

第2次静岡市 しずまえ振興計画

(令和5年度～令和12年度)



令和5年3月策定
静岡市

目次



(頁)

第1章 策定の趣旨と位置づけ

第1節 策定の趣旨	1
第2節 計画の位置づけ	1
第3節 計画の目的及び期間	2
第4節 前計画の達成状況	3
第5節 第1次計画からの継承事項	7
第6節 世界共通目標を踏まえた対応	8

第2章 しずまえを取り巻く環境

第1節 人口動態	9
第2節 観光・交流人口動態	9
第3節 水産業の状況	10
第4節 水産業の現状と課題	17

第3章 基本計画の概要

第1節 計画の骨子	19
第2節 計画の目標	20

第4章 実施計画の概要

第1節 実施計画の構成	21
第2節 4つの基本戦略	23

第5章 計画の推進体制

第1節 しずまえ振興協議会	29
巻末 コラム	30

第1章 策定の趣旨と位置付け

第1節 策定の趣旨

温暖な気候と駿河湾に面する豊かな漁場に恵まれた本市では、沿岸から遠洋まで幅広い漁業が営まれているとともに、桜えびやしらす、マグロ等を活用した水産加工業が発展し地域の経済の活性化に寄与してきました。

本市ではそのような地域性を踏まえ、平成27年4月に第3次静岡市総合計画をスタートすると共に「第1次しずまえ振興計画」を策定し、水産業が直面している課題の解決や水産業を活用した活性化事業（特に、しずまえ・しずまえ鮮魚の認知度向上をメインテーマに据えたプロモーション活動）に取り組んできました。

しかし近年は、気候変動に伴う漁場環境の変化や天然水産資源の減少、燃油や原材料費の高騰、魚価の低迷、新型コロナウイルス感染症の拡大による生活様式の変化など様々な要因が複雑に絡み合い、本市の水産業及び水産加工業を取り巻く環境は厳しい状況となっています。

このような状況から、本市の水産業を将来にわたり持続可能な産業として維持・発展させるため、「第2次しずまえ振興計画」を策定するものです。

第2節 計画の位置づけ

本計画は、「第4次静岡市総合計画」の農林水産分野及び観光・交流分野における個別計画であり、特に「しずまえ鮮魚普及事業」における取組の方向性を示すものです。

各年度の個別事業計画については、本計画を基に実施計画を作成し、効果的で実効性のある事業の推進を図るものとします。

【第4次静岡市総合計画】

基本構想：「世界に輝く静岡」の実現

市民（ひと）が輝く 都市（まち）が輝く

基本計画：「人口活力の向上」

実施計画：基本計画に基づく個別の事務事業

分野別計画 農林水産分野

〔政策3〕 市民が自慢できる農林水産の静岡市ブランドを推進します。
〔施策〕 食文化としての「しずまえ」ブランドの普及促進

分野別計画 観光・交流分野

〔政策1〕 国内外に誇れる地域資源を活かした観光を推進します。
〔施策〕 お茶・マグロ・しずまえブランドなどの食の磨き上げ

第2次静岡市しずまえ振興計画

第3節 計画の目的及び期間

1 計画の目的

しずまえ振興計画は、しずまえで水揚げ、陸揚げされる水産物や生産される加工品等の普及を通して、しずまえを地域ブランドとして確立し、静岡市の食文化の情報発信と水産業をはじめとする地域の活性化を目的とします。

(1) 食文化の情報発信

しずまえに興味を持つ人を増やし、「しずまえ＝水産物のおいしい地域」というイメージを定着させる。

- 水産物（加工品を含む）の流通・消費量増加
- 交流人口の増加

(2) 水産業を初めとする地域の活性化

漁業、流通業、加工業、小売業、飲食業、観光業、地域活動など、しずまえに関わる様々な人、団体、地域を活性化させる。

- 産業の活性化、地域の活性化
- 定住、交流及び関係人口の増加



「しずまえ」とは

しずまえとは、本市の駿河湾沿岸地域の愛称であり、清水区蒲原から駿河区石部までの市域及び海エリアを指します。また、この海で獲れる水産物を「しずまえ鮮魚」と呼びます。代表的なしずまえ鮮魚は、用宗のしらす、清水のマグロ、由比・蒲原の桜えびがあげられます。

※ 清水港で水揚げ、陸揚げされる遠洋漁業の（冷凍）マグロもしずまえ鮮魚としてブランド化、消費拡大に取り組んでいます。

2 計画の期間

本計画の期間は、「静岡市第4次総合計画」の期間と合わせ令和5年度（2023年度）から令和12年度（2030年度）までの8年間とし、前期4年中に後期計画の見直しの必要性を検討します。

年号	R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12
西暦	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
総合計画	静岡市第4次総合計画（前期）				静岡市第4次総合計画（後期）			
しずまえ 振興計画	第2次しずまえ振興計画（前期）				第2次しずまえ振興計画（後期）			
	実施計画（前期）				実施計画（後期）			
	実施計画	実施計画	実施計画	実施計画	実施計画	実施計画	実施計画	実施計画

見直し

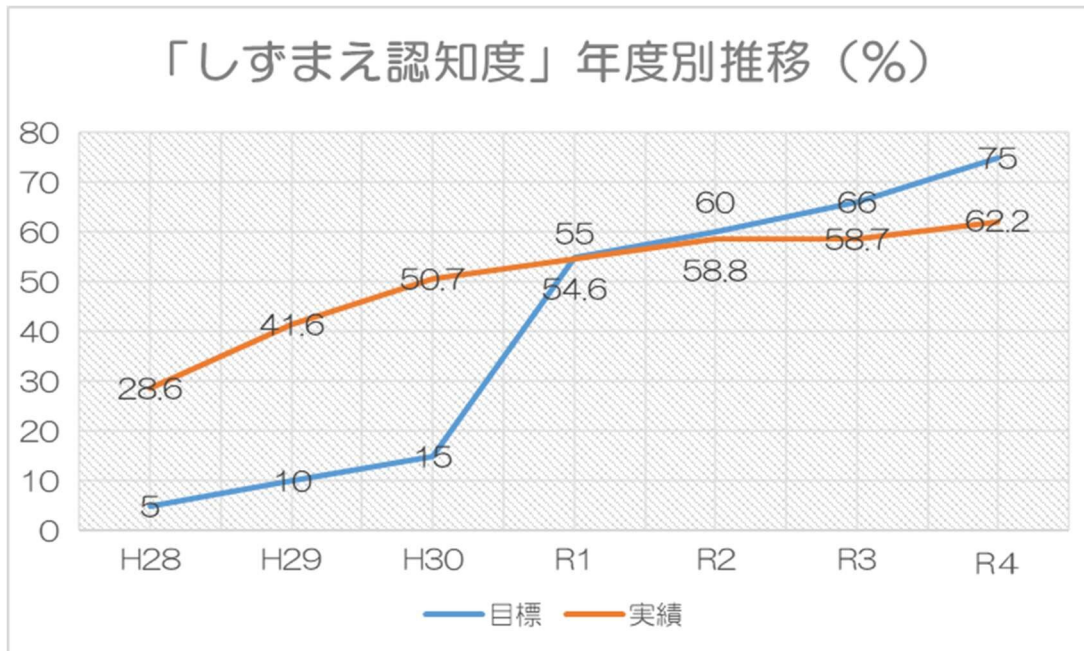
見直し

第4節 前計画の達成状況

1 第1次しずまえ振興計画における成果指標の達成状況

成果指標：「しずまえ」の市民認知度（％）

	第3次総合計画（前期）			第3次総合計画（後期）			
	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4
目標	5	10	15	55	60	66	75
実績	28.6	41.6	50.7	54.6	58.8	58.7	62.2



※しずまえ認知度の指標集計及び修正について

- H28～H29 静岡市水産漁港課が調査を実施

調査対象：市内の小学校8～9校（沿岸地域3校、市街地3校、山間地3校）に依頼。
（回答数約 1,500）

- H30～R4 静岡市「市民意識調査」により調査を実施。

調査対象：住民基本台帳から18歳以上の等間隔無作為抽出で市民 3,000 人
（回答数約 1,500）

第1次後期計画において、目標値の見直し（上方修正）を実施 【修正内容】

「H30：15%」「R4：50%」⇒見直し後の数値「R4：75%」

【設定の根拠：H22にスタートした「オクシズ」PR事業から4年遅れてスタートした「しずまえ」PR事業。しずまえの認知度は、4年先を走る「オクシズ」の現状に追いつく目標値を設定】

「オクシズ」とは

本市の中山間地「奥静岡」を「オクシズ」の愛称で呼んでいます。本市は南北83.1kmにわたる広大な面積を有しており、その80%以上が豊かな自然が残る山間地域（オクシズ）です。「しずまえ」と「オクシズ」は川によってつながっています。オクシズの自然を守り育てることは、豊饒な「しずまえ」の海の恵みを産みだすことにつながります。

2 第1次しずまえ振興計画における取り組み実績（個別施策）

基本戦略1 市外からの誘客

事業名	事業内容	個別事業実績
マーケティング・プロモーション事業（市外向け）	市外の消費者の需要を調査し、実施計画の各事業に活用するとともに、「しずまえ＝魚のおいしい地域」というイメージを定着させるプロモーションを実施。	<ul style="list-style-type: none"> 山梨方面プロモーション 首都圏プロモーション 静岡デスティネーションキャンペーン連携 新ロゴマーク制作・活用 大学連携事業
メディア活用事業	しずまえの名前を全国に広めるため、メディアや企業CM、映画などの誘致。また、しずまえの情報をリアルタイムで発信するため、SNS活用、雑誌への掲載を働きかけしずまえで獲れる水産物、加工品、観光等の情報を発信。	<ul style="list-style-type: none"> TV、ラジオ、雑誌、SNS、プロスポーツチームとのコラボ等様々なメディアを活用した情報発信
しずまえメニュー取扱店活性化事業	桜えびに続く、第2、第3のしずまえ鮮魚を売り出していくため、しらすやその他の水産物（低未利用魚含む）を活用した由比・蒲原地区独自のメニューを考案し、市内外にPR。	<ul style="list-style-type: none"> 使用する魚の検討 レシピの考案、試作 公表、各店で提供 メニュー普及
観光資源開発事業	市外の多くの人にしずまえで水揚げ、陸揚げされる水産物の情報、美味しい食べ方、取り扱う小売店や飲食店などしずまえの情報と地域の様々な観光・イベント情報をSNSや観光マップにより発信。また、認知度を向上させるため、大規模イベント等を活用して水産物やこれらを使った料理、商品のPR。	<ul style="list-style-type: none"> 情報発信の仕組づくり しずまえガイドブックの制作 イベントでのPR 観光施設、飲食店等と連携
地元産品との連携・商品化事業	市外の多くの人にしずまえを知ってもらい、訪れてもらうため、しらす、マグロ、桜えびやその他の水産物（未利用魚を含む）の漁獲情報、おいしい食べ方、取り扱う小売店や飲食店などの地域の観光情報を発信。	<ul style="list-style-type: none"> 地元企業と連携 ガイドマップ作成（大学と連携） ガイドマップ、おさんぼマップ、HPの有効活用

