

**東日本大震災グループ補助金
フォローアップ
(中小企業等グループ施設等復旧整備補助金)
令和4年11月実施**

**令和5年7月
東北経済産業局**

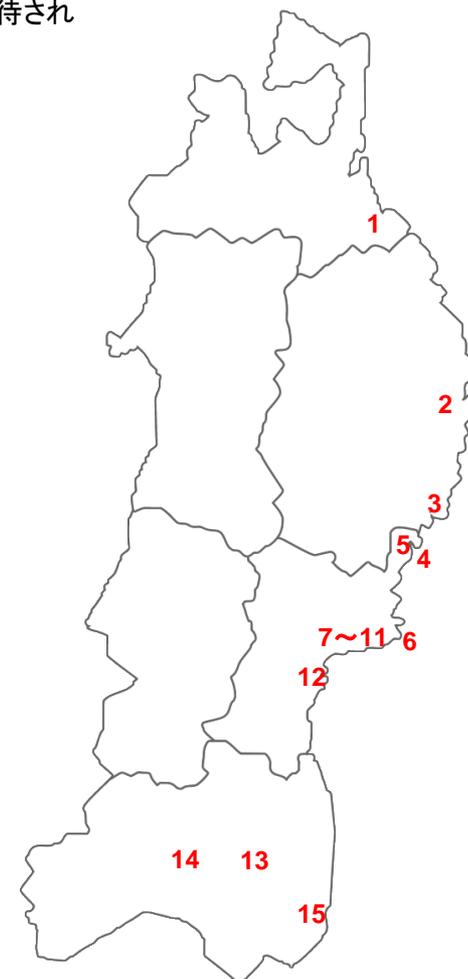
グループ補助金事業への専門家派遣

G補助金アンケート結果

アンケート調査回収の4,399者のうち、15事例のヒアリング(現地訪問、オンライン・電話等)を行い、被災後の状況やグループ補助金を活用して取り組んだ内容等をはじめ、今後の災害復旧・復興の参考となることが期待される項目を把握し、その内容を取りまとめた。

- 1) 4,399者から、「専門家派遣を希望する」と回答した60者を選定。
- 2) 併せて、地域や業種のバランスを鑑みて、事例候補先を選定した。
- 3) 事業者に意向を問い合わせ、承諾を得た事業者にヒアリングを実施した。

県名	年度	応募	グループ名	事業者名	No.
青森県	23年度	1次	八戸水産業グループ	有限会社マルイチ水産八戸	1
岩手県	24年度	6次	釜石地区建設業経営再生・復興推進グループ	(株)青紀土木	2
岩手県	24年度	5次	釜石東部コミュニティ振興グループ	(有)菅原紙器	3
宮城県	24年度	6次	気仙沼市地域コミュニティ再生グループ	株式会社明海荘	4
宮城県	26年度	13次	気仙沼内湾商店街	揚げたてコロッケ屋!	5
宮城県	23年度	3次	石巻水産業復興グループ(ほか)	株式会社鮎川捕鯨	6
宮城県	23年度	3次	石巻水産業復興グループ	株式会社高德海産	7
宮城県	24年度	6次	石巻消費生活関連復興グループ	島津麴店	8
宮城県	24年度	6次	石巻消費生活関連復興グループ	株式会社十字屋	9
宮城県	24年度	7次	石巻生活コミュニティ復興グループ	有限会社風月堂	10
宮城県	24年度	6次	石巻消費生活関連復興グループ	有限会社安田総合	11
宮城県	24年度	6次後半	多賀城・七ヶ浜地域コミュニティ再生グループ	とりふじ弁当	12
福島県	24年度	6次	郡山食品工業団地グループ	株式会社郡山製餡	13
福島県	23年度	3次	福島県酒造組合復興グループ	末廣酒造株式会社	14
福島県	26年度	特枠⑧	楡葉町住民生活再建支援グループ	木戸川漁業協同組合	15



有限会社マルイチ水産八戸

所在地：青森県八戸市大字白銀町字昭和町7-5
 代表：市沢 紀明
 業種：水産・食品加工業
 従業員：17名

日本有数の水揚げを誇った八戸港へ水揚げされるサバを主に、サバ、イカその他鮮魚を加工・冷凍品として販売している。震災により会社設備を被災し、その後平成30年に社屋及び工場を移転して操業している。



本社外観

現状について

昭和40年ごろには日本一の水揚げを記録した八戸港も水揚げ高が減少傾向にあり、総水揚げ量の4割を占めるサバはサイズや量の変動が激しく、近年は小型サイズの水揚げが増えたことで小型サイズの付加価値向上が求められている。

取組上の課題/解決に向けたアプローチ等

サバが年々減少し、従来食用向けとしていた250g以上の水揚げが減少、小型サイズの付加価値向上のため、サイズ区分を細かく設定するも、選別精度を高めるため2回作業を行う等作業時間が増え、鮮度低下も生じており、販売先からの注文に対応できていなかったが、新たに選別機を導入し精度及び処理量の向上を図っている。

特色/注力している点

サバ等青魚の食用化率及び付加価値の向上

(1) ローラー選別機の導入

200g～500gのサイズ帯において100g単位での設定が可能になり、使用用途を明確にした販売展開が可能になった。作業時間も短縮され当日の自社便配送可能エリアが拡大、鮮度の良さをアピールした販売ができ、作業員の作業環境も改善した。

(2) 輸出处向けHACCP対応

令和3年度輸出先ニーズに対応した HACCP基準を満たすため施設整備を実施した。



100gごとの選別

株式会社青紀土木



本社外観

所在地：岩手県釜石市鶴住居町6-20-1
 代表：青木 健一
 業種：建設業
 従業員：39名

昭和54年創業。鉄道土木全般に関する施工・維持管理を得意とする。
 震災当時社屋・設備などが大きな被害を受けながら日本製鐵の工場敷地内に
 臨時本社を作り復旧・復興に取り組んだ。道路・橋・防潮堤・下水道・三陸鉄道リ
 アス線など官民間問わずインフラの新設・修繕を手がける。



北上営業所

現状について

震災後、復興需要、その後の台風19号等の被害などで公共工事が一
 気に行われ、社員も増員して対応した。現在は震災から10年以上経過
 し復興が一段落したことにより仕事量が激減。
 令和4年から新規事業として森林管理事業に取り組み、建設業の構造
 改革に向けた先進的な取り組みとして令和4年度建設業新分野進出等
 表彰を受けた。

取組上の課題/解決に向けたアプローチ等

復興関連の公共事業が終息したこともあり、地域の個人向けに外構
 工事業を開始している。
 一方で今までは公共事業や鉄道会社などを取引先としてきたことから
 社内に顧客マーケティングやコミュニケーションのノウハウがないこと
 が課題。人材会社や地域応援NPOなどを活用し、インターン生やプロ
 ボノを募って対応している。

特色/注力している点

地域の建設業の人手不足解消に向けた広報活動と新たな事業拡大

(1) 地域小中高生向けの広報活動

少子化の影響で地域の高校に土木科がなくなり、安定的に若手の採用を図るため、小中学生向け建設業の見学会、
 キャリア教育を実施、岩手県の福祉企画会社と共同で知的障害者のアートを重機にラッピングし体験乗車に活用す
 るなど積極的に広報活動・イメージ改善を行っている。

(2) 新規事業の拡大

地域の森林保全のための森林管理事業や個人向け外構工事業を新たに立ち上げた他、釜石市、首都圏のIoT企
 業と共同でAI/IoT技術を用いた防災まちづくりの実証実験に参画している。



有限会社菅原紙器



本社外観

所在地：岩手県釜石市大船渡町3-12-16
 代表：菅原 章
 業種：卸小売・サービス業
 従業員：9名

昭和50年に岩手県釜石市で創業し、①紙器の製造販売 ②包装資材、食品容器、事務用品、季節のイベント用品等様々な商品(パッケージプラザに加盟)の卸売販売を行っている。クライアントはほぼ市内事業者で、創業時から変わらず地域の事業者に寄り添い、包装や紙器で地域の良さを伝えてきました。令和3年より新事業として漬物に特化した総菜事業をスタート。

現状について

震災により旧店舗が被災。廃業も検討したが貼り箱製造依頼が続いたことと後継者が東京から戻ったことで事業再開。平成24年5次グループ補助金申請、店舗再建を行った。
 地域事業者(食品関係)との関係が深く、それらの新商品開発の際に紙製化粧箱を商品パッケージとして作成してきた。それら顧客との関係から食品製造に進出し販路を拡大してきている。

取組上の課題/解決に向けたアプローチ等

包装資材を扱う関係上、再建中に既存顧客を失い、また、食品関係の取引先が新型コロナウイルスによる影響で売上が減少している。
 自社で外販できる商品開発として惣菜事業を始めた。
 今後に向けて食品開発や加工レーンの検討など専門知識やノウハウが不足しており、よろず支援拠点等の支援を受けている。

特色/注力している点

地域資源を活用した新商品開発と販売

(1)惣菜(漬物)事業

地域の冬の伝統食であった「みのぼし南蛮」をリブランディングし、「カラフルCUBE」として販売。駅ビルやふるさと納税返礼品、東京や福岡にも販路を拡大。更なる増産体制のため機械化も検討中

(2)観光業向け新商品開発

コロナ禍により観光や会食の機会が減少するなか、地元旅館・盛岡駅ビルに店舗を有する事業者が連携し、釜石産の帆立や牡蠣を使用した新商品開発に取り組み新たな需要獲得を目指す。



「カラフルCUBE」

株式会社明海荘



旅館(鉄筋施設)

所在地 : 宮城県気仙沼市大島長崎176
 代表 : 村上 敬士
 業種 : 旅館・ホテル業
 従業員 : 2名

気仙沼市大島で旅館明海荘(あけみそう)を経営。気仙沼湾に浮かぶ大島の中央に位置し大島の観光に適した立地にある。「島のリゾート」をコンセプトとした旅館。大島は東北最大の離島だが、平成31年に気仙沼大島大橋が完成し、車や徒歩、自転車での往来が可能となった。



旅館(木造施設)

現状について

気仙沼商工会議所が取りまとめた市内事業で構成されたグループでグループ補助金を申請。
 同補助金を活用して閑散期に施設の改装やメンテナンスを行い、繁忙期に備えることに取り組み、補助金受給後バリアフリー対策として木造施設にエレベータを設置。またバーベキュー施設を設置した。このような取り組みにより売上は回復傾向にあったが、令和2年からはコロナの影響で売上が最盛期の1/10まで低下した。

取組上の課題/解決に向けたアプローチ等

施設の改修には数千万円を要することが見込まれるが既往の借入金負担が大きい。また、現在は夫婦で運営しているため、大人数を受け入れることができない。ハローワークを活用して従業員の採用にも着手しているものの苦戦している。
 今後の方向性について具体化、優先順位付けする必要があり、これについては気仙沼商工会議所の協力を得て解決する予定である。

特色/注力している点

コロナの影響もあり金融機関の返済を停止していたが、2023年3月から返済開始となる。
 また、従前と比べて繁忙期の売上の伸びが鈍化している。
 このため新たな取り組みを検討しているが、優先順位をつけられずにいる。現在想定している新たな取り組みとしては、以下を検討している。

- (1) 木造施設の改修 現在の民宿タイプの部屋を改装し個室トイレ、バリアフリー対応した高価格料金設定できる部屋にする
- (2) 大型サウナの設置 現在2人用のサウナがあるが、外部から問合せの増えている10人用のサウナを設置し、日帰りサービスを拡充
- (3) 加工場の増設 惣菜製造できる加工場を設置し、ウェルカムセンターで惣菜類の販売を計画
- (4) 鉄筋施設へのエレベータ設置 3階建ての施設にエレベータを設置。屋上等を活用してワーケーションの展開を目指す

