

令和4年6月21日

八戸市議会  
議長 寺地 則行 様

経済常任委員会  
委員長 高山 元延

### 視察実施報告書

本委員会は、次のとおり委員を派遣し、調査視察を実施したので、行政視察等実施要領第2（3）の規定により報告します。

1. 日 時 令和4年4月26日（火）～4月28日（木）
2. 視 察 先
  - ① 東京都千代田区（八戸都市圏交流プラザ8base）  
八戸都市圏交流プラザ8base
  - ② 愛媛県松山市  
農林水産物のブランド力強化について
  - ③ 愛媛県伊予市（愛媛県栽培資源研究所）  
愛媛県における養殖産業の取組について
3. 調査事項 別紙のとおり
4. 参加委員 高山 元延、中村 益則、久保 しょう、工藤 悠平、  
寺地 則行、山名 文世、立花 敬之
- 5 調査結果概要 別紙のとおり

- 1 調査地 東京都千代田区 八戸都市圏交流プラザ 8 b a s e
- 2 調査事項 店舗視察、運営状況ヒアリング
- 3 説明者 八戸市 観光課 主査 万谷 忠久 氏  
観光課 主査 加賀 允人 氏ほか

#### 4 視察内容

##### (1) 施設の概要

###### ①名称及び愛称

名称：八戸都市圏交流プラザ  
愛称：8 b a s e (エイトベース)

###### ②所在地

住所：東京都千代田区内幸町一丁目7-1 日比谷 OKUROJI 内 H O 9  
(参考：面積約138平方メートル)

###### ③営業時間・定休日

営業時間：11:00～22:00  
定休日：12/31→1/3

###### ④運営主体・運営事業者

運営主体：八戸市（八戸圏域連携中枢都市圏事業として7町村と連携して実施）  
運営事業者：株式会社金剛（代表取締役 大久保圭一郎）

##### (2) 開設した経緯

八戸圏域産品の認知度を高め、料理や地酒、特産品などの地場産品の販路拡大を図りながら、継続的に地域を応援してくれる関係人口の形成、増加を目指すとともに、観光誘客、将来的な移住・定住等を促進するための首都圏交流拠点（b a s e）として令和2年9月10日に開設した。

##### (3) 整備に係る事業費

平成30年度から令和2年度にかけて実施した8 b a s eの整備費用の合計は約1億6,600万円。このうち約2,000万円はテナントを借りる際の敷金であり、賃貸借契約の期間（令和2年3月30日から令和7年3月31日まで）満了に伴い市に返還される。

[整備に係る事業費の内訳]

件名	実績額	財源
物件賃貸借に係る敷金	20,835,000 円	一般財源 (市に返還予定)
プロモーション戦略策定業務委託	9,990,000 円	地方創生推進交付金 (補助率 1/2)
実施設計業務委託	6,048,000 円	
物件仲介料	2,291,850 円	
現場共益費	1,060,752 円	
設計監理業務委託	6,600,000 円	
内装業務委託	63,399,600 円	
内装業務委託 (その 2)	53,900,000 円	
コロナ対策業務委託	1,012,000 円	地方創生臨時交付金 (補助率 10/10)
映像音響機器改修業務委託	1,188,000 円	
合計	166,325,202 円	—

(4) 運営に係る事業費

件名	令和 3 年度決算見込額		令和 4 年度予算額	
	金額	財源	金額	財源
旅費	342,140 円	一般財源	621,000 円	一般財源
ホームページ等保守管理業務委託	473,000 円	地方創生推進交付金(補助率 1/2)	539,000 円	
内装業務委託	—	—	990,000 円	
光熱水費	2,281,368 円	全額運営事業者負担	4,200,000 円	全額運営事業者負担
テナント賃借料	23,434,668 円	地方創生推進交付金(補助率 1/2) ※テナント賃借料は一部、運営事業者が負担	29,527,000 円	一般財源 (一部運営事業者負担)
交流事業業務委託	2,462,344 円		4,400,000 円	青森県元気な地域づくり支援事業費補助金
ブランディング推進業務委託	5,995,000 円		2,500,000 円	(補助率 2/3)
パンフレット作成業務委託	1,100,000 円		—	—
英語版ウェブサイト作成業務委託	1,013,100 円		—	—
プロモーションイベント開催業務委託	—	—	2,500,000 円	青森県元気な地域づくり支援事業費補助金
プロモーション業務委託	—	—	1,300,000 円	(補助率 2/3)
活用推進補助金	—	—	1,000,000 円	
合計	37,101,620 円	—	47,577,000 円	—

地方創生推進交付金は令和 3 年度までの期限のため、令和 4 年度は一般財源を使う割合が増えている。また、令和 4 年度は地方創生推進交付金の代わりに青森県元気な地域づくり支援事業費補助金を使う割合が増えた。

## (5) 事業概要

- ①飲食・物販機能：八戸圏域の食材を活用した食事の提供及び八戸圏域の地場産品を販売。
- ②交流機能：八戸圏域の魅力に触れることができる交流会やPRイベントを開催。

### ※主なイベントの実施状況

#### ア 八戸圏域ファンミーティング

継続的に八戸圏域を応援してくれるファンづくりや、八戸圏域への観光誘客、将来的な移住・定住等につなげるため、八戸圏域に所縁のある方をゲストに迎え、八戸圏域の魅力を語ってもらうファンミーティングを令和2年度から開催している。

令和3年度は13回の開催を予定していたが、新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、首都圏を対象として緊急事態宣言が発令されたこと等を踏まえ、4回の開催にとどまった。令和4年度は年10回開催予定。

