

2-2. 挑戰事例

2-2-1. 地域基幹産業の底上げ・成長に向けた 挑戦事例

(株)幸呼来 Japan
協同組合三陸パートナーズ
(株)re:terra
釜石ヒカリフーズ(株)
(株)千田精密工業
大槌復興刺し子プロジェクト
舞台アグリイノベーション(株)
(株)マテリアル・コンセプト
ヤグチ電子工業(株)
(有)オйкаワデニム
気仙沼水産食品事業協同組合
気仙沼造船団地協同組合
サメの街気仙沼構想推進協議会
みらい食の研究所
(一社)WATALIS
(株)アイワコーポ
林精器製造(株)
(株)IE

幸呼来Japanの挑戦

障がい者雇用と伝統技術 の両立で幸せを呼ぶ

ビジョン

● 三つの力で盛岡ブランドを全国、世界に発信していく

1. 伝統を形にする障がい者の力
2. 伝統を伝える技術者の力
3. それを支える地域の力

「幸呼来Japan（さっくらじゃぱん）」の会社名は、盛岡さんさ踊りのかけ声「サッコラ～チョイワヤッセ」から来る。「幸せは呼べば来るんです」と社長を務める石頭氏はいう。

石頭氏は小学校教諭などを経て、友人からの紹介で住宅リフォーム会社に転職。バリアフリー工事に携わっていた。転機となったのは2009年、岩手県内の高等支援学校を訪れたとき。生徒の作成する「裂き織り」に触れ、その完成度の高さに感動する一方で、その技術は卒業後の就職に生かされる場がないことを知った。

石頭氏は「この技術を埋もれさせるのはもったいない」と裂き織りの事業化を決意。社長に相談し、盛岡市緊急雇用創出事業の認定を受け、2010年7月に会社の一部門として障がい者2名を含む4名でスタートした。実際に事業を開始して、

その技術力の高さは、集中力と忍耐力に裏打ちされたものだと知った。

震災の影響により住宅リフォーム会社による事業継続が困難となったが、「障がい者の方々の働く場を守りたい」という思いから、石頭氏は自ら「幸呼来Japan」を設立。「このすばらしい技術を世に発信することで、雇用を創出したい」という石頭氏の思いに共感、賛同する人々の拡がりとともに、会社は成長している。

「今後も成長を続けていきたいし、続けなければならないと思っています」幸呼来Japanの成長によって障がい者雇用の創出と社会的自立、伝統技術継承・地域の活性化につなげたいというのが石頭氏の信念である。石頭氏は自身の信念を発信し、幸せを呼ぶ活動を続けている。



株式会社幸呼来Japan

代表取締役
石頭悦氏

取り組み(事業内容)

裂き織りと盛岡さんさ踊りを融合させた「さんさ裂き織」

裂き織りは、裂いた布を繋いで横糸として再利用した生地である。横糸に幅があるため織りには細心の注意が必要で、少しでも集中力を欠くと幅が異なったり、目飛びしたりして商品にはならない。実際に商品を手にとってみると、その色合いの美しさと技術力の高さが実感できるだろう。

さんさ裂き織りとは、この「裂き織り」の材料生地に「盛岡さんさ踊り」の浴衣を用いたものである。その商品価値は、さんさ踊りの浴衣の色合いと、技術力が支えている。

「さんさ踊りの浴衣によって、色柄の美しい裂き織りができるんです」浴衣の柄によって、出



来る上がる裂き織りはそれぞれ異なり、世界にたった一つの商品となる。

岩手の魅力が凝縮された「南部の灯火(あかり)」

裂き織りが活用され、その上で地元岩手の魅力が凝縮された商品が平成24年度いわて特産品コンクール岩手県市長会会長賞を受賞している。「南部の灯火(あかり)」だ。

石頭氏によると、裂き織り事業を開始する前から、いつか地元の伝統技術を集めたものを作りたいという思いがあったという。幸呼来Japanの「さんさ裂き織」と岩手を代表する伝統工芸品である南部鉄器が組み合わせられ、岩手山、石割桜、一本桜、北上川が描かれている。



課題克服のポイント

さんさ踊り浴衣との出会い

石頭氏がリフォーム会社の一部門として事業としてスタートさせた後、最初に大きな壁となったのが、裂き織りに利用する布の調達であった。そこで石頭氏が注目したのが盛岡さんさ踊りの浴衣だった。

持前の行動力を生かして、盛岡商工会議所のさんさ踊り実行委員会に協力を求めたところ、障がい者雇用と伝統技術の確立という理念が共感呼び、浴衣を提供してくれる団体が相次ぐようになった。「さんさ裂き織」の誕生である。



障がい者雇用支援制度を活用し事業を独立

「住宅リフォーム会社の一部門として継続していくつもりで、会社設立の予定はなかった」という石頭氏の状況を一変させたのが東日本大震災の発生だった。震災後の経済環境の変化により、住宅リフォーム会社の一部門としての事業継続が困難となった。

一方、震災の翌日に出社したのは、社長、石頭氏と障がい者の方だったことが石頭氏の記憶に残っていた。仕事に対する意識の高さに驚き

と感動を覚えるとともに、「この人たちの働く場をなんとかしてでも守りたい」と、2011年9月に幸呼来Japanを設立した。

就労継続支援A型事業所（注）の認定を受けるとともに、盛岡市から、生涯現役・全員参加・世代継承型雇用創出事業の認定を受け、会社としての事業継続の目処がついた。その後新商品の開発や人づての営業活動等の努力が実り、当初4名で始めた従業員数は現在17名となり、売上も6倍程度に成長した。

