

基本方針ごとの振興施策について(事務局案)
(R9年度～R13年度)

④ 海業などによる水産資源や漁村地域の魅力を活用した取り組みにより地域活性化が進んでいる(略称:地域活性化)

○第11次(現行)

取り組みの方向性

- (1)漁港・漁業集落の活性化
- (2)水産業・漁業集落が有する多面的機能の推進

5年後の目指す姿

- (1)非日常空間の創出により、貴重な観光資源となっている。
- (2)都市と漁村の交流により地域活性化が進み、漁業集落の人口減少に歯止めがかかっている。
- (3)海面・海浜の利用は、ルール順守やモラル・マナーにより秩序が保たれている。

5年間の施策方針(文章)

- (1)水産業・漁業集落が有する多面的機能の推進については、漁業・養殖業体験などのイベントを通じて、都市と漁村の交流を促進し、観光資源となるよう支援する。また、漁業と海洋性レクリエーションの円滑な調整、利用に協力する。
- (2)漁港・漁場集落の活性化については、漁村ならではの朝市・夕市などの直販の取り組みを支援する。
- (3)海づり公園を活用したイベントの開催など、公園利用者の拡大や地域の活性化に取り組む。

5年間の施策方針(項目)

項 目	内 容
都心住民との交流の促進 観光事業との連携	漁業・養殖業体験などを活用したイベント 観光事業とのタイアップしたPR
水産物販売やイベント開催、海づり公園を 活用した地域活性化	朝市・夕市などの直販事業への支援 海づり公園のリニューアル

○第12次(令和9～13年度)

取り組みの方向性

- (1)海業の推進等による漁村地域の活性化
- (2)漁業者等による直販イベント等の取り組み促進

5年後の目指す姿

- (1)海業の取り組みが多くの漁港に広がり、漁村地域が活性化している。
- (2)漁村地域が市民や観光客でにぎわっている。

5年間の施策方針(文章)

- (1)漁港内の遊休地等の活用や民間活力の導入など、海業の取り組みを推進し、漁村地域の活性化を図る。
- (2)海づり公園のリニューアルに合わせて、**海業による**緑地部等の活用を進め、新たな賑わいの創出を図る。
- (3)朝市・夕市、漁業体験イベント事業への支援を継続するとともに、市民や国内外からの観光客等へ魅力を発信する。

5年間の施策方針(項目) (案)

項 目	内 容
海業の推進	漁港内の遊休地等の活用の展開
海づり公園エリアの活性化	海づり公園のリニューアル・ 緑地部等の活用
漁村地域への誘客による活性化	朝市・夕市、カキ小屋などへの支援
	漁業体験などを活用したイベントの開催支援
市民や観光客等への魅力発信	デジタル等を活用した情報発信

🐟 成果指標

指 標	R 8 目標値	問題点等
来客者数 (水産物販売、イベント等)	52, 052人	朝市・夕市の出店が減っている。
海づり公園利用者数	72, 000人	コロナの影響による利用者減から脱していない。

🐟 成果指標 (案)

指 標	R13目標値	備 考
新たな海業の取組件数	5 件	【算出方法】 計画期間内で新たに 5 件
海づり公園利用者数	73, 200人	【算出方法】 R8の利用者見込数 49, 791人×(1. 08) ⁵ ※1. 08はR6→7の伸び率
販売店・イベント来客数	68, 800人	【算出方法】 過去 5 年間 (R2～6) の平均 来客数62, 466人×1. 1
朝市・夕市来客数	18, 400人 (現状維持)	【算出方法】 過去 5 年間 (R2～6) の平均 来客数18, 369人
朝市・夕市等の売り上げ	14, 000千円 (現状維持)	【算出方法】 過去 5 年間 (R2～6) の平均 売上げ13, 828千円

⑤ 水産物の国内外市場向けの販売の取り組みにより、ブランド化が進んでいる(略称:ブランド)

○第11次（現行）

取り組みの方向性

- (1)ブランド化の推進
- (2)消費者ニーズに対応した商品開発
- (3)安心・安全な衛生管理の推進
- (4)水産物の輸出環境の整備

5年後の目指す姿

- (1)福岡を代表する新たな水産物がマーケットで人気を博している。
- (2)消費者ニーズに対応した商品が開発されている。
- (3)水産物の安全性・鮮度の確保や水産エコラベルの活用などにより、ブランド化が進んでいる。
- (4)陸・海・空のネットワークを活かし、輸出が活発化している。