#### イ 青森暮らしを考え始めた方のためのコトハジメ交流会

青森県へ移住した方の体験談が実際に聞ける交流会と移住した際の仕事やお金に関するセミナーを青森県地域活力振興課の主催で令和3年6月26日に開催した。

#### ウ 八戸ワインと郷土料理を愉しむ会

シニアソムリエの話聞きながら、八戸ワインと八戸圏域の郷土料理のマリアージュを楽しむ会を令和3年12月25日、26日の2日間、各日の定員を10名として実施した。

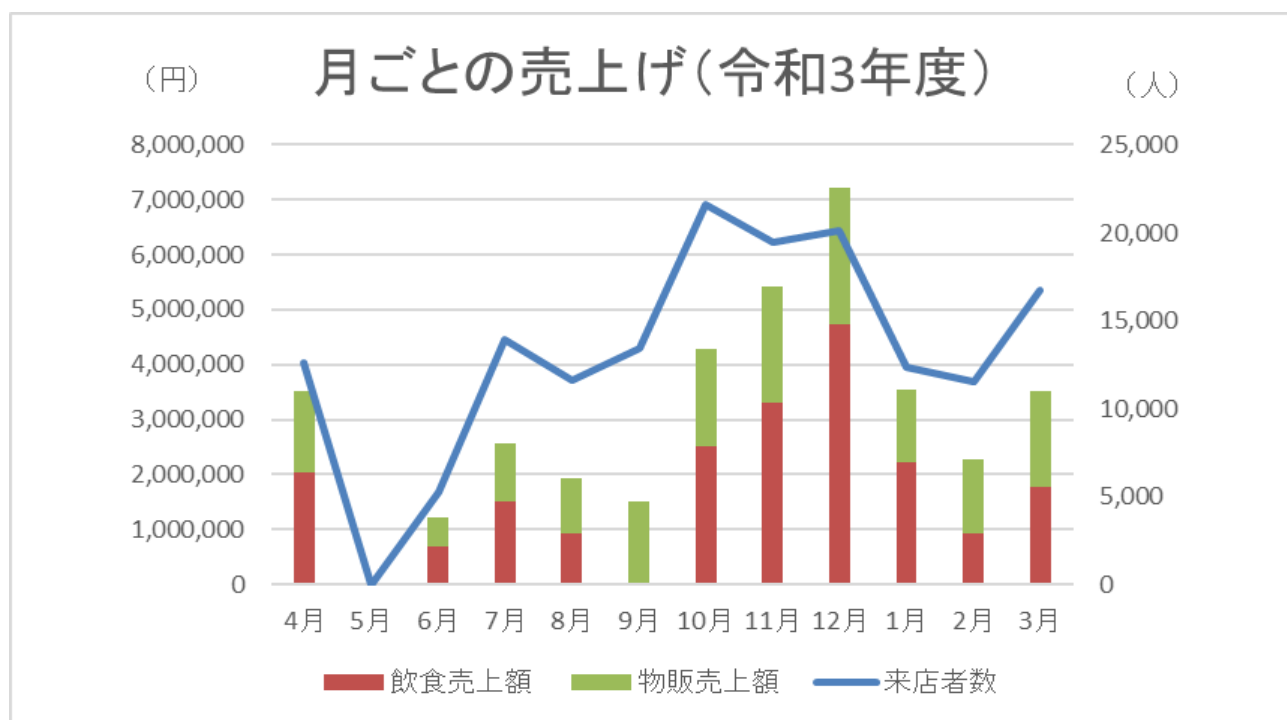
## (6) 運営状況

### ①営業状況、営業日数

令和2年9月の8baseのオープンから令和3年1月までは通常営業を続けていたが、その後は、新型コロナウイルスの感染が拡大したことから、緊急事態宣言、まん延防止等重点措置等の政府の方針に応じて、営業時間の短縮、酒類提供の制限、同一グループ、テーブルの人数を制限するなど形態を変えて営業してきた。そのため、令和3年5月は営業日数がゼロであったり、9月は飲食部門が全営業日休業するなどしたため、飲食部門の売上がゼロ円となるなど、多大な影響があった。

②令和3年度の来店者数、売り上げ

月	来店者数	飲食売上額	物販売上額	合計 (税込)
4月	12,582人	2,044,243円	1,476,171円	3,520,414円
5月	0人	0円	0円	0円
6月	5,256人	679,164円	540,042円	1,219,206円
7月	13,959人	1,510,014円	1,067,369円	2,577,383円
8月	11,584人	929,547円	993,693円	1,923,240円
9月	13,404人	0円	1,511,188円	1,511,188円
10月	21,592人	2,522,855円	1,751,143円	4,273,998円
11月	19,469人	3,312,418円	2,102,251円	5,414,669円
12月	20,091人	4,726,045円	2,481,932円	7,207,977円
1月	12,376人	2,220,798円	1,321,050円	3,541,848円
2月	11,536人	930,267円	1,356,936円	2,287,203円
3月	16,740人	1,784,383円	1,725,530円	3,509,913円
合計	158,589人	20,659,734円	16,327,305円	36,987,039円



(7) 広報・PR活動

①在京同窓会等への情報発信

八戸に全くゆかりがない方にPRする前に、ゆかりがある方に知ってもらうのが先だと考え、在京同窓会等の事務局を訪問し、在京同窓会による8baseの利用促進や会員への周知、パンフレットの配布などを依頼した。令和3年度は計4回行われ、4年度も継続予定。

②広報プロモーション事業

認知度向上のため、テレビやSNS等の各種マスメディアを活用したプロモーションを実施した。

③店舗外装改修事業

区道側ショーウインドウに八戸都市圏のアンテナショップを示すサインを掲示する事業を令和4年度中に実施予定。

(8) その他の取組

①移住相談窓口について

東京事務所の職員協力のもと、毎週水曜日の14:30-17:00に移住相談窓口を開設し、移住の相談にのっている。

②ふるさと寄附金における電子感謝券の取扱いについて

ふるさと寄附金の寄附額の30%が電子ポイントとして付与され、1ポイント=1円として8baseでの買い物や飲食に利用することが可能。

【ふるさと寄附金における電子感謝券取扱実績 (R3.10.14)】

①発行実績 7件 81,000円分 (寄附換算 270,000円)

②利用実績 36,220円分

## < 所 感 >

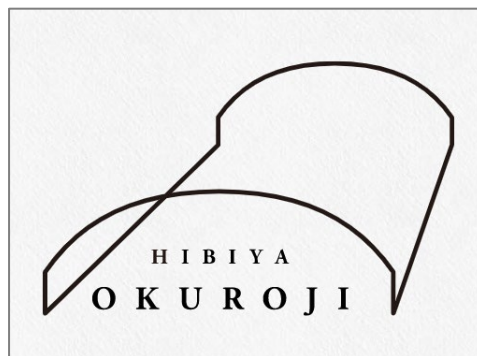
八戸都市圏交流プラザ・8 b a s eは、私ども八戸市議会経済常任委員会においては、開設以来何度も視察訪問したいと計画はしていたが、新型コロナウイルス感染症の蔓延拡大化によつての国の緊急事態宣言発出、また不要不急の外出の規制から移動規制、あるいはその後のコロナ禍の影響もあつて実現出来ず仕舞いでいた。

