

令和 8 年 6 月 18 日

浜田市議会議長 澁谷 幹 雄 様

産業建設委員会
委員長 村 木 勝 也

委員派遣報告書

本委員会は、下記のとおり委員を派遣し、視察調査を終了したので報告します。

記

1 期間 令和 8 年 6 月 2 日（火）～6 月 3 日（水）

2 視察先及び調査項目

- (1) 新松浦漁協福島くるまえび養殖場（長崎県松浦市）
 - ・新松浦漁協福島くるまえび養殖場の見学
- (2) 株式会社ウエストジャパンフーズ（長崎県松浦市）
 - ・株式会社ウエストジャパンフーズとの意見交換
- (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）

3 経費

- ・旅費 322,800 円（8 人分）
- ・土産 6,264 円

4 派遣委員、事務局

村木 勝也、西田 一平、大谷 学、今田 実延、川上 幾雄、小川 稔宏、
笹田 卓、濱見 武士（随行）

5 調査の概要（視察の報告書）

別紙のとおり

産業建設委員会 行政視察報告書

①新松浦漁業協同組合 福島くるまえび養殖場

(担当者 笹田 卓)

1 日時 令和8年6月2日(火) 13:00 ~ 15:00

2 場所 長崎県松浦市福島町端免279-3

3 視察目的

高付加価値水産物である「くるまえび養殖」の経営実態や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について検討するため。

4 視察概要

今回の行政視察では、新松浦漁業協同組合福島くるまえび養殖場を訪問し、養殖施設の現地視察を行うとともに、次のとおり関係者から説明を受けた。また、実際の養殖池や排水設備、酸素供給設備等を確認しながら意見交換を行った。現場を見ながら説明を受けたことで、養殖技術だけでなく、日々の管理や経営上の課題、ブランド化に向けた取組についても具体的に理解することができた。

- ・福島くるまえび養殖場 場長 石井貞氏
- ・新松浦漁業協同組合 事務管理・統括 西田梢氏
- ・松浦市議会 副議長 志水周氏

5 主な調査内容

(1) 養殖方式

- ・福島くるまえび養殖場は天然入り江を活用した築堤式養殖池を採用している。
- ・養殖池面積は約 30,000 m²で、生産量は約 2.3kg/m²となっている。
- ・池底には海砂を使用しており、くるまえびの生育環境を維持するため、定期的な砂の洗浄や底質管理を行っている。
- ・養殖池中央部に汚泥や排水を集める構造となっており、サイフォン方式によるヘドロ除去が行われていた。

また、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管理が重要との説明があった。

(2) 生産スケジュール

- ・毎年6月20日頃から注水を開始し、水づくりに10日から1か月程度をかける。
- ・植物性プランクトンの発生を確認した後、7月上旬に稚エビを放流する。

- ・放流尾数は約 110 万尾であり、約 160 日間飼育した後に出荷される。
- ・9 月下旬から間引き出荷を開始し、12 月から 3 月が本格的な出荷シーズンとなる。
- ・近年は放流時期を 7 月に遅らせたことが結果的に好成績につながったとの説明があった。

(3) 設備投資

- ・養殖池（約 3 万 m²）を 2 面整備しており、初期投資額は約 22 億円とのことであった。また近年はスマート水産業事業を活用し、酸素ファイター（高濃度酸素供給設備）、ICT 監視システムを導入している。
- ・設備費は約 1,600 万円で、酸素濃度や水質状況を 5 分ごとに自動測定し、スマートフォンで確認できる体制が構築されていた。

(4) ランニングコスト

- ・年間経費として、電気代約 1,000 万円、人件費約 2,100 万円、飼料代約 3,000 万円、が発生している。
- ・飼料費が大きな割合を占めており、経営上の重要な要素となっている。

(5) 人員体制

- ・常勤職員 4 名、パート 3~4 名で運営されている。また、潜水土資格保有者が 3 名在籍しており、池底管理や設備管理を行っている。
- ・潜水作業は最大 4 時間に及ぶこともあり、専門的な技術が必要とされていた。

(6) 環境対策

- ・排水は池中央部へ集約し、3 か所の溜枥を経由して処理される。
- ・サイフォン方式によるヘドロ除去を行うことで水質悪化を防いでいる。
- ・酸素ファイターによる高濃度酸素水の供給により、水質維持や疾病予防を図っていた。
- ・周辺漁業とのトラブルや苦情は発生していないとの説明であった。

(7) 自然災害・疾病対策

- ・台風対策については事前の防護措置を行うが、近年は高水温対策が最大の課題となっている。
- ・特に夏場に水温が 30℃を超えると、ビブリオ菌の発生、酸欠、珪藻の大量発生と死滅などによる大量死リスクが高まる。そのため、酸素ファイターによる高濃度酸素水供給を実施し、酸素濃度を常時監視している。
- ・通常は酸素濃度 7mg/L 程度を維持し、危険水準に近づくと自動的に酸素供給を行う仕組みとなっている。

(8) 販売戦略・ブランド化

- ・販売先は、豊洲市場、地元飲食店、贈答需要、インターネット販売で構成されている。

- ・価格は最低でも 1kg あたり 6,600 円程度、高値時には 14,000 円程度になることとなる。特に豊洲市場での評価向上がブランド価値向上につながっており、「作れば売れる」と言われるほど安定した需要を確保している。また、東京シーフードショーへの出展、ふるさと納税返礼品、料理教室の開催、小中学校への食育活動、地域イベントへの参加などを継続的に実施し、ブランド化を進めている。

6 各委員の所感

【村木委員長】

- ・本視察を通じ、「くるまえば養殖の経営実態」と「ブランド化への取組」を学び、私は、「新たな挑戦」の魅力を強く実感した。

特に印象深かったのは、少人数でありながら豊洲市場等でトップクラスの価値を維持し続ける背景に、徹底した「エビのストレス軽減」の環境づくりがある点だ。その具体策である高濃度酸素供給設備の導入やこのことを起因した ICT 監視システムの構築は、労力軽減と高水温・酸欠リスクの回避を同時に実現している。リスクを恐れない積極的な設備投資と技術革新への取り組みから、次世代を担うリーダーの熱い挑戦の意気込みが伺えた。

この「スマート技術でリスクを管理し付加価値を高める」姿勢は、私が日々向き合う農業分野（スマート農業の推進等）にも共通する。この視点を本市農林水産業の発展に活かしたい。

【西田一平副委員長】

- ・高付加価値水産物の生産が、長年培われた技術や経験、そして日々の緻密な環境管理によって支えられていることを実感した。池底の砂の管理、水づくり、酸素濃度の監視、潜水による清掃など、どの工程をとっても非常に繊細であり、単なる養殖事業ではなく、技術と手間を要する高度な産業であることがよく分かった。加えて、ICT や高濃度酸素供給設備の導入が歩留まり改善や品質向上に寄与していることから、これからの水産業には経験だけでなく、技術革新を組み合わせしていく視点も不可欠だと感じた。一方で、初期投資の大きさや高水温対策、人材育成の必要性を踏まえると、浜田で同様の事業を検討する際には、立地条件だけでなく採算性やリスク対応を含めた慎重な検証が必要である。

