挑戦事例

農業のプロと経営のプロが連携して農業ビジネスの変革に挑む

水産加工・食品製造業、仙台市

舞台アグリイノベーションの挑戦

世界に通用する 農業ビジネスモデルを創る

ビジョン

- おいしい「ごはん」の価値を見直す豊かな食文化を築く
- 日本のお米の消費を増やし、お米農家を支援する新たなモデルとなる
- 日本の農業を世界に誇るビジネス産業にする

舞台アグリイノベーション株式会社
代表取締役社長
針生 信夫 氏

「おいしいおかずは満足感をもたらし、おいしい『ごはん』は幸福感をもたらす」 日本の食卓を支えるお米に対する針生氏の揺るぎない信念だ。針生氏は、コメと野菜を生産・加工・販売する東北有数の農業生産法人である㈱舞台ファームの社長を務め、代々続く地元農家の15代目でもある。日本農業の変革をリードする農業経営者の一人だ。

日本の農業は、農業従事者の減少、食料自給率の低下、TPP（環太平洋パートナーシップ協定）など厳しい状況に直面している。「従来にない全く新しい考え方やスキームを用いた新しい農業の仕組みがなければ日本の農業は成長できない」と針生氏は言う。「農業改革をおこし、日本の農業を世界に誇るビジネスに変える」と意気込む針生氏を力強く後押しした人物が一人いた。アイリスオーヤマ㈱の大山健太郎社長だ。震災後二人は、「消費者においしい『ごはん』を召し上がってもらい、コメの消費を拡大することで、東北のコメ農家を支援したい」との思いが合致し、コメの精米事業に着手することを決めた。それが、2013年4月に舞台ファームとアイリスオーヤマの共同出資で設立された舞台アグリイノベーション㈱だ。

舞台ファームは農業を熟知しコメ・野菜の生産販売のノウハウが強みであり、アイリスオーヤマは全国への販路そして新規ビジネスを立ち上げるノウハウを強みとして持つ。お互いの強みを掛け合わせることで、農家にとっても企業にとっても“適正利益を得られる安定事業”となるビジネスモデルの確立を目指している。

取り組み（事業内容）

国内最大級の精米工場を新設

舞台アグリイノベーションの事業拠点となるのは、宮城県亘理町に2014年7月に完成した精米工場である。経済産業省の「津波・原子力災害被災地域雇用創出企業立地補助金」とアイリスオーヤマの金融支援を受け、4万2千トンのコメを備蓄できる低温倉庫を備え、年間10万トンと国内最大級の精米能力を有している。

おいしさへのこだわり

コメの食味を落とす原因のひとつに保管から精米工程で発生する「温度変化」があるという。これを克服するため、亘理工場では湿度65％、温度15度以下の低温を保ち、低温保管、低温精米、低温包装をおこなう「トータルコールド製法」を採用しているのが特徴だ。この製法こそが、おいしい「ごはん」づくりのこだわりである。

また、ここで精米されるコメは食べる人の利便性にもこだわっている。「新鮮小袋パック」と名付けられた包装は、高気密性の小袋パックに脱酸素剤を封入し、鮮度の良い状態で食べきれるよう3合単位の包装にしており、家庭まで精米したてのおいしさを届ける工夫をおこなっている。

コメの全量買取保証制度

舞台アグリイノベーションでは、生産者の安定した農業経営を実現するために、コメの全量買取制度を導入している。同社は、契約農家に対し全量の買取を保証することで、契約農家が安定した農業経営と適正利潤を確保できるよう配慮している。

課題克服のポイント

大山健太郎氏から学んだ「生活者目線」という経営ノウハウ

針生氏は、震災後、新たなビジネスモデルを模索する中、2013年1月の東北ニュービジネス大賞の表彰式で、後の強力なビジネスパートナーとなる大山氏と運命的な出会いを果たす。針生氏にとってまさしく天の時、表彰式の2日後、すかさず大山氏に直談判してから会社設立までの2ヶ月間、徹底的にビジネスモデルを検討した。ビジネスを創り上げるプロである大山氏やアイリスオーヤマの各分野の専門家との議論を通じてビジネスモデルをブラッシュアップし、市場性、優位性、成長性などもうかる仕組みを創り上げるためである。

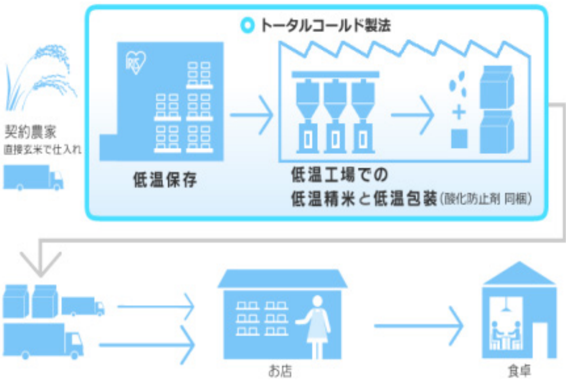
新鮮小袋パックなどの商品も、「生活者が何を求めているか」という大山氏の生活者目線のものづくりの発想が活かされている。

新たな農業のサプライチェーン化により高付加価値化を図る

針生氏は、農協などの市場流通に頼らない6次産業化を進めてきたが、農業者だけのビジネスでは発想に広がりがなく、ビジネス展開に限界があることを感じていた。そこで、プロダクトアウトからマーケットイン、さらにはユーザーインの目線で、コメの生産、仕入、精米、流通、販売に至るサプライチェーンを見直した。具体的には、全量買取を保証している契約農家やグループ会社の舞台ファームからコメを安定的に仕入れ、亘理工場で旨味を保って精米し、アイリスオーヤマの流通プラットフォームに乗せて全国に販売している。このような垂直統合は、これまでにない一貫・大規模製販モデルであり、従来生じていたコメの中間流通コストをカットしつつ、独自の製法によるおいしい「ごはん」を生活者に直接お届けすることが可能となった。

また、舞台アグリイノベーションが展開する大規模な精米事業においては、コメの安定仕入は欠かせない。針生氏は、2013年11月に宮城、岩手、秋田の農業生産法人と連携して、「㈱東日本コメ産業生産者連合会」を立ち上げた。コメ農家をとりまとめ、資材・農機具の共同利用や農地集約支援などによる生産の効率化を図り、コメ農家が安定して生産・供給できる体制も構築した。

針生氏は、生産から販売までのサプライチェーンを農業生産法人や流通などの異業種と連携することで、これまでにない農業の付加価値がつくことを実感したという。



今後の課題と挑戦

次世代農業経営者の育成

日本の農業従事者人口は減少し、高齢化が進んでいる。その一方で、若手の農業後継者やこれから農業を始める若者も増えてきている。針生氏は、「農家には経営ができる人が少ない、今後見込まれる国際競争に打ち勝つには、経営ができる農業従事者が求められる」と断言する。今後、自らの経験をもとに、次世代の農業を担う若手農業経営者や農業ベンチャー企業の育成に力を入れていくという。

日本の農業を世界に誇るビジネス産業へ

舞台アグリイノベーションでは初年度200億円の売上目標を掲げ販売の拡大を進めているが、おいしい「ごはん」のブランドを浸透させるにはまだ時間がかかる。同社の販売拡大の先には海外市場も見据えている。鮮度を保ったおいしいコメは、国内だけではなく海外でも需要があると考えている。

針生氏は、若手農業経営者の育成とコメの新たな価値で需要を創造するビジネスモデルの変革から始めて、日本の農業を世界に誇るビジネス産業へ変えていくという。

「日本はロボットの研究やICT（情報通信技術）の農業への活用が進んでいます。人間に代わってロボットが農業をおこなう時代がやって来るかも知れませんね」日本の農業の未来を展望する針生氏の動きに今後も目が離せない。

【名　称】　舞台アグリイノベーション株式会社
【代表者】　代表取締役社長　針生 信夫
【住　所】　宮城県仙台市青葉区中央2−1−7
アイリス青葉ビル8階
【連　絡】　TEL：0223-32-8651／FAX：0223-32-0913
【Ｈ　Ｐ】　http://www.butai-agri-innovation.co.jp/

