

【復興水産加工業等販路回復促進事業】

【平成30年3月31日現在】

復興水産加工業等販路回復促進事業の 取組状況について



復興水産加工業
販路回復促進センター

【目次】

I. 復興水産加工業等販路回復促進事業について	・・・1		
II. 復興水産加工業販路回復促進センターの活動			
1. 復興水産加工業等販路回復促進指導事業	・・・2		
(1)復興水産販路回復アドバイザーによる指導実績	・・・2		
(2)セミナー開催実績	・・・3~4		
・セミナー実施実績（平成29年度4月～平成30年3月）			
・セミナー実施例			
(3)東北復興水産加工品展示商談会2017	・・・5~7		
・レポート			
(4)被災地水産物流通利用促進事業			
講習会・セミナー開催	・・・8~9		
・水産物の安全性に関する講習会の例	・・・10		
(5)被災地水産物流通利用促進事業被災地現地見学ツアー	・・・11		
		2. 水産加工業等販路回復取組支援事業	
		(1)水産加工業等販路回復取組支援事業	
		（支援事業）採択実績	・・・12
		(2)平成29年度水産加工業等販路回復取組支援事業	
		採択事業者一覧	
		第1次採択事業者（20件）	・・・13~15
		第2次採択事業者（15件）	・・・16~17
		第3次採択事業者（5件）	・・・18
		第4次採択事業者（4件）	・・・19
		(3)平成29年度支援事業 取組成果	・・・20~24
		・調理済み新商品開発による販路拡大【気仙沼ほてい株式会社】	
		・消費者向け個包装商品開発による販路拡大【株式会社海祥】	
		・新商品開発および省人化による販路拡大【中澤水産有限公司】	
		・新商品の開発による市場開拓【株式会社サンエイ海苔】	
		・新商品開発による販路拡大【株式会社ディメール】	
		(4)販路回復の取組方法について	・・・25
		III. 販路回復に役立つ情報の発信・共有化	・・・26
		IV. お問い合わせ先	・・・27

I. 復興水産加工業等販路回復促進事業について

- **事業内容** 東日本大震災によって被災した水産加工施設の復旧は進んできた一方で、失われた販路の回復が課題となっています。このため、被災地の水産加工業等の販路回復に向けて、専門家による事業者への個別指導、セミナー等の開催、被災地の水産加工業者等が行う販路の回復・新規開拓等の取組に必要な加工機器の整備等を支援します。

- **事業実施主体**

復興水産加工業販路回復促進センター

< 構成員 >

- ・ 全国水産加工業協同組合連合会（代表機関）
- ・ （公社）日本水産資源保護協会
- ・ （一社）大日本水産会
- ・ 東北六県商工会議所連合会

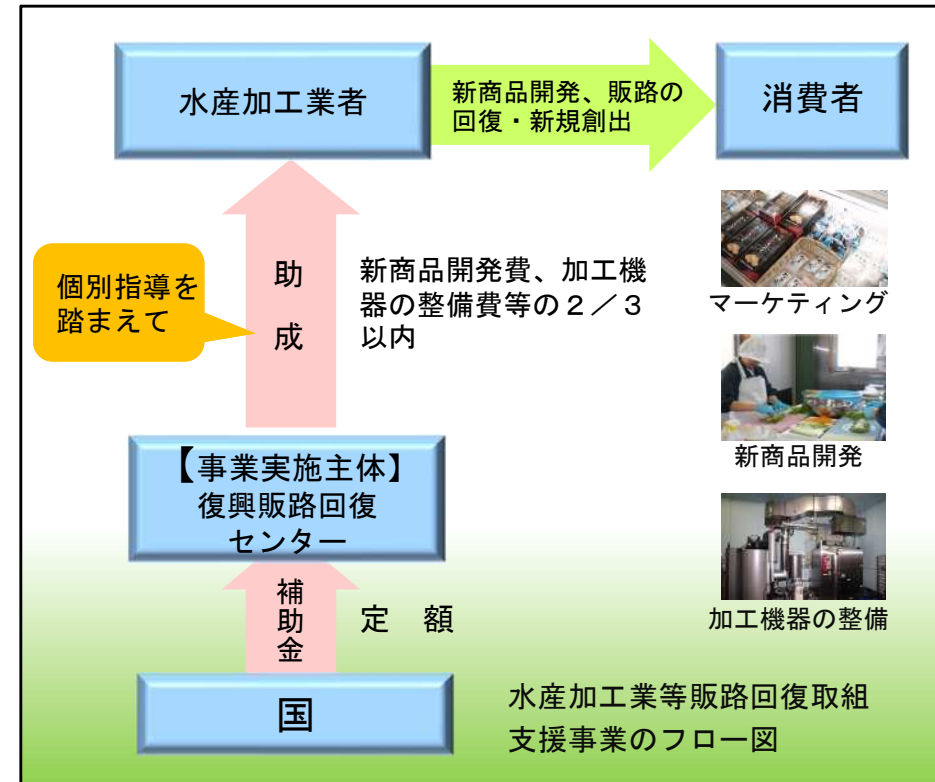
- **支援内容**

復興水産加工業等販路回復指導事業

- ・ 被災地の水産加工業等の販路回復に向けた復興水産販路回復アドバイザーによる個別指導及びセミナー等の開催

水産加工業等販路回復取組支援事業

- ・ 復興水産販路回復アドバイザーによる個別指導を踏まえ、被災地の水産加工業者等が行う販路回復・新規開拓等の取組に必要な加工機器の整備、マーケティングに必要な経費等の2/3を支援
 （本事業の実施対象被災地域：青森県、岩手県、宮城県、福島県および茨城県）



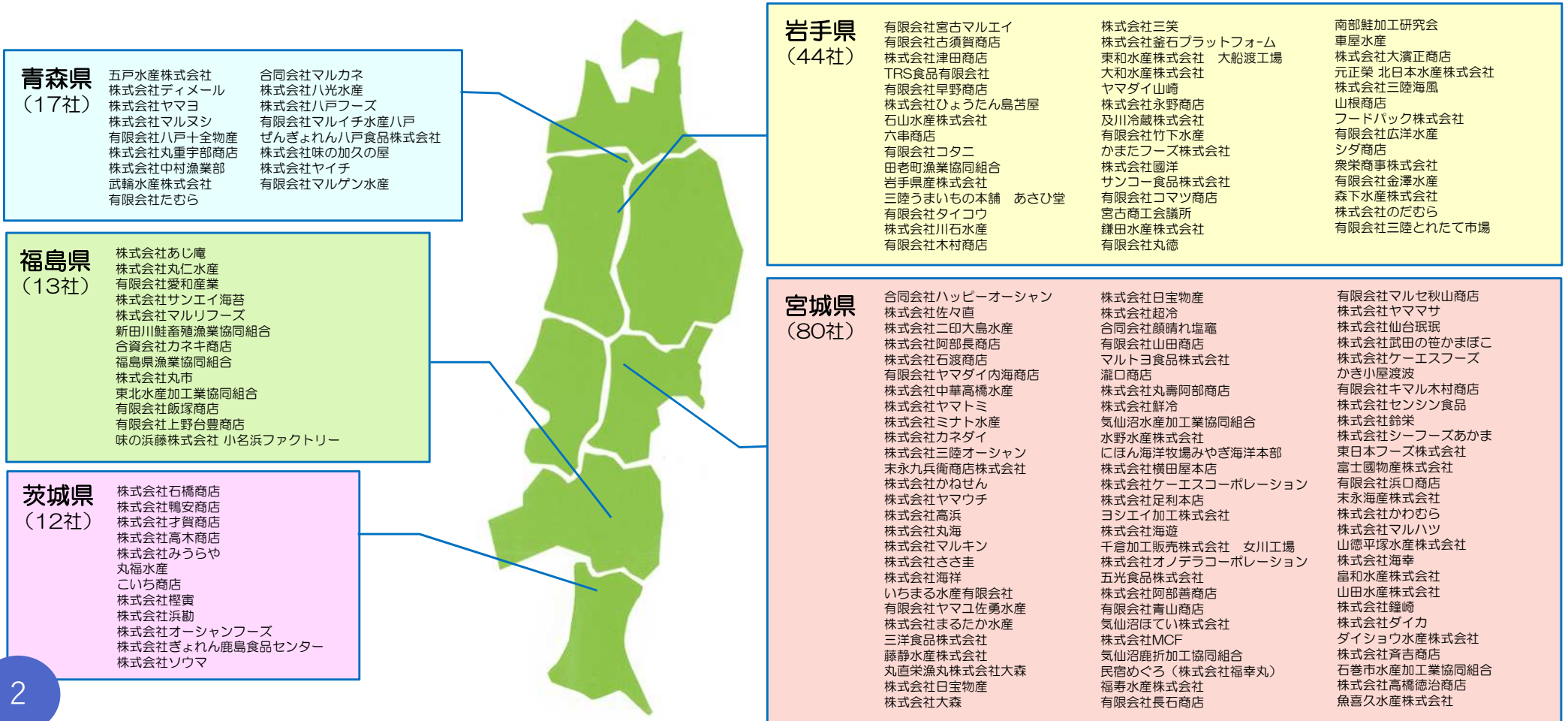
Ⅱ. 復興水産加工業販路回復促進センターの活動

1. 復興水産加工業等販路回復指導事業

販路回復等の取組を行おうとする被災地の水産加工業者等に対して、復興水産販路回復アドバイザーによる個別指導及び、実践的な商談ノウハウ等を提供するセミナー、商談会、被災地水産物の利用を促進するための講習会等の開催により支援を行った。アドバイザーは商品開発コーディネーター、6次産業化プランナー、地域活性化支援アドバイザーなど第一線の現場で活躍する方々を任命し（平成30年3月末現在71名）、事業者からの指導申し込みによる方法だけでなく、センターによる指導対象者の掘り起こしも行って、販路回復に向けた様々な指導を行っている。

