

# 浜田漁港周辺エリアの 観光及び地域活性化推進の方向性

2019.5.14

# コンテンツ

---

## 1. 浜田漁港エリアを取り巻く現状と課題

- 1-1.浜田市の概要
- 1-2.浜田市の水産業の現状と課題
- 1-3.浜田市の観光の現状と課題

## 2. 浜田漁港エリアの特性

- 2-1.漁港施設の現状
- 2-2.しまねお魚センターの経営状況
- 2-3.しまねお魚センターの利用者の声
- 2-4.浜田漁港エリアの課題・ポテンシャル

## 3. 浜田市民の意向

- 3-1.調査概要
- 3-2.調査結果

## 4. 県外他地域の取り組み

- 4-1.調査概要
- 4-2.調査結果

## 5. 浜田漁港周辺エリア活性化計画(観光・地域活性化編)

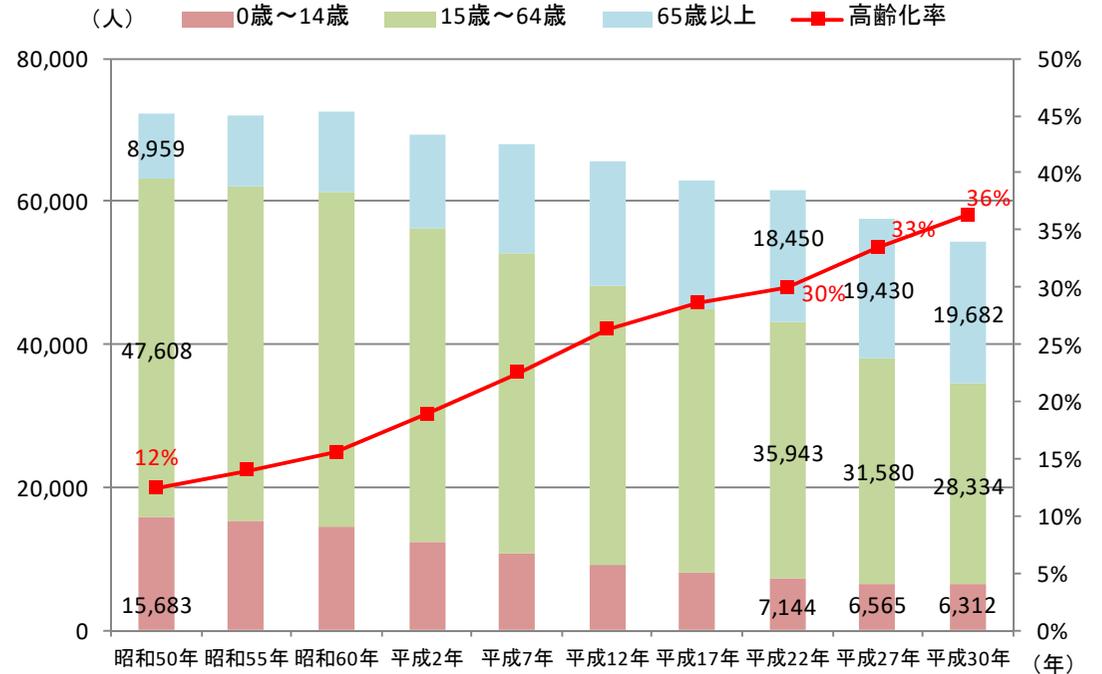
- 5-1.観光及び地域活性化推進の課題
- 5-2.エリア開発のコンセプト
- 5-3.展開方法
- 5-4.推進する取り組み

# 1. 浜田漁港エリアを取り巻く現状と課題

# 1-1.浜田市の概要

- ✓ 国際貿易港を有し、古くから海を中心に栄えた港湾都市。人口減少と高齢化が進行し、2018年の総人口は54,328人、高齢化率は36%。2010年と比較し、人口は約1割減少。高齢化率は6%増加。近年は社会減が顕著。
- ✓ 第二次浜田市総合振興計画では、「住みたい住んでよかった魅力いっぱい元気な浜田」の将来像実現に向け「水産業の振興」を最重要施策のひとつに位置付け、水産業の活性化に向けた各種施策を推進。
- ✓ 平成27年における総生産額は2,475億円となり、産業別の構成比は第1次産業1.3%、第二次産業17.6%、第三次産業80.2%と第三次産業に偏重。第二次産業の中心は浜田漁港で水揚げされる魚を原料とした水産加工業で、市内に50の製造拠点があり、816人が就業。

将来像	まちづくりの大綱	施策大綱
住みたい住んでよかった魅力いっぱい元気な浜田	<b>I 活力のある産業を育て雇用をつくるまち</b> 【産業経済部門】	1 水産業の振興 2 農林業の振興 3 商工業の振興 4 国際貿易港浜田港など港湾を活用した産業振興 5 観光・交流の推進 6 企業立地による雇用の推進
	<b>II 健康でいきいきと暮らせるまち</b> 【健康福祉部門】	1 医療体制の充実 2 健康づくりの推進 3 子どもを安心して産み育てる環境づくり 4 高齢者福祉の充実 5 障がい者福祉の充実 6 地域福祉の推進
	<b>III 夢を持ち郷土を愛する人を育むまち</b> 【教育文化部門】	1 学校教育の充実 2 家庭教育支援の推進 3 社会教育の推進 4 生涯スポーツの振興 5 歴史・文化の伝承と創造
	<b>IV 自然環境を守り活かすまち</b> 【環境部門】	1 特性を活かした景観形成の推進 2 環境保全と快適な住環境づくりの推進 3 地球温暖化対策の推進 4 循環型社会の構築
	<b>V 生活基盤が整った快適に暮らせるまち</b> 【生活基盤部門】	1 道路網の整備 2 公共交通の充実 3 地域情報化の推進 4 充実した都市基盤の整備 5 快適な生活基盤の整備
	<b>VI 安全で安心して暮らせるまち</b> 【防災・防犯・消防部門】	1 災害に強いまちづくりの推進 2 地域防犯力の強化・交通安全対策の推進 3 消防・救急体制の充実
	<b>VII 協働による持続可能なまち</b> 【地域振興部門】	1 地域コミュニティの形成 2 人がつながる定住環境づくりの推進 3 大学等高等教育機関と連携した地域づくり 4 人権を尊重するまちづくりの推進 5 男女共同参画社会の推進



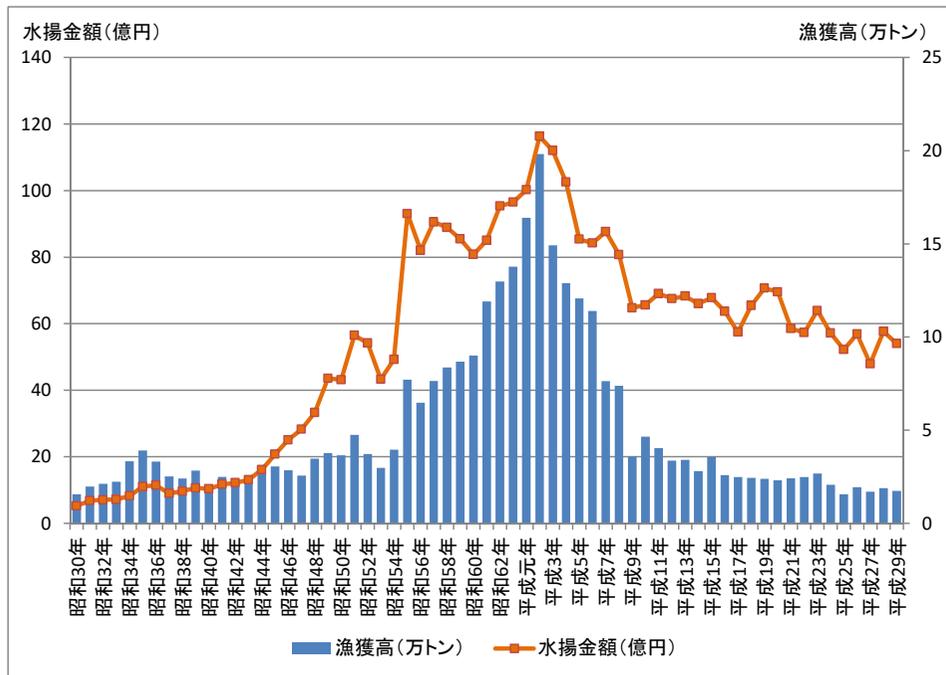
資料: 国勢調査結果(総務省統計局)