（注）通常の事業所に雇用されることが困難であって、雇用契約に基づく就労が可能である者に対し、就労に必要な知識及び能力の向上のために必要な支援を行う事業所のこと。

様々な人達に支えられ課題を解決

「盛岡の人は人情があり、面倒見がいい人が多い」石頭氏は最初にそう語った。今の幸呼来Japanがあるのは中小企業家同友会、盛岡商工会議所、盛岡市などの様々な人たちからの応援、アドバイスによるものだという。

石頭氏は、同友会をはじめヒトの集まる場に積極的に参加し自らの理念を発信し続けている。その活動によって、周囲から多くの共感呼び、事業化時、独立時、マーケティング時などのあらゆる場面で直面する課題解決につながっている。



今後の課題と挑戦

新たな挑戦「Panoreche」(パノレーチェ)

「安定的に雇用を創出し地域活性化につなげたい」障がい者雇用の安定化と伝統技術の承継の両立を続けていくためには、継続的な売上の確保は重要な課題だ。

そうした中、新たなブランド事業としてスタートしたのが「Pampreche」である。イタリア語の布(pano)と耳(orecchio)を組み合わせた「布の耳」という造語で、衣料メーカー等で発生する「布の耳」、すなわち残反を裂き織りによりリユースする。この取組みが、BEAMS創造研究所およびヤフー復興支援室のプロジェクト「TOKYO DESIGNERS meet TOHOKU」への参画につながった。また、伝統工芸を用いた環境および障がい者に優しい商品開発として、「新しい東北」復興ビジネスコンテスト奨励賞を受賞している。

裂き織りの技術の高さを発信し続け、石頭氏の理念に賛同した人のつながりのもと、幸呼来Japanの名のとおり、盛岡から全国に、そして世界に向けて発信している。



ANREALAGE × さんさ裂き織工房
「幸呼来Japan」のメンズジャケット

【名称】 株式会社幸呼来Japan
【住所】 岩手県盛岡市新東庄1丁目23-30
【代表者】 代表取締役 石頭悦（いしがしらえつ）

【連絡】 TEL：019-681-9166/FAX：019-681-9165
【HP】 <http://saccora-japan.com/>
【E-mail】 info@sansasakiori.com

三陸パートナーズの挑戦

高付加価値の 水産加工品を開発し 水産加工業を魅力的に



協同組合三陸パートナーズ
理事長
及川 廣章 氏

ビジョン

- 高付加価値の商品提供
- 水産加工業界の社会的地位向上
- 大船渡の地域経済の活性化

「魅力ある水産加工業界にしたい」と意気込むのは三陸パートナーズ理事長の及川氏。三陸パートナーズは、大船渡の水産加工会社6社（及川冷蔵(株)、(株)國洋、(株)毛利、(有)コマツ商店、(有)コタニ、(有)広洋水産）が連携し、新しい水産加工品の製造販売と地域の活性化を目指して2013年7月に設立された。

及川冷蔵の社長でもある及川氏は、水産加工業の現状を、「他の業界に比べて社会的地位が低く若者の担い手が減少している」と指摘する。その要因のひとつに大手企業の下請として、魚介類を原料として供給するビジネスが大半を占めていることがあると分析する。

及川氏は、震災以前より、付加価値の高い加工品を開発し、三陸の海の幸をブランド化していくことで、水産加工業界の社会的地位を高

め、大船渡の地域経済の活性化に貢献できると考えていた。震災後、被災した水産加工会社の工場再建が進む中、「形だけ震災前に戻してもダメだ」と、及川氏は高付加価値の水産加工品の開発に挑戦することを決意する。そのためには、大船渡の水産加工会社が課題を共有して連携しなければならない。「自分と同じような考えを持つ同業者は多いはず」と及川氏は震災で工場や加工設備を失った同業の仲間に声を掛け大船渡の未来について語りあった。その結果、6人の経営者は、「自分たちはもう失うものは何もない。前に進むだけ。どうせやるなら三陸の未来のために新しい価値のあることをやろう」という意見でまとまった。

及川氏が三陸パートナーズの立上げを決意した瞬間であった。

取り組み(事業内容)

お互いの強みを組み合わせて 商品開発を進める

これまで、各社の売上の大半は卸会社への業務用加工品の販売が占めていた。各社の主力商品であるカツオのたたき（コマツ商店）、しめ鯖（毛利）、サンマの燻製（及川冷蔵）などはサイズが大きいためそのままでは消費者に販売することが難しかったが、一口サイズにスライスできる機械をもつ國洋で加工することにより消費者が食べやすいサイズの商品ができる。

「お互いの強みを組み合わせることで、1社ではできなかった新しい商品開発や販路の展開が可能になった」と及川氏は語る。

このようにして新たに開発した商品は、高級志向の消費者をターゲットに百貨店やインターネット上のオンラインショップで販売している。

「消費者が求めている商品を企画して、しっかり販売戦略を立てることがとても重要」と及川氏は語る。

百貨店で好評を得た 新商品

三陸パートナーズでは、新商品として、三陸で水揚げされた新鮮素材をスモークや炙り、酢締めにした商品の詰め合わせのほか、有名シェフである熊谷喜八氏監修の「ワインに合う三陸の味」シリーズなどのギフト商品も取り揃えた。これらの商品は、東京の大手百貨店で実施した販売展示会で予想以上の好評を得た。「大手百貨店で販売実績をもとにオンラインショップを充実して、首都圏の皆様へ三陸の食を届けたい」と及川氏は意気込む。



