

令和6年度 水産業復興販売加速化支援事業 (復興水産加工業等販路回復促進指導事業及び 水産加工業等販路回復促進取組支援事業)

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



復興水産加工業
販路回復促進センター

01	水産業復興販売加速化支援事業について	…01
02	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	
	(1) 復興水産販路回復アドバイザーによる指導実績	…02
	(2) 販路回復セミナー等開催実績	…03
	(3) 東北復興水産加工品展示商談会2024	…05
	(4) 情報共有化事業	…10
	(5) 被災地水産物流通利用促進事業 講習会・消費地商談会 開催実績	…12
	(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	…21
	2. 水産加工業等販路回復促進取組支援事業	
	(1) 令和6年度水産加工業等販路回復促進取組支援事業 採択実績	…28
	(2) 令和6年度水産加工業等販路回復取組支援事業 採択事業者一覧	…29
	(3) 令和6年度水産加工業等販路回復取組支援事業 取組事例	…34
	(4) 販路回復の取組方法について	…39
03	お問い合わせ先	…40

01 水産業復興販売加速化支援事業について

□ 事業内容

被災地の水産加工業の販路回復等のため、水産加工・流通の専門家による事業者の個別指導及び商談会・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。

併せて、ALPS処理水による風評影響を最大限抑制し、本格的な復興を果たすため、被災地域における水産加工業の販路回復の促進、販路拡大・経営力強化と安全実証への支援、福島県内の水産消費地市場の支援を行うとともに、外食店、量販店や専門鮮魚店等での販売促進等の取組を支援します。

なお、復興水産加工業販路回復促進センターでは、当該事業のうち、以下の2つの事業を実施し、各種支援を行います。

□ 支援内容

復興水産加工業等販路回復促進指導事業

被災地の水産加工品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、販路回復セミナー等の開催、消費地商談会の実施、水産加工品の安全性や魅力を国内外に発信するためのプロモーション等の実施。

水産加工業等販路回復促進取組支援事業

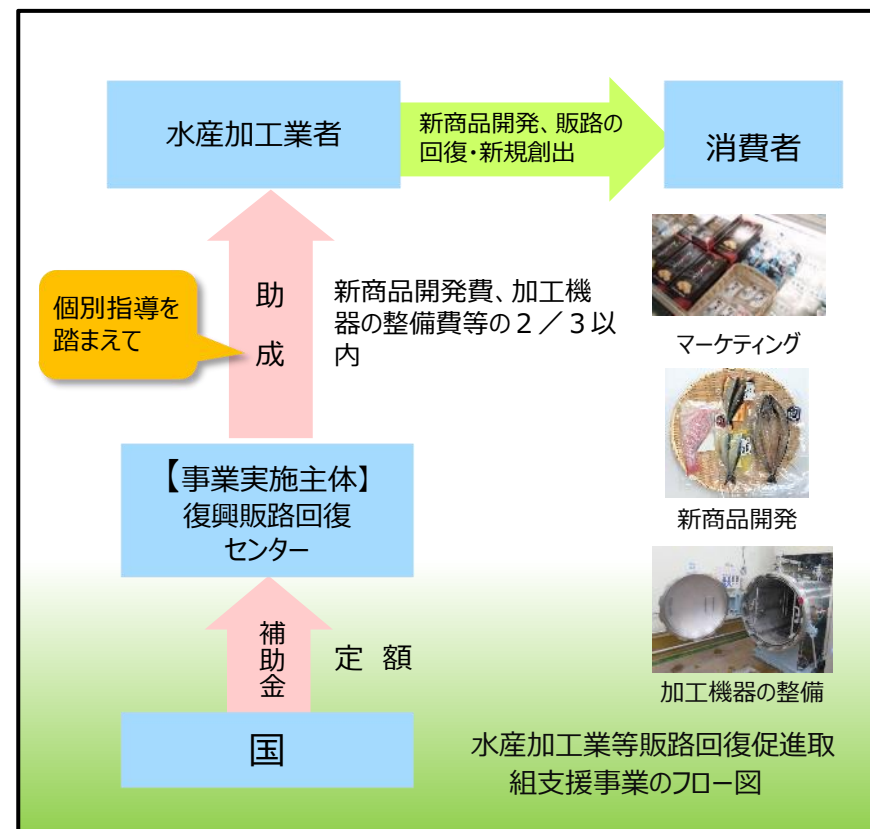
「復興水産販路回復アドバイザー」による個別指導を踏まえ、東北被災地地域の水産加工業者等が行う販路回復・新規開拓等に向けた取組に必要な加工機器の整備、マーケティングに必要な経費2/3を支援。

(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)

□ 事業実施主体

復興水産加工業販路回復促進センター

- ・ 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



02 復興水産加工業販路回復促進センターの活動



復興水産加工業
販路回復促進センター

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等の掘り起こしをおこない、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おこなっています。

(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6年4月～令和7年3月末までの実績（合計104社、192件）※うち68件はオンラインによる指導

宮城県（47社）

ぜんぎょれん食品株式会社
マルショウ千葉株式会社
ミナワーズ株式会社
株式会社カネカシーフーズ
株式会社カネシゲ高嶋商店
株式会社カネシン
株式会社かねせん
株式会社カネダイ
株式会社ダイカ
株式会社東北トクスイ
株式会社マルカ高橋水産
株式会社ミヤカン
株式会社ヤマナカ
株式会社阿部伊組（SEASON）
株式会社阿部亀商店
株式会社一番
株式会社塩釜水産食品
株式会社横田屋本店
株式会社岡本製氷冷凍工場
株式会社海心
株式会社海遊
株式会社丸ほ保原商店

株式会社高橋徳治商店
株式会社高浜
株式会社松島蒲鉾本舗
株式会社斉吉商店
株式会社直江商店
株式会社八葉水産
株式会社武田の笹かまぼこ
株式会社明豊
株式会社友心
株式会社林正
株式会社冷水
五光食品株式会社
山徳平塚水産株式会社
水月堂物産株式会社
水野食品株式会社
仙台漬魚株式会社
村芳特殊水産株式会社
大興水産株式会社
富士國物産株式会社
末永海産株式会社
湊水産株式会社
有限会社ムラカミ
有限会社ヤマコ佐勇水産
有限会社丸繁商店
理研食品株式会社

青森県（16社）

ぜんぎょれん八戸食品株式会社
ヤマモト食品株式会社
株式会社いりや
株式会社オフィス弁慶

株式会社さ印さんりく
株式会社ディメール
株式会社ともや
株式会社マルイチ水産LTD
株式会社マルタシ
株式会社川秀 八戸工場

株式会社中村漁業部
株式会社味の加久の屋
株式会社丸石沼田商店
成邦商事株式会社
宝成食品株式会社
有限会社マルコー田中商店

岩手県（18社）

田老町漁業協同組合 JFたろう加工場
サンコー食品株式会社
株式会社シャイン
株式会社越戸商店
古須賀商店
株式会社宏八屋
株式会社川秀
株式会社北三陸ファクトリー

岩手アカモク生産協同組合
及川冷蔵株式会社
元正栄 北日本水産株式会社
森下水産株式会社
非営利型一般社団法人かたつむり
野村海産株式会社
有限会社コタニ
有限会社タイコウ
有限会社宮古マルエイ
有限会社田村蓄養場 三陸営業所

福島県（8社）

株式会社マリフーズ
株式会社海神
株式会社貴千
株式会社山吉

株式会社伴助
合資会社カネキ商店
中澤水産有限会社
有限会社海幸

千葉県（5社）

株式会社いとう商店
株式会社大國屋
松岡水産株式会社
有限会社スズ市水産
有限会社明石水産

茨城県（10社）

まるさ商店
まるむら商店

伊藤水産
株式会社ぎょれん鹿島食品センター
株式会社谷藤水産
株式会社島田商店

川達水産株式会社
有限会社榎村水産
有限会社原田水産
有限会社粉長商店

02 復興水産加工業販路回復促進センターの活動



復興水産加工業
販路回復促進センター

1. 復興水産加工業等販路回復促進指導事業

(2) 販路回復セミナー開催実績

■ 販路回復セミナー実施実績

令和6年度は2025年3月末までに、20回のセミナーを実施しました。

開催日	内容	開催場所
7月2日	季節感を大切にする外食チェーンのバイヤーのウォンツとニーズ	八戸市
7月3日	季節感を大切にする外食チェーンのバイヤーのウォンツとニーズ	宮古市
7月9日	売れるものづくりの考え方	大船渡市
7月10日	売れるものづくりの考え方	気仙沼市
7月11日	売れるものづくりの考え方	石巻市
7月17日	宅配向けの水産商品の開発について～生協の水産商品から消費者のニーズを考える～	仙台市
7月18日	宅配向けの水産商品の開発について～生協の水産商品から消費者のニーズを考える～	塩釜市
7月19日	宅配向けの水産商品の開発について～生協の水産商品から消費者のニーズを考える～	福島市
7月23日	お客さまに求められる水産品および水産加工品について	いわき市
7月24日	お客さまに求められる水産品および水産加工品について	水戸市
8月21日	福島第一原発事故後の水産物の検査について	江東区
8月23日	ピンチとチャンスに「老舗ブランドの変革」と「地域連携」の取り組み	江東区
8月23日	ハラルビジネス活用セミナー ①復興支援事業者セミナー ②ハラル認証水産セミナー	江東区
9月3日	繁盛店バイヤーが欲しいと思う商品の条件とは	仙台市
9月3日	消費者の時短・簡便ニーズに対応する商品開発を考える	仙台市
9月3日	被災地の水産業の復興－現状と今後の課題について	仙台市
9月4日	①福島第一原発事故後の水産物の検査体制について ②ALPS処理水海洋放出に係る取組について	仙台市
9月4日	外食から期待されるメニュー開発パートナーのQCD＋F ～セラー・バイヤーの関係を越えて～	仙台市
9月4日	「三陸・常磐ものネットワーク」による消費拡大の取組と可能性	仙台市
2月7日	メディアから取材が殺到する繁盛店を経営するオーナーに聞く、今求められる“魚”と“条件”	仙台市

02 復興水産加工業販路回復促進センターの活動



復興水産加工業
販路回復促進センター

1. 復興水産加工業等販路回復促進指導事業

(2) 販路回復セミナー開催実績

■ 販路回復セミナー実施例

「販路開拓セミナー」



講師
三越伊勢丹 日本橋三越本店
生鮮・グロサリー バイヤー 片桐 健治 氏

商談会での販路開拓ポイント

商談会でバイヤーがどのようなポイントを重視しているかをご紹介します。

・ 顧客の関心

百貨店がお客様に訴求できるポイントとして、まず「品揃えのよさ」が挙げられます。お客様は、たくさんの商品の中から自分好みの商品や、そのお店にしかない魅力的な商品を探求しています。また、私達バイヤーもそこを追及しています。そして「利便性の良さ」もポイントです。都心部の店舗は比較的アクセスしやすいものの、利便性はコンビニには勝てません。皆様の開拓したい先が、スーパーなのか、百貨店なのか、コンビニなのか、業態によって提案内容を変えることが重要です。

