

愛媛県

新ビジネスモデル 展開促進補助金

～成果事例集～



愛媛県商工会連合会

はじめに

中小企業・小規模事業者を取り巻く経営環境は、原材料価格の高騰や人手不足等の厳しい状況に加え、カーボンニュートラルやデジタル化といった構造変化にも直面しています。

愛媛県商工会連合会では、新型コロナウイルス感染症の流行から社会経済活動の正常化が進みつつあるなか、商工会や商工会議所等の協力を得て、経営環境の変化を踏まえた域内事業者のビジネスチャレンジに対し、幅広い取組みを支援してまいりました。

本事例集は、変革の好機を捉えて成長を目指す事業者の実例をとりまとめたものであり、支援成果の共有と今後の事業展開の参考としていただければ幸いです。

結びに、本事例集作成にご協力いただきました皆様方に深く感謝申し上げます。

令和5年11月
愛媛県商工会連合会

新ビジネスモデル展開促進補助金 概要

《目的》

技術革新の進展やSDGs・脱炭素への対応、国際情勢の不確実性、感染症の拡大など、社会・経済環境の変化に応じた新たなビジネスモデルの促進を図る。

《対象者》

愛媛県内に事業所を有する中小企業者

《補助要件》

事業者自らが自社の経営を見つめ直し、経営計画を作成したうえで取り組む事業再構築や新事業展開などの新ビジネス展開事業

《補助金額等》

通常枠 下限50万円/上限100万円（補助率3分の2）

連携枠 下限150万円/上限700万円（補助率3分の2）

※連携枠は、3者以上の事業者が連携すること。

《事業実施期限》

令和4年12月末まで

目 次

- 株式会社 ツヅキ（新居浜市）…………… P1
—— 人と環境にやさしい高品質なステンレス表面処理技術を極める ——

- 株式会社 ブルーレモンファーム（越智郡上島町）…………… P3
—— テイクアウト型カフェ開店のため機材整備を刷新 ——

- 株式会社 いよ翁（伊予郡松前町）…………… P5
—— 真空包装機の導入で“蕎麦の実”の長期保存が可能に ——

- 株式会社 セトクィーン（伊予市）…………… P7
—— 新型自動ラベル貼り機の導入により、生産力が向上 ——

- 株式会社 KITA（大洲市）【5社連携代表事業者】…………… P9
—— 古民家のリーシングで、大洲市街地の賑わいを創出 ——
【連携事業者】
 - ↳ 株式会社アライ、うみとカモメ、ヒタキの庭、末広商店

- 有限会社 富士写真館（八幡浜市）…………… P13
—— 店内を改装し「フォト婚」のワンストップ体制を実現 ——

- 株式会社 フェザンフィレール（北宇和郡鬼北町）…………… P15
—— 移動販売用車両を購入しキッチンカーの事業化を実現 ——

- 中山産業株式会社（北宇和郡松野町）…………… P17
—— ICT を活用したワンマン測量で次世代に適応 ——

株式会社ツツキ

一人と環境にやさしい高品質なステンレス表面処理技術を極める

■業種／金属加工業



■手動式隔膜電解研磨法による表面処理。ステンレス表面に腐食に強い被膜を形成して、ステンレス材を美しく長持ちさせる

背景

BACKGROUND

ステンレスの耐食性を上げる 独自の電解処理技術に高まる需要

株式会社ツツキはステンスタンの部品である鏡板（かがみいた）の大手メーカー代理店としてスタート。あらゆる産業で用いられているステンスタンは耐食性や美観が求められるが、ステンレスの表面には通常の拭き取りでは除去できない油分や汚れが付着しており、また溶接部には高温によって「焼け」と呼ばれる変色も起こる。

こうしたステンレスの表面の汚れを除去・清浄化し、耐食性を向上させる方法として、強酸による処理や電解処理といった方法があり、一般に施工されている。

これらに必要な薬品等は市販されているが、同社では作業者の安全面、環境面および品質にも優れた低コストの電解液を自社開発。その独自の電解液を用いて電解処理を実施することで、顧客からの信頼を高めることができた。

この事業の売上は令和3年、4年と比べ150%増と右肩上がり、近年需要が高まっている。



■ステンスタンの端面に使われている鏡板（かがみいた）

活用

UTILIZATION

技術と品質の向上のため 開発試験用の電源装置を購入

顧客の業種は半導体や食品、薬品など幅広く、かなり大型かつ固定設置のステンスタンの場合、施工対象が工場まで運搬不可能なことが多い。そうした場合は、電源装置を含め機械・工具を持ち出での出張対応となる。新しい電解液の開発や電解条件を確立させるためには電源装置を用いた多くの試験が必要不可欠なのだが、同社で所有している2台の電源装置は、依頼の急増に伴いフル稼働の状態。そこで令和4年12月、開発試験用として「ステンレス溶接焼け取り電源機」を新たに1台購入した。



■今回導入したステンレス溶接焼け取り電源機



最適な条件を見出し 高難易度の大型案件も完工

① 試行錯誤でノウハウの蓄積と技術継承に貢献

新導入の「ステンレス溶接焼け取り電源機」を用いて、電解処理を依頼されたステンレス材に一定の電流量を流すために表面積を正確に算出したり、その表面積やステンレスの材質に最適な電解液の配合の模索など、様々な開発試験を行った。

これらの試験によって導き出されたデータは、ステンレス表面の耐食性を均一化して品質向上につなげたり、作業者ごとに生まれる仕上がりのばらつきを抑え、誰でも一定の品質に仕上げられる仕組み作りにも活用できている。

こうした事業発展の要とも言える開発試験を、今回の新規導入によって滞りなく進めることができた。

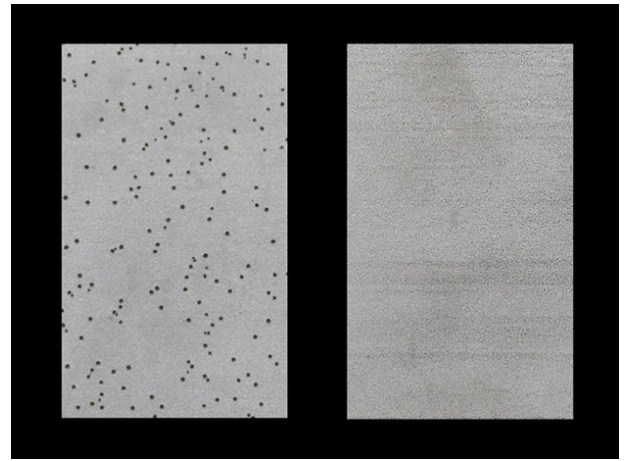
② 大型案件での顧客からの厳しい条件もクリア

ステンレス材の表面処理の品質に厳しく、高水準の評価基準を持つ顧客からの大型案件を受注。

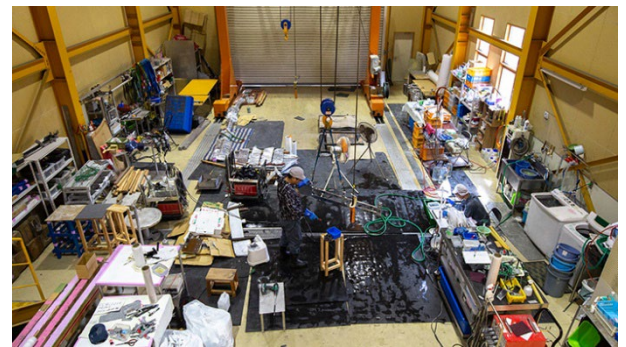
同案件は、仕上がりの光沢度とステンレスの耐食性向上について非常に高度な要求があり、検査も厳しかったが、開発試験に注力できる体制を整え、その成果を現場にフィードバックできたことで、無事達成することができた。

