

平成 28 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 平成28年10月18日(火)～20日(木)

II 視察先及び視察項目

1 愛知県犬山市(10月18日)

○ 観光客誘致の推進について

2 和歌山県新宮市(10月19日)

○ 新宮港を活用した企業誘致について

○ 株式会社食縁について

3 三重県志摩市(10月20日)

○ 漁業後継者育成について

○ 地域ブランド事業について

III 視察参加者 議員6名、市当局職員1名、事務局随員1名、計8名

委員長 千葉 盛

副委員長 森 操

委員 紀室 若男

委員 畑中 孝博

委員 平山 仁

委員 森 亨

当局職員 尾坪 明〔農林水産部長〕

随員 中井 秀幸

◎ 目 次

I 愛知県犬山市

1 犬山市の概要 2

2 観光客誘致の推進について 3

II 和歌山県新宮市

1 新宮市の概要 7

2 新宮港を活用した企業誘致について 8

3 株式会社食縁について 12

III 三重県志摩市

1 志摩市の概要 14

2 漁業後継者対策について 15

3 地域ブランド事業について 18

I 愛知県犬山市

1 犬山市の概要

市制施行 昭和 15 年

人 口 74,776 人

世 帯 数 30,466 世帯

面 積 74.97 km²

産業別人口比率 第 1 次 0.7% 第 2 次 16.8% 第 3 次 28.2%

議 員 20 人 議会事務局職員 7 人

財 政 平成 28 年度一般会計予算 23,122,779 千円

(歳入内訳：市税 48.0%、地方交付税 5.8%、国庫支出金 10.8%、
諸収入 3.8%、市債 6.7%)

特別会計予算 (12 会計) 17,394,739 千円

○地勢

愛知県の最北端に位置し、北は木曾川を隔てて岐阜県各務原市・坂祝町、東は岐阜県可児市・多治見市、南は小牧市・春日井市と西は扶桑町・大口町と隣接している。

西の西部は、濃尾平野の一部をなし市街地、農地、工業地として利用され、市の北を流れる木曾川の一带は名勝に指定されており、川下りや伝統的な鵜飼も行われている。東部の丘陵地は、緑豊かな里山が広がり、国天然記念物のヒトツバタゴ自生地や人工池の入鹿池が存在する。

気候においては、東海式気候区分に属しており、比較的温暖で年間を通じて快晴日が多く、冬季は降雪は極めて少ないが、北西からの強い季節風が吹き、夏暑い気候である。年間平均気温は 16℃前後、年間降水量は 1,520mm 程度で春季と梅雨期から夏季に降水量が多く、冬季に少なくなっている。

○沿革

犬山市は、昭和 29 年 4 月 1 日に犬山町、羽黒村、学田村、池野村が合併し、市制を施行した。

観光では、国宝犬山城に代表されるように、数多くの歴史・文化資源があり、自然においては、清流木曾川が流れる緑豊かな自然環境に恵まれた「人」と「歴史・文化」「自然」が調和するまちである。

犬山城は現存する日本最古の天守を持ち、国宝四城（姫路、彦根、犬山、松本）に数えられている。天文 6 年（1537 年）に織田信長の叔父、信康により築城された。天守の最上階からは濃尾平野を一望できる。

城下町は、江戸時代に尾張藩付家老成瀬氏がつくり上げた城下町で、戦災を免れることができたため、町割や歴史的な建物が多く残っている。本町と新町の交差するところ

にある札の辻や鍵形に屈曲した道路形態が残っている。

現在は、道路美装・無電柱化、拠点施設・ポケットパーク等の整備、国登録文化財の修理助成、景観形成助成などを実施しており、特に、旧堀部家住宅（城下に唯一武家住宅の面影を残す国登録有形文化財）を取得・整備して、歴史的町並み保存の推進を図っている。

目指すまちの姿は、市民が笑顔に溢れ、安らぎと潤いを感じる「人が輝き 地域と活きるわのまち 犬山」としている

2 観光客誘致の推進について

- 説明 犬山市経済環境部観光交流課 新原補佐
阿波野係長



○犬山城と周辺環境について

平成 16 年以前は成瀬家の個人所有。平成 16 年 4 月に財団法人化されて現在に至っている。犬山城登閣者数は、昭和年代は約 40 万人前後で推移していたが、平成 5、6 年から徐々に減少した。平成 10 年以降は低迷期で 10 万から 20 万人の登閣者数であり、閑散としていた。平成 15、16 年はお城からの通りである本町通空き店舗活用事業を始め、空き店舗の活用を図ったが、他所から入ってくる人が多く、地元住民との交流がうまくいかない状況があった。

平成 17 年に道路計画が変更されたが、本町通は、実際に歴史の文化や今ある道路をいかすべきということで、現存の道路をいかす 6 m の拡幅の方向に決まった。景観に配慮した道路の美装化、電線の地中化などが盛り込まれた。平成 21 年 3 月に電線の地中化は完了。そこから登閣者の数字が上がってきた。平成 27 年には 53 万人。平成 28 年も去年の数字を上回っている。こうした景観上の環境を整えることによって見て楽しむという要素がでてきている。