・ 百貨店の役割を踏まえた顧客価値

百貨店は、そこでしか買えないもの、そこにしかないものを消費者に提案する役割があります。また、独自性や旬のはしり、オケージンを意識した商品等、顧客の潜在ニーズに触れるような商品を常に見ているバイヤーが多いのも特徴です。

・ 価値提案の流れ

その商品はどのようなお客様を想定しているのか、お客様にどのような価値を提供できるかを明確に提案しましょう。ご年配の世代か若い世代か、共働きか単身か、商品を通してどのような状態になってもらいたいのか、商品をもとにどのような使ってもらいたいのか等が具体的に掘り下げられていると、バイヤーもシーンを想像しやすくなると思います。そして、ターゲットや使用シーンが最終的にお客様に伝わらないと商品が売れないため、それらをどのように伝えていくということも重要です。

水産加工会社の皆様の関心が高いご質問事項への回答

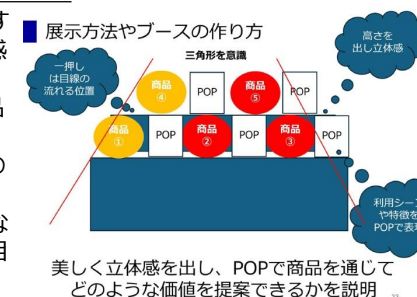
水産加工会社の皆様から事前にいただいたご質問について、私の見解をお伝えさせていただきます。

・ PRや広告等、効果的な対策について

SNSやホームページ等を活用して、お客様に伝えたいことを言葉にすることが重要です。特にX（旧ツイッター）は、即時性や拡散性の高いツールとして活用でき、Instagramは、ビジュアル面で訴求しやすいツールです。フォロワーを持たれているお取引様は、イベントや商品紹介でも非常に反応がよい傾向にあります。

・ （展示商談会での）展示方法やブースのつくり方

まずは商品を展示する際に“立体感”を出すことが重要です。高さが出ると人は美しさを感じ、目を引くというデータもあることから、底上げ台などを使い、高さを出して立体的に商品を見せることがポイントとなります。また、人の視線はZに流れるとされているため、一押しの商品は左側の位置にキャッチとして置くことも簡単にできる工夫の1つです。そして、可能な限り全ての商品にPOPを付けることにより、目を引きやすいブースになります。



・ 人材育成・人材確保について

販売においてお客様との接点はとても重要です。接客がしっかりできているかどうかで、売上げも変わってきます。

・ 注目しているトレンド・課題について

百貨店ではおしゃれさやパッケージのファッション性等がよく重視されるため、商品の魅力や質の良さをパッケージでどう表現するかに注力しましょう。また、商品の物語も大切です。商品開発理由、バックボーンなどがあるといいと思います。

・ 取り組み方について

短期的な取り組みだけでは成果は上がりません。中長期で取り組める商談相手かどうかを見極めることは大切です。例えば、イベント出店は非常に有効ですが、1回やって終わりでは失敗です。お互いしっかりとした関係性を築けるか、信頼できる相手か、中長期的に取り組める相手か、イベントだけでなく今後のブランディングについても話ができる相手かどうか見極めていきましょう。

02 復興水産加工業販路回復促進センターの活動



復興水産加工業
販路回復促進センター

1. 復興水産加工業等販路回復促進指導事業

(3) 東北復興水産加工品展示商談会2024

■ 概要

東日本大震災被災地域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、「繋がる・繋げる展示商談会」をテーマに掲げ、水産物に関心をもつ全国各地の食品バイヤーへ向け、東北・常磐の水産物の魅力を広く発信。

青森、岩手、宮城、福島、茨城、及び千葉の加工業者等によるブース展示、各種セミナー、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ました。

催 事 名	東北復興水産加工品展示商談会2024 ～繋がる・繋げる・展示商談会～
会 期	2024年9月3日(火) 10:00～17:00、4日(水) 10:00～16:00
会 場	仙台国際センター展示棟 (宮城県仙台市青葉区青葉山無番地)
主 催	復興水産加工業販路回復促進センター
後 援	水産庁／復興庁／中小企業庁／日本商工会議所／株式会社東日本大震災事業者再生支援機構／ 青森県／岩手県／宮城県／福島県／茨城県／千葉県／仙台市
特 別 協 力	一般社団法人全国スーパーマーケット協会／一般社団法人日本百貨店協会
出 展 者 数	青森(16社)、岩手(21社)、宮城(67社)、福島(12社)、茨城(7社)、千葉(3社)、 合計126社 *2023年 123社
来 場 者 数	4,175名 *2023年 3,698名
招 聘 バ イ ヤ ー 数	招聘バイヤー数：75社、商談数：591件 *2023年 招聘バイヤー数：118社、商談数：886商談
個 別 商 談 会	当日判定結果：成立108件(18.3%)、継続453件(77.2%)、不成立27件(4.6%) 2次判定結果：成立145件(24.5%)、継続262件(44.3%)、不成立184件(31.1%)

02 復興水産加工業販路回復促進センターの活動



復興水産加工業
販路回復促進センター

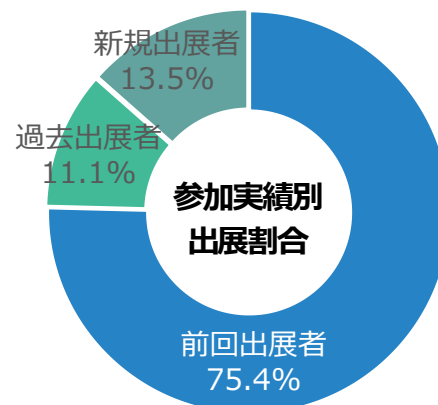
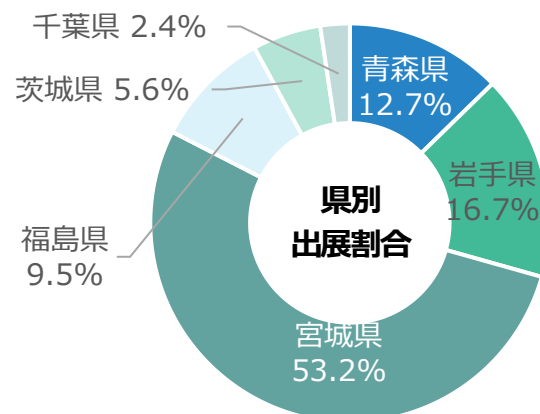
1. 復興水産加工業等販路回復促進指導事業

(3) 東北復興水産加工品展示商談会2024

■ 開催風景



■ 出展者



02 復興水産加工業販路回復促進センターの活動

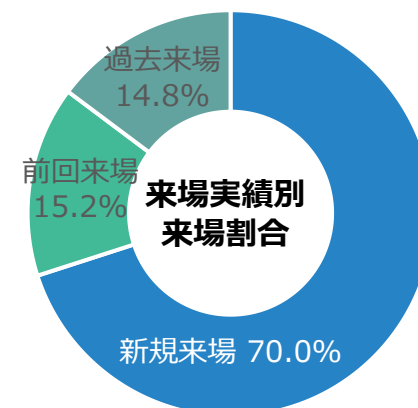
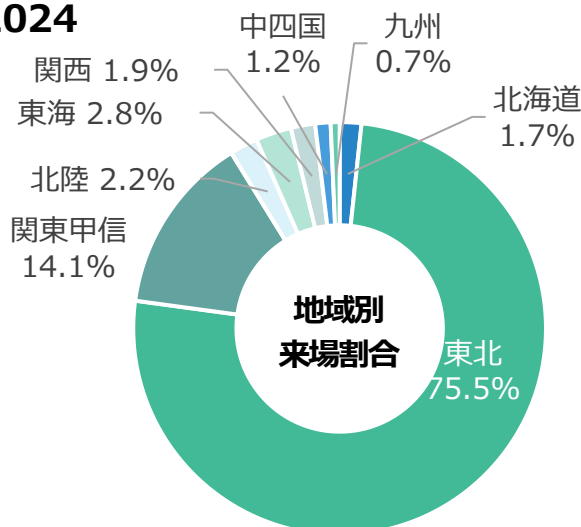
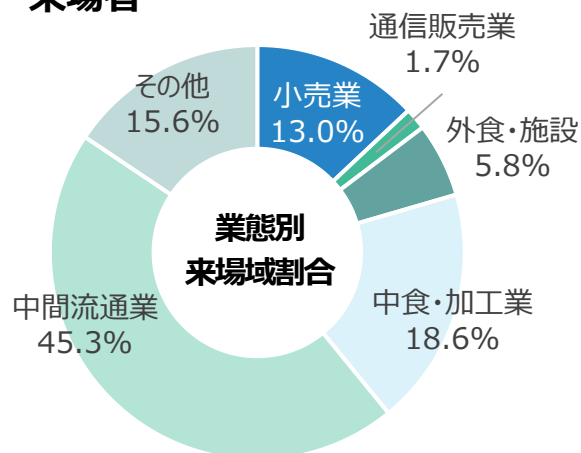


