

官民合同チーム活動報告会 発表事例

(令和2年9月15日)

1. 山木屋に笑顔が増えた！
～コミュニティ再生に向けた、とんやの郷「おきがる亭」運営支援～
【川俣町山木屋地区】
2. 廃炉の「わからない」を「わかる」ように
【廃炉への地元事業者の参入支援】
3. 浪江町請戸復興への第一歩
～全体計画の見える化を事業者目線でとことん寄添い支援～
【浪江町・柴栄水産】
4. 村と村民が一致団結し、復興に向けた機運醸成
【葛尾村 ①まちづくり会社支援、②農業再生アクションプラン策定支援】
5. 移住した母娘の夢に柔軟対応
～事業者支援パートナーの支援で3つの夢を実現～
【南相馬市・仁坂の森の栗の木ベーカリー＆福祉美容室】
6. 野菜の販売を通じたファンづくりへの貢献
【南相馬市・小高マルシェ】

やまきや 山木屋に笑顔が増えた！

～コミュニティ再生に向けた、とんやの郷「おきがる亭」運営支援～ 【川俣町山木屋地区】

(ポイント)

- 山木屋地区のコミュニティ再生という目的に立ち返り、施設及び店舗コンセプトを明確化し、事業者、町及び官民合同チームが一致団結して取り組んだ。
- 飲食店での勤務経験が無い地元の主婦を中心とした従業員と官民合同チームが試行錯誤を繰り返し、一緒に手を動かし汗をかきながら取り組んだ結果、コロナ禍にもかかわらず順調なスタートに繋がった。
- 飲食店の盛況とともに地域のコミュニティも、これまで以上に動き始め、山木屋地区に笑顔と元気が増えた。

1. 担当

福島支部
事業者支援パートナー
復興コンサルタント
地域・生活支援グループ
地域・生活支援パートナー

2. 事業者情報

「おきがる亭」
開業年月：2020年5月
業 種：飲食・サービス業
従業員数：8名
営業時間：11時30分～13時30分
定休日：月曜日

3. 事業者概要

- 「おきがる亭」の代表者は、「NPO法人やまきやお気軽ネットワーク」の理事長。従業員は、同法人が地元の主婦を中心に参加を呼び掛け集まった方々。
- 「おきがる亭」のランチメニューは、2種類の日替わり定食とラーメン、カレーライスなどで、中でもとんかつ定食は、衣がサクサクでボリュームも満点と評判。
- 2020年8月からは、土日限定でカフェタイム（13時30分～15時00分）も実施中。

4. 取組に至る経緯

- 川俣町から官民合同チームに対して、山木屋地区の復興計画を踏まえ、地域住民を巻き込んだ地区のあり方や活性化策の策定と実行支援、ならびに地域活性化の核となる復興拠点「とんやの郷」のあり方の検討と運営改善について支援要請があった。
- 官民合同チームでは、「とんやの郷運営委員会」や住民インタビューにおける「当初の建設目的である“地区住民のための交流スペースとして利用する”ことに価値がある」との意見を重視し、「地域の賑わい創出」という開設当初の施設コンセプトに立ち返ることとした。
- そのような中、「とんやの郷」内の食堂を経営する事業者が、2020年3月末で退去することとなり、施設コンセプトに沿った新たな食堂事業者の選定に向け、町が食堂テナントを募集。
- これに地元主婦たちが名乗りを上げ、2020年2月、「NPO法人やまきやお気軽ネットワーク」が新しい事業者に決定。川俣町からの要請を受け、即時に事業者支援パートナーと復興コンサルタントが支援を開始することとなった。

