

【復興水産加工業等販路回復促進事業】

【令和4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（令和3年4月~令和4年3月）</p> <p>(3) 東北復興水産加工品オンライン商談会 . . . 5~6</p> <p>(4) 情報共有化事業実績 . . . 7</p> <p>(5) 被災地水産物流通利用促進事業            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 . . . 8~11            水産物の安全性に関する講習会の例 . . . 12</p> <p>(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            . . . 13~17</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            （支援事業）採択実績 . . . 18</p> <p>(2) 令和3年度支援事業採択事業者一覧            第1次採択事業者（31件） . . . 19~22</p> <p>(3) 令和3年度水産加工業等販路回復取組支援事業 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

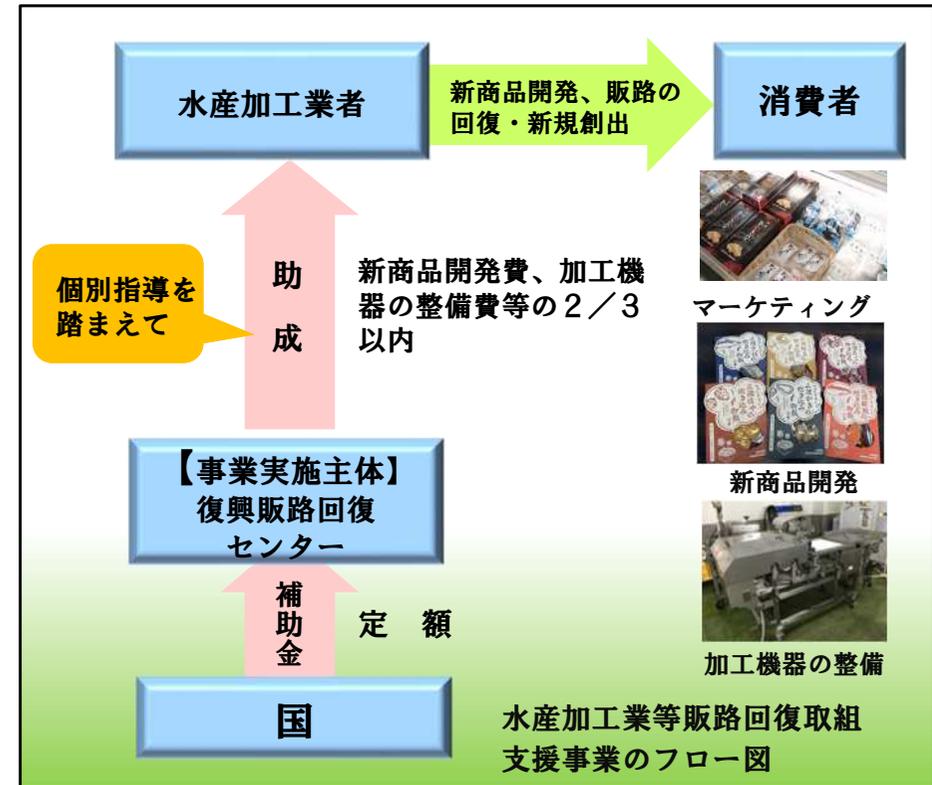
- **支援内容**

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）



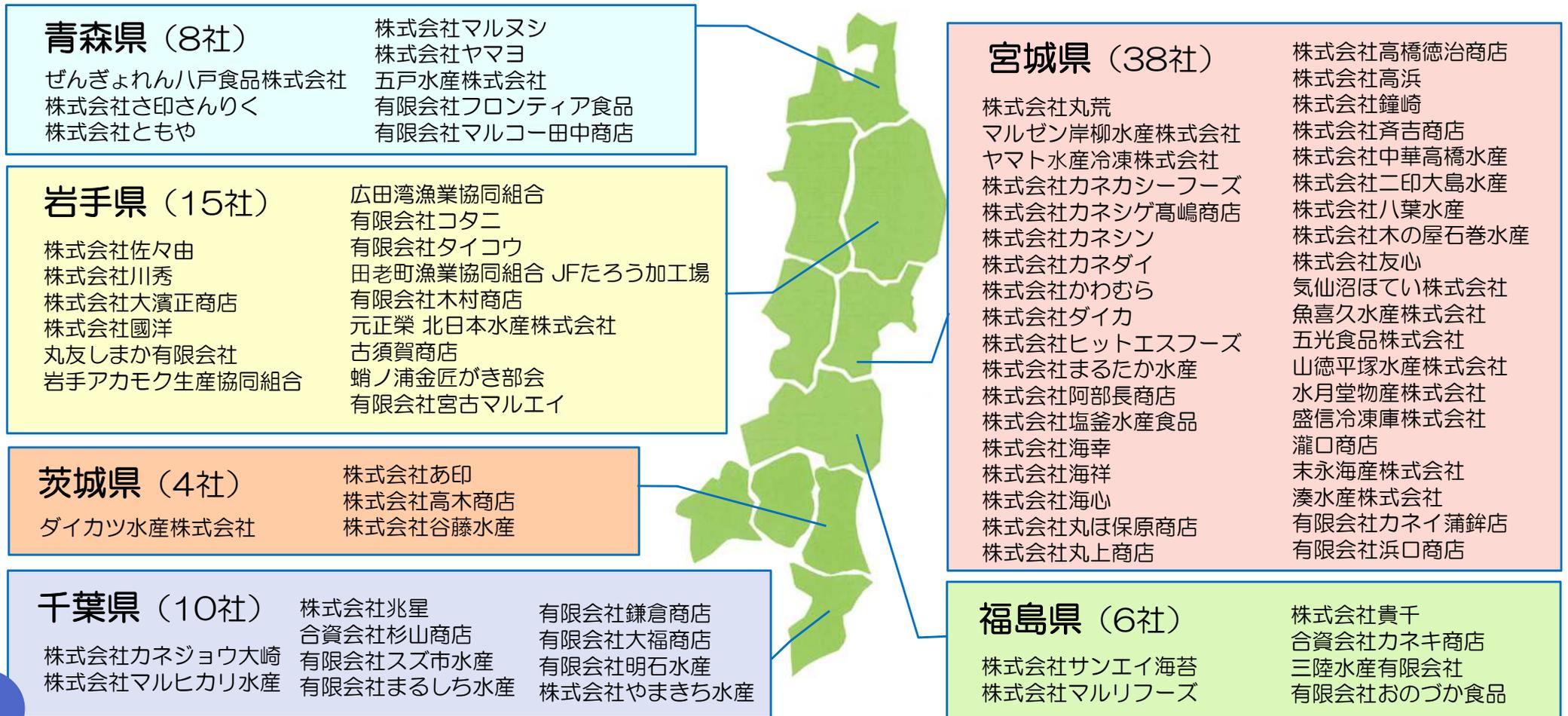
## Ⅱ. 復興水産加工業販路回復促進センターの活動

### 1. 復興水産加工業等販路回復促進指導事業

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ます。

#### (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3年4月～令和4年3月末までの実績 (合計81社、104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3年度は、10回のセミナーを実施しました。

開催日	内容	開催場所
8月31日	オンライン商談における成約率向上について	オンライン
9月16日	これからの販路とマーケティング	オンライン
9月27日	バイヤー視点での商品提案、商品開発のアドバイス	オンライン
11月8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
11月8日	小さな力の商品開発～お客様に選んでいただくために～	江東区
11月8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
11月9日	古くて新しい実力食材「ほや」-マイナー食材活用で固定客が増えた店-	江東区
11月9日	いまこそ日本の水産品の輸出を世界へ！ PPIH グループ基調講演とハラルビジネスの可能性	江東区
3月3日	オンライン商談における成約率向上について	オンライン
3月3日	東北復興水産加工品オンライン商談会2021の分析	オンライン

## ■ セミナー実施例

### 「オンライン商談における成約率向上について」

#### 講師

株式会社オージーフーズ  
法人営業部 部長  
畔柳 徹 氏



#### < なぜ売れない（買ってもらえない）のか？ >

##### ◆ 誰に買ってほしいのかが明確ですか？

「誰に買ってもらるか」ということを明確にしておくことが重要です。

各売り場によってメインとなるお客様は当然異なります。富裕層向けだったり、低価格重視のところもあったり、都内や関西圏など地域による差もあります。

各バイヤーさんは、当然、売り場で商品をどのように展開していくかを考えながら商品を採用するため、そのイメージを共有できると、各バイヤーさんも商品を選びやすくなります。

