大。メディアに取り上げられることも増え知名度も上がった。活ウナギだけでなく、加工品でも福うなぎをアピールできるまでに成長した。

25

福島県富岡町

諦めずに、できることをコツコツと “人間力”と創業時の看板メニューでイチから再起を図る

株式会社鳥藤本店



原子力発電所で食堂運営。 被災で仕事無くなるも、 炊き出しから再スタート

東京電力福島第一原子力発電所。東日本大震災に伴う事故により、国内外にその名が知られることになったこの施設で食堂を運営していたのが株式会社鳥藤本店である。故吉田昌郎元所長をはじめ、映画『Fukushima 50』の登場人物のモデルにもなった作業員たちも皆、鳥藤本店の提供するメニューを日々食べていた。

自らも福島第一、第二原子力発電所で長く勤務した鳥藤本店代表取締役の藤田氏は、「顔と名前が一致する人が多く、東日本大震災の前日も吉田元所長など10人ほどの方と一

緒にお酒を飲みながら技術者談義をしていました」と振り返る。

鳥藤本店は1990年代後半に経営難の時期があり、改善のため社員教育に取り組んできた。それに反発して退職願を突き付けてきた社員と一晩語り合うなど苦労を重ねながら、10年ほどかけて考えが浸透。2011年3月9日には新社屋の地鎮祭を行い、未来に向けて踏み出したばかりだった。

しかしその2日後、東日本大震災が発生。翌12日には福島第一原子力発電所1号機で水素爆発が起きる。食堂で働いていた人も含め、当時の従業員115人全員が発電所から程近い富岡町の本社から町外へと、避難を余儀なくされた。

3月27日、藤田氏は従業員の緊急時連絡先を取りに、富岡町の事務所

に戻る。その帰り道、いわき市にある東京電力の社員寮を訪れ無事を確かめ合っていると、東京電力が炊き出しを行う事業者を探していることを知り、二つ返事で引き受ける。

最初の炊き出しを行う前日、津波で壊滅的な被害を受けたいわき市薄磯地区を訪れた藤田氏は、家の土台しか無い敷地の前に座り込んでぼうぜんとしている人の姿を目にする。「生き残っただけ本当に幸運だったんだと、そのときに痛感しました。この東日本大震災があったおかげで、自分の人生は最高だったと言って死ぬように生きようと決意しました」。

その後藤田氏は、いわき市駅前のホテルで従業員と寝泊まりしながら、1カ月ほど炊き出しを続けた。

避難生活を送っていた当時の社員

食品関連業

再建

ブランディング

連携・協業

地域振興

交流人口拡大

人材育成



株式会社鳥藤本店

カブシキガイシャトリフジホンテン

- 業種** 食料品製造業／飲食店／持ち帰り・配達飲食サービス業
- 代表者** 藤田大氏 [代表取締役]
- 所在地** 本社：福島県双葉郡富岡町大字小浜字中央727 いわき営業所：福島県いわき市四倉町下仁井田字北追切51-1
- TEL** 0246-32-8003(いわき営業所)
- WEB** <https://www.torifuji.co.jp/>
- 創業年** 1949年 **資本金** 1,110万円 **従業員数** 73人 **売上高** 非公開

企業概要

創業当初は「食堂鳥藤」として食堂を経営。1970年代に入ると東京電力関連企業や学校などへの給食提供事業をメインとし、その後業務用の惣菜やソース類の製造・販売など、食に関するさまざまな事業を展開する。東日本大震災以降、新事業として、富岡町の復興を目指し「さくらモールとみおか」内フードコートにてラーメン店「浜鶏」を運営。食卓用の「浜鶏ラーメン(1食入袋、3食入箱)」の製造・販売も行っている。



「私の役目はとにかく、『仕事と人材の両方を元の状態に戻すこと』。戻ってきてくれた15人の社員のために仕事を取ってこなければいけませんけど、仕事だけ増えても今度は人が足りなくなりますからね」。

そんな藤田氏や鳥藤本店を支えたのは「人のつながり」だという。藤田氏は東日本大震災以前に付き合いのあった取引先や、弁当製造や給食事業などで懇意にしていた仕入先に対し、「絶対に再開するからそのときは頼むね」と片っ端から声をかけて回った。取引先の企業も被災者で、お互い励まし合うように関係性を再確認していったのだ。

元々行っていた弁当製造業務や食堂事業、給食提供事業も一部再開のめどが立ったが、理想的な状態には程遠かった。そんな中、藤田氏のもの考え方や自身のメンタリティに「ある変化」が生じたという。

「あれだけの出来事があったので、

最初のころはどうしても被災者意識があったり、先の見えない中で漠然とした不安があったりして、愚痴やネガティブな発言、他人や環境のせいにするのが多かった。でもこのままでは駄目だと気づき、『他の社員はもちろん、取引先や仕事に関わる関係者は同じ仲間、友達だ』と思うようにしました。そうしたら、さまざまな企業や復興をサポートして下さる省庁の方々などとの関係性が少しずつ上向きになってきたんです」。

2015年、福島復興給食センター株式会社を給食業界大手の日本ゼネラルフード株式会社と共同で設立。東京電力福島第一原子力発電所の廃炉作業を行うスタッフ向けの給食提供を行うこととなった。「廃炉の作業が終わるまで数十年、しっかりとスタッフの食生活を支えていきたい」と藤田氏は意気込む。

また同年、町民公募による「富岡町災害復興計画(第二次)」に参加。

に、「いわきで一緒に仕事をしたい」「双葉郡に戻ったら一緒に仕事をしたい」「今いる場所で新しい生活を始める」と選択肢を設けて復職の意向を聞いた結果、「いわきで一緒に仕事をしたい」と答えたのはたったの15人しかいなかった。

「紆余曲折ありながら、時にけんかしながらも、ずっと一緒にやってきた社員がばらばらになってしまいました。いよいよこれからだと思っていたときだったので、かなりこたえましたね……」。

「発電所を食事で支える」使命感で弁当の製造や給食業務を再開

いわき市薄磯地区での決意を胸に、「これまでずっと食事を提供してきたので、やはり食の世界で復興に貢献したい。やるしかない」と奮起した藤田氏。



給食業務における、実地研修の様子

町民30人と役場の若手二十数人で産業やまちづくり、環境などの部会に分かれて計100時間ほどのワークショップを行い、計画の策定に関わった。そのときに「こんなに町を強く思っている人たちがいるんだったら、何とかなるかもしれないと思いましたね」と振り返る。

創業ルーツの食堂と ラーメン復活。 必要とされるものを町に

鳥藤本店の現在の柱は給食事業だが、そのルーツは実は、戦後間もなく創業者で父の藤田勝夫氏が富岡町で開いた「食堂鳥藤」だ。そこで町の人々が利用できる食堂をもう一度作ろうと、2016年、富岡町の避難指示解除に向けて先行開業した公設民営の複合商業施設「さくらモールとみおか」のフードコートにラーメン店「^{はまどり}浜鶏」をオープンする。看板メニューは、創業のきっかけとなった鶏を使った「浜鶏ラーメン」と親子丼だ。

「このラーメンを全国に通用するようなものにした」と商品開発、ブラッシュアップを続けて、2018年1月に店をリニューアルし、お土産商品も作りました。このときも、ラーメンをお土産化するノウハウに長けている人を紹介してもらうなど、周囲に頼った。そうしてできた渾身のお土産商品は2019年に「JR東日本おみやげグラ



鳥藤本店の社史の一部。藤田氏の父親・勝夫氏が前身となる「食堂鳥藤」を創業した際、看板メニューは鶏ガラをベースとしたラーメンだった

ンプリ」食品部門で銀賞を受賞。年間2万食を売り上げるヒット商品に育った。「会津の喜多方ラーメン、中通りの白河ラーメンと並ぶ福島三大ラーメンの一つになれば」ともくろむ。

そのほか、廃炉作業や復興作業に当たる人にコンビニが必要とされるだろうと考えて各社と交渉し、最終的に株式会社ローソンと契約して原子力発電所内や富岡町内に新店。休日のレジャーになればとシミュレーションゴルフが楽しめる「ドライビングレンジ・マスターズ」をオープンするなど、その時々で町に必要とされるものが何かを考え、アクションを起こしている。

再び動き始めた町に 交流人口を呼び込み、 持続可能な発展を

2017年4月1日、帰還困難区域

を除いて富岡町の避難指示が解除された。藤田氏は富岡町の公園で夜から24時をまたいで行われた竹あかりのイベントに参加していた。「当日は雨が降って、並べた竹を一つひとつひっくり返して水を出して火を付けて。懐かしいですね。ここからいろいろ始まっていくんだろうなと思いました」と目を細める。

「いろいろ始まっていく」と同時に、他の課題も生じる。除染作業や復旧工事の作業員が減少する一方で、少しずつだが競合するお店も増えていった。「除染作業や解体工事の真ただ中と比べれば、日中の人口は半分より減っているでしょうね」。

そこで一般社団法人^{はまどりサーティーン}HAMADOORI13を仲間と共に設立し、浜通りの広域連携により交流人口を増やす活動、持続可能な経済づくり、次世代に向けた人材育成を



富岡町の複合商業施設「さくらモールとみおか」のフードコート内にある「^{はまどり}浜鶏」



店の看板メニュー「浜鶏ラーメン」

行っている。

藤田氏は2013年5月、地域・年代・性別・職業・立場を超えた対話を通して東日本大震災がもたらした課題に向き合う「未来会議」に参加したことがきっかけで富岡町のバスツアーを立ち上げ、延べ1,500人ほどを案内した実績がある。「関係性をつくっていくことで町を訪れる人が増えて、ひいてはコンビニに寄ってくる人、ラーメンを食べて帰ろうという人も増えていけば事業にも還元されるはずです」。

また、自社の社員の育成にも余念が無い。

「私が社長に就任したのは2020年なのですが、『もっと社員一人ひとりとの距離を近づけたい』と思っていくつかのアクションを起こしました」。

そのアクションは大きく3つ。1つは経営理念を再構築したこと。2つ目は、東日本大震災以降はずっと休止していた店長会議を復活させ、事業の見直しを活発に行うようにしたこと。最後は鳥藤本店の歴史をストーリー化した漫画を制作し、社内

に「仕事の意義」や藤田氏の思いを伝えたことだ。

「社員からは『経営理念はシンプルで分かりやすくなり、また、漫画によって会社のことをより深く理解できた』といった声をもらいました。目的は、会社に誇りを持って、仕事を楽しくでもらうことです。社員たちが楽しく仕事をすれば、お客さまも自然と付いてきてくれると信じています」。

2022年4月からは、再開した富岡小・中学校の給食業務を任せられるなど、鳥藤本店が持つ営業許可の施設数は東日本大震災前の約3分の1まで回復した。藤田氏は「まだまだこれから」と語るが、これまでの努力は着実に少しずつ実を結んでいる。

最後に富岡町への思いを聞くと、「地域には見えないバトンがあるんだなと思いました」と話し始めた藤田氏。「消防団や商工会、町内の自治会など、先輩から後輩へ、次はお前の番だからと言われて、断り切れずにやってみると、こういうふうにご地域は続いてきたんだと初めて



