

第2回三陸地域水産加工業等振興推進協議会

次 第

日 時：平成29年3月27日（月）13:30～15:00

場 所：東北大学エクステンション教育研究棟講義室

開会挨拶（東北経済産業局長）

1. 「三陸ブランドの価値向上に向けたビジョン（案）」について

（事務局）

2. 三陸ブランド広報ツールの紹介（事務局）

3. 各会員機関の取組（28年度活動報告、29年度計画）（会員）

4. 情報提供（賛助会員）

閉会

第2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29年3月27日

(順不同、敬称略)

【会員機関】

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 中小企業支援部長)		佐藤 充昭
東北六県商工会議所連合会 (仙台商工会議所 復興支援担当課長)		伊藤 亨
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	産業経済グループ調査役	乗田 宏悦
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 冴美
(独)日本貿易振興機構 仙台貿易情報センター	所長	長谷部 雅也
(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	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 仙台中小企業復興支援センター長	富岡 孝行
(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 専門員	鈴木 花子
水産庁 漁政部加工流通課	課長	佐藤 正
水産庁 仙台漁業調整事務所	所長	早乙女 浩一
水産庁 漁政部加工流通課	課長補佐	西田 貴亮
復興庁	参事官	田中 晋太郎
同	主査	逢坂 真徳
岩手復興局	参事官	菊地 正伸
同	参事官補佐	松浦 和宏
同	参事官補佐	武田 省吾
宮城復興局	政策調査官	常盤 守洋
青森県国際経済課	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	小林 徳光
宮城県経済商工観光部 富県宮城推進室	主幹(班長)	佐藤 仁
宮城県経済商工観光部 富県宮城推進室	主査	大泉 織絵
宮城県経済商工観光部 海外ビジネス支援室	主事	大瀧 東
宮城県経済商工観光部 海外ビジネス支援室	主事	志田 昌平
東北経済産業局	局長	田川 和幸
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

東北経済産業局 東日本大震災復興推進室	室長補佐	石川 俊介
同	室長補佐	高橋 英二
同	係長	五戸 美智
同	係長	竹田 祐子
同	係長	山本 英明
同	係員	船田 大貴
東北経済産業局 特許室	室長	山口 竜三
東北経済産業局 新事業促進室	室長	中野 かおり
同	室長補佐	佐藤 賀一

【賛助会員他】

企業名等	役職	氏名
キリン株式会社CSV推進部	主査	大木 忠彦
キリン株式会社CSV推進部	渉外担当専任部長	淵田 紳一
株式会社NTTドコモ 東北復興新生支援室	主査	山本 大介
株式会社ポニーキャニオン プロジェクト推進グループ	部長	福場 一義
株式会社ポニーキャニオン ライヴクリエイティブDiv	プロデュースチームリーダー	佐藤 正朗
株式会社ポニーキャニオン 地域協業ワーキングチーム		田村 初二
株式会社日立ソリューションズ東日本 産業ソリューション本部	部長	木村 孝昭
株式会社日立ソリューションズ東日本 産業ソリューション本部	課長	石崎 浩
マルヤ水産株式会社	常務取締役	千葉 卓也 (代理:千葉 友里加)
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
株式会社東日本大震災事業者再生支援機構	管理室兼業務部 室長代理	菊地 護
七十七銀行 アジアビジネス支援室	副長	小林 史明
株式会社アストラカン	仙台オフィス代表	安部 義仁
むらまち再興活動会 (中小機構震災復興支援アドバイザー)	主宰	山本 俊一
東北大学 IIS研究センター	特任教授	鹿野 満
東北大学 IIS研究センター	特任准教授	佐々 哲也
東北大学 IIS研究センター	特任准教授	大友 康博
洋野町 水産商工課	課長補佐	麥澤 光英

三陸ブランドの価値向上に向けたビジョン（案）

平成29年3月27日

**三陸地域水産加工業等振興推進協議会事務局
（東北経済産業局 東日本大震災復興推進室）**

1. 被災地域における経済復興の基幹産業＝水産業クラスター

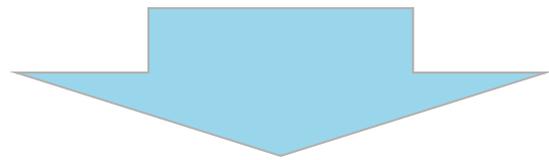
- 漁業・水産加工業等は、地域外に販路をもつ
- 多様な業種・階層の事業者が参画



水産業クラスターは
基幹産業

しかし、大震災により、甚大な被害を受け、水産加工業等の回復は道半ば。

- そのため、行政、支援機関、商工団体等地域の関係者が、水産加工業の海外展開等積極的な取組を後押し、事業者と共に復旧・復興を推進する。



◆ 三陸地域水産加工業等振興推進協議会 「三陸を世界トップの水産ブランドにする」

- 構成メンバー 東北六県商工会議所連合会、東北経済産業局 等13機関
- 賛助会員数 57企業・関係機関 (29.3月現在)

※世界三大漁場・・・海流がもたらす自然環境の影響により、豊富な水産資源に恵まれた海域。北東大西洋海域(ノルウェー沖)、北西大西洋海域(ニューイングランド沖)、北西太平洋海域(三陸沖含む)が世界三大漁場と呼ばれている。



八戸市第三魚市場A棟



大船渡魚市場
(H26.4.30～)



気仙沼市魚市場(H29.3～)



石巻市魚市場(H27.8～)



2. 三陸地域水産加工業等振興推進協議会 会員及び賛助会員一覧

○ 会員 13機関（順不同 敬称略：（平成29年3月現在））

- ・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 ・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
- ・日本貿易振興機構仙台貿易情報センター ・中小企業基盤整備機構

○ 賛助会員 57機関・社（順不同 敬称略：（平成29年3月現在））

➤ 行政（11自治体）

- ・おいらせ町 ・階上町 ・八戸市 ・気仙沼市 ・久慈市 ・釜石市 ・洋野町 ・塩竈市 ・名取市 ・大船渡市 ・石巻市

➤ 企業等（38者）

- ・株式会社流通研究所 ・有限会社フード・サポート ・NECソリューションイノベータ株式会社 ・小野食品株式会社
- ・キリン株式会社 ・株式会社アストラカン ・カメイ商事株式会社 ・本田水産株式会社
- ・株式会社國洋 ・株式会社ヤマヨ ・株式会社越戸商店 ・有限会社ヤマコ武田商店
- ・フィッシャーメンズリーグ ・株式会社N T Tドコモ ・損保ジャパン日本興亜株式会社 ・東北IT新生コンソーシアム
- ・株式会社海遊 ・株式会社ヤマトミ ・株式会社日立ソリューションズ東日本 ・株式会社ポニーキャニオン
- ・塩竈港運送株式会社 ・楽天株式会社 ・末永海産株式会社 ・パナソニック株式会社
- ・水月堂物産株式会社 ・マルヒ食品株式会社 ・株式会社八葉水産 ・アトックスシアントシー株式会社
- ・株式会社ささま ・マルヤ水産株式会社 ・株式会社プロジェクト地域活性 ・山徳平塚水産株式会社
- ・ノーザンランド株式会社 ・特定非営利活動法人資源リサイクルシステムセンター ・株式会社佐々直
- ・八戸缶詰株式会社 ・株式会社阿部長商店 ・株式会社木の屋石巻水産

➤ 学校・研究機関、支援機関、金融機関（8機関）

- ・株式会社日本政策金融公庫仙台支店 ・株式会社商工組合中央金庫仙台支店 ・農林中央金庫仙台支店
- ・株式会社東日本大震災事業者再生支援機構 ・株式会社七十七銀行 ・株式会社日本人材機構
- ・東北大学IIS研究センター ・東北大学大学院農学研究科

3. 協議会のビジョン（案）

1) 三陸のブランド価値向上に向けたビジョンの検討結果

◆ スローガン（目的）

『SANRIKU/三陸』を世界トップの水産ブランドにする

◆ 目指す姿

- 三陸一体となって魅力ある商品を提供し続けることで、三陸が**世界で「選ばれ続ける地域」**となる。
- 「SANRIKU/三陸」という地域名を冠した商品の価値向上等により、企業の競争力を高め、水産加工業等従事者の所得水準を向上させるとともに、それを担う従事者が**誇りや愛着を感じる産業**とし、**新たな担い手が定着しやすい産業**となる。

◆ ブランドコンセプト（ブランドの提供価値）

「世界で最も豊かな海（世界三大漁場、リアス式海岸）」 × 「誇り高き人々」 ➡ 「世界で最高の水産食品」

◆ 目標

- ・海外展開に取り組む事業者数の増加
- ・協議会の賛助会員数：100社・機関（当面2019年3月までに）
- ・水産加工業の1人あたり付加価値額の向上
- ・水産加工業の従事者数の増加

2) 三陸のブランド価値向上に向けた取組の方向

◆ 加工技術の向上等

- ・魅力ある商品の開発等（支援策：水産加工業等販路回復取組支援事業（水産庁）等）

◆ 海外展開の促進

- ・グループによる海外展開への取組促進等（支援策：JAPANブランド育成支援事業（経済産業省）等）

◆ 海外展開に資する情報提供

- ・貿易セミナーの開催、専門アドバイザー派遣（HACCP認証取得等）等

◆ 情報発信、プロモーション活動

- ・「東北復興水産加工品展示商談会2017（29年6月開催予定）」（地域一体となった商談会）の開催
- ・三陸地域の水産品にかかるプロモーションコンテンツ（映像、パンフレット）の制作（本日完成）

4. 当面の取組①

H28fy

H29fy

H30fy

加工技術の向上等〈魅力ある商品の開発、生産性向上等〉

【主な支援事業（29FY）】

- ・ ジャパンブランド育成支援事業（経済産業省）
- ・ ふるさと名物支援事業（地域資源、農商工連携）（経済産業省）
- ・ ロボット導入促進事業（経済産業省）
- ・ 6次産業化支援対策（農林水産省）
- ・ チーム化による水産加工業等再生モデル事業（復興庁）
- ・ 水産加工業等販路回復取組支援事業（水産庁）

海外展開の促進〈海外販路開拓、商標関連〉

【主な支援事業（29FY）】

<海外販路開拓>

- ・ ジャパンブランド育成支援事業（経済産業省）（再掲）
- ・ ふるさと名物支援事業（地域資源、農商工連携）（経済産業省）（再掲）
- ・ 6次産業化支援対策（農林水産省）（再掲）
- ・ 輸出に取り組む事業者向け対策事業（農林水産省）
- ・ チーム化による水産加工業等再生モデル事業（復興庁）（再掲）
- ・ 水産加工業等販路回復取組支援事業（水産庁）（再掲）

<海外販路開拓>

- ・ 海外ビジネス戦略推進支援事業（中小機構）
- ・ 商談機会提供事業（JETRO）
- ・ 海外バイヤー招へい事業（JETRO）
- ・ 国際経済交流推進事業（岩手県）
- ・ 県産食品海外ビジネスマッチングサポート事業（宮城県）
- ・ 輸出基幹品目販路開拓事業（宮城県）
- ・ 水産加工業販路共創加速化事業（宮城県）
- ・ 養殖水産物未利用資源活用ビジネス支援事業（宮城県）

<商標関連>

- ・ 地域団体商標関連支援事業（特許庁）
- ・ 地理的表示（GI）保護制度活用総合対策事業（農林水産省）

4. 当面の取組②



海外展開等に資する情報提供、アドバイザー事業等

【主な支援事業（29FY）】

＜セミナー関連（HACCP認証取得等）＞

- ・品質／衛生管理講習会（HACCP認定加速化支援センター）
- ・HACCP／ハラール／GI等認証関連セミナー（JETRO）
- ・加工品、品目別セミナー（JETRO）
- ・復興水産加工業等販路回復促進指導事業（水産庁）
- ・ASC/MSC漁業認証取得サポート事業（宮城県）

＜アドバイザー関連＞

- ・専門家派遣集中支援事業（復興庁）
- ・品質／衛生管理現地指導（HACCP認定加速化支援センター）
- ・震災復興支援アドバイザー制度（中小機構）
- ・復興水産加工業等販路回復促進指導事業（水産庁）
- ・輸出有望案件発掘支援事業（JETRO）
- ・新輸出大国コンソーシアム（JETRO）
- ・カイゼン導入専門家派遣事業（岩手県）
- ・岩手県産業創造アドバイザー派遣事業（岩手県）
- ・水産加工業ビジネス復興支援事業（宮城県）



・広域連携による海外展開プロジェクトの様子

水産加工業等の連携促進 （三陸地域内）

【主な支援事業（29FY）】

- ・三陸地域内の水産加工業等グループ等交流事業（事務局）
- ・一県一支援事業（JETRO）
- ・水産加工業ビジネス復興支援事業（宮城県）

水産加工業等の連携促進 （三陸地域内外）

【主な支援事業（30FY）】

- ・他地域（北海道等）との水産加工業等グループ等交流事業（事務局）

三陸ブランドビジョンの検討

＜検討委員会開催、ビジョン等とりまとめ（事務局）＞

三陸ブランドPR

コンテンツの制作
（事務局）

三陸ブランドプロモーション

＜商談会等を利用したプロモーション＞

【主な支援事業（29FY）】

- ・「東北復興水産加工品展示商談会2017」
（29年6月開催予定）開催

5. (詳細) 三陸ブランドの価値向上に向けたビジョンの検討に係る報告

(1) 三陸ブランド検討委員会の設置

三陸地域一体となってブランド力を高めるための具体的なビジョン等を検討することを目的に、関連事業者、有識者からなる三陸ブランド検討委員会を設置。計4回開催。

① 委員

氏名	所属
阿部泰浩	(株)阿部長商店 代表取締役
古藤野 靖	未永海産(株) 執行役員
下芋坪之典	(株)ひろの屋 代表取締役
清水敏也	(株)八葉水産 代表取締役
野田一夫	八戸缶詰(株)代表取締役社長
西川正純	宮城大学教授 食産業学部長
三浦靖	岩手大学農学部 教授

② 特別委員

氏名	所属
岩崎 邦彦	静岡県立大学 経営情報学部教授
高橋 大就	一般社団法人東の食の会 事務局代表

③ 開催日程と議事

	主な議事
第1回 (7/29)	・各委員の自己紹介 ・ビジョン案に係る意見交換
第2回 (9/20)	・ブランド価値向上に係る前提共有 (静岡県立大学 岩崎教授より講演) ・講演を受け、今後のビジョン案策定の方向性について意見交換
第3回 (11/28)	・消費者アンケート調査・事業者アンケート調査の結果報告・調査を受けて事務局にて取りまとめたビジョン案の説明 ・ブランドコンセプト/ブランド価値向上に向けた取組の方向性に係る意見交換
第4回 (1/16)	・これまでの議論を受けて事務局にて取りまとめたビジョン案の提示 ・これまでの議論を受けたビジョン案に係る意見交換

5. (詳細) 三陸ブランドの価値向上に向けたビジョンの検討に係る報告

(2) スローガンと目指す姿

三陸ブランドの価値向上に向けて地域として掲げるスローガン（目的）と目指す姿を次のとおり示す。

<スローガン> 『**SANRIKU/三陸**』を**世界トップの水産ブランド**にする

<目指す姿>

- 三陸一体となって魅力ある商品を提供し続けることで、三陸が**世界で「選ばれ続ける地域」となる。**
- 「SANRIKU/三陸」という地域名を冠した製品の価値向上等により、企業の競争力を高め、水産加工業等従事者の所得水準を向上させるとともに、それを担う従事者が**誇りや愛着を感じる産業**とし、**新たな担い手が定着しやすい産業**となる。

(3) 三陸の地域資源

三陸のブランドコンセプト検討にあたり、三陸地域の「良さ・強み」である地域資源を、委員会での議論等を踏まえ、次のとおり整理。

- ・リアス式海岸 ・潮目 ・世界三大漁場 ・豊富な魚種 ・高品質な水産物・人の力強さ／実直さ
- ・高度な養殖技術／加工技術 ・高度な衛生管理／安全性の確保 ・豊かな自然と人の共生／自然環境への配慮
- ・食文化 ・生産や商品づくりに対するこだわり

(4) ブランドコンセプト (ブランドの提供価値)

「世界で最も豊かな海」

<関連する地域資源>

- ・リアス式海岸 ・潮目 ・世界三大漁場 ・豊富な魚種 ・高品質な水産物



「誇り高き人々」

<関連する地域資源>

- ・人の力強さ／実直さ ・高度な養殖技術／加工技術 ・高度な衛生管理／安全性の確保



「世界で最高の水産食品」

<関連する地域資源>

- ・生産や商品づくりに対するこだわり ・高度な衛生管理／安全性の確保



5. (詳細) 三陸ブランドの価値向上に向けたビジョンの検討に係る報告

(5) 目標

- ・海外展開に取り組む事業者数の増加
- ・協議会の賛助会員数：100社・機関（当面2019年3月までに）
- ・水産加工業の1人あたり付加価値額の向上
- ・水産加工業の従事者数の増加

(6) 三陸ブランドの発信

① シンボル

- ・「リアス式海岸」は、長大な三陸地域の「海」及び「山」を象徴する、地域固有の地域資源であり、三陸地域として、消費者に最も認知されているイメージであること
- ・更に、三陸近海等は、豊富な魚種に恵まれた良好な漁場として、「世界三大漁場」とも呼ばれており、これらがもたらす恩恵を背景に、三陸地域の水産業・水産加工業が発展してきたこと
- ・三陸地域の水産業・水産加工業発展の担い手である、地域の人々にも焦点を当てること等の観点から、シンボル（視覚的イメージ）については、以下のとおりとすることとした。

「世界で最も豊かな海（リアス式海岸、世界三大漁場）」と「誇り高さ人々」

② ストーリー（例）

三陸。黒潮と親潮、さらには津軽暖流がぶつかり、世界三大漁場の一つに数えられる、豊饒（ほうじょう）な海。更に、峻巖（しゅんげん）な断崖が海岸線に迫り、森と海が一体となってリアス式海岸が形成され、これらが世界で最も豊かな海を織り成している。

三陸。そこでは、強くて温かい人々が、自然に畏敬の念を抱き、祈りを捧げながら、自然と共に生きてきた。

人々は、海からの豊かな恵みと匠の技を駆使し、手間を惜しまず誇りを胸に商品作りを続けている。

実直で誇り高さ人々は、最も豊かな海「三陸」から、世界中に幸せと笑顔を届ける。

③ キャッチコピー（例）

<海外向け>

“SANRIKU, World’s richest ocean area –and proudly deliver delicious seafoods to the world.”
(和訳「三陸：『世界で最も豊かな海』」から誇りを持って世界に届けるといった意味)

“SANRIKU – World’s richest ocean.”

