
北海道寿都町寿都漁港 PR資料

(令和6年3月時点)

1. 地域の概要

寿都町の概要

寿都町は北海道南西部、函館と小樽を結ぶ海岸線のほぼ中央に位置する町である。人口は2,838人（令和2年度国勢調査）で、漁業を中心に発展した港町である。

観光資源としては、海山に囲まれた自然景観や、カクジウ佐藤家、ニシン御殿などの歴史的建造物を有する。また、強風を活かした風力発電を行っており、巨大な風車が並ぶ景観は町の特徴的な景色になっている。四季折々に様々な魚種が水揚げされる寿都湾は、その豊富な水産資源がまちの魅力となっており、寿かきや小女子（こうなご）など、様々な特産品を産出している。



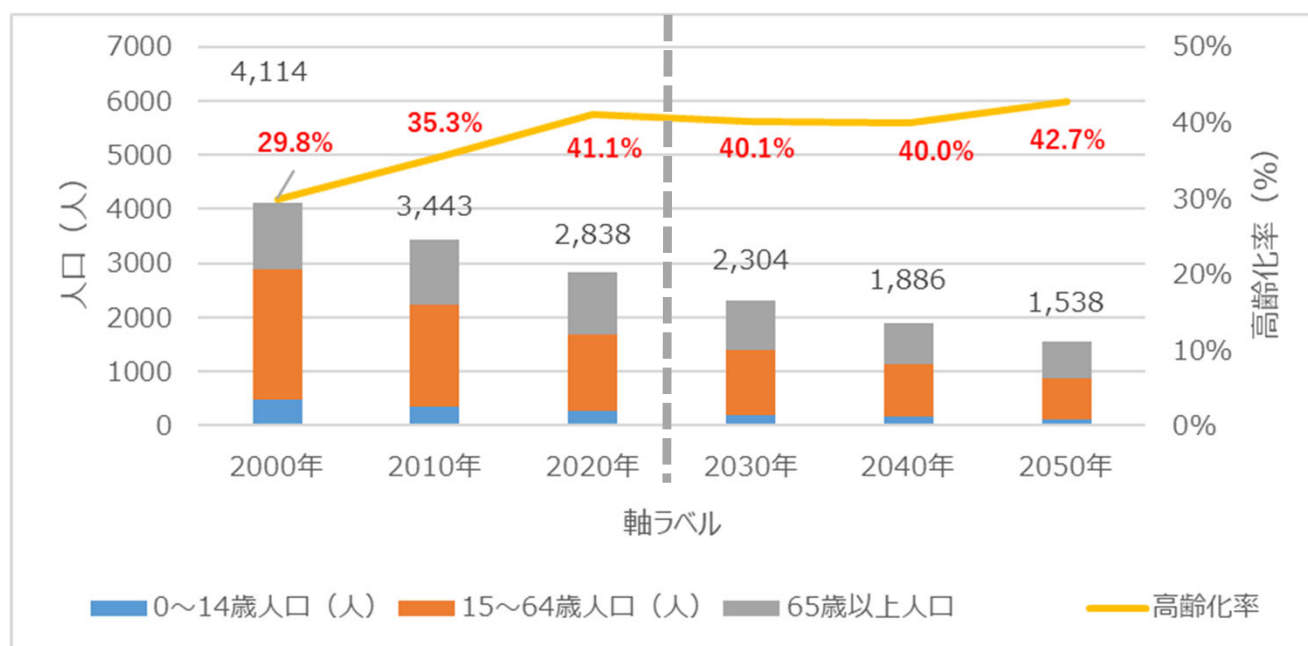
図表1 寿都町の位置



図表2 寿都漁港の位置

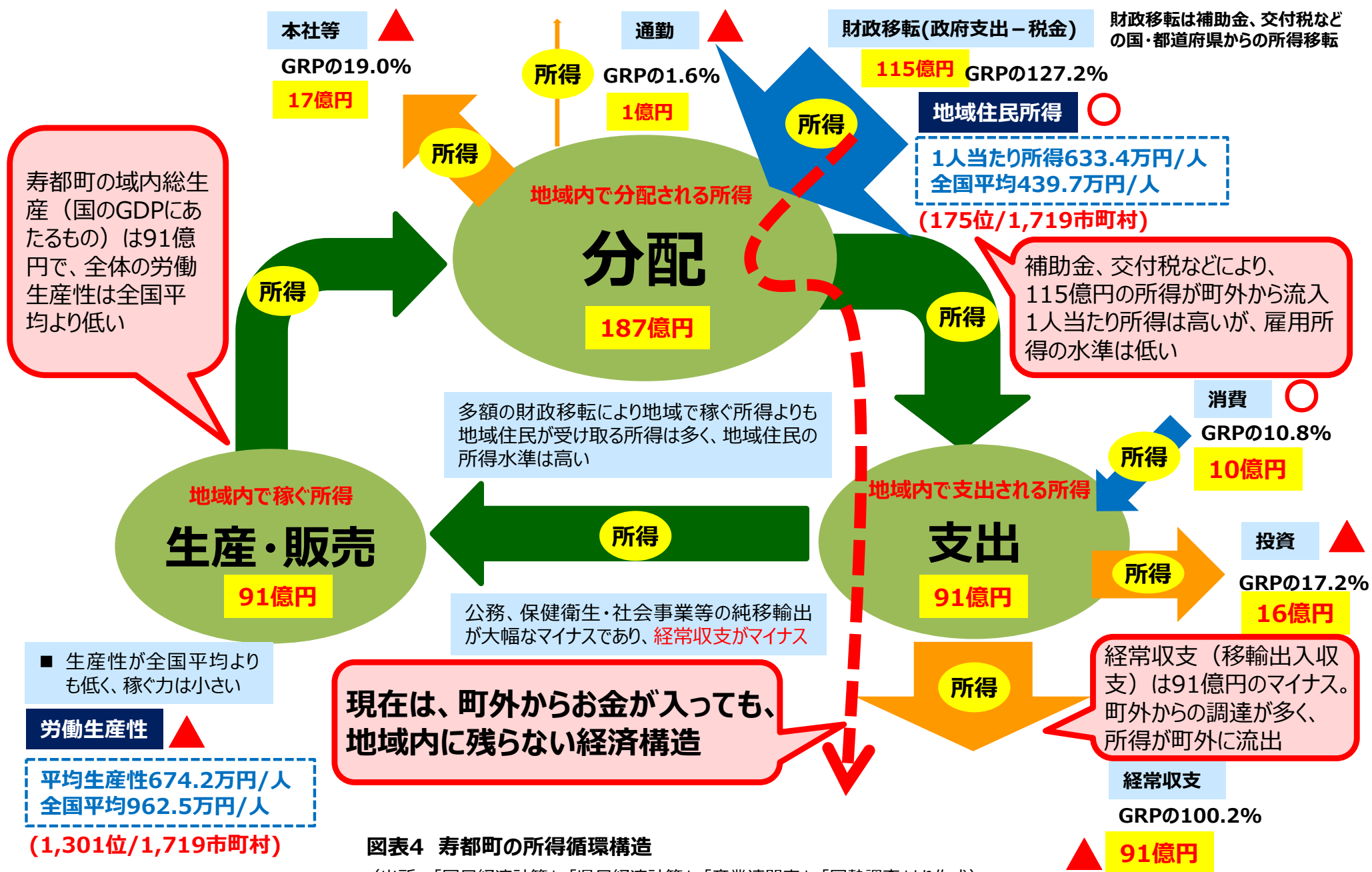
寿都町の人口の推移

寿都町の人口は2020年時点で2,838人、高齢化率は2020年時点で41.1%となっており、将来推計では2050年で人口は1,538人、高齢化率は42.7%となっている。



図表3 寿都町の将来推計人口と高齢化率
（出所：国勢調査（各年）、日本の地域別将来推計人口）

寿都町の地域経済循環構造



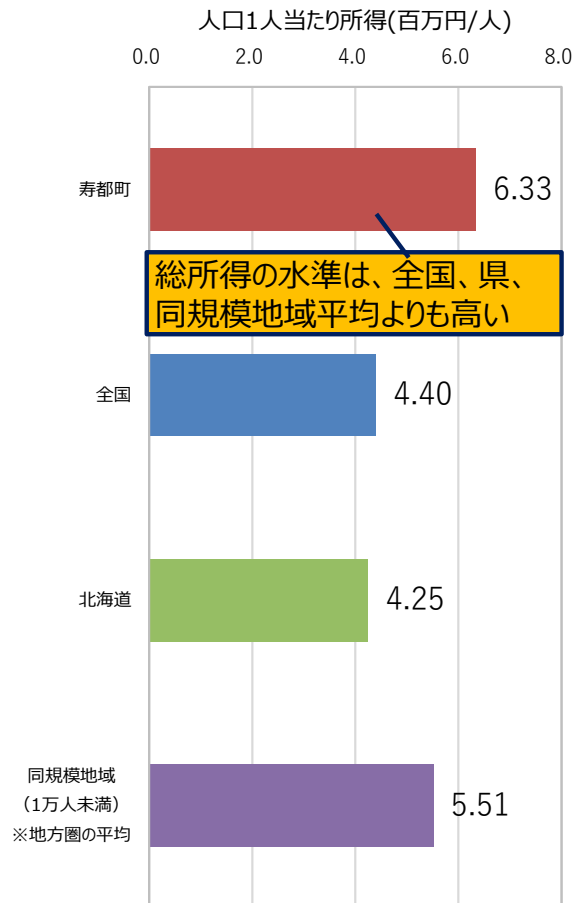
図表4 寿都町の所得循環構造

(出所：「国民経済計算」、「県民経済計算」、「産業関連表」、「国勢調査」より作成)

