

行政視察レポート

令和8年6月2日(火) ～ 6月3日(水)

産業建設委員会

視察先：長崎県松浦市

今回の視察

長崎県松浦市

■ 期間 令和8年6月2日（火）～ 6月3日（水）

■ 視察先及び調査項目

- (1) 新松浦漁業協同組合 福島くるまえび養殖場（長崎県松浦市）
- (2) 株式会社ウエストジャパンフーズ（長崎県松浦市）
- (3) 長崎県松浦市役所・「アジフライの聖地 松浦」推進事業について
・水産物輸出拡大施設整備事業について（現地視察）

■ 視察の目的

食を軸とした地域ブランド戦略、高付加価値水産物（くるまえび養殖）の経営実態、高度衛生化閉鎖型施設の整備・運営、加工・販売・飲食まで含めた事業展開を学び、浜田市の水産業振興・産業政策への示唆を得る。

新松浦漁協 福島くるまえび養殖場

事業概要と養殖サイクル（1/3）

[視察の目的]

高付加価値水産物であるくるまえび養殖の経営実態とブランド化の取組を調査し、浜田港長浜地区における養殖事業の可能性を検討する。

[養殖方式]

- ・ 天然入り江を活用した築堤式養殖池。池底は海砂を使用、定期的に砂の洗浄・底質管理を実施。
- ・ 養殖池面積約30,000㎡（2面整備）、生産量約2.3kg/㎡。
- ・ 池中央部に汚泥・排水を集める構造。サイフォン方式によりヘドロを除去。
- ・ 池底の砂が黒色化すると環境悪化につながるため、白い状態を維持することが管理の要諦。

[年間サイクル]

- ・ 6月中旬：海水を張り注水開始 → 10日～1か月かけ植物性プランクトンを発生させ水づくり。
- ・ 7月上旬：稚エビ約110万尾を放流 / 約160日間飼育。
- ・ 9月下旬から間引き出荷開始 → 12月～3月が本格出荷シーズン（お歳暮需要を含む）。



養殖場現在は、水を抜いて掃除の段階

新松浦漁協 福島くるまえび養殖場

ICT・環境対策・高水温対策（2/3）

[スマート水産業の導入]

- ・ 酸素ファイター（高濃度酸素供給設備）とICT監視システムを導入（設備費約1,600万円）。
- ・ 酸素濃度・水温を5分ごとに自動測定、スマートフォンで確認可能。
- ・ 通常は酸素濃度7mg/L程度を維持、危険水準に近づくと自動的に高濃度酸素を供給。

[環境・疾病対策]

- ・ 排水は池中央部へ集約、3か所の溜枥を経由して処理。周辺漁業とのトラブルは発生していない。
- ・ 高濃度酸素水供給により水質維持・疾病予防を実現。

[最大の課題 = 高水温化]

- ・ 夏場に水温30℃超でビブリオ菌発生、酸欠、珪藻の大量発生・死滅による大量死リスクが高まる。
- ・ 近年、放流時期を7月に遅らせたことが結果的に好成績につながった。

[体制] 常勤4名、パート3～4名、潜水土資格保有者3名（最大4時間に及ぶ潜水作業に対応）。



高濃度酸素供給設備の説明

新松浦漁協 福島くるまえび養殖場

投資・販売チャネル・委員会の整理（3/3）

[投資・運営コスト]

- ・ 初期投資：約22億円 / 年間ランニング：電気代 約1,000万円 人件費 約2,100万円 飼料代 約3,000万円。
- ・ 販売額（昨年）：約9,000万円。飼料費が経営上の重要要素。

[販売戦略・ブランド化]

- ・ 販売先：豊洲市場、地元飲食店、贈答需要、ネット販売。
- ・ 価格：最低 kg 6,600円程度、高値時 14,000円程度。豊洲市場で「長生きするエビ」が高評価。
- ・ 東京シーフードショー出展、ふるさと納税返礼品、料理教室、小中学校での食育、地域イベントを継続。
- ・ 梱包は市場ニーズに対応し、おがくずを使用しない方式を採用。

