

【復興水産加工業販路回復促進事業】

【平成28年3月31日現在】

# 復興水産加工業販路回復促進事業 の取組状況について



# 【目次】



I. 復興水産加工業販路回復促進事業について	・・・1	2. 水産加工業販路回復取組支援事業	
II. 復興水産加工業販路回復促進センターとは (復興販路回復センターとは)	・・・2	(1) 水産加工業販路回復取組支援事業 (支援事業)助成実績	・・・15
III. 復興水産加工業販路回復促進センターの活動		(2) 平成27年度支援事業採択取組概要(38件)	・・・16~20
1. 復興水産加工業販路回復指導事業		(3) 採択取組の成果	
(1) 復興水産販路回復アドバイザーによる指導事業		①新商品の開発による販路拡大	・・・21
①アドバイザー指導事業の紹介	・・・3	【株式会社中華高橋水産】	
②アドバイザー指導実績	・・・4	②労働力不足に対し省人化機器を導入、 新商品開発による販路拡大	・・・22
(2) セミナー開催実績		【株式会社阿部長商店】	
平成27年セミナー開催実績	・・・5	③新商品開発による販路拡大	・・・23
セミナー実績事例		【有限会社マルゲン水産】	
「これからの水産加工・食品加工に求めるもの」	・・・6	④労働力不足への対応、省人化等による販路拡大	・・・24
「マーケットインの視点で商品開発を実践する!」	／・・・7	【太洋産業株式会社】	
「売れる商品づくりと商談で成約を勝ち取る極意」		⑤新商品開発による販路回復	・・・25
「水産加工品の販路回復・開拓並びに 新商品開発等に係る取組事例紹介」	・・・8	【及川冷蔵株式会社】	
(3)東北復興水産加工品展示商談会2015	・・・9~11	(4) 販路回復の取組方法について	・・・26
(4)情報共有化事業実績	・・・12~13	IV. お問い合わせ・応募先	・・・27
(5)被災地水産物流通利用促進事業 被災地現地見学	・・・14		



# I. 復興水産加工業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及びセミナー等の開催

### 水産加工業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、被災地の水産加工品の販路回復・新規開拓等に向けた水産加工業者等が実施する取組に必要な加工機器の整備、マーケティングに必要な経費等の2/3を支援（本事業の実施対象被災地域：青森県、岩手県、宮城県、福島県および茨城県）



## Ⅱ. 復興水産加工業販路回復促進センターとは（復興販路回復センターとは）

### ● 構成員について

東日本大震災の被災地における水産加工業の復興を支援することを目的とした復興水産加工業販路回復促進事業の実施主体である共同事業体



### 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

### ● 活動内容について

東日本大震災によって甚大な被害を受けた被災地の水産加工業等においては、施設のそのものの復旧は進みつつある一方で、加工業者等の直接の声である『水産加工業者における東日本大震災からの復興状況アンケート（第3回）の結果について（平成28年2月23日水産庁）』から分かるように、生産能力の回復に比べ、売上の回復の程度が遅れており、失われた販路・売上の確保、風評被害が課題となっています。

特に「販路確保・風評被害」に対して求められる施策については、「既存の販売チャネル以外における販売」、「新商品の開発」及び「展示会等への参加」等が求められています。

当センターは、平成27年度国の補助事業「復興水産加工業販路回復促進事業」の実施主体として、本事業を活用し、販路回復に向けた個別指導、セミナー・商談会の開催、さらに販路回復に向けた取組を行う水産加工業者を精力的にサポートし、実情に応じた柔軟な支援を行います。

# Ⅲ. 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事業

#### ① アドバイザー指導事業の紹介

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、販路の新規確保を目指す事業

■ アドバイザー紹介 (左から五十音順、敬称略) 下記9名を含む54名が在籍 (平成28年3月現在)

#### 五日市 知香

株式会社パイロットフィッシュ  
代表取締役 商品開発コーディネーター

##### 【アドバイス事例】

・気仙沼市の海藻製品加工業者に、パッケージデザインについて提案

##### 【得意分野】

商品開発、パッケージデザイン



#### 稲葉 潤一

株式会社ローソン  
商品本部 北海道商品部長

##### 【アドバイス事例】

・大船渡市のスモークほたて等の販路開拓についてアドバイス

##### 【得意分野】

販路拡大、商品開発



#### 加藤 哲也

ケイ・シグナル 代表  
6次産業化プランナー

##### 【アドバイス事例】

・青森県の加工場で、販路拡大に向けた、工場の課題の改善についてアドバイス

##### 【得意分野】

販路拡大、商品開発、原料調達、経営加工技術



#### 北館 裕志

水産マネジメントサービス株式会社  
代表取締役社長  
システムアドミニストレータ

##### 【アドバイス事例】

・神栖市の加工品製造業者に、機器の導入や販売方法についてアドバイス

【得意分野】 販路拡大、商品開発、原料調達、省人化、経営、流通、機器導入、小売販売、加工技術、マーケティング



#### 佐藤 香織

マルヒ食品株式会社 常務取締役

##### 【アドバイス事例】

・気仙沼市の加工業者に、新商品開発や、機材の導入についてアドバイス

##### 【得意分野】

販路拡大、商品開発、機器導入、加工技術



#### 鈴木 裕己

株式会社プロ・スパー 代表取締役

##### 【アドバイス事例】

・茨城県の加工業者に既存取引先への卸価格交渉のサポート、飲食店経営への参入と地域名産商品の商品開発・販売戦略指導

【得意分野】 販路拡大、商品開発、小売販売、加工技術、マーケティング



#### 高野 克三

有限会社高田投資 取締役  
6次産業化プランナー、知的財産管理技士

##### 【アドバイス事例】

・茨城県の加工業者に、コイ等の淡水魚の販売方法について提案

【得意分野】 販路拡大、商品開発、経営、流通、小売販売、マーケティング



#### 細川 良範

有限会社フード・サポート  
代表取締役

##### 【アドバイス事例】

・仙台市のかき加工業者の販路開拓に貢献

##### 【得意分野】

販路拡大、商品開発、原料調達、流通、小売販売、マーケティング



#### 榎谷 正義

株式会社コモリ・日本食育者協会  
6次産業化中央サポートセンタープランナー  
他

##### 【アドバイス事例】

・石巻市のギンザケ養殖業者に、ブランド化についてアドバイス

【得意分野】 販路拡大、商品開発、原料調達、流通、他



## ② アドバイザー指導実績



※平成26年度実施分は、水産庁任命のアドバイザーによる。

### 青森県

**平成27年度**  
 有限会社マルキョウスマイルフーズ  
 ぜんぎょれん八戸食品株式会社  
 株式会社マルヌシ  
 株式会社中村漁業部  
 有限会社八戸十全物産  
 株式会社丸重宇部商店  
 有限会社マルゲン水産  
 株式会社八光水産  
 五戸水産株式会社  
 合同会社マルカネ  
 八戸缶詰株式会社  
 株式会社味の加久の屋  
 株式会社オフィス弁慶  
 有限会社塩谷魚店  
 有限会社田向商店  
 武輪水産株式会社  
 八戸市水産加工業協同組合  
 株式会社ヤマヨ  
 有限会社フロンティア食品  
 有限会社マルタマ横道商店

### 福島県

**平成27年度**  
 株式会社サンエイ海苔  
 有限会社小野塚食品興業社  
 鮮魚海裕丸  
 あじ庵食堂  
 株式会社センシン食品  
 福島県漁業協同組合連合会  
 株式会社村山栄次商店  
 有限会社カナリシーフーズ  
 株式会社鈴栄

### 茨城県

**平成27年度**  
 株式会社谷藤水産  
 ダイカツ水産株式会社  
 株式会社あ印  
 株式会社出羽屋  
 株式会社ソウマ  
 高橋水産株式会社  
 株式会社飯岡屋水産  
 株式会社浜勤  
 マルカイ商店  
 有限会社にん編ん  
 こいち商店  
 川畑水産  
 まるさ商店  
 株式会社ヤマコイチ  
 川崎水産有限会社  
 株式会社島田商店  
 株式会社みうらや  
 株式会社竹中水産  
 株式会社鴨安商店  
 株式会社石橋商店  
 株式会社高木商店  
 株式会社才賀商店  
 友常水産  
 コモリ食品  
 久慈丸小漁業協同組合  
 有限会社大川屋

### 岩手県

**平成26年度**  
 株式会社阿部長商店大船渡工場  
 株式会社浦嶋商店  
 東和食品株式会社  
 株式会社井戸商店  
 有限会社ヤマキ商店  
 森下水産株式会社  
 小野食品株式会社  
 釜石ヒカリフーズ株式会社  
 双日食料水産株式会社  
 有限会社近藤商店  
 さんりく工房株式会社  
 株式会社のだむら  
 下安家漁業協同組合  
 野田村漁業協同組合

**平成27年度**  
 有限会社小が理商店  
 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  
 株式会社あんしん生活  
 柳沢商店  
 株式会社津田商店  
 森下水産株式会社  
 太平洋産業株式会社  
 株式会社武蔵野フーズ  
 有限会社宮古マルエイ  
 有限会社タイコウ  
 株式会社かねと水産  
 重茂漁業協同組合  
 株式会社國洋  
 車屋酒場

株式会社釜石プラットフォーム  
 有限会社竹下水産  
 株式会社越戸商店  
 株式会社須藤水産  
 株式会社村木水産  
 岩手県漁業協同組合連合会  
 ちよまる水産  
 有限会社コタニ  
 T R S 食品有限会社  
 岩手アカモク生産協同組合  
 産直グループ有限会社  
 釜石ヒカリフーズ株式会社  
 有限会社ヤマキイチ商店  
 陸前高田水産食品加工協同組合  
 株式会社三笑  
 株式会社のだむら  
 有限会社広洋水産  
 有限会社三陸とれたて市場

