

水産加工業を主体とした被災地における地域活性化研究会
とりまとめ報告書

平成28年2月10日
東北経済産業局
(研究会事務局)

目 次

研究会の背景とポイント	2
第1章 東日本大震災における被害及び復興の現状	4
第2章 被災地における水産加工業の振興に向けた課題	9
第3章 三陸地域における水産加工品の輸出促進等に向けた具体的方向性	18
(参 考)	22
1. メンバー構成	
2. 研究会内容	
3. 関係者における主なコメント	
結びに	32

水産加工業を主体とした被災地における地域活性化研究会
とりまとめ報告書

研究会の背景とポイント

東日本大震災及びそれに伴う津波、更に原子力発電所事故により、甚大な被害を受けた東北地域の産業は、地元産業関係者の懸命な努力、地域内外の個人、企業、関係団体による多大な支援、国や自治体の支援制度等により、施設設備の可能な限り早期の復旧を進めてきた。その甲斐あって、東北地域の鉱工業生産は、全体として見れば、サプライチェーンの回復も進み、被災から一年ではほぼ震災前の水準まで立ち直った。

しかしながら、沿岸地域の基幹的産業であった水産加工業は、その立地特性から、壊滅的な被害を被った上、施設設備の復旧に至るまでの期間に、既存の流通・販路を喪失し、未だ売り上げの回復に至っていない企業が多数にのぼる。

この産業は、従来、地元商店での販売の他、国内の大手流通に卸すことが多い、国内消費型の産業であった。しかし、我が国においては、人口の減少が始まっていることに加え、いわゆる「魚離れ」が進み、震災以前から、水産加工品に対する消費の低下が進みつつあった。こうした中で、震災により、地元商店の販売網を失い、また、大手流通の販路が縮小するという事態に直面したのである。

東北地域が目指すのは、創造的復興であり、被災地においては、積極的に、新たな産業を導入することが必要であることは論を待たない。しかしながら、水産加工業は、沿岸被災地域の雇用の大半を占める産業であり、かつ、将来的にも、三陸の豊富な水産資源という地域の優位性を活用し、大きな付加価値を生み出す可能性の高い産業であるのみならず、漁業など一次産業や観光業など三次産業への波及効果も大きく、同産業の回復、発展は被災地復興の鍵を握るものといえる。

但し、同産業の現在置かれている状況に鑑みると、旧来の生産・流通の形態の回復を目指すことは、根本的な解決策にはならない。国内の新たな市場開拓とともに、国外への輸出を含めた成長力のある市場への進出が必要であり、それに向けた戦略商品の開発を進めていくことが必須の課題となっている。このような認識は、グループ補助金対象企業へのアンケートでも明確に示され、先行する事業者は既に取り組みを開始しているところである。

こうした点を踏まえ、2014年より、東北経済産業局、(独)日本貿易振興機構仙台貿易情報センター、(独)中小企業基盤整備機構東北本部、自治体等は、連携して、水産加工品の海外販路開拓等を集中的に支援することとし、「水産加工業等海外展開支援プロジェクトチーム」を結成、関連事業者ヒアリング等による課題把握や強い競争力を生み出す可能性が

高いグループ等に対する新商品開発や、アジア地域への輸出をはじめとする販路開拓支援事業を積極的に実施してきた。

こうした官民の取り組みの中で、課題も明確になりつつある。例えば、新商品を開発し、アジアの展示会等に出品したグループは、商品そのものには高い評価を得ている。しかし、海外市場への安定的な輸出のためには、豊富な品揃えや、大ロットの注文に応えられる生産、物流コストの低減が不可欠であることが判明している。また、新市場開拓のためには、知名度の高い地域ブランドを掲げて参入していくことが効果的であることも認識されている。

それらの点を踏まえ、沿岸被災地域の高いポテンシャルを活かし、地域が一体となった広域ブランドを確立し、更なる販路開拓等を図るため、関連事業者、外部有識者等からなる本研究会を開催し、震災を契機とした水産加工業等の新たな取組や支援の状況を踏まえた今後の取り組みの方向性、水産加工業の発展を地域活性化に結びつける方策等について意見交換を行った。

本研究会においては、企業、団体、行政におけるこれまでの取り組みを振り返り、課題を共有し、今後の取り組みの方向性を議論した。その結果、第一に、三陸地域の特性を活かした水産加工業等のあり方及びその地域活性化への活かし方について、幅広い関係者が意識や目標を共有し、協働するためのビジョンを描くこと、第二に、平行して、様々な公的支援策や産官学金の連携を活用しつつ、三陸というブランドの知名度を上げ、地域における輸出を円滑化するための環境を高めていくために必要な取り組みを進めていくこと、第三に、そうした活動が三陸地域一体として、相互に波及効果を持って実施できるようにするため、広域的な連携による協議会として活動することの必要性が指摘された。

また、研究会の参加者においては、自らかかる取り組みに参加するとともに、関連する企業、行政、団体等に働きかけ、本研究会の方向性に基づく活動がより幅広く力強いものとなるよう、努力することが共有された。今後、この研究会の方向性を現実のものとするべく、早急に具体的な取り組みを開始することとする。

第1章 東日本大震災における被害及び復興の現状

2011年3月11日、宮城県沖で我が国の観測史上最大規模となる地震が発生。東北地域では、青森県、岩手県、宮城県、福島県の四県において甚大な被害に見舞われた。

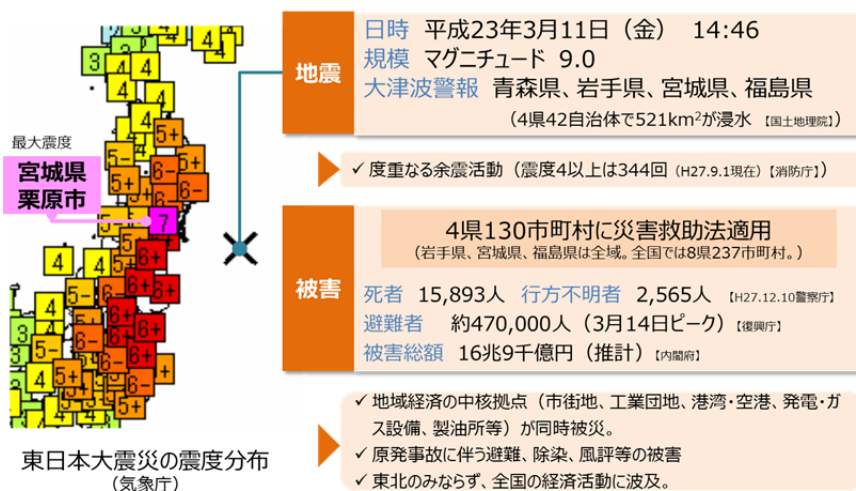
東北地域の産業は、地元産業関係者の懸命な努力、地域内外の個人、企業、関係団体による多大な支援、国や自治体の支援制度により、施設設備の可能な限り早期の復旧を進めてきた。その結果、東北地域の鉱工業生産は、全体として見れば、サプライチェーンの回復も進み、被災から一年でほぼ震災前の水準まで立ち直ったが、津波により甚大な被害を受けた太平洋沿岸部では、未だ回復は遅れている。

また、復興事業の進展等によりインフラ整備が進捗した沿岸被災地域では、順次、具体的な商業・まちづくり再生に向けた取組が開始されている。

1. 東北地域の被害状況

2011年3月11日、宮城県沖で我が国の観測史上最大規模となる地震が発生。太平洋沿岸部では高い津波を観測。東北地域では、青森県、岩手県、宮城県、福島県の四県において甚大な被害に見舞われた。