課題克服のポイント

NPOとの連携で新しい商品づくり

三陸パートナーズ設立の大きなきっかけとなったのが、震災直後から「東北の食を守る」をスローガンに復興支援を行っている、NPO法人ソウルオブ東北との出会いであった。

一流シェフの協力を得ながら東北の食材や加工技術を生かした新商品の開発を目指していたソウルオブ東北と、高付加価値商品を開発したい三陸パートナーズのニーズが合致し、両者の協力体制が生まれた。これにより、三陸パートナーズのマーケティングや商品の企画、ブランディングに関しては、ソウルオブ東北が紹介したシェフやフードコーディネーターなどの専門家が参画し協力することになった。及川氏は、「我々は物づくりは得意だけど、企画やマーケティングは得意ではないので、アドバイスはとも参考になった」という。

また、ソウルオブ東北との連携によるもう一つの効果について、及川氏は「コーディネーター役として組合員の色々な意見をまとめてくれたのが活動の大きな原動力になった」と語る。組合員は元々ライバル企業同士でもあり、今まではほとんど連携もなかったという。「震災をきっかけに、お互い腹を割って話し合うには地域以外の第三者による調整機能が必要であった」と設立当時を振り返る。

「復興応援 キリン絆プロジェクト」と「新しい東北」先導モデル事業による支援

組合員の6社は被災企業であり、活動に必要な資金面の余裕はなかった。その中で資金面から活動を支援してくれたのが、「復興応援 キリン絆プロジェクト」と復興庁の「新しい東北」先導モデル事業であった。助成金は、三陸の新たな高付加価値商品の開発、ブランドの育成、新たな販路開拓などに活用した。及川氏は、「これらの支援がなければ、三陸パートナーズの活動はできなかった」という。



ジェノベーゼソースと合わせて

牡蠣の燻製

今後の課題と挑戦

ビジネスとして成長することで地域活性化につなげる

今後、三陸パートナーズが克服すべき課題について及川氏は、事業を継続・成長させていくための「収益基盤の確立」であるとし、補助金に頼らず自立自走できるビジネスモデルの必要性を認識している。そのためにも、岩手の海・里・山の幸を活かし、消費者に作り手の顔が見える高付加価値商品をこだわりをもって開発・販売していきたいと考えており、現在花巻市の(株)里山パートナーズとも連携して新商品の開発を進めている。



スモークサーモンに
タブナードソースをのせて

また、事業が拡大した際には、より柔軟な商品開発と製造ができる自社工場を建設するのが目標である。今は各組合員の工場で分散して製造しているが、「自社工場ができれば、雇用も生まれ大船渡の活性化にも繋がる。工場では、若者や女性たちが明るく生き生きと働ける環境を整え、アイデア溢れる新商品を生み出していきたい」と意気込む。

「私たちが誇る三陸の海の幸をより多くの消費者に知ってもらい、本物の価値を届けたい。それが大船渡の誇りとなり新しい三陸の未来が生まれる」と及川氏は目を輝かせながら語った。



熊谷喜八 三陸の海の幸リゾット

【名称】 協同組合三陸パートナーズ
【住所】 岩手県大船渡市大船渡町字中港3-100
【代表者】 理事長 及川 廣章

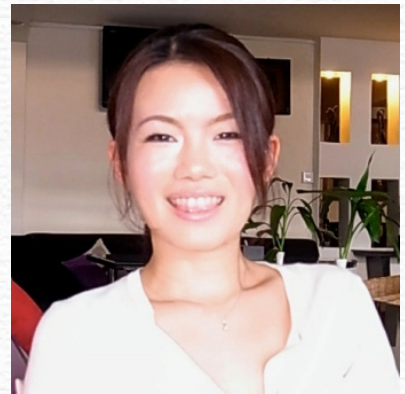
【連絡】 TEL：0192-27-1251/FAX：0192-26-4001
【HP】 <http://sanrikupartners.com/>
【Service】 <http://sanrikumarket.com/>

re:terraの挑戦

地元の資源で気仙地区に雇用を創出したい

ビジョン

- 経済・文化・社会・自然・人間の資本の最適バランスを目指す
- 人が幸せになるビジネスを生み出す
- それらを通じて社会課題を解決する



株式会社re:terra

代表取締役
渡邊 さやか 氏

陸前高田に自生する気仙椿を使った化粧品づくりを通じて地元で新たな産業を生み出すことに挑戦している(株)re:terra(リテラ)。同社は、カンボジアにおいてネイルサロンを立ち上げたカンボジア人の女性起業家ともパートナー関係を結び、美容技術の指導を通じた現地女性の人材育成も行っている。これらの事業は、まさに社長を務める渡邊さやか氏の女性ならではの視点から生まれたものだ。

11歳の時に初めての海外旅行で訪れたネパールで、「豊かさとは何か」という問題意識を持った渡邊氏は、コンサルティング会社に勤務していた経験を活かし、ビジネスを通じた社会

課題の解決を目指していた。東日本大震災後は、被災地の支援を通じて、抱き続けたその疑問に対する答えを模索し続けた。渡邊氏は、「豊かさ」とは「地域の資源や人に寄り添って産業を育てていくこと」と関係しているのではないかと感じるようになった。

「地球、自分自身、本来の姿」を意味する「terra(テラ)」に「還る」意味の「re」を頭につけた同社の社名には、「生命が持つ本来の可能性に還る」という意味が込められており、社会問題に取り組み続ける渡邊氏のしなやかで強い志がにじみ出ている。

