

水産基盤整備調査委託事業

既存漁港施設の資産マネジメントに関する  
基礎調査

報 告 書

平成24年3月

学校法人 日本大学 理工学部

## 目次

1. 平成 21 年度業務概要	1
(1) 業務目的	1
(2) 業務の進め方	1
2. 立地環境による漁港施設の社会的価値の算定	2
2-1. 漁港における現在の漁業活動の価値と社会的要因によるポテンシャルの把握	2
(1) 各項目別調査目的および方法	2
(2) 調査結果の整理	4
2-2. 漁港のカテゴリー分析（数量化理論Ⅲ類）による分類と代表事例の抽出	5
(1) カテゴリー評価項目の作成	5
(2) 数量化理論Ⅲ類によるカテゴリースコア散布図の作成	6
(3) 数量化理論Ⅲ類によるサンプルスコア散布図の作成	7
(4) 分類したカテゴリー（漁港群）についての考察	8
(5) 分類結果を踏まえた全体の考察	21
3. 既存漁港施設の多目的（高度）利用に関する意識調査	22
3-1. 民間事業者を対象とした事業参画への可能性の検討	22
(1) アンケート調査計画の検討	22
(2) アンケート調査結果の整理	34
3-2. 漁業者を対象とした事業参画への可能性の検討	42
(1) アンケート調査計画の検討	42
(2) アンケート調査結果の整理	48
4. 民間企業経営者の漁港施設における事業展開インセンティブについての検討	54
4-1. 事業展開による民間企業の新たな成長の原動力としての可能性について	54
4-2. 漁港施設の社会的付加価値と顧客満足度からみた投資対象の可能性について	56
4-3. リスクマネジメントの観点からみた投資対象の可能性について	59
4-4. 漁港施設が有するブランド力と企業のブランド力向上への有効性について	62
4-5. 民間企業の漁港施設経営における CSR としての新たな位置づけについて	64
5. 平成 21 年度まとめと今後の課題	65
6. 平成 22 年度業務概要	66
(1) 業務目的	66
(2) 業務の進め方	66
7. 調査対象漁港の抽出	67
(1) 漁港 4 分類（平成 21 年度調査結果）の概要	67
(2) カテゴリー毎の代表漁港の抽出	68
(3) 比較対象漁港の抽出	68

8. 仮想価値評価法による漁港における利害関係者価値の把握	69
8-1. CVMの概要および調査方法	69
(1) 環境調査の手法としてのCVM	69
(2) CVMの概要	70
(3) CVMを用いた事例	70
(4) アンケート調査項目	70
(5) アンケート調査概要	71
8-2. 代表漁港と比較対象漁港との比較	72
(1) 用宗および吉田漁港(カテゴリーⅠ：静岡県)の仮想評価価値	72
(2) 萩および和久漁港(カテゴリーⅠ：山口県)の仮想評価価値	74
(3) 保田および川下漁港(カテゴリーⅡ：千葉県)の仮想評価価値	77
(4) 田尻および西鳥取漁港(カテゴリーⅡ：大阪府)の仮想評価価値	80
(5) 真名瀬および石橋漁港(カテゴリーⅢ：神奈川県)の仮想評価価値	82
(6) 小浜および白浜(国見)漁港(カテゴリーⅢ：福井県)の仮想評価価値	84
(7) 氷見および滑川漁港(カテゴリーⅣ：富山県)の仮想評価価値	86
(8) 垂水および林崎漁港(カテゴリーⅣ：兵庫県)の仮想評価価値	88
8-3. カテゴリー別の仮想評価価値の比較	90
8-4. 代表漁港における付随施設別の比較	92
9. 平成22年度まとめと今後の課題	93
10. 平成23年度業務概要	94
(1) 業務目的	94
(2) 業務の進め方	95
11. 漁港のカテゴリー分類における傾向及び整合性の分析と補正	96
11-1. カテゴリースコアの傾向分析	96
11-2. 各カテゴリーの全国における代表漁港の解説	100
(1) カテゴリーⅠ：黒部漁港	100
(2) カテゴリーⅡ：田尻漁港	101
(3) カテゴリーⅢ：内の浦漁港	102
(4) カテゴリーⅣ：三崎漁港	103
11-3. サンプルスコアと仮想評価価値法を用いる際の分類において異なるカテゴリーに分類された代表漁港と比較対象漁港の補正	104
(1) 萩漁港	104
(2) 保田漁港	105
(3) 小浜漁港	106
11-3. 漁港のカテゴリー分類における傾向及び整合性分析のまとめ	107
12. 仮想評価価値法を用いた漁港における利害関係者価値の考察	108
12-1. CVM調査結果(平成22年度調査結果)概要	108
12-2. カテゴリー別の仮想評価価値の比較	109
12-3. 代表漁港における物販施設等別の比較	111

1 2 - 4 . 漁港立地地域（都市部と地方部）における仮想評価価値の比較.....	113
1 2 - 5 . 仮想評価価値と社会的要素から見る発展可能性の高い漁港の傾向.....	116
1 3 . 平成 23 年度まとめ.....	117

## 1. 平成 21 年度業務概要

### (1) 業務目的

近年、全国の漁港では、漁獲量の減少、漁業担い手の減少・高齢化の進行等により、利用が低下した漁港施設がみられる状況にある。これらの漁港施設は、漁業者のみならず広く国民にとっても有用な既存ストックであることから、これらの有効な活用が求められている。水産庁では、これらの既存ストックを有効に活用するため、国庫補助事業により整備した漁港施設用地の民間事業者等による整備・運営などの規制緩和を図っている。

また、民間企業においては、所有不動産について「企業価値向上」の観点から経営戦略的視点に立って見直しを行い、不動産投資の効率性を最大限に向上させていこうとする取り組みが進められている。

そこで本調査では、公共財産である漁港施設についても、こうした不動産管理戦略の観点を取り入れた利活用方法を導入すべく、地域活性化につながる漁港施設の多様な活用方策の整理を行うとともに、資産としての効果を最大限に向上させるためのマネジメント手法を開発することを目的とする。

### (2) 業務の進め方

本業務の進め方について以下に示す。

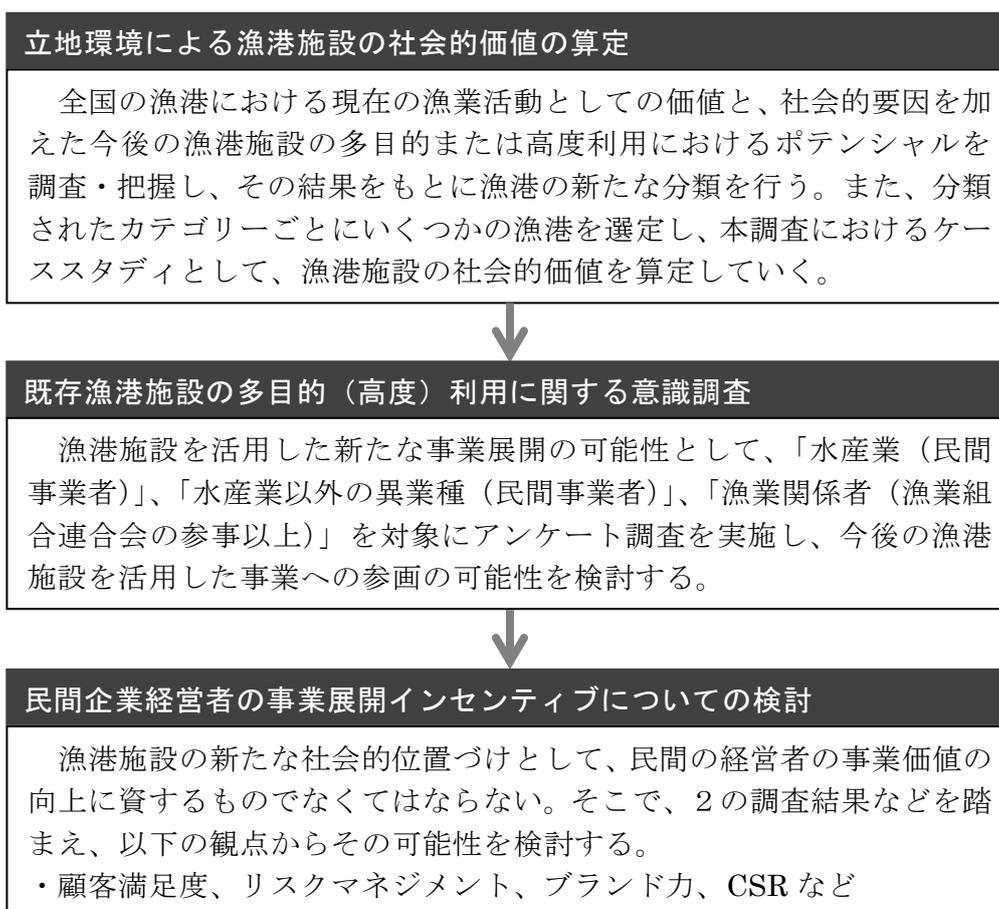


図 1.1 業務フロー

## 2. 立地環境による漁港施設の社会的価値の算定

### 2-1. 漁港における現在の漁業活動の価値と社会的要因によるポテンシャルの把握

全国の各漁港において、それぞれの漁港が持つ漁船数や組合員数、漁獲量・漁獲高などを調査することで、現在の漁業活動の価値を把握する。また、立地性やアクセシビリティなどの社会的要因を加えることで、同漁港における漁港施設の社会的価値としてのポテンシャルを把握する。対象は平成21年1月1日現在に指定されている全国2917漁港とする。

#### (1) 各調査項目の目的および方法

##### 1) 属地陸揚げ量、属地陸揚げ高、登録漁船総数、漁業組合員総数

各漁港における漁業に関連した情報は、当該漁港の漁業規模やその活性化度合いなど漁港の持つポテンシャルを示す指標となる。水産庁データベースを参照し、各漁港における漁港・漁村ポテンシャルを把握し、当該漁港における漁業規模やその活性化度合いを推測することで、同漁港の社会的価値を明らかにした上で、漁業従事者と民間企業の連携の可能性および新たな漁港活用の可能性について検討する。

##### 2) 漁港区域内における漁港施設用地の面積および水域面積

各漁港の漁港区域内における漁港施設用地の面積の大きさは、漁港における現在の漁業規模や土地の資産価値、また今後の多目的もしくは高度利用がされる場合の施設規模の1つの指標となり、また水域面積においては水域を利用した新たな漁港の活用方法（マリーナ等）の可能性を高めるものと考えられる。各自治体からの情報提供により、当該漁港における漁港区域内の漁港施設用地および水域の面積を㎡単位で把握することで、当該漁港における陸域および水域を利用した事業を行う際の活動可能範囲等のポテンシャルとする。

##### 3) 当該漁港の立地する地域の人口

漁港の位置する地域（市町村レベル）の人口規模の大きさにより、当該漁港の位置する地域の知名度や不動産価値、また、インフラ整備の充実度、企業の集積密度等に影響し、当該漁港にも起因するものと考えられる。総務省統計局による平成17年度の市町村別統計表(<http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/List.do?bid=000001007609&cycode=0>)を参照し、当該漁港の位置する地域の人口を把握することで、同漁港の知名度や不動産価値、アクセシビリティ、民間企業等が同漁港を活用した事業への参入の可能性等、同漁港の社会的価値における利用価値や不動産としての資産価値など様々な要素を抽出・考察し、既存ストックを活用した新たな漁港の可能性について検討する。

##### 4) 当該漁港から最寄りの高速道路インターチェンジ（I.C）までの時間・距離

人々が漁港にアクセスする際、特に地方都市に位置する漁港に関しては自動車によるアクセスが主な手段であり、漁港におけるアクセシビリティの大きな要因になると考えられる。住宅地図メーカーのゼンリンがインターネット上に作成しているルート検索地図サイト「いつもNAVI」(<http://www.its-mo.com/>)を利用した実施調査により、当該漁港から最寄りの高速道路I.Cまでの自動車による移動時間・距離を測定し、同漁港のアクセシビリティを把握することで、同漁港の社会的価値について評価・考察する。

## **5) 当該漁港から最寄りの高速道路インターチェンジ (I.C) までの時間・距離**

人々が漁港にアクセスする際に公共交通機関を利用することについての検討も重要であり、その中でも電車によるアクセスが大きな要因になると考えられる。前項と同様に住宅地図メーカーのゼンリンがインターネット上に作成しているルート検索地図サイト「いつも NAVI」を利用した実施調査により、当該漁港から最寄り駅までの徒歩による移動時間・距離を測定し、同漁港のアクセシビリティを把握することで、同漁港の社会的価値について評価・考察する。

## **6) インターネットで漁港名を入力した際の検索ヒット数**

インターネットは人々が必要な情報を得るツールとして現在最も利用されている。インターネット上に掲載されている各漁港に関する情報量は、当該漁港の知名度や人々の関心につながっていると考えられる。インターネット検索エンジン (Yahoo! JAPAN) で「〇〇漁港」と当該漁港を入力して検索した際の検索ヒット数をカウントし、当該漁港の知名度や人々の同漁港に対する関心の度合いを把握することで、同漁港の社会的価値について評価・考察する。なお、重複する名称の漁港に関しては、検索する際に漁港名の後ろにスペースを空け、立地する都道府県名を記入して検索することとする。

## (2) 調査結果の整理

前項で挙げた各項目について、調査して得られた結果（数値データ）をそれぞれ4段階評価したものを以下に示す。

アイテム	カテゴリー	1	2	3	4
属地陸揚げ量(t)		2250以上	1500以上～2250未満	750以上～1500未満	750未満
属地陸揚げ額(百万円)		600以上	400以上～600未満	200以上～400未満	200未満
漁業組合員総数(人)		150人以上	100人以上～150人未満	50人以上～100人未満	50人未満
登録漁船総数(隻)		120以上	80以上～120未満	40以上～80未満	40未満
立地地域の人口(人)		30万人以上	30万人以下～20万人以上	5万人以上～20万人未満	5万人未満
最寄りICまでの時間(分)	IC無		90分以上	45分以上～90分未満	45分未満
最寄り駅までの時間(分)	歩けない距離		30分以上	5.25分以上～30分未満	5.25分未満
検索ヒット数(件)		2910件以上	1940件以上～2910件未満	970件以上～1940件未満	970件未満
漁港施設用地面積(m <sup>2</sup> )		28800以上	19200以上～28800未満	9600以上～19200未満	9600未満
泊地面積(m <sup>2</sup> )		129000以上	86000以上～129000未満	43000以上～129000未満	43000未満

表 2.1 各調査項目結果を4段階評価した際の評価基準

## 2-2. 漁港のカテゴリー分析（数量化Ⅲ類）による分類と代表事例の抽出

2-1で収集した漁港に関する各データについて、調査項目ごとに得られた数値をそれぞれ級区間で区分することでカテゴリーデータとして扱い、数量化Ⅲ類によって分類した。分類ごとに漁港群を類型化し、数箇所の漁港を代表事例として選定した。

数量化Ⅲ類とは、程度・状態など数値データで表すことの出来ないデータを分析するために強制的に数値を割り付け相互関係の解析を行い、量的データ・質的データを同時に扱うことができる手法である。本稿における数量化Ⅲ類による分析は、いくつかのカテゴリー（2-1で行った漁港に関する各調査項目の結果から得た数値データを4段階で評価したもの）に対して、サンプル（4段階で評価した情報を持つ全国の各漁港）がどのカテゴリーに反応したかにより、類似した反応パターンを集め、サンプルをいくつかの群に分類することを目的としたものである。また、今回はデータを最小次元の空間（2次元とした）にプロットすることにより、散布図として表現することで、データのもつ構造を視覚的に明らかにした。その後、数量化Ⅲ類の分析によって得られた散布図をもとに、研究者の作為的なものも少なからず影響するが、反応パターンに沿ってサンプルに境界線を描き、漁港を類型化した。

### （1）カテゴリー評価項目の作成

2-1で収集した漁港に関するデータについて、調査項目ごとに得られた数値をそれぞれ級区間で4つに区分したものを数量化Ⅲ類に用いるカテゴリーデータとして扱った。

なお、4段階に区分するために参考にした要素を以下に示す。

#### 1) 立地地域の人口（人）

中核市（30万人以上）、特例市（20万人以上）の各指定要件および市として認められる人口（5万人）を境界として用いた。

#### 2) 最寄りI.Cまでの時間（分）

長距離運転する場合の休憩を取る必要がある運転時間（90分）を基準に均等に数値を振り分け、「I.C無」に関しては、離島などの地域に立地する漁港が該当する。

#### 3) 最寄り駅までの時間（分）

スーパー開発のアンケート調査（<http://www.superkaihatsu.co.jp/kaimono/chap17/chap17.htm>）より、目的地まで近いと感じる距離（5.25分）および目的地の限界距離（30分）を参考に用いた。「歩けない距離」は距離・時間探索に使用したいつもNAVIで探索不能（距離が離れすぎている）と結果が出たものが該当する。

#### 4) 漁業組合員総数（人）、属地陸揚げ量（t）、属地陸揚げ額（百万円）、登録漁船総数（隻）

その他のデータについては、各平均値を基準として均等に振り分けた。

表2.2 数量化Ⅲ類に用いた評価項目

アイテム \ カテゴリー	1	2	3	4
立地地域の人口(人)	30万人以上	30万人以下～20万人以上	5万人以上～20万人未満	5万人未満
最寄りI.Cまでの時間(分)	IC無	90分以上	45分以上～90分未満	45分未満
最寄り駅までの時間(分)	歩けない距離	30分以上	5.25分以上～30分未満	5.25分未満
漁業組合員総数(人)	150人以上	100人以上～150人未満	50人以上～100人未満	50人未満
属地陸揚げ量(t)	2250以上	1500以上～2250未満	750以上～1500未満	750未満
属地陸揚げ額(百万円)	600以上	400以上～600未満	200以上～400未満	200未満
登録漁船総数(隻)	120以上	80以上～120未満	40以上～80未満	40未満

## (2) カテゴリー評価のスコア散布図の作成

前項で把握した全国の漁港データを表 2. 2 の評価項目を用いて数量化Ⅲ類を行い、まず図 2. 3 のようなカテゴリー評価のスコア散布図を作成した。この図は、表 2. 2 の評価項目全 28 個が散布されたものである。また、カテゴリー評価に用いた 7 つの評価項目が均等に含まれるよう区切ると、図 2. 4 のように 4 つに分類される。

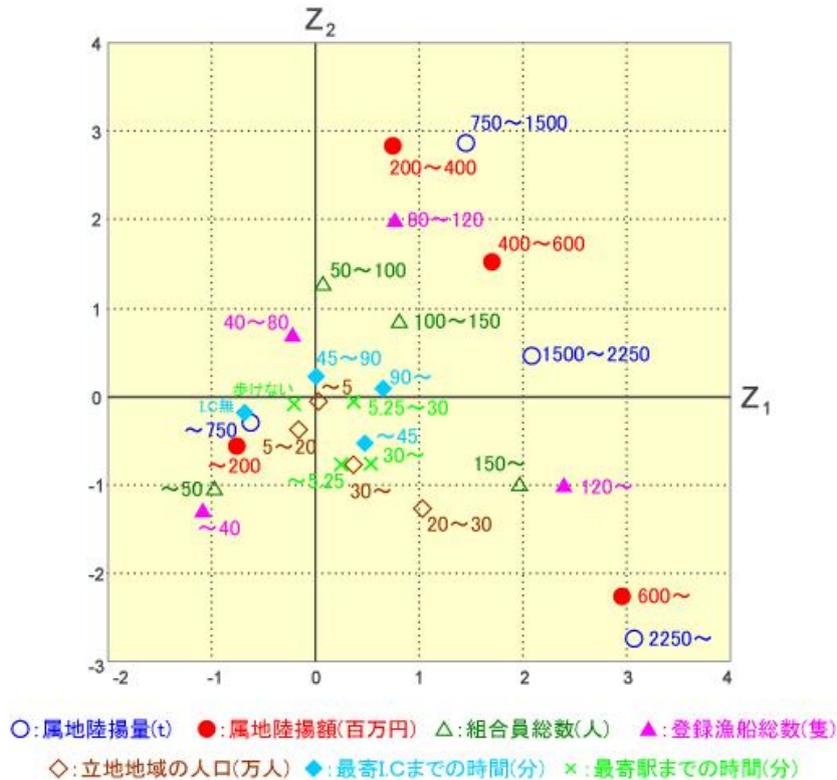


図 2. 3 カテゴリー評価のスコア散布図

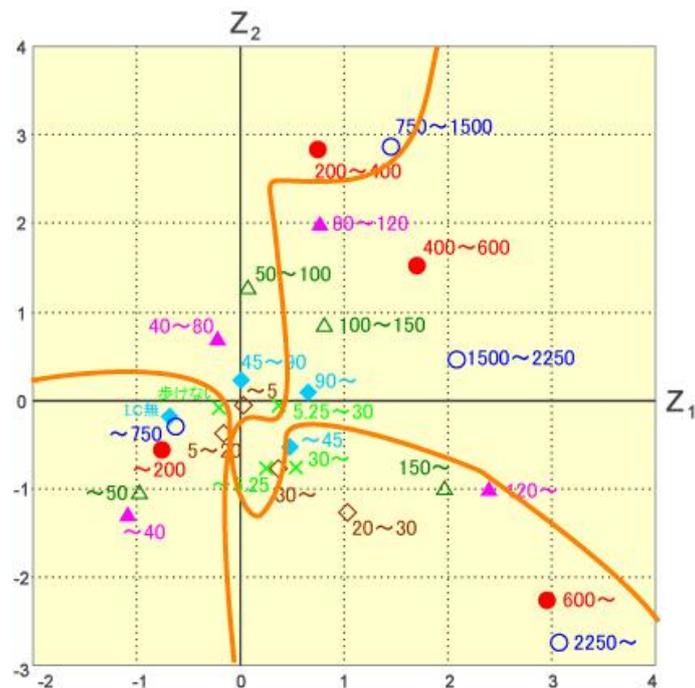


図 2. 4 4 分類したカテゴリー評価のスコア散布図



#### (4) 分類したカテゴリー（漁港群）についての考察

数量化理論Ⅲ類によって分類した各カテゴリーにおける評価項目が振り分けられた内容について以下に示し、それぞれの考察については次頁以降に述べていく。

表 2.7 各カテゴリーにおける評価項目の振り分け

##### カテゴリーⅠ

アイテム \ カテゴリー	1	2	3	4
立地地域の人口(人)	30万人以上	30万人以下～20万人以上	5万人以上～20万人未満	5万人未満
最寄りICまでの時間(分)	IC無	90分以上	45分以上～90分未満	45分未満
最寄り駅までの時間(分)	歩けない距離	30分以上	5.25分以上～30分未満	5.25分未満
漁業組合員総数(人)	150人以上	100人以上～150人未満	50人以上～100人未満	50人未満
属地陸揚げ量(t)	2250以上	1500以上～2250未満	750以上～1500未満	750未満
属地陸揚げ額(百万円)	600以上	400以上～600未満	200以上～400未満	200未満
登録漁船総数(隻)	120以上	80以上～120未満	40以上～80未満	40未満

##### カテゴリーⅡ

アイテム \ カテゴリー	1	2	3	4
立地地域の人口(人)	30万人以上	30万人以下～20万人以上	5万人以上～20万人未満	5万人未満
最寄りICまでの時間(分)	IC無	90分以上	45分以上～90分未満	45分未満
最寄り駅までの時間(分)	歩けない距離	30分以上	5.25分以上～30分未満	5.25分未満
漁業組合員総数(人)	150人以上	100人以上～150人未満	50人以上～100人未満	50人未満
属地陸揚げ量(t)	2250以上	1500以上～2250未満	750以上～1500未満	750未満
属地陸揚げ額(百万円)	600以上	400以上～600未満	200以上～400未満	200未満
登録漁船総数(隻)	120以上	80以上～120未満	40以上～80未満	40未満

##### カテゴリーⅢ

アイテム \ カテゴリー	1	2	3	4
立地地域の人口(人)	30万人以上	30万人以下～20万人以上	5万人以上～20万人未満	5万人未満
最寄りICまでの時間(分)	IC無	90分以上	45分以上～90分未満	45分未満
最寄り駅までの時間(分)	歩けない距離	30分以上	5.25分以上～30分未満	5.25分未満
漁業組合員総数(人)	150人以上	100人以上～150人未満	50人以上～100人未満	50人未満
属地陸揚げ量(t)	2250以上	1500以上～2250未満	750以上～1500未満	750未満
属地陸揚げ額(百万円)	600以上	400以上～600未満	200以上～400未満	200未満
登録漁船総数(隻)	120以上	80以上～120未満	40以上～80未満	40未満

##### カテゴリーⅣ

アイテム \ カテゴリー	1	2	3	4
立地地域の人口(人)	30万人以上	30万人以下～20万人以上	5万人以上～20万人未満	5万人未満
最寄りICまでの時間(分)	IC無	90分以上	45分以上～90分未満	45分未満
最寄り駅までの時間(分)	歩けない距離	30分以上	5.25分以上～30分未満	5.25分未満
漁業組合員総数(人)	150人以上	100人以上～150人未満	50人以上～100人未満	50人未満
属地陸揚げ量(t)	2250以上	1500以上～2250未満	750以上～1500未満	750未満
属地陸揚げ額(百万円)	600以上	400以上～600未満	200以上～400未満	200未満
登録漁船総数(隻)	120以上	80以上～120未満	40以上～80未満	40未満

## 1) カテゴリーⅠ：「地域密着型」

ICから車で90分以上かかる点、駅からの時間が非常にアクセスが良い点から、徒歩での来港が予想される。総人口から生産力をもった地域に属していることも分かる。また、陸揚量、陸揚額から比較的水産能力が高い漁港群といえる。このようなことから、背後人口が多く、ある程度ターゲットを絞っても採算性が取れること、比較的水産能力が高い点を考慮すると、カテゴリーⅠは地元市民の利用に重点を置いて、地産地消による地域活性化への貢献が期待できると考えられる。

食の安心・安全が注目されており、漁港において消費者と直結した直販施設などを行うことで、消費者も生産者の“顔の見える”状況から安心して買い物をすることができるだろう。また、地元で獲れた新鮮な魚を地域の人たちに提供することにより、魚の良さの再評価、ひいては地元への愛着へとつながっていくのではないかと考えられる。

現在、魚を水揚げする本来の機能とは別に施設が付随または近接している漁港としては以下のようなものが挙げられ、次頁以降にカテゴリーⅠの代表漁港の概要を示す。

表2.8 カテゴリーⅠから抽出した漁港一覧

使用漁港	都道府県	付随または近接する店舗名	機能・タイプ
伊達	北海道	伊達漁港フィッシャリーナ	フィッシャリーナ
冬島	北海道	JF様似	漁協直営販売店
幌茂尻	北海道	JF根室湾中部直売店「かおっと」	漁協直営販売店
別海	北海道	JF別海	漁協直営販売店
富武士	北海道	JF佐呂間	漁協直営販売店
豊浦	北海道	豊浦フィッシャリーナ	フィッシャリーナ
白糖	北海道	JF白糖直売所	漁協直営販売店
白糖	北海道	道の駅 恋問館直売店	漁協直営販売店
尾岱沼	北海道	JF野付直売店「海紋」	漁協直営販売店
標津	北海道	JF標津	漁協直営販売店
湧別	北海道	JF湧別直営店「オホーツク湧鮮館」	漁協直営販売店
古平	北海道	JF東しゃこたん	漁協直営販売店
壽都	北海道	JF寿都町 海鮮市場「風鱗」船頭さんの店	漁協直営販売店
歯舞	北海道	JF歯舞直販所	漁協直営販売店
羅臼	北海道	JF羅臼直営店「海鮮工房」	漁協直営販売店
吉里吉里	岩手県	吉里吉里フィッシャリーナ	フィッシャリーナ
八森	秋田県	はちもり観光市(八森町漁村コミュニティ広場)	漁協直営販売店
金浦	秋田県	金浦町物産センター 鮮魚直売所	漁協直営販売店
保田	千葉県	フィッシャリーナ保田	フィッシャリーナ
保田	千葉県	鋸南保田漁協直営食事処ばんや	漁協直営販売店
保田	千葉県	きょなん・ほた海の駅	海の駅
小湊	千葉県	生き生き小湊ウオポート	漁協直営販売店
間口	神奈川県	エナヴィレッチ	漁協直営販売店
用宗	静岡県	用宗フィッシャリーナ	フィッシャリーナ
伊根	京都府	舟屋の里公園	漁協直営販売店
舞鶴	京都府	道の駅舞鶴港とれとれセンター	漁協直営販売店
香住	兵庫県	JF香住町直営店 遊魚館	漁協直営販売店
堅田	和歌山県	南紀白浜とれとれ市場	漁協直営販売店
境港	鳥取県	境港おさかなセンター	おさかなセンター
西郷	島根県	西郷お魚センター りょうば	漁協直営販売店
小島	山口県	フィッシャリーナ小島	フィッシャリーナ
萩	山口県	萩しーまーと	道の駅
佐田岬	愛媛県	三崎漁師物語り	漁協直営販売店
串木野	鹿児島県	串木野フィッシャリーナ	フィッシャリーナ
仲里	沖縄県	久米島町フィッシャリーナ	フィッシャリーナ

## ① 萩漁港（第3種漁港）：山口県



図 2. 9 萩しーまーと

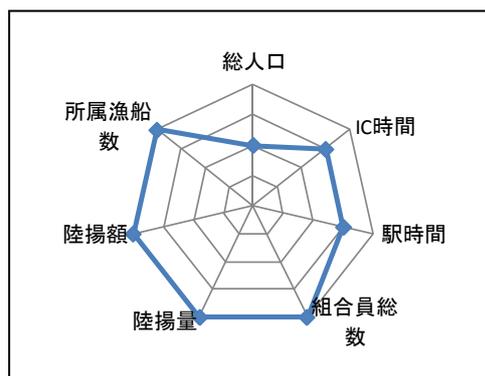


図 2. 10 萩漁港のレーダーチャート

### a) 数値データ

- ・ 総人口：57,990 人
- ・ I.C までの時間：74 分
- ・ 駅までの時間：26 分
- ・ 組合員数：32 人
- ・ 陸揚量：432 t
- ・ 陸揚額：1,787 百万円
- ・ 所属漁船数：432 隻

### b) 事業内容

平成 13 年 4 月に開業した、萩漁港の「道の駅／萩しーまーと」は、漁協や水産会社によって設立された「ふるさと萩食品共同組合」が運営している。この事業は平成 9 年から、卸売市場、製氷冷蔵庫、販売施設を一体的に整備する計画としてスタートした。販売にあたる「道の駅／萩しーまーと」は当初、「お魚センター」に位置づけられ、観光客向けの施設として計画されたが、不安定な観光客を相手にするより、地元市民の利用に重点を置いた方針に変更された。その理由は、地元スーパーに並ぶ魚の多くは輸入物や他地域で獲れた食材であったため、あえて地魚を取り入れた地産地消をコンセプトに転換した。また、消費者の利便性を考慮し、魚だけでなく、野菜や肉など日用品も扱う、ワンストップ・ショッピングを目指した。和食レストランの 2 店舗を含め、鮮魚、野菜・果物、精肉、一般食品など、17 店舗が入っている。

### c) 効果

- ・ 年間の来訪者は 145 万人。市民の台所として定着している。
- ・ 売り上げは 8 億円前後を維持し、開業 6 年目に黒字決算を実現した。
- ・ 人口 5 万人の萩市において、パート従業員など 100 人の雇用を実現し、地域に大きく貢献している。
- ・ 取り扱う商材のうち、活魚は 100% 地元産、鮮魚も 9 割近くが地元産で占められ、このほか、精肉、野菜、果物、惣菜なども地元の割合を高くした結果、全体の 8 割が地元商品になり、地産地消を成功させた。

## ②内之浦漁港（第1種漁港）：和歌山県



図 2. 1 1 海鮮レストラン「丸長」

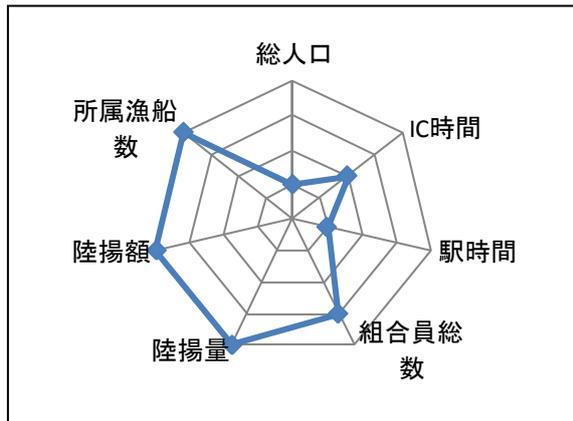


図 2. 1 2 内之浦漁港のレーダーチャート

### a) 数値データ

- ・総人口：18,307 人
- ・ICまでの時間：121 分
- ・駅までの時間：歩けない距離
- ・総組合員数：135 人
- ・陸揚量：166 t
- ・陸揚額：659 百万円
- ・所属漁船数：166 隻

### b) 事業内容

漁協の准組合員でもある丸長水産は、内之浦漁港で養殖いかだを設置しているが、事業拡大のため、漁協が所有する土地の借用を漁協に依頼。賃貸借契約による貸し付けが行われた。当該土地は、漁業補償として、田辺市から譲り受けた土地（約 2,000 m<sup>2</sup>）。当初は海産物のみやげ店として開業したが、平成 8 年 7 月から、現在の海鮮レストラン「丸長」として事業を拡大させた。

### c) 効果

- ・海鮮レストランの利用者は、年間 10 万 3,000 人ほど。国道に面しているため、地元田辺市のほか、南紀方面の観光客の利用も多い。
- ・漁協の組合員数が捕獲した鮮魚を丸長水産が買い上げてくれるため、組合員の収入増加に寄与している。土地の貸付料は、漁協の安定的な収入源となっている。
- ・丸長水産は、レストランのほか、養殖いかだを使った海上釣堀、プレジャーボート保管（陸上）、レンタルボートを展開し、開放的な雰囲気を出し、漁業との共生を実現した。
- ・「たなべ海の駅」に登録され、関西方面からのクルージング艇の寄港地として利用され、知名度が向上した。

## 2) カテゴリーⅡ：「観光連携型」

総人口が少ないため、カテゴリーⅠのようにターゲットを地域のみ絞ることはできない。しかし、ICからの時間が比較的近いため、他地域からの観光客を呼び込むことのできるのではないか。そのため、朝市、定期的なイベントなどで、来訪者を飽きさせない工夫を図ることが必要である。また、イベントが一次的なものになってしまわないよう考えなければならない。もちろん、おいしい魚をアピールし、その期待を裏切らない工夫も必要であり、販売方法、流通方法などの検討を行っていくべきではないだろうか。ただ、このカテゴリーに属する漁港は交通のアクセスは非常によいが、それは陸域に限った話であり、水上のアクセスも考慮すべきだろう。観光向けの大型フェリーなどが停泊できれば、一段と観光客は増え、漁港に集客が見込め、地域への活性化が期待されるのではないだろうか。また、観光客をシーズンに左右されることなく、人々を誘致することで、地域の人口の少なさを補うことができ、地域としての更なる発展につながるだろう。

現在、魚を水揚げする本来の機能とは別に施設が付随または近接している漁港としては以下のようなものが挙げられ、次頁以降にカテゴリーⅡの代表漁港の概要を示す。

表2.13 カテゴリーⅡから抽出した漁港一覧

使用漁港	都道府県	付随または近接する店舗名	機能・タイプ
朝日	北海道	JF松前さくら加工直販課	漁協直営販売店
脇之沢	岩手県	フィッシャリーナ陸前高田	フィッシャリーナ
種市	岩手県	種市フィッシャリーナ	フィッシャリーナ
親不知	新潟県	おさかなセンター 親不知ピアパーク	おさかなセンター
浅茂川	京都府	アミティ丹後	漁協直営販売店
田尻	大阪府	田尻海洋交流センター	漁協直営販売店
田尻	大阪府	たじり海の駅	海の駅
室津下	山口県	フィッシャリーナむろつ	フィッシャリーナ
青島	宮崎県	JF宮崎市直売センター	漁協直営販売店

## ①田尻漁港（第1種漁港）：大阪府



図 2.14 田尻海洋交流センター

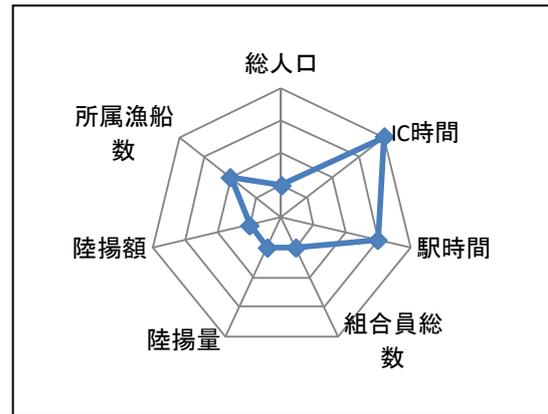


図 2.15 田尻漁港のレーダーチャート

### a) 数値データ

- ・ 総人口：7,240 人
- ・ IC までの時間：5 分
- ・ 駅までの時間：14 分
- ・ 総組合員数：96 人
- ・ 陸揚量：43 t
- ・ 陸揚額：53 百万円
- ・ 所属漁船数：43 隻

### b) 事業内容

田尻漁港の田尻海洋交流センターは、交流人口を増やすため、海鮮バーベキュー、喫茶・軽食、寿司屋、ヨット関連や水上オートバイ関連のテナントを誘致している。田尻町が所有する土地に田尻漁協が海洋交流センターを建設し、運営を行っている。また、専門業者と契約し、漁港管理者の大阪府の許可に基づき、釣堀事業も行っている。日曜朝市には、漁協の組合員のほか、近隣の魚屋も出店。都市漁村交流を図っている。

### c) 効果

- ・ テナントの飲食店は、ボート所有者のほか、近くの会社の社員がグループで昼食に訪れるなど、平日の地元客の利用が増えた。
- ・ セルフサービスの海鮮バーベキューは、水産会社が運営に携わり、漁協による漁業体験に訪れる客（年間 7,200 人前後）などに利用されている。
- ・ 日曜朝市は当初、漁協の組合員だけで行っていたが、客数が増えた結果、組合員が扱う量では、天候などによる不漁の場合、安定的な品揃えが困難となるため、近隣の魚屋の出店を認めた。その結果、量と種類が拡充し、客の要望を満たすことに成功した。また、組合員の商売に対する意識が変わり、直販による組合員の収入が増えた。お互いの刺激になり、両者の売り上げを伸ばしている。

## ②平塚漁港（第2種漁港）：神奈川県



図 2. 1 6 平塚漁港フィッシャリーナ

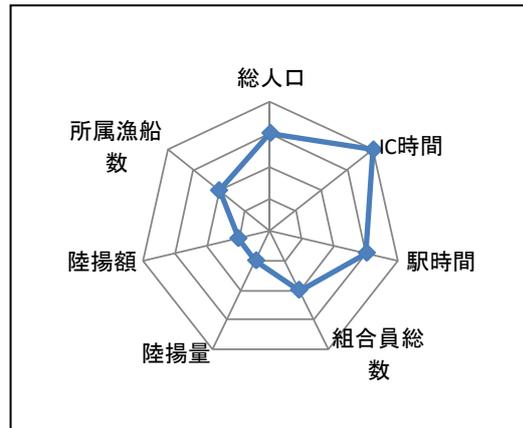


図 2. 1 7 平塚漁港のレーダーチャート

### a) 数値データ

- ・ 総人口：258,958 人
- ・ IC までの時間：3 分
- ・ 駅までの時間：25 分
- ・ 総組合員数：87 人
- ・ 陸揚量：25,184 t
- ・ 陸揚額：20,625 百万円
- ・ 所属漁船数：43 隻

### b) 事業内容

相模川河口に掘り込み式漁港として整備された平塚漁港は、上流にダムや取水堰などが建設されて流量が減少してきたことによって、河口航路の砂の堆積問題が生じた。同時に遊漁船が増加し、漁港内泊地が狭くなったため、平成元年度に外浜に新港整備が着手された。この計画は、地域漁業の活性化と海洋性レクリエーションとの共存を図ることを目的に、東側泊地を漁業用とし、西側泊地を遊漁船とプレジャーボート用の係留施設として平塚漁港フィッシャリーナが整備され、平成 12 年 7 月に供用開始した。首都圏に近いことから、ミニボートを車で運搬する利用者が増え、漁業者とのトラブルが生じるようになった。そこで、ミニボート利用者団体が結成され、平塚市と話し合いの結果、フィッシャリーナをミニボートの活動拠点として利用することが認められた。

### c) 効果

- ・ 年間利用席数は平成 18 年が 1,708 隻で収益が 169 万 6,000 円、平成 19 年が 1,990 隻で収益が 176 万 4,000 円と、毎年 2,000 隻近くの利用があり、一定の収益を上げている。
- ・ 漁業者とのトラブルの減少。

### 3) カテゴリーⅢ：「独自・特色型」

駅から遠く、またICも無いため車でアクセスも非常に悪い。この地域では交通網の整備が重要になってくるだろう。また、組合員数、陸揚量、陸揚額、所属漁船数どれも低く、他のカテゴリーより水産能力の劣る漁港群である。そのため、水産業に頼らず発展させることが必要となり、自然や歴史、景観等の地域固有の資源をどれだけ活かせるかにかかっているのではないかと。そのためには既存の地域資源を保護するとともに、必要に応じて地域の自然環境や景観と調和が図れるように改善する取り組みも必要になってくるだろう。これはどのカテゴリーの漁港にも共通して言えることだが、放置艇の存在、人工的海岸の構造物、放置されたゴミ、水質汚濁などの問題を改善していくことも重要である。それぞれの地域を見つめなおし、発掘し、できるだけ活かす必要がある。

