



平成26年度地域復興マッチング「結の場」^{ゆいば}から生まれた成果について

大手企業等が自らの経営資源を幅広く提供し被災地域企業の課題解決を図る「地域復興マッチング『結の場』」について、平成26年度に成立したマッチングプロジェクトにおけるフォローアップ調査の結果を今般とりまとめましたのでお知らせします。

マッチングが成立したプロジェクト49件のうち、その後順調に支援の実施が進んだものは33件でした。

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 平成26年度地域復興マッチング「結の場」から生まれた成果について
- 別紙2 主なマッチングプロジェクトの成果(概要)
- 別紙3 平成26年度「結の場」支援の実施が進んだプロジェクト一覧
- 参考資料 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 新保、森江、野村、足立、平田、辻原、土岐

TEL : 03-6328-0267

岩手復興局

菊地、武田、関、西村

TEL : 019-654-6607

宮城復興局

工藤、岡澤、篠原、織笠

TEL : 022-266-2251

福島復興局

北市、福地

TEL : 024-522-8519

平成 26 年度地域復興マッチング「結の場」から生まれた成果について

復興庁では大手企業等が、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組みに対し、「地域復興マッチング『結の場』」として平成 24 年度から支援を行っています。

平成 26 年度にマッチングが成立したプロジェクト 49 件のうち、その後順調に支援の実施が進んだものは 33 件でした。その中から、主な成果の事例として別紙 2 の 8 件を含めた支援結果がまとめられましたので、お知らせします。

1. マッチングプロジェクトの成果の概要

ワークショップ開催地域:

福島県南相馬市(平成 26 年 12 月)、宮城県多賀城市(平成 27 年 1 月)

岩手県大船渡市(平成 27 年 2 月)、宮城県気仙沼市(平成 27 年 2 月)

マッチングが成立したプロジェクト: 49 件

内、支援の実施が進んだプロジェクト: 33 件

上記(33 件)に係る関連企業数: 支援提案企業 22 社(開催地毎のべ 29 社)

被災地域企業 33 社

2. 支援の実施が進んだプロジェクト

・新規ビジネス推進 3 件

(宮城県気仙沼市 1 件、福島県南相馬市 2 件)

・販売チャネル開拓 8 件

(岩手県大船渡市 4 件、宮城県多賀城市 1 件、宮城県気仙沼市 2 件、福島県南相馬市 1 件)

・営業プロモーション支援 11 件

(岩手県大船渡市 3 件、宮城県多賀城市 5 件、宮城県気仙沼市 2 件、福島県南相馬市 1 件)

・業務カイゼン・企業力向上 11 件

(岩手県大船渡市 3 件、宮城県気仙沼市 2 件、福島県南相馬市 6 件)

合計 33 件

<ご参考: 県別実績>

・福島県南相馬市(10 件)



・宮城県多賀城市(6 件)

・岩手県大船渡市(10 件)


・宮城県気仙沼市(7 件)

【主なマッチングプロジェクトの成果(概要)】

1. 新規ビジネス推進

	事業名・被災地域企業・支援企業	支援概要
1	<p><宮城県気仙沼市> 新商品・メニュー開発プロジェクト</p> <p>【被災地域企業】 (株) 阿部長商店</p> <p>【支援企業】 森永乳業 (株)</p>	<p>・阿部長商店では、サメやメカジキ、カツオといった気仙沼の特産品を通じた商品の開発を通じて、気仙沼の魅力を広く発信したいという思いがあった。その思いに対し、森永乳業研究所にて、サメのすり身を混ぜたドーナツレシピを開発。テスト販売を経て、平成 28 年 2 月より気仙沼の商業施設「海の市」リアスキッチンで商品名「サメとチーズのゼッポリーニ」として販売開始。現在も販売を継続している。</p> 
2	<p><福島県南相馬市> ステンレスすべり台の製造委託プロジェクト</p> <p>【被災地域企業】 (有) コワタコーポレーション</p> <p>【支援企業】 コトブキ (株)</p>	<p>・コワタコーポレーションでは、震災により売上高が 4 割減り従業員は半減した。震災以前の売上・生産量の確保および経営基盤の底上げを図るため、従来の業務用厨房機器の製造販売に加え、これまで手掛けていない領域への挑戦が必要であった。それらの課題に対し、公共施設の遊具事業を手掛けるコトブキがコワタコーポレーションが持つ新溶接技術（ファイバーレーザー溶接）等の高度技術に着目。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。ステンレスすべり台の製造委託につながった。</p> 



