

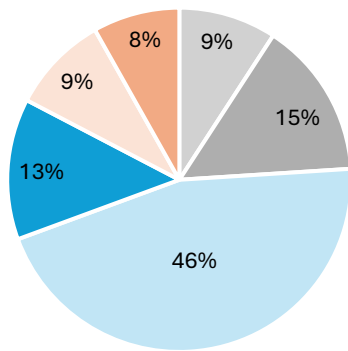
水産加工業者における東日本大震災からの 復興状況アンケート（第13回）結果

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7年12月から令和8年4月までの間において、当該6県の全国水産加工業協同組合連合会・日本かまぼこ協会・全国珍味商工業協同組合連合会傘下の組合等所属の797企業に対しアンケート調査を実施。（回収率は全体で25%（196企業））

調査結果の概要は以下のとおり。

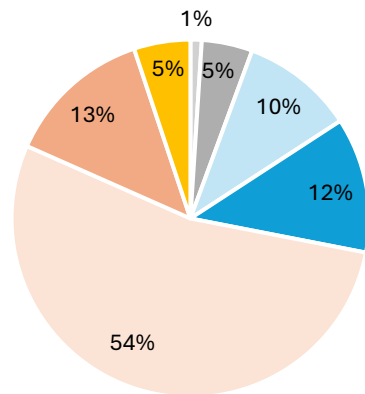
【アンケート回答者】

（1）県別



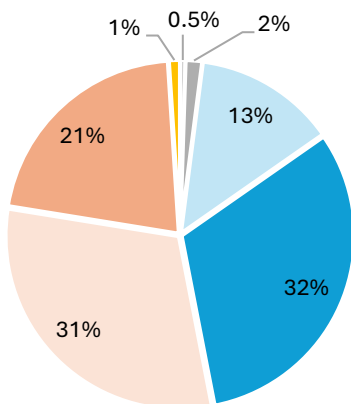
- 青森県（18件）
- 岩手県（29件）
- 宮城県（89件）
- 福島県（26件）
- 茨城県（18件）
- 千葉県（16件）

（2）経営規模（資本金）



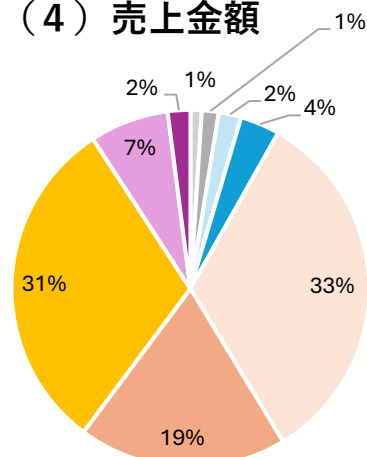
- 個人事業主（2件）
- 300万円未満（9件）
- 300万～500万円未満（20件）
- 500万～1千万円（24件）
- 1千万～5千万円未満（105件）
- 5千万～1億円未満（26件）
- 1億円以上（10件）