取り組み(事業内容)

気仙椿ドリームプロジェクト

自らの考える「豊かさ」を実現するため日本の良い物を海外に発信する事業を始めようと考えていた渡邊氏は、東日本大震災後、その題材を東北地方で探していた。

醤油、酒、デニムといくつか候補があがったが、最終的に気仙椿から取れる椿油を使った化粧品の生産に行きついた。理由は、付加価値の高いものづくりが可能で、将来的に海外にも発信しうることで、そして地元の若い人が興味をもって参画してくれると考えたからである。

地元の椿を使って気仙地区に雇用を生み、気仙の若い人が夢を見られよう商品を生み出したい。「気仙椿ドリームプロジェクト」はそんな思いが込められた事業である。



販売商品

★気仙椿ハンドクリーム

気仙椿ドリームプロジェクト第一弾として発売。渡邊氏の思いに共感したハリウッド化粧品が製造し、様々なボランティア活動を行う女性医師の団体であるEn女医会が商品の監修をしている。



★気仙椿リップクリーム

気仙椿ドリームプロジェクト第二弾。制作段階から地元の高校生や市役所女性職員などに協力してもらい、若い人に地元の宝「気仙椿」の存在を再認識してもらおうきっかけとなった。

協力者との出会いでプロジェクトが動き出す

震災後、渡邊氏が東北で海外へ発信する題材探しをしている時、渡邊氏の挑戦を推進するうえで欠かせない人物に巡り合う。後に気仙椿ドリームプロジェクトのプロジェクトリーダーとなる佐藤武氏である。



気仙椿油で化粧品の製造を目指していた渡邊氏と佐藤氏は、陸前高田市で唯一の製油所である「石川製油所」が震災を機に廃業を決めたことを知る。当時、障がい者授産施設「青松館」が石川製油所から製油技術を受け継ぐべく活動を開始したところであったため、佐藤氏はすぐに石川製油所と青松館に活動への協力を申し出るとともに、気仙椿ドリームプロジェクトへの椿油の提供を依頼した。当初は理解が得られず、二人の依頼は断られ続けた。しかし、佐藤氏は持ち前の行動力で「石川製油所」に通いつめ、「地域に根付いた事業を立ち上げたい」との想いを伝え続けた結果、半年後にようやくプロジェクトへの協力を取り付けることに成功した。

情熱と企画力で創業直後の資金不足を克服

渡邊氏は、気仙椿ドリームプロジェクトの第一弾として、ハンドクリームの企画をまとめていた。しかし、リテラには自社で商品を大量に製造販売するだけの資金力が無く、化粧品会社

に委託する必要があった。一方、メーカー側は提携するメリットが見出せず、数々の化粧品メーカーと交渉するも交渉はまとまらなかった。

そんな折、渡邊氏の知人である(株)ハリウッドビューティーサロンの社長を介してハリウッド化粧品と出会う。渡邊氏は自身のコンサルティング能力を活かし、ハンドクリームによる若年層への顧客拡大をハリウッド化粧品に提案。渡邊氏の情熱と顧客拡大の戦略に共感したハリウッド化粧品の社長は、商品を製造することを決断する。

また、資金力が乏しい中での販売にあたっては、在庫保有のための資金手当てが一つのポイントとなる。これについては、同様に渡邊氏の想いに共感した販売会社の(株)メイコーレーションが資金負担を買って出てくれることとなった。それは、2012年11月21日の商品発表会直前のことであった。

En女医会の監修で商品の価値とPR効果を高める



En女医会は女性医師によるボランティア活動団体である。渡邊氏の活動に共感し商品開発段階からプロジェクトに参加し、女性の視点と医師の知識でアドバイスをしてくれた。さらに商品発表会では、前面に立って商品の良さをアピールしてくれ、気仙椿ハンドクリームのプロモーション面で大きな役割を果たしてくれた。

今後の課題と挑戦

ビジネスとして成長しなければならない

今後、リテラが克服すべき課題について渡邊氏は以下の3点をあげる。

1点目は、「事業の継続性を高めるためにもシェアを拡大し利益率を高める」ことである。この課題に対し渡邊氏は、これまでのBtoC商品ではなく、プロフェッショナル向けBtoB商品（美容室向けに高級ヘアケア商品）を開発することで利益率を高めたいと考えている。商品を作ってから市場に持ち込んでもシェアを獲得することは難しく、販促費がかかってしまう。

そのため、今後は東北に想いのある美容師／美容室などに商品開発段階から関与してもらい、顧客ニーズに沿った商品をマーケットインの視点で開発することで販促費を抑制しつつシェア獲得につなげる。

さらに将来的には陸前高田に自社工場を建設し、製造した製品を自社で販売することにより更なる利益率の上昇を目指している。

2点目は、事業を成長させていくための「財政基盤の確立」である。1点目の課題を達成するためにも渡邊氏の新しいビジネスモデルに共感する多様な資本をバランスよく巻き込むことで財務を強化し、自立した会社になる必要性を認識している。

そして最後に、今後も新商品を開発し続け、「地域の商品ブランドとして確立する」ことを大きな目標として掲げている。

現地に長く根付く事業になればいい

渡邊氏は、「将来的には陸前高田に椿農園を造成し、また工場を立てて、地元で一貫生産・販売できる体制を整えたい」と夢を語る。椿を育て収穫する人、それを加工して化粧品の製造する人、そして販売する人、すべての工程が気仙地区で出来るようになれば、地元で雇用が生まれ笑顔があふれると考えるからである。