しかしながら、今回は移動規制の緩和化により、当委員会の視察がようやく実施することが可能となった。

そこで、東京駅経由ということもあり、かねてから念願していた8 b a s eを訪問し、視察研修することとなった次第である。

因みに、8 b a s eへの八戸市議会の議員による公的視察は開設以来初めてのことであるという。それ故に八戸市から観光課担当職員もかけつけてくれ、また現地の8 b a s eの女将である高橋泰恵氏始め、スタッフ一同が歓待してくれた。

抑々8 b a s eが位置する「日比谷 OKUROJI」（ひびやおくろじ）は、赤レンガの高架下を拓き、まちの進化を促す、《高架下から未来のまちづくりを》のコンセプトのもと、JR東日本都市開発が「100年の歴史を次の100年につなぐ」とのことと開発をした新たなる商業空間とのことだ。



そこはJR新橋駅から有楽町駅の間、レンガ造りの明治期の重要な歴史的遺構を再生した空間であり、そこにそれぞれ個性的なテナントが左右両側にG区画32店舗、面積が広めのH区画17店舗を配置し、その中の1つに八戸圏域8市町村による8 b a s eが位置する。

これは、東京という大都市に、単に八戸圏域のアンテナショップを開設するというのではなく、この「日比谷 OKUROJI」の一面を選定したことに意味があり、それは、前述のコンセプトの如く、まさに八戸圏域の「未来創造のまちづくり」であり、「次の100年につなぐ」出発点でもあることを、私ども経済常任委員会一行は学び知らされた。

それは、視察内容にて記述するが如く「おらが郷土」の特産品や地場産品を紹介し、都会人への販路拡大というアンテナショップ的なことだけではない。それは人と人との交流、都会と郷土との交流の拠点ベースとしての性格を有し、それによつて観光誘客や



移住・定住促進に直結しての未来創造でもあった。

ネット版「美味案内」のページにおいて「日比谷 OKUROJI」の紹介欄の中で、8 b a s e について、こう述べていた。「北三陸の海の幸をはじめ、バラエティーに富んだ果物や野菜、肉や乳製品、そして豊かな粉食文化、柔らかな響きの南部弁など、青森県に対するイメージとは少し違った魅力を発信。一般的なアンテナ

ショップとは異なる役割を持つ店舗」と…。

そして「飲食、物販、交流といった複合的な取り組みで八戸圏域の認知度を高め、販路拡大を図りながら、総合的なシティプロモーションを目指す」と、8 b a s e の目的と性格をずばり代弁してくれていたのであった。

現在は、令和2年からのコロナ禍の影響もあり、開設以来、苦難の道程であるにしても、これからは軌道に乗り、多くの人々が訪れるおもしろい空間になると期待される。

前小林八戸市長の思い出が強かったスクラム8による8 b a s e は、八戸圏域のまちづくりとも連動する新たな未来指向による都会のど真ん中にある「ふるさと八戸」であることを実感させられた視察であった。



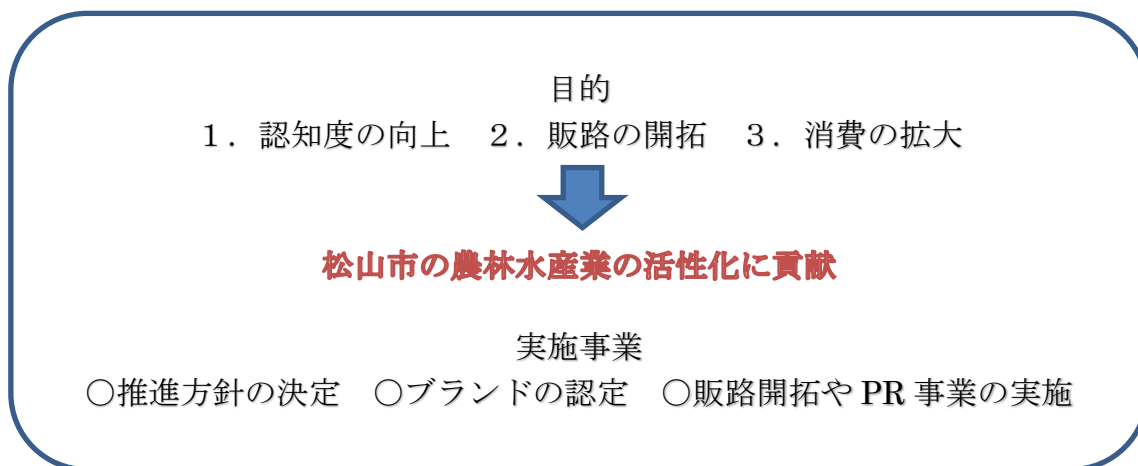


- 1 調査地 愛媛県 松山市
- 2 調査事項 農林水産物のブランド力強化について
- 3 説明者 松山市 産業経済部 農水振興課 主任 高橋 通夫 氏  
主査 篠崎 亮 氏
- 4 視察内容

## (1) まつやま農林水産物ブランド化推進協議会について

### ア 設立趣旨

松山市は、温暖な気候と豊かな自然環境に恵まれ、農林水産物と加工品が数多く生産されている街であることから、これらの特産物を県外に積極的にPRしていき、松山らしさや、松山ならではの価値を伝えることが大切だと考え、知名度や信頼性を高めブランド化することを目的として平成18年5月に設立された。



### イ 協議会会員

事務局の事務は農水振興課が行い、協議会の構成メンバーは大学法人やマスコミ、農協など生産者や情報を発信する報道機関が多く参加しているため、相互の連携がとりやすくなっている。

国立大学法人 愛媛大学農学部	株式会社愛媛新聞社
松山市漁協連合協議会	日本放送協会 松山放送局
えひめ中央農業協同組合	南海放送株式会社
松山市農業協同組合	株式会社テレビ愛媛
松山離島振興協会	株式会社あいテレビ
松山商工会議所	株式会社愛媛朝日テレビ
えひめ中央農業協同組合 女性部	株式会社エフエム愛媛
松山市農業協同組合 女性部	株式会社愛媛CATV
道後温泉旅館協同組合	松山市

