

# 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10回)結果

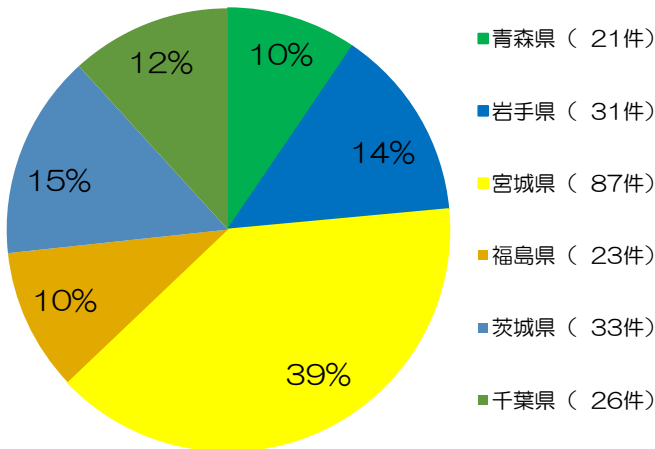
水産庁

青森県、岩手県、宮城県、福島県、茨城県及び千葉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、令和5年1月26日から令和5年2月27日までの間において、当該6県の全国水産加工業協同組合連合会傘下組合所属等、971企業に対しアンケート調査を実施（回収率は、全体で22.8%（221企業））

