

平成27年9月18日  
復興庁

「結の場」から生まれた被災地域企業の新たな取り組み  
～被災地域企業を支援する49のプロジェクトがスタート～

大手企業等が、技術、情報、販路など、自らの経営資源を幅広く提供し、被災地域企業が今まで気付かなかった新分野への進出、販路拡大等の新しい取り組みが平成26年度の「地域復興マッチング『結の場』」をきっかけにスタートしました。

【平成26年12月 結の場 in 南相馬市の事例】

南相馬市で業務用厨房機器の製造販売および各種金属鋼材の加工を営むコワタコーポレーションが結の場に参加し、公共施設の遊具事業を手掛ける企業コトブキ社との出会いにより、今まで気付かなかった遊具設備すべり台への技術活用で新分野への取り組みがスタート。



遊具ステンレススライダー  
部品寸法確認の様様

【平成27年2月 結の場 in 多賀城市の事例】

多賀城市の特産である古代米(紫黒米)専門のレストランを営む椽企画が結の場に参加し、システムインテグレーション・サービスを提供する企業富士通ソーシアルサイエンスラボラトリ社との出会いにより、ICTを活用した新たなPR手法を取り入れ、レストランへの集客のみならず、多賀城市の観光活性化へも広げる取り組みがスタート。



スマートフォンやタブレット端末からARアプリ「カーザス」を起動し、グリーンゲイブルのロゴにかざすとメニューや多賀城市の観光情報が画面に表示されます。

復興庁では、引き続き「結の場」等を通じて、被災地域内外での幅広い官民の連携により、民間の活力を活かして、産業の復興を加速する取り組みを進めてまいります。

(添付資料)

別紙1 主なマッチングプロジェクトの概要

参考資料1 マッチングプロジェクト一覧

参考資料2 地域復興マッチング「結の場」の概要

【本件に関するお問い合わせ先】

復興庁 企業連携推進室	中橋、皆藤、岩見、西野	TEL : 03-5545-7253
岩手復興局	和田、河村、今、吉川	TEL : 019-654-6607
宮城復興局	成田、佐々木、秋藤	TEL : 022-266-2251
福島復興局	佐藤、木村	TEL : 024-522-8519

**南相馬市①**

被災地域企業

支援提案企業

【 コワタコーポレーション × コトブキ 】  
屋外公共空間製品の製造販売支援プロジェクト

**異分野への進出・販路開拓を支援**

【被災地域企業が抱えていた課題】

- ・震災により売上高4割減、従業員半減。
- ・震災以前の売り上げ・生産量の確保及び経営基盤の底上げを図る為、従来の業務用厨房機器の製造販売に加え、これまでに手掛けていない領域への挑戦が必要であった。

【支援企業が提案した解決策】

公共施設の遊具事業を手掛けるコトブキ社が、コワタ社が持つ新溶接技術（ファイバーレーザー溶接）等の高度技術に着目。溶接後の磨きの作業工程を必要としない強みを活かし、自社の事業領域である屋外公共空間市場への進出を提案。

【プロジェクト内容】

- ・遊具ステンレスライダー部品（滑る部分）の製造委託 平成27年9月頃を予定



部品寸法確認の様様



遊具ステンレスライダー

【(有)コワタコーポレーション 概要】

- 設立：昭和56年
- 社員数：23名
- 業務内容：厨房機器及び各種金属鋼材の加工

**南相馬市②**

被災地域企業

支援提案企業

【 商工組織会員企業 × 積水化学工業 】  
QCサークル立ち上げ支援プロジェクト

QCサークル=同じ職場内で品質管理活動を自発的に小グループで行う活動

**製造業における意識改革及び人材育成を支援**

【被災地域企業が抱えていた課題】

- ・震災後事業再開しても全従業員が戻らない。新規採用の募集をしても、人材が集まらない。
- ・事業継続、技術伝承のため、若手社員の意識改革や技術力向上等の人材育成が急務。

【支援企業が提案した解決策】

積水化学工業株の「クレーム、事故・不良、廃棄物のゼロ」を追求する品質管理手法や、社員一人ひとりの高いコスト意識によって実現している生産効率の向上等、「製造現場で活躍できる人材育成」を目的として、東北セキスイハイムでの工場視察と講義を提案。

【プロジェクト内容】

- ・工場視察・講義の実施（→現場における品質管理の取組紹介・生産性向上手法の提供等）。
- ・QCサークル立ち上げ支援（品質管理体制確立）、購買ルート<sup>\*</sup>開拓。（<sup>\*</sup>希望企業と個別調整）
- ・1回目を平成27年4月に実施。好評につき、9月以降に2回目を実施すべく調整中。



住宅性能の説明を受ける参加者



住宅ユニット製造ライン

【対象とする被災地域企業】

- 原町商工会議所 会員企業
- 鹿島商工会 会員企業
- 小高商工会 会員企業

# マッチングが成立した主なプロジェクトの概要②（宮城県）

## 多賀城市①

被災地域企業

支援提案企業

【<sup>とち</sup>橡企画 × 富士通ソーシャルサイエンスラボラトリ】  
\*AR情報インフラサービスによる宣伝・集客支援プロジェクト  
観光活性化策による認知度の向上を支援

### 【被災地域企業が抱えていた課題】

Webサイトだけでは、商品やレストランの売上に結びつく宣伝になっていない。また、PRを通じて多賀城市の観光活性化につなげたい。新たな情報発信による認知度向上が必要。