##### ◆ すでに類似商品が販売されていませんか？

実際、世の中には色々な商品が売られていますので、”似たような商品がない”ということはないと思います。そのため、どのように差別化していくのかを考えなければなりません。

お客様には、“商品の差別化された付加価値”に対して代金を支払っていただいておりますので、その部分を明確に商談でお話しできなくてはならないと思っています。

#### < どういう商品が売れるのか？ >

“万人受けする商品”というのは、結局、誰に買ってほしいのか、使うシーンはどのような場面なのか、ということがあまり明確にできていないのかなと感じています。

特定の誰かに刺さるような、他にないのがった商品は、特定のお客様にしか売れないこともありますけれども、逆に言うと、売れる商品は何か特徴があるものではないかと思っています。

#### ■ 差別化のポイント

- ・ 価格メリットがある（先方の利益もとれる）
- ・ ボリューム感がある（大袋とか）
- ・ 使い勝手がいい（簡単便利・小分け袋とか）
- ・ 珍しさがある（その辺では売っていない）
- ・ ブランド・監修等の柱がある（紹介しやすい）
- ・ 他で売れている（メディア露出含む）
- ・ 汎用性がある（使い方がいろいろある）

#### < オンライン商談において成約へと導くためには >

オンライン商談は、10～20分、長くて30分。その中で、会社の説明はさわりの部分になりますので、簡潔に短いほうがよいです。

事前にホームページを見ていただいている場合もありますので、会社の歴史云々よりも、会社がどんなことをやっているのか、今どんなところに販売をしているのか、ということをお話いただくといいと思います。

逆にメーカーさん側も、商談相手のホームページや会社概要を見ておいただくと、より積極的な姿勢で商談に臨めますし、相手の印象も良くなります。



そして、1回目のオンライン商談で成約まで持って行こうとは思わないでいただきたいです。

やはり、何回もやり取りをした上で、最終的には成約に持って行くということを意識していただいて、1回目は、まず「コミュニケーションを取って会社を知ってもらう」というところをご準備いただきたいと思います。

提案する商品は、切り口の違うものを数種類手元に用意しておくことが大事です。

皆さん、オンライン商談の際、売りたい商品をメインで1つご準備されることが多いですが、例えば、ドレッシングを提案して相手の興味が無い場合、違うドレッシングを提案しても結局話が進みません。

そんな時、違う商品を用意しておけば、1つ駄目ならすぐ違う商品へと切り替えができます。その中で相手に引っかかる部分があれば、その商品に対して話を詰めていけばよいのです。

商談の最後に、連絡先を必ず確認してください。

商談中に投影する資料は、商談が終わったあとはほとんど相手の記憶に残りません。使用した資料は、メールで相手にお送りし、やり取りを重ねましょう。

1回の商談では成約が決まらないということを前提に置き、メールから相手の興味のあるものを探りながら、次の商談に繋げていっていただければと思います。

### (3) 東北復興水産加工品オンライン商談会

従来、「東北復興水産加工品展示商談会」のリアル開催を実施していましたが、新型コロナウイルス感染症の影響も考慮し、オンライン商談会を開催することとしました。

期 日 : 令和3年9月1日～11月26日  
 参加企業 : 58社  
 参加バイヤー : 53社  
 商談数 : 335商談

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、今年度は、オンライン商談会を実施しています。

#### ■ 東北復興水産加工品オンライン商談会2021ホームページ概要




東北の水産加工品に特化したオンライン商談会!

オンライン商談会だからできること

- 01** オンラインセミナーを受講可能!
- 02** 地域にいながら非対面型で商談可能!
- 03** 新規販売先の開拓 自社商品のPRに活用!
- 04** 特設ポータルサイトで会社情報や商品をPR!



地域ネタ

煮魚シリーズ いわし梅煮、さんま生姜煮、鯖味噌煮、いわし蒲焼き、さばトマト煮 (100g×12入×6合)



取組

商品名：おてがるばら海苔 産地：宮城県産 規格：20g 販売価格：オープン (目安は税別500～600円) 温度帯：常温



独自性

目光開き (千葉県/茨城県産、1枚24～34g、IQF・真空対応可)



健康

「うま塩さばのサラダ」チョレギ風100g ごま油とにんにくを加え仕上げました。参考上代300円。



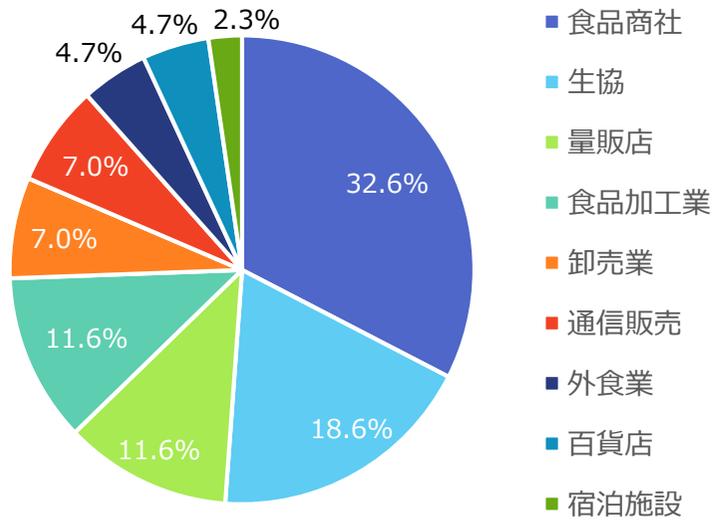
オリジナル品

「ほやたまご」1個入り 三陸女川独特のホヤの食べ方です。お土産やお酒のお供に。唯一無二の独特な郷土料理です。

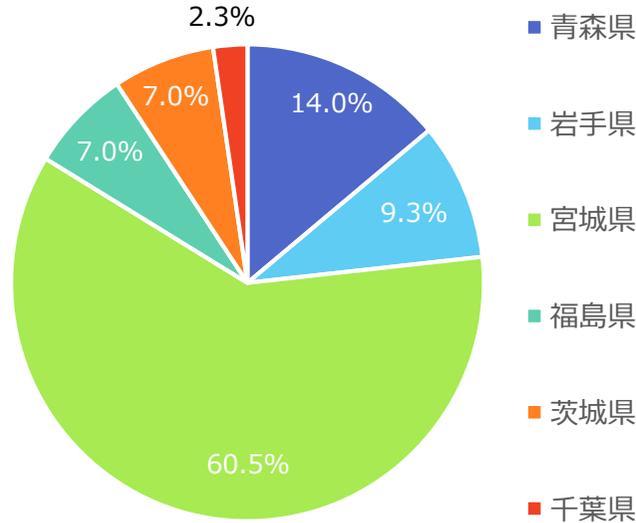
## <商談会実績>

本商談会では、従来の短期的なオンライン商談にはせず、顔合わせ、ニーズの確認から商談の準備を進め、複数回の商談を実施することで、ミスマッチを防ぎ、成約率を図る仕組みにて実施した。その結果、商談成約率15%と高い商談成約率となった。一方、スケジュール管理、サポート等において改善する点もあった。

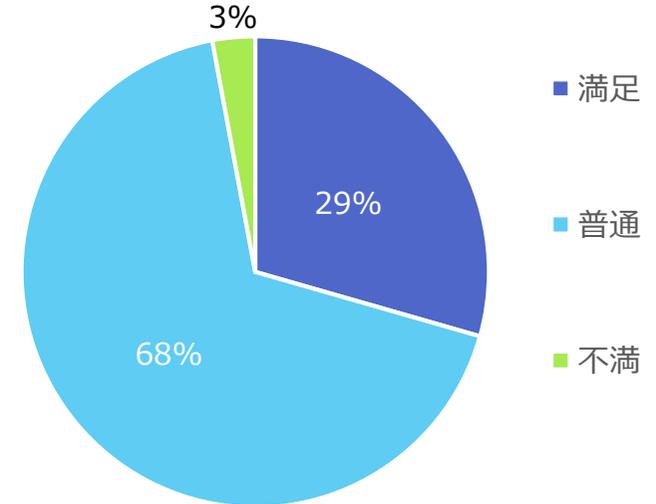
対応バイヤー業態割合



県別出展者割合



オンライン商談会の満足度



### 良かった点

- 一般的な1度だけの商談にせず、目的を持った複数回の商談にすることで商材、商品のマッチングの向上に繋がった。
- 全ての商談に進行役のファシリテーターを配置し、商談の内容を記録することで継続商談をスムーズに進めることができた。