復興水産加工業
販路回復促進センター

1. 復興水産加工業等販路回復促進指導事業

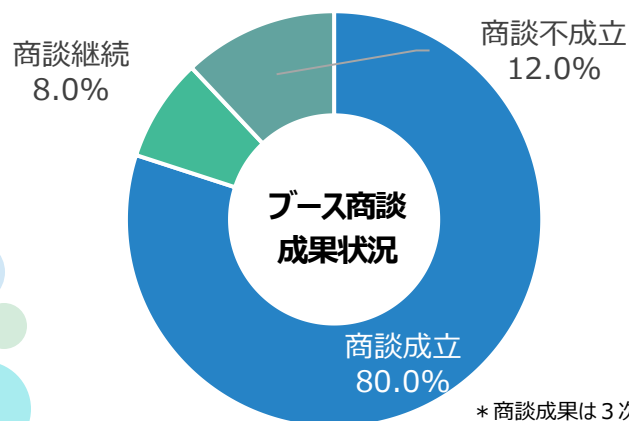
(3) 東北復興水産加工品展示商談会2024

■ 来場者

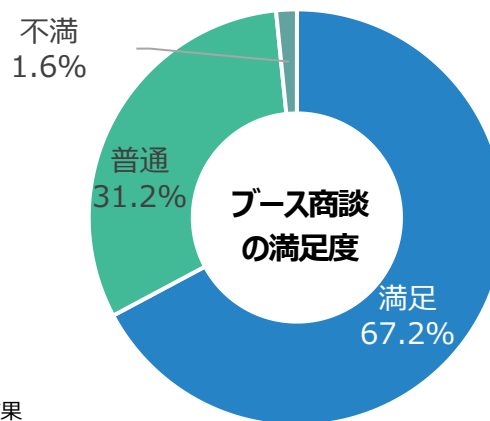


■ ブース商談実績

* 出展者アンケートを基に作成



* 商談成果は3次調査の結果



02 復興水産加工業販路回復促進センターの活動

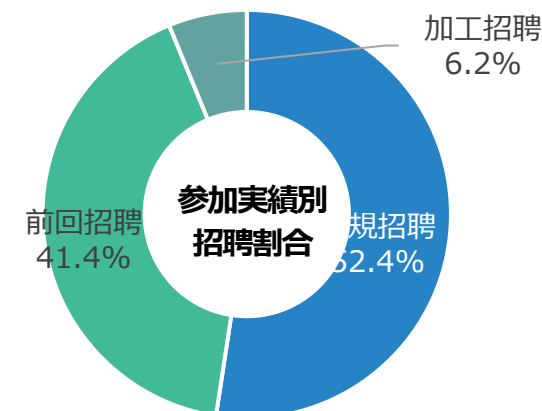
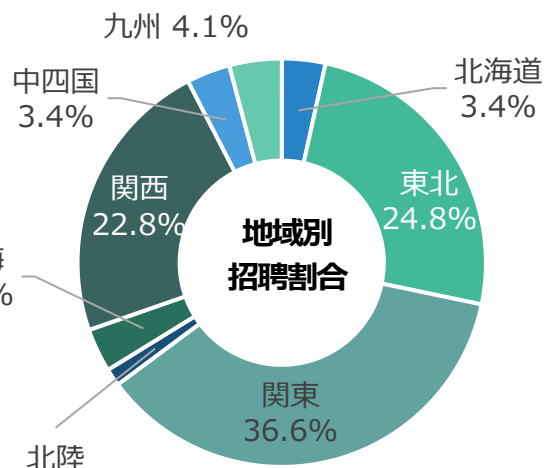
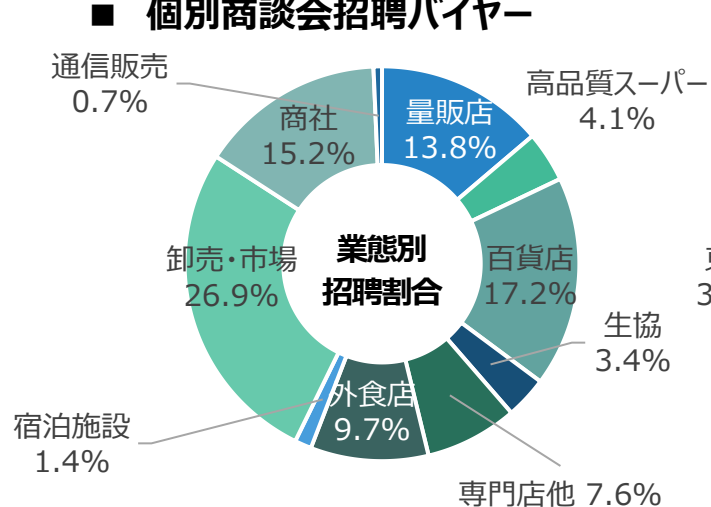


復興水産加工業
販路回復促進センター

1. 復興水産加工業等販路回復促進指導事業

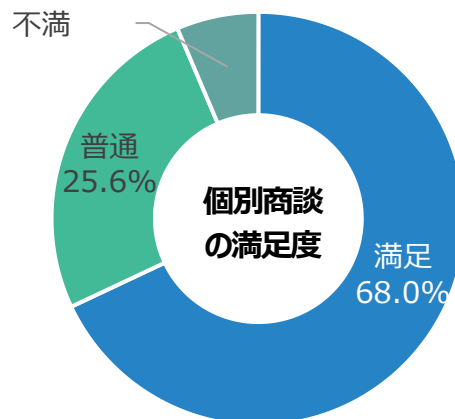
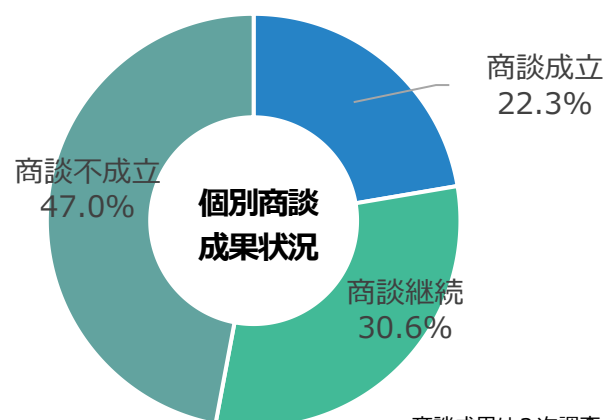
(3) 東北復興水産加工品展示商談会2024

■ 個別商談会招聘バイヤー



■ 個別商談実績

* 出展者アンケートを基に作成



* 商談成果は3次調査の結果



02 復興水産加工業販路回復促進センターの活動

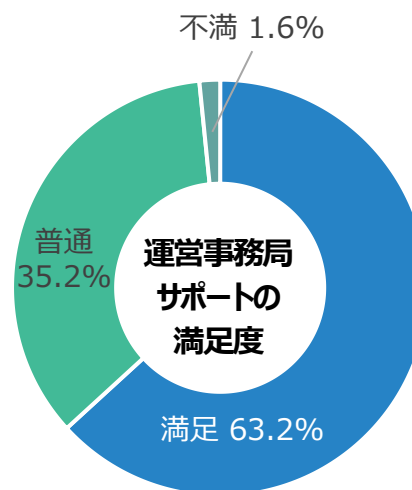
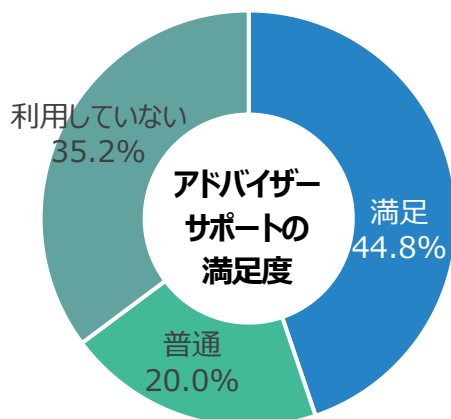


復興水産加工業
販路回復促進センター

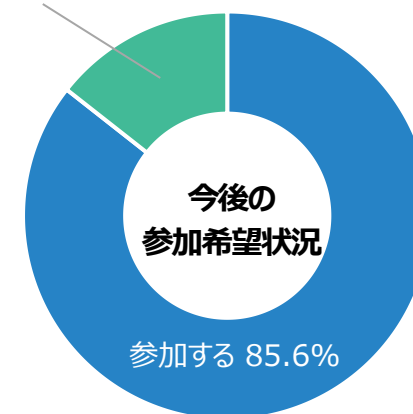
1. 復興水産加工業等販路回復促進指導事業

(3) 東北復興水産加工品展示商談会2024

■ 商談会全体について * 出展者アンケートを基に作成



現時点では分からない 14.4%



実感できた効果 (複数回答可)

新規取引先を開拓できた	77.0%
他出展者との連携・情報交換ができた	63.0%
新商品PRの機会につながった	60.0%
従来の取引先との取引が増加した	53.0%
展示スキルが向上した	28.0%
商談スキルが向上した	23.0%
アドバイザーによる指導を受けられた	21.0%
セミナーによる情報収集・勉強ができた	10.0%

良かった点

- ・ アドバイザーには個別商談時にブースを空けてる時に対応していただき大変助かった。
- ・ 事前の説明会から会期内まで、しっかりサポート頂いたと感じた。大変厳しい状況の水産業界にとっては、有難い商談会だと感じた。
- ・ 商談会の事前のご案内や説明会から資料において、非常に丁寧に分かりやすかったので、当日スムーズに商談会に挑むことが出来た。

課題点

- ・ アドバイザーが忙しそうで、ゆっくりお話しをする事ができなかった。
- ・ アルバイトが多く、問い合わせに対して曖昧な回答しかもらえなかった。

02 復興水産加工業販路回復促進センターの活動



復興水産加工業
販路回復促進センター

1. 復興水産加工業等販路回復促進指導事業

(4) 情報共有化事業

① 復興水産加工業販路回復促進センター ホームページ

■ 概要

復興水産加工業販路回復促進センターでは、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。

過去に支援を受けた企業等取材した「企業紹介」は掲載開始当初から注目度も高く、閲覧数も高く推移しています。

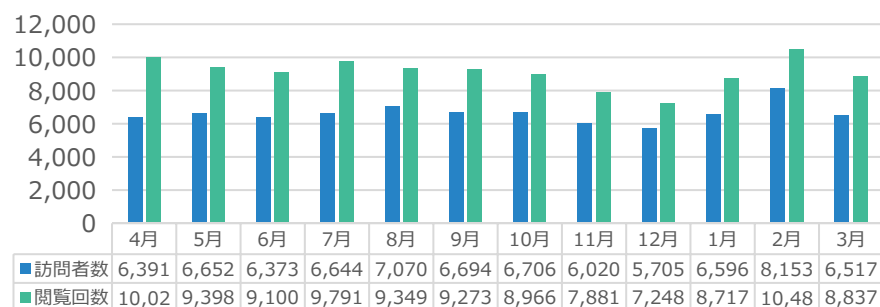
被災地域の加工業者向けの専門的な情報以外にも、一般の消費者の方に取組を知っていただけるよう、見ていただきやすいページ作りを進めていきます。

コンテンツ別アクセス数ランキング (令和6年4月～令和7年3月)

順位	コンテンツ	訪問者数	閲覧回数
1	企業紹介	58,146	72,573
2	助成支援事業について	3,411	6,477
3	アドバイザー指導	2,583	4,322
4	展示会・セミナー レポート	2,663	3,641
5	展示会・セミナー 開催情報&レポート	1,266	2,851

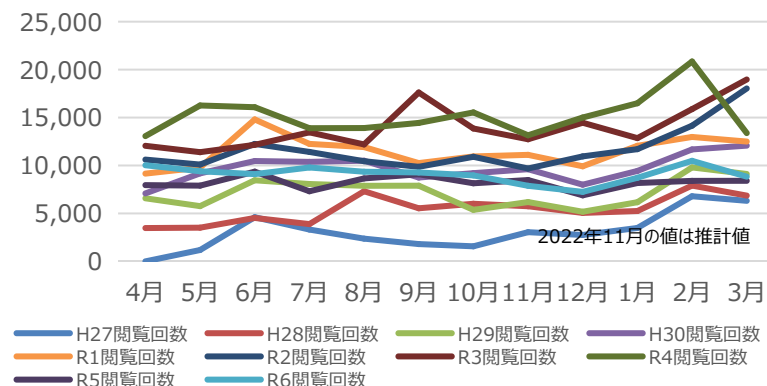
※ 数値はPC・スマホ・タブレットからのアクセスの合計値

訪問者数及び閲覧回数の月別推移 (令和6年4月～令和7年3月)