## (2) まつやま農林水産物ブランドについて

高品質で安全・安心であることに加え、生産者の商品に対する想いが強く込められた松山産の農林水産及び加工品として認定されたもの。大きく3つの種類(認定類別)に分けられる。

### ○ 認定類別

- ①高品質ブランド…他産品とは異なる差別的優位性、独自性を有するもの
- ②安全・安心ブランド…安全安心に係る第三者認証を取得しているもの
- ③地域特産ブランド…古くから地域限定で生産、出荷されているもの

ブランド認定に当たり、必ず満たさなければならない基準(必須基準)が5項目あり、それに加え、認定類別ごとに基準(選択基準)を設けている。

### ○ 必須基準

- ①コンセプト…松山独自の産品であり、こだわりや着眼点に特徴がある等
- ②市場性…商品に対する一定の知名度や取引が確認できる等
- ③独創性…商品の機能性や販売手段において差別的優位性、独自性が確認できる等
- ④信頼性…商品の生産や流通における履歴管理が適切に行われている等
- ⑤将来性…商品の短期・中期的な事業展開が打ち出されている等

### ○ 選択基準の例

- ①高品質ブランド…他産品とは異なる差別的優位性、独自性を有している
- ②安全・安心ブランド…安全安心に係る第三者認証(勇気 JAS 認証、エコひめ認証等)を取得しているもの
- ③地域特産ブランド…県内の一定以上の市場占有率を持っているもの、地域限定で生産や出荷がされているもの

(3) まつやま農林水産物ブランド10品目 (2022年4月現在)

No	ブランド名	種類	認定類別	旬の時期	特徴
1	紅まどんな	柑橘	高品質	11月下旬～12月	皮が薄くゼリーのような食感のみかん。旬の時期が短い。
2	せとか	柑橘	高品質	1月下旬～3月中旬	3品種(清見、アンコール、マーコット)を交配したみかん。袋は柔らかく、オレンジのような濃厚な味。
3	カラマンダリン	柑橘	高品質	4月中旬～5月中旬	温州ミカンに近い形をしており、果汁が多く、とても甘いみかん。皮もむきやすく種も少ない。
4	ぼっちゃん島あわび	海鮮	高品質	通年	人工飼料や薬品を使わず、2～3年かけ養殖したエゾアワビ。天然と比べ肉厚で柔らか。
5	瀬戸内の銀鱗煮干し	海鮮	高品質	通年	漁獲後手ですくい、塩と冷風乾燥で干し上げたカタクチいわしの煮干し。
6	松山ひじき	海鮮	地域特産	通年	芽と茎のバランスが良くシャキシャキとした食感で、カルシウムや食物繊維を多く含むひじき。
7	松山長なす	野菜	地域特産	7月～10月	直径30～40cmのみずみずしく甘みがあり種がない長なす。体を冷やす作用がある。
8	松山一寸そらまめ	野菜	地域特産	4月下旬～5月	豆一粒の大きさが一寸(約3.3センチ)もあり、柔らかな歯ごたえの空豆。
9	伊台・五明こうげんぶどう	果物	地域特産	7月中旬～10月上旬	道後の奥地である伊台・五明地区でぶどうに適した土壌と昼夜の温度差を活かして栽培された糖度の高いぶどう。
10	グニーユーカリ	枝物	高品質	9月上旬～4月下旬	松山市の特許「ユーカリ挿し木技術」の活用により形、色が揃い品質が安定しているユーカリ。

#### (4) 主な取組概要について

##### ア「まつやま農林水産物ブランド」加工品開発支援補助金

###### 《支援内容》

松山市の農林水産物の認知度向上や販路拡大につなげるため、まつやま農林水産物ブランド品目を活用した加工品開発の経費を補助するもの。

- 補助対象者
  - ・加工品を製造し、または販売する法人（個人は対象外）
  - ・税金を滞納していないもの
  - ・反社会的勢力にかかわるものでないもの
- 事業要件
  - ・まつやま農林水産物ブランド10品目を活用すること
  - ・開発された商品のパッケージやラベル等にまつやま農林水産物ブランド品目を活用していることを明記すること
  - ・2022年2月末までに試作品の提供が可能であること
- 補助対象経費
  - ・商品開発費（報償費、原材料費、委託料、広告料、研究開発費等）
  - ・事務費（会場使用料、印刷製本費、通信運搬費、消耗品費等）
  - ・その他（上記以外で、ブランド化推進協議会が認める経費）

※試作品を作るまでの経費、商品化に必要な経費を対象とする。

- 補助限度額
  - ・上記の経費（税抜き）の1/2（上限額50万円）を補助。

##### ○3か年（令和元年度～3年度）の開発実績

- ・クラフトビール × 伊台・五明こうげんぶどう  
（インターナショナルビアカップ2020（IBC）で金賞受賞）
- ・ジン × 紅まどんな、カラマンダリン
- ・ハンドソープ × 紅まどんな
- ・白和えの素 × 松山ひじき
- ・アイス × 紅まどんな
- ・ハンドクリーム × せとか

##### イ 認知度向上のための多様なPR

- ・WEBサイト（マツヤマルシェ）で松山産農林水産物の紹介
- ・SNS（Facebook、Instagram、Twitter）で新商品や産直市の出店情報の発信
- ・松山市駅前広場でPRイベントを開催
- ・観光列車（JR四国「伊予灘ものがたり」）の車内でブランド使用の料理の提供
- ・神宮球場（東京都）内電光掲示板でのコマーシャル
- ・テレビ（地元番組、全国ネット番組の情報画面）でのPR
- ・国際会議（G20）の料理で出席者へ提供
- ・大田市場（東京都）で市長によるPR活動
- ・地元スーパー店頭で販促活動

## ウ 多様な販路開拓

- ・松山ひじきを使ったおにぎり、炒飯、ちらし寿司、いなり寿司を企業と共同で開発し、地元スーパーで販売している。
- ・コロナ禍での販売を促すため、キッチンカーと連携してマリトッツォや伊台・五明こうげんぶどうを使ったサンドを販売。
- ・大学と連携し、大学内の売店でブランド商品の販売、食堂で共同でメニューを開発し学生に提供するなどの販促活動。
- ・松山市に隣接した5つの市・町と連携し、それぞれの特産品であるはだか麦や中山栗、七折小梅などをジン（酒）に混ぜた「道後ジン六媛」を開発。広報誌や地元テレビで販売した。

