

岩手 / 宮城 / 福島
民間出向者による
東日本大震災被災地
産業復興支援
事例集
2012 - 2020



官と民、人と人を結ぶ
みんなの
「優しい気持ち」から
生まれました

はじめまして、
「結ちゃん」です。



復興庁企業連携推進室
イメージキャラクター 結ちゃん

岩手 / 宮城 / 福島 民間出向者による 東日本大震災被災地 産業復興支援 事例集 2012 - 2020

はじめに

復興庁においては、2011年3月11日の東日本大震災の発災以降2020年度までの9年間、民間企業等(47社)からの出向者(139名)を採用し、それぞれの専門分野の知見を活かした復興支援を行っています。

本事例集では、民間企業等からの出向者である「政策調査官」に焦点を当て、当時の奮闘の様子や苦労話などを、関係事業者との対談形式で紹介いたします。

今後の官民連携のあり方の参考にさせていただければ幸いです。

復興庁 企業連携推進室

index

はじめに	01
政策調査官とは	04
特集・結の場	08
事例 1 岩手・山田町	14
事例 2 宮城・山元町	20
事例 3 宮城・仙台市	26
事例 4 福島・双葉町	32
事例 5 福島・いわき市	38
特集・東日本大震災復興 企業サポーター (ReSE) とは?	44
政策調査官について	46
出向元民間企業・団体名	47
支援先一覧	48
次年度事業	50



宮城・石巻市
特集「結の場」
人と人のつながりを生み出す「結の場」

特集
P.08



岩手・山田町
山田町役場

1
P.14



宮城・山元町
山元いちご農園

2
P.20



宮城・仙台市
サムライアロハ

3
P.26



福島・双葉町
双葉町役場

4
P.32



福島・いわき市
おのづか食品
いわき商工会議所グループ支援

5
P.38

復興庁の被災地支援 集中復興期間～復興・創生期間

集中復興期間には、ガレキの撤去、ライフライン・インフラ復旧、住宅再建・まちづくりなどを集中的に実施。産業・なりわいの再生では、補助金や復興特区制度を活用した産業再生などを中心に行った。

復興・創生期間からは、本格的な復興を目指して、インフラ整備、復興住宅の整備、まちづくりなどのハード面の支援に加え、コミュニティ再生、観光復興などソフト面の支援も実施。復興を「元に戻すこと」ととどまらない、地方創生のモデルとなるような「新しい東北」の創造を目指した。産業・なりわいの再生では、市町村が策定する「まちなか再生計画」に基づいた商業施設整備の支援や個社、グループの事業者の支援も実施。

	集中復興期間		第1期復興・創生期間		
	2012.2 (復興庁発足時点)	2016.3 (集中復興期間終了時点)	2019.3	現状	2021.3
被災者支援	【避難者数】 (発災直後) 47万人	17.1万人	5.1万人 (19年3月11日現在)	4.2万人 (20年12月8日現在)	
住まいとまちの復興	【完成戸数】 民間住宅等用地 : 1百戸 ※1 災害公営住宅 : 3百戸 ※2 (13年3月末時点) (発災直後) インフラに基大な被害	0.8万戸 1.7万戸 インフラ復旧は概ね終了。 道路・鉄道は一部を除き概ね復旧	1.8万戸(98%) 3万戸(99%) (19年3月末時点)	1.8万戸(100%) 3万戸(100%) (20年12月末時点)	JR常磐線 全線開通 (20年3月14日) 復興道路・復興支援道路 全線開通※ ※岩手県及び宮城県内の一部区間を除く。
産業・生業の再生	【農業】(13年4月時点) 営農再開可能面積: 38%	74%	92% (19年3月末時点)	94% (20年6月末時点)	(20年度末見込み) 農地復旧事業が完了 (20年3月末時点)※ ※避難指示・解除地域を除く。
	【水産加工業】 (12年3月末時点) 施設の再開: 55%	87%	96% (19年1月末時点)	97% (19年12月末時点)	
	【観光】(11年確定値) 外国人宿泊者数: 36% (東北6県) (16年確定値)	128%	255% (18年確定値)	332% (19年確定値) ※いずれも2010年比	
福島復興・再生	【県全体の避難者】 (ピーク時) 16.5万人 (発災直後) 原発周辺市町村で警戒区域等を設定 (2011年4月)	9.7万人 田村市、川内村(一部)、楡葉町で避難指示解除等	(17年度から) 帰還困難区域の特定復興再生拠点整備を推進 4.0万人 (19年3月現在)	(19年3月末時点) 復興公営住宅 (保留分を除く4,767戸)の完成 3.7万人 (20年11月現在)	
その他			(2019.9.20-11.2) ラグビーワールドカップ	(2021.3) 第1期復興・創生期間の終了	(2021.7.23-9.5) 東京オリンピック・パラリンピック

第2期復興・創生期間

共同店舗型商業施設の整備による支援(津波企業立地補助金、自立帰還支援補助金の活用)

民設民営型施設



(例) キャッセン大船渡(岩手県大船渡市)

公設民営型施設



(例) いいたて村の道の駅までい館(福島県飯館村)

被災地の復興支援で、特に産業・なりわいの再生の分野では、民間の知見を活かした被災地支援が効果的、効率的と考えられた。

ここで活躍したのが「政策調査官」だ。

2011年3月11日、東日本大震災発生——
同年6月に施行された「東日本大震災復興基本法」において、復興庁の設置が定められた。

民間企業との連携…
たしかに…いまこそ
官民一体となるべきだ!

民間企業に協力を要請してはいかがでしょうか

民間には様々な知見や技術があります。それを活用すれば、よりスピーディーに復興を推進できるのではないのでしょうか

よし、さっそく各経済団体に相談してみよう!

プルルルル

内閣府

地震・津波による被災で各地の産業が大きな打撃を受けている!

早急に支援対策を!

しかし…被災地域も広く、支援が必要な業種も多岐にわたっている…復興を推進するために最良の方法はないだろうか…

あの

経済団体本部

—はい

ええ、もちろん!喜んで協力させていただきます!

2012年2月、復興庁が発足。民間企業から派遣された政策調査官は復興庁職員として、様々なプロジェクトを進めた。

これが政策調査官による産業復興支援のはじまりである。

企業からも、自分たちにできることはないかという声が多く上がっていたんです

ぜひ力を合わせて活動を推進していきましょう!

政策調査官はどんな人がやっているの？

復興庁の呼びかけにより民間企業等から選出、復興庁本庁、岩手・宮城・福島各復興局、被災自治体等に派遣され、民間企業ならではの客観的な視点や知見を活用し、官民連携によるプロジェクトを推進。現地企業、組織団体、自治体に対しそれぞれの得意とする分野での支援にあたる。

被災地域ごとに抱える課題の違い、復興状況によっても変わってくる流動的な環境の中での対応力も求められる。様々な企業からの派遣職員が集い、復興という使命を掲げ各プロジェクトに従事することで、政策調査官自身の大きな成長と新たな人脈の広がり、豊かなキャリア形成にもつながっている。

復興庁では2012年度から、民間企業、組織団体等から「政策調査官」を採用、2020年度現在延べ47社、139名が出向している。



被災地での産業を振興するために、復興庁では、被災地や被災地事業者の状況に合わせて、さまざまな事業を打ち出したんだ。

なるほど、そこで活躍したのが政策調査官なんですね。



数年後…

支援事業者の声

商品開発から支援いただいた新製品が大ヒットになりました！
苦手分野だったEC販路も拡大して売り上げが伸びています！



職員のモチベーションがアップし、どんどんやりたいことに手が上がるようになりました！
業務の効率化も指導いただき労働環境も改善しました！

出向先で出会った他企業の人たちとはその後も仕事で協力しあったり新しい人脈を紹介してもらったり、大きな財産になっています！



政策調査官 OB・OGの声

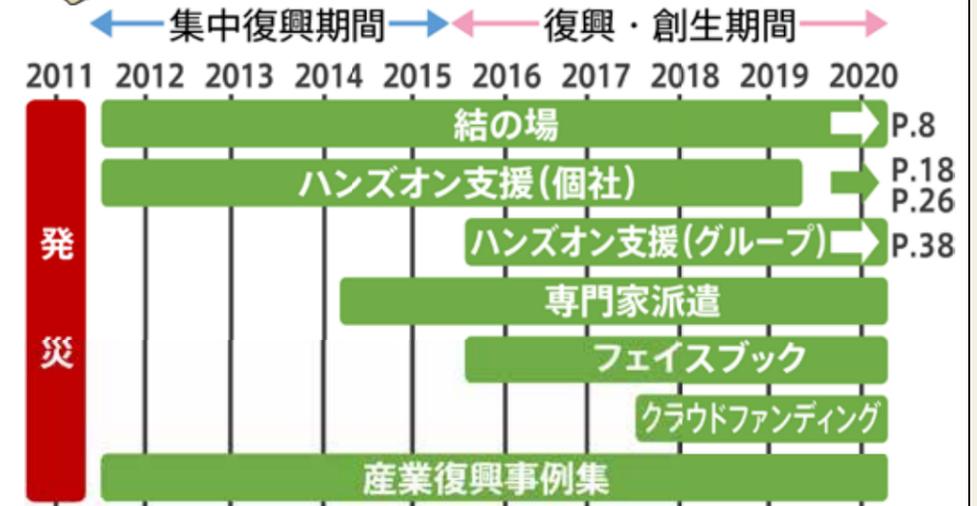
会社では経験したことのない業務を経験し、出向から戻った後の働き方にも大きな変化がありました！

課題もまだまだあるけど、この支援事業をきっかけに、被災前と同じくらい、それ以上にまで業績を回復させた企業もあるんだ。
これから具体的な事例で、いったいどんな風にして、企業や団体が復興の軌跡を辿ったのか、見てみよう。



政策調査官が携わる事業も集中復興期間の「結の場」「個社ハンズオン支援」から、復興創生期間には同じ課題を抱える事業者群を支援する「ハンズオングループ支援」、より課題が明確化した事業者を専門的な見地から支援する「専門家派遣集中支援事業」、復興庁公式フェイスブックの立上げによる情報発信、クラウドファンディングを活用した資金調達と、被災地の復興状況、被災事業者のおかれている状況に応じた支援を実施してきた。

また、被災地の事業者の産業復興の成功事例や失敗からの教訓を集めた「産業復興事例集」を2012年度から毎年発行、被災地の状況に合った事例を参考にできるようにした。



各地で様々なマッチングが実現したんですね。



地域復興マッチング 「結の場」

被災地域の企業と大手企業をつなぐ支援事業の形成の場として、2012年から「結の場」が始まって、様々な企業を支援しているよ。



「結の場」発起人インタビューは P.8 へ

2012年から既に**総支援数 205件**もの企業の支援実績があるんですね



被災地域企業新事業 ハンズオン支援事業

新商品の開発等の新たな事業に取り組もうとしている企業に対して、事業化を政策調査官が支援するのがハンズオン事業だ。



ハンズオン支援事業の事例は P.18、P.26 へ

支援可能分野

1. 新製品・サービスの開発
2. 既存商品の高付加価値化
3. 効率化・生産性向上
4. 商業施設開発

専門家派遣集中支援事業

豊富な経験・ノウハウを持つ専門家・専門機関が、単なる助言にとどまらず実務を含めた集中支援を実施するのが「専門家派遣」です。専門家の分野も多岐にわたるので、企業が抱えている課題に応じて最適な人を派遣しています。

クラウドファンディング

2018年からはクラウドファンディングの支援事業も開始。新商品開発や新企画の立ち上げに要する資金調達に有効だが、一定の知見が必要なため、そのノウハウを提供しています。

facebook

復興に関する政策について、情報発信を行っています。



特集

人と人のつながりを
生みだす「結の場」山徳平塚水産株式会社
代表取締役平塚 隆一郎
(左)石巻から産地直送、
海の恵みを届ける加工食品を販売

政策調査官

山本 啓一郎
(右)2012-2013年度
NEC(日本電気株式会社)より出向

2013年に協議会として発足し、2016年に株式会社に組織変更を行った「石巻うまいもの株式会社」。

石巻で食に関わる10社がノウハウを持ち寄り、切磋琢磨しながら新しいものを生み出している。現在は石巻市内で生産者の顔が見えるアンテナショップ「石巻うまいものマルシェ」の運営も行っている。その始まりには2011年に開催された「第1回結の場」が深く関わっていた。

「結の場」をきっかけとした企業との取り組み、また、震災前はいわばライバル同士であった同業者らが手を取り合い、チームとして歩み始めるまでの道のりについて、山徳平塚水産株式会社 代表取締役社長 平塚 隆一郎氏と「結の場」の立ち上げに関わった復興庁・政策調査官 山本 啓一郎氏の対談を行った。

「結の場」参加の経緯・その時の感想について

山本 啓一郎:当初、「結の場」について「復興庁としてこんなことやりたいと思っている。」と石巻商工会議所の毛利さんにお話したのがきっかけです。水産復興会議(震災後発足した石巻の水産業者の復興に向けた定期的な会議)に参加し、平塚さんをご紹介戴きました。最初話を聞いたときはどう思いましたか？

平塚 隆一郎:元々あまり考え込まない、興味があればやってみる性格で、「まあやってみようかな」と思いました。いろいろ考える時間もでき始めた頃でした。

震災後2ヶ月くらいは、毎朝みんなで漁港処理の片付け

会社名：山徳平塚水産株式会社
業種：惣菜、レトルト食品の製造・販売
代表者：平塚 隆一郎
所在地：〒986-0022 宮城県石巻市魚町2-8-9
TEL：0225-22-0171
WEB：https://www.yamatoku-h.jp

山徳平塚水産株式会社 代表取締役
平塚 隆一郎 (左)
石巻から産地直送、
海の恵みを届ける加工食品を販売

政策調査官 山本 啓一郎 (右)
2012-2013年度
NEC(日本電気株式会社)より出向

をしていたんです。5万トンの魚がダメになって、それを冷蔵庫から出して廃棄する。それが終わった頃で、工場もしばらく再建もできない、時間もあるしやってみよう。

山本:平塚社長にお会いして「結の場」の話をしたときに、「いろんな企業がそうやって話をしに来るけど、話を聞くだけ聞いて、もう二度と来ないんだよ」と言われました。だから「それだけは絶対にしません」という約束を最初にしたんです。そして、そのための仕組み作りが必要だなと考えました。

平塚:「結の場」は、参加企業が「応援したい」という気持ちで来てくれて、前向きに話ができたのが良かった。提案が現実的かどうかや商売に繋がるかは別として。

山本:「ダメ出し」ではなくて、「アイデアを出していく」というような「前向き」な空気感、環境、時間を作ることは重要視しました。

平塚:そういう前向きな話をできる場は、当時なかなかなかったので、みんな救われる部分があったんじゃないかな。

実際の支援・取り組みについて

山本:平塚さんの会社が企業から受けた支援や取り組みはどんなものがありましたか？

平塚:NECソリューションイノベーターとの取り組みで、お茶漬け開発にあたりアイデアソン(業種の異なる企業がアイデアを出し合うワークショップ)を行いました。

「被災地と東京の人たちを結んで商品開発」がテーマ

で、様々なジャンルの方20名程が集まり、試食やデザインについて意見を貰いました。

持参した商品が、「ホドルマンマ」(石巻の方言で「あったかいご飯」の意)という名前で、ポップなイラストのパッケージでした。ネーミングとパッケージをけちんけちんけに言われて(笑)。味はすごく評価して貰えたんですが。

「ネーミングは2秒で伝わらないとダメなんだ!」とか、今まで気づけなかったアドバイスで、ガラッと方向転換しました。言われた通りに高級路線に切り替えて、高級感のあるデザインで販売し、50万食の大ヒットになりました。あそこで「ホドルマンマ」のままだったらどうなっていたかと思えます。あの時言われなければ気付けなかった。

山本:お茶漬けのセットは贈答用としても大変人気と聞いています。JALの機内食でも提供されているんですよね？

平塚:それも話し合いの中で、ターゲット像の話をして、「飛行機でビジネスクラスやファーストクラスに乗る人じゃないか?」という話になったんです。

航空会社に売り込んでみようと思ったところ、JALで2019年の秋からビジネスクラスの機内食で採用されました。ぐっとブランドイメージのアップに繋がりましたね。

山本:協業でいろいろな人の意見を聞く機会を持てたのは大きかったですね。その他には何かありますか？

平塚:一番実質的だったのは、参加企業で企業マルシェを開催してくれて、だいぶ出店しました。売り上げに繋がると言う意味では一番大きかった。現地に売りにいくことは少なかりましたが、最近ではネット上での開催も増えてきました。

ところで山本さんとしては、「第1回結の場」の手応えはどうだったんですか？

山本:その場で上手くいく確信は正直ありませんでした。開催後、支援企業側が「あの社長に早く会わせてくれ」「話をしに行きたい」とすぐに連絡をくれました。支援側が前のめりになって、具体案がどんどん出てきたので、地域企業が受け入れてくれたら、一歩目は踏み出せると思えました。受け入れる側もコストが掛かるので調整は必要だったのと、1対1だとどうもいかないから、チームを作って繋げていく仕掛けを考えました。第一歩は、販路を拡大する為、8社が合同でカタログを作成するというプロジェクトを始めました。

平塚:「石巻うまいもの株式会社」の原型ですね。みんな初めてのことだったから、最初は苦労しましたね。

山本:商品の選定や価格設定など、すぐ出来る方も、初めてのことですごく悩まれる方もいました。商品写真も、用意してあるところもあれば、綺麗な写真なんて撮れないというところもあったり。今でこそ、石巻うまいもの株式会社の企業は喧々諤々と盛に交流していますが、最初はお互い様子見といった感じでした。

お互いの得意分野を知ることから協力へ

平塚:震災前は「名前は知ってるけど何をしてるかは全然知らない」と、みんな自分のところ以外の業界のことは

全然わからない状況だった。何か一緒にやろうなんて空気は全くなかったです。

平塚:ある販売会で、末永海産株式会社がワカメを売っていて、準備してたドレッシングが途中で切れてしまい試食が出せず困っていた。その隣で出店していた株式会社山形屋商店の商品に、醤油と酢があったんです。さらにその隣の丸平かつおぶしには出汁があった。その場で混ぜて作ってみたら、これがワカメにもものすごく合うんですよ!それで「ワカメドレッシング」が誕生して今や定番商品として販売しています。

山本:たまたま隣で出していた商品を混ぜ合わせて生まれた奇跡の商品ですね!そういった実績を積み重ねていくうちに、チームとしての絆というか、繋がりも深くなっていったんですね。

平塚:全部自社でやってたことが、それぞれの得意分野を生かして協力できることに気がきました。例えば、昔は市場から直接魚を買い付けて、工場で冷凍して保管という一連の流れを自社でやっていましたが、原料加工が得意な会社から買うようになり、冷凍工場は売却しました。その会社では魚も完全にコンピューターで選別して、ぴったりのグラム数で販売してくれます。特化した分野でお互い協力しあっていく方が、双方にとってプラスですね。

石巻の弱みが協業で強みに

山本:「結の場」はその後各地で開催されていますが、他の地域の方から話を聞いたりしますか？

平塚:水産加工研究会の会長をやらせて頂いていて、そこで塩釜や気仙沼など他の地域の方とも話をします。

石巻のように「共通のパッケージ」や「同じブランドで商品開発する」というのがなかなかうまくいかない、という話はよく聞きます。なぜかという、例えば塩釜で同じことをやろうとしても、練り製品のメーカーが圧倒的に多く、塩釜のブランドとして立ち上げようとしても、商品が被ってしまう。

山本:なるほど、確かに。名産と言われるものがある地域はその業者が集まっていますね。

平塚:逆に石巻は突出したものがなかったんです。これといったブランド力がなかった。でも、業態がばらけていたから、たらこ・カキ・ホヤなど、それぞれが得意分野でやることができました。こうやってチームで動くということを始めたら、逆にそれが強みになりましたね。