### 【支援企業が提案した解決策】

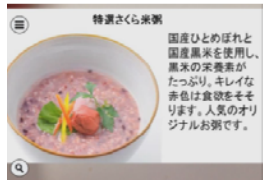
被災地企業のレストランは、豊かな自然環境の中にあることに注目。新たな情報発信による宣伝効果により集客を喚起し、認知度の向上を図ることを目的として支援企業のAR情報インフラサービスを提案。

### 【プロジェクト内容】

- ・レストラン利用者にAR技術で情報発信するサービスを平成28年3月末まで無償で提供する。
- ・レストランがテナントとして入っている東北歴史博物館、多賀城市の観光スポットの季節偏移をARで表現することでレストランのリピーター喚起、観光活性化を図る。



スマートフォンやタブレットでARアプリ「カーザス」を起動し、かざすだけで右記の画面が表示されます。



AR表示画面（さくら米粥）



AR表示画面（多賀城市）

### 【(有)橡企画】

- 設立：平成5年
- 従業員数：4名
- 業務内容：レストラン運営 古代米商品開発・販売

\*AR＝拡張現実：写真などをスマートフォンやタブレットの専用アプリを起動しかざすと、動画やスライドショーなどが見れます。

## 多賀城市②

被災地域企業

支援提案企業

【カトーマロニエ/松島屋海苔店/橡企画×総合警備保障】  
物産品購入支援プロジェクト

### 企業内販売による認知度向上と売上向上を支援

### 【被災地域企業が抱えていた課題】

- ・カトーマロニエは、「生どら」など自社の強み商品の販路開拓が急務。
- ・松島屋海苔店は、原材料が高騰等、様々な点で利益を圧迫している状況で売上向上が課題。
- ・橡企画は、古代米商品に対する認知度が低く、情報発信による認知度向上が必要。

### 【支援企業が提案した解決策】

総合警備保障グループへの商品紹介と、社員向けに認知度向上と売上向上を目的とした復興販売キャンペーンの開催を提案。

### 【プロジェクト内容】

従業員がPC立ち上げ時に表示される社内掲示板のトップ画面に特別価格のちらしを表示し、グループ全体へ購買を呼びかけ、希望者による商品購入を行う。平成27年7月開始。



ちらし作成に向けた取材の様様

商品名	商品説明	ネット価格	価格 (円/箱)
1. 【カトーマロニエ】 生どら ・生どら生地で、くさね餅入のセット ・生どら生地で、くさね餅入のセット ・生どら生地で、くさね餅入のセット ・生どら生地で、くさね餅入のセット ・生どら生地で、くさね餅入のセット	・生どら生地で、くさね餅入のセット ・生どら生地で、くさね餅入のセット ・生どら生地で、くさね餅入のセット ・生どら生地で、くさね餅入のセット ・生どら生地で、くさね餅入のセット	3,000円 1箱(10個)	3,000円 1箱(10個)
2. 【松島屋】 海苔 ・海苔の産地直産品 ・海苔の産地直産品 ・海苔の産地直産品 ・海苔の産地直産品 ・海苔の産地直産品	・海苔の産地直産品 ・海苔の産地直産品 ・海苔の産地直産品 ・海苔の産地直産品 ・海苔の産地直産品	3,000円 1箱(10個)	3,000円 1箱(10個)
3. 【橡企画】 古代米 ・古代米の産地直産品 ・古代米の産地直産品 ・古代米の産地直産品 ・古代米の産地直産品 ・古代米の産地直産品	・古代米の産地直産品 ・古代米の産地直産品 ・古代米の産地直産品 ・古代米の産地直産品 ・古代米の産地直産品	3,000円 1箱(10個)	3,000円 1箱(10個)

社内周知用チラシ

### 【(株)カトーマロニエ 概要】

- 設立：昭和24年
- 従業員数：51名
- 業務内容：菓子・パン製造販売

### 【(有)松島屋海苔店 概要】

- 設立：平成7年
- 従業員数：5名
- 業務内容：海苔の加工・販売卸

### 【(有)橡企画 概要】

- 多賀城市①事例に掲載

# マッチングが成立した主なプロジェクトの概要③（岩手県）

## 大船渡市①

被災地域企業

支援提案企業

### 【鎌田水産/酔仙酒造×スリーエムジャパン】 販路拡大・商品認知度向上支援プロジェクト

復興イベントを開催し、販路拡大、商品認知度向上を支援

#### 【被災地域企業が抱えていた課題】

鎌田水産：震災により減少した販路開拓が急務。自社を含めた被災地域商品の良さを被災地の現状とともに幅広く県外へPRすることが課題。

酔仙酒造：震災で本社・工場が流出、既存顧客を失い低調した売上の回復が課題。また、近年日本酒離れが進む中、自社商品のみならず日本酒そのものの良さをPRが必要。

#### 【支援企業が提案した解決策】

職員を市役所に派遣する等、密接な関係にある大船渡市への支援に注力していた中、自社商品に限らない被災地域商品や被災地域全体の復興に目を向けてPRしたいという考え方に共感。被災地域の現状理解を進める復興イベントの開催を提案。

#### 【プロジェクト内容】

7月に支援企業社員向け復興イベントを開催。岩手県産品販売会（売上60万円）、被災地域商品を活用した「利き酒コンテスト」等を行い、社員への復興の現状理解・販路拡大・商品認知度向上を行った。支援企業内での被災地域の現状の共有、支援に向けた施策を継続する。