その夢が実現したとき、「気仙椿」は地元の若者が誇れる地元の宝となっているであろう。

【名称】 株式会社re:terra

【連絡】 TEL：03-5422-6296/FAX：03-6732-3300

【住所】 岩手県陸前高田市米崎町字道の上69

【HP】 <http://www.reterra.org/>

【代表者】 代表取締役 渡邊 さやか

【E-mail】 info@reterra.org

釜石ヒカリフーズの挑戦



釜石ヒカリフーズ株式会社

代表取締役
佐藤 正一 氏

地域が自信と尊厳を取り戻すため「働く場を作りたい」

ビジョン

- 職場環境を整えることにより、被災者の方々や若者の雇用の受け皿になる
- 地域漁業者の収入の増加を図り、互いに発展していける良好な関係を構築する
- 水産資源確保のため、地域漁業者、水産加工業従事者の後継を育成する

もともと地方銀行の行員であった佐藤氏は、水産加工業に魅せられ37歳で転職し、釜石に移った。その後、2011年3月に震災が発生。家族を連れて出身地の盛岡に帰る事も考えたという。しかし、「自分だけ被災地を捨てて地元に戻っているのか」という葛藤が自分の中で湧き上がった。そうした中、唐丹漁協や被災地の人々からの「水産加工の会社を立ち上げて欲しい」という声を受け、一念発起。2011年8月、地元で

はない釜石の為に、資金も経営ノウハウも無い中で佐藤氏は釜石ヒカリフーズ(株)を創業した。

佐藤氏は「自社だけが良くなるうとして商売はしない。地域のもを売りたい、漁業者の売上を伸ばしたい」と語る。地域が潤い、地域の人々が自分の住む場所に自信を持ち、子供たちが愛着を持ってこの地に根ざす。それが佐藤氏の目指す釜石の未来である。釜石の復興を願う佐藤氏の挑戦が始まったのである。

取り組み(事業内容)

水産加工業

釜石ヒカリフーズは、釜石をはじめ三陸で水揚げされたイカ、タコ、サケ、サバ、ウニ、アワビ等を原料として、寿司ネタなど企業向け商品の加工、販売を行っている。

主要な販売先は、大手居酒屋チェーン、有機・低農薬野菜・無添加食品を取り扱う宅配サービス大手、卸売商社等であり、他社からの引き合いも後を絶たない。これらの相手先は皆、佐藤氏の想いに共感した仲間の紹介から取引が始まったものである。さらに、主要商品の加工の際に発生する副産物を利用した商品開発にも積極的に取り組んでいる。



釜石の雇用の受け皿となる

釜石ヒカリフーズの従業員数は、2014年11月時点で23名であるが、2015年度末までに30名にすることが目標である。佐藤氏は事業発展のために必要となる、従業員の満足度を上げ、定着率を高めるためのポイントとして2点挙げている。

①女性の活用：子供の運動会や、急な発熱、高齢者家族の通院等、急な休みで労働力が欠けた場合も、適時適切に人員配置を調整するなど、フレキシブルにお互いがフォローし合う仕組みをつくり、従業員に皆でカバーするという意識を醸成させている。

②水産加工業の「きつい・汚い・危険」イメージからの脱却：個人別フレックスタイムを採用し、従業員が自由に働く時間帯を決めることができたり、作業場では有線放送で従業員の好みのBGMを流し、普段から整理整頓を心がけたり、従業員に対する社会保険等への加入も徹底したりするなど、楽しく・きれいで・安全な職場づくりを目指している。

課題克服のポイント

佐藤氏の思いに共感した支援先からの 資金提供

震災後の設備新設にあたっては、被災していない新設企業による事業であるためグループ補助金の対象にならなかった。しかし、佐藤氏の想いに自治体・各金融機関が共感し、工場建設資金と当面の運転資金の借入を行うことができた。さらに(一財)東北共益投資基金による「地域資源活用成長事業支援」としての出資や、「カタルフレンド基金」の支援事業に採択されるなど、今なお支援の輪は増え続けているという。

迅速な企業立地協定の締結と 本社工場建設

釜石ヒカリフーズは2012年3月、釜石市と企業立地協定を結んだ。新設企業としては異例であり、こうした関係者の協力の下に実現した早



期の事業開始は、顧客への迅速な商品提供を可能とただけではなく、地域の雇用の創出に大きく貢献したといえる。

産・学・官連携による積極的な研究開発

釜石ヒカリフーズは、JST復興支援プログラムを活用し、高知工科大学・岩手県水産技術センター・岩手大学と連携し、「スラリーアイス（塩分濃度を調整可能なシャーベット状の氷。なお、本研究開発では魚介類が凍るギリギリ手前の温度に保つことで、生のまま何日もおいしく保存することが可能）」を各魚種にあわせて調整出来るよう、研究開発中である。また、東京海洋大学・岩手大学・他の水産業者との連携により、釜石産サバ畜養実用化実験を行い、「釜石産サバの付加価値向上」にも取り組んでいる。さらに釜石ヒカリフーズでは、前述のカタルフレンド基金を活用し、「唐丹産海産物を鮮度そのままに全国にお届けする6次産業化プロジェクト」に取り組み、岩手県産の水産物を用いた高付加価値商品の開発と、その全国直販を目指している。

