

【復興水産加工業等販路回復促進事業】

【平成31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)平成30年度支援事業採択事業者一覧 第1次採択事業者(21件) 第2次採択事業者(18件) 第3次採択事業者(5件) 第4次採択事業者(2件)	・・・17~24
(1)復興水産販路回復アドバイザーによる指導実績	・・・2	(3)平成30年度支援事業取組事例	・・・25~29
(2)復興水産販路回復アドバイザーによる活動事例	・・・3	(4)販路回復の取組方法について	・・・30
(3)セミナー開催実績 ・セミナー実施実績(平成30年度4月~12月)	・・・4~5	III. お問い合わせ先	・・・31
(4)東北復興水産加工品展示商談会2018 ・レポート	・・・6~8		
(5)情報共有化事業実績	・・・9		
(6)被災地水産物流通利用促進事業 講習会・セミナー実績	・・・10~17		

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

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水産加工・流通の第一線の現場で活躍する者を復興水産販路回復アドバイザーとして任命し、被災事業者からの指導申し込みに応えるだけでなく、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。

(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30年4月～平成31年3月末までの実績 (合計169社、311件)

青森県 (14社)

有限会社マルイチ水産八戸	五戸水産株式会社
ぜんぎょれん八戸食品株式会社	株式会社マルヌシ
武輪水産株式会社	株式会社ヤマヨ
株式会社中村漁業部	株式会社八戸フーズ
株式会社味の加久の屋	株式会社ディメール
有限会社静岡屋	株式会社ヤイチ
有限会社マルタマ横道商店	三富産業株式会社

福島県 (22社)

株式会社マルリフーズ	株式会社馬目商店
株式会社丸市	株式会社サンエイ海苔
丸源水産食品	カネセン水産有限会社
有限会社おのづか食品	合資会社カネキ商店
株式会社貴千	株式会社あじ庵
鮮魚海裕丸	三陸水産有限会社
いわきオリーブ株式会社	福島県漁業協同組合連合会
有限会社マルデンタ	小名浜水産加工業協同組合
丸中製氷冷凍株式会社	有限会社上野台豊商店
株式会社丸仁水産	株式会社丸上
東北水産加工業協同組合	有限会社カネキウ鈴木商店

茨城県 (10社)

ダイカツ水産株式会社	株式会社かねぎう
大黒屋水産食品株式会社	小沼水産株式会社
有限会社マルイチ仙台屋商店	株式会社島田商店
久慈浜丸小漁業協同組合	株式会社才賀商店
株式会社ぎょれん鹿島食品センター	株式会社カネト



岩手県 (46社)

有限会社コマツ商店	株式会社三笑	有限会社中村家
有限会社コタニ	TRIS食品有限会社	濱幸水産株式会社・幸栄漁業株式会社
古須賀商店	株式会社國洋	岩手県産株式会社
及川冷蔵株式会社	株式会社あんしん生活	三陸海の匠 磯香
元正栄 北日本水産株式会社	陸前高田地域振興株式会社	弥五兵衛屋 伊藤商店
有限会社広洋水産	有限会社タイコウ	株式会社おがよし
株式会社武蔵野フーズ	広田湾漁業協同組合	有限会社かくりき商店
株式会社川秀	丸友しまか有限会社	小豆嶋漁業株式会社
田老町漁業協同組合	ちよ丸水産	有限会社丸徳
有限会社小が理商店	山根商店	有限会社竹下水産
有限会社大井漁業部	有限会社早野商店	有限会社まるき水産
重茂漁業協同組合	株式会社村木水産	株式会社丸一水産
有限会社木村商店	東和水産株式会社	株式会社山田の牡蠣くん
共和水産株式会社	大船渡工場	株式会社津田商店
有限会社宮古マルエイ	千丈ヶ滝養殖場	
	株式会社ひろの屋	
	鎌田水産株式会社	
	大船渡市漁業協同組合	

宮城県 (77社)

瀧口商店	株式会社齊吉商店	丸直栄漁丸
株式会社ささま	気仙沼水産加工業協同組合	株式会社高橋徳治商店
株式会社武田の笹かまぼこ	にほん海洋牧場株式会社	株式会社ムラタ
株式会社カネシン	有限会社ヤマユ佐勇水産	山徳平塚水産株式会社
合同会社顔晴れ塩竈	株式会社ミナト水産	いちまる水産有限会社
株式会社海祥	株式会社カネダイ	株式会社鈴栄
塩釜水産加工業協同組合	合同会社ハッピーオーシャン	かき渡波
株式会社ヤマトミ	株式会社宮商	熊栄産業株式会社
株式会社モリヤ	株式会社ヤマサコウショウ	株式会社海心
有限会社丸虎商店	株式会社カネシゲ高嶋商店	株式会社かわむら
カネヒデ吉田商店	マルサン松並商店株式会社	ヤマシチ阿部
丸多喜水産株式会社	気仙沼ほてい株式会社	株式会社丸ほ保原商店
株式会社サンフーズ気仙沼	株式会社海遊	株式会社小島蒲鉾店
株式会社横田屋本店	株式会社東北とらやフーズ	株式会社石渡商店
有限会社山証	有限会社マルセ秋山商店	株式会社木の屋石巻水産美里工場
株式会社エスエフフーズ	株式会社ヤマウチ	株式会社布施商店
ぜんぎょれん食品株式会社	福幸丸	株式会社石巻フーズ
株式会社MCF	株式会社ヤマナカ	株式会社塩釜水産食品
特定非営利活動法人きらら女川	石森水産	マルトヨ食品株式会社
湊水産株式会社	木村水産	五光食品株式会社
東日本フーズ株式会社	有限会社マルキチ阿部商店	株式会社佐々直
株式会社かねせん	株式会社マルキン	理研食品株式会社
富士國物産株式会社	株式会社まるたか水産	株式会社丸壽阿部商店
山田水産株式会社	藤静水産株式会社	株式会社中華高橋水産
有限会社カネイ蒲鉾店	株式会社三陸オーシャン	有限会社マルタ水産
	株式会社三陸コーポレーション	
	南三陸おふくろの味研究会 魚市場キッチン	

(2) 復興水産販路回復アドバイザーの活動事例（連携構築）

被災地には、復興事業の活用等により施設・設備を復旧させ、高度な生産体制を整えたものの、加工原料の高騰や人手不足のために十分に活用できていない企業が存在。その一方で、設備の老朽化により、独自の新商品の開発や事業の継続が困難となる企業も、被災地の内外に多数存在する。

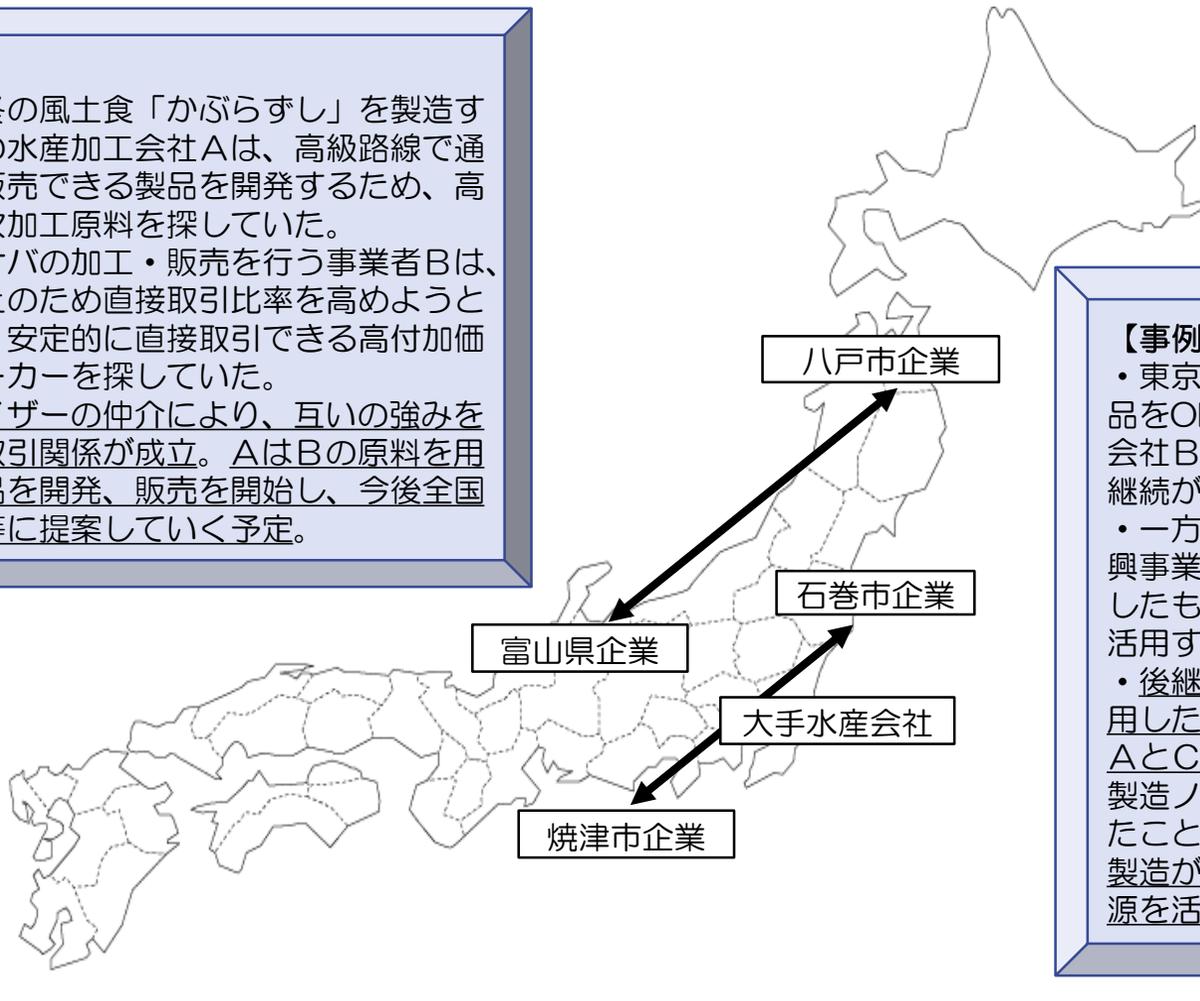
このため、被災地内外の水産加工業者の事情に詳しい復興水産販路回復アドバイザーが、行政や商工会議所とも協力して異なる課題や強みを持つ企業を仲介。水産加工業者が地域を越えて連携し、双方にメリットを生み出す体制を構築した。