揚げたてコロッケ屋！



店舗外観

所在地：宮城県気仙沼市南町2-4-10
 代表：坂本 京子
 業種：卸小売・サービス業
 従業員：2名

店舗と移動販売車で「コロちゃんのコロッケ屋！」フランチャイズとしてスタートした。震災で店舗が被災したが、移動販売車は無事だったため4月から営業再開、その後仮設の復興商店街から平成27年現在の紫神社前商店街に移り店舗を構えた。



店内

現状について

仮設の復興商店街から現在の商店街に再建するにあたりグループ補助金を申請。
 元々フランチャイズ店だったが、親会社が倒産し、独立。
 新型コロナウイルス感染症の影響で時短営業をおこなっていたが現在は通常営業に戻っている。

取組上の課題/解決に向けたアプローチ等

原材料の高騰と新型コロナウイルスで飲食業はかなりダメージを受けた。
 特にコロッケ類が主力で低価格、薄利多売のモデルのため影響が大きい。全てのメニューをテイクアウト可能とし、メニューを増やすことで改善を図っている。

特色/注力している点

●地元ならではのメニュー開発
 従来の50～200円程度のコロッケ類がメインだったが、三陸産カキフライ定食、ホッケフライなど地元の食材を活かした定食・弁当メニューを新たに開発。
 単価も定食メニューは500～600円で利益率が改善している。



カキフライ定食

株式会社鮎川捕鯨



本社工場

所在地：宮城県石巻市鮎川浜向田1番地1
 代表：伊藤 信之
 業種：製造業(捕鯨)
 従業員：25名

商業捕鯨基地として栄えた鮎川浜で大正14年設立。昭和57年商業捕鯨禁止となった後は基地としてミンク鯨の調査捕鯨とツチ鯨(管理対象外の種)の捕鯨を行ってきた。令和元年、商業捕鯨が復活し、今後は自社で利益を上げていく必要に迫られており新たな市場開拓に取り組んでいる。



直売所

現状について

現在は限りがある漁獲枠の中で収益力を高めること、新たな市場を開拓することに取り組んでいる。
 当初のグループ補助金採択時はそれまでの事業を継続するために被災した工場の再建を行ったが、次の採択では当社製品の付加価値を高めるために「新分野展開」の扱いで採択を受け、加工場と直売所の新設に取り組んだ。この「新分野展開」での取り組みも収益力向上の取り組みの一環である。

取組上の課題/解決に向けたアプローチ等

捕獲できる頭数に規制がある。これが流通量の上限になるので、より大型の鯨を捕獲する事を目指している。ただし、小型の鯨を見逃しても大型の鯨が見つからない場合もある。海洋環境の変化に伴い、昨年も漁獲枠を使い切れていない。また、燃料や包材などが高騰しており、コスト負担が重くなっている。
 鯨の取引価格の向上と市場開拓は業界共通の課題になっている。販売に関しては、中央市場を通さない販路の構築を目指している。

特色/注力している点

収益力の向上と新市場開拓のために、以下のような取り組みを展開している。

(1) 収益力の向上

収益力を高めるためにグループ化補助金を活用して加工場と直売所の新設に取り組んだ。

また、商業捕鯨の際は市場を通して販売するしかなかったが、取引価格を向上させるために自社直売にも取り組んできた。昨年から特にネット販売を強化すべく、自社サイトの再構築に取り組んでおり、近日中に自社販売サイトをオープンする。

(2) 新市場の開拓

長く捕鯨が制限されていたことで鯨を食べる層が縮小している。市場拡大が急務になっているが、特に若い顧客層の拡大に取り組んでいる。仙台圏の飲食店へのサンプル提供、保育園の給食の原材料提供、イベント出展などに取り組んでいる。



株式会社高德海産

所在地：宮城県石巻市魚町1丁目28-1
 代表：高橋 伸治
 業種：水産・食品加工業
 従業員：85名

昭和22年、海産物商「高德商店」として創業。昭和58年に(株)高德海産に改組。以来、国内外の幅広い魚種を取扱い、切身加工を中心として着実に業績を伸ばす。水産加工品の製造、商品開発、冷凍庫管理、直販事業(通販、EC)など原材料となる魚の凍結や下処理から、煮る・焼く・揚げるなどの惣菜加工までを手がけている。



本社外観

現状について

港に面していることから津波による甚大な被害を受けたが、グループ補助金や民間支援の導入により平成23年11月には高次衛生管理(HACCP)対応の惣菜加工製品の工場を整備し操業を再開した。安全な水産加工品の提供へISO22000認証を業界でもいち早く取得し、東京・築地にも営業所を構えて、商品の品質やニーズに合わせた対応力で首都圏の量販店と直接商談・納品できる体制を構築している。

取組上の課題/解決に向けたアプローチ等

新工場ができたものの、被災による従業員離れが深刻で失業期間中に他地域へ流出したことや人件費の高騰により人材確保が困難となっている。特に大手量販店への納品対応のため、非生産部門の業務改善が課題となっている。求人については一般社団法人フィッシャーマン・ジャパンが石巻市水産業人材マッチング事業等でサポートを行なっている。

特色/注力している点

自社ブランドの立ち上げと事業拡大

(1)オリジナル商品の開発

熟成京粕と西京味噌の本漬け「奥の凧」を開発。地元量販店・ギフトなどで販売。

(2)BtoC事業

新たな販路開拓事業として、通販事業によるBtoC事業を推進。複数の水産会社、コールセンター運営会社やカタログ事業者と連携し共同プロジェクトを実施。現在は一般社団法人フィッシャーマン・ジャパンと連携し事業を推進している。



自社ブランド「奥の凧」



魚惣菜加工施設

島津麴店



本社外観

所在地：宮城県石巻市旭町3-24
 代表：佐藤 光弘
 業種：製造業
 従業員：2名

明治42年創業の石巻唯一の糴製造所。震災で被災したが、現在の6代目が仕事を辞め、事業を引き継ぎ平成26年リニューアルオープン。大学などの専門家に相談しながら従来の甘酒と差別化した商品開発に取り組む。看板商品「華糴」は生糴とササニシキ、水のみで天然素材で麴菌が生きたまま入っている飲む麴として好評を得た。



看板商品「華糴」

現状について

グループ補助金で工場を再建したが、震災時のガレキ撤去等の埃で麴に雑味が出ることから一時製造を中断。再開までに期間が空いてしまったため新規顧客の獲得が必須になった。主力商品の華糴は健康や美容に意識の高い女性顧客を獲得することに成功している。

取組上の課題/解決に向けたアプローチ等

原材料の高騰によるコスト増が課題。新商品開発や新たな販路の開拓について人手が足りない状態。商品開発等でインターンシップを受け入れ、それらを担ってもらっている。現在は、コロナウイルスのためオンラインでの味噌教室をおこなっての広報・販売戦略を検討中

特色/注力している点

- インターンシップの活用
 主力商品「華糴」を使ったレシピ開発・販売促進、仕込み味噌の再構築、広報プロジェクト等インターンシップをうまく活用し、若者ならではの新たな視点での販売促進、SNSを活用した広報を実施(ここ2年はコロナウイルスのためオンライン上の打ち合わせのみ)。
- 新商品開発
 麴を生かした新商品の開発として石巻で100年以上続く老舗和菓子店とのコラボで「華糴Shake」を開発。
 元々は家庭で作られていた仕込み味噌を手軽に楽しめる味噌キットの販売。



地元和菓子店とコラボ開発した「華糴Shake」



自分で育てる味噌キット

株式会社十文字屋



所在地：宮城県石巻市中里5-11-12
 代表：田岡 吉人
 業種：卸小売・サービス業
 従業員：13名

昭和52年創業。震災で被災するが設備は無事だったため、1ヶ月後に営業を再開。
 業務用冷凍魚介類の取り扱いが主だが、ネットショップの運営により肉類、調理済みメニューも取り扱う。



現状について

石巻市を中心に県北、仙台市、岩手県南部の食堂・居酒屋など約300社に商品を卸している。
 震災で配送用の車両(冷凍車)に被害がありグループ補助金を申請。
 震災以降売上は順調に回復していたが、新型コロナウイルスで卸先が時短営業・休業するなど打撃を受ける。

取組上の課題/解決に向けたアプローチ等

物価高等で値上げが続き影響が大きい。
 新型コロナウイルスの影響もあって卸売が苦戦する中、インターネット通販に力を入れており、卸売に並ぶ売上となってきている。

特色/注力している点

●インターネット通販事業
 冷凍水産物(エビ、カニ、貝類、サバ)等からインターネット通販をスタートしたが、牛タン、フカヒレ等肉類、加工惣菜なども取り扱いを拡大し、売り上げを伸ばしている。
 現在はネットショップのリーダー店舗に選ばれ、他店舗に運営のアドバイス等も行っている。



ネット通販で主力の牛タン



金華サバのセット商品

有限会社風月堂



店舗外観

所在地：宮城県石巻市錦町5-14
 代表：佐藤 恵昭
 業種：製造業
 従業員：18名

石巻市で創業100年を超える老舗菓子店。
 様々なフレーバーのアイスがメディア等で取り上げられている。
 ササニシキアイスやサンマアイス、石巻焼きそばアイス等個性的なアイス
 を多数開発、販売している。

現状について

内陸部の本社、工場は無事だったものの、店舗自社ビルが被災し、冷蔵
 冷凍ケース、包装機、什器等が全損。
 店舗改装等でグループ補助金を申請した。
 震災前から地元や地域の特産を使ったアイス開発に力を入れている。

取組上の課題/解決に向けたアプローチ等

全国各地で開催される百貨店の催事、物産展等への出展が営業・販
 売促進になっていたが、新型コロナの影響から開催が少なくなり、新規
 顧客、新商品の開発の機会が減少している。
 地元産の食材を使った商品開発に関して市や県のアドバイスや支援を
 求めている。

特色/注力している点

●新商品開発
 地元の水産加工会社のサバを使った金華サバアイス、河北桃生地区のシイタケを使った椎茸アスを新開
 発。展示会に出品している。
 変わり種のアイスを出品することでご当地アイスの開発依頼が寄せられることや、地域食材の魅力発信を目的としている。



100種類以上ある
オリジナルアイス

有限会社安田総合



本社外観

所在地：宮城県石巻市恵み野5-5-4

代表：小豆嶋 慶二

業種：保険代理店

従業員：17名

個人法人向け損害保険、生命保険代理店。

複数社の保険を扱う代理店として地域で活動している。

震災で事務所が全壊し、東京に支店を設け、平成26年に現在の事務所に移転。

現状について

グループ補助金で事務所再建。

現在は本屋と東京支店の2カ所で事業をおこなっている。

「じしんほけん『絆』支援金」プロジェクトの運営を担っており、熊本地震の被災者支援、平成30年豪雨災害、北海道胆振東部地震の被災者支援等を行った。

取組上の課題/解決に向けたアプローチ等

保険代理店という性格上、人材の確保・育成が課題となる。

総合的なコンサルティングや複数の保険会社から最適な保険診断を行うためのスキルや知識が必要となるため、人材が確保し難い。

当社では「社員の幸福・向上なくして安田総合の発展なし」を経営理念に掲げ、顧客と共に社員育成にも力を入れている。

特色/注力している点

●「じしんほけん『絆』支援金」プロジェクトの推進

東日本大震災でボランティアに助けられたことから、ボランティア団体を支援する取り組みとして地震保険の加入と併せてボランティアのための支援金を積み立てるプロジェクトを発足し、運営している。

地震保険契約から1件について500円または年間保険料の2%を目安として赤い羽根募金の専用口座に積み立て、災害時に地震保険の支払いと共に積立金を被災者支援に活用することを目的としている。

とりふじ弁当



店舗外観

所在地：宮城県多賀城市大代2-2-23
 代表：藤原 啓子
 業種：卸小売・サービス業
 従業員：2名

宅配とテイクアウトの弁当店。創業27年で代表と娘さんの2人で切り盛りしている。
 セケ浜町に自家農園も所有し、メニューにも活用している。
 オードブル販売や近隣企業のイベントへの仕出しなど地域に根ざした弁当店。
 震災時はライフラインが止まる中、発電機やLPガスで店を続けお弁当を提供した。