山本:それぞれが得意分野で活躍でき、足りないところはお互いに補い合える。チームとなることで、石巻の弱みだったところが強みに変わって行ったんですね。

平塚:何度も言いますが震災前はそんな考え全くなかったですから。それがこうやって手を取り合って、チームとなって前向きに復興に取り組めたのは山本さんのおかげだと思いますよ。

「結の場」とは

「結の場」とは、被災地域の復興を加速するため、地域企業の課題の深掘りとそれを解決するための支援シーズの発掘、及び具体的な支援活動のマッチングを行う事業です。

- 支援提案企業(大手企業等)と被災地域企業とのマッチングを目的としたワークショップを開催。
- 支援提案企業(大手企業等)は、被災地域の企業ニーズに応え、自社の利害を超えて、技術、情報、販路など、自らの経営資源を被災地域企業に幅広く提供。
- 被災地域企業は、通常のビジネスマッチングでは得られない販路やアイデア等を得られる。

事前準備

- ① 地域復興のためのニーズ顕在化……被災地域企業の課題を洗い出し
- ② 支援企画、団体のシーズ発掘 ……洗い出した課題を掲示し支援企業を公募
- ③ 参加企業、団体の選定 ……エントリーシートを元に参加企業・団体を選定

ワークショップ

- ④ 地域復興マッチング「結の場」……課題と対策について一同に集まって対話

震災前から抱えていた課題や、今後事業計画を進めていく上での課題について販路・商品開発・販売促進・人材育成といった分野ごとに整理し、質問を繰り返すことで課題の深掘りをする。その後、支援企業と地域企業がどのように協働すれば課題が解決するのか、各支援企業が持っているリソースを引き出しながら、参加者でアイデアを出し合う。



検討・調整

- ⑤ 支援企業、団体から活動提案 ……支援側から支援活動提案シートを提出
- ⑥ マッチングに向けた調整 ……被災地域企業の意向と支援提案の折り合わせ

フォロー

支援活動プロジェクト ……適宜、進捗状況をプロジェクト単位で報告

interview

「結の場」で繋がった輪を広げるサポートを

石巻商工会議所の毛利氏と雫石氏に「結の場」の立ち上げの経験と、今後の展開を伺いました。

「結の場」の企画を聞いたときはどう思われたのでしょうか。

毛利 広幸: もちろん、そういった企画をしていただけたのは嬉しかったです。ただ、果たして被災企業がとれだけ参画できるのか、という懸念はありました。また、今までに接点のなかった大手企業と地元業者の間で、うまく会話が成り立つだろうかと言った心配もありました。

実際に開催してみて、その点はいかがでしたか？

毛利: 懸念していた企業間のやりとりもスムーズに進み、いままでにない視点や違った角度からの支援・アドバイスをいただくことにつながりました。

大手企業と地元の業者が接点を持つというのは普通だったらなかなかないことなので、その機会を作っていただけたのは本当に良かったと思っています。やはり同業者同士で話していても、基本的には同じ視点なので結局同じ部分に行き着いてしまいますので。

開催後の参加企業の反応は？

毛利: 皆さん、あんなにいろんな角度から支援していただけるなんて思っていなかったんじゃないですかね。しかもその年だけでなく、2年後 3年後…その後も、支援が続いたり声をかけていただいたり…嬉しいですね。やはりあれだけ大きな被災だったのでその支援や気持ちで皆さん本当に助かったと思うし、なにより頑張れたんじゃないかと思えますよ。

それから、山徳（平塚水産株式会社）さんみたいに、支援企業との接点をうまく維持して、いまでもつながりを持っているところもあるようですので、そういった話を聞くと良かったと感じます。

結いの場を経て変わってきたと思うことはありますか？

毛利: 各企業、商品がグレードアップしたという感覚はあります。食材そのものはもともと良かったんですが、ネーミングとかパッケージなどの部分もだいぶ変わってきたと感じています。それはもちろん、いろんな企業から支援・アドバイスをいただいた結果だと思っています。

石巻の企業の人はいままで外に出て他の会社と交流したり、他の商品を見たりすることがあまりなかったんです。それが商談会や販売会などいろんな機会を外に出て、他

社の商品を見たり消費者の声を直接聞くことが多くなりました。それにより消費者のニーズやトレンドを知ったり、そういう気づきを得たというのも大きいでしょうね。

昨年度開催された石巻での2回目の結の場はいかがでしたか？

雫石 篤: 1回目と比べたら数は減りますが、今回もまたたくさんの方の支援企業様に手を挙げていただきました。具体的に表立った動きにはまだ繋がっていないようですが、今回も色々提案・提示していただいているものはあるようです。ただやはり、商工会議所では同業者の方同士の接点は保てますが、違った業界の方々との接点を持てる場面というのは多くはありません。そういった意味では、「結の場」でさまざまなジャンルの企業の方々からアイデアや情報をいただけるというのは、とても貴重な機会になっていると思います。

今後の展望をお聞かせください。

毛利: 1回目の「結の場」をきっかけに、石巻うまいもの株式会社のような同業者間での集まりの輪ができました。震災前の石巻は、同業者同士が組むといった地域では全然なかったんです。それが、企業が手を取り合って協力し合う空気感ができた。

そういった、様々な接点づくりとして、「結の場」は非常にプラスになるものだと思いますね。

その接点から、共同商品や新商品、新ブランドが生まれていく。そうやって繋がった輪をどんどん広げていけるように、我々もサポートしていきたいと思っています。

雫石: 市の水産総合振興センターもできましたし、市場も立派に整備してもらって観光としても見に来ていただけるような施設になりました。周辺の道路状況ももうすぐ良くなるので、たくさんの方に遊びに来ていただいて石巻を盛り上げていけたらと思っています。



石巻商工会議所 中小企業相談所 所長 主任経営指導員 毛利 広幸(右)
石巻商工会議所 地域・人づくり支援課 地域振興係主査 雫石 篤(左)



代表取締役 木村 一成・取締役 木村朱見



企業が一品ずつ開発して出しているお茶漬シリーズ。うまいものマルシェでも購入可能。



自社工場の様子。女性が生き生きと働いている。子育てに理解ある環境のため、産休を3回取って復職している職員が6人もいるそう。



人との出会いが何よりの財産。あの時の支援や出会いが今も続いていることが一番嬉しい、と話す木村社長。

「結の場」の支援先・湊水産株式会社の事業展開

宮城県石巻市で創業 40年のたらこ製造専門メーカー。津波による甚大な被害を受けるも、震災から2ヶ月後には製造を再開。その後も事業内保育所の設置やたらこづくり体験など新たな試みをしたり、新商品の開発や EC販売を地域と手を取り合い進め、石巻を盛り上げている。

「結の場」に参加した結果、変わったことはなんですか？

「結の場」がきっかけで他の会社と関わりを持つようになり、石巻はものづくりが大好きな人たちが集まっている地域だと知ることができました。また、そうして繋がった会社とセット商品を作り、「結の場」に参加されていた企業さんの株主優待品に取り入れていただくようにもなりました。毎年 13,000件を越える注文をいただいています。

最近では株主様向けの ECサイトを始められたとのことで、そちらからのご注文もいただくようになりました。

女性が働きやすい環境を整備しているそうですね。

「結の場」がきっかけで生まれた石巻うまいもの株式会社の会議には、毎回社長の奥さんや娘さんなど女性も参加してもらい、女性目線での意見も活発に飛び交っています。水産加工業界は女性の力がないと成り立たない業界です

ので、これからもっと女性が働きやすく、女性に優しい会社を目指していきたいと考えています。

そうした想いで生まれたのが「結のいえ保育園」です。自社の従業員のお子さんもちろん、地域のお子さんもお預かりしています。お父さんお母さんが安心して働ける環境を作ることで、石巻の未来に貢献したいと考えています。

「結の場」に参加して良かったことをお聞かせください。

正直、もう諦めようかなと思う瞬間は何度もありましたがそれでも辞めずに続けて来れたのは、あの時支援して下さった人たちがいたからです。「結の場」で出会った人、世界中からボランティアで来てくれた人、そんな人たちに、今も元気にここで頑張っているよという姿を見せたくて、ここまで頑張ってきたんです。

震災で失ったものは山ほどありますが、震災をきっかけに出会えた人はかけがえのない存在です。そんな人に出会わせてくれたのが、この「結の場」でもあったと思っています。

会社名：湊水産株式会社
業種：たらこ製品の製造・販売
代表者：木村 一成
所在地：〒986-0015 宮城県石巻市吉野町2-6-7
TEL：0120-39-8235
WEB：http://www.minatosuisan.com/

政策調査官対談 立ち上げに関わった山本氏と伊藤氏に当時のエピソードを伺いました。

立ち上げ当時の印象的なことはありますか？

山本：当時いろんな企業の方が来ていましたが、立場の違う同士、あまりぶっちゃけた話ができないんですよね。なので「ゆる飲み」と称した飲み会を開催し、枠を超えて交流できる場を作りました。

伊藤 亨：評判が評判を呼んで100人越えの会になりましたね。

山本：2年間飲み会ばかりだった気も。でも、そこで話した人たちが「現場で何をしたらいいかわからない」と言っているのを聞いたんです。そういう方々と、地元の人たちを結んだのが「結の場」ですね。実際ゆる飲みに参加していた方が結の場の支援企業になってくれたりもしました。

当時関わった人と、その後はどのような交流がありますか？

山本：私は今でも東京でよく会って飲んだりしていますよ。

伊藤：僕は仙台にいますので、こっちに来た際はみなさん会いに来てくれたりしますね。

山本：それから、年に1回は自分たちの支援の結果を視察するため南三陸へゴルフへ行ったりもしています。みんな大企業の方だったので、戻った後もその繋がりはとても役に立っていますよ。



(右) 伊藤 亨

仙台商工会議所 中小企業支援部経営支援グループ
事業調整・復興支援チーム 次長 専門経営支援員

政策調査官

2012-2016 年度 日本商工会議所経由で出向

「石巻うまいものマルシェ」

「結の場」のお話をいただいた平塚氏の営む、山徳平塚水産の商品も「石巻うまいものマルシェ」で購入ができます。

山徳平塚水産は、創業から80年を超える加工技術を活かして地元原料、安心な素材を使用し美味しい食品作りを追求しています。三陸の新鮮な原料を活かして魚の旨みにこだわった魚肉練製品・レトルト食品・冷凍食品を製造、販売しております。

金華さばのスモーク風味
石巻漁港に水揚げされた新鮮で脂ののった金華さばを厳選使用。シンプルに塩だけで味付けしスモーク液で漬け込みじっくりと炙ってソフトに仕上げた商品。



水産加工業者を中心とした食品関連の10事業者で構成する石巻うまいもの株式会社が運営するアンテナショップ。主に石巻地方の地場商品を扱っている。また、ホームページからは贈答用として大人気の金華茶漬シリーズなどをお取り寄せすることもできる。

〒986-0022 宮城県石巻市魚町2丁目12番地3
石巻市水産総合振興センター 1F
営業時間：平日 9:00 ~ 15:00
日曜日 10:00 ~ 15:00 (定休日火曜)
TEL：0225-25-4363
WEB：https://umaimono-ishinomaki.com/

事例 1

完成まで8年 山田線復旧支援

海、山、里を走る「町民の足」の再生



事業所：山田町役場
所在地：〒028-1392 岩手県下閉伊郡山田町八幡町3番20号
TEL：0193-82-3111
WEB：https://www.town.yamada.iwate.jp



政策調査官 (右) **長瀧 元紀** 京阪電気鉄道株式会社 (※1) より日本商工会議所経由で、復興庁岩手復興局へ出向 2013-2015年度

政策調査官 (左) **齊藤 康文** 京阪電気鉄道株式会社 (※1) より日本商工会議所経由で、復興庁岩手復興局へ出向 2015-2016年度

団体職員 (元山田町復興推進課 課長) **沼崎 弘明**

山田町復興企画課 課長補佐 **山崎 智悟**

山田町建設課 主任技師 **尾形 悟**

2011年の発災から8年後、2019年3月に三陸鉄道全線が開通。その一部である山田線(※2)の復旧に尽力したのが、大阪の鉄道会社、京阪電気鉄道株式会社(※1)だ。鉄道建設技術者である同社、長瀧氏、齊藤氏は、復興支援専門員として出向し、山田町と共に地盤造成事業や陸中山田駅復旧などに取り組み、山田町の復興に貢献した。

着任時のお写真を拝見しました。

どのように復旧していったのか、全く想像がつかいません。

長瀧 元紀：私が着任したのは2013年の4月だったんですが、震災から約2年が経っていたにもかかわらず、被災した建物の基礎が残っており、町には未だ何もない状態でした。着任中の2年間は仮設住宅で暮らしました。

沼崎 弘明：長瀧さんが来てくれた当初は、まだ鉄道の復旧をするかどうかも決定していなかったんです。JR東日本(東日本旅客鉄道株式会社)さんからは、もともと山田線は乗客が少なく採算が採れないのでBRT(バス高速輸送システム)を提案されていました。

実施決定前の調整段階から参画されたのですね。

長瀧：はい。住民の皆さんの声や、第三セクターである三陸鉄道株式会社が運行を担うことを了承したこともあり、2年後の2015年に鉄道復旧が決まりました。

この決定までの期間に、鉄道復旧をする場合の町の造成計画を調整していました。役割分担として、線路を含む鉄道の復旧はJR東日本さんがすることになるのですが、その鉄道を敷くための地盤造成は町の担当になるんですね。

ですから、鉄道を復旧させるための地盤作りについて、具体的にどうしていくか、というのを細かくシミュレーションしながら計画を立てていきました。

造成計画の調整は、とても大変だったそうですね。

長瀧：そうですね。鉄道復旧自体が決まっていなかったから、JR東日本さんが作る鉄道設計図などもまだないんですね。ただ、ある程度想定しないと地盤計画も立てられないので、自分で線路高さの設計図を描きました。長年鉄道会社で働いていましたが、こんな経験は初めてでした。

一番苦労したのは何でしたか？

長瀧：地盤のかさ上げの設計です。津波が来ても大丈夫なように、山田線も含めて町を全体的にかさ上げする必要があります。土地によって高低差がありますが、あまり急なアップダウンにすると鉄道は走れないので、周辺の宅地や道路とのバランスも見ながらならだらかにかさ上げをする、という調整が一番苦労しました。

ついに実施が決まったところで、齊藤さんにバトンを渡されたんですね。

齊藤 康文：そうです。長瀧さんが基礎計画は作ってくれたので、私は実際にその計画を形にしていく役割でした。具体的にかさ上げをどこでどれくらいするか、横断する道

路などの町の計画と鉄道との調整など細かいところも含めて全てです。

そして、JR東日本さんと結ぶ協定内容の調整ですね。どういう負担配分でやっていくか、などを取り決めるためのものですので、山田町の間人として入り、鉄道関係者と山田町さんの通訳という役割をしていたと思います。

沼崎：これは本当に心強かったですね。私達は鉄道の専門家ではないですし、何より齊藤さんが山田町の間人として交渉してくれているのが嬉しくて。

山田町さんとして苦労されたのはどんなことでしたか？

山崎 智：そうですね。ゼロからの復旧なので本当に大変でしたが、住民の方々へのご説明も丁寧に重ねながら、少しずつ進めていった感じでしたね。被災から復旧計画が決まるまで比較的時間がかったので、住民の方々の不安や不満とも向き合いながら、意見を取り入れていきました。

尾形 悟：あとはスケジュール管理ですね。山田線の開通日が比較的早く決まっていたので、それまでに山田町の工区も他の工区に遅れをとらないように奔走しましたね。

陸中山田駅の設計にもこだわられたと伺いました。

長瀧：はい。被災前は、駅の入口は東側だけで、西側からは入れなかったんです。住民の方々が使いやすいように、西側入口の新設を提案しました。

齊藤：東西入口を作るとなると、東西ホームへの行き来やバリアフリーの設計が必要になります。今回の復旧形態では東西のホームにそれぞれスロープを設置してバリアフリー対応としました。

今回は設置していないのですが、跨線橋にエレベーターを設置という話も上がりましたが、費用もその分かかりますので、今回はスロープのみの設置となりました。調整にギリギリまでかかりましたが、実現できて良かったです。

沼崎：駅舎の設計・デザインにもこだわりました。これから長く使っていくものですから、住民の方々をはじめ、観光客にとっても使いやすく、山田町らしい駅舎にしたかったんです。

齊藤：ちょうど、沼崎さんが駅舎設計の交渉を始めた頃に私は大阪に帰ったんですよ。最後まで見届けられなくて残念でしたが、実現して良かったです。

長瀧さんがいらしゃったのは2年、齊藤さんがその後を引き継ぎ、1年。そして、3年後に三陸鉄道リアス線全線開通になりました。

齊藤：開通の日には、誘い合ったわけでもないのに、復旧に関わった関係者の多くが現地集まっていたね。

長瀧：現地で会いましたもんね、たまたま。(笑)

その後、齊藤くんは沼崎さんの家で飲んでましたし。私達にとっては、山田町はやはり特別な場所になっています。

開通して2年経ちますが、状況はいかがですか？

山崎：地元住民の足として運行していますが、開通後に、台風災害があって一時休止していました。それが復旧したと思ったら今度はコロナになって…なかなか大変ですね。

沼崎：山田町は年々人口が減少して…過疎化が進んでいるんですね。鉄道のヘビーユーザーとなる高校生も激減している状況なので、町としては観光客の誘致に力を入れています。コロナを収束させて、早く観光客の皆様に戻ってきてもらいたいです。

長瀧：山田町は、海の幸、山の幸、里の幸、全部揃っているんです。スーパーに行けば、普通にウニが牛乳瓶いっぱいに入ったものが安く売っていたり、鮮度もいいし、本当に食に恵まれた土地ですね。観光客の方々には、満足いただけるコンテンツがいっぱいあると思います。

皆さんにも鉄道でお越しいたいて、経営上も安定していけるといいなと思います。私としては、この静かな山田町が好きなので、自分だけのとっておきしておきたい気持ちもあります。(笑)

齊藤：自然豊かで本当に魅力のある土地だと思いますね。観光視点での魅力もまだまだ掘り起こせるものが眠っていると思います。鉄道の復旧自体は、集中的に勢いで作ってしまった部分もありますが、大事なのはここからですね。収支もクリアさせていかなければならない。

今回鉄道を復旧させたことがこの後の山田町にとって正解だったのか、その答えはまだもう少し先にならないとわからないですが、鉄道復旧を負の遺産にはしたくないので、長く存続できるように外へのPRを強化して維持していく必要があると思います。

山田線の絶景ポイントがありますか？

長瀧：あります。山田線沿線の景色は素晴らしいです。三陸鉄道リアス線全体にとっての魅力のひとつになっていると思います。言葉では説明しにくいので、是非写真を載せてください。(P.18の「長瀧氏お勤めの絶景ポイント」参照)

最後に山田町のPRコメントをお願いします！

沼崎：山田町には山田湾がございます。湖ではないかと思うくらい波が静かで水産物の養殖が盛んな土地なんです。ウニ、アワビ、カキ、ホタテなど水産物にとっても恵まれています。背後には山があって、実はあまりまだ有名ではないですが松茸の産地でもあります。

更に、湾の中には船でしか行けない無人島があるので、船で行く海水浴場を今作っているところです。2021年夏にオープン予定ですので、全国の皆様には是非お越しいただきたいと思っています。

※1 現京阪ホールディングス株式会社

※2 山田線…記事内の山田線は、JR山田線宮古～釜石間を指しています。(現在は三陸鉄道に移管)

事業概要

津波で甚大な被害を受けた山田町 中心部を走る鉄道山田線の復旧支援を行う。

- ・ 鉄道復旧のための地盤造成計画の作成
- ・ 鉄道を復旧する JR 東日本や運行を移管される三陸鉄道との交渉
- ・ JR 東日本との協定書作成
- ・ 横断道路や駅の移転などの町の整備計画と鉄道計画との調整
- ・ 鉄道工事と町側工事の境界部分等の仕様の確定
- ・ 町側工事の工程管理

