

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結果について

水産庁及び全国水産加工業協同組合連合会では、岩手県・宮城県・福島県の水産加工業における東日本大震災からの復興状況に関するアンケート調査を実施しました。

概要

アンケート結果のポイントは次のとおりです。

- 1 生産能力の回復（施設の復旧）に対し、売上の回復が遅れている。**
8割以上生産能力が回復した業者は、岩手県で57%、宮城県49%、福島県24%となっている一方で、8割以上売上が回復した業者は、岩手県では44%、宮城県36%、福島県10%となっている。
- 2 小規模な加工業者ほど売上の回復が遅れている。**
- 3 直面している課題として、「販路確保・風評被害」、「人材確保」、「原材料確保」が挙げられている。**
3県とも約3割の業者が「販路確保・風評被害」を課題としている。

また、アンケート調査と併せて、水産加工業者に販路開拓等についてヒアリングしたところ結果は次のとおりです。

- 1 販路開拓については、風評被害が解消されても、失って3年が経過する販路を回復するのは困難という意見が太宗。**
- 2 販路回復に成功した事例の多くは、次のとおり。**
 - 新商品で新販路を積極的に開拓した事例（気仙沼市、釜石市）
 - 通販・小売店事業を拡大するなど業態をシフトした事例（釜石市）
 - 「カイゼン」などによる生産性の大幅向上を図った事例（釜石市）

調査結果詳細は別添のとおりで。

水産加工業における東日本大震災からの復興状況アンケート結果

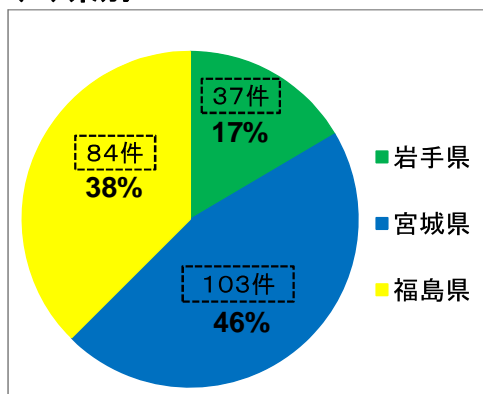
水産庁
全国水産加工業協同組合連合会

岩手県・宮城県・福島県の水産加工業における東日本大震災からの復興状況を調査するため、平成26年2月28日～3月12日の12日間において、当該3県の全国水産加工業協同組合連合会所属組合員、673企業に対しアンケート調査実施。回収率は、全体で34%(231企業)であった。