現状について

グループ補助金で店舗設備を復旧。
 新型コロナウイルスによる影響からイベントの中止等で売上が減少している。

取組上の課題/解決に向けたアプローチ等

原材料の高騰と高齢化による事業承継が課題となっている。
 年中無休での営業や各種イベントへの出店など多忙のため、営業以外の時間が取りずらく、担い手募集や育成が思うように行えない。

特色/注力している点

●子ども食堂の取り組み
 一般社団法人ことかを運営管理者として協賛を募り、とりふじ子ども食堂を運営。
 16歳以下限定で食事券を支給。支援者の農家から食材支援のほか、スポーツイベントへの招待など積極的に取り組んでいる。



とりふじ
子ども食堂

株式会社郡山製館



本社外観

所在地：福島県郡山市富久山町久保田字郷花4-16
 代表：佐藤 裕文
 業種：製造業
 従業員：24名

昭和49年に福島県中通りの製館所5社が完全協業して創立し、昭和51年に郡山食品工業団地内に創業。生館、練り館や寒天、茹で小豆等業務用のあんこ製造を主としている。オーダーメイドでのあんこ製造を特徴としており、顧客の要望に合わせたオリジナル館を小ロットから生産することができる。

現状について

現状の取引先は7割が問屋で3割が郡山市周辺のメーカーや菓子店に販売・配送。個人商店の菓子店では職人の高齢化や後継者不足による廃業が多く、市場は縮小傾向にある。そのため小売菓子部門の強化として自社オリジナルブランドとしてあんみつ、おしるこを開発し販売し好評を得ている。

取組上の課題/解決に向けたアプローチ等

原材料の高騰によるコスト増が課題。国産小豆は昨年より115%でその他資材も高騰している。市場縮小や後継者不在で店をたたむ同業も多く、逆に生き残っているところに仕事が集まっている面がある。サンプルを他社より早く少量から対応するなど丁寧な仕事を心がけている。

特色/注力している点

オリジナルブランドの開発と普及

●「and3」の開発

元々OEMや自社商品で取り扱いのあったあんみつを同郷のデザイナーに相談して新たにデザインを変えてリパッケージ。商談会で反響があり、冬に向けおしるこ、次の夏にあんみつのパッケージをブラッシュアップし、現在の形態に完成した。

●新工場の増設

増えるオーダーに対し効率的に応えるため、生産・出荷を一体的に行えるよう工場の増設を実施。2月末完成予定。



「and3」おしるこあんみつ

末廣酒造株式会社



本社

所在地：福島県会津若松市日新町12番38号
 代表：新城 猪之吉
 業種：製造業(酒造)
 従業員：44名

江戸時代の末期 嘉永三年(西暦1850年)に酒造りを開始。福島県で初めて杜氏による酒造りを実現した。明治末期には会津で一・二の生産量を誇った。「嘉永蔵」は会津若松市の歴史的景観指定建造物に指定され、手造りによる醸造をしながら、喫茶店、コンサートホール、売店、クラシックカメラ館などを併設し、観光蔵として、また地域の文化活動の一躍を担う場所として活用されている。



観光蔵

現状について

酒造組合によるグループとして採択された。その後、福島県沖地震でも被害を被っており、地震によるグループ補助金では2回採択されている。
 震災後の特需で業績が好転したが、コロナ禍で一気に業績が悪化した。昨年度の製造実績としてはピーク時の1/5、震災前の1/2に低下した。ここ数年は高級志向へ取り組むための「ブランド力の向上」に力を入れている。

取組上の課題/解決に向けたアプローチ等

従業員がパートを含めて44名で、同業他社と比べても余裕がある。設備面でも余裕があることや、専任の営業社員もいることからブランド力の向上に関する取り組みに関しては自社内で対応できている。
 「普通酒の末廣酒造」というイメージから脱却するためにはブランド力の強化が急務であることを認識し、この点の改善に力を入れている。既に日本酒入門者向けの商品開発には取り組んでいるが、販路開拓、商品開発の取り組みに課題がある。

特色/注力している点

ブランド力の向上のために高級志向の品揃えを強化している。

特に現在は「日本酒入門者のためのお酒」に力を入れている。価格を抑えて、日本酒入門者でも飲めるようなお酒を目指し、自社観光蔵と県内のヨークベニマルで販売に着手している。
 現在はその中でも第1弾の「あまいすえひろ」を販売し、「市場の反応は悪くない」とのことである。
 今後の予定としては令和5年2月に第二弾の「さっぱり」、令和5年4月に第三弾の「あまずっぱい」を提供する予定である。



新商品
「あまいすえひろ」

木戸川漁業協同組合



孵化場

所在地：福島県双葉郡楢葉町大字前原字中川原68番地
 代表：松本 秀夫
 業種：水産・加工業
 従業員：20名

木戸川は日本有数の鮭の産地として鮭漁が盛んで、漁協は1千万尾以上飼育できる鮭孵化場で鮭の増殖事業を行ってきた。しかし、震災で大きな被害を受け平成27年に避難指示が解除されるまで木戸川での業務ができず、平成28年から5年ぶりに稚魚の放流を再開。漁業資源回復を図っている。



鮭のヤナ場

現状について

令和3年度は52万4千尾を放流したが、鮭の遡上には3～5年かかるため鮭の遡上は少なく、令和4年度の捕獲数は423尾である。そのため販売所は開くことはできず孵化事業のため確保している状況である。
 孵化事業と並行し、新たな商品開発を行って「木戸川の鮭」ブランド復活に向けて踏み出している。

取組上の課題/解決に向けたアプローチ等

震災後5年間鮭の稚魚の放流ができなかったことで漁獲量が激減したが、復旧した孵化場により震災前と同規模の放流を行うことで時間をかけて以前の状況まで戻したいと考えている。
 また、継続的に放射性物質のモニタリング調査を行い安全性の証明を行って風評被害の払拭に努めている。
 漁業全体の課題だが高齢化が進み、組合員が震災前の1/3となっており、後継者問題が深刻化している。

特色/注力している点

ブランドの復活のために、以下のような取り組みを展開している。

(1) 商品開発

楢葉町の復興飲食店街と共同で「木戸川いくら」の商品開発を行い、イクラの醤油漬け「SUZUKO」を開発。ふるさと納税の返礼品として数量限定で販売した。

(2) ブランドのPR

地域の飲食店で祭りなどのイベントに合わせて「木戸川いくら」を使ったオリジナルメニューの提供を数量限定で実施し、漁協の取り組みや現状を広く情報発信を継続している。

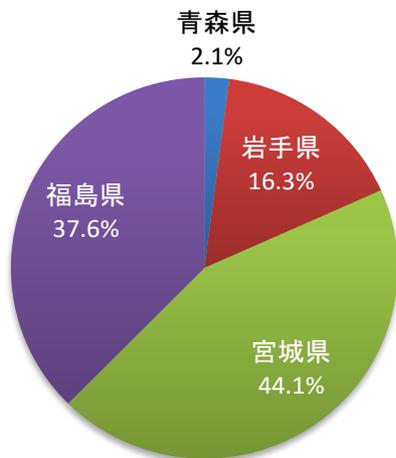


(参考資料)

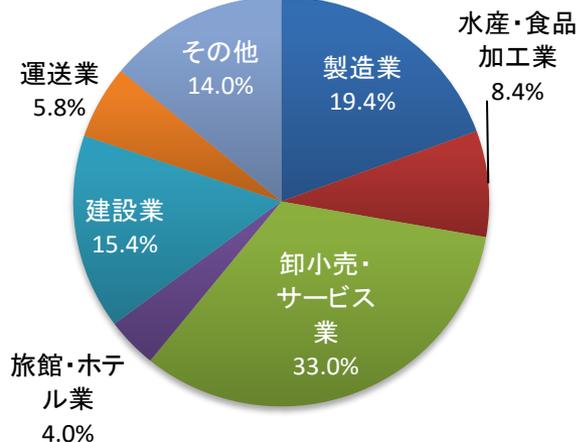
グループ補助金フォローアップ調査の概要

G補助金フォローアップ結果

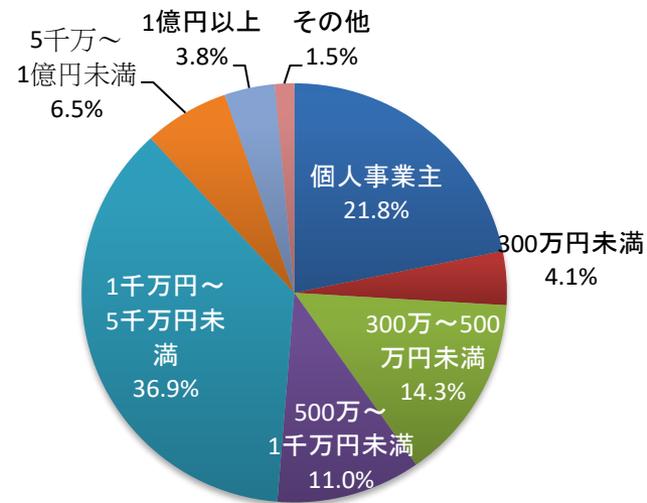
- 東北経済産業局では、東日本大震災グループ補助金の効果の確認と今後の制度改善につなげることを目的に専門家派遣を実施するため、派遣先選定の一助とすることを目的としたフォローアップ調査を青森県、岩手県、宮城県、福島県における交付先に対し実施した。
- 交付先9,275者のうち、4,399者から回答を得た。
- 県別の回答者は、青森県2.1%、岩手県16.3%、宮城県44.1%、福島県37.6%となっている。
- 業種別では、卸小売・サービス業33.0%、製造業19.4%、建設業15.4%となっており、これら3業種で全体の67.8%を占める。
- 資本金区分別には、1千万円～5千万円未満36.9%、個人事業主21.8%、300万円～500万円未満14.3%となっており、これら3区分で全体の73.0%を占める。



県別回答者数の割合
(合計4,399者)



業種別回答者数の割合
(合計4,397者)

