

【復興水産加工業等販路回復促進事業】

【令和2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】

| | |
|--|---|
| <p>I. 復興水産加工業等販路回復促進事業について . . . 1</p> <p>II. 復興水産加工業販路回復促進センターの活動</p> <p>1. 復興水産加工業等販路回復促進指導事業</p> <p>(1) 復興水産販路回復アドバイザーによる指導実績 . . . 2</p> <p>(2) セミナー開催実績 . . . 3~4 ・セミナー実施実績（平成31年4月～令和2年3月）</p> <p>(3) 東北復興水産加工品展示商談会2019 . . . 5~7 ・レポート</p> <p>(4) 情報共有化事業実績 . . . 8</p> <p>(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 . . . 9~13</p> <p>(6) 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実績 . . . 14</p> | <p>2. 水産加工業等販路回復取組支援事業</p> <p>(1) 水産加工業等販路回復取組支援事業 採択実績 . . . 15</p> <p>(2) 令和元年度支援事業採択事業者一覧 第1次採択事業者（25件） . . . 16~18 第2次採択事業者（23件） . . . 19~21 第3次採択事業者（4件） . . . 22</p> <p>(3) 平成31年度（令和元年度）支援事業 取組事例 . . . 23~27</p> <p>(4) 販路回復の取組方法について . . . 28</p> <p>III. お問い合わせ先 . . . 29</p> |
|--|---|

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

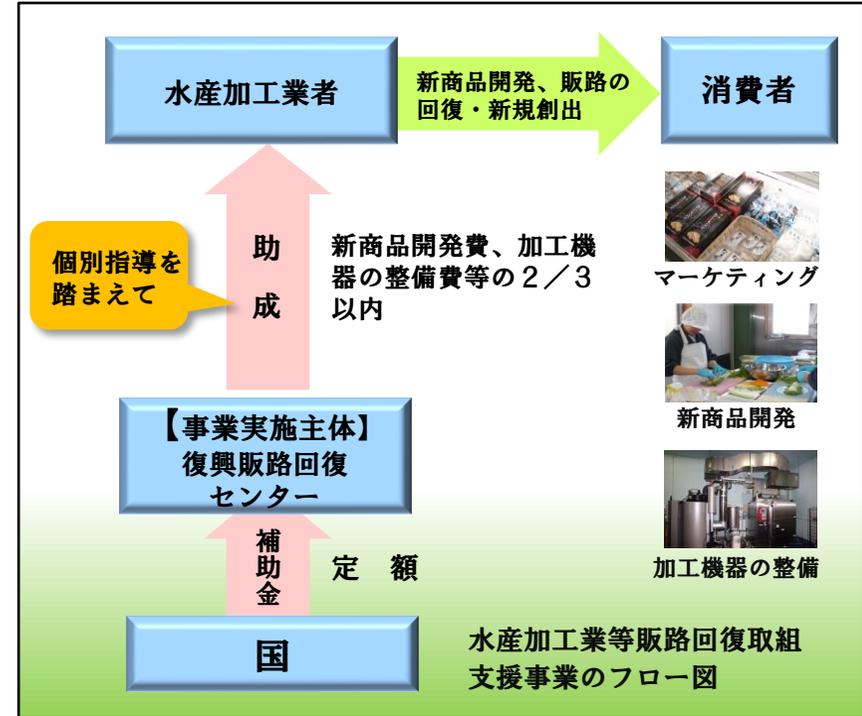
- **支援内容**

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)

※平成31年4月～令和2年3月末までの実績 (合計183社、401件)

青森県 (17社)

| | |
|--|---|
| げんぎょれん八戸食品株式会社 株式会社マルマシ 株式会社中村漁業部 株式会社八光水産 五戸水産株式会社 株式会社味の加久の屋 武輪水産株式会社 株式会社ヤマヨ 有限会社フロンティア食品 | 株式会社ティメール 株式会社八戸フーズ 有限会社静岡屋 株式会社オフィス弁慶 株式会社合食 八戸工場 宝成食品株式会社 株式会社ヤイチ 有限会社マルイチ水産八戸 |
|--|---|

福島県 (22社)

| | |
|---|---|
| 株式会社サンエイ海苔 福島県漁業協同組合連合会 丸又蒲鉾製造有限会社 株式会社丸仁水産 株式会社伴助 有限会社飯塚商店 有限会社おのづか食品 合資会社カネキ商店 株式会社丸上 株式会社貴干 有限会社海宝水産 | 株式会社東心水産 青木食品工業有限会社 有限会社岩下商店 株式会社タンボ木村 中之作水産加工業協同組合 株式会社海神 (わだつみ) 株式会社おのざき(いわき商工会議所) 有限会社いちい水産 株式会社マルリフーズ 株式会社馬目商店 三陸水産有限会社 |
|---|---|

茨城県 (15社)

| | | |
|---|---|--|
| ダイカツ水産株式会社 株式会社ソウマ 高橋水産株式会社 株式会社島田商店 株式会社石橋商店 | 株式会社高木商店 株式会社才賀商店 大喜や 株式会社かねさう 小沼水産株式会社 | 有限会社櫻村水産 株式会社ヤマシ 株式会社飛勤水産 有限会社津久又 株式会社鶴安商店 |
|---|---|--|

千葉県 (21社)

| | |
|---|--|
| 有限会社ぼつか水産 株式会社氷星 株式会社ヤマゴ 有限会社元助商店 株式会社マルカ水産 株式会社いとう商店 丸仙石田商店 株式会社石橋水産 有限会社スズ市水産 有限会社マルカ加藤水産 ポウヨ水産 | 千葉県漁業協同組合連合会 株式会社カネシヨウ大崎 株式会社マルエイ坂本 株式会社イリヤマサ加瀬商店 株式会社大一奈村魚問屋 有限会社大福商店 有限会社カネシメ商店 丸三水産株式会社 有限会社カネヨシ水産 有限会社鈴木安太郎商店 |
|---|--|

岩手県 (41社)

| | |
|---|--|
| 有限会社小が理商店(宮古商工会議所) サンコー食品株式会社 及川冷蔵株式会社 丸友しまか有限会社 株式会社川秀 田老町漁業協同組合(宮古商工会議所) 株式会社あんしん生活 株式会社津田商店 有限会社竹下水産 有限会社広洋水産 元正栄 北日本水産株式会社 有限会社大井漁業部 広田湾漁業協同組合 上鶴ノ浦かき養殖組合(志田久吉) 有限会社本多商店 カフェ・ド・カレーKojika 有限会社まるき水産(山田町商工会) 株式会社ハンザイファクトリー(大船渡商工会議所) 株式会社ゼネラル・オイスター 株式会社井戸商店 重茂漁業協同組合(宮古商工会議所) | 有限会社コマツ商店 フードバック株式会社(宮古商工会議所) 株式会社ひろの屋 弥五兵衛屋 伊藤商店 蛸ノ浦金匠がき部会 野村海産株式会社 有限会社ヤサカ水産 大和田商店 株式会社広栄水産 株式会社磯や海産 有限会社三陸とれたて市場 有限会社コタニ 有限会社宮古マルエイ 岩手アカモク生産協同組合 有限会社タイコウ 古須賀商店 有限会社木村商店 有限会社丸丸徳(宮古商工会議所) 山根商店(宮古商工会議所) 有限会社早野商店 |
|---|--|

宮城県 (67社)

| | | |
|--|---|--|
| げんぎょれん食品株式会社 株式会社塩釜水産食品 株式会社かわむら ミツフーズ株式会社 水月堂物産株式会社 福寿水産株式会社 湊水産株式会社 本田水産株式会社 株式会社木の屋石巻水産 美里工場 山徳平塚水産株式会社 水野水産株式会社 株式会社かねせん 株式会社モリヤ 気仙沼ほてい株式会社 株式会社海幸 有限会社マルキチ阿部商店 蜂屋食品株式会社 富士國物産株式会社 株式会社ささま 株式会社まるたか水産 | 山田水産株式会社 有限会社浜口商店 株式会社育吉商店 株式会社海心 石巻うまいもの株式会社 株式会社布施商店 株式会社飛梅 大弘水産株式会社 株式会社ミヤカン 株式会社ミスノシーフーズ いかの塩平本舗 平塚商店 マルアラ株式会社及川商店 大成水産株式会社 太協物産株式会社 マルヤ水産株式会社 株式会社丸ほ保原商店 株式会社高徳海産 有限会社カネイ蒲鉾店 株式会社三陸オーシャン 未永丸九兵衛商店株式会社 瀧口商店 株式会社鮮冷 株式会社大森 (南気仙沼水産加工事業協同組合) | 気仙沼水産加工業協同組合 にほん海洋牧場株式会社 株式会社MCF 株式会社シーフーズあかま 株式会社ヤマナカ 株式会社宮商 株式会社カネシゲ高嶋商店 株式会社あかふさ食品 株式会社高政 株式会社石巻フーズ 株式会社志田金 株式会社さんりくみらい 熊栄産業株式会社 株式会社反心 株式会社福幸丸 株式会社ヤマトミ 株式会社小山平八商店 有限会社カネイ蒲鉾店 五光食品株式会社 株式会社八葉水産 ヨシエイ加工株式会社 魚市場キッチン 三養水産株式会社 合同会社ハッピーオーシャン |
|--|---|--|