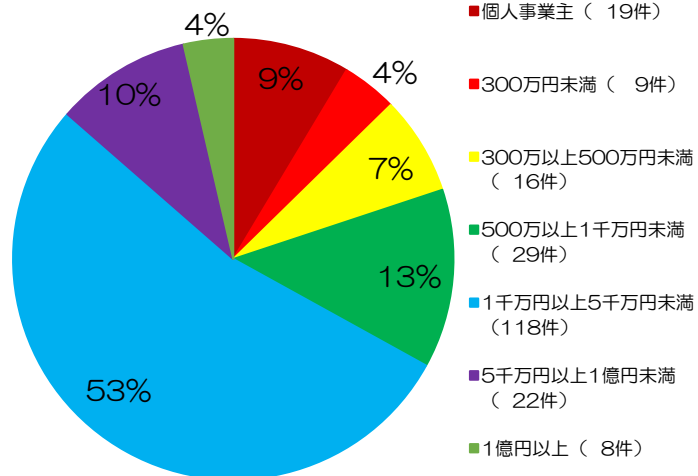
調査結果の概要は以下のとおり。

## 【アンケート回答者】

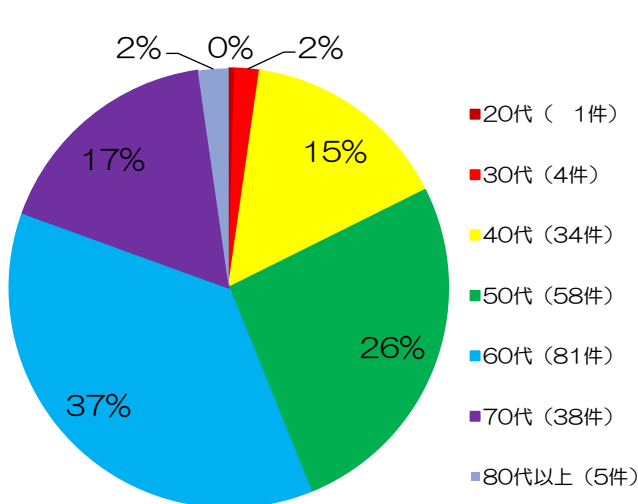
### (1) 県別



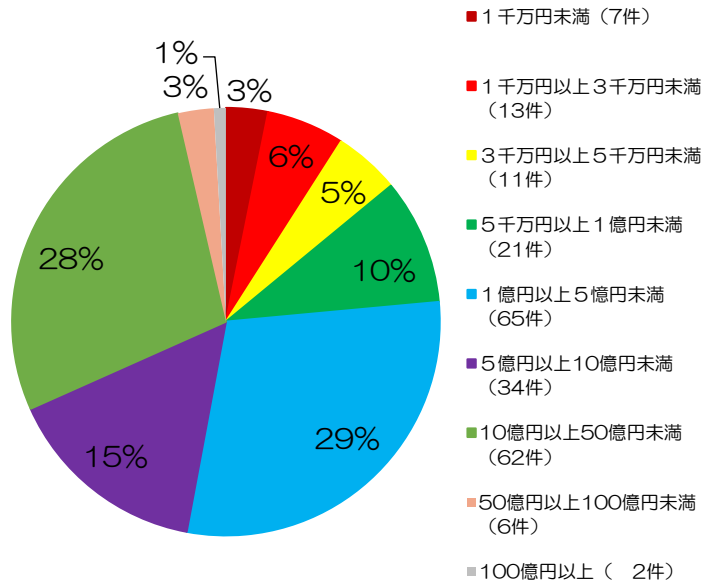
### (2) 経営規模（資本金）



### (3) 経営者の年齢



### (4) 売上金額

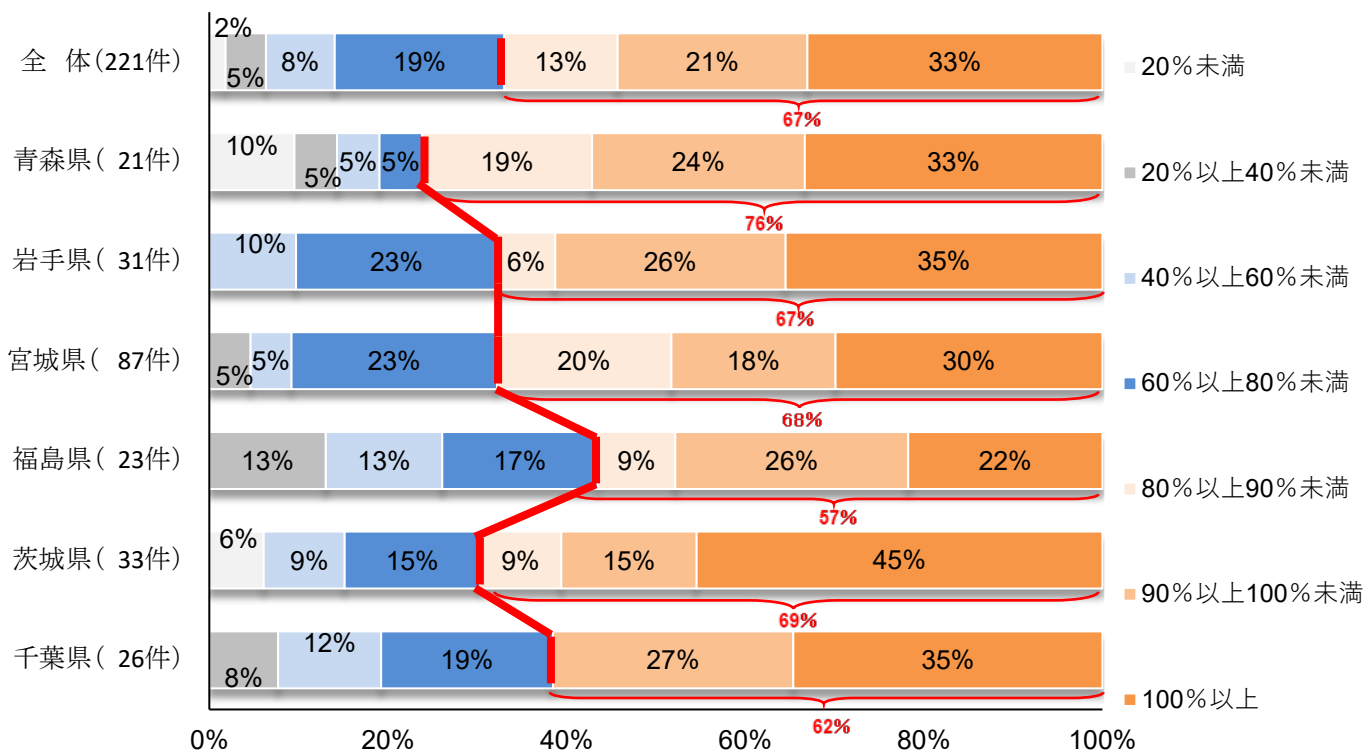


(注) 割合の合計については、端数処理の関係上、100%にならない場合があります。

# 1. 県別の生産能力の回復状況

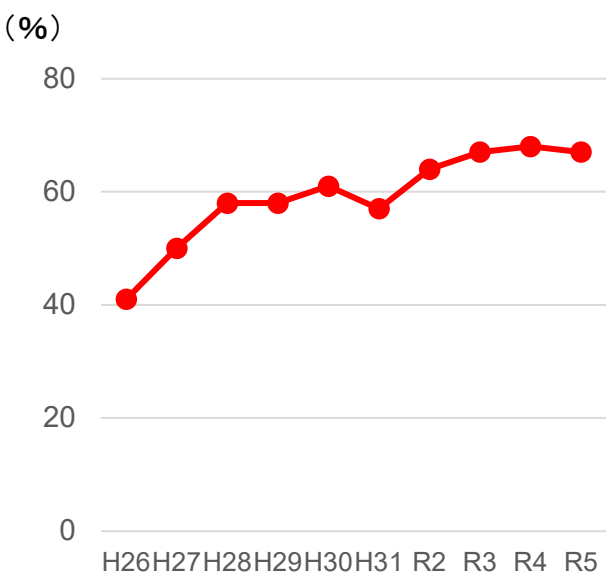
○ 6県全体では、生産能力が8割以上回復したと回答した業者の割合は67%。  
(前回は68%)

○ 県別に見ると、青森県で76%、岩手県で67%、宮城県で68%、福島県で57%、茨城県で69%、千葉県で62%。



## 第1回アンケートからの推移

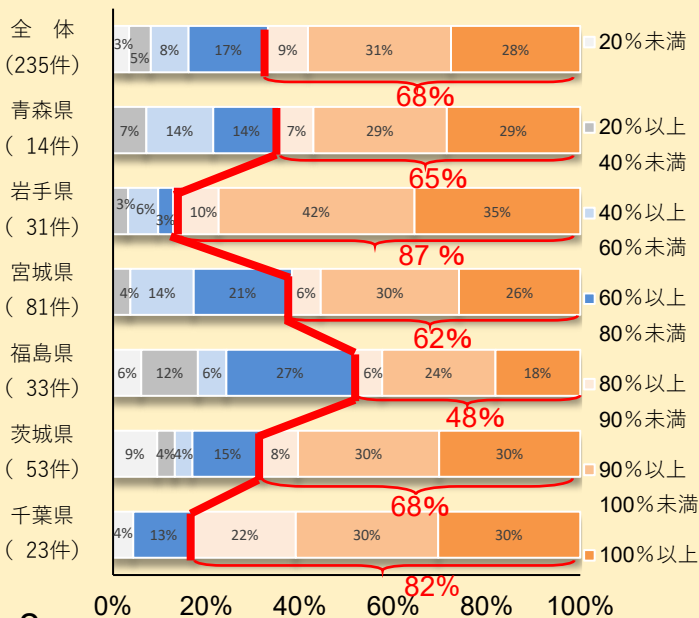
(生産能力が8割以上回復したと回答した業者の割合(全体))



