

【戦略7】水産業のさらなる振興

豊かな海づくり大会を契機とした水産業のさらなる振興を図り、ブランド化や消費拡大による漁業者の所得向上を目指していく。

(1)-① 海面漁業生産基盤強化プロジェクト

【目標指標】

目標指標	現状値	H29目標値	H32目標値
漁業の新規就業者数 (4年間の累計)	51人 (H24~27)	15人	70人
トップランナー(漁業所得 400万円以上の経営体)数	23経営体 (H27)	28経営体	43経営体
漁業試験調査船新船建造	25年経過 (H28)	基本設計	H31竣工

【29年度の取組み】

<これまでの取組み>

○水産業の人材育成

- ・将来の進路として水産分野に興味を持ってもらうため、県内の中学生を対象に少年水産教室を開催し、96名の生徒が参加(7月~8月)
- ・本県漁業についての理解を深めてもらうため、加茂水産高校生を対象に、底曳網の体験漁業を11名に実施(6月)、定置網の体験漁業を17名に実施(10月)
- ・漁業就業に向け平成28年12月から1名の準備研修を実施、29年4月以降、累計7人から問い合わせがあり、うち1人が10月から準備研修を実施



○漁業のトップランナーの育成

- ・漁業者の生産性の維持・向上により所得向上を図るため、代船建造に支援を行い、基幹漁業である底曳き網漁船2隻、はえ縄漁船2隻が竣工

○漁業試験調査船「最上丸」の新船建造など水産関係インフラの維持整備

- ・漁業試験調査船「最上丸」の概略設計が完了
- ・漁港施設、共同利用施設、無線関連などの漁業インフラの維持整備



<今後の取組み予定>

○水産業の人材育成

- ・生産、流通、加工など水産業に係る担い手の育成・確保対策を検討する協議会の設置・運営

○漁業のトップランナーの育成

- ・引き続き、はえ縄漁船1隻、採介藻漁船1隻の代船建造に対し支援を実施し、12月竣工予定

○漁業試験調査船「最上丸」の新船建造など水産関係インフラの維持整備

- ・漁業者の所得向上につながる効果的・効率的な漁業に向けた調査研究を推進するための「最上丸」の新船建造(基本設計、建造の発注)
- ・漁港施設、共同利用施設、無線関連などの漁業インフラの維持整備の促進

【評価と課題】

○水産業の人材育成

- ・研修制度の認知度が依然として低いことから、新たな漁業就業者の確保育成に向け、漁業研修制度等の周知を図るためのPR活動等を積極的に行うとともに、新規就業者の定着率を上げるため、動議付けから独立・定着までの各段階に応じて、丁寧な支援を行うことが必要

○漁業のトップランナーの育成

- ・老朽化し、性能が低下した漁船のまま操業するトップランナーが依然として多いことから、漁業者の生産性向上のための代船建造の支援制度の活用を積極的に図っていくことが必要

【戦略7】水産業のさらなる振興

豊かな海づくり大会を契機とした水産業のさらなる振興を図り、ブランド化や消費拡大による漁業者の所得向上を目指していく。

(1)-② 県産水産物付加価値向上推進プロジェクト

【目標指標】

目標指標	現状値	H29目標値	H32目標値
海面漁業・養殖業生産額	24億円(H26)	29億円	33億円
水産物平均単価	450円/kg (H27)	500円/kg	590円/kg
「庄内おぼこサワラ」の平均単価	1,450円/kg (H27)	1,670円/kg	2,000円/kg

【29年度の取組み】

<これまでの取組み>

○新たなトップブランド水産産物の創出

- ・庄内浜ブランド創出協議会を設置し(5/12)、その下部組織として「サワラ部会」と「トラフグ部会」の2部会を設置(9/2)
- ・サワラ部会の活動として「庄内おぼこサワラキャンペーン(10/27～12/3)」を開催するため、地元料理人向け講習会を開催(10/18)
- ・庄内おぼこサワラの脂質含有量によるランク分け試験出荷を実施(10月～)

○鮮度保持技術及び蓄養技術の推進

- ・マダイ身質(pH、硬度、身の色、脂質、K値)の季節データを収集(夏期分)



料理人向け講習会



<今後の取組み予定>

○新たなトップブランド水産産物の創出

- ・トラフグ部会の活動として、地元料理人向け講習会を実施(11/29)のうえ、「天然とらふぐキャンペーン」を開催(12/7～2/28)

○鮮度保持技術及び蓄養技術の推進

- ・マダイ身質(pH、硬度、身の色、脂質、K値)の季節データを収集(秋期・冬期分)
- ・活越技術の実用化支援を実施(12～2月)
- ・蓄養技術の実用化支援を実施(12～2月)



活越技術
例)マダイ

【評価と課題】

○新たなトップブランド水産産物の創出

- ・地元料理人向け講習会は参加者からの評価が高く、来年度は複数回の開催を予定しているが、サワラのブランド力向上、トラフグのブランド化の推進のため、継続した料理人の育成、地元での食文化の醸成、安定供給体制の構築が必要
- ・庄内おぼこサワラは地元での認知度が未だ低いため、地元定着に向けた取組みが必要。また、品質が個体や時期により異なることから、高品質の安定化を図るため、築地市場と連携した販売戦略の検討が必要

○鮮度保持技術及び蓄養技術の推進

- ・マダイの販売単価は低迷していることから、品質向上による単価増を実現するため、収集したデータから季節ごとの戦略を検討することが必要