5年間の施策方針（文章）

- (1)ブランド化の推進については、消費者ニーズの把握や分析に努めるとともに、産学官連携による福岡らしさをアピールできる水産物の商品開発や販売の支援に取り組む。また、市場開拓に向けた商談会やイベントへの出展による地元水産物のPRに取り組む。
- (2)水産物の輸出については、福岡市の地理的優位性や交通ネットワークを活かした輸出品目の販路開拓に取り組むとともに、付加価値向上を図るため、水産エコラベルの取得など、衛生的で高鮮度な水産物の生産体制の構築を推進することで、輸出の促進を図る。

5年間の施策方針（項目）

項 目	内 容
消費者ニーズの調査	イベント時のアンケート等による調査
産官学との連携による水産物の商品開発	産学官連携した福岡らしい商品開発やブランド化手法の検討、販売支援
水産エコラベルなどへの取り組みによる輸出促進	各種認証制度の取得
地元水産物のPR	商談会やイベントへの出展 SNSやパンフレット等によるPR

○第12次（令和9～13年度）

取り組みの方向性

- (1)ブランド化を推進し、**市内産水産物の認知度向上を図る。**
- (2)市内産水産物および加工品の販売促進
- (3)安心・安全な衛生管理の推進
- (4)市内産水産物の輸出促進

5年後の目指す姿

- (1)水産物の安全性・鮮度の確保や、水産エコラベルの活用などにより、市内産水産物の価値が高まっている。
- (2)市内ホテル・レストランにおいて、市内産水産物が多く使用されている。
- (3)国内外観光客が、市内産水産物を目当てに来訪している。
- (4)市内産水産物が恒常的に輸出され、高い評価を受けている。

5年間の施策方針（文章）

- (1)ブランド化については、高付加価値化を図るとともに、生産拡大をすることで市内産水産物の販路拡大や輸出促進に取り組む。
- (2)漁業者等の独自の直販等の取り組みを支援する。（④から移管）
- (3)既存の水産加工品や新たに開発される加工品については、知名度向上や販路開拓に取り組む。

5年間の施策方針（項目）（案）

項 目	内 容
利用者 ニーズの調査	飲食店等への市場調査
漁業者等による市内産水産物の直販、加工品など開発	市内産水産物を活用した直販の支援、加工品などの開発
市内産水産物の販路拡大	水産エコラベル認証の取得・継続支援 レストランへの販路拡大、輸出拡大
市内産水産物のPR	水産物フェアの開催 商談会やイベントへの出展 ツールの制作、SNS等によるPR

成果指標

指 標	R 8 目標値	問題点等
ブランド化品目数	1 品	唐泊恵比須かきに次ぐものができていない。
水産物の輸出量	57,972 t	・福岡空港・博多漁港の合計値（唐泊恵比須かきは、関西国際空港から空輸している） ・水産部の事業でコントロールできる数値ではない

成果指標（案）

指 標	R 13 目標値	備 考
ブランド化品目数	1 品	【現状値】 1 （唐泊恵比須かき） 【算出方法】 現状値 1 に加えて新たに 1 品
市内産水産物の輸出先国・地域の数	4 か国・地域	【現状値】 2 か国・地域 香港・シンガポール
市場調査等実施回数	27 回 （ 5 年累計）	【現状値】 年 5 回（R4-6 平均値） ※R2.3 はコロナ禍のため実施なし 【算出方法】 5 回/年 × 5 年 = 25 回 25 回 × 1.1
加工品開発品目数	1 品	【現状値】 1 （HAKATA BOKOMEN!） 【算出方法】 現状値 1 に加えて新たに 1 品
SNS 等による発信回数	600 回	【現状値】 107 回（年平均投稿数： 水産物フェア・HAKATA FISH PROJECT のアカウント、 2 ヶ年での累計：213 回/2） ・Instagram：207 投稿 ・YouTube：6 投稿 【算出方法】 現状値：107 回 × 5 年 × 1.1 = 589 回

⑥ 鮮魚市場の流通機能等の強化により水産物が適正な価格で十分に供給されている(略称:流通)

○第11次（現行）

取組みの方向性

- (1) 鮮魚市場の機能強化
- (2) 流通の多チャンネル化

5年後の目指す姿

- (1) 鮮魚市場の機能強化により、集荷・販売力が向上している。
- (2) 鮮魚市場での取引情報の発信を強化し、適正な価格が形成されている。
- (3) インターネット販売など多様なチャンネルを活用して水産物の取引が行われている。