【今田委員】

- ・福島くるまえば養殖場では現在、7 月初旬の稚エビ放流のため、全て海水を

抜き、砂の入れ替え、掘り起こしなどの清掃作業を行っていた。今後のスケジュールは6月中旬に海水をはり、10日間程かけ、植物性プランクトンを繁殖させ、稚エビ放流のための準備を進めていく。くるまえびの養殖に欠かせない点は、とにかくくるまえびにストレスをかけないことが重要であり、現在行われている準備作業も重要な作業の一つ。シーズンに入ると、潜水土資格を保有した従業員が、毎日長い時間で4時間潜り養殖場の清掃を実施している。収穫した後もマイナスイオンを当てるなど、とにかくストレスを与えない工夫がなされている。くるまえびの養殖では酸素濃度が非常に重要で、酸素ファイターという全国でここにしかない設備を導入し、5分ごとに酸素濃度や水温などのデータ回収し、低酸素状態になると高濃度酸素を生成し、養殖場に送り込む。この設備のおかげでくるまえびの生存期間の伸びや歩留まりの解消につながり、仲買人からの評価が向上し、相場上昇につながっている。

浜田市ではプロキシマーの養殖場の候補地選定が控えているため、事業に対する検討や審議、提言等に活かしていきたい。

【大谷委員】

・面積 30000 m²、水深 2 m の砂地の海水池に 110 万の稚尾を 6 月から 7 月にかけて放流し間引きながら 12 月のお歳暮シーズン目指して成長させ歩留まり 60% 以上（通常は 50% 程度）を維持して収益を伸ばしているとのことであった。そのために池の中心の窪んだ所に緩やかな回転水流をつくり排せつ物等を集めサイホンで排水して水質を維持していた。また、酸素を自動で投入する装置の設置で溶存酸素量を管理して生育環境の維持に工夫と投資がなされて歩留まりの向上につながっていると感心した。東京など市場のニーズに対応してのおがくずを使用しない梱包も驚きであった。車エビ養殖は収益性の面で有効ではあるが現地を見て同様な養殖池を構築するには地形的特性やコスト面での課題を感じた。

【小川委員】

・生態研究と水温や酸素濃度の管理、給餌や清掃等の作業を行いながらくるまえびと向き合い愛情をもって育てられていた。ストレス軽減のためのマイナスイオンの活用は品質向上にも効果を上げていた。自然に近い環境で養殖がされているが、酸素濃度の管理が特に重要で、酸素ファイターという機械と ICT 管理機器の導入による効果は大きい。豊洲市場に到着後、水槽に入れてどれだけ長生きするかで評価が決まるようで、出荷時の梱包方法にも細心の注意と工夫がなされていた。豊洲市場での高い評価を得たブランド力で好調な事業展開の結果、松浦を代表する特産品となっている。浜田で検討中のサーモン陸上養殖

の実現に期待したい。

【川上委員】

・技術・経営・環境・組織・ブランド化の実態を確認して、浜田市での養殖の導入可能性に資する知識を得るため現地視察を行った。

養殖技術が長い経験の裏付けで成り立っていると、年間計画や現地環境の調整に現れていた。

・注目されたことは、養殖技術を見直し、効率化・費用対効果の向上に対する熱い思いを現地管理者がもたれ、実行されていることである。新たな技術をさらに改良して品質管理の効率化がすすめられ、それによりクルマエビ斃死削減で収益向上を図ることや、場内清掃を簡易に行うため底地へ勾配を設け、残渣や汚れを中央で処理するなど、管理費用の低下（人件費）に工夫がなされていることだ。また、酸素濃度・温度の集中管理はそのよい例と受けとめた。

新たな人材確保や育成に懸念を持たれており、養殖に対する広報に工夫が欲しいと感じた。

・環境や災害リスクに対して現在取りうる措置はなされているものと思われるが、進む高温化と域外への排出される汚水についてより一層注意が必要と感じた。

・今後浜田市が「高付加価値水産物」を育てる際には、技術・経営・環境・人材・ブランドのいずれをも、十分研究して取り組まねばと痛切に感じた。

【笹田委員】

・今回の視察で最も印象に残ったのは、くるまえば養殖が単なる養殖事業ではなく、高度な環境管理と長年の経験によって支えられている産業であるという点である。実際に養殖池の周囲を歩きながら説明を受けたが、池底の砂の状態や排水設備、酸素供給設備など、日々の細かな管理が品質と生産量を左右していることがよく理解できた。特に30年間にわたり積み上げられてきた技術や経験は非常に大きく、新たな地域で事業化する場合には技術継承や人材育成が重要であると感じた。一方で、浜田港長浜地区は元来砂地であり、水産都市としての歴史や技術、人材、流通基盤を有していることから、立地条件としては一定の可能性があると考えられる。しかしながら、近年の高水温化は全国的な課題であり、福島くるまえば養殖場においても最大のリスクとして認識されていた。浜田で導入を検討する場合には、高温対策や疾病対策を前提とした事業設計が不可欠である。また、年間売上高9,000万円以上という実績は魅力的である一方、初期投資額約22億円という大規模投資が必要であり、採算性や投資回収については慎重な検証が必要である。さらに、ブランド化の成功要因として、

生産技術だけでなく、豊洲市場への継続的な出荷、食育活動、地域イベントへの参加など、生産から販売までを一体的に取り組んでいる点が非常に参考になった。浜田市においても高付加価値水産物の育成を目指すのであれば、養殖技術の検討だけでなく、販路開拓やブランド戦略を含めた総合的な取組が必要であると強く感じた。



高濃度酸素供給設備の説明



えびの選別(水揚げ)



養殖場現在は、水を抜いて掃除の段階



くるまえび養殖場をバックに関係者との写真

② 株式会社ウエストジャパンフーズ

(担当者 大谷 学)

1 日時 令和 8 年 6 月 2 日 (火) 15 : 15 ~ 17 : 00

2 場所 株式会社ウエストジャパンフーズ
(長崎県松浦市調川下免 851 番 51)

3 視察対応者

- ・株式会社 三陽 社長付プロジェクト担当 段野陽輔
- ・株式会社ウエストジャパンフーズ 専務取締役統括工場長 長谷 賢
- ・株式会社ウエストジャパンフーズ 工務部 部長 中嶋慎也

4 視察先の概要

- ・設 立 2012 年 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 鮮魚の加工、冷凍、販売
- ・売上高 (25.8 月期) 47 億 2700 万円、営業利益 5000 万円、経常利益 3200 万円
- ・世界展開 2021 年より台湾・カナダ・アメリカにアジフライ輸出開始
- ・生産体制の特徴 アイスシャーベット氷による魚体に対するダメージ軽減
- ・地域貢献 アジフライの地元給食提供など各種実施

<アジフライ製造工程および冷凍設備見学>

- ・製造開始からフライ凍結完了まで約 20 分の超最速工程
- ・1 日当たりの生産処理能力約 9 万尾のカッターマシン
- ・オートメーションによる殺菌・洗浄ライン
- ・粉率を一定にさせるブレッダーマシン
- ・-40℃ 8 分で凍結させる 25m のトンネルフリーザー
- ・オートチェッカー4 台による重量選別装置
- ・ロット管理装置と金属探知機
- ・-20℃および-40℃の冷凍倉庫

5 主な質疑内容

①既存飲食店と競合しすぎないために、どのような差別化や役割分担を意識しているか。

- ・当社の所在する松浦市においては「アジフライの聖地」として多くの飲食店があるので、バッティングしないように出店を控えています。
- ・三陽グループにて展開する福岡市、東京駅八重洲口地下の店舗において