漁業、水産加工業が、経済・雇用を支える重要な役割を担う。

# 1-2.浜田市の水産業の現状と課題

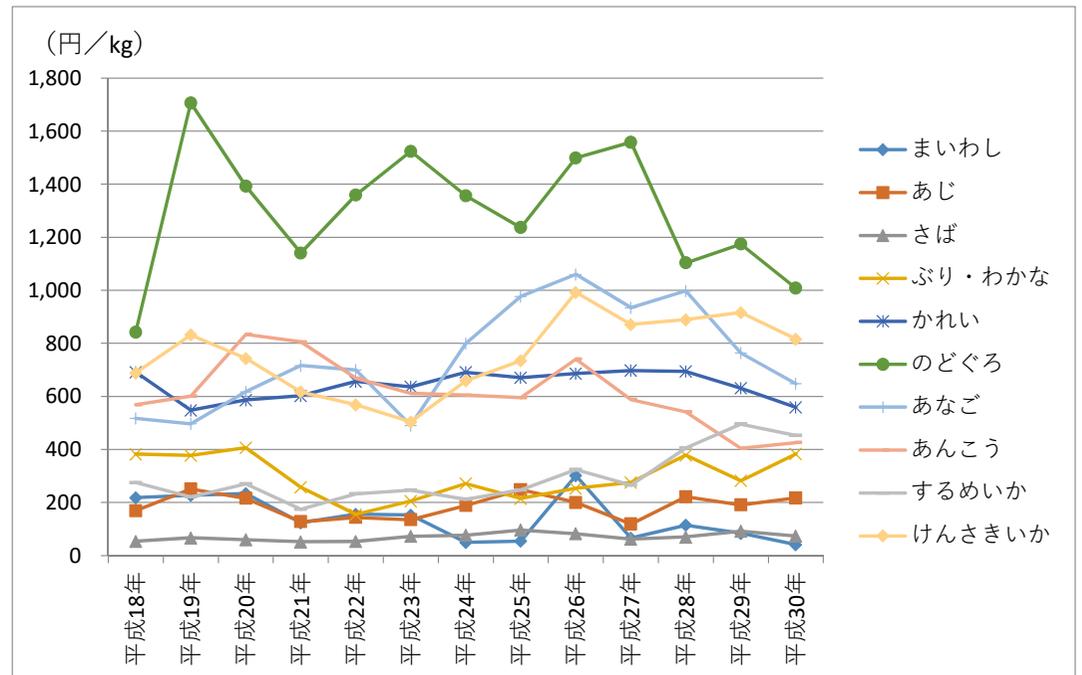
- ✓ 市内で漁業を営む経営体数135、漁業従事者数は276人(平成25年)となり、いずれも減少傾向で推移。
- ✓ 平成29年の漁獲高は1.7万トン、水揚金額は54.0億円。平成2年をピーク(漁獲高19.8万トン、水揚金額116.3億円)として、漁獲高は大幅に減少し、平成9年以降は5万トン未満で推移。
- ✓ 「どんちっち」ブランドの浸透等により、「のどぐろ」など一部の魚種では価格の上昇もみられるが、魚価は低迷しており、水揚の維持とともに魚価向上が課題となっている。

■ 浜田漁港水揚推移



資料: 浜田市水産業振興協会調べ

■ 主要魚種魚価の推移



資料: 浜田市水産業振興協会調べ

# 1-2.浜田市の水産業の現状と課題

- ✓ 地元漁船の存続対策をはじめ、魚価の向上、水揚拡大、後継者の育成・確保を進めるほか、市場等の浜田漁港受入施設・設備の整備、浜田漁港エリアの活性化対策等を一体的に展開。
- ✓ 浜田漁港で水揚げされた魚介藻類およびそれらを原料とする加工品を「山陰浜田港」産としてブランド化する取組のほか、「アジ」「ノドグロ」「カレイ」の3種については、脂質含有量、サイズ等の規定を満たしたものを「どんちっち」ブランドに認定し、ブランドロゴの付与、トレーサビリティ・システムの開設等を実施。
- ✓ しかし、魚価の低迷、漁船の老朽化、漁業就業者の高齢化や後継者不足、消費者の魚離れ、漁港・海岸施設の老朽化等によって厳しい状況にある。産地のブランド化による魚価の向上、外来船の獲得を通じた水揚増加等を通じて、漁業の魅力向上が課題となっている。



## 現状に対応した対策

### ソフト事業

- 1) 基幹漁業の構造改革の推進
  - ・沖合底曳網漁船(5ヶ統)代船対策
  - ・まき網漁船(2ヶ統)代船対策
- 2) 魚価の向上・魚食普及による販売力の強化
  - ・「山陰浜田港」ブランドの推進
  - ・水産ブランド「どんちっち」の推進(アジ・ノドグロ・カレイ)
- 3) 水揚拡大対策
  - ・外来船誘致活動の実施
  - ・栽培漁業及び資源管理型漁業の推進
- 4) 漁業後継者の育成・雇用の確保対策
  - ・若手及び新規漁業者確保対策

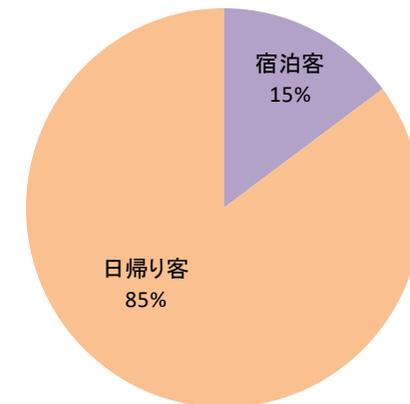
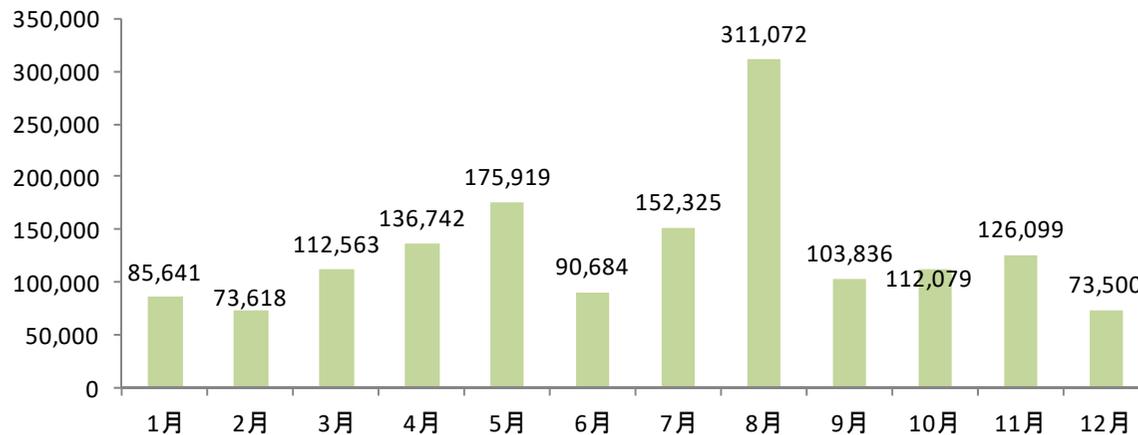
### ハード事業

