

岩手・宮城・福島の 産業復興事例集 2023-2024

IWATE



MIYAGI



FUKUSHIMA



岩手・宮城・福島の 産業復興事例集 2023-2024



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@fukko.go.jp

令和5年12月発行

目次

TOP FEATURE

監修委員座談会

被災地企業に学ぶレジリエンス向上のカギ 4

事例集の見方 10

DATA

宮城県・岩手県沿岸部の現況 12

福島県15市町村の現況 48

福島県での企業立地 3つのメリット 54

産業復興の主な支援事業 96

CASE STUDY

岩手県

01 有限会社谷地林業 14

02 岩手県北自動車株式会社 16

03 三陸鉄道株式会社 18

04 有限会社クラスター 20

05 有限会社泉澤水産 22

06 株式会社釜石電機製作所 24

07 株式会社醸 26

宮城県

08 有限会社たかはし 34

09 一般社団法人イシノマキ・ファーム 36

10 有限会社ファーム・ソレイユ東北(お茶のあさひ園) 38

11 株式会社ヤマナカ 40

12 東社シーテック株式会社 42

13 株式会社鐘崎 44

14 山元いちご農園株式会社 46



復興庁企業連携推進室
イメージキャラクター

ゆい
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。



復興庁 企業連携推進室

福島県

15 株式会社マルリフーズ	56
16 合同会社MARBLiNG	58
17 株式会社川俣町農業振興公社	60
18 株式会社サンブライト	62
19 大内安男商店	64
20 有限会社エム牧場	66
21 株式会社牛屋	68
22 株式会社伊達重機	70
23 株式会社バイオマスレジン福島	76
24 浅野撚糸株式会社	78
25 奥会津かねやま福業協同組合	80
26 軽食・喫茶レインボー	82
27 株式会社孫の手	84
28 株式会社ネモト	86
29 株式会社おのざき	88
30 株式会社いわきチョコレート	90

COLUMN

産業復興を支えたグッドデザイン	28
観光ビジネス“復興の現在地”	72
各県の企業をサポートする地元の支援機関	92
過去の産業復興事例集	98
県別索引	100
監修委員／奥付	101

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。

被災地企業のレジリエンスに求められるものは？

柳井 今年度掲載する30事例について、企業が生き残る力、レジリエンスという観点から見ていきたいと思います。

田村 企業の生き残り、レジリエンスのキーワードとして、僕が挙げたいのは三つの多様性です。一つ目は「雇用の多様性」。人手不足の現状を女性や外国人、障害者などの多様な

人材を積極的に活用することで乗り切るとするのが、雇用の多様性です。二つ目は「商品やサービスの多様性、多様化」。従来にはない商品にチャレンジするとか、従来のサービスを新たな視点でつくり替えるなど、多様なものによって、新たな販路や取引先を開拓するわけです。最後は「取引先の多様化」。取引先を多様化することで、経営上のリスクを軽減し、生き残る力を高めてくれると思います。

弓削 レジリエンスのポイントと

して挙げたいのは、ブランド力と、ウェブやSNSの発信力です。元々ブランド力のある企業は、レジリエンスが強いと思います。また、復興を機に新しいブランドを立ち上げ、ネーミングを工夫したり、キーワードを使ってうまく発信したりすることができたところは、やはり、いち早く立ち直りを見せています。そもそもブランドパワーの向上や拡散も、ウェブやSNSの力によるところが大きいですからね。Twitter改めXやInstagramなどをうまく活用できて

監修委員座談会

被災地企業に学ぶ レジリエンス



額田 春華氏
日本女子大学
家政学部 家政経済学科 准教授



柳井 雅也氏
東北学院大学
地域総合学部 地域コミュニティ学科
教授

いる企業は、ファンがついているので、クラウドファンディングなどもファンをうまく巻き込んで行うことができ、レジリエンスや企業力の維持につながっているように感じました。もちろん前提として、長年培ってきた商品力や技術力があって、その土台の上でのことだと思います。

柳井 ウェブやSNSは、たしかに無視できない力がありますね。

額田 私も多様性は大切なポイントだと思います。ウェブやSNSでの発信は、従来、日本経済の中心を担っ

てきた男性が苦手としがちな領域です。そのような領域に若い人や女性が入ってきて活躍している。**多様な人材が働きやすい環境をつくった企業から、新しいアイデアが生まれてくる**と感じました。

東日本大震災の経験が コロナ禍を乗り切る力に

柳井 レジリエンスを感じた事例はありましたか？

額田 岩手県宮古市でダウンウエアを製造している**有限会社クラスター**は、東日本大震災で被災し、2016年の台風第10号でまた被災します。さらに、羽毛の利用はSDGsの面から問題だという誤った認識が海外に広まり、逆風を受けてしまいます。羽毛は食用として育てた水鳥から取るもので、副産物の利用であり、むしろSDGsに即していることが理解されていないわけです。このように、**地域で使われなくなったものに新しい価値を見いだしていくのが、本来**

新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行に伴い、社会が元に戻る動きを加速させている中、東日本大震災などのさまざまな困難を乗り越えて身に付けた「レジリエンス」は、企業がアフターコロナを生き残るための大きなヒントとなるはずです。ここでは本事例集の監修委員に集まっていたいただき、本誌で取り上げた優れた事例の解説を交えながら、これからの企業に求められる取り組みについて語っていただきました。

向上のカギ



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



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



東北学院大学
地域総合学部 地域コミュニティ学科 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。

の持続可能性であり、災害や誤解に立ち向かうのがレジリエンスであると思います。

柳井 東日本大震災では生産設備が壊れたり、流通が寸断されたりといった問題がありました。それに対してコロナ禍では生産や流通の問題ではなく、マーケットが突然なくなったり、通販などに切り替わったりといったことが起きました。その点が大きく異なります。また、東日本大震災では、被災後にどこから対応すればよいか分からず、2年ぐらい経過してようやく動き出せたという記録を読んだことがあります。コロナ禍では、比較的早く対応しているケースが目立ちます。例えば、宮城県気仙沼市の**有限会社たかはし**では、YouTubeチャンネルを開設したり、福島県南相馬市の**大内安男商店**では、梅酒や梅ワインの新たな販路を台湾に求めたりといった具合で、**東日本大震災の経験が生きている**ように思います。その上で「地産地消」という言葉を使って、今回の事例を業種別に紹介すると、岩手県釜石市の**株式会社釜石電機製作所**のように、製造業は「知産地消」です。地元で生まれた知識や技術を地元で使って、製品や事業として展開しています。農業は「地産遠消」です。通販やネット

販売で遠くの消費者に送り出すという動きが見られます。サービス業は逆に、地元でつくったものを地元で使うので「地産地使」です。そして、岐阜県が本拠の**浅野燃糸株式会社**が、新工場をあえて福島県双葉町に開設したように、今回の事例の根っこに共通してあるのは「実践する勇氣」だと思います。

企業が「勇氣」を奮うために必要なこととは？

田村 復興庁の事務次官だった岡本全勝さんは、著書の中で「これからの行政の役割は安心保証だ」と述べています。安心や品質に関する保証や認証などを設けて、企業が提供する商品やサービスが基準を満たした安心できるものであると保証することが、行政にできて、かつ、最もすべきことというわけです。**勇氣を持って事業に乗り出した企業に対するサポートの手段として、安心保証は大切だ**と思います。産業復興事例集も、企業の良い取り組みや商品、サービスを紹介するわけですから、安心保証の一つだといえますね。また、浅野燃糸では、人気タレントが「自分もこの会社で働きたい」と発信した



有限会社クラスター[岩手県宮古市]
2011年に婦人服からダウンウェア製造に切り替え、コロナ後に自社ブランドを立ち上げた。→詳細は20ページ



有限会社たかはし[宮城県気仙沼市]
着物の着方や疑問点を解説する動画をYouTubeで公開。1万8,000人以上の登録者数を誇る人気チャンネルとなった。→詳細は34ページ



大内安男商店[福島県南相馬市]
希少品種の梅を使った梅酒のターゲットを「アジア圏の富裕層」に定め、アプローチを行う。→詳細は64ページ

ことで、人員募集が軌道に乗ったそうです。これも安心保証の一つの形ですね。勇気を出して始めた事業でも、企業は不安を感じていると思いますし、消費者や取引先も同じような不安があるはずですから、安心保証で企業を支えていくことは大切だと思います。

弓削 勇気ということでは、被災した東北三県の頑張りや粘り強さを見て、初めてボランティアを行ったり、起業したりしたという例もあるので、日本全体に良い影響や力を与えているところがあります。

柳井 印象に残った具体的な事例はありますか？

弓削 クラスタはクリエイティブディレクターの方の指導でブランドのコンセプトをつくり、ダウンジャケットなどの商品化を進めています。自社にクリエイターやデザイナーがいればいいのですが、なかなかそうはいかないので、外部の実力のあるクリエイターの知見やデザイン感覚を借りて、商品価値やブランド力を高めているわけです。こうした例がもっとあってもいいと思います。

額田 前年の事例集に掲載された宮城県気仙沼市の株式会社阿部長商店を訪ねた際に、東日本大震災だけでなく、前年の2010年に起きたチリ

地震でも、津波でカキの養殖場が被害を受けたとお聞きしました。私は連続した被害で大変でしたねと申し上げたのですが、チリ地震の経験で、どのように人とつながり、復旧体制を整えれば被害を克服できるかを知っていたから、東日本大震災からの復興も可能になったというお答えでした。困ったときに周囲とつながり、力を引き込むことによって立ち直るという経験や知識が地域に詰まっていて、それがあから、確実に成功することが見えなくても、新しい事業や商品作りなどに挑戦できていると、今回の事例の多くから思いました。例えば、宮城県山元町の山元いちご農園株式会社では、冷凍イチゴの輸出に取り組んでいますが、すぐに利益が出そうだから頑張っているわけではありません。不確実な将来への対応として大切だから行っているという感じを受けました。

柳井 すごく良いお話ですね。

ダイバーシティに取り組み 次々と現れる課題に対応

柳井 昨年の事例集では、女性の役割の重要性について、額田さんから指摘してもらいましたが、今年の事



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。



株式会社釜石電機製作所【岩手県釜石市】
独自の光触媒技術を用いた空気抗菌装置「CAZANOIA」を開発。酒造メーカーを中心にさまざまな団体・企業が導入する。→詳細は24ページ



浅野燃糸株式会社【福島県双葉町】
2023年4月に双葉町の新工場「フタバスーパーゼロミル」が稼働。産業観光の拠点として、交流人口の拡大を狙う。→詳細は78ページ



山元いちご農園株式会社【宮城県山元町】
イチゴの6次化商品製造の他、2023年には海外へのイチゴの輸出もスタートした。→詳細は46ページ



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)。

例ではいかがですか。

額田 いずれも宮城県ですが、たかはし、一般社団法人イシノマキ・ファーム、株式会社鐘崎と、女性が活躍している事例が多いですね。例えば、たかはしでは、洋服感覚で着られる着物用の肌着を開発しています。着物は手入れが大変で、シミでもつけばクリーニング代がかなりかかります。そこで、気軽に着物を楽しむために必要なものを考えて、取り組んだのが肌着の開発です。そうした事業機会の見つけ方に女性らしさを感じます。イシノマキ・ファームの高橋代表理事は、ジョブコーチとして障害者の就労支援に当たっていたのが、今ではビールの専門家とクラフトビールを造り、古い映画館を使ってブルワリーを経営している。人とつながりながら、使っていない資源を生かしてビジネスにしているのです。

柳井 女性社員が6割を占めるといふ鐘崎でも、工場で廃棄されていた規格外商品をアップサイクル商品として販売していますね。

田村 鐘崎のように、従来からある企業で女性がリーダーシップを取っている事例は、これからもっと増える必要があると思います。ただ、女性の活躍だけでなく、多様な人材が

活躍して新しい価値を生み出していくことが重要です。それと、チリ地震と東日本大震災の津波の被害を受けたけれども、そこから立ち直ったというお話がありましたが、事業における課題は山脈であって、富士山のような独立峰ではないと思っています。全ての事例に共通しているのは、課題は一つではなく、一つ解決すると次の課題が現われるということです。次々と課題が現われるのが事業においては当たり前のことで、その課題にダイバーシティに取り組んで備えるとか、経営体制や組織を見直したりすることが大切だと思います。

柳井 課題への対応を諦めたら全てがおしまいですから、諦めないことが大切ということですね。また、事例から気付いたのは、東日本大震災からの復興をきっかけに、長年温めていた事業、いわば夢にチャレンジするケースが多いということです。例えば、岩手県陸前高田市の株式会社醸は、地域で江戸時代から行われてきたみそやしょうゆ造りなどの発酵事業を、現代に合う形で復活させたいという思いからスタートしています。勇気は夢から生まれるので、事例集でも夢をもっと拾いたいと思います。



一般社団法人イシノマキ・ファーム[宮城県石巻市]
農業に特化した就労支援を実施。栽培したホップからクラフトビールを製造する。→詳細は36ページ



株式会社鐘崎[宮城県仙台市]
2023年に「お魚で女性のなりたいを応援する」をコンセプトにした新ブランドをスタート。→詳細は44ページ



株式会社醸[岩手県陸前高田市]
発酵食の集積拠点として、2020年12月に8店舗が入居する商業施設「CAMOCY」をオープン。→詳細は26ページ

次の10年を見据えて 企業や地域が考えたいこと

田村 今回の事例でもう一つ気付いたのは、次の世代に経営のバトンを渡した、事業承継の事例が出てきていることです。後を継ぐ人が現われたのは希望だと思います。また、子どもが継ぐだけでなく、外から来た人が事業に新たに参加しているケースがあることもポイントとして挙げたいですね。**軽食・喫茶レインボー**の武内氏は「外部からの移住者に期待し、そのための支援や受け入れ体制づくりを町が積極的に行うべき」だと話しています。自身もこれからの町づくりの当事者である若者たちを支援している。やはり、**外から人が来ないと先細りになるので、新しい人が来る町づくりをする必要がありますし、その後押しをしなければなりません。**

柳井 「事業承継」というキーワードが出てきましたね。

額田 東日本大震災の記憶があるのは今の大学生ぐらいがギリギリで、それ以下の世代では、もはや歴史の中の出来事になっていると思います。これまでは復興を応援したいという意識を持った人が多くいて、観光に

出かけたり、食材を買ったりする応援消費で被災地ともつながっていたわけですが、今後はそうした人が少なくなるので、外から来て町や事業を引き継ぐ人も減ることになります。防災教育を継続している岩手県宮古市の**三陸鉄道株式会社**のように、**子どもたちに東日本大震災の経験をつないでいくことが、10年後の未来には大切になると**思います。

柳井 東日本大震災から10年以上が経過し、新たなコミュニティが形成され、新たな産業が登場してきているように感じます。こうした状況において、震災および、震災からの復興の経験を他の地域に横展開していく上で参考にしたいのが、いわゆる「百年企業」といわれる老舗企業に残っている家訓・社訓といったものです。家訓や社訓は、言葉にすることが難しい経験や苦勞などから得た教訓や知恵といったものを形にしています。それらを横展開の参考にしたり、各企業においても、教訓や社訓として残し、未知の諸困難に立ち向かっていく「知恵」としていく必要があるでしょう。また、災害に対する地域産業政策の在り方についても、さまざまなケースを想定しながら、ブラッシュアップしていくことが求められるでしょう。



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 (ゆげとおる)

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。



軽食・喫茶レインボー【福島県大熊町】
2021年4月に、10年ぶりに大熊町で営業を再開。地元産イチゴを使ったメニューでPRに協力する。→詳細は82ページ



三陸鉄道株式会社【岩手県宮古市】
2012年より「震災学習列車」の運行を開始。社員や住民がガイド役となり、パネルを用いた被災状況の説明を行う。→詳細は18ページ

事例集の見方

本年度の事例集は、各事業者の取り組みを15のテーマで区分しました。各事例には該当するテーマを表示しています。記事はメインとなる取り組みのレポートを中心に、その前提となった「課題」、課題に対する「解決策」、取り組みによって得られた「効果」をサマリーでまとめています。

企業情報

各事業者の基本情報を記載しています。

企業概要

各事業者の沿革や業務内容についてまとめています。

テーマ区分

取り組みを15のテーマで区分し、該当するものを表示しています。
(詳細は右ページ参照)

01

新規事業や機械導入で生産性を向上
生産量が約4割増え、効率化を実現

新商品・新技術開発
新規事業
ブランディング
販路開拓

人材
設備投資
資金繰り



有限会社谷地林業
1916年に創業。創業から続く木炭炭焼の地。炭焼用のバイオマス炭焼用の木質チップ製造、山林の伐採や伐倒を主とする林業事業。土木工事もメインとする建設業を兼営。木炭において、年間約1000の生産量を誇る。

1916年に創業。創業から続く木炭炭焼の地。炭焼用のバイオマス炭焼用の木質チップ製造、山林の伐採や伐倒を主とする林業事業。土木工事もメインとする建設業を兼営。木炭において、年間約1000の生産量を誇る。

1916年に創業。創業から続く木炭炭焼の地。炭焼用のバイオマス炭焼用の木質チップ製造、山林の伐採や伐倒を主とする林業事業。土木工事もメインとする建設業を兼営。木炭において、年間約1000の生産量を誇る。

新しい事業の開始は、従来の木質チップの製造などの木材の加工だけでなく、材料の供給を行うことで、薪の顧客や取引先を幅広く確保。外販に向けた販売事業を始めたことで、社内で発生した木質チップはほぼすべてが売れた。これは木質チップを流通業者に卸すだけだったのが、社員は自分たちの仕事で会社にどれくらい貢献しているかが分からない状況でした。外部への販売を始めたことで、数字が可視化されるようになって、社員も定めてやすくなり、社員のモチベーションアップにもつながりました。

それと同時に、経営の人事不安を軽減すべく、若手課や材料貯蔵からの補助金などを活用して大型機械を導入。木の伐採から積込み、丸太に切る「ハーベスタ」や、丸太を等間隔に切りそろえる「フリップソー」も、切りそろえた丸太を荷台に積み運搬する「フォワーダ」などを取り入れ、作業の省力化を図った。こうした大型機械の導入によって作業効率が大幅に改善され、生産量は約4割アップ。また、これまで人手の手で行われていた作業が半自動化されたことで、従業員の負担が大きく軽減し、安全な労働環境の確保にもつながったという。

地方産業の衰退も見込まれたが、代客取締の谷地建設は「もともと業の中で考えていたのが東日本大震災で」と語る。ピンチはチャンスだと捉え、売り上げ拡大に向けてさまざまな施策に取り組んだ。

まず若手したのが、カマツやアマガツなどの木を丸太材として販売する

地方産業の衰退も見込まれたが、代客取締の谷地建設は「もともと業の中で考えていたのが東日本大震災で」と語る。ピンチはチャンスだと捉え、売り上げ拡大に向けてさまざまな施策に取り組んだ。

まず若手したのが、カマツやアマガツなどの木を丸太材として販売する

「もちろん人手が必要な部分もありますが、機械で代替できる部分はほとんど導入したいと思っています。最近では自動化により現場を広くヘラクレス社員も増えてきましたが、自動化・省力化を図ることで、代わりに入った若い社員が安心で作業できるような環境づくりを目指していきたいです。」

炭焼林業の事業では、木材が欠かさない。そのため木を伐採した場所には木を植え、育てる「森林整備事業」に取り組み、持続可能な社会の実現に向け、50年、100年先も資源を継承できる森林の整備を目指している。「先人の力が竹を育ててくれたからこゝろ、今、自然の恩恵を利用した事業に取り組む必要を感じています。」

「先人の力が竹を育ててくれたからこゝろ、今、自然の恩恵を利用した事業に取り組む必要を感じています。」

「外への販売事業と大型機械の導入で働き方を改善」

遠くから日本一の木炭生産量を誇り、「木炭王国」とも呼ばれる若手。広大な森林を有し、国内生産量のおよそ4割を占めている。1916年に創業した有限会社谷地林業は、100年以上にわたる、若手側の製炭業を営んできた。物手側としては日本の製炭業をけん引してきた谷地林業だが、昭和中期のエネルギー革命によって、主なエネルギーが木炭から石油に移行し、木炭の生産量は年々減少。さらに平成以降は地方の人口減少に伴う働き手の不足や、高齢化の進行など、多くの課題を抱えていた。

そんな中で起こった2011年の東日本大震災、人口減少がますます加速し、

「もちろん人手が必要な部分もありますが、機械で代替できる部分はほとんど導入したいと思っています。最近では自動化により現場を広くヘラクレス社員も増えてきましたが、自動化・省力化を図ることで、代わりに入った若い社員が安心で作業できるような環境づくりを目指していきたいです。」

炭焼林業の事業では、木材が欠かさない。そのため木を伐採した場所には木を植え、育てる「森林整備事業」に取り組み、持続可能な社会の実現に向け、50年、100年先も資源を継承できる森林の整備を目指している。「先人の力が竹を育ててくれたからこゝろ、今、自然の恩恵を利用した事業に取り組む必要を感じています。」

「先人の力が竹を育ててくれたからこゝろ、今、自然の恩恵を利用した事業に取り組む必要を感じています。」

課題

被災後の再建に向けた課題や、起業時の課題などをまとめています。

解決策

上記課題の解決に向けた取り組みのポイントを抽出しています。

効果

上記の取り組みによって得られた効果について記載しています。

事業者の取り組み

具体的な取り組みをレポートします。

課題

被災後の再建に向けた課題や、起業時の課題などをまとめています。

解決策

上記課題の解決に向けた取り組みのポイントを抽出しています。

効果

上記の取り組みによって得られた効果について記載しています。

SDGs

17の「持続可能な開発目標」の達成に貢献する事業者の取り組みや将来の目標を、SDGsの目標アイコンで示しています。

10

テーマ区分

- 災害対応
- ブランディング
- 連携・協業
- 起業・創業
- 設備投資
- 新商品・新技術開発
- 販路開拓
- IT化
- 事業承継
- 情報発信
- 新規事業
- 風評対策
- 地域振興
- 人材
- 資金繰り

掲載 30 事例	災害対応	新商品・ 新技術開発	新規事業	ブランディング	販路開拓	風評対策	連携・協業	IT化	地域振興	起業・創業	事業承継	人材	設備投資	情報発信	資金繰り
01 有限会社谷地林業		○	○	○	○							○	○		○
02 岩手県北自動車株式会社	○	○	○		○		○		○						
03 三陸鉄道株式会社	○	○	○				○		○						○
04 有限会社クラスター	○	○	○	○	○		○					○		○	
05 有限会社泉澤水産	○	○	○	○			○	○					○		
06 株式会社釜石電機製作所	○	○	○				○		○						
07 株式会社醸			○	○			○		○	○					
08 有限会社たかはし	○	○		○	○		○		○					○	
09 一般社団法人イシノマキ・ファーム		○	○						○	○		○			
10 有限会社ファーム・ソレイユ東北	○	○	○	○	○		○		○				○		
11 株式会社ヤマナカ	○	○		○	○		○		○						
12 東社シーテック株式会社		○			○		○	○	○				○		
13 株式会社鐘崎	○	○	○	○	○	○						○		○	
14 山元いちご農園株式会社	○	○	○		○			○	○	○		○	○	○	○
15 株式会社マルリフーズ		○	○	○	○	○	○		○						
16 合同会社 MARBLiNG		○					○		○	○		○		○	○
17 株式会社川俣町農業振興公社	○	○		○	○	○			○				○		
18 株式会社サンブライト	○	○		○			○		○			○	○		
19 大内安男商店			○	○	○				○	○					
20 有限会社エム牧場	○	○	○	○		○					○	○			
21 株式会社牛屋		○	○	○	○		○		○	○	○	○	○		
22 株式会社伊達重機	○	○	○	○			○		○						
23 株式会社バイオマスレジン福島		○				○	○		○	○		○		○	
24 浅野燃系株式会社			○	○			○		○			○	○	○	
25 奥会津かねやま福業協同組合							○		○	○		○			
26 軽食・喫茶レインボー		○	○				○		○						
27 株式会社孫の手	○		○			○	○		○					○	
28 株式会社ネモト	○								○		○		○	○	
29 株式会社おのざき	○	○			○	○	○				○				
30 株式会社いわきチョコレート	○	○		○			○		○					○	

宮城県・岩手県沿岸部の現況

【住まいと街の復興】

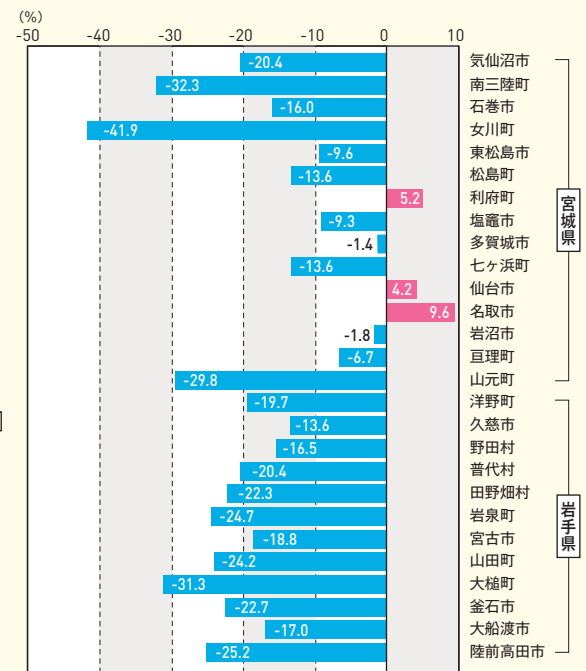


沿岸部の人口増減

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。2022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（2022年／2010年）



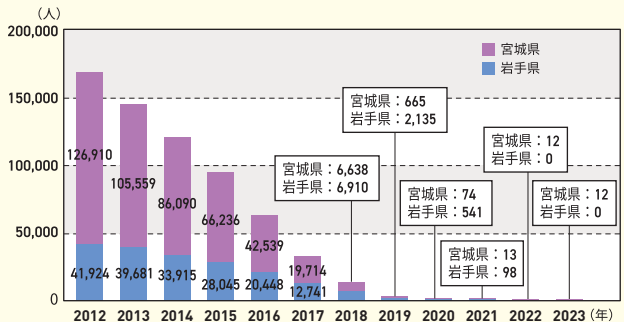
出典：総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数調査」、日本人住民

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おおむね完了

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、全国の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

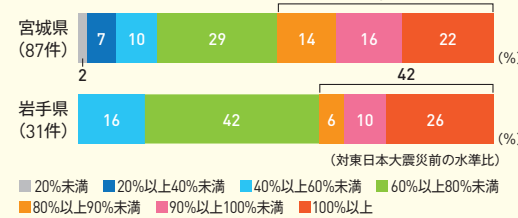
注1:津波被災農地と一体的に整備する農地を含む。(2022年3月末時点)
注2:大区画化とは、農地を0.5ha以上の区画に整備するもの。



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

被災した漁港の全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22%、岩手県26%。8割以上回復した割合は宮城県52%、岩手県42%である。

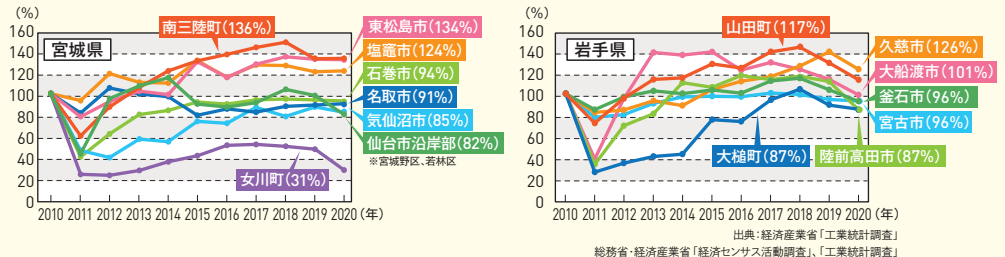
●水産加工業の売り上げの回復状況



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、おおむね東日本大震災前の水準近くまで回復している。

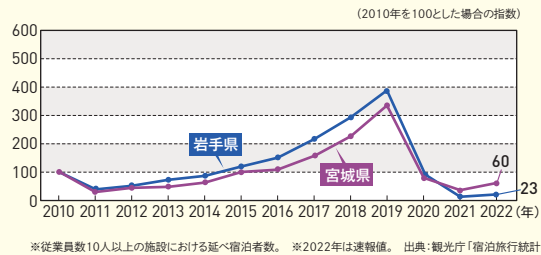
●沿岸部の主要自治体別の製造品出荷額等(2010年比)



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年以降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。今後は「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。その背景の一部には、復興庁による「まちなか再生計画」の認定もある。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	岩手県
<ul style="list-style-type: none"> 2015年12月*女川町「シー・パルピエ女川」 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「南三陸ハマレール歌津」 2017年 6月*石巻市「いしのまき元気いちば」 2019年 4月*名取市「かわまちでらす開上」 2020年 7月*気仙沼市「スローストリート」 2023年 4月*塩釜市「直会横丁」 	<ul style="list-style-type: none"> 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「アパッセたかた」 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」

新規事業や機械導入で生産性を向上 生産量が約4割増え、効率化を実現



有限会社谷地林業

ユウゲンガイシヤチリンギョウ

業種	林業／総合工事業
代表者	谷地譲氏【代表取締役】
所在地	岩手県久慈市山形町荷軽部3-18
TEL	0194-72-2221
WEB	https://www.yachiringyo.com/
創業年	1916年
資本金	2,000万円
従業員数	80人
売上高	非公開

1916年に創業。創業から続く木炭製造の他、製紙用やバイオマス発電用の木質チップ製造、山林の伐採や育林を行う森林整備、土木工事をメインとする建設業を展開。木炭においては、年間約100tの生産量を誇る。

外部への販売事業と大型機械の導入で働き方を改善

古くから日本一の木炭生産量を誇り、「木炭王国」とも呼ばれる岩手県。広大な森林を有し、国内生産量のおよそ4割を占めている。1916年に創業した有限会社谷地林業は、100年以上にわたり、岩手県の製炭業を支えてきた。

岩手県ひいては日本の製炭業をけん引してきた谷地林業だが、昭和中期のエネルギー革命によって、主なエネルギー源が木炭から石油に移行し、木炭の生産量は年々減少。さらに平成以降は地方の人口減少に伴う働き手の不足や、高齢化の進行など、多くの課題を抱えていた。

そんな中で起こった2011年の東日本大震災。人口減少がますます加速し、

地方産業の衰退も見込まれたが、代表取締役の谷地譲氏は「もともと頭の中で考えていたことを実行するきっかけとなったのが東日本大震災でした」と語る。ピンチはチャンスだと捉え、売り上げ拡大に向けてさまざまな施策に取り組み始めた。

まず着手したのが、カラマツやアカマツなどの木々を丸太材として販売する



代表取締役の谷地譲氏

新しい事業の展開だ。従来の木炭や木質チップの製造などの木材の加工だけでなく、材料の供給も行うことで、新規の顧客や取引先の獲得に成功。外部に向けた販売事業を始めたことで、社内に変化が生じたと谷地氏は振り返る。「これまでは木炭や木質チップを流通業者に卸すだけだったので、社員は自分たちの仕事が会社にどれくらい貢献しているのかが分からない状況でした。外部への販売を始めたことで、数字が可視化されるようになって、目標も立てやすくなり、社員のモチベーションアップにもつながりました。」

それと同時に、長年の人手不足を解消すべく、岩手県や林野庁からの補助金などを活用して大型機械を導入。木の伐採から枝払い、丸太に切る「ハーベスタ」や、丸太を等間隔に切りそろえる「グラップルソー」、切りそろえた丸太を荷台に積み運搬する「フォワーダ」などを取り入れ、作業の省力化を図った。こうした大型機械の導入によって作業効率が大幅に改善され、生産量は約4割アップ。また、これまで人間の手で行われていた作業が半自動化されたことで、従業員の負荷が大きく軽減し、安全な労働環境の確保にもつながったという。



大型機械「グラップルソー」導入により、木材の運搬や積み込み作業が効率化された



新商品・新技術開発

新規事業

ブランディング

販路開拓

人材

設備投資

資金繰り

「もちろん人の手が必要な部分もありますが、機械で代替できる部分はどんどん導入したいと思っています。最近では高齢化により現場を退くベテラン社員も増えてきましたが、効率化・省力化を図ることで、代わりに入った若い社員が安心安全に作業できるような環境づくりに努めていきたいです」。

適正価格で販売するため 海外展開でお墨付きを獲得

創業より続く製炭事業においても、売り上げ拡大を目指した取り組みを行っている。岩手県産の木炭は、火付きの良さや火力の持続性、炭が爆発するように弾け飛ぶ「爆跳」^{ばくちよう}の少なさなどが主な特長だ。また、不純物が少なく煙や臭いが発生しにくいことから、キャンプやバーベキューの愛好者をはじめ全国にファンが多い。一方、流通段階では品質の良さが伝わりきらず、安価で販売されてしまうという課題があった。

「木炭の値段は流通業者さんが決めるのですが、海外から輸入される安価な木炭と同等に扱われることで本来の適正価格で売ることができず、国産の木炭がもうからない状況が続いていました。そこで考えたのが海外展開です。木炭を海外に輸出し、海外で品質の良さにお墨付きをいただく。その評価を日本にフィードバックすれば、高値で売ってもらえるのではと思いました」。

そこで谷地林業は、一般社団法人岩手県木炭協会と協力して2018年に「岩手木炭」を、地域の知的財産としての保護を目的とした「GI制度（地理的表示保護制度）」へ登録。それを契機に、海外への商品展開に着手した。2023年6月には、自社で製造した岩手木炭の輸出を、フランス向けにスタート。その品質は、海外でも高い評価を受けつつある。さらなる販路の

拡大も視野に入れ自社ブランド「黒炭（KUROSUMI）」も展開を開始し、革新的な取り組みは今後も注目を集めていきそうだ。

事業自体がSDGsそのもの 100年先のより良い未来を目指して

谷地林業の事業では、木材が欠かさない。そのため木々を伐採した場所に苗木を植え、育てる「森林整備事業」に取り組み、持続可能な社会の実現に向け、50年、100年先も資源を利用できる循環型の林業を目指している。

「先人の方々が森林を育ててくれたからこそ、今、自然の資源を利用した事



主力商品である「黒炭（KUROSUMI）」は、火力が強く長持ちする特長がある

業ができています。次の世代につなぐためにも、われわれがアクションを起こさなければいけません」。

森林整備以外でも、持続可能性を意識した取り組みを実施している。木質チップ製造においては、新たにバイオマス発電用の燃料用チップを供給。東日本大震災以降、発電方法の見直しによる需要の拡大も相まって、売り上げは従来の約3倍を記録した。さらに木炭製造事業では、2023年より環境の改善に効果のある「バイオ炭」の生産を本格化。クリーンエネルギー社会の実現に向けた取り組みも行っている。

「世の中ではSDGsの重要性が叫ばれていますが、われわれの業界では昔から当たり前の話。弊社の事業自体がSDGsそのものであり、これまで通りの事業を続けていくことで、より良い未来につながっていくと考えています」。

大正から令和まで、100年以上もの歴史を紡いできた谷地林業。この先の100年も豊かな自然を守り、資源を大切に利用しながら、さまざまな革新的な事業を通して、岩手の製炭業を先頭に立って引っ張っていかよう。

課題

- ・地方の人口減少に伴い働き手の不足、従業員の高齢化が進行。
- ・木炭などの流通業者へ卸すことがほとんどだったため、従業員は売り上げや会社への貢献度が分からなかった。

解決策

- ・東日本大震災後に大型機械を導入。手仕事だった作業を半自動化することで省力化を図った。
- ・カラマツやアカマツなどの木々を丸太材として販売。従来の自社製造に加えて材料供給型の新たな販路を開拓した。

効果

- ・作業効率が飛躍的に向上したことにより生産量は約4割アップ。作業の半自動化で従業員の負担軽減につながった。
- ・外に向けた商売を行うことで売り上げの数値が可視化される。従業員のモチベーションアップにつながった。

未来につなぐ教訓の伝承と人材育成を目指す 「復興ツーリズム」で交流人口を拡大



岩手県北自動車株式会社

イワテケンボクジドウシャカブシキガイシャ

業種	道路旅客運送業
代表者	松本順氏 [代表取締役社長]
所在地	岩手県盛岡市厨川1-17-18
TEL	019-641-7711
WEB	http://www.iwate-kenpokubus.co.jp/
創業年	1943年
資本金	1億円
従業員数	670人
売上高	非公開

1943年に創業。岩手県内における高速バスや路線バスなどを運行する。2009年、岩手・宮城内陸地震や燃料費の高騰などを理由に民事再生手続きを行い、2010年4月に株式会社みちのリホールディングス傘下の新体制となった。

被災地住民の交通手段として 大きな役割を担ったバス事業

岩手県北自動車株式会社（以下、岩手県北バス）は、東日本大震災で甚大な被害を受けた。運転手1人とグループ会社の従業員1人の尊い命が失われた他、岩泉町の小本支所が全壊。宮古市で運営していた遊覧船は2隻が廃船となり、被災地域のバスは全区間が運行不能となった。

厳しい状況の中、主要路線である盛岡市と宮古市を結ぶ「106急行バス」が運行を再開したのは、2011年3月16日。震災からわずか5日後だった。当時は沿岸部から内陸までの交通ルートがストップし、人の往来はおろか、物資の輸送すらままならない状況だった。「一刻でも早くバスを動かさなければな

らない」という思いで行政各所に働きかけ、緊急車両としての指定を受けて実現。代表取締役社長の松本順氏は当時を振り返り、次のように語る。

『「106急行バス」の運行再開初日、宮古市から出た第一便が盛岡駅に到着し、多くの人々が降り立ちました。すると宮古市に折り返すバスに、たくさんの若者たちが救助用の道具を抱えて乗り込んだんです。その光景は10年以上



岩手県北自動車株式会社 代表取締役社長
松本順氏

たった今でも忘れることができません。

その後、宮古～東京間、盛岡～仙台間などの各路線で次々と運行を再開。鉄道の不通が続く中、岩手県北バスは被災地住民の移動手段として重要な役割を果たした。

「復興ツーリズム事業」を新たに展開し、 持続的な交流人口の拡大を図る

東日本大震災の発生直後、復旧作業の中で貴重な存在となったのが県外から駆け付けたボランティアスタッフだ。岩手県北バスはバスで被災地まで赴くボランティアツアーを催行。また、企業・団体単位での受け入れ手配も担い、国内外からの延べ3万人以上のボランティア輸送を行った。

東日本大震災以降、岩手県北バスが掲げた理念がある。それは「復旧」ではなく、「復興」の一助となることだ。

「人口減少が進む地方に人々を呼び込み、多くの交流人口をつくり出すのが、私たちバス会社の役割。被災地が復興へ進む過程で、ボランティアツアーをはじめ、県外から人を呼び込む事業に、極めて大きな力を注ぎました」。

被災から年月がたち、現地の復旧が進むにつれてボランティアツアーの参加者も次第に減少傾向に。そこで2013年より新たに始めたのが「復興ツーリズム」事業だ。被災地の視察や観光に震災学習の要素を盛り込んだこの事業では、被災地をバスで周るだけでなく、参加者が実際に炊き出しを行ったり、体育館に寝泊まりしたりと、東日本大震災の当事者を疑似体験することで実践的な防災意識を高める狙いがある。復興ツーリズム事業を担当する、グループ会社の株式会社みちのリトラベル東北 地域創生室室長の宮城和朋氏は、事業を始めた背景をこう語る。

「ボランティアツアーにご参加いただ



災害対応

新商品・新技術開発

新規事業

販路開拓

連携・協業

地域振興



(上)復興ツーリズムで実際に体育館で寝泊まりするツアー参加者
(左)株式会社みちのりトラベル東北 地域創生室室長 宮城和朋氏

いた企業の方々から、『町や事業の再生に奮闘する現地の人々を目の当たりにして、人間の力強さや、働くこと、生きることの意味を考えさせられた』という声を多く頂きました。東日本大震災から年月がたち、被災地も支援を受けているだけではない。被災地として学んだ教訓や知見を、提供する側に回ることで、持続可能な交流人口の拡大につなげたいと考えました」。

現在に至るまで、復興ツーリズムは企業の新人研修やリーダーシップ研修、災害対応の視察や学校の校外学習などに利用されている。岩手県のみならず、宮城県、福島県でも展開されており、参加者は累計1万3,000人以上に上る。東北全域を巻き込んだ一大事業として今後も拡大するだろう。