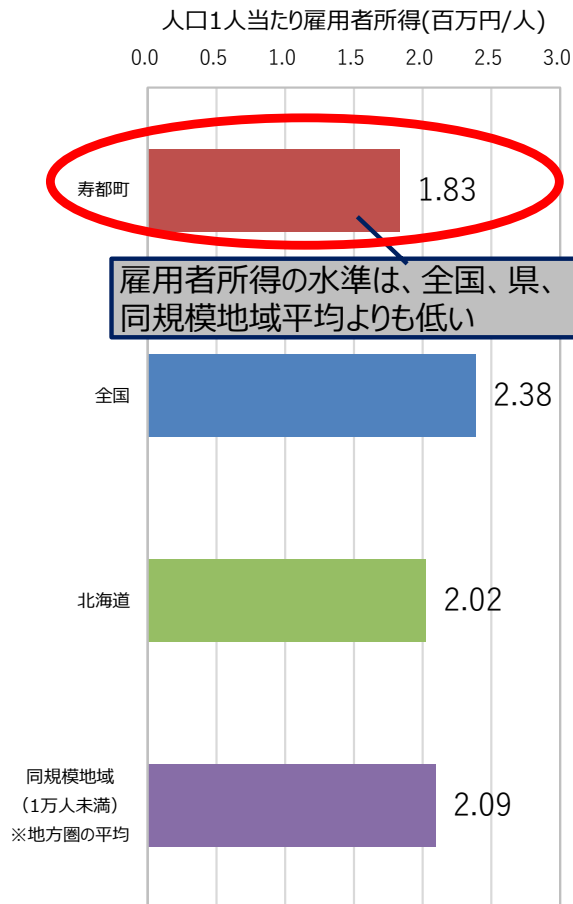
参考：寿都町の住民1人当たり所得の水準

・住民1人あたり所得の水準は高いが、住民1人あたり雇用者所得の水準は低い

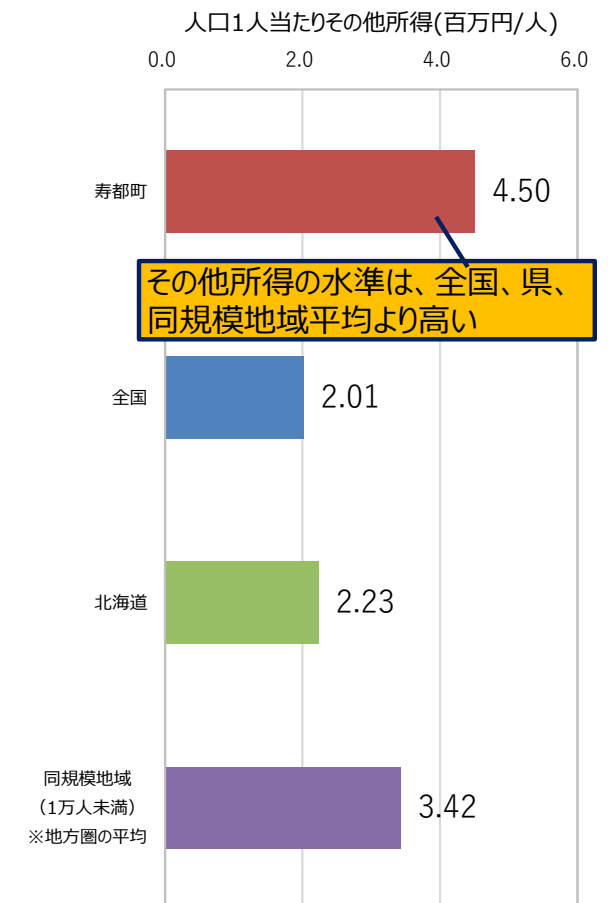
人口1人当たり所得 (=雇用所得+その他所得)



人口1人当たり雇用者所得



人口1人当たりその他所得



※その他所得…利子や配当、交付税、補助金等の雇用者所得以外の所得。財産所得（家賃）、企業所得（企業の営業利益、利子、配当）、財政移転（交付税、補助金等）等

注) ここでの所得は、地域住民の所得(どこから得たかは問わない)を表す。
注) ここでの人口は夜間人口を表す。

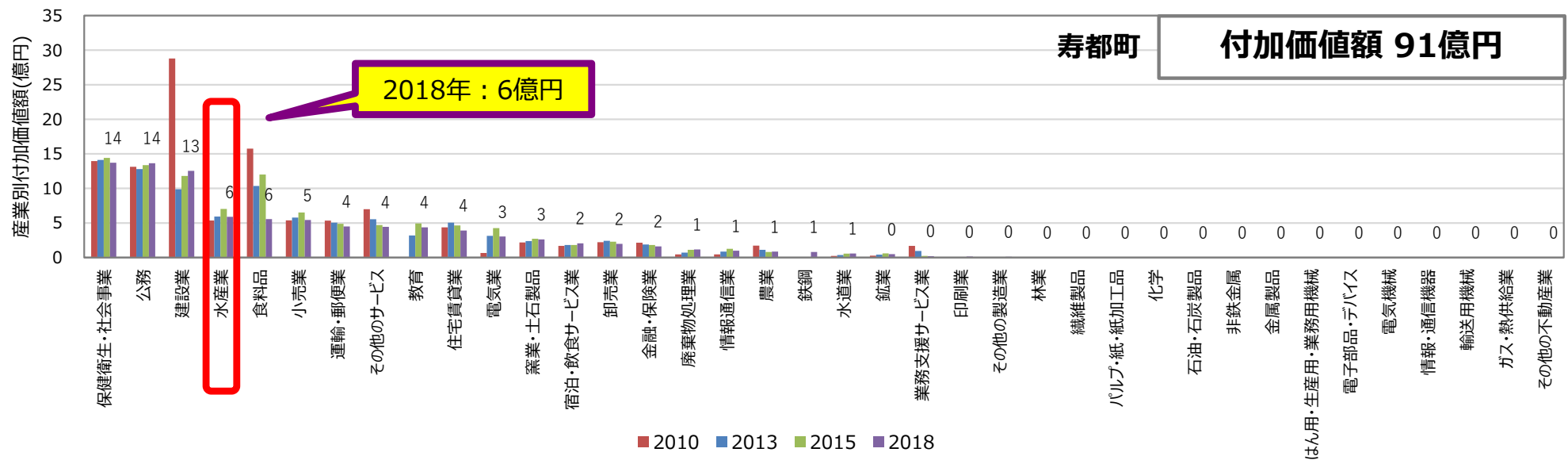
図表5 寿都町の住民1人当たり所得の水準

(出所：「国民経済計算」、「県民経済計算」、「産業連関表」、「経済センサス」、「工業統計」、「国勢調査」より作成)

寿都町の産業構造（産業別付加価値額）

寿都町の生産・販売にあたる91億円のうち、水産業の占める割合は6億円となっており、全体の約6.6%となっている。

産業別付加価値額 2010年～2018年

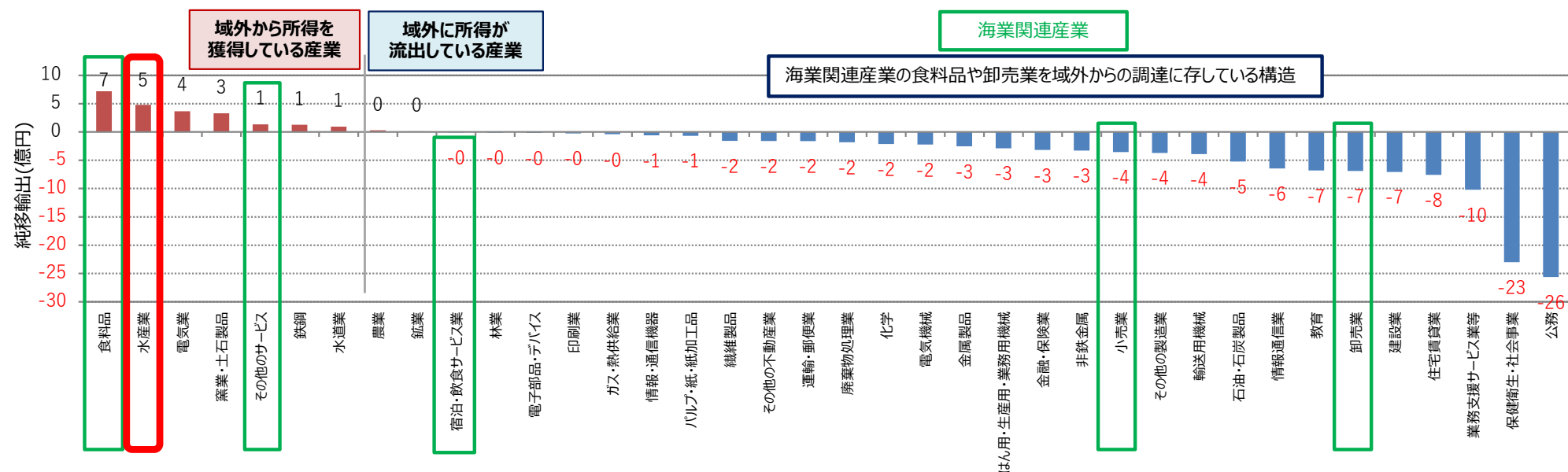


図表6 寿都町の産業別付加価値額

（出所：「国民経済計算」、「県民経済計算」、「経済センサス」、「工業統計」等より作成）

寿都町の産業構造（経常収支の内訳）

経常収支の内訳（産業別純移輸出額）

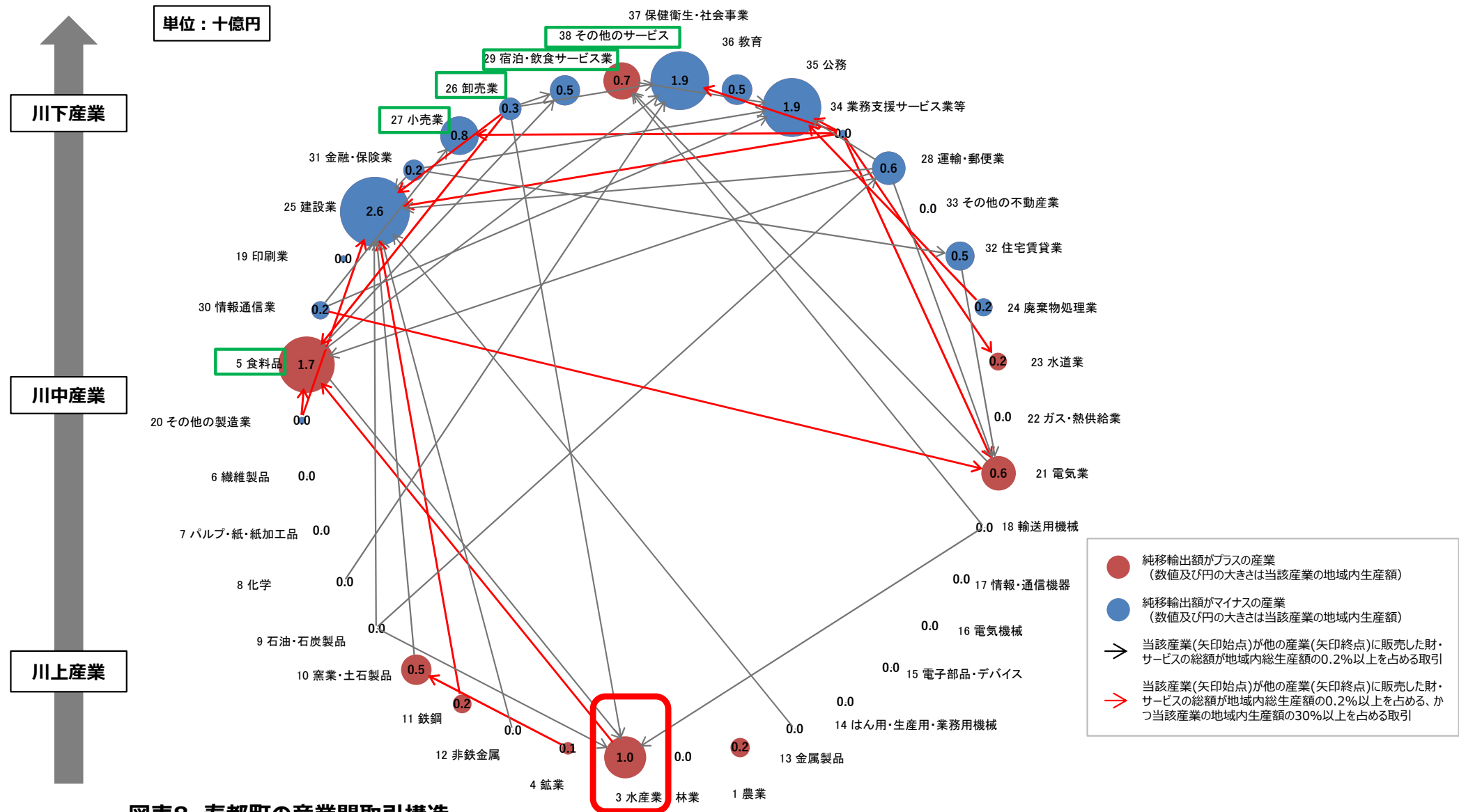


図表7 寿都町の産業別純移輸出額（出所：「国民経済計算」、「県民経済計算」、「経済センサス」、「産業連関表」より作成）

- 寿都町において、食料品製造加工、水産業、その他サービス（娯楽等）は町外から所得を獲得している産業となっているが、宿泊・飲食サービス（観光）、小売、卸売は、町外に所得が流出している（町外に多く支払っている、多くを調達している）
- 特に、海業関連産業である小売、卸売は、域外への所得の流出が計11億円程度

