

Case study

ユニークな商品・サービス

地域が持つ特性や課題などに着目し、自社の強みを活かした商品開発およびサービス提供を行う企業・団体を紹介。

世の中のニーズをしっかりと捉え成功した事例、唯一無二のバリューを世に送り出した事例にスポットを当てます。

- 01 世嬉の一酒造株式会社 (岩手県一関市) ————— 20
- 02 特定非営利活動法人りくカフェ (岩手県陸前高田市) —— 22
- 03 岩手アカモク生産協同組合 (岩手県山田町)————— 24
- 04 舞台アグリノベーション株式会社 (宮城県仙台市) — 26
- 05 株式会社 MAKOTO (宮城県仙台市) ————— 28
- 06 株式会社佐藤金属 (宮城県岩沼市) ————— 30
- 07 東北協同乳業株式会社 (福島県本宮市) ————— 32
- 08 有限会社キャニオンワークス (福島県浪江町) —— 34



ユニークな商品・サービス

01

合言葉は「恩送り」 困難を幾度も乗り越えてきた創業 100 年の老舗酒蔵

- A** どんな会社? 震災によって思わぬ収穫を得た老舗酒蔵
- B** 再起の瞬間 「恩送り」で生み出す好循環
- C** 現状や今後の展望 コロナ禍で見た新たな経営課題



代表取締役 佐藤 航氏

震災からの学び

ファンの存在が会社を強くする

震災からの 10 年間は一瞬に感じるほど多忙で、ツライと感じるヒマもありませんでした。とにかく工夫・改善・挑戦を続けてきました。そうして気づけばお客様がたくさん集まり、ときには「ファンです」という言葉までいただくこともある。おかげで会社が強くなった気がします。今はコロナ禍という困難に直面しているわけですが、社員一丸となってファンが増えるような会社づくりをしています。

[SDGs]2030年に向けて

目指していくゴール

13 気候変動に
具体的な対策を



17 パートナースHIPで
目標を達成しよう



世嬉の一酒造株式会社

業種 酒・ビールの醸造、販売
代表者 佐藤 航氏 [代表取締役]
所在地 岩手県一関市田村町 5-42

TEL. 0191-21-1144
FAX. 0191-21-1143

設立 1918年5月1日
資本金 88百万円
売り上げ 430百万円(2020年度)
230百万円(2019年度)
従業員数 23人
HP <https://sekinoichi.co.jp/>

A 震災によって思わぬ収穫を得た老舗酒蔵

世嬉の一酒造株式会社は1918年創業。長い歴史の中で、戦争、水害などによる倒産の危機を幾度も乗り越えてきた老舗酒蔵だ。東日本大震災も経営を脅かした出来事の1つである。震度6弱の地震で工場が倒壊し、一時は製造機能を失った。しかし代表取締役の佐藤航氏の対応は極めて迅速であった。すぐさま、ものづくり補助金の申請や、クラウドファンディングでの資金集めを行い、工場の改修を実施した。

「2012年から販売している缶ビールは、震災復興ファンド会社の紹介によって生まれたものです。そして同商品を武器に、海外展開を実現することができました。震災後は風評被害もあり、苦労の連続ではあったものの、いい人達に出会えたことは収穫でした」。

B 「恩送り」で生み出す好循環

同社では震災の被害を受けた企業の支援を独自の方法で行っている。その名も「福香ビールの恩送りプロジェクト」だ。震災時、岩手県釜石市の北里大学の研究所が津波被害に遭い、貴重な酵母が数々保管されていた冷蔵庫も流出した。しかし幸運

なことに冷蔵庫が自衛隊に発見された報せを受けた佐藤氏は、その酵母からビールを作ろうと考えた。こうして完成したビールを「福香ビール」と名付け、売上金は被災企業の商品購入にあてている。加えて、福香ビールの購入者に特典として被災企業の商品を配布した。そうすることによって購入者は被災企業を知ることができ、さらには商品購入のきっかけになるかもしれない。こうした循環を「恩送り」と呼び、現在もなお取り組んでいるという。

また同社では、本来捨てる部分の有効活用を大事にしている。本来なら捨てられるはずの規格外の野菜を地元の農家から買い取って酢漬けにし、ワンカップ酒の容器に詰めた商品「わんかっぴくるす」を販売中。食材を無駄にすることなく、なおかつ消費者からの評判も上々だ。今期の年間売上は2億円程度を見込んでいる。

