

## 事例2-1 ふかひれ加工販売事業の再建（宮城県気仙沼市）

- 1 クラウドファン্ড活用により資金調達と小売販売増加
- 2 「グループ補助金」「高度化スキームによる貸付制度」を活用
- 3 地元同業者との連携による気仙沼ブランド向上の取り組み

### 事業の全体工程と現況



事業主体	株式会社石渡商店
プロジェクト規模	新工場 延床面積730㎡
事業費	約6億円（セキュリテファンド1億円、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」約4.8億円）

### (1)事業の概要

株式会社石渡商店は、ふかひれの加工販売会社として昭和34年、気仙沼で創業した。高度な加工技術を武器に、和食料理店への販売で業績を上げていたが、ふかひれは景気に左右されやすい食材のひとつ。近年は、中国への輸出に新たな活路を見いだしていた。震災当日も、石渡商店専務石渡久師氏は上海に出張中で、震災後は2日かけて気仙沼に戻ってきた。家族や従業員の安否を確認する中で、工場は流されたが、加工技術はなくなっていないことを確認し、生き延びた自分たちにできること模索した。



高台に完成した新工場

「震災直後にふかひれの値段が一時急騰し、加工場がなくなった気仙沼から他の漁港に水揚げされたことが悔しかった」と、石渡氏は言う。先代が磨きをかけた生のヒレから手作業で余計な皮や肉、軟骨を取り除く加工技術が石渡商店の強み、それを父が発展させた。震災で大きな負債を抱えることになったこの会社を、継げとは言わない父の心境を思い、石渡氏は再建を決意した。

平成23年7月にはプレハブの仮工場を建て、業務用商品の製造を再開。ここでの高度な加工は難しく、匂いを敬遠する和食料理店ではなく、問屋を通じて中華料理店が新たな販売先となった。作業ができない時期、気仙沼に代わってふかひれが水揚げされた銚子で、サメのひれ処理ができる従業員が求められていて、以前から関係のあったサメ肉加工会社に、ひれ処理の要員として石渡商店の従業員が雇用されていた。これが石渡商店の従業員の雇用を守ることに繋がった。

本格的な再建に向けて必要な工場再建資金は、ミュージックセキュリティーズのセキュリテ被災地応援ファンド、経済産業省の中小企業等グループ補助金等復旧整備補助事業に係る補助金（グループ補助金）、被災中小企業・施設整備支援事業の制度貸付（高度化スキーム貸付）を活用した。平成24年4月には、同社が運営している高台のゴルフ練習場の敷地に新工場を着工、8月から操業を開始した。今後は加工の前段階、生処理工場が、同じ敷地内に建設される予定である。

まずは、新工場で従来の商品ラインナップを復活させ、将来的にはさらなる付加価値を加えた新商品の開発を目指すという。気仙沼に培われたブランドで、気仙沼に貢献する商品を世の中に生み出すため、

石渡商店の挑戦は続く。

## (2)プロジェクトが直面した課題と解決のポイント

### 1 クラウドファンド活用により資金調達と小売販売増加

石渡商店が工場再建資金を調達するために、まず参加したのがミュージックセキュリティーズの被災地応援ファンド。5,000円が出資、5,000円が寄付という内訳で、一口1万円のファンドを手数料500円で出資者が負担。元本は保証されないが、売上に応じた配当で、出資した企業の復興を長期で支える仕組みである。同社は5月中旬から出資者を募集し始めたものの、当初は期待通りには集まらなかった。



ふかひれ加工の様子  
(平成25年2月撮影)

そこで、気仙沼の事業者が協力し、被災を免れた商品を販売する気仙沼復興物産市を開催した。ここで石渡商店の商品を販売しながら、客にファンドへの出資を募った。物産展は各地で30回以上開催され、地道な取り組みが奏功し、平成24年3月に石渡商店のファンドは満額の1億円に到達。工場建設費の一部と設備の整備に充てられた。

同年8月、新工場が完成し、9月には操業開始し、ファンド出資者にはふかひれを用いたスープが送られた。従来の顧客だけでなく、新たにファンドを通じて知り合った支援者からの注文が入り、再び生産販売のラインが動き始め、この年のお歳暮商品の売上は震災前を超えた。

### 2 「グループ補助金」「高度化スキームによる貸付制度」を活用

ファンドが全額集まるかどうかはわからない一方で、確実に工場再建を果たすためには更なる資金調達が必要であった。そのため、11月には経済産業省のグループ補助金を申請し、さらに付随する「被災中小企業・施設整備支援事業の制度貸付（高度化スキーム貸付）」の利用も決め、工場再建に必要な資金を調達した。

### 3 地元業者との連携による気仙沼ブランド向上の取り組み

震災の後、気仙沼に水揚げできないサメは、加工場のある千葉の銚子に水揚げされた。同社を始め、地元のふかひれ加工会社が再建しても、ふかひれの水揚げが千葉に移っては、気仙沼ふかひれ産業は存続の危機にさらされることになる。そこで、震災前にはつながりの少なかった気仙沼のふかひれ会社が団結し、若手後継者を中心とした「気仙沼ふかひれブランドを守る会」が発足した。同会では、被災して使用できない製造工程を補い合う仕組みを構築し、さらに気仙沼ブランドを広く情報発信する等、単独社では実現できなかった新たな取り組みを進めている。「気仙沼ふかひれブランドを守る会」は、民間の義援金とオリジナルのTシャツなどの販売により運営されており、補助金は一切使用していない。

#### コラム：もう一度、お客様と出会いたい

11年前に入社し、ふかひれを扱ううちに、石渡氏はこの食材のおもしろさに気づかされた。「ふかひれは加工は難しいが、加工すればするほど付加価値がつく。開発されていない部分が無限大にある食材。これからもよりよい商品を作りたい」と石渡氏は言う。

その石渡商店のふかひれには全国に多くのファンがいた。しかし以前の顧客データも津波で流されて残っていない。年齢層が高く、ほとんどの連絡先は電話かファックス、こちらから連絡の取りようがなかった。メディアに取り上げられる機会が増えた頃、以前の顧客から、テレビで見たよと注文の電話が入ったという。「物産展で全国を回り、たくさんの人と出会っている。お客様の一度あったご縁はまた回ってくるので、それを探しにこちらからもできるだけ動いていきたい」。生産ラインが戻り、地域での協力関係も足がかりに、石渡氏の復興への努力は日々続いている。