### 悪かった点

- 商談日の設定の連絡などのスケジュール調整、オンライン商談用のURLの間違いなど、トラブルが発生した。
- 募集から提案までの時間が空いていたため、忘れられてしまったり、商談の辞退があったりなど、実際の対面式とは違うオンライン商談の難しさを感じた。

## (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、支援を行った企業情報、支援事業の応募、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ます。

被災地で頑張る加工業者をレポートする「企業紹介」は、引き続き閲覧数が多く、こちらで公開されている企業情報への関心の高さがうかがえます。

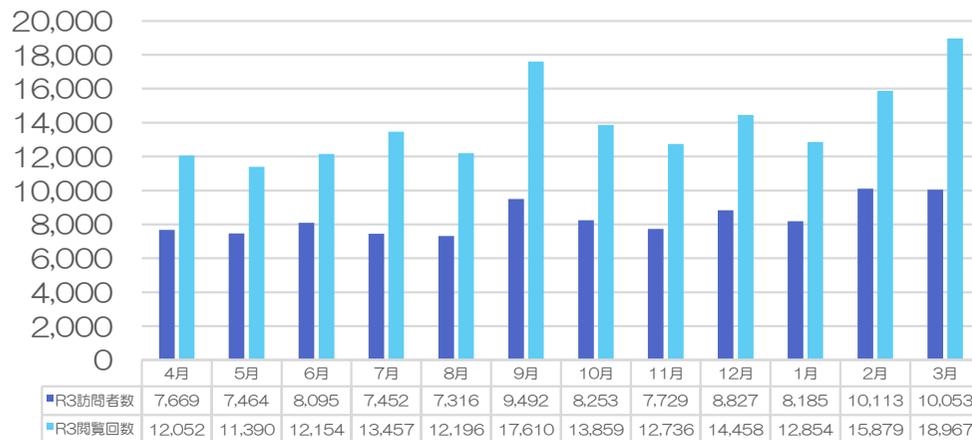
今後は、コロナ禍の影響が続いていくことが予想されることから、現地に行けない方向けに、企業紹介やセミナーレポート等の情報公開に力を入れながら、もっと気軽に閲覧できるようにスマートフォンでも見やすいサイト作りを検討していきたいと考えています。

### コンテンツ別アクセス数ランキング (令和3年4月～令和4年3月)

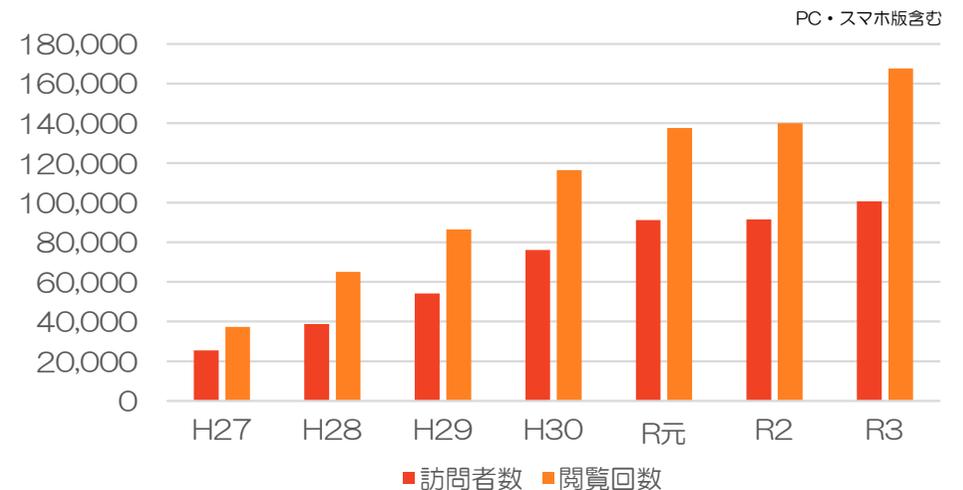
PC・スマホ版含む

順位	コンテンツ	訪問者数	閲覧回数
1	企業紹介	73,683	121,534
2	助成支援事業について	3,952	6,674
3	アドバイザー指導	2,436	4,398
4	連載・コラム	1,883	3,551
5	展示会・セミナーレポート	1,664	3,368

訪問者数及び閲覧回数の月別推移(令和3年度)



訪問者数推移 (H27年度～R3年度)



## (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。

### 愛知県名古屋市

東海スーパーマーケットビジネスフェア2021

開催日：令和3年7月13日～15日

参加者数：10社（青森2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および新たな販路を広げるため、スーパーマーケットの商売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

- ・コロナ禍の影響を心配してましたが、積極的な商談ができた。
- ・市場流通より問屋流通の方が主力に感じた。



講習会（7月13日）



セミナー（7月14日～15日）



### 東京都江東区

全国食の逸品EXPO

開催日：令和3年9月6日～8日

参加者数：10社（岩手1社、宮城5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および新たな販路を広げるため、商談会における情報伝達力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

- ・首都圏のバイヤーは、展示商談会への来場経験も豊富なので、短い商談の中でも、生産者側として勉強になることが多かった。



講習会（9月6日）



セミナー（9月7日～8日）



## 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3年11月7日～10日

参加社数：10社（岩手1社、宮城7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および新たな販路を広げるため、強みを生かした商品化に関する講習を実施しました。

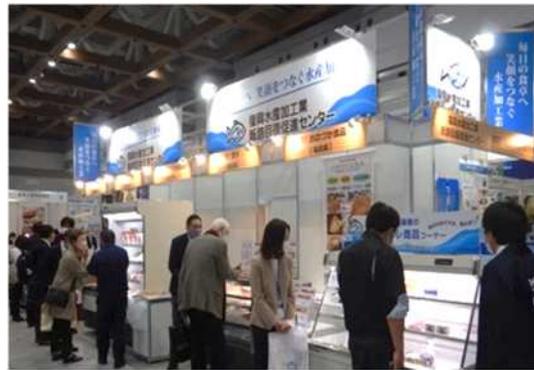
**セミナー内容：**加工業者が講習会で学んだことを活かして、現地市場の水産関係者等に対し、商品の安全性の取組みに係る情報発信を行うとともに、消費地の反応やニーズを把握しました。

### 参加した水産加工業者の声

- ・東京には日本全国、世界から非常に良い製品が集まると改めて実感。消費者のニーズが地方とは違うことが分かった。
- ・アドバイザーの方には非常に熱心にご指導いただき、大きな収穫となった。



講習会（11月7日）



セミナー（11月8日～10日）

## 福岡県福岡市

FOOD STYLE Kyushu

開催日：令和3年11月9日～11日

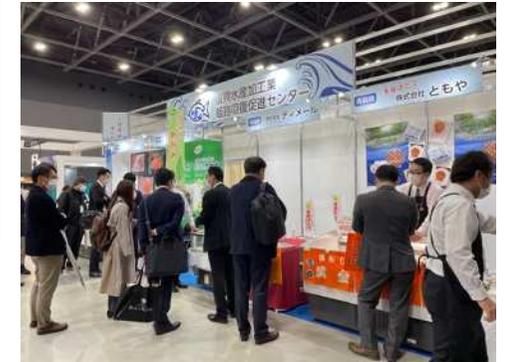
参加者数：10社（青森2社、岩手1社、宮城6社、茨城1社）

**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および新たな販路を広げるため、九州での商談におけるポイント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

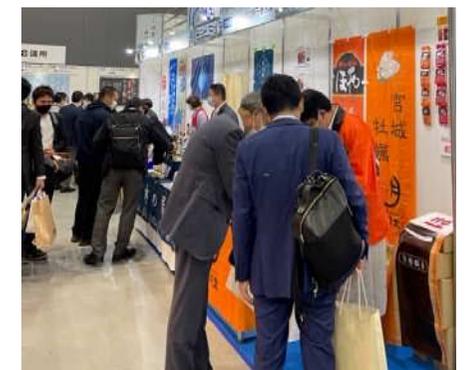
- ・コロナが落ち着いてから初めての展示会だったが、思ったより盛況で、多くの来場者が展示会を待ち望んでいたのだなと思った。



