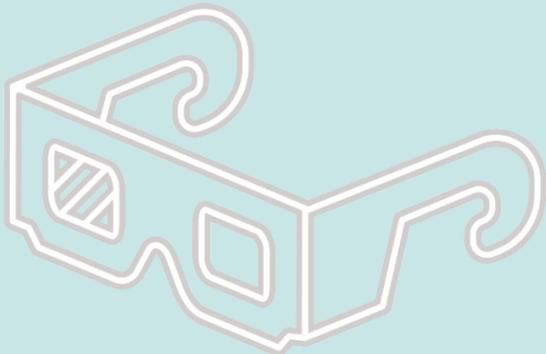


サービス産業の 生産性向上のための 取組事例集2022



はじめに

日本のサービス産業は、日本経済の約7割（GDP・雇用ベース）を占める非常に重要な産業であり、今後もサービス産業の重要性は高まり、より一層の市場拡大が見込まれます。新型コロナウイルス感染症の拡大や原材料価格及びエネルギー価格の高騰など、日本経済を取り巻く環境は日々変化しています。また、技術革新が進み、社会が多様化・複雑化する中で、より一層一人ひとりのニーズに適したサービスの提供が求められます。

この度、東北地域の更なるサービス産業の発展を目指し、東北経済産業局において、新しい価値や社会に貢献するサービス等を提供している企業・組織を対象に事例集を作成しました。今後、企業等の皆様が新たな価値創造を行ううえでの参考として本事例集をご活用頂ければ幸いです。

最後に、本事例集の作成にあたり、資料のご提供やヒアリング等にご協力いただきました皆様に心より感謝申し上げます。

目次

- 1. コーヒーを通じて秋田とエチオピアの里山に貢献する**
— 合同会社秋田里山デザイン 【秋田県男鹿市】
- 2. 一人ひとりを大切にした完全個別指導**
— 株式会社セレクトィー 個別教室のアップル 【宮城県仙台市】
- 3. 大豆で世界を変えていく 大豆ミートから始めるSDGs**
— 株式会社食の力コーポレーション 【山形県新庄市】
- 4. 持続可能な社会を農業から**
農産物を瞬間冷凍したReicaの開発
— 株式会社FARMER'S 【山形県東根市】

コーヒーを通じて秋田とエチオピアの里山に貢献する

合同会社 秋田里山デザイン



サービスのポイント

- 自家焙煎したコーヒー販売の売上を資金に秋田・男鹿の耕作放棄地の再生に取り組む。
- 直接エチオピア産のコーヒーを買い付けることで、エチオピアの里山にも経済的に貢献している。
- 「里山」とは人の手も入った二次的自然の形。自分たちの暮らしも大切にしながら、持続可能な「里山」を作っていく。

事業内容

捨てられてしまった農地の再生

合同会社秋田里山デザインは大西克直氏と保坂君夏氏が立ち上げた合同会社。エチオピアの現地まで直接足を運んで買い付けたコーヒー豆を自家焙煎し「さとやまコーヒー」の名称で販売している。

コーヒー販売の売上を資金に土や種を購入し、「男鹿市内に存在する農業に適さないとして捨てられてしまった土地（耕作放棄地）」を再生するための活動をしている。

耕作放棄地の再生をはじめとした様々な取組を通して「里山」貢献を目指している。

サービスの背景と目的

コーヒー愛がきっかけに

大学時代の留学を通して地方へルーツを持ちたいと思った大西氏と、県内の大学で農業を学びながら耕作放棄地の再生を考えていた保坂氏。大西氏が生活していた県内のシェアハウスでの出会いを通して意気投合した二人は、男鹿で耕作放棄地の再生の取組を始めた。当初は耕作放棄地の再生活動のみを行っていたが、コーヒー愛の深かった大西氏の存在から、「さとやまコーヒー」の販売を行うことを決めた。

コーヒー豆は大西氏がエチオピアの現地

へ直接訪問し、輸入する豆の種類を決めている。里山への貢献の「里山」にはエチオピア等の生産地も含まれており、現地の経済圏にお金が入ることで生産地が守られるという形で繋がっている。