## (5) 事業効果

第6次松山市総合計画の施策3農林水産業の活性化の中で、目指す姿、施策の方向性、指標を設定し、現在のところ順調に推移している。

指標（単位）	現状値（H28年度）	目標値（H34年度）
新規就農者数（人）※累計	95	210
ブランド認定かんきつ生産量（t）	4664.7	6604.7
有害鳥獣による農作物被害面積（ha）	13.3	4.0
漁獲金額（百万円）	2246	2552
農林整備面積（ha）	821	1889

## (6) 今後の取組について

### ○ 新しい品目としてアボカドのPR、ブランド化の検討

アボカドは輸入に頼っているのが現状であるが、松山市では、平成21年から温暖な気候を生かして日本一のアボカド産地を目指し、市内の農業者に向けてアボカド苗の分譲、栽培指導、販売支援を行っている。現在は4品種が生産されており、それぞれ収穫時期が違うことから、10月末から3月上旬まで広い時期に収穫できる。

## < 所 感 >

地域の特色ある農水産物を市民はもとより、全国的に広く認知してもらい、それによって購買力を高め、販路拡大、消費拡大を図り、他の類似の地場産品との差別化を推奨して、付加価値向上に努める。

その為には「おらが郷土」における地場産品のブランド化が必要だ。このことから、全国各地でいろいろなブランド品が誕生している。

では、我が八戸市にとってのブランド品とは一体どんな地場産品が上げられるであろうか？

「イカのまち八戸」であるからにして、イカであり、また鯖の大量漁獲から「サバのまち八戸」ならではの「八戸前沖サバ」もある。

B1グランプリ第1位となった「せんべい汁」、はたまた「いちご煮」であろうか。

あるいは陸奥湊の「平日漬け井」なのか、海鮮たっぷりの「市場のつけ井」なのか。でも、これらは八戸のブランド品というよりも、八戸の代表的な特産品でもあり、「食のまち八戸」における食事、料理である。

以上のことから、私達経済常任委員会においては、愛媛県は松山市で取り組んでいる「農林水産物のブランド化推進施策」について視察研修し、八戸市の特産品及びブランド向上について学習するものである。

では、ブランドとは一体、如何なるものか、少し分析を試みたい。ブランドとは、売り手側の製品において、価値やサービスを買い手に識別させ、競合する他の製品と区別、また差別化を図ることによっての名称、愛称、言葉、記号、シンボル、デザインであり、またそれらを複合的に組み合わせたものであるという。

そこで売り手側と買い手側とを対比させて、要約してみることにする。

売り手側にとってのブランド機能とは、

- (1) ブランドの商標権を設定することで競合との差異・差別化
- (2) 買い手側の認知、信頼を得て消費売り上げの向上の確保
- (3) 付加価値をつけることによって他の製品に比べての高価格の設定
- (4) 利益率が上がり生産者の安定的な収入確保



一方、買い手側（消費者）にとってのブランド機能とは、

- (1) 消費者にとって購買の意思決定に至るまでの時間の節約、つまり一目で分かる品
- (2) 購買リスクの低減、つまり一目見て良いもの、安心できるものという品質保証
- (3) ブランドイメージに自己を重ね合わせ、自己実現や自己満足の手段とする位置付け、つまりいい物だとの認識と保有

(4) 他者への贈答品等による優位性、つまり極上のものを差し上げるという満足等々が上げられるというのである。

即ち、高級バッグ等の有名ブランドや化粧品等のブランドは、この売り手買い手の心理・機能そのものであった。

以上のことを鑑みるならば、まさに松山市での取組は前述の如くの意味を構築した上でのことなのだ。

まつやま農林水産物ブランド化推進協議会の設立趣旨には、こう述べられている。

「本市は温暖な気候と豊かな自然環境に恵まれ、農林水産物や、それらを原料とした加工品が数多く生産されている。当協議会はこうした全国に誇れる松山産の農林水産物を情報発信し、松山らしさ、松山ならではの価値を伝えるなど、知名度や信頼性を高めてブランド化を推進することを目的とする」とのことである。

その松山市での地場特産品の「地産地消」を言い換えて、「地産知招」として市民にアピールしている。

土地の産物を土地で消費する「地産地消」に加えて、さらに土地で生産者が心を込めて一生懸命作っている、農産物について知ってもらい、人を招く機会を作ることができるようにという想いで作られたのが、この「地産知招」ということだ。

まさに、ブランド品の特性を表現している四文字熟語であると私達は感得させられた。

このまつやま農林水産物ブランドについては、そのブランド化とブランド力の維持の為に調査報告の内容の如く、認定類別として①高品質ブランド、②安心・安全ブランド、③地域特産ブランドと3種類に類別している。

更に、その認定にあたっては、必ず満たさなければならない必須基準を1. コンセプト、2. 市場性、3. 独創性、4. 信頼性、5. 将来性、との5項目の全てを満たす必要があるという。

続いて、この5項目の必須基準に加えて前述した認定類別ごとに選定基準を設けているのであった。

本視察においては、このブランド化推進の基準をクリアした松山特産のみかんの中でも、ブランド化した「紅まどんな」「せとか」「カラマンダリン」を始めとする10品目の事例を学習した。



今回の視察研修において、私ども八戸市あるいは八戸圏域8市町村にあっては、地域の特産品をどのようにブランド化するのか、どのようにブランド力を推進させるか、そしてどのように展開すべきなのかを痛感させられた。

現在、八戸市にあつてのブランド製品といえば、「八戸前沖サバ」がきちんとした認定基準を設定して、それを全国的に展開しているぐらいのものである。

八戸市、八戸圏域には誇るべき特産品、全国の皆さんに紹介すべき地場産品が数多くあることは確かだ。それをどのようにブランド化し、付加価値をつけて販路拡大、消費拡大するかが問われるのではないか。

松山市のブランド化戦略に倣うならば「八戸らしさ」「八戸ならではの価値」を伝え、知名度や信頼性を高めてブランド化を推進するということである。

そのことを如実に学んだ視察研修であった。



- 1 調査地 愛媛県農林水産研究所水産研究センター 栽培資源研究所（伊予市）
- 2 調査事項 愛媛県における養殖産業の取組について
- 3 説明者 愛媛県農林水産研究所水産研究センター 栽培資源研究所  
所長 加藤 利弘 氏  
浅海調査室 室長 竹中 彰一 氏