5年間の施策方針（文章）

- (1) 鮮魚市場については、高度衛生化施設の活用や衛生管理マニュアルの更新・周知等による衛生管理の強化や冷蔵施設等の更新による保管調整機能の強化を図る。
- (2) インターネットを活用した鮮魚市場の取引情報等を広く周知するなど、情報発信の強化を図る。

5年間の施策方針（項目）

項 目	内 容
市場機能の強化 衛生管理体制の強化	高度衛生化施設の適切な活用の推進 衛生管理マニュアルの更新・周知 冷蔵施設等の更新
情報発信の強化	インターネットを活用した取引情報の発信

○第12次（令和9～13年度）

取組みの方向性

- (1) 市場の機能強化
- (2) 公正な取引環境の推進

5年後の目指す姿

- (1) 鮮魚市場の機能強化により、水産物が効率的に流通し、様々な販売形態のバイヤーと取引が行われるなど、集荷・販売力が向上している。
- (2) 鮮魚市場での取引情報の発信を強化し、適正な価格が形成されている。

5年間の施策方針（文章）

- (1) 様々な流通形態や販売ニーズに対応して、販売力の維持・向上に取り組む。
- (2) 安全で安心な水産物を供給するため、高度衛生化施設の適切な活用や衛生管理マニュアルの更新等により、卸売場の高度衛生管理化を図る。
- (3) 市民感謝デーや魚食普及の広報と併せて、ホームページやSNSなどにより、取引情報等を広く周知する。

5年間の施策方針（項目）（案）

項 目	内 容
販売力の維持・向上 卸売場の高度衛生管理化	高度衛生化施設の適切な活用 衛生管理マニュアルの更新 卸売場間の通路用シェルター設置等の施設整備
情報発信の強化	ホームページやSNSを活用した取引情報の発信



成果指標

指 標	R 8 目標値	問題点等
鮮魚市場の取扱金額	44,603百万円	物価変動の影響を受けるため



成果指標（案）

指 標	R 13 目標値	備 考
鮮魚市場の取扱数量	64,699 t	取扱数量に指標を変更 【算出方法】 コロナ禍を除く過去5か年度 （H29～R1, R5, R6）の取扱数量 の平均等

⑦ 消費の多様化等を捉えた魚食普及が進み消費が拡大している(略称:魚食普及)

○第11次(現行)

取組みの方向性

- (1)魚食普及の推進 (2)地産地消の推進
(3)SNS等を活用した情報発信の推進

5年後の目指す姿

- (1)鮮魚市場の機能強化により、集荷・販売力が向上している。
(2)鮮魚市場での取引情報の発信を強化し、適正な価格が形成されている。
(3)インターネット販売など多様なチャンネルを活用して水産物の取引が行われている。

5年間の施策方針(文章)

- (1)魚食普及の推進については、多様化する消費者ニーズの把握に努め、魚食の割合の低い若年層などへの魚食普及に取り組むとともに、市民感謝デーなど鮮魚市場を活用した魚食普及の取組みを推進する。
(2)地産地消の推進については、小・中学校の学校給食での地元水産物の利用促進に加え、高校や大学の学食、高齢者施設の給食などへの利用促進を図るとともに、「ふくおかさん家のうまかもん認定店」などを活用した小売店・飲食店のPRを実施する。
(3)SNS等を活用した情報発信の推進については、SNS等のチャンネルを活用し、福岡市の水産業に関する新しい情報を市民や観光客等に発信する。

5年間の施策方針(項目)

項 目	内 容
若年層に向けた魚食普及の取組みや情報発信	SNS等を使った情報発信、情報の多言語化
観光客への情報発信	食と健康に関する情報発信
	市内の食巡りや飲食店などの情報発信
鮮魚市場を活用した魚食スポットづくり	市民感謝デーの実施、市場活性化施設の活用
学校給食等による水産物の利用促進や子どもの実食機会の創出	地元水産物の学校給食等での利用促進や料理教室
「ふくおかさん家のうまかもん認定店」などを活用した小売店・飲食店のPR	ふくおかさん家のうまかもん認定事業者の登録拡大や情報発信によるPR

○第12次(令和9～13年度)

