

令和6年度 第2回長崎市水産振興計画審議会 会議録

日時：令和7年3月27日（木）10：00～11：45

場所：長崎市役所5階 議会第1委員会室

内容：議事(1)令和6年度事業の報告について

(2)令和7年度関連予算について

(3)水産振興計画及び農業振興計画の策定の検討について

1 令和6年度事業の報告について

2 令和7年度関連予算について

(1) 資料1 前回審議会对応状況について

令和6年度第1回長崎市水産振興計画審議会において発言があった意見・質問、及び令和5年度第2回審議会において委員に依頼を行った施策提案に対する対応状況について説明を行った。

質疑応答

【委員】No.3の「漁港の漁業以外の多角的利用に向けた漁港整備について」は、補正予算に対応した事業が組まれたということか？

《事務局》国において、今年度補正予算を組まれたことから、それに応募した市内の2漁協の計画が採択されたものである。

【委員】海業については、水産庁や国会議員等も地域再生という点で力を入れている分野であり、実現・実行可能性調査だけでも1件最大500万円の補正予算がつくなど、大盤振る舞いの感がある。これをうまく活用すれば地域の活性化につながると思うが、県内のある地域で浜回りして感じたことは、水産業を営む人と、飲食や観光業をされている人が地域を盛り上げるという同じ気持ちを持って連携できる環境が整っている地区は積極的であるが、主に漁協が中心となって観光等他の事業に手を広げることになると、漁業以外に労力とお金を費やして、組合員が段々と漁業をやらなくなる方向に進む恐れがあり、躊躇している地区もある。一方で国が後押しをするように、都会から大企業がやってきて海業を展開するとなると、事業形態によってはいいとこ取りされて地域に利益が還元されない可能性もある。この辺りは市の方で舵取りをしながら、国の予算をうまく活用し、地域の異業種をつなげるなど指導等を行なって欲しい。

(2) 資料2 成果指標達成状況について

第 4 次水産振興計画の施策の体系と前回審議会時に未確定であった成果指標において確定された分の紹介を行った。

(3) 資料 3－1 予算一覧について

個別施策の市の取組みごとの令和 6 年度と 7 年度の予算の紹介を行った。

(4) 資料 3－2 具体的取組シートについて

個別施策の市の取組みにおける令和 6 年度の実績及び令和 7 年度の計画についての説明を抜粋して行った。

質疑応答

◎取組 I－1－①－3 ICT 等を活用したスマート水産業の導入

【委員】スマート給餌機について、漁業者からは効果を体感しているという意見が出ているとのことだが、具体的にはどのような意見か。

《事務局》聞いている意見としては、魚の成長が非常に良いということである。一方で毎月の管理費や導入時の初期投資といったコストがかかることから、メリットの面と耐用年数などの投資をトータルで見て検証を行い、プラスであると判断されれば導入をしていない漁業者にも紹介をするといった展開になるものとする。

【委員】給餌機など市からの補助を使って導入された機器類については、初期投資や減価償却や収益性の変化などを見える化して情報を共有し、他の漁業者が導入する場合に経費やメリットを試算できるようにすることが大切なので、情報を数値化し広く知らせるように成果をまとめて欲しい。

◎取組 I－1－②－2 漁業の担い手の確保

【委員】資料 8 ページの就業確保支援の取組みについて、まき網の事業者は担い手を切実に求めており、就業者フェアへの参加などの活動を行っているが、厳しい状況にある。この令和 7 年度の具体的な計画を聞いて、活用できるところは参考にしたい。

《事務局》まず漁業体験については、関係団体に協力してもらい、長崎に船がドック入りをした機会を使って、子供たちが乗船できる機会がもてないかということを確認している。

次に就業フェアについては、県が実施しているフェアに長崎市のブースを出すことを計画している。今までは県から漁協に出展の案内があって、漁協が独自

に出展するという形だったが、今回は、市の方で各浜の状況を把握し、その情報をもとにコンタクトできた就業希望者と漁協をつなげていきたいと考えている。なお出展地は福岡を予定している。

【委員】子供たちというのはどの世代を想定しているのか

《事務局》今想定しているのは小学生を対象にと考えている。初めての取組みであり、学校の授業の一環として行うのか、学童での取組みになるのか、また時間帯や人数などといった課題もあって模索しているところだが、教育委員会とも調整を図りながら実施に向けて進めているところである。