5. 支援内容

- 支援開始直後は、まず事業者の理想とのギャップを埋める作業を実施。理想とする将来像（交流スペースを通じたコミュニティ再生）を否定せず、まずは優先すべき現実（活動のベースとなる食堂事業における収支）を示し、町や事業者と、経営安定化の重要性を共有。
- 食堂経営が決定してからは、店舗コンセプトの設定を支援。従業員の山木屋地区・住民に対する思いをコンセプトに据え、従業員は毎日復唱することで意識付けを促進した。
- メニュー案の策定に当たっては、素材・製法に拘った“手作りとなかつ”を考案し、食堂の「売り」に。あわせて、提供する料理・サービスに個人差が出ないように計量スプーンの使用徹底、レシピの厳守など作業・品質の標準化に取り組んだ。
- オープンは2020年4月28日を予定していたが、コロナ禍で延期に。先が見えない中、店舗コンセプトを復唱してモチベーションを維持し、急な延期・開業等にも柔軟に対応できるようシミュレーション練習を反復した。
- 2020年5月12日にテイクアウト、同21日に全面オープンを実現。現在もPDCAを回し更なる改善に取り組んでいるところ、試食会やアンケートの結果を踏まえた工夫・提案が、従業員から積極的・自発的に出てくるようになった。今後も、山木屋に笑顔が溢れ、地元の人がここで働きたいと思える店づくりを目指す。

6. 成果・ノウハウ

- 実態にあった店舗コンセプトの策定と実行、食堂の新規開業に向けた未経験者への徹底的な業務運営・育成の支援。
 - ・自立運営に向け、従業員からの意見も踏まえた店舗コンセプトの策定と実行。
 - ・食堂運営に係る全てのオペレーションを、飲食関係での勤務未経験者とともに試行錯誤しながら、超短期間で確立。
 - ・地域住民が施設の応援団に。更なる「にぎわい創出」の場になった。

7. 今後の支援の方向性

- 自立支援：新商品導入等による新規顧客獲得など経営の安定化支援。
- 賑わいの創出：イベントやカフェタイムの活発化など地域交流拠点としての機能充実化支援。
- 地域の人材育成：コミュニティを支える山木屋地区の若手創業者の育成支援。



従業員の皆様と
担当復興コンサルタント



人気の「となかつ定食」



地元からの差し入れの
採れ立てトマトのサービス

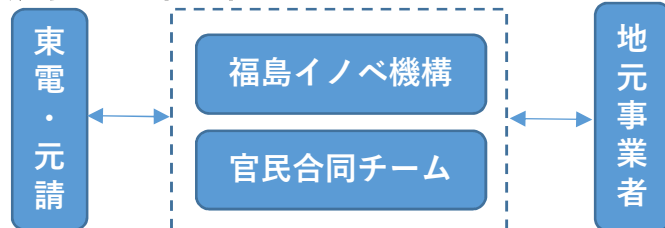
廃炉の「わからない」を「わかる」ように 【廃炉への地元事業者の参入支援】

(ポイント)

- 中長期的な浜通り地域の再生のカギとなる廃炉への地元事業者の参入に向け、地元事業者をよく知る官民合同チームの強みを生かし、地元事業者の参入への「わからない」を解消すべく様々な方法による支援を実施。

1. 担当
企画グループ
2. 事業者情報(対象事業者)
被災12市町村の廃炉参入
希望事業者

3. 廃炉参入の推進体制



4. 取組に至る経緯

- 福島第一原子力発電所の廃炉作業は、30年～40年を要する見込み。廃炉に必要な資金は総額8兆円と試算されており、至近では年間約2,000億円の費用が投じられている。
- 長期的視点を持ち、国・県・関係機関が連携して、更なる地元事業者の参画を進めることが求められている。
- 官民合同チームは、地元事業者への訪問等を通じて、「廃炉に参入するには何から始めたらよいかわからない」、「原子力の現場がわからない」、「どんな仕事があるのかわからない」等の声をお聞きし、製造業を中心とした地元事業者には「わからない」があることを把握。
- これらの「わからない」に対して、官民合同チームのもつ、地元事業者をよく知る強みを活かして、廃炉事業への参入支援を実施。