犬山城の周辺地域は、景観形成の規制を設けており、13m以上の建物を規制し、屋根とか塀などの建物はその街にそぐわない等基準が設けられている。

○名古屋鉄道との連携について

犬山市は、名古屋鉄道の施設が3施設（リトルワールド、明治村、モンキーパーク）ある。従来から地域と密接に関わっていた。

犬山へのアクセスは、車よりも鉄道を使った方が時間を気にせずに来られるため、名古屋鉄道と協力し、犬山市と犬山観光協会、名古屋鉄道が事業連携して犬山キャンペーンを展開している。キャンペーンは春夏秋冬行い、春は桜、夏は花火、秋は紅葉とそれぞれ季節の特色に応じて事業内容を決定する。

宣伝活動では、駅の宣伝ポスター、テレビCM等いろんな活動で協力してもらい犬山に観光客を連れてきてもらう。犬山市においては、犬山市に来て楽しんでもらうコンテンツを提案する。春と秋は犬山城木曾川遊覧船の事業や、お笑い芸人とのコンテンツにより、お笑い人力車の運行。夏は定番の木曾川鵜飼、花火で観光客をよぶ。飲食店が少ないことがデメリットだったので、気軽にお城のついでに城下町を楽しんでいただけるよう明治時代から伝わる郷土料理の「でんがく」をはじめ、伝統的な串料理から意表をつくスイーツなどの新たな串グルメまで、城下町の「串物」を次々と食べ歩く串グルメを犬山市として推している。春と秋に串物を食べながら気軽に楽しんでもらう形をとっている。

名古屋鉄道とタイアップしたのは平成19年からで、犬山城の登閣者数にも表れており除々にその効果もあって年々登閣者数が伸びている。いろんな事業をやりながら市としても宣伝活動で名古屋、大阪、東京で地元のキャラクターを連れて活動し、ピラ配りなど委託して犬山にぜひきてくださいと推し進めている。ほかに名古屋鉄道を通じて、近隣の鉄道会社の近畿鉄道にも協力してもらい犬山への誘客を図っている。

○歩行者天国等交通整備について

犬山キャンペーンを行っていく上で観光客の通行上の安全を図るため、平成23年から犬山市とまちづくり協会が主体となって歩行者天国を実施。一方で観光客は逆に通れない車の専用道路もある。歩行者天国は地元の住民の理解を得る必要があるので、毎年本町、中本町といった城下町の区域やそこに携わる人たちと今年の反省点と来年をどうしていくか話し合う。会議を年に何回か開いて意思決定をする。

- ・ 場 所 本町交差点からなつかしやまでの区間
- ・ 期 日 ①春秋の犬山キャンペーン実施機関中の毎日曜日・祝日
②GW期間中の土・日・祝日
- ・ 時 間 ①正午から午後4時まで
②午前10時から午後4時まで

- ・ 規制の許可 毎回、所轄の警察と調整を図って実施。まちづくり協会と市で住民説明会を行い、同意を得る。通行許可車両や代替の駐車場確保を行う。入口出口のほか周辺にも警備員を配置し誘導。市職員によるおもてなし道案内も交代で実施。



〈本町通り〉

〔主な質疑の内容〕

- Q. 交通規制において観光客と地元住民との調整をどう図るのか。
- A. 毎年説明会を開いて同意を得ているが、観光客にとっての利便性と住民の日常生活にかかわる不自由という相反する問題になっている。住民は、出入りする家族の分を含め、毎回、警察に通行許可車両の申請をする手間が必要になっている。
- Q. 歩行者天国を話し合う協議会等ができた背景は。
- A. それまで行政まかせだったが、犬山北のまちづくり推進協議会、犬山の街並みを考える会、商工会議所など、本来異なる組織が同じ目的のために、話し合い協力しあう体制が構築された。
- Q. お祭りや伝統行事への参加者は間に合っているか。
- A. 犬山市においても実際は人手不足で、外部からのボランティアに頼っている状況である。
- Q. 観光客で若者が多く、特に女性が多く見られるが。
- A. メディアの発信、SNS、ドラマによる倍返し神社などの影響により、若者が多く来るし、縁結びにより若い女性を呼び込むことに成功している。平日でも賑わい、季節によってリピーターに期待ができる。
- Q. 観光客を宿泊までつなげているのか。
- A. 日帰り客が多く、宿泊までさせる取組が課題と捉えている。



〈国宝犬山城〉

○所感

交通の利便性等比較できないところもあるが、観光協会や鉄道会社とのタイアップによる犬山キャンペーン、歩行者天国や串グルメ、お笑い芸人とのコラボ、メディアやSNSなどによる発信の取組みなど観光客の誘致を図る上で参考になった。

当市においても民間会社とのタイアップやSNSでの発信などにより、小石浜や碁石灯台の縁結びスポットの紹介など当市に観光客を呼び込む取組の参考にしていきたい。

II 和歌山県新宮市

1 新宮市の概要

市制施行 昭和8年

人口 30,159人

世帯数 15,425世帯

面積 255.23km²

産業別人口比率 第1次 2.4% 第2次 16.1% 第3次 81.5%

議員 17人(定数17人) 職員定数 6人(議会事務局職員 5人)

財政 平成28年度一般会計予算 18,241,344千円

(歳入内訳：市税16.8%、地方交付税33.4%、国庫支出金13.3%、
諸収入1.4%、市債18.8%)

