

4. 水産業分野

戦略の柱1 水産資源の回復・生産量UP

施 策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容
			I	II	III	IV		
1. 天然水産資源の回復、増殖	・内水面漁業は四万十川という全国屈指の漁場に恵まれるものの近年河川環境の変化等により漁獲量の減少が著しい。 海面漁業も水産資源の減少と魚価の低迷、燃油高騰等で専業化離れが進み漁獲量も減少している。 ・水産資源の回復や増殖が進まないかぎり、加工販売など漁業者の所得向上につながる取組みも制限される。 また、川エビやウナギ料理などは観光資源として定着しているため、他産業に及ぼす影響も大きい。	【水産AP1】 (1)漁場環境、資源量等の調査・研究	○				四万十市 (農林水産課) 四万十川漁業振興協議会 漁業協同組合	○漁場環境、資源量等の調査・研究 ○調査結果の広報活動
		【水産AP2】 (2)生育・漁場環境の保全・整備	○				四万十市 (農林水産課) 四万十川自然再生協議会 漁業協同組合	○スジアオノリ生育・漁場環境の保全・整備 ○アユの産卵場の再生と保全管理 ○イセエビ漁礁設置による漁場整備
2. 栽培漁業等の推進	・市場は天然の希少性よりも安定した品質、供給量を求める傾向にあり、将来にわたって漁業経営を維持、拡大するためには栽培漁業を推進し生産性の向上と安定供給を確保していく必要がある。 ・種苗放流技術は、いつ、どこに、どのような種苗(サイズ・系統)をどの程度の密度で、どのような方法で放流するかによって構成されるが、これらの最適な組み合わせを見出し技術の確立を図るうえでは、魚種ごとに調査を実施し、放流効果を継続的に検証することが必要。 ・海面漁業は、ヒラメやアワビなどの種苗放流により資源量を確保していかなければ、漁業経営の維持、安定が厳しい状況にあり栽培漁業への依存度が高い。 ・アオサは栽培技術も確立しており安定した漁獲量を確保しているが、区画漁業権の設定により漁業者に割り当てられる面積配分(区割り数)が限られており生産拡大や新規参入の障壁となっている。	【水産AP3】 (1)効果的な種苗放流の推進	○				四万十市 (農林水産課) 漁業協同組合	○内水面資源の種苗放流 ○沿岸資源の種苗放流
		【水産AP4】 (2)アオサの生産拡大	○				四万十市 (農林水産課) 四万十川漁業振興協議会 四万十川下流漁業協同組合	○区画あたりの生産拡大 ○新たな漁場の開拓と新規参入の促進 ○生産・品質管理の徹底
		【水産AP5】 (3)スジアオノリの栽培技術の研究などへの支援	○				四万十市 (農林水産課) 四万十川下流漁業協同組合 しまんと海藻エコイノベーション共創拠点(高知大学)	○スジアオノリの栽培技術への支援(助言など)

※基本戦略: I 足腰を強め、地力を高める II 産業間の連携を強化する III 情報発信と外商の強化 IV 産業の担い手、人材の確保・育成

計画期間						目指すべき姿 (目標値)	産業間連携等
R2	R3	R4	R5	R6	R7		
・天然アユの調査・研究(成育場等調査、河川環境調査) ・スジアオノリ資源回復調査 ・川エビ(ミナミテナガエビ)の調査・研究(生育環境調査等) ※民間研究機関等との連携事業 ・関係機関との情報共有						◆漁場環境や資源量等の継続的な把握と減少要因の分析が進み、漁業者と情報が共有され、天然資源の回復・増殖に向け関係者の連携した取組みが進んでいる	
・報告会等を開催し漁業者(市民)等にフィードバックすることで情報を共有 ・市、関係機関等のホームページ・広報誌、メディア等を通じた情報発信の強化							
アオノリ漁場整備補助 ・生育に有効な水深、河床形状の整備を支援						◆内水面漁業漁獲量 H29: 49t →R7: 50t ◆海面漁業漁獲量 H29: 14t →R7: 15t	
・四万十川自然再生事業(アユの瀬づくり)の検証と持続可能な産卵場の再生と保全管理を推進							