挑戦事例

新しい銅ペースト技術で東北大学発ベンチャー企業が世界を目指す

ものづくり産業、仙台市

マテリアル・コンセプトの挑戦

世界の注目を集める東北発ベンチャーが東北の未来を創る

株式会社マテリアル・コンセプト

代表取締役
小池 美穂 氏

ビジョン

- グローバル企業を目指し新たな産業と雇用を創出する
- 東北発イノベーション創出の起爆剤となり、製造業の活性化に繋げる
- 太陽光発電の普及拡大の一翼を担う

震災後、より注目度を増している再生可能エネルギー。その一つである太陽光発電の関連分野において世界から注目を集める技術を有するのが、東北大学発ベンチャーの㈱マテリアル・コンセプトである。太陽光発電パネルに使われる集電電極を従来の銀から銅に代替する技術を確立し、低価格かつ高効率な太陽電池の製造を可能にする。

会社誕生のきっかけとなったのは、震災復興に貢献したいという強い想いだった。「震災後、津波被害の残る被災地を訪れ、その惨状を見て、復興のために貢献出来ることはないかと考えるようになりました。そんな時、プロ野球東北楽天ゴールデンイーグルスの奮闘に東北の人々が勇気付けられるのを見て、自分の得意分野で活躍することが東北への貢献につながると確信しました」と社長を務める小池美穂氏は語る。小池社長は、科学技術支援を行っていた自身のキャリアを活かし、材料研究・開発を長年手がける東北大学の小池淳一教授とともに2013年4月、マテリアル・コンセプトを設立した。

「東北発イノベーション創出の起爆剤となって、東北の活性化に繋げたい」小池社長の願いは自らの会社を成長させ産業と雇用を創出するだけでなく、東北発ベンチャーが次々と生まれる風土が醸成されることだ。

東北発のベンチャー企業が東北の未来を創る、小池社長がその先鞭をつける。

取り組み(事業内容)

世界初の新技術を用いた銅ペーストを開発

燃料費が不要な太陽光発電のコストは、設備と設置工事費の価格でほぼ決定される。現在、太陽電池の主流であるシリコン太陽電池の材料コストは、全体の約1/4を集電電極である銀ペーストの価格が占め、原料価格の安い銅ペーストで代替できれば材料コストを2割削減することが可能となる。

一方、銅をペースト材料に採用するには、銅がシリコン基板へ拡散しやすいなどの課題があったが、小池教授は銅の拡散を防ぐバリア層を形成する技術を用いた銅ペーストの実用化技術を世界で初めて確立。低価格化を実現しただけでなく、銀ペーストと同等以上の変換効率も達成した。

銅ペーストの技術を活用した太陽電池が実用化されれば、国際競争力を備えた製品をつくることができる。マテリアル・コンセプトは、2015年度中の銅ペーストの量産開始を目指す。これに伴い2014年11月現在14名の従業員数を2016年度には30名まで拡大する予定で、新たな雇用の創出という面でも東北に貢献する。

銅ペースト

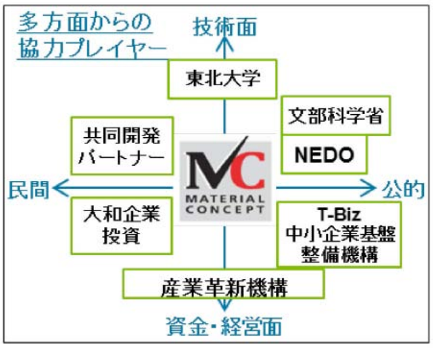
課題克服のポイント

二人のキャリアを活かし、優れた技術を世に送り出す

マテリアル・コンセプトは、震災後、キャリアを活かして東北に貢献しようと考えた小池社長と小池教授の二人のノウハウが結集して誕生した会社である。

銅をはじめとするマテリアル研究のスペシャリストであり、開発した銅合金が世界の主要半導体メーカーに採用された実績がある小池教授が着目したのは、それまでブレークスルーが切望されていた、太陽電池の集電電極の銅ペーストの開発だった。震災から1ヵ月後の2011年4月、東北大学小池研究室が銅ペーストの開発を開始。世界の主要メーカーや研究機関が長年研究を続けてきた技術を新たに開発し、ブレークスルーを実現。2012年5月には文部科学省新産業創出事業（START）に採択され、事業化に向けた動きが本格化した。

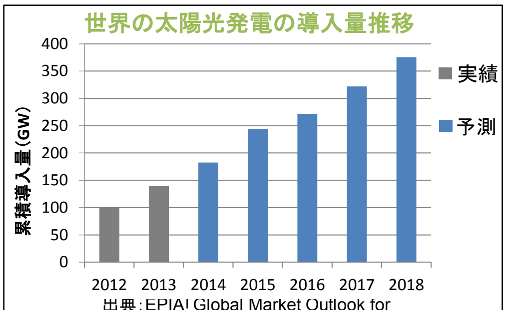
しかし、優れた技術を世に送り出す枠組みが必要だ。小池社長は、科学技術振興機構（JST）における科学技術コーディネーターとしての勤務経験や、東京大学発ベンチャー企業の取締役として企業間連携や経営企画・営業を務めたキャリアを活かして、まず、中小企業基盤整備機構が東北大学青葉山キャンパス内で運営を行う大学連携型起業家育成施設T−Biz（東北大学連携ビジネスインキュベータ）にて、マテリアル・コンセプトを設立。技術面で、東北大学と共同研究しやすい体制とした。また資金面では、新エネルギー・産業技術総合開発機構（NEDO）からイノベーション実用化ベンチャー支援事業の助成金を獲得。さらに、2014年2月には㈱産業革新機構および大和企業投資㈱からの出資を受け入れ、今後の事業拡大に向けた資金面・経営面のサポートを得た。人材面では、社内にアドバイザリーボードを設置、大手電機メーカーOBなどの有識者からアドバイスを受けている。



今後の課題と挑戦

世界に羽ばたくベンチャーとなる

「世界に求められている技術を世界に伝えたい」 小池社長が目指すのは拡大を続ける世界の太陽電池市場への展開だ。会社は今後、銅ペーストの提供先を国内外問わず選定し、量産体制に入る見込みである。2015年度に導入を予定する生産設備が完成すれば、世界シェアの30％程度に相当する32トン/月の生産が可能となる。事業拡大に必要な資金調達の手段として株式上場（IPO）も視野に入れる一方で、地域に貢献するという会社設立以来の理念も大切にする。「ニーズを追って世界に出る。しかし軸足は仙台にしっかりと置いて、その利益を地域に還元できれば」と小池社長は語る。



出典：EPIA「Global Market Outlook for Photovoltaics 2014-2018」

東北の技術を活かした起業の成功事例となる

「東北には優れた技術やモノが潤沢にあり、それを支える大学等の研究機関も充実しています。優れた技術を世に送り出す手段の一つが起業です。マテリアル・コンセプトが成功事例となることで、産学官が連携し、東北においてベンチャー企業が次々に誕生する好循環のエコシステムが生まれることが夢です」と小池社長は語る。

小池社長の熱い想いは会社ロゴにも表れる。突き出る「M」がイノベーション、それを情熱を表す赤い「C」が支える。「10年後、東北大学のある青葉山に『シリコンバレー』ならぬ『アオバヒル』がつくられたら素晴らしいですね」と小池社長は、東北経済の未来を語る。

MATERIAL CONCEPT

【名　称】株式会社マテリアル・コンセプト
【代表者】代表取締役　小池 美穂
【住　所】宮城県仙台市青葉区荒巻字青葉6-6-40 東北大学T-Biz408
【連　絡】TEL：022-796-2590

