

Case study

コロナに負けない

経営難に陥る企業が少なくないコロナ禍において、活路を見出し、成長し続けている企業を紹介。

先が見えない中で潮流を敏感に察知した成功事例に加え、さらなる躍進のための経営方針を打ち立てる企業にも迫ります。

09	有限会社三陸とれたて市場（岩手県大船渡市）	38
10	共和水産株式会社（岩手県宮古市）	40
11	株式会社デ・リーフデ北上（宮城県石巻市）	42
12	ヤグチ電子工業株式会社（宮城県石巻市）	44
13	アンフィニ株式会社（福島県檜葉町）	46
14	株式会社ワンダーファーム（福島県いわき市）	48



コロナに負けない

09

産地と食卓をつなぐ 最高品質の冷凍技術とノウハウ

- A** どんな会社？ 震災が本質的な問題を浮き彫りにした
- B** 再起の瞬間 ミシュラン店でも高い評価、高品質な鮮度コントロール技術
- C** 現状や今後の展望 技術とノウハウが一体となり、コロナ禍でも堅調な売上



代表取締役 八木 健一郎 氏

震災からの学び

未来設計のチャンス

私がこだわり続けてきたのは、未来を見据えた新しい関係づくりです。震災後、市民ファンド、国の支援策（新しい東北・先導モデル事業）など様々な支援を頂きました。どれもお世話になったものばかりですが、流通や消費者までのバリューチェーン、そして地域経済レベルで漁業者がどうしてもっと強い形で再構築できるかを考え続けてきました。経営資産は全流失してしまいましたが、それが逆に未来設計の自由度を私たちにくれたのです。

[SDGs]2030年に向けて

目指していくゴール

9

産業と技術革新の
基盤をつくらう

14

海の豊かさを
守ろう

有限会社三陸とれたて市場

業種	水産加工・販売業	設立	2004年5月18日
代表者	八木 健一郎 氏 [代表取締役]	資本金	500万円
所在地	岩手県大船渡市三陸町越喜来字 杉下 75-8	売り上げ	非公開（2020年度） 非公開（2019年度）
TEL.	0120-369-841	従業員数	10人
FAX.	0192-44-3484	HP	https://www.sanrikutoretate.com/

A 震災が本質的な問題を浮き彫りにした

「壊れた範囲が大きすぎて、どこから手をつけてよいかわからなかった。インフラが打撃を受けましたからね。震災後は事務所どころか、机、いす、ペン、消しゴム、そんなところから始めました」。有限会社三陸とれたて市場の代表取締役である八木健一郎氏は震災当時を昨日のこのように振り返る。

CAS（セル・アライブシステム）と呼ばれる高品質な冷凍技術を利用した凍結刺身商材の加工・販売・輸出を手掛ける同社は、2016年に水産業者としては異例となる「生（なま）をやめる」という一大決心をする。その背景には、バリューチェーンのあり方を常に問い続ける八木氏の姿勢があった。

「2011年の震災は、供給元つまり原材料の調達のところ被害があった。消費者にとって、これまでのバリューチェーンは正しい姿だったのか、産地としての理想像はなんなのかということと向き合いました」。

水産業には廃棄ロスの問題や卸の総量の問題がある。鮮度を維持しようとすると、ゴミも生まれるだけでなく、価格アップにもなるのである。同社の冷凍加工食品はこうした問題を限りなくゼロにする画期的なものだ。

B ミシュラン店でも高い評価、高品質な鮮度コントロール技術

震災前は生魚を扱っていた同社であるが、2016年以降は生魚の販売をやめ、冷凍食品のみに経営の舵をきった。消費者のライフスタイルや廃棄ロスのことを考えると、魚は長期保存できたほうが喜ばれ、なおかつ小分けの食べきりサイズが理想的だ。しかし魚を切ると、酸化し、乾燥し、また魚がストレスを感じるため味も落ちる。品質や味に妥協なく食べきりサイズの美味しい冷凍直売を実現するべく、八木氏はこれまでの冷凍技術のノウハウをフル活用し、試行錯誤の日々が続いた。こうして2018年にできたのが、流水解凍するだけですぐに食べられる「刺身個食パック」であり、現在では売上の60%を誇っている。