寿都町の産業構造（産業間取引構造）

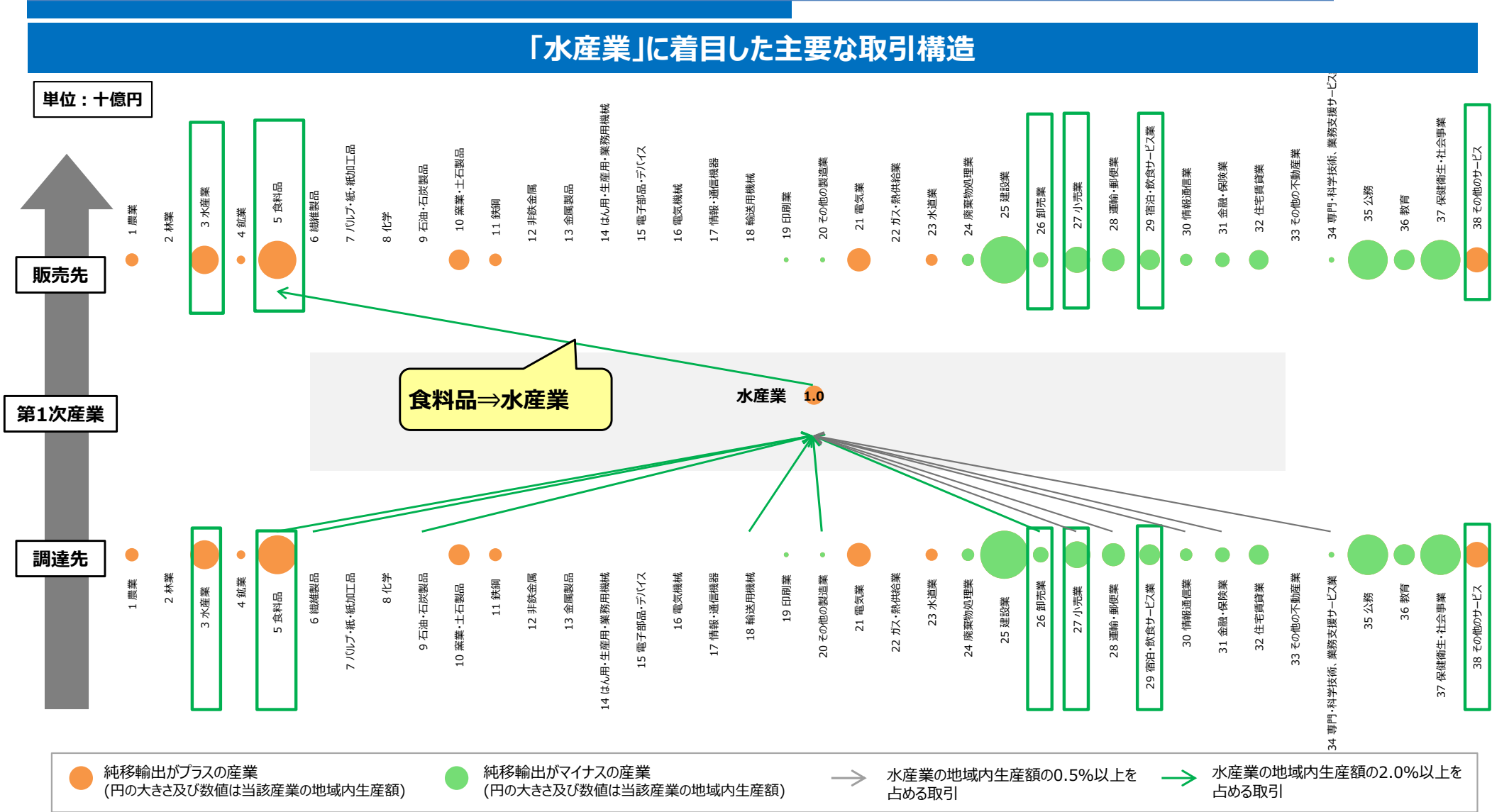
- 水産業と食料品製造業は一定の取引があるが、水産業からその他の産業への取引は多くない



図表8 寿都町の産業間取引構造

(出所：「国民経済計算」、「県民経済計算」、「経済センサス」、「産業連関表」より作成)

寿都町の産業構造（水産業に着目した産業間取引構造）



図表9 水産業に注目した寿都町の産業間取引構造

(出所：「国民経済計算」、「県民経済計算」、「経済センサス」、「産業連関表」より作成)

水産業は、調達先は域内の産業との取引があるが、販売先は食料品加工業とは一定の取引（販売）はあるものの、他の産業との取引は多くなく、水産業を起点とした域内取引構造は十分に構築されているとはいえない。

寿都町の主な水産業関連企業の取引構造 （東京商工リサーチデータより）

漁業

（直近決算期の売上高が把握できる企業5社 計4億円）

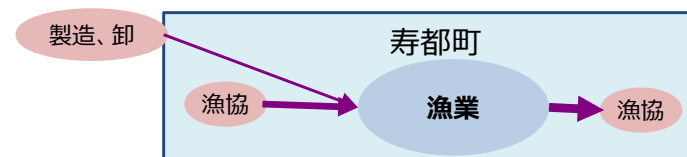
仕入先企業数

業種	寿都町内	北海道（町内除く）	他地域	計
漁業協同組合	2	0	0	2
網製造業	0	1	0	1
他に分類されないその他の卸売業	0	1	0	1
その他の産業機械器具卸売業	0	0	1	1
計	2	2	1	5

販売先企業数

業種	寿都町内	北海道（町内除く）	他地域	計
漁業協同組合	5	0	0	5
計	5	0	0	5

- 販売先は町内が多い



生鮮魚介卸売業（漁協含む）

（直近決算期の売上高が把握できる企業2社 計8億円）

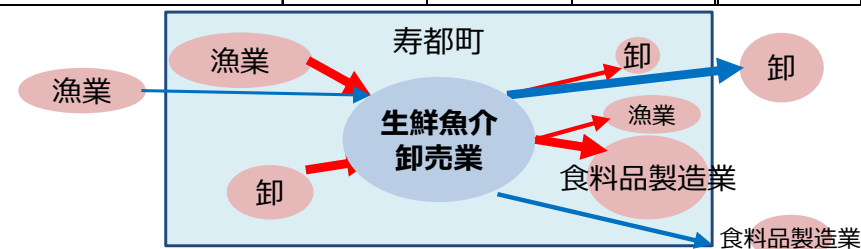
仕入先企業数

業種	寿都町内	北海道（町内除く）	他地域	計
漁業協同組合	1	3	0	4
生鮮魚介卸売業	0	1	0	1
定置網漁業	5	0	0	5
荒物卸売業	0	1	0	1
純粹持株会社	0	1	0	1
建築工事業	1	0	0	1
その他の建築材料卸売業	2	0	0	2
一般貨物自動車運送業	1	0	0	1
電気機械器具小売業（中古品除く）	1	0	0	1
計	11	6	0	17

販売先企業数

業種	寿都町内	北海道（町内除く）	他地域	計
生鮮魚介卸売業	1	2	4	7
鮮魚小売業	0	1	0	1
定置網漁業	1	0	0	1
水産加工業協同組合	1	0	0	1
水産缶詰・瓶詰製造業	1	0	0	1
その他の水産食料品製造業	3	1	0	4
計	7	4	4	15

- 仕入先は町内の漁業が多い
- 販売先は町内の食料品製造業、町外の卸売業が多い



寿都町の主な水産業関連企業の取引構造 （東京商工リサーチデータより）

水産食品製造業

（直近決算期の売上高が把握できる企業のうち、売上高上位7社 計38億円）

仕入先企業数

業種	寿都町内	北海道（町内 除く）	他地域	計
漁業協同組合	5	5	0	10
生鮮魚介卸売業	0	9	1	10
各種商品卸売業（100人以上）	0	0	1	1
一般貨物自動車運送業	1	1	0	2
その他の建築材料卸売業	1	0	0	1
水産加工業協同組合	2	0	0	2
その他の水産食料品製造業	0	3	0	3
他に分類されないサービス業	0	1	0	1
その他の食料・飲料	0	2	1	3
事業協同組合	0	1	0	1
荒物卸売業	0	2	0	2
オフセット印刷業（紙）	0	1	0	1
段ボール箱製造業	0	1	0	1
木箱製造業	0	1	0	1
一般電気工事業	1	0	0	1
清涼飲料製造業	0	0	1	1
計	10	27	4	41

漁業・卸売業

食料品製造業

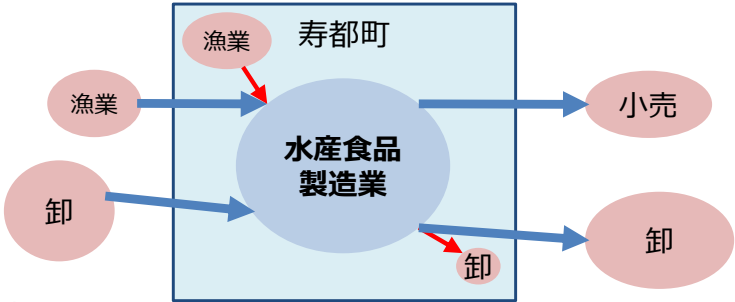
- 水産食料品製造業の事業規模が大きいため、水産物・水産加工品の仕入であっても町外での調達が多い。
- 販売先として、生鮮魚介卸売業、小売業が多いが、いずれも町外との取引が多い。

販売先企業数

業種	寿都町内	北海道（町内 除く）	他地域	計
漁業協同組合	0	2	0	2
生鮮魚介卸売業	0	3	10	13
その他の水産食料品製造業	0	2	0	2
他に分類されないサービス業	0	1	0	1
その他の食料・飲料卸売業	0	2	1	3
事業協同組合	0	0	1	1
百貨店、総合スーパー	0	0	2	2
市町村機関	2	0	0	2
鮮魚小売業	0	1	0	1
乾物小売業	0	2	0	2
組込みソフトウェア業	0	1	0	1
各種食料品小売業	0	1	0	1
その他の運輸附帯サービス業	1	0	0	1
広告業	0	0	1	1
無店舗小売業（各種商品小売）	0	1	0	1
その他の医療に附帯するサービス業	0	0	1	1
計	3	16	16	35

卸売業

小売業



図表10 寿都町の主な水産業関連企業の取引構造（出所：東京商工リサーチ 企業情報より作成）

※東京商工リサーチ（TSR）データで把握できるのは、取引先企業の業種、立地地域のみである（取引先ごとの取引額は把握できない）

寿都町の漁業の概況（漁港、漁獲量）

寿都漁港は寿都湾に面した第3種漁港で、地元漁船及び外来船の漁業活動の生産拠点及び地域の水産物流通拠点としての役割を果たしている。港付近に寿都観光物産協会が運営する道の駅である「道の駅みなとま〜れ寿都」、寿都町漁業協同組合が運営する「すつつ浜直市場」がある。

また、商店街や町役場などの市街地の中心部に近い点も特徴である。一方で、交流人口の受け皿の一つである「すつつ浜直市場」においては、交流人口減、雇用不足により、休業状態にあり、施設の再活用のための方法が模索されている。



