

Case study

独自ブランドの構築・新事業

独自性の強いブランド・商品を生み出した企業に加え、変化を恐れず新事業に挑戦している企業を紹介。

ブランディング、商品開発、新事業に関する着想を得たポイントや、成功を収めた理由にも迫ります。

26	株式会社十文字チキンカンパニー (岩手県二戸市)	78
27	株式会社松島蒲鉾本舗 (宮城県松島町)	80
28	有限会社福島路ビール (福島県福島市)	82
29	株式会社いわき遠野らぱん (福島県いわき市)	84
30	コドモエナジー株式会社 (福島県川内村)	86



独自ブランドの構築・新事業

26

サステナブル企業のお手本 挑戦し続けるチキンカンパニー

- A** どんな会社? 鶏糞を利用したバイオマス発電事業
- B** 再起の瞬間 働き方改革で人材確保を急ぐ
- C** 現状や今後の展望 コロナ禍で販売好調、新領域の扉を開く



代表取締役社長 十文字 保雄氏

震災からの学び 変わることを恐れない

震災時、当社は従業員や建物への被害がほとんどなく、不幸中の幸いだったと感じています。鶏の食鳥検査の検査料を免除していただいたり、復興のアドバイスをいただいたり、行政にすごく助けられました。当社では毎年スローガンを決めています。創業70周年を迎えた2020年度は「70周年でも変わっていきける!」。今後も環境、成長、そして顧客満足のバランスを大事に前進していく所存です。

[SDGs]2030年に向けて

目指していくゴール

7 エネルギーをみんなに
そしてクリーンに



8 働きがいも
経済成長も



株式会社十文字チキンカンパニー

業種	農業・食品製造業・電気業	設立	1975年4月7日
代表者	十文字 保雄氏 [代表取締役社長]	資本金	100百万円
所在地	岩手県二戸市石切所字火行塚 25 番地	売り上げ	46,264 百万円 (2019 年度) 44,266 百万円 (2018 年度)
TEL.	0195-23-3377	従業員数	1,728 人
FAX.	0195-22-4366	HP	http://www.chicken.co.jp/

A 鶏糞を利用したバイオマス発電事業

1950年に創業し、鶏肉製品の生産・販売を中心に事業を展開する株式会社十文字チキンカンパニー。本社を構える岩手県二戸市は、鶏舎を建設できる広い土地や青森県八戸市にある飼料コンビナート、また東北自動車道を利用した供給ルートなどの好条件が整っている。同社直近の売上は462億にもおぼり、岩手県北部の経済を支えている。

震災時、従業員や鶏舎などの建物に被害はなかったものの、鶏の飼料供給が止まり、1か月間の生産羽数に該当する360万羽が犠牲となった。幸いスムーズに復旧作業は進み、2011年6月以降は通常稼働を再開。その後は市場、顧客に混乱はなく、順調に売上を取り戻したという。

生産羽数が年間5,000万羽を超える同社では、鶏糞の処理が課題であった。もともとは産業廃棄物としてコストをかけて廃棄していたが、環境保全の観点からも何か活かせないかと代表取締役社長の十文字保雄氏は考えた。そこで2012年7月、鶏糞を利用したバイオマス発電事業をスタート。九州での成功事例を参考に自治体との交渉を重ね、2016年11月4日から運転開始(写真右上:バイオマス発電所)。

それまでの鶏糞処理に比べ、はるかに高いコストパフォーマンスを実現した。

B 働き方改革で人材確保を急ぐ

同社では主力の加工場である久慈工場(写真右下)を増設し、規模拡大を計画中だ。もともとの処理数は1日6万8千羽だったところを1日12万羽まで増加させる見込みだという。それだけの鶏が必要になるため、工場を増設すると同時に農場・鶏舎の建設も並行して進めている。施設の規模と生産数のバランスを取りながら、以降も規模拡大を図っていくという。そこで忘れてはならないのが雇用だ。規模が拡大するにつれ、人材不足という課題が深刻さを増していく。そこで十文字氏は、新規雇用のみならず、今いる従業員に長く働いてもらうために、労働環境の見直しに着手した。工場の稼働日を毎年数日ずつ減らして休日を増やし、働き方改革を進めている。10年前まで年間280日だった稼働日は、今年度は年間267日となった。また女性従業員の子育てサポートなどにも注力し、厚生労働省の「くるみん認定」の取得を計画中だ。併せて給与などの待遇面も見直しながら、1,700名ほどの社員がメリハリを持って働ける環境