青森県・茨城県はH27以降、千葉県はR2以降集計対象

## (参考)

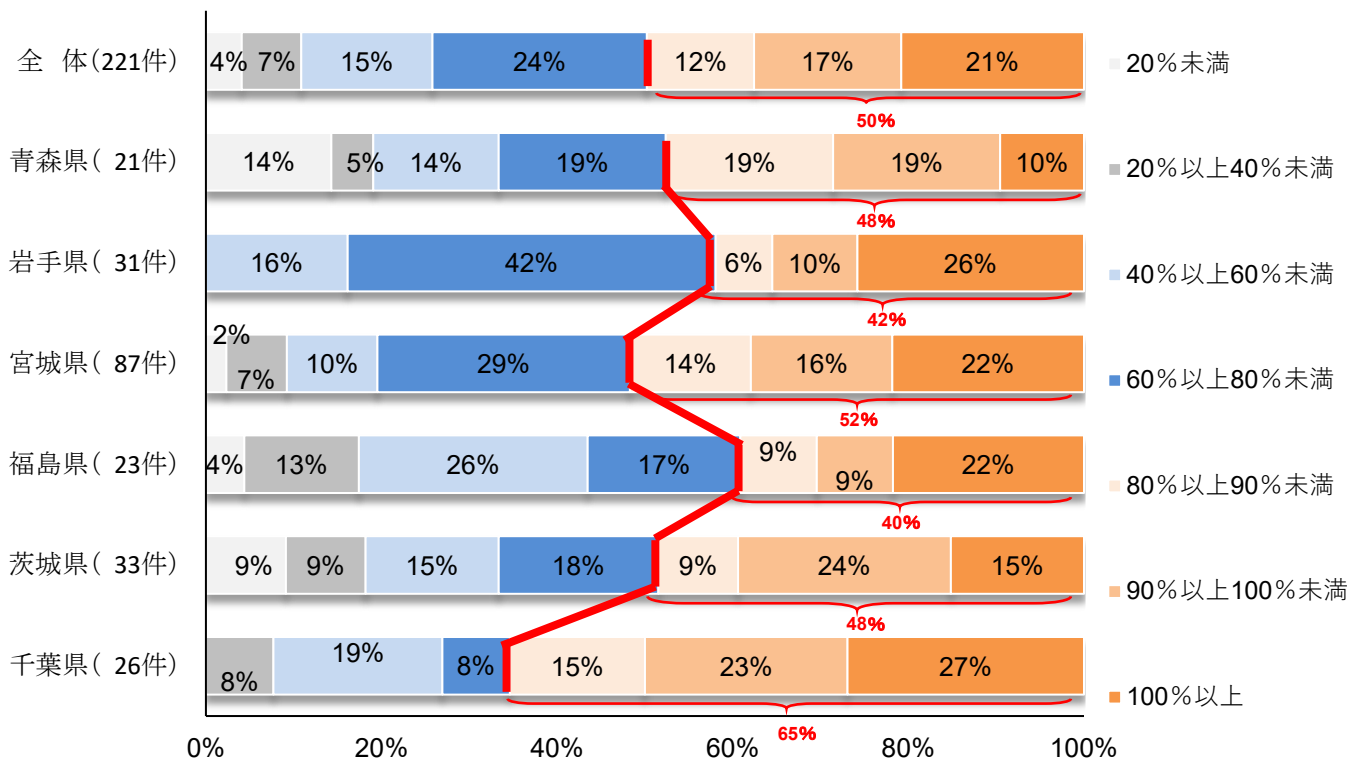
### 第9回アンケートの結果



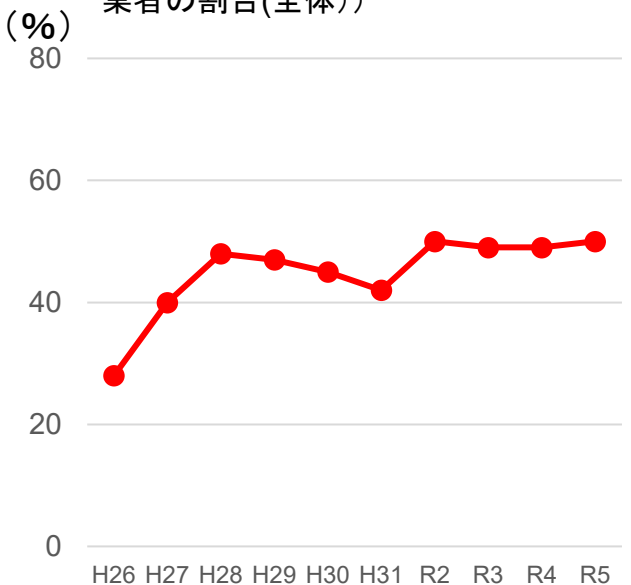
## 2. 県別の売上の回復状況

○ 6県全体では、売上が8割以上回復したと回答した業者の割合は50%（前回49%）であり、依然として売上の回復が遅れている。

○ 県別に見ると、青森県で48%、岩手県で42%、宮城県で52%、福島県で40%、茨城県で48%、千葉県で65%。



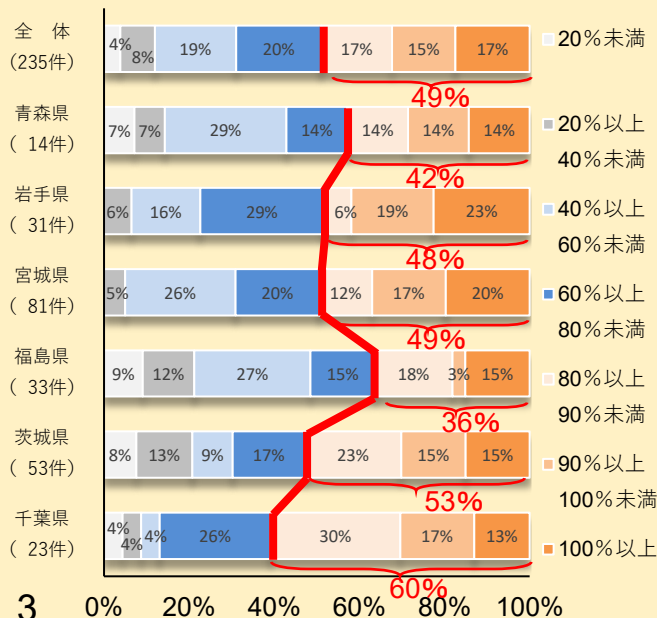
### 第1回アンケートからの推移 (売上が8割以上回復したと回答した業者の割合(全体))



青森県・茨城県はH27以降、千葉県はR2以降集計対象