### 宮城県

**平成26年度**  
 有限会社長石商店  
 株式会社サンフーズ気仙沼  
 株式会社阿部長商店気仙沼工場

株式会社阿部長商店南三陸工場  
 株式会社渡冷  
 株式会社仙台かき徳

株式会社高順商店  
 株式会社阿部長商店マーメイド食品

**平成27年度**  
 ぜんぎょれん食品株式会社  
 有限会社トーハイコーポレーション  
 株式会社マルハツ  
 株式会社塩釜水産食品  
 株式会社かわむら  
 有限会社千田商店  
 ミツワフーズ株式会社  
 株式会社シンコー  
 水月堂物産株式会社  
 福寿水産株式会社  
 株式会社宮戸水産  
 桃浦かき生産者合同会社  
 株式会社一番  
 湊水産株式会社  
 本田水産株式会社  
 盛信冷凍庫株式会社  
 株式会社千葉喜商店  
 タイマル食品株式会社  
 株式会社サンフーズ気仙沼  
 株式会社阿部長商店  
 株式会社木の屋石巻水産  
 株式会社和田商店  
 山徳平塚水産株式会社  
 有限会社島金商店  
 東日本フーズ株式会社  
 株式会社ダイスイ  
 株式会社丸海

有限会社ヤマコ佐勇水産  
 有限会社キマル木村商店  
 特定非営利活動法人海の会  
 株式会社中華高橋水産  
 株式会社エムケーコーポレーション  
 水野水産株式会社(石巻市)  
 丸直栄漁丸  
 かき小屋渡波  
 株式会社磯屋水産  
 民宿めぐろ  
 株式会社ケーエスコポレーション  
 極洋食品株式会社  
 株式会社ケーエスフーズ  
 株式会社ヤマトミ  
 石巻魚糧工業株式会社  
 株式会社海洋  
 株式会社阿部蒲鉾店  
 株式会社高浜  
 三波食品株式会社  
 女川魚市場買受人協同組合  
 いかや  
 株式会社かねせん  
 末永海産株式会社  
 マルブン食品株式会社  
 ヤマトモ水産食品株式会社  
 株式会社モリヤ  
 気仙沼ほてい株式会社

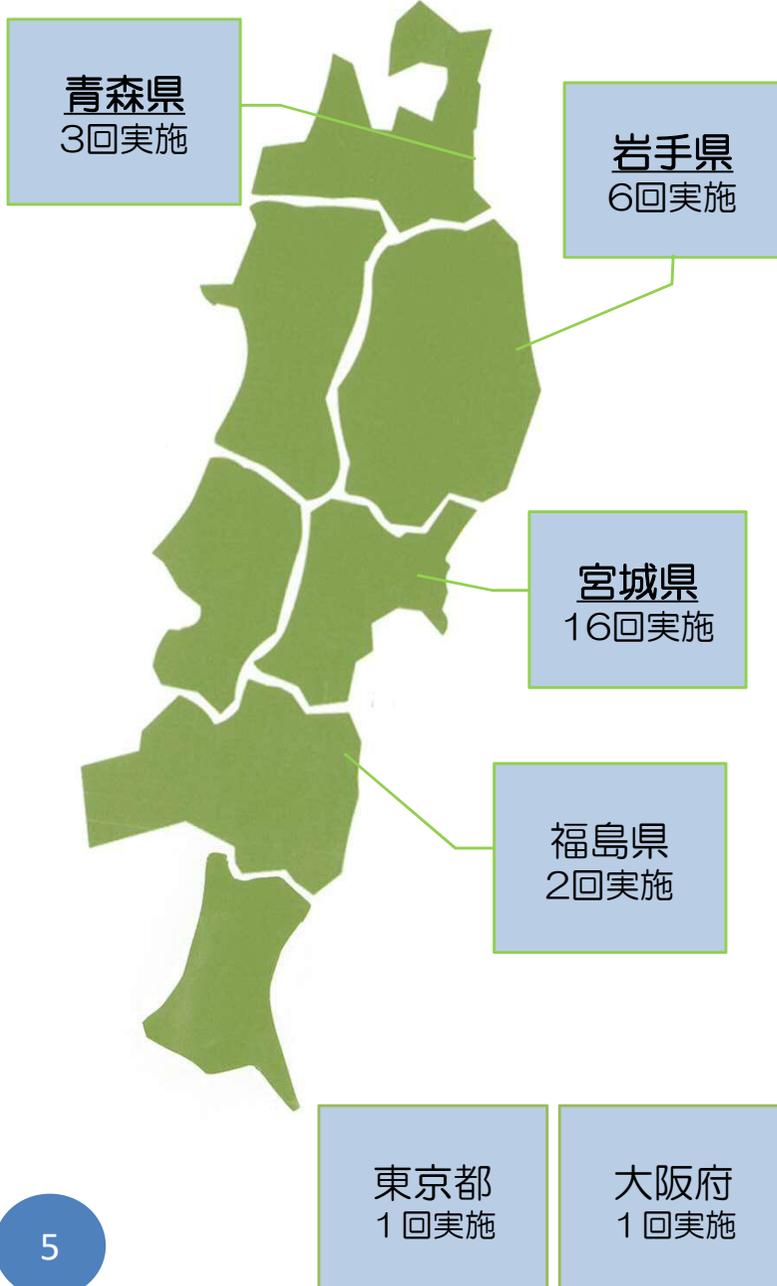
有限会社橋本水産食品  
 株式会社ヤマゴ  
 株式会社けんこう村  
 株式会社マルキン  
 一般社団法人フィッシャーマンジャパン  
 株式会社行場商店  
 宮城県漁業協同組合  
 株式会社スイシン  
 第一物産株式会社  
 株式会社フジミツ岩商  
 有限会社オйкаワデニム  
 水野水産株式会社(塩竈市)  
 みやぎ海洋飼料株式会社  
 あらはま海苔合同会社  
 株式会社小山平八商店  
 株式会社マルヤ五洋水産  
 三陸飼料株式会社  
 マルコウ小野寺商店  
 協同水産株式会社  
 株式会社マルダイ長沼商店  
 五光食品株式会社  
 株式会社石渡商店  
 理研食品株式会社  
 株式会社海遊  
 株式会社東日本大震災事業者再生支援機構



## (2) セミナー開催実績

### ■ 平成27年度セミナー開催実績

東北を中心に全29回のセミナーが実施された。



日付	内容	開催場所
5月11日	販路開拓～復興水産販路回復のために～	いわき
5月12日	販路開拓～復興水産販路回復のために～	八戸
5月13日	販路開拓～復興水産販路回復のために～	仙台
5月15日	販路開拓	釜石
6月16日	「震災から4年 ～販路回復に向けて～」フォーラム	仙台
6月16日	「アジア・アメリカ市場の現状と輸出ビジネス成功のヒント」 パネルディスカッション	仙台
6月16日	水産加工品の販路回復・開拓に関するパネルディスカッション	仙台
6月16日	石巻における放射能測定の取り組みについて	仙台
6月17日	通信販売 ～お客様に買ってもらえる商品を作る3つのポイント～	仙台
6月17日	被災地復興プライドフィッシュPR試食会	仙台
6月17日	石巻における放射能測定の取り組みについて	仙台
6月17日	東南アジア、中東からの観光客に売るためのハラル基礎セミナー	仙台
7月31日	食品包装の技術とトレンド	八戸
8月21日	東北水産加工品の魅力とその販売ルート確立のための方策について	東京
8月25日	食品包装の技術とトレンド	釜石
9月2日	食品包装の技術とトレンド	仙台
10月21日	商談会における成功率向上セミナー	気仙沼
11月5日	食のトレンドの読み方&つくり方	仙台
11月6日	水産加工業販路拡大セミナー ―ハラルビジネス―	仙台
11月9日	東日本大震災被災地域の水産加工品を売り込め！ 販路回復・開拓パネルディスカッション	仙台
11月25日	これからの水産加工・食品加工に求めるもの	八戸
11月25日	本格操業に向けて今やるべきこと！ ～海苔と水産加工品の販路拡大に向けて～	相馬
12月10日	新たなビジネスチャンス・海外への販路開拓	大船渡
1月18日	販路拡大に向けて、商品に付加価値を	大船渡
1月18日	首都圏に向けての商品開発のポイント	塩釜
2月8日	マーケットインの視点での商品開発を実践する	大船渡
2月9日	売れる商品づくりと商談で成約を勝ち取る極意	宮古
2月18日	水産加工品の販路回復・開拓並びに新商品開発等に係る取組事例紹介	大阪
2月29日	水産加工業販路拡大セミナー	気仙沼



## ■ セミナー実績事例

### 「これからの水産加工・食品加工に求めるもの」

平成27年11月25日に八戸商工会議所にてセミナー「これからの水産加工・食品加工に求めるもの」が開催された。お客様のニーズやトレンドを一番近くで感じている百貨店のバイヤーという立場から、今後、水産加工品の開発や売り込みに役立つ情報をお話しいただいた。

講師

株式会社 三越伊勢丹  
食品統括部 食品第一商品部  
生鮮バイヤー  
真野 重雄 氏



### お客様に求められる商品ってどういうもの？

「買うモノ＝お客様にとって有益なもの」であると考えます。「いいな」、「得したな」と感じていただけるような武器を持っているかが商品の魅力につながっていく。ここでいう「武器」とは、

- ① 情報 = 素材力、優位性、独自性
- ② 味 = 試食販売、プロモーションなど  
味を伝える行動
- ③ ブランドカ = コンセプトが明確、  
明快なイメージ、デザインカ