(2) セミナー開催実績

■ セミナー実施実績

令和元年度は、3月までに20回のセミナーが実施された。

| 開催日 | 内容 | 開催場所 |
|-------|--|------|
| 5月20日 | 「Aプレミアムを利用した西日本や海外への流通拡大について」 「復興水産加工業販路回復促進センターの支援メニュー等について」 | 八戸市 |
| 5月28日 | 「商談会における事前準備・心構え等」 「展示会・商談会に出展する際のカン・コツ・ツボ」 | 宮古市 |
| 6月25日 | 「水産政策の改革に関する説明」 | 仙台市 |
| 6月25日 | 「新たな外国人材受入れ制度に関する説明」 | 仙台市 |
| 6月25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25日 | 「ユニバーサルフード対応で世界をおもてなし」 | 仙台市 |
| 6月25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26日 | 「新たなアプローチによる販路開拓の取り組み」 (平成30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26日 | 「バイヤーからの視点～アジア・オセアニ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 |
| 7月22日 | 「知っておきたい食品の表示」 | 大船渡市 |
| 8月21日 | 「復興水産加工業等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取組事例紹介」 | 江東区 |
| 8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」 | 江東区 |
| 8月23日 | 「水産加工品ジャパンハラルビジネスフォーラム2019」 | 江東区 |
| 8月23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 |
| 12月3日 | 「水産加工品販路開拓推進フォーラム」 | 仙台市 |
| 1月16日 | 「東北復興水産加工品展示商談会2020に向けて」 | 八戸市 |
| 2月19日 | オリパラからEXPOへ食のハラルビジネス戦略 | 大阪市 |
| 2月19日 | 専門家が繋ぐ水産加工業の未来 ～新たな事業を考える～ | 大阪市 |
| 2月19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 |
| 2月20日 | 「東北のマイナー産品「ほや」の売り方、広がるファンコミュニティと最新動向」 | 大阪市 |

■ セミナー実施例

「展示会・商談会に出展する際のカン・コツ・ツボ」

復興水産販路回復アドバイザー
高原 英幸氏



パネル作品賞1 島根県松江市デザイン会社 橋ノード様作品



■ 「笑顔」が商品のクオリティを上げる!?

展示会で、必ずやっていただきたいことが2つあります。

まず、名刺交換です。先手必勝という言葉通り、自分たちが売り込みたいのですから、バイヤーより先に名乗ってください。名刺は「人格」です。名刺をいただいたら少し上に上げましょう。そのときに名前と顔を念写するように「1枚の絵」としてすり込む。これがお名前と顔を覚えるコツです。

もう一つは「笑顔になること」です。「楽しいから笑うのではない。笑うから楽しいのだ」ということが、脳の最新研究でわかったということです。例えば、人の顔を見るときに笑顔で相手を見ると、その人が無愛想にしても笑顔に見えるそうです。

笑いは人の感情を向上させる

○漫画を読むとき
あはた / you



→



面白 / interesting

○人の顔を見るとき
あはた / you



→



面白 / pokerface



= 認識 / recognition



= 笑顔 / smile

○有名人の写真を見るとき
あはた / you



→



面白 / interesting



= 認識 / recognition



= 笑顔 / smile

ですから、まずはあなたが笑顔になってください。商売人になることです。「笑顔で右手を左手で包み、下ろす。」これがお迎えの姿勢であり、「あきんど」の姿勢です。

■ 展示会では3秒で理解させることが大事

次のコツは、展示会・商談会でのパネルの装飾は、「読んで3秒でわかる」ようにすること。事例を紹介します。

いま、スモーク製品はとても人気です。なぜかというワインと一緒に楽しむ人が多くなっているからです。例にあげたこのデザインなら、「島根県産のすずきのスモーク」であることが3秒でわかります。同様に、宍道湖のしじみをアピールするパネルですが、味の良さではなく、環境に配慮をしていることを謳っている点が斬新です。

■ 「名刺」は商談を次につなげるツール

展示会・商談会で気をつけたい9つのカン・コツ・ツボをまとめます。

- ① 1ブース=1アイテム=1ターゲットに絞り込む。
多くの出展者が集まる全国規模の商談会では、既存商品の中で売れているものの中から1アイテムを選んでください。「3秒でわかってもらう」ためです。
- ② 事前に見込み客に招待状を送る。
- ③ 試食の大きさ・量は会場内でどこよりも大きくする。
- ④ 自社ブース内での立ち振る舞いに気をつける。
自社ブースでの飲食は絶対に止めてください。特にお昼のお弁当は要注意。ブースでお弁当を食べていると、その程度のレベルの会社だと判断されます。
- ⑤ 代表者や製造責任者が最前線に立って商品の説明をする。
スーツよりも、制服や作業着の方が断然話しかけやすく、専門知識をもっているように感じるものです。
- ⑥ 資料はひとまとめにして渡す。
サンプル商品+綿密な商品提案リスト+業界冊子+レシピ+名刺をファスナー付きのプラスチックバッグに入れて渡す。
- ⑦ 1社に費やす時間を決める。
- ⑧ 海外の販路拡大に備える。
- ⑨ 商談直後にいただいた名刺にA・B・Cを記入する。
A…見積もり依頼があった
B…見積もり依頼はなかったが興味を示した ⇒ サンキューレターを出す
C…興味を示さなかった

いろいろと申し上げましたが、先手必勝の名刺交換と最高の笑顔。この2つができれば、良い結果が得られることは間違いありません。

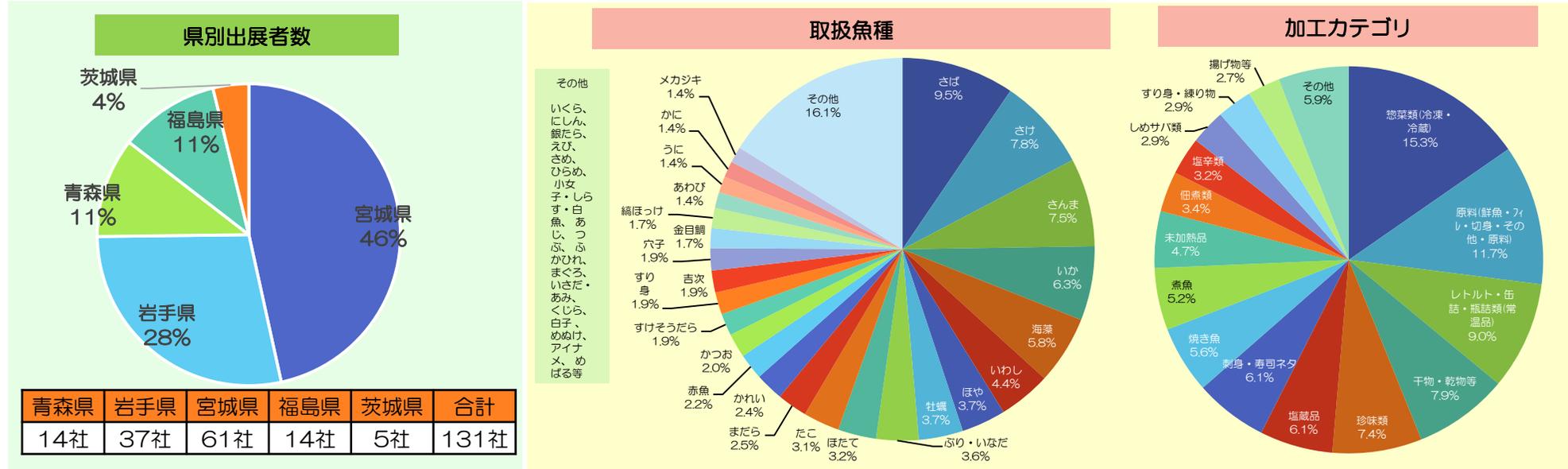
(3) 東北復興水産加工品展示商談会2019

- 期 日 : 令和元年6月25-26日
 場 所 : 仙台国際センター展示棟
 来場者数 : 約5,450名
 出展企業数 : 131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2019を昨年に引き続き開催した。青森、岩手、宮城、福島、茨城の加工業者等によるブース展示、ライブキッチン、セミナー、個別商談会が行われ、復興水産販路回復アドバイザー相談コーナーなどが設けられた。