※ 数値はPC・スマホ・タブレットからのアクセスの合計値

閲覧回数推移(H27～R6)



※ 数値はPC・スマホ・タブレットからのアクセスの合計値

02 復興水産加工業販路回復促進センターの活動



復興水産加工業
販路回復促進センター

1. 復興水産加工業等販路回復促進指導事業

(4) 情報共有化事業

② UMIUMA (うみうま) ホームページ

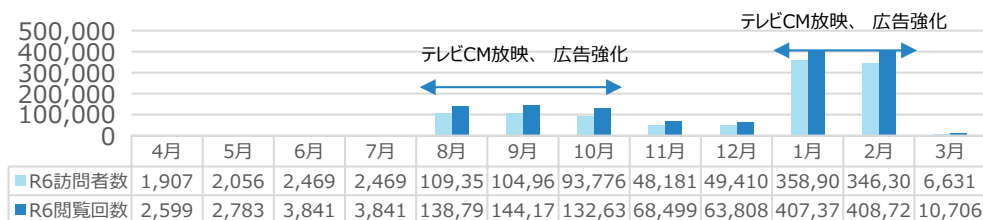
■ 概要

UMIUMA (うみうま) は、主に一般消費者に向けて、東日本大震災の被災地域である三陸・常磐の生産者や水産加工品に関する情報、イベント、キャンペーン、通販、などの情報をまとめたポータルサイトです。

令和6年度の総閲覧回数は昨年度の3倍になるなど注目度が上がってきています。今年度から新たに加工屋さんスポットを当てたインタビュー記事「UMIUMAジャーナル」の連載を開始するなど三陸・常磐の水産加工品を身近に感じていただけるようなコンテンツの拡充を行っています。



訪問者数および閲覧回数の月別推移
(令和6年4月～令和7年3月)



※ 数値はPC・スマホ・タブレットからのアクセスの合計値

コンテンツ別アクセス数ランキング
(令和6年4月～令和7年3月)

順位	コンテンツ	訪問者数	閲覧回数
1	UMIUMAジャーナル	10,551	13,584
2	UMIUMAとは	9,095	11,703
3	水産加工業者を探す	6,924	10,499
4	Chef's RECIPE @HOME	7,866	10,476
5	お知らせ	5,187	6,532

※ 数値はPC・スマホ・タブレットからのアクセスの合計値

02 復興水産加工業販路回復促進センターの活動



復興水産加工業
販路回復促進センター

1. 復興水産加工業等販路回復促進指導事業

(5) 被災地水産物流通利用促進事業 講習会・消費地商談会 開催実績

■ 概要

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消費地商談会を開催しました。

■ 開催実績 ①

東京都江東区

JFEX FOOD Summer

開催日

令和6年6月18日～21日

開催場所

東京ビッグサイト

参加者数

15社（青森4社、宮城10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調査に関する講習を、また、インバウンド消費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、現地水産関係者等に対して商品の安全性の取組みに係る情報発信を行うと共に、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

- ・初めて接触する企業もあり大変勉強になった。
- ・輸出を求めている方が多く、具体的なお話が出来た。展示会翌日に口座開設の連絡をいただくなど充実した商談会となった。



講習会（6月18日）



消費地商談会（6月19日～21日）

02 復興水産加工業販路回復促進センターの活動



復興水産加工業
販路回復促進センター

1. 復興水産加工業等販路回復促進指導事業

(5) 被災地水産物流通利用促進事業 講習会・消費地商談会 開催実績

■ 開催実績 ②

大阪府大阪市

居酒屋JAPAN大阪

開催日

令和6年7月1日～7月3日

開催場所

ATCホール (アジア太平洋トレードセンター内)

参加者数

11社 (青森3社、岩手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調査に関する講習を、また、水産物の消費動向とバイヤーとのつながり方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、現地水産関係者等に対して商品の安全性の取組みに係る情報発信を行うと共に、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

- ・ 少数店舗の経営者と多数の名刺交換ができ、非常に嬉しい結果となった。
- ・ 商品に対する率直な意見も数多く聞くことができ、今後の商品開発・改良の参考となる。



講習会 (7月1日)



消費地商談会 (7月2日～7月3日)

■ 開催実績 ③

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

開催日

令和6年7月23日～25日

開催場所

ポートメッセなごや

参加者数

18社 (青森4社、宮城11社、福島2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調査に関する講習を、また、名古屋市場の基礎知識とアフターコロナでの消費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、現地水産関係者等に対して商品の安全性の取組みに係る情報発信を行うと共に、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

- ・ 東海地区で展開している有名な／地域に根付いたほとんどのバイヤーと名刺交換できた。
- ・ 以前から取引を希望していたバイヤー来場しており、中身の濃い商談ができた。



講習会 (7月23日)



消費地商談会 (7月24日～25日)

02 復興水産加工業販路回復促進センターの活動



復興水産加工業
販路回復促進センター

1. 復興水産加工業等販路回復促進指導事業

(5) 被災地水産物流通利用促進事業 講習会・消費地商談会 開催実績

■ 開催実績 ④

東京都江東区

国際和食産業展

開催日

令和6年7月29日～8月1日

開催場所

東京ビッグサイト

参加者数

10社（青森3社、岩手1社、宮城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調査に関する講習を、また、バイヤー目線からの消費動向や商品販売方法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、現地水産関係者等に対して商品の安全性の取組みに係る情報発信を行うと共に、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

- ・新たに首都圏の小規模チェーン店やECサイトとご縁ができ、前向きな商談が進んでいる。
- ・ブース出展においてアドバイザーがサポートしてくれて助かった。



講習会（7月29日）



消費地商談会（7月30日～8月1日）

■ 開催実績 ⑤

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6年8月20日～23日

開催場所

東京ビッグサイト

参加者数

20社（青森1社、岩手3社、宮城12社、福島2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調査に関する講習を、また、アフターコロナの昨今におけるバイヤーや消費者動向、商品販売方法及びスーパーマーケットとの繋がり方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、現地水産関係者等に対して商品の安全性の取組みに係る情報発信を行うと共に、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

- ・事前に既存顧客に招待状を100通程送ったことで、約3割の顧客と会場で会うことができ、新たな受注につながった。



講習会（8月20日）



消費地商談会（8月21日～23日）

02 復興水産加工業販路回復促進センターの活動



復興水産加工業
販路回復促進センター

1. 復興水産加工業等販路回復促進指導事業

(5) 被災地水産物流通利用促進事業 講習会・消費地商談会 開催実績

■ 開催実績 ⑥

東京都江東区

FOOD STYLE Japan

開催日

令和6年10月8日～10日

開催場所

東京ビッグサイト

参加者数

12社（青森2社、岩手2社、宮城4社、福島2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調査に関する講習を、また、販路開拓のための商談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、現地水産関係者等に対して商品の安全性の取組みに係る情報発信を行うと共に、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

- ・ターゲットのお客様と繋がることができ、とても良い機会となった。
- ・以前取引があったバイヤーとの再会があり、見積りの依頼を受けられた。



講習会（10月8日）



消費地商談会（10月9日～10日）

■ 開催実績 ⑦

北海道札幌市

観光・ホテル・外食産業展HOKKAIDO

開催日

令和6年10月8日～10日

開催場所

アクセスサッポロ

参加者数

10社（青森3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調査に関する講習を、また、北海道の特徴と市場展開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、現地水産関係者等に対して商品の安全性の取組みに係る情報発信を行うと共に、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

- ・他では出会えない北海道のバイヤーと商談できた。これを機に北海道の市場を開拓したい。
- ・北海道における商品提案のアプローチや購買者の傾向についてバイヤーから情報がとれた。



講習会（10月8日）



消費地商談会（10月9日～10日）

02 復興水産加工業販路回復促進センターの活動



復興水産加工業
販路回復促進センター

1. 復興水産加工業等販路回復促進指導事業

(5) 被災地水産物流通利用促進事業 講習会・消費地商談会 開催実績

■ 開催実績 ⑧

愛知県常滑市

FOOD STYLE Chubu

開催日

令和6年10月22日～24日

開催場所

Aichi Sky Expo

参加者数

11社（青森1社、岩手4社、宮城4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調査に関する講習を、また、水産製造卸売業における販路開拓と経営のヒ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、現地水産関係者等に対して商品の安全性の取組みに係る情報発信を行うと共に、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

- ・業務筋のバイヤーが多く、具体性のある商談がそれなりにできた。
- ・主力以外の商品に関心が集まったことは、名古屋ならではの意外な発見となった。



講習会（10月22日）



消費地商談会（10月23日～24日）

■ 開催実績 ⑨

福岡県福岡市

FOOD STYLE Kyushu

開催日

令和6年11月12日～14日

開催場所

マリンメッセ福岡

参加者数

12社（青森2社、岩手1社、宮城5社、福島2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調査に関する講習を、またアフターコロナの昨今における福岡のバイヤーと消費者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、現地水産関係者等に対して商品の安全性の取組みに係る情報発信を行うと共に、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

- ・量販店に強い問屋と繋がりが持て前向きな商談が進行中。
- ・レストランチェーンや通販会社と少額から取引開始の見込み。



講習会（11月12日）



消費地商談会（11月13日～14日）

02 復興水産加工業販路回復促進センターの活動



復興水産加工業
販路回復促進センター

1. 復興水産加工業等販路回復促進指導事業

(5) 被災地水産物流通利用促進事業 講習会・消費地商談会 開催実績

■ 開催実績 ⑩

千葉県千葉市

JFEX FOOD Winter

開催日

令和6年11月26日～29日

開催場所

幕張メッセ

参加者数

12社（青森2社、岩手3社、宮城5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調査に関する講習を、また消費動向の変化と水産物の販路開拓におけるヒ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、現地水産関係者等に対して商品の安全性の取組みに係る情報発信を行うと共に、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

- ・ 有名な水産商社や百貨店等も多くお越しになられ、それなりに手応えがあった。
- ・ 海外バイヤー、貿易商社も多く、特に中華圏バイヤーからの問い合わせが多かった。



講習会（11月26日）



消費地商談会（11月27日～29日）

■ 開催実績 ⑪

大阪府大阪市

FOOD STYLE Kansai

開催日

令和7年1月21日～23日

開催場所

インテックス大阪

参加者数

15社（青森2社、岩手3社、宮城7社、福島1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調査に関する講習を、また、バイヤーが求める商品動向と効果的なアプローチ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、現地水産関係者等に対して商品の安全性の取組みに係る情報発信を行うと共に、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