遊覧船事業で観光客を誘致、住民や行政との連携で地域を盛り上げる

岩手県北バスではバス事業の他、1960年から宮古市の浄土ヶ浜で遊覧船事業を行ってきた。しかし、東日本大震災により2隻が廃船。残った1隻も老朽化が進み、2021年に一度は運航終了を余儀なくされた。

その後、宮古市がクラウドファン

ディングや企業版ふるさと納税なども活用して資金を調達し、船舶を新造。岩手県北バスが運航事業者となり、2022年7月、新たな観光遊覧船「宮古うみねこ丸」が就航した。就航初年度は当初の年間目標を上回る3万8,000人の乗船客数を記録。遊覧船事業の責任者でもある宮古地区統括長・宮古営業所長の佐々木隆文氏は、目標を達成できた理由をこのように語る。

「さまざまなツアーやイベントの企画をはじめ、近隣の宿泊施設とのセット券販売など、遊覧船だけでなく沿岸地域と連携した取り組みによって、多くの方に乗船いただいたと思っています。最近は入国規制も緩和されてきたので、

インバウンドの観光客もますます増加すると思われます」。

またバス事業では、2022年に観光庁の助成事業として、宮古～仙台間で人と貨物を同時に輸送・運搬する「貨客混載バス」の実証運行を実施。小ロットで速達性のある輸送ができるため、従来の宅配便では1日以上かかった水産物の輸送が4時間半に短縮した。新たな販売チャネルの獲得など、物流の新たなパイプラインとして注目を集めている。貨客混載バスは別路線でも試験運行を含めて実施しており、今後も拡大していく見込みだ。岩手県北バスが果たす役割は、ますます大きくなっていくだろう。



(上)岩手県北自動車株式会社 宮古地区統括長・宮古営業所長 佐々木隆文氏
(右)「宮古うみねこ丸」の展望デッキからは、浄土ヶ浜の美しい景色を楽しめる



課題

- ・東日本大震災直後のボランティアツアーには多くの参加者が集まったが、年月がたつことで参加人数が減少。
- ・津波による廃船、老朽化により、半世紀以上運行を続けた遊覧船事業が終了。宮古市における観光業の衰退が危惧された。

解決策

- ・被災地の視察や観光に震災学習の要素を取り込んだ「復興ツーリズム事業」を新規展開。
- ・新たな遊覧船「宮古うみねこ丸」の運航事業者に。周辺施設と連携したイベントの企画など、行政や住民と連携しながら観光客の誘致を試みた。

効果

- ・復興ツーリズムは企業の研修や学校の校外学習などに多く利用され、地域の交流人口の復活や防災・減災意識の醸成、記憶の風化防止につながった。
- ・宮古うみねこ丸の乗船客数は、初年度の年間目標を上回る3万8,000人を記録。連日多くの観光客でにぎわいを見せる。

被災地の現状を知る「震災学習列車」 運行開始2年で1万人以上が利用



久慈駅から陸中野田駅を結ぶ列車は「震災復興支援列車」として、運賃無料で運行。非日常の中を生きる沿岸地域の住民にとって、線路をたくましく走る三陸鉄道の列車の姿は、復興に向けた希望のともしびとなった。

スムーズな復旧工事が実現 「震災学習列車」で支援への恩返し

比較的被害が軽度だった区間から徐々に運行を再開し、東日本大震災から約3年後の2014年4月、南リアス線、北リアス線共に全線復旧を果たした。復旧に当たっては、約2,000人の自衛隊員が駆け付け、がれきの撤去作業を行う「三鉄の希望作戦」など、さまざまな外部支援もあったが、とりわけ大きな課題となったのが資金面だった。

当初は全線復旧に100億円の費用が見込まれ、一部では廃線の声も上がったという。しかし、当時の代表取締役社長の望月正彦氏が「鉄道が廃線になって栄えた地域はない。何としてでも鉄道として復旧させなければ」と、強い思いで沿線の各市町村の首長に直談判。復旧工事の了承を取り付けると、岩手県や国への支援要請を経て、2011年11月に復旧工事が着工した。

東日本大震災発生からわずか8カ月後という早さで着工できたのは、「開業以来、地域と共に歩んできた三陸鉄道の強みがあったから」と石川氏は語る。「沿線市町村の首長さんたちは、三陸鉄道を助けるというよりも、自分たちの住民のために、自分たちの鉄道を早く復旧させなければいけないという気持ちで動いてくださいました。そうした思いを、岩手県や国の方々が真摯に受け止めてくださったおかげで、迅速な復旧工事が実現できたのではないかと思います。」

鉄道の復旧が進む中、社内で「列車か

三陸鉄道株式会社

サンリクテツドウカブシキガイシャ

業種 鉄道業
 代表者 石川義晃氏 [代表取締役社長]
 所在地 岩手県宮古市栄町4
 TEL 0193-62-8900
 WEB <https://www.sanrikutetsudou.com/>
 創業年 1981年
 資本金 3億600万円 従業員数 111人 売上高 非公開

1984年に日本初の第三セクター鉄道として、南リアス線・北リアス線の運行を開始。2019年3月、山田線釜石～宮古間がJR東日本より移管され、南北を結んだ新たなリアス線が誕生。国内の第三セクター鉄道で最も長い路線となった。

被災から5日後に運転を再開 沿線住民の希望のともしびに

日本初の第三セクター鉄道会社として、1984年に開業した三陸鉄道株式会社。釜石駅から盛岡駅までを結ぶ南リアス線と、久慈駅から宮古駅までを結ぶ北リアス線の2線を運行していた。開業当初は、通勤や通学で利用する沿線住民をはじめ、年間約250万人の乗客が利用していた。

しかし1990年代以降、地域の過疎化も相まって、利用客は次第に減少。そこで2002年10月に、車内が畳敷きになった「お座敷列車さんりくしおかぜ」、2004年2月には座席にこたつを取り付けた「こたつ列車」などのイベント列車の運行を開始。観光客の誘致に積極的に取り組むものの、2010年の乗客数

は開業時の約3分の1にまで落ち込んだ。

そこに追い打ちをかけたのが2011年の東日本大震災だ。幸い、乗客・乗員の人的被害はなかったが、駅舎や橋梁など計317カ所が甚大な被害を受けた。

そんな中、地域密着型の鉄道会社として何ができるかを考えた三陸鉄道は、震災発生からわずか5日後に被害の少なかった久慈駅～陸中野田駅間での運転を再開。当時の状況を、代表取締役社長の石川義晃氏はこのように語る。

「被災してから2日後に現場を見に行った時に、住民の皆さんが線路の上を歩いていた。移動するにも道路はがれきで埋まっているし、車は津波で流されてしまっている。一日でも早く鉄道を走らせなければならぬと感じ、復旧作業よりも鉄道の運転再開を最優先して取り組みました。」



災害対応

新商品・新技術開発

新規事業

連携・協業

地域振興

資金繰り



(左) 代表取締役社長の石川義晃氏
(右) 震災学習列車担当の山野目真氏

ら被災地を見てもらえないか」と声が上がったことをきっかけに、新たなプログラムとして、2012年より「震災学習列車」の運行を開始。三陸鉄道の社員や沿線住民がガイド役となり、パネルを用いた被災状況の説明を行う。実際の被災場所を車窓から見せることで、被害の大きさや復旧の進捗状況を多くの人に知ってもらい、防災意識を高めてもらうことを目的に企画した。

学生たちの校外学習や修学旅行など、全国各地から利用客が殺到。運行開始から2年後の2014年には275団体、延べ1万人を超える利用者数を記録。2023年9月までに約9万人が利用している。三陸鉄道における新たな目玉列車になっていると、震災学習列車の担当の山野目氏は言う。

「いろいろな方々からご支援をいただいで復旧を果たすことができた鉄道なので、皆さまにその恩返しをすることが、私たちにできる役割の一つでもあります。長い年月が経過し震災の記憶も薄れがちになってくる中で、この震災学習列車の運行は三陸鉄道としての使命・責務だと捉えています」。

**経験が生かされた台風被害
観光客誘致で地域振興を目指す**

2019年3月、山田線の宮古駅～釜石駅間がJR東日本から三陸鉄道に移管。南リアス線、北リアス線と合わせ

た久慈駅から盛駅までの163kmがつながり、第三セクターの鉄道として国内最長となる「三陸鉄道リアス線」が新たに誕生した。

しかし同年10月、台風19号が沿岸地域を襲来。トンネルや線路に大量の土砂が流れ込み、全線のうち約7割が不通となる被害に見舞われてしまう。そこで生かされたのが、東日本大震災での経験だった。いち早く各自治体と連携を図り、国への支援を要請。2011年と同様に国が整備した復旧スキームを活用し、被災から半年後の2020年3月には全線復旧を果たす。

「社員や沿線住民の方々は『あの東日本大震災も乗り越えたんだから、これぐらいの台風災害ではくじけないぞ』と話していましたね。自治体の動きも



2019年3月、リアス線開通を喜ぶ地域住民

早かったです」。(石川氏)

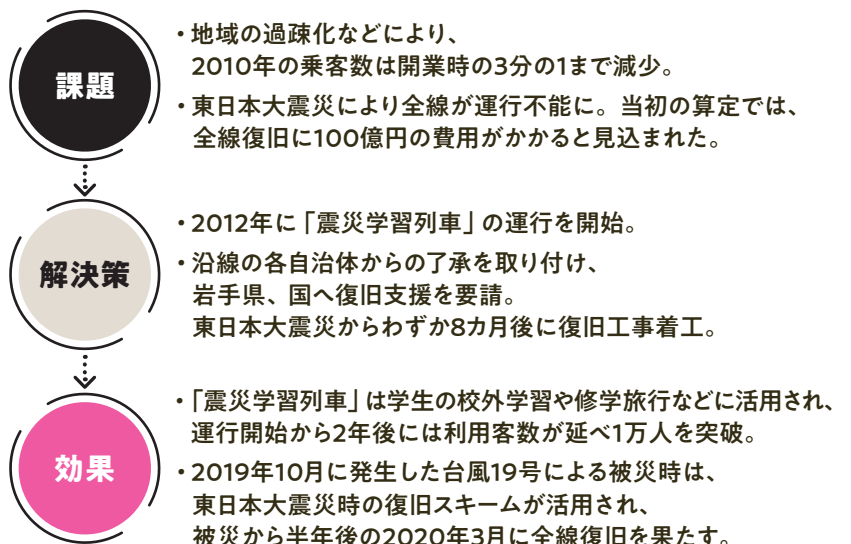
相次ぐ自然災害を乗り越え、2024年には開業40年を迎える三陸鉄道。

「沿線住民の通学・通勤等における交通手段の確保」「観光客を呼び込むことでの三陸地域の振興」の二つを継続して事業の柱とする。併せて観光客の誘致については、他社と連携したイベント列車、ラッピング列車の運行など、さまざまな企画を展開し、さらなる交流人口の拡大を図っていくつもりだ。

多くの支援に対する感謝の思いを列車に乗せて、これからも三陸鉄道は復興のシンボルとして、岩手の沿岸地域を明るく照らし続けることだろう。



冬季限定の「こたつ列車」では、岩手県北部の小正月行事で登場する鬼「なもみ」が車内を歩き回り、乗客を盛り上げた



縫製技術生かして自社ブランドを創設し 売り上げ全体の約1割まで成長



有限会社クラスター

ユウゲンガイシヤクラスター

業種	繊維工業
代表者	小林晃氏 [代表取締役]
所在地	岩手県宮古市千徳13-50
TEL	0193-64-4535
WEB	https://hmdown.theshop.jp
創業年	1989年
資本金	300万円
従業員数	31人
売上高	9,000万円

1989年創業。主に婦人服の製造を手がけていたが、2011年にダウンウェア専門に切り替える。コロナ禍による受注減少をきっかけに、自社ブランド「ハヤチネメイド」立ち上げ。自社商品「オーセンティックダウンジャケット」はグッドデザイン賞受賞。

ダウンウェア専門工場に切り替え、被災後に迎えた転機

1989年の設立以来、ブラウス、ジャケット、コート、ワンピースなどの婦人服を主に手がけていた有限会社クラスター。シーズンごとにアイテムもトレンドも変わり、常にその対応に追われることから、代表取締役の小林晃氏は「もっと集中して同じものを長く作れるようにしたい」と考える。2009年にメーカー等に委託されてダウンウェアの製造を始めると、その他婦人服の取り扱いを徐々に減らしていった。

東日本大震災発生時、工場の被害は軽微で従業員も全員無事だったが、小林氏と数人の従業員が津波で家を失った。10日程度で工場の操業は再開したものの、道路は寸断されガソリンは



代表取締役の小林晃氏

手に入らず、歩いて通う従業員もいたため2週間ほど時短営業に。当時は春夏向けの服の販売シーズンに入ったばかりで、仕上げて納めるべき仕事が積み上がっていた。時短営業の中、発注元に別の協力工場へ仕事を振り分けるなどして、何とかしのいだ。4月に入ると、道や物流、避難生活を送っていた従業員の状況もやや落ち着き、通常に近い状態で仕事ができるようになる。

2011年秋、通販大手の株式会社カ

タログハウスが、自社のカタログマガジン「通販生活」で「メイド・イン・東北」と題した特集企画を設けた。その中で、クラスターが縫製を手がける、通販生活オリジナルのダウンジャケットを新たに生産。

以降5年にわたり、ダウンジャケットの時期になると安定した受注が続き、会社を支える軸となった。「5年間で1万着以上は作り、だいぶ縫製技術を蓄えさせてもらいました」と小林氏は感謝する。

台風被害、コロナ禍などの苦境を脱するため、自社ブランドを立ち上げ

2011年にダウンウェア専門の縫製工場への転換を果たし、経営も軌道に乗りに乗った2016年8月、台風第10号が発生した。工場は浸水し、1月に導入したばかりだったCAM(高速自動裁断機)をはじめ機材が故障。仕掛品も含め被害総額は2,000万円に上った。「震災よりも圧倒的に被害は大きかった」と小林氏。

銀行から借り入れして事業を継続し、返済しながら再建を図る最中、今度はコロナ禍が到来。売り上げの約半分を海外客が占めるアパレルメーカーからの注文が減り、再び売り上げが低迷する。雇用調整助成金で給料を支払ったり、医療用ガウンやマスクの縫製を受注したりもするが、毎年1,000万円ほどの赤字が続いた。

時期を前後して、世間のSDGsに対する意識の高まりとともに、羽毛への誤った認識が広まったことでも逆風にさらされた。ダウンジャケットに用いられる羽毛は、食用として育てた水鳥から取れる食肉の副産物。しかし水鳥から羽を引き抜いていると誤解され、「むなしいというか、がっかりしました」と語る小林氏。現在もまだ理解が十分に進んでいるとは言い難いという。

災害対応

新商品・新技術開発

新規事業

ブランディング

販路開拓

連携・協業

人材

情報発信



(左)ダウンジャケットの縫製作業
(右)オーセンティックダウンジャケット

苦境を脱するため、縫製工場の強みを生かして新商品の開発を目指す岩手県の事業「イワテメイドアパレルプロジェクト」に参加。県が派遣した株式会社エディションズ代表取締役の金谷克己氏がクリエイティブディレクターとして参画し、2021年に自社ブランド「ハヤチネメイド」を立ち上げた。当時の苦労を、小林氏は次のように語る。「ブランドの素案は用意していたんですけど、金谷さんにすぐ却下されました。ストーリーがないとか、こだわりがないとか、行き当たりばったりで継続性がないとか、厳しかったですよ。今思えば、ブランドは立ち上げて終わりではなく、育てていくために本気で考えていただけたからこそこの対応ですね」。

ブランドのストーリー性やコンセプト、継続性を見直して商品化し、発表会で披露。金谷氏のコネクションを生かして仙台や関東の百貨店で販売会を行い、メーカーとしての認知を広げた。

自社製品の売り上げ比率が向上 今後は人材育成が鍵

ブランド立ち上げに当たっては、周知と客注確保を目的にクラウドファンディングを実施し、約200万円を集めた。これも金谷氏の提案によるものだ。「金谷さんに多方面で助けていただく中で、無名のメーカーが世の中に出ていくのは、すごく大変だと実感しました。どんなに良い物を作っている、その良さが十分に伝わるパンフレットなどがなければ知ってもらえないんだと、メーカー

の立場になって改めて分かりました」。

後発ブランドでも他社と差別化を図るため、さまざまな仕掛けを行った。自社商品の一つである「オーセンティックダウンジャケット」では、オーダーに応じて小ロットでの生産にも対応する仕組みを導入。衣服の製造に必要な表生地だけ用意してもらえれば、サンプルとしてダウンジャケットを低コストで1着製造できる。技術力の他、ビジネスモデルの面でも評価され、2022年度のグッドデザイン賞を受賞した。

また、刺し子生地など、全国の伝統的な織物や染め物を取り入れた商品展開も行う。日本の着尺で洋服を作るのは手間がかかり、効率が悪いことから本来量産には向かないが、「他のアパレル企業さんが手を出しづらいようなも

のを狙っています」と小林氏は語る。

初めての取り組みで苦労は多かったが、金谷氏ほか関係者の支援のおかげで実現できたと話す小林氏。自社製品の売り上げは事業全体の10%程度に育ってきている。今後は商品コンセプト作成からブランディング、PRまで社内で行う体制を整え、自社製品の売り上げ比率の向上を目指す。

そのためにも人材育成がこれからの課題だ。「下請けを長く続けてきたので、会社全体で自分たちの技量に価値があり、それに対価が払われているという自覚がまだ薄いと感じています。ただ海外でも売れており、宮古市の経済に貢献していると思うんです。今後は働く従業員たちの生活も良くする取り組みを行っていききたいですね」と小林氏。

幾多の苦境に直面しながらも、婦人服からダウンウエアに、下請けからメーカーへと変貌して活路を見いだしてきた。実現できたのは、新しい動きに従業員が対応し、日々仕事に励んでくれたから。だからこそ、「同じ夢を見て、今後も共に叶えていきたい」と願っている。

課題

- ・婦人服はシーズンごとにアイテムもトレンドも変わり、常にその対応に追われていた。
- ・2016年に台風第10号で被災、さらにコロナ禍が襲って売り上げが激減した。
- ・無名の後発メーカーが認知を広げることへの困難。

解決策

- ・同じ製品を長く作れるように、ダウンウエアの製造に注力する。
- ・縫製工場の強みを生かして新製品の商品開発を目指す、岩手県の事業に参加。自社ブランド「ハヤチネメイド」を立ち上げた。
- ・周知と客注確保を目的にクラウドファンディングを行う。

効果

- ・東日本大震災後、「通販生活」から安定した受注があり、ダウンウエア専門の縫製工場に転換。
- ・自社商品の1つである「オーセンティックダウンジャケット」がグッドデザイン賞受賞。自社製品の売り上げは事業全体の10%程度まで育つ。
- ・クラウドファンディングにより約200万円を集め、認知を拡大した。

漁場拡大で経営・災害リスクを分散 海面養殖の売り上げが定置網業の2倍に



有限会社泉澤水産

ユウゲンガイシャイズミサワスイサン

業種	漁業／水産養殖業
代表者	泉澤宏氏 [代表取締役]
所在地	岩手県釜石市東前町19-10
TEL	0193-55-5481
WEB	https://www.izumisawasuisan.com/
創業年	1933年
資本金	6,000万円
従業員数	71人
売上高	9億1,172万円

1933年に岩手県釜石市で創業し、生産組合を経て1999年に設立。北海道、宮城県、静岡県、高知県でも漁場を運営する。2020年よりサクラマスの海面養殖の試験を開始し、「釜石はまゆりサクラマス」としてブランド化。2022年に事業化し、生産拡大を図る。

異なる地域への漁場拡大が 経営リスク分散と災害リスク対策に

海に大きな網を仕掛け、入り込んだ魚を水揚げする定置網漁業。全国の沿岸漁業の約4割を占める中核的な漁業だ。定置網業を行う有限会社泉澤水産では、1994年以降、宮城県石巻市の金華山漁場や宮城県女川町の江島漁場、静岡県熱海市などでも漁場を運営。代



代表取締役の泉澤宏氏

表取締役の泉澤宏氏は、漁場拡大の経緯を次のように話す。

「定置網は1カ所にとどまり、魚を待ち構える漁業です。そのため釜石市内で複数の漁場を持っていても、魚が来なければ一気に会社が傾いてしまう。経営的なリスク分散のために、ある程度のコストをかけてでも、異なる地域・性質の漁場を複数持つ必要があると考えました」。

2011年の東日本大震災発生時は、岩手県と宮城県に4つあった漁場は全て大破し、陸上施設や漁網も流出。岩手県と宮城県に12隻あった船舶も、震災後に残ったのは、泉澤氏が沖に避難させた船を含めて4隻のみだった。

残った船を使い、被害が比較的軽微だった定置網の設備を修復し、6月中旬の水揚げ再開を目指した。海には津

波により流出した家屋の残骸があふれ、船を係留する場所や陸上で作業する場所も確保できない状態だったため、見込み通りには進まなかったが、8月には再開にこぎ着けた。

しかし、従業員1人が犠牲になり、無事だった従業員の多くが家族や住まいを失っていた。生活再建が急務で、精神的にも肉体的にも仕事に集中できる状況ではなかったという。水揚げから流通までの港の機能が復旧するまでも時間を要し、震災前の仕事ができるようになるまでには3年かかった。

こうした経験から、複数の地域に漁場があることが経済的なリスク分散だけでなく、災害時のリスクヘッジにもなっていると気付いたという泉澤氏。被災後は、北海道積丹町や高知県室戸市にも漁場を展開した。



(右)宮城県女川町にある有限会社泉澤水産の事務所
(下)泉澤水産が保有する船舶



主要魚種の水揚げ減少で、 「自立」のため海面養殖に乗り出す

釜石の定置網漁業の主要魚種だった秋サケ(シロザケ)は、1994年に年間1万tあった水揚げ量が、2010年以降、海の温暖化などの理由で数百tまで落ち込んでいた。水産庁の漁業収入安定



災害対応

新商品・新技術開発

新規事業

ブランディング

連携・協業

IT化

設備投資



定置網漁業の様子

対策事業などの支援策で補填^{ほてん}しているが、「釜石近辺で定置網の経営を継続するのは事実上困難」と泉澤氏。そこで始めたのが、サクラマス^{サクラマス}の海面養殖だ。

釜石市と岩手大学、釜石湾漁協とコンソーシアム（共同企業体）を組み、2020年から海面養殖試験を開始。泉澤水産は設備や種苗の調達、実際の餌やりから水揚げを担当した。岩手大学は技術的指導、釜石市と漁協が地域や他の生産者との調整役を務めたことで、養殖参入における障壁はなかったという。

海面養殖は、定置網と同じく海に網を張ったいけす^{いけす}で作業することから、従業員もスムーズに適応できると見込んでいた。しかし、実際にやってみると違いもあった。

「似たような環境でも、魚の命を取る定置網業と、小さくて弱い魚の命を生かして育てる海面養殖は、ある意味で真逆の取り組み。養殖はより細やかな作業が必要になるので、慣れるのに時間がかかりましたね」。

初年度である2021年、直径20mのいけす1基で育てた成魚約8,000



海面養殖したサクラマス

尾、約12.8tを初出荷。2年目も同じいけすで稚魚の量を増やして、約1万6,000尾、約30tを出荷した。2年目の水揚げを前に、公募の中から市の花ハマユリにちなんだ「釜石はまゆりサクラマス」という名称に決定し、ブランド化を目指している。

定置網と養殖の効率化で「攻め」の水産業に転換

養殖に取り組み始めて3年目の2022年秋、事業化に踏み切った。直径40mのいけす2基に拡充し、2023年の出荷は160t程度を見込む。成魚から卵を取ってふ化させ、育てて出荷する完全養殖も可能となり、有用な形質を持つ品種同士を掛け合わせる「選別育種」も進める。2023年11月には、いけすを4基に増やし、年間1,000tの生産を目標に掲げる。

「定置網の赤字を補うことができれば」と始めた海面養殖により、釜石では養殖の売り上げが定置網業の約2倍に。全漁場における割合は5~6%程度だが、今後1割程度まで上がる見込みだ。

さらにIoT(Internet of Things)も取り入れ、業務の効率化を図ってい

る。例えば自動給餌システムを採用し、摂餌反応をモニタリングして食べ付きが悪くなれば給餌を止める。AIが水温や溶存酸素量（水に溶けている酸素量）、時間帯との関係を分析し、最適なタイミングで適切な量の餌を与えることで、コスト削減や漁場の保全を目指す。2024年には給餌管を通して、陸上から餌をいけすに送る仕組みを導入予定だ。餌を運ぶために漁船を出す必要がなくなるため、燃料コストや排出ガスを減らし、従業員の労働環境の改善にもつなげる。

定置網漁業においては、引き続き漁場の拡大を見据えながら、既存の漁場でも海の状況や潮の流れによって定置網の場所を移動するなど、最適化に努めている。さらに、定置網に入り込んだ幼魚を、海面養殖の経験を生かして畜養するなど、限られた資源を活用して売り上げの最大化も図る予定だ。

「秋サケの不漁は依然として続いており、釜石市の水産業は窮地にあります。しかし、地域の危機感^{危機感}は薄い。だからこそ『待ち』ではなく『攻め』の姿勢が重要」と語る泉澤氏。多様な取り組みが、創業の地である釜石を鼓舞している。

課題

- 魚を待ち構える定置網漁業は、漁獲量が不安定。
- 同じ海域に複数の漁場を広げても、魚が取れなくなるリスクがある。
- 2010年以降、釜石での秋サケ水揚げ量が激減。釜石で定置網漁を継続することが困難に。

解決策

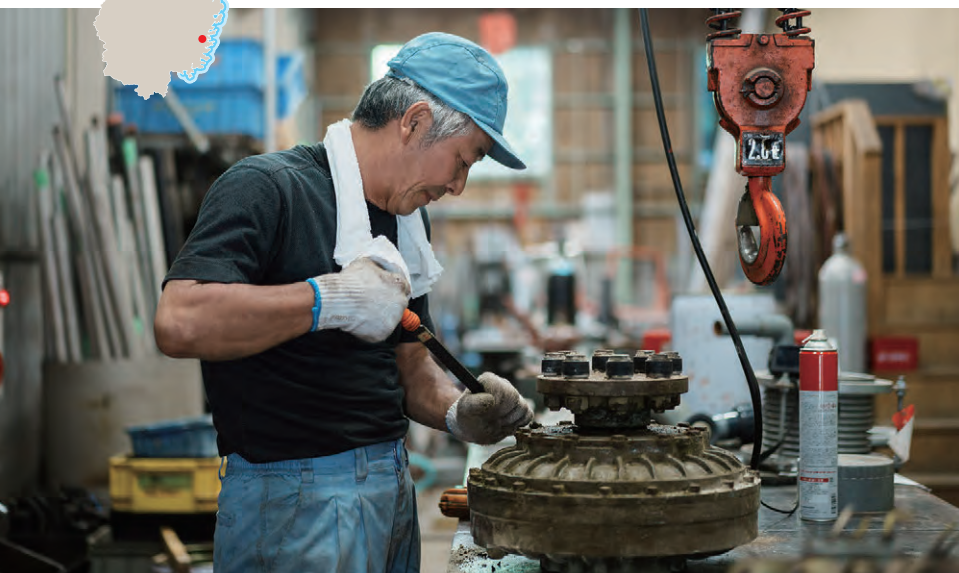
- 性質の異なる複数の漁場を保有することで、漁獲量の安定化を目指した。
- 北海道や静岡県、高知県など全国各地に漁場を拡大して経営リスクを分散。
- 釜石でサクラマスの海面養殖業に乗り出した。

効果

- 釜石での水揚げ量が減った分を、他の漁場の水揚げでカバーできるようになる。
- ある地域で災害が発生した場合でも、被害のない漁場で操業を続けられる。
- 養殖業が定置網の売り上げを上回り、赤字分を補填。

株式会社釜石電機製作所

モーター・ポンプ修繕で被災企業の早期復旧に貢献 独自の光触媒技術・コイル再生技術で新たな展開を



(左) 代表取締役の佐藤一彦氏
(右) 専務取締役の佐藤太郎氏

株式会社釜石電機製作所

カブシキカイシャカマイシデンキセイサクジョ

業種 機械等修理業
代表者 佐藤一彦氏 [代表取締役]
所在地 岩手県釜石市甲子町9-171-4
TEL 0193-21-1751(事務所)
WEB <https://www.e-kamaden.co.jp>
創業年 1949年 **資本金** 3,500万円
従業員数 28人 **売上高** 約2億円

1949年創業。主事業であるモーター・ポンプの修繕・メンテナンス業務の他、モーター用コイル製作や機械器具設置工事、受託溶射加工などの事業も担当する。創業以来培った技術で、沿岸地域の工場の生産作業を支える。

半世紀前の教訓を生かし 各工場の早期復旧に貢献

江戸時代から良質な鉄鉱石が採掘され、近代製鉄業の発祥の地として知られる岩手県釜石市。1949年に創業した株式会社釜石電機製作所は、富士製鉄株式会社(現日本製鉄株式会社)の協力会社として、主にモーター・ポンプの修繕・メンテナンス業務を担当した。釜石市の製鉄業を下支えしてきた地元企業である。

佐藤一彦氏が代表取締役に就任したのは1976年。当時は新日本製鉄株式会社(1970年に富士製鉄と八幡製鉄株式会社が合併)の売り上げシェアが約80%を占め、安定した経営を保っていた。しかし1986年に釜石市の高炉が廃されたことで、取引による売り上げ

が激減。一社の売り上げに頼った経営を脱するため、北は青森県八戸市から、南は宮城県仙台市まで営業エリアを拡大。創業以来培ってきた技術を多くの企業に提供し、経営危機を乗り越えた。

そして、釜石電機製作所が培ってきた技術は、2011年の東日本大震災でも生かされた。津波により被災した沿岸部の工場から、水に浸かったモーター・ポンプの修繕依頼が多く舞いこんだのだ。釜石電機製作所ではそれらを積極的に引き取り、自社で製作した窯で煮沸し、脱塩をすることでコイルの絶縁補強を実施。独自の工程で修繕作業をスムーズに進め、各工場の早期復旧に貢献した。

佐藤一彦氏によると、迅速な対応ができた背景には、過去の歴史から学んだ、ある教訓があったからだと言います。

「実は東日本大震災が発生する数年前、先輩社員と話した際、たまたま津波の話題が上がったんです。そこでモーターやポンプにとって一番怖いのは、水ではなく『塩水』に浸かることだと教えてもらいました。先輩社員がそれを知っていたのは、1960年のチリ地震の津波を経験していたため。おかげで震災前に、津波が起きた際の対策を想定できました。半世紀前の教訓が、東日本大震災で生かされたのです」。

溶射技術を用いた光触媒装置を 空気抗菌装置「カザノイア」に搭載

モーター・ポンプの修繕事業の傍ら、釜石電機製作所が約20年にわたって取り組んでいるのが、溶射技術を用いた光触媒装置の開発だ。溶射とは摩耗したシャフトを再生する工程などで使われる技術で、金属に被膜を形成するコーティング方法の一つ。光触媒ではその技術を応用し、光が当たることで大気中に化学反応を起こして有害物質を分解・除菌・消臭し、衛生的な空気環境を生み出すことができる。

釜石電機製作所では、溶射研究の第一人者である大阪大学教授(当時)の大森明氏からのアドバイスをきっかけに、2000年初頭から開発事業をスタート。岩手県工業技術センターと共同で光触媒装置の開発に取り組んだ。最初は手探りの状況が続いたが、2005年には「光触媒被覆材の製造方法」の特許を取



災害対応

新商品・新技術開発

新規事業

連携・協業

地域振興

得。牛舎などの畜舎で試験導入・実証を重ね、2010年には光触媒技術を用いた空気浄化装置「サンアールエコクリーン」の製造販売を開始した。

すると数年後、開発をさらに加速させる出会いが訪れる。それは東日本大震災後に行われた、被災企業と支援企業を結びマッチング事業での出来事だ。

「産業技術総合研究所(以降、産総研)さんで光触媒を研究されている方とお会いしたのですが、その時に『国際規格に基づいた分析をしたことはありますか?』と聞かれました。国際規格があることすら知らなかったと正直にお伝えしたところ、せっかくの機会だから無料で分析してもらえることになったんです。試験用のプレートを送ったところ、『こんなに活性効果の高い光触媒とは思わなかった!』と言って、すぐさま会社を訪ねてきたんです」。

それから現在に至るまで、専門家による指導をはじめ、共同での特許出願など、各研究機関のバックアップも受けながら開発を進行。サポートを受けながら新たに誕生したのが、独自の光触媒技術を用いた空気抗菌装置「CAZANOIA」である。

2020年6月、岩手県庁1階県民室、岩手県立図書館、三陸鉄道宮古駅の岩手県内3カ所に設置されると、その後は酒造メーカーを中心に導入を図る企業が増加。特に酒造りにおいては麹室の雑菌がカザノイアの使用后に99%減少するというデータもあり、導入し



空気抗菌装置「CAZANOIA(カザノイア)」

た酒造メーカーから「品質が安定した」との声も寄せられている。

「われわれのような田舎の小さい企業が、産総研さんのような国を代表する研究機関と共同研究できることはめったにないことだと思います」と佐藤一彦氏。東日本大震災をきっかけにした出会いが、光触媒装置の開発に大きな追い風をもたらした。

主要事業のモーター・ポンプ修繕に注力しながら事業拡大

光触媒装置の開発を続ける中で、機器の寿命を延ばすモーター用コイルの製作・再生技術も注目を浴びている。コイルの再生を手がける業者が減る中で、各所から問い合わせが増えているのだ。岩手県で誘致を進めている国際リニアコライダー用の電磁石コイルの試作や、大手メーカーとの特殊コイルの開発など、多方面でその技術が用いられている。釜石電機製作所は、長年培ってきた技術を、これからの社会に生かすため取り組みを進めている。

多様な分野で活躍しながら、専務取締役の佐藤太郎氏は「われわれの仕事のコアはあくまでもモーター・ポンプ

の修繕事業」と話す。

「世の中のあらゆる設備の動力源はモーターやポンプ。すなわち、われわれの仕事は社会生活やインフラに大きく影響を与える仕事です。そのため釜石電機製作所の根っこである修繕・メンテナンス事業で人々の暮らしを支えることが最優先。そこから、その先にある新規のコイル開発、光触媒技術でも新たな可能性を生み出していければと思っています」。

釜石電機製作所はこれからも高い技術力を生かし、沿岸地域の住みよい町づくり、そして次世代のものづくりの発展に大きく寄与していこう。



コイル巻き替え(巻き直し)や溶射施工などによって、幅広い故障に対応

課題

- 1986年に釜石市の高炉が廃止。売り上げ縮小のリスクにさらされた。
- 光触媒装置の開発事業は、手探りの状態が続いていた。

解決策

- 各地の企業に取引を広げ、経営危機を脱した。
- 東日本大震災後に新たな支援機関と出会い、研究や開発のバックアップを受けられるように。

効果

- 1960年のチリ地震津波の教訓を生かし、東日本大震災の際、取引先の各工場の早期復旧に寄与した。
- 2020年に空気抗菌装置「カザノイア」を販売開始。現在も研究開発に取り組み、本格事業化に努める。

発酵をテーマとした商業施設 開業初年度に13万人以上が訪れた



株式会社醸

カブシキガイシヤカモシー

業種 飲食サービス業
代表者 田村満氏 [代表取締役]
所在地 岩手県陸前高田市気仙町字町308-5
TEL 080-2345-5162
WEB <http://camocy.jp>
創業年 2019年 **資本金** 110万円
従業員数 0人 **売上高** 670万円

陸前高田市の「まちなか再生計画」における発酵食の集積拠点整備計画により、2019年に地元7事業者で設立。2020年12月に「CAMOCY（カモシー）」をオープンした。パンやチョコレート、ビール、発酵食品などを扱う8事業者が入居する。

大量解雇が起きた陸前高田市で、 雇用の受け皿つくる

津波で大きな被害を受けた岩手県陸前高田市の今泉地区に2020年にオープンした「CAMOCY」。地域で醸造業が盛んだったことから、商業施設のテーマは発酵とした。設立に至ったきっかけは、東日本大震災以前にさかのぼる必要がある。

被災前から、陸前高田市の経済は衰退の一途をたどっていた。そこで危機感を持った地元の経営者らが、2007年に岩手県中小企業家同友会気仙支部を発足。地元企業の「倒産ゼロ」や「雇用創出」などの理念を掲げた。株式会社高田自動車学校取締役社長（現会長）の田村満氏を支部長に迎え、勉強会や視察を重ねていた。発足当初28人だっ

た会員は、2010年には70人を超えた。

2011年3月の東日本大震災では、地域の約9割の企業が津波で社屋を流され、多くの従業員やその家族を失う。同会では会員企業に雇用調整助成金を紹介するなど、企業の存続や雇用維持に努めたものの、従業員解雇の流れは止まらなかった。田村氏は当時を振り返り、次のように語る。

「当時、あんなにもひどい解雇の嵐に



代表取締役の田村満氏

なるとは思っていませんでした。失業手当で一時しのげたとしても、雇用保険が切れた後の補償はない。われわれが雇用を守るための仕事をつくる必要があると思いました。

そんな時、陸前高田でボランティアを行っていた株式会社ソシオ エンジン・アソシエイツの経営陣と知り合い、同社が参画する一般社団法人ソーシャルビジネス・ネットワークと提携。国の補助金を活用し、受け皿となる企業を陸前高田に40社つくることを掲げ、なつかしい未来創造株式会社を2011年10月に設立した。

なつかしい未来創造は活動期間を10年間と定めることで集中して事業を行い、目標通り40人の起業家を生み出すと、2021年度をもって解散した。

企業発展の基盤となる地域を 創造するため「CAMOCY」開設

創業した40社のうち、2023年8月現在も34社が存続している。別の被災地で同じ補助金を活用した事例は多くあるが、それらと比べても存続率が高い。

「中小企業家同友会の会員企業に各社の経営をフォローしてもらっているのが大きいですね。例えばある起業家の方は、売り上げをそのまま元手に別の事業を始めようとしていました。そこで同友会の仲間が『売り上げから固定費や変動費、利益などを引いた上で、元手にしないと長期的な経営は難しい』といったことを一つ一つサポートしました。そのおかげで経営感覚がすっかり身に付き、存続率の高さにつながっているのだと思います」。

34社で280人ほどの雇用がある。目標通り受け皿を増やすことはできたが、新しい企業も、同友会に参加する老舗会員企業も、地元の中小企業は全て地域密着型。地域全体で発展しなけ



新規事業

ブランディング

連携・協業

地域振興

起業・創業

れば企業の発展もない。

そのため、田村氏は地域の事業者と共にいくつかの取り組みを進めた。その一つが、発酵パーク「CAMOCY」の開設だ。開設の地である陸前高田市の今泉地区には、江戸時代に仙台藩領気仙郡の中心として栄えた歴史と町並みがあった。発酵をなりわいとするみそ・しょうゆ蔵が3軒あったこともあり、発酵食の集積拠点を設けようとして計画した。陸前高田市の「まちなか再生計画」に盛り込まれ、その運営会社として地元7事業者で株式会社醸を設立。

入居テナントを募集したところ16社が集まり、最終的に食堂やチョコレートブランド、クラフトビール醸造所など8店舗が入居。2020年12月のオープンにこぎ着けた。

コロナ禍でも好調のスタート 今後は地域内の循環促す

オープンした2020年12月は、新型コロナウイルスが猛威を振るっていた時期。元々低調な出だしを見込んでいた。しかし田村氏が運営する「ベーカリーマーロ」だけでも、2021年の1年間の売り上げは3,352万円、来客者は約3.2万人と想定以上の実績だった。施設全体の来客数はその4倍以上と考えられる。

「なぜコロナ禍であれだけの好実績を出せたかよく分かりませんが、県外からの利用客も多かったので、口コミの効果ではないかと考えています。一方、2022年になると売り上げ2,867万円、来客数2万5,000人と落ち込んだ。この数字をベースに、今後の集客を考える必要があると感じました」。

来客数が落ち着いたことで、入居する事業者同士の連携はより密になった。毎月、役員会と各店のスタッフも参加する営業会議を実施。これから何をすべきか、どうやって集客していくかを話し合っている。

