



# 第5章

食産業分野における対応

---

## 第5章 食産業分野における対応

### 第1節 復旧・復興への取組

#### 1 食品製造業者等への復旧支援

震災により沿岸部を中心に食品製造関連施設は流出や損壊などの甚大な被害を受けたことから、中小企業等グループ施設等復旧整備事業費補助金等を活用し、施設や設備の復旧支援を行った。また、原材料確保や自社工場での商品製造が困難な事業者に対し、事業継続のための取組への支援を行ったほか、事業者が取り組むモデル的な物流拠点の整備に対する支援を行った。

##### (1) 中小企業等グループ施設等復旧整備事業

東日本大震災により甚大な被害を受けた地域において「産業活力の復活」、「被災地域の復興」、「コミュニティの再生」、「雇用の維持」等を図り、県内産業の復旧及び復興を促進する事を目的に、被災した中小企業等で構成されるグループへの支援を行った。県が認定した復興事業計画に基づき、被災した食品製造事業者等が一体となって進める施設・設備の復旧に要する費用の一部について補助対象経費の3/4以内（負担割合 国：1/2、県：1/4、上限なし）で補助金を交付した。

なお、食品加工業型（水産加工を除く。）のグループに対する実績は以下のとおりである。

平成27年度からは、従前の施設等への復旧では事業再開や継続、売上げ回復が困難な事業者が、震災前の水準まで売上げの回復を目指すため、従前の施設等への復旧に代えて実施する新分野事業に係る費用についても補助対象とし、支援の拡充を図った。

- ・平成24年度 第5次計画認定グループ1件 補助事業者数18者 交付決定額 5.8億円
  - ・東松島市食彩グループ
- 第6次計画認定グループ1件 補助事業者数10者 交付決定額10.4億円
  - ・宮城県産和牛復興グループ
- ・平成25年度 第9次計画認定グループ1件 補助事業者数4者 交付決定額 1.3億円
  - ・石巻鶏肉加工・販売グループ
- ・平成26年度 計画認定グループ なし
- ・平成27年度 計画認定グループ なし

##### (2) 中小企業施設整備復旧支援事業

東日本大震災により甚大な被害を受けた中小企業のうち食品製造業者が、生産能力の早期復旧、雇用維持及び被災地域の復旧のため、事業の再開又は継続をするための生産設備及び生産設備の復旧（修理、立替、入替）をする場合、その経費の一部について補助対象経費の1/2以内（補助上限：平成23年度から平成25年度は2,000万円、平成26年度及び平成27年度は1,000万円、補助下限：100万円）で補助金を交付した。

- ・平成23年度 補助事業者数115件 交付決定額 981,262千円
- ・平成24年度 公募なし
- ・平成25年度 補助事業者数40件 交付決定額 288,614千円
- ・平成26年度 補助事業者数4件 交付決定額 23,242千円
- ・平成27年度 補助事業者数2件 交付決定額 14,100千円

### (3) 食品加工原材料調達支援事業

震災の影響で不足となった原材料の調達先を遠隔地に変更したり、自社設備の復旧までの間、他社へ製造委託するなど、販路の維持のために割高なコストを掛けて生産活動を継続または再開した事業者を対象に、増加した生産費用の一部を補填する補助金を交付した。

- ・平成24年度 補助事業者数 23件 89,635,923円
- ・平成25年度 補助事業者数 26件 44,950,191円
- ・平成26年度 補助事業者数 4件 13,182,763円
- ・平成27年度 補助事業者数 6件 22,995,925円

### (4) みやぎの食料物流拠点機能強化等支援事業

東日本大震災において食料供給が停止した経験等を踏まえ、物流機能の早期復旧や更なる高度化を図るとともに、災害時も見据えた“複数の事業者が共同・連携した物流システム”を取り入れたモデル的な食料物流拠点の整備に対して支援を行った。

平成23年及び平成24年度の「東日本大震災復旧・復興農山漁村6次産業化対策事業に係る食料の物流拠点機能強化等支援事業」（農林水産省）の採択者に対して、当該事業の自己負担分の1/2以内を補助し、国の補助金と併せて3/4を補助した。

- ・平成24年度 補助事業者数 5件 701,274,000円

## 2 食品製造業者等への商品開発、販路拡大等の支援

被災した施設や設備の復旧を支援するとともに、商品開発への補助事業やビジネス商談会の開催等を継続的に行ってきたが、震災により一度失われた販路を回復し拡大するためには、商品開発等による商品の競争力強化から販路開拓までの総合的な支援が求められた。

そのため、平成26年度からは『食産業「再生期」スタートダッシュプロジェクト』として、商品ブラッシュアップ専門家派遣事業を開始し、商品づくり補助メニューを拡充するなど、以下に記載の様々な事業に取り組んだ。更に、平成27年度からは「食産業ステージアッププロジェクト」として首都圏販路開拓支援事業に新たに取り組むなど、積極的に事業を拡充させながら被災した食品製造業者への支援に取り組んだ。

### (1) 商品ブラッシュアップ専門家派遣事業



写真 専門家訪問の様子



写真 開発された商品例

震災後の操業休止の間に失った販路を回復するためには、新商品の開発が強く求められたが、中小企業の多い県内食品製造事業者は、商品開発やマーケティング、それらを担う人材育成を自社で全て行うのが困難であるため、これらの分野に精通した専門家を派遣し、指導を行う事業を平成26年度

から実施した。

平成26年度と平成27年度で合計30者を支援し、この事業により誕生した商品が各種品評会やコンクールで受賞するなど、着実に成果を上げている。

## (2) 復興促進「商品づくり・販路開拓」支援事業

東日本大震災により被災した食産業の復興を支援するため、被災した食品製造業者等が行う、新商品の開発又は既存商品の改良等（以下「商品づくり」という。）や出張販売活動、人材育成に要する経費について支援するため、以下の補助金を交付した。

### ア 総合支援メニュー

復興促進「商品づくり・販路開拓」支援事業補助金のうち、商品づくりを主とした活動についての補助メニューである。

#### (ア) 総合支援メニュー（平成25年度）

沿岸地域の事業者を中心に、商品づくり等の支援を行った。

・平成25年度 補助事業者数 12件 11,747,903円

#### (イ) ブランド再生支援事業（平成26年度～平成27年度）

平成26年度から、総合支援メニューを細分化し、特に被害の大きかった県内産のカキ、ギンザケ、ホタテ、ノリ、ワカメ、イチゴ及びホヤ（以下、「重点品目」）を対象とした商品づくり等の支援を行った。（補助上限150万円）

・平成26年度 補助事業者数 15件 11,888,705円

・平成27年度 補助事業者数 15件 15,781,413円

#### (ウ) みやぎの食復興支援事業（平成26年度～）

平成26年度から、総合支援メニューを細分化し、重点品目を除く地域の食材等を活用した商品づくり等の支援を行った。（補助上限120万円）

・平成26年度 補助事業者数 21件 14,897,232円

・平成27年度 補助事業者数 15件 12,801,282円

#### (エ) 企業連携支援事業（平成26年度～）

平成26年度から、総合支援メニューを細分化し、複数の中小企業等が技術や経営資源を持ち寄って連携し、地域食材等を活用した商品開発に取り組む際の支援を行った。（補助上限300万円）

・平成26年度 補助事業者数 1件 943,802円

・平成27年度 補助事業者数 2件 1,761,657円

### イ 販路開拓活動支援メニュー

震災により販路を失った中小企業者等を対象として、販路の回復や開拓を目指す活動を支援するため、販売会への参加や展示商談会への出展に要する経費について、その一部を補助した。（補助上限30万円）

・平成25年度 補助事業者数 25件 5,455,371円

・平成26年度 補助事業者数 38件 9,910,008円

・平成27年度 補助事業者数 41件 8,675,561円



写真 展示商談会の様子

## ウ 展示商談会開催支援メニュー

「県産農林水産物・食品等利用拡大事業補助金」により、震災により販路を失った県内の沿岸部等に所在する食品製造事業者等を支援するために、団体等が行う展示・商談会等の開催に要する経費について、その一部を補助した。(補助上限125万円)

- ・平成26年度 補助事業者数 3件 3,750,000円
- ・平成27年度 補助事業者数 4件 3,843,233円

## (3) 商談会マッチング強化事業

## ア 首都圏で開催される大規模展示・商談会への参加

県内食品製造事業者の首都圏等における販路回復・拡大を目的に、首都圏等で開催される大規模展示商談会に宮城県ブースとして出展した。平成25年及び平成26年は独立行政法人中小企業基盤整備機構の支援により、被災3県(宮城、岩手、福島)合同の大規模なブースによる出展を行った。

## (ア) スーパーマーケット・トレードショー(東京)

国内最大規模の食品展示商談会である「スーパーマーケット・トレードショー」に平成23年度から出展し、毎年、食品製造事業者約30社の参加のもと、「食材王国みやぎ」を積極的にPRした。また、平成27年度からは出展者に対する「商談力向上研修」を開催するなど人材育成支援も行っており、平成24年度の当日成約件数13件から、平成27年度は292件と大幅に増加した。



写真 宮城県ブースの様子

## (イ) 「シーフードショー大阪」及び「アグリフードEXPO」(大阪)

平成25年は中小機構基盤整備機構の支援により、大阪で開催された大規模展示商談会「シーフードショー大阪」及び「アグリフードEXPO」に宮城県ブースを出展した。しかし、当時は首都圏よりも関西圏の方が原発事故による風評被害が根強く、成約数は首都圏と比べると少なかった。

## (4) 首都圏販路開拓支援事業

## ア バイヤーオーダー型商談会

首都圏での販路回復・開拓を図るため、県内食品製造業者の取扱商品カタログを作成し、首都圏仕入業者へ無料配布することで、広く本県の加工食品等をPRして新たな取引を誘導した。併せて、取扱商品カタログに基づき首都圏バイヤーからの希望による食品製造業者との個別商談会を開催した。