基本戦略2 市内消費の拡大

事業名	事業内容	個別事業実績
マーケティング・プロモーション事業（市内向け）	しずまえの名前を広く市民にPRするため、また、大規模な用宗漁港まつり、由比桜えびまつり、清水お魚ふれあい事業、産業フェア等のイベントの活用、その他のイベントと連携し、しずまえを積極的にPR。	<ul style="list-style-type: none"> 各イベントにおけるしずまえのPR 他団体主催イベントでの「しずまえ」PR しずまえ新ロゴマーク制作・活用
しずまえ広告事業	しずまえブランドを広く市民に普及するため、公共交通機関や広報誌、新聞、フリーペーパーなどの媒体を活用して広報。	<ul style="list-style-type: none"> 交通広告掲載 新聞・フリーペーパー等の広告実施 効果的な媒体で広告を展開
しずまえレシピ開発、料理教室の開催	多くの市民に、しずまえで水揚げされる水産物のおいしさ、おいしい食べ方を知ってもらうため、レシピコンテストや交流館等の調理室を使った料理教室を実施。	<ul style="list-style-type: none"> レシピコンテスト開催 レシピ集作成 料理教室開催
しずまえ料理教室補助事業	多くの市民に、しずまえ水産物のおいしい食べ方を知ってもらうため、しずまえ鮮魚を使った料理教室に補助金を交付。	<ul style="list-style-type: none"> 補助金交付 （令和元年度～補助事業制度を停止）
しずまえ新聞の発行	多くの子どもや子どもを持つ家庭に、しずまえの水産物や漁業、食べ方などを知ってもらうため、市内の小中学生を対象にした「しずまえ新聞」を発行。	<ul style="list-style-type: none"> 「しずまえ新聞」年2回発行
漁業見学ツアーの開催	多くの市民に、しずまえの漁業を知ってもらい、関心を持ってもらうため、しずまえエリアで行われている漁業の体験ツアーを実施。	<ul style="list-style-type: none"> 由比・清水・用宗エリア漁業見学ツアー開催

事業名	事業内容	個別事業実績
しずまえ食材の学校給食への導入	学校給食課の地産地消事業と連携し、しずまえの水産物を使用した給食用食材を開発して、学校給食メニューに組み入れる。	<ul style="list-style-type: none"> 給食用食材の開発 給食献立への導入 教育委員会と連携して事業を推進
地元産品との連携・商品化事業	漁業や水産加工業、小売業など地区全体の産業を活性化させるため、マーケティングの結果と外部からの意見を基に、桜えび、しらす、その他のしずまえ鮮魚や加工品、農作物など地元産品を絡めた商品の開発、PR、漁協直売所や各地区の店舗で提供。	<ul style="list-style-type: none"> しずまえ鮮魚と水産加工品、農産物を組み合わせたレシピ・土産物・贈答セット開発 販売、PR方法検討 供給元、販売先等との交渉 販売、PR
中心市街地回遊性促進事業	各店舗で提供されるしずまえ料理や商品を市内の多くの人に知ってもらうため、事業者と連携したイベントを開催。	<ul style="list-style-type: none"> 実施方法の検討 対象店舗の選定 広報活動

基本戦略3 ネットワークの形成

事業名	事業内容	個別事業実績
しずまえ振興協議会の設立・運営	「しずまえ」に関わる漁業者、流通業者、加工業者、飲食業者、小売業者、地域活性化団体等による「しずまえ振興協議会」を設立し、実施計画の各事業を推進。	<ul style="list-style-type: none"> しずまえ振興協議会本部会設置事業推進
しずまえ振興協議会地区部会の設立	由比・蒲原地区、清水地区、用宗地区の「しずまえ」に関わる漁業者、流通業者、加工業者、飲食業者、小売業者、地域活性化団体等による地区部会を設立し、実施計画の各地区の事業を推進。	<ul style="list-style-type: none"> 由比・蒲原地区部会、清水地区部会、用宗地区部会の設置、事業推進

基本戦略4 水産業の振興

事業名	事業内容	個別事業実績
水産資源拡大の研究	しずまえの水産物の資源を回復、拡大して、しずまえの海を魚の豊富な好漁場としていくためには、どのような取り組みが必要なのかを研究していくため、研究組織による情報交換や調査を実施。	<ul style="list-style-type: none"> 情報交換、既存データによる研究 資源拡大の方法検討 藻場増殖施設の効果検証 資源拡大方法の検討
桜えび・しらすに依存しない漁業の研究・検討	桜えびやしらすの漁獲量が減少した際にも廃業することがないように、桜えび漁やしらす漁に代わる漁業について研究。また、そのための栽培漁業について研究。	<ul style="list-style-type: none"> 桜えび、しらすに代わる漁業研究 栽培漁業研究（稚魚の確保、放流場所検討） 稚魚放流継続実施 関係者の情報交換



第5節 第1次しずまえ振興計画から本計画へ継承すべきこと

- 1 水産業の振興を通じて地域全体の活性化を図っていくため、しずまえに関わる人々が、自ら立案し、自ら実行するための計画として策定

しずまえ振興計画は、しずまえの水産物を活用して地域を活性化させるための計画であることから、主役である地域の人々が、自ら考え、主体的に取り組むものでなければなりません。

そのため、計画の策定にあたっては、しずまえに関係する多くの関係者が参画し、自分たちが実行する計画として、課題の洗い出しから解決策の検討など策定全般に取り組んでいきます。

- 2 しずまえに関わる産業全体を活性化させるため、6次産業活性化計画として策定

しずまえには、一次産業である漁業だけでなく、二次産業である水産物加工業、三次産業である流通業、飲食業、観光業、小売業など様々な事業者が関わっています。

そのため、第1次しずまえ振興計画の策定の初期段階から各産業を代表する団体等関係者に参画していただき、一次、二次、三次産業全体を活性化させる計画としています。

- 3 各地区の特色を活かした政策の形成

特徴的な政策・施策

〔由比・蒲原地区〕桜えびを広告塔とした観光客の誘致

桜えびの知名度と東海道二峠六宿の観光施策を連携させ、市内外からの誘客を拡大していくため、桜えびと歴史・観光施設、その他様々な水産物などを組み合わせた由比・蒲原限定メニューの開発や伝統的な食文化の継承に取り組んでいきます。

〔清水地区〕「清水冷凍マグロ」を活用した観光客の誘致

日本一の水揚量を誇る※清水港のマグロのブランド力を強化することで、観光客を呼び込み、清水のおいしい水産物を多くの人に知ってもらうため、しずまえブランドの清水マグロを売り出すとともに、地魚と組み合わせたメニューの開発や観光業との連携による情報発信などを進めていきます。※「令和2年清水漁港振興会調べ」による

〔用宗地区〕用宗しらすと鮮魚、再開発の進む用宗漁港周辺と長田地域※の各施設、食と観光の連携

観光客や市民の皆さんに、用宗の様々な水産物を味わってもらうため、一本釣りや刺網漁、底曳網漁などで水揚げされた鮮魚を、市内の飲食店などに流通させる仕組みをつくるとともに、用宗漁港周辺や丸子周辺の飲食店や観光施設、地域を代表する桃などの農産物と連携した観光資源の開発を行っていきます。

※ 長田（おさだ）地域とは、本市の安倍川以西に広がる地域のことで、その海側エリアに用宗地区、旧東海道五十三次の宿場町で歴史的景観が残る丸子地区が位置しています。

〔市全体〕市内外に向けしずまえの魅力をPR

市民の皆さんに、しずまえ鮮魚の美味しさを知ってもらい、地産地消の推進・消費拡大につなげていくため、料理教室や漁業見学ツアー、イベントを開催するとともに、市内外に向けたマーケティングやプロモーション事業に取り組んでいきます。

第6節 世界共通目標を踏まえた対応

国際的な動向として、平成27年（2015年）9月の国連サミットにおいて、令和12年（2030年）まで持続可能でよりよい世界を目指す国際目標「持続可能な開発目標（SDGs）」が採択されました。

本市では第4次総合計画（令和5年度～令和12年度）において「世界に輝く静岡」の実現を目標としており、SDGsの理念を踏まえた施策を展開していく必要があります。

17のゴールのうち、食糧の安定供給、環境や生態系の保護など水産業に関連するものは複数ありますが、本計画では特に「14 海の豊かさを守ろう」を中心に推進することとします。

具体的には、桜えび・しらすを始めとした漁業資源の管理や栽培漁業推進による水産資源の維持、地産地消・しずまえブランド推奨（しずまえ認証ラベルのついた商品）により水産資源の持続的利用に向けた取り組みを水産関係団体と連携し強化していきます。