その中で生まれたアイデアから、8月5日の「発酵の日」に絡めたイベントを2023年に開催。施設内のキッチン付きアトリエ「テラス」を活用し、パン作り体験やレシピコンテスト、トークショーなどを行った。2025年には発酵食品と発酵文化を発信する「全国発酵食品サミット」の会場となる予定だ。「テナント料を得るだけでなく、CAMOCY自体で集客し収益を得る必要がある。われわれが発酵の知識を深めることはもちろん、別の施設と



「ベーカリーマーロ」の店舗。陸前高田市の食材などを取り入れたパンが豊富

連携して来訪客を地域に循環させるための取り組みも重要です。例えばCAMOCYから車で3分ほどの場所にあり、年間20万人ほどが訪れる東日本大震災津波伝承館にコンシェルジュを配置し、お客さんをCAMOCYに誘導できないか等、市内の回遊を促さなければ、地域全体にとって大きな機会損失になると思います」。

「醸す」には微生物の働きで酒やしょうゆを造るという意味以外にもう一つ、雰囲気をつくり出すという意味もある。復興から持続的な発展への機運を醸すために、町全体に化学反応を引き起こす存在となるだろう。



- ・地元の中小企業は全て地域密着型であり、企業の発展のためには地域の発展が不可欠。
- ・施設オープン2年目に売り上げ、来客数とも減少。



- ・地域そのものを創造していく取り組みの一つとして、発酵パーク「CAMOCY」をオープン。
- ・イベントなどを企画して施設として集客し、収入増を図る。



- ・コロナ禍でのオープンにもかかわらず想定以上の集客、売り上げがあった。
- ・2025年に「全国発酵食品サミット」の会場となり、集客促進が期待される。



蔵をイメージしたCAMOCYの外観



産業復興を支えたグッドデザイン



GOOD DESIGN

産業復興や文化継承など、さまざまな目的を持ったデザインが東日本大震災の被災地を支えてきた。2011年から2021年までの期間で「グッドデザイン賞」を受賞したデザインの中から、岩手県・宮城県・福島県の産業や暮らしに好影響を与えた作品を取り上げる。

多様なデザインが被災地の発展を後押し

東日本大震災発生から12年。東北の産業復興を支えてきたものの一つが「デザイン」だ。デザインとは、物の色や形など見た目上の特徴に限らず、商品や事業、プロジェクトの目的を果たすための計画も含まれる。被災地では、産業復興をはじめ、防災や減災、文化継承、コミュニティ創設など、さまざまな目的を持ったデザインが生み出されてきた。

産業や暮らしの発展につながるデザインを評する「グッドデザイン賞」でも、被災地で生まれた伝統工芸品や建築物、都市空間、社会課題の解決に挑むプロジェクトなど、多様なデザインが受賞している。そこで、2011年から2021年までの11年間、岩手県・宮城県・福島県でグッドデザイン賞を受賞したデザインの一部を取り上げる。

※本特集では「東日本大震災とグッドデザイン賞2011-2021」(フリックスタジオ、2022年)における分類および章立てに準じて、受賞事例を紹介
※受賞事例の画像は、公益財団法人日本デザイン振興会の提供による
※本特集に掲載している事例は受賞当時のものになります

グッドデザイン賞とは

日本で唯一デザインを総合的に評価・推奨する仕組み。1957年に創設され、受賞総数は約5万件に上る。生活用品や家具、建築などの有形デザインから、システムやサービスなどの無形デザインまで、幅広いジャンルが応募の対象となる。

グッドデザイン賞では、理想や目的を果たすものを「グッドデザイン」と捉え、その質を評価。ユーザーにとっての使いやすさをはじめ、ビジネスに対する貢献度、社会に対する価値、持続可能性などの観点をバランス良く満たしているか審査が行われる。



GOOD DESIGN

上記はグッドデザイン賞のシンボルであり、受賞商品の証である「Gマーク」。創設時から使用されており、国内認知度は80%以上に達する。受賞者は、商品パッケージやSNS、プレスリリースなどに「Gマーク」を利活用できる

「東日本大震災とグッドデザイン賞復興と新しい生活のためのデザイン展」

2011年度から2020年度の10年間で、東北6県および茨城県において、災害という課題に向き合ったグッドデザイン賞受賞作品500件以上を紹介した展示会。防災や復興を支える重要なデザインもピックアップされている。展示会は公益財団法人日本デザイン振興会が企画・運営し、東京ミッドタウン・デザインハブで2021年5月18日(火)から7月5日(月)まで開催された。



『東日本大震災とグッドデザイン賞2011-2021 復興と新しい生活のためのデザイン』(フリックスタジオ、2022年)

「復興と新しい生活のためのデザイン」をテーマとし、展示会のデザインを中心に、東日本大震災や復興に関するデザインを取り上げた書籍

岩手県・宮城県・福島県のグッドデザイン事例

地域の居場所となった「まちと建築のデザイン」、人と人の関係をつくる「つながりを生むデザイン」、手仕事が生んだ「暮らしのデザイン」、土地の魅力を再発見できる「地域に根ざしたデザイン」、未来の可能性を広げる「伝統と革新のデザイン」、地域の記憶をつなぐ「歴史・文化を紡ぐデザイン」の6つのテーマに分けて紹介する。

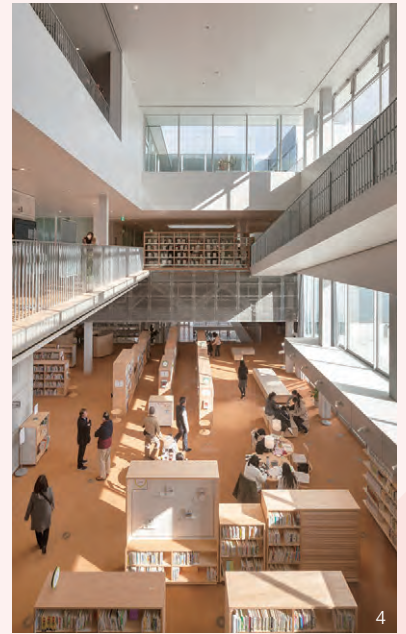
まちと 建築の デザイン



[写真:西川公朗]



[写真:千葉学建築計画事務所]



- 1.釜石市の復興公営住宅(大町復興住宅1号、天神復興住宅) [株式会社千葉学建築計画事務所 他] (岩手県) 2.岩沼市玉浦西災害公営住宅B-1地区 [有限会社都市建築設計集団] (宮城県) 3.コアハウスー牡鹿半島のための地域再生最小限住宅板倉の家ー / 東日本大震災における建築家による復興支援ネットワーク [アーキエイド] (宮城県) 4.須賀川市民交流センター tette [石本建築事務所 + 畝森泰行建築設計事務所] (福島県)

2018グッドデザイン賞

女川駅前シンボル空間

女川町 / 女川みらい創造株式会社 / 女川町復興まちづくりデザイン会議 他 (宮城県女川町)



女川みらい創造株式会社
阿部喜英氏



(上)約2%のゆるやかな勾配で下る、2023年の「レンガみち」
(右)最大14.8mの高さの津波が襲った、2011年の女川町中心地。人口約1万人のうち、死者・行方不明者は827人に上り、約3,900棟の住宅が被害を受けた



女川町観光の新たな目的地に

宮城県女川町は、海岸線が複雑に入り組んだリアス式地形の町。東日本大震災時は、町の約7割の建物が失われる甚大な被害を受けた。女川町では復興のため、女川駅前広場から海に向かって伸びる「レンガみち」を中心に、商業施設や物産センター、公園などを創設。観光客や住民、ビジネスマンなど、老若男女が集う都市空間を、2015年より町の中心地につくり上げた。

店舗の運営に携わる阿部喜英氏は「海を望む景色に加え、店舗自体の魅力や居心地のいい空間が合わさり、女川町の新たなシンボルになりました。ここを旅の目的地にする方も多く、2022年の年間来町者数はおおよそ100万人。被災前の最大70万人を大きく上回っています」と語る。



つながりを 生む デザイン

- 1.石巻・川の上プロジェクト／石巻・川の上プロジェクト第2期「耕人館」＆「たねもみ広場」[株式会社スタジオテラ 他] (宮城県)
- 2.ブルーバードアパートメント [Helvetica Design株式会社 他] (福島県)
- 3.石巻 VOICE [一般社団法人ISHINOMAKI2.0] (宮城県)



[写真:宮畑周平]



暮らしの デザイン

- 1.南部鉄器急須 HEAT [株式会社岩鑄 他] (岩手県)
- 2.IKKON / IKKON お燗器 [ガッチ株式会社 他] (福島県)
- 3.生涯を添い遂げるグラス [株式会社ワイヤードビーンズ] (宮城県)



グッドデザイン賞(2011 2013 2016)

仙台筆筒 猫足両開き・壱番 / コンソール～monmaya+ / アップライトシリーズ壁掛け

株式会社門間筆筒店(宮城県仙台市)



株式会社門間筆筒店
門間一泰氏



(上)2016年に受賞した「アップライトシリーズ 壁掛け」。仙台筆筒の技能を現代のインテリアに取り入れた点が評価された

(右)2011年に受賞した「猫足両開き」。10年以上寝かせた素材を使い、職人が手仕事で作り上げる



伝統ある仙台筆筒で海外進出

1872年創業の仙台筆筒店を2011年に先代から引き継いだ門間一泰氏。工房が被災したものの「職人は作業場と道具さえあれば仕事ができる」と気づき、3カ月後には事業を再開した。当時増えたのが古い筆筒のお直し依頼だった。「東日本大震災で全部失った人もいるからこそ、筆筒もこの機会にお直して次世代に継承したいという方が多くいらしたのが印象的でした」。

同年に受賞したグッドデザイン賞での縁がきっかけで2017年、香港に店舗をオープン。現在は2店舗を運営する盛況ぶりだ。「今は海外での売り上げが8割と、受賞を機にビジネスモデルが完全に変まりました。大きな転換期になったことは間違いありません。今後はヨーロッパなどにも展開していきたいですね」。

地域に根ざしたデザイン



[写真:宮畑周平]



1. ブルーファーム/ブルーファームカフェ [ブルーファーム株式会社] (宮城県)
2. 気仙沼線・大船渡線 BRT [東日本旅客鉄道株式会社] (岩手県、宮城県)

2020グッドデザイン賞

アイウール
いわて羊を未来に生かす i-wool プロジェクト

岩手県、岩手めん羊研究所、LLPまちの編集室(岩手県)



LLPまちの編集室
木村敦子氏



(上) 県産羊毛 i-wool を活用した
ショール

(右) ホームスパンで活用するため、羊毛の汚れを取る洗い作業が欠かせない。i-wool プロジェクトでは生産者向けの洗い作業講習会も行っている



廃棄されていた県産羊毛をブランド化

羊毛を手紡ぎで織る「ホームスパン」は、岩手県の伝統工芸の一つ。輸入羊毛を使うことが一般的だが、県産羊毛をホームスパンに活用する取り組み「i-wool プロジェクト」が立ち上がった。「生産者の手が回らず、県産羊毛の多くは廃棄されていました。そこで、素材である羊毛自体を“i-wool”としてブランド化することで、生産者とホームスパン作家など関係者が一体となって取り組めると考えました」と木村敦子氏。i-wool の有効活用とともに、生産者と作家の関係構築に貢献した点が評価され、2020年にグッドデザイン賞を受賞した。

「今後は地域と生産者、作家の関係強化を図りつつ、海外展開も視野に入れた i-wool の事業化を進めたいと考えています」。

伝統と革新のデザイン

- 1.石巻工房[株式会社石巻工房] (宮城県)
- 2.木製玩具ファーヴァ[株式会社マストロ・ジェッペット] (福島県)
- 3.ウルシトグラス[株式会社松沢漆工房 (旧:株式会社浄法寺漆産業)] (岩手県)
- 4.強化ダンボール(トライウォール)製組み立てテーブル [今野梱包株式会社] (宮城県)
- 5.COGY [株式会社TESS] (宮城県)
- 6.ティージャーオーセンティッククラシック [有限会社クレセントグース] (宮城県)



[写真:宮畑周平]

2018グッドデザイン賞

さっくらproject

株式会社幸呼来 Japan (岩手県盛岡市)



株式会社幸呼来 Japan
石頭悦氏



(上)美しい柄を作るには、織り方はもちろん、布の幅を一定に裁断することも重要。裁断も、障害のあるスタッフが対応している
(右)「オニツカタイガー」とコラボレーションした製品。人工スエード生地を廃材を活用している



裂き織りを通じて廃棄物削減や障害者雇用を実現

岩手県の伝統工芸で、古布を細く裂いて織り直す「裂き織り」。幸呼来Japanでは、アパレルメーカーなどで生じた余り布を活用して裂き織りを生産し、メーカー等でそれを商品に生かす仕組みを取り入れている。生産を行うのは技術を習得した障害者のスタッフ。「社の取り組みは『産業廃棄物の削減』『伝統技術の継承』『障害のある方の雇用』を実現しています。一つのモデルで3点を満たしているのは珍しく、この点が評価されて2018年にグッドデザイン賞受賞につながりました」と石頭悦氏。

今後は障害のあるスタッフが講師役を務める、裂き織りのワークショップなどを実施予定。「裂き織りを通じて、より多くの人が障害者と関わる機会を提供したい」と石頭氏は語る。

歴史・文化を
紡ぐ
デザイン



[写真:木田勝久/FOTOTECA]



[写真:有限会社栗原写真事務所 栗原宏光]



1. あさひ幼稚園 [株式会社手塚建築研究所] (宮城県)
2. 三津谷煉瓦窯再生プロジェクト [NPO法人まちづくり喜多方、喜多方煉瓦會] (福島県)
3. 思い出サルベージ [思い出サルベージ] (宮城県)
4. 猪苗代浅井邸蔵再生プロジェクト [公立大学法人会津大学短期大学部] (福島県)
5. 山元町震災遺構中浜小学校 [宮城県山元町] (宮城県)

2014グッドデザイン金賞

桜ライン311

認定特定非営利活動法人 桜ライン311 (岩手県陸前高田市)



認定特定非営利活動法人桜ライン311
岡本翔馬氏



(上) 2023年4月時点で2,133本の植樹が完了。花見の名所になりつつある場所も
(右) デリケートな桜は、場所によって草刈りや剪定など、定期的な手入れが必須。桜を管理するスタッフの育成なども行っている



津波到達地点を「桜並木」で後世に伝える

昔から津波被害の記録があった陸前高田市では、被害地点に石碑が建てられていた。しかしその教訓が生かされず、東日本大震災では大きな被害を受けた。そこで津波到達地点を後世に伝えるため、日本人になじみのある桜を植える活動を開始。地権者に植樹の許可を取りながら、全長170km、計1万7,000本の植樹を目指す。「被災から10年以上経過したからこそ、当時の記憶を残したいと思われる方もいます。地域の皆さまに寄り添って植樹の許可を得ていきたいです」と岡本翔馬氏。

2014年のグッドデザイン賞金賞の受賞も、活動の認知拡大の一因に。「われわれの活動は、市外の寄付金に支えられています。今後も植樹活動を継続し、記憶の風化を防ぎたいです」。

気仙沼発の企業としてリブランディング YouTubeも駆使し全国のファンを獲得



有限会社たかはし

ユウゲンガイシヤタカハシ

業種	繊維工業
代表者	高橋和江氏 [代表取締役]
所在地	宮城県気仙沼市所沢321-1
TEL	0226-23-1111
WEB	https://k-takahasi.com/
創業年	1967年
資本金	300万円
従業員数	26人
売上高	非公開

既存の着物文化の概念を覆した 和装肌着を開発

有限会社たかはしの歴史の原点は、今から半世紀以上前の1967年。現在の代表取締役である高橋和江氏の母・節子氏が、着物のメンテナンス全般を行う京染悉皆業きょうぞめしっかいぎょうを始めた頃にさかのぼる。高橋氏が店を手伝うようになった



代表取締役の高橋和江氏

1967年に悉皆屋(しっかいや)として創業。その後、呉服も扱うようになり、1978年に実店舗「御詠京染(おあつらえきょうぞめ)たかはし」を構える。現代代表取締役の高橋和江氏が家業を継いでからは和装肌着の製造にも着手し、オリジナル商品は80種類以上に及ぶ。

のは24歳の時。当初は家業を継ぐつもりはなかったというが、いざ着物の世界に飛び込んでみると、ある危機感を抱くようになった。

「着物はメンテナンス代が高く、汗の染み抜きだけで1万円、じゅばん襦袢と着物であれば2万円もしてしまう。メンテナンスにお金がかかれば、着る人がどんどん減り、業界も衰退していくだろうと思いました」。

そこで思いついたのが、着物を汗染みや汚れから守る和装肌着の開発だ。試行錯誤を重ねた末、2005年に和装肌着「満点スリッパ」の販売を開始。同時にネット通販向けのサイトを立ち上げ、オンライン販売を中心に商品展開を試みた。

販売当初は知名度の低さから鳴かず飛ばずの状態が続いたが、口コミなど

で評判が広がり、徐々にファンを獲得。「満点スリッパ」の販売から数年がたつと、全国の着物愛好者の間でもたかはしの名が知られるようになった。

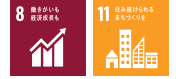
「気仙沼」発の商品として再構築し、 震災後の経営危機を脱出

事業が軌道に乗り始めていた矢先、東日本大震災が気仙沼市を襲った。津波により店舗は大規模半壊し、1階に保管していた自社商品、在庫預かり品の全てが流出。「さすがに立ち直れないと思いました」と振り返るほど、その被害は甚大なものだったという。しかし、絶望に打ちひしがれる中で、とあるお客さまからのある言葉が、高橋氏の背中を強く押す。

「被災して2週間後ぐらいに、店の前を通ったとあるお客さまから『いつお店を開けてくれますか？ 着物を洗っていただきたいんです』と言われて、そこでハッとしたんです。着物を洗うのはうちの仕事なのに、自分たちは何をやっているんだと。そこからスイッチが入り、営業再開に向けた準備を始めました」。

被災から1カ月半後の2011年4月29日、泥をかき出した店先の一面にブルーシートを敷いた仮店舗で営業を再開。すると、被災した着物をなんとかしてほしい、と客足は絶えなかった。着物はただの衣服ではなく「人々の思いの塊」であることを実感した瞬間だった。

ここから再起に向けたアクションを起こしていく。それまで気仙沼の会社であることを表立って言うてこなかったが、被災地・気仙沼に全国から心を寄せていただいていることに感謝しつつ、「どうせならばここは甘えさせていただこう、と商品パッケージに『気仙沼』の文字を入れて売り出すようにしたんです」。



災害対応

新商品・新技術開発

ブランディング

販路開拓

連携・協業

地域振興

情報発信



リブランディングにより刷新したパッケージ。左下に「気仙沼」の文字を入れた

新たなアイデアをすぐに実現可能にした縫製工場「ソーイング花螢(はなぼたる)」



約1,000万円をかけてパッケージ刷新などのリブランディングを行ったところ、全国から応援の声が寄せられるようになり、売り上げも右肩上がりになり、業績を徐々に回復させていった。

さらには東日本大震災によって閉鎖となった地元の縫製工場を引き取り、自社工場としてリニューアル。新たなアイデアや商品の微調整をすぐに行えるようになったためオリジナル商品が増え続け、地域の雇用創出にもつながった。東日本大震災当時は6人だった社員も現在では26人にまで増え、事業拡大を続けている。

YouTubeで情報発信を行い、コロナ禍でもファンを獲得

たかはしが掲げるスローガンは「きものをやさしく、たのしく、おもしろく」。顧客の気持ちに寄り添い、従来の固定概念に捉われない商品作りを行うことで、一人でも多くの人に着物を長く愛してもらいたいという思いがそこにはある。

「私の考えの根幹にあるのが『どうすればユーザーに喜んでもらえるか』と

いうこと。それには業界への問題提起も含みます。着物業界ではいわゆる権威主義的な部分があり、それが着物離れを加速させたと思います。新しい文化が受け入れられるようになり、ようやく自由度が増してきた今こそチャンスの時だと思っています」。

近年はコロナ禍による催事の縮小もあり、着物を利用する女性も減少傾向にある。そんな中、若い人にも着物を楽しんでもらおうと高橋氏が新たに取り

組んだのがYouTubeでの発信だ。「ズボラ女将の和装の常識を斬る！」というタイトルの下、着物の着方や疑問点を解説する動画をアップ。すると若者を中心に全国の着物ファンから好評を博し、今や1万8,000人以上(2023年9月時点)の登録者数を誇る人気チャンネルとなった。

最近では大阪の高級女性靴メーカーと手を組み、気仙沼市で水揚げされたヨシキリザメの革を使用した、女性用の靴の開発・販売を開始。オンラインショップでは気仙沼市の地場産品の販売も展開するなど、地元の魅力発信にも精力を注ぐ。

「事業において大事なものは規模よりも『深さ』だと思っています。地元で暮らす方々や、着物を愛する全国の方々にとって、唯一無二の存在になることが目標。これからも頼りにされる肌着屋であり続けたいですね」。

逆境をばねにして、東日本大震災から力強くはい上がったたかはし。これからも型にとらわれない発想と仕掛けで、着物業界に新たな風を巻き起こしていくことだろう。

課題

- ・東日本大震災で店舗が大規模半壊。1階にあった商品や在庫預かり品が全て流出し、経営危機に陥った。
- ・着物業界はユーザーフレンドリーではなく、着物離れが進行していた。

解決策

- ・約1,000万円を投資して商品をリブランディング。気仙沼市の商品であることを全面に打ち出した。
- ・YouTubeチャンネルを開設し、着物の情報発信を積極的に展開した。

効果

- ・全国から応援の声が届き、売り上げも右肩上がりになり、業績回復へとつなげた他、新たな雇用も生み出した。
- ・YouTubeチャンネルの登録者数は1万8,000人以上(2023年9月時点)を記録。若者を中心に、新規ファンの獲得に成功した。

多様性を実現するソーシャルファームが ホップを軸に社会を変える風を巻き起こす



一般社団法人イシノマキ・ファーム

イッパンシャダンホウジンイシノマキ・ファーム

業種 農業／飲料・たばこ・飼料製造業
代表者 高橋由佳氏【代表理事】
所在地 宮城県石巻市北上町女川字泉沢13
TEL 0225-25-4144
WEB <https://ishinomaki-farm.com/>
創業年 2016年 **資本金** 0円
従業員数 10人 **売上高** 6,273万円

社会的弱者を対象に、農業を通じたリハビリプログラム、就労支援を行う“ソーシャルファーム”として2016年に設立。ホップの栽培と6次産業化を行い、ビール「巻風エール」を商品化。2022年にブルワリーを設立し、自社醸造を開始。

NPO設立の9日後に被災 活動再開後、農業の持つ力に着目

障害者の就労支援を行うジョブコーチを務めていた高橋由佳氏は、2011年3月2日に特定非営利活動(NPO)法人Switchを宮城県仙台市で立ち上げた。その9日後、東日本大震災が発生する。NPOの活動どころではなく、職員とその家族の避難と生活再建が優先。高橋氏自身は宮城県南三陸町、石巻市でボランティア活動に当たった。その中で、早く学校を再開してほしい、友達と遊びたいという子どもたち、職場を失いぼうぜん自失する大人、家族を失い仕事に打ち込むことで気持ちを紛らわせている大人と出会う。

「学ぶ場所や働く場所が被災した人たちの心の居場所になっていることを知



代表理事の高橋由佳氏。長年、宮城県を拠点に就労支援に取り組んできた

り、一度は解散しようと考えていたNPO法人の活動を再開しようと決めました」と高橋氏。6月1日に職員が集まって再スタートを切り、仙台市で就労支援活動を始める。その2年後、被災地で学生の不登校が増加し、石巻市の不登校出現率が全国ワーストであることを新聞記事で知る。そうした人々をリカバリーさせるための伴走支援

拠点をつくろうと、NPO法人の一部門として「ユースサポートカレッジ石巻NOTE」を2013年に石巻市に開設。10代、20代の若者を対象に個別相談、就学・就労などのサポートを行う中、不登校やひきこもり状態の人、心の問題を抱える若者を対象にしたリハビリプログラムの一環で行っていた農作業が、人を元気にすることを目の当たりにする。

「当事者もそうですが、子どもたちに農作業を教える高齢の方もとても生き生きしていました。農業にはすごい力がある、農業に特化した就労支援を行えば、社会的弱者といわれる人々を元気にできるのではないかと、2016年に一般社団法人イシノマキ・ファームを立ち上げる。

イシノマキ・ファームは福祉的就労ではなく、一般就労を目指す人の中間的就労支援という位置付けで、利用者には訓練日当を支給している。利用者はその日当で就職活動の準備をするだけでなく、家族にお土産を買って帰ったり、プレゼントを贈ったり、収穫した野菜を家族にお裾分けすることもあった。すると、「いつになったら働くの」「早く学校に行きなさい」といった言葉をかけていた親が笑顔で喜んでくれる。「こんなに喜んでくれるんだったら、もっとがんばりたいという若者が少なくありません」と高橋氏。「誰かの役に立ちたいという気持ちは当事者も私たちも同じですね。彼らが自己肯定感を持つ大きなきっかけになっていると感じます」。

ホップに可能性を感じ6次化を推進 ブルワリー設立で事業基盤を固める

農場でホップを栽培しているのもイシノマキ・ファームの特徴だ。高橋氏が知人経由でホップの株を譲り受け、



新商品・新技術開発

新規事業

地域振興

起業・創業

人材



ホップのまり花。ビールに苦みや香りを与える



強い苦味が心地よい「巻風 IPA」(左)、豊かな香りの「巻風エール」(中)、フルーティーな「巻風 WHEAT」(右)の3種類を販売

津波の被害を受け使われなくなった石巻市北上町の耕作放棄地で栽培を始めたところ、まり花のかわいらしさ、きれいなグリーンカーテンに魅了された。作業工程もシンプルだったことから、雇用創出につながればと株を増やしていった。ホップは安眠効果やアルツハイマー病予防効果の他、女性ホルモンに似た働きをするフィストロゲンが含まれていることから、更年期障害の症状を和らげる効果が期待できるとされる。「いろいろ調べていくうちに、ホップという作物に可能性を感じました」と、高橋氏は6次産業化にも取り組み始める。「ホップを栽培しているのであればビールを造ってみては」という地域の人からの声を受け、岩手県一関市の世嬉の一酒造株式会社に醸造を委託し、2017年に「巻風エール」を商品化した。被災後、多くの人たちからエールを受けて復興が着々と進んできた。これからは自分たちが新しい風を巻き起こして、石巻の強い風に乗せてエールを返したいという思いが、その名に込められている。

市外にも「巻風エール」の名が広まり、その味わいも評価される中、石巻市内での製造を期待する声も多くなった。そんな時、石巻の中心街で長年にわたり営業していた老舗映画館「日活

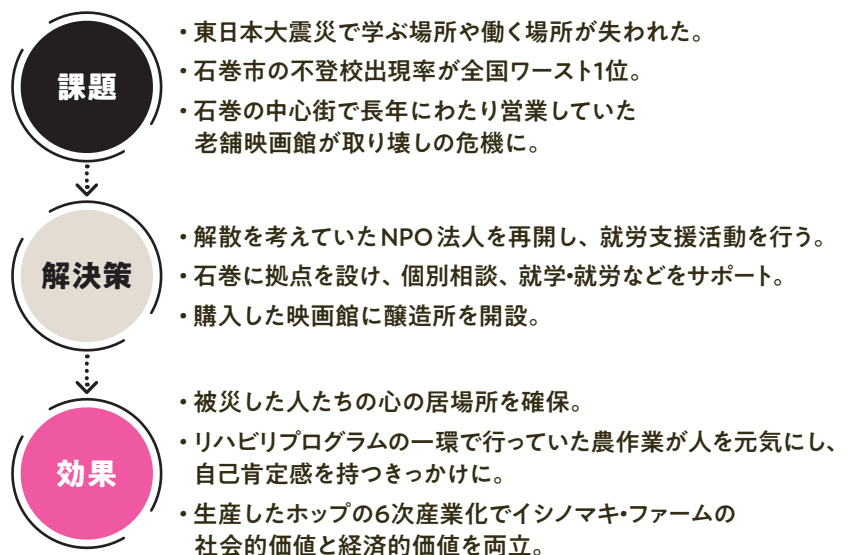
パール劇場」が、館長の死去に伴い売りに出され、買い手がつかなければ取り壊されると知り、購入を決断。宮城県角田市の仙南シンケンファクトリーで醸造長を務めた岡恭平氏を迎え入れ、2022年に自社ブルワリー「イシノマキホップワークス」を設立。名実共に石巻発のクラフトビールとなった。イシノマキ・ファームは「ソーシャルファーム」として社会的弱者を受け入れサポートする社会的価値だけでなく、安定した収益を上げて雇用を生み出す経済的価値も重視する。生産したホップの納入先となるブルワリーを持つことは、その両輪をそろえることとなり、

事業継続における基盤になった。

ボーダーレスな社会の先例を示しダイバーシティの実現を目指す

“ダイバーシティ”（多様性）という言葉が浸透し、さまざまな人が一緒に働く場をつくろうと各企業が取り組みを進める中で、イシノマキ・ファームは企業研修やフィールドワークの場にもなっている。「性別も年齢も障害の有無も立場も関係なく、みんなごちゃ混ぜで一緒に作業していて、まさにダイバーシティが実現しています」。

社会的弱者が安心して働き、暮らせるようになることが高橋氏の願いだが、「実現には企業の理解が必要」という。「生産年齢人口が減少する中で、例えば生活困窮世帯の方やシングルマザーの方など、戦力となる人材は潜在的にたくさんいます。そういう方々が活かされる社会になってほしい」。石巻は古くから多様な人々を受け入れてきた港町であり、東日本大震災後は多くのボランティアが訪れ、移住者も増えた。多様性を受け入れる風土のあるこの地で、誰もが活躍できる、ボーダーレスな社会の先例を示していく。



地域に残る伝統の茶葉から和紅茶を製造 新産業創出で東北を活性化



有限会社ファーム・ソレイユ東北(お茶のあさひ園)

ユウゲンガイシャファーム・ソレイユトウホク(オチャノアサヒエン)

業種	食料品製造業／飲食料品小売業
代表者	日野雅晴氏[代表取締役]
所在地	宮城県石巻市旭町10-8
TEL	0225-22-2887(お茶のあさひ園)
WEB	https://ocha-asahien.co.jp/
創業年	1972年
資本金	300万円
従業員数	4人
売上高	非公開

1972年、石巻市で日本茶専門店として創業し、2003年に法人化。2017年に東北初の国産紅茶の販売を開始し、2019年開催のG20大阪サミット、2023年開催のG7広島サミットで提供されるなど、全国的にも高い評価を得ている。

若者が夢中になる新産業を目指し 東北初の和紅茶製造に挑む

1972年に宮城県石巻市で創業した、日本茶専門店「お茶のあさひ園」。2代目の代表取締役・日野雅晴氏は「東北のうまいものを全国に広めたい」と飲料・食品全般を扱う卸業へ事業を拡大し、2003年に有限会社ファーム・ソレイユ東北として法人化。2010年には過去最高の売り上げを記録し、事業もこれからという矢先に、東日本大震災が発生する。日野氏の自宅と店舗は津波で全壊。連絡手段もライフラインも止まり、数日は食料も届かなかった。仮設住宅に移った後も苦しい状況は続いていたが、2012年に親戚の土地を借りてプレハブを設置し、配達のみ再開。すると『がんばったらいっ



プレハブでの仮営業を経て、2014年に新店舗にて営業を再開

ちゃ』って地元の方が声をかけてくれたり、プレハブまで足を運んでくれたりしたんです。お客さんがいる限りはやれると思いましたが」と日野氏は当時を振り返る。そうした周囲の声に背中を押され、2014年3月に新社屋新店舗にて営業を再開した。

しかし既存の顧客も被災しており、事業の先行きは不安な状況。新たな販路の開拓のため、新商品の開発は急務

だった。新商品が成功すれば、自社だけではなく地元の復興にもつながる。日野氏は、これまでの事業で築き上げた人脈を駆使し、情報収集に力を注いだ。そこには、大学進学のために被災地からためらいながらも上京した次女の日野朱夏氏のためにも、「若者たちが夢中になれる新たな産業を生み出したい」という思いがあったという。

その思いは全国の同業者を動かし、日野氏の元にさまざまな情報が届く。その中に「国産の紅茶が注目されている」という話があった。石巻市桃生町には、伊達政宗が栽培を推奨していたといわれ、長年煎茶として親しまれてきた「桃生茶」がある。そこで、「地域に受け継がれた茶葉で和紅茶を作ってはどうか」とひらめいた。当時、東北では和紅茶は作られておらず、日野氏も紅茶の知識はなかったが、縁あって静岡県「丸子紅茶」の生産者で、国産紅茶の第一人者といわれる村松二六氏に出会う。桃生町「鹿島茶園」を訪れた村松氏は、桃生茶の茶葉を見て「紅茶に向く」と太鼓判を押してくれた。この言葉に勇気付けられ、2014年10月、和紅茶の開発をスタートした。

地域で一緒に良いものをつくり みんなを笑顔にする事業を

桃生茶での紅茶製造の大きな課題となったのは、茶葉の輸送方法だった。



kitaha 企画・開発室長の日野朱夏氏(左)、代表取締役の日野雅晴氏(右)



災害対応

新商品・新技術開発

新規事業

ブランディング

販路開拓

連携・協業

地域振興

設備投資

石巻市周辺に工場がないため、静岡県にある村松氏の工場で製造することになったが、桃生茶は発酵が早く、摘んでから12時間以内に運ばなくてはならない。宅配便を試したが、到着時には発酵が進んでおり実用に耐えなかった。試行錯誤を繰り返し、たどり着いたのは自分たちでの輸送。専用の車を購入して温度管理を徹底し、片道約9時間をかけて輸送した。「夜中でも村松さんご夫婦が到着を待っていて、使えない茶葉を1枚1枚丁寧に抜いてくれて、発酵する前に紅茶にする作業を進めてくれた。本当にありがたかったですね」と日野氏。温かな支援もあり、開発開始から約2年後の2017年2月、ついに東北初となる国産和紅茶「kitaha」が完成する。父の思いに共鳴した朱夏氏が、東京での大学・社会人生活を経て帰郷してから2カ月後のことだった。

2017年6月に「kitaha」の販売をスタート。その上品な味わいは評判を呼び、2017年11月開催の「第4回 新東北みやげコンテスト」で入賞するなど、高い評価を得た。「kitaha」を使った菓子の開発にも挑戦し、朱夏氏が公益財団法人仙台市産業振興事業団のビジネス支援を受け「東北生まれ紅茶のクッキー」を開発。茶葉としては利用できない細かな繊維と茎を使ったクッ

キー「ふわとぼうる」、煎茶の爽やかな香りを閉じ込めたムラング「あわつぼみ」を生み出した。これらの菓子は、宮城県内の就労継続支援施設「ポッケの森」、「パーラー山と田んぼ」が製造からパッケージまでを行い、販売する。「自分たちだけが幸せになるのではなく、『kitaha』に携わってくださる方、地域の方々、皆さんを笑顔にしたい」と、朱夏氏は連携に込めた思いを語る。

東北初の紅茶工場を軸に 地域に根ざした新産業を広げる

2019年には驚きの知らせがもたらされる。ある日、「G20大阪サミット」の首脳夕食会で提供された和紅茶が欲しい」という客が来店した。「うちのお茶ではないのでは」と答えたが、調べると本当に「kitaha」だった。関係者に問い合わせると「被災地の紅茶だからではなく、全国の紅茶を取り寄せてみて一番おいしかったから選びました」とうれしい連絡をもらった。さらに、ハーブ農園やイチゴの生産者と提携し、朱夏氏が開発したフレーバーティー「kitaha-^{まとい}纏-」が、2019年開

催の「第6回 新東北みやげコンテスト」で最優秀賞を受賞。「お客さまに喜んでもらえる紅茶を一心に追求してきて、その結果を評価していただいた。東日本大震災で助けてくださった方々への恩返しと、元気にがんばっている石巻の姿を全国に発信できたことがうれしかったですね」と日野氏。

2022年には、石巻市桃生町に東北初の紅茶工場を自社で建設。鮮度と品質を保ったまま加工ができるようになった。工場名は「東北のお茶文化の『根っこ』になりたい」との思いを込め、「kitahanone」と名付けた。「東北地方で紅茶を作りたい方に、今後はぜひ工場を使っていたきたい。茶畑を増やし、お茶に携わる方が増えれば大きな産業になると思う」と、朱夏氏の夫で工場長を務める日野優介氏は明るい未来を見据える。朱夏氏も「競い合うのではなく、手を取り合っていきたい」と和やかな笑顔で応える。

復興から、地域活性化へ。おいしい紅茶が生み出した東北の新たなお茶文化は、これからも石巻の地で大切に継承されていく。

課題

- ・顧客も被災し先行きが不安。販路の開拓が急務に。
- ・自分たちだけが幸せになるのではなく、地域の人を笑顔にしたい。

解決策

- ・培った人脈を生かし情報収集。和紅茶がブームと知り、商品開発を開始。
- ・地域の人と連携できる菓子やお茶を開発。

効果

- ・完成した和紅茶「kitaha」はG20大阪サミットやG7広島サミットで提供されるなど、全国的にも評価される商品となる。
- ・就労継続支援施設と連携しクッキーを製造販売。生産者と提携して開発したフレーバーティーは「新東北みやげコンテスト」で最優秀賞を受賞。



和紅茶「kitaha」。えぐみが少なくすっきり甘い、優しい味わい

石巻の水産物で事業の幅を広げ トレンドを読んでヒット商品を生み出す



株式会社ヤマナカ

カブシキガイシヤヤマナカ

業種	食料品製造業／飲食料品卸売業
代表者	千葉賢也氏〔代表取締役社長〕
所在地	宮城県石巻市幸町1-38
TEL	0225-24-3373
WEB	https://www.yamanaka.co/
創業年	2007年
資本金	1,600万円
従業員数	44人
売上高	10億円

外資系保険会社に勤めていた高田慎司氏が2007年創業、2008年設立。当初は地元で養殖されるホヤを取り扱い、現在は主にホタテ、カキの加工、出荷を行う。近年はカキの輸出に力を入れ、コロナ禍を機に水産加工品の製造販売にも取り組む。

石巻の水産物の価値を広めようと 妻と2人、トラック1台で創業

創業者の高田慎司氏は保険業から、現社長の千葉賢也氏はコンサルティング業から水産業に転身。異業種に身を置いていたからこそ、当たり前のようにある石巻の水産物の価値を見だし、可能性を広げてきた。

外資系保険会社に勤めていた高田氏が畑違いの水産卸売業に参入したのは、飲食店でたまたま仲卸業者と知り合ったのがきっかけだった。「新鮮なホヤが欲しい」という求めに応じ、高田氏の地元である宮城県石巻市で仕入れ、1箱を届けると、仲卸業者はその品質に驚き、それに見合った金額を支払った上で、継続的な提供を求めた。

地元で当たり前にあるホヤが評価さ

れ、石巻の豊富な海の幸が外に向けてPRできていないことに気付いた高田氏。金融ビッグバンにより日本の金融業界は不安定な状況が続いていたことや家庭の事情もあり、畑違いの水産卸売業への参入を決める。2007年、妻と2人、トラック1台での創業だった。

翌2008年に株式会社ヤマナカを設立。ホヤは当時宮城県内で6,000tから8,000tの水揚げがあり、そのうち7割が韓国向けに輸出されていた。そのため国内の需要に供給が追いついておらず、卸せば卸すだけ売上げが伸び、業績は右肩上がり。2010年には年商2億円を達成した。

そこへ東日本大震災が襲う。全てをのみ込みながら目の前を通過していく津波を見て、高田氏は虚無感に襲われる。しかし、避難生活を送っていた実

家に従業員が日々訪れて無事な姿を見せ、ついに最後の一人の無事が確認できた時、^{あんど}安堵の涙とともに、「仲間のために」と事業継続を決意する。当時15人いた従業員のうち10人を、再雇用を見据えていったん解雇して失業保険を受給してもらい、残る社員で4月に再稼働した。