## (ア) 平成27年度バイヤーズ・ガイド宮城県特別号

- ・掲載事業者数 92件
- ・掲載商品数 183件



写真 バイヤーズガイド表紙

## (イ) 食材王国みやぎ「食」の商談会

- ・日 時 平成28年1月26日(火)  
午前11時から午後4時30分まで
- ・会 場 ホテルレオパレス仙台
- ・仕入事業者 23社
- ・納入業者 50社
- ・成 果 商談件数191件、成約数19件、成約率9.9%

## イ 食材王国みやぎ農林水産加工品試食商談会

県内食品製造業者の首都圏における販路回復・開拓を図ることを目的とし、バイヤー等が売り場づくりやメニューづくりの参考とする食シーンやメニューを、シェフが考案した料理の試食という形で提案・訴求する交流型の試食商談会を開催した。

商談会は、東京都内の飲食店等を会場に平成26年度は1回、平成27年度は3回開催、延べ48者が参加し、首都圏のバイヤーと商談を行った。



写真 シェフが考案した料理



写真 試食後の個別商談

## 3 「食材王国みやぎ」販路拡大イベント等の開催

## (1) 「食材王国みやぎ」地域食材発掘・販路拡大事業（県庁1階販売会）

震災発生直後から休止を余儀なくされていた本事業は平成23年5月末から再開し、復興の着実な歩みを県民に示す機会となった。

平成25年度以降については、年間を通じてほぼ毎週実施しており、地域の特色ある食材を発掘し、その魅力をより多くの県民に紹介するとともに、震災からの復興を目指す事業者の新たな販路の拡大の促進に寄与している。

表 県庁1階販売会実績

平成24年度	実施回数	38週（38回）
	実施団体数	21団体（8市10町1課2地方振興事務所等）
	実施日数	167日
平成25年度	実施回数	46週（46回）
	実施団体数	21団体（8市10町3地方振興事務所等）
	実施日数	205日
平成26年度	実施回数	48週（48回）
	実施団体数	22団体（8市11町3地方振興事務所等）
	実施日数	197日
平成27年度	実施回数	47週（47回）
	実施団体数	25団体（10市12町3地方振興事務所等）
	実施日数	202日



写真 気仙沼市の販売会の様子 (H26)



写真 山元町の販売会の様子 (H27)

## (2) 楽天販売会

「東北楽天ゴールデンイーグルス」ホームゲーム時に、楽天 Kobo パーク宮城において開催する楽天販売会は、震災直後の平成23年4月の開催は中止となったが、県内事業者等の協力もいただき、5月から開催を再開した。

平成25年度以降は、年間12試合（毎月1回2連戦、土日のゲームに実施）で出展し、県内市町村等と連携して、県内の地場産品等の展示・販売を行うとともに、「がんばろう東北デー」（楽天野球団主催）へも積極的に出店し、関係者が一丸となった復興への取組をアピールした。

表 平成24年度実績

月	日	対戦相手	実施市町村等	販売内容
4月	28日(土) 29日(日)	日本ハム	色麻町、大和町、栗原市	揚まんじゅう、炭火焼いわな、漢方牛串焼き ほか
6月	2日(土) 3日(日)	広島	美里町、登米市、宮城県 認証食品(2)	ポークスペアリブ、はっと汁、玉こん、ずんだ餅 ほか
7月	14日(土) 15日(日)	日本ハム	角田市、石巻市、塩竈市	菓子類、焼そば、お好み焼き ほか
8月	25日(土) 26日(日)	日本ハム	南三陸町、登米「道の駅」 連絡会	ホタテ串焼き、海鮮焼き、道の駅特産品 ほか
9月	22日(土) 23日(日)	ソフト バンク	加美町、川崎町、 石巻市	米粉入焼そば、鮎の塩焼き、玉こん、焼き 鳥 ほか
合計			延べ15団体	

表 平成25年度実績

月	日	対戦相手	実施市町村等	販売内容
4月	13日(土) 14日(日)	西武	南三陸町、美里町、 川崎町	海鮮焼きそば、米粉クレープ、玉こん ほか
5月	4日(土) 5日(日)	オリックス	大崎市、美里町、 宮城県認証食品	米粉ホットドック、ポークスペアリブ、ず んだ餅 ほか
6月	15日(土) 16日(日)	阪神	南三陸町、仙台市、 山元町、大郷町	海鮮焼き、あおば餃子、玉こん、米粉クッキー ほか
7月	13日(土) 14日(日)	西武	石巻市、栗原市、 色麻町、大郷町	焼きそば、農産加工品、揚げまんじゅう、 新鮮野菜 ほか
8月	24日(土) 25日(日)	ロッテ	大和町、登米市、 女川町、加美町	炭火焼きいわな海鮮串焼き、ワサビアイス クリーム ほか
9月	14日(土) 15日(日)	オリックス	登米「道の駅」連絡会、 加美町、栗原市	道の駅特産品、焼きそば、漢方牛串焼き ほか
合計			延べ21団体	

※上記のほか、10月3日(木)の振替試合で開催したイベント「がんばろう東北デー」に県内7市町（塩竈市、気仙沼市、大崎市、大和町、加美町、美里町、南三陸町）から9事業者が出店した。



表 平成 26 年度実績

月	日	対戦相手	実施市町村等	販売内容
4月	19日(土) 20日(日)	日本ハム	川崎町、色麻町、加美町、美里町	玉こん、おこわ、まんじゅう、焼そば、米粉クレープ 等
5月	3日(土) 4日(日)	ソフトバンク	塩竈市、大崎市、大郷町、宮城県認証食品	各種串焼き、焼き餃子、焼そば、米粉クレープ、ずんだ餅等
6月	14日(土) 15日(日)	巨人	仙台市、大和町、山元町、南三陸町、女川町	餃子、ずんだ餅、玉こん、揚げかまぼこ、海鮮串焼き 等
7月	12日(土) 13日(日)	ロッテ	石巻市、栗原市、南三陸町	石巻焼きそば、漢方和牛、たこ焼き 等
8月	16日(土) 17日(日)	ロッテ	気仙沼市、美里町、南三陸町	気仙沼ホルモン、スペアリブ、海鮮はっと、海鮮焼 等
8月	30日(土) 31日(日)	ソフトバンク	石巻市、大和町、加美町	海鮮串焼、炭焼きイワナ、ワサビアイス 等
合 計			延べ 22 団体	

※上記のほか、9月27日(土)対西武戦にて開催したイベント「がんばろう東北デー」に県内6市町(石巻市、塩竈市、気仙沼市、大和町、川崎町、美里町)から8事業者が出店した。

表 平成 27 年度実績

月	日	対戦相手	実施市町村等	販売内容
4月	25日(土) 26日(日)	ロッテ	塩竈市、山元町、大郷町、加美町	焼そば、お好み焼き、餅、米粉焼菓子、玉こん 他
5月	30日(土) 31日(日)	巨人	栗原市、南三陸町	タコのから揚げ、焼そば、漢方和牛、まんじゅう 他
6月	13日(土) 14日(日)	中日	仙台市、石巻市、南三陸町	タコ焼き、石巻焼そば、おにぎり 他
7月	25日(土) 26日(日)	ロッテ	大和町、富谷町、美里町、南三陸町	イワナ炭火焼き、米粉クレープ、牛タン団子、ブルーベリーアイス、タコの唐揚げ 他
8月	15日(土) 16日(日)	日本ハム	塩竈市、気仙沼市、美里町、南三陸町	気仙沼ホルモン、ホタテ串焼き、仙台伊達っこ焼、ポークスペアリブ 他
8月	29日(土) 30日(日)	西武	石巻市、登米市、気仙沼市、川崎町	海鮮焼き、スペアリブ、マグロカマ焼き、玉串コンニャク
合 計			延べ 21 団体	

※上記のほか、9月18日(金)から20日(日)までの3日間、対オリックス戦にて開催したイベント「がんばろう東北シリーズ」に県内4市町(塩竈市、蔵王町、南三陸町、気仙沼市)から6事業者が出店した。



写真 がんばろう東北デー (H26)



写真 楽天販売会にできた行列 (H26)

### (3) みやぎまるごとフェスティバルの開催

震災直後の平成23年度は、開催中止も懸念されたが、県民一丸となって復興への歩みを進めることを目的として、平成23年10月に開催し、来場者との交流を通じて復興への新たな活力とすることができた。

平成24年度は、「感謝を込めておもてなし」をテーマに、県内外からいただいた多くの御支援に対する感謝を発信するとともに、平成25年度以降も、復興に向けてチャレンジを続ける本県の「いま」を感じてもらいイベントを目指して継続的に開催し、平成26年度の開催では、来場者数・売上金額ともに震災後最高の実績を記録するなど、「食材王国みやぎ」のPRなどを通じて、創造的復興に向け着実に歩みを進める宮城の姿を発信した。



写真 みやぎまるごとフェスティバル2012  
市民広場イベントステージの様子（みやぎおかみ会）



写真 みやぎまるごとフェスティバル2013  
県庁前駐車場の様子（市町村ブース）

表 みやぎまるごとフェスティバル開催実績

平成24年度	開催テーマ	感謝を込めておもてなし
	出展団体数	113団体
	来場者数	135,000人
平成25年度	開催テーマ	みやぎの「いいね！」を新発見・再発見
	出展団体数	102団体
	来場者数	100,000人
平成26年度	開催テーマ	あふれる笑顔のみやぎ印
	出展団体数	108団体
	来場者数	155,000人
平成27年度	開催テーマ	うまい味や技、あります。
	出展団体数	112団体
	来場者数	150,000人

### (4) 宮城の物産と観光展の開催

県外主要都市（年間5カ所）で開催している「宮城県の物産と観光展」は、震災直後の2つの物産展については延期を余儀なくされたものの、平成23年9月以降の物産展は通常どおり開催することができた。

一部の物産展においては、沿岸部の市町村と協力して震災からの軌跡を示すパネルの展示や応援メッセージボードの設置を行うなど、復興に向かって歩みを進める宮城の「いま」を全国の皆様への発信に努めた。