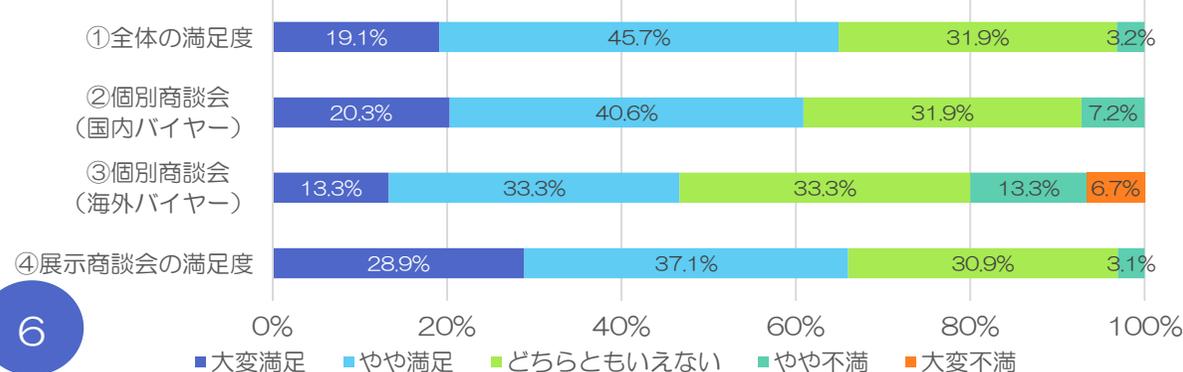
・出展者データ

出展企業は全131社であり、開催地である宮城県からの出展が61社と最も多かった。また、出展企業の取扱魚種は43種類でサバが56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惣菜類が68社と、5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64.8%であり、満足度の高い商談会になったと言える。しかしながら、昨年度と比較して、13.5%減少。その背景には、展示ブースを訪れる来場者（バイヤー）の減少、国内招聘バイヤーの個別商談の商談スケジュールをバイヤー優先にしたなどの要因が考えられることから、今後の検討材料としたいと考えている。



良かった点

- ・ 水産物に特化した展示会の為、バイヤーも目的がハッキリしており商談しやすかった。
- ・ 個別商談の時間が、昨年より長くなったことで商談を密にすることができた。
- ・ 他社の展示の仕方や新商品など勉強になった。情報交換もでき良い刺激を受けた。

改善点

- ・ 初日の午前中に来場者が集中していた。
- ・ 個別商談会に参加されたバイヤーが展示ブースを見て回る時間が少なかったのではないかと。
- ・ 希望していない企業様との商談が多かった。
- ・ 効果的に企画を告知することが出来なかった。

● 個別商談会実績

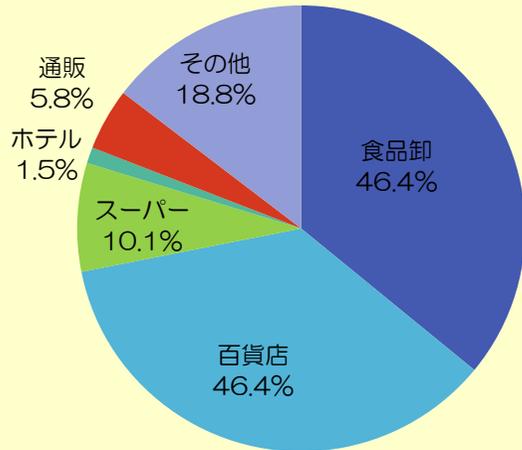
商談数計は、前年度より3件減の579件となった。

2次判定の結果を見ると、成立した商談は105件であり、昨年と比較すると7件増。

業種別でみると、百貨店、食品卸において昨年より成立率は上昇。

スーパーが3.0ポイント、ホテルが3.6ポイント、通販が2.3ポイント減少、今年度は量販店が不参加のため25.0ポイント減少したものの、全体では1.3ポイント増加し、高い商談成立率を維持している。

対応バイヤーの業種について



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 | | | | 対昨年度 成立率 ポイント差 |
|------|---------|-----------|----------|-----------|-----------|-------------|----------------------|
| | | | 成立 | 継続 | 未成立 | 成立率 | |
| 百貨店 | 12 (10) | 108 (98) | 16 (11) | 55 (35) | 37 (52) | 14.8 (11.2) | 3.6 |
| 食品卸 | 32 (31) | 290 (257) | 54 (47) | 122 (108) | 114 (102) | 18.6 (18.3) | 0.3 |
| スーパー | 7 (5) | 59 (36) | 13 (9) | 19 (10) | 27 (17) | 22.0 (25.0) | ▲3.0 |
| ホテル | 1 (3) | 9 (28) | 0 (1) | 0 (17) | 9 (10) | 0.0 (3.6) | ▲3.6 |
| 量販店 | 0 (1) | 0 (8) | 0 (2) | 0 (1) | 0 (5) | 0.0 (25.0) | ▲25.0 |
| 通販 | 4 (7) | 38 (71) | 5 (11) | 11 (30) | 22 (30) | 13.2 (15.5) | ▲2.3 |
| その他 | 13 (14) | 75 (84) | 17 (17) | 19 (31) | 39 (36) | 22.7 (20.2) | 2.5 |
| 計 | 69 (71) | 579 (582) | 105 (98) | 226 (232) | 248 (252) | 18.1 (16.8) | 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**15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 |
|-----|-----|-----|-----|-----|----|
| 5 | 3 | 5 | 1 | 1 | 15 |



(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。

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、取材数も120社を超えた。閲覧回数もトップである。

スマートフォン対応サイトの閲覧比率は約37%であり、開設当初から徐々に増えつつある。

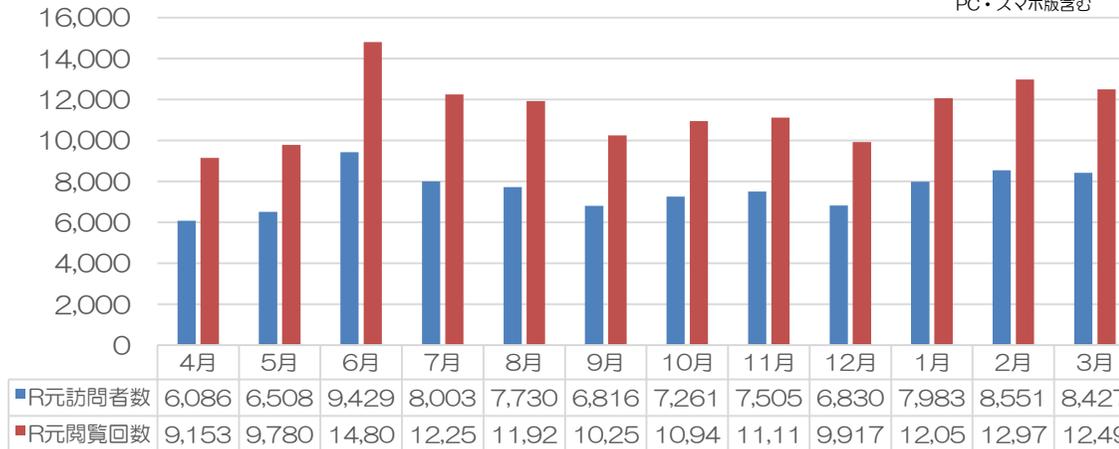
コンテンツ別アクセス数ランキング
(平成31年4月～令和2年3月)

