



塩竈水産品ICT化事業の取り組みについて

産業環境部商工港湾課



【事業推進体制】

塩竈水産品協議会

平成29年1月13日設立

塩釜市団地水産加工業協同組合
塩釜魚市場水産加工業協同組合
塩釜地区水産加工業協同組合
塩釜水産加工業協同組合
塩釜蒲鉾連合商工業協同組合
塩釜市魚市場買受人協同組合

事務局: 塩釜市団地水産加工業協同組合
コンサル: 水産関係(水土舎)、IT関係

塩竈市

みなと塩竈フェア

「名古屋イオン熱田店・茶屋店」

塩竈水産品 I C T 化事業 (H28-R1)

- ・ホームページ開設
「みなと塩竈旨いもん
おいしおがま」
- ・メールマガジン実施
- ・商談会参加
- ・キャンペーン実施
「消費者アンケート(イオン熱田店、魚市場)」
- ・販促グッズ作成



復興庁チーム化による事業 (H29, H30)

復興庁が実施した「チーム化による水産加工業等再生モデル事業」に塩竈水産品協議会として申請、採択された。

- ・JETRO主催のバンコク商談会参加・市場視察
- ・バンコクで塩竈フェア開催
- ・JETRO主催他の香港商談会参加・市場視察
- ・塩釜フード見本市への海外バイヤー招聘

塩竈水産品ICT化事業 決算・予算の推移(平成28年度～令和2年度)

(単位:千円)

項目	年度	水産品ICT化事業(地方創生推進(加速化)交付金)				合計	市単独事業	
		平成28年度 決算	平成29年度 決算	平成30年度 決算	令和元年度 決算見込		令和元年度 決算見込	令和2年度 予算
塩竈水産品協議会補助金		31,652	5,000	5,000	4,610	46,262	3,800	5,000
データベース開発費		25,920				25,920		
データベース運営費			1,998	1,997	2,015	6,010		1,650
販促グッズ作成費		2,992				2,992		
キャンペーン費			1,611	1,845	1,188	4,644		550
海外商談会等費						0	1,334	1,509
促進業務委託費						0	1,451	791
事務費等		2,740	1,391	1,158	1,407	6,696	1,015	500
みなと塩竈フェア開催費		4,467	4,142	4,332	987	13,928		
促進業務委託費		5,994				5,994		
		42,113	9,142	9,332	5,597	66,184	3,800	5,000
(財源)								
地方創生加速化交付金(H28)		42,113	4,571	5,000	2,798	54,482	0	0
地方創生推進交付金(H29～)								
一般財源		0	4,571	4,332	2,799	11,702	3,800	5,000

ふるさとしおがま復興基金(県分)を充当

【サイトの内容】

消費者

- 水産加工品検索
- 企業情報の閲覧

出展者

- 商品カルテの作成
- 食品表示ラベルの作成
- 企業情報の開示、営業活動など

バイヤー

- ワンストップで地域の加工品を検索
- WEB上での出店者との商談
- 販促備品の借入など



パンフレットも作成

○登録事業者数
51社

○登録商品数
160品

○アクセス数
3,981

R2.8.13時点

メールマガジンによる営業活動

サイトに蓄積している商品情報を基に、登録バイヤーに対しメールマガジンを配信し、認知度の向上と営業活動による商談機会の創出を図りました。

商品情報と併せて塩竈市の紹介も行い、水産加工品の背景を併せてPRを行いました。

○全16回配信(延べ3,983件)

- ・1回につき国内約200件、海外約50件
- ・開封率 約27%
(国内24.2%、海外39.1%)

塩竈市水産加工品協会の発行する「おいしがま」メールマガジン



本メールは、これまで商談会でご挨拶をさせていただいた方々、「おいしがま」ホームページにご登録いただいている方々へ発信させていただいております。宮城県塩竈で生産された水産加工品を紹介させていただくメールマガジンです。今後配信を希望されない方は、お手数をおかけしますが、メール末尾より配信停止の手続きをお願いいたします。

今年は全国で厳しい暑さとなっております。皆様もくれぐれもご自愛ください。そんななか、塩竈では恒例の「塩竈みなと祭り」が7/16に開催され、熱気に包まれました。日本三大船祭りにも数えられ、今年の豊漁を願い、お神輿が御座船に乗せられ、塩竈港を出発し、日本三景の松島を回遊します。



今週のオススメ商品



有限会社カナタ須藤商店の「開きキンキ」

厳選した原料を昔ながらの手開きで仕上げ、薄塩に漬け込み一晩熟成させて仕上げております。熟させる事によって旨味の旨みを最大に引き出しております。キンキの専門店として様々な仕様をご用意しておりますので気兼ねなくご相談ください。

ツールをご利用いただけます。



It is an email magazine that introduces the products processed by the Shiogama, Miyagi Prefecture, which have been delivered to the people who have been greeted by the business association and registered on the website "Oy-SHIOGAMA". If you don't want to be delivered in the future, I would like to ask you to stop the delivery from the end of email.