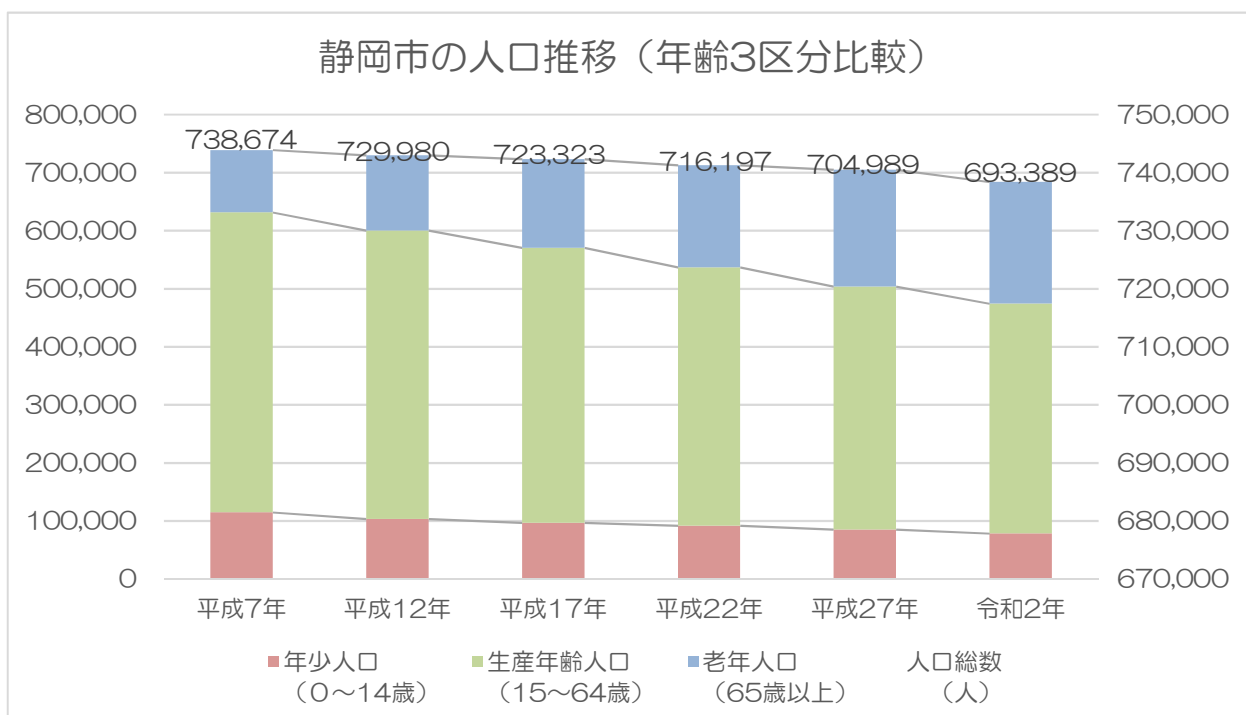


第2章 しずまえを取り巻く環境

第1節 人口動態

人口の推移

本市の人口は、令和元年に初めて70万人を下回り、令和2年時点で693,389人となっています。また、少子高齢化が急速に進み、令和2年には人口総数に占める高齢化率が3割を超えています。本市は既に少子高齢化、人口減少社会を迎えており今後の経済活動に大きな影響が出る可能性があります。

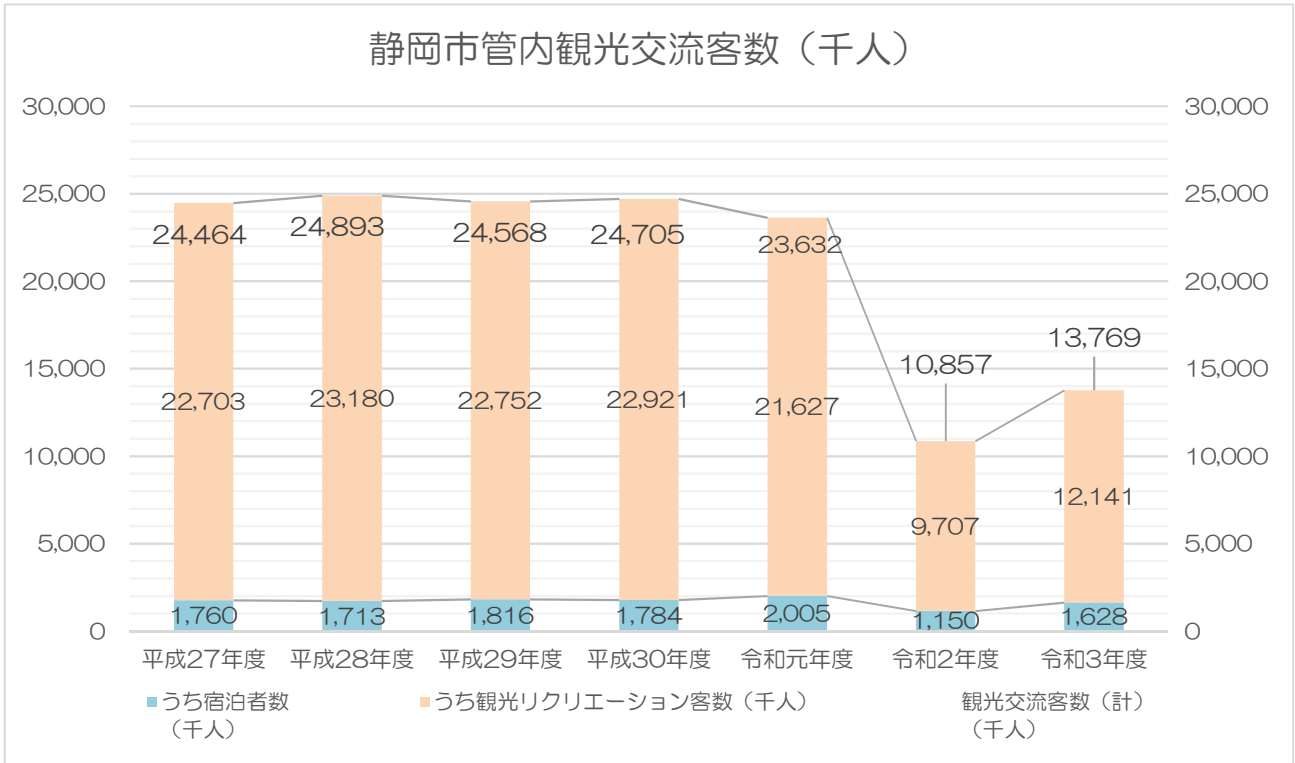


第2節 観光・交流人口動態

観光交流人口の推移

平成27年度から平成30年度までは横ばいに推移していましたが、令和元年以降新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、本市の観光交流客数は大幅に減少しています。

令和3年度は前年を上回ったものの、令和元年度以前の水準に戻るためには外的要因として新型コロナウイルス感染者の減少や新しい生活様式の定着、物価安定のほかに、受け入れ側として、個人のライフスタイルの変化やニーズに対応した商品・サービスの提供が必要となってきています。



出典：静岡県観光交流の動向

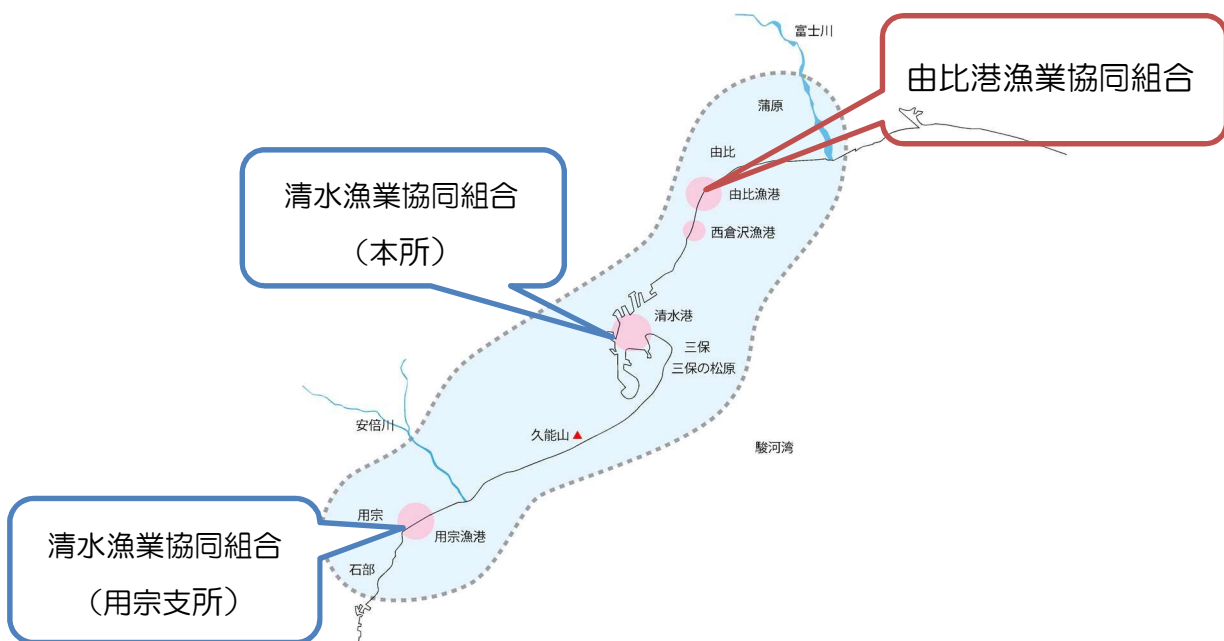
第3節 水産業の状況

1 市の管理漁港

第1種漁港：その利用範囲が地元の漁業を主とするもの（西倉沢漁港）

第2種漁港：その利用範囲が第1種より広く、第3種に属さないもの（由比漁港）

第3種漁港：その利用が全国的なもの（用宗漁港）



2 漁業協同組合員の推移 正組合員数+准組合員（単位：人）

清水漁協、由比港漁協ともに若干の減少傾向にあります。燃油や原材料の高騰、過酷な労働環境、漁獲量の減少による将来への不安など「漁師」という仕事への不安定感があると思われる。

《清水漁業協同組合》 ※清水漁協総会資料より

H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度	R2年度	令和3年度
256名	247名	242名	234名	221名	218名	209名

《由比港漁業協同組合》 ※由比港漁協総会資料より

H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度	R2年度	令和3年度
649名	607名	590名	588名	579名	574名	570名

3 漁業協同組合所属漁船隻数

《清水港》 ※清水漁協総会資料より

（単位：隻）

H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度	R2年度	R3年度
101	94	88	86	81	81	80

