## 地域マリンビジョン目標の達成に向けた取り組み（苫前地域）

**●ナマコの養殖、ウニ・タコ蓄養海域の拡大推進（継続）**

**（1）地域マリンビジョンにおける取組内容（Plan）**

| | | |
|---|---|---|
| 地域 MV における取組の位置付け | 【地域の将来像】<br>水産物の安定供給基盤・体制の確保<br>【主な取組】<br>○苫前漁港港内蓄養実証事業<br>短期：ウニ・タコ蓄養施設の増設、餌料用コンブ養殖海域の拡大<br>中期：蓄養殖事業を担う人手の確保（リタイアした高齢漁業者の活用）<br>長期：人手不足を AI 技術で補うスマート蓄養殖事業の展開 | 取組場所<br> |
| 取組内容に関連する実施の現状と課題 | 現状：天然のウニ、タコを対象とした蓄養試験を実施、継続中<br>餌料用コンブの養殖試験を実施。ブルーカーボン対策への貢献<br>課題：蓄養殖事業に対する技術開発、採算性の向上<br>漁港のストックを活用した養殖・蓄養事業の推進 | |
| 取組による効果（数値目標） | 生産量１ｔ/年<br>生産額１．６百万円 | |

**（2）取組内容・実施体制（Do）**

| | |
|---|---|
| 取組内容、方法、手順、実施体制 | ○実施体制：苫前町、北るもい漁業協同組合、留萌地区水産技術普及指導所、漁業者<br><br>○取組内容：令和７年度の蓄養実証事業では、漁港内の静穏水域を活用し、ウニの蓄養を実施するとともに、給餌用としてコンブを活用した試験を行い、生育状況や品質への影響を確認した。あわせて、餌の種類や給餌方法を変えた試験を実施し、漁期外供給を見据えた生産手法に関するデータの蓄積を行ったほか、次年度に向けた促成コンブの採苗を新たに実施した。<br>また、蓄養したウニを用いた試食会を実施し、コンブを給餌したウニと人工餌料を給餌したウニについて、食べ比べを行った。<br><br>1.ウニ<br>・身入り促進のための短期蓄養(漁期外により現在では提供できない年末年始の提供を想定)<br>・丸かごによる調査(L＝4m,0.5m×4 区画)　乾燥コンブ、人工餌料を 1 週間毎に給餌<br>・生存個体数及び歩留まりの変化状況確認及び食味試験<br>（ウニの組成検査を中央水産試験場に依頼）<br>・調査期間　10 月 27 日～12 月 19 日　12 月 23 日(食味試験)<br>（特別採捕による漁期外のウニを採取し、試験を実施）<br><br>2.コンブ<br>・港内での母藻の確保及び育成調査<br>・養殖ロープによる調査(L＝10m)<br>・母藻の繁茂箇所確認及び採取、コンブの生残確認(餌料適否)<br>・次年度に向けたコンブドブ漬け採苗及び促成コンブ養殖採苗の実施<br>（採苗方法については稚内水産試験場より助言をいただいた）<br>・調査期間　10 月 27 日～継続中 |

**（3）効果項目に対する評価（Check）**

| | |
|---|---|
| 数値目標の達成度評価 | ○ウニについては、昨年に引き続き試験港区の環境における生息状況を確認することができた。<br>・試験開始時の平均歩留まりは 10.3%で、5.2～16.2%の範囲であった。<br>・試験終了時(54 日目)の平均歩留まりは 12.3%で、7.3%～18.4%の範囲であった。また、15%以上の歩留りの個数割合は全体の 3%→23%に大きく増加していた。<br>・食味試験については、色は昨年度よりも漁期内のものと遜色ない個体が多くみられた。また、人工餌料を与えたウニについては、より色が良く、味についてもコンブを給餌したものと大きな差はなかった。身入りの回復していないもの、色や食味が劣るものもあった。特に生育年数の多い個体について不良な結果となった。<br>・現在、北海道立総合研究機構中央水産試験場においてウニの組成検査を依頼しており、得られる結果については、今後の事業化に向けた基礎データとして活用していく。<br>○コンブについては、例年どおりロープによる飼料用のコンブ養殖をおこない、5 月上旬に調査した段階では十分な育成状況が確認された。<br>しかし、海水温上昇の影響か 7 月には全て枯れてしまっていた。このため試験コンブを今年度のウニの餌として用いることはできなかった。<br>・次年度に向けて、ドブ漬け採苗だけでなく、促成コンブの採苗も実施している。 |
| 反省点 | ○ウニは、昨年同様に本年の漁期後半から漁期外においても時化が多く、漁期外の特採により採取をしたが、試験個体の確保が難しく調査期間が２ヶ月弱と想定より短くなってしまった。<br>○ロープのコンブが枯れてしまった後に、港内のコンブを採捕し餌用として使用する予定だったが、港内のコンブの繁茂状況もよくなく乾燥コンブにより代用できたが、餌用コンブの確保に苦慮した。 |

**（4）取組の改善措置（Action）**

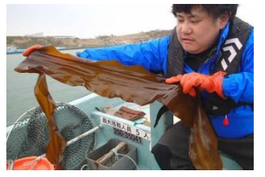
| | |
|---|---|
| 取組内容の改善点 | ○ウニについては、蓄養期間の延長、人工餌料の活用等を行い更なる歩留まりの向上に取り組む。また、港内蓄養の事業化に向けて、漁期外のウニの商品価値や採算性を模索するための試験販売、飲食店での提供等、事業化の具体化について検討を継続する。 |