は、「魚屋三陽のアジフライ」を前面に押し出し、ブランディングによる競合優位性の確保を測っています。

②浜田市に工場が進出した際、地域魚種や食文化を生かした新商品開発や飲食店展開の可能性をどのように考えているか。

- ・浜田市は、私たちがアジフライの聖地としてリスペクトする「長崎県松浦」にも匹敵する、日本屈指の豊かな漁場と高い水産技術を持つ地域です。この浜田への進出は、単なる「生産拠点の拡大」ではなく、「浜田ブランドの価値を全国・世界へ押し上げる共同プロジェクト」だと考えています。
- ・三陽浜田水産の進出を機に、私たちが描く新商品開発や飲食店展開の可能性、そして成功に向けて地域（行政や経済界）の皆様と関係性を築きたい。
- ・浜田港には、私たちが主力とするアジはもちろん、ブランド魚である「どんちっちアジ」「どんちっちノドグロ」「どんちっちカレイ」など、全国に誇る素晴らしい水産資源があります。これらを活かした展開には、無限の可能性を感じています。

(1)「どんちっち」ブランドを活かした最高峰商品の開発

浜田の「どんちっちアジ」は、抜群の脂の乗りと鮮度で知られています。これを弊社の加工技術と組み合わせることで、既存のラインナップをはるかに凌駕する「プレミアム・最高級アジフライ」の開発が可能です。お取り寄せ（EC）の目玉商品や、ギフト需要の核として、全国の食通にアピールできると確言しています。

(2)アジに留まらない「浜田の食文化」の発信：

カレイやノドグロ、また地元の郷土料理の要素を落とし込んだ「水産加工品（メンチカツや西京漬けなど）」の共同開発も視野に入れています。

(3)浜田市内での飲食店（三陽食堂等）展開の可能性：

もし浜田市内で飲食店を展開するならば、それは単なる「1つの飲食店」ではなく、「浜田港直結・工場出・来立てのアンテナショップ」としての位置づけになります。「どこよりも新鮮で、どこよりも肉厚な魚が安く食べられる場所」として、市外・県外から観光客や視察者を呼び込む、地域観光のデスティネーション（目的地）となるような店舗作りが可能です。

③浜田市内で飲食店を展開する場合、成功のために地域側に求める条件や支援策があればお聞かせください。

- ・民間企業が地方で飲食店をゼロから立ち上げ、持続的に成功させるためには、行政や地域の皆様との「官民一体の連携」が不可欠です。具体的

には、以下の3つの点でのご支援や環境づくりを期待しております。

(1) 【人材確保・雇用のミスマッチ解消への支援】

1. 飲食店運営において、現在どこの地方都市でも最大の課題となるのが「現場のスタッフ（店長候補・接客・調理）」の確保です。
2. 求めるご支援：市の就職フェアやUIターン支援、地元の高校・専門学校等とのネットワークを通じた、「地元で働きたい人材」と弊社とのマッチング機会の創出です。単なるアルバイト募集を超えて、「地元の水産業を盛り上げる仕事」としての誇りを持てる雇用を、市と一緒に創出したいと考えています。

(2) 【観光・交通インフラやロケーションとの連動】

1. 飲食店に持続的な賑わいを作るためには、地元の方の日常利用に加え、「外から人が流れてくる動線」が必要です。
2. 求めるご支援：浜田漁港周辺の観光エリア（しまね海洋館アクアスや、道の駅、道の駅に準ずる観光拠点など）や、行政が推進する観光ルートとの連動です。観光バスの立ち寄りスポットとしての位置づけや、「食を目的とした観光プロモーション」における官民共同の仕掛けづくりをバックアップしていただけると、非常に強力なスタートダッシュが切れます。

(3) 【ふるさと納税や地域通貨との連携（初期の認知拡大）】

1. 後発として地域に出店する場合、まずは地元の方々や、浜田市を応援する全国のファンに認知してもらう必要があります。
2. 求めるご支援：弊社が開発した浜田産原料の新商品を「浜田市のふるさと納税返礼品」へ迅速に登録・推進していただくこと。また、市内店舗での飲食をふるさと納税のクーポン（チョイス Pay 等）や地域のプレミアム商品券で利用できるようにするなどの、初期の利用動機を生む制度的なサポートです。

④ブランド化においての直面した課題はどのようなものがありますか。

- ・松浦アジフライ・三陽アジフライをブランド化していく中で苦労した点は、単に商品を販売するだけではなく、「他の商品との差別化」と「継続的な品質維持」を両立させることでありました。BtoB対応のみを当初は視野に入れ販路を伸ばしました。
- ・原料となるアジの品質管理には弊社の強みを生かし、物量・魚のサイズや鮮度、加工時の状態によって食感や味に差が出るため、安定した品質の商品を提供し続けることに苦労いたしました。

- ・地域ブランドとして認知していただくためには、商品の美味しさだけでなく、製造へのこだわりを消費者へ分かりやすく伝える必要がありました。そのため、販促活動や情報発信、などを展示会や松浦市とのイベント活動などでブランド価値の向上に取り組んでまいりました。
- ・さらに、大手サプライチェーンと連携することで、全国的な販路拡大にも取り組みましたが、安定供給体制の構築や品質基準への対応など、多くの課題がありました。しかし、継続的な品質管理と品証部同士の頼関係の構築に努めたことで、全国へ商品を展開する基盤づくりにつなげることができました。

6 各委員の所感

【村木委員長】

・この度の株式会社ウエストジャパンフーズへの視察は、今後の株式会社三陽の進出に向けた具体的な生産イメージを共有する大変有意義な機会となった。最新鋭の超最速冷凍設備を視察できたことは、今後の工場建設への期待を高めるものであった。

また、令和7年1月の基本協定締結、本年1月に三陽さんから浜田市にお越しただいて、当委員会としてようやく三陽関係者に挨拶を交わすことができた。あわせて、浜田漁港における船員用入浴施設やコンビニエンスストアの設置要望といった、現場の生の声やニーズを直接お聞きできたことは大きな収穫であった。

今後は、同社が有する高い加工技術やブランド力を最大限に活かすためにも、地元の漁業者や仲買人、水産加工業者等との緊密な連携が不可欠である。官民一体となり、地元の既存水産業との相乗効果を発揮できる体制づくりを強力に推進していく必要がある。

【西田一平副委員長】

・水産加工業が単なる製造業ではなく、加工、品質管理、ブランド発信、飲食、EC、雇用創出を含めた総合的な事業であることを学んだ。先方は浜田の水産資源やブランド魚に大きな可能性を見出しており、工場進出や飲食店展開を通じて浜田ブランドを全国へ発信したいという意欲を持っていた。しかしその一方で、事業を定着させるためには、人材確保、就職支援、資格取得支援、物流、観光との導線づくり、漁港周辺の受入環境整備など、自治体側の受け皿づくりも極めて重要であることが分かった。企業誘致は、単に施設を整備して終わるものではなく、地域全体で「根付く環境」を整えることが成功の鍵だと感じた。

【今田委員】

・当日の加工も終盤であったにも関わらず、加工場の現地視察をさせていただいた。徹底した衛生管理、効率化された工程、最新の加工技術、梱包・検品、冷凍庫を見せていただき非常に明確なイメージを持つことができた。株式会社三陽の浜田進出にはかなりの期待がかかっているが、水揚げ量のキャパ、雇用の問題、物流の問題など、課題はまだまだ山積している。山積している課題を一つ一つ解決していき、浜田漁港の活性化、更には浜田の観光業、飲食業の活性化につなげていきたい。