5. 支援内容

- ①「何から始めていいか」を「わかって」いただく支援
 - 新たに参入を検討する事業者向けの“入門書”として、パンフレット『廃炉のお仕事に役に立つ話』を製作。
 - 編集にあたっては、元請企業・地元事業者から「何が知りたいか」について意見交換を繰り返し実施(2020年1月末に完成、配布開始)。
 - 「放射線により劣化する部材の種類や、納入する製品の品質保証上の書類等を知ることが出来てありがたい」等の声を多数頂戴している。
- ②「原子力の現場」を「わかって」いただく支援
 - 南相馬市を中心とした製造業者向けに、福島第一とほぼ同型の福島第二原子力発電所の視察会及び意見交換会を企画・実施。
- ③「どんな仕事があるか」を「わかって」いただく支援
 - 南相馬市を中心とした製造業者向けに、JAEA廃炉国際共同研究センター(CLADS)の視察会及び意見交換会を企画・実施。

④「売り込み方」を「わかって」いただく支援

- “耐放射線水中ロボット”の開発でも支援していた南相馬市の事業者から、廃炉への“熱い想い”を伝えられ、官民合同チームにおいて、積極的に営業活動を支援。
- 同事業者の工場視察をアレンジするなど支援し、加工技術に関心を示した元請企業やJAEAからの案件受注に至った。

⑤「入り方」を「わかって」いただく支援

- 個社支援だけではなく、廃炉参入事業者の拡大に向け、2019年度には、福島イノベ機構と連携し、マッチング会を実施。
- マッチング会の開催に向けて、福島イノベ機構とともに先進事例の調査や、関係機関との協議を重ね、相当規模・相当期間のある案件として「角型容器」をテーマとした。
- また、官民合同チーム内では、地元事業者を詳しく知る製造業担当の復興コンサルタントと連携し、地元事業者の熱意や技術力等から候補を抽出し、3社が参加。
- その結果、1社の取引が成約し、取引成約後も、製造現場を訪問する等アフターフォローも実施中。

6. 成果・ノウハウ

- 事業者にとって、これまでにない事業領域において取引を成約。
 - ・事業者の真の課題感を追求。参入に向けた課題を解きほぐすことにより、実効的な支援を展開。
 - ・事業者の技術・製品を把握し、発注者側の要求とのギャップを埋めるような支援を展開。

7. 今後の支援の方向性

- まだまだ、地元事業者には「わからない」がたくさんあり、これからも「わかって」いただくように支援。
- 成約につながる一方で、マッチング会を通じ、地元事業者の価格競争面等での課題があることを確認。今後の支援のあり方について、福島イノベ機構など関係者と引き続き協議。
- 2020年7月、福島イノベ機構・東京電力と地元事業者の廃炉参入に向けた相談窓口を新設。官民合同チームは、事務局の福島イノベ機構、東京電力と積極的に連携しつつ、地元事業者の「わからない」を「わかって」いただく活動を推進。



廃炉パンフレット



角型容器



廃炉共同相談窓口の開設

浪江町請戸復興への第一歩

～全体計画の見える化を事業者目線でとことん寄添い支援～

【浪江町・柴栄水産】

(ポイント)

- 事業再開に向けたヌケ/モレのない全体計画(マスタープラン)を事業者とともに作成し、支援の軸として共有することで、同じ目線で協議できる環境を整備。
- 官民合同チーム(相双機構)の各課が連携し、マスタープラン推進の協議を行うことで、“One Team”を構築。事業者との協議は、復興コンサルタントが一括実施することで、一丸となった支援体制を実現。
- ①毎訪問時に全進捗を確認し、プラン変更時は即時修正、②官民合同チームも事業者目線で自ら考え、協議するなど、事業者との役割を明確にしつつ、寄り添った支援を実行。

1. 担当

南相馬支部
事業者支援パートナー
福島支部
復興コンサルタント

2. 事業者情報

「(有)柴栄水産」
被災地・現在地: 浪江町
設 立: 昭和55年(1980年)
業 種: 水産物加工業
水産物卸・小売業

3. 事業者概要

- 明治30年(1897年)創業。請戸漁港における中核として事業を進めてきたが震災により休業。2020年4月に、週2日の試験操業という形で事業再開に至る。
- 活魚・鮮魚卸売り
 - ・活魚出荷＝平目、スズキ、カレイ、アイナメ他
 - ・鮮魚出荷＝ホッキ貝、タコ、白魚、わかめ他
- 水産物加工こうなご
 - ・白魚、小女子、しらす、鮭他
- 浪江町では、初の水産加工業の再開