事業の課題

1. 鉄道復旧までの課題

かさ上げした位置での鉄道復旧は、線路や駅を作る前に地盤作りが必要となり、地盤の調整を行うのは山田町の役割だった。鉄道のための地盤作りには専門的な知識を要するが、町の職員にその知識はないため、事業の進行に苦労していた。また、集落の移設に伴い駅の移転も検討する必要があった。

2. 鉄道運営の経営課題

過疎化が進む山田町では、震災以前より山田線の経営は赤字だった。地元住民以外の利用者を増やすなど、鉄道利用者を増やし収支を改善させていかなければならない。

2011 - 2019 取り組みの流れ

発災

2012年・2013年

JR東日本から BRT(バス高速輸送システム)による復旧の提案
震災前から収支があっていなかった山田線の状況を踏まえ、JR東日本からは 2度にわたって BRT による復旧が提案された。



BRT

2014年

三陸鉄道への運行移管で合意
JR東日本が原状復旧分を負担して鉄道施設を復旧後、沿線市町に無償譲渡。運行は、三陸鉄道へ移管することで合意。

復旧工事着工式

2015年-2016年

齊藤氏着任
JRとの基本協定書作成
工事が始まり、具体的な現場調整を進めた。JRとの役割分担を決める基本協定書も山田町側の人間として調整を行った。



打ち合わせの様子



プライベートも充実

2011年～
山田線復興調整会議
町の復興に向けて、鉄道の復旧を行うかどうか、山田町内での検討、沿線市町・JR東日本などの協議が続く。

2013年
JR東日本へ
鉄道での復旧を要請
住民の要望を受け、鉄道の復旧を要請。

2013年～
長瀧氏着任
地盤造成計画作成
津波対策のための町の中心部のかさ上げについて、鉄道復旧も考慮した地盤造成計画を策定していった。



地盤造成の様子

2015年
長瀧氏帰任
仮設住宅で暮らして2年、山田町の人たちとはすっかり打ち解け、気のおけない仲間に。山田町が第2の故郷となり、その後毎年のように足を運ぶようになった。



長瀧氏プライベート

2019年3月23日
三陸鉄道リアス線
全線開通

支援のポイント

① 「住民目線」「地元の利益」を忘れないこと

事業の収支だけを考えれば、鉄道復旧よりも BRT(バス高速輸送システム)の方が妥当であったが、住民の皆様は鉄道を求めている。

町の主要インフラとなるので、住民の一員となり、まちづくりの視点を持ちながら、収支だけでなく地元としての総合的な利益を考慮して、事業支援を行っていくことが大切だった。

また、鉄道復旧が決定した後の JR東日本などとの費用負担協議においては、町の不利益とならないように十分留意して取り組んだ。

② 鉄道復旧を含むまちの復興を滞りなく進められるようにすること

鉄道復旧が決まった場合に、町全体の復興事業に遅れが出ないよう、山田線の復旧が正式に決まる前から準備を進めた。このため、早い時期から国、JR東日本、三陸鉄道とのヒアリング・協議を行い、町として必要な鉄道施設を検討した。

また、地盤のかさ上げや鉄道を横過する河川構造物など、町側の事業であるが鉄道の基準適用が必要な工事の設計調整等を行い、鉄道復旧の正式決定に備えた。

鉄道復旧工事の開始後は、町側事業との詳細・具体的な工事調整により、鉄道の開業スケジュールに遅れることが無いよう町側事業の工程管理を行っている。

岩手県山田町

響きます ひと・海・森のハーモニー

山田町は、岩手県沿岸中部の三陸地方に位置する、太平洋に面する町。リアス式海岸を利用した水産物の養殖等の漁業や山間部での農業などが中心産業。

2011年3月11日に発生した東日本大震災で、中心街を含む海岸部が大きな津波被害を受け、復興に取り組んでいる。

豊かな自然に恵まれた山田町は、カキ、イカ、アワビ、ウニ、ホタテ、ワカメ、鮭などの海の味覚をはじめ、山間部で採れる松茸など、四季折々の味覚が楽しめる。



支援の成果

美しい景観の中を走る山田線復旧

長瀧氏が作成した地盤造成計画をベースに、2015年から復旧工事に着工。津波対策として町のかさ上げも行いながら、鉄道を復旧させた。8年の時を経て、2019年3月に三陸鉄道リアス線全線の開通となった。



山田線



工事の様子



山田町のメンバーと



長瀧氏お勤めの絶景ポイント

使いやすく、町に溶け込んだこだわりの駅舎「陸中山田駅」

山田町職員と共に、こだわりを盛り込んで完成させた「陸中山田駅」の駅舎。齊藤氏の着任中に調整がスタートし、帰任後は山田町職員がJR東日本と調整を行い完成させた。震災前までは、入口が東口のみで西側の住民にとって不便な状態になっていたが、本事業で東西入口の設置が実現した。入口から乗り場ホームまでのバリアフリー環境も整備された。



町の景観に馴染むようデザインされた駅舎

今後の課題 観光客を誘致し、町、鉄道の活性化を

- ① コロナ禍で減少した**利用客**の立て直し
- ② **観光誘致コンテンツ**の開発・掘り起こし

政策調査官のその後

復興庁への出向を終えて、どのような仕事をされていますか？

長瀧：復興庁から京阪電気鉄道に戻ってからは、新規事業を扱う仕事をしたり、今は京阪グループのCSR的な業務を担当する部署にいます。

齊藤：戻ってからは鉄道とは全然違う仕事をしていますね。もともと建築をやっていたので、建築工事の施工やビルのメンテナンスの仕事をしています。

長瀧・齊藤：鉄道の復旧という自分たちの専門領域だったこともあって、政策調査官の仕事を経験して技術的な新たな学びがあったということはないんです。それよりももっと大切な「人生観」が変わりましたね。山田町の方々や他の都市から派遣で来られていた方々との交流や豊かな自然の中での生活を通して、仕事だけではなく、人生をもっと楽しまなくちゃいけない、と思うようになりました。細かいこともあまり気にしなくなりましたね。



長瀧氏



齊藤氏



ここがポイント！

「海の幸、山の幸に恵まれた山田町の魅力」

食に恵まれた山田町。スーパーに足を踏み入れると、地元の良質な海産物や農産物が信じられないほど安い値段で売られている。地元で収穫しているので、鮮度も抜群！山田町にお越しの際には、是非お試しください。

また、山田湾には「オランダ島」という船でしか行けない無人島がある。山田町は、この「オランダ島」を観光コンテンツとして活かすべく、船で行く海水浴場を準備中。2021年夏にオープン予定。新たな注目スポットとして期待されている。



山田町の海の幸、山の幸



夏にオープンのおランダ島の海水浴場

事例2

いちご農園から人を育てる

復興への想いと最先端農業で農業と町の担い手を



会社名：山元いちご農園株式会社
業種：農業・食品加工販売業
代表者：岩佐 隆
所在地：〒989-2201 宮城県亶理郡山元町山寺字稲実 60 番地
TEL：0223-37-4356
WEB：https://www.yamamoto-ichigo.com



山元いちご農園
株式会社
代表取締役
岩佐 隆 (右)

政策調査官
花岡 克彦 (左)
2014-2016年度
KDDI株式会社より出向

震災前より当地でいちご農家を営んでおり、家族経営から株式会社へ、技術面においては土耕栽培から養液栽培（高設栽培）に移行

山元いちご農園株式会社は、岩佐氏の復興への強い想いから、被災直後から再建を始めた。生産だけではなく、いちご狩りのできる観光農園は年々順調に入場者も増え、最大で年間7万人を超えている。設備や事業の6次化の為に、補助金などの活用が不可欠で、複雑な制度の利用には支援が必要であり、政策調査官は KDDI株式会社の花岡氏が担当することとなった。

久しぶりの再会となりますか？

花岡 克彦：社長とは長らくお会いすることができていませんでした。一度3年前くらいにプライベートで伺った時は社長がいらっしやらず。東京からは買って食べて応援していました。

岩佐 隆：いろんな方に支援に来てもらったけど、今は来てもらっていないです。そろそろ震災から10年だから自力でやれるようにならないと。去年くらいからようやく立ち立ちできるようになっていたのに、今回のコロナ騒ぎで観光農園は休業の影響も含め、全く人が来なくなりました。

山元町のいちご農家は9割以上が津波と地震の被害を受けたそうですね。

岩佐：いちごは隣の亶理町と山元町あわせて全国で10番目くらいの生産収量がありました。129軒あったいちご農家のうち124軒が被害を受けました。

あの頃はこんな大規模な災害はなかったから、国も手探りでやっていた。農林水産省・財務省の管轄で、ものづくり特区や農業特区が指定され、2012年に宮城県の方で国に申請して特区になった。以降の事業は減免対象になったが、それ以前から我々は再建・経営を始めていたため、あまり恩恵には預からなかったんです。

9年前から地域の人たちのやる気とか、担い手を育てるのが我々の仕事と思ってやってきた。地域の産業をもう一回興す、地域の若い人たちを流出させないように、地域の産業に関わってもらいたいと思っています。

花岡：津波補助金などいろいろ申請の為に奔走するんですが、既存のメニューを震災用に転用したものが多くて、細かいところでなかなか手が届かない。

岩佐社長たちが最初に切り開いて行ったと思います。課題が出て国に要望を出し、それを受けて少しずつ制度が変わっていき、その恩恵を受けられる方々が増えていった。

花岡さんが担当することになった経緯を教えてください。

花岡：KDDIでIT・通信系の背景はあるというところで、当時、IT農業・ICTの導入期でした。このあたりでは、GRAがITを使いたいちご農園を始めてブランド化して復興の象徴的な感じでした。私の勘違いもあったんですが、この分野だったら役に立てそうだと、担当させてくださいと話をしたんですね。

社長と話をしてみて、そういうことじゃない、違うなというところがわかりました。きっかけはそうだったんですが、どう支援するかいろいろ悩みました。

IT農業ではなくて、もっと地域課題というか、被災した農家さんの雇用を守るとか、元々のいちごのブランドを守りたいとかレベルの高い見識の広い目標をお持ちだった。幅広くいろいろやりたいことは明確に決まっていて、そこをどうサポートしていくか。最初は津波補助金でした。

事業のアイデアは豊富にお持ちだったんですね。

花岡：社長は明確なグランドデザインが頭にある。それが紙に落とされていなかった。事業事務局(シンクタンク)と手探りしながら、事業申請、融資を受けるための事業計画を形にしていきました。アイデアが見える化する、単独の営業ツールとして使えるものにするのが1番の支援でした。

役所、県庁や町役場には社長は顔が利くこともわかって、計画書があればどんどん進められる。復興庁の立場もあって、経済産業省を呼んできたりとか、補助金の説明会に我々が行って話を聞いてきたり、手足になるというサポートが中心だったかなと思います。

融資を受けるための申請はかなり困難だったようですね。

岩佐：最初の段階ではハウスと合わせていちごの生産と6次化、あるいは工場建設という形で話をした。一体的な形では通らず、加工の部分と生産の部分は分けて、生産の部分ではまた別の事業を起こして、あれもなかなか大変でした。

花岡：事業としては一体でしたが、生産は農業なので、経済産業省の補助金には申請できないという話になる。補助金では加工、ワイナリーの部分を、輸出いちごの生産では農畜産物の輸出拡大事業を利用しました。

いちごや薬草の生産の他にワイナリーなど次々と6次化施設を作り、冷凍、ドライ、ジャムや製菓の製造、カフェの運営…、いちごのテーマパークですね。新しい施設にバームクーヘンの製造販売のログハウスがあります。

岩佐：2016年からワイナリーを稼働して、いちごワインで4種類。ぶどうも5種類、あとはりんご。年間、750mlで換算すると2万本くらい製造していて、ECサイトで順調に販売していました。今年はコロナ禍で試飲のできるイベントが全くないので、その影響は大きいです。

バームクーヘンの製造施設はログハウスで一段一段積み上げていく想いを表現していて、バームクーヘンも木の年輪の形でしょう。18層あるんです、10年一区切り。あと8年経てばこの地域の復興もなし得るんじゃないかと我々の想いを込めて作ってます。

事業の中では観光農園が一番収入的には大きく、青果の卸や加工品は手間暇もかかり、なかなか利益が薄い。それでも外注ではなく製造まで自社でできるのは強みです。

いちご生産のハウスには最新の農法、最先端の植物工場の設備もありますね。

花岡：同じ年度の支援事業者の株式会社テクノアートがナノバブルの設備を開発していました。酸素の泡をナノバブルにして水に溶かし込んで根っこから吸わせる。それをいちごに使わせていただくマッチングをした。根付きが良くなる、耐病性、実形がよくなるという文献が出ていて、支援の終わり頃に設置されていましたが、その後いかがでしたか？

岩佐：設備的に費用がかかり、元々の設備にはうまくはまらなくて、施設を一新しないといけないので続けるのは難しかった。ナノよりも大きい酸素の粒子、溶存酸素を大型ハウスでやってます。仕組み的には同じで、ナノバブルを試した後から、溶存酸素の栽培方法を取り入れました。これは設備的にもそんなにかからない。ナノバブルの方法は続けられなかったけれど、活かせる形になりました。

最先端の農業を取り入れるのはなぜでしょうか？

岩佐：導入と維持するコストの採算は合わないが、復興交付金だったり、補助金があってなんとかやっています。

1ヘクタールの大型ハウス、オランダのプリバ社のソフト、環境制御システムを導入しています。パソコンで溶液の炭酸ガスの濃度、pH・EC・日射量・温度に応じての管理。全国的にもいちごでやってるのは珍しい。

被災地に建てるとなるとやはり、最先端のものを取り入れたい。若い人たちを地域に、農業の担い手も育てたい。国とか県の研究施設で若い人を育てて欲しいんだけど、現場で育てている。復興というのは施設を作るだけじゃなくて、地域全体の人、産業を繋げて活性化する復興でなければダメだよな。

今一番の課題はなんですか？

岩佐：ものを売る、販路は難しいね、作るものは作れるけれど。東京でも特定の場所ではなかなか置けない。6次化の商品は手間暇がかかって効率性が悪いんで、単価が高くなり、大手企業と競合するような値段に抑えるのも難しい。東京・池袋の宮城ふるさとプラザも商品が多くて、なかなか置いてもらえないんです。

コロナ禍で軒並み販売イベントが中止になる中、いかに復興に関わった人たちが作ったものを販売する支援をできるのかという課題もあるし、山元町に道の駅ができて、集客がそちらへ流れてしまったりしている。観光農園への導線も考えて欲しいし、ネットの通販だけではぜんぜん販売が追いつかない。

震災で被災したことは、地域、人にとって不幸なことだったんだけど、いかに復興して若い人たちに種を撒いて育てるかが大事になってきています。

事業概要

いちご・ハーブなどの栽培、ワインの醸造・いちごの製菓、製品の加工・園内飲食店・販売店の営業

- ・最先端のIT農業も取り入れた、いちごやハーブなどの栽培、加工製品のパッケージ、販売まで全てを一貫して手掛けている。
- ・いちごを熟成させたワインは珍しく、甘いものから食事に合うすっきりした味わいのものまで数種類の展開があり、ぶどうのワインも製造している。
- ・園内のカフェでは、様々なデザート以外に、名物のいちごカレーや、夏はいちご冷やし中華など、オリジナルレシピが充実、来園者を楽しませている。

事業の課題

当社が構想する、「いちご生産技術高度化施設建設」「ワイナリー建設」「いちご・菓草加工棟建設」「輸出用いちごの生産」それに伴う「交流人口の拡大」について、構想から事業計画書の形への落とし込みができておらず、また、それによる関係者間の意志統一を図る必要があった。

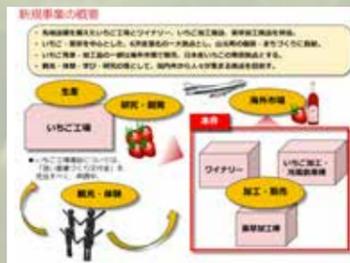
直面していた課題

1. 事業構想実現のための資金調達
2. 輸出耐性を持ついちごの生産
(高い販売単価が見込めるアジアや中東への輸出拡大を計画)
3. 海外販路の開拓
(青果のみならず、加工品の販売拡大)
4. 高収益いちご栽培手法の確立

2014年-2015年以降の取り組みの流れ

事業計画書の策定を支援

- ・当事業の現況の整理
- ・いちご市場に係るデータ収集
- ・事業計画の妥当性の検証
- ・マイクロバブルを用いた生産高度化へ向けた事例収集



東北経済連合会スペシャリストの引き合わせ

加工品の販売が今後拡大することが見込まれるため、販路拡大について協力を得るべく、東経連ビジネスセンターにおけるスペシャリストとして登録されている株式会社ゴールドボンドの寺澤正文社長、及び、加藤永俊氏を引き合わせ。



加工食品の商談実施
2月より出荷開始
(いちごワイン・いちご青果)
※モスクワでのテスト販売の様子
(左側が当社製品)

2015年

生産施設着工・操業開始

2月

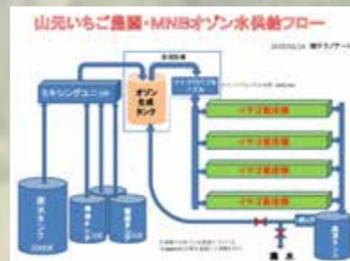
3月

ハンズオン支援期間終了

2016年

加工施設着工・操業開始

- 2つの補助金への申請を行う為、夫々の補助金に即した内容の事業計画書を計2種類作成
- ・「津波・原子力災害被災地域雇用創出企業立地補助金」
- ・「強い農業づくり交付金」



高収益いちご栽培手法の確立へ向けた支援
本事業における支援先の株式会社テクノアート（岩手県一関市）がマイクロバブル発生装置の製造・販売を手がけていることから、同社による提案を実施した。



集中管理システム / 水平カーテン / フェンロー型温室



ワイナリー



加工施設

支援プラン

1. 構想実現に向けた方向性を確定
2. 事業計画書策定
3. 事業計画の妥当性の検証
4. 資金調達へ向けての支援
5. ナノバブルを用いた生産高度化

東北経済連合会にスペシャリストとして登録されている株式会社ゴールドボンドの協力を得、補助金申請へのアドバイスを依頼。

■ 2つの補助金への申請のための事業計画書2種類作成。

支援した箇所

成長性・地域経済への波及効果・被災地への貢献度・国の地域振興計画及び地域活性化事業との関連性の有無

「津波・原子力災害被災地域雇用創出企業立地補助金」

ワイナリー・いちご・菓草加工棟建設に関連する事業計画

「強い農業づくり交付金」

生産技術高度化施設建設に関連する事業計画

■ ナノバブルを用いた生産高度化へ向けた事例を収集

収量や糖度が高くなった事例が複数報告され、妥当性を確認。

企業ヒストリー

山元町は東北有数のいちごの生産地でしたが、東日本大震災により壊滅的な被害を受けました。地域の復興を進めていくためには、いちご栽培を早く再開させていく必要があるとの思いから、山元いちご農園を立ち上げました。

長年生産してきたいちご農家だからこそできる美味しさをご賞味ください。また、現在はワイナリー・ハーブなど、年間を通して幅広く楽しめる観光農園を目指しております。

山元町に人を呼び込む、いちごのテーマパークを目指して

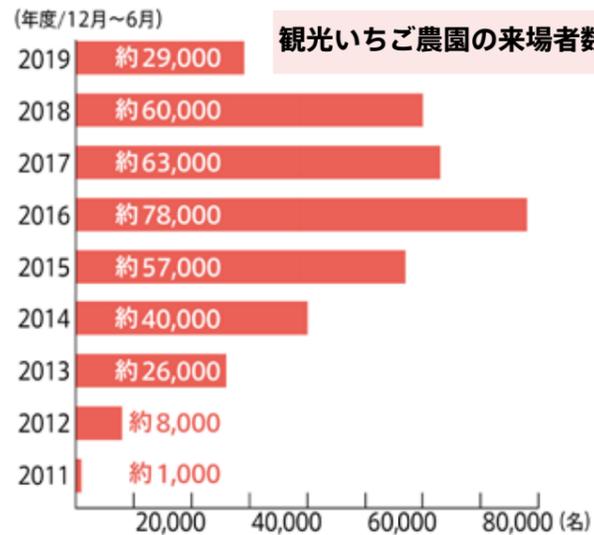


支援の成果 社長の豊富なアイデアを事業計画に落とし込み、見える化された道すじ

震災後4年間という短期間で生産技術高度化施設建設、6次産業化拠点設立及び、輸出に向けた構想を具体化した。これは、他のいちご農家と比較し、先進的な取り組みを行っていたこと、一定のノウハウを保有していたこと、自治体やパートナー企業の協力を仰ぎながら事業を進めたことがプラスの要因であった。