男鹿では耕作放棄地の再生、エチオピアではコーヒー豆の現地購入という形で、それぞれの地域の里山を守っている。



サービスの特徴と独自性

人と自然の共生を目指して

売上の中から環境問題や社会問題解決のための活動へ資金を回すという取組を行っている企業はいくつか例がある。しかし、秋田里山デザインの場合は「里山の再生」「人間と里山がどう共存していくか」というテーマが活動の根底にある。

保坂氏曰く、「里山」とは人間の手が入った二次的な自然を指すという。単に自然環境を守るだけに留まらず、持続的な形で自然との共生を図るという領域に挑戦している。コーヒー販売や、その収益を元に行っている耕作放棄地の再生もテーマに沿った活動の一つであり、その他にも環境保護団体と連携して菅笠文化の伝統保持活動なども行っている。

「さとやまコーヒー」の販売に関しても、コーヒー豆は直輸入直販の形を取っており、現地の利益を最大限に考えている。また、味や焙煎方法に関してだけでなく、バックグラウンドについて知ることができる点も「さとやまコーヒー」の魅力の一つ。現地を訪問し、生産者と直接向き合っているため、コーヒー豆が栽培されている農地の景色や、その土壌の特色、コーヒー豆として製造されている工程までを詳細に伝えることができる。



今後の展開 新たな繋がりへの創出

秋田は耕作放棄地の存在が課題となっているため、男鹿でモデルケースを作って秋田全体にも広めていきたいと思っている。そのため活動の規模を拡大していくことに併せて、農地の所有者・権利といったコモンズの要素も取り入れていく。コミュニティファームのような、複数人で所有する形などを想定しており、そこから新たな繋がりが創出されればと考えている。

普段農業に触れていない人にとって現地を訪れて関わりを持つことはハードルが高いため、コーヒーを飲む・消費することをきっかけに、まず農村に興味を持ってもらいたい。地元の人にとっても、一步アクションを踏み出せるきっかけになればと思っており、各々が無理なく関わっていける形を目指している。

自分たちの活動が社会的に影響を与えることができるということが法人化に踏み切った理由の一つ。今後は秋田市内の映像制作スタジオとも連携し、エンドユーザーに喜んでもらえるような情報の発信も積極的に行っていきたい。

企業情報

住所	秋田県男鹿市男鹿中浜間口川上岩瀬42-32
創業	2022年
社員数	2名
URL	https://www.instagram.com/weave_satoyama/ https://satoyamacoffee.com/

一人ひとりを大切にした 完全個別指導

株式会社 セレクティール 個別教室のアップル



サービスのポイント

- 一人ひとりを大切にした完全個別指導のサービスを提供。
- 生徒や保護者などの利用者だけでなく、社員一人ひとりも大切にしたい働きやすい環境を整備。
- 放課後に私立高校内の空き教室を利用し個別指導教室を開設。通塾の必要がなくなり生徒の安全と保護者の安心が保たれている。

事業内容

一人ひとりをとことん大切に

『一人ひとりを大切に』という創業以来の考え方を基本に、1対1の個別指導「個別教室のアップル」「家庭教師のアップル」を展開。生徒一人ひとりの個性と適性に合わせた講師を紹介し、生徒1人に教師1人がつきっきりで指導。また不登校や発達障がい等の課題を抱える生徒に対しては、学業に関する知識だけでなく、物事に真摯に取り組む姿勢や自己肯定感の醸成などについてきめ細やかな支援を行う。

ボトムアップ型経営で現場の意見反映

利用者の方の満足度を向上させるためにボトムアップ型の組織運営を行う。利用者の満足度を第一に考え、経営者が、より現場に近い従業員や講師の意見を反映しやすい環境を整え支えていくことで業務の効率化、サービスの向上に繋げる。また提案されたアイデアは否定せず、まずは行動をして問題点があれば改善をしながら進めていくという新しいことに挑戦しやすい環境作りを大切にしている。