特別会計予算(11会計) 9,851,093千円

○地勢

紀伊半島の東南端に位置し、太平洋、紀伊山地、熊野川に囲まれ、三重県奈良県に隣接する自然豊かな地域である。

気候は、黒潮の影響を受けて温暖で雨量も多く、いわゆる太平洋型の気象である。このような気候から水資源に恵まれて植物の生育に適しており、また、四季の温度変化は少ない方で、特に日照時間は長く、冬は暖かく夏は比較的涼しい。年間降水量は3,983mmで全国でも有数の多雨地域である。平成23年9月に台風23号、紀伊半島大水害がおこり、熊野川の氾濫、特に支流がひどく14名が犠牲になり、家屋の流出含め甚大な被害になった。現在、復旧は進んでおり、体積土砂や脱水問題など課題は山積しているが、完全復旧に向け鋭意取り組んでいる。

○沿革

平成17年10月に、沿岸部の旧新宮市と山間部にあった旧熊野川町の一市一町が新設対等合併した。面積は255.43km²でその90%が山林・森林で占められている。高齢化率は34%で毎年約400名の人口が減少している。

歴史文化の面では中世の時代は熊野三山を中心とした熊野の信仰で賑わい、平安時代後期には歴代上皇の参詣が行われていた。近世には紀州徳川藩付家老水野家3万5千石の城下町として栄えた。このような自然と歴史を背景に平成16年に新宮市を含む熊野地域が紀伊山地の霊場と参詣道として世界遺産登録された。

新宮市では熊野速玉大社をはじめ古道、世界で唯一川の古道として熊野川が登録されている。文化人としては佐藤春夫や西村伊作多くの著名文化人を輩出した土地である。



2 新宮港を活用した企業誘致について

□ 説明 企業立地推進課 天野主事

○新宮港について

新宮港は新宮市と那智勝浦町にまたがる港湾区域である。昭和 45 年に地方港湾に指定され、昭和 54 年に三輪崎地区のマイナス 10m の岸壁等の施設と工業用地 25 ヘクタールが完成し、本格的な供用が開始された。

さらに港の振興、災害対策を目的に新たな臨海部 34.6 ヘクタールを埋め立てた。岸壁、臨海道路など工業用地の造成事業に着手し、平成 18 年に佐野側が供用を開始。この事業では 5 万トン級の大型シップ船や小型客船が有効利用できるマイナス 12.5m、マイナス 7.5m の岸壁 2 バースが整備された。うち 1 バースは大規模な地震対策として耐震強化岸壁として整備されている。港内の新たな防波堤については 450m のうち 300m が平成 22 年度に完成し、残りの 150m は本年度完成を目指している。

平成元年に外貨貨物船が直接港に入港できる港として指定され、平成 12 年には国土交通省が創設した特定指定地域振興重要港湾全国 13 港のうちの 1 つとして指定されている。平成 18 年には新宮港がチップヤードとしてフル活用できるようになり、取扱量が大幅に増加した。平成 20 年度以降は年間貨物取扱量が 100 万トン以上になる。新宮港の主な取扱い貨物はチップ、高度スラグ、セメント、砂利と続いている。

○新宮港第二期工業用地について

産業の振興、雇用の増大を目的として、新宮港第二期工業用地の整備を行い、企業立地に向けた積極的な取組を行っている。主な取組として、企業に対しての用地整備、企業情報の収集、企業用地の P R、優遇制度の制定。企業の流出防止に視点を置いたフォローアップ活動も誘致活動と並ぶ重要な取組と位置づけている。新宮港第二工業用地は面積 169,000 m²で、これまで進出した企業 6 社により、現在は残面積約 88,000 m²、利

用進捗 48%となっている。新宮港全体でみると就労人員は約 600 名で、企業集積の重点促進地域としてこのエリアは新宮市における有数の雇用創出の場に成長している。

○クルーズ船誘致の取組

新宮市周辺は、紀伊山地の参詣道が世界遺産に登録され、海の玄関口になっているため、にっぽん丸やぱしふいっくびいなす、飛鳥Ⅱなど客船が入港している。近年は外国客船ザ・ワールドや飛鳥Ⅱの入港が続くなどこれまでにない賑わいをみせている。今年度は国内客船以外にフランスの客船 2 隻を加えて 12 隻の入港を予定している。

港湾、観光、交通などの関係機関が密接に関わっていることから、これらの機関が集まって情報の共有や課題解決を目的にクルーズ船入港に関する情報を共有し、まちなかへの誘客を図ることなどを目的に新宮港クルーズ客船受入協議会が発足した。(▽新宮市観光協会▽新宮商工会議所▽三輪崎漁業協同組合▽新宮市料理飲食業組合▽新宮東牟婁菓子商工組合▽熊野交通▽東牟婁振興局▽新宮市商工観光課一の 8 団体で構成する。近畿地方整備局がオブザーバー、新宮市企業立地推進課と新宮港振興会が事務局。)

世界遺産「熊野」の海の玄関口・新宮港。昨年是国内最大の豪華客船「飛鳥Ⅱ」など、延べ 9 隻のクルーズ客船を迎え入れた。約 8 5 0 人の観光客を乗せた「飛鳥Ⅱ」の経済波及効果はバス代、タクシー代、タグボート代など 5 0 0 万円以上。

平成 26 年 9 月 26 日には初めてアメリカの外航客船「ザ・ワールド」が入港。今年度はフランス船の「ル・ソレアル」(4 月 5 日)と「ロストラル」(10 月 13 日)が入港した。市内の誘客の満足度の向上をすすめている。おもてなしの一環として平成 27 年度に新宮港椰の木見送り隊を発足し、参加した市民の方々にもテープカット等によるお見送りをお願いする。現在の会員数は 260 名ほど。