「生を続けていたら、今うちの会社はないでしょう。生は『自然のものだから』と言い訳ができるんです。でも冷凍は、管理や品質基準がとても厳しいのです。魚の体力、原料の調整、凍結のタイミングなどを想像しなければなりません。溶けた時に最高の刺身となっていることが私たちのサービスです。言うならば、解凍後までの責任をとる。最近ではミシュラン店舗でも取り扱っていただいています。冷凍でも

最高品質を目指せる。ここ数年で、その自信をもてたことが大きいですね」。

C 技術とノウハウが一体となり、コロナ禍でも堅調な売上

実のところ、同社では震災前から瞬間冷凍機を保有していたが、この10年で魚の凝固のさせ方、商品形態としての最適な形状、鮮度コントロールなどのソフトノウハウを蓄積し続けてきたことが大きい。それゆえにコロナ禍でも売り上げは堅調だ。飲食店などのBtoBは一時的に減少したが、その後は回復、また消費者直販のBtoCの売上が増大しているという。

「店舗だって生を置いておくより、お客さんが来ないなら冷凍の方が、在庫リスクが低いでしょう。後はコロナ以降は備蓄ニーズもありますよね。2週間家を出なくても大丈夫のようにしたい、だから美味しい冷凍食材が欲しいというコンシューマーニーズを捉えることができました」。

安全、安心、環境にやさしい。そういった時代背景と同社の冷凍食品の相性は良好だ。

盛るだけ
お造り

天然旬凍

ヒラメ
Flounder





あとは“盛るだけ”。
手仕事×新製法で
本格お造りをお届け。





コロナに負けない

10

水産加工のドリームチーム 地域を巻き込んで力強く再生

- A** どんな会社？ 得意分野を提供し合う水産加工会社
- B** 再起の瞬間 トヨタ式カイゼンで図る生産性向上
- C** 現状や今後の展望 コロナ禍で受注急増、さらなる効率化を目指して



代表取締役 鈴木 良太 氏

震災からの学び

地域連携のパワー

震災による風評被害がある中、待っていてくれた取引先や消費者がいたことに心を救われました。そして漁火の活動によって、協業による可能性の広がりを実感しました。今後も愛情を込めて商品作りに励みながら、地域ぐるみの水産加工業を目指し、自分が生まれ育った宮古に貢献していきます。

[SDGs]2030年に向けて

目指していくゴール

14

海の豊かさを
守ろう

17

パートナーシップで
目標を達成しよう

共和水産株式会社

業種	水産加工業	設立	1947 年
代表者	鈴木 良太 氏 [代表取締役]	資本金	16 百万円
所在地	岩手県宮古市藤原二丁目 3 番 7 号 (藤原工場)	売り上げ	960 百万円 (2020 年度) 900 百万円 (2019 年度)
TEL.	0193-77-4625 (藤原工場)	従業員数	45 人
FAX.	0193-63-6686 (藤原工場)	HP	http://www.kyowa-suisan.co.jp/

A 得意分野を提供し合う水産加工会社

共和水産株式会社は三陸沖で水揚げされたスルメイカを中心に、海産物の買い付けから下処理、加工、梱包まで一貫して行い、全国に出荷している。

東日本大震災では同社をはじめ多くの水産加工業者の工場が津波被害を受け、町の経済基幹を担う水産業が大きなダメージを負った。同社代表取締役の鈴木良太氏はこの危機を乗り越えるべく、地元の水産加工業者の社長3人と協力して「宮古チーム漁火（いさりび）」を結成。財務会計、買い付け、生産管理、冷凍技術など、会社ごとに得意分野が異なるため、弱点を補填し合うことで Win-Win の関係を目指した。例えば、同社は製品加工の最終工程と販売に専念し、魚の仕入れ・輸送に備えた加工などは他業者に任せることで、作業効率が格段に向上。その結果、現在同社の売上は震災前の5倍に伸びている。