※主な内容: ★は新規、◎は拡充、○は継続

戦略の柱1 水産資源の回復・生産量UP

施 策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容
			I	II	III	IV		
3. 地域に根差した資源管理の仕組みづくり	・漁獲量減少については、漁場環境の変化に加え過度の漁獲圧力も急激な資源の減少を招く要因と考えられる。 中でも、アユ資源は放流量よりも天然遡上量の方が漁獲量に大きな影響力があり、こうした川を移動する資源は、単独の漁協で増繁殖を考えるよりも、漁連や行政等関係機関が協力し、適切な資源管理に向けた仕組みづくりの検討、実践の積み重ねが必要。 ・遊漁者による採捕量が資源に大きな影響を与える魚種もあることから、資源管理においては遊漁者も一定の役割を果たしてもらうことが重要。 ・適切な資源管理の取組みは、漁業者（漁協）や関係機関の合意形成が不可欠であり、資源が減少又は枯渇する根拠、計画的な漁獲管理に取り組む代償と期待される効果をデータ等で可視化し、取組みの必要性について共通認識を持つ必要がある。 ・資源管理に向けた取組みは、実践する中で、漁協が関係機関と協力してその効果を調査し、調査結果に応じて取組内容を改善し継続するなど、計画的に粘り強く取り組むことが重要。 ・継続的な資源管理の取組みにより現れた効果を関係者や市民に発信し情報を共有することで、関係者の資源管理に対する意識の醸成、さらには市民参画を促し、資源管理の定着を図ることも重要。	【水産AP6】 (1)漁場利用の新たなルールづくり	○				四万十市 (農林水産課) 四万十川漁業振興協議会	○漁場利用のための新たなルールづくり
		【水産AP7】 (2)資源保護のための情報発信の強化	○				四万十市 (農林水産課) 漁業協同組合 高南幡東漁業秩序を守る会(海面漁業)	○資源保護のための情報発信の強化
4. 担い手の確保・育成	・内水面、海面漁業いずれも魚価の低迷や高齢化等により漁業者は減少している。そのため漁船は余り、漁場も空いてくる状況が想定され、そうした生産基盤を活かして次世代に引き継げる体制、仕組みづくりが必要。 ・担い手を確保、育成するうえでは、研修や漁業体験等の定期的な実施や技術・ノウハウの早期定着に向けたフォローアップ体制の確立など、新規就業希望者が参入しやすい環境づくりが必要。	【水産AP8】 (1)新規就業者のための研修・フォローアップ				○	四万十市 (農林水産課) 漁業協同組合	○講習会、研修会の開催 ○受入漁家による研修制度の拡充

※基本戦略：Ⅰ 足腰を強め、地力を高める Ⅱ 産業間の連携を強化する Ⅲ 情報発信と外商の強化 Ⅳ 産業の担い手、人材の確保・育成

計画期間						目指すべき姿 (目標値)	産業間連携等
R2	R3	R4	R5	R6	R7		
						◆市民、漁業者の意識と機運が高まり、資源管理の取組みが進んでいる	
四万十川漁業振興協議会							
・漁業協同組合、関係機関の合意形成 ・産卵親魚を保護するための禁漁区、効果的な禁漁期の設定、漁法や漁獲量制限などのルールづくり ・ルールづくりのもと実践 ⇒ 効果検証 ⇒ フィードバック							
							
・漁獲量(資源量)、資源管理の取組み、漁場利用、漁法制限、釣魚マナー等の情報発信を強化し、漁業者、市民(遊魚者を含む)の資源保護への意識醸成							
						◆漁業体験研修の受講者数 R2～R7R6の5年間で3人	
・県と連携した講習会、研修会等の開催							
							