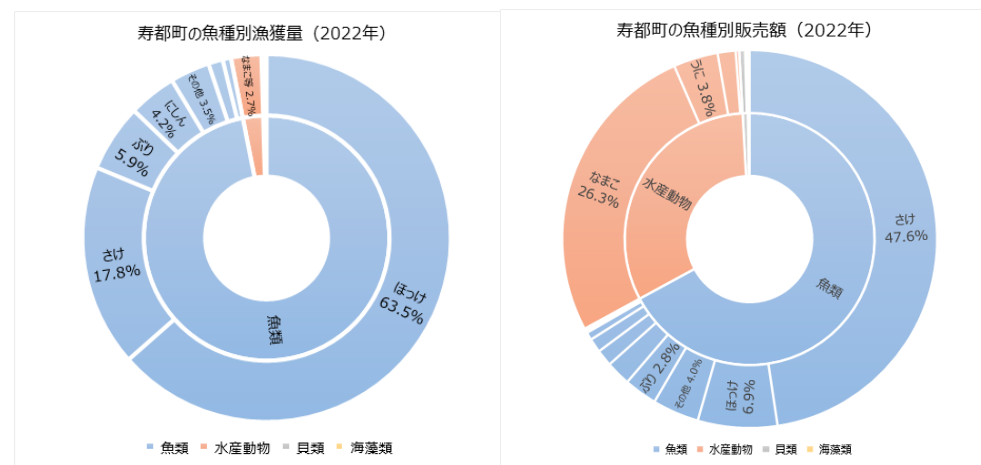
図表11 寿都漁港の周辺図



図表12 寿都漁港の様子

平成30年の時点で漁獲量は2,247tとなっており、漁獲高は7.5億円である。サケやサクラマス、ホッケ、カレイ、ホタテ、ウニ、アワビなど、様々な魚介類が漁獲されるが、水揚げの85%を魚類が占めており、特にホッケの水揚げがそのうちの75%を占めている（全体の約65%）。販売額はサケ、ナマコ、ホッケ、ウニ等の高付加価値海産物が多い。また、道内日本海では数少ないカキの生産地としても知られており、「寿がき」は、生ガキが手に入りにくい4〜6月に旬を迎える特産品としてブランディングされている。

漁獲量	2,247t
漁獲高	7.5億円
漁獲高上位3位の魚種	ほっけ、いか類、さけ・ます類



図表13 寿都町の魚種別漁獲量及び販売額（2022年）
（出所：2023年版統計資料「すつつ」）

寿都町の漁業の概況（漁業就業者数）

- ・漁業就業者数は2000年から2020年の間で35.2%減少している。
- ・年齢構成は65歳以上の割合は町全体で30.4%、このうち75歳以上の割合が14.0%であり、いずれも北海道平均と比べると高い割合となっている。

漁業就業者数の推移

漁業就業者数	2000年	2010年	2020年	2000→2020
北海道	42,909	34,340	27,327	▲36.3%
寿都町	165	133	107	▲35.2%

図表14 北海道及び寿都町の漁業従事者の推移
（出所：国勢調査（2020年））

漁業就業者の年齢構成

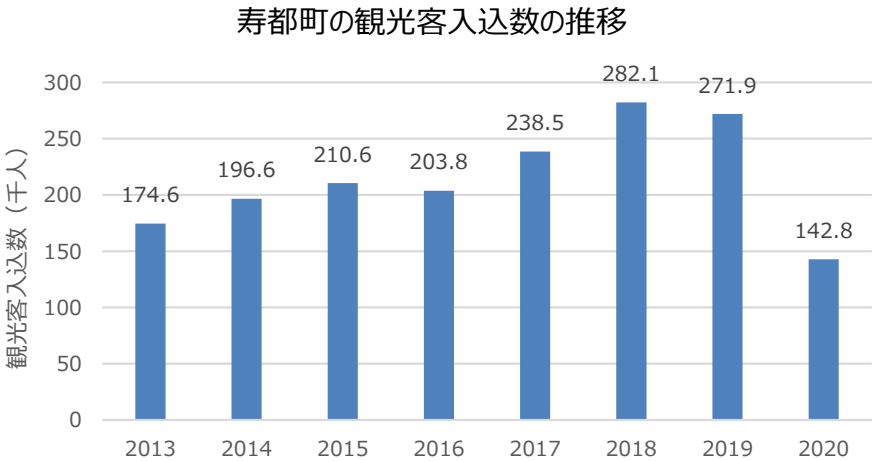
	全就業者数	65歳以上割合	75歳以上割合
全国	151,701	38.3%	13.7%
北海道	24,378	26.8%	8.9%
寿都町	138	30.4%	14.0%

図表15 全国、北海道及び寿都町の漁業従事者の年齢構成
（出所：漁業センサス（2018年））

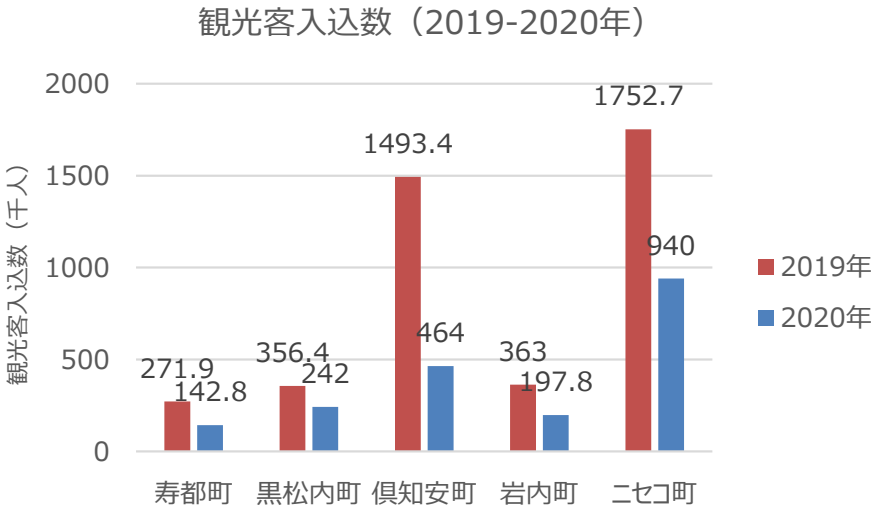
※国勢調査と漁業センサスでは漁業従事者の定義が異なるため、数値は一致しない

寿都町の観光入込客数

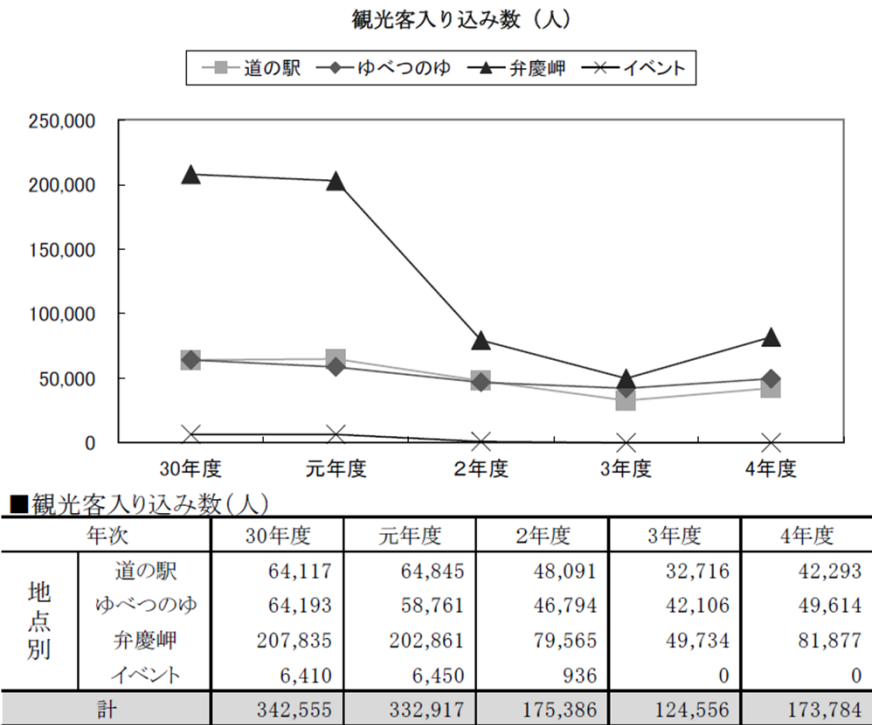
・寿都町の観光客入込数は新型コロナ感染拡大前の令和元年度で年間271.9千人である。
周辺には二世町等の集客力の高い自治体があるが、実態として周遊により寿都町を訪れる観光客は少ないとみられる。



図表16 寿都町の観光客入込数の推移
(出所：北海道経済部観光局「北海道観光入込客数調査報告書」)



図表17 寿都町周辺地図と主な観光地の入込客数
(出所：北海道経済部観光局「北海道観光入込客数調査報告書」)



図表18 観光スポット別観光入込客数
(出所：2023年版統計資料「すっつ」)

2. 海業振興の方向性・将来像

寿都町における海業振興に向けた現状と課題

【現状】

（水産業と地域経済）

- 寿都町の域内総生産（GRP）は91億円で、このうち水産業、食料品製造業の生産額（付加価値額）はそれぞれ6億円となっている。これは、医療、公務、建設等の公共的分野を除いた産業分野では、最も「稼いでいる」産業であり、これらは町の中心的な産業となっている。
- また、水産業、食料品製造業は、移出入収支額も大きく、域外から所得を稼ぐ産業となっている。
- 住民一人当たりの所得は、全国平均を上回っているが、その内訳をみると、その他所得（利子や配当、交付税、補助金等の雇用者所得以外の所得）が多く、一人当たり雇用者所得は、全国平均や同種地域平均を大きく下回っている。
- また、GDPとほぼ同規模の所得が域外に流出しており、海業関連産業では、小売業や卸売業の流出が大きい。
- 全体では保健衛生・社会事業（医療・福祉等）の所得流出が大きい
- 域内の取引構造を見ると、水産業と食料品製造業の取引は多いが、水産業と他の産業との取引は多くない。
- 漁港では、様々な魚介類が水揚げされ、「寿がき」などは高付加価値海産物も多い
- 漁港区域内には「すつつ浜直市場」があるが、交流人口減、雇用不足等により休業状態にある。
- 令和4年度に観光戦略計画を策定し、「港町ブランディング」を基軸に、新たな経済循環「地域エコシステム」モデルを確立することが提言されている。