C コロナ禍で見えた新たな経営課題

近年、輸出とインバウンドによる売上を伸ばすことに注力してきた同社。少子高齢化などの影響で地元から人口が減ることを見越しての経営方針だ。TAXフリーの売店に商品を

卸したほか、世界遺産があり観光客が多数訪れる平泉にてカフェも運営している。

しかしコロナ禍の到来により、輸出量と観光客が激減。国内でも酒類の売れ行きは低迷し、大量の在庫を抱える事態に追い込まれた。そこで佐藤氏は消毒液の需要の高まりに目を付け、ビールを蒸留して高濃度アルコール消毒液を作り、地元の病院や学校に配布した。さらにはその蒸留技術を応用し、オリジナルのジンも新たに開発。こうした発想の転換は、捨てる部分を有効活用する世嬉の一酒造ならではの。

またコロナ禍は佐藤氏にとって経営方針を見直す契機になったという。「特に、従業員に目を向けたところ、今まで見えなかったものが可視化されたように思います。人の努力にぶら下がる者、業務を背負いすぎて過重労働になっている者など、これまで人を増やし、肥大化した結果でしょう。ここで一度立ち止まり、経営体制を整えていきます」。

コロナ禍は長期にわたって続く可能性もある。時代の価値観に沿ってタフな経営体質をつくれるかどうか、会社の命運を握っている。





ユニークな商品・サービス

02

地域住民の交流と健康の要 心の復興を手伝うコミュニティカフェ

- A** どんな会社? 震災で失った町並みとコミュニティの再生を
- B** 再起の瞬間 地域住民の交流と健康を担う場所
- C** 現状や今後の展望 アフターコロナの健康支援を見据えて



代表理事 鵜浦 章氏

震災からの学び

心の復興のお手伝い

心の復興の進行度は、1人ひとり違います。しかし人との交流によって心の状態が改善されていくことは明白です。当法人の介護予防事業では、成人病予防などの食育に力を入れると共に、少人数制の講座で我が事として取り入れてもらい、受講者同士の交流を促す仕組みにしています。それにより、手を挙げるなどのトイレへ行く意思表示を再びできるようになりました。このように小さなことから、心身ともに健やかに過ごすためのお手伝いをしていきたいですね。

[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

11

住み続けられる
まちづくりを

特定非営利活動法人りくカフェ

業種	飲食店業・介護予防事業	設立	2012年9月4日
代表者	鵜浦 章氏 [代表理事]	資本金	-
所在地	岩手県陸前高田市高田町字鳴石 22-9	売り上げ	17百万円 (2020年度) 8百万円 (2019年度)
TEL.	0192-22-7311	従業員数	6人
FAX.	0192-22-7317	HP	http://rikucafe.jp/

A 震災で失った町並みとコミュニティの再生を

東日本大震災で甚大な被害を受けた岩手県陸前高田市。岩手県沿岸南部に位置する同市には津波が何度も押し寄せ、深刻なダメージを受け、完全に復興するまでには相当の時間が掛かると予測された。そんな過酷な状況の中、特定非営利活動法人りくカフェは立ち上がった。代表理事を務めるのは鵜浦章氏。「震災は町だけでなく人のつながりも壊していった。だからこそ、地域住民が気軽に憩える場所を作るべきだと考えたんです」。

鵜浦氏の考えに共鳴した有志の地域女性と専門家が集まり、コミュニティカフェの建設を計画。運営方法の検討を重ねながら準備を進め、2012年1月に晴れてオープンを果たした。

B 地域住民の交流と健康を担う場所

同法人が運営するカフェはオープン当初から、地域住民同士のつながりを取り戻す場所として重宝された。また、県外から訪れた人が立ち寄った場合、現地の情報が入手できる貴重な場所でもあった。

さらには、内科医を本業とする鵜浦氏ならではの視点で、健康に関す

るサポート活動も行っている。

まず力を入れているのが食育だ。岩手県の脳卒中死亡率は全国一高い。これを引き下げるには、普段の食事から塩分を減らすことが重要である。そのためカフェでは管理栄養士監修のもと、減塩を施したメニュー「健康ランチ」を提供している。身体に優しいのみならず、味の評判も上々だ。

また、高齢者が多い地域であることから、「スマートクラブ」という介護予防事業を2015年1月より開始。人生を少しでも長く健康に過ごせるよう、自宅で簡単に実践できる運動や食事に関するレクチャーを行っている。座って話を聞くだけの講座ではなく、楽しんで参加してもらえよう、カリキュラムに工夫を凝らしているという。こうした取り組みは参加者から好評を博し、「普段から減塩食を心がけるようになった」「以前より身体を動かすようになった」といった声が続々と届いたという。ただのコミュニティカフェにとどまらない、地域住民の健康を支える重要な場となった。

C アフターコロナの健康支援を見据えて

もともとスマートクラブはカフェ内でのみ実施していた。しかし交通手段を持たず、カフェに足を運ぶこと

ができない高齢者も多いことに、鵜浦氏はもどかしさを感じていたという。そこで、災害公営住宅などにスタッフが出向いて介護予防講座を行う「出張スマートクラブ」をスタートした。利用者が順調に増え、同サービスが軌道に乗かけた矢先、コロナが猛威を振るい始めた。人同士の交流を目的とするコミュニティカフェにとって、同じ空間に人を集めることができないという状況は致命的である。カフェは2020年3月から休業を余儀なくされた。