気付きました。バトンが脈々と地域の中で渡されていたんです」。

「全町避難によってそのバトンを持っていた人や次に受け取る人も一度いなくなってしまう。しかしインフラが整い、人が増えていけば再びバトンはつながっていく。それまでは私が一つでも多く預かっておこうと思っています」。誰もいなくなった町に残されたバトンの一つひとつ拾い上げ、いずれ必ず戻ってくる未来の担い手に手渡したとき、富岡の歴史はつながっていく。



- * 町外への避難を余儀なくされ、原子力発電所内の食堂などすべての仕事が無くなる。
- * 避難生活を送る従業員の多くがいわき市での即時復職を望まなかった。
- * 避難指示解除でお店は増えてきたが、工事人口は減っていった。

- * 炊き出しの仕事を受け、いわき市で弁当製造の体制を整える。
- * これまでのつてを頼って、仕事の確保に尽力。同時に人材確保と社員教育にも力を注いだ。
- * 食堂をはじめ町に必要とされる業態を展開し、「浜鶏ラーメン」をブランド化。

- * 廃炉や復旧に当たる作業員向けの弁当や食堂、売店の運営を任せられる。
- * ゼロになってしまった仕事の規模は、被災前の3分の1程度まで回復した。
- * 「浜鶏ラーメン」が「JR東日本おみやげグランプリ」銀賞を受賞し、年間2万食を売り上げるヒット商品に育った。

26

福島県川内村

“人財”育成で先祖の故郷・福島から 世界に誇るものづくりを

大橋機産株式会社



地域貢献のため、 再び川内での工場稼働を決意

自動車や建設機械の部品メーカーとして80年近い歴史を誇る大橋機産株式会社。鋼材や鋳鍛造に必要な素材の調達から、各種機械加工や熱処理、表面処理、さらには塗装、溶接、組み立てまで請け負う「一貫通貫生産」をモットーに、低コストを実現しながら高品質の製品を短期間で納品し、業績を伸ばしてきた。

本社は埼玉県さいたま市だが、製造を行う工場は福島県田村市、そして川内村に拠点を置いている。その理由を代表取締役社長の大橋匠氏に聞いてみると、次のように答えてくれた。

「創業者は私の祖父で、元々は大工

でしたが、曾祖父と一緒に移り住んだ埼玉で創業したそうです。生まれはかつての田村郡大越町（現田村市）だったこともあり、人材確保のために故郷の人たちにも声をかけ、下宿をしてもらいながら働いてもらっていたと聞いています。そんな中で、いずれは故郷に錦を飾りたいという思いが強かったことが、現在の（田村市の）船引工場につながっていると思います」。

その船引工場は、東西2拠点に拡大し、生産の拠点としてフル稼働している。さらなる受注も増える中で、2021年には川内村に新工場が完成。現在は隣接地に川内第2工場も建設中だ。実は、大橋機産が川内村に工場を建設するのは、今回が初めてではない。1974年にも工場を建設し、

約8年間稼働した後、閉鎖された歴史がある。

「最初の船引工場が完成したのは1967年。当時は東北自動車道も全線開通しておらず、交通網が整備されていませんでした。納品は丸1日かけて行っていたそうです。そんな



代表取締役社長の大橋匠氏



製造業 地域振興 BCP 被災地進出 人材育成

雇用促進・拡大 作業効率・生産性向上

大橋機産株式会社

オオハシキサンカブシキガイシャ

業種 生産用機械器具製造業 / 輸送用機械器具製造業

代表者 大橋匠氏 [代表取締役社長]

所在地 本社: 埼玉県さいたま市中央区大戸3-14-10

川内工場: 福島県双葉郡川内村大字下川内字田ノ入15

TEL 048-825-5211 (本社)

WEB <https://kisan.co.jp/> 創業年 1946年

資本金 2,000万円 従業員数 324人 売上高 75億円

企業概要

1946年に創業し、主に建設機械部品と自動車部品の製造を行う。また電設工事・車両用等の各種ウインチを自社開発し、製造販売する。埼玉県で創業したが、創業者の故郷である福島県にも工場を建設。素材の調達から、各種機械加工や熱処理、表面処理、さらには塗装、溶接、組み立てまで請け負う「一気通貫生産」により、低コスト&短納期を信条とする。顧客にはもちろん、環境にも優しいものづくりを心がけている。



1



2

1 2021年、川内村に新設された工場

2 2022年現在、川内工場のすぐ隣に川内第2工場を建設中

中でも新工場を川内に決めたのは、祖父の母、私の曾祖母に当たる人の故郷だったことが大きかったようです。しかし、冬に降雪があると安全な輸送ができなくなることも影響して川内工場は閉鎖を余儀なくされたようです。

無念の工場閉鎖から39年。受注拡大に伴い、新工場が必要となったことで、復活を果たした川内工場。再びこの地でものづくりを始めた裏には、曾祖母の故郷で雇用促進に協力したいという思いもあったという。

「東日本大震災後、幸い建設機械業界は好調が続いています。だからこそ、震災復興支援の取り組みも考えている中で、かつて工場があった川内も含めていくつかの候補が挙がりました。その中で、周辺が緑に囲まれた牧歌的な環境で、近隣住宅への騒音対策なども考慮している川内の田ノ入工業団地の良さに引かれたの

です。会社の歴史も踏まえ、ゆかりのある川内の発展に微力ながら貢献したいと考えました」。

東日本大震災の時は、福島第一原子力発電所の事故の影響もあり、2週間ほど工場の操業を止めなければいけなかったが、大きな被害はなかった。さらに、建設機械業界の好調という背景もあったからこそ、全村避難という悲しい出来事があった先祖の生まれ故郷に活気を取り戻したいという気持ちになったと大橋氏は当時を振り返る。

社内教育プログラムを確立させ、職人技の継承に取り組む

川内工場再開に当たって、一番の課題は人材の確保。ここ数年、製造業界では首都圏での人手不足の影響もあり、人材確保競争が激しいという。まして人口も減っている川内村で、普通なら「人が集まるだろうか」

と不安に駆られそうなものだが、大橋氏の視点は異なる。

「人口は少ないですが同業者はいなかったもので、存在感を示し、地縁・血縁を活用すれば、必要な人数は確保できると考えたんです。元々、人の多い首都圏で勝負をすることなく、地方でポジションを取っていきこうというスタンスでしたので。実際、つてを通じて入社してくれた人もいますし、その社員から紹介してもらった人もいます。近隣の市町村で働いている川内の人や、地元でそういう会社ができるなら働きたいと入社してくれたケースもあります」。

川内新工場の人材を確保し、現在、取り組みを進めているのが育成だ。数年前から社内に技能向上委員会という組織を設立。機械加工や切削加工、溶接、研磨、表面処理など、社内で扱うさまざまな分野ごとに技術を磨くための技能マイスター育成を



受託生産の範ちゅう超え、 自社製品の開発も視野に

近年のコロナ禍、世界情勢の関係などで、半導体をはじめとした部品供給の面で不安は抱えているが、今のところ大きな影響は出ておらず、「状況を見守るしかない」と大橋氏。冷静な考えを持てる裏には、東日本大震災での経験が大きく影響しているという。

「今、東日本大震災の経験も踏まえて、新たなBCP申請も視野に入れています。まだ準備段階のため具体的なことは話せませんが、2022年に大きな地震が発生した際も、現場は主体的に行動し、すぐに情報を集約。お客さまにもすぐに情報を提供するなど、的確な動きをしてくれました。このように自然災害を経験することで緊急時の意識感度は高くなっている。だからこそ体制構築も含め、緊急時にどのような対応をすることが当社にとってベストなのかを考え、将来につなげたいと思います」。

2019年、東日本を中心とする各地に大きな被害を与えた台風19号。その際、サプライチェーンに被害が

進めている。このように教育制度を整えるのには、職人技を明文化して、的確なノウハウを継承していこうという意志がある。

「昔は、技を見て覚えるというのが常識のように言われていました。しかし、本人が分かっている、他の人には分からない点も多い。だからこそ、技を継承していくためにも、会社として教育カリキュラムを作成し育成につなげる。その学びを生かすことで社員には技能のレベルアップをしてもらう。もちろん人事評価にもつながる制度にしているので、社員のモチベーションも上がるはず。まだ改善点も多い制度ではありますが、より良いものをつくり上げて、社内の人材育成に役立てたいと思います」。

現在、教育できるインストラクターまで成長した社員は6人。今後は、この人数も増やしてより良い育成環境を整えていきたいという。

人材育成に力を入れる理由には、もう一つある。若手の成長を促すためだ。

「現在、社員の平均年齢は38歳くらい。経験の浅い若い人にも重要な作業をやらしてもらえないといけない状況にあります。だからこそ現場任せ

ではなく、教育制度を確立して人を育てる仕組みをつくらなければいけない。組織が何もしなければ前には進みませんから」。

工場内には多くの大型機械が導入され、効率化が図られている。しかし、それらの機械を正しい知識で扱い、最後に細やかなチェックをするのは、人だ。人を大切に育てることが、会社の利益に大きくつながることが分かっていたのだ。





生じたことで1カ月の間、受注と売り上げが激減したこともあった。それでも、組織として柔軟に対応し、生産調整を行うなど、危機を乗り切ったという。

さまざまな課題もクリアし、建設機械の部品メーカーとして成長を遂げている大橋機産。2022年度中に完成する川内第2工場では油圧部品の生産もスタートする。「油圧部品の

生産には、シビアな技術が要求されます。社内教育にもさらに力を入れなければいけません」と語る大橋氏は、会社全体のステップアップについても目標を語ってくれた。

「雇用創出という観点で見れば、若い人に興味を持ってもらうことも必要になります。そういう意味でも、新しいことへのチャレンジは欠かせません。2年前には初めてメッキ処理

に取り組み始めました。技術的に面白い取り組みは積極的に行い、この会社に入ればいろいろなことができそうだと思うてもらいたいですね」。

新しい取り組みを積極的に行うことは、若者の興味を引くためだけではない。将来的には、自社で製品を開発し、品質評価なども行っていきたいという。

「従来、下請けに求められているのは原価低減。ただそこに向かって努力を続けても、未来に希望は持てないと思います。そうではなく、自社製品を作れるようになれば新たな強みができる。それを日本だけではなく海外にも売り込んでいければ、打開策になるかもしれないと考えています」。

工場内も自動化を進めることで、合理化を図りながら生産性を高めている。その先に見据えているのは、下請けでの部品加工にとどまらず、自社製品の製造という新たな扉。世界に冠たるものづくり企業を目指し、大橋氏は今後も挑戦を続けていく。



- * 受注拡大に伴い、川内工場の新築を決定。
かつて工場があった自治体・地域だが、「人材が確保できるかどうか」が課題だった。
- * 復興支援事業の拡大もあり建設機械業界は好調。
その中で、若手人材をどのように育てていくかという課題があった。
- * 人材を確保するために、地縁・血縁を活用した募集を行う。
規模の小さい自治体の特長を生かす戦略を取った。
- * 分かりにくいといわれる職人技を誰にでも伝えられるようにカリキュラムを作成。
組織として人材育成の強化に努めた。
- * 入社した社員の知り合いが新たに入社するなど、つながりによって人材も増加。
地元住民の雇用促進にもつながっている。
- * 一定の技能を取得し、教育できる立場となったインストラクターは6人。
今後もその人数を増やし、体制強化を図っていく。