被災後にスピード感ある対応で 売上げを伸ばし、海外展開

津波で工場と事務所が浸水。港は壊滅し生産者の船や養殖施設が流され、原料が手に入らなくなった。原料がなければ事業は成り立たない。そこで、生産者が養殖・出荷を再開するまでの期間は、冷凍倉庫の原料を扱う業者からの下請けで1次加工を行ったり、無事だった地域で水揚げされた素材を加工したりと、「現状を打開するために何ができるか」を考え抜いて動いた。

この対応力がヤマナカを押し上げていくことになる。採算的には赤字だったが、仕事を続けることを優先し、残った5人が食いつなぐための量をこなし、大きな工場で多くの従業員を抱える同業他社に比べてすぐに再稼働していたこと、大口の固定客が少なく小回りが利く状態だったことが幸いして、新規の取引先が増え、2012年度には東日本大震災前の売上高を上回る。その後、港や船、養殖施設が復旧して水揚げが回復すると、2015年度には売上げ



現代表取締役社長である千葉賢也氏



災害対応

新商品・新技術開発

ブランディング

販路開拓

連携・協業

地域振興



(上) MIYAGI OYSTER(宮城オイスター)
(下) ヒット商品となり、農林水産大臣賞を受賞した「オイスターパテ」

が10億円を突破した。いったん解雇した従業員も再雇用でき、社員数は30人を超えるまでになった。

2017年に現在の社屋兼工場が完成。同年に現代表取締役社長の千葉氏が入社する。ところが、東日本大震災後に韓国の水産物禁輸措置により、国内での相場が崩れたホヤに代わって主力商材となっていたホタテが、この頃から原料不足になる。

新工場建設で格段に増えた固定費に対して売り上げが落ち込む中、ここで稼ぎ頭となったのがカキ。垂下式養殖発祥の地とされる宮城の名を冠した「MIYAGI OYSTER(宮城オイスター)」としてブランド化し、2018年から海外の商談会や見本市で売り込んだ。海外で主流の、一つ一つのカキを放し飼い状態で育てるシングルシード式養殖は形が均一に整うが、カキとカキが密集して押し合いながら育つ垂下式養殖のカキはいびつな形で、現地では抵抗を受けた。「とにかく一度食べてみて

と。確かに形や大きさはバラバラだけど、味はいいし、しかも安い。それなら全然いいじゃないかと考えてもらえるお客さんから徐々に広がっていきまし

た」(千葉氏)。今では日本産カキは商材として魅力的だという認識が広がり、東南アジアのマーケットで引き合いが強く、出荷量も単価も上昇。円安も追い風となって、供給が追いつかない状況にある。

コロナ禍で開発した加工商品がヒット最大の課題にも次の一手

千葉氏が専務取締役役に就任した2020年4月は、コロナ禍の始まりだった。「卸売業というのはBtoBで、卸したものは主に飲食店さんに行く。その飲食店さんが営業自粛で休業や短時営業を余儀なくされ、商品が全然出ていなくなりました」。

販売先が限定的であることのリスクを痛感し、「一般消費者の方に手に取ってもらえるものを作ろう」と、それまでも問い合わせの多かった加工品の製造に乗り出す。「その中でも日常的な食品ではなく、ちょっとぜいたくなものを作りたいなど。そして地場の

ものを使おうと、宮城産の主原料にこだわった加工品を展開しています」。

以前からトレンドになっていた中食需要がコロナ禍で急拡大し、「プチぜいたく」な高級路線の商品が伸びているところに、この戦略はマッチ。中でも、宮城県産カキ、蔵山山麓バター、秋保ワイナリーの白ワインを使った「オイスターパテ」はヒット商品となり、農林水産大臣賞を受賞。メディアにもたびたび取り上げられ、そのたびにECサイトで注文が急増するなど、売り上げを伸ばした。

こうして会社設立以来、多くの危機を乗り越えてくる中で認識したのは、原料の確保が事業継続における最大の課題だということ。その対策として、高水温に耐え得るホタテの種苗開発や、自社グループでのカキ養殖、海の邪魔者とされるアカモクを化粧品に転用する革新的な取り組みも進めている。

生産者と連携して石巻の水産物の魅力を対内的、対外的に広げ、「地元の基幹企業になりたい」と千葉氏。幾度の困難にもスピード感を持って対応してきたその機動力と柔軟性で、時代の荒波を越えていく。

課題

- ・津波で港が壊滅し船や養殖施設が流され、原料が手に入らなくなった。
- ・主力商材のホタテは原料不足、ホヤは国内相場が崩壊。
- ・コロナ禍で飲食店が営業自粛し、BtoBの需要が減る。

解決策

- ・被災1か月後には、冷凍原料や無事だった地域で水揚げされた素材など、魚種を問わず加工に対応。
- ・カキをブランド化し、海外の商談会や見本市で売り込む。
- ・一般消費者向けに加工品の製造を始める。

効果

- ・新規の取引先が増え、東日本大震災前の売上高を上回る。
- ・東南アジアを中心に出荷量や単価も上昇し、カキの供給が追いつかない状況に。
- ・「オイスターパテ」がヒット商品となり、農林水産大臣賞を受賞。

高い技術力で魚の「雌雄判別装置」を開発 水産業の人手不足問題に一役買う



東杜シーテック株式会社

トウトシーテックカブシキカイシャ

業種	情報サービス業
代表者	本田光正氏 [代表取締役]
所在地	宮城県仙台市宮城野区銀杏町31-24
TEL	022-354-1230
WEB	https://www.tctec.co.jp/
創業年	2002年
資本金	2,100万円
従業員数	114人
売上高	9億1,000万円

2002年設立。ソフトウェアの受託開発を行う。2009年より、自社サービスの開発を開始し、東北大学青木孝文教授の協力の下、最新の画像処理技術を活用した製品開発に着手。2022年1月に「Smart Echo」シリーズが「みやぎ優れMONO」に認定された。

自社サービスの開発で飛躍し 水産業の復興支援に乗り出す

AI×超音波の装置を魚に当てるだけで瞬時に魚の内部を観察し、外見からは判断しにくい白子・魚卵が分かる。魚の雌雄判別装置「Smart Echo」シリーズを開発したのは宮城県仙台市に本社を置く東杜シーテック株式会社だ。

代表取締役の本田光正氏は、東日本大震災後、被災地の課題に直面した当



代表取締役の本田光正氏

時のことを思い返す。「自分たちが習得してきた画像処理や先端技術でできることがあるなら、新たなことに挑戦していこうと思いました」。本田氏をはじめ、社員の思いがこの画期的な装置を生み出した。

2002年の創業以来、ソフトウェアの受託開発で事業を拡大した同社。しかし2008年のリーマンショックの影響で業績が悪化し、自社サービスの開発を開始。その際に、社員5、6人が東北大学の研究室に通い、最先端技術の習得を開始した。

そこで画像処理、撮像、光学系などを一つ一つ学び、保有する技術と掛け合わせたシステムの開発に成功。画像処理やAIの技術を活用した幅広いツールを開発した。光学式検知装置など多数の特許も取得し、年商は2億円以上に

もなった。

2011年の東日本大震災発生時は北仙台に本社があった。電気やガス、水の供給が止まり、食料品の確保に奔走していたが、「沿岸部に比べたら大きな被害ではない。復興の役に立ちたい」と、東北大学の産学官連携に取り組む「情報知能システム (IIS) 研究センター」と共同で三陸沿岸部の水産業の困りごとをヒアリング。その中で耳にした「魚の雌雄を見分けられる目利きの人が減っている」という声が、「Smart Echo」開発のきっかけとなった。

震災前から人手不足や高齢化は進んでいたが、被災によりこの課題は加速していた。例えば、タラは熟練者でも雌雄の判別が難しい。しかし、白子の有無で商品価値が5倍以上変わる。正月には白子のあるタラの需要が高まるが、雌雄が分からない状態での仕入れは、売る側も買う側も大きな損失が発生する可能性があるという。熟練者でなくても雌雄判別ができるよう「自動化」するアイデアが浮上した。

初めはさまざまな手法を試した。X線は安全面で敬遠され、可視画像、遠赤外線、近赤外線なども合わない。試行錯誤の中で超音波の活用にとどり着いた。AI技術は東北大学の青木孝文教授、超音波画像技術は同大学の西條芳文教授の支援を受け、ハードウェア、ソフトウェアを自社で開発した。

一番力を注いだのがデータ収集だった。「地域や水揚げの時期によっても脂の乗りが違う。北海道と宮城で反応が違うこともあり、精度が安定しませんでした」と本田氏。タラが白子・魚卵を抱える旬の時期は2、3カ月と短期決戦。各地の漁港を飛び回り、数万のタラを調査した。

5年以上の歳月をかけて数万件以上のデータを収集し、改良を重ね、98%



新商品・新技術開発

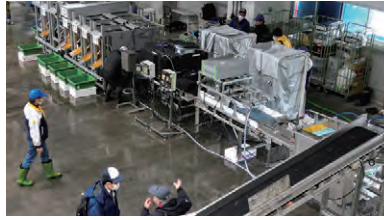
販路開拓

連携・協業

IT化

地域振興

設備投資



(左)目利きを自動化した「Smart Echo BX」
(右)AIと画像処理技術を活用して魚種判定を自動で行う「魚種選別装置」

の高精度で判別できる「Smart Echo BX」の開発に成功。2019年には「みやぎ認定IT商品」に、2022年には「みやぎ優れMONO」に認定された。

「Smart Echo」の普及とともに、水産業の新たな課題解決にも挑戦

現在、「Smart Echo」シリーズは、漁業協同組合、大手企業の研究所、国立大学、地方自治体などが購入し活用している。しかし導入時に相応のコストがかかることから、「人の手で何とかできているから」と導入に踏み切れない現場や、ベテランの目利きが勝るという考えから難色を示す人もいる。

「導入助成や補助金制度があれば装置を使うハードルが低くなる。ベテランの引退や新規就労者の確保など、水産業の将来を考えれば、自動化は必要だと感じる」と本田氏。その糸口となるように、現在はレンタルサービスを進めており、13件の利用がある（2023年7月時点）。レンタルなら必要な時期に限り利用できるため、各県の水産試験場や漁業、食品加工業者など、より水産業の現場に近い人たちの利用も増えてきた。

これまで一部の目利きしかできなかった雌雄判別を「誰でも」「簡単に」できる。漁獲時、箱詰め、出荷と、どの段階でも可能で、特に人手不足の現場に導入すると効果が大きい。初めて見た人は「本当に装置を当てるだけで

分かるんですね」と驚くという。

もともと雌雄を分けずに出荷していた魚を「Smart Echo」で分別して出荷したところ、3倍もの値が付いたといううれしい事例もあった。タラやサケ以外に、サバやフグなど多彩な魚種の雌雄判別にも活用したいとの声もある。

また、東日本大震災後、沿岸部に何度も足を運び、現場の声を聞く中で「水産業の持続を妨げる課題」に直面し、「水産業を成長産業へ転換し、地域活性化につなげたい」という思いがより強固なものになった。

そこで2019年、東北大学IIS研究センターが中心となって立ち上げた「スマートマリンチェーンプロジェクト」に参加。プロジェクトの一環として現在、「魚種選別装置」を開発している。このプロジェクトでは水揚げされた魚の選別作業の自動化を目指しており、将来的に水揚げされた魚の種類、サイズなどの固有データを、ICTを活用して流通業者、購入者などにリアルタイムで提供できれば、バリューチェーンの変革をもたらすはずだ。水産業の課題を解決するとともに付加価値を向上させて、地域の活性化につなげることがプロジェクトの目的の一つ。気仙沼市大島にある「大島.Base」に加え、2023年9月には同市内に事業所「気仙沼.Office」を開所するなど、活動拠点も増やして力を注いでいる。

全国的に見ても人口減少が進む東北地方から地域課題を解決できる製品を生み出そうと、研究・開発に尽力する同社。最近では「Smart Echo」が国内だけでなく海外からも注目されている。「宮城県から全国へ、ゆくゆくは世界へ。広く発信できるようなものを作りたい」と本田氏。たゆまぬ挑戦は、これからも続いていく。

全国的に見ても人口減少が進む東北地方から地域課題を解決できる製品を生み出そうと、研究・開発に尽力する同社。最近では「Smart Echo」が国内だけでなく海外からも注目されている。「宮城県から全国へ、ゆくゆくは世界へ。広く発信できるようなものを作りたい」と本田氏。たゆまぬ挑戦は、これからも続いていく。



課題



解決策



効果

- ・水産業の人手不足や高齢化が、東日本大震災で加速。
- ・「Smart Echo」シリーズの対象が生き物であるため、条件によって反応が異なり、なかなか精度が安定しなかった。
- ・製品の効果を理解されつつも、導入に相応のコストがかかるため、購入に踏み切れない現場も多い。

- ・「魚の目利きが減った」という課題解決のため、雌雄判別装置「Smart Echo」シリーズを開発。
- ・各地の漁港を飛び回り、数万件以上のデータを取得。
- ・必要な時期に限り利用できるレンタルサービスを進めている。

- ・誰でも簡単に雌雄の判別ができるようになり、人手不足の現場で効果を発揮。
- ・5年の歳月をかけて豊富なデータを収集したことで、98%の高精度を実現。
- ・レンタル利用は延べ13件（2023年7月時点）。水産試験場や漁業、食品加工業者などの利用も増えた。

地域における笹かまぼこの重要性を再認識 仙台の食文化を未来へ継承する



株式会社鐘崎

カブシキガイシャカネザキ

業種	食料品製造業
代表者	嘉藤明美氏 [代表取締役社長]
所在地	宮城県仙台市若林区鶴代町6-65
TEL	022-231-5141
WEB	https://www.kanezaki.co.jp/
創業年	1947年
資本金	4,000万円
従業員数	160人
売上高	非公開

被災後に製造再開した笹かまぼこに 地域の人々の思いを知る

宮城県仙台市を代表する老舗笹かまぼこメーカー、株式会社鐘崎。創業者の吉田勇氏と妻のキクヨ氏が1945年、第2次世界大戦の空襲で焼け野原となった仙台駅前の広場で、魚の開きなどを販売する露天商を始めた。1947年に仙台市東八番丁にかまぼこを販売する合資会社鐘崎屋を設立。1969年に商号を株式会社鐘崎に変更した。

県内を中心に約30店舗を展開していたが、東日本大震災の津波被害により沿岸部にあった3店舗が流された。本社工場は津波による被害は免れたが、現代表取締役社長の嘉藤明美氏が「建物が全部崩れ落ちるんじゃないかと思うくらいでした」と話すほど、地震被

1947年創業の笹かまぼこメーカー。東日本大震災で本社工場、沿岸部店舗が被災するも、従業員一丸となって1カ月で復旧。2016年に全ての笹かまぼこ製品を化学調味料・合成保存料・でんぷん・卵白無添加にリニューアルした。

害が甚大だった。

「とにかく1日でも早く笹かまぼこを1枚焼き上げよう。前に進むしかない」と昼夜にわたって復旧作業を続け、約1カ月で1ラインを復旧。笹かまぼこがラインを流れる様子に、従業員から自然と拍手が起きたという。

最初に焼き上がった笹かまぼこは避難所に配ると決めていた。近隣地域の避難所に配り終え、残った400~500枚を当時営業していた一番町店の前で



代表取締役社長の嘉藤明美氏

販売した際、涙を流して感謝する人々の姿を目の当たりにした。「『ありがとう。笹かまぼこができて良かった』と、涙を流しながら私たちにお礼を言ってくださいました」。

嘉藤氏の当時の役職は営業部長。東日本大震災の10日前に着任したばかりだった。これまで営業経験がなかったことから、「自分には無理だ」と迷いがあったが、「地域の人たちの笹かまぼこに対する思いやその大切さを知り、復旧・復興のためはもちろん、地域の人にもっと笹かまぼこを愛してもらうためにもどんどん前に進もうと、迷いが吹っ切れました。東日本大震災でつらいことがたくさんありましたが、それによって大きなものを頂いたなと思います」と振り返る。

会社を取り巻く状況や 時代の変化、ニーズに素早く対応

鐘崎の商品は、観光客の土産品と、地元客のお中元やお歳暮など贈答品としての需要が中心だった。いずれも被災による影響を受けることは必至。経営陣から今後1年間の売り上げ予測を問われた嘉藤氏は、阪神・淡路大震災の資料を参考に、被災後の小売店の数字の変化を手探りで調べた。

その予測に基づき、会社を存続させるために約400人の正社員を維持しなくてはならないと、やむなく約100人のパート従業員の契約をいったん打ち切る決断を下す。苦境を乗り切った後、地元客がお世話になった全国の方に送る贈答需要もあって売り上げが急回復し、1年以内には復職を希望するパート従業員を全員再雇用できた。

加えて、東京電力福島第一原子力発電所の事故による風評の影響もあり、観光客数が低迷したことから、観光客をメインターゲットにしていた総本店



災害対応

新商品・新技術開発

新規事業

ブランディング

販路開拓

風評対策

人材

情報発信

併設のアミューズメント施設「笹かま館」を、笹かまぼこの魅力や文化を発信する「かまぼこの国 笹かま館」として2012年からリニューアルを重ねる。作りたての笹かまぼこと宮城の地酒が味わえる「鐘崎屋」、すり身や魚などを使ったランチ、スイーツを提供する「杜のこんだてCafe」を設け、笹かまぼこ作り体験や早朝工場見学などを始めた。

2013年11月には惣菜ブランド「杜のこんだて 鐘崎」を立ち上げた。地元の人たちにもっと食される機会をつくりたいと、長年作り続けてきたすり身を基本に、地元産の食材や旬の海の幸・山の幸を組み合わせた「おいしくて体に優しい和惣菜」を、地域の食卓へ提供。現在は、焼き過ぎや形が悪いため廃棄されていた規格外商品を惣菜に加工して販売する、アップサイクルの取り組みも行っている。

また、卵アレルギーの子どもを持つ親からの手紙をきっかけに、卵白やでんぷんを使わない笹かまぼこの開発にも乗り出す。健康志向や自然志向の高まりなども受け、2014年11月には看板商品の「大漁旗」をリニューアルし、卵白・でんぷん・合成保存料・化学調味料を無添加に。2016年6月には全ての笹かまぼこ製品に広げた。

女性が活躍できる環境で新商品を開発 地域の食文化を次世代へ

製品だけでなく社内の体制も刷新。



看板商品である笹かまぼこ「大漁旗」

縦割りだった組織を横に広げ、情報を共有。部門間や社員同士のコミュニケーションを高めることで、重複していた作業などの無駄を省き、多能工化。週休2日制、工場定休日の設置、残業時間の削減など、働き方改革を実行した。

女性社員が活躍しやすい環境づくりにも取り組んでいる。有給休暇を半日単位で取れるようにし、仕事と子育ての両立を可能にした。現在では、社員の6割が女性になり、女性社員だけのプロジェクトチームも立ち上げるなど、活躍の場が増している。2023年には、「お魚で女性のなりたいを応援する」をコンセプトに、良質なたんぱく質であるすり身を生かし、美と健康に特化した商品・サービスを届ける新ブランド「emitotto」をスタート。第1弾の商品として、魚と大豆のたんぱく質を配合したプロテインバー「シープロテイン10BAR」を発売した。

廃棄される未利用魚に価値を見出し、加工食品として売り出すなど、地域の魚食文化を守る循環を生み出す取り組み

みにも力を入れている。さらに、笹かまぼこの手焼きを体験できるコンテンツなども提供している。

「われわれの仕事は、魚という地域の海の恵みを頂いて、それに磨きをかけて、より多くのお客さまに提供することです。鐘崎のものというよりも、仙台・宮城・東北の魅力的なものとして発信していければ」と嘉藤氏。「そのためには、笹かまぼこや魚食といった地域の食文化を、次の世代にどうつなげていけるかが大きなテーマだと考えています」と力を込める。仙台を代表する老舗メーカーとして誇りと責任を持って、未来へ継承していく。



女性社員だけのプロジェクトチームで商品開発を行った「シープロテイン10BAR」

課題

- ・東日本大震災により本社工場は甚大な被害を受ける。
- ・製造から販売まで部門が多岐にわたるため、部門間や社員同士の連携不足から作業の重複が発生。
- ・東京電力福島第一原子力発電所の事故による風評の影響もあり、観光客が減少。

解決策

- ・「1日でも早く笹かまぼこを焼き上げよう」と復旧作業を昼夜続け、約1カ月で1ラインを復旧。
- ・部門を横断したプロジェクトチームを編成し、部門間の連携を高めた。
- ・総本店併設のアミューズメント施設「笹かま館」を、笹かまぼこの魅力や文化を発信する「かまぼこの国 笹かま館」としてリニューアル。

効果

- ・東日本大震災後初めて笹かまぼこを販売した際、涙を流して感謝する人々の姿を目の当たりにし、地域の人たちの笹かまぼこに対する思いやその大切さを知る。
- ・部門間や社員同士のコミュニケーションが高まり、重複していた作業の無駄が省け多能工化につながる。
- ・笹かまぼこや魚食といった、地域の食文化を次の世代につなげている。

個人より地域の復興を考え法人設立 観光イチゴ農園で山元町を活性化



山元いちご農園株式会社

ヤマモトイチゴノウエンカブシキカイシャ

業種 農業／食料品製造業
代表者 岩佐隆氏〔代表取締役〕
所在地 宮城県亶理郡山元町山寺字稲実60
TEL 0223-37-4356
WEB <https://www.yamamoto-ichigo.com/>
創業年 2011年 **資本金** 300万円
従業員数 44人 **売上高** 2億5,000万円

東日本大震災発生からわずか3カ月後に、3戸の被災農家が立ち上げた農業法人。最先端技術を駆使したイチゴの栽培の他、観光客向け施設の建設や、自社のイチゴを使ったワインなど新商品の開発にも精力的に取り組んでいる。

一人でも多くの方が町に戻れるように 復興のため法人化を選択

かつてイチゴ産地として栄えていた宮城県山元町は、東日本大震災で甚大な津波被害を受けた。先代から受け継いだイチゴ農園を個人で営んでいた代表取締役の岩佐隆氏自身も被災し、畑や田んぼ、ビニールハウスも全て津波で流されてしまった。

『もう山元町では農業ができない』と言って町を離れた人も多くいました。それでも、被害を目の当たりにした時に、農業をもう一度やって、地域全体で復旧復興を考えなくてはならないという思いに駆られました」と岩佐氏は振り返る。加えて、以前から抱いていた「山元町の農業を地域の基幹産業として次世代につなげたい」という秘め

た願いも背中を押した。当時は「まだ農業どころじゃない」という声もあったが、「農業に、そしてこの町に、一人でも多く戻ってきてほしい。そのために多くの雇用を生み出すことが必要だ」と、いち早く山元町の農業再生に向けて動き出した。

「個人の復旧だけでは、地域の復興にはつながらない」と考えた岩佐氏は、東日本大震災のわずか3カ月後に、3戸の被災農家と共に山元いちご農園株式会社を設立。法人化には多大な投資が必要だったが、設立が早かった故に制度が追い付いておらず、恩恵を受けられなかった補助金や支援金も多かった。全面的に支援してくれた銀行もあり、運営資金の工面はできたものの、どう返済していくかが課題となった。

当初、頭を悩ませたのが栽培方式。

被災前までは露地栽培で畑に直接イチゴを植えて育てていたが、津波の浸水で土壌の塩分濃度が高くなり、昔と同じような地植えでは育たない。また、土や水に対する風評被害も当時は深刻だったことから、ハウス内の棚にヤシ殻を敷いてイチゴの苗を育てる高設栽培方式を取り入れた。

2011年8月にはハウス建設に着手。限られた資金と労働力を最大限に生かして生産・収穫ができるように、最先端の環境制御システムも取り入れ、コンピューターによってビニールハウスの環境を「見える化」した。それによって、遠くのハウスにわざわざ足を運ばずに、温度や湿度などを自動で管理できるようにもなり、限られた労働力の有効活用にもつながった。



環境制御システムを操作している様子

山元町の復興をアピールするため 観光農園や体験施設を整備して集客

出荷を始めた2012年に40tだったイチゴの生産量は、2015年以降、右肩上がりりで160~180tに増加。国内でも最大級の規模になった。しかし、「作ったイチゴを市場に卸すだけでは、山元町が農業で復興していることを知ってもらえない。実際に足を運んで復興していく町とイチゴを見て、知ってほしい」と次のステップを思案。

まず、2013年3月にはイチゴ狩りを楽しめる観光イチゴ農園を開園



災害対応

新商品・新技術開発

新規事業

販路開拓

IT化

地域振興

起業・創業

人材

設備投資

情報発信

資金繰り



(左)イチゴを使用したワインなどの商品
(右)山元町の未来について語る、代表取締役の岩佐隆氏

し、翌年にはイチゴを使ったスイーツやランチを提供する農園併設カフェ「Berry Very Labo」を開店した。さらに2016年8月には、栽培だけでなく、加工、販売までを手がける「6次産業」を軸とした総合農園を目指そうと、3億円を投資して敷地内に「6次化センター」を設置。その中には、自社で生産したイチゴを原料としたワインを造る醸造施設を建設。東日本大震災農業生産対策交付金、クラウドファンディングなど、利用可能な制度や民間支援などを最大限活用した。

その後も、2017年にはバウムクーヘンを製造・販売する「夢工房やまもとバーム」を開店し、バウムクーヘン作り体験をスタート。人気の観光スポットとして注目されるようになった。

それらの効果は絶大で、2017年には7万7,000人も観光客が訪れるなど、シーズン中は常に予約でいっぱいとなった。新型コロナウイルスの影響により、2020年以降は来園者が減ってしまったが、2023年に入りコロナ禍前のにぎわいが戻りつつある。

事業拡大で雇用を生み出し 農業を地域の基幹産業に

事業を拡大することで業績が上がり、雇用の創出にも一役買っている。農園

では、時期により変動があるものの50人ほどが働いており、先進の設備を備えた新しい農業の働き方を模索することで、農業に興味を持つ若い世代も増えている。「収益性の高い産業としての農業のモデルになればうれしい。法人化して、一つの農家で40~50人の雇用が生み出せれば、10社あれば約500人が働ける。それにより山元町の定住者も増加する」と、農業が地域の主産業になる未来を見据えている。

事業拡大は、雇用創出や収益増加以外にも理由がある。「東日本大震災の後、本当に多くの方に助けてもらった。

農業を再開するに当たり、草刈りをしてくれたり、がれきを拾ってくれたり、地道な作業を手伝ってくれた人もいる。その恩返しをしていくのはもちろん、復興していく山元町の姿を多くの人々に見てほしい」と岩佐氏。イチゴ農園は山元町の情報発信の拠点としての役割も担う。

その一環として、2023年にはタイやマレーシア、台湾、シンガポールといった海外への輸出もスタートした。輸送コストがかかり、検疫や農薬などの問題も絡むため簡単なことではないが、「東日本大震災後は海外の方にも支援していただいた。その恩返しになれば」と、各機関との調整を重ねるなど労力を惜しまない。輸送の際に傷めないパック詰めの方法を採用し、鮮度維持のために冷凍して出荷。「山元町のおいしいイチゴを食べてほしい」という一心で、新たな挑戦を続けている。

「雇用を増やし、定住者を増やす。そして、山元町の農業を震災前より一歩でも二歩でも前進させる。それが一番の目標かな」。バイタリティーあふれる岩佐氏は笑顔でそう語る。

課題

- ・甚大な被害を受けた山元町。個人ではなく、地域として復旧復興を考えなくては行けない。
- ・津波の浸水で土壌の塩分濃度が高くなり、畑に直接イチゴを植えても育たなくなった。
- ・作ったイチゴを市場に卸すだけでは、山元町が農業で復興を進めていることを知ってもらえない。

解決策

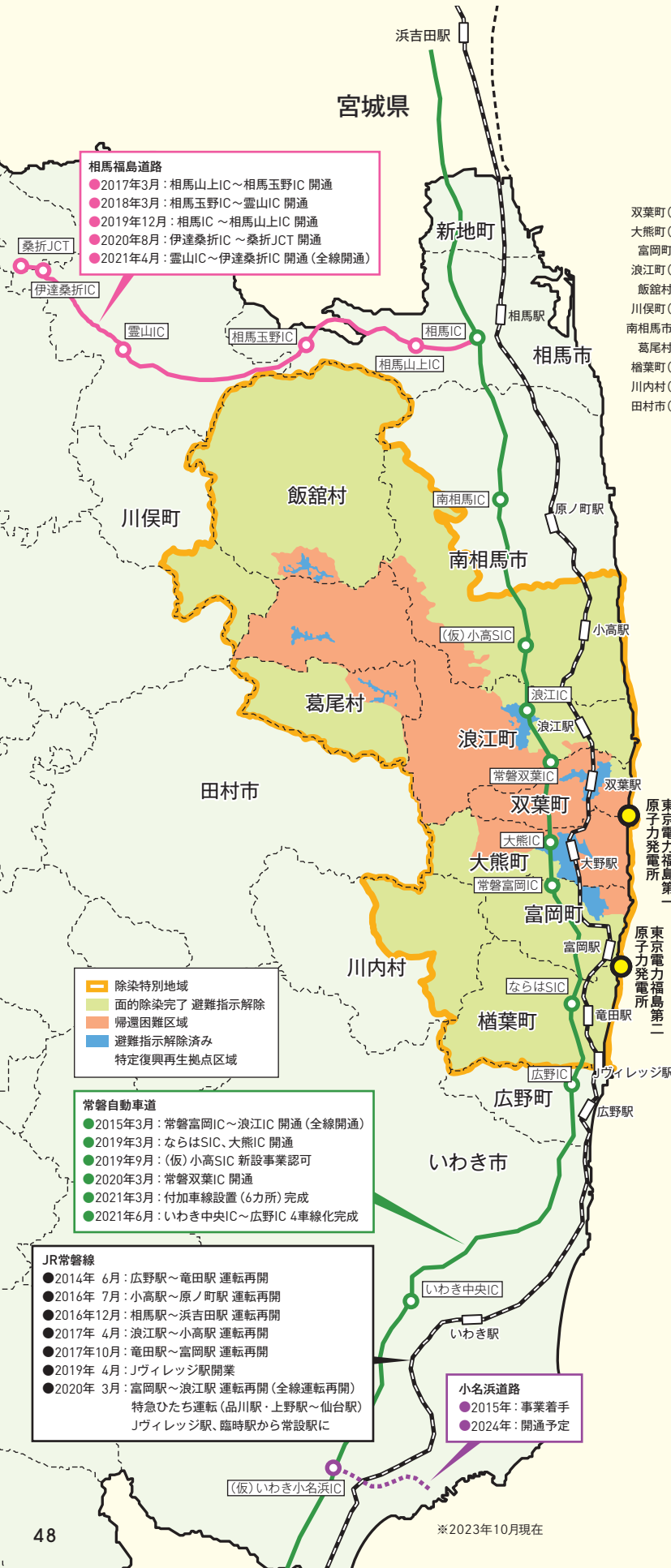
- ・3戸の農家と共に山元いちご農園株式会社として法人化。
- ・土を使わず、ヤシ殻を用いた高設栽培方式を採用。
- ・観光農園やカフェ、ワイナリーなどを建設。6次産業を軸とした総合農園を目指す。

効果

- ・法人化で地域雇用を創出し経営体のモデルになり、地域の中でも法人化する農家が増えてきた。
- ・年間160~180tのイチゴの生産に成功。
- ・2017年には観光客が7万7,000人と、山元町を訪れる人が増えた。

福島県15市町村の現況

【住まいと街の復興】

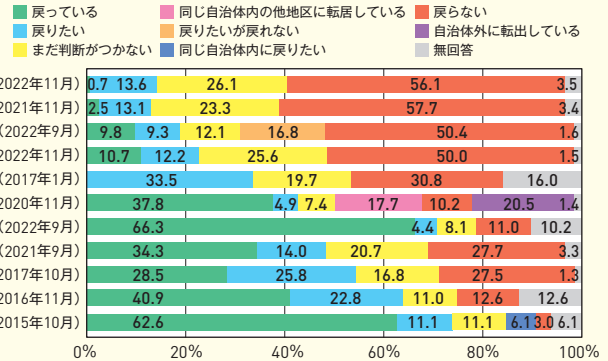


住民の帰還意向

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）



避難指示区域の状況

帰還困難区域を除く全ての地域で避難指示はすでに解除されている

東京電力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全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	○2023年4月1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	○2023年3月31日一部解除	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	○2023年5月1日一部解除	2017年3月31日に解除済み
新地町	-	-
相馬市	-	-
いわき市	-	-

※2023年10月現在

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。

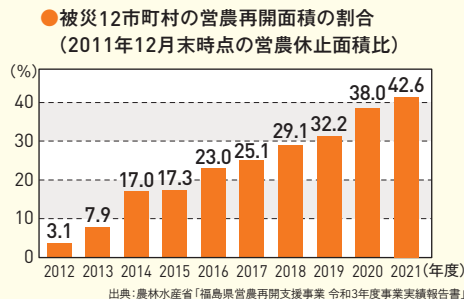
住まい	●復興公営住宅：計画戸数4,890戸のうち4,767戸完成(約97.5%)
	●帰還者向け災害公営住宅：計画戸数453戸のうち431戸完成(約95.1%)
医療介護福祉	●2020年4月*大熊町「認知症高齢者グループホームおくまの木の苑」開設
	●2021年2月*大熊町「大熊町診療所」開所
	●2021年12月*南相馬市「小高診療所」開所
	●2022年4月*富岡町「共生サポートセンターさくらの郷」開所
	●2022年6月*浪江町「ふれあい福祉センター」開所
教育	●2023年2月*双葉町「双葉町診療所」開所
	●小中学校再開：11市町村再開済み ●新規開校等：2019年4月*広野町「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 2022年4月*富岡町「富岡小学校」「富岡中学校」開校 2022年4月*楡葉町「楡葉小学校」開校 2023年4月*大熊町「学び舎ゆめの森」再開

福島県が復興に向けて歩む道のりは12年の時がたち、さまざまな状況に変化がありました。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】

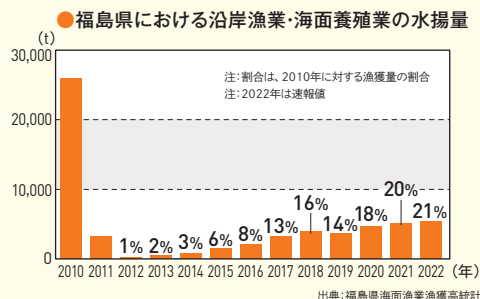
農林業 12市町村の営農再開面積は約4割

原子力災害被災12市町村の営農再開面積は、約4割に。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 水揚量は回復基調にあるが低調

漁港の復旧は完了。2012年より開始した試験操業を2021年3月に終了し、同年4月から本格操業への移行に向けて、水揚量の回復を図っている。試験操業の対象の魚種・漁法の水揚量は東日本大震災前の2割程度。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「ミツフジ」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
- ・2021年5月*川内村 田ノ入工業団地「大橋機産」稼働
- ・2021年6月*南相馬市 復興工業団地「ロボコムアンドエフエコム株式会社工場」稼働
- ・2021年9月*浪江町 丸ピン式乾燥調製貯蔵施設 稼働
- ・2022年4月*川俣町 ベルグ福島川俣西部工業団地「植物ワクチン総合研究所」開所
- ・2022年7月*大熊町 「大熊インキュベーションセンター」開所
- ・2023年4月*双葉町 浅野燃糸「フタバスーパーゼロミル」開所

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き、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

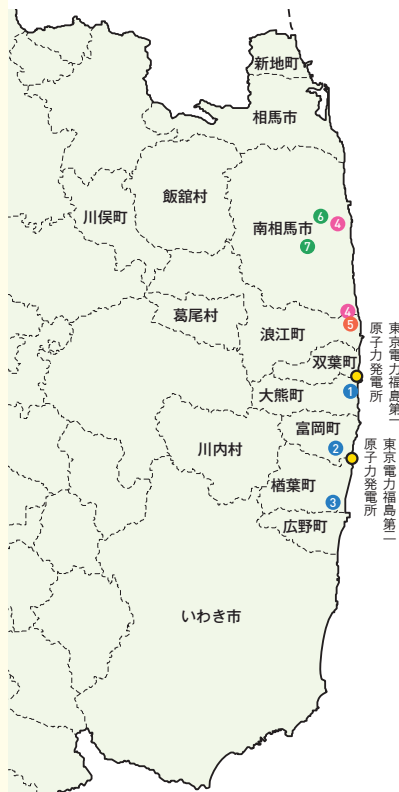
避難指示が解除された地域では、帰還した住民たちが生活を再開できるよう、生活環境の整備が重点的に進められている。その一環として、スーパーマーケットや複合商業施設など買い物をするための環境の整備も積極的に進められている。

●商業施設の開設

- ・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
- ・2021年4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 大熊分析・研究センター(大熊町)
- ② 廃炉環境国際共同研究センター(富岡町)
- ③ 楡葉遠隔技術開発センター(楡葉町)

ロボット分野

- ④ 福島ロボットテストフィールド(RTF)(南相馬市、浪江町)

エネルギー分野

- ⑤ 福島水素エネルギー研究フィールド(浪江町)

農林水産分野

- ⑥ ロボットトラクタの開発及び実証(南相馬市)
- ⑦ ドローンを活用したスマート農業実証(南相馬市)

【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 4,665人
居住者数 4,221人

※2023年7月31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、住宅団地の整備など、移住定住に向けた環境整備を進めている。

いわき市

現在の人口 322,001人

※2023年8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。



株式会社おのさき

事例記事⇒88ページ



株式会社いわきチョコレート

事例記事⇒90ページ

檜葉町

現在の人口 6,547人
居住者数 4,346人

※2023年7月31日現在



町民と行政が一体となり、人のつながりを活かに、 “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割まで回復し、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 ならは”を目指し、地域の良さを生かした町づくりを進めている。

株式会社ネモト

事例記事⇒86ページ



富岡町

現在の人口 11,615人
居住者数 2,226人

※2023年8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、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を開始。2023年4月には帰還困難区域のうち、夜の森地区を中心とする特定復興再生拠点区域の避難指示解除も実現した。居住者は少しずつだが着実に増加している。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。農業関連では、米の乾燥調製施設「カントリーエレベーター」が2022年産米から稼働しており、隣接地に野菜の集出荷施設の整備を進めている。

川内村

現在の人口 2,314人
居住者数 1,925人

※2023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。

大熊町

現在の人口 10,007人
居住者数 1,092人

※2023年8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。

田村市

現在の人口 33,200人
居住者数 33,866人

※2023年7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、市内に出していた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、2023年3月現在、休耕地893haのうち531ha(59.5%)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。

軽食・喫茶レインボー

事例記事⇒82ページ



双葉町

現在の人口 5,484人

居住者数 90人

※2023年9月1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、2023年8月現在20件24社の企業の立地が決定している。

浅野燃系株式会社

事例記事⇒78ページ



葛尾村

現在の人口 1293人

居住者数 467人

※2023年8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、一部地域を除く避難指示が解除された。養鶏、酪農の再開、胡蝶蘭の栽培など農業の復興が進み、2021年には2カ所の産業団地が完成するなど、産業の復興も進んでいる。また、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」による地域活性化にも取り組んでいる。2022年6月には、帰還困難区域のうち特定復興再生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。

株式会社牛屋

事例記事⇒68ページ



浪江町

現在の人口 15,352人

居住者数 2,089人

※2023年8月1日現在



エネルギー地産地消の町づくりに向けて、水素利活用に関するプロジェクトを推進

2017年3月、町内の避難指示が一部解除。2023年3月には約661haの特定復興再生拠点区域の避難指示が解除された。さらなる帰還困難区域内の再生に向けて、除染とインフラ復旧・整備を推進している。2023年4月には、東北の復興を目指す福島国際研究教育機構（F-REI）が浪江町に設立され、「創造的復興の中核拠点」を目指す。水素社会実現およびゼロカーボンシティ達成に向け、エネルギー地産地消の町づくりも進めている。



株式会社伊達重機

事例記事⇒70ページ



株式会社バイオマスレジン福島

事例記事⇒76ページ

南相馬市

現在の人口 56,620人

居住者数 53,710人

※2023年8月1日現在

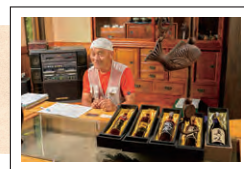


福島イノベーション・コースト構想による最先端のロボット開発・実証の地

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。

大内安男商店

事例記事⇒64ページ



川俣町

現在の人口 11,225人

居住者数 11,773人

※2023年8月1日現在



復興の象徴「アンズリウム」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。アンズリウムは近畿大学の支援の下、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
川俣町農業振興公社