[委員会としての整理]

- ・ 高付加価値水産物の生産は、技術・経験・緻密な環境管理の積み重ねによって支えられている。
- ・ 浜田港長浜地区は砂地という立地条件を有するが、導入には高水温対策、人材育成、技術継承、約22億円の初期投資の回収検証が前提条件となる。販路・ブランド戦略まで含めた総合設計が必要。

株式会社ウエストジャパンフーズ

企業概要と生産体制（1/3）

[企業概要]

- ・ 9月 / 資本金：3,600万円 / 従業員数：107名（グループ約420名）。
- ・ 事業内容：鮮設立：2012年魚の加工・冷凍・販売。売上高（2025年8月期）47億2,700万円。
- ・ 世界展開：2021年より台湾・カナダ・アメリカへアジフライを輸出。
- ・ 地域貢献：地元小中学校給食でのアジフライ提供等を実施。

[製造ライン（アジフライ）]

- ・ 製造開始から凍結完了まで約20分の超最速工程。1日当たり処理能力約9万尾。
- ・ オートメーション殺菌・洗浄ライン、ブレッダーマシン（粉率を一定化）。
- ・ -40℃／8分で凍結する25mトンネルフリーザー、オートチェッカー4台、金属探知機。
- ・ -20℃／-40℃の冷凍倉庫を完備。
- ・ 原料保護のためアイスシャーベット氷を活用し魚体ダメージを軽減。



株式会社ウエストジャパンフーズ

事業展開と浜田の水産資源への評価（2/3）

[競合との差別化]

- ・ 松浦市内では既存飲食店とバッティングしないよう出店を控える配慮を実施。
- ・ 福岡・東京駅八重洲口地下の店舗では「魚屋三陽のアジフライ」を前面に出してブランディング。

[浜田の水産資源への評価]

- ・ 「浜田は松浦に匹敵する日本屈指の漁場と水産技術を持つ地域」との認識。
- ・ どんちっちアジ・どんちっちノドグロ・どんちっちカレイを活かした展開に可能性。

[想定される新商品・販路]

- ・ どんちっちアジ×当社加工技術 ⇒ プレミアム最高級アジフライ。EC・ギフト需要の核へ。
- ・ カレイ・ノドグロ・郷土料理を取り込んだ水産加工品（メンチカツ・西京漬等）の共同開発。
- ・ 「水揚げ場直結・出来立てのアンテナショップ」型店舗の可能性（地域観光のデスティネーション化）。

[ブランド化での苦労] 安定供給と品質基準対応／差別化と継続品質維持の両立。

株式会社ウエストジャパンフーズ

浜田進出に求められる支援と委員会の整理（3/3）

[先方から示された「官民一体」の3つの支援要望]

- ① **人材確保・雇用ミスマッチ解消**：市の就職フェア・Uターン支援、地元高校・専門学校とのマッチング機会創出。「地元水産業を盛り上げる仕事」として誇りを持てる雇用づくり。
- ② **観光・交通インフラとの連動**：浜田漁港周辺の観光ルートとの導線（しまね海洋館アクアス、道の駅等）、観光バス立ち寄りスポット化、官民共同の食を目的とした観光プロモーション。
- ③ **ふるさと納税・地域通貨との連携**：浜田産原料の新商品をふるさと納税返礼品へ迅速登録。市内店舗での飲食をクーポン・プレミアム商品券で利用可能にする等の初期認知支援。

[現場から示された受入環境のニーズ]

- ・ 漁港周辺の船員用入浴施設、コンビニ、繁華街へのアクセス等の整備。
- ・ 長靴等の備品の地元調達、社宅紹介、フォークリフト資格取得のしやすい環境、多言語対応。

[委員会としての整理]

