

令和元年度

行政視察報告書

大船渡市議会 産業建設常任委員会

産業建設常任委員会 行政視察 概要

I 視察年月日 令和元年7月23日（火）～25日（木）

II 視察先及び視察項目

- 1 島根県出雲市（7月23日）
 - 観光交流推進事業等について
- 2 島根県浜田市（7月24日）
 - 農林水産品の販路拡大支援の取組について
 - 「山陰浜田港」水産物ブランド化推進事業について
- 3 島根県水産技術センター（7月24日）
 - 浜田市と連携したブランド化の取組等について

III 視察参加者 議員6人、市当局職員1人、事務局随員1人、計8人

委員長	今野善信
副委員長	滝田松男
委員	森操
委員	小松龍一
委員	奥山行正
委員	森亨
当局職員	千葉譲〔観光推進室長〕
随員	新沼孝太

◎ 目 次

I 島根県出雲市	
(i) 出雲市の概要	2p
(ii) 観光交流推進事業等について	3p
II 島根県浜田市	
(i) 浜田市の概要	7p
(ii) 農林水産品の販路拡大支援の取組について	8p
(iii) 「山陰浜田港」水産物ブランド化推進事業について	11p
III 島根県水産技術センター	
(i) 浜田市と連携したブランド化の取組等について	15p

I 島根県出雲市役所

(i) 出雲市の概要

① 市制施行	平成 17 年 3 月 22 日
② 人 口	175,593 人 世帯数 66,456 世帯 (平成 31 年 3 月 31 日現在)
③ 面 積	624.36 km ²
④ 産業別人口比率	第 1 次 : 6.4% 第 2 次 : 27.3% 第 3 次 : 66.3%
⑤ 議 員 数	32 人
⑥ 職員定数	1,556 人 (うち議会事務局 8 人、現員数 8 人)
⑦ 財 政	一般会計 78,870,000 千円 歳入内訳 市税 28.1% 地方交付税 24.5% 県国支出金 21.2% 市債 10.9% 特別会計予算 (12 会計) 40,474,800 千円 財政力指数 0.53 実質公債費比率 16.6 経常収支比率 91.7

○ 地勢

出雲市は島根県の東部に位置しており、南部には中国山地、北部には国引き神話で知られる島根半島、中央部には出雲平野、東部には宍道湖がある。

島根半島の西岸及び北岸にはリアス式海岸が展開し、大山隠岐国立公園に指定されている。

○ 沿革

現在の出雲市は平成 17 年に、旧出雲市、平田市、佐田町、多伎町、湖陵町、大社町の合併で誕生し、平成 23 年の斐川町との合併で人口が 17 万人を突破した。

古くは、古事記や日本書紀、出雲風土記にも記述があり、大国主命らが活躍する神話が象徴するように「日本の國づくり」の原点があったとも言われている。



(ii) 観光交流推進事業等について

■ 説明 経済環境部 観光課

1 事業開始に至る背景

出雲市は出雲大社など豊富な歴史・文化遺産を擁しており、式年遷宮の遷座祭のあった平成25年には1,500万人を超える観光客が訪れた。しかし、その多くは松江市など他の自治体で泊まる傾向が強く（平成25年の宿泊客数はわずか58万人）、通過される観光地からの脱却が課題であった。

こうした中、出雲大社の式年遷宮が終了した平成25年以降は観光入込客数も減少に転じ、平成30年には約1,100万人まで減少した。次回の遷宮は60年後であり、遷宮後の観光行政を考える上で、宿泊者を増やす必要性が増していた。

2 宿泊者数を増やすための取組

(1) 基本方針

① 市内での滞在時間を増やす

出雲大社とセットで観光できるコンテンツ不足が宿泊者の市外流出を招いており、これらの掘り起しとPRにより、観光客の滞在時間を伸ばし宿泊者増につなげる。

② 外国人観光客の誘致

島根県を訪れる外国人観光客は全国最下位の状況にあるが、今後その重要性が高まることから、欧米や香港、台湾などの20～30代の若者、特に日本を何度も訪れているリピーターをターゲットとした取組を展開する。

