

三陸地域の水産加工業等振興に向けた 取り組みについて

平成31年3月27日
東北経済産業局

目次

- 1. 三陸地域水産加工業等振興推進協議会について P2**
- 2. 議会会員機関における当面の取組 P5**
- 3. 三陸ブランドのプロモーション、
海外展開等プロジェクト支援例（東北経済産業局） P7**

- （その他参考資料） P21**

1-1. 被災地域における経済復興、水産加工業等の再生支援

- 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するため、**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、平成28年3月、「三陸地域水産加工業等振興推進協議会」を設置。**
- 産官等が必要な取組やプロジェクトを推進することによって、被災地の復興を加速化。

三陸地域水産加工業等振興推進協議会 設立：平成28年3月30日

<スローガン>「三陸を世界トップの水産ブランドにする」

- 協議会会長：東北六県商工会議所連合会会長
- 事務局：東北経済産業局
- 会員：13支援・行政機関等
(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、中小機構、JETRO仙台)
- 賛助会員：75企業等（平成31年3月現在）

<各会員機関が推進する主な活動の内容>

1. **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）
2. **海外展開の促進**（海外販路開拓、商標関連）
3. **海外展開等に資する情報提供、アドバイザー事業等**
4. **水産加工業等の連携促進**（三陸地域内外）
5. **加工技術の向上等**（魅力ある商品の開発、生産性向上等）



<これまでの主な活動成果例>

- 三陸地域の水産加工企業・グループにおける、**三陸ブランド商品の開発や海外輸出等に係る各種プロジェクトが加速。**
- **共同・連携による地域商社等も設立され、東南アジア等海外市場の新規開拓等が促進。**

1－2．三陸地域水産加工業等振興推進協議会のビジョン

➤ 平成28年度において「三陸ブランド検討委員会」を開催し、三陸のブランド価値向上に向けたビジョンを策定。

◆ 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）→組合等参加企業も含めると達成
- ・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



- 三陸の水産振興に係る情報発信サイト（東北経済産業局HP内）
https://www.tohoku.meti.go.jp/s_hukko_suisan/index_suisan.html
- 協議会メールマガジンを発行（賛助会員等へ施策情報等を配信中）

1－3．三陸地域水産加工業等振興推進協議会 賛助会員一覧

○ 賛助会員 75 機関・社（順不同 敬称略：（平成31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（52社）

・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	・株式会社ヤマコ	・株式会社越戸商店	・有限会社ヤマコ武田商店
・フィッシャーマンズリーグ	・株式会社NTT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	・アドックスシアントシー株式会社
・株式会社ささ圭	・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	・株式会社佐々直	・株式会社阿部長商店	・株式会社木の屋石巻水産
・八戸缶詰株式会社	・株式会社東北舎	・株式会社三陸コーポレーション	・気仙沼鹿折加工協同組合
・株式会社加和喜フーズ	・株式会社かわむら	・キャピタルホテル1000株式会社	・株式会社プラネックス
・一般社団法人新興事業創出機構	・株式会社三陸オーシャン	・株式会社鮮冷	・有限会社エスカンパニー
・株式会社マルヌシ	・ルミエール・パートナーズ会計事務所	・株式会社石渡商店	・株式会社電通東日本
・東北・食文化輸出推進事業協同組合	・全国水産加工業協同組合連合会		

➤ 学校・研究機関、支援機関、金融機関、NPO法人（10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	
・公益財団法人三菱商事復興支援財団	・特定非営利活動法人資源リサイクルシステムセンター	

2-1. 三陸地域水産加工業等振興推進協議会会員機関における当面の取組

- 三陸ブランドの一層の価値向上とともに水産加工業等の振興に向け、各協議会会員機関がそれぞれの支援リソースを活用し取組を実施。

【主な支援事業（2019FY）】

1. 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＞

- ・三陸ブランドブック（日英）等による三陸ブランドPR（事務局）
- ・「販路回復・開拓パネルディスカッション」（復興水産加工業販路回復促進センター）
- ・訪日プロモーション地方連携事業（国土交通省）New
- ・復興シーフードショーIWATE（岩手県）
- ・輸出基幹品目販路開拓事業（宮城県）



日英ブランドブック



日英ブランドムービー（YOUTUBEにて公開中）



2. 海外展開の促進＜海外販路開拓、商標関連＞

＜海外販路開拓＞

- ・JAPANブランド育成支援事業（経済産業省）
- ・国内・海外販路開拓強化支援事業費補助金（経済産業省）
- ・小規模事業者持続化補助金（経済産業省）
- ・地方公共団体による小規模事業者支援推進事業（経済産業省）New
- ・ものづくり・商業・サービス経営力向上支援事業（経済産業省）
- ・地域中核企業ローカルイノベーション支援事業（経済産業省）
- ・「東北復興水産加工品展示商談会2019」（東北六県商工会議所連合会）
- ・「伊達な商談会」（東北六県商工会議所連合会）
- ・グローバル産地づくり推進事業（農林水産省）New
- ・輸出環境整備推進事業（農林水産省）
- ・国際経済交流推進事業（岩手県）

＜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）保護制度活用総合推進事業（農林水産省）

- ・海外ビジネス戦略推進支援事業（中小機構）
- ・みやぎの水産加工業「販路共創」推進事業（宮城県）
- ・HACCP普及推進支援（宮城県）
- ・被災中小企業海外ビジネス支援事業（宮城県）
- ・ベトナム宮城県産品マーケティング支援事業（宮城県）
- ・ベトナム和食レストラン等「Miyagi Week」事業（宮城県）
- ・海外企業招請商談会（青森県）
- ・国内バイヤー招請輸出商談会（青森県）
- ・現地商談会（青森県）
- ・展示会・商談会への出展支援（JETRO）
- ・GFP農林水産物・食品輸出プロジェクト（農林水産省）

2-2. 三陸地域水産加工業等振興推進協議会会員機関における当面の取組

【主な支援事業（2019FY）】

3. 海外展開等に資する情報提供、アドバイザー事業等

<アドバイザー関連>

- ・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）
- ・みやぎグローバルビジネス総合支援事業（宮城県）
- ・被災地域企業新事業ハンズオン支援事業（復興庁）
- ・専門家派遣集中支援事業（復興庁）
- ・復興水産加工業等販路回復促進指導事業（水産庁）

<セミナー関連>

- ・海外ビジネスに関する各種セミナー（JETRO）

- ・海外拠点等を活用した支援（青森県）
- ・新輸出大国コンソーシアム（JETRO）
- ・農林水産物・食品輸出相談窓口（JETRO）
- ・海外コーディネーターによる輸出支援相談サービス（JETRO）
- ・輸出有望案件支援サービス（JETRO）

<情報提供関連>

- ・協議会ホームページ、メルマガ配信（事務局）

4. 水産加工業等の連携促進（三陸地域内）

- ・地域復興マッチング「結の場」（復興庁）
- ・チーム化による水産加工業等再生モデル事業（復興庁）
- ・水産加工業イノベーション人材確保事業（経済産業省） New
- ・みやぎの水産連携推進事業（宮城県） New
- ・水産業人材確保支援事業（宮城県） New

水産加工業等の広域連携促進（三陸地域外）

- ・他地域商社との連携による水産加工業等販路開拓（東経連等）

5. 加工技術の向上等 <魅力ある商品の開発、生産性向上等>

- ・JAPANブランド育成支援事業（経済産業省）※再掲
- ・国内・海外販路開拓強化支援事業費補助金（経済産業省）※再掲
- ・小規模事業者持続化補助金（経済産業省）※再掲
- ・ものづくり・商業・サービス経営力向上支援事業（経済産業省）※再掲
- ・カイゼン導入専門家派遣事業（岩手県）※再掲
- ・水産加工業ビジネス復興支援事業（生産性改善支援）（宮城県）
- ・サービス等生産性向上IT導入支援事業（経済産業省）
- ・6次産業化支援対策（農林水産省）
- ・クラウドファンディング支援事業（復興庁）
- ・水産加工業等販路回復取組支援事業（水産庁）

3-1. 三陸ブランドのプロモーション、海外展開の促進（東北経済産業局）

- 三陸地域の水産加工業等の連携グループにおける、三陸ブランド品のPRや新規販路開拓等の取組を後押しするため、三陸ブランドブックを作成するとともに、海外展示会等において三陸ブランドのPR、商談支援を実施。

➤ 三陸ブランド広報ツール

- ・ブランドブックやムービーを制作、配布（配信中）（平成29年3月～）。
- ・ブランドブックについては、本年度も日本語版と英語版を計6,000部増刷。
- ・賛助会員企業等が三陸地域の紹介等に活用。



BRAND BOOK

日英ブランドブックの表紙



2018年水産加工品展示商談会における協議会ブースでのPRの様子



日英ブランドムービー（経済産業省動画チャンネルMETI CHANNEL (YOUTUBE) にて公開中）



➤ 三陸ブランドのプロモーション等

- ・中東最大級の総合食品見本市「Gulfood 2019」（2/17-21, 開催地;ドバイ）において、三陸ブランドのPRと商談支援を実施。



「Gulfood 2019」におけるJETRO
ジャパンパビリオンの様子



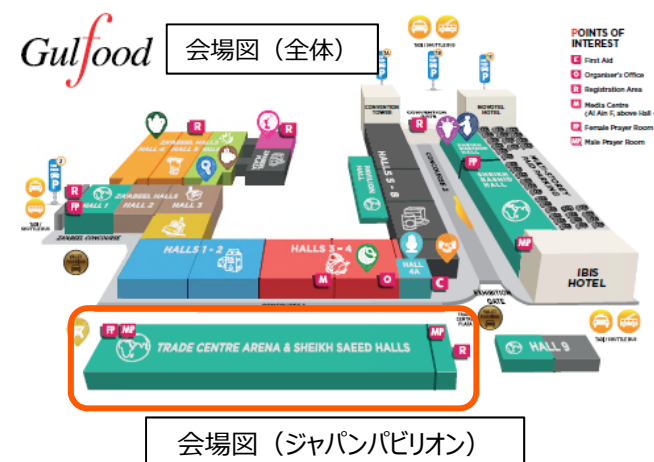
当協議会賛助会員からは、株式会社阿部長商店、東北・食文化輸出推進事業協同組合がJETROジャパンパビリオン内に出演。