【事例1】

- ・北陸の冬の風土食「かぶらずし」を製造する富山県の水産加工会社Aは、高級路線で通年製造・販売できる製品を開発するため、高品質な一次加工原料を探していた。
- ・八戸でサバの加工・販売を行う事業者Bは、利益率向上のため直接取引比率を高めようとしており、安定的に直接取引できる高付加価値商品メーカーを探していた。
- ・アドバイザーの仲介により、互いの強みを活かせる取引関係が成立。AはBの原料を用いて新商品を開発、販売を開始し、今後全国の百貨店等に提案していく予定。

【事例2】

- ・東京の水産会社Aのレトルトパウチ商品をOEM製造していた焼津市の水産加工会社Bは、設備が老朽化し、受託製造の継続が困難な状況になっていた。
- ・一方、石巻市の水産加工会社Cは、復興事業を活用してレトルト殺菌釜を設備したものの原料価格高騰等により十分に活用することができずにいた。
- ・後継者を求めるA・Bと設備を有効活用したいCをアドバイザーが仲介して、AとCの業務委託関係が成立。BがCに製造ノウハウや品質管理をアドバイスしたことで事業移管が円滑に行われ、委託製造が継続されただけでなくCの地域資源を活用した新商品開発にも繋がった。



(3) セミナー開催実績

■ セミナー実施実績

平成30年度は、4月～3月の間に、27回のセミナーを実施した。

開催日	内容	開催場所
5月8日	「商談会における準備・心構え等について」 「小さな資源で大きな付加価値」ビジネスチャンスを広げる3つのキーワード	宮古市
5月10日	「商談会における準備・心構え等について」	水戸市
5月11日	「商談会における準備・心構え等について」	いわき市
5月11日	「展示商談会における商談成約に向けた事前・事後対策について」	八戸市
5月15日	「商談会における準備・心構え等について」 「売れるパッケージデザインとは？」自社商品をよりよく見せる秘訣を分かり易く解説します！	石巻市
5月15日	「商談会における準備・心構え等について」 「売れるパッケージデザインとは？」自社商品をよりよく見せる秘訣を分かり易く解説します！	塩釜市
5月17日	「商談会における準備・心構え等について」 「水産業の現状と課題」～水産加工の未来を考える～	大船渡市
5月18日	「商談会における準備・心構え等について」	気仙沼市
6月12日	「水産加工業者のためのHACCPセミナー」 第1部 HACCPの制度化を始めとする食品衛生法の改正について 第2部これからHACCP取得する方々のための公開質問会	仙台市
6月12日	「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
6月12日	「販路回復に取り組む水産加工業を後方支援」	仙台市
6月13日	「これからの新商品開発・新規販路開拓の在り方」 (平成29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)	仙台市
6月13日	「バイヤーからの視点～米国・アジア市場への販路拡大の秘訣～ (現地における認証のとらえ方) パネルディスカッション」	仙台市

開催日	内容	開催場所
8月24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
8月24日	ブレイク寸前、古くて新しい東北お宝「食材」ホヤの魅力・最新動向と活用法	江東区
8月24日	「水産業のハラルビジネスはメニューの提案」人気店から探るムスリムシーフード人気メニュー	江東区
9月14日	①ストーリーで商品を磨く！～御社の商品のストーリー磨き方について～ ②商品開発のポイントと販路について	いわき市
11月11日	ほやのメニューが楽しめる「ほやを知れる・食べれる無料試食セミナー」開催！	名古屋市
11月15日	①秘めた『可能性』を掘り出しましょう！売り方・売場間違えてませんか！？ ②商品開発のポイントと販路について	石巻市
11月16日	①秘めた『可能性』を掘り出しましょう！売り方・売場間違えてませんか！？ ②商品開発のポイントと販路について	塩釜市
12月4日	①水産業復興に向けた現状と課題や今後の展望について ②三陸地域の水産加工業等振興に向けた取り組みについて ③パネルディスカッション	仙台市
12月17日	八戸の皆様と一緒に「日本の水産業の明日を考える」	八戸市
1月20日	今求められている鮮魚・水産加工品と今後の売り方について	相馬市
1月22日	①ストーリーで商品を磨く！～御社の商品のストーリー磨き方について ②商談会を成約に結び付けるために	大船渡市
2月20日	専門家が繋ぐ水産加工業の未来 ～活動事例及び連携取組事例～	大阪市
2月20日	寿司(和食)から考えるムスリム対応	大阪市
2月21日	東北の海産物「ホヤ」の認知度向上、販路拡大の取組みから考えるマイナー地域産品の売り方	大阪市

セミナー実施例



「商談の為の具体的なノウハウ」について(宮古)

講師：和（なごみ）

代表 島本 一仁 氏

経営戦略策定・中期経営計画策定、財務分析・審査、マーケティング、人事管理制度構築等、多角的な観点から支援を行っている。



ビジネスチャンスを広げる 3つのキーワード

1 本気で探す (原料調達)

自らが行動することが大切！以下の段階についてポイントを開説されました。
 ◇情報収集—県外市場の原料情報収集、鮮魚・食品関連の展示会で情報収集
 ◇ネットワーク構築—情報から県外へ出向き新たな仕入ネットワークを築く、産地のキーマンが誰なのかをさぐり人脈形成を行う
 ◇買付け—現行主原料に集中した取引交渉を行い買付けする、新商品開発に適した原料買付けを行う

2 アイデアを加える (付加価値)

アイデア(商品開発)のコツについて、「既存の商品に他の何かをプラスして魅力や価値を更に高める、又は今まで捨てただけだった部位を活用して新商品に仕上げるなど、アイデアが新たな商品を生み出すキッカケとなります。」とポイントを絞り説明されました。

3 意識を変える (ビジネスモデル)

「売り手には柔軟な考えと対応が求められています。」として、例えば、
 ①御社の商品の入数・量目は販売先のニーズを反映できていますか？
 ②お客様からのリピート率が高まるように日々工夫をしていますか？
 と内容と、「環境の変化に自らが変わる」という意識を持ち続けることの大切さを説明されました。



「伊達な商談会【商談会強化セミナー】
 商談力強化・販路開拓セミナー

平成30年11月16日、塩竈市魚市場中央棟において、「伊達な商談会」に参加する企業の方々を対象に『商談力強化・販路開拓セミナー』が開催されました。

講師

仙台商工会議所震災復興販路回復・拡大支援事業
 コーディネータ 前嶋 篤 氏

百貨店等での豊富な経験や幅広いネットワークを有する販路開拓
 コーディネータ。販路に関する様々な悩みに対応している



3つのスタイルがある「伊達な商談会」

伊達な商談会に関する3つのスタイルの展開と分析についてご説明いただきました。

H29年度「販路回復・開拓」事業報告【平成30年3月31日現在】

商談会タイプ	成立	継続	未成立	計	2か月後	成立	継続	未成立	計	H29年度全商談会
①個別商談会 (12回)	27.0%	59.4%	13.6%	96件	27.7%	40.0%	36.3%	49件	83件	H29年度全商談会 ①個別型 ②集約型 ③バスツアー型 967件 (H30.3.31時点) ※塩竈・石巻・いわき・秋田 宮古・気仙沼・大船渡・大館
②集約型商談会 (3回)	13.7%	70.4%	15.9%	38件	22.4%	32.9%	44.7%	62件	91件	
③バスツアー型商談会 (9回)	12.7%	70.7%	16.6%	61件	18.0%	38.5%	43.5%	87件	186件	
				155件				199件	210件	
				483件				483件	483件	
				16.0%				20.4%		

大切なのは自社の状況を伝えること

「東北復興水産加工品展示商談会」について未成立の理由を分析してお話していただきました。バイヤーさんからの提案に対応できない場合は、「ここまでできるが、それ以上はできかねる」といった自社の状況をきちんと伝えることが大切であるとご説明いただきました。