- ・ ターゲットの飲食・居酒屋関連の顧客の参加が多く、販路開拓につながった。
- ・ 量販店への販売を主としており、有効な商談が予想以上にできた。



講習会（1月21日）



消費地商談会（1月22日～23日）

02 復興水産加工業販路回復促進センターの活動



復興水産加工業
販路回復促進センター

1. 復興水産加工業等販路回復促進指導事業

(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

■ 開催実績 ⑫

東京都豊島区

居酒屋JAPAN東京会場

開催日

令和7年1月21日～23日

開催場所

池袋サンシャインシティ文化会館

参加者数

10社（青森2社、岩手1社、宮城5社、福島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調査に関する講習を、また、現在の飲食店ニーズや商談会での商品の見せ方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、現地水産関係者等に対して商品の安全性の取組みに係る情報発信を行うと共に、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

- ・首都圏の居酒屋チェーンのバイヤーと出会う、前向きな商談が進む見込み。
- ・飲食店バイヤーとの会話で、小ロット対応や業務用ECの需要を認識した。



講習会（1月21日）



消費地商談会（1月22日～23日）

■ 開催実績 ⑬

千葉県千葉市

スーパーマーケット・トレードショー

開催日

令和7年2月11日～14日

開催場所

幕張メッセ

参加者数

28社（青森5社、岩手3社、宮城17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調査に関する講習を、また、アフターコロナ、物価高の昨今における消費者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、現地水産関係者等に対して商品の安全性の取組みに係る情報発信を行うと共に、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

- ・来場者の目的もはっきりあり、中身の濃い商談会となった。
- ・多くのバイヤーに自社の商品をアピールすることができた。



講習会（2月11日）



消費地商談会（2月12日～14日）

02 復興水産加工業販路回復促進センターの活動



復興水産加工業
販路回復促進センター

1. 復興水産加工業等販路回復促進指導事業

(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

■ 開催実績 ⑭

大阪府大阪市	シーフードショー大阪		
開催日	令和7年2月18日～20日	開催場所	ATCホール（アジア太平洋トレードセンター内）
参加者数	20社（青森5社、岩手3社、宮城10社、福島2社、茨城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調査に関する講習を、また、小売店と卸問屋・商社の相関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、現地水産関係者等に対して商品の安全性の取組みに係る情報発信を行うと共に、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	・ 卸から末端まで様々な企業に新商品や試作品を見てもらうことができた。 ・ 関西圏での出展は初めてだったが、先方からの問合せが多く前向きな商談が進んでいる。		



講習会（2月18日）



消費地商談会（2月19日～20日）

02 復興水産加工業販路回復促進センターの活動



復興水産加工業
販路回復促進センター

1. 復興水産加工業等販路回復促進指導事業

(5) 被災地水産物流通利用促進事業 講習会・消費地商談会 開催実績

■ 水産物の安全性に関する講習会の例

「福島第一原発事故後の水産物の検査について」



講師
水産庁 研増殖推進部 研究指導課
復興企画係員 野村 比呂人 氏

本格操業に向けた取組

東京電力福島第一原子力発電所の事故直後から福島県内での全ての沿岸漁業・底引き網漁業を自粛。その後、平成26年6月から出荷制限のない魚種の試験操業販売が始まりました。令和3年4月からは本格操業へ向けた移行期間と位置づけ、現在福島県では水揚げの拡大を図っています。

この措置で、平成22年は約2.6万トンだった水揚げ量は操業自粛中に一番少ない時で122トン（平成24年）にまで落ち込みましたが、令和4年には5,600トンとなり約21.6%まで回復しています。

福島産魚介類の放射性セシウムの検査体制

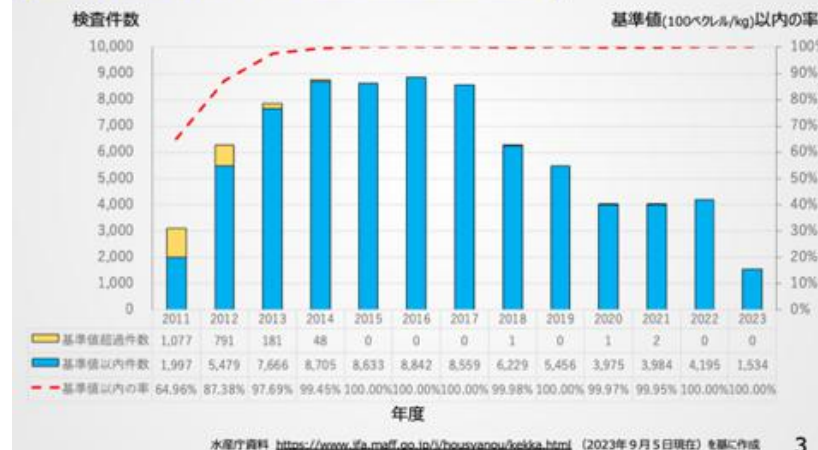
福島産魚介類の放射性セシウム検査は、福島県の公的検査と、漁協の自主検査の2種類が行われています。

福島県の公的検査： 出荷制限魚種も含めて定期的 to 実施されており、国の基準値である100ベクレル/kgを超えた場合は、国から出荷制限が指示され、基準値を安定して下回るまでは出荷制限が続きます。出荷制限魚種数も最も多い時は40種を超えていましたが、時間の経過とともに減少し、令和6年10月18日付で出荷制限は全て解除されました。

漁協の自主検査： 国の基準値よりさらに厳しい50ベクレル/kg以下に規制値を設け、出荷予定の全魚種を対象に水揚げ日ごとに実施し、超過した場合は、基準値を安定して下回るまで出荷を制限します。令和5年度には約2万件の検査が実施され、漁協の自主検査基準を超過したものはほぼない状況です。

福島県海産魚介類における放射性セシウム濃度の推移（福島県の検査）

- 2015年度以降で基準値を上回ったのは4例のみです。
- 2017年度以降は99%で基準値の1割以下になりました。



ALPS処理水トリチウムのモニタリングについて

水産庁では、令和4年度からトリチウムのモニタリングを開始しました。

検出限界値を0.4ベクレル/kg程度とした【精密分析】を行っています。これは、国際的にも認められている分析方法で、結果が出るまでに1か月半程度を有します。

これに加えて、令和5年度のALPS処理水放出に伴い、生産者や消費者にできるだけ早くモニタリングの結果を提供すべく、検出限界値を10ベクレル/kgにして検体採取の翌日または翌々日に結果が得られる【迅速分析】も実施しています。これは、処理水放水期間中で週4回、放出期間外で週1回分析を行っています。

これらの検査結果は水産庁のホームページで、随時公表していますので、ぜひご覧ください。

02 復興水産加工業販路回復促進センターの活動



復興水産加工業
販路回復促進センター

1. 復興水産加工業等販路回復促進指導事業

(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

■ 概要

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、一般消費者向けの展示会でのPR、飲食店事業者や一般消費者向けに、ECサイト等での支援を展開し、複合的な利用促進活動を行っています。

■ 実施実績①

・ ECサイト等を活用した「売り場」づくり

一般消費者向け



UMIUMART

被災地の水産物・水産加工品を購入できるECサイト「UMIUMART」を運営し、被災県産水産物のPRや販売支援を行うことで、三陸・常磐地域の水産加工品の利用促進を図りました。



飲食店事業者向け



魚ポチ

昨年度に引き続き、「魚ポチ」とコラボし、特集ページを作成。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。



2024年11月01日
幾度もの荒波を乗り越え、信念が実った「海獣サーモン」。「北彩屋」

MICREED ミクリード

昨年度に引き続き、「ミクリード」とコラボし、特集ページを作成。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。





1. 復興水産加工業等販路回復促進指導事業

(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

■ 実施実績②

・ 飲食店等とのタイアップフェア

一般消費者向け

うみうまフェア 飲食店コラボ

これまでも好評であった飲食店とのタイアップフェア。今年度は首都圏・関西、中部、九州のほか初めての開催となる広島エリアにおいても開催。飲食店にてタイアップフェアを行いました。水産加工品を使ったメニューが提供できるさまざまな業態（居酒屋、和食、イタリアン、フレンチ、カフェなど、和洋問わず）において、オリジナルメニューを作成し、三陸常盤のうみのうまいものをPRしました。



期間＜2025年2月1日～28日＞ 合計134店舗

◆首都圏エリア（東京・神奈川等）
株式会社バルニバービ（27店舗）
株式会社Whaves（12店舗）

◆広島エリア（広島・山口等）
今井観光株式会社（17店舗）
株式会社あかまる商店（3店舗）

◆中部エリア（愛知等）
株式会社寿商店（4店舗）
株式会社かぶらやグループ（18店舗）
株式会社トラムスコープ（6店舗）

◆北部九州エリア（福岡・長崎等）
株式会社鬼が島本舗（7店舗）
株式会社LC2（5店舗）
株式会社クロッシングインターナショナル（8店舗）
有限会社ディー・ディー・カンパニー（3店舗）

◆関西エリア（大阪・京都・兵庫等）
株式会社バルニバービ（24店舗）



02 復興水産加工業販路回復促進センターの活動



復興水産加工業
販路回復促進センター

1. 復興水産加工業等販路回復促進指導事業

(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

■ 実施実績③

・ 飲食店等とのタイアップフェア

一般消費者向け



うみうまフェア FISH A WEEK コラボ

<2024年9月1日～30日>
<2024年11月1日～30日>

キッコーマン株式会社が運営する魚のおかずや、野菜のデリなどを提供する「FISH A WEEK - 週一魚」とのタイアップフェアを昨年度に続き開催。店舗（イトイン、テイクアウト）以外に、デリバリー（Uber Eats／出前館）、キッチンカーでも三陸・常磐の水産加工品を使ったメニューの提供を行いました。

提供メニューの一部



かつぱ寿司東北のうまいもん祭り

<2025年2月6日～3月12日>

カッパ・クリエイト株式会社が運営する回転寿司の全国チェーン かつぱ寿司の全店（294店舗）にて「かつぱ寿司東北のうまいもん祭り」を開催。東北被災地域の水産加工品を使用したオリジナルメニューを販売しました。期間限定のメニューを提供し、店舗では、卓上POP、ポスター、のぼりなどを用い、フェアの露出をしていただくとともにCMも放送し、三陸常磐の水産加工品のPRを行いました。

販促用ポスター



02 復興水産加工業販路回復促進センターの活動



復興水産加工業
販路回復促進センター

1. 復興水産加工業等販路回復促進指導事業

(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

■ 実施実績④

- ・ イベント参加等での認知度向上

一般消費者向け



全国ふるさとフェア2024

<2024年11月2日～4日>

「全国ふるさとフェア2024」(横浜赤レンガ倉庫 イベント広場)へ出展し、岩手、宮城、福島、茨城地区の加工業者が自社製品のサバ、カキ、笹かま、ホタテ、タコなどの製品の販売を行い、三陸・常磐の水産加工品のPRを行いました。



販売中の缶詰製品



販売ブース

- ・ Webプロモーション・インフルエンサー等を活用した情報発信活動

外国人向け



JAPAN TRAVEL

英語・フランス語・イタリア語で、海外在住・在日外国人向けに東日本大震災被災地の水産加工品の認知拡大を図る記事、動画等を作成しました。青森、岩手、宮城、福島、茨城、千葉にて実際に取材をし、水産加工品のほか、地域そのものもPRを行いました。

A Deep Dive Into Iwaki's Kamaboko Fish Cakes
Savor and make your own kamaboko in Fukushima Prefecture

By Veronica Carnevale
Japan Travel Staff



Known as Japan's third largest prefecture, Fukushima is located in northeastern Japan's Tohoku region and shares an eastern border with the Pacific Ocean. The expansive prefecture has no shortage of natural beauty, historical and cultural sites, hot springs, quality sake, and fresh seafood. Despite the severe impact of the Great East Japan Earthquake and following tsunami in 2011, Fukushima has rebounded tremendously, demonstrating the resilience of its people.