### (参考)

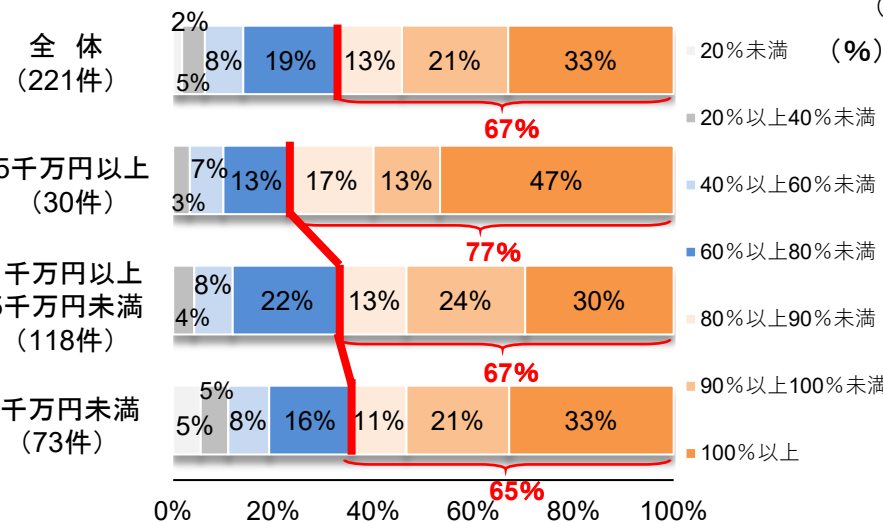
### 第9回アンケートの結果



### 3. 規模（資本金）別の生産能力の回復状況

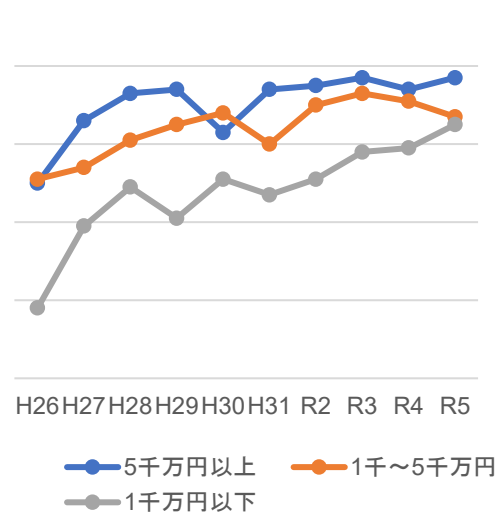
- 生産能力が8割以上回復したと回答した業者を資本金別にみると、資本金5千万円以上で77%、1千～5千万円で67%、1千万円以下で65%。
- 資本金の規模が小さいほど生産能力の回復が遅れている傾向が見られる。

生産能力の回復状況



第1回アンケートからの推移

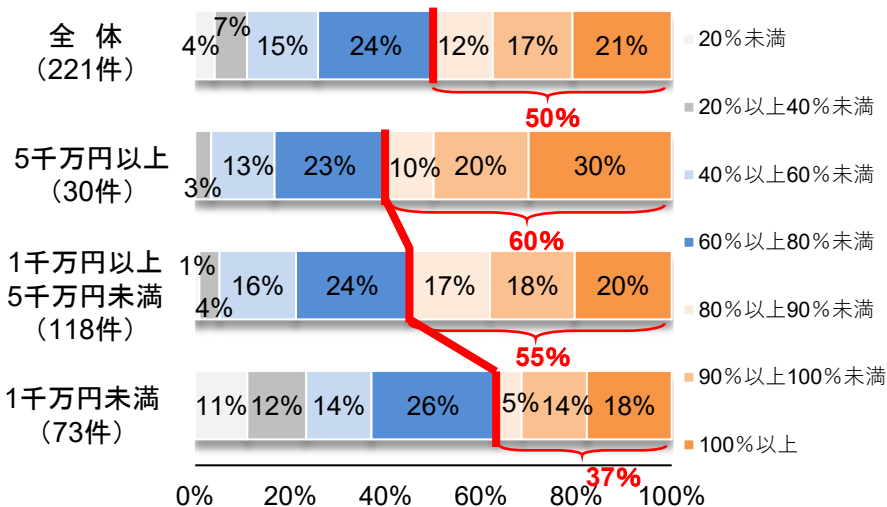
(生産能力が8割以上回復したと回答した業者の割合)