外国人旅行者は体験型観光を好むことから、メニュー開発に力を入れるほか、高度な能力を有する外部人材（Google 観光立国推進部長の陣内裕樹氏）を出雲市特別顧問に委嘱し、主にデジタルマーケティング分野で助言を頂いている。

(2) 主な取組

① 日御碕周辺の魅力アップ

出雲大社から日御碕周辺への回遊を促すため、以下の3プロジェクトに取り組んでいる。外国人観光客増を図る上でも重要な事業である。

○ 日が沈む聖地出雲（日本遺産の認定）

文化庁が実施する東京五輪・パラリンピック開催に向けた観光誘客施策で、夕日と構成文化財の関わりが評価され、平成29年に認定を受ける。文化庁からの事業費補助金を用い、以下の事業を行う。

・ Izumo, Japan4K（海外向けPR動画作成）

出雲大社や日御碕神社などの歴史遺産に加え、出雲そば、日本酒などの文化、出雲の自然・風土を4Kの高画質と映像美で描いたプロモーション動画で、インターネットでの再生回数が1,200万回を突破した。最後まで視聴すると出雲市の外国語版HPが広告として表示されるようになっている（リマーケティング広告）。製作費と広告費で2,000万円程度かかった。

- ・旅行製品の造成
- ・パンフレット、リーフレットなどの作成

○ **大山隠岐国立公園のナショナルパーク化（国立公園満喫プロジェクト）**

日本の外国人観光客 4,000 万人達成に向け、環境省・県・市町村・地域が連携して取り組む事業で、出雲市においては本事業を活用し、日御碕観光案内所の移転新設（デジタルセンター化）や超小型電気自動車（出雲市だんだんライド）による回遊性・滞在時間増に取り組んでいる。

○ **島根半島・宍道湖中海ジオパーク（日本ジオパーク）**

国引きジオパークとして平成 28 年に認定を受け、誘導看板、案内板の整備やガイド育成等に取り組んでいる。

② **各地域の観光資源の掘り起し**

出雲観光協会が観光アドバイザーと連携し、眠っている観光資源の掘り起しを行うほか、それらを体験型旅行商品として売り出す取組を行っている（観光協会が地域限定旅行業の免許を取得したことで、旅行商品の作成が可能となった）。観光協会の自主財源確保も視野に入れた取組である。

③ **夜の演出と魅力創造事業（地方創成推進交付金事業）**

各地域の体験サービス等をブラッシュアップし、「夜の滞在→宿泊→翌日の活動」につなげる事業。詳細は以下のとおり。

実施期間	平成 30 年～令和 2 年
連携自治体	米子市、境港市、松江市、出雲市
事業費	4,330 万円（補助率 1/2）
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ・恋する灯台プロジェクト 出雲日御碕灯台をライトアップするもので、スマートフォンを使いライトの色を変えて遊ぶことができる。SNS 映えすると好評を博した。 ・夜の散歩プロジェクト ・体験サービス造成事業

④ **広域連携による外国人観光客誘致**

山陰インバウンド機構（山陰 DMO）、中海・宍道湖・大山圏域観光局（圏域 DMO）など広域で連携し、外国人誘致等のプロモーション活動を行っている。

3 事業の成果と課題

平成 30 年の宿泊客数は約 74 万人（平成 25 年は 58 万人）となり、外国人宿泊客数も約 7,800 人（平成 25 年は約 2,800 人）と一定の成果が表れてきたが、1,000 万人を越す入込客数を考えた場合、改善の余地はなお大きいと考えられ、取組を強化する予定である。