ステークホルダーとの積極的な連携と迅速な対応力を活かして新製品の開発に挑む

挑戦事例

ものづくり産業、石巻市

ヤグチ電子工業の挑戦

受託生産型から開発型のメーカーへ

ヤグチ電子工業株式会社

代表取締役
渡邊 俊一 氏

ビジョン

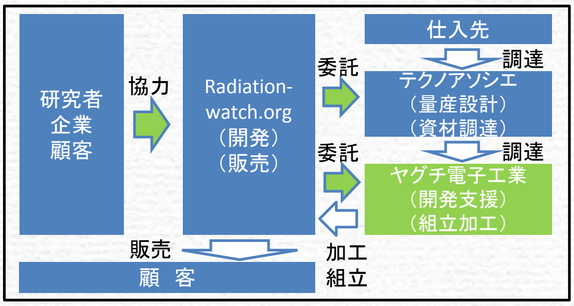
● 技術を信頼に変え、信頼を「カタチ」にする

2009年に神奈川県相模原市より移転し、石巻市で電子機器加工を手掛けるヤグチ電子工業㈱は、受託生産型から開発型のメーカーへと軸足を移し生まれ変わった企業だ。従来、大手電機メーカーからの受託生産が主な業務であったが、現在では日本各地の大学研究者と共同研究も行っており、その成果として自社開発の新製品を生み出している。

ヤグチ電子工業が生まれ変わったきっかけは、スマートフォン接続型の簡易放射線量計である「ポケットガイガー」との出会いだ。ポケットガイガーの開発は、福島第一原発の事故による住民の不安が高まるなか、「誰もが手軽に自分が暮らす地域の放射線量を調べることができ、安心して暮せる世の中にしたい」という想いから、社内のシステムエンジニアを中心に外部の大学研究者も参加し組成された非営利組織「Radiation-Watch.org」によって行われた。

開発は、技術を全てウェブ上で公開する形で進められ、取り組みに賛同する研究者や企業がボランティアベースで協力した。また、ポケットガイガーの利用者もフェイスブックを通じて利用者目線の意見を投稿し開発に協力した。この結果、低価格かつ使いやすい放射線量計の製品化を実現、これまでに5度のモデルチェンジを経て約5万3千台が販売され、広く普及している。

ヤグチ電子工業は、このプロジェクトにおいて量産設計等を担当するテクノアソシエ社とともにプロジェクトを強力に推し進めた。開発過程において全面的に関与するとともに、量産過程では低価格での組立加工を担当した。「ポケットガイガーとの関わりは、単なるボランティア活動ではなく、当社にとって多くの人との出会いの場だった」と、代表取締役の渡邊氏は語る。



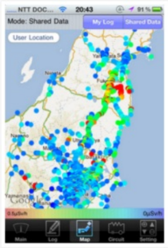
ポケットガイガー製造企業相関図

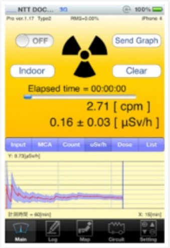
取り組み（事業内容）

マッピングされた線量データをユーザー間で共有

ポケットガイガーは、スマートフォンに接続しアプリを起動することで、自身による測定結果を見ることができる。さらに、測定結果はアプリによって位置情報とともに他のユーザーと共有され、地図へのマッピング機能によって、各地の線量状況をモニタリングできるシステムになっている。

ポケットガイガーの強み





放射性物質の放射線量やバランスは、木の茂り具合、土壌や建造物の状況など周辺の環境によって、1メートル動いただけでも大きく変化する。しかし、自治体や政府によるモニタリングポストは全国に数千ヶ所しか存在しないため、細やかに各地の放射線量を監視することができない。そこで個々人がポケットガイガーを持ち、測定データを多数の利用者がシェアすることで、独自の放射線監視システムが構築されている。

課題克服のポイント

ポケットガイガーの開発から得たプレゼント

ヤグチ電子工業は、従来から高い加工技術と活発な改善活動において、生産委託をする大手メーカーから高い評価を得ていたが、それは製造現場の枠内に限られたものであった。しかし、ポケットガイガーの開発を通じて、ヤグチ電子工業の従業員は工場を飛び出し、多くの大学研究者と出会い、交流を深めるとともに、利用者の生の声にも多数触れる経験をした。その結果、研究者や顧客など外部者と関わりながら、新たな取組みにチャレンジする風土が社内に根付くというプレゼントを得た。

スピーディーな対応で大学研究者の信頼を得る

なぜ、日本各地の大学研究者が開発型メーカーとしては歴史が浅いヤグチ電子工業に共同研究を依頼するようになったのか?それは、大学研究者からの試作依頼等の要望にスピーディーに対応するからである。

通常、大手企業は社内決裁手続等に多くの時間を要する。一方、ヤグチ電子工業は、研究部門の担当者に多くの権限を委譲しており、大学研究者の依頼に即座に対応し、大学研究者の信頼を得る。この結果、大学研究者の基礎研究スピードが上がることで、ヤグチ電子工業による研究成果の実用化時期が早まり、また、実用化における課題克服の過程で、信頼関係を築いた大学研究者から手厚いバックアップを受けられるというメリットも享受することができるのだ。

今後の課題と挑戦

新製品「モニタリングポスト」と「ホワイトスクリーン」の販売開始

ヤグチ電子工業では、新製品「モニタリングポスト」および「ホワイトスクリーン」の販売を2015年春に予定している。

「モニタリングポスト」は、慶應義塾大学との共同研究によって開発した固定式放射線量計である。ポケットガイガーの技術を応用してイニシャルコストを低く抑えるとともに、太陽光発電および通信料のかからない920MHz帯の無線の利用により、ランニングコストまでも低く抑えている。自治体や風評被害に悩む農家・酪農家の利用が期待できる。

モニタリングポスト

また、「ホワイトスクリーン」は、特殊なメガネをかけて見る液晶ディスプレイだ。これは、北里大学との共同研究によって開発した液晶技術で、小児弱視の治療機器としての利用が期待できる。ここでいう小児弱視とは、網膜は正常だが眼からの情報を処理する脳の機能が未発達なため鮮明な映像が認識できない病気だが、早期トレーニングによって視力の改善が期待されている。

片目弱視の場合、脳が無意識に正常でない片目を使わないようにするため、正常でない目だけでのトレーニングが必要だが、弱視の片目のみレンズを通してホワイトスクリーンを眺めることでトレーニングになるのだ。例えば、幼児がホワイトスクリーンによるタブレットでゲームに夢中になっている間に、弱視の回復が期待される。

販路と人材で抱える課題

このように新製品の開発を活発に行っているヤグチ電子工業であるが、新製品の販路確保とユニークな人材の確保が現在の課題である。この課題に対し渡邊氏は、「この石巻の地で、新たな取組みにチャレンジするという風土を醸成させることで会社は魅力的になり、その結果、顧客や新たな人材を惹きつけることができる」と信じている。

渡邊氏のチャレンジングな取り組みはこれからもまだまだ続いていく。

【名　称】　ヤグチ電子工業株式会社
【住　所】　宮城県石巻市鹿又字嘉右衛門301
【代表者】　代表取締役　渡邊 俊一
【連　絡】　TEL：0225-75-2106／FAX：0225-75-2071
【Ｈ　Ｐ】　http://www.yaguchidenshi.jp/index.html
【E-mail】　info@yaguchidenshi.jp

挑戦事例

ブランド力と地元資源を組み合わせ地域の復興に貢献

ものづくり産業、気仙沼市

オイカワデニムの挑戦

気仙沼に雇用を作り
地域全体を潤したい

有限会社オイカワデニム
常務取締役
及川 洋 氏

ビジョン

- 気仙沼に雇用を生み出し地元復興に貢献する
- 地域資源を活用した商品開発を実施し、地元住民を巻き込んで豊かになる

「会社を避難所とし、約150名の市民と共同生活をしたことで、目線が大きく変わったんです。それまで深い関わりの無かった漁師さん達と昼夜を共にすることでこれまでに無い発想に結びつきました。自社の繁栄のみでは不十分、これからは地域全体の復興を真剣に考えないと本当の豊かさにならないと思うんです」こう語るのは、気仙沼市で有名ブランドジーンズの生産を手がけつつ、独自のブランド商品も製造販売してきた㈲オイカワデニムの及川洋常務である。