- 1) 市場施設、設備等の整備
  - ・高度衛生管理型荷さばき所の整備
  - ・冷凍冷蔵庫の整備支援
- 2) 漁港エリアの活性化対策
  - ・瀬戸ヶ島埋立地の活用
  - ・しまねお魚センターの活性化、公設水産物仲買売場のあり方の検討

# 1-3.浜田市の観光の現状と課題

- ✓ 平成29年における浜田市全体の観光入込客数は約155万人。入込客数は平成27年をピークに減少傾向にあり、平成25年から平成29年において約16%の減少。
- ✓ 観光地別の入込客数は「石見海浜公園」「しまねお魚センター」「ゆうひパーク三隅」「石見畳が浦」「浜田海岸」の順。いずれも入込客数は減少傾向にあり、「ゆうひパーク三隅」「お魚センター」の減少が顕著。
- ✓ 旅行形態の内訳を見ると、宿泊客・日帰客の割合がそれぞれ15%・85%となり、日帰が卓越。季節別には、海のレジャーシーズンである8月が突出して高くなる。

	合計	主な観光ポイント					
		石見海浜公園		お魚センター	ゆうひパーク三隅	畳ヶ浦	浜田海岸
		うちアクアス					
H25	1,845,435	599,510	374,575	176,714	128,493	90,660	75,840
H26	1,760,552	584,620	373,525	147,638	119,828	81,320	76,140
H27	1,825,247	614,240	366,274	178,076	126,652	83,250	81,480
H28	1,713,068	600,550	364,003	154,454	122,686	78,210	76,130
H29	1,554,078	520,250	295,342	129,837	88,099	76,350	72,010
H25/H29	84.2%	86.8%	78.8%	73.5%	68.6%	84.2%	94.9%



資料: 島根県観光動態調査

# 1-3.浜田市の観光の現状と課題

- ✓ 地域資源である浜田城跡、石見神楽、広浜鉄道今福線などの魅力を活かした観光商品化に取り組むほか、観光協会を中心に、受入体制づくりを推進。
- ✓ 浜田ならではの食の魅力づくりのため、5つの地域の食への想いを「五地想ものがたり」と銘打ち加盟店で提供するほか、邑南町との「食」を通じた観光・交流事業等を進めている。

施策	事業	目標
「お宝観光資源」を活用した観光商品化と石見神楽の振興	・浜田開府400年記念イベント事業 ・石見神楽定期公演推進事業 ・浜田の五地想ものがたり推進事業 ・浜田城周辺整備事業 など	浜田の五地想ものがたり協賛店の増加
観光客の受入体制の整備と滞在型観光の推進	・観光振興事業	宿泊客数の増加
イベント等の開催や合宿等の誘致	・広浜鉄道今福線観光資源活用事業 ・合宿等誘致事業 ・山陰浜田港マリン大橋リレーマラソン開催支援事業	合宿等誘致人数の増加
地域間交流、国際交流の推進	・浜田国際交流協会助成事業 ・浜田市と邑南町との「食」を通じた観光・文化交流事業	

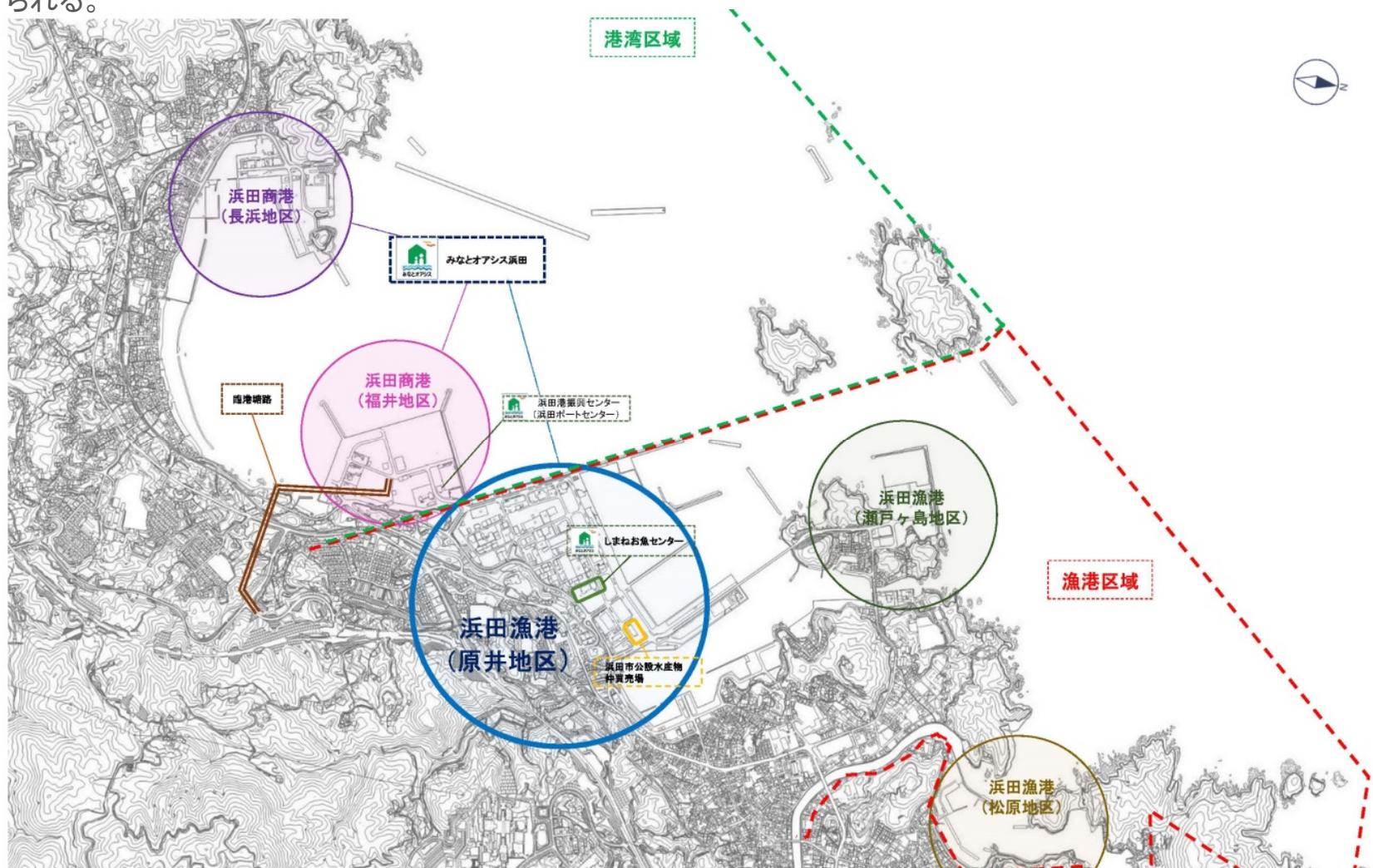


石見海浜公園、しまねお魚センターを中心に、海を中心とする体験型の観光が主流。  
夏季に入込客が集中するほか、観光形態は日帰り型が主流。  
食や石見神楽などの地域資源を活かし、通年型、滞在型観光への移行が課題。

## 2. 浜田漁港エリアの特性

## 2-1. 浜田漁港エリアの現状

- ✓ 浜田漁港は、県下唯一の特定第3種漁港。原井地区を拠点に、瀬戸ヶ島地区、松原地区により構成される。浜田漁港周辺には浜田商港があり、水産関係の工場以外にも内外貿易関係の企業が多く立地している。
- ✓ 浜田地区が水産の町として急激に発展したのは明治に入ってからであり、特に昭和27年に第3種漁港、昭和44年に特定第3種漁港に指定され発展し、今日では西日本有数の水産都市に成長。
- ✓ 長浜地区、福井地区、原井地区が「みなとオアシス」に指定(平成28年2月)。原井地区はしまねお魚センターを中心とした地域産業の振興、福井地区はクルーズ客船を中心とした港の賑わい創出、長浜地区は地域住民の交流推進拠点として位置づけられる。



