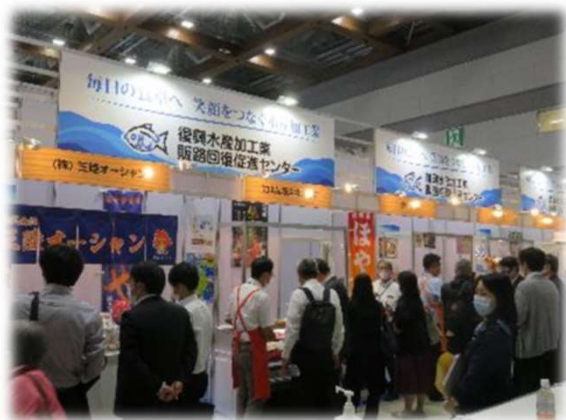


【復興水産加工業等販路回復促進事業】

【令和3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	2. 水産加工業等販路回復取組支援事業	
II. 復興水産加工業販路回復促進センターの活動		(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	・・・16
1. 復興水産加工業等販路回復促進指導事業		(2)令和2年度支援事業採択事業者一覧 第1次採択事業者(33件)	・・・17~20
(1)復興水産販路回復アドバイザーによる指導実績	・・・2	(3)令和2年度支援事業 取組事例	・・・21~25
(2)セミナー開催実績 ・セミナー実施実績(令和2年4月~令和3年3月)	・・・3~4	(4)販路回復の取組方法について	・・・26
(3)東北復興水産加工品WEB商談会	・・・5	III. お問い合わせ先	・・・27
(4)情報共有化事業実績	・・・6		
(5)被災地水産物流通利用促進事業 講習会・セミナー(消費地商談会)開催実績	・・・7~11		
水産物の安全性に関する講習会の例	・・・12		
プロモーション事業実績	・・・13~15		

# 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

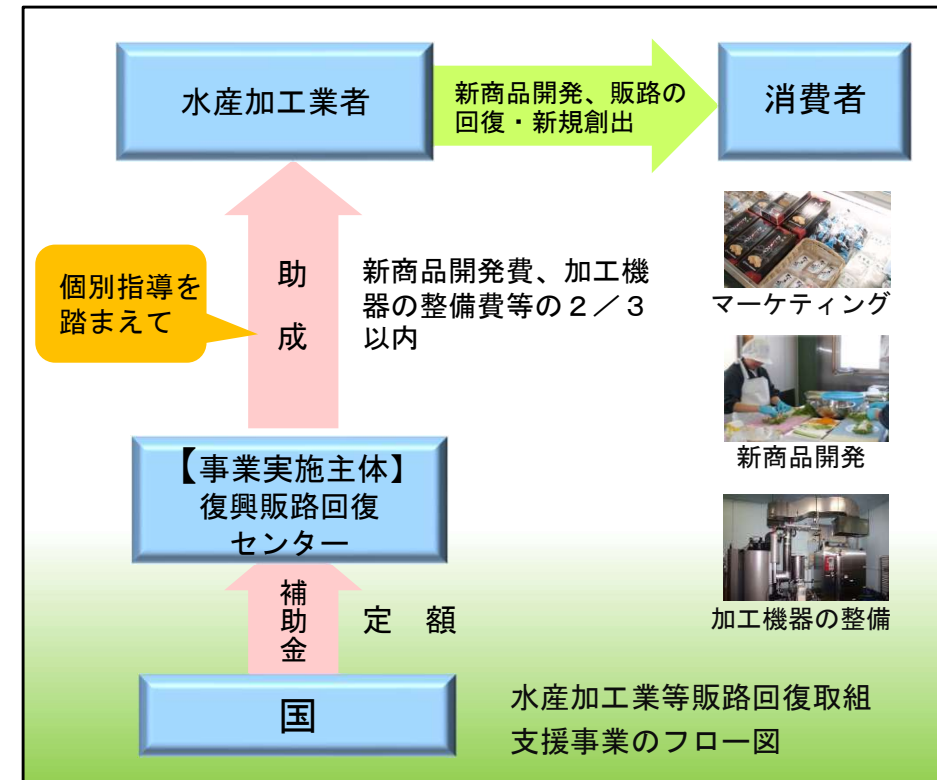
- **支援内容**

### 復興水産加工業等販路回復促進指導事業

- ・ 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、茨城県、栃木県、群馬県及び千葉県）



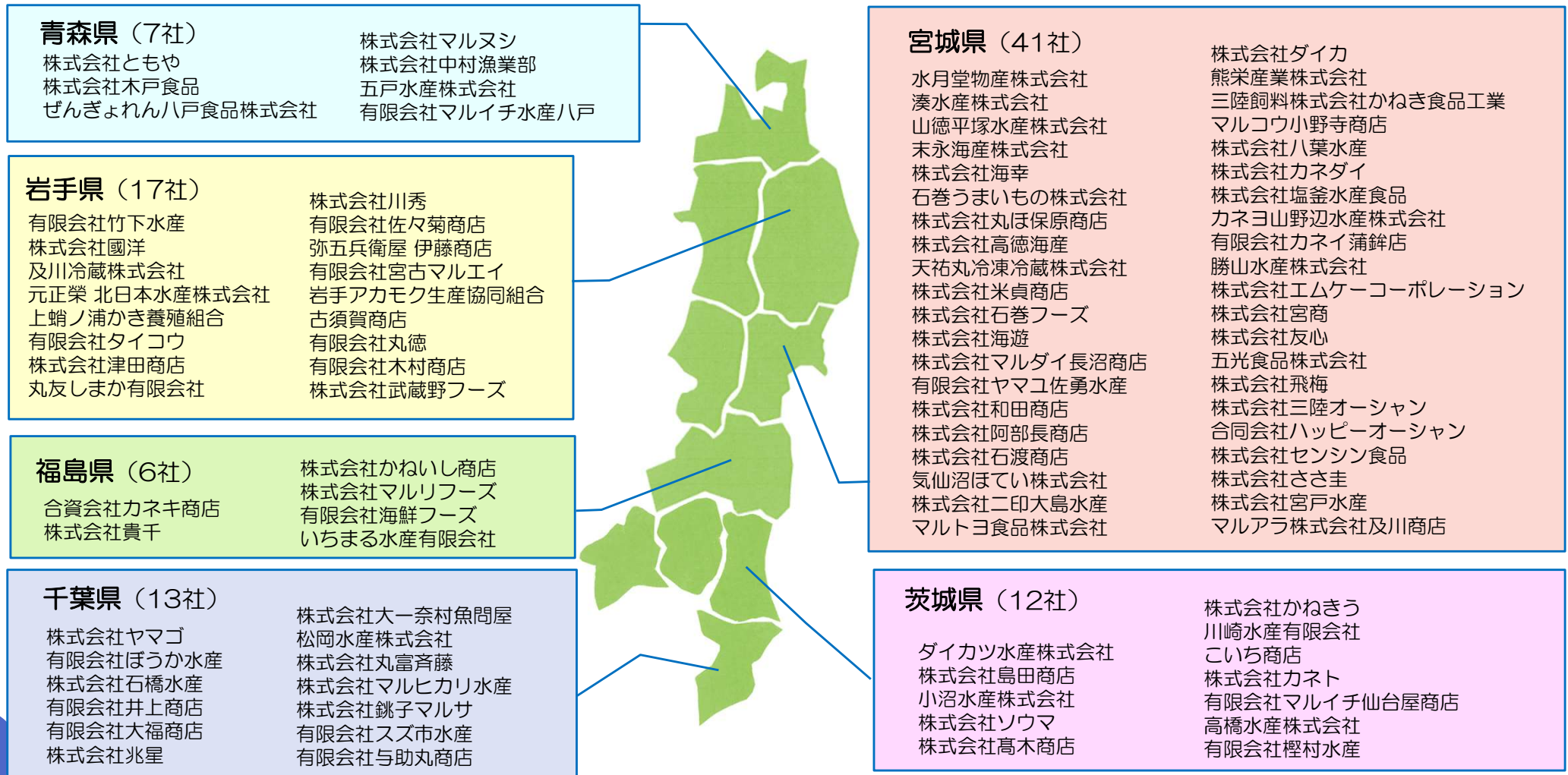
## Ⅱ. 復興水産加工業販路回復促進センターの活動

### 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、適切な助言、指導を行うことのできる者を復興水産販路回復アドバイザーとして任命し、指導申し込みによる方法だけでなく、アドバイザー自身が指導対象である水産加工業者の掘り起こしを行い、積極的に指導することにより、販路の回復・新規開拓を目指す事業。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復興水産販路回復アドバイザーとして任命し、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）

