

宮城県支部

「東日本大震災における中小企業復興へのあゆみ」に関する調査研究

調査概要

今回の研究事業では、県内の中小企業者や各支援機関に対してヒアリング調査を行い、震災後に中小企業を取り巻く環境の変化や、現在の状況などの調査を行った。ここから、震災からの復旧・復興を目指すに当たり、成功要因や注意事項などの分析を行った。

報告書に関しては、ヒアリングした企業・支援機関のうち、情報公開することに同意を得た事業者についての事例紹介と、復旧・復興に向けての留意点や成功要因、提言で構成されている。

震災後の状況

震災発生後、被災地で発生したことはすでに報道されているとおりであるが、報道内容は津波を中心にしたもので、それ以外にも現場で発生していたことを伝えきれてはいない。

ここでは被災地で発生した事象を、社会インフラを中心にした産業基盤の混乱、身の回りの生活で発生した生活基盤の混乱の二つに分類して紹介している。また、地域別の切り口として、主に津波の被害を受けた沿岸部で発生した混乱、地震による被害を受けた内陸部の混乱に分けて、それぞれの地域で発生した事象を伝えている。

事例集

事例集では、業種・地域別に 23 社の事例を紹介している。対象としている業種と紹介している事業者数は、農業 3 者、水産加工業 4 者、食品製造業 2 者、製造業 3 者、飲食業 4 者、小売業 2 者、サービス業 4 者となっている。

事例は、基本的に「企業概要・被害状況」「復旧・復興に向けた取り組み」「今後の計画・課題」「支援への期待」「調査者の所見」の項目で構成している。必要に応じて、画像や図表を活用して紹介しており、震災発生から半年ほど経過した企業の状況を俯瞰することが可能である。

復興企業から見えること

前記事例集で紹介した企業に加え、事例紹介対象にならなかった企業や支援機関の情報を加えて、復旧・復興における成功要因や特徴をまとめている。

第一の特徴としては、事業内容や商品力などもさることながら、経営者自身の意欲や行動が大きなキーポイントになっていることがわかる。次に、取引先については減少している事業者が多く、顧客獲得に苦戦を強いられている。しかし、そのような中でも、常連さんといわれるような既存顧客の存在が大きなカギになっている。次に地域との関わりであるが、震災を機に地域や関連業者との連携を深めることで、置かれている状況を好転させる事例が多い。最後に情報であるが、情報の共有や関係者に対する情報発信が非常に重要な要素になっていることなどが導き出された。