【課題】

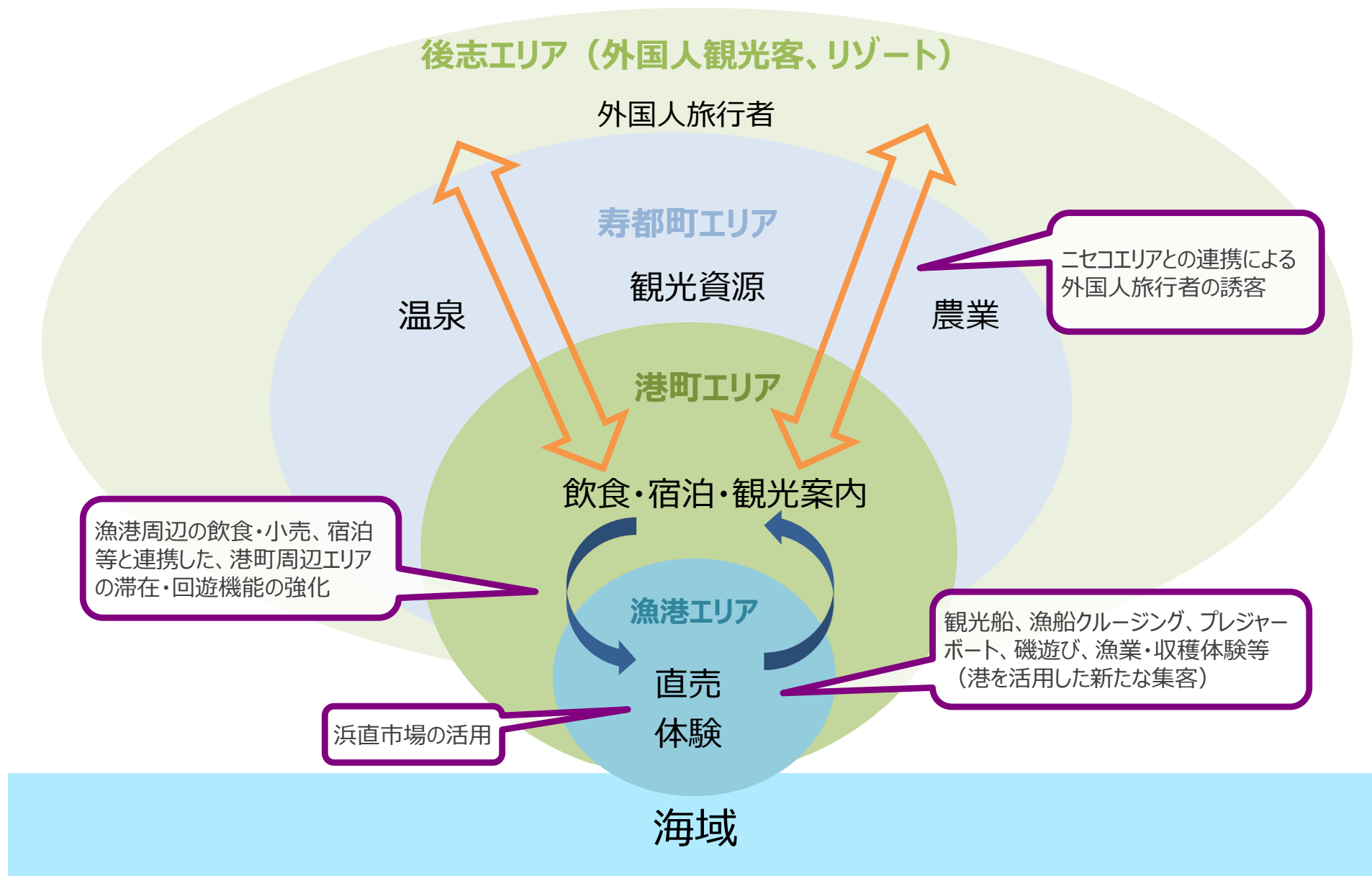
- 水産業、食料品製造業をはじめ、港町寿都の強みや魅力を生かして、域内での他産業との取引や消費を拡大し、水産業を基軸とした地域経済循環構造を構築することで、漁業者のみならず地域住民の所得向上を図る
- 取引拡大や消費拡大に当たっては、休業中の「浜直市場」の活用や、漁港と港町エリアの近接性、ニセコエリアとの連携など、既存の地域資源や地域特性を効果的に活用する
- 町民の海業とのかかわり（雇用や参加）を通して、町民の健康づくりにも貢献し、域外流出が大きい医療費等の支出を削減し（ウェルビーイングの推進）他の消費・投資に振り向けることも期待
- 観光戦略計画における「港町ブランディング」のコンセプトや取り組みと一体的に海業振興を図る

寿都漁港における漁港活性化イメージ案



図表19 寿都漁港における漁港活性化イメージ案

寿都町の海業振興の展開イメージ



図表20 寿都町の海業振興の展開イメージ

3. 実施する海業の概要（海業計画）

	取り組み名
①	水産物の販売機能強化「みなと消費活性化事業」
②	海の資源を活用した新たな収益確保「マリンリゾート創出事業」事業の概要
③	港の資源・魅力を港町エリアと連携して効果的に活用「港町エリア連携事業」（寺泊等）
④	海港を基軸とした持続可能な地域活性化の仕組みづくり「エコシステム構築事業」

【地域・水産業の現状】

○ホッケの水揚げが全体の約65%を占めるほか、ナマコやホタテなど様々な魚種が水揚げされる。また、春が旬の「寿かき」など高付加価値海産物も多い。

○住民一人当たりの所得は全国平均を上回っているが、その内訳をみると、その他所得（利子や配当、交付税、補助金等の雇用者所得以外の所得）が多く、

一人当たり雇用者所得は全国平均や同種地域平均を大きく下回っている。

OGDPとほぼ同規模の所得が域外に流出しており、海業関連産業では、小売業や卸売業の流出が大きく、全体では保健衛生・社会事業（医療・福祉等）の流出が大きい。

○域内の取引構造を見ると、水産業と食料品製造業の取引は多いが、水産業と他の産業との取引は多くない。

○漁港区域内には「すっつ浜直市場」があるが、交流人口減、雇用不足等により休業状態にある。

○令和4年度に観光戦略計画を策定し、「港町ブランディング」を基軸に、新たな経済循環「地域エコシステム」モデルを確立することが提言されている。

【課題】

○水産業、食料品製造業をはじめ、港町寿都の強みや魅力を生かして域内での他産業との取引や消費を拡大し、**水産業を基軸とした地域経済循環構造を構築**することで、**漁業者のみならず地域住民の所得向上を図る。**

○取引拡大や消費拡大に当たっては、休業中の「浜直市場」の活用や、漁港と港町エリアの近接性、ニセコエリアとの連携など、既存の地域資源や地域特性を効果的に活用する。

○町民の海業とのかかわり（雇用や参加）を通して、**町民の健康づくり**にも貢献し、域外流出が大きい医療費等の支出を削減し（ウェルビーイングの推進）、他の消費・投資に振り向ける。

○観光戦略計画における「**港町ブランディング**」のコンセプトや取り組みと一体的に海業振興を図る。



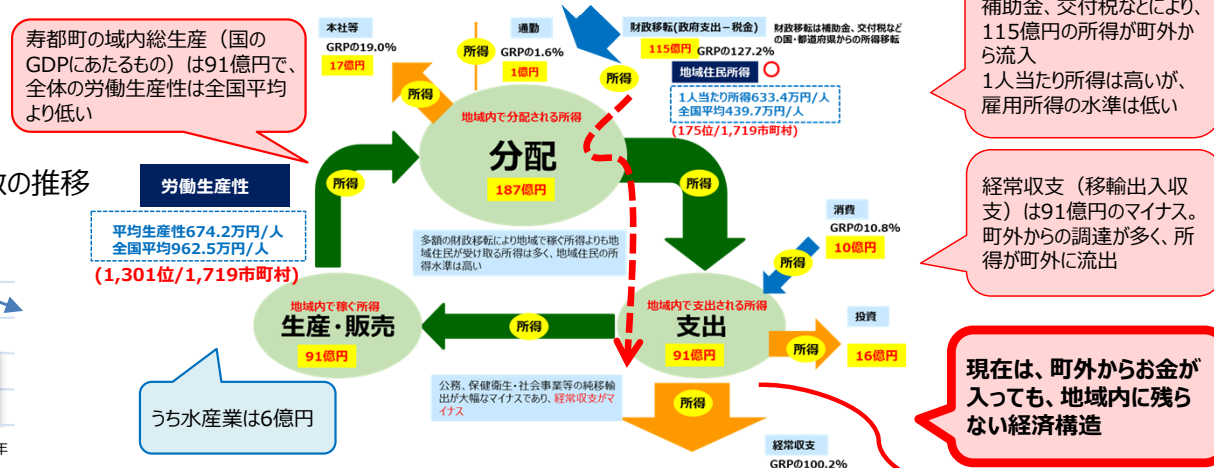
■ 漁港全体図

出所) 寿都地区直轄特定漁港漁場整備事業 完了後の評価 (事後評価) 結果準備書説明資料 (令和4年度北海道開発局) に加工



■寿都町の所得循環構造

※所得を獲得しても、地域外に流出している経済構造



2. 検討体制

寿都観光戦略計画検証委員会

連携 寿都町観光戦略計画の策定・実証

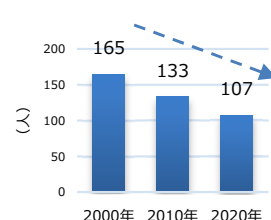
寿都町海業振興検討会議

寿都町、寿都町漁業協同組合、
一般社団法人寿都観光物産協会、
株式会社寿都振興興社、寿都商工

寿都町海業 振興計画の策定

■ 寿都町の漁業者数の推移

※20年間で35.2%減少

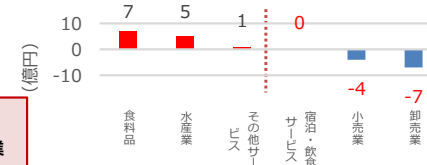


■ 寿都町の漁業者の年齢構成

※75歳以上割合は道平均よりも14%高い

	就業者数	65歳以上割合	75歳以上割合
北海道	24,378	26.8%	8.9%
寿都町	138	30.4%	14.0%

■ 寿都町の産業別純移輸出額
(経常収支の内訳)



※宿泊・飲食サービス、小売業、
卸売業は域外からの調達が多い

3. 海業の方針

- ・地域の強みである、水産物、水産加工品の域内消費を拡大することで、域内の所得循環構造を強化。
- ・地域の多様な主体の協働・参画や、ニセコエリアとの連携も念頭に置きながら、地域における高付加価値水産物の販売・消費の拡大、漁港を活用した各種観光コンテンツの造成、漁港周辺の飲食・宿泊サービス業と連携した港町周辺エリアの滞在・回遊機能の強化等により、寿都町観光戦略計画にも示された、「多産業共創空間」の形成を目指す
⇒水産業と関連産業（水産品加工業、小売業、観光業等）との相互連携、取引強化による地域経済の活性化（所得、雇用の拡大）

4. 海業の具体的な取組・実施主体（案）・期待される効果

①水産物の販売機能強化「みなと消費活性化事業」

（本計画を元にR6に運営の形態、運営事業者の選定方法を含め検討）

寿都漁港施設周辺において、地元水揚げ品の直売、加工体験等を実施・拡大する。より効果的な販売促進に向けて、民間事業者による運営も念頭に置きつつ、漁協及び漁業従事者のほか、町内の加工業者、卸業者等、町内からの仕入や雇用を重視し、収益の一部の施設所有者への還元（買取料、施設使用料、人件費等）、「新鮮」「顔が見える」場となることによる漁業者のモチベーションアップ、再生可能エネルギーを活用したサステナブルな運営など、単なる消費拡大にとどまらない港町全体の付加価値化、持続性強化にもつなげる。

⇒漁港周辺の集客増、ブランドイメージ向上、魅力認知
漁業者と観光客との交流
水産業と町内事業者との取引拡大
地域住民の活躍の場の創出

②海の資源を活用した新たな収益確保「マリンリゾート創出事業」（民間事業者）

漁港施設内における、スキューバダイビング、SUP等のマリンスポーツの海面利用や、観光船、漁船クルージングなどの観光遊覧、磯遊び、海の体験プログラムの実施により、新たな収益を確保
将来的に、プレジャーボートやヨット等のマリーナ整備（フィッシャリーナ化）も想定

⇒漁港周辺の集客増、ブランドイメージ向上、魅力認知
漁業者と観光客との交流
地域住民の活躍の場の創出
漁業従事者の所得向上
寿都町への来訪者、滞在時間増

③港の資源・魅力を港町エリアと連携して効果的に活用「港町エリア連携事業」

（観光物産協会、民間事業者）＜寺泊＞受入：龍洞院ほか 運営：IWANAIUNITEDほか

道の駅、観光物産協会における港町観光の案内機能（体験・レジャーと宿泊、飲食、交通の連携等）を強化するとともに、「寺泊」をはじめとして、町内の観光業と水産業との連携を図る。