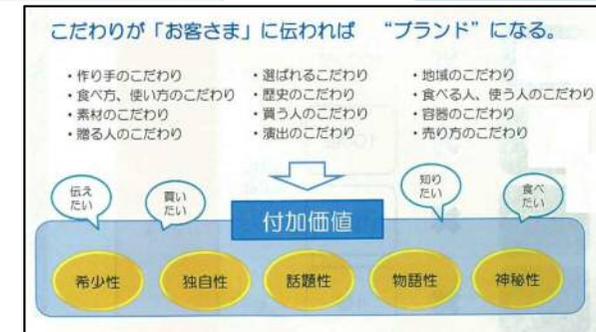
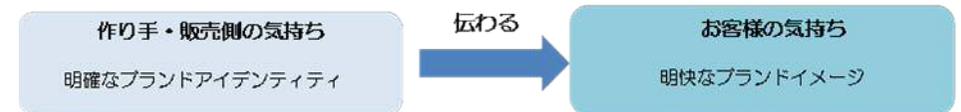
例えば、三越伊勢丹のお客様であれば、「情報」の部分で商品の背後にあるストーリーに感銘して商品を買っていかれる方が多い。しかしそれは「価格」であったり、デザインの良さであったりと、販売先によって重視されるものが異なるので、ターゲットをじっくり研究して一番あった武器を揃えていくことが大切。

### 価値を伝える取り組み



### 商品開発に必要なこと

モノがありふれ、揃わないものがない時代。消費者の購買動機も変化し、生活センスを上げたいとか、非日常を日常に求めたり、通常の品質+αを望んでいる。そんな中で選んでいただくためには「独自性」と「差別化」がキーワードになる。



### 何気なく並ぶ商品も切り口を変えて良さを伝え、お客様に改めて興味を持ってもらう

その土地にしかないもの、珍しい食べ方など現場の人が知っている情報は本当に素晴らしいものばかり。そういった知識をお客様にも広めるため、毎月発行している冊子の中でテーマを決め、紹介している。例えば「ブドウ」。何気なく売り場に並ぶブドウだが、季節によって種類も変わる。「はしり・しゅん・なごり」でどのように移り変わり、それぞれどんな特徴があるのかを紹介し、その「価値」を知ってもらう。ブドウと言えば、今は「種無し」「薄皮」「甘い」がトレンドだが、生産者からすると、「種有の方が味が濃くておいしい」。今一度本来の美味しさを知っていただくきっかけとして、左の記事のように、種有のブドウに「男子葡萄」と名付け、「本当はこういうものが旨いんだ！」という現場の声をキャッチーなネーミングで、気張らず伝え、お客様の評判も上々だったとのこと。

# 「マーケットインの視点で商品開発を実践する！」／

## 「売れる商品づくりと商談で成約を勝ち取る極意」

平成28年2月8日に大船渡商工会議所、翌9日に宮古市のホテル近江屋にて「売れる商品づくりと商談で成約を勝ち取る極意」と題したセミナーが開催された。このふたつのセミナーでは「売れる商品づくり」のためのコツを教えてください。



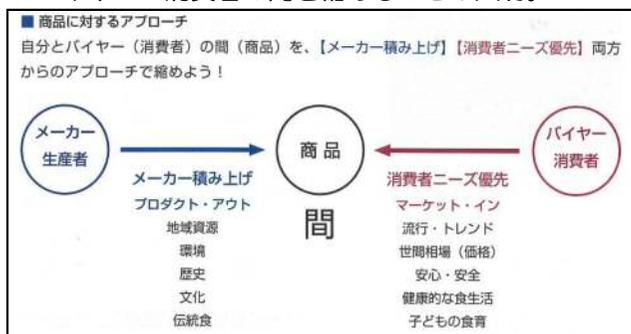
講師

株式会社バイヤーズ・ガイド  
代表取締役社長  
永瀬 正彦 氏



### 間を縮めよう

商品開発にあたって、メーカー発想（プロダクト・アウト）と消費者ニーズ（マーケット・イン）の両方からのアプローチがあるが、「相手を知り、相手を想って」開発を行い、メーカー・バイヤー・消費者の間を縮めることが大切。



### 商品を手にするお客さんの姿を想像できていますか？

ターゲットと利用シーンを設定し、商品の6つの特性（アイテム、機能、サイズ、用途、テイスト、価格）を決め、製品製造することがポイント

食卓にのるメニューを中心に考える

- Who: 誰がどんな人と？ 何人で？（家族・友人）
- What: 何を？ 何と？ 一緒に食べる、飲む？（ビール・酒・ワイン）
- When: いつ食べる？（朝昼晩、ケ・ハレの日、春夏秋冬）
- Where: どこで食べる？（自宅・キャンプ・女子会）
- Why: なぜ食べる？（健康・ダイエット）
- How: どのように盛り付ける？ 食べたらい？（生活スタイル）

#### 商品の6つの特性

- ①アイテム（種類）⇒何がマッチするか分からないもの。 ※点ではなく面で勝負！
- ②機能（役割・動き・デザイン）⇒商品は、その機能を語りかけているか？
- ③サイズ（大きさ・量）⇒個食の時代、食べられる量？使い切れなかった商品は買われにくい。
- ④用途（自家用・ギフト・デイリー・ハレの日）⇒量販店向き？百貨店向き？
- ⑤テイスト（スタイル・味・風味）⇒引き算のモノづくり
- ⑥価格（消費者が買う価格）

バイヤーは常に頭の中にイメージプライスがある、バイヤーから価格について聞かれたとき、その理由をこたえられないと、適当に付けた価格と判断され商談は成立しない。

### 販路開拓の手法

現状の取引を拡大するためには、4つの手法がある。

- ①同店で取り扱い店舗数を増やす  
新商品の開発不要、今の営業体制で対応可能
- ②同店で商品アイテム数を増やす  
シリーズ商品の開発が必要、今の営業体制で対応可能
- ③ストア・コンセプトが近いお店の開拓  
新商品開発不要、営業担当・拠点が必要
- ④ストア・コンセプトが違うお店の開拓  
商品の見直しが必要、営業強化。まったく新しい販路が開ける。

これらは、商品コンセプトが詳細に決まっていることから対応できることであり、商品コンセプトが変われば、商品の6つの特徴も変わり、ストアコンセプトにマッチした商品の製造をおこなうことができる。＝「販路開拓の方程式」に繋がる。

### 展示会・商談会の出展時の注意点

- ・商談時は、バイヤーからのヒアリングの時間を多くとることを心がける  
⇒ バイヤーとの面談時間は以下のようなイメージが良い。  
例：商談時間20分の内訳（20分間ずっと自分だけの説明は不可）
  - ・会社説明：3～4分
  - ・商品説明：6～7分
  - ・ヒアリング：10分（アドバイスをもらう時間が今後のヒントとなる）
- ・準備がすべてである  
⇒ コンセプトを決める（テーマを絞る）ことで、ターゲットが絞られる。  
⇒ 展示を行うのであれば、売り場を再現した展示を心がける  
そのまま利用できそうな展示であれば、自分の店舗と比較しやすい  
⇒ 食べてもらいたいシーンに合わせた試食の用意  
例：ソースであれば、とんかつや魚フライなどを一緒に提示する  
⇒ 予行演習（当日、現場で慌てないようにするため）

- ・商談の終了時には、宿題をもらう  
⇒ 次に会うための理由付けとして、必ず宿題をもらうようにし、提出期限を決めるようにする。これをクリアすることにより信頼感を相手にもってもらうことができる。

最後に・・・

### 失敗から学べ！

なんで商談が成立しなかったのかをよく考察し、客観的に整理することが重要。商談不成立のときこそよい勉強となる。



平成28年2月18日にシーフードショー大阪にて「水産加工品の販路回復・開拓並びに新商品開発等に係る取組事例紹介」というテーマで販路拡大セミナーが開催された。被災地の水産加工業者やアドバイザーから販路回復・開拓に向けて行ってきた取組や、現在の被災地の取組についての紹介をしていただいた。

## 水産加工品の販路回復・開拓 ～宮城県石巻市の事例～

講師 山徳平塚水産株式会社代表取締役 平塚 隆一郎 氏  
震災後、個社→グループで協力 新規市場の拡大を目指す

同社も所属する石巻元気復興センターでは新しい市場となるムスリム向けの「ハラル」に対応したサバだしラーメンや牡蠣カレー、たらこ等を製造を行っている。ハラル認証を受けているわけではないが、石巻のノンアニマルノンアルコールフードとしてロゴマークを作成し、売り出し中である。



## ハラルビジネスのポイント

講師 一般社団法人ハラル・ジャパン協会  
調査担当・コンサルタント 中川 圭吾 氏

既存の売り先以外に、今後ターゲットとする市場としてイスラム圏にチャンスがあるのではないかと。また、訪日観光客数も増加しているため、インバウンド需要も拡大する傾向にある。

ムスリムは日本人とは味の趣向が異なるため、商品開発を行う際は、モスク（礼拝堂）に人が集まる時間を狙って試食を持っていき率直な感想を聞いて味の改良につなげていくのは取り組みやすい方法として良い。



## 宮古プライド チーム漁火

講師 有限会社かくりき商店  
専務取締役 宮古チーム漁火 副会長  
岩手県沿岸県南・経営塾・連携塾 塾頭  
小堀内 将文 氏

チーム漁火のスキーム紹介



**共同企画開発** 月に数回仕事が終わった後に新商品開発等の話し合いを行う。

**共同営業・受注** 4社の中で時間を作れる人が代表して営業へ行く「営業の分業」を取り入れている。

**業務の配置** 4社ともに人員不足が問題となっているため、お互いに人員を補充しながら加工し、販売に繋げていく。



## アドバイザーの事例紹介

講師 株式会社キースタッフ 代表取締役 鳥巢 研二 氏

水産加工品を製造する3つのポイント

- ① 地元に水揚げされる魚を生かす
- ② テーブルの上を演出するには魚だけではだめ。農業との関連性をテーブルの上で提案できるか
- ③ その営みが地域の振興に繋がるか