写真 物産展の会場の様子 (H26名古屋名鉄展)



写真 物産展に出展する南三陸さんさん商店街 (H27そごう広島展)

表 宮城県の物産と観光展実行委員会主催の物産展開催実績

		平成 27 年度	平成 26 年度	平成 25 年度	平成 24 年度
物産展名	開催場所	出展者数 (新規)	出展者数 (新規)	出展者数 (新規)	出展者数 (新規)
そごう横浜展	神奈川県 横浜市	68 (15)	54 (2)	69 (11)	84 (6)
そごう広島展	広島県 広島市	44 (7)	44 (7)	47 (11)	57 (9)
名古屋名鉄展	愛知県 名古屋市	59 (9)	63 (4)	72 (8)	71 (3)
そごう千葉展	千葉県 千葉市	57 (6)	60 (8)	44 (7)	50 (-)
西武高槻展	大阪府 高槻市	30 (8)	43 (5)	62 (9)	67 (7)
		延 258 (45)	延 264 (26)	延 294 (46)	延 329 (25)

#### 4 東京アンテナショップ「宮城ふるさとプラザ」の対応

震災直後は物流が機能しない状況に陥り、店の在庫がほとんどなくなる状況となったが、平成 23 年度になってから物流が徐々に回復するとともに、復興支援を目的とした商品購入が続いたこともあり、平成 23 年度の売上は 6 億 8,505 万円 (対前年比 164%) となり、過去最高を記録した。

平成 24 年度以降についても、震災で販路を失った事業者の商品を積極的に取り扱うことで、県内食産業の復旧・復興に寄与するとともに、店舗内での販売のほか、復興支援を目的とした百貨店での催事や企業での支援イベント等への出張販売及び、法人・個人の商品の買い上げ等の多くの申し入れに対し積極的に対応し、店舗外における販路確保にも努めるなど、震災から復旧・復興する事業者の販路確保の拠点及び本県支援の窓口として中心的な役割を担い、アンテナショップとしての機能を発揮した。

また、全国ネットのテレビ放送をはじめ、新聞や雑誌など、数多くのメディアに「宮城ふるさとプラザ」が取り上げられたことにより、宮城の現状を発信する首都圏の拠点としての役割も担った。

平成 27 年度には、約 1 か月半の休店期間を挟んで 7 月 17 日にリニューアルオープンした。2 つのフロアにまたがっていた物販機能を 1 階に集約するとともに、飲食スペース (牛たん) を面積拡充して 2 階に移設するなど店舗レイアウトを改善し、お客様の利便性の向上を図ることにより、入店客の増加と売上向上に努め、県内食産業事業者の販路拡大・回復を促進した。

オープニングセレモニーには、村井知事をはじめ、豊島区の高野区長や地元商店会関係者が参加した。

同日、豊島区役所で行われた「宮城県と豊島区の相互交流に関する10周年宣言」署名式などを通じて、豊島区の皆様からいただいた多大なる復興支援への感謝を伝えるとともに、アンテナショップの設置を契機にはじまった10年間の友好関係を礎に、引き続き積極的な交流を進めることを確認した。

また、リニューアルオープンに合わせて風評払拭イベントを実施し、ホヤや仙台牛などの県産食材を使用した試食会を年4回開催し、消費者の信頼回復及び県産品の消費拡大に努めた。



写真 宮城ふるさとプラザリニューアルオープンの様子 (H27)



写真 県産食材試食会の様子 (H27)



写真 生産者の直接販売の様子 (H27)



写真 県産食材試食会の交通広告 (H27)

## 5 地産地消 PR 資材の作成、配布

復興応援の機運醸成を図るため、復興応援のぼりを作成し、県内の量販店やコンビニエンスストア、直売所等に配布するとともに、復興イベント等への貸出を行った。

## 6 県産品販路拡大への取組

### (1) 復興支援物産展等への対応

震災直後から、県や東京アンテナショップ「宮城ふるさとプラザ」、(一社)宮城県物産振興協会に対し、自治体、企業等から復興支援の物産展、フェア、県産品購入の申し出があり、協会と連携して対応に当たった。

復興支援を目的とした物産展等の各種出展依頼については、震災直後と比較すると徐々に減少傾向にあったものの、平成24年度は368件、平成25年度は279件など、依然として多数の申し出をいただいていた状態にあり、それらに対応するために、宮城ふるさとプラザ及び県大阪事務所に販売従事者を雇用し、県産品の販路確保及び拡大を図った。

表 復興支援物産展等対応件数

年 度	平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度
件数 (件)	368	279	227	156
売上額 (千円)	206,936	54,419	63,038	41,796

表 宮城県産品販売促進事業による販売従事者雇用

年 度	平成 24 年度	平成 25 年度
宮城ふるさとプラザ	4 人	3 人
県大阪事務所	1 人	1 人



写真 復興支援物産展の様子

## (2) 県産品販路開拓バックアップ事業

県内における食料品製造業の製造品出荷額等は、生産・流通基盤の復旧、販路拡大に向けた各種施策の実施により、平成 23 年度を底に少しずつ向上しているものの、依然として震災前までは回復していない状況が続き、中でも、首都圏及び関西圏における県産品の流通は大きく落ち込んでいた。

震災前の状態にまで回復するためには、生産・流通基盤の復旧の加速とともに、販路開拓のための施策の拡充が必要であり、県産品の販路開拓のバックアップ（県産品のバイヤー等への売り込み）を行うスタッフを仙台及び東京アンテナショップ「宮城ふるさとプラザ」、県大阪事務所に配置した。

宮城ふるさとプラザには、東京アンテナショップが担う固有の機能として、平成 23 年度から専任スタッフを 1 人配置し、一定の実績を上げていたが、平成 27 年度からは、再生期（平成 29 年度まで）の間に限定し、既存スタッフに加えて、宮城ふるさとプラザに 1 名、県大阪事務所に 1 名の専任スタッフを配置することにより、県産品のさらなる販路開拓を強力にバックアップを行い、県内食産業事業者の販路拡大・回復を促進した。

表 県産品販路開拓バックアップ事業等による営業担当者配置

年 度	平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度
仙台	1 人	1 人	1 人	1 人
宮城ふるさとプラザ	2 人	1 人	1 人	2 人
県大阪事務所	1 人	1 人	-	1 人

## (3) 食材王国みやぎ地産地消費普及拡大事業

(平成25年度 食材王国みやぎ主要農林水産物消費拡大事業、  
平成26年度及び27年度 県産食材県内消費回復支援事業)

食材王国みやぎ地産地消費推進店と連携した復興応援キャンペーンや推進店を紹介するガイドブックの作成・配布等により、県産食材の消費拡大及び被災失業者の雇用機会の拡大を図った。

年 度	事業概要	被災失業者の 新規雇用人数
平成23年度	8月、12月、2月に、復興応援キャンペーン実施、県産食材のニーズ調査、推進店を紹介するガイドブック(2万部)作成	10人
平成24年度	8月、11月、2月に、復興応援キャンペーン実施、「食材へのこだわり」に関する取材・PR、推進店を紹介するガイドブック(2万部)作成	4人
平成25年度	10月、12月、2月に、復興応援キャンペーン実施、「食材へのこだわり」に関する取材・PR、地産地消費普及啓発リーフレット(1万部)作成	4人
平成26年度	10月、11月、2月に、復興応援キャンペーン実施、推進店を紹介するガイドブック(4万部)作成、「地産地消の日」普及啓発ラジオ放送9回、「伝え人」を紹介するガイドブック(3千部)作成 等	6人
平成27年度	7月、11月に復興応援キャンペーン実施、推進店を紹介するガイドブック(3万1千部)作成	3人

## (4) 食材王国みやぎ販売支援事業

量販店で県産農林水産物及び県内企業の加工品の販売促進活動を実施した。

年 度	活動実績	被災失業者の 新規雇用人数
平成23年度	販売促進活動回数 延べ323回	4人 (うち1人辞職)
平成24年度	販売促進活動回数 延べ1,063回	5人
平成25年度	販売促進活動回数 延べ1,212回	5人
平成26年度	販売促進活動回数 延べ1,230回	5人

## 7 食品輸出関係

## (1) 海外における県産農林水産物及び加工品の輸入規制への対応

震災直後、震災による生産能力の低下や原発事故に伴う風評により、県産農林水産物及び加工品の輸出は、ほぼ全面的にストップした。

中でも原発事故の影響は大きく、各国は日本産食品の輸入に関してそれぞれ輸入規制を行い、特に福島第一原子力発電所から距離が近い地域の食品については、より厳しい規制が行われた。

本県産の食品についても、中国をはじめとするいくつかの国・地域で輸入停止となり、輸入が可能な国・地域においても、放射線検査証明書の添付を求められるケースが多くなった。

震災直後に比べ、このような規制措置等の解除が進みつつあるが、依然として一部の国・地域において輸入規制が継続されている。

表 宮城県産食品の輸入規制の状況（H28.3.31 現在）

① 全面停止	中国、ニューカレドニア
② 一部食品の全面停止	マカオ（野菜・果物等）、ロシア（水産品）、アメリカ（牛肉製品・一部野草等）、韓国（きのこ類等）
③ 放射線検査証明書等の添付	EU、EFTA、韓国、タイ など
④ 輸出先での検査強化	台湾など

震災後の輸入規制の状況の中で、政府間協議が整った一部の国・地域に対しては、政府発行の輸出証明書の添付により食品の輸入が認められることとなった。これに伴い、各都道府県は農林水産省からの依頼に基づいて輸出証明書を発行することとなった。

この輸出証明書は、大きく分けて日付証明、産地証明、検査証明の3種類で、いずれも「当該食品が放射性物質の影響を受けていないこと」を証明するものであり、発行を始めた平成23年6月から平成25年3月31日までに600件を発行した。