事例記事⇒60ページ



飯舘村

現在の人口 4,745人

居住者数 1,529人

※2023年8月1日現在



村民、移住者共に新規事業に挑戦。 新たな産業団地の整備で産業雇用創出へ

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。現在では、飲食、宿泊、ものづくり、地域づくり、イベント企画などの多種多様な事業に、村民や移住者、地域おこし協力隊などさまざまな人が「ふるさとの担い手」として村の「開拓」を楽しみながら進めている。また、村内の産業雇用創出のために新たな産業団地の整備計画が進められており、2025年度までに整備完了を目指している。

合同会社 MARBLiNG

事例記事⇒58ページ



相馬市

現在の人口 33,014人

※2023年7月1日現在



農業・水産業の生産基盤は復旧完了。 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、復旧が完了した。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）、尾浜子ども公園などを活用して、交流人口の拡大を目指す。

株式会社マルリフーズ

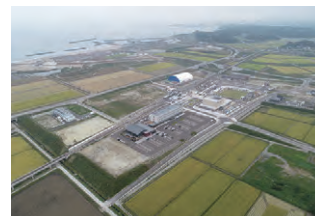
事例記事⇒56ページ



新地町

現在の人口 7,647人

※2023年8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。

福島県での企業立地 **3**つの

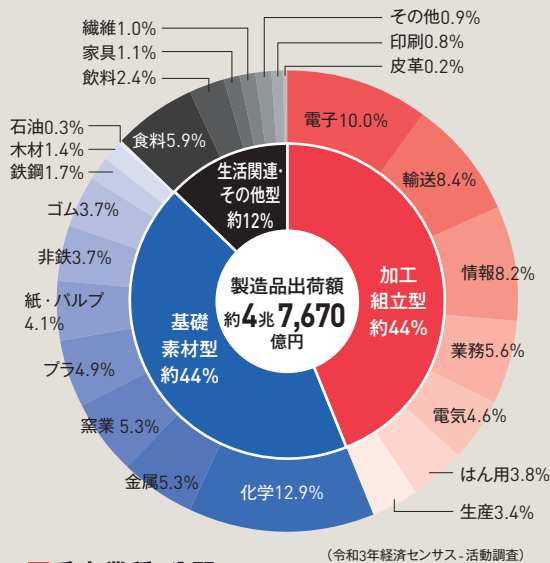
福島県の主要データ

	人口※1	1,769,884 人
	就業者数※2	942,997 人
	GDP(名目)※3	7兆8,286 億円
	事業所数※2	80,619 事業所

※1 令和5年8月1日現在 福島県推計人口(福島県 現住人口調査 結果)
 ※2 「令和4年版福島県勢要覧(福島県企画調整部統計課編)」から抜粋
 ※3 「令和2年(2020)年度 福島県県民経済計算の概要」から抜粋

■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* **962** 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 (令和4年12月末)

航空宇宙関連産業

航空機	宇宙	航空機用エンジンの部分品・ 取り付け具・附属品出荷額
41 社参入	37 社参入	全国 2 位
(2023年2月時点)	(令和3年経済センサス-活動調査)	

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

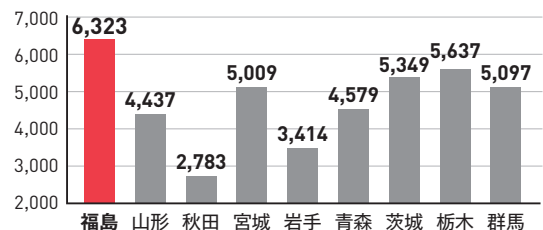
工業科学生数が多く、さらに「真面目で粘り強い人材が多い」と立地した企業に高評価。

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)

(2019年度学校基本調査)



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数が最も多い。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、多様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

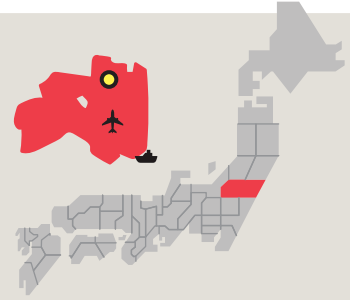


82,000 名以上
(2018年7月~)

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

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

東北地方の南端で首都圏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)

福島の郡山-東京間で毎日上下約100本が運行している



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

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

地域復興実用化開発等促進事業費補助金

イノベ構想重点分野の実用化開発支援



上限 **7** 億円

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焼炉、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

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

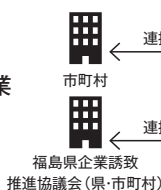
福島県原子力発電施設等周辺地域企業立地支援事業費補助金(F補助金)

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」(2023年度版)より引用

株式会社マルリフーズ

従業員のために、同じ場所で事業を継続
品質管理の徹底と、新商品でアオサの魅力を発信

株式会社マルリフーズ

カブシキガイシャマルリフーズ

業種	食料品製造業
代表者	稲村利公氏 [代表取締役]
所在地	福島県相馬市岩子字坂脇77
TEL	0244-36-3791
WEB	https://www.maruri-foods.jp/
創業年	1993年
資本金	1,000万円
従業員数	17人
売上高	1億7,909万円

1993年にアオサ専門の加工会社として創業。2011年の東日本大震災による津波で松川浦産のアオサは流され、他県産に代替し操業再開。2020年には地元企業や生産者と共に地場産品ブランド「すてっばず松川浦」を設立し、アオサを使った商品の販売を開始。

津波の被災に負けず松川浦で
従業員のために操業を続ける

濃紺色の海が広がる福島県相馬市。その景勝地である松川浦は東北を代表する潟湖が広がる。ここは海水と河川からの真水が混じり合い、豊かな磯の香りと食感、うまみが魅力的なアオサの養殖が盛んに行われていた。最盛期には養殖網を固定する養殖棚が2万4,000本もあり、年間4億円、全国2



代表取締役の稲村利公氏

位の生産量を誇る一大産地として全国でも有名だった。

「松川浦のアオサは『ヒトエグサ』という種類で、一般的なアオサと異なります。冬から春にかけて最盛期を迎え、緑色のじゅうたんが敷かれているかのような光景が見られました」と話すのは、松川浦でアオサの加工をしている株式会社マルリフーズ代表取締役の稲村利公氏だ。

アオサを加工する工場の目の前には海が広がるが、被災時の様子はどうだったのか。「津波が来たと思ったらあっという間に工場はのみ込まれてしまいました。幸い従業員やその家族などに被害はありませんでした」と振り返る。

水が引いたらすぐに現状を確認できると考えていた稲村氏だったが、工場への道には通行止めの箇所や立ち入り

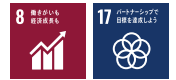
が制限された場所があり、現場に立ち入るのにおよそ1カ月かかったという。当時の様子は、工場内にあった機械はひっくり返しコンテナは流され、目の前の松川浦に係留されていた船は建物の柱にぶつかってそのまま行き場を失っていたという。

途方に暮れながらも立ち止まることをしなかった稲村氏。「従業員の生活のためにも会社を畳むことは選択肢にありませんでしたが、いったいこの先どうしたらいいんだろうかと悩みました」。そして選んだのが、移転せずに工場を修繕し、操業を再開することだった。「これまで松川浦の恩恵を受け商売を続けてこられた恩返しと、従業員の雇用を守るため、同じ場所で再スタートを切ることがマルリフーズの役目だと思いました」。

月日と熱意をかけたことが
アオサ復活の足掛かりとなる

2012年、工場はおよそ1年の修繕期間を経て操業を再開できるまでになった。しかし、原料となる肝心のアオサが手に入らなかった。「当初はすぐに再開できると思っていましたが、養殖棚はほとんどが津波で流されてしまいました」と稲村氏は言う。さらに東京電力福島第一原子力発電所の事故による放射性物質の拡散の影響を受け、出荷ができなくなった。

稲村氏は頭が真っ白になってしまったが、なんとかアオサを仕入れるために他県の産地、さらに国外にも足を運んだ。愛知県田原市や静岡県浜名湖などの産地をはじめ、台湾にも行ったが、取引に応じてくれるところはなかったという。その理由として、万が一加工した商品から放射性物質が検出されたら自分たちにも風評が及ぶのではないかと懸念があったからだ。



新商品・新技術開発

新規事業

ブランディング

販路開拓

風評対策

連携・協業

地域振興



(左)松川浦と生アオサ
(右)アオサの香りが存分に感じられる「すてっばず松川浦」の商品

地元企業・生産者と共に「松川浦のすてっばずなもの」を世界へ発信

2018年2月、東日本大震災から7年ぶりにアオサの出荷が再開されたが、水揚げ量は被災以前の10%弱。2023年は20%ほどまで回復してきたが、最盛期の量にはまだ程遠い。

「松川浦産のアオサを廃れさせるわけにはいかない」と稲村氏が音頭を取り、2020年に地元企業や生産者と共に地場産品ブランド「すてっばず松川浦」を設立。ワサビ味や梅味のつくだ煮や刺し身こんにゃくなど、オリジナルの商品を開発し、販売を始めた。「近年、海藻は健康食として世界的に注目を集めています。タイやベトナムなどの展示会に出展して高評価を得たことで、手応えも感じています」と稲村氏。

すてっばずとは「ものすごい」という意味の浜言葉。松川浦で誕生した「すてっばずな商品」で、アオサの素晴らしさを発信していく。

しかし3年の月日を費やし、ようやく愛知県の漁協からアオサを仕入れることができるようになった。その量は2tと少なかったが「こちらの気持ち伝わったおかげで、自社で製造することができました。あの日からやっと一歩踏み出せたという感じでした」と稲村氏。ただ、松川浦産アオサの収穫が見込めず、他の産地からの仕入れ量も少なく、少量の加工品しか製造できない状況で生き残るためにはどうしたらいいか、頭を悩ませた。

そして出した答えが、「どんな小さい異物やごみも徹底的に除去した、高品質の商品を製造することでロスをなくすこと」だった。大量生産が難しいが故の打開策であった。

アサの香りを際立たせている。稲村氏は「品質における徹底した姿勢が認められ、2018年ごろからある大手回転ずしチェーンでは全店舗うちのアオサを使ってもらっています」と誇らしげに語る。

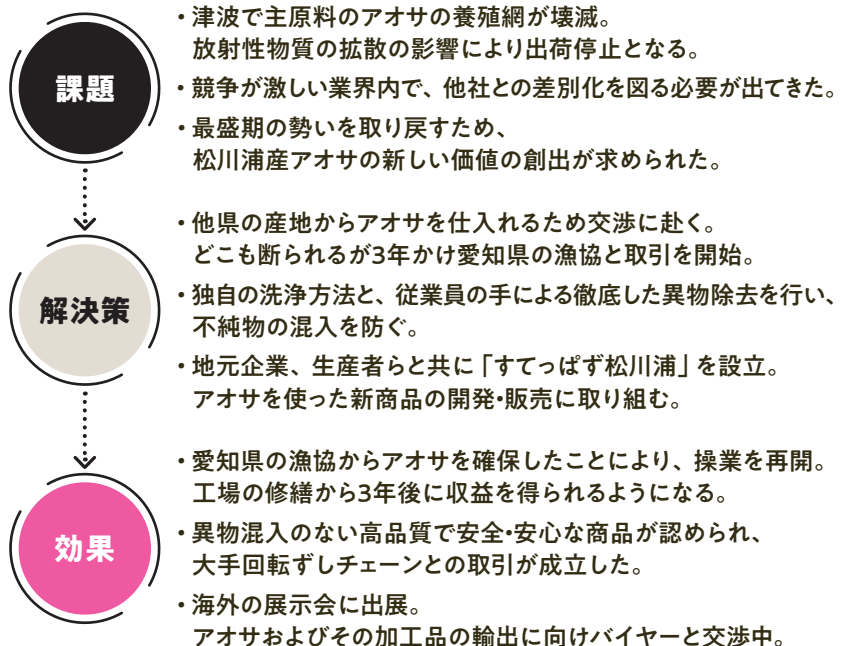
アオサ製品の製造工程について日常的に見直しを図りながら、安全・安心な商品開発にも積極的に取り組んでいる。これまで取り扱ってきた冷凍タイプや乾燥タイプに加え、最新鋭の粉末加工機械を導入し、市場ではまだ珍しいパウダー状のアオサの製造も開始。多様な商品や加工品への活用も可能になり、取引先のニーズにきめ細かに対応できるようになった。

生き残りをかけた他社との差別化は人の手による徹底した品質管理

「アオサの加工品にはエビや小さな生き物、他の藻類など異物の混入という問題が付きまといまいます」と話す稲村氏。例えば1000個の商品の中に、たった1個でも異物が混入したのがあると、最悪の場合全てが返品になるというシビアなものだ。

マルチフーズでは、独自の洗浄や異物除去でアオサ本来の風味や色合いを引き出す。最後には、従業員の手による徹底したチェックを行い、不純物の混入を防いでいる。

こうした工程を経ることで海藻特有の癖のあるにおいを抑えながら、アオ



個と個が折り重なりマーブル模様のように 緩く混ざり合う「最先端の田舎」を目指す



合同会社 MARBLiNG

ゴウドウガイシャマーブリング

- 業種** その他のサービス業
- 代表者** 松本奈々氏・矢野淳氏 [共同代表]
- 所在地** 福島県相馬郡飯館村深谷字二本木前5-1
- TEL** 0244-26-7720
- WEB** <https://www.zuttosoko.com/>
- 創業年** 2021年 **資本金** 53万円
- 従業員数** 2人 **売上高** 非公開

2021年、飯館村の地域おこし協力隊の隊員だった松本奈々氏と、父親の影響で高校生の頃から飯館村を訪れていた矢野淳氏が合同会社 MARBLiNG を設立。翌年空き店舗を改修した「図図倉庫」をオープン。「最先端の田舎」づくりに取り組む。

就職のため上京するが 新たな可能性に引かれて福島に戻る

福島県の阿武隈山系北部に位置する飯館村は、山と川、田園が広がる自然豊かな農山村地帯で日本の原風景そのものだ。そんな魅力に満ちた飯館村に感化され、この地を拠点に活動しているのが合同会社 MARBLiNG 共同代表の松本奈々氏と矢野淳氏の2人だ。

松本氏は福島市出身。東日本大震災があった翌月に大学進学のため上京。卒業後はシステムエンジニアとして東京のIT企業に就職し、3年で退職。福島県相馬市で2週間のファームステイを経て、2019年4月に飯館村の地域おこし協力隊の隊員となった。

「隊員がやりたいことや興味があることを、飯館村の資源をうまく活用しながら



共同代表の松本奈々氏

実現していくスタイルに魅力を感じた」と松本氏。「人がいなくなり、当たり前だった営みが止まったこの地で、何ができるかチャレンジしたら面白そうだという好奇心もありました」と続けた。

東京都出身の矢野氏は、父親がNPO法人を設立して飯館村の復興に関わったのをきっかけに、高校生の頃から村を訪れるようになった。2020年に大学を卒業後、飯館村と東京の2拠点で活動している。

分野や地域、世代の垣根を越えて 多様な交流を実現する「図図倉庫」

飯館村にとっても初めての地域おこし協力隊員の受け入れで、お互いに手探りの状態から始まったが、村の課題を共有しながら2人から活動を提案するようになったという。

当初はSNSでの情報発信が主だったが、村内の空き施設を活用してクリエイターの活動拠点や村内外の人々の交流拠点をつくるプロジェクト「Bound for IITATE」を企画。2020年3月に廃校となった村立小学校の2階にある大小さまざまな教室を、クリエイター向けの貸しアトリエやオフィス、コワーキングスペースなどに改装した。

「クリエイティブ系の個人や企業が自然豊かな農村地域に集まることで、多拠点生活のモデルになればと。将来的には多様なジャンルの人たちが集まって、村民を含めた交流やコラボレーションが生まれる場になりたいと思って立案しました」と松本氏。

オンラインでプロジェクトに関わるクリエイターの募集を行ったところ30人ほどが参加。ユーチューバーや音楽家が飯館村への移住を検討し、実際に移住したケースもある。

さらに隊員として満期を迎えようとしていた2020年の年末。村長の杉岡誠氏から「東日本大震災の影響で営業停止したホームセンターの建物を、使いたい人がいるなら解体せずに譲ってくれるそうだが、興味はないか」と直々に誘いを受ける。松本氏は「ありがたい話で即答でした」と当時を振り返る。

こうして新しい活動拠点を得た松本氏と矢野氏は、傷みが激しかった建物をボランティアスタッフと共におよそ1年半をかけて改修。2022年11月にシェアスペースをオープンした。



新商品・新技術開発

連携・協業

地域振興

起業・創業

人材

情報発信

資金繰り



(上)村内の祭りやイベントにも出店するキッチントレーラー
(左)放射線について学べる観測装置

「キーワードは村の地域環境づくり。村民も主役、外から来た人も主役になれる場を提供したい」と松本氏。名前は「ずっと」続くようにとの願いを込め「**ズットソーゴ**」に。科学者による放射線の実験・研究、アーティストの制作活動、企業などのシェアオフィス、キッチントレーラー、村民と協働した商品開発など、多様な人たちが集い交流できる場となっている。まさに壮大な社会実験場といってもいい。

得られたものは、支えてくれる仲間と伴走してくれる支援者の熱意

図図倉庫をはじめ MARBLING の活動を支えているのは村民やボランティアだけではない。東京電力福島第一原子力発電所の事故の被害が福島県の中でも大きく、住民の帰還が遅れている浜通り13市町村の青年らが2021年に連携、設立した「HAMADOORI13」もその一つ。同団体の若手起業家応援事業「フェニックスプロジェクト」の第1期に MARBLING が採択された。

年間上限1,000万円で3年間、東日本大震災復興支援財団の出資を受けられる同事業。松本氏は「資金に余裕が生まれたことで自分たちのやりたいこ

とが進んでいきました」と話す。資金は図図倉庫の設計費や改修費、それに伴う人件費、商品開発費にも充てた。

プロジェクトの事務局は、資金援助だけでなく採択事業者が抱える課題の解決と一緒に取り組んでくれるという。松本氏は「採択事業者を交えた定例会があって、その場でお互いの課題や改善に向けたアドバイスもしてくれます。伴走してくれている安心感が生まれました」と頼もしい仲間に感謝している。

**古いものが新しく見える
最先端の田舎でイメージを変える**

東日本大震災後、一時は誰も住めなくなった飯館村でしっかりと一歩を踏み出した MARBLING だが、一体何を指すのか。松本氏からは「MARBLING が目指すのは、単純に近代化、都市化するのではなく、先人たちの知恵や文化を生かした『未来の田舎』です」と返ってきた。

その思いはすでに形となって表れている。図図倉庫内のオフィス兼ワーキングスペースでは、稲を収穫し脱穀

した後大量に残るもみ殻を、袋に詰めて断熱材として活用。これは断熱材のなかった頃に編み出された防寒の知恵だ。さらにもみ殻は、地面に立てた煙突に入れ火を付けて炭にする「**燻炭処理**」を行う。その過程で発生した煙を冷やして精製すると、「もみ酢液」という土壤改良材の原料にもなる。しかしそのままではタールなどの有害な成分も含まれてしまう。そこで蒸留処理を行い、それらを取り除いたことで商品化に成功した。ホームセンターなどで売っているもみ殻やもみ酢液に比べて、MARBLING では少量で販売しているため、ガーデニングや家庭菜園を行っている人たちから喜ばれたという。また、使用者からは、虫が付きにくくなったとのうれしい声もあった。

飯館村で昔から当たり前に行われてきたことが、都会の人には新しいものに見える。こうした「最先端の田舎」を発信し田舎のイメージを変えていながら、人と自然、都会と田舎の境界線を緩く消していく。それが MARBLING の目指すところなのかもしれない。



- 図図倉庫の改修に伴う資材費や人件費など、費用の捻出に苦慮していた。
- 米を脱穀した際に残る大量のもみ殻は、各農家がお金をかけて廃棄処分していた。

- 若手起業家応援事業「フェニックスプロジェクト」の第1期補助事業で採択され、3年間の資金援助を得る。
- もみ殻を買い取り、建物に使用できる断熱材に再利用。さらに「燻炭処理」で発生した煙を冷やして精製する土壤改良材である「もみ酢液」を、家庭菜園や観葉植物用に改良し商品化した。

- 資金援助を図図倉庫の改修費や商品開発研究に充てることができ、事業計画を進めることができた。採択者同士のつながりもできた。
- 図図倉庫ブランドとしてもみ殻やもみ酢液を販売することで MARBLING の周知にもつながった。

「川俣シャモ」の知名度と品質向上を目指し 介護食などの商品開発やJGAP取得に注力



株式会社川俣町農業振興公社

カブシキガイシャカワマタマチノウキョウシンコウコウシャ

- 業種 食料品製造業
- 代表者 渡辺良一氏 [代表取締役]
- 所在地 福島県伊達郡川俣町小綱木字泡吹地8
- TEL 024-566-5860
- WEB <https://www.kawamata-shamo.com/>
- 創業年 1987年 資本金 1,500万円
- 従業員数 33人 売上高 3億2,000万円

福島県川俣町のブランド地鶏・川俣シャモをはじめとする特産品の加工や販売、新製品の開発を行う。道の駅かわまた内にある「銘品館シルクビア」ならびに「川俣シャモレストラン Shamoll」の運営にも携わり、町の特産品普及へ尽力している。

積極的に加工品を開発し 川俣シャモの知名度を上げる

1983年、福島県川俣町の渡辺弥七町長（当時）は、来町者へのおもてなしのため、特産品を模索。そこで目を付けたのがかつて闘鶏が楽しめるなど町の文化となじみ深いシャモだった。畜産試験場の協力を得て品種改良を実施し、川俣シャモが誕生した。



代表取締役の渡辺良一氏

その一方で、完成した川俣シャモをどのように流通させるかという問題は残っていた。「販売に関することを行政でやるのは難しかった。その解決策として1987年に川俣町農業振興公社を立ち上げることにしたんです」。こう話すのは、同社設立時のメンバーで現在は代表取締役を務める渡辺良一氏。両親がシャモの飼育農家で、一般企業に勤務していた経験もある渡辺氏は、積極的な営業活動を行った。

川俣という土地の認知度の低さにより、当初は成果が出ず苦しんだ。知名度を上げるためには、正肉のみの取り扱いでは、力不足だった。そこで、炊き込みご飯の素など川俣シャモの良さを生かした加工品を製造。正肉のターゲットであるレストランや焼き鳥店などに加え、スーパーマーケットをはじめ

めとした小売店へも加工品の営業を始め、会社設立から10年ほどで、ようやく最低限の販路が確保できたという。

独自配合の餌が おいしさの根本にあると再認識

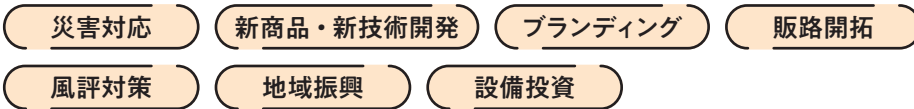
2006年には同社と14戸のシャモ飼育農家が出資して、有限会社川俣シャモファームを設立。供給する餌や飼育環境を統一し、川俣シャモの品質を保つ取り組みにも力を入れた。

安定した生産体制を整え、順調に販路も増えていた2011年、東日本大震災が発生。その後の東京電力福島第一原子力発電所の事故で川俣町の一部が避難区域に指定されるも、シャモ飼育農家のほとんどが避難を免れた。「避難したのはうちの両親だけ。しかも、出荷が終わったばかりでシャモがいなかったため大きな被害はなかった。しかし、運送全般が止まり、餌が入ってこなくなってしまって大変でした」（渡辺氏）。

川俣シャモには、一定の味を保つため、トウモロコシを主体にフスマ（小麦の表皮）や米粉などを独自に配合した餌を与えていた。その餌を供給する拠点は宮城県石巻市と茨城県鹿嶋市にあったが、どちらも被災し供給が停止。餌がなければシャモを殺してしまうこ

銘品館で売られる「川俣シャモ」の商品と、レストランで食べられる名物の親子丼





とになるため、JAなどの協力も得て親鶏用の餌とブロイラー用の餌を緊急で確保。大きな被害を食い止められると思ったが、予想外の事態が起きる。

当時、川俣町農業振興公社で渡辺氏と対応を行っていた川俣シャモファーム代表取締役の齋藤正博氏は「親鶏用の餌を与えた方は肉質がパサパサに、ブロイラー用を与えた方は脂で真っ白になってしまった」と明かす。見通しが立たない餌問題に頭を抱えたが、一方で、「与えた餌が肉質に大きな影響を与えていたことを確認できたのは大きかった」と振り返る。

風評で売り上げが減少したが有名シェフとの出会いで販路が拡大

被災から1カ月がたった頃、餌の流通が回復。シャモ自体の大きな被害は食い止められたが、会社の売り上げは3割減となった。「東京電力福島第一原子力発電所の事故の影響もあり、関西圏の取引先は戻ってきませんでした。今でも福島のお食べ物に対して嫌悪感を抱く人は多いと思う。でも、われわれは、安全にシャモを飼育し、おいしく食べてもらえるようにしているので、それを分かってもらうしかない」と渡辺氏。

風評という見えない敵との葛藤に苦しむ時期もあったが、2012年に著名なイタリアンシェフ・落合務氏が町を訪れ川俣シャモを絶賛。その後、落合氏のグループが主催するイタリア料理専門の展示会に出展するなど、川俣シャモをPRする場も増えたという。渡辺氏は「落合シェフが使っているならと、取引を始めたお店もあります。あの出会いがなければ、ここまで復活したかは分からないですね」と感謝する。

川俣シャモが町おこしの特産品となってから40年の歳月がたち、2023年では年間で約6万羽を生産するまで

に成長。飼育農家の高齢化、後継者不足という課題も残されているが、「若い経営者もいますので、余力ある農家さんが高齢者の方の分も飼育するという形もできています。将来的には法人の参入なども視野に入れて、常においしいと言われる品質を保てるように努力していきます」（渡辺氏）。

品質向上や知名度アップに向けてJGAP取得や商品開発に取り組む

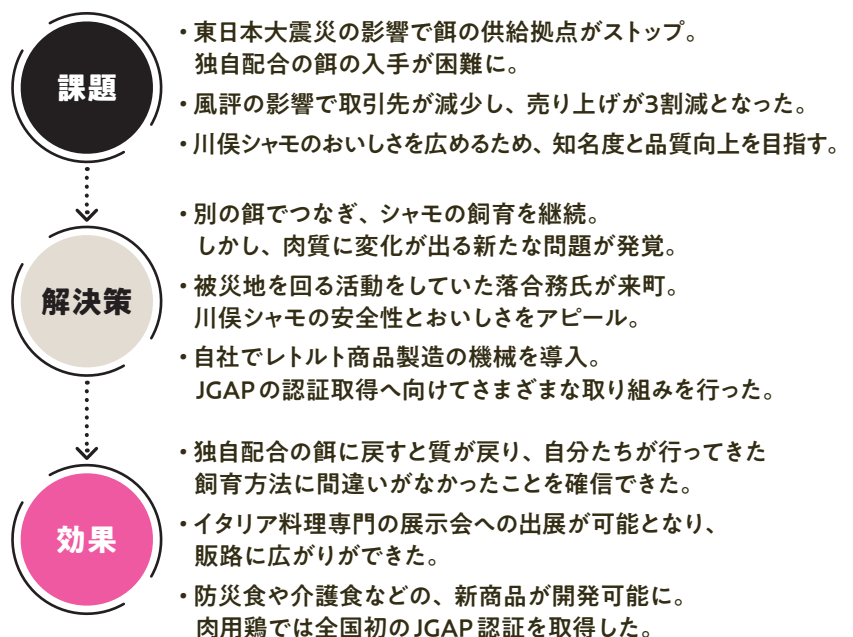
川俣シャモのおいしさをより多くの人に知ってもらうために、川俣町農業振興公社はさらなる品質向上や知名度アップに取り組むこととなる。

品質向上を目指して、2019年から取り組み始めたのが、JGAP (Japan Good Agricultural Practice) の認証取得だ。JGAPとは、食の安全や環境保全に取り組む農場に与えられる、世界的な認証であるGAPの日本版。取得基準は厳しいが、その分認証されれば高い信頼が得られる。取得にあたり、まずは体制を整えるところから始めた。川俣町農業振興公社を団体事務局

とし、その職員はJGAP指導員資格を取得して、組織運営および内部監査等を行えるようになった。その後コンサルタントの導入、救急救命研修の実施などを行い、関係者が一丸となり認証取得に取り組んだ。その結果、2020年の2月に川俣シャモ農場の団体である「川俣シャモ振興会」として、JGAPの団体認証を取得した。肉用鶏での団体認証は全国初となる快挙だった。

知名度アップへ向けて、新商品開発にも力を注ぐという。「レトルト商品を自社で製造できるように機械を導入しました。その技術を生かし、2022年には地元の小学生の提案で、防災食として川俣シャモのだしを使ったスープを開発しました。避難先で少しでもおいしいものを食べてもらいたいという思いがこもっています。いいだしが出るのも川俣シャモの特長なので、おかゆなどの介護食もできないか、今、開発を進めているところです」。

比内地鶏や名古屋コーチンなどのブランド地鶏に並ぶ商品として育て上げるための挑戦は、これからも続く。



丁寧な人材育成で品質向上を実現 若手に技術を継承し、地域への還元を目指す



「当日、私は新工場の立ち上げのため中国にいましたが、目まいのような揺れを感じて、気のせいかなと思っていました。仕事の合間にメールをチェックすると、あらゆる取引先から『地震大丈夫でしたか？ 津波大丈夫ですか？』とある。なんのこただろうという感じでした」と渡邊氏は振り返る。

大変な状況になっていると分かり、会社に何度も電話をかけた。一度だけつながったが、詳しい状況を聞く前に「急いで戻れ」の一言。渡邊氏は、日本行き飛行機に飛び乗り、ほぼ2日間かけて大熊町に戻った。

株式会社サンブライト

カプシキガイシャサンブライト

業種 金属製品製造業

代表者 渡邊忍氏 [代表取締役 社長]

所在地 本社：福島県双葉郡大熊町

大字小良浜字高平676-1

会津河東工場：福島県会津若松市河東町工業団地2-3

TEL 0242-76-1020(会津河東工場)

WEB <https://sunbright-f.co.jp/> 創業年 1991年

資本金 3,000万円 従業員数 72人 売上高 10億3,000万円

1991年、福島県大熊町で創業した部品加工の商社。2011年、東京電力福島第一原子力発電所の事故の影響で会津若松市に本社機能を移転。現在は業務用カメラ部品、半導体製造装置部品およびその他精密部品加工全般の製造を行う。

最新機器を導入するも品質低下 必要なのは人材育成だと気付く

被災後、大熊町は帰還困難区域に指定された。社員は故郷に戻れず、本社工場も再稼動するめどが立たずにいたが、社員たちの「早く工場を立ち上げましょう」という前向きな意見で、新たな一歩を踏み出した。

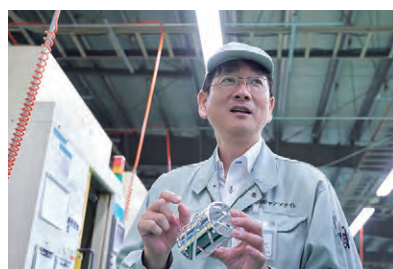
「再開を待ちわびる取引先や、県内で同じように被災した取引先のためにも」という思いで、2011年5月から仮設工場で操業を再開し、同年12月、大熊町の役場機能が移転している会津若松市に新しく会津河東工場を建設した。その地には、業務を熟知している社員が多く避難しており、さらに雇用も見

創業20年の節目の年に被災 創業の地を離れることに

見上げれば福島県の宝の山、磐梯山。眼下には会津盆地が広がる高台にある株式会社サンブライト。1991年の創業当時は福島県大熊町に本社を置き、半導体製造装置用の高気圧・高圧圧のステンレス製バルブボディーの生産をしていた。

デジタルカメラの爆発的な普及を機に、2001年からはデジタル一眼レフカメラや放送用カメラなど、プロ、セミプロ、ハイアマチュアを対象とした光学製品向けのサプライヤーへとかじを切り、カメラレンズのピントを合わせる部品であるカム筒やズームリング、レンズフードといった精密部品の切削加工を手がけるようになった。

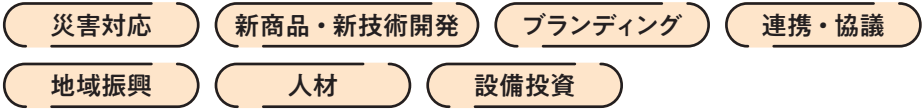
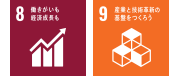
「うちは10年周期で何かが起こる」と話すのは、代表取締役の渡邊忍氏。創業20年目の2011年3月、東日本大震災が発生する。東京電力福島第一原子力発電所の事故により大熊町に避難指示が出され、従業員たちは福島県内各地の避難先に散り散りとなる。高台にあった工場は津波の被害は免れたものの、事業に必要な機材を運び出す間もなく町を離れなければならなかった。



代表取締役の渡邊忍氏



測定機器を使って測定作業を行っている様子



込めたという理由もあった。

新工場の稼働に伴い、生産設備も最新鋭のものを導入。それによって、業務の効率化や難しい部品の生産も可能になり、順調に業績を回復できると思われた。しかしスマートフォンが普及し、カメラ業界の製品への要求精度が向上。設備投資だけでは、その精度を満たしながら採算を取ることが難しくなっていた。そこに追い打ちをかけたのが、人材の減少だった。

渡邊氏は、「昔は当たり前だった『見て覚えろ』的な育成は、現代の社員たちには通用しませんでした。結果、離職者も増えていきました」と話す。

人材育成の大切さを痛感した渡邊氏は、トヨタ自動車東日本株式会社との相互研さん活動や、キャリアパスの作成とその見える化を実施。その結果、教育が行き届いた社員が増え、生産管理、検査、品質保証に力を入れることができるようになり、人の手による作業を増やしたことで不良品が減少し、製品の品質も向上した。

「人はどんなことでも、学び覚えると向上心が芽生えてきます。職人から技の『い・ろ・は』を学ぶことで、仕事への取り組み方も変わってきたんだと思います」と渡邊氏。社員が仕事のやりがいを感じ始めたことで、若手人材の離職率が低下し、社員の年代構成も20～40代が全体のおよそ60%以上を占めるようになった。

渡邊氏は、「将来的には定年制度も撤廃しようかと考えています。人生の幕を閉じる直前まで働ける環境が、人材確保には大切だからです。技術を持った人材がたくさんいるということは、製造業にとってはとても重要なこと。人材育成と人材確保を、伝統工芸が多く継承されている会津の地でやることに意義があると思っています」と語った。

**支えてくれた地域に恩返し
会津の工芸技術をさらに昇華させる**

2021年には、会津の伝統工芸技術を生かした新ブランド「Aid_U」を設立。漆塗装、桐製品製造、会津木綿など、会津独自の技術や製品を取り扱う複数の企業が参加し、サンブライトが代表を務める。

「高度な技術に支えられた伝統工芸。その技術と現代工業を融合して、新しい価値を生み出したいという思いに共感していただいた皆さんが集まったのが『Aid_U』です。設立の背景には、会津への恩返しという思いもあります。

オリジナル製品第1弾は、サンブライトがマグネシウム合金でくし型を作り、漆職人が塗装と蒔絵を施したくし。会津の「あい」を取って、「あいくし」と名付けられた。桐包には、会津桐の箱と会津木綿のランチョンマット、特製ハンドポーチを使用している。パッケージのロゴは会津の小学生へ公募を行った中から選ばれたもので、会津一体となって作り上げた商品だ。

「形の落としどころが難しかったですね。試作品も100種以上作りました」

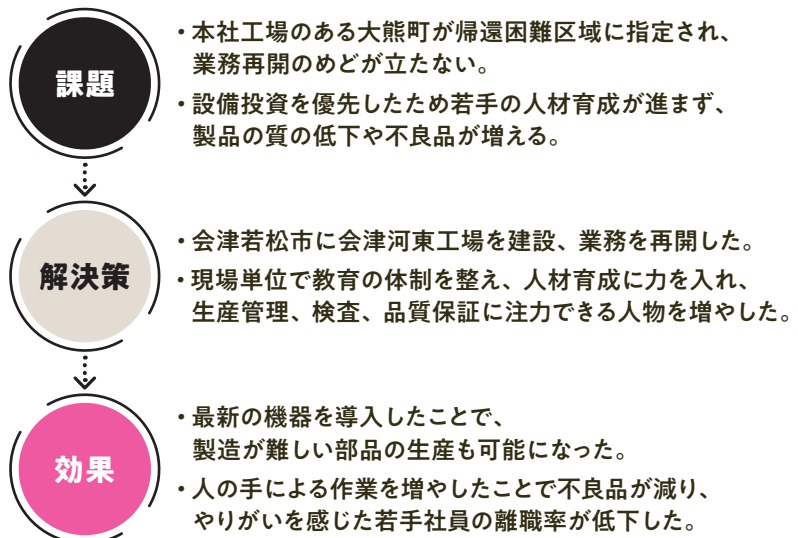


2021年度「グッドデザイン・ベスト100」に選ばれた「あいくし」。ロゴは会津の小学生が考案

と渡邊氏。そのこだわりの、頭に合わせた柔らかなカーブと漆塗りの美しさが評価され、2021年度「グッドデザイン・ベスト100」に選出された。

渡邊氏は「今後もさまざまな企業と共に、それぞれの強みを生かした商品を作りたい。それが会津のものづくりが知られるきっかけになれば」と話す。

古き良き会津若松のものづくり技術と共に新しい道を歩むサンブライト。「移転から12年。今では社員全体の8、9割が会津出身で、2023年の組織変更に伴い管理職に名を連ねます。会津に支えられた企業としてより成長し、地域に還元していきたい」と渡邊氏は決意を新たにしている。



大内安男商店

故郷の花・梅の栽培で復興に貢献
アジアの富裕層へ梅酒の販路を開拓する

大内安男商店

オオウチヤスオシヨウテン

- 業種 飲食品小売業
- 代表者 大内安男氏 [代表]
- 所在地 福島県南相馬市小高区川房字四ツ栗118-1
- TEL 0244-26-9941
- 創業年 2021年
- 資本金 無し
- 従業員数 0人 売上高 230万円

南相馬市小高地区は、旧小高町時代に紅梅の里ともいわれ、梅が町の花にも指定されていた。そんな町の復興を願い、梅の木の中でも希少種とされる露茜を栽培し、その果実で製造した梅酒の販売を行うため、2021年に大内安男氏が設立した。

退路を断って植木の世界に
飛び込んだのが全ての始まり

東日本大震災後の東京電力福島第一原子力発電所の事故で20km圏内に該当し、5年もの間住民の立ち入りができなかった南相馬市小高区。その地で現在、幻の梅とされる希少種^{つゆあかね}・露茜の栽培と、その実で造った梅酒の販売を行っているのが大内安男商店代表の大内安男氏だ。小高区で農家の長男として生まれた大内氏は、高校卒業後に家業を継ぎ、養蚕や稲作、畜産、野菜の栽培などを行っていた。伝統ある農家を継ぎ、仕事をこなしていたが、35歳の時にある決断をする。それは、全ての農業をやめることだった。

「自身で売り値を決められない農業の制度に疑問を感じており、このまま農



代表の大内安男氏

業を続けても将来はないのではないかと考えました。父親が亡くなったこともあり、仕事を変えるなら今だと決断しました」。

後戻りできないようにと、農機具などを全て売却し、新たな道へ進むことに。そこで選んだ仕事は植木だった。当時、バブル絶頂期でリゾート開発が盛んに行われていたこともあり、しばらくは好景気が続くと考えて選んだとい

う。半年間、他県で植木の勉強に励み、新しい業界での人脈づくりにも力を入れた。その後バブル崩壊で植木だけでは厳しい状況となったが、休業時代に知った、木々の株元を隠し、庭を美しく見せる植物、グランドカバーの栽培を開始。販路構築のために相馬グリーンという会社を立ち上げ、軌道に乗せた。

業界誌の記事をきっかけに
梅の栽培を開始

大内氏の行動は、これで終わりではなかった。2008年には相馬グリーンを長男へ譲渡。自らは介護施設「相馬の里」を設立し、新たな事業を始めることに。当時、このエリアには介護施設が不足しており、その問題の解決に貢献するためだった。