【東日本大震災における東北地域の被害状況】



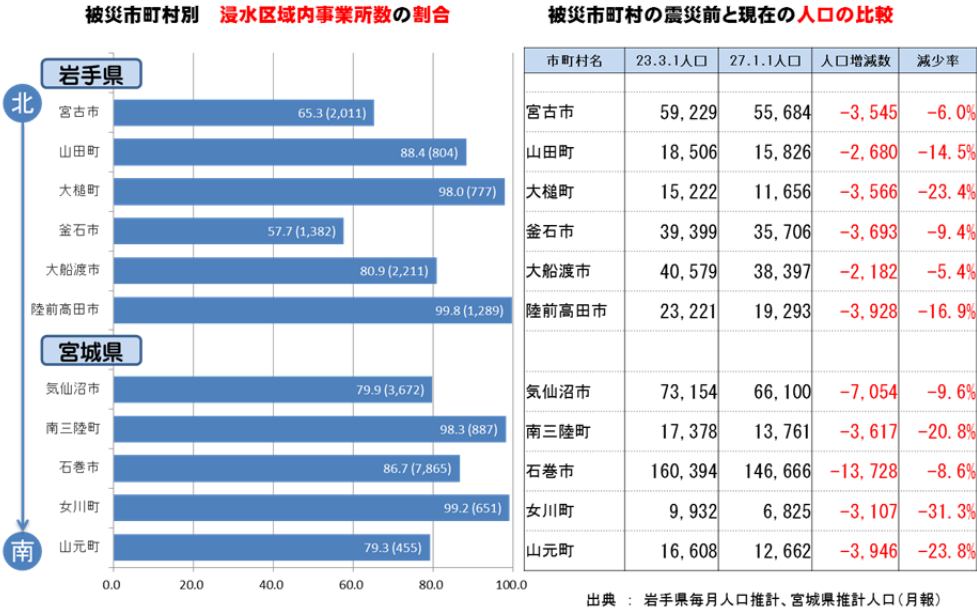
【石巻市内(震災直後、職員撮影)】



【女川市内(震災直後、職員撮影)】

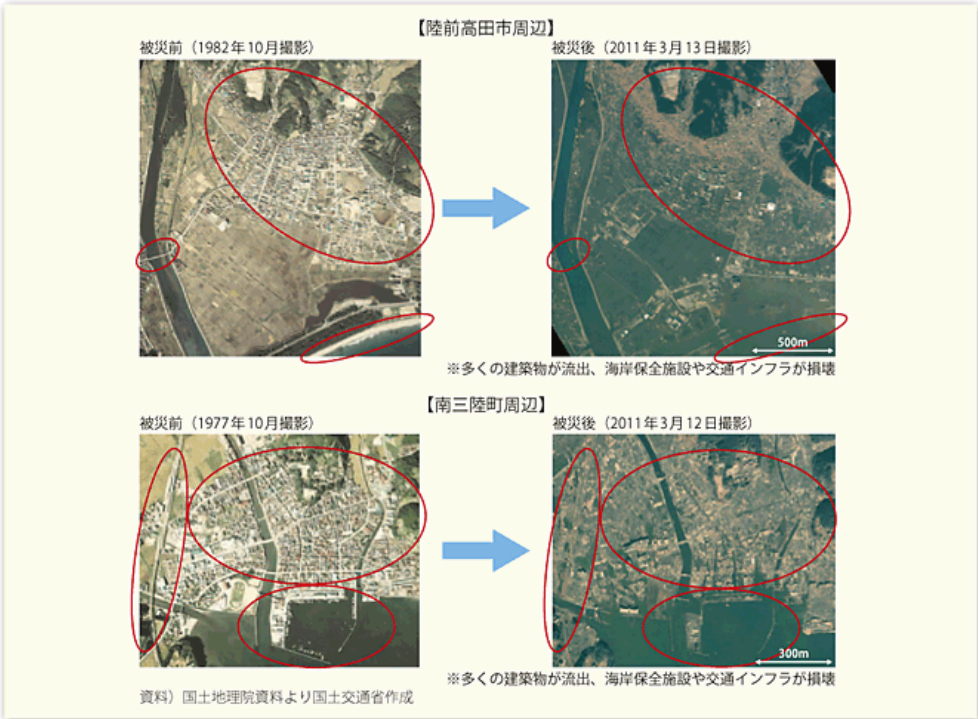
特に、太平洋沿岸部では、相当数の事業所が津波による被害を受け、また、人口減少率が30%を超える町もあり、甚大なる被害を受けた。

【沿岸被災地域の被害状況】



1

【東日本大震災前後における壊滅的な被害を受けた市街地の状況】



資料：国土交通白書 2011

2. 産業復興の現状

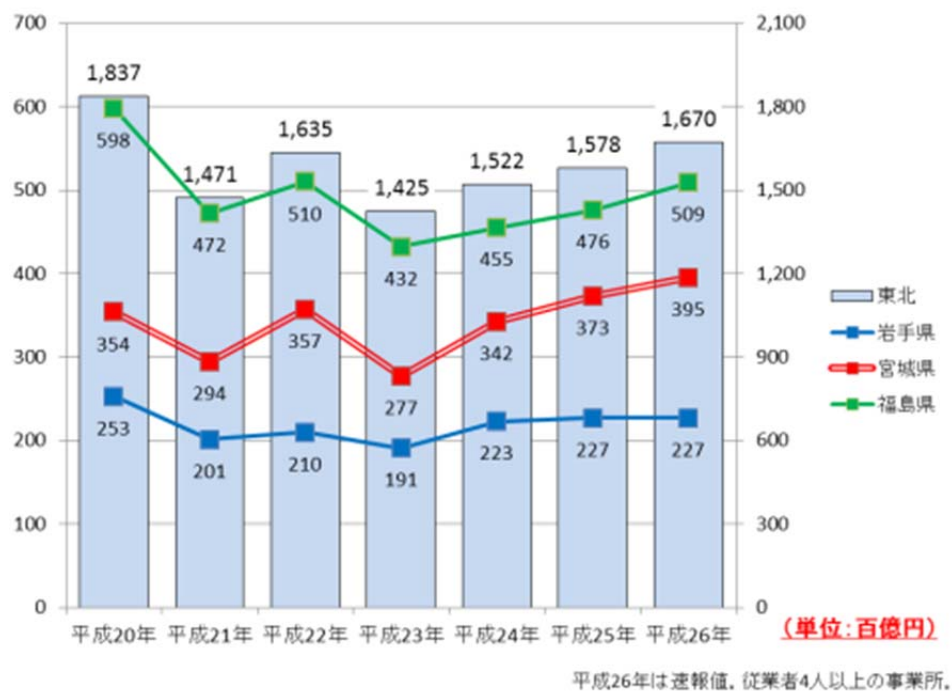
甚大な被害を受けた東北地域の産業は、地元産業関係者の懸命な努力、国や自治体の支援制度等により、可能な限り早期の復旧を進めてきた。その結果、地域全体の製造品出荷額等をみると、震災前と同じ程度まで回復している。

しかし、太平洋沿岸部をみると、まちづくり等の復旧・復興が進みつつあるが、基幹産業である水産加工業の回復は遅れている状況である。

(1) 被災三県における製造品出荷額等の推移

県全体でみた場合、平成26年時点において、福島県は、震災前（平成22年）の水準にわずかに及ばないものの、岩手県、宮城県では震災前を上回る水準まで回復している。

【製造品出荷額等の推移】



資料：経済産業省「工業統計調査」

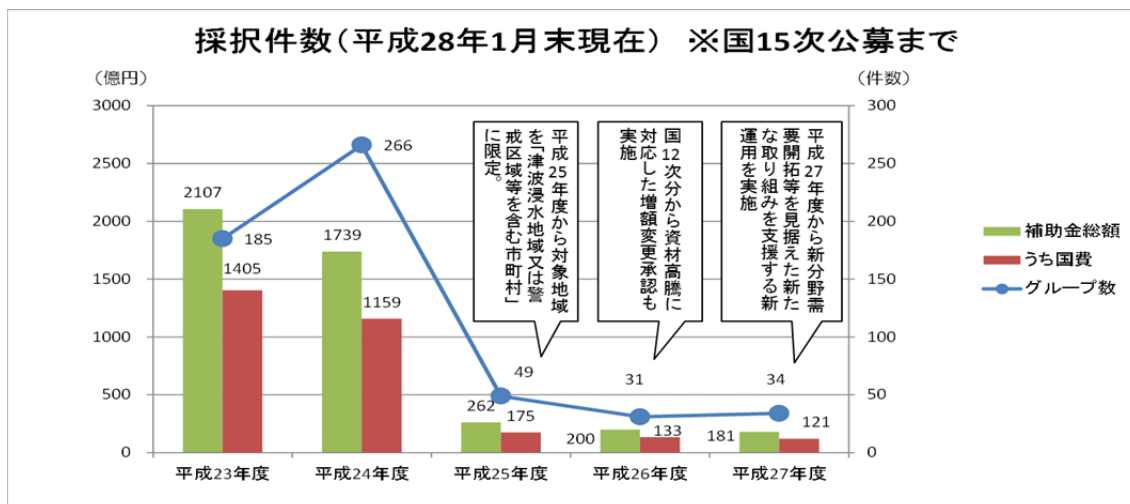
(2) 産業施設の復旧状況

被災された事業者のために、中小企業基盤整備機構を通じて設置した事業者向けの仮設施設は、23年中に220施設、27年2月現在では583施設が竣工し、多くの事業者利用されている。

