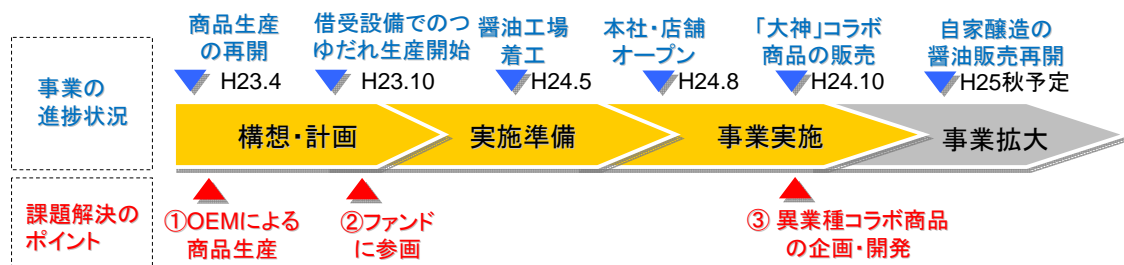


事例1-17 八木澤商店のクラウドファンドを活用した事業再開（岩手県陸前高田市他）

- 1 他企業へのOEM製造委託による迅速な生産復旧と販路維持
- 2 クラウドファンド活用による資金調達と新規顧客獲得
- 3 異業種コラボレーションによる商品価値向上

事業の全体工程と現況



事業主体	株式会社八木澤商店
プロジェクト規模	陸前高田市本社・店舗、一関市醤油醸造工場の再建
事業費	約6.4億円 うち経済産業省「中小企業等グループ施設等復旧整備補助事業」2.65億円 農林水産省6次産業化補助金 5,700万円、セキュリテ応援ファンド 1.16億円

(1)事業の概要

創業1807年、200年以上の歴史を受け継ぐ醸造技術が生み出す、陸前高田市の八木澤商店の味噌と醤油。岩手県で育まれた味噌、醤油は、地元の食材に対する誇りや伝統を引き継ぎつつも、1日150個売れた洋菓子をはじめとする数々のコラボレート商品を生み出してきた。



八木澤商店新店

震災による津波は陸前高田市に壊滅的な被害をもたらし、八木澤商店は蔵も製造工場も流出する壊滅的な被害を受けた。社長の河野氏は、以前から活発に活動していた中小企業同友会や行政担当者、地元銀行と連携し、震災後の町の復旧、被災企業の再建等に奔走しながら、八木澤商店の再建に着手した。

まず取りかかったのは、販売できる商品の生産。このためにOEMによる醤油の製造を再開、5月2日から県内での販売を開始。その後商品アイテムを増やし、全員営業で7月には県外販売を再開。10月には、設備コストのかからない製造工場を借り受けて、つゆたれの製造・販売が始まった。震災直後の平成23年4月には、前年の6%に激減していた売上は、OEM商品の販売開始を受け、5月6月で15%、7月に30%、10月には40%代後半まで回復し頭打ちとなったが、今年から商品拡大、ダイレクトメール発送等の販売拡大に向けて動き出している。

もうひとつの足がかりとなったのは、4月25日にスタートした、セキュリテ被災地応援ファンドだ。このファンドは東日本大震災で被災した事業者を応援するもので、出資者が応援したい企業を選び、1口1万円と手数料500円を負担。5,000円が出資金、5,000円が寄付となる。半信半疑の中、信頼する人の後押しで始めたつゆたれファンドには、3カ月で5,000万の出資が集まった。これに加えて、経済産業省のグループ補助金を活用して醤油工場を、農林水産省の6次産業化補助金を活用して加工品（つゆたれ）工場を再建した。平成24年8月には陸前高田市の内陸部、矢作町の廃業した旅館を改装した本社と新店舗がオープン。復興への大きな一歩を踏み出した。

平成24年10月に発売された、ゲームソフト「大神（おおかみ）」と陸前高田市の名産品がコラボ商品をはじめ、同年末にかけて次々とコラボ商品を発表。今春にも、地元岩手の食材を活かした新商品の発

売が決定している。

平成24年末には一関市大東町に、新たな醤油製造工場が完成、平成25年から約2年ぶりの醤油の仕込みが始まる。原料は地元契約栽培農家の丸大豆。生産能力は震災前の約7割、醤油の生産量では約53%で、1週間で約4万8,000リットルである。今秋、復興の醤油が店頭に並ぶ。

(2)プロジェクトが直面した課題と解決のポイント

1 他企業へのOEM製造委託による迅速な生産復旧と販路維持

工場復旧の見通しが立たない中で、真っ先に支援を申し出てくれた秋田の老舗醸造会社に、自社レシピを公開し、商品の製造を委託した。この間、社員は一丸となって、顧客とのつながりの継続に努めた。7月の拡大販売前には社長自らが東京へ、つきあいのある社長に直接交渉し、商品を売り切ることにつながった。

一方で、一部の商品で顧客からの味の違いの指摘を受け、自社商品として販売できないと判断した河野さんは、この商品を被災地の応援として無料配布。損失は出たが、製造を依頼した会社に迷惑をかけず、そして自社の味を守り抜く姿勢を通した。



地元企業の商品も並ぶ

2 クラウドファンด์活用による資金調達と新規顧客獲得

震災直後からいくつかのファンドの話はあったものの、従来とは異なる資金調達手法に戸惑いや不安があった。しかし、震災前からつきあいがあり大きな信頼を寄せていた方を通じて「セキュリテ被災地応援ファンド」を知り、「よくわからないけど、彼の紹介だったら間違いない」と決断し、ファンドに応募した。負債やリスクも公表、3カ月で目標の5,000万円に届いた。

また、追加募集した醤油ファンドと合わせると出資者は3,000人を超える。その新たな顧客と一緒に八木澤商店の再建アイデアを考えてくれる。ファンドのもうひとつの産物である。

3 異業種コラボレーションによる商品価値向上

町の復興に向けて、事業者同士の結束強化と、外部への発信につながる異業種コラボレーションを積極的に推進した。地元の印刷業者が持ち込んだ企画が切っ掛けで進めた、(株)カプコンのゲームソフト「大神」と陸前高田の名産品のコラボ商品の開発もそのひとつ。「美しい自然を蘇らせる」ゲームのテーマに共感した地元出身の写真家上田聡氏がプロデュースした商品は、売上の一部が「奇跡の一本松募金」に寄付される。平成24年11月には三陸地方の事業者とのコラボレーションによる「特選気仙沼鍋セット」、同年12月には東京・三軒茶屋の人気パン店とのコラボ商品が発売された。これらのコラボ商品を通じた重層的な情報発信は、地元企業と陸前高田市への関心を高めることにつながっている。

コラム：人のつながりが町を、未来をつくる

震災直後の6月、進路指導に当たる高校教師を前に、河野さんは語った。「復興が10年、20年かかることは目に見えている。その10年、20年の仕事がこの町にある。この町に残って仕事をしたい、復興を自分の手で成し遂げたい子どもたちが必ずいる。今、求人票がゼロかも知れないけど、秋口までに中小企業家はその受け口を全部つくるから、この町の外に行けという指導はしないでほしい」。その言葉は、現実のものとなっている。平成24年4月の地元内定者の数は、震災前を上回った。陸前高田市の直近の有効求人倍率は1.57という。