なお、これらの輸出証明書の発行業務は平成25年4月1日をもって国に移管しており、その後は発行していない。

表 輸出証明書発行状況（H25.3.31 現在）

国・地域	発行件数				主な品目
	日付証明	産地証明	検査証明	計	
EU	14	7	464	485	味噌、醤油、日本酒
EFTA	1	0	5	6	日本酒、乾麺
シンガポール	1	2	0	3	味噌、醤油
韓国	1	3	31	35	日本酒、味噌、醤油、冷凍食品
マレーシア	0	49	9	58	日本酒、冷凍麺、配合調味料
タイ	1	2	2	5	日本酒
ブラジル	0	0	5	5	日本酒、油
セルビア	0	0	3	3	
合計	18	63	519	600	

（説明）

- 日付証明：平成23年3月11日以前に生産・加工されたものであること。
- 産地証明：各国・地域が定める都道府県以外で生産・加工されたものであること。
- 検査証明：放射能検査の結果、各国・地域で定める基準を下回っていること。

なお、台湾においては平成27年5月15日から輸入規制が強化されており、国では、本規制は科学的根拠がなく到底受け入れることができないものであるとし、新たな産地証明等は発行しない方針としている。

規制強化による影響を回避するため、台湾に輸出する食品（酒類を除く）のうち、宮城県内において生産、最終加工されたものを対象に県が産地証明を発行することとし、平成27年5月22日から申請の受付を開始し、平成28年3月31日までに11件を発行している。

## (2) 宮城県食品輸出促進協議会の取組

県産食品の輸出が停滞し、県内の食品輸出関連事業者の被害が甚大であったことから、平成23年4月27日に、国に対して風評の払拭と各国・地域による過剰な規制の撤廃について、宮城県食品輸出促進協議会と連携した要望を行った。



写真 大臣官房総括審議官（国際）への要望



写真 総合食料局長への要望

また、台湾が輸入食品について「産地証明書」添付を義務付けたことや、宮城県産の水産物、乳製品、乳幼児食品、キャンディ、ビスケット、穀類調製品について「放射性物質検査証明書」添付の義務付けを求める新たな規制を導入したことを受け、平成27年5月12日に台湾の規制解除に向けた対策等についての要望を行った。



写真 東北農政局長への要望



写真 会談の様子

## (3) 県事業による取組

県では、県産農林水産物の海外販路の拡大や安全性のPRを図るため、宮城県食品輸出促進協議会と連携し、海外見本市への出展、商談会の開催、セミナーの開催等を通して、輸出に取り組む県内事業者を支援した。



主な事業実績
○平成 24 年度 台湾国際食品見本市出展（平成 24 年 6 月 27 日～ 30 日） FOOD EXPO2012 出展（平成 24 年 8 月 16 日～ 18 日） 裕毛屋宮城県フェア（平成 24 年 10 月 19 日～ 28 日） 海外バイヤー招へい（台湾、香港）
○平成 25 年度 台湾国際食品見本市出展（平成 25 年 6 月 26 日～ 29 日） FOOD EXPO2013 出展（平成 25 年 8 月 15 日～ 17 日） 裕毛屋宮城県フェア（平成 25 年 10 月 18 日～ 25 日） 海外バイヤー招へい（台湾、香港） 輸出相談会・セミナーの開催（平成 26 年 2 月 24 日）
○平成 26 年度 台湾国際食品見本市出展（平成 26 年 6 月 25 日～ 28 日） FOOD EXPO2014 出展（平成 26 年 8 月 14 日～ 16 日） 台湾微風広場物産展（平成 27 年 1 月 8 日～ 18 日） 裕毛屋宮城県フェア（平成 26 年 11 月 11 日～ 16 日） 海外バイヤー招へい（台湾、香港） 輸出促進セミナー開催（平成 27 年 6 月 24 日～ 27 日）
○平成 27 年度 台湾国際食品見本市出展（平成 27 年 6 月 24 日～ 27 日） FOOD EXPO2015 出展（外務省ブース、平成 27 年 8 月 13 日～ 17 日） 裕毛屋宮城県フェア（平成 27 年 11 月 20 日～ 22 日） 海外バイヤー招へい（シンガポール、タイ、香港） 輸出促進セミナー開催（平成 28 年 2 月 8 日、19 日）



写真 FOOD EXPO2015



写真 裕毛屋フェア（H27）

なお、経営を再開した食品製造事業者等の販路回復を支援するため、平成 27 年度から物流支援コーディネーターを設置し、県産農林水産物等（主に水産物及び水産加工品）の国内販路開拓及び輸出促進を図った。

また、県内産の農林水産物や加工食品の輸出の促進を図るため、輸出に取り組もうとする県内農林水産業者や食品製造業者等が行う輸出促進活動（海外で開催される展示会等への参加）に要する経費に対して補助を行った。

表 輸出促進活動の実績

年度	交付実績額	交付決定件数	対象国・地域
平成24年度	1,983千円	12件	台湾4件、香港8件
平成25年度	1,163千円	7件	台湾5件、香港2件
平成26年度	2,168千円	13件	台湾2件、香港10件、タイ・マカオ1件
平成27年度	1,399千円	4件	台湾1件、香港2件、シンガポール1件

さらに、震災復興計画の期間内に、県産農林水産物の基幹品目の海外販路開拓に重点的に取り組むこととし、平成27年度から輸出基幹品目販路開拓事業を開始した。

表 輸出基幹品目販路開拓事業の実施状況

	水産物	農畜産物
委託先	一般社団法人フィッシャーマン・ジャパン	センコン物流株式会社
対象国	マレーシア	タイ、マカオ
輸出品目	かき、ほたて、のり、わかめ、ぎんざけ、ほや	牛肉
実施時期	平成27年11月7日～12月6日	平成28年1月26日、28日
事業概要	マレーシアのクアラルンプール国際空港敷地内にある三井アウトレットパークKLIA内において、商談会や現地消費者のサンプリング調査を実施。	宮城県産牛のテスト輸出が済んでいるタイ、マカオ向けに輸出促進プロモーションを実施し、仙台牛の販売先の開拓と取引増を図った。



写真 水産物プロモーション



写真 農畜産物プロモーション

## 8 民間企業との連携PR

### (1) 復興応援キリン絆プロジェクト／キリンホールディングス株式会社

キリンホールディングス株式会社では、東日本大震災への支援として、義援金4億円、飲料水約120万本（500ml換算）などの支援物資の提供に加え、被災地の復興にキリングループを挙げて継続的に取り組むべく、3年間で約60億円を拠出して、「復興応援 キリン絆プロジェクト」を立ち上げ、復興の段階に応じた支援を展開してきた。

このプロジェクトは、「絆を育む」をテーマに、被災地の「地域社会の絆」や「家族の絆」が一層深まるよう、「地域食文化・食産業の復興支援」、「子どもの笑顔づくり支援」、「心と体の元気サポート」といった大きな3つの幹で活動を実施した。「地域食文化・食産業の復興支援」については、農業の復興・

再生に向けた基盤整備や養殖業の復興・再生のため、平成24年までは、復興支援第1ステージとして、営農再開に必要な農業機械の購入支援や養殖施設の復旧支援を実施した。平成25年からは、第2ステージとして農作物・水産物のブランド再生・育成支援、6次産業化に向けた販路拡大支援、担い手・リーダー育成支援などを実施してきた。

県では、これらの事業が円滑に展開されるよう、生産者等の紹介や情報発信等の支援を行った。

なお、キリンビール株式会社とは、平成18年から「MKプロジェクト」をスタートさせており、県内飲食店向けの「食材王国みやぎ通信」の発行や、SENDAI 光のページェントでの「キリン一番搾りキッチン」の展開、宮城県産ササニシキを副原料とした「一番搾り仙台づくり」の販売などで、地産地消の推進や県産食材のPR、販路の拡大と多方面にわたり、協力、支援を頂いた。

## (2) 東北かけはしプロジェクト／株式会社セブン&アイ・ホールディングス、キリンビール株式会社

株式会社セブン&アイ・ホールディングス及びキリンビール株式会社では、被災者の復興に向け、単なる店頭での販売企画ではなく、多くのステークホルダーを巻き込み、刻々と変化する復興支援の課題やニーズに対応し、応援消費ではなく共感消費に移行させ真の復興支援機運を醸成することを目的に「東北かけはしプロジェクト」を平成23年11月にスタートさせた。

プロジェクトは、当初3年間としていたが、平成26年にさらに3年間の延長を決定し、長期的視点で、行政やメディアを巻き込みながら、被災地エリアと協調した取組を展開することとされた。

プロジェクトでは、東北食材を活用したメニュー提案や被災企業の商品化支援、被災企業の商品を販売するフェアの開催や、話題性のある企画と知事等県幹部の参加によるPRイベントの実施などを実施している。

県では、これらの事業が円滑に展開できるよう、被災企業・商品の復活情報等の提供、イベント企画段階での協力など庁内関係各課も巻き込みながら連携して対応した。

## (3) Rebirth 東北フードプロジェクト／三菱地所株式会社

三菱地所株式会社では、東日本大震災において大きな被害を受けた東北エリアの食材・食ブランドを応援するため、東京・丸の内では食育活動を行う「丸の内シェフズクラブ」（会長 服部幸應氏）の協力を得て、「Rebirth 東北フードプロジェクト」を平成23年11月にスタートさせた。平成23年度から継続して、丸の内カフェ ease 内で期間限定店舗「はらくつつい宮城食堂」やマルシェの実施のほか、県産食材を使用した缶詰の開発等を行っている。

県では、これらの活動が円滑に行われるよう、県産食材、生産者等の紹介や後援名義の使用承認、イベントの情報発信などの協力を行った。

## (4) MEAL RINGS ～食の環（わ）を広げよう、ニッポン。～ /株式会社日本アクセス

株式会社日本アクセスでは、東日本大震災の復興に向けた継続的な支援活動として「MEAL RINGS（ミールリングス）」事業を企画し、「食の環を広げよう、ニッポン」を合言葉に日本アクセスプライベートブランド商品に復興支援ロゴマークを付け、その売上げの一部（商品1品につき1円相当）を支援金として被災各県へ寄贈し、被災地の早期復興と食品関連産業の振興に向けた被災地復興プロジェクトを平成23年11月にスタートさせ、平成27年度まで寄附を継続して頂いた。