水産だけではなく地域の一次産業の人たちとどう連携していくかが重要。地元の一次産業者が元気になって生活できるような仕組みをつくるのが一番の目的で、決して自分だけが儲ければいい、大企業の下請で儲かっているからいいなど考えるのではなく地域の人を元気に出来るかが大切。

**野田村の事例** 野田村はホタテの養殖を行っていたが、震災により販路が無くなり、余ったホタテを何とかして欲しいと相談があった。鳥巢氏は加工食品の調味料関係では唯一伸びている市場である「ドレッシング」を作ることを提案。1/4はホタテで出来ているこのドレッシングはたちまち人気商品となった。また、主婦向け雑誌でこの商品を使ったアレンジメニュー「ホタテチャーハン」が紹介されると、さらに人気に火がつき、今や作ったらすぐ売り切れるという状態である。



### (3) 東北復興水産加工品展示商談会2015

- 期 日 : 平成27年6月16-17日  
場 所 : 仙台国際センター  
来場者数 : 4,200名(二日間延べ数)  
出展企業数 : 96社  
開催概要 : 水産業界全体の震災からの復興を目的に一致団結し、販路開拓・情報発信の拡大を図りながら、「繋がる、繋げる」をテーマに東北地区と茨城の水産関係者が一堂に集結した展示商談会を開催。青森、岩手、宮城、福島、茨城の加工業者によるブース展示、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。

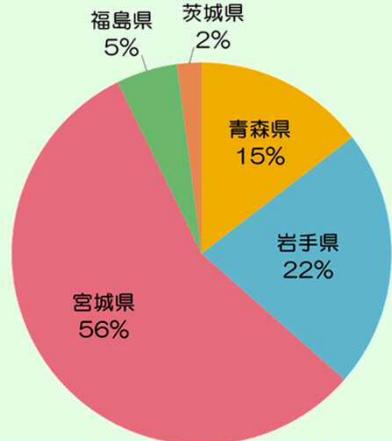




### ・ 出展者データ

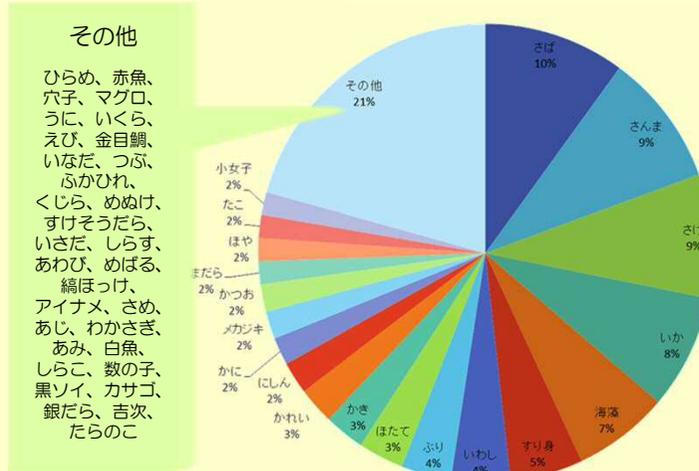
出展企業は全96社であり、開催地である宮城県からの出展が54社と最も多かった。また、東北地区中心の商談会でありながら取扱魚種は50種類以上、加工の種類は15種類と多種多様であった。

#### 県別出展者数

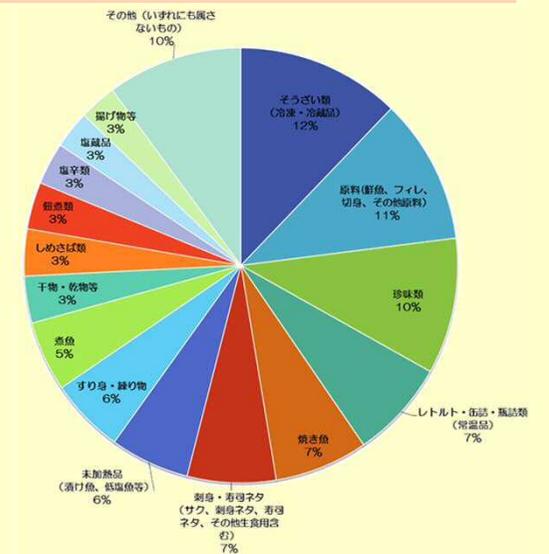


青森	岩手	宮城	福島	茨城	合計
14社	21社	54社	5社	2社	96社

#### 取扱魚種

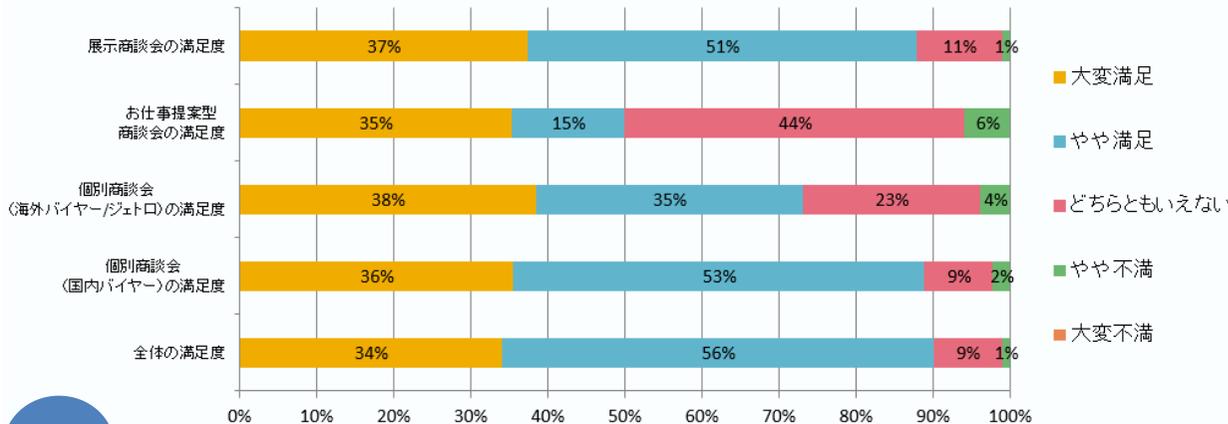


#### 加工カテゴリ



### ・ 出展者アンケート結果

#### 出展者満足度アンケート



良かった点

- 水産加工品に絞った展示会のため、来場者との商談がスムーズだった。
- 来場のお客様は、毎年行っている展示会とは違うため、新しい商談の機会を得ることが出来た。
- 目的とするお客様との商談ができ、今後の商品化のメドが立てられた。3.11大震災後の東北のメーカーを救っていただき感謝いたします。
- 初めてこのような商談会に出席した。思っていた以上の好感度で良かった。

改善点

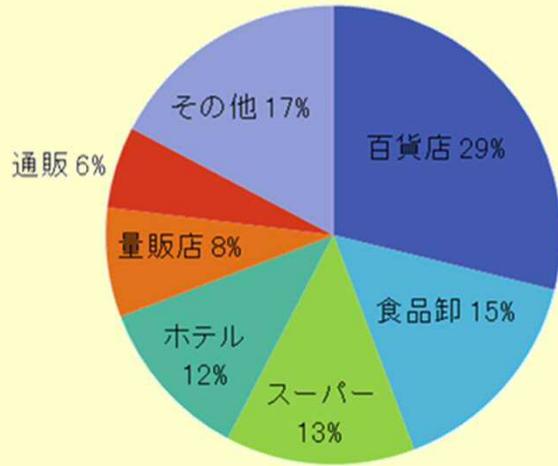
- 来場者が思ったより少なく感じた。しかし、このような場でしか会えない方も多いので、次回に期待しております。
- 海外バイヤーの数を増やし、商談の機会を設けて欲しい。



### ・個別商談会実績

事前にバイヤー側と出展者側に商談を行いたい先についてのヒアリングを行い、その結果をもとに最適な相手とのマッチングを行うことで、商談成功率は19.2%と高い値となった。また、出展者も当日どこで商談をするのか事前に分かるため、必要な準備を行うことが出来るのも、高い成功率を支える理由のひとつとなっている。

対応バイヤーの業種について



その他の中には、卸売、専門店、駅弁販売、機内食製造、居酒屋、食品紹介、アンテナショップが含まれる。

商談成功率について

業種	企業数	商談数	1次判定			2次判定		
			成立	継続	未成立	成立	継続	未成立
百貨店	15	128	16	92	20	19	35	74
食品卸	8	75	8	56	11	11	30	34
スーパー	7	69	11	51	7	18	15	36
ホテル	6	54	5	36	13	12	3	39
量販店	4	38	8	24	6	12	14	12
通販	3	29	6	14	9	3	4	22
その他	9	81	20	50	11	16	25	40
計	52	474	74	323	77	91	126	257

#### 商談成功率

1次判定（商談会当日回答） 15.6%  
 2次判定（H27.10月以降回答） 19.2%



### ・復興水産販路回復アドバイザー相談コーナー実績

9名のアドバイザーによる、販路回復相談を行い18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	岩手	宮城	福島	茨城	合計
2	2	8	2	4	18



## (4) 情報共有化事業実績



販路開拓に関する情報がどこにいても見ることができるようにと平成27年5月より、情報共有化事業の中で「復興水産加工業販路回復促進センター」のホームページの立ち上げを行った。メインコンテンツとして、

- ・助成支援事業
- ・アドバイザー指導
- ・セミナー・展示会情報
- ・販路回復等の取組に関する各種情報

を置き、販路開拓に関する情報を多方面から集約し、公開を行っている。

開設当初から平成28年3月末までの訪問者数は25,463、閲覧回数は37,239となった。

### ・ アクセス数について

やはり、助成支援事業（水産加工業販路回復取組支援事業）についての項目に関心が集まっているようだ。この他、「展示会・セミナーの開催情報」やその開催内容をまとめた「セミナー・展示会レポート」もアクセスが多かった。今後も関心度が高いこれらのコンテンツの強化を図っていきたい。

