

第三期いわき市水産業振興プラン概要

第1章 計画の基本的な考え方

1 計画の基本的な趣旨

今後の本市水産業の復興及び振興のため、前計画に掲げた施策を総括し、課題等の整理を行い、さらに令和2年2月制定の「いわき市魚食の推進に関する条例」の趣旨を踏まえ、生産・流通・消費に関わる関係者で構成する「いわき市水産業振興協議会」の意見等を取り入れ、本市水産業の目指すべき姿とその実現方法を定めるもの。

2 計画の位置付け

本市水産業の振興に向けた市の施策を計画的に実施していく際の基本的な指針

3 計画の期間

令和4年度から令和7年度までの4年間

第2章 前計画の総括

1 主な取組み

本市ではこれまで、震災により大きな被害を受けた小名浜魚市場の整備や回船誘致等により、水揚量や流通機能の回復に取り組んできた。また、風評の払拭に向け、本市産水産物の安全性の発信に加え、地域ブランド「常磐もの」をキーワードに、その品質やおいしさの魅力を市内外にPRし、消費拡大に努めてきた。

2 総括

水揚量が低迷し、厳しい状況が続いている一方で、令和3年3月で試験操業が終了し、本格操業へ向けた通常操業に移行するなど明るい兆しも見えたところである。

このような状況を踏まえ、引き続き、本市産水産物の安全性の発信や「常磐もの」の認知度向上、水揚げの促進、魚食の推進等に、水産業関係者やそれ以外の業種などとも連携しながら取り組み、本市がこれまで培ってきた魚食文化の振興と水産業の発展を図る必要がある。

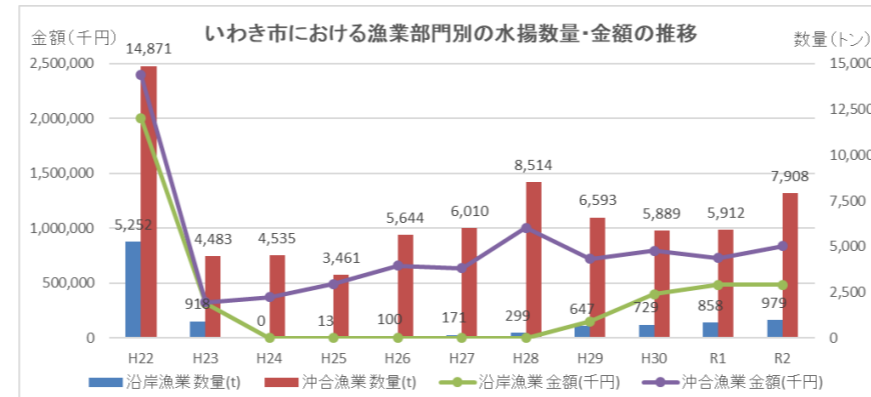
見直しの視点と主な変更点

- 平成26年12月に策定した「第二期いわき市水産業振興プラン」から引き続き震災からの復興に対応するとともに、試験操業から本格操業へ向けた通常操業への移行や「いわき市魚食の推進に関する条例」の制定等、本市水産業を巡る社会経済情勢の変化等を反映。
- 第二期プランに位置付けられた施策は部門間で重複するものが多かったため、重複・類似する施策や部門を統廃合し、施策体系を再整理。
- 各施策を計画的に実施し、達成状況を把握するため、数値目標を設定。

第3章 現状と課題

現状

- 全長60km以上に及ぶ海岸線には、「久之浜」「四倉」「豊間」「江名」「中之作」「小名浜」「小浜」「勿来」の8つの港、6つの水産物産地市場があり、沖合には、親潮と黒潮が交わる「潮目の海」と呼ばれる豊かな漁場を有する。
- 小名浜魚市場をはじめ、各地の水産関係施設の復旧整備が進められ、四倉以外の市場は再開。
- 県のモニタリング検査では殆どが放射性セシウム不検出。
- 沿岸漁業は、令和3年4月から本格操業へ向けた通常操業へ移行。
- 福島県産品の購入をためらう消費者の割合は減少傾向
- 国がALPS処理水の処分方針を決定。
- 本市産水産物の水揚量・金額は低迷している。
- 回船による水揚量・金額も低迷している。
- 漁協組合員数は減少傾向。
- 遊漁料収入は震災前の水準までは回復していない。
- 魚の消費量が減る一方、肉類の消費量が増加。
- 令和2年2月に魚食条例を制定。魚食の日を定めた。
- 新型コロナウイルス感染症の影響により飲食店の需要が低迷し、魚価安が発生。