## 9 風評への対応

### (1) 対応経過等

原発事故に伴い、国内外の広範囲にわたり、本県農林水産物の風評が広がった。また、平成24年4月に「食品中の放射性物質の新たな基準」が施行されてから、特に林産物や水産物等での風評が広がった。

消費者庁が平成25年2月から年2回実施している「風評被害に関する消費者意識の実態調査」において、被災地を中心とした東北の食品の購入をためらうとの回答は、減少傾向にあるものの、完全な風評の払拭には至っていない。

県では、県産品への風評の早期払拭を図るため、首都圏や西日本などの大消費地での販売イベントや、県内外での商談会等の販売促進活動を支援するほか、野球場、新聞、生活情報誌、主要交通施設等への広告掲載などのPR活動を強化し、県産品の信頼回復と販路確保に幅広く取り組んだ。

【参考】『風評被害に関する消費者意識の実態調査』（消費者庁）の結果

問：普段の買い物で生産地を気にする理由として「放射性物質の含まれていない食品を買いたいから」を挙げた人に、購入をためらう産地を尋ねたもの。

表 「被災地を中心とした東北（岩手県、宮城県、福島県）の食品の購入をためらう」の回答率

調査年月	H25.2	H25.8	H26.2	H26.8	H27.2	H27.8	H28.2	H28.8
「はい」 回答率	14.9%	13.0%	11.5%	12.9%	12.6%	11.7%	10.1%	10.6%

## (2) 県産農林水産物等消費回復・販路拡大モデル事業

平成25年2月21日～22日、復興支援等で交流の深まった関西地区で開催された「シーフードショー大阪」及び「アグリフードEXPO大阪2013」において、宮城県ブースを設け、本県22事業者の出席を支援し、県産農林水産物等に対する信頼回復と販路拡大を図った。また、平成25年2月4日～5日には、関西地区の食品業界に影響力を持つ商工団体関係者やバイヤー64名を本県に招へいし、ビジネス交流促進ツアーとして石巻市、塩釜市、栗原市、気仙沼市の生産・製造現場等を視察していただくとともに、県内食品関連事業者等との交流会・商談会を実施し、本県農林水産業や食品製造業等の早期復興を支援した。

## (3) 県産農林水産物・食品等利用拡大事業（食産業ステージアッププロジェクト/復興促進「商品づくり・販路開拓」支援事業に継承）

県外での展示・商談会への出席、県内外で商談会・見本市等の開催に要する経費を補助することにより、県産農林水産物の販路及び需要の開拓・拡大を支援し、震災で甚大な被害を受けた県内農林水産業や食品製造業等の経済活動の再開や活性化を図った。

ア 展示・商談会出席：H23年度35事業者、H24年度53事業者、H25年度38事業者

イ 商談会・見本市開催：H23年度1団体、H24年度3団体、H25年度3団体



写真 「地方銀行フードセレクション2013」（東京ビックサイト）

## (4) みやぎの農産物直売所等魅力発信支援事業

風評の影響がある県内の農産物直売所、農漁家レストラン及び農漁家民宿（以下「直売所等」という。）

において、スタンプラリーや消費者バスツアーの実施、ガイドブックの発行、メディアによる情報発信などの実施により、風評の払拭と集客及び販売拡大を図った。



写真 スタンプラリーの台紙とスタンプ



写真 消費者バスツアー（蔵王コース）

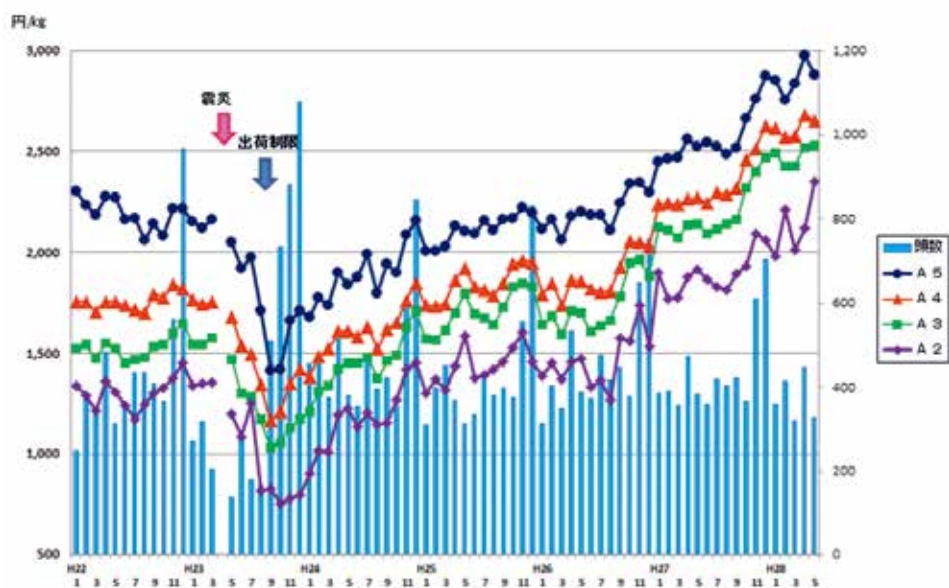
#### (5) みやぎの肉用牛イメージアップ事業

原発事故による影響は、畜産関連では肉用牛において顕著にあらわれ、消費者から宮城県産牛肉が敬遠され、牛枝肉価格が急激に下落するなど大きな影響があった。

肉用牛は、本県農業産出額の約1割を占める重要な部門であり、風評の払拭は急務であった。

このため、低下した県産牛肉のイメージを回復させるため、従来から実施していた仙台牛等のPR活動を強化した。特に平成27年度からは、肉用牛イメージアップ推進事業により、県産肉用牛の消費拡大の推進を実施した。平成27年度の実績事例は次のとおりである。

- ・ 宿泊施設や飲食店でのキャンペーン開催
- ・ 駅弁コンテストの開催と上位作品の商品化、二次加工品の開発支援
- ・ 仙台牛普及冊子等の作成



※平成23年4月は震災の影響で操業中止。出荷制限指示(平成23年7月28日～8月19日)

図 仙台市中央卸売市場食肉市場における和牛（去勢、規格A）の出荷頭数及び枝肉価格の推移



写真 開発された商品

駅弁コンテストにより商品化。これまでなかった仙台牛菓子も発売開始



写真 仙台牛の普及冊子等

仙台牛など県産牛肉を紹介する資料を作成し、様々な場面で配布した。

### (6) 県産きのこの安全・安心PR

きのこ等特用林産物生産者が組織する団体及び生産者協議会等が行う風評被害払拭に向けた生産現場見学会等のイベント開催や、一般消費者向けの販売促進活動を支援することで、県産きのこの安全安心について広く普及を図った。

#### ア 宮城県特用林産振興会の活動支援

宮城県特用林産振興会（事務局：林業振興課）が開催した「県産きのこ生産現場の見学バスツアー」（H24）や「宮城のきのこを学ぼう！食べよう！お勉強会」（H26）などの開催支援のほか、各種イベント等における県産きのこの販売促進活動を支援した。



写真 県産きのこ生産現場の見学バスツアー



写真 宮城のきのこを学ぼう！食べよう！お勉強会

#### イ 露地栽培原木しいたけ生産者協議会

出荷制限解除に至った原木しいたけ生産者が組織する各地域の協議会が開催した「原木しいたけ出荷式・消費者交流会」や各種イベントにおける原木しいたけの安全安心のPRと販売促進を支援した。



写真 一般消費者への普及活動



写真 原木しいたけ出荷式・消費者交流会

### (7) 水産物等の販売回復・販路拡大に向けた取組

東日本大震災により魚市場や流通加工施設は壊滅的な被害を受けたが、魚市場は被災後迅速な復旧により再開した。その後、主要魚市場は新たに高度衛生管理型魚市場として再建しつつあり、その結果魚市場における水揚げもほぼ被災前の水準に達した。

また、水産加工業については、各種助成制度を活用し施設の再建を図ってきたが、震災により出荷できない期間が生じたことや、原発事故による放射能汚染に関する風評により、取引先からの購入停止や、販売小売店舗での陳列棚が県外産農林水産物等にとって代わられるなど、販売取引が減少し、被災前の状況までの回復には至っていない。

そのため、水産加工業者の販路回復・拡大を支援する目的で、流通業者との商談や一般消費者向けの販売会などの「場」の創出、「みやぎ水産の日」による販売店や飲食店での水産物の取扱い、消費者の購入を促すための仕掛けなどに努めるとともに、流通業界との連携を軸にした水産物のマーケティング及び販路拡大を実施した。

#### ○主な取組

- ・水産加工品データベースを活用した販路開拓支援
- ・水産加工品のマーケティング調査・販路開拓支援
- ・県外中央卸売市場と連携した展示・商談会の開催
- ・料理人と連携した販路開拓の支援
- ・「みやぎ水産の日」の制定と、市場・量販店等流通業界との連携による消費者に対する県産水産物の積極的なPR活動
- ・「みやぎの殻付きカキ」首都圏販売ネットワーク構築事業（産地（浜）ごとの牡蠣の特徴を掘り起こし、地域（海域）特性を活かした新たなブランド戦略への取組）
- ・産地魚市場のブランド化（産地魚市場のポスター及び動画による店頭等でPR）
- ・宮城県水産加工品品評会の開催

### (8) 県産農林水産物等イメージアップ推進事業

東日本大震災により県産農林水産物等が大規模な被害を受けたことから、生産者団体や農林水産関係団体が実施する安全で安心できる県産農林水産物等のPR活動やメディアの活用、海外での取引再開に向けた取り組み等、復興状況に合わせた県産品のイメージアップを図る事業に対して補助を行った。