また同社では宮古市を前面に押し出した自社ブランドを設立。鈴木氏自ら先頭に立ち、独自にニーズを分析しながら新商品開発を進めた。こうして刺身やフライパン調理品など多種多様な自社ブランド商品が誕生し、中でも鮮度の保てるワンフローズン製法を採用したイカそうめんが人気を博した。

B トヨタ式カイゼンで図る生産性向上

自社ブランドが消費者に認知され、順調に売上を伸ばしている中、2017年頃から同社の主要食材であるスルメイカの漁獲量が減少し、価格が3倍に高騰。経営が大きく傾く事態となったが、商品におけるイカの量目の調整を行い、危機を乗り越えた。またそうした同社の姿勢は「食べきりサイズのイカそうめん」という新たなヒット商品の誕生にも恵まれた。この商品は2020年3月に生協の共同購入でトップシェアを獲得している。共和水産にはピンチをチャンスに変える力がある。

また同社の新たな取り組みとして、トヨタ式カイゼンを導入。これは日本を代表する自動車メーカーのトヨタが生産性を高めるために採用している考え方だ。「問題点の把握・目標の設定・目標の達成・組織の進化」というサイクルの完成を目指すとともに、組織全体のモチベーションを向上させる役割も持つ。

「トヨタ式カイゼンはものづくりの根本的な考え方が学べます。導入後、コミュニケーションが円滑になり、従業員1人ひとりの抱える悩みや課題が認識できるようになりました」と鈴木氏は語る。2017年より学生のインター

ンシップ受け入れを始めた同社。新卒入社が年々増えていることもあり、まだまだ根性論を持ち出しがちな現場体質を刷新することが課題だ。

C コロナ禍で受注急増、さらなる効率化を目指して

近年、テレビでの紹介や大手飲食チェーンとのコラボレーションにより、着実に認知度を上げている同社。2019年は9億6,000万円であった売上が、2020年は10億円を超える見込みだ。

コロナ禍で外出自粛が続く中、海の幸を自宅で手軽に味わえる同社の商品は需要が高まった。工場をフル稼働させても生産が間に合わないほど忙しい状況が3月から続いているという。

「ネット販売はまだまだ伸びるはずなので、ECサイトの運営により力を入れていこうと考えています。受注が増え続けている一方、人材不足が深刻です。しかし当社は苦しいときこそ飛躍のチャンスだと捉えます。従業員の負担を軽減し効率化への取り組みを今後も続けていきます」。





コロナに負けない

11

再生可能エネルギーで効率生産 オランダ式農業を宮城から全国へ

- A** どんな会社？ 鋭いビジネス感覚、オランダ式農業との出会い
- B** 再起の瞬間 拠点拡大、そして年間生産量の安定化へ
- C** 現状や今後の展望 果ごもり需要で通販が好調、オランダ式農業の野菜が全国へ



総務部 部長 阿部 淳一 氏

震災からの学び

災害に備えて地方での新産業創出・雇用づくりが大切

これからの未来、またどこでどんな災害が起こるか分からない。だからこそ、人も物も東京に一極集中させるのではなく、地方に分散させることも社会のあり方の1つだと考えます。それを実現するには、新たな産業の創出と、雇用の場が重要。当社もその一端を担えたら幸いです。

[SDGs]2030年に向けて

目指していくゴール

2

飢餓を
ゼロに

13

気候変動に
具体的な対策を

株式会社デ・リーフデ北上

業種	農業	設立	2014 年
代表者	鈴木 嘉悦郎 氏 [代表取締役]	資本金	非公開
所在地	宮城県石巻市北上町橋浦北釜谷 崎 226 番地	売り上げ	312 百万円 (2020 年度) 300 百万円 (2019 年度)
TEL.	0225-67-2046	従業員数	46 人
FAX.	0225-25-7047	HP	http://de-liefde.co.jp/