さらに、本格的な復旧・再建のために、工場、商店等の建替、修繕等を支援する「グループ補助金」は、関東沿岸地域、北海道地域を含め、1万者以上の企業等に利用されている。

これら復旧に資するハード整備支援は、23年から24年に活発に利用された後、減少傾向となり、ピークが過ぎた状況となっている。

【グループ補助金採択件数の推移】

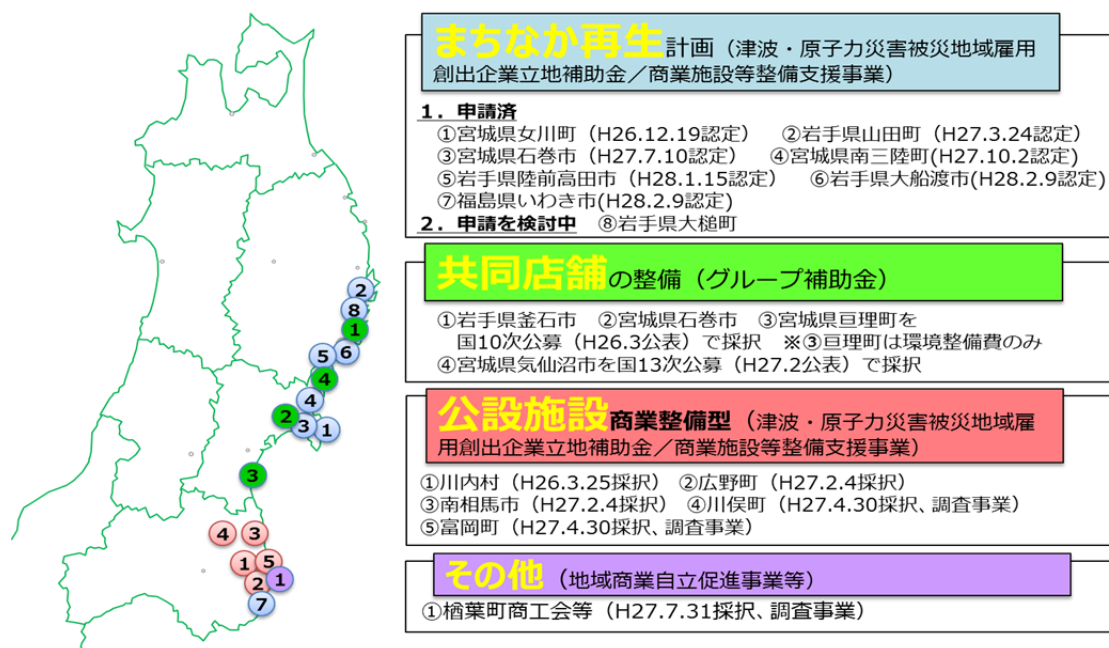


(3) 商業・まちづくりの動向

復興事業の進展等によりインフラ整備が進捗した津波被災市町村や避難指示が解除された原子力被災市町村・地域では、順次、具体的な商業・まちづくり再生に向けた取組が開始されている。

一方、こうした商業を支える居住人口の回復には更に時間を要するとみられていることから、再生した商業等の収益力を確保し、地域の活力を高めていくためには、交流人口の維持・拡大が大きな課題となっている。

【沿岸被災地域における商業・まちづくりの動向】



第2章 被災地における水産加工業の振興に向けた課題

東北地域の太平洋沿岸部である三陸地域の海域は、親潮と黒潮が交わり、豊富な魚種に恵まれており、世界三大漁場の一つである世界有数の漁場として知られている。こうした優位性を活かして、沿岸地域の港毎に水産加工業が集積し、地域経済の基幹的産業の地位を担ってきた。

しかし、震災により、水産加工業は、その立地特性から、壊滅的な被害を被った上、施設設備の復旧に至るまでの期間に、既存の流通・販路を喪失し、未だ売り上げの回復に至っていない企業が多数にのぼっている。今後とも、震災からの早期復興・地域経済の活力向上のために、ハード面での復旧にとどまらず、産業としての活力を回復・向上することによって、水産加工業及び関連産業の再生・成長を果たしていかなければならない。

他方、我が国においては、人口の減少が始まっていることに加え、震災以前から、水産加工品に対する消費の低下が進みつつあった。今現在、地元商店の販売網を失い、また、大手流通の販路が縮小するという事態に直面している同産業の置かれている状況は非常に厳しい。

こうした状況に鑑みると、旧来の生産・流通の形態の回復を目指すことは、根本的な解決にはならず、国内の新たな市場開拓とともに、国外への輸出を含めた成長力のある市場への進出が不可欠であり、それに向けた戦略商品の開発を進めていくことが必須の課題である。

このような認識は、グループ補助金対象企業へのアンケートでも明確に示されている。具体的には、被災地域の水産加工業が抱える経営課題として、「新製品・技術の開発」、「販路の確保・開拓」や「海外展開」について、全業種よりも特に高い割合になっている。

また、先行する水産加工事業者においては、震災を契機として、グループ化による協業やブランド化、さらには海外市場への参入といった新たな挑戦が始められている。これらを成功に導くと共に、地域全体の復興を軌道に乗せるために、そこで得られた知見やノウハウを可能な限り後に続く事業者にも共有していくことが重要である。

1. 水産加工業の状況

(1) 水産加工業の位置付け

震災前の沿岸被災地域における製造品出荷額等に占める食料品製造業（主に水産加工業）の割合をみると、気仙沼市では82.7%、塩竈市では75.3%となっており、石巻市の場合でも、出荷額で25.1%、従業員では約4割を占めており、まさに地域にとっての基幹的産業であった。

【被災地域における製造品出荷額等の割合】

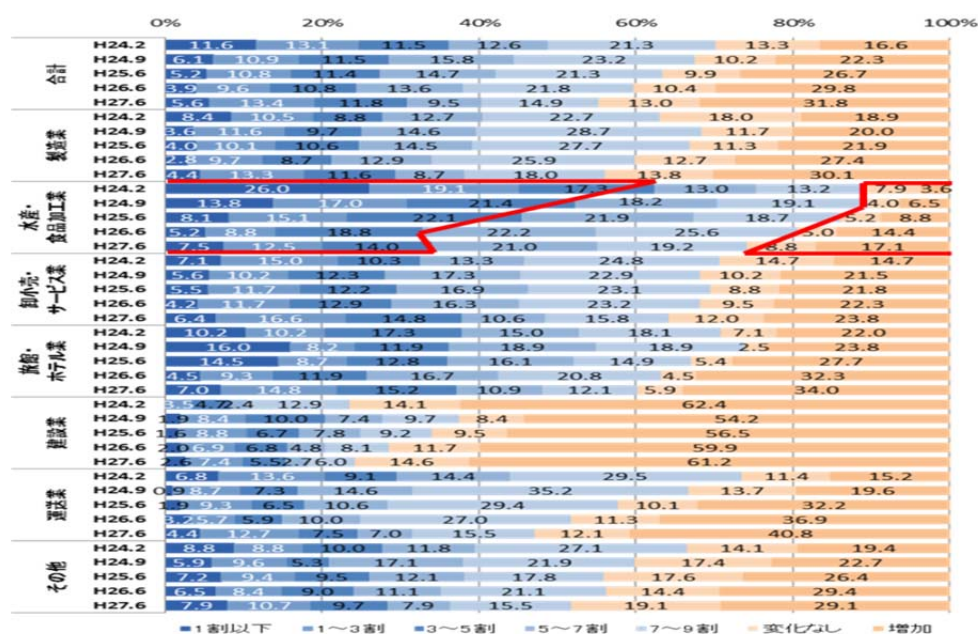
自治体名	製造品出荷額 (万円)	食料品製造業 出荷額(万円)	製造品出荷額に占める 食料品製造業の割合	従業者数 (総数)	食料品製造業 従業者数	従業者数(総数)に占める 食料品製造業従業者 数の割合
石巻市	34,142,135	8,553,674	25.1%	11,131	4,381	39.4%
気仙沼市	9,543,113	7,889,356	82.7%	5,442	3,849	70.7%
塩釜市	5,930,026	4,467,197	75.3%	3,483	2,765	79.4%
出典：平成22年宮城県工業統計表(宮城県HP)						