・受入漁家による新規就業者の研修制度の拡充 ・漁家や専門家等によるフォローアップ体制づくり							

※主な内容: ★は新規、◎は拡充、○は継続

戦略の柱2 水産物の加工、販売促進

施 策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容
			I	II	III	IV		
1. 水産物の高付加価値化の推進	・今ある商品を見つめ直すことが重要であり、市場や顧客のニーズに適した商品へ磨き上げを進め、他産地に負けない品質を確保する必要がある。 ・販路を意識することで、漁り方から出荷するまでの品質・衛生管理を考えるようになり、県外等での取引に対応できることにつながる。 ・漁業者（漁協等）による6次産業化は、商品の企画や営業、販売、また顧客対応等のノウハウを持つ地域内の商工業者等と連携する仕組みがあれば新たな展開が期待できる。 ・商工業分野（飲食店等）においても未利用資源を活用した料理などの潜在的ニーズがある。未利用の有効な魚種を掘り起こし、供給体制を整備するとともに、意欲ある商工業者と食や商品開発、販売等に取り組むことも必要。	【水産AP9】 (1)今ある商品の磨き上げ					四万十市 （農林水産課・産業建設課・観光商工課） 漁業協同組合	○品質管理の向上 《連携AP5》 ○商品力の強化 《連携AP5》
		【水産AP10】 (2)新たな商品開発					四万十市 （農林水産課・産業建設課・観光商工課） 漁業協同組合	○未利用資源等の掘起しと利活用 《連携AP5、10》 ○新たな商品の企画・開発の支援 《連携AP5》
2. 販売力の強化と販路拡大	・四万十川西部漁協では、独自の販売部門として「あゆ市場」を設け、水産物の集出荷、商品開発、販路開拓に意欲的に取り組んでいる。 漁協それぞれに特色があり考え方に差異もあるが、自ら価格形成できるよう販売力を強化していくことは必要。 ・アユなど魚種によって、漁獲のピークになる時期と販売しやすい時期のミスマッチが生じている。有利販売につながる時期に漁獲量を確保する仕組みを考える必要がある。 ・「四万十川の青のり、青さのり」として、地域団体商標を取得しているものの、PRや販売に十分活かされておらず、入札価格のさらなる下落が懸念される。 安定供給や品質の確保はもとより、ブランド力、知名度の維持、再強化に向けた情報発信、PRの強化により、入札業者を増やして有利販売につなげる必要がある。 ・四万十川産としての知名度、ブランド力は有するが、水産物や加工品の特色、他産地との違いや優位性などの強みを付加したブランディングと発信が必要。 また地域ならではの調理方法や食べ方など、四万十の食文化を発信することもブランド力の向上につながる。 ・漁業独自の販売力、販路拡大には限界がある。市内の加工事業者など商工業者との連携や県との協働により、有利販売に向けたノウハウの蓄積と実践を積み重ねていく必要がある。	【水産AP11】 (1)漁協の販売力の強化					四万十市 （農林水産課・産業建設課） 漁業協同組合	○漁協の販売機能の強化 《連携AP1、8》
		【水産AP12】 (2)ブランド力の強化と販路拡大					四万十市 （農林水産課・産業建設課・観光商工課） 漁業協同組合 四万十川漁業振興協議会	○ブランディングの構築と発信 《連携AP8》 ○地元消費拡大フェアの開催 《連携AP1》 ◎産業間連携や広域連携による外商活動等 《連携AP8》 ○商談会等販路開拓・拡大の支援 《連携AP8》

※基本戦略：Ⅰ 足腰を強め、地力を高める Ⅱ 産業間の連携を強化する Ⅲ 情報発信と外商の強化 Ⅳ 産業の担い手、人材の確保・育成

計画期間						目指すべき姿 (目標値)	産業間連携等
R2	R3	R4	R5	R6	R7		
						◆安定した品質が確保され、販売額の増加につながっている	【連携AP5】水産物の高付加価値化
・漁獲から入荷、加工、包装、貯蔵等各生産工程における徹底した品質・衛生管理の推進 (スジアオリ、アオサについては洗浄、選別等品質管理の徹底により商品としての信頼性と競争力を確保)							
							
・加工品等の食味向上やラベル等の磨き上げ、表示の適正化など外商に向け商品力を高める取組み(研修機会の提供やアドバイザー派遣等)を支援							
						◆一次産品等を活かした新商品の開発 H30:117アイテム →R7:607アイテム/6年 ※水産物加工品以外を含む	【連携AP5】水産物の高付加価値化 【連携AP10】“食”文化の磨き上げ
・ツガニやゴリ、アユ(落ちアユ)に加え、一定の漁獲があるナマズ、スッポンなど未利用資源を掘り起し、“四万十の食”として提供する料理の食材として、また加工品等の原料としての利活用を促進 ・未利用魚の漁獲手法の確立と供給体制の整備							
							
・漁協と商工業者、地域加工グループ等とのマッチングの場をつくり、連携の促進や取引の拡大、新商品開発等の新たなビジネスの創出を支援							
						◆漁業協同組合の販売機能 R7:強化	【連携AP1】地域産品の利用と販売促進 【連携AP8】地域産品の発信と販路開拓・拡大 県計画地域AP ◆売り出せ西土佐プロジェクト推進(拠点ビジネス)
・漁業協同組合の特色に応じた販売力の強化 ・地域団体商標を活用したPR・販売の推進 (市内加工事業者と連携した水産物、水産加工品等の販売活動を強化) ・「あゆ市場」と道の駅「よつて西土佐」の運営主体「(株)西土佐ふるさと市」(地域商社)と連携したPRと販売機能強化							
						◆四万十川産の知名度、ブランド力が向上し、有利販売につながっている ◆産業祭来場者数 H30:20,000人 →R7:54,000人/6年	
・ブランディングの構築 強み(形や大きさ、食味、漁獲手法、文化、歴史など)を付加した四万十川産ブランドの構築 ・四万十川流域各漁協の連携による四万十鮎ブランド化の推進 ・地域団体商標を活用したPR・販売の推進 (市内加工事業者と連携した水産物、水産加工品等の販売活動を強化) ・市及び関係機関のホームページほか多様な媒体を活用した情報発信の強化							
							