2. 販売チャネル開拓

	事業名・被災地域企業・支援企業	支援概要
3	<p><岩手県大船渡市> 復興イベント開催による販路拡大、商品認知度向上への支援</p> <p>【被災地域企業】 鎌田水産 (株) / 酔仙酒造 (株)</p> <p>【支援企業】 スリーエムジャパン (株)</p>	<p>・鎌田水産では、震災により減少した販路開拓が急務であった。酔仙酒造では、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であった。それらの課題に対しスリーエムジャパンより、被災地地域の現状理解を進める復興イベントの開催を提案。社員向け復興イベントを開催、岩手県産品販売会、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。</p> 

3. 営業プロモーション支援

	事業名・被災地域企業・支援企業	支援概要
4	<p><岩手県大船渡市> デジタルサイネージを活用したPR支援プロジェクト 【被災地域企業】 森下水産（株）／鎌田水産（株）／野村海産（株）／石村工業（株） 【支援企業】 大日本印刷（株）／龍沢学館</p>	<p>・森下水産、鎌田水産、野村海産、石村工業では、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して販路拡大につなげたいが、PR手法が不足していた。それらの課題に対し大日本印刷より、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支援を提案。龍澤学館より、デザインを専攻する学生が制作する映像コンテンツの活用を提案。個別提案していた2社がコラボレーションし、共同でJR仙台駅の駅ナカサイネージによる効果的なPRを実施した。</p> 
5	<p><宮城県多賀城市> 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 【被災地域企業】 （有）椽（とち）企画 【支援企業】 （株）富士通ソーシャルサイエンスラボラトリ</p>	<p>・椽企画では、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かった。またPRを通じて多賀城市の観光活性化につなげたいという思いがあった。それらの課題に対し、富士通ソーシャルサイエンスラボラトリより、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AR情報インフラサービスを提案。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遷移をARで表現することでレストランのリピーター喚起、観光活性化が図れた。</p> 
6	<p><宮城県多賀城市> 物産品購入支援プロジェクト 【被災地域企業】 （株）カトーマロニエ／ （有）松島屋海苔店／ （有）椽（とち）企画 【支援企業】 総合警備保障（株）</p>	<p>・自社商品の販路開拓・認知度向上が課題であった被災地域企業に対し、総合警備保障ではグループへの商品紹介と社員向け復興販売キャンペーンを開催。グループ全体への購入呼びかけ、購入促進を図った。</p> 

4. 業務カイゼン・企業力向上

	事業名・被災地域企業・支援企業	支援概要
7	<p><宮城県気仙沼市> 業務カイゼン・企業力向上 プロジェクト</p> <p>【被災地域企業】 (株) 小野万</p> <p>【支援企業】 パナソニック (株)</p>	<p>・小野万では、震災後人手・人材不足となり、「人が辞めない企業」を目指すとともに、生産ラインの効率化や社内コミュニケーション等の内部環境を改善したいと考えていた。それらの課題に対し、パナソニックでは、専門家であるコンサルタントを派遣し、コンサルタントによる現地での問題把握とセミナーの開催を通じ、内部環境の改善を図った。</p> 
8	<p><福島県南相馬市> 経営力の強化を図るための 改善支援プロジェクト</p> <p>【被災地域企業】 (有) 協栄精機</p> <p>【支援企業】 パナソニック (株)</p>	<p>・協栄精機では、経営基盤を強化するためには生産工程、コストの一元管理方法、製品のコストダウンの手法を習得し実践することが必要と考えていた。それらの課題に対し、パナソニックグループのモノづくり経験者がトップヒアリングを行った上で、支援提案計画書を作成。その計画に基づきのべ6回のコンサルティングを実施。</p> 