展示即売会の模様



利き酒コンテストの模様

#### 【鎌田水産(株) 概要】

- 設立：昭和61年
- 社員数：140名
- 業務内容：鮮魚出荷販売  
水産物の冷凍冷蔵  
／販売 等

#### 【酔仙酒造(株) 概要】

- 設立：昭和19年
- 社員数：34名
- 業務内容：日本酒製造販売  
焼酎製造販売

## 大船渡市②

被災地域企業

### 【森下水産/鎌田水産/野村海産/石村工業 × 大日本印刷/龍澤学館】

支援提案企業

#### デジタルサイネージを活用したPR支援プロジェクト

異なる分野の支援企業が共同で商品認知度・ブランド力向上を支援

#### 【被災地域企業が抱えていた課題】

震災により販路が減少し、多様な手法で自社ブランドや商品をPRして販路拡大に繋がりたいが、PR手法（コンテンツ制作、メディア活用策）が不足。

#### 【支援企業が提案した解決策】

大日本印刷：自社で運営するデジタルサイネージを活用し、ブランド力向上・商品PRの支援を提案。

龍澤学館：デザインを専攻する岩手県の学生が制作する映像コンテンツを活用し、販路拡大のために商品価値、PR効果を高める支援を提案。

個別提案していたハードが強みの企業とソフトが強みの企業が「結の場」を契機にコラボレーションし、「強み×強み」を活かしたデジタルサイネージでの支援を提案。被災地域企業への効果的なPRを図る。

#### 【プロジェクト内容】

- ・JR仙台駅の駅ナカサイネージで配信するコンテンツを制作し、配信する。
- ・大日本印刷と龍澤学館が共同で、販路拡大のためのPR支援を行う。



会議の模様



駅ナカサイネージの模様

#### 【森下水産(株) 概要】

- 設立：昭和57年
- 社員数：120名
- 業務内容：水産加工品製造 等

#### 【野村海産(株) 概要】

- 設立：平成18年
- 社員数：4名
- 業務内容：水産加工品製造販売 等

#### 【鎌田水産(株) 概要】

- 設立：昭和61年
- 社員数：140名
- 業務内容：鮮魚出荷販売 等

#### 【石村工業(株) 概要】

- 設立：昭和34年
- 社員数：25名
- 業務内容：木質燃料トープの製造・販売 等

# マッチングが成立した主なプロジェクトの概要④（宮城県）

## 気仙沼市①

被災地域企業

支援提案企業

【FishMarket38有限責任事業組合×大日本印刷】  
「結の場」復興応援社食ランチメニュープロジェクト

付加価値の高い製品の販路開拓を支援

【被災地域企業が抱えていた課題】

震災で販路を失った地元・唐桑半島の個人漁師達の生業再生のため、平成26年5月陸上いけす施設「アルフルザ」をオープン。現在の課題は、地元個人漁師の生業を支えながら、事業性（自立経営）と社会性（地域貢献）を両立することで、付加価値の高い加工製品の販路確保・拡大が急務。

【支援企業が提案した解決策】

DNPグループ社員食堂において、天然の三陸産食材である旬の真穴子を使用したメニューの導入を提案。同組合の企業理念やその事業の社会的意義の浸透のきっかけとする。

【プロジェクト内容】

DNPグループ仙台工場において復興支援特別メニューとして、三陸あなごちらし限定40食を販売。仙台工場に続き、本社食堂でも三陸食材を用いた特別メニュー販売を検討中。



三陸あなごちらし



当日の社員食堂の様相（仙台市）



【FishMarket38  
有限責任事業組合 概要】

- 設立：平成26年1月
- 組合員・従業員：5名
- 業務内容：  
鮮魚・活魚の販売  
加工食品製造・販売

## 気仙沼市②

被災地域企業

支援提案企業

【小野万 × パナソニック】  
食品関連業に精通したコンサルタント派遣による  
課題解決支援プロジェクト

企業体質強化によるブランド力向上を支援

【被災地域企業が抱えていた課題】

震災後半年で工場を稼働させたものの、従業員を募集しても震災前の7割程度しか集まらないのが現状。人が集まらないのであれば、いかに今いるメンバーで生産効率をあげ、なおかつ社員の満足度を高めた「人が辞めない企業」を目指していくかが重要になると考え、生産ラインの効率化や社内コミュニケーション等内部環境構築が課題となっている。

【支援企業が提案した解決策】

内部環境改善のため、水産加工系企業の経験のあるコンサルタントを派遣し、企業体質強化によるブランド価値向上と販売収益の拡大の支援を提案し企業課題解決を図る。

【プロジェクト内容】

ディスカッションや工場視察を通して企業課題を把握した上で、9月から12月の間に「職場リーダー研修」、「一般社員研修」、「クレーム対応研修」各テーマについて各2回開催予定。



ディスカッションの様相



工場視察の様相

【(株)小野万 概要】

- 設立：昭和39年8月
- 従業員数：70名
- 業務内容：水産加工業

# マッチングプロジェクト一覧

参考資料1

## 【ワークショップ参加企業一覧】（※企業名はワークショップ開催時点）

### ①福島県南相馬市（平成26年12月9日）

#### 被災地域企業

1 アズビル金門原町(株)	2 (資)江井製造所	3 (有)協栄精機	4 (有)コワタコーポレーション
5 (有)サンコーエンジニア	6 東北精工(株)	7 (有)東北大成	8 (株)原町エンジニアリング