今後の課題と挑戦

「工場」から「メーカー」への発展で 人材を確保

佐藤氏は、地元の若者が、釜石に定着したいという思いがあるにも関わらず、「賃金が安い。仕事にやりがいがない」と都会に出ていくのをこれまで目の当たりにしてきた。この状況を打破し、地元に残す鍵は「自社が『水産加工工場』ではなく、『水産加工メーカー』になる事だ」と佐藤氏は語る。釜石ヒカリフーズは水産加工業者だが、工場内の加工業務だけでなく、貿易、商品開発、ブランディング、品質管理などの様々な業務がある。

佐藤氏は「加工の仕事を含めやりがいのある仕事はたくさんある。やりがいのある仕事を提供し、従業員満足度を高めることで、優秀な若者が働きたいと思う会社を目指す」と話す。現在の工場稼働率は70%程度、まだまだ人材が不足しており、釜石ヒカリフーズの今後の成長のためにも地元の若者の魅力ある雇用の場となることが重要だ。

これまでのネットワークを活かした展開

釜石ヒカリフーズは今後3つの展開を目指している。第1に、新商品開発に力を入れており、(公財)釜石・大槌地域産業育成センターと連携し、加工時の副産物を用いた「イカメンチカツバーガー」を広めている。第2に、まだ研究開発段階ではあるが、釜石で蓄養したサバを、スラリーアイスを用いて鮮度を保持したまま出荷することで釜石ブランドの商品とすることも今後の目標である。そして第3に、海外展開も視野に入れている。東経連ビジネスセンターの協力で中国で開催された商談会に参加し、販路拡大への足がかりとなった。さらに、カタルからの支援で得たルート等を使い、中東・東南アジアの和食店に商品を卸す計画だ。釜石ヒカリフーズの「水産加工メーカー」への道のりはまだまだこれからも続く。



【名称】 釜石ヒカリフーズ株式会社

【連絡】 TEL : 0193-55-3663 / FAX : 0193-55-3722

【住所】 岩手県釜石市唐丹町字小白浜568

【E-mail】 company@hikarifoods.jp

【代表者】 代表取締役 佐藤 正一

千田精密工業の挑戦

常に挑戦し続ける 技術集団の育成

ビジョン

- 確かなもの作りで、お客様に信頼される企業を目指します
- 豊かな発想が活かされる、明るい職場づくりを目指します
- 自然環境を守り、地域社会に貢献する企業を目指します



株式会社千田精密工業
代表取締役
千田 伏二夫 氏

(株)千田精密工業はたとえ大量発注であっても単純加工に関する依頼は受けない。常に取引先から提示される難題の解決に挑戦し続けている。他の同業者には対応が難しいメーカーからの要求に応えることが、自社の存在意義であると確信しているからだ。

「社員には技術ありきではなく、お客様から相談を受ける、ということに価値を見出して欲しい」、「やれないと言わない、まずやってみる。今後もそういう姿勢の会社であって欲しい」千田氏の経営に対する考え方を端的に表現した言葉である。

ある時、あるメーカーからの難しい注文に同業者が四苦八苦し、あるいは受注自体を断念す

る中、メーカー担当者から、「どうせ他の業者と同じでできないだろう」と言われながらも、努力と創意工夫により、なんとか納品にこぎつけたことがあった。その後、そのメーカーからは次の機会にも相談を受け、要求に応えることができたため、さらに次の受注を得ることができ、その受注時に与えられた課題を解決することで信頼を勝ち取ることができたと言う。

「ものづくりの原点はひとりひとりが職人（技術者）であり続けることであり、その技術者を育成していくことが千田精密工業の使命である。我々は生産集団ではなく技術集団なのだ」と千田氏は言う。

取り組み(事業内容)

充実した設備と技術力、設計からの一貫生産体制で難題にチャレンジ

千田精密工業は1979年に創業して以来、高い技術力により、ステンレスの他、アルミや銅などの非鉄金属の加工に高い実績を誇ってきた。東北では初めてとなる大型5面加工機を導入するなど最新設備の導入を進めるとともに、それらを使いこなす技術力と創意工夫で顧客からの難題に応えられる技術者の育成に特に力を入れてきた。また、少数精鋭主義で多能工を育成することで、設計の段階から切削、研磨、熔接まで、難易度の高い様々な要求に早期に応えることができる一貫生産体制を築いている。

こうした取り組みの結果、これまで半導体製造装置や液晶製造装置を中心に、製作する部品の設計段階からメー



カーの相談を受けるなど、全国の顧客から高い評価を獲得している。

地域に根付いて 自助、共助できる会社でありたい

「地域に根付いて自助、共助できる会社でありたい」と千田氏は言う。千田精密工業の主力生産拠点である大槌工場には幸いにも大きな被害がなかったこともあり、東日本大震災発生直後の13日夕方には工場の駐車場にプレハブ5棟を設置し、自家発電や地下水を利用できる設備を整え、一時は80名を越える避難者を受け入れた。また、「復興を加速させたい」との思いから、この避難者受け入れとは別に地元大槌町役場への応援者用宿舎を自費で建設し、地域の復興に貢献した。



常に挑戦する姿勢が次の挑戦を呼び込む

1980年代後半に設備投資を積極的に行っていた頃、通常は金型を使用し造形するような部品をマシニングセンタで作製するという難易度の高い取組みを行っていた。その時、「難しい案件だが、その様なことができるのなら」と、ある取引先より紹介された案件が、F1エンジンの部品製作だった。後にこのエンジンを搭載したF1マシンが優勝を果たしたことで、千田精密工業の名は全国区となる。常に高度な技術を磨いていたこと、その取組みが認知されていたことが千田精密工業を新たな挑戦に導いたと言える。