アメリカに参考事例がある。モントレイ市である。モントレイ市はカリフォルニア州中西部のモントレイ湾南端部に位置する人口約3万人の地域である。20世紀に入りイワシの加工の中心地として栄え、1949年には年間50万トンで世界3位の漁港であった。その後乱獲によって、イワシが獲れなくなったが、観光地化を積極的に推進、観光客の誘致に成功し、1994年には年間1,700万人の観光客を集めるにいたっている。周辺には、「モントレイ水族館」、以前使用していた缶詰工場を飲食物販施設に改装した「カナリーロー」等があり、市の収入の46%が観光事業によるものである。

現在、魚を水揚げする本来の機能とは別に施設が付随または近接している漁港としては以下のようなものが挙げられ、次頁以降にカテゴリーⅢの代表漁港の概要を示す。

表2.18 カテゴリーⅢから抽出した漁港一覧

使用漁港	都道府県	付随または近接する店舗名	機能・タイプ
香深	北海道	JF香深「礼文島海鮮華」	漁協直営販売店
余市河口	北海道	余市フィッシャリーナ	フィッシャリーナ
常呂河口	北海道	JFところ	漁協直営販売店
気仙沼	宮城県	海鮮市場海の市	漁協直営販売店
千倉	千葉県	魚っちゃんぐ千倉(JF房州ちくら)	漁協直営販売店
千倉	千葉県	道の駅ちくら 潮風王国	漁協直営販売店
平塚	神奈川県	平塚漁港フィッシャリーナ	フィッシャリーナ
平塚	神奈川県	ひらつか海の駅	海の駅
能生	新潟県	道の駅 マリンドリーム能生	漁協直営販売店
石田	富山県	石田フィッシャリーナ	フィッシャリーナ
小浜	福井県	若狭フィッシャー・マンズワーフ	フィッシャー・マンズワーフ
小浜	福井県	お食事処 濱の四季	漁協直営販売店
初島	静岡県	JF初島直売所	漁協直営販売店
吉佐美	静岡県	JF下田市直売所 ベイ・ステージ下田	漁協直営販売店
下流	静岡県	JF南伊豆町直売所	漁協直営販売店
佐久島	愛知県	フィッシャリーナ佐久島	フィッシャリーナ
内の浦	和歌山県	たなべ内之浦海の駅	海の駅
那智	和歌山県	フィッシャリーナ那智	フィッシャリーナ
那智	和歌山県	なちかつら海の駅	海の駅
鳥井	島根県	JF和江直販所「海の特産品加工センター」	漁協直営販売店
沖浦	広島県	沖浦漁港フィッシャリーナ	フィッシャリーナ
沖浦	広島県	おおさきかみじま海の駅	海の駅
平	長崎県	フィッシャリーナ宇久	フィッシャリーナ
平	長崎県	ごとう・うくじま海の駅	海の駅
樋合	熊本県	フィッシャリーナ天草	フィッシャリーナ
樋合	熊本県	あまくさ海の駅	海の駅

## ①安良里漁港（第2種漁港）：静岡県



図 2. 1 9 安良里ダイビング

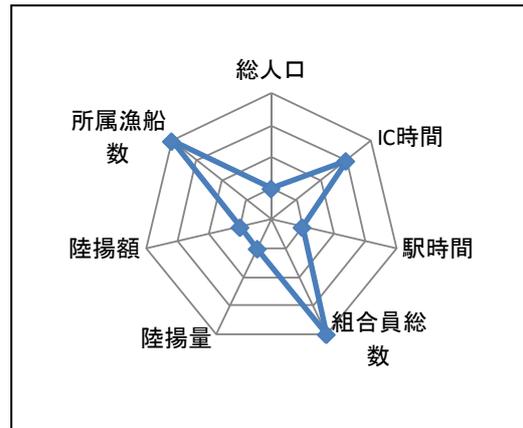


図 2. 2 0 安良里漁港のレーダーチャート

### a) 数値データ

- ・総人口：10,372 人
- ・ICまでの時間：58 分
- ・駅までの時間：歩けない距離
- ・総組合員数：610 人
- ・陸揚量：32 t
- ・陸揚額：11 百万円
- ・所属漁船数：153 隻

### b) 事業内容

伊豆半島西側の伊豆漁協の安良里支所では、観光客の動員による漁協の収入増を図るため、直営のダイビングセンターを開設した。平成7年にボートダイビング、翌年にビーチダイビングを開始。事業スタートにあたり、ダイビング経験者を漁協の職員に迎え、事業の基礎を構築した。

### c) 効果

- ・最盛期には2万人のダイバーが訪れ、現在でも1万人以上が訪れている。
- ・都内などのダイビングショップがツアー客を集め、泊りがけで訪れるようになった。
- ・ダイビング事業の売り上げは、年間6,000万円ほどになり、プレジャーボート保管事業とともに、漁協の収入の柱に成長した。
- ・ダイビング客が泊まる民宿と提携し、地域活性化に貢献している

## ②津屋崎漁港（第2種漁港）：福岡県



図 2. 2 1 津屋崎ヨットハーバー

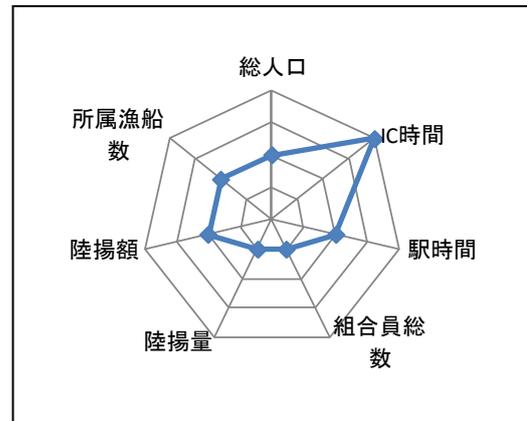


図 2. 2 2 津屋崎漁港のレーダーチャート

### a) 数値データ

- ・ 総人口：55,677 人
- ・ IC までの時間：15 分
- ・ 駅までの時間：66 分
- ・ 総組合員数：49 人
- ・ 陸揚量：183.4 t
- ・ 陸揚額：203 百万円
- ・ 所属漁船数：53 隻

### b) 事業内容

福岡県福津市の津屋崎漁港は、海洋性レクリエーションの普及に伴い、プレジャーボート（約 300 隻）の漁港利用が増え、漁船とのトラブルや、放置艇問題が発生し、係留・保管施設の整備が必要となった。受け皿として、当時の津屋崎町（平成 17 年に福間町と合併し、現在は福津市）は、漁港管理者である福岡市と協議し、津屋崎漁港の漁具保管施設用地を漁港管理施設用地に変更し、この土地に陸上保管施設（46 隻収容）、クラブハウス（2 階建て）、上下架用の固定式クレーン、駐車場を設置した。手続き的には当時の津屋崎町は、福岡県に占用許可を申請し、単費で陸上施設を整備。ボート保管の使用料は、福津市が津屋崎ヨットハーバー条例を制定し、利用者から徴収している。平成 16 年の開業以降、福津市の直営になっているが、指定管理者による管理の移行も検討されている。

### c) 効果

- ・ 放置等禁止区域が設定されたため、漁港区域の放置艇が解消された。津屋崎ヨットハーバーの利用率は、8 割前後を維持している。平成 19 年度の係船料収入は、14,804,215 円（許可区域を除く海上 92 隻、陸上 39 隻）
- ・ 漁船とのトラブルがなくなった。
- ・ ヨットハーバーの保管艇には、事故に備えて損害賠償責任保険の加入を義務付けている。

#### 4) カテゴリーⅣ：「水産活用型」

組合員数、陸揚量、陸揚額、所属漁船数とどの値も最も高く、他のカテゴリーより水産能力が高いことがわかる。そのため、水産業を活かした発展が期待できる。各漁港の名産物を前面に押し出した事業を行うことで他の漁港とも差別化ができる。

また、ICまでの距離が非常に近いため、車での来港が予想される。駐車場の整備などが重要になるだろう。以上のことからカテゴリーⅣを水産活用型と呼ぶ。

現在、魚を水揚げする本来の機能とは別に施設が付随または近接している漁港としては以下のようなものが挙げられ、次頁以降にカテゴリーⅣの代表漁港の概要を示す。

表2.23 カテゴリーⅣから抽出した漁港一覧

使用漁港	都道府県	付随または近接する店舗名	機能・タイプ
長万部	北海道	マリノス長万部(JF長万部)	漁協直営販売店
笛舞	北海道	JFえりも町	漁協直営販売店
乙部	北海道	JFひやま直売店 乙部店	漁協直営販売店
雄武	北海道	JF雄武直販店「海鮮丸」	漁協直営販売店
厚岸	北海道	JF厚岸直売店「Aウロコ」	漁協直営販売店
箱崎	岩手県	箱崎フィッシャリーナ	フィッシャリーナ
大船渡	岩手県	おさかなセンター三陸	おさかなセンター
女川	宮城県	マリパル女川おさかな市場	漁協直営販売店
松川浦	福島県	JF相馬双葉相馬原釜支所	漁協直営販売店
波崎	茨城県	はさきおさかなセンター(JF波崎)	おさかなセンター
銚子	千葉県	JF銚子市直販所	漁協直営販売店
鴨川	千葉県	鴨川フィッシャリーナ	フィッシャリーナ
三崎	神奈川県	三崎フィッシャリーナ・ウォーフ「うらり」	フィッシャーマンズワーフ
三崎	神奈川県	みうら・宮川フィッシャリーナ	フィッシャリーナ
三崎	神奈川県	三崎さかなセンター	おさかなセンター
三崎	神奈川県	みうら・みさき海の駅	海の駅
小田原	神奈川県	小田原・港の朝市	漁協直営販売店
小田原	神奈川県	小田原おさかなセンター	おさかなセンター
氷見	富山県	氷見フィッシャーマンズワーフ	フィッシャーマンズワーフ
戸田	静岡県	JF戸田直売所	漁協直営販売店
静浦	静岡県	JF沼津我入道水産物展示即売所	漁協直営販売店
焼津	静岡県	ヤイツツナコープ	漁協直営販売店
焼津	静岡県	焼津さかなセンター	おさかなセンター
一色	愛知県	一色うなぎ漁業協同組合	漁協直営販売店
一色	愛知県	一色さかな広場	漁協直営販売店
鬼崎	愛知県	鬼崎フィッシャリーナ	フィッシャリーナ
菅島	三重県	JF鳥羽磯部菅島支所直販センター	漁協直営販売店
育波	兵庫県	JF育波浦(日曜朝市)	漁協直営販売店
垂水	兵庫県	神戸フィッシャリーナ	フィッシャリーナ
垂水	兵庫県	こうべたるみ海の駅	海の駅
和歌浦	和歌山県	和歌浦フィッシャリーナ	フィッシャリーナ
浜田	島根県	しまねお魚センター(JFはまだ)	おさかなセンター
大畠	岡山県	JF岡山漁連水産物展示直売所ふゆ〜ちゃ〜	漁協直営販売店
五日市	広島県	五日市漁港フィッシャリーナ	フィッシャリーナ
箱崎	広島県	内海フィッシャリーナ	フィッシャリーナ
箱崎	広島県	うつみ海の駅	海の駅
庵治	香川県	JF庵治活き活き日曜市	漁協直営販売店
柏原	福岡県	筑前あしや「海の駅」	海の駅
博多	福岡県	JF福岡漁連水産物直販施設「博多 漁師処」	漁協直営販売店
博多	福岡県	「鮮魚市場」福岡市鮮魚仲卸協同組合	藤先生推薦
奈留	長崎県	五島列島奈留島「おさかな市場」	漁協直営販売店
松浦	大分県	鶴見町農水産物直売所	漁協直営販売店
目井津	宮崎県	港の駅めいつ	道の駅
枕崎	鹿児島県	枕崎お魚センター(JF枕崎市)	おさかなセンター
糸満	沖縄県	糸満フィッシャリーナ	海の駅

## ①三崎漁港（特定第3種漁港）：神奈川県



図 2. 2 4 うらり

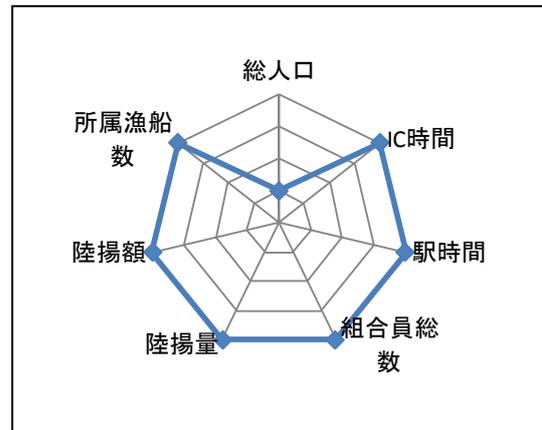


図 2. 2 5 三崎漁港のレーダーチャート

### a) 数値データ

- ・ 総人口：49,861 人
- ・ IC までの時間：14 分
- ・ 駅までの時間：82 分
- ・ 総組合員数：826 人
- ・ 陸揚量：25,184 t
- ・ 陸揚額：653 百万円
- ・ 所属漁船数：528 隻

### b) 事業内容

平成 13 年に開業した多目的施設「うらり」（図 35 参照）は、三浦市の水産振興と地域活性化を目的に、三崎漁港の旧魚市場の跡地に建設された。（食品流通構造改善施設整備事業）。マグロを中心に扱う 12 店舗がテナント（図 36 参照）として入っている。県や三浦市、民間企業などで構成される第三セクターの㈱三浦海業公社が「うらり」の施設を建設し、運営している。

### c) 効果

- ・ 来訪者は平成 19 年度 126 万。それ以前も、100 万人以上の来訪者が訪れ、安定的な数字を維持しており、売り上げは平成 19 年度 9 億 8,900 万円。それ以前も 8 億円から 10 億円の売り上げ実績を残している。
- ・ ㈱三浦海業公社は、市民ホール（うらり 2 階）、みさき海業センター、新港海業センター（三崎朝市の会場）ゲストパース（プレジャーボートのビジター棧橋）、交流広場及び駐車場などの指定管理者として、三崎漁港周辺の施設に管理を任せられ、漁協や市民の応援を得て、地域の活性化に取り組んでいる。
- ・ 陸上からの利用者のほか、「うらり」前面に設置されたゲストパースには、東京や横浜方向から訪れるプレジャーボートのビジター艇が多く利用している。「みうら・みさき海の駅」に登録され、クルージングの途中に、食事や観光などを目的に立ち寄るボートやヨットは、年間 2,000 隻におよぶ。

## ②日間賀漁港（第2種漁港）：愛知県



図 2. 2 6 日間賀島

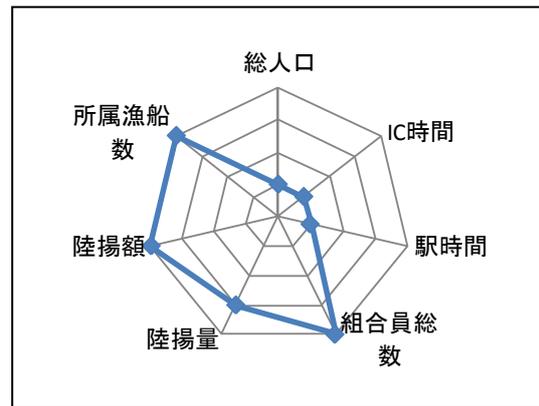


図 2. 2 7 日間賀漁港のレーダーチャート

### a) 数値データ

- ・総人口：21,909 人
- ・IC までの時間：離島のため無
- ・駅までの時間：離島のため無
- ・総組合員数：743 人
- ・陸揚量：2,207.8 t
- ・陸揚額：653 百万円
- ・所属漁船数：528 隻

### b) 事業内容

愛知県の三河湾に浮かぶ日間賀島は、周囲 5.5 キロの小さな島。昔から伝わるたこの民話・生産量の多さから、昭和 63 年頃、特産のたこで売り出した。島の玄関口には、たこのモニュメントを設置し、旅館組合を中心にしたこ料理を考案し、食事メニューに採用。現在は、日間賀島観光協会が中心となり、その普及に努めている。

### c) 効果

- ・大学、スポーツクラブ、NPO 法人などの団体の協力で、自然体験メニュー（漁師が先生の自然体験プログラム、子供向けのキッズアドベンチャー、イルカと触れる感動体験プログラム、海中リラクゼーションなどのヒーリングプログラム）の事業拡大につながった。
- ・訪れる観光客は、年間 25 万人。シーズンの夏場などは、島内人口の 2 倍以上の 5,000 人ほどが訪れている。
- ・日間賀漁港は、ふぐ漁、しらす漁、たこ漁、潜水、釣りなど、愛知県でも最も魚種が多い土地柄。漁業が盛んなため、収入も安定し、20 代や 30 代の若手の組合員が増えている。
- ・ふぐ料理を始める際に、旅館やホテルがふぐの調理師免許を取得し、島全体で取り組んだ。
- ・値段を統一したメニューづくり（ふぐ料理）により、料金を引き下げることに成功した。

### (5) 分類結果を踏まえた全体の考察

本調査では、数量化理論Ⅲ類を用いて現行とは異なる観点から全国の漁港を4つに分類した。しかし、一般的に数量化理論Ⅲ類を用いた分析は、数値では表せないデータを持ったサンプルの傾向をグラフ上にプロットさせることを目的としたものであり、今回は数値データのみでの利用で数量化理論Ⅲ類を用いたこと、さらに、プロットされる際に傾向が強く表れないであろう漁港が多く含まれてしまったことから、サンプルのプロットが分散されず、密集した形で散布されてしまったと考えられる。そのため、本来はある程度それぞれの要素が強く見られるサンプルを推測し、分析の対象とすることで、プロットされる座標の位置が四方に離れて散布される状態になり、座標にプロットされた結果をもとにクラスター分析（サンプル群を楕円形のような境界線で囲う手法）で分類する。しかし、今回はそれぞれの漁港のもつ要素が数値データのみであったため、級区間で分けた際に用いた境界値に近似した数値の要素をもったサンプルが多数存在し、クラスター分析のような明確な境界線で囲うことができず、境界線を引く形となり、その境界線上やその線に沿って漁港がプロットされしまったために、漁港の分類を明確に行うことが困難であった。

境界線で分けた4分類についても、前述したように四方に散布されることなく、グラフ中央に集積する結果となった。グラフの中央にはカテゴリーⅠとして、窪地状の形で境界線が引かれているが、捉え方によってはカテゴリーⅣの境界線が $Z^2$ 軸のマイナス側からプラス側へ突き出た窪地としても考えられる。つまり、カテゴリーⅠの窪地状の部分は、カテゴリーⅣとしての性質をもった傾向が表れており、今回の分類方法でどちらに属するか判断を求められた場合にカテゴリーⅠとして含めた結果である。今後は、数値データでは表せない情報を含めたものをサンプルとして、級区間の境界を変化させるなどの試みを行い、特徴的なサンプルの傾向を把握・検討していく必要があると考える。

### **3. 既存漁港施設の多目的（高度）利用に関する意識調査**

漁港の新たな利用による分類を用いて、不動産的価値と合わせて漁港施設または漁港用地の多様な活用方策の整理を行うことを目的とし、漁業組合及び民間企業における漁港施設の多目的（高度）利用による事業参画への意識調査を行った。

#### **3-1. 民間事業者を対象とした事業参画への可能性の検討**

従来の漁港施設は、漁港の施設内容やそこに係る漁民に対する理解を抜きに何らかの活動に参加することは極めて困難であった。そこで、漁業に関連した法制度の改正・規制緩和等により漁港施設または漁港用地を多目的に利用できると仮定した上で、水産業および水産業以外の異業種の民間企業に対してアンケート調査を実施し、今後の漁港施設の多目的（高度）な利用を目的とした事業参画への可能性を検討した。

##### **(1) アンケート調査計画の検討**

###### **1) アンケート調査対象の検討**

「水産業」として水産加工・流通業者、マリナー業者（日本マリナー・ビーチ協会会員）、ゼネコン・マリコン（日本マリナー・ビーチ協会会員を主な企業とする）および「水産業以外の異業種」として飲食・レストラン業、旅館・ホテル業などの民間事業者 232 社に対してアンケート調査を実施した。なお、対象とする民間事業者は、経営体力のある企業に絞ることで、より事業参画への可能性が高まるものと判断し、各業種別に資本金の多い企業を経営体力のある企業として、四季報などを参考に選定した。アンケート調査対象の一覧を次頁以降に示す。

表 3.1 アンケート対象一覧（水産業）

水産加工・流通		マリーナ		ゼネコン	
No.	会社名	No.	会員名(マリーナ・ビーチ協会会員)	No.	会社名
1	株式会社マルハニチロホールディングス	1	一映マリーナ企画	1	若築建設㈱
2	日本水産株式会社	2	青森マリーナー	2	東洋建設㈱
3	東洋水産(株)	3	中田浜マリーナ	3	東亜建設工業㈱
4	ヨコレイ	4	㈱ラクスマリーナ	4	五洋建設㈱
5	OUGホールディングス(株)	5	エム・ジーマリーナ	5	鹿島建設㈱
6	株式会社極洋	6	浦安マリーナ	6	清水建設㈱
7	ニチモウ(株)	7	ニューポート江戸川	7	㈱大本組
8	中央魚類株式会社	8	東京湾マリーナ	8	㈱大林組
9	大都魚類株式会社	9	㈱リビエラリゾートシーボニアマリーナ	9	大成建設㈱
10	(株)ハウスイ	10	㈱リビエラリゾート逗子マリーナ	10	㈱不動テトラ
11	東都水産株式会社	11	KMC横浜マリーナ	11	技研興業㈱
12	(株)大水	12	シティマリーナ・ヴェラシス	12	株式会社長谷工コーポレーション
13	(株)ヨンキュウ	13	湘南サニーサイドマリーナ(株)	13	株式会社竹中工務店
14	築地魚市場株式会社(TSUKIJIUOICHIBA CO.,LTD) □	14	リバーポートマリーナ	14	大東建託株式会社
15	(株)なとり	15	油壺ヨットハーバー三崎マリン㈱	15	西松建設株式会社
16	(株)鐘崎	16	横浜ベイサイドマリーナ㈱	16	前田建設工業株式会社
17	株式会社魚力	17	青戸マリーナ	17	戸田建設株式会社
18	横浜丸魚(株)	18	三国マリーナ	18	株式会社鴻池組
19	株式会社小僧寿し本部	19	ファーストハーバーツルガ	19	株式会社奥村組
20	中部水産(株)	20	城光寺マリーナ	20	鉄建建設株式会社(鉄建)
21	はごろもフーズ(株)	21	折戸マリーナ	21	三井住友建設株式会社
22	一正蒲鉾(株)	22	㈱マリコム東海ヤマハマリーナ浜名湖	22	東急建設株式会社
23	中島水産株式会社	23	西浦シーサイドマリーナ	23	株式会社熊谷組
24	横浜魚類(株)	24	NTPマリーナ高浜	24	株式会社間組(ハザマ)
25	(株)大森屋	25	伊勢湾マリーナ	25	西武建設株式会社
26	角上魚類株式会社	26	V. O. C. 志摩ヨットハーバー		
27	第一水産株式会社	27	マリーナ河芸		
28	丸千千代田水産株式会社	28	ヤマハマリーナ琵琶湖		
		29	マリーナ雄琴		
		30	BSCウォータースポーツセンター		
		31	マリーナクラブリブレ		
		32	サントピアマリーナ		
		33	ウインドワードオーシャンクラブ		
		34	兵庫トヨタマリン㈱播磨マリーナ		
		35	㈱日本海マリーナ		
		36	ベルポート芦屋		
		37	ポートオブ岡山		
		38	デルタマリン江波マリーナ		
		39	ポートパーク広島		
		40	屋島マリーナ		
		41	マリーナ・ベラガス		
		42	ピアマリーナ高松		
		43	香川マリン㈱志度マリーナ		
		44	瀬戸マリーナ		
		45	(有)小松島マリーナ		
		46	四国マリン&モーターズ㈱内海マリーナ		
		47	太平洋マリン		
		48	福岡マリーナ		
		49	いまりマリーナ		
		50	マリーナ・アルパマ		

表 3.2 アンケート対象一覧（水産業以外の異業種）

飲食・レストラン		旅館・ホテル		医療・福祉	
No	会社名	No	会社名	No	会社名
1	日本マクドナルドホールディングス株式会社	1	株式会社ロイヤルホテル	1	株式会社メデカジャパン
2	西洋フード・コンパスグループ株式会社	2	株式会社ジェイアール東海ホテルズ	2	株式会社ハーフ・センチュリー・モア
3	ロイヤルホールディングス株式会社	3	藤田観光株式会社	3	株式会社ニチイ学館
4	株式会社モスフードサービス	4	東海観光株式会社	4	株式会社エスアールエル
5	株式会社ドトールコーヒー	5	大和リゾート株式会社	5	株式会社トーカイ
6	株式会社吉野家ホールディングス	6	ルートイングループ	6	株式会社アイロムホールディングス
7	株式会社ゼンショー	7	株式会社神戸ポートピアホテル	7	株式会社日本医療事務センター
8	株式会社木曽路	8	株式会社JALホテルズ	8	株式会社ビー・エム・エル
9	カッパ・クリエイティブ株式会社	9	株式会社ニューオータニ	9	株式会社新日本科学
10	株式会社どん	10	株式会社ホテル、ニューグランド	10	株式会社トランスジェニック
11	株式会社大庄	11	株式会社ホテルオークラ	11	マーチャント・バンカーズ株式会社
12	株式会社サイゼリヤ	12	ワシントンホテル株式会社	12	株式会社メッセージ
13	スターバックスコーヒージャパン株式会社	13	カラカミ観光株式会社	13	株式会社ファルコバイオシステムズ
14	株式会社王将フードサービス	14	株式会社名古屋観光ホテル	14	シミツク株式会社
15	日本ケンタッキー・フライド・チキン株式会社	15	ザ・テラスホテルズ株式会社	15	株式会社麻生
16	株式会社松屋フーズ	16	森観光トラスト株式会社	16	株式会社ジャパンケアサービスグループ
17	株式会社サガミチェーン	17	株式会社帝国ホテル	17	株式会社日本ケアサプライ
18	株式会社グルメ軒屋	18	株式会社京王プラザホテル	18	株式会社ジーエヌアイ
19	サト レストランシステムズ株式会社	19	株式会社パレスホテル	19	イーサポートリンク株式会社
20	株式会社コロワイド	20	パークタワーホテル株式会社	20	株式会社メディネット
21	テナアライド株式会社	21	株式会社東急ホテルズ	教育	
22	株式会社リンガーハット	22	株式会社京都ホテル	No	企業名
23	株式会社サッポロライオン	23	株式会社ナゴヤキャッスル	1	株式会社ベネッセコーポレーション
24	ワタミ株式会社	24	株式会社鴨川グランドホテル	2	株式会社進学会
25	株式会社ワンダーテーブル	25	株式会社東横イン	3	株式会社ナガセ
26	株式会社ハークスレイ	26	株式会社ニュースカイホテル	4	株式会社秀英予備校
27	株式会社フレンドリー	27	株式会社旅籠屋	5	株式会社栄光
28	日清医療食品株式会社	28	株式会社東急リゾートサービス	観光	
29	株式会社あきんどスシロー	29	日和山観光株式会社	No	企業名
30	株式会社プレナス	30	株式会社阪急阪神ホテルズ	1	近畿日本ツーリスト株式会社
31	株式会社京樽	31	株式会社ホテルオークラ東京	2	株式会社エイチ・アイ・エス(HIS)
32	オリジン東秀株式会社	32	株式会社グリーンズ	3	株式会社日本旅行
33	株式会社ココスジャパン	33	ハートンホテルサービス株式会社	4	トップツアー株式会社
34	株式会社安楽亭	34	野口観光株式会社	5	JTBグループ(ジェイティービーグループ)
35	株式会社セブン&アイ・フードシステムズ	35	株式会社山の上ホテル		
36	株式会社アトム	36	日本ビューホテル株式会社		
37	株式会社サンデーサン	37	富士屋ホテル株式会社		
38	株式会社モンテローザ	38	株式会社東京ドーム・リゾートオペレーションズ		
39	株式会社幸楽苑	39	株式会社星野リゾート		
40	株式会社東天紅	40	株式会社ホテルニューアカオ		
41	株式会社あみやき亭	41	株式会社加森観光本社		
42	株式会社梅の花	42	株式会社ホテルグランヴィア大阪		
43	株式会社三光マーケティングフーズ	43	アパホテル株式会社		
44	株式会社グリーンハウス	44	ビジョンクリエイティブ株式会社		
45	株式会社くらコーポレーション	45	株式会社プリンスホテル		
46	エームサービス株式会社	46	IHG・ANA・ホテルズグループジャパン合同会社		
47	株式会社ライフフーズ	47	株式会社ユニマツリパティナー		
48	株式会社ダイナック	48	リステルホテルズ(長治観光株式会社)		
49	株式会社サンマルクホールディングス	49	株式会社クア・アンド・ホテル		
50	株式会社さかい				

## 2) アンケート調査票の作成

アンケート調査の実施にあたり、以下に示すアンケート調査票および別紙を作成した。

<p><b>漁港の既存ストックを活用した事業への参画に関する意識調査</b></p> <p style="text-align: right;">日本大学理工学部海洋建築工学科</p> <p><b>【調査目的】</b></p> <p>近年、全国の漁港では、漁協の合併、漁獲量の減少、漁業担い手の減少・高齢化の進行等により、利用が低下した漁港施設がみられる状況にあります。また、これまで整備された漁港施設のストック量は相当規模あり、それらの多くが耐用年数を迎えることから、今後既存施設の更新需要が増大することが予想されています。これらの漁港施設は、漁業者のみならず広く国民にとっても有用な既存ストックであることから、これらの有効な活用が求められています。</p> <p>このような現状を背景に、水産庁では、全国に約 3000 ある漁港の既存ストックを有効に活用するため、国庫補助事業により整備した漁港施設用地の民間事業者等による整備・運営などの規制緩和を図ろうとしています。一方、民間企業においては、所有不動産について「企業価値向上」の観点から経営戦略的視点に立って見直しを行い、不動産投資の効率性を最大限に向上させていこうとする取り組みが進められています。</p> <p>そこで本調査では、漁港の新たな利用による分類を用いて不動産的価値と合わせて漁港施設または漁港用地の多様な活用方策の整理を行うことを目的とし、漁業組合及び民間企業における漁港施設の多目的・高度な利用を目的とした事業参画への意識調査を行っております。</p> <p>なお、本アンケートでは<u>漁業に関連した法制度の改正・規制緩和等により漁港施設または漁港用地を多目的に利用することができる</u>と仮定した上でご回答いただき、漁港の活用に対する皆様の自由なご意見をお聞きしたいと思っております。</p> <p>ご多忙中に申し訳ありませんが、趣旨をご理解の上、アンケートにご回答いただき、<u>2010年2月19日（金）</u>までに郵送または <u>FAX</u>にてご返送をお願い致します。</p> <p>なお、本アンケート調査結果は貴社名やその内容の個別が公表されるものではありません。</p>
<p><b>【問い合わせ先】</b></p> <p>調査機関：日本大学理工学部海洋建築工学科 近藤・山本研究室 担当者名：大学院1年 加藤 教員名：近藤 健雄（教授）、山本 和清（専任講師） 連絡先：〒274-0063 千葉県船橋市習志野台 7-24-1 1346A 教室 TEL/FAX 047-469-5483</p>

図 3.3 民間事業者対象アンケート調査票（1）

## 前提条件

本アンケートでは、漁業に関連した法制度（水産基本法、漁業法、漁港漁場整備法等）の改正・規制緩和及び漁業関係者の協力等により、漁港施設または漁港用地の利用における自由度が増し（利用特許等が認められた等）、漁港を多目的に活用できると仮定した上で以下の設問にお答えください。現段階における様々な制約にとらわれることなく、皆様の自由で率直なご意見をお聞かせ願います。なお、ほぼ全ての設問が選択方式となっていますので、貴社のお考えに最も近いものを選び、項目に○を付けてください。

問1. 上記のような前提条件があった場合、漁港施設または漁港用地を活用した事業への新規参入の意思はありますか。

- 1.ある
- 2.ない
- 3.既に参入している

1.「ある」、3.「既に参入している」とお答えいただいた方は問3にお進みください。

2.「ない」とお答えいただいた方は問2へお進みください。

問2. 参入への意識が「ない」とご回答いただいた理由をお聞かせください。（複数回答可）

- 1.漁港における事業規模がなく、ノウハウが不足している
- 2.採算が得られにくい（需要・事業規模が小さい、後背地人口が少ない・都市から遠いイメージ等）
- 3.法制度上の問題（わかりにくい、用地・水面利用の制限等）
- 4.インフラ（道路・下水道等）の整備が遅れている
- 5.社会的立地環境にそぐわない
- 6.人情・風土にそぐわない
- 7.主要交通ルートから外れている
- 8.土地利用上の問題（制約条件、土地利用の改変が難しい、居住ができない等）
- 9.アセットマネジメント上のメリットが薄い
- 10.土地の証券化が難しい
- 11.人間関係が複雑である
- 12.気象海象条件から通年利用が難しい
- 13.水産物等の安定供給が難しい
- 14.ビジネス・マネジメントのプロデューサー等の人材の確保・育成が難しい
- 16.新規分野に関する情報が不足している
- 17.水産関連の技術開発が未発達である
- 18.事業規模が過大である
- 19.漁業活動を阻害する
- 20.参入に対しての意欲・興味がない
- 21.その他（具体的に： \_\_\_\_\_ )

図3.4 民間事業者対象アンケート調査票（2）

問3. 貴社ではどのような事業をお考えですか（または現在行っていますか）。最も意欲のあるまたは興味のある項目を以下の中から1つお選びください。

- 1.漁港関連施設[外郭施設（防波堤等）、係留施設（岸壁、棧橋等）、荷捌き施設、冷蔵・製氷・冷凍施設、水産加工施設、水産物卸売場、公園、緑地等]の指定管理または業務受託
- 2.駐車場の整備・管理運営
- 3.人工海浜、親水護岸等の整備・管理運営
- 4.マリーナ（プレジャーボート係留・保管施設）の整備・管理運営
- 5.海の駅・道の駅（地域情報センター、地場産品販売所、休憩所、軽食喫茶）
- 6.魚釣り施設、漁業体験施設、キャンプ場、バーベキュー場等の整備・管理運営
- 7.プール、温浴施設等の整備・管理運営
- 8.水産物等地元特産品の飲食・販売施設（フィッシャーマンズワーフ等）の整備・管理運営
- 9.カフェ、レストラン等の整備・管理運営
- 10.コンビニ、スーパー、アウトレットモール等の整備・管理運営
- 11.アミューズメント施設（パチンコ、ゲームセンター、テーマパーク等）
- 12.宿泊施設（ホテル、旅館等）の整備・管理運営
- 13.宅地（土地、戸建住宅、集合住宅等）の整備
- 14.公共施設（学校、体育館、図書館、公民館、研修センター等）の整備・管理運営
- 15.工場・事業所（事務所、配送センター、資材置き場等）の整備・管理運営
- 16.医療・福祉施設の整備・管理運営
- 17.発電施設（風力発電事業、太陽光発電事業等）の整備・管理運営
- 18.観光施設（リゾート事業、ダイビング事業、遊覧船業、遊漁船業）の整備・管理運営
- 19.その他(事業の具体的な内容： )

問4. 問3でその事業を選択した理由を以下の項目から1つお選びください。

- 1.自社の得意な分野であるから
- 2.ウォーターフロントを空間資源として（景観・水面の利用等）最大限に利用したいから
- 3.都市近傍で残された唯一の高度利用可能な空間資源だから
- 4.アセットマネジメント上のメリットが高い土地資産だから
- 5.他者の参入が少なく、独占的に権利を行使できるから
- 6.ビジネス上、白地の空間だから
- 7.漁業組合員だから
- 8.静脈流施設（迷惑施設等）が立地しやすいから
- 9.教育並びに人材育成のため
- 10.雇用機会の創出のため
- 11.伝統文化の継承のため
- 12.新たな事業展開の分野（事業）として考えられているうちの1つだから
- 13.水産物のブランド力（江戸前寿司、越前ガニ、関前サバ、明石タコ等）を活用したいから
- 14.漁港で水揚げされた水産物を提供することができるから
- 15.その他(具体的な内容： )

図3.5 民間事業者対象アンケート調査票（3）

問5. 問3で選択した事業を行うにあたって、事業目的・規模等に適した漁港が具体的にありますか。

- 1.ある
- 2.ない

1.「ある」とお答えいただいた方は問6にお進みください。  
2.「ない」とお答えいただいた方は問7へお進みください。

問6. もし興味があるあるいは具体的な事業計画がイメージできる漁港がありましたら、以下にお書きください。

都道府県	市町村区	漁港
都道府県	市町村区	漁港
都道府県	市町村区	漁港

問7. 貴社の考える事業に適している条件（漁港の特性）について以下の項目からお選びください。なお、問6で漁港名をお答えいただいた方は、当該漁港の特性として事業に適していると思う項目をお選びください。（複数回答可）

- 1.大都市に近接している
- 2.大都市からのアクセス（高速、空港、鉄道、フェリー、高速バス）が容易である
- 3.人口集積都市（政令指定都市・県庁所在地・地方中核都市）に近接している
- 4.人口集積都市からのアクセスが容易である
- 5.過疎地域に立地しているため、行政・組合・住民の協力が得やすい
- 6.離島（孤立性のある地域）に立地しているため、利害関係者が少ない
- 7.後背地人口が多い
- 8.後背地人口が少ない
- 9.漁業者の協力が得られる
- 10.地権者が少ない
- 11.漁港におけるインフラ（道路・下水等）整備が整っている
- 12.広大な用地が確保できる
- 13.広大な水域（泊地）が確保できる
- 14.水産物の安定供給が受けられる（当該漁港の水揚げ量が大い）
- 15.地域特有の水産物（ブランド魚種等）があるから
- 16.地域特有の漁具・漁法があるから
- 17.魅力ある自然環境を有している
- 18.魅力ある観光資源を有している
- 19.当該漁港の立地する地域の知名度が高い
- 20.当該漁港自体の知名度が高い
- 21.その他（具体的に： \_\_\_\_\_）

図3.6 民間事業者対象アンケート調査票（4）



## 漁港における既存ストック活用事例

鋸南町保田漁協直営 お食事処「ばんや」

保田漁港（千葉県安房郡鋸南町）

平成7年から漁協しか持ち得ない海や水産資源を活用して一次産業と三次産業を合わせた「海業」【魚食普及食堂「ばんや」】と共に都市漁村交流の先進地域として多くの視察を受け入れている。集客では、観光バスの受入れや最寄駅からのバスでの送迎に加え、陸上だけでなく海側からの来場の受入れを行うビジターバスを設け、年間2000隻以上の利用がある。最近では、来場者数の増加に伴い、農山漁村活性化プロジェクト支援交付金によって完全予約制の「第3ばんや」が設置された。



みちの駅 「萩しーまーと」

萩漁港（山口県萩市）

当施設には、鮮魚や海産物店、一般食品など17店舗の他に、海鮮料理を専門とするレストラン3店の計19店舗が入居しているほか、萩の食に関する情報や観光情報を自由に検索できる情報ターミナル、大型駐車場（71台収容）を併設している。2002年3月には、「萩しーまーと」の海側に水産卸売市場の整備を行った。開業年である2001年度の入館者数は約150万人を数え、そのうち約9割が山口県内から訪れており、萩市全体の観光客数の増加に寄与している。