※令和2年4月～令和3年3月末までの実績（合計96社、109件）※うち17件はオンラインによる指導



## (2) セミナー開催実績

### ■ セミナー実施実績

令和2年度は、4月～3月までで15回のセミナーが実施された。

開催日	内容	開催場所
9月24日	「Withコロナで到来したビジネスチャンス～リモートでの商談の秘訣～」 ※リモート開催	大船渡市
9月30日	「チーム化による水産加工業の再生 『未来を変える、新たな取り組み』」	江東区
9月30日	「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
9月30日	「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」	江東区
10月1日	「農林水産物・食品輸出（GFP）プロジェクトについて」	江東区
10月1日	「イスラム市場水産ハラルセミナー」	江東区
10月2日	「農林水産物・食品の輸出拡大に向けた輸出先国の規制対応について」	江東区
10月2日	「東北のマイナー産品『ほや』を売るためにファンコミュニティを作り、結果、コアファンとともに広がるほやの最新動向を話します」	江東区
3月17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
3月17日	「農林水産物・食品の輸出拡大に向けた取組」	大阪市
3月17日	「東日本大震災から10年東北の海産物ほやのいままでとこれから」	大阪市
3月17日	「農林水産物・食品輸出プロジェクト(GFP)の取り組みについて」	大阪市
3月18日	「セミナー『未来を変える新たな取組』 (令和2年度「チーム化による水産加工業等再生モデル事業」報告会)Ⅱ」	大阪市
3月18日	「イスラム諸国水産ハラルセミナー2021大阪」	大阪市
3月18日	「復興水産加工業販路回復促進事業の概要及び復興水産販路回復アドバイザーによる事例紹介」	大阪市



## セミナー実施例

「Withコロナで到来したビジネスチャンス～リモートでの商談の秘訣～」

株式会社電通  
事業共創局  
金井 毅 氏



株式会社ライズ  
代表取締役  
大津 至久 氏



### 猛威を振るうコロナが与える影響とコロナ禍で大きく変わった世界

世界を揺るがしたコロナ禍によって、社会環境と仕事のスタイルは大きく様変わりし、様々な業界にネガティブな経済効果をもたらしています。コロナ禍における変化は「非連続性」の変化であり、急な転換を強いられます。

外出自粛がなされたことを機に、人との交流や買い物、飲食などの注文もデジタル化が進んだり、これまでにはなかった新たな需要が出てきたという声や、都市部ではなく地方での需要が出てきたという声も聞こえてきています。

近場の観光やローカル観光が増加し、オンライン飲み会が流行しました。また、在宅ワークが増えた影響で、建物は広い戸建ての需要が増加。オフィス街の往来が激変し、周辺の飲食店が苦戦するなど、状況が刻一刻と変わっています。

また、消費者マインドも変化し始めています。これまでの「モノコト消費」から「イミ消費」への変化です。例えば寿司屋に行く動機が「美味しいから・安いからこの店に行く」ではなく「この大将に会いたい・この地域を応援したい」などに変わってきています。

### コロナ禍で進む「アフターデジタル化」

コロナ禍においては「アフターデジタル化」が一気に進んでいます。

「アフターデジタル化」とは、デジタルで常につながっている人々がたまにリアルで接点を持つ。インターネットで商品を開覧してたまにリアル店舗に買い物に行くなど、これまでと逆の接点の持ち方を言います。

ビジネスにおいては、オフライン（リアル領域）にアクセスさせるためのオンライン（デジタル領域）がメインとなっていくため、まずは常にお客様とデジタルでつながっているのが原則であり、ここが最大のポイントとなります。

「アフターデジタル」では、お客様のデータを半永久的に蓄積するためにお客様との接点を多く持つこと、そしてお客様をより早く深く知るという事が重要です。

商品提供の形も今までのように大量消費型の商品提供ではなくなっていき、お客様ひとりひとりという小規模な集団にカスタマイズした商品提供が必要になってきます。

**これは商売において小回りが利く地方の中小企業こそ有利な展開とも言えると思います。**

### オンライン商談について

オンライン商談の際の機材については、法人向けPCにはカメラが搭載されていない事もあるのでWEBカメラを用意しましょう。

音響についてはハウリングを防ぐためにマイク付きヘッドフォン（ヘッドセット）があると良いです。

#### オンライン商談の際に気を付けておくべきこと

- ★「商談先相手のIT環境と知識の確認」  
（お互いの慣れの度合いで進行に影響が出る）
- ★「商談時間の確認」
- ★「映像・音声の事前確認」  
（動画がちゃんと表示されるかなど事前にテスト、また資料は必ずデータ化する。資料データや動画データ、テレビなどのメディアで取り上げられたら必ずその場面を切り取って用意する）
- ★「資料の見せ方の準備」
- ★「パソコンのデータを整理」  
（操作ミスなどで不意にデスクトップが相手に表示されて部外秘のデータやメールが観られてしまう場合がある）
- ★「リアクションは大きめにする」

商談相手先によって使用しているWEBミーティングシステムが違う点も考慮しましょう。

バイヤー側において、推奨環境以外のシステムを使ってはならない企業も多いので、その際にはサプライヤー側が使うシステムを合わせなければなりません。

WEBミーティングシステム毎に操作が違い、また有料会員か無料会員かで、使用できる機能も違ってくるので事前に操作慣れしておくことも重要です。

### (3) 東北復興水産加工品WEB商談会

新型コロナウイルス感染症の影響により中止となってしまった「東北復興水産加工品展示商談会2020」に代わり、ビデオ会議サービス等を利用したオンライン商談会を開催しました。

#### 第1弾 年末年始商戦に向けた商品提案

期 日 : 令和2年9月23日、25日  
 参加企業 : 5社  
 参加バイヤー : 2社  
 商談数 : 7件

#### 第2弾 2021年以降の展開に向けた商品提案

期 日 : 令和2年10月12日~11月25日  
 参加企業 : 23社  
 参加バイヤー : 15社  
 商談数 : 45件



**開催の案内**

販路を見出したい! エントリー 商品紹介&商談 商談成立

交通費や移動時間が不要 好きな場所からアクセス

**商談ポイント**

- 1 首都圏を中心に13社のバイヤーがエントリー
- 2 商談に参加希望するバイヤーは3バイヤーに商談エントリー!
- 3 オンライン商談を行うバイヤーへ当日プレゼンするサンプル商品を事前に送付
- 4 事前にFCPシートやサンプルを送付することで精度の高い商談を実現

申込・問合せ先 東北復興水産加工品WEB商談会 運営事務局  
 新プレイン内 組員: 津野・栗川 (おかけ)  
 TEL.022-344-6602 FAX.022-344-9315 E-mail: suisan-kakou@tohokusuisan.jp  
 主 催: 復興水産加工業販路回復促進センター  
【構成団体】東北六県商工会協同連合会 / (一社) 大日本水産会 / 全国水産加工業協同組合連合会 / (公社) 日本水産資源保護協会

#### 参加者の意見

##### 参加企業

- コロナ禍で直接訪問ができない中、新規商談ができた。
- 以前から取引のあるバイヤーであったが、他商品も紹介でき、全商品サンプル依頼をいただくことができ、実りのある時間となった。

- 先方の顔は見えるが、微妙な表情が分からない為、商品押し所が難しい。
- 試食提供などが行えず、リアルタイムでのバイヤー様の反応をうかがえなかった。
- 動画などのPRツールの不足。

良かった点

- 事前に資料等で企業の情報や商品情報を得ることができた。
- 移動時間が短縮できた。

悪かった点

- 表情は見えるが実際の空気感がないので、商談の相手を知るといってやや問題あり。
- 互いの熱量等が伝わりにくい。
- リアル商談の方が話しやすい。

## (4) 情報共有化事業実績

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。

コロナ禍で展示会等が中止になることも多く、展示会やセミナーのレポートの更新回数が減少。

その中で、被災地で頑張る加工業者をレポートする「企業紹介」は、これまで以上に閲覧数が多く、コロナ禍において、この「企業紹介」で公開されている企業情報は多いに活用されている事がわかる。

訪問者数のうち、スマートフォン対応サイト経由のものが約48%となり、約半数を占めるようになった。今後は、気軽に閲覧できるスマートフォンでの情報提供強化にも努めていきたい。

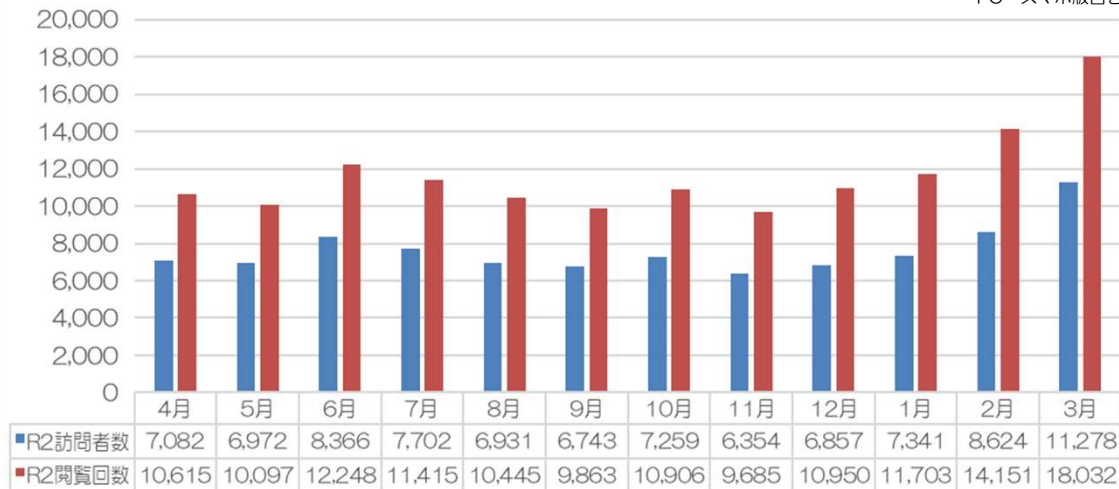
### コンテンツ別アクセス数ランキング (令和2年4月～令和3年3月)