（3）経営者の年齢



- 20代（1件）
- 30代（3件）
- 40代（26件）
- 50代（62件）
- 60代（60件）
- 70代（42件）
- 80代以上（2件）

（4）売上金額

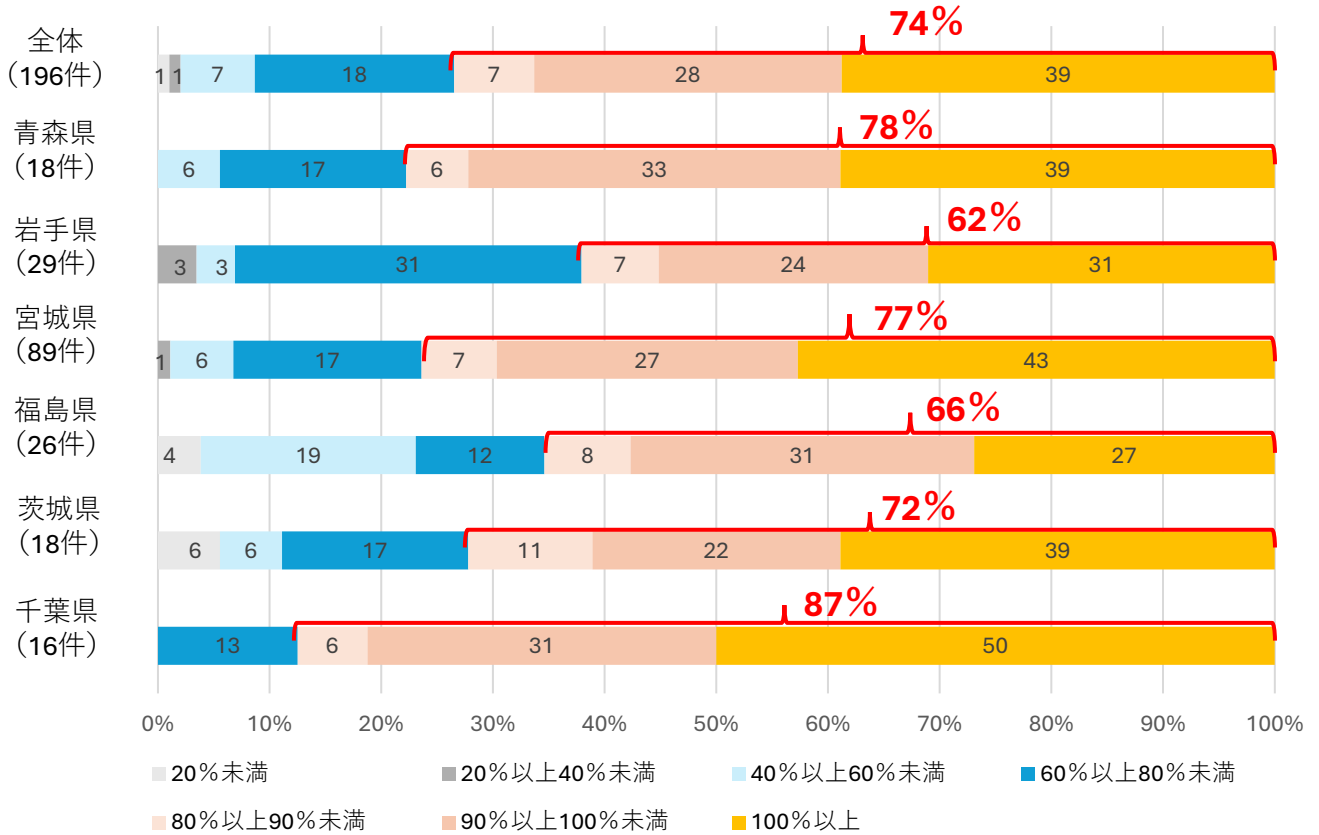


- 1千万円未満（2件）
- 1千万～3千万円未満（3件）
- 3千万～5千万円未満（4件）
- 5千万～1億円未満（7件）
- 1億～5億円未満（65件）
- 5億～10億円未満（37件）
- 10億～50億円未満（60件）
- 50億～100億円未満（14件）
- 100億円以上（4件）

（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。複数回答が可能な質問については、全回答者数に対する各項目の回答数の割合を算出しています。

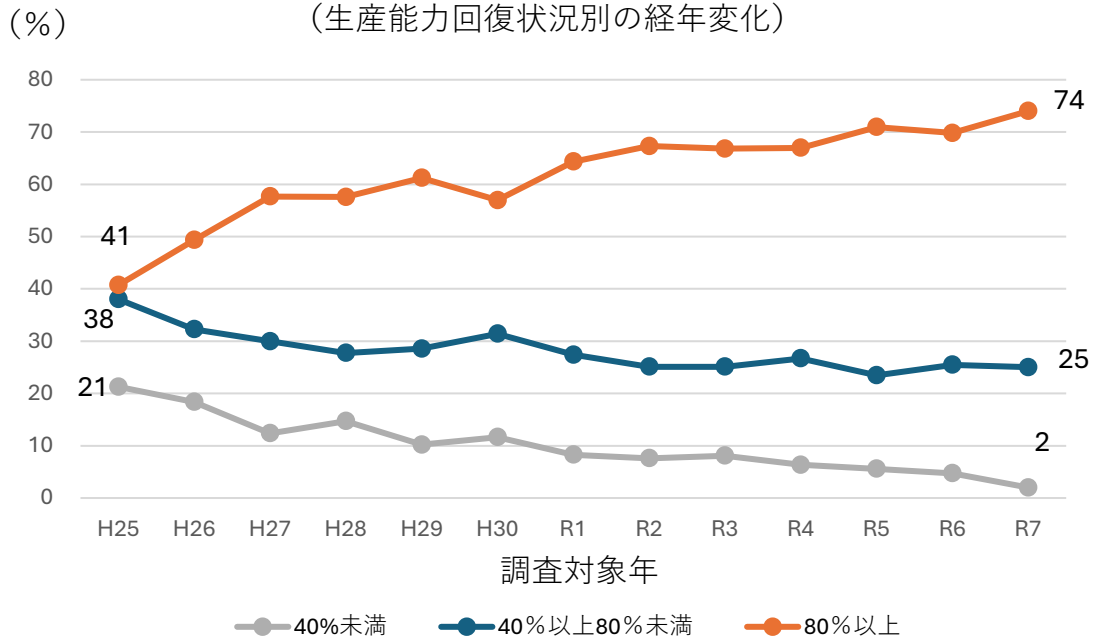
1. 県別の生産能力の回復状況

- 6県全体では、生産能力が8割以上回復したと回答した企業の割合は74%。（前回は70%）
- 県別にみると、青森県で78%、岩手県で62%、宮城県で77%、福島県で66%、茨城県で72%、千葉県で87%。