(1) 復興水産販路回復アドバイザーによる指導実績（順不同）

※平成29年度4月～平成30年3月末までの実績（合計166社、320件）



(2) セミナー等開催実績

平成29年度は、4月～3月の間に、商談の成功に向けたノウハウや輸出促進等をテーマに28回のセミナー等を開催した。

開催日	内容	開催場所	開催日	内容	開催場所
4月18日	「外食産業との商談会の指針」 「展示商談会」活用の極意―“宝”を展示・提案する	石巻市	8月24日	今でも魚には放射性物質が含まれているのか？ 水産物の放射能調査について理解を深めるために	江東区
4月20日	「展示商談会」活用の極意―“宝”を展示・提案する	八戸市	8月25日	日本と世界のムスリム・ベジタリアンをおもてなし。 2020年に向けて準備するセミナー	江東区
4月20日	「商談会に向けて～売り込みのためのエッセンス～」 「展示商談会」活用の極意―“宝”を展示・提案する	大船渡市	8月25日	復興水産加工業等販路回復促進事業の概要並びに 支援事業の取組事例紹介	江東区
4月21日	「伊達な商談会から学ぶ」“成約の条件” 「展示商談会」活用の極意―“宝”を展示・提案する	気仙沼市	12月1日	水産物・水産加工品の販路回復・開拓フォローアップ 相談会	八戸市
4月27日	「福岡市場の捉え方」 「展示商談会」活用の極意―“宝”を展示・提案する	塩釜市	12月5日	「世界に発信 三陸ブランド」三陸地域の水産加工業者をつなぐネットワークフォーラム	仙台市
5月9日	「省人化・機械導入・水産加工技術について」 「展示商談会」活用の極意―“宝”を展示・提案する	宮古市	12月12日	「加工食品の正しい賞味期限・消費期限の設定方法について」	石巻市
5月11日	「小さな力の商品開発～お客様＆バイヤーさんに 選んでいただくために」 「展示商談会」活用の極意―“宝”を展示・提案する	いわき市	1月12日	「『エイジングケア』の取組に学ぶ！食に求められる 健康・美容の市場ニーズとは」	釜石市
5月18日	「外食産業との商談会の指針」 「展示商談会」活用の極意―“宝”を展示・提案する	仙台市	1月21日	当地域の魚介類及び、水産加工品の現状と今後の展望 について	相馬市
6月6日	「震災から6年～被災地水産業について語る」	仙台市	1月22日	『地理的表示（GI）保護制度』 & 『機能性表示食品制度』セミナー	八戸市
6月6日	「水産物輸出に求められる認証 ～HACCP/MEL」セミナー	仙台市	1月30日	「自社商品の「売り」を見える化し、明日からすぐに 使える営業の「武器」を作る方法」 「商談会での商談成功に向けた取組み・事前準備について」	いわき市
6月6日	「魚と放射能 水産物の放射能調査について理解を深めるために」	仙台市	2月21日	ムスリムの魚料理と魚の販売現場を知る	大阪市
6月6日	「水産物・水産加工品の販路回復・開拓への取組」 パネルディスカッション	仙台市	2月22日	ブレイク寸前！東北の海の幸「ホヤ」の魅力。最新動 向と活用法	大阪市
6月7日	「被災地水産加工品の輸出の取組に関する報告会」 (輸出拡大モデル事業報告会)	仙台市	2月22日	水産物の放射能調査について理解を深めるために	大阪市
6月7日	「バイヤーからの視点～アジア・豪州市場への輸出 成功のための秘訣とは」パネルディスカッション	仙台市	3月10日	「ブレイク寸前！東北の海の幸「ホヤ」の魅力。最新 動向と活用法～知る・さばく・食べるワークショップ～」	静岡市

セミナー実施例

東北復興水産加工品展示商談会2017 スタートアップセミナー

「展示商談会」活用の極意—“宝”を展示・提案する

講師
株式会社電通 プロモーション事業局 シニアディレクター 金井 毅 氏
株式会社ライズ 代表取締役 大津 至久 氏

展示商談会に来場するバイヤーについて理解する

- 事前準備の大切さ（添付：「出展チェックリスト」で漏れのない様にチェック。）
- 来場するバイヤーが、出展者に会う理由は、「自社の課題解決」に繋がるかという点に尽きる。
課題解決できる「モノ・コト」を求めて来場する。
- 各出展者は、バイヤーの「課題解決」に向け、「短い時間、限られた空間」でそれを伝えることができるか？
- 来場者する各業種のバイヤーの「課題の理解」が大切

バイヤー	バイヤーの抱えている課題
小売業バイヤー	価格だけでなく価値創出
	高齢者・有職主婦の増加
	ネット対策「コト体験」重視
外食業バイヤー	他にはない自社名物メニュー（話題性）
	酒類とのマリাজ（寄与価値）
	女性客、高齢者への提案
	省力化、人件費などのコスト問題
ネット通販バイヤー	素早い対応「ニュース性」
	ストーリー重視の目利き力

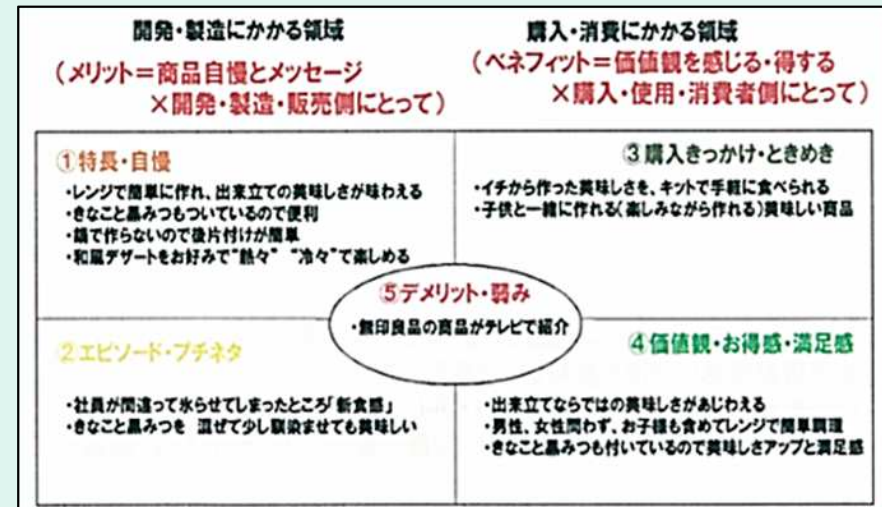
- 各業種によって課題は異なるものの、「バイヤー」の基本的な部分は同じ。
「バイヤーの向こう側には消費者がいる」・・・ そのことを意識する事が重要。

- 商談相手（バイヤー）にはお客様がいる
その商談相手のお客様を満足させることができるか？
- 「お客様視点」で、ものが言えるか？提案できているか？

自社商品の持つ財産（“宝”）を棚卸しする

- 商談する際には、必要な情報を整理しておくことが大切
 - 商品概要、写真
 - 商品特徴
 - 市場動向・開発背景
- 宝の掘り出し → 今一度、商品の持つ財産を棚卸しする。
→商談会でアピールする
 - メーカーとして、自分たちとしては当たり前、他と比べ弱みだと思っているが、実は強みになったり、個性になったり、こだわりだったり・・・しっかり棚卸しする
 - 一人で行わずに、社員を集め意見を求める。（色々な角度から分析が必要）
KJ法の活用など、ポストイットカード（付箋）に記入し意見を出し合い、下表のように分類・分析し、自社商品を多角的に分析する。
 - 商品の棚卸し結果をもとに展示方法等を工夫し、展示商談会でアピールし、バイヤーに自社商品をよく理解してもらう。

一緒に“宝”を掘り出してみよう！



ブース展開のポイント、いくつかの注意点

- ブース展開のポイント
 - 根拠（市場性や解決する課題）
 - 体感（試食やサンプルタミー）
 - リアリティー（食卓や飲食の最終形態）
 - セールストーク（きめゼリフ）
 - バイヤーの質問には、的確に答える。
（「詳細はわかりません」では、チャンロスになる）
- バイヤーの課題に応える部分
 - 売り場再現
 - 季節再現
 - 効率の改善（人時生産性など）
 - メニュー提案（レシピ・調理・試食）
 - ストーリーが伝わる&インパクト
 - その他、商談先の現場に事前に足を運ぶことやライバル店のリサーチ等してバイヤーの課題に応えるものを探しておく。
（バイヤーの企業HP等もチェックする）
- ブース展開の注意点
 - パネル（トップボード）
しっかりとビジュアルライズされた内容で明確に言いたいことを伝える。
 - P O P
読みやすく一目でわかる内容にまとめる。
（手書きで個性的で魅力的な内容も）
- 映像
生産現場、原料産地、食べ方（調理法）等分りやすい映像（動画）で表現。
高額の機器を使わなくても、かまわない。
（スマホの動画機能を使って、1分くらい生産現場・調理法等を見せるだけで十分な効果がある。）
- 陳列
 - 売場での再現。
販売時点での状況をシミュレーションできる状態で、棚割りしてみる。
（商品形状の優位性などを示しやすい）
 - 原材料との陳列
製品原料にこだわった鮮度感ある陳列
（商品へのこだわりを訴求）
 - 展示会場の工夫
 - 立体化して陳列すること。
多くの来場者があるので、テーブルに平置きしていると見えないので、立体的に積み上げる等、工夫すること。
 - フードカバーを付ける。
展示しているものが、乾いたりして、見た目が悪く食べたくなくなる。
 - 試食
混雑しているところで、試食品を持って回っている業者がいるが、ただ配るだけでは、効果がない。
たとえ美味しくても、どこのブースのなんという商品か伝えないと、それで終わってしまうので注意が必要。