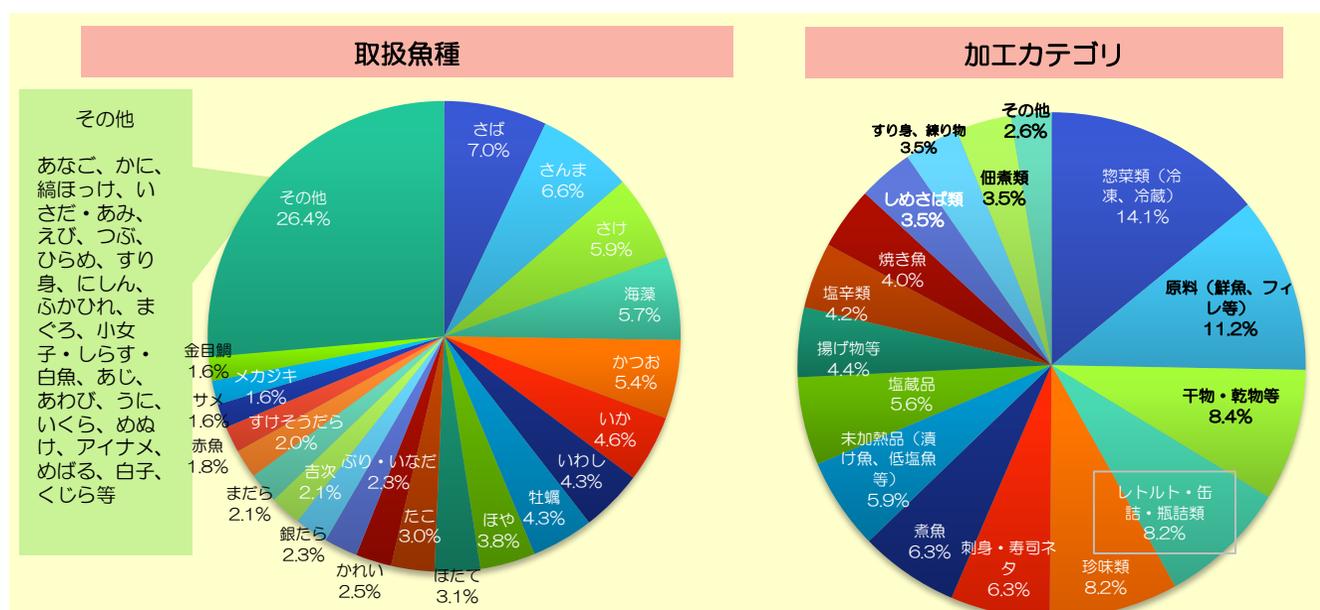
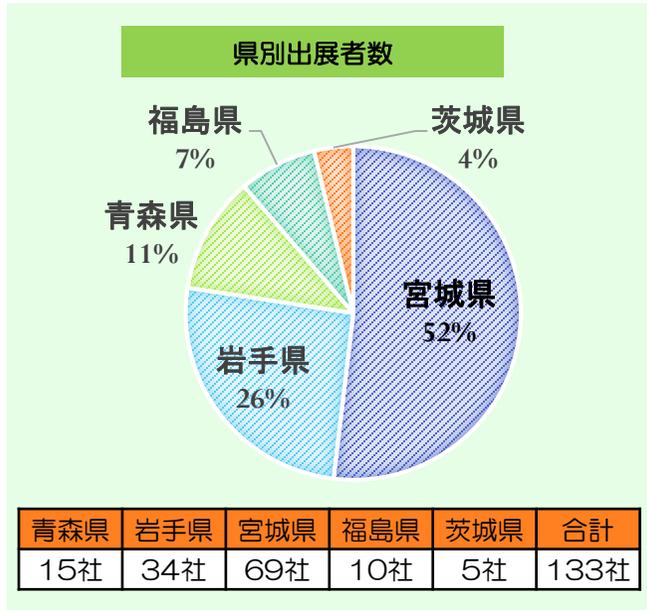


必要なデータを提供することが成約率向上へつながる

「東北復興水産加工品展示商談会」における各商工会議所別の成約率は、八戸商工会議所が28%と驚異的な数字になっている理由を伺い、バイヤーさんとの組み合わせが発表後に、商工会議所さんがサプライヤーさんからバイヤーさんへのアプローチを開始している事例についてご説明いただきました。

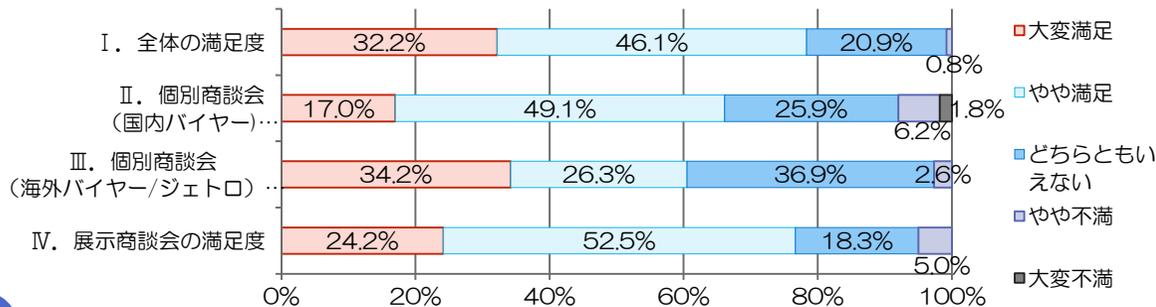
出展者データ

出展企業は全133社であり、開催地である宮城県からの出展が69社と最も多かった。また、出展企業の取扱魚種は44種類でサバが43社と最も多かった。加工の種類は16種類で、加工カテゴリについては総菜類が60社と、4年連続で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78.3%であり、その他の項目でも6割を超える値を記録し、高い評価を得た。



良かった点

- 思っていたより来客が多く、インパクトがあった。
- 事務局の対応が良く、スムーズな展示商談会ができた
- 多くのバイヤーから様々な意見をもらったので、大変参考になった。

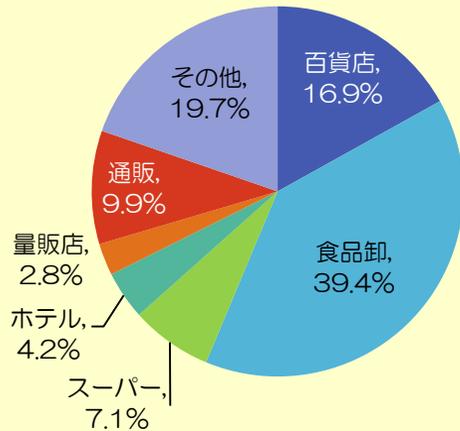
改善点

- 集客を見込めるイベントなども開催出来るように検討して欲しい。
- スーパー、量販店のバイヤーをもう少し増やして欲しい。
- 来年は西日本エリアのバイヤーをより多く招聘して欲しい。

個別商談会実績

個別商談件数は、前年より99件増の582件となった。2次判定の結果を見ると、当日に成立した商談は98件であり、昨年と比較すると23件増。全体の商談成立率は1.3ポイント増加した。業種別で見ると、バイヤー側の参加企業数は全体で増加している中、スーパーは4件の減となった。成立率では百貨店が5.5ポイント減少したものの、全体では1.3ポイント増加し、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、各種専門店、飲食店(外食産業)、弁当(給食)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	2次判定				成立率 ポイント差
			成立	継続	未成立	成立率	
百貨店	10 (9)	98 (84)	11 (14)	35 (25)	52 (45)	11.2 (16.7)	▲5.5
食品卸	31 (24)	257 (218)	47 (37)	108 (88)	102 (93)	18.3 (17.0)	1.3
スーパー	5 (9)	36 (69)	9 (11)	10 (17)	17 (41)	25.0 (15.9)	9.0
ホテル	3 (0)	28 (0)	1 (0)	17 (0)	10 (0)	3.6 (0)	3.6
量販店	1 (0)	8 (0)	2 (0)	1 (0)	5 (0)	25.0 (0)	25.0
通販	7 (3)	71 (18)	11 (1)	30 (6)	30 (11)	15.5 (5.6)	9.9
その他	14 (12)	84 (94)	17 (12)	31 (38)	36 (44)	20.2 (12.8)	7.4
計	71 (57)	582 (483)	98 (75)	232 (174)	252 (234)	16.8 (15.5)	1.3

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**11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
2	4	4	1	0	11



(5) 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見ても見ることができるようホームページを運営している。

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。

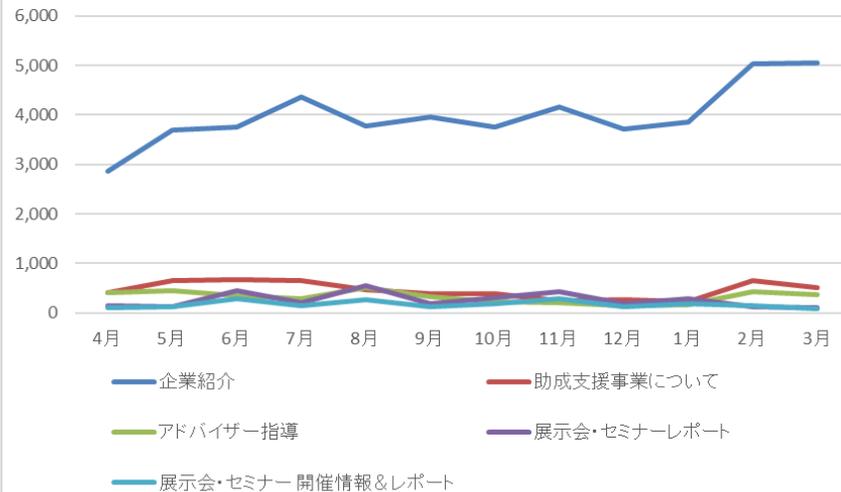
スマートフォン対応のサイトの閲覧比率は約30%であり、スマートフォンの活用も多いことが分かる。