#### 4 視察内容

##### (1) 愛媛県水産研究センターの主要業務

愛媛県下全海域の漁場環境の監視と道後水道（宇和海）の水産資源の評価のため、水産試験船による漁海況情報の収集とホームページ等での発信、水産資源の動向把握調査を行っている。また、水産物の安定供給とブランド品種の育成のため、クルマエビやアコヤガイ等の養殖用・放流用種苗の生産と有償配付、種苗生産技術、養殖技術の研究・開発、疾病対策等を行っている。さらに、革新技術による生産力の強化と6次産業化を促進させるため、コストを削減した養魚用飼料の開発や養殖魚のブランド化など付加価値を高める取組を行っている。

##### (2) 栽培資源研究所の主要業務

漁船漁業を中心とした瀬戸内海（燧灘・伊予灘）の水産業の振興と沿岸漁場環境の保全のため、サワラ等の重要魚種を適正管理し、持続的な漁業生産を確保するための調査・研究や、魚介類の育成場として重要な沿岸環境（藻場、干潟等）の保全のため、環境モニタリングや赤潮発生の監視、瀬戸内海の養殖業（ノリ、貝類、魚類）の技術支援に貢献する調査・研究に取り組んでいる。また、約5年前からはサーモンやニジマスの海面養殖の研究にも力を入れている。四国地方は東北地方とは異なり、水温がもともと高いので、どのように養殖するかが研究課題となっている。

##### (3) 愛媛県の水産の現況

愛媛県の海域は、豊後水道側（宇和海）、瀬戸内海側の2つの大きな海域に区分される。さらに瀬戸内海は東部の燧灘と西部の伊予灘に区分される。栽培資源研究所周辺は伊予灘と呼ばれ漁船漁業が盛んであり、たこやマダイが取れる。燧灘はのりを中心とした養殖が盛んであるほか、カタクチイワシを煮干しにする産業や漁船漁業も盛んである。また、水産研究センターのある宇和海沿岸は、穏やかなリアス海岸となっていることから、地理的、環境的に養殖業に適しており、真珠や真珠母貝などの養殖生産地として有名である。海岸線は全国で第5位となる約1,700 kmに及び、水産業発展の資源が豊かである。

愛媛県は第1次産業が主要産業かつ基幹産業であり、農産業、水産業と続く。

愛媛県の漁業状況（愛媛県作成「愛媛県漁業の地位（R2）」より）

項目	令和2年		令和元年	
	金額（億円）	全国順位	金額（億円）	全国順位
海面漁業・養殖業総産出額	756	3	862	3
海面養殖業産出額	586	1	662	1
魚類養殖産出額	512	1	570	1
マダイ	265	1	291	1
ブリ類	161	2	195	2
真珠養殖産出額	57	1	72	1
母貝養殖産出額	5	1	11	1

愛媛県は全国屈指の水産県であり、宇和海は日本一の養殖生産地である。魚類の養殖は、昭和53年から平成25年までと平成28年から令和2年までの長期間にわたり、愛媛県が日本一となっている。

魚類別にみると、マダイは平成元年あたりから生産額が飛躍的に伸び、令和2年現在、全国1位であり、県の魚にも指定されている。ブリ類は昭和50年代から現在まで安定して産出量が多く、現在も全国3位、産出額が2位となっている。また、真珠養殖も全国1位である。平成8年に起きた赤変病の影響で生産量は一時的に低下したが、原因、対策を研究することで一定の歯止めをかけ、現在は安定して生産することができている。近年、地球温暖化の影響により海水温が上昇しており、母貝の飼育に影響していることから、天然に生息するアコヤガイの中から高水温に強い母貝を生きのまま選抜する技術開発なども行われている。

#### （4）愛媛県の海の特徴

##### ①リアス海岸

四国のリアス海岸は、三陸の激しい地形と違い風や波の影響を受けにくく、静穏な環境である。そして、水深が深く溶存酸素も豊富である。

##### ②養殖対象種に好適な水温と海水交換の良さ

黒潮から急潮と呼ばれる暖水が入り、透明度の高いきれいな水が浸入してくる環境であるため、海水交換が良い。宇和島にある水産研究センターでは、海水が濁って水底が見えなかった次の日に、急潮の影響で海水が透き通り、海の底まで見えるようになることがあるという。黒潮からの急潮は栄養分が少ないものの、底入り潮という冷たい栄養分が豊富な海水が入ってくる現象もあり、これらの水が交互に入ってくることで養殖に適した環境が保たれやすくなっている。

## (5) 愛育フィッシュについて

昔の養殖魚は脂っばい、あまりおいしくないなど天然魚より劣るとの認識が消費者にあり、餌を改良したり技術革新が進み高品質化しても消費者にはなかなか浸透しなかった。そのため、平成24年3月、当時の愛媛県知事が、愛媛で愛情を込めて育てた魚を「愛育フィッシュ」と呼ぶことを提唱し、ロゴマークを作成するなどしてPRに乗り出している。

### ○主な愛育フィッシュ

- ・マダイ、ブリ、シマアジ、マハタ、クエ、クロマグロ
- ・媛スマ…サバ科スマ属、小型のマグロ類。インド洋、太平洋の熱帯・亜熱帯海域に生息する回遊魚。全長は最大でも1メートルまでしか成長しない。特徴として、背中にトラ模様があり、胸鰭下に小さい黒い斑点がある。マダイやハマチの生簀を流用できる。希少性があり、食卓に並ぶことは少ない魚だが、背びれはカツオに、尾びれや頭はマグロに似た味をしており、小ぶりの大きさのため調理しやすい。成長が早く、背筋の一般成分（水分等）はクロマグロとほぼ同じである。

## (6) 水産研究センター、栽培資源研究所の主な取組

### ○完全養殖

- ・平成24年度に愛媛大学で、翌25年度には県と大学で共同研究を開始し、26年度産のスマを人工の親魚にすることに成功した。その後、平成28年度にはスマの完全養殖（親魚が産卵した卵から成魚へ成長させ、産卵させる一連の生命サイクルを、全て養殖施設内で完結させる養殖）に成功した。
- ・メリット ①様々な品種を掛け合わせて、その品種の利点を生かした高品質かつ養殖が容易な系統のものを育てることができる。  
②餌を与えるタイミングや内容を工夫することで、採卵のスケジュールをコントロールできる。