講習会（11月9日）



セミナー（11月10日～11日）



## 大阪府大阪市

## 加工食品EXPO

開催日：令和3年11月16日～19日

参加社数：11社（青森1社、宮城7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および新たな販路を広げるため、マーケットインの商品開発や、VMD（ヴィジュアルマーチャンダイジング）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

- ・大阪はほかの地域に比べ、決断がとても早く、初めて商談会の日に注文があった。
- ・充実した商談会だった。常温商品の分野で販売のご縁ができた。



講習会（11月16日）



セミナー（11月17日～19日）



## 大阪府大阪市

## フードストアソリューションズフェア2021

開催日：令和3年12月1日～3日

参加者数：8社（青森2社、宮城4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および新たな販路を広げるため、大阪での商談におけるポイント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

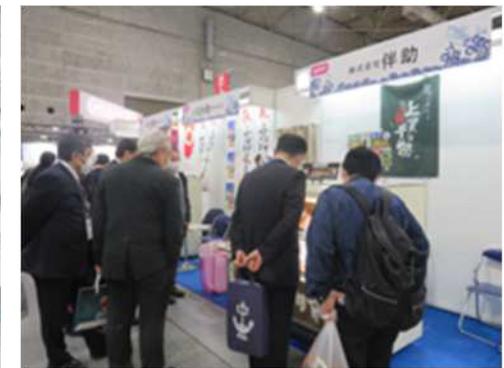
- ・コロナ禍が落ち着き、回復傾向にある中、経済は西高東低を非常に感じた。
- ・来場者は試食も積極的に手に取って、説明にも耳を傾けてくれる方が多く、良い感触であった。



講習会（12月1日）



セミナー（12月2日～3日）



開催日：令和4年2月15日～2月18日

参加社数：11社（青森1社、岩手3社、宮城6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および新たな販路を広げるため、コロナ渦において売れる商品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

- ・幕張メッセでの開催にもかかわらず来場者は全国各地多岐に渡っていた。
- ・「東北」と「水産」に特化したブースだけあって、特徴がはっきりしているため、水産担当者に多く立ち寄って頂けた。



講習会（2月15日）



セミナー（2月16日～2月18日）

消費地商談会の一部ではオリジナルレシピを考案。食べ方の提案も実施し、風評払拭のPRを行った。

冷凍あおさの  
クレープ包み



カジキスモーク  
オリーブオイル煮  
ロールサンド



宮城ほやラー油  
ペンネ  
アラビアータ



赤魚一夜干し  
レモンバター  
ソース



# 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—

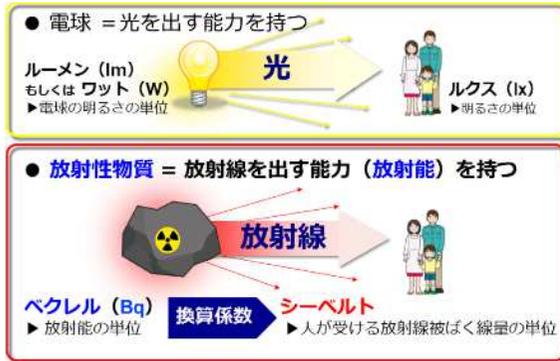
講師 水産庁 増殖推進部 研究指導課

## 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、飲料水由来の放射線は年間約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。

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

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

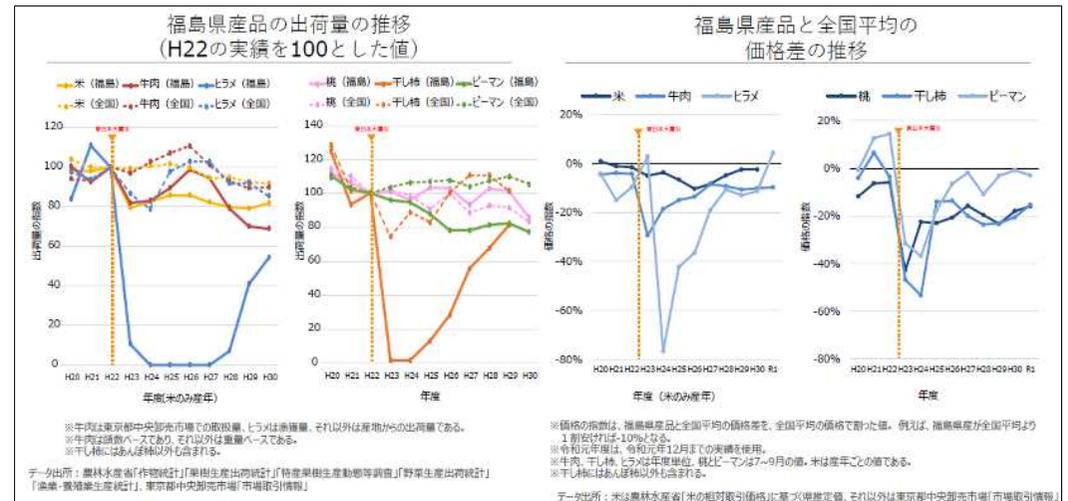
最も線量の影響を受けやすい世代・性別 (13~18歳・男性) において、上記の条件を踏まえ、限度値を120Bq/kgと算出し、これをさらに安全側に切り下げ、基準値を100Bq/kgに設定しています。

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

農林水産省では、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、福島県産農産物等流通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・小売業者等へ以下のとおり指導、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。



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。



飲食店事業者向け（BtoB）ECサイトとして、「ミクリード」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



▲ 掲載商品の一部



2021年10月01日  
【三陸・常磐の水産加工品特集2021】茨城県・那珂湊で絶品の水産加工品をつくる「櫻村水産」

産地、その他

東京から2時間30分ほどで行ける港町・那珂湊には、干物やみりん干しなど、おいしい水産加工品がたくさんあります。本記事では、干物が人気の水産加工会社、櫻村水産を紹介... [...]



2021年12月01日  
【三陸・常磐の水産加工品特集2021】銚子の新鮮なイワシの味わいを食卓へ「宮澤食品」

産地、その他

銚子漁港で水揚げされるイワシやサバなどを原料に、仕入れから加工まで一貫して手掛ける「宮澤食品」。鮮度や味が自慢の商品や同社の歴史、地域への想いなどについて紹介し... [...]



2021年12月01日  
素材の良さを活かした水産加工品の魅力をお届け！三陸常磐フェアを開催



▲ リアル店舗でのフェアも実施



●メニューのセンター  
「観光メニュー」も  
提供しております

■観光メニューとは  
魚を仕入れの土産が豊富でおいしいと定評のある地元漁師の知識から厳選した、低塩調味料で一夜漬け込み、日持ちが良く平らにしてあげた素材の旨味を最大限に引き出します。新メニューにドリップが出にくい水産調味料も使っています。