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 | 58,831 | 89,558 |
| 2 | 助成支援事業について | 4,586 | 6,694 |
| 3 | アドバイザー指導 | 3,086 | 4,610 |
| 4 | 展示会・セミナーレポート | 2,076 | 2,801 |
| 5 | 展示会・セミナー開催情報 | 2,155 | 2,782 |

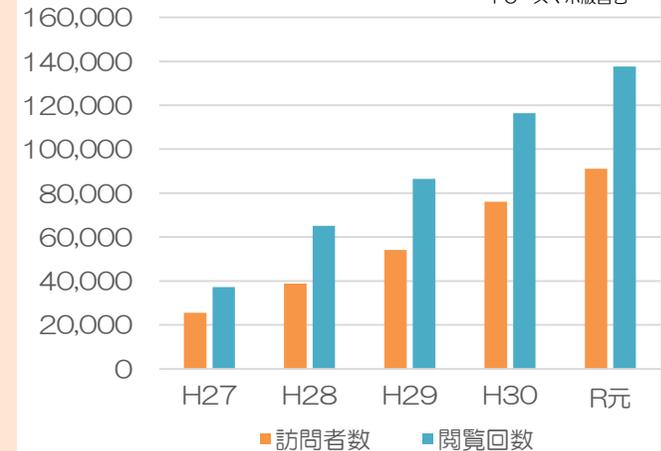
訪問者数及び閲覧回数の月別推移 (令和元年度)

PC・スマホ版含む



訪問者数推移 (H27～R元)

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。

大阪府大阪市

大阪市中央卸売市場本場

開催日：令和元年9月5～6日

参加者数：31社（青森3社、岩手8社、宮城11社、福島5社、茨城2社、千葉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、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

- ・商談会に参加したことで、大阪の皆さまも東北の食材に関心のあることが分かった。
- ・国内有数の大消費地で、今後の商品開発や販売方法について参考となる情報を収集することができた。



講習会（9月5日）

神奈川県横浜市

横浜市中央卸売市場

開催日：令和元年10月7～8日

参加者数：8社（青森1社、岩手1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

- ・消費地商談会に初めて参加したが、横浜という大消費地の中央卸売市場だけあり、非常に活気があるのが印象的だった。
- ・出展した各地でいろいろな意見をいただけるのがありがたい。
- ・放射能の講習会は今後活かすことができ、大変勉強になった。



講習会（10月7日）



セミナー（9月6日）



セミナー（10月8日）



大阪府大阪市

大阪木津市場

開催日：令和元年10月25～26日

参加者数：14社

(青森1社、岩手3社、宮城6社、福島2社、茨城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、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

- ・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。



講習会（10月25日）



セミナー（10月25～26日）



愛知県名古屋市

エルダンジュ名古屋

開催日：令和2年1月22～23日

参加者数：14社

(青森3社、岩手3社、宮城7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のテクニックに関して、試食やレイアウトの効果的な方法など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

- ・会場のスペースと来場者のバランスが良く、殆どのお客様に商品PRが出来た。来場者も市場で働く第一線の方が多かった。
- ・シェフによるアレンジ料理、盛り付け方、食材の魅せ方も含め大変勉強になった。こういった取組は商品アピールに加え商談時にも話題になりやすいので良かった。



講習会（1月22日）



セミナー（1月23日）



福岡県福岡市

福岡市中央卸売市場

開催日：令和2年1月29～30日

参加者数：22社

(青森3社、岩手8社、宮城7社、福島2社、茨城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、商品をより魅力的に見せるためのパッケージデザイン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

- ・商品パッケージの大切さについての解説は非常に参考になった。
- ・マーケティングの良い事例だった。コンセプトをもった商品作りの事例が多くあり良かった。
- ・小売、飲食の関係者とは今後に繋がりそうな商談ができた。



講習会（1月29日）



セミナー（1月30日）



埼玉県さいたま市

まるまるひがしにほん 東日本連携センター

開催日：令和2年2月6-8日

参加者数：9社

(青森1社、岩手2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、大宮駅近隣の百貨店食品バイヤー等や、一般消費者に対し、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

- ・今まで消費者と直接話をする機会がなく、消費者目線で弊社商品を見ているかが分かりとても参考になった。
- ・一般消費者に生産者自ら商品の良さが説明できたので、大変良かった。



講習会（2月6日）



セミナー（2月7日～8日）



千葉県千葉市 スーパーマーケットトレードショー2020

開催日：令和2年2月11～14日

参加者数：14社

(青森2社、宮城8社、福島3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のテクニクに関して、試食やレイアウトの効果的な方法など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

- ・POPの枠を黒く塗るなど経費のかからない工夫で商品アピールのこつになることを知り、大変勉強になった。
- ・バイヤーと直接お会いすることができ、スピーディーに商談が進み結果も伴ったので、非常に良かった。



講習会 (2月11日)



セミナー (2月12～14日)



大阪府大阪市 シーフードショー大阪

開催日：令和2年2月18～20日

参加者数：17社

(青森2社、岩手3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、地域の連携、原料から流通まで環境に配慮することによる付加価値の創造など、これからの水産事業にあ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

- ・企業連携事例について関心を持った。
- ・今回は、ブース場所も良くバイヤー、商社含め数社具体的な商談も出来た。
- ・宮城県ブースと隣接しており東北の雰囲気を出せたのは良かった。



講習会 (2月18日)



セミナー (2月19～20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、放射線を出す物質のことです。自然界でつくられる放射性物質もありますし、人工的にのみつくられる放射性物質もあります。

また、食品等に含まれる放射性物質の量をベクレル『Bq』で表し、ヒトが受ける放射線の影響は、シーベルト『Sv』で表します。



そのため、ヒトが受ける放射能の影響を計算するためには、下記の計算式を用います。同じ放出量（100 Bq）でも、放射性物質の種類によってヒトに与える影響は異なります。

| 放射性物質 | ある食品に含まれる放射性物質の量 | 1回に食べる量 | 実効線量係数* (経口摂取) | 1年間に 食べる回数 | 成人の体内に 与える影響(年間) |
|--------------|------------------|----------|----------------------|---------------|---------------------|
| ◆ セシウム-137 | 100 Bq × | 0.1 kg × | 1.3×10^{-5} | × 12 | = 0.00156 mSv |
| ◆ ストロンチウム-90 | | | 2.8×10^{-5} | | = 0.00336 mSv |
| ◆ カリウム-40 | | | 6.2×10^{-6} | | = 0.000744 mSv |

*実効線量係数とは、摂取した放射性物質の量と被ばく線量の関係を表す係数のこと。

食品の基準値について

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を年間1mSv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。

飲料水については、世界保健機関（WHO）の指標に沿って、基準値を10Bq/kgに設定しており、飲料水由来の線量の上限値を約0.1mSvとしています。食品の線量の上限値は、飲料水の上限の約0.1mSvを差し引いた約0.88~0.92mSvとなります。（参考文献：放射線による健康影響等に関する統一的な基礎資料平成26年度版（環境省、2016））

東京電力福島第一原発事故で放出された半減期が1年以上の放射性物質のうち、セシウム以外の放射性核種は検査に長い時間を要するため、放射性セシウム以外の放射性物質を考慮した上で、比率が高く、測定しやすいセシウムを指標として基準値が設定されています。

線量(mSv)から放射性物質濃度(Bq/kg)への換算式

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

飲料水を除く食品の線量の上限値（0.88mSv）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、全ての対象核種の影響を考慮した 1.81×10^{-5}
- 食品全体の50%（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および量の違いを考慮して年代ごとに試算

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。

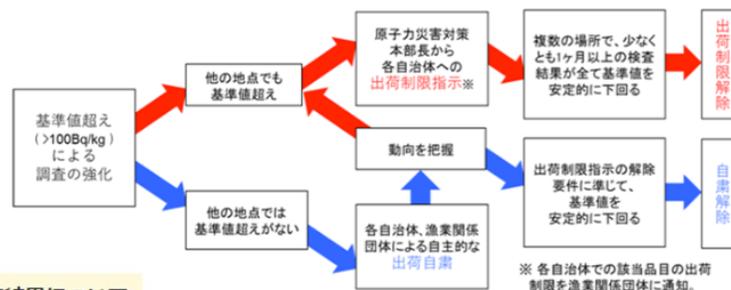
すなわち、食品の基準値（100 Bq/kg）は、放射性セシウム以外の放射性物質の影響も含め、すべての世代の計算結果を考慮して設定されています。