【委員】県の就業フェアであれば長崎県立鶴洋高校の生徒も授業の一環として参加する。印象がどうであったかアンケートをとったり、先生を通じてそれぞれの漁業に対してどういうイメージを持って、どこに魅力や難点を感じるかということ聞き取りして、ハードルになっている事項の改善を図ることも考えられる。

◎取組Ⅰ-2-①-2 新たな養殖魚種の開発

【委員】資料 15 ページの養殖試験の予算の用途はどのようなものか。

《事務局》種苗生産に係る餌代や人件費といった経費などである。

【委員】ウスバハギ養殖については、長崎で行われている試みが他県の水産関係者にも伝わっており、高級料理店などのニーズもあるようで、その結果が期待されている。商業ベースに乗せられるよう今後も取り組んでほしい。

◎取組Ⅰ-3-①-2 未利用・低利用資源の活用

【委員】資料 22 ページの水産資源再生事業費における植食性魚類の活用についてだが、県内の他市が持ち込む分については、加工をしないで団地協に持ち込んでミールにして魚粉にしている。なお原料の買取りと運搬費が補助されるが、長崎市が計画している取組みの内容を教えてください。

《事務局》主に定置網での状況についてヒアリングを行った結果、今回は野母崎三和漁協とみなと漁協の外海支所での実施を考えている。今後は加工も検討したいが、まずは対象の魚を水揚げして海から取り除くということを第 1 の目標にしているので、団地協には来年度、漁獲された対象の魚類をミールの原料として受け入れていただくことについて協力をお願いしたいと考えている。

加工については、よくある意見として、加工が難しいことや安定供給がないということで未利用魚になっているものと思われるが、他地域で商品化に成功している方もいるので、そういう方に話を聞きながら、長崎市がこれから取り組んでいく内容で、加工をどうやって実現させていくかということを検討していきたい。

【委員】水産関係者からみて未利用魚というのはお金にならない厄介なものという認識だが、意外にも一般の方々は「埋もれた宝」といった見方をして期待を寄せている面があり、研究、開発に取り組みたいという気持ちを持つ高校生・大学生学生も少なくない。また市内の量販店での販売会に立ち会ったとき、普段売られていない魚がよく売れたこともあり、これを環境への学びのきっかけやエコツーリズムに取り込んでいく可能性もあると思う。かたや現実的には資源や水産食品として加工、流通させるハードルは非常に高いので、世間の人々が「未利用魚」という言葉に感じる魅力をいかに引き出して利用するかという意識をもつことも大切と思う。

【委員】余談だが、五島に行ったときに、針が長く食用にされないガンガゼウニが大繁殖しているため藻場がなくなっていることから、その再生のためにガンガゼウニを採って販売している人がいる。地元の人には誰も食べないが、値段が通常のウニの3分の1くらいなので、他県の洋食店から注文があり、月に1,000本以上出荷するなど、一定の売り上げがあると聞いた。実際に食べたが、普通のウニと比較して味は変わるものの、格安で購入できるということで、かなり忙しい状況にあるとのこと。よって未利用魚というものは見方によっては重宝がられることになると感じた。その方は、他県からの1ターンで来られた方であり、地元の人たちは見向きもしなかったものの視点を変えて活用しているといった事例である。

【委員】ガンガゼウニに野菜くずを食べさせて畜養している地域もあったと記憶している。磯焼けの原因となる生物も食べると意外とおいしく、環境保全に役立つというストーリーをつけて、モノ消費にコト消費をつなげていければ、そこからビジネス・チャンスが生まれる可能性もあると思う。

◎取組Ⅲ-1-①-1 「さしみシティ」の推進

【委員】さしみシティについて、JR 長崎駅の観光案内所でPRしており、魚のカードも置いているが、見に来た人もただカードを持って帰るだけになっており、それを見て魚を食べたいとはならず、結果的に魚の消費にはつながらず、魚

のPRにしかっていない感じである。市として魚種の豊富さをPRしたいということもあるだろうが、お客さんに聞いてみると、「美味しい魚や寿司が食べたい」と魚を食べることが目標になっており、美味しい魚を食べることとその方法ということがポイントになってくる。そこで新たな取り組みとして、魚を知ってもらうというよりも食べられる場所を紹介する、その切り口としてお昼に魚や寿司が食べられる場所をポイントにして観光客が求めていることを優先させれば、モノは売れて消費につながる