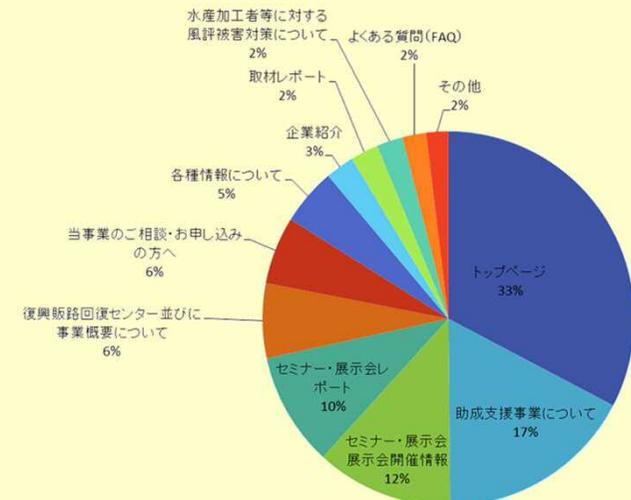
### コンテンツ別アクセス数ランキング

順位	コンテンツ	訪問者数	閲覧回数
1	助成支援事業について	5,057	7,866
2	セミナー・展示会展示会開催情報	2,783	3,984
3	セミナー・展示会レポート	2,506	3,720
4	復興販路回復センター並びに事業概要について	1,619	2,627
5	当事業のご相談・お申し込みの方へ	1,483	2,148

訪問者数及び閲覧回数の月別推移



コンテンツ別訪問者数の割合





# コンテンツ紹介

## 助成支援事業について

幅広い方にご利用いただけるように、なるべくわかりやすく事例やイラストを用いて事業の説明を行っています。

### 復興水産加工業等販路回復促進事業のついで 水産加工業等販路回復取組支援事業について 復興水産加工業販路回復促進センター

被災した水産加工業者みなさん、このままではどうやって生きていけるのか？



このような販路回復支援の取組を実施する目的の事業を実施しています！

その1 販路回復に力添えする販路回復支援センターの取組を実施！

その2 販路回復に力添えする販路回復支援センターの取組を実施！



### 事例① 水産加工業者 法人化による生産効率の向上

Table with 3 columns: 目的 (Goals), 取組 (Activities), 実施・結果 (Implementation/Results). Details include goals like increasing production efficiency and activities like forming a corporation.

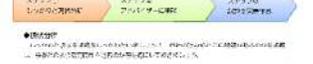
### 事例② 水産加工業者 新商品の開発

Table with 3 columns: 目的 (Goals), 取組 (Activities), 実施・結果 (Implementation/Results). Details include goals like developing new products and activities like R&D.

### 事例③ 水産加工業者 新商品の販路拡大

Table with 3 columns: 目的 (Goals), 取組 (Activities), 実施・結果 (Implementation/Results). Details include goals like expanding distribution and activities like participating in trade fairs.

### 事例のためのステップ

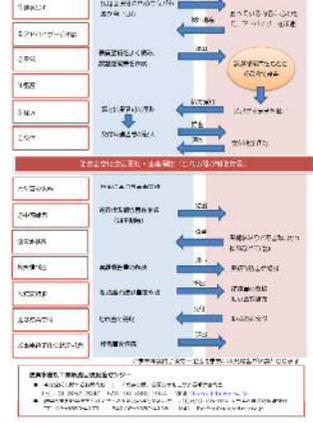


- 1. 販路回復の目的を明確にする
2. 販路回復の取組を実施する
3. 販路回復の効果を評価する

### よくある質問 (FAQ)

- Q: 支援を受けるにはどうすればいいですか？
A: ...
Q: 支援の内容は具体的にどのようなものがありますか？
A: ...

### 支援事業



## 販路回復の情報

新聞や雑誌などから販路回復に関連する記事をピックアップしてご紹介。

### 全国水産加工品総合品質審査会 コラボ2商品 水産庁長官賞 (新聞記事)

平成27年11月8日、東京・中央区のホテルメトロポリタンドームにおいて、全国水産加工品総合品質審査会主催の「第2回全国水産加工品総合品質審査会」の最終審査が行われました。八戸市からは美濃水産株式会社の「割烹刺身 八戸特産雑魚」、株式会社デュームの「八戸産サバ(トロ)」が水産庁長官賞に輝きました。



## 企業紹介

被災地の加工業者の皆さんを取材し、商品作りのこだわりや、一押しの商品の紹介を行っています。

### 第3回 業務用向イカ加工品を大船渡から全国へ サンコー食品株式会社 代表取締役 小濱 健さん



岩手県大船渡市にある「サンコー食品株式会社」。サンマの水揚げが多いことで知られる大船渡エリアで、イカと鮭の加工を中心とした加工業者です。小濱社長の父様が起業され、イカは「地のもの」であることや様々な需要があることからイカ・鮭を専門に取り扱うようになりました。

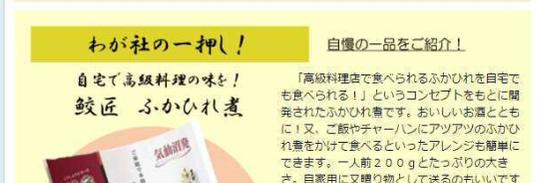
### お客様第一の商品作り

大船渡港に水揚げされるイカ原料を中心に製品作りを続けてきたサンコー食品の強みはイカを様々な形状に加工し、お客様のニーズに合わせた納期・規格での提案ができるということ。又、漁獲時期・品質、単価等国内品で対応できない時には原料を海外調達しています。その品質維持のため自ら海外に赴き、物流保管等の指導を行っています。「お客様が欲しいときに欲しい商品を作って取引できないといけない」と社長は言います。



### 丁寧に・・・大事に・・・

ふかひれは高級食材として知られています。その理由は一匹のサマから取れる量が少なく加工するのに手間がかかるからです。機械化できない作業が多く、人の手で行うにも傷れるまでは諦めがかりです。だからこそ一つ一つ丁寧に大事に取り扱っています。「高いものだから食べる人には安全安心で、よりおいしい、品質のいいものを作ってほしい」と専務。品質にこだわった製品だからこそリピーターも多く、お客様に満足していただいています。



### わが社の一押し！ 自慢一品をご紹介します！

「高級料理店で食べられるふかひれを自宅で食べられる。」というコンセプトをもとに開発されたふかひれ煮です。おいしいお酒とともに！又、ご飯やチャーハンにアツアツのふかひれ煮をかけて食べるといったアレンジも簡単にできます。一人前200gとたっぷりです。自家用にも贈り物としても送るのもいいですね。ぜひ一度お買い求めになっておいしさを確かめてみてください。

気になった方は下のURLをクリック！ <http://www.fukajusuisan.co.jp>

## 取材レポート

センターが独自に行った取材をまとめてしたレポートを掲載しています。

### きほんの「き」 協賛社 会場が多彩 展示会で1枚でも多くの名刺をもらおう！

Interview report content including: 展示会で1枚でも多くの名刺をもらおう！, 協賛社 会場が多彩, 名刺をもらおう！, 協賛社 会場が多彩, 名刺をもらおう！, 協賛社 会場が多彩, 名刺をもらおう！

### インタビュー記事

インタビュー記事: バイヤーはここを見ている！

### 質問！ バイヤーにとって足元やワイヤースはどんなフーズ？

質問！ バイヤーにとって足元やワイヤースはどんなフーズ？

### 今後販路回復されるメーカーさんにアドバイスをしたいと思います！

今後販路回復されるメーカーさんにアドバイスをしたいと思います！

期 日：平成28年2月17-18日

場 所：宮城県石巻市

参加者数：バイヤー19名

開催概要：実際に魚市場や水産加工場へ足を運び、安全・安心への取り組みを見ていただくことで、被災地の商品に対する不安を緩和し、今後の取引につなげていただくべく、比較的被災地の情報が入りにくい西日本のバイヤーを中心に、被災地の現地視察を行った。

### 見学内容：

石巻魚市場では、東北大学と共同開発した「連続個別非破壊放射能測定システム」（魚体を傷つけず、ベルトコンベアにより連続的に放射能を測定するシステム）を見学。その測定結果が検査室前のモニターやweb上に公表されるなど、「魚市場の見える化」によって安全性のアピールに取り組む様子を確認した。

また、石巻の大手2社では、無菌海水シャーベットの製氷室、加工施設内の金属探知機等の機器類や加工作業を見学し、ISO22000やHACCPにも対応した施設にて品質管理に対する対応や安全性に対する取組について説明を受けた。