しかし、そうした経営環境の中、鵜浦氏は依然前向きだ。カフェの営業再開の見通しは立たないものの、6月から週1日、テイクアウトのみの販売を始めた。予約制にしたところ売上は順調で、リピーターも増えている。

「健康維持には、継続が欠かせません。今は受講者らに毎月健康通信を発行する活動と、新たに活動のガイドラインを作成し、安全な世の中になったらすぐに再スタートを切れるよう準備をしています」。

外出自粛によって生活習慣が乱れ、健康が脅かされている人も多いはず。このカフェは地域住民の健康を担うホットスポットだ。



岩手アカモク生産協同組合



ユニークな商品・サービス

03

マーケットの新規創出 東北海産物のポテンシャルを拓く

- A** どんな会社? アカモク一筋 22 年。創業からの種まきが震災後花開く
- B** 再起の瞬間 年間 500 億円、スーパーマーケットの市場へ進出
- C** 現状や今後の展望 新たな経営方針「脱水産加工」



代表理事 高橋 清隆 氏

震災からの学び

日々模索、その先に成長がある

震災、コロナ禍など自然災害の中でも「足を止めない」ことは大切にしています。東日本大震災で学んだことは、事業活動を止めない、取り組みを模索し動き続けることの重要性です。その軸となるのはニーズがある所に商品を届ける、という商売の基本です。それは何が社会に必要とされているかを問い続ける姿勢だと思っています。

[SDGs]2030年に向けて

目指していくゴール



岩手アカモク生産協同組合

業種	水産加工業	設立	1998 年
代表者	高橋 清隆 氏 [代表理事]	資本金	100 万円
所在地	岩手県下閉伊郡山田町中央町 11-1	売り上げ	30 百万円 (2020 年度) 30 百万円 (2019 年度)
TEL.	0193-65-1315	従業員数	6 人
FAX.	0193-65-1316	HP	https://iakamoku.jp/

A アカモク一筋 22 年。創業からの種まきが震災後花開く

岩手アカモク生産協同組合は、アカモクの収穫・加工・販売を行っている。アカモクは、めかぶやもずくに近い海藻であり、ポリフェノールやフコキサンチン、各種のミネラル、食物繊維を豊富に含み、その高い健康機能が近年注目されている。今では岩手大学、北海道大学などが中心となってアカモク研究が実施されているが、その運命となった食材との出会いを代表の高橋清隆氏はこう振り返った。

「アカモクはそもそも私の親父が見出し、そこから当組合は始まりました。親父が亡くなったとき、震災で3年半収穫できなかったときなど、休業した時期もありましたが、私はアカモクという食材の可能性を信じ続けてきました。岩手はアカモクが生息する資源が豊富であり、地理的優位性があることも大きな後ろ盾になっています」。

復興特需もなく、地道なマーケティングと需要喚起だけでアカモク市場を形成してきた高橋氏は、まさにチームの仕掛け役だった。

B 年間 500 億円、スーパーマーケットの市場へ進出

アカモクの認知度は震災後に大きく向上。健康機能性成分の研究が大学機関によって公表されただけでなく、健康ブームに乗っかりスーパーフードとして認知され始めたからだ。その結果、これまでの外食チェーンへ注文だけでなくスーパーマーケットなどの量販店にも卸すようになった。さらには顧客直販も格段に増加し、今では BtoC 販売が売上全体の 70% を占めるという。こうした販売チャネルの多角化は高橋氏がかねてから推し進めてきた経営施策のひとつである。

「もずくやめかぶには合計で 500 億の市場があると言われていますが、その 8 割はスーパーです。だからうちのアカモクも外食向けではなくスーパーで評価されるのではないかと考えました」。

アカモクの生産能力が大きく改善したことも影響している。生産増強への設備投資を行い、大量生産が可能になったことで、商談で大型の新規顧客獲得が可能になった。商圏も首都圏から全国へエリア拡大して取引ができるようになった。総生産可能量は設備投資前の 7 倍、その中心となっているのが、パッケージングの自動化だ。

C 新たな経営方針「脱水産加工」

販売チャネルだけではなく、岩手アカモク生産協同組合では商品ラインナップの多角化も進めてきた。「レストランと協業して、つくだ煮もつくりました。『DEAN & DELUCA』でも評価してもらい、『日本の美味しいおかず 20 選』にも選ばれました」。

また、脱水産加工業を経営方針として掲げる高橋氏は、アカモクの高機能性を活かしたサプリメント事業にも注力している。アカモクは食べて美味しいだけでなく、機能性やヘルスケアでもまだまだ可能性を秘めた商品だという。現在、売上の半分はサプリメントが占める。