(参考) 総合食品見本市「Gulfood2019」について①

- アラブ首長国連邦（UAE）のドバイで開催される中東最大級の総合食品見本市「Gulfood 2019」が2019年2月17日～21日までドバイ・ワールド・トレード・センターで開催された。
- 24回目の開催となる今年は、世界120か国から約5,000事業者のブース出展があり、飲料、乳製品、食用油、健康食品、オーガニック食品、肉類等が出展された。来場者数は世界193か国から約98,000人が参加。

1. 「Gulfood 2019」概要

- ・会 期：2019年2月17日（日曜）～21日（木曜）【第24回】
- ・会 場：ドバイ・ワールド・トレード・センター（Dubai World Trade Centre）
- ・主 催：ドバイ・ワールド・トレード・センター（Dubai World Trade Centre）
- ・出展企業：約5,000企業（120か国）
- ・出展内容：飲料、乳製品、食用油、健康食品、オーガニック食品、肉類等
- ・来場者：約98,000人（193か国）



2. ジャパンパビリオン概要

- ・会 期：2019年2月17日（日曜）～21日（木曜）
- ・会 場：ドバイ・ワールド・トレード・センター（Dubai World Trade Centre）
- ・主 催：日本貿易振興機構（ジェトロ）
- ・出展企業：44企業・団体
- ・出展内容：清涼飲料水、和牛、水産加工品、調味料、乳製品、副食品（漬物）等
- ・出展内容（東北6県）：
 - 有限会社 柏崎青果（青森県・青森県産にんにく、野菜だし等の青果物）
 - 株式会社阿部長商店（宮城県・三陸フィッシュソーセージ）
 - 東北・食文化輸出推進事業協同組合（宮城県・プレミアム山ブドウジュース）

- ・ジェトロが運営するジャパンパビリオンの設置は2014年以降6回目となる。2020年にはドバイ万博の開催があり、ドバイを中心に「食」を含めた経済活動が活発になることが予想される

(参考) 総合食品見本市「Galfood2019」について③

◆ 成果

- ・ 山ブドウプレミアムジュースについては、現地日系インポーターを経由して、組合として初の中東出荷が決まった
- ・ フィッシュソーセージについても、アフリカや他のG C C（湾岸協力理事会）参加国のインポーターなどからの具体的な商談が行われた



3-2. 海外展開等プロジェクトの促進支援（経済産業省・復興庁）

- 「チーム化による水産加工業等再生モデル事業」（復興庁）や「JAPANブランド育成事業」（経産省）等を活用し、**三陸地域の水産加工業等の連携グループにおける、三陸ブランド商品開発や海外販路開拓等のモデル的取組を後押し。**



3-3. 海外展開等プロジェクト支援の例①（30年度、東北経済産業局）

- 平成30年度ふるさと名物応援事業補助金（小売業者等連携支援事業）でも、水産加工品の海外販路開拓を専門とする地域商社に対して、現地事業者と連携した店頭試食販売、輸入業者の産地招聘などの支援を実施。



支援例 「三陸水産加工品の東南アジア諸国及び中東諸国等における需要開拓と “SANRIKU”ブランド確立事業」 【株式会社三陸コーポレーション】

- 三陸地域の水産会社7社による共同出資により平成28年9月、地域発の輸出商社として「株式会社三陸コーポレーション」を設立。
- 平成30年度は、これまでの対象国の中で特に経済成長が著しくかつ、日本食品へのニーズが旺盛なマレーシア、フィリピン、インドネシアを中心に、①ホテル・レストラン等向けの試食提案会を通じた営業活動、②スーパーマーケットでの消費者向けのプロモーションとマーケティング活動、③輸入業者等を三陸に招いての水産加工会社の現場見学と売れる商品づくりのための意見交換の3つに集中して取り組みを実施。
- 補助事業最終年度の平成32年度には売上29年度比5倍を目標としている。



マレーシアでの現地ホテル・レストラン等のシェフ・オーナー等が参加した試食商談会の様子



インドネシアのスーパーマーケットでの一般消費者向け販促・マーケティング調査の様子



現地の卸・小売・外食業者らを招聘した産地意見交換会の様子

3-4. 海外展開等プロジェクト支援例②（30年度、東北経済産業局）

- 平成30年度「**JAPANブランド育成支援事業**」を活用し、ブランディングと高付加価値商品開発とともに、新規海外市場の開拓支援を実施。



支援例 「みちのく MICHINOKU」ブランド商品の欧州市場開拓 【気仙沼水産食品事業協同組合】

- 震災による販路・商圈の喪失に、少子高齢化による市場縮小が重なり、継続的なビジネスのためにも地域一体となったブランディングと高付加価値商品の開発によって、海外市場の販売拡充を図ることが重要。
- そこで、「みちのく MICHINOKU」ブランドを立ち上げ、アジアを中心に現地パートナーとのコミュニケーションを通じて、市場ニーズを捉えたローカライズ商品、ブランド開発を行い、展示商談会に出展して認知度向上・ブランド周知、新規市場開拓に取り組んでいる。
- 台湾では日本食品規制強化により一時売上減少したが、台湾人女性を採用し、ローカル商社への営業支援で「めかぶ」「もずく」の取引を開拓。台湾ほかベトナム、米国、タイ、シンガポールで成約を獲得。



商談の様子



台湾での展示会の様子

3-5. 海外展開等プロジェクト支援例③（30年度、東北経済産業局）

- 平成30年度より新たに「地域中核企業創出・支援事業」を活用し、国内・海外での販路開拓やブランド力強化に向けた連携活動の取組を実施。

地域中核 企業支援

支援例 「アジアの活力取り込みへ向けた企業間連携による食品輸出拡大支援事業」 【東北・食文化輸出推進事業協同組合】

- 海外展開に強い意欲を持つ地域の中核企業となりうる有望企業群に対して、貿易実務や営業などの実務面からの支援を行い、地域企業が積極的に海外事業にチャレンジできるような連携体制を構築。
- 今年度はマレーシア、タイ、台湾、香港でのJETRO商談会やドバイでの食品関係の商談会に参加。また、国の補助事業を活用したタイでの独自商談会で大手商社と連携して実施。



マレーシアでのJETRO商談会で食文化輸出組合がバイヤーと商談を行っている様子

地域中核 企業支援

支援例 「畜養北紫ウニを基軸としたローカルブランディングの構築事業」 【TSUMUGIキャピタル株式会社、株式会社ひろの屋】



北三陸ファクトリー

- 増殖溝「うに牧場」で育成され4年目の洋野町産の天然「北紫ウニ」をトップブランドとし、畜養事業による生ウニの通年出荷やパスタソースなどの加工品の開発などを産学官一体となって推進。
- 平成30年10月には、加工品の製造販売、六次化拠点「うみの家」の企画運営などを行う、「株式会社北三陸ファクトリー」を設立。

3-6. 海外展開等プロジェクト支援例④（東北経済産業局）

- 平成30年度「JAPANブランド広報PR・事業効果検証事業」を活用し、JAPANブランド事業で確立してきた個々のブランドを、東北の食文化をテーマに組み合わせて、海外市場に訴求する新たなブランド価値を創出。国内外でプロモーションを実施。



支援例 「JBブランド・ペアリングによる東北 “郷土の膳（KYODO ZEN）” 事業」

- JAPANブランド事業（以下「JB」）で確立してきた中小企業グループのブランドを、東北の食文化をテーマに「東北“郷土の膳（KYODO ZEN）”」に沿って、「ペアリング（組み合わせ）」し、JBグループ間や他の商材・プロジェクト等との連携を促進。
- JB単体のPRにとどまらない効果的なPRを国内外で行い、海外市場に訴求する新たなブランド価値を創出。輸出拡大とインバウンド誘客及び当地での消費拡大を両輪で進める。

ペアリングイメージ



プロモーション

「ツーリズムEXPOジャパン2018」

平成30年9月20～23日；日本



「日本東北遊楽日2018 だいすき♡♥とうほく」

平成30年12月14～16日；台湾台北市



「シンガポール プロモーション」

平成31年2月26日；シンガポール



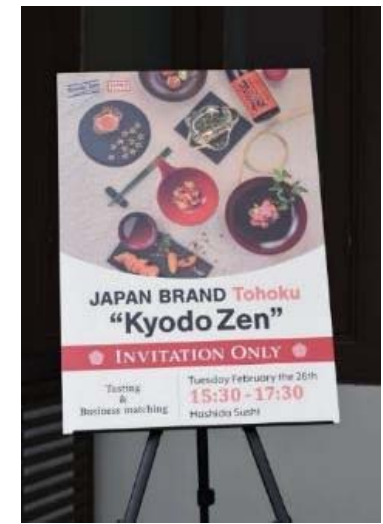
(参考) JAPANブランド広報PR・事業効果検証事業について① ～JBブランド・ペアリングによる東北 “郷土の膳 (KYODO ZEN)” 事業～

シンガポール プロモーション 結果概要

日 時：平成31年2月26日(火) 15:30～17:30
会 場：HASHIDA SUSHI (25 Mohamed Sultan Rd、右写真)
来 場：**71名** (※うち45名が国内トップ級シェフを含むレストラン関係)
内 容：全編英語

- ①「東北“郷土の膳”」をプロデュースした松本圭介シェフが、4つの食材を調理。
酒や器とペアリングして、ご招待客に試食提供。
- ②松本シェフが、MCのフードジャーナリスト仲山今日子氏と、商材の魅力を解説。
- ③会場内のビジネスマッチングルームで回遊する来場者にPR・商談。