交流人口の拡大による、地元経済への波及効果のある事業モデルを示すことができた。

経営者が描く事業構想実現に向け、金融機関・取引先・自治体等関係者間の合意形成をスムーズに行う為には、事業計画書という形で、事業構想を具体的に示すことが効果的かつ重要であった。



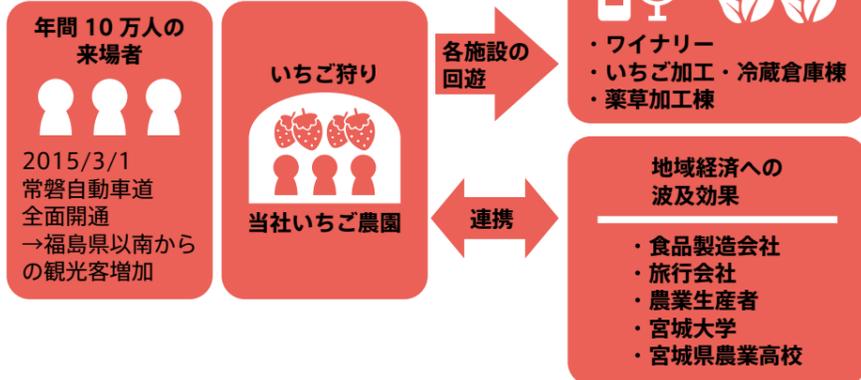
いちご品種「にこにこベリー」は「もういっこ」と「とちおとめ」を掛け合わせた宮城県の新品種。



「咲母」宮城県の新品種・にこにこベリーを100%使用したいちごのスティルワインです。濃厚ないちごの香りと、甘さに酸味が調和した味わい深さが特徴です。

観光・体験の場としての農園 →宮城県への11億5千万円の経済効果

- ・年間来場者数を3万5千人から10万人へ
- ・県外からの来場者を20%から40%へ



今後の課題 自社で加工品の製造まで行える強みを活かしコロナ禍の影響を最小限に

- ① コロナ禍で減少した観光農園の集客の立て直し
- ② ECを含めた販路拡大のための戦略の具体化
- ③ 固定費の圧縮、地域雇用と人材育成の環境を強化

政策調査官のその後

復興庁への出向を終えて、どのような仕事をされていますか？

復興庁からKDDIに戻ってからも、そのノウハウを活かしましょうということで、地方創生活動みたいなことをやっています。通信を使って地方創生にどう貢献するか。やる気のある地元の方、自治体さんと、どうしたら通信が地方の課題を解決できるか、営利企業なので、将来的にどこまでの価値を創出したらお金を払ってもらえるビジネスになるか。地域の人たちと実証するというのを今やっています。

復興庁から2017年に戻ってからずっとやっていて4年目になりますね。業種は問わず、地域のプロフェッショナルの方と共に行っています。最近は鳥獣害対策ですね、猪、鹿、露地栽培の農家さんで被害があるので、どうやってITを活用できるかということを考えています。



ここがポイント！ 「農業と6次化施設の両輪で観光農園の充実化」

いちご狩りシーズン（1月～6月）には、1日700人もの来客がある。いちご栽培には高設栽培を導入し、土壌より塩分や放射線を吸収するリスクを排除。順調に事業を拡大し、設立後3期で営業利益以下黒字化を達成。栽培方法は、山元町・亘理町におけるいちご栽培農家のモデルとなった。

いちごの生産技術高度化施設、とワイナリー、いちご加工施設、薬草加工施設を併設し、6次産業の一大拠点に。観光・体験・学び・研究の場として、山元町の復興・まちづくりへの貢献と、国内外から人々が集まる場になることを目標としている。



事例3

仙台から生まれたアロハシャツ

地域雇用と着物のリメイクからSDGsを目指す



会社名：株式会社サムライアロハ
業種：アパレル
代表者：櫻井 鉄矢
所在地：〒981-0014 宮城県仙台市太白区中田5-13-65-2F
TEL：080-9629-8695
WEB：https://www.samurai-alo-ha.com

株式会社サムライアロハ 代表取締役 (左) **櫻井 鉄矢** 震災を機に2012年にUターンして仙台買取館を創業。経営の知識と古物商の経験を活かし、サムライアロハを立ち上げた。

政策調査官 (右) **高田 正行** 2016-2018年度 ヤフー株式会社より出向

震災を機にUターンを決意した櫻井氏は、同級生の女性たちが待機児童を抱え、仕事がないことを知り、経営の知識と古物商の経験から株式会社サムライアロハを立ち上げた。製造は可能になったが、販路開拓や品質管理など、ファッション業界のことはわからない。そこでハンズオン事業に応募、広くマーケティングの支援を得ることとなった。政策調査官はヤフー株式会社より出向していた高田氏が手を上げた。

今回お会いするのはどれくらいぶりでしょうか？

櫻井 鉄矢：お会いするのは1年ぶり。日常的にSNSでアドバイスをいただいたり、情報交換は活発にしています。

サムライアロハの成り立ちはどうなものでしたか？

櫻井：長年古物商をやっているのですが、着物が大量に出てくる。しかし、二束三文で取引され、廃棄されている現状がありました。かつてハワイに移住した日本人が着物からアロハシャツを作ったというエピソードも知り、東北発でアロハシャツを作って地域の雇用を上げようと思いつきました。例えば、仕入れた着物をアロハシャツにするには、まず洗って反物にしなければなりません。これを呉服屋さんに頼むと1週間、1万円くらいかかります。それを、地域のお母さんたちの内職でやってもらうと、1日に5、6着分が仕上がります。1着あたり1,500円お支払することができる。縫製も福島県の工場にお願いする。コストダウンして東北からアロハシャツが大量に作れる仕組みを作って売り出したのですが、これがさっぱり

売れなかった。今思えば全くマーケティングができていなかった。買ってもらうためのブランディング、ストーリーがなかった。

この支援に携わることになったきっかけを教えてください。

高田 正行：政策調査官は民間から出向していて、それぞれ専門分野がある。工場の品質管理のようなハード系もあれば、おもてなしの教育のようなソフト系もあるのですが、この案件は前例がないタイプのものでした。お会いする前は、勝手ながら、アロハシャツが好きで趣味な社長が始めて軌道に乗らず困っているという話なのだと思っていた。実際に会うと、全然違って、むしろ、地域の女性の就業支援が先にあり、その手段としてアロハシャツがあるという構造だった。

社会性の高い事業だけれども、一方で、ファッションブランドとして、一般の人がお金を払うときに必要な品質の保証や、ブランドイメージもなくてはいけない。その部分を創り上げていくお手伝いでした。

ただ、サムライアロハは社長が一番のコンテンツなんです。社長の想いは最初から真っすぐ同じで、先行して復興関連のビジネス賞なども獲られていました。その骨格にデザイナーの方を入れて世界観を作り、品質を高めるため、ボタンの材質や、型紙も今風に作り直す。プライシングの再調整をする。ネットでの販売強化をすすめるにも、写真の撮影の方法、SNSでの発信方法から相談して決めていきました。

櫻井：アマゾンでは売ってはいけれどネットは知人友人

の手を借りた簡単な運営でした。今思えば、初期の一番のつまづきは、地元の付き合いで全て運営したことでした。尖ったものがない。

経済同友会の会合でアイリスオーヤマ株式会社の大山会長と話す機会があり「自分の商品が好きか？」と聞かれたので「大好きです」と答えると、「だからダメなんだ、弱点が見えない」と言われてしまい、狭い視野のなかでアロハを作ってしまったのが敗因だと気づきました。サムライアロハの目的はそもそも、地域のお母さんたちや福島縫製工場に仕事を提供すること。そこで、専門家の方に任せようとハンズオンの支援事業に応募させていただいたのです。

支援内容について具体的にお聞かせください。

櫻井：まず、徹底的にマーケットインで買う側の声を集めました。東京のヤフーでワークショップ「アイデアソン」を開催して、首都圏のアロハシャツ愛好家を集め、意見を聞きました。例えば、アロハシャツといえば竹や貝のボタンですが、それまでは木のボタンを付けていました。このあたりは愛好家にとっては譲れないポイントでした。私は着物を使って商人的な感覚でものづくりをしていましたが、職人的な感覚だとそれは違うと。今ではコストは上がりますが、輸入した竹のボタンを使っています。

値段設定については、初期は複数のプライスがありました。また大手百貨店では5〜7万でもいけると提言されたりもしましたが、今では29,800円で一律に設定しています。

ブランディングに必要な世界観はどのようにつくりあげたのでしょうか？

高田：専門家として服飾デザイナーのgonさんに依頼し、アロハシャツの歴史と着物文化の再生を軸に「和魂再生洋才」というメインコンセプトを掲げ、ロゴマークからWEBサイトデザイン、パッケージに至るまで統一した世界観を構築しました。gonさんの緻密なプロデュースでブランディングの基礎が出来上がりました。

櫻井：ブランドは細部に宿るという意味では、gonさんとはアロハのパッケージについても長時間議論しましたね。透明プラスチックの筒状の入れ物を採用し、巻いて収納することで古いシルクの生地でも傷めず、柄が綺麗に映えるパッケージを実現することができました。

当初はアロハに仕立てる着物選び、カッティングなども細かく指示してもらいました。今ではお母さんたちに着物を選ぶ段階から任せて、すごく格好良いものが出来るようになりました。もともと家計を預かるお母さんですから、コスト意識もすごく高い。gonさんにご指導いただいた経験を元に独り立ちしたという感じです。

世界観を打ち出したポップアップや展示会が好評で順調に売り上げも伸び、メディアにも取り上げられました。今後の方向性はどのように考えていますか？

櫻井：商品の背景にあるストーリーに対してお金を出す時代になっているので、背景を強めていく戦略でいこうと思います。お母さんたちの内職と、東北の縫製工場で出来る、世界に1枚だけのアロハシャツ。復興支援にもなりますが、商品の魅力で選ばれるブランドを目指しています。

あとは、着物の文化を守っていききたい。サムライアロハは安く気軽に着られる「着物」とも言える。高齢の方で、着物を楽しみたいけど着る体力もお金もないけれど、サムライアロハならという方も多いです。そこから着物を着たい人が増えれば、捨てられる着物も救われ、新しい着物を欲しい人、それを作る職人たちの仕事も増えればすごくうれしいことですね。

時代の価値観の変化にうまく合致するビジネスになりそうです。

高田：コト消費といいますか、どの百貨店でも、SDGsとかサステナビリティの文脈できちんと社会課題と接点を持っている商材で、売り場を作りたいと言われます。サムライアロハはそこうまく合致します。新規の客層へ訴えるストーリーがしっかりあります。

櫻井：最近ですがオーダーメイドを始めました。ご自宅の着物からアロハを作ります。ゆくゆくは、このビジネスを呉服店とも協業してやっていきたいと思っています。呉服店が窓口になり、預かった着物をアロハや小物にしますという事業にして、こちらからは販売手数料をお渡しするようなエコシステムを作れたら、時代にも合っている。

地域のお母さんの仕事をつくるという点に加えて、古物商としては、日本人の古物に対する価値観を変えたい。日本人は海外の中古はアンティークとして珍重するのに、目の前の中古はなかなか認めない。着物は最たるもので、このままだと2億着が捨てられていると言われています。呉服産業自体が年間3,000億円しかないのに、各呉服屋さんが持っている在庫が3兆円分あると。これって呉服店から10年間新作が出せない状態なのです。

8年間、離職者ゼロってすごいですよね。

櫻井：基本的には働いているみんなに幸せになってもらうのが一番だと思っています。地元でみんな顔なじみだからできることでもあると思います。みんな震災で苦しみ、その経験から立ち上がろうという力は大きいです。本当にいるんなりに助けてもらいました。

仕事ができないのだったら上の指導が悪いと思っています。経営は透明にしていた方が、わかりやすいですから。従業員もみんな社長の給料を知っているし、ボーナスもみんな話合って決めています。今の世の中、働き方改革というよりも会社を透明にすればするほど、従業員は納得して働くし、合う人がくる。

高田：組織づくりでも、縦割りではなく、横に並んで一緒に大きくなりましょうというメッセージが伝わりますね。サムライアロハの事業が成功して自走化していったもう一つの要素に、社長のこうした組織哲学もあると思います。

事業概要

古着着物の反物への手作業での加工、アロハシャツリメイク、服飾小物への加工・販売

- ・震災から立ち上がる不屈の精神をイメージして「サムライアロハ」と名付ける
- ・保育施設がなく子育て中の女性が自宅でできる内職として、古着の着物を手作業で反物に加工する
- ・縫製工場も東北（福島・岩手）であり、メイドイン東北ブランド
- ・一反から1枚のアロハシャツしかできないことから、オンリーワンのアロハシャツに仕立てる
- ・想定している客層は国内外のファッションと日本文化に興味がある比較的所得の高い30～50代

事業の課題

販路拡大のためには、アロハシャツのマーケティング全般、商品コンセプト、ターゲット、顧客へのアプローチ、ブランディング、品質管理等の事業計画を明確にする必要があった。また、シーズンリティも考慮した他の商品展開も検討する必要があった。愛好家が多い商材でもあり、ネットでの通販や、SNSを活用する販売戦略でヒットの可能性があり、ネットでの情報発信を強化しなければならない。

直面していた課題

1. マーケティング全般が弱く、認知度が低いこと
2. 古着の着物は大量に確保できるが、ブランドポリシーが定っていない
3. 購買層のニーズ（男性30～40代）の分析に合わせた品質向上
4. ネット活用のノウハウが薄い

事業と2017年～2018年の支援の流れ



支援プラン

1. ブランドコンセプトの再編
(ターゲットの再考と世界観の再構築)
2. サブライナップのグッズ開発
3. アロハシャツのデザインの見直しとそれに伴う価格設定
4. 販促方法、販路の検討
5. EC、ウェブサイト、FacebookなどSNSの課題の洗い出し

復興庁主催のFw: 東北 WEEKLY アイデアソン（東京）において消費者の声を集め、ブランドコンセプトを再構築するため、服飾デザイナーのgon氏に指導を依頼

1. 首都圏のアロハシャツ愛好家30名を集め改善案を寄せてもらう
2. コンセプトに沿ったウェブサイト及びカタログの見直し
3. 余った端切れやアロハシャツに不向きな着物を利用したサブライナップの開発
4. パッケージデザインやラッピング、販促方法の検討
5. ECサイト構築、ウェブサイトの写真の差し替え、Instagramアカウントの開設

企業ヒストリー

日本の伝統衣装である「着物」は、ライフスタイルの変化から国内に約2億着が着られずに眠っていると言われています。

私たちは着られなくなった着物を選別し、宮城県のお母さん達の手で一着ずつ丁寧にほぐして洗い、裁断し、福島県、岩手県の縫製工場の皆さんの手でアロハシャツに仕立て直しています。

サムライの不屈の精神と、復興に立ち向かう東北の姿を重ね合わせて「サムライアロハ」と名付けました。

東北のみんなで作った、世界で一つだけのアロハシャツ



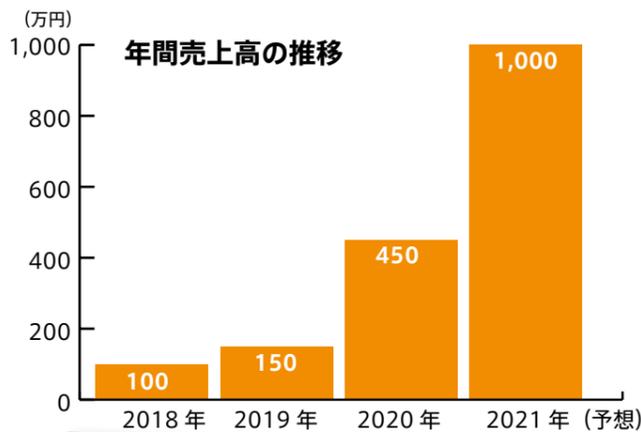
支援の成果

ブランドコンセプトを再編した結果、今支援の最終段階として参加した「新しい東北」交流会（仙台）でブランドの世界観を訴求したブースデザインを展開し、今後も活用できるようにパッケージ化した。

同時にウェブサイト、EC、SNSのリニューアルも行き、イメージを刷新したことで、Facebookの「いいね」が倍増。年間90万円の売上（通販）のところ、

1日で16万円の売り上げがあった。用意したサブアイテム（クッション、巾着、ノート）も好評で、女性ターゲットの拡大に寄与することが証明された。

アンケートの結果、マーケティングの有効性、売れ筋の分析の重要性を認識。高級感を演出する手法を確立できた。



アロハシャツは着ないという方や女性、プレゼントに人気の和柄の小物

メディア掲載情報

- NHK「美の壺」
- NHK 第一放送 サンドウィッチマン「天使の作り笑い」
- じゃらん東北 2020-2021完全保存版
- 河北新報
- 日本経済新聞

受賞歴

- 商工会議所ビジネスプランコンテスト最優秀賞
- めぶきビジネスアワード優秀賞
- 復興庁ビジネスアワード優秀賞
- 仙台四方よし企業大賞
- 東北お土産コンテスト インバウンド特別賞

今後の課題

- ① マンパワーの不足を補うべく、SNS等を通じた応援団の組成
- ② 夏だけでなく、シーズンを通じた販売拡大のための製品戦略
- ③ 海外進出のための、特大サイズへの対応や
ガウンなどの新商品開発
- ④ サステナブルな暮らしを支援するオーダーメイド商材の確立

政策調査官のその後

この事業に関わった感想を聞かせてください

震災後に東北から生まれた事業はたくさんありますが、そのひとつの新しい形を社長に見せていただいたと思います。単純にたくさん売りたい、規模を大きくしたい、という視点でビジネスの成功を捉えていない。関係者のやりがい、地域の持続可能性の延長でビジネスを常に考えていらっしゃるの、自然と協力者が集まる。微力ながらそんな事業のお手伝いのできたので、僕らも嬉しかったです。

アドバイスする時に、ヤフー的な視点があるのですか？

ネットの世界で何を出せばどのような反応があるのか、というのは経験値的に多少持っているので、そこから逆算的に予想をしてアドバイスすることはありました。また継続的な運用が大事な点ですね。ただ、僕らのアドバイスより社長の行動が早いので、そのバイタリティーが今ここにつながっていますね。



ここがポイント！

「ブランディングにおける世界観の重要性」

ハンズオン支援の次年度、株式会社アダストリアのHAREとのコラボレーションを発表。表参道店では、発売日に朝から若者が行列し、限定商品がほぼ完売だったという。商品は、HAREのデザイナーに生地を選んで貰い、端切れを使ったカットソーや、冬場はコート裏地に着物を使うものも作られた。Amazonファッションウィークではモデルが着用しランウェイをウォーキング。

新宿伊勢丹でのポップアップも高級感のある演出で大好評につき期間も大幅に延長された。ストーリーを可視化することで、古着であることなどをマイナスに捉える層にもイメージを刷新することができた。



事例4

双葉町役場での復興と町づくり

お互いが手探りで町の将来のためにひとつずつ問題解決



事業所：双葉町役場 いわき事務所
 代表者：伊澤 史朗 町長
 所在地：〒974-8212 福島県いわき市東田町2丁目19-4
 TEL：0246-84-5200
 WEB：<https://www.town.fukushima-futaba.lg.jp>