(2) グループ補助金事業者の売上回復状況

水産加工業は、従来、地元商店での販売の他、国内の大手流通に卸すことが多い、国内消費型の産業であった。しかし、我が国においては、人口の減少が始まっていることに加え、いわゆる「魚離れ」が進み、震災以前から、水産加工品に対する消費の低下が進みつつあった。こうした中で、震災により、地元商店の販売網を失い、また、大手流通の販路が縮小するという事態に直面したところ。

グループ補助金のアンケート調査においても、震災前の売上水準を回復した企業が、25.9%にとどまる一方、同水準の半分に達していない企業が34.0%にのぼるなど、水産加工業の回復が他業種と比べて大きく遅れている状況となっている。

【水産加工業における売上の推移】



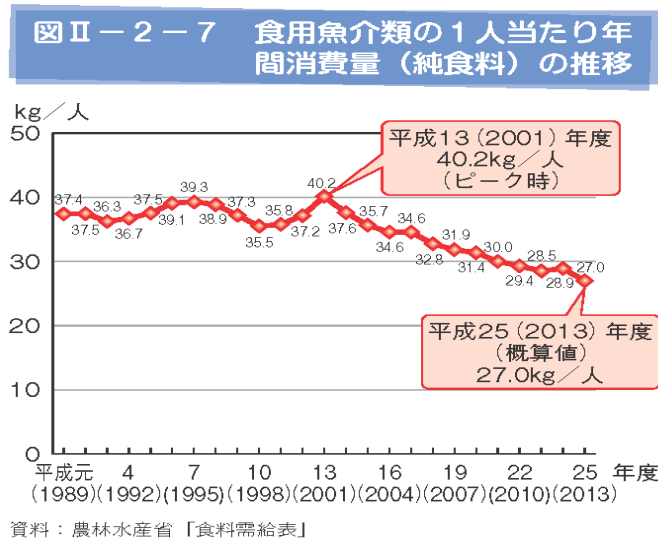
資料：平成27年度グループ補助金アンケート調査

2. 水産加工業の再生の方向性

(1) 国内の食用魚介類消費量

国内では、人口減や食用魚介類の年間消費量が減少を続ける中、一方で、T P P の背景もあり、新商品の開発や新市場の開拓に対する施策の後押しもあることから、今後共、市場拡大が見込まれる東南アジアや市場開拓の余地がある欧米諸国といった海外への販路拡大が必要であるものと考えられる。

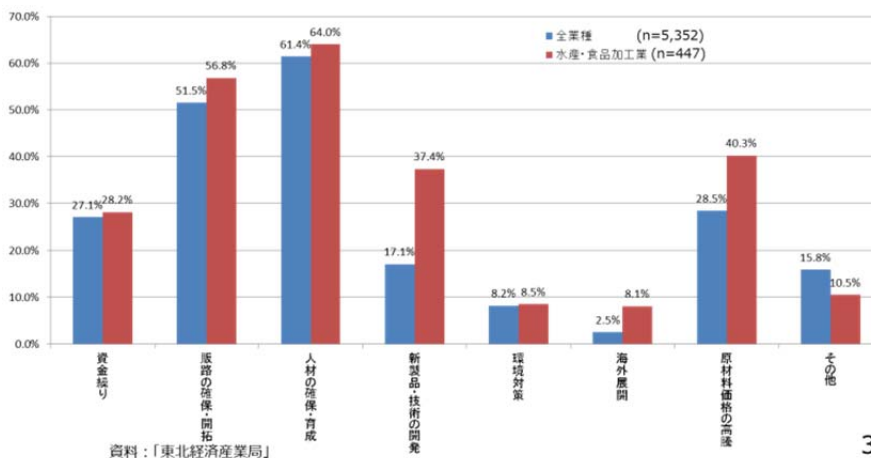
【食用魚介類の消費量の推移】



(2) 水産加工業の経営課題

被災した水産加工業においては、今後の経営課題として、「新製品・技術の開発」、「販路の確保・開拓」や「海外展開」について、全業種よりも特に高い割合を示している。

【水産加工業が抱える経営課題】



資料：平成27年度グループ補助金アンケート調査

(3) 水産加工業の再生に向けた取組

震災後、被災地では、民間企業の自主的な支援、政府や政府関係機関、商工団体、自治体の支援策の活用等による復旧・復興に向けた取組が精力的に様々な形で展開された。

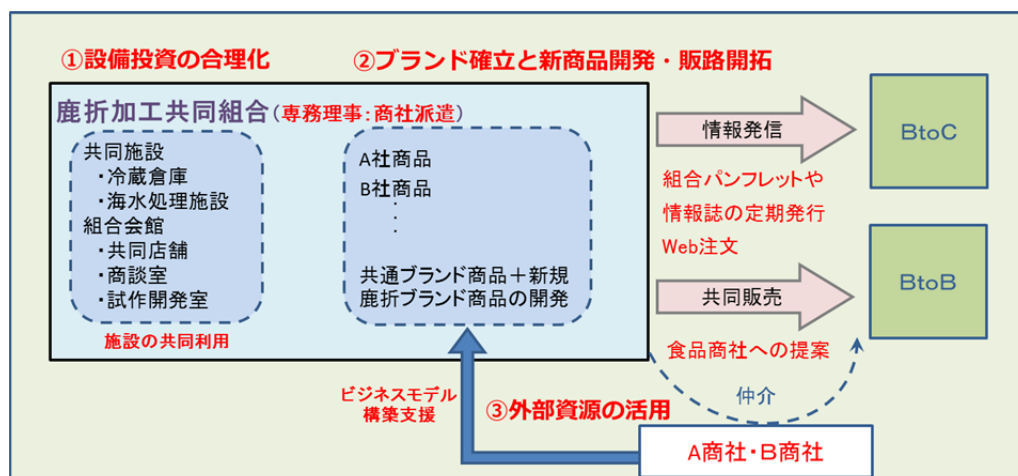
特に、水産加工業や民間支援企業の主な取組として、具体的には、次のような取組が各地で展開されている。

➤ 震災を契機とした水産加工業の主な取組

＜グループ化による協業の進展＞

1) 気仙沼鹿折加工協同組合

震災を契機に気仙沼鹿折地区の(株)ミヤカンをはじめとする水産加工業19者で共同組合を設立。冷蔵施設などの共同利用、新商品開発や販路開拓の共同化（共通ブランド化、セット商品の企画、共通パンフレット作成）等に尽力している。



2) 「日高見の国」輸出プロジェクト

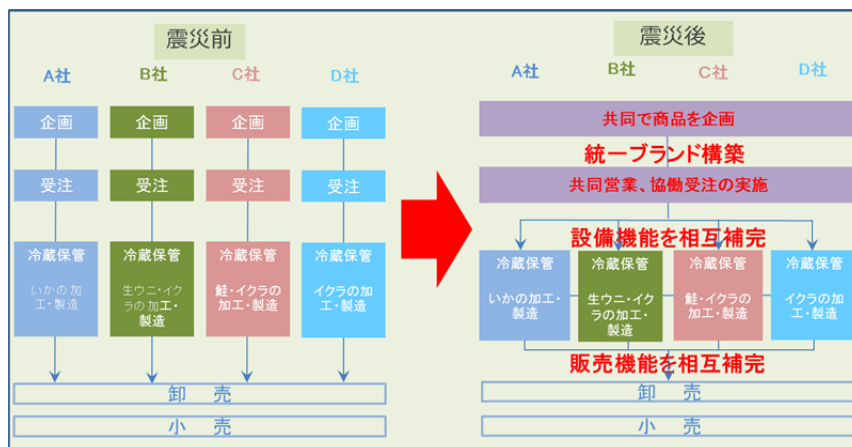
震災を契機に石巻市の末永海産(株)をはじめとする水産加工業6者で統一ブランド「日高見の国」を作り、「三陸の海の復興は、日本の再生」を旗印に、新たな販路として海外市場を目指している。具体的には、タイや香港、シンガポール、台湾等をターゲットに展示会及び商談会に出展、販路拡大に繋げている。



「日高見の国」グループの共同出展風景

3) 宮古チーム漁火による取組

震災前は、個社が独自に受注、製造、販売、納品していたところ、震災を契機に、グループ補助金等の設備の重複投資を避け、相互利用を始めるとともに、各社が連携して生産を分業している。さらに、統一ブランドを構築するとともに、共同受注・共同販売を行うことで、受注量を拡大している。