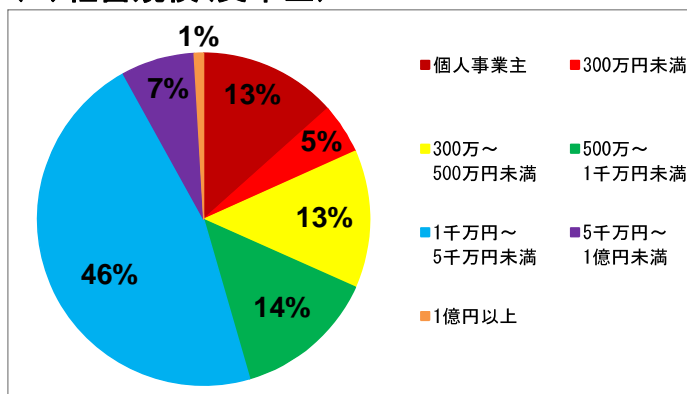
その調査結果の概要は以下のとおり。

1. アンケート対象

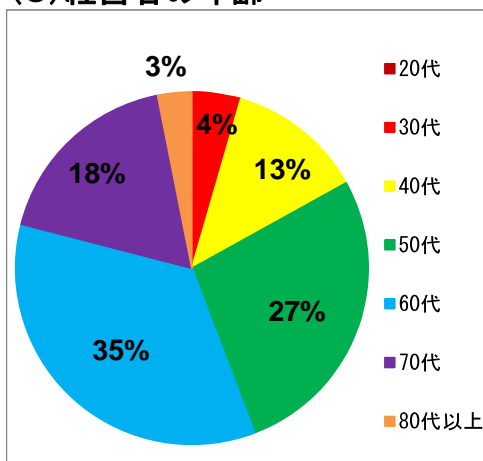
(1) 県別



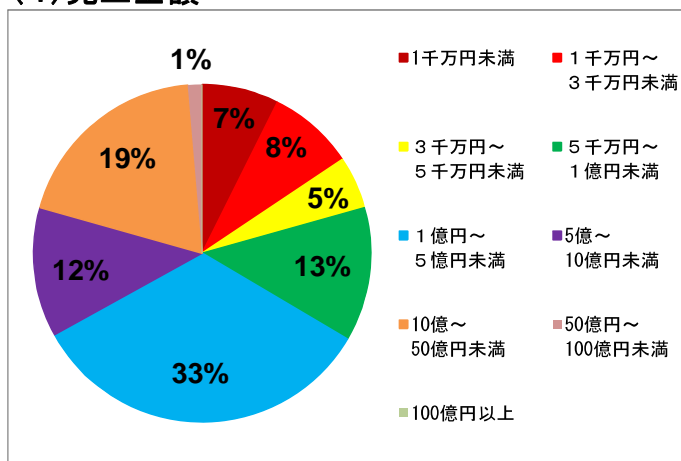
(2) 経営規模(資本金)



