

第1回三陸地域水産加工業等振興推進協議会

次 第

日 時：平成28年4月26日（火）15:30～17:00

場 所：仙台商工会議所 3階「役員会議室」

開会挨拶（東北六県商工会議所連合会長）

1. 協議会の概要（東北経済産業局長）
2. 平成28年度事業について（事務局）
3. 平成28年度各機関の取組（会員）
4. 意見交換

閉 会

第1回三陸地域水産加工業等振興推進協議会 出席者名簿

平成28年4月26日

(順不同、敬称略)

企業名等	役職	氏名
東北六県商工会議所連合会 (仙台商工会議所 会頭)	会長	鎌田 宏
東北六県商工会議所連合会 (仙台商工会議所 専務理事)	代表幹事	間庭 洋
仙台商工会議所	常務理事	今野 薫
仙台商工会議所 事務局	次長	阿部 昌展
仙台商工会議所 中小企業支援部	部長	佐藤 充昭
青森県商工会連合会 (東北六県・北海道商工会連合会連絡協議会)	専務理事	中嶋 和行
一般社団法人東北経済連合会	常務理事	小野 晋
一般社団法人東北経済連合会	地域政策部長	菅原 秀徳
一般社団法人東北経済連合会	地域政策グループ副調査役	青木 冨美
(独)日本貿易振興機構 仙台貿易情報センター	所長	寺田 佳宏
(独)中小企業基盤整備機構東北本部	本部長	高村 誠人
水産庁 仙台漁業調整事務所	所長	早乙女 浩一
東北農政局 地域連携課	課長	長尾 良弘
同	課長補佐	高橋 恵介
復興庁	統括官付 参事官(産業担当)	間庭 典之
復興庁	統括官付 参事官(農水担当)	田中 晋太郎
同	政策調査官	大島 昌彦
岩手復興局	参事官	菊地 正伸
宮城復興局	参事官	成田 眞
同	政策調整官	篠原 岳志
青森県 観光国際戦略局 国際経済課	課長	三上 洋輝
青森県 観光国際戦略局 国際経済課	主幹	工藤 亮
岩手県 商工労働観光部 産業経済交流課	海外マーケット担当課長	阿部 博
宮城県 農林水産部	次長(技術担当)	小林 徳光
宮城県 農林水産部 水産業振興課	課長	佐藤 靖
宮城県 経済商工観光部 富県宮城推進室	室長	小野寺 邦真
宮城県 経済商工観光部 海外ビジネス支援室	室長	高橋 義広
宮城県 農林水産部 水産業振興課	課長補佐(班長)	相澤 信雄
宮城県 経済商工観光部 海外ビジネス支援室	主事	大瀧 東
東北経済産業局	局長	守本 憲弘
東北経済産業局 産業部	部長	木村 研一
東北経済産業局 東日本大震災復興推進室	室長	小林 学
同	室長補佐	石川 俊介
同	室長補佐	高橋 英二
同	室長補佐	椎根 宏佳
同	係長	山本 英明

【賛助会員】

企業名等	役職	氏名
塩竈港運送株式会社コンテナ営業企画課	課長	小林 秀明
日本政策金融公庫 農林水産事業 仙台支店 林業水産課	課長	鈴木 稔久
日本政策金融公庫 農林水産事業 東北地区総括課	上席課長代理	岩崎 悟之
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	庄司 貞雄
農林中央金庫仙台支店	副支店長	長井 信介
農林中央金庫仙台支店	業務第六班 担当	水谷 耕平
株東日本大震災事業者再生支援機構	総務部 主任	今野 昭男
七十七銀行 市場国際部アジアビジネス支援室	室長	入江 恵一郎
七十七銀行 地域開発部地域開発課	副長	寺澤 修太
商工中金仙台支店 営業企画課	課長	宮本 哲也

# ○座席配置

賛助会員

岩手県 阿部課長  
 青森県 三上課長  
 仙台商工会議所 佐藤部長  
 仙台商工会議所 阿部次長  
 仙台商工会議所 今野常務

プレス席

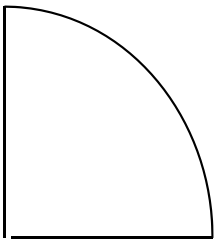
東北六県商工会議所連合会 間庭代表幹事  
 東北六県商工会議所連合会 鎌田会長  
 東北経済産業局 守本局長  
 東北経済産業局 木村部長

随行者

東経連 菅原部長  
 東経連 青木副調査役  
 東経連 小野常務  
 農政局 長尾課長  
 JETRO 寺田所長  
 水産庁 早乙女所長  
 中小機構 高村本部長  
 宮城県 高橋室長

宮城県 小野寺室長  
 宮城県 佐藤課長  
 宮城県 小林次長  
 復興庁 田中参事官  
 復興庁 間庭参事官  
 経産局 小林室長

事務局



## 三陸地域水産加工業等振興推進協議会【概要】

### 1. 目的

三陸地域が水産に関する世界のトップブランド・産地として認知されることを目指し、産官等が、三陸地域における水産加工業及び関連産業の発展や地域産業の活性化に資する取組を推進することによって、被災地の復興を加速化することを目的に「三陸地域水産加工業等振興推進協議会（以下「協議会」という。）」を設置。