### ○種苗生産技術開発

- ・水槽で加温、長日条件で飼育し、産卵を誘発するホルモンを注射することで、早期に産卵させることに成功。種苗生産を行うことによって、出荷時には倍近くの大きさになる。
- ・マダイが5センチメートルの稚魚になるのに4か月、マハタは10センチメートルになるのに6か月かかったが、スマは約30日で全長が10センチメートルの稚魚になった。
- ・当初は与える餌に苦慮し、スマのほとんどが死んでしまい、平成25年度は2尾しか残らなかったが、ふ化仔魚、魚肉ミンチを与えると育つことが分かった。
- ・例年4月は宇和島では餌用稚魚を育てており、開発当初は、1尾のスマを育てるためには約1万尾のマダイのふ化仔魚が必要であったが、現在は技術革新が進んでいるため、半分からいの数で済んでいる。稚魚の大きさを揃えて水槽に入れておかないと、突出して大きい稚魚は共食いをしてどんどん大きくなってしまう。そのため水槽の数はたくさん必要で様々な大きさの水槽がある。こういった飼育方式が良いかというのは常に研究する必要があり、基本的に手間がかかるが人海戦術で行っている。

○スマ生産施設

■種苗生産棟…鉄骨スレート造平屋、延床面積 528 平方メートル  
70 t 円形コンクリート水槽 6 面、ブローポンプ 1 基  
温水管理ポンプ 1 基、酸素発生装置 1 基、

■高架水槽…RC 造 4 階建、延床面積 170.8 平方メートル  
急速ろ過装置 (50 m<sup>3</sup>/hr× 4 基)、紫外線殺菌装置 (100 m<sup>3</sup>/hr× 2 基)  
地下貯水槽、ポンプ類、高架水槽 (50 m<sup>3</sup>/× 2 基)

・平成 31 年 3 月に完成。生産目標は 8 万尾。水は海水を使用。

○「伊予の媛貴海」の販売ブランド戦略

愛媛で養殖しているスマの中でも次の条件に当てはまるものだけを「伊予の媛貴海」と名付け、ブランド化し、出荷、販売している。臭み、クセがなく、きめ細やかなぜいたくな脂のりとなっている。

- 条件・魚体重 2.5 kg 以上
- ・脂肪含有率 25% 以上
  - ・水揚げ直後に活け締め、脱血
  - ・高機能氷で管理、輸送

以上の条件を満たすと、伊予の媛貴海と名乗ることができる。

○みかんフィッシュ

- ・柑橘の果皮、果汁、オイルなどを与えて育てた養殖魚で、食べるとほのかな柑橘の香りがする。魚はブリやマダイ、ヒラメやサーモンと種類も増加し、みかん、いよかんなどの柑橘の組み合わせが多い。
- ・愛媛県は、もともと柑橘の生産量が 44 年連続全国 1 位であったのと、約 50 種類もの柑橘を生産していたこともあり、ジュースの搾汁率(搾りかす)が毎年 7000~8000 t 発生していた。これまでは主に乾燥果皮や牛の肥料として使用していたが、βクリプトキサンチン等の抗酸化物質が含まれており、酸化(褐変)防止になるなど有効成分の宝庫であることが分かった。

・特徴

	メリット	デメリット
果皮	<ul style="list-style-type: none"> <li>・酸化(褐変)防止効果がある</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・成長がやや停滞する</li> <li>・果皮の冷凍保存スペースが必要なため、周年出荷が困難</li> <li>・香り成分は脂肪分に溶けるため白身魚に香りがつきにくい</li> </ul>
オイル	<ul style="list-style-type: none"> <li>・成長がやや停滞する</li> <li>・白身魚に香りがつきやすい</li> <li>・保管が容易</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・酸化(褐変)防止効果がない</li> </ul>

2つを組み合わせたものを餌に混ぜることで、通常の成長と変わらず、省スペースで長期保存でき、白身魚にも香りがしっかりとつくことが分かり、魚臭さがなく、ほのかな柑橘の香りがするみかんフィッシュの開発に成功した。様々な柑橘を試した結果、いよかんの果皮とゆずのオイルの組み合わせが最適であるとわかった。植物性蛋白質が豊富なことから、与えすぎると成長によくないことも分かっており、最適な配分を与えることが必要。これにより、みかんフィッシュの周年での出荷が可能となった。この技術は共同開発した株式会社えひめ飲料とともに平成26年8月に商標登録した。

○ チョコブリ

- ・愛媛県の養殖ブリは鹿児島県に次いで全国シェアの14%を占める。将来のブリの海外輸出に備えた抗酸化作用の必要性から技術開発に至った。チョコレートに含まれるカカオポリフェノールを出荷前のブリに20日程度与えることにより、血合筋の変色(褐変)を大幅に遅らせることができるようにした。みかんフィッシュとは違い、食してもチョコの味がするわけではない。

通常ブリ 48時間(2日間) ⇒チョコブリ 120時間(5日間)

○ HIME PEARL (ヒメパール)

- ・愛媛産真珠の中でも高品質で奥深い輝きを放つものをHIME PEARL (ヒメパール)と呼び、さらにHIME PEARLの中でも二夏を越えて育てる越物と呼ばれるアコヤ真珠のうち、真珠層の厚さが片側0.7ミリメートル以上のものをHIME PEARL PREMIUM (ヒメパールプレミアム)と呼んでいる。

○ アコヤ貝赤変病の耐病性貝の開発

- ・愛媛産の真珠は国内1位であり、長く愛媛県の水産業を支えてきた。真珠はピースと呼ばれる外套膜片と核をアコヤ貝の中に入れて養殖するが、平成6年頃にアコヤ貝が大量に死亡する原因不明の現象が発生した。後にこの病気は、軟体部に赤変化が起こり、血球が崩壊し、高い死亡率となる赤変病であることがわかったが、各地の真珠貝養殖場では深刻な被害に襲われた。研究所の研究の結果、病原体に過剰に反応する貝ほど血球が崩壊し、市につながることを突き止め、血球の崩壊が少ない貝を親貝として種苗生産することで耐性貝を開発することに成功し、被害を低減させた。