## 2-2.水産関連施設の現状

- ✓ 浜田漁港(原井地区)には、漁業関連施設のほか、水産物の流通拠点である「浜田市公設水産物仲買売場」や、市民が利用する「サンマリン浜田」「しまねお魚センター」、水産加工業が集積する「水産加工団地」が整備され、漁業、流通、加工、観光に関する施設が集約。
- ✓ 「浜田市公設水産物仲買売場」の老朽化への対応、「しまねお魚センター」の経営不振等への対応から、浜田市公設水産物仲買売場の新築移転にあわせ、しまねお魚センターを浜田市が取得し、両施設を複合した「(仮称)山陰浜田港公設市場」として令和2年11月に再稼働予定。

■ 浜田漁港周辺エリアにおける水産関連施設

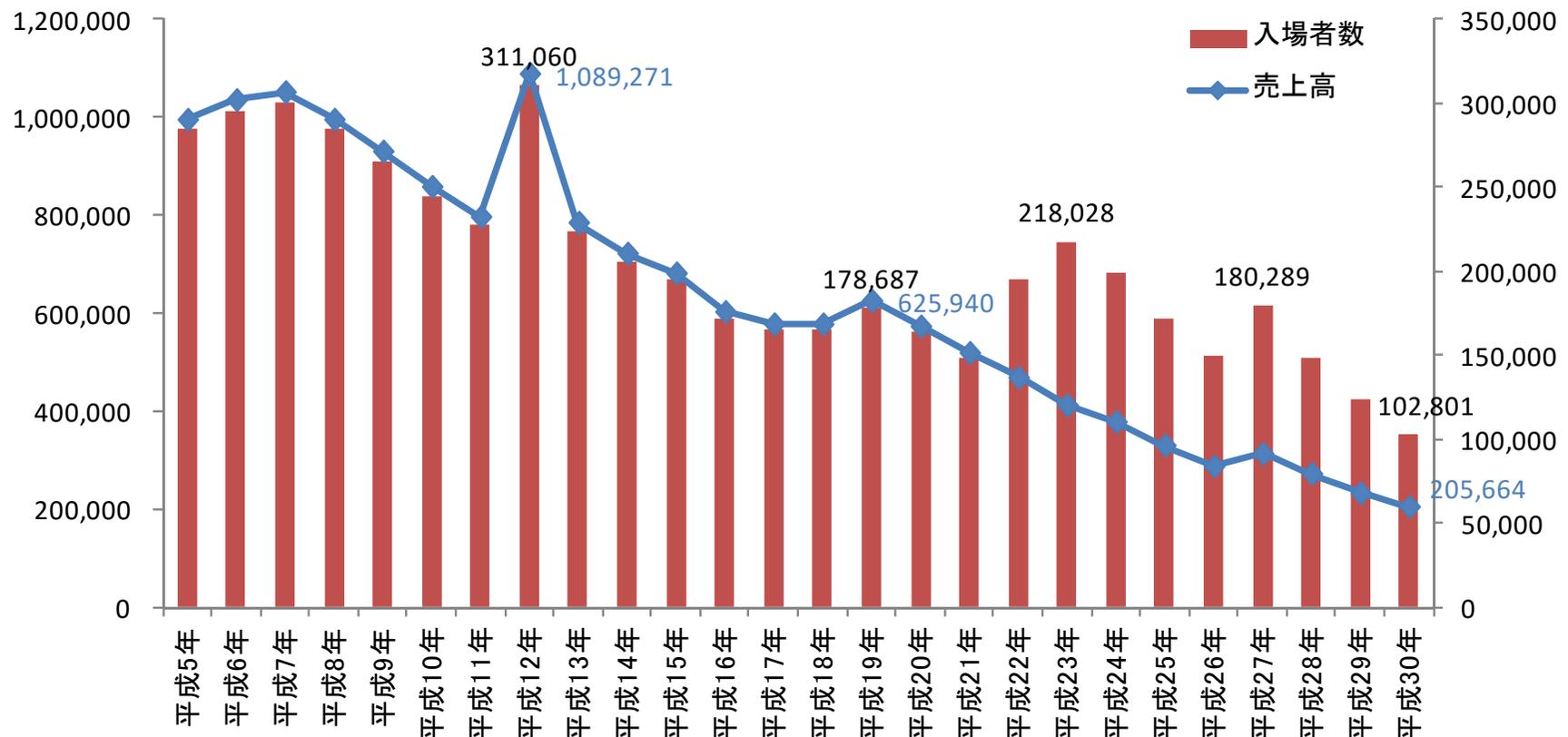
	施設名称	施設概要
1	浜田市公設水産物仲買売場	生鮮水産物等の取引の適正化と流通の円滑化を図り、水産業の発展に資するための施設として設置
2	サンマリン浜田	体育館、研修室。スポーツの振興及び文化の向、市民の健全な心身の育成に寄与することを目的
3	浜田漁港排水浄化管理センター	浜田漁港内の排水(汚水)浄化施
4	島根県水産技術センター	水産試験研究機関
5	浜田マリン大橋	原井地区と瀬戸ヶ島地区を結ぶ斜張橋
6	瀬戸ヶ島埋立地	栽培漁業の推進を目的に埋立地を造成 ※現在未利用状態のまま、遊休地となっている
7	浜田水産物地方卸売市場(荷捌所)	S53.7.1 市が市場開設、S62.4.1 市から漁協へ譲渡 現在、高度衛生管理型の荷捌所(4・7号)へ整備中
8	製氷貯水施設	
9	冷凍冷蔵庫	
10	BB浴場	風呂場、サウナ
11	しまねお魚センター	浜田漁港で水揚げされた魚介類の販売(鮮魚・加工品)とレストランを併設した水産都市浜田のPR施設
12	水産加工団地	市内に分散操業している水産物の流通及び加工業者を1か所に集約して操業できる水産加工団地を整備

(仮称)  
山陰浜田港公設市場

## 2-3.しまねお魚センターの動向

- ✓ 平成30年は103,994人の入込があったが、10年前の平成21年と比較すると、48,600人(31.85%)減少している。
- ✓ 施設全体の売上額については、平成12年度に最高値となる1,089百万円であったものが、平成30年度には205百万円に減少。ピーク時と比較すると884百万円(81.1%)の大幅な減少となっている。
- ✓ 鮮魚が割高である印象、商品に多様性が無い、接客に積極性や活気が無いなどの評価が悪いイメージとして定着したため、入込客数と売上が徐々に低下、令和元年5月末を以って営業を終了することが決定。