【大谷委員】

・浜田に進出する会社のアジフライ製造工場の見学をした。鮮魚の解体処理、フライへの加工、冷凍保管設備を実際に見分して信頼感が増し進出への期待が大いに増加した。

・進出にあたっては雇用人数の確保が課題となっているようだが、地元からの採用について協力支援の必要性を感じた。地元からの採用見込む数の未達成は補助金にも影響が考えられ会社の経営にも影響し港や浜田の経済にも波及することなので注視していく必要を感じた。

【小川委員】

・漁船の受入拡大のためには風呂・サウナやコンビニ、繁華街へのアクセスなど漁港エリアの環境整備の必要性を感じた。皮をはぐ機械はアジ以外の魚種にも利用可能との事でアジフライとは別の魚種での事業展開にも期待したい。製造ラインには多くの外国人労働者が働いていたが、良好な生活環境の確保の課題があるように感じた。浜田での事業計画が当初より縮小したことは残念であるが、工場の誘致による地元商店等への経済効果も期待でき、県の補助制度の活用要件の緩和や誘致のための環境整備への支援の必要性を感じた。

【川上委員】

事業モデル・地域展開・工場進出に伴う地域連携と環境対策を総合的に把握する

1. 事業モデル（飲食店展開・ブランド戦略・販路）

- ・加工会社が飲食店を持つ理由三陽ブランドの発信（売り上げではない） 進出可能性は小
- ・ブランド戦略
- ・販路多角化

2. 地域との共存（競合回避・地元飲食店との役割分担）

- ・地域経済への影響

- ・地域飲食店との共存戦略

飲食人材の確保が困難、観光と交流の一環として

3. 浜田市進出時の可能性（新商品開発・飲食店展開）

- ・浜田市の水産資源・食文化を活かした地域密着型の事業展開の可能性

4. 雇用・地域経済への貢献

- ・工場進出に伴う雇用創出・地元採用の実態を冷凍・鮮魚をめどに 30 人前後

5. 環境対策・地域住民への配慮（排水・臭気・説明会）

- ・工場立地における環境負荷・住民対応・BCPを確認

視察の主題は：「ウエストジャパンフーズの事業モデル、地域との共存、浜田市進出時の可能性、雇用・環境対策を総合的に把握し、浜田市への応用可能性を検討すること」特に、

- ・地域資源を活かした商品開発

当初は鯖、イワシ等々を考えていたが経費等により現在のアジに特化している
現時点では、フライヤーLINEの導入による製品（バトウなど）

- ・地元経済への波及効果

人口 18 千人で地元雇用 60 名程度であるが現在計画では 30 人程度

地元物流との連携高橋包装他商工会議所と協議中

備品購入船員の厚生（風呂、サウナ、コンビニ、飲食店）

- ・工場立地に伴う環境・住民対応

対馬沖水揚げを松浦へ運ぶのか浜田に運ぶのか

- ・事業者のブランド戦略と販路構築 が視察の中心テーマ。

水揚げ場から直結した加工による地域連携

まずは水揚げの確保と裁き人員の確保

【笹田委員】

・三陽グループの事業展開や今後の浜田市への進出計画について説明を受けた。
三陽グループは九州を中心に水産加工、養殖、冷凍・冷蔵事業、飲食事業まで幅広く展開しており、対馬、五島、松浦、唐津、大分など各地域に拠点を設けながら、地域資源を活用した事業拡大を進めている。また、地域での雇用創出や魚価向上、漁業振興を企業理念の一つとして掲げており、浜田市とも包括連携協定を締結するなど、本市への期待の大きさを感じた。事業を円滑に進めるためには島根県や浜田市による支援制度の活用が重要であり、行政としても地域経済への波及効果を十分検証しながら前向きな対応を検討する必要があると感じた。

特に課題として挙げられたのが雇用条件である。県や市の補助制度では 30 人規

模の新規雇用が条件となっているが、水産加工業界全体で人材確保が厳しい現状を踏まえると、技能実習生や特定技能外国人なども一定の範囲で雇用実績として評価できる制度設計が必要ではないかと感じた。地方における人材不足は深刻であり、現実に応じた支援制度の見直しも検討課題である。

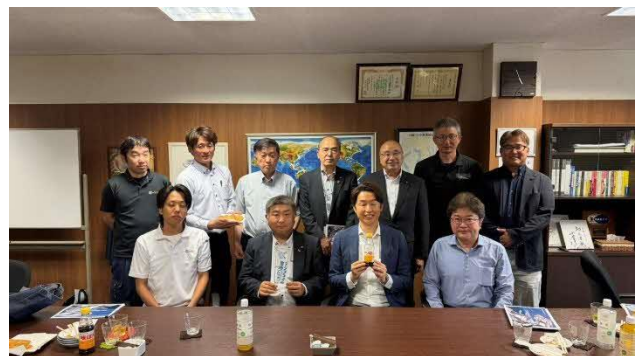
また、地元仲買人や既存加工業者との関係については慎重な配慮が必要である。大規模事業者の進出によって既存事業者が圧迫されることへの懸念もあるが、その一方で魚価の向上や水揚げ船の誘致、新たな販路開拓など、地域全体にプラスとなる可能性も大きい。重要なのは競合ではなく共存共栄の関係を構築することであり、地元漁業者、仲買人、加工業者と十分な連携を図りながら事業を進めてもらうことである。

浜田市にとって水産業は基幹産業の一つであり、水揚げの減少や漁業者の高齢化など多くの課題を抱えている。その中で、三陽グループの進出は水産業再生の大きな契機となる可能性を秘めている。行政としても地域経済への効果や既存事業者とのバランスを見極めながら、魚価向上、水揚げ増加、雇用創出につながる事業となるよう、積極的な支援と連携を進めていくべきであると感じた。

※工場内撮影禁止



会社の説明を受ける



関係者との写真

③ 松浦市(地域ブランド戦略)

(担当者 川上 幾雄)

- 1 日時 令和8年6月3日(水) 9:00 ~ 10:00
- 2 場所 松浦市役所
- 3 視察の目的(選定理由)

「地域資源を“ブランド”として磨き上げ、かつ輸出対応の高度な水産イン

フラを整備することで、地域経済を持続的に成長させるモデルを学ぶことにより、浜田市における地域経済（水産業）の今後を検討するため。

4 視察概要

今回の行政視察では、「アジフライの聖地 松浦市」を訪問し、地域ブランド戦略及び水産インフラの現状について説明を受けた。当日は、松浦市 文化観光課課長と他 2 名、水産課課長と他 3 名、西日本魚市㈱ 代表取締役 小川 氏 他 2 名より、本庁においてブランド化について、その後、松浦漁港荷捌き所において水産インフラについて説明を受けた。

ブランド化の立ち上げから戦略の有り様等について意見交換を行い、地域ブランド戦略の進め方について知識を得るとともに、参考とすべき事柄等を具体的に理解することができた。

5 視察の内容（視察先の取組、事業内容等）

(i) 「アジフライの聖地 松浦」推進事業（地域ブランド戦略）

まず、“アジフライの聖地”は現松浦市長（友田 吉泰）“町おこしの仕掛け人”が H30 年 2 月の市長選において、46 の提案の中に“アジフライの聖地を目指す”と掲げ当選されたことが始まりであった。（市長がアジフライに目をつけられたのは、関西で食べたアジフライとの差別化であったと説明を受けた）