27

福島県楢葉町

トマト養液栽培で町内居住率6割の町に雇用を生み、農業復興へ

株式会社ナラハプラントファクトリー



長年携わったトマト栽培で楢葉の農業復興を手助けしたい

「トマトを通じて福島県の食の安全をアピールし、いまだに残る風評被害の払拭につながればと考えました」。

そう話すのは、敷地面積1.1haという広大な敷地でトマトの養液栽培（土を使わず、肥料を水に溶かした培養液によって作物を栽培すること）を行っている株式会社ナラハプラントファクトリーの代表取締役社長、青木浩一氏だ。福島県楢葉町は、水稲栽培を中心に農業が盛んなエリアで、以前から民間事業者がトマトの養液栽培も行っていた。

しかし、東日本大震災による福島第一原子力発電所の事故の影響で全町避難を余儀なくされ、2015年に

避難指示は解除されたが、住民の町内居住率は6割にとどまる。町では住民の帰還を促す意味でも、水稲栽培はもちろん、新たにサツマイモ栽培にも取り組むなど農業復興に力を入れている。その一環として、かつて栽培を行っていた会社が再建を断念して町に譲渡した施設を使用してトマト養液栽培を再建してくれる事業者を、2017年に町が募集した。それに応募したのが青木氏だった。

当時、福島県いわき市のトマトブランド「サンシャイトマト」の栽培を行う大野水耕生産組合に勤務。15年以上のキャリアを持ち、トマトの養液栽培についての知識も豊富だった。

「楢葉町で栽培を行っていた業者の方向は、かつて私が勤めていた会社に

研修に来るなど顔見知りだったんです。再建を模索したものの、人材確保などいろいろな課題が解決できず断念した経緯も聞かされていました。長年トマト栽培に関わった者として、



トマト栽培の再開が町の帰還促進にも必ずつながると語る青木浩一氏

- 農林業
- 再建
- ブランディング
- 市場・商流開拓
- 風評対策
- DX
- 地域振興
- 被災地進出
- 雇用促進・拡大



株式会社ナラハプラントファクトリー
カブシキガイシャナラハプラントファクトリー

業種 農業 代表者 青木浩一氏 [代表取締役]
所在地 福島県双葉郡楡葉町大字上繁岡字中原17-2
TEL 0240-23-5903
WEB 無し 創業年 2020年
資本金 500万円 従業員数 16人
売上高 8,000万円

企業概要

東日本大震災後に再建が断念された会社のトマト養液栽培施設を引き継ぐ形で、2020年に設立。安全なトマト作りのために早期のJGAP取得を目指し、2021年に取得。出荷時にJGAP取得のシールを貼るなど、安全性のアピールにつなげている。現在、栽培しているトマトの木は約2万3,000本で、年間300tのトマトの安定的な出荷を目指す。雇用については、特定技能外国人にも積極的に働きかけ、創業時に必要な15人を確保した。



広大な敷地に設けられた施設でトマトの養液栽培が行われている

2018年。前任企業が使っていた施設を町が修繕し、譲り受けることが決まっていた。困難が予想されたのは人材の確保だった。帰還割合が低い地元からの応募だけに頼らず、ハローワークをはじめ多方面に求人広告を出し、JAから登録支援機関の紹介を受けて特定技能外国人にも働きかけるなどして、創業時に必要な15人ほどの人材を探した。

初めから精力的に人材を探したことが功を奏して、無事に希望人員を確保できた。その中にはトマトの養液栽培経験者もあり、人材教育の面で助けられたという。

「施設内の管理はコンピューター制御で、温度、湿度、日射量などさまざまな項目が24時間計測され、栽培に適した環境が整えられます。しかし、収穫する際のトマトの色、病気や害虫の有無は人の目でチェックしなければいけません。マニュアルも作成して伝えているのですが、文字だけではイメージしづらいこともあります。創業当時から、どんなささいなことでも気が付いたことがあれば何でも報告してほしいと伝えていました。そういう場面でも経験者の方が、指示を出したり教えたりと積極的に動いてくれているので、本当に助かっています」。

インドネシア出身の特定技能外国人の社員も2人在籍。働ける期間は

楡葉のトマト栽培が再開されれば、いわきのサンシャイントマトグループの発展、さらには町の帰還促進にも必ずつながると思いましたので、応募しました」。

応募書類作成を進めていく中で、青木氏が一番重視したのは、健全な経営と安全性をアピールすることだった。

「安全なトマト作りには何が必要か。収穫したトマトをどのように流通させるか。その2点でアピールするには、早期のJGAP取得、そして、これまでお世話になった大野水耕生産組合をはじめとするサンシャイントマトグループの流通網を活用させて

もらうことでした」。

楡葉のトマトをブランド化させるためにも、サンシャイントマトを含めた浜通り南部産のトマトブランドの価値を高める必要がある。そのためには、複数の会社が競い合いながらおいしいトマトを作ることが一番。そして、すでに流通網が整備されているグループに加わることで、「楡葉のトマト」をいち早く知ってもらうようになると思ったという。

特定技能制度を活用し、外国人労働者も積極的に雇用

青木氏の人脈や経験を生かした事業計画案が町の承認を得たのは



1 人材の確保には力を入れた 2 トマトの色などは人の目でチェックする 3 サンシャイントマトグループの流通網を活用 4 一番右がJGAP 認証書

きるように努力を続けたい」と青木氏は笑顔を見せる。

また、脱炭素といった環境問題にも積極的に取り組んでいる。化石燃料の使用を抑えるため、ヒートポンプを活用した施設内の温度調整システムを導入。重油とのハイブリッド方式で二酸化炭素排出を抑制するだけでなく、経費削減にもつなげているという。

イチゴの試験栽培など 将来の事業拡大へ準備を進める

現在、ナラハプラントファクトリーで栽培されるトマトの木は約2万3,000本。そのほとんどが大玉の「りんか」で、年間300tの出荷を安定に行えるように栽培を進めている。長期栽培で1日の出荷数は1t前後。大きなロットで収穫ができていたため、市場でも大口取引がしやすいという。

「創業から2年ほどですので、すべてが軌道に乗るにはもう少し時間がかかるかと思います。コンピューター制御で管理していても、暑さが続くなどすると、わずかですが収穫にも影響が出てきます。そういったものも改善しながら、安定した出荷量をキープできるようにしていきたい」。

会社が軌道に乗れば、トマトの育苗が終わった後の時期を利用し、トマト以外の食物の栽培にもチャレン

入社から5年と決まっているが、熱心な仕事ぶりには青木氏も頭が下がるといふ。

「本当に一生懸命働いてくれていて、いずれは自分の国で事業をやりたいという意欲を持っています。雇用確保という意味でも特定技能外国人は今後も積極的に採用できればと思います」。

人材確保という課題は今のところクリアできているが、安全性アピールにおいてはまだ途上といえる。全国的にトマトの出荷量が多くなると、福島産の相場が他県産に比べて下がるケースもあるからだ。だからこそ、青木氏は早期にJGAPを取得した。取得に当たっては、トマトの品質はもちろん、会社の経営状況など審査項目は約250にも及ぶ。その書類作成は大きな負担となるが、青木氏は「風評に立ち向かうには絶対に必要」と判断した。

苦勞のかいあって2021年に

JGAPを取得し、出荷の際に取得を示すシールを貼るなど、安全であることをアピール。その効果もあり、今では市場を通して「櫛葉のトマトが欲しい」という声が届くようになっていふという。

「施設内の直売所でも『櫛葉のトマトは本当においしい』と言ってくださる方が増えています。市場評価も徐々に高まっている印象はありますので、これからも安定した栽培がで



ハウス内の環境はコンピューター制御で管理



5 トマトの箱詰めを行うライン
6 出荷を待つ楡葉ブランドのトマト

ジしたいという青木氏。養液栽培ではトマト以外にも、イチゴ、パプリカ、ブルーベリーなどの栽培が行える。青木氏は今後の事業拡大も見据え、すでにイチゴの試験栽培に着手し、一定の成果が見られたと教えてくれた。

「イチゴ狩りは、冬場のレジャーで女性を中心に高い人気を誇っています。この施設内でイチゴ狩りができるようになれば、県内外から多くの観光客を呼ぶことも考えられますし、風評の払拭にもつながるはずです。

もちろん、トマトと一緒に直売所で販売したり、市場に出荷したりもして、楡葉産の農産物としてアピールしていきたいですね。

事業拡大においても、福島の食の安全を多くの人に知ってもらいたいという基本理念は変わらない。

「栽培の中で出荷の規格に合わないものは、加工品に回すことで形を変えて食卓に届けられればと思いますし、地産地消という理念から言えば、学校給食に活用するのも手段の一つ。地元の子どもたちに食べてもらうこ

とで、『このソースは、あそこのハウスで作られたものなんだよ』といった会話も生まれ、農業や食に関心を持ってもらうことにもなるでしょう。そうした意識が広がることで、食材の無駄を無くすことにもつながるのではないかと期待しています。

楡葉の農業復興のために、尽力する青木氏。「今基盤をつくっておけば、後世に伝えていくこともできますので」と、将来を見据える。楡葉に新しい農業の形を築くため、その挑戦はまだまだ続く。



- * 風評は根強く残っている。市場で供給が多くなると、福島産の値段が下がる傾向がある。
- * 町内居住率6割の町での人材確保。
経験者はもちろん、今後の発展を考えると若い人材の確保も必要となる。

- * JGAPを取得し安全性をアピール。
青木氏が以前働いていたサンシャイトマトグループに加入することで、販売網も確保した。
- * 募集広告を多方面で掲載。
特定技能制度を活用し、外国人労働者の力を借りることもいち早く決めた。

- * 大口の出荷が可能となり、楡葉トマトのブランド化が前進。消費者の評価も徐々に高まっている。
- * 創業時に欠かせない人数を確保。インドネシア出身の特定技能外国人も正社員として入社し、会社の礎を共に築いてもらっている。

28

福島県広野町

地産バナナの栽培によって町民の心の傷を癒やし 全国へ町の復興をアピール

株式会社広野町振興公社



生まれ育った町の復興のため 難解な事業に挑む

冬の平均気温が10℃を上回る広野町は、「東北に春を告げるまち」がキャッチフレーズ。温暖な気候を生かし、古くからミカンの栽培が行われてきた。1990年に完成したニツ沼総合公園には公益社団法人日本パークゴルフ協会公認コースであるパークゴルフ場が整備されるなど、観光スポット、住民の憩いの場も充実した町づくりを行ってきた。

このニツ沼総合公園の管理・運営を行っているのが株式会社広野町振興公社だ。公園の管理・運営業務を主体に、町の交流人口増加や健康増進へ向けた取り組みを行ってきた。そんな同社が東日本大震災後、新た

な町の産業づくりを目的に、2018年9月にバナナの栽培を始めた。

バナナは、日本の気候風土を考えると栽培が困難な植物といわれている。今まで栽培の経験も無く、ましてや成功の可能性も不透明な事業になぜ取り組むことになったのか。代表取締役の中津弘文氏は次のように

説明する。

「自治体100%出資のまちづくり会社が、困難といわれている栽培事業に本気で取り組む姿を町民に見せたかった。それが町民の皆さんにとって、地域への愛着や誇りを取り戻す助けになればと考えました。復興に向けたチャレンジとして、あえて東