JAPAN TRAVELでのPR



MATCHA

MATCHAにてこれまでの取組で作った英語や中国語等で、海外在住・在日外国人向けに東日本大震災被災地の水産加工品の認知拡大を図る記事、動画を公開し閲覧していただくことでPRを行いました。



MATCHAでのPR

02 復興水産加工業販路回復促進センターの活動



復興水産加工業
販路回復促進センター

1. 復興水産加工業等販路回復促進指導事業

(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

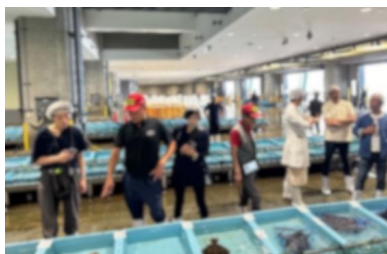
■ 実施実績⑤

- ・ 産地ツアー 飲食事業者向け

三陸・常磐 飲食店フェアに係る産地ツアー

うみうまフェア（飲食店フェア）を実施するにあたって、飲食店フェアに参加する飲食店従業員が水産加工食品の製造現場を見学し、作り手の思い、産地そのものを体感しました。生産者と飲食店事業者が直に交流することで普段思いつかないようなアイデアが生まれた、産地のことが分かったので自信を持ってPRできるなどの声がありました。

第1弾 大船渡・気仙沼 ＜2024年7月17日～18日＞



第2弾 相馬・名取 ＜2024年9月11日～12日＞



02 復興水産加工業販路回復促進センターの活動



復興水産加工業
販路回復促進センター

1. 復興水産加工業等販路回復促進指導事業

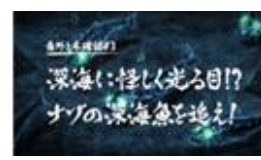
(6) 被災地水産物流通利用促進事業 プロモーション事業開催実績

■ 実施実績⑥

・ テレビ、CM、WEB、SNS等でのプロモーション

一般消費者向け

テレビCM 多岐にわたるプロモーション事業の核として、プロモーション活動をけん引するためのイメージキャラクターに「うみうまキャプテン」を据え、テレビCM等を通じてPRを行いました。



その他PR

三陸常磐のうみのうまいものをPRするため、読売新聞、KELLY・SAVVY等の雑誌、レタスクラブ・マイナビニュース・IT Life hack等のWEBメディア、リビング広島・ファンファンふくおか等の地域フリーペーパーに掲載していただき、うみうまHPやうみうまフェアのPRを行い、三陸常磐の水産加工品の認知拡大を図りました。



東北といえは海の幸。絶品水産加工品が東海エリアに集合! 「三陸・常磐 うみうまフェア」で限定メニューを大満喫

三陸・常磐の「うみ」の「うまいもの」を、人気飲食店によるコラボレーション企画「うみうまフェア」を開催。常磐が誇る水産加工品を使った限定メニューが、今年も感動を呼ぶ中心とした飲食店に提供予定で盛り上げます。お魚がメインのイベントは、豊富な品揃えから海の幸を上品に味わえる一風変わったメニュー。観光客も訪れるが、地元民も大満喫です。

マイナビニュース

うみうまキャプテン

職人の技術やこだわりが詰まった三陸・常磐の海の幸グルメを産地直送で購入できる「UMIUMART」

世界三大漁場である「三陸・常磐」エリアの「UMIUMA」をどうやって買えばいい? 産地を乗り換え、中継品を一つに絞る人を支援し、うみのうまいものを安く買える人と地域を豊かにする産地直送ブランド「UMIUMA」と専門店サイト「UMIUMART」についてご紹介。



“海のうまいもの”と生産者のさかな愛! 産地直送が得意な「UMIUMART (ウミウマー)



東日本大震災の被災地に石ける水産加工業者の復興を支援し、水産加工業者をサポートしている復興水産加工業販路回復促進センターが運営する「UMIUMA」は、世界三大漁場の一つである三陸・常磐地域の生産者や加工会社を応援するブランドサイト。うみのうまいものを産地直送で届けています。さらに「UMIUMA」からアクセスできるオンラインストア「UMIUMART」では、海の恵みと生産者の愛がたっぷり詰まった絶品海産物を直接購入することができます。

02 復興水産加工業販路回復促進センターの活動



復興水産加工業
販路回復促進センター

1. 復興水産加工業等販路回復促進指導事業

(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

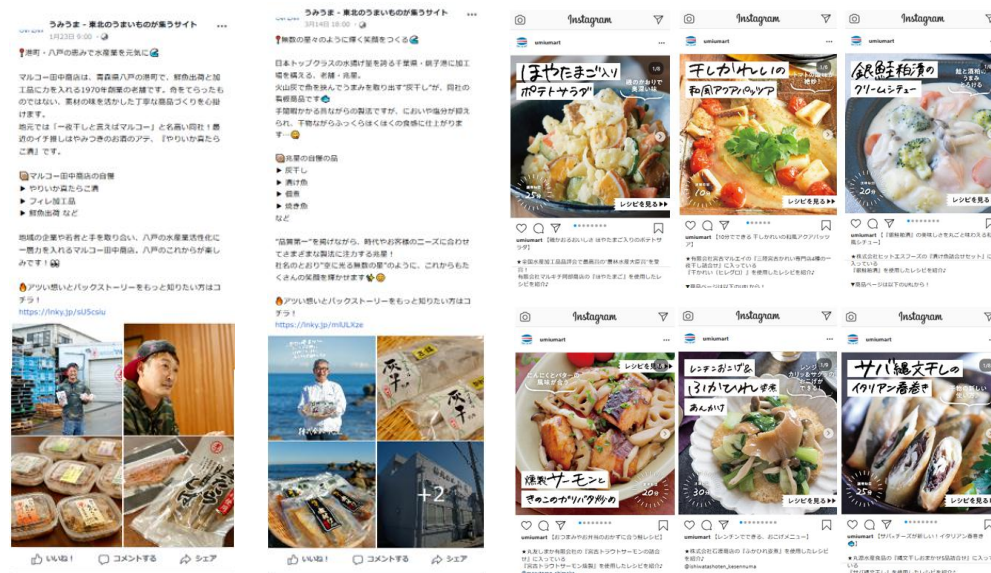
■ 実施実績⑦

- ・ テレビ、CM、WEB、SNS等でのプロモーション

一般消費者向け

SNSを利用したプロモーション

『UMIUMA』や『UMIUMART』の公式SNSを利用し、三陸・常磐の水産加工品や水産加工業者を紹介しました。三陸・常磐から良質で味に自信のある、水産加工品を使ったレシピの画像や動画、水産加工業者のこだわりや思い等を掲載し、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。



冷凍自販機の設置

＜2024年10月 ～ 2025年3月＞

三陸・常磐地域の水産加工品を手軽に楽しんでもらうため、多くの人通りが期待できるＪＲ東京駅八重洲北口改札外に、冷凍自販機（ど冷えもん）を設置しました。牡蠣グラタンやあんこう鍋セット、ヒラメ漬け丼の素等を販売しました。



02 復興水産加工業販路回復促進センターの活動



復興水産加工業
販路回復促進センター

2. 水産加工業等販路回復促進取組支援事業

「売上回復」「販路回復」に向けて取り組む、東日本大震災にて直接的・間接的に被害を受けた水産加工業者等の皆様に対し、機器整備、コンサルタント、商談旅費等の支援をいたします。

(1) 令和6年度水産加工業等販路回復促進取組支援事業 採択実績

令和6年度採択件数 30件 (第1次: 15件 第2次: 6件 第3次: 5件 第4次: 4件)

岩手県 (5件)

第1次採択

有限会社金澤水産
サンコー食品株式会社
マルカ川商株式会社
株式会社國洋

第2次採択

株式会社川秀

福島県 (2件)

第2次採択

株式会社マルリフーズ
株式会社山吉

千葉県 (2件)

第4次採択

松岡水産株式会社
有限会社明石水産

青森県 (2件)

第1次採択

ぜんぎょれん八戸食品株式会社

第2次採択

株式会社さ印さんりく

宮城県 (13件)

第1次採択

株式会社かわむら
気仙沼ほてい株式会社
株式会社中華高橋水産
株式会社モリヤ
株式会社布施商店
株式会社東北トクスイ
理研食品株式会社

第2次採択

株式会社丸ほ保原商店

第4次採択

水月堂物産株式会社

第3次採択

株式会社ダイカ
有限会社ヤマコ佐勇水産
水野食品株式会社
ぜんぎょれん食品株式会社

茨城県 (6件)

第1次採択

有限会社マルイチ仙台屋商店
いりまん水産
ダイカツ水産株式会社

第3次採択

まるむら商店

第2次採択

株式会社谷藤水産

第4次採択

株式会社ぜんぎょれん鹿島食品センター

02 復興水産加工業販路回復促進センターの活動



復興水産加工業
販路回復促進センター

2. 水産加工業等販路回復促進取組支援事業

(2) 令和6年度水産加工業等販路回復取組支援事業 採択事業者一覧

■ 第1次（15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	八戸港を含む北部太平洋海域のサバの漁獲が低調なことから、水揚げが見込まれる九州、山陰地区などからサバ原料を集荷するため、この輸送にかかる物流コストを補助金で軽減しながら、実践の中で仕入や製品製造のノウハウを吸収し、仕入と販売のルートを新たに構築することで売上回復を図る。
岩手県	山田町 下閉伊郡	有限会社金澤水産	手作業が多かったアメリカオオアカイカ、マツイカ等のスライス、カットの工程に機器を導入し、効率化および省人化を図ることで、注文に対応できる体制を整える。また、省人化できた人員を他の工程に再配置することで、工場全体の生産量を増加させ、売上回復につなげる。
宮城県	大船渡市	サンコー食品株式会社	イカの加工品は冷凍での販売が多く、荷動きが鈍いことから、機器の導入により、日持ちしやすい深絞り包装の商品を製造可能し、チルドで販売できるようにすることで、販路を広げ、売上回復を図る。
		マルカ川商株式会社	新たに冷凍機を導入し、冷蔵庫内を安定した温度に保ち、真鱈、ブリ等の既存魚種の取扱いを増やしていくとともに、低温保存が必要なメカブ等の新規魚種の取扱いを進めることで、売上回復を図る。
		株式会社國洋	小魚（シシャモ、ワカサギ等）を使った製品のラインのうち、小魚の個数を数えて袋に入れる作業が人の手で行われているため、この工程を機械化し、生産性向上を図る。このことで新規取引先である学校給食、病院給食向け等の販売先からの注文や要望に対応できる体制を整え、売上回復に努める。
	気仙沼市	株式会社かわむら	近年、保存期間の長さや使い勝手の良さが再認識され需要が高まっている乾燥カットワカメを増産するため、生産ラインを増設し、売上回復を図る。
		気仙沼ほてい株式会社	流通量が増えている缶詰・レトルトパウチ商品の生産能力を向上させるため、レトルトパウチ用殺菌機を導入し、防災備蓄やインバウンドなど、新たな市場の需要にも対応できる体制を整え、売上回復を図る。
		株式会社中華高橋水産	これまで未加工のまま原料として低価格で販売していたサメ軟骨（カマ骨）を、導入機器でスライス加工し、自社で梅水晶等の珍味製品を製造できるようにすることで販路を広げ、売上回復を図る。

