

●2017年度 支援テーマ：新会社（現：株式会社さんりくみらい）の設立、事業者協業による6次化支援



事業申請から採択までの経緯

- 気仙沼で同じ水産業を営んでいたものの、立場（生産者、水産加工業者、市場仲買人）が異なる3者が、それぞれの持ち味と強みを活かした新会社を設立することを計画し、設立に向けたノウハウについて支援を受けた。
- 発端は、震災の翌年から、気仙沼市主催で行われた経営未来塾という若手経営者の人材育成の取組がスタートして、3者がそこに参加したことに遡る。経営未来塾では、約半年間にわたり将来に向けた事業構想を練っていた。講師が与える課題を、塾生が各自で考え、他の参加者の前で発表するプロセスを繰り返した。
- 半年間の取組の最後に行ったプレゼンテーション時に、3者が「気仙沼のおいしい魚を食べてもらいたい、魚と気仙沼と三陸を好きになってもらいたい」という同じ話をした。それを聞いていた塾長から「同じ思いを持っているのなら、1人でやるより一緒に取り組んだ方が良いので、3者で会社を作ってはどうか」とのアドバイスがあり、会社を作ることとなった。自分たちが採ったものを、自ら加工して販売までできれば、中間のマーゲージがかからず、そこに利益が生まれ、他との差別化も図れるはずと考え、3者で協力して、そういう流れを作りたいと思った。
- 新会社設立に向けて、内部取引などの整備は支援主体の事務局担当者から別にサポートを受けていたが、新会社の経営理念等の整備やそれらを体現する社名、ロゴマークなどの整備については本事業の活用を勧められ、申請を行った。
- 上記の経緯から、申請時点において、経営理念等の言語化や可視化などに向けた取組を支援してほしいという事業者の希望が明確であった。
- 支援主体からの事前説明により支援範囲は理解していたが、具体的な支援の進め方や支援内容について、説明は受けたものの理解はできていなかった。
- また、専門家が具体的にどのようなサポートをしてくれるのかも想像できていなかった。

支援実施の際の
ポイント

【事業者起因】

申請時点において、事業者が支援の進め方や内容までを詳細に理解している必要はないが、自社は今、何をすべきかについて把握できていることが重要。



専門家マッチング

- 専門家の選定に当たり、支援主体は本事例の支援目的が新会社の設立であることから、それまでは別々に事業を行っていた3者が協働して課題を乗り越えるための訓練を兼ねられるような支援内容を設計できる専門家が理想であると考えた。そこで、支援主体は、基本的には課題を与えるだけで、課題への対応は事業者が主導的に進めるスタンスの専門家を選定することとした。この場合、事業者には課題への対応力が求められるが、支援主体の事務局担当者は、以前から事業者と接点があったため、その点は、乗り越えられるものと判断した。

支援実施の際の
ポイント

【支援主体起因】

支援主体は、専門家マッチングに当たり、事業者の事業の進め方や考え、能力を踏まえ、適切な専門家を選定することがポイント。



課題特定支援／支援計画策定

- 支援範囲については申請時点から把握していたが、支援を進める上での取組の細分化やスケジュール設定は専門家主導で行い、専門家の提案に基づき取組を進めることができた。
- 申請時点では専門家が全てやってくれるものだと思っていたが、実際には課題特定支援での打合せの際に専門家が提案した計画に基づいて、専門家と一緒に事業者も作業を行う必要があるということに認識した。結果として、当初の想定よりも自ら考え、手を動かすことが多かった。
- 事業者に対する支援テーマとしては、①新会社の設立準備への助言（組織体制、企業理念、事業ビジョン、ロゴマーク、中長期事業計画）、②ターゲット顧客の絞り込みと競合他社分析、③販売サイトの立ち上げの3つであった。

- 専門家から課題を明示されたことにより、事業者は経営理念や行動指針の言語化や可視化を行う上で検討すべきことが明確になり、支援を受けて取り組む事柄の理解が深まった。
- 新会社設立の主要メンバー3者は、週1回の頻度で集まり、会社設立に向けての打合せを行うとともに、必要に応じて毎日メールや電話で連絡を取り合っていた。密に連絡を取ったことで、課題の把握及び取り組むべき事項の確認を円滑に行うことができた。
- 上記の経緯の中、課題解決支援計画においては、専門家の助言もあり、申請時には想定していなかったホームページの作成とECサイトの構築までを支援のゴール目標とした。
- 専門家は、支援の取組の中で事業者が理解できていない事柄については、丁寧に説明を行い、認識齟齬が起これないように留意してくれた印象。
- 事業者が主体的に考えながら取り組めるような支援の進め方を専門家が最初に提示してくれたおかげで、事業者は、支援への取り組み方や会社の在り方について、自ら考えることの重要性に気付くことができた。

支援実施の際の
ポイント

【専門家起因】

課題解決支援計画の内容において、ゴールやそれに向けた取組内容、スケジュールなどについて事業者の理解が不足していると専門家が感じた際には、事業者の理解を深めるためのサポートをすることが重要。



課題解決支援

- 課題解決支援に入ってから、新会社設立の主要メンバー3者は、2日に1回の頻度で連絡し取組を進めていた。この経験により、支援終了後も主体的に連絡を取り合い、課題解決に取り組む習慣が身についた。
- 課題特定支援で策定された課題解決支援計画において、詳細な取組事項やスケジュールが設定されており、専門家と支援主体からは、当該計画に基づき細かい進捗管理が行われた。支援を受けている際、事業者としては、通常の業務で忙しい中大変だという思いもあった。
- 専門家からの提案で、商品のワカメの袋の中に事業者が磯でワカメを採っている写真と「今朝、家の前の磯で採れたワカメを送ります。食べてください。」という内容の手紙を入れることとした。後日、本支援の一環として専門家と事業者が、購入者の意見を聞くために、東京にリサーチに行ったところ、リピーターの女性から「まるで親戚が自宅の家の前の磯で採れたワカメを送ってくれたような感じで、とても良い。」などと好評だった。
- 本支援後に、コロナの影響でECサイト以外には販路がない時期があった際に、専門家及び支援主体から気仙沼市主催の商談会を紹介され出展したところ、全国のバイヤーと商談を行うことができた。当該商談会では、本支援において言語化した自社の経営理念等をバイヤーに伝えることができたこともあり、後日の商談につながるケースが多かった。こういったところにも本支援の具体的な成果を感じている。
- 支援事業による具体的な成果としては、上記の企業理念の策定やマーケティング調査のほかに、会社名の決定、ロゴの開発、事業計画書の策定、ECサイトやブランドサイトの開設、法人設立のプレスリリースの実施やSNSを利用したプロモーション強化策の実施があった。

支援実施の際の
ポイント

【事業者、支援主体、専門家起因】

本事例では、専門家と支援主体がよく相談の上、事業者の取組の負荷を少しずつ高め、事業者が主体的に事業を進める方向へ意識を変化させたことがポイント。



株式会社さんりくみらいのメンバー（2025年1月現在）

左から

斎藤広知氏、吉田健秀氏、藤田純一氏、千葉豪氏、千葉裕樹氏