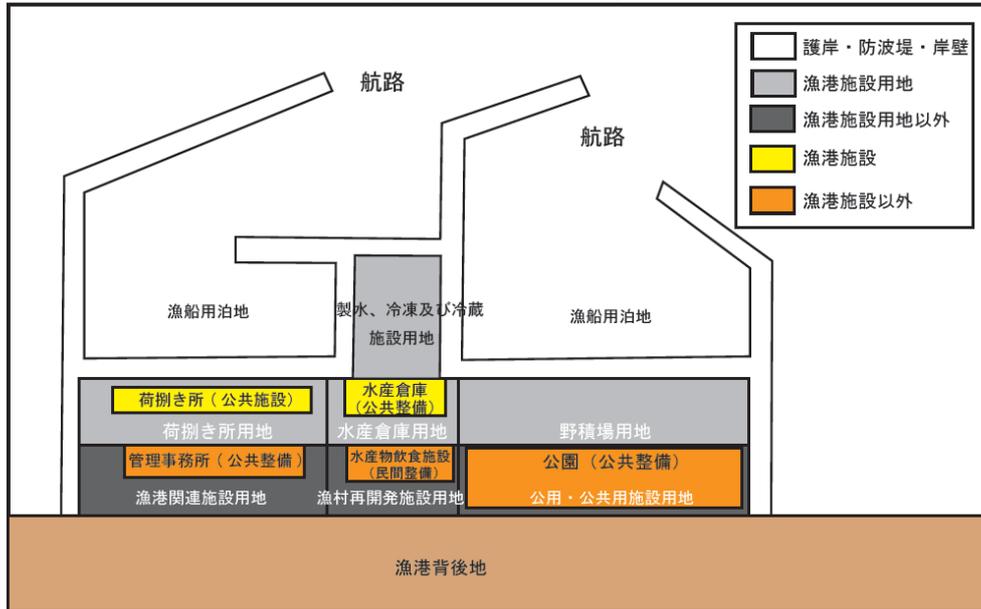


別紙-1

図3.8 民間事業者対象アンケート調査票別紙（1）

漁港の既存ストックの活用イメージ

〔既存の漁港イメージ〕



〔規則緩和策の活用による漁港の既存ストックの活用イメージ〕

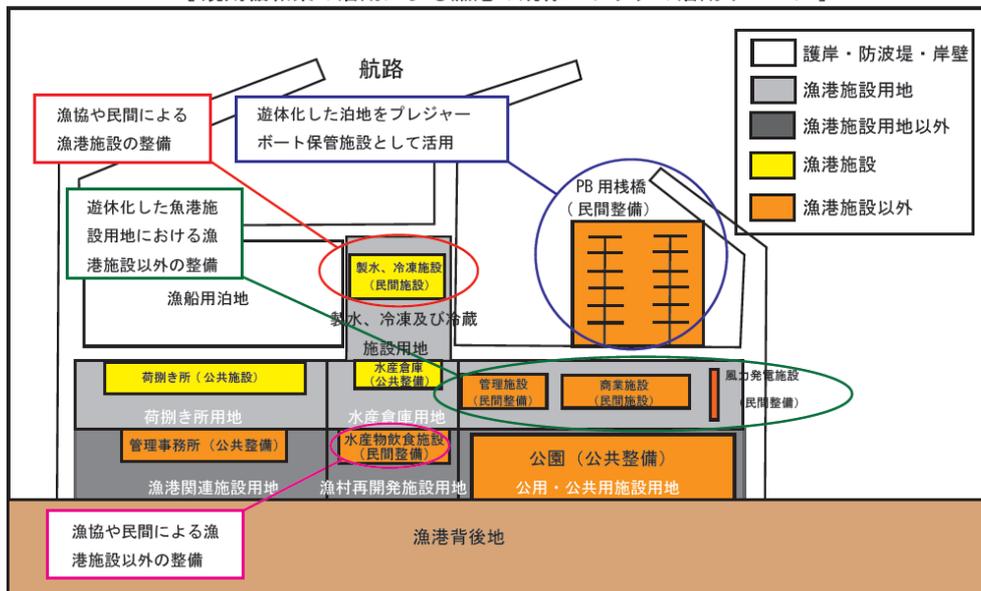


図 3.9 民間事業者対象アンケート調査票別紙 (2)

## 漁港における用地及び施設の詳細

用地名	施設名
荷捌き所用地	荷捌き所
製氷、冷凍及び冷蔵施設用地	冷蔵・製氷・貯氷・冷凍施設
加工場用地	加工場・天日加工場
野積場用地	なし(更地)
水産倉庫用地	水産倉庫・共同作業場
漁具保管修理施設用地	漁具干場(更地)、漁具倉庫
畜養施設用地	畜養施設
漁船保管施設用地	船置場(更地)、船小屋
漁船修理場用地	漁船修理場
漁港 施設 用地	駐車場
給水・給水・給油・給電施設用地	給水・給水・給油・給電施設
水産種苗生産移設用地	種苗生産施設、中間育成施設、親魚養成施設、養殖用餌料冷蔵庫、モイストペレット製造施設、共同作業場、貝殻粉碎、斃死魚焼却施設等
養殖用餌料保管調製施設用地	
廃棄物処理施設用地	
漁港環境整備施設用地	広場、植栽、休憩所、人工ビーチ、親水護岸、親水テラス、魚釣り施設
漁港厚生施設用地	宿泊所、浴場、体育館、プール
漁港管理施設用地	管理事務所、漁港管理用資材倉庫、船舶保管施設、その他の漁港の管理のための施設
漁港浄化施設用地	浄化施設
漁業用通信施設用地	陸上無線電信、陸上無線電話及び気象信号所
漁港浄化施設用地	公害防止のための導水施設その他の浄化施設
廃油処理施設用地	廃油処理施設
廃船処理施設用地	廃船破碎焼却施設
ヘリポート用地	ヘリポート
漁港関連施設用地	事務所、加工場
公用・共用施設用地	保育園、公民館、資料館、博物館、文化センター、消防署、公園等、体験学習施設
漁村再開発施設用地	フィッシャリーナ、水産物飲食施設、分譲漁民住宅
残土処理用地	浚渫土によって埋立造成された土地
廃棄物処理用地	水産廃棄物によって埋立造成された土地

図 3.10 民間事業者対象アンケート調査票別紙(3)

漁港施設の分類

	分類	施設名等
基本施設	外郭施設	防波堤, 防砂堤, 防潮堤, 導流堤, 水門, 閘門, 護岸, 堤防, 突堤及び胸壁
	係留施設	岸壁, 物揚場, 係留浮標, 係船くい, 棧橋, 浮棧橋, 及び船揚場
	水域施設	船路及び泊地
機能施設	輸送施設	鉄道, 道路, 駐車場, 橋, 運河及びヘリポート
	船行補助施設	船路標識並びに漁船の入出港のための信号施設及び証明施設
	漁港施設用地	各種漁港施設の敷地
	漁船漁具保全施設	漁船保管施設, 漁船修理場及び漁具保管修理施設
	補給施設	漁船のための給水, 給氷, 給油及び給電施設
	増殖及び養殖用施設	水産種苗生産施設, 養殖用餌料保管調製施設, 養殖用作業施設及び廃棄物処理施設
	漁獲物の処理, 保蔵及び加工施設	荷捌き所, 荷役機械, 畜養施設, 水産倉庫, 野積場, 製氷, 冷凍及び冷蔵施設並びに加工場
	漁業用通信施設	陸上無線電信, 陸上無線電話及び気象信号所
	漁港厚生施設	漁港関係者の宿泊所, 浴場, 診療所その他の福利厚生施設
	漁港管理施設	管理事務所, 漁港管理用資材倉庫, 船舶保管施設その他の漁港管理のための施設
	漁港浄化施設	公害の防止のための導水施設その他の浄化施設
	廃油処理施設	漁船内において生じた廃油の処理のための施設
	廃船処理施設	漁船の破砕その他の処理のための施設
	漁港環境整備施設	広場, 植栽, 休憩所その他の漁港の環境のための施設

漁港・漁場・漁村の概念図

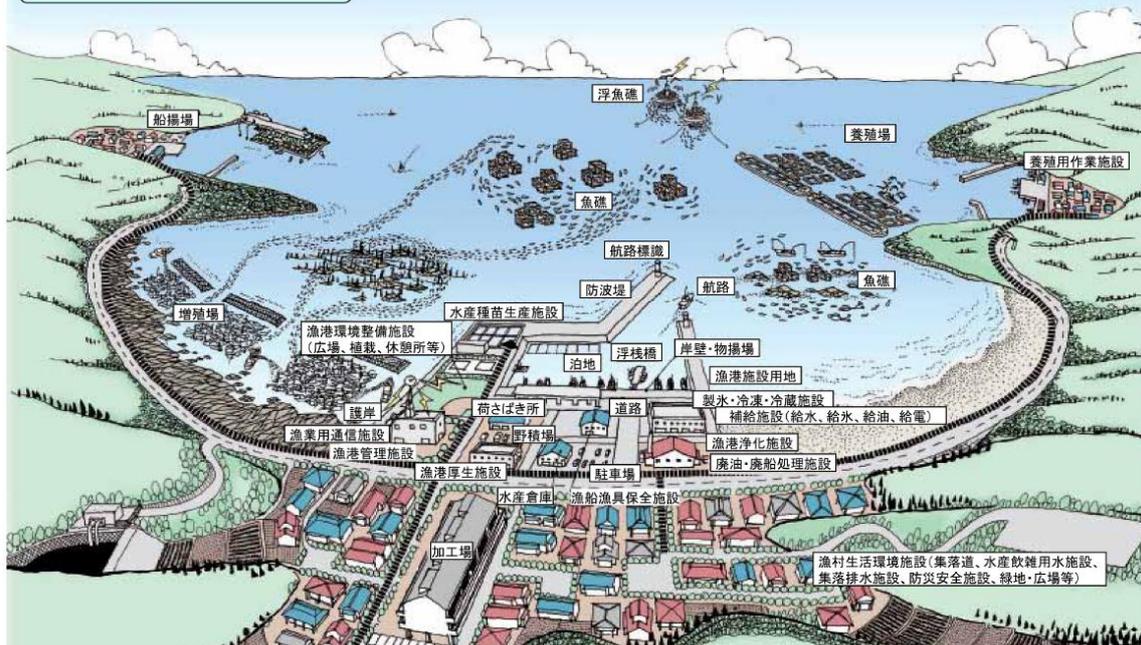


図3.11 民間事業者対象アンケート調査票別紙(4)

## (2) アンケート調査結果の整理

水産業および水産業以外の異業種の民間企業に対して実施したアンケート調査の実施概要について以下について示す。また、アンケート調査結果については整理したものを次頁以降に示す。

表 3.1 2 民間事業者対象アンケートの実施概要

アンケート実施対象	全国の民間事業者 水産加工・流通関連事業者28社、マリーナ関連事業者50社、建設関連事業者25社、 飲食・レストラン関連事業者50社、ホテル関連事業者50社、観光関連事業者5社、 医療、福祉関連事業者20社、教育関連事業者5社 計232社
アンケート実施方法	郵送により配布し、郵送もしくはFAXにより回収
アンケート実施期間	平成21年12月11日(発送)から平成22年1月8日(締切)
アンケート配布数	232社
アンケート回収数	43社(回収率19%)
有効回答数	39社(有効回答率91%)

### 1) 漁港施設を活用した新たな事業参入への意思について

約4割弱の民間事業者が、漁港施設を活用した事業参画への意思があると回答した。参入への意思が「ある」または「既に参入している」と回答した16社のうち、マリーナ事業者が11社と、既に沿岸域に立地し、船舶等の利用を主体に事業を行っている事業者の回答率が目立ったが、ゼネコンや飲食・レストラン業者もわずからながら回答していることから、今後、水産業以外の異業種の民間事業者による新たな事業展開への期待ができるのではないだろうか。

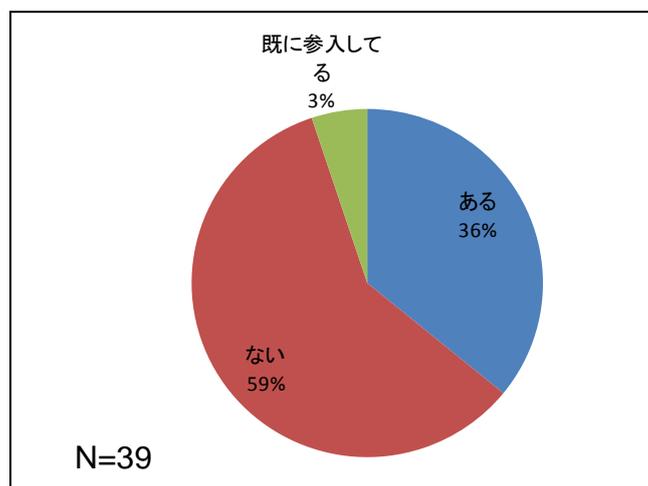


図3.13 漁港施設を活用した新たな事業参入への意思

#### ・「ある」と回答した企業（14社）の業種別内訳

マリーナ：9社、ゼネコン3社、飲食・レストラン1社、水産加工1社

#### ・「既に参入している」と回答した企業（2社）の業種別内訳

マリーナ：2社

## 2) 事業参入への意思がない要因について

最も回答が多かった「参入に対しての意欲・意思がない」(12件)に次いで、「ノウハウが不足している」(9件)や「採算性が得られにくい」(9件)という回答が得られた。また、「法制度上の問題」(6件)や「新規分野に関する情報が不足している」(4件)という回答があったことから、現時点で民間事業者にとって漁港施設を活用した事業または漁港自体の認識が薄いことが考えられる。

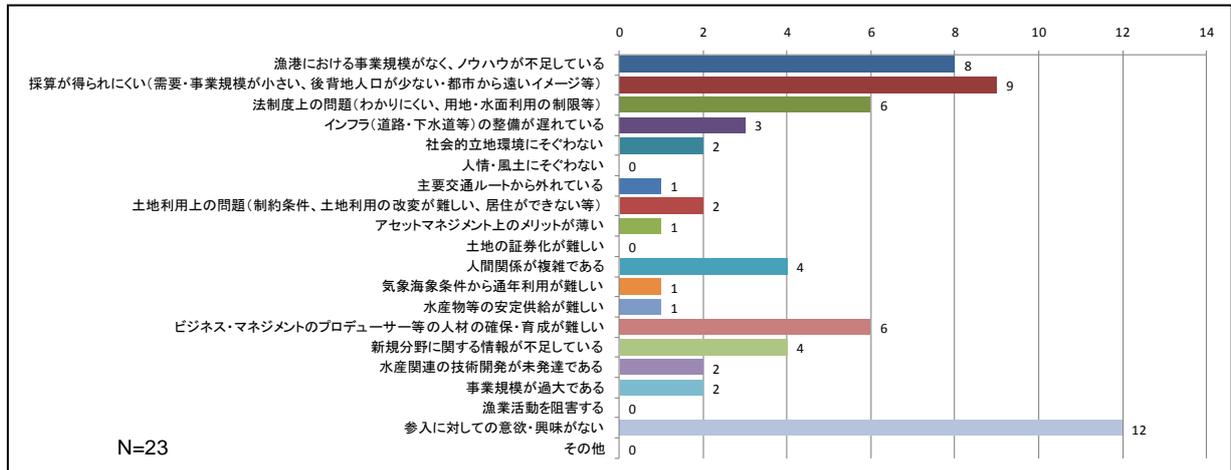


図 3.14 事業参入への意思がない要因

### 3) 意欲・興味のある事業内容について

「マリーナの整備・管理運営」(8件)が最も多く回答を得られ、これは回答者の割合としてマリーナ事業者が多数を占めたことに起因していると考えられるが、「観光施設の整備・管理運営」(4件)、「人工海浜、親水護岸の整備・管理運営」、「海の駅・道の駅」、「カフェ、レストラン等の整備・管理運営」(各3件)が次に多く挙げられ、地域住民や来訪者が訪れるような観光産業を活かした事業展開への意欲がうかがえる。

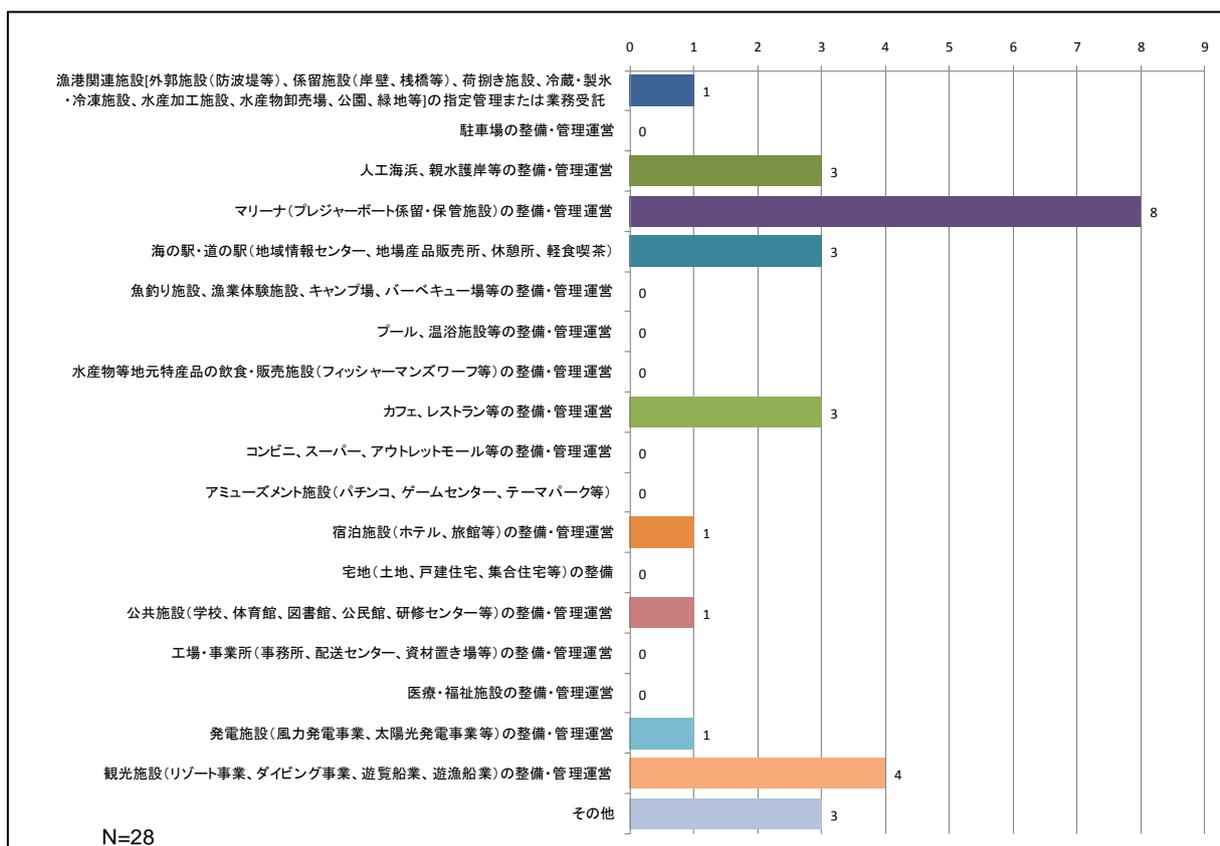


図 3.15 意欲・興味のある事業内容

#### 4) 前設問で意欲・興味のある事業内容を選択した理由について

「自社の得意な分野であるから」(21件)とした企業が圧倒的に多く、現在自社で行っている事業のノウハウを活かして漁港施設の活用を図ろうと考えていると思われる。わずかながらではあるが、一部の企業では「新たな事業展開の分野として考えられている」(2件)という回答があり、漁港施設を活用した事業展開への認識があることが推測される。

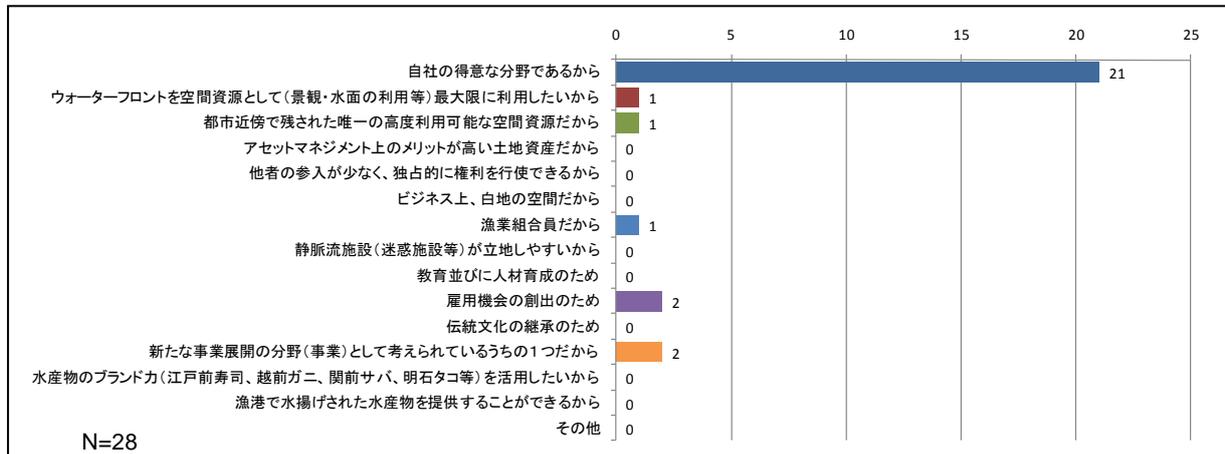


図 3.16 意欲・興味のある事業内容を選択した理由

#### 5) 現時点で考えられる事業目的・規模に適した漁港の有無について

約2割の企業が「ある」(6件)と回答し、回答した事業者の全てがマリナー事業者であった。現時点で沿岸域での事業展開や活動を行っていない事業者にとっては、漁港に関する情報は未だ不足していると考えられる。各事業者が考える事業展開に適した漁港については次頁に示す。

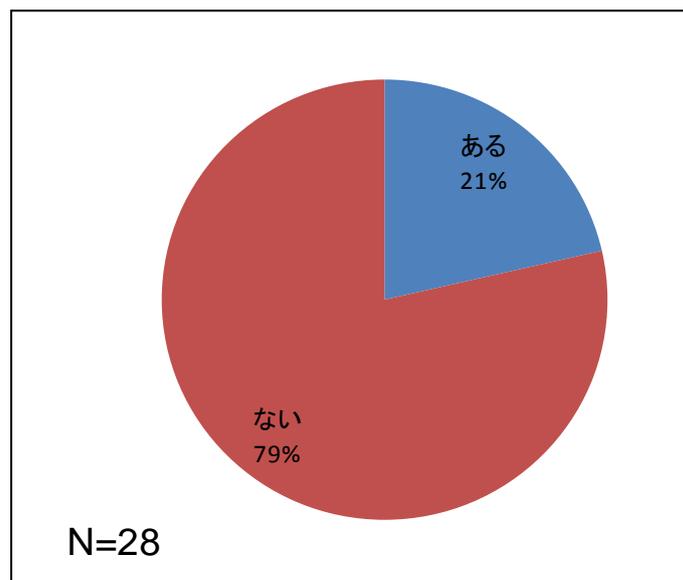


図 3.17 事業展開に適した漁港の有無

## 6) 前設問で回答した具体的な漁港名について

表 3.18 事業展開に適した漁港 (5 漁港)

漁港名	所在地	問3(意欲・興味のある事業)の選択肢
福間漁港	福岡県福津市	4.マリーナ (プレジャーボート係留・保管施設) の整備・管理運営
新湊漁港	富山県新湊市	18.観光施設 (リゾート事業、ダイビング事業、遊覧船業、遊漁船業) の整備・管理運営
佐島漁港	神奈川県横須賀市	5.海の駅・道の駅 (地域情報センター、地場産品販売所、休憩所、軽食喫茶)
麻生漁港	茨城県行方市	4.マリーナ (プレジャーボート係留・保管施設) の整備・管理運営
堅田漁港	滋賀県大津市	5.海の駅・道の駅 (地域情報センター、地場産品販売所、休憩所、軽食喫茶)

※「最寄り I.C までの時間」と「最寄り駅までの時間」は、評価が高いほど時間が短い。

※漁港名 (グラフ上部) の括弧内は従来の漁港種別を示す。

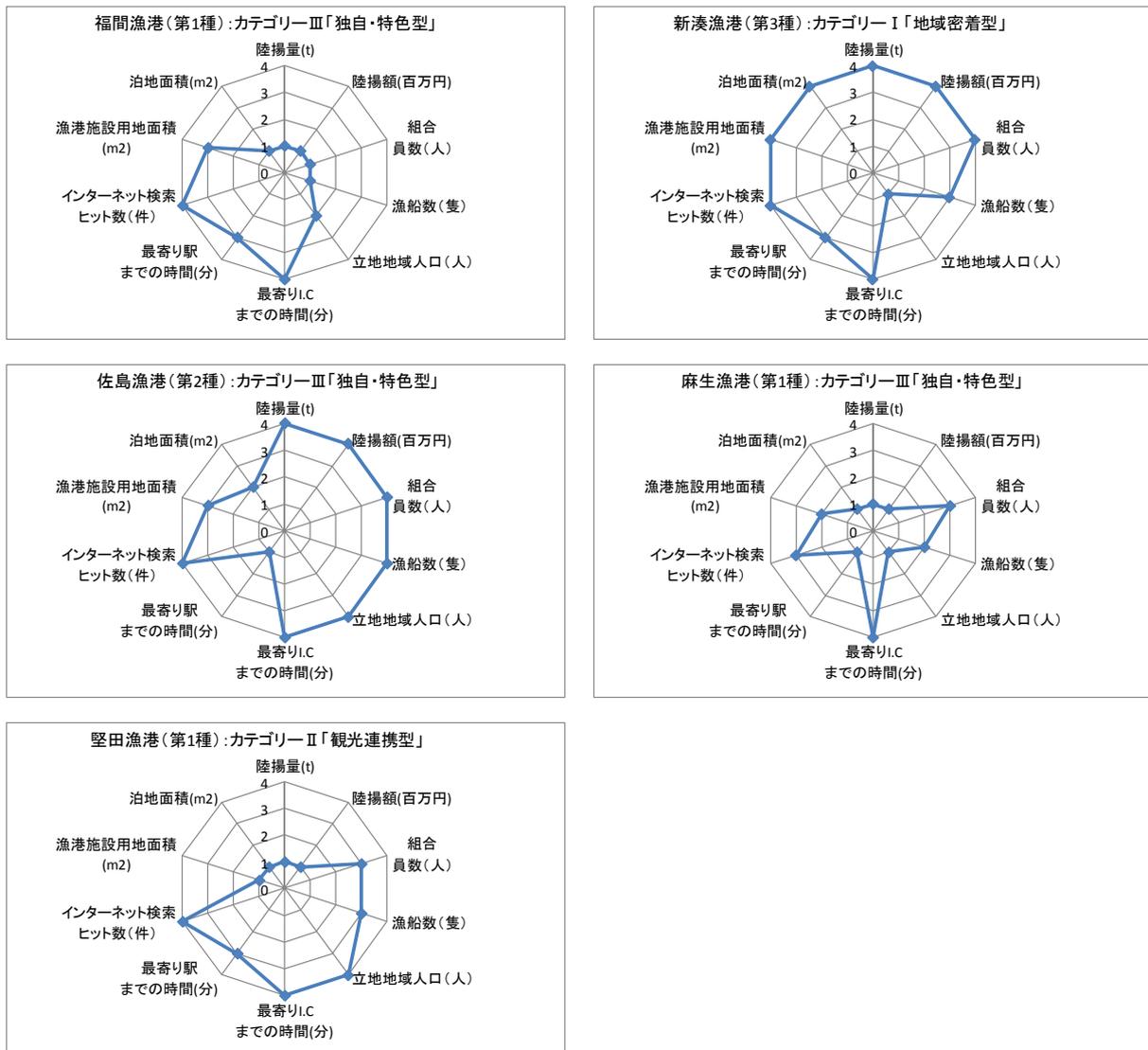


図 3.19 事業展開に適した漁港のレーダーチャート

## 6) 事業展開を行う際の条件（漁港の特性）について

「大都市からのアクセスが容易である」（13件）、「人口集積都市からのアクセスが容易である」（11件）といった点から、主要都市から距離が近く、もしくは何らかの交通手段が整っている立地性を持った都市型漁港などを事業展開の対象地として考えている企業が多いと考えられる。また、「魅力ある観光資源を有している」（12件）、「魅力ある自然環境を有している」（10件）などから、漁港という独特な地域性やウォーターフロント特有の資源を活用した事業展開の可能性が期待できるのではないかと考えられる。

一方で、「漁業者の協力が得られる」（9件）、「漁港におけるインフラ整備が整っている」（9件）など、事業展開には民間事業者の努力だけでなく、漁業者および行政側からの協力・支援が必要であり、両者の役割は非常に重要であると考えられる。

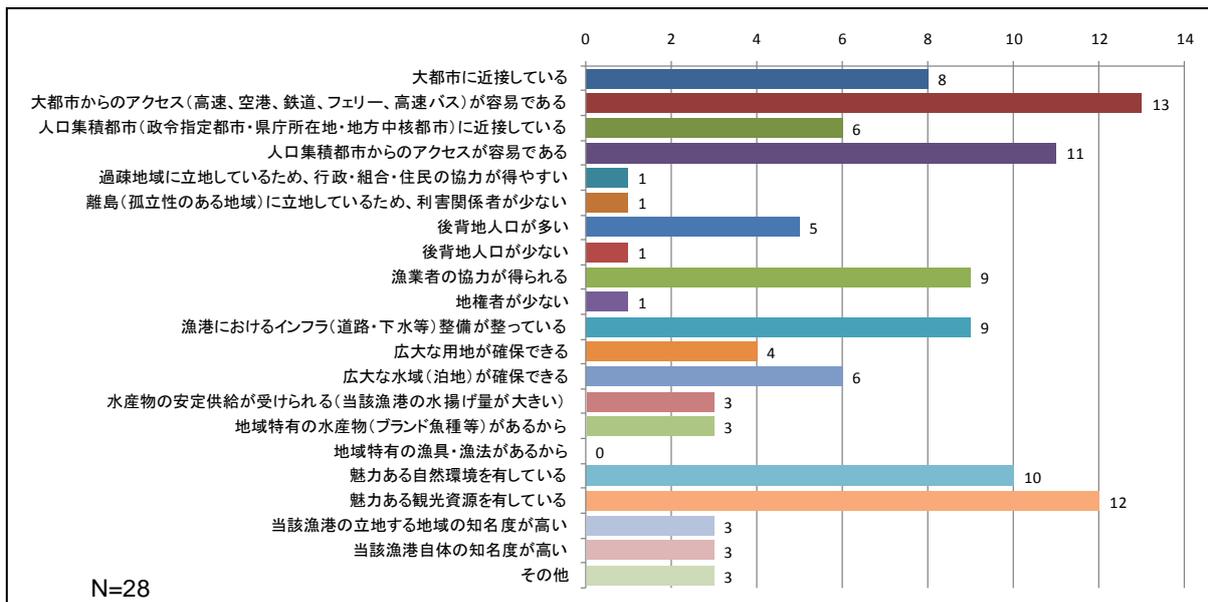


図 3. 20 事業展開を行う際の条件（漁港の特性）

## 7) 事業計画地を想定した場合の妥当な坪単価価格

「当該漁港における漁協または自治体との協議の上で決定」（15件）と回答した企業がほとんどであったが、「わからない」（5件）という回答も考慮すると、民間事業者にとって漁港の不動産的価値としての位置づけは未知数であるのではないかと考えられる。

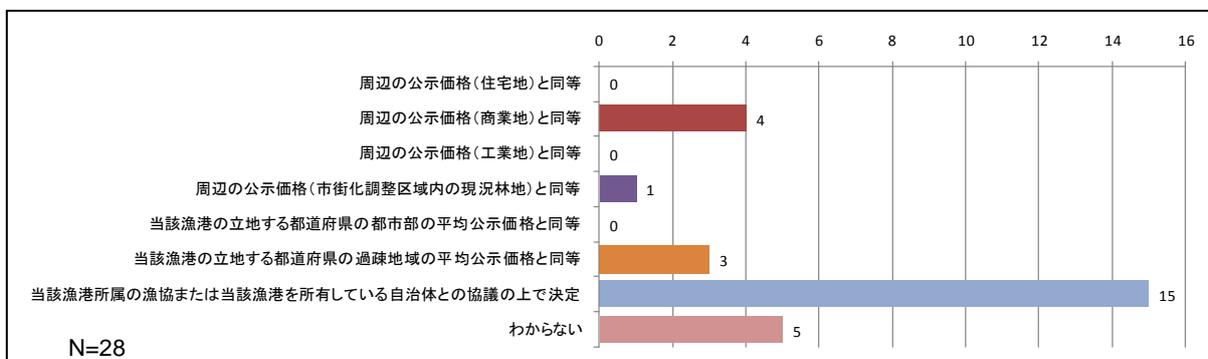


図 3. 21 事業計画地の妥当な坪単価価格

### 8) 事業展開後に期待する企業価値向上の効果について

「経済的利益の享受」(24件)の回答が最も多く挙げられたが、「CSR活動への貢献による企業イメージの向上」(12件)や「国からのインセンティブの付与による信用度の向上」(8件)など、民間事業者としては利益とは別に副次的な効果も期待していると考えられる。

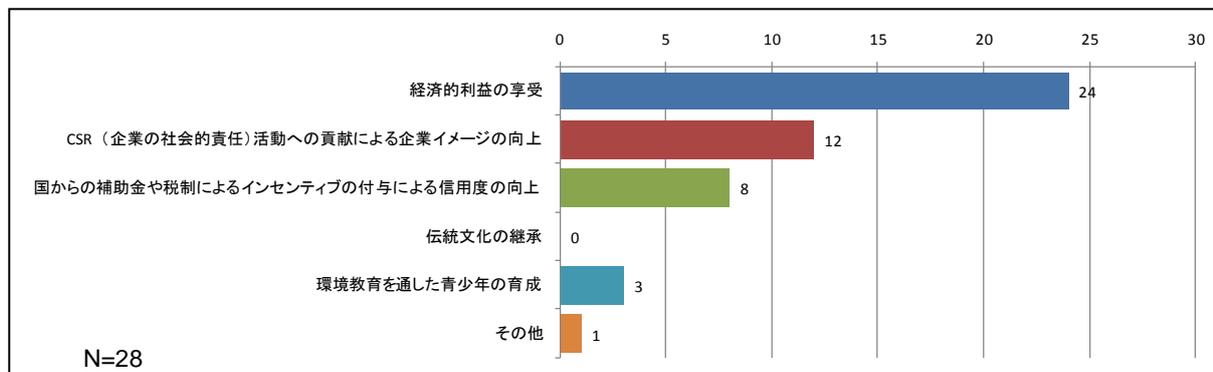


図 3.22 事業展開後に期待する企業価値向上の効果

### **3-2. 漁業者を対象とした事業参画への可能性の検討**

漁港および漁港施設を活動の拠点に、生産者として営んでいる漁業者（漁業協同組合連合会の参事以上）に対してアンケート調査を実施した。

#### **(1) アンケート調査計画の検討**

##### **1) アンケート調査対象の検討**

調査対象は、千葉県漁業協同組合連合会および大阪府漁業協同組合連合会の参事以上の計 53 名とした。

## 2) アンケート調査票の作成

アンケート調査の実施にあたり、以下に示すアンケート調査票および別紙を作成した。  
なお、別紙については民間事業者に送付した内容と同一のため、省略した。

<p>漁港の既存ストックを活用した事業への参画に関する意識調査</p> <p style="text-align: right;">日本大学理工学部海洋建築工学科</p> <p><b>【調査目的】</b></p> <p>近年、全国の漁港では、漁協の合併、漁獲量の減少、漁業担い手の減少・高齢化の進行等により、利用が低下した漁港施設がみられる状況にあります。また、これまで整備された漁港施設のストック量は相当規模あり、それらの多くが耐用年数を迎えることから、今後既存施設の更新需要が増大することが予想されています。これらの漁港施設は、漁業者のみならず広く国民にとっても有用な既存ストックであることから、これらの有効な活用が求められています。</p> <p>このような現状を背景に、水産庁では、全国に約 3000 ある漁港の既存ストックを有効に活用するため、国庫補助事業により整備した漁港施設用地の民間事業者等による整備・運営などの規制緩和を図ろうとしています。一方、民間企業においては、所有不動産について「企業価値向上」の観点から経営戦略的視点に立って見直しを行い、不動産投資の効率性を最大限に向上させていこうとする取り組みが進められています。</p> <p>そこで本調査では、漁港の新たな利用による分類を用いて不動産的価値と合わせて漁港施設または漁港用地の多様な活用方策の整理を行うことを目的とし、漁業組合及び民間企業における漁港施設の多目的・高度な利用を目的とした事業参画への意識調査を行っております。</p> <p>なお、本アンケートでは漁業に関連した法制度の改正・規制緩和等により漁港施設または漁港用地を多目的に利用することができるかと仮定した上でご回答いただき、漁港の活用に対する皆様の自由なご意見をお聞きしたいと思っております。</p> <p>ご多忙中に申し訳ありませんが、趣旨をご理解の上、本アンケートにご協力いただきますようお願い致します。</p> <p>なお、本アンケート調査結果は貴漁協名やその内容の個別が公表されるものではありません。</p>
<p><b>【問い合わせ先】</b></p> <p>調査機関：日本大学理工学部海洋建築工学科 近藤・山本研究室 担当者名：大学院 1 年 加藤 教員名：近藤 健雄（教授）、山本 和清（専任講師） 連絡先：〒274-0063 千葉県船橋市習志野台 7-24-1 1346A 教室 TEL/FAX 047-469-5483</p>

図 3. 2 3 漁業者対象アンケート調査票（1）

## 前提条件

本アンケートでは、漁業に関連した法制度（水産基本法、漁業法、漁港漁場整備法等）の改正・規制緩和及び各自治体の協力等により、漁港施設または漁港用地の利用における自由度が増し（利用特許等が認められた等）、漁港を多目的に活用できると仮定した上で以下の設問にお答えください。現段階における様々な制約にとらわれることなく、皆様の自由で率直なご意見をお聞かせ願います。なお、ほぼ全ての設問が選択方式となっていますので、貴社のお考えに最も近いものを選び、項目に○を付けてください。

問1. 上記のような前提条件があった場合、漁港施設または漁港用地を活用した新たな事業への参入の意思はありますか。

- 1.ある
- 2.ない
- 3.既に参入している

1.「ある」、3.「既に参入している」とお答えいただいた方は問3にお進みください。

2.「ない」とお答えいただいた方は問2へお進みください。

問2. 参入への意識が「ない」とご回答いただいた理由をお聞かせください。（複数回答可）

- 1.漁港における事業規模がなく、ノウハウが不足している
- 2.採算が得られにくい（需要・事業規模が小さい、後背地人口が少ない・都市から遠いイメージ等）
- 3.法制度上の問題（わかりにくい、施設の目的外使用の制限等）
- 4.インフラ（道路・下水道等）の整備が遅れている
- 5.社会的立地環境にそぐわない
- 6.人情・風土にそぐわない
- 7.主要交通ルートから外れている
- 8.気象海象条件から通年利用が難しい
- 9.土地利用上の問題（制約条件、土地利用の改変が難しい、居住ができない等）
- 10.水産物等の安定供給が難しい
- 11.アセットマネジメント上のメリットが薄い
- 12.土地の証券化が難しい
- 13.人間関係が複雑である
- 14.リーダーや後継者候補（若者）の確保・育成が難しい
- 15.その他人材の確保・育成が困難
- 16.新規分野に関する情報が不足している
- 17.水産関連の技術開発が未発達である
- 18.事業規模が過大である
- 19.漁業活動を阻害する
- 20.参入に対しての意欲・興味がない
- 21.その他（具体的に： \_\_\_\_\_）

図3.24 漁業者対象アンケート調査票（2）

問3. あなたの漁業組合ではどのような事業をお考えですか（または現在行っていますか）。最も意欲のあるまたは興味のある項目を以下の中から1つお選びください。

- 1.漁港関連施設[外郭施設（防波堤等）、係留施設（岸壁、棧橋等）、荷捌き施設、冷蔵・製氷・冷凍施設、水産加工施設、水産物卸売場、公園、緑地等]の指定管理または業務受託営
- 2.駐車場の整備・管理運営
- 3.人工海浜、親水護岸等の整備・管理運営
- 4.マリナー（プレジャーボート係留・保管施設）の整備・管理運営
- 5.海の駅・道の駅（地域情報センター、地場産品販売所、休憩所、軽食喫茶）
- 6.魚釣り施設、漁業体験施設、キャンプ場、バーベキュー場等の整備・管理運営
- 7.プール、温浴施設等の整備・管理運営
- 8.水産物等地元特産品の飲食・販売施設（フィッシャーマンズワーフ等）の整備・管理運営
- 9.アミューズメント施設（パチンコ、ゲームセンター、テーマパーク等）
- 10.カフェ、レストラン等の整備・管理運営
- 11.コンビニ、スーパー、アウトレットモール等の整備・管理運営
- 12.宿泊施設（ホテル、旅館等）の整備・管理運営
- 13.宅地（土地、戸建住宅、集合住宅等）の整備
- 14.公共施設（学校、体育館、図書館、公民館、研修センター等）の整備・管理運営
- 15.工場・事業所（事務所、配送センター、資材置き場等）の整備・管理運営
- 16.医療・福祉施設の整備・管理運営
- 17.発電施設（風力発電事業、太陽光発電事業等）の整備・管理運営
- 18.観光施設（リゾート事業、ダイビング事業、遊覧船業、遊漁船業）の整備・管理運営
19. その他(事業の具体的な内容： )

問4. 問3で選択した事業を行いたいと思う（または行っている）理由を以下の項目から1つお選びください。

- 1.あなたの漁業組合内で経営可能と考えられる分野であるから
- 2.ウォーターフロントを空間資源として（景観・水面の利用等）最大限に利用したいから
- 3.都市近傍で残された唯一の高度利用可能な空間資源だから
- 4.アセットマネジメント上のメリットが高い土地資産だから
- 5.他者の参入が少なく、独占的に権利を行使できるから
- 6.ビジネス上、白地の空間だから
- 7.漁業組合員だから
- 8.静脈流施設（迷惑施設等）が立地しやすいから
- 9.教育並びに人材育成のため
- 10.雇用機会の創出のため
- 11.伝統文化の継承のため
- 12.新たな事業展開の分野（事業）として考えられているうちの1つだから
- 13.水産物のブランド力（江戸前寿司、越前ガニ、関前サバ、明石タコ等）を活用したいから
- 14.漁港で水揚げされた水産物を提供することができるから
- 15.その他(具体的な内容： )

