

2023 ▶ 2025

令和5年度

令和7年度

〈 概要版 〉

海幸金沢魅力向上計画



1) 計画改定の背景

H30 年度

本市の水産振興の総合的な計画として
「金沢で食する海の幸魅力向上計画」を策定



漁業法改正に伴う資源管理の強化や水産物消費の減少、新型コロナウイルス感染拡大による影響など、水産業を取り巻く環境の変化、本市をはじめ、ブランド化推進の新たな取組



R4 年度

環境や時代の変化に対応し、さらなる金沢の海の幸の消費拡大に向けた
「**海幸金沢魅力向上計画**」を策定

2) 計画の目的

本計画の目的を、海幸金沢の魅力向上による

「地域経済の活性化」、「食文化の継承と発展」、「都市イメージの向上」

と設定します。

⇒水産業に関連する仕事に携わる人々がいきいきと働き、将来にわたっておいしい海の幸が食べられる「まち」であり続けることで、本市の食の魅力を磨き上げるとともに、市内外に向け、その魅力を発信することで、都市のブランド力を高めます。

3) 計画の位置づけ

本計画は、海幸金沢の魅力向上に向けた水産振興マスタープランとして位置付け、本市水産業の更なる発展に向けた総合的かつ計画的な取組を推進するための指針を示すものです。

なお、本市では、令和5年度中に新たな都市像を策定するとともに、これを具現化する計画を策定予定であることから、当該計画の中で、本計画との整合を図ることとします。

4) 計画期間

本計画の期間は、水産業を取り巻く環境や社会経済情勢の変化に鑑み、**令和5年度から令和7年度の3年間**とします。

5) 水産業を取り巻く社会環境の変化

- 関係法令の改定により、資源管理の手法が変更となりました。また、**SDGs**（目標14：海の豊かさを守ろう）の観点からも、**地産地消の推進**や**海洋資源の持続可能な利用**が求められています。
- **ポストコロナを見据え**、流通・消費の動向を注視しながら、**新しい生活様式や社会経済活動の変化への対応**が求められています。

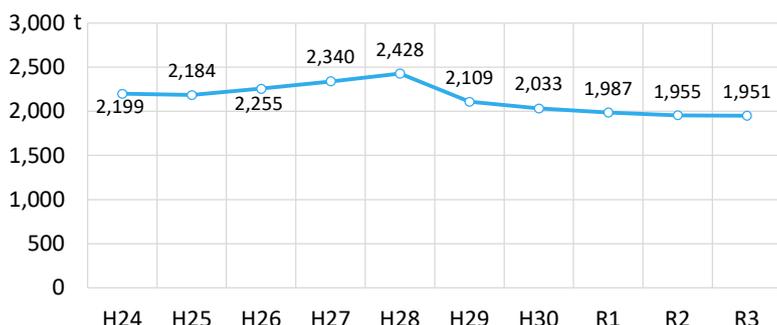
6) 金沢市の水産業の現状

(1) 生産

○漁獲量

- 本市の漁獲量は、平成30年以降は2,000t程度の一定水準で推移しており、これは**継続的に資源管理に取り組んできた成果**と考えられ、今後も継続して実施していくことが必要です。
- 本市の**えび類、にぎす類、かに類（ずわいがに）**の漁獲量は、全国の都市別ランキングで10位以内と上位になっています。

【金沢市における漁獲量の推移】



【金沢市において漁獲量の多い魚種（上位5種）及び他都市と比較した順位】

分類	漁獲量 (t)	順位 (589都市中)
えび類	541	3位
にぎす類	312	2位
ひらめ・かれい類	176	64位
かに類(ずわいがに)	117	10位
たら類	41	89位

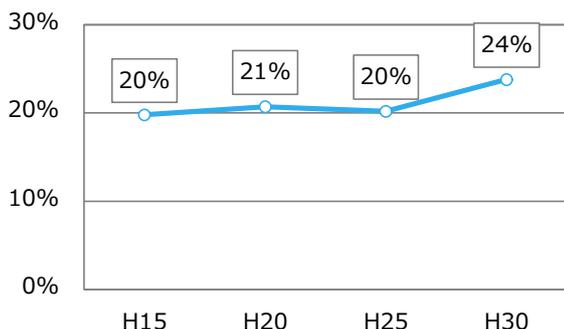
出典：農林水産省 海面漁業生産統計調査（～平成30年）、JFいしかわ（令和元年～）