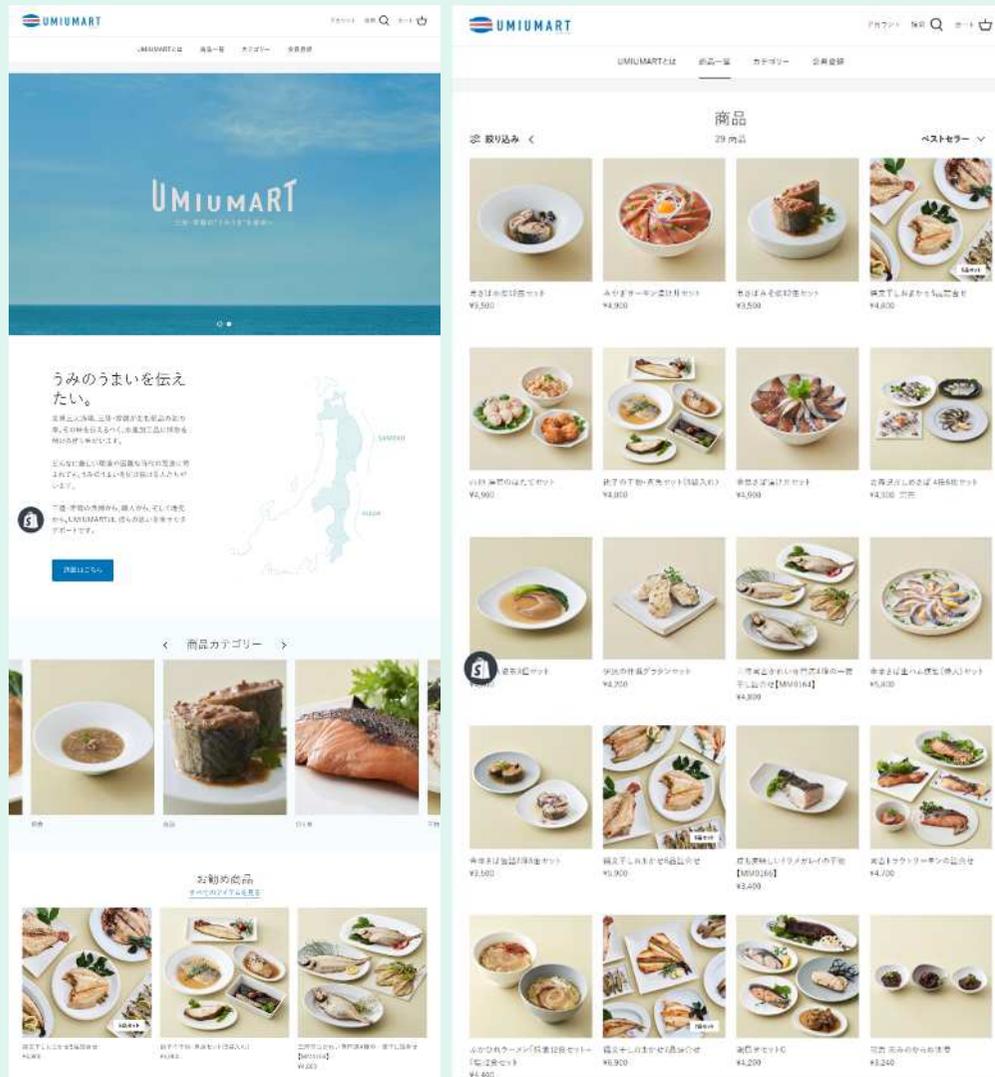
【福島県松川産】冷凍あおさのり 100g 商品番号:132047 価格:210円

福島県松川産のあおさのりをそのまま冷凍しました。元来、玉子焼き、パネオ、あんかけ、湯の物等、色々な料理にアレンジし、食感や味の豊かさをお楽しみください。

▲ 飲食店への販売促進に寄与する記事も配信

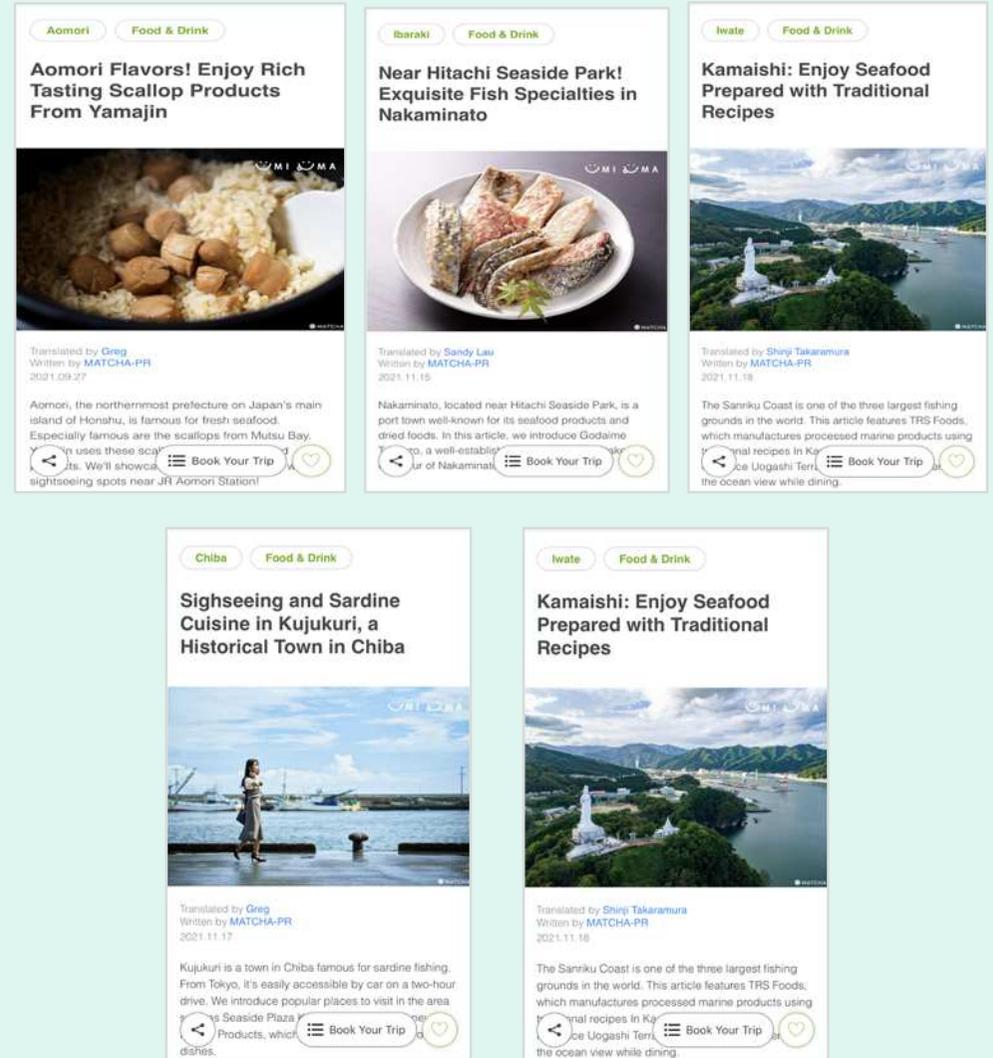
▲ 飲食店への販売促進に寄与する記事も作成・掲載

被災地の水産物・水産加工品を購入できるWEBサイトを構築し、被災県産水産物の安全性等をPRするため、ECサイトを活用した販売支援を行うことで、被災県産の水産物・水産加工品の利用促進を図りました。



▲ 掲載商品の一部

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・周辺環境等の様子などを“うみうまの旅”として特集。記事は、動画を多言語（英語・繁体字・簡体字・タイ語・日本語）で作成しており、他記事のPV平均値を超えるPV数となりました。



▲ 掲載記事

株式会社あきんどスシロー様が展開する「スシロー」にてタイアップフェアを実施。フェアにおいては、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。



▲ 商品PR

「食ベログ」タイアップで東京・関西の飲食店20店舗で、被災地水産加工品を使用した飲食店フェアを実施した。フェアにおいては、三陸・常磐地域で生産、加工された水産加工品を2品以上活用したメニューを考案しについて、各店舗のオリジナルメニューを開発され、被災県産水産物・水産加工品の販売促進を図りました。