(和訳：「三陸：『世界で最も豊かな海』」)

<国内向け>

「三陸。最も豊かな海から、誇りとともに届ける。」

「三陸 - 最も豊かな海の、誇りを頂く。」



5. (詳細) 三陸のブランド価値向上に向けたビジョンの検討に係る報告

(7) 三陸ブランドの価値向上に向けた取組の方向性

① 加工技術の向上

＜実施イメージ＞ 加工品の開発や品質向上、生産工程の効率化、自動化等に係る技術開発、セミナー開催、アドバイザー派遣等

② 養殖技術の高度化

＜実施イメージ＞ 養殖技術における新商材開発や生産性向上等に係る技術開発等

③ 環境配慮に係る取組

＜実施イメージ＞ 環境配慮に係る認証（MSC,ASC認証等）の取得推進等

④ 品質管理（衛生管理等）に係る取組

＜実施イメージ＞ 品質管理（衛生管理等）の向上に係るセミナー開催等

⑤ 海外展開に係る取組

＜実施イメージ＞ 広域連携等による海外展開の実施、輸出に係るアドバイザー派遣等

⑥ 連携の促進に係る取組

＜実施イメージ＞ 三陸地域内での海外展開グループ等の連携促進に向けた交流事業等

⑦ 三陸ブランドのプロモーション等

＜実施イメージ＞ 三陸ブランドに係るプロモーションツールの制作、展開等

参考. 企業グループ等の取組 (平成28年度)

1) 広域連携による海外展開の促進

- 輸出を支援する「**JAPANブランド育成支援事業**」(経産省)や、「**輸出拡大モデル事業**」(復興庁)等を活用して、三陸地域の水産加工業等グループが、販路開拓などの各種プロジェクトに取り組んでいる。



海外展開に係る主な連携プロジェクト

輸出拡大モデル	「北三陸産ウニ」の海外販路開拓事業 株式会社ひろの屋 ほか (洋野)
輸出拡大モデル	「インドネシア有名シェフが伝える三陸気仙沼牡蠣商品の魅力」を活用した輸出拡大事業 株式会社石渡商店 ほか (気仙沼)
輸出拡大モデル	三陸広域連携による水産物輸出プロジェクト 株式会社流通研究所 (阿部長商店) ほか (気仙沼)
輸出拡大モデル	「日高見の国」輸出拡大促進事業 末永海産株式会社 ほか (石巻)
輸出拡大モデル	ワンストップ食品共同輸出先導モデル形成プロジェクト 石巻市 ほか (石巻)
JAPAN BRAND	仙台空港！地域輸出商社プロジェクト (一社) フィッシャーマン・ジャパンほか (石巻)
ふるさと名物	石巻に根付いているうまいものを地元から、日本全国、海外へ発信するプロジェクト 石巻うまいもの株式会社 ほか (石巻)
輸出拡大モデル	北米・欧州におけるマグロ加工品の輸出拡大プロジェクト 山菱水産株式会社 ほか (いわき)
輸出拡大モデル	三陸の若手リーダーの連携によるカキ・ワカメの輸出事業 一般社団法人東の食の会 ほか
輸出拡大モデル	東北水産加工品等の越境電子商取引 (E C) 拡大モデル事業 楽天株式会社 ほか



JAPANブランド育成支援事業：中小企業が協働して実施する海外展開を支援
ふるさと名物応援事業：地域資源を活用した「ふるさと名物」のブランド化等を支援

輸出拡大モデル

東北の水産品・水産加工品の輸出につながる先進的な取組を支援

参考. 企業グループ等の取組 (平成28年度)

2) 国内外への情報発信

第2回東北復興水産加工品展示商談会2016開催

- 期 日 平成28年6月7日(火) 10:00~17:00 平成28年6月8日(水) 10:00~15:00
- 場 所 仙台区際センター展示棟
- 主 催 東北六県商工会議所連合会、(一社)大日本水産会、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
- 出展者 青森・岩手・宮城・福島・茨城県の沿岸部商工会議所の水産加工業者118社 (H27年度:96社)
- 来場者 5,000名 (H27年度:4,200名)
- 内容及び商談結果
 - ◆展示商談会 (118ブース・青森14 岩手30 宮城64 福島7 茨城3)
 - ◆個別商談会・・・600商談 (国内バイヤー53企業) (H27年度:474件)
2月判定結果【成約91件(15.1%)継続商談139件(23.2%)不成立370件(61.7%)】
 - ◆海外商談会・・・40商談
当日判定結果【成約8件(21.1%) 継続商談30件(78.9%)】
 - ◆国内バイヤーとのお仕事マッチング型商談会・・・38商談
当日判定結果【成約8件(21.0%) 成約見込30件(79.0%)】



オープニングセレモニーの主催者代表挨拶
鎌田六県連会長



<展示商談会>



<個別商談会>



<商品ブラッシュアップ支援事業>
総合視点から、展示商品に評価を加える専門家。
主に首都圏での売れ筋商品を指導。 11

参考. 企業グループ等の取組（平成28年度）

3) 高付加価値経営に資する支援

- ・岩手県では、大手自動車メーカーの生産管理方式である「カイゼン」の水産加工業への導入を専門家派遣により支援。
- ・宮城県では、本年度（公財）みやぎ産業振興機構に「水産加工業ビジネス支援室」を設置。水産加工業者の課題に応じた支援メニューの提案のほか、定期的フォローアップを行う等事業者とともに解決を目指す「伴走型支援」を実施。

岩手県の取組事例

生産性・効率性の向上を目指した カイゼンの導入

- 労働力不足の深刻化。販路喪失による売り上げ回復の伸び悩みによる経営の悪化。こうした課題を解決するため、平成23年度から、水産加工業者を対象に、トヨタ生産方式を手本とする「カイゼン」の導入を開始。

平成25年度から本格的に推進。生産性・効率性の向上を通じ、従業員所得の向上につなげる。

■カイゼン事例

- ・森下水産（株）（大船渡市）は、平成2年10月からカイゼンに取り組み、平成25年3月には生産出来高20%アップを達成。
- ・（株）川秀（宮古市）は、カニのパックめラインで一日当たりの生産量を35.3%向上、いかめかぶパックの作業工程改善でリードタイム79%削減。（平成28年7月発表会）



森下水産（株）

- ・小野食品（株）（釜石市）は、煮魚包装工程において作業方法

統一、作業位置の明確化等により効率化、1時間当たりの生産量が17%アップ。（平成28年2月発表会）

- ・平庄（株）（釜石市）は、しめさば骨取り作業において、標準作業の確立と従業員へのレクチャー／アンケート調査を通じて、作業のバラつきを徹底的に排除。工場内レイアウト、作業台の見直し、チーム制導入で効率化、1人当たりの処理能力が50%向上。（平成28年1月発表会）

宮城県の取組事例

ものづくり産業支援ノウハウを活用した 水産加工業の支援

■事業目的

震災により甚大な被害を受け、最も回復が遅れている水産加工業について、「ものづくり産業」として捉え直し、経済商工観光部と農林水産部が協働して必要な支援体制を整備し、水産加工業支援を行うもの。

■支援体制

- (1) 水産加工業ビジネス支援室の設置
みやぎ産業振興機構の事業支援課内に水産加工業ビジネス支援室を設置。
- (2) コーディネーター（水産加工業ビジネス支援担当）の配置
みやぎ産業振興機構ビジネスプラン支援プロジェクトチーム内に水産加工業ビジネス支援担当のコーディネータを配置。
- (3) 関係機関と連携した支援
みやぎ産業振興機構内の他部署や県はもちろんのこと、国や市町村、その他支援機関等と連携。

■事業内容

水産加工業者の課題に応じた支援メニューの提案を行うとともに、定期的なフォローアップを行う。

- ・生産性改善支援
- ・企業グループによる経営研究支援 等

「東北復興水産加工品展示商談会 2016」開催状況報告

1. 趣旨	<p>東日本大震災から5年が経過し、甚大な被害を受けた東北地区の水産加工業者の多くは、生産体制は整ったものの再開するまでの間に取引先を失われたことや風評被害で売上の回復が遅れている状況が続いている。東北地区の水産業界全体の震災からの復興を目的に、販路開拓・情報発信の拡大を図りながら、仕事に繋がる、繋げる展示商談会を2015年に引き続き開催した。</p> <p>【東北地方水産業のビジネスニーズとチャンスの創出】 【バイヤーの引き合いチャンネルを拡充】 【出展者間の交流と連携の促進】</p> <div style="text-align: right;">  <p>テーマ 繋がる・繋げる 「展示・商談会」</p> </div>
2. 主催	<p>復興水産加工業販路回復促進センター 【構成団体】東北六県商工会議所連合会、(一社)大日本水産会、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</p>
3. 日時	<p>平成28年6月7日(火)～6月8日(水)≪2日間≫ 7日:10:30～17:00、8日:10:00～15:00</p>
4. 場所	<p>仙台国際センター展示棟(仙台市地下鉄東西線 国際センター駅下車徒歩1分)</p>
5. 後援	<p>水産庁、復興庁、中小企業庁、ジェトロ、日本商工会議所、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、仙台市</p>
6. 来場者数	<p>6月7日 3,100名 8日 1,900名 <u>計5,000名</u></p>
7. 展示商談会	<p>展示ブースを設置し専門家指導の実践の場として、来場者へ商品のPR・商談を行った。被災地域の水産加工業者：<u>118社</u></p> <p>①青森県14社 ②岩手県30社 ③宮城県64社 ④福島県7社 ⑤茨城県3社</p> <p>◆展示ブースでの商談結果(10月アンケート回収中/71社回答)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・成約139件(うち新規取引先100件、既存取引先39件) ・商談継続中147件(うち新規取引先109件、既存取引先38件)
8. 個別商談会	<p>国内外の有力バイヤーを招聘し、具体的提案及び指導を受け、顧客ニーズに対応した新商品開発や企画提案を行うビジネスマッチング型の個別商談会を行った。</p> <p>①国内バイヤーとの個別商談 53社招聘 ⇒ <u>計600商談</u> (バイヤーカテゴリー：百貨店14、スーパー14、ホテル飲食7、卸商社16、その他2)</p> <p>◆最終判定結果：成約89件(14.8%)、継続商談217件(36.2%)、不成立294件(49.0%)</p> <p>②海外バイヤーとの個別商談 4社招聘 ⇒ <u>計40商談</u> (米国、シンガポール、ベトナム、マレーシア)</p> <p>◆当日判定結果：成約8件(21.1%)、継続商談30件(78.9%)</p> <p>③国内バイヤーとのお仕事マッチング個別商談 3社 ⇒ <u>計38商談</u></p> <p>◆最終判定結果：成約8件(21%)、継続15件(39%)、不成立15件(40%)</p>
9. 出展企業からのプレゼンPR	<p>テーマを3つ設定し、各バイヤーに向け出展者の商品や企画のプレゼン・PRを行った。</p> <p>①量販店向け:2社、②外食向け4社、③ギフト・その他2社</p>
10. オープニングセレモニー	<p>日時：6月7日10:00～ 参集範囲：ご来賓、主催者、出展者、報道各位</p>

<p>11. セミナー・パネル ディスカッション</p>	<p>① 「震災から5年～被災地水産加工業の課題と対策」フォーラム 聴講者 72名</p> <p>② 「水産加工品の販路回復・開拓への取組み」パネルディスカッション 聴講者 43名</p> <p>③ 「具体例から知るハラル市場開拓のチャンス」講座 聴講者 58名</p> <p>④ 「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 聴講者 79名</p> <p>⑤ 「輸出入門」& 「輸出へのパスポート～HACCP」セミナー 聴講者 76名</p>
<p>12. 各会議所 PR ブース</p>	<p>出展地域の各漁港施設や水産物のブランド化などの取組みをブースで展示 PR した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・八 戸：八戸前沖さばブランド推進協議会による八戸前沖さばの“おいしさ”を紹介 ・宮 古：復興庁「結の場」事業、「復興応援キリン絆プロジェクト」による水産業支援 ・釜 石：釜石の魚食文化 PR「さんまみりん干し」 ・大船渡：大船渡魚市場の高度な鮮度管理、衛生管理の紹介 ・気仙沼：気仙沼が水揚げ日本一を誇る“メカジキ”の魅力を紹介 ・石 巻：いしのまきの水産を紹介 ・塩 釜：地元産品を活用したメニュー提案事業“しおがま屋”の紹介 ・仙 台：伊達な商談会～販路開拓への取組み紹介 ・相 馬：“いなだ”を活用した6次化新商品の紹介
<p>13. 関係機関協賛 ブース</p>	<p>宮城県産地魚市場協会、宮城県漁協、福島県漁協、水産物流通対策ネットワーク、積水化成品東北、大阪シーリング印刷、石巻専修大学、宮城県水産高校、仙台白百合女子大学</p>
<p>14. 各種相談ブース</p>	<p>復興水産販路回復アドバイザー相談コーナー（アドバイザー32名）、日本百貨店協会</p>
<p>15. 事前指導説明会 ・セミナー</p>	<p>展示商談会に向け、復興アドバイザーによるセミナーを開催した。</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 【八 戸】開催日：4月14日、八戸市水産会館（聴講者22名） 講 師：中島水産(株) 営業本部商品開発部長 田中 修 氏 ② 【石 巻】開催日：4月19日、石巻商工会議所（聴講者23名） 講 師：仙台商工会議所 震災復興販路回復・拡大支援事業コーディネータ 遠藤 光好 氏 ③ 【気仙沼】開催日：4月21日、気仙沼魚市場（聴講者20名） 講 師：水産マネジメントサービス(株) 代表取締役社長 北館 裕志 氏 ④ 【大船渡】開催日：4月22日、大船渡商工会議所（聴講者9名） 講 師：水産マネジメントサービス(株) 代表取締役社長 北館 裕志 氏 ⑤ 【塩 釜】開催日：4月28日、塩釜商工会議所（聴講者29名） 講 師：宮城大学 地域連携センター 教授 鈴木 康夫 氏 ⑥ 【釜 石】開催日：5月10日、釜石商工会議所（聴講者9名） 講 師：仙台商工会議所 震災復興販路回復・拡大支援事業コーディネータ 佐久間 氏・前嶋 氏 ⑦ 【宮 古】開催日：5月11日、宮古商工会議所（聴講者10名） 講 師：中島水産(株) 営業本部商品開発部長 田中 修 氏 ⑧ 【いわき】開催日：5月13日、いわき商工会議所（聴講者4名） 講 師：(株)アールピーアイ 執行役員 大島 肇 氏

<p>16. フォローアップ指導 セミナー・相談会</p>	<p>①【八戸】開催日：8月25日、八戸商工会館（聴講者16名） 講師：オイシックス(株) 執行役員 商品本部長 力丸 進吾 氏 講師：宮城県物流対策協議会 塩釜陸運(株)営業部長 浅田 晋一氏</p> <p>②【石巻】開催日：8月18日、石巻商工会議所（聴講者24名） 講師：(有)フードホール代表取締役 細川 良範 氏</p> <p>③【塩釜】開催日：8月18日、塩釜商工会議所（聴講者23名） 講師：(有)フードホール代表取締役 細川 良範 氏</p> <p>④【大船渡】開催日：9月1日、大船渡商工会議所（聴講者22名） 講師：(株)電通 ビジネス・クリエーション・センター エグゼクティブディレクター 金井 毅 氏</p> <p>⑤【宮古】開催日：10月13日、宮古商工会議所（聴講者18名） 講師：(株)JFI 参与、(一社)日本食育者協会 顧問 榎谷 正義 氏</p> <p>⑥【釜石】開催日：10月25日、イオンタウン釜石（聴講者23名） 講師：日経BPヒット総合研究所 上席研究員 渡辺 和博 氏</p> <p>⑦【大船渡】開催日：11月15日、大船渡商工会議所（聴講者34名） 講師：スモールマーケティングオフィス(同) チーフマーケティングプロデューサー 木村 俊朗 氏</p> <p>⑧【釜石】開催日：11月18日、イオンタウン釜石（聴講者16名） 講師：オイシックス(株) 執行役員 商品本部長 力丸 進吾 氏</p> <p>⑨【仙台】開催日：11月25日、ホテルメトロポリタン仙台（聴講者140名） パネルディスカッション コーディネーター：(株)バイヤーズガイド 社長 永瀬正彦 氏 パチスロ：日本貿易振興機構(JETRO) 地域統括センター長(兼)仙台貿易情報センター所長 長谷川 雅也 氏 (株)阿部長商店 代表取締役 阿部 泰浩 氏 末永海産(株) 代表取締役社長 末永 寛太 氏 (株)電通 ビジネス・クリエーション・センター 金井 毅 氏</p> <p>⑩【気仙沼】開催日：11月24日、12月1日、8日（全3回）、ホテル一景閣 （聴講者35名） 講師：ホライズンコンサルティンググループ(株) 代表取締役社長 庄司 和弘 氏、 海外事業部長 齋藤 慎太郎 氏、東南アジアコンサルタント 中 正宏 氏</p> <p>⑪【相馬】開催日：1月21日、双葉相馬漁協（聴講者25名） 講師：水産庁増殖推進部 研究指導課 漁業監督指導官 高瀬 力 氏 水産業地域活性化研究会・静岡 代表 山下 光夫 氏</p> <p>⑫【八戸】開催日：1月24日、八戸パークホテル（聴講者28名） 講師：(一社)日本舶用工業会 業務部担当部長 主任研究員 江頭 博之氏</p>
<p>17. 商品ブラッシュ アップ支援事業</p>	<p>各分野の専門家が、出展者118社の展示ブースをまわり、展示している商品进行评估し、各社の商品カルテとして出展者へ配付済。</p> <p>【専門家8名の内訳／総合視点：(株)電通、卸売視点：国分（流通卸売業）、海外視点：ワサイト（物流コンサル）、外食視点：フーディン（水産流通プラットフォーム）、小売視点：ライズ（流通小売業コンサル）、女性視点：首都圏在住の女性による評価】</p>

	<ul style="list-style-type: none">●ブラッシュアップシート作成支援：5社●専門家相談：10社（2会場：石巻（8/25）、塩釜（8/26））
18. 交流懇談会	日時：6月7日（火）17：30～19：00 場所：レセプションホール桜 参集者：来賓、個別商談参加バイヤー、出展者、各商工会議所担当者 計250名

