

浜の活力再生プラン
(第 2 期)

1 地域水産業再生委員会

組織名	泉南郡岬町養殖水産業再生委員会
代表者名	田中 映治

再生委員会の構成員	小島サステナブルフィッシャリーズ(株)、岬町
オブザーバー	日本海洋資源開発(株) (ブランド化・ブランディング担当)

対象となる地域の範囲及び 漁業の種類	泉南郡岬町地区にて海面養殖業を営む漁業者 18 名
-----------------------	---------------------------

2 地域の現状

(1) 関連する水産業を取り巻く現状等

<p>天然漁業が主体である大阪湾漁業の中では、養殖漁業は低い位置付けになっていたが、昨今の「海面温度の異常上昇」等による影響により、これまで活気付いていたシラスやマイワシの水揚げ高が、一昨年から下降傾向に至っている。当委員会は大阪湾漁業の中で唯一の「養殖・養魚漁業」を行っており、その漁場特性（区画漁業権）を活かしつつ、次世代の大阪湾漁業における「泉州産養殖・畜養鮮魚」の普及ならびに販路拡大を視野に置き、事業推進を確実に実施しなければならないと考えている。販路拡大の分野においては「異業種連携」を視野に置いた取り組みが必須となるとの認識を共有し、事業化を模索する中で新たな活路を見出す努力が必要である。</p> <p>また、今期の「コロナ禍」における、新生活様式に対応すべく「三蜜」を避けられる漁場施設機能を生かした、養殖・養魚場の活用ならびに更なる魚食普及による地域活性化を推進する方針でも、事業推進を図る必要がある。</p> <p>併せて、本事業の最終年度である令和 7 年 5 月から 11 月に開催される「大阪万博」において、大阪湾漁業の大きな環境の変化に対応すべく、事前に備えなければならない事も大きな現状認識の一つである。その為には、プランの「前倒し」等、柔軟に対応することが求められている。</p>

(2) その他の関連する現状等

<p>新規雇用確保については、第一期では苦戦状態であったが、第二期プランにおいては、大阪万博等に対応すべく、養魚場ならびに施設整備の拡充に関連した、新規雇用の促進に拍車がかかるのではと想定している。</p> <p>泉南郡岬町養殖水産業再生委員会はこの契機を逃さず、一層の雇用促進を図る努力をしなければならない。</p>

3 活性化の取組方針

(1) 前期の浜の活力再生プランにかかる成果及び課題等

(2) 今期の浜の活力再生プランの基本方針

前期、令和2年から影響が出始めた、新型コロナウイルス感染による「コロナ禍」の影響における、新生活様式での需要喚起に対応すべく、当委員会は「三蜜」を避けられる養魚場施設機能を生かした、養殖・養魚場の新たな活用ならびに、更なる漁業事業の活性化を検討・推進する。これらの社会情勢を受ける形で、これまでの「単一的」であった養殖・養魚場から、第一期の基本プラン⑦に記載されていた、養魚場、畜養施設の観光施設化を、単なる観光施設ではなく、「魚食普及を主体とした施設化」の導入に修正変更し、本事業を当委員会の「事業の柱」との位置づけで促進させる方針である。

具体的には、体験型魚食普及施設ならびに養殖場機能を持ったテストフィールド（泉州広域委員会メンバーからの畜養依頼ならびに養殖実証等の要請等）に対応しつつ、泉南地域の住民だけではなく、広く関西圏の人々へ、大阪湾鮮魚を味わって頂くと共に、家族で楽しみながら漁業体験して頂き、魚の「捌き方・鮮度保持方法・料理方法」等までも、学べる施設へ変容させると共に地域の小学校等による「体験漁業の社会見学」等の受け入れによる「地域交流」の活性化にも対応する方針である。

特に、第二期からは新選定魚種に「サーモントラウト」の畜養を加え、他の鮮魚の「育成状況・試食評価」についても、魚食普及の柱の追加になるべく、更なる養殖・畜養鮮魚の販売促進を実施する。