第1回アンケートからの推移

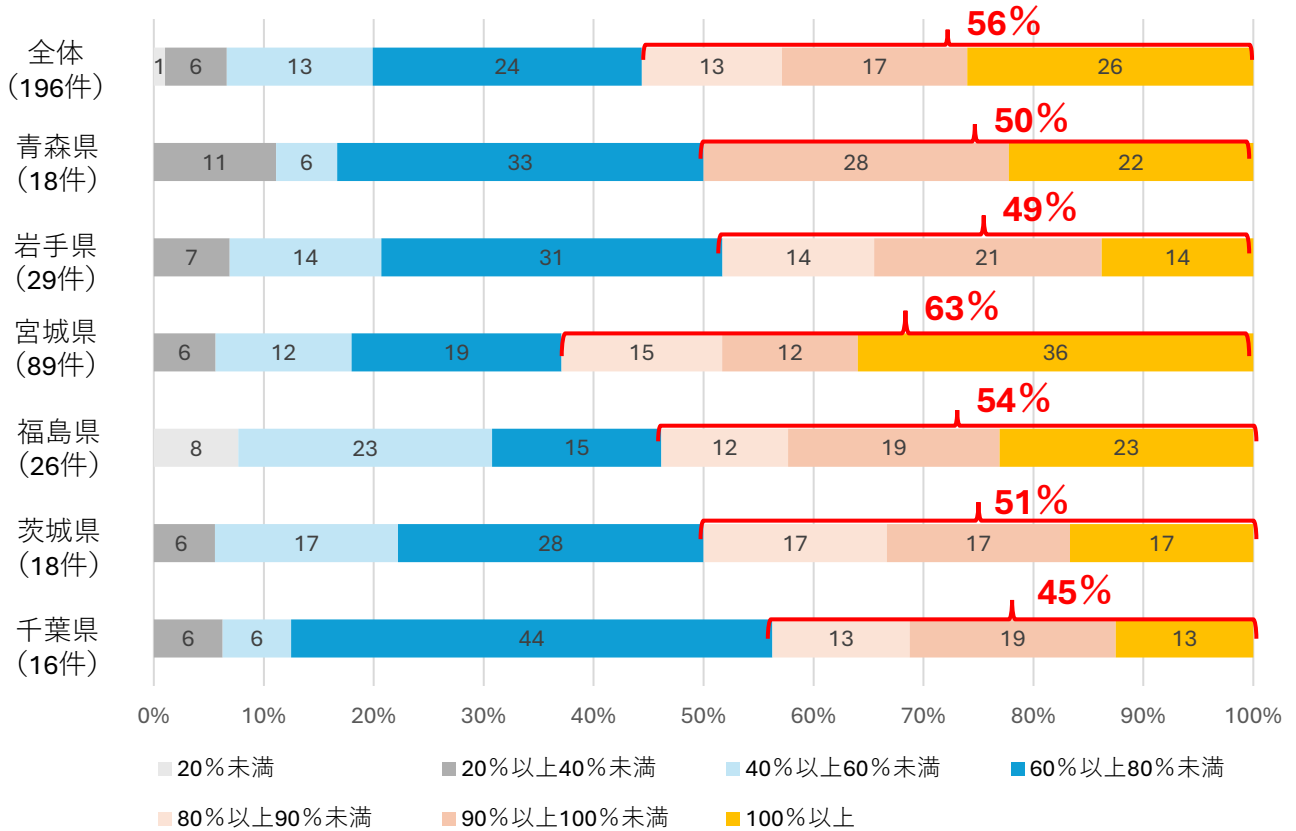
(生産能力回復状況別の経年変化)