A 鋭いビジネス感覚、オランダ式農業との出会い

「宮城県石巻市北上町という立地は沿岸部で気象条件が良く、施設園芸の適地なんです」。そう語るのは株式会社デ・リーフデ北上で総務部長を務める阿部淳一氏。同社は東日本大震災後に創業した新しい会社である。代々続く稲作農家であった鈴木嘉悦郎代表取締役の自宅兼会社が被災し、非居住区域となり避難を余儀なくされた。そんな折、とある縁からオランダ式の農業に関する専門家と出会った。オランダ式の農業とは「次世代施設園芸」とも呼ばれ、ICT（Information and Communication Technology = 情報通信技術）を活用した革新的な農業だ。ハウスや温室内の温度や湿度、日照状況などについて、全てのデータを集積、コンピュータで情報処理をし、生産管理を最適化している。これによって限られた土地と人手での大量生産が可能となる。そんな話を聞いた鈴木氏は、オランダ式の農業を通じて被災地の復興支援をしようと思い至り、事業化に向けて動き出した。

そして2014年、農林水産省の次世代施設園芸導入加速化支援事業の支援を受けて立ち上がったのがデ・リーフデ北上である。現在、トマトとパプリカの生産と販売を中心に行っている。

B 拠点拡大、そして年間生産量の安定化へ

同社の農作物の生産過程では、木質バイオマスと地中熱利用のヒートポンプを再生可能エネルギーとして活用し、地球環境に優しい農業を実現している。さらに天候の影響を受けにくいガラスハウスでの栽培を行うことにより、安定した収穫が可能だ。震災後の創業にして販路は年々拡大し、外食産業など好条件の取引先が続々と増えていったという。

至って順風満帆に見えるが、一方で同社には創業当初からの経営課題がある。それは年間を通し、安定して多くの収量を確保するということだ。というのも、想定以上のスピードで取引先が増加したゆえに、大量生産が可能なオランダ式農業をもってしても、受注に対して収量が追いつかない状況なのだという。