介護事業が軌道に乗り始めた頃、東日本大震災が発生。大内氏は家族と共に避難したが、東京電力福島第一原子力発電所の事故の影響で家に戻ることができなくなる。2011年4月22日には、小高区は立ち入りができない警戒区域となり、大内氏の家族は茨城県常総市に避難。長男が経営する相馬グリーンも、こちらに拠点を移して営業を続けることになった。しかし大内氏は、介護施設のある南相馬市原町区が屋内退避指示だったこともあり、南相馬市に残ってさまざまな対応に当たったという。その後しばらく介護施設の仕事に追われる日々が続いた。

そして2016年7月、小高地区の避難指示が解除となり、自宅へ戻る事ができた。そこで目の当たりにしたのが、荒れ果てた土地。草が生い茂った自宅周辺の景色を見て、「土地の再利用をしなければいけないと考え、農業時代の経験を生かして麦の栽培を始めました」と大内氏。その頃、介護の会社は三男

新規事業

ブランディング

販路開拓

地域振興

起業・創業

へ譲渡すべく準備をしていたため、自身の生活基盤を麦の栽培だけでは支えられないだろうと考えていた。そして出合ったのが梅だった。

「2018年に国立研究開発法人農業・食品産業技術総合研究機構 東北農業研究センターの冊子で、露茜の記事が出ていたんです。そこで、小高町の花だった梅を思い出し、これを栽培すれば地元の復興に貢献でき、実で梅酒を造って販売すれば新たな収入源にもつながると思い、苗木探しを始めました。」

植木の仕事をしていた経験から、知り合いをたどり露茜の苗木を探すも、希少種のためなかなか見つからなかった。そんな時、福岡県の苗木屋から露茜の苗木を特別に作ってもいいと連絡が来る。大内氏はすぐに苗木の栽培を依頼し、完成した苗木1,000本を購入。栽培をスタートした。

アジア圏の富裕層を狙った戦略で小高の梅酒をアピール

栽培開始当初は周辺に荒れた土地が多く、鳥獣害から梅をどう守っていかかが一番の課題だった。農家時代の経験を基に対策を行い、2020年には一定数の実を収穫することができた。そこで、梅酒の製造を依頼する酒蔵を探し始める。その過程で知り合ったのが、農学博士の清水健一氏。日本ワイン界の生き字引とも称される清水氏から、

梅酒の製造販売の知識を教えてください、酒造法の規定で、年間最低6,000Lの製造が必要だと知る。

「この話を聞いた時、リスクが大きすぎると感じましたが、清水先生から『福島の復興のためなら力になります』と言われ、続けることを決意しました。そして清水先生に紹介された山梨の酒類製造会社に製造委託することで、大きなリスクを取ることなく、小ロットでの生産が可能になり、また、私の納得する味の梅酒を造ることができました。」

大内氏は、梅酒の製造・販売のために2021年に個人事業主として「大内安男商店」を設立。希少品種の実で梅酒を製造しているため、値段は1本500mLで5,000円から。この価格が一般流通に向かないことは大内氏も承知の上。そこで狙ったのがアジア圏への輸出販売だった。しかし、当時はコロナ禍真っ只中。十分にPRができない状況が続き、ストックが4,000本まで増えてしまう。2022年に「ふくしまみらいチャレンジプロジェクト」に参加し、「台湾美食展2022」に梅酒「春紅麗」を出品したことで、ようやくスタートラインに立てたと大内氏は言う。

「決して良い反応ばかりではありません。独自で取ったアンケートを見ても値段が合わないという声もありました。でも、価格競争をしたらこちらがつぶれてしまう。富裕層をターゲットにする基本路線は変えずに違ったアプローチを考えるなど、今後もさらなるマーケティングを行っていきます。」

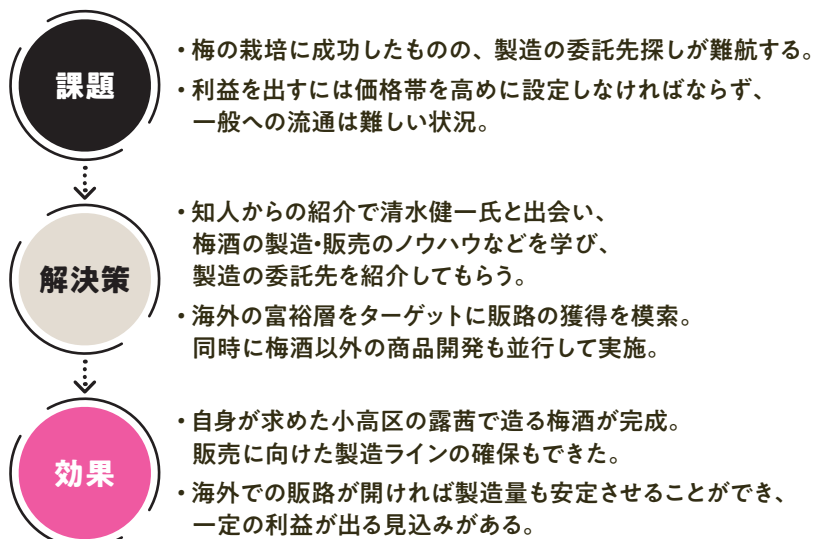
梅酒の認知度アップのため、露茜を使ったジュースも商品化へ向けて試作を続けている。現在、梅の木は1万6,000本にまで増え、年間生産量も80tを見込めるまでになった。本格的な販売網拡大はこれから。新たなチャレンジに2度成功している大内氏なら、小高区の露茜で造った梅酒をアジアに広めてくれるに違いない。



大内安男商店が手掛ける小高の梅酒



露茜の栽培風景



風評を被った農場主たちの思いを胸に 福島にしかないブランド牛を育て上げる



有限会社エム牧場

ユウゲンカイシャエムボクジョウ

業種	農業
代表者	吉田和氏 [代表取締役]
所在地	福島県二本松市初森字八斗田66
TEL	0243-57-2811
WEB	https://www.m-bokujo.co.jp/
創業年	1995年
資本金	300万円
従業員数	17人
売上高	10億2,063万円

1995年創業。被災後廃業の危機に陥るが福島県内外の農場を譲り受け、現在は13カ所でおよそ2,500頭の牛を飼う。2020年には全国でも希少な「短黒牛」を独自に飼育し、自社で精肉の加工・販売を開始。現在は生体熟成牛の加工・販売を行っている。

原子力発電所の事故で 多くの農場が被害を受けることに

詩人・高村光太郎の代表作「智恵子抄」にも登場する福島県二本松市。県内で会津若松市と並ぶ城下町であり、その名残をとどめる町並みを挟んで西に安達太良山がそびえ、東には阿武隈川が流れている。町の中心部から東へ山道を登っていくと、白地に緑色の文字で「エム牧場」と書かれた看板と共に、大きな牛舎が見えてくる。

「こんな山間にこれだけの牛舎があるなんて想像しなかったでしょう」と出迎えてくれたのは、有限会社エム牧場の代表取締役である吉田和氏だ。

エム牧場は1995年に二本松市で創業。和牛の繁殖、肥育から精肉の販売までの一貫経営で幅広く手がけている。

2023年には福島県内9カ所をはじめ、岩手県3カ所、宮城県1カ所の計13カ所で2,500頭近くの牛を飼育するまでに規模を拡大した。

「私が社長になったのは東日本大震災が発生した2011年。被災から間もない大変なタイミングで社長になってしまったなど、後悔の念が頭をよぎりました」と吉田氏は振り返る。

被災当時、福島県内で4カ所の農場



代表取締役の吉田和氏

を管理していた。二本松市の農場は一時的に餌が届かない状態になったこと以外は大きな損害はなかったものの、東京電力福島第一原子力発電所の事故による放射性物質の拡散の影響を受けた相馬市、葛尾村、浪江町の3カ所の農場は大打撃を被ったという。吉田氏は、「とにかくパニックで、どうしたらいいのか分からなかったです」と当時を思い出しながら語る。

被災で廃業しかけた牛飼いが 罪のない牛たちを救う農場主となる

「実家も農家で牛飼いをしています。だから私も何千頭も牛を飼いたいという気持ちで働いていました。こんなことで夢を諦めなくなかったし、牛を救いたかった」と吉田氏。放射能の風評で「福島の牛は危険だからいらぬ」と心ない言葉を浴びせられ、市場ではただに等しい額で取引されるようになり、収入を失った農場主の多くは廃業せざるを得なくなっていく。

吉田氏は廃業を選が福島県の農場主たちに農場を譲ってほしいと駆け回った。さらに、「宮城県丸森町の農場や岩手県金ケ崎町の農場から、引き取ってほしいという依頼もありました。風評が東北各地の牛にまで広がっていたんです」。吉田氏は、風評を被った農場主たちの無念を胸に、農場の数を増やしていった。

県内外に農場が増えたことで社員の数も増えていった。現在は17人で、平均年齢は30歳ほど。「被災直後からいた社員は今では会社の中心的立場。これまでよく付いてきてくれたなと思います。その気持ちに報いるためにも牛飼いという仕事に誇りを持てるように、会社を大きくしないと、と考えるようになりました」。

- 災害対応
- 新商品・新技術開発
- 新規事業
- ブランディング
- 風評対策
- 事業承継
- 人材



エム牧場で飼育される短黒牛。霜降りと赤身のバランスが絶妙で、牛肉本来のおいしさが堪能できる



2023年に入り、エム牧場は新たに「移動する自動販売機」での販売に取り組んでいる。軽トラックと冷凍の自動販売機を一体化させ、二本松市の各所を移動しながら牛肉を販売する。人件費や設備費を節約しつつ、お手頃な値段で高品質な牛肉が提供できるという。

畜産の未来を担う若手牛飼いたちに惜しみなくノウハウを伝承

「福島にしかないブランド牛」で価値と信頼を取り戻す

その誇りにつながるものとしてひらめいたのが、「福島にしかないブランド牛」の開発。岩手県の短角牛と黒毛和牛を掛け合わせた「短黒牛」に狙いを定めた。短黒牛は全国でも生産数が極めて少なく、和牛全体でも0.01%にも満たない、いわば「幻の牛」。吉田氏は「柔らかい肉質の国産黒毛和牛と赤身のうまみの強い短角牛を掛け合わせた『短黒牛』は唯一無二の肉ですね」と胸を張る。

2015年に短黒牛の飼育を始めると、社員からは「岩手県まで短角牛を仕入れに行き、何を始める気だろう」と思われていたという。それからおよそ5年の歳月をかけて誕生させた牛を「短黒牛」として商品化した。吉田氏は「一部の人からは『何を始めるかわからないけどがんばって』と冷やかされたりもしましたが、今となってはいろいろな方面から取り上げてもらって、うれしい限り」と頬を緩める。

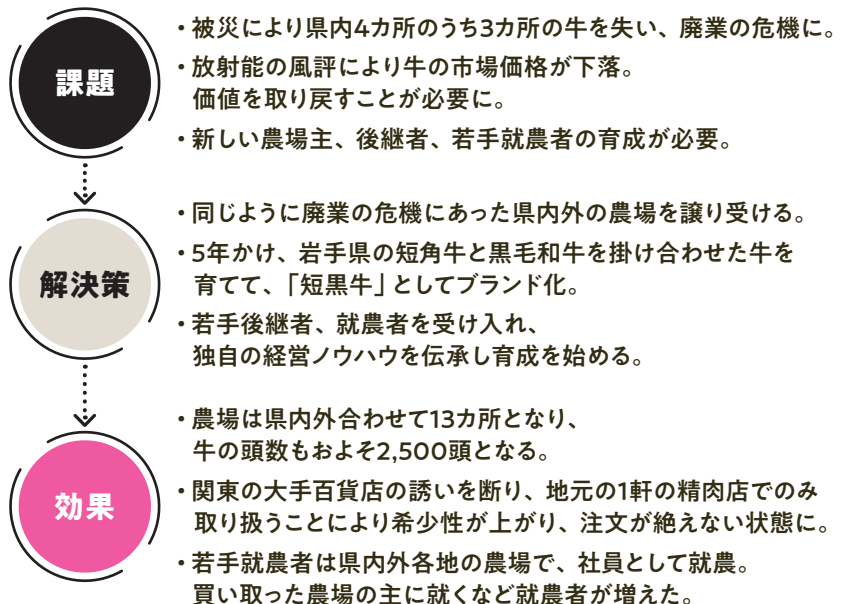
短黒牛の評判は、地元の料理人の口コミから瞬く間に広がり、ついには関東の大手百貨店からも取引の交渉を受けるまでに。しかし、希少価値を高めるため、また地域の発展・振興のためにあくまで地元の1軒の精肉店にしか卸していないという。吉田氏は「風評で福島の牛たちは価値と信頼を失いました。この短黒牛で、なくしたものを

取り戻したい」と願う。

現在、エム牧場では押しも押されぬせぬブランドになりつつある「短黒牛」の他に、生体熟成牛の生産にも取り組んでいる。生体熟成牛とは経産牛を再肥育した牛のことを指す。一般的に経産牛は脂身が少なく肉が痩せているため、食用に向いておらず処分されることも多い。それをメーカーと共同で開発した独自の飼料と飼育方法で再肥育しているのだ。「フランスなどヨーロッパでは経産牛も人気があります。処分されるよりおいしく食べてもらった方がロスも少なくなりますよね」と、フードロス対策にも直結することも行っている。

今、吉田氏が危惧しているのは牛飼いの後継者と若手就農者がいないことだ。吉田氏は「どこでうわさを聞き付けてきたのか、『研修させてほしい』という問い合わせが全国からあります。多いのは自分の息子・娘を預かってほしいというもの。すぐに受け入れますよ」と笑う。本気で牛飼いを生業にしたいと思う若者には、自分の培った技術や知識を惜しみなく教えていくという吉田氏。「どんな理由であれ、就農してくれる若者は日本の宝ですから」。

近い将来、エム牧場で多くのことを学んだ若手牛飼いたちが全国で名をはせる。いずれそんな日が来るだろう。



株式会社牛屋

牛の飼育法を羊にも応用し売り上げ5倍に
畜産を超えた取り組みで若い力につなぐ

株式会社牛屋

カブシキガイシャウシヤ

業種 畜産農業

代表者 吉田健氏 [代表取締役]

所在地 福島県双葉郡葛尾村大字上野川字
仲迫27-11

TEL 無し WEB 無し

創業年 2017年 資本金 300万円

従業員数 8人 売上高 非公開

代表取締役の吉田健氏が、2017年に獣医師の妻と共に福島県葛尾村で牛の畜産業を開始。翌年には羊の飼育にも挑戦する。2023年4月に牛舎を5棟追加するなど大幅に規模を拡大し、同年内に牛400頭、羊100頭に達する見込み。肉の加工業なども行う。

その後は田村市で再び父と共に畜産業に精を出し、2016年、ついに葛尾村の一部地域が避難解除に。18歳から父を手伝っていた畜産のキャリアは約25年になろうという頃だった。

ゼロからの出発
妻と、3頭の牛と共に起業

時は来た——。「ゼロからの出発」と吉田氏は意気込む。

「実は被災前から、一般的に畜産業は若者にとって憧れの職業ではなく、将来性がないことを問題に思っていました」。そこで2017年、妻と“たった3頭の牛”と共に、葛尾村の前とは別の場所で牛屋を創業。「若者へ引き継ぎたい」「畜産はちゃんと稼げて楽しい仕事だ」、そんな思いで牛の育て方を一から見直した。試行錯誤の末、他の農家が

約30カ月かけて育てる牛を、たった半年で出荷できる飼育方法を考案する。

「牛は、たくさんエサを食べさせて健康体のまま太らせないとおいしくならない。『1週間ごとに500gずつエサの量を増やす』ことで、飼育期間を短くすることができました」。実は、獣医師である妻の美紀氏がきちんと健康管理をしているからこそなせる技だ。広々とした環境も必要となるため、「福島再生加速化交付金制度」を利用し、2023年4月に5棟の巨大な牛舎が完成。一般的には4、5頭の牛を入れて飼う広さのスペースに2頭だけ入れ、ストレスの少ない環境を実現した。牛は2023年中に約400頭まで増やす予定で、来年の売り上げは目標2億円だという。

「うちの飼育方法なら、子どもを産めなくなった年寄りの雌牛などを安く購入して短期間で立派な黒毛和牛にできるので、高い利益が出せます」。

さらに、エサやり用の巨大トラクターを購入して業務も時短・効率化に努めるなど、利益率を上げるためにさまざまな施策を実行。飼育した牛は2022年、優れた食肉牛を競う和牛オリンピックに福島県代表として葛尾村から初選出されるなど、高い評価を得ている。

牛の飼育方法を応用し、とろける
味わいの羊肉を新たに開発

長い歴史とたくさんの競合ブランドがある黒毛和牛1本では、頭一つ抜けて出すのは難しい。そんなことを考えて

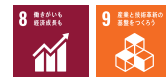


代表取締役社長の吉田健氏(右)と、社員として働く、健氏の長女・愛梨朱氏(左)

明日の行方も分からない不安の中、
村に残る決意をする

「大切な牛たちを放って自分たちだけ避難することはできない」。

東京電力福島第一原子力発電所の事故後、全町民に避難勧告が出た福島県葛尾村。株式会社牛屋の代表取締役・吉田健氏は妻と二人の子どもを避難させ、自分は父と共に残ると決めた。当時はまだ父が築いた葛尾村の牧場で、一緒に黒毛和牛を飼育して出荷していた頃。被災後、約1,200頭の牛たちを、いつどうなるか分からない不安の中、福島県田村市の第二牧場へ移していった。「最後の1頭をトラックに乗せた時、振り返るとガランとして何も無い牛舎がありました。それを見て悔しくて『必ず戻ってくる』と決意したんです」。



新商品・新技術開発

新規事業

ブランディング

販路開拓

連携・協業

地域振興

起業・創業

事業承継

人材

設備投資



(左) 巨大トラクターを使用し、広い牛舎でも短時間でエサを与えることができる
(右) 若いスタッフが羊にエサを与えているところ

いた時、偶然北海道産の羊を食べて感動した吉田氏は、起業2年目の2018年に、新たに羊の飼育に挑戦する。

「羊でどうやって事業化するか考えた時に、黒毛和牛の飼育技術を生かせると考えました。そこで半年飼育して食べたら、以前北海道で食べたものよりおいしかった」。

くさみがなく、脂がとろけるようだったことから「メルティーシープ」と名付け、商標登録する。普通は1kgあたり2,500~3,000円が相場だが、牛屋の羊肉は質が良く、倍以上の価格で売れる。さらに市場に卸して終わりではなく「お客さんの口に入る直前まで責任を持ちたかった」と、加工業や発送業まで行うようになった。

羊肉事業は初年度から好調だったが、理由は「ふるさと納税」だという。いち早く産業復興した牛屋のメルティーシープが葛尾村の返礼品として採用されたのだ。しかし当初、返礼品を受け取った顧客からの評価は芳しくなく、その原因は冷凍技術にあった。一般的な冷凍方法だと凍結するのに時間がかかり過ぎて細胞が破壊されてしまい、解凍時にうまみ成分が流れ出してしまうのだ。そこで200gの肉なら2、3分で凍結できる特殊な冷凍機を購入して出荷したところ、顧客の評判は回復した。

2020年、葛尾村がふるさと納税の返礼品として送付した商品の総額は、年間180万円だったのが、翌年牛屋の羊肉を扱うようになってから2,000万円に跳ね上がり、2022年には4,600

万円に倍増。また、牛屋ではこの冷凍技術を利用して羊肉を凍らせ、自動販売機でも販売したところ、予想以上の売り上げだったという。

2022年度の売り上げの多くはメルティーシープが占め、羊肉の畜産を始めてから売り上げが5倍に。さらにメルティーシープは「葛尾村の特産品」に指定されるなど、順調に歩みを進めている。

さらに業務を拡大 そのバイタリティの秘密とは

吉田氏の新しい試みは尽きない。例えば前述した特殊な冷凍機を利用してイチゴそのものを凍らせ、「かき氷」を作って販売。地元の盆踊りで提供したところ2、3時間で200~300食は売れたという。また羊は、刈った毛を有効活用すべく、有名紳士服店と連携。

2023年よりその紳士服店で高級ウールスーツの販売がスタートしている。

「常に新しいことを形にしたいんです。挑戦は勇気が必要ですが、無謀なわけではなく、リサーチや熟考の上で行動すれば平気。失敗しても元に戻ればいい。そうでないと何も得られません」。

そんな吉田氏が普段強く意識しているのが人との向き合い方。真摯に素直に、偽らず接することを心がけている。

「不思議なことにこうした意識で仕事をしていると、土地を貸してくださる地主さんや取材して広めてくださるマスメディアの方など、素敵なお会いがあるものなんです」と吉田氏。牛舎5棟を新設して人手が欲しかった時は、メディアを通じて知ったのか「牛屋で働きたい」という若者が数名、村役場を通じて現れたという。ずっと牛に囲まれて育った長女の愛梨朱氏も「おいしい牛を育てたい」と入社し、長男も高校卒業後に入社予定だ。

「自分の子どもたちに、『この仕事楽しそう』と思われているのはとても幸せなことですね。こうした若い力に畜産業の可能性や楽しさを教えていくことが今の夢だと語ってくれた。

課題

- ・避難勧告で葛尾村には何もない状態に。
- ・牛はライバルが多い。差別化、新しい切り口が必要だった。
- ・畜産業は、世襲制が多く、若者を取り込む業種でなかった。

解決策

- ・補助金を受けたり、取材で村を知ってもらったりと周囲を頼った。
- ・牛の育て方を見直し、羊の飼育や、肉の加工業も新たに開始。
- ・「新しい、儲かる、楽しい仕事」を基準に、真摯に人と向き合いながら、従来の畜産にとどまらない事業を展開。

効果

- ・メディアを通じ取り組みを知ってもらい、売り上げや認知度アップにつながる。
- ・牛屋の黒毛和牛は福島県代表として和牛オリンピックに出場。羊(メルティーシープ)は葛尾村の特産品に指定され売り上げも5倍に。
- ・娘や息子といった後継者の他、若い従業員も集まってきた。

22 重機リースの会社がチャレンジ！ 次世代エネルギーの未来を切り開く水素事業



株式会社伊達重機

カブシキガイシャダテジュウキ

業種	物品賃貸業	代表者	前司昭博氏 [代表取締役]
所在地	本社：福島県双葉郡浪江町大字酒田字上原18-7 富岡営業所：福島県双葉郡富岡町本岡字王塚670		
TEL	0240-25-8753 (富岡営業所)		
WEB	https://datejuki.jp/		
創業年	1985年	資本金	1,000万円
従業員数	60人	売上高	14億8,652万円

1985年に創業し、重機、トラックなどの車両のリース事業を展開。東日本大震災当時は、東京電力福島第一原子力発電所の事故の対応なども行った。ビジネスホテル事業を展開する他、2022年からは水素事業にも本格的に参入。

東京電力福島第一原子力発電所に重機を搬入し、懸命に事故現場対応

浪江町を拠点に、浜通りエリアでクレーンを中心とした重機レンタル事業を展開する株式会社伊達重機。公共、民間を問わずさまざまな工事現場へ重機をレンタルしており、隣町にある東京電力福島第一原子力発電所関連の仕事も元請けの一次下請けという立場で請け負ってきた。

東日本大震災が発生し、東京電力福島第一原子力発電所の事故が起きる。浪江町は避難区域となり全町民が避難を余儀なくされる中、当時専務の前司昭博氏（現社長）は、社長だった父・昭一氏と共に、東京電力福島第一原子力発電所に重機を入れる決断を下す。

「当社では重機のレンタルだけでなく、



代表取締役の前司昭博氏

発電所関連の人たちに向けたビジネスホテルの運営も行っていました。そのため東京電力関連の人たちとは顔見知りでした。日頃からお世話になっている人が困っているというのであれば、地元の企業として何かしなければいけないと思い、賛同してくれた2、3人の社員と共に事故から1週間後に現場へ入りました。

現場に関する情報も錯綜する中だっ

たが、地元企業としてやれることをやるという使命が行動につながったと振り返る前司氏。作業に対する手当てはあるのか、この先一体どうになってしまうのかという不安は残りながらも、昼夜関係なく対応に当たった。事故対応の拠点となったJヴィレッジと現場を往復する日々が続き、宿泊は車中。全国から応援に来る業者のまとめ役も任せられたため、気が休まる時間は全くなかったという。

「被災直後は無我夢中でした。100日以上昼夜問わず休みなく働いても人間は死なないんだと、後で冗談として話せるくらいになりましたが、今思えば本当に大変な時期でした」（前司氏）。

懸命な対応に取りかかって約1年が経過した時、経済産業省のグループ補助金の採択が決まりビジネスホテル業を再開。除染関連で重機やトラック運送などの仕事も多くなり、売り上げも見込めることがはっきりしたため、経営に関する不安は少しずつ消えていく。

町の水素タウン構想に賛同し、将来を見据えて新規事業に参入

東日本大震災以降、前司氏は多忙を極める中で、地元商工会青年部の活動にも力を入れる。2013年のB-1グランプリで日本一に輝いた「なみえ焼そば」の活動にも参加した。「地域が活性化しなければ、自分の商売も絶対に良くなる。だから自分のことだけを考えては駄目なんです」と語る前司氏。自分が何かできる立場にあるのであれば、積極的に取り組まなければいけないという考えを持っている。

そんな前司氏が、新しい浪江町の発展のため勉強に励んだのがSDGsだ。所属する青年会議所では、SDGsを日本一推進する団体ということでセミナーや勉強会などを開き、理解を深め



- 災害対応
- 新商品・新技術開発
- 新規事業
- ブランディング
- 連携・協業
- 地域振興



水素自動車に水素を充填中

浪江水素ステーションでは1日平均8台の利用がある



「ステーションを運営するのはリスクも大きい」と前司氏。実際、多くの水素ステーションで年間2,000万円以上の赤字が出るという予測もある。それでも前司氏は、3~5年以内には黒字化を達成できると目標を語る。

「水素事業は、2,000万~3,000万円の利益を生むと考えています。たくさんの人に水素自動車の魅力を知ってもらえれば必ず需要は大きくなると思います、トヨタの水素自動車『MIRAI』を50台購入してリースしています。1日1台も車が来ないという水素ステーションも多い中で、当社の水素ステーションには平均8台も来ているんですから、可能性は絶対にあると思います」。

さまざまな点で変化が求められている現代、浪江町も新しい時代に合わせた町に生まれ変わろうとしている。自分が生まれ育ち、そこで働き続けるからこそ、変わろうとする町でできることをやり続けたいと話す前司氏。現在は、電動キックボードのレンタル業にも興味を持ち、勉強しているという。町の活性化が自身の事業の成長にもつながるという前司氏のような考えを持つ経営者が多くなることを願うばかりだ。

た。「重機のレンタル業をしている間は、SDGsに取り組むことは難しかった。いろいろな勉強をしながら何ができるか考えていた時、町の水素タウン構想が持ち上がったんです」。

浪江町は2020年2月にゼロカーボンシティーを表明し、「福島水素エネルギー研究フィールド (FH2R)」を開所。町の企業に水素事業参加を呼びかけたが、反応は芳しくなかった。前司氏も、他社が水素ステーションを建設するのであれば、参加しないと決めていたという。「地元企業でつぶし合っても仕方がない。地元企業がどこもやらないと分かったので、最終的に手を挙げさせてもらいました」と話す。

SDGsに関する勉強をする中で、近い将来、重機が水素自動車かEV(電気自動車)に切り替わるという情報を把握。パワー不足が懸念されるEVよりも水素自動車に切り替わる確率が高いという話も耳にしていた。「将来を見据えて水素事業に関わることは、会社の発展に必ずつながるという思いが強かった」と、新規事業参入への理由を教えてくれた。

数年後の黒字化を目指し、水素自動車のリースも開始

気候変動による地球温暖化を防ぐ策

の一つとして、水素エネルギーは世界的にも注目を集めている。しかし、十分に普及しているというわけではない。全国で164カ所(2023年1月時点)の商用水素ステーションが稼働しているが、設置のない自治体も多く存在する。水素自動車の普及もこれからで、事業の成功には法整備も含めたさまざまな課題が残されている。

水素ステーション建設にかかる費用は約5億円。うち8割は補助金で賄われるが、残り2割は事業者負担になる。「持ち出しの2割分があれば一般的なガソリンスタンドが建設できます。それを考えれば、まだ需要の少ない水素ス



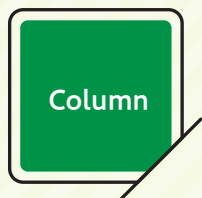
- 重機のレンタルは東京電力福島第一原子力発電所の事故後も稼働はあったが、その他の事業が滞った。
- 水素ステーションの運営だけでは年間2,000万円の赤字が出る予測もある。



- 被災から1年後にはグループ補助金でビジネスホテル事業を再開。貨物運送業も除染が活発に行われると、稼働が増えた。
- 水素自動車を50台購入して、地域や県内の事業者へリースする事業を開始し、ほぼ全てが貸し出されている。



- 昼夜問わず働きながらも手当てがあるか心配もあったが、売り上げを減らすことなく会社を維持できた。
- 全国には利用数1日0台という水素ステーションもある中で、浪江水素ステーションは1日平均8台の利用がある。



観光ビジネス“復興の現在地” 「新しい東北」交流拡大モデル事業の成果

2010年代から増加してきたインバウンド需要。東北での交流人口拡大のため復興庁が実施した「『新しい東北』交流拡大モデル事業」には、多くの事業者が参加した。モデル事業は2020年度に終了したが、その成果や汎用性が現在まで受け継がれている事業もある。そんな観光ビジネス“復興の現在地”を紹介する。

「新しい東北」交流拡大 モデル事業とは

2016年度から2020年度までの5年間、復興庁が実施。2020年までに東北6県の外国人延べ宿泊者数「150万人」を目標に、参加事業者の旅行商品の開発やプロモーションの支援を行った。



岩手のアイデンティティを再認識し、 土地の誇りを呼び覚ます

2020年度のモデル事業

岩手県の 内陸沿岸連携による SBNR層誘客と 受入基盤整備 ～里山海とともに生きる 地域コミュニティの文化を未来へ～

代表事業者 株式会社みちのりトラベル
東北

対象東北地域 岩手県

対象市場 東アジア・東南アジア・
北米・ヨーロッパ

● 2020年度までの課題と成果

SBNR層^{※1}を対象に、「歴史探訪」「生活文化体験」「自然散策」の三つが軸の「Iwate, the Last Frontier」という事業を立ち上げ、自然と調和する暮らしの体験ツアーを造成。コロナ禍で販売実績を積むには至らなかったが、地域の受け入れ体制の整備と情報発信の継続強化という課題が判明した。

※1…「Spiritual But Not Religious(無宗教型スピリチュアル)」の略称。特定の宗教を信仰しているわけではないが、精神的な豊かさを求める人のことを指し、アメリカでは人口の5人に1人が当てはまるという。

現在も活用されるモデル事業の成果

モデル事業の実施により、「体験コンテンツの受け入れ先に限りがある」「現在の事業や取り組みの情報発信が十分にできておらず、集客が困難」という課題に直面した株式会社みちのりトラベル東北。

「現在も継続開催している『自らの土地の歴史を深掘りするフィールドワーク』を地道に続けていくことが、現状の課題解決につながる」と、同社ローカルコーディネーターの宮城和朋氏は語る。

フィールドワークでは、プロジェクトメンバーや地元の学芸員がナビゲーターとなって岩手の自然を巡り、先住民族「エミシ」や縄文時代から続く精神性を伝えている。今後はSNSでもこの取り組みについて発信する予定だという。そして、フィールドワークで岩手や東北の歴史文化を伝え、地域に関わる人が増えれば、いずれ体験コンテンツの受け皿となる可能性もある。また、目標は課題解決だけではない。「今後はより広域連携を意識した事業を展開していきたい」と、宮城氏は話す。



ナビゲーターの案内の下、地域に眠る歴史資源を深掘りするフィールドワーク



遠野市の無形民俗文化財であるし踊りを、伝統建築「南部曲がり家」にて特別鑑賞

3.11伝承ロードを巡る

過去を教訓に、未来の命を守る

「3.11伝承ロード」では、各被災地にある「震災伝承施設」のネットワークを活用し、防災に関するさまざまな取り組みや事業を行っている。「うのすまい・トモス」は、岩手県釜石市の鶴住居駅前^{うのすまい}にある防災学習推進施設「いのちをつなぐ未来館」、東日本大震災の犠牲者を追悼する施設「釜石祈りのパーク」、観光交流施設「鶴の郷交流館」の三つの施設からなるエリアの総称だ。見学の他、防災ワークショップなども体験できる。



● うのすまい・トモス

所在地: 岩手県釜石市鶴住居町4-901-2
TEL: 0193-27-5666 WEB: <https://unosumai-tomosui.jp/>

東北の「おもてなし」を より多くの人に体験してもらうために

2019年度のモデル事業

食べる東北・ 食のグローバルツーリズム 「Enjoy togetherness around Same table」 ～みんな一つのテーブルで～

代表事業者 アトラク東北株式会社

対象東北地域 青森県・秋田県・宮城県・
岩手県・山形県・福島県

対象市場 東アジア・東南アジア・
北米・ヨーロッパ・
オセアニア

● 2019年度までの課題と成果

アトラク東北株式会社は、山形の出羽三山と宮城の金華山を結ぶエリアで、「食」とハイキングなどのアドベンチャーを掛け合わせたツアー造成を行った。一方で、広域でのツアー展開における、各地域の連携がうまくできていないという課題が浮かび上がった。

※2…「Destination Management Organization (観光地域づくり法人)」の略称。地域全体を活性化させる取り組みを実施している。

※3…「Destination Management Company (観光地域づくり会社)」の略称。旅行者の満足実現に向けて、経営・資源開発を行う地域に特化した旅行会社。

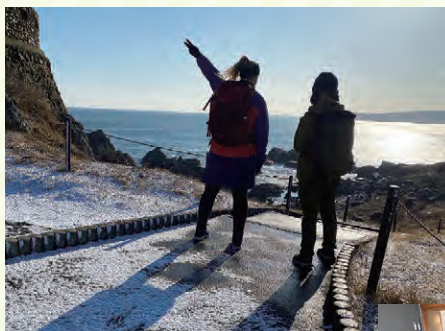
※4…世界の食文化や宗教を背景とした「食の多様性」を尊重し、対応できる環境を整えること。

現在も活用されるモデル事業の成果

「広域ツアーにおけるDMO^{※2}連携がうまく実施できていない現状がありました」。そう語るのは、アトラク東北株式会社代表取締役の後藤光正氏。県やエリアをまたいだツアーの地域連携では、地域での体験内容が各DMOの特色に偏り過ぎることもあり、ツアー全体のテーマがブレてしまうことがあったという。そこで大切になってくるのが、DMOを取りまとめ、現地での旅行客の対応も行うDMC^{※3}の強化だった。DMCを強化することで、複数地域を巻き込んだツアーでも一貫性が保て、自治体中心だと決定に時間がかかる事項も、DMCが介入することでスムーズに解決する。

また今後は、エリアをまたいでもガイドができるスーパーガイドの誘致や、地域の飲食店や市町村などに向けてフードフレンドリー^{※4}の認知を広げていく活動も続けていきたいという。

「東北では、たくさん食べさせるのが『おもてなし』。いろんな人が、同じ食事を一緒に食べられるようにしていきたいですね」。



モデル事業での気付きを生かし、青森県八戸市から福島県相馬市までという広域のトレイルのモデルコースを作成



青森県黒石市で行われた、フードフレンドリー対応についてのセミナーの様子。地域の事業者が集まった

3.11伝承ロードを巡る

自然災害の全てを語り合い、学ぶ場所

防災について、自分ごととして考えるきっかけを提供する震災伝承館。展示資料の見学だけでなく、コース選択可能なラーニングプログラムを体験するのが特徴。被災者の証言映像を基にした参加者同士の対話や、被災時を想定した実践的な防災ワークショップなどを通して、「自分が自然災害に遭遇したら、どう判断し行動するか」を考えることができる。その他、持ち帰り用の防災ミニブックの配布も行っている。



南三陸町観光協会提供

● 南三陸311メモリアル

所在地: 宮城県本吉郡南三陸町志津川字五日町200-1
TEL: 0226-28-9215 WEB: <https://m311m.jp/>

福島を経済に貢献しながら 多くの外国人が訪れる未来を目指す

2019年度のモデル事業

福島沿岸部周辺地域 における 魅力発信のための FIT^{※5}向け旅行造成事業

代表事業者 株式会社羅針盤
(旧 株式会社ノットワールド)

対象東北地域 福島県

対象市場 北米・ヨーロッパ・
オセアニア

● 2019年度までの課題と成果

2018年に福島県のツアー造成を開始。リアルな福島の現状を知ってもらい、東北への風評を払拭する目的があったという。モニターツアー^{※6}で情報を集め、2019年には日帰りだけでなく1泊2日のツアーにも着手したが、宿泊ツアーへのハードルの高さが課題となった。

※5…「Foreign Independent Tour(Traveler)」の略称。団体旅行やパッケージツアーを利用しない、個人旅行者のこと。

※6…旅行費用の一部負担などを条件に一般のモニターを募集し、ツアー内容などについての調査報告をもらうツアーの形態のこと。

現在も活用されるモデル事業の成果

日帰りより多くの時間を体験に充てることができ、かつ地域経済の活性化につながると考え、1泊2日のツアー造成を始めた株式会社羅針盤。そこでぶつかった課題について、代表取締役の佐々木文人はこう語る。「集客の問題として、1泊2日ツアーはなかなかハードルが高いという課題がありました」。

YouTubeの活用など集客方法を工夫していたが、コロナ禍により効果を正確に測ることができなかった。また、復興が進んだことと帰還困難区域が各地で解除されたことで、訪問先の見直しも必要となった。

制限が解除され、外国人観光客も戻りつつある2023年。課題に対する解決策を本格的に実施できるのはこれからになるだろう。今後は、コロナで中止していた日帰りツアーの復活、1泊2日ツアーの定期的な開催、地域の観光振興事業者への貢献の三つが目標。

佐々木氏は「毎日、福島沿岸部に多くの外国人が訪れ、福島の今を知り、それが世界に共有される状況をつくりたい」と決意を新たにす。



福島県ツアーの様子。
東日本大震災の爪痕が
残る場所を巡り、リアル
な現状を伝えた



津波で大きな被害を受けた、福島県双葉郡浪江町の慰霊碑を訪れた

3.11伝承ロードを巡る

双葉の再生の軌跡を残すために

双葉郡は、福島県浜通りに位置し、東京電力福島第一原子力発電所の事故によって避難指示が出された。その被害の状況を人々に共有するため、2018年に双葉郡未来会議が設立。パネル展示やビッグモニターでの映像放映だけでなく、関連書籍や資料も豊富。さらに、災害時に役に立つ学校、消防、警察の情報もまとめており、単なるアーカイブ施設でなく、未来を見据えた総合施設として機能している。



● ふたばいんふお

所在地: 福島県双葉郡富岡町大字小浜字中央295ふたばタイムズ1F
TEL: 0240-23-6612 WEB: <https://futabainfo.com/>

休耕地を活用できCO₂削減にも寄与する
ライスレジンを世間の“当たり前”に

株式会社バイオマスレジン福島

カブシキカイシャバイオマスレジンフクシマ

- 業種** 化学工業 **代表者** 渋佐寿彦氏 [代表取締役]
- 所在地** 福島県双葉郡浪江町大字棚塩字北金ヶ森1-1
- TEL** 0240-23-5107
- WEB** <https://www.biomass-resin.com/about/fukushima/>
- 創業年** 2021年 **資本金** 4,250万円 (2022年11月現在)
- 従業員数** 8人 **売上高** 非公開

相馬ガスグループとバイオマスレジン南魚沼が合併事業として立ち上げた。非食用米を活用した国産バイオマスプラスチック「ライスレジン」を製造。原料となる米の営農再開へ向けた支援も行っている他、復興にも尽力している。

