

# 生活衛生だより

No. 181  
2016 Apr.

震災復興特集 ～5年後の被災地から～

- せいえい三つ星レポート：震災復興特集
- 経営アドバイス：東日本大震災から5年～新たなステージに向けて～
- 福島復興特集：復興飲食店街「夜明け市場」 ■キラメキ女子



## 浄土ヶ浜旅館

旅館業／岩手県宮古市



## 海遊

水産業、飲食店／宮城県石巻市



日本政策金融公庫  
国民生活事業



浄土ヶ浜海舟株式会社

代表取締役・女将 佐々木 美津子氏

若女将 近江 智春氏

創業／昭和35年

事業内容／旅館業

営業所／岩手県宮古市築地1-1-38

電話／0193-62-1319

URL／<http://joudogahama.sakura.ne.jp/>



東日本大震災から5年。被災地では、沿岸部などを中心に復旧・復興が進んでいない地域がある一方、一部では震災前の経営状態に回復し、次のステージを目指している企業も出てきつつあります。今回は震災復興特集として、被災後に経営を再建し地域を盛り上げている元気な企業をご紹介します。

## 女将と若女将、二人三脚の挑戦

最初にご紹介するのは、津波による建物全壊から険しい道のりを乗り越えて営業再開した岩手県宮古市の旅館「浄土ヶ浜旅館」です。当旅館は被災前の客室は5室、営業再開後の客室は8室と比較的小規模ですが、心のこもったおもてなしや和食レストラン「海舟」の海鮮料理、弁当の仕出しなどが人気で、シーズンになると予約が取りにくいほど。社長で女将の佐々木美津子さん、その姪で若女将の近江智春さんに、営業再開までの道のりや地域と一体になった活動、これから目指すものについてお話を伺いました。

### 営業再開までの道のり

平成23年3月11日の地震直後、現在より沿岸に近いところにあった「浄土ヶ浜旅館」は「ドーン！」という地響きとともに堤防を乗り越えてきた津波により全壊しました。必死に高台に避難し、そこから見た悲惨な光景は今でも忘れられません。自宅は被害を免れたものの、シヨックが大きく何も考えられない状態でした。

それでも何とか体が動いたのは、従業員が全員無事と判明し、心底ホッとしたのと同時に、彼らのこれからのことを考えなければと思ったからです。まずは、従業員の当面の生活の足しにもらうため当月分の給料を支払いました。加えて、当時は営業を再開できるかどうかもわからなかったため、やむなく解雇という形をとり、すぐに失業保険給付の手続きを説明しました。

従業員のためにできるだけのことをやり、さて今度は自分達のことをどうするか。地元の金融機関や商工会議所からグループ補助金の話を聞きいろいろと動いてみましたが、当旅館の規模と合うグループがどうしても見つからず断念しかけていました。ところが、被災地の現状を調べていた新聞社が当旅館について記事にしてくれたところ、それを境に次々と情報が入ってくるようになります。ついには沿岸部の民宿数軒がグループ補助金を申請するため一社分の枠を探しているという話を聞くことができ、すぐに応募しました。

これでやっと再開の目途が立つかに思われましたが、都市計画の関係で全壊した旅館の跡地での営業再開が不可能になってしまいました。この時はもう駄目かと思いましたが、当旅館の常連のお客様などから暖かい励ましの声をいただき、何とか頑張らなければと心を奮い立たせ、思い切って移転することを決意しました。地元の金融機関や市の制度融資、日本公庫で資金を調達し、宮古市役所の前に土地を購入。震災から2年3か月が経過した平成25年6月に念願の営業再開を果たすことができました。この時、何より嬉しかったのは、従業員がほぼ全員戻ってきてくれ、力を合わせて再スタートを切ることができたことです。

### 「歴史」で地域を盛り上げる

なんとか営業再開をすることができ、ありがたいことに非常に沢山のお客様にご来店いただくことができ





左から女将の佐々木さん、若女将の近江さん



新選組の仮装に身を包んだ近江さん



落ち着いた雰田気の客室



自慢のあんかけウニ飯



浄土ヶ浜の新鮮な食材でおもてなし

ました。今度は、応援してくださいださった皆様や宮古市のために何か恩返しできないかと考えていたところ、震災から間もない平成23年11月に宮古市で「全国新選組サミット」が開催されたことを思い出しました。実は、宮古市にある宮古湾は幕末に「宮古湾海戦」が行われ、新選組の土方歳三が参戦しているなど新選組に縁のある地域でした。