### 4. 規模（資本金）別の売上の回復状況

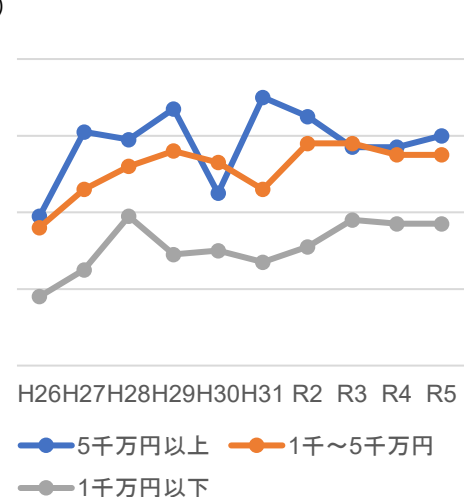
- 売上が8割以上回復した業者は、資本金5千万円以上で60%、1千～5千万円未満で55%、1千万円未満で37%
- 資本金の規模が小さいほど売上の回復が遅れている傾向が見られる。

売上の回復状況



第1回アンケートからの推移

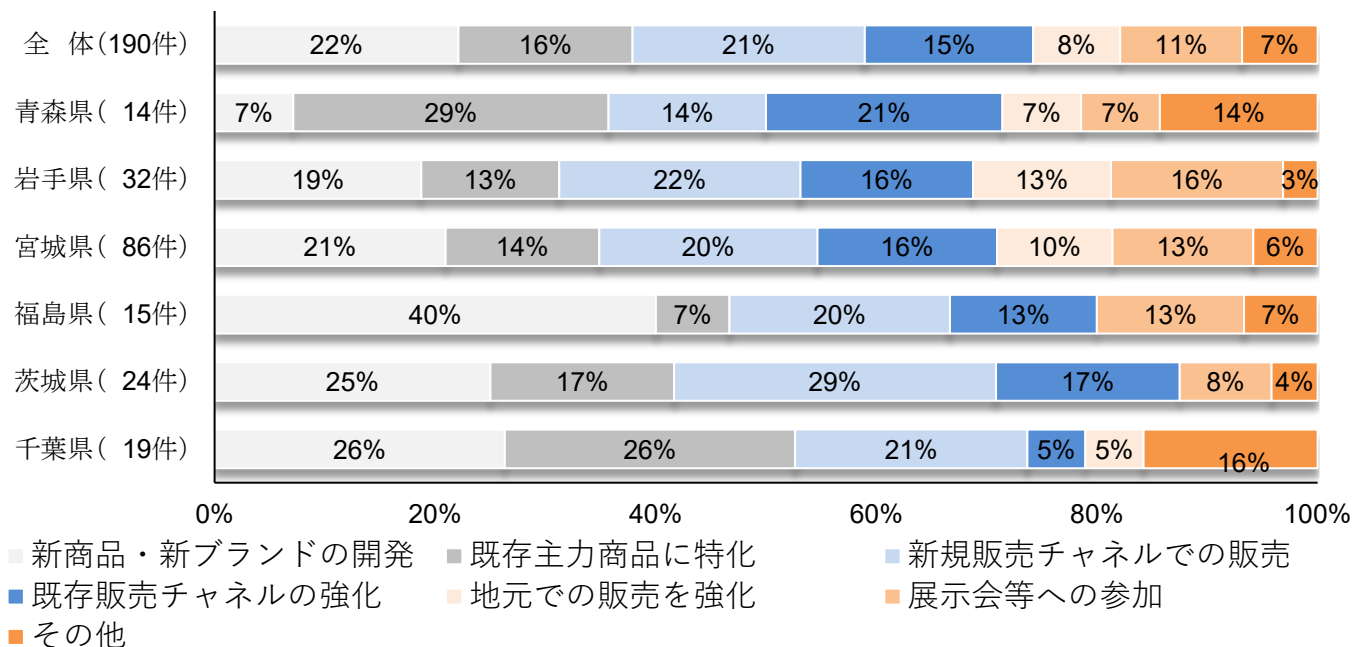
(売上が8割以上回復したと回答した業者の割合)



## 5. 売上が戻った理由

○ 2で売上の回復が90%以上と回答した業者が、震災前と同水準まで売上を戻すことができた要因としては、6県全体で、「新商品・新ブランドの開発」が22%、「新規販売チャネルでの販売」が21%、「既存販売チャネルの強化」が15%となっている。