《用宗漁港》 ※清水漁協総会資料より

（単位：隻）

H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度	R2年度	R3年度
73	74	72	70	70	69	68

《由比漁港》 ※由比港漁協総会資料より

（単位：隻）

H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度	R2年度	R3年度
139	139	135	134	133	131	132

4 漁業の種類・所属隻数

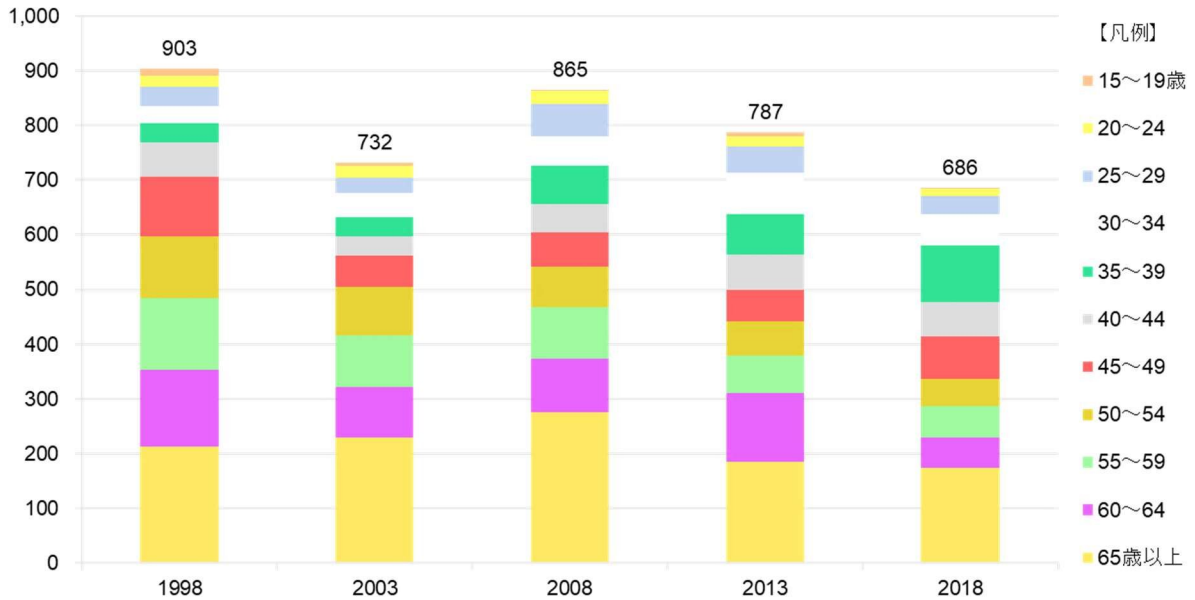
※令和3年度由比港漁協及び清水漁協 総会資料より

漁種	由比	清水	用宗
さくらえび2そう船びき網漁業	76	4	
しらす1そう船びき網漁業	37	13	
しらす2そう船びき網漁業	12		36
刺網漁業	25	16	4
定置漁業	3		
地びき網漁業		2（戸）	
わかめ養殖	2（戸）		1（戸）

5 漁業就業者の推移

(1) 年齢別漁業就業者人口の推移

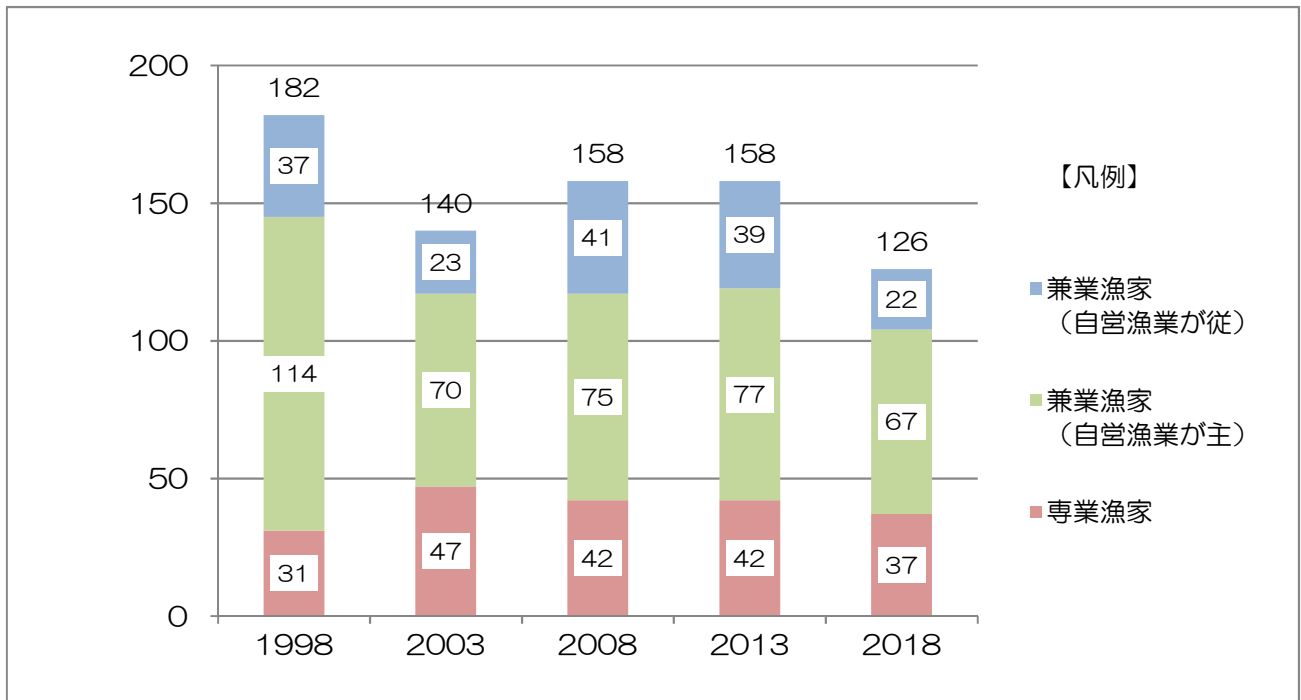
65歳以上の漁業就業人口は減少していますが、若年層の増加がないため、高齢化率が依然として高くなっています。



出典：漁業センサス

(2) 専業兼業別漁家数の推移

漁業就業者数・漁家数・専業漁家数はいずれも減少しています。



(3) 後継者の有無

全国平均、静岡県平均に比べて、後継者有の割合は高くなっています。

	全国		静岡県		静岡市	
	人数	割合	人数	割合	人数	割合
後継者（有）	12,699	17%	385	18%	43	34%
後継者（無）	61,827	83%	1,710	82%	83	66%
計（人）	74,526		2,095		126	

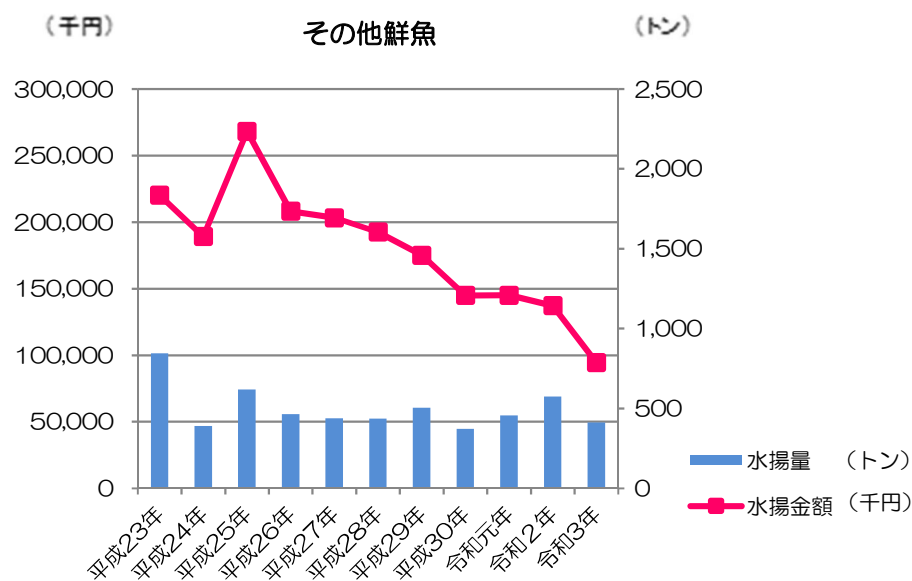
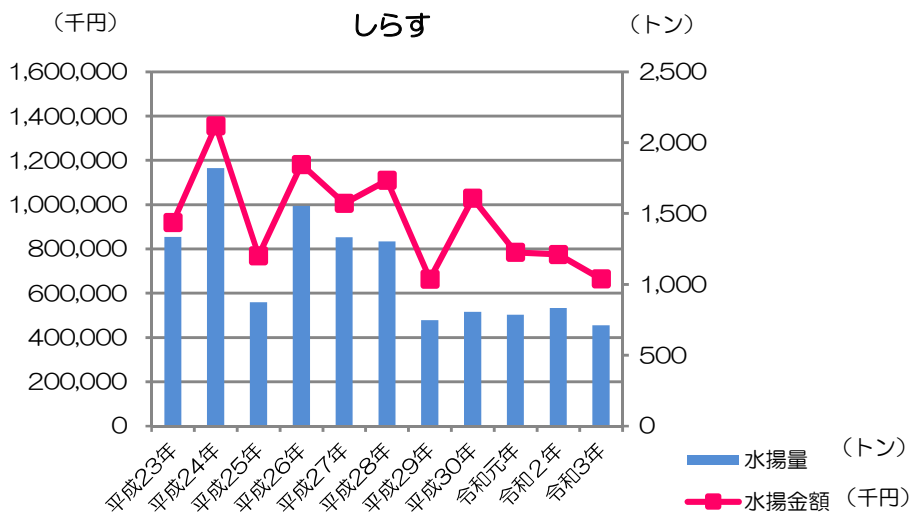
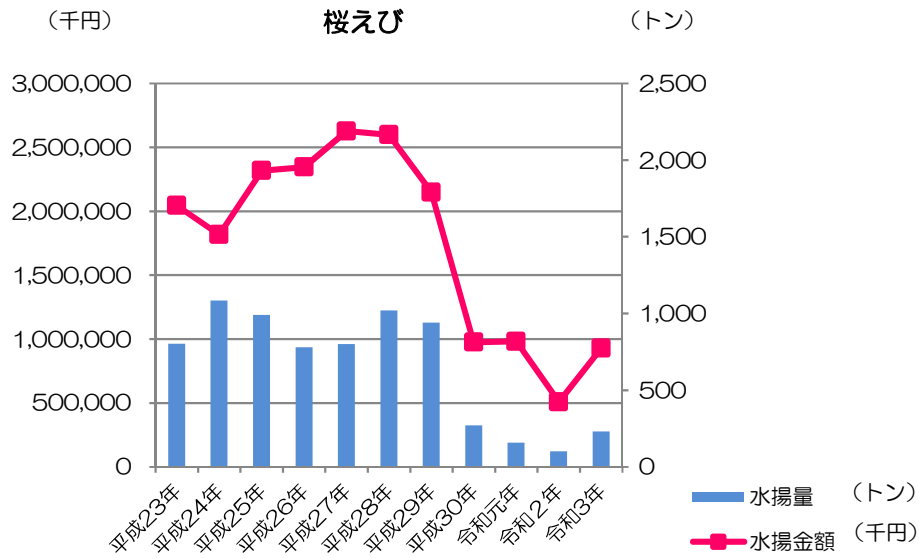
6 市内の主な魚介類の魚種別水揚量（令和2年）