4 その他特色ある事業

(1) 宿泊機能強化対策事業補助金

宿泊客数増には受け皿の整備が重要であり、新たな宿泊施設建設、既存施設の増改築に補助（固定資産税相当額を3年間）している。

5年前と比べ、市内宿泊施設の収容可能人数が25%増加した。

(2) おもてなし環境整備事業

修学旅行で県外へ出向く児童・生徒を「出雲市子ども観光大使」に委嘱し、修学旅行先で観光PRを行っている。PRにあたって地元について学ぶことになるので、地元に着を持ってもらうこと、おもてなしの心を学ぶことも目的の1つである。

5 質疑応答

Q 平成25年から観光入込客数が400万人以上減少しているが、要因は何か。

A 平成25年は出雲大社式年遷宮の遷座祭があった特別な年で、そこから通常の状態に戻りつつある。出雲市の観光客数は出雲大社に依存してきたのが実情である。

Q 広域連携により外国人観光客誘致を図るとの視点は重要と感じたが、どのように取組を進めてきたものか。

A 観光誘客のために初めて連携したというわけではなく、元々、宍道湖など内水面の環境対策や販路拡大など単独では対応が難しい課題に連携して取り組んできた経緯がある。

外国人誘致も同様で、出雲のみで取り組むよりも、松江城のある松江市など圏域全体で取り組むべき課題と捉えている。

Q 出雲大社は宗教施設にあたるが、市や観光協会の出す補助金との関係について伺いたい。

A 気を付けているが、特に問題となる事例は最近生じていない。やはり、大社の存在感は大きいものがあると思う。

Q 海外向けPR動画（Izumo,Japan4K）は1,200万回再生されたとのことで、素晴らしい実績であるが費用はいかほどだったのか。

A 制作費と広告配信費併せて概ね2,000万円程度のはずである。総額で見れば高いが、チラシを印刷・郵送した場合（郵送する費用、興味がある人の元へ届く可能性の低さ）と比較し、費用対効果は極めて高いと考えている（再生1回あたりのコストは2円以下で、動画を見た人は出雲に興味関心のある人である）。

Q 新たな観光スポットの掘り起しを行っているとの話だが、具体的な手法を伺いたい。

A 観光アドバイザーの先生に地域を歩いてもらい、地元の話も伺いながら掘り起しを行っている。

Q インバウンドに向け、国際交流団体と連携した取組があれば伺いたい。

A 国際交流と観光は所管部門が異なっており、相互の連携はこれまで十分とは言い難かったが、フランス出身の国際交流員を観光部門に配置したほか、観光部門に所属しない交流

員にも、観光情報をSNSでつぶやいてもらうなど改善を図っている。

Q 外国人を受入にあたり、接客などの教育が必要と思うが、取組があれば伺いたい。

A 当市の場合、観光協会がもてなしガイド育成を行っているが、課題も多い。

例1) 英語が話せてタクシーも運転できる人材はなかなか居ない。現実には運転手とガイド2人が必要になる。

例2) 簡単な会話程度ならタブレット端末の翻訳機で済むが、「日本神話」や「出雲大社」を説明する場合、高度な能力が求められる(日本人に日本語で説明するのも難しい)。

Q 市が観光協会に事業委託しているとの話だが、他に補助金の支出もあるものか。

A 委託事業の他に、補助金も交付している。観光協会が地域限定旅行業の免許を取得したのも自主財源確保のためだが、完全な自立化までは至っていない。

Q 1,000万人を超える出雲市の観光入込客数は出雲大社に負う部分が多いとの話だが、実態や課題について伺いたい。

A 出雲市は雪や寒さが厳しいわけではないが、雪深いイメージのためか冬場は客足が大きく落ちこむ。宿泊業の方々からも季節変動が大きすぎるとの意見を頂戴している。

Q 海外向けPR動画など、先進的な取組をされていた。単価で見れば費用対効果は高いとの話だが、総額では相応の金額になることも事実である。財源はどのように確保されているのか。