その上で・・・

① 【ブランド化】～市場評価を受けるに値する取り組みとして推進する。

泉南郡岬町養殖水産業再生委員会の特色を生かしたコンサルティングを日本海洋資源開発株式会社に依頼し、同社が保有するブランド化&ブランディングのノウハウを活用し、進めていく。

●選定魚種ごとのブランド化&ブランディングを確実に実行し定番化する。

- ・1年目～しまあじ+サーモントラウトに特化したブランド化&ブランディング。
- ・2年目～はまち+サーモントラウトに特化したブランド化&ブランディング。
- ・3年目～鯛+サーモントラウトに特化したブランド化&ブランディング。
- ・4年目～ふぐ+牡蠣に特化したブランド化&ブランディング。
- ・5年目～しまあじ+はまち+サーモントラウト+鯛+ふぐ+牡蠣を

「泉州・泉南岬町小島養魚場セット」として、販売を開始する。

② 【販路拡大】

魚食普及を主たる柱に位置付けた漁場施設の活用をベースに、新選定魚種である「サーモントラウト」を始め、基本的なマーケティング&プロモーション活動が、しっかり連動された取り組みとする事を最重要課題として取り組む。特に「大阪万博」に向けた、ブランディングの強化を目指す。

令和3年から「泉南岬町小島養殖・養魚場祭り」の開催を調査・検討し、令和4年から開催を視野に、地域の関係者との連携協議の基に開催する。

※地元の商業施設を始め、ふるさと納税品+百貨店等の贈答品として販売提供する方針。
※大阪万博に向けた商品構成ならびにネット通販の事業化を推進する。

③ 【雇用の促進】

社会情勢等の変化に伴う需要の喚起による施設整備の拡充に伴い、雇用促進を推進する。
特に、大阪万博に向けた施設整備の拡充に伴う雇用促進を視野に置いた、雇用促進計画の策定を行う。

④ 【PDCA サイクルシステム】

本システムの導入を検討する為に「専門家招聘」を行い、システム構築の「意義」「必要性」を理解した上で、事業進捗状況管理記録帳票・施設管理記録帳票・会議議事録管理帳票等の作成を行い、全組合員で情報共有し、保管管理を義務付ける。

⑤ 【漁業コスト削減】

④PDCA サイクルシステムの導入の中で、施設の「光熱費」等の経費の削減方法を調査・検討し、また、「専門家招聘」により、AI ならびに IT 化の導入も併せて調査・検討していく。

(3) 漁獲努力量の削減・維持及びその効果に関する担保措置

特にありません。

(4) 具体的な取組内容（毎年ごとに数値目標とともに記載）

1年目（令和3年度）以下の取組を実施し、漁業所得 0.00%向上を図る

漁業収入向上のための取組	<p>第二期の初年度にあたり、全組合員による今期の「基本方針」を共有し、成果を出すには実行する事を「再認識」し取り組む。</p> <p>●ブランド化・・・ ブランド化に関する、市場からの訴求事項に付き、要求事項の内容や取り組み方を全組合員で協議の上、共通認識の基に実行する事を確認する。 ブランド化対象選定魚種～1年目は、泉州しまあじ+泉州サーモントラウトに特化する。 ※「泉州しまあじ」のブランド化&ブランディングを実施。</p> <p>●販路拡大・・・マーケティング&プロモーション活動が、しっかり連動し連携された取り組みとする事を最重要課題として取り組む事が出来ないの</p>
--------------	---