⇒漁港周辺の集客増、ブランドイメージ向上、魅力認知
漁業者と観光客との交流
地域住民の活躍の場の創出
漁業従事者の所得向上
寿都町への来訪者、滞在時間増

④海港を基軸とした持続可能な地域活性化の仕組みづくり「エコシステム構築事業」（民間事業者、第三セクター）

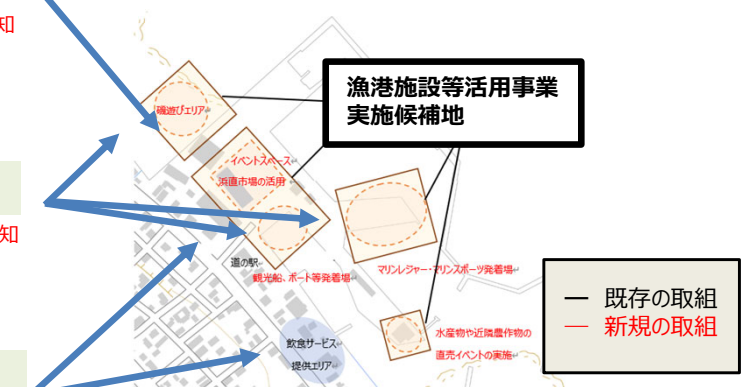
「港町観光」「海業」の司令塔的役割となる組織体制として、水産業と他産業をつなぐ、地域総合商社（スーパー地域商社）を設立する。
観光に関わる異業種間の連携を強化し、一つの観光消費が域内の事業者にも十分に経済効果が及ぶよう、域内調達率を高め、地域内での取引を促進することで域内取引の最大化を狙い、観光による新たな経済循環「地域エコシステム」の構築を目指す。
観光や海業の企画、マーケティング、観光案内、人材育成、卸売（取引仲介）、観光施設運営等の機能を担う

⇒漁港周辺の集客増、ブランドイメージ向上、魅力認知
漁業者と観光客との交流
域内取引の拡大
地域住民の活躍の場の創出
漁業従事者の所得向上
寿都町への来訪者、滞在時間増

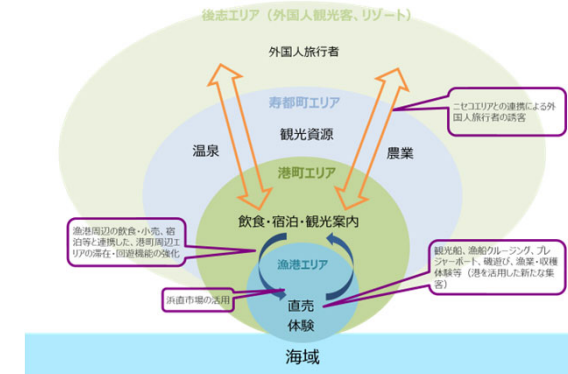
■寿都漁港における海業振興の将来イメージ案



■漁港施設等活用事業実施候補地



■寿都町の海業振興の展開イメージ



寿都漁港 海業事業計画①

事業名		水産物の販売機能強化「みなと消費活性化事業」
事業概要		・ 寿都漁港施設周辺において、地元水揚品の直売、加工体験等を実施・拡大する。 ・ より効果的な販売促進に向けて、民間事業者による運営も念頭に置きつつ、漁協及び漁業従事者のほか、町内の加工業者、卸業者等、町内からの仕入や雇用を重視し、収益の一部の施設所有者への還元（買取料、施設使用料、人件費等）、「新鮮」「顔が見える」場となることによる漁業者のモチベーションアップ、再生可能エネルギーを活用したサステナブルな運営など、単なる消費拡大にとどまらない港町全体の高付加価値化、持続性強化にもつなげる。
事業実施主体		・ 本計画を元にR6に運営の形態、運営事業者の選定方法を含め検討
実施時期		・ R6より、再開を視野に入れた調整開始
ビジネスモデル	商品・サービスの内容・セールスポイント等（何を売るか）	・ 寿都漁港の水揚品（さけ、なまこ、ほっけ、うに、かき等）、加工品（流通経費が含まれない直売価格で販売） ・ 高級品、高付加価値品についても積極的に開発・販売 ・ 地域住民による水産関連品の出品や、加工体験の指南役等としての関与も想定
	活動（どう売るか）	・ 道の駅と連携して、一体的な賑わいの拠点を創出 ・ ニセコエリアからの買い物ツアーや、着地型旅行商品への組み込み ・ 朝市等のイベント
	リソース、パートナー（資材、仕入先等）	・ 基本的に町内の漁業者、加工業者、卸業者から素材や商品を仕入れる ・ 販売促進や商品開発等は地域商社と連携 ・ 加工体験、買い物ツアー等は、IWANAIUNITED等の地域旅行会社とも連携
	ターゲット、チャネル等（誰に売るか）	・ 観光客（ニセコエリアの富裕層も重要ターゲットとして想定） ・ 地域住民
事業効果	経済的効果	・ 売上：利用者数50,000人×一人当たり単価3,000円想定＝1億5千万円（参考：R4道の駅入込者数42,293人） ・ 休止前の売上、ニセコエリアの観光客状況、域内取引の拡大等を踏まえ今後試算
	社会的効果	・ 漁港周辺の集客増、ブランドイメージ向上、魅力認知 ・ 漁業者と観光客との交流 ・ 水産業と町内事業者との取引拡大 ・ 地域住民の活躍の場の創出
調整事項、関連制度等		・ 漁港施設管理者、漁協との調整 等

事業①「みなと消費活性化事業」の経済波及効果

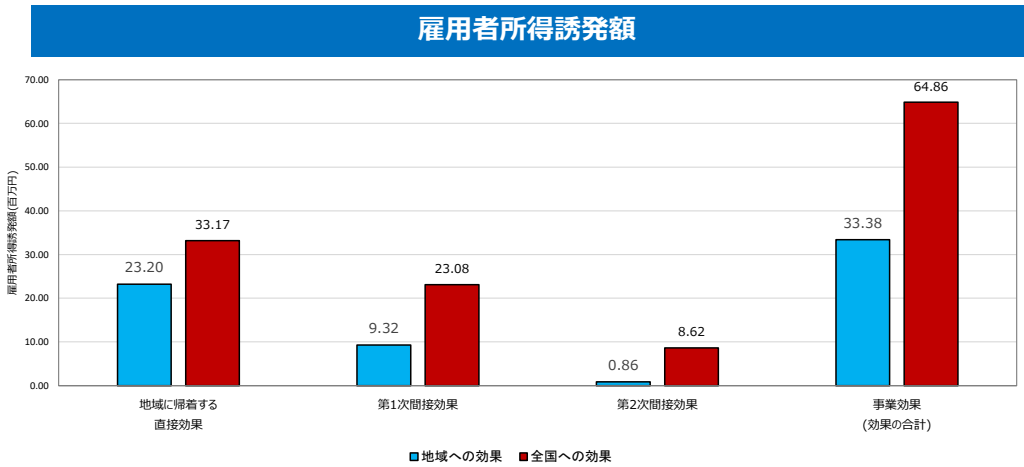
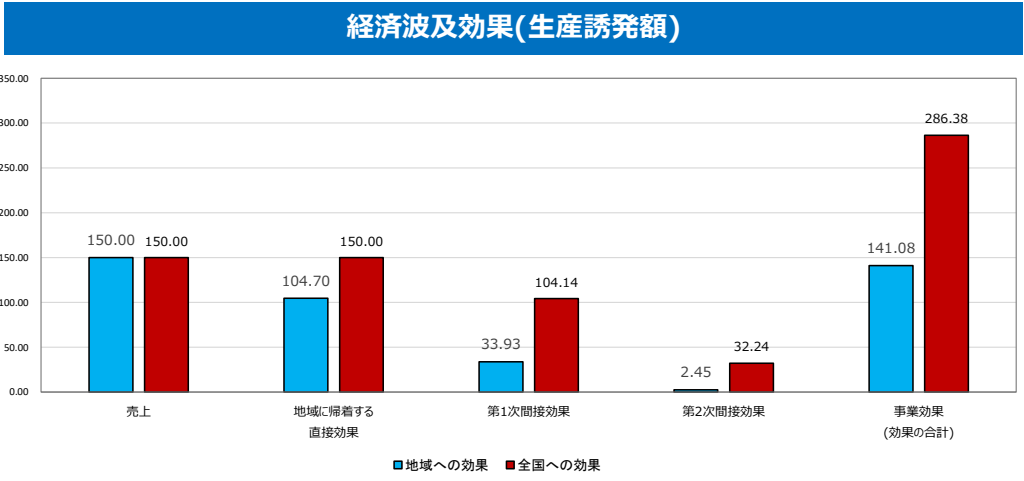
○算定条件（仮定値）

項目	設定値
水産物の年間販売金額	5,000万円／年
水産物加工品の年間販売金額	5,000万円／年
飲食サービスの年間販売金額	5,000万円／年
年間の売上高	1億5000万円／年

費目	支出金額 (設定値)	域内調達割合 (設定値)
水産物の仕入れ	5,000万円／年	100%
その他食料品の仕入れ	2,000万円／年	48.9%
人件費	6,750万円／年	—
電力費	—	23.1%
ガス・水道料	—	63.1%
運賃	—	64.0%
不動産賃貸料	—	5.0%
通信料	—	30.9%
リース・レンタル料	—	22.9%
その他経費	—	43.7%
営業外費用	—	39.2%
法人税等	—	—
当期純利益	1,250万円／年	—

項目	割合（設定値）
資本金の地域内出資割合	100%
地域内雇用者割合	100%

○経済波及効果



※上記経済波及効果は、事業開始後に継続的に発生する事業効果（単年分）を示すものである。
※経済波及効果（生産誘発額）：事業実施によって増加した需要に対して、原材料の調達先の産業等を含めて新たに生まれる生産額のこと。
※雇用者所得誘発額：事業実施による生産増加に伴って増加する、地域内で働く従業者に対して地域内の企業が支払う賃金の金額のこと。
※地域に帰着する直接効果：事業による売上のうち、原材料等を域内で調達しているものに限って算出した、実質的な地域の売上のこと。
※第1次間接効果：事業実施により直接的な売上の発生に伴い、間接的に発生する原材料等の売上のこと。
※第2次間接効果：直接効果と第1次間接効果の売上が所得と消費に回ることによって発生する売上のこと。
※地域への効果：地域外への流出分を除いた、地域に帰着する効果。
※全国への効果：地域内・外の両方に帰着する効果の合計。仮にすべての原材料等が100%地域内で調達できる場合には、地域への効果と全国への効果が同じ金額となる。