これを解決するにはさらなる土地面積が必要となるため、新たな栽培拠点となる第2農場の造成を計画中だ。

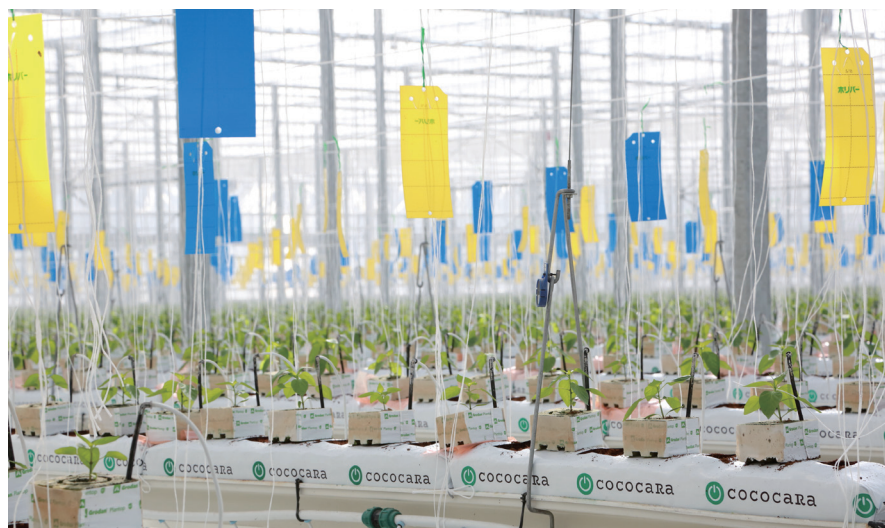
C 巣ごもり需要で通販好調、オランダ式農業の野菜が全国へ

農場の拡張など、よりたくさんの人に農作物を届けるための思索をし

ている真っ最中に、コロナ禍が始まった。消費者が飲食店ではなく量販店に流れたことで、一時的に売上を維持していたが、ほどなくして低迷したという。

そこで機を見た同社は、2020年4月からオンライン販売をスタート。この頃、世間では外出自粛の徹底が呼びかけられ、地域によっては食材の買い物すらも気軽にできない状況であった。そんな巣ごもりの時期と重なったこともあり、オンライン販売では東京などの都市部から多数の注文を受けた。場所や時間帯を問わずに購入できるのが、オンライン販売の強みだ。阿部氏は今後についてこう語る。「オンライン販売は始めたばかりなので、実績が見えるのはまだ先のこと。非常に動向が読みづらい世の中ですが、立ち止まるわけにはいきません。今は、環境に優しいエネルギーと農業を組み合わせた新たなモデル事業を立ち上げたいと考えています」。

チャレンジ精神旺盛な若い世代を積極的に雇用して、オランダ式の農業をさらにアップデートしていく。





コロナに負けない

12

社会課題はアイデアの種 震災で生まれ変わった全方位電子機器メーカー

- A** どんな会社？ 放射線検査に着目した、初の自社製品
- B** 再起の瞬間 OEM にも D2C にも強いメーカーへ
- C** 現状や今後の展望 ニーズを見極め、臨機応変な商品開発を



代表取締役 佐藤 雅俊 氏

震災からの学び

どんな困難も発想力で乗り越える

震災を経験し、社会の状況から製品開発につながる着想を得ることが重要だと学びました。初の自社製品開発に挑戦し、たくさんの研究者や技術者と出会えたことは、当社の財産となりました。今後とも社会のニーズに寄り添えるような製品づくりに努めます。

[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

9

産業と技術革新の
基盤をつくらう

ヤグチ電子工業株式会社

業種	電子部品・デバイス製造業	設立	1974 年 4 月 19 日
代表者	佐藤 雅俊 氏 [代表取締役]	資本金	10 億円
所在地	宮城県石巻市鹿又字嘉右衛門 301	売り上げ	157 百万円 (2020 年度) 100 百万円 (2019 年度)
TEL.	0225-75-2106	従業員数	25 人
FAX.	0225-75-2071	HP	https://www.yaguchidenshi.jp/

A 放射線検査に着目した、初の自社製品

宮城県石巻市に本社を置き、電子機器の製造を行うヤグチ電子工業株式会社。元来は、音響機器、電源関連、リチウムイオンパック、携帯電話などの OEM 生産が事業の大半を占めていた。転機は 2011 年、東日本大震災の発生だ。当時代表取締役の渡邊俊一氏は、福島第一原発の事故によって不安を感じる住民に対し、役立つ製品が作れないかと考えた。そして簡易放射線量計である「ポケットガイガー」の開発をスタート。ポケットガイガーはスマートフォン接続型の製品で、誰でも簡単に自分が住む地域の放射線量を測定することが可能だ。開発過程ではオープンイノベーションを実施し、取り組みに賛同する研究者や企業が多数参加した。自社製品の開発・販売は未経験であった同社であるが、米国のクラウドファンディングを利用して資金を集め、200 台を生産。ネット販売を始めたところ、わずか 30 分で完売した。初の自社製品開発の成功は、同社が持つ高い技術力を業界内に認知させる出来事となった。以来、OEM 事業においても新規の取引先が増加し、売上も倍増したという。

B OEM にも D2C にも強いメーカーへ

ポケットガイガーの開発以降、同社の事業体制は大きく変化した。まずは新たな自社製品の開発である。代表的なものが、特殊なメガネをかけて見る液晶ディスプレイ「ホワイトスクリーン」だ。このホワイトスクリーンを画面に使用した「オクルパッド」というゲーム機型の端末は、小児弱視の治療に使用する医療機器。専用メガネをかけて端末内のゲームで遊んでいる間に、弱視訓練ができ、現在インドでの普及を推し進めている。そのほか、アフリカに向けた PM2.5 センサーも手掛ける。