A 補助事業を積極的に導入している。例えば日本遺産のソフト事業は補助率10/10となっている。

Q 仙台空港と出雲空港を結ぶ路線があるが、東北をターゲットとした取組があれば伺いたい。

A 仙台の七夕まつりで出雲をPRしている。出雲・仙台空港間の航路ができたことで交流も盛んになりつつある。

II 島根県 浜田市役所

(i) 浜田市の概要

① 市制施行	平成 17 年 10 月 1 日
② 人 口	53,710 人 世帯数 26,181 世帯 (平成 31 年 4 月 1 日現在)
③ 面 積	690.68 km ²
④ 産業別人口比率	第 1 次 : 7.1% 第 2 次 : 20.6% 第 3 次 : 70.9%
⑤ 議 員 数	24 人
⑥ 職員定数	841 人 (うち議会事務局 7 人、現員数 6 人)
⑦ 財 政	一般会計 38,730,000 千円 歳入内訳 市税 18.9% 地方交付税 29.8% 県国支出金 21.3% 市債 10.0%
	特別会計予算 (10 会計) 9,112,544 千円
	財政力指数 0.40 実質公債費比率 10.1 経常収支比率 90.9

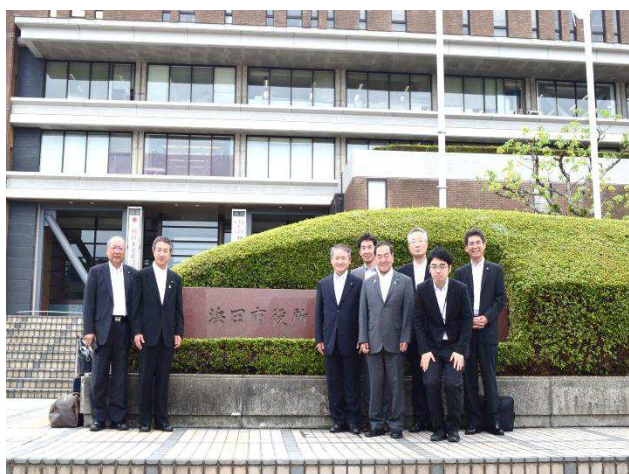
○ 地勢

浜田市は島根県西部の中心都市で、中国山地が日本海にまで迫るリアス式地形と砂丘海岸の織り成す海岸線により、優れた自然景観と天然の良港に恵まれている。

○ 沿革

江戸時代に浜田城が築城され、譜代・親藩が入れ替わり治め、長州藩に対する山陰側の最前線とされた。1866 年に城は焼失したが、城下町が現在の浜田市街の基礎となった。

戦後は水産業が盛んとなり、現在の浜田市は、旧浜田市と、金城町、旭町、弥栄村、三隅町の合併により、平成 17 年 10 月 1 日に誕生した。



(ii) 農林水産品の販路拡大支援の取組について

■ 説明 産業経済部 産業振興課

産業建設常任委員長 岡本氏、産業建設常任委員 牛尾氏

1 事業開始に至る経緯

浜田市の地元企業は当市同様に経営基盤の弱い中小零細事業者が多く、経営者・従業員の高齢化と人手不足、設備の老朽化、販路開拓や商品開発力が不十分といった課題を抱えていた。

特に、販路拡大については、人材不足に加え、時間的制約により遠方への展開が制限される、情報が不足しているなどの課題があった。

2 販路拡大の取組

(1) 基本方針

中小零細企業が情報・人材・時間の制約を超え独力で販路開拓を果たすことは難しいと浜田市は判断。副市長を理事長とする「はまだ産業振興機構」及び「広島事務所」を設立し、市職員等が販路拡大のための営業活動を行うこととした。

(2) はまだ産業振興機構

① はまだ産業振興機構の体制

設立	平成 19 年 12 月
理事長	浜田市 副市長
事務局長	浜田市 産業振興課長
職員数	民間出身のコーディネーター 1 名 浜田市職員 3 名 ※ 現在の職員は元銀行員、飲食店店長など民間出身者が集まっている。
支援団体	浜田商工会議所、石央商工会議所、浜田市