▲ サイトデザインの一部



▲ 掲載商品の一部

TOKYO SAKE FESTIVAL 2021にて、ブース出展し、水産加工品のPR・販売を実施しました。



▲ ブースの様子



▲ 提供商品の一部

水産加工品を活用した「つくりやすく、おいしいレシピ」情報を提供することで、水産加工品自体の魅力を見出し、被災県産水産物・水産加工品の販売促進を図りました。

■ インプレッション・リーチ数



■ いいね数



▲ 投稿写真・動画の一部

ローカルメディア及びローカルSNSによる、産地・水産加工品のPRを実施しました。

【ABA青森朝日放送 「ハッピー」】



【IBC岩手放送 「じゃじゃじゃTV」】



【OXTV仙台放送岩手放送 「あらあらかしこ」】



【FTV福島テレビ 「サタふく」】



【とちぎテレビ 「カミナリのチャリ旅」】



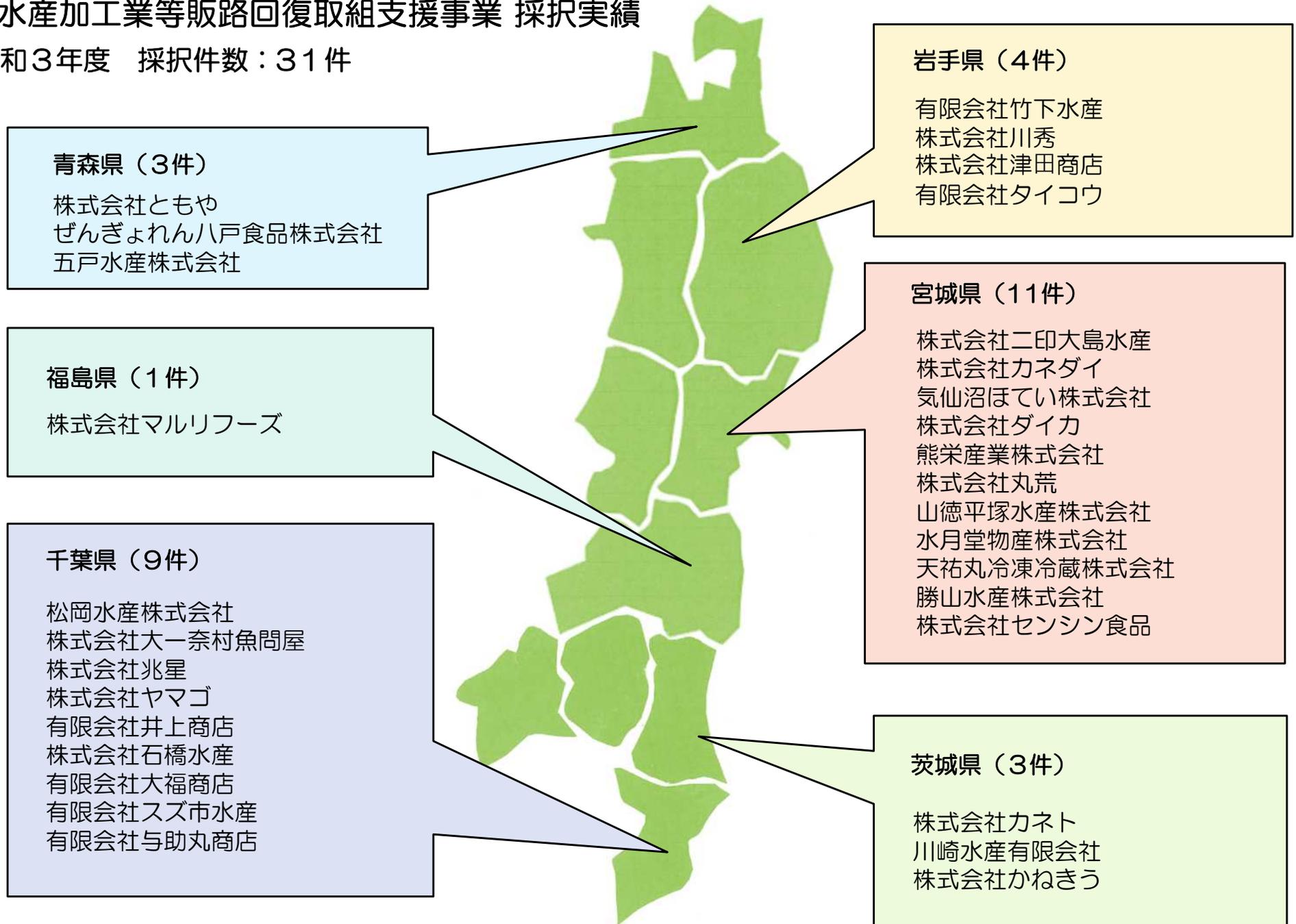
【SNS投稿／雑誌掲載】



## 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3年度 採択件数：31件



## (2) 令和3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(31件)

所在地		事業者	取組概要
青森県	青森市	株式会社ともや	ニーズの多い常温品の製造販売の割合を高めるため、熱水噴流式調理殺菌装置を導入し、常温品の量産体制を構築し、さらに、これまでの業務用形態以外に家庭用レトルト商品の開発を行うことで、販路拡大を図る。
	八戸市	ぜんぎょれん八戸食品株式会社	生産ラインにおいてボトルネックとなっている「真空包装機の高速度化」及び「食品工場への冷風乾燥機導入」により、生産体制の合理化を実現し、売上回復を図る。
		五戸水産株式会社	機器を導入することで作業の効率化・省人化・商品の品揃え・品質管理能力の向上に取り組み、営業活動ではホームページを活用した販売・商談による拡販を行い、売上回復・販路の拡充に努める。
岩手県	下閉伊郡 岩泉町	有限会社竹下水産	新たに生パン粉付け機を導入し、パン粉付け製品の増産体制の構築と省力化を進めながら、余剰人員をほかの生産工程に回すことで、工場全体の生産性を高め、販路維持・売上拡大を図る。
	宮古市	株式会社川秀	コンタミなどを防ぎ、衛生管理を向上させるため、専用ラインを構築し、さらに、手作業の工程を機械化することで生産量の増加を図り、売上増大に努める。
	釜石市	株式会社津田商店	労働力不足解消、製造コストの軽減が可能となる缶詰製造工程での定量充填作業用省人化システムの導入を行うとともに、学校関係者（給食会・教育委員会・給食センター・栄養士など）に自社の取組を理解してもらい、販路の拡大を図る。
	大船渡市	有限会社タイコウ	増産体制を構築するため、新たにレトルト機を導入し、生産増へつなげるとともに、現状の殺菌温度・時間を調整しさらにおいしさを追求することで、リピート客を増やし、販路拡大・売上回復を図る。

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	現状の人手不足に対応する省人化機器、作業効率化機器を導入することで、販売先から要請のある衛生強化を図り、増産と新商品開発を行い販路拡大を図る。
	株式会社カネダイ	粘度の高いタレを充填できる機械を導入して、加熱商品のラインアップ拡充を図ると共に作業効率を向上させ、安定的な製品供給を実現し、更なる販路拡大を図る。
	気仙沼ほてい株式会社	煮魚ラインの青魚類前処理工程にドレス機・カッターおよび洗浄装置を導入することで省人化を目指す。また、缶詰・レトルトラインでは殺菌装置の増設により安定した商品の供給を行い、販路回復を図る。
	株式会社ダイカ	省人化機器の導入を行うことで、納期の短い大量注文、グラム規格のある注文等、これまで対応できなかった注文にこたえられる体制を整え、生産量の増加と共に作業効率のアップを図る。また、商談の強化や展示会へ出展し、売上拡大に努める。
	熊栄産業株式会社	機器を導入し、衛生面と安全管理をレベルアップし、さらに包装の多様化と小口保管等への対応を可能することで、年間を通して水揚げされる加工原料を製品化・販売し、販路拡大を図る。
宮城県 南三陸町 本吉郡	株式会社丸荒	手作業で行っていた製造工程の機械化により、品質向上と安定化、作業の効率化を図り、コスト低減を実現することで、価格競争力のある商品開発と製造力向上により収益率向上と拡販体制を整え、売上拡大に努める。
石巻市	山徳平塚水産株式会社	増産体制を構築するため、レトルト機などを導入し、さらなる売上増、販売先の分散化を図る。また、新規販売先獲得のため展示会に出展し、新規顧客層の獲得を行うとともに、新商品開発を進め、売上回復を図る。
	水月堂物産株式会社	生産性向上のため、乾燥珍味袋詰工程の機械化を行い、増産体制を構築し、量販店等へ販路の拡大を目指す。また、多くの展示会への出展・商談活動等を実施することで、営業強化にも努め、さらなる売上回復を図る。
	天祐丸冷凍冷蔵株式会社	機器を導入し、省人化を図り、生産効率を向上させ、コスト削減・生産数量の増加を図る。また、新規顧客及び既存顧客のニーズに合わせ個包装の製品の製造体制を整え、販路の回復に努める。