〔主な質疑の内容〕

- Q. クルーズ客船に取り組んだ背景は。現況の課題があれば。
- A. 新宮港は元々フェリーの寄港地であった。平成4年に先代の飛鳥が入港して、その頃からにっぽん丸やぱしふいっくびいなす、ふじ丸が入港したが、熊野古道が世界遺産に登録されてからは飛躍的に入港数が伸び、そこから市としても客船誘致、受入れに力を入れている。平成23年度に台風の被害があり、観光地も被害にあい観光客が減少したが、そこから新たな受け入れ体制や誘致を整えることに力をいれてきた。平成16年に世界遺産に登録されたが、徐々にマンネリ化してきたので、新たなオプションツアーや今までと違うおもてなしをした。日本国籍の客船は3隻しかないので、飽きられないよう工夫を凝らしていきたい。

外国客船は、大型客船のサンプリンセスのキャプテンが新宮港の岸壁や観光地を視察し、まちや観光地は問題なかったが、岸壁が10m足りないとのことであった。入港することはできるが、安全面での不安によりできないということで入港は断念した。その後は音沙汰がなかったが、平成26年9月にザ・ワールドという船世界で1番豪華な客船が新宮港に初入港した。

入港の経緯は、誘致活動ということではなく、客船の皆様が新宮には世界遺産があると認識しているので、客船が1番入る横浜港、大阪港、名古屋港とみて、その間に少し隙間があり、新宮には世界遺産があるということで偶然入港していただいた。それをきっかけに外国の船社にもPRやポートセールスをして誘致に力を入れた。今年度はフランスの客船2隻、4月と10月に入港した。フランスの船会社からは新宮の観光と新宮港を視察してもらい入港に至った。

外国の客船は大きな船が入れない。小さな船ではそれほど経済効果が望めないが、まずは実績を積まないといけないので、5万トン以下の外国船の誘致を進めている。岸壁の整備については、市を挙げて国・県に大きなクラスの船が入れるよう要望を続けていく。今年度は県に7万トン級の船が入るための調査費が予算化されて今後の希望が見えてきた。

- Q. 外国船の誘致のPR方法については。7万トン級の船が入るときに岸壁に問題があるが、どんな問題があって今日に至っての整備なのか。
- A. 外国船のPRは、平成26年度に入港したときにJTBとのつながりができたことが大きい。その関係でフランス船の誘致に漕ぎ着けた。全国クルーズ活性化会議など市町村で集まる機会があり、そこで情報交換している。会議にも船社の方々がくるので、PRした結果、つながりができたところに東京や大阪に船社訪問をしてPRしている。

7万トン級の船が入港できなかったことについては、深さが12.5m、船の長さが270m程度あり、深さは問題ないが、10mは岸壁の長さを延長してほしいという要望があった。国・県には10m延長の要望をしている。三重県が新たに行う今回

の予算化された調査費は、岸壁の長さを 10m 伸ばして入港できるかの想定やもつと予算をかけずに対応できないかと調査を行うときいている。

Q. 国内クルーズ船がくるきっかけは、世界遺産に登録された関係が大きいのか。

A. 1 番大きいのは、クルーズ船の行程で横浜港から一晩で到着できることが、船社側から人気になっており、新宮港の位置がちょうどいい場所になっている。それ以降は世界遺産登録で人気が出たと分析している。

Q. 元々クルーズ船誘致に力をいれたのは市の施策だったのか。

A. クルーズ船誘致に限らず新宮港の利用促進を含めて一体となり取り組んでいる。

Q. 外国船クルーズが実現できた要因としては、世界遺産登録が大きいのか。

A. 世界遺産 10 周年という要因もあった。市としてもそれを大々的に PR した。今までの取組以外にインセンティブをつけた。例えば市内にシャトルバスを運行した。(2 台分補助) シャトルバス以外では熊野三山以外でもこういった場所があると PR した。飛鳥Ⅱが入港できなかったのは防波堤が未完成だった関係で波の影響が強くて難しいと 4 年間入港がなかった。防波堤ができて入港が可能になったので、飛鳥Ⅱは来年 6 回入港する予定。

Q. クルーズ客船の中国人客は増えているのか。

A. 国内としては中国人のクルーズは増えているが、中国人が乗る船は基本的に大きな客船で、大きな船は単価が安いので、主に博多などに入っている。新宮港は大きい船は入れないので中国人関係のクルーズは入ったことはない。

Q. 国内クルーズ船と外国クルーズ船の対応の違いや受け入れたときの課題は。

A. 英語ガイドはこの地域は少ない。フランス語ガイドも少なく受入れは難しい。外国船クルーズはその国ごとに趣向がちがうので、人気ができる体験メニューもちがってくる。それを選ぶのも今のところ試行錯誤している。これから検討していく。

Q. ガイドはどこかにお願いするのか。

A. 英語ガイドは熊野地域で連携し、英語ボランティアも同様にお願いしている。



〈株式会社食縁工場内〉

3 株式会社食縁について

□ 説明 株式会社食縁 森岡専務取締役

○株式会社食縁について

株式会社食縁は、新宮市と近畿大学の支援の下、平成 25 年 5 月に設立された。工場の稼働は平成 27 年 12 月 24 日。国内有数の養殖業者、大手上場業者の出資を受けている。社長は、主に社長業を行うが京大の卒業生で近畿大学の教授も兼任する。資本金は 2 億 7000 万。補助金は 6 次化ネットワークの農林水産省の補助をもらっている。総事業費は 25 億円。事業の内容としては近大ブリを用いた国内養殖業で、ブリをフィレ加工し、包装凍結して販売する。