5年の積み重ねで 新技術FSWによる製品化を実現

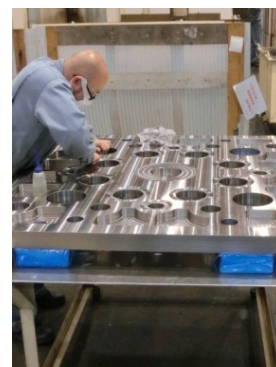
千田精密工業では新しい技術として2005年にイギリスTWI社と摩擦攪拌接合（FSW）に関するライセンス契約を締結した。

この技術を活用した製品化にあたっては、製品の品質が顧客の要求水準を満たしていることを証明しなければならなかった。一方、地域の研究施設や大学からは数値の検査結果が出されるのみであり、その結果を用いた他の製品との比較、切断しての内部構造の評価、顧客で採用してもらえる水準かどうかの判断は結局自社で行う必要があった。この検証にはライセンス契

約から約5年かかったが、試行錯誤を繰り返し、顧客からの追加要求にも応えながら、なんとか製品化に行き着いた。長い年月をかけた努力の積み重ねが実を結んだ例である。

求められる技術の変化

現在、FSWの技術を用いた製品の売上高は会社全体の2割を超えるに至っているが、納入先である大手メーカーは厳しい競争環境の中で、常に製品の品質向上やコスト削減に取り組んでいる。千田精密工業も常に新しい技術の習得、職員の技術レベルの向上に努め、メーカーからの高水準の要求に応じていく方針だ。FSWの売上構成比の増加はこうした顧客からの期待に応えた結果の現れである。



今後の課題と挑戦

持てる技術を活かせる分野、新たな挑戦の探求

東日本大震災を受けて岩手県が策定した復興実施計画には、世界最高・最先端の電子・陽電子衝突型大型加速器を有する大規模研究施設である国際リニアコライダー（ILC）の誘致が盛り込まれている。千田精密工業は現在、この実験機の技術開発を進めている研究機関から依頼された「実験機の心臓部となる装置の製造」という最難関の案件に取り組んでいる。FSWの技術がなければ受けられなかった仕事だ。

また、これまで関わってきた半導体製造装置や自動車といった分野とは異なる領域からの依頼にも、「まだまだ未開発の領域がある。今持っている技術を活かせる他の分野を探したり、新しい挑戦を求めてさらに情報収集に力を入れる事がとても重要だ」と、改めて千田氏は感じている。

技術の継承と技術者の育成

千田精密工業では、入社間もない若手の技術者には旧式の機械を利用させ、製造技術の基本を徹底的に学ばせている。複雑な設計など難易度の高い案件についてはベテランが過去の経験を活かしてサポートし、全社一丸で対応すると共に若手への技術の承継を図っている。このように従業員の技術レベルに応じた様々な設計製造を積極的に経験させることで、従業員に高度な学びの場、熟練度合いに応じた活躍の機会を与えている。



【名称】 株式会社千田精密工業

【連絡】 TEL：0197-56-2464/FAX：0197-56-2418

【住所】 岩手県奥州市前沢区五合田19-1

【HP】 <http://www.chidaseimitsu.com/>

【代表者】 代表取締役 千田 伏二夫

【E-mail】 maesawa@chidaseimitsu.com

大槌復興刺し子プロジェクトの挑戦

刺し子を通して 大槌の復興、 産業づくりに貢献する

ビジョン

- 女性の働き場の確保と新たな産業創出

「針と糸から、復興への糸口を。手仕事から、未来の働き口を」大槌復興刺し子プロジェクト（以下、「大槌刺し子」）は一針一針に復興への強い願いが込められた女性たちの挑戦である。震災直後、男性は現場の復旧作業等で忙しかったが、女性はこれまでの仕事だけでなく家事をする場すらなくなり、多くの女性は心の支えとなる仕事を必要としていた。そこで、針と糸があればでき、東北にゆかりのある技術、「刺し子」（手芸の一つの分野）で女性に仕事を提供しようと始まったのが大槌刺し子である。そして現在では50人の作り手が刺し子の制作に携わるまでに事業は拡大している。

大槌刺し子によって、女性たちは閉塞感から



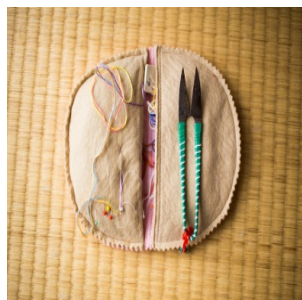
特定非営利活動法人テラ・ルネッサンス
大槌復興刺し子プロジェクト プロジェクトマネージャー
内野 恵美 氏
(写真右から3番目)

解放され、仲間と語り合うことができ、自分の居場所を見つけることができた。もちろん貴重な収入源でもあり、やりがいも感じることもできた。大槌刺し子の責任者である内野氏は想いを次のように語る。「この取組みを続けるうちに、作り手さんたちの中で、この仕事を自分たちの仕事として大槌に根付かせたいという気持ちが芽生えてきたように感じます。今は特定非営利活動法人テラ・ルネッサンスがこの事業を行っていますが、この自主性の芽生えが復興への大きな一歩。震災で生まれたこの大槌刺し子が大槌の新たな産業となり、大槌といえば刺し子と言われるまでに育てて欲しいと願っています」

取り組み(事業内容)