＜ブランド化に向けた取組＞

1) (株)八葉水産

国内6箇所の水産加工場の全てが被災。翌年、工場一棟が復旧し、主力の塩辛等を出荷。更なる販路拡大を目指し、「おいしい東北デザインパッケージ展2014（東北経済産業局主催）」に応募したところ、優秀賞を受賞し、売上げ実績は、2万パック／月に至っている。



おいしい東北デザインパッケージ展2014受賞作品

2) (株)阿部長商店

主たる事業である水産事業部門の殆どが壊滅的な被害を受ける。在庫（原料・製品）の2／3が流出。観光事業部門では、南三陸ホテル半壊等の甚大な被害があったものの、グループ補助金等を活用しつつ、早期に復旧。地元の雇用回復等に大きく貢献し、社会的活動としても、自社ホテルへの被害者の受入や生活支援、被災地視察ツアーへの協力等を行ってきている。

更に、震災後、自社ブランドである「マーメイド」のブランドで新たに企画・開発したフカヒレスープなどの水産加工品を展開。平成25年には、阿部長マーメイド食品を設立し、販路開拓体制を強化する等、新商品開発や販路開拓に尽力している。



震災後に開発した新商品「気仙沼フカヒレ濃縮スープ」

3) (株)カネダイ

国内5箇所の水産加工場の全てが被災。中国に所有する工場を稼働させつつ、国内の加工場の再建に尽力。2016年には新工場が完成予定。現在、国内で唯一稼働している「東中オセンター」では、市、県、国の支援メニューを活用しつつ、「かに物語」ブランドを立ち上げ、まるずわいがにの加工品であるクラブケーキ等を開発・製造し、新商品開発や販路開拓に尽力している。



被害のあった自社工場



震災後に開発した新商品「クラブケーキ」

＜水産加工業に対する民間企業支援の主な取組＞

1) キリンググループによる「復興応援 キリン絆プロジェクト」

キリンググループは、東日本大震災復興支援に継続的に取り組むべく3年間で約60億円の拠出を決定。2011年7月から「復興応援 キリン絆プロジェクト」として、「地域食文化・食産業の復興支援」や「子供の笑顔づくり支援」、「心と体の元気サポート」の3つの柱で活動。復興の状況を踏まえ、今後も継続していくこととしている。

2) 東北IT新生コンソーシアム

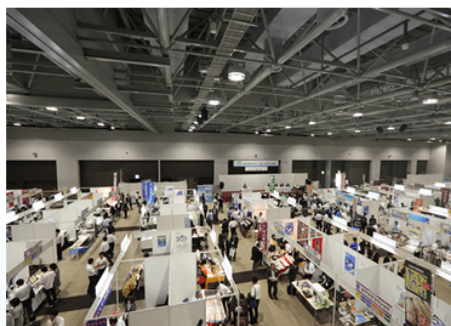
(株)日立ソリューションズ東日本をはじめとする地域IT企業が中心となり、東北IT新生コンソーシアムを平成23年9月に設立。被災地の水産加工業において、製造管理などに関わる情報を簡易・廉価なIT機器を利用できるようなサービスを実証するなど水産加工業等の復興支援を展開している。

3) 復興水産加工業販路回復促進事業

復興水産加工業販路回復促進センター（構成団体：全国水産加工業協同組合連合会、(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）は、水産庁の予算を受けて、水産加工業の販路回復のため、被災地域の事業者が一堂に会し出展する「東北復興水産加工品展示商談会（2日間で4,400名が来場）」等を開催している。



東北復興水産加工品展示商談会 2015



沢山のご来場誠にありがとうございました。

6月16日(火) **2,200名** 17日(水) **2,000名**

※写真：開催中の展示会の様子

[チラシダウンロードはこちら](#)

[来場告知チラシ第一弾はこちら](#)

[来場告知チラシ第二弾はこちら](#)

[来場告知チラシ第三弾はこちら](#)

[時刻表ダウンロードはこちら](#)

[会場図ダウンロードはこちら](#)

第3章 三陸地域における水産加工品の輸出促進等に向けた具体的方向性

第2章に掲げた課題を踏まえ、甚大な被害を受けた沿岸被災地域における水産加工業等の復興を推進するために、東北経済産業局、(独)日本貿易振興機構仙台貿易情報センター、(独)中小企業基盤整備機構東北本部、自治体等が連携して、「水産加工業等海外展開支援プロジェクトチーム」を平成26年3月に結成、水産加工品の海外販路開拓等を集中的に支援することとし、関連事業者ヒアリング等による課題把握、強い競争力を生み出す可能性が高いグループ等に対する新商品開発や販路開拓支援事業等を積極的に実施してきた。

その結果、水産加工業の個々の事業者や個別地域だけの水産加工品輸出に係る取組では、「知名度が低い」、「輸出量の不足による高コスト化」、「貿易手続きの理解不足」、「言語力を有し商品知識のある社員が不在」等といった課題が明確となっており、これら課題を解決するためにも、より広域での連携した取組が求められる。

一方、国内需要では、食用魚介類の年間消費量が減少を続ける中、政府は、平成27年11月に、「総合的なTPP関連政策大綱」を策定し、「地域の特色を活かした地場産業、農産品等が8億人の市場へ打って出ることを政府は全力で後押しをする」こととしたところ。

具体的には、農林水産物・食品輸出の戦略的推進のため、新商品開発、販路開拓等の取組等を促進し、新事業の創出拡大や海外市場開拓を促進する等としており、こうした支援策の活用も念頭に戦略づくりを進めることが必要である。

輸出に成功した地域としては、例えば以下のような例がある。

i) ノルウェー

漁船個別割当制度等による「徹底した水産資源管理」や「漁船の少人数・大型化」等によって、収益性の高い産業となっている。

ii) 北海道

日本全体の漁業生産量のうち、1/4を占める「豊富な漁業資源」と「圧倒的なブランド力」を活かし、一品目・一定量をまとめて輸出すること等に取り組む。

三陸地域においては、こうした地域の取り組みに学びつつ、三陸地域の特性を最大限に活用することができるよう、戦略、実行、体制の各面を早急に整える必要がある。具体的には、下記の取り組みが必要である。

- I. 豊富な魚種や多様な業態を強みとし、地域の特性を活かした水産加工業等のあり方及びその地域活性化への活かし方について、幅広い関係者が意識や目標を共有し、協働するためのビジョンを描くこと
- II. 関係する各主体が取り組むそれぞれの個別のプロジェクトを、広域連携、三陸ブラ

ンド力向上のキーワードを共有しながら、産学官金のネットワークを使って支援・推進していくこと。

Ⅲ. そのために、商工団体、行政、支援機関からなる協議会を設置し、それぞれの取組を力強く推進していくことを目指して活動を開始すること。

1. 広域連携体（三陸地域水産加工業等振興推進協議会（仮称））の設置

沿岸被災地域の復興加速化のためには、地域を支える基幹的産業である水産加工業等の事業拡大等復興促進に資する取組が必要である。

かかる観点から、沿岸被災地域における水産加工業等の高いポテンシャルを活かしつつ、地域一体となってブランド力を高め、海外への販路拡大等促進するため、「三陸地域水産加工業等振興推進協議会（仮称）」を設置し、三陸地域における水産加工品の輸出促進等に取り組むものとする。

（1）構成

商工団体（東北六県商工会議所連合会 等）、行政（東北経済産業局、関連自治体 等）、支援機関（中小機構、JETRO）

（2）事務局

東北経済産業局 ※当面の期間（3年程度を想定）。

2. 主な取組

（1）三陸のブランド価値向上に向けたビジョン等の検討

・三陸ブランド検討委員会の設置／ビジョン等の検討（実施主体：協議会事務局）

◆スローガン 三陸を世界トップの水産ブランドに

イメージ ・安全、安心（HACCP認証等） ・環境共生（水産資源の持続可能な利用の促進等） ・多様な魚種を活かした供給／展開（水産物の百貨店） ・ハイクオリティの追求 が可能な地域として、水産加工品の世界トップブランドを目指す。
--

・企業交流ネットワークの形成に向けた検討（実施主体：協議会事務局）

（2）推進するプロジェクト

①広域連携による取組の国内外への情報発信

・三陸地域や水産品のPRサイトの開設、PR映像の作成を検討

（実施主体：事務局）

・三陸一体となった商談会開催

<例>

i. 国際展示会（例：ジャパン・インターナショナル・シーフードショー）での共同出展（実施主体：水産加工業等）

ii. 海外バイヤーや商社を招へいした現地視察、関係者とのマッチング等

(実施主体：水産加工業等)