### 2. 会 員

協議会は、会員及び賛助会員をもって構成。具体的には次のとおり。

#### 【会 員】

東北六県商工会議所連合会、東北六県・北海道商工会連合会連絡協議会、一般社団法人東北経済連合会、復興庁、水産庁、東北農政局、東北運輸局、東北経済産業局、青森県、岩手県、宮城県、独立行政法人日本貿易振興機構仙台貿易情報センター、独立行政法人中小企業基盤整備機構

#### 【賛助会員】

協議会の目的に賛同しその事業に参画・協力する事業者、関係機関

### 3. 役 員

会 長：東北六県商工会議所連合会長

副会長：東北経済産業局長

### 4. 今後の活動方針

別紙のとおり。

## 今後の活動方針

### 1. 主な取組

三陸地域水産加工業等振興推進協議会は、三陸地域における水産加工業及び関連産業の発展や地域産業の活性化を推進し、被災地の復興加速化を図るため、次の事項について取り組む。

また、各プロジェクトに取り組む事業者及び会員、賛助会員等の関係者が、プロジェクトの展開や支援に必要な情報の共有等を進めることにより、円滑な事業の推進を図るものとする。

#### I. 三陸のブランド価値向上に向けたビジョン等の検討

#### II. 推進するプロジェクト

- ①水産加工業等の広域連携による取組の国内外への情報発信
- ②広域連携による海外展開の促進
- ③水産加工業等の高付加価値経営に資するIT活用等の促進
- ④企業経営の発展に資する次世代人材の育成
- ⑤水産資源を活かした観光の促進

### 2. 当面のスケジュール（想定）

平成28年3月30日 「三陸地域水産加工業等振興推進協議会」設置

平成28年4月26日 第1回協議会開催

平成28年4月～ 水産加工業等の連携による海外展開の取組を随時推進

（参考：現時点の取組）

- ・世界ブランドを創出する「北三陸ファクトリー」プロジェクト（(株)ひろの屋他3社）
- ・東北新ブランド「Michinoku」の確立プロジェクト（気仙沼水産食品事業協同組合）
- ・「日高見の国ブランド」輸出プロジェクト（末永海産(株)他5社）
- ・SANRIKUブランド水産物輸出プロジェクトチーム（(株)阿部長商店他5社）
- ・三陸フィッシャーメンズ・リーグ（(株)シーフーズあかま他25社）他

平成28年6月～ 「三陸ブランド検討委員会」における三陸のブランド価値向上に向けたビジョン等の検討開始

平成28年6月7、8日 「第2回東北復興水産加工品展示商談会2016」開催

（主催：復興水産加工業販路回復促進センター（東北六県商工会議所連合会 他）

以降 順次三陸地域における水産加工品の輸出促進等に向けた取組を推進。

# 今年度の主な取組<想定>

	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
三陸地域水産加工業等振興推進協議会	30日 設置	26日 第1回 協議会											
三陸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(仮称)設置／検討開始										
東北復興水産加工品展示商談会				7, 8日 商談会	(復興水産加工業販路回復促進センター)								
ホームページ等による情報発信		ホームページ検討・開設											
広域連携による海外展開促進支援		「新しい東北」輸出拡大モデル事業公募【復興庁】				広域連携による海外展開促進分科会(仮称)開催／情報共有					広域連携による海外展開促進分科会(仮称)開催／情報共有		
		JAPANブランド育成支援事業公募(予定)【東北経産局】											
		東北・三陸ブランドの農林水産物等輸出加速化事業(宮城県)											
水産加工業等の高付加価値経営に資する支援		カイゼン(トヨタ生産方式)の導入促進支援(宮城県・岩手県)											
		伴走型支援組織の設置(宮城県)											
水産資源を活かした観光の促進						関連自治体等との情報交換						関連自治体等との情報交換	
・賛助会員参画案内・登録		参画案内・登録(随時)											
・メールマガジンによる情報提供		メルマガ開始											

# 三陸ブランド検討委員会（仮称）設置／検討開始

## 1. 三陸ブランド検討委員会の設置

時期：6月（予定）

委員（候補）：学識経験者、水産加工企業代表、シンクタンク等 計6～7名

## 2. 三陸のブランド価値向上に向けたビジョン等の検討、策定

### （1）ビジョンの検討・策定

・「何をもって、いつまでに、誰に対して、どういう地域ブランドでありたいか」を検討し、地域全体としてのブレない「原点」として、関係者間で共有できるビジョンを策定。

（例）三陸を世界トップの水産ブランドに！

### （2）ブランド価値の定義

・地域ブランドとして、社会的に認知されるために、どういう顧客層に対して、どういう独自の価値を提供するのかを明確化。

（例）ターゲット：世界中の高所得者層

提供する価値：・多様な魚種を活かした供給／展開（水産物の百貨店）

・安全、安心（HACCP認証等）

・ハイクオリティ

・環境共生（水産資源の持続可能な利用の促進等）

※機能性（品質）と情緒性（心理）の両面で地域独自の特長、魅力を備える必要。



### （3）情報発信方策と販路設定の検討

・地域ブランド商品が持つ価値や魅力を好意的に受け止め、購入してくれるであろう潜在的顧客層に対して、その価値・魅力をわかりやすく、ピンポイント（的確）に伝える方策の検討。