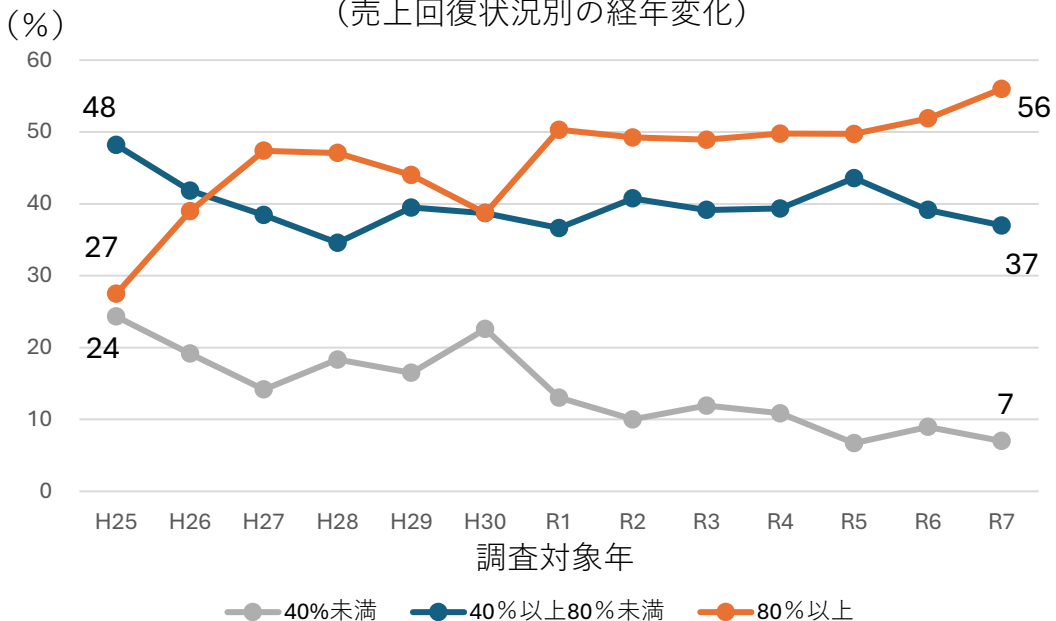
2. 県別の売上の回復状況

○ 6県全体では、売上が8割以上回復したと回答した企業の割合は56%（前回52%）であり、売上の回復は進んでいるが、依然として生産能力の回復に比べて遅れている。

○ 県別にみると、青森県で50%、岩手県で49%、宮城県で63%、福島県で54%、茨城県で51%、千葉県で45%。

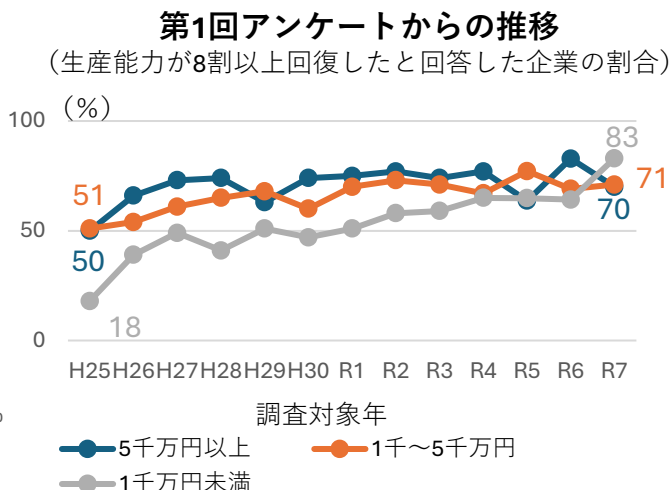
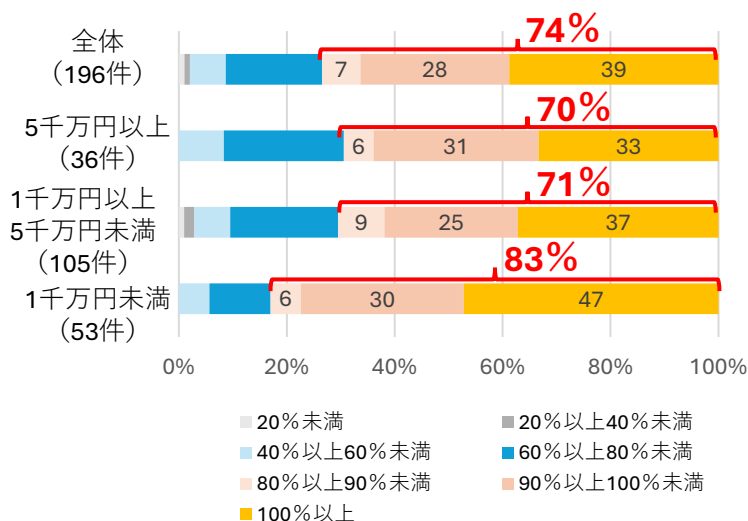


第1回アンケートからの推移 (売上回復状況別の経年変化)



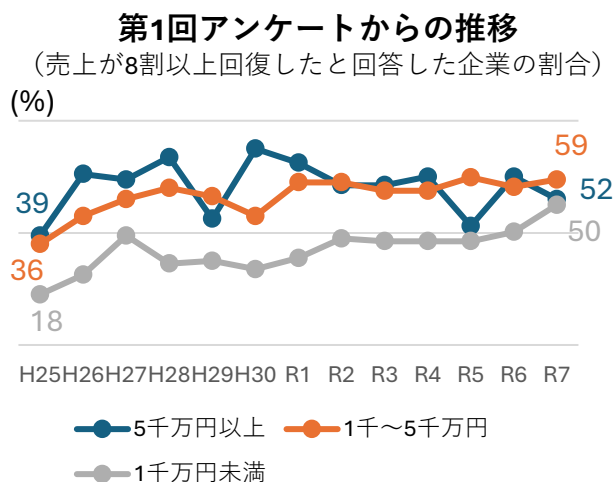
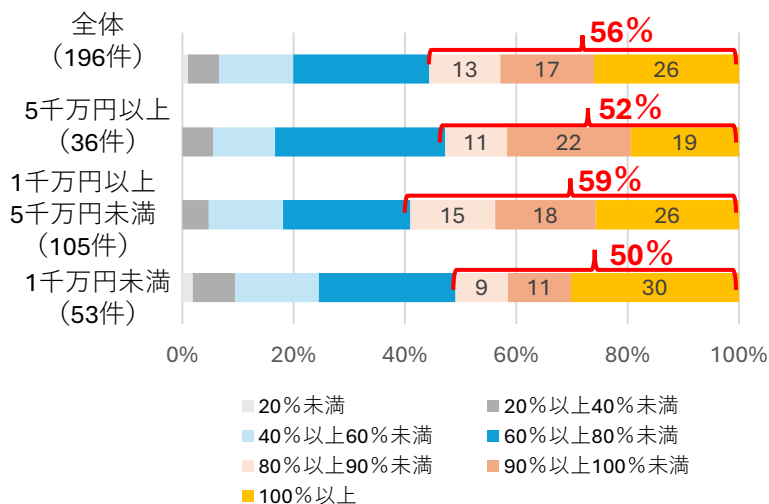
3. 規模（資本金）別の生産能力の回復状況

- 生産能力が8割以上回復したと回答した企業を資本金別にみると、資本金5千万円以上で70%、1千～5千万円で71%、1千万円未満で83%。
- 資本金の規模の間での生産能力の回復状況の差は小さくなっている。