これで地域おこしができないかと考えていたところ、ちょうど平成27年が宮古港開港400周年にあたり、イベントが開催されパレードも行われると聞いたので、新選組の仮装で参加することを思いつきました。このアイデアに賛同してくださった方と一緒に勉強会を開催して歴史の理解を深め、地元の祭りで新選組の劇を行ったりして活動をPRし、パレードには軽トラックを装飾した山車でパレードに参加しました。この活動は、観客の方に大いに喜んでいただけたので、今後も継続して参加し、将来的には観光名物になることを目指してまいります。

また、この活動を広く発信するため、新選組の故郷である東京都日野市でのイベントに参加するなど地元以外に活動を広げています。加えて、3年後に宮古・室蘭間のフェリーが開通すると聞きましたので、土方歳三の最期の地である函館とも交流を広げていくことを考えています。これらの活動費用は自己負担で、旅館業との両立は大変ですが、この活動で知り合った方との意見交換が刺激になり旅館業の新しいアイデアが生

まれたり、直接的には当旅館のお客様として来店いただいたりと良い効果が出てきています。中長期的には、この活動で宮古市にもっと人が呼べるようになれば素晴らしいと思います。

### これから目指すもの

大震災から5年が経過し、復興関連の補助金が終了するという話が聞こえてきています。今までは復興関連の支援が続いていましたが、これからも続くとは言いません。よって、いったん自社の置かれた状況を整理し、これからどうするかを考える時期に入っていると感じています。

地方では、ただモノを売るだけでは東京などの大都市にはかなわないので、地元ならではの工夫でお客様を呼ぶことが必要だと思います。今取組んでいるのは、地元の魅力を掘りおこすため、岩手の郷土料理を勉強してお食事のメニューに反映させることと、農家と連携してりんご「大夢」をPRするといった異業種間連携です。こうしたことにも新選組イベントで培った人脈や広報力が生かされています。

当旅館としても、客室数の関係で予約を断らざるを得ないことがあることから、近隣にビジネスホテルを建築し、宮古に来たいというお客様を精いっぱいおもてなしたいと計画しています。これからも女将・若女将の二人三脚で頑張っていきたいと思っています。





## せいせい三つ星☆☆☆レポート

震災復興特集

Part2

株式会社海遊

代表取締役 伊藤 浩光氏

創業／昭和43年

事業内容／水産業、飲食店

営業所／宮城県石巻市雄勝町水浜9番1

電話／0225-57-3876

URL／<http://kai-you.in>

# 三陸漁師が目指す “究極の6次産業化”

次にご紹介するのは、宮城県石巻市に本社を置く「海遊」です。水産業の6次産業化を推進する当社は、牡蠣の生食文化普及のため、仙台市の繁華街にオイスターバーを出店しました。代表で漁師でもある伊藤浩光さんに、これまでの取り組みや今後の展望などについてお話を伺いました。

## マイナスからのスタート

当社は、牡蠣やホタテなどの養殖（生産）から加工・販売、オイスターバーを営む三陸漁師の会社です。平成22年に自社加工場を建設しましたが、翌年3月11日、巨津波によって加工場、漁場、漁船の全てを失いました。私自身もほとんど全てを失い、文字通り、マイナスからのスタートとなってしまいました。こうした状況でも生きる原動力となったのは、経済的自立への強い欲求に加え、人と人との繋がり的重要性、何よりも海さえあれば生きられるという漁師の強さと誇りを実感できたことでした。

## 震災復興の要は “ブランド化”

創業は昭和43年、父がワカメ養殖を始めました。後に牡蠣養殖も始め、私が家業を継いだのは43歳。当時からうちの親は良いものを作っているという自負がありました。が、如何せん量が獲れず、生活するのがやっとという状況でした。

この状況を打ち破るには、量をさばき、自分で売りに出さなくてはいけないと考えるようになり、これが6次産業化に取組むきっかけとなりました。

6次産業化とは、生産者自らが加工・販売まで携わり顔の見える事業を展開することです。そして、震災復興の要として、牡蠣養殖のブランド化が必要であると考えました。

そこで、地元の水の良さや特徴を生かすために牡蠣養殖をいち早く再開することを決意。平成24年12月に加工場を再建し、自ら生産した牡蠣やホタテなどを飲食店へ販売するビジネスを始めました。

雄勝の海の水深は40m、海底からは山の水が湧き生活排水が流れ込まない綺麗な海です。この恵まれた海から獲れる牡蠣は、震災前から3年物（通常は1年半から2年物）と大きく、他の地域とは異なり、一番おいしい時期は5月から8月という特徴がありました。この特徴を明確にするため、さらに大きな4年物を「夢牡蠣」と名付け、ブランド化を進めました。