今では自社の繁栄だけにとどまらず、気仙沼に雇用を創出し、地元の素材を活かした製品を開発することで地域復興に貢献しよう、という大きなスケールで活動する方針へと大きく舵を取っている。

取り組み(事業内容)

純正Made In Japanへのこだわり

震災以前から海外の富裕層に人気の高かった独自ブランド「Studio Zero」のジーンズ。日本でも有名タレントや一流スポーツ選手に愛用され続けてきた。

国内のアパレル市場において、生地の生産から縫合、完成までの全ての工程を日本国内のみで製作している品物は5%にも満たない。その中でオイカワデニムの製品は生地一つ、バックル一つにおいても「純正Made In Japan」へこだわり続けている。

オイカワデニムは自社倉庫が津波の直撃を受けたが、猛烈な津波の衝撃にバックルの錆も糸のほつれも無く耐え抜いたジーンズを手にしたとき、「純正Made In Japan」という今までのコンセプトに間違いはないと及川氏は確信したという。

3.11を忘れない。ブランド「shiro0819」の立ち上げ

「人として当たり前の生活を取り戻そう。しっかり稼いで、しっかり食べて生きていけるように」という及川氏の母である秀子社長の一言から活動を開始したブランドが「shiro0819」だ。

多くの市民が職を失った震災直後の気仙沼で、何としても自社で雇用を創出するという思いから生まれたブランドゆえ、未経験者の技能習得にも配慮し、商品はほとんど直線縫いをベースに生産されている。

また、生地の一部には震災で泥をかぶってしまった大漁旗が再利用されており、身近に使ってもらうことで3.11を風化させまいとする想いが込められている。

課題克服のポイント

迅速な事業再開が注目度向上につながる

「震災後すぐに動き出したことが復旧・復興の重要な要因だった」と及川氏は当時を振り返る。震災後、操業再開に向け4月4日には発電機を調達し、すぐさま操業再開に向けて動き出し、4ヶ月後の8月19日には「shiro0819」を立ち上げ、今までとは一線を画す取り組みに挑戦した。操業再開が早かったこと自体が、世間からの注目も浴び、知名度の向上につながったという。

困難な状況の中、勇気を出して事業再開を決断した秀子社長に、周りが共感したのである。

地域資源を有効活用した商品開発

下写真のバックは「shiro0819」ブランドの商品である。素材の一部にはサメの皮と漁で使われていた網が用いられている。サメの皮は、今まで有効に活用されずにいたが、独自の技術によりバックの生地とする事に成功した。網も、一部が破損し漁に使うには不向きだが、破損していない箇所を選定することで十分に素材として使用することができる物であった。こうした素材を有効活用することによって、フカヒレで有名な気仙沼ならではのオリジナリティ溢れる商品に仕上がっている。

震災後、ずっと「地域の会社として、地域に貢献がしたい」という想いを持っていた秀子社長は、「我々としても新しい方向性を見つける事ができ、漁師の方々としても今まで価値を見出していなかったものから思わぬ副収入を得ることができる。この製品は当社の技術だけではない様々な思いや繋がりが含まれた一品なのです」と語る。

サメの皮と漁で使われていた網を使用した
「shiro0819」ブランドの商品

今後の課題と挑戦

地元の良さ･強みを活かし、地元も自社も win-winになる関係を目指す

及川氏によればオイカワデニムの経営状況はほぼ震災前に戻り、また、震災後の試行錯誤の中で身につけた＋αはかけがえの無い財産となっているという。「時代はすでに復旧ではなく『復興』のステージ。震災を乗り越え培った＋αで気仙沼にどんな貢献ができるかさらにブラッシュアップしていきたい」と及川氏は今後の決意を語る。

震災を契機に今までは考えてもみなかった新しい製品コンセプトにチャレンジしたことで、オイカワデニムの目指すべき方向性が明確になってきた。

震災前からMade In Japanに対する強いこだわりはあったが、震災を機に今までとは違う自社独自の純正Made In Japanへ大きく進化を遂げた。現在は製品の生地からこだわり抜いた新商品を開発しているが、ゆくゆくは地元気仙沼ならではの素材を主軸とした製品、環境にとことん配慮した製品を世界中に展開し、地元・自社が共に繁栄するwin-winの関係を継続していきたいと考えている。

真の復興まで道のりは長いが、オイカワデニムの挑戦は尽きない。

【名　称】　有限会社オイカワデニム
【住　所】　宮城県気仙沼市本吉町蔵内83-1
【代表者】　代表取締役　及川 秀子
【連　絡】　TEL：0226-42-3911 ／FAX：0226-42-3912
【Ｈ　Ｐ】　Studio Zero　http://zerodenim.com/index.htm
shiro0819　http://www.shiro0819.jp/
【E-mail】　o-denim@world.ocn.ne.jp

挑戦事例

気仙沼から広域連携による新たな食品ブランドを目指す

水産加工・食品製造業、気仙沼市

気仙沼水産食品事業協同組合の挑戦

「リアスフードを食卓に」プロジェクトで気仙沼に人の流れを作り出す

気仙沼水産食品事業協同組合
代表理事
清水 敏也 氏

ビジョン

- 「リアスフードを食卓に」プロジェクトで、気仙沼に新しい仕事・人の流れを作る
- 産地と消費地との交流の輪を広げ、気仙沼ファンを増やす
- 「リアスフードを食卓に」プロジェクトを地域連携の取り組みに広げていく

「三陸の海の幸のもつ新しさ、便利さ、懐かしさ、正直さを、リアスフードとして日本の食卓に届けたい」 気仙沼水産食品事業協同組合（以下、「組合」）の代表理事である清水氏は「リアスフードを食卓に」プロジェクトへの思いを語る。組合は2007年、気仙沼で水産業を営む4社（㈱八葉水産、㈱モリヤ、村田漁業㈱、㈱アグリアスフレッシュ）でスタートした。当初は水産加工品の原料の共同買付、海外研修生の受入が目的であった。

震災後、清水氏は組合4社の協力関係を活かして地域食材を使い商品開発を行う「リアスフードを食卓に」プロジェクトを立ち上げた。その理由を清水氏は、「リアスフードという地域食材を使った『商品開発』や『ブランディング』を通じて生産地と消費地とが交流することで、水産業を復興させるだけでなく気仙沼ファンを増やし、地域を盛り上げることが必要」と感じたからだという。

しかし、組合の力だけでは、商品開発やブランディングに必要な「知恵・ノウハウ」、「資金」は十分ではなかった。清水氏はプロジェクトを進めるために、「リアスフード」への思いに共感する多くの協力者と共に気仙沼のファン作りへの挑戦を決意した。

「最初は気仙沼の4社でスタートするが、いずれは釜石、大船渡、南三陸等他地域でも同様の取り組みの立ち上げを促し、地域間の連携を目指したい」 清水氏は将来的な地域連携を目標にしつつ「リアスフードを食卓に」プロジェクトを進めている。

取り組み(事業内容)

組合4社による新商品開発

三陸の海の幸のもつ新しさ、便利さ、懐かしさ、正直さを伝えるリアスフードのコンセプトを軸に、まずは組合4社が各社で新商品開発に取り組んでいる。商品開発にあたっては、ブランドイメージを統一するために共通のブランドロゴマークを作成し、リアスフードブランドを広めていく予定であるという。

高校生やプロの料理人との商品開発

生産地と消費地の交流の一環として、気仙沼や都内の高校生からリアスフードを用いた料理・レシピを提案してもらい、組合が商品化を目指す取り組みも始まった。キリン絆プロジェクトの支援を受けて、2014年8月、気仙沼「海の市」にて、日本を代表するシェフ（熊谷喜八シェフ、伊藤勝康シェフ、奥田政行シェフ）を審査員に招いた「第1回リアスフードグランプリ最終審査会」が開催され、気仙沼向洋高校の生徒による「サメ肉団子」がグランプリに輝いた。「サメ肉団子」は実際に商品化がなされ、テストマーケティングをしながら今後の全国展開を目指していくという。「食べ物を通じて皆が仲良くなり、気仙沼のファンが1人でも増えてくれれば良い」と清水氏は語る。