ニツ沼総合公園に「トロピカルフルーツミュージアム」の看板が掲げられている



- 農林業
- 再建
- 新事業開発
- ブランディング
- 連携・協業
- 地域振興
- 交流人口拡大

株式会社広野町振興公社

カブシキガイシャヒロノマチシンコウコウシャ

- 業種** その他の事業サービス業
- 代表者** 中津弘文氏【代表取締役】
- 所在地** 福島県双葉郡広野町大字下北迫字大谷地原65-3
- TEL** 0240-27-2131
- WEB** <https://www.hirono-kousha.com>
- 創業年** 1995年 **資本金** 1,000万円
- 従業員数** 13人 **売上高** 1億1,848万円

企業概要

町内にある二ツ沼総合公園の管理・運営を行う会社として、1995年設立。当初の第三セクター方式から2005年より広野町100%出資のまちづくり会社となった。東日本大震災後は新たな産業づくりに取り組み、2018年に新規事業として熱帯フルーツの栽培を始め、2019年より地産バナナ「朝陽に輝く水平線がとても綺麗なみかんの丘のある町のバナナ」(愛称「綺麗」)の出荷を開始した。2021年度の収穫数は約1万2,000本。さらにコーヒーの栽培、アルパカの飼育なども行い、広野町の復興を内外へアピールしている。



「困難に取り組む姿を町民の皆さんに見せることが大切」と語る代表取締役の中津弘文氏

う感じていた時に、振興公社で新事業をスタートする話があり、恩返しの続きをしようと決めました」。

住民の帰還が進む一方、避難生活による心の傷の回復、コミュニティの再生、住民と行政の関係性など、課題は少なくなかった。その中で、広野町の住民にとって「誇り」となるものができれば、自治意識の向上や、交流・関係人口の拡大にも期待できるのではないかと。この町で生まれ育った中津氏は、そう考えた。

28文字に込められた地産バナナへの思い

農業の経験は無く、ましてや日本で栽培が難しいとされるバナナを取り扱うという難題に挑むことになった中津氏。故郷への恩返しをという決意を原動力に、バナナ栽培に関する知見を広めていった。

「どんな苗を購入して、どのように栽培すればいいか。まさに一からのスタートでした。バナナを栽培する農家など全国から情報を収集する過程で、岡山の農家・田中節三氏が開発した『凍結解凍覚醒法』のを知り、その苗を試してみることにしたんです」。

凍結解凍覚醒法は、栽培する植物の種子、または成長細胞塊を約半年かけて-60℃に凍結させた後に、ゆっくりと解凍。これにより発芽比

降の早い成長を促し、耐寒性も生まれるという技術だ。中津氏は、広野町でのバナナ栽培を成功させる一つの道筋になると考え、苗150株の購入を決意。定植した後は、栽培に必要な情報を得るため関連企業での研修に参加するなど努力を続けた。

そして定植から約1年後、バナナの苗はぐんぐん成長して高さが3mを超えるほどになり、2019年8月に最初の収穫を迎える。広野町の新たな栽培事業の礎となるバナナは、「朝陽に輝く水平線がとても綺麗なみかんの丘のある町のバナナ」と命名された。

「全国公募で約400の応募から、現在の名称に決定しました。中には、『みかん』と『バナナ』の文字が一緒になると混乱するのではという意見もありましたが、この事業に着手した地域の未来がこの28文字に込められているという点が決め手となりました」。

広野町の美しい情景を後世に伝えること、その自然の中で育ったバナナであること、また町の復興への誓いの意味も込められており、満場一致で決定。とても長い名前のバナナとして知られるようになり、話題づくりにも一役買っている。長くて覚えられないという意見も踏まえ、「綺麗」という愛称を定めて商標登録も行った。

150株の苗からスタートして、初

北地方で初の試みにトライすることで皆さんを元気づけられたら」と。

広野町は、東日本大震災で約330世帯が地震と大津波による甚大な被害を受け、福島第一原子力発電所の事故の影響で全町避難を余儀なくされた。その後、国が定めた緊急時避難準備区域は2011年9月30日に解除。翌年3月には行政機能が戻り、住民の帰還に向けて準備が進められた。

中津氏は東日本大震災当時、広野町役場の職員として働いており、行政機能復帰後は放射線対策課課長、復興企画課課長として、町の復興事業に携わっていた人物だ。

「37年間、役場の職員として充実した日々を過ごさせていただきました。しかし、町の役に立つ仕事をしたと自分で言えるのは、復興関連事業に携わった7年間だけではないか。そ



クリーミーで濃厚なおいさが特徴の広野町産バナナ「綺麗」



青い状態で収穫される「綺麗」

年度の収穫数は約1万1,000本。翌年度は約8,500本と減少したが、2021年度には約1万2,000本と初年度を上回った。これも、中津氏らの努力のたまものといえる。

順調なスタートを切ったように思えるが、その過程では失敗もあったという。

「ある時、バナナの苗を別のハウスに移したら枯れてしまったんです。原因は土壌の違い。同じ敷地内でも土の性質が違ったことが影響したようです」。

優れた技術で作られた苗でも、土を含めた育てる環境が違えば予期せぬ出来事も起きる。それを実感したことで、さまざまな視野からバナナ栽培の知識をさらに深めていった。

事業収入の課題解決へ 新たな栽培もスタート

「綺麗」は熟す前の青い状態で収穫され、室と呼ばれる追熟装置を使って熟成させる。すべてコンピューター制御でコントロールしているため、熟成の進み具合も調整でき、出荷の調整も自由に行えるのが特長だ。安心安全なバナナとして市場に出すため、JGAPも取得した。それでもまだ、市場流通においては課題も残る。それは事業収入の確保だ。

「凍結解凍覚醒法を開発した田中さんが育てたバナナは、1本600円台で売られています。利益を考えれば『綺麗』も同等の値段で売らなければ

いけないのですが、われわれは1本300円前後で販売しています。理由は、この事業の根本に住民の『心の復興』があるからです」。

町の100%出資とはいえ、株式会社としては利益を上げなければいけない。しかし、住民に何度も食べてもらい、他の地域の人にも幅広く知ってもらいたいという思いで、価格を安く抑えている。

そのため利益率は低く、事業収入をいかに確保するかという課題があった。その解決に向けて、新たな熱帯性果実の栽培に着手している。その一つがコーヒー豆。年齢性別を問わず愛好者が多いコーヒーは、国産、特に東北産なら希少性が高いため販売価格を高く設定できる。

「コーヒーの栽培も試行錯誤の繰り返しです。コーヒーの木は半日陰を好むので、バナナの木の下で一体栽培ができると思ったのですが、コー

ヒーの天敵である害虫の問題もあり断念しました。今は別のハウスへ移植し、2023年6月ごろの初収穫へ向けて環境を整えながら栽培を続けています。バナナと同じようにブランド化してアピールしていく予定です」。

さらに、バナナと同様に南国以外での栽培が困難とされるパピア栽培も行っている。バナナと同じ時期に苗を定植し、2019年4月に初収穫を終え、今では年間300個の収穫実績を達成。完熟する前の青い状態で収穫することで、野菜として市場に出荷できるのも大きなメリットになるという。バナナの価格を抑えた上で事業収入を確保するため、引き続き積極的な取り組みを進めている。

地元住民の理解、 交流人口増加という成果は着実に

新規事業を立ち上げて4年、バナナの新たな品種の栽培にも挑戦。販



1 室と呼ばれるバナナの追熟装置



2 加工用にフリーズドライされたバナナ



トロピカルフルーツミュージアム内のカフェ「フルーツパーラーニツ沼ひろぼーの休憩所」

京大アイソトープ総合センターが、ベンチャー企業と共同でアルパカの血液の抗体からがんの治療薬を開発するプロジェクトを行っており、それに協力するためだ。

「東京大学アイソトープ総合センターの研究拠点が広野町にできる予定で、医学の進歩と観光が結び付き取り組みができればと考えています。バナナ事業も含めて、交流人口または関係人口の増加を見込み、力を入れていきたいです」。

アルパカの飼育にはバナナの葉を活用した飼料を使うなど、循環型の仕組みも検討している。バナナをはじめとした熱帯性果実栽培でも、地中熱を活用する設備を導入し、室温管理に役立てて燃料費削減を図る。

「農業のICT化も含めて、われわれが取り組まなければいけないことは多くあると思います。その中で、誰でも安定した栽培ができるように仕組みをつくり、マニュアル化していきたいと思います」。

すべては、住民の心の傷を癒やし、広野町の復興をアピールするために。

売促進のため、生食用だけでなく加工品の生産も始めた。地元の福島県立ふたば未来学園高校とコラボし、クッキー、ドーナツ、マドレーヌなどのスイーツを商品化。トロピカルフルーツミュージアム内のカフェ「フルーツパーラーニツ沼ひろぼーの休憩所」、ふたば未来学園の学生カフェ「caféふう」で販売されている。自社では「綺麗」を活用したプレミアムバナナプリン「ひろぼーのごちそう」を開発、数量限定販売を実施した。

さらに、福島工業高等専門学校とバナナ酵母から新株を発見する共同研究を行ったり、広野小学校ではバ

ナナの茎の粉末やペーストを使った和紙づくりが授業で行われ、その和紙が卒業証書に使われたりと、さまざまな広がりも見せている。

「バナナ事業においては、まだ安定した収益が出ているわけではありません。しかし、施設への見学・視察者数は2019年度が約5,200人だったのに対して、2021年度は約1万3,500人にまで増えました。お金の換算できない効果は着実に上がっていると実感しています」と胸を張る。

広野町振興公社では、2021年からニツ沼総合公園内でアルパカの飼育も始めた。町が連携協定を結ぶ東



* 東日本大震災および福島第一原子力発電所の事故の影響による全町避難の影響で、行政と住民の間に距離が生まれた。

* 設定した価格帯でバナナの販売を続けると収入の確保が難しいが、事業の性質上、価格改定以外の方法を模索する必要があった。

* 町が100%出資する会社で、バナナ栽培という難しい事業に取り組む姿勢を見せることで、住民を元気づけ、心の傷を癒やす。

* 事業収入の確保に向け、販売価格を高く設定できるコーヒー豆の栽培に着手。販売促進のため、バナナを使った加工品を開発。

* バナナの初収穫が行われた2019年から2年間で、県内外からの視察・見学者が約8,000人増。町への理解も広がる。

* 2023年にはコーヒー豆が初収穫を迎え、バナナ同様にブランド化してアピールする予定。加工品の認知度も徐々に上がっている。

29

福島県いわき市

少子高齢化や人口流出に負けない！ ニーズに沿ったケアや若手育成ですべての人々を笑顔に

i-step 株式会社



「手に職を付けたい」思いから Uターン。介護と福祉に携わる

かつては炭鉱の町として、今は映画『フラガール』の舞台となった町としても知られる福島県いわき市は、東北では宮城県仙台市に次ぐ2番目、福島県内では最多の人口を誇る中核都市だ。

いわき市は太平洋の大海原に面していることもあり、東日本大震災による津波で、港に隣接した小名浜魚市場やアクアマリンふくしまなどの施設は大打撃を受けた。交通網やライフラインも寸断し、避難者や亡くなられた方も大勢いた。