4. 取組に至る経緯

- 昭和55年4月、3代目となる現社長により、浪江町請戸に生鮮魚介類・水産加工品の製造販売を目的に、有限会社柴栄水産を設立。
- しらす・小女子・白魚等の加工品および平目・カレイ等の活魚・鮮魚を築地や各地の市場に出荷し、「常磐もの」を扱う事業者として築地市場では一目置かれる事業者だったが、東日本大震災の影響により休業を余儀なくされる。
- 避難後は、南相馬市原町区での移転再開を検討していたが、浪江町から「請戸に戻って再開してほしい」という強い要望を受け、リスク(風評懸念・試験操業)があるものの、町や請戸の漁業者を考え、浪江町「請戸地区水産加工団地整備事業」への参加を決意。
- しかし、帰還再開を決意した時点では、津波による施設流出、原発事故による従業員不足など課題が山積。更に、上記事業の採択を受けるも、対象が建屋と主要機器のみで、津波で喪失した車両・設備等は対象外。このため、資金調達と再開計画の策定が課題となっていた中で、浪江町から支援要請もあり、2018年7月から支援を開始することとなった。

5. 支援内容

①開業支援(マスタープランを軸とした各課題項目についての支援内容)

- 開業に向けて、事業者とひざ詰めで、請戸での事業再開の道筋となる「マスタープラン」を作成。事業者訪問の際は、毎回、このマスタープランにより抽出した「やるべきこと」の全項目を確認。変更がある場合は、即時修正して進捗管理しPDCAを実行。
- 採用支援と販路開拓の専門部隊(人材支援課、販路支援課等)との連携によりマスタープランの協議を通じて官民合同チームで“One Team”を構成し、支援内容を明確化。更に、複数の支援を平行して行う際にネックとなる「各担当者入替訪問」を回避するため、事業者へは復興コンサルタントが一括対応することで、一丸となった支援体制を確立。

【開業支援実績】

- ・オペレーションと要員検討による事業体制構築、人材支援により社員2名採用
- ・キャラクターデザインの制作と商標登録
- ・ホームページの立ち上げや就業規則の策定
- ・商品開発や食の安全に対する管理体制構築の支援(HACCP)～支援中



②資金繰り支援

- 開業資金の中心となる「請戸地区水産加工団地整備事業」について、補助金の実施主体の浪江町と事業者との打合せにも参加するなど、寄り添った側面支援を実施。
- 平行して、「何の補助金で、どの施設の資金を賄うか」を整理しながら、各補助金のスケジュールリングを実施。グループ補助金については、町内事業者のグループに参加する形で申請することができ、採択となった。
- また、更なる資金繰りとして、特定地域中小企業特別資金(B資金)も申請。申請書作成においては、提携の中小企業診断士を派遣し、連携した支援により、採択となった。

6. 成果・ノウハウ

○大型プロジェクト推進におけるマネジメント。

- ・事業者とともに多岐にわたる検討課題を全て網羅したマスタープランを作成し、個々の課題と対応スケジュールを明確化。
- ・マスタープランに基づく的確な進捗管理と、トラブル発生時の即時計画是正と実行。