力を入れたのが飲食店への営業です。商談会を開いたり、飛び込み営業で1日に10数件訪問したり、ときには仲間の若い漁師を連れて、とにかく歩きました。また、商品を生産者には、商品が生まれた背景や生産者の思いといったストーリーが必要。 「夢牡蠣」は、





牡蠣以外にも旬の食材にこだわったメニューが並ぶ



「オストラ・デ・オーレ」の店内



“復興”“漁業発展”の夢を乗せた特大「夢牡蠣」



漁師でもある代表の伊藤さん

震災の年にボランティアの皆さんが種付けを手伝ってくれたもので、震災復興と漁業発展への「夢」がつまっています。もちろん、味には自信があります。生産者は皆「自分が一番おいしいものを作っている」と思っていますが、その思いを伝えるのが苦手なんです。そこを飲食店や販売店の方がフォローしてあげること、良い商品が次々と生まれてくるかもしれないね。

お客様の数は、全国で350社余り。新鮮な牡蠣の安全性とおいしさを広めることは成功しつつあると感じていますが、販売だけでは誰もが知るブランドとするのは難しいこともわかりました。

そこで、平成26年11月にオイスターバー「オストラ・デ・オーレ」をオープンしました。

**究極の6次産業化、生食文化の普及**

オイスターバーでは、三陸漁師の連携により年間を通して新鮮でおいしい牡蠣を提供しています。お客様に目の前で食べてもらい、その声も聞こえる、究極の6次産業化の形だと思っています。

メインは自社の殻付き生牡蠣で1個200円から提供しています。牡蠣は注文が入ってから殻をむきますが、器具の消毒を徹底し、手袋とマスクを着けて作業するなど、衛生面には細心の注意を払います。営業回りで多くの飲食店を見てき

ましたが、生牡蠣を扱っているお店は意外にも少数派。ノロウイルスなどのリスクが高いという理由からですが、当店のような衛生管理ができればリスクを最小限に抑えられ、おいしい牡蠣を提供することができそうです。

また、営業の一環として、開発したメニューレシピを取引先の飲食店に提供しています。牡蠣の価格・価値を高めるためにはまず食べてもらわないといけないですからね。衛生管理にしても正しい処理方法を広め、誰でも安心して生牡蠣を食べてもらえるように、この店が生食文化普及の拠点になればと考えています。

**被災地で雇用を生む**

震災復興には人の力が必要となり、次代を担う人材を育てなければなりません。当社は被災地で雇用を生むため、最終的には上場を目指しています。また、飲食店の方々には生産現場を見てもらい、自分が感じた「ストーリー」を直接お店のお客様に伝えてほしいと思います。当社には「現場研修制度」があり、漁などを体験できるのでぜひ活用してほしいですね。そして、2020年のオリンピック開催までに、東京にオイスターバーを出店したいと考えています。世界の方々に、三陸のおいしい牡蠣を食べてもらいたいですね。

# 東日本大震災から5年 ～ 新たなステージへ向けて～

## 植松 正人 (MASATO UEMATSU)



植松診断士事務所 代表 中小企業診断士

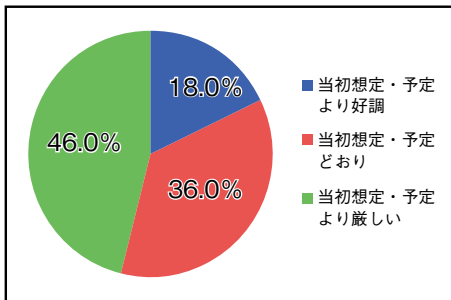
「新たなビジネスステージへの伴走者」を自らの使命とし、東北地方を中心に活躍中。

事業者と共に「理解し合う」「考え抜く」「行動へ落とし込む」「結果を見つめる」「改善する」を重視した支援を行い、評価を得ている。

生活衛生営業指導センター研修会等、セミナー実績も多数。

URL : <http://www.tomoni-jump.com>

【営業再開後の経営状況】



出典：(公財) 全国生活衛生営業指導センター  
被災地における営業再開生衛業者の経営課題について  
(平成 25 年 3 月)

### 被災地域の現状

人的にも物的にも精神的にも想像だにできない甚大な被害をもたらした東日本大震災から5年が経過しました。

これまで国などの支援もあり、地域により進捗格差は大きいものの、仮設店舗等による営業から本設営業再開へと少しずつ動き始めています。

しかし、「営業再開後の経営

状況が好調」である生活衛生関係営業事業者（以下、生衛業者）はわずか18%であり、多くの生衛業者は非常に苦労しています。多くの生衛業者は「地域密着型の商売」を営んでいます。経営が厳しくなっている大きな要因として、「地域そのものの環境」が大震災により大きく変化し、その変化に対し「どの様に対応して良いか分からない」ことが挙げられます。