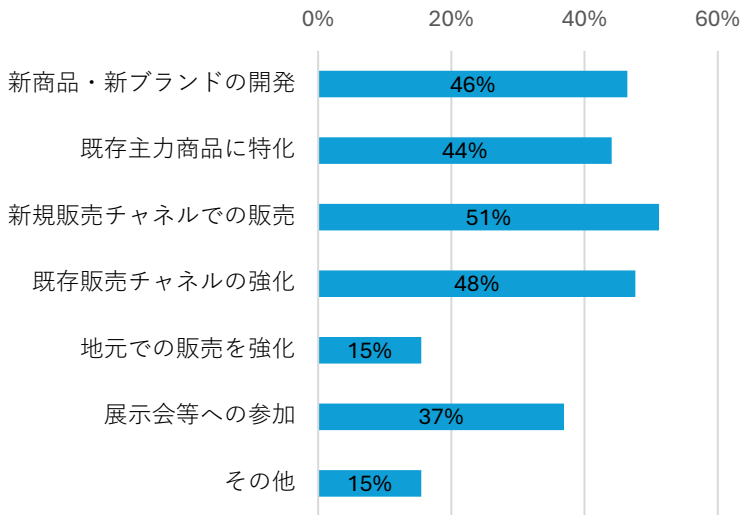
4. 規模（資本金）別の売上の回復状況

- 売上が8割以上回復した企業は、資本金5千万円以上で52%、1千万～5千万円未満で59%、1千万円未満で50%。
- 資本金の規模が小さい企業は売上の回復が遅れている傾向がみられていたが、差は小さくなっている。



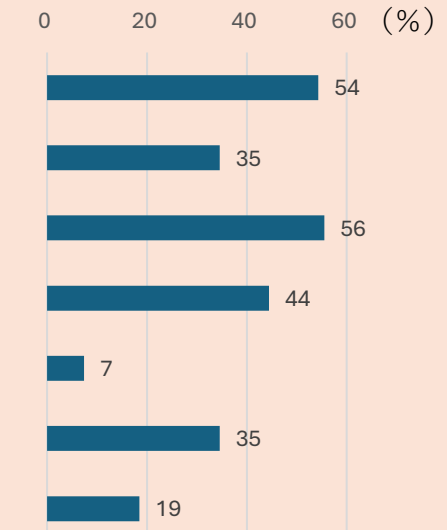
5. 売上が戻った理由（複数回答可）

- 2で売上の回復が90%以上と回答した企業が、震災前と同水準まで売上が戻ることができた要因としては、「新規販売チャネルでの販売」の回答数が51%、「既存販売チャネルの強化」が48%、「新商品・新ブランドの開発」が46%となっている。



全84件

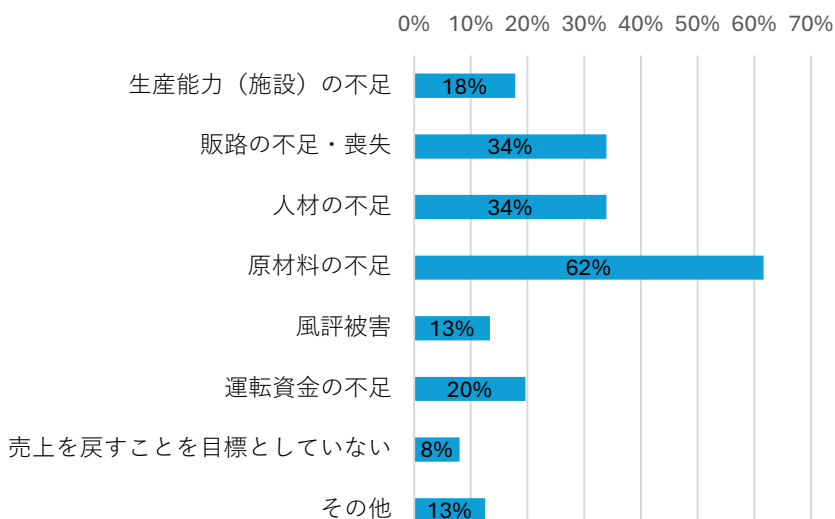
前回アンケートの結果



全81件

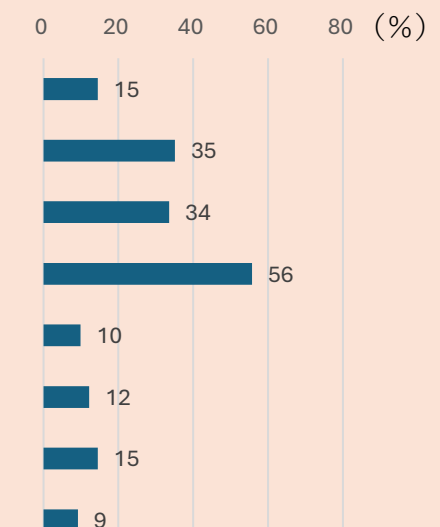
6. 売上が戻っていない理由（複数回答可）

- 2で売上の回復が90%未満と答えた企業が、震災前と同水準まで売上が戻ることができない要因としては、「原材料の不足」の回答数が62%、「販路の不足・喪失」及び「人材の不足」が34%となっている。