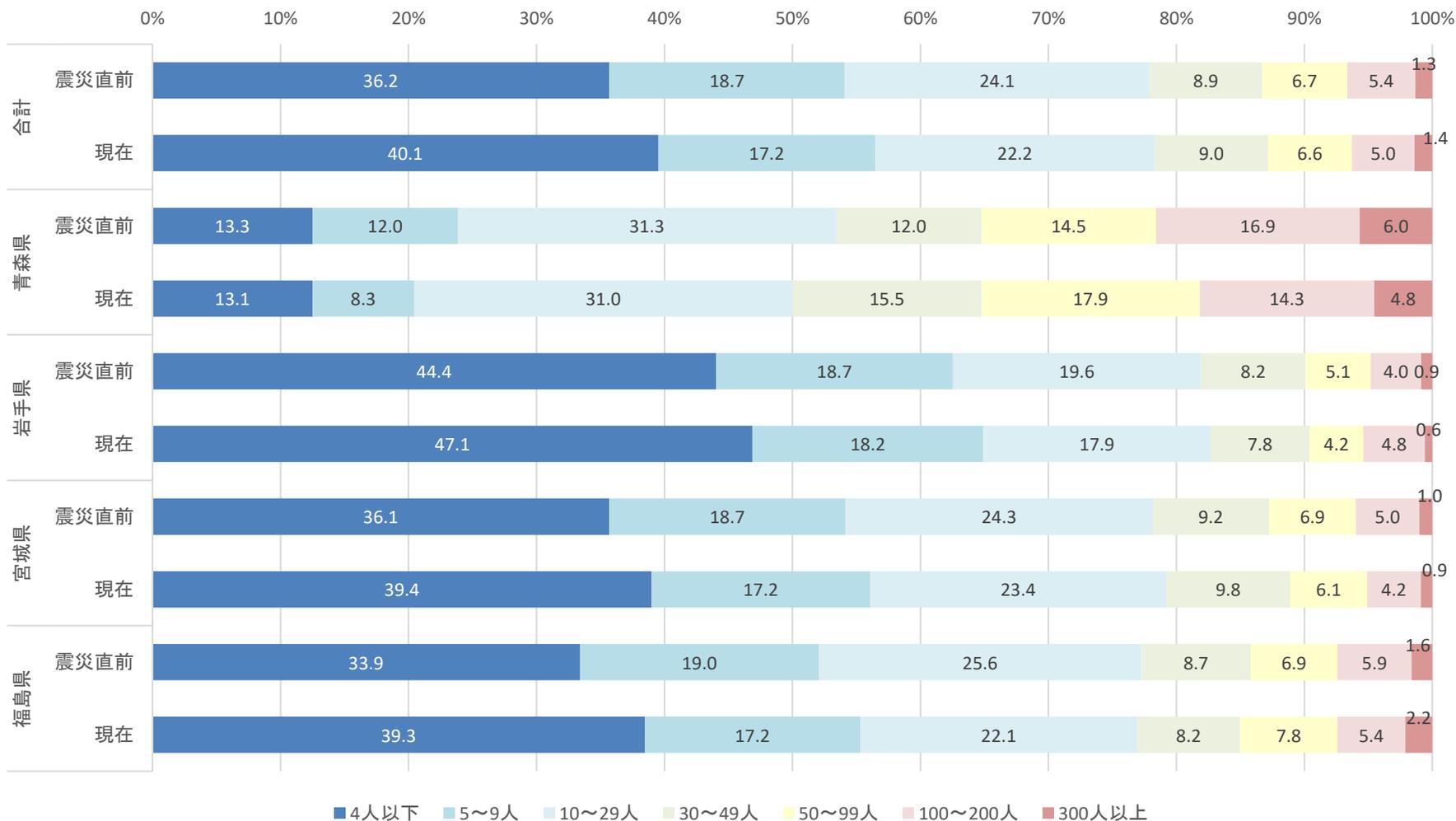


資本金別回答者数の割合
(合計4,398者)

I. 雇用の状況①

県別にみた震災直前と現在の雇用規模

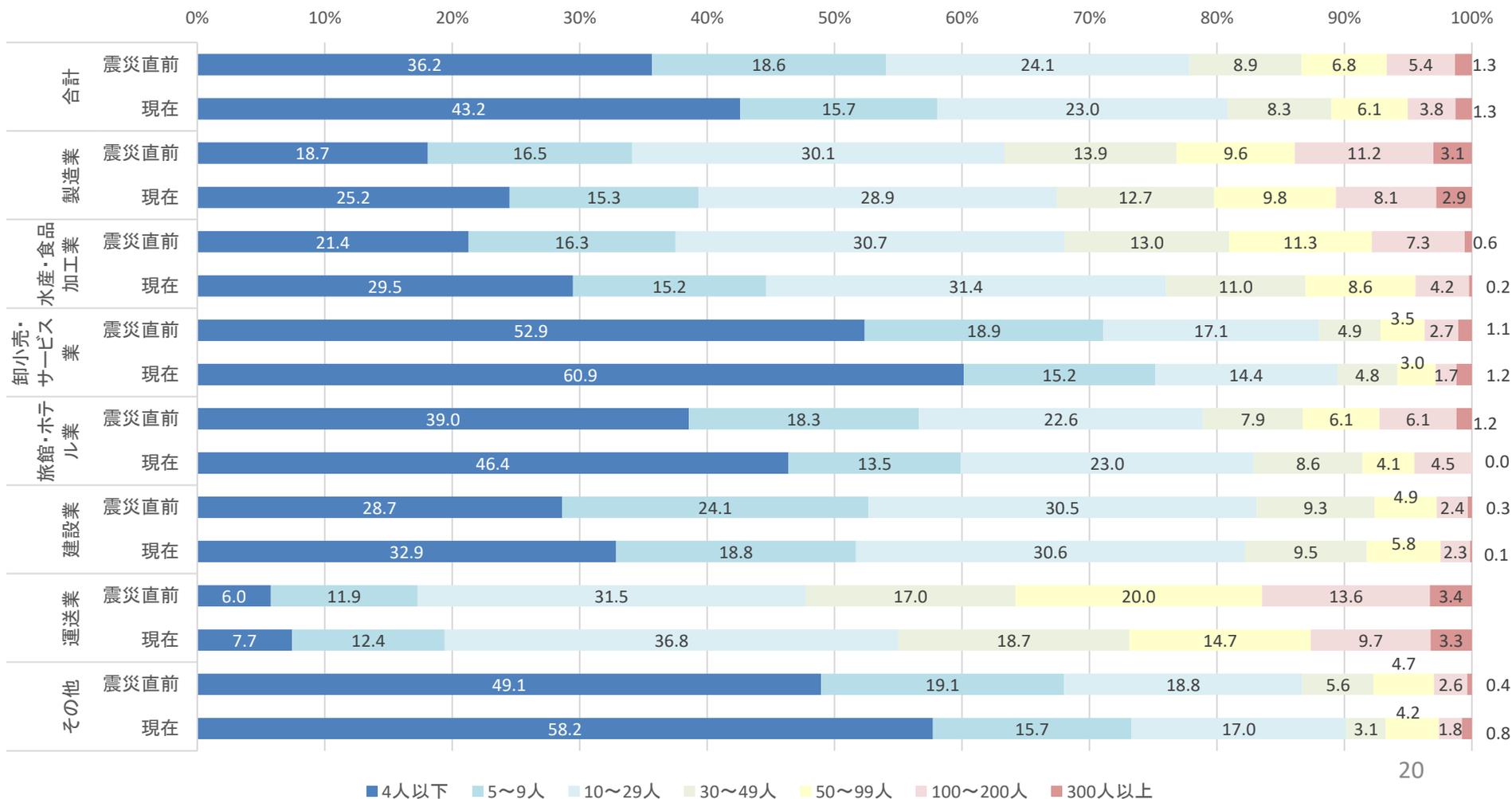
▶ 『4人以下』の小規模事業者の割合が増加している



I. 雇用の状況②

業種別にみた震災直前と現在の雇用規模

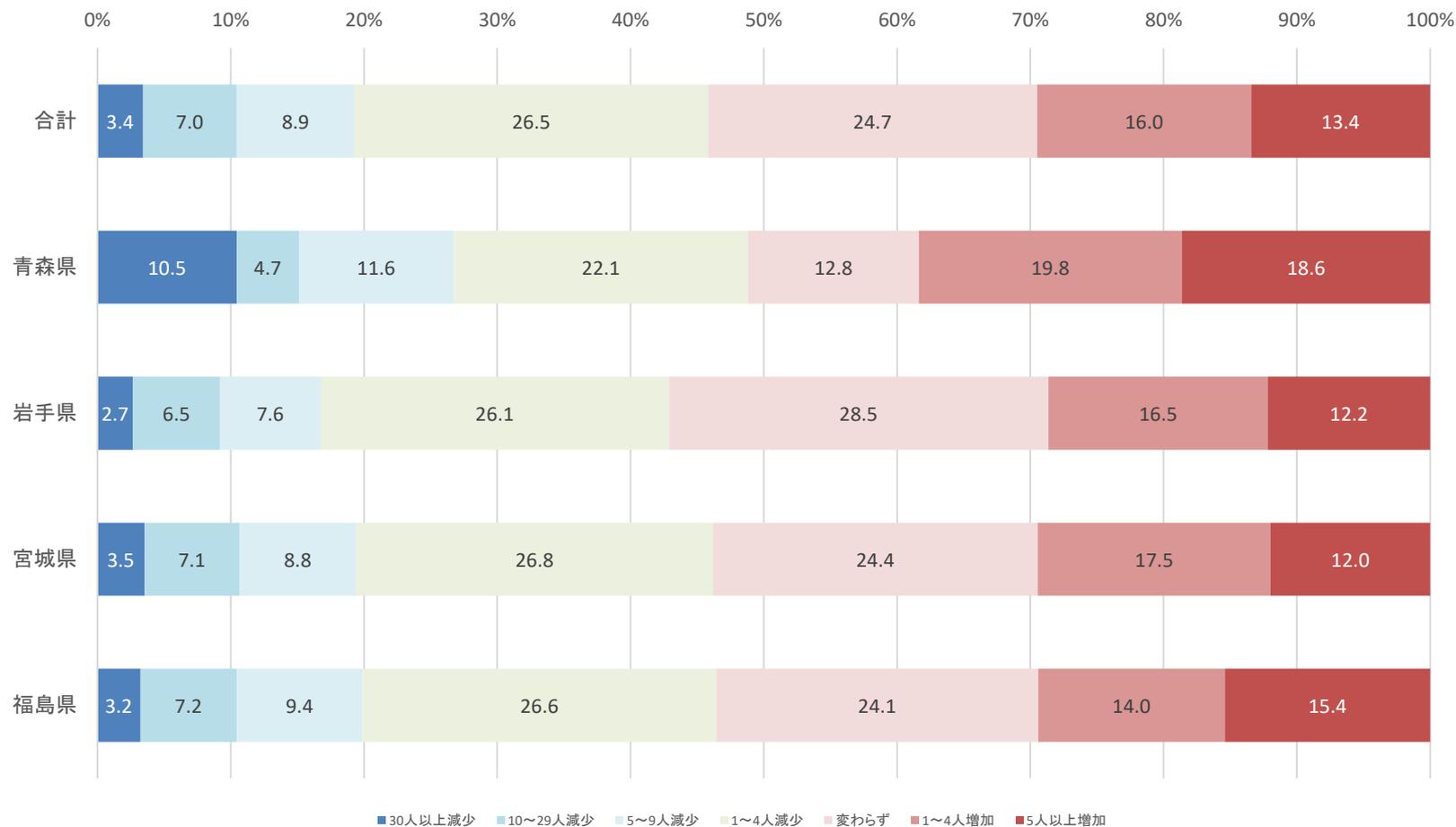
▶ 卸小売・サービス業、旅館・ホテル業では、『4人以下』の割合が増加し、『5～9人以下』の割合が減少している。