また、雇用情勢の悪化、価格競争の激化、復旧資金借入負担増による資金繰り悪化等経営圧迫の要因は様々ありますが、最大の要因は、新たな場所での再開による顧客獲得の苦戦、人口流出による固定客の減少、今後の生活への不安による利用回数の減少等、これまで地域の皆様



に寄り添い支えられていた経営基盤が崩れたことによる来店客数の落ち込みです。

## 集客成功事例

このように顧客獲得に苦心する環境の中でも独自の販売促進策を実施し、新たな顧客獲得に成功している事例をご紹介します。



### 【事例1】 競りの臨場感をお客様へ！

当日水揚げされた鮮魚をその日のうちにお客様へ提供することへのこだわりを持つA居酒屋店。「新鮮さ」「味」を打ち出す競合店も多い中、当店の付加価値を高めている要因は、毎日店内で開催される「競り」にあります。

従業員が競り人、お客様が買い手となり、当日の目玉鮮魚を次々と競り落としていきます。競り落とされた鮮魚は購入した方の要望に沿って調理、提供されます。

このサービスの魅力をお客様の視点から考えると、①競りにより、偶然居合わせたお客様同士の間が生まれ、店内コミュニティが生まれる、②競り落としたお客様は全員から祝福され優越感を得られる、

### 【事例2】

#### 連携でお客様満足度UP！

③競り落とした鮮魚は「自分だけの特別な魚」となり、調理方法をリクエストできることで「自分だけの特別メニュー」となる、などが挙げられます。臨場感・一体感を高めるために、あえて席間隔を狭くし、大漁旗等の装飾に気を使うとともに、市場と同じく鐘合図からスタートするなど、コンセプトを基軸とした店舗づくり・サービスづくりを実施しています。

「お客様に内面・外面トータルで美しくなって頂きたい」という強い思いを持つB美容室。近隣には仮設住宅もあり、避難生活を続ける中高年齢のお客様も多く来店します。施術中の会話の中で、生活環境の変化に起因していると思わ

れる「体のたるさ」「むくみ」「眠れない」等の悩みを打ち明けられるお客様が多くなりました。

以前から、高齢世帯（特に独居高齢者）に対する地域サービスの勉強会に参加していたオーナーですが、そこで知り合ったエステティックサロン経営者と、地域住民にとって何が必要かをとことん話し合いました。そこでたどり着いた結論は、業界の垣根を取り払い、ワンストップでお客様の悩みを解決する取り組みを強化することでした。

根底にあったものは「美と癒しへの貢献を通して、地域の皆様が明るく健康であってほしい」との純粋な思いであり、共に相通じる価値観でした。そこで、エステ施術者が美容室へ定期的に訪問し、待ち時間を利用したフットマッサージやハンドマッサージなどのサービ

入を開始しました。その結果、エステ実施日は予約で満員となる日も珍しくない状況となっております。

普段、エステサービスを受ける機会が少ないお客様が多い中、いつものお店でエステのプ口から施術を受けられるお手軽感・安心感・プチ贅沢感が支持され、顧客満足度が向上するとともに、新たな顧客来店にも繋がっています。連携先のエステ店においても、もっとじっくり施術を受けたいというお客様の流れも生まれ、お客様・店・連携先すべてがHappy-Happyの関係へと繋がっています。

### 【事例3】

#### 小さな子を持つ母の悩み解消

「早く」「手軽に」「安く」を売りにするC理容店。これまで

当店を利用するお客様の多くは、サラリーマンや学生などの男性客でした。

店舗は内陸部にあり、津波被害を受けた地域からの避難者、あるいは移住者も多い地域であり、小さなお子様を持つ家族も店舗周辺では増加していました。

以前から女性向けシェービングサービスを実施していましたが、利用するお客様は少数の高齢女性だけでした。



高齢のお客様以外にももっと利用してもらいたいと考えていたオーナーは、小さなお子様を持つお母さんが増えたという店舗周辺の住民属性の変化に着目し、悩みは何か？当店はどこでお役に立てるのか？を考え抜き、調査を経て立てた仮説は、①自分へ投資できる時間的・資金的余裕が少ない、②美しくありたいものの肌荒れなどで化粧のりが良くない方が多い、というものでした。

また、当店の特色として、①早く・安くという店舗イメージとノウハウを持っている、②シェービングが可能、③女性従業員にマッサージ技術を持つ者がいる等が挙げられました。