表 県産農林水産物等イメージアップ推進事業 事業実績

年度	区分	実績
平成 24 年度	交付団体数	6 団体
	計画数等	21 計画（事業費計：27,886 千円）
	補助金額	9,986 千円
	主な取組内容	首都圏等大都市圏を始め地方や県内でのイベントや百貨店への出展、雑誌（トランヴェール等）への広告記事の掲載、ラジオ放送、プロスポーツ公式戦での P R 等
平成 25 年度	交付団体数	9 団体
	計画数等	16 計画（事業費計：25,913 千円）
	補助金額	9,993 千円
	主な取組内容	首都圏等大都市圏を始め地方や県内でのイベントや百貨店への出展、雑誌（トランヴェール等）への広告記事の掲載、ラジオ放送、プロスポーツ公式戦での P R、海外百貨店での P R 等
平成 26 年度	交付団体数	5 団体
	計画数等	14 計画（事業費計：15,620 千円）
	補助金額	4,115 千円
	主な取組内容	首都圏等大都市圏を始め地方や県内でのイベントや百貨店への出展、雑誌（トランヴェール等）への広告記事の掲載、プロスポーツ公式戦での P R、海外見本市での P R 等
平成 27 年度	交付団体数	6 団体
	計画数等	10 計画（事業費計：20,367 千円）
	補助金額	4,832 千円
	主な取組内容	首都圏等大都市圏を始め地方や県内でのイベントや百貨店への出展、県産品を P R する配布用冊子、ポスター、リーフレット等の作成、海外見本市での P R 等

## (9) 県産品風評対策強化事業・県産品魅力発信事業

県産農林水産物の放射性物質検査については、国から示された検査方法に則って適切に実施し、流通品の安全性を確保しているが、平成 24 年 7 月に農林水産部が生産者、生産者団体、食品製造業者等に対し、聞き取り調査・アンケート調査を実施した結果、県内外の風評被害の実態が顕在化した。

風評払拭に向けては、検査結果や検査精度の解説及び産地での取組を正確に情報発信することで、消費者の信頼回復を図る必要があると判断し、平成 24 年度から「県産品風評対策強化事業」を実施している。（平成 25 年度は「風に負けない」宮城プロジェクト事業」、平成 26 年度は「みやぎ県産品魅力発信事業」、平成 27 年度は「食材王国みやぎ魅力発信プロジェクト事業」として実施。）

平成 24 年度は、河北新報社の企画提案を受けて、「復興への追い風を起こそう！」を合い言葉に、復興に向け頑張る生産者の方々を紹介し応援する「みやぎ風プロジェクト」を立ち上げた。

平成 25 年度以降も、風評被害を早期に払拭し、生産施設、生産体制の回復に合わせた販売促進を図るために、広報 P R に加えて実際に県産品に触れる場の創出及び誘導を行いながら「食材王国みやぎ」のイメージを確立し、消費者の信頼回復及び県産品の消費拡大に努めた。



表 平成24年度「県産品風評対策強化事業」実績

## 1 消費者啓発活動及び意識調査等

## (1) 雑誌広告

- ・3雑誌（E S S E、オレンジページ、レタスクラブ）への県産品PR広告の掲載

## (2) 交通広告

- ・JR東京駅・池袋駅・名古屋駅・大阪駅の看板等、東京・中部・大阪国際空港の看板等、仙台空港鉄道のラッピング電車、東京都営地下鉄（車両中吊り・駅貼り）への県産品PR広告の掲出

## (3) セミナー等

- ・東京都豊島区、名古屋市、大阪市、仙台市において消費者セミナーを開催し、県産品のPRを実施

## (4) 意識調査等

- ・消費者の意識に関する調査（アンケート調査又はインターネット調査）を実施

## 2 みやぎ風プロジェクト事業

## (1) 新聞特集記事掲載（河北新報3回）

- ・県の放射性物質検査体制や食品の基準値についての解説（H25.2.23掲載）
- ・頑張る生産者の取組や農林水産物をPR（H25.3.16・17掲載）

## (2) 知事メッセージを収録したテレビCM放映

- ・放映期間 平成25年3月10日～3月31日
- ・放送局 県内民放4局（東北放送、仙台放送、ミヤギテレビ、東日本放送）、4局合計520GRP（視聴率）
- ※ 特設WEBサイトにアーカイブ公開

## ・CMパターン（15秒CM）

【パターン1：水産（石巻魚市場、気仙沼わかめ養殖）及び畜産（仙台牛、酪農）】

【パターン2：作物（米）及び園芸（仙台いちご、仙台小ねぎ）、林業（原木しいたけ）】

## (3) 知事メッセージ及び生産者インタビューを収録した量販店放映用DVD制作（400枚）

- ・放映期間 平成25年6月30日まで
- ・配布先 みやぎ生活協同組合46店舗、イオンリテール関連14店舗、仙台物産11店舗（モリヤ）、宮城ふるさとプラザ（物産振興協会）、食材王国みやぎ地産地消市場（仙台放送）

## (4) リライト冊子（A4×24ページ、10,000部）

新聞特集記事をまとめた冊子を作成し、関係団体等のほか、七十七銀行各支店の待合室に配布するとともに、商談会や見本市等で配布した。



写真 宮城県産品風評対策「効果検証」業務セミナー等リスクコミュニケーションの実施及び消費者意識調査の状況



写真 宮城県産品風評対策「効果検証」業務電車ラッピング広告掲出の状況



写真 みやぎ風プロジェクト河北新報  
特集記事



写真 みやぎ風プロジェクト  
リライト冊子

表 平成25年度『「風に負けない」宮城プロジェクト事業』実績

## 1 消費者啓発活動

### (1) 雑誌広告

- ・3雑誌（E S S E、オレンジページ、K a p p o（仙台闊歩））への県産品P R広告の掲載

### (2) 交通広告

- ・東京都営地下鉄（車両中吊り・駅貼り）、J R仙台駅、仙台空港ターミナルビルへの県産品P R広告の掲出

### (3) WEBサイト広告

- ・宮城の食材・おすすめレシピの紹介（クックパッド）
- ・宮城の食プレゼントキャンペーン（フェイスブック）
- ・WEB広告の掲出（オレンジページnet、E S S E web、レタスクラブネット）

## 2 みやぎ風プロジェクト事業

### (1) 新聞広告

- ・河北新報・特集記事6回（県の放射性物質検査体制及び食品の基準値解説、生産者等の取組を紹介）
- ・広告記事46回（河北新報33回、東京新聞10回、中日新聞3回）

### (2) テレビスポットCM映像及びDVDの放映

- ・生産者の映像及び知事メッセージを収録した映像を放映  
（クリネックススタジアム宮城、仙台駅前アオバビジョン、東京スカイツリー、県内量販店等）

### (3) P R冊子の作成・配布（10,000部）

- ・新聞特集記事を集めたリライト冊子を作成し、県産食材の取扱い業者へ配布

### (4) 風プロ特設サイト（ホームページ）開設

- ・「みやぎ風プロジェクト」の取組を紹介する特設WEBサイトを開設



写真 宮城県産品PR広告（オレンジページ、ESSE）掲載業務  
オレンジページ、ESSE（2014年2・3月  
発売号）掲載広告



写真 宮城県産品WEBサイト等広告宣伝業務  
JR仙台駅大型サインボード広告掲出状況



写真 みやぎ風プロジェクトライト冊子

表 平成26年度「みやぎ県産品魅力発信事業」実績

1 食材王国みやぎメディア招へいツアー

関西圏のメディアを宮城県内に招き、生産地視察や試食会等を通じた生産者とメディアとの交流機会を創出し、本県産食材の安全性やおいしさ、生産地の取組などの情報発信をメディア関係者に促すことで、関西圏の消費者に宮城県産品の魅力を発信する。

- ・開催日：平成27年2月4日（水）～2月5日（木）
- ・訪問先：名取市（せり） 三浦隆弘  
山元町（いちご） 山元町いちご農園株式会社  
仙台市（米） 農事組合法人仙台イーストカントリー  
石巻市（魚市場） 石巻魚市場株式会社  
石巻市（かき） 宮城県漁業協同組合石巻湾支所  
石巻市（水産加工品） 末永海産株式会社  
石巻市（海産物） 一般社団法人フィッシャーマンジャパン
- ・参加メディア：産経新聞、毎日新聞、サンケイスポーツ、スポーツニッポン、日刊スポーツ、スポーツ報知、奈良新聞、リビング、大阪日日新聞、月刊島民

## 2 消費者啓発活動

## (1) 雑誌広告

- ・4雑誌（E S S E、オレンジページ、オレンジページ Cooking、bizmom（ビズ맘））への県産品PR広告の掲載

## (2) 食イベント等への出展

首都圏及び関西圏等において開催される食イベントや主婦を対象としたイベントにおいて、県産品の魅力発信等PRを行う。

【首都圏】・主婦フェス 2014（H26/10/30 ホテル椿山荘）・6,394名

・オレベ感謝まつり（H26/11/16 東京ドームシティ）・2,508名

・たまひよファミリーパーク（H26/11/23 パシフィコ横浜）・26,586名

【関西圏】・快食健美フェスタ（H26/10/28 ザ・マークススクエア神戸）・来場者数912名

・ABCラジオまつり（H26/11/16 万博記念公園）・来場者数40,564名

## (3) 交通広告

- ・仙台空港旅客ターミナルビル、JR仙台駅、東京都営地下鉄（地下鉄中づり）4路線、日本郵便株式会社（東北支社管内の郵便局）、仙台空港アクセス鉄道 仙台空港駅、JR西日本（京阪神エリア）普通電車・快速電車中づり広告

## 3 みやぎ風プロジェクト事業

## (1) みやぎ風プロジェクトホームページ運営

## (2) 「みやぎ風プロジェクト」英語版PR冊子作成

平成24・25年度に作成した「みやぎ風プロジェクト」新聞特集記事及びPR冊子の内容を基に英語版PR冊子を作成・配布することで、海外向けに県産農林水産物の安全性や生産者の取組について情報発信し風評払拭を図る。（A4版5,000部作成）