#### 支援企業

1 (株)IHI	2 SCSK(株)	3 王子コンテナ(株)	4 (株)コトブキ
5 積水化学工業(株)	6 テルモ(株)	7 (株)電通東日本	8 (株)東邦銀行
9 TOTO(株)	10 日本郵便(株)	11 (株)乃村工藝社	12 パナソニック(株)
13 東日本電信電話(株)	14 東日本旅客鉄道(株)	15 日立アプライアンス(株)	16 (株)日立産機システム
17 (株)日立製作所	18 (株)福島銀行	19 福島交通(株)	20 富士ゼロックス(株)
21 (株)富士通マーケティング	22 三井住友海上火災保険(株)	23 (株)ミットヨ	24 (株)LIXIL
25 イノベーション東北	26 (一財)東京顕微鏡院	27 東北大学	28 福島大学

### ②宮城県多賀城市（平成27年1月22日）

#### 被災地域企業

1 (株)カトーマロニエ	2 (有)カネキチ阿部源食品	3 (株)カネシゲ高嶋商店	4 (有)椽企画
5 北海食品工業(有)	6 (株)松島蒲鉾本舗	7 (有)松島屋海苔店	

#### 支援企業

1 インフォコム(株)	2 (株)NTTドコモ	3 王子コンテナ(株)	4 キリン(株)
5 KDDI(株)	6 積水ハウス(株)	7 総合警備保障(株)	8 損保ジャパン日本興亜ホールディングス(株)
9 大日本印刷(株)	10 (株)丹青社	11 テルウェル東日本(株)	12 東京海上日動火災保険(株)
13 日本電気(株)	14 日本郵便(株)	15 (株)乃村工藝社	16 パナソニック(株)
17 東日本電信電話(株)	18 (株)日立ソリューションズ東日本	19 富士ゼロックス(株)	20 富士通(株)
21 (株)富士通ソーシャルサイエンスラボラトリー	22 三井住友海上火災保険(株)	23 (株)名鉄百貨店	24 (株)名鉄レストラン
25 森永乳業(株)	26 (株)LIXILグループ	27 イノベーション東北	28 (公社)ソーシャル・サイエンス・ラボ
29 (一財)東京顕微鏡院			

### ③岩手県大船渡市（平成27年2月5日）

#### 被災地域企業

1 石村工業(株)	2 (株)浦嶋商店	3 鎌田水産(株)	4 (株)熊谷鉄工所
5 さいとう製菓(株)	6 衆栄商事(株)	7 酔仙酒造(株)	8 野村海産(株)
9 森下水産(株)			

#### 支援企業

1 SCSK(株)	2 (株)NTTドコモ	3 王子コンテナ(株)	4 広友ホールディングス(株)
5 (株)コトブキ	6 スリーエムジャパン(株)	7 積水化学工業(株)	8 総合警備保障(株)
9 ダイドードリンコ(株)	10 大日本印刷(株)	11 テルウェル東日本(株)	12 東芝ビジネスアンドライフサービス(株)
13 (株)東北博報堂	14 西日本旅客鉄道(株)	15 日本郵便(株)	16 (株)乃村工藝社
17 (株)パナソ	18 パナソニック(株)	19 東日本電信電話(株)	20 富士ゼロックス(株)
21 富士通マーケティング(株)	22 三井住友海上火災保険(株)	23 森永乳業(株)	24 (株)LIXILグループ
25 (一財)東京顕微鏡院	26 (学)龍澤学館		

### ④宮城県気仙沼市（平成27年2月13日）

#### 被災地域企業

1 (株)阿部長商店	2 (株)石渡商店	3 (株)小野万	4 カナエフーズ(株)
5 (株)カネマ	6 (株)八葉水産	7 FishMarket38 <sup>®</sup> 有限責任事業組合	8 (株)フジミツ岩商
9 (株)マルヤマカ高順商店			

#### 支援企業

1 インフォコム(株)	2 SCSK(株)	3 カルビー(株)	4 キリン(株)
5 KDDI(株)	6 広友ホールディングス(株)	7 住友化学(株)	8 (株)積水化成製品東北
9 総合警備保障(株)	10 大日本印刷(株)	11 (株)丹青社	12 テルウェル東日本(株)
13 東京海上日動火災保険(株)	14 日本たばこ産業(株)	15 日本電気(株)	16 (株)乃村工藝社
17 (株)博報堂	18 パナソニック(株)	19 東日本電信電話(株)	20 (株)日立製作所
21 富士ゼロックス(株)	22 (株)富士通マーケティング	23 森永乳業(株)	24 (株)LIXILグループ
25 イノベーション東北	26 (一財)東京顕微鏡院		

## 【福島県南相馬市】

### 新規ビジネス推進

No	プロジェクト	支援企業	被災地域企業	被災地域企業の課題	支援提案内容
1	屋外公共空間製品の製造販売支援	(株)コトフキ	(有)コワタコーポレーション	新溶接システム・高度な技術力を生かした異分野への進出による経営基盤の底上げ。	コワタ社が持つ新溶接技術（ファイバーレーザー溶接）等の高度技術に着目し、品質管理・コスト・出荷体制等が自社で求める外注先の水準に達していることを確認した上で、事業領域である屋外公共空間市場への進出を提案。
2	医療機器産業参入支援	テルモ(株)	(有)コワタコーポレーション (有)東北大成 (有)共栄精機 東北精工(株)	売上・取引先の減少を補い、成長へ転ずるため、医療分野への新規参入。	医療機器産業へ参入を検討している企業に対し、「医療機器産業の特性や最新動向」「参入に必要な法規制」等をテーマとした講習会を実施し、講習を通して、技術開発や医療機器産業への新規参入支援を提案。