現在、港付近の施設はかつての姿を取り戻し、道路や大きなショッピングセンターも整備され、にぎわい

を取り戻している。目に見える復興が進み、生活が便利になったように感じるが、高齢者や障がいのある人には当てはまらないのが現状だ。

こうした地域の課題に真っ向から取り組んでいるのが、i-step株式会社だ。主な事業は要介護者・障がい者のデイサービス、さらに脳梗塞リハビリ、福祉用具や車両レンタルまで、福祉に関わる全般。代表取締役の藤井秀徳氏はいわき市出身で、柔道整復師、介護支援専門員の資格を持つ福祉のスペシャリストだ。

「最初の仕事として選んだのは整体師。高校時代、テニス部に所属していたんですが、けがのたびに整骨院のお世話になっていて、施術された患部が良くなっていくことに感動して、手に職を付けるならこれだと思

うようになっていました」。

藤井氏は福島県郡山市に新しく開校した整体の専門学校の夜間部で勉強に励み、昼間は整骨院を併設するクリニックで見習いとして働いた。

「東京で専門学校に通うことも考えましたが、両親が暮らすいわき市まで車で1時間ちょっとの郡山市の専門学校で腰を据えて自分のスキルを高めようと思いました」。

働いていたクリニックは整体だけではなく高齢者向けのデイサービスも展開しており、藤井氏は介護と福祉に携わった。

「クリニックに14年勤めてデイサービスやケアマネジャーを経験したことで、今の自分があると思っています。特に最後の4年間、ケアマネジャーとして利用者のケアプランや



サービス業

新事業開発

地域振興

スタートアップ

被災地進出

人材育成

雇用促進・拡大

i-step株式会社

アイステップカブシキガイシャ

業種 社会保険・社会福祉・介護事業

代表者 藤井秀徳氏【代表取締役】

所在地 福島県いわき市平上荒川字桜町21-1

TEL 0246-46-3322

WEB <https://www.i-stepproject.jp>

創業年 2012年 資本金 300万円

従業員数 63人 売上高 非公開

企業概要

「いわきの高齢者・障がいのある人たちの人生を豊かにする」「いわきで活躍する若い人たちを育てる」を経営ビジョンに掲げる介護事業所。アクティブな高齢者を対象にしたフィットネス型デイサービスに始まり、在宅生活を安心して過ごせる訪問看護・訪問リハビリ事業、福祉用具レンタル、介護タクシーなど事業は多岐にわたる。育成については、「毎年、新規事業を若い人たちとつくる」ことを目標に、若手スタッフへ積極的な事業参加を促す。



代表取締役の藤井秀徳氏

給付管理を経験できたことは大きなことでした」。

「無いなら自分で作り出す」 自らの理想を実現するため起業

藤井氏は東日本大震災後の2012年12月、地元いわき市でi-stepを立ち上げた。

「両親に何かあったときのことを考えると、いわき市で立ち上げるのが現実的でした。それにかゆいところに手が届かない、自治体の福祉サービスに危機感を感じたことも要因です。寝たきりの人、重度の人、ちょっと元気な人、それぞれに合ったピンポイントのサービスをするのがなかなか難しい。でも、現場にいるとどの人にも同じようなサービスしか提供しないことが当たり前になっ

まう」。

藤井氏は、ケアマネジャーを経験したことで現場を俯瞰的に見られるようになり、介護の現場では当たり

前のような平たんなサービスを「変えていかないといけない」という使命感に駆られた。

「できないのであればできるように新たに作ってしまった方がいいという感じですね。介護の現場やケアマネジャーをやっていたときに、『もっとこうすれば、こういうことができる』というイメージを持っていました」。

「会社を立ち上げるに当たって、介護と障がいの両方を考えていました。当社の経営理念は『全ての人に健康と笑顔と元気を』。いわきの高齢者・障がい者の暮らしを豊かにすることをビジョンに掲げています」。

現在、i-stepでは介護、障がい、リハビリ、用具レンタル、レンタカー





など多岐にわたる福祉事業を展開。さらに近年、在宅介護・診療の増加を受け、介護福祉士や看護師、リハビリの専門家チームを備えている。利用者の健康状態などは、チーム内で連携し情報を共有することで備えを怠らないようにしている。

「2019年の豪雨災害では、ご家族がおらず、移動も困難な利用者の安否確認を行いました。有事に備えていれば多くの命を守ることができます」。

i-stepにとって、利用者の健康だけでなく、命を守ることも大切な使命なのだ。

「まずはやってみる」 地域のニーズと スタッフの熱意に応える

高齢者デイサービスのほかに、障がい児向けの、運動型・個別型・就労準備型の「放課後等デイサービス」も展開。中でも運動型放課後等デイサービスを行っている事業者は市内では少ない。

「運動型を立案したスタッフは療育指導を学んだ元サッカー選手。自分の経験を落とし込みながらプログラムを組み立てています。ほかにも作業療法士・障がい者施設経験者など

も、お子さんたちの成長をサポートしています」。

絵画や造形などの創作活動も取り入れ、子どもたちの表現力や自主性、自己肯定感を引き出す。運動療育で子どもたちの体力の向上を図り、心を充実させる。そして、小学校高学年から高校生の発達障がいのある子どもが、生活のための自立訓練や社会に出て働くための準備をサポートする就労準備型放課後等デイサービスにも力を入れている。

さらにi-stepは2022年5月、福祉車両のレンタル事業とタクシー事

業も開始。

福祉タクシーは利用者の通院や入院退院、転院搬送、日常の買い物やお墓参り、観光旅行など利用の範囲も広く、関東圏への長距離利用もあった。「家族と旅行をしたい」とキャンピングカーのレンタルをした利用者もいた。福祉タクシーだけではなく、利用者の要望に合わせた柔軟性とスピード感でサービスを提供するのはi-stepの強みでもある。

福祉や介護の分野から少子高齢化や復興という大きな問題に対して取り組んできたi-step。一方で、「いわきで活躍する若い人たちを育てる」「いわきから100の経営者・100の事業を生み出す」という経営ビジョンも掲げている。

実はいわき市では若者の地元離れが深刻だ。15歳～24歳の年代では約5,000人減少というデータもあり、将来、町のシステム自体が立ち行かなくなることも考えられる。

「若手とのミーティングで『子どもや親御さん向けのECサイトを立ち上げ、収益を子ども向けの次の事業につなげたい』、セラピストで作業療法士の経験があるスタッフから『企業の健康経営に関わりたい』など、具体的で意欲的な提案があります。こ





10年間蓄積したノウハウを地域の福祉サービスに還元

設立から10年。これまでのノウハウを地域に還元していくことに注力したいと藤井氏は意気込む。

「少子化が進む日本は、今後、必然的に高齢化も進んでいきます。国民が健康な暮らしをするためには予防しかありません。これからは企業が地域のために、健康づくりに貢献していかなければいけないと思っています」。

いわき市内では新型コロナウイルス禍の影響で、業態転換が増えてきている。その際もi-stepが貢献できると考えている。

「業態転換でデイサービスを始めたいという相談を受けることがあります。いわき市の福祉サービスの輪を広げるきっかけにもなるので、ぜひ相談してほしいです」。

いわき市の福祉サービスを充実させ、「全ての人に健康と笑顔と元気を」。この理念がi-stepを突き動かす原動力となっている。

れらが形になれば若手も育っていくのかなと思っています」。

時代や地域のニーズを見ながら、スタッフの熱意と経験を生かせるものを事業化する。それは藤井氏のスタッフに対する信頼と若手にチャレンジさせる心意気が表れたものでもある。

「当社では新しいサービスを一つひとつ形にしながら、個人が健康的に笑顔で元気に過ごせる町をつくり、もっと多くの人々を巻き込んで、より良い地域を一緒につくり、いわき市を盛り上げていければと思っています」。

課題

- * 利用者の健康状況に合わせた、細やかな福祉サービスが提供できていない。
- * 市内山間部の高齢者世帯や高齢者数の把握が難しく、介護支援を必要としている住民がどのくらいいるのか分からない状況だった。
- * 主に若者の人口流出に対して、町の活性化に向けてどのような対策をするか。

解決策

- * 高齢者向けサービス内容を細分化し、障がい児向けの放課後等デイサービスを立ち上げ、福祉タクシーなどを事業化。
- * 行政からの委託事業として、山間部で地域住民を対象とした認知症予防などの講演会を行った。セラピストや看護師を派遣し健康講座も開いた。
- * i-stepでは「いわきから100の経営者・100の事業を生み出す」をビジョンとして掲げ、若手社員による新規事業の提案や立ち上げなど、育成に努めている。

効果

- * 利用者に合わせてサービスの事業化により、職員たちの部署間異動に伴う専門知識の向上、人材育成が進んだ。
- * 当初は講演会の参加者が少なかったが、回を重ねるうちに参加者による隣近所や親戚などへの声かけの協力もあり、増加。認知症予防などの啓発だけでなく、健康相談の場となり、山間部に住む高齢者の状況把握につながった。
- * 若手社員に新規事業等の立ち上げを任せることで、働く意欲の向上がみられるようになった。明確な目的を持って入社する社員が増えた。

30

福島県福島市

時代への適応力と安心感がカギ! 福島から生産者の熱意と安全な青果物を届ける

株式会社マルセイ



**取扱商品の総数は1,000アイテム超。
各種要望に応える
国内外ネットワーク**

福島県福島市にある福島市公設地方卸売市場では、東京ドームおよそ2.5個分の広い敷地に、全国各地、さらには海外から青果、水産、花卉が集まり、ここで取引された商品は主に福島市内および周辺地域のスーパーや小売店に並び、地元住民の日々の暮らしを支えている。

株式会社マルセイは1972年の市場開設から青果仲卸として入場。福島県内の野菜や果物を中心に取り扱い、スーパーや小売店を通じて福島県内のみならず全国の消費者の元に届けている。この老舗を取り仕切るのが代表取締役社長の赤井清晴氏。

毎日入荷してくる商品を入念にチェックしながら、生産者の愛情がこもった青果物を卸すのが信条だ。

「当社は1965年の創業から県内外の青果物を取り扱っています。例えば、当地特産の桃は20種類以上の品種がありますし、当社取扱商品の総数は細かく分類すれば1,000アイテムを超えたいと思います。福島はおいしい野菜や果物の宝庫で、四季折々、さまざまな商品が出回ります」。

一方、取引先から要望があれば、季節外れの野菜や果物を全国各地、品物によっては海外から仕入れることも。「例えば焼き肉屋さんのメニューにある冷麺に添える梨ですが、冬場には無いので産地で貯蔵していただき12月～5月下旬まで出荷できる体制を整えてもらったり、ケーキに

欠かせないイチゴは夏場には無いので、やはり海外や、北海道から仕入れたりしています。季節によって仕入れる産地を変えながら、お客さまのご要望にお応えできるよう努力しています」。

スーパーや小売店の陳列棚には年中、青々としたキュウリや真っ赤な



代表取締役社長の赤井清晴氏

流通・小売業

風評対策

地域振興

情報発信



株式会社マルセイ

カブシキガイシャマルセイ

業種 飲食品卸売業 代表者 赤井清晴氏[代表取締役社長]