主 催：東北経済産業局、(株)ジェイアール東日本企画
協 力：東北農政局、(株)七十七銀行



松本 圭介シェフ

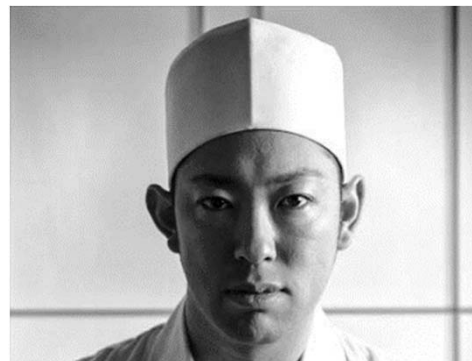
仙台市出身。シンガポールのレストラン「Lewin Terrace (ルウィン テラス)」で2018年春までエグゼクティブシェフを務めた。



企画運営協力

はし田寿司 橋田 健二郎氏

東京・勝どきの老舗寿司店の2代目。
2013年にシンガポールに「はし田」をオープン。



出所；マイナビ

MC

仲山 今日子氏

Forbes JAPANのOfficial Columnist。
ASIANEWS シンガポール支局長。



(参考) JAPANブランド広報PR・事業効果検証事業について② ～JBブランド・ペアリングによる東北 “郷土の膳 (KYODO ZEN)” 事業～

松本シェフによるペアリング



メインホールの様子



「めかぶのガレット 極み鮭マリネ」 (株)八葉水産



仙台ガラス、雄勝石プレート、kibiso



八葉水産によるPR

ビジネスマッチングルームの様子①



(株)鮮冷、CASほたての刺身×BUNAKOBOWL



「ホヤの黒ベニエ 雁が音緑茶&グリーンピース」 (株)鮮冷



雄勝石プレート



鮮冷によるPR

ビジネスマッチングルームの様子②



(株)八葉水産、わかめ刺身×仙台ガラス



3-7. 域内外の若手デザイナーと連携した水産加工品のパッケージ支援（東北経済産業局）

- デザインの創造・活用により東北地域の商材の販売促進・ブランド化を図るとともに、デザインの創造・保護・活用に対する意識啓発を図ることを目的する「**おいしいパッケージデザイン展事業**」を活用し、水産加工事業者がデザインを刷新、販路拡大。
- 平成30年度は、12月11日～16日にかけて「おいしいパッケージデザイン展2018」展示会、表彰式等を開催。

「おいしい東北パッケージデザイン展」受賞作品例の紹介

株式会社マルヌシ（青森県八戸市）
いか三升漬 平成27年度



BEFORE



AFTER

八戸産のいかを東北産の三升ダレに漬け込んだもの。
「八戸」の文字を笑顔にした地域性溢れるデザインへ。
＜販売状況＞ パッケージを変えたことにより販売が急増。

株式会社武田の笹かまぼこ（宮城県塩竈市）
ゆずささ 平成29年度



BEFORE



AFTER

宮城県産の北限のゆずを使用した地産地消商品。幅広い年齢層を狙った戦略的なパッケージデザインへ。
＜販売状況＞ 売上高が2割アップへ。各種展示商談会やおみやげコンテストに参加し販路を拡大中。

三陸フィッシュペースト株式会社（宮城県気仙沼市）
ホタテ入りかまぼこ（仮称） 平成30年度



BEFORE



AFTER

ほたてを丸ごと使っていることが伝わる、日本らしさと素材感のあるパッケージへ。
＜販売状況＞ 平成31年4月より販売開始予定。

本事業の活用後も、デザインを意識した販売促進、
知財戦略やブランド化に覚醒した企業も

- 販売チャンス（販路拡大、ギフトセット採用、マスメディア掲載）が増加した。
- 他の複数の商品においても商標出願（計9件）がなされ、知財活用に関する意識の向上がみられた。
- デザインの重要性を理解し、デザインを買い取りシリーズ展開したり、名刺やトラックの広告などを同じデザイナーへの継続依頼する企業も出ている。

3-8. 水産加工業等の競争力強化に向けた取組（東北経済産業局）

平成30年度 東北沿岸被災地域水産加工業等の再生・競争力強化に向けた調査

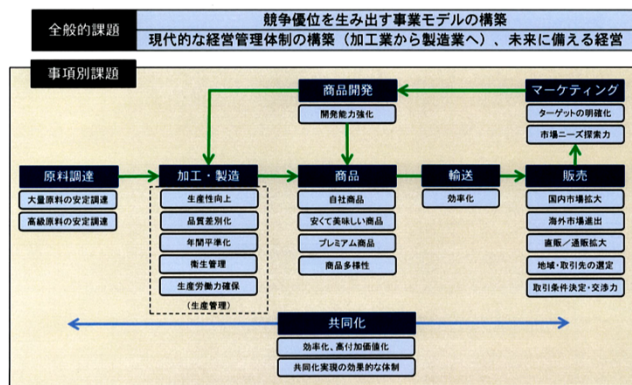
- 三陸地域の水産加工等事業者は、生産設備面では着実に復旧が図られた一方で、魚種交代等の環境変化もあり、原材料調達や人材確保、販路開拓などの面で大きな課題を抱え、復興は大きく遅れている状況。
- かかる状況を踏まえ、本調査においては、5年後、10年後の三陸沿岸地域の水産加工業のあるべき姿に向けた課題解決のために、①現状の問題や課題を再確認し、②全国各地の先進的事例等を調査することによって、産官等に期待される具体的なアクションプランを例示。

【調査委託先】(株) 流通研究所

【調査期間】平成30年8月～平成31年3月18日

【調査方法】水産加工事業者・有識者等からなる調査委員会を設置し、アンケート調査、域外先進地調査、域内調査等を実施。

経営環境変化による水産加工企業の課題



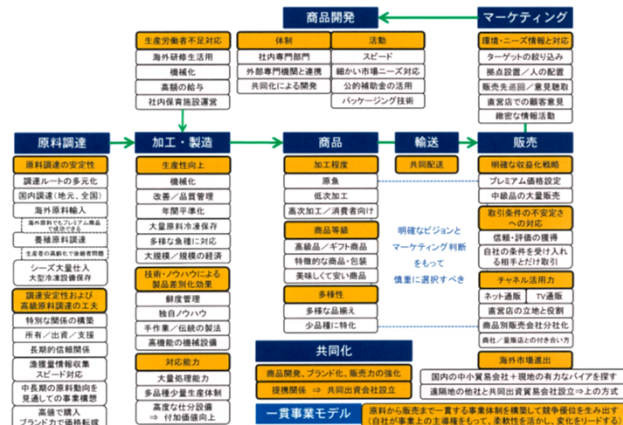
現状の問題

今後に向けた
様々な課題解決の可能性



5年後、10年
後のあるべき姿

- ・ 枯渇化する原料の調達
- ・ 加工・製造の生産性向上
- ・ 商品サービスの付加価値化
- ・ 販売ルートの開拓 ・ 流通・配送
- ・ 共同化 …etc.



報告書取りまとめの方向性

今後を見据えた三陸水産加工事業者等の課題

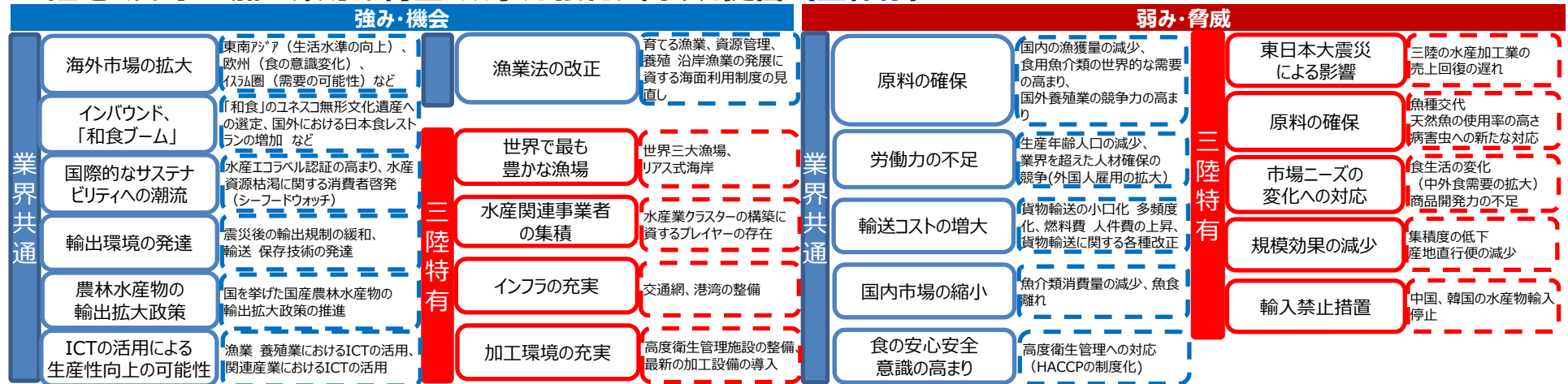
三陸水産加工業等の再生、競争力強化に向けた、あるべき姿

エリアの将来に向けて
取り得る選択肢と
アクションプランを例示

※可能であれば、ビジネスモデル
達成のための鍵も記載

今後に向けた地域での具体的活動の手掛かりを提供

三陸地域の水産加工業等の再生・競争力強化に向けた提言（全体像）



目指すべき姿

『SANRIKU／三陸』を世界トップの水産ブランドにする

「強い企業力&産地全体での強みの追求 ～競争と協創～」

A. 世界的信頼の確立（選ばれ続ける三陸）

B. 将来に亘る強い産地

C. コスト上昇要因の克服

目指すべき姿を実現するための具体的な対応

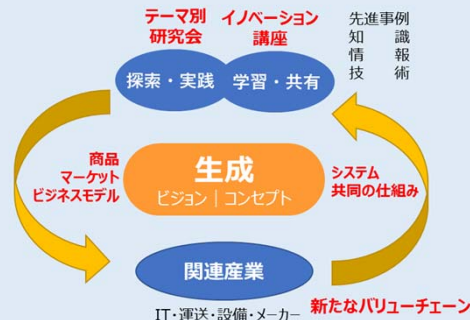
具体的な対応の機会を生み出していくための高質な地域ネットワークの場（※）を通じて
地域における事業者が実践（テーマ別アクション）に挑み続ける仕組みを立ち上げ！