女性が働きやすい職場へ

セレクトティーで働く従業員の大半および登録講師の約半数が女性。従業員自身も母親である者もあり、生徒の保護者の立場になってよりよい教室環境の整備やきめ細やかな保護者への連絡など、サービスの改善に取り組むことが可能。そういった質の良いサービスが提供できる女性社員が、結婚や出産などで一時退職後も働きやすいように、休業後前職の役職のまま戻ることができるようにしたり、正社員として短時間での勤務やテレワーク環境の整備などを行っている。

サービスの背景と目的 自己肯定感の向上

代表取締役の畠山明氏が小学校教員時代より『一人ひとりを大切に』する教育を提供したいという思いからセレクトティーを創設。特に成長の前提となる「自己肯定感」を育むために、個別教育だからこそできる個人を尊重した指導を実施。

また『一人ひとりを大切に』という経営理念は、生徒だけでなく職員一人ひとりが働きやすい環境を整備することにもつながっている。

サービスの特徴と独自性

私立高校の空き教室を利用して個別指導を開始

顧客の満足度向上のサービスの一環として私立高校の空き教室を利用した個別指導を実施。校内に教室を設けることによって塾に通わずに通塾時と同様のサービスを受けることが可能となり、生徒の安全面の確保が可能になった。また自習室を利用する際にICカードをかざすことにより保護者へ



通知される仕組みを活用し、保護者が生徒の利用状況を把握することができ安心感を確保することが可能となった。

さらに常駐するチューターには塾に通っていない生徒も無料で質問ができ、疑問点をすぐに解決できる仕組みとなっている。

このような取組は宮城県内ではめずらしい取組であり、またセレクトティー側にも施設設備の経費面でもメリットがある。

今後の展開

今後も学校との連携や、メタバースを活用し地方や海外在住者に対しても質の高い個別指導を提供するなど、利用者の満足度向上のために新しい取組にも積極的にチャレンジしていく。

企業情報

住所	宮城県仙台市青葉区国分町2-13-21
創業	1996年
社員数	33名（パート・アルバイト474人）
TEL	022-223-5001
URL	https://apple-kobetsu.jp

大豆で世界を変えていく 大豆ミートから始めるSDGs

株式会社 食の力コーポレーション



サービスのポイント

- 山形県産大豆ミートの製造・販売を主力とした事業を展開。最上地域で採れた新鮮な野菜をふんだんに使った大豆ミートを製造し、地域のブランド力向上にも貢献している。
- 自前の凍結機を活用して県内外へ、山形大豆ミート惣菜「やさしい大豆™」シリーズを2023年1月にリリース、また新庄・最上地域の個人宅や事業者様へお弁当のサブスクリプションを提供。
- 廃校施設利活用、耕作放棄地の増加、担い手不足といった課題に対応するため、自社での大豆栽培を計画。その他、学校給食への参入や微生物を用いた商品開発を計画し、新たなチャレンジを継続している。

事業内容

食べるだけのSDGsの普及を目指して

「『食』の力で食糧危機を解決したい」という思いから、大豆の代替肉にうま味を加えた「山形大豆ミート」を開発。ハンバーグやガパオライス、キーマカレー等を冷凍惣菜にしてスーパー、ECサイトで販売。個人や法人向けにはお弁当を届けるサブスクリプションを展開している。

食の力コーポレーションの代表取締役CEOの福原氏は、大手外食事業社でエリアマネージャーとして勤務していたが、2010年に地元へUターンすることを決意。2014年に食の力コーポレーションを設立した。SDGsの考えに即した取組の必要性を感じ、大豆ミートの可能性を日々模索している。

サービスの背景と目的

食の不均衡の解決に向けた「大豆ミート」

福原氏は、先進国では余った食品が捨てられ、途上国では食料不足が起こる「食の不均衡」に危機感を抱いていた。また、山形県では後継者不足の影響もあり、耕作放棄地が増加している。

世界的な食の課題と地元山形の課題を目の当たりにした福原氏は、山形の耕作放棄地を使って持続的な収穫が期待できる大豆を生産し、生産した大豆を原料に商品を開発することを考えた。その際に着目したのが、第4の肉と呼ばれる大豆ミートである。