(3) 経営者の年齢

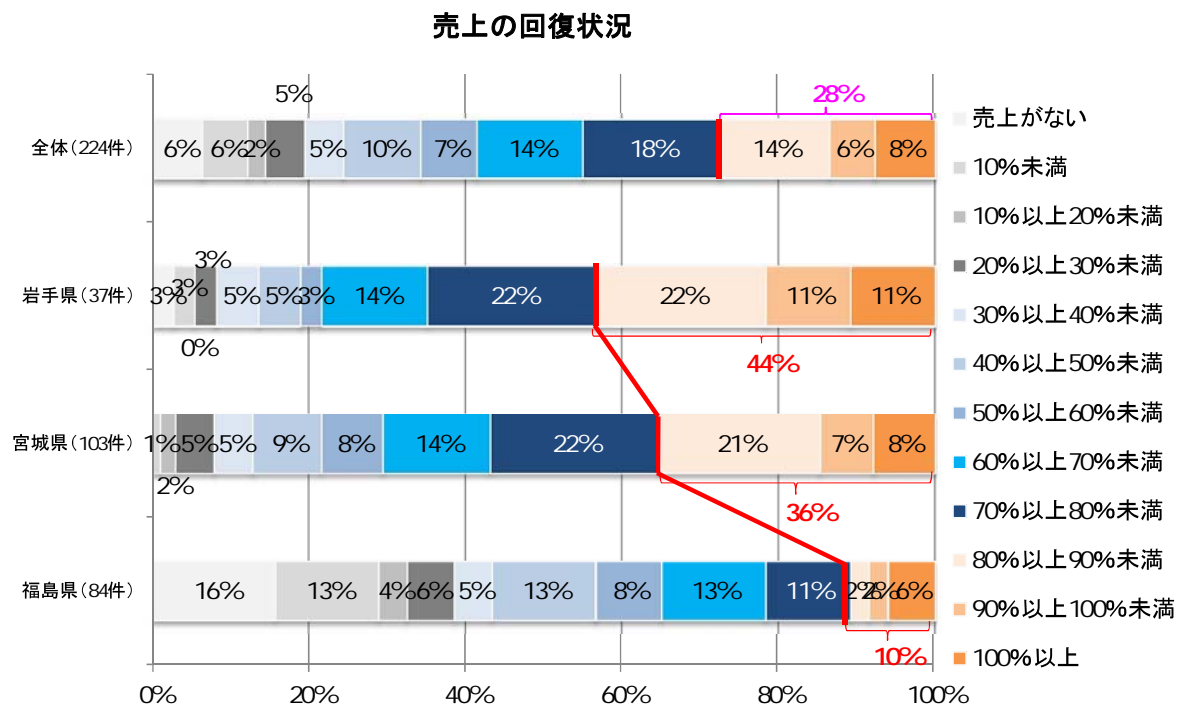
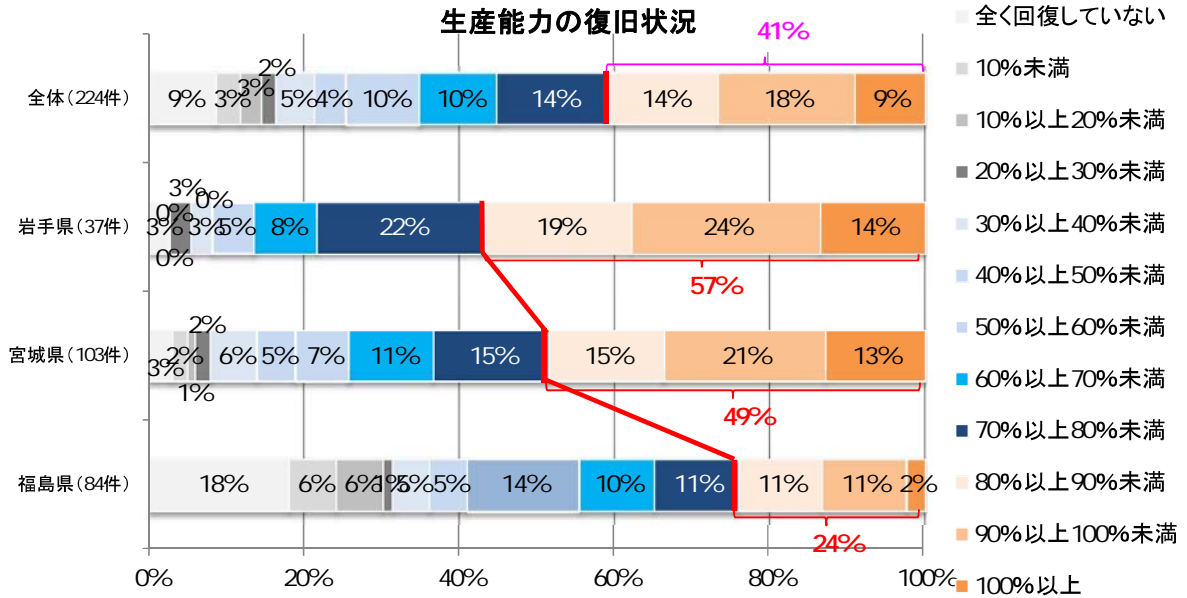