A. 三陸ブランドの確立

B. 変化に強い供給体制の確立

C. コスト削減・リソースの活用

※高質な地域ネットワークの場（イメージ）



◆学び・共有と実践のエコシステム

- 事業者のやる気を応援する場を試行的に提供します！
- ✓水産加工業者が核となり、（漁業者、IT業者、運送業者、設備メーカーなど様々な関係者と）ビジョン・コンセプトを生成、具体アクションを探索・実践できる場を提供！
- ✓最新事例・取組の講師を招聘、直交流をサポート！
- ✓事業者の取組を後押しするプロモータ等人材の配置！

具体的なアクションテーマの例

A-1. マーケットニーズに基づく商品化

- ① マーケットニーズの把握／探索／試行
- ② 現地コーディネーターとの連携
- ③ マーケットニーズに基づく商品改善の実施
- ④ 共同による新たな商品開発
- ⑤ 『SANRIKU／三陸』ブランドの発信

A-2. 地域商社との連携

- ① 輸出業務の代行
- ② 現地営業の代行
- ③ 業者間のコーディネートによる新たな商品開発

A-B. 共通. SDGs 先進地としての地位確立

- ① ASCやMSC、MELなど認証の推進
- ② 産地全体での対外PR

B-1. 畜養・養殖にむけた取組

- ① 産官学民による新たな蓄養・養殖事業の実証
- ② 三陸地域における養殖の可能性の検討

B-2. 原料の共同調達

- ① 既存の輸入商社との連携
- ② 共同出資による輸入商社の設立

B-C 共通. 共同配送システムの導入

- ① 既存の物流事業者のネットワークを活かした共同配送システムの構築

C-1. 加工設備等リソースのシェア

- ① コーディネーターによる水産加工の需給のマッチング
- ② データベースによる加工設備の有効活用
- ③ 加工スキル・人材のシェア

その他参考資料

参考 1. 会員機関における、取組・支援の例（講演資料より抜粋）

参考 2. グループ補助金アンケート調査結果（抜粋）

参考 3. 経済産業省31年度予算案事業（30年度補正含む）PR資料

参考 1 - 1. 会員機関における取組・支援の例（日本貿易振興機構（JETRO））

【平成30年12月4日開催、海外展開促進セミナー「販路回復・開拓パネルディスカッション」当局講演資料より抜粋】

- **JETRO**では、三陸ブランド輸出支援として広域での食品・水産加工業者の輸出支援や、大学と連携した**農林水産物・食品の開発・海外輸出事業**を推進。

①広域での食品・水産加工業者の輸出支援

- ◆三陸地域（石巻、女川、南三陸、気仙沼）の水産加工業者の海外販路を開拓すべく展示会・見本市出展や商談フォローなどを支援。

【成果】

- ◆JETRO支援による宮城県三陸地域の輸出成約実績は、2015年度計の約9千3百万円に対し、2017年度計では約1億5千万円を達成。
 - ・例えば、気仙沼のフカヒレ加工業者である**株式会社石渡商店**は、地元で取れる食材を用いたオイスターソースを開発。2017年8月にJETROの「**輸出有望案件発掘支援事業**」に採択され、2017年10月にフランス・ナントで開催された**食品展示会「SERBOTEL（サボテル）」**に出展。2018年よりインドネシアでの販売を開始。
- ◆また、オーストラリアの大手日系バイヤー「ジュンパシフィックコーポレーション（JUN PACIFIC PTY. LTD.）」の自社小売店舗にて「東北フェア」を開催。東北各地の15社・20アイテム以上の商品を紹介し、約330万円の売上があった。



②大学と連携した農林水産物・食品の海外輸出事業

- ◆東北大学の資源とJETROのノウハウを活かし、①グローバル人材育成、②農林水産業・食品産業の海外進出支援、③東北大学発ベンチャーの海外進出支援等を今後推進する。

⇒JETROは2017年6月に東北大学と包括的連携推進協定（MOU）を締結。

参考 1 - 2. 会員機関における取組・支援の例（東北六県商工会議所連合会他）

【平成30年12月4日開催、海外展開促進セミナー「販路回復・開拓パネルディスカッション」当局講演資料より抜粋】

- 東北六県商工会議所連合会等が中心となり、復興庁予算を活用し、平成27年度から「東北復興水産加工品展示商談会」を開催。4年間の商談数は累計2,139件、うち商談成約は371件（2018.12月現在、商談成約率17%）。
⇒ **東北最大級の水産加工品展示会として定着。**
- 地域の水産物の安全性の普及と販路開拓を目的として、本年度から新たに域外6カ所で「消費地商談会」を実施。

◆ 東北復興水産加工品展示商談会の開催（平成27年度～）

◆ 主 催：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）

◆ 参加者：青森・岩手・宮城・福島・茨城県の沿岸部水産加工業者 平成27～30年度の4年間で延べ461社 平成30年度は133社が出展（過去最大）

◆ 来場者：国内、海外バイヤー等（百貨店、食品卸、スーパー、通販等） 同 延べ20,500人（※4年間開催の延べ数） 平成30年度は5,600人のバイヤー等が来場



<2018年 展示商談の様子>



平成30年度（6/12-13）
・582商談中、92件商談成約
（2018.12月現在）



<2018年 協議会ブース>

◆ 消費地商談会の開催（平成30年度～、大阪、横浜会場での開催例）

◆ 主 催：復興水産加工業販路回復促進センター

◆ 場 所：①平成30年9月6～7日（於）大阪市中心卸売市場 ②平成30年10月1～2日（於）横浜市中心卸売市場

◆ 参 加：①青森・岩手・宮城・福島・茨城県 各水産加工業者33社 ②青森・岩手・宮城県 各水産加工業者12社

◆ 内 容：①②ともに、 水産物の安全性・販路開拓に関するテクニックに関するセミナー、 展示商談会を実施



大阪会場の商談会の様子。約80社、
200名のバイヤーが参加

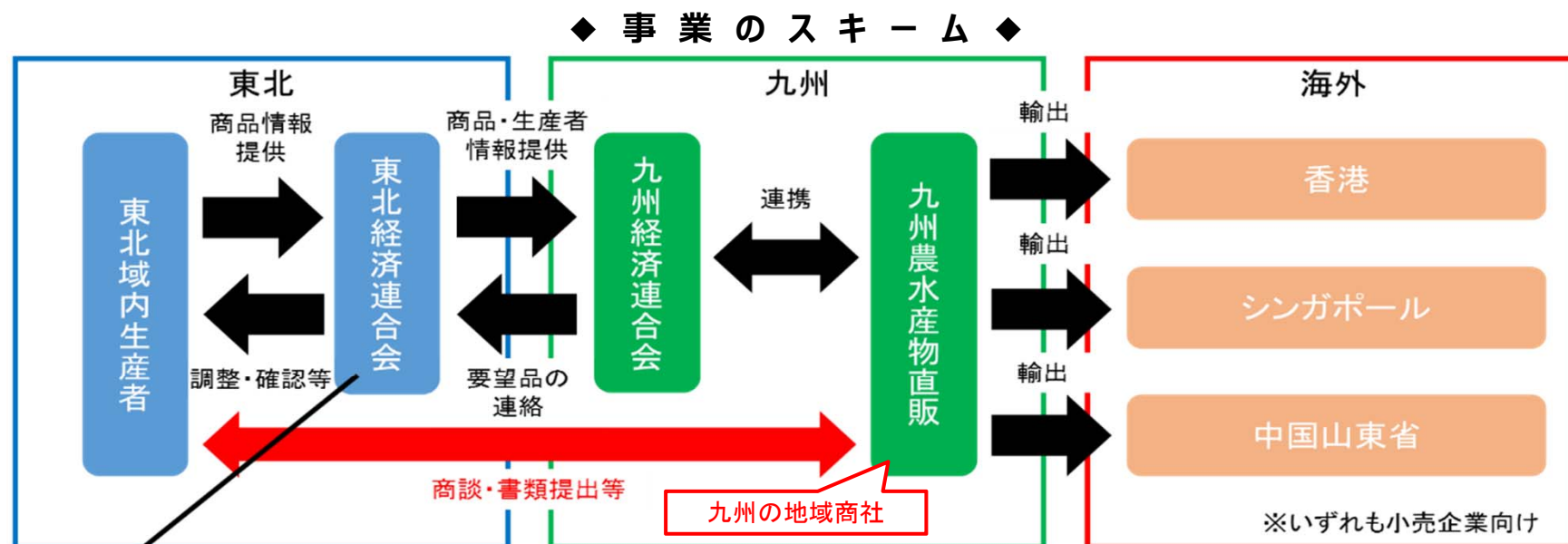


横浜会場の商談会の様子

参考 1 - 3. 会員機関における取組・支援の例（一般社団法人東北経済連合会）

【平成30年12月4日開催、海外展開促進セミナー「販路回復・開拓パネルディスカッション」当局講演資料より抜粋】

- 他地域商社との連携による水産加工業等販路開拓の取組のひとつとして、東北経済連合会では、九州経済連合会と連携して香港地場系大手小売グループ、中国山東省の食品卸小売会社等との間接取引を目的とした農水産物及び加工食品の輸出支援事業を開始。
- 水産加工品を含めた東北地域の農林水産品の新たな販売ルートの確保について取組中。



【東経連の役割】

- 九州からの要望品について、東北域内の生産者・商品の選定と紹介
- 東北域内生産者と九州農水産物直販との商談の設定

・域内事業者は九州農水産物直販との直接取引のみ！

- ・ 8月27日～28日にかけて（一社）九州経済連合会と九州農水産物直販(株)の担当者を仙台に招聘し、国や県など行政担当者や関係事業者等約30名を対象に「香港等アジア向け輸出事業説明会・個別相談会」を開催。九州農水産物直販(株)担当者から九州側の取組みについて説明するとともに、九州農水産物直販(株)と東北域内事業者との個別相談会を開催。
- ・ 今後も継続して九州側の担当者を招聘するなど商談会の開催や個別事業者の紹介を行う予定。