さしみシティの取り組みとして、魚種を絞っていい時期にあると思う、会長から冒頭に話があったが、魚をイメージする街に長崎が入っていないということが現実を表していて、誰も知らないということは伝わっていないということである。春夏秋冬それぞれで生産者が売りたい魚、実際に流通があって売れる魚、観光客が食べたい魚をリサーチしてある程度絞っていくという展開の方がいいと思われる。ただし売りたい魚といっても提供できる場所が必要なので、生産者などの協力を得ながら具体的に進めていけば観光客も長崎といえばこの魚となつて訪問と消費につながっていくと思う。

【委員】ホームページでは、長崎の寿司店はここここにあるというような形で見られるようになっているのか？

【委員】魚のカードに記載されているQRコードを読み込めば、さしみシティ賛同店舗が見られるようになっている。

《商業振興課》さしみシティの賛同店舗は100店舗以上あり、一覧表をホームページで閲覧できるようになっているが、どの店が近くにあるのかといったことがわからないので、グーグルマップ上で賛同店舗の表示や、寿司という絞りでもわかるようにしている。お昼に食べられる店といったピンポイントでの検索では見つけにくいところもあるが、4月25日には築町市場の地下に、「つきまち長崎横丁」が開業する予定であり、築町市場と連携した魚の提供も考えているなど、魚が食べられる店として重点的にPRを継続する予定である。またDMOの協力により、観光案内所内で目立つ場所に魚のモニュメントを設置しており、来店者が興味を持ってパンフレットを持って行くような環境になっている。

今後も魚種の絞り込みや料理についても、食×観光高付加価値化といった事業も計画しているので、飲食店と協力して、食べられる魚、何が美味しいかというところを一緒に進めていきたい。

【委員】長崎市の地域や季節ごとに魚を掘り起こして流通を促進させる取り組み

があったと思う。そういった事業とうまく組み合わせて季節ごとの特徴ある魚を打ち出して、さしみシティに反映させていくことを進めていければと思う。また先ほどの意見で感じたのは、今の段階では飲食店から消費者、いわゆる「BtoC」のところがさしみシティになっているが、それを将来的には生産者から消費者までまっくつなげることで、「おいしい魚を長崎に来たら食べられる、来ないと食べられない」という情報が旅マエから伝わる場所まで持っていければいいと感じた。

【委員】五島の養殖マグロが長崎県の推し魚として選定されたが、疑問に思った。長崎は養殖マグロ生産量日本一だが、県内での消費量は全国で最下位クラスということで、冷凍しないで生のマグロを食べられていいと思う中で、県と市の連携がもっとあればよりブランド化しやすいと思うが、そういう投げかけは県の方からとかはないのか？

《事務局》今回の推し魚については、マグロであれば県内全域になると思ったが、五島のマグロと地域が限定されたものになっている。県としては地域も含めてPRをしていくという取組みになっており、魚種と地域が紐づいた形である。長崎市も応募したが今回は選定されなかった。

日頃から県や市の取組みについて、同じようなことをやっている指摘を受けるが、市としても県とは日頃から情報共有を図るようにしていて、情報発信をしてもらうようお願いしている。県と市、それぞれがやっていることが相乗効果を生むように今後も取り組んでいきたい。

【委員】県内で獲れたノドグロが石川県に出荷されているという話があり、その方が利益が高いということならばそうだろうと思うが、一番の理想は、長崎市内でその魚種が高い価格で買われて、それを観光客が高い価格で消費してもらうことが最も理想的な地産地消であり、なおかつ観光業としても外貨が地域に落とされるという理想的な流れになると思う

その地域にある飲食店や魚のブランド化というのは重要だが、中間層かそれより上の高所得層のクラスが長崎はうすいので、そこは一つ難しい点と思う。ただし、これから人口減少が進んでいく中で、国がインバウンドによる飲食の消費額を3倍にするという話があるが、インバウンド向けにそこをPRして、高いお金を長崎に落としてもらうということを考えていく必要があるし、そういったことを多くの飲食店に気付いてもらい、インバウンドを取り込んでいく、インバウンドでブランド化できればお金が落ちてくる可能性があるということを訴えていきながら、そういったところでの魚のブランド化を考えていくといった

