

2011年度インターゼミ震災と日本再生チーム

東北グローバル・イノベーション

被災地に、財・サービスが集まる仕組みの提案



小沼 俊
田中優希
中村梨乃
梅田裕介
平木まこと
柳生好彦
清滝昌宏
新部 均

東北グローバル・イノベーション

宮城で**捕る**
宮城で**創る**
世界で**売る**

宮城の価値を世界へ

目次

- 1. 研究背景・動機** **東日本大震災・産業・宮城の水産業**
- 2. 現状と問題点** **水産業の被害状況**
- 3. 事例研究** **漁業復興事例・水産特区・ブランド化**
- 4. 対策・提案** **国民ファンド・水産事業会社・学校・観光**
- 5. 効果・評価** **採算性・実現性・付随効果**
- 6. まとめ・課題** **結論・今後の研究課題**

1-1 研究の背景・動機

水産業への被害①

全国の漁業生産量の5割を占める**7道県**(北海道、青森、岩手、宮城、福島、茨城、千葉)を中心に広範な地域で大きな被害。漁業就業者数は**73,948人**(全国の漁業就業者数の**1/3**)。



全国での漁船、漁港、市場、加工施設等の被害

漁 船	約2万5千隻が被災
漁 港	319漁港が被災し、被害額は8,230億円
市 場	隣接する大半の市場が被災。 全壊は22市場
水産加工施設	全壊が570施設、半壊が113施設、浸水が140施設

鮎川漁港に打ち上げられた漁船
(宮城県石巻市)



海面ががれきで埋まった寄磯漁港
(宮城県石巻市)



津波で損壊した寄磯漁港水産加工場
(宮城県石巻市)



- 特定第3種漁港
利用範囲が全国的な漁港であり、規模が大きい
など水産業の振興上特に重要な漁港
- 第3種漁港
利用範囲が全国的な漁港

※被害関係の数は平成23年8月23日時点
※漁業就業者数は「2008年漁業センサス」による

(平成23年9月 農林水産省)

1-2 研究の背景・動機

水産業への被害②

養殖施設への被害額は**1,312億円(養殖物も含む)**。被災地では、特に、**わかめ**、**かき**の生産量が多く、被害は甚大。

養殖施設への被害が確認された道県(16道県)

北海道、青森県、岩手県、宮城県、福島県、茨城県、千葉県、神奈川県、新潟県、三重県、和歌山県、徳島県、高知県、大分県、宮崎県、沖縄県

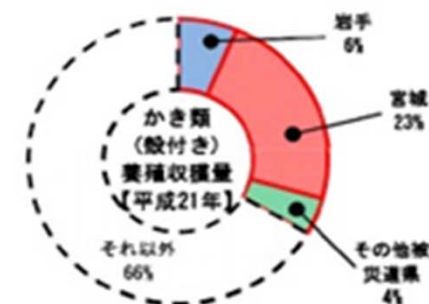
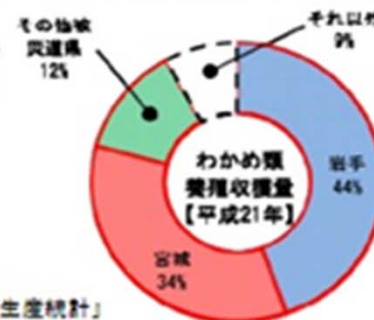
被災した養殖かき浄化施設(宮城県石巻市)