②広域連携による海外展開の促進

- ・三陸水産物の地域一体となった輸出の促進
- ・各地域拠点におけるワンストップサービス等による国際物流効率化

(実施主体：水産加工業等、物流事業者)

③高付加価値経営促進のための取組（IT活用等）

- ・IT活用による受注、加工等プロセスの効率化

(実施主体：水産加工業等、IT事業者)

- ・新商品の開発（個社、グループ）
- ・東京オリンピックも見据えた食品関連認証制度（HACCP、コーシャ、ハラール、エコラベル認証）の取得促進

(実施主体：水産加工業等)

- ・アドバイザーリーボートの設置（①中小機構、JETRO、復興水産関連産業販路回復促進センターのアドバイザー連携によるアドバイザー活動の更なる適切化 ②国際物流に関するアドバイザー体制の構築）

(実施主体：事務局)

④企業経営の発展に資する次世代人材育成

- ・カイゼン意識の醸成等中核人材／従業員向けの研修等

(実施主体：民間支援事業者)

⑤水産資源を活かした観光の促進

- ・震災復興ツーリズムの振興

例) 水産体験等水産系観光企画と震災関連コンテンツ（被災地ガイド、遺構等）等を組み合わせた観光企画構築、積極的な情報発信等

(実施主体：民間事業者、自治体)

<活用が見込まれる主な支援策>

復興庁 ・「新しい東北」輸出拡大モデル事業（予算額：27FY 補正 1.8 億円）

- ・専門家等を活用した被災地域における新規ビジネス等支援事業

農林水産省 輸出に取り組む事業者向け対策事業（予算額：28FY 予算案 8.42 億円）

水産庁 復興水産加工業等販路回復促進（販路回復に取り組む水産加工業者向け対策事業）（予算額：28FY 予算案 18 億円）

経済産業省 JAPAN ブランド育成支援事業（予算額：27FY 補正 30 億円の内数

28FY 予算案 10 億円の内数）等

3. 当面のスケジュール

平成28年2月10日 第4回水産加工業を主体とした被災地における地域活性化研究会

平成28年2月中旬～3月 構成メンバー予定者への説明、意思確認

平成28年3月 三陸地域水産加工業等振興推進協議会（仮称）の設立

平成28年4月 三陸ブランド検討委員会の設置／検討開始

(参 考)

1. メンバー構成（順不同、敬称略）

<第1回>

阿部 泰浩（株式会社阿部長商店 代表取締役）
小野寺 正喜（株式会社カネダイ 常務取締役）
清水 敏也（株式会社八葉水産 代表取締役）
寺田 正志（株式会社ミヤカン 代表取締役社長）
熊谷 良市（気仙沼商工会議所 理事・事務局長）
寺田 佳宏（（独）日本貿易振興機構仙台貿易情報センター 所長）
杉村 均（（独）中小企業基盤整備機構東北本部復興支援センター 統括部長）
山下 勉（（独）中小企業基盤整備機構東北本部復興支援センター 統括部参事）
佐藤 正（水産庁漁政部加工流通課 課長）
松浦 弘志（宮城復興局気仙沼支所次長）
渡辺 達美（宮城県気仙沼地方振興事務所 所長）
昆野 賢一（気仙沼市水産課 課長補佐）
阿部 靖（南三陸町産業振興課 技術主幹）
小林 利典（中小企業庁 次長）
守本 憲弘（東北経済産業局 局長）
木村 研一（東北経済産業局産業部 部長）
小林 学（東北経済産業局東日本大震災復興推進室 室長）

<第2回>

渕田 紳一（キリン株式会社CSV推進部絆づくり推進室 渉外担当専任部長）
庄司 貞雄（株式会社日立ソリューションズ東日本事業企画開発本部 本部長）
西川 正純（公立大学法人宮城大学食産業学部 教授）
細川 良範（【復興水産販路回復アドバイザー】有限会社フード・サポート 代表取締役）
佐藤 香織（【復興水産販路回復アドバイザー】マルヒ食品株式会社 常務取締役）
寺田 佳宏（（独）日本貿易振興機構仙台貿易情報センター 所長）
山下 勉（（独）中小企業基盤整備機構東北本部復興支援センター 統括部参事）
佐藤 正（水産庁漁政部加工流通課 課長）
長尾 良弘（東北農政局地域連携課 課長）
和田 純典（岩手復興局 参事官）
成田 眞（宮城復興局 参事官）
柴野 乙彦（福島復興局 参事官）
外崎 彰（青森県観光国際戦略局国際経済課 総括主幹）

土井尻 英明（岩手県商工労働観光部産業経済交流課 食産業担当課長）
齋藤 正文（岩手県復興局産業再生課 主査）
内田 康介（岩手県復興局産業再生課 主査）
武者 光明（宮城県経済商工観光部富県宮城推進室 室長）
小林 徳光（宮城県農林水産部水産業振興課 技術参事兼水産業振興課長）
桑折 千秋（福島県商工労働部商工総務課 主任主査）
守本 憲弘（東北経済産業局 局長）
木村 研一（東北経済産業局産業部 部長）
小林 学（東北経済産業局東日本大震災復興推進室 室長）

<第3回>

阿部 泰浩（株式会社阿部長商店 代表取締役）
古藤野 靖（末永海産株式会社 執行役員）
野田 一夫（八戸缶詰株式会社 代表取締役社長）
根本 勝久（カメイ株式会社総合企画室 課長代理）
伊藤 定雄（カメイ株式会社食料課）
古賀 朗（キリン株式会社CSV推進部絆づくり推進室）
湊田 紳一（キリン株式会社CSV推進部絆づくり推進室 渉外担当専任部長）
藤本 寿男（塩竈港運送株式会社 取締役）
滑川 晋（塩竈港運送株式会社 国際コンテナ支店長）
小林 秀明（塩竈港運送株式会社 コンテナ営業1課長）
佐藤 清紀（日本通運株式会社 仙台航空支店課長）
庄司 貞雄（株式会社日立ソリューションズ東日本事業企画開発本部 本部長）
西川 正純（公立大学法人宮城大学食産業学部 教授）
細川 良範（【復興水産販路回復アドバイザー】有限会社フード・サポート 代表取締役）
佐藤 香織（【復興水産販路回復アドバイザー】マルヒ食品株式会社 常務取締役）
佐藤 充昭（仙台商工会議所中小企業支援部 部長）
寺田 佳宏（（独）日本貿易振興機構仙台貿易情報センター 所長）
山下 勉（（独）中小企業基盤整備機構東北本部復興支援センター 統括部参事）
佐藤 正（水産庁漁政部加工流通課 課長）
長尾 良弘（東北農政局地域連携課 課長）
間庭 典之（復興庁 参事官）
長谷川 健（青森県観光国際戦略局国際経済課 主幹）
土井尻 英明（岩手県商工労働観光部産業経済交流課 食産業担当課長）
齋藤 正文（岩手県復興局産業再生課 主査）
武者 光明（宮城県経済商工観光部富県宮城推進室 室長）

小林 徳光（宮城県農林水産部水産業振興課 技術参事兼水産業振興課長）
守本 憲弘（東北経済産業局 局長）
木村 研一（東北経済産業局産業部 部長）
小林 学（東北経済産業局東日本大震災復興推進室 室長）

<第4回>

阿部 泰浩（株式会社阿部長商店 代表取締役）
古藤野 靖（末永海産株式会社 執行役員）
古賀 朗（キリン株式会社CSV推進部絆づくり推進室）
渕田 紳一（キリン株式会社CSV推進部絆づくり推進室 渉外担当専任部長）
藤本 寿男（塩竈港運送株式会社 取締役）
小林 秀明（塩竈港運送株式会社 コンテナ営業1課長）
木村 慎也（日本通運株式会社仙台航空支店 国際貨物営業第一課長）
庄司 貞雄（株式会社日立ソリューションズ東日本事業企画開発本部 本部長）
松本 健志（パナソニック株式会社 東北復興ソリューションプロジェクト 主幹）
西川 正純（公立大学法人宮城大学食産業学部 教授）
佐藤 香織（【復興水産販路回復アドバイザー】マルヒ食品株式会社 常務取締役）
佐藤 充昭（仙台商工会議所中小企業支援部 部長）
寺田 佳宏（（独）日本貿易振興機構仙台貿易情報センター 所長）
杉村 均（（独）中小企業基盤整備機構東北本部復興支援センター 統括部長）
山下 勉（（独）中小企業基盤整備機構東北本部復興支援センター 統括部参事）
佐藤 正（水産庁漁政部加工流通課 課長）
長尾 良弘（東北農政局地域連携課 課長）
間庭 典之（復興庁統括官付 参事官（産業担当））
田中 晋太郎（復興庁統括官付 参事官（農水担当））
土井尻 英明（岩手県商工労働観光部産業経済交流課 食産業担当課長）
武者 光明（宮城県経済商工観光部富県宮城推進室 室長）
水戸 信吾（宮城県経済商工観光部海外ビジネス支援室 副参事）
小林 徳光（宮城県農林水産部水産業振興課 技術参事兼水産業振興課長）
続橋 亮（石巻市産業部 部長）
日下 開（気仙沼市産業部商工課 課長）
守本 憲弘（東北経済産業局 局長）
木村 研一（東北経済産業局産業部 部長）
小林 学（東北経済産業局東日本大震災復興推進室 室長）