静岡市内では、30種類以上の魚介類が水揚げされていますが、漁業は桜えび、しらすに大きく依存しています。

令和2年 港勢調査より			
由比漁港		用宗漁港	
魚種	水揚量（kg）	魚種	水揚量（kg）
マイワシ	148,542	シラス	714,533
シラス	133,195	カマス	3,735
ブリ類	120,143	メイゴ	3,490
タチウオ	99,225	イセエビ	3,119
サクラエビ	95,216	ムツ	1,423
カマス	39,879	他タイ	812
マアジ	23,303	舌ヒラメ	708
ソウダカツオ類	9,537	マアジ	634
カンパチ	3,077	ヒラメ	439
カタクチイワシ	389	ホウボウ	198

7 市内の桜えび・しらす・その他の魚介類の水揚量及び水揚金額の推移

平成30年度以降、桜えびの水揚量及び水揚金額は下落しましたが、令和3年度は若干回復しました。しらすの水揚量及び水揚金額は概ね横ばいで推移しています。その他の魚介類の水揚量は横ばいですが、水揚金額が減少傾向にあります。

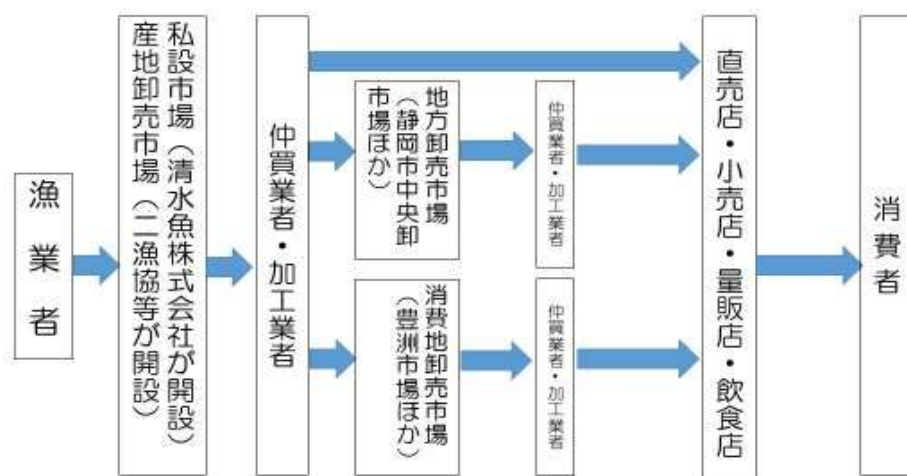


8 水産物の流通経路

市内の漁港で水揚げされた水産物（冷凍マグロを除く）は、漁業協同組合や企業が開設する産地卸売市場で競りにかけられ仲買人や加工事業者が買い付けをしています。また、漁業者や仲買業者や加工事業者が仕入れた水産物を静岡市公設地方卸売市場、消費地卸売市場などに運ばれ販売者を通じて消費者に届けられています。

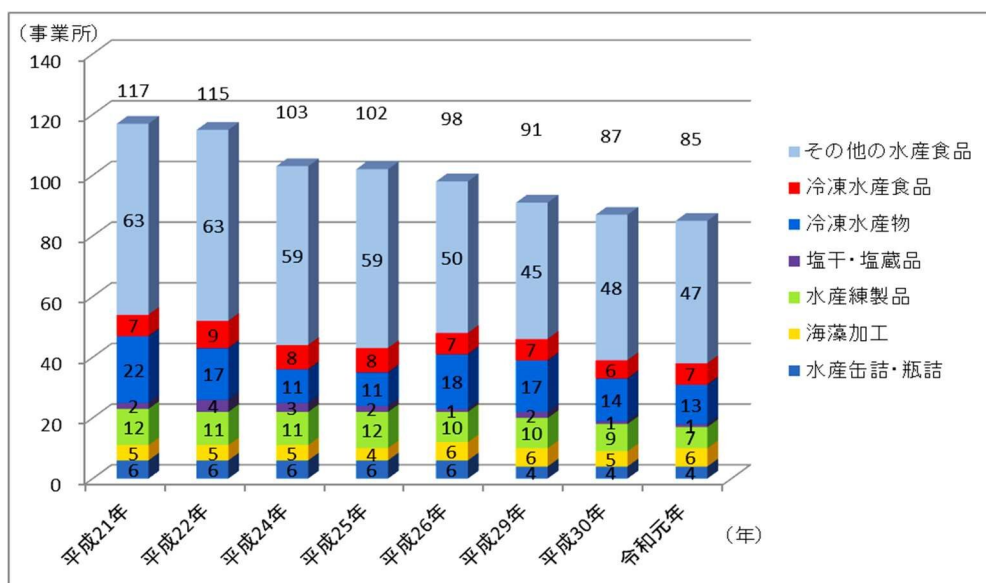
本市で水揚げされた水産物の多くは市内の販売店や飲食店などへ出荷され、市民の食卓に上がり、地産地消に寄与しています。

市内で水揚げされた水産物の一般的な流通ルート



9 水産関係製造業の推移

水産業に関する製造業の事業者数は、平成 20 年から継続して減少傾向にあります。



10 水産物消費金額

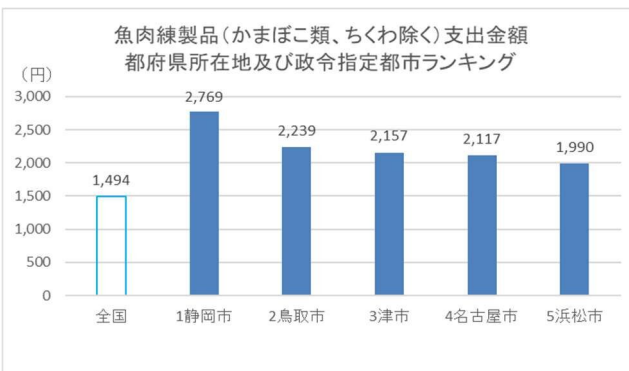
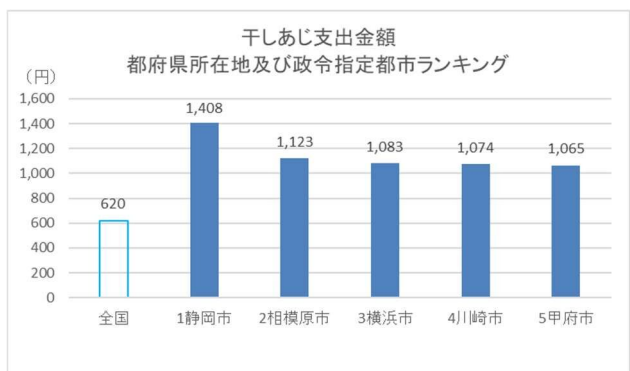
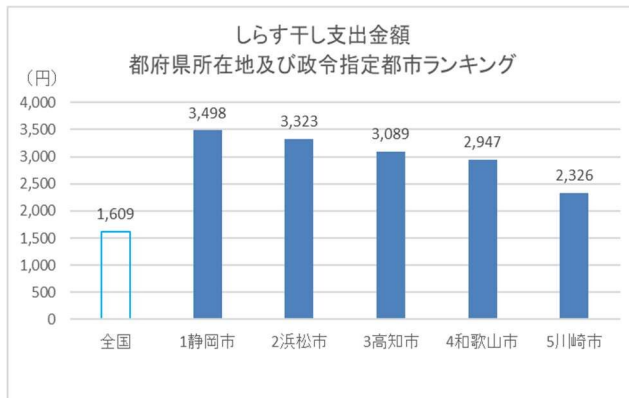
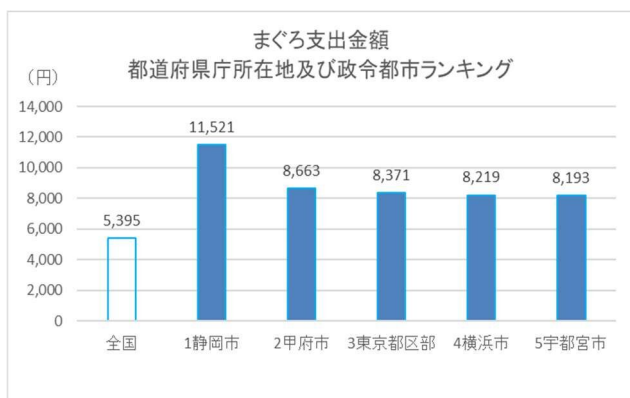
家計調査によると、本市の魚介類、生鮮魚介類の世帯（2人以上）当たりの年間支出額は全国平均を上回っています。また、まぐろ、しらす干し、干しアジ、魚肉練製品（かまぼこ類ちくわを除く）の支出額は全国1位です。