問5. 問3で選択した事業を行う上で、重要と考える項目について下記の中からお選びください。

- 1.地域資源の活用（自然、景観、観光施設等の活用、地元の水産物、農産物の販売等）
- 2.イベント（朝市、漁業体験、祭り等）の積極的な開催
- 3.外部からの支援（経営コンサルタントへの委託、外部の人材活用、事業の民間委託等）
- 4.宣伝広報活動の充実（広告の配布、新聞、雑誌、TV等に取り上げてもらう等）
- 5.地域との協調（漁業者の理解、他の産業との連携、地域と一体となったまちづくり等）
- 6.国や県等の事業、制度の活用（補助金、規制緩和策の活用）
- 7.商品の高い品質（おいしさ、新鮮さ、独自性、ブランド生、高級感等）の確保
- 8.客のニーズへの的確な対応（安全・安心の確保、インターネット・通信販売の活用等）
- 9.リーダーとなる人材の存在（リーダーとなる人材の確保や後継者となる若者の育成等）
- 10.漁港の既存ストック（漁港施設用地、漁港施設）の積極的な活用
- 11.良質な雰囲気づくり（明るい対応、清潔感の確保、おしゃれな雰囲気づくり等）
- 12.その他（具体的に： \_\_\_\_\_ )

問6. あなたの漁業組合が漁港用地または漁港施設を活用した事業を実施した場合に期待する組合としての価値向上の効果について以下の項目からお選びください。（複数回答可）

- 1.漁業組合（漁業者）の利益の取得
- 2.魚食の普及（水産業の振興）
- 3.後継者の育成
- 4.伝統文化の継承
- 5.環境教育を通じた青少年の育成
- 6.国からの補助金や税制によるインセンティブ組合の信用度の向上
- 7.地域住民との交流
- 8.その他（具体的に： \_\_\_\_\_ )

問7 . 以上のものを実現させるためには、前提条件で書いたように法規制の改正・緩和の必要性があると思いますが、規制緩和してもらいたい要件がありましたら以下にお書きください。

\_\_\_\_\_

図3.26 漁業者対象アンケート調査票（4）

問8. あなたの漁業組合の基本情報についてお答えください。

- 1. 漁協名 ( )
- 2. 資本金 ( ) 円
- 3. 使用漁港名 ( )  
※漁港が複数ある場合は羅列してお書きください。
- 4. 組合員数 ( ) 名 準組合員数 ( ) 名
- 5. 記入者名 ( ) 様
- 6. 記入者の連絡先：電話番号 ( )  
FAX ( )  
E-Mail ( )

以上です。ご協力ありがとうございました。

図3.27 漁業者対象アンケート調査票(5)

## (2) アンケート調査結果の整理

漁業者（漁業協同組合連合会の参事以上）に対して実施したアンケート調査の実施概要について以下について示す。また、アンケート調査結果については整理したものを次頁以降に示す。

表 3.28 漁業者対象アンケートの実施概要

アンケート実施対象	千葉県漁業協同組合連合会の参事以上40名 大阪府漁業協同組合連合会の参事以上13名
アンケート実施方法	郵送により配布し、郵送もしくはFAXにより回収
アンケート実施期間	千葉県漁連：平成22年2月10日（発送）から平成22年2月28日（締切） 大阪府漁連：平成22年1月12日（発送）から平成22年1月31日（締切）
アンケート配布数	53部
アンケート回収数	17部（回収率32%）
有効回答数	17部（有効回答率100%）

### 1) 漁港施設を活用した新たな事業参入への意思について

参入への意志が「ある」と回答した組合が全体の9団体(53%)、「既に参入している」と回答した団体は1団体(9%)という結果になった。これは、漁業協同組合および組合員は、従来の排他的な漁港の利用から、新たな利用形態への意欲を示していると考えられる。

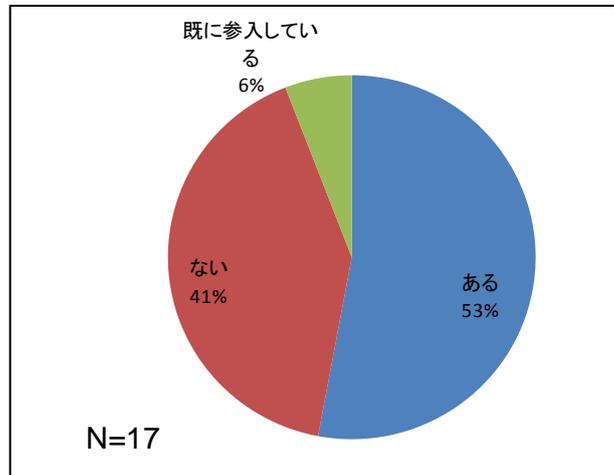


図3.29 漁港施設を活用した新たな事業参入への意思

## 2) 事業参入への意思がない要因について

事業参入への意志を示さない回答の理由として、「採算性が得られにくい」(5件)、「土地利用上の問題」(4件)といった回答が上位に挙げられた。これらの要因は、今後の漁港施設を活用した事業が本格化し、それに伴う規制緩和措置や事業方針のマニュアル化などが提案されることによって解消されるのではないだろうか。

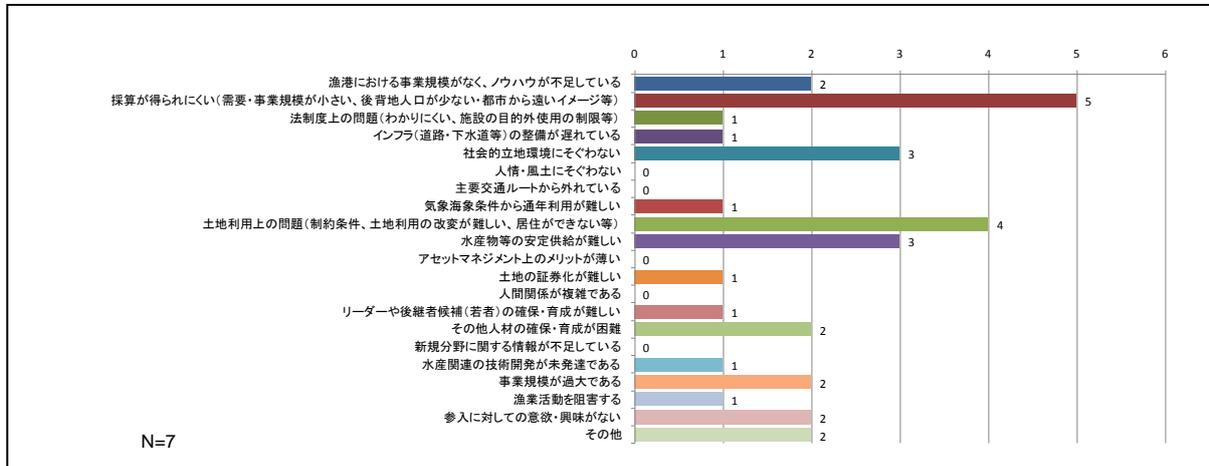


図 3.30 事業参入への意思がない要因

### 3) 意欲・興味のある事業内容について

「漁業関連施設の指定管理または業務受託」(6件)が最も多い回答だったことから、漁業者における漁業生産性の向上への意志がうかがえた。一方で、「水産物等地元特産品の飲食・販売施設の整備・管理運営」(4件)や「マリーナの整備・管理運営」、「海の駅・道の駅」、「魚釣り施設、漁業体験施設等の整備・管理運営」(各3件)などの回答が得られたことから、漁港施設というものを漁業者が排他的に利用する空間としてではなく、地域住民やその他の地域からの来訪者と交流できるような空間利用を考えている傾向にあることが推測できる。

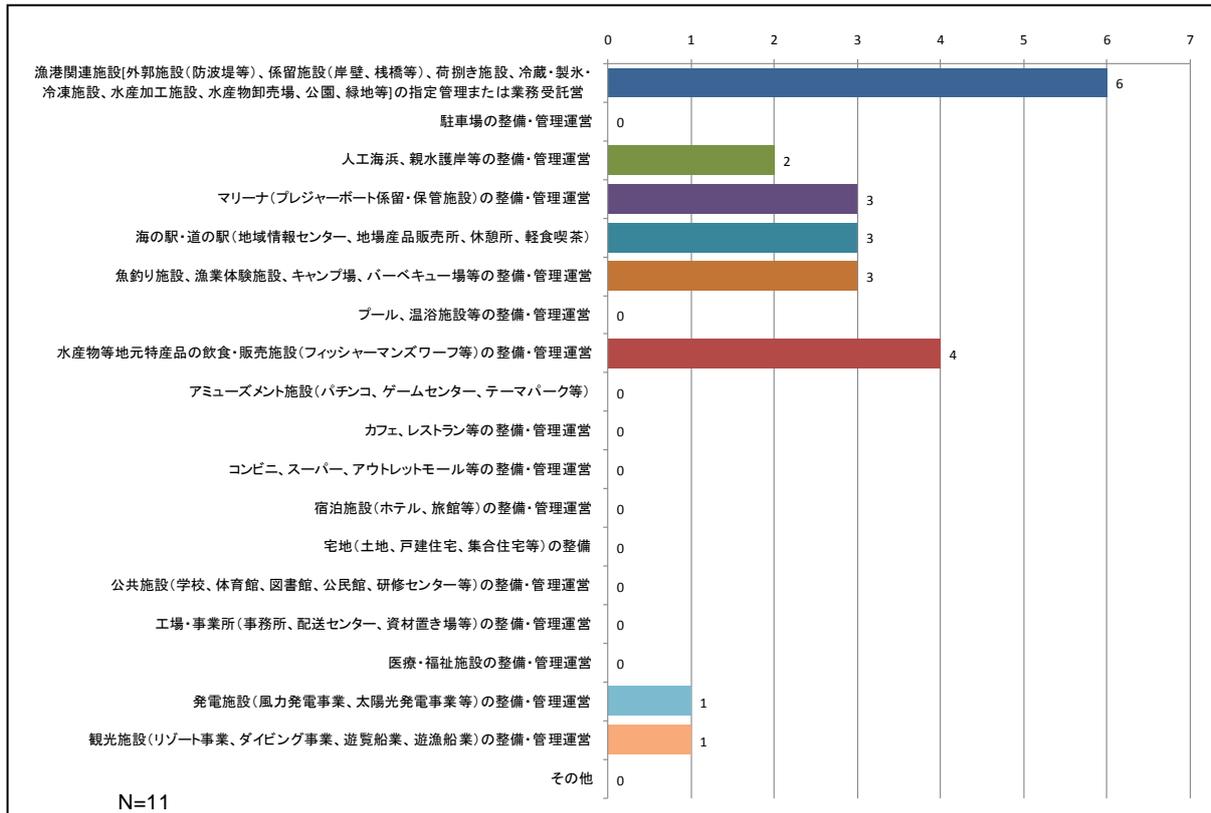


図 3.31 意欲・興味のある事業内容

#### 4) 前設問で意欲・興味のある事業内容を選択した理由について

「漁業組合内で経営可能と考えられる分野であるから」(8件)と回答した組合がほとんどであった。その他の回答としても、沿岸域における水産資源、空間資源の重要性や可能性を理解している漁業者としての理由が挙げられている。

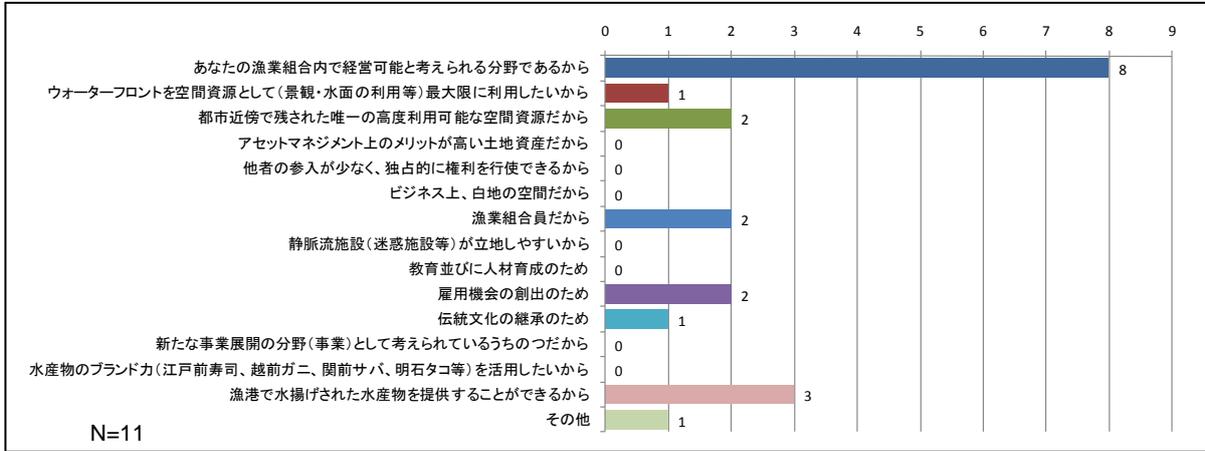


図 3.32 意欲・興味のある事業内容を選択した理由

#### 5) 事業展開において、重要だと考えられる要素について

「地域との協調」(6件)や「リーダーとなる人材の存在」(6件)、「国や県等の事業、制度の活用」(5件)の回答を挙げてみると、漁港施設を活用することは立地している地域の活性化にもつながることであり、それには漁業者・地域住民・行政の3者による協力が必要であることが推測できる。また、それに伴い、必然的にその3者を束ねる存在としてリーダー的存在の必要性も高まっている。

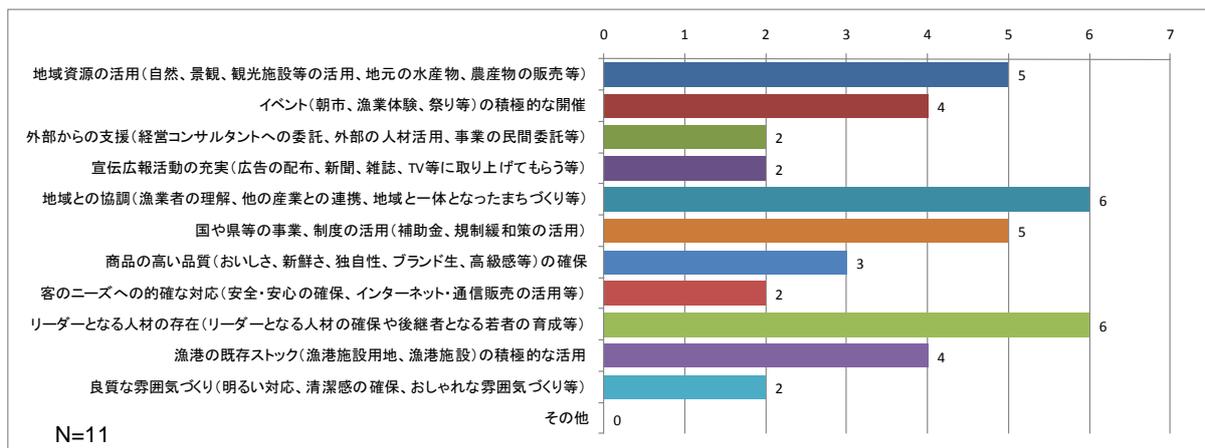


図 3.33 事業展開において重要な要素

## 6) 事業展開後に期待する組合への効果について

「漁業組合の利益の取得」(12件)が最も多い回答となり、次いで「後継者の育成」(10件)、「魚食の普及」(8件)が挙げられた。このことは、漁港施設を活用することで、漁業とは異なった形態で事業展開を図ることに意欲・興味はあるが、その成果物として最終的に求めるものは、やはり水産業の振興等に寄与することにつながっていると考えられる。

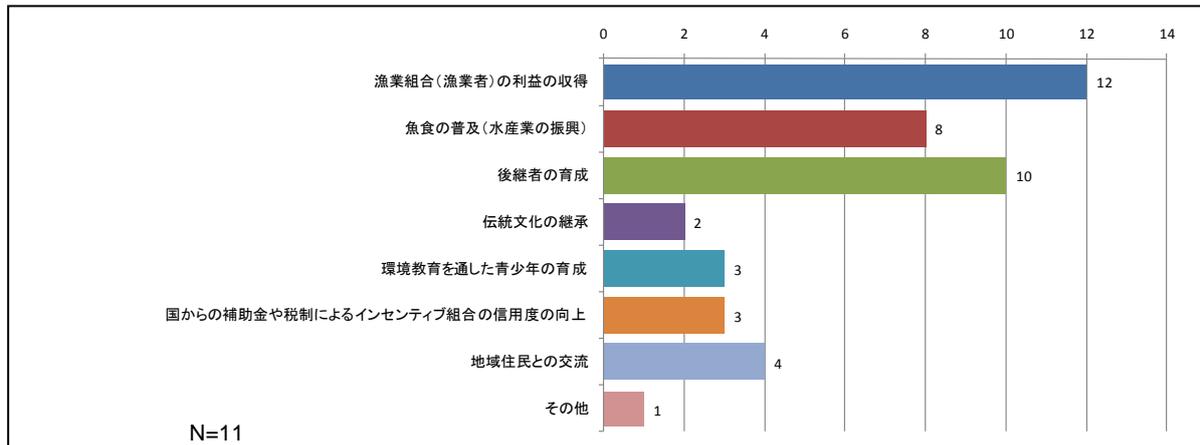


図 3.34 事業展開後に期待する組合への効果

## 7) 漁港および漁港施設の活用に関する規制緩和への要望等に関する自由意見

- ・ 地方自治体による漁業分野またはそれに関連した分野への付加価値の利用等の積極的な取り組みを期待したい
- ・ 既存ストックの更新にも補助金を投入できる仕組みを検討してほしい
- ・ 漁港の管理を漁協がスムーズにできるようにしてほしい
- ・ 土地利用占用許可の緩和、補助金制度条件の緩和を希望する

## 4. 民間企業経営者の事業展開インセンティブについての検討

### 4-1. 漁港施設の事業展開が民間企業の新たな成長の原動力になり得るかについて

国有財産法（処分等の制限）第十八条によると、行政財産は、貸し付け、交換し、売り払い、譲与し、信託し、若しくは出資の目的とし、又は私権を設定することができないとされている。しかし、第2項においては、前項の規定にかかわらず、行政財産は次に掲げる場合には、その用途又は目的を妨げない限度において、貸し付け、又は私権を設定することができるとなっているが、漁港施設の目的外使用は難しいものがある。一方では、漁業就労者の高齢化と後継者不足などから、国有財産及び公有財産の有効利用の在り方が見直される傾向にある。

また、民間企業が漁港漁場整備法の規制緩和がなされて、その法律の目的に合致した漁港施設の利用を図ろうとしても、当該漁港施設を占有的に使用している漁業協同組合並びに組合員の理解を得られるかどうかは大きな問題である。一方では、大阪湾並びに東京湾の漁業協同組合を対象として、「漁港施設または漁港用地を活用した新たな事業への参入意思」を調査したところ、17の漁業協同組合の回答として、既に参入していると回答した組合が1団体（6%）、参加意思があると回答した組合が9団体（53%）であった。すなわち、大阪府並びに東京都という大都市近傍に立地している都市型漁港の漁業協同組合の多くが漁港を活用した新たな事業展開を期待していることが明らかとなっている。その取り組み事業の方向性を高い順番から示すと、第1に漁港関連施設の指定管理または業務委託であり、次いで水産物等地元特産品の飲食・販売施設の整備・管理運営であった。第3位にマリナー、海の駅、魚釣り施設等の整備・管理運営が同位であった。漁業協同組合並びに組合員は、従来の排他的並びに独占的な漁港施設のあり方から、漁業だけではない新たな業態を模索していることが明らかとなっている。まさに、漁業協同組合並びに組合員のパラダイムシフト（ある時代・集団を支配する考え方が、非連続的・劇的に変化すること）が起こっていると思われる。

今回の調査結果から、漁業協同組合が期待する第1位の業態が、漁港関連施設の指定管理受託であったことが判明したが、この背景には公共マリナー施設の指定管理者制度の導入があると思われる。長江祐太らの「指定管理者制度を導入した公共マリナーの管理費削減効果と公共性の担保に関する研究」から、日本全国の公共マリナー施設109か所のうち、40か所が指定管理者制度を導入している。それら指定管理を受託した経營業態の内訳は、民間企業が56%、第3セクターが35%、その他6%、NPO法人3%となっていた。これらの結果からみても、漁業協同組合が漁港関連施設の指定管理者制度への参入と、マリナー経営の参入は、彼らにとって比較的身近なものであることが理解できる。

民間企業経営者が漁港並びに漁業関連施設の管理運営、または新たな業態への参入に関する意識調査結果を参考とする。

「漁港施設または漁港用地を活用した事業への新規参入の意思の有無」に関して、「ある」と回答した企業は14社/39社（36%）、「既に参入している」と回答した企業は2社であった。「ある」と回答した企業の内訳は、マリナー経営業9社、建設業3社、飲食レストラン業1社、水産加工業1社である。また、既に参入していると回答した企業の2社はいずれもマリナー経営業であった。このことから、マリナー経営業は漁港施設または漁港用地を活用する事業として、漁業関係者に最も理解されやすい事業であると思われる。その背景には、水産庁がこれまで推進してきた、漁港におけるフィッシャリーナ事業の展開があるものと思われる。また、漁港施設の民間企業の興味のある事業の調査結果として

は、第1に「マリーナの整備・管理運営」、第2に「観光施設の整備・管理運営」、第3に「人工海浜」、「海の駅」、「カフェ・レストラン」の整備・管理運営となっている。さらに、これらを選択した理由について回答を求めたところ、最も多いのは「自社の得意分野であるから」である。第2位及び第3位の回答事例に反応した企業は少ないながら、企業が新たに参入するためのインセンティブとなると思われるので以下に列挙する。

- ①新たな事業展開の分野として考えられる
- ②雇用機会を創出するため
- ③ウォーターフロントを空間資源として活用したい
- ④都市近傍で残された唯一の高度利用可能な空間資源
- ⑤漁業協同組合員だから

漁港施設における事業展開が民間企業の新たな成長の原動力になり得るかという命題に関して、概ね民間企業の最終目標は「利益追求」と「組織存続」であると思われる。この二つの課題は、一見なんの関連性も持たないが、実は「永続的な利益を追求する」なら「組織存続」は必要条件だし、組織を永続させたいなら、恒常的に黒字であることが求められるのであって、相互補完関係であるといっても過言ではなかろう。次いで、民間企業の最終目標を再確認した後は当該組織が置かれている環境を分析する必要がある。ここでの分析はミクロの視点からマクロの視点、そして内部要因、外部要因と多岐にわたる。しかしこれらのステップを踏まなければ、企業戦略も部分的なものに成り下がってしまうので、大局的な戦略を構築する場合は、あらゆる局面に対して分析を行う必要がある。特に、市場内でのプレイヤー（競争者）に対する適切な評価、および市場特性に基づく「競争力の優位」の発見は、極めて重要である。これらを見誤ると、戦略作成そのものが間違った方向を向くことになるからである。競争市場内においては、他の競争者に対して「強み」あるいは「優位性」を持つ必要がある。このように、短期的には具体性をもった「競争力」を持つことが望ましく、そして長期的には「それらを生み出す素地」を構築することが望ましい。これらが最終的な目標＝超長期的な企業目標への道標となるのである。その意味で、漁港施設は都市近傍にあって単一機能の低利用の空間であり、利用の仕方によっては高度な複合機能としての開発ポテンシャルを有しているといえる。また、民間企業が誰よりも早く、他の企業に先駆けて漁港並びに漁港関連施設を利用できるならば、市場における競争力の優位性を担保することができるであろう。すなわち、漁港並びに漁港関連施設は民間企業の新たな成長の原動力を有しているといえよう。ただし、総ての漁港が民間企業の新たな原動力になり得るというものではない。その条件としては、大都市近傍で多くの消費者あるいは来訪者が見込まれる立地条件であること。また、交通インフラが十分に整備されていてアクセシビリティが容易であることがあげられる。

#### 4-2. 漁港施設の社会的付加価値と顧客満足度からみた投資対象としての可能性

漁港施設の社会的価値という概念には次のようなものがある。漁業施設には①国有財産あるいは公共財産としての価値（法律の目的に沿った国民にとっての価値）、②漁業活動に関わる人々の利害関係者の価値（直接的あるいは間接的に漁業活動に関わる多様なステークホルダーにとっての価値）、③社会的価値（①と②を総合した社会的な価値）に大別することができよう。しかし、我々はこれらの3つの見解が、必ずしも相互に対立しているものではないことを理解している。すなわち、国民は漁港を取り巻く利害関係者の主要な一員であり、その意味では、国有財産価値は理論的には利害関係者価値に包摂されることになる。また、利害関係者価値は、それを漁港施設との直接的な関係に限定することなく、広義に捉えれば、最終的には社会的価値に包摂される。

漁港施設の国有財産価値は、漁港が将来にわたり生み出すことを期待される付加価値の合計であるともいえよう。すなわち、国有財産価値は、漁業生産活動によって得られる配当やキャピタルゲインとして、「納税者に帰属する価値」と顧客（国民）・従業員（漁業就労者）・地域社会など「納税者以外の利害関係者に帰属する価値」の源泉であるいえよう。ここでは、漁業施設の価値の中に、国有財産価値と利害関係者価値という二つの価値を含めており、それは前述の②利害関係者価値に相当する。しかし、同時に、漁港施設の価値は、「漁港が将来にわたり生み出すことを期待されている付加価値の合計」という理解が採用されており、厳密に言えば、経済的付加価値を指していると解釈することができる。

もちろん、付加価値をどうとらえるか自体は、それほど自明のことではない。しかしながら、一般的に受け入れられている理解は次のようなものである。すなわち、三省堂の大辞林によると付加価値とは、「生産過程で新たに付け加えられる価値。総生産額から原材料費と気化器設備などの減価償却分を差し引いたもので、人件費・利子・利潤に配分される」と位置付けられている。一方では、社会的付加価値の意味概念の中には、負の遺産である環境破壊や生物への遺伝子的なマイナス影響なども含まれていることも理解すべきであろう。

ここで最も重要な指摘は、漁港施設の価値を理解する順序として、①社会的価値⇒②利害関係者価値⇒③国有財産価値という可逆的な捉え方も考慮すべきではなかろうか。ややもすると、法律の最大公約数は社会システムの向上と国民の福祉の向上にあるとするならば、法律もまた時代に即した順応的運用や行政の柔軟な裁量も考慮しなければならないであろう。換言するならば顧客（顧客満足度）の視点で国有財産の高度活用あるいは社会的付加価値の位置付けを図らなければならないと思われる。

一般的に、顧客満足度とは、消費者が物やサービスを購入した際、どの程度満足したかを示すマーケティングの概念である。商品やサービスの開発・提供時に、供給者よりも消費者を重視する傾向が強まり、1980年代にアメリカで盛んに使われるようになった。消費者の嗜好（しこう）の多様化、経済のサービス化などに伴い、現在では世界の多くの企業が新製品・サービスの開発に消費者の声を生かすため、定期的に顧客満足度 *customer satisfaction* を調査（CS調査）している。アメリカでは、第三者機関による大規模な調査が実施されており、市場調査会社 J・D・パワー *J. D. Power and Associates* が自動車ユーザー向けに実施するランダム調査は自動車の売れ行きを左右する調査として有名である。ここでいう顧客とは、一般的に消費者、大衆、住民などと言い換えることができる。また、顧客満足とは、企業が顧客を満足させることではなく、あくまでも顧客が満足している状態のことをいう。企業側がいくら意図的に仕掛けを行っても、残念ながら顧客は喜ばないものである。そればかりか、顧客が離れていってしまうことすらある。すなわち、

顧客満足とは企業視点で物事を見るのではなく、顧客視点を持って日々の業務に取り組むことが肝要である。これが顧客満足（CS）の原点といわれている。提供した内容（物やサービス）が、利用者（顧客）にどのように評価されているかを測定し、予め定められた尺度で表した結果を言うものである。評価の尺度や表記方法は相対的なものであり、一般には満足度の度合を何段階かに分ける方法が採られている。

利用者（顧客）の評価は、基本的に3つの指標で表される。

- ①満足である(satisfactory)
- ②満足でない(unsatisfactory)
- ③不満足である(dissatisfactory)

国有財産あるいは公共財産である漁港や漁港関連施設を顧客満足度の視点で評価したものは殆どないと思われる。また、これを客観的な手法を用いて評価した研究結果も少ないのが現状である。

ここで、水産研究センター研究報告書、第8号、22-111、平成15年に掲載された玉置泰司の博士号論文「漁場整備と都市交流による漁村活性化効果に関する研究」を参考として、顧客満足度を推測してみる。

**Table1.**「都市と漁村の交流・連携文献数」、交流活動の出現頻度を表したものを考察すると、雑誌記事掲載数や書籍・報告書掲載数の大きな順に表すと、第1位が釣り、第2位が直販所・朝市・夕市、第3位が体験学習・修学旅行、第4位が産地直送・宅配便、第5位が海面利用、次いでイベント・その他、マリナー・プレジャーボート、観光業の順であった。このことから、メディアが取り上げた掲載頻度は、一般消費者（顧客）が希求する情報であると位置づけることができ、併せてこれらの情報が顧客満足度に繋がるものと理解できる。

次いで、インターネット上で、キーワード検索でどれだけヒットするかを調べると、最近、漁港に隣接する各種観光施設を対象に「〇〇お魚センター」や「〇〇お食事処」などを対象に調査してみる。ここでは、ヒット回数の多い情報を顧客満足度の高い施設と位置付けるものである。その結果を以下に示す。

- ①函館朝市：714,000件（年間観光客数150万人～200万人）
- ②萩しーまーと：588,000件（年間観光客数150万人）
- ③焼津さかなセンター：405,000件
- ④保田ばんや：129,000件（年間観光客数50万人）
- ⑤田尻漁港：41,100件
- ⑥浜田おさかなセンター：33,400件
- ⑦いわき・ら・ら・ミュウ：26,800件

最もヒット件数が大きかった漁港関連観光施設は「函館朝市」で71万件強、次いで「萩しーまーと」の59万件弱であった。第3位に「焼津さかなセンター」が約40万件であった。すなわち、インターネット上に書き込まれた情報数そのまま顧客満足度と位置付けると、ビジネス戦略上におけるインターネットあるいは情報戦略は極めて重要なものであると思われる。

顧客満足度並びに社会的付加価値からみた民間企業の投資対象としての漁港施設について考察すると、以下のように整理することができる。

①漁港の社会的付加価値は、漁港漁場整備法の所期目的である「この法律は、水産業の健全な発展及びこれによる水産物の供給の安定を図るため・・・」ばかりでなく、新たな事業展開が求められている。その傾向はのちに示す民間企業のアンケート結果にも表れている。

②すなわち、社会的価値⇒利害関係者価値⇒国有財産価値な視点で漁港施設を位置付ける方法もあると思われる

③年間観光客数50万人以上が見込まれる漁港近傍に立地するサービス施設（観光施設）は十分に投資対象である

④観光客消費単価平均は1200円と仮定すると、50万人で6億円、100万人で12億円、200万人で24億円と大きなものとなる

⑤漁港施設における従来型の水産物の水揚げと高値安定型の入れ札（入札）に期待する形態は、常に市場原理に左右される不安定なものがあるので、利益率に高い新たな産業形態が総ての利害関係者から求められている。

### 4-3. リスクマネジメントの観点からみた投資対象としての可能性

漁港施設並びに関連施設を民間企業が投資の対象として位置付けるためには、理論上、投資した場合の収益性（収益還元法）、費用性（積算法）、市場性（取引事例比較法）の3つの観点から行うことになっており、それぞれの手法を関連させて価値、あるいは価格を導入することになっている。

漁港並びに関連施設が国有財産あるいは公共財産といえども、土地あるいは定着物（不動産）である以上、評価の対象となり得るものである。しかしながら、実務的な観点から以下の点が論点として挙げられよう。

- ①漁港並びに関連施設は、市場性を有する不動産とはいえ、取引事例比較法の適用は困難であること
- ②費用性の観点から、支出した金額を測定することは可能であるが、これまで国が漁港施設に投資した費用は相当な（膨大な）金額になり、不動産の実態価値の把握という観点では適切ではないと考えられる
- ③通常の漁港施設だと、収益性はマイナスとなる可能性が高く、現状の利用を前提とした場合、収益価値は極めてゼロに近くなる可能性がある。補助金などによって、漁港の維持管理費が捻出されているものの、あくまでも収益性を維持するためのものであり、収益価格としての価値が見出せるとは言えないケースが殆どと思われる
- ④仮に、大規模なマリナー施設を有する海洋リゾート開発を行った場合の収益性評価というものは不可能ではないと思われる。この場合、不動産残余法（経営コスト、労働コスト、資本コストを除いた残余の収益が不動産に帰属することを前提に行う評価）的な手法で評価を行うこととなる。ただし、マスタープランの策定、事業スキームの策定、開発における公法上の制約、関係権利者との調整、開発計画等を含めた事業収支の予測等の不確実要素が多く、評価に際しては多くの前提条件が付与されることになり、評価主体の独自の判断で行うというのは実態的に困難といえよう。

漁港並びに関連施設の新たな事業展開の前に、事業のリスクマネジメントという考え方が求められている。

リスクマネジメントとは、辞典的意味合いでは経営活動に生じるさまざまな危険を、最少の費用で最小限に抑えようとする管理手法のことで、危機管理とか危険管理とも翻訳されている。

リスクマネジメントについて書かれた本の多くは、「企業や特定の事業にかかわるリスクを分析し、そのリスクをどのように管理・制御すればよいのか」という点について、極めて詳細な観点から論じているのが一般的である。さらに、それでもリスクを未然に防止できず、損失が現実化した場合に備え、どのような手法を講じて財務面での準備を行うかという点への言及が多い。したがって、リスクマネジメントは、第一に企業や特定の事業を行う場合に、その企業・事業の本来の目的である利潤追求を阻害し、むしろ損失に変えてしまう恐れのある不確実性（リスク）を分析、発見、評価し、どう管理・制御するのが主題となっている。また、リスクは不確実性そのものであることから、事前に防ぐことができなかつたリスクが現実化する可能性に備えて財務面でどのように対処するのかという、いわゆるテクニカルな観点で意義づけることもできる。

リスクマネジメントのリスクを不確実性という言葉を使用したが、翻訳しなおすと、「リスクが高い＝不確実性が高い＝将来の予測がしにくい」と言い換えることができる。ここでは、リスクを将来の予測がしにくいと位置づける。リスクマネジメントで行われる「マネジメント」を一言で表現するなら、高いリスクを低くすることと書ける。別の言い方を

すれば、「予想の立てにくい将来の出来事」を「予想しやすくする」とも表現できる。経営全般に関わる事柄の不確実性をできる限り軽減することと言うこともできる。リスクマネジメントの目的は、最終的に「リスクの大きさを小さくすること」であった。それでは、リスクの大きさ、小ささとは何であろうか。一般にリスクの大きさは、以下の式で与えられると言われている。

(望まない出来事の発生する確率) × (発生時の被害の大きさ)

どのような分野のリスクマネジメントを行う場合でも、基本的に望まない出来事の原因になりうるリスクを列挙し、上述の式を用いてそのリスクの大きさを想定することになる。そして、一定レベル以上のリスクに対しては、何らかの対策を講じていかなければならない。

#### ①「リスク回避」

リスクマネジメントの対策としてまず挙げられるのが、リスク回避である。リスクの根源となるものを使用しないことにより、根源からリスクを断つ方法と言える。例えば、自動車事故のリスクを回避するために自動車を使用しない、あるいは、売掛債権の未回収リスクを回避するために掛売りを行わない、などの方法がリスク回避の代表的な手法です。ただし、「虎穴に入らずんば虎児を得ず」という諺もありますし、実際全てのリスクに対して「回避」を行うことは現実的ではない。企業経営においては、ある程度のリスクは避けて通ることができない場合の方が多いと思われる。

漁港施設をリスクマネジメントの観点から捉えると、回避すべきリスクを整理すると以下ようになる。

- ・法律違反の有無：漁港漁場整備法に抵触した目的外使用ではないか
- ・漁業協同組合並びに組合員の同意を得られるのか
- ・土地利用上の用途指定による制限はあるのか（施設機能の制限等）
- ・漁港関連施設の多用途への変更あるいは建替えの可能性
- ・借地権の年限設定は都市用地と同等か

#### ②「リスク軽減」

次に、多く採られる対策がリスク軽減である。上述したリスクの大きさを算出する式をもう一度眺めてみると、この式は掛け算である。それゆえ、望まない出来事の発生する確率、あるいは、発生時の被害の大きさのいずれか、あるいは両方を小さくすれば、全体のリスクを小さくすることができる。例えば、自動車事故のリスクを軽減するために、エアバッグ付きの自動車を利用する、あるいは、売掛債権の未回収リスクを軽減するために、掛売り時には与信審査を厳しく行う、などの方法が考えられる。

- ・漁港及び関連施設は、国有財産あるいは公共財産であるため、民間企業の参入にあたっては何らかのインセンティブの付与が必要となるであろう
- ・インセンティブの一つとして、民間出資金の何割かの保障制度の確立などが考えられよう
- ・漁港関連施設の賃貸の場合、マリーナの水域施設と同様に投影面積にだけ課金する方式などが考えられよう

#### ③「リスク転嫁」

大事故や火災による被害、あるいは地震や台風などの天災など、望まない出来事の発生する確率はあまり高くないが、発生時の被害が大きい場合、この方法がよく採用される。要

するに、損害保険によって第三者＝損害保険会社にリスクを転嫁してしまうというわけである。この方法では、被害を抑止することを放棄し、金銭的に補填することで損失を最小化しようという考え方を採用している。

- ・民間投資の際のプロジェクトファイナンス（民間からの資金調達方法）とプロジェクト投資に対する新たな保険制度の確立
- ・人的及び物的損害等に対する損害保険の加入

#### ④「リスク許容」

もう一つの選択肢として「何もしない」というものがある。これは、リスクがあまり大きくない場合、あるいは事件の発生確率が低い場合に採用される選択肢である。ただし、リスクマネジメントの結果として「何もしなくていい」と判断したのであって、本当に「何もしていない」のではないので、注意が必要である。

#### ⑤「コンプライアンスの順守」

「コンプライアンス」とは、「法令や社会的モラルを守ること」ということである。これは法治国家では当然のことなのであるが、残念ながらコンプライアンス違反を繰り返す企業は後を絶たない。それは何故なのでしょう？一言でいえば、「利益を出すため」と言うことができるであろう。「同業他社でも同じことをやっているから」という理由で反社会的行為を行う企業、「売上を伸ばすため」と言う理由で法令を破る営業マン、「会社を守るため」と言う理由で粉飾決算や総会屋対策を行う経営者。これらの悪しき伝統は日本の企業では深く根付いている場合が多く、本人がコンプライアンス違反を行っていると言う意識すら、持ち合わせていない場合も少なくありません。しかし、売上至上主義の高度成長時代が終わり、市民が企業の挙動を見守る時代となった今、「法令違反だとは知りませんでした」では、社会的に許されなくなっている

#### 4-4. 既存漁港施設が有するブランド力と企業のブランド力向上に対する有効性

本調査においては、漁港を起点とした地域活性化戦略の一視点として、漁港（既存漁港施設）のブランド化や投資を行う企業のブランド力向上が重要であると考えている。具体的に述べると、漁港のブランド化による交流人口の増加や新規雇用の創出、および投資企業のブランド力向上に寄与できるかについてである。

米国マーケティング協会によると、ブランドとは、ある売り手の財やサービスを他の売り手のそれとは異なるものとして識別するための名前、用語、デザイン、シンボル、およびその他特徴であると定義されている。この定義からブランドを理解する点を検討すれば、2点ある。1点目は、ブランドは結局のところ「名前」であること。2点目は、ブランドの原点は、「差別機能（識別機能）」であると言える。

もともと、ブランド【brand】とは、他人の牛から自分の牛を区別するために牛のわき腹に押しした独特の焼印【bummed】が語源であるとされている。一方で、広辞苑に記されるブランドとは、単に「商標」と訳され、それは、営業車が自己の商品・サービスであることを示すために使用する標識と意味されている。このように、マーケティング上の定義や、辞書的な意味合いからみても、ブランドとは名前やロゴであると言える。

そこで一つの事例として、既に国内においてブランドとして確立されている「関鯖」が挙げられる。この関鯖は、一尾2,000から5,000円の値が付けられているが、ノン・ブランドの「鯖」の10倍以上の値である。関鯖は、「佐賀関漁場」で、「佐賀関漁協組合」が「一本釣り」で獲った鯖で、「面買い（つらがいい）」で取り引きされたことが条件であるとされている。これら条件がそろってはじめて「関鯖」として扱われる。それだけでなく、大分県の佐賀関町の漁協組合員が扱うものでなければならぬともされている。これは、豊予海峡を挟んで佐賀関町の対岸にある三崎町の漁師が釣った鯖は、同じ漁場・同じ漁法で釣った鯖であっても「関鯖」と名乗ることができないことを意味しており、つまり、ブランドであるためには、優位的価値を有することが必要であると言える。また、このような取り扱いにより出荷量が抑えられるため、希少性といった価値が得られる。それを保証するシンボルが、前述した米国マーケティング協会による定義にあるブランドであると言える。このようなことから、ブランドを検討すると、優位性・希少性を有することがブランドの条件であると考えられる。

また、わが国の政策としても地域ブランドに関する定義を行っている。一つは経済産業省の地域ブランド化に関する定義として、2005年度産業構造審議会知的財産政策部会商標制度小委員会では、「地域発の商品・サービスのブランド化と地域イメージのブランド化を結びつけ、好循環を生み出し、地域外の資金・人材を呼び込むという持続可能な地域経済の活性化を図ることにある」としている。さらに、中小企業基盤整備機構「地域ブランドマニュアル（2005）」では、①地域ブランドとは、「地域に対する消費者からの評価」であり、地域が有する無形資産の一つ、②地域ブランドには、地域そのもののブランドと地域の特徴を活かした商品ブランドとから構成される、とされている。