2. 研究会内容

<第1回>

(1) 開催日時

平成27年9月16日(水) 10:00～12:00

(2) 場 所

気仙沼市魚市場 会議室

(3) 議 事

- ①水産加工業における新たな取組について
- ②水産加工業支援の状況について
- ③意見交換

<第2回>

(1) 開催日時

平成27年10月29日(木) 15:00～17:00

(2) 場 所

関東東北産業保安監督部東北支部会議室

(3) 議 事

- ①震災関連支援の状況について
- ②意見交換

<第3回>

(1) 開催日時

平成27年11月24日(火) 15:00～17:00

(2) 場 所

関東東北産業保安監督部東北支部会議室

(3) 議 事

- ①震災を契機とした水産加工業の取組について
- ②意見交換

<第4回>

(1) 開催日時

平成28年2月10日(水) 16:00～18:00

(2) 場 所

東北経済産業局会議室

(3) 議 事

- ①自治体の取組事例について

②報告書（案）について

②意見交換

3. これまでの関係者における主なコメント

水産加工業を主体とした被災地における地域活性化研究会

➤ 第1回研究会

・ 今後は競争が激しくなる中で、優位性や特殊性を打ち出していかなければ生き残れない（水産加工業）。

・ 輸出についても、誰かがリーダーシップを取って、チームで取り組んでいかなければならない（水産加工業）。

・ 国内や海外マーケットを見据えて、どういう商品を作っていかなければならないのか考えていかなければならない。そういった際に、チームを組んで連携を図ることが大切（水産加工業）。

➤ 第2回研究会

・ 三陸ブランドは世界展開していく上で必要。民間レベルでも同じようなことを考えていてワークショップを始めている（支援企業）。

・ それぞれの地域、漁港ごとに連携出来ていないように感じるので、同じ方向を向かせる旗振り役が必要（支援企業）。

・ 商品は買い手側にきっちりとおいしさを伝えることで自然とブランド化されていくのでは（支援企業）。

・ ジャパンブランド事業における輸出共同プロジェクトも相当苦労していることを考えると、事業者が単独で輸出することは難しく、共同輸出しかない（支援機関）。

・ 三陸は複数の地域から成るのでそれぞれの連携が必要で、共通のロゴなどがあり公的なお墨付きがあれば連携が進むのではないかと（支援機関）。

・ 三陸ブランドで共同輸出を行うべきと考えるが、県ごとの連携はそう簡単に進むものではない。地域のグループを組むことすら大変だったので、まずは地域の中で光る企業を磨いてリーダー的存在となってもらい、そこから連携していくべきではないかと（自治体）。

➤ 第3回研究会

・ 世界一のブランドを作るという意識の下、三陸ブランドの定義をしっかりと固め、既存製品を輸出するだけでなく、ブランド価値を高める取組が必要ではないかと（支援企業）。

・ 例えば、フィッシャーメンズジャパンの方々がマレーシアのバイヤーに言われていた

ことだが、単に商品売るのではなく、その商品に至るまでの背景や日本文化を絡めたメッセージを伝えることが重要（支援企業）。

- ・三陸という広域連携については、最初は行政が主体となって取り組むべきである。その中には光るような取組がたくさん生まれてくるので、さらに連携していくべきで、養殖カキ、ワカメについては岩手県、宮城県で争っているようだが、県単位で考えるのではなく、今後は三陸ブランドとして広域的に捉えていくべきではないか（支援企業）。
- ・三陸を情報発信するために SNS やサイト立ち上げなどで IT を活用、インバウンドが来たときに IT を活用してもらい、ファンづくりを手伝いたい（支援企業）。
- ・また、海外に物を売っていく際に、製造、管理、販売で IT を活用、クラウドシステムも活用することで各事業者のさらなる連携を促進し、高付加価値経営を実現してもらう（支援企業）。
- ・日本文化ということで喜ばれており、必ずしも品質を磨く必要が無い。むしろ、日本の食品はそれなりに品質が保たれているのではないかと考える（支援企業）。
- ・今後は、国内で販売している以上の価格で海外に売り出すような仕組み作りが必要ではないかと考える（支援企業）。
- ・東南アジアをターゲットにした輸出支援をしているが、国毎に求められる商品や嗜好も様々であり、広域で商品のアイテム数、量を確保すればバイヤーの要望にもより応えることができ、いろいろな国への展開が広がる（自治体）。
- ・県内では、G 補助金を契機に若手が中心となって海外展開に取り組んでいるグループがあり、台湾での商談会の参加等を通じて、海外への販路開拓の芽も出てきているが、それぞれの地域が「三陸ブランド」を掲げており、ダイナミックな動きになっていない（自治体）。
- ・輸出は単独では難しく共同で行うべきで、先進的にスタートを切った事例を県としても支援していき、成功事例を地域に広げていきたいと考える（自治体）。

第4回研究会

- ・最近ハラル認定に関する動きも出てきた。ユダヤ教の人々向けに生産された食品を認定するもので、アメリカでは取組が進んでいる。ハサップとともにハラルについて取り組むことも1つの手段ではないか（有識者）。
- ・三陸という横の連携が出来て、官も応援していただくということで心強い（水産加工業）。
- ・課題は海の資源が安定しないことである。当社は養殖でカキ、ホタテ、ホヤを生産しているが、漁業者が減少しており生産量が減少している。養殖技術の向上とともに漁師育成も必要だと感じている（水産加工業）。
- ・今後の広域連携体の取組として、PR サイト開設やPR 映像作成に貢献できると考える。

また、物流面や観光面でも IT で支援できることもあるが、一定程度投資がかかる部分があり、持続運営の観点から行政による支援が必要だと思う（支援企業）。

- ・三陸ブランドが必要という考えを持っていたが、偶然にも同様の考えをもつ方々に出会えて良かった。ビジョンを共有して、ベクトルを合わせていきたい（支援企業）。
- ・東京オリンピックの時に三陸ブランドの物を世界の人々に提供出来ないかといった議論もあり、厳しい基準がたくさんあるので行政側が連携して動いていただければと思う（支援企業）。
- ・これまでは海外展開に向けて国際物流を理解してから動き出していたため、動き出しが鈍かった。アドバイザーリーボードとあるが、輸出手続き（輸送手段、販路、決済など）を一括で行えるよう国際物流面でのアドバイザー体制を構築することも必要だろう。また、現状は東京、神戸、福岡から輸出することが多いが、八戸、大船渡、気仙沼、石巻、仙台などに貨物集約所を設置し、地元から海外進出を考えている。
- ・輸送費削減などのメリットがあり、どれだけ貨物を集めることができるかがポイントで、ソフト面支援について今後相談、協力いただければと思う（支援企業）。
- ・ブランドは、自分たちで語れるよう、誇れるようなものにしていかなければならないと考えている。そのためには、定義づけをしっかりと検討する必要がある、三陸というキーワードは水産業だけでなく観光などの分野にも活用できるだろう（支援企業）。
- ・三陸は50以上の豊富な魚種が強みで新鮮であるが、おいしい＝売れるという訳ではなく、全国のネットワークを活用して今後支援していきたい（商工団体）。
- ・広域連携はとても良いことだと思う。今後は、東京など全国のアドバイザーとの連携を行い、体制を強化していきたいと考えている（支援機関）。
- ・売れないことが悩みではなく、量を確保出来ないことが問題で、三陸として優良企業が集まれば、すぐにでも海外展開出来るポテンシャルは持っていると思う（支援企業）。
- ・水産加工業の復興に向けてハード面は整いつつある中で、企業間連携、業種間連携、地域間連携し、協働することがキーワードだと考えている。漁業担い手確保の問題提起があったが、Uターン、Iターンで漁業に新規雇用される人はおり、定着できるような環境作りを行っていききたいと思う（自治体）。
- ・1つの地域、県だけでなく広域の取組が必要で、また、観光などのいろいろな産業も組み合わせる必要がある（自治体）。
- ・県単位では安定供給が難しく他県産を利用することもあり、今後、三陸というキーワードを意識していきたい（自治体）。
- ・広域連携については一緒に協力していきたい。商品を取りまとめるために非常に苦労したが、取りまとめ役に商社に入ってもらうことでうまくいった。
- ・地域には有力な地域商社が無いと感じており、地域を取りまとめることができるような企業育成が必要と感じている（自治体）。
- ・銀行と連携して海外進出支援を行っており、金融機関も広域連携体の構成メンバーと