(4) 売上金額



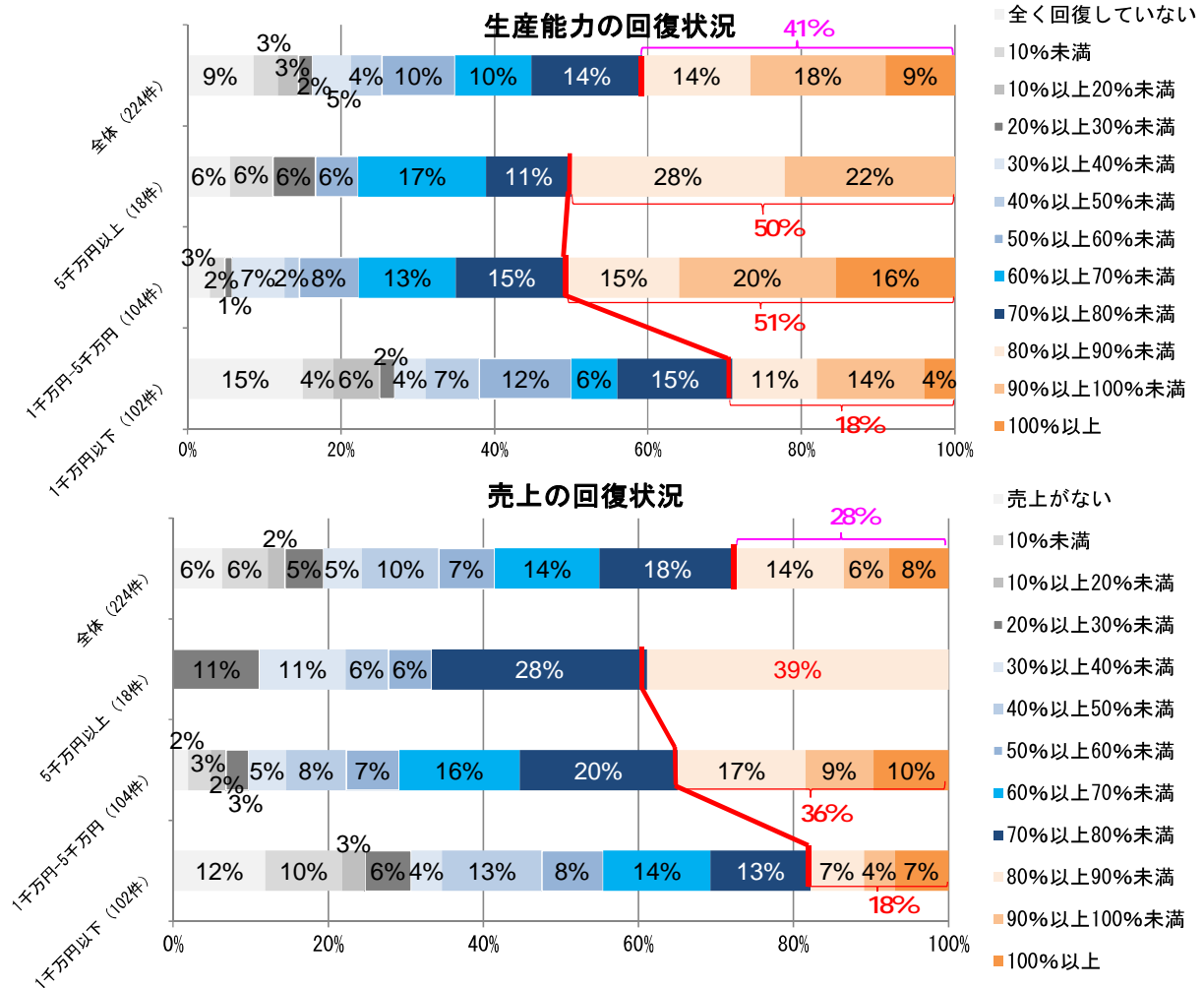
2. 県別の生産能力や売上の回復状況

- 3県の全体では、生産能力が8割以上回復した業者は、41%、売上が8割以上回復した業者は、28%
- 生産能力が8割以上回復した業者は、岩手県では57%、宮城県49%、福島県24%
- 一方、売上が8割以上回復した業者は、岩手県では44%、宮城県36%、福島県10%