③ パート人員を2名増員、事業拡大への躍進

これまで電解表面処理作業は、セミクリーン工場で社員1名で対応していたが、令和4年より受注数も増え、社員1~3名およびパート従業員2名体制で実施するようになった。今後も受注増を図りたいと考えている。



■ 表面処理しなかった場合(左)と手動式隔膜電解処理法(右)で処理し、擬似的に経年劣化させた比較



■ ステンレス表面処理に特化した「セミクリーン工場」



■ 大久保克敏 専務取締役

— 補助金を活用した感想 —

鏡板の販売事業から始まった弊社は現在、加工事業との売上比がおおよそ5:5へと変化してきました。これからはただ製品を販売するだけでなく、付加価値のある製品を販売していきたいと考えています。

顧客の中には電解研磨に関して従来の市販品を使った研磨法で対応しておられる会社も多いですが、弊社の「手動式隔膜電解処理法」は、仕上がりの美しさや耐食性の高さにおいて優れた結果が確認できています。

難易度の高い大型案件を完工できたことは、弊社の技術の証明になりましたし、自信にもつながりました。今後は、これまで以上に顧客への認知度向上を図りながら、さらなる加工事業の発展を目指していきたいと思っております。

■ 事業所概要

会社名/株式会社ツツキ
代表者/代表取締役 続木勝彦 設立/昭和39年8月
事業内容/ステンレス材の表面処理全般、鏡板・プレス加工品の販売
所在地/〔本社〕愛媛県新居浜市西原町3-3-20
〔工場〕愛媛県西条市小松町大頭字長塚甲936-2
従業員数/14人 公式HP/<http://www.pika2kobo.com>



株式会社ブルーレモンファーム

—テイクアウト型カフェ開店のため機材整備を刷新—

■業種／柑橘類卸売・飲食業



■本補助金で導入した機材によって提供できるメニューの幅が広がった。商品はテイクアウト型中心だが、店舗内と外での飲食も可能。

背景

BACKGROUND

コロナ禍で柑橘類の卸売が激減し、
岩城島でのカフェ開業を決断

国産レモンとして名高い品種「青いレモン」の産地・岩城島で、柑橘の生産と販売を行うブルーレモンファーム。平成16年に京都から移住して以来、園地の開拓から柑橘の栽培、ビニールハウスの建築、岩城島への定住促進など、地域に根ざす多角的な事業を展開してきた。ブルーレモンファームのレモンは防腐剤やワックスを一切使わず、水洗いするだけで皮ごとでも食べられるのが特徴。健康志向が高まっている昨今、消費者や食品加工業者から国産レモンを求める声は多く、これまで堅実に売上を伸ばしてきた。

ところが令和2年からの新型コロナの影響で局面が大きく変わる。主に関東圏の飲食店や結婚式場へ卸していたレモンは行き場を失い、柑橘やジュースの販売量が約1/3にまで激減。また、岩城島でも外出自粛等の影響は大きく、島民たちは閉塞感を抱えながら暮らしていた。そんな島民が息抜きできる場所の提供かつ、岩城橋開通にあたっての将来的な観光客の増加を見越し、長年計画を練ってきたカフェの開業を決断する。



■自社で運営する数ある園地の中のひとつ



■岩城島を代表する「青いレモン」

活用

UTILIZATION

機材設備と環境を整えて
テイクアウトに適した店舗に

中古物件をリノベーションしたテイクアウト型カフェ「NOUSON808」は、令和4年10月に本オープンを迎えた。オープンにあたって、これまで島内で食べられる場所が一軒もなかったソフトクリームを主力商品に選定。「ソフトクリームサーバー」と、サイクリストなどの観光客がドリンクをそのまま持ち帰ることができる缶シーリングマシン「TOP-CAN」を導入。また、果物を新鮮な状態で提供するのに必要な“50℃洗い”をスムーズに行うために「エコキュート」も設備として加えた。それまではガスで沸かしたお湯を温度計で50℃に調整してからレモンを洗っていたが、電気を使って効率的に50℃の温水が用意できるようになった。



■今回導入した「ソフトクリームサーバー」(左)と「TOP-CAN」(右)



あらゆるメニューとニーズに対応 地元客と観光客からも好評を博す

①メニューの種類が増え地元客を含む幅広い層を獲得

マシンの登場によりスイーツやドリンクなどのメニューが約20種類増え、選択肢が豊富に。「ソフトクリームサーバー」はシンプルなバニラ味にしたことで柑橘のソースをかけるなどのアレンジを加えやすく、新メニューのアイデアも続々と湧いている。「ソフトクリームが食べられるから」と町内の他の島から足を運ぶ人も多く、その大半はリピーターとなり口コミで評判が広がっている。また、ドリンク類はこれまで一般的な蓋付きのストローカップで提供していたが、「TOP-CAN」の導入で密閉できるパッケージとなった。逆さまにしてもこぼれない、ポケットに入るから持ち運びやすいと、サイクリストからも好評だ。

②来店客数が増加し週1営業でも売上アップを維持

現在は週に1回、毎週土曜日だけの営業。営業日が限られていてもソフトクリームは1日10~15個売れ、好調な売上を維持している。岩城島にはフェリーを降りてから島を出るまでの間に休憩できる場所がほとんどなく、サイクリストも不便さを感じていたが、「NOUSON808」がオープンしてからはSNSをチェックして辿り着く客も多い。到着してドリンクを飲んでからその後パンを購入し、最後にソフトクリームをテイクアウトして帰るなど、注文の好循環が生まれ、客単価もアップしている。

③加工した柑橘を活用できフードロス削減にも貢献

自分たちで育てた柑橘を調理して提供する機会がもてたことで、傷のあるレモンも廃棄せずに活かせるようになった。綺麗な部分だけ残してカットしたものをドリンクに入れたり柑橘のソースにしたりと、フードロスの削減にも繋がっている。



■ブルタブも選べる「TOP-CAN」で密閉したレモネードと苺のケーキ



■レモンスカッシュとMomimomiシェイク(各500円・税込)