石巻魚市場の放射能検査の様子



石巻魚市場のHACCPの状況の見学



工場にて冷蔵機能付きの倉庫を見学



サケなどの魚を一時的に貯蔵する所  
稼働時はシャッターが開き、魚がトラックからダイレクトになだれ込む

### 参加者の声

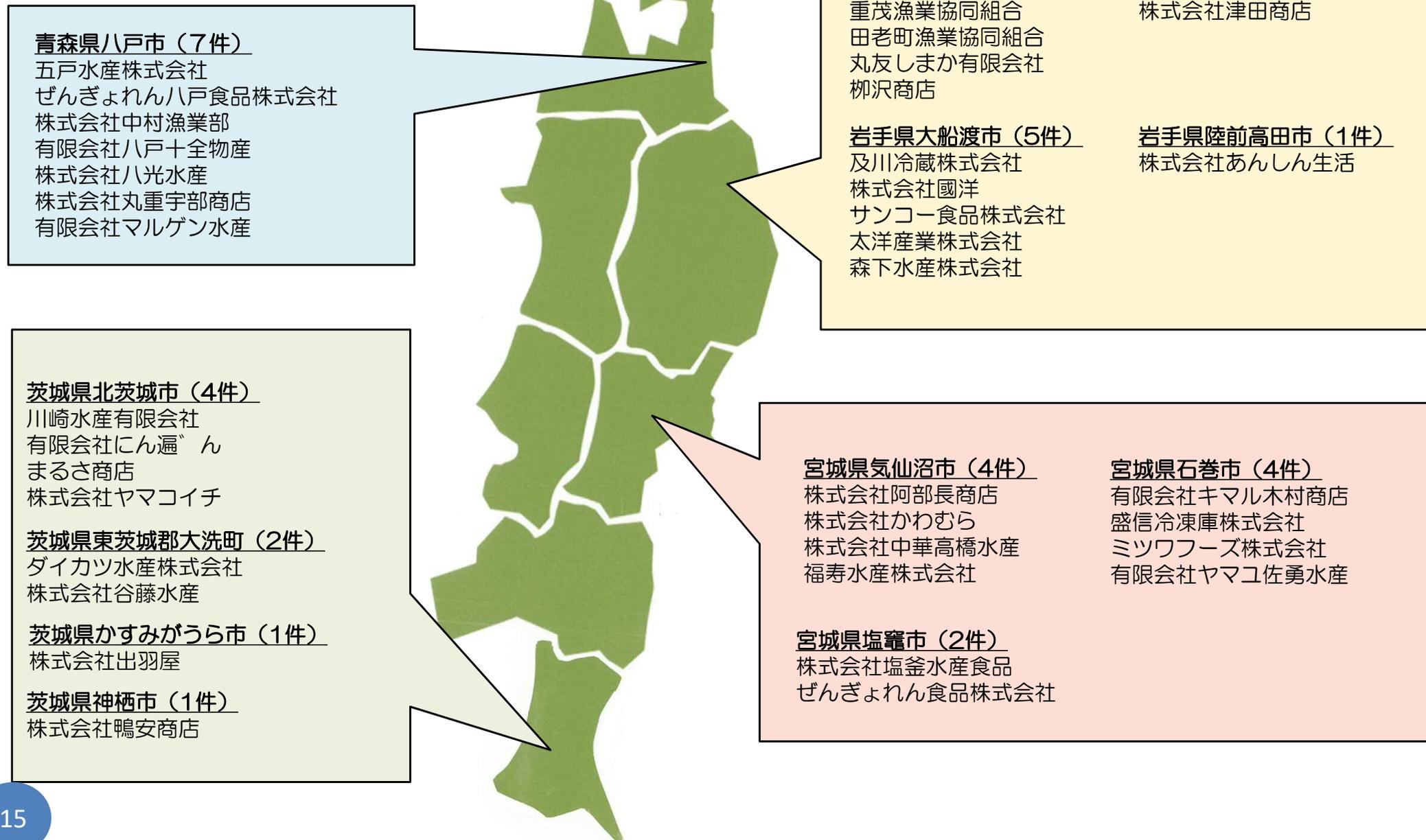
- ・ 被災地に関してTV等で見た情報でしかなく、今回直接見るにより、改めて震災の脅威を感じた
- ・ 自身の目で確かめることで本当の安心・安全を確認することが出来た
- ・ 最新の素晴らしい施設と教育がしっかりとされており、魚市場に対するイメージが大きく変わった
- ・ どんどん被災地が復興を遂げ、過去のように日本の一大生産地に戻ってほしいと思った
- ・ 水産物はどれもおいしく、是非お取引させてもらおうと考えている

## 2. 水産加工業販路回復取組支援事業



### (1) 水産加工業販路回復取組支援事業（支援事業）採択実績

平成27年度採択件数：38件



## (2) 平成27年度支援事業採択取組概要 (38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	手作業で行っていた作業を機械化により省人化・効率化する共に、検査機器等の設置により衛生管理・品質管理の見直しを行い、技術力を生かした新商品の継続投入を実施。また、展示会・商談会等への出展により販路の回復及び拡大を図る。
	ぜんぎょれん八戸食品株式会社	従来からの省力化、効率化をさらに促進するために必要な機器を導入し、労働力不足への対応及び販売量の増加を図り、経営の安定並びに新製品の開発により、販路の開拓、既存顧客への販売拡大を図る。
	株式会社中村漁業部	本事業を活用し、個包装で末端販売向けに色調にこだわった包装資材を新たに作成するとともに、展示商談会への積極的な参加を通して知名度を上げ、新規顧客を獲得し販路拡大を図る。
	有限会社八戸十全物産	新規販路となる大手小売との取引実現に向け、本事業を活用し、品質向上及び生産能力の増強を行う。大手小売・流通各社が要求する管理体制を整えるとともに、一部の製品については外国人観光客向けの販売体制も構築することで販路回復及び売上増加を図る。
	株式会社八光水産	本事業を活用し、自動化・機械化を進め、原料凍結生産能力を倍増することで、顧客からの要望が強い高鮮度・高品質な原料の生産体制を強化し、販売拡大を行う。
	株式会社丸重宇部商店	今回、新たな生産ラインを導入することで生産能力をアップさせ、既存の商品の更なる販路回復を行う。また、効率化により余剰となった人員を他の加工部門に充て、コストダウンを図る。
	有限会社マルゲン水産	本事業を活用し、これまで未対応であったうろこ取り製品の製造を行い、新規の販売先を開拓するとともに、省人化・生産効率の改善による量産体制を強化することで販売拡大を行う。また、異物混入対策、衛生面での対策をより強化する。

株式会社中村漁業部  
Foodex japanに出展し、新包装の「鮭とば」等が好評で、新規商談を行った。



有限会社八戸十全物産  
包装機等の導入により生産能力を強化し、販売体制の構築を図る。



有限会社マルゲン水産  
X線異物検出器等の導入により異物混入対策により品質向上を図る。





所在地		事業者	取組概要
岩手県	宮古市	有限会社小が理商店	近年、当社製品の品質が認められ、リピーターが大幅に増えてきた中で、本事業を活用し、資材等の衛生面での強化を図ることで安心・安全な製品づくりを行い、既存の顧客だけでなく新規市場への売り込みを行い、売上げの回復及び販売拡大に繋げる
		重茂漁業協同組合	人手不足による人材確保が困難な状況で、最新の加工機器を導入することにより省人化を進め、生産能力の拡大を行うとともに商品の衛生面や安全性をアピールし、販路回復を行う。
		柳沢商店	本事業の活用により、これまで廃棄していた海藻等の原料を有効利用し、佃煮として商品化した上で、既存及び新規市場に展開する。また、味付け莖わかめ、海藻の佃煮を通信販売でも展開し、販路回復を行う。
		丸友しまか有限会社	本事業を活用して、現在各方面から引き合いの多い冷凍殻付きカキの生産に力を入れ、新たな商品として展開する。また、既存の各種加工品についても、これまでの市場以外への営業を行い、新規販売ルートの確立を目指す。
		田老町漁業協同組合	現在、冷蔵対応塩蔵わかめ製造をしているが、常温商品が広がりを見せる市場に対応すべく、本事業を活用し、加塩加水加工した常温対応塩蔵わかめの開発・製造を行い、既存市場のみならず新規市場へ展開し、売上げ回復を行う。
	釜石市	株式会社井戸商店	本事業を活用し、加工の技術的難しさから一般に流通していないイカのかまぼこ製品を新たなマーケットである高齢者市場に投入し、利益の増大を目指す。また、経営のさらなる健全化をめざし、経営コンサルタントの指導を通じて財務改善をしつつ、販路回復を行う。
		株式会社津田商店	風評被害、人手不足が大きな課題となっている。そこで、商談会・展示会を通じて顧客の信用回復に努め、売上の回復を目指すとともに、機械化を進めながら労働力不足を補填し、生産能力の向上を図ることで販路回復に繋げる。
	大船渡市	及川冷蔵株式会社	本事業を活用し、評判の良い「さんまもちだんご」（さんまのミンチをもち生地で包んだもの）を元にした新商品ラインナップを増やししながら、営業を進めることにより、販路拡大を図る
		株式会社國洋	生協向けの商品展開を想定しており、『簡便さ・個包装』といった消費者ニーズに応じるため、本事業で組合せ計量等の計量包装システムを導入し、積極的にアプローチしていくことで販路回復を図る。また、本機器整備により省人化が図られ、生産効率が向上することから、新たな事業へも展開することで売上増大を目指す

田老町漁業協同組合  
塩蔵わかめの開発により既存市場と新市場開拓。



及川冷蔵株式会社  
「さんまもちだんご」のシリーズ化（イカ・ホタテ等）により売上拡大を図る。



株式会社國洋  
計量包装システムにより、「個包装」製品により販路回復。





所在地		事業者	取組概要
岩手県	大船渡市	サンコー食品株式会社	本事業を利用し、品質管理の強化、個包装商品の開発、付加価値を高めた新規商材の活用、省力化による量産体制の強化を行うとともに、得意先と定期的に商談を行うことで販売拡大に繋げる。
		大洋産業株式会社	大船渡工場を新築し、生産能力も回復したが、人員不足により、平成26年度の売上は震災前の半分に落ち込んでいる。この状況を打破すべく、本事業を活用し省人化を進めるとともにコスト競争力を高め、広告宣伝や販売促進などを行い、販路回復を図る。
		森下水産株式会社	本事業を活用し、販売先のニーズが強い簡便商品の開発、高付加価値商品の開発を行い、既存商品である冷凍食品と併せて、商品アイテム数を増やすとともに、衛生管理体制の強化を図り、販売拡大を行う。
	陸前高田市	株式会社あんしん生活	展示会に参加する中で見えてきた課題を踏まえ、本事業を活用し、製品の鮮度・品質向上を図り生産性を向上させ、新商品開発を行うことで販路の拡大・新規開拓に繋げる。
宮城県	気仙沼市	株式会社阿部長商店	量販店等への加工品の投入が軌道に乗りはじめているが、従業員の高齢化に加え新規従業員の確保が進まないことが課題となっている。このため、本事業を活用して省人化を図り、人員配置の見直しを行い、高付加価値商品を開発し、新規市場への投入を目指す。
		株式会社かわむら	本事業を活用し、震災前より製造依頼のあった個食対応商品を開発し、今までの量販店向け販売に加え、生協の共同購入、学校給食、外食産業、介護施設等のマーケット、更には海外展開をも視野に販路拡大を図る。
		株式会社中華高橋水産	ヨシキリザメにはアンチエイジングに有効とされる成分が含まれていることから、市場調査等を踏まえサメ肉の成分と特徴を活かした商品開発を行い、新たな販路の開拓を図る。
		福寿水産株式会社	本事業を活用し、新たにサメ肉を使用した新商品の開発を行い、サメの特徴であるヘルシーさ、有効活用をPRし、国内及び海外市場向けに販売拡大を行う。