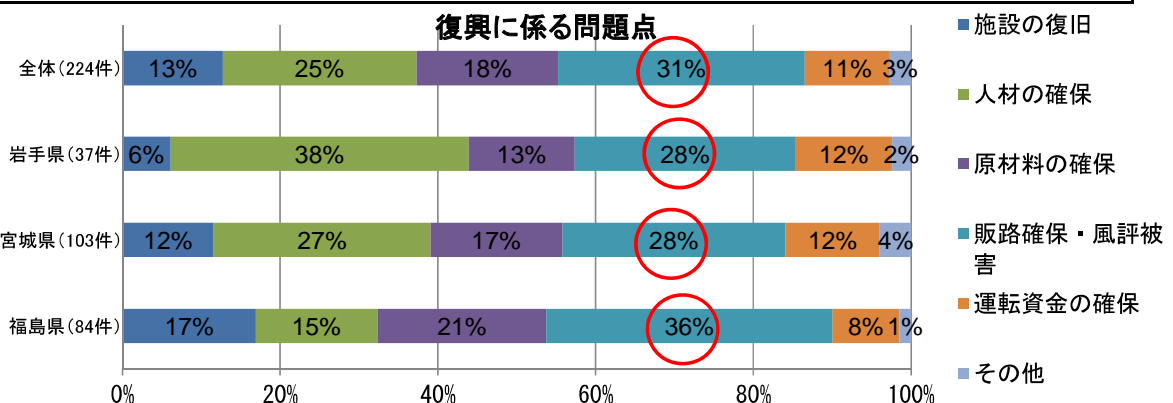
3. 規模(資本金)別の生産能力や売上の回復状況

- 3県の全体では、生産能力が8割以上回復した業者は、41%、売上が8割以上回復した業者は、28%
- 生産能力が8割以上回復した業者は、資本金5千万円以上だと50%、1千～5千万円で51%、1千万円以下で29%
- 一方、売上が8割以上回復した業者は、資本金5千万円以上だと39%、1千～5千万円で36%、1千万円以下で18%



4. 復興における問題点

- 復興における問題点は、販路確保・風評被害が31%を占める。
- 人材不足も大きな問題



販路開拓に関するヒアリング結果

(自由回答)

地域	内容
塩竈市	震災後1ヶ月出荷できない際に代替として入った他のメーカー商品が、放射能の風評被害の影響もあって復活しても当社商品に切り替わらない。風評被害が解消されたとしても震災前と同じ販路の復活は、この3年で厳しいことがわかった。
塩竈市	震災後出荷できない際に代替として入った他のメーカー商品が、放射能の風評被害の影響もあって復活しても当社商品に切り替わらない。バイヤーからは、風評被害を理由に断られているが、他産地の商品が定着していると考えられるため、風評被害が解消されたとしても震災前と同じ販路の復活は、厳しい。
石巻市	既存商品を既存顧客に売ろうと思っても無理。風評被害が解消されても震災前に戻ることはないだろうし、戻ろうとも思わない。
石巻市	売上げが上がらない理由として、風評被害の影響もあるが、休業期間が長期に渡った為に商品の消費動向の変化に対する対応についていけない現状がある。
石巻市	震災及び風評被害等により、他産地の商品に切り替えられ、会社が復旧し稼働するようになっても、そこへまた割り込んで宮城の商品へ切り替えるということは、風評被害が解消されたとしても、とてもむずかしい問題点です。
石巻市	失った販路を戻すには、容易ではなく、たとえ風評被害が解消した上で努力しても届かないものがあります。
石巻市	1年目が特に風評被害の影響により落ち込んだが、現在は、関西地区を除いて大分戻ってきた。関西地区については、現在も風評被害を理由に他産地の商品に切り替えられており、ある程度期間が経過した今となつては、そこへまた割り込んで宮城の商品へ切り替えてもらう自体、風評被害が解消されたとしても難しいと考えられる。
気仙沼市	震災当初あった風評被害も、イカ塩辛製造がメインの当社にとっては、現在ほとんど無い。売上げ規模も生産能力に見合ったものとなっている。ただ、原料イカの不足、価格高騰の影響から今後の原料確保に不安がある。
気仙沼市	加工場の建設が遅れており、生鮮出荷のみの販売となっている。震災当初あった風評被害もある程度終息したと思われる。加工製品の出荷がストップして3年たっており、他産地の商品に切り替えられ、そこへまた同様の商品で割り込んで販売することは難しく、新商品の開発が重要と考えている。
大船渡市	震災でストップした際に、他産地の商品に切り替えられ、そこへまた割り込んで自社製品へ切り替えてもらうということは、ほぼ風評被害が解消されている現在でも、非常に難しい。