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	63,009	96,569
2	助成支援事業について	3,268	4,817
3	アドバイザー指導	1,854	2,666
4	展示会・セミナーレポート	1,670	2,718
5	展示会・セミナー開催情報	1,264	1,953

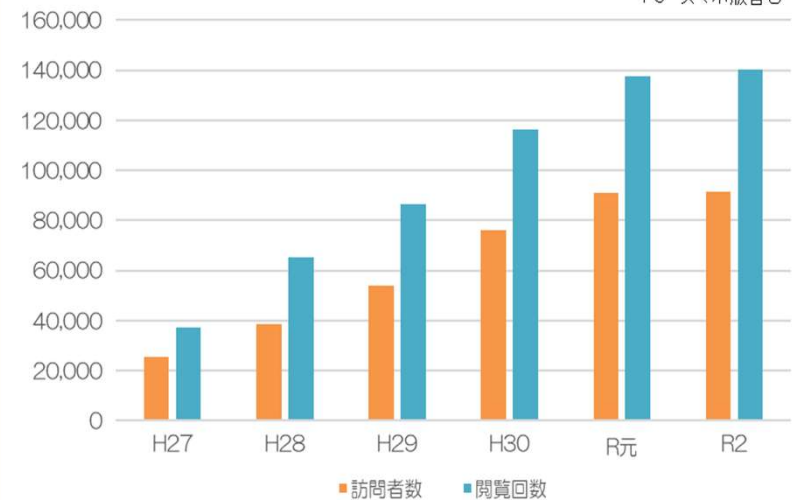
訪問者数及び閲覧回数の月別推移(令和2年度)

PC・スマホ版含む



訪問者数推移 (H27～R2)

PC・スマホ版含む





## (5) 被災地水産物流通利用促進事業 講習会・セミナー（消費地商談会）開催実績

震災で失った販路を回復するには、水産加工業者が自ら被災地の水産物・水産製品の安全性を商談・説明会等の場で説明して理解を得ること、消費地それぞれのニーズを把握して臨むことが重要です。そこで、被災地水産物の安全性と大消費地のニーズを学ぶ講習会を開催し、学習したことを実践する場として大消費地でのセミナーを開催しました。

**東京都江東区** ジャパン・インターナショナル・シーフードショー

開催日：令和2年9月29日～10月2日

参加者数：12社（青森1社、岩手2社、宮城6社、福島2社、茨城1社）

**講習会内容：**被災地水産物の安全性について詳しく説明するために必要な知識として、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、また、新たな販路を広げるため、展示商談会実施にあたってのコツに関する講習を実施しました。

**セミナー内容：**加工業者が講習会で学んだことを活かして、現地市場の水産関係者等に対し、商品の安全性の取組みに係る情報発信を行うとともに、消費地の反応やニーズを把握しました。

### 参加した水産加工業者の声

- 各ブースごとの、見せ方、試食のさせ方など、今後に向けて非常に参考になった。
- コロナ禍の中、展示会自体が久々に東京で開催された事もあり、来場者の真剣な姿が非常に印象的でした。



講習会（9月29日）



セミナー（9月30日～10月2日）



**大阪府大阪市** FABEX関西

開催日：令和2年10月27日～30日

参加者数：12社（青森1社、岩手2社、宮城6社、福島3社）

**講習会内容：**被災地水産物の安全性について詳しく説明するために必要な知識として、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、また、新たな販路を広げるため、水産物の販売力強化に関する講習を実施しました。

**セミナー内容：**加工業者が講習会で学んだことを活かして、現地市場の水産関係者等に対し、商品の安全性の取組みに係る情報発信を行うとともに、消費地の反応やニーズを把握しました。

### 参加した水産加工業者の声

- シーフードショーでは会えない新しいジャンルのお客様を開拓できた。
- コロナ禍の影響もあってか、既存品とは別に目新しい商品の改築に向けての問い合わせが多かった。



講習会（10月28日）



セミナー（10月29～30日）



**福岡県福岡市**
**FOOD STYLE IN FUKUOKA**

開催日：令和2年11月10日～12日

参加者数：13社（青森2社、岩手3社、宮城6社、福島2社）

**講習会内容：**被災地水産物の安全性について詳しく説明するために必要な知識として、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、また、新たな販路を広げるため、九州での商談にあたってのコツに関する講習を実施しました。

**セミナー内容：**加工業者が講習会で学んだことを活かして、現地市場の水産関係者等に対し、商品の安全性の取組みに係る情報発信を行うとともに、消費地の反応やニーズを把握しました。

**参加した水産加工業者の声**

- ・ 個人で経営されている飲食店や商店の方の割合が多く感じました。また、積極的に商品を探されていてお声がけ戴きました。
- ・ 首都圏・東北よりハッキリと良い悪いを主張してくれる地域だと感じました。



講習会（11月10日）



セミナー（11月11日～12日）

**東京都千代田区**
**通販食品展示商談会**

開催日：令和2年11月30日～12月2日

参加者数：4社（宮城4社）

**講習会内容：**被災地水産物の安全性について詳しく説明するために必要な知識として、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、また、新たな販路を広げるため、通販業界での効果的な対応についての講習を実施しました。

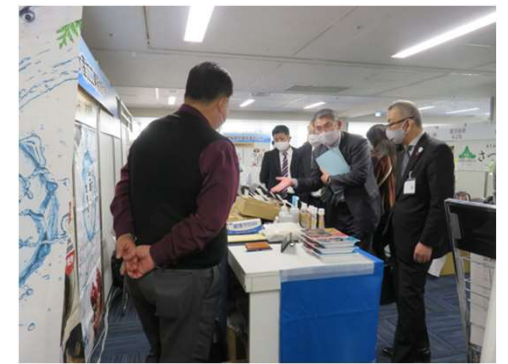
**セミナー内容：**加工業者が講習会で学んだことを活かして、現地市場の水産関係者等に対し、商品の安全性の取組みに係る情報発信を行うとともに、消費地の反応やニーズを把握しました。

**参加した水産加工業者の声**

- ・ 小規模な事業者が多いと思いました
- ・ 産地直送に興味を示される方が多かった。



講習会（11月30日）



セミナー（12月1日～2日）



## WEB商談会

WEB商談会 IN 大阪

開催日：令和3年1月25・26・28・29日

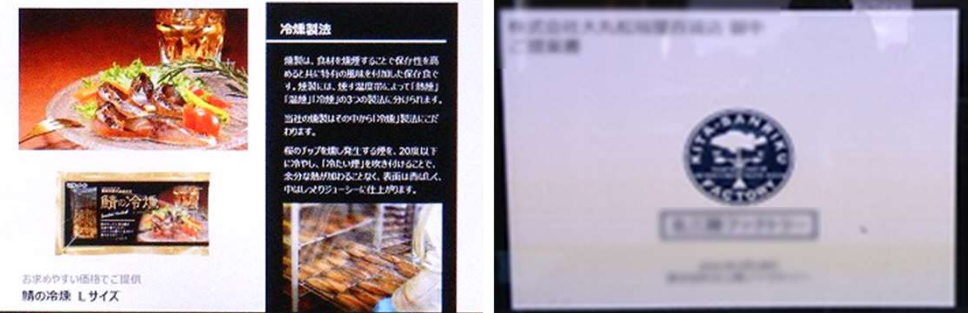
参加者数：10社（青森1社、岩手1社、宮城6社、福島1社、茨城1社）

**講習会内容：**被災地水産物の安全性について詳しく説明するために必要な知識として、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、また、新たな販路を広げるため、関西地域の消費・販売の動向に関する講習をオンラインで実施しました。