参考 1－4．会員機関における取組支援の例（青森県）

【平成30年12月4日開催、海外展開促進セミナー「販路回復・開拓パネルディスカッション」当局講演資料より抜粋】

- 青森県では、水産加工品等の輸出など海外への事業展開に取り組む県内中小企業支援のため、JETRO青森などの関係機関と連携し、①県内商談会、②海外商談会、③海外拠点を活用した支援を柱とした支援を実施。

① 県内商談会

◆ 海外企業を青森県に招聘し、県内事業者との商談会を実施。

- ・ H30.7月 香港商談会（参加者：香港バイヤー 13名、県内企業 13社）
- ・ H30.9月 台湾商談会（参加者：台湾バイヤー 7名、県内企業 12社）

◆ 海外に販路を持つ国内商社を青森県に招聘し、県内企業との商談会を実施。

- ・ H30.9月 商談会（参加者：国内バイヤー 4名、県内企業 16社）

② 海外商談会

◆ 県内企業の販路拡大に向けた、現地商談会を実施。

- ・ H30.9月 韓国商談会（参加者：県内企業 2社）
- ・ H30.9月 中国（大連）商談会（参加者：県内企業 3社）

③ 海外拠点を活用した支援

◆ 海外（大連、ソウル）に国内事業者の海外展開を支援する拠点を設置。

また、中国、台湾、ベトナムの現地コンサルタントと連携し、国内事業者の要望に応じ現地企業を紹介・斡旋。



現地商談会の様子

参考 1－5． 会員機関における取組支援の例（岩手県）

【平成30年12月4日開催、海外展開促進セミナー「販路回復・開拓パネルディスカッション」当局講演資料より抜粋】

- 岩手県では、県内水産業が復興している姿を広く情報発信し、併せて各事業者の商品開発力の向上を図るため、「復興シーフードショーIWATE」を開催。

◆「復興シーフードショーIWATE」の開催

- ・ 県内の水産加工事業者等が一堂に会し、新商品などを一般に公開することで、県内水産業が復興している姿を広く情報発信するため、平成25年度以降、盛岡市内で毎年1月下旬～2月に開催。

【平成29年度開催概要】（平成30年2月）

① 平成29年度（第19回）岩手県水産加工品コンクール

県内の水産加工品の開発と品質向上の促進を目的とし、県内水産加工事業者33社から118品の水産加工品を出品。農林水産大臣賞、水産庁長官賞、県知事賞など14品を入賞商品として選定。

② 展示商談会ほか

県内の優れた復興水産加工品の魅力発信・販路拡大のため、コンクール出品事業者が県内外の小売流通業・外食産業等事業者向け展示商談会を実施。併せて水産業の復興状況のスライド上映などを実施。



平成29年度岩手県水産加工品コンクール 農林水産大臣賞受賞
「宮古 恵のからめ味噌」

◆「いわての水産復興フェア」（販売会）の開催（平成30年6月）

- ・ 岩手県水産加工品コンクールの受賞商品を中心に、岩手の水産物の販売促進とPRのため、受賞事業者等による販売会を実施。
- ・ 「東北絆まつり2018盛岡」の開催に併せ、これまで東京で実施していた販売会を今年度初の試みとして盛岡で実施。

【出店実績】丸友しまか（有）（宮古市）、株式会社ひろの屋（洋野町）、南部鮭加工研究会（宮古市）、有限会社早野商店（岩泉町）、小豆嶋漁業株式会社（大槌町）、岩手県漁業協同組合連合会（盛岡市）



平成29年度復興シーフードショーIWATEの様子

参考 1－6．会員機関における取組支援の例（宮城県）

【平成30年12月4日開催、海外展開促進セミナー「販路回復・開拓パネルディスカッション」当局講演資料より抜粋】

➤宮城県では、国内外への県内産水産加工品等の販路開拓・拡大のため、国内展示・商談会の開催や、輸出の際に必要なHACCP認証の取得を目指す水産加工業者の支援等を実施。

◆「水産加工業者のHACCP普及推進支援事業」

・海外販路の開拓に必要なHACCP認証の取得を目指す県内の水産加工業者を支援するため、以下の事業を実施。

①HACCP普及啓発事業

専門家を招聘し、HACCP・衛生管理に係る知識習得のための講習会や、工場診断等を実施。

②HACCP普及推進支援事業補助金

海外輸出に取り組む際に必要となるHACCP認証の取得に要する経費の一部を補助。

◆「水産都市活力強化対策支援事業」

・震災や風評被害により失った県産水産物の販路開拓の支援や、県産水産物の消費拡大のため、以下の事業を実施。

①バイヤー向けの県内水産加工業者データベース『サカナツップみやぎ』
及び消費者向けの県内水産加工品直売所マップを活用した販路
開拓支援

②県外中央卸売市場等における展示会、商談会等の実施

③企業との連携により、県産品フェアやメニュー提案を通じた県産水産物のPRを実施

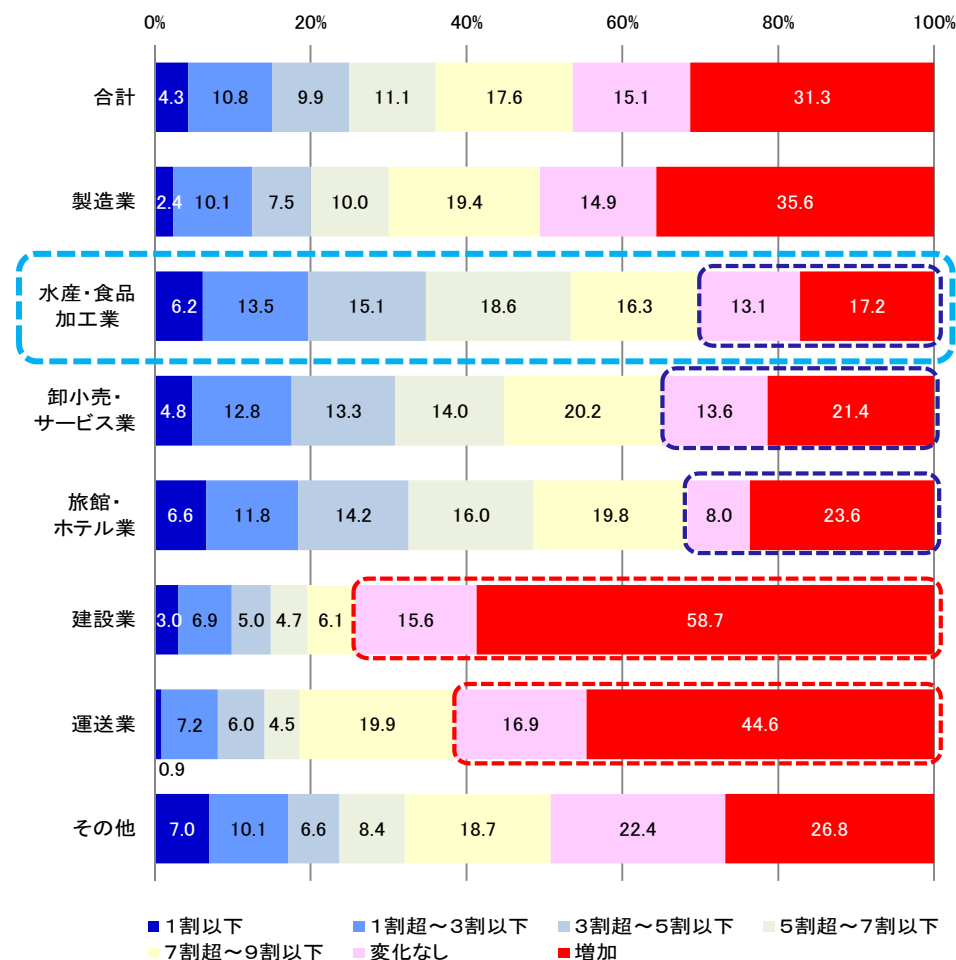
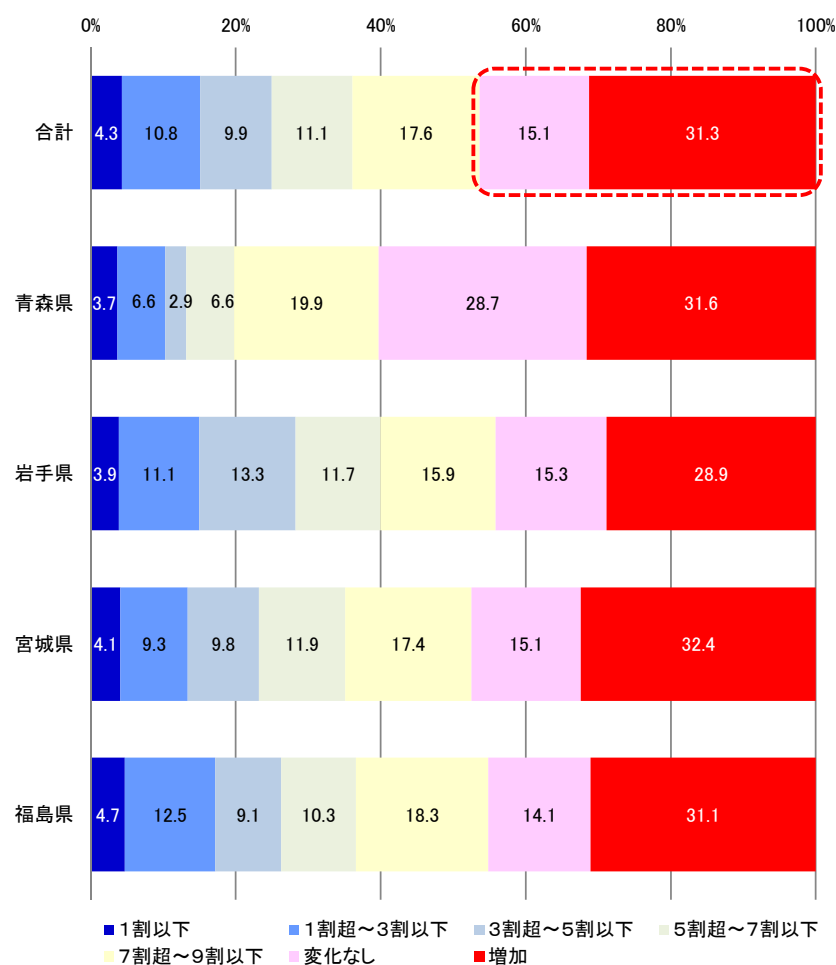
④毎月第3水曜日「みやぎ水産の日」による県産水産物のPR活動や食育の強化を実施