「東北復興水産加工品展示商談会 2017」開催概要

1. 趣旨	<p>東日本大震災から間もなく6年が経過し、甚大な被害を受けた東北地区の水産加工業者の多くは生産体制が整ったものの、再開するまでの間に取引先を失われたことや風評被害で売上の回復が遅れている状況が続いている。東北地区の水産業界全体の震災からの復興を目的に、販路開拓・情報発信の拡大を図りながら、仕事に繋がる、繋げる展示商談会を2016年に引き続き開催する。</p> <p>【東北地方水産業のビジネスニーズとチャンスの創出】 【バイヤーの引き合いチャンネルを拡充】 【出展者間の交流と連携の促進】</p> <div style="text-align: right;">  <p>＜テーマ＞ 繋がる・繋げる 「展示商談会」</p> </div>
2. 主催	<p>復興水産加工業販路回復促進センター 【構成団体】東北六県商工会議所連合会、(一社)大日本水産会、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</p>
3. 日時	<p>平成29年 6月6日(火)～6月7日(水) ≪2日間≫ 6日/10:30～17:00、7日/10:00～15:00</p>
4. 場所	<p>仙台国際センター展示棟 (仙台市地下鉄東西線 国際センター駅下車徒歩1分)</p>
5. 目標来場者数	<p>6月6日 3,000名 7日 2,500名 計 5,500名</p>
6. 出展業者数	<p>被災地域(青森県、岩手県、宮城県、福島県、茨城県)の水産加工業者 114社</p>
7. 出展負担金	<p>10,000円</p>
8. 企画内容	<p>(1)展示商談会 展示ブースを設置し、専門家指導の実践の場として、来場バイヤーに対し商品のPR・商談を行う。</p> <p>(2)個別商談会 国内外の有力バイヤーを招聘し、具体的提案及び指導を受け、顧客ニーズに対応した新商品開発や企画提案を行うビジネスマッチング型の個別商談会を行い、成約率の向上を図る。 ①国内バイヤーとの個別商談 ②海外バイヤーとの個別商談 ③バイヤーニーズを収集・調整型個別商談</p> <p>(3)出展企業から新商品のPR ①出展者が来場者に対し、ステージにて新商品のPRを行う。 ②地域フェアを企画、提案する。地域商品を並べて陳列棚単位での売り方を提案する。</p> <p>(4)セミナー・パネルディスカッション 販路回復の課題解決、顧客提案に対応する商品力の強化、業界トレンドの情報収集等をテーマに、流通バイヤーや業界専門家等を講師に招きセミナーやパネルディスカッションを開催する。</p> <p>(5)商品ブラッシュアップ支援事業 ①会場内での出展商品等評価 出展者を対象に、商談会会期中に流通専門家(小売・外食・卸売等)の視点から商品やブース構成、プレゼンテーション手法等について評価を実施</p>

	<p>②スタートアップセミナー（事前勉強会）の開催 商談の為の具体的なノウハウ習得や希望出展者を対象とした相談窓口によるフォローアップを実施</p> <p>③ブラッシュアップセミナー（個別フォローアップ）の実施 展示会終了後、今後に向けたフォローアップを実施（例 セミナー・メール等）</p>
(6)地域のパネル展示	出展地域の各漁港施設や水産物のブランド化などの取り組みをパネル展示する。
(7)関係機関ブース	（被災地域の水産加工業復興支援に取り組む関係機関の展示ブースを設ける。）
(8)各種相談ブース	“復興水産販路回復アドバイザー”による相談コーナーを設け、新商品開発、販路回復、新規開拓に関する指導、助言を行う。
(9)事前指導セミナー	展示商談会に向け、復興アドバイザー等を講師に自社商品の効果的なPR、商談力アップのポイントに関するセミナーを開催する。（各地）
(10)フォローアップセミナー & 指導相談会	展示商談会終了後、商談成約率を高めるためフォローアップセミナー及び指導相談会を開催する。（各地）
9. オープニングセレモニー	日時：6月6日 10：00～ 参集範囲：来賓、主催者、出展者、報道各位
10. 交流懇談会	<p>日時：6月6日（火）17：30～19：00</p> <p>場所：レセプションホール桜 会費：5,000円</p> <p>参集者：来賓、個別商談参加バイヤー、出展者、各商工会議所担当者 計 250名</p>

■ブースサイズ（間口 3000×奥行 2000×高さ 2400）

■社名サイン（W1500×H800）



■ブースイメージ



東日本大震災被災地域の水産加工品を海外に売り込め！

販路回復・開拓パネルディスカッション

1. 期 日 平成28年11月25日(金) 13:00~15:30
2. 場 所 ホテルメトロポリタン仙台 3F 曙 (仙台市青葉区中央1-1-1)
3. 内 容 【第一部】講演:「三陸地域の水産加工業等進行に向けた取組」について
【第二部】パネルディスカッション
4. パネリスト ①日本貿易振興機構(JETRO)地域統括センター長(東北)
兼 仙台貿易情報センター所長 長谷部 雅也 氏
②SANRIKUブランド水産物輸出プロモーションチーム会長
(株)阿部長商店 代表取締役 阿部 泰浩 氏
③石巻復興水産加工品「日高見の国」輸出グループ幹事会社
末永海産(株) 代表取締役社長 末永 寛太 氏
④(株)電通 ビジネス・クリエーション・センター
エグゼクティブディレクター 金井 毅 氏
5. コーディネータ (株)バイヤーズ・ガイド 代表取締役社長 永瀬 正彦 氏
6. 主 催 復興水産加工業販路回復促進センター 構成員 東北六県商工会議所連合会
他水産3団体 (共催:三陸地域水産加工業等進行推進協議会)
5. 参 加 者 140名



冒頭に主催者を代表して挨拶を述べる鎌田会頭 (右席)水産庁漁政部加工流通課の佐藤課長、東北経産局の田川局長



三陸地域水産加工業等振興推進協議会(事務局東北経済産業局)田川局長が講演。事業者・支援団体が広域に連携することの重要性について講演を行った。



会場は水産加工品を取り扱う事業者・食品商社・物流関係者・支援機関・行政関係者など定員を超える140名が熱心に聞き入った。



パネラーは実際に海外展開を行っている事業者と支援団体とで構成。統一ブランドとしてのSANRIKU商品開発と市場の動向について多方面から活発な意見が出された。

2016年度の活動状況と成果

●【青森】活動概況

- ①6月販路拡大セミナーおよびバイヤー招聘商談会
- ②8月水産物拡大イベント(八戸)
※岩手県の企業も参加
- ③11月青森県輸出促進協議会主催による「青森フェア」(於米国・シアトル、ポートランド)

●【岩手】活動概況

- ①海外展示会・商談会 (Food Taipei, Food Expo) への出展支援・現地での商談支援
- ②岩手県との共催で「いわて県産品総合商談会in 台北」を実施。現地にて商談支援。
- ③「水産物輸出・HACCPセミナーin 宮古」の開催 (東北では唯一のHACCPセミナー)

●【宮城】活動状況

- ①各種セミナーの開催
- ②海外バイヤー招聘商談会の開催
- ③石巻や仙台空港民営化での共同輸出の支援
- ④新たな共同輸出ニーズ(気仙沼、塩釜)への対応と枠組み作り支援



主な成果 (金額はいずれも見込み含む)

- ・(青森)「水産物輸出拡大イベントin八戸」での輸出成約額: 約800万円
- 「青森フェア」での三陸地域の水産物の販売額(輸出額)は400万超
- ・(岩手)開催・実施した関連イベントによる商談成果合計は1億660万円(2016年10月時点)
- ・(宮城)2016年11月までの三陸地域の水産加工業者の海外輸出成約額は、6,650万円。



ジェトロ青森
ジェトロ盛岡
ジェトロ仙台

●東北地域での連携事業●

- ①6月「東北復興水産加工品展示商談会」での海外バイヤーとの商談会。
※4ヶ国4バイヤー、参加企業35社、商談件数46件
- ②11月米国・ロサンゼルスでの販路開拓支援およびセールスステップによる米国企業・レストラン向け代行営業。参加企業: 30社
- ③11月「ビジネスマッチ東北2016」での海外バイヤーとの商談会。※4ヶ国5バイヤー、参加企業21社、商談件数35件



合計: 約1億8,510万円

JETRO 広域連携 東北「三陸ブランド」支援への今後2～3年の取り組み

2016年度以降の活動（案）

◇三陸ブランド検討委員会との連携◇

- 東北経産局が主導する「三陸地域水産加工業等振興推進協議会」(三陸ブランド検討委員会)との連携強化。
- 最終報告が来年初頭にはなされる予定。同委員会の最終報告に沿った形で、三陸ブランドの振興事業で協力予定。
- 具体的には、三陸地域のシンボルのPR等を同委員会での検討結果を踏まえて実施する。

◇「三陸地域水産事業者支援」関連事業(案)

【仙台、青森、盛岡：広域での取り組み】

- 自治体と連携した海外展示会・商談会への出展支援を引続き行う。
- 仙台「東北復興水産加工展示商談会」等での海外バイヤー招聘商談会の開催。

ジェトロ青森
ジェトロ盛岡
ジェトロ仙台

三陸地域水産加工業等推進振興
協議会

連携

ジェトロ(青森、岩手、仙台)

ブランド構
築支援

関連事業
(見本市・
商談会・セ
ミナー等)
の実施

地域の共
同輸出へ
の取り組
み支援

例)・バイヤー招聘にあわ
せたジャーナリスト招聘。
・産業観光ツアーの実施等。

例)阿部長商店など三陸
地域の共同輸出グループ
への支援。

水産加工業における 販路回復に向けた取組について

1. 東日本大震災からの水産業の復旧状況

○ 被災した漁港の99%が陸揚げ可能。水産加工施設も9割以上で業務再開。

項目	被害状況	進捗状況 (%)					備考		
		0	20	40	60	80		100	
漁港 (29年1月末時点)	319漁港が被災	82% (262漁港で全延長の陸揚げ機能が回復)					17% (54漁港で部分的に陸揚げ機能が回復) (2漁港)	1%	岩手県 100% (108漁港/108漁港) 宮城県 99% (141漁港/142漁港) 福島県 80% (8漁港/10漁港)
漁船 (28年12月末時点)	約2万9千隻の漁船が被災	92% (18,439隻が復旧)							岩手県 8,852隻 宮城県 7,284隻 福島県 362隻
加工流通施設 (産地市場は29年1月末時点) (水産加工施設は28年12月末時点)	被災3県で被害があった産地市場は34施設	68% (被災3県) (23施設が業務再開)							岩手県 100% (13施設) 宮城県 100% (9施設) 福島県 8% (1施設)
	被災3県で被災した水産加工施設のうち、再開を希望するものは804施設	91% (被災3県) (729施設が業務再開)							岩手県 92% (183施設) 宮城県 94% (424施設) 福島県 81% (122施設)

(水産庁「東日本大震災による水産への影響と対策 平成29年3月」より抜粋)

岸壁の復旧事例(岩手県田野畑村:島の越漁港)

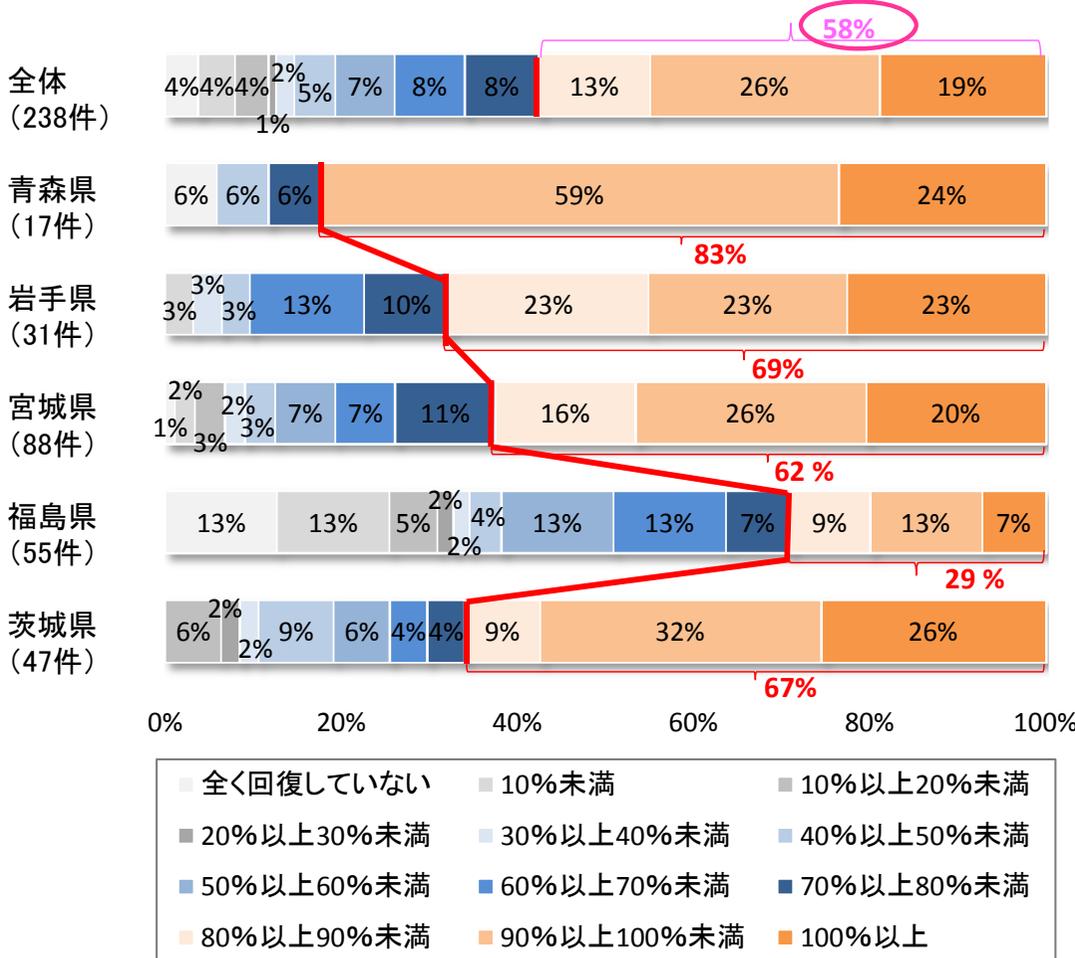
水産加工流通施設の復旧事例(宮城県石巻市)



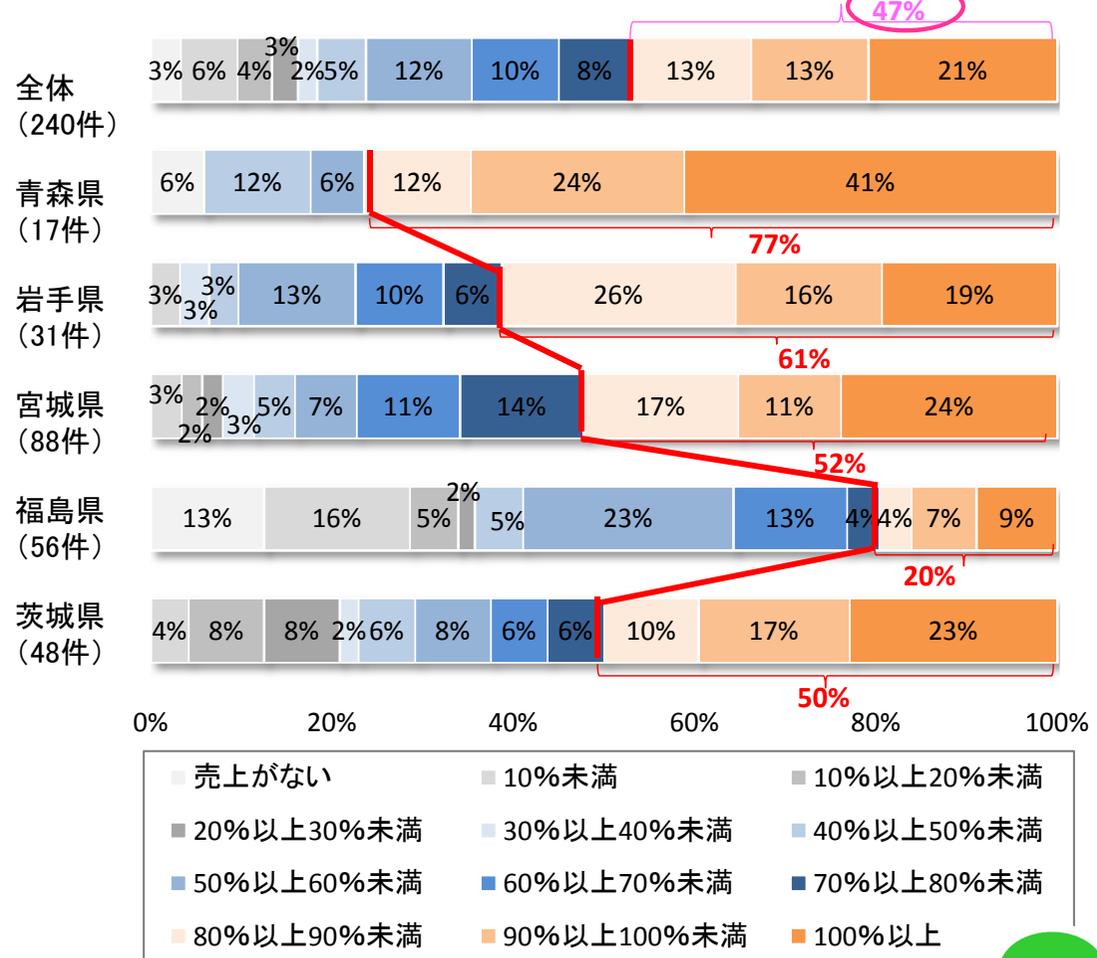
2. 被災地の水産加工業の復興状況について

- 被災地の水産加工業の復興状況について、H28年11月～H29年1月に4回目のアンケート調査を実施。
- 青森県、岩手県、宮城県、福島県、茨城県の5県全体では、生産能力が8割以上回復した業者は58%である一方、売上が8割以上回復した業者は47%であり、依然として生産能力の回復より遅れ。