**セミナー内容：**加工業者と現地水産流通関係者をオンラインで結び、加工業者が講習会で学んだことを活かして、水産流通関係者に対し、商品の安全性の取組みに係る情報発信を行うとともに、消費地の反応やニーズを把握しました。

### 参加した水産加工業者の声

- WEB形式の商談会は、時間が有効活用でき、旅費など経費の削減につながる。
- 商談相手の細かなニュアンスが伝わりづらかった。



セミナー（1月25日～29日）

## WEB商談会

WEB商談会 IN 東京

開催日：令和3年2月2日～4日

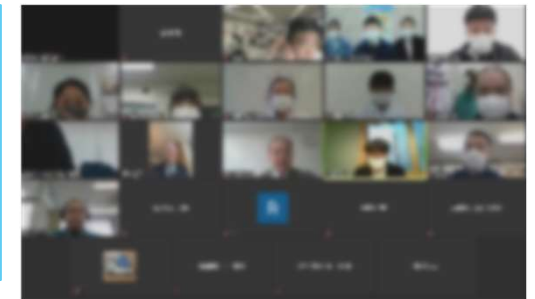
参加者数：9社（青森2社、岩手1社、宮城5社、茨城1社）

**講習会内容：**被災地水産物の安全性について詳しく説明するために必要な知識として、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オンラインで実施しました。

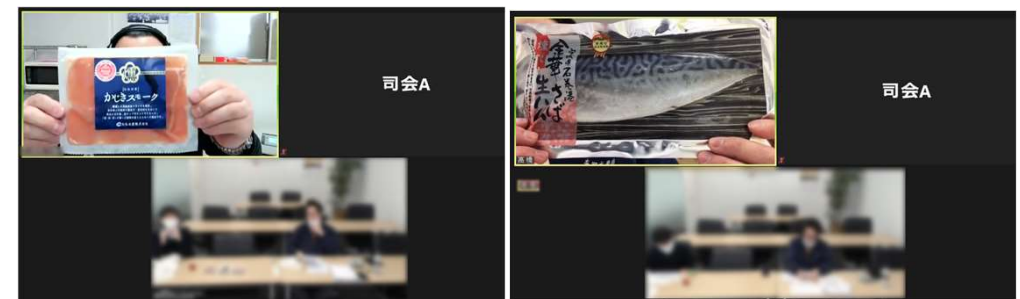
**セミナー内容：**加工業者と現地水産流通関係者をオンラインで結び、加工業者が講習会で学んだことを活かして、水産流通関係者に対し、商品の安全性の取組みに係る情報発信を行うとともに、消費地の反応やニーズを把握しました。

### 参加した水産加工業者の声

- 画像の共有等も出来るので、慣れればある意味対面の商談と遜色無いプレゼンが出来るといった手応えを感じる事が出来た。



講習会（2月2日）



セミナー（2月2日～4日）

## WEB商談会

WEB商談会 IN 名古屋

開催日：令和3年2月15日～3月12日

参加者数：23社（青森4社、岩手4社、宮城10社、福島3社、茨城1社、千葉1社）

**講習会内容：**被災地水産物の安全性について詳しく説明するために必要な知識として、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、また、新たな販路を広げるため、東海地方の消費・販売の動向に関する講習をオンラインで実施しました。

**セミナー内容：**加工業者と現地水産流通関係者をオンラインで結び、加工業者が講習会で学んだことを活かして、水産流通関係者に対し、商品の安全性の取組みに係る情報発信を行うとともに、消費地の反応やニーズを把握しました。

### 参加した水産加工業者の声

- ・ 事前マッチングの上での商談の為、新規テレアポした上での商談よりも最初のハードルが低い。
- ・ アドバイザーの支援をお願いしたことで、商談もスムーズに出来た。



講習会（2月15日）



セミナー（2月16日～3月12日）

## 千葉県千葉市

スーパーマーケット・トレードショー2021

開催日：令和3年2月16日～19日

参加者数：12社（宮城8社、福島4社）

**講習会内容：**被災地水産物の安全性について詳しく説明するために必要な知識として、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、また、新たな販路を広げるため、コロナ禍での商談にあたっての販売戦略に関する講習を実施しました。

**セミナー内容：**加工業者が講習会で学んだことを活かして、現地市場の水産関係者等に対し、商品の安全性の取組みに係る情報発信を行うとともに、消費地の反応やニーズを把握しました。

### 参加した水産加工業者の声

- ・ コロナ禍の中でも感染予防を徹底しながらの出展、非常に参考になった。
- ・ ご来場者は少なかったが、お立ち寄りくださったバイヤー様には、具体的なお話しが出来た。



講習会（2月16日）



セミナー（2月17日～19日）



## WEB商談会

WEB商談会 IN 福岡

開催日：令和3年3月1・2・4日

参加者数：13社（青森 4社、岩手 1社、宮城 6社、福島 1社、茨城 1社）

**講習会内容：**被災地水産物の安全性について詳しく説明するために必要な知識として、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、また、新たな販路を広げるため、九州地域の消費・販売の動向に関する講習をオンラインで実施しました。

**セミナー内容：**加工業者と現地水産流通関係者をオンラインで結び、加工業者が講習会で学んだことを活かして、水産流通関係者に対し、商品の安全性の取組みに係る情報発信を行うとともに、消費地の反応やニーズを把握しました。

### 参加した水産加工業者の声

- 放射能について、基礎知識から分かりやすく説明していただき、自分が説明を行う際の参考になった。
- 多くのパイヤーからたくさんのご意見を頂戴した。改めて商品を提案し、今後につなげていきたい。



セミナー（3月1日～4日）

## 大阪府大阪市

シーフードショー大阪

開催日：令和3年3月16日～3月18日

参加者数：18社（青森 2社、岩手 2社、宮城 11社、福島 2社、茨城 1社）

**講習会内容：**被災地水産物の安全性について詳しく説明するために必要な知識として、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、また、新たな販路を広げるため、関西での商談に効果的な営業戦略についての講習を実施しました。

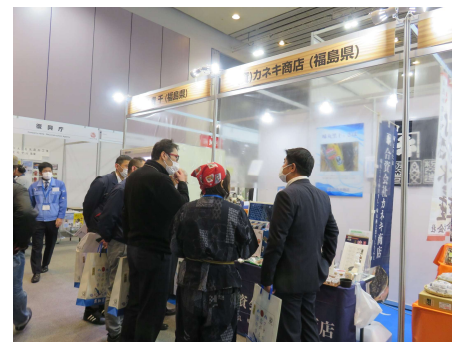
**セミナー内容：**加工業者が講習会で学んだことを活かして、現地市場の水産関係者等に対し、商品の安全性の取組みに係る情報発信を行うとともに、消費地の反応やニーズを把握しました。

### 参加した水産加工業者の声

- 大阪のお客が多く来場されるかと思っていたが、西日本全体や名古屋からもかなりの来場者がきたことから、販路先も増えた。
- 人数は少なかったが、真剣な来場者が多いように感じた。



講習会（3月16日）



セミナー（3月17日～18日）

# 水産物の安全性に関する講習会の例

「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—

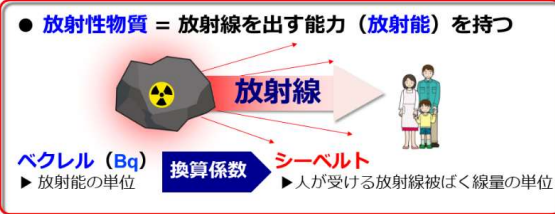
講師 水産庁 増殖推進部 研究指導課

## ① 放射線についての基礎知識

### 放射性物質について

放射性物質とは、放射線を出す能力（放射能）を持つ物質のことです。放射性物質には、自然由来のものと人工由来のものがありますが、同じ種類の放射性物質であれば、性質に違いはありません。つまり、人口由来であるから危険だというような考えは間違いといえます。

放射性物質に対する単位として、「ベクレル (Bq)」や「シーベルト (Sv)」があります。食品等に含まれる放射性物質の量をベクレルで表し、人体が受ける放射線の影響（被ばく量）は、シーベルトで表します。同じ量 (Bq) の放射線物質であっても、その種類が異なると、被ばく量 (Sv) も異なります。



### 食品の基準値について

私たちは、日常生活においてある程度の放射線を受けており、日本人1人が1年間に受ける平均被ばく線量は、合計5.97mSvとされています。

- 自然放射線由来：2.1mSv
- 人口放射線由来：3.87mSv

食品の国際規格を定めるコーデックス委員会では、食品より追加的に受ける被ばく線量の上限を年間 1 mSv以内と定めており、日本やEU等でその考えが採用されています。

飲料水の基準値は、世界保健機関 (WHO) の指標に沿って、10Bq/kgに設定されています。2Lの水を365日飲むとして計算すると、飲料水由来の染料は年間約0.1mSvとなります。よって、食品の線量の上限值は、飲料水の上限の約0.1mSvを差し引いた約0.9mSvとなります。

被ばく量と放射性物質濃度の関係式は以下のとおりです。

$$12 \quad \text{線量 (mSv)} = \text{放射性物質濃度 (Bq/Kg)} \times \text{摂取量 (kg)} \times \text{実効線量係数*}$$