② はまだ産業振興機構の活動の流れ

ア) 支援希望企業の把握と販路開拓に係る基礎情報の整備

・はまだの商品リスト

地産品を掲載したもので、営業用資料のほかに、支援希望企業の把握（本冊子に掲載された企業が支援対象となる）という目的もある。冊子版と Web 版がある。

・商談シートの作成支援

詳細な商品情報を掲載しており、バイヤーへの売込みに活用しやすいよう、共通の様式（農林水産省作成の FCP 展示会・商談会シート作成の手引き）により各企業が作成する。独力で作成が難しい企業へは支援を行う。

イ) 売込み活動

大消費地（関東・関西が主）での売込みのほか、プロモーション販売を行っている。売込み先は小売店・飲食店に重きを置いている（比較的少量から取引が可能で、中間

マージンがない分利益率向上が図れるため)。

営業活動の流れは以下の通り。

- a)バイヤー（飲食店、小売店）との面談
- b)売込み
- c)フェア等での試験採用
- d)本採用

ウ) 本採用後のフォローアップ

本採用後も取引の継続状況等を適時確認し、取引の中断などがあれば、原因を調べフォローアップしていく。

併せて、バイヤーの状況を見つつ未採用商材の売込みも行う。

(3) 広島事務所

車で1時間半の距離にある100万人都市広島に浜田市の広島事務所を設置しており、同方面への販路拡大を担っている。

3 事業の成果

浜田市が把握する限りでは、はまだ産業支援機構と広島事務所併せ、平成30年度の商談成立件数が140件（うち新規46件）、金額が1億9,637万3,000円（うち新規3,035万8,000円）の実績値である。

4 今後の課題

販路開拓については、新規取引先の開拓が頭打ちになっていること、職員の能力に左右されない仕組みの構築（現在の機構職員は、元銀行員・飲食店店長など経験者が在職しているが、当市同様に数年で異動する）が課題である。

また、食・生活トレンドの変化に合わせた商品開発も重要ととらえているが、行政としてどう関わることができるのか、模索が続いている。

5 質疑応答

Q 問屋を介さず小売、飲食店へ直接営業する場合、商品の配送が課題になると考えるが、対応について伺いたい。

A 水産業の場合、あまり問題は生じていない（小売店は豊洲市場などと流通網を持っており、浜田市から豊洲市場へも毎日トラックが運行されている）が、農産品やその加工品は宅配に依存しているため、価格面で不利になっている。豊洲へ向かうトラックに魚と混載するなどの取組も行っているが、今度は豊洲から青果市場までの足が課題になり、抜本的な解決に至っていない。

Q 新たなニーズに即した商品開発を図るには、まとまった額の設備投資が必要になると思う。補助金の他に、金融機関と連携した取組があるか伺いたい。

A 金融機関も複数あるため、情報連携などは難しいと感じている。過去の例でいえば、「設

備投資で融資を求めたい金融機関があるが、接点がない」といった事例で、金融機関の担当者に話をつないだ例はあるが、基本的には行政として関わってはいない。

Q 商品力という基盤の上に販路拡大が成り立つと思うが、貴市の課題や今後の方向性について伺いたい。

A バイヤーの方々からはパッケージデザイン向上等について指摘を受けている。そうした情報は企業へ伝えるが、その後の対応は企業次第である（デザイン変更には費用もかかり行政として踏み込めない）。

パッケージ改良や新たなニーズを捉えた商品開発に積極的な企業ほど、成約率は高い傾向にある。

Q 大学などと連携した取組があれば伺いたい。

A 地元の水産関係の学部がないこと、地元企業と大学側のニーズの摺り合わせが難しいこともあり、あまり事例はない。ただ、その中でも、大学生のアイデアコンテストや、観光客に訴求力のあるお土産の共同研究の事例がある。