	<p>であれば、ブランド化の促進が出来ない結果となることを全組合員の共通認識の上で、取り組む必要がある。</p> <p>異業種連携先の調査ならびに連携分野の精査（選定魚種ならびに出荷量の定量化・鮮度保持の確立化）等の検討を行うと共に、日本海洋資源開発(株)との連携事業において、東京・大阪の各シーフードショーへの出展を計画し、マーケットのニーズを得ると共に、出展した養殖魚等に対する市場からの「声」を生産現場にフィードバックさせ、次回の出展に反映させる仕組み作りを行う。</p> <p>また、今期から「泉南岬町小島養殖・養魚場祭り」の開催を調査・検討する。</p> <p>●雇用の促進・・・社会情勢（コロナ禍の新生活様式）等の変化に伴う需要の喚起による施設整備の拡充が想定されることに伴い、雇用促進計画を調査・検討を行う。</p> <p>特に計画には、大阪万博に向けた施設整備の拡充に伴う雇用促進を視野に置いた、雇用促進計画の策定を折り込む。</p> <p>●PDCA サイクルシステム・・・本システム導入を検討する為に「専門家招聘」を行い、システム構築の「意義」「必要性」を理解した上で、事業進捗状況管理記録帳票・施設管理記録帳票・会議議事録管理帳票等の作成を行い、全組合員で情報共有し、保管管理を義務付ける。</p>
<p>漁業コスト削減のための取組</p>	<p>・施設の「光熱費」等の経費の削減方法を調査・検討する。</p> <p>・AI ならびに IT 化の導入も併せて調査・検討し「専門家招聘」を行う。</p>
<p>活用する支援措置等</p>	<p>養殖魚安定生産・供給技術開発事業（国）</p> <p>新規漁業就業者総合支援事業（国）</p> <p>産地水産業強化支援事業（国）</p> <p>おおさか地域創造ファンド（府）</p>

2年目（令和4年度）以下の取組を実施し、漁業所得 1.62%向上を図る

<p>漁業収入向上のための取組</p>	<p>1年目の取り組みによる効果の成果等を「PDCA サイクルシステム」の運用評価を受け、全組合員で更なる目標改善を目指す。</p> <p>●ブランド化対象選定魚種～2年目は、～泉州はまち+泉州サーモントラウトに特化する。</p> <p>※「泉州はまち」（脂の乗り具合を数値化）のブランド化&ブランディングを実施。</p>
---------------------	---

	<p>●販路拡大・・・マーケティング&プロモーション活動が、しっかり連動し連携された取り組みとする事を最重要課題として取り組む・・・でなければ今期の浜プランの基本方針に掲げている①のブランド化の促進が出来ない結果となる。</p> <p>異業種連携先の調査ならびに連携分野の精査・検討結果によって、大阪伝統の味である串かつを日本を代表とする食文化の一つとすることを目標としている「株式会社 串カツ田中」との「異業種連携事業」を促進させ、マーケティング&プロモーション活動を行う。</p> <p>具体的には、串カツ田中への提供食材魚種は「泉州・サーモントラウト」を想定し、期間限定・数量限定の枠組みでの連携を目指す方針である。</p> <p>また、今期より東京・大阪の各シーフードショーへの出展を実施し、マーケットのニーズを得ると共に、出展した養殖魚等に対する市場からの「声」を生産現場にフィードバックさせ、次回の出展に反映させる。</p> <p>更に、今期から泉南地域の関係者との連携協議を基に「泉南岬町小島養殖・養魚場祭り」を開催する。※目標来場者数を1000人と「設定」する。</p> <p>●雇用の促進・・・社会情勢（コロナ禍の新生活様式）等の変化に伴う需要の喚起による施設整備の拡充を想定した雇用促進計画を基に、雇用促進を実施する。</p> <p>●PDCA サイクルシステムの2年目の運用を実行し、専門家へ報告・修正・評価を受ける。※評価報告書は管理議事録と共にファイリングで管理する。</p>
<p>漁業コスト削減のための取組</p>	<p>・施設の「光熱費」等の経費の削減方法を調査・検討した結果に基づいた、省エネ対策（照明器のLED化・電源スイッチの入り切り確認）を講じる。</p> <p>・引き続き、AIならびにIT化の導入も、併せて調査・検討し「専門家招聘」を行う。</p>
<p>活用する支援措置等</p>	<p>養殖魚安定生産・供給技術開発事業（国）</p> <p>新規漁業就業者総合支援事業（国）</p> <p>産地水産業強化支援事業（国）</p> <p>おおさか地域創造ファンド（府）</p>