出典：農林水産省 海面漁業生産統計調査（平成30年）
※平成30年を最後に市町村別統計は廃止

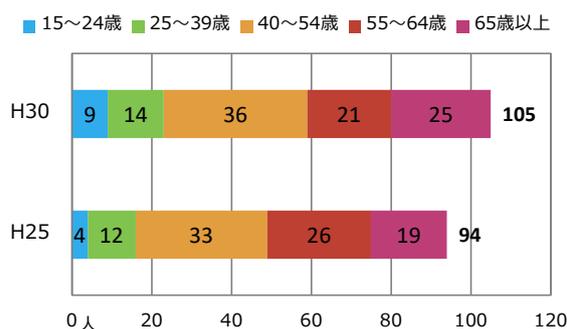
○就業状況

- **高齢化率（65歳以上の割合）は平成30年に24%と近年で最も高くなりました**。一方で、**10代～30代の就業者は増加傾向**にあり、近年の新規就業者と考えられます。
- 就業者の維持に向けた継続的な担い手確保の取組により、**持続可能な生産体制の維持**を目指す必要があります。

【高齢化率の推移】



【年齢別就業者】



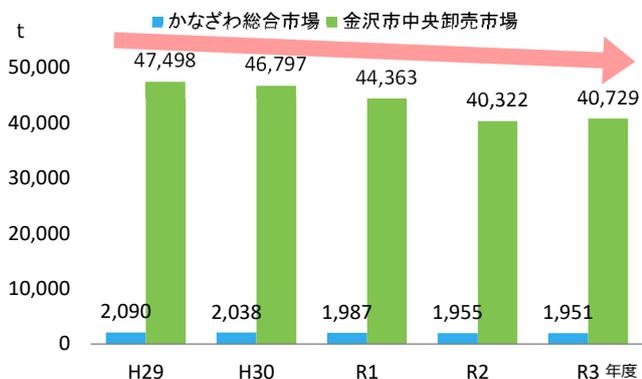
出典：農林水産省 漁業センサス（平成15年～平成30年）

※就業者とは、満15歳以上で過去1年間に漁業の海上作業に30日以上従事した者（外国人実習生は含まない）

(2) 流通

■近年、市場の取扱量は横ばい又は微減傾向である一方、**平均単価が上昇傾向**にあり、新型コロナウイルスの影響を受けつつも、流通面の**活力は回復傾向**にあると考えられます。

【取扱量の推移】



【平均単価の推移】



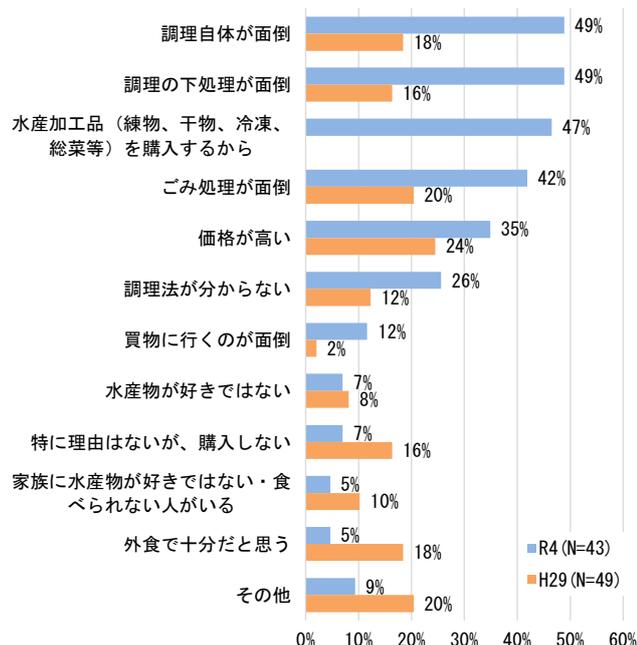
出典：JF いしかわ、金沢市中央卸売市場（数値は提供資料から消費税抜き相当価格を算出）

(3) 消費

■市民の水産物の購入頻度が低い理由は、調理や下処理、ごみ処理が面倒との理由が前回調査時より増加しており、**調理や片付けのハードルを下げる工夫**が求められています。