- ・ 水産加工業は「加工・品質管理・ブランド発信・飲食・EC・雇用創出」を含む**総合事業**である。
- ・ 誘致は施設整備のみで完結せず、**地元水産業との共存共栄**を前提に、人材・物流・住環境・観光導線まで含めた**受け皿づくり**が成功の鍵となる。

長崎県松浦市

視察先概要 — 食と歴史で磨くまちづくり

[視察先の概要]

- ・ 長崎県北端、北松浦半島の北西部に位置する水産都市。人口**19,861人**（令和8年4月末）。
- ・ **アジの水揚げ量は全国第1位**。松浦魚市場は年間約10万トン級の日本有数の産地市場。
- ・ 歴史的には**蒙古襲来（元寇）の舞台**。豊かな自然と歴史を併せ持つ「漁業のまち」「歴史のまち」「農業のまち」「体験のまち」の**4本柱**でシビックプライドを醸成。
- ・ **体験型修学旅行**を年間4,000人規模で受入（教育旅行の受入実績）。

[地理的特性]

- ・ 長崎市まで車で約2時間弱、福岡市まで約90分。**福岡都市圏との接近性**を生かしたシティプロモーション体制（福岡事務所）を構築している点が特徴。



「アジフライの聖地 松浦」推進事業

構想から宣言までの取り組み（1/2）

[視察の主な内容]

- ・ **文化観光課**（教育委員会所管の文化部門を市長部局へ移管）を中心に説明を受けた。
- ・ 水産課ではなく文化観光課が主導することで、**歴史・観光・食**を一体化した戦略を構築。

[立ち上げの経緯]

- ・ **平成30年2月** 市長選で「アジフライの聖地を目指す」を46の提案の一つに掲げ当選。
- 関西で食べたアジフライとの違いから、松浦アジフライの価値を再認識。
- ・ **平成30年8月** 第1弾アジフライマップ製作（2万部・20店掲載）。
 - ・ **平成31年2月** 長崎県庁内に「アジフライデー」設置。
 - ・ **平成31年4月** 「アジフライの聖地 松浦」を正式宣言。同時に松浦アジフライ憲章を制定。

[推進体制] 宣言まで＝市職員主導 ／ 宣言以後＝シティプロモーションを生かして展開。



「アジフライの聖地 松浦」推進事業

アジフライ憲章と展開・効果（2/2）

[松浦アジフライ憲章（要約）]

- ① 松浦アジフライへの思い（こよなく愛す） ② 松浦・周辺海域で水揚げ・漁獲されたアジを使用
- ③ ノンフローズン又はワンフローズンで提供 ④ できるだけ揚げたてアツアツを提供
- ⑤ おいしさを深く追求 ⑥ おいしさを広く伝播 ⑦ アジフライの振興を通して世界平和を願う

[主な展開（宣言後）]

- ・ 毎月第3金曜日「アジフライデー」、学校給食での提供、アジフライ大使委嘱、商標登録（令和2年）。
- ・ MR松浦鉄道「アジフライの聖地 松浦」号運行、市内5か所に石エモニュメント・看板設置。
- ・ アジフライ廃油をバイオ燃料化した公用車運用（令和6年）。
- ・ 多言語版マップ（繁体語・ハングル）製作、LINEミニアプリ「アジフライグルメNavi」リリース。

[効果（令和5年見積もり）] 経済波及効果 約30.6億円／パブリシティ効果 約4.5億円。

[思想] 「ないものねだり」ではなく「あるものさがし」が地域づくりの原点。

松浦市地方卸売市場（松浦魚市場）

概要と公設民営的運営（1/2）

[視察の目的]

高度衛生化閉鎖型施設、設備、EU-HACCPの取得方法・運用方法を調査し、浜田港での活用を検討する。

[市場の概要]

- ・ 昭和54年に松浦市が開設した地方卸売市場。大中型まき網漁業、沿岸まき網漁業、イカ釣り漁業等の集積基地。
- ・ 年間水揚げ量10万トン前後を誇る日本有数の産地市場。アジの水揚げ量は全国第1位。

[運営スキーム（公設民営的）]