生産能力の回復状況



売上の回復状況

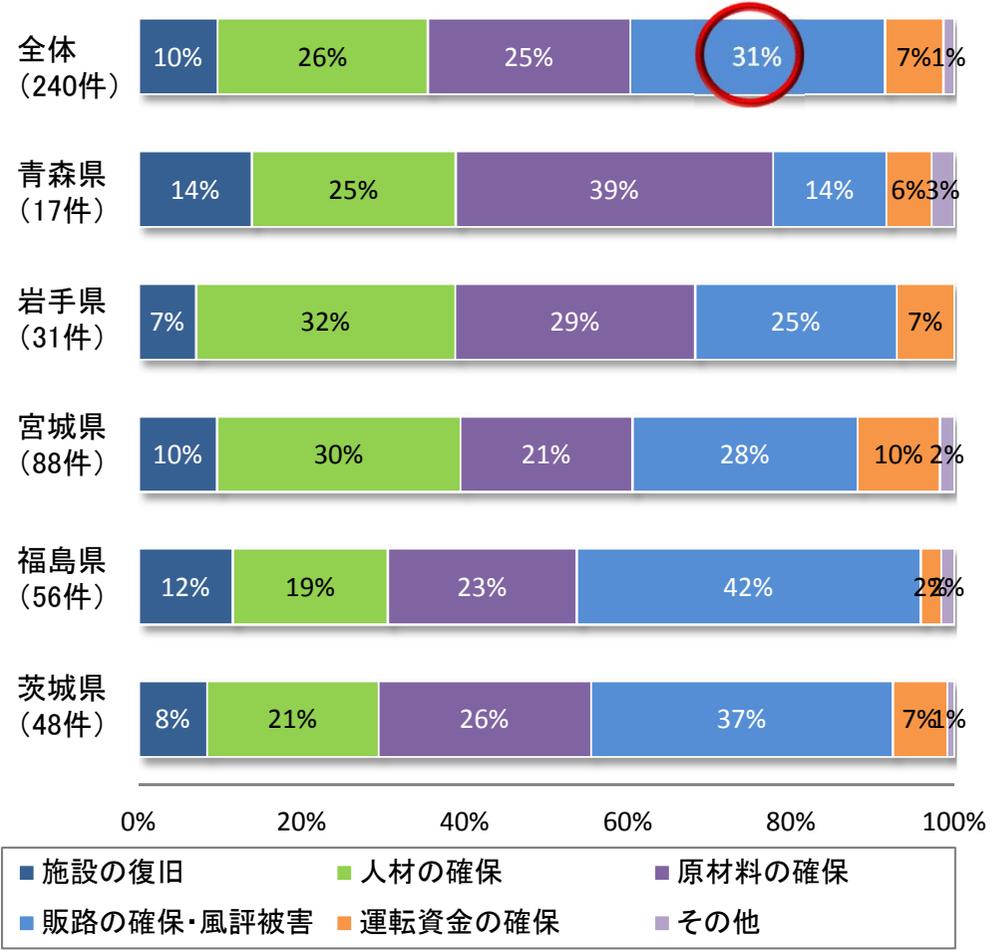


資料:平成29年2月27日公表 水産庁「水産加工業者における東日本大震災からの復興状況アンケート(第4回)」

3. 被災地の水産加工業の復興における問題点

- 復興における問題点は、販路の確保・風評被害が31%で最も多い。次いで、人材不足、原材料の確保も課題として挙げられている。
- 被災後に新商品開発や新たな販売先の開拓等に取り組み、成功している事例もみられる。

復興における問題点



被災地の販売に係る成功事例

地域	事例
A社 (青森県)	加工機器の増設により既存・新規顧客のニーズを細部まで満たす製品づくりを実現するとともに、業務用に特化した商品を増やすことで、売上が増加。また、衛生管理の強化並びにコスト削減により、委託加工を受託することが可能となった。バイヤー招聘や出張によるプレゼン、商談、試作品のPR、試供品の配付等を積極的に行ったことにより、売上が回復。
B社 (岩手県)	時代のニーズに合わせた新商品（いか塩辛等）を開発。また、販売面では、地域で新ブランドを立ち上げ、催事・アウトレット店舗へ参加して商品を販売した他、自社ホームページを開設して商品等を紹介するなどの取組を行い、売上が回復。
C社 (宮城県)	他社からの委託加工を請け負うとともに、震災前の扱い数量が少なかった前浜で漁獲される漁獲物の加工も新たに取り組んだ。社長自ら全国への営業活動を行うとともに、営業利益の追求など様々な経営努力を行い、売上が回復。
D社 (福島県)	深絞り包装機等を利用してパッケージを改良した新商品（ブリ大根、イカ大根等）を開発し、積極的な営業を展開した結果、大手量販店に品質を認められ取引が開始。
E社 (茨城県)	主力商品（シラス干し）に関し、従来の販売先ではなく、新規販売先である外食産業・コンビニへの販売強化を行うとともに、得意先と連携しながら輸出の強化も行い、売上が回復。

資料：平成29年2月27日公表 水産庁「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4回)」

4. 復興水産加工業等販路回復促進事業(平成28年度予算額)

【平成28年度予算額1,802(951)百万円】

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。

補助対象

- ①復興水産加工業等販路回復促進指導事業
販路回復等に向けた個別指導経費、セミナー開催経費等を支援
- ②水産加工業等販路回復取組支援事業
個別指導を踏まえた取組に必要な加工機器整備費、放射能測定機器導入費、マーケティング経費等を支援
- ③加工原料等の安定確保取組支援事業
被災地において加工原料を確保するため遠隔地から調達する際の運賃の掛かり増し経費の一部等を支援

補助率

- ① 定額
- ② 定額、2/3以内
- ③ 1/2以内

事業実施期間

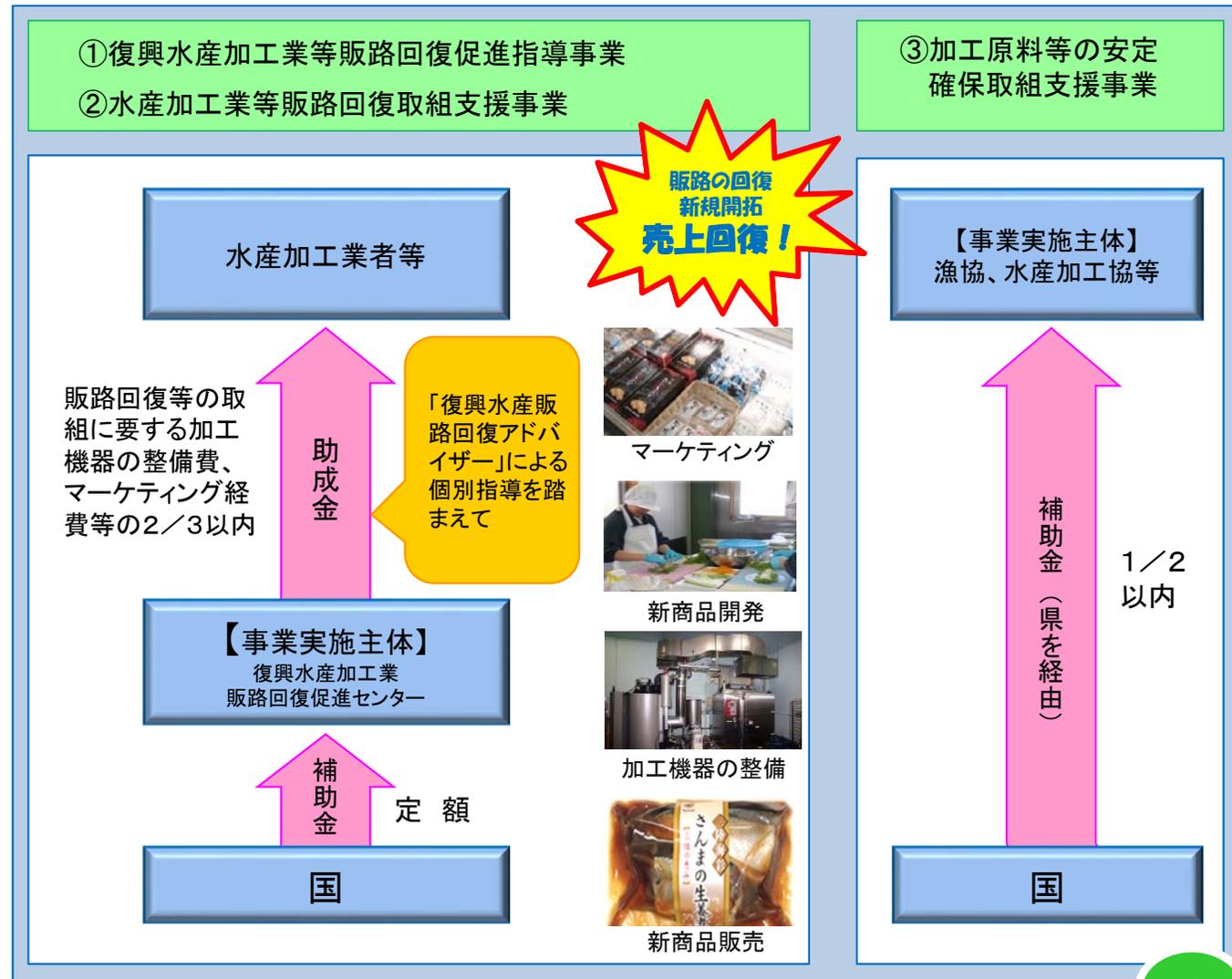
平成24年度～平成32年度

事業実施主体

- ①、② 復興水産加工業販路回復促進センター
- ③ 漁業協同組合、水産加工協同組合等

交付先

- ①、② 復興水産加工業販路回復促進センター
- ③ 漁業協同組合、水産加工協同組合等



5. 復興販路回復アドバイザー活動実績

1. アドバイス先

平成26年度	22社 (25回)
平成27年度	170社 (290回)
平成28年度	134社 (199回) (平成29年1月現在)

2. イベント等へ参加

平成26年度

事例

平成26年11月2日に東京・築地市場で開催された「Fish-1グランプリ2014」で、アドバイザーの取組をPR。



平成28年度

事例

平成28年6月7日～8日の2日間、仙台国際センターで開催された「東北復興水産加工品展示商談会2016」で、相談コーナーを設置し、水産加工業者へ助言。



3. 具体的アドバイス

平成26年度～平成28年度

事例1

宮城県の水産加工業者に対し、ホヤを食べる文化が根付いていない西日本地域への販路開拓をアドバイス。
さらに、関東でもラウンドからの処理方法が分からず仕入れをしない外食店へ、扱いやすいむき身（冷凍）の珍味製品や干物などの販売にチャレンジするための試作品づくりを支援。

事例2

岩手県の水産加工業者が地元産の規格外ホタテと、同じく地元産の天然塩を原料に和風ドレッシングを開発・製品化。
ホタテの旨みがつまったドレッシングは、大変好評で、アドバイザーによるマッチングにより大手コンビニエンスストアも関心を示している。
現在、更なる増産体制の構築に向けて検討を行っている。

事例3

岩手県の水産加工業者が三陸産のカキ、ホタテ等の魚介類を原料に冷製燻製を開発・製品化。
素材の旨みが引き立つ燻製は、商品価値は高いものの販路の確保に苦慮。
今回、アドバイザーによるマッチングにより大手コンビニエンスストアとの取引が成立。今後はパッケージの改良等により、更なる商品価値の向上を目指す。

6. 東北復興水産加工品展示商談会2016 開催実績

目的

東北地区の水産業界全体の震災からの復興を目的に、販路開拓・情報発信の拡大を図りながら、仕事に繋がる、繋げる展示商談会を2015年に引き続き開催。

1. 開催日 平成28年6月7日（火） 10:00~17:00
平成28年6月8日（水） 10:30~15:00

2. 場所 仙台国際センター（仙台市青葉区青葉山無番地）

3. 主催 復興水産加工業販路回復促進センター
【構成員】
東北六県商工会議所連合会、（一社）大日本水産会
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

4. 出展者 青森県・岩手県・宮城県・福島県・茨城県の沿岸部の水産加工業者118社

5. 来場者 5,000人（二日間の延べ数。バイヤー・出展者等の合計）

6. 内容

- (1) 展示商談会
- ・ 展 示：118ブース（青森14、岩手30、宮城64、福島7、茨城3）
 - ・ 招待バイヤー商談：600商談
 - ・ 海外商談：38商談
 - ・ お仕事マッチング型商談会：38商談

(2) セミナー

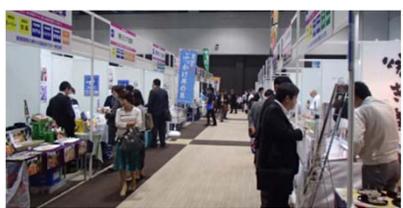
「震災から5年～被災地水産加工業の課題と対策」フォーラム
「水産加工品の販路回復・開拓への取組み」パネルディスカッション
「具体例から知るハラル市場開拓のチャンス」講座
「アジア・アメリカ市場の現状と輸出ビジネス成功のヒント」パネルディスカッション
「輸出入門」&「輸出へのパスポート～HACCP」セミナー
「さかなと放射能（水産物における放射性物質の最近の状況について）」（水産庁）

(3) 各種コーナー

- ・ 復興水産販路回復アドバイザー相談コーナー：アドバイザー 32名
- ・ プレゼンステージPR企業：6社
- ・ 各種相談ブース：1ブース
- ・ 協力機関ブース：10ブース
- ・ 商工会議所紹介：9ブース

7. 商談数 600件（国内バイヤー商談数）

成立91件（15.2%）、継続商談139件（23.2%）（平成29年2月末現在）



出展ブース



セミナー



個別商談会

7. 平成28年度販路回復セミナー等開催実績(～平成29年2月末)

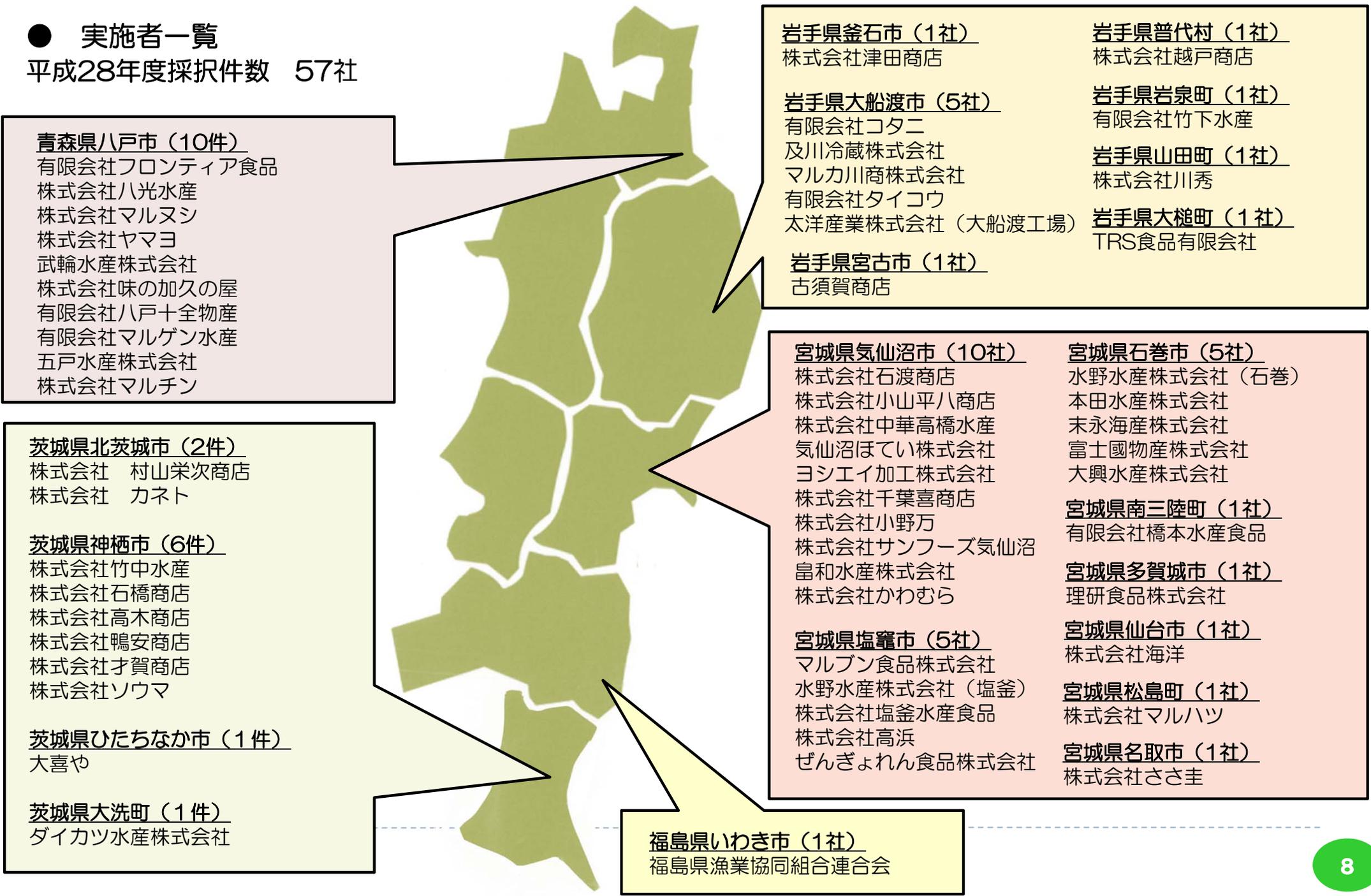
	内容	開催場所
4月	東北復興水産加工品展示商談会2016 スタートアップセミナー	青森県(八戸)
	東北復興水産加工品展示商談会2016 スタートアップセミナー	宮城県(石巻)
	東北復興水産加工品展示商談会2016 スタートアップセミナー	宮城県(気仙沼)
	東北復興水産加工品展示商談会2016 スタートアップセミナー	岩手県(大船渡)
	東北復興水産加工品展示商談会2016 スタートアップセミナー	宮城県(塩竈)
5月	東北復興水産加工品展示商談会2016 スタートアップセミナー	岩手県(釜石)
	東北復興水産加工品展示商談会2016 スタートアップセミナー	岩手県(宮古)
	東北復興水産加工品展示商談会2016 スタートアップセミナー	福島県(いわき)
6月	震災から5年～被災地水産加工業の課題と対策	宮城県(仙台)
	水産加工品の販路回復・開拓への取組み	宮城県(仙台)
	具体例から知るハラル市場開拓のチャンス	宮城県(仙台)
	「魚と放射能」放射能モニタリング体制と現在の状況について	宮城県(仙台)
	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	宮城県(仙台)
	「輸出入門」&「輸出へのパスポート～HACCP」	宮城県(仙台)
	「魚と放射能」放射能モニタリング体制と現在の状況について	宮城県(仙台)
8月	東北水産物・水産加工品の魅力とその販路開拓	東京都(江東区)
	「水産物ハラルセミナー」	東京都(江東区)
	東北復興水産加工品展示商談会2016 フォローアップセミナー	宮城県(石巻)
	東北復興水産加工品展示商談会2016 フォローアップセミナー	宮城県(塩釜)