平成26年度「結の場」支援の実施が進んだプロジェクト一覧

1. 新規ビジネス推進

	No	プロジェクト名	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
宮城県 気仙沼市	1	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。	自ら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。
福島県 南相馬市	2	屋外公共空間製品の製造販売支援	(株)コトブキ	(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。	支援企業社員（製造責任者）が南相馬企業を訪問し、製品の詳細や製造工程を経営者・管理者から直接ヒアリングする。その後、個別の製品について試作・性能評価へと繋ぎ、支援企業の製品（ベンチ・テーブル等・柵・等の屋外公共空間用製品ないし部品）としての製造委託を目指す。
	3	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。

2. 販売チャネル開拓

	No	プロジェクト名	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
岩手県 大船渡市	4	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。
	5	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。
	6	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。
	7	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、東北応援復興マルシェの開催を提案。
宮城県 多賀城市	8	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。
宮城県 気仙沼市	9	「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。

宮城県 気仙沼市	10	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。
福島県 南相馬市	11	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。

3. 営業プロモーション支援

	No	プロジェクト名	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
岩手県 大船渡市	12	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。
	13	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。
	14	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。
宮城県 多賀城市	15	物産品購入支援	総合警備保障(株)	(株)カトーマロニエ (有)橡企画 (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。橡企画では、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。
	16	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。
	17	「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)橡企画 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、販路拡大につながるため、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り組みを取材し、支援企業のホームページを活用した情報発信を提案。
	18	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)	(有)橡企画 (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。
	19	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)橡企画	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。

宮城県 気仙沼市	20	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。
	21	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仙台駅駅中サイネージ「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。
福島県 南相馬市	22	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)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。

4. 業務カイゼン・企業力向上

	No	プロジェクト名	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
岩手県 大船渡市	23	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)	新商品開発、売り場づくり、生産工程の改善。	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。
	24	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)パナソニック	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。
	25	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	26	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° 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。
	27	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。
福島県 南相馬市	28	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。
	29	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。
	30	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。

福島県 南相馬市	31	「測定工具の使用方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）の使用方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。
	32	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。
	33	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(株)	(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。

- 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、技術、情報、販路等、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。

被災地域企業

【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

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

連携事業の創出

ワークショップ開催実績

・平成24～28年度で18回開催

回	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2回	H25.2.13	宮城県気仙沼市	10社	33社
第3回	H25.11.7	宮城県南三陸町	6社	21社
第4回	H25.12.4	宮城県亶理町	6社	19社
第5回	H26.1.29	岩手県宮古市	6社	26社
第6回	H26.2.6	福島県福島市	8社	26社
第7回	H26.12.9	福島県南相馬市	8社	28社
第8回	H27.1.22	宮城県多賀城市	7社	29社
第9回	H27.2.5	岩手県大船渡市	9社	26社
第10回	H27.2.13	宮城県気仙沼市	9社	26社
第11回	H27.10.1	福島県会津若松市	9社	22社
第12回	H27.10.7	岩手県久慈市	10社	27社
第13回	H27.11.26	宮城県女川町	7社	36社
第14回	H28.2.5	福島県広野町・楡葉町 富岡町・川内村	9社	27社
第15回	H28.9.7	岩手県釜石市	7社	22社
第16回	H28.9.8	岩手県山田町	8社	17社
第17回	H28.11.8	福島県相馬市	6社・1団体	24社
第18回	H28.11.14	宮城県東松島市	8社	29社

主な成果事例

地域材の利用拡大に向けたコラボレーションプロジェクト



被災地域企業が持つ南部アカマツの加工力と、支援企業の強みである商品開発・デザイン力・マーケティング力を活かし、新商品を開発。駅、空港等の公共空間をターゲットに販売開始。

ワークショップの様子

復興庁、被災地域企業、支援企業が一同に会し開催



- ①被災地域企業から課題や現状について紹介。
- ②支援企業との課題解決に向けた自由対話・課題共有。
- ③ワークショップ終了後、支援企業が支援活動を提案。