所在地 福島県福島市北矢野目字樋越1

TEL 024-553-3171

WEB <http://www.marusei-f.co.jp>

<https://www.big-advance.site/s/191/1236>

創業年 1965年 資本金 5,000万円

従業員数 40人 売上高 60億円

企業概要

「常に環境変化に対応し、地域社会への貢献を目指す」を経営理念に、青果物およびその加工品の卸売業を営む。1972年から福島市公設地方卸売市場に青果仲卸として入場。メイン業務として福島県内の野菜や果物を福島市をはじめ全国のスーパーや小売店へと届けている。また、公益社団法人福島相双復興推進機構と連携し福島県葛尾村の農産物を県北地区のスーパーに卸すなど、農産物等を通じて葛尾村および福島の復興に尽力している。



トマト、緑の葉物野菜等が並ぶ。消費者が季節を問わずさまざまな野菜や果物を購入できるのは、マルセイのように全国各地、世界中から品物を仕入れてくる業者があつてこそ。「野菜や果物にはそれぞれ旬がありますが、地域によって収穫の時期は違いますが、トウモロコシは福島では8月くらいが収穫の時期ですが、宮崎県では6月ごろ。この間2カ月も違う。私たちは消費者に旬の物や新鮮な物を

届けるために、全国各地の同業者と品物のやりとりをしているわけです」。

青果がつかないだ支援の輪。信頼の積み重ねでおいしさと安全をPR

東日本大震災から10年以上経過したものの、福島県の農産物、水産加工物、酪農すべてにおいて「風評被害」が払拭されたとはいえない。マルセイも、この問題にまだまだ悩まされている。

「福島第一原子力発電所の事故で、当時福島県産品の流通がびたっと止まってしまいました。生産者や物流業者、私たち卸売業者にとっては死活問題。当社では直後から放射性物質の数値を測る機械を導入して、仕入れた青果を独自に測定していました。どれほどの品数を計測したか数え切れません。とにかく、安全な物だと証明することに必死でした」。

マルセイでは安全性を数値化し、



商品に証明書を添付するなど、あらゆる手段で風評払拭に取り組んだが、なかなか拭い去ることができなかった。しかし、地道な取り組みが奏功し、現在ではだいぶ薄れてきていると、赤井氏は感じている。

「取引相手は、検査された物だから安全だということは分かってくれていたと思います。でも消費者のことを考えると…という気持ちが伝わってきました。逆の立場だったら私たちも同じように考えたと思います。当社としては一つ一つ検査して安全を証明していくことを継続するしかありませんでした」。

すると、取引のある静岡県のスーパースーパーが6年ほど前から福島県産農産物の販売イベントを開催してくれるようになった。「当社から安全の基準をクリアした農産物はもちろん、特産の桃をいっぱい持って行って、実食してもらいながらおいしさと安全性をお客さまにPRしました」。

このイベントにはJAふくしま未

来と福島の果物をPRするミスピーチキャンペーンクルーも参加し、回を重ねている。

当初は福島県産というだけで見向きもされなかったが、証明書で安全性を訴えることで、まばらだった客足も回を重ねるごとに増えていった。中には「昔、福島に住んでいたことがあって、そのときの桃の味が忘れられない」と、懐かしむように箱ごと買っていく人も。

一つ一つ検査し安全性を訴えたこと、さらに他県の取引先の理解と協力があって、福島の農産物は息を吹き返した。

「福島は一度、見放されたといっても過言ではありません。だから消費者とじかに触れ合える機会には本当にありがたかったです。青果がつながご縁、福島の青果は安全・安心なものだと理解して仕入れてくださる全国の同業者や、取引先の皆さんとのつながりで助けられていることを強く実感します。これからも完全払拭

に向けて、福島県産の青果は安全なんだよとPRしていきます」。

日々変化する市場と 消費者のニーズをいち早くつかみ、 活路を見いだす

近年は青果店やスーパーだけでなく、コンビニやドラッグストア、ホームセンターでも野菜や果物を購入できるようになった。消費者のニーズに敏感に反応しているともいえる。

「長いこと青果物を取り扱っていましたが、近年の変化のスピードには驚かされます。直近ではパチンコ店さんで高級メロンや産直野菜を販売するようになったりしていますし」。このような状況下でも、赤井氏は時代の流れを柔軟に受け入れ、変化を見据えながら、お互いがいい関係を築くための策も考えているという。

「あるホームセンターさんから、『地元の青果を販売するためにどんな売り場にすればいいか協力してほしい』と依頼があって、一緒に売り場作りを行ったこともありました。思いがけない相談でしたが『できません』と断るのではなく、こういうことも大切だなと感じました」。

少子高齢化や核家族化が進み、青果物を購入する消費者のニーズも変化した。

「昔は大家族が中心でしたが、今は2人暮らしや高齢者の1人暮らしも増えています。そういった人たち向けに白菜1玉、キャベツ1玉を半分や4分の



業務以外でも、交通安全や寄付などで地域貢献。事務所内には福島県などから贈られた表彰状や感謝状が隙間無く飾られている

1に切って売るのが当たり前の時代」。

また、生産者との関係について、「青果を取り扱えるのは農家さんが愛情込めて栽培してくれるおかげです。傷物や形が少しいびつな物など、規格外の物も仕入れて販売しています。少くらい見てくれが悪くても味は変わらないし、農家さんの収入にもつながります」とも。

こうした取り組みは、青果を扱う者として生産者をリスペクトする姿勢の表れといってもいい。

**再スタートを切る村で
生産者を支援し、
農業の復興を後押し**

2021年10月からは公益社団法

人福島相双復興推進機構の相談に応える形で、葛尾村の農産物を県北地区のスーパーに卸し始めた。

葛尾村は福島第一原子力発電所の事故により全村避難を余儀なくされた。2016年6月に村内の帰還困難区域以外の避難指示は解除され、徐々に住民は帰村しているものの、まだまだ日常を取り戻すまでには至っていない。そのような状況にあっても、農産物の生産に汗する農家がいる。

「葛尾村の農産物を県北地区のスーパーに卸すきっかけとなったのが、元々取引のあった凍みもちの生産者から『せっかく作ったのに出しどころがない。どこかに卸せないものか』

という相談からでした。加工品や野菜をがんばって生産しても出荷先が無いという課題の解決に向け、当社も協力させていただきました。週に1度、金曜日に『葛尾村復興交流館あぜりあ』に集められた農産物を集荷して、販売店に配送します」。

この取り組みは販路開拓はもちろん、被災した生産者や新規就農者のサポートにもつながる。赤井氏もこれからの動きに期待を寄せる。

「まだ少ないとはいえ生産者がいて、今後は外部からの新規就農者も見込まれます。数が増えることで、より多くの農産物を生産することも可能となります。例えば葛尾村で生産された農産物を県内外に出荷できれば、葛尾村の復興につながっていくと確信しています」。

今後は農産物の仕入れだけでなく、新たな農産物の提案など、生産者の手助けをしていく予定だ。

生産者、取引先、消費者のハブを目指すマルセイ。福島の青果物のおいしさと安全性のPRなど、果たすべき役割は多いが、風評に立ち向かう姿勢を貫き通す。



- * 福島第一原子力発電所の事故による風評被害の払拭のため、安心・安全性をPRする必要があった。
- * 消費者の少子高齢化や核家族化など時代の潮流に合わせ販売方法の変化が求められた。
- * 避難指示が解除された葛尾村で収穫された農作物を市場に流通させたい。

- * 自社に放射能測定器を導入し一品目ずつ測定。その結果を証明書として品物に添付し出荷。
- * 一つの品物を2等分・4等分するなど、少子高齢化の家族構成に合わせて調整し販売。
- * マルセイの取引先網を活用して葛尾村の農作物を週に1度集荷し、福島県北地区のスーパーで販売。

- * 安全性を数値化したことにより、取引先の信頼と売り上げが回復。
- * ロスの削減につながり、廃棄物が減少した。
- * 葛尾村の農業復興の足掛かりとなり、生産者の収入にもつながった。



「ロボットが日本を支える！」 福島の開発実証拠点 「福島ロボットテストフィールド」が描く未来



福島では従来の産業の復興だけでなく、新しい日本をけん引する新産業の創出に向けた動きも活発だ。その象徴とも言えるのが「福島イノベーション・コースト構想」。東日本大震災後に制定された「福島復興再生計画」の一部で、「世界に誇れるふくしま」をスローガンにさまざまな取り組みを行うプロジェクトである。今回はその中でも特に国や教育機関の注目を集め、成果も目覚ましい「ロボット・ドローン関連の研究開発」について取り上げる。

福島の浜通りが舞台の 「福島イノベーション・ コースト構想」

東日本大震災によって、大きな被害を受けた福島県浜通り地域の産業。福島イノベーション・コースト構想は、浜通り地域等の産業を回復するため、当該地域の新たな産業基盤の構築を目指す国家プロジェクトである。

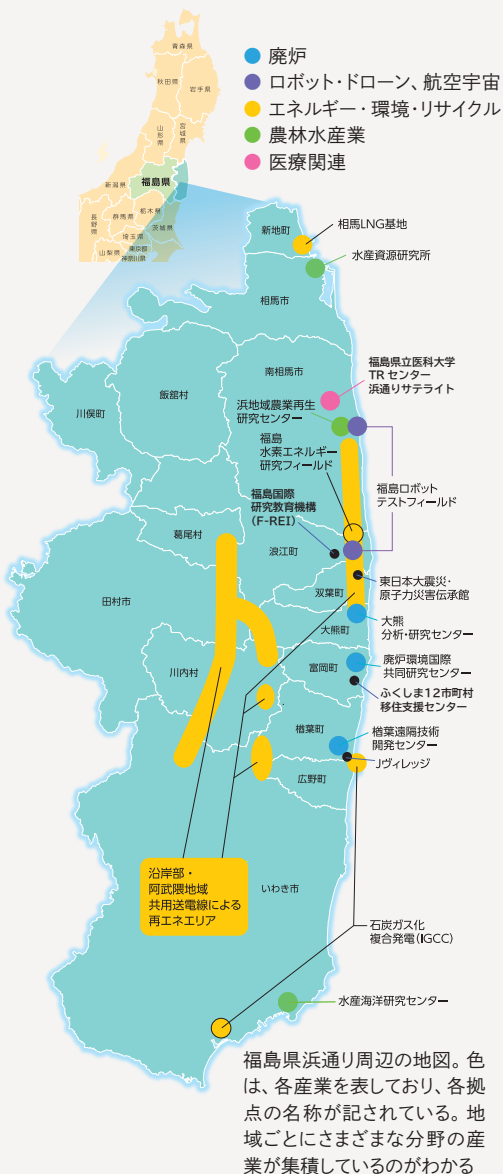
対象となる産業は、廃炉、ロボット・ドローン、エネルギー・環境・リサイクル、農林水産業、医療関連、航空宇宙の6つの重点分野。構想を推進する組織として、福島県は2017年に「一般財団法人福島イノベーション・コースト構想推進機構」を設立（2019年に公益財団法人に移行）し、それぞれの重点分野において、産業集積、教育・人材育成、交流人口の拡大、拠点施設の管理・運営、情報発信と、主に5つの取り組みで振興を図ろうとしている。