## < 所 感 >

近年、八戸市の水産業は深刻化の一途をたどっている。それは、三陸沖を始めとする日本国海域における漁業資源の減少、地球温暖化による海流、気象の変化や暖水塊の出現等々に加え、外国漁船の海域への操業進出等もあり、またそれら種々の要因が複合的かつ複重的に作用しているからだ。

その証左は、昭和 63 年の 81 万 9 千 t の水揚げ量をピークに、令和元年が 6 万 6 千 t、令和 2 年が 6 万 1 千 t、令和 3 年が 4 万 4 千 t、そして昨年の令和 4 年は 4 万 t 割れどころか 3 万 t 割れの 2 万 8 千 t と記録的な大不漁となり、ピーク時のなんと 3.4% の水揚げ量でしかないのである。率にすると 96.6% の減少なのだ。

このような状況下にあつて、熊谷市長は、八戸水産業の今後を鑑み、公約として水産業の未来を考える八戸水産アカデミーを設置し、養殖事業等の「つくり育てる漁業」の推進に向けた研究会を立ち上げ、多様な水産資源の確保に努めたいとの構想を打ち出した。

以上のことから、私ども八戸市議会経済常任委員会にあつては、所管する農林水産部のことでもあり、このつくり育てる養殖事業について学習すべく、養殖魚生産量全国 1 位である愛媛県は、農林水産研究所水産研究センターを訪問し、これからの八戸市水産業の一助たらんとの思いで視察研修を実施したのであった。

ここ愛媛県は、豊後水道側と瀬戸内海の 2 つの好漁場が存在し、特に豊後水道側の宇和海沿岸部はリアス式海岸であり、古くから養殖水産が行われていた。

今回視察訪問した水産研究センターは、前身の水産試験場が明治 33 年に創設され、一世紀以上に渡り愛媛県水産業の基礎的な調査研究と技術開発を行ってきたといわれる。

平成 20 年にそれまでの水産試験場や栽培漁業センターや魚病指導センター、そして中予水産試験場を組織統合し、愛媛県の水産研究の拠点として、現在に至っているのである。

このような経過の中で、養殖部門にあつては、その産出額は、海面養殖は令和元年が 662 億円、令和 2 年が 586 億円と全国 1 位、その中で注目すべきは魚類養殖のマダイ産出が令和元年 291 億円、令和 2 年 265 億円と、やはり全国 1 位であるということだ。



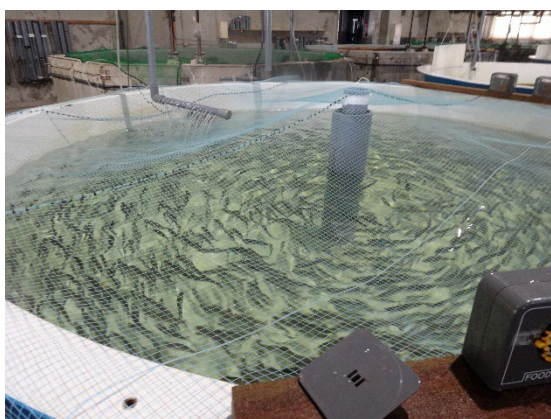
マダイは高級魚であり、売れる魚種である。

因みに八戸港全体の水揚げ金額は令和元年が 147 億円、令和 2 年が 132 億円である。

いかに愛媛県の宇和島市・伊予市の海面養殖事業が突出しているかが伺い知ることが出来る。

まさに、八戸市の基幹産業である水産業においては、漁船漁業による獲る漁業から、つくり育てる漁業への転換をどのように構築化していくかが問われるのである。

その為には、ただ単に養殖水産に切り換えれば良いということではなく、やはり基礎的な調査、研究、実験による「水産試験」が確立していなければならないと、今回の視察を通して思い知らされた。

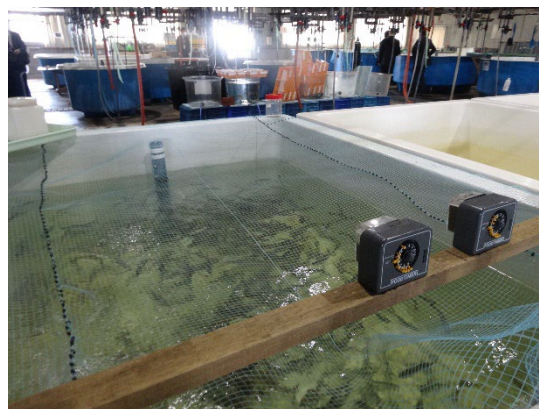


八戸市にあつては、獲る漁業が主体であったことから、こういう研究部門においては、県の水産総合研究センターが白銀にあり、また国の東北区水産研究所八戸庁舎が鮫町にあつたとしても、いずれも養殖に関する研究施設はないのである。わずかに元新八温泉裏側にトラフグの養殖試験場に、弘前大学の研究としての小さな実験水槽が二基あるだけだ。

愛媛県水産研究センターにおいては、「愛育フィッシュ」として、マダイ、ブリ、シマアジ、媛スマ等の養殖魚をつくり育て、当センター栽培資源研究所においては完全養殖、種苗、生産技術開発等に鋭意取り組んでいる。

そして、それら生産される養殖魚に対して、「伊予の媛貴海」(いよのひめたかみ)のブランド化及び特産のみかんを生かした餌料によって育てられた「みかんフィッシュ」の開発、また「チョコブリ」もある。

このような進化に進化をさせながら、養殖魚開発を行っているのであった。



このことから、市長の提唱する水産アカデミー「つくり育てる漁業」においては、この研究機関を如何に構築化するかが今後の課題となるのではないだろうか。

八戸市における養殖水産は、本当にスタート地点に立っただけのことである。愛媛県は古くからの瀬戸内の穏やかな海面漁業によつての 100 年の歴史の上に立脚した土台があり、八戸港の荒波状況や、静穏度の低い海面条件の差異はあるにしても、これから八戸市においては、100 年後まで待つのであろうか。いや、そうではなくして、喫緊の、早急なる課題なのである。

今回の当センターでの視察は、前述した如くの課題を突きつけられた感があり、その重要性を認識させられたことから、大変意義深い研修であった。