を目指している。

C コロナ禍で販売好調、新領域の扉を開く

十文字氏はCSRを考え、環境に対する取り組みも視野に入れている。同社では鶏の飼育、精肉加工の工程で大量のエネルギーを消費するため、削減方法を模索中だ。

さらには新事業にも果敢に挑戦している。2018年4月、丸善食品工業株式会社と手を組んで新法人を立ち上げ、スープ製造の新事業を開始した。そんな矢先にコロナ禍へ突入し、外食産業向けの販路が広がらない状況だという。今は商品価値の向上のため、銘柄鶏を原料に使用したハイエンド新商品を開発中。同時にオンライン販売も検討している。

一方、同社にとってコロナ禍は悪影響ばかりではない。巣ごもり需要により量販店での販売が好調なことから、鶏肉の価格相場が上がっているというのだ。「今後の世の中の動向が見えず、不安な気持ちはあります。私共の工場でも何千人という従業員がおりますので、クラスター発生には十分気を付けつつ、引き続き規模拡大を進め、雇用の確保、地域経済への貢献に努めます」。





独自ブランドの構築・新事業

27

「お客様の笑顔」が社長の信条 「選択と集中」の方針で時代を生き抜く

- A** どんな会社? 地道な努力で再スタートを切った老舗企業
- B** 再起の瞬間 拡大する販売チャネル、変わらぬ信条
- C** 現状や今後の展望 経営課題のカギを握る「選択と集中」



代表取締役社長 朱 二太氏

震災からの学び

地域を愛し、地域に愛される

当社では地域交流のために、笹かまぼこ手焼き体験や工場見学を実施しています。子どもたちが魚食文化の話を熱心に聞く姿を見たり、後日お礼の手紙をもらったりすることで、「地域を愛し、地域に愛される企業」を目指そうと改めて強く感じるんです。

[SDGs]2030年に向けて

目指していくゴール



株式会社松島蒲鉾本舗

業種	製造業・小売業・卸売業	設立	1934年
代表者	須田 展夫氏 [代表取締役会長] 朱 二太氏 [代表取締役社長]	資本金	非公開
所在地	宮城県宮城郡松島町松島字町内120	売り上げ	540百万円 (2020年度 予測) 651百万円 (2019年度)
TEL.	022-369-3329	従業員数	84人
FAX.	022-353-3530	HP	http://www.matsukama.jp/

A 地道な努力で再スタートを切った老舗企業

株式会社松島蒲鉾本舗の前身である須田商店は1934年創業。以来、宮城の地で練りもの製品の製造を続けてきた老舗企業だ。現在は直営店舗運営、喫茶経営のサービス事業、通販事業も行い、今期売上はコロナ禍の厳しい中、年間5億円を見込んでいる。

東日本大震災時、同社の工場は深刻な津波被害を受けた。迅速な経営判断と従業員の努力で3カ月後には生産を再開したが、建物の老朽化、地盤沈下を考慮し、新工場建設に踏み出した。土地選びが困難を極める中で、多賀城市の工業団地造成計画を知る。その立地は、主力供給先の松島、仙台駅、仙台空港の中心に位置し、絶好の生産拠点であったため、多賀城市の工業団地への新工場建設を決断した。

世間の支援ムードなどにより、震災翌年の売上は意外にも好調であったという同社。震災から3年が経つと支援ムードが落ち着き始め、売上は減少。新工場建設が無事に完了したと同時に、売上回復のための経営施策を強化する必要が生じた。新商品の開発、新規販路の開拓、郵便局頒布会への復帰、新工場売店の売上増など、地道な努力が功を奏し、2018年には震災前を超える売上を取り戻した。