(3) 東北復興水産加工品展示商談会2017

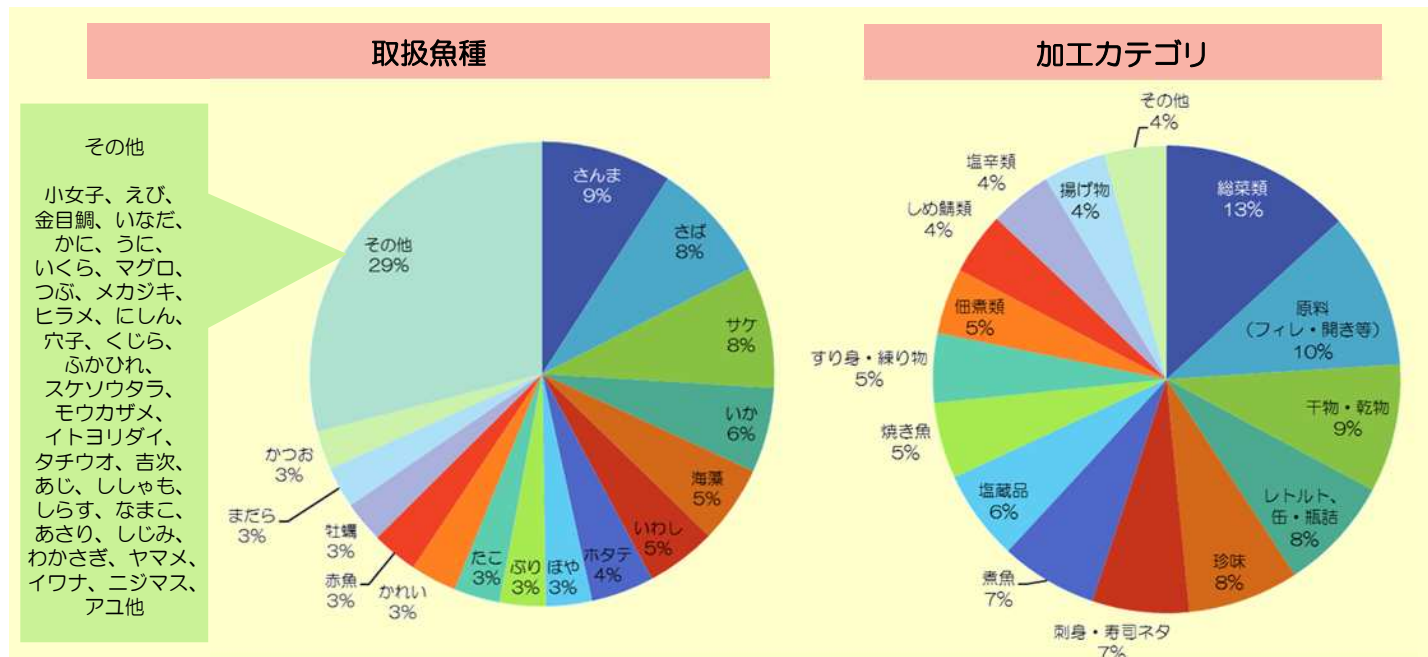
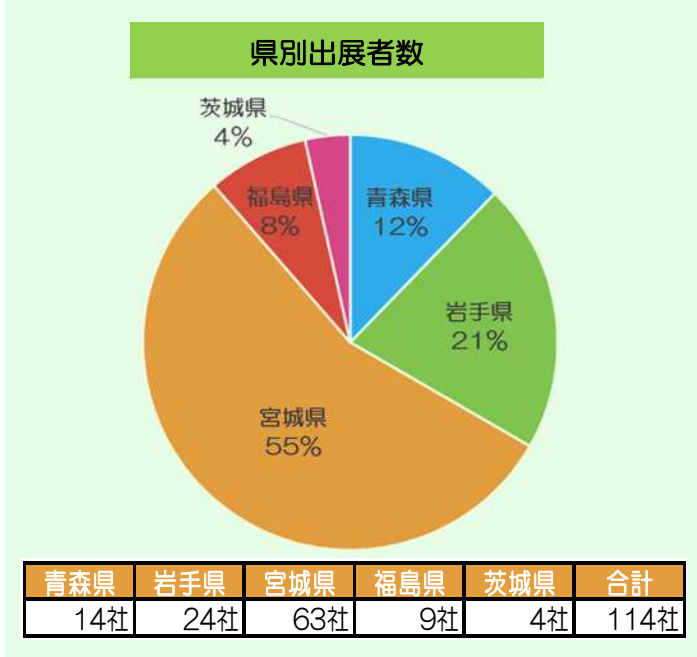
期 日 : 平成29年6月6-7日
場 所 : 仙台国際センター展示棟
来場者数 : 約5,700名 (昨年より約700名増)
出展企業数 : 114社
開催概要 :

東日本大震災被災地の水産加工業の復興と、水産加工品の情報発信・販路の回復・開拓を目的として、「仕事に繋がる、繋げる展示商談会」をテーマに掲げ、東北復興水産加工品展示商談会2017を昨年引き続き開催した。青森、岩手、宮城、福島、茨城の加工業者等によるブース展示、セミナー、個別商談会等が行われ、復興水産販路回復アドバイザー相談コーナーも設けられた。



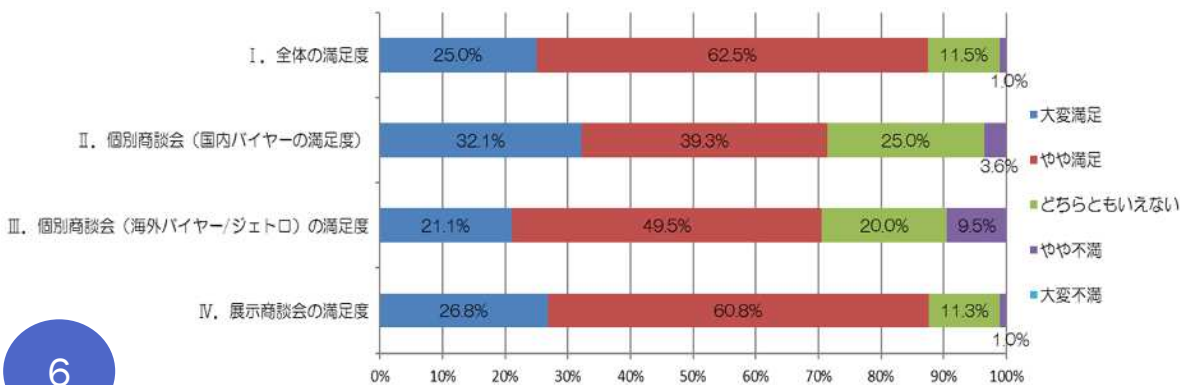
・出展者データ

出展企業は全114社であり、開催地である宮城県からの出展が63社と最も多く、福島県、茨城県からの出展も年々増加している。また、出展企業の取扱魚種は46種類以上、加工の種類は15種類以上と多種多様であった。不漁の影響もあり、昨年に比べ、いかの取扱割合が減少している。加工カテゴリについては3年連続で総菜類がトップとなっている。詳細は、以下のとおり。



・出展者アンケート結果

「全体の満足度」は（大変満足＋やや満足）、合計で87.5%であり、その他の項目でも7割を超える値を記録し、高い評価を得た。



良かった点

- バイヤーの方から、売り方の工夫や商材の見せ方等のアドバイスを“生の声”で教えて頂き大変参考になった。
- 個別商談のマッチングが、事前の情報を基に組まれてあり、興味のあるバイヤーとの商談ができ良かった。
- 中々商談をすることが難しい西日本エリアのバイヤーと商談ができ、色々な意見や見識を頂くことが出来た。
- 展示商談のブース配置等が分かり易くて良かった。

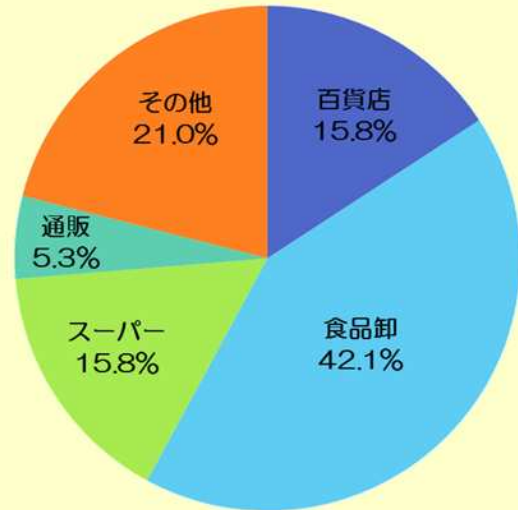
改善点

- 来場者カテゴリで「一般」と表記された来場者が多く、どのような業種なのか不明瞭で、商品説明がし難いことが多かった。
- SM・GMS関係のバイヤーを、関東を始め関西や北陸等からも次回は、招聘して欲しい。
- 個別商談と個別商談の間の10分間は短く感じられた。次の準備のためにあと5分程時間が欲しい。

・個別商談会実績

商談数計は、前年より117件減の483件となった。判定結果を見ると、成立した商談は95件であり、昨年同期の判定と比較すると6件増。全体の商談成立率は4.9ポイント増加した。業種別でみると、食品卸の参加が飛躍的に増え、商談成功率も高いものとなっている。