Q 商工会議所と連携し活動されていると思うが、具体的な取組を伺いたい。

A 商工会議所とは月1回定期的に事務局会議を持っており、昨年からは県の支援機関（島根産業振興財団）も加わっている。

会議では、企業支援全般が議題で、最近では食品表示の変更の企業の対応状況が話し合われている。

Q 地元企業を回る中で、様々な課題を学ぶ機会も多いと思うが、それらを解決につなげる取組もされているのか伺いたい。

A 起業訪問をする中で、様々な課題や悩みを伺っている。すべてが解決可能なわけではないが、当課が所管でないものについても、担当部署や外部機関に情報提供して解決につなげようとしている。

Q 民間出身者が機構に配置されているが、通常より在職期間は長いのか伺いたい。

A 市役所の他部署同様、在職期間は3年程度となっている。

Q 素晴らしい取組だが、新たな販路開拓となると様々な軋轢が生じることも多いのではないか。

A 既存の販路に影響が出ないよう、既に浜田市の産物を売っている店には営業を行わない方針で、結果、営業先は関東、関西が中心になっている。

また、販路拡大を希望する企業には、大小を問わず支援している。

Q 当市の場合、J A、J F、魚市場を中心に販路拡大の取組がなされており、市当局の体

制も、農林水産品の販路拡大は農林水産部が担っているが、浜田市の役割分担を伺いたい。

A 浜田市の場合、農林振興課、水産振興課が1次生産者支援及びJ A、J Fと連携した販路拡大の取組を行うが、産業振興課（はまだ産業振興機構）は水産・農産物を含めたあらゆる商品の販路拡大を担当する。

農林振興課、水産振興課との連携については、消費地の状況や消費者ニーズやバイヤーからの情報などについて、農林振興課、水産振興課経由で情報提供するほか、フェアなどへの参加も促している。

(iii) 「山陰浜田港」水産物ブランド化推進事業について

■ 説明 産業経済部 水産振興課

産業建設常任委員長 岡本氏、産業建設常任委員 牛尾氏

1 事業開始の経緯

浜田市では、養殖漁業の従事者は存在せず、巻き網や沖合底びき網漁業が水揚げの大部分を占めている。ピーク時の平成2年には、水揚量19万8,000トンの水揚げを記録したが、その後は減少傾向に歯止めがかからず、平成30年には2万1,000トンまで減少した。

こうした状況に対応し、魚価向上により水揚量減を補う取組が進められており、現在は「どんちっち（あじ、かれい、のどぐろのブランド化）」、「沖獲れ一番（沖合底引き網漁業で水揚げされた魚のブランド化）」などの取組が進められている。

2 どんちっち（あじ、かれい、のどぐろのブランド化）

(1) ブランド化の特徴

ポータブル脂質検体器を活用し、脂質含有量という科学的データで品質の裏付けを行っているほか、トレーサビリティ導入にも取り組んでいる。

(2) どんちっちの由来

石見神楽の囃子を表現する幼児言葉である。子どもを含め市民になじみが深いこと、将来を担う子ども達に食べて欲しいとの思いからブランド名となった。

(3) 対象魚種とブランドの要件

現在は、あじ、かれい、のどぐろの3魚がブランド化されている。ブランド化の要件や特徴は以下のとおり。

① 3魚種共通

- ・浜田市水産物ブランド戦略会議に加盟した団体が浜田漁港で水揚げしたもの。
- ・生産者が選別し、漁業協同組合J Fしまね浜田支所が証明したもの。
- ・対象品目は鮮魚と加工品。

② どんちっちあじ

(規格)

- ・島根県西部沖において、まき網漁業で漁獲したもの（平均脂質が10%以上のものに限る）。

- ・サイズは 50 グラム以上、期間は概ね 4 月～ 9 月まで。

(特徴)

- ・脂の乗りが全国トップレベル（通常数%のところ、最大で 15%も含有）。
- ・多獲性漁法（1 本釣りなどと異なり網などで一気に捕まえること）で漁獲した魚をブランド化している。

③ どんちっちかれい

(規格)

- ・沖合底びき網漁業（2 そうびき）で漁獲したもの（ミズガレイ、エテカレイ、ササカレイに限る）。
- ・サイズは 50 g 以上で、期間は 8 月～ 2 月まで。