今後は、スマートフォンでの情報提供も強化していきたい。

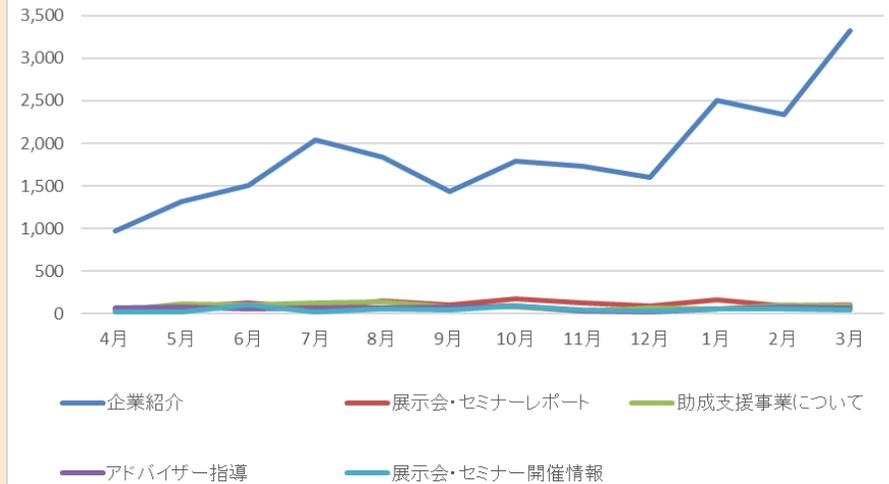
コンテンツ別アクセス数ランキング
(平成31年1月～3月)

順位	コンテンツ	訪問者数	閲覧回数
1	企業紹介	14,242	22,103
2	助成支援事業について	1,094	1,641
3	アドバイザー指導	768	1,163
4	展示会・セミナーレポート	695	878
5	展示会・セミナー開催情報&レポート	294	528

閲覧回数推移(H30年4月～H31年3月)PC版



閲覧回数推移(H30年4月～H31年3月)スマホ版



(6) 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）実績 復興水産加工業販路回復促進センター

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商談会を、消費地にて開催しました。

大阪府大阪市

〈大阪市中央卸売市場本場〉

開催日：平成30年9月6-7日

参加者数：水産加工業者 33社

（青森 6社、岩手 15社、宮城 9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、関西地域の消費・販売の動向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、現地市場の卸売業者、仲卸業者等に対し、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

- ・初めての大阪で自分たちの商品が評価を受けたと感じており、商品のあり方など大変勉強になった。
- ・商談だけでなく、今後の商品開発に生かせる貴重な意見をたくさん得ることができた。



大阪府大阪市

〈大阪木津地方卸売市場〉

開催日：平成30年10月26-27日

来場者数：水産バイヤー等 76名

参加者数：水産加工業者 12社

（青森 1社、岩手 5社、宮城 5社、福島 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

- ・具体的な内容で判り易く頭に入りました。最近では放射能について聞かれる事が少なくなりましたが、問合せがあった際に活用します。
- ・来場業より色々な情報を頂けました。関西圏での取引件数はまだ少ないですが、今後の営業に生かせます。



新潟県新潟市

<新潟中央卸売市場>

開催日 : 平成30年10月2日(火)
 参加人数 : 13社 (青森県 1社、岩手県 4社、宮城県 8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、現地市場の卸売業者、仲卸業者等に対し、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

- ・東北の商材に関心が高かったようで、特に鮭については、丁度良い塩加減と言われたことで、村上の鮭のイメージと違う三陸産のPRができました。
- ・どのような地域性があるのかがあまりわからずに参加させて頂きましたが、イメージとしては、簡便性の商品よりも、物の質や、量などに特化した商材の方が、需要がありそうな地域に感じました。



神奈川県横浜市

<横浜市中心卸売市場>

開催日 : 平成30年10月2日(火)
 参加人数 : 12社 (青森県 3社、岩手県 3社、宮城県 6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、現地市場の卸売業者、仲卸業者等に対し、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

- ・百聞は一見に如かず、百戦錬磨継続していただきたい取り組みです。
- ・日本有数の消費地の商談で普段接点のないお客様と話すことができました



東京都江東区

<地方銀行フードセレクション>

開催日 : 平成30年10月22日(月)~10月24日(水)
 参加人数 : 6社 (青森県 2社、岩手県 1社、宮城県 2社、福島県 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、量販店、小売、百貨店等のバイヤーに対し、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

- ・質の高い商談先が多く、面白そうな話になりそうな箇所がいくつかありました。
- ・出展者相互で商談する機会があり大変有意義な機会でした。
- ・会場の収容能力が高く素晴らしいと感じました。



参加した水産加工業者の声

- ・2回、3回と継続すればより定着してくると思います。
- ・今回は築地移転の影響等もあり、来場されるお客様が極端に少なく、出展した効果は見込めませんが、ただ魅力的なお客様も多い地域なので、是非とも次回は盛会となるよう広告的なものに力を入れていただきたいです。



福岡県福岡市
<中央卸売市場鮮魚市場>

開催日 : 平成31年2月6日(火)~2月7日(木)
 参加人数 : 16社 (青森県3社、岩手県3社、宮城県 10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及び消費地商談会を成功させるため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、量販店、小売、百貨店等のバイヤーに対し、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

- ・東北ならではの商品売り込めば、チャンスがあると感じた。
- ・味の好みも東北と違い脂濃かったり塩以外で調理した味付けが好まれる地域だと感じました。
- ・見積もり等の話が早く手ごたえを感じる事ができました。


大阪府大阪市
<シーフードショー大阪>

開催日 : 平成31年2月19日(火)~2月21日(木)
 参加人数 : 16社 (青森県 2社、岩手県 4社、宮城県 6社、福島県 3社、茨城県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及び消費地商談会を成功させるため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、現地市場の卸売業者、仲卸業者等に対し、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

- ・興味のある無しが非常にはっきりしていて短時間に具体的な商談になり非常に速い印象です。
- ・沖縄・九州・四国からも来場者があり、西の開拓拠点となっている。
- ・塩辛い物は、あまり好まれなかったため塩味は比較的甘目なもので魚種を変えた商品の販売をしたい。



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 水産研究専門官 藤本 賢 氏

1. 平成29年3月末までの調査結果の紹介

- 福島県の海面では、平成23年4-6月期には100Bq/kgを超える割合が57%となっていたが、平成26年4-6月期には1%まで低下、平成27年4月以降、基準値を超えた例はない。(他県でもH26年8月以降越えた例はない)
- 平成29年3月までに、全国で103,729検体のサンプリングを実施。そのうち97.2%が基準値以下。(福島県の基準値以上のものには、事故直後の検査に高いものが含まれている。)



2. 魚種ごとの放射性セシウム濃度の減少傾向

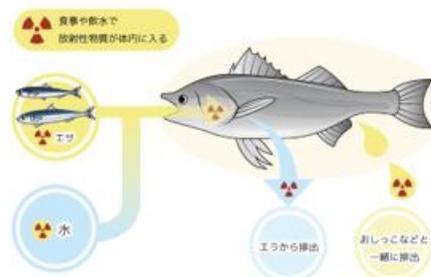
魚種別にも放射性セシウムは減少傾向にある。水産物中の放射性セシウム濃度は着実に低下していることが確認されている。

「魚種別放射性セシウム濃度の変化」

魚種	事故直後の放射性セシウム濃度	2017年調査時(1月発)の放射性セシウム濃度
カツオ	サハ爾と同様に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	サハ爾と同様に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Bq/kg以下(5年間で8千検体調査)

3. 魚の放射性セシウム取り込み経路

- 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るが、現在では海水も餌もセシウム濃度は低下しており、新たに魚が汚染される可能性は低い。
- 海底土の放射性セシウムは魚に移行しにくい。
 - 福島県及び隣接県沿岸の海水・海底土中の放射性セシウム濃度は低下。
 - 海底土中の放射性セシウムは、魚が取り込んで吸収しにくい形態となってきた。



(水産研究・教育機構産研の放射線と魚 Q&A をもとに水産庁が一筆改変)

淡水魚は、体内の塩類を保持しようとする機能が働くことから、**海水魚よりも放射性セシウムを排出しづらい。**

無脊椎動物は、塩類が海水と体の中を自由に行き来している状態なので、**海水中の放射性セシウム濃度が低下すると直ぐに体内の放射性セシウム濃度が低下。**

4. 基準値(100Bq/kg)が意味しているもの

食品の放射性物質の基準値は、「仮に国内で生産された食品のすべてが基準値(一般食品は100Bq/kg、牛乳および乳幼児食品は50Bq/kg)の放射性物質を含んでいて、それを1年間食べ続けても健康への影響がないと見込まれる値」を基に定められている。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。

「放射性セシウム100Bq/kg」で見ているもの(2)

放射性セシウム、またそれ以外の核種による内部被曝量の見積りにあたっては、それぞれの核種からの放射線がもつエネルギー量だけでなく、**体への留まりやすさや年齢や性別による摂取量の違いも考慮されています。**

年齢	性別	基準値 (Bq/kg)
1歳	男女	460
1歳未満	男女	310
1歳未満	女	320
7歳未満	男	190
7歳未満	女	210
13歳未満	男	120
13歳未満	女	150
15歳以上	男	130
15歳以上	女	160
15歳以上	女	100

注)年齢・性別など別に、1mSv/年となる量の放射性セシウム濃度を算出

※一般量を食べる年代(約740kg/年)

最小値 100 Bq/kgに設定

国外の基準は?