	内容	開催場所
8月	「魚と放射能」—水産物の放射能調査について理解を深めるために—	東京都(江東区)
	復興水産加工業等販路回復促進事業の概要並びに支援事業の取組事例紹介等	東京都(江東区)
	東北復興水産加工品展示商談会2016 フォローアップセミナー	青森県(八戸)
9月	東北復興水産加工品展示商談会2016 フォローアップセミナー	岩手県(大船渡)
10月	「水産加工品の商品開発」について	岩手県(宮古)
	「ターゲティングと地域発商品開発のツボ」	岩手県(釜石)
	水産加工業販路拡大セミナー	青森県(八戸)
11月	「スモール・マーケティングを活用した商談会の事前対策」	岩手県(大船渡)
	「オイシックスのビジネスモデルに学ぶ!顧客ニーズをとらえる」	岩手県(釜石)
	「販路回復・開拓パネルディスカッション」	宮城県(仙台)
12月	「初めての海外販路開拓セミナー」1回目(全3回)	宮城県(気仙沼)
	「初めての海外販路開拓セミナー」2回目(全3回)	宮城県(気仙沼)
	「初めての海外販路開拓セミナー」3回目(全3回)	宮城県(気仙沼)
	欧州諸外国の水産加工事情	青森県(八戸)
1月	放射性物質検査状況について(水産庁) 水産業の現状と6次化商品の開発・流通について	福島県(相馬)
	欧州等諸外国の水産加工業や漁船事情	青森県(八戸)
2月	復興水産加工業販路回復促進事業の概要並びに支援事業の取組事例紹介	大阪府(大阪市)
	東南アジア・中東マーケットに向けた食材対応と味付けの工夫	大阪府(大阪市)
	魚と放射能 水産物の放射能調査について理解を深めるために	大阪府(大阪市)

平成28年4月から29年2月までに計38回開催

8. 平成28年度水産加工業販路回復取組支援事業実績

● 実施者一覧
平成28年度採択件数 57社



9. 水産加工業等販路回復取組支援事業による取組事例(H27年度採択案件)

事例その①

鮭加工業者 省人化による生産効率の向上

悩み

工場を新築し、設備的な能力は震災前と遜色ないものの、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。

改善策

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

支援・結果

✓ **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。コストの低減および生産能力の増強を図り、売上回復を目指す。

事例その②

サメ加工業者 新商品の開発

悩み

工場再開以降、積極的に新商品開発、新規取引先開拓等を行ってきたが、ふかひれの需要激減に伴う相場下落により、売上が落ち込んだままである。

改善策

- ふかひれだけに頼らない商品作り
- サメ全体の有効利用
地元では知られているサメ肉を使った新商品の開発を行う

支援・結果

✓ **新商品製造のための機器を導入**

✓ **試作品作成のための原魚買付費補助等**

サメ肉のヘルシーさもアピールしながら売上拡大を目指す。

事例その③

水産加工品業者 新商品の販売促進

悩み

さんまのミンチを餅生地で包んで団子状にした商品の売上げが伸びている中で、このシリーズのラインナップの増強を望む声がある。このニーズに対応して販路拡大したい。

改善策

- ターゲットの絞込を行い目標となるターゲットに向けた製造方法の改良
- 展示会での商品紹介
- パッケージ変更やパンフレット作成による販売促進 など

支援・結果

✓ **コンサルタント経費の補助**

✓ **展示会経費の補助**

✓ **パッケージパンフレット作成経費の補助**

営業の強化により新商品を含めたシリーズの販路拡大を狙う

10. お問い合わせ先

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

電話番号：03-3662-2040 FAX：03-3662-2044

○ 事業全体・支援事業に関して

全国水産加工業協同組合連合会（代表機関）

電話番号：03-3662-2040 FAX：03-3662-2044

○ 復興水産販路回復アドバイザーに関して

公益社団法人 日本水産資源保護協会

電話番号：03-6680-4277 FAX：03-6680-4128

○ セミナー・展示会に関して

一般社団法人 大日本水産会

電話番号：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）

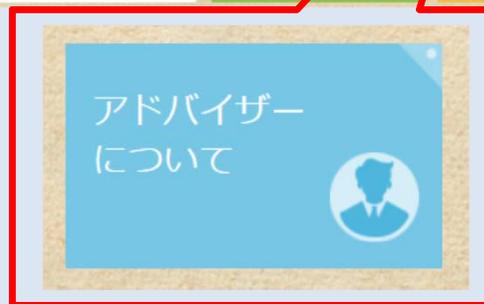
電話番号：022-265-8129 FAX：022-217-1551

【構成機関】

- ・全国水産加工業協同組合連合会（代表機関）
- ・公益社団法人 日本水産資源保護協会
- ・一般社団法人 大日本水産会
- ・東北六県商工会議所連合会

ウェブサイト

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



アドバイザーによる指導をご希望される方は、こちらのウェブサイトにある入力用フォームに必要事項をご記入のうえ、お申し込みください。

販路回復・開拓のための取組

- 販路回復等に向け、新商品開発等に必要な加工機器の整備や加工原料の確保等を支援。
- 水産物の国内消費が減少傾向にあること等も踏まえ、輸出を視野に入れた取組を支援(①)。
- 販路の回復・開拓等に向け、複数事業者のチーム化による取組を支援する予定(②)。

①輸出拡大モデル事業（平成28年度）

(事業例1)
広域連携による輸出拡大(青森、岩手、宮城)

3県の水産加工業者7社の連携による、東南アジア(フィリピン、タイ、シンガポール等)量販店における販路開拓活動を支援。
 20t・2,500万円の試験輸出を実施。



(事業例2)
若手リーダーの連携による輸出拡大(岩手、宮城)

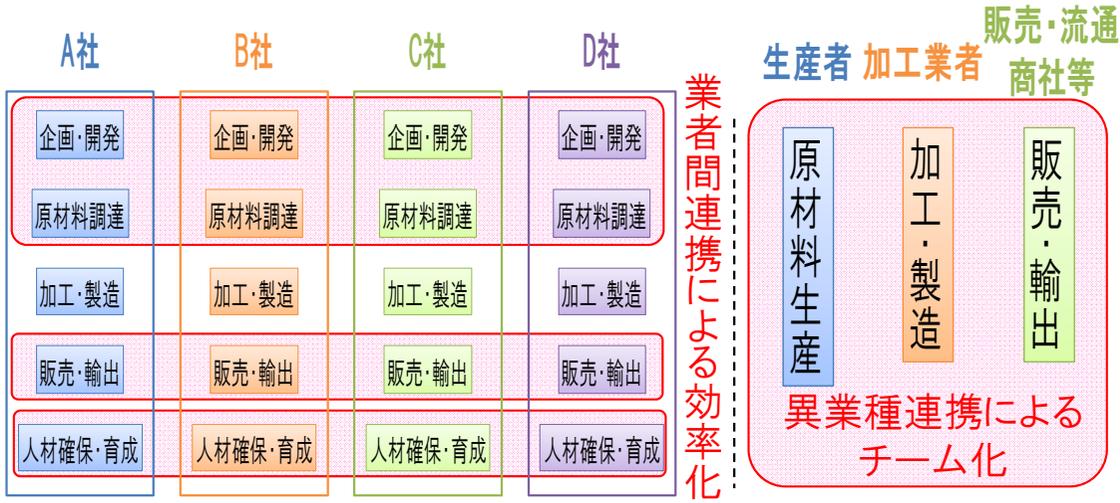
三陸の若手漁師等が連携し、共通のコンセプトの下、生食用カキ、ワカメ等を輸出する体制の構築や、東南アジア等への販路開拓活動を支援。
 岩ガキ700個・冷凍ホタテ貝柱1tの輸出を実施。



②チーム化による水産加工業等再生モデル事業（平成29年度）

【取組例】

- ・ 複数の水産加工業者等が連携して行う販売促進、輸出、人材確保、生産の効率化等に取り組むチーム化モデルの構築等の取組を実施。



輸出拡大モデル事業(平成27年度補正予算:1.8億円)

事業の目的・概要

- 被災地における輸出拡大モデルの構築等の先進的な取組を実施し、水産品・水産加工品を中心とした被災地産品の輸出拡大を推進。

取組概要

[販路開拓に向けたプロモーション]

○「北三陸産ウニ」の海外販路開拓(岩手)

輸出国(台湾、香港)でのマーケティングを行った上で、北三陸産のキタムラサキウニを用いた商品(生、ジュレ等)を開発し、現地での販路を開拓。



○ 高品質マグロ加工品の輸出拡大(福島)

国内や輸出国(北米、欧州)での商談会において、国内初となるEU・HACCP認証を受けた高品質の生食マグロ加工品のプロモーションを行い、販売チャンネルを拡大。



○ 現地シェフによる気仙沼食材の魅力発信(宮城)

気仙沼牡蠣等を使ったレシピコンテストをインドネシアで開催し、選ばれたシェフが、三陸食材の魅力を発信することにより、インドネシアでの三陸食材の認知度向上による輸出拡大。



[地域特産品の共同輸出体制の構築]

○ ワンストップ共同輸出モデル形成プロジェクト(宮城)

水産加工品や日本酒等の地域の特産品を、共同輸出するための体制を構築した上で、輸出国(香港、タイ、シンガポール)での商談会等を開催し、輸出事業の展開。



[広域連携での輸出体制の構築]

○ 広域連携による輸出拡大(青森、岩手、宮城)

3県の水産加工業者7社が連携し、東南アジア(フィリピン、タイ、シンガポール等)量販店における市場開拓と試験輸出、販促活動。



○ 若手リーダーの連携による輸出拡大(岩手、宮城)

三陸の若手漁師等が連携し、共通のコンセプトの下、生食用カキ、ワカメ等を輸出する体制の構築や、北米、東南アジア等への輸出。



○「日高見の国」輸出拡大促進事業(岩手、宮城)

水産加工業者が連携して商品開発と営業活動を行い、混載コンテナで輸出(東南アジア、米国等)することにより、効率的な輸出体制の構築と輸出に取組む水産加工業者の拡大。



[越境電子商取引(EC)販売の拡大]

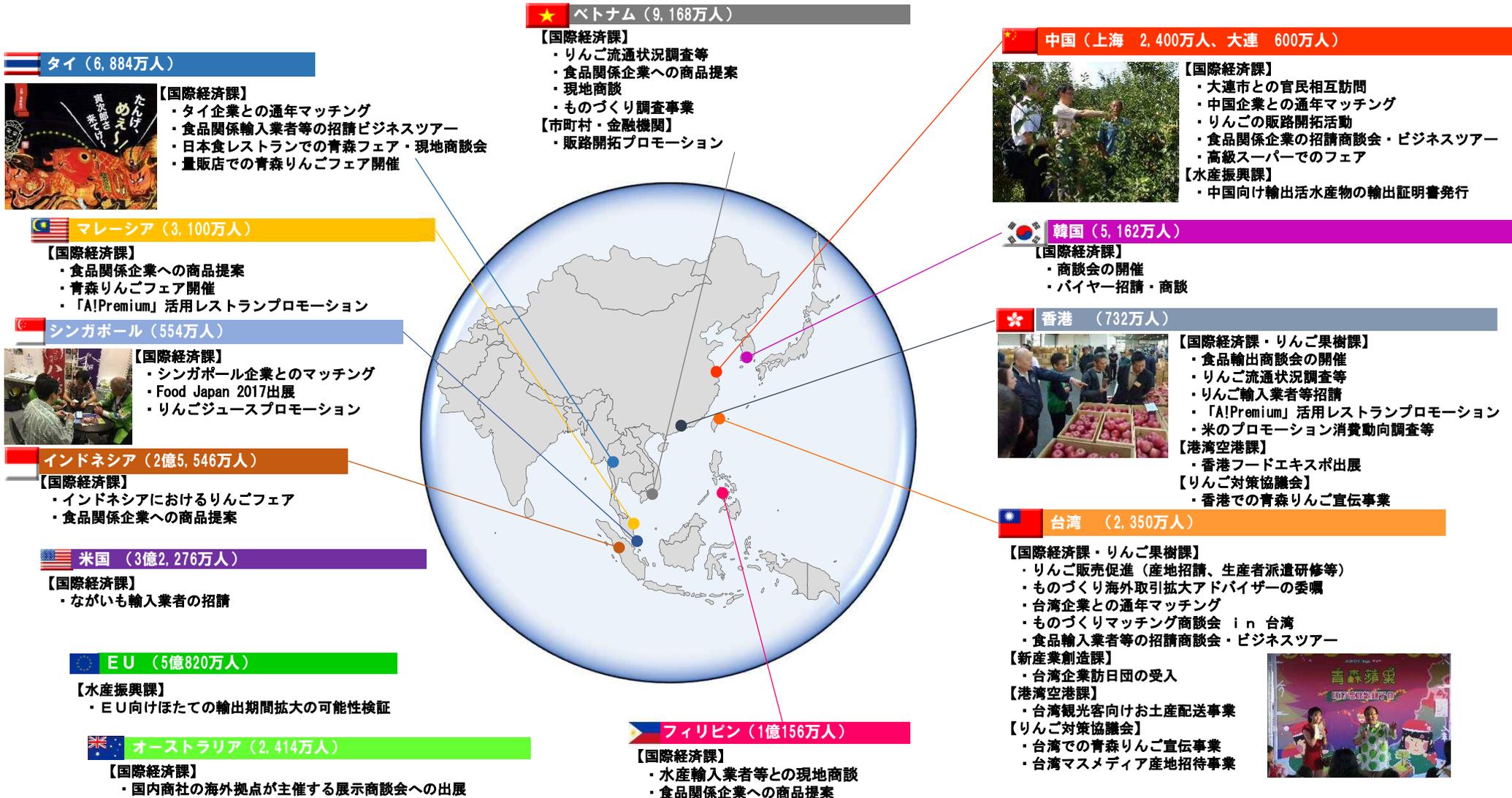
○ 東北水産加工品等のEC拡大モデル事業(東北全域)

ECを活用した東北水産加工品等の海外輸出を拡大するため、参加企業の掘り起し、対象市場(シンガポール)におけるプロモーション。



平成29年度における輸出促進に向けた取組について【青森県】

- 戦略目標** ◇農林水産品輸出額 210億円（基準年：H24年実績・・・102億円、H27年実績・・・248億円）
 ◇りんご輸出量 4万トン（基準年：H24年産実績・・・1.5万トン、H27年産実績・・・36,304トン）
- 最重点分野** 農林水産物・加工品 **重点分野** 工業製品・クールジャパン関連
- ターゲット** 東アジア・東南アジアを中心 一部欧米を視野



1 現状・課題

- ・売上が8割以上回復した企業52%、売上が5割に満たない企業は15%。要因としては、人材の確保が30%で最も多く、次いで、販路の確保・風評被害（28%）、原材料の確保（21%）と続く。（H28水産庁アンケート）
- ・水産加工品の製造品出荷額等が震災前の3分の2程度と、ハードの復旧に比べて、売上げの回復が遅れている。
- ・水産加工の有効求人倍率は3倍を超えており、人手不足が深刻な状況にある。
- ・手作業の多い労働集約型産業であることなどから、他製造業と比較すると生産性が低い状況にある。

2 施策展開

震災からの復旧・地域経済の活力向上のためには、ハードの復旧にとどまらず、産業としての活力を向上することによって、水産加工業の再生・持続的発展を果たす必要がある。

新商品開発

販路回復・開拓

- 水産都市活力強化対策支援事業
- 食産業ステージアッププロジェクト事業
- 県産食品海外ビジネスマッチングサポート事業
- 輸出基幹品目販路開拓事業
- 被災中小企業海外ビジネス支援事業
- 水産加工業販路共創加速化事業
- 水産加工業者のHACCP普及推進支援事業
- ベトナム・宮城県「三陸ブランド」プロモーション事業



平成28年度「MIYAGI SHOP」（ベトナム）



「みやぎ水産の日まつり」県産加工品の販促活動（JR仙台駅2階）

人材確保

- 水産加工業人材確保支援事業
（従業員宿舍整備事業）
（従業員通勤確保支援事業）
- 外国人技能実習生受入枠拡大特区活用

経営基盤強化

- ＜生産性の向上＞
 - ITを活用した水産加工業生産性向上実証事業
 - 水産加工業ビジネス復興支援事業（生産性改善支援）
- ＜協業化・企業間連携の促進＞
 - 水産加工業販路共創加速化事業（再掲）
 - 水産加工業ビジネス復興支援事業（再掲）（企業グループによる経営研究支援）

水産加工業支援に係る主な事業

事業名	輸出基幹品目販路開拓事業		食産業振興課																				
H28年度 予算額（最終）	19,171 千円	H29年度 予算額(当初)	29,000 千円																				
目的	<p>東日本大震災及び原発事故に伴う風評被害の影響により、県産農林水産物の販路は未だ回復しておらず、早急に販路回復・開拓を行う必要がある。</p> <p>一方、人口減少に伴い、国内消費市場の縮小が見込まれることから、海外市場の販路開拓が今後ますます重要になってくる。</p> <p>このため、県産農林水産物を輸出する際の基幹となる品目を定め、震災復興計画の期間内に重点的に事業を実施することにより、海外市場でのより実効的な販路開拓を行うもの。</p>																						
H28年度 事業概要・ 活動実績	<p><事業概要></p> <p>県産農林水産物を輸出する際の基幹となる品目を定め、輸出基幹品目のプロモーション及び継続的な取引に繋げるための取組を行うもの。</p> <p><事業実績></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <thead> <tr> <th style="width: 10%;">分野</th> <th style="width: 15%;">委託先</th> <th style="width: 10%;">対象国</th> <th style="width: 10%;">品目</th> <th style="width: 40%;">概要</th> <th style="width: 15%;">プロモーション時期</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">水産物</td> <td style="text-align: center;">(株)八葉水産</td> <td style="text-align: center;">香港 台湾</td> <td style="text-align: center;">ぎんざけ、ほや、のり、わかめ</td> <td>台湾裕毛屋において生ギンザケフェアを実施するとともに、香港において宮城フェア・商談会を実施。</td> <td style="text-align: center;">H28.7 H28.10</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">農畜産物</td> <td style="text-align: center;">センコン物流(株)</td> <td style="text-align: center;">ロシア</td> <td style="text-align: center;">いちご、米、日本酒</td> <td>大使館やレストラン、現地市場でのプロモーションを実施。</td> <td style="text-align: center;">H28.12 H29.2</td> </tr> </tbody> </table>					分野	委託先	対象国	品目	概要	プロモーション時期	水産物	(株)八葉水産	香港 台湾	ぎんざけ、ほや、のり、わかめ	台湾裕毛屋において生ギンザケフェアを実施するとともに、香港において宮城フェア・商談会を実施。	H28.7 H28.10	農畜産物	センコン物流(株)	ロシア	いちご、米、日本酒	大使館やレストラン、現地市場でのプロモーションを実施。	H28.12 H29.2
分野	委託先	対象国	品目	概要	プロモーション時期																		
水産物	(株)八葉水産	香港 台湾	ぎんざけ、ほや、のり、わかめ	台湾裕毛屋において生ギンザケフェアを実施するとともに、香港において宮城フェア・商談会を実施。	H28.7 H28.10																		
農畜産物	センコン物流(株)	ロシア	いちご、米、日本酒	大使館やレストラン、現地市場でのプロモーションを実施。	H28.12 H29.2																		
H29年度 事業計画	<p><輸出基幹品目></p> <p>水産物、米、牛肉、いちご</p> <p><対象国・地域></p> <p>香港・マカオ、台湾、シンガポール、タイ、マレーシア</p> <p><事業実施方法></p> <p>事業者からの企画提案に基づき、委託方式により実施する。</p> <p>【想定される取組】</p> <p>① 海外でのプロモーション実施 飲食店やバイヤー向け試食会やレストランフェアの複数回開催など、BtoBでより訴求できるもの</p> <p>② 実効性のある輸出促進の取組 プロモーション後の継続的なアフターフォロー（営業訪問）など</p> <p><事業費内訳></p> <p>① 委託料 27,000 千円</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「水産物、米、牛肉、いちご」の販路開拓 → 18,000 千円×1件 ・「ほや」の販路開拓 → 9,000 千円×1件（※対象国・地域、手法は限定せず） <p>② 事務費 2,000 千円（旅費等）</p>																						