魚介類 支出金額（円）

	平成27年	平成28年	平成29年	平成30年	令和元年	令和2年
全国	81,337	79,737	77,297	74,006	73,862	77,341
静岡市	94,711	81,782	84,371	85,308	79,075	82,521

生鮮魚介類 支出金額（円）

	平成27年	平成28年	平成29年	平成30年	令和元年	令和2年
全国	46,454	45,820	43,649	41,999	41,387	43,610
静岡市	53,826	43,835	46,286	47,808	43,321	44,703



出典：家計調査（2人以上の世帯）令和2年 品目別都道府県庁所在地及び政令指定都市ランキング

第4節 水産業の現状と課題

1 現状

【漁業】

- ・本市の漁業は、桜えび漁、しらす漁に大きく依存しています。
- ・駿河湾沖海流（黒潮の大蛇行）の変動が長期間続いていることにより、海の生態系・漁業活動に大きな影響を与えています。
- ・近年、しずまえ鮮魚の漁獲量は、気候変動による海水温の上昇、巨大化した台風・集中豪雨など漁場環境の変化により、減少しています。
- ・漁業協同組合の青壮年部などが中心となり、養殖の研究や自らが水揚げした水産物の高付加価値化を目指す取り組みがみられます。

（由比地区）

- ・主幹漁業である桜えび漁は、漁獲量の減少に加え、新型コロナウイルス感染症拡大の影響による流通の低迷、燃油価格の高騰等により所得が減少し、魚家経営は厳しい状況にあります。桜えび漁は、昭和52年より「総プール制」を導入し、操業隻数や出漁日数の制限をすなど漁業コストの削減や資源保護を励行してきましたが、依然として厳しい状況が続いています。（令和3年度以降、桜えび資源量は回復の兆しがみえてきています。）
- ・漁業者はもちろん、地元で漁獲された鮮魚等を加工・販売する水産関係事業者も高齢化が進み、地元産業を支える人々の後継者不足も顕著となっています。

（清水地区）

- ・清水港に水揚げされた刺身マグロのほとんどは、冷凍魚で水産会社等の超低温冷蔵庫に一旦保管された後、清水区内及び近郊にある工場にて加工され日本各地の市場や量販店等へ冷凍輸送車により出荷されています。
- ・当地区には漁協経営の公設市場はなく、近海で獲れた鮮魚は、清水区の私設市場、静岡市中央卸売市場及び市内の販売店へ直接出荷されていますが、近年は流通量の減少、魚価の低迷が顕著となっています。また、しらす漁を行う漁業者は、漁獲から自家加工、販売まで一貫して行う事業形態が存在しており、労力や経費の面で大きな負担を伴っています。

（用宗地区）

- ・漁業就業者は比較的若い世代が多く、一定の担い手が確保されています。
- ・主幹漁業であるしらす漁は、気候変動による漁獲量の減少に加え、新型コロナウイルス感染症拡大の影響による流通の低迷、燃油価格の高騰等により所得が減少し、魚家経営は厳しい状況にあります。

【流通】

- ・しずまえ鮮魚の多くは、漁業協同組合が開設する産地卸売市場で競りにかけられ仲買業者、加工業者が買い付けしています。
- ・仲買業者、加工業者が仕入れた鮮魚は、小売鮮魚店、量販店、飲食店及び加工場に流通しているほか、市内外の市場等にも出荷されています。
- ・鮮魚は、天候や水産資源の回遊状況など様々な要因により水揚げ量が変動するため、十分な量が供給できない場合があります。

【消費】

- ・人口減少の加速化や消費者のライフスタイルの変化、新型コロナウイルス感染症拡大の影響等から、小売鮮魚店や飲食店等外食産業における水産物の需要が落ち込むとともに、魚食離れが進んでいます。
- ・直売施設、食堂及び清水河岸の市などの市内のしずまえ鮮魚取扱店では、新鮮で安価な水産物を提供しているため、遠方や周辺地域からの観光客が目当ての水産物を購入する目的で来静しています。

2 課題

しずまえの水産業が今後も持続・発展していくことは、本市経済に好影響を及ぼすばかりではなく、漁港を中心とする地域の活性化や市民の郷土愛醸成にも繋がっていきます。そのためには、以下のような課題に取り組む必要があります。

- 1 水産資源の適切な管理と漁場環境保全
- 2 漁獲から加工・流通に至るまでの生産体制の見直し
- 3 漁家及び漁業協同組合の経営安定化
- 4 「安全・安心・高付加価値」な水産物の提供による販売価格の向上
- 5 鮮魚小売販売事業、水産物販売事業、飲食事業支援による販路拡大
- 6 競争力を高めるため、しずまえブランドの強化
- 7 本市で育まれてきた魚食文化の普及と消費拡大
- 8 地域との連携・交流



第3章 基本計画の概要

第1節 計画の骨子

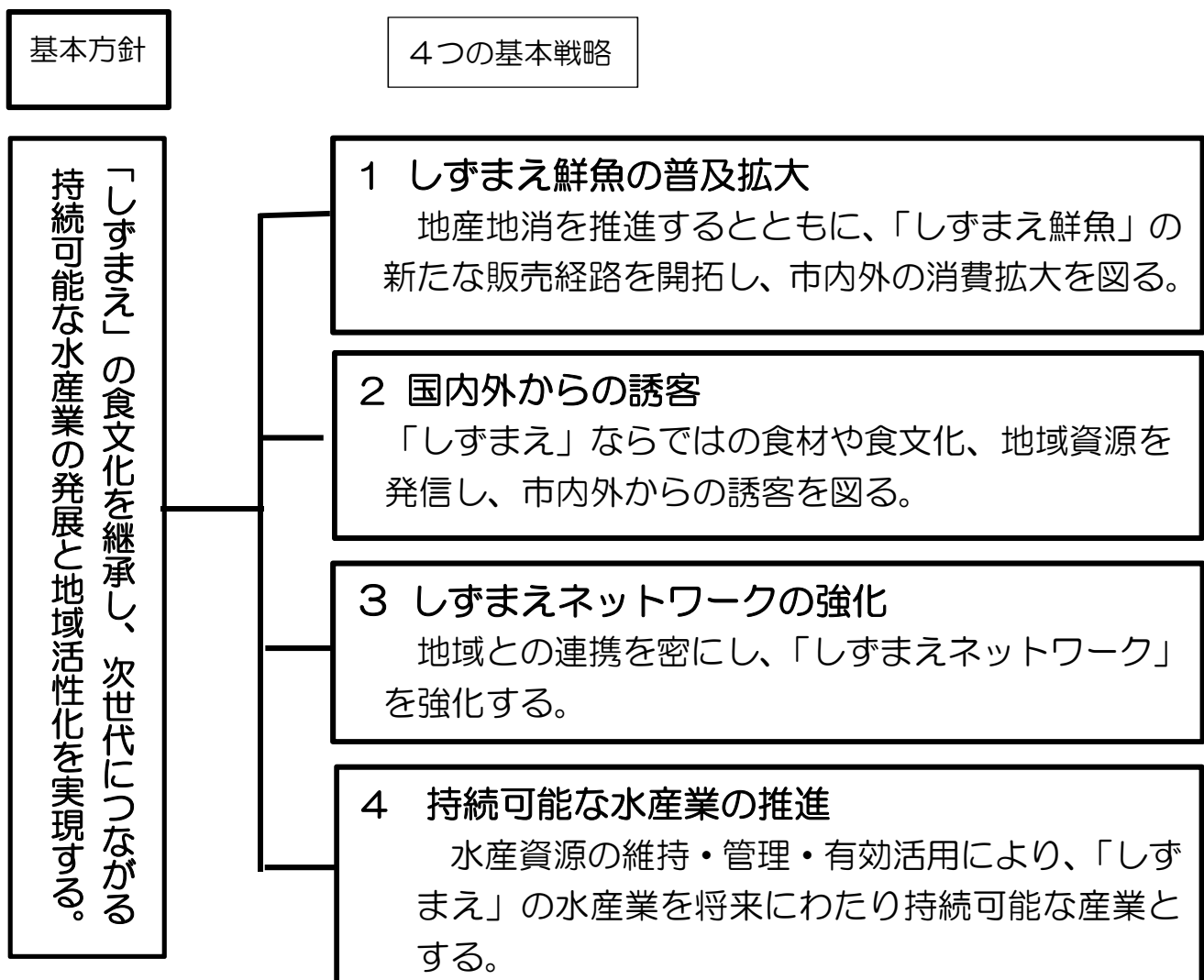
本市水産業の持続的な発展に向け、前章までの現状と課題を踏まえ、第2次しずまえ振興計画の基本方針を次のとおりとします。

1 計画の体系図

基本方針

しずまえの食文化※を継承し、次世代につながる持続可能な水産業の発展と地域活性化を実現する。

計画の全体図

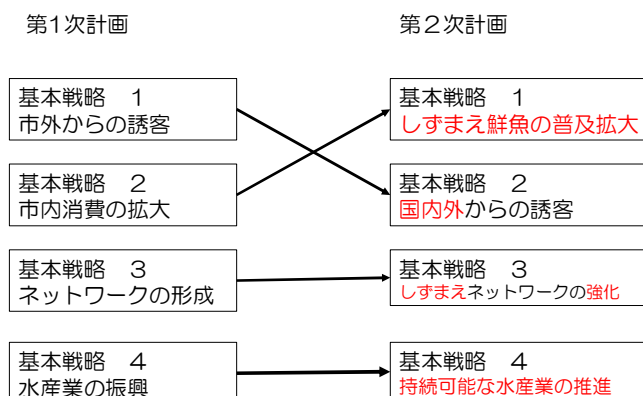


※「しずまえの食文化」の定義：

しずまえで営まれる漁業において、水揚げされた鮮魚（食材）の加工・調理・保存方法・食べ方・行事のことをいう

2 第1次計画から第2次計画の主な変更点

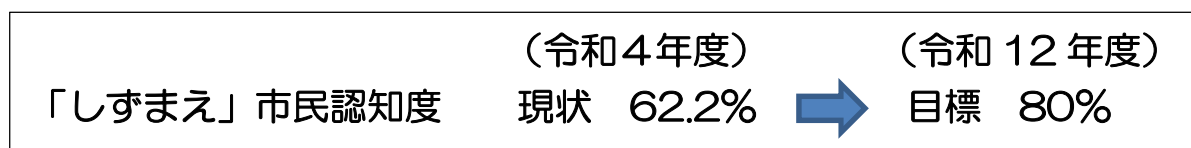
- (1) 基本方針の明確化
- (2) 基本戦略の見直し
- (3) 基本戦略に基づく施策の見直し
- (4) 政策・施策の目標値見直し