B 拡大する販売チャネル、変わらぬ信条

震災以来、新商品の開発、新規販路の開拓により販売チャネルが拡大したという同社。震災前は直売を主としてきたところ、地域のホテルなどへの商品、業務用食材の提供を始めたほか、東北生協にて同社の人気商品である「むう」という豆腐を使った揚かまぼこが家庭用宅配商品として採用された。「むやみやたらに販路を広げるのではなく、商品の価値を重視してくれるところを買ってもらっています」と代表取締役の朱二太氏はこだわりを語ってくれた。今後は最終消費者に食材を提供するレストランなどに製品を直接卸し、お客様の声がダイレクトに届く取引先を増やす営業活動も続けていくという。

また新たに始めた事業として人気を博しているのが、工場見学と笹かまぼこの手焼き体験だ。「体験系の事業は食育も兼ねて行っています。もっと楽しんで頂ける蒲鉾作り体験を今後ますます増やしていきたいです。経営ビジョンは変わっていません。『お客様の笑顔を大切に考える』ですね」。

C 経営課題のカギを握る「選択と集中」

台風被害、消費税増税、コロナ禍な

どにより、同社の売上はここ2年で大幅に減少した。震災後10年が経過しようとしており、設備更新費用の増大、働き方改革における生産性向上への取り組みなど、経営課題は山積みだ。

そこで2019年度より、事業の「選択」と「集中」を目的とした「松島事業改革」に着手。売上減少傾向にあった団体レストラン事業からの撤退、資産の売却といった構造改革を行った。その結果、固定費の削減と、売却による新たな資金獲得を達成した。そして業務用食材の製造、かまぼこ作り体験事業の拡大などに改めて投資することを計画 중이다。また製品の冷凍化やオンライン販売の強化などにも着手しているという。

朱氏は現状について次のように語った。「震災のときはマイナスからの出発ではあったものの、ある程度目標・予測ができたんです。しかし、コロナ禍は先が見えません。そこでカギを握るのが、時代の流れを見極め、必要に応じて事業を『選択』し、経営資産を『集中』させることだと考えます。そして、コロナ禍後の市場変化に柔軟に対応できるように、生産性、収益性向上を目指していきます」。

経営が苦しい中でも、採用活動は積極的に行っていく予定だという。地元の雇用を支える同社の今後に期待がかかる。





独自ブランドの構築・新事業

28

震災を機に OEM 依存から脱却 福島ならではのフルーツビール

- A** どんな会社? 逆境をバネに独自のビールを開発
- B** 再起の瞬間 東北の同業者と生み出すシナジー効果
- C** 現状や今後の展望 看板商品を後ろ盾に新たな領域へ挑む



代表取締役 吉田 重男 氏

震災からの学び

協力こそが産業の未来を生み出す

同じ地ビールの仲間が福島県のビールを買って、自分の店で売っていただくことが多くありました。その数は1社や2社ではなく、ずいぶん遠方からも買っていただきました。商売には人とのつながりが欠かせないと痛感しましたね。東北魂ビールプロジェクトもそうですが、みんなで協力すれば厳しい時代を生き抜けると信じています。

[SDGs]2030年に向けて

目指していくゴール

12

つくる責任
つかう責任



17

パートナーシップで
目標を達成しよう



有限会社福島路ビール

業種	製造業	設立	2003年11月4日
代表者	吉田 重男 氏 [代表取締役]	資本金	300万円
所在地	福島県福島市荒井横塚 3-182 アンナガーデン内	売り上げ	81百万円 (2020年度) 60百万円 (2019年度)
TEL.	024-593-5859	従業員数	8人
FAX.	024-593-6139	HP	http://www.f-beer.com/

A 逆境をバネに独自のビールを開発

有限会社福島路ビールは、その名の通り福島県福島市でビール、発泡酒、果実酒の製造販売を行っている。吉田重男氏は当時経営陣として勤務していた会社の別会社として同社の立ち上げを担当。関連会社のレストランの目玉商品としてビールの製造を開始し、17年前に事業承継した。

「当初はOEM生産が中心で、生産量の80%を1社だけに依存してしまっていました。売掛金が溜まりだしたこともあり、危機感を抱いていました。自社ブランドを増やさないといけないと考え、いろいろな策を練りました」。