被害が確認された地域(特に岩手県、宮城県)で盛んなわかめ、かき養殖には壊滅的な被害。



(資料)「平成21年漁業・養殖業生産統計」

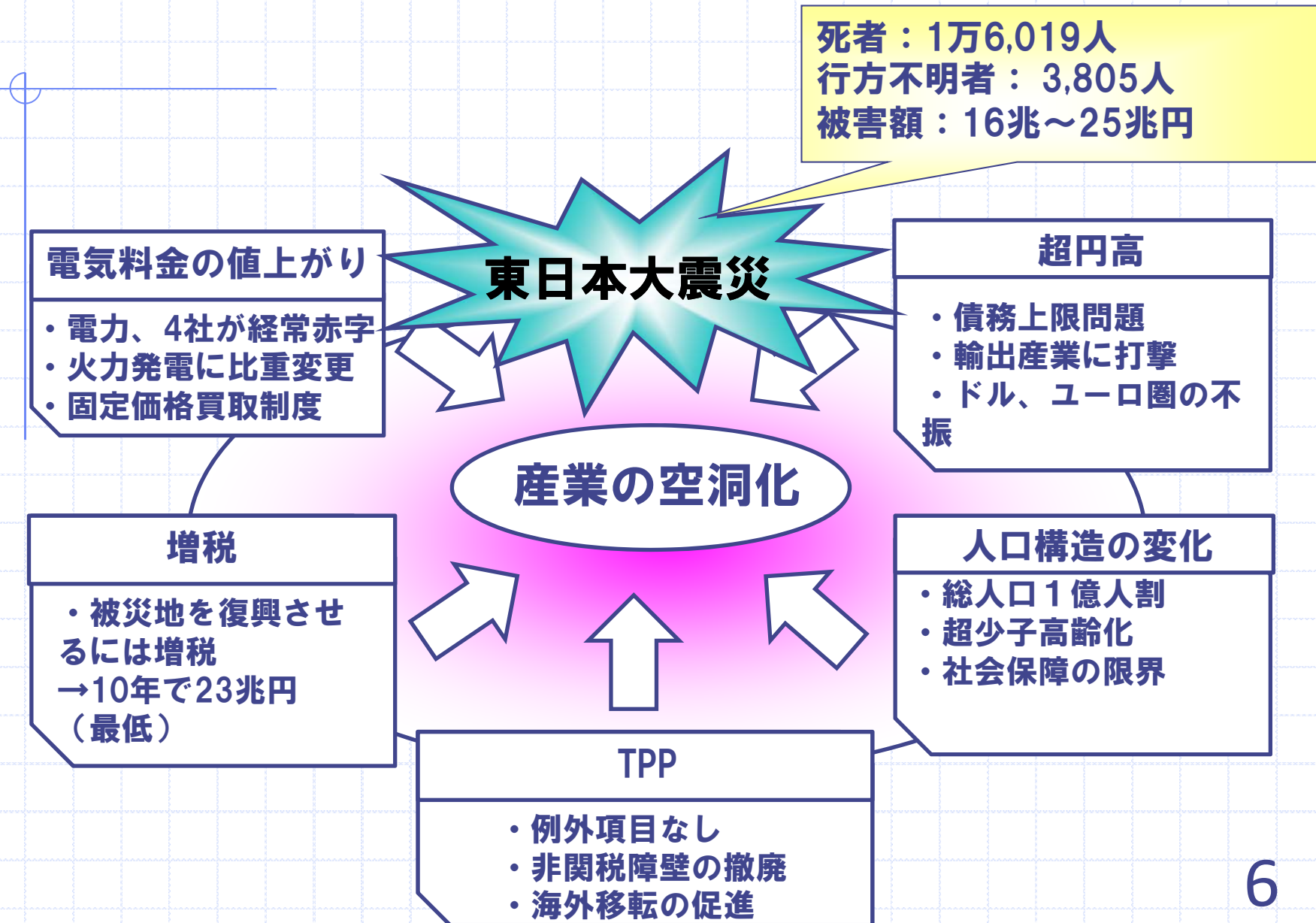


わかめ類、かき類(殻付き)の全国生産量に占める被災道県の割合

※被害関係の数は平成23年8月23日時点

(平成23年9月 農林水産省)

2-1 マクロ的な視線で見た日本の課題



2-2 解決すべき課題

- ・ 持続可能な事業
- ・ 人口増加による食糧難
- ・ 低年収
- ・ 後継者不足
- ・ 漁船の調達、漁港施設の修復

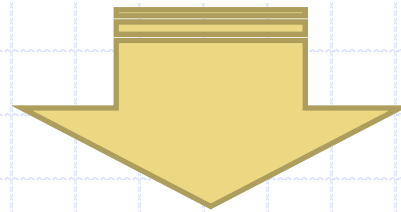
超長期のビジネスプラン

収益性の改善
(顧客、付加価値)

直近の課題

3-1 震災後設立された地元漁業法人事例

- ◆ 合同会社「OHガッツ」（宮城県雄勝町）
- ◆ 一般社団法人「うらと海の子再生プロジェクト」（宮城県塩釜市）
- ◆ 一般社団法人「三陸海産再生プロジェクト」（宮城県石巻市）
- ◆ 一口募金の取り組み「立ち上がれ！ど真ん中・おおつち」（岩手県大槌町）