「水産加工という市場にこだわらなくてもよいと考えています。アカモクは高いポテンシャルを持った商品です。現在では、骨粗鬆症予防の効果に着目し、企業さんと連携してアメリカでも販売を伸ばしています。また今期は花粉症をテーマにしたカテゴリーにも挑戦し、現在臨床試験中です」。

ウェルビーイングの観点からフードテックまたはヘルステック事業の展開。高橋氏はアカモクのさまざまな可能性に挑戦している。





ユニークな商品・サービス

04

コメ・野菜農家のノウハウと メーカーベンダーのDNAで農業に変革を

- A** **どんな会社?** 農業の変革を目指して設立、年商 100 億円の大台が圏内に
- B** **再起の瞬間** 2つのイノベーションへの挑戦
- C** **現状や今後の展望** 「手軽に安全にお米を食べる」で快進撃



代表取締役 針生 信夫 氏

震災からの学び

食の原点回帰

水を飲み、食べ物を食べるという原点に戻り、次世代へチャレンジしていきたいと考えています。そしてそれはお米を通して食べ物・おかずをしっかり支えることです。国民の皆さんへ、国難の時でも送れるようにいかに早く立ち直り、生産をフル稼働で行えるかが重要です。当社にはアイリスオーヤマと力を合わせた総合力があります。その力を平常時から準備し、いざというときにすぐ取り出せるよう目指しています。

[SDGs]2030年に向けて

目指していくゴール

8

働きがいも
経済成長も

17

パートナーシップで
目標を達成しよう

舞台アグリノベーション株式会社

業種	水産加工・食品製造業	設立	2013年4月
代表者	針生 信夫氏 [代表取締役]	資本金	50百万円
所在地	宮城県仙台市青葉区中央 2-1-7 アイリス青葉ビル 8階	売り上げ	7,481百万円 (2020年度) 6,126百万円 (2019年度)
TEL.	-	従業員数	63人
FAX.	-	HP	https://www.butai-agri-innovation.co.jp

A 農業の変革を目指して設立、年商 100 億円の大台が圏内に

『ピンチはチャンス』という言葉を胸に設立以降歩み続けてきました。そう話すのは、東北有数の農業生産法人の社長にして、地元農家の15代目であり、東北の農業をリードし続ける舞台アグリノベーション株式会社代表取締役社長の針生信夫氏だ。同社は2013年4月にアイリスグループとタッグを組むことで生まれた農業(アグリ)変革(イノベーション)の事業組織だ。冒頭の言葉はそもそも、アイリスオーヤマの創業者であり代表取締役会長、大山健太郎氏から繰り返し聞かされてきたものだという。

「会社が社長の力量を超えて伸びることはありません。個人でどこまでいけるかと考えるとやはり限界がある。アイリスさんとタッグを組むことで、その限界を超えられた」。数百年培ってきたコメや野菜の生産のノウハウに加え、アイリスグループのもつ生産効率化の仕組みや全国への流通網が加わり、まさに鬼に金棒だ。2015年時で売上高10億円、今期は売上高70億円を見込んでいる。

B 2つのイノベーションへの挑戦

舞台アグリノベーションは、2つの変革に挑戦している。1つは時代に合わせた食卓イノベーション、そしてもう1つはITやロボティクスを活用した農業生産の効率化イノベーションだ。

「家計支出でみると2013年から日本人の主食はパンへ移行していきました。ですから、お米にイノベーションを起こし、簡単・便利・おいしいをコンセプトに仕組みを作り直してきました」。

後片付けに時間がかかってしまう和食であるが、同社では後片付け不要の食べきりサイズの新商品「パックライス」を開発した。食は時代によって変化し続ける。男女共働きや世帯人員の低下など、都市部を中心にお米を炊くという食習慣は薄れ続けている。このようにピンチもチャンスに変えた同商品は売れ行きも好調だという。こうしたヒット商品の企画や発想力だけではない。企業農業となったことで、生産効率化にも大きな影響があった。

「アイリスオーヤマのロボット導入率は高く、その先端技術を稲刈りに取り入れると15人でやっていた作業が10人へ、10人でやっていた作業が5人へ、5人でやっていた作業が1人で

できるほど効率化します。今後も無人トラクターなど自動化・工業化を農業へ応用し、生産性を高めることが肝心です」。

現在同社では、ITやロボティクスを活用した企業農業を実践し、農家の限界を超えた利益の循環を生んでいる。

C 「手軽に安全にお米を食べる」で快進撃

日本国民が手軽に安全にお米を食べることを目指し、歩みを止めない舞台アグリノベーションは国内農業のパイオニア企業となった。農業者とのサプライチェーンの構築に加え、全国のコンビニエンスストアに納入できるよう、酸化防止技術も実現した。精米や野菜に脱酸素剤を入れることで酸化を防ぎ、食品の寿命を延ばす、また鮮度を落とさない包装技術のノウハウを日々積み重ね続け、海外への輸出も視野に入れる。