■古川泰弘社長と奥様の由希子さん

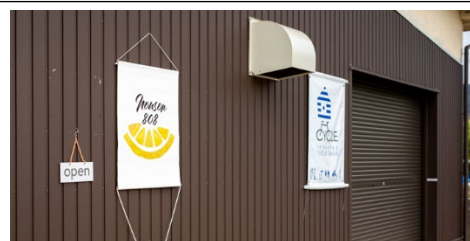
— 補助金を活用した感想 —

今回の機材設備の導入で従業員のモチベーションが上がり、みんなで試作して意見を出し合ったりと、活気のあるコミュニケーションが生まれています。農業から加工まで一貫して手がけられることが私たちの強み。流行して消えていくものではなく、10年、20年と続けられることに重きを置いています。当補助金での設備投資のおかげで、今後の事業の見直しと再構築ができたと感じています。(古川泰弘社長)

ソフトクリームやテイクアウトに適したドリンクが用意できるようになったことで客層がぐっと広がり、差別化を図れました。「TOP-CAN」は持ち歩きやすい形状なので、今後はイベントなどにも出店してみたいですね。地元の方と観光客の両方から愛される店を目指していきます。(由希子さん)

■事業所概要

会社名/株式会社ブルーレモンファーム
代表者/代表取締役社長 古川 泰弘 設立/平成19年11月
事業内容/レモン生産・販売、飲食店、ハウス建設・修繕
所在地/愛媛県越智郡上島町岩城 3111 従業員数/2人
公式HP/<https://bluelemonfarm.jimdofree.com>
公式Instagram/https://www.instagram.com/nouson_808



株式会社いよ翁

— 真空包装機の導入で“蕎麦の実”の長期保存が可能に —

■業種／飲食業



■今回の補助金で導入した「真空包装機」と「抜き蕎麦の実」の真空パック 10 kg

背景

BACKGROUND

コロナの影響で卸売販売が半減
夏場の人手不足も大きな負担に

平成 22 年 11 月に開店した「いよ翁」は、石臼で自家製粉した蕎麦粉を使った手打ち蕎麦が評判で、平成 30 年 4 月には「ミシュランガイド 広島・愛媛 2018 特別版」で一つ星を獲得した名店。蕎麦作りの師匠は国内外に約 40 店舗を展開する「翁達磨グループ」の創始者であり、蕎麦打ち名人として知られる高橋邦弘氏。平成 29 年からは高橋氏の後を引き継ぎ、同グループの一部店舗で使用する「抜き蕎麦の実」と「蕎麦粉」の製造・卸売販売も開始する。しかし新型コロナウイルスの影響でグループ内の店舗が休業や閉店を余儀なくされると、卸売販売の売上が大きく減少。令和元年に 1646 万 2000 円あった「抜き蕎麦の実」の売上は、令和 3 年には 863 万 3000 円まで落ち込む。また店舗の立地などから慢性的な人手不足を生じており、特に繁忙期の夏場は卸売販売のための製造作業が大きな負担となっていた。さらに「抜き蕎麦の実」「蕎麦粉」ともに冷蔵保存しても質の高さが保てるのは 1 週間程度と短く、長期保存も長年の課題となっていた。



■打ち立ての生蕎麦（上）と 800 円で提供している「ざる蕎麦」（下）

活用

UTILIZATION

真空パック保存に活路を求め、
製粉室に「真空包装機」を設置

温暖化による気温上昇も業務に影響を及ぼし始める。夏場の製粉室は日中 38~40℃を記録するが、室内には蕎麦粉が舞っているためエアコンが設置できない。結果、「玄蕎麦」（殻付きの蕎麦の実=原材料）を暑さから守るために、高温になる時間帯は冷蔵室から出すことができず、日中に製造作業ができない日が頻発するようになる。

また卸売販売に使用していた出荷用の紙袋は水に弱く、雨の日は配送ができない上、三角形の蕎麦の実が紙袋を破ることもあった。これらの課題の解決には、「抜き蕎麦の実」「蕎麦粉」の真空パックが最適と判断し、令和 4 年 11 月、製粉室に「真空包装機」を設置した。



■食材の中の酸素まで抜けるチェンバー式の「真空包装機」



保存期間が1週間から1年に延長 冬場の集中作業で人手不足が軽減

①真空パック&冷蔵により、賞味期限が約1年に

「抜き蕎麦の実」「蕎麦粉」を真空パックして冷蔵庫で保存することで、新蕎麦と同レベルの品質を約1年間保てるようになった。これにより、店舗では年間を通して香り豊かで色鮮やかな手打ち蕎麦を、卸し先にはより高品質な「抜き蕎麦の実」「蕎麦粉」を安定的に提供できるようになった。

また毎年11月～2月に入荷する新蕎麦（玄蕎麦）を、気温が低い冬場に1年分まとめて「抜き蕎麦の実」「蕎麦粉」に加工することで夏場の製造作業が激減。従来はほぼ毎日行っていた作業が週1回程度になったことで、人手不足の不安も軽減された。また夏場の作業時間短縮により、新メニューの開発に時間が使えるようになり、蕎麦の実を食材にしたレシピが完成するなど、商品ラインナップの充実にもつながっている。

②卸売の配送量が1kg単位で調節可能に

出荷用の紙袋はサイズが20kgしかなく、配送は20kg単位だった。しかし「真空包装機」を使えば1kg単位で包装量（=配送量）が調節できるため、販売先の要望に応じた効率的な卸売販売が可能となり、フードロス削減にも貢献できる。

③個人客への小口卸売販売を本格化し、新たなビジネスモデルを確立

個人客への小口卸売販売は製造量や品質、配送方法などに課題があったため、従来は常連客など一部に限っていた。しかし「真空包装機」の導入によりすべての課題が解決できたため、個人客への小口卸売販売を本格的に開始。毎月10件前後の継続的な取引により売上増につながっているほか、店舗での対面販売とは異なる非対面でのビジネスモデルが確立できた。



■殻を取り除いた「抜き蕎麦の実」は美しい翡翠（ひすい）色が特徴



■熱を持たせないよう石臼でゆっくりと丁寧に挽いた蕎麦粉



■ 笈居靖史代表

— 補助金を活用した感想 —

「真空包装機」の導入については費用の問題もあり、以前から二の足を踏んでいたのですが、今回の補助金のおかげで安心して導入できました。

当初は配送時の真空パックの破損が心配でしたが、予想以上に強度が高く、緩衝材も使っているので、破損などのクレームは全くありません。また「抜き蕎麦の実」「蕎麦粉」の鮮度や品質が長期間保てることで、日々の蕎麦打ちに必要な量が常に確保できているという安心感がありますし、夏場の作業時間が減り、体力的にも助かっています。

近年の健康志向もあり、手打ち蕎麦や蕎麦の実を使った料理が一段と注目されていますが、これからも蕎麦の香りと美しい色にこだわりながら、感謝の気持ちを忘れないよう、心を込めて美味しい蕎麦を打ち続けていきます。