02 復興水産加工業販路回復促進センターの活動



復興水産加工業
販路回復促進センター

2. 水産加工業等販路回復促進取組支援事業

(2) 令和6年度水産加工業等販路回復取組支援事業 採択事業者一覧

■ 第1次 (15件)

所在地		事業者	取組概要
宮城県	気仙沼市	株式会社モリヤ	ボトルネックとなっていた焼魚製品及び魚骨脆弱化商品の包装工程に、深絞り包装機1式を導入することで、個食パックのニーズに応えられる体制を整え、売上回復を目指す。
	石巻市	株式会社布施商店	業務用の冷凍製品（フィレ、粉付け製品等）の需要増に対応できる体制を整えるため、機器を導入し、従来品の増産に加え、近年石巻で水揚げが増えてきている魚種の加工も可能にすることで販路開拓を図る。
	塩釜市	株式会社東北トクスイ	小ロット多品種の製造が強みであるが、同品目でも重量違いの商品も多数あり、計量の工程に人手が多かかっていたため、金探付きオートチェッカー2式を導入し、省人化を進めながら計量速度を上げることで増産につなげ、売上回復を図る。
	多賀城市	理研食品株式会社	手作業で行っているわかめスープラインの小箱製品の外観検査作業、段ボール梱包作業、段ボールをパレット上に積み上げる作業に機械を導入し、受注量に対し確実な生産体制を構築することで、売上回復を図る。
茨城県	北茨城市	有限会社マルイチ仙台屋商店	これまで異物除去は目視で行っていたが、煮釜から取り上げたあとの工程に選別機を導入することで、取引先の希望する品質を確保できる体制を構築する、また、効率化により釜上げしらすのほか、しらす製品全体の生産量を増加させることで売上回復を図る。
		いりまん水産	既存の製造ラインにおいては、パッキング、ラベル張り等の包装作業類の機器が、それぞれ独立してしまっており、動線が悪く、生産量が制限されているため、機器を導入し一連のラインとすることで、包装作業の省人化と作業時間の短縮化を図り、増産体制を構築し、売上回復を目指す。
	大洗町 東茨城郡	ダイカツ水産株式会社	需要がありながらも対応できずにいたレンジUP商品を開発するため設備を導入するほか、製品を効率よく凍結、保管するため、冷凍機器等を導入し、安定的な供給を可能にすることで、顧客ニーズに対応するとともに売上回復を図る。

02 復興水産加工業販路回復促進センターの活動



復興水産加工業
販路回復促進センター

2. 水産加工業等販路回復促進取組支援事業

(2) 令和6年度水産加工業等販路回復取組支援事業 採択事業者一覧

■ 第2次（6件）

所在地		事業者	取組概要
青森県	青森市	株式会社さ印さんりく	タンク類やリフターなど買い付けた魚の鮮度保持に必要な付帯機器のほか、加工機器を導入し、新商品の生産を行うことで、増産に対応しながら、販路の拡大を図る。
岩手県	山田町 下閉伊郡	株式会社川秀	輸入いくら等の製造において、手作業工程が残りボトルネックとなっていたフィルムで蓋をする工程にトップシール機を導入し、増産体制を構築する。また、海藻製品の製造について異物除去洗浄ドラム及び高速裁断機を導入し、品質を向上させることで、販路の回復を図る。
宮城県	石巻市	株式会社丸ほ保原商店	容量の小さいタイプのメカブ製品の引合いが強いことから、製造ラインを導入し増産体制を整え、既存の販路に加え、新たな注文にも応えられるようにすることで販路の拡大を図る。
福島県	相馬市	株式会社マルリフーズ	あおさ等の加工について、青海苔用コンベア、磁束活性水装置、ラベルプリンター、オートラベラーを導入し省人化、作業効率化により、原料の洗浄選別作業時の作業員の過重労働を改善し、生産の安定化につなげることで、販路の回復を図る。
	郡山市	株式会社山吉	天然魚の漁獲量は不安定なため、マグロを中心にアジ類や、ウニ、ヒラメ等を高品質なまま凍結、保管できるように、-150℃超低温凍結機、プレハブ冷凍庫を導入する。このことで、漁が無い時期にも安定した販売が可能となるほか、冷凍マグロ丼等の新商品の開発も行うことで、売上増を図る。
茨城県	大洗町 東茨城郡	株式会社谷藤水産	缶詰の形態では納品を断られる販売先があるため、包装やラベル等の機器を導入し、これまで缶詰として生産していた煮魚等を深絞り真空包装パックに変更して生産することで拡販を行い、売上の回復を図る。

02 復興水産加工業販路回復促進センターの活動



復興水産加工業
販路回復促進センター

2. 水産加工業等販路回復促進取組支援事業

(2) 令和6年度水産加工業等販路回復取組支援事業 採択事業者一覧

■ 第3次（5件）

所在地		事業者	取組概要
宮城県	気仙沼市	株式会社ダイカ	真空包装の商品が売上好調のため、ボトルネックとなっている包装工程に真空包装機と金属探知機を導入することで、増産体制を構築し注文に応えられる体制を整え、販路の拡大を図る。
	石巻市	有限会社ヤマコ佐勇水産	輸入魚を使った製品のほか、近年東北地方で水揚げが多くなった真鯛・スズキなどを原料とした商品の開発を行うため、立体型水圧式ウロコ取機、ステンレス製凍結棚及び重量選別機を導入する。増産体制を構築することで、主力販売先へ積極的な提案を可能にし、売上回復を図る。
		水野食品株式会社	製品を作る際、これまではフィレ等の半製品を使用していたが、これが入手困難となったため、原魚から加工しなくてはならず、人手が多かかっていた。そのため、重量選別機、フォークリフトを導入し、省人化、効率化を図ることで、フィレや漬け魚等の増産を可能にし、販路の回復を目指す。
	塩釜市	ぜんぎょれん食品株式会社	人手がかかっていた容器洗浄作業に機器を導入することで、衛生レベルを向上させ、顧客に安心・安全な製品を提供できる体制を整える。また、洗浄作業の機械化により、省人化された人員を他の工程に再配置することで、工場全体の処理能力を強化し、売上拡大につなげる。
茨城県	北茨城市	まるむら商店	アンコウ鍋セットの需要があり有望なマーケットとなりつつあるため、真空包装機を導入し、生産量拡大を図る。また、包装作業の効率化により、新たな注文への対応や新商品開発が可能となることで、販路の回復につなげる。

02 復興水産加工業販路回復促進センターの活動



復興水産加工業
販路回復促進センター

2. 水産加工業等販路回復促進取組支援事業

(2) 令和6年度水産加工業等販路回復取組支援事業 採択事業者一覧

■ 第4次（4件）

所在地		事業者	取組概要
宮城県	石巻市	水月堂物産株式会社	既存製品の端材を使った加工品が好評であることから、ラインナップを拡充させるため、カッターミキサー、電気乾燥機を導入し、シリーズ展開を行う。また、商品を拡販するために、展示商談会への出展、営業活動を行い、販路の開拓を図る。
茨城県	神栖市	株式会社ぎよれん鹿島食品センター	イクラや昆布等のカップ製品について取引先の要望する規格、味付け等が細分化しており、既存の設備では対応できなくなっていたため、新型カップシール包装ライン機器を導入し、生産効率の改善し、増産体制を構築することで、売上の回復を図る。
千葉県	銚子市	松岡水産株式会社	焼き魚や煮魚製品等の製造工程において、特に人手がかかっているトンネルフリーザーへの投入箇所、出口、箱詰め工程にコンベア、ロボット等を導入することにより省人化し、余剰となった人員を別の作業に充てることで会社全体の生産能力を向上させ、販路の回復を図る。
		有限会社明石水産	サンマ開き、サバ文化干し等のパック製品の増産を求められているが、既存の設備では対応できないため、自動計量包装値付機を導入し、増産体制を構築し、注文に対応できるようにすることで販路の回復を図る。



2. 水産加工業等販路回復促進取組支援事業

(3) 令和6年度水産加工業等販路回復取組支援事業 取組事例

① 計量工程の迅速化および省人化による増産体制の構築

株式会社東北トクスイ

■ 課題点

- ・ 主にサケ・エビ・銀タラ・サバなどを使った加工品の製造を行っている。
- ・ 東日本大震災では、加工設備が被害を受け、3カ月間休業することとなった。この間に量販店等の売り場を他社に奪われたこと、福島第一原子力発電所事故の風評被害等で売上が低迷した。
- ・ 自社の特徴は、「小ロット多品種」であるが、原材料、製造設備、包装資材の切替に時間が多にかかるため、震災直後からの人手不足により必要な労働力を確保できない状況では、生産量を伸ばせず、売上を震災前の水準まで回復できていなかった。

■ 改善に向けてのポイント

- ・ 小ロット多品種の製造では、同じ商品でも重量違いの商品が多数存在し、計量工程に人手がかかっているため、機器の導入で省人化を進め、効率化を目指す。

■ 取組概要

精度が求められる計量や異物検査の工程に機器を導入し、効率化を図る。

■ 取組による成果

- ・ 金属混入、量目不足等は場合によっては、回収の伴うクレームとなるため、これまでは人手が無い中でも計量工程に人員を多く配置し、作業を行っていた。さらに、計量法の改定により3 kg以下を計測するためには機器の検定が必要となっており、主力販売先より検定可能な新基準の機器の導入を求められていた。
- ・ そこで、金探付きオートチェッカーを2式導入。その結果、従来、1式あたり3名必要だった作業者を2名へ省人化できた。さらに、生産量は10%向上し、計量精度も高まったことで、量目過不足に係る不良品の割合が大幅に減少した。
- ・ また、主要販売先に検定可能な機器の導入を通知しており、販売先のニーズに対応したことと生産量の増大で販路の拡大が期待できる結果となった。