■**金沢の水産物のイメージは、市民は「香箱ガニ」、観光客は「ズワイガニ」**がトップであり、市民が慣れ親しんでいるという地域性に加えて、漁期も短いという量的限定性の高さも「香箱ガニ」の魅力に挙げられ、観光客にPRする伸びしろのある食材と言えます。

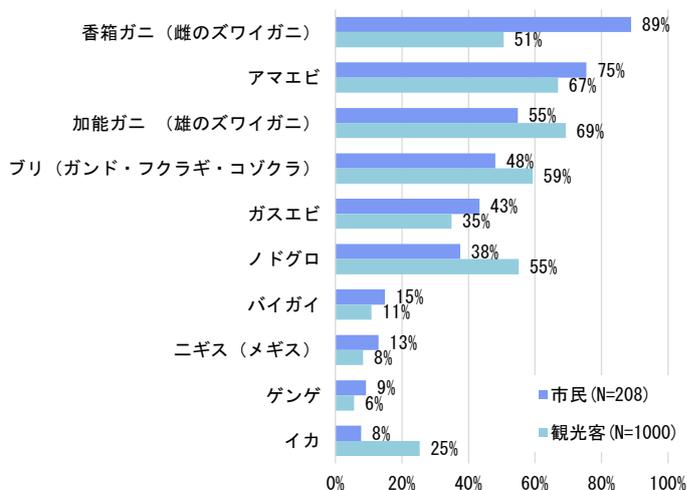
【市民：水産物の購入頻度が低い（低くなった）理由】



※H29年は「水産加工品（練物、干物、冷凍、総菜等）を購入するから」の選択肢なし

【水産物に対するイメージ】

市民・観光客：金沢にゆかりのある水産物】



※観光客アンケートには雌/雄の表記なし、「ズワイガニ」を「加能ガニ」として集計

7) 現状と課題のまとめ(改定の方針)

金沢市の水産業

- 資源管理に取り組んだことで、漁獲量は一定水準に保たれており、今後も継続実施が必要
- えび類、にぎす類（めぎす類）、かに類（ずわいがに）の漁獲量が多い
- 高齢化率は高い一方、10代～30代の就業者は増加傾向にあり、就業者の維持に向けた継続的な担い手確保の取組が必要
- 市場の平均単価が上昇傾向にあり、新型コロナウイルスの影響を受けつつも、活力は回復傾向
- 市民の消費喚起のためには、調理や片付けのハードルを下げる工夫が求められる
- 金沢の水産物のイメージについて、市民は「香箱ガニ」、観光客は「ズワイガニ」がトップであり、市民に定着している「香箱ガニ」を活かすべき魅力として、市民だけでなく観光客にも訴求していくことが求められる

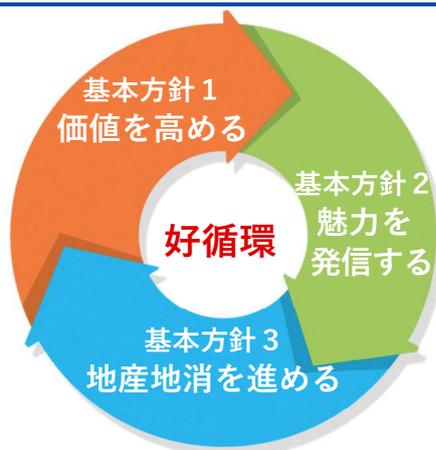


水産業を取り巻く社会環境の変化

- 関係法令の改定により資源管理の手法が変更
- SDGs（目標14：海の豊かさを守ろう）の観点からも、地産地消の推進や海洋資源の持続可能な利用が求められている
- ポストコロナを見据え、流通・消費の動向を注視しながら、新しい生活様式や社会経済活動の変化への対応が求められている

- SDGs等の観点を踏まえた**持続可能な水産業の実現**のため、水産資源の保護に引き続き取り組むとともに、担い手確保に向けた漁業の魅力向上を推進
- ポストコロナの生活・社会活動の変化を見据え、「**魅力発信**」の連携体制（生産・流通・飲食）及び発信手法をブラッシュアップ
- 市民の魚食の推進と、SDGsの観点を踏まえて、**食育及び地産地消の取組を強化・推進**
- 「**海幸金沢**」ブランドを更に推進し、観光施策と連携することで誘客促進に寄与