福島イノベーション・コースト構想における 6つの重点分野

 廃炉 <ul style="list-style-type: none"> ● 廃炉向け、研究開発と人材育成を進める ● 研究拠点としての活用を検討 	 ロボット・ドローン <ul style="list-style-type: none"> ● 福島ロボットテストフィールドを中核とするロボット産業の集積 ● ロボット・ドローンの開発や実証を行う 	 エネルギー・ 環境・リサイクル <ul style="list-style-type: none"> ● 先端エネルギー関連産業の創出 ● 環境・リサイクル産業の集積と事業実証を行う
 農林水産業 <ul style="list-style-type: none"> ● ICTやロボット技術を活用した農林水産業の実践 	 医療関連 <ul style="list-style-type: none"> ● 医療関連産業の集積による地域課題の解決 	 航空宇宙 <ul style="list-style-type: none"> ● 航空宇宙産業への新規参入支援と技術の高度化

福島イノベーション・ コースト構想推進機構の 5つの主な取り組み

1. 産業集積 複数の企業を誘致し、さらにビジネスマッチングイベントを開催するなど、産業集積を促進する取り組みを実施。  企業立地セミナーの様子	2. 教育・人材育成 大学やその他の教育・研究機関と連携。浜通り地域等の初・中等教育における人材育成を支援。  実習教育(東京農業大学×相馬市)
3. 交流人口の拡大 観光拠点などの活用や、地域の魅力を創造するイベントなど、交流人口の拡大に向けた取り組みを実施。  サイクルロゲイング大会を開催	4. 拠点施設の管理・運営 福島イノベーション・コースト構想に関する複数の拠点を管理・運営。拠点の利活用を県内外にPRしている。  東日本大震災・原子力災害伝承館
5. 情報発信 シンポジウムの開催やSNSの更新など総合的な情報発信を行い、取り組みの周知・発展を狙う。  シンポジウムの様子	



今回はこの「ロボット・ドローン分野の産業集積」について掘り下げて紹介する。

同機構専務理事の戸田光昭氏は「たとえば産業集積を進めるための正解はひとつではないので、ビジネスマッチングや情報の提供など、さまざまな角度からの支援を考えることが必要です。また、産業集積の効果を浜通り地域等全域に波及させることも重要なので、ほかの地域や企業などとの連携や目配りといったことも考えなければなりません」と話す。「機構の役割は取組のコントロールや規制などではなく、あくまで浜通り地域等が前へ進む後押しをすること」と強調している。

世界にも例がない「福島ロボットテストフィールド」

2015年に政府の日本経済再生本部でとりまとめられた「ロボット新戦略」の中で、災害対応ロボットな

どの「ロボット実証実験フィールド」の整備が盛り込まれ、「福島浜通りロボット実証区域」が設置された。

実証区域ではこれまで、区域内にあるダムや学校の校舎、産業廃棄物処分場、トンネルなどを利用して、水中作業ロボットやドローンなどの実証実験を実施。そこで得た知見をもとに、ロボット・ドローン関連産業集積の核となる「福島ロボットテストフィールド」が整備され、2020年に全面オープンした。

福島ロボットテストフィールドは南相馬市と浪江町に施設があり、南相馬市の復興工業団地内にある施設は、約50haの敷地に、陸海空で動くロボットや、ドローンの研究開発に活用できる設備、研究者の活動拠点となる研究棟などが整備されている。浪江町には無人航空機用の滑走路、格納庫がある。

南相馬市の施設について、機構の福島ロボットテストフィールド事業部長の本宮幸治氏は「陸海空で活躍するすべてロボットの実証実験を行える施設は、日本はもちろん、世界にも例がありません」と説明する。

施設内の水中・水上ロボットエリアには、浸水した市街地を再現した

浜通り地域等15市町村に400社以上が新規進出

こうした取り組みを行うため、福島イノベーション・コースト構想推進機構では企業誘致による産業の活性化や、進出した企業に対する支援等を行うことで復興に向けたサポート業務に尽力している。

制度的な支援もあり、震災以降これまでに400社を超える企業が浜通り地域等に進出を決めている。廃炉関連分野では、東京電力ホールディングス株式会社・元請企業と地元企業とのマッチングが始まっているほか、農業分野でも企業の新規参加が進んできている。そして、産業集積がもっとも目立つのがロボット・ドローンの分野だ。



福島イノベーション・コースト構想推進機構の専務理事・戸田光昭氏

福島ロボットテストフィールド事業部長 本宮幸治氏(写真右)



福島ロボットテストフィールド(南相馬市所在部分)の全容イメージ

「水没市街地フィールド」や屋内水槽試験棟、インフラ点検・災害対応エリアには、災害時の土砂崩落現場を再現したフィールド、試験用のトンネルや橋などが用意されている。また、無人航空機エリアには滑走路や格納庫、風洞実験や耐久実験を行える設備などがあり、南相馬市と浪江町の施設を結んだ無人機の飛行実験も可能だ。

17の大学やスタートアップ企業などが研究棟で活動中

福島ロボットテストフィールドを活用したいという申し込みは多く、スタートアップ企業、警察や消防など防災関係機関を含め多様な企業や団体が実験や試験を行っている。また、研究棟への入居希望も多く、13室でスタートした研究室は増設した。現在は東京大学、東北大学、会津大学といった教育機関、国や福島県の研究機関、スタートアップ企業など、17団体・企業が入居している(2022年11月1日現在)。

「研究室の人気は想定以上で、さま

ざまなシチュエーションでロボットやドローンの試験や実験ができるだけでなく、多くの大学や研究機関、企業と交流できることが、福島ロボットテストフィールドの魅力と受け止められています」と本宮氏。

ロボットは技術の総合デパートと言われ、ロボットの機械、電気・電子制御、ソフトウェア、電気、造形、デザインなど多様な技術が必要だ。しかし、規模の小さいスタートアップ企業などは、単独ではどうしてもすべてに手が回らないことから、企業間連携を模索しなければならない。その点で福島ロボットテストフィールドには最新機器をそろえた県ハイテクプラザ南相馬技術支援センターが併設されていたり、地域にロボット産業協議会の活動があったりと、相談も連携も容易にできることも人気を呼ぶ理由である。

「福島ロボットテストフィールド」から生まれた新技術

浜通り地域ではこれまで、ロボッ



株式会社テトララボが開発した無人航空機

トやドローンに関連する事業が活発だったわけではないが、元々製造業のポテンシャルがあり、浜通りを含めて福島県にはオンリーワンの技術を持っている企業も多く、ロボットやドローン産業が伸びる素地は十分にあった。廃炉事業などにもロボットやドローンは欠かせないことから、将来性もニーズも見込むことができ、地域も期待を寄せていた。

このような背景もあって、福島ロボットテストフィールドのある南相馬復興工業団地や、インキュベ

研究室22室(2022年11月1日現在17室入居)

入居者名	本社	研究開発対象
(株)プロドローン	愛知県	大型ドローン
(株)デンソー	愛知県	橋梁点検ドローン
(国研)海上・港湾・航空技術研究所	東京都	航空機位置探知システム
(株)ロボテックス	神奈川県	水素燃料電池ドローン (A)
會澤高圧コンクリート(株)	北海道	インフラ点検用ドローン
(株)先端力学シミュレーション研究所	東京都	ドローン用部品
総合警備保障(株)	東京都	警備用ドローン
東京大学 航空宇宙工学専攻 土屋研究室	東京都	ドローン性能評価手法
AZUL Energy(株)	宮城県	ドローン用軽量電池
(株)東北ドローン	宮城県	ドローン運用ユースケース
テトラ・アビエーション(株)	東京都	空飛ぶクルマ (B)
東北大学 未来科学技術共同研究センター	宮城県	自動走行、EV
会津大学 復興支援センター	福島県	災害対応ロボット (C)
(一社)ふくしま総合災害対応訓練機構	福島県	総合災害対応訓練、災害対応ロボット実用化
(株)メルティンMMI	東京都	アバターロボット
(株)リビングロボット	福島県	パートナーロボット
(株)クフウシャ	神奈川県	自律移動ロボット (D)

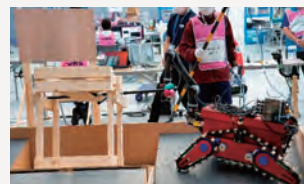
2022年11月現在、福島ロボットテストフィールドの研究室に拠点を構える企業や団体。ロボットのさまざまな領域におけるスペシャリストたちが集い、連携を取り合うことでイノベーションが生まれている



A. 水素燃料電池ドローン



B. 空飛ぶクルマ



C. 災害対応ロボット



D. 階段昇降ロボット



株式会社人機一体の「人型重機」。過酷環境での作業はもちろんのこと、人機一体の力制御技術により人との協調作業もこなす

ション施設の南相馬市産業創造センターには、ロボットやドローンなどの関連企業が18社進出。東日本大震災以降に、浜通り地域等に新規進出した関連企業は累計で70社に達し、産業集積は予想を上回るスピードで進んでいる。進出した企業の中からは、ユニークな製品や技術を開発したところも現われている。

株式会社テラ・ラボが開発したのは、「長距離無人航空機（固定翼）や航空機などを活用した災害対応デジタルトランスフォーメーション」。ドローンや航空機などで土砂崩れなどの災害現場を空撮し、そのデータから地図にオルソ画像をはめ込みさらに必要な情報を落とし込んだ周辺状況図を作成して地方自治体の災害対策本部や国、報道機関などに提供するという技術だ。福島県に大きな被害をもたらした2019年の「令和元年台風第19号」や、2021年の「熱海市伊豆山土石流災害」でも実際に用いられ、被害状況を上空から把握することで二次災害の防止などに役立てられている。

株式会社人機一体が取り組んでいるのは、過酷な環境で人間に代わって作業するロボット「人型重機」の開発。「重機」でありながら、柔らかいものもつかむことができるという繊細さも兼ね備えたロボットだ。現在は西日本旅客鉄道株式会社、日本信号株式会社と、高所重作業ができる人型重機の開発が進められている。

多様な支援で、ロボットやドローンの産業集積を促進

産業集積の核として、活発な活動を続ける福島ロボットテストフィールドへの関心は高く、県内外の自治体や企業などからの視察が増えている。機構の企画戦略室上席主任の池田明幸氏は、「“開かれた施設”が理念のひとつなので、視察だけでなく、ロボットの実演展示会である『ロボテスEXPO』なども開催して、積極的に人を受け入れています」と言い、こうした機会を通じて進出企業との交流を増やすことで、進出企業の支援や、企業の新規参入の促進につなげたいとしている。

機構ではまた、人材育成でも福島ロボットテストフィールドを「核」ととらえている。プログラミングの基礎をロボットを使って学ぶ小中学生向けのプログラミング教室も行われるほか、地元高校生等が参加できるさまざまな学びのためのイベント、講座が提供される場などになっているのだ。

機構では、浜通り地域等に進出した企業に対して、今後も「シームレスな支援」を続けていく。「新しい技術や製品が社会実装されるには、法律や規制の改正が必要になることが少なくありません。現場の声を規制当局に伝えていくのも、私たちの役割です」と戸田氏。

新しい技術や製品が芽を出し、社

会に出ていくまでには、法律や規制の面だけでなく、資金、人材育成、情報提供など、さまざまな面での支援を切れ目なく行うことが必要だ。また、本宮氏は「ロボットやドローンは成長分野なので、技術開発の支援と並行して、新たな市場の創造、あるいは市場の開拓といったことも、一緒に考えなければなりません」と話している。