お母さんが来店しやすい店舗ファサードの改善、目隠し用の可動式衝立の購入、化粧直し場所の確保等を行うとともに、フェイススチーマーを導入

し、クレンジングマッサージ＋シェービングの新メニューを開発しました。また、ポスティングで地域家庭に配布されるフリーペーパーに小さなお子様を持つお母さんを意識した「しゃれたキャッチコピー」と「Q&A」による提案型広告を複数回、毎回内容を見直し改善しながら掲載し、新サービス開始のお知らせを行いました。

その結果、お子様を保育園や小学校に預けている時間帯で利用する女性顧客が増加傾向にあります。また、セット商品だけではなく、クレンジングマッサージのみの単品利用で月に2度来店するお客様が見受けられるようになりました。

これにより、比較的閑散時間帯となっていた部分での新たな利用客層となり、収益面でも貢献度が高くなりつつあります。



## 事例からのヒント

ここで取り上げた事例は、いずれも被災地におけるものですが、全国の生衛業者の現状を考えると、独自性を打ち出すことが難しく、大手チェーンの参入による価格競争激化など、客数・売上減少に悩まれている方が多いのではないのでしょうか。

【事例1】では、店舗と来店したお客様との共同作業として実現する「顧客参加型サービス」であり、その場にいなければ体験できない「コト消費サービス」とも言えます。

市場が成熟し、必要なモノは一通り手に入り、人々の関心は「モノの所有欲を満たす」ことから、経験や体験、人間関係、思い出の「目に見えない価値」である「コト」へ移行してきて

いると、ここ数年言われています。

お客様にとって魅力ある「コト」とは何か？ 予想を超えるサプライズ、感動、一体感…。

当店が持つ商品、サービス、ノウハウ、従業員力等から、お客様の立場になって考え抜くことの重要性を感じます。

【事例2】【事例3】はいずれも「お客様の悩み」に焦点を当て、その解決策を商品として提供することで集客に結びつけています。

【事例2】での「連携による取り組み」は、それぞれの強みを持ち寄り、共通するお客様へサービスを提供することで、お客様の満足度を高め、関係する全員がhappyになる理想を実現しています。

小規模事業者が多く、経営資源も少ない生衛業者にとって、一人で頑張るだけでなく、「志

を同じにする異業種との連携」により、3倍にも4倍にも価値を高める取り組みに挑戦する必要性・有効性を教えてくれます。

【事例3】では、ターゲットとするお客様を見定め、自らの強みを活かした新サービスを提供することで新たな顧客獲得に成功しています。

行動する前に「お客様をきちんと見る（考える）」「自らの資源を棚卸する」ことを実行し、最低限かけるべき経費は経営判断として投資しています。商品のサービスの品質が高いというのは重要な要素ですが、その価値にお客様が気づき、興味を持たなければ利用するには至りません。「お客様の立場になって伝える努力と工夫」が大切となります。



株式会社夜明け市場

取締役 松本 丈氏

営業所／福島県いわき市平字白銀町2-10

電話／0246-38-6586

URL／<http://www.touhoku-yoake.jp>

平成23年11月、福島県のJRいわき駅前にあるシャッター街が「復興飲食店街“夜明け市場”」として生まれ変わりました。夜明け市場は、飲食を中心とした福島復興の拠点となること、震災後の新たなまちづくり拠点となることを目指した復興支援プロジェクトです。このプロジェクトを企画した(株)夜明け市場の松本丈さんに、これまでの取り組みや今後の展望などについて、お話を伺いました。

## 明けない夜はない！

～駅前シャッター街に灯した“復興のあかり”～

### 必要なのは“継続的な支援”

当社の代表を務める鈴木と私は、共にいわき市四倉町出身で小学生からの幼なじみでした。東京で別々の仕事に就いていましたが、47都道府県の地域に眠っている「食」に着目し、「食」が持つポテンシャルを活かして全国を盛り上げていこうと、平成21年に鈴木が法人を立ち上げ、私もそこに合流しました。

まずは自分たちの地元・福島の地酒と郷土料理を扱う居酒屋を東京にオープンさせようと、地元の生産者や卸業者をまわって準備を進めていました。平成23年4月のオープンに向けて工事が始まり、イベント会場などを回る移動販売用のキッチンカーも完成して、全てが順調に進んでいた矢先に東日本大震災が起きました。

間もなく、震災に伴う原発事故の風評被害の影響で、震災前に製造した商品ですら全く売れない事態に直面しました。何かできないかと、新事業のために準備していたキッチンカーに乗って、4月初旬、四倉町へ炊き出しに向かいました。地元の方には喜んでもらいましたが、炊き出しのような一過性の支援ではなく、継続的に支援できる仕組みを作る必要性を感じました。そこから、震災で店舗を失った飲食店経営者に事業