7. 今後の支援の方向性

- 現在開発中の新商品の販路拡大支援。
- 更なる経営体質の強化に向け、経営体制の検討。



新設の水産加工場

R-8	20200620	何を	誰が	誰と	確約	上	中	下
全体イベント	請戸港市場開始				済			
施設引渡	開業				済			
人材	採用	募集人員検討						
		人材・ビズリーチ同行訪問	専務	復興C	済			
		募集詳細検討	専務	人材	済			
		募集開始	社長	人材	済			
		(社員5名)	社長	人材	済			
		(事務員1名)	社長	人材	済			
		(パート6名)	社長	人材	済			
		雇用契約書作成	専務		済			
		社保加入手続き関連	専務		済			
		雇用助成金活用検討	専務	復興C	済			
		従業員教育	専務	復興C	済			
		現場社員教育	専務	復興C	済			
		パート教育	専務	復興C	済			
		事務員教育	専務	復興C	済			
販売	首都圏市場	関係再構築	社長	復興C	済			
	首都圏	関係再構築	社長	復興C	済			
	中部市場	関係再構築	社長	復興C	済			

再開マスタープラン(日程進捗管理表)

村と村民が一致団結し、復興に向けた機運醸成

【葛尾村 ①まちづくり会社支援、②農業再生アクションプラン策定支援】

①まちづくり会社への支援(ポイント)

～まちづくり会社が「自立・自走」するための『稼ぐ力』に向けた『気づき』の醸成～

- 支援先が自ら気づき・考え・動き出す機会を創出。
- 一緒に悩み、考えることが出来る環境づくり、確実に意思共有できる関係構築。

1. 担当 地域・生活支援グループ 地域・生活支援パートナー

2. 取組に至る経緯

- 官民合同チームは、1年をかけ現地に幾度となく足を運び、村役場や葛尾むらづくり公社等村内関係者と信頼関係を構築。
- その上で、村からの要請により、村づくりの要でもある、『葛尾むらづくり公社』が自立・自走できるよう自ら稼ぐ力をつける支援を実施するに至った。

3. 支援内容

- 葛尾むらづくり公社に、村内事業者のハブとなり地域産品の集約や情報発信・営業等を行う“地域商社機能”を付加することとし、公社の「自立・自走」を目指し、専門家による支援を実施。
 - ・役場・公社・官民合同チーム・まちづくり専門家が全員で課題把握と情報共有を実施。
 - ・支援開始にあたり葛尾むらづくり公社はプロジェクトチームを組成し「自分事」で取組む体制を構築。また、まちづくり専門家からは、全体の代行ではなく、不足する知見の提供を受けるものと位置付け、認識を摺り合わせ。
- 『稼ぐ力』に向けた『気づき』の醸成を支援。公社が自ら他県の地域商社への視察を企画し、意見交換を実施。
- 地域商社機能として、ふるさと納税の実施を通じて『稼ぐ力』の醸成を支援。
 - ・村内の代表産品を探索。2019年10月にはふるさと納税サイトを立ち上げ。
- 新型コロナウイルス対策で村が村民に地域振興券を配布した際、公社はふるさと納税のノウハウを活かし、村外避難者向けの村産品カタログを作成。振興券送付と共にご案内する企画により、村産品の売上を確保。

4. 成果・ノウハウ

- 村のことを徹底的に勉強し、村の「自立・自走」という目的を目指して伴走。
 - ・適時的確に課題や情報を共有することで、村の方々との信頼関係を構築。村の方々が自ら考え、事業を推進させていく環境を醸成。

5. 今後の支援の方向性

- ふるさと納税目標3,000万円(2020年度)に向けた返礼品拡充、ECサイト開設の後方支援。
- 官民合同チームとしても、支援の専門性を高めながら、さらなる「自立・自走」に向けた伴走支援を実施。

②農業再生アクションプラン策定支援(ポイント)

○村の現状と課題を踏まえ、今後の農業のあるべき姿を共有できるよう、農業再生の中核となる重要なプランの策定支援

1. 担当 営農再開グループ

2. 取組に至る経緯

- 村は、農業再生に向け、農業再生アクションプラン策定が急務であった。
- 村は、村内農業者で構成する協議会を立ち上げ、地元大学の助言等も得て検討を続けたがプラン策定には至らず、計画策定ノウハウと地域や農業に理解のある支援を求めているところ、官民合同チームに支援できないか相談。
- 官民合同チームとしても、地域農業の課題が高度化・複雑化する中、これまでの個別訪問から踏み込んだ支援が必要と考え、「プラン策定」支援へチャレンジすることとした。