(特徴)

- ・特に子持ちのササカレイの一夜干しは上品で最高に美味。

④ どんちっちのどぐろ

(規格)

- ・沖合底びき網漁業（2 そうびき）で漁獲したもの。
- ・サイズは 80 g 以上で、期間は 8 月から 5 月まで。

(特徴)

- ・トロにも匹敵する脂の乗り（最高 25%）。

(4) **トレーサビリティの取組**

どんちっちあじについては、漁場や事業者名等を追跡できる出荷証明書を J F しまね 浜田支所が発行し、関連情報を含め、ホームページで閲覧可能である。

(5) **ブランドの取扱い要件**

加盟事業者だけがどんちっちを取扱い可能で、現在 143 者が加盟している。ブランドシールにはシリアル番号が刻印され、どの事業者が製造したものか追跡可能になっており、安心を担保している。

(6) **ブランド普及の取組**

首都圏において、地元の浜田水産高校と連携した PR 販売や食のイベント（アジ☆ナイト）を開催するほか、オリジナルソングや PR キャラクター、着ぐるみ、帽子などを制作している。

3 沖獲れ一番（沖合底引き網漁業で水揚げされた魚のブランド化）

(1) **ブランド化の特徴**

弱点であった鮮度向上を図るため、K 値（魚の鮮度を科学的に表した指標の 1 つ）によるブランド化を進めている（沖合底びき網漁業は出漁後 1 週間程度帰港しないため、鮮度保持が課題であり、漁船の老朽化が進むなど将来が危ぶまれる状況にあり、ブランド化と並行して船体の長寿命化などが行われている）。

(2) **ブランド要件**

K 値のサンプル平均値が 15% 以下かつ 1 検体あたりでは概ね 20% 以下であることを条

件とした。

(3) 鮮度を保持する具体的な手法

海水冷却装置を使用し箱詰めして密封することで温度管理を徹底し鮮度を保っている。これにより、以前は加工用の鮮度しか保てなかったものが、刺身としても提供できるようになった。

4 ブランド化の実績と課題

どんちっちアジについては、浜田港に水揚げされた非ブランドアジに比べ高値で取引されるなど効果が表れているが、浜田港で水揚げされる魚全体の魚価を引き上げる取組も求められており、季節別にのべ26魚種を選定する「浜田港四季のお魚」や浜田港で水揚げされた全魚種について「山陰浜田港」と銘打つなどの取組を進めている。

5 ブランド化の実施主体

水産関係の12団体（生産者、市場関係者、加工・流通業者、消費者、研究機関、浜田市）が構成する「浜田市水産物ブランド化戦略会議」がブランド化を推進の主体である（平成14年3月22日設立）。

川上から川下まで、魚の流通・消費にかかわる様々な団体が参画すること、研究機関も加わったことが、ブランド化の成功に寄与したと分析している。

6 質疑応答

Q 三陸沖でも沖合底びき網漁業が盛んだが、成長途上の魚を取らない方策、つまり資源管理が課題となっている。貴市の事例を伺いたい。

A 島根県の漁業調整規則で休漁期が設定されており、ちょうど今がその時期である。そのほかでは、例えば、小型ノドグロの漁獲が一定量を超えた海域を禁漁区に指定している。船ごとのIQは未設定である。

Q 沖合底びき網漁でスラリー氷を使用すれば、更なる商品価値向上が図れるのではないか。

A スラリー氷の使用については、島根県水産技術センターが船で使用した場合の効果を試験中で、今回長寿命化した船の買い替え時期もにらみながら導入を検討したいと考えている。