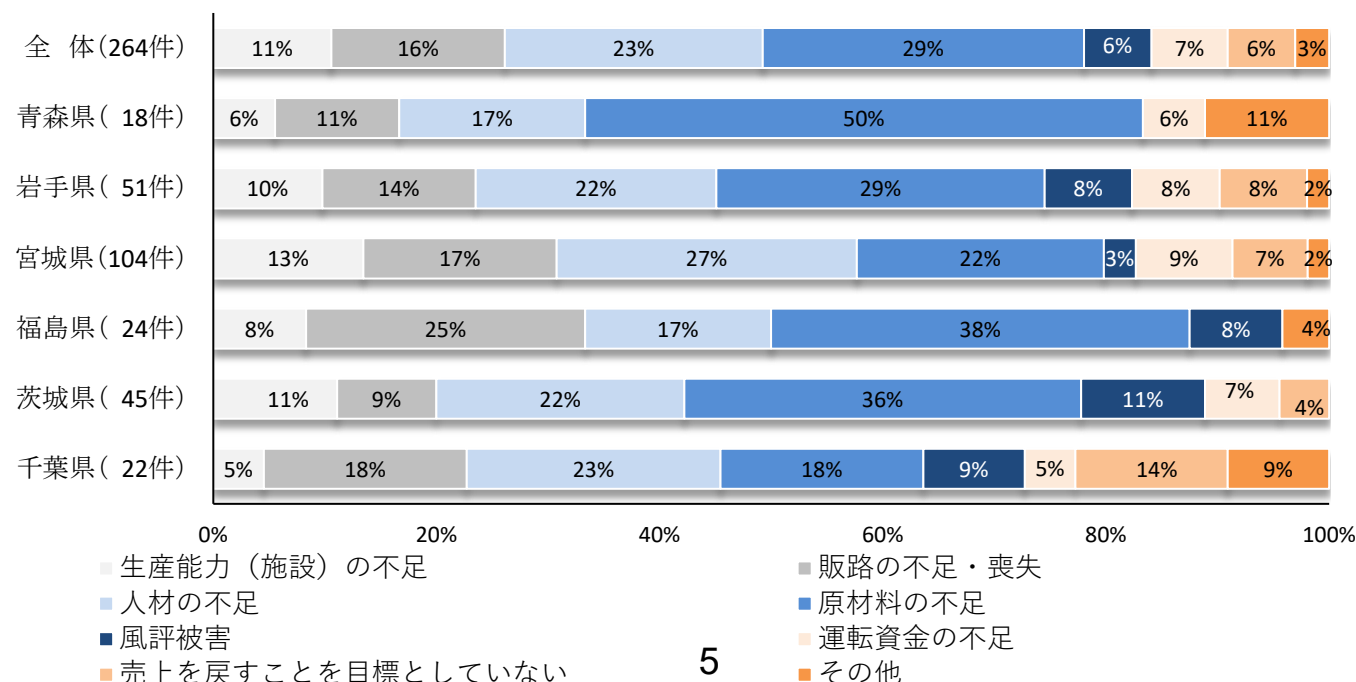
### 売上が戻った理由（複数回答可）



## 6. 売上が戻っていない理由

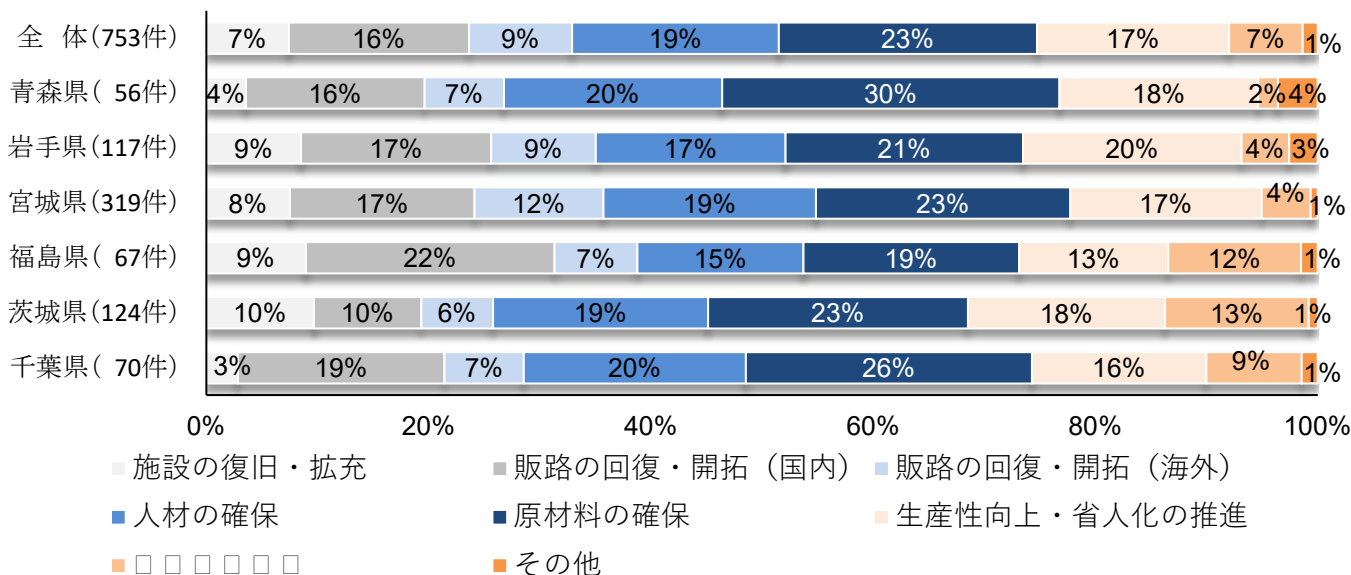
○ 2で売上の回復が90%未満と答えた業者が、震災前と同水準まで売上を戻すことができない要因としては、6県全体で、「原材料の不足」が29%、「人材の不足」が23%、「販路の不足・喪失」が22%となっている。