### 販売チャネル開拓

No	プロジェクト	支援企業	被災地域企業	被災地域企業の課題	支援提案内容
3	南相馬企業への新製品製造委託	(株)LIXILグループ	(有)コワタコーポレーション	売上・生産量減少の状態を打開するため、既存事業以外の新たな販路開拓。	ステンレス加工品等、自社グループ製品の部品等の生産委託に向けた検討を実施し、業務用厨房機器を中心に展開するコワタ社の販路開拓を提案。
4	日本郵便ネットワーク活用支援	日本郵便(株)	全社	既存商材における日本全国への販路拡大。	全国24,000局の郵便局ネットワークを活用し、ふるさと納税の産品提供やカタログ販売の展開による販路開拓を提案。
5	取引先とのマッチング支援	(株)福島銀行	東北精工(株)	精密板金技術を活用した既存事業、新規事業の取引先の拡大。	被災地域企業のニーズに合致する自社の取引先金属加工会社を紹介し、事業マッチングを個別に行うことによる新たな販路開拓を提案。

### 営業・プロモーション支援

No	プロジェクト	支援企業	被災地域企業	被災地域企業の課題	支援提案内容
6	プロボノサポーターによる情報発信支援	イノベーション東北	(有)協栄精機 (有)東北大成	雇用創出に向けた、会社のイメージアップを図る為、社外への情報発信力の強化。	イノベーション東北登録プロボノサポーター（専門技術を持つ800名以上のボランティアサポーター）によりHP作成（デザイン、サイト構築）を行い、被災地企業の販路拡大を提案。

## 業務カイゼン・企業力向上

No	プロジェクト	支援企業	被災地域企業	被災地域企業の課題	支援提案内容
7	QCサークル立ち上げ支援	積水化学工業(株)	アズビル金門原町(株) 東北精工(株) (有)コワタコーポレーション (有)協栄精機	事業継続、技術伝承のため、若手社員の意識改革や技術力向上等の人材育成。	自社の品質管理手法や社員一人ひとりの高いコスト意識によって実現している生産効率の向上等、「製造現場で活躍できる人材育成」を目的として、東北セキスイハイムでの工場視察と講義を行い、製造業における意識改革や人材育成を提案。
8	仙台工場視察を通じた人材育成支援	王子コンテナ(株)	全社	震災後の人材流出に伴う人員の確保と製造現場にマッチした人材の育成。	津波で被災し、その後再開した自社仙台工場の視察を実施。再開後の利益確保手法や生産性向上手法の提供および人材育成の実践としての工場清掃の実態視察を通じ、被災地企業の人材育成による経営力向上を提案。
9	復興を起点とした持続的な発展セミナー・個別支援	三井住友海上火災保険(株)	全社	経営計画の見直し、新規採用、新たな販路開拓等を含めた経営課題の解決。	被災地域企業の現状に即した実務的なセミナー（経営計画・自社製品PRなど）・個別アドバイスを実施。被災地域企業の経営力向上・売上UP、販路拡大、人事労務管理力向上を提案。
10	電力コストの削減支援	(株)日立製作所	(有)コワタコーポレーション	コスト削減等による経営基盤の強化。	自家発電装置導入による電力料金削減効果の試算、南相馬企業の電源計画全体に対するコンサルテーションを提案。
11	個社コンサルティングによる経営力強化支援	パナソニック(株)	アズビル金門原町(株) (有)協栄精機	製造現場における工程改善・現場管理手法等の確立による経営力の強化。	パナソニックグループの専門家による南相馬企業個社毎へのヒアリングを実施。支援提案計画の策定等コンサルティングサービスを通じ、経営力強化を提案。
12	集合研修形式での経営力強化支援	パナソニック(株)	全社	製造現場における工程改善・現場管理手法等を確立を通じた経営力の強化。	工程改善、現場管理、課題解決、生産管理、品質管理、営業力向上、リーダーシップ向上等、集合研修形式での支援プログラム提供を通じ、経営力強化を提案。
13	「測定工具の使用手法およびメンテナンスの実技指導」講習の実施による品質管理強化支援	(株)ミットヨ	全社	既存技術の枠にとらわれない、先端機器を製作するために必要な技術・ノウハウの習得。	品質管理体制の強化を図り、不良低減や信頼性向上による受注活動の優位性向上に向けた取組を支援するため、測定工具（マイクロメーター、ノギス等）の使用手法およびメンテナンスの実技指導に関する講習の実施を提案。
14	社員面談サポートプログラム	東日本旅客鉄道(株)	(有)協栄精機 (株)原町エンジニアリング	組織改革による社内コミュニケーション、意思疎通、チームワークの強化。	事業拡大・社員数増加の中、経営幹部と一般社員間のコミュニケーション不足が課題となっているため、これまで行っていなかった定期面談をサポートし、人材育成面での経営力向上を提案。
15	3D CAD人材の育成支援	SCSK(株) 福島大学	全社	最先端のプログラミング技術と機械設計技術のスキルを持った人材の確保、育成。	現場に必要とされる人材として、3D CADの技術者を養成し、南相馬企業の生産性向上を図るため、3D CAD(SolidWorks)に関する講義とPC演習によるセミナーの実施を提案。
16	プロボノによる職場環境整備等支援	イノベーション東北	(有)協栄精機	最先端の省力化機器を扱える技術を習得し、実践できる人材の育成。	イノベーション東北登録プロボノサポーターによる、職場環境整備・人材育成に関するサポートを提案。