「ロボット産業革命の地・ふくしま」

こうした支援を通じて、機構が目指しているのは福島県が掲げる「ロボット産業革命の地・ふくしま」の形成だ。浜通り地域に進出した企業が、地域や地元企業なども巻き込んで課題を解決し、自律的に進化していくことによって、産業集積の効果や地域の利益の拡大、さらなる産業集積や他分野への波及を目指している。現在、「ふくしま次世代航空戦略推進協議会」が設立されるなど（福島ロボットテストフィールドにて設立総会を開催）民間主導での動きが出てきている。

取材協力



写真は右から福島ロボットテストフィールド事業部長 本宮幸治氏、福島イノベーション・コースト構想推進機構専務理事 戸田光昭氏、企画戦略室上席主任 池田明幸氏

団体名 公益財団法人

福島イノベーション・コースト構想推進機構

所在地 福島イノベーション・コースト構想推進機構：福島県福島市中町1-19中町ビル6階
福島ロボットテストフィールド：福島県南相馬市原町区萱浜字新赤沼83

WEB <https://www.fipo.or.jp>

産業復興の主な取り組み

東日本大震災の被災地域では、事業者や自治体などの活動をソフト・ハードの両面から支援する事業が数多く実施されています。ここでは、その一例を紹介します。

また、本年度事例集の掲載事業者への取材で得られた情報をもとに、各事業の利用状況もまとめています。

新商品開発や新規事業の立ち上げ、販路開拓、生産性向上等の支援

1

復興庁

地域復興マッチング「結の場」

概要 大手企業等と被災地域企業とのビジネスマッチングを目的としたワークショップを開催。

特色 人材不足や販路開拓、新商品の開発手法など、自助努力や既存制度の活用だけでは解決できない課題を抱える被災地域企業が主な対象。支援企業は、被災地域の企業ニーズに応え、自社の利害を超えて、技術、情報、販路など、自らの経営資源を被災地域企業に幅広く提供する。

復興庁

2

被災地域企業新事業 ハンズオン支援事業

概要 復興庁職員が専門家や商工会議所等と連携し、被災地で経営課題の解決に取り組む企業に対して具体的な実務支援（ハンズオン支援）を実施。

特色 支援対象は、新商品開発や販路拡大などの新事業に取り組む被災地域企業。支援案件ごとに体制を組み、助言・指導にとどまらず、企業等と共に事業化を推進する。商工会議所・商工会や観光協会と連携して会員企業を支援する「グループ支援」の中では、参加企業への個社支援も実施する。

※当事業は令和3年度より、新ハンズオン支援事業として統合

3

復興庁

専門家派遣集中支援事業

概要 専門家・専門機関が、被災地で新たな事業を立ち上げる企業やまちづくり会社設立を検討中の協議会等に対し、市場調査等の集中支援を実施。

特色 集中支援の具体的な内容は、新商品・サービスの開発や、既存商品の高付加価値化など多岐にわたる。事業立ち上げ費用の全額または一部を復興庁が負担。支援期間は最長6カ月間程度。

※当事業は令和3年度より、新ハンズオン支援事業として統合

[掲載事業者の制度利用]

03 株式会社のだむら 涼海の丘ワイナリー (令和3年度)	P20
05 丸友しまか有限会社 (令和3年度)	P28
06 有限会社小島製菓 (平成28年度・平成30年度)	P32
08 株式会社阿部長商店 (平成24年度・平成26年度・令和3年度)	P44
21 合資会社旭屋 (平成28年度・令和3年度)	P108
25 株式会社鳥藤本店 (平成27年度)	P124



各企業がオンラインにて参加(令和3年度開催時)

[掲載事業者の制度利用]

21 合資会社旭屋 (令和元年度)	P108
-------------------	------



福島県相双地区の地域ブランド化を支援

[掲載事業者の制度利用]

08 株式会社阿部長商店 (令和2年度)	P44
----------------------	-----



女性目線の商品開発チームを発足し、新商品を開発

4 復興庁 復興庁クラウドファンディング支援事業

概要 セミナー開催や専門家派遣等を通じて、被災事業者のクラウドファンディング(CF)実施を支援。

特色 被災地にCFを浸透させ、被災事業者の資金調達手段を多様化し、産業復興を目指す。CFを成功させるためのマーケティング・プロモーションやWEB制作・動画制作などについて、専門家の支援を受けることができる。

[掲載事業者の制度利用]

- 14 有限会社佐々木酒造店(令和元年度) …… P68
- 19 株式会社haccoba(令和2年度) …… P100
- 21 合資会社旭屋(令和元年度) …… P108



CF限定商品を支援者へのリターンにして、630人から約585万円を調達

5 復興庁 産業復興事例集の発行

概要 被災地の事業者らによる産業復興に向けた新たな挑戦や課題の克服の取り組みを取材し、事例集編さんを実施。

特色 課題克服の取り組み事例は、被災地での再生・創業や事業承継など。被災地内外のイベント等で配布して取り組み事例を共有しており、今後の事業創出や復興の加速化につながることが期待される。

6 復興庁 政策調査官(企業連携推進室)

政策調査官 復興庁では民間企業・組織等からの出向者を「政策調査官」として採用し、それぞれの専門分野の知見を活かした復興支援を実施しています。

企業連携推進室(企業連携班) 政策調査官は企業連携推進室に所属して活動しています。主な取り組みとして、ハンズオン支援(個社・グループ)、結の場開催、産業復興事例集制作等があります。

政策調査官の出向元

- | | |
|-------------|--------------|
| * IHI | * 東急エージェンシー |
| * NTT東日本 | * 東レ |
| * JAL | * 東芝 |
| * JR東日本 | * 日本商工会議所 |
| * JTB | * 三越伊勢丹 |
| * アルプスアルパイン | * ヤマト運輸 |
| * 商工中金 | (2022年10月現在) |

新しい産業の創造・産業の復興

7 復興庁 株式会社東日本大震災事業者再生支援機構

概要 東日本大震災によって過大な債務負担を負った事業者などの再生支援を目的として国によって設立。

特色 民間の金融機関と連携し、金融機関が被災地域事業者に対して有する債権の買い取りなどを通じて、債務の負担を軽減しつつ、二重ローン問題などの財務課題を抱える事業者の再生を支援している。

経済産業省

8 中小企業等グループ施設等 復旧整備補助事業(グループ補助金)

概要 「地域経済の中核」を形成する中小企業等のグループが作成する復興事業計画に対して、施設および設備の整備に補助金を拠出。

特色 東日本大震災により甚大な被害を受けた津波浸水地域、または警戒区域等であって、特に復興が遅れている被災3県が対象。費用の4分の3が補助される。内訳は国が2分の1、県が4分の1。

[掲載事業者の制度利用]

- 08 株式会社阿部長商店
(平成23年度・平成25年度・平成26年度) …… P44
- 11 株式会社木の屋石巻水産
(平成23年度・平成29年度・令和元年度) …… P56
- 14 有限会社佐々木酒造店
(平成23年度・平成30年度・令和2年度) …… P68

9 経済産業省 津波・原子力災害被災地域雇用創出企業立地補助金

概要 商業施設等の整備に要する費用の一部に補助金を拠出。

特色 東日本大震災で特に大きな被害を受けた津波浸水地域(青森県、岩手県、宮城県、福島県、茨城県)および原子力災害により甚大な被害を受けた警戒区域等であって、避難指定が解除された地域をはじめとする福島県の産業復興を加速させ、雇用の創出を通じて地域経済の活性化を図ることが目的。

過去の産業復興事例集



令和3年度

岩手・宮城・福島の
産業復興事例集30

第二章、始動
～ニッポンの次世代
モデルを目指す



令和2年度

岩手・宮城・福島の
産業復興事例集30

東日本大震災から10年
～復興のその先へ～



令和元年度

岩手・宮城・福島の
産業復興事例集30

東日本大震災から9年
～持続可能な
未来のために～



平成30年度

岩手・宮城・福島の
産業復興事例30

想いを継ぐ次代の
萌芽～東日本大震災
から8年～



平成29年度

岩手・宮城・福島の
産業復興事例集30

続く挑戦つなぐ未来へ



平成28年度

産業復興事例30選
東北発私たちの挑戦





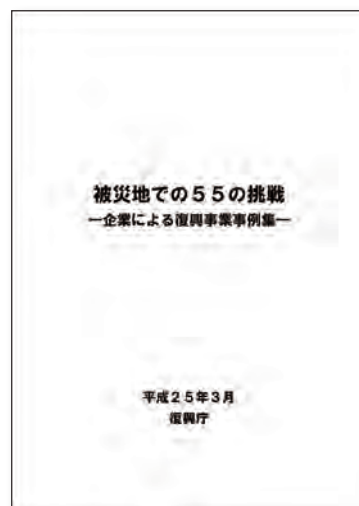
平成27年度
私たちが創る
～産業復興創造
東北の経営者たち～



平成26年度
被災地の
元気企業40
～創造的な産業復興を
目指すフロント
ランナーたち～



平成25年度
被災地での
55の挑戦
～企業による
復興事業事例集
Vol.2～



平成24年度
被災地での
55の挑戦
～企業による
復興事業事例集～



令和4年度 産業復興事例集2022 - 2023



本事例集はWEB記事も公開中。各事例をキーワードでピックアップできるので、目的の事例を見つけやすく便利です。ぜひご利用ください。



岩手県・宮城県・福島県 県別索引

岩手県

- 01 株式会社北三陸ファクトリー 12
- 02 農事組合法人宇部川ファーム 16
- 03 株式会社のだむら 涼海の丘ワイナリー 20
- 04 炎重工株式会社 24
- 05 丸友しまか有限会社 28
- 06 有限会社小島製菓 32
- 07 陸前高田企画株式会社 36

宮城県

- 08 株式会社阿部長商店 44
- 09 株式会社菅原工業 48
- 10 農業法人 株式会社ソーシオ 52
- 11 株式会社木の屋石巻水産 56
- 12 アンデックス株式会社 60
- 13 仙台ターミナルビル株式会社
JRフルーツパーク仙台あらはま 64
- 14 有限会社佐々木酒造店 68

福島県

- 15 株式会社リード 84
- 16 相馬市民市場株式会社 浜の駅松川浦 88
- 17 刃物の館 やすらぎ工房 92
- 18 株式会社 smile farm 96
- 19 株式会社 haccoba 100
- 20 有限会社ふるさとのおふくろフーズ 104
- 21 合資会社旭屋 108
- 22 株式会社アルムシステム 112
- 23 株式会社ネクサスファームおおくま 116
- 24 ニューフロンティア株式会社 120
- 25 株式会社鳥藤本店 124
- 26 大橋機産株式会社 128
- 27 株式会社ナラハプラントファクトリー 132
- 28 株式会社広野町振興公社 136
- 29 i-step 株式会社 140
- 30 株式会社マルセイ 144

監修委員



座長

東北学院大学 教養学部 地域構想学科
教授

柳井 雅也



一般財団法人ダイバーシティ研究所
代表理事

田村 太郎



日本女子大学 家政学部 家政経済学科
准教授

額田 春華



株式会社エスト・コミュニケーションズ
代表取締役

日本工業大学大学院 技術経営研究科
教授

弓削 徹

問い合わせ先

復興庁 企業連携推進室

関口 訓央
新野 修士
小島 利津子
笠井 重孝
中村 英孝

Tel: 03-6328-0267

Email: kigyo-rs@cas.go.jp