② 水産物中の放射性セシウムの近年の状況

水産物の調査について

- ・ 前年度に50 Bq/kg超となった品目、過去に高い値が検出された品目を中心に調査。生息域、漁期、近隣の調査結果等を考慮。
- ・ 基準値に近い値が出た時や近隣県で高い値が出た時には、調査を強化。
- ・ 基準値を超過した場合、各自治体の要請による自粛や原子力災害対策本部長による出荷制限の措置を実施。

出荷制限又は自主規制措置の実施・解除に至る一般的な流れ（海産魚）



調査結果について

- ・ 2019年12月末までに、全国で約14万7千検体のサンプリングを実施し、そのうち約98%が基準値未満。
- ・ 水産物の基準値超過割合は年々減少傾向。特に海産種では、基準値超過は極めて少ない。
- ・ 水産物中の放射性セシウム濃度は年々減少傾向。
- ・ 品目別に放射性セシウム濃度は、生態の違いにより減少幅に差があるものの、年々減少傾向。

(6) 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、大船渡及びいわきの2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

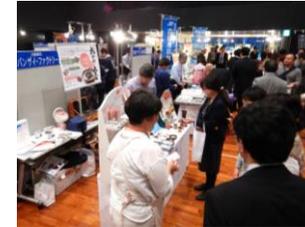
開催日：令和元年11月13～14日

参加者数：大阪、名古屋、東京などの水産流通関係者等 20名

開催内容：大船渡商工会議所の開催する展示商談会に参加し、水産加工品等の商談を行ったほか、生産施設等の見学を通じ、安全安心への取り組み等についての理解を深めました。

展示商談会：三陸けせんマチナカ商談会（水産関係出展16社）へ参加しました。

施設等見学：魚市場やアワビ生産施設、水産加工施設等を見学しました。



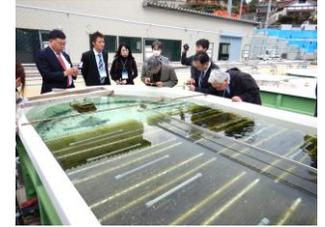
「三陸けせんマチナカ商談会」



衛生管理の整った
大船渡市魚市場の見学



サンマ水揚げの見学



アワビの陸上養殖施設の見学

福島県いわき市

開催日：令和2年1月28～30日

参加者数：大阪、京都、東京などの水産流通関係者等 23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、いわき食の商談会への参加、魚市場や冷蔵冷蔵施設、水産加工場等の見学を実施しました。

展示商談会：メイドinいわき食の商談会（水産関係出展16社）へ参加しました。

施設等見学：魚市場や冷蔵冷蔵施設、水産加工施設等を見学しました。
震災語り部の方のお話を聞きながら、被災地視察しました。

参加した水産バイヤーの声

- ・現地の苦勞が伝わってきた。当社も創業者が東北出身なので、「忘れてはいけない」を教訓に、今後も応援していきたい。
- ・小名浜魚市場で説明を聞き、現状では日本一安心・安全な水産物だと感じた。
- ・消費者へ正しい情報を提供することで、復興支援に協力したい。



「メイドinいわき食の商談会」



放射能検査施設の見学



かまぼこ等加工施設の見学



震災語り部による説明

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 採択実績

令和元年度 第1次採択件数：25件
 第2次採択件数：23件
 第3次採択件数：4件

青森県（2件）

第1次採択
 武輪水産株式会社

第2次採択
 五戸水産株式会社

福島県（7件）

第1次採択
 株式会社マルリフーズ
 株式会社貴千

第2次採択
 株式会社丸仁水産
 有限会社海宝水産
 青木食品工業有限会社

第3次採択
 株式会社タンポポ村
 福島県漁業協同組合連合会

茨城県（4件）

第1次採択
 株式会社ぎょれん鹿島食品センター
 株式会社かねきう

第2次採択
 有限会社櫻村水産
 株式会社高木商店

岩手県（11件）

第1次採択
 有限会社竹下水産
 有限会社木村商店
 株式会社津田商店
 有限会社タイコウ
 理研食品株式会社
 及川冷蔵株式会社
 広田湾漁業協同組合

第2次採択
 株式会社川秀
 重茂漁業協同組合
 株式会社井戸商店
 サンコー食品株式会社

宮城県（19件）

第1次採択
 気仙沼ほてい株式会社
 株式会社ムラタ
 株式会社中華高橋水産
 熊栄産業株式会社
 株式会社カネダイ
 マルトコ食品株式会社
 株式会社丸壽阿部商店
 石森水産
 株式会社丸ほ保原商店
 株式会社高橋徳治商店
 五光食品株式会社

有限会社マルタ水産
 株式会社佐々直

第2次採択
 株式会社齊吉商店
 福寿水産株式会社
 株式会社かわむら
 山徳平塚水産株式会社
 株式会社まるたか水産

第3次採択
 株式会社ミヤカン

千葉県（9件）

第2次採択
 有限会社マルカ加藤水産
 株式会社兆星
 有限会社ほうか水産
 株式会社いとう商店
 株式会社石橋水産
 株式会社ヤマゴ
 丸仙水産石田商店
 有限会社スズ市水産

第3次採択
 株式会社カネジヨウ大崎

(2) 令和元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(25件)

| 所在地 | | 事業者 | 取組概要 |
|-------|-----------|---|--|
| 青森県 | 八戸市 | 武輪水産株式会社 | イカの水揚げが激減し魚価が高騰したことから、従来主力であったイカの加工から小型のサバ加工へシフトし生産の増強を行うため、本事業により機器を整備することで高精度の温度管理により品質向上させ、新しい市場に展開することで売上回復を図る。 |
| | 岩泉町 | 有限会社竹下水産 | 弊社商品の差別化特徴不足により、販路拡大に至っていないことから、これまで導入した機器のほか、フードカッターを導入することで、魚材料以外の材料を配合し、付加価値を高めた差別化新製品を開発するとともに、従来ある機器を活用し、生産効率の向上をさせ、販路回復に努める。 |
| 岩手県 | 山田町 | 有限会社木村商店 | 原料確保が不安定であることから、安定的に入手可能なイカ、塩辛、鮭等の端材を粉末化し、新商品等を加工販売すること及び他製品の生産効率向上のため、機器を導入するとともに、パンフレット等の販売ツールを作成し道の駅等への営業を強化し、販路の拡大に繋げる。 |
| | 釜石市 | 株式会社津田商店 | サバ等の缶詰の需要が大幅に拡大し、生産が追いつかないことから、「ロータリーフィラー」(携帯缶詰用魚肉詰機器)を導入し生産能力の向上を図る。また、個食市場への製品開発のため「個食用深絞り包装機一式」を導入するとともに、商談会を開催し新たな顧客の開拓を図る。 |
| | 大船渡市 | 有限会社タイコウ | 牡蠣等のオイル漬け等について「レシピ開発」、「調味製造ラインの改善」等に係るコンサルタント指導を受けるとともに、「粉碎機」「粉体乾燥機」「小型震動ふるい機」の導入を行い、品質向上と生産効率向上を図ることで販路回復に繋げる。 |
| | | 理研食品株式会社 | 要望のある「少量タイプの品揃え」に対応するため、大容量と小容量の製品を2台の包装機でそれぞれ単独にパックできる体制を整えることにより、効率的な工場稼働を目指し、冷凍海藻製品新形態の市場参入により販路回復に繋げる。 |
| | | 及川冷蔵株式会社 | 高次加工品の売上が着実に伸びているなかで、干物等の注文に生産が追い付かない状況となっていることから、機器を導入し注文に対応できる生産体制を構築し販路を拡大する。また、ギフト商品等の拡販を目的にコンサルを受けるとともに、パンフレット等を作成し展示会・商談に出向き販路拡大を図る。 |
| 陸前高田市 | 広田湾漁業協同組合 | 取引先からの要望に対応するため、さらに生産量を増強するため、機器を導入することで、生産効率向上を図る。また、更なる売上拡大のため機器を導入し、当組合では販売してこなかった冷凍の新商品を製造し、新たに開店する自営直売所にて販路を拡大し、売上回復を図る。 | |