・産業間(農業、林業、水産業、商工業)連携による地元消費拡大フェアの開催により地元産品の地産地消意識を醸成							
							
・観光PR活動と連携した都市圏での販売促進活動を展開(「四万十フェア」の開催など) ・友好都市等との連携による物産展等の開催(観光誘致活動との連携) ・幡多広域地産外商協議会で外商活動と観光情報発信、PR活動を広域で一体的に推進(量販店でのフェア等の開催、バイヤー招致など) ・しまんとリバーベキュープロジェクトの実施(農林水産物の活用、新商品開発、観光誘客など)							
							
・商談会、展示会、物産展等での販路開拓・販売促進活動を支援 (県地産外商会社との連携)							

※主な内容:★は新規、◎は拡充、○は継続

戦略の柱2 水産物の加工、販売促進

施 策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容
			I	II	III	IV		
3. 魚食文化の磨き上げと発信	・市内においても消費者の魚離れが進んでおり、多様な水産資源を活かし、地域に根づいた魚食文化の磨き上げと発信が必要。 ・市内では消費されない魚種でも、他県では食文化として根つき、加工による高付加価値化や観光資源として重宝されているものも数多くある。 ・商工業分野(飲食店等)においても雑魚など未利用資源を活用した料理や商品開発への潜在的なニーズがあり、漁業者と商工業者の連携により未利用魚も含め魚種を選定し、新たなレシピや加工品を開発するとともに、観光の側面からもスポットを当て、四万十の“食”として発信することは、漁業所得の向上にもつながる。	【水産AP13】 (1)魚食文化の磨き上げ	○	○			四万十市 (農林水産課・産業建設課・観光商工課) 漁業協同組合 中村料理飲食店組合	○魚食文化の磨き上げ等 《連携AP10》
		【水産AP14】 (2)魚食文化の発信強化		○	○		四万十市 (農林水産課・産業建設課・観光商工課) 漁業協同組合 中村料理飲食店組合	○グルメイベント等での魚食文化の発信 《連携AP11》

戦略の柱3 水産資源を活用した交流の拡大

施 策	背景・課題・視点	アクションプラン	基本戦略				主な事業主体	主な内容
			I	II	III	IV		
1. 体験交流の推進	・抜群の知名度を誇る四万十川において、インパクトのある一歩踏み込んだ体験商品づくりができれば十分な需要が見込まれる。 観光のためだけに用意したものではありませんが、生業として成立しているものや歴史的な背景があるものなどは体験商品に組み入れやすくその価値は持続する。 ・地元の学生も川で遊ぶことや川に触れる機会が少なくなり、川離れ、魚離れが進んでいる。 地元の学生を対象とした体験学習などにより、水産資源や漁業等に関心を持ってもらえるような仕組みづくりが必要。 地元で根付いてこそ体験商品としての価値も高まる。 ・漁協としても川や漁法を知ってもらおうと学童や市民を対象とした体験教室等を開催しているが、受入体制が脆弱で年間通じた受入れが困難。	【水産AP15】 (1)魅力ある体験商品づくり	○	○	○		四万十市 (農林水産課・産業建設課・観光商工課) 漁業協同組合 観光協会	○体験商品の磨き上げ
		【水産AP16】 (2)体験教室等の開催	○			○	四万十市 (農林水産課・産業建設課) 漁業協同組合 四万十川漁業振興協議会 四万十の日実行委員会	○体験教室の開催

※基本戦略: I 足腰を強め、地力を高める II 産業間の連携を強化する III 情報発信と外商の強化 IV 産業の担い手、人材の確保・育成

計画期間						目指すべき姿 (目標値)	産業間連携等
R2	R3	R4	R5	R6	R7		
						◆四万十の“食”として市内外の知名度が向上し、販売や交流人口の拡大につながっている	【連携AP10】“食”文化の磨き上げ 【連携AP11】“食”の発信
・商工業者等との連携による“食”の磨き上げ、新たなレシピ開発等商品化に向けた調査・研究（魚種と漁獲時期の適切な組み合わせにより周年で楽しめる魚食文化を創造） ・しまんとリバーベキュープロジェクトの実施（農林水産物の活用、新商品開発、観光誘客など）							
							
・食の発信・普及イベント等の開催と連携して、地場水産物を活用したグルメを提案し四万十の魚食文化として発信（「産業祭」、「四万十うまいもの商店街」、「フェスティバル土佐ふるさとまつり」、など）							

計画期間						目指すべき姿 (目標値)	産業間連携等
R2	R3	R4	R5	R6	R7		
						◆自然や漁業への関心と資源保護に対する市民意識が向上している	
・観光との連携により、体験型観光の動向を把握し、多様化するニーズに合わせた体験商品の磨き上げとメニューづくり							
							
・体験カリキュラムを漁業者、関係機関、市民(小学生等)が協働で作製し、体験教室を開催 (川をはじめ山、海の自然及び漁業への関心と資源保護に対する市民意識を醸成)							
・漁協における受入体制の強化							

※主な内容：★は新規、◎は拡充、○は継続