This year is a severe heat in Japan. On the other hand, the annual "Shiogama Minato Festival" was held at 7/16 of Shiogama, and it was surrounded byenthusiasm. It is counted as a festival for the three ship festivals in Japan, and a portable shrine is placed on a boat, leaving Shiogama Port and traveling around Matsushima to prey the great catches in this year.



RECOMMENDED PRODUCTS



"Hiraki Kinki(Kichiji Rockfish)" from KANETA SUTO co., Ltd.

Carefully selected KINKI is traditionally opened by hand and is soaked in lightly salted water to let mature overnight. This process maximizes the taste of the product. There are various specifications for Kinki specialty store, so please consult with us without hesitation.

DETAILS ABOUT THIS PRODUCT FROM HERE

If you register with HP, you can use tools that can contact you to manufacture directly.
<https://shiogama.enavigator.jp/umaimon/>

Contact about the HP and this Mail Magazine
Oy-SHIOGAMA
E-mail:s-kyougika@2421

1. 国内販路拡大の取組について(データベースの活用)

「みなと塩竈旨いもん おいしおがま」サイトや販促グッズ、サイト掲載商品をまとめたパンフレットを活用し、国内各種商談会等においてPR活動とバイヤー登録勧奨を行いました。



東北復興水産加工品展示商談会

開催時期 毎年6月

開催場所 仙台国際センター

塩竈産品の紹介とおいしおがまサイトのバイヤー登録



その他各種商談会等への参加

伊達な商談会

グランドパレス

生鮮合同提案会

サンフェスタ

ビジネスマッチ東北

夢メッセ

カゴメメニュー政策発表会

カゴメ東北支店

塩釜フード見本市

魚市場等

1. 国内販路拡大の取組について

(3) 塩竈市魚市場土産店「みなと塩竈フェアキャンペーン」

開催期間	平成30年9月30日～12月28日	販売状況	約1,200品 (薫鯖、いか・ほやの塩辛が人気)
開催場所	塩竈市魚市場土産店	消費分析	・手軽に持ち帰ることができる商品が好まれる傾向があった。 ・価格帯が高いと感じる方も多くみられた。 ・練製品・・・手軽に食べられる商品、歯ごたえが良い商品、味のバリエーションが求められた。 ・塩干品・漬魚・・・調理のしやすさ、脂の乗り、骨が気にならないなど、手軽さが求められた。
内容	水産加工品の販売と併せ、アンケート調査を実施。消費者ニーズを把握・分析し、更においしく・売れる商品を見出し、販路拡大・ブランディングに繋げるもの。		

(4) 名古屋イオンモール熱田「みなと塩竈フェア」

開催期間	H28～H31 各年3月に開催 4回	消費分析	・入込数は約3,000人となり、多くの方々に塩竈の特産品をPRすることができた。 ・漬魚や干物の人気非常高い傾向だった。 ・お客様からは「昨年も来たが、今年開催を楽しみにしていた」などの声もきかれた。 ・今回初出店した事業者がイオンとの商流構築に成功した。
開催場所	名古屋イオンモール熱田		
内容	・参加企業:約20社 ・出品数:約100品 (かまぼこ、塩辛、漬魚、スイーツなど) ①開催記念セレモニー(トップセールス) ②本市特産品の試食販売 ③PRステージ ④観光PRコーナーの設置 など		



2. 海外販路拡大の取組について

平成29年度、平成30年度チーム化による水産加工業等再生モデル事業の採択を受け、海外商談会への参加や輸出勉強会を実施し、塩釜地域の水産加工品の輸出体制の強化を図った。