また OEM 事業については、製品の試作段階から対応。多品種にわたる受注により、開発者の技術力向上が図れるという。

「震災から 10 年間、臨機応変な経営を心掛けてきましたが、『多種多様なお客様のニーズに幅広く柔軟に対応する』という企業理念は曲げておりません。自社製品の実績が追い風となり、ありがたいことに、新規顧客を獲得しやすい環境にあります」と現取締役社長の佐藤雅俊氏は語る。OEM 生産が中心だった同社は、受託にも D2C（直販）にも強いメーカーへと生まれ変わった。

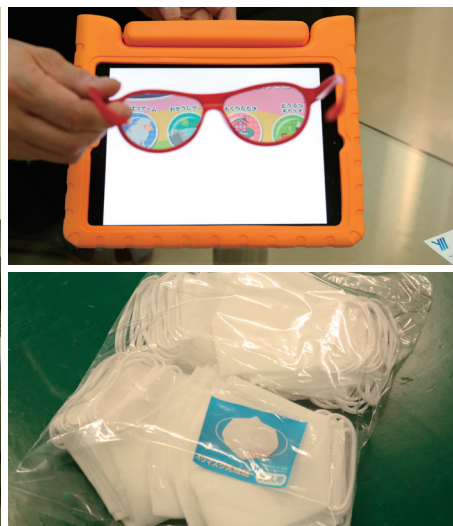
C ニーズを見極め、臨機応変な商品開発を

武器となる技術を着々と蓄えてきた同社。しかし 2020 年はコロナ禍により売上が低下している。5 月から 7 月は OEM 事業の受注量が半分以上になり、工場の稼働日を減らさざるを得なかったという。

一方、自社製品開発は精力的に進めている。コロナ禍のニーズに目を付け、CO2 濃度をスマートフォンの画面上に表示することで、三密（密集・密閉・密着）の回避に役立つ「ポケット CO2 センサー」をリリース。さらには空間のウイルスや菌を取り除く装置も開発中であるほか、オリジナルのマスクも製作した。

佐藤氏は次のように語った。「我々が目指すのは、社会情勢に影響を受けないものづくり。それを実現するには、電子機器の枠にとらわれない製品開発を推し進めることも必要です」。

今後は社会ニーズを見極めながら臨機応変に開発した自社製品の量産化を計画している。社会のピンチに立ち向かうオリジナル製品の開発に期待が高まる。





コロナに負けない

13

ニューノーマル時代において 日常も非常も支えるエネルギーインフラ

- A** どんな会社？ 福島の復興が使命
- B** 再起の瞬間 海外勢との熾烈な競争の中に活路を見出す
- C** 現状や今後の展望 再生エネルギーが国家施策に、大きな転換期を迎える



代表取締役社長 宮崎 健治 氏

震災からの学び

レジリエンスを高める

2次災害という言葉があります。最初にかかる1次災害に対し、交通網が乱れたり、停電になったり、精神を病んでしまったりという後遺症のような影響を指します。私たちは再生エネルギーを生業とする事業者として、福島の復興を分散型エネルギーによる2次災害の低減により取り組んでいきます。

[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



11

住み続けられる
まちづくりを



アンフィニ株式会社

業種	製造業	設立	1995年12月28日
代表者	宮崎 健治 氏 [代表取締役社長]	資本金	244 百万円
所在地	福島県双葉郡楢葉町下繁岡北谷地 16 番地	売り上げ	6,681 百万円 (2020 年度) 6,000 百万円 (2019 年度)
TEL.	0240-26-0888	従業員数	94 人
FAX.	0240-26-1888	HP	https://infinigroup.co.jp/

A 福島の復興が使命

震災直後から被災地福島県で、地元や行政と連携し再生エネルギー事業の一端を担ってきた企業がある。1995年の創業以来、太陽光発電・バイオガス発電をはじめとする再生可能エネルギー事業を展開するアンフィニ株式会社だ。近年では、同社はスマートグリッドなど都市のエネルギーマネジメントシステムの構築も手掛け、未来のまちづくりの可能性を切り開いている。福島県の原子力災害を目の当たりにし、再生エネルギー会社として福島の復興は使命だと代表取締役社長の宮崎健治氏は言う。