2023年度からは自社での大豆生産を開始する。今後も工夫を凝らした大豆ミートの加工販売に取り組んでいきたいと語る。

サービスの特徴と独自性

山形県産大豆を油脂ごと使った山形大豆ミート「やさしい大豆シリーズ」リリース

自家製造しているハンバーグ等の惣菜は山形県産の大豆「里のほほえみ」を油脂ごと使い、最上産の新鮮な野菜も用いて製造している。この独自開発の大豆ミート惣菜を山形大豆ミート「やさしい大豆」としてシリーズ化。通常の大豆ミートとは異なり、大豆油脂がたっぷり含まれること、無添加・無着色でベジタリアンの方や小さいお子様を持つ親子さんなど健康志向の方むけにやさしい味に仕上げ好評を得ている

また、新しい大豆ミートの開発にも力を注いでいる。人に有益な作用をもたらす生きた微生物であるプロバイオティクスを活用した発酵技術の確立に向けて、山形県工業技術センターと共同研究開発を進めている。この研究で製造を進める発酵大豆ミート及び発酵大豆プロテインには、発酵に山形県の名産品であるさくらんぼ由来の乳酸菌を使用。地域性のある商品開発を通して、大豆ミートの流通量増加、海外進出などを目指している。

美味しさを家まで届けるサブスクリプション

山形大豆ミートを使ってできたハンバーグやキーマカレー等は、直販、ECサイトによるDtoCの他に企業や家庭向けにお弁当や総菜として届けるサブスクリプション（定額制）サービスとしても提供している。自前の凍結機により冷凍することで、県内外に配達を可能にした。“世界を変えるお弁当、という切り口で新たな客層を獲得している。

また、保育園・学校給食や老人介護施設向けに原材料の納品を始めた。特に学校給食においては、「食べるだけのSDGs」として環境問題を考える学習教材としての価値を提案。ユニークなアイデアで大豆ミートの販路や活用方法を広げている。



山形大豆ミート
入ってる



ながながやるね、このお味。
やさしい大豆

今後の展開

地域活性化とSDGsな販売形態を目指して

現在は他社から大豆を仕入れ、加工を委託し販売しているが、今後は山形県新庄・最上地域内に製造拠点を設ける計画である。大豆の栽培から加工、販売までを自社で行うことで他社との差別化を図る。また、他社では外国産の原料を使うことが多いが、県内・自社で大豆を生産することで、耕作放棄地の課題を解決しサステイナブルな供給体制を構築することも狙いの一つである。さらに、肥料にはバイオマス発電後に残る「バイオ炭」を近隣企業からもらい、脱塩したものを活用予定である。栽培・収穫・製造・流通まで一貫した体制を構築することによって、各工程においてSDGsに寄与する。

製造・販売の拠点として廃校となった、金山町旧明安小学校を「食の学校」として活用する。地域資源の廃校を拠点として、レストラン事業の運営や地域の小中学校の生徒への食育の機会の提供も始めた。大豆ミートを通して地域の活性化や学びの機会の創出を促進する。

企業情報

住所	山形県新庄市下金沢町15-11
創業	昭和20年
社員数	15名（パート・アルバイト含む）
TEL	0233-29-8232
URL	https://www.shokuchika.jp/

持続可能な社会を農業から 農産物を瞬間冷凍したReicaの開発

株式会社FARMER'S



サービスのポイント

- 規格外の農作物をふるさと納税の返礼品として活用し、フードロスの解決に取り組む。
- 旬の果物を瞬間冷凍した「Reica（零果）」を販売。山形県産のフルーツに付加価値をプラスした新たな商品を提供。
- 持続的な農業と山形ブランドの価値向上に向けて輸出に積極的に取り組む。大学等と連携しながら農産物の新たな輸出方法の実証に取り組んでいる。

事業内容

持続可能な農業に向けたチャレンジ

FARMER'Sでは、農業の食品ロスを防ぎ、かつ収益性の高い製品を開発することで、農業が持続可能な産業になることを目指している。規格外の農産物を活用しふるさと納税の返礼品や輸出を行うほか、規格外の農産物を瞬間冷凍した商品「Reica（零果）」を開発し、高付加価値の商品を展開することで、SDGsへの貢献や山形ブランドの普及・拡大・国際化を狙う。