以下取り組みのフロー及び注釈

①「アジフライ聖地 松浦」聖地宣言までの取り組み

松浦市は、長崎県北端に位置する北松浦半島の北西部に位置し、人口は浜田市の半分にも満たない 19,861 人（令和 8 年 4 月末）で、決して大きな町ではないが、地域の特徴としては、蒙古襲来の舞台となった歴史の町、豊かな自然に恵まれた漁業の町であり、松浦漁港は、日本有数の水揚げ量を誇り、中でも“アジの水揚げ量は日本一”。

- ・平成 30 年 8 月

- 第 1 弾アジフライマップ製作（2 万部）市内提供店 20 店記載

- ・平成 31 年 2 月

- 長崎県庁“アジフライデー”開始

- ・平成 31 年 3 月

- 松浦高校生提案「魚松味（うまかばい）アジフライ定食」販売開始

- ・平成 31 年 4 月

- アジフライ T シャツ販売開始

- ・平成 31 年 4 月

- 「アジフライの聖地 松浦」を正式宣言

第2弾マップ製作（7万部） 市内提供店29店記載

松浦市を代表する魚“アジ”を松浦市の知名度アップと地域活性化に生かすため、市内の飲食店等（アジフライの聖地松浦連携店）と連携し、松浦市が「アジフライの聖地」であることを宣言され、松浦アジフライ憲章（アジフライのコンセプト）も制定された。

【松浦アジフライ憲章（要約）】

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

②聖地宣言後の取り組み

- ・令和元年5月
市内学校給食で“アジフライデー”開始
- ・令和元年7月
ソフトバンクホークス「鷹の祭典」準冠協賛
- ・令和元年8月
「長崎県警・NHK長崎放送局レストラン」アジフライデー開始
- ・令和元年10月
「アジフライに合うソース選手権」開始、「アジフライポロシャツ」販売開始
- ・令和2年3月
第3弾アジフライマップ製作（5万部） 市内提供店27店記載
- ・令和2年7月
アジフライグッズ動画作成、アジフライキャラバンボックスお披露目
- ・令和2年12月
「アジフライの聖地」を商標登録
- ・令和3年3月
市内5か所に「アジフライの聖地 松浦」広告看板設置
- ・令和3年3月
市内5か所に石工モニュメント設置
- ・令和3年3月

- 第4弾アジフライマップ製作（4万部） 市内提供店 29店記載
- ・令和3年3月
MR松浦鉄道「アジフライの聖地 松浦」号お披露目
- ・令和3年12月
日本初！アジフライ会議 2021@松浦 開催
- ・令和4年3月
第5弾アジフライマップ製作（10万部） 市内提供店 33店記載
- ・令和4年7月
西浦ありさ氏 松浦アジフライ大使委嘱
- ・令和4年10月
池田隼人氏 松浦アジフライ大使委嘱
- ・令和5年2月
第6弾アジフライマップ製作（2万部） 市内提供店 35店記載
松浦市ほんなもん体験コンセプトブック製作（2万部）
- ・令和5年4月
福島暢啓氏 松浦アジフライ大使委嘱
- ・令和5年11月
キヤーラ・ベッターリョ氏 松浦アジフライ大使委嘱
- ・令和6年1月
アジフライ廃油から作った油を燃料として走る公用車運用開始
- ・令和6年3月
P a y P a y ドーム名物グルメ「鷹のアジフライ」にて販売開始
- ・令和6年3月
第7弾アジフライマップ製作（2万部） 市内提供店 35店記載
- ・令和6年3月
多言語版（繁体語、ハングル）アジフライマップ製作（各1000部）
- ・令和6年6月
味ぽん（mizkan）が「アジフライの聖地 松浦号」をジャック出発進行！！
- ・令和6年12月
「アジフライの聖地 松浦」に関わる経済波及効果等算出。
- ・令和7年3月
第8弾アジフライマップ製作（4万部） 市内提供店 36店記載
- ・令和7年7月

「アジフライの聖地 松浦」アワード贈呈（株式会社三陽）

- ・令和 7 年 10 月

L I N E ミニアプリ「アジフライグルメ N a v i」リリース

「アジフライの聖地 松浦」L I N E 公式アカウントを友だち追加するだけで、アジフライ連携店をエリアや現在地から簡単に検索できるミニアプリ。これは、福岡で活躍中の屋台アプリを福岡事務所職員が転用・活用した。

- ・令和 7 年 10 月

インフルエンサー招聘ツアー実施

- ・令和 7 年 11 月

西寄ひがし氏 松浦アジフライ実施レポート認定

- ・令和 8 年 1 月

「松浦アジフライ音頭」発表

- ・令和 8 年 3 月

松浦アジフライ音頭の振付完成

- ・令和 8 年 6 月

アジフライコンシェルジュ認定式予定

世界展開へ向けて戦略考案中

③その他

- ・取り組み開始に当たっての注意点

コンセプト&ルールの設定から

- ・このようなアイデアは

宣言までは市職員が、以後はシティプロモーションを生かして

- ・アジフライの経済波及効果およびパブリシティ効果

30.6 億円の経済波及効果、4.5 億円のパブリシティ効果（メディア露出広報活動）…令和 5 年見積もり

- ・シビックプライドの醸成

6 各委員の所感

【村木委員長】

・特に素晴らしいと感じたのは、友田市長が平成 30 年 2 月の選挙で掲げた「アジフライの聖地を目指す」という公約を、わずか 1 年後の平成 31 年 4 月には正式な宣言として実現させた、圧倒的なスピードと実行力である。市長の強いリーダーシップがあったことはもちろん、それに応えて、短い期間でこれほど細

かな計画を形にした市職員の努力と苦労は並大抵のものではなかったはずだ。

また、選挙後間もない3月定例会議において、平成30年度当初予算には、十分な事業や積算が難しかった時期だと思われる。その中で、後から補正予算等で事業を進め、市議会ともしっかり話し合っただのプロセスは、自治体が新しい政策を進める上で大変参考になる。

戦略の面では、この仕事を魚を扱う「水産課」ではなく、「文化観光課」が中心になって進めた点がキーである。そもそも教育委員会所管の文化を市長部局に移し、松浦市の歴史である「元寇（蒙古襲来）の舞台」というストーリーや豊かな自然と組み合わせることで、アジフライを街全体の観光の目玉（体験や文化としての価値）へと進化させている。このやり方は、我が浜田市が「石見神楽」などの文化を活かして観光や地域を盛り上げていく上でも、大きなヒントになる。

【西田一平副委員長】

・松浦市の「アジフライの聖地」推進事業では、アジ水揚げ日本一という強みを、そのまま「アジのまち」として打ち出すのではなく、「アジフライ」という誰にでも分かりやすく、食べる行動につながりやすい形に変換していたことが非常に印象的であった。さらに、市長の明確な旗振りのもと、行政職員自らが企画を積み重ね、アジフライデーや関連商品の開発、情報発信などを継続的に展開していた点は、地域ブランドを育てるうえで極めて重要であると感じた。地域の強みを生活者目線で翻訳し、市民の誇りや地域の一体感につなげていく姿勢は、浜田市においても大いに参考になる。