■事業所概要

会社名/株式会社いよ翁
代表者/代表取締役 笈居 靖史 設立/令和4年7月
事業内容/手打ち蕎麦の製造・販売、抜き蕎麦の実・蕎麦粉の製造・販売
所在地/愛媛県伊予郡松前町大字鶴吉 5-5
従業員数/3人 公式HP/ <http://iyookina.com/>



株式会社セトクィーン

— 新型自動ラベル貼り機の導入により、生産力が向上 —

■ 業種 / 食品製造業



■ 「新型自動ラベル貼り機」(手前の製造ラインのモニターが見えている部分) が設置された工場

背景

BACKGROUND

国際認証取得で受注が増加するも
生産が追い付かず、残業が慢性化

株式会社セトクィーンは、小魚加工食品などの製造メーカーとして業界トップクラスのシェアを誇る株式会社オカベのグループ会社で、製品のパック包装を主力業務に、海産物製品の加工・製造も手掛けている。無添加の魚貝類をプレスして焼き上げた「そのまんまシリーズ」など、幅広い年齢層から支持されている人気商品も多い。

令和2年に食品安全システムの国際認証である「FSSC22000」を取得して以降、大手スーパーマーケットや大手コンビニなどの新規取引が続き、総売上は令和元年度の約14.8億円から、令和2年度は約15.8億円、令和3年度は約16.3億円と拡大。またコロナ禍で土産物用の出荷が減少する一方、ネットやカタログなどの通販は好調で、右肩上がりの受注量に対応するため、生産力の向上が喫緊の課題となる。しかし労働人口の減少などにより従業員の補充が追い付かず、工場では残業が慢性化し、ついに納期遅れや注文キャンセルなどが出始める。



■ 製品のバック詰め作業の様子。台湾や中国、タイ、アメリカ、香港などにも輸出されている



■ 「新型自動ラベル貼り機」の位置調整の様子。旧型モデルよりも調整が容易で、清掃もしやすい

活用

UTILIZATION

生産力と品質の向上を図るため、
「新型自動ラベル貼り機」を導入

大手取引先との契約は経営を安定させる一方で、生産力の大幅な向上とより高い品質管理が求められる。また近年の法改正により、PB商品にも製造者名の記載が義務化されると、同社の知名度は徐々に向上。以前はほとんど無かった消費者からの問い合わせが増えるにつれ、品質や安全にこれまで以上に真摯に向き合おうとする雰囲気社内醸成されていった。

そこでマンパワーに頼ることなく、機械化により生産力と品質を向上させるため「新型自動ラベル貼り機」の導入を決定。旧型モデルは導入していたが、4つの製造ラインのうち1ラインにしか対応していなかったため、令和4年11月に新型モデルを購入し、別のラインに設置した。



時短とミス撲滅で生産力が向上し 製品の回収リスクからも解放

① 残業時間が約 70%まで減少し、利益が増加

同社では、魚型などユニークな形状のパッケージを取り扱っていることもあり、ラベルの貼り付けは必然的に手作業が中心だった。しかし 1 人当たりの処理能力は 1 時間約 800 個で、作業時間が長くなるほどラベルのズレや貼り漏れなどが多くなった。一方、「新型自動ラベル貼り機」は容器の上面（品名ラベル）と底面（一括表示ラベル）に同時にラベルを貼り付けられ、処理能力は概ね秒速 1 個（3,600 個/時間）を誇る。一括表示ラベルについては、事前にインプットした記載内容をラベルに印字してくれる。導入月（令和 4 年 11 月）は 2 種類・計 8832 個の製品に使用した結果、同月の工場の残業時間は前年同月比の約 70%まで減少。コスト削減により利益が増加した。

② 貼り漏れセンサーがケアレスミスを撲滅

ラベルの貼り漏れは食品表示法違反となるため、製品回収につながる恐れがあるが、「新型自動ラベル貼り機」にはセンサーが搭載されており、ラベルのズレや貼り漏れを警報で教えてくれる。従来、目視による検品で 1 日 1 個程度確認されていたズレや貼り漏れは、新型ラベル機の設置ラインでは 0 になった。



■ 事前にパッケージにラベルを貼り付けておくことで、パッキング詰め作業後、すぐに出荷できるようになった



■ ラベリングの瞬間（上）と製品の上面（下左）と底面（下右）。貼り漏れセンサーがズレや貼り漏れを発見してくれる

③ 品質向上に寄与することで、取引先の開拓や商品開発に期待

出荷数が多い大手小売店や輸出商社との間では、ラベルの貼り漏れ回避が取引条件に設定されるケースも多い。換言すれば、貼り漏れ回避を徹底することで、新たな取引先の開拓が可能となる。また知名度の向上を好機と捉え、新たな自社ブランド商品の開発を模索しているが、「新型自動ラベル貼り機」が品質向上に寄与することで、商品開発の進展が期待できる。



■ 品質管理担当の掛田智也課長代理

— 補助金を活用した感想 —

今回の補助金は補助対象事業、補助額ともに申請しやすい設定になっており、設備投資の良いきっかけになりました。

出荷先でラベルの貼り漏れが 1 つでも見つかり、全製品の回収に発展する可能性があり、いつもプレッシャーを感じていました。しかし「新型自動ラベル貼り機」のおかげでズレや貼り漏れがなくなり、プレッシャーから解放されました。また慢性化していた残業も徐々に解消してきており、労働環境の改善は今後の求人活動に有利に働くと考えています。さらに手作業が減って工場内の密が解消されたことで、新型コロナなどの感染リスクも軽減できました。今後は弊社の高い品質と安全基準を積極的にアピールし、新規開拓や商品開発を図っていきたいと思います。

■ 事業所概要

会社名/株式会社セトクween
代表者/代表取締役社長 岡部 光伸 設立/平成 7 年 4 月
事業内容/小魚加工食品の包装・製造
所在地/愛媛県伊予市市場 150 従業員数/95 人
公式 HP/ <https://www.okabe-group.com/company/group/>



大洲市

株式会社 KITA (連携枠代表事業者)

— 古民家のリーシングで、大洲市街地の賑わいを創出 —

■業種 / 不動産売買・開発事業



■リーシング事業により飲食店などが開業し、観光客が増えた「中町通り」

背景

BACKGROUND

古民家を活用した分散型ホテルの家賃収入がコロナの影響で低迷

株式会社 KITA は、城下町の風情が残る大洲市肱南地区で古民家などの歴史的建造物を店舗や宿泊施設に改修し、地元事業者や県内外の観光・宿泊事業者などにリーシング（企業誘致と賃貸）しており、令和2年7月には古民家を活用した分散型ホテル「NIPPONIA HOTEL 大洲城下町」を開業した。分散型ホテルはフロント棟、食事棟、宿泊棟が街の中に分散しており、空き家問題や地域再生にも貢献できるため、全国各地で増えている。