3年目（令和5年度）以下の取組を実施し、漁業所得4.29%向上を図る

<p>漁業収入向上のための取組</p>	<p>2年目の取り組みによる効果の成果等を「PDCA サイクルシステム」の運用によって評価判定を受け、全組合員で更なる目標到達を目指す。</p> <p>●ブランド化対象選定魚種～3年目は泉州真鯛+泉州サーモントラウトに特</p>
---------------------	--

	<p>化する。</p> <p>※「泉州しまあじ・泉州はまち」は定番化する。</p> <p>※泉州真鯛に関しては、期間限定商品として春季の「泉州・桜鯛」、秋季の「泉州・紅葉鯛」としてのブランド化&ブランディングを図る。</p> <p>※来期からの牡蠣養殖に関して、生育課程において「AI センシング技術」ならびに「育成促進技術」の導入を調査・検討し、生育環境の促進と生育環境保全の「見える化」を養殖牡蠣のブランド化&ブランディングに向けた準備期間とする。</p> <p>●販路拡大・・・マーケティング&プロモーション活動が、しっかり連動し連携された取り組みとする事を最重要課題として取り組む。</p> <p>具体的には、串カツ田中への提供食材魚種は「泉州・サーモントラウト」を想定し、期間限定・数量限定の枠組みでの連携を強化し、更なる「マーケティング&プロモーション活動」を促進し、定番化を目指す。</p> <p>また、本年度より、地元関西圏を中心に飲食事業を展開している「がんこフードサービス株式会社」との異業種連携を促進する方針（事業内容・意見調整・選定魚種による試験養殖事業等）。</p> <p>この分野における連携推進事業は、2年後に大阪で開催される「大阪万博」に向けた連携事業との位置づけであり、従来型の「持ち込み企画（養殖魚売り込み）」ではなく、「がんこフードサービス株式会社」が想定している大阪万博に関連した食材提供（鮮魚分野）において、大阪・泉州鮮魚としての「養殖委託事業」として「養殖魚受託業務」を担うものである。</p> <p>東京・大阪の各シーフードショーへの出展を実施し、マーケットのニーズを得ると共に、異業種連携事業の成果物を出展し、養殖魚等と共に市場からの「声」を生産現場にフィードバックさせ、次回の出展に反映させる。</p> <p>今期も、泉南地域の関係者との連携協議を基に「泉南岬町小島養殖・養魚場祭り」を開催する。※目標来場者数を2000人と「設定」する。</p> <p>●雇用の促進・・・引き続き、社会情勢（コロナ禍の新生活様式）等の変化に伴う需要の喚起による施設整備の拡充に沿った雇用促進計画を基に、雇用促進を実施する。</p> <p>●PDCA サイクルシステムの3年目の運用を実行し、専門家へ報告・修正・評価を受ける。※評価報告書は管理議事録と共にファイリングで管理する。</p>
<p>漁業コスト削減のための取組</p>	<p>・施設の「光熱費」等の経費の削減方法を調査・検討する。</p> <p>・来期からの牡蠣養殖を見据えて、AI センシング技術導入等によるIT化の</p>

	導入も、併せて調査・検討し「専門家招聘」ならびに養殖実証事業を行う。 これにより、従来の牡蠣養殖時における「コスト削減計画」を策定する。
活用する支援措置等	養殖魚安定生産・供給技術開発事業（国） 新規漁業就業者総合支援事業（国） 産地水産業強化支援事業（国） おおさか地域創造ファンド（府）