飲料水を除く食品の線量の上限值 (約0.9mSv) を超えないよう、以下を前提として放射性物質濃度の限度値を算出し、基準値を設定しています。

- 実効線量係数は、対象としたすべての放射性物質の影響を考慮
- 食品全体の50%を国産品とし、国産品のすべてが放射性物質を含むと仮定
- 体内への留まりやすさ、年齢・性別による摂取品目・量の違いを考慮して各年代ごとに計算

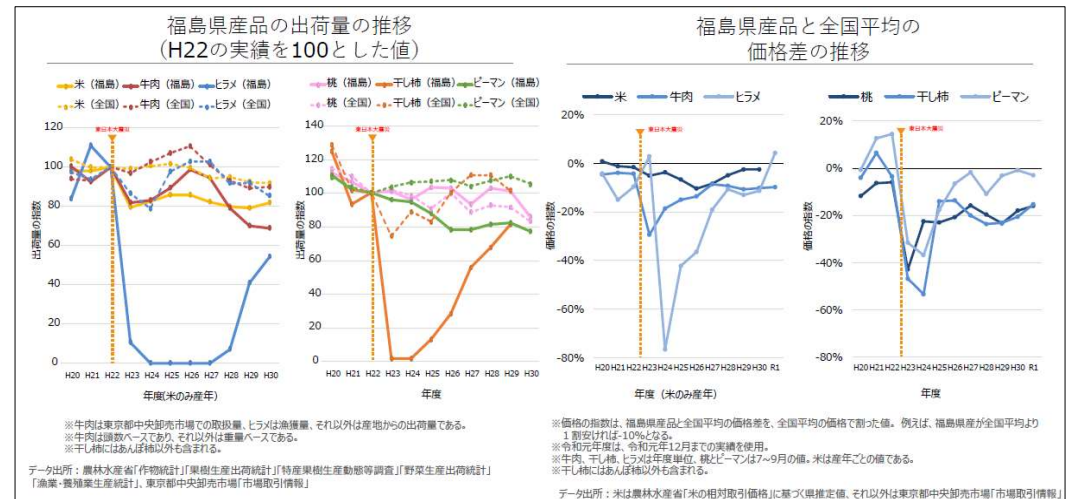
最も線量の影響を受けやすい世代・性別 (13~18歳・男性) において、上記の条件を踏まえ、限度値を120Bq/kgと算出し、これをさらに安全側に切り下げ、基準値を100Bq/kgに設定しています。

すなわち、食品の基準値 (100 Bq/kg) は、放射性セシウム以外の放射性物質の影響も含め、すべての世代の計算結果を考慮して設定されています。

## ② 風評被害対策について

### 「福島県産農産物等流通実態調査」について

水産庁では、福島県産水産物の販売不振等の実態と要因を明らかにし、今後の施策検討に資することを目的として、福島県産農産物等実態調査を実施しています。



また、福島県産農産物等流通実態調査の結果に基づき、卸売業者・仲卸業者・小売業者等へ下記のとおり指導、助言等が行われています。

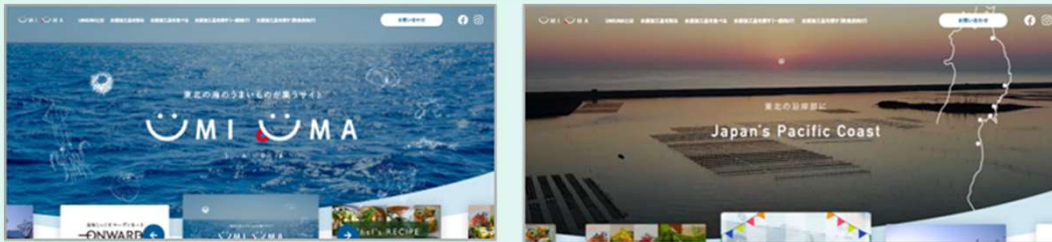
「様々な機会を捉えて納入先に福島県産品の取扱意向を確認すること」、「話題になりやすいよう、産地等から提供される福島県産品に関する新しい情報や特徴的な商品を紹介すること」、「福島県産農産物等であることのみをもって取り扱わなかったり、買いたたいたりしないようにすること」、「福島県産農産物等と他県産農産物等とを対等に比較して取扱商品を選択するようにすること」



## (6) 被災地水産物流通利用促進事業 プロモーション事業開催実績

東日本大震災の被災地の水産物・水産加工品の認知拡大・販路拡大等を効果的に図るため、一般消費者や飲食店事業者向けに、ECサイト等での支援を行ったほか、大手寿司チェーン・外食店等でコラボメニューを提供するキャンペーンを展開。また、水産加工品やその土地の観光を紹介する記事や動画等による、多言語対応のwebプロモーション等により、複合的な情報発信を行いました。

東日本大震災の被災地における三陸・常磐を中心とした東北エリアの水産加工品情報を集約した本プロモーションの特設WEBサイトを開設。特設WEBサイトは青森、岩手、宮城、福島、茨城、千葉の三陸・常磐エリアの豊かな水産資源によって育まれた水産加工品を「知る」「食べる」「探す」ための情報を発信しました。



▲ トップページ

日本の情報を発信する情報サイト「MATCHA」とのタイアップにより、実際に水産加工品が製造されている現場の様子などを特集した“うみうまの旅”は特に好評で、記事や動画を多言語（英語・繁体字・簡体字・タイ語・日本語）で作成したこともあり、3月末までに全世界で70万PVを達成することができました。



▲ 多言語対応で世界中の方にPRすることができた  
特集TOPページ：<https://matcha-jp.com/jp/umiума>

飲食店事業者向け（BtoB）ECサイトとして、「魚ポチ」とコラボした独自販売ページを作成。被災県産水産物・水産加工品の販売支援及び利用促進を図りました。



▲ 掲載商品の一部



2021年02月26日  
【三陸・常磐の水産加工品特集】ランチ商材ランキング  
産地, 飲食店メニュー  
今回は「三陸・常磐の水産加工品特集」の中で、コロナ禍に特に気になるランチ商材やテイクアウト・デリバリー商材のおすすめ品をランキング形式でご紹介します... [...]

2021年03月08日  
【三陸・常磐の水産加工品特集】商品満足度ランキング  
産地, 飲食店メニュー, その他  
今回は「三陸・常磐の水産加工品特集」の商品のうち、実際にご利用いただいている飲食店向けアンケートの中で商品満足度の高かった上位5商品をご紹介します。商品満足度... [...]

▲ 飲食店への販売促進に寄与する記事も配信も実施



一般消費者向け（BtoC）のECサイトとしては、「オンワードマルシェ」、「フィッシャーマンジャパン」とコラボし、それぞれ独自販売ページを作成し、被災県産水産物・水産加工品の販売支援及び利用促進を図りました。



▲ 掲載商品の一部

株式会社カップ・クリエイト様が展開するかっぱ寿司にてタイアップフェアを実施。フェアにおいては、被災地5社の商品が採用され、オリジナルメニューとして全国の店舗にて販売しました。



UMI MA × 三陸 東北 うまいもん 3/21(日)まで

<p><b>天然 炙り穴子</b> 二貫 180円(税込198円) ※原料由来の臭などが残る場合がございます。</p>	<p><b>炙り穴子</b> 二貫 100円(税込110円)</p>	<p><b>むらさきいか</b> 二貫 (店内価格) 100円(税込110円)</p>
<p><b>めかぶの海鮮薬膳</b> 二貫 (店内価格) 100円(税込110円) ※めかぶのみ三陸産となります。</p>	<p><b>お刺身わかめ</b> 二貫 (店内価格) 100円(税込110円)</p>	<p><b>サクサク白身魚フリット&amp;ポテト</b> 二貫 (店内価格) 200円(税込220円) ※サクサク白身魚フリットのみ宮城県産となります。 ※画像はイメージです。</p>

UMI MA × 三陸 東北 うまいもん

食べれば、笑顔がこぼれ、活力がわいてくる。海の幸は人を幸せにする「あなご」と、味わいを引き出すのは職人の手仕事だ。今回は東北の「うみ」の「うまいもの」を使用し、期間限定商品としての届けます。

UMI MA × 三陸 東北 うまいもん

<p><b>天然 炙り穴子</b> 二貫 180円(税込198円)</p>	<p><b>むらさきいか</b> 二貫 100円(税込110円)</p>	<p><b>めかぶの海鮮薬膳</b> 二貫 (店内価格) 100円(税込110円)</p>	<p><b>サクサク白身魚フリット&amp;ポテト</b> 二貫 (店内価格) 200円(税込220円)</p>
<p><b>お刺身わかめ</b> 二貫 (店内価格) 100円(税込110円)</p>	<p><b>めかぶの海鮮薬膳</b> 二貫 (店内価格) 100円(税込110円)</p>	<p><b>お刺身わかめ</b> 二貫 (店内価格) 100円(税込110円)</p>	<p><b>サクサク白身魚フリット&amp;ポテト</b> 二貫 (店内価格) 200円(税込220円)</p>