近年のインバウンド需要もあり、大洲市の訪日外国人観光客を含む観光客数は、令和元年度まで右肩上がりでも推移したが、令和2年度は新型コロナウイルスの影響で減少。このため「NIPPONIA HOTEL 大洲城下町」の開業は同年4月から7月に延期され、開業後も稼働率は低迷した。同社は宿泊事業者（借主）への救済措置として一時的な家賃減額を実施。また、当初から家賃の一部は稼働率に応じたインセンティブ家賃になっていたことから、令和2年度の家賃収入は当初想定約2,500万円から約2,200万円となり、この年の収支は赤字となった。



■リノベーション前の旧伊東邸(左上)、旧中川邸(右上)、旧仲尾邸(左下)



■補助金でオープンしたテナントの位置関係

活用

UTILIZATION

5社でコンソーシアムを結成し、新たに古民家3棟をリーシング

分散型ホテルの稼働率は、令和3年度も想定を下回ったが、観光・宿泊需要は回復の兆しを見せ始める。県内には古民家を複数かつ大掛かりに改装した宿泊施設が少ないこともあり、同社はコロナ後の観光・宿泊需要を見据え、“攻めの一手”に打って出る。舞台に選んだのは、肱南地区の中でも空き家が多く、逆に観光資源や営業している店舗がほとんどない「中町通り」。通りに面した古民家3棟と賃貸契約を結んで改修し、テナントとして貸し出すために、同社を含む地元事業者5社がコンソーシアムを結成。当補助金の連携枠を活用した「中町通り観光施設改修工事」がスタートした。

成果

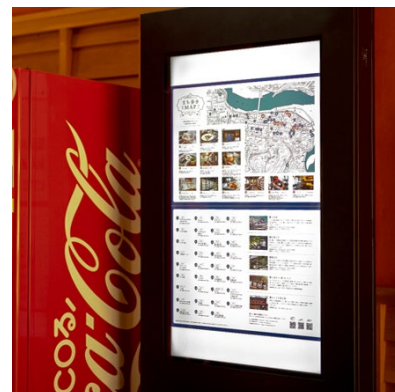
ACHIEVEMENT

観光地としての魅力がアップし、
「中町通り」に人通りが生まれる

①事業全体を統括し、デジタルサイネージで情報を発信

コンソーシアムに加わったのは同社のほかに㈱アライ、うみとカモメ、末広商店、ヒタキの庭の4事業者。同社は参加事業者に古民家3棟(旧中川邸、旧伊東邸、旧仲尾邸)をテナントとして貸し出すことで、新たに年間180万円の家賃収入を確保しつつ、主幹事業者として事業全体を統括している。

また観光施設「大洲まちの駅あさもや」にデジタルサイネージ機器を2台設置し、参加事業者が運営するテナントの情報や、大洲市内の観光情報などを幅広く発信。参加事業者がコンテンツを簡単に制作・更新できるように、パワーポイント対応のソフトを使用することで、旬の情報が発信できる環境を整えた。



■「大洲まちの駅あさもや」に設置されたデジタルサイネージ機器。同施設の営業時間(9:00~18:00)に情報が流れる

②飲食店などが開店し、「中町通り」が観光ルートに

今回の補助金により「中町通り」に飲食店2店、雑貨店1店がオープンしたほか、週末にはクラフトビール専用のキッチンカーが出店するようになったことで、多くの観光客が訪れるようになった。この新たな成功事例は、次の古民家物件や出店事業者の呼び水となるため、同社の今後の売上拡大と肱南地区のさらなる空き家対策につながることを期待されている。

③観光マップやスタンプラリーなどでも連携し、さらなる賑わいづくりに挑戦

ほかの事業者も巻き込み、肱南地区に点在する店舗などを紹介したオリジナルの観光マップを作成したほか、令和5年7月~10月には「大洲城下町 涼風スイーツ散歩」というスタンプラリーを開催するなど、さらなる賑わいづくりに挑戦している。

連携枠参加事業者 1

株式会社アライ

ークラフトビール専用カーを導入し、販路を拡大ー

株式会社アライは、肱南地区に建つ旧絹糸工場の赤煉瓦倉庫をリノベーションし、令和4年4月から「臥龍ビール」のブランド名でクラフトビールの醸造・販売を実施している。今回の補助金ではクラフトビール専用のキッチンカー1台を整備し、令和4年10月以降、主に週末に「中町通り」の空き地に出店しているほか、大洲市内をはじめ松山、今治、八幡浜などのイベントや祭りにも参加。キッチンカーは人が多く集まる場所に出店できるため販売効率が向上し、販路も大幅に拡大した。



■全国的にも珍しいクラフトビール専用のキッチンカー



キッチンカーでは8種類のクラフトビールを1杯(250cc)600~650円で提供しており、1日で最大約200杯を販売。一番人気は大洲産シルクを使用した「大洲シルクエール」(650円)で、滑らかで爽やかな味わいが特徴。ほかに「臥龍パールエール」(600円)や「臥龍アメリカンレッドIPA」(650円)も人気。

今後は週末を中心に、市内外のさまざまな場所やイベントに出店し、1日10万円・年間240万円の売上確保を目指す。



■クラフトビールの醸造所とバーなどが入る「臥龍煉瓦倉庫」



■人気の高い「臥龍パールエール」(左)と「大洲シルクエール」の瓶ビール

連携枠参加事業者 2

うみとカモメ＝大洲レカン

－新形態&新メニューによる販売をスタート－

キッチンカーによるフルーツサンドの移動販売を展開していた「うみとカモメ」は、「旧中川邸」の1階部分を改修し、クレープなどを販売するカフェ「大洲レカン」を令和4年11月に開業した。これにより、実店舗による新たな販売形態とフルーツサンド以外の新たなメニュー販売が実現できた。また観光客向けの新しいコンテンツが誕生したことで、「中町通り」の賑わいづくりにつながっている。「大洲レカン」の人気メニューは、幸せになるクレープシリーズの「イチゴのシャンティ・ショコラ」(800円)で、使用するイチゴは県内産にこだわっている。

今回の補助金では、冷蔵庫や製氷機、シンクなどの厨房設備を取得したほか、PR用にロゴとサイン(アイアン看板)も作成。合わせてSNSやパッケージなどに使用する「うみとカモメ」のPR用ロゴなども作成した。



■「大洲レカン」の店内



■補助金で購入した冷蔵庫や製氷機などが並ぶ厨房(左上)と補助金で作成したロゴマークや店舗前のサイン

連携枠参加事業者 3

末広商店＝とうまん屋

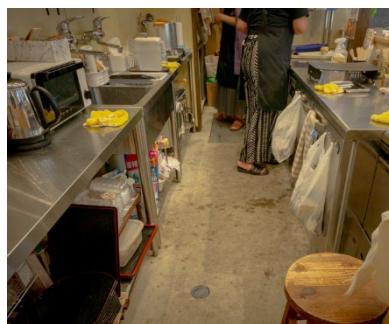
－卸売業から小売業へ垂直展開し、新たな売上を確保－

末広商店は、大洲銘菓の一つ「唐饅頭(とうまんじゅう)」の製造メーカーである末廣製菓の関連会社として、和菓子や土産品などの商品を道の駅などの小売店に卸売販売している。コロナ禍で売上が低迷する中、「旧伊東邸」の1階部分を改修し、イートインスペースもあるスイーツのテイクアウト専門店「とうまん屋」を令和4年12月に開業。卸売業から小売業への垂直展開を実現したことで、新たな販路と売上が確保できた。