寿都漁港 海業事業計画②

事業名		海の資源を活用した新たな収益確保「マリンリゾート創出事業」
事業概要		- 漁港施設内における、スキューバダイビング、SUP等のマリンスポーツの海面利用や、観光船、漁船クルージングなどの観光遊覧、磯遊び、海の体験プログラムの実施により、新たな収益を確保 - 将来的に、プレジャーボートやヨット等のマリーナ整備（フィッシャリーナ化）も想定
事業実施主体		民間事業者
実施時期		R6以降、まずは実証事業に向けた準備調整を開始し、R8以降の事業化実装を想定
ビジネスモデル	商品・サービスの内容・セールスポイント等（何を売るか）	- マリンスポーツ事業（ガイド、用具貸し出し、関連用品販売等） - 観光船、漁船クルージング（寿都湾内の遊覧観光） - 磯遊び、海の体験プログラム（浅瀬の岩礁を活用した磯遊び、ウニ・岩ノリ等の採取体験等） - プレジャーボート、ヨット等の係留・保管・貸出
	活動（どう売るか）	- 道の駅と連携して、一体的な賑わいの拠点を創出 - ニセコエリアからのマリンリゾートツアーや、着地型旅行商品への組み込み
	リソース、パートナー（資材、仕入先等）	- 可能な限り、既存の町内事業者の資材（船舶等）を活用 - 漁船クルージング、磯遊び、海体験等では、漁師や地域住民がガイド役の役割を担う
	ターゲット、チャネル等（誰に売るか）	- 観光客（ニセコエリアの富裕層も重要ターゲットとして想定） - 地域住民
事業効果	経済的効果	売上：①観光船、漁船クルージング 寿都湾をクルージングする観光船 1回定員20名、4～10月の土日4割稼働、平日1割稼働 ≒ 約900人 1人あたり単価：3,000円／人 <u>270万円</u> ②磯遊び、海の体験 5名×2回／日 1,000円／1人 年間100日×10人 ×1,000 <u>100万円</u>
	社会的効果	- 漁港周辺の集客増、ブランドイメージ向上、魅力認知 - 漁業者と観光客との交流 - 地域住民の活躍の場の創出 - 漁業従事者の所得向上 - 寿都町への来訪者、滞在時間増
調整事項、関連制度等		漁港施設管理者、漁協との調整 等

事業②「マリンリゾート事業（漁船クルージング）」の経済波及効果

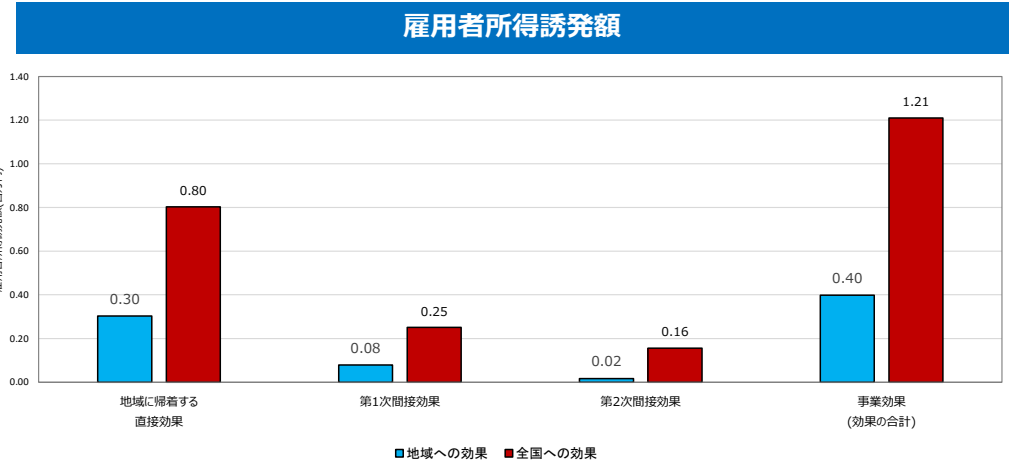
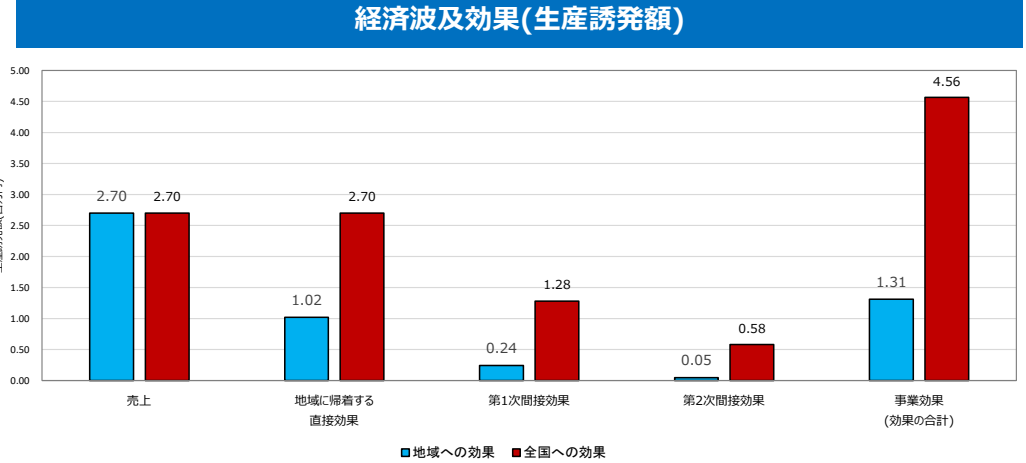
○算定条件（仮定値）

項目	設定値
延べ利用人数	900人／年
一人一回あたりの利用料	3,000円／人・回
年間の売上高	270万円／年

費目	支出金額 (設定値)	域内調達割合 (設定値)
資材代	－	100%
人件費	80万円／年	－
電力費	－	23.1%
ガス・水道料	－	63.1%
燃料費	168万円／年	0.0%
保険料	－	39.2%
不動産賃貸料	－	5.0%
リース・レンタル料	－	22.9%
修繕費	－	67.1%
その他経費	－	45.2%
営業外費用	－	39.2%
法人税等	－	－
当期純利益	22万円／年	－

項目	割合（設定値）
資本金の地域内出資割合	100%
地域内雇用者割合	100%

○経済波及効果



※上記経済波及効果は、事業開始後に継続的に発生する事業効果（単年分）を示すものである。
※経済波及効果（生産誘発額）：事業実施によって増加した需要に対して、原材料の調達先の産業等を含めて新たに生まれる生産額のこと。
※雇用者所得誘発額：事業実施による生産増加に伴って増加する、地域内で働く従業員に対して地域内の企業が支払う賃金の金額のこと。
※地域に帰着する直接効果：事業による売上のうち、原材料等を域内で調達しているものに限り算出した、実質的な地域の売上のこと。
※第1次間接効果：事業実施により直接的な売上の発生に伴い、間接的に発生する原材料等の売上のこと。
※第2次間接効果：直接効果と第1次間接効果の売上が所得と消費に回ることによって発生する売上のこと。
※地域への効果：地域外への流出分を除いた、地域に帰着する効果。
※全国への効果：地域内・外の両方に帰着する効果の合計。仮にすべての原材料等が100%地域内で調達できる場合には、地域への効果と全国への効果が同じ金額となる。

事業②「マリンリゾート事業（磯遊び）」の経済波及効果

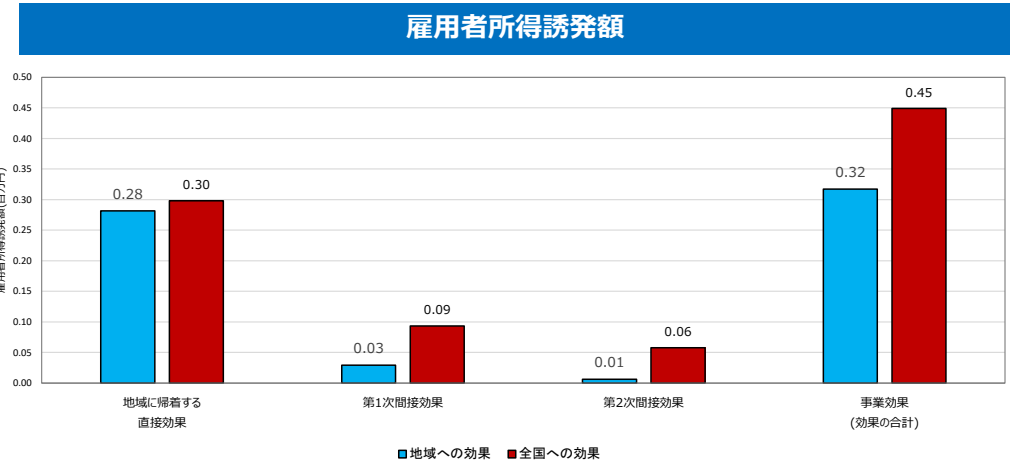
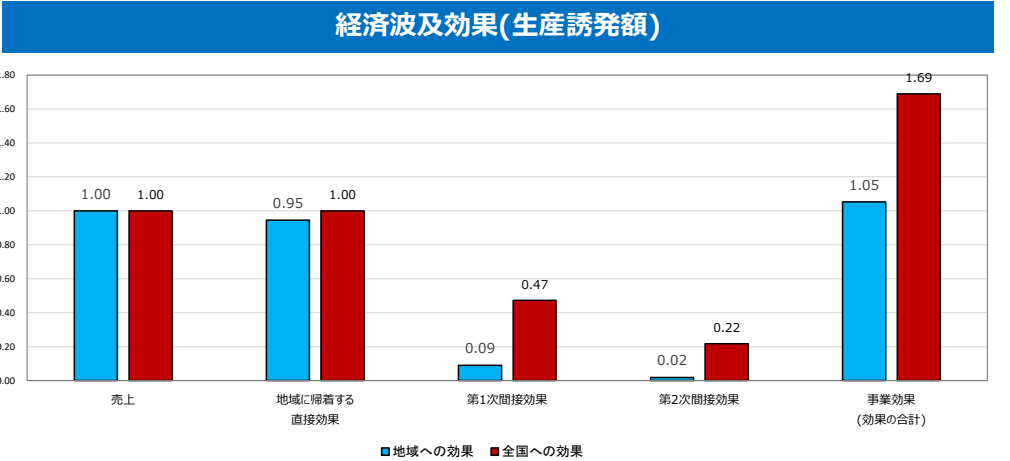
○算定条件（仮定値）

項目	設定値
延べ利用人数	1,000人／年
一人一回あたりの利用料	1,000円／人・回
年間の売上高	100万円／年

費目	支出金額 (設定値)	域内調達割合 (設定値)
資材代	－	100%
人件費	60万円／年	－
電力費	－	23.1%
ガス・水道料	－	63.1%
燃料費	－	0.0%
保険料	－	39.2%
不動産賃貸料	－	5.0%
リース・レンタル料	－	22.9%
修繕費	－	67.1%
その他経費	10万円／年	45.2%
営業外費用	－	39.2%
法人税等	－	－
当期純利益	30万円／年	－