所在地		事業者	取組概要
宮城県	塩釜市	勝山水産株式会社	機器を導入し、生産アイテム数および生産数量を増加させ、注文に対応できる体制を構築するとともに、高価格帯の焼き竹輪など顧客のニーズに応えた製品の製造も行い販路の回復を図る。
	名取市	株式会社センシン食品	製造ラインの一部を機械化し、少人数でも大きな発注に対応できる体制を整え、ニーズに合わせた製造を可能にし、通販事業で人気のあった商品を通年で販売できるようにすることで売上回復を図る。
福島県	相馬市	株式会社マルリフーズ	あおさの新たな市場開拓を目的に粉碎機を導入し、あおさの粉末製品を開発することで販路回復につなげる。また、パンフレット等によりPRを強化し、売上回復に努める。
茨城県	北茨城市	株式会社カネト	冷凍庫や保管庫の冷凍設備およびフォークリフトを導入し、原料搬入から冷凍冷蔵庫入庫までの時間を短縮しながら、生産能力を向上させ、注文に対応できる生産体制を整えることで売上拡大を図る。
		川崎水産有限会社	凍結・冷凍保管や粗熱除去のための冷凍機器を導入し、製品数量の増産及び販売先等に品質の安定した商品の提供を行うことで、売上回復に努める。
	神栖市	株式会社かねきう	人員不足を軽減させるため、ロボットアームによる自動箱積みラインを導入し、作業の省人化及び効率化を図ることで、受注しきれってい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。
千葉県	銚子市	松岡水産株式会社	要望の多い煮魚、焼魚製品の拡充や新規商品開発を行うために、トンネルフリーザーを導入し、省人化と増産、品質の向上を図る体制を整え、販路回復に努める。
		株式会社大一奈村魚問屋	省人化機器である自動函積ラインを導入することで、省人化・作業効率を図る。また、ダンボール製品の増産体制を整えると同時に、省人化できた人員を有効活用することで工場全体の生産能力を向上させ、販路回復を図る。
		株式会社兆星	外食、中食チェーンなど新業態への拡販及び生協向けの冷凍品生産増強のため、原料・製品を多種・多量に保管可能な冷凍機器を導入し、年間を通じた受注に対応できる体制を整え、販路回復を図る。

所在地		事業者	取組概要
千葉県	旭市	株式会社ヤマゴ	サバフィレの増産に伴い、温度管理可能な冷凍機と加工場の環境を向上させる機器を導入することで、取引先から求められている衛生基準に対応するとともに品質を向上させ、売上の拡大を図る。
		有限会社井上商店	受注の多いサバフィレ等の製造機器を導入し、拡販に対応できる生産体制を構築する。また、冷凍冷蔵庫の冷凍機を導入し、原料や製品の保管を強化し、販路拡大を図る。
		株式会社石橋水産	一次加工処理行程以降に必要なオートラベラー機等を導入することにより製造からラベル貼りまで一貫して行える体制を構築し、品質検査の向上、安全性の徹底を行う。このことにより、販売先より求められている衛生基準に対応し、さらにその衛生管理をアピールしながら営業を展開することで、販路回復を図る。
	安房郡 鋸南町	有限会社大福商店	独自に開発したスラリー状氷を用いた急速凍結に係る器材を導入し、これまで冷凍の対象にならなかった地元産の高級魚類を活用し、新商品として販売することにより販路の開拓を図る。
	南房総市	有限会社スズ市水産	引き合いが強い「骨なしフライ」を増産するため、現在手作業であることから薄衣を均一にできず、さらに注文に応じた効率的な生産が出来ていないバター付けとパン粉付け作業を機械化し、作業効率を向上させ、増産体制を構築し、販路回復を図る。
		有限会社与助丸商店	現在手作業で行っている原料の入荷選別作業を自動化することで省人化と生産効率向上を図る。また、地域の特産であるアワビや伊勢エビについて、レトルト加工商品の開発を行う。加えて、製品を展示会にてPRすることで新たな販路の拡大を図る。

※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3年度水産加工業等販路回復取組支援事業 取組事例

### ① 引き合いの強いレトルト商品の生産強化による販路開拓【山徳平塚水産株式会社】

#### 課題点

- ・震災前はちくわ等を中心とした練り物の製造を行っていたが、価格競争に巻き込まれないためにも、付加価値の高い、常温で保存できて簡便なレトルト商品の開発を戦略的に進めてきた。
- ・レトルト商品については3期連続増収となるほど好調であるが、既存の機械ではこれ以上の増産が難しく、新規の注文を断らざるを得ない状態となっていた。
- ・経営を安定化するためには、増産を伴う販売先の開拓が必要であった。



#### 改善に向けてのポイント

- ・技術が評価され、新規の販売先からの要望が多くなっているレトルト商品を中心に製造強化を図ることで売上回復を図る。

#### 取組概要

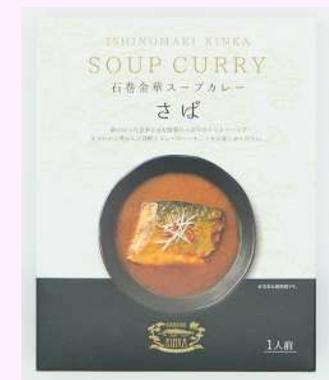
機械導入により、レトルト商品の開発、増産を行うことで販路開拓を目指す。

#### 取組による成果

- ・レトルト商品の製造工程のうち、袋への充填は機械化により生産能力が上がっていたが、高温高圧殺菌の工程において設備が足りず、増産体制が取れなくなっていたため、高温高圧殺菌装置を導入。
- ・その結果、従来は作業員1名で10時間かけて4,000パックの製造数だったのが、同人数で6時間で4,200パックの製造が可能となった。
- ・このほかに、オーブン、充填機を導入し、新商品である「石巻金華スープカレー さば」を開発。「おいしい山形・食材王国みやぎ 新商品アワード2021」や、「第46回宮城県水産加工品品評会 宮城県議会議長賞」を受賞し、展示会等でも60社以上の見込み客と商談することができた。



▲ 高温高圧殺菌装置



▲ 今回開発された「石巻金華スープカレー さば」

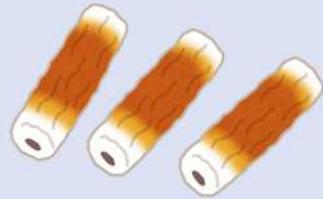
## ② 省人化および生産の効率化による販路開拓【勝山水産株式会社】

### 課題点

・ちくわ等の製造を行っているが、震災で工場が大規模半壊となり、復旧したものの、アイテム数を絞って製造せざるを得なくなった。

・また、復旧迄の期間に、従来の販売先は新たな取引先との取引を始めていたために、新たな取引先向けに、日配メインの商品製造を開始し、震災前の8割程度まで売上は回復している。

・既存の機械では製造数に限界があり、売上が頭打ちになっているほか、既存の機器では震災の際の津波による塩害のため、腐食による異物発生の問題があり、それらを除外するため、1名から3名体制に変更して稼働していることから、人手不足が加速する中、大口の注文に応えられない状況であった。



### 改善に向けてのポイント

・機器導入により生産数の底上げを図ることで売上回復を目指す。

### 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

・省人化、増産強化を行うため、ぼたん竹輪オートメーションと見送りポンプを導入。

・その結果、焼き竹輪のアイテム数が3種類に増え生産量も、従来は3名で8時間かけて16,000本製造していたものが、2名、6時間で24,000本と大幅な増産が可能となった。

・あわせて営業を強化したことで、新規の取引先に増産分を販売することができた。

・また、省人化できた1名をカット竹輪の製造に配置し、以前から依頼があった1/4カットの竹輪の製造を増やすことで、新規取引が開始された。

・さらに、効率化が進んだことで、新規格での注文を受ける余裕が生まれ、現在は、首都圏のスーパー等から依頼のあった無リンのすり身をつかったPB商品を試作中である。



▲ ボタン竹輪オートメーション

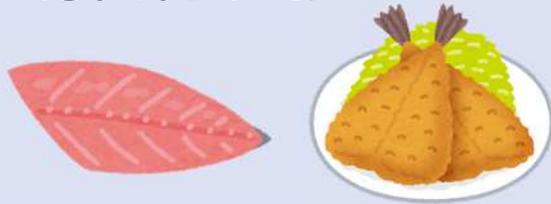


▲ 見送りポンプ

### ③ 増産体制の構築による売上回復【株式会社センシン食品】

#### 課題点

- ・生食用スライスからパン粉付けフライ加工、漬け魚等、幅広いジャンルの製品を製造販売している。
- ・震災による津波で工場は全壊。再建後も風評被害等により売上は震災前の30%程度しか戻っていない。
- ・2016年に福島県相馬市から宮城県名取市に工場を移転。移転先での企業知名度の低さもあり、人員の確保が困難で人手不足が続いていた。
- ・また、2014年より始めたEC事業や、2017年より始めた委託加工について、コロナ禍で需要が急増しているが、全て手作業で製造しているため、生産能力に限界があり、注文に応えることができなくなっていた。