双葉町長 (中央) **伊澤 史朗** 2013年3月10日～現職

双葉町総務課 (右) **橋本 靖治** 2014-15年度 復興推進課に在籍

政策調査官 (左) **山中 啓稔** 2014-15年度 TOTO株式会社より 双葉町 いわき事務所の復興推進課へ出向

出会った当初はお互いどんな印象でしたか？

伊澤 史朗：当時数名に支援に来ていただきましたが、民間企業からの出向は山中さんだけだったんです。頭脳明晰、穏やかな人柄で、優しい語り口ながらも相手を納得させられるような力強さのある人だなと感じました。2年間、とてもよい関係でお付き合いさせていただけたと思っています。

山中 啓稔：伊澤町長は赴任当初からとにかく気さくにコミュニケーションを取ってくださいました。ここ(双葉町役場いわき事務所)は役場の規模も小さく、誰が何をしているのかはよく見える環境ではあるのですが、伊澤町長は廊下ですれ違うたび挨拶して下さるし、「最近こういった課題があるんだけど、どうしたらいいかな？」と質問を投げかけて下さる。非常にフランクな、お父さんといった感じでした。

今まで自治体の首長の方とお話したこともなかったのですが、最初は驚きました。研修で、私と同様に別の企業・団体から他の自治体に赴任している政策調査官にこの話をすると、「うちの役場じゃそんなこと考えられない！」ととても驚かれるんです。でもここは、伊澤町長が垣根なく私や職員に声をかけてくれて、思っていることを発言しやすい雰囲気を作ってくれていると感じていました。

橋本 靖治：私は最初TOTO株式会社から政策調査官がいらっしやると聞いて、誰もが知っているあの民間企業から、一体どんな方が来るのだろう？とっていました。実際は、民間企

業の行政とは違う目線で分析・アドバイスいただけて非常に助かりました。民間から被災地に出向するというのは、もし僕が逆の立場だったら相当なプレッシャーだと思いますね、知らない土地、知らない人の中で、本当にありがたかったです。

山中：当時、民間企業から来たのは私だけで、そもそもの行政の仕事、組織の仕組みなど、わからないことばかりでした。そんななか橋本さんが親身になって丁寧にレクチャーしてくださり、大変助かっていました。

会議や出張へ向かう車の中では震災前後の様々なお話をお聞きし、そのおかげで双葉町の震災からの歩みをよりイメージできました。その後の仕事の進め方にも生かされた部分は大きいです。お互いの子供が歳が近いということもあり、仕事の合間に子供の話などもよくしましたね。

当時の双葉町の状況について

橋本：山中さんがいらした2014年～2015年は、ちょうど復興に向けて歩み出した、ものすごく混沌とした時期だったんです。前年の2013年6月に復興まちづくり計画の第一次ができ、まだいつ帰れるかわからない状態の中で、双葉町の復興をどうするかという議論と、避難先での町民の生活をどうするかという議論を両輪で進めなくちゃいけなかった。

僕らですら模索している状況でしたので、山中さんにとっては何もレールが引かれていない状態で大変だったのではと思っています。

山中：計画がないと予算がつかないし、予算がつかないと事業も進まないというなかで、復興全体をというのは非常にテーマが大きく戸惑いはありました。

例えば、全体計画の中の一事業を民間委託先と具体的に進める、ということはプロジェクトとしてよくあると思います。今回はその一手手前の「行政が全体でどんな計画を立てるか?」「行政の全体の計画をどう俯瞰してやっているのか?」というのを拝見して、「ではそれを踏まえて自分はどう動くのか?」というのを勉強させていただくフェーズだったと感じています。

伊澤：当時、自分は町長になって2,3年目でした。復興まちづくり計画の第一次が進んでいましたが、じゃあ何をやるか?ということはいえない。町内の96%が帰還困難区域です。町民の皆様にも「いつ戻れるのか」とよく聞かれ、答える術がない。「なんとかするから」としかいえなかった。

ようやく町として「戻る」という判断がついたのは、実は2017年の復興再生特別措置法の改正からなんです。そう考えるとまだ双葉町は、復興に関してはまだ動き始めて4年目ということになるんです。

取り組んだ業務について

山中：まず、戻れるようになるまで町の土地をどう活用するか、といったところでの太陽光発電と、復興公営住宅を建てるにあたり、仮設の商店街を建てるための計画というのを検討し始めた時期でした。また、復興町民委員会という町民の方を交えて今後の復興をどうしていくか話す委員会の立ち上げと、年数回の会議等の運営準備をお手伝いいたしました。

2年目後半には子ども向け図書購入助成事業の結果分析・考察も行いました。町民へのサポートというと、どうしても人数的にも高齢の方へのサポートが多く、これからは担う次世代の子供達に町への愛着を持ってもらうというのもぜひ力を入れたいところだと思っていました。調査の結果、図書券を使って図鑑や辞書など「高額で、普段はすぐには買えないような本を、いい機会なので買った」という声も多く聞くことができ、次世代の重要な育成につながるものだという結果に至りました。

橋本：子供に視線を向けた、というのは今までにない取り組みでしたので、その効果をしっかり分析していただいたのはとても良かったです。

伊澤：私が一番印象深かったのは、当時のTOTOの会長の張本さんにお越しいただいての講演ですね。企業トップの方のお話を直接聞ける貴重な機会でした。

山中：役場の皆さんは普段の業務にプラスアルファで復興に関わる業務が増えており、今まで通りの研修や講習も実施できていない状況でした。とはいえ復興を加速させるためには、職員の皆さん一人一人が町の将来を見据えてどう

行動するかを考えることが必要不可欠だと思ったんです。

ひとりひとりが考え、問題設定し、それを解決していくという「問題解決研修」は企業研修でもよく行われることです。それをこの場所でも行えないかと考えました。当時の会長の張本と、人材育成担当の室長の二部制で講演とグループディスカッションを行いました。

橋本：講演自体も非常に貴重なお話を聞けましたし、グループディスカッションで普段見えない他の職員の仕事観が見えたり、非常にいい機会になったと思っています。

山中：張本からは「リーダー観・人間観」というテーマで講演をいたしました。伊澤町長や幹部の方だけを「リーダー」とするのではなく、まずは「リードユアセルフ」、自分自身をリードする。そうすることで周囲に共感を巻き起こし、みんなで課題に向かっていく。それを各々の組織のメンバーが行ったほうが、強い組織になれるといったお話です。また、張本自身が企業の改革においてどう取り組んでいったかというお話もさせていただきました。

伊澤：やはり企業のトップに立つ方は魅力がありました。その日の夜は懇親会にも参加いただいて、非常に話しやすくてですね、自分の中で悩み事もたくさんあったので聞いて貰い、会長が自分だったらどうするか答えてくれたり。

山中：他のメンバーは全員聞き役に回るほど、二人の話が盛り上がっていた記憶がありますよ(笑)

伊澤：会長の人柄ですね、話しやすくてついろいろと聞いてしまいました。こんなチャンスなかなかないのでね。

橋本：参加した職員のアンケートからも、もっと話を聞きたかったという声が多かったですね。

伊澤：いい刺激になったと思いますよ。職員のモチベーションも大きく変わったんじゃないかな。

今後期待すること

橋本：当時の反省点として、僕ら役場の職員が山中さん達応援職員に遠慮していました。せっかく来てもらってるんだから、残業させちゃいけない、負担をかけちゃいけない。本当はお願いしたいことは山ほどあるのですが、そこは、当時の自分たちの悪い部分だったなと思います。

伊澤：逆に当時来てくれてた応援職員の中でも、我々役場の人間に遠慮して思う様に仕事ができない人がいたんです。なので一度二人で話して、遠慮なんかせず自分の思う通りに動くよう伝えました。それ以降ガラッと変わって、楽しそうに仕事をする様になりましたね。

応援職員の方もせっかく覚悟を持ってきてくれるんだから、お互い遠慮せず精一杯やって欲しいですね。あの時双葉町で大変だったと思いながらも、当時自分が関わったことが成果として表れているのを感じてもらいたいです。戻って終わりじゃないですから。戻ってからも双葉町の応援団をやってくれたら嬉しいと思っています。

事業概要

全町避難・立入禁止の続く双葉町の復興に関わる事業のサポート・運営を行う。

- ・避難指示解除準備区域での、太陽光発電利用の検討
- ・復興公営住宅内の仮設商業施設の検討
- ・復興町民委員会・故里の模型づくりワークショップ等、行事の運営準備
- ・住民子ども向け図書購入助成事業のアンケート分析と総括
- ・役場職員活性化研修企画 等

直面していた課題

前年の2013年6月に復興まちづくり計画の第一次が策定。しかしまだ町内の96%が帰還困難区域に指定されていた。具体的にいつ帰れるのかわからない状態の中で、①双葉町の復興について、②避難先での町民の生活について、という二軸で議論を進めなければならない状況。また、役場職員には通常の業務+復興に関わる業務が追加され、業務が圧迫された状況にあり、本来行うべき人材育成や職員研修まで手が回らない状況であった。

2013年度からの取り組みの流れ

役場内での取り組み

復興庁より
政策調査官山中氏着任

2014年4月

町の執行部との意見交換会開始

双葉町役場の風通しの良さを生かし、フランクに意見を交換できる場を設置。執行部が感じていた「プロパー職員の意識改革」という課題を引き出し、以降の取り組みへのヒントを得る。

2015年6月

双葉町の課題の解決策として、「役場職員向けモチベーションアップ研修（職員が自発的に動ける場の創出）」を提案。TOTO株式会社の役員を招き双葉町職員向けに研修を行う、職員のモチベーションアップや、ポテンシャルを可視化することによる今後の人事配置への可能性を見出す。



TOTO 会長（当時）張本氏による講演

8月

山中氏の任期満了となる3月、取組総括・提言を、他の応援職員とともに役場職員向けに発表。第三者目線での改善提案や継続提案を行い、今後の役場の円滑な業務運営に寄与した。

2016年3月

町の状況と町民に関わる取り組み

2011年3月

震災に伴う原発事故により全町避難、町全体が警戒区域に設定され、立ち入りが禁止される。

2013年6月

双葉町復興まちづくり計画（第一次）
双葉町の復興に向けたロードマップと町民の生活再建のための施策を中心に当面4年間に取り組むべき施策が策定



故里の模型づくりワークショップ

11月

故里の模型づくりワークショップ
当面、生活できない元の町を、航空写真から起こした発泡スチロールのジオラマを土台に、町民に集ってもらい、思い出を話してもらいながら作成する取組。普段あまり接することのない、主に高齢の町民の話を傾聴し、思いを聞き出していく。

12月

「子ども向け図書購入助成事業」のアンケート調査結果の分析を行う。
TOTOでの経験を生かし、対象者アンケートを細かに集計・分析し今後の方向性の仮説を見出す。民間ならではの目線で次世代へ向けた支援事業の重要性を提言。

2020年3月

初の避難指示解除（町域の約5%）特定復興再生拠点区域（町域の約10%）の解除目標は2022年春頃。拠点区域外の帰還困難区域（町域の約85%）は、いまだ解除見通し立っていない。

支援のポイント

① 実際に見る・話すことで現地の状況を把握し、より最適な提案を模索。

立入禁止が解除された双葉町に足を運び現地を視察したり、積極的に行事に参加し町民の声を聞くことで、当初のミッションに加え今必要なものを把握。業務プランに都度組み込むことでより最適な提案ができるようになった。

② 自身の業務を定期的に振り返り、言語化・アウトプットすることで新たな発見・気づきのきっかけとなる。

復興に関わる多様な業務を並行して進める中で、定期的な報告会を実施。自身の業務を整理することでやるべきことが明確化され、またアウトプットしてフィードバックを受けることでPDCAを回し、以降の業務をより効果的・効率的に進めることができた。



防護服を着用しての現地視察の様子

福島県双葉町

福島県浜通り地方のほぼ中央にあたり、双葉郡の北東部に位置する町。2011年3月11日に発生した東日本大震災により福島第一原子力発電所において爆発事故が発生し、役場機能を埼玉県加須市へ避難・移転、その後、2013年6月に役場機能を福島県いわき市へ再移転した。双葉町は帰還困難区域と避難指示解除準備区域に指定された。

2020年3月に町域の5%が初の避難指示解除。ようやく復興のスタートラインに立った。



支援の成果

子ども向け図書購入助成事業 ～未来を担う子ども達の育成に寄与～

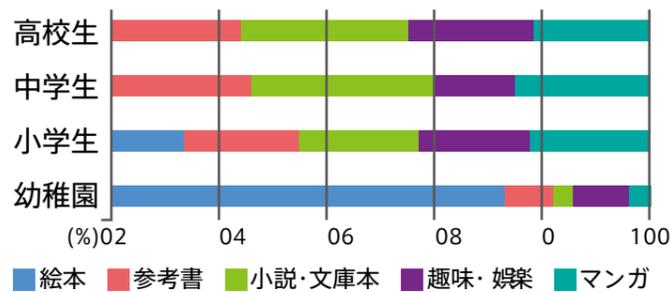
今まで高齢者がメインとなっていた支援の目を子どもに向けた本案件。次世代へ向けた事業は特に優先すべきと考える山中氏が集計・分析した結果から、学習や教養により資する教材の購入につながっていることが可視化され、次の人材育成に繋がりそうな用途が明確であると判明した。

町民の声 (アンケート結果より)

- ・本を読む機会が増え、楽しみがもてるようになった。
- ・図鑑など、少々高い本でも買えるので、うれしい。
- ・参考書と問題集を買う。勉強して双葉町に帰り、皆の役に立つ、人に尽くす仕事がしたい。
- 立派な大人になってふるさとに帰りたい!
- ・教育にこれまで以上の投資をしてほしい。
- このような支援は次世代の育成に十分役立つと思う。

各世代において、絵本・文庫本・参考書など学習や教養に資する教材への活用がされていた。

(アンケート結果より抜粋)



双葉町職員向け研修 ～ 転機を自分の生き方・働き方にどうつなげるか～

復興に関わる対応で役場職員の業務が逼迫している状況を鑑み、職員の人材育成・モチベーションアップに焦点をあてて提案。TOTO 株式会社より当時会長張本氏、人財本部経営塾長石井氏を招き、講話とワークショップを開催。政策調査官自らは触媒となり、自走・自らエンジンを燃やす組織へと風土改革を促すきっかけづくりをし組織貢献につなげた。



職員の声 (アンケート結果より)

- ・他の職員の意見に触れることで新しい気づきがあった。
- ・信念を持って仕事に取り組んできたいと思った。
- ・チーム内でコミュニケーションをとり、議論ができる関係性を作っていきたい。
- ・仕事は時間ではなくクオリティという言葉が印象的だった。
- ・自分の仕事での立ち位置の確認になった。

今後の課題 ふるさとへ帰る日を目指して

2020年3月、町域の約5%が初の避難指示解除。

2022年春頃の町内居住開始(帰還開始)を目標に、インフラ整備や新たな生活拠点の整備を進めている。

当時の応援職員 同士の対談

同時期に双葉町に常駐していた山中氏と山根氏。山根氏はその後、双葉町出身の奥様とご結婚され、現在は双葉町民として生活されています。当時の関係とその後についてお伺いしました。

同時期に応援職員として働く中で、お互い影響を受けたのはどんな部分でしたか？

山根：もともと僕はあんまりビジネス寄りの考えができる方ではなかったのですが、住民との関わり方や仕事の進め方で悩む時もあったのですが、そんなときフラッと山中さんを訪ねて行って、よく相談させてもらっていました。山中さんの、ビジネスマンだからこその合理性というか、そういった目線でアドバイスをもらったのは助かりました。

山中：逆に僕も、山根さんのお仕事を見て刺激を受けたり気づきになった部分が多かったです。いわきの小学校で山根さんが行ってた子供たちへのキャリア教育の授業(取材や記事作成のレクチャーをし、実際に自治会長に取材を行ったり地域新聞への寄稿をする授業)や、半年ごとの業務状況の報告会だったり。子供たちへのサポートの重要性を再認識できたことで図書事業の分析の観点・今後の方向性を考えるヒントにもなりました。定期的に業務状況を整理して言語化し、フィードバックをもらうのは大切なことだと思い、自分の関わることでも実践しようと思いました。

双葉町での経験を経て、その後のご自身の生活や考え方に変化はありましたか？

山中：双葉町では、これまでの民間企業とは全く違う業務・相手を前にどう取り組むかということを非常に考えさせられました。それによって「自分に何ができるのか?」と人生を見直すことができ、帰任してからはNPOやPTA等の地域活動にも、意識して関わるようになりました。

山根：私も、ボランティアや地域活動には積極的に参加しています。

山中：仕事でも地域コミュニティでも、一つの環境に止まらず複数のコミュニティを持つことはとても大事だと思うんです。それは当時実際に被災された方々の様子を見ても感じたことでもあって、限られた環境だけで暮らしていると、その場所で何かあった時に、立ち上がるのに時間がかかってしまうんですね。違う土地・違うコミュニティでのつながりがあれば、もしものときもお互い助け合うことができるんです。実際東京に移ってからは、同じオフィスビルに入る他社の人たちとの交流会を作って飲み会や情報交換をしました。最終的に400人くらい集まったかな?都心でもこうして新しいつながりを作ることはできるんだなと実感しました。



一般社団法人 双葉郡地域観光研究協会 山根 辰洋 (左)
復興支援員 2013 - 2016 年度委嘱

2013年～2016年、双葉町復興支援員として着任。広報チームのリーダーとして活動。双葉町のコミュニティ維持・発展を目的とした町広報の仕組み作りや運営を行った。

ここがポイント! 「双葉町産業交流センター」

2016年12月に制定された「双葉町復興まちづくり計画(第二次)」において「復興産業拠点」に設定された中野地区において建設が進められていた「東日本大震災・原子力災害伝承館」と「双葉町産業交流センター」が2020年秋に開業した。

伝承館では、これまで国内で経験したことのない甚大かつ複合的な災害の記録と記憶を、防災・減災の教訓として展示している。

双葉町産業交流センターは、就業サポートや来訪者のサポートを目的とし、震災後町内では初の飲食店となるフードコートやレストランを併設した複合施設となっており、再生に向けて歩む双葉町の希望のシンボル施設となっている。

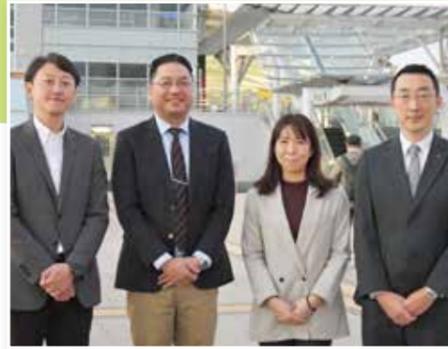


所在地：福島県双葉郡双葉町大字中野字高田1番地1
開所時間：9:00～18:00
休館日：年末年始(12月29日～1月3日)
問い合わせ先：0240-23-7212

事例5

震災後の需要の変化に合わせて

いわき商工会議所の小規模企業・販路拡大支援の成果



会社名：有限会社 おのづか食品
業種：業務用加工食品製造販売
代表者：小野塚 大
所在地：〒972-8322 福島県いわき市常磐上湯長谷町倉8
TEL：0246-43-2321
WEB：http://fukushima.iwaki-onozuka.co.jp/

有限会社おのづか食品 代表取締役 小野塚 大 業務用食品製造販売の専門メーカー
いわき商工会議所 荒川 純 経営支援グループグループ長・経営指導員
政策調査官 川西 恵理子 2016-2017年度株式会社三越伊勢丹より出向
政策調査官 大島 昌彦 2016-2018年度日本商工会議所より出向

2017年、いわき商工会議所では、震災以降落ち込んでいるいわき市内の事業者の販路拡大、業績回復を目的とした、小規模企業へのグループ支援を始めた。1回目のハンズオン支援事業に参加した11の事業所から、有限会社おのづか食品の小野塚氏、支援に関わったいわき商工会議所の荒川氏、政策調査官の川西氏、大島氏と鼎談を行った。