水産物市場は縮小傾向で 2000 年ぐらいまでは多少上下したものの 2000 年以降は右肩下がりに。この要因としては、魚離れということではなくて、実所得の減少や少子高齢化が原因と分析している。一方世界規模で水産物需要は拡大している。養殖業の成長ポテンシャルは高く、研究開発は日本のお家芸と考えており、株主の技術を活用している。

近畿大は 18 魚食の種苗生産をしており、国内で最大手の種苗メーカーでもあるため、種苗確保の技術支援を受けている。日本近海はすぐれた漁場で、日本の養殖生産物を世界市場に売って出ようと多くの企業が取り組んでいる。

株主に新宮港埠頭、自然産業研究所（近大初のベンチャー企業）が設立時の株主。長崎ファーム（東京一番フーズの子会社。長崎でトラフグの養殖を行う。）ブリもやりたいとのことで出資。徳島魚市場、積水化成成品工業（フィルムや発砲スチロール）ダイニチ（愛媛県の養殖の飼料をつくる会社）、安高水産（鯛の養殖）、豊洋水産（中部飼料の子会社）、兵殖（大阪の魚市場でブリの加工業。冷凍する工程を持ってないためブリの専門加工業。）、マリン大王（徳島魚市場の子会社）がそれぞれ出資している。

株主の力を最大限に活用し、におわない食縁のブリとしてPRし、広告をスーパーに常時置いてもらう。ブリは青魚特有のにおいがあり、においを嫌がる人がいるため、北米を中心に海外に打ってでるので、におわないブリを開発しようと、中部飼料と餌を共同開発した。冷凍品質保持には積水化成成品工業と共同開発により酸化防止フィルムを開発し、低コストで表層酸化を防止できるようになった。ICTによって情報管理し、科学的に根拠データを示すために分析している。においについては、臭気鑑定士に依頼している。

メニュー提案も行っている。近大種苗は、におわないブリが最強だが、今その商品はないので、天然種苗でにおわないブリや近大種苗で通常の餌を使用している。スーパーによって近大の名前を前面に出したいので近大種苗の完全養殖。大手スーパーで採用されている。におわないブリを全面にだすのは和歌山のスーパーが多い。



〈近大ブリ 試食〉

○所感

港湾や港の工業用地、クルーズ船の入港や背後地に世界遺産があるなど当市と条件が似ている部分があるが、国内外の船社へのPRや岸壁の延長、民間との連携など自治体が一生懸命取り組んでいる。外国客船の受け入れ態勢に課題もあるが、観光客が楽しめる体制作りにおいて参考になった。

株式会社食縁については、当市でブリやマグロ等養殖は難しいが、産学官の連携で誘致企業、国内有数の養殖関連業者が連携体制を構築し、国内養殖魚の海外輸出により地域水産業の活性化を目指す新しい産業の形態をみる事ができた。

Ⅲ 三重県志摩市

1 志摩市の概要

市制施行 昭和 27 年

人 口 50,303 人

世 帯 数 17,668 世帯

面 積 230.49 km²

産業別人口比率 第 1 次 4.87% 第 2 次 36.73% 第 3 次 57.77%

議 員 20 人（定数 20 人） 職員定数 6 人（議会事務局職員 6 人）

財 政 平成 28 年度一般会計予算 25,367,189 千円

（歳入内訳：市税 21.8%、地方交付税 38.6%、国庫支出金 8.9%、
諸収入 2.0%、市債 9.0%）

特別会計予算（8 会計）16,545,334 千円

○地勢

三重県の東南部に位置し、北部は伊勢市および鳥羽市に、西部は南伊勢町に接し、南部および東部は太平洋に面している。

市全域が伊勢志摩国立公園に含まれ、英虞湾、的矢湾といったリアス式の海岸が特徴的で、湾内をはじめ、大小の島々も点在する自然豊かな地域である。志摩半島の海岸は、陸地が長い間に沈降して河や谷であったところまで海水が入り込んでできた、リアス式海岸と呼ばれる、岬や入り江の多い複雑な地形を成している。一方、英虞湾・的矢湾・五ヶ所湾一体の平坦面には氷河期時代の砂礫層（洪積世の海成段丘層）が広く分布していることから隆起海触台地といわれている。外洋に面する岬や海岸では随所に波の浸食によって海食崖や海食洞など特殊な地形が見られる。

気候風土は、四季を通じて温暖で恵まれた条件となっており、気温は年平均 15～17℃で積雪を見ることはほぼない。また、年間降雨量および降雨日数はほぼ全国平均並みになっている。

○沿革

志摩市は、旧国名では鳥羽市域とともに志摩国と呼ばれた地域であり一部、旧伊勢国に属した地域がある。明治以降は志摩郡として続いてきた。

平成 16 年 10 月 1 日浜島町・大王町・志摩町・阿児町・磯部町という志摩郡を構成した 5 つの町が合併して誕生した。

古くから都に豊富な海産物を献上する御食国と呼ばれ、カツオ漁や海女漁、真珠、カキ、あおさのりなどの生産が盛ん。伊勢志摩公園は国立公園指定 70 周年をむかえ、ブランド観光地を世界に発信するということで環境省のモデル事業に選定。今年行われた伊勢志摩サミットの知名度をいかして取り組んでいる。