利益	資金	知識
養殖から販売までを一貫して手がけ利益率を高める	民間から集めた資金で津波で流された設備を復旧する 資金管理や事務作業を効率化することで復興を速める	異業種の人材が持つノウハウを活用する
		8

3-2 OHガッツ

宮城県雄勝町に住む漁業関係者が設立した新しい形の合同会社

「震災前の状況に戻すこと」ではなく、町としても、生産拠点としても
「未来に開かれた地域」を築き上げることを目的とした新しい企業

生産から加工・販売まで担う
品質や価格のコントロールを含む
明確なブランディング

世界レベル
のモノ作り

養殖の体験学習
海産物を提供するレストラン運営
水産業とリンクさせた観光産業

開かれた
人材育成

理念

新しいモデルケースを作り日本・世界に向け漁業の確かな未来を提案

百幸祭でのヒ

- ・一口1万円から参加可能
- ・一緒に育てる！
- ・雄勝町に来てもらう
- ・まちづくりにもつながる。

- ・雄勝町に愛着を持つ
- ・ブランド化することで1割2割高く売ることが可能
- ・現物支給

新しい
漁業

ブランディング
マーケティング

長期的
プラン

SNS
メディア
広告

- ・養殖物ができるまで3～4年かかる。
- ・リピーター

- ・人脈ネットワーク
- ・facebook
- ・twitter
- ・ブログ
- ・多数メディア出演



4-1 国民ファンドと水産事業会社

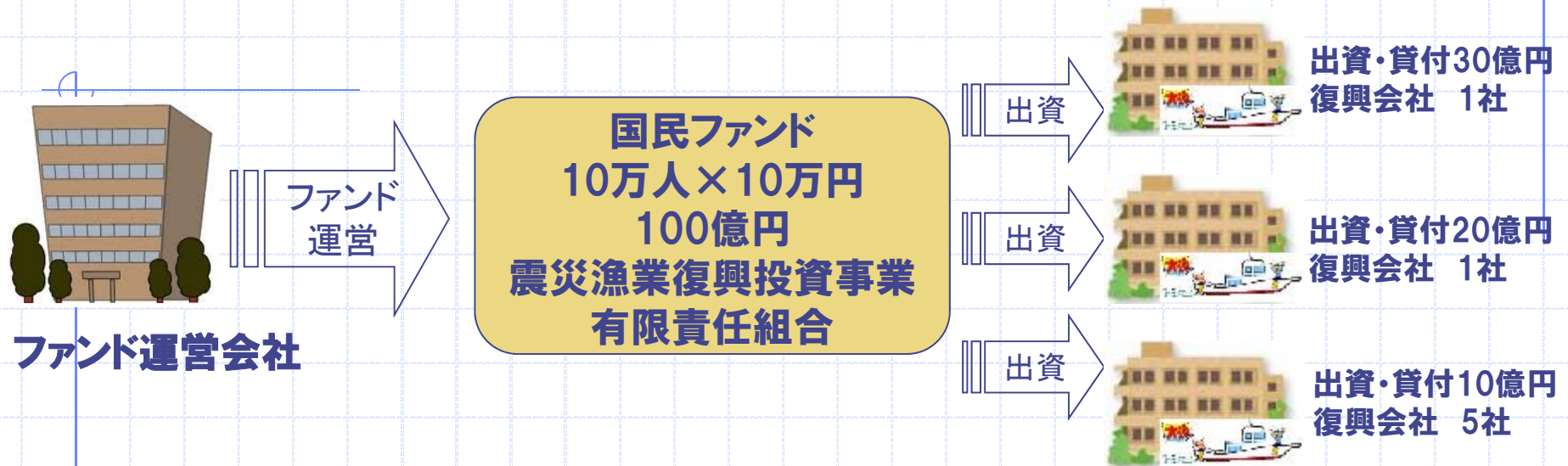
全雇用の4%が失われた

3分の2で収入が
減った・無くなった

県民の働く場所の確保が必要！

財・サービスを集約する！

4-2 国民ファンドと水産事業会社

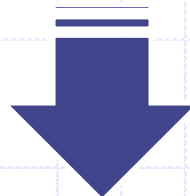


- ◆ 10万円を10万人の国民から集める
- ◆ この100億円で水産事業会社を設立する
- ◆ 経営者・社員は公募する(宮城県・全国・アジア)
- ◆ 政府機関、銀行、地元金融機関等と金融支援体制を持つ
- ◆ 地元の水産加工会社、漁協、漁師さんと連携体制を整える
- ◆ 大手水産加工会社にも参画してもらう
- ◆ 現物支給