I. 雇用の状況③

県別にみた雇用の動き

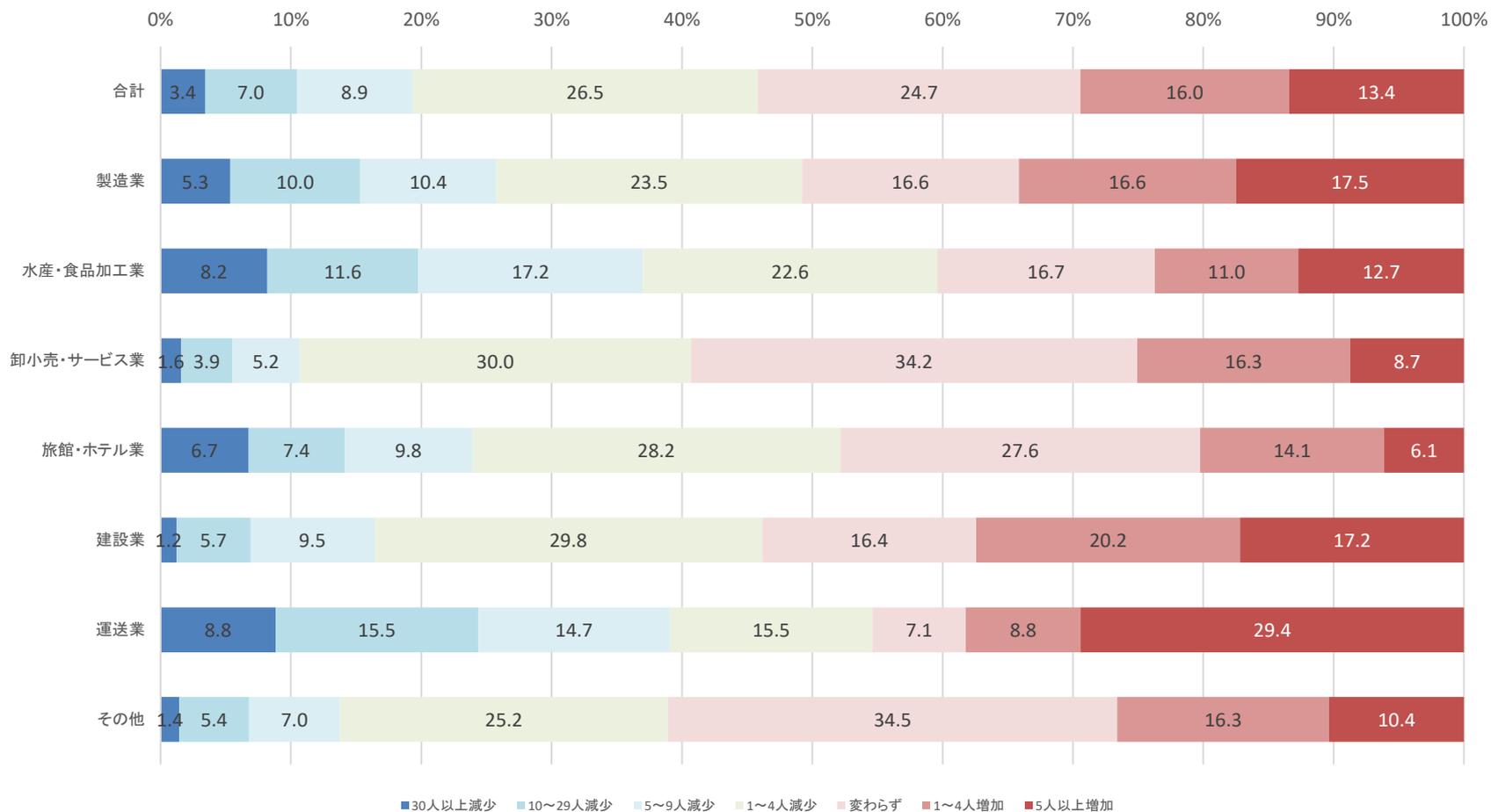
▶ 震災直前と現在の雇用人数を比較すると、45.8%の事業者で雇用が減少しており、29.4%の雇用が増加、24.7%は変化がなかった。