## (3) みやぎの輝き食材カタログ（英語版、中国語版）作成

平成25年度に作成した「みやぎの輝き食材カタログ」の内容を基に英語版・中国語版カタログを作成・配布することで、海外向けに県産農林水産物の魅力について情報発信し、県産農林水産物の風評払拭することで輸出の促進を図る。（A4版5,000部（英語版）、1,000部（中国語版）作成）



写真 みやぎ県産品魅力発信（フラッグ広告）業務  
JR仙台駅構内への大型フラッグ広告掲出状況



写真 食材王国みやぎメディア招へいツアー業務  
かき養殖漁場視察の様子



写真 県産品PR広告宣伝業務  
オレンジページ、ESSE、オレンジページCooking、bizmom  
(2014年12月発売号) 掲載広告

表 平成27年度「食材王国みやぎ魅力発信プロジェクト事業」実績

- 1 プロ野球球場を活用した情報発信
 

楽天 kobo スタ宮城バックネットLED広告掲出 (4月～10月、65試合)  
掲出広告：食材王国みやぎ、ひとめぼれ、仙台牛、銀ざけ、ほや、きのこの日、ホタテ、宮城ふるさと割、宮城ふるさとプラザリニューアル
- 2 交通拠点を活用した情報発信
 

県内交通拠点、首都圏の主要駅、関西圏の主要空港に「食材王国みやぎ」の魅力进行PRするポスター等を掲示するとともに、県産品等プレゼントキャンペーンを実施する。

【テーマ食材】8月(夏)：仙台牛、10月(秋)：ひとめぼれ、12月(冬)：牡蠣、2月(春)：仙台いちご

【県内】①仙台空港ターミナルビル：バナー広告(4月～3月)  
②JR仙台駅：フラッグ広告(10月)、J-ADビジョン(8月・12月・2月)  
③仙台空港鉄道：車両内窓上ポスター広告(8月・10月・12月・2月)  
④その他：クリスマスロード商店街「仙台縁日」(8月・10月・12月・2月)

【首都圏】①JR山手線主要駅15駅での駅貼りポスター(キャンペーン告知付き)(10月・2月)  
②東京メトロ主要駅13駅での駅貼りポスター(キャンペーン告知付き)(8月・12月)

【関西圏】①伊丹空港でのポスター掲出(キャンペーン告知付き)(8月・10月・12月・2月)

【プレゼントキャンペーン】①県内への宿泊旅行券(東京発・大阪発)  
②県産食材詰め合わせ(牛肉・米・魚介など)  
③みやぎの味詰め合わせ(水産加工品や農産加工品など)
- 3 情報誌等を活用した情報発信
 

(1) 主婦層をターゲットとした生活情報雑誌等にイメージ向上記事を掲載  
・ESSE(11月号(10月発行)・3月号(2月発行))

(2) 情報誌と連動した企画  
・もしもツアーズ 宮城ロケ編を10月31日及び11月7日放送  
・ESSE×食材王国みやぎ コラボレート別刷りパンフレット(3万部、B5判16ページ)  
・ESSE主催「主婦フェス」ブース出展(11月9日東京都内で開催)

- 4 「食」の担い手創出
- (1) 米、野菜、肉、魚、日本酒等の「食」の専門家によるポスター等での県産品紹介
  - (2) 県広報紙「県政だより」、新聞「県からのお知らせ」等の掲載記事作成
    - ・「県政だより」
      - 7・8月号：ぎんぎけ、9・10月号：米、11・12月号：かまぼこ、1・2月号：せり、3・4月号：いちご
    - ・「県からのお知らせ」
      - 8月：仙台牛、11月：仙台白菜、12月：日本酒、1月：牡蠣、2月：わかめ
- 5 グルメサイトを活用した情報発信
- 全国展開するグルメサイト“ぐるなび”内に「宮城県特集ページ」開設（10月～3月）
- ・県産食材情報100品目
  - ・食材の生産者・製造者、購入先、飲食店情報
  - ・有名シェフ考案による県産食材（牡蠣、仙台牛、仙台白菜、いちごなど）を使ったレシピ
  - ・食材王国みやぎサイト、プレゼントキャンペーンサイトへの相互リンク
- 6 県産食材を使用した飲食店フェアの開催
- 【首都圏】丸の内エリアの飲食店 丸の内オアゾ（9/12～10/12、14店舗）  
丸の内ハウス（10/13～10/22、9店舗）
- 【関西圏】大阪駅前 グランフロント大阪の飲食店 グランフロント大阪  
（10/29～11/30、28店舗）
- 7 東京アンテナショップを活用した風評払拭イベントの開催
- 「宮城ふるさとプラザ」のリニューアルオープンに合わせて風評払拭イベントを実施し、各種媒体を活用した広報を行う。
- (1) 交通広告の掲出：車両窓上ポスター（7月～10月）、駅貼りポスター（7月）  
駅ビジョン（7月～2月）
  - (2) プラザ内イベント：
    - ・オープニングセレモニー（7月17日）
    - ・試食会（年4回：①ホヤ・仙台牛7/17～21、②仙台牛・サンマ9/26～28、③新米とおいしい相棒10/31～11/3、④地酒とおつまみ2/5～7）
    - ・プチ料理体験（年1回）
  - (3) 池袋駅内プラザPRステージイベント（7月16、17日）
  - (4) 池袋駅ナカ飲食店フェア（年2回）
- 8 県外物産展を活用した消費体験の促進
- 県産品に触れる（購入する）機会が存在する県外物産展開催地において、県産品イメージ向上を図る情報発信を行い県産品の購入意欲を高める。
- (1) 名古屋名鉄展【H27.10.20～10.27】 TVCMの放映、TV中継等による情報発信
  - (2) そごう広島展【H27.11.26～12.2】 TVCMの放映、TV中継等による情報発信
  - (3) 西武高槻展【H28.3.8～3.14】 新聞広告、フリーペーパー、駅貼り広告、ラジオカー中継等による情報発信、WEB広告
  - (4) そごう千葉展【H28.3.16～3.22】 折り込みチラシ、フリーペーパー、TV中継、モノレール支柱巻き広告等による情報発信
- 9 関西圏における県産品魅力体感イベントの開催
- 県外の消費者が県産品に直接触れ・食し、その魅力を体感するイベントを開催し、県外における信頼回復と消費拡大を図る。

○ うめえ宮城・体感フェスタ

場 所：大阪ビジネスパーク TWIN 21（大阪市中央区）

期 間：平成 28 年 3 月 6 日～7 日

開催内容：・宮城の地元企業による物産 P R・販売ブース（11 ブース）

・宮城の食安全 P R ブース

・宮城の味（ずんだ餅）のお振る舞い

・ステージイベントでの宮城県産品 P R、県産品が当たる抽選会 等



写真 「食材王国みやぎ」魅力発信広告掲出業務  
（コボスタ宮城）  
楽天Kobostadium宮城バックネットLED  
広告掲出状況



写真 東京アンテナショップ「食材王国みやぎ」  
魅力体感促進業務  
県産食材等を使用した試食会の様子



写真 「食材王国みやぎ」魅力発信業務  
ESSE（2015年11月発売号）掲載広告

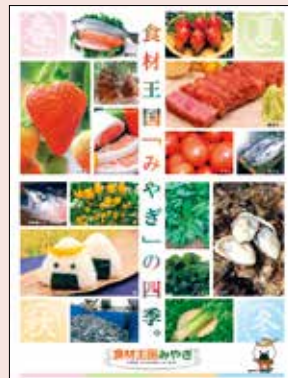


写真 「食材王国みやぎ」魅力発信業務  
P R資材等整備（B2ポスター）

(10) 県産農林水産物信頼回復事業

県産農林水産物の消費の落ち込みや原発事故に伴う風評払拭のため、県産品の安全性を P R する広告の掲出や、生産者の食の安全に関する取組や県産品の魅力を直接伝えるイベントを開催するなど、消費者への正確な情報発信を通じて県産食品の安全性に関する理解促進と信頼回復を図った。

平成 25 年度は、県産品の安全性や生産者を紹介する動画を制作し、東京都池袋に設置する県のアンテナショップ内や、東京都内主要駅で放映するなど、信頼回復に係る情報発信に努めた。平成 26 年度は、東日本に比べ震災関連の情報量が少ない西日本の消費者を対象として、生産者の放射性物質低減等への取組や県産食品の安全性を直接伝えるイベントを開催し、県産食品の安全性に対する理解を増進し、風評の解消と信頼回復を図った。

表 平成25年度「県産食品信頼回復事業」実績

- 1 新聞紙面による広告（読売新聞（首都圏版）、朝日新聞（東京本社版・大阪本社版）：各1回）
- 2 主要交通施設での広報（仙台空港鉄道（102日間）・仙台市地下鉄（35日間）：中づりポスター、東京都営地下鉄（2週間）：中づり・駅貼りポスター）
- 3 主要交通施設での食イベント広報（仙台空港鉄道（6日間）・仙台市地下鉄（3日間）：中づりポスター）
- 4 PR用クリアファイルの作成・配布（A4・A5クリアファイル 各4,000部）
- 5 PR動画の放映（宮城ふるさとプラザ店内、池袋駅・東京駅ADビジョン 各1か月）



写真 宮城県産品安全PR資料作成業務  
PR資料（クリアファイル）の作成



写真 宮城県産品安全PRポスター掲出業務  
仙台空港鉄道（アクセス線）・仙台市地下鉄  
社内中づりポスター掲出状況

表 平成26年度「県産食品信頼回復事業」実績

- 1 食材王国みやぎフェア
  - ・日時 平成27年3月18日（水）～3月19日（木） 午前11時～午後7時
  - ・場所 あべのキューズモール（大阪府大阪市 阿倍野区阿倍野筋 1-6-1）
  - ・来場者数 11,317人
  - ・内容 食の安全・安心に関する取組紹介（パネル展示）  
出展者10団体による対面販売（試食含む）  
県産食品の無料試食（はっと汁：1日500食 計1,000食）
- 2 キッチンカーによるキャラバンイベント
  - ・日時 平成27年3月14日（土）～16日（月）
  - ・場所 みのおキューズモール、岸和田かんかんベイサイドモール、イオンモール鶴見緑地（各1日間）
  - ・来場者数 1,780人（試食提供者数）
  - ・内容 県産食品の無料試食（せり鍋：1回300食、1日2回 計600食）