「平成30年度みやぎ水産加工品展示会
in名古屋」の様子

参考２－１．グループ補助金アンケート調査結果（事業者における売上の回復状況）

- 現在の売上状況は、東北地域合計で46.4%の事業者が震災前の水準以上まで売上が回復。
- 業種別に見ると、東北地域では、震災前の水準以上に回復していると回答した割合は建設業（74.3%）が最も高く、次いで運送業（61.5%）となっている。一方、最も低いのは水産・食品加工業（30.3%）、次いで旅館・ホテル業（31.6%）、卸小売・サービス業（35.0%）となっている。



出典：平成30年度グループ補助金アンケート調査より（平成30年10月10日）

参考２－２．グループ補助金アンケート調査結果（事業者における雇用の動き）

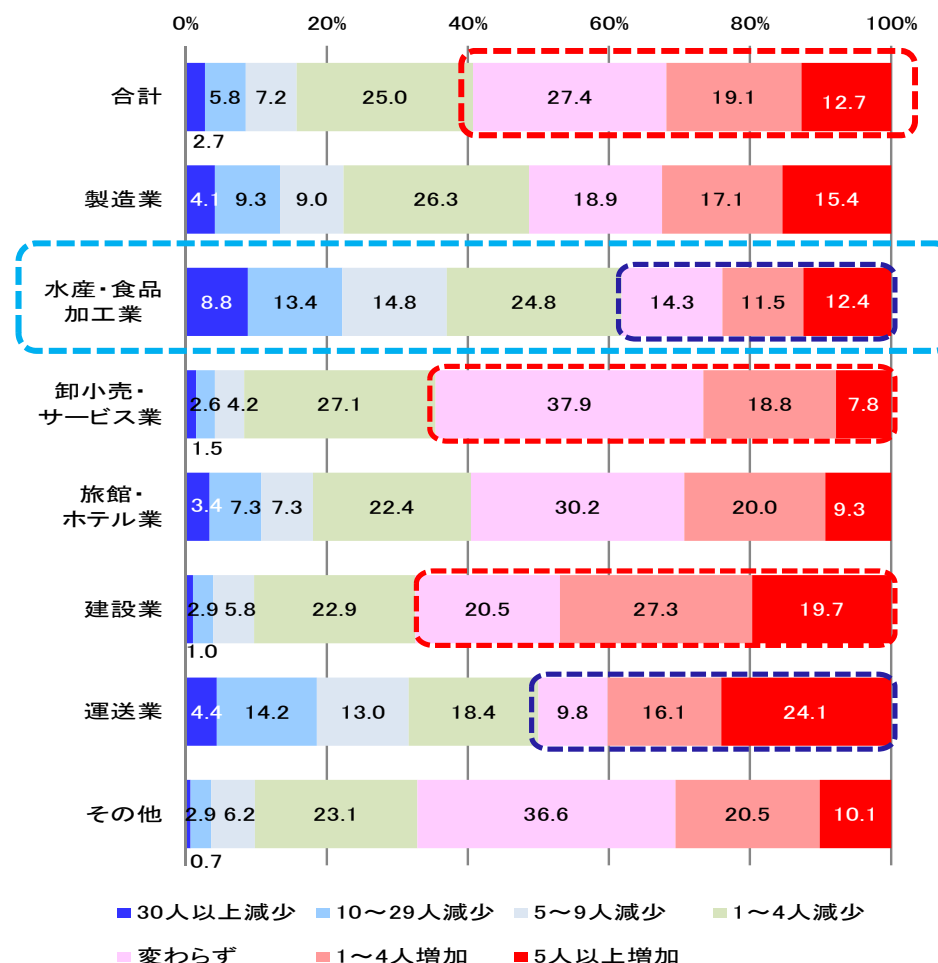
- 震災直前と現在との雇用人数の比較において、東北地域では調査開始後初めて、現在の雇用人数が震災前を上回った（100.3%）。
- 震災直前と現在の雇用の動きを比較すると、東北地域では59.2%の事業者が震災前の水準以上まで雇用が回復したと回答。
- 業種別に見ると、東北地域では、震災前の水準以上に回復していると回答した割合は建設業（67.5%）が最も高く、次いで卸小売・サービス業（64.5%）となっている。一方、**最も低いのは水産・食品加工業（38.2%）**、次いで運送業（50.0%）となっており、**依然として水産・食品加工業の雇用回復が遅れている。**

震災直前と現在の雇用人数比較

業種		震災直前 ①	H30.6 ②	②／① (%)
東北4県	合計	149,619	150,100	100.3
	製造業	56,824	56,148	98.8
	水産・食品加工業	14,700	11,464	78.0
	卸小売・サービス業	33,232	34,306	103.2
	旅館・ホテル業	5,001	4,592	91.8
	建設業	12,079	13,246	109.7
	運送業	17,863	18,678	104.6
	その他	9,920	11,666	117.6

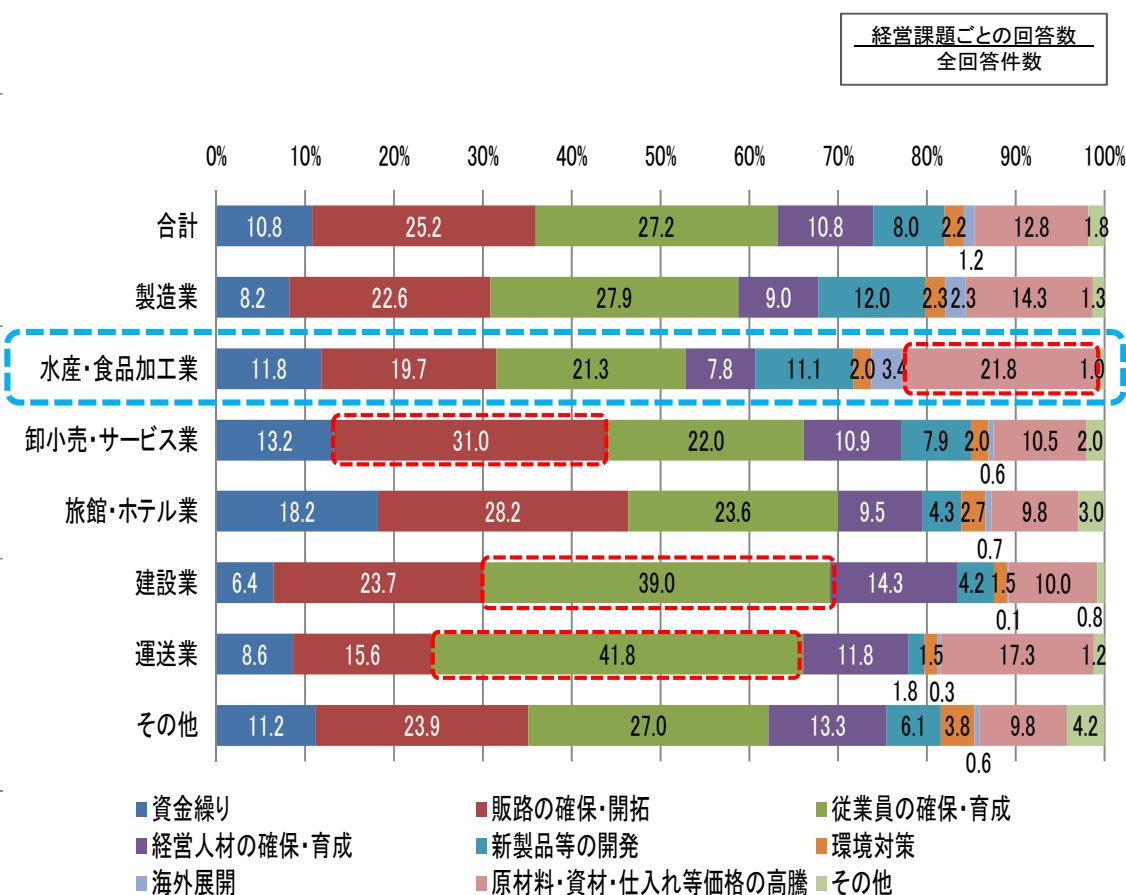
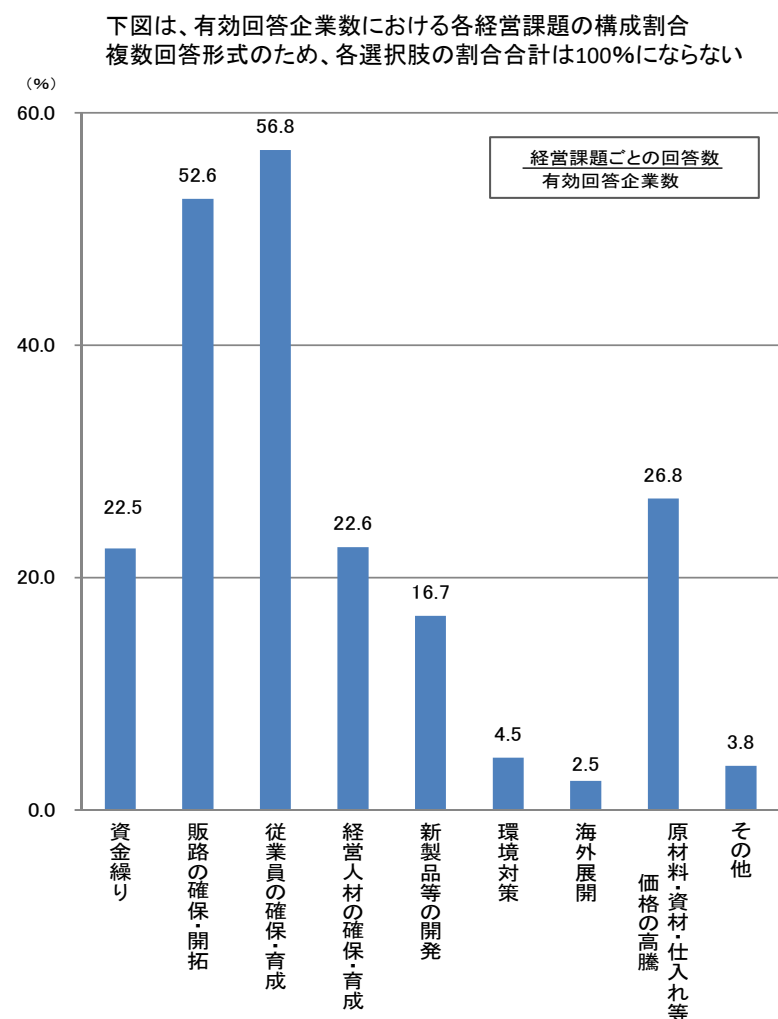
（参考）震災直前と現在の雇用人数比較の推移（東北4県）