被災地の販売に係る成功事例

(自由回答)

地域名	内容
釜石市	県の事業でトヨタの指導による生産方式「カイゼン」の考え方を導入し、生産量を時間当たりで計画、作業員の目につく場に示した。その結果、生産の遅れ・進みが管理され、早い段階で軌道修正が行えるようになった。導入指導が始まった昨年4月と比較し、同年11月、12月の一人あたりの生産性は、「約30%」も向上した。
釜石市	業績を回復できたのは、震災前から取り組む消費者向け通販事業が大きく伸張したこと、同事業が宣伝効果をもたらした小売業者や中食企業からの商品オファーが増えたことによる。
釜石市	県の事業でトヨタの指導による生産方式「カイゼン」の考え方を導入し、生産目標に対し、機械と人間で最大限に効果が出せる適正人数を算出できるようになった。充填ラインでは、一人あたりの生産性を20%上げており、製品歩留まりも上がった。
気仙沼市	震災により、主商品の落ち込みが激しい中、展示会で出会った異業種の業者とのコラボレーションで開発した新商品にて、新規取引先が増え売上に繋がっている。
いわき市	震災以前は、下請けが主であり、震災以降は、小売店舗を立ち上げた事により、売上は上がった。(下請け時は、商品を製造し、加工賃のみの計上であった為。) また、震災以前は、各卸売市場との取引額が全体の3分の1程あったが、現在は、ほぼ0になっている。しかし、新規での取引先が増えてきている。(物産展、商談会等で獲得)
気仙沼市	震災前は、卸売の方が多く、末端販売は少なかったが、震災復興応援にて、末端の消費者の方が、お店に訪れた際に商品を買って頂き、そのお客様がリピーターとして、商品を買っていただいているので、売上増に繋がっている。 現在は、卸売が半分、末端販売が半分の割合に変化している。その他、震災前には行わなかったこととして、購入のお客様にDMをするようにしている点と包装紙のリニューアルを行った。
釜石市	震災復興応援にて、テレビ報道にてネームバリューがあったこともあって、販路が広がったことが、売上増につながっている。 その他には、新商品開発にも力を入れ、お客様にとって良い商品を心がけている。
宮古	大槌に在庫していた原料や半製品(1億円相当)は津波被害で全損したが、工場(現在は新工場が今年2月完成)は津波被害を受けなかったため、すぐに残った原料で生産を再開でき、HACCP対応の生協主体販売で売り場も早期復旧した。また、ホームページやブログ、メディアで取り上げてもらい被災地の今を発信し続けた、結果、それを見た方などの「つて」で被災地産品を仕入れたいという新規顧客が付き売上額が伸びた。
石巻市	震災年の6月には塩釜の工場を借り、北海道から原料を調達して生産を再開。同年11月にはカット野菜工場を買い上げて石巻に戻り生産開始。翌年10月には新工場で生産開始した。同じように復旧した先でも規模的に少量しか対応できる工場しかなかったことで、同社は大口注文(千ケース単位)を受けられることができたため品質安定が見込め荷受け筋から注文が殺到。早期に人材確保し大口生産可能になったことで他社の注文分も取り込んだ結果である。実際、新規取引先は無く既存先からの注文が震災前より多くなり売り上げが伸びた。現在は石巻で2工場稼働中である。

<お問い合わせ先>

漁政部加工流通課

担当者：芳之内、吉田

代表：03(3502)8111 (内線6616)

ダイヤルイン：03(6744)2350

全国水産加工業協同組合連合会

担当者：佐々木、大藤

電話：03(3662)2040