写真 県産食品信頼回復業務：キッチンカーによる  
キャラバンイベント（県産食品の無料試食）  
の様子



写真 県産食品信頼回復業務会場（あべのキューズ  
モール）の様子



写真 県産食品信頼回復業務  
県産食品の対面販売の様子



写真 県産食品信頼回復業務  
県産食品の無料試食実施の様子

#### (11) みやぎの「食」ブランド再生支援事業

認知度の高い県産食材の早期のブランド価値再生に取り組む生産者団体に対して補助を行い、震災以前にも増した「食材王国みやぎ」を牽引できる強固なブランド食材となることを目指し、支援した。

対象品目：ギンザケ、カキ、ホヤ、ホタテ、ノリ、ワカメ、イチゴ

## 第2節 分野別復旧の進捗状況

### 1 食品製造業の復旧状況等

#### (1) 事業所数及び従事者数の推移

事業所数については、震災前の平成22年が841者であったが、震災後の平成23年には560者にまで大幅に減少した。その後、平成26年には637者まで増加したが、震災前の水準の約76%までしか回復していない。

また、食品製造業の従事者数については、震災前が29,906人であったが、震災直後の平成23年には20,430人にまで減少した。その後、平成26年には25,151人まで増加したが、震災前の水準の約84%までしか回復していない（出典：宮城県震災復興・企画部統計課「平成26年宮城県の工業（確報）」より）。

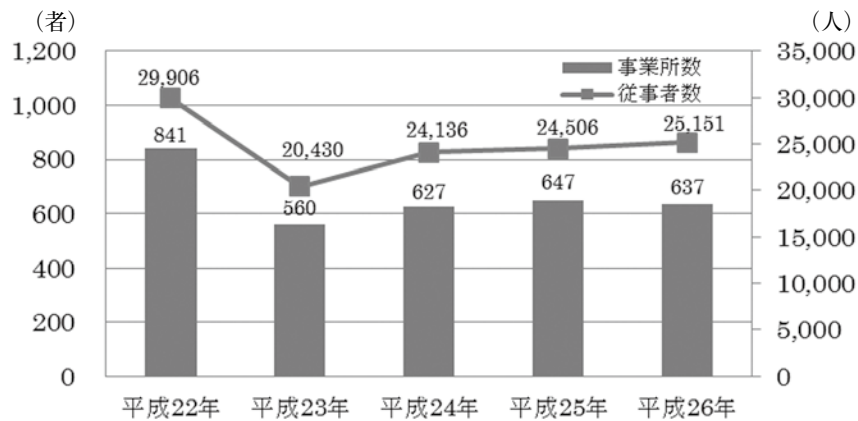


図 食品製造業事業者数及び従事者数の推移

## (2) 食料品の製造品出荷額の推移

食料品の製造品出荷額については、震災前の平成22年が5,732億円であったが、震災後の平成23年は4,059億円であり、震災による被害を受けて大幅に減少した。

その後、施設・設備の復旧が進み、出荷額は確実に増加しているものの、平成26年の食料製造品出荷額は4,944億円にとどまり、震災前の水準の約86%までしか回復していない状況にある（出典：宮城県震災復興・企画部統計課「平成26年宮城県の工業（確報）」より）。

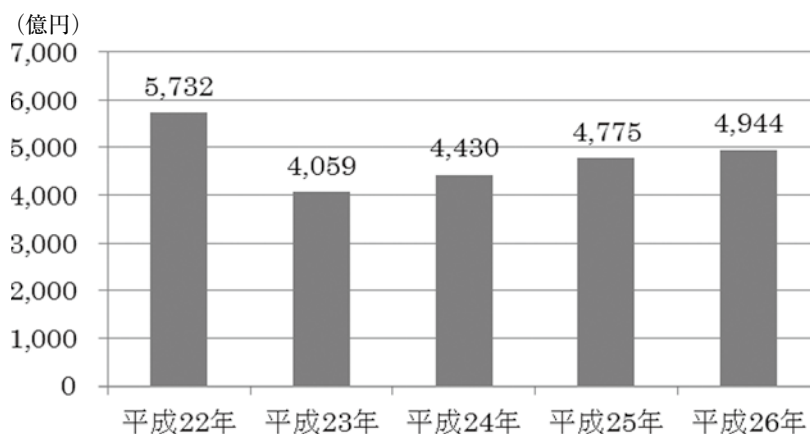


図 食料品の製造品出荷額の推移

## 2 県内卸売市場の復旧状況等

### (1) 県内卸売市場の復旧状況

#### ア 中央卸売市場

本場・花き市場では、地震による施設及び設備の被害を受けたものの、関係者が一丸となって復旧作業に当たり、震災の翌日から生鮮食料品の取扱いを再開した。

食肉市場では、と場の施設・設備が大きな被害を受け、と畜ができない状況が一時続いたが、仮復旧工事により、と畜及び取引を再開しながら、卸売市場施設災害復旧事業を活用し、卸売市場施設・設備の本復旧を行った。

また、強い農業づくり交付金を活用し、平成27年9月には、と畜場（小動物解体室）及び大動物内蔵処理室等施設が完成した。

(ア) 卸売市場施設災害復旧事業

<補助金の概要>

名称：農業・食品産業強化対策整備費補助金

補助率：中央卸売市場：2/3、地方卸売市場：1/2（全額国庫、国H23第一次補正）

対象者：中央卸売市場、地方卸売市場の開設者

対象事業：東日本大震災により被害を受けた卸売市場施設の災害復旧

表 事業概要（仙台市中央卸売市場（本場及び食肉市場）の災害復旧（事業実施主体：仙台市））

対象市場	整備内容	事業費（補助金額）（単位：千円）			備考
		H23 交付決定	H24 完了	H25 完了	
本場	・電気、排水設備、道路等の応急復旧 ・シャッター、扉、通路等の本復旧	443,421 (295,614)	389,155 (249,097)		H24.6.30 完了
食肉市場	・漏水復旧、建物保全調査等の応急復旧 ・電気、排水設備、機械等の復旧 ・懸肉室の改築、管理棟・作業員棟の解体	984,485 (656,323)	284,839 (189,185)		H25.10.31 完了
	・管理棟・作業員棟の改築			617,367 (412,285)	
	計	1,427,906 (951,937)	673,994 (438,282)	617,367 (412,285)	



写真 復旧した仙台市中央卸売市場食肉市場

(イ) 強い農業づくり交付金による卸売市場施設整備事業

<補助金の概要>

名称：強い農業づくり交付金

補助率：中央市場：1/3（全額国庫）

対象者：中央卸売市場の開設者

表 事業概要（仙台市中央卸売市場（食肉市場）小動物解体室改築工事）

事業主体	事業内容	事業費（補助額）（単位：千円）				備考
		総事業費	H25 完了分	H26 完了分	H27 繰越分	
仙台市	仙台市中央卸売市場	5,402,859		834,170	2,569,689	H27.9.11 完了
	食肉市場	(4,744,903)	1,999,000	(384,170)	(2,361,733)	
	小動物解体室等改築工事	(1,581,397)	(666,096)	(128,056)	(787,245)	



写真 完成した仙台市中央卸売市場食肉市場（小動物解体室）

## イ 地方卸売市場（水産物産地市場を除く。）

地震による施設・設備の被害は受けたものの、大きな被害は無かったことから、ほとんどの市場が震災の翌日から数日以内に取り引を再開し、交通が混乱し物資が不足する中、生鮮食料品の供給に努めた。

## ウ 水産物産地市場

東日本大震災では、津波により本県沿岸部全域が甚大な被害を受け、水産物産地市場10施設は壊滅的な被害を受けた。地盤のかさ上げや仮設市場の設置等の応急復旧を行い、数ヶ月後に水揚げ・取引を再開した。

多くの市場で、水産業基盤整備事業等を活用した高度衛生管理型市場が整備されたところであり、引き続き、施設整備の推進を図っていく。

表 県内卸売市場の復旧状況一覧（平成28年3月時点）

No.	区分		市場名	取引品目	復興（H28.3時点）
1	中央卸売市場	総合市場	仙台市中央卸売市場本場	青果・水産・花き	完了
			仙台市中央卸売市場食肉市場	食肉	完了
2	地方卸売市場	総合市場	石巻青果花き地方卸売市場	青果・花き	完了
3		青果物市場	大河原町地方卸売市場	青果	完了
4			岩沼青果地方卸売市場	青果	完了
5			株式会社塩釜地方卸売市場	青果	完了
6			株式会社古川青果地方卸売市場	青果	完了
7		水産物（消費地）市場	地方卸売市場株式会社古川水産物卸売市場	水産	完了
8		水産物（産地）市場	地方卸売市場宮城県漁業協同組合 仙南支所巨理魚市場	水産	完了
9			地方卸売市場宮城県漁業協同組合 仙南支所関上魚市場	水産	完了
10			地方卸売市場塩釜市魚市場	水産	H29年度完成予定
11			地方卸売市場宮城県漁業協同組合 七ヶ浜支所花測浜魚市場	水産	完了
12			石巻市水産物地方卸売市場 石巻売場	水産	完了
13			石巻市水産物地方卸売市場 牡鹿売場	水産	完了
14			渡波地方卸売市場	水産	-
15			女川町地方卸売市場	水産	H28年度完成予定
16			南三陸町地方卸売市場	水産	H28年5月完成予定
17	地方卸売市場気仙沼魚市場	水産	H28年度完成予定		
18	政令規模未満市場	中田青果卸売市場株式会社	青果	-	
19		株式会社気仙沼青果流通市場	青果	完了	