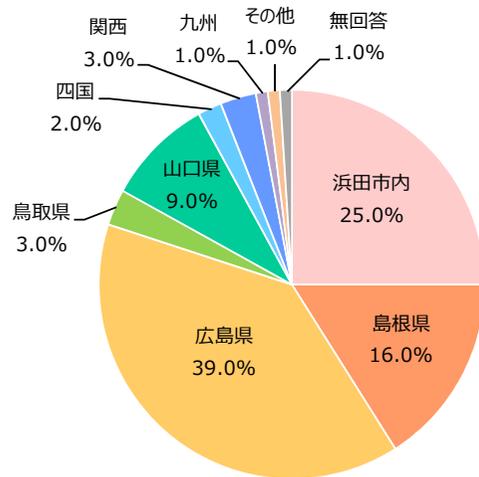
しまねお魚センター入場者数と売上の推移



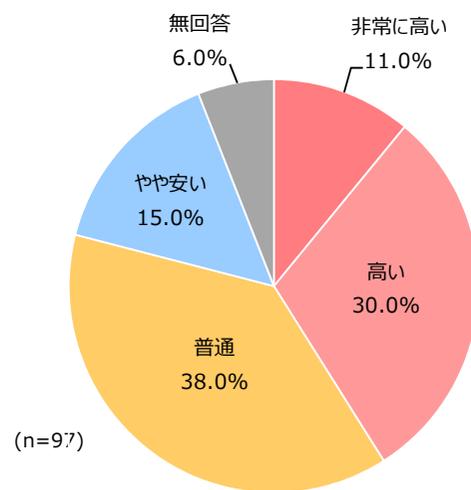
## 2-4.しまねお魚センターの利用者の声

- 平成24年に「水産商業施設を中核とした産業振興とまちづくりに関する調査」として、浜田市と島根県立大学の共同研究により実施したしまねお魚センターの利用者に対するアンケート調査によると、回答者の居住地は「広島県」が全体の39%と最も多く、次いで、「浜田市内」(25%)、「島根県内」(16%)となる。
- 商品価格に対する評価では、「普通」とする回答が全体の38%を占め最も多く、ついで「高い」(30%)となる。「非常に高い」と「高い」をあわせ全体の41%が価格が高いと評価。
- 「雰囲気」「品揃え」「接客態度」「総合評価」の各項目についての満足度調査では、「満足(「非常に満足」「やや満足)」とした人の回答割合は、それぞれ29%、37%、25%、33%。相対的に「品揃え」に対する評価が高く、「接客態度」が低い傾向にあるが、いずれの項目も満足度は3割程度と低調。

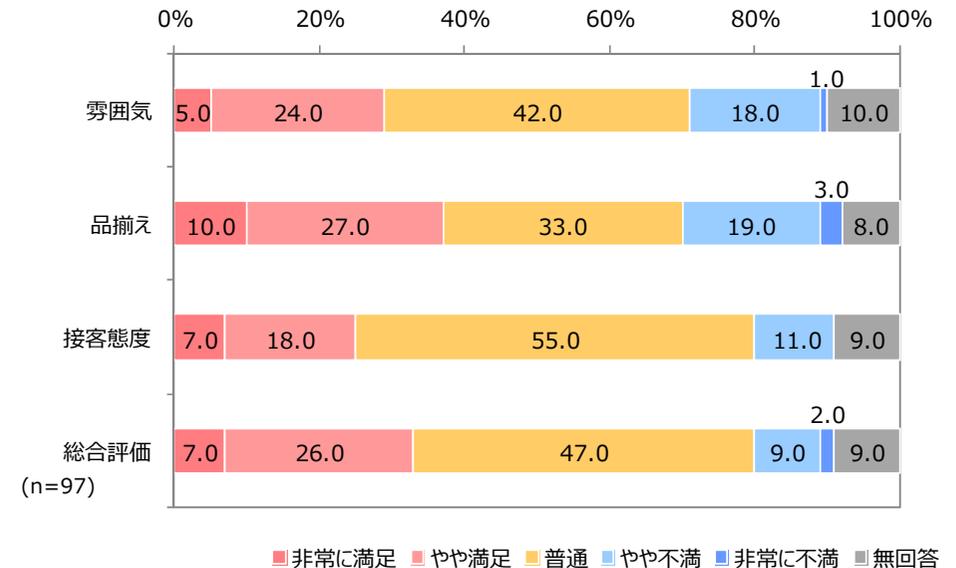
回答者の居住地



商品価格の評価



満足度調査



## 2-5. 浜田漁港エリアの課題・ポテンシャル

---

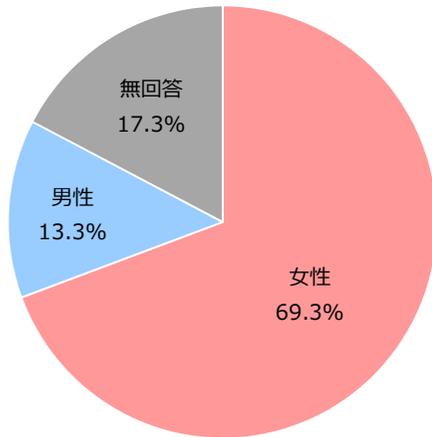
- ✓ 浜田漁港周辺エリアは、中心市街地や観光拠点施設と近接し、商港、漁港、観光拠点施設が一体となった浜田市を代表する「海」に関する機能が集積するエリア。
- ✓ 漁業、水産加工業などの海に関する生業のほか、体育施設、魚介類の販売・飲食施設、釣りなどのマリンレジャーのフィールドが存在。
- ✓ BB大鍋フェスティバル、山陰浜田港マリン大橋リレーマラソン、浜っ子夏祭り、クルーズ客船誘致事業が展開され、海を活かした集客・交流拠点としての役割が期待。
- ✓ しまねお魚センターの利用者の減少に伴い、市民、観光客の日常的な利用が減少。山陰有数の浜田漁港を持ちながら、そこで水揚げされる多様で新鮮な魚介藻類の魅力を市民・観光客に十分に訴求できていない。

### 3. 浜田市民の意向

# 3-1.調査概要

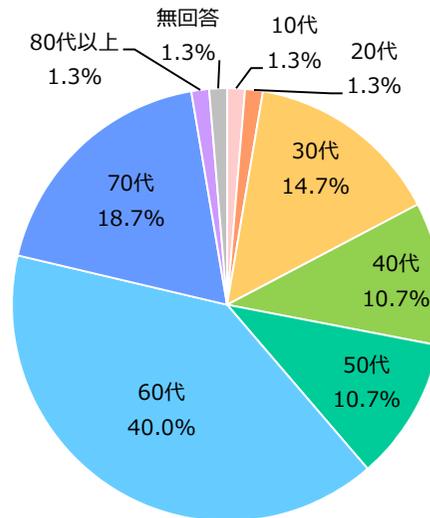
目的	特に魚に関心を持つ市民のニーズや関心を把握・整理することで、浜田漁港の活性化に向けてお魚センターが目指すべき方向性を検討するための基礎資料とする。
実施時期	平成31年4月26日(金)～5月7日(火)
調査対象	山陰浜田港お魚料理教室受講者 174名
調査方法	アンケート調査(郵送配布)
配布/回収数	75/174サンプル(回収率43%)

### 性別



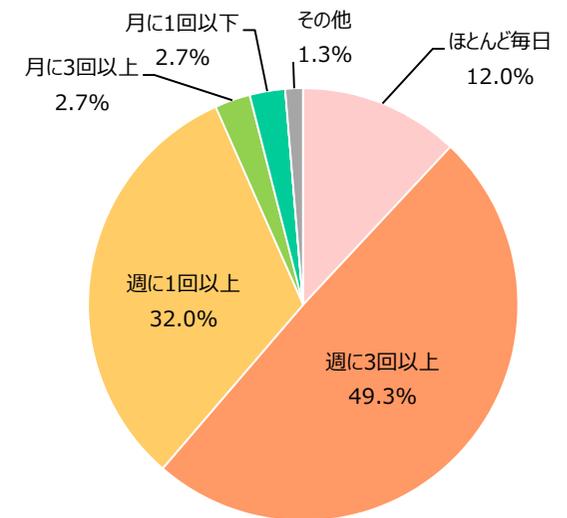
(n=75)

### 年代



(n=75)

### 魚を食べる頻度

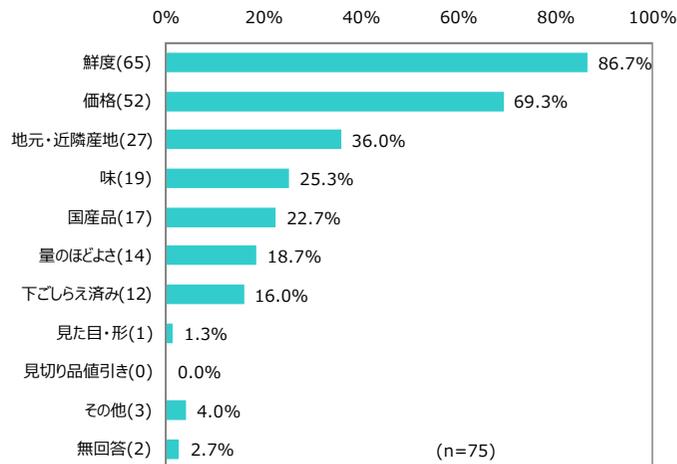


(n=75)