再開の足掛かりとなる場所を提供し、風評被害に苦しむ生産者の食材を消費する場とする、そして、復興のシンボルとして全国に情報発信することで地元を活性化するというコンセプトを掲げた「夜明け市場」構想が生まれました。

### 駅前シャッター街に再び活気を

まずは拠点となる場所探しです。様々な場所を検討しては予算オーバーで場所探しは難航しました。各方面にアドバイスを求める中で、空きテナントだらけのスナック街「白銀小路(しろがねこうじ)」のオーナーを紹介されました。40年以上前に作られたこの通りは、かつては小さな飲食店が30店ほどひしめき合う賑やかな繁華街でしたが、時代の流れとともに閉店が相次ぎシャッター街となっていました。この空き店舗スペースを活かし新たな価値を生み出して、明るさと活気を取り戻そうと、駅まで徒歩3分というこの場所を選びました。私たちの思いも汲んでいただいて、使用許可を受けるとともに管理会社としての業務を任せようという事になりました。

場所が決まる前からテナント募集を開始していましたが、これもまた思うようには進みませんでした。周りからは「寂れたシャッター街」「夜の街」といったマイナスイメージを





かつての賑わいを取り戻した飲食店街



通りの壁面には、オーナーの似顔絵と復興への思いが込められたアートが描かれている

払拭できるかといった不安の声も聞かれました。そこで、地元のお祭りなどのイベントに積極的に参加するなど、このプロジェクトの真の意義を理解してもらい、一人でも多くの人に応援してもらえるように、顔の見える周知活動を行ってきました。また、震災前に進めていた事業をきっかけに知り合った地元生産者や商工関係者の方々の協力もあり、どうにか賛同する出店者を見つけることができました。

そして、営業開始までの間、資金の確保から、改装や整備も自分たちの手で進め、平成23年11月、夜明け市場は2店舗からスタートしました。

当初は、営業を再開したくても元の場所ではできない被災者に店舗を提供することを目的に、応募条件を被災事業者に限定していましたが、ピンチをチャンスに変えて頑張ろうという思いは被災者だけのものではないと考え、県内外から「いわきを応援するために」と出店を希望されるUITターンの方や新規創業者も受け入れ、現在は14店舗で展開しています。

### 集客のための仕掛けと情報発信

スタートしてからは、より多くの人が集まる場所を目指し、いわき市や商工会議所とも連携しながら、夏のビアガーデンやストリートライブ

など通りを活かしたイベントを仕掛けていきました。これらのイベント情報は各メディアに対して継続的にニュースリリースするとともに、ツイッターやフェイスブックなどを活用して発信しています。

こうした取組みの効果もあり、県内外から訪れる人は年々増え、「寂れたシャッター街」はかつての、もしくはそれ以上の賑わいを取り戻しています。また、駅前周辺の人通りも多くなり、最近では、夜明け市場の周りでも飲食店の新規出店が相次ぐなど、街全体の活性化に貢献していると思います。

### 今後の展望

街を良くするアクションをするプレーヤー同士の繋がりがや新しいアイデアを生み出す場を提供するため、平成25年に夜明け市場2階にコワーキングスペースを開設しました。福島の問題解決を図る新たなプレーヤーが、ここから巣立ってくればいいですね。

夜明け市場は、夜の街の賑わいを取り戻す取組みですが、今度は「昼の街」を活性化、演出してみたいと考えています。また、地元生産者たちとの6次産業化の推進プロジェクトにも参画しているので、これからも福島・いわきのおいしい「食」を全国に発信していきたいです。

割烹料理店「和楽 魚菜亭」

店主 北郷 清治氏

営業所／福島県いわき市平白銀2-10

電話／0246-24-0045



夜明け市場の一角に店を構える割烹料理店「和楽 魚菜亭」。いわき市久之浜漁港で水揚げされた新鮮な魚介類を味わえると、地元客を中心に多くの顧客が集まる人気店でしたが、東日本大震災の大津波により、店舗と自宅を失ってしまいました。全てを失ってしまい不安が残る中、生活のため、そしてファンの声に応えるべく、夜明け市場での再スタートを決意します。店主の北郷清治さんにお話を伺いました。

## ゼロからの再出発

勤めていた会社を辞め、地元・久之浜漁港に長年の夢であった料理店を平成20年3月17日にオープンしました。漁港から水揚げされたばかりの地元産の魚介類を提供することにこだわり、たくさんのお客様に応援していただきました。

オープン3周年を直前に控えた3月11日、東日本大震災は起こりました。海岸から目と鼻の先にあった店舗と自宅は津波で流され、大切にしていたレシピや商売道具の包丁まで、全てを失ってしまいました。直後は、今日一日をどうしようということまで頭がいっぱいで、今後のことなんて考えられませんでした。しかし、食べていかなくても生活できない、からね。収入がないと生活できない、何もしなければ収入は得られないです。店を再開することを決意しました。