▲ 商品PR



東京都内のレストラン（和・洋・中華・タイ）の計6店舗、および近畿地区のレストランチェーン（KICHIRI）でのコラボフェアを実施した。フェアにおいては、選定事業者の商品について、各店舗のオリジナルメニューを開発され、販売を行いました。



▲ 中国飯店 紫玉蘭



▲ イル キオットーネ 丸の内店



▲ 恵比寿笹岡 新丸ビル



▲ サイアムヘリテイジ東京



▲ 提供商品の一部

東京・千葉・神奈川にて、キッチンカーとのコラボフェアを実施した。フェアにおいては、選定事業者の商品について、オリジナルメニューを20品開発し、販売を行いました。



▲ 葛西臨海公園「Ff」



▲ 柏の葉



▲ 東雲キャナルコート



▲ 布施

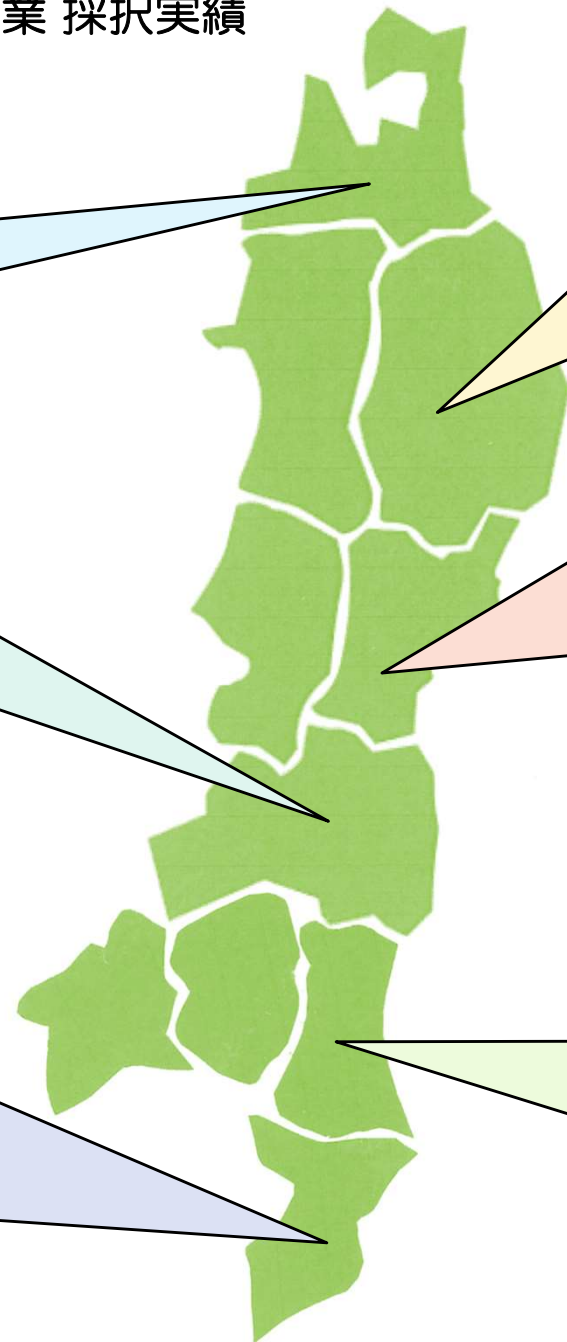


▲ 提供商品の一部

## 2. 水産加工業等販路回復取組支援事業

### 水産加工業等販路回復取組支援事業 採択実績

令和2年度 採択件数：33件



#### 青森県（2件）

有限会社フロンティア食品  
ぜんぎょれん八戸食品株式会社

#### 福島県（4件）

有限会社いちい水産  
有限会社おのづか食品  
株式会社貴千  
福島県漁業協同組合連合会

#### 千葉県（8件）

株式会社兆星  
株式会社イリヤマサ加瀬商店  
株式会社大一奈村魚問屋  
株式会社マルエイ坂本  
千葉県漁業協同組合連合会  
有限会社カネヨン水産  
有限会社大福商店  
有限会社スズ市水産

#### 岩手県（6件）

有限会社竹下水産  
株式会社川秀  
株式会社津田商店  
株式会社井戸商店  
及川冷蔵株式会社  
有限会社タイコウ

#### 宮城県（8件）

株式会社かわむら  
気仙沼ほてい株式会社  
福寿水産株式会社  
株式会社及川商店  
株式会社布施商店  
太協物産株式会社  
ぜんぎょれん食品株式会社  
水野水産株式会社

#### 茨城県（5件）

高橋水産株式会社  
ダイカツ水産株式会社  
小沼水産株式会社  
株式会社かねぎょう  
株式会社高木商店



## (2) 令和2年度水産加工業等販路回復取組支援事業 第1次採択事業者一覧(33件)

所在地		事業者	取組概要
青森県	八戸市	有限会社 フロンティア食品	生産体制の効率化を図るため、小分け包装工程において設備を導入し、作業の機械化を行うことで生産効率の向上へ繋げ、機械化により余剰時間を他の加工工程に生かして、会社全体の生産量を増やし、売上拡大を図る。
		ぜんぎょれん八戸食品 株式会社	労働力不足を補うため、印刷する賞味期限の設定と印刷内容の検品作業について、機器導入により自動化する。これによって、省人化が可能となり、全体の生産能力の増強が可能となるため、売上回復に繋げる。
岩手県	下閉伊郡 岩泉町	有限会社竹下水産	低価格魚種や深海魚を活用するため、機器を導入し、試作商品の大量生産体制の構築を行う。また、品質保証に対する要望が年々厳しくなっている事を踏まえ、検出精度の高い金属探知機付ウェイトチェッカーを導入し、販売先の信頼度を高め、売上の回復に努める。
	下閉伊郡 山田町	株式会社川秀	販売先の要望に合う出荷体制をとるため、袋入れ作業、充填作業を機械化する。また、オーダーに合わせて少ロットでも、また大口発注でも生産のラインを速やかに立ち上げ、迅速な納品が可能な生産出荷体制を構築し、売上の回復に繋げる。
	釜石市	株式会社津田商店	お客様の要望に対応するため、商品への一括表示を行うための機器の導入、製造量の増加や省人化・省力化のための各種機器の導入を行い、作業効率向上に寄与させる。さらに、学校関係者に対して、当社や製品、取り組みを理解していただき、震災以前の販路を回復させるとともに、新規販路を創出することによって売上回復に努める。
		株式会社井戸商店	製品の衛生レベルの向上を図るため、簡単に分解・清掃できるサニタリー仕様の機器を導入し、供給が求められている生菌数をおさえた商品の製造を可能とする。加えて、需要のあるキット商品向けの少量パックのシール作業の機械化を行うことで、注文に対応できる体制強化を行い、売上回復を図る。
	大船渡市	及川冷蔵株式会社	量販店、生協では人手不足でバックヤードに人員を割けないことから、納品された商品をそのまま店頭で並べられる商品の納品及び納品前の重量確認の要望を実現するため、ラップ包装機、ウェイトチェッカーの導入を行うことで、量販店・生協等の売上を伸ばし、売上回復に努める。
		有限会社タイコウ	缶詰の対応、商品アイテムのバリエーション増を求められている要望に対応するため、機器を導入し、これまで製造してきた牡蠣加工製品などの量産化を行い、売上回復に努める。

所在地		事業者	取組概要
宮城県	気仙沼市	株式会社かわむら	わかめ製品の増産体制を構築するため、機器を導入し、取引先の要望に応えることで売上拡大を図る。また、徹底した異物除去への取組みと設備投資を通して同業他社との差別化を行い、優位性を保ち、販路拡大に繋げる。
		気仙沼ほてい株式会社	需要増加が予想される常温保存食、簡便即食対応食製造のため、機器の導入を行い、生産能力を現状対比2倍程度まで向上させるとともに、生産部門の更なる省人化と作業効率を向上させ、注文に対応できる体制を強化し、売上回復に努める。
		福寿水産株式会社	加工の手間を大幅に省くためコンベアを導入し、原料の歩留りアップや作業効率アップ、及び新商品開発によるマーケットの拡大も図るとともに、積極的に商談を行うことで売上の回復に繋げる。
	本吉郡 南三陸町	株式会社及川商店	需要の高い無添加・簡便・即食で、将来性のある商品の開発を行うとともに、展示会に積極的に参加しながら、商品のブラッシュアップを行う。また、復旧の遅れから未整備であるネットを活用した情報発信やネット販売、催事イベントなど直販ルートの構築を行い、売上の回復を図る。
	石巻市	株式会社布施商店	他社と差別化した高付加価値商品の製造後の保管のため、最新の「特殊冷凍機」を導入し、高品質のまま保管した新商品を新たな取引先へ展開することで、売上回復に努める。
		太協物産株式会社	自社では製造できなかった養殖銀ザケ等の稚魚用初期飼料等を製造し顧客へ販売するため、小口径の稚魚用初期飼料から大口径の成魚用飼料までを自社製品で一貫して供給販売して販路の拡充を図り、売上回復に努める。
	塩竈市	ぜんぎょれん食品株式会社	工場稼働率の向上と利益の確保を図るため、従来は外注していた鮭の定塩加工について、機器を導入し自社加工とし、また、従来は手動作業としていた真空包装作業を機械化することで省人化を図り、売上回復に努める。
		水野水産株式会社	毎年出荷量が増加している「いかたこ坊主」や「玉ねぎ坊主」などの揚げ蒲鉾製品の製造量の増加及び安定化させるため、省力化成型機を導入し、要望や注文増に対応する。また、その他商品の製造における省人化及び新商品開発も視野に入れ、売上回復に努める。
	福島県	いわき市	有限会社いちい水産