「福島県では2040年頃を目途に県内エネルギー需要の100%相当量を再生可能エネルギーで生み出すことを目標として掲げた『福島県再生可能エネルギー推進ビジョン』の実現に向けて取り組んでいます。大目標を据えながら、足元では福島県内に立地している再生エネルギー会社として、リーディングカンパニーとしての強みを発揮していきたいと考えています」。

B 海外勢との熾烈な競争の中に活路を見出す

太陽光業界は海外勢との競争が激化している。特に太陽光パネルにいたっ

ては、世界では約80～90%が中国製。大手4大メーカーであるシャープ、京セラ、東芝、パナソニックも含め、非常に劣勢な状態だ。特に産業用では、日本メーカーは中国や台湾の大量生産能力と争えていない。「我々は替えの利かないメーカーとして利点を活かさなければなりません。分散型エネルギーを推奨するハウスメーカーと連携して家庭用にマーケットチェンジをしてきました」。

その矢先でコロナ禍に突入。住宅展示場は閉まり、新築の住宅の販売も低下傾向にある。リモートワークが増えている状況では家を売ることが難しく、提携するハウスメーカーも苦戦している。一方、宮崎氏は分散型エネルギーの可能性を諦めていない。

「昨今増えている自然災害。この観点からレジリエンスを強化するには、どうしても分散型電気が必要です。特にコロナ禍では、1つの場所に集まること自体がタブーとされ、分散型の避難という言葉も出てきました。2次災害を起こさないためにも、安定した電源の確保が欠かせません」。

日本のみならず世界的に自然災害が発生している中、災害に強いエネルギーマネジメントと真っ向から向き合う。そんな宮崎氏の姿勢に会社の強さの源泉がある。現在、福島の工場を開発戦略拠点とし、大手電機メーカーのOEM

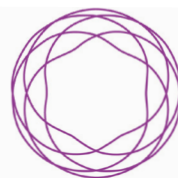
を受託して、メイドインジャパンを復活させようとしている。「自社ブランド工場」というビジネスモデルから、日本メーカーを支える工場へと方向転換をした。

C 再生エネルギーが国家施策に、大きな転換契機を迎える

2020年10月26日に開会した臨時国会の所信表明演説で、菅義偉首相は2050年までに国内の温暖化ガスの排出を「実質ゼロ」とする方針を表明。これは「福島県再生可能エネルギー推進ビジョン」の実現を大目標に掲げる同社の戦略方針と目線を同じくする。

「福島県の再生可能エネルギー100%化を始めとした、東北地方の再生可能エネルギー比率向上と、省エネの導入促進は非常に重要になると思います。新しい形のまちづくり、国づくりということで、エネルギーインフラから人々の生活を変え、さらなる復興を福島で実行していきます」。

追い風はこれだけではない。コロナ禍において巣ごもりやリモートワークが増え、一般家庭の電気の使用量が13～20%増えたとするデータもある。“アンフィニ”はフランス語で「無限」を意味する。カーボンニュートラル、コロナなど、ニューノーマルの社会で同社の活躍の場は広がりそうだ。



地域未来牽引企業





コロナに負けない

6次産業化による大躍進 トマトの可能性を広げるファーム

A どんな会社？

食はエンターテインメント

B 再起の瞬間

新事業が好調で売上4億円アップ

C 現状や今後の展望

地域経済に視点をシフト、地元で愛される施設へ



代表取締役 元木 寛氏

震災からの学び

人と商品が困難を乗り越える原動力

震災もコロナ禍も、乗り越える原動力は人と商品であることを改めて認識しました。農業界は人材不足ですが、新しい人の受け皿がありません。そんな中、当社は法人として活動しており、若い方の受け入れ体制があります。今後も雇用に貢献し、農業界の新陳代謝を進めていければと考えております。そして「農業という産業をベースに、6次産業化を通じて付加価値を高め、収入を増やしていく」という方針を大切に突き進んでいきます。