【今田委員】

・松浦市のアジフライの聖地化プロジェクトに向けた取り組みは、2018年2月の松浦市長選で友田市長がアジフライの聖地を目指すと公約に掲げての当選から始まった。なぜ市長がこの思いに至ったのか。関西でアジフライを食べた時に松浦市のアジフライの美味しさに気づき、当たり前のように美味しく食べることができていた松浦のアジフライをうりにしようと決めた。プロジェクトの内容は、まずはコンセプトを決定し、市役所職員が市内の飲食店100店舗以上のお店に連携を求め奔走。毎月第3(参)金曜日をアジフライデーとし、学校給食をはじめとする各機関でアジフライ定食が提供される。この他にもアジフライ憲章の策定、グッズ製作、アジフライマップの作成等々、コンセプトに基づいた様々な戦略を展開し、松浦＝アジフライの定着に成功した。このユーモア溢れるアイデアのほとんどが市職員のアイデアであり、この斬新なアイデアを認め、後押ししていく市の体制や雰囲気のアジフライの聖地化の大きな飛躍に

つながっていると感じた。最後に松浦市の地域づくりの原点について、「ないものねだり」ではなく、「あるものさがし」とのお話をいただき、深く共感した内容であった。

【大谷委員】

・日本海側に面した水産都市で県庁所在地である長崎市へは車で 2 時間弱、九州一の繁華街である福岡市までは車で 90 分と浜田における松江と広島との地理的や交通的な類似点が多くある。2 万を切る人口で松浦駅周辺は浜田以上に閑散としていたが視察した事業への熱気は大きく着実に参考になった。

・アジ水揚げ量が日本一を生かし、平成 30 年 2 月よりアジフライの聖地化プロジェクトを開始し、平成 31 年 4 月に「アジフライ憲章」の制定と共に「アジフライの聖地 松浦」を宣言した。この間にアジフライデーの制定や松浦アジフライ大使の委嘱、アジフライ提供店を掲載したアジフライマップ第 6 弾までの発行、味ぽんやお土産品などの提携した商品開発に加え、のぼりや缶バッジや T シャツなどの考えられる取り組みを実行し成果につなげていることに学ぶ点が多かった。

・「漁業のまち」も生かしながら元寇の舞台となった「歴史のまち」、豊富な果樹が育つ「農業のまち」、修学旅行生を年間 4000 人受け入れる「体験のまち」と 4 つの柱でシビックプライドを醸成し、経済波及効果（平成 5 年）約 31 億と算定され、新聞・テレビなどのメディア露出による広報活動によるパブリシティ効果は CM 料金等に換算すると聖地宣言以降の経済波及効果は 100 億以上との推定で市民に対する説明も納得できる成果を感じた。浜田市においてもパブリシティ効果による指標を導入して説明責任を果たすべきと強く感じた。

【小川委員】

・「アジフライの聖地・松浦」推進事業では聖地化を目指すことを公約に掲げる市長のリーダーシップはあるが構想から事業展開までの速さは特筆すべき点である。職員の発想によるものが多く、何もない町と言わせないという意地と意思が随所で感じられた。アジフライの聖地のコンセプト「松浦アジフライ憲章」や「松浦アジフライ宣言」を共有し産官学民が一体感を持って取組まれている印象を受けた。ロゴやインパクトのあるイラストは印象に残ったが、関連グッズの開発、市内限定販売など徹底した差別化が図られている。松浦市からは県都の長崎より博多へのアクセスが良く、博多事務所と連携した事業展開による経済波及効果が大きい。浜田市と広島市との関係に類似しており、広島事務所とのより一層の連携強化が課題である。また元寇・蒙古襲来の歴史や海底遺跡などと結び付けた観光戦略にも学ぶ点は多かった。

【川上委員】

・今回の視察で最も印象に残ったのは“気付きがすべてを変える”、そして他人事としない活動の大切さであった。新しい市長の気づき（アジフライに目をつけられたのは、関西で食べたアジフライとの差別化）であったと説明を受け、そのことに職員の皆さんがぶれずに進まれたことにあると受け止めた。

また、浜田市の「のどぐろ」等への応用可能性を考えると、コンセプト&ルールの設定、徹底した戦略と効果の追求、変化させ飽きさせない工夫が必要であり、飲食・物販・観光・情報発信と一体感を持った施策が必要と強く感じた。松浦市資料の最後に、「地域づくり（地域創造）の原点は、“ないものねだり”ではなく、“あるものさがし”である。」とあり、「自分たちのまちにないものを無理やりつくっても定着しない」ともある。もっともと深く感じ入った。

【笹田委員】

・「アジフライの聖地 松浦」推進事業では、アジの水揚量日本一という強みを「アジフライ」という分かりやすい形でブランド化し、市民や事業者を巻き込みながら継続的な情報発信やイベントを展開している点が印象的であった。単なる特産品 PR ではなく、「聖地」というストーリー性を持たせることで地域全体の魅力向上につなげていた。



松浦市議会議長歓迎のあいさつ



議場での写真



視察状況

④ 松浦氏地方卸売市場 松浦魚市場

(担当者 今田 実延)

1 日時 令和 8 年 6 月 3 日 (水) 10 : 40 ～ 12 : 00

2 視察の目的 (選定理由)

松浦魚市場にて、高度衛生化閉鎖型施設や設備、EIHACCP の取得方法や、運用方法を調査し、浜田港での活用を検討するため。

3 視察概要

今回の行政視察では、松浦魚市場を訪問し、魚市場の現地視察を行うとともに、関係者から説明を受けた。当日は、松浦市水産課中山課長補佐及び同課青木主査に市場内を案内していただき、施設紹介ビデオを見させていただいた。その後、卸売業者の西日本魚市(株)の小川社長、松本専務、松尾営業部長、松浦市水産課吉井課長、同課大宅課長補佐、同課中山課長補佐、同課青木主査と意見交換を行った。

4 視察の内容

(1) 魚市場概要

松浦魚市場は、日本遠洋旋網漁業協同組合所属の大中型まき網漁業、沿岸まき網漁業、イカ釣り漁業などの集積基地として、昭和 5 4 年に松浦氏が開設した地方卸売市場。開設以来、まき網漁業によるアジ、サバ、イワシなどを主体とした水揚げ基地として発展し、年間 1 0 万トン前後の水揚げ量を誇る日本有数の産業市場で、アジの水揚げ量は全国 1 位を誇る。施設は松浦市が所有しており維持管理を行う。運営は卸売業者(西日本魚市(株))を中心とした魚市場協会が行い、使用料として水揚げ高の 5 /1000 を松浦市に収める。

(2) 高度衛生化閉鎖型施設について

松浦魚市場では、更なる衛生面の強化、鮮度保持機能向上などによる高付加価値化とともに、輸出拡大を視野に更なる取扱量増加を図ることを目的に、平成 2 8 年度から令和 2 年度に魚市場施設の全面的な再整備を行い、最先端の「高度衛生化閉鎖型施設」として以下の取り組みを行っている。

①高度衛生化閉鎖型施設内での作業

陸揚げ、選別、荷捌き、冷凍、出荷まで一貫して一連の閉鎖型施設内で行うことにより、鳥害や外気を遮断する。更に施設内では紫外線殺菌海水や電解水などを使って清潔な環境を保ち、水産物衛生レベルを高く維持できる。