第1回	第2回	第3回	第4回	第5回	第6回	第7回	第8回
86.5	91.6	93.5	94.2	94.1	95.2	98.4	100.3



参考２－３．グループ補助金アンケート調査結果（補助事業者の現在の経営課題）

- 現在の経営課題（複数回答）について聞いたところ、東北地域では、全回答者のうち56.8%が「従業員の確保・育成」、52.6%が「販路の確保・開拓」を経営課題に挙げている。
- 業種別に見ると、「従業員の確保・育成」と回答した割合は運送業（41.8%）、建設業（39.0%）で高く、「販路の確保・開拓」は卸小売・サービス業（31.0%）で高くなっている。
- また、「原材料・資材・仕入れ等価格の高騰」は、水産・食品加工業（21.8%）で最も高くなっている。



参考3-1. 経済産業省31年度予算案事業（30年度補正含む）PR資料より

国内・海外販路開拓強化支援事業

平成31年度予算案額 **23.9億円（新規）**

(1)東北経済産業局 地域ブランド連携推進室
022-221-4923

(2)(3)(4)東北経済産業局 国際課
022-221-4907

事業の内容

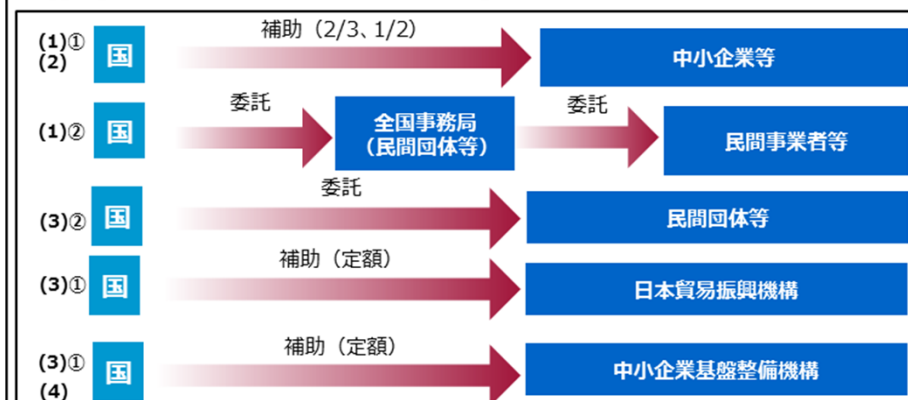
事業目的・概要

- 国内・海外の販路開拓をシームレスに支援します。
- 地域経済の活性化を図るため、地域資源の活用や中小企業者と農林漁業者の連携による新商品・サービスの開発や販路開拓を支援します。
- 海外展示会出展等を通じて海外でのブランド確立に取り組む事業を支援します。
- 「中小企業海外展開現地支援プラットフォーム」の整備等により、進出後の課題対応も含めて一貫して支援します。また、中小企業の海外展開に伴う内外の税制等について、セミナーやパンフレットの配布等を実施します。
- マッチングサイトを活用した国内外市場での販路開拓の支援強化を図ります。

成果目標

- 開発した商品・サービスの市場取引達成率80%を目指します。

条件（対象者、対象行為、補助率等）



事業イメージ

(1) 地域産業資源活用・農工商等連携事業

- ① 地域産業資源活用促進法及び農工商等連携促進法に基づく事業計画の認定を受けた中小企業等が行う新商品・新サービスの開発・販路開拓に係る費用の一部を支援します。（原則として、補助率1/2、補助上限500万）
- ② 民間事業者等のノウハウを活用し、新事業展開の掘り起こし、商品改良等サポート及び展示会・商談会の出展機会の提供等を通じて、新商品開発、販路開拓等の取り組みを支援します。

(2) JAPANブランド育成支援事業

地域産品が持つ素材や技術等の強みをいかした海外展開戦略の策定を支援します（補助上限200万円、補助率2/3）。また、海外でのブランド確立のため、新商品開発や海外展示会出展等のプロジェクトを支援します（補助上限2,000万円、補助率2/3、1/2）。

(3) 現地進出支援強化事業

- ① 情報提供、海外展示会や商談会等を通じた販路拡大支援、商談後のフォローアップ、現地進出後の事業安定・拡大支援（プラットフォーム事業）等、段階に応じた支援を提供し、海外進出、また発展させるまでを一貫して支援します。
- ② 中小企業が多く進出している国の税制等について、セミナーや、各国税制等や税務に係る留意事項を記載したパンフレットの配布等により、海外展開を行う中小企業の税務に係る態勢整備を支援します。

(4) ビジネスマッチング支援事業

ビジネスマッチングサイトを活用した中小企業者のWEBマッチング及び商談機会の提供等による海外展開支援を実施します。

参考3-2. 経済産業省31年度予算案事業（30年度補正含む）PR資料より

中小企業生産性革命推進事業

平成30年度第2次補正予算案額 **1,100.0億円**

1. 東北経済産業局 産業技術課 022-221-4897
2. 東北経済産業局 経営支援課 022-221-4806
3. 東北経済産業局 情報政策室 022-221-4895

事業の内容

事業目的・概要

- 中小企業・小規模事業者等が、認定支援機関と連携して、生産性向上に資する革新的サービス開発・試作品開発・生産プロセスの改善を行うための設備投資等を支援します。また、設備投資等とあわせて専門家に依頼する費用も支援します。
- 小規模事業者がビジネスプランに基づいた経営を推進していくため、商工会・商工会議所と一体となって経営計画を作成し、販路開拓や生産性向上に取り組む費用等を支援します。
- ITの導入支援にあたり、セキュリティにも配慮したITツール及びその提供事業者の成果を公開し、IT事業者間の競争を促すとともに、横展開を行うプラットフォームの構築等を通じて、中小企業・小規模事業者によるIT投資を加速化させ、我が国全体の生産性向上を実現します。

成果目標

- ものづくり・商業・サービス生産性向上促進事業により、事業終了後5年以内に事業化を達成した事業が半数を超えることを目指します。
- 小規模事業者持続的発展支援事業により約20,000者の販路開拓及び生産性向上を支援し、販路開拓につながった事業の割合を80%とすることを目指す。
- サービス等生産性向上IT導入支援事業により、補助事業者の生産性を向上させ、サービス産業の生産性伸び率を2020年までに2.0%を実現することに貢献します。

条件（対象者、対象行為、補助率等）



事業イメージ

1. ものづくり・商業・サービス生産性向上促進事業

（補助上限額：1,000万円、補助率1/2）

- 中小企業・小規模事業者等が行う革新的なサービス開発・試作品開発・生産プロセスの改善に必要な設備投資等を支援します。
- 小規模な額で中小企業・小規模事業者等が行う革新的なサービス開発・試作品開発・生産プロセスの改善を支援します。（設備投資を伴わない試作品開発も支援）（この場合の補助上限額は500万円。また、小規模事業者の場合は補助率2/3）

- スマートものづくり応援隊、ITコーディネータ、ロボットシステムインテグレータ、技術士等、事業の遂行に必要な専門家を活用する場合は、補助上限額を30万円アップ
- 先端設備等導入計画の認定又は経営革新計画の承認を取得して一定の要件（※）を満たす者は、補助率2/3

※労働生産性年率3%以上向上を含む経営革新計画または先端設備等導入計画を2018年12月21日以降に申請し、承認・認定を受けた場合

2. 小規模事業者持続的発展支援事業

（補助上限額：50万円、補助率2/3）

- 小規模事業者が商工会・商工会議所と一体となって取り組む販路開拓や生産性向上の取組を支援します。
- 複数社が連携した共同設備投資等は補助上限500万円（50万円×10者）
- 展示会開催支援

3. サービス等生産性向上IT導入支援事業

（補助上限額：450万円、補助率1/2）

- 中小企業・小規模事業者等の生産性向上を実現するため、バックオフィス業務の効率化や新たな顧客獲得等の付加価値向上（売上向上）に資するITツールの導入支援を行います。

参考3-3. 経済産業省31年度予算案事業（30年度補正含む）PR資料より

中小企業生産性革命推進事業のうち小規模事業者持続的発展支援事業 （小規模事業者持続化補助金）

東北経済産業局 経営支援課
022-221-4806

平成30年度第2次補正予算案額 1,100.0億円のうち約200億円

事業の内容

※昨年度の場合

事業目的・概要

- 小規模事業者がビジネスプランに基づいた経営を推進していくため、商工会・商工会議所と一体となって経営計画を作成し、販路開拓や生産性向上に取り組む費用等を支援します。

成果目標

- 小規模事業者持続的発展支援事業により約20,000者の販路開拓及び生産性向上を支援し、販路開拓につながった事業の割合を80%とすることを目標します。

対象者、補助率等

```

graph LR
    A[国] -- 定額補助 --> B[全国商工会連合会・日本商工会議所]
    B -- 補助 2/3 --> C[小規模事業者  
(企業組合・協業組合・個人事業主等を含む)]
  