開業後の月平均売上は約50万円で、月平均約2,800点を販売している。一番人気の「おはなはんだんごセット」(4本入・800円)は、いちご・紫いも・かぼちゃ・宇治抹茶の4つの味が楽しめ、団子に花が咲いたようなビジュアルが好評で、Instagramに投稿する観光客も多い。また同店で販売している「唐饅頭」(100円)を「日本一かたい饅頭」としてマスコミで紹介したり、SNSで情報発信したりする観光客も多く、「唐饅頭」の知名度が向上した結果、卸売部門の売上も回復傾向にある。



■「とうまん屋」の店内。営業時間は11時～17時で、定休日は水曜



■補助金で購入した作業台やシンクなどが並ぶ厨房



■味もビジュアルも人気の「おはなはんだんご」のラインナップ

連携枠参加事業者 4

ヒタキの庭

－事業領域の拡大に加え、トレンド情報の収集にも貢献－

もともと大洲市内で不動産および飲食業を展開していた「ヒタキの庭」は「旧仲尾邸」を改修し、令和4年11月に1階部分に雑貨店「ヒタキの庭」を開業した。これにより雑貨店という新たな事業領域に進出できたほか、販売傾向や顧客の反応を見ることが、若年層を中心としたトレンド情報が入手できるようになり、本業である不動産事業に生かされている。

開業後の月平均売上は約12万円（5～7月の平均）で、旅行中の女子生徒や女子学生が購入しやすい低価格のアクセサリや、ネコのパッケージがかわいい「フレーバー栽培セット」（570円）などがよく売れている。レジ横に設置している鳥型のおみくじ「とりみくじ」（50円）も人気。

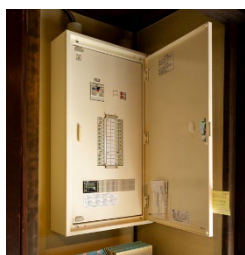
なお敷地内の空きスペースは、(株)アライが所有するクラフトビール専用キッチンカーの出店場所として活用している。また2階部分はゲストハウスとして開業したが、今後、宿泊のないときには撮影用貸しスタジオとしても営業予定。



■「ヒタキの庭」の外観と店内



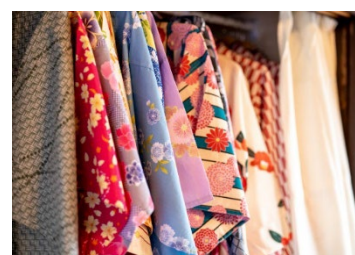
■2階ゲストハウスではベッドや備品を整備



■分電盤をはじめ電気設備や空調設備を整備



■人気商品の「とりみくじ」(左)と「アクセサリ類」



■浴衣は宿泊客への貸出以外に撮影用のレンタル衣装にも活用



■井上陽祐代表取締役

－ 補助金を活用した感想 －

リーシング事業には古民家などの空き家とともに、テナントへの出店事業者が欠かせませんが、コロナ禍では初期投資の回収時期が見通せず、出店を躊躇する事業者が相次ぎました。そんな中、回収リスクが大幅に軽減できる今回の補助金は、地元事業者の出店を加速するアクセルになりました。コロナにより観光産業は一時壊滅的な被害を受けましたが、コロナ後をしっかりと見据え、適切な設備投資ができた事業者だけが、現在、爆発的に回復している観光・宿泊需要の恩恵を受けられることを実感しています。

今後も参加事業者の売上が一層向上するよう、互いに連携しながらさまざまなことにチャレンジしつつ、一緒に「中町通り」の賑わいづくりに参加していただける事業者を増やしていきたいと考えています。

■事業所概要 (連携枠代表)

会社名/株式会社K I T A

代表者/代表取締役 井上 陽祐 設立/平成30年10月

事業内容/町家・古民家の改修・賃貸・管理

所在地/愛媛県大洲市大洲 649-1 大洲まちの駅あさもや2階 従業員数/1人

公式HP/ <http://kita-m.com>



有限会社 富士写真館

—店内を改装し「フォト婚」のワンストップ体制を実現—

■業種／写真業



撮影／菊池 誠 © Fuji Photo Studio

■今回の取り組みで“フォト婚”や“前撮り”写真の撮影がより快適化された

背景

BACKGROUND

結婚式の延期や中止で 「フォト婚」の需要に注目

八幡浜の中心市街地に店舗を構える富士写真館は、「あなたのホームフォトグラファー」を経営方針に掲げ、地域に根差した老舗写真館。全国規模のさまざまな写真コンテストでも上位入賞を果たしており、写真のクオリティの高さと内子の2号店「写真のあん」を含めた広いスタジオは顧客からも好評である。

売上構成比はスタジオ写真 40%、ブライダル写真 30%、学校写真 20%となっていたが、コロナの影響で令和2年春以降、提携式場での結婚式がすべて延期や中止に。実施された式や披露宴も小規模化により、撮影単価が大幅に低下した。

そんな中、提携式場の前撮りや、式や披露宴なしで記念撮影だけを行う「フォト婚」の売上は堅調な伸びを見せた。このようなブライダル写真市場の変化を受け、With コロナ時代における新たな売上柱として、「フォト婚」のメニュー開発に乗り出した。



■富士写真館の店舗。代表の祖父が昭和10年に開業した



■衣装室は6～8畳ほどの広さ

活用

UTILIZATION

店内の環境整備のため 倉庫を衣装室に改装

同社が提供する「フォト婚」のサービスは、店内で衣装選びを含めた打ち合わせを行い、提携先的美容師がヘアメイクを施して、スタジオまたは屋外で撮影するという流れ。すべての過程を同社がワンストップで担えるのが強みである。このワンストップ体制を構築するために、まずは店内で衣装選びがしやすい環境を整えることが必要と考え、倉庫として利用していた2階の空間を衣装室に改装。衣装の展示収納棚に加え、感染症対策と衣装の保管・維持管理のために空調設備も購入した。



豊富な衣装とサービス提供動線 円滑化で、満足度が大幅に向上

①衣装が見やすくなって顧客の反応も良好

改装して新たに設けた衣装室は、同社が取り揃えている和洋のブライダル衣装を一目で見分けられるよう、引き出し棚には着物を収納し、展示棚にはドレスをディスプレイ。衣装を日光や湿気から守るためにあえて窓はなくして、室内の換気は空調設備で行うようにした。衣装を見やすく選びやすい機能的な空間にすることで、コロナ禍における店内の滞在時間をできるだけ短くする狙いもあったが、部屋に入ってすぐに衣装の豊富さを実感できるため、来店客からも好感触を得られた。