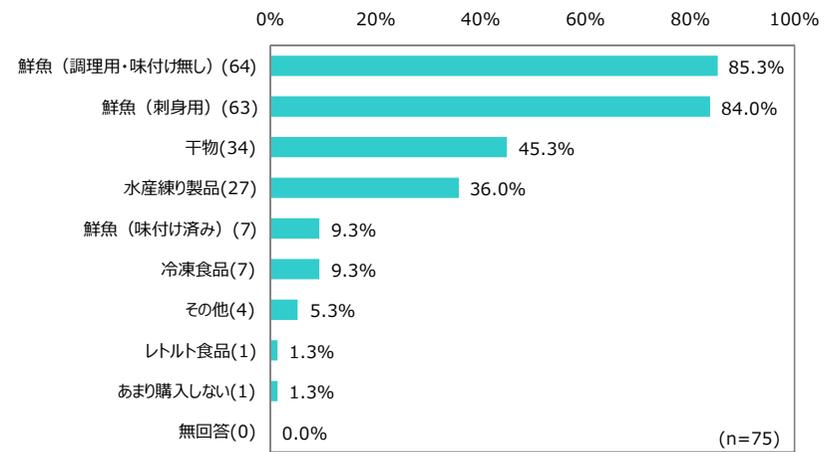
## 3-2.調査結果

- ✓ 海産物を購入する際に重視することについて、「鮮度」が最も多く87%に上り、「価格」の割合を上回る。普段購入する水産商品については、鮮魚が最も多く、刺身用・調理用ともに約85%となり、鮮魚に対するニーズが高い。

### 海産物を購入するときに重視すること

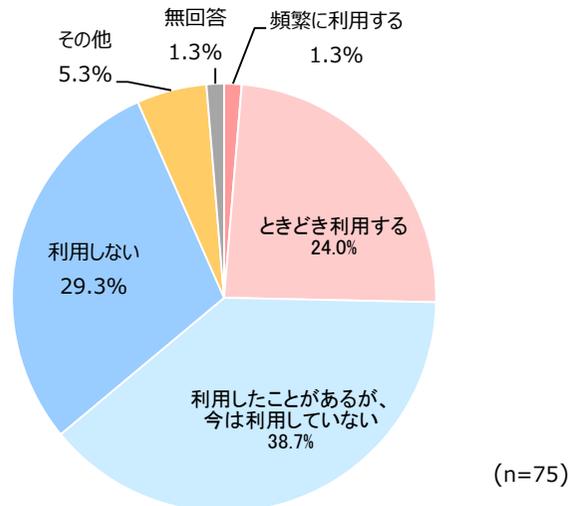


### 普段購入する水産商品

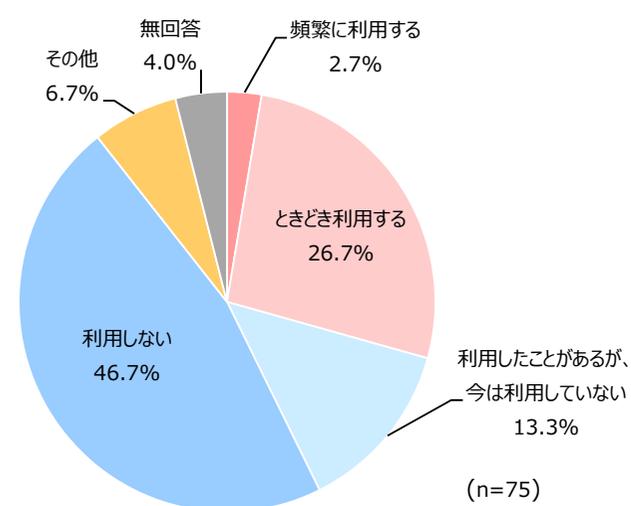


- ✓ お魚センター及び公設仲買市場の利用頻度は、いずれも約7割が「利用しない」または「利用したことがあるが今は利用していない」と回答した。一方、「頻繁に利用する」「ときどき利用する」と回答した人の内訳をみると、魚を食べる頻度が週3回以上の人の割合が大半を占める。

### お魚センターの利用頻度



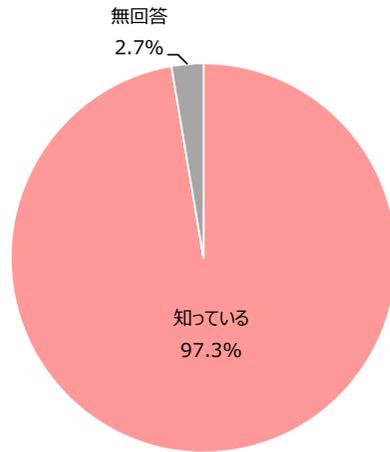
### 公設仲買市場の利用頻度



# 3-2.調査結果

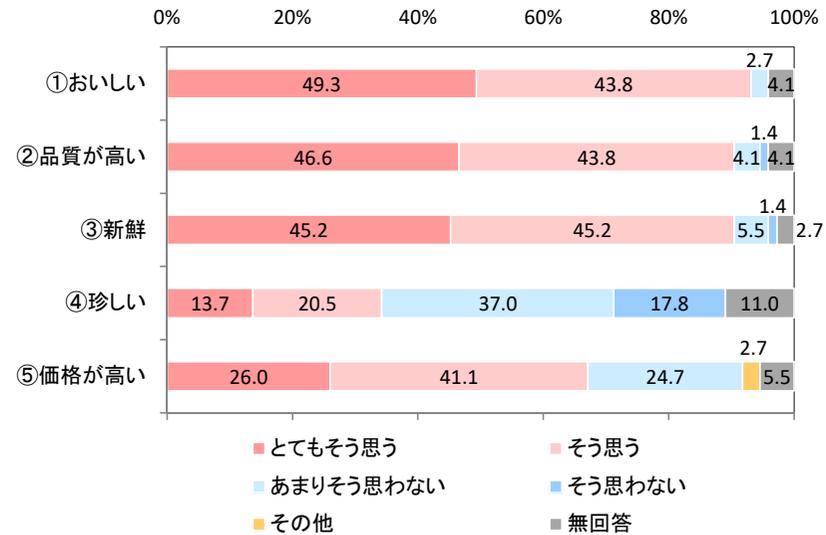
✓ 水産ブランド「どんちっち」の認知度は97.3%と非常に高く、「おいしい」「高品質」「新鮮」といったブランドイメージが広く定着しつつある。

「どんちっち」の認知度



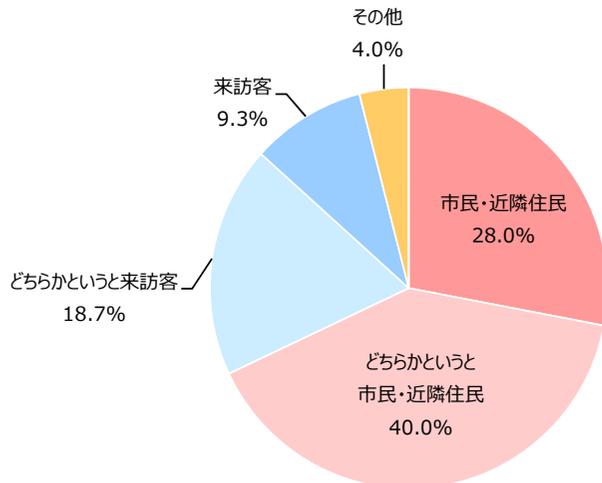
(n=75)