視点を持って取り組んでいってほしい。

《事務局》両輪で進めていく必要があると思う。県内ではなく県外に行っている魚というのが、本来の長崎が誇るべき魚であり、それをもっと地元で使い、使っていくのならばそれを目的に長崎に来てもらうように磨き上げて良いものにして、お金を使ってくれる人たちを呼んでくる。これを両輪にして進めていく必要がある。

この 30 年位の間に、魚で勝負をしている飲食店が増えたような印象がある。変わった魚の刺身や良質のものなど、そういう意味で長崎の魚の種類が豊富でそれが武器になるという店が増えているし、グルメシティ協議会のようにレベルアップを図っていかこうとする意識が高いグループもある。来年度の新規事業で、今潜在的にブランドになりえる魚が長崎にあるのではという調査を行う計画である。そういった魚を顕在化していき、それを飲食店に繋げていくという取り組みをしていく予定である。生産者がしっかり稼げるようにして、そのためにはホテルや飲食店が一緒になってやっていくことが必要と考えているので、経済部局と連携して実行していこうと思っている。

【委員】ノドグロやマグロ、フグが有名とされている地域で消費されているものが実は長崎産であるという話を聞かされると、そういうことを長崎の魚のPRに使ってもいいのではと感じた。

【委員】今日の会議で出てきたような意見は、県の会議でも同じように出ている。農林水産物すべての業態でブランド協議会が立ち上がって、どうやって長崎を表に売り出していくかということで副知事が座長となって会が運営されている。県がPRを行っているが、市との連携をもっと密にしてやっていくことが重要と思うし、お互いが持っているアンケートの結果などの資料を情報共有していくことも必要と思う。

さしみについても報道関係者が言っていたが、長崎での魚のイメージが薄いという課題はわかっているので、もっと県と連携してやってほしい。

【委員】10 数年前に蒲鉾ブランド事業として、このさしみシティと同じような内容で立ち上がったが、今日の皆さんの話を聞いていて、まったく同じ道を辿っているように感じる。蒲鉾のブランドを立ち上げた時も、長崎は蒲鉾の種類が日本一多く、何を食べても美味しいということをPRしていたが、観光客からは非常にわかりづらいと言われた。他県のように 1 つに絞れば非常に覚えやすいので、さしみシティもそろそろ魚を一つもしくはそれが無理ならば 2～3 種類に絞

っていけば、より観光客向けには成功すると思う。蒲鉾は、板付けやちくわなど何種類もあるが、長崎は竹輪に特徴があるということでそれに絞った。その効果はある程度出てきた思いがある。さしみシティもそろそろそういう方向に向いた方がいいと思う。

【委員】長崎県が今回五島の養殖マグロを推し魚ということで決定したが、推し魚は4魚種を選定する方向でいるので、長崎市も積極的に展開を進めていっていいと思う。

《事務局》「長崎市の魚」というのを絞るというのは長年のテーマだと思っている。季節の魚というのは一定絞っているが、そこからさらに絞っていくとなるとハレーションを起こす可能性があると思う。よって行政で決めていくのではなく、生産者や飲食店の皆様の意見を聞きながら良い方向に進めていくことができればと思うので、その際にご協力をお願いしたい。

【委員】市に考えていただきたいこととして、長崎駅周辺の再開発や、長崎港周りでの新施設の整備といった話が出ている中で、地区ごとの特色を打ち出し、その地区の間をうまくつなげることによって、散策しながら長崎らしさを感じてもらえるように、市全体としての観光や飲食スポットのグランドデザインを描くための方向性を打ち出していきたい。そのグランドデザインの中で魚と観光をどう結び付けて特色を出していくかということを考えていただきたい。

◎取組Ⅰ-1-②-1 DMOとの連携による「長崎の魚」のPR強化

【委員】新規事業の食・観光高付加価値化事業についてだが、場所をどうするかということと、どの魚を対象にしていくかということになってくるものと思う。事業者が売りたい魚を決めるというのは確かにそうだが、方向性は行政が決めるべきものと思う。1つ、2つに絞るというのではなく、たくさん獲れるのであればこれもとなると観光客としてはわからなくなる。絞っていても流通によって有名な魚だが提供できないものも多々あるし、逆に言うと生産者としてしっかり話をして、獲れるもの、提供できるものはコレとして、ある程度固めたうえで飲食店にて提供してもらい、場合によっては県外に売り込んでいって、「長崎の魚は美味しい」ということを、日本各地にPRしていく方法もある。食と観光についての手法を考えるうえで、何をやってどの魚でいくか、どこでやるかであり、売り出す魚が決まってこない観光コンテンツ化というのは正直厳しいと思う。獲れる魚でやるのはいいと思うが、コンテンツを作ることが目的になってしまう。続けていくのが重要であり、間口が広い魚や市が推したいゆうこう真鯛など