株式会社あんしん生活  
真空包装器で製品の鮮度をアップさせ、販路拡大。



株式会社阿部長商店  
自動真空包装器を導入し、新製品開発を行う。



株式会社中華高橋水産  
サメ肉を使った商品開発により新販路開拓を図る。





所在地		事業者	取組概要
宮城県	石巻市	有限会社キマル木村商店	これまで生鮮出荷をメインとしていたが、本事業を活用し、簡便性・安全性・保存性という消費者ニーズに応えたレトルト商品、煮物商品、焼き物商品等の開発を行い販路拡大を図る
		盛信冷凍庫株式会社	本事業を活用し、震災後休止していたサバ・イワシ等の干物加工生産事業を再開し、生協、スーパー、荷受向けに地域ブランド品である金華サバの製品化を行うことで販路回復を図る。
		ミツワフーズ株式会社	本事業を活用し、省人化、衛生管理の強化を行うとともに、品質管理、生産工程におけるロスを排除し、新鮮で安全安心な高級商品の開発を行い、販路拡大を図る。
		有限会社ヤマコ佐勇水産	漬け魚切身を製造していたが被災により売上が減少。失われた販路・売上げ回復のため、新たに地元原料を使った調理済・半調理済商品の開発を行い販売拡大を行う。
	塩竈市	株式会社塩釜水産食品	本事業を活用し、個食化に対応した商品や長期保存可能な商品を開発するとともに、省人化・量産体制を強化を図る。また、展示会、商談会への出展を更に強化することで販売拡大を行う。
		ぜんぎょれん食品株式会社	被災後、JFグループ・産地関係者と協力して事業構築を行い、売上げ回復に努めてきたが、本事業を活用して更なる省人化、製造の効率化を図り、顧客ニーズに沿った商品の生産強化、既存及び新規売り先への販路拡大を目指す。
茨城県	北茨城市	川崎水産有限会社	本事業を活用し、異物選別の精度を向上させ、市場・顧客ニーズである安心・安全な製品づくりを強化することで受注増加を図り、地元産の魚をより多くの消費者に提供し、地域復興への貢献を目指す。

有限会社キマル木村商店  
生鮮出荷メインであったが、機器の導入により、ニーズに合った加工製品の製造が可能になった。



ミツワフーズ株式会社  
自動包装機を導入、省人化・衛生管理強化を行い販路拡大を図る。



有限会社ヤマコ佐勇水産  
地元原料を使った調理済み商品を開発。





所在地		事業者	取組概要
茨城県	北茨城市	有限会社にん遍`ん	選別作業の精度向上が求められている中、作業員の目視により選別を行っているが、作業員の高齢化に加え新規従業員の確保も思うように進まず作業効率が低下している。このため、本事業を活用し、異物混入のない安心・安全な製品を提供することで販路回復を行う。
		まるさ商店	少量小分け商品等の消費者ニーズの変化に対応した製品への転換を図り、併せて商工会等の開催する各種イベント等に出席し自社製品の積極的なPRを行うことで、販路の拡大を図る。
		株式会社ヤマコイチ	被災による水揚げ減少で売上げが思うように回復しない中、つぶ貝の売れ行きが好調であることから、本事業を活用してつぶ貝製品の生産体制を強化し、販路の回復を図る。
	東茨城郡大洗町	ダイカツ水産株式会社	被災により売上げが大きく減少したことから、本事業を活用しコンビニ・スーパー向け切り身フライ商品を開発・供給することで売上げの回復を図る。
		株式会社谷藤水産	本事業を活用し、レンジで温めるだけ、もしくは調理をしなくてもそのまま食べられる新製品開発し、既存の販売先へ販売していくとともに、原料の仕入先商社を通じて海外輸出にも取り組み、販売拡大を図る。
	かすみがうら市	株式会社出羽屋	本事業を活用し、既存商品を常温・長期保存可能な商品へと改良するとともに、新たな商品の開発も進めることで、これまで提案できなかった業種への商品案内を行い、販路拡大を図る。
	神栖市	株式会社鴨安商店	本事業を活用し、付加価値アップ、量産体制・衛生管理体制の強化を行い、新規量販店への販路開拓、業務用通販への供給強化等に繋げるとともに、外部コンサルタントの意見を踏まえ営業体制の強化、販売網拡大を図る。

有限会社にん遍`ん  
画像処理検査装置により異物混入をチェックし安全・安心な製品を作り、販路回復を行う。



株式会社ヤマコイチ  
売上好調なつぶ貝の生産体制強化し販路回復を行う。



株式会社鴨安商店  
自動切身機等の導入により量産体制強化を行い、販路拡大を図る。



### (3) 採択取組の成果



#### ① 新商品の開発による販路拡大

【株式会社中華高橋水産】

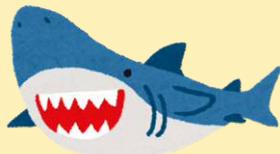
#### 課題点

- ・世界的な需要の激減により主力商材であるフカヒシの価格が暴落。それに伴い気仙沼のサメの魚価も大きく下落。
- ・漁船経営も危機的状況に陥り、近海延縄船の2~3割が事業継続を断念する事態。
- ・このままでは回復基調にあるフカヒシの供給にも大きな打撃が出ると推測されるため、新商品の開発を行い、サメ全体の魚価を上げる必要がある。



#### 改善に向けてのポイント

- ・気仙沼全体のサメ産業への波及効果を見据え、サメ肉での新たな市場開拓が必要不可欠。
- ・中規模の流通と組んで、サメの機能性効能を活かしたコラボ商品を開発し、併せてメディアを活用したPRの強化が必要。



#### 取組概要

- ① ターゲットを女性（美容志向の強い方）に絞り、アンチエイジングをメインに置いたサメ肉商品のPR
- ② より食べていただきやすい商品開発

#### 取組による成果

- ・アンチエイジング料理スペシャリスト堀知佐子氏にレシピ開発を依頼、そのひとつである「コラーゲンつみれ」を商品化。連携先のナチュラルローソンのテストマーケティングでは、当初予想の倍のスピード（当初2カ月。実績4週間）で完売。
- ・京都大学の佐藤教授に依頼し、「コラーゲンつみれ」を食べると人の血中にコラーゲンが現れ、サメのコラーゲンが人体に及ぼす影響は“サプリメント並”という事を立証した。この研究結果とともに、開発したサメ肉レシピ4品を日経ヘルスに掲載。メディアを使ったサメ肉のPRを行い、【気仙沼のサメ】が注目される機会を創出した。



- ・手作業で行っていた皮むきも機器の導入し、省人化およびコストの削減を行った。サメ肉の「臭気」の原因であるアンモニアは水に溶けやすく裁断した方が臭気除去率が格段に上がる為スライサーを導入。また、もともと水分含有量の高い肉質で、飲食店で扱いづらいと言われていた為、脱水機を導入し、調理しやすい脱水肉の試作品を製造。次年度以降、これらの機材を使用した商品を展開する予定。



マルチカッター（スライサー）



脱水機



サメ肉の試作品

## ② 労働力不足に対し省人化機器を導入、新商品開発による販路拡大 【株式会社阿部長商店】

## 課題点

- ・復旧した工場の従業員の確保が進まないことや、従来から働いている社員の高齢化が深刻になっている。
- ・震災前の売上水準に戻す為には、省人化のための機械を導入し、余った人材を付加価値の高い新製品の開発製造に振り分け、販路回復に対応することが課題。



## 改善に向けてのポイント

- ・包丁を使わず食べられる魚スライス製品は、家庭用だけでなく業務用ニーズにもマッチしたようである。
- ・今後、本生産に当たっては、業務用の他、個食対応や少人数の家庭等の量販店ニーズを取り込む等して、生産物量を確保する必要がある。



## 取組概要

- ①コンベアー等の導入により、労働力不足の改善を図る
- ②三陸産しめさばをスライスしパック詰めし、新販路を開拓する。

## 取組による成果

・省人化機器の導入により、既存製品を従来より少人数で生産できる体制となった。7月の盛漁期には、その効果が十分発揮できるものと成果が期待される。又、新製品について試作段階であるが、本生産開始時には既存ラインに配置していた要員を振り向けることにより、生産が可能となる。

・新製品の三陸産しめさばをスライスしてパックし冷凍販売することにより、従来の量販店チャネルの他、業務用（居酒屋チェーン等）チャネルに販売を拡大する。展示会への出展でも、スライス済みであるので調理する必要がない点が、業務用バイヤーに好評であった。その他、すしチェーンでは押し寿司に、又家庭ではそのまま刺し身として、汎用性のある新商品を開発することができた。



省人化機器コンベア



刺し身スライサー



新商品のしめさばの展示

## ③新商品開発による販路拡大 【有限会社マルゲン水産】

## 課題点

- ・ここ数年、鮮魚出荷ではうろこ取りが主力製品になっており、その設備がない為、売上が低迷している。
- ・うろこ取りの設備を導入し、同時に生産効率を上げることと、パック詰めの際に異物混入を防ぎ、食べやすく安心・安全な製品を出荷販売することにより、販路回復を図ることが課題。