国/地域	基準値 (Bq/kg)
アメリカ	1000
EU	1250
韓国	370 ~ 100
中国	800
マレーシア	1000
パルース	3700 ~ 180
Codex	1000

(Ref:厚生労働省中研)

5. 放射線によるリスクを正しく理解するために

【基準値】放射性セシウム 100 Bq/kg (一般食品)が意味するもの

- 内部被曝を **年間1mSv以下**に抑えることが目的。
- 1年間食べ続けても1mSv/年に達しないように設定
- 放射性セシウム以外の核種の影響も考慮している
- 核種の体内への留まりやすさや、年齢や性別による**摂取量の違い**も考慮している

=誤解の例=

100 Bqの魚を1回でも食べると危ない、という基準(基準値)である。基準値はセシウムしか考えていないので、ストロンチウムが心配。子供は放射線の影響を受けやすいので100 Bqは基準が甘いのでは。

まとめ

- 国内の水産物は適切なモニタリング体制が整備されており、市場に流通する水産物の安全性を確保している。
- 現在では、海水の放射性セシウム濃度は着実に低下している。海底土の汚染は直接・間接的に魚へは移行しにくいので、海産物が基準値をこえるような新たな汚染が生じる可能性は極めて低い。
- 食品の放射性物質の基準値は、「仮に国内で生産された食品のすべてが基準値の放射性物質を含んでいて、それを1年間食べ続けても健康への影響がないと見込まれる値」を基に定められている。

被災地水産物流通利用促進事業 現地見学バスツアー開催

震災で失った販路を回復するには、講習会やセミナーを開催するとともに、被災地以外の水産・流通関係者などが被災地等の見学を行うことで、被災地で水揚げ・加工される水産物に対する正しい知識や水産加工業の復興への理解を深めることが重要です。このため、大船渡はじめ3地域で現地見学バスツアーを催行しました。

岩手県大船渡市

開催日：平成30年11月14-15日
参加者数：大阪、名古屋、東京などの水産流通関係者加工業者 21名
開催内容：被災地における復興状況等について理解を深めるため、産地商談会(出展16社)への参加、魚市場やアワビ・カキ等生産施設の見学を実施しました。



「三陸けせんマテナカ商談会」
(大船渡市民文化会館)



ITを導入した最新設備の見学
(大船渡市魚市場)

福島県小名浜市

開催日：平成31年2月5-7日
参加者数：大阪、名古屋、東京などの水産流通関係者加工業者 21名
開催内容：被災地における復興状況、放射能検査等について理解を深めるため、産地商談会(出展9社)への参加、魚市場や冷凍冷蔵施設、水産加工場及び福島第一原子力発電所の見学を実施しました。



福島県の水産等について受講
(小名浜魚市場)



大規模な冷凍冷蔵施設の見学
(JF福島漁連・冷凍冷蔵施設)

福島県相馬市

開催日：平成31年2月26-27日
参加者数：大阪、名古屋、東京などの水産流通関係者加工業者 20名
開催内容：被災地における復興状況、放射能検査等について理解を深めるため、産地商談会(出展8社)への参加、魚市場やアオサノリ生産施設、水産加工場の見学を実施しました。



放射性セシウム濃度検出装置
(磯部加工組合・加工施設)



試験操業水揚の見学
(相馬原釜地方卸売市場)

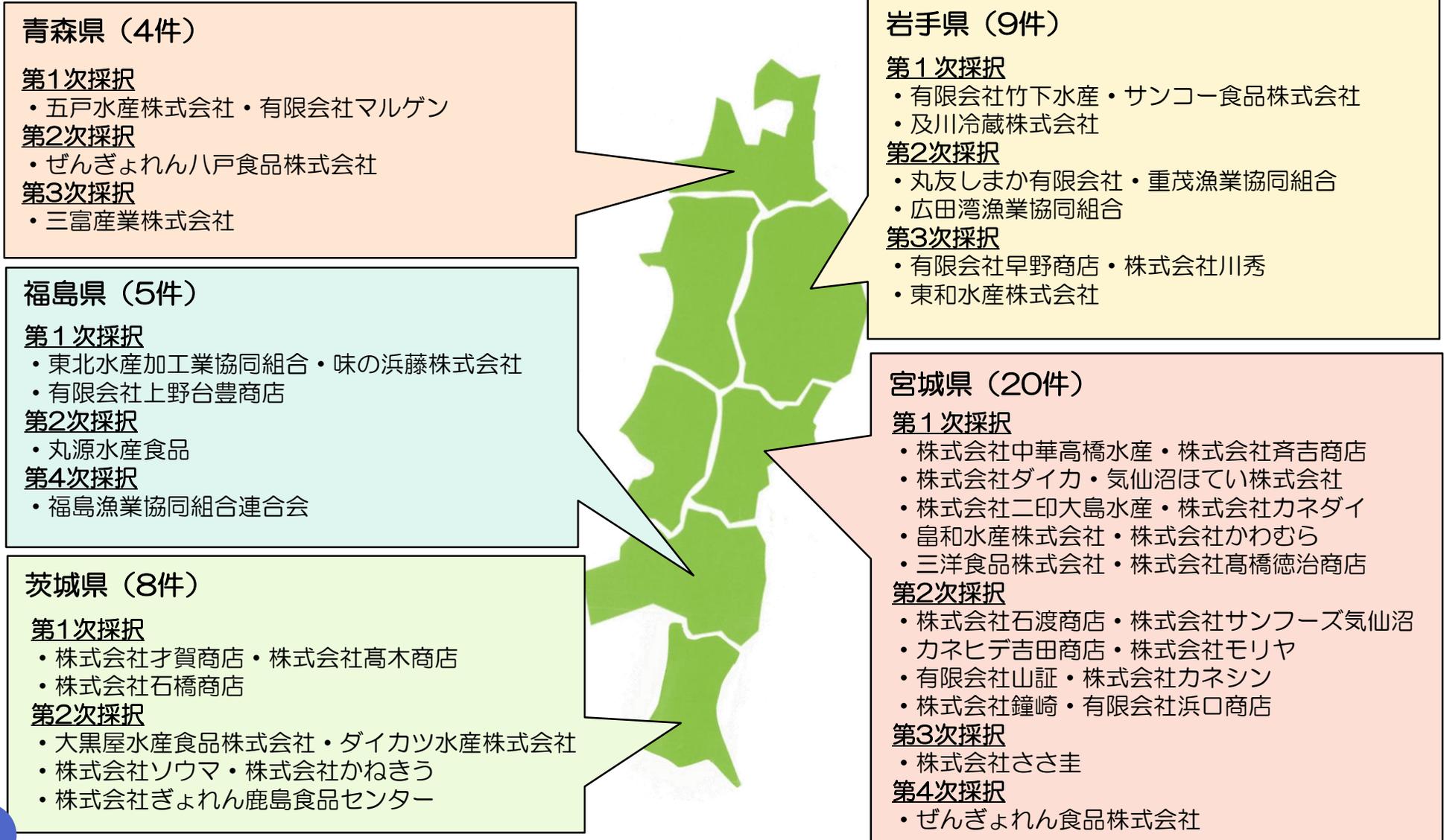
参加した水産バイヤーの声

- ・東北地方ではポピュラーな水産物も、関西では知られていないものがたくさんあることが分かった。
- ・現地の取り組みや生産者の声を聴いて、消費者と近い立場で何ができるか、考えるきっかけになった。

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30年度 第1次採択件数：21件 第2次採択件数：18件 第3次採択件数：5件 第4次採択件数：2件



(2) 平成30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 (21件)