でやっていくのもありとは思いますが、ただそれをきっかけにして広げていくとしなければ、前提で何を売っていくかということが決まってから観光コンテンツにしていくものであり、大前提として市がやること、方向性を決めていくことと思う。

《商業振興課》DMO、文化観光部と経済産業部、水産農林部、この4つのグループが一緒になって方向性を合わせた事業になってくるものと思う。委員が言われるように魚種の選定もそうだが、外から見て長崎の魚のイメージが無いところをどうやってイメージがわくようにするのか、長崎が魚で盛り上がっているということを発信できるか、そのコンテンツになるのは何かということを考えていきたいと思っている。

◎取組Ⅰ-3-②-2 インターネットを利用した通信販売

【委員】ECサイトやSNSについて、どれ位うまくっているか、成果や改善点、課題があれば聞きたい。

《商業振興課》ECサイトの支援は水産業に限らず、市内の製造業全般で募集をしている。少子高齢化が進んで市内のマーケットが縮小傾向にある中で、市内・市外・国外に目を向けていこうということで支援を行っている。「全く何かから手をつければいいかわからない」という事業者や、中にはサイトを作って公開をしてもその後のメンテナンスをせず、勝手にお客が増えていくものと思っている事業者もいる。サイトを運営するうえでの日々のブラッシュアップの必要性といった意識の啓発から始めて、その後、是非やりたいという事業者を選定して支援を行っている。実際に支援をして売り上げが増加するという事業者もいるが、継続してやっていく必要があるので、今回すでにサイトを運営している事業者を対象に、紹介している商品を大都市では食べたことがないというような人たちに紹介ができるよう、ポップアップショップや展示会に出展する費用を負担した。そこで実際に商品を作って消費者の意見を聞いて、長崎に帰ってきて自分のサイトの運営を見直すための補助となっているので、水産業の方も是非活用してほしい

【委員】魚というのは、ECサイトに載りづらいものである。加工品など常に同じものが載っているだけのサイトは見たくならなし、折角見られてもメンテナンスがされていないと取りこぼすことになる。ECサイトがあれば劇的に変わるというものではなく、手間がかかるし適材適所でやらないといけないので、情報やノウハウを伝えていくことは大切であると思う。

最近、食の 6 次産業化に関する講座を受講し、参加者と情報交換した中で、東京のデパートの食品売り場に出品する場合には、販売手数料を一定パーセント取られるだけで、思ったほどコストがかからないという話を聞いた。そこに商品を出すと、お金を持っている人、良いものを好む人が見に来て対面販売できる機会が生まれる。都会の百貨店に持っていける商品があれば、売り場とECサイトをタイアップして宣伝効果を大きくするなどといったアドバイスをすることで、レベルアップにつなげてもらえればと思う。

3 水産振興計画及び農業振興計画の策定の検討について

水産振興計画と農業振興計画について、令和 7 年度に迎える終期を 1 年延長し、この計画を今後どのようなものにしていくかということを今年度に検討していることを計画していることの説明を行った。

【委員】水産業だけでなく、農業分野も含めて市の方針と歩調を合わせて検討されるということである。浜の活力再生プランなど地域ごとのプランがあるが、かなり練った案を作っている漁協もあれば、国の補助金を期待して判で押したような 1 つの手続きとして考えているところもある。特に市内の周辺の漁協は、合併を進めていく方針を市が打ち出しているので、これまでどおり地域主体でやれるか十分検討していただき、長崎市の水産業について最も良い計画になるよう進めていってほしい。

《事務局》本日は、各委員において、日頃感じていることや、事務局の説明に対しての貴重な意見や提案を出してもらったが、いただいた意見をしっかりと吟味して今後の事業推進に生かしていきたいと思う。

会議終了

以上