そんな最中、東日本大震災が発生。「福島県のビールはいらない」と言われる深刻な風評被害を受け、震災前に1億円近くまで伸ばしていた売上は急降下。OEM生産で採算が立たないのであればと、自社ブランドの開発が急がれた。

そして転機は震災の復興イベントにて訪れる。福島県から来た出展者に対する風当たりは強く、ビールはまったく売れなかった。そんな中、同じく大量の売れ残りを出していた福島県の果物農家の「持って帰ると全部廃棄だね」という言葉を耳にし

て、「この果物を使ってビールを作れないか」と吉田氏は考えた。福島県内の大学教授にアドバイスを受けながら、ついにフルーツビールの商品化を実現した。同商品は女性を中心に好評を博し、人気商品へ進化。OEM生産に依存しない経営体質への大きな一歩となった。

B 東北の同業者と生み出すシナジー効果

1つヒット商品を生んだ後、福島路ビールは続々とラインナップを充実させていく。米を使ったもの、ワインに近い味わいのものなど、連鎖するようにヒット商品を次々と生み出した。今ではOEM生産の割合を80%から17%まで抑えることに成功したという。

「怪我の功名というか、はからずもという感じです。そう考えれば、震災は逆にいいチャンスだったのかもしれない」。

加えて、2015年から他メーカーとタッグを組んだ活動にも注力している。東北魂ビールプロジェクトだ。

「東日本大震災で被害を受けた東北のブルワリーが9社以上集まりました。一緒に仕込み作業を行うのですが、当社で扱っていない商品についての知識もつくので、非常にいい経

験になります。そのとき作ったものを、各々のブルワリーで販売するんです。みんなでレシピも共有しています。仲間が広がると心強いですよ」。

本来ならば競合する関係・立場ではあるが、同じ苦しみを乗り越えたからこそ、助け合いの精神は強い。

C 看板商品を後ろ盾に新たな領域へ挑む

コロナ禍で外食産業は大打撃を受けた。福島路ビールは緊急事態宣言下の4月、5月こそ売上が前年比25%まで落ち込んだものの、10月末の決算では前年比70%まで回復した。

持ちこたえた理由は主に2つ。まずは飲食店になかなか足を運べない状況の中、家飲みをする人が多くなり、卸ルートが2割ほど増えたことが大きいという。以前から取引があった県内の卸業者からの発注数も前年より増加。飲食店やイベントで売上が見込めないロスト分を補完した。

もう1つは、積み上げてきたブランド力だ。フルーツビールは季節ごとに旬の果物で新商品を発売しており、その新商品に対する在庫の問い合わせがたびたび来るという。現在はフルーツビールが同社の代名詞となっており、マーケットで高い評価を生み続けている。



ドメヌ・ド
ラパン

29

独自ブランドの構築・新事業

安全、安心に対する責任 食品と化粧品のトータルプロバイダー

- A** どんな会社? ▶ 震災で生産業から加工業へ一大転換
- B** 再起の瞬間 ▶ 自然派の食品から、自然派の化粧品へ
- C** 現状や今後の展望 ▶ OEM メーカーと自社ブランドの両輪で未来を切り開く



代表取締役 平子 佳廣 氏

震災からの学び

品質や安全性にこだわり続ける

震災後、風評被害に悩まされたにもかかわらず、加工工場の設置を福島県内にこだわったのは、故郷の地域経済を存続させたいという強い気持ちがあったからです。食物も化粧品も体に直接触れるもの。風評被害のある被災地企業だからこそ、他県より徹底して、品質や安全性に責任を負っていきたいと考えています。

[SDGs]2030年に向けて

目指していくゴール

3

すべての人に
健康と福祉を



12

つくる責任
つかう責任



株式会社いわき遠野らぱん

業種	製造業	設立	2005年
代表者	平子 佳廣 氏 [代表取締役]	資本金	10百万円
所在地	福島県いわき市遠野町入遠野字 東山 47	売り上げ	58百万円 (2020年度) 70百万円 (2019年度)
TEL.	0246-89-3125	従業員数	11人
FAX.	0246-74-1113	HP	https://www.iwakitohno-lapin.co.jp/