項目	割合（設定値）
資本金の域内出資割合	100%
域内雇用者割合	100%

○経済波及効果



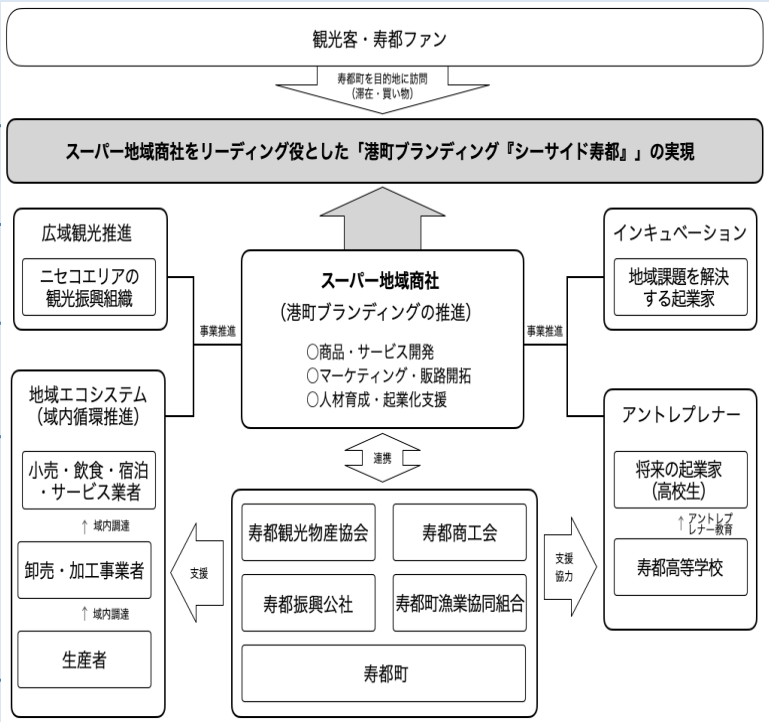
※上記経済波及効果は、事業開始後に継続的に発生する事業効果（単年分）を示すものである。
※経済波及効果（生産誘発額）：事業実施によって増加した需要に対して、原材料の調達先の産業等を含めて新たに生まれる生産額のこと。
※雇用者所得誘発額：事業実施による生産増加に伴って増加する、地域内で働く従業者に対して地域内の企業が支払う賃金の金額のこと。
※地域に帰着する直接効果：事業による売上のうち、原材料等を域内で調達しているものに限って算出した、実質的な地域の売上のこと。
※第1次間接効果：事業実施により直接的な売上上の発生に伴い、間接的に発生する原材料等の売上のこと。
※第2次間接効果：直接効果と第1次間接効果の売上が所得と消費に回ることによって発生する売上のこと。
※地域への効果：地域外への流出分を除いた、地域に帰着する効果。
※全国への効果：地域内・外の両方に帰着する効果の合計。仮にすべての原材料等が100%地域内で調達できる場合には、地域への効果と全国への効果が同じ金額となる。

寿都漁港 海業事業計画③

事業名		港の資源・魅力を港町エリアと連携して効果的に活用「港町エリア連携事業」(寺泊等)
事業概要		道の駅、観光物産協会における港町観光の案内機能(体験・レジャーと宿泊、飲食、交通の連携等)を強化するとともに、「寺泊」をはじめとして、町内の観光業と水産業との連携を図る。
事業実施主体		- 観光物産協会、民間事業者 <寺泊> 受入：龍洞院ほか 運営：IWANAIUNITEDほか
実施時期		R5からの実証事業結果を踏まえ、R6に各種調整、R7以降事業化・実装を想定
ビジネスモデル	商品・サービスの内容・セールスポイント等(何を売るか)	<寺泊> 町内に点在、集積する社寺等を活用した新たな体験型宿泊コンテンツ(寺泊)に、海鮮バーベキューや漁業体験などの海洋観光体験を付加して販売。 <街歩き> 道の駅や浜直市場利用者への案内を強化し、街なか回遊を誘導(寺巡り等)
	活動(どう売るか)	- 道の駅における案内強化 - 町内の宿泊施設が少ないことから、宿泊サイト等でも宿泊プランとして販売 - ニセコエリアの外国人富裕層向けに、着地型旅行商品として販売
	リソース、パートナー(資材、仕入先等)	- 町内の寺院、小売業、飲食サービス業 - 漁業体験、海鮮食材等は漁協や漁業者から直接仕入とともに、ガイド役も担う
	ターゲット、チャネル等(誰に売るか)	- 観光客(ニセコエリアの富裕層も重要ターゲットとして想定) - 地域住民
事業効果	経済的効果	売上：(寺泊・漁業関係者分) - 当面の利用者見込(定員2名×1室)×4～10月の土日8割稼働、平日2割稼働≒年間約150人 - 食材提供 3,000円/人 漁業体験20,000円/人 <u>350万円程度</u>
	社会的効果	- 漁港周辺の集客増、ブランドイメージ向上、魅力認知 - 漁業者と観光客との交流 - 地域住民の活躍の場の創出 - 漁業従事者の所得向上 - 寿都町への来訪者、滞在時間増
調整事項、関連制度等		

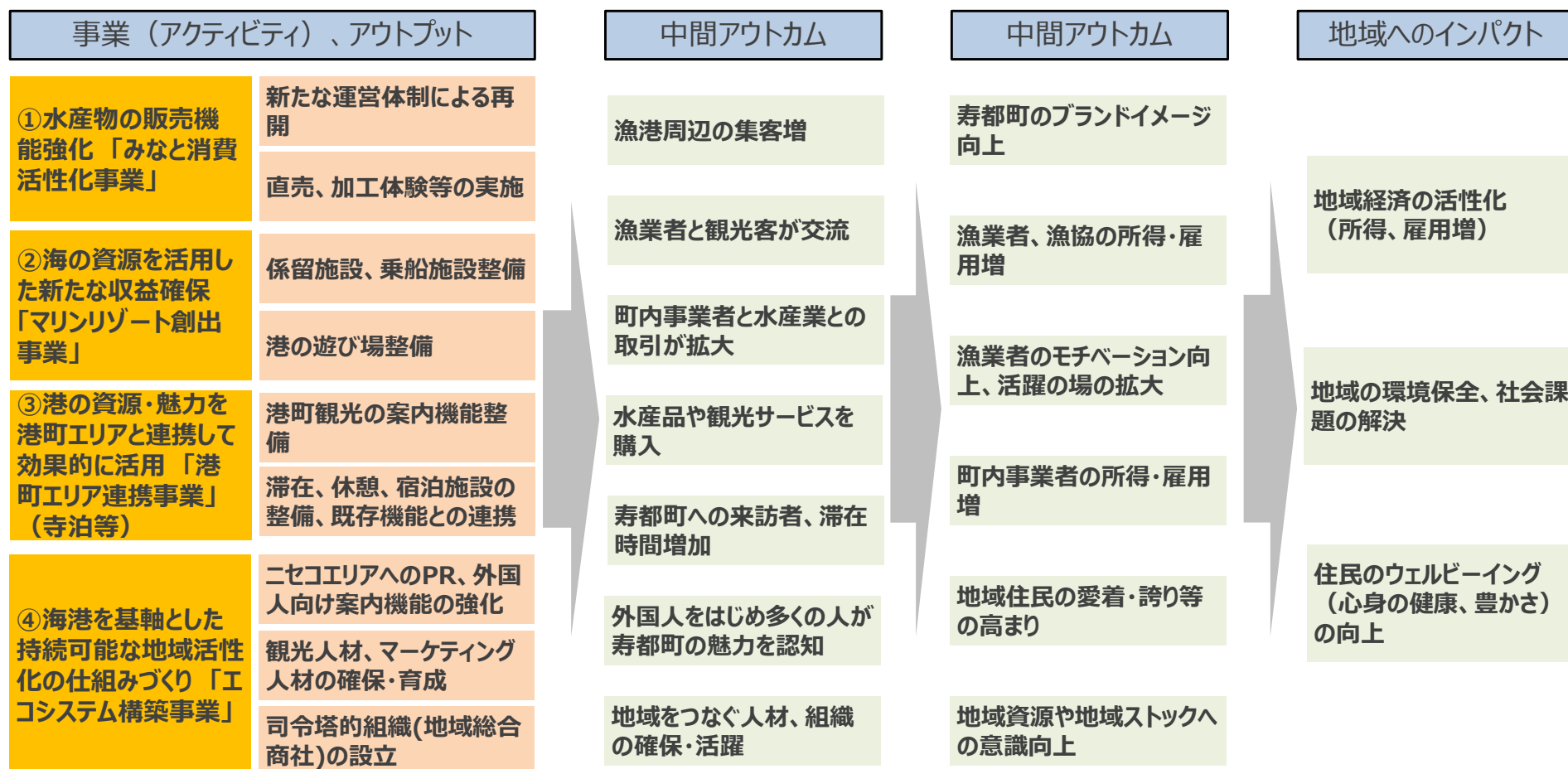
寿都漁港 海業事業計画④

事業名		海港を基軸とした持続可能な地域活性化の仕組みづくり「エコシステム構築事業」	
事業概要		「港町観光」「海業」の司令塔的役割となる組織体制として、水産業と他産業をつなぐ、地域総合商社（スーパー地域商社）を設立する。 - 観光に関わる異業種間の連携を強化し、一つの観光消費が域内の事業者にも十分に経済効果が及ぶよう、域内調達率を高め、地域内での取引を促進することで域内取引の最大化を狙い、観光による新たな経済循環「地域エコシステム」の構築を目指す。 - 観光や海業の企画、マーケティング、観光案内、人材育成、卸売（取引仲介）、観光施設運営等の機能を担う	
事業実施主体		民間事業者、第三セクター	
実施時期		R6以降設立に向けた協議開始、R8設立想定	
ビジネスモデル	商品・サービスの内容・セールスポイント等（何を売るか）	- 将来的に、道の駅、浜直市場、観光商品の企画・販売、町内産品の卸売等により、収益を確保 - 町内の若手人材や町内事業者向けの人材育成、起業家支援事業等	
	活動（どう売るか）	- 商品・サービス開発 - マーケティング、販路開拓 - 人材育成、起業化支援	
	リソース、パートナー（資材、仕入先等）	- 町内の多様な産業や関連団体と連携 - 町内外の起業家とも連携	
	ターゲット、チャネル等（誰に売るか）	- 町内事業者向けのサービス（企画、開発、マーケティング） - 域外消費者（オンライン販売、PR等、ファンづくり）	
事業効果	経済的効果	域内取引（調達率）の向上により、域内に帰着する所得を拡大	
	社会的効果	- 漁港周辺の集客増、ブランドイメージ向上、魅力認知 - 漁業者と観光客との交流 - 域内取引の拡大 - 地域住民の活躍の場の創出 - 漁業従事者の所得向上 - 寿都町への来訪者、滞在時間増	
調整事項、関連制度等			



海業振興によって期待される効果

- 観光との連携により、水産品の販売量、販売額の向上（高付加価値化）を図り、漁業収入の増加を図るほか、水産品の地元調達の強化により、域内の小売、飲食・宿泊サービスをはじめとした産業の売上増や、生産性向上を進める。
- また、これらの取り組みを通じて、寿都町自体のプレゼンス（認知度）向上、自然資源・文化資源の環境保全を図り、地域社会全体の価値向上を図る。
- 海業として取り組む事業は、その事業自体の収益性確保、水産業の所得向上・雇用拡大のみならず、地域全体の経済活性化、環境保全、社会課題の解決、住民のWBの向上など、地域の環境・経済・社会の向上にもつながるものである。また、こうした観点からインパクト評価を行うことは、ESG金融等のサステナブルファイナンス活用の観点からも重要である。



スケジュール

事業名	事業主体	実現までの実施事項					実施時期									
		実施項目	概要	実施主体	活用したい支援事業	想定概算費用	短期					中期				
							R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12	R13	R14	R15
水産物の販売機能強化「みなと消費活性化事業」	民間事業者等	各種調整	運営体制の検討・漁協との協議等	寿都町、民間事業者等	未定	未定										
		運営体制整備	運営主体の選定・人員確保等	民間事業者等	未定	未定			事業開始予定							
海の資源を活用した新たな収益確保「マリンリゾート創出事業」	民間事業者等	実証事業に向けた準備	実証事業に向けた環境整備、各種調整	民間事業者	未定	未定										
		実証事業	実証事業の実施	民間事業者	未定	未定			事業開始予定							
港の資源・魅力を港町エリアと連携して効果的に活用「港町エリア連携事業」	観光物産協会、民間事業者 ＜寺泊＞受入：龍洞院ほか 運営：IWANAIUNITEDほか	各種調整	R5からの実証事業結果を踏まえ、各種調整	民間事業者	未定	未定		事業開始予定								
海港を基軸とした持続可能な地域活性化の仕組みづくり「エコシステム構築事業」	民間事業者、第三セクター	協議開始	設立に向けた協議	民間事業者	地域再生マネージャー事業	未定			事業開始予定							