### 売上が戻っていない理由（複数回答可）



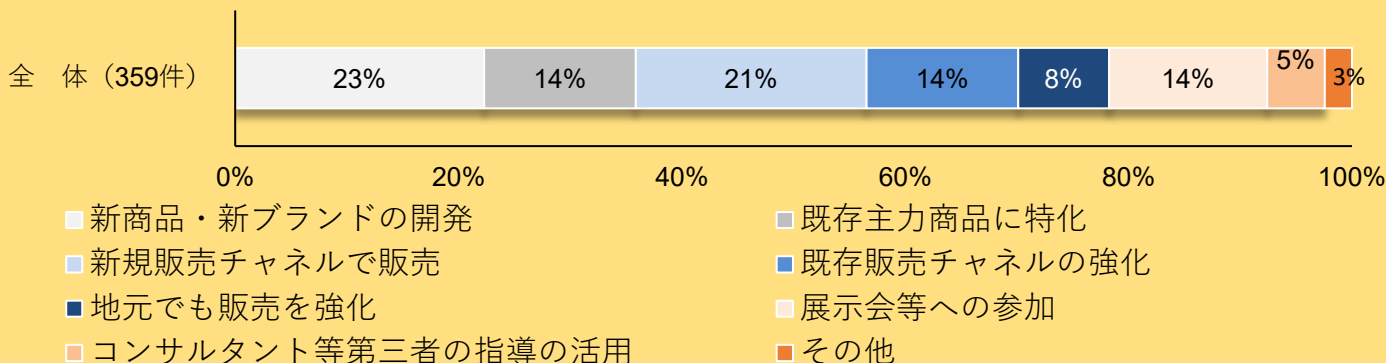
## 7. 今後売上を伸ばしていくために重要と考える取組

○ 今後売り上げを伸ばしていくために重要と考える取組は、「原材料の確保」が23%、「人材の確保」が19%、「販路の回復・開拓(国内)」が16%。

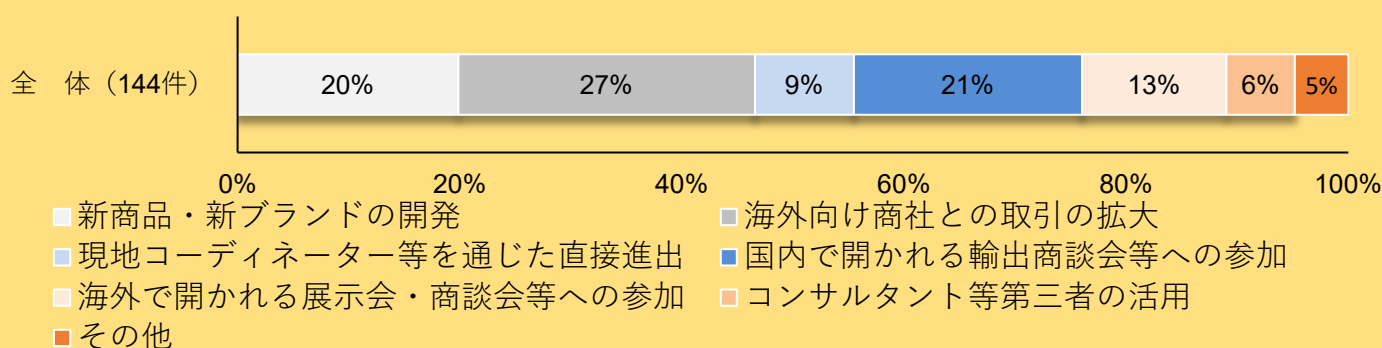


### 重要と考える取組の具体的な手法

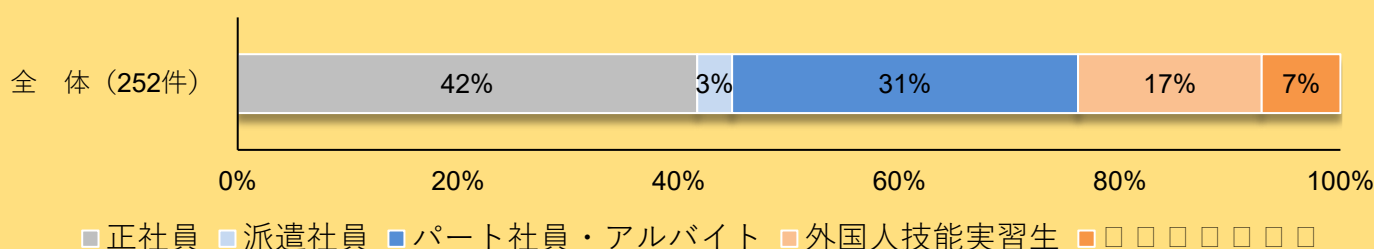
#### ○ 販路の回復・開拓 (国内)



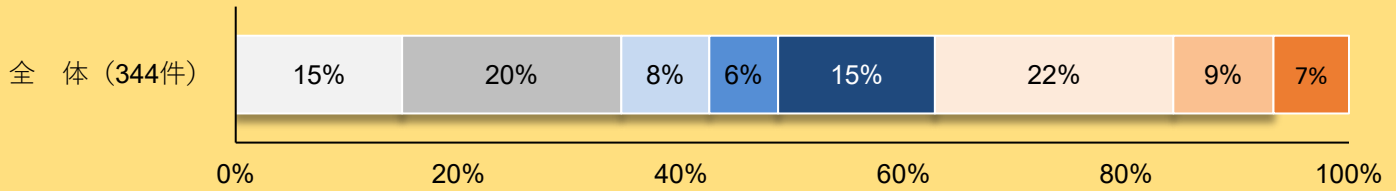
#### ○ 販路の回復・開拓 (海外)