②衛生レベルによるゾーニング

閉鎖型施設内を衛生管理のレベルによって 5 つのゾーニングし、用途に合わせた適切な衛生管理を実施。

③ICT の活用

HACCP の考え方を取り入れた衛生管理を徹底するため、映像記録設備や帳票管理設備など ICT(情報通信技術)を活用し、水産物トレースと業務の効率化を進める。

④省力化機器の導入による作業時間短縮、魚体取り扱いの向上

最新の魚体選別機(5台所有)、1tタンク自動洗浄機などにより、選別等の作業時間短縮と魚体取り扱いの向上を図る。

⑤スラリーアイス(シャーベット氷)による温度管理の徹底

陸揚げ後、素早くシャーベット氷で冷却することにより、魚の鮮度保持の徹底。

⑥作業空間の温度管理の徹底

荷捌き施設内の空調管理を徹底することにより、荷捌き作業中の魚の品質劣化を防ぐ。

(3) 衛生管理の効率化・多機能化、ICT の活用について

①映像記録設備

荷捌き・岸壁・プラットフォーム等に設置した計18台のカメラにより、岸壁や魚市場への入退場や作業状況を映像で記録し、危険な行為や HACCP が励行されているか確認を行う。

②帳票管理設備

HACCP の考え方を取り入れた衛生管理チェックリストを基に清掃、洗浄、点検の実施結果をタブレット入力にて記録し、電子化した記録表に保管する。

(4) 水産物トレース情報の電子化(荷捌き情報配信サービス)

松浦魚市場では、「荷捌き情報配信システム」を新たに導入する。これにより、仲買人は2階の入札室において船名、魚種、サイズ、箱数、重量等の入札に必要な情報を確認しセリを行うことが可能となり、荷捌き施設内の混在緩和や作業の効率化を図る。

(5) 漁法・漁場について

松浦魚市場には、様々な漁法で獲られた魚が水揚げされるが、その中でも「まき網漁法」が主流となる。船団の基本構成は、灯船・網船・運搬船(2隻)

(6) 船員の休憩所等について

船員は基本的には松浦魚市場への水揚げ後は、各船団の漁港に帰港する。宿泊する船員については、事務所棟の食堂、コンビニ、共同浴場、仮眠室を利用する。コンビニには ATM の設置がないため、ATM を利用する場合、徒歩圏内の施設を利用する。また市役所での手続きが必要な場合は、近隣の松浦市

役所にタクシー等を利用し移動する。買い物について、近隣のスーパーに注文し、宅配してくれるサービスもある。

5 各委員の所感

【村木委員長】

・今回の視察で特に印象的だったのは、浜田市のように漁協へ指定管理する方式とは異なり、松浦市が自らインフラを所有・維持管理している点である。これにより、EUHACCP 取得や輸出拡大を見据えた大胆な施策が可能となっている。また、人口規模の小さい自治体でありながら、年間 10 万トン級の市場を市直営（委託運営）という体制で支え、地域経済の核へと成長させている点も特筆すべきである。

財政面においては、水揚げ金額の 1000 分の 5 が使用料（漁港接岸料など）として市の歳入になる仕組みが非常に魅力的であった。水揚げ量の拡大がそのまま市の安定的な財源確保へと直結し、それをさらなるインフラ投資や維持管理へと還元する持続可能な好循環が構築されている。

さらに、高度衛生化閉鎖型施設における徹底したゾーニングや、ICT を活用した映像・帳票管理、荷捌き情報の電子化は、現場の省力化と水産物の高付加価値化を同時に成し遂げている。この官民一体の運営手法と財政的な仕組みは、浜田漁港の持続可能な漁港経営を検討する上で学ぶべきところであると感じた。

【西田一平副委員長】

・総工費約 150 億円をかけた高度衛生化閉鎖型魚市場として、EU-HACCP 認定を取得し、輸出対応を見据えた施設整備がなされていたことが印象的であった。人口規模の小さい自治体でありながら、年間約 8 万 5 千トン、約 162 億円もの水揚げを支える流通拠点が形成されていることは、水産業が地域経済の中核を担っていることを示している。一方で、海水温上昇や働き方改革に伴う長距離輸送の制約など、施設整備だけでは解決できない課題も明確であり、今後の水産振興には、衛生管理や輸出対応だけでなく、気候変動や物流環境の変化を踏まえた戦略も必要だと感じた。

【今田委員】

・今回の松浦魚市場行政視察で、松浦魚市場の先進的な取り組みを目の当たりにし、規模の大きさや取り組み内容にとっても感銘を受けた。特に高度衛生化閉鎖型施設、EUHACCP の取り組みは、鮮度を保つための先進的な技術が構築され、年間 10 万トンに及ぶ水揚げ量を可能な限り新鮮なうちに家庭に届ける技術が集約されていた。HACCP 基準のうち、なぜ EUHACCP を選択したのかという質問に対しても、HACCP の中でもより厳しい条件となっており、将来的な世界への

輸出にも目を向けたとのことであった。世界に目を向け、より厳しい条件を自らに課すという本気度が伺え、従業員への教育も徹底されていた。併せて、衛生管理の効率化や ICT の活用などにも余念がない。その反面、運送費高騰や 2024 年問題における運送時間の増加、近年の猛暑による環境変化等の課題も多い。今回の松浦魚市場の行政視察では、浜田港にも活かせる部分は多々あり、今後の当委員会の取組課題、提言などにつなげていきたい。

【大谷委員】

- ・水揚げ量を確保するためには、水揚げ施設の改良整備は言うまでもないが冷凍保管施設や消費地までの輸送体制など水揚げ後の流れを考えた多くの課題を解決する必要性を改めて実感することができ有意義であった。特に水揚げされた「物」だけでなく「人」の視点も重要で船上で必要な備品の購入できる店や上陸時の食事や入浴等の施設の充実など船員など従事している人たちの満足度も考慮する必要性も感じた。

- ・施設を維持管理して持続させていくためには運営資金の確保は重要である。管理施設の維持管理に水揚げ額の 1000 分の 5 の施設使用負担金があるとのこと。合理的な負担の在り方も今後は検討の余地があると感じた。

【小川委員】

- ・松浦魚市場は厳しい世界標準 EU-HACCP を取得する高度衛生化閉鎖型施設で日本一のアジの水揚げ量を誇る漁港で、浜田とは比較できないスケールの大きさを感じた。保存温度の異なる 2 種類の大型冷凍庫は必須施設であると実感した。温暖化による海水温上昇に伴う赤潮の発生や漁獲量の減少も心配されていたが、浜田においては三陽誘致後の原魚の安定確保が最大の課題である。

【川上委員】

- ・水産物施設整備事業の現状と、浜田漁港のこれからの参考に資する知識を得るため現地視察を行った。

注目は、施設の活用が効果的になされていることである。高度衛生管理型荷捌き場の大きさは浜田市も負けてはいないが、選別機の配置は格段に落ちる。水揚げ量の嵩があまりにも違いすぎ周辺設備を見るとより一層明らかになった。また、運営方式は浜田市の指定管理方式と違い、公設民営型で水揚げ金額の 5/1000 が利用料として市へ納金されると確認し違いがどこから来るのかを考えさせられた。

HACCP による衛生管理の徹底（閉鎖型施設内のゾーニング）、作業空間の温度管理等について現地を管理されている事業者より説明を受け、事業者の高度な体制整備が確認できた。

浜田市で県外事業者がアジフライ事業を計画されているが、浜田漁港の水揚げ量が事業成否の要因となると感じたのは私一人だろうか。松浦市の資料でも記されていたが、「地域づくり（地域創造）の原点は、“ないものねだり”ではなく、“あるものさがし”である。自分たちのまちにないものを無理やり作っても定着しない。」の言葉が心に沁みた。