幼なじみと共に新しいことを
やり遂げる楽しみを胸に福島へ

「私は、現状維持は衰退だと思っています。福島だけでなく、日本の地方全てに言えることですが、新しいことに挑戦していかないと衰退していくだけ。だから現状に満足することなく、積極的に次の手を打つ必要がある。東日本大震災や東京電力福島第一原子力発電所の事故による大きな被害から復興を目指す浪江町も同じ。だから絶対にこの事業を成功させて、地域を復興につなげないといけないんです。そう覚悟を決めて取り組んでいます」。

2022年11月に工場の操業が始まった株式会社バイオマスレジン福島で、現場統括を任されている取締役社長の今津健充氏は、力強くそう語る。



取締役社長の今津健充氏。ロビーから工場内が見える構造。ライスレジンで作られた商品を飾るスペースも

東京都出身で、かつては製薬会社に勤めていた今津氏が、ゆかりのない福島県に来たのは2014年。浪江町のある相双地区でエネルギーサービスを展開する相馬ガスグループへの転職がきっかけだった。「相馬ガスの創業家出身で、現在相馬ガスグループ代表取締役社長の渋佐寿彦から声をかけてもらったのが始まり。彼は私の幼なじみ

で、小中高、予備校が一緒だった。昔から才能豊かな人物でしたから、一緒に事業ができるという楽しみが転職を決意させてくれました」。

相馬ガス入社後、社長室を経て2017年に専務取締役、2020年には社長に就任。渋佐氏と共に相馬ガスグループ発展に尽力してきた。福島に来てからは原町青年会議所(南相馬市)の理事長も務めるなど、地域の発展へ向けた活動も積極的に行ってきた。そこでバイオマスレジン事業へつながる出会いがあったという。

「理事長時代に、日本青年会議所の会頭も務められた浪江町出身の石田全史さんと知り合うことができました。その石田さんから、バイオマスレジンホールディングスが地元企業と一緒に浪江町に工場を造りたいと言っている、という話を伺ったんです。そして代表取締役社長の神谷雄仁を紹介してもらったのが、事業を始めるきっかけになりました」。

猛スピードで駆け抜け創業
休耕地をいかに生き返らせられるか

今津氏と神谷氏が最初に会ったのは2021年4月。そこからわずか3カ月後にバイオマスレジン福島が誕生した。同年10月には浪江町と工場の立地協定を締結。それから約1年後には工場稼働となった。

「取材を受けると設立時の苦労話をよく聞かれるのですが、何が苦労だったか分からないほどのスピード感で話が進んだんです。新しい事業へのチャレンジにはいろいろな不安が付きまとうかもしれませんが、不安ばかりに目を向けては進むものも進まない。だからスピード感を持ってやれたことは良かったと思っています」と今津氏は語る。

工場稼働を前に定員10人で求人を開始。どれだけの応募があるか不安も



新商品・新技術開発

風評対策

連携・協業

地域振興

起業・創業

人材

情報発信

あったが、30人以上の応募があったという。「募集開始時点では年配の方が多かったのですが、時間がたつと若い世代の応募も増えました。採用した中には、県内の他のエリアから『当社で働きたい』と転居してきた社員もいます。その点においても、自分たちがやっている事業の大きさを改めて実感しました。

バイオマスレジンは福島では、非食用米を原材料とするライスレジンの製造を行っているが、工場設立の背景には1,900haあった浪江町の営農地を有効活用するという狙いがあった。被災前は米農家が多く点在したが、東京電力福島第一原子力発電所の事故の影響で休耕地に。2014年からは作付けが再開されたが、2022年になっても約8割が休耕地のままだった。風評被害もあり食用米の生産が難しい状況が続く中で、非食用米を作り農地を生き返らせることも目的となっている。バイオマスレジンは福島では操業当初から廃棄米を活用してライスレジンを製造しており、2022年より、関連会社の株式会社一の(農地所有適格法人)が浪江町や飯館村で作付けしている非食用米を使って製造を始めている。



ライスレジンを原料に作られた「お米のスプーン」。他にもお弁当箱やおもちゃなど多数の商品がある

ライスレジンを地元の誇りに 地域教育にも力を入れる

ライスレジンは、原料が国産のため海外の情勢に左右されず安定供給ができ、石油系プラスチックと変わらない品質を持つ。カーボンニュートラルの重要性が叫ばれる中、バイオマスプラスチックへの注目度は高まっているのは事実だ。だが一部では原料が米という点に対する嫌悪感も聞かれるという。「米食文化の日本では、『そんなもったいないことをしているのか』と思う人も多い。廃棄米、非食用米という説明をしてもすぐに理解してもらえないケースもある。その点を他の企業に分かってもらうのも役目の一つだと思っています」。

バイオマスプラスチックが注目されているうちは、事業の成功ではないと

いう今津氏。「世間で当たり前のように使われるようになってこそ、やっと成功したと思えるんじゃないでしょうか」。そして、同社が地域貢献の役割を果たす意味でも、子どもたちにも誇りに思ってもらえる会社にしていかねばいけないと考えている。

「ここで生まれ育った子どもたちに、ライスレジンを地元の誇りと感じてもらえるかが今後のポイント。だからこそ、地域教育という点にも力を入れたい。浪江の子どもたちがライスレジンの箸で給食を食べ、地元ではライスレジンの原料となる非食用米が作られていることを知ってもらう。そういう形で地元の産業に触れれば、自分たちが住んでいる町に対して誇りを持てるようになると思います」。常に先を見据えて行動する今津氏は、今後の目標についてそう話す。

工場の操業は始まったばかりだが、化石燃料を取り扱う企業が自然共生へ取り組み、「脱炭素×復興まちづくり」の先進モデルを創出しようと動き出した。猛スピードで工場を稼働させた同社。きっと遠くない未来に浪江町で新しい産業の景色が見られるに違いない。



工場内で廃棄米、非食用米を生成してライスレジんに。駄菓子子の「ポン菓子」のような匂いがした

課題

- ・風評被害の影響もあり浪江町では食用米の作付け再開が進んでいなかった。
- ・米でプラスチックを作るという点に嫌悪感を抱く人もまだ多い。

解決策

- ・食用米ではなく非食用米を作るといった新たな農法を提示して休耕地を少なくする施策を考案。
- ・地元の子どものためにライスレジンの箸を使ってもらうなど、理解を深める活動を模索中。

効果

- ・関連会社が浪江町の農地で非食用米の作付けを開始。その米を使ったライスレジンの製造が2023年秋から始まる予定。
- ・ライスレジンが当たり前の存在となり、地元の子どもたちが誇りに思える産業となるようにしていくのが目標。

浅野燃糸株式会社

「工場」兼「オフィス」兼「商業施設」？
他にはない観光拠点で町を盛り上げる

浅野燃糸株式会社

アサノンシカブシキカイシャ

業種 繊維工業 代表者 浅野雅己氏[代表取締役社長]

所在地(本社) 岐阜県安八郡安八町中875-1

所在地(双葉事業所、福島新工場)

福島県双葉郡双葉町中野館ノ内1-1

TEL(本社) 0584-64-2279

WEB <https://asanen.co.jp> 創業年 1967年

資本金 1,000万円 従業員数 60人 売上高 20億円

1969年に世界初の燃糸工場として岐阜県で設立。数多くの大手メーカーから燃糸指定会社として指定されている他、高機能タオル「エアーカーおる」を製造・販売し、人気を集めている。2019年に福島県双葉町と立地協定を締結し、2023年4月に新工場「フタバスーパーゼロミル」を稼働させる。

ゆかりのある福島を
手助けできないジレンマ

「かつて岐阜県で水害があり弊社の工場も大きな被害を受けました。そのときは父が社長をしていましたが、多くの人に助けていただき会社を持ち直せたと聞いています。そんな過去があり、私が福島大学の出身でもあるので、東日本大震災が起きた時は何か手助けを



自ら工場内を案内してくれた代表取締役社長の浅野雅己氏

しなければいけなかった」。こう話すのは浅野燃糸株式会社の代表取締役社長の浅野雅己氏。でも当時は「会社がつぶれかけるくらいの危機」で、他のことを考える余裕がなく、自分を責めた時期も。テレビで福島のニュースなどが流れるとすぐに消していたこともあったそうだ。ただそんな後ろめたさが、後の取り組みへの原動力となる。

浅野氏は50年以上続く繊維工場の2代目として、さまざまな取り組みを実施。高機能タオル「エアーカーおる」などのヒット商品も生み出し、繊維業界をけん引する一人として注目されている人物だ。そんな浅野氏が福島の復興へ関わるきっかけとなったのは2019年3月。「繊維の将来を考える会」という会に参加した際、経済産業省のある人物から「福島の復興が全く進んで

いない。今後、イノベーション構想も本格的に動き出しますので、手伝ってもらえませんか」という提案を受けたことだった。会に参加したほとんどの経営者の反応は鈍かったが、浅野氏は「顔には出しませんでしたけども、やっとこの時が来たなと思いましたね」と前向きに捉えたのだ。

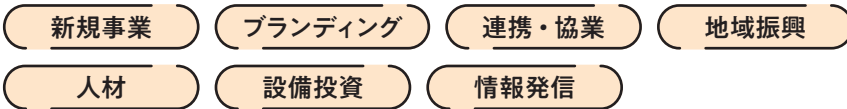
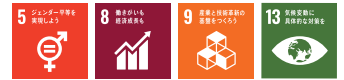
町長の一言が
背中を押すきっかけをつくる

2019年7月、経済産業省の担当者と共に福島県を視察。いくつかの自治体を回り、最後に訪れたのが双葉町だった。いろいろな説明を受けた後、双葉町の伊澤史朗町長から“今の町内の様子”を見てほしいと依頼される。当時はまだ立ち入り制限がかけられたエリアで、夕方のゲート封鎖時刻が迫っていた時だった。「わずかな時間でしたが、音のない景色を目の当たりにした瞬間、涙が出てきました。東京電力福島第一原子力発電所事故の影響というものはとんでもないものなんだと、心が痛んだことを本当に覚えています」。

視察後、同行したメンバーと会食。伊澤町長とは趣味のプロレス談議で盛り上がったという。そんな会食の最後に伊澤町長から次のような話があった。「浅野さん、事前調査の点数や現状を見ても、たぶん双葉町は選ばないと思う。でも隣町の浪江町など、進んでいるところもあるので、双葉郡に来てもらい



約2万8,000平方メートルもの敷地面積を誇る新工場「フタバスーパーゼロミル」



工場は見学できる他、商業施設の側面も持つ。主力商品の購入や、カフェで福島県産の桃としらすを使用した商品を楽しむこともできる

たい」。この話を聞いた時、浅野氏は「この地でお役に立てたら」と、双葉町に新工場を建設する決意を固める。

その後、浅野氏は自分の意志を家族に伝えた。「父親からは、『俺があと30歳若かったらやる』と。家内からは『たった一度の人生なので、後悔しないようにしてください』と。そして息子からは、『おじいちゃんがつくった会社で、親父の時に一度つぶれかけた。だから“無いもの”と思ってぜひやりたい』という言葉もらった」と浅野氏。中でも、これまで苦労をかけてきた妻・真美氏の言葉は、一番大きかったという。

「テレビ取材」の経験を生かした人材募集が功を奏す

町と立地協定を結び、新工場「フタバスーパーゼロミル」の建設がスタート。順調に進むかと思われていたが、雇用という課題が浮き彫りになる。幹部社員は町の協力を得て確保できたが、若い世代の募集が難航を極めた。近隣の市町村にある10の高校を回ったが、全て断られたという。「人事を担当していた総務部長には、全ての学校に3回は回らないと駄目だと言いました。そうして続けるうちに、小高産業技術高校の進路指導の先生から、『授業の時間をつくるので直接生徒たちに話してみてください』と提案を受けたんです」。

家業を継ぐ前、教員として働いた経験がある浅野氏は、担当者が教えやすいように映像資料などを作成。そこにはかつてテレビ番組の取材で人気タレントが「俺もこの会社で働きたい」と発言した内容も組み込んだという。「若い人たちに興味を持ってもらうなら、これくらいしないと駄目。結果的に、その映像に心引かれて、興味を持ってくれましたから」と浅野氏。その後、学校から浅野氏に直接、授業の依頼が届き、授業を聞いた生徒の中から2人の入社が決まったという。他にも地元の高校生2名、大学生1名を採用している。

新工場「フタバスーパーゼロミル」で働く社員の多くは、岐阜本社からの出向。そのため、現在では本社採用でも福島で働くことを入社条件の一つにしている。町の復興が完璧ではない現状を考えれば、地元だけの雇用には限界がある。だからこそ会社の利点を生かし、雇用方法にも力を入れるという。

将来的な勝算があるからこそ双葉にやってきた

浅野氏は、双葉町に新工場を設立したことについて、決して“同情で来てい

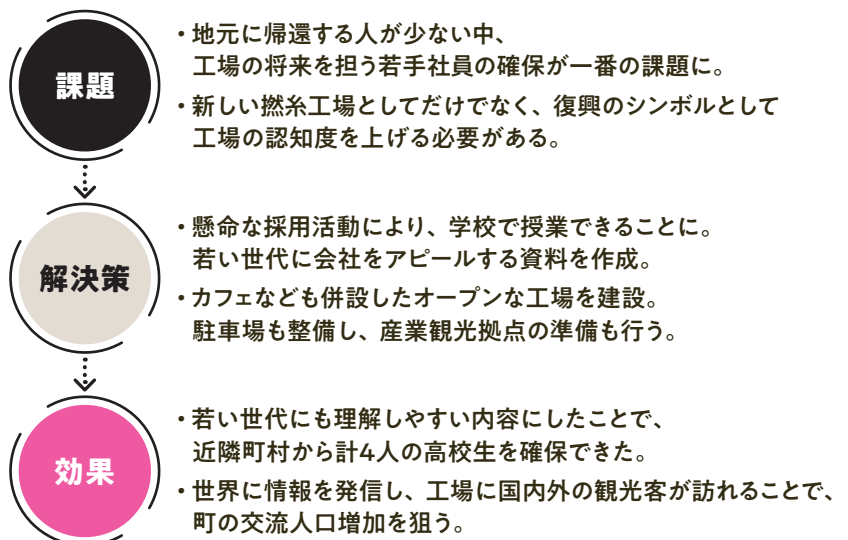
るわけではない」と語る。「視察で心が痛んだことや、家族の賛成もきっかけにはなりましたが、一番は会社にとってプラスになり、利益を上げられるという確信があるから。一人の経営者として、それだけは強く言いたい」。

その背景には、「フタバスーパーゼロミル」を産業観光の拠点として、世界中の人に来てもらうという狙いがある。新工場は見学が自由に行えるだけでなく、製品の直営店やカフェスペースも併設。また、会議室も設けるなど、さまざまな活用ができるようになっている。

また、テキスタイルデザイナー・梶原加奈子氏をはじめ、会社と関わる幅広い人脈も大きい。世界的に活躍する人たちとの関係性も深く、福島に対する海外の反応も把握しているという。

「『フタバスーパーゼロミル』が産業観光の中心となれば、世界からも注目され必ず交流人口も増える。そうなれば必ず双葉は元気になりますし、日本全体の活力にもなると思います」。

浅野燃糸が掲げる福島プロジェクトは始まったばかり。10年後、この施策がどんな成果を双葉町にもたらしているか、今から楽しみは尽きない。



奥会津かねやま福業協同組合

複数の職場を兼任するマルチワーカーの派遣事業で人口減少の解消に貢献



廃校を利用した金山町自然教育村会館の一室を事務所として町から賃借している

奥会津かねやま福業協同組合

オクアイツカネヤマフクギョウキョウドウクミアイ

- 業種 職業紹介・労働者派遣業
- 代表者 目黒祐一氏 [代表理事]
- 所在地 福島県大沼郡金山町大字玉梨字上中井1384
- TEL 0241-42-7888
- WEB <https://kanefuku.org/>
- 創業年 2021年 資本金 175万円(※)
- 従業員数 10人(※) 売上高 3,114万円(2022年度決算時)

※2023年7月時点

地域事業者の担い手不足を解消するため、マルチワーカーの派遣事業を行う「特定地域づくり事業協同組合」。福島県では初、全国では13番目に組合として設立された。移住促進や人手不足の解消、新事業の創出などを旨とする。

町の担い手不足の解消と移住促進のため組合設立を決意

会津地方の南西部である奥会津に位置する金山町。山に囲まれ、総面積の約90%を森林が占める。海から離れた地域のため、東日本大震災による直接的な被害はほとんどなかった。ただ、金山町にある沼沢湖に生息する地域の名物であったヒメマスが、放射能濃度が基準値を超えた影響で取れない状況に。観光客に人気の名産品ヒメマス寿司が提供できなくなった。

追い打ちをかけるように、2011年7月に新潟・福島豪雨災害が発生。JR只見線の橋梁が流出するなどの大きな被害を受け、観光客は大幅に減少した。

町の人口は鉱山の操業開始や発電所の開所などがあり、1960年頃まで1

万人をピークに増えたが、1969年の豪雨災害や1971年・1973年の鉱山閉鎖、その後は建設事業の入札形式が変化し町外の業者の流入が起きたことで、金山町の主要産業であった建設業の倒産が加速。建設業者はピーク時に比べて5分の1、雇用も比例して減少し、人口流出が進んだ。代表理事の目黒祐一氏は、当時の苦労を語った。

「金山町の人口は2010年前後から2,000人程度で、高齢化率は約60%、地域活性化に向けた取り組みが急務でした。そこで『企業組合おく愛ズ』を結成し、観光客へヒメマス寿司を提供するなどの施策を行いました。地域内の消費促進などの効果はありましたが、外部からの移住者増にはつながらず、地域の人口減少という課題解消に対する効果はなく、ぬかに釘を打っている

ような感覚でした」(目黒氏)。

そんな中、課題解決の糸口になると考えられたのが「特定地域づくり事業協同組合制度」だ。急激な人口減少に直面する地域において、担い手不足を解消するために2020年に施行された。季節や時期によって職場を変え、さまざまな仕事を行うマルチワーカーの派遣事業「特定地域づくり事業」を行う事業協同組合に対し、行政から組合運営費の財政支援を受けることができる。

「金山町では、後継者不足に悩んでいるものの、人を通年で雇用するほどの余裕がない事業者が多くいました。人口減少の課題も抱える中で、繁忙期など一時的に雇用できるマルチワーカーの存在は課題解決につながるのではと考えたのです。以前より有志で地域振興に向けた活動をしてきたので、事業者間の協力体制はできていた。組合設立は県内では前例のない取り組みでしたが、地域全体で協力して準備を進められました」(目黒氏)。



(左)代表理事の目黒祐一氏 (右)事務局長の星賢孝氏



連携・協業 地域振興 起業・創業 人材

派遣事業が地域の給与水準を改善するきっかけに

福島県内では前例のなかった特定地域づくり事業協同組合の設立。膨大な資料作成や行政との調整などに時間を要したが、多くの関係者を巻き込みながら進め、約半年間の準備期間を経て2021年に設立を実現した。地域全体で推進したとはいえ、組合に対する反発もあった。その一つが派遣スタッフの給与水準だ。当時の苦労を、事務局長の星賢孝氏は語る。

「金山町は人口が少ない地域なので、平均給与はほぼ最低賃金に近い。一方で組合から派遣されたスタッフは、町の平均よりも給与が高めに設定されています。そのため派遣スタッフが加わることで、従業員全体の給与を上げなければならなくなり、経営が苦しくなるのではと懸念する事業者もいました。しかし移住者を増やすためには、給与を上げて町で安心して暮らせる環境を整えなければならない。給与の底上げは町の未来に不可欠だと根気強く説得したところ、納得いただいて派遣先を獲得できました」(星氏)。

地域の担い手不足解消のカギを握る派遣スタッフだが、ただ単に人手を確保するだけでは不十分で、「最も重要で難しいことは、『良い人材』に来てもらうこと」だそう。

「良い人材とは、『地域を愛してくれる人』だと考えています。実際、過去に内定を出したものの、親の反対や『イメージと違った』などの理由で辞退する方もいました。金山町は自然豊かな町ですが、コンビニが1軒もなく交通アクセスも良いわけではない。だからこそ、町に対する愛着がなければ長続きしないでしょう。そのため採用時、面接などでできるだけ地域に対する愛情

の大きさは確認しています」(目黒氏)。

移住・定住をさらに促進するため働きやすい環境整備に注力

現在の派遣スタッフは8人(2023年7月時点)。派遣先である20の事業所で、複数箇所就業するマルチワーカーとして働いている。マルチワーカーを活用した働き方は、事業者側にとっては必要な時のみ働き手を確保できる点、労働者側にとっては休日の調整がある程度可能なことなど、自由度の高い働き方ができる点がメリットの一つだ。組合設立から3年目を迎え、その他のメリットが見えてきたという。

「1箇所の事業所でずっと働くより、さまざまな場所で働く方が多くの人と関わるので、地域へ早く溶け込めると感じます。またさまざまな仕事を経験する中で本人の適性が見つかり、派遣先で直接雇用されたケースや、副業が軌道に乗って地域で起業したケースもあります。派遣事業をきっかけに地域への定住や、地域全体の利益創出になるなど、多様なメリットにつながっていますね」(目黒氏)。

派遣先や派遣スタッフは一定数確保

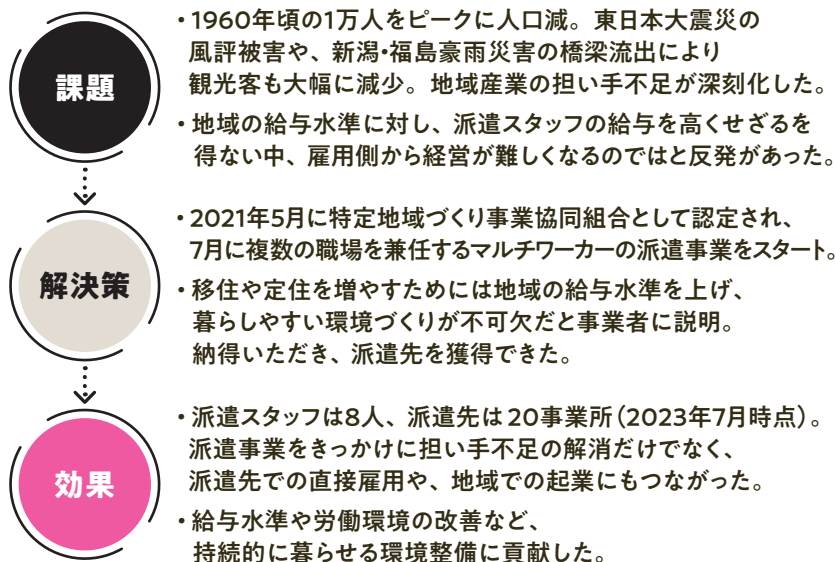
し、安定的な運用を行えている。今後は働きやすさなどの労働環境を整えていくことが必要となる。

「複数の職場を兼任するマルチワーカーの場合、それぞれの派遣先で仕事を覚えるのに時間がかかって、達成感を感じづらいといった課題があります。またスタッフの中には兼業・副業をする人もいるので、休日に副業で働き過ぎて、派遣先に迷惑をかけてしまった事例もありました。今後は働きやすい環境や制度を整え、持続可能な派遣事業を目指したいですね」(星氏)。

派遣事業が金山町の産業や暮らしを支え、地域振興にとってますます重要な存在となっていこう。



JR只見線第七只見川橋梁。2022年10月に全線再開通し、観光客でにぎわう(撮影:星賢孝氏)



避難から10年、カムバックした老舗カフェが新しい町づくりの担い手をバックアップ



軽食・喫茶レインボー

ケイシヨク・キッサレインボー

- 業種** 飲食店
- 代表者** 武内一司氏 [オーナー・店長]
- 所在地** 福島県双葉郡大熊町大川原字南平1207-1 (おおくまーと内)
- TEL** 無し **WEB** 無し
- 創業年** 1978年 **資本金** 個人事業主のため無し
- 従業員数** 4人 **売上高** 非公開

1978年、店主の武内一司氏が福島県大熊町でオープン。東京電力福島第一原子力発電所の事故により避難した福島県会津若松市で2011年10月に店を開く。2019年に大熊町の避難指示が一部解除され、2021年4月、新たな商業施設で営業を再開する。

30年以上営んだ店残し避難 会津若松市で再出発

東京電力福島第一原子力発電所の1号機の運転が始まったのが1971年。軽食・喫茶レインボーは7年後の1978年、店主の武内一司氏が25歳の時に、福島県大熊町にオープンした。大熊町役場があった町の中心部に店を構え、町の職員や5kmほど離れた東京電力福島第一原子力発電所の作業員も多く訪れ、ランチタイムになるといつも満席だった。

それから30年以上たった2011年3月、東日本大震災が発生。激しい揺れに武内氏は数人の客と店の外に避難したが、被害はなかった。その日の営業を終えて帰宅すると、知人や兄とその後への成り行きを見守っていた。

翌日に状況は一変。東京電力福島第一原子力発電所の事故によって町全域が避難指示区域となり、全町民1万1,505人が避難を余儀なくされた。武内氏は「店がどうか言っている場合ではなかった。すぐに帰れるものと思っていたので、貴重品も何も持たずに、着の身着のままバスに乗り込みました」と振り返る。

福島県田村市、三春町、喜多方市……。西へ西へと避難し、また次に移るとなった頃には「数年は戻ることではできないんだ」と覚悟したという。そしてたどり着いた会津若松市で2011年10月、居抜き物件で喫茶店をオープン。会津若松市には大熊町から多くの人が身を寄せており、そうした人たちが顔を合わせて話ができるコミュニティー、心のよりどころになればという思いも

あった。県内でも所得の高い大熊町との物価の違いや、浜通りとの住民の気質の違いに多少苦勞するも、避難者だけでなく近くの病院の利用者など多くの市民が来店し、にぎわった。

「会津の人は面倒見が良く、世話好きなんです。震災前から会津の人も知っていたから、だんだんと地元の人たちとなじんでいったね」。3年半営業を続けた後、惜しまれながらも店を閉め、新たに自宅を建てた南相馬市に移り住む。

商業施設開業の計画に携わり、10年ぶりに大熊町で営業再開

当時の大熊町長、渡辺利綱氏は店の常連客であり武内氏の酒飲み友達でもあった。会津若松市にもたびたび訪れ、「大熊町に町営の商業施設を造るので手伝ってほしい」と頼まれる。

そこで武内氏は入居予定事業者の一人として、喫茶店経営の経験を生かし各店の内装や什器、調理設備についてアドバイス。また、出店者の負担を軽減するため、人件費や維持管理費の補助に関する提案まで行ったという。結果的に開業まで5年かかったが、ゼネコンをはじめ各種業者、行政との打ち合わせや折衝の日々で忙しい時期だったと当時を振り返る。

業者と意見が合わず、計画も二転三転。不信感が募り、渡辺氏に「もう辞める」と言ってけんかになり、「お前がやらないで誰がやるんだ」と一喝されたこともあった。「前町長がいなかった



軽食・喫茶レインボーの店内。カウンターは3席、テーブルは14席ある



新商品・新技術開発

新規事業

連携・協業

地域振興



2021年4月にオープンした商業施設「おおくまーと」内に店を構えるレインボー

おおくまのイチゴを使った「おおくまベリーみるく」を店で提供し、PRに一役買う。横浜市のホテルに勤務経験があり、夫の仕事で大熊町に移住した女性に、出張バーテンダーを務めてもらいイベントを開いたことも。大盛況で、月1回程度の定期開催も予定しているという。

現在、大熊町ではかつてにぎわいの中心だった大野駅の西側で商業施設の建設が進んでいる。武内氏に施設運営を望む声もあったが、「ふざけんって言いましたよ。今年でもう70歳ですよ。いつまで私にやらせるんだ」と笑う。町に信頼され、住民たちに親しまれ、移住者に頼られる武内氏。まだゆっくり休むことはできないようだ。

らやっていますよ」と武内氏は笑う。

2019年4月に大熊町の避難指示が一部解除され、2021年4月に大熊町商業施設「おおくまーと」がオープンを迎える。コンビニエンスストア、美容室、コインランドリー、電器店、商店、食堂などが入居し、その一つとして軽食・喫茶レインボーも10年ぶりに大熊町での営業を再開。客はそれほど来ないだろうという武内氏の想定が外れてにぎわった。

軽食・喫茶レインボー自体は「最初から年金商売だっという頭で始めたから売り上げは気にしていないよ」と武内氏。長年地元で営業してきた積み重ねがあり、住民だけでなく避難先で暮らす昔の常連客も帰省のたびに顔を出す。2世代、3世代にわたっての利用もあり、「そういうのはありがたいよね」と顔をほころばせる。

からこそ長く続く廃炉作業に当たる作業員や、ハード面の再建を請け負う建設会社の従業員、その家族といった外部からの移住者に期待し、そのための支援や受け入れ体制づくりを町が積極的に行うべきだと提言する。

「お祭りだとかお盆の時期になればいわきや郡山に避難している人たちも戻ってくるけど、終わったらまた帰ってしまうでしょう。本当は地元の人たちが話し合って新しい町づくりを進めていくのが一番なんだろうけど、そういう状況では何も進んでいかない。東京から来た人も含めて、今いる人たちでつくっていくしかないんです、現実は」。

そのために、これからの町づくりの当事者である若者たちを後方から支援。大熊町の特定復興再生拠点区域で施設栽培を行う株式会社ネクサスファーム



株式会社ネクサスファームおおくまのイチゴを使った「おおくまベリーみるく」(500円)とブレンドコーヒー(400円)

移住者や若者を巻き込んだ新しい町づくりを後方からサポート

2023年8月1日時点の大熊町の居住者数は455世帯575人、推計人口(※町に住民登録がない居住者を含めた推計人数)は1,092人。今も県内外には4,867世帯、1万5人が避難している。「これから10年、20年でどれくらい戻ってくるかな。5,000人くらいになれば良いんじゃないの」と現実を見据える武内氏。「何しろ日本全体で人口が減っているし、双葉郡でも人の引っ張り合いになるでしょうから」とも。だ



- ・避難指示解除に伴う、軽食・喫茶レインボーの再建。
- ・今も県内外に1万人が避難し、町づくりが進まない。



- ・町に新たにできる商業施設の設立をサポート。
- ・移住者にも町づくりに参加してもらおうと活動を後押し。



- ・10年ぶりに大熊町での営業を再開。
- ・活躍する若者が増え、新たな町づくりのプレイヤーに。

福島の食の魅力を発掘して 生産者も消費者も喜ぶ地産地消の形を実現



株式会社孫の手

カブシキガイシャマゴノテ

- 業種** その他の生活関連サービス
- 代表者** 山口松之進氏 [代表取締役]
- 所在地** 本社：福島県郡山市安積町長久保1-2-7
レストラン「Best Table」：福島県郡山市朝日1-14-1
- TEL** 024-945-1313(本社)
- WEB** <https://magonotetravel.co.jp/>
- 創業年** 2008年 **資本金** 5,000万円
- 従業員数** 22人 **売上高** 1億5,885万円

社員40名がヘルパー2級。高齢化 社会を見据え介護タクシーへ参入

福島県を代表する商業工業都市である郡山市では、自家用車が普通の生活に欠かせない移動手段となっている。車を持たない、何らかの理由で運転したくてもできない市民の重要な足となっているのが、創業60年以上の歴史を持つ山口タクシーグループだ。

タクシー事業やバス事業、運送事業など全部で8事業ある中に、トラベル事業を担う「孫の手トラベル」がある。運営する株式会社孫の手の代表取締役の山口松之進氏は「かゆいところに手が届く120%のサービスをできるように、孫の手としました」と名付けた理由を教えてくれた。

サービスを始めたきっかけは、2000

2000年の介護保険制度導入に向け、高齢者や移動困難者の利用を視野に、山口タクシーグループが県内のタクシー事業者の中では先駆けて介護タクシーを導入。2008年に旅行会社を設立、2018年にフードキャンプ事業を始めた。

年4月から施行されることが決まっていた介護保険制度だったという。山口氏は「この制度が制定されたのが1997年。ちょうど私がグループ会社である郡山観光交通株式会社の専務として戻ってきた時で、郡山に限らず全国的にタクシーの利用者が減り、業界は右肩下がり状況でした」と振り返る。

そんな時に耳にしたのが、福岡県北九州市のタクシー会社が介護タクシーを走らせ始めたという話題だった。山



代表取締役の山口松之進氏

口氏は現地へ視察に赴き、利用する高齢者の感謝の言葉、運行する介護ドライバーの充実した笑顔を見て、介護タクシーは今後さらに進む高齢化社会の中で必ず必要とされる事業となるはず、と実感。そして、新規事業に挑戦した。「制度開始の前年から、私を含めた社員40名でヘルパー2級の資格を取得し、介護タクシー事業を立ち上げました」。

玄関から玄関まで。軌道に乗りかけた ワンストップのバスツアー

事業を始めて利用者の幅が広がったことで、これまで見ていなかったことにも気付くようになったという。「介護保険制度は契約制度なので、書類を頂くためご自宅に伺うのですが、家族と一緒に暮らしていても世話をしてもらえない、買い物に連れて行ってほしいけど遠慮して言えないなど、多くの高齢者が自宅に閉じ込められていると感じました。そこで、楽しみのための外出をしてほしいと立ち上げたのが『孫の手トラベル』でした」と続ける。

2009年に事業開始した孫の手トラベルのバスツアーが他と大きく異なる点は、自宅からタクシーの送迎付きということ。行きも帰りも自宅の玄関までタクシーが利用できるため、集合場所まで向かわなくてもいい。これは移動が困難な高齢者などにはありがたいサービスだ。さらに早朝の出発なら地元の弁当店の愛情がこもったおむすびが付くというから、たまらない。

「一歩家を出て、四季を楽しみ、おいしいものを食べることは元気の源になると思います。何よりお客さまが笑顔になってくれるのがうれしい」と山口氏。

順調に利用者も増えてきた2011年、東日本大震災に見舞われバスツアーは中断を余儀なくされた。「地元の利用者は生活再建が最優先で大変な日々を過



災害対応

新規事業

風評対策

連携・協議

地域振興

情報発信

ごしており、半年後くらいにツアーが再開できてお客さまの笑顔を見た時はうれしかったです」と当時を思い出す。

生産者の思いがこもった食材は、 福島の魅力、福島の誇り

観光業は回復の兆しが見えてきたものの、福島県は放射能による風評という問題を抱えることになる。当時、福島県の食材は全品に放射能検査が実施され、少しでも放射能反応がある食材は排除されており、出荷される食品は全て「安全な食品」だったが、「安全」と「安心」は別物であり、福島県の食材への風評は消えなかった。

「福島の食材の安心が揺らぐ状況で、もっと安全でおいしいものを作り出そうと奮闘する生産者を見て、彼らが生み出す食材の魅力を多くの人に伝えるにはどうすればいいか模索しました」。

そんな時、山形県鶴岡市でイタリアン「アル・ケッチャーノ」を営む奥田政行シェフが復興レストラン「福ケッチャーノ」を開店。さらに同じ場所で、郡山市の日本調理技術専門学校に事務局を

置く一般社団法人食大学が生産者と消費者をつなぐ「開成マルシェ」を開催するなど、農家支援が広がっていった。

そんな動きに協力する中、奥田シェフからお店を引き継ぐこととなった。それが現在の「Best Table」である。2015年には郡山市を中心に生産者の畑を訪れるバスツアー「フードキャンプ」を立ち上げ、2年のランディング期間を経て2018年、フードキャンプツアーを年間通して本格的に開始した。

「福島の魅力は地元で食す四季折々のおいしい食材。フードキャンプは、お客さまが畑の見学や収穫体験を通して、生産者の工夫や苦勞、楽しみなどの思いに触れることができる交流の場。それに、福島の一流の生産者たちを消費者のヒーローにしたいという思いがあるんです」と山口氏は言葉に熱を込める。生産者にとってもシェフが自分の食材をどんな一品に仕上げるのか、それを食べた参加者がどんな表情をするのかを知るまたとない機会となる。

生産者、シェフ、客が共有するのは 福島の食の魅力と味わう楽しさ

これまでに70回以上開催し、延べ

1,600人以上が参加したフードキャンプ。今後の展開はどうなっていくのか。

「まだ正しく評価されていない福島県の農産物の魅力や土地の魅力、そして、そこでがんばる方々の思いにフォーカスして、生産者と消費者をつなぐプロデュースをすることを目指す」と山口氏。さらには県内59市町村全てでフードキャンプを開催すること、各地にいる一流の生産者とシェフを地元の誇りとして自慢する風土づくりが目標だと続ける。孫の手トラベルの本業であるバスツアーで企画募集するだけでなく、フードキャンプを核に2泊3日環境ツアーにするなど、企業や自治体などに活用してもらおうと動きかけも始めた。

「フードキャンプは福島県内の食の魅力を知ってもらうための一つの手段。生産者が作る素晴らしい食材を、シェフが腕によりをかけておいしい一品に仕上げる。参加者はその料理をしっかりと味わう。おいしい・楽しいを入り口にして、福島の地にお越しいただき、福島の今と未来を実感してほしい」と山口氏は思いを口にする。まだ知られていない福島県の食の魅力を紹介するために、孫の手トラベルは今日も行く。



(上) 奥田シェフから引き継いだ店を旬のベジカフェナル「Best Table」として運営

(下) 青空の下で福島の食の魅力を伝えるフードキャンプ

課題

- ・タクシー業界の落ち込みに伴い悪化しつつあった業績の回復が急務だった。
- ・移動困難者の外出機会を増やすためのサービスの企画が必要。
- ・東日本大震災の影響により観光業は停滞。さらに「福島県の食材は危険」という風評に直面する。

解決策

- ・社員40名がヘルパー2級を取得。介護保険制度の施行に合わせて介護タクシーを導入。
- ・自宅まで送迎付きのバスツアーを企画、運行を開始。
- ・生産者の畑で調理した料理を味わう「フードキャンプ」をスタートさせる。

効果

- ・これまで利用の少なかった高齢者や移動困難者の顧客を獲得。
- ・高齢者や移動困難者の利用が倍増した。
- ・70回以上開催したフードキャンプに、延べ1,600人以上が参加。福島県の食の魅力のPRにつながった。

ニーズに合った商品をそろえるという 当たり前のことを被災後も貫いて回復



株式会社ネモト

カブシキガイシャネモト

- 業種** 飲食品小売業
- 代表者** 根本茂樹氏 [代表取締役]
- 所在地** 福島県双葉郡檜葉町
大字北田字中満256
- TEL** 0240-25-3165
- WEB** <https://vchain-nemoto.com/>
- 創業年** 1961年 **資本金** 1,500万円
- 従業員数** 40人 **売上高** 非公開

先行きの不安を解消するには 働くしかなかった

檜葉町の復興拠点として知られる「笑ふるタウンならば」。この施設内にある「ここなら笑店街^{しやうてんがわい}」で、毎日大勢の買い物客でにぎわっているのが、株式会社ネモトが運営する「ブイチェーンネモト」だ。前身は1961年にJR竜田駅前にオープンした精肉店「ネモト」で、自らの牧場を持ち良質な牛肉を中心に販売していた。その後、精肉だけでなく、さまざまな商品を取り扱うことになると、スーパーマーケットに業態を変え、檜葉町竜田地区と木戸地区に2店舗を構えるまでに成長した。

多くの住民から愛されるスーパーマーケットが50周年を迎えた2011年に、東日本大震災が発生。地震の影響で

現社長・根本茂樹氏の父が精肉店ネモトとしてスタートさせ、その後スーパーマーケット「ブイチェーンネモト」に。地元密着型のスーパーマーケットとして人気を博す。東日本大震災後は、さまざまな仮設店舗で営業を続け、2018年、檜葉町復興拠点となる「笑ふるタウンならば」内に新店舗をオープン。地元の食材をアピールする売り場構成を考えるなど工夫を凝らし、近隣から多くの買い物客が訪れている。



代表取締役の根本茂樹氏

棚の商品が散乱するなどの被害はあったものの、大きな打撃になることはなかったという。「片付けは大変でしたが、大して時間をかけずに店は再開できると思っていました。でも、東京電力福島第一原子力発電所の事故が起きて、私たちも避難を余儀なくされました。

こう話すのは、株式会社ネモト代表取締役の根本茂樹氏だ。父親が創業した店を引き継ぎ、順調な経営を見せて

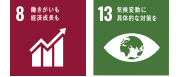
いたが思わぬ悲劇に見舞われた。幸い、栃木県に旅館を経営する親戚がいたことで、避難生活で困ったことはないというが、「当時飼っていた牛の世話と、店の商品を処分するために、2日に1回のペースで栃木と檜葉を往復する日々が続きました」と根本氏。店の電気がストップしてしまった影響で、精肉や野菜などは全て廃棄せざるを得なかったという。根本氏は、「状況的に廃棄は仕方ないのですが、この先どう経営を立て直せばいいか予測もつかないので、前を向けない日々が続いたのはつらかったです」と当時を振り返る。