舞台アグリノベーションの「舞台」は針生氏の家の屋号。針生家には歴史的に天照大神への奉納の舞台があったとされるため、屋号が舞台になったという。同社の成長は快進撃を続け、コロナ以降も巣ごもり需要により、2020年3月は160%、4月は170%と、お客様のニーズに寄与すべく努力を続けている。





ユニークな商品・サービス

05

100年後の東北に強い事業を残す オールラウンドの事業創造会社

- A** どんな会社? 仲間たちとの相乗効果が会社の原動力
- B** 再起の瞬間 事業創造のためのサービス
- C** 現状や今後の展望 MAKOTO を動かすのはやはり「人」



代表取締役 竹井 智宏 氏

震災からの学び

道のりは変わる、しかし目的は変わらない。

登りたい山は決まっていますが、登り口とルートは変わるものです。実際にやってみて、ここには崖があるとか、ここは道がないなどわかることもあります。しかし、一方で目指すべきところは変わっていません。当社の場合は「人が幸せに暮らす社会をいかに作るか」ということです。永続的に世の中が良くなり続ける形を考えるならば、100年続く強い仕組みをもった会社を後世に残さなければなりません。

[SDGs]2030年に向けて

目指していくゴール

4

質の高い教育を
みんなに

17

パートナーシップで
目標を達成しよう

株式会社 MAKOTO

業種	サービス業	設立	2011年7月
代表者	竹井 智宏 氏 [代表取締役]	資本金	10百万円
所在地	宮城県仙台市若林区清水小路 6-1 東日本不動産仙台ファーストビル 1F	売り上げ	300百万円 (2019年度) 177百万円 (2018年度)
TEL.	022-352-8850	従業員数	39人 (グループ全体)
FAX.	-	HP	https://www.mkto.org/

A 仲間たちとの相乗効果が会社の原動力

「たった1人でスタートしたのですが、今ではたくさんの仲間と共に道を歩んでいます」。株式会社 MAKOTO 代表取締役の竹井智宏氏は、2011年の東日本大震災を機に一般社団法人として MAKOTO を創業。前職のベンチャー投資会社での経験を活かし、産業の復興に使命感を覚えて始めた事業だ。現在ではグループ全体で従業員数 39 名、売上高は 5 億円を予定している。

ベンチャー投資会社は VC (Venture capital) と呼ばれ、ファンドを作っ てベンチャー企業に投資をすることで収益を上げる会社だ。起業家育成や企業向けコンサルティングなどその事業範囲は多岐にわたる。分社化した仲間たちとの相乗効果が原動力だ。同社では現在約 18 億円前後のファンドを運営している。過去 10 年にわたって次代を担う会社を創生する仕組みづくりに邁進し続けてきた成果だ。

「東北から強い事業をいかに作り出すかということにチャレンジしています。人にとって大切なのは、生活基盤と雇用です。災害や外資系企業からの外圧があっても人々を守るためには、強い事業を作り出さなけれ

ばなりません」。

創業以降売上は右肩上がり、利益も黒字で推移し続けている。

B 事業創造のためのサービス

MAKOTO グループには 3 つの事業の柱がある。MAKOTO WILL は東北の 24 以上の自治体と連携し、それぞれの地域で起業家支援に取り組む。BIZVAL は M&A を専門とし、企業同士を合併でより強力にし、事業承継の問題解決をする。MAKOTO CAPITAL では東北大学や民間企業と連携し起業支援・企業支援を行っている。一般人からするとベンチャー投資会社は事業実態が想像しづらいかもしれないが、事業として収益をあげるために様々な施策をとっている。「私たちの目的は結果としてベンチャーを育てて産業を育成することですが、事業で稼いで伸ばすためにさまざまなことをしています。営業もバンバンやりますし、コストコントロールして利益を出す、マーケティング施策を展開して投資家へ認知活動をすることも欠かせません」。

中でも竹井氏が注力しているのが人材育成だという。

C MAKOTO を動かすのはやはり「人」

MAKOTO グループを支えるのは、同社がかかえる人材の多様性だ。

「幅広く事業を展開する当社には金融のスペシャリストも、新卒社員もいます。会社をより高次元に導くには、プロだけではなく若いメンバーがどんどん成長していかなければなりません。MAKOTO グループが分社化しているのも、若手を抜擢して社長にすることで、リーダー人材や経営幹部を育成するという目論見があります」。

東北 6 県の有望ベンチャー企業を選抜し、成功事例に育て上げる育成プログラムなども展開している同社では、若いリーダーが実績を生み続けている。人材育成に大きな成果をあげる竹井氏の方針は「大胆に任せる」だ。しかし同時にケアも必要があり、人材育成は子育てに似たところがあるという。