して検討いただければと考えている（自治体）。

関係者ヒアリングにおける主なコメント

➤ 広域連携体について

- ・有志軍団でチーム三陸として（意志ある者で）推し進めるべき（支援企業）。
- ・メンバー中、水産関連産業について、同じ想いで、同じ活動をできるところ、協働の意識があるところが良い。輸出については、輸出が出来るものをきちんと作る場所でないとついていけないだろう（支援企業）。
- ・協議会活動は理解。単品でコンテナひとつまとめるのは困難なので、これまでの経験からも、物量確保の観点からも問屋などのとりまとめ役は必要だろう（水産加工業）。
- ・広域連携での三陸ブランドの取組について、各浜（港）毎で勝負してよいが、ロット勝負の時に組むことが出来るようにしておくことが必要（自治体）。
- ・ワンコンテナを三陸でつくって出荷していくといった話は幹部もよく言っている。恐らく各地域バラバラだと困ると思うので、出来れば、三陸といった枠組みで押していきたい（自治体）。
- ・売り込みを市単独で行っても、売り込まれた側も困るものと思料（自治体）。
- ・水産業界は人手不足や物流コストなど、他にもいろんな面で問題を抱えており、また、これまでは地域の中で利害関係があって、チームとして一つにまとまるような動きや取りまとめ役がいなかった。行政（局）が今回、旗振り役になったことはとても良いことだと感じている（金融機関）。

➤ 三陸ブランドについて

- ・価値観、規模感も違う方々が集まるので、最初から詳細を定めたビジョン等によって進めていくのは困難。細かい部分は決めず、大枠を決めて進める方がよい。総論賛成の集まりで良いと思う（入りたい人が入るイメージ）（支援企業）。
- ・三陸のブランドは、魚種の多さだろう。豊富な魚種があり、これが、安全安心、HACCP もあり、養殖技術も高い等高いレベルで供給されるといった方向性（支援企業）。
- ・ワンコンテナを「三陸ブランド」だけで仕立てるのがイメージであり、目標だろう（支援企業）。
- ・環境共生（を協議会ビジョンに入れ込むの）は重要（水産加工業）。
- ・ロゴマーク→フェニックスは「東北・三陸」と入っていて視点がぼやけるのでは（水産関連産業）。
- ・資源が従来状況ではなくなっている（水産加工業）。
- ・協議会では、販路開拓もやるが、資源確保もやるべき（水産加工業）。
- ・資源確保が喫緊の課題。漁獲制限により守る必要性大（水産加工業）。

- ・三陸で獲れるもの、三陸で製造するものは全て三陸ブランドと捉える方が良い（商工団体）。
- ・「三陸ブランド」で売り込むのは大賛成（商工団体）。
- ・（こういった協議会をやるなら）環境浄化は入れ込んでいくべき（商工団体）。
- ・水産関連産業は震災によって販路が失われたため、今後は付加価値を高めるなど従来行っていた選択をして経営を行わなければ生き残れない。選択の一つにブランド化ということも考えられる。当行としても水産関連産業界のブランド化については問題意識を持っている（金融機関）。
- ・三陸は、これまでは宣伝の仕方やブランドの確立などを怠っていたため、他地域に遅れを取っていただけであり、とても魅力ある地域だと感じる（金融機関）。

➤ 情報発信・PRについて

- ・海外展開に向けて三陸ブランドを認知させるためには、消費者よりも業者向けにPRした方が良く考えている。消費者は三陸に対する認識がほとんど無く、新しく伝えて普及させることは難しいが、業者の中には日本に精通している者もあり、東北と言えばホタテ、カキ、ウニ、ヒラメ、サバなどを認識してくれる（水産加工業）。
- ・バイヤーを個別に呼び込むよりも、現地の問屋を呼び込む方が良い。問屋の意識は、築地、北海道くらいであり、三陸をPRする余地がまだある（水産加工業）。
- ・消費者への売り込み（買うのは消費者）がポイント（IT活用で評判を高めるなど）（支援企業）。
- ・生産者の顔が見えるのも大事だが、漁場の環境が見えるのも大事だし、ここのプロモーションが必要（支援企業）。
- ・三陸地域を現地に紹介出来る映像DVD等があれば良い（自治体）。
- ・コンテストでバイヤーの方に審査してもらい、評価の高いものは販売してもらう等によるPR手法もあるだろう（水産加工業）。
- ・FOODEX等の国際展示において、三陸沿岸地域も昨年出展していたが、統一感がなく訴求不足。三陸ブランド全体として（協議会が立ち上がれば）一体化してやってみるとよいのではないかと感じる（支援企業）。

➤ 物流効率化について

- ・輸出について、継続的に取り組んで行くには、その機能を担う人も必要では。（如何にコンテナに無駄なく積むか）この部分はかなりノウハウが必要であり、ITの出番かと感じた（支援企業）。

➤ 受注・加工等プロセス効率化について

- ・（水産関連産業の大半は）生産効率がまだまだドンブリ。売上げを伸ばすのは大事だが、原価率を抑えることによって利益あげられる。数値化していない企業が多い（ムダな仕入れ、在庫がまだある）（支援企業）。

➤ **高付加価値経営／人材育成について**

- ・人材育成の面では、三陸に水産大学（学部）を誘致していきたい（水産関連産業）。
- ・輸出が出来るのは「ある程度」の規模がある企業。その意味でも、高付加価値経営、人材育成の部分が重要（水産加工業）。

➤ **その他**

- ・加工された物は、すでに自国で安く、かつ、嗜好に合うように作られているので新たに参入することは容易ではないが、鮮魚ならばブランド化を図ることで可能性があるのではないか（水産加工業）。

- ・輸出について、いかに相手のニーズに合わせて送るかが大切で、日本の美味しい物を送れば、必ずしも受け入れられるわけではない（水産加工業）。

- ・タイ（バンコク）では日本食ブームが起こっており、寿司屋では日本と変わらないくらいの種類のネタが用意され、高価格帯ではあるが富裕層に受け入れられている（水産加工業）。

- ・バイヤーも、イメージ作りはこれから。輸入国側の状況にもよる。いろいろなパターンの品物を提供出来るようにするための実証実験（商品試作、コールドチェーン構築等）も必要だろう（支援企業）。

- ・組合でも共同輸出について検討が始まったところ（大手商社が協力）。具体的には、組合に専任を1人置いて商社に任せ、現地にアンテナショップを設置する考え（水産関連産業）。

- ・高齢化によりマーケットは縮小、ニーズは細分化しており、輸出は必須だろう（水産加工業）。

結びに

本研究会の開催並びに水産加工業の復興に向けたあり方の検討にあたっては、水産加工業の皆様をはじめ、被災地を積極的にご支援いただいている民間企業、商工団体、自治体、支援機関など関係者皆様の多大な協力により進めて参りました。

今般、このような形で、三陸地域における水産加工品の輸出促進等に向けた具体的方向性がとりまとめられたことも、関係者皆様の貴重なご意見等によるものであり、改めて、厚く御礼申し上げます。

今後、設立予定の「三陸地域水産加工業等振興推進協議会（仮称）」においては、三陸ブランドの価値向上に向けた検討を進めつつ、水産加工業や関連企業等の積極的な取組を可能な限りご支援していく所存であり、また、東北経済産業局と致しましても、東日本大震災からの早期復興を目指し、これまで以上に地域の復旧・復興に尽力して参ります。

これまで御協力頂きました関係者皆様におかれましては、引き続き、ご指導・ご鞭撻頂ければ幸甚に存じます。

水産加工業を主体とした被災地における地域活性化研究会事務局一同