A 震災で生産業から加工業へ一大転換

株式会社いわき遠野らぱんは2005年に平子(たいらこ)佳廣氏が設立した食品製造会社。当初は農業生産法人として野菜の栽培・収穫・販売をしていたが、2011年の東日本大震災による風評被害に悩まされ、売れ行きが低迷。そこで平子氏は加工業への転換を決意する。「ふくしま産業復興企業立地補助金」を利用し、福島県いわき市遠野町に県内最大規模の工場を設置。そして能登半島の無農薬の有機栽培野菜である人参やカボチャなどをベースにしたスープが契機となり、一時はマイナスにまで落ち込んだ売上を右肩上がりに修正した。

幅広い製品加工に対応可能な設備を保有する同社には、実にさまざまな注文が舞い込んできたという。大阪の取引先からプリン生産依頼を受けた際、同社は製菓のノウハウを持っていなかったため、地元のお菓子メーカーに相談して試行錯誤を繰り返し、生産開始にこぎつけた。そのプリンは、今では月間2万個の売上を誇る人気商品となっている。

さらには地域の人たちと協力し、加工商品の販路をサービスエリア(常磐道、磐越道、東北道、北は岩手)などに展開。今ではお土産などの保存食も主力製品となった。

B 自然派の食品から、自然派の化粧品へ

食品加工で培った技術は、他の生産にも転用できるのではないかと。平子氏はもともと食品加工にとどまらず様々な領域に挑戦したいという気持ちがあったという。そんな折、つながりのあった化粧品業者から「保存料を使わない自然派の化粧品を作れないか」と相談を受けた。

「食品と化粧品は大きく異なる分野だと思われがちです。しかし、弊社所有の設備と培った技術を活かせるのではないかと考えました」。

この平子氏の予感も現実となる。化粧品加工のOEMを受託して以降、2020年までに売上高と利益率は大きく改善した。「女性は美容にお金を惜しみません。ほかの分野の消費を多少我慢してでも化粧品は買うという人が多いのではないのでしょうか。化粧品も食品と同じで体に直接触れるものなので、皆さんいいものを求めますからね」。

食品と化粧品では業界の利益率が大きく異なり、化粧品は利益率が大幅に伸びるものもある。同社の余分な添加物を入れない食品加工技術は、より利益率の高い業界へのスムーズな参入を可能にした。

C OEMメーカーと自社ブランドの両輪で未来を切り開く

現在、コロナ感染防止のために、手洗いや消毒の徹底が叫ばれている。しかし究極の対策とは、自身の体力・免疫力を高めることであり、それには食品が大きく関わってくる。そう考えた平子氏は、コロナ禍以降、新商品「発芽玄米雑炊」を開発中だ。玄米を発芽させたものは白米の10倍ほどの食物繊維があり、糖尿病の人がお米を食べると上昇するGI値を半分以下に抑えることが可能である。さらには雑炊にすることで、お年寄りや療養中の人でも食べやすい商品になっている。同社は強みである様々な加工技術と設備、そしてノウハウを利用して更なる高みを目指している。

「OEMで仕事をこなすだけではなく、柱となる自社ブランドの新製品開発に挑戦中です。発芽玄米雑炊をはじめとした健康食品を作り、『毎朝コレを食べれば元気になる』と喜ばれるものを提供していきたいです」。





独自ブランドの構築・新事業

30

すべては未来の子どものためにもものづくりを通じた社会貢献

- A** どんな会社? 被災地で安全対策商品を生産
- B** 再起の瞬間 多様な可能性を秘めた蓄光商材
- C** 現状や今後の展望 人との出会いが財産、福島の活性化に貢献



代表取締役 岩本 泰典氏

震災からの学び 勝つために、やり続ける

震災後の福島を訪れた際、国・県・市町村をはじめ民間、NPO 及び海外も含め様々な立場の方々が寸暇を惜しんで復興に努めている姿を見て、私は決してお金儲けのためだけに行うのではいけないと思いました。ルナウェアは革新的な蓄光商材で、実にさまざまな有効活用があります。この良質な製品を、必要とする人や場所に届けるため、福島から発信し続けます。続けていれば、いつか勝てる日が来ますから。