「どんちっち」ブランドに対するイメージ



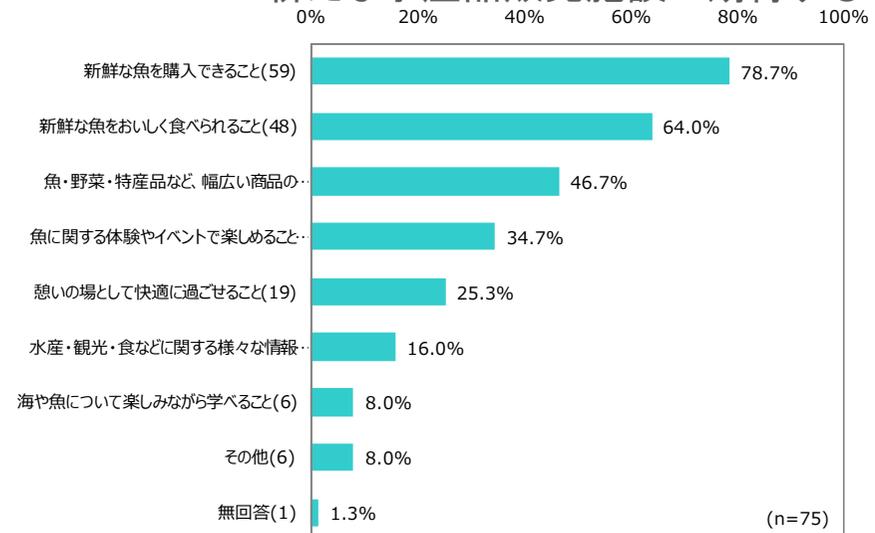
✓ 新たな水産品販売施設の運営方針に対し、新鮮な魚を購入できる店舗や魚を美味しく食べられる飲食店の整備について特に高い期待。取り込むべきターゲットについては、「市民・近隣住民」「どちらかという市民・近隣住民」と回答する回答が7割。

新たな水産品販売施設が取り込むべきターゲット



(n=75)

新たな水産品販売施設に期待すること



(n=75)

## 4. 他地域の取り組み

# 4-1.調査結果

✓ 各地で展開される漁港施設等を活用した水産業振興に関する特徴的な取組みを以下に整理。

都道府県	市町村	実施主体	取組み概要
福岡県	豊前市	豊築漁業協同組合	漁船から直接仕入れた魚を提供する「漁師食堂うのしま豊築丸(レストラン)」や、直売所で購入した魚介を持ち込む海鮮バーベキュースペースなど、地元産にこだわる。 直売所「四季旬海buzen」では漁師がそれぞれ自慢の魚介を対面にて販売。漁港に立地する利点を生かし、店内にイケスを設置し、活きたままの魚も取り扱う。 魚は捌くこともでき、捌きの担当は地元の女性が担当。
徳島県	小松島市	和田島漁業協同組合女性部	食堂「網元や」の運営(改装計画・メニュー考案・PR 情報発信・仕入れ・調理・接客等)を漁協女性部が担当。漁業者が直接販売することで、県産ブランド「阿波ちりめん・しらす」の消費拡大やブランド力の維持向上に繋がり、漁村の活性化の核となる拠点となっている。
長崎県	対馬市	峰東女性部キッチン	H22年より漁協女性部員による峰東女性部キッチンが発足。地元定置網で漁獲された魚介類を原料とした給食用水産加工の製造・販売を開始。品質の確かさが認められ、現在は島内の全小中学校41校の給食や4ヶ所の保育所でも採用。学校給食での地元水産物の使用回数は、H20年度は16回であったが、発足後のH23年度以降は約500～700回/年まで増加。
新潟県	糸魚川市	上越漁業協同組合	若手漁業者が中心となり、生産から加工・販売の各部門を一体的・計画的に運営し、未利用魚等による新たな加工品の開発・販路拡大・3Dフリーザー等を整備。セリの見学台を設置し、観光協会と連携したツアー等の受入れや、道の駅に漁協加工商品の直売所を開設。
長崎県	五島市	長崎市たちばな漁業協同組合	H13年に地元漁業者、農業者、商工会のメンバーで協議会(会員101名)を設立し、直売所での農水産物等の販売を開始。夏の「はも、わたりがに」、冬の「ふぐ、かき」など、旬の魚をメインにイベントを実施。「漁師めし(炊き込みご飯)」の商品開発を行い、H28年から販売。H22年から地元の水族館等と連携したツアー等を受入。H28年から、関東からの旅行客をターゲットに受入れ開始。

# 4-1.調査結果

都道府県	市町村	実施主体	取組み概要
高知県	安芸市	安芸「釜あげちりめん丼」楽会	じゃこの聖地として安芸市を全国へPRするため、じゃこに特化したイベント「じゃこサミット」を開催。毎月15日を「じゃこの日」として、保育園・小中学校の給食にじゃこ料理を提供。地元高校生に企画立案、イベントへの協力、新商品の提案等への参画を依頼。また、出前授業や高知大学による講演を実施。
広島県	三原市	三原市漁業協同組合	道の駅「みはら神明の里」内に、タコ天等加工品の販売コーナーを設置。平成26年に市の特産品として「三原やっさタコ」の商標権を取得。伝統あるタコ漁の認知度を高めるための水産教室やタコ漁体験の開催、学校給食の食材として提供。
富山県	魚津市	魚津漁業協同組合	厄介ものだが大量に漁獲されるウマヅラハギのブランド化に平成20年から取り組む。品質管理を徹底し、大きさにより呼称を代えるなどウマヅラハギをブランド化。市内飲食店と連携し、和洋中のメニューを開発し提供。普及促進活動として、料理教室の開催や地元小学校の給食で提供。
愛媛県	今治市	大浜漁業協同組合女性部	天然真鯛『来島鯛』を中心とした大浜で水揚げされる魚介類を使ったメニューを開発。平成28年9月、来島海峡でもまれた「真鯛」のふる里にという由来で命名した加工直販施設「浜の台所『潮里(しおり)』」をオープン。「潮里」では、魚介類を使ったメニューを提供。地元のデイサービスへの出張販売やスーパーへの納品も行う。
島根県	大田市	おおだ一日漁推進協同組合	出漁したその日の夕方に水揚げした魚が競りにかかられる、この地域ならではの漁形態をブランド化し、PR。行政と連携し、学校給食に一日漁の鮮魚を多く取り入れてもらうなど魚食普及に努める。ロゴデザインしたシール、幟を作成・配布し県内外のスーパー等でPR。
熊本県	天草市	天草地区漁業士会	天草の2市1町の漁業士39名で組織。魚食普及に向け、H25年より一般公募による複数回参加型のお魚捌き方教室を実施。H22年から地元小中学・高校生を対象の漁業体験教室を年3回程度実施。
新潟県	糸魚川市	シーフードカンパニー能水商店	イクラを取り除いた後に廃棄されてきた鮭の問題解決として、海洋高校生が魚醤を開発。この商品を利用して地域貢献をしたいとの思いから、高校同窓会と市が連携し平成27年4月に会社を設立。高校生がイベントへの出展販売や小売店への営業、魚醤レシピ開発等を実施。