「よちよち歩こうとしている時に、あまり手を出し過ぎると自力で歩けないですよ。だから見守りながら危ない時に手を出すという、その距離感が人材育成には大切だと感じています」。

日本初の売上連動支払型ファンドや日本初の経営者の再チャレンジに特化したファンドなど同社の次なる挑戦に期待したい。





ユニークな商品・サービス

06

資源循環型の社会構築へ 変革を続けるリサイクルセンター

- A** どんな会社? 復旧作業で活躍した女性従業員チーム
- B** 再起の瞬間 働き方改革で多様な人材が活躍
- C** 現状や今後の展望 新たな設備投資で未来を拓く



代表取締役 佐藤 克己氏

震災からの学び

人とのつながりの大切さ

被災した本社と工場の復旧過程では、従業員をはじめ、取引先などたくさんの人にご協力いただきました。その経験から、従業員やお客様のことをより真剣に考えて仕事に取組むようになりました。当社は機械作業が中心の事業ですが、人と人とのコミュニケーションを欠かさないことで、助け合いが生まれるのです。

[SDGs]2030年に向けて

目指していくゴール

8

働きがいも
経済成長も

11

住み続けられる
まちづくりを

株式会社佐藤金属

業種	産業物処理・金属リサイクル業	設立	1973年2月
代表者	佐藤 克己氏 [代表取締役]	資本金	10百万円
所在地	宮城県岩沼市下野郷字中野馬場 34-48	売り上げ	200百万円 (2020年度) 180百万円 (2019年度)
TEL.	0223-23-4661	従業員数	20人
FAX.	-	HP	https://sato-metal.co.jp/

A 復旧作業で活躍した女性従業員チーム

東北地方の数多くの企業と提携し、産業廃棄物収集・運搬事業のほか、金属類のリサイクルも行っている株式会社佐藤金属。太平洋沿岸部からほど近くの宮城県岩沼市に立地する本社と工場は、東日本大震災で高さ4mの津波に襲われ、甚大な被害を受けた。建物自体は残っていたが、泥や木々が大量に流れ込み、工場1階に設置していた機械は全滅。従業員総出で、人力での復旧作業が始まった。

しかし復旧のめどが立たない状況下で男性社員の多くは辞めていき、残った従業員は女性ばかりであったという。「彼女たちはチームワークを発揮しながら、手際よく復旧作業に取り組んでくれました。非常に頼もしさを感じたことを覚えています」と代表取締役の佐藤克己氏は語る。

その後、復旧作業を手伝ってくれる取引先も現れ、2011年10月に晴れて工場再稼働を実現した。

B 働き方改革で多様な人材が活躍

工場は再稼働したものの、退職者が多く出たこともあり、人材不足が問題

として立ち上がった。そんな状況下においても、会社に残った女性従業員は丁寧かつ真摯な仕事ぶりを発揮。復旧作業に限らず、再スタートを後押ししたのも女性チームであった。そんな彼女たちの姿に胸打たれた佐藤氏は、感謝の気持ちから同社の労働環境改善に着手した。

女性従業員の多くは、子育て中の母親である。彼女たちのモチベーションを保ち、能力を最大限引き出すために、まず見直したのが労働時間だ。子どもと同じ時間帯に帰宅したい、学校行事に参加したいといったニーズを汲み取り、フルタイムだったパートの勤務時間をフレキシブルな時間体系に変更し、求人は「週3日、1日3時間以上」を条件とした。2019年より施行が始まった働き方改革の先取りのような施策だ。

また現場での教育方法も刷新した。膨大な量のマニュアルを読むのではなく、先輩が1対1で指導するOJT方式を採用。これにより未経験者でも効率のいい技術習得を可能とした。こうした柔軟な勤務時間の設定や教育方法の見直しなどが、多様な人材の活躍や作業効率の大幅向上につながり、2015年には経済産業省が選ぶ「ダイバーシティ経営100選」に選定された。

C 新たな設備投資で未来を拓く

「限りある資源を減らさず、再利用していくことで資源循環型の社会構築を実現する」というビジョンを掲げる佐藤氏は、ここ数年、金属類のリサイクル業務に特に注力してきた。鉄・銅・アルミ・ステンレスなどをはじめ、中には地殻中の存在量が比較的小さいレアメタルも存在する。同業務の売上は、産業廃棄物収集事業の売上を大きく上回る同社の柱となっている。