地元女性による手作りの味わい

大槌刺し子では大槌町の鳥であるカモメのデザインをモチーフにしたオリジナルTシャツやパーカー、コースターなどを制作、販売している。刺し子は作り手によって一針一針縫われており、手作りの温かさや昔ながらの素朴な味わいを活かして企業との共同開発を行ったり、大手企業のノベルティに採用されたりもしている。作り手は全て地元大槌の女性達。出来上がった刺し子を持ち寄る毎週火・水曜の刺し子会は地元の知り合いが集まるコミュニティとしての役割も担っている。



外部との連携で品質と技術力を向上

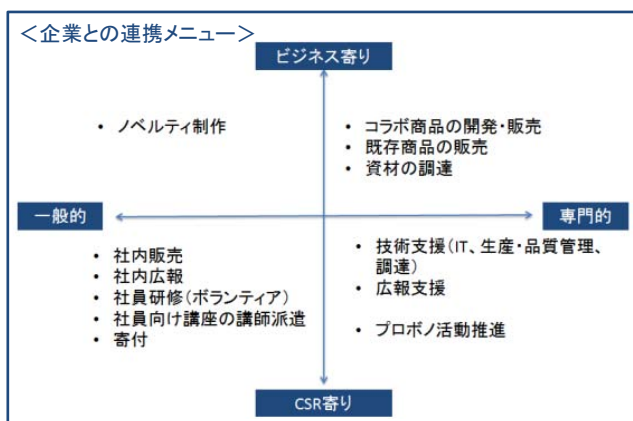
大槌町での刺し子制作は震災後に始まった取り組みである。東北でも日本三大刺し子と言われる津軽・南部・庄内が伝統的な刺し子として有名であるが、大槌町は刺し子の産業が無かったためデザインや製法の開発は一から行わなければならなかった。大槌刺し子の立ち上げメンバーの人脈を活かして多くの人の協力を得ながら商品開発を進めたが、「初めは試行錯誤の連続であり、商品としての完成度を高めること、品質を保持した効率的な生産を行うことに苦労した」と内野氏は話す。

そのため、プロのデザイナーに商品のデザインを依頼することや販路確保のために多くの企業と連携することで商品としての完成度が高まった。また、岐阜県の飛騨地域にある老舗メーカー「飛騨さしこ」には、刺し子に使う糸を注文するために送ったメールがきっかけで、作り手のための技術指導の講習会を開催してもらうこととなり、大槌刺し子の品質および技術力の向上につながっている。

課題克服のポイント

企業との連携で販路を拡大

大槌刺し子では発足当初より販路確保を意識して企業との連携に力を入れてきた結果、社内販売品用として納品したり、生産管理の技術支援や大槌刺し子のHP製作の支援を受けたりするなどの成果につながっている。さらに連携を強化するために、共同開発やノベルティグッズの制作など企業との連携メニューを数多く提案したことで、企業ニーズを捉えることに成功し売上の確保につながった。一方、連携する企業側としても、担当する社員が企画から生産管理、販促活動まですべてを経験できる貴重な機会として受け止められ、人材育成の観点からも好評を得ている。企業との連携の一例として、「無印良品」を運営する(株)良品計画と共同企画した商品が、同社の店舗やネットストアで販売されている。同社は大槌刺し子が一時の復興支援事



業で無く、地域の産業として発展するという事業目的に特に共感したもので、店舗では復興支援目的では無く、図柄などの商品性に引かれて購入する顧客が増えてきていることから、「今後も継続して商品の共同開発を進めたい」と同社の担当者は話す。

スタッフの主体性を育み、事業の現地化を推進

大槌刺し子では2015年度中に株式会社化する方針を打ち出し、刺し子を単なる復興支援プロジェクトではなく、地元根付いた産業にすることを目標としている。事業の現地化を進める上でのポイントは、地元スタッフの主体性の向上だ。大槌刺し子ではスタッフとして働くことになった地域住民にビジネスの基本から丁寧に指導した上で、多くの業務を任せることで事業の現地化を促進している。例えば、商品を見込み生産する場合には余剰在庫による資金繰りリスクがあることを理解してもらった上で生産管理を任せることに成功した。

このように地道な取り組みを続け、実績が積み上がるにつれて、地域の作り手たちは事業の現地化による継続を望むようになってきている。会社化の後当面はテラ・ルネッサンスが協力を続ける予定であるが、刺し子の作り手だった地域の人達も販売や商品企画に携わるようになるなど、地域の産業として発展させるため、日々奮闘している。

今後の課題と挑戦

技術力、商品力の向上

大槌に根付いた事業として刺し子を発展させていくためには、刺し子の商品力をもっと高め、「売れる」商品として成長させていくことが必要である。大槌刺し子は伝統的な刺し子と比べて技術力とデザイン力にはまだまだ向上の余地があると内野氏は考えている。伝統的な刺し子のように複雑な模様や縫込みを行うにはまだ技術を向上させる必要があり、併せてコスト面も意識する必要がある。

刺し子を大槌の産業とするため企業とのコラボレーションや営業活動は今後も積極的に続けるが、一番重要なのは作り手の想いである。大槌刺し子の強みの一つは地元を愛する作り手が

多く集まっていることである。作り手の地元を愛する気持ちがあれば、大槌の産業として発展すると信じ、課題である技術力の向上に力を入れていく方針だ。



「大槌刺し子 Sorakamo ブックカバー」などの商品

【名称】 特定非営利活動法人テラ・ルネッサンス
【住所】 岩手県上閉伊郡大槌町小槌第26地割字
花輪田128番地4

【代表者】 プロジェクトマネージャー 内野 恵美
【連絡】 TEL/FAX : 0193-55-5368
【HP】 <http://tomotsuna.jp/>