震災から約1カ月がたった頃、檜葉町の隣・広野町で知人が経営するドライブインが、東京電力福島第一原子力発電所の事故の対応に当たる作業員の宿泊拠点になったことを知る。そこで、「このまま動かないと僕の代で店をつぶしてしまう可能性もあると感じていた」という根本氏は、お茶やおにぎりなどドライブインでは扱っていない商品を販売できるように知人に依頼し、プレハブを立てて2011年5月に仮店舗の営業をスタートさせた。

どれだけの売り上げになるかわからない状況だったが、「店が続いていることを知ってもらえればという気持ちでした」と根本氏。全ての不安が消えたわけではなかったが、働くことで余計なことを考えないようにしたという。そして、この行動が思わぬ展開を生む。

50年の信頼がもたらした Jヴィレッジでの仮店舗オープン

根本氏の元に、国と東京電力から、事故対応の拠点、Jヴィレッジに売店を出してほしいという依頼がくる。「なぜ私に声がかかったか、今でも正直分からないんです。ただ、広野で仮店舗を出したことが口コミで広がったこと



災害対応

地域振興

事業承継

設備投資

情報発信

で『根本さんに頼めばやってくれるのでは』という話が出たのかもしれませんが」。そして、2011年8月に作業員専用の売店をオープンさせた。その後、いわき市に避難している檜葉町住民の仮設住宅エリアに仮店舗をオープンさせるなど、積極的な動きを見せる。

これだけ聞けば、順調な再建の道を進んだかに思えるが、「仮店舗を合わせたの売り上げは、震災前の1/5で約2億円。経営的には決していい状況ではありませんでした。でも、今は忙しいことが一番と思うくらい働くことに集中していました」と根本氏。工事現場に氷を運ぶ依頼を引き受けるなど、自分ができることは何でもやったという。

「とにかく依頼が来たものは断ることなく、やってきました。Jヴィレッジの仮店舗も、過酷な環境で働く人たちのことを考えた品ぞろえにしようと工夫したことを覚えています。なので、従業員には接客も含めて苦勞をかけたと思います。それでも当時のことを聞くと、『今までになく新鮮な気持ちで働いたので、あの頃の方が今より充実していました』と答えてくれました。それを聞いただけでも、やってよかったと思えましたね」（根本氏）。

スーパーマーケットへ業態を変えた時のように、客のニーズに合った商品をそろえていくという小売業者としては当たり前のことを買ったことが、売り上げ回復につながったと語る根本氏。震災前から、なかなか買い物に來られない高齢者向けに電話注文での宅配サービスを行うなど、客を一番に考えることは常に行ってきた。

そんな中で東日本大震災、東京電力福島第一原子力発電所の事故による避難生活を経験して、地元に対する思いも強くなっていく。「早く檜葉の店舗を再開させたいという気持ちは、2018年の新店舗オープンまでずっと持ち続けていました。その中で生まれたのが、地産地消をテーマにした売り場。地元檜葉産の野菜をはじめ、福島県の食材

をもっとアピールして、地元の人に食べてもらえればと思い始めました」。

3代目となる根本氏の息子が新店舗の店長を務めるなど、後継者も成長。檜葉町のスーパーマーケットで初となる生ごみ処理機の導入など、SGDsに対する取り組みも積極的に行う。調理した魚や野菜などから出る生ごみを自社で処理して肥料化し、それを町に購入してもらう仕組みもできつつある。

「命の源である食を扱う仕事。今後は食品ロスや廃棄ロスなどの課題もクリアしながら、来てもらうお客さんに良いものを届けていきたいと思います」と根本氏。移住者も増えている檜葉町の新しい歴史の中でも、欠かすことのできないスーパーマーケットとしての道を歩み続けている。



(左)2018年にオープンした檜葉町の新店舗「バイクチェーン ネット」
(右)地産地消をテーマに福島県産の食材・食品の販売に注力



福島のおいしい食を
地元の人にも楽しんでもらいたい

被災から3年後の2014年、檜葉町役場の駐車場に誕生した仮設商店街での営業を開始。そこから徐々に売り上げも回復し、2016年には震災前の売り上げまで戻ったという。「広野町の最初の仮設店舗を出してから、正直特別なことはやっていません。どんな形でも店を続けて、一人でも多くの人に買い物をしてもらおう。ただそれだけを考えてやってきました」。

かつて自身の父親が、精肉店から



- 東京電力福島第一原子力発電所の事故の影響で避難。店再開の目処が立たなくなる。
- 2018年、檜葉町の新店舗オープンを前に、どのような売りをアピールするかが課題となった。
- 隣町で知人が経営するドライブインが作業員の宿舎に。そこで、プレハブの仮店舗をオープンさせる。
- 檜葉町と福島県の復興を考え、地元食材をアピールできる売り場構成に変更。
- 口コミで仮店舗が話題となり、Jヴィレッジでの作業員専用売店など、その他の仮設店舗オープンにつながる。
- 当初は客の反応も鈍かったが、徐々にコンセプトが理解されはじめ、売り上げにもつながっている。

「いわきの街の個性」である魚を通して街をもっと面白くする100年企業



株式会社おのざき

カブシキガイシャオノザキ

- 業種** 飲食料品卸売業、飲食料品小売業
- 代表者** 小野崎幸雄氏 [代表取締役社長]
- 所在地** 本社：福島県いわき市平鎌田町38
鮮場やっちゃば平店：福島県いわき市平字正内町80-1
- TEL** 0246-23-4174 (鮮場やっちゃば平店)
- WEB** <https://onozaki.net/>
- 創業年** 1923年 **資本金** 1,000万円
- 従業員数** 100人 **売上高** 非公開

1923年創業、1973年設立。1987年、株式会社おのざきに組織変更。福島県いわき市内に複数の店舗を構え、水産物の小売り、卸売を行う他、飲食店を経営。2020年に4代目となる小野崎雄一氏が経営に参画し、経営改善を図って新事業にも取り組む。

被災2日後に店を開け行列。使命感に駆られて避難せず営業継続

「いわき市の街の個性を背負っている」。2023年に創業100年を迎えた株式会社おのざきのウェブサイトには、その自負と覚悟が記されている。幾多の苦境を乗り越え、その思いはますます強くなっている。

福島県いわき市内に複数の店舗を構え、全国でも名高い「常盤もの」をはじめとする水産物の小売り、卸売を行うおのざき。東日本大震災では、小名浜の港に面した観光・物産センター「いわき・ら・ら・ミュウ」で営業していたすし店が津波で流されたが、それ以外の店舗の被害は軽微だった。

「鮮場やっちゃば平店」の店舗は、2日後には時間を短縮しつつも営業を再開

した。「物流が止まって、周りのコンビニもスーパーも全部閉まっている状況。ここで生まれて育ててもらった地元の企業として、何としても店を開かなければいけないと思いました」と3代目で代表取締役社長の小野崎幸雄氏は振り返る。

水産加工品だけでなく飲料水も含め、在庫があるもの、中央市場で手に入るものを販売すると施設を取り囲む行列



代表取締役社長の小野崎幸雄氏

ができ、客からは「店を開けてくれてありがとう」という言葉をかけられた。「その言葉が胸に刺さって、使命感に駆られました」。東京電力福島第一原子力発電所の事故の影響で避難する人が増え、周囲の明かりは消えていったが、「ここで暮らしているお客さまがいる限り、品物は提供し続ける」と自らは避難せずに営業を続けた。

2週間ほどたつと次第に状況は落ち着いてきたが、東京電力福島第一原子力発電所の事故の影響で沿岸漁業、沖合漁業の操業が止まる。他の地域の魚介を中心に取り扱い、その後、試験操業が始まって地場の魚の取り扱いを再開したが、風評もあって売り上げが3割ほど落ち込む時期が続いた。

地元事業者を支援するも経営危機に。4代目が経営改革で立て直しを図る

風評は売り上げ減少という直接的な被害だけでなく、事業者の心理的不安という二次被害も生み出してしまった。首都圏で復興支援の福島フェアが企画されても、心ない言葉を直接浴びせられるのではないかと心配から、参加する事業者は少なかった。

そこで小野崎氏は、つながりのある業者を集めて風評の払拭を目指すプロジェクト「ふくしま海援隊」を立ち上げる。「われわれは売るのが得意だから」と、地元の水産加工品を全国各地で売って歩いた。

そうした活動に奔走する一方で、店の経営は厳しさを増していた。おのざきが得意としてきたカツオやイカ、サンマといった大衆魚の水揚げが減少したことが大きな要因だ。経営管理に関わる社員も退職するなど危機的な状況に陥り、小野崎氏は長男の雄一氏に助けを求める。

雄一氏は大学卒業後、都内の大手



災害対応

新商品・新技術開発

販路開拓

風評対策

連携・協業

事業承継



(上)若い人が楽しめる売り場を目指して進化を続ける
(下)洗練されたパッケージデザインの「金曜日の煮凝り」も店頭に並ぶ

スーパー勤務を経て、「いわきをもっと面白い街にしたい」と地元で飲食店を立ち上げる準備を進めていた。出店を断念することは苦渋の決断だったが、会社の状況を知って経営改革に乗り出す。ITも活用して経営状態の「見える化」を図って従業員に共有し、無駄を徹底的に省いて経費を切り詰めた。

「雄一が近代的な経営に変えてくれました」と小野崎氏。「私は昔から親父の背中を見てきて、出せば出すほど売れる時代でしたから、とにかく魚を売ればいいんだという考えでした。震災後はそんなことではやっていけない。スピード感を持っていろいろな決断をして、従業員も最初は戸惑ったと思いますが、次第に慣れていきました」。

その効果ははっきりと数字に現れる。「赤字続きでこのまいくと倒産だよな」という状況から、会社を1、2年で立て直してくれました」と感謝する小野崎氏。「周囲には最初から雄一を社長にするとあって、みんな驚いていましたけども、今は誰も驚かないですね。私はもっぱら現場で、雄一と従業員の間

に入っとうまくやっています」と笑顔を見せる。

常盤ものの価値を改めて知り、時代に合わせ進化する「魚屋」に

雄一氏の経営参画後、鹿島の店舗を2020年に畳んだ一方で、2021年には平鎌田町にセントラルキッチンを新設。2023年にはいわき駅前の再開発ビルにある店舗、すし店をリニューアルオープンした。大衆魚の水揚げ減少、世帯構成の変化、嗜好の多様化に対応し、仕入れた魚介を売るといった旧来的な「魚屋」の商売スタイルから徐々に転換を図っている。

その一つが、洋風の総菜や未利用魚を活用した缶詰、レトルトの商品の開発。そこから誕生した「金曜日の煮凝り」は、「ふくしまベストデザインコンペティション」キャッチコピー・ネーミング部門でGOLD賞を受賞した。

若者世代の食生活に合わせた商品開発、思わず手に取りたくなる洗練されたデザイン、ネットを活用したプロモーションなど成功要因はいくつかあるが、その根底にはやはり地元の魚のおいしさが一番にある。そのことを裏付ける

エピソードを小野崎氏が明かす。

「例えば、毎年贈答品でヤナギカレイの干物を買っていたお客さまが、常盤ものがないので他の産地の干物を買って贈ったら『今までのとは違うんだね』と言われたそうなんです。私も震災後に他の地域の魚を食べて、常盤ものももっと脂があるとか、肉厚だとか思っていたのですが、一般のお客さまからもそういう話を聞いて、われわれが売っていた魚は、やっぱりとてつもなくおいしい魚だったんだと改めて気付かされました」。

一口食べて違いが分かるほどの水産物の宝庫が、目の前に広がる。それこそがいわきの「街の個性」であり、それをいかに発揮して次の時代につなげていくか。「こういう店に鮮魚を買いに来てくれるのは、やっぱり年配の方が多い。それを、若い人たちが来てくれるような楽しめる売り場にしていけることが、これからの課題だと思います」。

「魚を通じて街をもっと多彩に、もっと面白く」を掲げ、次の100年も続く企業を目指す雄一氏を小野崎氏は頼もしく見つめ、打ち出す次の一手を現場で支える。



- ・東京電力福島第一原子力発電所の事故による風評で売上げが3割落ち込む。
- ・大衆魚の水揚げ減少、経営管理に関わる社員の退職で経営の危機に。
- ・世帯構成の変化、嗜好の多様化などによる魚食離れ。



- ・「ふくしま海援隊」を立ち上げ、地元の水産加工品を全国各地で販売。
- ・長男の協力により、コスト削減や経営の見える化など経営改革を図る。
- ・若者世代をターゲットにした商品開発や店舗展開。



- ・地元事業者の販路を広げ、自社の売上げにもつなげる。
- ・赤字続きの状態から1、2年で脱却し、立て直しに成功。
- ・「金曜日の煮凝り」が「ふくしまベストデザインコンペティション」キャッチコピー・ネーミング部門GOLD賞受賞。

会社全体を新たにブランディングし、 協業を強化した決断が再浮上のきっかけに



株式会社いわきチョコレート

カプシキガイシヤイワキチヨコレート

- 業種** 食料品製造業
- 代表者** 柳沼大介氏 [代表取締役]
- 所在地** 福島県いわき市小名浜字丹波沼61-1
- TEL** 0246-53-5265
- WEB** <https://www.shiochoco.com/>
- 創業年** 2006年 **資本金** 1,500万円
- 従業員数** 11人 **売上高** 8,231万円

いわき市の魚めひかりをかたどった生キャラメルをチョコレートでコーティングし、海塩を乗せた「めひかり塩チョコ」を開発。発売から90万箱を売り上げる。地元の酒蔵や果樹園とコラボした洋菓子の開発・販売も行っている。

フランス産塩チョコをヒントに 名物「めひかり塩チョコ」を開発

福島県浜通り地方の最大都市であるいわき市。古くは炭鉱の町として栄え、近年は観光地としても多くの人々が訪れる町で、2006年に創業したのがいわきチョコレートだ。福島県内の老舗菓子店で20年近く商品開発を手がけてきた柳沼大介氏が、仲間や知り合い



代表取締役の柳沼大介氏

と立ち上げた。

「以前の会社を辞めた後、仲間たちとお菓子の新商品開発グループをつくって活動していました。そこで仲間の一人が、フランス旅行中にキャラメルが入った塩チョコを食べて衝撃を受けたと言う。似たような商品をすぐに購入して食べると、本当においしかった。それで商品化に向け動き出したのですが、なかなかうまくいきませんでした」。

グループのメンバーにはパティシエもいたが、キャラメルをチョコレートに閉じ込める工程に苦労したという。試行錯誤の末、固めたキャラメルにチョコレートをコーティングする方法なら、フランスの塩チョコに近い食感になることを発見する。その一方で、味のポイントとなる「塩」をどうするかが課題として残った。

「塩だけは福島のものを使いたいという思いがありました。『会津山塩』という有名な塩があったのですが、予算的な問題があり断念。いわき市に株式会社日本海水という製塩所があることが分かり、岩塩に近い粗塩を特別に作ってもらえることになりました」。

ちょうどその頃、いわき市の魚にメヒカリが認定され、市ではメヒカリに関連した加工品を募集。そこで、メヒカリの形に固めたキャラメルにチョコレートをコーティングして塩をかけるという「めひかり塩チョコ」が完成した。

売り上げ激減で廃業も視野に 入れる中、前を向かせた社員の言葉

会社設立の翌年、世間で生キャラメルブームが起き、「めひかり塩チョコ」も注目を集めたという。地元の観光スポットや道の駅などでの販売も始まり、認知度も徐々に上がっていく。しかし、2011年3月11日、東日本大震災に見舞われる。

工場の被害はほとんどなかったが、大口取引のあった観光施設の営業がストップしており、先行きがまったく見通せない状況に。柳沼氏は廃業も視野に入れた。被災してから約1カ月後に社員を集めて、店を畳む可能性もあることを伝えた。

「その時、社員の一人が『電気も水も通っていて、材料もある状態。甘いものを求めている人も多いと思うので、まずは店を開いてケーキなどを作って販売しませんか』と言ってくれたんです。その言葉で、悲観的にならずに今できることをやろうと、気持ちが切り替わったのは大きかったですね」。

翌日に店を再開すると口コミで広がり、近所の人だけでなくボランティアも来店し、にぎわいを見せたという。それでも、「先が見えない状況に変わりな



- 災害対応
- 新商品・新技術開発
- ブランディング
- 連携・協業
- 地域振興
- 情報発信



(上)ショーケースに並ぶ「めひかり塩チョコ」。
左端が「グランクリュ」
(下)小名浜の本店の看板。他に、いわき駅にも店舗がある

かったので、不安な日々を過ごしていました」と柳沼氏は明かす。

復興庁の専門家派遣を活用し、ブランディングを再構築

店は継続しているものの、今後の展開が見えなかった柳沼氏の眼前に、一筋の光が差し込む。復興庁の専門家派遣集中支援事業だ。

「東日本大震災後初の商談会で知り合った『フルーツファームいとう』の方から、同ファームが栽培する『デュエット巨峰』を使ったチョコレート商品の開発を依頼されていましたが、なかなかうまくいかず、そんな折、復興庁の専門家派遣集中支援事業に採択されたんです」（柳沼氏）。

派遣された専門家から言われたことは、会社を新しい方向へブランディングし直すことだった。創業以来、「めひかり塩チョコ」はいわき市の土産品として知名度を上げ、売り上げを伸ばしてきたが、東京電力福島第一原子力発電所の事故の影響もあり福島県全体の観光がどうなっていくかわからない状

況。だからこそ、土産品から脱却して新しい方向性を示す必要があった。

「新しいブランディングをしているうちに会社がつぶれるのでは、という不安も正直ありました。しかし、地に落ちてしまった福島の食のブランド力を上げるためにも、世界一のおいしいものを作りましようと言われ、自分たちのやりがいにもつながると、かじを切る覚悟ができました」。

デュエット巨峰で作ったレーズンを英海軍御用達のラム「パッサージラム15年」に漬け込み、希少な白いカオ「グランブランコ」を使ったフランス・ヴァローナ社の「イランカ」をガナッシュとコーティングに使用した「巨峰^{じゅんか}醇菓」が2016年に誕生する。この商品が、いわきチョコレートの新しいブランドとして定着し、新たな動きにつながった。

商品開発への探究心が新たなブランディングにつながる

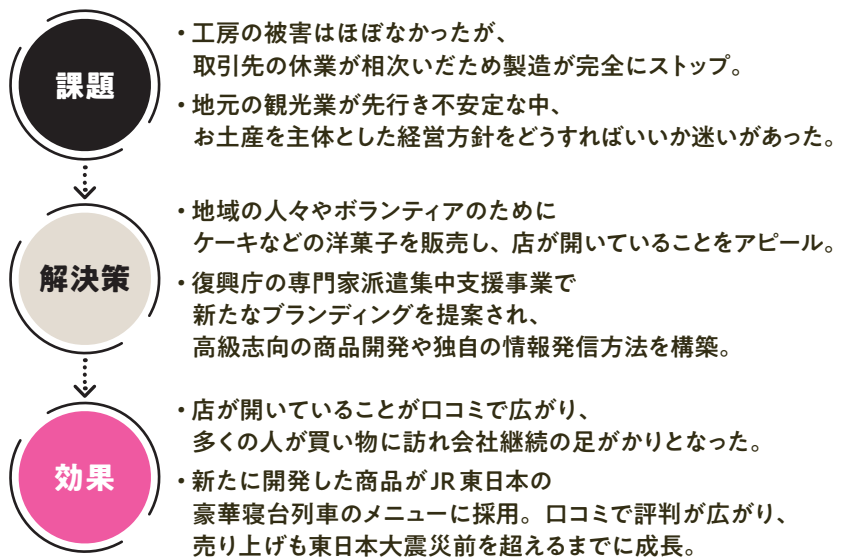
巨峰醇菓がきっかけとなり、福島県産のフルーツや酒を使ったコラボ商品が続々と誕生。情報発信にも力を入れ、積極的なブランディングを進めていっ

た。2019年には、JR東日本の豪華寝台列車「TRAIN SUITE 四季島」に、めひかり塩チョコのプレミアムバージョン「グランクリュ」が採用された。「高級菓子を作らなかつたら、この話はなかった。そういう意味でも新たなブランディングは間違っていないと思います」と柳沼氏は振り返る。その後も、「桃サンド&桃クッキーセット」「巨峰醇菓&紅玉醇菓セット」が採用され、いわきチョコレートの知名度を高めていく。

現在、売り上げは東日本大震災前を上回るまでに回復した。柳沼氏は、さらに県内でのつながりを広げていきたいと意欲を燃やす。

「今では、会社設立時に断念した会津山塩さんとも協業できています。新しいブランディングを始めた時は、ここまでの広がりには考えていなかった。どんなつながりがあるかわかりませんが、今後もさまざまなつながりを大事に、ブランド力を高めていきたいです」。

協業によって生まれる新たな福島の名産を全国へ届けるため、いわきチョコレートの先を見据えたブランディングを今後も強化していく。



岩手・宮城・福島

各県の企業をサポートする 地元の支援機関

東日本大震災による被害から、復興に向けて歩み続けてきた被災地の企業。各県の支援機関によるサポートを活用して、事業の復旧、会社の再建を果たしてきた企業は少なくない。ここでは、岩手・宮城・福島各県の支援機関が被災企業に対してどのような支援を展開してきたか、事例と共に紹介する。



地元の支援機関が提供する支援制度・サービスは、 事業復興に向けて歩む企業の強い味方

日頃から地元の商工会や商工会議所、税理士・公認会計士、金融機関など、さまざまな支援機関のサポートを受けながら事業に取り組んでいる企業は多いだろう。一般的な支援の他に、東日本大震災のような大規模災害が発生した場合は、その被害状況に応じて特別な支援制度が新たに作られることもある。国や都道府県によって設けられる支援制度もあるが、身近に存在する地元の支援機関による支援制度なら、より気軽に相談・利用できるのではないだろうか。

資金繰りについての相談なら、地域の信用金庫に当たってみようとする経営者は多いだろう。通常の融資の他にも、さまざまな方策を提案してもらえる可能性もある。例えば、福島信用金庫ではクラウドファンディングを活用したサービ

スを展開している。また、公的な保証人としてのサポートや低利な融資制度活用を目的に、信用金庫をはじめとした地域金融機関から信用保証協会の紹介を受けることも可能だ。

海外への販路拡大を目指すなら、日本貿易振興機構（ジェトロ）に問い合わせしてみてもいい。新規の輸出を検討している事業者には、海外マーケットに関する情報や、海外での商品展示会や相談会など商談の場を提供してくれる。

事業復興が難しい場合でも、その打開を目指して取り組む事業者に向けて、差し伸べられる支援の手はさまざまに用意されている。そのことを念頭に置き、万が一の時には地域の支援機関に相談することをおすすめしたい。

01

Support Organization

岩手県信用保証協会（岩手県）



岩手県信用保証協会
会長
南 敏幸氏

岩手県信用保証協会の主な支援実績

保証承諾＝2019年度：8,804件／89,050,814千円、2020年度：18,325件／302,534,090千円、2021年度：6,159件／50,516,707千円。2020年度はコロナ禍によって、関連制度の利用が大幅に伸びました。

東日本大震災被災企業への訪問＝2021年度：86企業／206回。現状確認や要望を聞いた上で、運転・設備資金などの支援について関係機関と調整。

企業訪問＝2021年度：1,341回。経営上の課題や要望を共有し、必要に応じて、保証提案や専門家派遣などの支援を実践しています。

中小企業金融のセーフティネットとして

寄り添いながら、資金繰りなどを支援します

岩手県信用保証協会の役割と主な業務を教えてください。

岩手県信用保証協会は法律に基づく公的機関で、県内の中小企業の活動と発展に寄与することが役割となっています。信用保証と経営支援が主な業務です。

信用保証は、中小企業が金融機関から融資を受ける際に公的保証人になり、円滑な資金繰りをサポートするものです。経営者にとって、保証人を確保する手間や懸念がなくなり、経営に専念することができます。

経営支援業務は、資金繰りなどの経営課題に関する相談に応じるものです。必要に応じて外部の専門家も派遣し、課題の解決に当たっています。

震災の際に利用できる保証にはどのようなものがありますか？

東日本大震災で被害を受けた中小企業が利用できる保証には「岩手県中小企業東日本大震災復興資金」と「東日本大震災復興緊急保証」があり、東日本大震災に限らず利用できるものに、「岩手県中小企業経営安定資金 災害対策」と「災害関係保証」があります。

「岩手県中小企業東日本大震災復興

資金」は復興資金の中心になったもので、東日本大震災が発生した翌年度（2011年度）から2015年度まで、毎年約2,400～3,000件の利用が続きました。数年にわたって同じような資金需要があったのは、震災の被害が企業独自では対応できない大きなものであったこと、事業の立て直しに時間がかかったことを示しています。最近では同制度の利用は年間100件以下ですが、依然として資金繰りに苦しむ復興途上の企業は多いため、継続して支援に注力していきたいと考えています。

復興における保証制度の具体的な利用例を紹介してください。

岩手県山田町の食品製造業の有限会社木村商店は、東日本大震災の津波によって工場が流されましたが、「岩手県中小企業東日本大震災復興資金」で再建費用の半額を賄い、いち早く操業再開にこぎつけました。その結果、2015年には新商品の「さんまの燻製オリーブオイル漬」が、岩手県の水産加工品コンクールで水産庁長官賞を受賞するなど、順調に事業を展開しています。現在は、経営支援の専門家派遣制度を活用して、消費者ニーズを踏まえたさら

なる新商品の開発に取り組んでいます。

企業支援に取り組む上での方針とメッセージをお願いします。

岩手県沿岸部は東日本大震災以降も、2016年の台風第10号や2019年の台風第19号で大きな被害を受けました。岩手県信用保証協会では、厳しい経営環境にある沿岸部の事業者を訪問し、経営上の問題点や要望などを聞き取って対応してきました。

今後も中小企業金融のセーフティネットとして、地域の事業者に寄り添いながら、資金繰りの支援などに注力していきます。



「木村のお袋どん」は、有限会社木村商店が消費者ニーズに基づいて、近年開発した新商品。三陸の海を感じさせる磯どんぶりが、解凍して温かいご飯にかけるだけで手軽に食べられる

02

Support Organization

ジェトロ仙台(宮城県)



日本貿易振興機構(ジェトロ) 仙台貿易情報センター 所長 峯村直志氏

ジェトロ仙台の主な支援実績

東日本大震災直後から、欧米やアジアの各地で、対日投資に向けたフォーラムやセミナー、商談会などを実施するとともに、海外の商品展示会への出展支援、海外バイヤーの招聘なども行ってきました。2023年も、農林水産物や食品、日本酒などに関する商談会やセミナーなどを国内外で、また、リアルとオンラインの両方で行っています。さらには、専門家が海外展開の計画立案から、情報の収集、商談や契約締結まで、ワンストップで支援する「新輸出大国コンソーシアム」も用意しています。

情報や輸出の橋渡しとなる「場」の提供など、多彩な支援策やサービスを用意しています

農林水産物などの輸出支援には、どのような取り組みがありますか？

ジェトロ(日本貿易振興機構)では、日本の農林水産物・食品などの輸出や企業の海外展開を支援するため、世界55カ国に76の事務所を設けています。そのネットワークを生かして行っているのが、世界の各国や都市、マーケットなどに関する情報の提供です。

輸出の橋渡しとなる「場」の提供にも力を入れ、海外の展示会で「ジャパン・パビリオン」を設けて商談の機会を提供するなどしています。また、日本の事業者と海外のバイヤーとを個別に結ぶために、「Japan Street」という独自のECサイトも運営中。さらに海外のバイヤーに三陸の水産会社や魚市場などを見てもらうツアーや試食会、専門家が個別企業をハンズオン支援する事業も実施しています。

ジェトロの輸出支援を受けた東北での具体例を紹介してください。

現在ジェトロが注力しているのが、東北・常磐の水産物と日本酒のメキシコへの輸出促進です。メキシコは日本製品の人気が高く、水産物の輸入衛生障壁が低い他、TPP(環太平洋連携協

定)に加盟しているので関税が低いなど、輸出に適した環境にあります。2023年7月には、メキシコで東北・常磐の水産物と日本酒の試食・試飲会を開催した他、メキシコの有名ユーチューバーを東北に招いて動画を配信してもらうといったことも行いました。9月から10月にかけて、日本側事業者とメキシコ側バイヤーとの間でオンライン商談を実施しており、いくつか成約に至ると思っています。

この他、12月には米国やシンガポールなどの水産バイヤーに、三陸を訪問して事業者と商談してもらう事業を企画しています。また、東北のスタートアップの海外展開支援も行っており、11月には東北のスタートアップの方々と共にフィンランドで行われるSLUSHという展示会に出展します。

復興に向けた企業支援への思いを聞かせてください。

こけしについてロンドンのバイヤーから問い合わせが入ったり、仙台筆笥が香港で注目されたりと、東北の伝統産品は、私たちが考える以上に海外で人気です。農林水産物や日本酒などと並んで、海外で人気を呼びそうな伝統

産品の掘り起こしに力を入れたいと考えています。ただ、人手や後継者不足が安定した供給のネックになる懸念があるので、同時に人材の確保にも取り組む必要があります。

経営者の皆さんに向けてメッセージをお願いします。

ジェトロでは、中小企業などの利用拡大に積極的に取り組んでいて、現在、「新規輸出1万者支援プログラム」を実施中です。利用しやすい体制づくりと共に、輸出促進に向けたさまざまな支援策やサービスを用意しているので、ぜひドアをノックしてほしいと思います。



東北・常磐の水産品32商品、日本酒40銘柄の試食・試飲会をメキシコで実施(2023年7月)。その他、メキシコの有名ユーチューバーを東北に招いての動画配信、日本とメキシコのオンライン商談なども行っている

03 Support Organization

福島信用金庫 (福島県)



福島信用金庫
理事長
樋口郁雄氏

福島信用金庫の主な支援実績

「ふくしんSDGsサポートローン」は28社が資金調達に利用。「クラウドファンディングサービス」の取り扱い実績は19件、約2,640万円となっています。また、「ふくしま夢の懸け橋ファンド」では、福島大学認定のベンチャー企業である株式会社ミューラボをはじめ、9社に1億円の投資を実施しました。さらに、創業支援のための「ふくしん創業塾」の開催や、11名の所属中小企業診断士による創業相談、5名の農業経営アドバイザーによる就農支援なども実施。地域活性化に向けたイベントにも積極的に参加しています。

培ってきた顧客との信頼関係を基に

地域経済の課題の解決と一緒に取り組みます

東日本大震災の際の支援には、どのようなものがありましたか？

東日本大震災と東京電力福島第一原子力発電所の事故のために、避難指示区域を抱えているあぶくま信用金庫の多くの預金者が、福島信用金庫の営業エリアに、着の身着のままでの避難を余儀なくされました。そうした預金者に対して、私たちの窓口で預金の払い戻しに応じることにしました。

この取り組みを参考に作られたのが「預金代払いスキーム」です。被災地にあるあぶくま、宮古、杜の都、石巻、気仙沼、ひまわりの6信用金庫の預金者を対象に、取引先以外の信用金庫の窓口でも、預金の払い戻しができるようにしたもので、2011年3月25日からスタートしました。このような異例のスキームを短期間で構築し、大きなトラブルもなく運営できたのは、預金者や他の信用金庫との間に信頼関係があったからだと考えています。

東日本大震災からの復興に向けて提供した商品やサービスは？

東日本大震災以降も、福島県は2019年に台風第19号に見舞われ、2021年、2022年には震度6強を記

録した福島県沖地震で被害を受けました。コロナ禍も含めて大規模災害が発生した際には、災害復旧ローンなどで企業の資金需要に対応している他、外部の機関などと連携して、債権カットやリファイナンスなどによって経営再建を支援してきました。また、グループ補助金などの補助金に関する説明会や相談会を継続して行っています。

地元企業や経営者の金融ニーズの最近の傾向を教えてください。

少子高齢化による後継者や担い手不足、円安がもたらす資材や燃料価格の高騰、温暖化による自然環境の変化など、災害以外にも経営に影響を与えるものは多く、金融機関へのニーズは多様化しています。それらに対してスピード感を持って対応するために、商品やサービスの充実に努めています。

例えば、SDGsへの関心の高まりに対しては、「ふくしんSDGsサポートローン」を用意し、企業の取り組みを支援。また、後継者不足から事業承継が課題となり、M&Aも増えていることから、外部機関と事業承継の相談・支援プラットフォームを設けました。さらに、新たな資金調達手段としてクラ

ウドファンディングが注目されていることから、その利用支援も行っています。NPO法人かおり福祉会の女性向け就労継続支援事業所「工房もものたね」をはじめ、これまでに19件のクラウドファンディングをサポートしました。

地域社会・経済の復興に向けた思いとメッセージをお願いします。

地域の企業と信用金庫は一心同体の関係にあり、山積している地域経済の課題の解決には、同じ目線で一緒に取り組むことが大切です。地域の復興・繁栄なくして、私たちの成長・発展はないと考えています。



NPO法人かおり福祉会(福島市)が、女性障害者向け就労継続支援事業所「工房もものたね」を新たに開所するにあたり、利用者に支払う資金に充てる資金の一部をクラウドファンディングで募った

産業復興の主な支援事業

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基に、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

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に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

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「3 専門家派遣集中支援事業」と統合しており、現在の支援内容とは異なります。

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「2 被災地域企業新事業ハンズオン支援事業」と統合しており、現在の支援内容とは異なります。

【掲載事業者の制度利用】

- | | |
|----------------------|-----|
| 11 株式会社ヤマナカ(令和4年度) | P40 |
| 15 株式会社マルリフーズ(令和3年度) | P56 |



各企業がオンラインにて参加(令和5年度開催時)



仙台・東京・大阪における飲食イベントの企画を支援(写真は仙台イベント)

【掲載事業者の制度利用】

- | | |
|--------------------------|-----|
| 30 株式会社いわきチョコレート(平成27年度) | P90 |
|--------------------------|-----|



新製品「巨峰醇菓」の開発支援、販路拡大支援を実施

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。

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紹介を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を期待される。

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生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。

- [掲載事業者の制度利用]
- 09 一般社団法人イシノマキ・ファーム
(令和元年度) P36
 - 27 株式会社孫の手(令和元年度) P84



222人から約484万円の支援を受け、青空レストランツアー事業を実現

政策調査官の出向元

- * IHI
- * NTT 東日本
- * JAL
- * JR 東日本
- * JTB
- * アルプスアルパイン
- * 城南信用金庫
- * 東急エージェンシー
- * 東レ
- * 日本商工会議所
- * 三越伊勢丹
- * ヤマト運輸
- (2023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 (震災支援機構)

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。

8 経済産業省 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。

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(製造業等立地支援)

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。

- [掲載事業者の制度利用]
- 15 株式会社マルリフーズ(平成27年度) P56

- [掲載事業者の制度利用]
- 10 有限会社ファーム・ソレイユ東北
(平成24年度) P38
 - 11 株式会社ヤマナカ(平成23年度) P40
 - 15 株式会社マルリフーズ(平成23・28年度) P56
 - 18 株式会社サンブライト(平成23年度) P62
 - 22 株式会社伊達重機(平成24年度) P70

- [掲載事業者の制度利用]
- 05 有限会社泉澤水産(平成26・27年度) P22
 - 08 有限会社たかはし(平成30年度) P34
 - 14 山元いちご農園株式会社(平成27年度) P46

過去の産業復興事例集

令和4年度 令和5年度

産業復興事例集ウェブサイト



令和4・5年度の事例集はウェブで公開中。
過去全ての事例集に掲載された事例をキーワードで絞り込むことも可能。
ぜひご利用ください。



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集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～



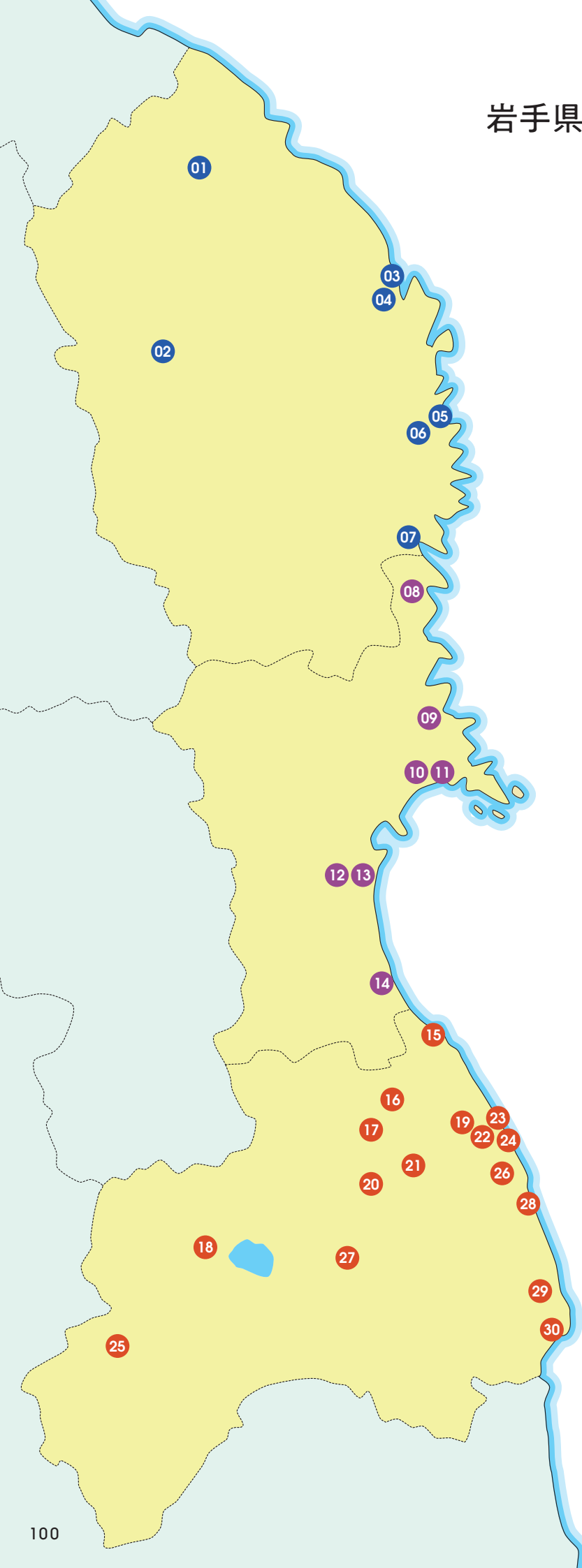
平成25年度
被災地での
55の挑戦
～企業による
復興事業事例集
Vol.2～



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～



岩手県・宮城県・福島県 県別索引



岩手県

01	有限会社谷地林業	14
02	岩手県北自動車株式会社	16
03	三陸鉄道株式会社	18
04	有限会社クラスター	20
05	有限会社泉澤水産	22
06	株式会社釜石電機製作所	24
07	株式会社醸	26

宮城県

08	有限会社たかはし	34
09	一般社団法人イシノマキ・ファーム	36
10	有限会社ファーム・ソレイユ東北 (お茶のあさひ園)	38
11	株式会社ヤマナカ	40
12	東社シーテック株式会社	42
13	株式会社鐘崎	44
14	山元いちご農園株式会社	46

福島県

15	株式会社マルリフーズ	56
16	合同会社MARBLING	58
17	株式会社川俣町農業振興公社	60
18	株式会社サンブライト	62
19	大内安男商店	64
20	有限会社エム牧場	66
21	株式会社牛屋	68
22	株式会社伊達重機	70
23	株式会社バイオマスレジン福島	76
24	浅野燃糸株式会社	78
25	奥会津かねやま福業協同組合	80
26	軽食・喫茶レインボー	82
27	株式会社孫の手	84
28	株式会社ネモト	86
29	株式会社おのざき	88
30	株式会社いわきチョコレート	90

監修委員



座長

東北学院大学 地域総合学部 地域コミュニティ学科
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

芳田 直樹

新野 修士

小澤 久雄

小島 利津子

中村 奈苗

Tel: 03-6328-0267

Email: kigyo-rs@fukko.go.jp