水産加工業支援に係る主な事業

事業名	水産加工業販路共創加速化事業		水産業振興課
H28年度 予算額(最終)	25,000千円		H29年度 予算額(当初) 10,000千円
目的	輸出の振興及び被災水産事業者の国内販路の回復のため、地域の複数の水産加工業者の商品を集約して販売する団体(集約営業主体)の組成を通じて、中小水産加工業者の復興を支援するもの。		
H28年度 事業概要・ 活動実績	<p>○集約営業主体の組成及び営業活動を促進するため、奨励金(補助金)を交付する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・交付対象 集約営業主体(組合等法人又は営業主体事業者) ・交付要件 資本関係のない生産者3者以上で集約営業主体を組成すること 各社の商品を共通ブランドで販売すること 各社の商品を集約営業主体が仕入れて販売すること 集約営業主体は輸出に向けた営業努力を行うこと ・補助率 集約販売主体による共同営業経費の1/2 ※<u>参画生産者1者当たり上限100万円、集約営業主体当たり500万円を上限</u> <p>○事業実績</p> <ul style="list-style-type: none"> ・交付決定集約営業主体数 8グループ(延べ47事業者が参画) ・交付決定額 21,825千円 ・各グループの事業の内容 ※現在事業結果とりまとめ中につき、事業内容は交付申請ベース <p><交付申請者名(参画事業者数) 事業内容></p> <ol style="list-style-type: none"> 1 A社(5事業者) 県産刺身商材をアメリカへ輸出 2 B社(8事業者) 石巻買受人組合の商品をASEANへ輸出 3 C社(10事業者) 石巻ブランドのPR、新規需要の開拓 4 D社(5事業者) 宮城の干物の県内外への販路開拓 5 E協同組合(5事業者) 香港のフードエキスポへの出展 6 F社(4事業者) 県産水産物の商品開発、東南アジアへの輸出 7 G社(6事業者) 県産水産加工品の台湾、香港への輸出 8 社団法人H(4事業者) 県産水産物を首都圏及びインバウンド市場で展開し、東南アジア市場も検討 		
H29年度 事業計画	<p>○集約営業主体の組成及び営業活動を促進するため、奨励金(補助金)を交付する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・交付対象、交付要件、補助率はH28年度と同様 ※<u>交付額は参画生産者1者当たり上限50万円、集約営業主体あたり250万円を上限</u> ・予算額 : 1,000万円(50万円×5参画生産者×4集約営業主体) 		

水産加工業支援に係る主な事業

事業名	水産加工業者のHACCP普及推進支援事業		水産業振興課
H28年度 予算額（最終）	－ 千円	H29年度 予算額(当初)	8,800 千円
目的	<p>東日本大震災後、県内水産加工業においては販路の喪失等に伴い、売り上げの回復が課題となっており、国内の販路回復はもとより、米国、EU、東南アジア等に向けた輸出による販路開拓を推進する必要がある。</p> <p>このため、海外輸出に必須となりつつある HACCP 導入に向けた支援を行う。</p>		
H28年度 事業概要・ 活動実績	－		
H29年度 事業計画	<p>○ 県産水産食品を輸出するには、水産加工施設等において輸出相手国の求める HACCP に基づいた衛生管理を行う必要があり、その認証取得を支援するため、認証取得に要する経費の一部に対して補助する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 対象：HACCP 認証（地域 HACCP 除く。）取得を目指す水産加工業者 ・ 補助率：経費の 1/2 以内（上限あり） ・ 事業区分 <ul style="list-style-type: none"> ①HACCP 導入診断事業 <ul style="list-style-type: none"> ・ 対象経費：HACCP 導入指向の水産加工業者への導入準備のためコンサルタント受診等に要する経費ほか ②HACCP 認証取得支援事業 <ul style="list-style-type: none"> ・ 対象経費：HACCP 認証取得に要する経費（認証後の継続的な監査費用は除く。） <p>≪参考≫</p> <p>○HACCP とは</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ HACCP とは「Hazard Analysis Critical Control Point」の略称で、「危害分析重要管理点」などと訳される衛生管理方式 ・ 食品製造工程において微生物や異物等、食品製造過程で発生する可能性のある危害を分析し、危害を防ぐための重要な箇所に管理点を設定（例．食品の加熱殺菌や金属等の異物検出など） ・ 従来品質管理は、完成品からの抜き取り検査により行うことが一般的 ・ HACCP は、全工程を対象に重要管理点を特定し、継続して管理 ⇒製品全ての安全性が確保される仕組み <p>○日本における対外 HACCP 認証機関（水産関係）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 対米国・ HACCP 認証…厚生労働省，（一社）大日本水産会 ・ 対 EU・ HACCP 認証…厚生労働省，水産庁 <p>○地域 HACCP とは</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 地方自治体による HACCP 認証制度（各自自治体が独自で定めた基準での認証等） ・ 宮城県は、みやぎ食品衛生自主管理認証制度（みやぎ HACCP）を運用 		

水産加工業支援に係る主な事業

事業名	ベトナム・宮城県「三陸ブランド」プロモーション事業		海外ビジネス支援室 (H28) アジアプロモーション課 (H29)
H28 年度 予算額 (最終)	17,500 千円	H29 年度 予算額 (当初)	16,642 千円
目的	<p>東北経済産業局が中心となって設立を検討している「三陸地域水産加工業振興推進協議会」において、広域連携体を形成し、「三陸ブランド」の構築に係る体制整備を予定していることから、これを補完・拡充する形で、ベトナムにおける宮城県産水産加工品のプロモーション及びテストマーケティングを実施し、中間層が拡大しつつある同国において、先行者利益を狙うもの。</p>		
H28 年度 事業概要・ 活動実績	<p><事業概要> 別に実施している「平成 28 年度ベトナム宮城県産品マーケティング支援事業」とタイアップして本事業を実施することで、宮城県及び県産水産加工品のプレゼンスを向上させるとともに、ベトナムにおける「三陸ブランド」の確立を図る。</p> <p><活動内容> ○「平成 28 年度ベトナム宮城県産品マーケティング支援事業」で設置する「Miyagi Shop」内に「三陸ブランド」コーナーを設置し、水産加工品 19 品目を販売した。 ○平成 29 年 2 月 21 日にベトナムホーチミン市で開催された「宮城県産品・試食商談会 in ホーチミン」に水産加工業者 6 社が参加し、現地有力バイヤーと商談を行った。 ○ベトナムメディアを宮城県に招へいし、主に三陸地域の水産加工施設や観光地等取材してもらい、ベトナムトレンド雑誌「kilala」への記事掲載及び動画配信を通じて、三陸地域の食と観光の魅力をベトナムに配信した。</p>		
H29 年度 事業計画	<p>事業名を「ベトナム宮城・三陸ブランド力向上等支援事業」とし、ベトナム国内の日系ショッピングモールの協力を得て実施する「平成 29 年度ベトナム宮城県産品マーケティング支援事業」と併せて、ベトナム人も利用する現地日本食レストランにおいても、優れた宮城県の食材をプロモーションしていくことで、宮城県の認知度向上を目指していくとともに、特に販路を失っている三陸地域の水産加工品の魅力を訴求していく。</p> <p>また、今年度テスト販売した水産加工品も「平成 29 年度ベトナム宮城県産品マーケティング支援事業」においてテスト販売を継続し、引き続き現地の嗜好や適切な価格等を調査するとともに、その魅力を PR していく予定である。</p>		

水産加工業支援に係る主な事業

事業名	水産加工業人材確保支援事業		水産業振興課
H28年度 予算額（最終）	407,617 千円	H29年度 予算額（当初）	310,000 千円
目的	<p>東日本大震災により甚大な被害を受けた水産加工業は、水産庁補助・グループ補助金等により約 8 割の企業が復旧したものの、風評被害・販路喪失に加え人材不足が課題となっており、水産加工業を復興のためには、復旧した生産能力を最大限に活用するための人材の確保が不可欠である。</p> <p>このため、従業員確保するための通勤手段の整備、従業員宿舎の整備等について支援し、水産業界における労働力の確保を図るもの。</p>		
H28 年度 事業概要・ 活動実績	<ol style="list-style-type: none"> 1 従業員通勤確保支援事業 水産加工業協同組合等が実施する遠隔地からの従業員送迎に必要な運転手及び送迎車両の確保に係る経費の一部を支援 (対象：水産加工業協同組合等，補助率 1/2 以内) →3 団体 9 ルートに対し補助 2 従業員宿舎整備事業 従業員（外国人技能実習生を含む）宿舎の修繕・整備に係る費用について支援 (対象：中小企業者のうち水産加工業者，補助率 1/2 以内（上限 2 千万円） →21 者（入居定員 343 人）に対し補助 3 働きやすい水産加工場づくり推進事業 労働者が水産加工場において働きやすいと感じる職場環境や、水産加工業への就業意識に関する調査を行い、浮かび上がった課題や取組に対する実績等を県内水産加工業者へフィードバックし、水産加工場における従業員の雇用促進のため広く周知するとともに、今後の施策展開の基礎資料として活用 		
H29 年度 事業計画	<ol style="list-style-type: none"> 1 従業員通勤確保支援事業 水産加工業協同組合等が実施する遠隔地からの従業員送迎に必要な運転手及び送迎車両の確保に係る経費の一部を支援 (対象：水産加工業協同組合等，補助率 1/2 以内) 2 従業員宿舎整備事業 従業員（外国人技能実習生を含む）宿舎の修繕・整備に係る費用について支援 (対象：中小企業者のうち水産加工業者，補助率 1/2 以内（上限 2 千万円） 		

水産加工業支援に係る主な事業

事業名	I Tを活用した水産加工業生産性向上実証事業		水産業振興課
H28 年度 予算額 (最終)	32,000 千円	H29 年度 予算額 (当初)	24,000 千円
目的	<p>水産加工業者の経営安定を図るため、今まで十分に取組みられていなかった原価管理について、原価把握（原価分析）を商品アイテム毎に行い、より適正な仕入れ、生産量指示、人員割り振りが行える原価管理システムを構築することにより、生産コスト削減による生産性の向上を図り、水産加工業の競争力強化を図る。</p>		
H28 年度 事業概要・ 活動実績	<p>○ 生産コスト削減による生産性向上のためのツールとなる、IT 技術を活用した原価管理システムの開発等の経費の一部を支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 対 象：「県内水産加工協同組合等又は県内水産加工業者」と「原価管理システム開発企業」を構成員とするグループ ・ 補助率：<u>事業費の 2/3 以内</u> <p>→ <u>水産ねり製品製造業</u>に対する原価管理システム開発システムの概要を広く周知するため報告会を開催</p>		
H29 年度 事業計画	<p>○ 平成 28 年度で構築した原価管理システムを基本に、塩干品、塩蔵品、ねり製品、節製品、冷凍加工品等業種により異なる製造工程等に対応した原価管理システムの開発・改善を行い多様な水産加工業者への普及を図る。</p> <p>○ <u>水産ねり製品</u>、<u>冷凍加工品</u>、<u>調味加工品</u>、<u>塩蔵品</u>の 4 業種でそれぞれの業種（複数業種含む。）に対応した原価管理システムの導入・評価を行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 平成 28 年度で構築したシステムの検証・評価（<u>水産ねり製品</u>）により得られたノウハウを、構築した業種以外の業種でのシステム構築時に応用し、構築するシステムの検証と評価を行う。 ・ 対 象：「県内水産加工協同組合等又は県内水産加工業者」と「原価管理システム開発企業」を構成員とするグループ ・ 補助率：<u>事業費の 1/2 以内</u> 		

水産加工業支援に係る主な事業

事業名	水産加工業ビジネス復興支援事業	富県宮城推進室 (H28) 中小企業支援室 (H29)	
H28 年度 予算額 (最終)	49,293 千円	H29 年度 予算額 (当初)	62,660 千円
目的	<p>震災により甚大な被害を受けた水産加工業は売上の回復が遅れており、人手不足もあいまって非常に厳しい状況に置かれている。現状を打開し、高い競争力を発揮するとともに、地域経済の再生を果たすため、課題解決とともに目指す伴走型支援組織を設置する。また、同業種・異業種の協業を促進するため、グループ活動を支援するほか、現場における生産性の改善や改善活動の地域への定着を目指し、もって水産加工業の復興に資するもの。</p>		
H28 年度 事業概要・ 活動実績	<p><事業概要> 平成28年4月から(公財)みやぎ産業振興機構内に新たに「水産加工業ビジネス支援室」を設置し、生産性改善支援や企業グループによる経営研究等支援のほか、事業者の課題に応じた専門家を派遣し、課題解決に向けた伴走型支援を実施している。</p> <p><活動内容></p> <p>○生産性改善支援事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・合計7社に対し、月1～2回程度の専門家による改善活動の継続的な支援を実施。 ・工程の省人化、単位時間当たりの生産量増加、作業の軽減やコスト削減等の大きな成果が出てきている。 <p>○企業グループによる経営研究等支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・各地域の水産加工組合、加工研究会等を中心に合計9グループに対する支援を実施。 ・販路開拓(輸出を含む)、商品開発、ブランディング、生産性向上、衛生管理レベル向上等をテーマとして、先進地視察やセミナー等を開催している。 <p>○専門家派遣事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・合計21社に対し、月1～2回程度、事業者の課題(商品開発、パッケージデザイン、HACCP取得、異物混入対策、店舗運営、経営支援等)に応じた専門家派遣による助言指導を実施。 		
H29 年度 事業計画	<p>①伴走型支援体制整備 (公財)みやぎ産業振興機構のものづくり支援ノウハウを活かし、水産加工業者の課題に応じた支援メニューの提案、定期的なフォローアップ等を行い、事業者に寄り添った伴走型支援を行うもの。</p> <p>②生産性改善支援</p> <p>○生産性改善活動支援 生産現場の改善に関する専門的知識やノウハウ、豊富な実績を有する専門家等を派遣し、生産性の向上、雇用管理改善、人材育成等様々な課題の解決に向けた支援を行うもの。</p> <p>○生産性向上のための設備導入等支援 <u>改善を進める上で必要な生産レイアウトの変更や小規模な設備の設置・改良等の経費を一部補助するもの。</u></p> <p>③企業グループによる経営研究支援 水産加工業者等がグループで行う経営勉強会、先進地視察、生産現場改善活動、雇用管理改善、新商品開発などの勉強会等の活動を支援するもの。</p>		

水産+d

～経験と勘にICT追加する新たな取り組み～

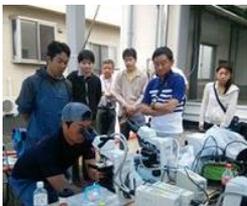
株式会社NTTドコモ
東北復興新生支援室

1. NTTドコモの水産業における取り組み

◆ 復興支援をきっかけとした水産業振興の仕組みづくり

2011年度～

社員ボランティア・研修
販路拡大のためのプロモーション
を中心とした復興支援活動



社員研修

docomo 東北復興・新生支援
笑顔の架け橋
Rainbow
プロジェクト

復興支援サイト
におけるプロモーション

<http://rainbow.nttdocomo.co.jp/>

2015年度

本業(通信)を活かした
復興支援活動の展開

「水産+d」実証実験開始

2016.3～
ICTブイ(Ⅰ型)を宮城県東松島市沖
に導入
スマホ用アプリ運用開始

水温



2016年度

「水産+d」実証実験の更なる展開

2016.9～(ICTブイの改良)
改良型ICTブイ(Ⅱ型)を宮城県東松島市
沖に導入

水温

塩分
濃度



2016.10～(全国への展開)
改良型ICTブイ(Ⅱ型)を熊本県熊本市沖、
佐賀県佐賀市沖に導入

スマホ用アプリの機能改良

2017年度～

「水産+d」商用サービス化

2017.夏～(予定)
ICTブイ販売開始
ASPサービス提供開始(アプリ+クラウド)

更なる付加価値向上に向けた取組

研究機関との共同研究

研究者へのデータ提供に加えて、ワカメ
養殖業者へのデータ提供

他の養殖への展開

マグロ、カンパチ、牡蠣(陸上養殖)などへの
展開も検討

◆ 「水産+d」プロジェクトが目指すもの

これまでの経験と勘
+ データを活かした生産

「海の可視化」により、生産者が良質な水産物をより多く安定的に出荷できるように。

暗黙知を可視化し、将来にわたって安定的に持続可能な漁業へ。

生産の質・量・安定性の向上

消費者に
上質で価値のあるものを届ける

ICTを活用した良質な水産物を消費者に食べてもらい高い満足感を提供。

消費者は本当によいものには適正な対価を支払う。

漁労所得の向上

ICTを使いこなす
「カッコいい」漁師たち

自然と向き合うための武器としてモバイル&ICTを使いこなす漁師が増える。

消費者からの支持を得る漁師が増える。

漁師に憧れる子どもたちが後継者に

私たちは「水産+d」プロジェクトでこれからの水産業をサポートするサービスを東北から創出し、全国の漁業者様のお役に立つことを目指します。

2. 運用中のICTブイ

■ ノーマルタイプ

- ・ 全長3.5mの一般的な近海向け小型ブイ
- ・ 姿勢安定型
- ・ ある程度潮流の早い海域でも使用可
- ・ 宮城県松島沖で運用中
- ・ 追加ロープ無しで水深1.5Mのデータ収集可