## 4-2.調査結果のまとめ

---

先行事例の動向調査から整理される浜田市の今後の取組において参考とすべき点は以下のとおり。

### ✓ 女性、若者、生産者、市民等、多様な主体の参画

各種事業の企画・運営において、漁協の女性部や青年部のほか、高校生、市民等の多様な主体を巻き込むことで、消費者に支持される商品・サービスづくりが進展。

### ✓ 魚食文化の担い手づくり

商品開発やブランド化と同時に、小中学校への学校給食への食材提供や料理・調理指導等の魚食文化の担い手づくりを一体的に展開。

### ✓ 地域が一体となったブランドづくり

飲食店等と連携したメニュー開発や特産品開発、地域が一体となったイベント展開等により、その土地ならではの魚介類のブランド化が進展。

## 5. 浜田漁港周辺エリア活性化計画 (観光・地域活性化編)

# 5-1.観光及び地域活性化推進の課題

## まちづくりの進展

「住みたい 住んでよかったまち」の実現が将来目標。  
その実現に向け、「水産業の振興」「観光・交流の推進」など、海を活かした取り組みが重要な役割を担う。

## 水産業の振興

ブランド認証制度や衛生処理施設整備等を通じた差別化戦略が進展。しかし、漁業を取り巻く環境は以前厳しい状況。担い手育成等を含めた魅力ある漁業への転換が必要。

## 観光振興

観光客の減少へ歯止めを掛け、経済波及効果を高めるためには、食や石見神楽などの地域資源を活かした滞在型観光につながる魅力づくりが必要。

## 市民の声/先行事例の動向

- ・鮮度が最大の購買動機、魚好きの市民が自慢できる場所へ（新鮮、朝取れ、ここならではの素材）
- ・多様な主体との連携、魚食文化の普及、地域が一体となったブランドづくりが成功事例のポイント



## 浜田漁港周辺エリアの特性と観光・地域活性化の課題

- 浜田市を中心市街地や観光拠点施設に近接し、商港、漁港、観光拠点施設が一体なった「海」に関する機能が集積。
- 漁業、水産加工業などの海に関する生業のほか、買い物、釣りや海水浴などのマリンレジャーのフィールドとして市民、観光客が日常的に集う場所になる可能性を持つ。
- 新たに整備される(仮称)山陰浜田公設市場を観光・地域活性化の起爆剤とすることが期待。

**漁港周辺エリアを「海のまち浜田」のランドマークと再定義し、  
市民や観光客に四季折々の浜田の海の魅力を伝えることを通じて、  
共感の獲得、交流人口の拡大、経済効果の獲得へつなげることが期待。**

## 5-2.エリア開発のコンセプト

---

### “魚文化”を育む場

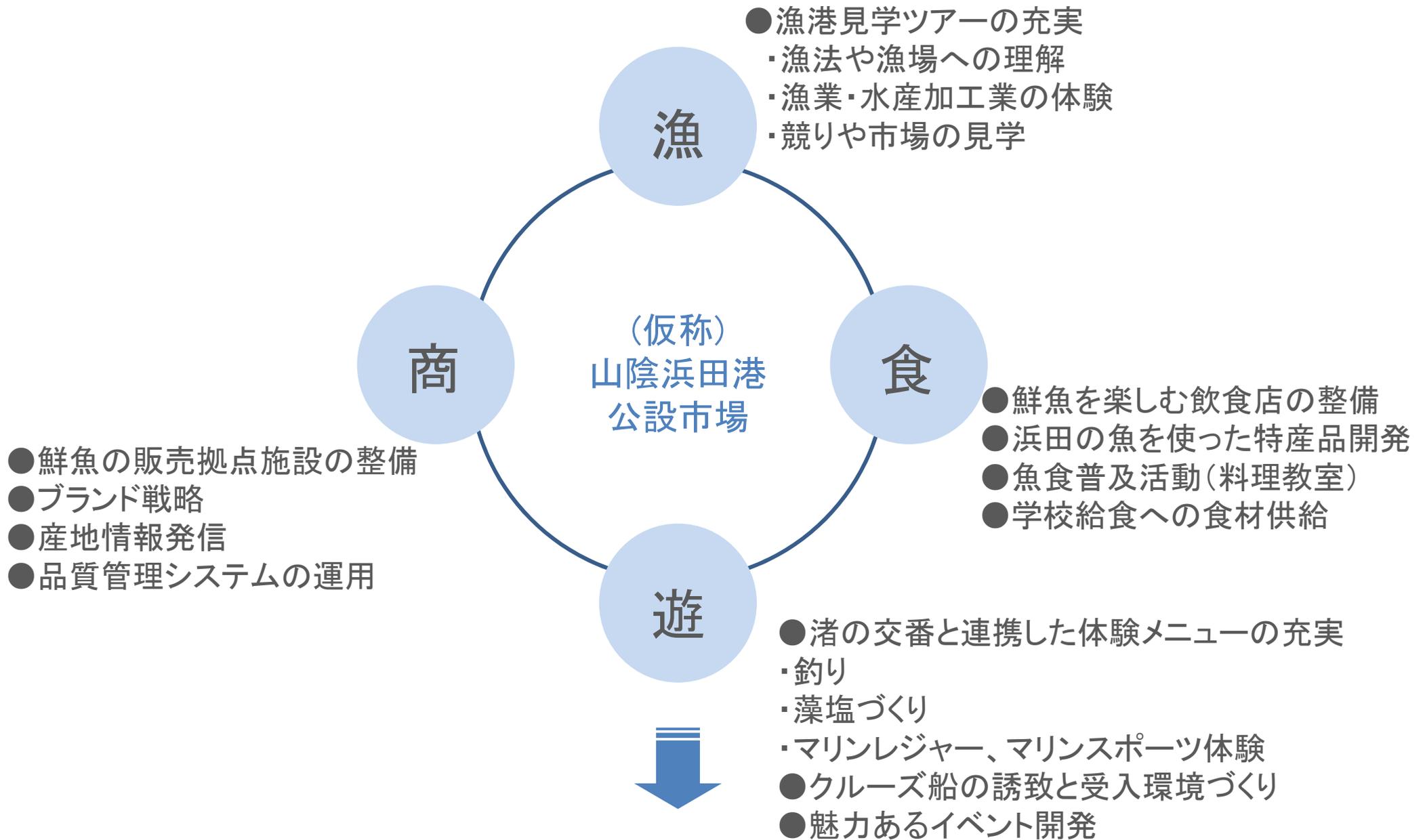
浜田漁港で水揚げされる「魚」が、水産加工業、流通業、小売業、飲食業、観光業などの多くの生業を支える。市民の暮らしに彩りを添え、固有の食文化を育む。

将来にわたり活力ある「海のまち浜田」を実現するためには、市民が海の恵みの中心である「浜田の魚」を大切にし、楽しみ、活かす価値観や行動を広げていくことが求められる。

浜田漁港周辺エリアを、海の生業や、ここならではの四季折々の多様で新鮮な魚介藻類との出会いを通じて、浜田の魚、浜田の海に対するファンづくりにつなげる場にする。

市民参加を通じて、市民生活の中にある魚食文化や海とのつながりを強化し、次世代に引き継いでいく。

## 5-3.展開方法



魚文化の醸成

## 5-4.推進する取り組み(案)

---

### (1) 漁業に触れる機会づくり(漁)

- ① 漁港見学ツアーの充実
  - ・ 漁法や漁場への理解
  - ・ 漁業・水産加工業の体験
  - ・ 競りや市場の見学
- ② 漁業体験機会の提供
  - ・ 漁船体験
  - ・ 放流

### (2) 魚食文化に触れる機会づくり(食)

- ① 鮮魚を楽しむ飲食店の整備  
(山陰浜田港公設市場の整備)
- ② 浜田の魚を使った特産品開発
- ③ 魚食普及活動(料理教室)
- ④ 学校給食への食材供給

### (3) 水産物の販売拠点づくり(商)

- ① 鮮魚の販売拠点施設の整備  
(山陰浜田港公設市場の整備)
- ② ブランド戦略
- ③ 産地情報発信
- ④ 品質管理システムの運用

### (4) 海を楽しむ機会づくり(遊)

- ① 渚の交番と  
連携した体験メニューの充実
  - ・ 釣り
  - ・ 藻塩づくり
  - ・ マリンレジャー、マリンスポーツ体験
- ② クルーズ船の誘致と受入環境づくり
- ③ 魅力あるイベント開発