しかし、店を新しく始めるにしても資金面はもちろんですが、何より場所をどうするかが大きな問題でした。そんなとき、相談していた地元四倉町商工会から夜明け市場プロジェクトを紹介されました。被災した飲食店を一カ所に集めて復興のシンボルにしようという趣旨に魅力を感じ、商工会もバックアップしてくれるということで、夜明け市場で再出発しようと決心しました。

正式に出店することが決まり、オープンに向け準備を進めてきました。準備に当たっては、我々出店する側と松本さんたちとの間で何度も話し合いの場を設け、時には意見がぶつかることもありましたが、このプロジェクトを成功させるために、共に前に進んできました。課題の資金面は商工会等からのアドバイスもあり、何とか工面することができました。予定していた内装工事の工期が遅れ、注文した入り口ドアの設置が間に合わないというハプニングもありましたが、平成23年12月、夜明け市場のスタートから一か月後にオープンすることができました。

嬉しいことにオープン当日から、震災前からの常連さんやいわきを応援しようと集まってくれた方々が満員となりました。今では、新聞やテレビ、口コミで夜明け市場のことを知った方などが、全国からお見えになります。残念ながら、地元・いわき産の魚は未だに使えませんが、素材の質を落とさないことにはこだわり、全国各地のおいしい魚介類を仕入れ、皆様に提供しています。他の店ではなかなか食べられない魚も扱っているので、それを目当てにいらっしゃるお客様も多いです。

一日も早く、いわき産のおいしい魚を皆さんに食べていただけるようになるのが、今の一番の願いです。



地域の復興の状況や、復興に向けた公庫の取組みについて、石巻支店の吉池事業統轄にインタビューしました。



吉池事業統轄  
(平成28年4月から仙台支店国民生活第二事業統轄)

### 震災当時の状況についてお聞かせください。

震災当時、最大被災都市と言われる石巻市をはじめ、管内の沿岸部を中心に、津波による未曾有の被害が生まれました。

石巻支店は、店舗の1階部分が浸水し、約2か月半もの間、営業休止を余儀なくされました。その間は、地元の石巻商工会議所のご協力を得て、毎日、会議所で出張相談会を開催させていただくことにより、お客さまからのご相談に迅速に対応することができました。

### 現在までの支店・生衛組合等の取組みや、地域の復興状況についてお聞かせください。

震災から5年が経過し、復興は着実に前進しています。特に昨年は、JR石巻線、仙石線の全線開通や、世界最大級の規模を誇る石巻魚市場の完成、石巻市新市街地でのまちびらきの開催など、インフラ面で大きな進展が見られました。

公庫はこれまで、被災されたお客さまからのご相談にできる限り親身に対応するとともに、東日本大震災復興特別貸付制度などにより、復興支援に全力で取り組んでいます。生活衛生営業指導センターとも連携し、毎年、各組合の支部長さま等を対象に復興関連融資制度の説明・情報交換会を行うなど、各組合員の皆さまの経営支援に努めています。

また、沿岸部の女川町では昨年末に新しい商店街がオープンしましたが、公庫はこうした復興まちづくりに協力するため、昨年6月に女川町、女川町商工会、NPO法人(アスヘノキボウ)との4者で「女川ソーシャルビジネス・創業支援ネットワーク」を立ち上げ、仮設店舗からの移転の支援だけでなく、UIJターンによる出店、創業を支援しています。



女川町の震災当時の様子



現在の女川町の様子

### 今後の取組み等についてお聞かせください。

復興が進んでいるとはいえ、まだ道半ばです。今もなお、仮設住宅で生活されている方が大勢おり、復興公営住宅などの住宅整備が完了するには、まだ数年はかかると考えられます。しかし一方で、これから新たな住宅地域が形成されていけば、住民の生活に密着した生活衛生関係の事業者の皆さまへのニーズにも変化が生じ、新たな商機が生まれます。公庫は、皆さまの復興、ご商売の発展のお役に立てるよう、引き続き、親切・丁寧・迅速な対応を心がけてまいりますので、どうぞお気軽にご相談ください。

また、人口減少、地方創生への取り組みは、被災地にとってはとりわけ大きな課題となっています。公庫では、他地域から被災地への移転、支店増設、被災地での創業などを後押しできるよう、全国の支店ネットワークを生かして積極的に取り組んでいきたいと思っております。