4年目（令和6年度）以下の取組を実施し、漁業所得 7.03%向上を図る

漁業収入向上のための取組	<p>3年目の取り組みによる効果の成果等を「PDCA サイクルシステム」の運用によって評価判定を受け、全組合員で更なる目標到達を目指す。</p> <p>●ブランド化対象選定魚種～4年目は「泉州ふぐ+泉州真牡蠣」に特化する。 ※泉州サーモントラウトは定番化する。 ※泉州真牡蠣に関しては、育成課程において「AI センシング技術」ならびに「育成促進技術」を導入し、育成環境の促進と生育環境保全の「見える化」のデータをベースに、ブランド化&ブランディングを図る。</p> <p>●販路拡大・・・今期も引き続きマーケティング&プロモーション活動が、しっかり連動し連携された取り組みとする事を最重要課題として取り組む。 各鮮魚のセット販売やふるさと納税品の商品化ならびに BtoC を対象とした、ネット通販事業を視野においた、商品化に向けた研究・開発を開始する。 東京・大阪の各シーフードショーへの出展を実施し、マーケットのニーズを得ると共に、異業種連携事業の成果物を出展し、養殖魚等と共に市場からの「声」を生産現場にフィードバックさせ、来期の最終年度の出展に反映させ、市場のニーズにしっかり反映された商品化を完成させる。 今期も泉南地域の関係者との連携協議を基に「泉南岬町小島養殖・養魚場祭り」を開催する。※目標来場者数を 3000 人と「設定」する。</p> <p>●雇用の促進・・・引き続き、社会情勢（コロナ禍の新生活様式）等の変化に伴う需要の喚起による施設整備の拡充に沿った雇用促進計画を基に、雇用促進を実施する。</p> <p>●PDCA サイクルシステムの 4 年目の運用を実行し、専門家へ報告・修正・評価を受ける。※評価報告書は管理議事録と共にファイリングで管理する。</p>
--------------	--

<p>漁業コスト削減のための取組</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・施設の「光熱費」等の経費の削減方法を、新電力へ移行する方向で調査・検討し、来期からの導入を予定する。 ・今期からの牡蠣養殖を実証事業として着手。前期で調査・検討された AI センシング技術導入等による IT 化の導入も併せて導入し養殖事業を行う。これにより、従来の牡蠣養殖時における「コスト削減計画」を実行する。
<p>活用する支援措置等</p>	<p>養殖魚安定生産・供給技術開発事業（国） 新規漁業就業者総合支援事業（国） 産地水産業強化支援事業（国） おおさか地域創造ファンド（府）</p>

5 年目（令和 7 年度）以下の取組を実施し、漁業所得 12.91%向上を図る

<p>漁業収入向上のための取組</p>	<p>本事業の最終年度であり、これまでの各年毎の「目標達成率」を検証し、この最終年度を「目標達成完了年度」とすべく全組合員で活動する。</p> <p>また、本年度は「大阪万国博覧会」が 5 月から 11 月に、大阪港湾エリアで開催される年でもある事を、十分に認識し、当事業の推進を図る。</p> <p>5 年目の成果として「漁業所得の 10%以上の目標」を完遂する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●最終年度となるブランド化対象選定魚種は、泉州しまあじ+泉州はまち+泉州サーモントラウト+泉州真鯛+泉州ふぐ+泉州真牡蠣のセット販売（泉州・泉南岬町小島養殖鮮魚セット）に特化する。 ※泉州ふぐ、泉州真牡蠣は今期での定番化を目指す。 ※ブランド化事業の一環として、泉州・泉南岬町小島養殖鮮魚セットを売り出すイベントとして「泉南岬町小島養殖・養魚場祭り」の開催を、大阪万博開催と連動して開催する。 ●販路拡大・・・大阪万博に向けた「マーケティング&プロモーション」活動を、関係自治体ならびに所属している「大阪・泉州広域水産業再生委員会」と、しっかり連動し連携された取り組みとする事を最重要課題として取り組む。 <p>これまでブランディングしてきた、各鮮魚のセット販売やふるさと納税品の商品化ならびに BtoC を対象とした、ネット通販事業を開始する。</p> <p>この連携連動事業化によって、小島養殖・畜養鮮魚ブランド化への最終評価地点と位置づけ、全組合員は、全精力を傾注して取り組む。</p> <p>更に、東京・大阪の各シーフードショーへの出展により、マーケットのニーズを得ると共に、異業種連携事業の成果物として、市場への展開を促進させる。</p>
---------------------	---

