

## 産業復興事例集について

復興庁では、岩手・宮城・福島の3県の企業や団体が、業種や地域の特性、培ってきた知見や 創意工夫を活用して、さまざまな「挑戦」を行うことが「新しい東北」の創造の一助となると期待しています。こうした企業や団体の取り組み事例を他の企業や団体、自治体などが参考にし、また、被災地内外で共有することは、今後の事業創出や復興の加速化に資するとの認識から、平成24年度以降毎年、産業復興事例集の編纂を行っています。

また平成26年度の事例集からは、紹介した企業や団体の取り組みの中で、新たな挑戦や課題の克服といった観点から、特に参考になる事例として企業・団体を選定し、顕彰を授与しています。以下にご紹介します。

※岩手県、宮城県、福島県、社名50音順で記載。

### 【平成26年度】

被災地の元気企業40—創造的な産業復興を目指すフロントランナーたち—

<http://www.reconstruction.go.jp/topics/main-cat4/sub-cat4-1/20150205114848.html>

#### 宮古 チーム漁火（岩手県） [P.20]

従来型ビジネスモデルへの危機感を感じていた宮古市内の水産加工業者4社の若手経営者が震災を契機に連携。グループ補助金等を活用して施設を復旧する際は、各社の強みを生かした相互補完を前提に、全体最適を意識した設備投資を進めたほか、商品開発から購買、製造、販売まですべてのバリューチェーンで連携した。この結果、各社とも震災前の水準まで業績を回復させている。



#### 株式会社 明豊（宮城県） [P.22]

カツオの加工・販売を主に手掛けるが、震災により本社工場は大きな被害を受けた。復興交付金を活用し工場再建を図る一方、震災以前より課題となっていた加工品の原料となるカツオの安定調達を図るべく、自社で一本釣り漁船を取得し、水揚げ→保管→加工の一貫したサプライチェーンを構築。大手小売業者との取引も実現した結果、売上・従業員数も震災前を上回るなど、塩竈の水産業復興の一翼を担っている。



### 東西しらかわ農業共同組合（福島県） [P.26]

従前より「命のもととなる農産物づくり」という想いの下、化学肥料・農薬を削減した農産物を「みりょく満点ブランド」として独自に展開。

震災後は農作物の風評被害に直面する中、JA初となる完全密閉型植物工場で、完全無農薬・高栄養価かつ洗わずに食べられる

点を特色とする高付加価値の作物を生産するほか、ファーマーズマーケットやレストランを新設して新たな需要創出に努め、地域の農作物の販路確保に成果を上げている。



### 株式会社 ナプロアース（福島県） [P.24]

福島県浪江町を拠点に自動車リサイクル部品の販売と廃車処理事業を行っていたが、原発事故により伊達市への移転を余儀なくされた。震災後の人材確保が難しい中であって、多様な方法により企業イメージの向上や経営ビジョンの社内への浸透を図り、移転先での事業再開に必要な人材の獲得・定着を図った。加えて専門家やITを積極的に活用し、

人材育成・評価制度の整備や、業務のマニュアル化、効率化を進めるなどの経営上の工夫により、震災前の売上を上回るまでの復活を遂げている。



【平成 27 年度】

私たちが創る ～産業復興創造 東北の経営者たち～

<http://www.reconstruction.go.jp/topics/main-cat4/sub-cat4-1/20160210094116.html>

**岩手モリヤ株式会社（岩手県）** [P.14]

震災により満足な営業活動ができなかった逆境に対し、徹底した省エネで大幅なコスト削減を達成。また、IT の積極活用による作業の効率化や若手人材育成を通じ、技術品質の向上を図るとともに、女性が長く働ける職場環境づくりを進めている。



**株式会社長根商店（岩手県）** [P.16]

天然キノコは、収穫量や品質が安定しにくい。震災による風評被害が、そこに追い討ちをかけた。このピンチに対し、屋内栽培による高付加価値キノコを商品化。さまざまな地元食材を活用した加工品の商品化で地域経済の活性化、雇用機会の拡大を図っている。



**株式会社石渡商店（宮城県）** [P.18]

津波で工場を失ったが、震災後は地元産品を用いて開発した新商品がヒット、閑散期の稼働率向上にもつながった。また、多くの被災地の課題となっている人手不足を、「トヨタ生産方式」の導入などによる業務の効率化で克服している。



**公益社団法人 sweet treat 311（宮城県）** [P.20]

震災によって地域の人口減少が加速する中、廃校を活用した子どもたちの複合体験施設がオープン。未来を担う子どもたちが国内外から訪れ、地域住民も交えつつ、人と自然の



共存環境を学ぶプログラムを通じ、交流人口の増加を図っている。

**会津中央乳業株式会社（福島県）** [P.22]

物流が止まり、販路が失われた。風評被害も根強く続いている。四面楚歌の状況で打った対応策は、これまで蓄積されたノウハウを活用した新商品の開発。地元酪農業の復活のためにも、おいしさと安全性をPRし、巻き返しを図っている。