#### ○ 人材の確保

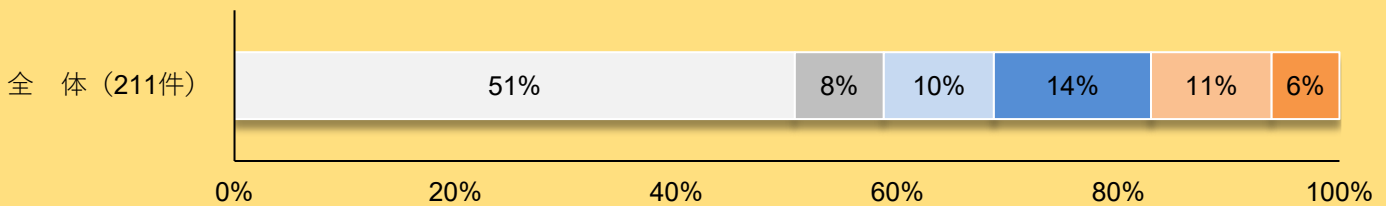


## ○ 原材料の確保



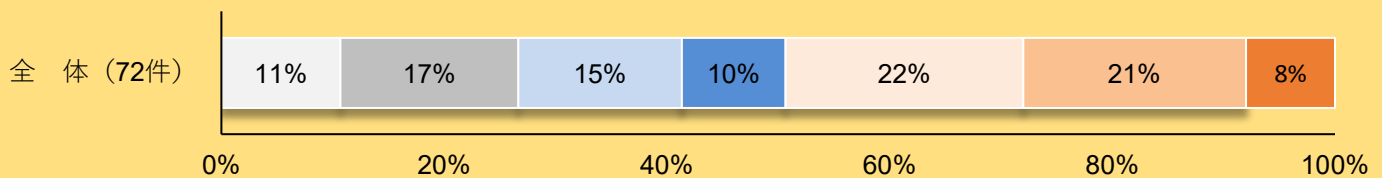
- 取扱サイズの変更 (大型化または小型化)
- 取扱魚種の転換・多角化
- 国産から輸入への変更
- 輸入から国産への変更
- 国内の他産地への調達先の変更
- 原料や調達方法は変更せず原料価格上昇に商品単価の引き上げで対応
- 原料や調達方法は変更せず原料価格上昇に分量変更やコスト削減で対応
- その他

## ○ 生産性向上・省人化の推進



- 加工機器の導入・ライン化による製造・包装工程の省人化
- ICT・AIを活用した検査機器等、先進技術の活用による省人化
- コンサルタント等第三者の指導の下での製造工程等の見直し (カイゼン)
- 商品アイテム数の絞り込み
- 会計・労務管理システムの導入等、事務作業の電子化
- その他

## ○ 風評被害対策



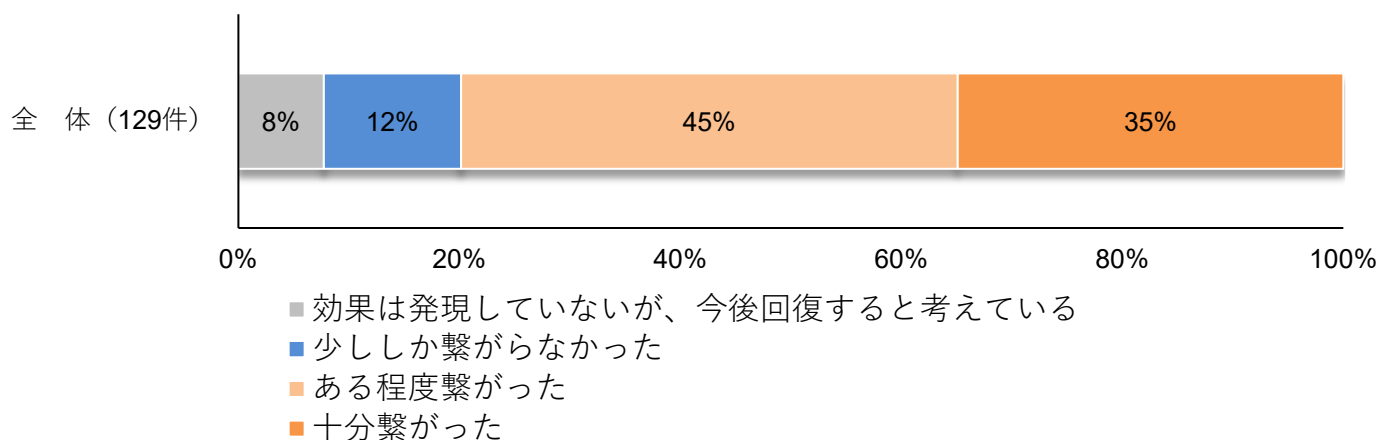
- 販売員による店頭での情報発信
- 商品パッケージやパンフレット等への安全性に関する情報の表示
- 自社自社HPや通販サイトへの安全性に関する情報の表示
- イベントへの参加
- 展示会・商談会等でのバイヤーへの情報発信
- 卸売市場等流通関係者への情報発信
- その他

## 8. 復興水産加工業等販路回復促進事業（※）について

※復興水産加工業等販路回復促進事業とは、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する補助事業です。

- 「復興水産加工業等販路回復促進事業」を活用したことがあると回答した者は134者(全体の61%)であり、そのうちある程度以上、販路の回復につながったと答えた者は92%。
- 事業を活用した者に対して、「販路の開拓に繋がった」、「売上が増加した」等の効果があった取組を質問したところ、「機器整備の助成」が32%、「2021年まで開催の「東北復興水産加工品展示商談会」への参加」が19%であった。

### ○ 事業の効果



### ○ 効果があった取組（複数回答可）