また、新商品開発にはプロの力も必要である。著名ホテルのシェフ等を招きリアスフードを使った今までにはない新しいオリジナル商品の開発も始まっている。「今後、気仙沼の海の幸・山の幸を活かした新商品をプロデュースしていきたい」と清水氏は意気込む。

課題克服のポイント

「復興応援 キリン絆プロジェクト」による支援

2014年6月、ブランド育成、6次産業化による販路開拓、担い手・リーダー育成をテーマとした水産業支援を行う「復興応援 キリン絆プロジェクト」は、「リアスフードを食卓に」プロジェクトに対して5千万円の支援をすることを決めた。採択にあたっては、事業計画や運営体制面に加えて、水産業だけでなく、地域を盛り上げたいという清水氏の思いが大きな決め手となった。「色々なチャレンジをしていく上で、資金面の支援や、マーケティング力の強化に繋がるアドバイスを頂き、多くのネットワークを構築できたのは大変有難かった」と清水氏は語る。

Riaf
KESENNUMA
Rias Food

新しい働き方の「右腕プログラム」によるスタッフ採用

また「リアスフードを食卓に」プロジェクトという新しい取り組みを進めるにあたり、人材の確保も重要な課題であった。そこで清水氏は、NPO法人ETIC.の「右腕プログラム」も利用し、東京在住の人材を2名採用した。

「事業を形にしていく上で、必ずしも皆が気仙沼で働く必要はない。例えば都内でイベントの打ち合わせをする場合などは、東京に常駐スタッフがいた方が良いこともある。右腕のスタッフの方には東京でできる仕事を手伝ってもらっているが、これからは発想を転換し、様々な働き方を受け入れ、活用していく柔軟性も必要である」と清水氏は語る。東京で働く人が、気仙沼のファンになり、それが新たな広がりが生むことも多いという。清水氏は今後も右腕のスタッフを増やしていく予定である。

大きな目標・ビジョンを持つ

「リアスフードを食卓に」プロジェクトはもともと繋がりのある気仙沼の組合4社から始まったが、徐々に協力者が増え、今日に至っている。「何よりコンセプト作りが大事だった」と清水氏は語る。「目標は大きいからこそ人が集まり、そこから色々なアイデアがでてくる。今までは単純に決められた商品を大量に作って売るスタイルで良かったが、そういう時代は終わり、今は消費者に対して新商品をどんどん提案していかないといけない。リアスフードプロジェクトでは様々なアイデアを形にし、新商品を作り出していきたい」清水氏は意気込む。

今後の課題と挑戦

「リアスフード」を広域的な取り組みに

「『リアスフードを食卓に』プロジェクトは、いずれは釜石・大船渡、南三陸等を含めた地域連携の取り組みにしたい」と清水氏は語る。

「リアスフードの可能性は無限大。次の世代の人たちが地域の食材を活用し、地域間で連携を図りながら世界へ挑戦するために、リアスフードという『船』（＝土台）を作りたい」

気仙沼から三陸全体へ、新しい仕事、そして人の流れが生み出される日が待ち遠しい。

鶏とさめ肉のふかふかミートボール
白菜のフランセーズ

【名　称】　気仙沼水産食品事業協同組合
【住　所】　宮城県気仙沼市赤岩港35-1
【代表者】　代表理事　清水 敏也
【連　絡】　TEL：0226-25-8801／FAX：0226-25-8803
【Ｈ　Ｐ】　http://www.riasfood.jp/
【E-mail】　info@riasfood.jp

挑戦事例

業界再編により競争力強化を目指す気仙沼の造船事業

ものづくり産業、気仙沼市

気仙沼造船団地協同組合の挑戦

オール気仙沼で世界と戦える造船所を作りたい

気仙沼造船団地協同組合
理事長
木戸浦 健歓 氏

ビジョン

- 気仙沼造船業の集約と成長
- 漁船漁業と水産業を支え、地域発展へ貢献
- 日本の造船技術で世界へ

気仙沼は、世界三大漁場のひとつである三陸沖沿岸に位置し、周囲を陸地に囲まれた天然の良港であり、水揚げのほか補給、船舶修繕など漁港としての機能が全てそろう国内屈指の拠点漁港である。漁船修繕・建造の歴史も古く、創業100年を越す造船業者も存在し、気仙沼の造船技術や修繕技術は広く業界に知れ渡っている。

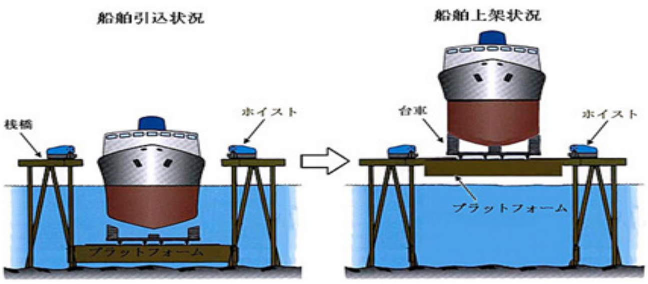
ただ、近年の日本人の魚食率の低下等を背景に、漁船の数は20年前と比べ約7割まで落ち込んでいるといわれるなど、国内の漁船造船業を取り巻く環境は厳しい。このような中、気仙沼で創業以来80年、漁船の修繕・建造業を営んでいる木戸浦造船㈱社長の木戸浦氏は、気仙沼の造船業を守り、また斜陽産業からの脱却を図り世界に打って出るべく造船団地構想の実現に取り組んでいる。「震災は気仙沼の造船業界に大きな被害を与え、現在も厳しい経営状況が続いている。しかし、これを逆にチャンスと捉え、気仙沼の造船業界を再編し、気仙沼の造船業者全員で、世界と戦えるような造船所を再建したい」木戸浦氏はこう語る。

木戸浦氏は、気仙沼の造船業界復興の鍵として、効率性と安全性が格段に増すシップリフト方式による造船所の建設を決断した。シップリフト方式の造船所は、造船業者にとっては垂涎の施設であるが、投資額が高額であることから日本ではこれまでわずかに2つの造船所でしか導入されていない。「まずはシップリフトを備えた造船団地の建設を実現したい。気仙沼の造船業者ならびに造船関連業者の復興はこの一点にかかっている」木戸浦氏は自らの挑戦を熱く語る。

取り組み(事業内容)

気仙沼造船団地協同組合の設立

気仙沼造船団地協同組合は、気仙沼市の造船業者および造船関連事業者計17社により2013年4月に設立された。気仙沼市朝日町にシップリフト方式を採用する造船団地の建設を目指している。ここには組合員である造船業者、造船関連事業者が事務所を構える予定で、大幅な作業、事務の効率化が期待される。現在、国土交通省、気仙沼市などの後押しを受け、組合員が団結して日夜構想の実現に向けて奔走している。



シップリフト方式は、陸揚げや進水時の船の上下架を巻き上げ式のプラットフォームに乗せて行うもので、船の横転リスクが軽減されるほか、従来の滑り台式の上架方式と比較し上下架の時間が格段に短縮されるという特徴があり、海洋構造物等の製作も可能となる。

なお、造船団地組合の理事を務め、新造船所の事業主体となる木戸浦造船㈱、㈱吉田造船鉄工所、㈱小鯖造船鉄工所、㈱澤田造船所は将来的に経営統合し「みらい造船(仮称)」となり、造船所建設費に関しては国の補助金を受ける予定である。2015年3月に新会社を設立、仕入機能の統合を行い、2017年3月の合併に向け、経営効率化を図りつつ経営体制を整備し、新会社にスムーズに移行することを予定している。

課題克服のポイント

同業者が一致団結し、共同での事業運営による業務効率化を目指す

「造船会社4社は隣接して営業しているが、震災以前は道ですれ違っても会釈程度。激しいライバル関係にこそあったわけではないが、協力することなど考えられなかった。それが震災によって全て変わった」と組合の理事長でもある木戸浦氏は語る。「皆、建造中または修繕中であったお客さんの船と会社が流されるのを目の当たりにした。震災後は地震により地盤が沈下し、船尾が海に浸かった状況での作業を強いられた。安全性が脅かされ、経営も圧迫され、このままでは廃業に追い込まれると感じた」