所在地		事業者	取組概要
青森県	八戸市	五戸水産株式会社	地元で水揚される底魚類を対象に、煮物・焼き物・一夜干し等の新商品の開発と小型包装に対応する機器を導入し省力化・効率化に取り組むと共に、アドバイザーと連携して「家庭向けハイブランド商品」のネット通販等拡販を行う。また、商談、展示会、試食会等継続した営業活動を行い、販路の回復を図る。
		有限会社マルゲン水産	タラの内臓（胃袋）を使った新商品を開発したが、下準備を人手で行っていて効率が悪く、顧客ニーズに对应されない状況にある。このため、作業の一部を機械化することで商品の生産アップを図り、顧客ニーズに対応した体制を整えることで販売促進に繋げ、販路回復・拡大を図る。
岩手県	岩泉町	有限会社竹下水産	骨なし製品の開発・販売を行い、納入先から高評価を得ている。このため、骨なしでソフトな多品目新製品の開発を推進し商品化を実現するため、原料魚の効率的処理と製品の生産能力の増強を図り、販路回復を図る。
	大船渡市	サンコー食品株式会社	主力商品であるイカ、サケの加工の効率化機器を導入し増産を図り、コストを下げ競争力を付ける。また、取引先から要望の強い衛生管理を強化し、取引先の信頼を得ることで販路回復に繋げる。
		及川冷蔵株式会社	少量多品種の商品に対応出来る包装機器や常温対応商品開発のための機器を導入するとともに、定期的な営業活動や通販サイトの充実により販路回復を図る。
宮城県	気仙沼市	株式会社中華高橋水産	サメの有効活用を進めており、サメ肉を使った差別化した新商品開発を行い、展示会では評価されたが、供給体制に難があり要望に对应されていないため、省人化設備を導入して効率的な生産体制を整えるとともに、サメの鮮度の自社基準を設けることにより消費を促し、販路の回復を図る。
		株式会社斉吉商店	新商品として開発中の個包装の漬魚とヒラメを使用した海鮮丼、旬の水産物を原材料にした季節ごとの商品提案を行っている。これらの販路として日本橋三越本店から常設出店の要請を受け、この出店に向けブランディングと店舗機器等を導入し、より新しい市場に販路を拡大する。
		株式会社ダイカ	震災で取引業者が減少し売上が回復しきれない。また、労働力不足から一部製品が注文に応じ切れない現状にあるため、差別化商品の製造を目指し包装の差別化のための機器を導入し、対応できなかった注文に対応出来る体制を整え、販路回復を図る。
		気仙沼ほてい株式会社	慢性的な労働力不足から、変化するお客様の要望に対応できていない。また、作業者の高齢化が進み作業精度の低下や労災事故が危惧される。この課題を改善するため、省力機械を導入することで作業人員削減によるコストダウン及び計量作業の軽減を図り、販路回復を目指す。

所在地		事業者	取組概要
宮城県	気仙沼市	株式会社二印大島水産	新たな収益の柱となる安全・安心、高品質な「大島ブランド」の確立を目指す。また、食品表示法への対応、販売先ニーズが強い衛生面の強化、慢性的人手不足に対応する省人化等の機器を導入し、販路回復を図る。
		株式会社カネダイ	加熱ムラが起こらず見た目に彩りがそのまま骨まで柔らかく調理した試作品を開発した。本商品への問い合わせは多く、本格生産できる機器の導入、省人化のため現在は手作業であるパッキング機器の導入を行うとともに、展示会・商談会への積極的参加などにより、販路開拓を図る。
		畠和水産株式会社	サンマ・イワシ・サバ等の加工品の開発・製造・販売を始めたが、思うようには販売できていない。このため、量販店からの要望等を踏まえて前浜で水揚げされ年間を通して需要が見込めるモウカザメ等を原料とした竜田等の製造体制を整え、販路回復を図る。
		株式会社かわむら	人手不足がますます深刻化するなかで、いくらの異物選別作業は人手で処理しており、原魚の中で割合が増えている輸入卵の場合は国産物の1.5～倍の時間を要している。このため、選別時間の削減と省力化を図る機器の導入と作業工程の見直しにより売上回復を目指す。
	石巻市	三洋食品株式会社	今回、セブンイレブンの新商品おにぎりの具材であるサーモンフレークの製造が決定したので、品質の向上と異物除去作業の省人化を進め、量産体制の構築を行い、販路の回復に繋げる。
		株式会社高橋徳治商店	販売回復のため営業により新規販売先としてコンビニより弊社商品の販売を打診されたが、販売先が求めている製品の形状・重量の均一性が人手による製造のため担保できず、さらに製品の量産化には作業の省人化を行う必要がある。このため、おでん具材の投入・包装作業の省人化・効率化と、ハンパンの画一的・均一な生産により、既存販売先の要望に応えた供給体制を整えると共に販路の拡大にも取り組む。
福島県	相馬市	東北水産加工業協同組合	震災で被災した工場の生産ラインを不完全ながら自己復旧したが、震災より7年が経過し安定した品質の製品作りが困難になり、歩留低下、生産能力低下に繋がっている。このため、本事業で刷新した味付装置により生産能力を増やし、震災で生産施設が被災した隣県の同業者・のり生産者からの委託加工の味付のり商品等の販路拡大並びに自社製品の味付のり商品等の売上回復を図る。
	いわき市	味の浜藤株式会社	震災後「レンジ対応商品」の製造を開始したが、焼魚の包装、タレなどの充填作業、商品目付異常時の確認作業、結露のふき取り作業などを全て手作業で行っているため、製造設備の不足、人員確保の難しさから増産が困難である。このため、ニーズの高まっている「レンジ対応焼魚」「レンジ対応煮魚」等の生産性を向上させ、取引先からの要望を参考に商品アイテム数を増やし、商品の提案先の拡大・拡販を目指す。
		有限会社上野台豊商店	弊社は地元の水揚げされる「健康に良い」とされる青魚を使ったレトルト商品の開発を進め、地元の高齢者を中心としたマーケットに販売し、地産地消といわき市民の健康問題解決と地元港の水揚げ増加に寄与していきたい。このため、製造機器を導入しマーケティング調査とコンサルティングからの助言を受け、商品開発・ターゲットの詳細決定などにより、販路回復・拡大に繋げていく。

所在地		事業者	取組概要
茨城県	神栖市	株式会社才賀商店	原発事故の風評により顧客が奪われ売上が完全には回復していない。販路回復のためには、注文に応えることができないアフリカ向けの輸出用や国内向け加工原料用ダンボール製品の製造能力を強化する必要がある。本事業では、ダンボール製品の日産凍結数量を増加させ、今後も注文が多いと見込まれるダンボール製品の増産を行い、販路の回復を目的とする。
		株式会社高木商店	缶詰の生産体制は整っているが、原料魚の水揚・流通環境の変化により、集荷が難しい状況となっている。このため、冷凍機の導入により日産の冷凍生産量を増大して缶詰原料を確保し、注文が増えている缶詰製品の販路を回復させるとともに、缶詰サイズに向かないものは輸出向け、餌料向けに販売し、販路を回復する。
		株式会社石橋商店	震災の影響から売上が戻ってこないため、量販体制の確立を目指し業務改善等を行っているものの、労働力不足で箱物の生産が弱いため、近年アフリカ諸国等の輸出が増えたにも関わらず販売先の要望に応えられていない。このことから、販売先の要望等があり、弊社での生産が弱い箱物の生産を強化するため、梱包ラインの機器導入することにより販路回復・販路拡大を目的とする。

※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。

平成30年度水産加工業等販路回復取組支援事業 第2次採択事業者一覧（18件）

所在地		事業者	取組概要
青森県	八戸市	ぜんぎょれん八戸食品株式会社	震災による労働者流出で労働力不足が年々顕著となり、現状の生産体制ではこれ以上の売上高回復は困難である。このため、特に人手を要する原料段階での選別作業と賞味期限シール貼付け・包装等作業の機械化を行い、省人化を実現し、売上高の回復を達成する。
岩手県	宮古市	丸友しまか有限会社	震災では軽微な被害で済んだが、弊社の主要取引先は自然食宅配会社のため、原発事故により大きな影響を受け、販売金額は震災前のレベルに回復していない。このため、地元で安定的な水揚げが継続している真鱈を使用した新たな商品を製造し、新たな販路を見出すことで売上増に繋げ、他の魚種でも同様なせんべい製造にも取組み、販路の回復を目指す。
		重茂漁業協同組合	わかめ、めかぶ乾燥製品の袋詰機器等を導入し、取引先の需要に応じた取扱量の増加に繋げるとともに、パレット積み補助機を導入し高齢化した従業員の作業軽減を図り、職場環境の改善を図る。さらにウイング車の導入により効率的な搬入・搬出を行うことで取扱量の増加に繋げる。
	陸前高田市	広田湾漁業協同組合	震災で工場・直売所が全壊し、その後生産能力は8割まで回復したが、顧客データの流失等により、販売先が確保できないままであることから売上が回復できていない。また、人員不足から盛漁期は注文に対応できない状況にある。このため、省人化に向けた機器の導入により注文に対応できる体制を整え、販路回復に繋げる。
宮城県	気仙沼市	株式会社石渡商店	震災で販路を失い、新商品開発にも取組んだが売上は回復していない。フカヒレ関連製品のリニューアルを推し進め、安価な製品の充実を図り、売上の回復を目指す。さらには、サメ肉の有効活用として新たに「ペットフード事業」へ参画し、高品質のサメに特化した商品を作り上げ、販路回復に繋げる。
		株式会社サンフーズ気仙沼	震災で工場が全壊し、震災後は営業形態が、100%下請けとなったことから、売上は震災前の5割程度に留まっている。このため、自ら商品を開発し販売する営業形態に戻すことと考え、前浜原料の優位性を活かす粉付けライン等を導入し、連携先企業と新商品開発・新需要開拓を総合的に進め、販路及び売上の回復を図るとともに、積極的に展示会に参加し、販路の新規需要開拓に繋げる。
		カネヒデ吉田商店	震災の影響により販売先の減少から、売上が回復していなく、売上回復するためにサメ類正肉の切身原料需要や他の魚種の新たな受注を受けたいが、設備不足のため対応できていない。このため、必要な機材等を導入し、切り身魚等の原料供給量を増やして売上を伸ばし、販路の回復に努める。