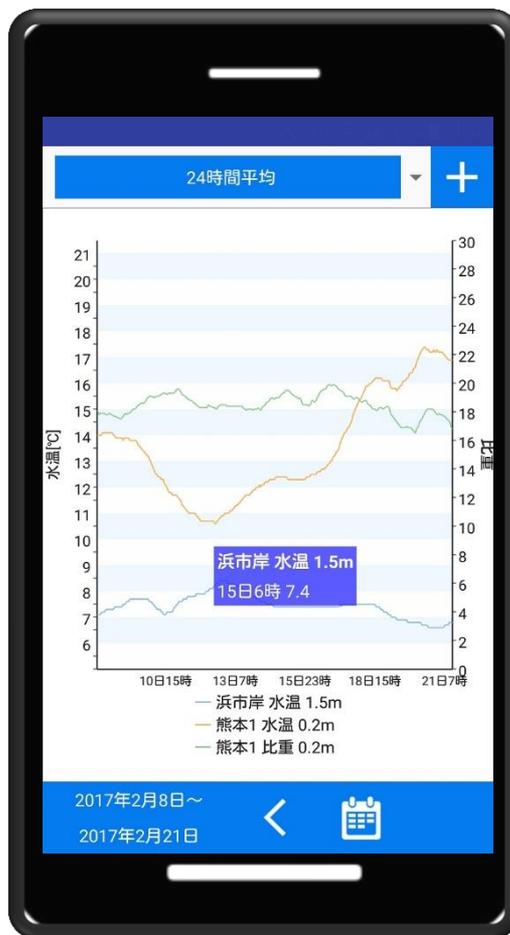
■ 内湾向け小型タイプ（浅海型）

- ・ 全長1.3mで更に小型なタイプ
- ・ 波、潮流が穏やかな海域向け
- ・ 海水表層のデータ収集最適
- ・ 海苔養殖漁場（松島湾内、有明湾内）で運用中



いずれも、水温と比重（塩分濃度）の計測が可能

3. スマホアプリ



日付	浜市岸 水温 1.5m	熊本1 水温 0.2m	熊本1 比重 0.2m
21日14時	7.2	17.9	16.7
21日13時	7.3	17.5	13.7
21日12時	7.3	17.3	14.5
21日11時	7.2	16.7	16.1
21日10時	7.1	16.4	16.9
21日9時	7.0	16.0	16.2
21日8時	6.9	16.0	16.7
21日7時	6.9	16.0	17.5
21日6時	6.8	16.1	16.7
21日5時	6.8	16.3	15.8
21日4時	6.8	16.5	17.6
21日3時	6.8	16.8	15.6
21日2時	6.7	16.7	17.7
21日1時	6.8	16.6	16.5

2017年2月8日~
2017年2月21日

直観的な操作で海の状態（水温・比重）をチェック

- ・ 直近値、表、折線グラフで海洋状況を閲覧
- ・ 積算水温を自動計算

4. 漁業者の声

- ・ 水温の変化を途切れなく把握できるようになったので、採苗や沖出しなど重要な節目に「動き出す」タイミングを的確に判断できるようになった。（東松島・牡蠣漁師）
- ・ 現地に行かなくてもスマホでわかるので燃料費と時間が大幅に削減された。海苔の細胞の様子が想像できるようになり、より美味しい海苔をつくるための工夫ができるようになった。（東松島・海苔漁師）
- ・ 海水温度と比重がリアルタイムに分かるので、作業の事前準備が可能になり海上での作業効率が大幅に向上。
それにより丈夫でたくましい苗が育ち、大幅な収穫の増加を達成。
（熊本市・海苔漁師）



**中小水産加工業支援
ITサービス実現に向けた取り組みのご紹介
～ 原価管理に関わる実証事業 ～**

株式会社 日立ソリューションズ東日本

1. 目的と経緯

2. コンセプト

3. 特長

4. 適用事例

【補足】

5. システム機能一覧

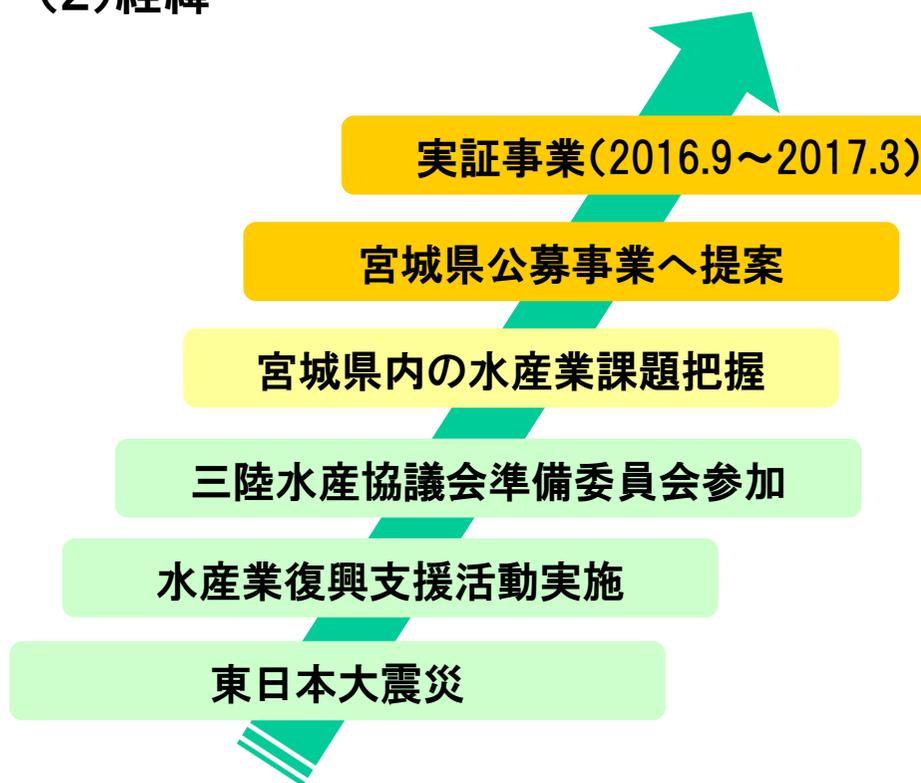
6. システム構成

1. 目的と経緯

(1) 目的

県内中小水産加工業者における、生産性向上と業界全体での経営競争力強化
原価管理SaaSのサービス提供に向けた実証事業

(2) 経緯

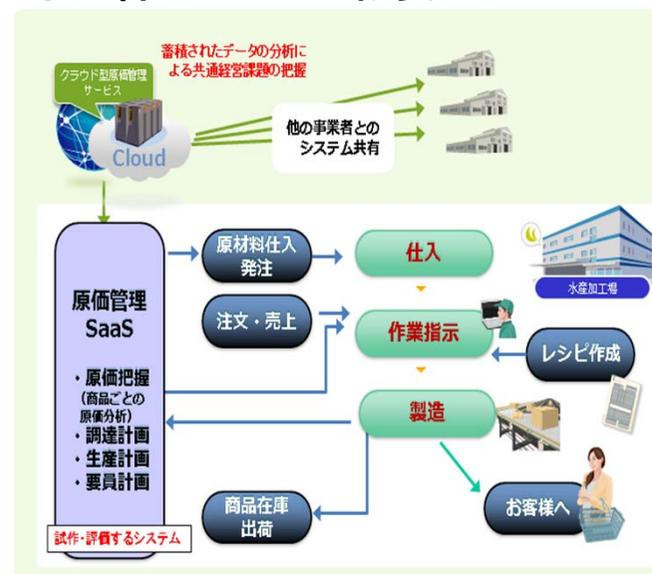


【中小水産加工業 原価課題】

- ・原材料・梱包材などの原価把握
- ・商品毎の利益率把握
- ・労務原価の把握
- ・歩留まりなどの把握

経営力強化
のための
KPI把握

【原価管理SaaSの概要図】



2. コンセプト

(1)各商品の詳細原価の実態を「見える化」する

原材料や包材などの各種材料費、経費はもとより「工程ごと」の労務費までも一覧化
商品ごとの比較を可能にすることで、低粗利商品とその原因把握を支援する



(2)「原価シミュレーション」で原価改善策の検討を支援する

各商品の製造レシピ変更による原価シミュレーションを可能とする
原価改善策の期待効果を金額で把握することで経営者の意思決定を支援



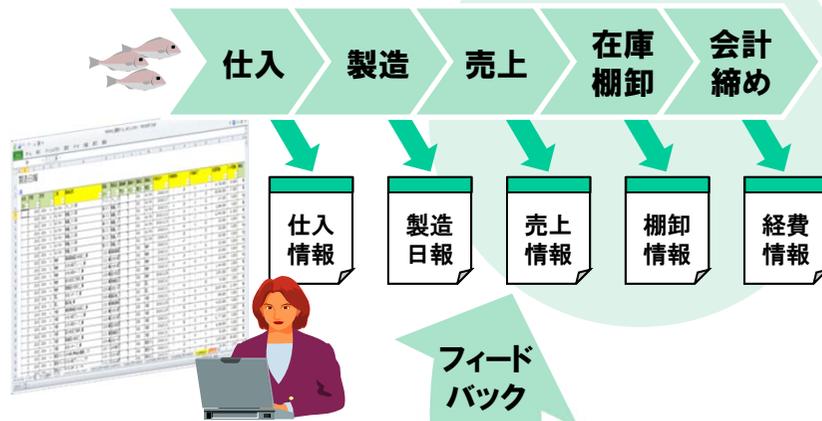
(3)経営者と製造現場における「共通認識」の醸成を支援する

経営者と製造現場で各商品の詳細原価の共通認識が持てるようにする
認識のギャップを縮め、製造現場における業務改善点の把握を容易にする

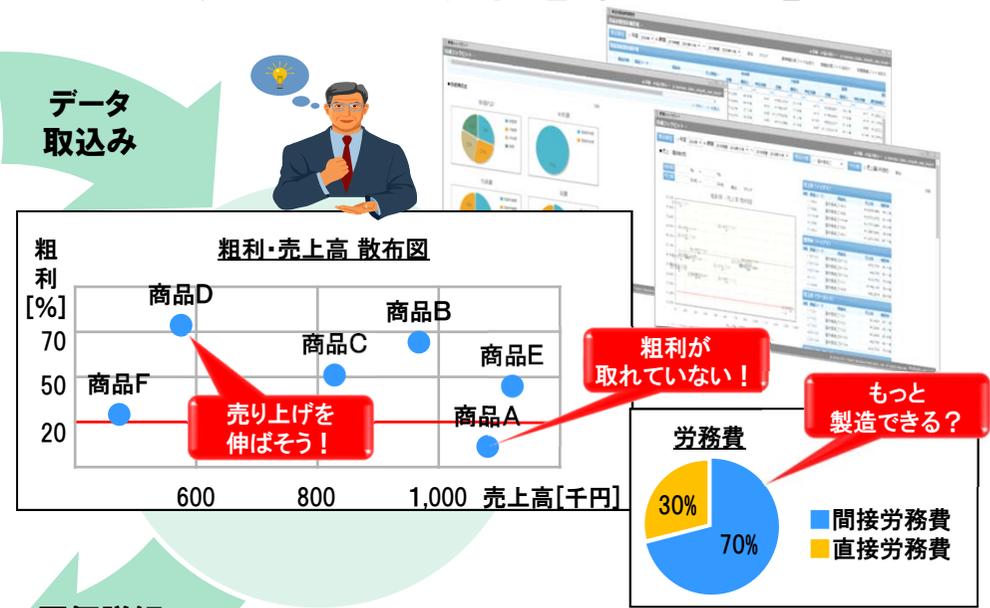


3. 試作したITサービスでの実現機能

(1) データはExcelで作成
複雑なデータ入力操作は不要



(2) 作成データで原価を計算
グラフィカルに現状を「見える化」



(3) 原価の詳細は表形式で確認
様々な角度で改善点を分析

	商品A	商品B	商品C
■ 直接労務費			
└ らいかい	0.780	0.913	1.435
└ 焼き	5.323	4.993	
■ 直接材料費			
└ スケトウダラ	43.512	48.772	39.989
└ 卵白	10.057	12.015	9.864
■ 直接経費			
└ 包装フィルム	13.872	7.290	8.111
└ 箱	72.000	0.000	0.000
■ 間接労務費	105.6		09.638
■ 間接材料費	0.0		0.000
■ 間接経費	7.049	8.970	12.987
■ 販管費・一般費	38.866	39.002	37.054

他より高額なのは何故? (Why is it higher than others?)
包材が原価を圧迫している? (Packaging materials are compressing the unit cost?)

原価詳細
ファイル出力

原価管理SaaSの目指す姿

「データを活用する経営」のための基盤サービス



4. 実証事業によるサービスの評価結果(例)

かまぼこ製造業A社

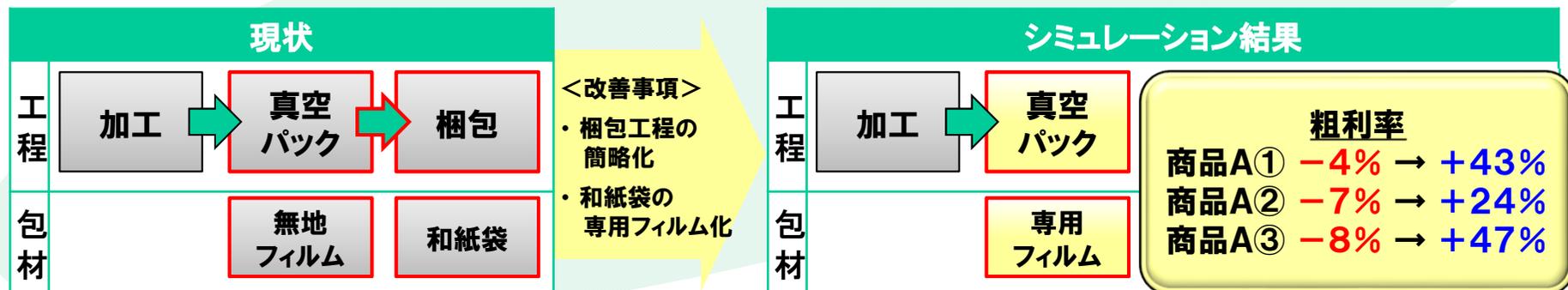
- 粗利が取れてない商品が数点あることが分かった。
- 粗利率が低く、利益を確保できない商品が数点あることが分かった。
- 一部高価な梱包材が原価を圧迫してる商品が分かった。
- 売上単価が低いことから、利益を確保できてない商品が数点あることが分かった。
- 感覚的にわかっていたことが、数値として評価できるようになった。
- 各商品毎の比較ができるため、改善案の検討ができるようになった。
- 利益を取れる商品をモデルとして、新商品の開発に活かせるようになった。



Aシリーズ(4商品)

● 改善事項を決定し、利益率の改善がどれくらいかシミュレーションを実施

● シミュレーションした改善策を実施できれば、年間300万円の粗利改善が期待できる



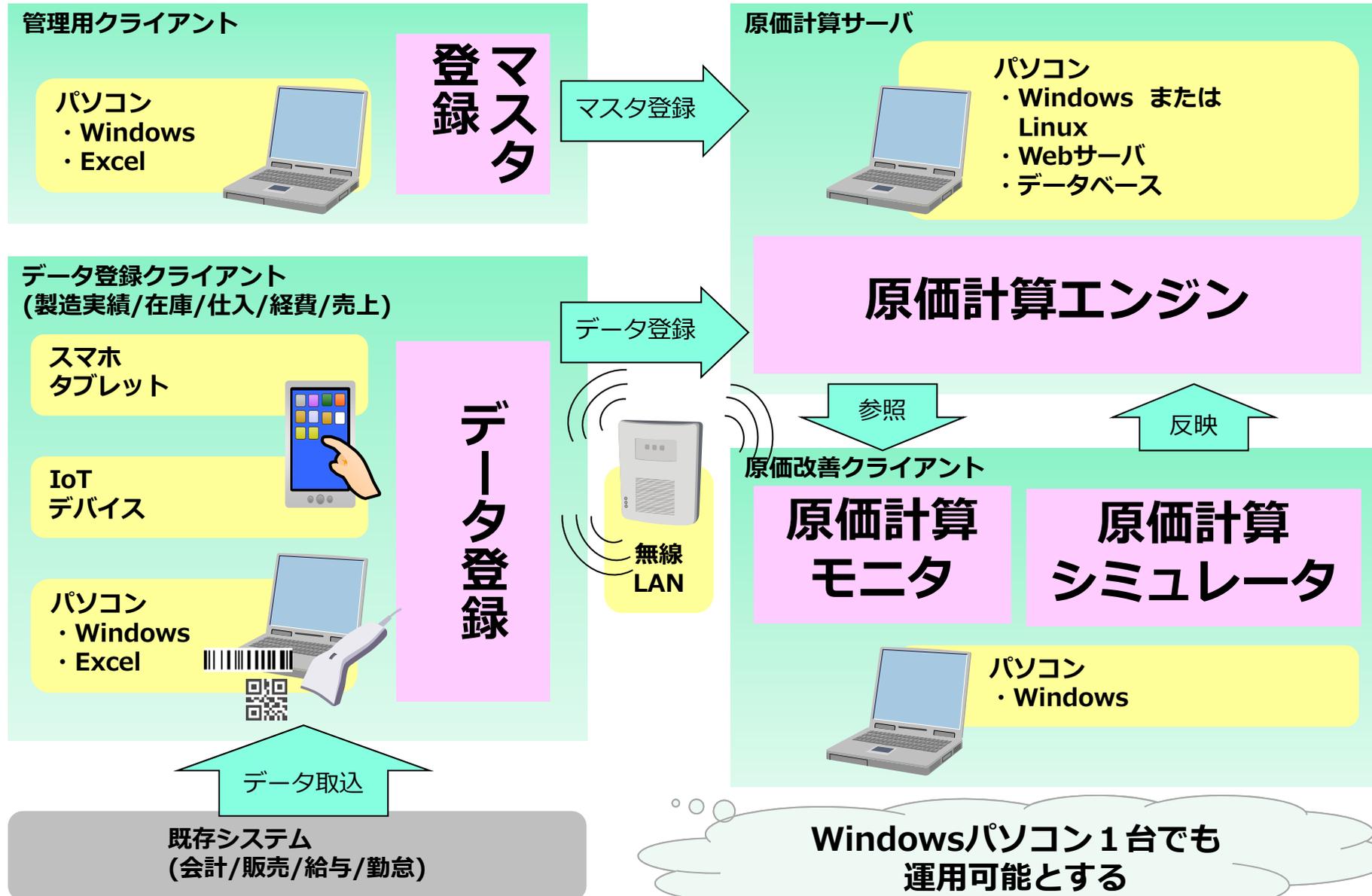
補足

5. システム機能一覧(SaaSで提供予定)