対応バイヤーの業種について



※その他の中には、専門店、飲食店、弁当（給食）、機内食製造、飲食店（居酒屋）、物産・催事が含まれる。

商談会実績について

() 内の数字は前年度同時期の結果

業種	企業数	商談数	最終判定結果				成立率 ポイント差
			成立	継続	未成立	成立率	
百貨店	9 (12)	84 (136)	16 (19)	8 (58)	60 (59)	19.0 (13.9)	5.1
食品卸	24 (16)	218 (176)	46 (28)	39 (70)	133 (78)	21.1 (15.9)	5.2
スーパー	9 (12)	69 (147)	15 (24)	9 (33)	45 (90)	21.7 (16.3)	5.4
ホテル	0 (3)	0 (33)	0 (5)	0 (10)	0 (18)	0 (15.2)	▲ 15.2
量販店	0 (2)	0 (17)	0 (5)	0 (9)	0 (3)	0 (29.4)	▲ 29.4
通販	3 (1)	18 (8)	2 (1)	0 (5)	16 (2)	11.1 (12.5)	▲ 1.4
その他	12 (7)	94 (83)	16 (7)	15 (32)	63 (44)	17.0 (8.4)	8.6
計	57 (53)	483 (600)	95 (89)	71 (217)	317 (294)	19.7 (14.8)	4.9

・復興水産販路回復アドバイザー相談コーナー実績

アドバイザーによる販路回復相談を行い 2日間で7件の相談に応じた。

復興水産販路回復アドバイザー相談コーナー 県別相談件数

青森県	岩手県	宮城県	福島県	茨城県	合計
1	2	4	0	0	7



(4) 被災地水産物流通利用促進事業 講習会・セミナー開催

風評被害が完全に払拭されない中、販路を回復・新規開拓するためには、被災地の水産加工業者が自ら、消費地の流通関係者等に向けて、被災地の水産物の安全性を発信するとともに、消費地それぞれのニーズを把握して販売促進に取り組むことが重要です。そこで、被災地の水産加工業者が、被災地水産物の安全性や消費地のニーズを学ぶ講習会と、そこで学んだことを実践するためのセミナーを、これまで比較的取引が少なかった西日本の大消費地で開催しました。

大阪府大阪市

開催日：平成29年9月7-9日

参加者数：水産加工業者 18社
(青森 4社、岩手 10社、宮城 4社)

実施概要：

被災地で実施している放射性物質の調査及び関西地域の消費・販売の動向に関する講習を実施し、そこで学んだことを現地市場の水産関係者や消費者に対して、情報発信するとともに、消費地の反応やニーズを把握しました



講習会（大阪市中央卸売市場）

参加した水産加工業者の声

- ・ 関西市場の大きさを改めて実感し、今後の事業戦略を見直すきっかけとなった。
- ・ 多くの卸・仲卸業者と接することができ、新たな商談の機会が生まれた。



セミナー（大阪市中央卸売市場）



セミナー（大阪木津地方卸売市場）

福岡県福岡市 ①

開催日：平成29年10月6日

参加者数：水産加工業者 3社 (宮城 3社)

実施概要：

東北独特の水産物であるホヤの新たな販路を広げるため、九州地域でのマーケティング戦略及び、被災地で実施している放射性物質の調査に関する講習を実施し、そこで学んだことを、一般消費者向けの魚食普及イベント「魚宴」において、来場者に向けて発信し、九州でのホヤの販売の可能性を探りました。

参加した水産加工業者の声

- 九州の方々には馴染みが薄いホヤも、沢山の好評価をいただいた。今後はどうやって広めていくかが課題だと感じた。

福岡県福岡市 ②

開催日：平成29年10月20-21日

参加者数：水産加工業者 8社 (青森2社、岩手2社、宮城 3社、福島1社)

実施概要：

遠隔消費地である九州地域での東北水産加工品の販路拡大を目指し、九州地域の消費者の消費動向及び、被災地で実施している放射性物質の調査に関する講習を実施し、大消費地である博多市天神地区の商業ビルにおいて、福岡の消費者にとって馴染みが薄い東北の水産加工品の紹介と商品の安全性の取組みに係る情報発信を行いました。

参加した水産加工業者の声

- 九州エリアでも自社製品が十分に受け入れられる可能性を実感できた。



セミナー (バイサイドプレイス博多)



講習会 (天神イムズ)



セミナー (天神イムズ)

■ 水産物の安全性に関する講習会の例

水産物の放射能調査について理解を深めるために

講師 水産庁増殖推進部 研究指導課 水産研究専門官 藤本 賢 氏

■ 平成 29 年 12 月までの調査結果の紹介

- 平成 29 年 12 月までに、全国で 119,609 検体のサンプリングを実施。そのうち 97.5% が基準値以下。(福島県の基準値以上の検査結果は、主に事故直後に検査されたものである。)
- 福島県の海面では、平成 27 年 4 月以降、基準値を超えた例はない。(他県でも平成 26 年 9 月以降超えた例はない)

■ 魚種ごとの放射性セシウム濃度の減少傾向

- 魚の放射性セシウムの取り込み経路は海水と餌が考えられ、魚の放射性セシウム濃度は海水中の濃度低下及び世代交代等により著実に低下しており、新たに魚が汚染される可能性は低い。
- 汚染された海底土から、直接または底生生物を介して間接的に、魚が汚染されて基準値を超える状況になることは考えられにくい。
- 海底土の放射性セシウムは、魚が利用できない存在形態になっていることが分かってきている。

魚種	事故直後の放射性セシウム濃度	2017 年調査時(12 月)の放射性セシウム濃度
カツオ	事故直後は基準値に近い濃度水準	海水中の濃度低下により現在 1Bq/kg 以下
ブリ	事故直後は基準値に近い濃度水準	海水中の濃度低下により現在 1Bq/kg 以下
スケトウダラ	事故直後から 2 年近くは基準値に近い濃度水準	世代交代が進み現在 1Bq/kg 以下
マダラ	スケトウダラより基準値を超えた例が多かった	世代交代が進み現在 1Bq/kg 以下 (7 年間で 7500 検体調査)

■ 放射線の基礎知識

- 放射性物質とは**
放射性物質は放射線を出す能力(放射能)がある元素のこと(放射性元素、放射性核種とも言う)。放射性元素は自然界に存在するもの(天然放射性核種)と人工的に作られたもの(人工放射性核種)に分けられる。

天然放射性核種

- カリウム(K-40)は人体に必須元素として存在
- ラジウム、ラドン温泉⇒Ra-226 や Rn-222 が含まれる
- 宇宙線により作られる核種
トリチウムや C-14、Be-7 など

人工放射性核種

東電福島第一原発事故から放出

()は放射線を出して半分になる時間

- セシウム-134 (約 2 年)
- セシウム-137 (約 30 年)
- ヨウ素-131 (8 日) など

- 被ばく線量について**
被ばく線量の計算方法は下記の通り。

$$\text{放射性元素の濃度(ベクレル)} \times \text{取り込み量(kg)} \times \text{実効線量係数} = \text{人体への影響(シーベルト)}$$

Cs-137 を 200 Bq/kg 含む魚を、300 g 食べた場合

$$200 \text{ Bq/kg} \times 0.3 \text{ kg} \times 0.000013 = 0.00078 \text{ mSv}$$

上記の場合、食品の基準値(100 Bq/kg)を超えているものの、300 g を毎日食べ続けても、1 年間で人体に受ける放射線量は、
0.00078 mSv × 365 日 = 0.28 mSv (胸部 X 線検査 1 回分に相当)

放射性元素を含む食品を摂取することによる人体への影響を考えると、**放射性元素の濃度と摂取量**の両方を考える必要がある。

- 基準値「放射性セシウム 100Bq/kg」について**
食品の基準値(100Bq/kg)は、セシウム以外の放射性元素の影響もきめ、すべての世代の計算結果を考慮して設定されている。

基準値「放射性セシウム 100Bq/kg」の決め方(1)

1 mSv(1 人当たりの 1 年間の線量の上限値)

放射線以外の放射線 約 0.9 mSv(セシウム 134+137 に 0.792 mSv) **12%**

放射性セシウム以外の放射性物質(ストロンチウム 90、プルトニウム、ルテチウム 106)

食品の基準値を設定するには、放射性セシウム以外の核種によるものも考慮されています。ストロンチウムやその他の放射性物質が一定割合含まれていると仮定し、測定しやすい放射性セシウムを代表として基準値を設定。ストロンチウム分析結果(6 年間で 136 検体を測定)からは、水産物の Sr-90 の濃度は放射性セシウムに比べて十分に低い(想定される濃度範囲内)ことが確認されています。

「放射性セシウム 100Bq/kg」で見ているもの(2)

私たちが食べる食品全体の 90% が、放射性セシウムを一定の濃度を含むと仮定。体内への留まりやすさや年齢や性別による摂取品目、量の違いも考慮。各年代ごとに、試算をした結果を下に示す。

年齢区分	性別	摂取最小値(Bq/kg)	摂取量(kg)	実効線量係数(mSv/Bq)	年間被ばく線量
1 歳未満	男女	460	136	0.0000021	1 mSv
1~6 歳	男	310	460	0.0000006	
	女	320	440	0.0000006	
7~12 歳	男	190	687	0.0000010	
	女	210	617	0.0000010	
13~18 歳	男	120	749	0.0000013	
	女	150	607	0.0000013	
19 歳以上	男	130	773	0.0000013	
	女	160	609	0.0000013	
妊婦	女	160	645	0.0000013	

すべての世代の中での最小値 120Bq/kg よりもさらに安全側に考慮して 100Bq/kg に設定

(5) 被災地水産物流通利用促進事業 被災地現地見学ツアー

比較的被災地の情報が届きにくい関西圏などのバイヤーを対象に、実際に被災地の魚市場や水産加工場へ足を運び、安全・安心確保のための取組等を見学することで被災地の商品に対する不安を緩和し、今後の取引拡大につなげる、被災地の現地見学ツアーを行いました。