**有限会社キャニオンワークス（福島県）** [P.24]

原発事故で避難を余儀なくされた中、場所を移動しての工場再開。逆境の中で底力を発揮したのは、高い技術力だった。これに加え、市場ニーズの変化を敏感に捉えた積極的な営業活動により、震災前を上回る成果を挙げている。



【平成 28 年度】

「産業復興事例 30 選 東北発私たちの挑戦」

<http://www.reconstruction.go.jp/topics/main-cat4/sub-cat4-1/20170208130404.html>

#### おかし工房木村屋（岩手県） [P.22]

震災後、復興の象徴となる商品「夢の樹パウム」を開発し販売。商品開発にあたっては、洋菓子先進地域の神戸へ足を運んだ。また、この商品は、ネームの募集や試食による商品改良など、ファン出資者とともに創り上げたものでもある。



#### 株式会社大力水産（岩手県） [P.34]

サンマとカツオに魚種を絞った事業展開で売り上げを回復。全国から買付けができるネットワークを構築し、大手量販店や百貨店などへの販路の拡大を実現している。



#### 株式会社オノデラコーポレーション（宮城県） [P.60]

クラウドファンディングの活用により資金を集め、本店と焙煎工房を再建。平成 28 年 9 月には、東京都港区赤坂に「CONNEL COFFEE by mother port coffee」をオープンした。



#### 株式会社ラポールヘア・グループ（宮城県） [P.72]

店舗内に無料のキッズルームを設け、保育スタッフがスタッフやお客さまの子どもを預かる体制を整備。こうしたシステムの導入などにより、求人にも困ることなく店舗数（直営店・FC 店）を順調に拡大している。



**株式会社いわき遠野らぱん（福島県） [P.82]**

東日本大震災を機に、無農薬野菜の生産から OEM 商品を中心に製造する食品加工メーカーへ事業転換、平成 26 年度に県内最大規模の加工工場を新設した。地域全体で展開する 6 次産業化を目指している。



**ガッチ株式会社（福島県） [P.88]**

多様な分野で活躍するクリエイターとのコラボレーション商品を開発。伝統に新風を吹き込むとともに、中国・オーストラリア・アメリカ・シンガポールにも販路を拡大、現地百貨店などを通して大堀相馬焼の製品を販売している。



【平成 29 年度】

「岩手・宮城・福島の産業復興事例 30 続く挑戦つなぐ未来へ」

<http://www.reconstruction.go.jp/topics/main-cat4/sub-cat4-1/20180216125933.html>

#### 株式会社五十集屋（岩手県） [P.66]

五十集屋は大粒の岩手のホタテを、高級食材として台湾、香港へ輸出。水温・室温、水質などを厳重に管理しているため、他県産より消費期限を 1 日長く設定することができ、アジアへの輸出を可能にした。



#### 特定非営利活動法人りくカフェ（岩手県） [P.96]

震災直後、「陸前高田には人が集まる場所が必要」というコンセプトから、りくカフェは生まれた。誰もが楽しく集える場として、また、健康と生きがいをづくりの場として機能している。



#### 株式会社かね久（宮城県） [P.84]

かね久は、パン粉の販売を主力とする食品卸売の金久商店を事業譲渡で引き継いだ。古代米など地域の食材の販売やPR、新商品開発に取り組むとともに、生産者とのネットワークづくりや販路拡大なども推進している。



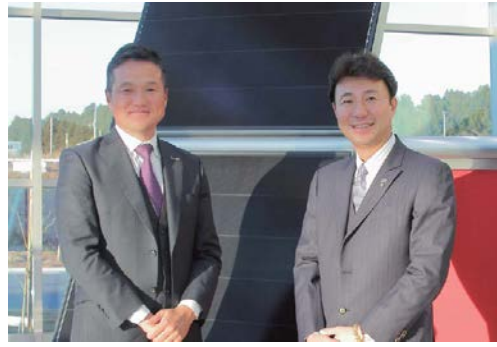
#### 株式会社マルキン（宮城県） [P.86]

マルキンでは、三代目の鈴木真悟氏が中心に、自社の銀サケを「銀王」と名づけ、ブランド力アップや販路拡大に積極的に取り組んでいる。漁業のPRや後継者育成にも力を注いでいる。



**アンフィニ株式会社（福島県） [P.60]**

大阪に本社を置くアンフィニは、2017年に福島県楡葉町に、太陽電池モジュールを生産する工場を新設した。新工場では「福島プライド」を掲げ、高品質で高効率の製品づくり、地元の人材の採用、人材教育を積極的に 行っている。



**郡山観光交通株式会社（福島県） [P.88]**

郡山観光交通は、タクシー業を軸に事業を多角化。高齢者向け旅行会社「孫の手トラベル」は、自社所有のキッチンカーを使った「ブランド野菜を畑で味わう旅」をはじめ、ユニークな商品でリピーターを獲得している。