2 漁業後継者対策について

□ 説明 産業振興部水産課 浅野課長、高橋補佐

○志摩市の漁業について

大きく養殖漁業と海面漁業に分かれ、的矢湾と英虞湾を中心に行われている。養殖漁業は真珠、アオサ、カキ、ワカメなど。的矢湾と英虞湾。海面漁業は沿岸漁業と沖合漁業に別れており、沿岸漁業は、一本釣り、刺網、定置網、海女漁がある。沖合漁業はカツオの一本釣りが中心。英虞湾では、真珠とアオサ。真珠は伊勢志摩サミットにも使われた。アオサは日本一の生産量を誇っている。

漁船については 3,612 隻あるがそのうちの 86%は 3 トン未満の小型船。魚種別では全部で 60 種類以上。その中で三重ブランドと認定し生産者に魅力を高めてもらい、地域を活性化させる制度を始めた。伊勢エビ、カキ、トラフグ、真珠に三重ブランドマークを認定する。

水揚量の経年変化では、平成 18 年の 12,826 トンをピークに平成 27 年は 6,655 トンとほぼ半分。真珠においてもピークは昭和 59 年の 4835 貫。

アワビや伊勢えび等資源管理の方法は、それぞれ三重県漁業調整規則により、禁漁期間が定められ、漁獲サイズ制限を設け資源の確保に努めている。アワビを含め、サザエ、クルマエビ、マダイ、ヒラメ、カサゴ、トラフグ等の種苗放流事業への補助金や負担金支出を行っている。

漁業者の推移は、平成 15 年で 65 歳～69 歳の年代が最も多く、平成 25 年で 75 歳以上と高齢化が進んでいる。逆にいうと漁業をやめる方が少ないことを示している。

水産業の課題や問題点は、自然災害（高水温、低水温、低塩分、硫化水素、貧酸素等）、赤潮、アコヤ貝感染症、のり漁場への泥の体積、魚価低迷、水揚減少、資材等高騰などさまざまな問題がある。

沿岸域資源の持続可能な利活用のため、①卵を産む時期は獲らない（県が定めた規則

のほか漁師が地域ごとに定めたルールなどがある)②小さな魚や貝を獲らない③人工的に育てた稚魚や稚貝を放流して積極的に増やす努力やアワビや伊勢エビなどが育つ魚礁を作る④自動観測ブイを設置して24時間海の環境を観測する。以上の取り組みを行っている。

○漁業後継者育成等について

志摩市人口ビジョン及び志摩市創生総合戦略で水産業の担い手受入れ推進事業を策定し、取り組みを始めた。

漁業の多様な担い手の確保・育成に向けた方策の検討や実施に取り組むため、三重県漁業協同組合連合会等の漁協系統組織(6団体)、沿海16市町、三重県農林水産支援センター、水産高校及び県農林水産部が連携して「三重県漁業担い手対策協議会」を平成26年に設立。6つの作業部会(①情報共有・連携の強化②支援策と支援体制のあり方③担い手育成の今後の課題④担い手確保に向けた活動の展開⑤就職後の支援策の展開⑥漁村の意志改革の促進)に分かれて対策を検討している。ほかに新規漁業就業ガイド(リーフレットの作成や漁業就労支援ホームページの立上げ)の作成を行っている。

○畔志賀漁師塾について

平成22年度に畔名地区、志島地区、甲賀地区のそれぞれ1文字をとり、漁業担い手不足解消を目的に立ち上げた漁師塾。漁師や海女をめざす若者らを県内外から受入れ、技術の伝承などを通じて独立を応援している。漁業者の減少に地区全体が一体となって危機感を共有し、新規参入者をあたたかく受け入れた。近隣地区との情報交換を行い、塾生の数は平成24年度で10人、現在は24人となっている。

塾生は、各地区によって指導方法が異なるが、基本的には先輩漁師が講師となって漁業技術の指導や生活面のサポートを行う。1日も早く自立して生計を立てられるようにするため、刺し網漁の場合、講師の船に塾生が同乗し漁場の探し方や仕掛ける網の使い方など間近で行う。アワビやサザエなどを対象とした海女・海士漁では、危険を伴うため、安全に配慮しながら漁の仕方などが伝えられていく。そのほかスキルアップに向けた勉強会の開催や先進地視察を行っている。

〔主な質疑の内容〕

Q. 地元の水産高校があるが、卒業生の就職の状況は。

A. 三重県の担い手育成協議会のインターンシップで取り組んでいる。大学生と高校生に漁業に従事してもらい今年から始まっている。水産高校の地場産業の開発で金額的にはたいしたことはないが、志摩市の魚、高校が缶詰を作る機械があるので、地元の企業と協力して盛り上げている。最近ではカツオのキーマカレーを商品化している。志摩市にイオンがあり、女子高生がカツオの解体ショーを行ってPRに一役