福島県いわき市・大熊町

開催日 : 平成30年2月27-28日
参加者数 : 関東・関西・中国地方のバイヤー 10名
訪問先 : 小名浜魚市場、冷凍冷蔵施設、
東京電力福島第一原子力発電所

小名浜魚市場では、放射能検査や震災後の復興への取組みに関する座学を受け、市場施設や放射能検査施設を見学しました。また、東京電力福島第一原子力発電所では、施設、周辺環境の現状や汚染水対策等への取組みについて説明を受け、施設の見学を行いました。



小名浜魚市場



東京電力
福島第一原子力発電所

青森県八戸市

開催日 : 平成30年3月6-7日
参加者数 : 関東・信越・関西・北陸・中国地方のバイヤー 12名
訪問先 : 第三魚市場、食品総合研究所、水産加工会社

八戸市第三魚市場では、高度衛生管理型荷捌施設を見学、食品総合研究所では放射能検査に関する座学を受けました。また、HACCP認証に対応した工場等の加工作業を見学し、八戸の復興状況や工場の衛生管理、商品開発についての説明を受けました。



第三魚市場



HACCP導入加工場

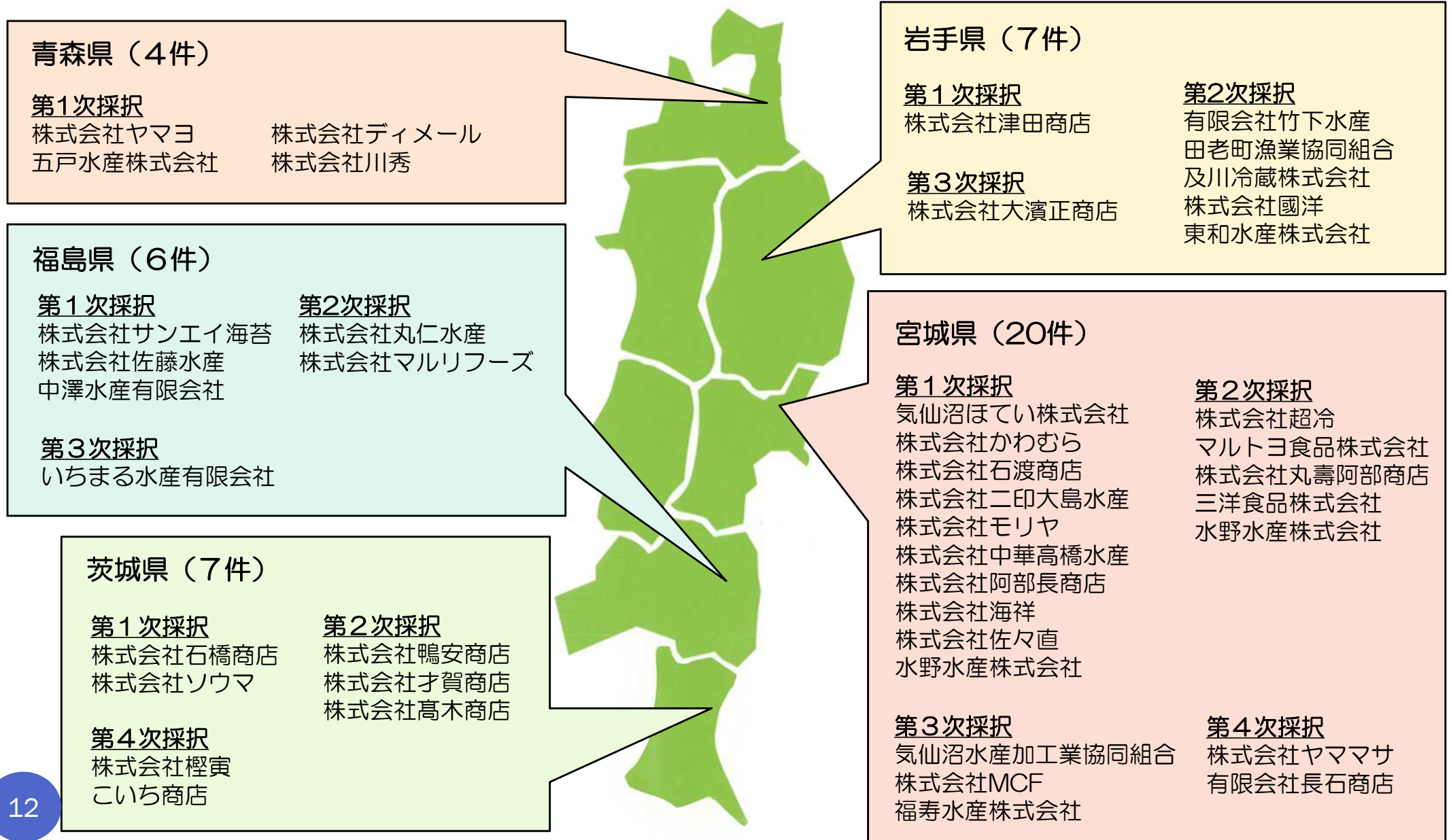
参加したバイヤーの声

- ・ 検査体制、衛生管理状況について、安全安心を確認した。事前に知っていた情報よりも、より細やかに忍耐強い対応をされていて、頭の下がる思いだった。(福島)
- ・ 復活に向けての準備は整っており、あとは本格的な水揚げを待つばかりだ。(福島)
- ・ どの施設も徹底した衛生管理がなされており、学ぶ点がとても多かった。(青森)
- ・ 放射能について、地元の研究機関で真摯な取り組みを行っていることを理解した。商品開発など、地元加工業者に寄り添って支援する誠実な活動に感激した。(青森)

2. 水産加工業等販路回復取組支援事業

(1) 水産加工業等販路回復取組支援事業（支援事業）採択実績

平成29年度 採択件数 **44件**（第1次採択件数：20件 第2次採択件数：15件 第3次採択件数：5件 第4次採択件数：4件）



(2) 平成29年度水産加工業等販路回復取組支援事業 採択事業者一覧

■ 第1次採択事業者 (20件)

所在地		取組実施者名	取組概要
青森県	八戸市	株式会社ヤマヨ	イカの漁獲量減少を受け、サバの販売に注力したいところ、機械設備の能力と人手不足により製造出来る数量が需要に対応しきれていないことから、機器の導入を行い、生産効率の向上・品質向上を図り、また、サバの他、八戸に水揚げされる各魚種を用いた商品の製造も行うことで販路回復を行う。
		五戸水産株式会社	新商品の量産体制と新たな注文に対応できる生産体制の構築を行うため、機器の導入を行い、品質向上を図るとともに作業員不足で対応できなかった注文にも対応できる体制を整え、販路回復を図る。
		株式会社ディメール	消費者が求める利便性・簡便・即食・個食に合致した、「個食トレイパック製品」を製造するため、機器の導入を行うとともに、利用性の低い小型鯖や未利用魚種を用いた煮魚や焼き魚等のトレイパック商品を製造・販売し、売上回復を行う。
		株式会社川秀	八戸港で水揚げされる多獲魚種の高鮮度を維持するため、凍結機を導入し、品質向上と取扱量の増産を図るとともに、フィーレ加工等の2次加工に必要な機器を導入し、省人化と生産効率の向上を図り、新たな商品の開発・増産を目指す。
岩手県	釜石市	株式会社津田商店	販売先から、より一層の安全安心を担保してほしいとの要望に応えるため、検査機器等を導入し、商品の信頼性を高め、販路の回復を目指す。
宮城県	気仙沼市	気仙沼ほてい株式会社	既存商品であるたたき商品の周年生産、「骨まで丸ごと健康煮魚、焼魚」商品のシリーズ化及びニーズが高まっている介護食に準じた商品開発を行うため、機器の導入を行い、新商品の製造を行うとともに、原料加工処理での省人化を行い、受注に対応できる生産体制の構築を行い、販路の拡大を行う。
		株式会社かわむら	外注に頼っていた作業工程について、機器の導入を行い、完全自社加工へ切替えることで、作業工程の省人化と外注費の削減を図り、生産数量を増加させ売上回復を行う。
		株式会社石渡商店	主力であるフカヒレ製品の販売拡大と缶詰やレトルト品等の既存商品のリニューアルを行うため、加工機器の導入、資材の購入、さらに商品分析を行うための機器の導入等を行い、競合他社との差別化を行うことで販路拡大を目指す。
		株式会社二印大島水産	新規に機器を導入し、主力商品であるねぎとろ、切り落とし等のマグロ加工品等の生産性の向上による増産体制を構築する他、新たに収益性の高い商品を開発して、安心安全で高品質な「大島ブランド」の構築を行い、売上回復を図る。

