

令和7年7月4日
復興庁
企業連携推進室

令和6年度「新ハンズオン支援事業（グループ支援）」 の成果について

復興庁では、民間企業等からの出向職員（政策調査官）の知見を活用し、各種の専門家とともに被災地域企業の経営課題を解決する新ハンズオン支援事業（個社支援・グループ支援）を実施しています。

この度、復興庁が令和6年度に実施したこれらの事業の成果についてとりまとめましたのでお知らせします。

（添付資料）

別紙 令和6年度「新ハンズオン支援事業（グループ支援）」の成果

令和6年度「新ハンズオン支援事業（個社支援・グループ支援）」の成果

復興庁では、民間企業等からの出向職員（政策調査官）の知見・経験や、専門家による経営的助言を活用して、様々な経営課題を抱える被災地域企業や企業等のグループに寄り添いながら経営課題を解決する「新ハンズオン支援事業（個社支援・グループ支援）」を実施しています。

この度、令和6年度に実施した同事業における支援の代表事例を以下のとおりとりまとめました。

【主な支援内容】

＜グループ支援＞

- 「鮑＝大船渡」の地域ブランディングと鮑を活用した特産品開発

（大船渡商工会議所）

→「鮑＝大船渡」の地域ブランディングと、鮑を軸とした地域活性化の推進を目標に支援実施。地元高校との連携事業を含む様々な取組を行い、地元で「鮑＝地域資源」の意識を醸成。鮑の更なる普及や交流人口拡大を目指す今後の取組に向けた体制構築につなげた。

など 計5件

＜販路拡大グループ支援（9者）＞

→ビジネスマッチ東北をはじめとする商談会への出展や商談ノウハウの提供等を通じた販路拡大に向けた支援を実施。

※ 上記代表事例の詳細については次ページ以降をご覧ください。

代表的なグループ支援の事例

支援先団体名 参加事業者名

大船渡商工会議所（岩手県大船渡市）
有限会社田村蓄養場 三陸営業所、元正栄 北日本水産株式会社、野村海産株式会社

支援概要

「鮑＝大船渡」の地域ブランディングと鮑を活用した特産品開発

1. 事業者概要

大船渡商工会議所

- 大船渡市に根差す総合経済団体として、市内商工業者からの経営相談等に対応。

有限会社田村蓄養場 三陸営業所

- 地元産天然鮑の蓄養や販売、干鮑をはじめとする鮑加工品の製造と国内外への販売を実施。

元正栄 北日本水産株式会社

- 鮑の陸上完全養殖を国内最大規模で実施し、鮑の稚貝から成貝・加工品を販売。

野村海産株式会社

- 伝統技法に基づく干鮑の製造技術を持ち、鮑加工品を製造。鮑の肝の活用にも注力。



2. 支援背景（課題）

地域資源である「鮑」の認知度向上

- 大船渡における鮑は歴史的に地域産品であり、現在も国内最大級の水揚げ量を誇りながらも、地域産品としての認知度が地域内外で低い。
- 鮑料理を提供する飲食店や宿泊施設が市内に少なく、市民・観光客とも鮑に接する機会が限られている。

地域内連携の創出

- 参画3社すべてが生産・加工やPR等を個別に実施しており、3社間での連携や他団体等との連携、市民を巻き込んだ取り組みがない。
- 参画3社すべてが小規模事業者であり、単独での取組には限界がある。

交流人口の拡大

- 大船渡に対する「新鮮な海産物」のイメージは強いものの、他地域との差別化を図る訴求力が弱く、交流人口拡大に結び付いていない。

「鮑＝大船渡」の地域ブランディングと、鮑を軸とした地域活性化の推進を目標に支援実施。地元高校との連携事業を含む様々な取組を行い、地元で「鮑＝地域資源」の意識を醸成。鮑の更なる普及や交流人口拡大を目指す今後の取組に向けた体制構築につなげた。

3. 支援内容

「鮑＝大船渡」のブランディング確立

- 大船渡と鮑の文化的・歴史的関係を調査。調査結果を取りまとめた小冊子を作成。
- 市内で地元産の鮑料理・加工品を提供する店舗を掲載したチラシ等のPRツールを作成。

鮑を使用した新商品の開発

- 大船渡東高校と連携し、鮑の肝を使った郷土料理の発掘・再現や新メニュー開発を実施。
- これらのメニューを含む鮑料理について、市内飲食店を対象とした料理講習会を実施。
- 新たな加工法開発に向け技術移転指導を実施。