中川CEOは高校卒業後に米国へ留学したが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、やむを得ず帰国。父親が営む農家の手伝いを通して、フードロスを防ぐことと地域の活性化に取り組むことを決意した。

サービスの背景と目的

農作物のフードロスの解決を目指して

中川CEOは父親の営むサクランボ農家の仕事を手伝う中で、収穫高のおよそ3割に当たる約1トンのサクランボが色味や形状が悪いという理由で規格外とされ、味は通常のサクランボと相違ないにもかかわらず廃棄されていることを知る。

このフードロスを解決すべく、フリマサイトで規格外の農産物を「訳あり商品」として販売することにチャレンジした。すると消費者からは想像以上の反響があり、農産物を提供した農家からも喜びの声が挙がった。その後、クラウドファンディング等で資金調達をしながら、事業を継続的にするため2021年にFARMER'Sを起業。農作物の新たな提供方法を模索し続けている。

サービスの特徴と独自性

ふるさと納税で食品ロスを解決

規格外の農産物のロスを防ぐために始めたフリマサイトでは、商品を定価より安く販売するため、利益が出づらいほか、正規品の売上減少に繋がることを懸念し新たな販売方法を考えた。フリマサイト以外でまず販路を見いだしたのが「ふるさと納税」である。生まれ故郷や応援したい自治体に寄付ができるふるさと納税制度を活用することで、価格を落とさず規格外の農産物を販売でき、なおかつ消費者もお得に美味しい農産物を楽しむことができるといったシステムに目をつけた。

ふるさと納税を通じて山形を知ってもらうことで山形に実際に訪れてもらい、山形の認知度向上に繋げることも狙いとしている。



冷凍技術を用いたReica～零果～の開発

販売する規格外品を含む農作物自体に付加価値をつけるため開発したのが、果実に果汁由来の特殊コーティングを施し、-35度の急速冷凍技術で冷凍した「Reica（零果）」である。瞬間的に冷凍することで果実の鮮度や美味しさを閉じ込められるほか、消費期限を生食の約100倍に伸ばすことが可能になった。これにより、旬以外の時期でも採れたての美味しさを味わうことができる。また、Reicaの技術で瞬間冷凍されたフルーツには、生食とはひと味違うシャリシャリとした食感があり、解凍具合によってはジェラートやシャーベットのような食感を楽しむことができるため、新たな魅力の創出に繋がっている。

販売方法としてはReicaを瓶詰めした「フルーツボール瓶」と、より鮮度を保ちやすい「真空パッケージ」の2種類を提供。サクランボのほかに、桃やブドウの加工技術も開発済みであるが、果実の種類によって異なる時間や温度で急速冷凍を行う必要があるため、実用化に向けて適切な冷凍方法の研究も進めている。



今後の展開

「YAMAGATA」を国際ブランドに

山形ブランドの国際化に向けて、輸出にも積極的に取り組んでいる。輸出先は主に、香港、シンガポール、マレーシアであり、2022年には山形県産サクランボを約700kg輸出。財務省貿易統計によると2021年の国産サクランボ輸出量が約600kgであったことから、国内トップクラスの輸出量である。しかし、サクランボの輸出には課題もある。サクランボは振動による影響を受けやすいため、一部では到着時にダメージが見られた。これに対応するため、同社では地元大学と連携しながら、鮮度を保つための輸送方法を実証中である。今後はより安定的な輸出に向けて、搬送テスト等を進めていく予定である。輸出を通じ、山形のことを世界に発信することで「YAMAGATA」の国際ブランド化を目指す。

農産物の付加価値を高めるReicaの開発や輸出によるブランド化を通じて安定的に収益が上がる「持続可能な農業」を確立することで、新規就農者の増加に繋げていく。

企業情報

住所	山形県東根市三日町4丁目1番43号
創業	2021年
URL	https://farmers-japan.com/