第2節 計画の目標

本計画は、第4次静岡市総合計画との整合性（しずまえブランドの認知度向上）を図りつつ、第1次しずまえ振興計画の進捗状況を踏まえ、目標を「計画最終年度時点のしずまえ市民認知度 80%」と設定し、次項以降の具体的な施策を展開していきます。

年度	第3次 総合計画	第4次総合計画（前期）				第4次総合計画（後期）			
	R4（実績）	R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12
数値 （%）	62.2	65	68	70	72	74	76	78	80



第4章 実施計画の概要

第1節 実施計画の構成

1 基本戦略と実施計画

基本計画の4つの基本戦略には、その内容に沿った実施計画を設定します。また、基本戦略には、市全体で取り組む計画のほか、由比・蒲原、清水、用宗地区で取り組む地区別計画が設けられています。

基本戦略		実施計画
1	しずまえ鮮魚の普及拡大	(1) 市・全体計画 (2) 由比・蒲原地区計画 (3) 清水地区計画 (4) 用宗地区計画
2	国内外からの誘客	(1) 市全体計画 (2) 由比・蒲原地区計画 (3) 清水地区計画 (4) 用宗地区計画
3	しずまえネットワークの強化	(1) 市・全体計画 (2) 由比・蒲原地区計画 (3) 清水地区計画 (4) 用宗地区計画
4	持続可能な水産業の推進	(1) 市・全体計画 (2) 由比・蒲原地区計画 (3) 清水地区計画 (4) 用宗地区計画

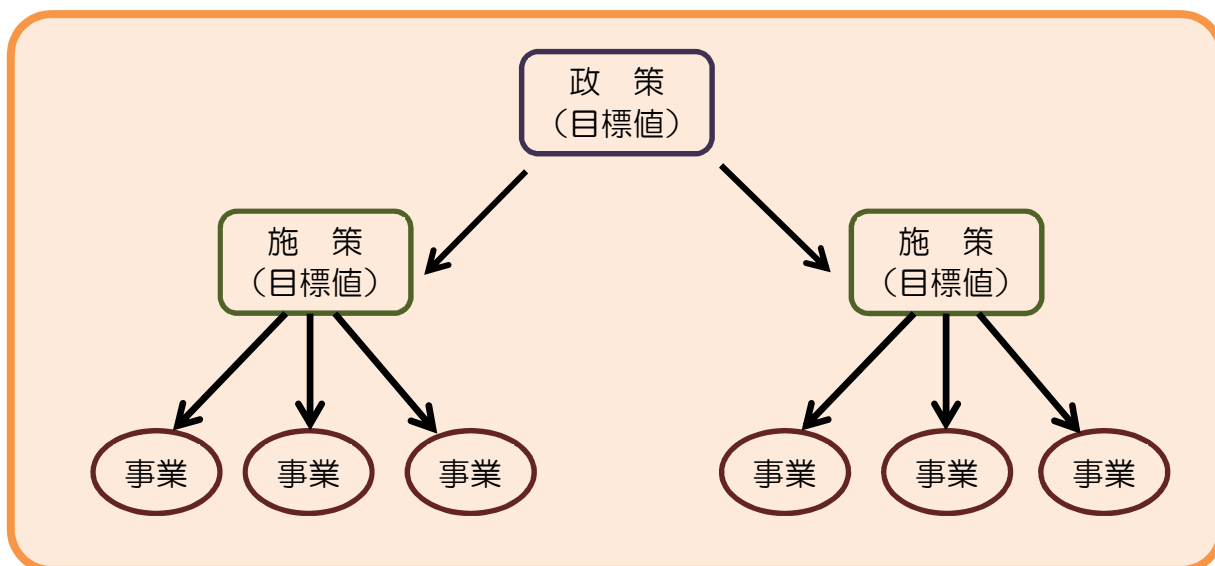
2 実施計画の実施主体

基本計画及び実施計画を着実に進めていくため、市・全体計画については、静岡市及びしずまえ振興協議会本部会が実施し、各地区計画については、それぞれの地区部会が実施していきます。

実施計画	実施主体
市・全体計画	静岡市及びしずまえ振興協議会本部会
由比・蒲原地区計画	由比・蒲原地区部会
清水地区計画	清水地区部会
用宗地区計画	用宗地区部会

3 実施計画の政策体系

実施計画の市・全体計画及び地区計画には、政策と政策が実現された状態を示す目標値を設定します。また、それぞれの政策には、政策を実現するための施策、施策を実現するための事業が設けられています。



4 実施計画の経費負担

実施計画の各事業を進めるにあたって必要となる経費については、実施主体が負担することとし、静岡市の負担については、第4次静岡市総合計画の実施計画に登載された事業及び年次予算として計上された事業を対象とします。



第2節 4つの基本戦略

1 基本戦略1

1 しずまえ鮮魚の普及拡大

地産地消を推進するとともに、「しずまえ鮮魚」の新たな販売経路を開拓し、市内外の消費拡大を図る。

【政策の内容】

しずまえ鮮魚の消費拡大につながる活動への連携・支援や流通事業者とのマッチングによる販路拡大の機会創出、市域外へのシティープロモーションに努めます。

【主な施策】

・しずまえブランドの確立

消費者にしずまえの水産業や漁港、その地域の観光資源などの情報を提供します。

・魚食文化の伝承・創出

幼少期からしずまえの魚食文化に慣れ親しんでもらうため、漁業見学体験や料理教室、出前講座などを実施していきます。

・消費者ニーズに対応した水産物の提供

消費者のニーズにマッチした商品や販売方法、漁協や漁業者、飲食店、小売店によるしずまえ鮮魚の普及活動を支援します。

・高付加価値商品の開発・支援

生産から加工・流通・販売事業者と連携した新商品の開発や販路開拓などを研究し、水産物の高付加価値化を目指します。

【目標】

しずまえ鮮魚取扱店舗数	令和4年度現在	430店舗
	⇒ 令和8年度末	470店舗

2 基本戦略2

2 国内外からの誘客

「しずまえ」ならではの食材や食文化、地域資源を発信し、国内外からの誘客を図る。

【政策の内容】

冷凍技術が発展した昨今は、しずまえ鮮魚も獲れたての鮮度を維持した状態で全国に発送することが可能となりました。一方で、朝獲れた魚介類をその日のうちに味わうことができるのは産地ならではの強みです。

しずまえは、全国に誇るべき鮮魚が獲れる地域です。これら水産物の魅力を、市民はもちろんのこと、多方面に発信することで誘客を図ります。また、市内及び静岡県中部域の観光等地域資源と連携していくことにより相乗効果を産み出していきます。

【主な施策】

- ・ソーシャルメディア等を通じて水産業や地域の魅力を発信
- ・市内及び広域プロモーション実施（イベント等開催）
- ・観光施設、関連事業者との連携強化
- ・駿河湾水産振興協議会（駿河ブルーライン※）との連動

【目標】

しずまえエリアの漁業関係拠点（用宗：どんぶりハウス、清水：河岸の市、由比：浜のかきあげや）の施設観光入込客数を、令和8年度までに15%増加させる。

令和3年度実績 860千人 ⇒ 令和8年度 990千人

※駿河ブルーラインとは

静岡県の駿河湾の中西部に位置する静岡市、焼津市、吉田町、牧之原市、御前崎市の4市1町のエリアを指す愛称で、この地域の1次、2次、3次産業の関係者と行政が協力し立ち上げた、駿河湾水産振興協議会のブランド名です。ここで水揚げされた多種多様な水産物で、地域活性化を目指しています。



3 基本戦略3

3 しずまえネットワークの強化

地域間の連携を密にし、「しずまえネットワーク」を強化する。

【政策の内容】

小売業者、地域活性化団体等による「しずまえ振興協議会」を組織化し、しずまえ水産物の普及・拡大、地域ブランド化を推進してきました。その効果として、年度を追うにつれ「しずまえ認知度」は着実に向上していることから、引き続き当協議会の連携を強化していく必要があります。

また、新たな取り組みとして、水産関連事業者や教育機関、異業種・異団体とのマッチングを行い、それぞれのノウハウを活かした新商品の開発や物流システムの見直し、魚食の普及促進事業に取り組んでいきます。

【主な施策】

- ・「しずまえ振興協議会」を主体とした事業の強化
- ・地縁団体（自治会等）、大学、企業との連携
- ・水産物関連事業者と異業種、異団体との事業マッチング
- ・しずまえ応援団との連携

【目標】

- | | |
|---------------------|----------|
| ・しずまえ振興協議会の運営及び協議実施 | 年間4回以上実施 |
| ・産学官民連携事業実施 | 毎年1件以上実施 |



4 基本戦略4

4 持続可能な水産業の推進

水産資源の維持・管理・有効活用により「しずまえ」の水産業を将来にわたり持続可能な産業とする。

【政策の内容】

漁業をはじめとした水産関連産業は、飲食業、旅行業、運輸業、小売業など関連する産業の裾野が極めて広く、本市の地域経済の発展に大きな役割を果たしてきました。

しかし、近年の水産業を取り巻く環境は、人口減少の加速化・少子高齢化による経済の減退、海洋環境の変動、新型コロナウイルス感染症の拡大など様々な要因が複雑に絡み合い大変厳しい状況に置かれています。このような状況において、本市の水産業が将来にわたって持続できる業として生き残るためには、様々な環境変化に適応していく必要があります。

【主な施策】

- ・ 水産資源の管理・拡大研究
(デジタル DX、藻場施設の検証、栽培漁業の推進、効率的・先進的な養殖事業の推進等)
- ・ 漁場環境の保全・管理・再生
(漁場環境調査、静岡県水産技術研究所との連携・情報共有)
- ・ 低利用魚の有効活用