かっている。

- Q. 新しい人が漁業をやっていくうえで所得の見通しは。
- A. 後継者育成では、畔志賀漁師塾の人の話をきくと1人でも最低限生活できるようにするが、受入れしようとする3地区と協力している。3年間独立型の漁業が多いので生活面での支援を現場はほしいという。
- Q. 生活支援でのバックアップは。
- A. 3年の生活支援のバックアップは必要と考えるが予算上の問題がある。意欲のある漁業集落と共に、集落における若者の支援体制や新規漁業者と集落をつなげるリーダーの育成について検討し、漁業集落に若者を受け入れる条件を整理した漁業集落を対象に地域おこし協力隊等を活用して漁業に従事したい若者を受け入れている。もし行うのであれば、地域おこし協力隊を三重県から独立させようと考えている。三重県担い手対策協議会があるので検討事項になる。実際国の制度はいろいろ縛りがあって現場では使いにくい。ある程度現場で定着しないと成り立たない。
- Q. 新しく担い手となった方は、養殖が主なのか併せてやっているのか。漁業協同組合との共同での取組みがあれば。
- A. 畔志賀漁師塾の例では、独立型が多い。養殖は独立型より経費がかかるので実現していない。地域おこし協力隊の制度を使うことを検討しているが、3年間で実現できることを願っている。
- 漁協の担い手対策は、担い手対策協議会の方に入ってはいるが、漁協も再編や合併等経費の節減に努めており、なかなか後継者育成まで手が回らないものと分析している。三重県で1番と2番目に大きい漁協があるが、しっかりと取組んでいないのが現状である。本来は漁業者が自分たちの将来をやっていただいて我々が支援していくのが形だが、待っていても時間がなくなるので、まずは1人1人でも早く取り掛からなくはと考えている。
- Q. 漁業権の問題について、漁協の取得の考えは厳しいのか。
- A. 漁業権の取得は厳しくどこも同じと考えている。やはり何年か住んでいないと、いきなり参入しても難しい。畔志賀漁師塾の場合は、塾生は面接を受けて、その人物が適合と判断されれば割と早い時期からその地区でまず準組合員から操業している。この3つは小さい地区なので、ほかの漁業集落が大きい地区はなかなか無理です。取得の条件としてその地区の漁協の管理委員会の中で決めている。海女組合でもルール上組合員であれば誰でも潜ってとれるが、基本的には組合員になることが条件になる。
- また、養殖漁業の新規参入は、どうしても養殖施設が必要になるため、難しい。定置網関係の漁業から新規参入するのが現状である。
- Q. 漁業権をもっている方はいつでも採りにいくことができるのか。
- A. 出漁時間は決めている。地区によってちがう。現実的には海草が邪魔で見えづらく

て獲りにくい。

Q. 担い手の塾生の継続率は。

A. 志島地区はやめた方は少ない。ほかの地区は出入りが激しい。かつて三重県の生活面での補助があったが、今はないため生活面での補助がないと環境が厳しい。

3 地域ブランド事業について

□ 説明 産業振興部観光商工課 天白係長、大杉主事

○地域ブランド事業について

志摩市の特徴的な産業は、真珠などの特殊産業。観光資源と豊かな水産資源と地域資源をブランド化することにより、志摩市地域ブランド化推進事業を行うこととなった。

志摩市ブランド化として地域の魅力の発信に努め、地域そのもののブランド化を目指している。

志摩ブランド認定事業を導入するに至った経緯は、平成 13 年にニューブランド認定制度がスタートし、志摩市の水産物である的矢カキ、あわび、伊勢えび、真珠が認定され、平成 19 年度にあのりふぐが認定されている。志摩市商工会では新規全国展開プロジェクト事業に参加し、平成 20 年度に志摩市が日本一の生産量を誇るあおさであおさ醤油、平成 21 年度に伊勢志摩真珠クリーム、平成 22 年度にきんこ焼酎、平成 23 年度に志摩いつぎさば、平成 24、25 年度には完熟天然あかもくの商品開発が行われた。これらのことにより平成 23 年度に志摩市商工会から市へ志摩ブランド認定制度を確立してほしいと要望があった。このことにより平成 24 年 2 月に志摩市地域ブランド推進協議会が発足し、志摩ブランド認定事業が実施された。

なお、志摩市総合計画後期基本計画でも志摩ブランドの構築が位置づけられており、志摩のもつ自然や景観のイメージを大切にし、さらに御食国に象徴される食文化をはじめ、地域の歴史や文化を活用し、生産者と加工・流通・観光業者が連携して地域の産物だけでなく志摩自体をブランド化していくこととなっている。

志摩市里海創生基本計画においても一次産品、加工品だけでなく自然及び景観をブランド認定するため、志摩市地域ブランド構想を進めている。

志摩ブランド認定の流れとして、12 月に一ヶ月間の期間を設け、認定の申請の募集を広報とHPに掲載する。志摩市地域ブランド推進協議会は、志摩市地域ブランド認定審査会に認定商品について諮問。2月の志摩市地域ブランド認定審査会は一定基準に基づき審査し、審査結果を協議会に報告する。3月に志摩市地域ブランド推進協議会は、審査結果に基づき認定の可否を決定し、申請者に認定結果通知書を通知する。通知を受けた申請者は誓約書を提出する。志摩市地域ブランド認定書を交付し、記者発表を行う。

○推進協議会と認定審査会について

志摩市地域ブランド推進協議会の委員は、志摩市商工会、志摩市観光協会、鳥羽志摩農業協同組合、三重外湾漁業協同組合、鳥羽磯部漁業協同組合、三重県真珠養殖連絡協議会で構成されている。協議会は志摩市の優れた地域資源を志摩市地域ブランドとして認定し、その販売を支援すると共に志摩ブランドの情報発信を通じて観光客の誘致を促し、地域経済の活性化を図ることを目的としている。