原価管理システムの目指す姿

機 能		役 割
売上原価 モニタ	商品別売上粗利表	売れ筋、高利益/赤字の把握 »» 商品の目星をつける
	商品別原価構成表	詳細な原価構成内訳の把握 »» 強化、改善のヒントを得る
原価改善 シミュレータ	製造見直し シミュレータ	工程、材料/資材を組替えた原価試算 新商品、派生商品の検討
	人員シミュレータ	適切な作業人員の把握 採用計画の立案
	仕入シミュレータ	適切な仕入先、仕入単価の把握 仕入業務の柔軟な対応
システム 運転ナビ	業種別マスタモデル	ひな型マスタ流用で迅速にシステム化
	原価データ登録	必要最小限の操作
		IoTを活用したデータの自動収集

6. システムの全体構成(原価計算はSaaSで提供予定)



Windowsパソコン1台でも
運用可能とする

HITACHI
Inspire the Next

平成 28 年 12 月 20 日

支援決定を行う期間の 1 年延長について

株式会社東日本大震災事業者再生支援機構（以下「当社」という。）は、東日本大震災によって被害を受けたことにより過大な債務を負っている事業者であって、被災地域においてその事業の再生を図ろうとするものに対して、その事業の再生を支援することを目的に設立（平成 24 年 2 月）され、以来、705 先の事業者に対して支援決定を行ってきております。

当社は、株式会社東日本大震災事業者再生支援機構法（平成 23 年法律第 113 号）第 19 条第 7 項の規定に基づき、主務大臣に対して、支援決定を行う期間の延長の認可申請を行っておりましたが、本日、主務大臣から認可を受けて、下記のとおり、従来の支援決定期間（平成 29 年 2 月 22 日まで）を 1 年間延長することといたしました。

当社としては、今後とも引き続き、国、県、市町村、金融機関、商工団体等と緊密な連携を図りながら、被災により過大な債務を負った事業者の方々の事業再生を支援することを通じ、被災地域の復興・創生に取り組んで参ります。

記

1. 延長する期間

平成 29 年 2 月 23 日～平成 30 年 2 月 22 日

2. 延長する理由

- （1）被災地域の自治体や商工団体、金融機関からの意見等も踏まえると、被災された事業者を取り巻く資金繰り環境の変化等から、平成 29 年 2 月 22 日の支援決定期限の到来後も向こう 1 年間、当社による支援決定のニーズが一定程度見込まれること。
- （2）当社が既に相談を受け付けている事業者の支援決定に万全を期す必要があること。

3. 今後の取組み

（1）広報活動の強化

当社にご相談頂いてから支援決定まで相応の時間を要します。このため、当社の支援を必要とする被災された事業者の方々が、時間的余裕をもって当社にご相談できるよう、以下のとおり周知・広報活動を強化して参ります。被災された事業者の方々におかれては、平成 29 年夏頃までに当社にご相談頂くようお願いいたします。

① パンフレット・業務説明資料の改訂

当社のパンフレット及び業務説明資料について、以下の支援事例を追加する等の改訂を行います(注)。

- (イ) 仮設から本設への移転時に新規借入により二重債務を抱えることになった事業者への支援
- (ロ) 仮設から本設への移転計画が未確定の中、仮設店舗で事業を再開した事業者への支援
- (ハ) 福島原発に係る新たな営業損害賠償等の取扱いを受け、本格的に事業再開を目指す事業者への支援

(注) 改訂後、当社ウェブサイト(<http://www.shien-kiko.co.jp/index.html>)にて公表します。

② 被災地域の自治体・商工団体等と連携した広報活動や相談会等の開催の推進

平成 29 年 2 月から 6 月の期間、集中して以下の広報活動・相談会等を行うために、被災地域の県・市町村、商工団体等に働きかけて参ります。

- (イ) 自治体の広報誌等を活用した当社の活動・支援事例の周知・広報
- (ロ) 自治体・商工団体が地元事業者等に対して行う各種説明会・相談会への参加

(2) ソリューション提供業務の強化

支援決定を行った事業者(以下「支援決定先」という。)においては、支援決定後の事業再生計画期間(最長 15 年)において、事業再生を果たすことが重要であり、そのため、当社は、既に、支援決定先に対して、支援を表明した金融機関等と連携して、販路開拓等の本業支援をはじめとする多岐に渡る助言等の取組み(ソリューション提供業務)を開始しております(別添)。

震災から 5 年半余りが経過する中で、支援決定先の事業再生には支援を表明した金融機関等による主体的・継続的な関与が益々重要となっており、当社としては、金融機関等と連携して、これまで以上に、ソリューション提供業務を強化して参ります。

<本件に関する問い合わせ先>

㈱東日本大震災事業者再生支援機構 企画調整室(野崎、岩元)

電話番号: 03-6268-0133

ソリューション提供業務の実施について

◆ 支援決定を行った先に対して、単なる債権管理・資金繰り管理に止まらず、個々の事業者の事業価値・企業価値をアップさせるために、ソリューションの提供業務を実施

トップライン向上 <ul style="list-style-type: none"> 商品開発支援 販路開拓支援 	制度周知支援 <ul style="list-style-type: none"> 補助金、助成金、制度融資の活用支援 地域有用情報の提供
営業利益率向上 <ul style="list-style-type: none"> 営業戦略・営業手法の発案 経費削減策の発案 	金融機関等外部との連携 <ul style="list-style-type: none"> 共同モニタリング体制確立 地域優良企業の紹介
計画遂行アドバイス <ul style="list-style-type: none"> 会社情報の見える化対策アドバイス 資金繰り表策定アドバイス 	廃業支援 <ul style="list-style-type: none"> 事業承継先の紹介 スポンサー紹介

◆ 事業者の取組をアシストすることが目的であり、事業者・メインバンクと協働して実施

◆ これまでのソリューション提供件数 **100件** (28年11月末現在)

※ 複数事業者を対象とした企画の提案(例:商談会のアレンジ)については、提供事業者数ベースでカウント。

トップライン向上		金融機関等外部との連携		計画遂行アドバイス		制度周知支援		営業利益率向上		その他	
55		35		10		9		3		2	
水産加工	30	宿泊・飲食	6	水産加工	3	宿泊・飲食	2	食品製造	1	水産加工	1
食品製造	5	水産加工	5	その他製造	2	水産加工	1	宿泊・飲食	1	その他製造	1
水産卸	3	食品製造	2	技術サービス	2	機械製造	1	その他卸	1		
食品小売	3	水産卸	2	運輸	1	食品製造	1				
宿泊・飲食	3	食品小売	2	その他卸	1	食品小売	1				
食品卸	1	菓子製造	1	その他小売	1	その他卸	1				
機械製造	1	運輸	1			その他製造	1				
その他卸	4	技術サービス	1			その他小売	1				
その他製造	4	自動車	1								
その他小売	1	その他製造	8								
		その他卸	3								
		その他小売	3								

- 私たちは、東日本大震災により過大な債務を負った中小事業者の方々の債務負担を軽減しつつ、事業の再生を支援するため、国により設立された会社です（700先を超える支援実績有）。

震災前借入金がある方は支援の可能性ががあります！

仮設から本設への移転にあたり
新たな借入が必要だが、
震災前借入金の返済負担が重い…
【支援事例①】

本設移転計画が未確定の中、
仮設で営業再開・継続しているが
震災前借入金の返済負担が重い…
【支援事例②】

新たな営業損害賠償の取扱いを受け
資金繰りが厳しくなる中、
震災前借入金の返済負担が重い…
【支援事例③】

支援事例は次のページ以降へ

このようなお悩みに対して、例えば以下のような支援を行います！

震災”前”の借入金に対して…

(例)
元金返済猶予

(例)
利息減免

(例)
債務免除

今後の新たな借入金に対して…

(例)
債務保証

支援決定を行う期間が1年間延長され、**平成30年2月22日まで**となりました。

※支援決定までに相応の時間が必要なため、**平成29年夏頃まで**のご相談をお願いします。

ご相談無料！

お電話いただければ
こちらからお伺い
させていただきます

ご連絡先

株式会社東日本大震災事業者再生支援機構（「震災支援機構」）

仙台本店 業務部 宮城県仙台市青葉区一番町4-6-1 第一生命タワービル19F

☎022-393-8550（平日9：00～18：00）

【支援事例①】**仮設から本設**への移転にあたり新たな借入が必要な事業者

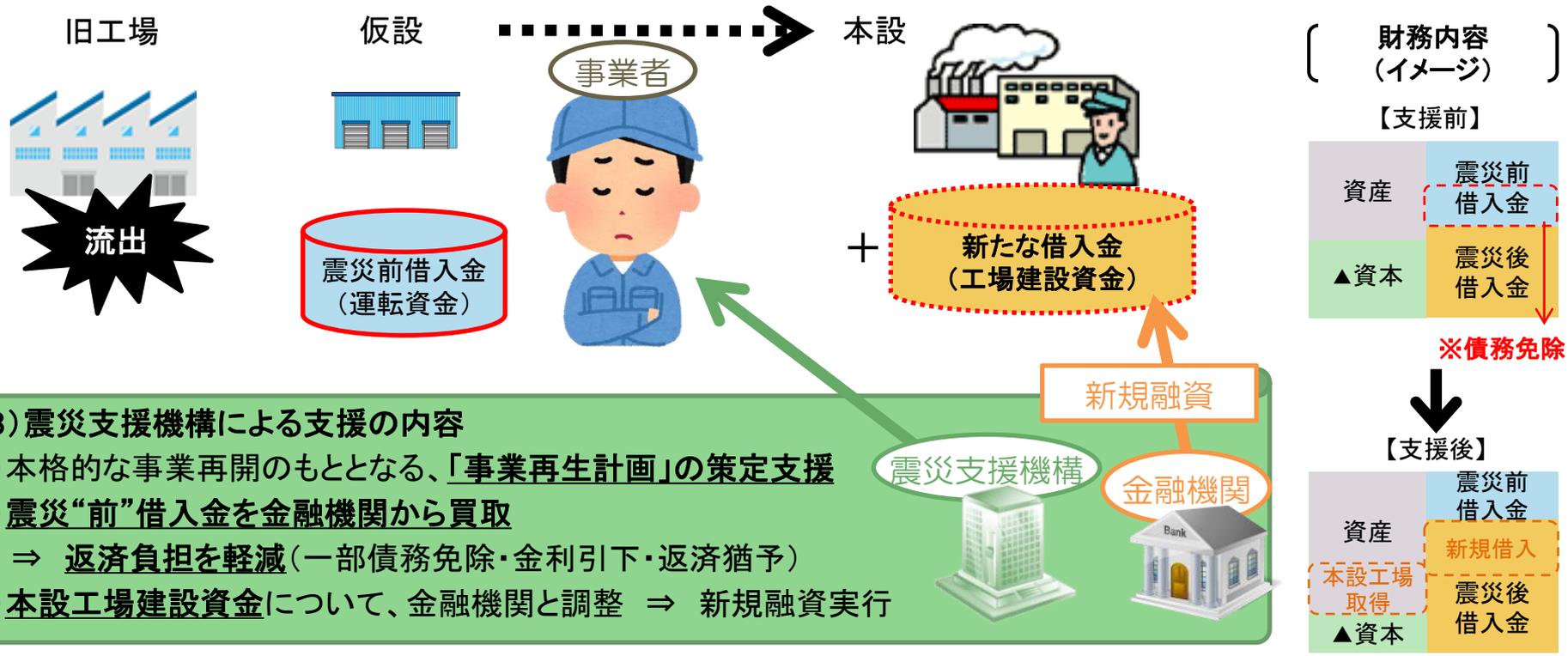
ここがポイント 

仮設から本設に移転する際の**新たな借入金**によって、**震災“前”借入金の負担が重くなる方**は支援の可能性があります

【宮城県沿岸部・水産加工業・従業員10名以下】

(1) 被災から支援に至るまでの経緯
 ・津波により工場・設備が全て流出。
 ・仮設工場で事業再開するも、設備購入等により債務が増加。

(2) 抱えていた課題
 ・本設工場取得し本格的な事業再開を希望
 ⇒ **新たな借入が必要**となり、**震災“前”借入金の返済負担が重い。**



【支援事例②】本設移転計画が未確定の中、仮設で事業再開・継続する事業者

ここがポイント 

本設移転の場所・時期が確定していなくとも、ある程度具体的に事業再生(計画の策定)が見込まれる場合は、支援の可能性があります

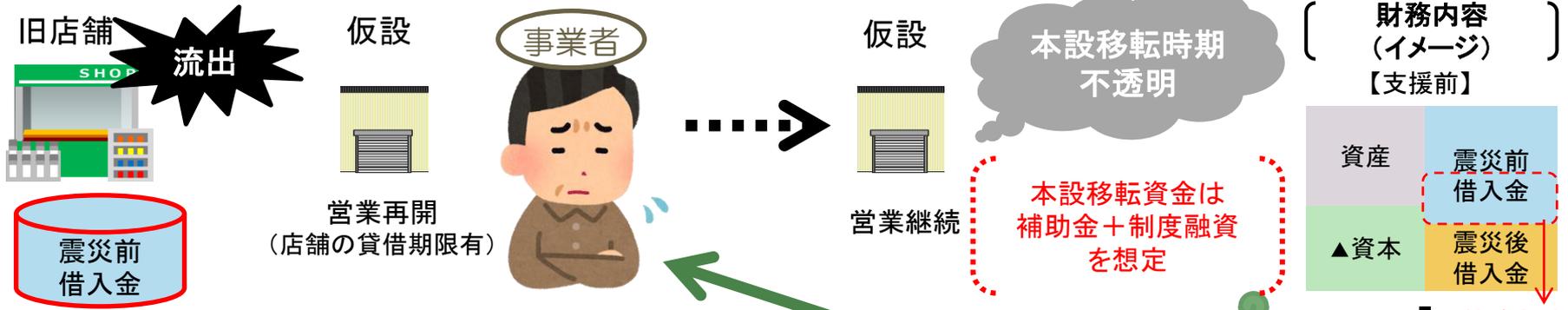
【岩手県沿岸部・食品製造販売業・従業員10名以下】

(1) 被災から支援に至るまでの経緯

- ・津波により店舗が流出。震災後、2年間休業。
- ・その後、仮設商店街のテナントへの入居が内定(当該商店街は、数年後、本設への集団移転を計画)。

(2) 抱えていた課題

- ・仮設商店街で事業を再開・継続していくにあたって、**震災“前”借入金の返済負担が重い。**
- ・ゆくゆくは本設に移転し、本格的に事業を再開したいが、**本設予定地の工事完了時期が不透明。**



(3) 震災支援機構による支援の内容

- ・本設移転時期が不透明だが...
- ⇒ 仮設商店街の貸借期限を**本設移転時期とみなして**支援を決定
- ※ 併せて、本設移転資金に対応する補助金及び制度融資を検討
- ・震災“前”借入金を金融機関から買取 ⇒ 返済負担を軽減(一部債務免除、金利引下、返済猶予)



【支援事例③】新たな営業賠償等の取り扱いにより資金繰りが厳しくなる事業者

ここがポイント



新たな営業賠償等の取り扱いを受けて資金繰りが厳しくなり、**震災“前”借入金の返済負担が重くなる**方は支援の可能性があります

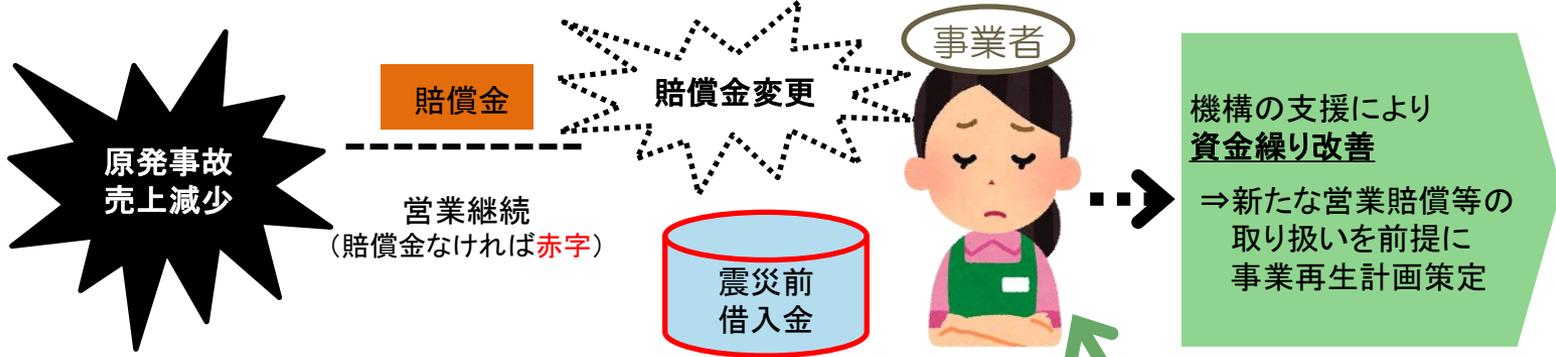
【福島県中通り・小売業・従業員10名以下】

(1) 被災から支援に至るまでの経緯

- ・原発事故の影響で、地元顧客が避難したため売上が減少。賠償金を受領し営業継続するも、売上げは低迷。
- ・現状、金融機関は借入金の元金返済を棚上げ中(利払のみ継続)だが、今後も継続されるかどうかは不透明。

(2) 抱えていた課題

- ・原発事故の影響で、当面売上の回復は見込めない。
- ・**新たな営業賠償等の取り扱い**を受けて資金繰りが厳しくなる中、**震災“前”借入金**が過大になっており返済負担が重い。



〔 資金繰り (イメージ) 〕

【支援前】

経費等の支払	本業から得られる資金等
借入金返済	賠償金



【支援後】

経費等の支払	本業から得られる資金等
借入金返済	

(3) 震災支援機構による支援の内容

- ・課題の克服には、抜本的な金融支援が必要
- ⇒ **震災“前”借入金を金融機関から買取、返済負担を軽減**(一部債務免除・金利引下)

震災支援機構