所在地		取組実施者名	取組概要
宮城県	気仙沼市	株式会社モリヤ	新たに開発した新商品である「骨まで食べられるふっくら魚(魚骨脆弱化商品)」の量産化を行うため、機器の導入を行い、無駄のない真空包装の形態で、医療施設や学校給食等への営業・販売を行い、販路拡大を図る。
		株式会社中華高橋水産	これまでもサメの有効利用を進めてきたが、さらに、ふかひれ、サメ肉等の特徴を活かした商品開発を進めるとともに、量産体制の構築を行うため、機器の導入を行い、様々な要望に対応できるような体制を整え、販路回復を図る。
		株式会社阿部長商店	近年のサバの小型化に伴い、加工向けサイズの鯖の原料不足が問題となっていることから、機器の導入を行い、小型魚サバの焼魚、漬け魚、フィレー等の他、新商品を製造・販売を行い、売上回復を図る。
	仙台市	株式会社海祥	主力商材である“しらす”などの小魚類の製品に関して、個包装商品の需要に十分に対応できていなかったことから、機器を導入し、異物選別、省人化、大量発注に対応した生産体制の構築を行うとともに、既存取引先に加え、新規販売先へも営業を行い、販路拡大を図る。
		株式会社佐々直	生産能力が震災前に戻っておらず、大口の出荷に対応できなかったことから、機器の導入を行い、大量生産に対応した生産体制の構築を行うとともに、新規顧客の取り込みを行うため、包装資材の一新により販路拡大を図る。
	塩竈市	水野水産株式会社	昨年度導入した省力化成型機の活用により、揚げ蒲鉾の生産量が拡大できることとなったが、さらなる増産を行うにあたり、機器の洗浄ラインの作業が障害となっていた。このことから、本年度は、洗浄ラインに機器を導入し、作業員の作業時間軽減と生産量の拡大を図り、販路回復を行う。
福島県	相馬市	株式会社サンエイ海苔	原発事故に起因する買い控えの傾向、国産海苔の不足や家庭での海苔離れ等による売上の悪化を解消するため、機器の導入を行い、おつまみやスナック形態とした新たな商品開発を行い、売上回復を図る。
		株式会社佐藤水産	乾燥シラス・小女子に混入する異物を除去するため、機器の導入を行い、異物混入のない安心・安全な製品を消費者に提供するとともに、目視選別作業員の負担を軽減し、生産効率の向上を図ることで売上の回復を図る。
		中澤水産有限会社	生産力不足のため、対応できなかった注文に対応できる体制を整えるため、機器の導入を行い生産効率の向上を図るとともに、安心安全な商品を提供することで販路及び売上の回復を図る。

所在地		取組実施者名	取組概要
茨城県	神栖市	株式会社石橋商店	地元漁協から求められる漁獲物の安定的な買取りや販売先から求められる品質・量に応える生産体制を確立するため、冷凍機器を導入し、冷凍品の増産を図り、売上の回復を図る。
		株式会社ソウマ	いわし・さんま等の二次加工包装ラインの生産工程の効率化・量産体制の構築を行うため、機器の導入を行い、品質管理・検品作業の強化を図り、これまで対応できなかった注文にも対応して、売上の増加を図る。

■ 第2次採択事業者（15件）

所在地		取組実施者名	取組概要
岩手県	下閉伊郡 岩泉町	有限会社竹下水産	販路回復のため、これまでに新商品の開発等に取り組んできたが、試作品は手作業による製造コストが掛かりすぎて製品化できなかったことに加え、原料価格も高騰したこと等から販路回復に至っていない。このため、近隣地域で水揚される規格外原料を使用することで原料価格を抑えるとともに、機器を導入することで大量生産による製造コストの抑制及び品質の均一化を図り、市場競争力を高めることで、販路回復を図る。
	宮古市	田老町漁業協同組合	風評被害による取引低下、震災後続く慢性的な労働力不足により販路回復がままならないことから、機器を導入し生産性の向上を図るとともに、これまで業務用向けのみであった商品の少数包装を行うことで販路の拡大を図る。
	大船渡市	及川冷蔵株式会社	サンマ、サケなど主力魚種の原材料コストの高騰が製品価格に影響し、利益率の減少を招いていることから、売上が伸びている干物製造の生産性向上に必要な機器及び付加価値を付けた新製品開発のための機器を導入し、売上の回復を図る。
		株式会社國洋	震災後、人材不足を補うために生産効率の向上を行うとともに、イカ天ぷらやタラフリッター等の揚物製造ラインの構築を行い、販路の回復を行ってきたが、さらなる販路拡大のため、販売先から要望のあるフライ商品にも対応できるようにパン粉付けラインの機器整備を行い、売上回復を図る。
		東和水産株式会社	鮮魚や冷凍魚を国内加工・輸出向けに販売しているが、震災時の塩害で生産ラインの効率が低下し、生産量が減少。また、ライン上に鮮魚が長時間滞留することで衛生管理の観点上、懸念が生じている。一方で、輸出先国の輸入品に対する衛生基準は強化されている。このため、機器を導入して、生産量を拡大するとともに、衛生管理を強化し、販路拡大を図る。
	宮城県	気仙沼市	株式会社超冷
マルトヨ食品株式会社			主たる商品は、サンマ・サバ等の塩干品・燻製品であるが、人手不足により生産体制が整わないことで受注に対応できずにいることから、機器導入により作業効率の改善を行うとともに、新商品の開発を行い、新たな販売先の模索を行いながら、販路の回復を図る。
南三陸郡 本吉町		株式会社丸壽阿部商店	従来の取引先に対し営業を行ってきたが、棚の取り返しは困難な状況。また、労働力不足により生産が追いつかず、一部商品は注文に対応できていない。このことから新たなブランド商品の製造ラインの構築を行い、更には省人化機器を導入し、生産性を高め、対応できなかった注文に対応できる体制を整え販路を回復する。

所在地		取組実施者名	取組概要
宮城県	石巻市	三洋食品株式会社	顧客から、新たにイワシ、ブリ等を利用した缶詰の要望も受けているが現有の設備では製造が困難であり、また人手不足のため生産性が上がらず、販売先の求める数量等に応えられていない状況。このため、機器の導入により新商品の開発及び生産性の向上を行なうことで販路拡大と売上の回復を図る。
		水野水産株式会社	異物混入により主要商品等の売上・販路拡大に懸念があること、また従業員の人員確保がままならず、検品作業が困難となっているため、機器導入による検品作業の精度向上・効率化により、既存販売先の信頼確保と出荷量増大による販路拡大を図る。
福島県	相馬市	株式会社丸仁水産	鮮魚の仕入・箱詰出荷等を行っているが、震災前の売上までは回復していない状況。新たに加工機器を整備して、タコの加工、地場産の原料を中心にした干物の製造等を行い、売上と販路の回復を図る。
		株式会社マルリフーズ	主力製品であるアオサ海苔の原料の仕入れ・販売が困難な状況となっている中で、新たな仕入確保ができることとなったことから、販売先から要望のある安心・安全な製品を安定的に製造できるようにするため、新たに機器の導入を行い、品質のよい製品の製造並びに生産能力の向上により販路回復を図る。
茨城県	神栖市	株式会社鴨安商店	加工品部門の生産販売は、震災前の水準までに回復したが、魚類の凍結加工部門による売上は人出不足等により低迷しているため、鮮魚受入れから凍結箱詰め・箱抜きに至る工程の省人化と生産性の向上を図り、販路と売上の回復を図る。
		株式会社才賀商店	輸出先国の衛生基準の強化等に対応できておらず、販路回復は未だ達成されていないことから、他社商品との差別化を行うため、冷凍備品の材質を切り替えることで、商品を販売先の要望に応えられる品質にし、販路の回復を図る。
		株式会社高木商店	缶詰部門では、製品の箱詰作業がネックとなり生産数量増加の阻害要因となっていることから、省力化機器を導入し、生産数量の増大に努めてコストダウンを図りながら受注量の増加を目指す。

■ 第3次採択事業者（5件）

所在地		取組実施者名	取組概要
岩手県	宮古市	株式会社大濱正商店	現状の凍結設備では、販売先の期待する品質を確保できず、凍結品の量産体制も確保できない状況にある。また、人手不足等からイカ等の加工作業の効率的な生産ができていない状況となっている。このことから、機器の導入を行い、販売先の要望する品質を保持するとともに、量産体制を確立し、販路回復を行う。
宮城県	気仙沼市	気仙沼水産加工業協同組合	更なる販路拡大を行うためには、一度に大量の凍結作業を受ける体制の整備と配送部門の強化が必要な状況にある。このことから、凍結用備品の購入、輸送能力強化のためのウィングトラックの導入を行い、これまで以上の依頼への対応をできる体制づくりを行い、販路回復に努める。
		株式会社MCF	気仙沼で水揚げされるアナゴや未利用魚、規格外魚を使った商品開発を行い、展示会等にも積極的に参加し、少しずつ自社商品の売上が伸びているが、労働力不足で製造が追いつかず、売上が回復しきれていない現状。このため、省人化機器の導入を行い、生産量を増加させ売上回復を図る。
		福寿水産株式会社	パッケージデザインやパンフレット等の対応が遅れており、販路回復につながっていないことから、販売等の専門家からの指導を受け、パッケージデザイン、ホームページ作成等のソフト面を強化し、営業力向上による更なる販路拡大を図る。
福島県	相馬市	いちまる水産有限会社	生産能力は、コウナゴ・シラスを中心に震災前の半分程度まで回復してきたが、新たな販路の開拓、それに伴う加工設備の整備並びに、労働力不足が課題となっている。このことから、品質の均一化、安定的な供給、安心・安全な商品の供給、製造コストの削減を行うため機器の導入を行い、販路の拡大に努める。

■ 第4次採択事業者（4件）

所在地		取組実施者名	取組概要
宮城県	塩竈市	株式会社ヤママサ	他地域企業の商品に売場を奪われ、震災前までの売上回復には至っていない。また、人手不足により、顧客の細やかな要望に答えられていない状況にある。このことから、主にサバ、サンマ等の切身、漬け魚等の内容量が少量の個食対応商品を開発し、百貨店や高級スーパー等及び一般顧客に対して売り込み、販路回復を図る。
	東松島市	有限会社長石商店	人員確保が困難な状態であり、人手不足と加工場の設備スペックの問題で、加工販売の取引先は震災前の約6割程度に留まっている。この状況を打開するため、加工生産ライン機器、省人化機器を導入して、工場の生産効率を上げるとともに、以前より取引先から要望のある高付加価値化加工商品を開発し、販路回復を図る。
茨城県	ひたちなか市	株式会社樫寅	蒸しタコをメインに震災前に取引のあった量販店への営業を行うことで売上の回復を図ってきたが、震災の影響により震災前に行っていた蒸しタコ等の海外輸出ができなくなり、販路を奪われたままとなっている。この現状を打開するため、新たに機器の導入を行い、震災前より行ってきた蒸しえび等加工事業の拡大を図り、販路・売上の回復を図る。
	北茨城市	こいち商店	取引先の市場より、高品質化（衛生・外見の向上等）を要望されているが、現状の機器等では対応できない状況にある。このことから、機器の導入により製品の品質を向上させ、また、製造量を安定させることで市場ニーズに対応し、販路回復を図る。