# 生活衛生関係営業のみなさまへ 融資制度拡充によりさらにご利用いただきやすくなりました

## 《平成 27 年度補正予算による制度改正の概要》

### ➤ まち・ひと・しごと創生貸付利率特例制度の創設

「まち・ひと・しごと創生総合戦略」の基本目標の趣旨に沿った事業を行う方に対し、生活衛生貸付等の利率から 0.1% 引下げ

特例制度をご利用いただける方は、下記のいずれかの要件を満たす方です。

- ・ 地方で、新たに 1 名以上（従業員 21 名以上の場合 3 名以上）の若者（35 歳未満）を雇用する方
- ・ 本社を東京 23 区から地方に移転する方、又は店舗・事務所等を地方に新增設する方 等
  - ※ 「地方」とは…東京 23 区、仙台市、名古屋市、大阪市、福岡市を除く地域
  - ※ 一部の融資制度で適用できない場合があります。詳しくは事業資金相談ダイヤルかお近くの支店までお問い合わせください。

【ご利用例】振興事業貸付（組合員、担保を不要とする融資、振興事業促進支援融資制度）の場合

1. 15% — 0.1% = 1.05%

（地方に店舗を増設）

（利率は平成 28 年 4 月 1 日現在、返済期間 10 年の場合）

### ➤ 新企業育成・事業安定等貸付（雇用安定資金）の拡充（適用要件の緩和）

## 《平成 28 年度「生活衛生資金貸付」による制度改正の概要》

### ➤ 振興事業貸付の拡充

融資期間 : 設備資金 20 年、運転資金 7 年に拡充

据置期間 : 運転資金 2 年に拡充

※ 特例貸付は、原則として上記と同様の取扱いとなります。

### ➤ 環境対策関連貸付（耐震改修関連）の拡充

資金のお使いみちに「耐震改修に伴い必要となる運転資金」を追加（特別利率 A）

（例）耐震改修工事による休業期間中の給与支払い

### ➤ 経営者保証免除特例制度の拡充（上乗せ利率の引下げ、適用要件の緩和）

### ➤ その他の融資制度の拡充

取扱期間を平成 29 年 3 月 31 日まで延長

- ✓ 東日本大震災の被災者等に対する融資制度（東日本大震災復興特別貸付等）
- ✓ 振興事業促進支援融資制度
- ✓ 生活衛生改善貸付の融資条件に係る特例措置 等

詳しくは事業資金相談ダイヤルかお近くの支店までお問い合わせください。



従業員の採用、育成にお悩みの方へ

# 人材育成の手引

『採用編』 『スタッフ教育編』  
(2016年4月 発行予定)



従業員の採用、定着化に関するノウハウを専門家が分かりやすく解説します。

## 『採用編』

できる人材を採用するための鉄則、必要な人材だけが集まる求人広告の作り方、これから10年「人材不足」で困らなくなるとっておきの方法 など

## 『スタッフ教育編』

人が辞めない職場を作るための考え方と方法について

執筆者 岡本 文宏 (メンタルチャージ | SC研究所代表)

## キラメキ女子

小椋 真理子さん



店名 / ピザカフェ One's home (ワズホーム)

住所 / 福島県会津若松市中町 4-11

電話 / 0242-93-5668

URL / <http://cafe-oneshome.com/>

営業時間 / 11:00~21:00

定休日 / 毎週月曜日



東日本大震災により、故郷である大熊を離れ、山里の会津へ避難しました。

震災から3年目、このままではいけない、何かしなくてはと思い立ち、平成24年4月に「ピザカフェ One's home」をオープン。

店名は日本語で“ふるさと”。大熊への想い、新しい“ふるさと”会津への想いを込めて付けました。

店内で出すメニューは、本格ナポリピッツアやモチモチ食感が美味しい生パスタなど。

企業店舗ではない、個人店だからこそそのオリジナリティーあふれたメニュー展開や、お客様への心遣いなどに気を付けています。

会津若松で、味、接客共に一番のお店になれるように頑張ります。





国産にこだわりの  
農と食をつなぎます。

# 第11回 アグリフードEXPO 東京 2016

—— プロ農業者たちの国産農産物・展示商談会 ——

日時

8月18<sup>木</sup>日 / 19<sup>金</sup>日  
10:00~17:00 10:00~16:00

主催

JFC

日本政策金融公庫

会場

東京ビッグサイト 東4ホール



生活衛生だより 第181号 平成28年4月1日発行(季刊)

発行所 株式会社 日本政策金融公庫 国民生活事業本部 生活衛生融資部

〒100-0004 東京都千代田区大手町1-9-4 大手町フィナンシャルシティノースタワー

TEL. 03-3270-1653 FAX. 03-3270-7650 <http://www.jfc.go.jp/>