水産事業会社

物流

アジア



日本国内

復興

『輸出』 + 『観光』 + 『雇用』 + 『学び』

アジア地域、特に大中華圏に向けて高付加価値な水産物を輸出する。

東北版ゴールデンルート of 企画から運営を行う。

養殖を主体にして、労働者の安全の確保を最優先し、労働環境の改善を目指す。

水産テーマパークで、魚中心の食生活のメリットと漁業を体験的に学ぶ

都市・地方間との経済格差をなくす！



アジアダイナリズム

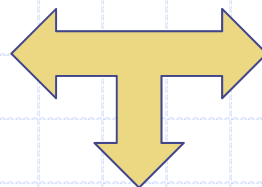


東北発、グローバルな水産企業！

企業理念：被災地に雇用を創出し、国際競争力を持った企業

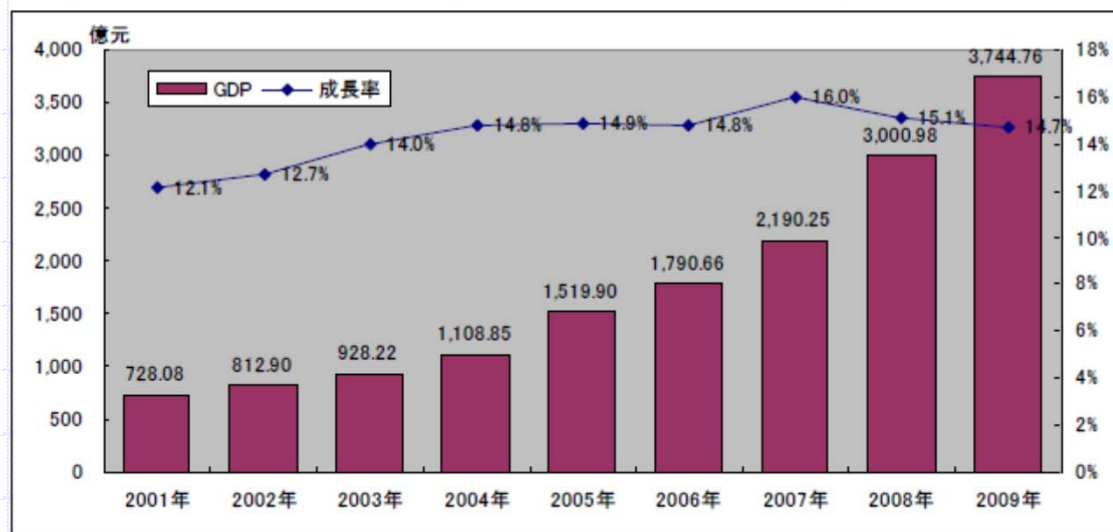
4-3 水産事業提案とサプリメント

瞬間冷凍技術



東北産鮮魚

東北産瞬間冷凍天然鮭の
海洋性コラーゲン・サプリメント



長沙市統計局発表のGDPデータ



東北マリン大学設立案（仮称）



意義

- 東日本大震災の真の復興を目指す。
- 若者を参画させる。

必要性

- 世界3大漁場で水産業を学ぶ。
- 実学志向、就職市場。

特色

- 地震・津波研究所。
- 国内留学・
- 単位互換制度。
- 地元企業との共同企画

学生に高い即戦力をつける！

水産物を
高く売るためには？
ブランド戦略

マリン
マネジメント

水産物を
海外で売るには？
アジア戦略

東北マリン大学

マリン
ソーシャル
コミュニティ

水産業

マリン
グローバル
ビジネス

学部編成

地元企業との
協力事業
水産まちづくり

マリン
テクノロジー

水産物の養殖
海洋環境
海の開発

東北グローバル・イノベーション

宮城で捕る
宮城で創る
世界で売る

宮城の価値を世界へ