造船各社は皆同じ状況であり、気仙沼の造船業の灯火が消えかねない状況であったことから、造船会社やその関連事業者が自然に集まり、造船業の集約と関連事業者を含めた共同での事業運営という構想が練られていった。こうして気仙沼造船業の生き残りをかけた造船団地組合が設立されることとなる。

国、市の後押しで建設資金の調達、土地の造成を進める

更に国および市の後押しが、造船団地構想の実現を加速させている。懸案であった造船所の建設資金は、国土交通省の造船業等復興支援基金を申請することを予定しており、実現への道筋が見えてきた。また、建設予定地は、気仙沼市が気仙沼造船施設整備高度化事業として、土地の造成をすることになっている。

「震災を境に、我々を取り巻く環境は全く変わった。しかし、今こうして各方面の多くの皆さんの応援を受け、造船事業者全員で取り組む新しい造船団地という夢を持ち、希望を持つことができた。構想実現後は造船事業を通じてこれまで以上に気仙沼、ひいては日本の水産業に貢献していきたい」と木戸浦氏は熱く語る。

今後の課題と挑戦

造船のほか、海洋インフラ・海洋構造物の分野も取り組む

国および市、また民間の金融機関等からも多くの応援を受け、課題を解決しながら一歩一歩前進を続けている造船団地組合。まだまだ建設に向けて解決すべきことは数多いが、設立後にも難題が待ち受けている。例えば、漁船隻数の減少という避けられない現実にどう対応していくか。「シップリフト方式の利点を最大限に生かし、これまでの設備ではできなかった海洋インフラや海洋構造物等への取り組みを現実化していく。また、従来の鉄鋼材料以外の船、例えばアルミやFRPなどの材質の造船、修繕にも積極的に取り組んでいきたい。これらを実現し、建造できる船の種類を増やすことで、世界の船舶需要を取り込み、日本を代表する造船所になりたい」木戸浦氏は、造船団地設立後の未来を見据え、行動を開始している。その眼差しの先には新しい造船所の姿と、活気ある気仙沼市が映っている。

【名　称】　気仙沼造船団地協同組合
【住　所】　宮城県気仙沼市港町506番地11号
石川電装株式会社内 2F
【代表者】　理事長　木戸浦 健歓（きどうら　たけよし）
【連　絡】　TEL：0226-23-7482
【 E-mail 】　kumiai.miura@gmail.com

挑戦事例

サメの街気仙沼のブランド化によるまちおこしへの挑戦

水産加工・食品製造業、気仙沼市

サメの街気仙沼構想推進協議会の挑戦

サメの街気仙沼をブランド化し地域発展に寄与したい

サメの街気仙沼構想推進協議会
会長
村田 進 氏

ビジョン

- 近海延縄漁船の維持・発展
- サメ関連産業の地域内集積・魚体資源の有効活用
- サメの街ブランド化・観光資源化

　世界三大漁場のひとつである三陸沖が眼前に広がる国内屈指の水産都市、気仙沼。カツオ、メカジキ、サンマなどは国内有数の水揚げを誇るが、中でもサメはヨシキリザメ、モウカザメなど全国で流通するサメの約90%が水揚げされ、フカヒレ、サメ肉、骨、皮の加工などサメ関連の事業者が多数存在する。

　しかし、震災以前より主力市場である中国でのいわゆる“贅沢禁止令”に端を発しフカヒレ需要が低迷、気仙沼のサメ関連事業者は苦境に陥っていた。そこに震災が起き、津波被災工場の復旧の遅れ、練製品等に用いられていたサメ肉の代替品の普及により、サメの魚価が暴落。サメ関連事業者は更なる苦境に立たされ、事業の存続すら危ぶまれる状況に追い込まれた。

「このままではサメ関連事業だけでなく、気仙沼全体が立ち行かなくなる」 2013年7月、サメ加工業を営む㈱ムラタの村田氏、㈱中華高橋水産の高橋氏を中心に、サメ関連事業者が集まりサメの街気仙沼構想推進協議会（以下、「協議会」）が立ち上がった。しかし協議会を立ち上げたものの、当初は資金もネットワークもなく、国や民間企業から資金面、販路をはじめ様々な協力を仰ぎながらのスタートだった。

　「“気仙沼のシンボルであるサメ”を活かしてサメ関連事業者の復活だけでなく、気仙沼の復興を成し遂げたい」 サメを目当てに多くの観光客を気仙沼に呼び込み、サメを楽しんでもらうことで、サメ肉の認知、魚価の向上につなげる。その結果として関連事業者のみならず気仙沼の活性化につなげたい。協議会の挑戦が気仙沼で始まった。

取り組み（事業内容）

「サメの街気仙沼」の認知度向上

　協議会は2013年7月、①サメ肉の高付加価値化とマーケット創造の実現、②「サメの街気仙沼」としての街ブランドの確立による地域経済の発展および地域魚食文化の推進への寄与を目的として、気仙沼市のサメ関連事業者8社（㈱ムラタ、㈱中華高橋水産、高橋水産㈱、㈱石渡商店、福寿水産㈱、村芳特殊水産㈱、カネヒデ吉田商店、㈲三陸鮫類）を正会員とし、気仙沼市、漁協、商工会議所の後援も受けて設立された。

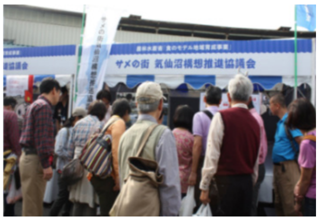
　水産庁などが後援し日本の水産物に光をあてる「Fish-1グランプリ」協議会は、第一回の下関に続き、第二回となる築地でのイベントに2年連続で参加した。

サメまち気仙沼

　食のモデル地域育成事業実施団体として活動の発表を行ったほか、ブースにてサメ肉商品の紹介、サメ皮製品等を展示し、サメの街気仙沼の認知度向上を図った。

新たなサメ肉需要の掘り起こし

　また、新たなサメ肉の需要を掘り起こすべく、仙台市の秋保温泉旅館組合とともにサメ肉を用いたメニューの開発に取り組むほか、日本中国料理協会と共にサメ肉を使った中華料理コンクールを開催。さらに都内の飲食店と「サメラーメン」を共同開発するなどの取り組みを積極的に進めている。



課題克服のポイント

「水産庁からの補助金」と「結の場」で得たネットワークが活動を後押し

「ライバルであったサメ加工業者が協力関係となったことは奇跡的だったが、ヒト、モノ、カネが全て不足していた」村田氏は、立ち上げ当初の状況をこう語る。長年、気仙沼ではフカヒレ業者、サメ肉加工会社はそれぞれライバル関係にあり、協力することなど考えられなかったが、震災を契機として、差し迫った共通の危機・課題を解決するために、村田氏をはじめとする30代、40代の次世代の後継者が協議会を立ち上げ、協同体制が出来上がった。

しかし、現実には震災からの復旧対応で資金的な余裕がなく、そもそも何から活動すべきかもわからなかった。活動が活発化した契機は、2013年度の水産庁の「食のモデル地域育成事業」に選ばれたことである。これにより水産庁から補助金を得て、「Fish-1グランプリ」「気仙沼市産業まつり」などの対外的な活動に参加する中で、協議会メンバー間の関係も緊密になっていった。

更に追い風が吹く。復興庁の主催する地域復興マッチング事業「結の場」に参加したことで、多くの有力企業が協議会の活動を後押しすることに決まったのである。「取り組みはまだ始まったばかり、多方面からの応援を頂きながら、“気仙沼をサメの街とする”という協議会の目標に向けて頑張っていきたい」村田氏は目を輝かせて語る。