支援の始まりについてお聞かせください。

大島 昌彦：10年間と定められていた復興庁の設置期間の後半5年「復興・創生期間」のはじめに着任し、川西さんは2016-17年度の2年間、私はもう1年長く出向していました。

ハンズオン支援事業は2012年度から行われていましたが、2017年度から地域の事業者を複数集めて支援をした方が支援の裾野が広がり、効果的だと判断から、グループ支援も開始しました。

川西 恵理子：販路拡大というミッションを背負う中で、私は百貨店の食品担当として約10年働いた経験を活かし、各地の商工会議所とつながりのある日本商工会議所からいらした大島さんとタッグを組んで支援先にアプローチしていきました。

大島：産業復興の軸足がハード支援からソフト支援へ移行する時期にあって、ある程度ハードが整備されていく中、一度失われてしまった販路をどう回復・開拓するかが課題でした。

川西さんが三越伊勢丹からはじめて出向され、小売からの出向者は初めてでした。それまでもメーカーや通信、流通、金融などあらゆる分野から政策調査官として出向していましたが、販路支援にあたり、小売業界の、それもバイヤー経験者に来ていただけたのは、事業者へのアドバイスや販路

開拓支援を考えるうえで非常に心強く感じていました。

支援事業の参加企業は声をかけたら集まったということでしょうか？

荒川 純：グループハンズオン支援の入口として、ミスマッチが起こらないよう、営業コンサルタントの山田英司氏を講師とする販路開拓についてのセミナーとワークショップを開催していただきました。セミナーに参加された30社程度の中から、販路開拓の支援継続を希望したのが、初年度のグループハンズオン支援事業にご参加いただいた11社ということです。

いわきでは毎年9月に食の商談会を開いていましたが、その商談会での成約率が思うように上がっていませんでした。支援に参加することで成約率UPにつなげたいと思いました。6月にグループハンズオン支援事業をスタートして、最初のゴールを9月21日・22日の商談会に設定しました。

小野塚さんの当時の震災の影響から会社の状況などお聞かせください。

小野塚 大：震災から売上の的にも戻っておらず、手探り状態でした。展示会などは補助事業など利用して出てはいました。これと言った安定的な結果が出せない期間があり、今回の支援の内容で、売り方だったり展示会の見せ方、営業方法など、今まで自己流でやってきた部分を確立したく、個別の相談もできるということで参加しました。

震災の影響はかなり大きかったです。地元密着でホテル・旅館メインで商売をしていました。売り上げが全体の8割、9割近くで、それがほぼなし。今でも1割程度しか戻って

いない。こちらではどうすることもできない部分が大きく販路を変えていこうと。今は震災以前の売り上げの7割くらいの売り上げになっていて今期はいい数字行くなと計画していたんですがコロナ禍でまた停滞というところですよ。

営業も事後フォローも私一人という環境で、効率的にいきいたい。どこが悪いかわからず、相談するのも難しく思っていて支援を受けました。川西さんに教わったと思うんですが、展示会のお客様の目線だとか、知識がなかったの、あとは資料ですね。商品によってバラバラだった。山田先生に統一感を持たせたブランディングのフォーマットを作っていて、実際今も利用しています。お客様の反応や営業のしやすさが変わりました。フォーマットが確立されてからは、営業以外での作業が改善されました。

川西さんと小野塚さんとのやり取りでのエピソードはありますか？

小野塚：展示会ブースを見てアドバイスをいただきました。誘客するパネルの向きや商品の配置、基本的にバイヤーの方、特に食品関係の方は展示物はもちろん、裏側の荷物を雑に置いていないか、整理整頓されているか等、商品以外にもきちんと気配りが出来ているかを見ると、川西さんにはごく普通の感覚でのお話だと思うのですが、私には強く印象に残るアドバイスでした。

川西：食品のバイヤーを経験しているので、展示会を見に行く側の気持ちで、自身のヒアリングやチェックポイントを伝え、店頭販売に携わった歴史も長いので、販売しやすい商品とは何か、どういうアプローチをしたら消費者に伝わるかなどさまざまな話をしました。そのほか、自身の経験を活かした印象的な支援内容としては、商談会の成約率を上げるために、商談会のロールプレイングを行いました。

各事業者の方とお話させていただく中で、商談の練習をしたことがある方はほほいらっしやなく、みなさん一発勝負で商談会に臨んでいるということがわかりました。商品の知識はあっても口から上手に出てこなかったり、相手の欲している情報を読み取ることができなかつたりしています。

そこで、実践形式で「バイヤー役」「お客様役」に分かれ、模擬練習を実施し、その場でアドバイスを実施した上、ムービーにも撮りました。撮影することで、実際はもっと上手に話しているつもりでも、ムービーを見るとしどろもどろだったり、目が泳いでいたり、イメージと現実のギャップが明らかになり、とても役立ったというお声を頂戴しました。

荒川：限られた時間内でどれだけ情報を伝えられるかもやりましたね。1分で、どれだけPRできますかと。

小野塚：限られた時間で説明するとすると、自分の会社のいいところを抜粋して伝えないといけなないので、自社を見直す作業にもつながりました。

川西：定期的に複数社で集まることで、互いのレベルアップを実感し、新たな目標設定をしたり、アイデアを交換したりと事業者さん同士の繋がりが生まれたのも副次的にとってもよかったと思っています。

今後の支援の継続のために何が必要でしょうか？

川西：当時は風化が大きな課題でした。震災によって一時、納品が途絶えてしまったこれまでの取引先といざ商品供給ができるようになって取引を再開しようとしても、新しい仕入れ先との付き合いが生まれていて、切り替えることは難しいと断られることが多く、販路回復は簡単ではありませんでした。震災から数年間は、復興応援フェアなどプロモーションの機会が多くなりましたが、年数が経つにつれ、そういった機会も少なくなってきました。

販路を拡大するには、一社で頑張るには限界がある、同じ課題を持つ企業が集まって、グループの力で、地域ぐるみでアプローチしていくのが効果的だと思います。販路開拓のノウハウを持った事業者の数が増えていき、地域のブランド力を高め、付加価値を生み出していくことが理想です。

今回の支援は、一過性ではなく自走・継続できることをテーマとしました。支援を行った年だけではなく、その先も継続した支援が行えるようにノウハウの可視化と共有を意識して行っていました。

荒川：支援事業は2017年度から継続して4年目になります。2018年度はいわき市内の商工会との共催で11社をご支援しました。3年目となる2019年度は独自の予算を確保して継続実施しました。これは完全に自走と言えるもので、復興庁様から学んだノウハウをもとに、いわき商工会議所の販路開拓支援事業として実施しました。今年度も予定していましたが、コロナの影響でスタートが遅れ、当初予定の半分の5社の参加を募って伴走型支援を実施する予定です。リモートも取り入れる予定で、ITリテラシーが身につけていない事業者も多いので、ノウハウ習得も含めて実施していきたいと思っています。

ハンズオン支援事業は、今年度から別の職員が担当しています。復興庁様のグループハンズオン支援事業で学んだノウハウを所内で共有し、支援スキルを平準化できるように、体制を作っていこうと取り組んでいるところです。

川西：ちゃんと商談がまとまったり、売り上げにつながったりと結果が出てるんですね、それがすごく良かった。

荒川：福島県内では、震災の後に風評が続いているので、食の販路開拓の一環として、毎年、いわき市内で食の商談会を開催していますが、グループハンズオン支援事業に参加させていただいた2017年度から年々商談の成約率が上がっています。ハンズオン支援事業を通じて、商談の際の武器となる営業ツールが整い、参加事業者様の商談スキルも徐々に向上し、モチベーションも上がっていると思います。地元の参加事業者様、ご参加いただく全国のバイヤー様が年々増えていて、商談数も増加していますので、支援の成果が出ていると思っています。

川西：我々にとっても、今回の支援は目に見えて実績が現れた好事例でした。翌年からは、この好事例をさらに他の地域に波及させようと動いていくことができました。官民連携していくいい土台作りができたと思います。

事業概要

業務用加工食品の製造販売、企画製造販売、PB・OEM 製造
 機械での大量生産を目的とせず、手作りにこだわりオリジナル商品をはじめ委託加工にも対応。
 小ロットでの対応を可能とした商品づくりがお客様の第二の調理場として高い評価を得ている。

主要商品：惣菜商品（煮物、煮魚、和え物、蒸し物等）
 練製品（お魚のちらし揚げ、カニ真丈さつま揚げ、ふわふわお豆腐すり身等）

事業の課題

- ・ 売上の7割を地元が占めるが、震災後は風評被害で売上減
- ・ 地元以外の販路開拓に注力する必要
- ・ 協力工場のネットワーク化で、生産ラインの安定化を実現
- ・ 販路開拓の効率化

直面していた課題

1. 実質社長1人の営業体制で営業先が広範囲化して非効率
2. 戦略的かつ効率的な販路拡大が不十分
3. 見本市等出展時の演出やフォローが不十分

2017年からのグループ支援の流れーおのづか食品の事例ー



7月20日、セミナー「営業のプロに学ぶ販路開拓勉強会 in いわき」を開催。
 7月28日、いわき商工会議所にて、セミナー参加者のうち希望した企業に対して共通課題の解決に向けたプロセスを考える「合同営業作戦会議ワークショップ」を開催。

セミナーとワークショップに参加して、販路開拓ツールの開発や、商談会等における販路開拓に向けた営業活動の実践等に関心をもった11社を対象に、個社支援を行った。



9月14日の事前のロールプレイングを経て、9月21日「メイド in いわき復興大商談会～伊達な商談会 in いわき 2017」を開催。（地域企業：26社、バイヤー：24名）
 9月27日「『メイド in いわき復興大商談会』の振り返り」

2017年ハンズオン支援事業のノウハウを活用し、いわき商工会議所で支援事業を継続。

いわき商工会議所
 おのづか食品

安定的な結果が出せない期間があり、売り方、展示会の見せ方、営業方法など、今まで自己流でやってきた部分を確立すべくグループ支援に参加した。



8月～9月

8月～9月に3回の個別支援で、自社の売り、を明確化。出展等での商品絞り込みを指導・主たる営業先を、問屋向けと和風レストランチェーン直販に絞り込み、営業に向けたツールの開発指導などを受けた。

9月



レストランを展開するシダックス株式会社と、社員食堂等の運営を担当するエムサービス株式会社のバイヤーを対象に、個社支援成果を実践する場として開催された商談会に参加。
 3月15日、16日「シダックスフードサービス商談会」
 3月28日、29日「エムサービス商談会」

3月

中長期的には大手問屋を介して介護食市場への展開を拡大。

支援プラン

1. 設定する販売先チャネルや業種（想定顧客）を明確化
 - ・ 業務用として、問屋向けと和風レストランチェーン直販に絞り込む
 - ・ アプローチ優先順位を指導（名刺を選別し、ランク分け、即日データ化すること）
2. 自社の売りを明確化して、出店等での商品絞り込みを指導
3. 見本市等出展時の見せ方の整理、商談ブースの演出方法を指導
4. 名刺交換社へのフォロー（お礼メール等）を指導
5. 中長期的には大手問屋を介して介護食市場への展開を助言

企業ヒストリー

食品製造業というと、均質な商品を大量につくることを求められがちですが、イメージしているのは、食品工場ではなく、家庭の台所。調理器具も調味料も、家庭で使われているものがほとんどです。人気商品は「筑前煮」や「煮魚」「肉じゃが」など、昔ながらの和食がほとんど。家庭の味付けというのはそれぞれ違いますから、独りよがりにならないように、こだわりを捨てることを意識しています。常にお客様の意見を伺い、共に商品作りをしています。

創業50年、お客様の第二の調理場としてお客様の「おいしい」を支える



支援の成果 おのづか食品の営業の効率化と小規模生産だからこそできるこだわり

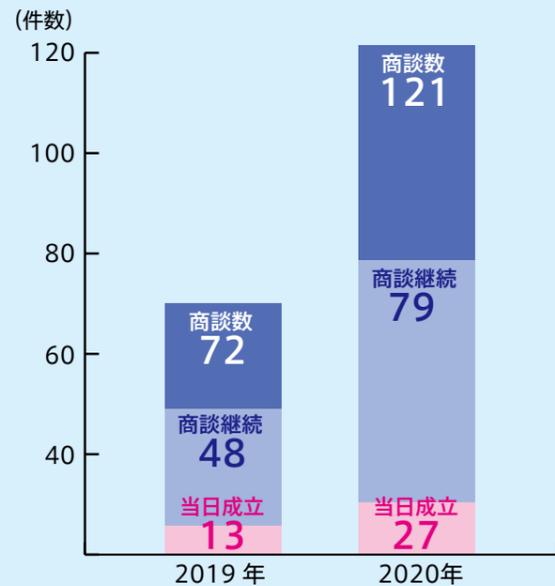
小野塚氏一人での営業活動で、どうしてもマンパワーが足りない中、商談会の質を上げることが重要であった。自分なりのやり方を改めるべく、専門家と密に話したり、ワークショップを経験したことで、知識を得る。どのような目線で見て行くのかなど、接客ルールを知っていることで対応でき、どこ

へ出すにも準備時間も格段に短くなり、営業ツールのフォーマット化は、営業トークの向上にもつながった。

ホテル・旅館業の取引先が減る中、介護食へシフト。小規模生産ならではの、小ロットで、味付けなどもオーダーに応えることができ、成約率も上がっている。

いわき商工会の商談会における成果

2020年1月28日、29日に開催した「メイド in いわき食の商談会 2020」は、過去最大となるサプライヤー34社、バイヤー25社が参加。個別商談では過去最大となる全121商談が行われ、同じく過去最大となる「当日成立」件数を記録した。



おのづか食品の人気のお惣菜



商談会でのディスプレイの様子

今後の課題 いわき商工会議所の今後の支援のあり方

小規模企業が販路拡大の成果ができるまで(自走できるまで) 継続的な伴走型支援を

- ① 復興庁事業の支援ノウハウを活用
- ② 商工会議所内での支援スキルの標準化
- ③ 行政や関係団体、専門家との連携
- ④ 各種制度を活用

政策調査官のその後

川西氏の仕事のコロナ禍での変化

いわき商工会議所の取り組みや小野塚さんの話を聞いて大変頼もしいと感じました。地域にこういった方がどんどん増えることを望んでいます。

弊社も紙文化だったのが、随分と変化して、商談も対面からオンラインがメインに。出張で全国を巡るところか、出張自体もほとんどしていません。直接会って、味わって、という機会がなくなった一方で、メールの方が正しく情報を伝えられたり、テレビ電話でも十分意思疎通ができたりすることがわかり、あたり前に思っていた働き方や考え方に変化が起きました。ただ、やり方は変わっていても、最後は人と人のつながりが決め手だと思います。

今回の支援で得たような人と人のつながりの輪がどんどん大きくなっていけばいいと思っています。

大島氏の政策調査官を経た今

復興庁では産業復興担当として、事業者支援や予算要求に関わり、地域のニーズをどのように施策に反映・実現できるかというプロセスを改めて認識できたことが非常に有意義でした。

帰任後も震災復興は担当業務のひとつであり、被災地の声をもとに、毎年、日商としての復興要望書を取りまとめ、復興大臣はじめ関係先へ要望しています。3年間に在籍した際の経験やつながりで、復興庁や現地とのコミュニケーションが取りやすい点も現在の業務に役立っていますね。



ここがポイント!

「商談会に地元の企業にも参加してもらおう試み」

いわき商工会議所が開催する商談会は、当初は首都圏での販路開拓を目指して、関東圏から招いたバイヤーだけを商談相手とした予約制の個別商談会と展示商談会として開催していました。

当時は毎回成約率が低迷していて、打開策を模索していましたが、グループハンズオン支援事業の参加事業者様同士のビジネスマッチングやコラボ商品が出てきたことで、地域内でのマッチングが有効ではないかと考えるようになり、2018年度から展示商談会には地元のスーパーや飲食店の方にもフリーでご来場いただけるような仕組みに変更しました。

結果、地元の事業者様同士での商談成約やネットワーク構築が促進され、2020年の9月には商談会に参加した十数社の事業者様がショッピング



センター「エプリア」に出店し、「のみの市」という展示販売イベントを開催しました。

その後、地元スーパーや複合商業ビルでも展示販売イベントを開催するなど、地域を盛り上げる、試みが広がっています。



東日本大震災復興企業サポーター (ReSE)とは?

民間企業等から派遣された職員の中には、所属企業に帰任した後も被災地復興に強い関心を持ち続け、自主的に被災地復興に資する活動を行っている方もおりました。

このような方々の活動を一層促進し、被災地の復興の一助とするため、復興庁では民間企業等から派遣された職員のOB・OGの方々に「東日本大震災復興企業サポーター」(ReSE: Reconstruction Supporter in Enterprises)として任命し、復興支援活動を応援する体制を2019年6月に創設いたしました。

ReSEのみなさまは、復興大臣より委任状を受け、被災地の復興の加速のため、復興庁企業連携班と連携しながら活動を続けております。



増子 久志
2013年11月1日～2015年10月31日在任
名港海運株式会社 仙台営業所 所長

異なる分野、異なる立場の人を共通目的のためにとりまとめることを学びました。



村上 栄誉
2014年4月1日～2016年3月31日在任
富士通株式会社 JAPAN ビジネスグループ 事業推進統括部 ビジネス推進部

多様なプレイヤーとの共創価値視点の取入れることの大切さを知りました。



平田 雄恵
2016年4月1日～2018年3月31日在任
富士通株式会社 東京支社 エリア戦略推進部長

災禍の絶えない時代、人の気持ちに寄り添い、今の自分に出来ることは何かを考え、ささやかながらも行動するよう心掛けております。本当に有難うございます。



菅原 陽
2016年4月1日～2018年3月31日在任
株式会社 JTB 福島支店福島オフィス オフィス長

復興庁時代に協業させていただいた企業さんとコラボし事業に取り組んでいます。



田邊 慎也
2016年5月1日～2018年3月31日在任
ヤマト運輸株式会社 久留米主管支店 主管支店長

物語を込めた商品づくりと販路開拓が宝物です。



今岡 宏一
2018年4月1日～2020年3月31日在任
パナソニックシステムソリューションズジャパン株式会社 パブリックシステム事業本部 第1営業本部 九州営業部 営業2課 課長

公務員や異業種民間出向者の方々との交流により、視野が広がりました。



菅原 司
2018年4月1日～2020年4月9日在任
ヤマト運輸株式会社 盛岡南支店 支店長

培った知識や経験を様々な業務に活かしています。岩手の商品を積極的に購入しています。



米田 猛
2018年4月1日～2020年3月31日在任
森永乳業株式会社 東北支店 食品素材販売部 アシスタントマネージャー

復興庁を経験し、提案営業の際に視野が広がりました。

2020年2月23・24日、銀座三越にて、台風19号被災東北事業者 応援マーケットが開催された。仕掛け人は、ReSEの高田氏と川西氏。政策調査官時代の仲間だ。任務終了後も、支援先や政策調査官同士の交流を続けており、台風19号の被災を受け、再集結した。今度は政策調査官としてではなく、民間事業者として被災地の事業者と連携。応援マーケット開催に至るまでの経緯について伺いました。

ReSE × 被災地事業者 銀座三越で、被災地復興応援 マーケット開催



川西 恵理子
株式会社 三越伊勢丹ホールディングス
チーフオフィサー室
事業企画推進ディビジョン
政策調査官：2016-2017年度出向

高田 正行
ヤフー株式会社
法務統括本部
法務本部事業企画
政策調査官：2016-2018年度出向

政策調査官時代の支援さんが台風19号の被害に。何とか力になりたかった。

一応援マーケット開催のきっかけは？

高田：政策調査官の任務を終えて3年経ちますが、支援先の皆さんとは定期的に連絡を取っています。そんな中で台風19号が起これ、何か力になれることがないかと政策調査官仲間の川西さんに相談したのが始まりでした。出店者の方々も、地元のキーパーソンでアクティブに活動されている方々なので話は早かったです。

一店舗との調整は大変だったのではないのでしょうか？

川西：そうですね。普段は、こういった販売スペースを有償でご提供するのがビジネスの一つなので、今回が初めての試みでした。ただ、災害があり、「消費者との接点を持っている立場の私たちができることがあるのではないか」という意識は、店舗の皆さんも感じていたことだったと思います。その気持ちが今回の実現に至ったと思っています。高田：政策調査官の仕事は、民間の力が行政に活かせる部分がかかりあって、そこで培った関係値や知識は民間に戻ってからも生きてますね。



おいしいりんごを是非お試しください!