**関連資料**

【取組の様子】

ウニ蓄養

コンブ養殖



ウニ食味試験

| | | |
|---|---|---|
| | ○コンブについては、ロープへの繁茂が確認できた場合には採取し、乾燥コンブに加工した上でウニの餌として活用していきたいと考えている。また、促成コンブの種苗の確保については、稚内水産試験場から、採苗後、種苗糸の状態で複数年保存が可能であるとの助言を受けたことから、今後は採苗したものを分けて保存し、数年分の種苗を確保する方法を取り入れていきたい。 | |
| 取組の実施に必要なもの | ・蓄養殖施設<br>・人工餌料<br>・コンブの乾燥場所 | |

**●海業振興に向けたイベントの出店と PR 活動(新規)**

| **(1) 地域マリンビジョンにおける取組内容 (Plan)** | | **関連資料** |
|---|---|---|
| 地域 MV における取組の位置付け | 【地域の将来像】<br>漁村の総合的な振興<br>【主な取組】<br>○海業振興に向けたイベントの出店と PR 活動<br>短期：水産物の PR・消費拡大に向けたプロモーションの実施<br>中期：漁業と観光の連携等による交流人口の創出・拡大<br>長期：SNS 等を利用した地域情報の発信強化 | 取組場所<br> |
| 取組内容に関連する実施の現状と課題 | 現状：未来港公園やオートキャンプ場では、夏は「苫前町風車まつり」、冬は「苫前町凧あげ大会」などのイベントが開催され、多くの集客がある<br>年に数回、都市部（関東や札幌）に出向いて、地元農水産品の PR イベントに参加している<br>課題：人口減少による経済活動の衰退<br>交流人口の創出 | |
| 取組による効果（数値目標） | ・都市部での PR 回数１回／年<br>・町内外イベントの回数３回／年<br>・情報発信回数２回／年 | |
| **(2) 取組内容・実施体制 (Do)** | | |
| 取組内容、方法、手順、実施体制 | ○実施体制：苫前町、北るもい漁業協同組合、地域住民<br>○取組内容：令和７年度は、これまで地元の一大イベントとして実施してきた「エビ籠オーナーin 苫前」について、甘エビの不漁及び魚価の高騰の影響により、やむを得ず事業を廃止することとなった。このため、代替事業として、町内最大のイベントであり、交流人口の流入が最も期待される「苫前風車まつり」において、新たに「浜焼き販売」を実施した。本取組は、既存イベントの集客力を生かしつつ、地元水産物の魅力発信と消費拡大を図るものであり、今後の地元イベントを支える新たなコンテンツとして位置付けている。<br>都市部での PR 活動については、「苫前町」を知ってもらうために道外では千葉、横浜などの関東圏でのイベント参加や、道内ではエスコンフィールド、旭川マルシェなどに他団体と協力し参加している。<br>1.浜焼き販売<br>・地元産「ミズタコ・ボタンエビ・ホタテ」を炭火で焼いたものを販売し提供した。<br>・<br>2.イベント出店<br>・地元産水産物加工品（カジカ・カスベ唐揚げ等）の販売・試食品の提供<br>・地元産タコ頭を使った「タコ飯」の販売<br>・「苫前町」を知ってもらうため、アンケート協力者、SNS 登録者を対象とした地元特産品が当たる抽選会を実施 | |
| **(3) 効果項目に対する評価 (Check)** | | |
| 数値目標の達成度評価 | ○都市部での PR 回数は道内外含めて 4 回/年、町内でのイベント回数は 1 回/年、独自の情報発信回数は 0 回/年であった。<br>・浜焼き販売については、来場者には概ね好評で、次年度以降も継続を予定している。<br>・また、準備から実施まで漁業者、漁協及び町が連携して取り組んだことで、現場の意見を反映した円滑な運営が可能となり、今後の地元イベントや水産振興事業の展開に向けた有効な連携体制を構築することができた。<br>・イベント出展については、例年より多くのイベントに出店することができ、道内外へ広く地元水産物の PR ができた。<br>・SNS 登録者数が大きく増えたことにより、そこを対象とした情報発信が今後可能となっていく。<br>・カジカやカスベは、加工品としての流通は多くないものの、都市部では評価が高く、今後の新たな販路開拓や商品展開につながる可能性を有している。 | |
| 反省点 | ○情報発信がほとんどなく、特に地元イベントの PR が不足している。 | |
| **(4) 取組の改善措置 (Action)** | | |
| 取組内容の改善点 | ・地元イベントにおける広報活動を通じて集客の拡大を図り、あわせて地元水産物の魅力発信を進める。<br>・イベントによっては早い段階で完売する場合があり、販売数量の工夫により、より多くの来場者への PR が可能となる。<br>・SNS を活用した情報発信を充実させ、広報活動の強化を図る。<br>・次年度から、地元高校生との協働による水産加工品等のパッケージデザインの作成に取り組み、ブランド化を推進する。につなげる | |
| 取組の実施に必要なもの | ・浜焼き実施機材（炭焼き用コンロ等）<br>・イベント出店看板 | |

【取組の様子】

苫前町風車まつり（浜焼き販売）

・都市部イベント参加

千葉幕張メッセ

エスコンフィールド

カジカ唐揚げ

ホタテ稚貝塩蒸し

カスベ唐揚げ