認知向上に向けた市民へのPR

- 市内イベントに「鮑のまち、大船渡」として出展。大船渡東高校の生徒による郷土料理・新メニュー提供や事業者による鮑関連商品の販売を実施。

4. 支援の成果

- 地域で「鮑は地域資源である」意識が向上。飲食店や宿泊施設等と連携した鮑料理の普及、地域外の大学等とも連携した新商品の開発、地元DMO等と連携した旅行商品の開発など、地域における鮑の更なる普及と交流人口拡大に向けた取組が計画されている。
- 支援事業を契機に参画事業者間の連携が強化。支援終了後にも商工会議所を中心として共同で取組を継続しており、自治体や教育機関、他団体等とも調整を進めるなど、地域を巻き込んだ取組に発展しつつある。
- 発掘した郷土料理「としるの貝がら焼き」は文化庁「100年フード」に認定された。



▲ 鮑の肝(としる)を使った郷土料理「としるの貝がら焼き」



▲ 大船渡東高校の生徒が考案した「としる醤油の焼きおにぎり」

代表的な販路拡大グループ支援の事例

ビジネスマッチ東北をはじめとする商談会への出展や商談ノウハウの提供等を通じた販路拡大の実現に向けた支援をハンズオンで実施。

第19回 ビジネスマッチ東北 2024

支援事業先
9社

専門家支援

- 【商談会前の専門家支援】
- ・商談方法指導
 - ・商材の選定への助言
 - ・商談会でのポイントの助言（アピールの仕方など）
 - ・その他

アグリフード
EXPOへ出展

開催日
2024年
8月21日、
22日

結の場へ参加

開催日
2024年
10月22日

ビジネスマッチ
東北へ出展

開催日
2024年
11月14日

専門家支援

- 【商談会後の専門家支援】
- ・商談会で見た課題の特定・解決を支援
 - ・自走化に向けて指導
 - ・その他

次年度以降に
向けて自走化
を視野

各信用金庫・
信用組合等
と連携して
継続的な支援



支援事業者

三養水産株式会社（宮城県石巻市）

支援概要

水産食材の販路開拓に向けたターゲティング・営業戦略策定支援

1. 事業者概要

- 水産食材の急速凍結および加工品の開発、牡蠣（生鮮・冷凍）の販売
- 飲食店向けBtoBを中心とした販路拡大、サブターゲットとしてOEM事業の受注を目指す

2. 主力商品

生鮮牡蠣、冷凍牡蠣、フライ製品 など



▲ 生鮮牡蠣「風雅」



▲ 冷凍牡蠣「牡蠣王」



▲ 大粒牡蠣フライ

3. 支援内容

①セールスポイントの明確化

強みである殻付き牡蠣の洗浄・冷凍技術、三陸の自然の恵みで育った牡蠣の魅力を訴求したPR資料作成

②営業戦略の策定

「国内・海外販路開拓」や「新商品開発」の取り組みを整理し、具体のアクションプランを作成

PR資料 ▶

4. 商品概要

ロスが出ない！独自の冷凍技術で、旬の生牡蠣をいつでも何処でも！

| 【生鮮】殻付き牡蠣 | 【冷凍】殻付き牡蠣 | 【加工】牡蠣のクリームフライ |
|---|---|--|
| ●商品説明 -50.8Lサイズ (1150/50g) 5,140円/ケース -40.8Lサイズ (1150/200g) 5,450円/ケース -20.8Lサイズ (2500/200g) 5,140円/ケース -50.8GAサイズ (2500/F) 5,140円/ケース 詳細は「生鮮牡蠣」参照 | ●商品説明 内容量：18kg(600個入り) 保存方法：冷凍 (-18℃以下) 賞味期限：冷凍中 価格：各規格 700円/kg | ●商品説明 内容量：15kg(600個入り) (50g×60個入り) 保存方法：冷凍 (-18℃以下) 賞味期限：冷凍中 価格：760円/ケース |

◀ ビジネスマッチ 東北出展の様子

4. 支援の成果

- 飲食店や宿泊施設からの継続的な受注を実現
- グループに参画する支援事業者間でOEM事業の取引が実現

支援事業者

ふくしま果樹加工考案室（福島県伊達市）

支援概要

独自開発商品の魅力・ブランディングを通じた販路開拓支援

1. 事業者概要

- 地元福島産のフルーツを積極的に活用した加工食品を製造・販売
- 規格外フルーツの商品化というストーリーを活かしたブランディングに取り組む

2. 主力商品

果肉入りシロップ、ジャム、ドライフルーツ など



▲ 果肉入りシロップ



▲ ジャム



▲ ドライフルーツ

3. 支援内容

① ターゲット設定と提供価値の再定義

飲食店のニーズと、果実本来の味・香りという強みを掛け合わせた独自の価値提案

② ブランディングの強化

ブランドキャラクター「kajuco」を活用した情報発信事業（SNS・メルマガ等）の企画



▲ 規格外のフルーツ



▲ ブランドキャラクター「kajuco(カジュコ)」

4. 支援の成果

- 独自開発商品の販売チャネル拡充
- 対前年比で売上が120%に増加