(1) 海外商談会へ参加

輸出障壁の少ない香港をターゲットとし、商談会に出展。水産物と食べ合わせの良い地酒と併せて売り込むことで、相乗効果を得ることを目的とした。

① レストラン&バー香港2018

開催期間	平成30年9月4日～6日
参加企業	3社（水産加工品2社、酒蔵1社）
商談概要	商談件数95件 成約見込8件、成約見込額18,094千円



② ジェトロ香港日本産農林水産物・食品輸出商談会2019

開催期間	平成31年1月16日
参加企業	3社
商談概要	商談件数41件 成約:4件 成約見込10件、成約見込額23,322千円



2. 海外販路拡大の取組について

(1) 海外商談会へ参加

地元輸出商社の協力により、マレーシアの商談会に出展をした。

③ フード&ホテルマレーシア

開催期間 令和元年9月24日～27日

参加企業 2社（水産加工品2社）

商談概要 7社16商品を出展

出品商品

さつま揚げ、鯛ちくわ、笹かま、カニ風味メンチ

枝豆あられ、さば開き、赤魚西京味噌漬 など



ブース



2. 海外販路拡大の取組について

(2) 輸出勉強会の開催(平成30年度事業)

水産品協議会メンバーや輸出モデル検討会委員、その他関係機関を対象にOFFJT的な人材育成の場として輸出勉強会を開催し、輸出機運の醸成を図る。

①第1回:活動説明会及び輸出勉強会(8/28)

内容	ICT化事業及びチーム化事業の取り組み経過と今後の予定、マレーシア及び香港マーケット基礎資料配布、サイトへの商品登録要請等
参加企業	17社 30名

③第3回:香港マーケットについて(10/17)

内容	・JETRO新輸出大国エキスパートによる基礎講義 ・香港輸出商社(日中物産)及び香港日本食レストランオーナーによる市場講義
参加企業	13社 28名
関連する取組	○香港日本食レストランとの試食商談会開催及びサンプル輸出(23社25品) ○香港日本食レストランにおける「塩竈フェア」開催提案(実績:5社628, 240円) ○輸出用統一フォーマットの策定(「おいしおがまFCPシート」を作成)

②第2回:マレーシアマーケットについて(10/12)

内容	JETRO新輸出大国エキスパートによる基礎講義、マレーシア大手輸出商社専務(オーシャン貿易)による市場講義
参加企業	12社 32名
関連する取組	○マレーシア輸出商社(オーシャン貿易)によるマーケティング調査・・・オーシャン貿易に塩竈水産加工品のサンプルを提供(16社16品)

④第4回:他地域との情報交換と協力体制の模索(2/25)

内容	石巻の輸出先進企業2社と情報交換
参加企業	3社 9名
視察先	○末永海産株式会社 震災後から特に輸出販路に注力。石巻地域の輸出グループ「日高見の国」リーダー ○フィッシャーマンジャパンマーケティング 「かっこいい、稼げる、革新的」な漁業・水産業を理念に、海外展開にも取り組んでいる。

3. 取組実績

(1) 輸出実績

	平成29年度	平成30年度	令和元年度	合計	(単位：千円)
香港	25	1,657	4,003	5,685	
タイ	102	617	—	719	
マレーシア	—	—	84	84	
合計	127	2,274	4,087	6,488	

(2) 香港輸出商社との商流構築、継続受注



(3) 海外商談会参加後の事業者独自の取組

海外商談会をきっかけに各社が独自の取り組みを実施。

- ・香港飲食店数店舗に売り込み営業
- ・地域の物流企業と連携し、独自のコンテナ輸出価格を作成
- ・商品の海外仕様への変更
- ・商談会で催事の提案を受け、事業者独自でイベントに出展

4. 成果と今後の課題

成 果

- (1)輸出窓口機能
- (2)国内販路の拡大(国内商談会、みなと塩竈フェアにおける新規商流の獲得など)
- (3)輸出に係る知識の向上、経験の積み上げ(輸出勉強会、海外商談会参加など)
- (4)海外販路の拡大(海外商談会、香港向け販路の構築、継続オーダー受注など)
- (5)輸出機運の醸成(輸出勉強会、海外イベントへの自費出展など)
- (6)サイトの有効活用(メールマガジンによる誘導、商品・企業の新規掲載など)

課 題

- (1)国内における塩竈水産品の消費拡大(大手スーパー等との取扱いの獲得、拡大)
- (2)輸出規模の拡大(海外販路の複数化、継続的な受注)
- (3)営業活動の継続(商品PRの継続的な実施)
- (4)より魅力的なサイトづくり
- (5)輸出窓口機能の強化