②撮影する夫婦や家族の思い出作りにも貢献

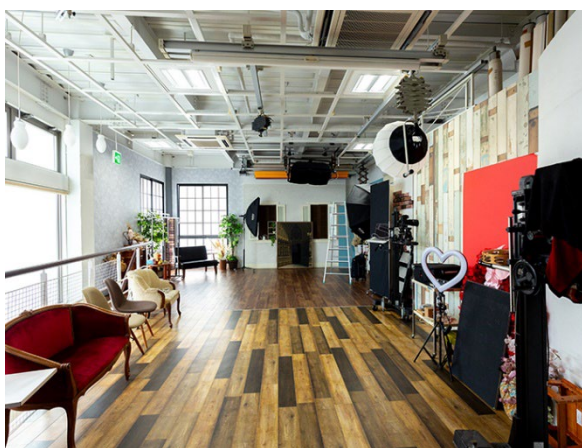
衣装室は着付けのための別室と通路でつながっており、衣装を選んで着付けを済ませ、スタジオへとスムーズに移動できるようになっている。この動線を利用して、着付けを済ませた新婦が父親と共にスタジオに登場したり、夫婦の親にプレゼントを贈ったりする一幕も。「フォト婚」は式こそ挙げない形ではあるものの、人生の節目の記念すべきイベントであることに変わりはない。衣装室を確保したことで、夫婦やその家族が思い思いの時間を過ごせるようになった。

③カテゴリ別に保管することで業務も効率化

これまでブライダル衣装は七五三などの衣装とまとめて保管していたが、2階の専用スペースに集約したことで衣装選びや撮影のたびに持ち出す必要がなくなり、業務効率化にもつながった。店内には高齢の来店客の負担を配慮して1階にも撮影スペースを設けており、今後も顧客の需要や市場に合わせて、店内のレイアウト全体を見直していく予定。



■今回購入・設置した空気清浄機



■衣装室と隣接している2階のスタジオ



■菊池誠社長と着付け等を担う奥様の理加さん

— 補助金を活用した感想 —

店内を改装したことで、サービスのさらなる充実への展望が見えてきました。現時点の衣装室はまだシンプルな内装なので、ここから飾り付けなどの工夫を凝らして魅力的な空間にしていくつもりです。

ブライダル写真においては近年、南予のブライダル会場が激減し、交通の利便性に優れた松山市の式場が競合相手へとシフトしつつあります。

しかし美しい自然や歴史文化の残る風景など、地域資源を活かした「フォト婚」プランを企画すれば、地元・八幡浜でも利益を上げられると考えています。

近隣の神社や美容室、レストラン等とも連携し、弊社だけでなく地域経済が潤って元気になるような事業に発展させていきたいと思っています。

■事業所概要

会社名／有限会社富士写真館
代表者／代表取締役 菊池 誠 設立／昭和59年1月
事業内容／写真撮影、フォトスタジオ
所在地／愛媛県八幡浜市1472-9 従業員数／1人
公式HP／<https://fuji-ps.jimdo.com>
公式Instagram／[@fujiphotostudio_unphoto](https://www.instagram.com/fujiphotostudio_unphoto)



株式会社フェザンフィレール

— 移動販売用車両を購入しキッチンカーの事業化を実現 —

■業種／食品小売・飲食業



■今回購入したキッチンカー。目を引くデザインで分かりやすさにこだわった

背景

BACKGROUND

新型コロナによる来客数の減少に加え
円安・物価高で生産コストがひっ迫

高級食材として古来より愛されてきたきじ肉。高タンパク・低カロリー・ミネラル豊富という栄養価の高さから薬膳料理や健康食にも用いられ、鳥肉の最高峰として珍重されている。しかし時代の変化とともに生息数が減り、食卓に並ぶ機会のごくわずかに。現在はさらに希少価値の高い食材となっている。そんなきじを家庭でも味わってほしいと自らきじを飼育し、調理、加工品の卸し、販売、レストランの運営まで行っているのが、鬼北町にあるフェザンフィレールだ。平成 30 年の開業以来あらゆる方法できじの魅力を広めようと奮闘してきたが、令和 2 年からの新型コロナの蔓延により、レストランへの来客数が減少。観光客や地元の団体による宴会等も軒並み中止となり、それまで全体の約 3~4 割を占めていたレストランでの売上は一時ゼロに。加えて令和 4 年からの円安の影響で、きじのエサ代は 30~40%の大幅値上げと生産コストがひっ迫。売上の低迷が続く状況を打破するべく、キッチンカーの導入で自ら売り込みに行くスタイルの開拓を試みる。



■雄と雌の合計 4000 羽を毎日丁寧に管理している。飼育は 1 年で 1 回転のみ



■キッチンカーはシンプルな箱型の構造で、調理道具の収納にも便利

活用

UTILIZATION

店舗外での売上を増やすために
キッチンカーの専用車両を購入

ももとのイベント出店は月に 3 回ほど。出店形式がテントであるイベントに限られていた。レストランでの状況はほぼ横ばいが続き、新型コロナ収束の目処は依然として立たない。そこで、これまでは店舗で来客を待つ状態であった「受け」の姿勢から、キッチンカーで販売しに行く「攻め」の経営スタイルにシフトすることを決断。補助金を活用して軽トラックと同じサイズのキッチンカーを購入し、デザインにおいては別の補助金も活用した。キッチンカーで提供するきじの串焼きはすべて炭火で焼くため、あえて中にコンロ等は設けず、シンプルな構造のものに。スペースを有効的に活用できる移動販売専用車両として導入した。



出店時の売上アップに加え、 キッチンカーの宣伝効果も実感

① イベント出店回数が倍になり、売上や効率もアップ

キッチンカー事業を本格的にスタートしたのは令和5年4月から。以降、毎週土・日・祝には必ず道の駅みまへ出向くようになり、ひと月の出店回数はコロナ前の倍となった。店舗で来客を待つよりも自然と集客できる場所に赴くことで、店舗営業の際の悩みであった食材のロスがほとんど無くなり、回転率や売上もアップ。またこれまではテント形式の出店イベントに限られており、イベントのたびに主催者が許可申請を行う必要があったが、キッチンカーで出店・販売することで、自らの営業許可によってフットワーク軽く出店が可能となった。

② リピーター顧客が増加！イラスト車両のPR効果大

近隣エリアへ定期的に出店することで、地元に住むリピーター客が着実に増加。キッチンカーを目印に足を運ぶ客も多い。きじのイラストと「鬼北町の特産品 鬼北きじ」の文字を大きく入れたキッチンカーが町内外を走るだけでも宣伝効果は高く、道ですれ違うときに対向車から手を振ってくれたり、イベント時にリピーター客からの「また来たよ」「家族に買って帰ってほしいと頼まれた」などの嬉しい声を直接聞けることも、モチベーションアップに繋がっている。イベントに訪れた人がその後レストランへ食事に来るといった相乗効果も生まれている。