3. 支援内容

- 取組みの方針策定
 - ・アクションプランの作成自体が目的ではなく、プランをツールとして農業者の共感を得るよう、村の熱意を示しつつ、農業再生に向けて活動していく「機運醸成」を目的と設定。
- スピード重視・短期決戦のプラン策定
 - ・農業再生への機運を早期に醸成していく必要があったことから、スピード感を持ってプランを策定するよう支援開始。
 - ・2019年7月、まず、村の課題抽出や問題意識を高めた議論となるよう、1か月後のキックオフミーティングまでにアクションプランの枠組みを完成させ、提示。
 - ・キックオフミーティングにより、村に「気づき」が芽生えてからは、アクションプランの内容を詰めていくために、2019年8～9月、村とともに農業者へのヒアリングを実施。
 - ・2019年9月、アクションプラン素案が完成。プランは“村自身のもの”として受け入れていただいた後、農政局、県、JA、大学を巻き込んだ「葛尾村農業再生連絡会議」を立ち上げ。
 - ・2020年3月には、園芸部門の具現化に向け、通常では説明会等に参加しない高齢者・女性への働きかけとして、アンケート調査を実施し(回収率92%)、参画を促進。
- アクションプラン完成
 - ・2020年3月、上記のプロセスを経て、村の課題と現状を整理し「担い手」「稲作振興」「園芸振興」「畜産振興」の4つのアクションプランを策定。

4. 成果・ノウハウ

- 従来の官民合同チームの取組を越え、農業再生アクションプランの作成。関係者の巻き込みにより、営農再開を加速化。
 - ・専門知識を有する人材により、短期でアクションプランを策定。
 - ・熱意と綿密な段取りにより、関係者全員が農業再生に向けて取り組む機運を醸成。

5. 今後の支援の方向性

- 葛尾村におけるアクションプランの具現化に向けた活動支援。
- 葛尾村の成果を基にした新たな支援パッケージの他地域への展開(浪江町・飯舘村)。
- 新たな企業の参入支援、「ほ場巡回システム」(檜葉町)の実施など更なる取組の展開。

移住した^{おやこ}母娘の夢に柔軟対応

事業者支援^{にさか}パートナーの支援で3つの夢を実現

【南相馬市・仁坂の森の栗の木ベーカリー & 福祉美容室】

(ポイント)

- 移住した母娘の①ベーカリー、②カフェ、③福祉美容室の“3つの夢”をかなえるべく、プラン作成から実行までワンストップで支援し、実現させた。
- 創業補助金など幅広い視点で、立ち上げ資金の調達を支援。
- 母娘の定住促進に向けた地域コミュニティとのつながりを創出。

1. 担当

南相馬支部
事業者支援パートナー

2. 事業者情報

「仁坂の森の栗の木ベーカリー
& 福祉美容室」
開業年月：2020年3月
現在地：南相馬市原町区
業 種：飲食サービス業、美容業
従業員：2名
営業時間：9時00分～16時00分
営業日：ベーカリー 木、金、土、日
福祉美容室 月、火

3. 事業者概要

- 2019年4月に神奈川県から南相馬市に移住してきた事業主が、ご息女と共に築100年を超える古民家を改修し、3つの事業を1つの建屋で営業する形で、2020年3月に開業。
- ベーカリーは木～日曜の営業。提供しているパンには添加物・着色料は使わず、地元の食材を取り入れ地元でも好評。
- ベーカリー併設のカフェはジブリの世界観あふれる空間となっており、購入したパンを食べながらくつろげる空間となっている。
- 福祉美容室は月、火曜の営業。ベーカリーの休業日に、地元住民向けに営業している。