※本事業は、復興水産加工業等販路回復促進事業実施要綱（平成23年11月21日付け23水漁第1445号農林水産事務次官依命通知）に基づき実施する国庫補助事業です。

(5) 平成29年度支援事業 取組事例

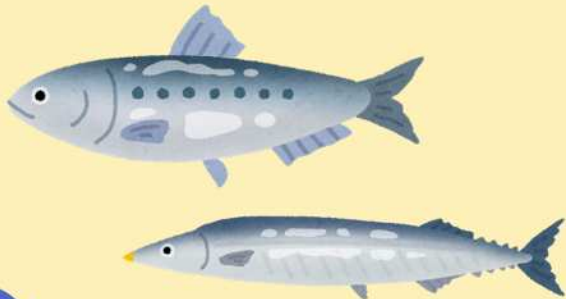
① 調理済み新商品開発による販路拡大 【気仙沼ほてい株式会社】

課題点

- ・震災後より昨年度まで、かつお・ぶりのたたきなど既存商品の販路回復に力を入れ復旧を図ってきたが、原料不安や生産体制が追い付かず、売上は震災前の6割程度に低迷している。
- ・売上回復のためには、既存商品の生産能力の増強及び取引先のニーズが高い調理済み商品の開発が必要。

改善に向けてのポイント

- ・省人化機器を導入することで、既存製品生産の生産量の安定化を目指し、新商品開発機器の導入により、今までできなかった、さんま、いわし、さばなどを使った調理済み商品の生産体制を確立する。



取組概要

調理済み新商品（骨まで食べられる煮魚、焼魚等）の開発と既存商品製造工程の省人化

取組による成果

- ・ぶり等の既存商品の加工に必要な前処理を機械化するためのウロコ取り洗浄機とヘッドカッターを導入。また、フィーレ加工のライン効率化の為に、サケピンボーン抜き機、切身・刺身用斜め切りスライサーを導入し、従来は実質15名を要していた工程を11名で作業することが可能となり、作業員の労働負担も改善が図られた。
- ・また、煮魚、焼魚等の調理済新商品を生産するため、真空包装機等の導入を行い、青物類を原料に自社レトルト製法を応用した「骨まで食べられる」煮魚を商品化し、全国のスーパー惣菜部門、産業給食、宅配業者等へ販売を行った。



筒切ヘッドカッター



真空包装機

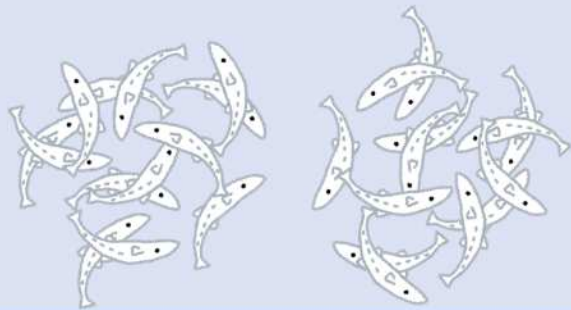


『骨まで食べられる』煮魚

② 消費者向け個包装商品開発による販路拡大 【株式会社 海祥】

課題点

- ・主力商材は、震災前から現在に至るまで“しらす”“ちりめん”“小女子”等の小魚類の製品であり、天然の原料であることから漁獲時に入るエビ・カニの稚魚や虫等の異物を丁寧に除去した製品を販売しており、取引先の評価も高い。
- ・現在は学校給食や業務用向けの大容量包装での製造が主であり、販路拡大のためには、一般消費者向けの個包装の商品の生産量を増やす必要があるが、取引先の要望（短いリードタイム、大量発注等）に十分に対応できる人員、設備等の体制が整っていない。



改善に向けてのポイント

- ・容量、パッケージなど包装形態を変更することで、商品力ある新製品を開発し、新たな需要の獲得を目指す。

取組概要

個包装商品の大量発注に対応するための加工機を導入し販路回復を図る

取組による成果

- ・労働力不足の解消及びコスト削減を目的として、人海戦術で行っていた印字作業を自動化する機器の導入を行ったことで、これまで30分かかっていた作業が5分で行うことが可能となり、大幅な省人化に繋がった。
- ・消費者向け個包装商品の大量発注に対応するため、自動計量機とトップシール機を導入。その結果、しらす・ちりめんのパック商品の生産数量が、従来の手作業時の600パックから1,400パックへと2.2倍の処理量となり、販路回復を図ることができた。



自動計量機



業務用商品(1kg)



トップシール機



個包装商品

③ 新商品開発および省人化による販路拡大 【中澤水産有限会社】

課題点

- ・鮮魚・活魚の出荷事業、魚介類加工事業等を営んでおり、卸売市場及びスーパーを主体に販売してきたが、震災後、原発事故による風評被害もあり、売上激減。既存の取引先を中心に営業を行ってきたが、なかなか回復しない。
- ・震災後の労働力不足は深刻で、募集を行っても必要人員が集められず、取引先からの受注に応じられない状況である。

改善に向けてのポイント

- ・風評被害を払拭するために、「福島県産アナゴ」を利用した商品開発を行い、安心・安全な商品であることをアピールしながら、販売を拡大する。
- ・省力化による生産効率の向上と衛生面の強化を行い、これまで対応できなかった注文に対応できる体制を整える。



取組概要

新たにアナゴの加工機器を導入して、省人化により生産能力を確保し、取引先からの注文に対応できる体制づくり及び新規販路開拓を行う

取組による成果

- ・本事業では、安心・安全な付加価値を付けた商品の販売に向けてアナゴ処理装置及び卓上型ドライプリンターを導入し、新たに外食チェーン・市場等へ販売を行った。
- ・機械化による生産効率の向上として、8名の作業員が手作業で行っていた製造ラインを4名にまで省人化することができた。さらに、毎時100尾の生産から500尾の生産まで可能となった。
- ・衛生面では、機械導入により安心・安全な製品を短時間に大量に生産できるようになったことで、新規の販売先（大手スーパー等）との商談が可能になり、今後に繋げることができる結果となった。



アナゴ加工機器



卓上型ドライプリンター



アナゴ開き

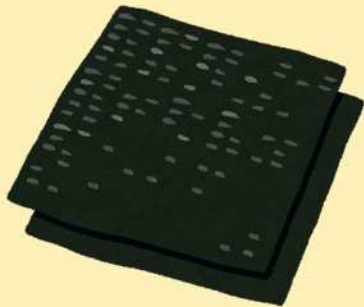
④ 新商品の開発による市場開拓 【株式会社サンエイ海苔】

課題点

- ・震災前より海苔加工商品の製造・販売をしてきたが、原発事故に起因する風評被害の影響から競争力が低下。
- ・また、国産海苔の原料価格が本年度を含め4年連続の不作により高騰したため、原価上昇分を販売価格に反映することができず、収益悪化の状況に陥っている。
- ・近年では、米食生活の減少により家庭での海苔離れが進んでいることもあり、経営の悪化に拍車をかけている。

改善に向けてのポイント

- ・販路拡大と新規取引先開拓のため、一口大にカットした海苔サンド商品を開発し、ご飯のお供としての市場からおつまみやスナック菓子といった嗜好品市場への参入を目指す。



取組概要

海苔を使ったスナック製品を開発し、新規の市場開拓を行う

取組による成果

- ・乾燥させた具材（しらす、明太子）を海苔に挟み一口大にカットした海苔サンド商品を効率的に製造する貼付機器ラインを導入し、ご飯のお供としての市場からおつまみやスナック菓子といった嗜好品市場への参入を目指し、試作品を元に商品PRを行なった。
- ・POP（パネル・大型ディスプレイ）、パネルを製作して展示会等へ積極的に参加し販促を行なったほか、商品企画と新規取引先の獲得については、大手スーパーのバイヤー経験のあるコンサルタントとともに商談を行ない、新規顧客の獲得にも繋がった。
- ・本事業によって、地元で獲れる食材として福島県産のしらすを具材に使用した商品の開発ができたことにより、地元を販路チャネルとして志向する生協等に対し、地産地消の動きを加速させるアイテムとして提供することが可能となった。また、ネット販売では大阪府泉佐野市が被災地を応援する目的で提案しているECサイトへの登録を進めており、関西方面にも福島県産商品をPRしていく予定。



海苔貼り付け機ライン



海苔サンド（めんたいこ・しらす）

⑤ 新商品開発による販路拡大 【株式会社ディメール】

課題点

- ・現在の規模・設備で可能な限り、販路回復に取り組んできたが、なかなか元には戻らない。
- ・全国各地のスーパーマーケット・バイヤーから、今後の流れとして、個食性・簡便性・即食性がキーワードになることを示唆されているが、現在の設備では対応できない。

改善に向けてのポイント

- ・すでに取扱いのあるさば、いかの商品に加え、新たに開発した新商品について、高齢者や共働き世帯の消費者が求める個食・即食・簡便・利便性に即した形態での商品を生産できる設備を導入し、新たな販路を開拓する。