- ・ 施設は松浦市が所有・維持管理 / 運営は卸売業者（西日本魚市株）を中心とする魚市場協会。
- ・ 使用料として水揚げ高の1000分の5を松浦市が徴収。
- ・ 水揚げ拡大が市の歳入確保⇒さらなるインフラ投資へ還元される持続可能な好循環を構築。

[取扱規模] 年間水揚げ約8万5,289トン / 水揚げ金額約162億円 / 使用料収入 年間約7,000万円。



松浦市地方卸売市場（松浦魚市場）

高度衛生化閉鎖型施設とICT・船員受入（2/2）

[高度衛生化閉鎖型施設（平成28～令和2年度 再整備）]

- ・ 陸揚げ～選別～荷捌き～冷凍～出荷まで一連の閉鎖型施設内で完結。鳥害・外気を遮断。
- ・ 紫外線殺菌海水・電解水を活用、5段階のゾーニングで衛生レベルを管理。EU-HACCP取得。
- ・ スラリーアイス（シャーベット氷）と空調管理で鮮度を徹底保持。
- ・ 最新の魚体選別機（5台）、1tタンク自動洗浄機等で省力化と魚体取扱の向上を実現。

[ICT活用]

- ・ 荷捌き・岸壁等にカメラ18台設置、HACCP遵守状況を映像記録。
- ・ タブレットによる電子帳票（清掃・洗浄・点検）。「荷捌き情報配信サービス」で2階入札室から船名・魚種・サイズ・箱数・重量等を確認しセリが可能。荷捌き場の混在緩和。

[船員受入環境] 事務所棟に食堂・コンビニ・共同浴場・仮眠室を備える（ATMIは徒歩圏施設を利用）。

[課題] 海水温上昇／働き方改革に伴う長距離輸送の制約（東京まで約2日）／施設更新投資の負担。

長崎県松浦市 行政視察

委員会の考察

・松浦市の取り組み全体を通して、本委員会は水産業振興がブランド化・生産技術・加工販売・輸出対応・観光・雇用を一体で設計することで成果につながることを確認した。浜田市においても、水産政策を個別 施策の集合ではなく、一連の価値連鎖として再設計する視点が必要である。

・「アジフライの聖地」は、水産課ではなく文化観光課が主導し、元寇という歴史資源と組み合わせて 観光・食・文化を一体化させた点に学ぶべきものがある。素材を「分かりやすい一品」に翻訳し、アジフライ憲章のようにコンセプトとルールを共有することで、市民・事業者の参加を引き出している。浜田市が誇る「どんちっちアジ」「ノドグロ」「カレイ」や石見神楽等の文化資源についても、同様の翻訳・憲章型アプローチに学ぶ余地がある。「ないものねだり」ではなく「あるものさがし」。

・松浦魚市場の公設民営的な運営スキーム（市が施設所有、卸売業者中心の魚市場協会が運営、水揚げ 1000分の5を市が徴収）は、水揚げ拡大が市の歳入確保とインフラ再投資の好循環を生む構造であり、浜田漁港の持続可能な漁港経営を検討するうえで重要な示唆を含む。EU-HACCP・高度衛生化閉鎖型施設・ICT活用は、輸出と省力化・高付加価値化を同時に進める実装例として評価できる。

・くるまえば養殖は高付加価値の好事例である一方、高水温対策、技術継承、人材育成、約22億円規模の初期投資の回収検証が不可欠であり、浜田港長浜地区での導入には慎重な検討を要する。

・株式会社ウエストジャパンフーズからは、浜田の水産資源と地域ブランドに対する高い評価が示された。企業誘致は工場立地のみで完結せず、人材確保、観光導線、ふるさと納税・地域通貨との連携、船員用入浴施設等の受入環境整備まで含めた受け皿づくりが必要である。あわせて、地元漁業者・仲買人・既存加工業者との共存共栄を前提に、地域全体の水産・観光活性化へつなげていくべきと考える。