所在地	事業者	取組概要
宮城県	気仙沼市 株式会社モリヤ	震災により弊社工場は全壊、その後補助事業で新工場を整備し、調理済み冷凍食品を中心に製造している。昨年度の本事業で新商品の展開が可能となり、販路が徐々に増えているが、凍結能力不足、選別作業の手間等により、増産体制が整備できていない。このため、機器導入により、増産体制の構築を行うとともに、拡販のための営業を行い、販路回復に繋げる。
	気仙沼市 有限会社山証	東日本大震災により弊社工場は全壊したものの、現在の生産能力は震災前の5割程度まで回復した。震災後は、販路回復のため新商品開発に踏み出したが、日常業務が最優先となるため人員・時間・資金的に余裕がなく、商品化まで至っていない。このため、機器を導入し作業の効率化と省人化を図り、主力商材のめかぶ等を使った商品の安定生産や量産化に対応するとともに、アカモク等を使った新商品の開発・商品化を進め、販路の回復を図る。
	石巻市 株式会社カネシン	震災で工場が全壊し、復旧後、様々な味付の商品開発を行っているが、人手不足により、震災前の売上に達していない。このため、省人化機器を導入し、主力商品の生産数量の増大と、新しい味付け商品の開発を行い、販路を回復して売上の増加に繋げる。
	仙台市 株式会社鐘崎	震災で工場と製造ラインが被災し、旅行客の減少から直営店での売上が減少した。また、人手不足により生産能力不足もあり、売上は震災前まで回復していない。このため、製造工程の自動化を進め量産体制を確保し、省人化した人員をより付加価値の高い商品へ振り分けることにより、売上の回復に繋げる。
	名取市 有限会社浜口商店	原発事故の影響で原料の入手や海外の輸入禁止措置を受け、売上は7割程度の回復である。新たな商品開発として、昨年よりしらす関連商品の製造を手作業で行ってきたが、需要に応えられないため、量産体制を図る機械を導入し、生産量と販売高の増加を行い、売上回復に努める。
福島県	いわき市 丸源水産食品	震災により大規模半壊し施設は復旧したが、避難などで人員確保が難しく、主力製品のひとつである練製品の再開を断念。さらに、休業中に顧客を失ったこともあり震災前の売上高には達していない。このため、地元重点をおいた製造工場直売に力を入れ、機器の導入により、作業効率の向上と顧客満足度の向上を行いながら、売上回復を目指す。
茨城県	北茨城市 大黒屋水産食品株式会社	震災で被災した工場は復旧し、生産能力は震災前まで回復したが、観光客の減少等で売上は落ち込んでいる。そこで、現在の商品及び販売形態を変えたいが、製造は、5名、手作業体制での製造であることから、営業等が行えず新たな市場に展開できていない。このため、包装機器の導入により省人化を図り、余剰人員にて営業等を強化し、新規顧客を獲得し販路拡大を図る。
	東茨城郡 大洗町 ダイカツ水産株式会社	原発事故の風評被害等で売上が大きく減少している。このような中、コンビニからサバ味噌煮のプレゼン要請があり、当社製品は美味しいと評価を得たが、条件として日産1万パックの製造を要求された。この要請に対応するため機器を導入し、販売先の要望に応え、販路回復に繋げる。

所在地		事業者	取組概要
茨城県	神栖市	株式会社ソウマ	東日本大震災で販路の一部を失ったため、28・29年度の本事業で小型魚加工機械や焼魚加工機械を導入し、魚種のアイテムを増やしたが、売上回復にまで至っていない。このため、需要のあるパン粉付け機の導入や乾燥機の増設等により、生産体制を強化し、安定的な供給体制の構築により、販路の回復に努める。
		株式会社かねきう	震災後は、輸出国の衛生基準が格段に上がったこと、風評被害により顧客を失ったことなどから売上は回復していない。さらに、人手不足を解消し生産体制の強化と衛生管理の向上が課題である。そこで、自動箱詰ラインを導入し、生産量の向上と品質の向上を図り、海外等からの受注に対応できる体制を整え、販路回復に繋げる。
		株式会社ぎょれん鹿島食品センター	震災により2ヶ月半操業を停止したが、現在生産能力は8割程度まで回復している。さらに売上回復するためには、少子高齢化に対応した製品製造を行う必要があるが、作業効率は低下、労働力不足で十分な稼働が行えていない。このため、トンネルフリーザーと新型切身機を導入し生産効率の改善を図り、これまでできなかった受注への対応を行うことにより、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。

平成30年度水産加工業等販路回復取組支援事業 第3次採択事業者一覧（5件）

所在地		事業者	取組概要
青森県	八戸市	三富産業株式会社	スルメイカの漁獲量の減少やアニサキスの問題等から冷凍イカの需要が増えており、さらにその冷凍イカを用いたイカソーメンの製造を要望されていることから、盛り付け装置を導入し、完全自動化をすることで、販売先の依頼に応える体制を整え、販路の回復に繋げる。
岩手県	下閉伊郡岩泉町	有限会社早野商店	自社の製造工程の効率化と業務用商品とOEM商品の受注の幅を広げるため、機器を導入し、短時間で安定的に製造ができ、さらに、ニーズが高まっているカップ容器入り商品の開発を行い、ギフトのみならず自家需要商品としての市場にも広げることで、販路回復へ繋げる。
	宮古市	株式会社川秀	消費者ニーズの変化、原料の高騰等から少量個食パックの要望が来ているが、現有機器では要望の数量の生産が対応できないことから、機器等の導入により、現状の労働力でも増産対応する体制を整備し、顧客ニーズに素早く対応することで、販路回復を図る。
	大船渡市	東和水産株式会社	需要の多い海外注文を中心に国内販売にも対応できる体制を整えるため、生産ラインに連動した脱パンラインの導入により、量産体制と高品質製品の出荷体制の強化を図ることにより販路回復を図る。
宮城県	名取市	株式会社ささ圭	地域量販店等での販路開拓を行うことで着実に売上を伸ばしてきたが、包装工程で製造が滞ることにより要望の生産ができないことから、さらなる販路開拓ができない状況にある。この状況を打開するため、機器を導入することで、「量販店」のみならずその他の業界に対しても販路回復・開拓を目指す。

※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。

平成30年度水産加工業等販路回復取組支援事業 第4次採択事業者一覧（2件）

所在地		事業者	取組概要
宮城県	塩釜市	ぜんぎょれん食品株式会社	震災以後、限られた人員で加工事業の生産性向上に取組んできたが、慢性的な人手不足が発生しており、作業の合理化を図る必要が生じている。 今回、販売先から求められている製品を製造するためには、多くの人員が必要であることから、本事業にて機器導入を行い、省人化を図り、販路回復に努める。
福島県	いわき市	福島県漁業協同組合連合会	震災後の労働力不足は現在も続いており、パートタイム労働者の賃金も上昇している中で、募集を行っても必要人員が集まらず、一部商品の出荷に支障がでている状況にある。そのため、機器導入により、生産効率の向上、商品の品質向上及び鮮度保持を高め、対応できなかった注文に対応できる体制を整え、販路回復に繋げる。

※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) 平成30年度支援事業 取組事例

① 作業の効率化による売上回復 【ぜんぎょれん食品株式会社】(宮城県)

課題点

- ・簡便商材の需要の高まりを受け、さばの骨取り加工品を生産しコンビニ等新規の向け先への販路を広げてきた。
- ・メインとして鮭の加工を行っているが、近年水揚げが減少している。そのため、さばの骨取り加工の商品をさらに拡充させ、全体の売上を維持していきたいが、労働力不足のため対応出来ていない。

改善に向けてのポイント

- ・商機のある簡便商材の生産力拡大を行い、取扱量増加を目指す。



取組概要

より精度の高い骨抜き商材を量産することにより売上回復を目指す

取組による成果

- ・作業員の包丁による除去作業では25名を擁していたが、「腹骨除去フィーライン」の導入により、11名まで省人化することが出来た。1時間あたりの一人の生産量も約2.5倍に、また、歩留まりも40%ほどであったものが47%へと大幅に改善した。安定的な製造が可能になったことで、生協等向けへの商談も進んでいる。



腹骨除去フィーライン

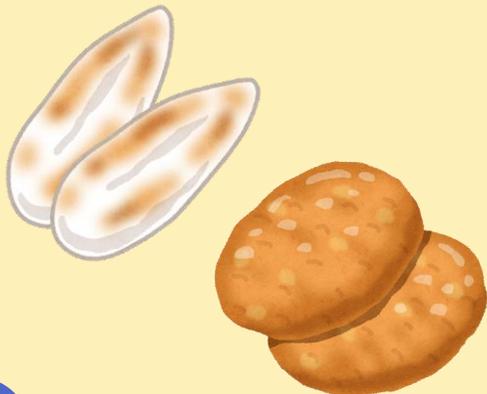
② 省人化による生産の効率化 【株式会社鐘崎】（宮城県）

課題点

・被災後すぐに製造ラインを復旧し、各種商談会や展示会へも積極的に参加を行い、販路回復に努めているが、人手不足による生産能力の低下により、震災前の売上額には回復できていない。