市場の規格外品を含めた農産物(桃、梨、ぶどう、りんご、柿など)の「新たな規格」をつくり、生産者から直接買い取った農産物を、産地の情報とともに都市の青果店へ流通させる仕組みを構築しています。



心を込めて作ったものなので、多くの方に食べていただきたいです!



hubbōの元気な味噌／山の農場 & みそ工房 SOYA hubbōのへそ大根／hubbōのへそ大根生産組合



ラグビーワールドカップの開催地、釜石。是非遊びに来てください!



糎みソドレッシング、本醸造かけしょうゆ、十割糎みソーキ：藤勇醸造 / 釜石ラグビーパイ：有限会社小島製菓 / ラガークッキー：有限会社かめやま

政策調査官について

政策調査官とともに復興支援に携わった方々からコメントをいただきました。

岡本 全勝 氏



東日本大震災発災直後から、被災者生活支援本部事務局次長として復興に携わる。復興庁統括官、復興庁事務次官、内閣官房参与(福島復興再生総局事務局長)を歴任し、2020年退任

政策調査官への感謝

東日本大震災からの復興では、災害復旧政策を「国土の復旧」から「暮らしの再建」へと大きく転換しました。公共インフラ復旧に加え、産業再開とコミュニティ再建の支援に広げました。しかしこれらは、法律と予算があればできるものではありません。

発災当初から、NPOや企業が物資や人手の支援を申し出て下さいました。それもありがたかったのですが、進めていくうちに、持っておられる専門知識と能力を活用することに考えがいたりしました。仮設住宅での生活調査と改善、町や事業の再建の課題調査と対策立案など。国や自治体の職員が足りない以上に、それに通じた職員がいません。そこで、民間の方々の能力を借りようと考えたのです。事務を委託する方法もありましたが、復興庁に入って公務員の肩書きで働いてもらった方が、一緒に考えてもらい、また現場でも信頼してもらえます。

皆さん、現場に入り、アイデアを出し、政策を実現してくれました。「結の場」などは、企業人でないと思いつかない企画で、しかも企業の力を活用する仕組みです。被災地の皆さんにも、喜んでもらえました。官民連携は大きな成果を生み、復興を進めてくれました。その後、地域活性化などでも活用されています。

「政策調査官」は、ウィキペディアにも載っています。政策調査官の活躍は、行政手法を変えただけでなく、企業やNPOなどさまざまな主体が「公共」を支えていることを認識させました。慣れない職場での前例のない仕事で、つらいことも多かったと思います。皆さんにとっても、得がたい経験になったことを期待しています。ありがとうございます。

大森 文彦 氏

三井住友海上火災保険株式会社 経営企画部顧問



長年の営業経験を社内の事業部門に加え、東北の事業者へのサポートにも活かし、復興への後押しに努めている。

政策調査官の皆さんとは、オリンピック・パラリンピック等経済界協議会の活動を通して、被災に会われた三陸地域の中小事業者の皆さんを応援する活動で一緒しました。

その活動はたいへん泥臭くアナログでしたが、事業者の皆さんに寄り添い、売り上げを伸ばすための方策をあらゆる角度から検討し実践してもらったので、移動販売会にも良く行きました。最初は戸惑いもありましたが、政策調査官の皆さんの事業者を心から応援したいと思う気持ちに動かされ、いつしか私も全力で応援するようになっていました。

活動の後は必ず居酒屋で反省会。時にはホテルで、時には帰りの電車を待つ間の駅近くの居酒屋で、それはまさに異業種交流会でしたが、東北の事業者の皆さんを心から応援したいと思う同志の集まりで、熱く語り合いほんとに美味しいお酒でした。復興はまだ道半ばです。政策調査官の皆さんの熱い思いをこれからも全力で応援していきたいと思っています。

山田 英司 氏

販促ツール有限公司 (旧:山田英司事務所) 営業設計コンサルタント



2016年度より5年にわたり、ハンズオン支援事業に営業専門家として参加。個人事業・小規模企業を中心に79社に対し販路拡大の方向性や計画の指導を始め、実働に向けた販促ツールや商品パッケージ等の企画・開発・制作・運用指導をワンストップで行う。

「(零細に「超」が付くような小さな事業体の再生を失礼ながら省庁の方々に分かって頂けるのだろうか!?)」復興庁にお邪魔した際の私の率直な疑問でした。後日、岩手のセミナーで「実は〇〇企業からの出向です。」とご挨拶頂いたときは正直驚きました。

それが名だたる大手企業から来られた政策調査官の方々との出会いでした。プロジェクト完遂という責務に加え、事業者側に立って面倒な話を切り出す私のような専門家と本庁とのパイプ役も担われていました。彼らとは、マイナス1度の極寒ホームで新幹線を通り過ぎ、時には事業者のご両親からお昼をご用意頂いた際に目配せでお断りをしたり、深夜の宿泊先で真っ赤な顔になり事業者自走論議を交わしました。

これは異なる文化と専門性を持った彼女らとの思い出です。官民連携はともすれば名ばかりな施策という人がいるかも知れませんが、私が目の当たりにしたのは政策を地面にしっかりと根付かせるために日々奮闘するコラボレーター達でした。

出向元民間企業・団体 (47社、139名)

株式会社アールシーコア

株式会社 IHI

株式会社 IHI インフラ建設

株式会社 IHI インフラシステム

IHI 運搬機械株式会社

あいおいニッセイ同和損害保険株式会社

アイリスオーヤマ株式会社

アサヒグループホールディングス株式会社

アルプスアルパイン株式会社

株式会社 NTT ドコモ

京阪ホールディングス株式会社

KDDI 株式会社

株式会社 KDDI エボルバ

コクヨ株式会社

株式会社 JTB

住友化学株式会社

積水化学工業株式会社

仙台商工会議所

損害保険ジャパン株式会社

東京海上日動火災保険株式会社

東京急行電鉄株式会社

株式会社東芝

東北電力株式会社

東レ株式会社

TOTO 株式会社

凸版印刷株式会社

日本電気株式会社

日本航空株式会社

日本商工会議所

日本たばこ産業株式会社

株式会社博報堂

パナソニック株式会社

東日本電信電話株式会社

東日本旅客鉄道株式会社

株式会社日立製作所

富士通株式会社

三井住友海上火災保険株式会社

三井不動産株式会社

三越伊勢丹ホールディングス株式会社

三菱地所株式会社

名港海運株式会社

森永乳業株式会社

ヤフー株式会社

ヤマト運輸株式会社

株式会社 LIXIL

株式会社ローソン

※1社掲載を辞退しております

支援先一覧

※支援当時の社名、団体名、組織名であり、その後変更等がある場合もございます。

A 家食堂
株式会社 AC 福島ユニテッド
ADBOAT JAPAN 合同会社
株式会社 agrity
B-eat Japan
一般社団法人 BOOT
CAP 高等学院
CHOOSE FOODS
特定非営利活動法人 Cloud JAPAN
株式会社 E y e s , J A P A N
株式会社 F e a t . (仮称)
FishMarket38「有限責任事業組合 FOMEBASE
f's ほけつて
"fukurum カード推進協議会 (福島県、(財)福島県観光物産交流協会、株式会社日専連ライフサービス)"
GLARE
農業生産法人株式会社 GRA
一般社団法人 Granny Rideto h. イマジン
株式会社 haccoba
HIGASHI DE AERU「呼び水」プロジェクト
合同会社 HUB
I♡NISHITA プロジェクト
株式会社 IIE
i-step 株式会社
特定非営利法人 Jlin
一般社団法人 KAI OTSUCHI KAYANOKI FARM
KEN 株式会社 (南三陸マイファミリー)
K F アテイング 株式会社
株式会社 KIMiDoRI KING8
医療法人社団 KN I Kokage Kitchan
特定非営利活動法人 LAMP
株式会社 MA K O T O
MAHOROBA project
株式会社 MITU
一般社団法人 MMIX Lab
合同会社 MYラボ
NSGグループ (FSG カレッジリーグ)
O C A F E
Re：活用プロジェクト
株式会社 re:terra
合同会社 sasatta
一般社団法人 SAVEIWATE
株式会社 S K プラスト
S L C サポート
合同会社 sofo
株式会社 SSS 株式会社
公益財団法人 sweet treat 311
Tatton プロジェクト
株式会社 TESS
株式会社 TMC
TOFoKu
TRS 食品有限会社
TRS 食品株式会社
合同会社 TXF
VIDA トレーニングスクール
一般社団法人 WATALIS
有限会社 WATALIS
株式会社 WATALIS
合同会社 WATASI JAPAN
your kitchen, your space
NECONOTE
&TOMIYA BASE
公益社団法人 3.11 みらいサポート
株式会社 アイカムス・ラボ
株式会社 アイザック
合澤薬店
株式会社 アイシーエレクトロニクス
アイリンク仙台
会津中央乳業株式会社
会津羊羹造株式会社
会津鉄工株式会社
会津電力株式会社
会津の伝統野菜を守る会
株式会社会津ラボ
会津若松観光ビューロー
株式会社 アイローカル
株式会社 アイワコーポ
有限会社青山商店
赤武酒造株式会社
株式会社秋田組
有限会社あくあふらんつ
あくり彩
曙酒造合資会社
朝田木材産業株式会社
アサヒ電子株式会社
合資会社旭屋
アサヤ有限会社
アサヤ株式会社
株式会社足利本店
合同会社あすかエコテック
アスビル金門原町株式会社
株式会社アプルファーム
株式会社アックス
あつま館
アナン株式会社
株式会社あぶくま川内
株式会社阿部伊組
株式会社阿部竜商店
株式会社阿部長商店
株式会社阿部ニート
株式会社阿部農縁
アミタ株式会社
一般社団法人貼川まちづくり協会
有限会社貼徳良屋
株式会社アライリースーサービス
NPO 法人アラマキ
アールズ株式会社

アルテクロス株式会社
あるばいんロジック
アロ—リンクス株式会社 接続エラー
安斎果樹園
株式会社あんしん生活
アンフィニ株式会社
飯坂温泉みんなの焼煎所プロジェクト
いざかサポーターズクラブ
有限会社飯塚商店
有限会社いがり商店
株式会社 agrity
株式会社石井商店
石井隆廣牧場
いしがきミュージックフェスティバル運営委員会
珈琲工房いしかわ
石川食品株式会社
石巻ウェディング
石巻つまいもの株式会社
FishMarket38「有限責任事業組合 FOMEBASE
f's ほけつて
"fukurum カード推進協議会 (福島県、(財)福島県観光物産交流協会、株式会社日専連ライフサービス)"
GLARE
農業生産法人株式会社 GRA
一般社団法人 Granny Rideto h. イマジン
株式会社 haccoba
HIGASHI DE AERU「呼び水」プロジェクト
合同会社 HUB
I♡NISHITA プロジェクト
株式会社 IIE
i-step 株式会社
特定非営利法人 Jlin
一般社団法人 KAI OTSUCHI KAYANOKI FARM
KEN 株式会社 (南三陸マイファミリー)
K F アテイング 株式会社
株式会社 KIMiDoRI KING8
医療法人社団 KN I Kokage Kitchan
特定非営利活動法人 LAMP
株式会社 MA K O T O
MAHOROBA project
株式会社 MITU
一般社団法人 MMIX Lab
合同会社 MYラボ
NSGグループ (FSG カレッジリーグ)
O C A F E
Re：活用プロジェクト
株式会社 re:terra
合同会社 sasatta
一般社団法人 SAVEIWATE
株式会社 S K プラスト
S L C サポート
合同会社 sofo
株式会社 SSS 株式会社
公益財団法人 sweet treat 311
Tatton プロジェクト
株式会社 TESS
株式会社 TMC
TOFoKu
TRS 食品有限会社
TRS 食品株式会社
合同会社 TXF
VIDA トレーニングスクール
一般社団法人 WATALIS
有限会社 WATALIS
株式会社 WATALIS
合同会社 WATASI JAPAN
your kitchen, your space
NECONOTE
&TOMIYA BASE
公益社団法人 3.11 みらいサポート
株式会社 アイカムス・ラボ
株式会社 アイザック
合澤薬店
株式会社 アイシーエレクトロニクス
アイリンク仙台
会津中央乳業株式会社
会津羊羹造株式会社
会津鉄工株式会社
会津電力株式会社
会津の伝統野菜を守る会
株式会社会津ラボ
会津若松観光ビューロー
株式会社 アイローカル
株式会社 アイワコーポ
有限会社青山商店
赤武酒造株式会社
株式会社秋田組
有限会社あくあふらんつ
あくり彩
曙酒造合資会社
朝田木材産業株式会社
アサヒ電子株式会社
合資会社旭屋
アサヤ有限会社
アサヤ株式会社
株式会社足利本店
合同会社あすかエコテック
アスビル金門原町株式会社
株式会社アプルファーム
株式会社アックス
あつま館
アナン株式会社
株式会社あぶくま川内
株式会社阿部伊組
株式会社阿部竜商店
株式会社阿部長商店
株式会社阿部ニート
株式会社阿部農縁
アミタ株式会社
一般社団法人貼川まちづくり協会
有限会社貼徳良屋
株式会社アライリースーサービス
NPO 法人アラマキ
アールズ株式会社

小野食品株式会社
小野精工株式会社
有限会社おのつか食品
株式会社オノデラコーポレーション コーヒー事業部
株式会社オノデラコーポレーション
株式会社小野万
有限会社オーバード
オフィス TR
重茂漁業協同組合
一般社団法人おらが大槌夢広場
有限会社おらがり商店
介護老人保健施設 ヨッシーランド
"海進丸水産"
株式会社海洋
有限会社海遊
株式会社海遊
株式会社海菜荘 (大船渡温泉)
株式会社カクト鈴木商店
株式会社角星
NPO 法人かけはし
ガッチ株式会社 (松永家)
月日工作舎
割烹やました
株式会社カトウファーム
株式会社カトーマロニー
一般社団法人葛川創造舎
カナエフーズ株式会社
特定非営利活動法人奏海の社
カネキ商店
有限会社カネキチ阿部源食品
株式会社カネコ橋沼商店
株式会社カネシゲ高崎商店
株式会社カネシメイチ
株式会社かねせん
カネセン水産有限会社
株式会社カネタイ
株式会社カネマ
株式会社かね久
釜揚げ屋
釜石市産業振興部商業観光課
釜石市総務企画部オープンシティ推進室
釜石地方森林組合
釜石ヒカリフーズ株式会社
釜石まちづくり株式会社
釜田水産株式会社
かみの家
上閉伊酒造株式会社
上山琥珀工芸
株式会社亀山鉄工所他
からくわ一本釣り活イカ組合
唐桑町観光協会
カラーハウスコンカ
株式会社川石水産
株式会社川喜
株式会社加和喜フーズ
有限会社川商
有限会社かわまちでらす関上
一般社団法人歓迎プロデュース (株式会社オノデラコーポレーション)
株式会社甘山堂
有限会社神田葡萄園
菅野食品株式会社
株式会社菅野漬物食品
かんばる浦戸の母ちゃん会
株式会社菊池技研コンサルタンツ
株式会社菊池製作所
株式会社キクチ巴商事
さくちや
菊鶴商店
株式会社貴千
北上川企業組合
きたかみ子育てネット
有限会社北三陸天然市場
株式会社エコーボレーション
きのこの S A T O 株式会社
有限会社エナジア
株式会社エヌ・ケー・エフ (資) 江井鑛造所
株式会社エムケーコーポレーション
有限会社エムコーポレーション
株式会社エムシーエフ
エル. エス. アイ株式会社
株式会社エールブレイス
株式会社速藤商店 (ホテルニューさか井)
有限会社速藤正商店
有限会社オйкаワデニム
及川冷蔵
株式会社及新
株式会社及善商店
株式会社オイタミート
有限会社大井漁業部
合名会社大水代吉本店
大崎ワイナリー合同会社
おおさき製菓
有限会社大島屋
一般社団人大船渡市観光物産協会
大船渡商工会議所
大槌商業開発株式会社
有限会社大友製作所
大槌相馬焼 陶徳陶器店
大槌相馬焼協同組合
木和田商店
株式会社天和田測量設計
お菓子国ハンジュー
株式会社アップルファーム
おかし工房木村屋
株式会社お菓子処 日夏
株式会社岡清
雄勝碗生産販売協同組合
"雄勝地区建設業者"
社鹿地区漁業者グループ"
社鹿平島旅館民宿組合
小川旅館
特定非営利活動法人小国振興舎
有限会社おきな旅館
株式会社奥島松島社
奥地建産株式会社 (福島工場)
お好み焼 大島屋
株式会社アライリースーサービス
NPO 法人アラマキ
アールズ株式会社

小泉商事株式会社
株式会社コイワイ
工房おりをり
株式会社宏八屋
株式会社コーポレートンパクト
郡山観光交通株式会社
有限会社郡山島田海苔店
一般社団法人ここまむぶらす
古須買商店
株式会社越戸商店
小島工業株式会社
有限会社小島製菓
小畑北限の海女の会
株式会社小畑屋
株式会社ことたま
ごとう商店
株式会社五馬丸水産
コードエナジー株式会社
このみ商店
株式会社木桶メリヤス
株式会社五洋大船渡マリナー
有限会社コフタコーポレーション
有限会社紺野農場場
有限会社今野醸造
齋菜織物株式会社
有限会社高藤商店
さいとう製菓株式会社
株式会社斉吉商店
嵯峨豆腐商店
株式会社さくらフーズ
崎浜ヤンキーブランド実行委員会
株式会社佐佐木本店
有限会社佐々木酒造店
佐々木商店
株式会社ササキプラスチック
株式会社ささま
株式会社佐々直
笹の川酒造株式会社
笹谷揚げ屋
サスイ小野水産
株式会社幸呼来 Japan
有限会社サトー
相双地域元気づくりコンソーシウム
株式会社佐藤金属
株式会社佐藤菊商店
佐藤農園
佐野よりこ民謡プロジェクト
株式会社サムライアロハ
サメの街奈仙沼構想推進協議会
有限会社サマール
株式会社サンマイルマジン
そらつみサイクリング有限責任事業組合
株式会社ソーワダイレクト
株式会社ダイイチ
株式会社山燕庵
株式会社三義漆器店
有限会社サンコーエンジニア
サンコー食品株式会社
さんさんマルシェ
山水荘
三蔵楽 (表松島なおもてなし共同体)
株式会社サンフレッシュ小泉農園
株式会社三政商店
三洋食品株式会社石巻工場
三陸オースターフェスティバル実行委員会 (株式会社海遊)
三陸の匠 磯香
一般社団法人三陸海産再生プロジェクト
三陸館
三陸飼料株式会社
高田まちなか会
三陸鉄道株式会社
有限会社三陸とれたて市場
三陸花火競技大会実行委員会
三陸花ホテルはまきく
株式会社さんりくみらい
株式会社木の屋石巻水産
きぼうのたねハンニー株式会社
有限会社キマタ技研
株式会社キムル木村商店
有限会社木村商店
木村ミルクプラント株式会社
株式会社キャッセン大船渡
有限会社キャニオンワークス
キャピタルホテル 1000 株式会社
有限会社協栄精機
共和アルミニウム工業株式会社
共和水産株式会社
協同組合三陸パートナーズ
株式会社行場商店
金泉ニート株式会社
久慈広域観光協議会
久慈琥珀株式会社
株式会社自由屋
株式会社春光園
株式会社松栄
株式会社松栄堂
有限会社正月荘
小豆堂
小豆崎漁業株式会社
浄土ヶ浜レストハウス
常磐製菓株式会社
株式会社松柏館
株式会社松の森
食と農の会
食処くさの根株式会社
調法本舗 一歩道
株式会社津田商店
辻録工所
重屋田耕
株式会社袖 (つむぎ)
土湯伝統こけし職人 阿部国敏さん
農事組合法人朝駒酪農生産組合
株式会社ティ・リーフェ北上
株式会社ティエフエー
株式会社テクノアート
デジタルブックプリント株式会社
特定非営利法人テラ・ルネッサンス
株式会社田伝むし
株式会社東京菊池商會
東西しらかわ漁業協同組合
有限会社東部ダンポール工業
東邦技研
特定非営利法人東北開墾