志摩市地域ブランド認定審査会の委員は、三重大学、三重県商工会、三重県観光連盟、有限会社伊勢文化者、株式会社志摩地球会浦で構成。協議会会長から諮問を受け、志摩ブランドの認定審査に関する事項について調査・審議を行う。認定審査会の審査項目として、現在は加工品のみの認定を行っており、①志摩の人と自然に恵まれたものであるか、②志摩ならではの自然・歴史・伝統文化に根差したもので物語性や話題性があるか、③希少性を有しているか、類似品であってもその特性において独自性や新規性が認められるか、④魅力あるネーミング・パッケージデザイン・レシピの提案により流通・販売段階での優位性の確保に努めているか、⑤信頼性、安全性で優れた生産技術を有しているか、⑥品質管理、衛生管理、クレーム処理体制が整っているか、⑦安全性の高い原材料を使用しているか、⑧環境に配慮した取組みを行っているか。以上を認定の条件としている。

市場の将来性として、①市場の動向に応じたマーケティング戦略を立案し、具体的な取組を行っているか、②将来にわたり継続的、安定的な生産販売が見込まれ拡大が期待できるか。以上において志摩市地域ブランド認定審査会で審査され、志摩市地域ブランド推進協議会で審議し、認定商品を決定する。

○認定商品について

平成 23 年度から平成 27 年度に認定された商品は、次の 13 商品。きんこ焼酎（芋をサツマイモでこしたもの）、はながき（英虞湾のカキの剥き身）、越賀のきんこ（隼人芋の天日ぼし）、あおさ潮ようかん、パールコロケ（希少価値がある真珠貝の貝柱が入っている）、志摩のきんこ（隼人芋を剥いて煮て天日干しにしたもの 12 月～2 月の限定商品）、伊勢志摩パールポークあらびきウインナー（アコヤ貝の粉末を使用したオリジナル三元豚）、乾燥アカモク（2 月～4 月の志摩産の上部のみ切り取る）、志摩あらめ（志摩独自の海藻加工）、磯のごはん、炊き込みヒジキ（志摩の海で採取したヒジキ）、ヒジキご飯（しそ入り、かつお入り）。

認定事業者は、志摩市地域ブランドマークを認定物の包装、容器などに印刷することができ、販売する事業所に表示することができる。初回認定時に認定シール 25 シートとチラシを無償提供する。生産者や事業者に聞き取りを行い、平成 27 年度には三重のこだわり食品マッチング交流会に出店し、バイヤーとの直接の商談会もあり志摩ブランドの価値を引き出し、さらなる活性化を目標に取り組んでいる。

課題は、志摩ブランドは平成 23 年度から認定されているが、必ずしも志摩市内で浸透していない。どのように周知するか検討が必要。販路拡大において、商品に数量の限りや期間限定などがあり、販路拡大すべきか迷っている。商品によっては大量生産できるものもあるためバランスを取ることが難しい。今後は認定商品を増やし販路拡大に向けて取り組んでいく。

〔主な質疑の内容〕

Q. 志摩ブランドの周知方法については。

A. 認定された商品は、広報やHPに掲載する。ほかに今年度から認定する商品と従来からの商品を含めたチラシを作成する予定である。

Q. 商品開発、販路拡大はどういった事業でどのぐらい力をいれているか。

志摩市全体の市民総生産の中で観光が占める割合と市の方で力をいれて商品開発に結びついて販路拡大に至っている流れは。

A. 志摩市商工会で商品開発をしている。アオサ醤油とか真珠クリームを作って商品化している。海産物の商品化も進めている。

観光の割合は、全体では平成 24 年は 176 億円。サービス業で約 310 億円。それほど大きくはないが雇用者では 35%を占めている。やはり主要事業は観光と捉えている。

販路拡大も物によって生産量の差が生じている。あおさ羊羹は手づくりなので生産量が少なくなる。反対にひじきご飯はかなりの生産量が見込まれる。生産者にはバイヤーとの商談会に積極的に出ていただいて販路拡大につなげるよう今年度も予算化している。

Q. 販路拡大に予算化する金額はどれくらいか。

A. マッチングの商談のブースによってそれぞれちがう。金額は 2 万円から 10 万円ぐらいまでで、場所によってもどこにでるかで金額が変わる。



(志摩市特産品販売所 マルシェ志州集人)

○所感

担い手対策において、3つの地域で一体となって後継者対策に取り組んでおり、定着している。当市でも漁業就業者確保育成協議会を設立し、関係機関と共通課題に一丸となり取り組んでいるが、漁業者の市内外からの受入れ体制の構築や技術の伝承の場を設けることなど取り組む課題が多いと感じた。

ブランドの認定については、特産品に付加価値をつける1つのPRの仕方として今後の取組みとして参考になった。ブランドの捉え方はいろいろあるが、地域特産物等を活用して地域のイメージを高めることにつながれば「大船渡」というブランドを作ることにつながると感じた。

以上、平成28年10月18日～20日に実施いたしました、産業建設常任委員会行政視察の報告書といたします。

平成28年12月

大船渡市議会議長 熊谷昭浩様

産業建設常任委員長 千葉盛