4. 取組に至る経緯

- 事業主は会津若松市の出身で、地元高校を卒業後、東京で美容師として就職。20代で全日本美容技術選手権大会で優勝するなど活躍されていた。
- その後、神奈川県に居住。美容師業の傍ら、介護を手伝った経験から介護福祉士を目指し、国家資格を取得。その後、老人介護施設併設の病院での勤務や、NPO法人を立ち上げ、病院・老人施設・個人宅等への出張美容に取り組んでいた。
- 東日本大震災を機に、故郷である福島県の復興に貢献したいという思いが強くなり、官民合同チームがサポートしている起業支援事業のツアー等にも参加。現地視察も重ねながら、被災地は高齢化社会の先進地であると実感し、「なんとかしたい」という思いも抱く。ご自身のノウハウを活かした福祉美容室と、調理師免許・製菓衛生士の資格を持っていたご息女のノウハウを活かした、気軽に立ち寄れるベーカリーの開業を決意。事業イメージに合致する物件を探していたところ、空き家バンクで南相馬市の古民家を見つけ、2019年4月に移住。
- 移住後、官民合同チームに支援要請があって事業者を訪問、支援を開始することとなった。

5. 支援内容

- 2019年5月に事業者支援パートナーが初回訪問を行い、ヒアリングを実施。その中で、事業主からは開業に当たっての『3つのやりたいこと(夢)』として「ベーカリー・カフェ・福祉美容室」の3事業を行っていくイメージを共有いただいた。
- 事業主の夢の実現に向け、コンサルティング支援を提案するも、「コンサルタントに頼らず自分の手で開業したい」という思いを受け、事業者支援パートナーのみで支援することとした。南相馬支部での検討の結果、開業支援として「事業の収益性向上に向けたビジネスプラン作成」と「事業実現に向けた資金調達支援」の2つの支援を開始。
- まず、ビジネスプラン作成においては、3つの事業ごとの経営理念・目的・目標・損益予想を整理し、その上で全体の経営計画を策定。また、『クロスSWOT分析』により開業する上での強み・弱み、機会・脅威を整理し、事業の方向性を明確にしていた。
- ビジネスプランの全体像を作り上げていく中で、資金調達支援にも着手。立ち上げ資金として「創業補助金(第7次)」の申請支援等を実施。
- また、補助金申請のための認定機関の確認や市町村復興計画等の確認においては、事業者支援パートナーも同行して各機関に訪問するなど、寄り添った支援を行った。
- 補助金採択後は実行支援に移行。期限ぎりぎりとなるも補助要件通りに施設が完成し、補助額満額を受ける。
- 事業開始後は、事業主の安定した定住にもつながるよう、地域コミュニティとのマッチングも積極的に実施。結果、マッチング先がパンのお得意様になるなど事業にも好影響を与えた。

6. 成果・ノウハウ

- 移住先での開業と地域とのつながり支援。
 - ・通例的な支援にとらわれず、事業主のご意向を踏まえた、臨機応変な寄り添い支援。
 - ・開業支援のみならず、移住後の生活面へも配慮した地域とのつながりを拡げる支援の実施。

7. 今後の支援の方向性

- 開業後、事業は順調に推移しているが、当面は定期的なフォローなど継続的に支援。
- 本年12月末での決算においては決算書作成支援を行い、今後の事業の方向性についても、共に検討していく。
- 更なる地域とのつながり創出や、今後の事業展開に向けた地元事業者との交流を促進。



開店時の様子



地元食材を取り入れた人気のパン



高齢者に優しい福祉美容室

野菜の販売を通じたファンづくりへの貢献

【南相馬市・小高マルシェ】

(ポイント)

- 地元農家が手軽に出荷できる「小高マルシェ」を立ち上げから支援し、地元農家と信頼を構築しつつ参加者を拡大。
- 顧客ニーズ(高品質・多品目の野菜)を満たすため、複数の地元農家による野菜セットを着想し、新商品「小高マルシェの野菜セット」を開発。飲食店のニーズを的確に捉え、小高マルシェのファン獲得に貢献。
- コロナ禍による消費動向の変化にも対応しつつ、ファンを増やしていくため、地域や地元農家の紹介および地元農家が、自ら受注・発送可能となるWEBサイトの立ち上げを支援。