所在地		事業者	取組概要
福島県	いわき市	有限会社おのづか食品	これまで対応出来なかった「焼き」、「蒸し焼き」等の主要取引先からの加工要望を実現するため、機器を導入し、省力化、効率化、商品開発力の向上を行う。また、自社ホームページを開設し、情報発信するなど営業ツールとして最大限活用する。これらハードとソフトの両面から取り組み、売上回復を図る。
		株式会社貴千	冷凍チルド商品を継続的に加工販売する体制を構築するため、3Dフリーザーと冷凍貯蔵機器を導入する。また、既存商品・新商品の宣伝のため、積極的に既存取引先、新規取引先に対し営業活動を行い、売上の回復を図る。
		福島県漁業協同組合連合会	増産体制のネックとなっている具材のカット及び成形の作業について、機器を導入し、製造工程の効率化を図ることで、処理速度を上げて鮮度保持に努め、魚のおいしさをそのまま届けられる増産体制の構築を行い、販路回復に繋げる。
茨城県	ひたちなか市	高橋水産株式会社	労働力不足を軽減させるため、省人化機器を導入し、高規格切り身製品の増産体制を構築し、需要に対応できる体制づくりを行うとともに、高次加工製品製造の要望に応えるため、機器を導入し製造を行い、学校給食を中心に拡販し、売上回復を図る。
	大洗町 東茨城郡	ダイカツ水産株式会社	ミールキットなど要望のある商品製造を円滑に進めるため、製造のネックとなっているラベル貼りについて、現在の手貼りから機器を導入し、生産効率を向上させ売上回復を図る。
	かすみがうら市	小沼水産株式会社	アウトパックや真空包装形態での殺菌済み製品の需要に対応出来ない状態から脱却するため、既存取引先、新規ターゲット先の需要にマッチした真空包装品を省力化して加熱殺菌から乾燥まで出来る体制を整え、新規格品、新商品の開発、販売により販路回復に努める。
	神栖市	株式会社かねきう	受注先である輸出相手国や国内取引先等が求める高品質な加工原料や鮮魚等を生産するために、課題の人員不足を解消したロボットアームによる自動箱積みラインを導入し、受注しきれない海外等からの受注に対応できる体制を整え、販路回復を図る。
		株式会社高木商店	加工原料の1日あたりの買い付け数量を増加させるため、機器の導入を行う。缶詰製造・冷凍製品製造に必要な原料確保を十分に行うことで、各部門の売上拡大に繋げ、会社全体の売上回復を図る。

所在地	事業者	取組概要
千葉県 銚子市	株式会社兆星	受注しきれていない顧客の対応を可能にするため、レトルト殺菌機を導入し、常温保存できる煮魚製品等の生産量の向上を図り、同時にレンジ対応品などの新規商品開発を行い、販路回復を図る。
	株式会社 イリヤマサ加瀬商店	人手不足により十分な製造が出来ない状況を解消するため、人海戦術で行っている魚の選別を機械化して処理スピードをあげ、現状より買付数量を伸ばし、新たに冷凍加工品を製造する。新たに生産された冷凍品を国内の加工業者や海外の事業者等に販売していくことで、売上の回復を図る。
	株式会社大一奈村魚問屋	人数不足による生産数の制限で販売の機会を逃していた機会に対応するため、省人化機器を導入し、注文どおり生産出来なかったダンボール製品の注文に対応できる体制を整え、販路回復・拡大を図る。
	株式会社マルエイ坂本	今後販売チャンスを逃さないため、機器を導入し前浜の買付量、加工製品の増加、及び製造加工品の品質の向上を図るとともに、保管能力の向上を図り、潜在顧客からのあらゆる受注に対応できる体制を整え、販路回復を図る。
	千葉県漁業協同組合連合会	加熱加工品、レトルト加工品など要望の強い加工度を高めた製品の製造を行うため、機器を導入し、新商品の生産を可能にする。また、貝類等の製造の増産のため、機器を導入する。加えて、省人化機器を導入することで生産力を向上させ、同時に販売強化を行うことで売上回復を図る。
九十九里町 山武郡	有限会社カネヨン水産	これまで主体であったイワシ商品以外の商品を製造し、新たな販路からの注文に対応するため、さばのみりん干し、しめ鯖等の新商品を開発・生産できる機器を導入し、取引先への注文に応え、販路回復に取組む。
安房郡 鋸南町	有限会社大福商店	顧客ニーズに対応した運搬体制を構築するために、省力化・効率化及び温度管理が可能な冷凍ウイング車とライニング槽を導入する。また、自社運行を可能にすることで、冷凍加工原料・水産加工製品・水産氷等の配送ができなかった顧客への配送が可能となるなど、新たな販路の拡大に繋げ、売上回復を図る。
南房総市	有限会社スズ市水産	美味しいフライ等の製造を行うため、効率の良いバターミキサーを導入し、品質を安定させるとともに、凍結までの時間短縮と庫内温度の安定化を図り、品質のよい商品等の量産体制を構築し、売上回復を図る。

※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。

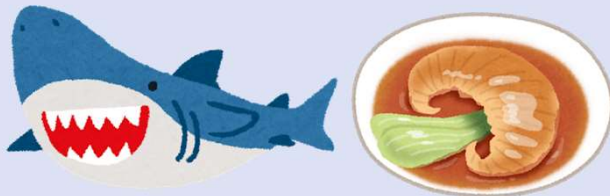
## (3) 令和2年度水産加工業等販路回復取組支援事業 取組事例

### ① 未利用部位の製品化による付加価値向上【福寿水産株式会社】

#### 課題点

・ふかひれを主としたサメの加工製造を行い、問屋や商社を通じてホテルやレストラン、食品メーカー等へ販売を行っている。

・震災以前の水準に売上を回復するためには、従来の販売先に加え、新規市場への売り込みが不可欠であるが、それらに向けた商品ラインナップが不十分である。



#### 改善に向けてのポイント

・これまで加工せずにほとんどをミール処理していた部位を利用できるようにすることで、歩留まりを上げながら新商品の開発につなげる。

#### 取組概要

機械導入により、未利用部位を使った新商品の開発を行うことで販路開拓を目指す

#### 取組による成果

・これまでは、ひれ切り作業を行う環境が整っていなかったため、作業がしにくく、時間と労力がかかってしまうことから、一部のひれ（腹、尻、第二背ひれ）は加工されず、ミール処理にまわることが多かった。

・この工程にフラットコンベア、傾斜コンベアを導入したことで、従業員の負担軽減につながり、作業効率が上がった。

・もともと1人1時間当たりの処理量は約20kgであったものが、導入後は約36kgと、生産効率も従来比180%となった。歩留まりは約1%向上し、販売力も強化された。



▲ 機器の導入により有効利用が可能になった「ひれ」



## ② 省人化および生産の効率化による販路開拓【株式会社津田商店】

### 課題点

- ・三陸産のサバやサンマを使った缶詰や冷凍食品等の製造を行っている。
- ・震災後は新工場を備えたのち業務の効率化を図るため、ソフト・ハードの両面から生産効率の向上をはじめとした業務改善に取り組んでいるが、放射能事故による風評被害や人手不足など、被災地特有の慢性的な課題が残っており、未だ震災前の売上まで回復できていない。



### 改善に向けてのポイント

- ・人員を割いている工程を機械化し、作業効率を向上させる。
- ・自社の製品や取組を理解していただき新規販路創出を目指す。

### 取組概要

機械導入による省人化および増産体制の構築を図りながら、新規販路開拓を行い、売上回復を目指す。

### 取組による成果

- ・これまで一括表示は事前に資材に印刷されていたものを使っていたが、サーマルプリンターおよび深絞り包装機を導入したことで、お客様の要望した内容を一括表示に柔軟に組み込むことができるようになったほか、作業の効率化により、製造数量の増加にもつながった。