| 所在地 | 事業者 | 取組概要 |
|-------------|------------|--|
| 宮城県 気仙沼市 | 気仙沼ほてい株式会社 | 「骨まで食べられる煮魚」等の商品開発が功を奏し、業務用パック中心に売上は伸びているものの労働力不足等により注文に対応できない状況にある。よって、青魚類自動カット処理ラインと自動蒸気式殺菌装置の導入し、生産能力を現状の150%程度向上させ、販路回復を図る。 |
| | 株式会社ムラタ | 衛生管理を考慮した「サメヒシ処理ライン」を整備し、ゾーニングされた作業環境下でヒシ切り作業を行うことで製品の品質基準を高く設定することで、現行取引業者以外への販路開拓に繋げることができ、売上回復を図る。 |
| | 株式会社中華高橋水産 | 手作業で行っているサメ肉の赤身取りに成型機を導入し、省人化、生産増等を図る。また、サメ肉の成分分析を更に進め、自主基準設定の基礎データを充実させることにより販売先の不安感を払拭し販路を開拓する。さらに、展示会に出席し当社のブランドサメ肉のPRを行い販路の拡大に努める。 |
| | 熊栄産業株式会社 | 水産加工の他に定置網を経営していることから、加工対象魚の種類（鯖、真鯛、穴子、鯉、鱈等）・魚体サイズが多岐にわたっており、現状の設備・人員では対応しきれない。そのことから、フィレマシン、自動炙り機等を導入し省人・効率化をあげ増産し売上増を図るとともに、パンフレットを制作し、展示会に出席し販路を開拓し、売上回復に努める。 |
| | 株式会社カネダイ | 他社製品との差別化を図るとともに要望の強い洋風メニューの新商品開発に必要となる機器を導入し、生産効率向上を図るとともに、資材デザインの開発と販促ツールの作成を行い「各種商談会」への参加することで、弊社商品をよりPRでき、新規開拓に努め、売上回復を図る。 |
| | マルトヨ食品株式会社 | 販売先のお客様からのニーズを把握し業務用商品の充実を図るため、商品の多様化・人手不足のための機器の導入を行うとともに、成分分析等製品の品質保証の充実もすることで、受注に対応出来かねていたお客様への対応、新たな業務先への販売・営業運営できる業務用生産体制の強化を行い、販路回復・売上回復を行う。 |
| 南三陸郡 本吉町 | 株式会社丸壽阿部商店 | 原料高騰や家族構成の変化、高齢化に対応するため販売価格、内容量を抑えた少量パック商品の製造の自動化ラインの導入により、生産性を高め省人化を行い、マーケットニーズに合わせた少量パック商品の生産体制を整え、販路回復に努める。 |
| 石巻市 | 石森水産 | 震災以降休止していた、西日本（兵庫、岡山、広島）等向けへの生産増強のため機器を導入することで、安定的な生産が可能となるとともに、省人化が図り、売上回復に努める。 |
| | 株式会社丸ほ保原商店 | 原料価格高騰と他社との価格競争のため既存商品の純増では対応が困難であることから、既存商品を一手間加えた新商品を開発するとともに、その製造にかかる労働力不足を解消するための機器の導入を行い、差別化を図り、新商品を既存市場に展開させることで販路回復に繋げる。 |

| 所在地 | | 事業者 | 取組概要 |
|-----|------|------------------|--|
| 宮城県 | 東松島市 | 株式会社高橋徳治商店 | 市場化の準備が整いつつある新事業「介護食品」のシリーズ化の開発及び販路開拓のための機器整備、マーケティング調査、コンサルタント指導、商談、ブランド製作、PR製作を行い、自社ブランドを確立し、売上回復に努めるとともに、地域雇用の促進にも繋げる。 |
| | 塩釜市 | 五光食品株式会社 | コンサルタント等を活用しブランド・商品開発・商品デザインを見直すとともに、マーケティング情報を入手し、今後の販売戦略の一助としたい。また、自動計量機等を導入することで生産効率向上に繋げ、販売先の信頼を得、販路の拡大に努めたい。 |
| | 名取市 | 有限会社マルタ水産 | 宮城県のシラス漁業は漁船も増え漁獲量は増加するが、漁獲時期は7月～11月に集中しており、現在の労働力不足の中で当社の施設では対応ができない。よって機器を導入し生産効率をあげ生産量を増加させるとともに、新商品の開発・販売を行い売上回復に努める。 |
| | | 株式会社佐々直 | 機器等の導入を行うことで、取引先のニーズに対応した商品作りを行い販路回復に繋げる。また、規格外・端材等を活用した新商品を開発し、新規販路の開拓を図る。さらに、品質向上を図り、消費者様の安心安全の向上を行う事で買い物利便性の向上を図り、売上回復に努めたい。 |
| 福島県 | 相馬市 | 株式会社マルリフーズ | 弊社商品の品質の評価は高いものの目標売上には達していないことから、展示商談会等への出展で全国の外食・中食・スーパーのバイヤー・市場関係者に向けて商品のPRを行い、販路の回復と拡大を図る。 |
| | いわき市 | 株式会社貴千 | 手造りで量産体制が出来なかったことから、本事業により機器を導入することで省人化・生産効率向上を図る。また、揚げ工程が自動化されることから品質の均一化が図られ、安定した製品の生産が可能となるため、今まで問い合わせがあるものの対応できていなかった販売先にもご案内するとともに、当該商品を催事や商談会等で出展することで販路の拡大を目指す。 |
| 茨城県 | 神栖市 | 株式会社ぎょれん鹿島食品センター | 取引先からの発注が予想を上回る状況にあり、人手不足により対応が不十分であることから、自動電子計量充填包装ラインを導入することで生産効率の向上を図り、水産物の安定的な供給体制を構築し売り上げの回復を図る。 |
| | | 株式会社かねきう | 絶対的な処理量を増強するため、自動選別処理ラインを導入する。このことにより、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、衛生管理が強化された製品の供給増を図り、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。

(2) 令和元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 (23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 | 生産体制の強化、製造管理体制の強化を行うため、機器を導入することで、これまで販売出来なかった販売先に営業を行うことが可能となり、営業活動を活発にし、商談・展示会による拡販を行うことで、販路の回復と拡大・雇用の維持を図る。 |
| 岩手県 | 下閉伊郡 山田町 | 株式会社川秀 | 弊社の主力商品であるアミエビ、小女子等のポイル生産ライン、ボイラーの増設、原料箱詰めラインの構築、原料確保のための凍結機器の整備、製品箱詰めラインの強化を行うことで、短期操業期間中に最終製品の年間安定製造を実現させるとともに、原料魚の注文にも対応することで販売の機会を活かし、販路回復に繋げる。 |
| | 宮古市 | 重茂漁業協同組合 | 機器の導入を行ない、稼働効率を上げることで、現在商談を進めている新規取引先の受注に応じられる体制を整える。また、製氷機器の導入を行ない、ウニ加工、新規販売となる製品等従来製造していなかった製品の売上増に見合うだけの製氷能力とすることで、販売量を増やし、売上回復に努める。 |
| | 釜石市 | 株式会社井戸商店 | イカの切身カット製品の注文は多くあるものの、注文に応じられていないことから、均一化、作業効率向上を行うため、斜め切りスライサーの導入を行い、イカの切身カット製品の増産を図り、積極的に営業を行うことで、販路の開拓、売上回復を目指す。 |
| | 大船渡市 | サンコー食品株式会社 | 省人化機器の導入、販路回復の機器（製氷・貯氷・搬氷設備）の導入を行ない、作業効率の向上、衛生面の強化を図るとともに、積極的な営業を行うことで販路回復に努める。 |
| 宮城県 | 気仙沼市 | 株式会社斉吉商店 | 人手不足により既存販売先への営業活動が手薄になり、売上が伸び悩んでいることから、機器を導入することで省人化を進め、新商品開発と既存販売先への営業活用を強化し、売上増を図る。 |
| | | 福寿水産株式会社 | 販売先の要望する数量の製造が出来ない状況にあるため、機器を導入することで省人化・高速化の増産体制を構築し、さらに営業の実施により、販路先の拡大を行ない、売上回復に努める。 |
| | 気仙沼市 | 株式会社かわむら | ボトルネックとなっているポイル・塩蔵処理作業の機械化を行うことで、作業効率をアップさせ、生産性の向上を行ない、売上拡大を図る。 |