I. 雇用の状況④

業種別にみた雇用の動き

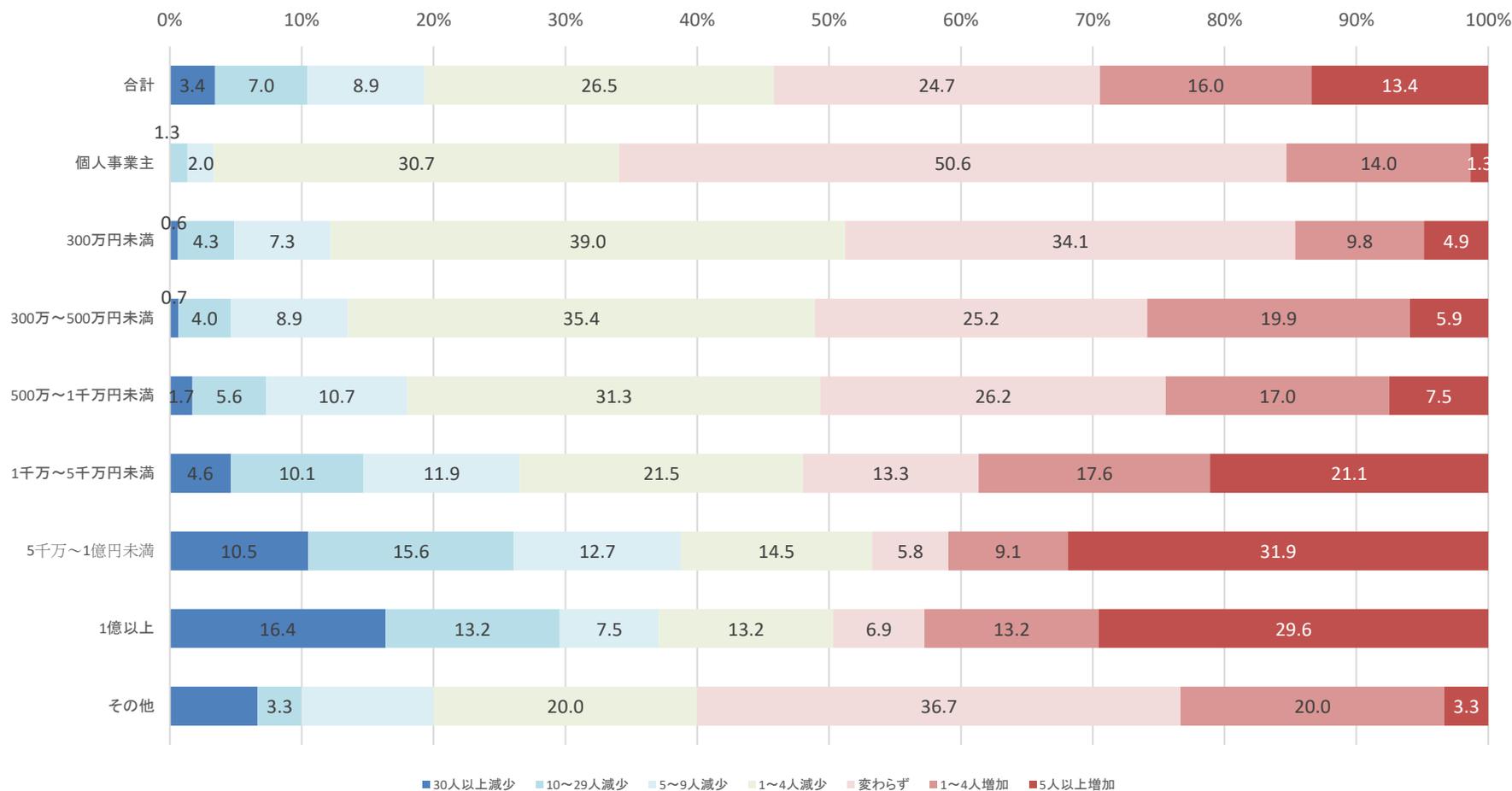
▶ 業種別に見ると、運送業で雇用が増加している割合が高い。



I. 雇用の状況⑤

資本金区別にみた雇用の動き

- 雇用が増加している割合は1億円以上で最も高い。
- 一方、雇用が減少している割合は5千万～1億円未満で最も高い。

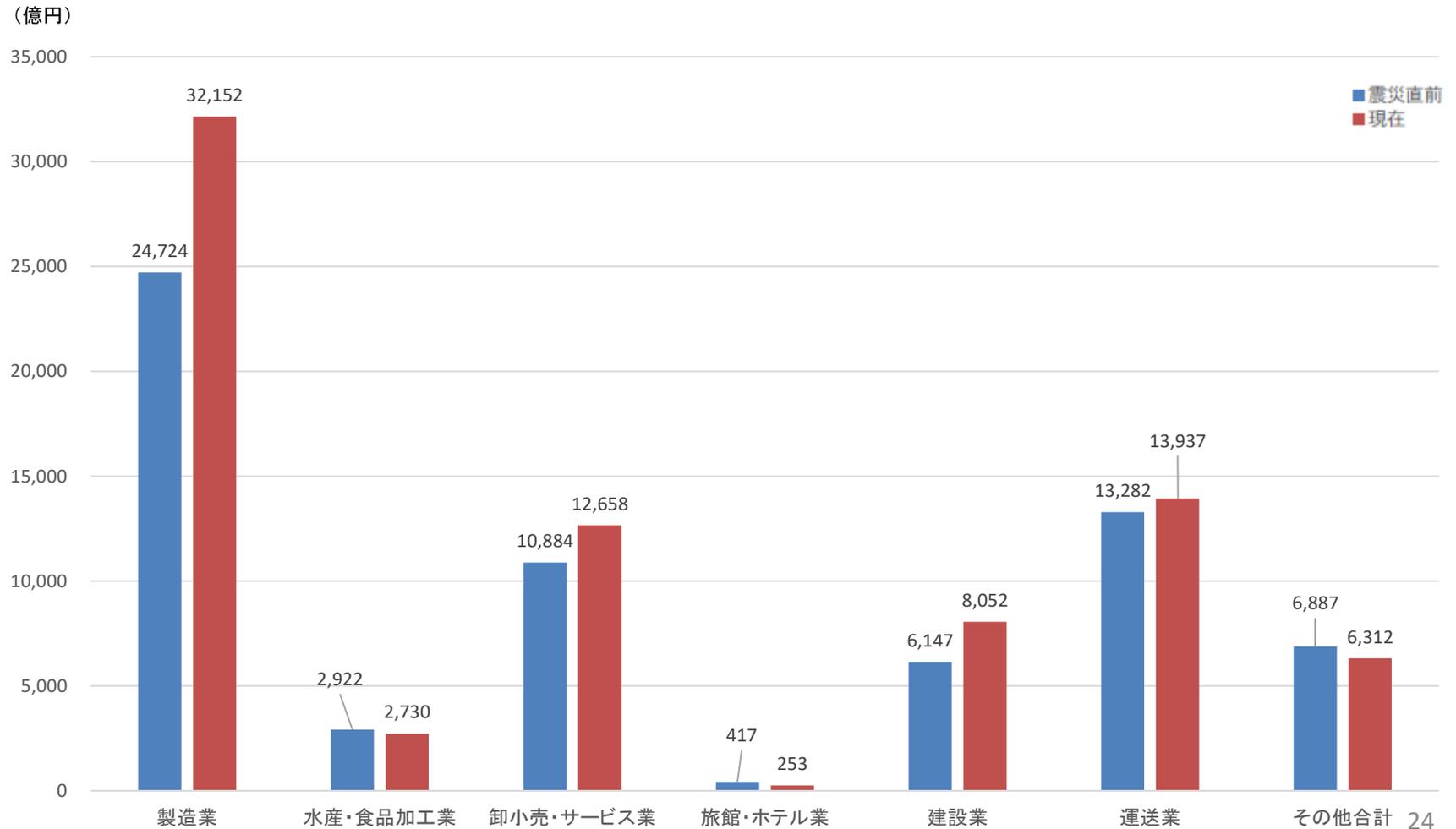


Ⅱ. 売上の状況①

業種別の売上げの回復状況

➤ 旅館・ホテル業、水産・食品加工業において、売上げの回復が遅れている。

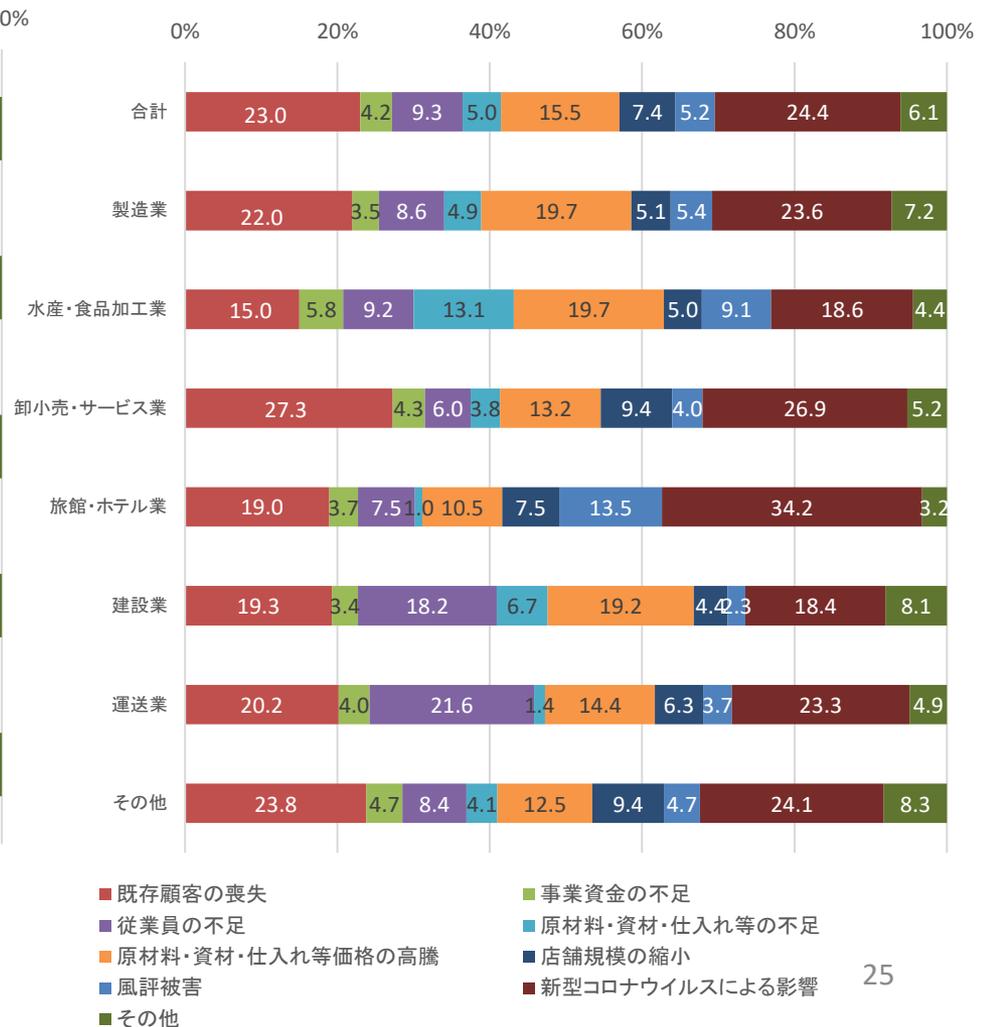
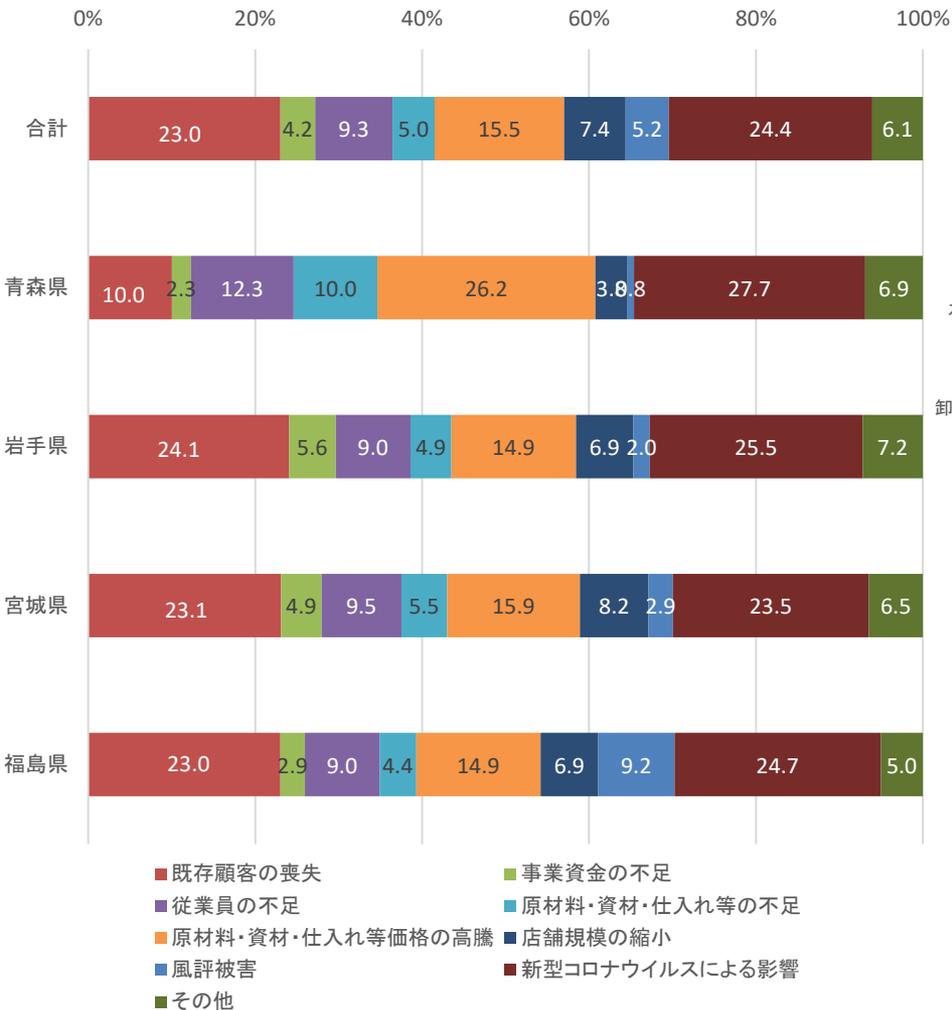
全体



Ⅱ. 売上の状況②

売上げが減少した理由

- 「新型コロナウイルスによる影響」が最も高く、次いで「既存顧客の喪失」となっている。
- 業種別で「新型コロナウイルスによる影響」が最も大きいのは、旅館・ホテル業、製造業、運送業となっている。

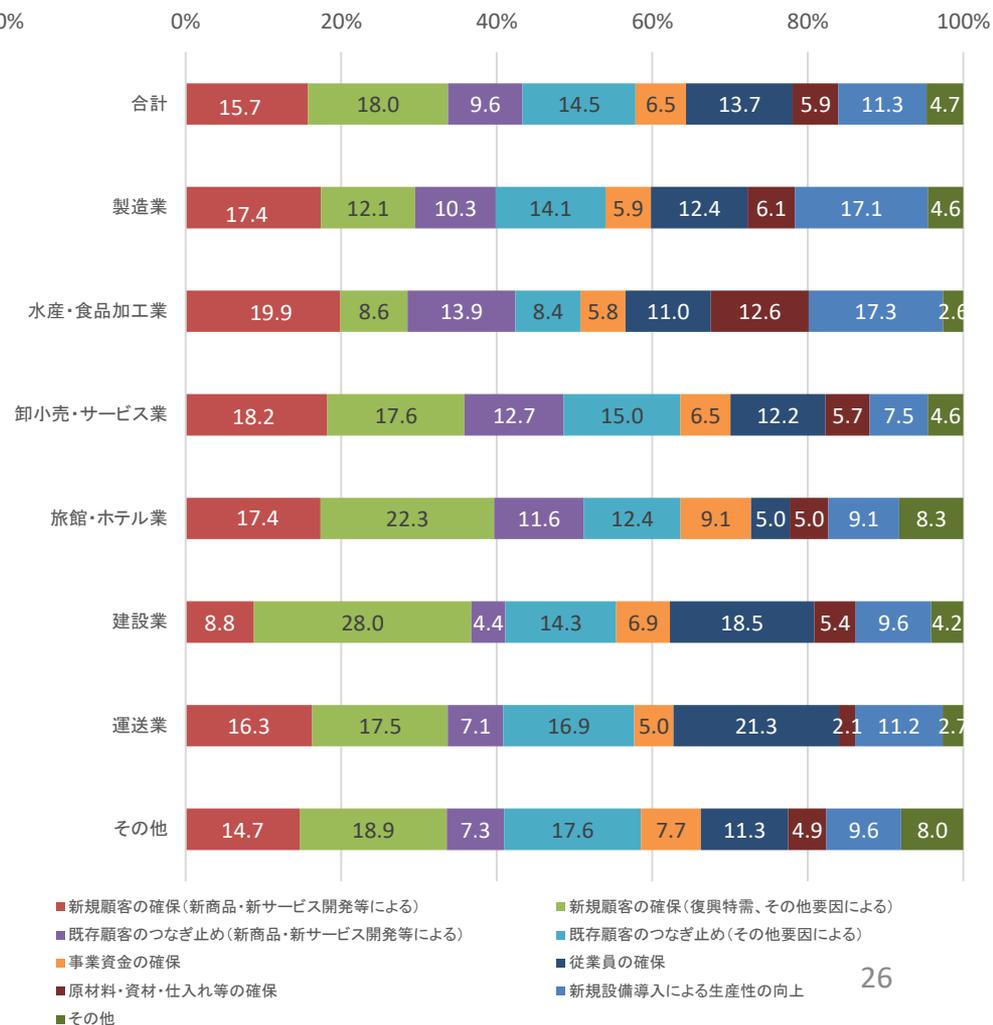
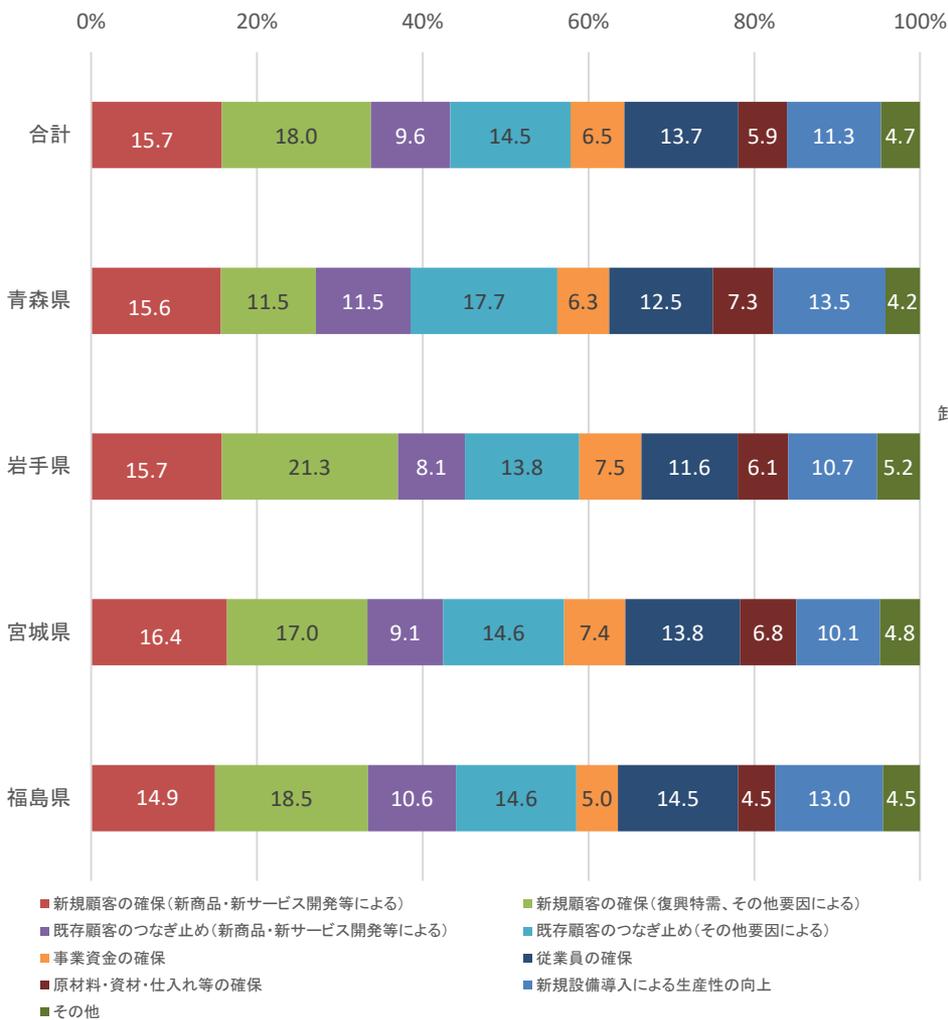