```

- **補助対象経費**：小規模事業者が実施する販路開拓等に関する取組にかかる以下の費用
機械装置の導入費用、広報費、展示会出展費、開発費、専門家謝金、車両購入費、設備処分費、委託費、外注費 等

- **補助率**：2/3

- **補助上限額**：50万円

※以下①～③の場合 100万円

①賃金を引き上げる取組、②買物弱者対策、③海外展開

※複数社が連携する共同設備投資等 500万円（50万円×10社）

- **取組イメージ**：

- ・店舗の内装工事を行い、より多くの客が利用できるようにレイアウトを変更。
- ・新たに出前を開始したことをPRするチラシを作成、配布。
- ・商品の梱包・パッケージを刷新し、ブランド力を向上。

採択件数

平成29年度補正	18,082件
平成28年度補正	22,744件
平成27年度補正	14,549件
平成26年度補正	33,855件
平成25年度補正	13,327件

累計 **102,557件**

(参考) 平成28年度熊本予備費 1,433件

事業の流れ

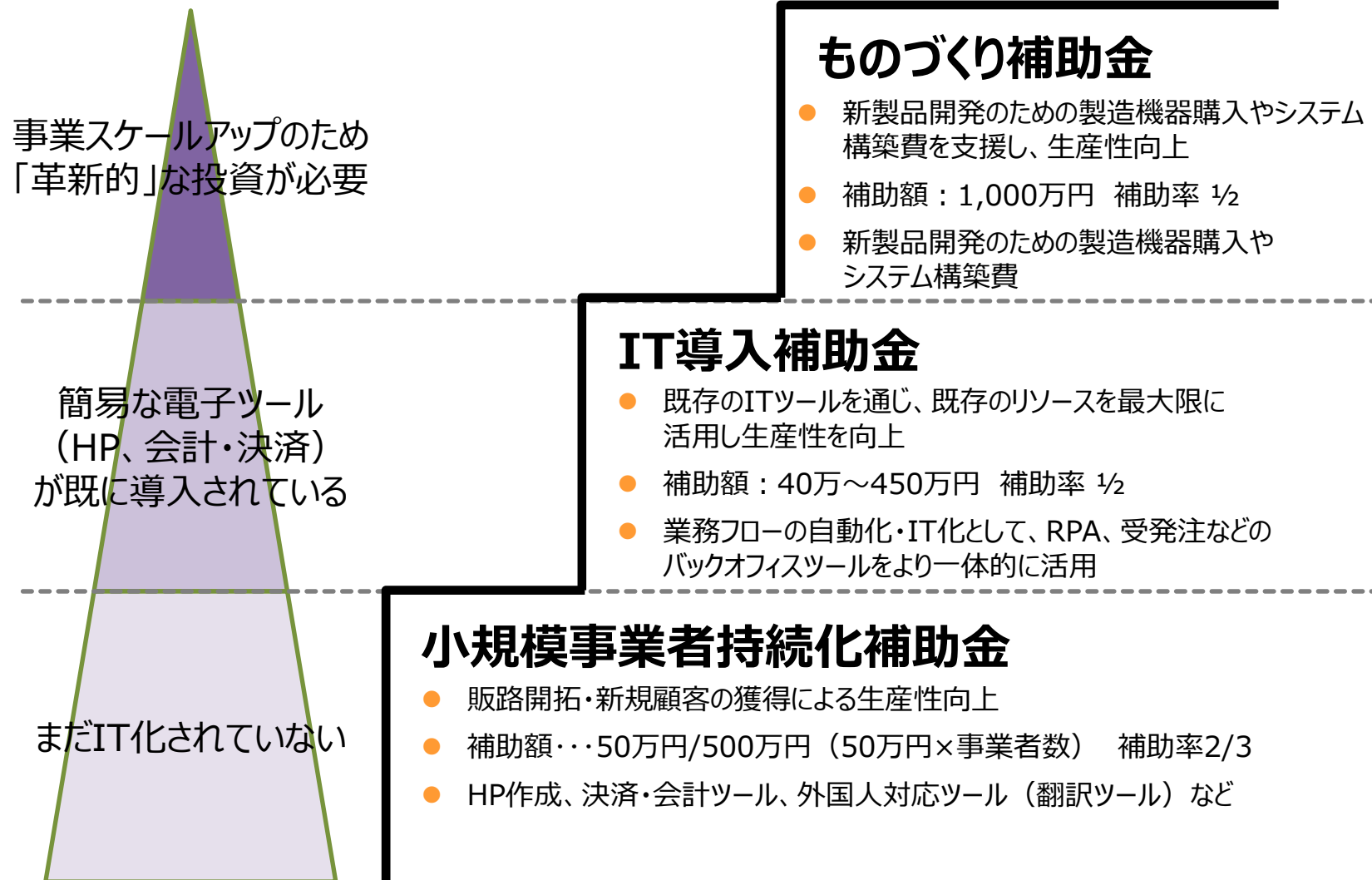
```

graph LR
    subgraph SmallBusiness [小規模事業者]
        direction LR
        A[①現状の整理] --> B[②経営計画の策定] --> C[③経営計画に基づく取組の実施]
    end
    subgraph Support [商工会・商工会議所 経営指導員]
        direction LR
        D[↑現状分析～] --> E[↑計画策定～] --> F[↑事業の実行まで  
伴走して支援]
    end
    SmallBusiness --- Support
  
```

販路開拓！
顧客獲得！

33

資料3－4．生産性向上等に向けた3補助金活用の考え方



ものづくり補助金活用事例

(青森県中小企業団体中央会発行「ものづくり補助事業 成果事例集（青森県）」から編集・転載)

株式会社北彩屋(むつ市)

冷凍技術の高度化によるボトルネック

解消と海峡サーモンの未利用部位活用事業

【内容】

既存技術のエアブラスト法に替えた急速冷凍技術を用いた設備の導入により、解凍時における品質劣化の解消と、再冷凍に耐える品質向上によるロスの軽減を図った。

【成果】

既存の冷凍技術では最大氷結晶生成帯の通過に約1時間を要したが、「アルコール急速冷結法」による液体凍結機の導入によって10分程度に短縮させることが可能となり、また、製品内にできる氷結晶サイズも200μmから20μmへと縮小した。これにより、サーモン可食部の細胞30μmより氷結晶サイズが小さくなったことから、冷凍時の細胞損傷が減少し、ドリップ発生のリスク低減を果たした。



従前未利用だったヒレや皮などの部位についても冷凍保存でき、ことでそれらの付加価値化が想定できる。

三富産業株式会社(八戸市)

イカ自動カット機を利用した高付加価値製品の開発

【内容】

一次加工の耳・胴体・足の3つに切り離す作業を、7名の熟練従業員にて手作業で行っていたため、非常に時間を要していたが、この作業を自動カット機「イカセパレーター」を導入し、鮮度低下防止、衛生面の改善、作業効率の向上を図ることとした。

【成果】

設備導入によって生産量が2.5倍となり、生産能力が大幅に向上。作業を行う従業員も7名から1名で対応可能となり、他6名の従業員を別の繁忙な部署へ配置することで、労働環境の平準化が図られた。製品品質・衛生面においても作業内容が大幅に短縮され、鮮度維持・細菌の人的二次汚染防止と増殖防止が可能となった。



本事業によるイカ加工の量産化により衛生面の向上も可能となり、コストも抑えられ販路拡大が期待できる。

小規模事業者持続化補助金活用事例

有限会社ケイ(気仙沼市) ー気仙沼商工会議所ー 気仙沼発 手作り無添加のさんまつくだ煮新家族層向け宅配事業

【事業内容】

商品の魅力をPRするために、地元新聞に広告を掲載。モンドセレクション三年連続金賞受賞の効果もあり、新規のお客様を獲得。来店客数が増加した。

また、それまで注力できていなかった個人向け商品のカタログを作成し、店頭や地元の産業まつり、お中元・お歳暮セールで案内。全国各地から注文をいただき、売上の増加にも繋がった。

気仙沼港の風景の入った独自のお土産用紙袋も大きな効果を上げている。

【事業者の声】

「長年の夢が実現！」

紙袋に描いたデザインは気仙沼港の風景であり、自分が描いた気仙沼の風景に自分達が心を込めて作った商品を持って歩く人々の姿にとっても感動しました。本当に取り組んで良かったと感謝しています。



※東北経済産業局作成「小規模事業者持続化補助金事例集」(平成26年度補正(平成27年度実施分)及び平成27年度補正(平成28年度実施分)より作成。

小金丸水産(南三陸町) ー三陸商工会ー

「水産加工者が案内する、美味しい海の幸収穫体験ツアー」実施事業

【事業内容】

養殖スケジュールを元に、生産現場の体験ツアーを商品化。ただ食べるだけでなく、海の様子や養殖の現場を知ることができる内容であり、食育の現場としての活用や、南三陸町における観光目的の一つになることが期待される。

また、直売所で取り扱っている乾物を活用した「ふりかけ作り体験」をメニューに取り入れ、悪天候による体験型ツアーの欠航への対策とした。消費マインドに響くようなツアーとするため、専門家からツアーの組み立てやPR方法等のアドバイスを受け、販促用のチラシやホームページ開設等によるプロモーションを行った。

【事業者の声】

「体験型ツアーにより新規顧客獲得！」

海洋体験は従前行っていませんでしたが、「自分の食べるものがどこで収穫するかを見たい」という消費者ニーズは高まっており、多数の方にツアーに参加していただきました。参加者の中には既存客以外の方もおり、新規顧客獲得にもつながりました。

販促用のチラシやホームページを活用したプロモーションも効果的であったと感じています。また、ツアーを通して商品の生産を見ることができ、他社との違いを感じ、安心安全が確認できたため、商品の購買につながっているケースが多くなりました。今後も体験型ツアーを通じ、個々の消費者を大切にしたいサービスの提供に努め、自社製品の売上げ向上にもつなげていけるよう推進していきます。