以上のことから、四季折々の豊富な魚種に恵まれているわが国において、漁港の大小に拘らず水揚げされる魚介類は、十分にブランド化の可能性を秘めているものといえ、特に漁業者人口の減少が著しい地方の漁港においては、それらの魚介類を素材として既存漁港施設を活用した場合、東京湾産「江戸前」を用いて成功した保田漁港の「番屋」等と同様に、新規産業や雇用の創出に十分貢献できるものになると考えられる。しかしながら、ブランド化したものを社会的に認知させるには、流通戦略（直販制度の拡大、流通制度の統合等）・プロモーション戦略（コミュニケーション、販売促進、美味しい体験等）・価格戦

略（価格意識の高まり、プレミアム価格等）等における問題点を、如何に解決していくかが大きな課題であると考えられる。

次に、投資を行う企業にとって漁港（既存漁港施設）のブランド化が、自社に対して有益か否かという点についてであるが、前述したとおり、流通戦略等の問題が解決した場合、新規産業や雇用の創出に十分貢献できると考えられることから、投資企業にとっても自社のイメージアップや社会的認知度において有効に機能するシステムであると考えられる。本調査で行った、民間企業対象アンケート調査結果「問9」の結果からも明らかなように、「漁港（既存漁港施設）を活用した事業展開で期待する企業価値向上の効果」について、全28票（複数回答あり）中20票が「企業イメージの向上」「信用度の向上」といったブランド力向上に関連の深い効果に期待していることが把握できた。しかしながら、全国展開している大企業を除いて、地方においては地域に根付いた中小企業の参入も考えられ、その場合、現在の社会状況から参入資金の調達など、資金的な問題を考慮する必要がある。原則的には使用する施設は既存の漁港施設を使用することになっているため、施設関係については初期投資（用地取得費・施設建設費等）の必要はほとんどないと思われるが、同時もしくは参入以前に行わなければならないソフト面の開発や取り組みは、営利目的である企業にとって必要不可欠なものと言える。このような問題点を解決すべく、平成19年に「中小企業地域資源活用促進法（正式名称：中小企業による地域産業資源を活用した事業活動の促進に関する法律）」が新たに制定され、中小企業にとっては事業展開しやすい環境づくりが進められている。特にブランド化等については補助金や融資、税制面で支援が受けられるようになっており、現在、日本各地でこの支援制度を活用した新事業が展開されていることから、この制度を有効に活用することによって、投資企業にとっても有益な漁港（既存漁港施設）のブランド化が推進されるものと考えられる。

#### 4-5. 民間企業の漁港施設経営におけるCSRとしての新たな位置づけ

近年わが国では、世界的な潮流となっているCSR（Corporate Social Responsibility）が推進されつつある。これは一般に「企業の社会的責任」と訳され、日本にも昔からある考え方であった。その取り組みとして13項目の枠組み（日本経済団体連合会分類：コンプライアンス・法令遵守，環境，安全・品質，個人情報保護・情報セキュリティ，コーポレート・ガバナンス，リスクマネジメント，雇用・労働，情報開示，社会貢献・地域貢献，コミュニケーション，人権問題，その他）があり、近年、企業価値を高める活動として積極的に取り組みが強化されてきたのが「社会貢献活動」である。以前は社会に対する“経費”との認識であったが、現在では社会に対する“投資”であると変化し、重点分野の一つとして取り組みも積極的に行われる傾向にある。現在、民間企業が行う社会・地域貢献活動は、広告やテレビCM等により広く社会へ知れ渡り、それと同時に社会的課題の解決において民間企業が重要な役割を果たすことが明らかになってきた。

2008年度に、海域を事業領域とする業種（海洋土木・建設業者25社、海運業者15社）を対象として行われた、CSR推進室・社会貢献担当部署等の設置状況を調査した既往研究では、海運業社では15社中10社が設置していた。また、海洋土木・建設業者では25社中14社が設置しており、海運業者と合わせて約6割の企業が担当部署を設けている。これは、日本の民間企業における平均値と一致しており（経済同友会『日本企業のCSR：現状と課題』（2004））、業種による取り組みの差は見られなかった。さらに資本金額が30億円以上の企業と30億円未満の企業で分けた場合、30億円以上の企業においては16社中16社（100%）、30億円未満の企業においては24社中8社（33%）の企業が担当部署を設置していることが把握できたことから、企業規模の大小にかかわらず自社の取り組みをCSRという観点から捉え、戦略的に推進する体制が必要であるとの認識が広がっているものと考えられる。民間企業が漁港施設経営に参入した場合、多くの企業での第1目的は利益率の向上を目指したものになると考えられるが、上記の調査結果からも分かるように、多くの企業がCSR推進の重要性を認識していることから、漁港施設経営に参入した企業にとっても営利追求以外の目的では、CSR推進の優先度は高いものと考えられる。また、現在わが国における地方の漁港では少子高齢化が加速度的に進んでおり、漁業従事者が減少の一途を辿っている。さらに、若い世代では3Kと言われる漁業を嫌い、都市部での就業を求める傾向にあり、地方における漁村地域の衰退は大きな問題であると言える。

このような状況を踏まえると、漁港（既存漁港施設）を活用した民間企業参入の事業展開は、新たな産業・雇用を創出することにつながり、地域活性化の一翼を担う活動であると言え、この様な事業展開を2次的ではあるが企業のCSR活動と位置付けることにより、前項で述べた企業イメージや企業のブランド力向上に寄与するものであると考えられる。

## 5. 平成 21 年度まとめと今後の課題

本年度の調査では、全国 2917 漁港を調査対象とし、各漁港における様々な数値データを把握した。そのため、データを収集する作業に膨大な時間を要した上、全国の漁港全てのデータが揃わなければ漁港の分類に用いる数量化理論Ⅲ類を行うことができなかったことから、データ収集の作業に業務工程の大半を費やしてしまった。漁獲量（高）や漁業組合員総数などの漁業に関連した情報は、水産庁データベースや各自治体が所持しているものから収集することができたが、漁港から最寄りの交通機関（駅や高速道路インターチェンジ）までの距離や時間などの社会的要因に関しては、どの漁港においてもこれまでに調査・把握されたことがなかったため、1 箇所ごとに調査を行った。しかし、本調査でも述べているように、これからの漁港の在り方やその利活用を検討する上では、各漁港における社会的要因などを把握したことは、次年度または今後の調査において有意義な情報として利用することができるのではないだろうか。

漁港の類型化の結果については、本来、数量化理論Ⅲ類というものは、それぞれのサンプル（漁港）の情報として扱う項目には、数値データが主ではなく、数値に表すことのできないデータ（漁港でいえば海区や水揚げされる主な魚種など）を用いる。また、当初は地域活性化への貢献など、付帯・近隣施設の整備などの取り組みによって成功したと考えられる漁港を全国から 30 漁港程度選定し、数量化理論Ⅲ類を用いて分類する予定であった。しかし、対象を全国の漁港全てに変更となったことから、漁港の特徴や立地する地域特性などが特にみられない漁港を含めてしまった。つまり、数量化理論Ⅲ類は、数値では表せないデータを持ったサンプルの傾向をグラフ上にプロットさせることを目的としたものであり、今回は数値データのみで数量化理論Ⅲ類を用いたこと、さらに、プロットされる際に傾向が強く表れないであろう漁港が多く含まれてしまったことから、サンプルのプロットが分散されず、密集した形で散布されてしまったと考えられる。全国の漁港を対象として、数値では表せないデータや漁港施設の整備などといった事業の成功要因や施設の形態などを調査することは困難であり、そのような特性や情報を持った漁港は数少ない。

民間事業者を対象とした、漁港または漁港施設の新たな利用を目的とした事業展開に関するアンケートでは、民間事業者にとって漁港または漁港施設というものへの認識・興味が希薄であり、アンケートに回答してもらうこと自体が困難であった。しかし、アンケート結果でも述べたように、沿岸域を事業フィールドとしているため、漁港への認識がもともと高いマリーナ・ビーチ協会会員（マリーナ事業者やゼネコン・マリコン）を中心として、漁港を活用した新たな事業展開に興味を示していることや、その他の業種を分野としている民間事業者についても僅かな回答数ではあったが、事業参画への意識がうかがえたことは、漁港を活用した新たな事業によって民間事業者の利益享受や雇用機会の創出を生み出し、ひいては水産業の振興や地域活性化への貢献などへの可能性を感じることができた。

## 6. 平成 22 年度業務概要

### (1) 業務目的

近年、全国の漁港では、漁獲量の減少、漁業担い手の減少・高齢化の進行等により、利用が低下した漁港施設がみられる状況にある。これらの漁港施設は、漁業者のみならず広く国民にとっても有用な既存ストックであることから、これらの有効な活用が求められている。水産庁では、これらの既存ストックを有効に活用するため、国庫補助事業により整備した漁港施設用地の民間事業者等による整備・運営などの規制緩和を図っている。

また、民間企業においては、所有不動産について「企業価値向上」の観点から経営戦略的視点に立って見直しを行い、不動産投資の効率性を最大限に向上させていこうとする取り組みが進められている。

そこで本調査では、公共財産である漁港施設についても、こうした不動産管理戦略の観点を取り入れた利活用方法を導入すべく、地域活性化につながる漁港施設の多様な活用方策の整理を行うとともに、資産としての効果を最大限に向上させるためのマネジメント手法を開発することを目的とする。

本年度の調査では、平成 21 年度調査成果を踏まえて、新たな漁港の 4 分類（①地域密着型、②観光連携型、③独自・特色型、④水産活用品型）毎に代表的な漁港を抽出し、各漁港における地域や漁業情勢の変化に伴う利害関係者価値を把握する。

### (2) 業務の進め方

本業務の進め方について以下に示す。

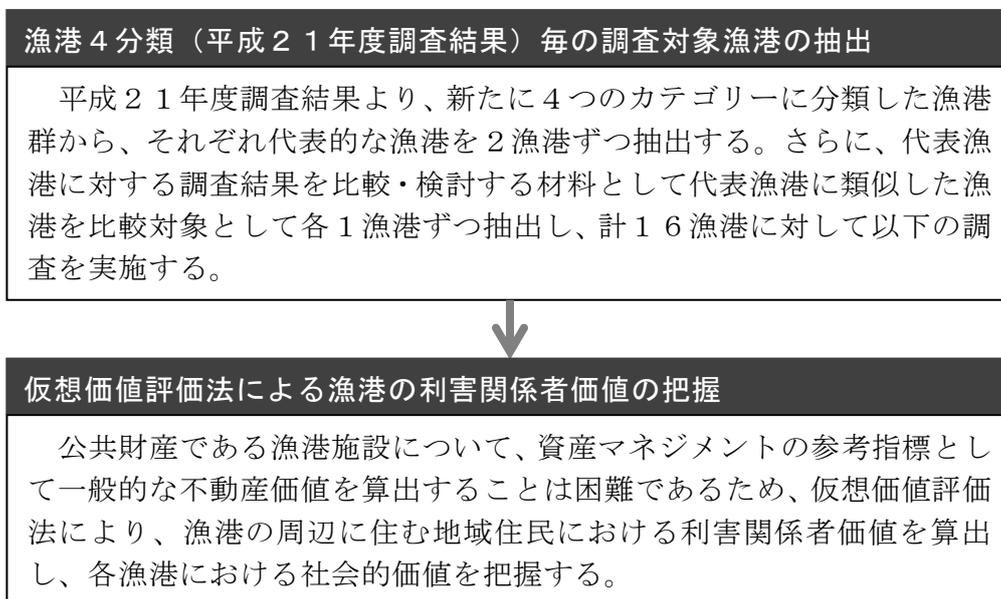


図 6.1 業務フロー

## 7. 調査対象漁港の抽出

### (1) 漁港4分類(平成21年度調査成果)の概要

平成21年度調査により、全国の漁港において、現在の漁業活動の価値(族地陸揚げ量(額)、漁業組合員数など)および社会的要素(当該漁港から最寄りインターチェンジ(以下「I.C.」)もしくは駅までの距離、インターネットヒット検索数)を漁港の社会的価値を示すポテンシャルとして把握した。これらの項目を評価アイテムとして、数量化理論Ⅲ類を用いた結果、現行の漁港分類とは異なる4つのカテゴリー(①地域密着型、②観光連携型、③独自・特色型、④水産活用型)に分類された。以下に各カテゴリーの概要および特徴について示す

#### ①カテゴリーⅠ：地域密着型漁港

I.C.から車で90分以上かかるが、駅からの時間が短く非常にアクセスが良い点から、徒歩での来港が予想される。当該漁港が立地する市町村の総人口から生産力をもった地域に属していることも分かる。また、陸揚げ量、陸揚額から比較的水産能力が高い漁港群といえる。このようなことから、背後人口が多く、ある程度ターゲットを絞っても採算性が取れること、比較的水産能力が高い点を考慮すると、カテゴリーⅠは地元市民の利用に重点を置いて、地産地消による地域活性化への貢献が期待できると考えられる。

#### ②カテゴリーⅡ：観光連携型漁港

当該漁港が立地する市町村の総人口が少ないため、カテゴリーⅠのようにターゲットを地域だけに絞ることはできない。しかし、I.C.からの時間が比較的近いから、他地域からの観光客を呼び込むことのできるのではないかと考える。そのため、朝市、定期的なイベントなどで、来訪者を飽きさせない工夫を図ることが必要である。また、イベントが一次的なものになってしまわないよう考えなければならない。また、観光客をシーズンに左右されることなく誘致することで、地域の人口の少なさを補うことができ、地域としての更なる発展につながるだろう。

#### ③カテゴリーⅢ：独自・特色型漁港

駅から遠く、またI.C.も無いから車でのアクセスも非常に悪い。この地域では交通網の整備が重要になってくるだろう。また、組合員数、陸揚げ量、陸揚額、所属漁船数がどれも低く、他のカテゴリーより水産能力の劣る漁港群である。そのため、水産業に頼らず発展させることが必要となり、自然や歴史、景観等の地域固有の資源をどれだけ活かせるかにかかっているのではないかと考える。そのためには、既存の地域資源を保護するとともに、必要に応じて地域の自然環境や景観と調和が図れるように改善する取り組みも必要になってくるだろう。これはどのカテゴリーの漁港にも共通して言えることだが、放置艇の存在、人工的海岸の構造物、放置されたゴミ、水質汚濁などの問題を改善していくことも重要である。それぞれの地域を見つめなおし、発掘し、地域資源をできるだけ活かす必要がある。

#### ④カテゴリーⅣ：水産活用型漁港

組合員数、陸揚げ量、陸揚額、所属漁船数とどの値も最も高く、他のカテゴリーより水産能力が高いことがわかる。そのため、水産業を活かした発展が期待できる。各漁港の名産物を前面に押し出した事業を行うことで他の漁港とも差別化ができる。また、I.C.までの距離が非常に近いから、車での来訪が予想されることから、駐車場の整備などが重要になるだろう。

## (2) カテゴリー毎の代表漁港の抽出

各カテゴリーから代表漁港として各2漁港を以下の条件を基に抽出する。なお、特定第3種漁港については、水産業の核としての機能を担い、第1次産業として既に自立または確立しているため、国民にとっての社会的価値が高いことは言うまでもなく、今回の調査対象からは除外した。

- ①「海の駅」、「フィッシャリーナ」、「直販所」などの海洋性レクリエーションもしくは水産物の提供など、漁業振興に寄与している施設が付随または隣接している漁港
- ②上記に該当する漁港において、付随または隣接している施設を評価する要因として売上や来訪者数などの直接的なデータは存在するが、これらの数値は施設機能および規模によって異なる。そのため、来訪者の需要を間接的に示す指標として、平成21年度調査より把握した各漁港のインターネットヒット検索数が上位の漁港

## (3) 比較対象漁港の抽出

代表漁港における利害関係者価値を把握した際の評価の判断基準として、本来の漁港生産機能だけを持つ漁港を以下の条件を基に代表漁港毎に1漁港ずつ比較対象となる漁港を抽出する。

- ①漁港施設以外に付随または近接する施設が無く、代表漁港とカテゴリー、立地地域が同一で、かつ現行の漁港分類が同等の漁港を抽出する。
- ②上記の条件から抽出された漁港の中で、代表漁港とは対照的にインターネットヒット検索数が下位の漁港を抽出する。

前号と合わせて抽出された全16の調査対象漁港を表2.1に示す。

表7.1 調査対象漁港一覧

No.	カテゴリー	都道府県	漁港番号	漁港名	現行分類	所在地 (市町村名)	漁港管理者	付随施設
1	I	静岡県	2630040	用宗	3	静岡市	静岡市	用宗フィッシャリーナ
2			2620090	吉田	2	榛原郡吉田町	吉田町	
3		山口県	3830030	萩	3	萩市	山口県	萩シーマート
4			3820210	和久	2	下関市	下関市	
5	II	千葉県	1920120	保田	2	安房郡鋸南町	鋸南町	ばんや きよなん・ほた海の駅 フィッシャリーナ保田
6			1910230	川下	1	南房総市	南房総市	
7		大阪府	3110020	田尻	1	泉南郡田尻町	大阪府	たじり海の駅 田尻海洋交流センター
8			3110040	西島取	1	阪南市	大阪府	
9	III	神奈川県	2110080	真名瀬	1	三浦郡葉山町	葉山町	葉山マリーナ
10			2110130	石橋	1	小田原市	小田原市	
11		福井県	2530010	小浜	3	小浜市	福井県	若狭フィッシャーメンズワーフ お食事処 濱の四季
12			2520020	白浜(国見)	2	福井市	福井市	
13	IV	富山県	2330020	氷見	3	氷見市	富山県	氷見フィッシャーメンズワーフ
14			2320030	滑川	2	滑川市	富山県	
15		兵庫県	3230015	垂水	3	神戸市	神戸市	神戸フィッシャリーナ こうべたるみ海の駅
16			3220020	林崎	2	明石市	明石市	

凡例  代表事例  
 比較対象事例

## 8. 仮想価値評価法（以下「CVM」）による漁港における利害関係者価値の把握

CVM を用いたアンケート調査により、漁港における地域住民にとっての利害関係者価値を算出する。なお、アンケート調査対象は漁港の後背地に住む地域住民とする。

### 8-1. CVM の概要および調査方法

CVM (Contingent Valuation Method) とは、ある環境の評価対象について、アンケート調査を用いて回答者に評価対象の環境が改善もしくは破壊された状態を説明し、この環境改善（破壊）に対して最大支払っても構わない金額（支払意志額（WTP: willingness to pay））や少なくとも補償の必要な金額（受入補償額（WTA: willingness to accept compensation））を直接尋ねることにより、環境の持っている価値を金額として評価する手法である<sup>1)</sup>。本調査では、NOAA（米国政府海洋大気局）のガイドライン<sup>2)</sup>において推奨されている支払意志額を回答者の当該漁港に対する仮想評価価値として算定する。

CVM の質問形式には自由回答方式、付置ゲーム形式、支払カード形式、二項選択形式の4形式ある。現在の主流である二項選択形式は、4つの質問形式の中で最もバイアス<sup>3)</sup>が少なく、優れた質問形式とされている<sup>4)</sup>。また、二項選択を二段階で行う二段階二項選択形式が有効とされているため<sup>5)</sup>、本調査では二段階二項選択形式を用いて分析する。二段階二項選択形式とは、「X円以上支払う意思はあるか」という質問をし、回答者はこれにYES/NOで答え、さらにYESの場合は1回目の提示額よりも高い金額、NOの場合は低い金額を提示するものである。

以上のように、漁港における漁業生産機能を維持するための対価（税金）を二段階二項選択形式による支払意志額として推定・算出する。推定モデルには、ランダム効用モデル、支払意志関数モデル、生存分析の3種類あり、さらに生存分析にはワイブル生存分析（パラメトリック）、ノンパラメトリック生存分析の2種類ある。なかでもワイブル生存分析は、非常に柔軟な関数であり、多くのデータで良好な結果が得ることができるとされているため<sup>5)</sup>、本調査ではワイブル生存分析により支払意志額を推定する。また、統計アプリケーションには様々な種類があるが、本調査ではExcelを用いてワイブル生存分析を行う<sup>6)</sup>。

推定された支払意志額をもとに集計額を計算する際には、中央値を用いる方法と平均値を用いる方法がある。本調査では、関数形が変わってもあまり支払意志額が変わることはなく、半分以上の人が賛成している支払意志額ということができる中央値を基に集計額を計算し、仮想評価価値（利害関係者価値）として求める。

#### （1）環境評価の手法

環境価値を評価する手法は、大別すると revealed preferences（顕示選好法）と stated preferences（表明選好法）の2種類がある。顕示選好法とは、人々の経済行動から得られるデータをもとに間接的に環境の価値を評価する手法である。顕示選好法には、代替法、トラベルコスト法、そしてヘドニック法が含まれる。もう1つの表明選好法とは、人々に環境の価値を直接尋ねることで環境の価値を評価する手法である。表明選好法には、Contingent Valuation Method（仮想評価法、以下CVMと略す）、Contingent Behavior（仮想行動法）、Contingent Ranking（仮想ランキング法）、Conjoint Analysis（コンジョイント分析）がある。

## (2) CVMの概要

CVMとは、アンケートを用いて人々に環境を守るためにいくら支払うかを尋ね、その回答をもとに環境の持っている価値を金額で評価する手法である。

CVMはアンケートを利用して、環境が改善されあるいは破壊された状態を回答者に説明する。そして、この環境改善や環境破壊に対して最大支払っても構わない金額や少なくとも補償の必要な金額を直接尋ね、その金額から環境の価値を評価する。最大支払っても構わない金額は支払意志額 (WTP:willingness to pay)、少なくとも補償の必要な金額は受入補償額 (WTA:willingness to accept compensation) と呼ばれている。これらを用いて、環境の状態が現在の状態から仮想的状態へと変化した場合を回答者に示すものである。

CVMの最大の特徴は、評価対象が極めて広いことである。例えば、野生生物の価値、生態系の価値、熱帯林の価値など、今日注目されている環境問題の多くは、顕示選好法では評価不可能である。これらの価値は、遺産価値や存在価値などの非利用価値に属するものが大半なので、CVM(およびその他の表明選好法)でなければ評価できない。これが、今日CVMが世界的に注目されている最大の理由である。ただし、CVMにも問題が残されており、それは「バイアス」の問題である。質問方法に問題があったり、サンプルに問題があると、アンケートの回答結果にゆがみ(バイアス)が生じ、評価結果の信頼性が低下する可能性がある。

## (3) CVMを用いた事例

CVMを用いて環境評価を行った事例について、以下の表8.1に示す。

表8.1 CVMを用いた調査・研究例

年	評価対象	アンケート方法	質問形式	支払形式	支払意志額
1995	農山村における祭りの価値	京都府木津町の非農家を対象に郵送	自由回答	基金	住民:平均14,611円 木炭:平均 8,339円
1996	四万十川の水質	訪問形式(東京および京都)	二段階二項選択	税金(住民投票形式)および木炭購入	観光客:平均2,159円 消費者:平均3,419円 町民:平均1,997円
1996	農村地帯の景観形成作物(ひまわり)	北海道北竜町の町民・観光客等に個人面接	支払カード	基金	674円/年

引用：栗山浩一,2002年:「公共事業と環境の価値」,築地書館(株),p58～p61

## (4) アンケート調査項目

本調査では、アンケート回答者に評価対象となる漁港について、「漁協合併の影響により、〇〇漁港が漁業生産機能を失い、水産業が停止すると仮定した場合、あなたは漁協合併を中止するために税金としていくらまで支払いますか」という質問をたずね、1人の地域住民として支払い可能な金額を回答してもらう。その他には以下のような項目について質問を行った。

- ・選択した金額(税金)を支払う(もしくは支払わない)理由
- ・当該漁港の利用頻度
- ・回答者の属性

## (5) アンケート調査概要

調査対象とした全 16 漁港に対し、当該漁港の後背地における地域住民に対して CVM によるアンケート調査を実施し、アンケートの回収後、各漁港における支払意志額を推計し、仮想価値評価を求めた。なお、福井県の比較対象漁港である白浜（国見）漁港については、アンケートの回収率が悪く、また、回答者が支払いに対して賛成する方に偏ってしまったため、他漁港に比べかなり金額の値が大きくなってしまった。当該漁港の結果は有効な数値とはならないことをあらかじめ承知していただきたい。

表 8.2 アンケート調査概要の一覧

調査対象地	萩漁港	和久漁港	用宗漁港	吉田漁港	保田漁港	川下漁港	田尻漁港	西鳥取漁港
調査対象者	地域住民(当該漁港が属する各市町村)							
調査方法	現地で配布し、後日郵送にて回収							
日時	2010/10/28	2010/10/29	2011/2/2	2011/1/25	2010/12/1	2010/12/1	2011/1/24	2011/1/24
配布部数(部)	200	115	200	200	146	105	186	200
有効回答数	158	85	77	161	115	84	66	117
調査対象地	真名瀬漁港	石橋漁港	小浜漁港	白浜漁港	垂水漁港	林崎漁港	水見漁港	滑川漁港
調査対象者	地域住民(当該漁港が属する各市町村)							
調査方法	現地で配布し、後日郵送にて回収							
日時	2010/12/9	2010/12/9	2011/2/2	2011/2/1	2010/10/25	2010/10/25	2011/1/31	2011/1/31
配布部数(部)	365	112	200	114	138	85	200	200
有効回答数	244	75	152	9	98	69	170	148

## 8-2. 代表漁港と比較対象漁港との比較

### (1) 用宗および吉田漁港（カテゴリー I：静岡県）の仮想評価価値

アンケート調査で得られた回答を統計することで、静岡県の代表漁港である用宗漁港の仮想評価価値は 1,659 円、比較対象漁港である吉田漁港の仮想評価価値は 1,427 円という結果が得られた。(図 3.1、3.2)

代表漁港の用宗漁港には、用宗フィッシャリーナが付随しており、現在保管可能隻数 77 隻に対して 74 隻とほぼ満隻の状況にあり、繁盛しているといえる。また、直売所や飲食店「どんぶりハウス」といった事業を行っており、直売所でのしらすの売上は年間 5,000 万円から 6,000 万円である。これらのことから、地域住民が普段から利用しており、漁港が地域に根差したものとなっているため、評価が高くなったと考えられる。そこで、アンケートでの漁港存続のため、税金の支払いに賛成した意見を見てみると、「水産物を購入できなくなる」の意見が多数を占めていた事からも、地域住民が普段の生活の拠点または一部として利用していることを示している。

用宗漁港周辺の海岸沿いは整備されており、「広野海岸公園」となっているため、公園へ遊びに来る人や、海水浴に訪れる人が多い事が予想できる。また、「広野海岸公園」では毎月第 4 日曜日に「広野なぎさ市」が開かれ、用宗漁港に水揚げされた海産物や、地元で採れた農産物の販売を行っている。さらに、用宗漁港では毎年 5 月に「用宗漁港まつり」が開催され、生しらすの販売を始め、釜揚げしらすの試食、体験乗船、模擬せり、漁協直営どんぶりの販売、地元商店や団体・企業の出店、子供の木工作広場等を行っている。以上のような漁港独自の事業を行っていることも、評価が高くなった要因と考える。

一方、比較対象漁港である吉田漁港では、付随施設はないが、仮想評価価値に大きな差は見られない。考えられる理由としては、吉田漁港は全国有数のしらす漁で定評があるため、地域住民にとって重要な財産となっていると考えられる。また、夏には港まつり・花火大会があり、吉田漁港はその会場となっており、防波堤から花火が打ち上がる他、しらすやうなぎの特産品のバザールを行っているため、地域住民の認知度は高く、評価も比較的高くなったと考えられる。

静岡県の両漁港は、水産機能は低いが、それを補うような独自の取り組みにより、評価が高くなったと考えられる。また、漁港の支払いに賛成の意見を比較してみても、大きな差はなく、「水産物を購入できなくなる」や「地元特産品の購入ができなくなる」、「伝統や文化が失われる」といった意見が大半を占め、地域住民が漁港を必要としている事がわかる。(図 3.3)

表 8.3 用宗漁港および吉田漁港の基礎データ

カテゴリー	都道府県	漁港名	現行分類	所在地	漁港管理者	属陸揚揚量 (t)	属陸揚揚額 (百万円)	漁港別 組合 員数(人)	漁港別 所属 漁船数 (隻)	漁港施設 用地面積 (m <sup>2</sup> )	泊地面積 (m <sup>2</sup> )	立地地域の 人口 (人)	最寄りIC までの時 間(分)	最寄り駅 までの時 間(分)	インター ネット検 索ヒット数 (件)
I	静岡県	用宗	第3種	静岡市	静岡市	714	599	400	93	3,218	56,739	700,886	8	10	41,000
		吉田	第2種	榛原郡吉田町	吉田町	896	629	663	103	62,739	84,800	28,648	8		1,690

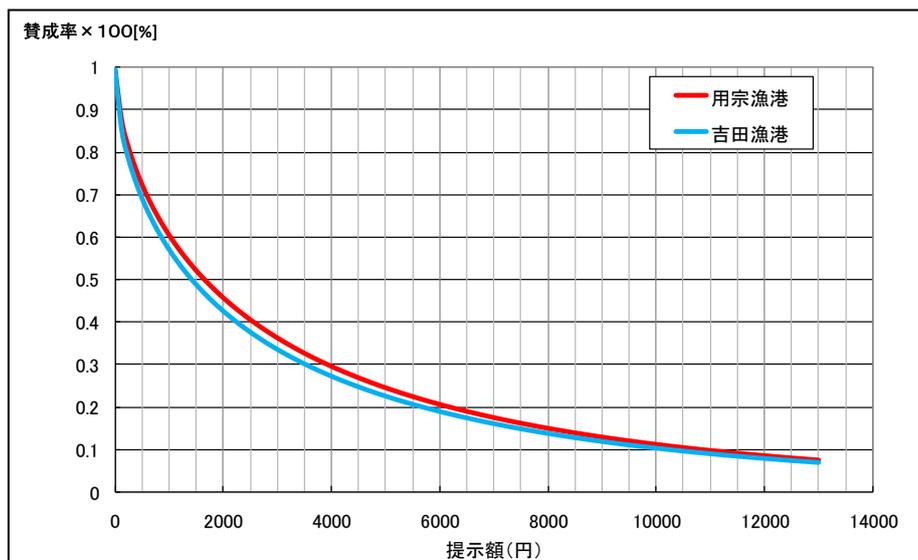


図 8.4 用宗漁港および吉田漁港の賛成率曲線

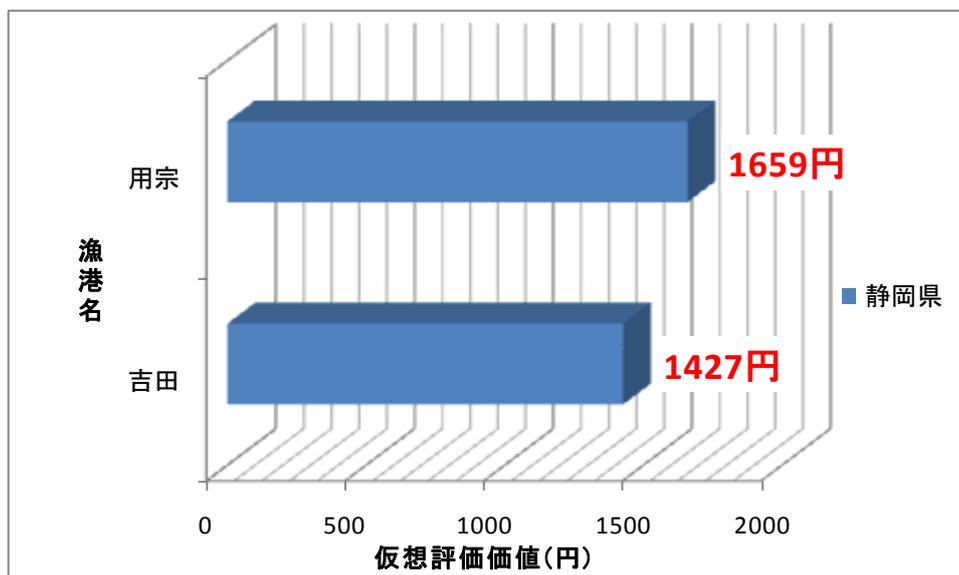


図 8.5 用宗漁港および吉田漁港の仮想評価価値

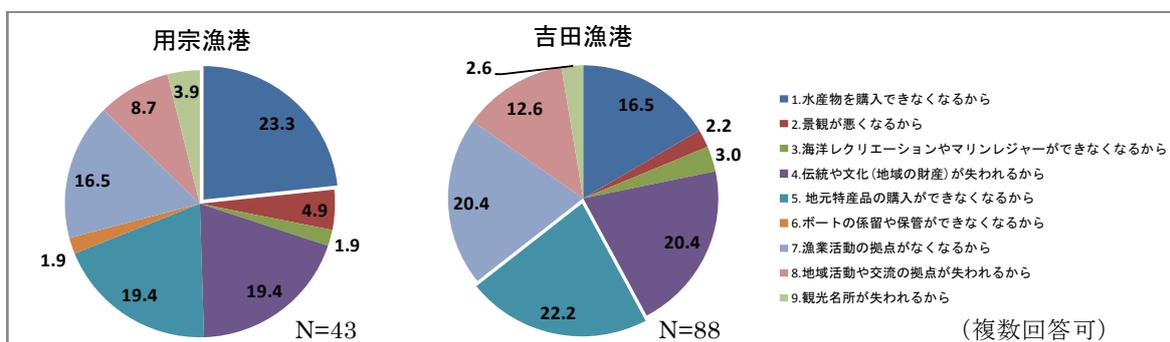


図 8.6 支払いに賛成した意見の割合 [%]

## (2) カテゴリー I : 萩漁港および和久漁港の仮想評価価値

アンケート調査で得られた回答を統計することで、山口県の代表漁港である萩漁港の仮想評価価値は 1,416 円、比較対象漁港である和久漁港の仮想評価価値は 808 円という結果が得られた。(図 3.4、3.5)

代表漁港である萩漁港の評価が高くなったのは、「道の駅/萩しーまーと」が付随している影響が大きいと考えられる。「萩しーまーと」では市場を創造した物販施設やレストランがあり、そこでは漁港で獲れた新鮮な魚や料理を食べられるので、地域住民に普段から利用されている事が予想でき、そのため「萩しーまーと」への認識が高まると同時に、漁港への関心も高くなっているのではないだろうか。さらにお魚フェア等のイベントを開催しており、セミナールームでは旬の魚を用いて料理講座などの客参加型の催しが行われているため、より漁港の利用頻度が高くなり、価値が高く評価されていると考えられる。また、萩しーまーとの来館者のエリア別シェアでは、市内から訪れている人が全体の半分以上を占めており、地域住民の呼び込みに成功している。(図 3.6) アンケートでの支払いに賛成の意見を見てみても、「水産物を購入できなくなる」や「漁業活動の拠点がなくなる」といった意見が大半を占めている事からも、萩漁港が地域になくってはならない存在となっていることが分かる。(図 3.7)

このように萩漁港では「萩しーまーと」が付随しており、地域住民をターゲットにして事業を行っているが、それに対し和久漁港では何も付随しておらず、漁港独自の活動も行っていないため地域住民に必要とされていないことから、価値が低く評価されたと考える。

次に萩漁港の成功要因を抽出すると、まず国道 191 号線沿いに面しており、かつ市街地から近いため車でアクセスが良く、立地条件が優れている事が挙げられる。次に、萩漁港は漁場に恵まれていて、水揚げされる魚も多く、「萩しーまーと」と隣接しているため鮮度の良い魚を提供できる。また萩しーまーとでは魚だけでなく、野菜や肉類、米など多種の商品を扱っており、その 7 割から 8 割が地元産である。このようなことから提供品の品質も優れている事がいえる。さらに「萩しーまーと」では、市内の循環バスの停留所があり、乗車賃も 100 円と安い。また、「むらまち交流ステーション」といった、観光交流施設が設置されており、様々な提供サービスを行っている事も成功要因の 1 つといえる。

表 8.7 萩漁港および和久漁港の概要

カテゴリー	都道府県	漁港名	現行分類	所在地	漁港管理者	属大陸揚量 (t)	属大陸揚額 (百万円)	漁港別組合員数(人)	漁港別所属漁船数(隻)	漁港施設用地面積 (m <sup>2</sup> )	泊地面積 (m <sup>2</sup> )	立地地域の人口(人)	最寄りICまでの時間(分)	最寄り駅までの時間(分)	インターネット検索ヒット数(件)
I	山口県	萩	第3種	萩市	山口県	3835	1787	647	432	101515	330770	57990	74	26	1080
		和久	第2種	下関市	下関市	90	91	118	93	9654	51900	290693	57	60	114

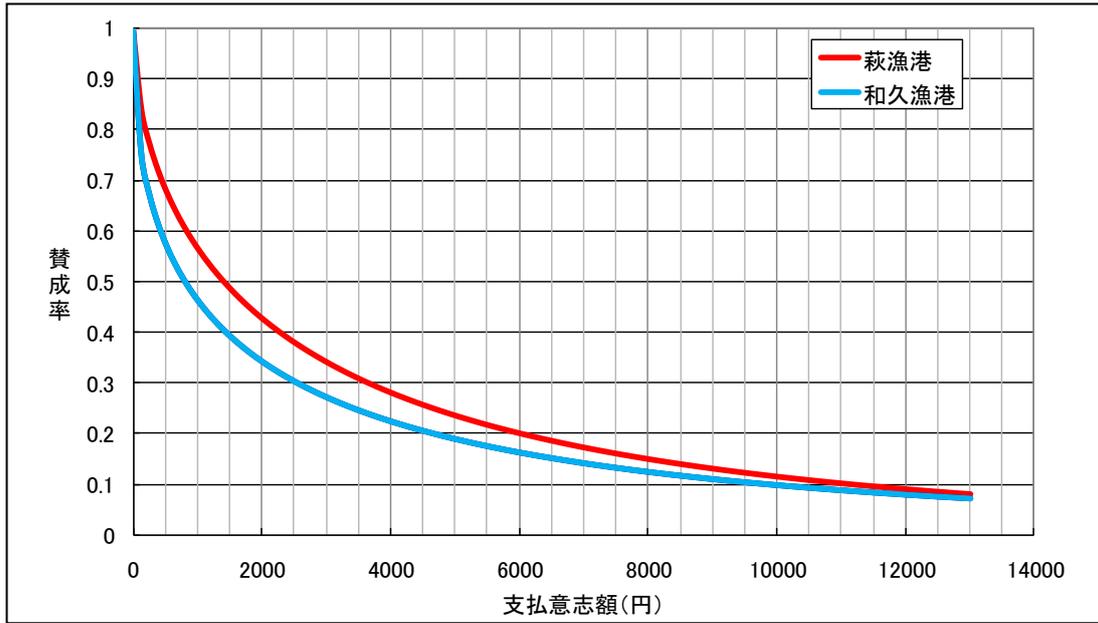


図 8. 8 萩漁港および和久漁港の賛成率曲線

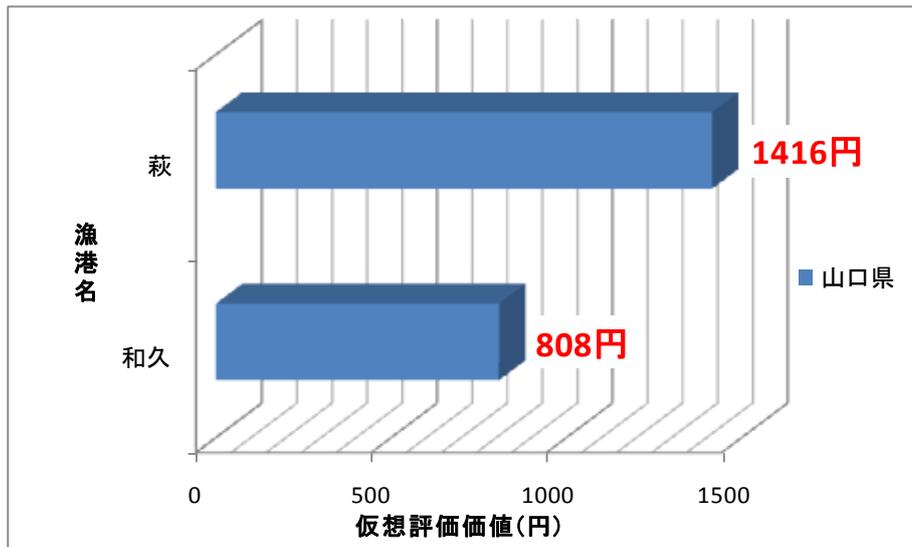


図 8. 9 萩漁港および和久漁港の仮想評価価値

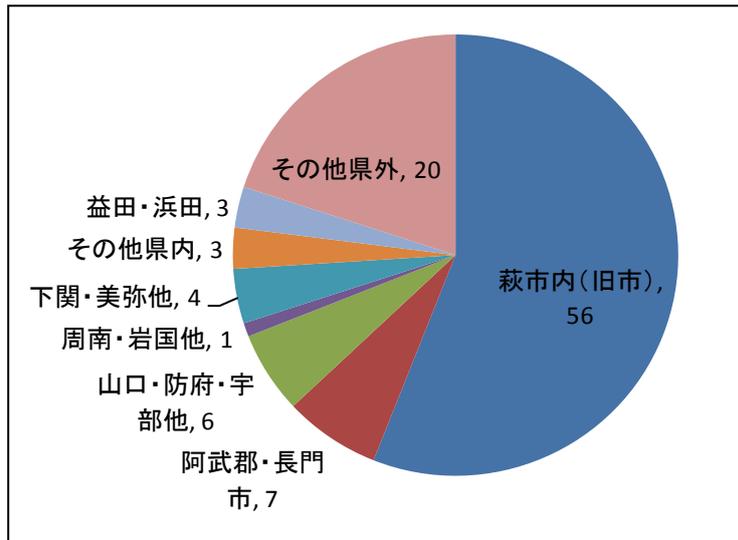


図 8. 1 0 萩シーマート来館者のエリア別シェア [%]  
 (出典：道の駅/萩シーマート ビジネスモデル, 中澤さかな)