## 【宮城県多賀城市】

### 販売チャネル開拓

No	プロジェクト	支援企業	被災地域企業	被災地域企業の課題	支援提案内容
17	グループ会社運営施設における販売機会提供による支援	(株)乃村工藝社	(有)椽企画	販路拡大のためテスト販売等による首都圏での幅広い消費者ニーズの把握とパッケージデザインを含めた商品ブランド力の向上。	自社グループ会社等の施設の中には、テスト販売やテスト使用に相応しい施設があり、東京の花見スポットのひとつである大川(隅田川)端に位置する『東京都江戸東京博物館「桜茶寮」』で、花見の時期に桜をイメージしたお粥としてテスト販売することを提案。

### 営業・プロモーション支援

No	プロジェクト	支援企業	被災地域企業	被災地域企業の課題	支援提案内容
18	物産品購入支援	総合警備保障(株)	(株)カトーマロニエ (有)椽企画 (有)松島屋海苔店	カトーマロニエは、「生どら」など自社に強みのある商品の販路開拓が急務。松島屋海苔店では、原材料が高騰等、様々な点で利益を圧迫している状況で売上向上が課題。椽企画では、古代米商品に対する認知度が低く、情報発信による認知度向上が必要。	自社グループへの商品紹介と社員向けに、認知度向上と売上向上を目的とした復興販売キャンペーンの開催を提案。
19	SNS等を活用した情報発信支援	(株)NTTドコモ	(株)カトーマロニエ (株)カネシゲ高嶋商店 北海食品工業(有)	販路拡大につながる商品情報発信による認知度の向上。	SNS等を活用した情報発信方法について月1度程度被災地域企業を訪問し、勉強会の開催を提案。
20	「笑顔の架け橋 Rainbow」掲載支援	(株)NTTドコモ	(株)カトーマロニエ (有)椽企画 北海食品工業(有) (有)松島屋海苔店	販路拡大につながる商品情報発信による認知度の向上。	被災地域企業の認知度上昇、販路拡大につなげるため、被災地企業の商品に対する思い、復興から現在の状況に至るまでの取組みを取材し、支援企業のホームページを活用した情報発信を提案。
21	駅ナカサインージを活用した情報配信支援	大日本印刷(株)	(有)椽企画 (株)松島蒲鉾本舗	被災地域企業自体の認知度向上と商品の宣伝。	情報配信場所(JR仙台駅駅中サインージ「ゲーステーション」)を提供し、被災地域企業の「認知促進」「商品の宣伝」による販路拡大。放映企業の認知度向上と商品群の販売に向けての宣伝を提案。
22	自社WEBサイト等を活用した企業・商品のPR支援	(株)日立ソリューションズ 東日本	(株)カトーマロニエ (有)椽企画	震災を契機に既存の取引先との取引が減少する等、売上が減少。知名度の向上等による新たな販路の拡大。	被災地域企業の知名度の向上支援と課題解決を図るため、地域企業を自社のHPやFacebookページを通して紹介することを提案。
23	AR情報インフラサービス『カーザス』を活用した宣伝・集客喚起支援	(株)富士通ソーシャルサイエンスラボラトリ	(有)椽企画	Webサイトだけでは、商品やレストランの売上に結びつく宣伝になっていない。また、多様なPR活動により多賀城市の観光活性化につなげたい。新たな情報発信による認知度向上が必要。	被災地域企業のレストランは、豊かな自然環境の中にあることに注目。新たな情報発信による宣伝効果により集客を喚起し、認知度の向上を図ることを目的として自社のAR情報インフラサービスを提案。

## 【岩手県大船渡市】

### 新規ビジネス推進

No	プロジェクト	支援企業	被災地域企業	被災地域企業の課題	支援提案内容
24	新商品開発・販売支援	ダイドードリンコ(株)	鎌田水産(株)	新商品の開発による販路拡大のための開発ノウハウおよび自社商品の認知度向上。	被災地域企業で水揚げ、加工された水産物（さんま、ほたて等）の一部を活用した新たなスープを開発し、自社の運営する自動販売機で販売することを提案。

### 販売チャネル開拓

No	プロジェクト	支援企業	被災地域企業	被災地域企業の課題	支援提案内容
25	ワーキングウーマンによる三陸良品評価支援	(株)富士通マーケティング	酔仙酒造(株)	ブランド力強化による販路の拡大。	自社のワーキングウーマンが被災地域企業商品の試飲をすることで商品認知度の向上を図るとともに、アイデアを収集し被災地域企業の商品開発に繋げる取組みを提案。
26	三陸良品購入斡旋支援	(株)富士通マーケティング	鎌田水産(株) 野村海産(株) 衆栄商事(株) 石村工業(株) 酔仙酒造(株)	販路の拡大のため、多様な手法で幅広く自社・地元商品が展開できるブランディング手法の確立と効果的なPR。	社員向けの自社イントラサイト（国内社員約5万人が閲覧可能）における被災地域企業商品の斡旋販売を提案。
27	社員食堂等における被災地域の食材提供	東芝ビジネス&ライフサービス(株)	鎌田水産(株)	震災により失われた販路の開拓と商品PR。	自社社員食堂・保養所・従業員クラブ等で食材を提供し「東北復興応援イベントメニュー」としての展開を提案。
28	販路拡大・商品認知度向上支援	スリーエムジャパン(株)	鎌田水産(株) 酔仙酒造(株)	震災により失われた販路の開拓と商品PR。	販促支援、商品の認知度向上のため、支援企業社員向け復興イベントにおいて岩手県産品販売会等を提案。
29	本社食堂での復興応援マルシェ	森永乳業(株)	酔仙酒造(株)	失われた販路の回復のため、県外の消費者に対する多様な手法での商品PR。	自社内の食堂・ロビーにおいて、東北復興応援マルシェの開催を提案。
30	ALSOK Wants	総合警備保障(株)	鎌田水産(株) 野村海産(株) 衆栄商事(株) 石村工業(株) 酔仙酒造(株)	商品PRおよび販路の拡大。	自社内の社内掲示板に被災地域企業商品を掲載する斡旋販売の実施を提案。
31	ALSOKビジネスマッチング支援	総合警備保障(株)	森下水産(株) 鎌田水産(株) 野村海産(株) 衆栄商事(株) 熊谷鉄工所(株) 石村工業(株) 酔仙酒造(株)	多様な手法での幅広い商品のPR・販路の拡大。	自社の取引先である地元企業（スーパー・小売店等）を中心に紹介し、販路の拡大支援を提案。