Q 沖獲れ一番ではトレーサビリティを導入しているのか。

A 現時点では導入していない。

Q どんちっちブランドの対象拡大は検討されているのか伺いたい。

A 魚種をブランド化する場合、他の産地に対する明確な強みが必要と考えている。候補はあるが、裏付けデータの収集が必要ですぐ拡大できる状況にはない。

- Q** 浜田市水産物ブランド化推進協議会の事業費はどのように賄っているのか伺いたい。
- A** 浜田市が 50 万円、漁協が 60 万円、仲買人の組合が 30 万円を負担している。他に、首都圏での P R 活動の委託費が浜田市から支出され、令和元年度予算は 169 万円となっている。
- Q** ブランドの基準に合致しない魚はどのようなになるのか。
- A** ブランドものでない普通の魚として出荷される。
- Q** サバに比べ、アジはアニサキスの話を一般に聞かないが、浜田市の状況を伺いたい。
- A** 確かにアジはあまり聞かない。日本海と太平洋でアニサキスの種類が違うようで、それが影響しているのではとの話を聞く。
- Q** 浜田市では養殖漁業の取組はあるのか。
- A** 計画中のところはあるが、現時点で養殖漁業はない。
- Q** ブランド化と次を担う若者とのかかわりがあれば伺いたい。
- A** 地元に水産高校があるが、卒業後に水産業に携わる生徒は少ないのが実情である。魚価向上が地元就職の後押しになればと考えているし、食品科の生徒が地元の食材を使ったメニュー制作に取り組んでいる。

Ⅲ 島根県水産技術センター

(i) 浜田市と連携したブランド化の取組等について

1 取組の概要

平成 11 年から 14 年にかけて、島根県水産試験場（現水産技術センター）の試験により、浜田市沖で漁獲されるマアジの脂質含有量が非常に高いことが判明。ブランド化の端緒となった。

ブランド化当初は、魚肉を化学分析にかけ 2 日ばかりで測定したが、同センターがポータブル検体器を共同開発し、数秒程度で測定可能となった。

2 脂質含有量の測定方法

ポータブル式の測定器を魚に当て測定する（あえて脂が乗りにくい背中側で測定し品質を保証している）。現場では、アジが入った箱から何匹かを標本として抽出し、測定結果の平均が基準を超えると、箱全体が要件を満たすとされる。

3 質疑応答

Q どんちっちアジの脂質含有量は驚くべき値だ。魚が脂肪を蓄えるのは寒さに対応する場面が多いが、島根沖で条件を満たすとは思えない。どのような要因によるものか伺いたい。

A 指摘のとおり海水温に特異性はない。現在有力視されるのは、湧昇流によりエサとなるプランクトン、特に油分を多く含むカラヌスが多数生息することである。これをアジが食べることで、身に脂が乗るのではと考えている。ただ、傍証はいくつかあるが、仮説を立証する決定的証拠を見つけるには至っていない。

Q 脂質測定器でサンマの脂肪分も測定可能か伺いたい。

A 測定可能である。ただし、正確な値を測定するには、魚種ごとに機械の測定値と化学分析値の相関を調べ補整する必要があり、装置を買えばすぐ使える訳ではない。当方の情報では JAFIC がサンマ用の測定装置を有しているようだ。

Q 飽和脂肪、不飽和脂肪のどちらについても測定が可能か伺いたい。

A 脂肪分の吸収波長を測定するため、両方測定できる。

Q この装置は畜産用にも使用可能か伺いたい。

A 理論上は可能だが、皮下脂肪が厚いため実用には困難を伴うと思われる。

Q K 値を測定する持ち運び式機器等を開発されているのか伺いたい。

A K 値を調べるには、化学的分析で 1 日程度を要するため、脂質と同様に測定できないか研究中である。K 値は積算温度と相関関係があることが分かっており、これを色で見える化し

ようと研究中だが、例えば、生食可と要加熱の境界ラインの判定など課題も多く、実用化には至っていない。



アジの脂質測定の様子



通常のアジ（上）と脂が乗ったどんちっちアジ（下）



以上、令和元年7月23日～25日に実施しました、産業建設常任委員会行政視察の報告書といたします。

令和元年9月

大船渡市議会議長 熊谷昭浩様

産業建設常任委員長 今野善信