	<p>今期も泉南地域の関係者との連携協議を基に「泉南岬町小島養殖・養魚場祭り」を開催するが、最終年度であり「大阪万博」開催との相乗効果によって、大幅な来場者数を想定し全組合員で取り組む。※目標来場者数を 10,000 人と「設定」する。</p> <p>●雇用の促進・・・最終年度ではあるが引き続き、社会情勢（コロナ禍の新生活様式）等の変化に伴う需要の喚起による施設整備の拡充に沿った雇用促進計画を基に、雇用促進を更に実施する。</p> <p>●PDCA サイクルシステムの最終年度運用を受けて、第二期浜活プランの評価判定を受ける為、「専門家招聘」して、全組合員ならびに関係者の参加により全体会議を開催し、最終報告に纏める。</p>
漁業コスト削減のための取組	<p>・施設の「光熱費」等の経費の削減方法を調査・検討した結果、新電力へ「変更」する。</p> <p>・前期からの牡蠣養殖事業の成果を評価しつつ、AI センシング技術導入等による IT 化の導入の実績も、併せて調査・検討し「専門家招聘」による、事業効果の評価会議を開催、更なるブランド化へ取り組む。</p> <p>これにより、これまでの牡蠣養殖時における「コスト削減計画」を完了させる。</p>
活用する支援措置等	<p>養殖魚安定生産・供給技術開発事業（国）</p> <p>新規漁業就業者総合支援事業（国）</p> <p>産地水産業強化支援事業（国）</p> <p>おおさか地域創造ファンド（府）</p>

(5) 関係機関との連携

<ul style="list-style-type: none"> ●大阪府及び岬町と事業スキームについて方向性を共有する。 ●再生委員会が中心となって、市場調査・商品開発・先進地調査等のソフト支援を実施する上で、水産庁・大阪府・岬町などから指導及び助言を受ける。 ●他の水産再生員会と養殖の普及について連携を強化する。
--

4 目標

(1) 数値目標

漁業所得の向上 10%以上	基準年	令和元年度：漁業所得 円
	目標年	令和7年度：漁業所得 円

(2) 上記の算出方法及びその妥当性

--

(3) 所得目標以外の成果目標

ブランディングによる魚価 単価の向上	基準年	令和元年度：ハマチ 5,800 円
	目標年	令和7年度：ハマチ 5,900 円

(4) 上記の算出方法及びその妥当性

当地区の直近の販売事例から基準年の数値とした。
単価を基準年から1.7%以上の向上を目標とすることにより、当地区の所得の向上を図る。

5 関連施策

活用を予定している関連施策名とその内容及びプランとの関係性

事業名	事業内容及び浜の活力再生プランとの関係性
養殖魚安定生産・供給 技術開発事業（国）	第二期プランの新選定魚種導入（サーモントラウト・牡蠣等）における、飼育環境等の養殖手法の改善と開発に関する実証評価事業に活用。
新規漁業就業者総合 支援事業（国）	新規に水産業へ就業する者に対して行われる、説明会支援や一定就業期間の賃金補助等の支援事業を、小島養殖・養魚場の雇用促進に活用する。新しい事業として、チャレンジする「異業種連携事業」等の導入促進ならびに活用における、スタートアップ経費・事業化の支援等で活用。
産地水産業強化支援 事業（国）	泉州泉南岬町の地域水産ブランドとして、地産地消を推進させ、関西エリアから関東エリアへと広範囲に拡充する為の施設整備事業に活用。
おおさか地域創造フ ァンド（府）	新しい事業として、チャレンジする「異業種連携事業」等の導入促進ならびに活用における、スタートアップ経費・事業化の支援等で活用。