[SDGs]2030年に向けて

目指していくゴール

7 エネルギーをみんなに
そしてクリーンに



11 住み続けられる
まちづくりを



コドモエナジー株式会社

業種	製造業	設立	2004年7月30日
代表者	岩本 泰典氏 [代表取締役]	資本金	100百万円
所在地	福島県双葉郡川内村大字下川内 字砂田 334 (川内第一工場)	売り上げ	30百万円 (2020年度) 30百万円 (2019年度)
TEL.	0240-23-6777	従業員数	14人
FAX.	0240-23-6776	HP	https://www.codomo-e.co.jp/

A 被災地で安全対策商品を生産

コドモエナジー株式会社は、もともと建築会社を営む代表取締役の岩本泰典氏が、ものづくりの会社として設立した。主力商品は高性能蓄光素材「ルナウェア」だ。これは岩本氏が有田焼から着想を得た商品で、蓄光顔料を磁器製タイルに厚く焼き付け、強い明るさを長時間保つことに成功した。強度に優れ劣化しにくいいため、雨ざらしの屋外階段や、人の往来が多い建物の床面にも設置でき、暗所での安全な歩行を可能にする。その高い機能性や応用性、そして電力を必要としない持続可能な点が評価され、開発チームは第4回ものづくり日本大賞（2012年）の内閣総理大臣賞を受賞した。

同商品の量産化のため岩本氏が工場建設地を選んだのが、福島県双葉郡川内村であった。

「安全対策の商品を被災地で作るということに意味があると考えたんです。最初は『所詮よそ者』と思われるかもしれませんが、最近は『ものづくりで社会貢献をしている会社なんだな』と認めていただけている印象です」。

B 多様な可能性を秘めた蓄光タイル

「どんなにいい商品であっても、すぐに認められるわけではありません。しかし『ルナウェアで福島から世界へ』を合言葉に、認知度向上に奮闘しています」と岩本氏。夜釣りの際の浮きやルアー、道路の白線など、さまざまなジャンルの新商品を開発中。また大手商社が販売代理店として参画したことにより、BtoBの販路拡大の目途が立ち、今後の売上アップを見込んでいるという。さらにアクセサリやグラスなどのグッズも製作し、BtoC販売にも注力していく予定だ。

「東京メトロにルナウェアを導入していただいた関係で、全国の鉄道関係会社を取引先に持つ商社も、当社製品に興味を持ってくれています。多様な可能性を秘めた製品ですから、鉄道、道路、河川、港湾、建物など、その他にも多岐にわたるマーケットがあると思います」。

今後の目覚ましい躍進に期待がかかる。

C 人との出会いが財産、福島の活性化に貢献

同社が新たに始めたのが、古民家

再生プロジェクトだ。川内村には原発事故の影響で住民が避難したまま空き家になり、放置されている築100-200年の民家が多数存在する。そこで建築に造詣が深い岩本氏は、豊富な人脈を駆使し、職人を呼び寄せて改修作業を実施。古民家ならではの外観・内観は維持しつつ、床暖房や最新型のバス・トイレを導入するなど、快適さも取り入れた。再生後の古民家は現在、地域交流の拠点として提供している。

「社名にも冠している通り、『未来の子どもたちに向けたものづくり』が当社の理念です。川内村のこれぞ古き良き日本という風景を、これからもずっと子どもたちに見せてあげたいのです」。

加えて2017年にはタイ発祥のカフェ「Cafe Amazon」を誘致し、運営を開始。メディアでも取り上げられ話題になっていた矢先、コロナ禍が始まった。売上は上がらない状態だが、地域交流の場として今後も運営を続けていくという。

「川内第一工場を建ててから福島という土地とご縁ができ、貢献したい気持ちが大きくなりました。本当の財産とは、お金よりも人との出会いです。仕事で関わった方々を福島に呼び込み、地域を活性化させることが重要だと考えています」。