1. 担当

営農再開グループ
南相馬支部
農業者支援パートナー

2. 事業者情報

「小高マルシェ」
開業年月: 2019年1月
業 種: 農産品等の販売
組合員数: 約15名
営業時間: 10時00分～14時00分

3. 事業者概要

- 南相馬市の参加農業者は立ち上げ時(2019年)が5名程度、現在(2020年)は15名程度。
- 南相馬市の協力を得て、小高区交流センター内で農産品等を販売(木・金・土・日曜日に開設)。
- 複数の地元農家の収穫物を組み合わせた野菜セットで販売するため、2020年に正式に組合化。

4. 取組に至る経緯

- 南相馬市小高区は、2016年7月に避難指示が解除。
- 南相馬市における営農再開割合は約50%(2018年時点)にとどまっており、特に小高区は解除後も住民の帰還が進まず担い手不足が顕著。
- 小高マルシェ(小高交流センター内の施設)開設にあたり、南相馬市役所から「出荷農家が足りない」との相談を受け支援を開始。

【参考】地元農家の方々

- ・ 南相馬市(鹿島区、原町区、小高区)の出身。
- ・ 「帰還者が気軽に集まれる場を創りたい」
「野菜の販売による収入だけでなく、地域の活性化のため、県内外に広く南相馬市(小高区)を発信したい」
という気持ちで小高マルシェを運営。



5. 支援内容

- 小高マルシェ開設に向け、市と協働で地元農家の勧誘活動を実施。開設当初は、商品陳列や店番等の運営活動を支援。
- シンボルマークの作成について相談を受け、官民合同チーム員の関係者によるデザイン提供を行い「小高マルシェ」としての一体感の醸成に貢献。結果として組合化への大きな追い風となった。(2019年10月から掲示)
- これまでの「宅配企画～福島からの贈物～」による販売活動で把握した顧客ニーズ(高品質・多品目)を満たすためには複数の農家による野菜セットが有効であることや、都内飲食店への販売により県外への地域PR(ファンづくり)に繋がることから、「小高マルシェ野菜セット」の販売を提案。
- 個々の地元農家が栽培した野菜をセットにして販売することに伴い、販売責任の所在が曖昧とならないような仕組み(販売者を「小高マルシェ」とすること)が必要であり、その必要性を繰り返し説明し、組合化(運営規約の制定)を実現。
- 都内飲食店(2店舗)にテスト販売したところ、質・種類ともに高評価を得られ、定期購入が決定(ファンの獲得)。
⇒コロナ禍に苦しむ飲食店への恩返しとして野菜を無償提供(-Food Ballad-【FUKUSHIMA】)
- コロナ禍による「対面しない販売や、出かけずに購買したい」との消費動向の変化へも対応しつつ、新たなファンづくりに向けた地域・地元農家の紹介、及び農家自らの受注・発送が可能となるEコマースの推進(販売WEBサイト立ち上げ・SNSによる情報発信)、並びに都内飲食店オーナーとの直接交流の機会創出を支援(2020年9月末にWEB販売開始予定)。

6. 成果・ノウハウ

- 小規模農家における販売モデルケースの創出と関係人口の拡大。
 - ・顧客ニーズと事業者側のリソースのマッチングによる商品開発と販路拡大の支援(プロダクトアウトからマーケットインへの転換)。
 - ・事業者の自立を見込んだWEBサイトの立ち上げ。それにより農家や地域の魅力を発信し、首都圏をはじめ全国各地にファン(関係人口)の創出にも貢献。

7. 今後の支援の方向性

- 新たなファン獲得を継続するためのWEBサイトの更新や、受注・発送の効率的な運用方法の構築が課題であるため、今年度の夏野菜・冬野菜の販売を通じて地元農家と話し合いながら支援を行う。



小高マルシェ野菜セットとシンボルマーク



飲食店への無償提供



Webサイト トップページ

メ モ



福島相双復興官民合同チーム