今後の課題と挑戦

サメに対する正しい理解を対外的に情報発信し、サメ文化を広める

近年、環境保護団体等によるサメの保護キャンペーンが高まっているが、これは主に国外の事業者による、“フィニング”（＝サメを漁獲した後、ヒレだけを切り取り魚体を海に投棄する行為）を取り上げたものである。日本でも一部でサメ保護キャンペーンが行われたが、 協議会が中心となり、日本ではヒレのみならず、魚肉は練り物、皮は革製品、骨は健康食品と、サメの全てを有効利用していることをアピールした。「日本の歴史あるサメ文化・サメの多様な活用方法を発信し、日本のサメ漁、サメ資源の利用について正しい理解をしてもらうことで、サメ文化を広めていきたい」村田氏は語る。

気仙沼のサメ関連事業の維持、発展

国や民間から多くの応援を受け、盛り上がりを見せている協議会であるが、サメ肉、皮、骨などの更なる利用拡大を図る上で、それぞれの部位にかかる商品開発は重要な課題だ。例えば、高級な練り物に利用されるサメ肉であるが、それ自体を調理し食する文化はまだ気仙沼にも十分に根付いているとはいえず、協議会では気仙沼市内をはじめとして都内のレストラン等でもサメ肉のメニュー化に力を入れている。

「サメを広く認知してもらい、ヒレ以外の部位の利用拡大を通じて、サメの魚体価格を維持する」「サメの街気仙沼をブランド化することで、地域の発展に寄与する」村田氏をはじめ協議会のメンバーの決意は固い。

写真上：「福建チャーハン」
写真下：「サメの唐揚げ　甘酢ソースがけ」

【名　称】　サメの街気仙沼構想推進協議会
【住　所】　宮城県気仙沼市本吉町大谷87-1
（株式会社中華高橋水産内）
【代表者】　会長　村田 進
【連　絡】　TEL：0226-44-3032
【Ｈ　Ｐ】　http://www.samazing.jp/info.html
【E-mail】　info.samemachi@gmail.com

挑戦事例

異業種連携により地域経済の活性化を目指す

水産加工・食品製造業、気仙沼市

みらい食の研究所の挑戦

企業連携から地域経済の活性化を目指す

みらい食の研究所
代表
河野　通洋　氏

ビジョン

- 連携により、1社ではできない商品開発・販売体制を実現
- “こころ”まで伝えられる商品開発・販売
- 三陸エリアへの波及による地域活性化

「みらい食の研究所」は、気仙沼市や陸前高田市で事業を営む、㈱斉吉商店、㈱石渡商店、㈱オノデラコーポレーションおよび㈱八木澤商店の4社により2013年4月に結成。「地域の食」をテーマに共同で商品開発を行っている。

4社は水産加工品の製造・販売、ふかひれ商品の加工・販売、水産物の輸出入業及びコーヒーショップ経営、醤油の製造・販売とそれぞれ事業は異なるが、東日本大震災によって、工場や住居を全て失った点で共通する。

しかし、代表の河野氏（㈱八木澤商店 社長）は「震災は一つのきっかけではあったけれど、震災がなくとも、このプロジェクトはスタートする必要があったと思います」という。宮城県および岩手県中小企業家同友会を中心に、震災以前より4社は交流があり、労働人口の減少などの地域経済の問題に対する解決策を模索してきた。

「震災からの復興で終わりではない。その後の地元企業の成長、地域経済の活性化のためには、真剣に磨きあいながら、共に成長していくことが重要なのです」

みらい食の研究所では、成果を生み出すためのマーケティング方法も含めて、お互い真剣に議論、トライ＆エラーを繰り返している。企業連携のモデルケースとなり、モデルを波及させ、三陸エリアを含む地域経済の活性化を目指している。

取り組み（事業内容）

各社の得意分野やノウハウを活用

みらい食の研究所は、代表の河野氏をはじめ、斉吉商店の斉藤純夫社長・斉藤和枝専務、石渡商店の石渡久師専務、オノデラコーポレーションの小野寺靖忠専務・小野寺紀子常務を中心に構成され、各社の得意分野やノウハウを持ち寄りつつ、積極的に議論を交わし商品開発を行っている。

「madehni（までーに）」ブランド商品の開発

ブランド名である「madehni（までーに）」は、三陸の方言で「手間を惜しまず丁寧に」という意味。「こころ・身体にしみいる食を三陸から届ける」をテーマに、各社が味やコンセプトを磨きあいながら商品開発を行ってきた。その活動により復興庁の「新しい東北」復興ビジネスコンテスト2014の優秀賞を受賞している。

被災経験のある4社が行き着いた答えがmadehni（までーに）ブランド第1弾の「スープ」。

枝豆と白だしのポタージュ

スープを選んだのは、「簡単に食べられる、ほっとする、食べるありがたみを感じる、こころ・身体にいい」といった理由からである。

現在、枝豆と白だしのポタージュ（写真）などの12種類の冷凍パックによるスープが発売されている。これらのスープは各社が普段から扱っている食材に加え、今まで扱っていなかった地元の食材の活用にも挑戦することで、バラエティ豊かなラインアップを揃えている。どのスープも袋のまま熱湯に入れて5分でできる手軽さにもかかわらず、その食材を生かした美味しさが魅力で好評を博している。また、スープを用いたアレンジレシピも発信するなど、需要喚起のための工夫がなされている。

課題克服のポイント

地域間異業種連携による商品開発

madehni(までーに)ブランドの商品開発は、「豊富な資源があるものの地元に利益は落ちず、後継者不足に悩む地域の課題を解決するためには、地域間異業種連携が必要」と震災前から考えていた河野氏を中心に、震災からの復興だけではなく、さらなる成長を目指す4社が集まりスタートした。しかし、各社とも、工場を失い、震災からの再建を進めつつ商品開発を続けていくことは、資金的にも相当な負担があった。

こうした中、みらい食の研究所は、2014年3月に「復興応援 キリン絆プロジェクト」による支援を受けた。「非常にありがたかったです」と河野氏は話す一方で、「支援が得られなくても商品開発を続けていたと思います」と続ける。地域の活性化および雇用創出のためには、地元企業が連携して商品開発を続け、ヒトへの投資を続けることが必須であるという信念があるからだ。その確固たる信念こそがみらい食の研究所が支援を受けることができた理由の一つである。

気仙沼完熟牡蠣のポタージュ（写真手前）

開発会議での真剣な磨き合いが連携を維持

一言に連携といっても、簡単ではない。意見が一致せず衝突することもある。「いつも衝突していますよ」と河野氏。ただし、その根底には、ビジネスライクな関係でも単なる仲良しクラブでもなく、お互いの強みだけでなく弱みも全てさらけ出すことのできる信頼関係が存在している。

自分が時間と手間をかけた開発試作品について、「病院食みたいだけど本当に売れるの？」などの意見が出ることも珍しくない。弱みを見せているから、厳しい意見は自分に返ってくる。それでも恐れず必要な意見を伝え、自身の成長につなげる。お互いを磨きあっているからこそ連携が継続できている。

商品開発は全てが実を結ぶとは限らない。だからこそ、企業として成果を獲得するため、真剣だ。開発する商品を磨くため議論は深夜に及ぶこともあるという。

スープ開発のための話し合い

今後の課題と挑戦

地域の魅力を結集した高付加価値化への努力で地域経済を活性化

みらい食の研究所自体の歴史はまだ浅く、madehni(までーに)プロジェクトも開始したばかりで、安定的な売上と利益が獲得できるか否かはいまだ未知数である。その成功のカギとなるのは、震災以前から継続している「地域への思い」だ。

「三陸をはじめ地域には貴重で魅力的な資源がたくさんある」と河野氏はいう。 その地域ごとの魅力・技術を結集させ、6次産業化(1次産業×2次産業×3次産業）して付加価値を高める必要があると河野氏は考えている。みらい食の研究所では、パッケージデザインや、広告・宣伝方法なども協議し、「地域の食」として三陸の価値・魅力を直接消費者に届ける体制づくりも行っている。