Ⅱ. 売上の状況③

G補助金フォローアップ結果

売上が増加または変化なしの理由

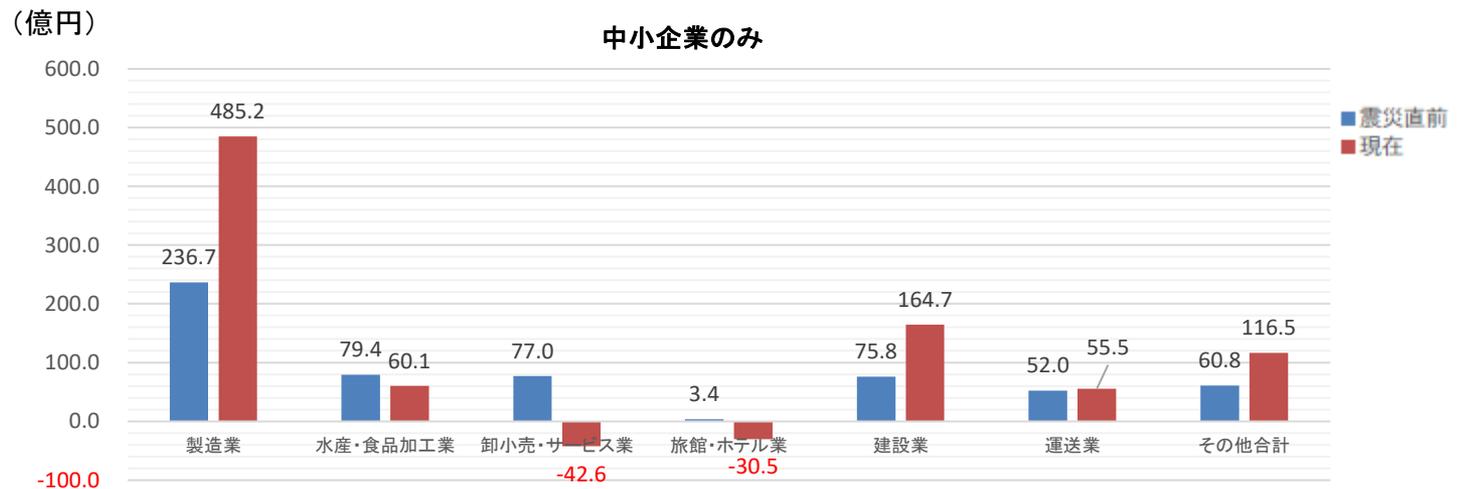
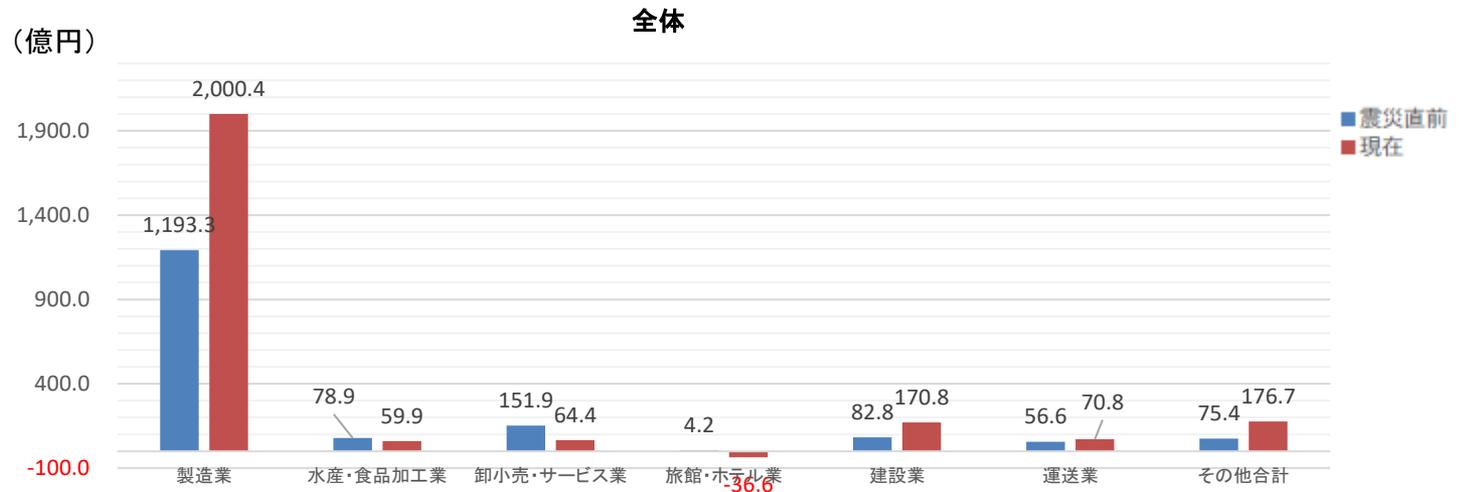
- 「新規顧客の獲得(復興特需等)」が高く、次いで「新規顧客の獲得(新商品・新サービス)」となっている。
- 旅館・ホテル業や建設業では「新規顧客の獲得(復興特需)」による売上の増加がみられる。



Ⅲ. 経常利益の状況①

業種別の経常利益の状況

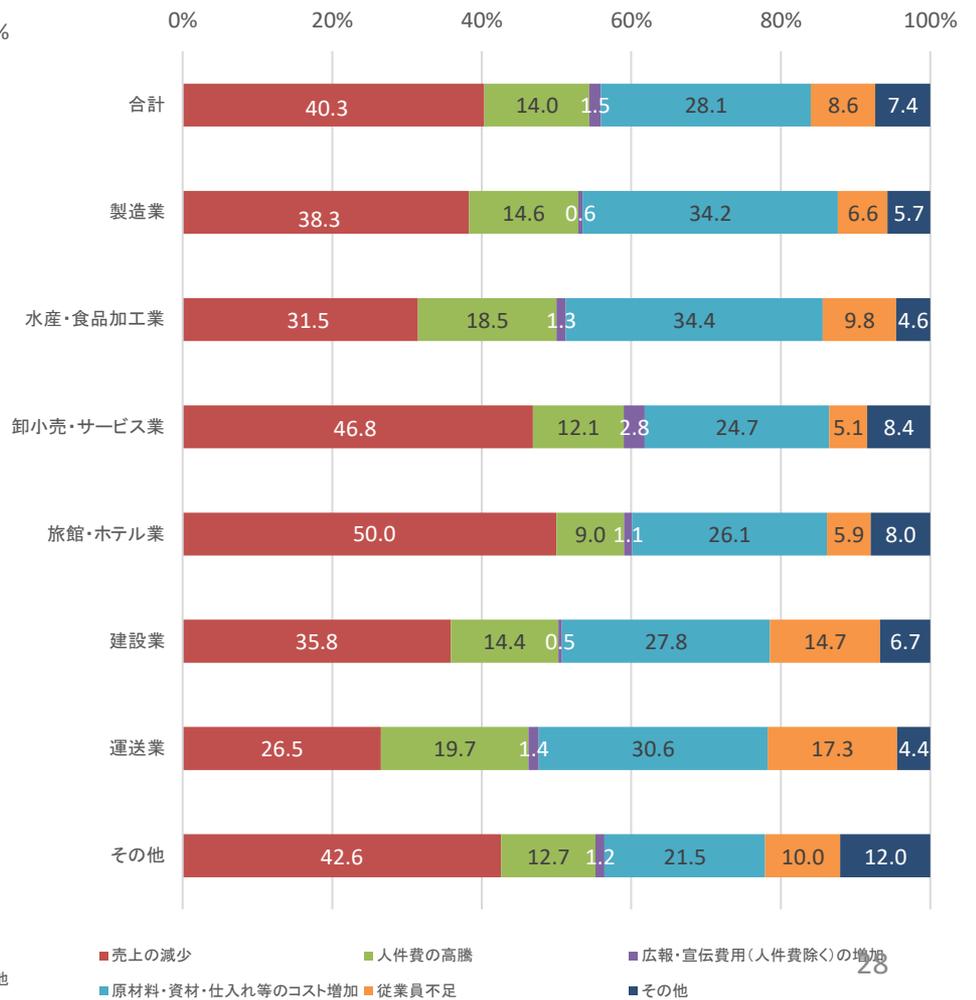
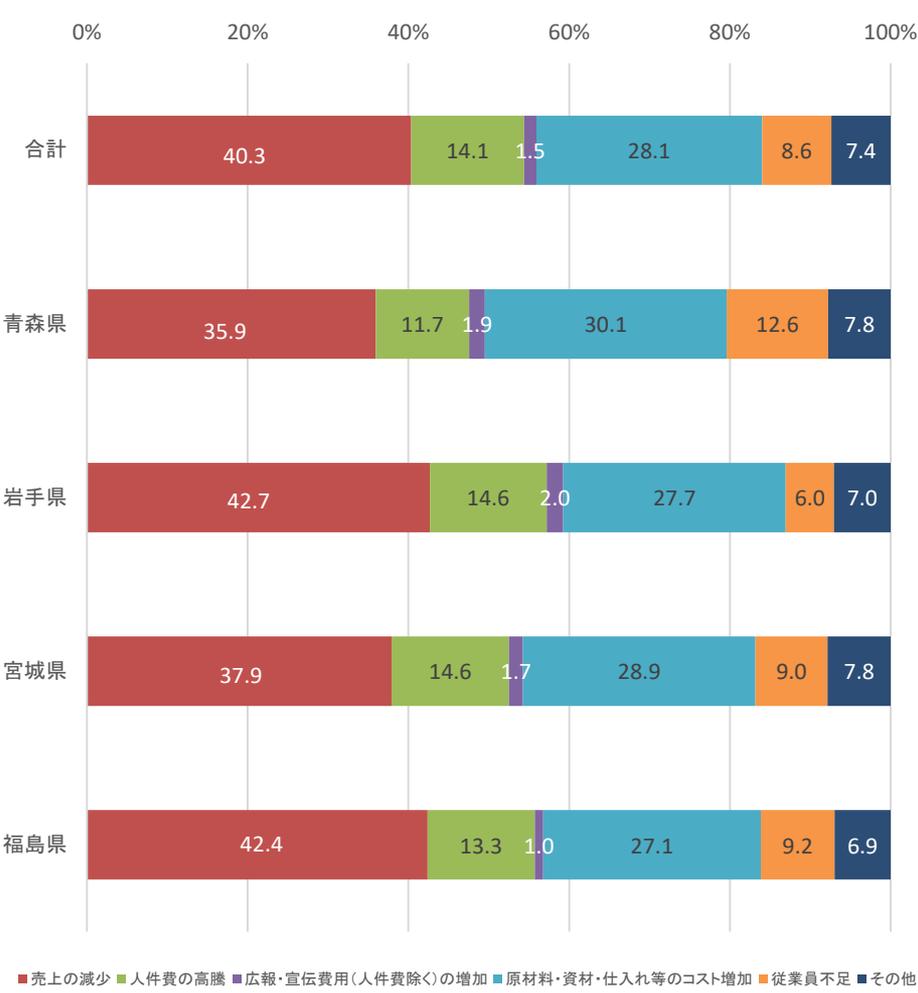
▶ 水産・食品加工業、卸小売・サービス業、旅館・ホテル業において、経常利益の回復が遅れている。