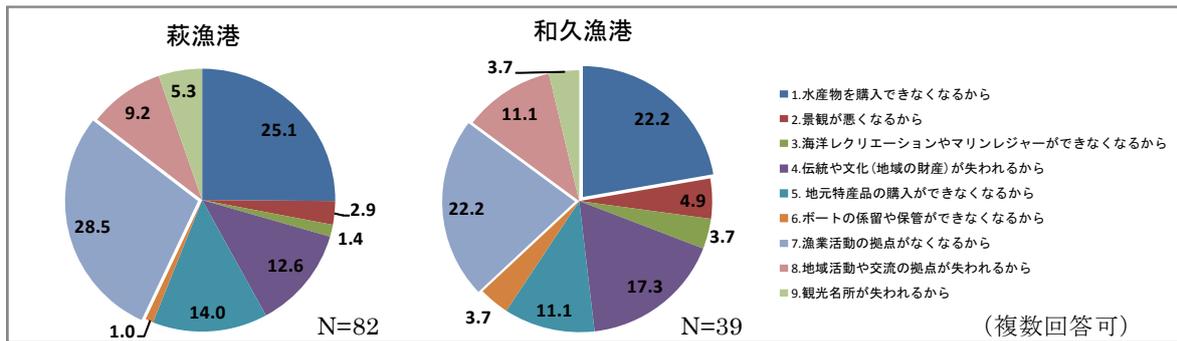


図 8. 1 1 支払いに賛成した意見の割合 [%]

### (3) 保田および川下漁港（カテゴリーⅡ：千葉県）の仮想評価価値

千葉県の代表漁港である保田漁港の仮想評価価値は 885 円、比較対象漁港である川下漁港の仮想評価価値は 215 円という結果が得られた。(図 3.8, 3.9)

代表漁港である保田漁港の評価が高くなったのは、魚食普及食堂「ばんや」の影響が大きいと考えられる。ばんやでは食堂だけでなく入浴施設や宿泊施設も備わっている。ばんやは平成 7 年に始めてから平成 11 年、14 年と増設やリニューアルオープンを行ってきた。それとともに観光客や売上金額も年々増加している。平成 20 年度の観光客数は 48 万人、売上金額は約 7 億円と非常に高い値となっており、来訪客の呼び込みに成功しているといえる。(図 3.10) 調査に行った際にも、平日にも関わらず観光客で賑わっていた。アンケートでの支払いに賛成した意見をみても、「漁業活動の拠点がなくなる」が多数の割合を占めている事からも、保田漁港が観光の拠点となっていることがいえる。(図 3.11)

それに比べ川下漁港は付随している施設はなく、周辺にも人が集うような施設は見当たらなかった。また調査に行った際にも、漁港には人の気配は全くなく、放置状態であった。

保田漁港の成功要因としては、まず、富津館山道路の開通により、東京、神奈川（東京アクアライン）からの交通アクセスが便利になったといえる。また鋸南保田 I.C より 2km の距離にあり、内房の主要幹線道路国道 127 号線沿いに立地し、館山までの観光ルートの通過点となっているため、陸域の立地条件に優れている。また地元の水仙ロードをはじめ、気候温暖な南房総には、2 月から 3 月にかけていちご狩りや花摘みが楽しめる要素があるため、観光客に人気が高いと思われる。さらにばんやの料理メニューは 100 種類にも及び、他にはない独自性があり、品揃えも豊富である。

以上のように、保田漁港は組合の単独事業により中古コンテナからスタートし、その後も県特認事業や農村漁村活性化プロジェクト支援交付金等の補助事業を活用して、段階的に規模を拡大していき、それに伴い来訪客数や売り上げが伸び、漁協経営の大きな柱に成長したことで、来訪客の呼び込みに成功し、評価も高い値となったと考えられる。それに対し、比較対象漁港である川下漁港は、I.C からの距離も遠く、周辺に集客施設もない。さらに水産機能も低く、特に独自の事業に取り組んでいない事から、評価が低くなったと考えられる。立地性が非常に悪いため、地方からの来客を見込む事は難しいため、今後は当該漁港のポテンシャルを見つめなおし、地域住民の来訪を考慮した独自の事業を展開していく必要があると考える。

表 8.12 保田漁港および川下漁港の概要

カテゴリー	都道府県	漁港名	現行分類	所在地	漁港管理者	属地陸揚量 (t)	属地陸揚額 (百万円)	漁港別組合員数(人)	漁港別所属漁船数(隻)	漁港施設用地面積 (m <sup>2</sup> )	泊地面積 (m <sup>2</sup> )	立地地域の人口(人)	最寄りI.C までの時間(分)	最寄り駅までの時間(分)	インターネット検索ヒット数(件)
Ⅱ	千葉県	保田	第2種	安房郡鋸南町	鋸南町	2876	376	221	133	42163	23518	9778	3	10	45800
		川下	第1種	南房総市	南房総市	18	37	405	27	12296	2507	43881	26		71

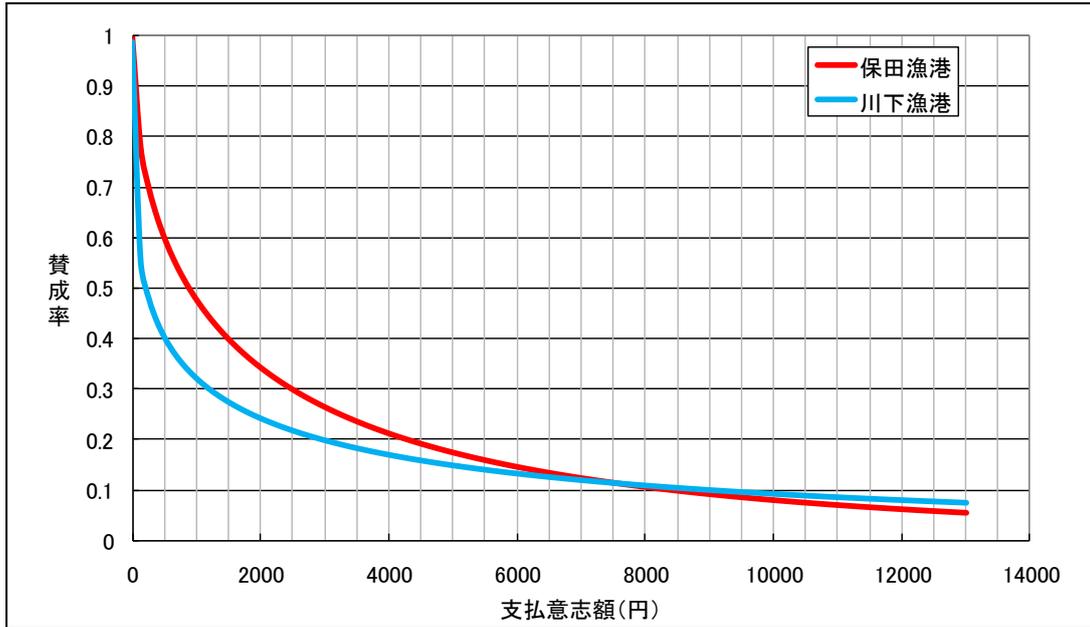


図 8.1.3 保田漁港および川下漁港の賛成率曲線

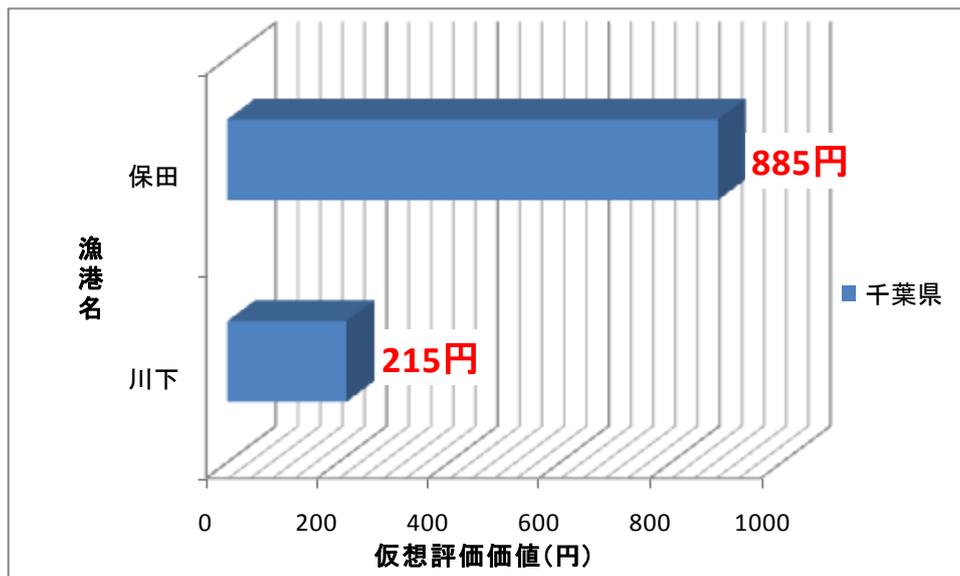


図 8.1.4 保田漁港および川下漁港の仮想評価値

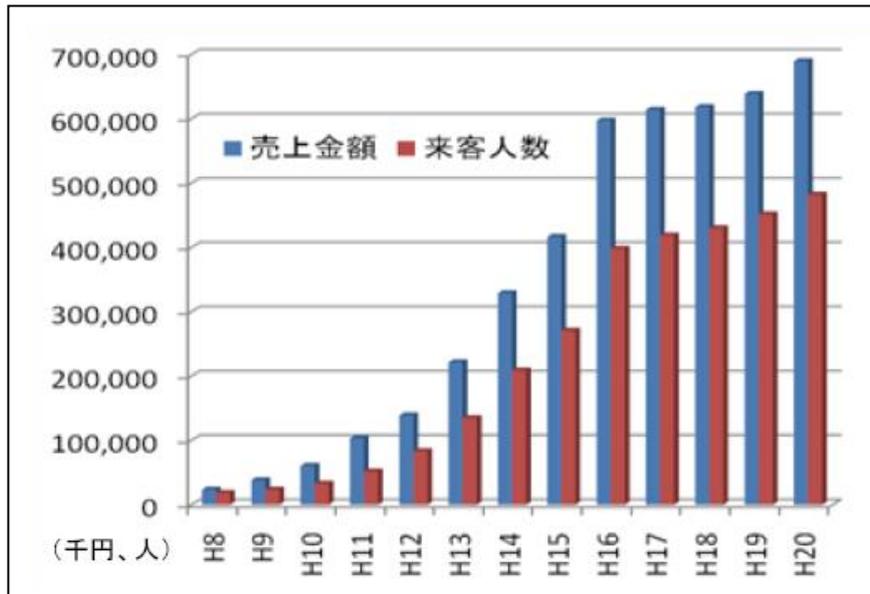


図 8.15 保田漁港の年別売上金額および来客数  
 (出典：漁村活性化のあり方について，漁村活性化のあり方検討委員会)

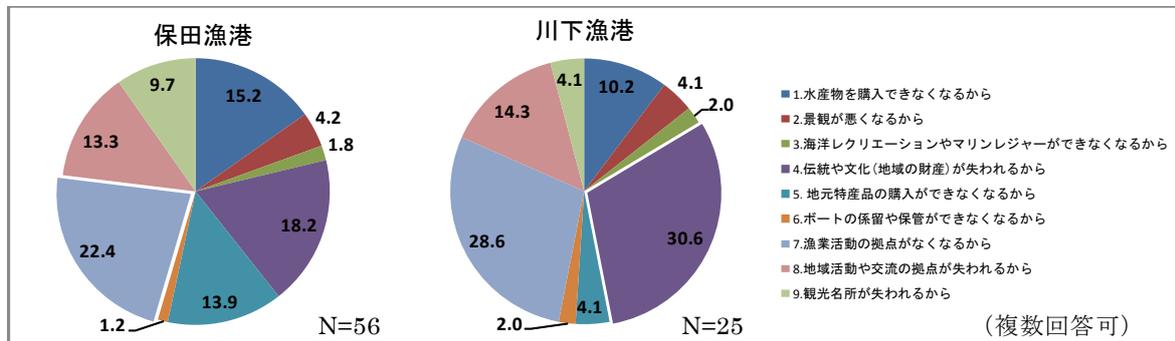


図 8.16 支払いに賛成した意見の割合[%]

#### (4) 田尻および西鳥取漁港（カテゴリーⅡ：大阪府）の仮想評価価値

大阪府の代表漁港である田尻漁港の仮想評価価値は 1,087 円、比較対象漁港である西鳥取漁港の仮想評価価値は 70 円という結果が得られた。(図 3.12、3.13)

田尻漁港の評価が高くなった要因としては、朝市や釣り堀、飲食施設、漁業体験、マリーナ等の多種多様に漁港を活用していることから、認知度も高く、また様々な年代の人をターゲットとし、来訪客の呼び込みに成功していることが挙げられる。漁業体験事業では、漁協自らパンフレットを作成し配布するとともに、旅行業界の業界誌に広告を出すなど、積極的な宣伝活動を行うことで、修学旅行の一環としても活用されている。アンケートの支払いに賛成した意見の割合をみても比較的どれも同じ割合であることから、田尻漁港は従来の漁港とは異なり、多様な事業を行う事で、あらゆる面で期待されていることがわかる。

田尻漁港の社会的要素の特徴としては、水産機能は非常に低いが、駅や I.C から近く交通の便が優れている。このように水産機能が低いにも関わらず、評価が高くなっていることから、地域住民の漁港に対する価値観が変化してきている事がわかる。今日の漁港には、田尻漁港のように飲食施設やレクリエーション施設が付随している漁港が多くみられることから、こういったニーズを把握するとともに、当該漁港のポテンシャルを把握し、それを活かした事業を行う事で、漁港の評価も変化すると捉えることができる。漁港空間の有効活用が求められている現在、田尻漁港は、漁業生産機能が低迷している漁港にとって有用な参考指標となる事例といえる。

それに対し、比較対象漁港である西鳥取漁港は 70 円といった非常に低い評価となった。当該漁港の社会的要素は、田尻漁港と比較しても大きな差は見られない。水産機能は低いが、それでも田尻漁港よりは多く、アクセスの面では優れている。しかし、中心市街地からは少し離れた位置にあり、奥まった場所に位置するため認知度が低く、これといった事業も行っていないため、地域住民の関心が薄いことがいえ、評価が低くなったと考えられる。評価が 70 円というのは、漁港がマイナスのイメージと捉えられていると思われるため、今後何らかの事業を行うことで、注目を集める事が必要である。

以上のように、同じカテゴリーに属しながら、大きな評価の差が表れたことから、漁協の取り組みや事業内容により、漁港の価値は大きく変化することが分かり、今後の漁港の在り方を見直す必要性を示唆していると考ええる。

表 8.17 田尻漁港および西鳥取漁港の概要

カテゴリー	都道府県	漁港名	現行分類	所在地	漁港管理者	属陸揚量 (t)	属陸揚額 (百万円)	漁港別 組合 員数(人)	漁港別 所属 漁船数 (隻)	漁港施設 用地面積 (m <sup>2</sup> )	治地面積 (m <sup>2</sup> )	立地地域の 人口 (人)	最寄り I.C までの時 間(分)	最寄り駅 までの時 間(分)	インター ネット検 索ヒット数 (件)
Ⅱ	大阪府	田尻	第1種	泉南郡田尻町	大阪府	30	33	37	43	6,380	17,410	7,240	5	14	25,900
		西鳥取	第1種	阪南市	大阪府	296	131	73	48	7,542	22,260	57,616	9	7	523

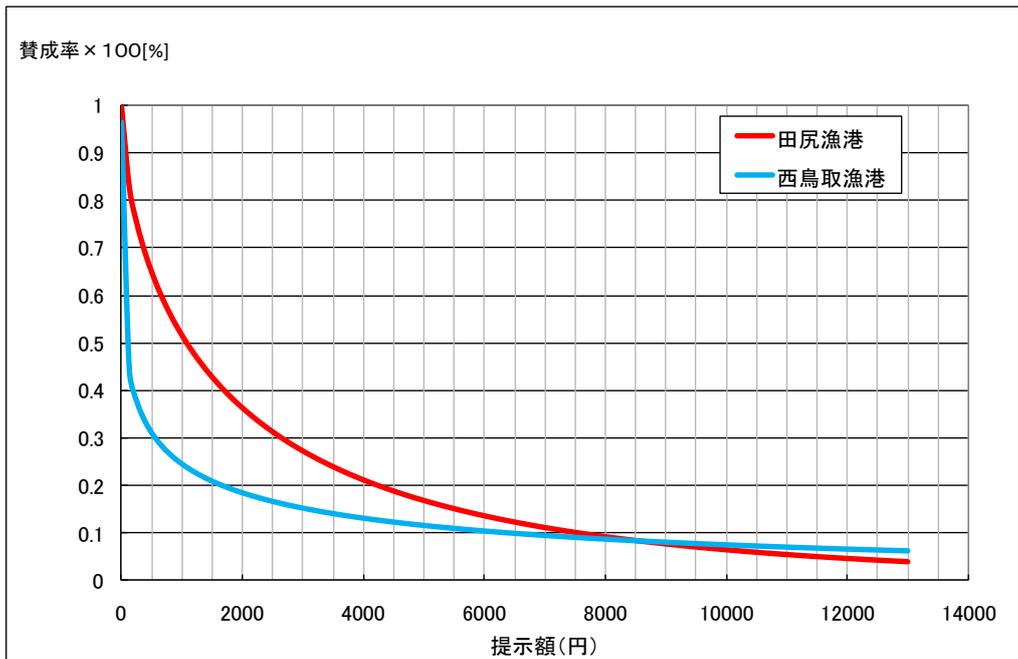


図 8.18 田尻漁港および西鳥取漁港の賛成率曲線

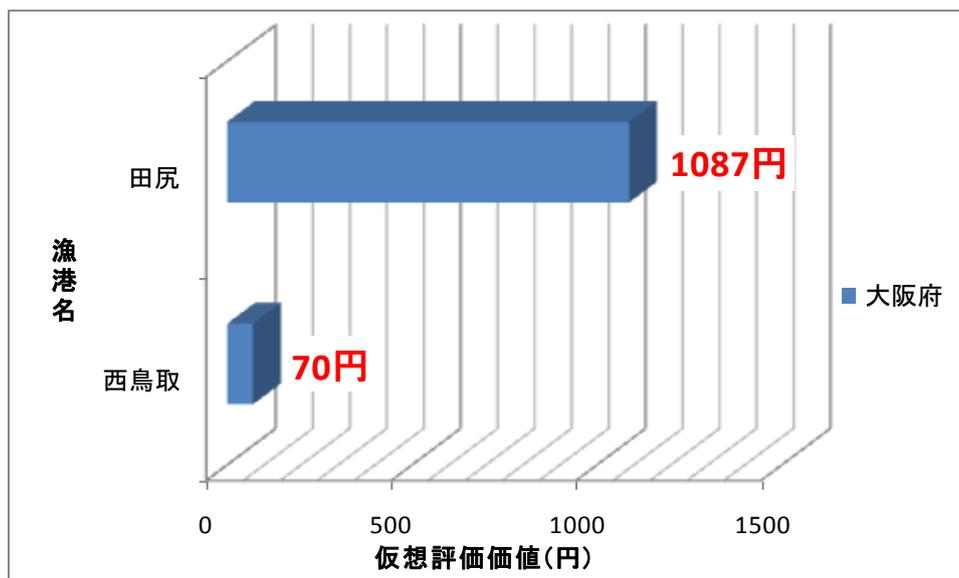


図 8.19 田尻漁港および西鳥取漁港の仮想評価価値

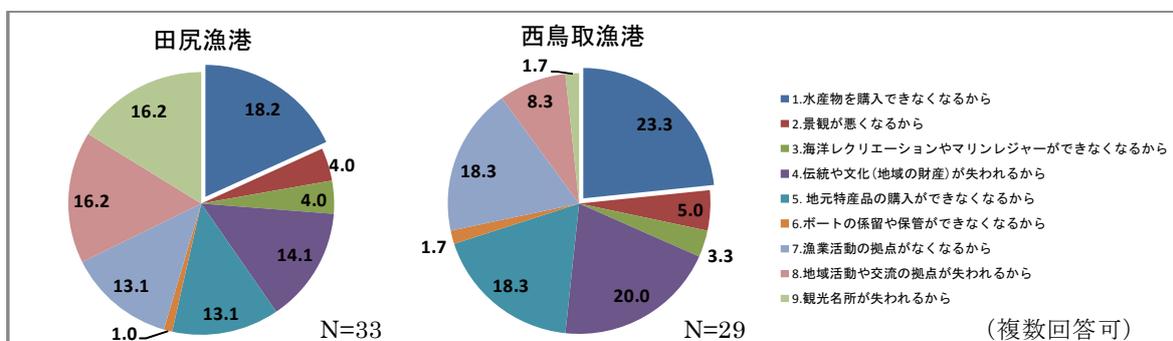


図 8.20 支払いに賛成した意見の割合[%]

### (5) 真名瀬および石橋漁港（カテゴリーⅢ：神奈川県）の仮想評価価値

神奈川県代表漁港である真名瀬漁港の仮想評価価値は299円、比較対象漁港である石橋漁港の仮想評価価値は41円という結果が得られた。（図3.15、3.16）

代表漁港である真名瀬漁港の評価が高くなったのは、葉山マリーナの影響だと考える。葉山マリーナは日本ヨット発祥の地であるため、その影響により、周辺の沿岸域にも注目が集まり真名瀬漁港の認知度も上がり、評価が石橋漁港よりも高くなったと考える。アンケートの支払いに賛成した意見の割合をみると、他漁港よりも真名瀬漁港は、「海洋レクリエーションやマリンレジャーができなくなる」の割合が高いことから、葉山マリーナの影響によるものと考えられる。

しかし、山口県や千葉県代表漁港と比較すると半分以下の価値評価となっている。このことから考えられる理由は、まず葉山マリーナの影響があったとはいえ、漁港とは2km程度距離があるため、直接的な認識が薄いと考えられる。また真名瀬漁港は独自で事業を行っていないため、利用する機会がないので漁港を訪れる事がなく、漁港を訪れるのは釣りを行う人だけである。このようなことから、一部の地域住民には必要性があるが、釣り客以外の地域住民もしくは他方からの利用客が見込めないため評価が他の代表漁港に比べて低い値となったと思われる。

比較対象漁港である石橋漁港の仮想評価価値は非常に低い値となった。石橋漁港は岸壁横を通る道路の下といった、普段目につかない非常に分かりづらい位置にあり、地域住民でも漁港の所在地を知らない人が多かった。また石橋漁港に船を係留させられるような場もなく、荒れた状態となっている。さらには漁業活動も全く行っていない、漁港用地の入り口にはロープが張られ立ち入りできない状態になっており、放置状態であった。このようなことを踏まえると価値が非常に低くなったが、妥当な値であると考えられる。しかしこの状態では、漁港の本来の役割も果たしていないため、今後何かしらの対処が必要である。

表8.21 真名瀬漁港および石橋漁港の概要

カテゴリー	都道府県	漁港名	現行分類	所在地	漁港管理者	属地陸揚量 (t)	属地陸揚額 (百万円)	漁港別組合員数(人)	漁港別所属漁船数(隻)	漁港施設用地面積 (m <sup>2</sup> )	泊地面積 (m <sup>2</sup> )	立地地域の人口(人)	最寄りICまでの時間(分)	最寄り駅までの時間(分)	インターネット検索ヒット数(件)
Ⅲ	神奈川県	真名瀬	第1種	三浦郡葉山町	葉山町	110	98	47	55	1491	139312	31531	8	30	10400
		石橋	第1種	小田原市	小田原市	0	0	23	1	1000	6830	198741	0	9	161

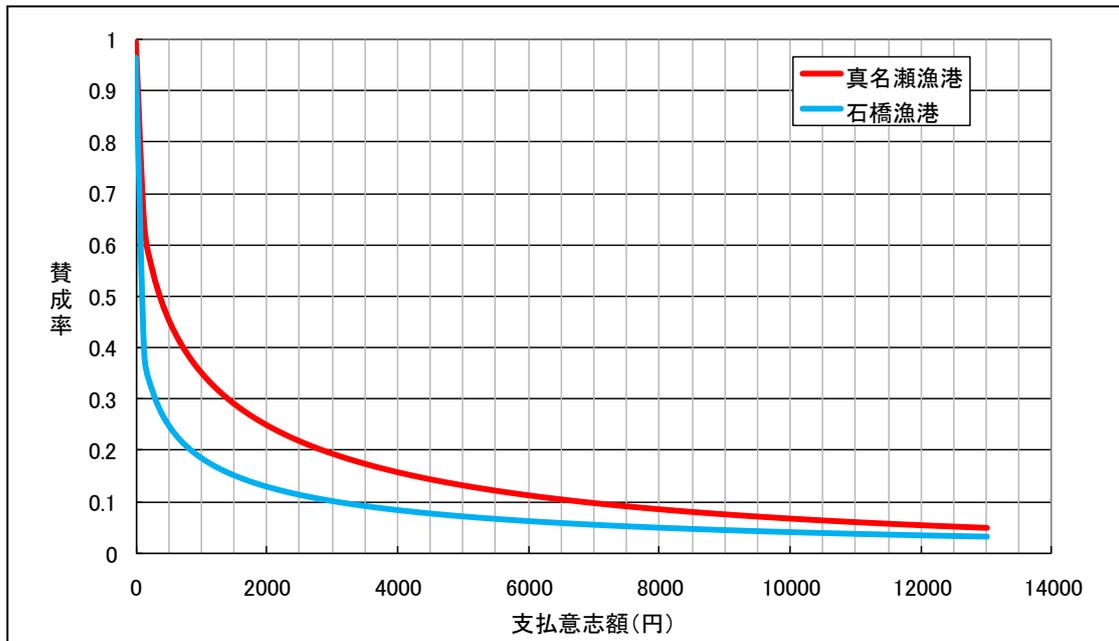


図 8. 2 2 真名瀬漁港および石橋漁港の賛成率曲線

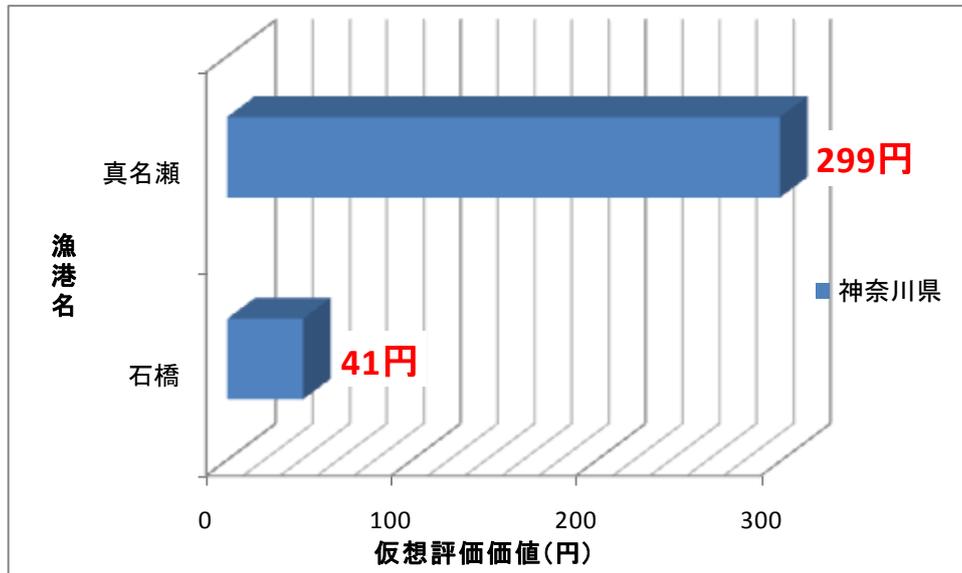


図 8. 2 3 真名瀬漁港および石橋漁港の仮想評価値

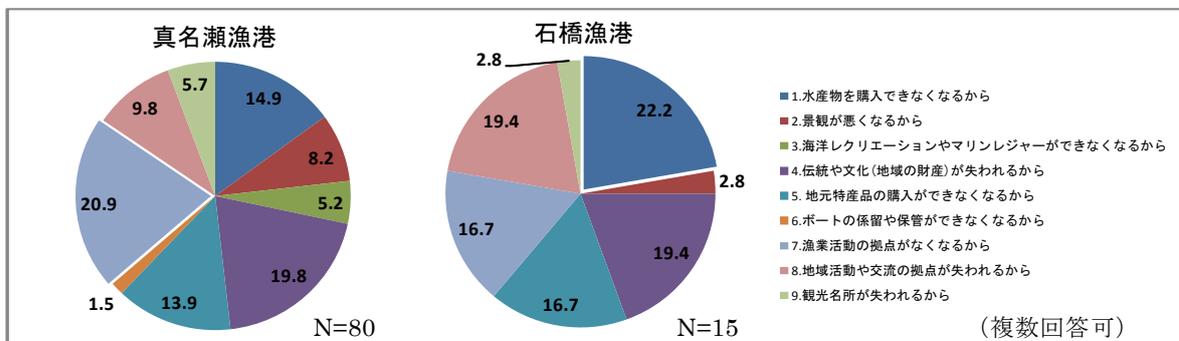


図 8. 2 4 支払いに賛成した意見の割合[%]

### (6) 小浜および白浜（国見）漁港（カテゴリーⅢ：福井県）の仮想評価価値

福井県の代表漁港である小浜漁港の仮想評価価値は1,616円、比較対象漁港である白浜（国見）漁港の仮想評価価値は5,047円という結果が得られた。白浜漁港の結果に関しては、前述したように、アンケート部数が少ないために有効な数値とはいえない。（図3.18、3.19）

代表漁港である小浜漁港の周辺には、「若狭フィッシャーマンズワーフ」や「蘇洞門遊覧船乗り場」、「御食国若狭おばま食文化館」といった施設が集積しており、観光客が多く訪れる観光交流の拠点となっているため、沿岸域周辺に注目が集まり、評価が高くなったと考えられる。また、小浜漁港は、釣りのポイントになっていることから、地域住民のほか近隣の地域からの来訪客が訪れることにより、漁港の価値も高まっていると考えられる。

小浜漁港一帯は、海岸部に形成された漁村集落と景勝地としても親しまれているリアス式海岸が広がるゾーンで、海岸と山からなる自然的土地利用の中に、漁業や観光レクリエーション等の産業的土地利用が混在しており、また、海岸部の所々にマリナーや海水浴場が存在する事から、観光レクリエーション都市としての特徴があり、若狭蘇洞門等の観光名所となる景観資源も存在することから、市民の自然に対する意識が強くなるとともに、漁港の評価価値も高くなったといえる。

比較対象である白浜漁港は、交通の便が非常に悪く、水産機能も低い。そのため、来訪客はほとんどいないといってもいいだろう。また、事業も全く行っていないため、地域住民が漁港を利用する機会がないと考えられる。このようなことから、今回の調査結果では、白浜漁港の有効な結果は求められなかったが、非常に低い評価になると推測する。

表 8.25 小浜漁港および白浜（国見）漁港の概要

カテゴリー	都道府県	漁港名	現行分類	所在地	漁港管理者	属地陸揚量 (t)	属地陸揚額 (百万円)	漁港別 組合 員数(人)	漁港別 所属 漁船数 (隻)	漁港施設 用地面積 (m <sup>2</sup> )	泊地面積 (m <sup>2</sup> )	立地地域の 人口 (人)	最寄りIC までの時 間(分)	最寄り駅 までの時 間(分)	インター ネット検 索ヒット数 (件)
Ⅲ	福井	小浜	第3種	小浜市	福井県	1719	1323	0	141	103,210	156,130	32,182	16	26	17,000
		白浜(国見)	第2種	福井市	福井市	68	41	65	33	3,076	9,100	252,220	49		95

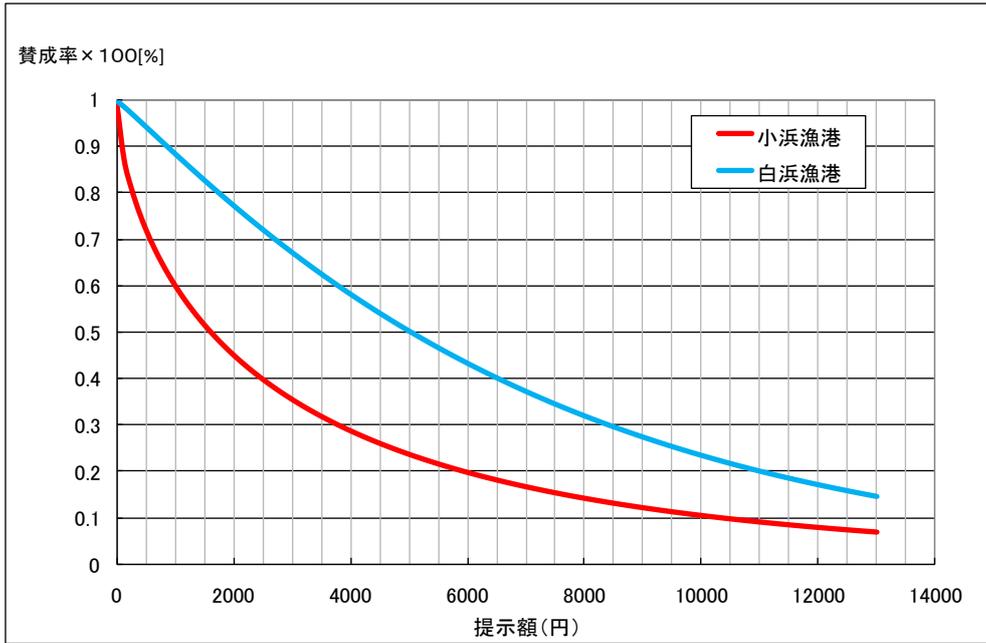


図 8. 2 6 小浜漁港および白浜(国見)漁港の賛成率曲線

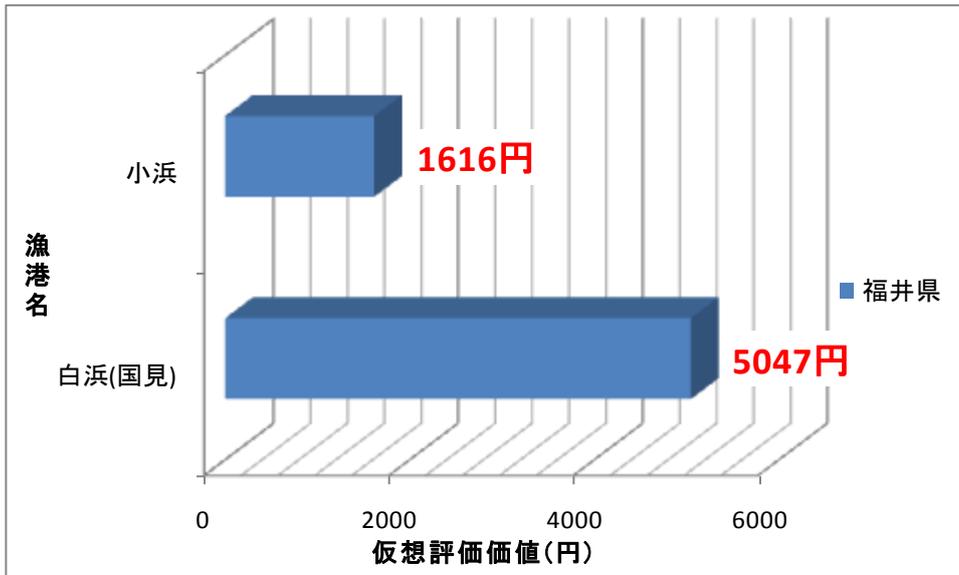


図 8. 2 7 小浜漁港および白浜(国見)漁港の仮想評価価値

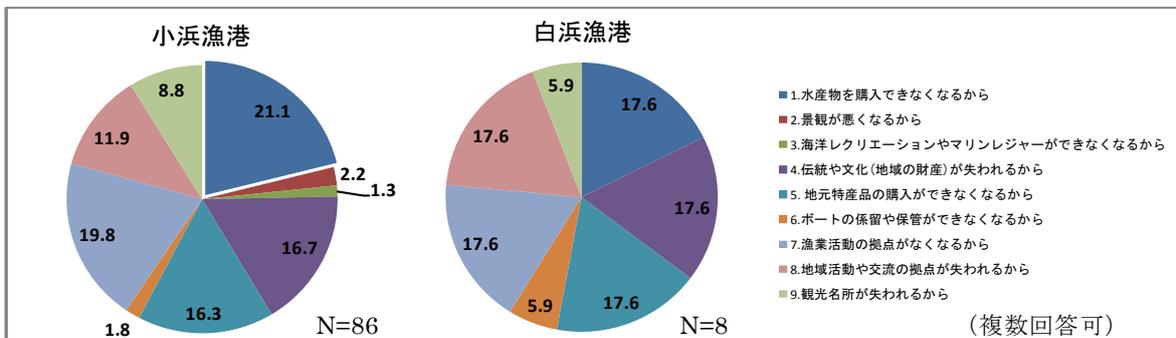


図 8. 2 8 支払いに賛成した意見の割合 [%]

### (7) 氷見および滑川漁港（カテゴリーⅣ：富山県）の仮想評価価値

富山県の代表漁港である氷見漁港の仮想評価価値は 2,152 円、比較対象漁港である滑川漁港の仮想評価価値は 577 円という結果が得られた。(図 3.21、3.22) また、本研究の調査対象とした計 16 漁港の中で氷見漁港の仮想評価価値が最も高い値が得られた。

代表漁港である氷見漁港の評価が高くなった理由としては、「氷見フィッシャーマンズワーフ海鮮館」の影響があると考えられる。道の駅にも登録されており、館内には買い物をする施設や、食事をする施設が数多く存在し、賑わっている。さらには遊覧船も運航しており、定置網を見学できる。これらのことから、地域住民をはじめ観光客にも利用されていることから、評価が高くなったといえる。

さらに、アンケート調査の中で、「水産業は氷見にとって大切」、「重要な氷見ブランドが無くなる」「最重要なブランド品がなくなってしまう」といった意見があったことから、氷見市にとって水産業は重要な役割を持っており、そのなかでも氷見漁港は水産業の拠点となっていることが分かる。(図 3.23) このことから、氷見市の住民は、氷見漁港の水産業に対する期待が高く、それに伴って仮想評価価値が高くなったと考える。また、支払いに賛成した意見の割合をみても「伝統や文化（地域の財産）が失われるから」や「漁業活動拠点が無くなるから」が大半を占めている事からも、氷見漁港が氷見市にとって大きな財産となっており、評価が非常に高い値となったといえる。

それに対し、比較対象漁港とした滑川漁港は、付随施設はなく、特に事業も行っていないため評価が低くなったと考えられる。しかし、調査対象漁港の比較対象とした漁港の中での水産機能を比較してみると、比較的高い数値となっているため、今後の事業の展開次第で大きく評価は変わると考えられる。また滑川漁港は、ホタルイカで有名な場所でもあるため、それをブランド化し、宣伝活動等を積極的に行う事で、漁港に対する地域住民の捉え方に変化が表れ、評価も高くなるのではないだろうか。

表 8.29 氷見漁港および滑川漁港の概要

カテゴリー	都道府県	漁港名	現行分類	所在地	漁港管理者	属陸揚揚量 (t)	属陸揚揚額 (百万円)	漁港別組合員数(人)	漁港別所属漁船数(隻)	漁港施設用地面積 (m <sup>2</sup> )	泊地面積 (m <sup>2</sup> )	立地地域の人口 (人)	最寄りICまでの時間(分)	最寄り駅までの時間(分)	インターネット検索ヒット数(件)
Ⅳ	富山	氷見	第3種	氷見市	富山県	5297	1506	816	170	347,960	146,800	54,495	5	18	92,700
		滑川	第2種	滑川市	富山県	545	531	235	34	25,593	25,825	34,002	7	7	16,300