[SDGs]2030年に向けて

目指していくゴール

2

飢餓を
ゼロに

9

産業と技術革新の
基盤をつくらう

株式会社ワンダーファーム

業種	製造・販売・サービス業	設立	2013年4月
代表者	元木 寛氏 [代表取締役]	資本金	310百万円
所在地	本社：福島県いわき市四倉町中島字広町1	売り上げ	200百万円（2020年度） 170百万円（2019年度）
TEL.	0246-38-8851	従業員数	41人
FAX.	0246-85-5106	HP	http://www.wonder-farm.co.jp

A 食はエンターテインメント

株式会社ワンダーファームは、有限会社とまとランドいわきが母体となり2013年に設立。もともとのトマトの農業生産に加え、食品加工、レストラン営業、直売所営業、体験サービス業など事業内容は多岐にわたる。

「震災後、福島は農業は風評被害により出荷数が激減し、経営も厳しくなりました。そこで、自分たちで価格を決めて売る場所を作ろうと思ったんです。また作物だけでなく楽しみも提供したいと以前から考えていました」と代表取締役の元木寛氏は語る。

ワンダーファームは農産物を消費地に流通させるための広告塔の役割も持つ。農産品そのものや生産の面だけでなく、加工した商品も流通に乗せ情報を発信することで、レストランや農場への集客効果も担っている。

トマトは通常、春と夏に実る作物であるが、同社ではオランダ式の循環型溶液システムを導入し、通年でのトマト栽培を可能にした。今後は通年生産しているトマトをブランド化し、付加価値を高めていくことが目標だという。

B 新事業が好調で売上4億円アップ

ワンダーファームで取り組んだ新事業はオープン当初から順調な滑り出しを見せた。レストランは地域の農産品を使用したビュッフェが話題になり、行列ができるほどの人気店となった。もともと農村地域であり、周囲に飲食店が少ない優位も追い風となった。農場見学には全国からたくさんの観光客が訪れ、昨年の参加者は1万人を超えた。直売所の売上も非常に好調であったという。

こうした6次産業化の成功によって、設立前は約3億円であった売上が、一時期グループ全体で約7億円まで伸びた。またワンダーファームのほかにもグループ会社を設立し、現在グループ全体で約100名の雇用を創出している。

現在、元木氏が最も伸びしろを感じているのが加工事業だ。トマトジュースや調味料など、徐々に自社製品の出荷数が増えていることに加え、OEM生産でベビーフードや清涼飲料、シロップ系の製造も開始。生産機能をフル活用し、マーケットを捉えて新製品開発を進める計画だ。

C 地域経済に視点をシフト、地元に愛される施設へ

2019年10月、台風19号が日本に到来した。同社が事業部を置くいわき市は、河川の氾濫により甚大な水害に見舞われた。それによりトマト栽培施設が浸水、さらには断水の影響で11月まで工場稼働がストップしたという。元木氏は「被害があまりに大きく、震災に近いほどのインパクトを受けました」と語る。

そして台風被害の傷が癒えぬまま、不運にもワンダーファームはコロナ禍に突入した。農場見学、レストラン、直売所などの集客部門の売上が前年の50%まで減少。ビュッフェ形式のレストランは2020年10月より休業し、業態の見直しを行っている。また広大な土地があるゆえの密になりにくい立地環境を活かし、屋外でのバーベキューなど、アウトドア事業のスタートも検討中だという。

「今までは旅行者など県外からの来場を促進していこうという考え方がメインでしたが、コロナ禍によって、地域経済に貢献するという考え方にシフトしました。地元の方々に支えられるような施設を目指していきたいと思っています」。

逆境の中でも突き進むワンダーファームは、いわき市の食のテーマパークとして今後も成長していくだろう。