## 改善に向けてのポイント

- ・販路回復に向け品質向上を図り、安心安全な鮮魚ということで単価面に効果が現れ、売上高に貢献しつつある。
- ・今後は、パック詰めについては、量販店の需要を取り込むことで、売上げが期待できるので、きめ細かく対応し、販路回復を図る。

## 取組概要

- ①うろこ取り機の導入、生産ライン関連機器等の導入
- ②X線異物検出器や高速シートシャッターの導入により、安心安全な製品づくり

## 取組による成果

- ・電動ウロコ取り機の導入により商品の品質向上につながり、魚種によっては前年度2倍の数量を出荷することができ、全体の売上は、鮮魚ということもあり仕入の影響を受けるが品質向上により販売単価を上げることができた。
- ・電動ウロコ取り機、高速シートシャッター、X線異物検出器等の導入により、衛生面を強化し、作業の効率化が図られ生産量も向上した。



X線異物検出器



電動ウロコ取り機



高速シートシャッター

## ④ 労働力不足への対応、省人化等による販路拡大 【太洋産業株式会社】

## 課題点

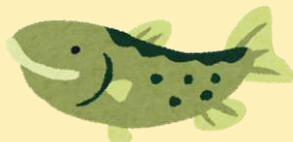
・工場を新築し、設備的な能力は震災前と遜色ないものとなったものの、人手不足のため、従来の原料から生産までの一貫した製品工程が十分に出来ないこともあり、震災前に比べ売上が落ち込んでいる。

## 改善に向けてのポイント

・ドレスで原料を調達しているためコスト負担が大きい



鮭フレークの前処理工程で、最も人員を必要とする鮭の前処理（鮭の頭部の切り落としや内臓処理）を機械化



## 取組概要

鮭のヘッドカッター及びガッターマシンの導入による省人化

## 取組による成果

・ヘッドカッター及びガッターマシンの導入  
最も人員を必要とする作業を機械化し、省人化。コストの低下および生産能力の増強を図ると同時に、新規顧客先の獲得や、従来・新規の販売先の必要とする生産・出荷に対応した体制を整え、販売数量増を目指す。

仕入の平均魚価は1kg当り 昨年の18.3%増となり製品原価を押し上げる要因となったが、機器導入により7名を要していたドレス加工前処理段階を4名に減員することにより労務費を削減し、機器調整を行いながらの稼働のため十分な能力を生かせないながらも、1時間当り処理能力が従来1tのものが3tに引き上がったことにより、製品鮮度品質の向上に加え製品原価の上昇を抑制することができた。



## ⑤ 新商品開発による販路回復 【及川冷蔵株式会社】

## 課題点

・販路回復に向け新製品開発に取り組んだ中で、サンマミンチを使用した「もち団子」が学校給食会、スーパー等で売上を伸ばした。

・中の具材が「ホタテ」や「イカ」等の製品を望む声が客先からあり、製品のラインアップを増やし、販路も拡大したいが現行の生産能力に問題がある。

## 改善に向けてのポイント

・現行の人気商品のシリーズ化ということで、ある程度売上を見込むことができる。

・新販路ということで、通販での販売も計画しているが、製品数や販売先の増加により商品の在庫管理面によく注意し、不良在庫とならぬ様に販路拡大を進める必要がある。

## 取組概要

## ①包あん装置の導入

## ②拡販用の冷凍ショーケースの設置や通販サイトのデザイン変更により拡販を行う

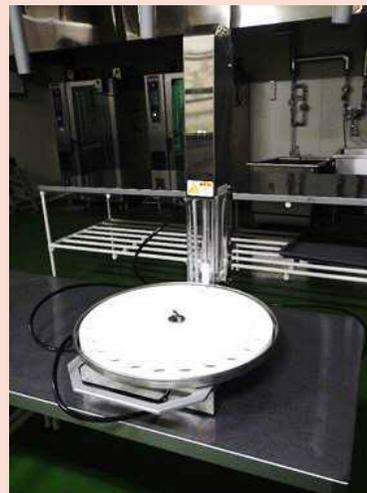
## 取組による成果

・包あん装置の導入により、現行の「サンマもちだんご」のほか「ホタテ」、「イカ」等で試製品を作成し、スーパーマーケットショーに展示し、バイヤーより好評を得た。

・量販店や居酒屋チェーン店等のバイヤーからは、鍋料理の具材の提案等もなされ、今後の営業活動が期待される。



展示会の様子



包あん装置



販売店のショーケース



新製品の展示

## (4) 販路回復の取組方法について

今回、採択された38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「既存商品で既存市場開拓」となった。

また、申込みのあった助成対象費目の中でも特に多かったのは、

- 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
- ② 販路の回復・新規創出のために必要な機器、資材費等
- 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

であった。

これは『水産加工業者における東日本大震災からの復興状況アンケート（第3回）の結果について（平成28年2月23日水産庁）』でもあげられた「復興に係る問題点」ともリンクしている。

震災で休業を余儀なくされている間に売り場を奪われてしまい、それを取り戻そうとすると、同業他社が作る商品と価格競争となり、自分たちの首を絞めてしまうことになってしまう。

そのため、より市場ニーズに合った製品や、高次の加工が出来るよう機器を導入し、既存市場や新規市場に向けての新商品開発を行わなくてはならないという実情と、震災により、万年続く人手不足にさらに追い打ちをかけられてしまった加工業者等の内情を垣間見ることが出来た。

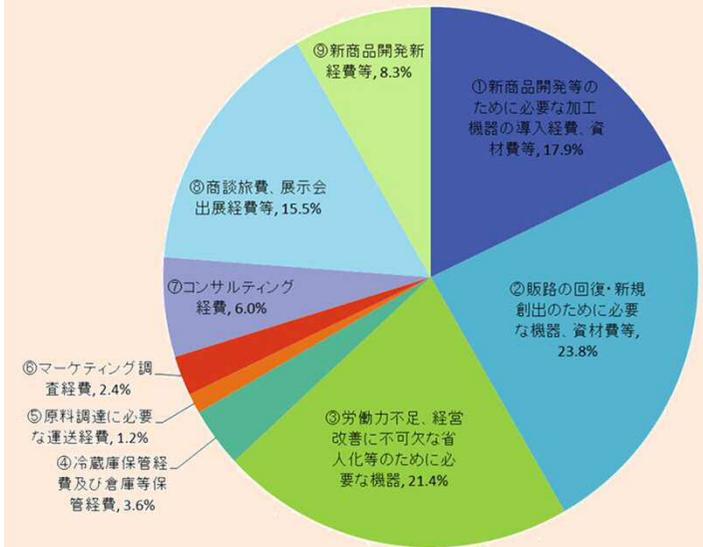
販路回復の取組方法について



販路回復の方法	件数
既存商品で既存市場開拓	22
既存商品で新市場開拓	16
新商品で既存市場開拓	16
新商品で新市場開拓	11

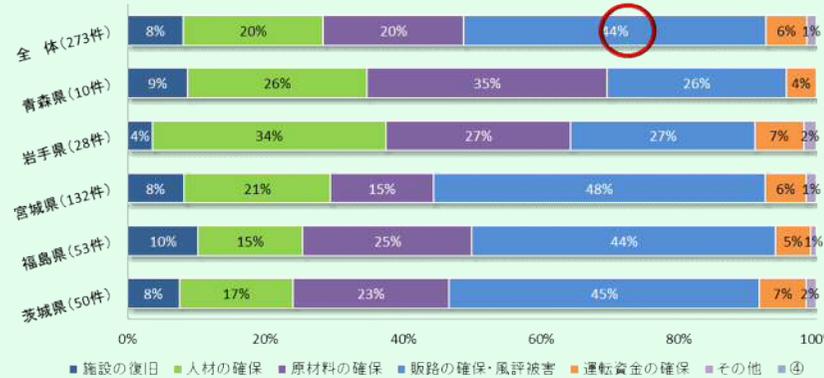
(注) 販路回復方法について、複数の計画があるため、申請企業数と一致しない。

申込みのあった助成対象費目の割合（件数）

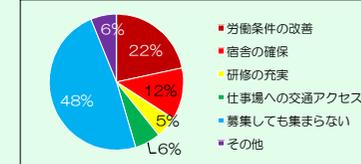


(注) 助成対象費目については1社で複数の費目への申込みがあるため、その累計で算出

水産加工業者の復興に係る問題点



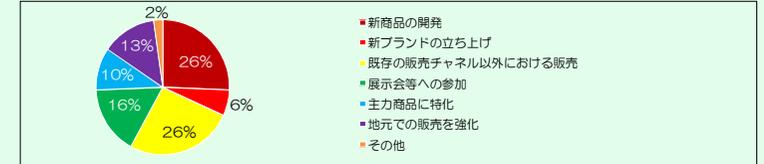
(1) 人材確保の問題点



(2) 原材料確保の問題点



(3) 販路回復で必要とされる施策

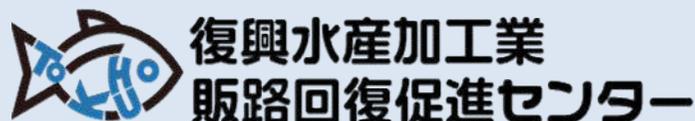


(出典：「水産加工業者における東日本大震災からの復興状況アンケート（第3回）の結果について」（平成28年2月23日水産庁）

## IV. お問い合わせ

東日本大震災の被災地における水産加工業者等の復興を支援し、販路回復を望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

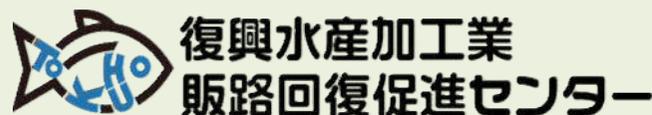
検索

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、独自取材記事など販路回復に関する情報を提供しています。

アドバイザーによる指導の申し込みや、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>



(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