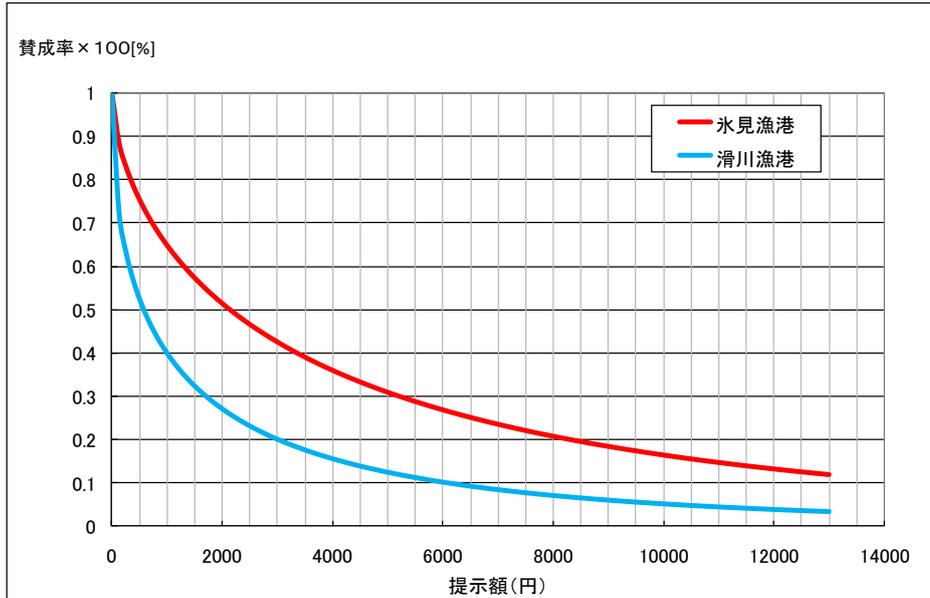


図 8.30 氷見漁港および滑川漁港の賛成率曲線

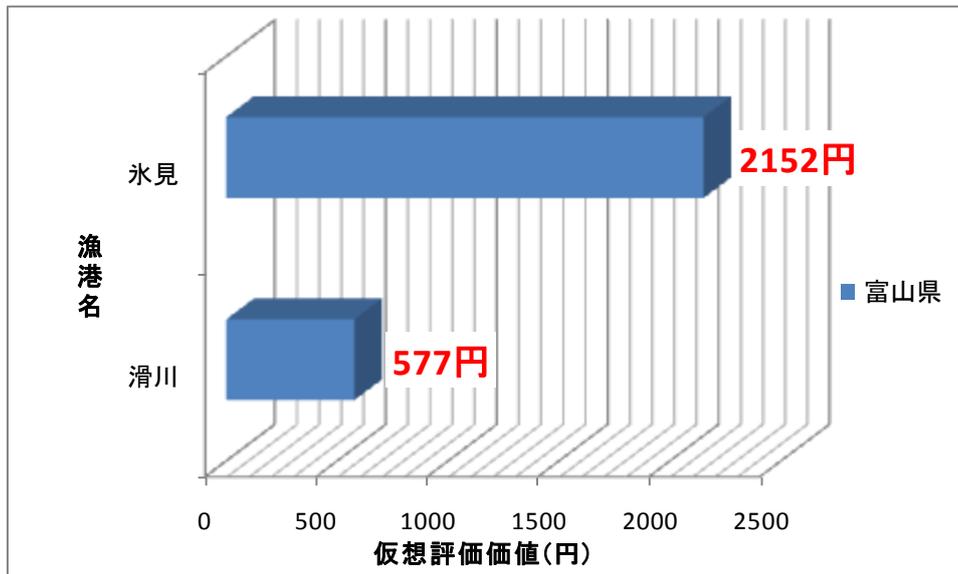


図 8.31 氷見漁港および滑川漁港の仮想評価価値

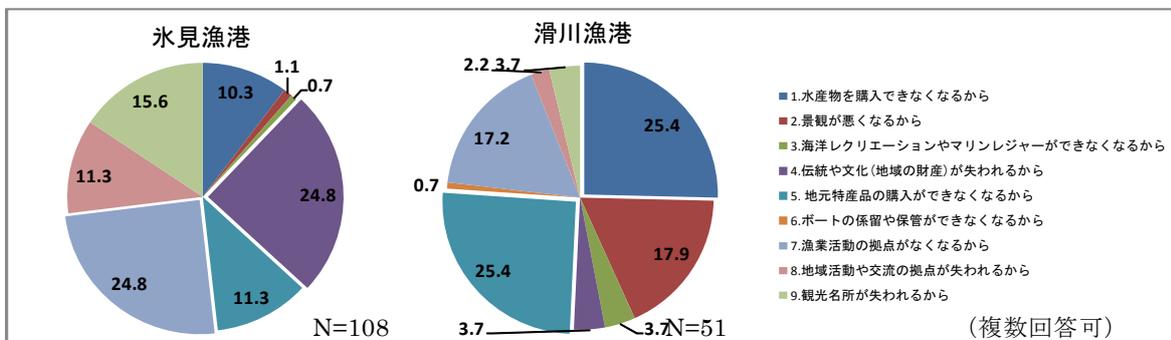


図 8.32 支払いに賛成した意見の割合 [%]

### (8) 垂水および林崎漁港（カテゴリーⅣ：兵庫県）の仮想評価価値

兵庫県の代表漁港である垂水漁港の仮想評価価値は 743 円、比較対象漁港である林崎漁港の仮想評価価値は 585 円という結果が得られた。(図 3.24、3.25)

代表漁港である垂水漁港の評価が高くなったのは、マリンピア神戸の影響だと考える。マリンピア神戸は三井アウトレットパークやシーフードマルシェ、神戸市立水産体験学習館、神戸フィッシャリーナ（こうべたるみ海の駅）等で構成されており、非常に認知度が高い事が予想され、その影響を受け、同敷地内に位置する垂水漁港も認知度が高まり、仮想評価価値も比較対象漁港である林崎漁港に比べ高くなったと考えられる。しかし、林崎漁港の仮想評価価値は、他県の比較対象漁港に比べると高い値となっている。付随施設こそないが、水産機能は非常に高く、他県の代表漁港よりも陸揚量は群を抜いて高い。このような事から、今後漁協の取り組み次第で、林崎漁港の価値は高まると予想される。

また、代表漁港である垂水漁港の成功要因には、JR 神戸線及び山陽電車の垂水駅より徒歩約 10 分、車で大阪方面から阪神高速神戸線の若宮インターチェンジより 15 分、姫路方面からは、第二神明道路の名谷インターチェンジから 10 分というように交通の便が非常に良く、付随施設マリンピア神戸には 2,000 台の駐車スペースがあり、観光客の呼び込みに成功したことが挙げられる。また、フィッシャリーナを含めた、マリンピア神戸の事業では、用地の埋め立て等において、漁港修築作業、漁港環境整備事業、漁港利用調整事業など、多種の事業を活用し、整備されてきたことから、地域住民の関心も高まったといえる。

表 8.33 垂水漁港および林崎漁港の概要

カテゴリー	都道府県	漁港名	現行分類	所在地	漁港管理者	属地陸揚量 (t)	属地陸揚額 (百万円)	漁港別組合員数(人)	漁港別所属漁船数(隻)	漁港施設用地面積 (m <sup>2</sup> )	泊地面積 (m <sup>2</sup> )	立地地域の人口(人)	最寄りICまでの時間(分)	最寄り駅までの時間(分)	インターネット検索ヒット数(件)
Ⅳ	兵庫県	垂水	第3種	神戸市	神戸市	6658	3197	69	105	189694	93807	1525393	6	45	41600
		林崎	第2種	明石市	明石市	11965	3094	286	367	127561	532000	291027	12	9	17900

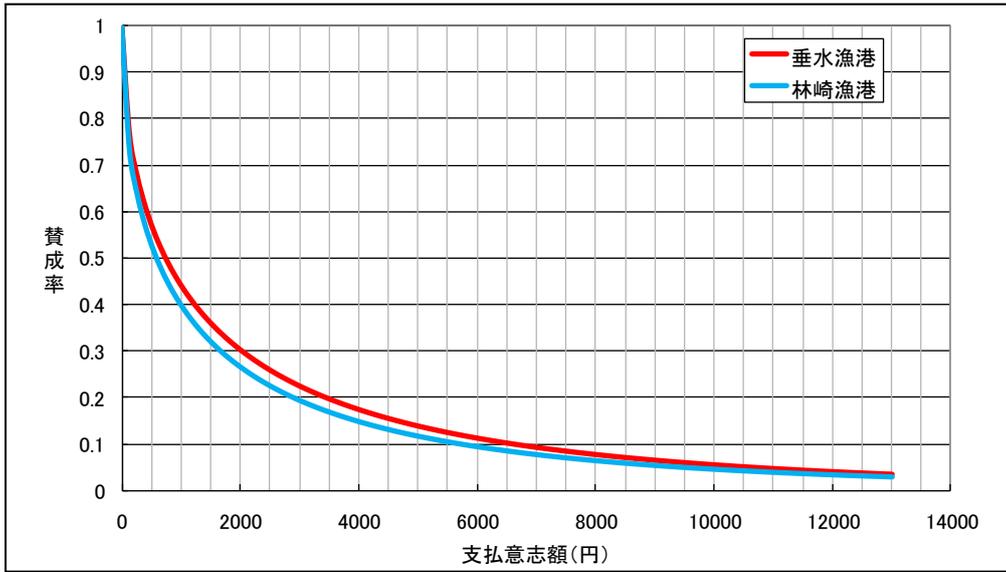


図 8.3.4 垂水漁港および林崎漁港の賛成率曲線

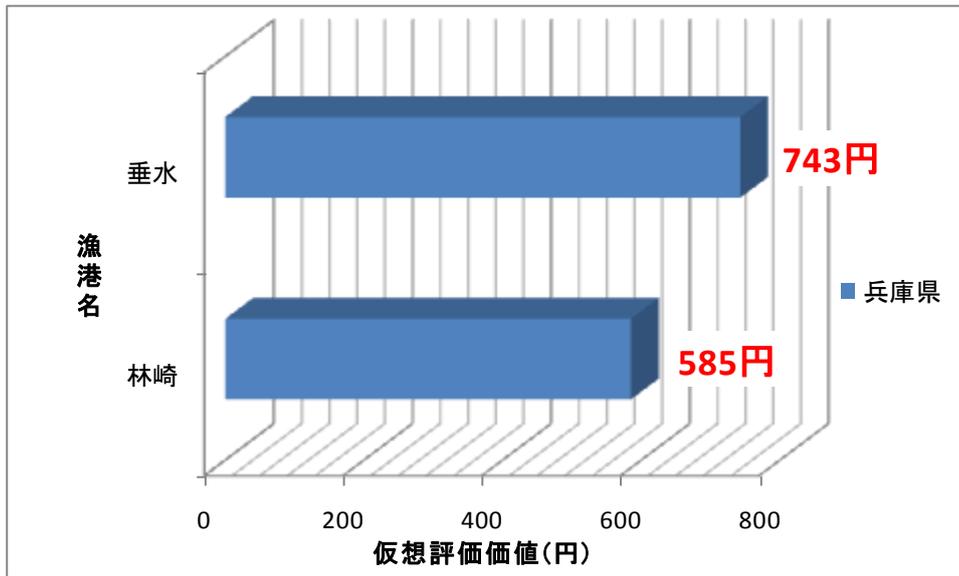


図 8.3.5 垂水漁港および林崎漁港の仮想評価値

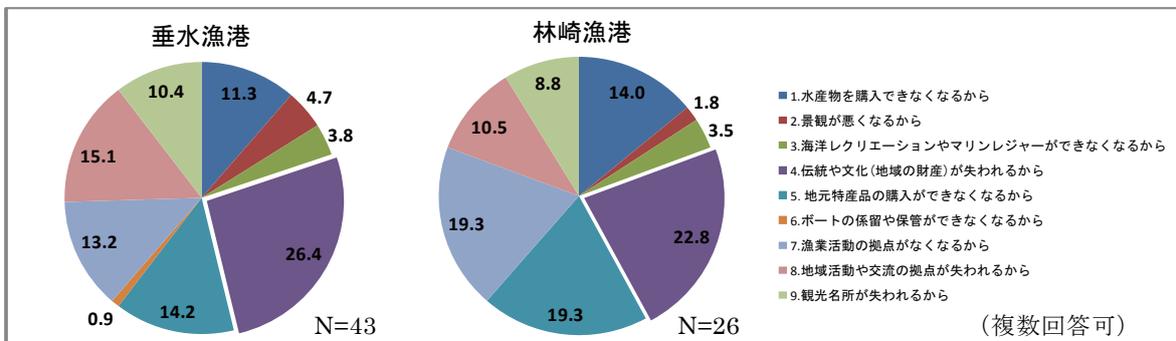


図 8.3.6 支払いに賛成した意見の割合[%]

### 8-3. カテゴリー別の仮想評価価値の比較

今回の調査結果のうち、各カテゴリーの仮想評価価値を比較してみると、カテゴリーⅠは比較的高い評価を得ており、カテゴリーⅡは代表漁港と比較対象漁港で大きな差が表れている。カテゴリーⅢについては、小浜漁港が高い値となっているが、その他の漁港は非常に低い評価となっており、カテゴリーⅣは氷見漁港以外平均的な評価となっているが、カテゴリーⅠに比べると劣る評価となっている。

カテゴリーⅠに属する、漁港の社会的要素を見てみると、立地地域の人口が多く、比較的水産能力が高いことから、カテゴリーⅠはある程度ターゲットを絞っても採算性が取れると予想でき、地元市民の利用に重点を置いて地産地消を行い、発展させていくべきだと考える。食の安心・安全が注目されており、漁港において消費者と直結した直販施設などを行うことで、消費者も生産者の“顔の見える”状況から安心して買い物をすることができるだろう。また、地元で獲れた新鮮な魚を地域の人たちに提供することにより、魚の良さの再評価、ひいては地元への愛着へとつながっていき評価も高くなるだろう。

次にカテゴリーⅡに属する、漁港の社会的価値に関する特徴を挙げてみると、立地地域の人口が少ないが、I.Cからの距離が比較的近く、アクセスの面で優れているといえる。つまり、他地域から人を呼び込みやすい環境であるといえる。このことから、事業の展開次第により、来訪者を呼び込むことができるといえ、結果的に、代表漁港と比較対象漁港で大きな評価の差がみられたと考える事ができる。このような立地地域の人口の少ない地域では、どのように観光客を呼び込むかが問題であると考えられる。朝市や定期的なイベント等で、来訪者を飽きさせない工夫を図ることが必要であり、また、イベントが一次的なものになってしまわないよう考えなければならない。もちろん、おいしい魚をアピールし、その期待を裏切らない工夫も必要であり、販売方法、流通方法などの検討を行っていくべきではないだろうか。保田漁港のように観光客をシーズンに左右されることなく、人々を誘致することで、地域の人口の少なさを補うことができ、地域としても更なる発展につながるような事業を展開していく事で、地域住民の評価も自ずと高くなると思われる。

カテゴリーⅢに属する、漁港の社会的価値に関する特徴としては、漁業別組合員数、陸揚量、陸揚額、所属漁船数とどれも低い値であり、他のカテゴリーより水産能力が劣る漁港群であるといえる。そのため水産能力に期待した発展は見込めないため、特徴ある、独自の発展が必要になってくるだろう。自然や歴史、景観等の地域固有の資源をどれだけ活かせるかにかかっているのではないか。そのためには既存の地域資源を保護するとともに、必要に応じて地域の自然環境や景観と調和が図れるように改善する取り組みも必要になってくるだろう。小浜漁港に関しては、自然や景観等の地域資源を最大限活用しているため評価が高くなったといえる。今後カテゴリーⅢに属している漁港は、小浜漁港を参考として事業を展開していけば良い結果に繋がるのではないだろうか。また、これはどのカテゴリーの漁港にも共通して言えることだが、放置艇の存在、人工的海岸の構造物、放置されたゴミ、水質汚濁などの問題を改善していくことも重要であり、それぞれの地域を見つめなおし、発掘し、できるだけ活かす必要がある。

カテゴリーⅣに属する、漁港の仮想評価価値は、本調査対象の漁港の中では、氷見漁港を除き平均的な値となっているが、特徴をみるとアクセスも良く、組合員数、陸揚量、陸揚額、所属漁船数の値もそれぞれ高く、他のカテゴリーより水産能力が高いことから、水産能力を活かした発展が見込める。各漁港の名産物を前面に押し出した事業を行うことで他の漁港とも差別化を図ることができるため、今後の各漁協の取り組み次第で大きく変わると思われる。氷見漁港は上記のような事業を行う事で、ブランド化し、水産業が地域に

とって重要な役割となったことから評価が高くなり、成功しているといえる。

以上のように漁港空間を有効活用するためには、各漁港がそれぞれのポテンシャルを今一度見直す必要があり、また今回の調査のように、各漁港の仮想評価価値を把握する事や、地域住民が漁港の存在をどのように捉えているのかを把握し、それを生かした事業を展開していく必要があるのではないだろうか。

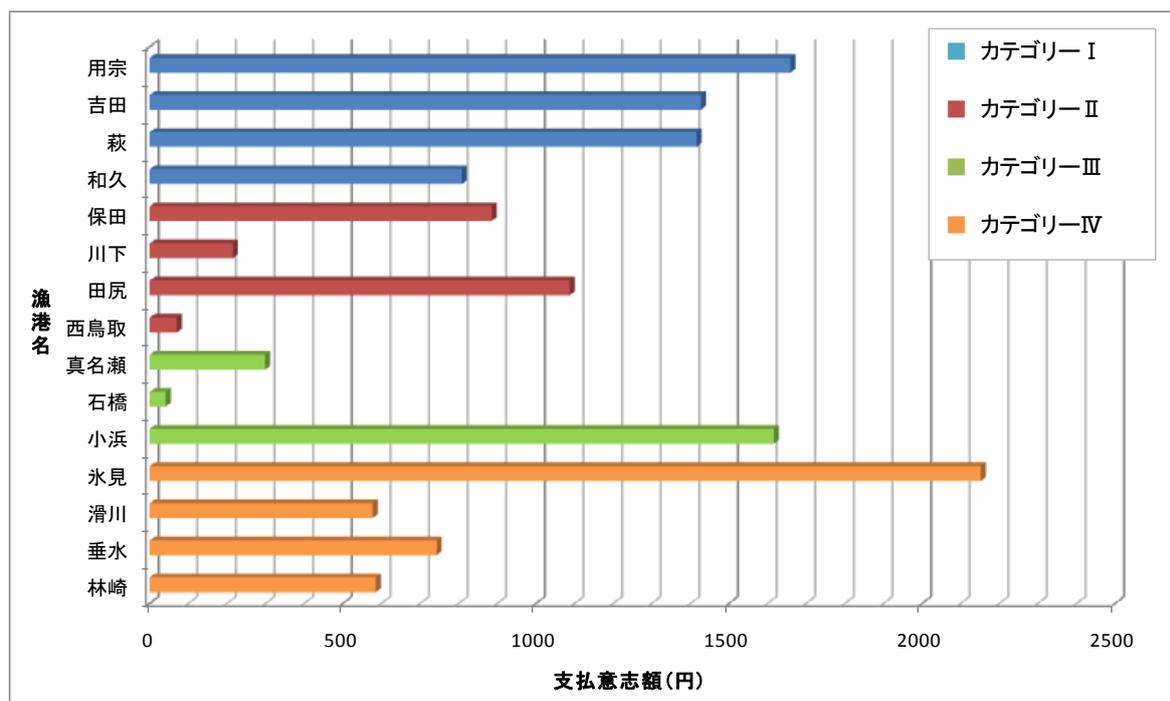


図 8. 3 7 各漁港の仮想評価価値

#### 8-4. 代表漁港における付随施設別の比較

今回の調査結果のうち、代表漁港の付随施設に注目してみると、フィッシャーメンズワープが付随している氷見漁港や小浜漁港の評価が高くなっており、次いで用宗漁港のフィッシャリーナ、萩漁港・田尻漁港・保田漁港の道の駅および海の駅となっている。評価の高くなった漁港では、獲れた魚を提供する施設が備わっている事から、普段から地域住民が利用できるような事業を展開している漁港ほど高い評価となっている事が分かる。

垂水漁港はフィッシャリーナが付随しているが、アウトレットのイメージが強いため、評価が低い値となったと考えられる。また真名瀬漁港はマリーナが付随しているが、ボートオーナー等の限られた人にしか利用されていない事から、評価が低い値となったといえる。今回は地域住民を対象として漁港の仮想評価価値を算定しているが、観光客を呼び込むことによって観光地化した事例よりも、地域住民をターゲットとして地元産の水産物などを提供している事例の方が地域あるいは地域住民における漁港の重要性は高まっている。

これらの結果から、水産資源を活かした事業を展開している漁港ほど地域住民の評価は高いといえる。しかし、本調査の結果ではフィッシャーメンズワープが付随している漁港の評価が高くなったが、ほとんどのフィッシャーメンズワープでは、計画による漁業活動の圧迫や継続的に観光客を確保できないことによる商業施設の赤字が目立っているのが現状であるため、今後の事業展開には十分な検討が必要である。

各漁港およびカテゴリーにはそれぞれの社会的要素や地域に特徴があり、そのような事業展開ができない漁港も存在するため、各漁港がそれぞれの持つ特徴を十分理解し、それを活かせる事業を考え、実行していかなければならないと考える。

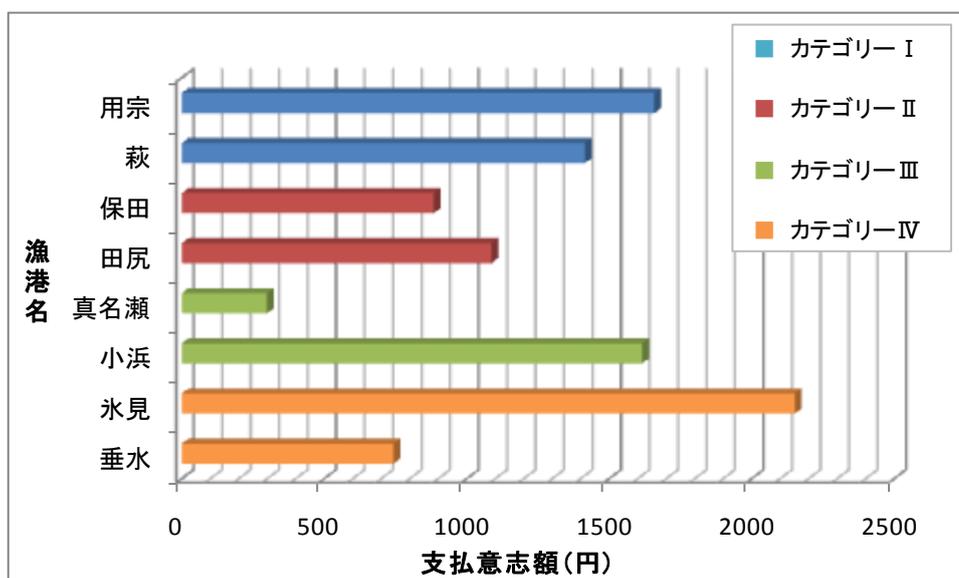


図 8.38 代表漁港の仮想評価価値

## 9. 平成 22 年度まとめと今後の課題

本調査で、漁港の区域内で直接水産物を来訪者に提供するなどの独自の取り組みを行っている漁港ほど地域住民からの評価が高かった。一方で、水揚能力も低く、特段の取り組みを行っていない漁港については低い評価となった。これらのことから、今後の漁港空間の有効活用に関しては、当該漁港に所属する漁協および立地している地域への貢献が期待できるかどうか重要である。従来の漁港とは異なり、今日の漁港では水産直売店やレストラン、レクリエーション等の機能を持ち合わせた漁港が増え、国民の漁港に対する価値観に変化が表れているため、漁港の適性に合ったニーズを把握する必要性も高い。また、カテゴリーによって評価に差が生じたことから、漁港が持つそれぞれの社会的要素の違いにより評価も異なることがわかる。そのため、各漁港について、漁港を活用した事業を展開していく可能性を判断し、実行していくような、漁港の選択と集中が必要である。

十分な回答数を得ることができなかった白浜漁港については、交通の便が非常に悪く、水産機能も低く、事業も全く行っていないため、地域住民が漁港を利用する機会がないと考えられる。CVMによる漁港の仮想価値評価を相対的にみても、他の比較対象漁港と同様に評価が低くなると考えられることから、白浜漁港について再び来年度の調査で CVM を利用したアンケート調査を行う必要性は低いと考える。

## 10. 平成23年度業務概要

### (1) 業務目的

近年、全国の漁港では、漁獲量の減少、漁業担い手の減少・高齢化の進行等により、利用が低下した漁港施設がみられる状況にある。これらの漁港施設は、漁業者のみならず広く国民にとっても有用な既存ストックであることから、これらの有効な活用が求められている。水産庁では、これらの既存ストックを有効に活用するため、国庫補助事業により整備した漁港施設用地の民間事業者等による整備・運営などの規制緩和を図っている。

平成22年度調査では平成21年度に行った新たな漁港の4分類（①地域密着型、②観光連携型、③独自・特色型、④水産活用型）から、物販施設等の漁港関連施設を持つ代表漁港と同カテゴリーに属する比較対象漁港それぞれ2港ずつ、計16港を抽出し仮想評価価値法（CVM）を用いて利害関係者価値を算出した。

本年度はCVMによる利害関係者価値の調査結果より、地域活性化につながる漁港施設の多様な活用方策の整理を行うとともに、資産としての効果を最大限に向上させるためのマネジメント手法を開発することを目的とする。しかしながら、平成21年度の新たな漁港の4分類でのカテゴリー分けと、仮想評価価値法を用いた利害関係者価値の算出の際に行ったカテゴリー分けにおいて、双方で異なるカテゴリーに分類された代表漁港と比較対象漁港があったため、それらについての要因の追求および補正も行う。

さらには、平成22年度調査を基に、今後の調査・研究の際の参考となるようなCVMを活用した漁港の社会的価値把握に向けたマニュアル化の提案を行う。

## (2) 業務の進め方

本業務の進め方について以下に示す。

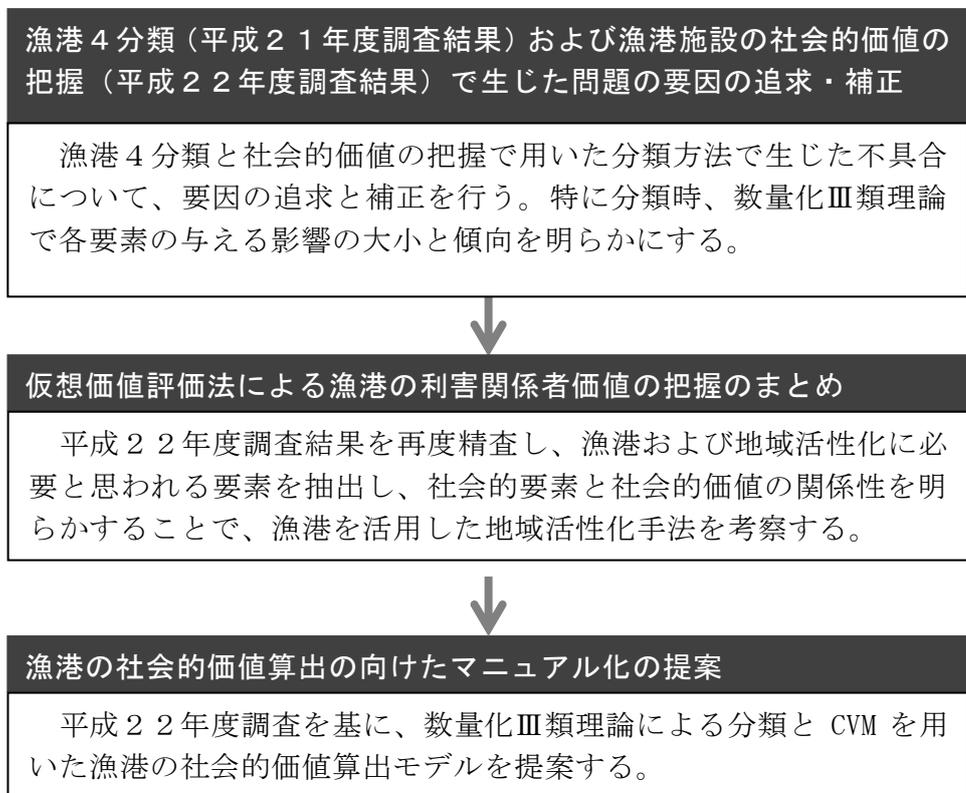


図10.1 業務フロー

## 1 1. 漁港の 카테고리一分類における傾向及び整合性の分析と補正

### 1 1-1. カテゴリスコアの傾向分析

平成 21 年度に行った数量化Ⅲ類理論による漁港の新しい 4 分類において、社会的要素がカテゴリスコアのサンプル図に与えた影響について記す。

まず分類に用いた説明変数（アイテム）のうち、「陸揚量」と「陸揚額」、「所属漁船数」と「組合員数」について、互いに同じ傾向が見られることから、これらは従属関係にあり、依存度が強いと考えられる。そのため今回用いた分類方法に大きな影響を与えている。それぞれ 2 つの項目は、大きな値になるにつれて Z1 軸における負の方向から正の方向へ同じような方向に向かって動いていることが分かる。このことより、Z1 軸は水産能力の大小、すなわち漁港の大小を示す軸と解釈してよいだろう。また、「人口」、「I.C からの距離」、「駅からの距離」に関しては（0, 0）付近を不規則な動きで配列されている。この 3 つの説明変数（アイテム）は統計処理上の誤差の範囲内と見ることができ、分類上も大きな影響を与えていない。また、これらは各カテゴリーの特徴を表すものとして扱ったため、境界線が曲がりくねったものになり、窪地が形成された要因と言える。

以上より、Z1 軸は漁港の大小を示し、水産能力を示す項目は動きが大きく漁港分類時に大きな影響を与えたと言える。「人口」、「I.C からの距離」、「駅からの距離」に関しては、境界線が不規則な動きを招いた要因であり、動きも大きくないため誤差の範囲内と考えられ、分類に与えた影響は小さいと言える。

また、精度を向上させるためには、カテゴリーを分類する際の境界の見極めが重要となる。さらに、数量化Ⅲ類理論による分類後、大きくカテゴリーから外れている漁港については社会的要素や漁港関連施設を見直し、一つ一つについて精査していくことなどが挙げられる。

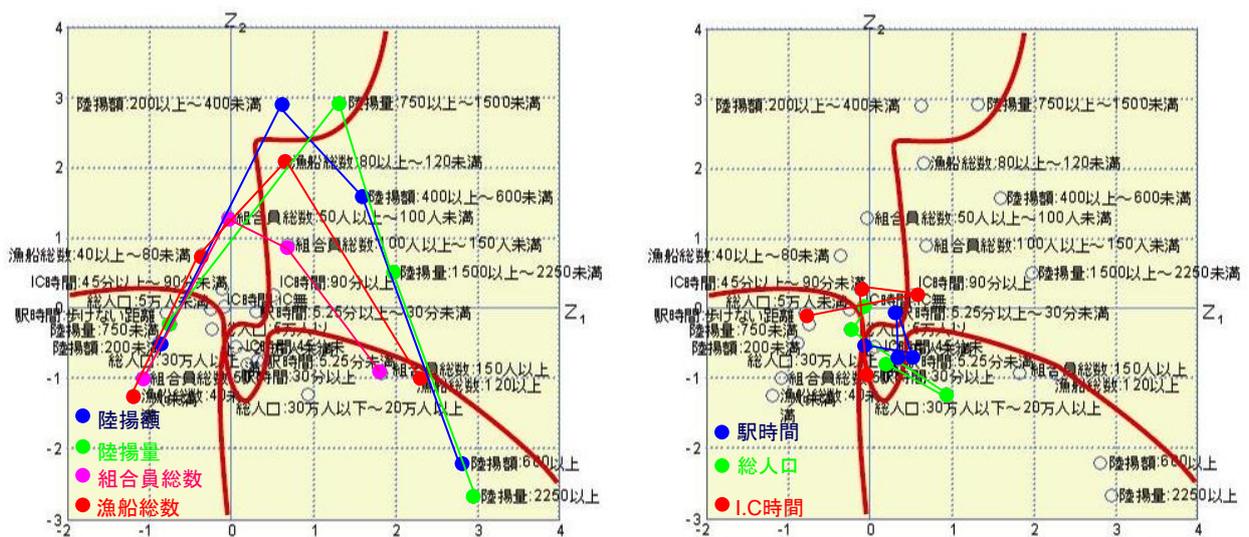


図 1 1.1 カテゴリスコア散布図

表 1 1 . 2 分類に用いた評価項目

アイテム \ カテゴリ	1	2	3	4
立地地域の人口(人)	30万人以上	30万人以下～20万人以上	5万人以上～20万人未満	5万人未満
最寄りICまでの時間(分)	IC無	90分以上	45分以上～90分未満	45分未満
最寄り駅までの時間(分)	歩けない距離	30分以上	5.25分以上～30分未満	5.25分未満
漁業組合員総数(人)	150人以上	100人以上～150人未満	50人以上～100人未満	50人未満
属地陸揚げ量(t)	2250以上	1500以上～2250未満	750以上～1500未満	750未満
属地陸揚げ額(百万円)	600以上	400以上～600未満	200以上～400未満	200未満
登録漁船総数(隻)	120以上	80以上～120未満	40以上～80未満	40未満

表 1 1 . 3 各カテゴリにおける評価項目の振り分け

カテゴリⅠ

アイテム \ カテゴリ	1	2	3	4
立地地域の人口(人)	30万人以上	30万人以下～20万人以上	5万人以上～20万人未満	5万人未満
最寄りICまでの時間(分)	IC無	90分以上	45分以上～90分未満	45分未満
最寄り駅までの時間(分)	歩けない距離	30分以上	5.25分以上～30分未満	5.25分未満
漁業組合員総数(人)	150人以上	100人以上～150人未満	50人以上～100人未満	50人未満
属地陸揚げ量(t)	2250以上	1500以上～2250未満	750以上～1500未満	750未満
属地陸揚げ額(百万円)	600以上	400以上～600未満	200以上～400未満	200未満
登録漁船総数(隻)	120以上	80以上～120未満	40以上～80未満	40未満

カテゴリⅡ

アイテム \ カテゴリ	1	2	3	4
立地地域の人口(人)	30万人以上	30万人以下～20万人以上	5万人以上～20万人未満	5万人未満
最寄りICまでの時間(分)	IC無	90分以上	45分以上～90分未満	45分未満
最寄り駅までの時間(分)	歩けない距離	30分以上	5.25分以上～30分未満	5.25分未満
漁業組合員総数(人)	150人以上	100人以上～150人未満	50人以上～100人未満	50人未満
属地陸揚げ量(t)	2250以上	1500以上～2250未満	750以上～1500未満	750未満
属地陸揚げ額(百万円)	600以上	400以上～600未満	200以上～400未満	200未満
登録漁船総数(隻)	120以上	80以上～120未満	40以上～80未満	40未満

カテゴリⅢ

アイテム \ カテゴリ	1	2	3	4
立地地域の人口(人)	30万人以上	30万人以下～20万人以上	5万人以上～20万人未満	5万人未満
最寄りICまでの時間(分)	IC無	90分以上	45分以上～90分未満	45分未満
最寄り駅までの時間(分)	歩けない距離	30分以上	5.25分以上～30分未満	5.25分未満
漁業組合員総数(人)	150人以上	100人以上～150人未満	50人以上～100人未満	50人未満
属地陸揚げ量(t)	2250以上	1500以上～2250未満	750以上～1500未満	750未満
属地陸揚げ額(百万円)	600以上	400以上～600未満	200以上～400未満	200未満
登録漁船総数(隻)	120以上	80以上～120未満	40以上～80未満	40未満

カテゴリⅣ

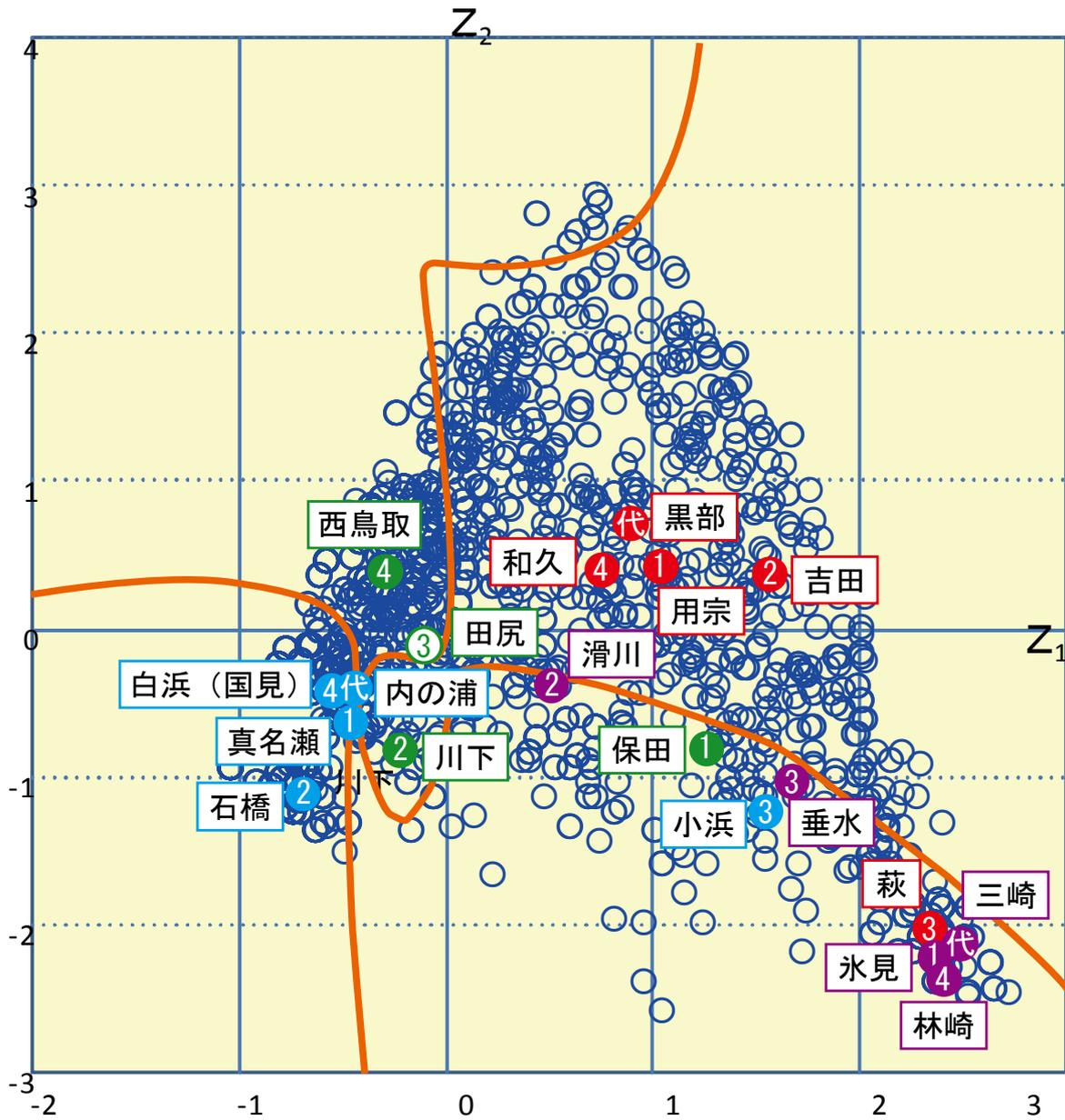
アイテム \ カテゴリ	1	2	3	4
立地地域の人口(人)	30万人以上	30万人以下～20万人以上	5万人以上～20万人未満	5万人未満
最寄りICまでの時間(分)	IC無	90分以上	45分以上～90分未満	45分未満
最寄り駅までの時間(分)	歩けない距離	30分以上	5.25分以上～30分未満	5.25分未満
漁業組合員総数(人)	150人以上	100人以上～150人未満	50人以上～100人未満	50人未満
属地陸揚げ量(t)	2250以上	1500以上～2250未満	750以上～1500未満	750未満
属地陸揚げ額(百万円)	600以上	400以上～600未満	200以上～400未満	200未満
登録漁船総数(隻)	120以上	80以上～120未満	40以上～80未満	40未満

図1 1. 5はCVMによる利害関係者価値の把握において、代表漁港および比較対象漁港に選定した16漁港のサンプルスコア散布図である。漁港の新たな4分類で4つのカテゴリーに分類した際、該当するカテゴリーではないカテゴリーとして選定されている漁港や境界線付近にプロットされている漁港についての整合性について考察する。

また、参考として各カテゴリーに分類される全国における代表的な漁港も示す。なお、それらの漁港は「平成20年度漁港を活用した海と国民のふれあい推進マニュアル」に記載されている20漁港(表2. 4)より抽出した。しかしながら、カテゴリーⅡ(観光連携型)に属する漁港は20漁港のうち千葉県保田漁港と大阪府田尻漁港の2つであった。

表1 1. 4 数量化Ⅲ類理論を用いた全国の代表的な漁港の分類結果  
出典：「平成20年度漁港を活用した海と国民のふれあい推進マニュアル」

漁港名	種別	所在地	漁港類型
豊浦	第2種	北海道豊浦町	I
黒部	第2種	富山県黒部市	I
用宗	第3種	静岡県静岡市	I
萩	第3種	山口県萩市	I
窪津	第2種	高知県土佐清水市	I
江口	第2種	鹿児島県日置市	I
保田	第2種	千葉県鋸南町	Ⅱ
田尻	第1種	大阪府田尻町	Ⅱ
平塚	第2種	神奈川県平塚市	Ⅲ
安良里	第2種	静岡県西伊豆町	Ⅲ
内の浦	第1種	和歌山県田辺市	Ⅲ
徳山	第2種	山口県周南市	Ⅲ
津屋崎	第2種	福岡県福津市	Ⅲ
三崎	特定第3種	神奈川県三浦市	Ⅳ
焼津	特定第3種	静岡県焼津市	Ⅳ
日間賀	第2種	愛知県南知多町(日間賀島)	Ⅳ
垂水	第3種	兵庫県神戸市	Ⅳ
地御前	第2種	広島県廿日市市	Ⅳ
箱崎	第2種	広島県福山市	Ⅳ
庵治	第2種	香川県高松市	Ⅳ