【笹田委員】

・松浦魚市場は総事業費約 150 億円をかけて整備された国内初の高度衛生化閉鎖型魚市場であり、EU-HACCP 認定も取得している。シャーベット氷設備や選別機など最新設備を導入し、高品質な水産物の安定供給と輸出拡大を実現していた。特に印象的だったのは、人口規模の小さい松浦市でありながら、年間約 8 万 5 千トン、約 162 億円もの水揚げを誇る大規模な流通拠点が形成されていることである。市場には仲買業者や運送事業者、加工業者が集積し、水産業を中心とした地域経済が構築されていた。



漁港の施設内



施設内の視察状況



関係者との意見交換



施設内での写真

⑤ 委員会の考察

(1) 新松浦漁協福島くるまえび養殖場（長崎県松浦市）

・緻密な環境管理による高付加価値化とブランド化の実現

底砂の清掃や自動排水による徹底した「エビのストレス軽減」により、通常を大きく上回る 60%以上の歩留まりを達成している。この緻密な品質管理が豊洲市場等での高い評価を支え、相場上昇とブランド価値向上につながっている。

・伝統技術と最先端 ICT 設備の融合によるリスク回避

長年の経験や毎日の潜水清掃という職人技をベースにしつつ、高濃度酸素供給設備や 5 分ごとの ICT 水質監視システムを導入している。これにより、高水温・酸欠による大量死リスクの回避と管理の効率化を同時に達成しており、現代水産業における積極的な技術投資の重要性を示している。

・生産から販売、地域貢献まで一貫した戦略

市場ニーズに応じた梱包の工夫や豊洲への継続出荷体制の維持に加え、食育活動や地域イベントへの参加を通じ、年間売上高 9,000 万円以上の地域特産品としての地位を確立している。

・浜田市への導入可能性と次世代養殖事業への応用

砂地という地形特性や水産都市としての流通基盤を持つ浜田港長浜地区において、本事業の導入は一定の可能性がある。現在、本市で推進・期待されているサーモン陸上養殖やプロキシマーの事業において、今回の「スマート技術によるリスク管理」や「生産・販売の一体的ブランド戦略」の視点は非常に参考になる。

・今後の委員会の方向性

単なる養殖技術の検討にとどまらず、経営・環境・人材・販路開拓までを総合的に研究する必要がある。今後はプロキシマーへの現地視察も視野に入れ、本市の次世代養殖事業への具体的な審議や提言に活かしていく。

(2) 株式会社ウエストジャパンフーズ（長崎県松浦市）

・工場進出への期待

高い技術への信頼：最新鋭の冷凍設備や徹底した衛生管理を視察し、三陽の進出に対する期待が高まった。

・人材確保と外国人労働者の環境整備

地元雇用のマッチング：進出にあたり「30人規模の新規雇用」が大きな課題であるため、行政や関係機関による強力な採用支援が不可欠である。

受入環境の構築：安定稼働には外国人労働者の存在が鍵となる。良好な生活環境の確保を進めるとともに、技能実習生らを雇用実績として適切に評価できる制度設計の検討が求められる。

- ・地域水産業との共存共栄とブランド化

既存業者との緊密な連携：大規模事業者の進出による地元への影響に配慮し、仲買人や既存加工業者と「競合ではなく共存共栄」の関係を築くための十分な連携協議が必要である。

浜田ブランドの価値向上：三陽の加工技術と、浜田の「どんちっち」等の豊富な水産資源を掛け合わせることで、最高峰の共同商品開発や、観光・ECと連動した全国への発信が期待できる。

- ・漁港周辺の受入インフラ整備（最重要要望）

外来船員の厚生施設拡充：安定的な水揚げ確保（漁船誘致）のため、現場から強い要望があった「風呂・サウナ」「コンビニ」の設置など、漁港エリアの生活環境整備（受け皿づくり）を早期に進める必要がある。

(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

- ・「あるものさがし」と生活者目線のブランド化

アジの水揚げ量日本一という強みを、誰もが親しみやすい「アジフライ」という形に翻訳して大成功を収めている。地域に元々「あるもの」の価値に気づき、徹底して磨き上げる姿勢がブランド化の原点である。

- ・トップの実行力と職員の発想を活かす体制

公約からわずか1年で正式宣言に至った市長のスピード感に加え、職員自らが100店舗以上の飲食店へ奔走し、斬新な企画を連発した。この熱意と、職員のアイデアを認めて後押しする市の柔軟な組織体制が飛躍の鍵である。

- ・「文化観光課」主幹によるストーリー化

主幹を「水産課」ではなく「文化観光課」とし、教育委員会から移管した「元寇の歴史」や体験観光と融合させた。単なるモノの消費から街全体のストーリー（コト消費）へ進化させており、浜田市の「石見神

楽」の活用に直結するヒントである。

- ・経済効果の見える化と出先事務所の活用

約 31 億円の経済効果や、広告費換算による「100 億円以上の効果」という指標を明確に示して市民の納得と誇り（シビックプライド）に繋がっている。また、大都市圏の「福岡事務所」と連携してダイナミックに販路を広げた手法は、浜田市における広島事務所との連携強化の参考になる。

- ・浜田市（のどぐろ等）への応用と今後の展開

本市の「のどぐろ」等へ応用する際は、「憲章」のような明確なコンセプト設定と、産官学民が一体となった「飽きさせない工夫」が不可欠である。飲食・物販・観光・情報発信を一体化させた施策の構築へ向け、今後の審議・提言に活かしたい。

●水産物輸出拡大施設整備事業について（現地視察）

- ・漁港の運営方式と財政の持続可能性

- ・行政直営による機動的な施策

浜田市の指定管理方式とは異なり、松浦市が自らインフラを所有・管理し、運営を魚市場協会へ委託する「公設民営」を採用。これにより、約 150 億円規模の施設再整備や EU-HACCP 取得を、行政主導で機動的に断行できる強みが示された。

- ・水揚げ額に連動した安定財源

水揚げ金額の\$1000 分の 5\$を市が利用料として徴収する仕組みは魅力的である。水揚げ拡大が市の歳入増に直結し、さらなるインフラ投資へ還元される持続可能な好循環は、浜田港の負担の在り方を検討する上で極めて価値が高い。

- ・高度衛生化と効率化による高付加価値化

- ・世界基準への挑戦と設備活用

5 段階のゾーニングや温度管理など、徹底した品質保持が水産物の価値を高めている。あえて厳しい EU-HACCP を選んだ本気度や、ICT（映像・帳票の電子化）と最新の選別機による現場の省力化・効率化は、浜田港の機能強化とブランド化の先進モデルとなる。

- ・流通全体を見据えた環境整備と「人」への配慮

- ・トータル流通と船員支援

水揚げ後の大型冷凍庫の整備や消費地までの輸送体制など、流通全

体の最適化が重要である。また、船員の満足度を高める食事・入浴・仮眠施設や購買環境の充実は、選ばれる漁港づくりに不可欠な視点であると再認識された。

- **地域経済の核としての水産業と戦略的課題**

- **強みを活かした地域創造と原魚確保**

人口規模の小さい自治体が水産業を核に経済圏を構築している背景には、「あるものさがし」の精神がある。浜田市で計画されるアジフライ事業等の成否も「原魚の安定確保」にかかっており、地元の強みをどう活かすかが鍵となる。

- **外部環境の変化への対応**

海水温上昇による赤潮・漁獲量減少や、物流の「2024年問題」に伴う輸送コスト高騰・時間制限など、施設整備だけでは解決できない気候変動や物流変化を踏まえた、総合的な水産振興戦略の必要性を痛感した。