【目標】

- ・ ヒラメやタイなどの稚魚放流、アワビなど種苗放流事業を毎年実施

- ・ クロダイ (7,000 尾) /年
- ・ ヒラメ (30,000 尾) /年
- ・ アワビ (10,000 尾) /年

※ 放流する稚魚、種苗の種類と量は毎年変更する可能性がある

6 取組一覧

施策体系に基づく具体的な取組み					・施策取組みの主体者 ◎				
					・支援・協力者 ○				
基本方針	基本戦略	NO	基本施策	NO	具体的な取組み	静岡市	漁協・漁業関係者	振興協議会	関連団体
「しずまえ」の食文化を継承し、次世代に繋がる持続可能な水産業の発展と地域活性化を実現する	1 しずまえ鮮魚の普及拡大	1 しずまえブランド確立（ブランディング）		1	・地産地消の推進（生産者と消費者をつなげる場の創出）	○	◎	○	◎
				2	・良質で安心安全な水産物の提供推進	○	◎	○	◎
				3	・しずまえブランドPR（しずまえロゴマーク活用等）	◎	◎	◎	◎
		2 しずまえ魚食文化の伝承・創出		1	・食育活動の推進1（漁業関係イベント・出前講座）	◎	◎	◎	◎
				2	・食育活動の推進2（鮮魚の食べ方紹介や新レシピ考案）	◎	◎	◎	◎
				3	・体験による魚食文化への理解推進（料理教室、漁業体験プログラム）	◎	◎	◎	
				4	・しずまえ・ガストロノミー※の推進（※魚食文化の伝承と創出）	◎		◎	◎
				5	・しずまえ水産業の魅力発信（しずまえ新聞発行）	◎		○	
		3 消費者ニーズに対応した水産物の供給（マーケットイン）		1	・しずまえ鮮魚取扱店舗拡大（販路開拓）※水産物直売事業・鮮魚取扱店・飲食店・通信販売利用促進	○	◎	○	◎
				2	・新たな流通システムの検討	○	◎	○	◎
	4 商品開発・技術開発支援（プロダクトアウト）		1	・水産物の高付加価値化（6次産業化促進）	○	◎	○	◎	
			2	・官民産学間連携促進・バリューチェーンの強化	◎	◎	○	◎	
	2 国内外からの誘客	1 しずまえプロモーション		1	・TV、ラジオ、雑誌、SNS、紙媒体等様々なメディアを活用した情報発信	◎	○	○	
				2	・関連施設・関連イベントと連携	◎	◎	○	◎
				3	・市内、市外（首都圏・中京圏・山梨長野方面等）、インバウンドプロモーション	◎	○	○	○
				4	・スポーツ・ツーリズム利活用	◎	○	○	○
		2 観光資源開発		1	・漁村、漁業地域のにぎわい創出（海業の研究）	◎	◎	○	◎
				2	・情報発信の仕掛けづくり（旅行事業者との連携）	◎	○	◎	○
				3	・観光施設、飲食店等と連携	◎	○	◎	◎
				4	・異業種との連携・交流	◎	○	◎	◎
3 広域連携			1	・駿河湾水産振興協議会（駿河ブルーライン）事業によるプロモーション事業	◎			○	

施策体系に基づく具体的な取組み					・施策取組みの主体者 ◎				
					・支援・協力者 ○				
基本方針	基本戦略	基本施策		具体的な取組み		静岡市	漁協・漁業関係者	振興協議会	関連団体
		NO		NO					
「しずまえ」と地域活性化の食文化を実現する と地域活性化の食文化を継承し、次世代に繋がる持続可能な水産業の発展	3 しずまえネットワークの強化	1	しずまえ振興協議会の運営	1	・本部会、3地区部会設置（用宗、清水、由比・蒲原）・施策協議	◎	○	◎	○
		2	地縁団体・大学・企業等との連携	1	・地域資源を活かした振興策協議	◎	◎	◎	◎
				2	・自主開催事業支援、ボランティア活動等促進	◎	○	◎	○
	3	しずまえ応援団との連携	1	・関係団体、市民・教育機関等との連携によるしずまえプロモーション	◎	○	◎	○	
	4 持続可能な水産業の推進	1	水産資源の管理・拡大研究	1	・DX研究、省エネ漁業導入促進	○	◎		
				2	・藻場増殖施設の研究	◎	◎		○
				3	・栽培漁業の推進（稚魚・稚貝放流、種苗放流）	○	◎		○
				4	・効率的・先進的な養殖事業の支援（アカモク、サーモン事業等）	○	◎		◎
				5	・資源管理型漁業の推進	○	◎		
		2	漁場環境の保全・再生（しらす・桜えびに依存しない漁業の研究・検討）	1	・小規模漁業の仕組み検討	○	◎		○
				2	・県水産技術研究所との連携、情報共通	◎	◎		
		3	低利用魚の有効活用	1	・食べ方・利用方法の検討（センハダカ、ヒイラギ等）	○	◎	○	◎
				2	・廃棄部位の有効活用検討	○	◎	○	◎

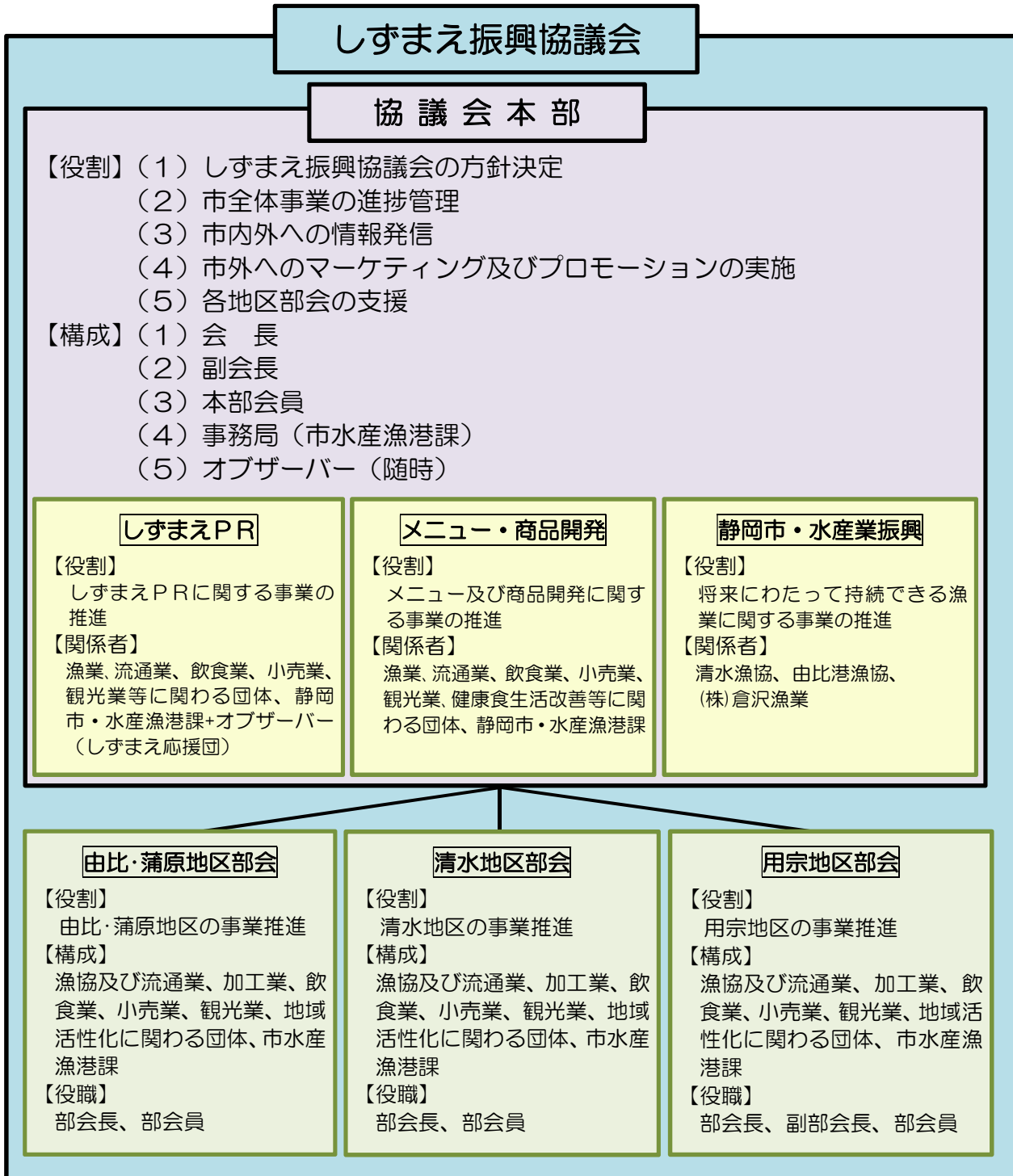


第5章 計画の推進体制

第1節 しずまえ振興協議会

前計画に引き続き「しずまえ振興計画」を着実に推進していくため、しずまえに関わる各団体と静岡市で構成するしずまえ振興協議会を運営していきます。

協議会は、基本計画及び実施計画全体を統括する本部及び由比・蒲原、清水、用宗の各地区に関わる事業を行う3つの地区部会を置き、各関係者による適切な役割分担と国・県・その他関係団体との連携・協力により特色ある事業の推進に努めます。



巻末 コラム

【しずまえロゴマークの活用について】

静岡市は、「しずまえ」で水揚げされる水産物の普及拡大、ブランド価値の向上、地域活性化を目的に、しずまえ振興協議会と連携して「しずまえロゴマーク」を制作しました。

「しずまえ＝水産物が美味しい地域」をコンセプトに、今後も市内をはじめ全国に向けてしずまえ鮮魚の美味しさを伝えるため、このロゴマークを活用し官民連携で積極的なPR活動を展開していきます。（令和4年1月20日付け商標登録）





第2次静岡市しずまえ振興計画

発行
編集

静岡市
静岡市経済局農林水産部水産漁港課
〒424-8701 静岡市清水区旭町6番8号
TEL : 054-354-2337、2183
FAX : 054-353-4540
E-mail : suisan@city.shizuoka.lg.jp