取組概要

消費者ニーズを満たす個食トレーパック製品の製造・販売による販路開拓

取組による成果

- ・消費者に求められている個食、即食、簡便、利便性に則した個食トレイパック等の製造を行うため、深絞り真空包装機等を導入し、増加している高齢者や共働き世帯向け商品の開発並びに製造を行い、スーパー等への売り込みを行った。今後はコンビニエンスストアや小型店舗への提案を強化し、販売に繋げ、販路の回復を目指す。
- ・本事業により製造した鯖のスマーク、イカの切り落としステーキ等は、新規販売先、従来の販売先いずれからの要望にも応えることが出来たことから、目標を上回る結果となった。また、同様に梅酢しめさばも個食対応の HALF シリーズとして販売していく。



鯖のスマーク



深絞り真空包装機



液体充填装置



梅酢しめさばスライス HALF

(4) 販路回復の取組方法について

今回採択された44社について、販路回復の取組方法として一番多かったのは「①既存商品で既存市場開拓」であった。前年度に採択された57社において一番多かったのは「②既存商品で新市場開拓」であったことから、前年に比べ「既存市場」に対する取組む事業者が増加したといえる。

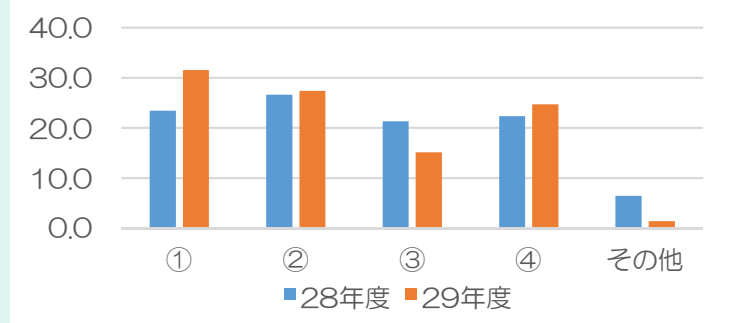
販路回復の取組方法について（前年比）

一方で「商品」については、「既存商品による販路回復」（①+②）が昨年度と同様今回も「新商品による販路回復」を上回っていることから、市場とは異なり、既存の商品によって販路の回復を図ろうとする事業者が多いことがわかる。

販路回復の方法	28年度	29年度	前年差
①既存商品で既存市場開拓	23.4 %	31.5 %	8.1 %
②既存商品で新市場開拓	26.6 %	27.4 %	0.8 %
③新商品で既存市場開拓	21.3 %	15.1 %	-6.2 %
④新商品で新市場開拓	22.3 %	24.7 %	2.3 %
その他	6.4 %	1.4 %	-5.0 %

（注）販路回復方法について、複数の計画があるため、その累計で算出

販路回復の取組方法について



29年度支援事業の助成対象費目の中でも特に多かったのは、「②販路の回復・新規創出のために必要な機器、資材等」で、全体の26.9%と前年より6.9ポイント増加している。この項目の中で扱われた主要な機器は、真空包装機などの「品質・生産力向上を図るため機器等」であり、安全・安心な製品作りや生産量の確保等を図るものである。また、フィレマシン、コンベア等の「③労働力不足に対する省人化機器等」については、前年より3.8ポイント減少しているものの24.7%と高い比率を占めている。また、ソフト的経費である「⑧商談旅費、展示会出展経費等」については、ほぼ前年並みの16.1%であるが、ソフト的費目(⑥~⑨)の中では、最も高い取組となっている。

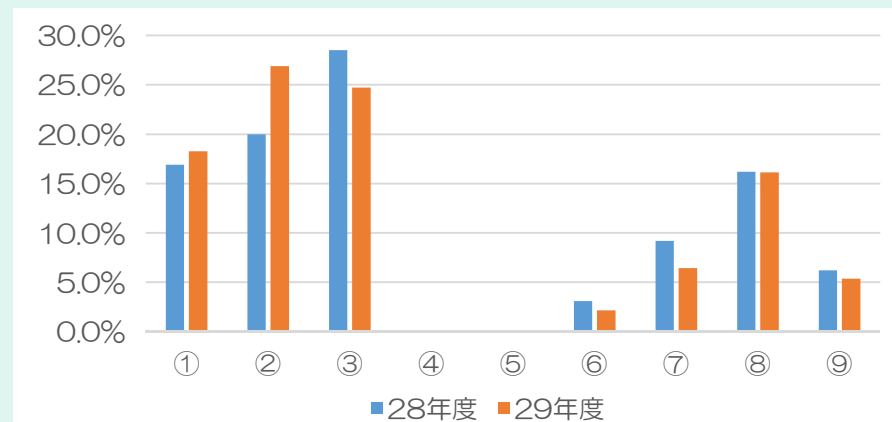
これらの分析結果から、29年度の支援事業の傾向を見ると、「既存商品を中心に品質・生産力向上を図り、既存市場に対し販売することにより」販路回復を図る事業者が前年より増加したことが読み取れる。

助成対象費目について（前年比）

助成対象費目	28年度	29年度	前年差
①新商品開発等のために必要な加工機器の導入経費、資材費等	16.9 %	18.3 %	1.4 %
②販路の回復・新規創出のために必要な機器、資材等	20.0 %	26.9 %	6.9 %
③労働力不足、経営改善に不可欠な省人化等のために必要な機器	28.5 %	24.7 %	-3.8 %
④冷蔵庫保管経費及び倉庫等保管経費	0.0 %	0.0 %	0.0 %
⑤原料調達に必要な運送経費	0.0 %	0.0 %	0.0 %
⑥マーケティング調査経費	3.1 %	2.2 %	-0.9 %
⑦コンサルティング経費	9.2 %	6.5 %	-2.7 %
⑧商談旅費、展示会出展経費等	16.2 %	16.1 %	-0.1 %
⑨新商品開発支援経費	6.2 %	5.4 %	-0.8 %

（注）助成対象費目については1社で複数の費目への申し込みがあるため、その累計で算出

申込みのあった助成対象費目の割合（件数）



Ⅲ. 販路回復に役立つ情報の発信・共有化

復興水産加工業販路回復促進センターでは、セミナー・展示会情報や販路開拓に関する情報等をいつでも見ることができるようホームページを運営している。

昨年から連載を開始した被災地で頑張る加工業者をレポートする「企業紹介」が引き続き人気で、閲覧回数もトップである。

より気軽にサイトを閲覧していただけるようスマートフォン対応のサイトを10月より運用開始した。

コンテンツ別アクセス数ランキング
(平成29年4月～平成30年3月)

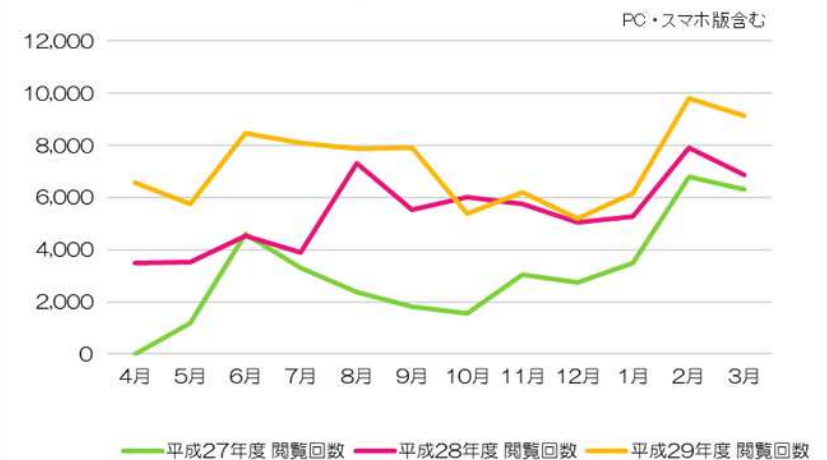
PC・スマホ版含む

順位	コンテンツ	訪問者数	閲覧回数
1	企業紹介	27,567	44,388
2	助成事業について	5,270	7,621
3	アドバイザー指導	2,769	4,151
4	展示会・セミナーレポート	1,921	3,327
5	展示会・セミナー 開催情報&レポート	1,012	2,065

訪問者数及び閲覧回数の月別推移 (平成29年度)



閲覧回数の昨年対比



IV. お問い合わせ先

東日本大震災の被災地における水産加工業等の復興を支援し、販路回復に取り組む水産加工業者等の皆様をサポートします。具体的な事業内容や取組支援事業の募集の時期等については下記センターまでお問い合わせください。

お問い合わせ先



復興水産加工業
販路回復促進センター

(代表機関) 全国水産加工業協同組合連合会

TEL : 03-3662-2040 FAX : 03-3662-2044

メール : hanro-info@zensui.jp

復興水産加工業販路回復促進センター ホームページ

復興販路回復センター

検索

セミナー・展示会の開催情報やレポート、頑張っている水産加工業者の紹介、独自取材記事など被災地の水産加工業者等の皆様に有益な情報を提供しています。

復興水産販路回復アドバイザーによる販路回復の指導申し込みや、助成事業に必要な書類のダウンロード等もこちらのサイトで行うことができます。



<http://www.fukko-hanro.jp/index.html>



復興水産加工業
販路回復促進センター

(代表機関) 全国水産加工業協同組合連合会
TEL : 03-3662-2040 FAX : 03-3662-2044

公益社団法人日本水産資源保護協会
TEL : 03-6680-4277 FAX : 03-6680-4128

一般社団法人大日本水産会
TEL : 03-3585-6681 FAX : 03-3582-2337

東北六県商工会議所連合会 (事務局: 仙台商工会議所)
TEL : 022-265-8129 FAX : 022-217-1551