2020年、コロナ禍によって経済活動が停滞。同社でも人の移動が止まった影響で、取引が進まない案件を抱えている状態だという。

しかし同社の変革は止まらない。地域未来投資促進法に基づく地域経済牽引事業計画を宮城県に提出し、承認を受けた。同計画は「地域の特性を生かして、高い付加価値を創出し、地域の事業者に対する相当の経済的効果を及ぼす事業」を提案するものだ。これにより専門家の経営戦略支援や、設備投資の減税措置などが受けられ、さらなる生産性向上が期待できる。東北屈指のリサイクルセンターとして大きな役割を担う同社は、今後もアップデートを続けていく。



自然はおいしい®
農協牛乳



東北協同乳業株式会社

自然はおいしい®
農協牛乳



自然 ユニークな商品・サービス

07

くじけない強さがアドバンテージ 新たな乳製品開発による地元復興

- A** どんな会社? 震災後の致命的な風評被害
- B** 再起の瞬間 品質と味の追求、ハイエンド商品の開発
- C** 現状や今後の展望 地元企業とのコラボで新商品を展開



代表取締役 佐久間 博康 氏

震災からの学び

心の込もった応援は力になる

全農のネット販売を始め、いろいろな系統のメーカーさんから受注のバックアップをしていただきました。それから少しでも被災者の健康維持の手伝いになればと思い、仮設住宅を一軒一軒まわってヨーグルトをお渡ししました。その際、地元の方が掛けてくれた応援の言葉が、大変励みになりました。心の込もった応援は力になります。弊社も乳製品を通して、福島県をはじめ被災した地域の皆様の応援をしていきたいと思っています。

[SDGs]2030年に向けて

目指していくゴール



東北協同乳業株式会社

業種	食品製造業
代表者	佐久間 博康 氏 [代表取締役]
所在地	福島県本宮市荒井字下原 14
TEL.	0120-663175
FAX.	0243-36-2746

設立	1966年12月13日
資本金	90百万円
売り上げ	4,400百万円(2020年度見込み) 4,300百万円(2019年度)
従業員数	84人
HP	http://www.tk-holstein.com/

A 震災後の致命的な風評被害

乳製品の製造・販売を行う東北協同乳業株式会社。1966年の創業以来、安全安心な牛乳および乳製品を供給し、地域の人々の健康維持・増進・雇用に貢献し続けている。

しかし東日本大震災の影響により、深刻な風評被害を受けた結果、主力製品である牛乳の売上は激減。代表取締役の佐久間博康氏は当時をこう振り返る。

「ゲルマニウム半導体の測定器を使用して生乳の放射性物質を厳密に測り、問題のないことを確認し製品の販売をして参りましたが、風評被害は一向に治まりませんでした」。

現在、風評被害は払拭されつつあるものの、牛乳生産量は震災前の4割程度しか戻っていないという。ところが、こうした震災後の売上低迷は、意外にも事業内容の変化に大きな影響を及ぼすことになる。

B 品質と味の追求、ハイエンド商品の開発

震災前は低価格帯のローエンド商品をボリューム生産していた同社。しかし、震災後は消費者にほとんど受け入れられなくなってしまった。そこで従

来の製品にかかる経費をできる限り削減し、東京大学と共同開発する付加価値製品に経営資源を割く方針に切り替えた。こうして2014年に「11/19-B1乳酸菌ヨーグルト」が完成。東京大学薬学部の関水と久教授（当時）が発見した、自然免疫活性化能の高い乳酸菌「11/19-B1株」により、高い健康サポート効果が期待できる優れた商品だ。加えて味にも妥協せず、原料となる生乳をふんだんに使用することで、濃厚な味わいに仕上げた。

「基本的には地元福島のみでの販売です。プレミアム感を大事にするために、あえて量販店ではなく、直接売りたいという気持ちがありました。それもあり、最初は売上がなかなか伸びませんでしたが、試食やイベントで商品の価値を地道に広めていきました」。

食べてくれたお客様からは「おいしい」「お腹の調子がよくなった」と大好評。そして今では年間120万個を売り上げる、同社に欠かせない看板商品となった。その後「11/19-B1乳酸菌ヨーグルト」をシリーズ展開し、現在8品目を発売中。インターネット販売も好調だ。窮地に立たされた同社に光をもたらしたのは、品質と味を追求したハイエンド商品の誕生だった。

C 地元企業とのコラボで新商品を展開

同社は現在、地元企業とのコラボ商品にも注力している。甘酒を作る地元企業の宝来屋と「あまざけヨーグルト」、会津山塩企業組合と「会津山塩バニラプリン」などを共同開発し、いずれも量販店も含め販売しており、非常に好評だという。こうした新たな売れ筋商品の登場も手伝って、震災以降落ち込みの一途をたどっていた売上が、今では震災前の86%にまで回復した。