③ 自社のオンラインショップの宣伝にも貢献

キッチンカーでの出店時に、自社商品とオンラインショップの紹介を入れたチラシを同梱して配布中。イベントへの出店頻度が高まり、人の目に触れる機会が増えたことが、おのずと自社サイトの宣伝&売上アップにも貢献している。



■ 脂のりと食感のよさも抜群。メスのモモ肉だけを使った「きじのモモ串焼き」(1本400円・税込)



■ オンラインショップで購入できる「伊予鬼北 雉めしの素」(1,458円・税込)



■ 丸石則和社長

— 補助金を活用した感想 —

キッチンカーを導入したおかげで生産性や売上が向上し、安心して外へ出店できるようになりました。これが1台あるだけで場所を選ばないので、あらゆる場所へ出ていきやすくなったのも嬉しい点ですね。

日頃からきじの帽子をかぶったりオリジナルのうちわを宣伝ツールとして活用したりしていますが、キッチンカーは車を走らせるだけで自然と宣伝効果が生まれるのもメリット。実際に肌で反響を感じられています。

今後は、鬼北町内にある道の駅にも出店して、町内できじ料理を食べられる場所がもっと増えるように注力していきたいです。「鬼北へ行けばきじの串焼きがある」と思ってもらえることが次の目標。きじを通して、地元との繋がりをもっと深めていきたいと考えています。

■ 事業所概要

会社名/株式会社フェザンフィレール

代表者/代表取締役 丸石 則和 設立/令和3年3月(開業/平成30年11月)

事業内容/きじの飼育・加工・小売・飲食業

所在地/愛媛県北宇和郡鬼北町川上1961 従業員数/1人

公式HP/<http://faisan-filer.com/>



■業種／土木工事業



■最新式の測量機械とソフトの導入により、ICT 活用が要件となっている工事も受注できるようになった

背景

BACKGROUND

建設業界の生産性向上のため
県内工事でも ICT 活用を推進

建設業界では少子高齢化による深刻な人手不足により、国土省が平成 28 年度から生産性向上の施策「i-Construction」を進めている。それに伴って建設や測量の機械・ソフトウェアは日進月歩で進化しており、県内の公共工事でも ICT（情報通信技術）の活用が推進されている。

地域に喜ばれるきめ細やかな工事をモットーに、愛媛県と松野町の官公庁を主な顧客として土木工事業を営む中山産業株式会社も、その現状を肌で感じていた。今後は ICT を活用した施工のための設備や技術力がなければ、工事の受注が困難となることが予想される。しかし同社が保有する機械の中には 15 年以上使用しているものもあり、操作性が悪く作業効率も低い。売上確保や若手人材の雇用促進のために、設備投資は喫緊の課題であった。そこで今回の補助金の存在が大きき後押しとなり、最新式の測量機械の導入に乗り出した。



■きめ細やかな施工のためには、事前に行う測量も高精度であることが重要



■最新式の測量機械とナビゲーションアプリを入れたスマートフォン

活用

UTILIZATION

自動追尾型の測量機械と
3D 施工データ作成ソフトを導入

購入したのは自動追尾型の測量機械と 3D 施工データ作成ソフト。従来の 2 次元設計データから 3 次元設計データを作成し、各工事現場の施工管理に活用する。施工内容が視覚的にわかりやすくなるため、作業ミスの減少や作業効率の向上が期待できる。そしてこのソフトで作成したデータをあらかじめ測量機械に読み込ませておくことで、現場では測量機械が目標物（プリズム）を持った施工管理者を自動で追尾。施工管理者はスマートフォンに入れたナビゲーションアプリで自分の現在地を確認しながら測量を行うという仕組みである。



次世代に即した設備投資で 業務と雇用に新たな活路が

①幅広い場面で高効率なワンマン作業が実現

従来の測量業務は3人体制が必要で、自社で人員をまかなえない場合は外注で行っていた。そのため先方都合で実施日がずれ込むなどの時間ロスは避けられない状況だったが、最新式の測量機械を導入したことで自社でのワンマン測量が可能に。さらにマシンガイダンス搭載のバックホーと連動することで、床掘を担うオペレーターは掘削すべき深さや位置情報を常時確認しながら、こちらもワンマンで作業が進められ、測量業務に限らず工事の幅広い場面において作業効率アップが図れるようになった。

②ICT活用を前提とした工事の受注が可能に

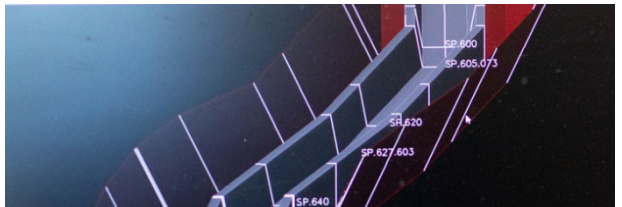
愛媛県が発注するICT活用工事には「発注者指定型」と「受注者希望型」の2種類がある。「受注者希望型」ではICTの活用は任意となるが、工事成績に影響を及ぼす。一方「発注者指定型」では、3D設計データによる計算や、マシンガイダンス搭載の建設機械で工事を行うことが必須となっている。今回の導入によって、その要件に適合する業務体制を構築できたため、さっそく令和5年4月に「発注者指定型」の工事を受注することができた。

③若手社員の習得の速さに雇用への期待も高まる

今回の導入に際して、当初は各工事現場への適用までに数ヶ月程度要するものと見込んでいたが、機械やソフトの操作は思いがけず容易だったため、メーカー担当者から実地での指導を受けた若手社員は1~2日で基礎知識を習得。計算が苦手な社員でも楽しみながら作業ができており、今後雇用する若年者の定着や、新規雇用者の獲得につながるものと予想している。



■「ワンマン測量」の設定の様子。プリズムの位置を測量機に認識させている



■導入ソフトのおかげで現場の詳細な見える化が実現



■バックホーのオペレーターは掘削深度や位置情報をリアルタイムで確認しながら作業できる



■中山幸司社長

— 補助金を活用した感想 —

新しい機械やソフトに関しては7~8年前から県内の展示会で情報収集しており、自社にもなるべく早く導入したいと切望しておりました。今回の補助金のおかげで念願が叶って、メリットしかないと感じています。デジタルツールは私自身にとっては苦手分野なのですが、若手社員は期待以上のスピードで使い方を習得してくれました。今後は地元中高生の職業体験の受け入れ先として立候補するなど、若年者の雇用促進にも努めてまいります。

地元・松野町での施工は住民との距離も近く、町がきれいになって嬉しいと感謝の言葉をいただくことも多くあります。これからも幅広い業務を担うことで地域から重宝してもらえたい会社であり続けたいと思います。

■事業所概要

会社名/中山産業株式会社
代表者/代表取締役 中山 幸司
設立/昭和47年10月
事業内容/土木工事業
所在地/愛媛県北宇和郡松野町大字延野々1274-1
従業員数/5人