酔仙酒造株式会社
水月堂物産株式会社
未広町商店街振興組合、宮古街なか商人グループ
未廣酒造株式会社
有限会社菅原工業
株式会社鈴木栄
鈴木商店
鈴木商店
東北大学
東北大学 / 筑波大学 / 仙台市
東北ハイテクターン工業株式会社
刀剣文化研究会 解粉塾 信夫会
トニーチ株式会社
とこの屋 要
NPO 法人遠野山・里・暮らしネットワーク
有限会社常葉製作所
有限会社権企画 (とちきかく)
株式会社飛梅
有限会社とまとランドいわき
特定非営利活動法人富岡町 3.11 を語る会
富岡ホテル株式会社
一般社団法人とみおかワイントメヌ
一般社団法人とみおかワイントメヌ
ともたち・カワン・コミュニティ
体験交流の会 (あすびと福島)
株式会社友心
株式会社フクシマフロンティア・ヒグチ
ドライブ in シアターふくしま実行委員会
ふくしまワイン広域連携協議会
有限会社永井のくわ
株式会社永沢工場
株式会社ナカショク
株式会社長門扉本店
有限会社長久保食品
協同組合なかぬまショッピングパーク
株式会社長根商店
株式会社仲見世
一般社団法人長洞元気村
なないるのとひら診療所
株式会社オノアールース
なみスファーム
南部屋産業株式会社
有限会社肉の秋元本店
株式会社二幸
株式会社にしき食品
株式会社西自動車商会
日宝物産株式会社
にほん海洋牧場株式会社
日本けん玉協会 福島県支部
二本松霞ヶ城四季花プロジェクト
二本松商工会議所にほんまつ観光協会 (いわきワイナリー)
合同会社ねがな
ネットアンドプリント株式会社
野沢民芸品製作企業組合
野村海産株式会社
有限会社梅花堂
パウムラホ樹業里
株式会社箱根山テラス
橋本仏具彫刻店
長谷川海苔店
株式会社八幡平 DMO
株式会社八葉水産
株式会社はなぶさ
株式会社ハニース
花春酒造株式会社
花巻温泉株式会社
「ハビルスまんが道場 Web 作品展示発表会」
作成実行委員会
合同会社はまから
隆幸水産株式会社
『浜通り、2000-03、福島』出版プロジェクト
農事組合法人浜通り農産物供給センター
株式会社浜千鳥
一般社団法人はまのね
有限会社浜辺の料理宿 宝来館
株式会社ハム工房都路
浜風きらら株式会社
有限会社武田の笹かまぼこ
有限会社竹屋製菓
伊達印西派弓術研究会
田所食品株式会社
株式会社田村市常葉振興公社
田中家具
田野畑村、NPO法人体験村・たのはたネットワーク
農事組合法人玉浦南部生産組合
五屋菓子店
株式会社田村市常葉振興公社
タムラ電子株式会社 食品事業部スモークハウス
タムラ電子株式会社
株式会社自由屋
株式会社田村市常葉農場グループ
タヤマスタジオ株式会社
株式会社たろう観光ホテル
有限会社タンコ
株式会社千田精密工業
千葉製菓
有限会社千葉製菓業
チーム鳴子温泉郷
チャリカフェ (内金崎自転車商会)
株式会社ちゃんぞ菰乃井
株式会社中華高橋水産
調法本舗 一歩道
株式会社津田商店
辻録工所
重屋田耕
株式会社袖 (つむぎ)
土湯伝統こけし職人 阿部国敏さん
農事組合法人朝駒酪農生産組合
株式会社ティ・リーフェ北上
株式会社ティエフエー
株式会社テクノアート
デジタルブックプリント株式会社
特定非営利法人テラ・ルネッサンス
株式会社田伝むし
株式会社東京菊池商會
東西しらかわ漁業協同組合
有限会社東部ダンポール工業
東邦技研
特定非営利法人東北開墾

東北協同乳業株式会社
有限会社東北工芸製作所
一般社団法人東北障がい者 (児) フットボール協会
株式会社岳ホールディングス
東北精工株式会社
東北精密工業株式会社
有限会社東北大成
東北大学
東北大学 / 筑波大学 / 仙台市
東北ハイテクターン工業株式会社
刀剣文化研究会 解粉塾 信夫会
トニーチ株式会社
とこの屋 要
NPO 法人遠野山・里・暮らしネットワーク
有限会社常葉製作所
有限会社権企画 (とちきかく)
株式会社飛梅
有限会社とまとランドいわき
特定非営利活動法人富岡町 3.11 を語る会
富岡ホテル株式会社
一般社団法人とみおかワイントメヌ
一般社団法人とみおかワイントメヌ
ともたち・カワン・コミュニティ
体験交流の会 (あすびと福島)
株式会社友心
株式会社フクシマフロンティア・ヒグチ
ドライブ in シアターふくしま実行委員会
ふくしまワイン広域連携協議会
有限会社永井のくわ
株式会社永沢工場
株式会社ナカショク
株式会社長門扉本店
有限会社長久保食品
協同組合なかぬまショッピングパーク
株式会社長根商店
株式会社仲見世
一般社団法人長洞元気村
なないるのとひら診療所
株式会社オノアールース
なみスファーム
南部屋産業株式会社
有限会社肉の秋元本店
株式会社二幸
株式会社にしき食品
株式会社西自動車商会
日宝物産株式会社
にほん海洋牧場株式会社
日本けん玉協会 福島県支部
二本松霞ヶ城四季花プロジェクト
二本松商工会議所にほんまつ観光協会 (いわきワイナリー)
合同会社ねがな
ネットアンドプリント株式会社
野沢民芸品製作企業組合
野村海産株式会社
有限会社梅花堂
パウムラホ樹業里
株式会社箱根山テラス
橋本仏具彫刻店
長谷川海苔店
株式会社八幡平 DMO
株式会社八葉水産
株式会社はなぶさ
株式会社ハニース
花春酒造株式会社
花巻温泉株式会社
「ハビルスまんが道場 Web 作品展示発表会」
作成実行委員会
合同会社はまから
隆幸水産株式会社
『浜通り、2000-03、福島』出版プロジェクト
農事組合法人浜通り農産物供給センター
株式会社浜千鳥
一般社団法人はまのね
有限会社浜辺の料理宿 宝来館
株式会社ハム工房都路
浜風きらら株式会社
有限会社武田の笹かまぼこ
有限会社竹屋製菓
伊達印西派弓術研究会
田所食品株式会社
株式会社田村市常葉振興公社
田中家具
田野畑村、NPO法人体験村・たのはたネットワーク
農事組合法人玉浦南部生産組合
五屋菓子店
株式会社田村市常葉振興公社
タムラ電子株式会社 食品事業部スモークハウス
タムラ電子株式会社
株式会社自由屋
株式会社田村市常葉農場グループ
タヤマスタジオ株式会社
株式会社たろう観光ホテル
有限会社タンコ
株式会社千田精密工業
千葉製菓
有限会社千葉製菓業
チーム鳴子温泉郷
チャリカフェ (内金崎自転車商会)
株式会社ちゃんぞ菰乃井
株式会社中華高橋水産
調法本舗 一歩道
株式会社津田商店
辻録工所
重屋田耕
株式会社袖 (つむぎ)
土湯伝統こけし職人 阿部国敏さん
農事組合法人朝駒酪農生産組合
株式会社ティ・リーフェ北上
株式会社ティエフエー
株式会社テクノアート
デジタルブックプリント株式会社
特定非営利法人テラ・ルネッサンス
株式会社田伝むし
株式会社東京菊池商會
東西しらかわ漁業協同組合
有限会社東部ダンポール工業
東邦技研
特定非営利法人東北開墾

フードバック株式会社
フェニックスエレメント
株式会社フカコラ美人
株式会社深谷農産
株式会社布施商店
舞台アグリノバーション株式会社
株式会社舞台ファーム
株式会社フクイン
株式会社富久栄商店
株式会社福島ガイナックス
株式会社福島カラー印刷株式会社
福島県ファッション協同組合
福島県鉄工機械工業協同組合
福島県南相馬市
福島市観光コンベンション協会
福島市観光コンベンション推進室
有限会社権企画 (とちきかく)
株式会社飛梅
ふくしま農家の夢ワイン株式会社
南相馬市
NPO 法人みなとまちセラミカ工房
一般社団法人南三陸町観光協会
南三陸ハマーレ歌津
有限会社福島路ビール
ふくしま農家の夢ワイン株式会社
南相馬市
NPO 法人ふくしま
バリアフリーツアーセンター
フクシマ・ハウス「マクロビアン」
一般財団法人ふくしま百年基金
一般社団法人福島ブラスター
一般社団法人福島復興ソラー・アグリ
体験交流の会 (あすびと福島)
ふくしまフードフェス実行委員会
株式会社フクシマフロンティア・ヒグチ
福島ユニテッドFC
ふくしまワイン広域連携協議会
福島県酒造株式会社
ふくふく市実行委員会
藤田商店
株式会社フジミツ岩舟
フジモールド工業株式会社
藤野醸造株式会社
株式会社みらい造船
一般社団法人未来の準備室
民宿 かみの家
株式会社向瀬旅館
株式会社フタバライフサポート
株式会社プラシース
フラワースタジオ ミヨコ
フラワードレス
株式会社ブランドンしずみ
古川屋
一般社団法人ふるさとと心を守る友の会
フルハウスプロジェクト
古山果樹園
株式会社西自動車商会
日宝物産株式会社
にほん海洋牧場株式会社
日本けん玉協会 福島県支部
二本松霞ヶ城四季花プロジェクト
二本松商工会議所にほんまつ観光協会 (いわきワイナリー)
合同会社ねがな
ネットアンドプリント株式会社
野沢民芸品製作企業組合
野村海産株式会社
有限会社梅花堂
パウムラホ樹業里
株式会社箱根山テラス
橋本仏具彫刻店
長谷川海苔店
株式会社八幡平 DMO
株式会社八葉水産
株式会社はなぶさ
株式会社ハニース
花春酒造株式会社
花巻温泉株式会社
「ハビルスまんが道場 Web 作品展示発表会」
作成実行委員会
合同会社はまから
隆幸水産株式会社
『浜通り、2000-03、福島』出版プロジェクト
農事組合法人浜通り農産物供給センター
株式会社浜千鳥
一般社団法人はまのね
有限会社浜辺の料理宿 宝来館
株式会社ハム工房都路
浜風きらら株式会社
有限会社武田の笹かまぼこ
有限会社竹屋製菓
伊達印西派弓術研究会
田所食品株式会社
株式会社田村市常葉振興公社
田中家具
田野畑村、NPO法人体験村・たのはたネットワーク
農事組合法人玉浦南部生産組合
五屋菓子店
株式会社田村市常葉振興公社
タムラ電子株式会社 食品事業部スモークハウス
タムラ電子株式会社
株式会社自由屋
株式会社田村市常葉農場グループ
タヤマスタジオ株式会社
株式会社たろう観光ホテル
有限会社タンコ
株式会社千田精密工業
千葉製菓
有限会社千葉製菓業
チーム鳴子温泉郷
チャリカフェ (内金崎自転車商会)
株式会社ちゃんぞ菰乃井
株式会社中華高橋水産
調法本舗 一歩道
株式会社津田商店
辻録工所
重屋田耕
株式会社袖 (つむぎ)
土湯伝統こけし職人 阿部国敏さん
農事組合法人朝駒酪農生産組合
株式会社ティ・リーフェ北上
株式会社ティエフエー
株式会社テクノアート
デジタルブックプリント株式会社
特定非営利法人テラ・ルネッサンス
株式会社田伝むし
株式会社東京菊池商會
東西しらかわ漁業協同組合
有限会社東部ダンポール工業
東邦技研
特定非営利法人東北開墾

株式会社丸和
まながめし喫茶 ひよこ堂
有限会社満福農園
ミートよねくら
みつら家具株式会社 東松島市
三浦商店
株式会社水沢米集
株式会社みちのく伊達政宗史館
株式会社みちのく印刷株式会社
ミツワフーズ株式会社
淡水産株式会社
株式会社ミナト水産
NPO 法人みなとまちセラミカ工房
一般社団法人南三陸町観光協会
南三陸ハマーレ歌津
有限会社福島路ビール
ふくしま農家の夢ワイン株式会社
南相馬市
NPO 法人ふくしま
バリアフリーツアーセンター
フクシマ・ハウス「マクロビアン」
一般財団法人ふくしま百年基金
一般社団法人福島ブラスター
一般社団法人福島復興ソラー・アグリ
体験交流の会 (あすびと福島)
ふくしまフードフェス実行委員会
株式会社フクシマフロンティア・ヒグチ
福島ユニテッドFC
ふくしまワイン広域連携協議会
福島県酒造株式会社
ふくふく市実行委員会
藤田商店
株式会社フジミツ岩舟
フジモールド工業株式会社
藤野醸造株式会社
株式会社みらい造船
一般社団法人未来の準備室
民宿 かみの家
株式会社向瀬旅館
株式会社フタバライフサポート
株式会社プラシース
フラワースタジオ ミヨコ
フラワードレス
株式会社ブランドンしずみ
古川屋
一般社団法人ふるさとと心を守る友の会
フルハウスプロジェクト
古山果樹園
株式会社西自動車商会
日宝物産株式会社
にほん海洋牧場株式会社
日本けん玉協会 福島県支部
二本松霞ヶ城四季花プロジェクト
二本松商工会議所にほんまつ観光協会 (いわきワイナリー)
合同会社ねがな
ネットアンドプリント株式会社
野沢民芸品製作企業組合
野村海産株式会社
有限会社梅花堂
パウムラホ樹業里
株式会社箱根山テラス
橋本仏具彫刻店
長谷川海苔店
株式会社八幡平 DMO
株式会社八葉水産
株式会社はなぶさ
株式会社ハニース
花春酒造株式会社
花巻温泉株式会社
「ハビルスまんが道場 Web 作品展示発表会」
作成実行委員会
合同会社はまから
隆幸水産株式会社
『浜通り、2000-03、福島』出版プロジェクト
農事組合法人浜通り農産物供給センター
株式会社浜千鳥
一般社団法人はまのね
有限会社浜辺の料理宿 宝来館
株式会社ハム工房都路
浜風きらら株式会社
有限会社武田の笹かまぼこ
有限会社竹屋製菓
伊達印西派弓術研究会
田所食品株式会社
株式会社田村市常葉振興公社
田中家具
田野畑村、NPO法人体験村・たのはたネットワーク
農事組合法人玉浦南部生産組合
五屋菓子店
株式会社田村市常葉振興公社
タムラ電子株式会社 食品事業部スモークハウス
タムラ電子株式会社
株式会社自由屋
株式会社田村市常葉農場グループ
タヤマスタジオ株式会社
株式会社たろう観光ホテル
有限会社タンコ
株式会社千田精密工業
千葉製菓
有限会社千葉製菓業
チーム鳴子温泉郷
チャリカフェ (内金崎自転車商会)
株式会社ちゃんぞ菰乃井
株式会社中華高橋水産
調法本舗 一歩道
株式会社津田商店
辻録工所
重屋田耕
株式会社袖 (つむぎ)
土湯伝統こけし職人 阿部国敏さん
農事組合法人朝駒酪農生産組合
株式会社ティ・リーフェ北上
株式会社ティエフエー
株式会社テクノアート
デジタルブックプリント株式会社
特定非営利法人テラ・ルネッサンス
株式会社田伝むし
株式会社東京菊池商會
東西しらかわ漁業協同組合
有限会社東部ダンポール工業
東邦技研
特定非営利法人東北開墾

2021年度以降の産業復興支援

2020年6月に復興庁設置法が一部改正され、復興庁の設置期間が10年間延長することが決まりました。2021年度から2025年度までの5年間は「第2期復興・創生期間」として、残された事業に全力を挙げて取り組むことにより、復興事業が役割を全うすることを目指しています。

この中で、政策調査官が関わる産業・なりわいの再生分野については、特に課題が集中する岩手県、宮城県の沿岸部と福島県（全域）への支援を厚くするとともに、今まで以上に民間ならではの知見やノウハウを活かし、被災地や被災地事業者に寄り添いながら、地域の実情に合わせた支援を実施していくこととなります。

地域振興マッチング「結の場」

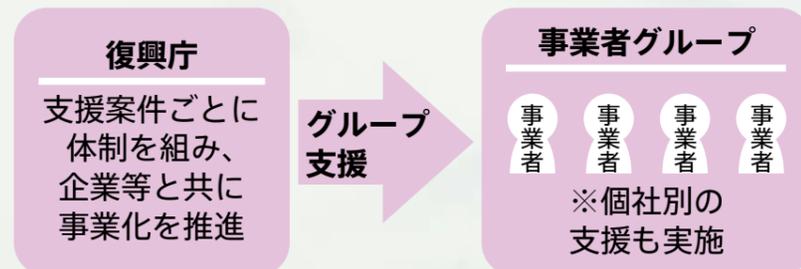
2020年度より、現場に近い各復興局主導で実施。2021年度からは岩手復興局が釜石市に、宮城復興局が石巻市に移転、福島県でも沿岸部の「イノベーションコースト構想」や「国際研究拠点の設置」なども見据えて、岩手県、宮城県は各地の沿岸部を中心とする事業者、福島県は沿岸部を含む県全域の事業者を広く支援します。

支援提案企業もより専門的で、次のビジネスにつながるような観点での支援を目指します。

2021年度 新ハンズオン支援事業（グループ支援・個社支援）

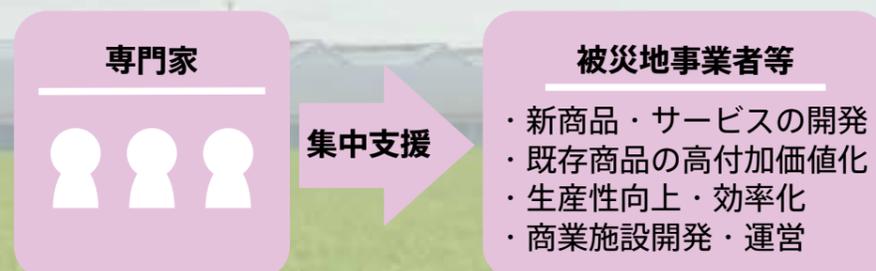
グループ支援

被災地で経営課題の解決に取り組む事業者グループに対して復興庁職員（民間等からの出向者）がハンズオン支援を実施します。2020年度の「被災地域企業新事業ハンズオン支援事業」を引き継ぐ事業です。



個社支援

2020年度の「専門家派遣集中支援事業」を引き継ぐ事業として実施。被災地で新たな事業を立ち上げる企業等へ専門家を派遣し集中支援を実施します。



問い合わせ先

復興庁企業連携推進室

参事官補佐 澤田 健児
政策調査官 櫻田 翔平
政策調査官 佐藤 威
政策調査官 高野 晶子
政策調査官 林 謙介

TEL : 03-6328-0267

E-MAIL : kigyo-rs@cas.go.jp

作成 2021年 3月



復興庁企業連携推進室
イメージキャラクター 結ちゃん