## 営業・プロモーション支援

No	プロジェクト	支援企業	被災地域企業	被災地域企業の課題	支援提案内容
32	駅ナカサイネージを活用した情報発信「結の場チャンネル」でのPR支援	大日本印刷(株) (学)龍澤学館	森下水産(株) 鎌田水産(株) 野村海産(株) 石村工業(株)	販路の拡大のため、一般消費者に対する自社および地元商品の多様な手法でのPR。	自社で運営するデジタルサイネージを活用し、ブランド力向上・商品PRを目的として、JR仙台駅にて被災地域企業のPRコンテンツ配信を提案。
33	社内サイネージを活用した情報発信「TOHOKU HOT info by結の場」でのPR支援	大日本印刷(株) (学)龍澤学館	森下水産(株) 鎌田水産(株) 野村海産(株) 熊谷鉄工所(株) 石村工業(株)	多様な手法での幅広い商品のPR・販路の拡大。	自社の社内サイネージを活用し、被災地域企業のPRコンテンツ配信を提案。
34	学生によるパッケージデザイン制作支援	(学)龍澤学館	鎌田水産(株) 酔仙酒造(株)	多様な手法での幅広い商品のPR・販路の拡大。	ブランド力向上とPR促進を図るため、新商品開発および現行商品のパッケージデザインの制作支援を提案。

## 業務カイゼン・企業力向上

No	プロジェクト	支援企業	被災地域企業	被災地域企業の課題	支援提案内容
35	経営課題抽出研修	パナソニック(株)	鎌田水産(株) 森下水産(株) さいとう製菓(株)	食品への意識向上によるクレーム対応策についての手順確立。	販路開拓・拡大支援、新商品開発支援、マーケティング支援等の研修を提案。あわせてHACCP取得に向けた研修の開催も提案。
36	人材募集・採用・定着における企業独自のプログラム作成支援	(株)パソナ	鎌田水産(株) 森下水産(株)	人材育成のための仕組みやノウハウの習得。	県内外における行政・NPO団体等と連携した人材育成、募集・採用サポート研修の開催を提案。
37	食品衛生講習会	(一財)東京顕微鏡院	鎌田水産(株) 森下水産(株)	食品への意識向上による、クレーム対応策についての手順確立。	品質管理担当者の衛生意識と知識の向上を図るため、「食品衛生の基本」と「魚介類およびその加工品の微生物制御をテーマに講習会の実施を提案。

## 【宮城県気仙沼市】

### 新規ビジネス推進

No	プロジェクト	支援企業	被災地域企業	被災地域企業の課題	支援提案内容
38	コラボレーションメニューの開発支援	森永乳業(株)	阿部長商店(株)	商品開発と販路の拡大。	自社が専門とする乳製品の知識を活用して被災地域に合ったメニューレシピの開発支援を提案。乳製品を活用したコラボレーションメニューを企画し、レシピ化することで被災企業の商品の拡売を図る。

### 販売チャネル開拓

No	プロジェクト	支援企業	被災地域企業	被災地域企業の課題	支援提案内容
39	「結の場」復興応援社食ランチメニュー	大日本印刷(株)	(株)阿部長商店 (株)小野万 カナエフーズ(株) (株)カネマ (株)八葉水産 FishMarket38° 有 限責任事業組合 (株)フジミツ岩商	地元個人漁師の生業を支えながら、事業性（自立経営）と社会性（地域貢献）を両立することで、付加価値の高い加工製品の販路確保と拡大。	自社グループ社員食堂において、天然の三陸産食材である旬の真穴子を使用したメニューを導入することで、被災地域企業の理念やその事業の社会的意義の浸透のきっかけとする。第一段として、自社グループ仙台工場において復興支援特別メニューとして、三陸あなごちらしの販売を提案。
40	活魚鮮度保持の技術支援	(株)積水化成成品東北	FishMarket38° 有 限責任事業組合 (株)フジミツ岩商	被災地域企業による活魚販売の拡大のための新たな輸送方法の開発	物流面の効率化を図るため、無水活魚箱を実物サンプルとして無償で提供することを提案。
41	岩沼「みんなの家」でのイベント出展	(株)インフォコム	(株)八葉水産 (株)フジミツ岩商	震災で生鮮工場及び加工工場すべてが流されてしまったことで失った販路の回復。PR効果の高い情報発信を通じた気仙沼水産品の認知度UP。	気仙沼をPRしたいというニーズに対し、自社が所有するみんなの家という場所と気仙沼フェアスペースをイベントで用意する施策の実施。岩沼のお米とのコラボメニューの提供。7月に開催する岩沼みんなの家の竣工2周年祭「みんなの夏祭り！2015」での商品販売。被災地域参画企業の商品を使用した「気仙沼ぶっかけ丼」の販売。「みんなの家」から全国に気仙沼食材情報の発信を提案。
42	自社取引先への商談支援	総合警備保障(株)	カナエフーズ(株) (株)カネマ FishMarket38° 有 限責任事業組合 フジミツ岩商	震災で失われた販路の拡大。	自社の警備業務で取引のある小売店や飲食店等の仲介役となり、被災地域企業が商談をする機会の提供を提案。