課題

- 風評の払拭
- ブランド力の強化
- 市外籍船の水揚量の増加
- 水産資源の維持・管理
- 若い世代への魚食文化継承
- 水産物の消費及び販路の拡大
- 水産物の安定供給
- 漁業担い手の育成
- 水産加工業者の販路維持・支援
- 魚食の日等による消費拡大 等

第4章 本市水産業の目指す姿

基本理念

本市水産業が培ってきた魚食文化を受け継ぎ、水産業の発展を図るべく、次のとおり基本理念を定める。

魚食文化を守り、受け継ぎ、次世代につながる水産業を目指す

第5章 施策の展開

基本理念の実現に向け、「前計画の総括」及び「現状と課題」を踏まえた上で4つの重点戦略及び部門を設定し施策を展開。

施策体系 別紙のとおり

数値目標

| 指標 | 現状値 (R2年度) | 目標値 (R7年度) |
|-------------------------------|----------------|----------------|
| 沿岸漁業の水揚量 | R2年 979トン | 3,151トン |
| 沿岸漁業の水揚金額 | R2年 4.8億円 | 12億円 |
| 沖合漁業の水揚量 | R2年 7,908トン | 14,871トン |
| 沖合漁業の水揚金額 | 令和2年 8.4億円 | 24億円 |
| 中央卸売市場の水産物取扱金額における福島県の割合 | 12.5% | 18.1% |
| 常磐もの認知度 (学校給食アンケート) | 51% | 80% |
| さかなの日 (魚食の日) の認知度 (学校給食アンケート) | 18% | 80% |
| 新規就業者数 (沿岸漁業) | R元年度 2人 | R4~7年度累計 8人 |
| さかなの日協力店参加店舗数 | R2年度末 49事業者 | 100事業者 |
| 常磐ものサイトアクセス件数 (年間) | 244,372件 | 300,000件 |

基本理念

重点戦略

重点施策

施策内容

数値目標

魚食文化を守り、受け継ぎ、次世代につながる水産業を目指す

東日本大震災及び原子力災害からの復興

水産資源の持続的利用と水産物の安定供給

本市漁業の特徴を活かした販売戦略の展開

魚食文化の継承と消費拡大

復興部門

風評の払拭・原子力災害への対応

- ・風評の払拭
- ・県や漁協等と連携した原子力災害への対応

生産・水産加工・流通機能の回復・向上

- ・生産・水産加工・流通機能の回復・向上（新規）

漁業経営基盤の整備

- ・復興特区の活用及び水産業への就業促進
- ・福島県地域漁業復興プロジェクトの活動支援（新規）

漁業部門

資源管理型漁業とつくり育てる漁業の推進

- ・資源管理型漁業とつくり育てる漁業の推進

漁業経営の安定

- ・利子補給や漁業系統金融機関への出資
- ・安全操業の徹底や救援体制の強化
- ・漁協青壮年部や女性部活動の活性化
- ・魚価向上に向けた高付加価値化の取組みの支援
- ・漁協の合併促進

水産物の安定供給

- ・回船誘致
- ・陸上養殖の検討

水産業担い手の確保・育成

- ・将来的な水産業後継者の確保・育成（拡充）

内水面資源の維持・増殖

- ・内水面資源の維持・増殖

水産物流通部門

ブランド力の向上・名産品の磨上げ

- ・品質管理や規格化等による差別化を推進（拡充）
- ・市場の購買力の強化
- ・名産品の磨き上げ・ブランド力の向上（新規）

観光・小売業との連携強化・販売促進

- ・観光・小売業との連携強化・販売促進（新規）
- ・朝市など市場空間の活用
- ・インターネットを活用した販売促進

市の魚や地域ブランド「常磐もの」の活用

- ・市の魚や「常磐もの」ロゴマークを活用した販売促進（拡充）

魚食普及部門

地産地消と魚食の推進

- ・地産地消と魚食の推進（拡充）
- ・「魚食の日」の取組み（新規）

若い世代への魚食文化の継承

- ・若い世代への魚食普及（新規）
- ・海洋環境の保全及び水産資源の維持の啓発（新規）
- ・市内教育機関と連携した水産物消費の拡大及び食育の推進（拡充）

数値目標により施策を計画的に推進