| 所在地 | | 事業者 | 取組概要 |
|-----|--------|-------------|---|
| 宮城県 | 石巻市 | 山徳平塚水産株式会社 | 生産能力の限界に近く、これ以上の売上アップが困難となっていることから、増産体制の構築のため、省人化機器を導入し、総合的な売上げアップを行うことで販路回復を図る。 |
| | | 株式会社まるたか水産 | 生食用の出荷は消費者の趣向の変化により徐々に減少しており、それに代わり、家庭での調理時間の短縮、簡便性の優れた加工品の需要が増加傾向にあるものの、現在の機器ではその対応ができていないことから、機器を導入することで、品質管理の向上、生産性の向上を図り、新商品の売上増を目指す。 |
| 福島県 | 相馬市 | 株式会社丸仁水産 | 2トントラック、軽保冷車の導入を行うことで、原料、鮮魚加工品、干物加工品等の運搬効率を改善し、販路先の開拓を図る営業強化を実施し、震災前の売上まで回復を図る。 |
| | いわき市 | 有限会社海宝水産 | 大手からの注文が入るものの引き渡しに時間がかかり、鮮度の維持が確保できなく断っていることから、製氷機を新たに導入することで保鮮効果は飛躍的に伸び、大手からの要望にも対応でき、売上回復を図る。 |
| | いわき市 | 青木食品工業有限会社 | 震災後から続く労働力不足から、現在の手作業による生産ラインでは、生産量の限界を迎えているところであり、更なる新規の顧客開拓は難しく、新規の注文先に応じられない現状にあることから、機器の導入を行うことで、新たな販路開拓を行い、注文に対応できる体制を整え、販路拡大を図る。 |
| 茨城県 | ひたちなか市 | 有限会社樫村水産 | 消費者ニーズの強い簡単・便利な商品の製造のため、機器の導入を行うことで、既存売り先や新規得意先の拡大を目指す。さらに、労働力の確保が難しい状況を改善するため、機器を導入することで、生産量の増産、新商品開発等を行ない、被災前の売り上げまで回復を図る。 |
| | 神栖市 | 株式会社高木商店 | 震災による人員不足により予定の生産量の確保ができていないことから、新規に機器の導入を行うことで全体の生産量が増産できる体制を構築し、弊社ブランド缶詰等の拡販を図り、販路の回復に繋げる。 |
| 千葉県 | 銚子市 | 有限会社マルカ加藤水産 | 既存顧客からの対応できなかった注文に対応できる体制を整えるため、機器を導入することで、生産時間を確保し販売数量を増やし、販路回復に努める。 |
| | | 株式会社兆星 | 供給量の増大や新規商材の提案を求められているところであるが未対応のため、本事業において、機器を導入し、受注しきれない顧客からの受注に対応できる体制を整えるとともに、レンジ対応品などの新規商品開発を行い販路回復に繋げる。 |

| 所在地 | | 事業者 | 取組概要 |
|-----|------|-----------|--|
| 千葉県 | 旭市 | 有限会社ぼうか水産 | 課題の人員不足を解消した省人力化された生産ラインを導入し、省人化と生産量の向上、更に品質の向上を図り、受注しきれない顧客からの受注に対応できる体制を整え、売上増を図るとともに自社ブランドの製造にも努め販路回復に繋げる。 |
| | | 株式会社いとう商店 | 震災後の人手不足は現在も続いており、募集を行っていても必要な人員が集められず、製造が間に合わない状況であることから、機器を導入することで、効率的な製造ラインの構築、震災により喪失してしまった冷凍製品等の製造の構築を行ない、販路回復に繋げる。 |
| | | 株式会社石橋水産 | 機器が整っていないことから受注に繋がらないケースがあり、業績も伸び悩んでいることから、機器の導入を行うことで、取引先の拡大や販路回復に努める。 |
| | | 株式会社ヤマゴ | 震災による人手不足により、さらなる生産増に繋げることが出来ず、売上が伸び悩んでいることから、生産効率の向上のための機器を導入し、増産体制を整えることにより、売上回復に努める。 |
| | 匝瑳市 | 丸仙水産石田商店 | 加工品製造に係る工場内温度を一定に保ち、製品品質を一定にするための空調設備を整えること、さらに、冷凍機を追加し冷凍能力を強化することで、自社加工品の原料品質向上、要望先の求める冷凍イワシ・サバ等の増産体制を構築し、要望のある処理量に対応することで販路回復に繋げる。 |
| | 南房総市 | 有限会社スズ市水産 | 東日本大震災による直接的な被害は免れたが、原発事故の放射能の風評被害は根強い中で、新規の取引先開拓や新製品開発により売上げの回復を目指しているが、以前のレベルに達していないことから、機器を導入することで、売上拡大に繋げ、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。

(2) 令和元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(4件)

| 所在地 | | 事業者 | 取組概要 |
|-----|------|--------------|---|
| 宮城県 | 気仙沼市 | 株式会社ミヤカン | 新たな商品の開発を行うため、省人化機器を導入し、全体の生産数量を増産させ、売上回復を図る。また、包装作業工程を自動化するため、機器を導入することで省人化を図る。 |
| 福島県 | 南相馬市 | 株式会社タンポポ村 | 新規の取引先からの注文や特売等の要請はあるものの人手不足により、注文を断っていることから、機器を導入することで省人化を行ないつつ増産体制を構築することで、売上回復を図る。 |
| | いわき市 | 福島県漁業協同組合連合会 | サバ、イワシの加工販売に係る生産体制の強化を行うため、機器を導入することで、増産体制を構築し、対応できなかった注文に対応できる体制を整え、販路回復を図る。 |
| 千葉県 | 銚子市 | 株式会社カネジョウ大崎 | 現行の主力取引先より、ニーズの高い油調品等の開発を求められていることから、新規に機器を導入することで、消費者ニーズに対応した商品の提供を行うことができ、販路回復に努める。 |

※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) 令和元年度水産加工業等販路回復取組支援事業 取組事例

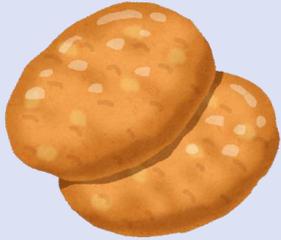
① 新商品の生産量増大による販路拡大 【青木食品工業有限公司】

課題点

・主力商材は、魚肉すり身を加工したかまぼこ、揚げ物であり、OEMが主体となっている。

震災により、落ち込んだ売上の回復、販路拡大のために、自社ブランドを立ち上げて、従来とは異なる販売経路である市場・取引先を開拓して売上回復を図っている。

・そのような中、新商品した「揚かまぼこスティック」が順調に伸びてきているものの、震災後から続く労働力不足から、現在の手作業による生産ラインでは、更なる新規の顧客開拓は難しく、新規の注文先に応じられない現状である。



改善に向けてのポイント

・生産向上に向けて、生産ラインを機械化し、注文に対応できる体制を整え、販路拡大を目指す。

取組概要

新商品の生産増大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

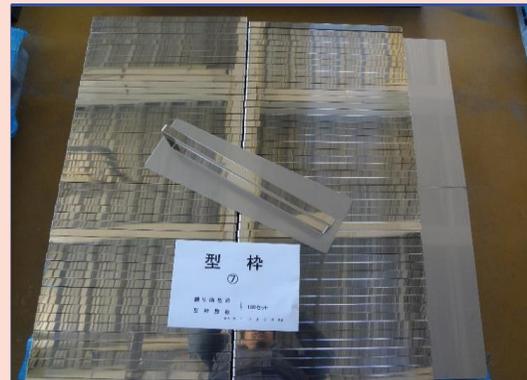
・製品の日産量を上げるために、型枠 800個、型枠用蒸し台車 8式、座り装置 1式の導入し、さらに、冷却能力の能力アップするため、トンネルフリーザー用の冷蔵機 1式を導入した。