金探付オートチェッカー（3 kg仕様）



2. 水産加工業等販路回復促進取組支援事業

(3) 令和6年度水産加工業等販路回復取組支援事業 取組事例

② ボトルネックとなっていた包装工程の省人化による増産

株式会社モリヤ

■ 課題点

- ・ 本社工場と製品冷蔵庫及び隣接する外国人宿舍が全壊流失したほか、営業冷蔵庫に保管していた原料や製品も流失した。この間に生産が止まってしまったことやその後の原発事故による風評被害がいまだ尾を引いて売上が戻っていない。
- ・ もともと魚の切身、開き、漬け魚等を中心に展開していたが、震災後より始めた焼魚・煮魚等の加熱調理済商品や魚骨を脆弱化した商品が、好評となっている。
- ・ そのため、これらの高次加工品の販売を増やして売上を回復させたいが、包装工程がボトルネックになっており、既存の設備ではこれ以上の増産が難しい状況であった。

■ 改善に向けてのポイント

- ・ 包装工程に集中していた人員を分散化させ、生産ライン全体の効率化を図る。

■ 取組概要

包装工程を増強し、省力化することで増産体制を整える。

■ 取組による成果

- ・ 加熱調理済商品や魚骨脆弱化商品等の需要増加に加え、個食パックのニーズも高まり、深絞り真空包装での納品の希望が多くなっている。魚を焼く焙焼機等の製造キャパはまだ余裕があるのに対し、深絞り真空包装機は1台しかなかったため、生産数が伸びせず、機会損失につながっていた。
- ・ そのため、包装工程に新たに深絞り真空包装機を導入した。これまではフィルムが薄手のものしか使えず、魚骨脆弱化商品の包装時には、商品の下にトレイを敷いていたが、厚手の素材でも真空包装が可能となったことで、一部で指摘を受けていた過剰包装も解消された。
- ・ また、機器の導入により、トレイへ商品を投入していた2名と包装後に一括ラベルを貼っていた1名の計3名の省人化となり、他の工程へ人員を配置することができた。



深絞り真空包装機全体



2. 水産加工業等販路回復促進取組支援事業

(3) 令和6年度水産加工業等販路回復取組支援事業 取組事例

③ 機会損失の原因となっていた包装工程の効率化による販路拡大

株式会社ダイカ

■ 課題点

- ・ 鮮魚出荷事業並びにアジ・サンマ等の干物加工を行っている。
- ・ 東日本大震災では、工場が全壊。その後復旧生産を再開したが、休業を余儀なくされている間に売り先を失った。商談会に参加し、新規の販売先に対して売り込みを行うなど努力を続けているが、いまだ震災前の水準まで売上が戻っていない。
- ・ そんな中、気仙沼港で水揚げされる未利用魚を真空包装にした新商品を開発したところ、需要が高まってきているが、既存商品も含め包装工程にボトルネックが発生し、注文に応えられずにいた。

■ 改善に向けてのポイント

- ・ 生産能力不足を機器の導入により補い、生産量の増加と共に作業効率のアップを図る。

■ 取組概要

包装工程の効率化による増産体制の構築を図る

■ 取組による成果

- ・ 気仙沼港で水揚げされる南方系未利用魚の水揚げが盛んになってきていることに着目し、真空包装にして長期保存のできる新規商品を開発したところ、だんだんと需要が高まってきた。しかし、既存の包装設備では能力が足りず、生産量が絞られてしまっていた。
- ・ そこで、新たにベルト式真空包装機、金属探知機を導入したところ、従来の設備よりも生産量は倍になったほか、品質保持期限も7日程度長持ちする商品の製造が可能となった。増産体制や品質の向上が図られたことで、販売先へ積極的な営業が可能となり販路拡大につながった。



金属探知機



ベルト式真空包装機（本体と真空ポンプ）



2. 水産加工業等販路回復促進取組支援事業

(3) 令和6年度水産加工業等販路回復取組支援事業 取組事例

④ 既存商品の増産体制の構築による売上拡大

いりまん水産

■ 課題点

- ・ 前浜に水揚げされるメヒカリを原料とした干物等の加工製品を主力として製造している。
- ・ 東日本大震災にて工場が大規模半壊。その後、復旧し製造を再開するも、原発事故による風評被害により販売先が減少したほか、福島県からの原料が減少し、それに伴い製造量も減って、売上が大幅に下がってしまった。
- ・ そのため、製品のブラッシュアップをさせながら、商談会などにも参加し営業強化を図り、順調に注文が増加しているが、震災以降より続く労働力不足により、包装作業や選別作業等にも影響が出ており、生産数量を伸ばせず、売上も震災前の状態まで戻せずにいた。

■ 改善に向けてのポイント

- ・ 省人化機器を導入することで、限られた人員でも増産できる体制を整える。

■ 取組概要

機器の導入により、製品の量産化を図る。

■ 取組による成果

- ・ 既存の製造ラインにおいては、干物のパッキング、ラベル貼り等の包装作業の機器が、それぞれ独立してしまっており、動線が悪く、生産量が制限され、人件費コストも高くなっている状況にあった。
- ・ そこで、干物のパッキングからラベル貼り付けまでの一連のラインに、シュリンク包装機、包装ラベリングラインを導入。これまで2名で行っていた作業を、1名で行うことが可能となったことで、この1名を他の工程に配置することができ、ライン全体の効率化が図られたことで増産が可能となった。
- ・ 作業の効率化により生産量も拡大し、受注数に対応することができた。



シュリンク包装機



自動ラベリングライン



2. 水産加工業等販路回復促進取組支援事業

(3) 令和6年度水産加工業等販路回復取組支援事業 取組事例

⑤ 異物除去工程の機械化による増産体制の構築

有限会社マルイチ仙台屋商店

■ 課題点

- ・ かちり、しらす干し、釜揚げしらす等のシラス製品のほか、前浜に上がった原料を干物に加工している。
- ・ 東日本大震災では工場が大規模半壊した。工場を復旧させ、製造を再開させたが、原発事故の影響で漁船の操業自粛などによる水揚げの激減に加え、風評被害等も重なり売上は大きく落ちこんだ。
- ・ 近年、釜揚げしらすの需要が増えているが、販売には異物除去の精度を上げることが必須となっており、現在の人員だけでは対応できず、機会損失となっていた。

■ 改善に向けてのポイント

- ・ 異物除去の工程の精度を上げ、品質を向上させることで、商品の価値を高め、販路回復につなげる。

■ 取組概要

目視に頼っていた異物除去工程を機械化し、効率化することで増産体制を整える。

■ 取組による成果

- ・ 従来は、目視選別で異物除去を行っており、人手がかかることから、製造量が伸びず、また、甲殻類等の異物を完全に除去できずにいたため、選別機を導入した。
その結果、釜揚げしらすの生産について、2,000kgの出荷作業（選別→箱詰め→計量→梱包）を行った場合、以前は、7名の人員で6時間かかっていた作業が、5～6名で5時間で終わられるようになった。
- ・ これまで人手に頼っていた異物除去工程が機械化されたことで、作業効率がアップし、増産が可能となった。また、異物除去精度も高まり、品質が向上したことにより、積極的な営業が可能となり、販路回復につながった。
- ・ 天候に左右されない釜揚げしらすの増産が図れたことで、天日干しするかちりやしらす干し等の生産量減少を補い、全体的な生産量が増加した。



選別機



2. 水産加工業等販路回復促進取組支援事業

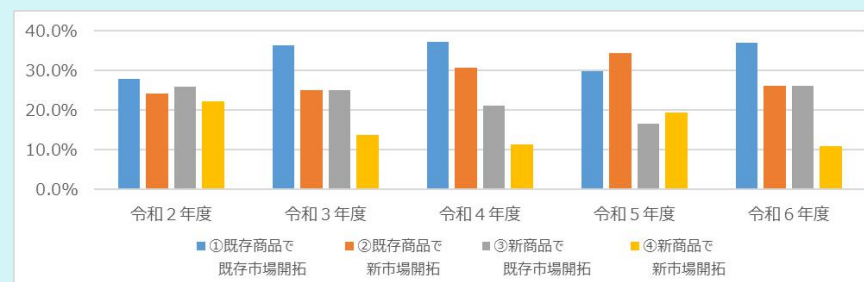
(4) 販路回復の取組方法について

令和6年度に採択された30社について、販路回復の取組方法として一番多かったのは、「①既存商品で既存市場開拓」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	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
①既存商品で既存市場開拓	27.8%	36.4%	37.1%	29.9%	37.0%
②既存商品で新市場開拓	24.1%	25.0%	30.6%	34.3%	26.1%
③新商品で既存市場開拓	25.9%	25.0%	21.0%	16.4%	26.1%
④新商品で新市場開拓	22.2%	13.6%	11.3%	19.4%	10.9%
⑤その他	0.0%	0.0%	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6年度支援事業の助成対象費目の中で一番多かったものは「②販路の回復・新規創出のために必要な機器、資材等」、次いで「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」が続いた。

消費動向の変化への対応や原料不足のため他魚種を利用しての商品開発、安定供給のための増産や効率化、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伺える。

分析結果を踏まえ令和6年度の支援事業の傾向を見ると、震災後からより顕著になった労働力不足という課題を抱えながらも、機会損失が起こらないよう限られた人員でも増産を可能にするため、機器整備等の対策を講じながら、販路回復を図ろうとする事業者が多いことが読み取れる。

助成対象費目について

助成対象費目	2年度	3年度	4年度	5年度	6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	23.9%	12.8%	12.0%	14.5%	18.2%	3.6%
②販路の回復・新規創出のために必要な機器、資材等	41.3%	36.2%	40.0%	49.1%	51.5%	2.4%
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	26.1%	36.2%	42.0%	29.1%	24.2%	-4.8%
④冷蔵庫保管経費及び倉庫等保管経費	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	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.0%	3.0%
⑥マーケティング調査経費	0.0%	0.0%	0.0%	1.8%	0.0%	-1.8%
⑦コンサルティング経費	0.0%	2.1%	0.0%	1.8%	0.0%	-1.8%
⑧商談旅費、展示会出展経費等	8.7%	10.6%	4.0%	1.8%	3.0%	1.2%
⑨新商品開発支援経費	0.0%	2.1%	2.0%	1.8%	0.0%	-1.8%

(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

03 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。

(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、売上回復や販路開拓に向けて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。



<https://www.fukko-hanro.jp/>



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 : 03-6280-5033 FAX : 03-6280-5034

一般社団法人大日本水産会

TEL : 03-3528-8511 FAX : 03-3528-8530

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