改善に向けてのポイント

・省力化により生産効率をあげ、受注に対応できる量産体制を整える。



取組概要

製造工程の自動化を進め、生産効率をあげる

取組による成果

・個別パック商品を指定して自動にピックアップが出来るバケット詰めロボットラインの導入を行うことで、以前は平均5.1時間/日かかっていた個包装バラ取り作業が、0.5時間/日で済むようになった。このことにより、2名の省人化に成功。

このことにより、これまでは期間限定販売としていた高付加価値商品の製造にこれらの人員を充てる事が出来るようになり、通年販売とすることが可能となった。そのため、販売数も昨年に比べ約25%アップとすることが出来た。



バケット詰めロボットライン



高付加価値商品
（福結び）

③ 工場直売の強化および生産効率向上 【丸源水産食品】（福島県）

課題点

- ・震災により工場が床上浸水・大規模半壊の被害を受けたため、場所を移しての再開となった。試験操業により水揚量および魚種が限定されたことで、休業が長期化し、風評被害等により売上が戻っていない。
- ・もともと行っていた通信販売の顧客が減少する中で、工場に直接買いに来る地元のお客さんが増える傾向にあるが、体制が整っていない。

改善に向けてのポイント

- ・地元の顧客をに目を向け、直売に注力し、売上回復を図る。
- ・省人化を行い、生産効率をあげることで、受注増大に対応出来る人員を確保する。



取組概要

機器の導入により効率化を図り、直売所の環境整備を行うことで売上回復を目指す

取組による成果

- ・地元顧客の満足度を上げるような店づくりを目指し、「冷凍ショーケース」を3台導入。このことで格段に商品選びがしやすくなり、購入意欲が向上した。そのため、今まではお中元・お歳暮などギフト需要がメインであったが、自宅用のついで買いが増え、客単価も1,000円程度プラスとなり、売上増加に繋がった。
- ・製氷作業について、以前は自分たちの手で水の補充・製氷・搬出を行っていたが、「製氷機」の導入により、この作業時間が大幅に短縮され、他の作業にかける時間を増やすことが出来た。



冷凍ショーケース



製氷機

④ 増産体制の強化による売上回復【株式会社ぎょれん鹿島食品センター】(茨城県)

課題点

- ・生産能力としては震災前の8割にまで回復しているが、売上はまだ以前の水準に戻っていない。
- ・客先のニーズが多様化する中、新製品の開発が望まれるが、労働力不足により対応しきれていない。

改善に向けてのポイント

- ・近年需要が増している個包装や少量パック化、量販店の多頻度小ロット化などへの対応を行い、売上回復を図る。



取組概要

機器導入によるアイテム数の増加及び生産量の拡大

取組による成果

- ・量販店のバックヤードも人手不足のため、切身製品等の納品需要が増している。このようなニーズにこたえられるよう「トンネルフリーザー」「マイコン式自動切身機」を導入し、増産できる体制を整えた。その結果、以前に比べ、凍結機能は約1.7倍に、鮭等の切身の生産量は約1.6倍に向上した。このことにより、従来品および新たな規格での安定的な商品供給が可能となり、大口販売先へも積極的な提案が可能となった。



トンネルフリーザー



マイコン式自動切身機

⑤ 新商品の販売、品質向上、レシピ開発 【株式会社齊吉商店】（宮城県）

課題点

- ・新商品開発や自社ブランド商品の販路拡大のため催事販売等を積極的に行ってきたが、震災前の売上には戻っていない。
- ・雇用面でも事業の中核を担う人材を採用すべく募集を行っているが、なかなかうまくいかず、限られた人員の中でやりくりするしかない状況。

改善に向けてのポイント

- ・開発した商品について、より安全で安定した供給が行える体制を整える。
- ・お客さんが商品を実際に食卓に取り入れることをイメージしやすいようにアレンジレシピを開発する。



取組概要

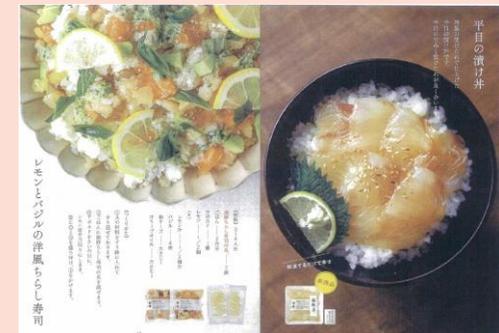
製造の効率化およびプロモーションの強化

取組による成果

- ・「平目の漬け丼」、「鮭の麹漬け」「カニクリームコロッケ」「まぐろのハンバーグ」の4種の新商品の製造を本格始動するにあたり、「ハンドガン」を導入。特に海鮮丼商品の充填では従来の方法に比べ効率が上がった。また、「一括表示印字機」の導入で、印字したラベルの内容の記録管理が可能になり、もともと5人で行っていた出荷作業が3人で出来るようになった。
- ・より衛生的に生産を行うため、「電解水生成機」を導入。これにより、生鮮原材料の臭気が抑えられ、また器具や設備の清掃でも殺菌効果があり、工場全体がより清潔に保たれることとなった。
- ・販売促進ツールとして開発商品を含めたアレンジレシピを専門家と開発し、実際に撮影し冊子としてまとめた「食べ方のお手紙」を制作し、プロモーション販売の現場だけでなく、商談時でも大いに役立ち、新規の顧客獲得に繋げることができた。



電解水生成機



アレンジレシピ

(4) 販路回復の取組方法について

H30年度採択された44社について、販路回復の取組み方法として一番多かったのは「③新商品で既存市場開拓」となった。昨年度に採択された44社において一番多かったのは「①既存商品で既存市場開拓」であったことから、既存市場への開発に力を入れている傾向が読み取れる。

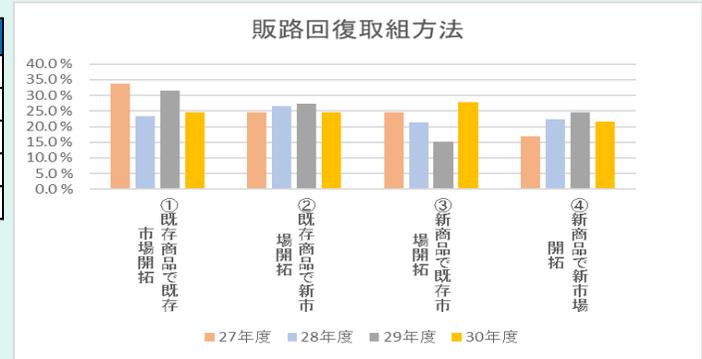
販路回復の取組方法について（推移）

一方で「商品」については、「既存商品による販路回復」（①+②）と「新商品による販路回復」（③+④）が同数となり、前年と比べ、新商品によって販路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	27年度	28年度	29年度	30年度
①既存商品で既存市場開拓	33.8%	23.4%	31.5%	24.6%
②既存商品で新市場開拓	24.6%	26.6%	27.4%	24.6%
③新商品で既存市場開拓	24.6%	21.3%	15.1%	27.7%
④新商品で新市場開拓	16.9%	22.3%	24.7%	21.5%
⑤その他	0.0%	6.4%	1.4%	1.5%

（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



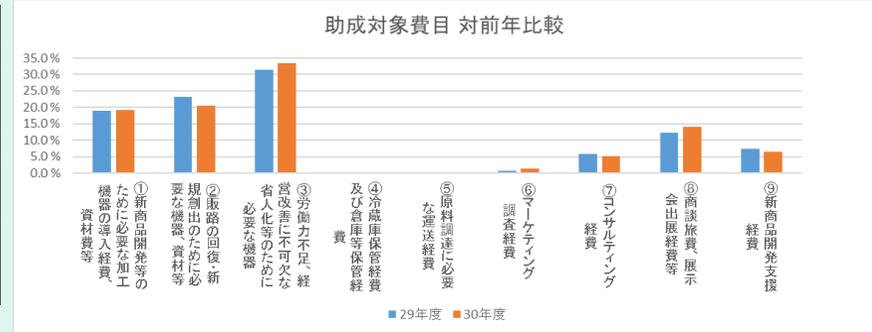
H30年度支援事業の助成対象費目の中で一番高かったのは、「③労働力不足、経営改善に不可欠な省人化等のために必要な機器」で、全体の33.3%と前年より1.9ポイント増加している。また「②販路の回復・新規創出のために必要な機器、資材等」については、前年より2.6ポイント減少しているものの20.5%と高い比率を占めている。また、ソフト的経費である「⑧商談旅費、展示会出展経費等」については、14.1%と前年より1.7%増加しておりソフト的費目(⑥~⑨)の中では、最も高い施策となっている。

助成対象費目について（推移）

助成対象費目	27年度	28年度	29年度	30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%	0.2%
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%	-2.6%
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%	1.9%
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%
⑤原料調達に必要な運送経費	1.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
⑥マーケティング調査経費	2.4%	3.1%	0.8%	1.3%	0.5%
⑦コンサルティング経費	6.0%	9.2%	5.8%	5.1%	-0.7%
⑧商談旅費、展示会出展経費等	15.5%	16.2%	12.4%	14.1%	1.7%
⑨新商品開発支援経費	8.3%	6.2%	7.4%	6.4%	-1.0%

（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対前年割合（件数）



分析結果を踏まえ、H30年度の支援事業の傾向を見ると、「新製品を中心に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、そのために必要とされる「労働力不足、経営改善に不可欠な省人化機器」を導入して対応していることが読み取れる。

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