8) 目指す姿



地域経済の活性化
食文化の継承と発展
都市イメージの向上

- 3つの基本方針に基づき、
- ・施策の方向性や主な施策を体系として構築
 - ・各施策を相互に作用させ、海幸金沢の魅力向上・好循環を創出

9) 推進体制

本計画は、生産、流通、飲食などの金沢の海の幸に携わる事業者が、お互いの顔が見える関係を築きながらそれぞれの役割を果たし、これらに行政や消費者を含めた全体が連携することにより計画を推進します。

10) 施策体系

計画の目的

海幸金沢の魅力向上による

基本方針

施策の方向性

方針1
価値を高める

- 1) 豊富な品揃えや品質の維持・向上
- 2) 付加価値や商品イメージの向上
- 3) 新たな調理方法や加工品の開発
- 4) 担い手確保に向けた漁業の魅力向上

方針2
魅力を発信する

- 1) 生産・流通・飲食の連携を通じたPRの推進
- 2) 各種メディアを活用した魅力発信と金沢の海の幸のファンづくり
- 3) 金沢の海の幸の魅力を活かした誘客促進
- 4) 新たな販路の開拓

方針3
地産地消を進める

- 1) 年齢に応じた食育推進
- 2) 家庭での魚食普及
- 3) 家庭や料理店での調理技術の継承

- 地域経済の活性化
- 食文化の継承と発展
- 都市イメージの向上

主な施策

役割

生産 流通 飲食 行政

主な施策	役割			
	生産	流通	飲食	行政
①水揚げ時の選別・処理方法の改善	○	○		
②鮮度を維持・向上させる物流体制の構築	○	○		
③鮮度の高い底びきや朝とれの地魚の積極的販売・活用	○	○	○	
①生産者による商品の差別化	○			
②海幸金沢ブランドの推進	○	○	○	○
③飲食店等の要望を川上・川中が把握できる仕組みづくり	○	○	○	○
④川上から川下までの工夫（ストーリー）を伝える販売の推進	○	○	○	
⑤顔の見える販売の促進	○	○	○	
①魅力ある加工品の開発	○	○		○
②新たなメニュー開発の推進		○	○	
①水産業の仕事の魅力を発信	○	○		○
②効率的な経営への転換やスマート漁業の推進	○	○		
③資源管理による付加価値の向上	○			
①金沢市水産物ブランド化推進協議会を中心とした業界関係者間の連携強化と情報共有	○	○	○	○
②販売店等による消費者へのPR	○	○	○	○
③飲食店等と連携したフェアの開催	○	○	○	○
①川上から川下までが連携したPRの実施	○	○	○	○
②映像、SNS、フリーペーパー等を活用した情報発信	○	○	○	○
③情報の受け手に応じたPRの実施	○	○	○	○
④マスコットキャラクターを活用したPR				○
⑤海の幸に親しむ機会の拡充	○	○	○	
①観光と連携したPRの推進	○	○	○	○
①ふるさと納税の返礼品への活用				○
②各種展示商談会、フェアへの出展、アンテナショップやインターネットを利用した販売	○	○		
③大都市圏への販路拡大や海外輸出の推進	○	○		
①学校給食での地魚の利用拡大や郷土料理の提供	○	○		○
②各年代に応じた出前講座の実施と魚食のPR	○	○	○	○
①魚食の健康増進作用のPR推進	○	○		○
②調理しやすい商品（鮮魚・加工品）や惣菜の販売促進		○	○	
③家庭での魚食を推進するレシピ・加工品の開発		○	○	
①多様な実施主体による料理教室等を通じた食育推進	○	○	○	
②料理人による郷土料理や調理技術の継承			○	



さかなざわさちこ

海幸金沢魅力向上計画

2023 ▶ 2025

令和5年度

令和7年度

海幸金沢魅力向上計画 〈概要版〉

発行 令和5(2023)年3月
発行者 金沢市農林水産局農業水産振興課
〒920-8577 金沢市柿木畠1番1号
(金沢市役所第二本庁舎)
TEL 076-220-2213 FAX 076-222-7291
E-mail nourin_s@city.kanazawa.lg.jp