### 営業・プロモーション支援

No	プロジェクト	支援企業	被災地域企業	被災地域企業の課題	支援提案内容
43	物産品購入支援	総合警備保障(株)	(株)阿部長商店 (株)小野万 (株)八葉水産	直接購買による売上確保、商品認知度の向上。	従業員がPC立ち上げ時に表示される社内掲示板のトップ画面に特別価格のカタログを表示し、自社グループ全体へ購買を呼びかけ、希望者による商品購入の施策を提案。
44	駅ナカサイネージを活用した情報配信支援	大日本印刷(株)	(株)阿部長商店 (株)石渡商店 (株)小野万 FishMarket38° 有 限責任事業組合	多様なメディアでの商品PRによる販路の拡大。	情報配信場所(JR仙台駅中サイネージ「i-ステーション」)を提供し、被災地域企業の「認知促進」「商品の宣伝」による販路拡大。放映企業の認知度向上と商品群の販売に向けての宣伝を提案。

## 業務カイゼン・企業力向上

No	プロジェクト	支援企業	被災地域企業	被災地域企業の課題	支援提案内容
45	復興を起点とした持続的発展のための販路拡大、経営・人事労務セミナー	三井住友海上火災保険(株)	全社	自社製品を広くPRし、販路の拡大による経営力の強化。	三井住友海上経営サポートセンターによる「販路拡大・自社製品PR」「経営計画・人事労務」セミナーの開催を提案。セミナーにより問題点・課題を明確化し、必要に応じ個別アドバイスを実施することで固有の課題に沿ったアドバイスを実施し、被災地域企業の経営課題解決を図る。
46	食品衛生管理研修	パナソニック(株)	(株)石渡商店 (株)小野万 カナエフーズ(株) (株)八葉水産 (株)フジミツ岩商	食品の安全性向上と品質向上に関する衛生管理の強化。	HACCP認証も視野に入れた衛生講習会の実施を提案。
47	衛生講習会および衛生相談会	(一財)東京顕微鏡院	(株)小野万 カナエフーズ(株) FishMarket38 <sup>®</sup> 有限責任事業組合 (株)フジミツ岩商	食品の安全性向上と品質向上に関する衛生管理の強化。	衛生講習会の開催および希望者は工場視察によるアドバイスを提案。
48	食品関連業に精通したコンサルタント派遣による課題解決支援	パナソニック(株)	(株)小野万	生産ライン効率化によるコスト削減、品質の向上や社内のコミュニケーション環境の構築。	被災地域企業社員とのディスカッションや工場視察を通して企業課題を把握した上で、「職場リーダー研修」、「一般社員研修」、「クレーム対応研修」等、各テーマに沿った研修を提案。
49	食品メーカー販促企画によるPR支援	森永乳業(株)	(株)石渡商店	気仙沼ブランドの向上による商品価値の向上と販売の促進。	森永乳業、他2社にて牡蠣に合う商品の販促を実施する際、三陸の牡蠣を使用した商品も同時にPRしていくことを提案。

- 大手企業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。
- 大手企業は、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。

## 【経営課題(例)】

- ・新商品の開発手法がわからない
- ・施設は復旧したが、販路がない
- ・企画立案担当者などの担い手不足

課題相談

ワークショップ  
において検討

支援提案

マッチング

**連携事業の創出**

大手企業等

## 【支援提案(例)】

- ・自社ノウハウやアイデアの提供
- ・社内販売、社員食堂等での販売機会提供
- ・人材育成支援・研修プログラム提供

## ワークショップ開催実績

- ・平成24～26年度に岩手、宮城、福島県の3県で10回開催。
- ・被災地域企業延べ82社、支援企業延べ269社参加。

	開催日	開催場所	地域企業	支援企業		開催日	開催場所	地域企業	支援企業
第1回	H24.11.28	宮城県石巻市	13社	35社	第6回	H26.2.6	福島県福島市	8社	26社
第2回	H25.2.13	宮城県気仙沼市	10社	33社	第7回	H26.12.9	福島県南相馬市	8社	28社
第3回	H25.11.7	宮城県南三陸町	6社	21社	第8回	H27.1.22	宮城県多賀城市	7社	29社
第4回	H25.12.4	宮城県亘理町	6社	19社	第9回	H27.2.5	岩手県大船渡市	9社	26社
第5回	H26.1.29	岩手県宮古市	6社	26社	第10回	H27.2.13	宮城県気仙沼市	9社	26社

## 平成27年度開催日程

	開催日	支援対象地域
第11回	H27.10.1	福島県 会津若松市
第12回	H27.10.7	岩手県 久慈市
第13回	H27.11.26	宮城県 女川町
第14回	H28.2.5	福島県 富岡町、楡葉町、広野町、川内村

## 気仙沼の成果例：地域資源のブランド化支援

- 大手企業が、被災地の食品加工工業等に、サメ肉の高付加価値化、新商品開発のアイデア提案や、販売促進、PR活動に協力。



PR活動支援の一環として、HPを作成