取組みの方向性

- (1)魚食普及の推進 (2)地産地消の推進
(3)先端技術を活用した情報発信の推進

5年後の目指す姿

- (1)若年層などへの魚食普及の取組みにより、飲食店のみならず家庭でも水産物がよく食べられている。
(2)小・中学校の給食では、四季折々の水産物が使用され、それ以外の高校や大学などにおいても水産物の取り扱いが増え始めている。
(3)SNS等で魚の捌き方や料理方法・飲食店等の情報へアクセス可能となっている。

5年間の施策方針(文章)

- (1)市民感謝デーや活性化施設の整備など鮮魚市場を活用した魚食普及の取組みを推進するとともに、地産地消も含めた魚食普及の取組みを進める。
(2)地産地消の推進については、小・中学校の学校給食での市内産水産物の利用促進に加え、高校や大学の学食、高齢者施設の給食などへの利用促進を図るとともに、「ふくおかさん家のうまかもん認定店」などを活用した小売店・飲食店のPRを実施する。
(3)SNS等を活用した情報発信の推進については、ターゲットごとに使い分け、魚の捌き方や料理方法等も含めて市民が興味を持つコンテンツを発信する。

5年間の施策方針(項目)(案)

項 目	内 容
若年層に向けた魚食普及の取組みや情報発信 観光客等への情報発信	SNS等を使った情報発信、情報の多言語化 魚の捌き方や市内の飲食店などの情報発信 ツールの制作
鮮魚市場を活用した ・魚食普及の取組み ・食の新スポットの整備・運営	市民感謝デー等の実施 新スポットにおいて福岡の食の魅力を発信
学校給食等による水産物の利用促進	市内産水産物の学校給食等での提供
「ふくおかさん家のうまかもん認定店」などを活用した小売店・飲食店のPR	ふくおかさん家のうまかもん認定事業者の登録拡大や情報発信によるPR



成果指標

指 標	R 8 目標値	問題点等
食料支出にかかる魚介類支出の割合	8.5%	物価変動の影響を受けるため



成果指標（案）

指 標	R 13 目標値	備 考
魚介類消費金額	全国平均	【懸念点等】 量の統計データはない 【算出方法】 R5-7全国平均（総務省・家計調査） は75,069円（福岡市は66,835円）
鮮魚消費量	17,700g	【算出方法】 16,126g／年（R5-7平均）×1.1 全国平均は 16,810g （総務省・家計調査）
学校給食における提供品目	11品	【現状値】10品目（R2-6平均） 【算出方法】現状値×1.1
SNS等による発信回数 《再掲（基本方針5）》	600回	【現状値】107回（年平均投稿回数： 水産物フェア・HAKATA FISH PROJECTのアカウント、 2ヶ年での累計：213回/2） ・Instagram：207投稿 ・YouTube：6投稿 【算出方法】 現状値：107回×5年×1.1＝589回

⑧ 先端技術が水産業を支えている（略称:先端技術活用）

○第11次（現行）

5年間の施策方針（文章）

(1)ICTを活用して漁業活動や漁場環境の情報を収集することで、生産活動の省力化や操業の効率化など、水産業の生産化を向上させる取組みを支援する。

5年間の施策方針（項目）

項 目	内 容
水中ドローン等を活用した海底等の調査	水中ドローン等を活用した漁場環境の調査
水産資源の効率的漁獲	ICTを活用した漁場データの把握
ICTを活用した既存養殖種の効率化・大規模化	ICT機器による海水データの把握
各種情報発信の取組	SNS等を使った情報発信

成果指標

指 標	R 8目標値	問題点等
ICT等を活用した取組数	7件	漁船漁業に関する技術については、本市の漁業形態、漁業者に馴染みにくく活用に限界がある。

○第12次（令和9～13年度）

5年間の施策方針（文章）

(1)先端技術を活用して漁業活動や漁場環境の情報を収集することで、生産活動の省力化や操業の効率化など、水産業の生産化を向上させる取組みを支援する。

5年間の施策方針（項目）（案）

項 目	内 容
漁場環境の把握	先端技術を活用した藻場等の調査
水産資源の効率的漁獲	先端技術を活用した漁場データの把握
既存養殖の効率化・高付加価値化(再掲)	先端技術の導入を推進
各種情報発信の取組	SNS等を使った情報発信

成果指標（案）

指 標	R 13目標値	備 考
先端技術等を活用した取組数	新たに3件 (前計画を合わせて10件)	【現状値】 5件 (R2～6累計)
SNS等による発信回数	1,100回	【現状値】 (R3-7累計) Instagram：525投稿 YouTube：14投稿 【算出方法】 投稿数合計：539回×2（要検討）
先端技術の実用化件数	1件	