全112件

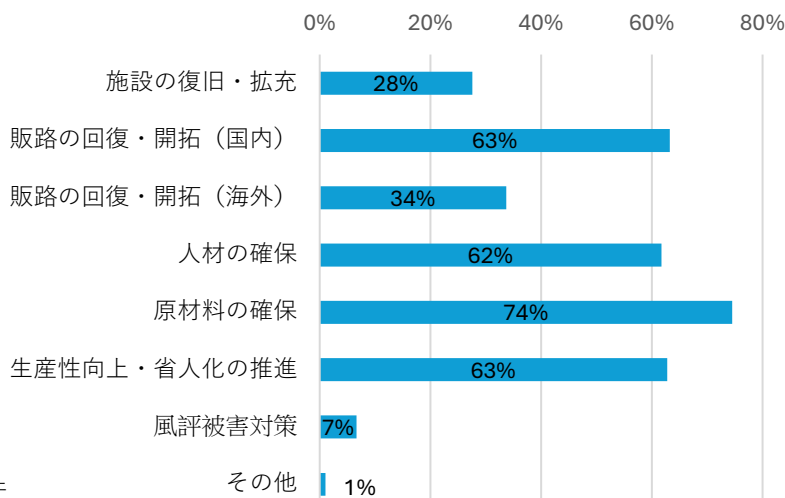
前回アンケートの結果



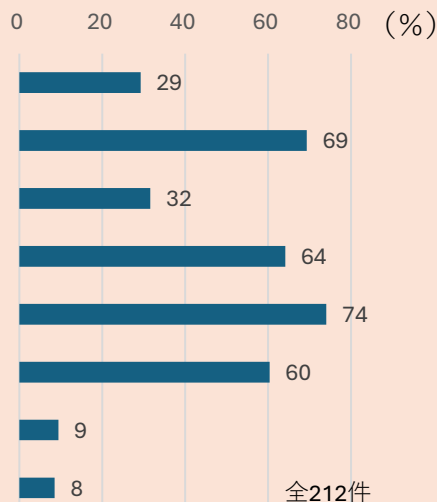
全131件

7. 今後売上を伸ばしていくために重要と考える取組（複数回答可）

○ 今後売上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74%、「販路の回復・開拓（国内）」及び「生産性向上・省人化の推進」が63%となっている。