一方でコロナの影響も無視できない状況だ。外出規制や在宅勤務などの影響により、缶コーヒーの原料になる生乳販売の売上が不振だという。

「巣ごもり需要で、量販店での乳製品の売上は順調です。さらに売上を伸ばすためには、従来のやり方に固執せず、販売チャネルを見極めなければいけません」と佐久間氏。

「11/19-B1乳酸菌ヨーグルト」には、「強さを育てる乳酸菌」というキャッチフレーズがついている。風評被害にくじけることなく、新商品開発に打ち込んできたひたむきさこそ、東北協同乳業のアドバンテージといえるだろう。今後も東北の健康を支える同社には期待がかかる。





ユニークな商品・サービス

08

自社ブランド「CWF」の確立 技術を生かした柔軟なものづくり

- A** **どんな会社?** 原発事故で避難、3年の時を経て帰郷
- B** **再起の瞬間** 高品質な自社ブランド製品で認知度アップ
- C** **現状や今後の展望** 縫製技術をさまざまな製品に活かす



代表取締役 半谷 正彦 氏

震災からの学び

技術者はものづくりの宝

原発事故で地元に戻れるかどうか不安な中、ずっとついて来てくれたスタッフがいました。製造業は技術者がいないと始まりませんから、本当に感謝しています。現在、コロナの影響で経済は停滞し、打撃を受けている会社は数多くあると思います。今後は自分たちが生活している地域にもっと目を向け、我々の持つ縫製技術ができることは何か、考えていきたいです。

[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



有限会社キャニオンワークス

業種	製造業	設立	1984年
代表者	半谷 正彦 氏 [代表取締役]	資本金	3百万円
所在地	福島県双葉郡浪江町大字川添字 佐野 47	売り上げ	720百万円 (2020年度) 720百万円 (2019年度)
TEL.	0246-36-1102	従業員数	63人
FAX.	0246-36-1103	HP	https://canyon-works.com/

A 原発事故で避難、3年の時を経て帰郷

帆布製品の製造を行う有限会社キャニオンワークス。アパレルブランドバッグ、マウンテンギア、官庁関連製品、ウエットスーツ、レスキューハーネスなど、高度な縫製技術が要求される製品を取り扱っている。

同社がもともと福島県浪江町に設けていた工場は、福島第一原子力発電所からわずか9kmの場所に位置していた。そして東日本大震災による原発事故発生で警戒区域に指定され、従業員は県内外へと離散してしまう。それから代表取締役の半谷正彦氏はしばらくの間、避難先の群馬県で取引先の倉庫を間借りし、事業を継続していた。福島県で事業を再開したのは2014年のことだ。半谷氏は当時についてこう語る。

「やはり、地元に戻りたいという強い気持ちがありました。いわき市を選んだのは、慣れ親しんだ浜通りであることと、人材確保が見込めるのではないかと考えたためです。ふくしま産業復興企業立地補助金などのおかげで工場建設や設備導入ができたので、非常に助かりました」。

B 高品質な自社ブランド製品で認知度アップ

創業以来、OEM生産を中心に行っていた同社。震災後、大型土壌の受注が急増するという復興特需があったものの、それ以外の仕事は一向に安定せず、経営に苦しむ時期が4年間ほど続いたという。そこで半谷氏はプロの登山家向けの「kitakama」や、タウンユース向けの「macole」など、ターゲットを分けたいくつかの自社ブランドを立ち上げ、製品バリエーションも積極的に展開していった。その結果、高い品質や機性能性が注目を集め、会社自体の認知度の上昇にもつながった。

中でも人気を博しているのが、「CWF（シーダブリューエフ）」というアウトドア向けのバッグを提供するブランドだ。1品を長く愛用してもらえるよう、丈夫な生地に堅牢な縫製を施しているという。こうした自社ブランド製品の好調な売れ行きによって、現在では会社全体の売上が震災前よりも上がり、年間7億円程度となった。

「CWFをはじめ、自社ブランド製品をさらに多くのユーザーに使ってもらうために、今後は販路開拓により注力していきます。また価格帯の見直しも検討しているところです」。

C 縫製技術をさまざまな製品に活かす

自社ブランドが育ち、順調に売上を伸ばしていた同社。そんな矢先に、コロナの流行が始まった。外出自粛やテレワークの影響により、フィッシング、登山、ビジネス系の自社ブランド製品は売上が減少。2020年の4月、5月は、OEMの受注もパッタリ途絶えてしまった。

しかし6月からは売上が回復。廃炉作業現場などで使用される防護服の生産ラインを新たに増やしたことが理由だ。「ほかにもデイリー使いできるファッションアイテムなど、ニーズに合った商品を作っていければと思っています。最低賃金や仕入れ値が上がっていますし、なかなか利益を上げるのが難しい状況ですが、積み上げてきた経験と技術を駆使して乗り越えていきたいですね」と半谷氏。

これまでは関東圏の顧客が中心だったものの、今後は地元の顧客獲得にも力を入れていくという。地域の事業者たちと連携して、福島県のさらなる活気づけに尽力していく。