#### 改善に向けてのポイント

- ・製造ラインの一部を機械化することで加工能力を向上させ、機会損失を最小限にする。

#### 取組概要

機器導入により限られた人員の中で増産体制を整え、売上回復を目指す。

#### 取組による成果

- ・フィレマシンの導入により、これまで手作業で行っていたフィレ加工が機械化された。このことで、100kgの製品を作るのに5人で5.5時間かかっていたものが、4人で2時間で済むようになり、前年比2.5倍の生産量を達成した。
- ・電動鱗取り機の導入により、原料1トン进行加工するのに5人で3時間かかっていたものが、2.5時間で同じ作業を完了することができた。また、機械化による負担軽減により女性でも作業が可能になった。
- ・機械化を行ったことで、製品1kgあたり約300円の人件費削減も実現し、作業時間も大幅に短縮したことで、増産が可能となり、売上も増加した。



▲ フィレマシン



▲ 電動鱗取り機

## ④ 手作業工程の機械化による増産および販路拡大【株式会社丸荒】

### 課題点

- ・メカブ、ワカメなどの海藻類やカキ、ホタテなどの貝類などの生鮮商品をメインに製造を行っていた。
- ・震災で5棟の工場が被災、内4棟が流失。流された工場の跡地が街の防潮堤工事の計画地となったため工場が復旧したのは震災から約8年後となってしまった。
- ・新工場では、現在の需要に合わせて無添加・簡便・即食のアイテムを製造。展示会等に参加しながら販売ルートを広げていくも、手作業が多く残る既存の製造工程では供給量が頭打ちとなっていた。



### 取組概要

手作業工程を機械化することで、品質の安定化と効率化を目指す。

### 取組による成果

- ・重量選別機、魚類裁割機、ヘッドカッター兼胴切り機を導入。その結果、10人で500kg処理していたものが、2人で処理できるようになり、大幅な省人化を達成した。また、省人化できた人員を他の工程に移動させることで、会社全体の生産効率化にもつながった。
- ・さらに、品質の向上と安定化もなされ、作業の効率化によりコスト低減も実現したことで価格競争力をつけることができた。そのため、展示会等でも商談が決まるようになり、今期の新規顧客獲得件数は昨年から60件増の500件となった。



▲ 重量選別機



▲ ヘッドカッター兼胴切り機

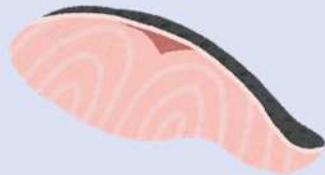
### 改善に向けてのポイント

- ・人手不足が加速する中、手作業が多い製造工程では増産が望めないことから、機械化を行うことで、増産体制をとれるようにする。

## ⑤ 製造工程の効率化、個包装対応による売上回復【天祐丸冷凍冷蔵株式会社】

### 課題点

- ・魚類フィレ、切身、漬魚加工、加工原料販売等を営んでいる。
- ・震災による津波で全壊した工場を復旧し、生産能力は7~8割ほどに回復したものの、震災後数年は、福島第一原発事故の風評被害により売上が伸び悩み、人員削減等も行いながら、なんとか営業を続けてきた。
- ・近年、営業努力により受注量が増えてきたが、今度は人員が不足し、生産数量をすることが困難であった。
- ・取引先から、個包装の要望があるが、業務用の製造がメインであったことから、既存設備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い個包装商品の加工を実現することで、売上回復を狙う。

### 取組概要

増産及び新商品の開発により、売上回復を目指す。

### 取組による成果

- ・真空密着包装機械、ヘッドカッター、三枚卸機、水圧式ウロコ取り機、ミートチョッパーを導入。その結果、塩サバフィレの加工（ヘッドカット～三枚卸～整形作業までの工程）において、2,500kgの製品を作るのに12名で5時間かかっていたものが、10名、4.5時間で終わられるようになった。
- ・加工品販売に注力したことで、利益率も向上し、利益金額も前年より改善した。
- ・省人化できた人員を別作業へ配置でき、全体の作業スピードが向上。また、真空包装による個包装商品の加工が実現したことで、多品種の生産および生産量の増加が図られた。



▲ 水圧式ウロコ取り機



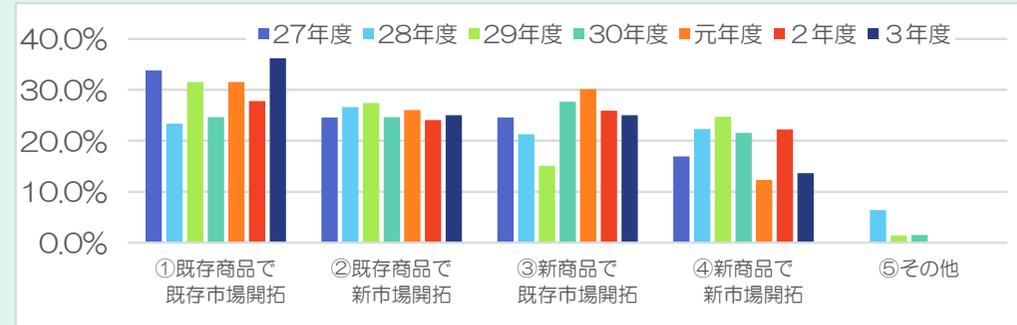
▲ 真空密着包装機

## (4) 販路回復の取組方法について

令和3年度に採択された31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」となった。これまでの推移をみても従来からある取引先に向けての販売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	3年度
①既存商品で既存市場開拓	33.8%	23.4%	31.5%	24.6%	31.5%	27.8%	36.4%
②既存商品で新市場開拓	24.6%	26.6%	27.4%	24.6%	26.0%	24.1%	25.0%
③新商品で既存市場開拓	24.6%	21.3%	15.1%	27.7%	30.1%	25.9%	25.0%
④新商品で新市場開拓	16.9%	22.3%	24.7%	21.5%	12.3%	22.2%	13.6%
⑤その他	0.0%	6.4%	1.4%	1.5%	0.0%	0.0%	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3年度支援事業の助成対象費目の中では、「②販路の回復・新規創出のために必要な機器、資材等」と「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」が同率トップとなり、この二つの項目で過半数を占める結果となった。増産や他社との差別化を図るための商品開発、被災地域での人口流出および高齢化等の影響を受けての省人化対策が共通の課題となっていることが分かる。

### 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	3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%	12.8%	-11.1%
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%	36.2%	-5.1%
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%	36.2%	10.1%
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%	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%	0.0%	0.0%
⑥マーケティング調査経費	2.4%	3.1%	0.8%	1.3%	2.9%	0.0%	0.0%	0.0%
⑦コンサルティング経費	6.0%	9.2%	5.8%	5.1%	6.9%	0.0%	2.1%	2.1%
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%	10.6%	1.9%
⑨新商品開発支援経費	8.3%	6.2%	7.4%	6.4%	8.8%	0.0%	2.1%	2.1%

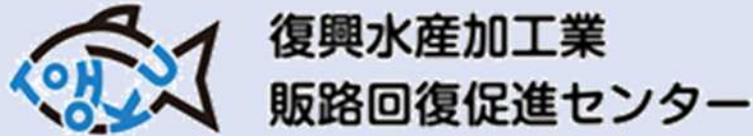
(注) 助成対象費目については1社で複数の費目への申し込みがあるため、その累計で算出

分析結果を踏まえ、令和3年度の支援事業の傾向を見ると、コロナ禍で積極的な展示会参加や商談が難しく新規の販路開拓が難しい中でも増産体制を整えるための機器整備等を行い、「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いことが読み取れる。

### 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



(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