複数の事業で、また地域で連携し、継続して商品開発力を高め、その魅力を消費者に直接伝えることができれば、地域活性化につながる。そのモデルケースにみらい食の研究所はなるだろう。

メカジキの地中海風スープ

海老団子とかぶのすり流しスープ

【名　称】　みらい食の研究所
【住　所】　宮城県気仙沼市本郷6-11
（株式会社斉吉商店内）
【代表者】　代表　河野 通洋　（こうの みちひろ）
【連　絡】　TEL：0226-22-0669
【Ｈ　Ｐ】　http://madehni.jp/
【E-mail】　info@madehni.jp

挑戦事例

地元亘理の伝統を活かした新事業の立ち上げに挑戦

ものづくり産業、亘理町

WATALISの挑戦

亘理の文化と技術を伝承し感謝の心を伝える

一般社団法人WATALIS
代表理事
引地 恵 氏

ビジョン

- 地域の文化や技術、感謝の心を、人から人へ、世界へ、そして未来へつなぐ
- 持続可能なビジネスへと成長させることで、地域に雇用を創出し、地域経済の活性化を図る

東日本大震災により甚大な被害を受けた宮城県亘理町において、手仕事によるものづくりを通じて、地域の文化や技術を伝承し、雇用と地域住民による新たなコミュニティを生み出すべく取り組みをしている団体がある。それが(一社)WATALISだ。

団体名であるWATALISとは、WATALISのある「亘理」町と「お守り」という意味のTALISMANを組み合せた造語である。亘理から、多くの方々へ感謝の心をお守りのように大切に手渡したいという思いが込められており、感謝の心を届けるツールがWATALISの主力商品である「FUGURO(ふぐろ)」である。

かつて、養蚕業が盛んだった亘理町には古くから「あずき3粒包める布は捨てるな」といわれるほど布を大切にする文化と、縫製の技術がいまなお根付いている。また、ふくろ（亘理では「ふぐろ」と呼ばれていた）の中にお米を入れ感謝の気持ちを手渡すという「FUGURO」のストーリーに象徴される感謝の心をかたちにしてお返しするという返礼文化が存在する。WATALISは、地域に伝わる縫製技術や返礼文化といった良き慣習を大切にし、そのストーリーを人から人へ次世代に受け継ぎながら、地域女性の雇用機会の創出と、震災で崩壊した地域コミュニティの再構築を目的として事業に取り組んでいる。

左：FUGURO<吉祥文様柄>小
右：FUGURO<吉祥文様柄>大

取り組み(事業内容)

着物地を活用したリメイク和装雑貨の製造・販売

WATALISでは、全国から寄せられた着物地をリメイクし「FUGURO」などの和装雑貨を製造し販売している。Web販売や展示販売による一般消費者向け販売のほか、最近ではスイスの高級腕時計メーカーの限定モデルパッケージに採用されたり、アメリカのアパレルブランドとコラボ商品を製作したりするなど、取引の幅は広がりをみせている。

また、資源の有効活用は重要な社会課題のひとつであるが、衣料品のリサイクル率が20%以下といわれる日本において、箪笥に眠る着物地を活用し、デザインと縫製力で価値を高めて再び市場へと送り出す「アップサイクル」の取り組みは、社会課題の解決という観点からも注目を集めている。

地域の女性の就労機会の創出

WATALISにおいてリメイク和装雑貨の縫製を行うのは地域の女性たちだ。家事や育児および家族の介護などにより就労に制約がありながらも、自らの技術を活かしてチャレンジしたいと考える女性は多数存在する。WATALISはそのような女性にとって、自ら時間を選択して働ける機会を創出している。

さらに、女性たちは、各家庭で空き時間を用いて縫製を行い、できあがった商品を店舗兼工房に定期的に持ち寄る。また、毎週月曜に開催している定例会では、外部講師を招いた縫製技術研修や情報交換を行っている。このように、WATALISの事業の根幹である縫製技術のレベルアップを図るとともに、地域の文化や技術の伝承の場、交流の場が創造されることで、地域に新たなコミュニティが構築されている。

課題克服のポイント

ビジョンや想いを伝えることで、多様な支援の活用可能性が広がる

～WATALISの和装雑貨。その種類は多岐にわたる～

WATALISは、2012年に任意団体として発足、2013年4月に一般社団法人化し現在に至る。創業時においてはさまざまな課題に直面するが、WATALISはどのように課題を克服したのだろうか。「WATALISは多くの方々の協力に支えられてこそ、今がある」と代表理事の引地氏は語るが、その内容は以下の三つである。

第一に、資金調達面において、創業時の投資資金から運転資金に至るまで、宮城県など多数の機関(注)から補助金や助成金という形で協力を受けている。「資金援助の制度は世の中に多数存在するが、制度を知る機会が不足していると感じる。周囲の方々に制度の存在を教示いただくことが多々あった。自らの想いを発信し、多くの人と繋がりを持つことが大切であると実感した」と引地氏は語る。第二に、材料仕入面において、商品の原材料となる着物地は全国各地の方々から提供を受けたものである。提供者には、手作りの和装雑貨をお礼として贈呈しており、「感謝の心を形にして贈る」という「FUGURO」のストーリーを自ら再現している。第三に、販売活動面において、大手百貨店での展示販売や、海外有名ブランドとの協力体制を構築している。

なぜ、創業から間もなく実績の少ないWATALISに対して、これほど多くの方からの支援が集まったのであろうか。これは、WATALISおよび引地氏の「亘理の文化と技術、感謝の心をつなぐことを未来へ伝承したい」「雇用を創出し地域を活性化させたい」というビジョンや、ものづくりに賭ける熱い想いが、支援者に伝わり理解され共感されたことによる側面が大きい。

想いだけではない、真に価値あるものの提供

震災以降、被災者支援を目的としたものづくりは県内のさまざまな仮設住宅で行われていたが、商品の質や販路に窮するなどの問題により事業化に至った例は数少ない。その中で、WATALISが事業化に成功したのには二つの大きな要因がある。第一に、ふぐろのストーリーがもつ価値はそのままに、いまの時代に受け入れられるようデザインを一新し、「FUGURO」として新たな価値を付加したことである。第二に、作り手である女性たちが縫製技術研修を通じて学び、成長する機会を提供したこと、また商品の検収基準を厳格にしたことにより、商品の品質に徹底的にこだわったことである。消費者にとって真に価値あるものを提供したのである。

今後の課題と挑戦

補助金や助成金に頼ることなく、事業として継続的に自走する

WATALISが克服すべき課題として、引地氏は「補助金や助成金に頼らずに事業として継続的に自走できる体制を構築すること」を挙げ、そのためには①知名度の向上②ブランディング③新規商品の開発④生産協力企業との連携が必要と語る。具体的には、①著名人とのコラボ商品の製作や企業との連携強化をより積極的に行う ②現状は復興商品としての認識が世間では強いが、それ以上の付加価値を持つ商品として、デザインや品質の優位性を打ち出したブランディングを行う ③商品種類の拡充のみならず、和装雑貨の製作キットのような、つくる過程を楽しむことができる商品など商品のラインアップを拡充する ④今後想定される大規模ロット注文に対応できるよう、生産協力企業との連携を構築するなどで対応することを予定している。また、これらの課題に正面から取り組むためにも、法人格を株式会社化する構想がある。法人の存在目的を形式的にも明確にし、事業を継続する強い意思をアピールする。

（注）2012年度以降にWATALISが活用した助成・補助協力機関は以下のとおりである(順不同)。
宮城県、経済産業省、国土交通省、内閣府、(独法) 福祉医療機構、(公財) 地域創造基金さなぶり、(公財) 公益法人協会、(公財) 共生地域創造財団、日蓮宗宗務院伝道部、生活協同組合連合会グリーンコープ連合、英国商工会議所(BCCJ)

【名　称】　一般社団法人WATALIS
【住　所】　宮城県亘理郡亘理町字中町22
【代表者】　代表理事　引地 恵
【連　絡】　TEL／FAX：0223-35-7341
【Ｈ　Ｐ】　http://watalis.com/
【E-mail】　info@watalis.jp