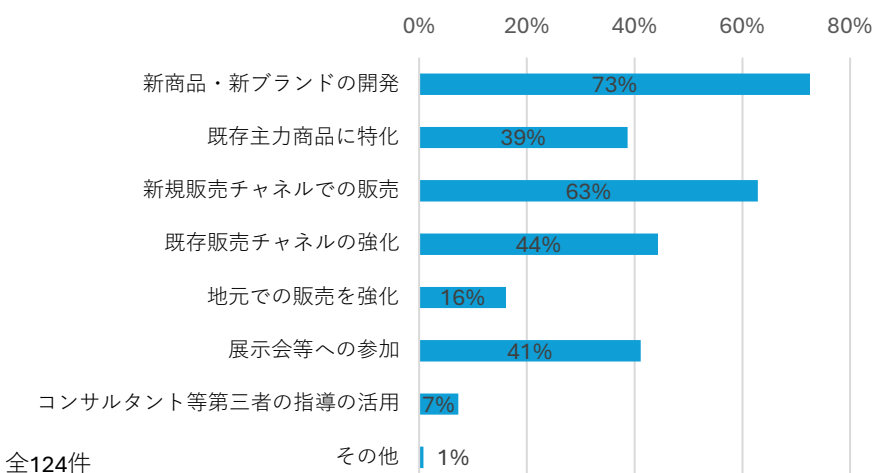


前回アンケートの結果

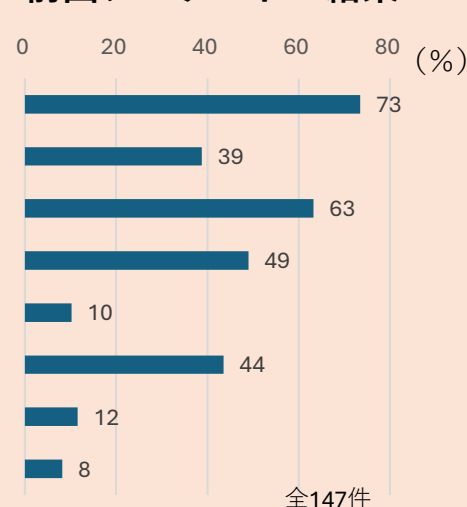


重要と考える取組の具体的な手法（複数回答可）

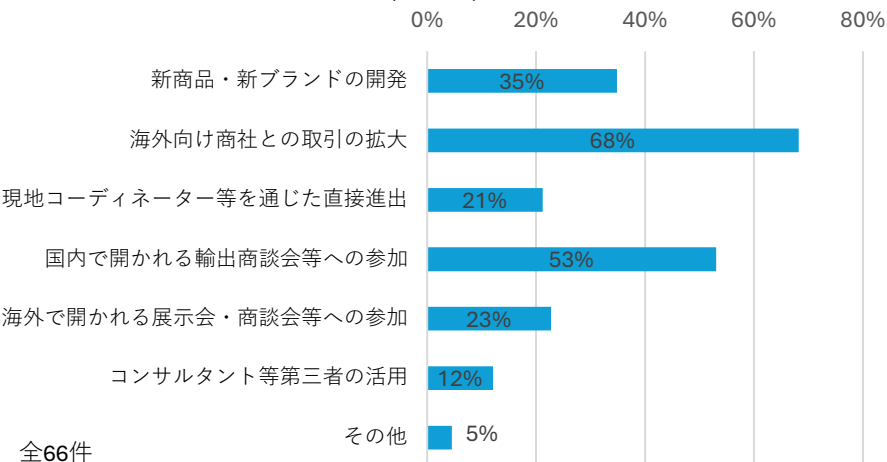
○販路の回復・開拓（国内）



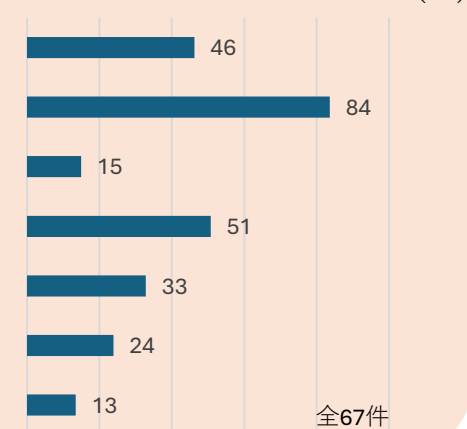
前回アンケートの結果



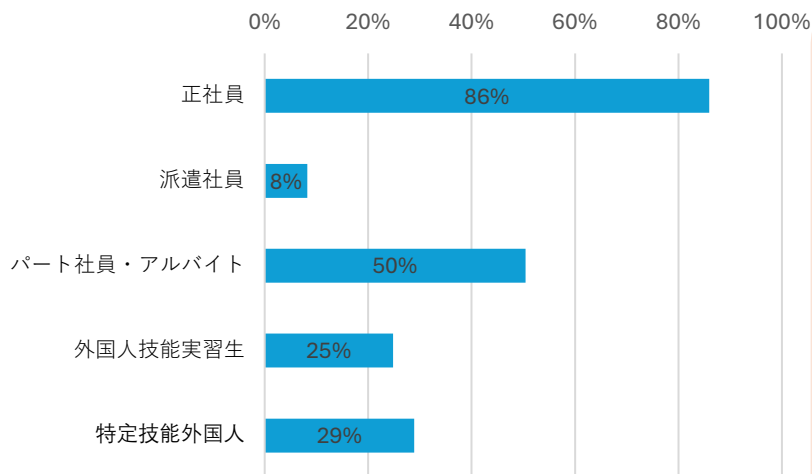
○販路の回復・開拓（海外）



前回アンケートの結果

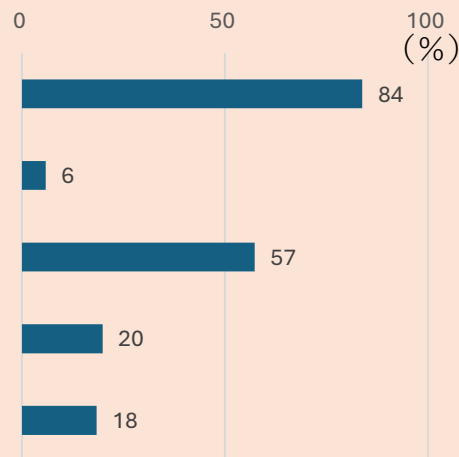


○人材の確保（確保したい人材）



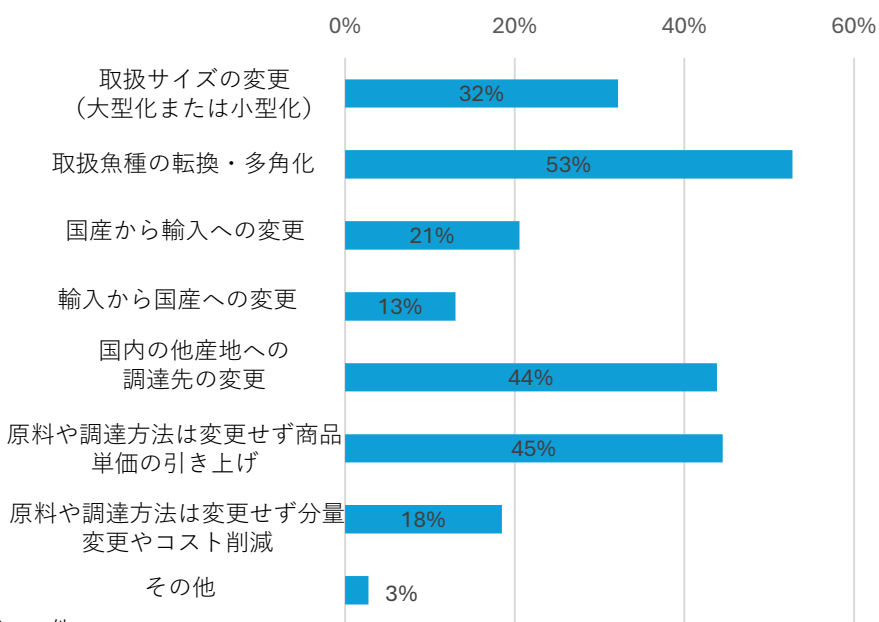
全121件

前回アンケートの結果

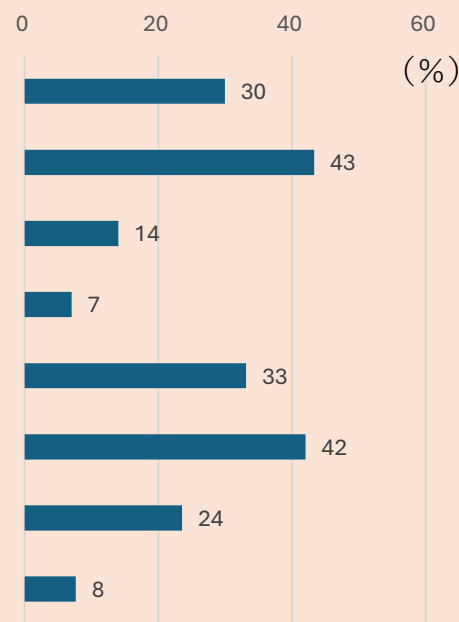


全136件

○原材料の確保

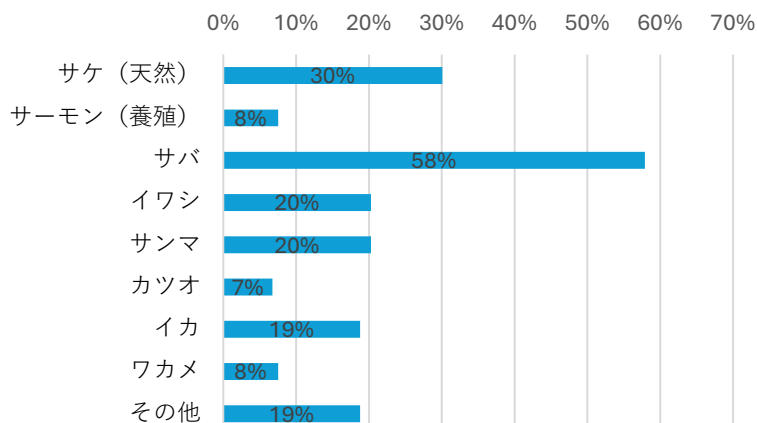


全146件

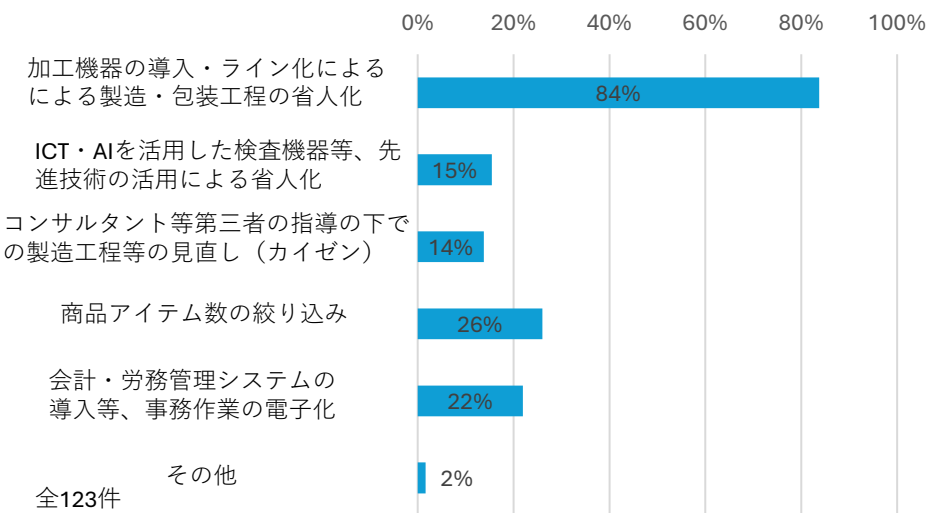