Ⅲ. 経常利益の状況②

経常利益が減少した理由

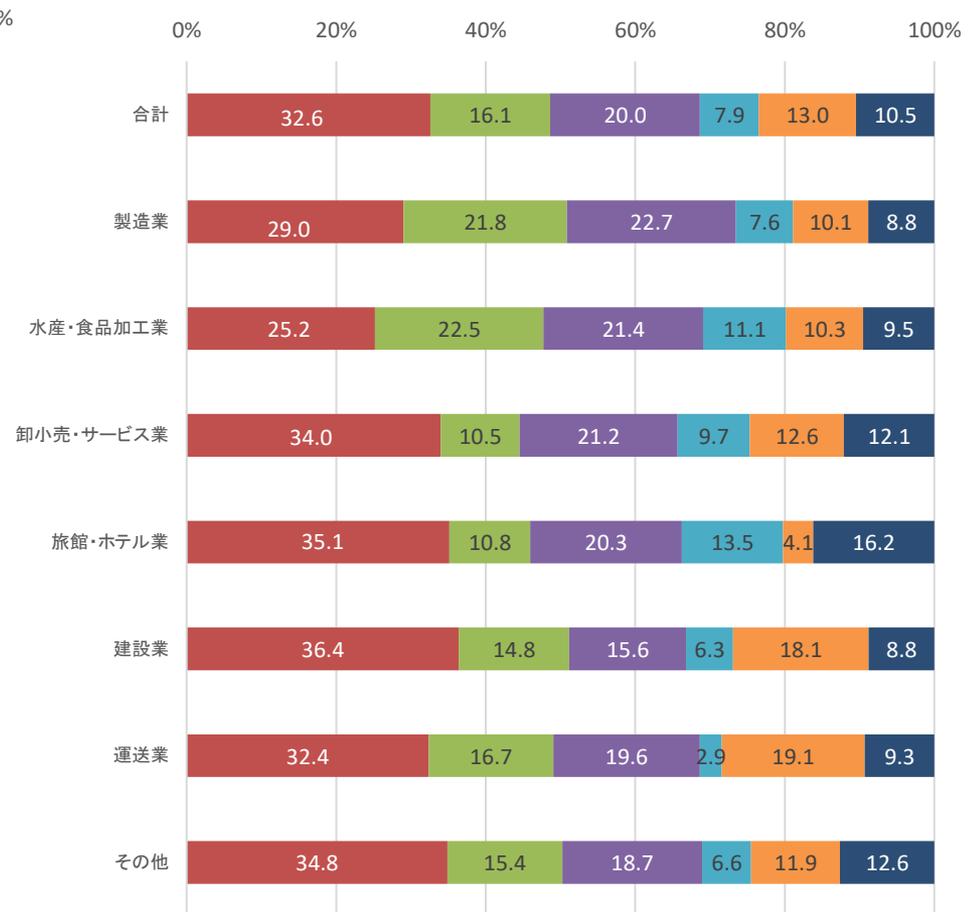
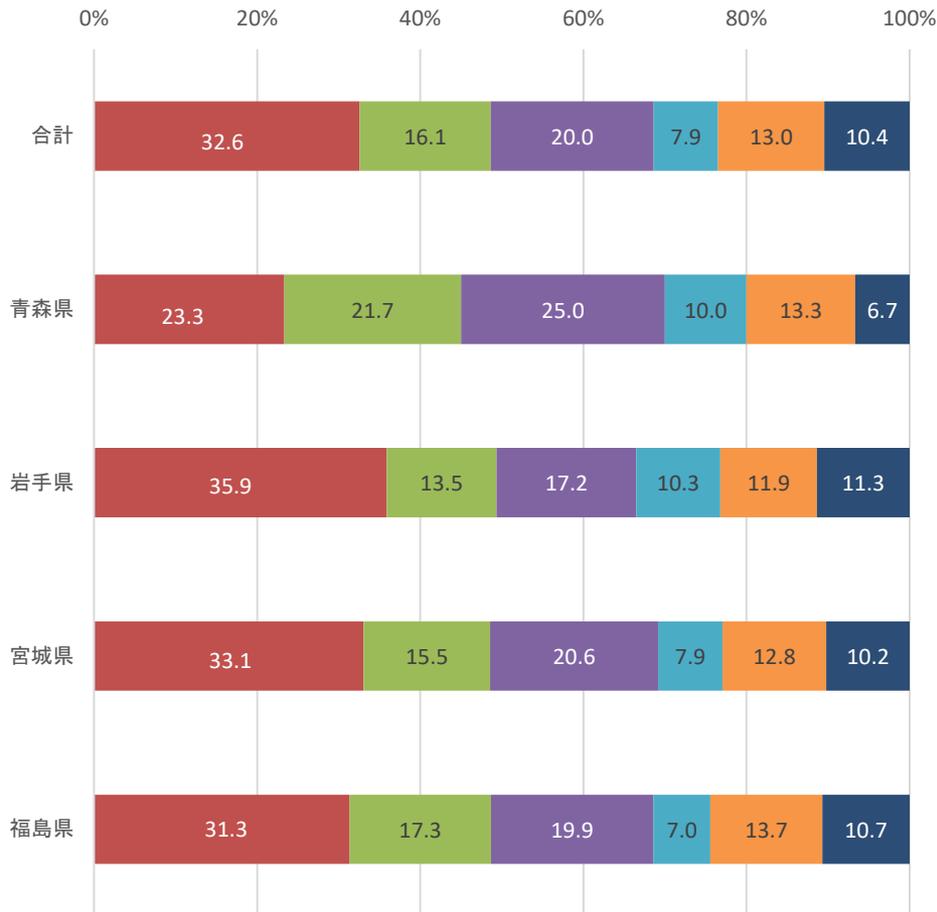
- 「売上の減少」が最も高く、次いで「原材料・資材・仕入れのコスト増加」となっている。
- 業種別では 水産・食品加工業が「原材料・資材・仕入れのコスト増加」となっており、旅館・ホテル業は「売上の減少」となっている。



Ⅲ. 経常利益の状況③

経常利益が増加または変化なしの理由

- 「売上の回復」が高く、次いで「業務改善による生産性向上」となっている。
- 業種別では 製造業、水産・食品加工業では「設備投資による生産性向上」、「業務改善による生産性向上」の割合が比較的高い。



■ 売上の回復
■ 設備投資による生産性向上
■ 業務改善による生産性向上
■ 原材料・資材・仕入れ等のコスト削減
■ 従業員の確保
■ その他

■ 売上の回復
■ 設備投資による生産性向上
■ 業務改善による生産性向上
■ 原材料・資材・仕入れ等のコスト削減
■ 従業員の確保
■ その他

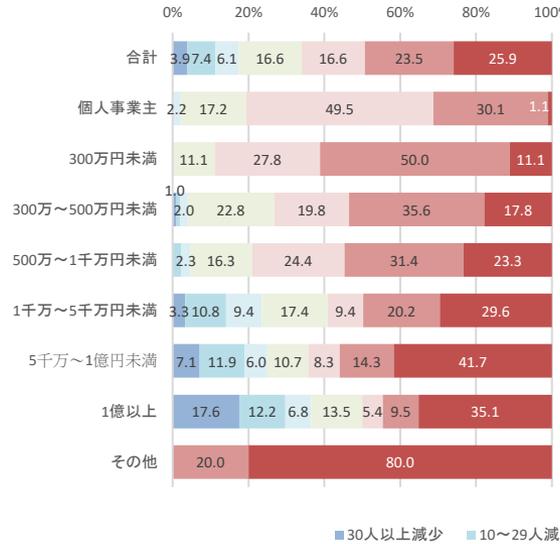
IV. 業種別・資本金区分別にみた状況① <雇用>

G補助金フォローアップ結果

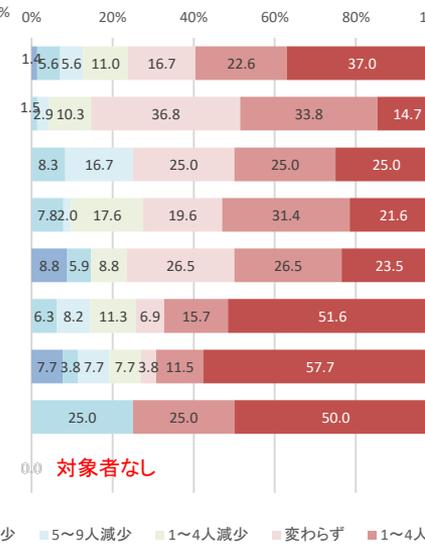
雇用の動き

➤ 運送業において、震災直前と比べ、減少と回答した割合が最も高かった。

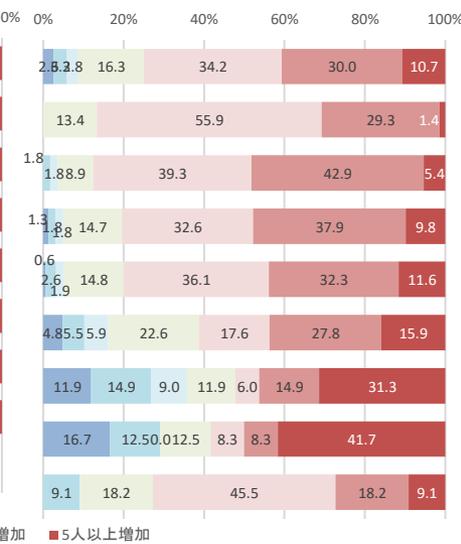
製造業 (n=823)



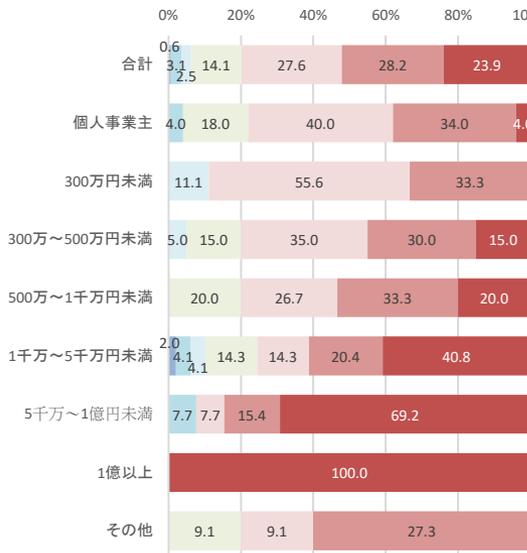
水産・食品加工業 (n=354)



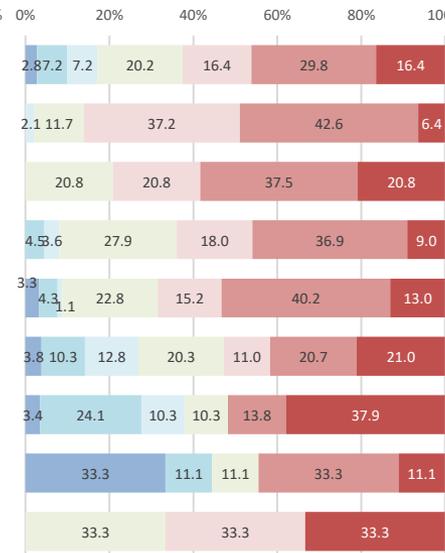
卸小売・サービス業 (n=1,384)



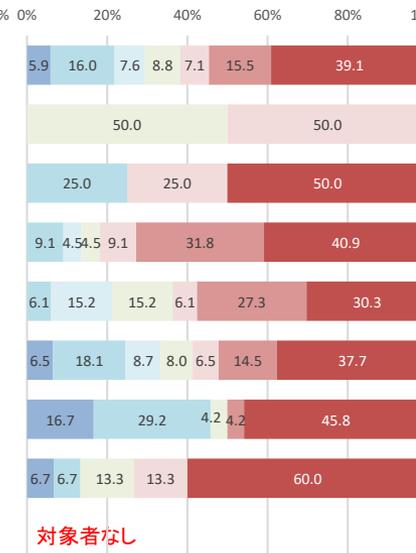
旅館・ホテル業 (n=163)



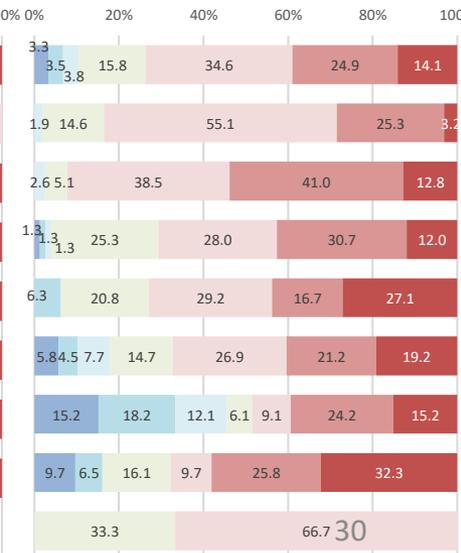
建設業 (n=652)



運送業 (n=238)



その他 (n=546)



V. 過去調査との比較 (雇用)