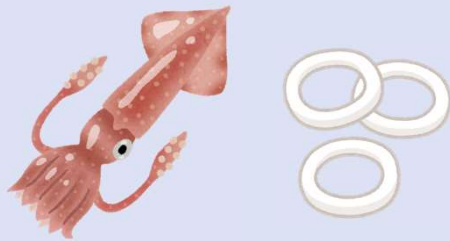
▲ 深絞り包装機

- ・冷凍食品の製造において、これまで手作業で行われ人員が必要となっていた工程に、深絞り充填機、画像検査機、深絞りコンベアを導入し、全部で10人必要だった人員を3人にまで削減することができた。
- ・缶詰製品の製造においては、6号缶用のロータリーフィラーを整備し、多様な缶詰の需要に対応可能となったほか、必要人員も4人から1人へ削減した。
- ・新規販路開拓のため、学校給食会や缶詰メーカーを訪問。自社の取組について説明し、三陸産の水産加工品に対して残る不安感を払拭しながら、商品をPRすることで売上回復を図った。

### ③ 生食需要への対応および少量パック対応による販路拡大【株式会社井戸商店】

#### 課題点

- ・業務用のイカカット素材等一次加工品を中心に製造し、学校給食・事業所給食・外食等に販売している。
- ・販売先からは、生菌数をおさえた商品など品質に訴求した製品の供給が求められているが、既存の設備では対応できない。
- ・ミールキット向けに、1食に必要な分ずつ包装された商品の需要があるが、製造体制が整っていない。



#### 改善に向けてのポイント

- ・掃除のしやすいの機器を導入することで、製品の衛生レベルの向上を図る。
- ・少量パックの包装工程を機械化することで、効率化を図る。

#### 取組概要

機器導入により生食用の製品製造を可能にすることで差別化を図る。  
少量パックの包装に対応することで販路開拓を目指す。

#### 取組による成果

- ・生食需要に対応するため、簡単に分解・清掃できるサニタリー仕様の筋入れ機を導入。その結果、自社として初の生食用製品の納品につなげることができた。これまでは、加熱用の商品の取り扱いのみであったが、生食用製品も製造が可能になったことで、販路が拡大した。
- ・これまで時間がかかっていた小袋の圧着シール工程にシーラーを導入。その結果、作業に係る時間が約半分になり、その後の金属探知機の工程への接続もスムーズになったことで、作業効率が大幅に向上した。
- ・少量パック製品の増産体制がとれたことで、需要の多いミールキット向けの営業活動を強化できた。



▲ サニタリー仕様の筋入れ機



▲ 連続の作業に対応したシーラー



## ④ 最新凍結技術を使った新商品開発による売上回復【株式会社布施商店】

### 課題点

・三陸産を中心とした鮮度の良いマダラをラウンド、フィレ、切身、加工品等様々な形態で製造販売を行っており、その質の良さには定評がある。

・しかしながら震災後は取引先が大きく減少。新規の販売先獲得を目指し商談を重ねる中で「冷凍品」の需要が多いことが分かってきた。

・冷凍品に力を入れていきたいが、他社との差別化を図るためには品質を落とさずに凍結する必要があるが、設備が整っていない。



### 改善に向けてのポイント

・冷凍商材は数多く出回っているので、類似商品と差別化できるよう凍結方法にこだわることで、品質面で訴求できるような商品作りを行う。

### 取組概要

鮮度にこだわった冷凍品を新たに製造することで、販路開拓を目指す。

### 取組による成果

・高い湿度の中、様々な角度から冷風を当てることで細胞を壊さず素早く冷却し、高鮮度を保ったまま凍結することができる3Dフリーザーを導入した。

・この機器を使って、自社初のB to C向け商材となる「タラ白子鍋セット」を開発。地元百貨店のお歳暮ギフトとして採用された。そのほか、ヒラメの切身、下処理済みキンメダイ、フライ用タラの切身など、3Dフリーザーを活用した製品で販路を広げることができた。

・ラベルプリンターの導入により、これまで他社に依頼して作っていたものが自社でできるようになったほか、1日あたり60分の作業時間を削減できたことで、その時間を他の作業が充てられるようになり、会社全体の生産性も向上した。



▲ 3Dフリーザー



▲ 3Dフリーザーを活用して作ったタラフライ

## ⑤ 多彩な調理方法を可能にすることによる需要拡大【有限会社おのづか食品】

### 課題点

- 地元のホテル旅館をメインに業務用惣菜の製造を行っている。
- 展示会や商談会に積極的に参加し、卸問屋、介護施設向けフードサービス等の販路先は増えてはいるものの、取引先から求められる加工内容や量に対して、既存の設備や労働力では対応できずにいた。



### 改善に向けてのポイント

- 取引先からの要望が多くある「焼き」、「蒸し焼き」等の加工を実現することで、売上回復を狙う。

### 取組概要

機器導入により加工調理の幅を広げることで新規需要を掘り起こす。

### 取組による成果

- スチームコンベクションオーブンを導入したことで、これまでできなかった「焼き」「蒸し焼き」の調理が可能になった。
- 既存の蒸し器とダブル稼働することにより、製造能力が従来の1.7倍となり、増産体制を整えることができた。また、新メニュー開発も行い、介護向け商品の新規取引を始めることができた。
- また、自社ホームページを作成し、販売先からも高い評価を得られた。今後はこのホームページを通じて情報発信を行い、PR活動にも力を入れていく。



▲ スチームコンベクションオーブン



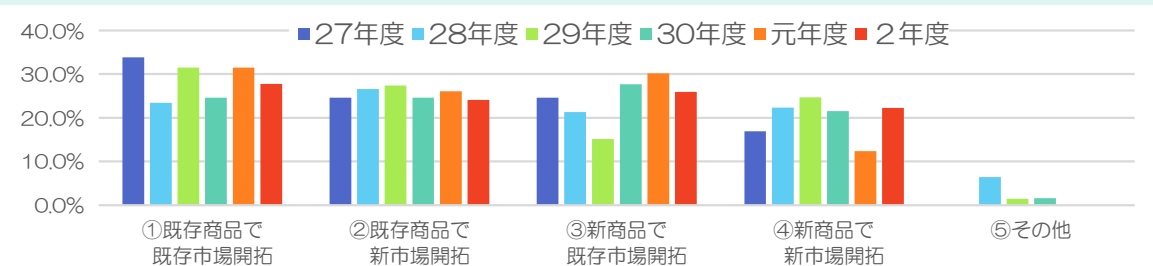
▲ ホームページ

## (4) 販路回復の取組方法について

令和2年度に採択された33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昨年度に引き続き「①既存商品で既存市場開拓」で、次点は「③新商品で既存市場開拓」となった。これまでの推移をみても既存市場への開発に力を入れている企業が多いことが分かる。

### 販路回復の取組方法について

販路回復の方法	27年度	28年度	29年度	30年度	元年度	2年度
①既存商品で既存市場開拓	33.8%	23.4%	31.5%	24.6%	31.5%	28%
②既存商品で新市場開拓	24.6%	26.6%	27.4%	24.6%	26.0%	24%
③新商品で既存市場開拓	24.6%	21.3%	15.1%	27.7%	30.1%	26%
④新商品で新市場開拓	16.9%	22.3%	24.7%	21.5%	12.3%	22%
⑤その他	0.0%	6.4%	1.4%	1.5%	0.0%	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

令和2年度支援事業の助成対象費目の中で一番高かったのは、「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41.3%と前年より大幅にポイントを伸ばしトップとなっている。次いで昨年度までずっと一位だった「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」昨年対比2.3ポイント減ではあるものの、26.1%と高い比率を占めている。また、「⑧商談旅費、展示会出展経費等」などを含むソフト的費目(⑥～⑨)はかなり減少している。

### 助成対象費目について

助成対象費目	27年度	28年度	29年度	30年度	元年度	2年度	対前年差
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	17.9%	16.9%	19.0%	19.2%	20.6%	23.9%	3.3%
②販路の回復・新規創出のために必要な機器、資材等	23.8%	20.0%	23.1%	20.5%	18.6%	41.3%	22.7%
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	21.4%	28.5%	31.4%	33.3%	28.4%	26.1%	-2.3%
④冷蔵庫保管経費及び倉庫等保管経費	3.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
⑤原料調達に必要な運送経費	1.2%	0.0%	0.0%	0.0%	1.0%	0.0%	-1.0%
⑥マーケティング調査経費	2.4%	3.1%	0.8%	1.3%	2.9%	0.0%	-2.9%
⑦コンサルティング経費	6.0%	9.2%	5.8%	5.1%	6.9%	0.0%	-6.9%
⑧商談旅費、展示会出展経費等	15.5%	16.2%	12.4%	14.1%	12.7%	8.7%	-4.0%
⑨新商品開発支援経費	8.3%	6.2%	7.4%	6.4%	8.8%	0.0%	-8.8%

(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

分析結果を踏まえ、令和2年度の支援事業の傾向を見ると、「新製品および既存商品を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引き続き多く、新商品や増産体制を整えるための機器整備をすることで、コロナ禍で積極的な展示会参加や商談が難しい中でも販路回復に努める姿が読み取れる。



### Ⅲ. 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