このことにより、従来の倍の量が生産できるようになった。

・本事業で生産する製品を各市場及び大手量販店等の新規取引先に営業活動を行い、生産体制の強化により受注が可能となり、実際に販売することが決定できた。



型枠用蒸し台車



型枠

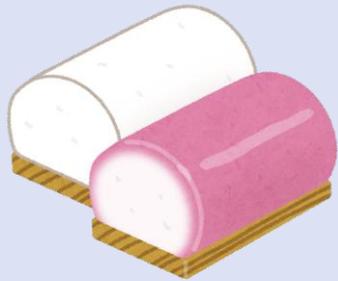


トンネルフリーザー冷蔵機

② 商品の生産体制の構築による販路拡大 【株式会社貴千】

課題点

- ・ 主軸であった板付き蒲鉾の需要が減っており、生産の柱となる製品の開発が必要であった。
- ・ 売上が伸びてきている揚げかまぼこの製造に力を入れていきたいが、量産体制が整っておらず、手作りで限られた数しか製造できない。
- ・ 板付き蒲鉾は12月に需要が集中するため、その時期だけ人材を集めること不可能になっていた。



改善に向けてのポイント

- ・ フ라이어等の導入により、揚げかまぼこの量産体制を整える
- ・ 新たな販路を開拓するため、展示会や商談会へ積極的に参加する

取組概要

通年需要のある揚げかまぼこの生産体制を整え、販路回復を図る

取組による成果

- ・ 以前は、揚げかまぼこをつくるために2つの小さなフライヤーに最低3人つきっきりだったの作業が、1人で済むようになった。
- ・ スポンジ式脱油機は、揚げたあと高温のうちに油を吸い取ることができるため、カラッとした仕上がりになり、品質も向上した。
- ・ 機器の導入により、パートや入ったばかりの従業員でも品質を維持できる体制ができたため、従来現場ばかりにいた専務がトップセールスとして、従来の市場関係以外に百貨店や外食産業など幅広く営業活動ができるようになった。
- ・ 商談会や展示会でニーズのあった、通常品よりも賞味期限の長い真空パックの形態でも揚げかまぼこを販売できるようにし、要望の応えられる製品ができた。



自動フライヤーとスポンジ式脱湯機

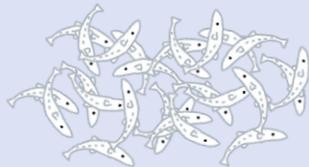


真空パックでの商品化にこぎつけた揚げかまぼこ

③ 生産ラインの効率化と省人化による販路拡大 【有限会社マルタ水産】

課題点

- ・小女子、シラスの加工が売上の6割を占めており、その調達先の一つである福島県産の原料へは風評被害などが現在も続いている。
- ・宮城県内のシラス漁船は、H29には2隻、H30には6隻と震災前に比べ少ないものの、水揚げ量自体は徐々に増え、さらに新たにシラス漁を開始する漁業者が増える見込みであるが、シラスの漁期は7～11月に集中するため、その時期の労働力確保と生産能力の強化が必要となっている。



改善に向けてのポイント

- ・今後水揚量が増加していくと考えられる「北限のしらす」のブランド強化に向けて、商品を効率的に生産できる設備を構築する。
- ・また、一次加工的な商品ラインナップしかないため、設備を整え、新商品を開発することにより新しい市場を開拓する。

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

- ・導入した振り機付横取りコンベアにより、乾燥しすぎると菌がつきやすい釜揚げしらすの水分を適切に管理できるようになった。
さらに、自動でセイロに取るコンベアも導入し、人が直接触らず菌が繁殖しない仕組みも構築した。
この作業は特に重労働だったため、従業員の負担軽減にもつながった。
- ・小型タイマー充填機の導入により、新商品「しらす丼のたれ」を開発。このたれは、量販店向けに採用が決まった。このほか仙台及び日本各地の取引先において拡販を呼びかけている。
さらに、お歳暮シラス詰合せギフトにて、一般顧客への販売も開始しており、今後も改めて拡販を行っていく予定。



振り機付横取りコンベア



北限のしらす



しらす丼のたれ

④ 消費者向け少量パック商品の開発による販路拡大 【株式会社丸壽阿部商店】

課題点

- ・大規模半壊した工場の生産能力は震災前と同等まで回復することができたが、人手不足の影響もあり、売上が回復しきれしていない。
- ・売上を回復するためには、省人化を図りながら、一般消費者の家族構成の変化や高齢化に対応するため、価格と容量を抑えた少量パック商品の導入を行う必要であり、その要望も受けていた。



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

少量パックの新商品開発のため、加工機を導入し省人化および販路回復を図る

取組による成果

- ・省人化と製造効率を上げるために、生かき加工ラインを導入した。
その結果、従来、生かきの計量および充填の作業には、6名の作業員で7時間かかっていたが、機器導入により、4名、5時間での製造が可能となった。
さらに、1時間あたり1,500パックの生産能力だったものが、平均して1時間あたり2,500パックの生産まで可能となった。
- ・原料の生育遅れや台風の影響で生産環境は悪く、価格が高騰したため、少量パックのニーズが高く、予想を上回る注文を受けたが、少量パックの量産体制が整ったことで、欠品することなく納品することができた。



全自動包装機



7等配計量機本体



金属検出機

⑤ 省人化および衛生管理の向上による販路拡大 【有限会社スズ市水産】

課題点

- 売れ筋のフライ製品、マリネ等生産工程において、アジ、イワシ等原料魚の背びれ取り作業などが、人員不足の中、手作業で行われているため、販売先からの注文に対応しきれしていない。
- 衛生面に関しても、販売先の製造管理基準を満たせていない。



改善に向けてのポイント

- 機器の導入により、限られた人員での生産効率化を目指すとともに、年々需要度が増している衛生面に対する対応をきちんと行うことで、販路回復を目指す。

取組概要

機器導入による省人化および衛生管理の向上を図り、販路回復に努める

取組による成果

- 売れ筋のフライ製品、マリネ等生産工程のボトルネックとなっているアジ、イワシ等原料魚の背びれ取り作業に、手作業に代わって背ビレ取り機の導入し、約5倍の効率化ができた。
また、袋詰めした製品の重量チェックにウェイトチェッカーを導入したことで、手作業に比べ約2.5倍の作業効率を上げる体制を整えた。
- 気温変動が大きい加工場を適温に保つ空調設備を導入し、販売先の衛生基準に対応した信頼性の高い商品を販売することができた。
- 弊社は、小口対応がおいことから、運送を混載便で発送していたが、冷凍車を整備することによって近隣の量販や和・洋食料理店等へ定時に鮮度を保ったまま届けられるようになり、販路の拡大と売上回復に繋がった。



背びれ取り機



ウェイトチェッカー及び付属コンベア全体

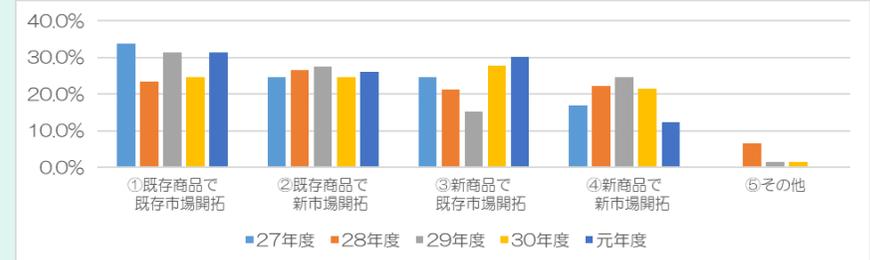
(4) 販路回復の取組方法について

令和元年度に採択された52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「①既存商品で既存市場開拓」とほぼ同率で「③新商品で既存市場開拓」となったことから、昨年度より既存市場への開発に力を入れている企業が多い傾向が読み取れる。

販路回復の取組方法について（推移）

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

販路回復の取組方法について



(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

R元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28.4%と前年より4.9ポイント下回りながらも4年連続でトップとなっている。次いで「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」については、昨年対比1.4ポイント増の20.6%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、12.7%であり、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 | 元年度 | 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% | 1.4% |
| 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% | -1.9% |
| 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 | 21.4% | 28.5% | 31.4% | 33.3% | 28.4% | -4.9% |
| 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% | 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% | 1.0% |
| ⑥マーケティング調査経費 | 2.4% | 3.1% | 0.8% | 1.3% | 2.9% | 1.6% |
| ⑦コンサルティング経費 | 6.0% | 9.2% | 5.8% | 5.1% | 6.9% | 1.8% |
| ⑧商談旅費、展示会出展経費等 | 15.5% | 16.2% | 12.4% | 14.1% | 12.7% | -1.4% |
| ⑨新商品開発支援経費 | 8.3% | 6.2% | 7.4% | 6.4% | 8.8% | 2.4% |

(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、R元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