全157件

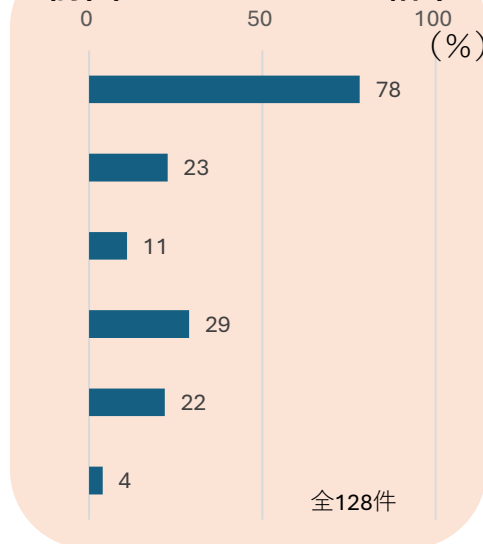
「原材料の確保」と回答した企業に対し、特に確保が困難な魚種を質問した。（複数回答可）



○生産性向上・省人化の推進



前回のアンケートの結果

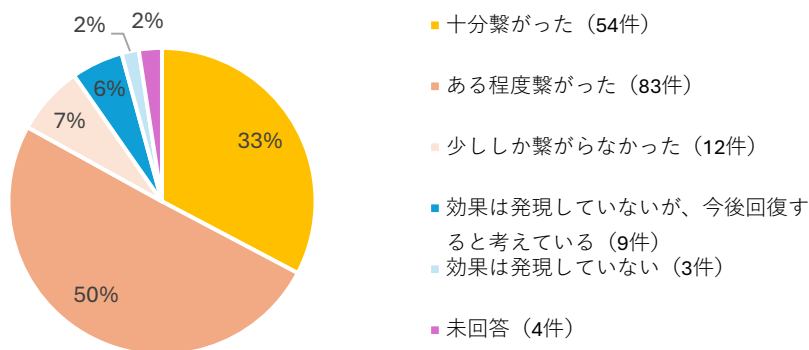


8. 水産業復興販売加速化支援事業（※）について

- 「水産業復興販売加速化支援事業」を活用したことがあると回答した企業は196件のうち165件で全体の84%であった。事業を活用したことがある165件のうち83%がある程度以上、販路の回復につながったと答えた。
- 事業を活用した企業に対して、「販路の回復に繋がった」、「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67%、「「東北復興水産加工品展示商談会」への参加」が44%、「販路回復アドバイザーの活用」が39%であった。

（※）水産業復興販売加速化支援事業とは、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。

○事業の効果



全165件

○効果があった取組（複数回答可）