● カテゴリーⅠ：地域密着型

代 黒部	(富山県)
① 用宗 ② 吉田	(静岡県)
③ 萩 ④ 和久	(山口県)

● カテゴリーⅡ：観光連携型

① 保田 ② 川下	(千葉県)
③ 田尻 ④ 西鳥取	(大阪府)
※田尻は全国における代表漁港も兼ねる	

● カテゴリーⅢ：独自・特色型

代 内の浦	(和歌山県)
① 真名瀬 ② 石橋	(静岡県)
③ 小浜 ④ 白浜 (国見)	(福井県)

● カテゴリーⅣ：水産活用型

代 三崎	(神奈川県)
① 氷見 ② 滑川	(富山県)
③ 垂水 ④ 林崎	(兵庫県)

図 1 1.5 サンプルスコア散布図

## 11-2. 各カテゴリーの全国における代表漁港の解説

### (1) カテゴリー I (地域密着型) : 富山県黒部漁港

黒部漁港は物販施設「とれたて館」と飲食施設「できたて館」より構成され、漁協が整備した魚の駅「生地(いくじ)」を漁港関連施設として持つ漁港である。年間来訪者数は平均20万人程度を誇り、その約2割が地元黒部市民、約5割が富山県民と、地元住民をメインターゲットとし、団体の観光客に頼らない経営をしている。また地元企業のYKKからコンサルタントやPR活動に関するアドバイスを受けながら事業を行っている。黒部漁港は最寄駅やI.C.からの距離はカテゴリーIに属さないが、地元住民をターゲットとし、地元企業と連携しながら事業運営を行っているため、カテゴリーI：地域密着型の代表例と言える。

カテゴリー	都道府県	漁港名	種別	所在地 (市町村名)	漁港管理者	属地陸揚量 (t)	属地陸揚額 (百万円)	漁港別組合員数 (人)	漁港別所属漁船数 (隻)	漁港施設用地面積 (m <sup>2</sup> )	泊地面積 (m <sup>2</sup> )	立地地域の人口 (人)	最寄りI.C.までの時間 (分)	最寄り駅までの時間 (分)	インターネット検索ヒット数 (件)
I	富山県	黒部	第2種	黒部市	黒部市	794	404	490	34	37,840	13,930	36,543	10	25	2,170

表 11.6 黒部漁港の社会的要素

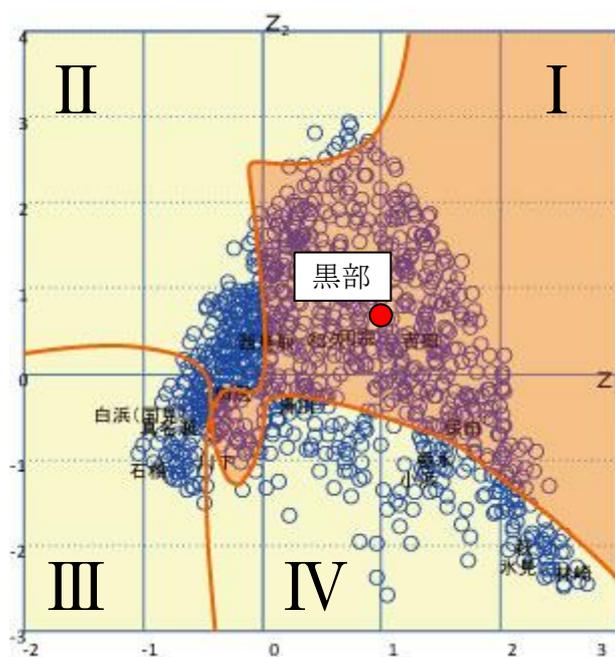


図 11.7 黒部漁港のサンプルスコア散布図

**(2) カテゴリーⅡ（観光連携型）：大阪府田尻漁港**

田尻漁港の田尻海洋交流センターは、交流人口を増やすため、海鮮バーベキュー、喫茶・軽食、寿司屋、ヨット関連や水上オートバイ関連のテナントを誘致している。田尻町が所有する土地に田尻漁協が海洋交流センターを建設し、運営を行っている。また、専門業者と契約し、漁港管理者の大阪府の許可に基づき、釣堀事業も行っている。日曜朝市には、漁協の組合員のほか、近隣の魚屋も出店し、都市漁村交流を図っている。利用者は家族連れから団体客と幅広く、少人数から団体客まで貸し切りにも対応する施設もあり、観光資源としての位置付けも強い。よって田尻漁港はカテゴリーⅡ：観光連携型の代表例と言える。

カテゴリー	都道府県	漁港名	種別	所在地 (市町村名)	漁港管理者	属地陸揚量 (t)	属地陸揚額 (百万円)	漁港別組合員数 (人)	漁港別所属漁船数 (隻)	漁港施設用地面積 (m <sup>2</sup> )	泊地面積 (m <sup>2</sup> )	立地地域の人口 (人)	最寄りICまでの時間 (分)	最寄り駅までの時間 (分)	インターネット検索ヒット数 (件)
Ⅲ	大阪府	田尻	第1種	田尻町	大阪府	30	33	37	43	6,380	17,410	7,240	5	14	25,900

表 1 1.8 田尻漁港の社会的要素

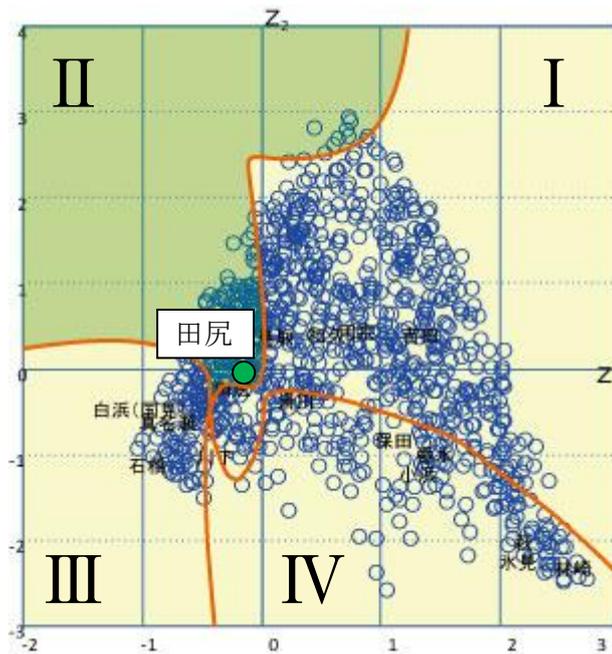


図 1 1.9 田尻漁港のサンプルスコア散布図

### (3) カテゴリーⅢ（独自・特色型）：和歌山県内の浦漁港

内の浦漁港は漁協の准組合員でもある丸長水産が養殖いかだを設置していたが、事業拡大のため、漁協が所有する土地を借用し、当初は海産物のみやげ店として開業したが、平成8年から、現在の海鮮レストラン「丸長」として事業を拡大させた。丸長水産は、レストランのほか、養殖いかだを使った海上釣堀、プレジャーボート保管（陸上）、レンタルボートを展開し、開放的な雰囲気を出し、その後、「たなべ海の駅」、「フィッシャリーナの浦」に登録され、関西方面からのクルージング艇の寄港地として利用され、知名度が向上した。このように、独自の手法で漁港を活性化させた例として、内の浦漁港はカテゴリーⅢ：独自・特色型の代表例と言える。

カテゴリー	都道府県	漁港名	種別	所在地 (市町村名)	漁港管理者	属地陸揚量 (t)	属地陸揚額 (百万円)	漁港別組合員数(人)	漁港別所属漁船数(隻)	漁港施設用地面積(m <sup>2</sup> )	泊地面積(m <sup>2</sup> )	立地地域の人口(人)	最寄りICまでの時間(分)	最寄り駅までの時間(分)	インターネット検索ヒット数(件)
Ⅲ	和歌山県	内の浦	第1種	田辺市	田辺市	6	2	88	34	10,239	278,009	82,499	10	23	360

表 1 1.1 0 内の浦漁港の社会的要素

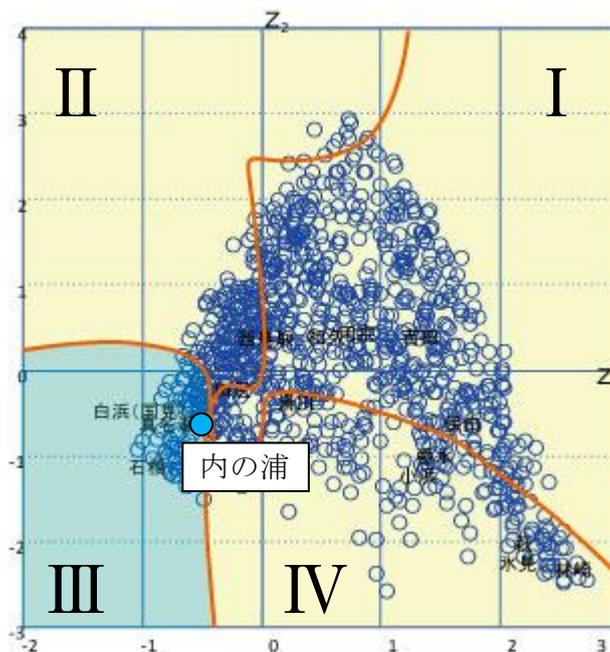


図 1 1.1 1 内の浦漁港のサンプルスコア散布図

**(4) カテゴリーⅣ（水産活用型）：神奈川県三崎漁港**

特定第3種漁港である三崎漁港の水産復興と地域活性化を目的として、平成13年に多目的施設「うらり」を三浦海業公社（第三セクター、県や市、民間企業などで構成）が旧魚市場の跡地に建設し開業した。特産であるマグロを中心に扱う12店舗がテナントとして入っている。100万人以上の来訪者が毎年訪れ、安定的な収益を維持しており、陸上からの来訪者に加え、「うらり」前面に設置されたプレジャーボートのゲストバースには、東京や横浜方向から訪れるビジター艇が多く利用している。「みうら・みさき海の駅」、「みうら・宮川フィッシャリーナ」に登録され、クルージングの途中に、食事や観光などを目的に立ち寄るボートやヨットも多い。このように豊富な水産資源を活かして地域活性化に成功している点から、三崎漁港はカテゴリーⅣ：水産活用型の代表例と言える。

カテゴリー	都道府県	漁港名	種別	所在地 (市町村名)	漁港管理者	属地陸揚量 (t)	属地陸揚額 (百万円)	漁港別組合員数(人)	漁港別所属漁船数(隻)	漁港施設用地面積(m <sup>2</sup> )	泊地面積(m <sup>2</sup> )	立地地域の人口(人)	最寄りICまでの時間(分)	最寄り駅までの時間(分)	インターネット検索ヒット数(件)
Ⅳ	神奈川県	三崎	特定第3種	三浦市	神奈川県	25,184	20,625	826	564	255,501	3,020,000	49,861	14	82	71,000

表 1.1.2 三崎漁港の社会的要素

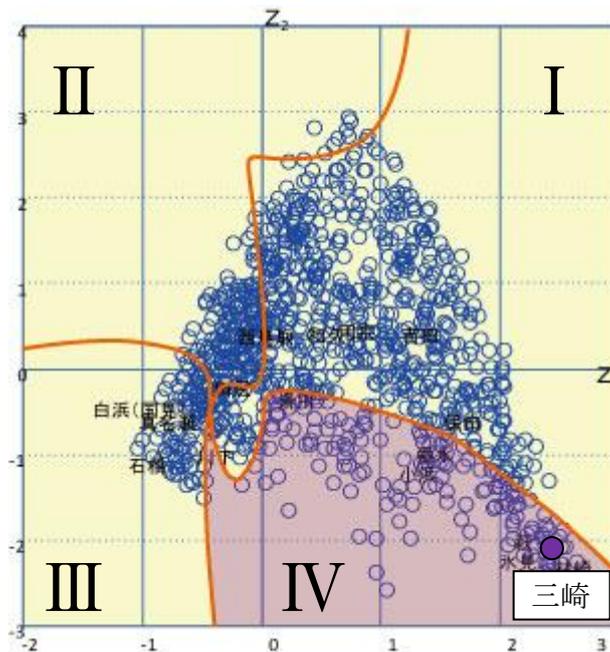


図 1.1.3 三崎漁港のサンプルスコア散布図

### 11-3. サンプルスコアと仮想評価価値法を用いる際の分類において異なるカテゴリーに分類された代表漁港と比較対象漁港の補正

#### (1) 山口県萩漁港

萩漁港はサンプルスコア散布図作成時、カテゴリーⅣ（水産活用型）に分類されていたが、CVM おける利害関係者価値の把握の際にはカテゴリーⅠ（地域密着型）として扱われている。

カテゴリーⅠに分類された理由としては、漁港に付随している「萩シーマート」（ふるさと萩食品協同組合が事業主体）が地元住民をターゲットに事業を行い成功していることが挙げられる。またカテゴリーⅣとして、大きく第四象限へと移行している点については、属地陸揚量（3,835 t）、属地陸揚額（17億8,700万円）、漁港別組合員数（647人）、漁港別所属漁船数（432隻）の数値がカテゴリーⅣに属するため、カテゴリーⅣに近い数値となったものと考えられる。このように、豊富な水産資源を地元住民を中心に提供可能としていることが大きな理由であると考えられる。

よって、地元住民をメインターゲットに非常に豊富な水産資源を提供する施設を有する萩漁港はカテゴリーⅠ（地域密着型）とカテゴリーⅣ（水産活用型）の要素を合わせ持つ漁港と言える。

カテゴリー	都道府県	漁港名	種別	所在地 (市町村名)	漁港管理者	属地陸揚量 (t)	属地陸揚額 (百万円)	漁港別組合員数 (人)	漁港別所属漁船数 (隻)	漁港施設用地面積 (m <sup>2</sup> )	泊地面積 (m <sup>2</sup> )	立地地域の人口 (人)	最寄りICまでの時間 (分)	最寄り駅までの時間 (分)	インターネット検索ヒット数 (件)
I	山口県	萩	第3種	萩市	山口県	3,835	1,787	647	432	101,515	330,770	57,990	74	26	1,080

表 1 1. 1 4 萩漁港の社会的要素

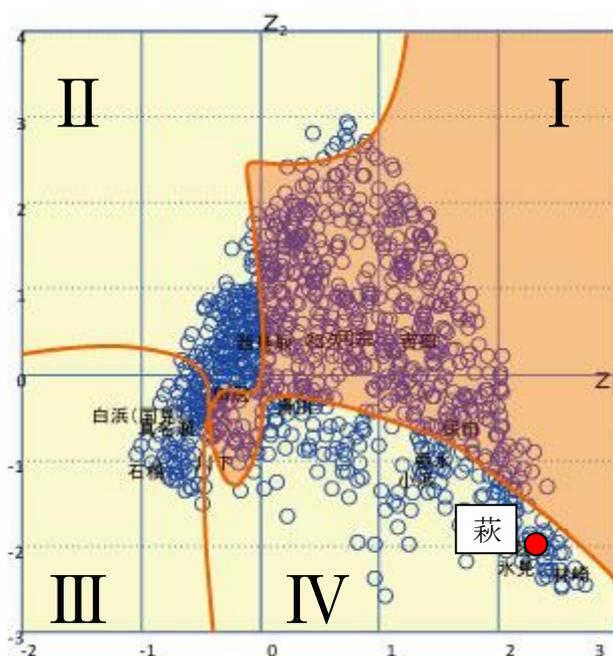


図 1 1. 1 5 萩漁港のサンプルスコア散布図

## (2) 千葉県保田漁港

保田漁港はサンプルスコア散布図作成時、カテゴリⅣ（水産活用型）に分類されていたが、CVM おける利害関係者価値の把握の際にはカテゴリⅡ（観光連携型）として扱われている。

カテゴリⅡに分類された理由としては、観光客をメインターゲットとした「ばんや」を保田漁協が運営していることが挙げられる。立地地域の人口が約 10,000 人にも関わらず、インターネット検索ヒット数は 45,800 件と非常に大きく、東京アクアラインなどによる関東近辺からのアクセスの良さも観光地として魅力的であるといえる。またカテゴリⅣとして、大きく第四象限へと移行している点については、属地陸揚量 (2,876 t) 等の水産能力が比較的高いため、カテゴリⅣ内にプロットされたと考えられる。

よって、保田漁港は漁港施設を活用し、豊富な水産資源を多くの観光客に提供していると考えられ、カテゴリⅡ（観光連携型）とカテゴリⅣ（水産活用型）の要素を合わせ持つ漁港と言える。

カテゴリ	都道府県	漁港名	種別	所在地 (市町村名)	漁港管理者	属地陸揚量 (t)	属地陸揚額 (百万円)	漁港別組合員数(人)	漁港別所属漁船数(隻)	漁港施設用地面積(m <sup>2</sup> )	泊地面積(m <sup>2</sup> )	立地地域の人口(人)	最寄りICまでの時間(分)	最寄り駅までの時間(分)	インターネット検索ヒット数(件)
Ⅱ	千葉県	保田	第2種	鋸南町	鋸南町	2,876	376	221	133	42,163	23,518	9,778	3	10	45,800

表 1 1.1 6 保田漁港の社会的要素

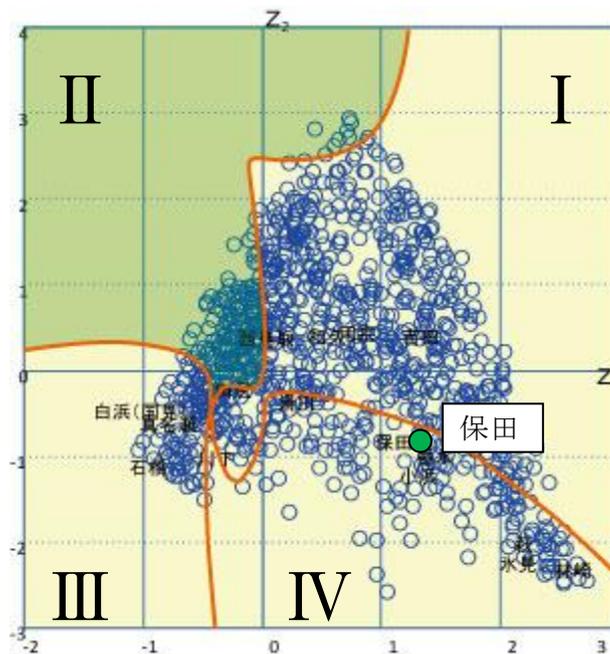


図 1 1.1 7 保田漁港のサンプルスコア散布図

### (3) 福井県小浜漁港

小浜漁港はサンプルスコア散布図作成時、カテゴリⅣ（水産活用型）に分類されていたが、CVM おける利害関係者価値の把握の際にはカテゴリⅢ（独自・特色型）として扱われている。

カテゴリⅢに分類された理由として、フィッシャーマンズワーフやマリーナが立地し、周囲に自然環境を活かした観光資源を有していることが挙げられる。しかし、カテゴリⅣにプロットされた理由としては、属地陸揚額（13億2,300万円）、属地陸揚量（1,719t）等の水産能力が非常に大きいためと考えられる。

よって小浜漁港は、他にはない景観資源である若狭蘇洞門等の独自の環境を活用し、かつ豊富な水産資源を活用した施設を有しているため、カテゴリⅢ（独自・特色型）とカテゴリⅣ（水産活用型）の両方の特徴を持つ漁港であると言える。

カテゴリ	都道府県	漁港名	種別	所在地 (市町村名)	漁港管理者	属地陸揚量 (t)	属地陸揚額 (百万円)	漁港別組合員数(人)	漁港別所属漁船数(隻)	漁港施設用地面積(m <sup>2</sup> )	泊地面積(m <sup>2</sup> )	立地地域の人口(人)	最寄りICまでの時間(分)	最寄り駅までの時間(分)	インターネット検索ヒット数(件)
Ⅲ	福井県	小浜	第3種	小浜市	福井県	1,719	1,323	0	141	103,210	156,130	32,182	16	26	17,000

表 1.1.18 小浜漁港の社会的要素

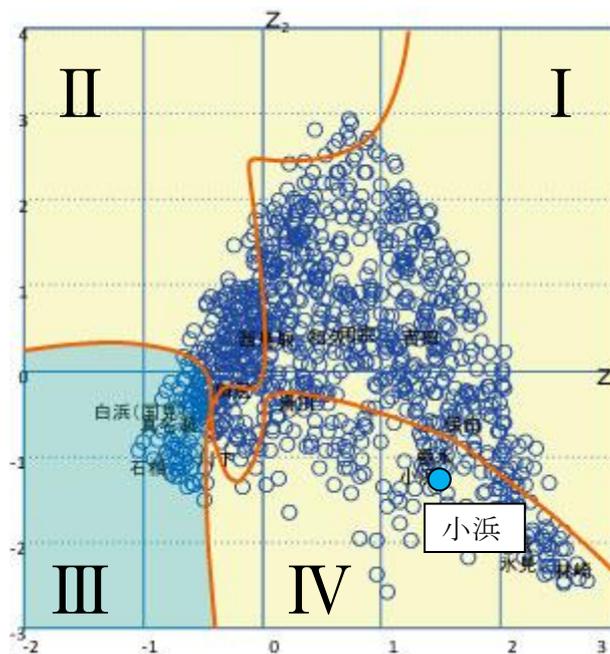


図 1.1.19 小浜漁港のサンプルスコア散布図

#### 11-4. 漁港のカテゴリー分類における傾向および整合性分析のまとめ

漁港の数量化Ⅲ類理論を用いた分類において、社会的要素がカテゴリースコアのサンプル図に与えた影響について以下に記す。

- ①水産機能（「陸揚量」と「陸揚額」、「所属漁船数」と「組合員数」）の要素の中でそれぞれどちらかの数値が上昇すると、それに引きずられる形で全体の数値が高くなる。そのため依存度が強く、分類において大きな影響を与えたと考えられる。
- ②水産機能は大きい値になる程 Z1 軸の正方向に移動する。よって、Z1 軸は漁港の大小を示すと考えられる。
- ③中央に窪地が形成され境界線が複雑になった要因として、「人口」「I.C からの距離」「駅からの距離」の 3 項目には数値的規則性がないため、境界線が複雑になったと考えられる。また、分類に対して大きな影響を与えるものではなく、統計上の誤差と考えられる。
- ④今後、本調査のように膨大な数のデータを扱う際は、数量化Ⅲ類理論と社会的要素および物販施設等との整合性の分析を行うことで精度向上に繋がると考えられる。

## 12. 仮想評価価値法を用いた漁港における利害関係者価値の考察

### 12-1. CVM 調査結果（平成22年度調査結果）概要

平成22年度に行った CVM 調査結果では、支払意志額を提示させるという手法から当該漁港の背後地における地域住民に対して CVM によるアンケート調査を実施し、アンケートの回収後、各漁港における支払意志額を推計し、仮想価値評価を求めた。アンケート回答者に評価対象となる漁港について、「漁協合併の影響により、〇〇漁港が漁業生産機能を失い、水産業が停止すると仮定した場合、あなたは漁協合併を中止するために税金としていくらまで支払いますか」という質問をたずね、1人の地域住民として支払い可能な金額を回答してもらう。その他には以下のような項目について質問を行った。

- ・選択した金額（税金）を支払う（もしくは支払わない）理由
- ・当該漁港の利用頻度
- ・回答者の属性

実施日、有効回答数等については以下の表に示す。

調査対象地	日時	配布部数(部)	有効回答数
萩漁港	2010/10/28	200	158
和久漁港	2010/10/29	115	85
用宗漁港	2011/2/2	200	77
吉田漁港	2011/1/25	200	161
保田漁港	2010/12/1	146	115
川下漁港	2010/12/1	105	84
田尻漁港	2011/1/24	186	66
西鳥取漁港	2011/1/24	200	117
真名瀬漁港	2010/12/9	365	244
石橋漁港	2010/12/9	112	75
小浜漁港	2011/2/2	200	152
白浜漁港	2011/2/1	114	9
垂水漁港	2010/10/25	138	98
林崎漁港	2010/10/25	85	69
氷見漁港	2011/1/31	200	170
滑川漁港	2011/1/31	200	148

※調査対象者：当該漁港が属する各市町村の地域住民

※調査方法：現地で配布し、後日郵送にて回収

表12.1 調査概要

## 12-2. カテゴリー別の仮想評価価値の比較

今回の調査結果のうち、各カテゴリーの仮想評価価値を比較してみると、カテゴリーⅠは比較的高い評価を得ており、カテゴリーⅡは代表漁港と比較対象漁港で大きな差が表れている。カテゴリーⅢについては、小浜漁港が高い値となっているが、その他の漁港は非常に低い評価となっており、カテゴリーⅣは氷見漁港以外平均的な評価となっているが、カテゴリーⅠに比べると劣る評価となっている。

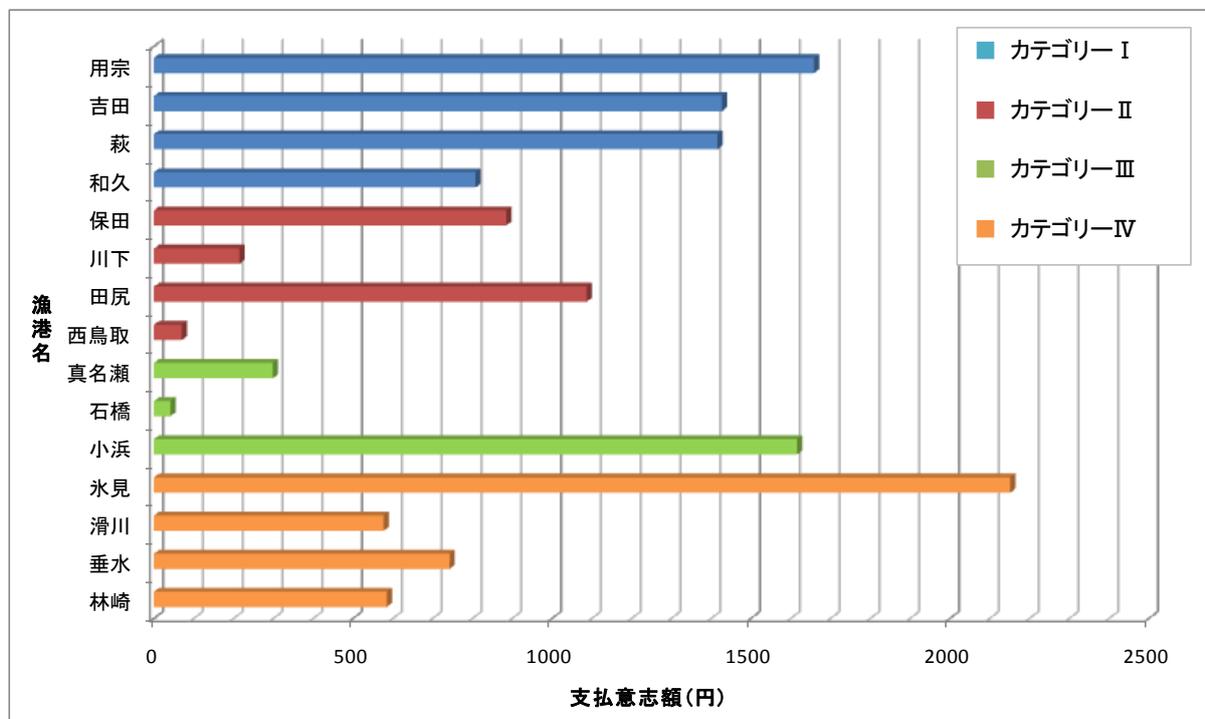


図12.2 カテゴリー別支払意志額

カテゴリーⅠに属する、漁港の社会的要素を見てみると、立地地域の人口が多く、比較的水産能力が高いことから、カテゴリーⅠはある程度ターゲットを絞っても採算性が取れると予想でき、地元市民の利用に重点を置いて地産地消を行い、発展させることが可能と考える。

カテゴリーⅡに属する、漁港の社会的価値に関する特徴を挙げると、立地地域の人口が少ないが、I.Cからの距離が比較的近く、アクセスの面で優れているといえる。つまり、他地域から人を呼び込みやすい環境であるといえる。このことから、事業の展開次第により、来訪者を呼び込むことができるといえ、結果的に、代表漁港と比較対象漁港で大きな評価の差がみられたと考える事ができる。このような立地地域の人口の少ない地域では、どのように観光客を呼び込むかが問題であると考えられる。

カテゴリーⅢに属する、漁港の社会的価値に関する特徴としては、漁業別組合員数、陸揚量、陸揚額、所属漁船数とどれも低い値であり、他のカテゴリーより水産能力が低い漁港群であるといえる。そのため水産能力による発展を期待するよりも、特徴ある、独自の発展が必要になってくるだろう。自然や歴史、景観等の地域固有の資源をどれだけ活かせるかにかかっているのではないかと考える。そのためには既存の地域資源を保護するとともに、必要に応じて地域の自然環境や景観と調和が図れるように改善する取り組みも必要になってくるだろう。

カテゴリーⅣに属する、漁港の仮想評価価値は、本調査対象の漁港の中では、氷見漁港を除き平均的な値となっているが、特徴をみるとアクセスも良く、組合員数、陸揚量、陸揚額、所属漁船数の値もそれぞれ高く、他のカテゴリーより水産能力が高いことから、水産能力を活かした発展が見込める。各漁港の特産物を前面に押し出した事業を行うことで他の漁港とも差別化を図ることができるため、今後の各漁協の取り組み次第で大きく変わると思われる。

以上のように漁港空間を有効活用するためには、各漁港がそれぞれのポテンシャルを今一度見直す必要があり、また今回の調査のように、各漁港の仮想評価価値を把握する事や、地域住民が漁港の存在をどのように捉えているのかを把握し、それを生かした事業を展開していく必要があるのではないだろうか。

### 12-3. 代表漁港における物販施設等別の比較

調査結果のうち、代表漁港の物販施設等に注目してみると、フィッシャーマンズワープが付随している氷見漁港や小浜漁港の評価が高くなっており、次いで用宗漁港のフィッシャリーナ、萩漁港・田尻漁港・保田漁港の道の駅および海の駅となっている。評価の高くなった漁港では、獲れた魚を提供する施設が備わっていることから、普段から地域住民が利用できるような事業を展開している漁港ほど高い評価となっている事が分かる。よって、今回は地域住民を対象として漁港の仮想評価価値を算定しているが、観光客を呼び込むことによって観光地化した事例よりも、地域住民をターゲットとして地元産の水産物などを提供している事例の方が地域あるいは地域住民における漁港の重要性は高まっているといえる。

カテゴリ	都道府県	漁港名	種別	所在地 (市町村名)	漁港管理者	物販施設等の漁港関連施設	施設管理者	運営者
I	静岡県	用宗	第3種	静岡市	静岡市	用宗フィッシャリーナ	静岡市水産漁港課	清水漁業協同組合 用宗(フィッシャリーナ事務所) 久保 茂
	山口県	萩	第3種	萩市	山口県	萩シーマート		ふるさと萩食品協同組合
II	千葉県	保田	第2種	鋸南町	鋸南町	ぼんや きよなん・ほた海の駅 フィッシャリーナ保田	鋸南町地域振興課 (地域整備室)	鋸南町保田漁業協同組合
	大阪府	田尻	第1種	田尻町	大阪府	たじり海の駅		田尻漁業協同組合
III	神奈川県	真名瀬	第1種	葉山町	葉山町	葉山マリーナ		
	福井県	小浜	第3種	小浜市	福井県	若狭フィッシャーマンズワープ お食事処 濱の四季		
IV	富山県	氷見	第3種	氷見市	富山県	氷見フィッシャーマンズワープ		
	兵庫県	垂水	第3種	神戸市	神戸市	神戸フィッシャリーナ こうべたるみ海の駅	神戸市産業振興局農水産課	神戸フィッシャリーナ (フィッシャリーナ事務所)

表 1 2.3 カテゴリ代表漁港の概要

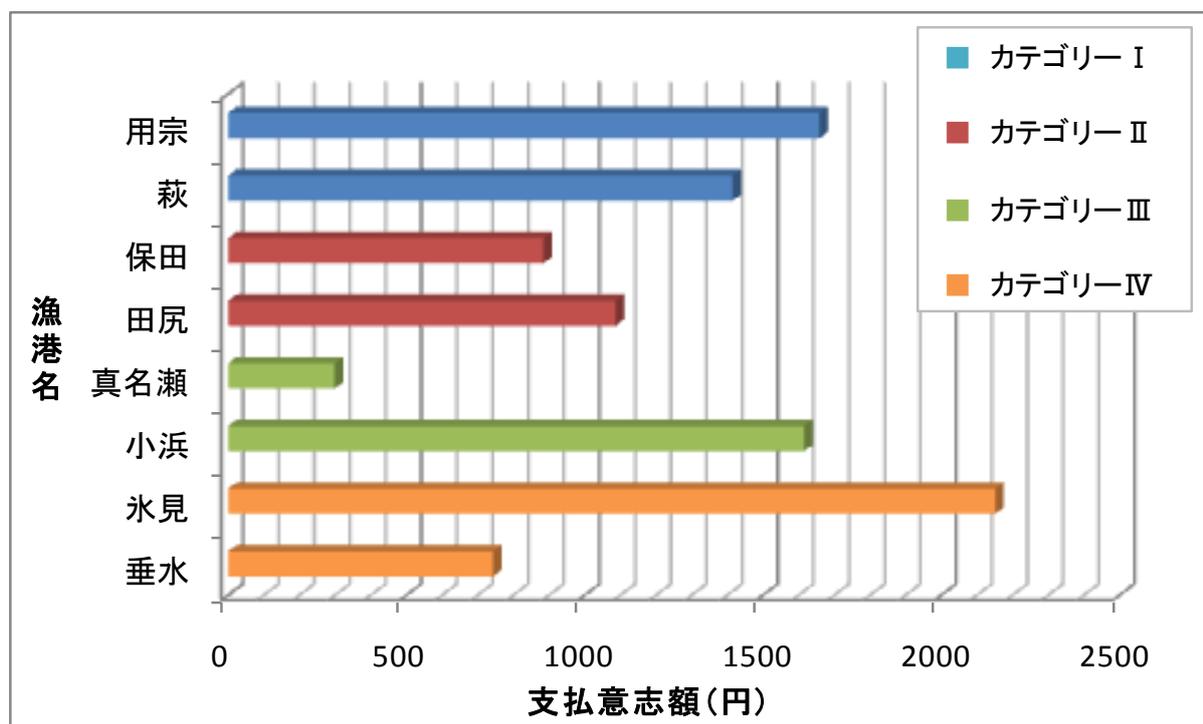


図 1 2.4 カテゴリ代表漁港における支払意志額

これらの結果から、水産資源を活かした事業を展開している漁港ほど地域住民の評価は高いといえる。しかし、本調査の結果ではフィッシャーマンズワープが付随している漁港の評価が高くなったが、ほとんどのフィッシャーマンズワープでは、計画による漁業活動の圧迫や継続的に観光客を確保できないことによる商業施設の赤字が目立っているのが現状であるため、今後の事業展開には十分な検討が必要である。

各漁港およびカテゴリーにはそれぞれの社会的要素や地域に特徴があり、そのような事業展開ができない漁港も存在するため、各漁港がそれぞれの持つ特徴を十分理解し、それを活かせる事業を考え、実行していかなければならないと考える。

### 12-4. 漁港立地地域（都市部と地方部）における仮想評価価値の比較

調査の対象となった16漁港を地方部（関東圏、関西圏以外）と都市部（関東圏、関西圏）に分類し社会的価値を比較したものが表12.5である。それぞれの平均値を算出すると、都市部に比べて地方部は約3倍社会的価値が高いことがわかった。このことより、都市部よりも地方部の方が漁港を社会的資産として捉え、また認知度も高いものと考えられる。表12.6では人口における漁業就労者の割合を地方部と都市部で算出した。この数値も地方部の方が高い数値を示し、産業の中での漁業の比重が都市部に比べて大きいと言える。このような要因が市民の漁港に対する認知度やその地域における漁港の重要性に大きく影響するものと考えられる。よって、地方部と都市部では漁港の社会的役割が異なっていることや、地方部の方が社会的価値が高いことを把握した。本調査は、地方における漁港の存在価値を明らかにし、漁港の価値算定における1つの指標になるものと言える。

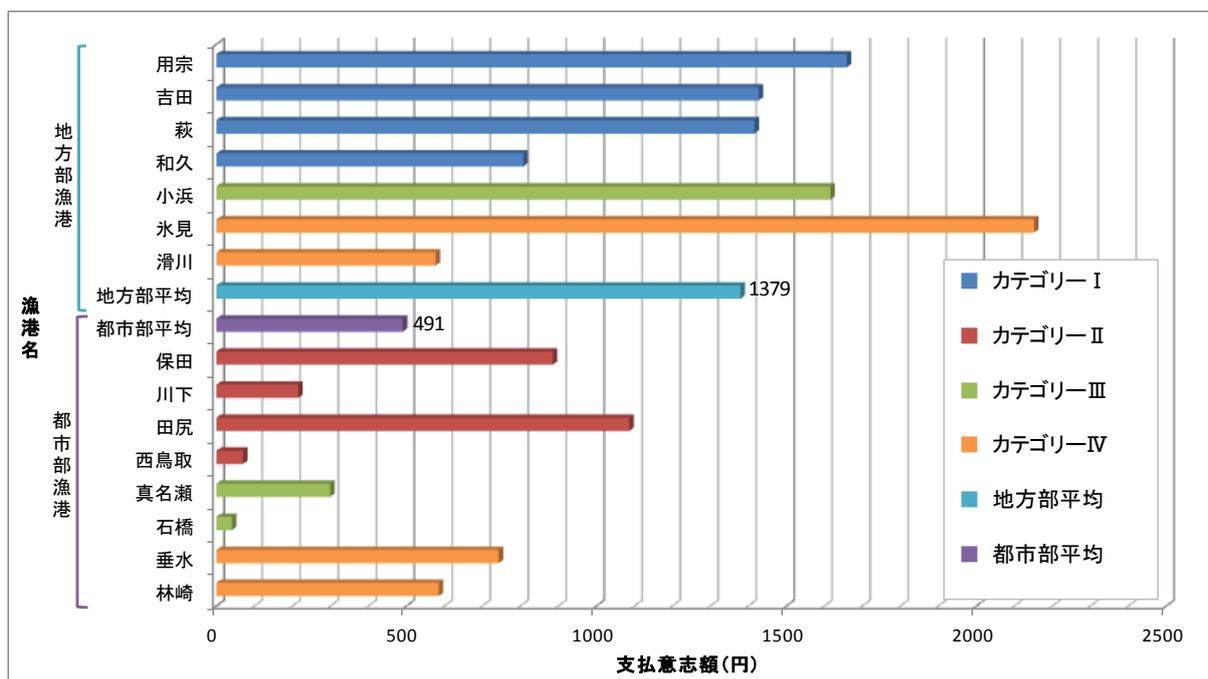


表 12.5 地方部と都市部による支払意志額の比較

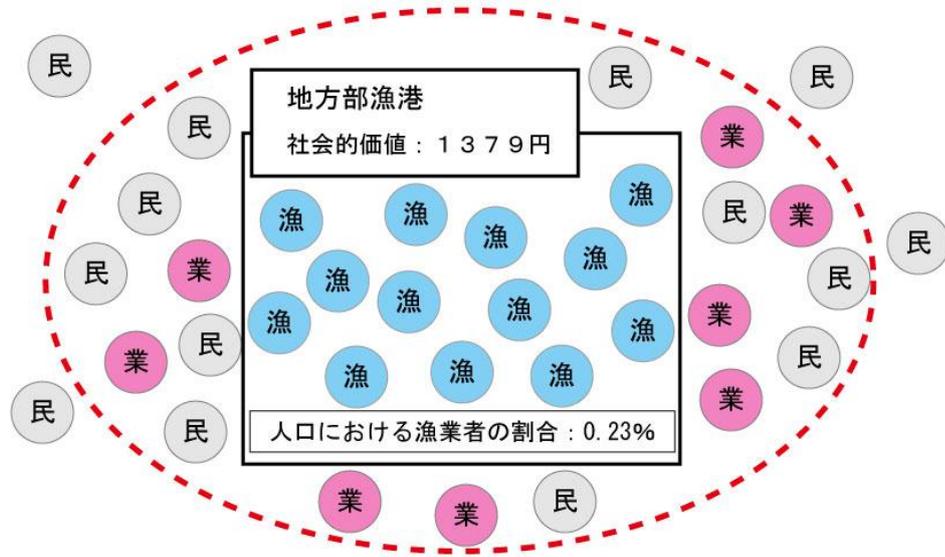
地方部			
都道府県	漁業就労者数(人)	人口(人)	人口における漁業就労者の割合
静岡県	6,505	3,800,000	0.17%
山口県	6,723	1,463,000	0.46%
福井県	2,016	812,000	0.25%
富山県	1,568	1,101,000	0.14%
地方部平均			0.23%
都市部(関東圏、関西圏)			
都道府県	漁業就労者数(人)	人口(人)	人口における漁業就労者の割合
千葉県	5,916	6,122,000	0.10%
大阪府	1,089	8,806,000	0.01%
神奈川県	2,496	8,917,000	0.03%
兵庫県	6,288	5,586,000	0.11%
都市部平均			0.05%

表 12.6 地方部と都市部による人口における漁業就業者の割合（平成20年度）

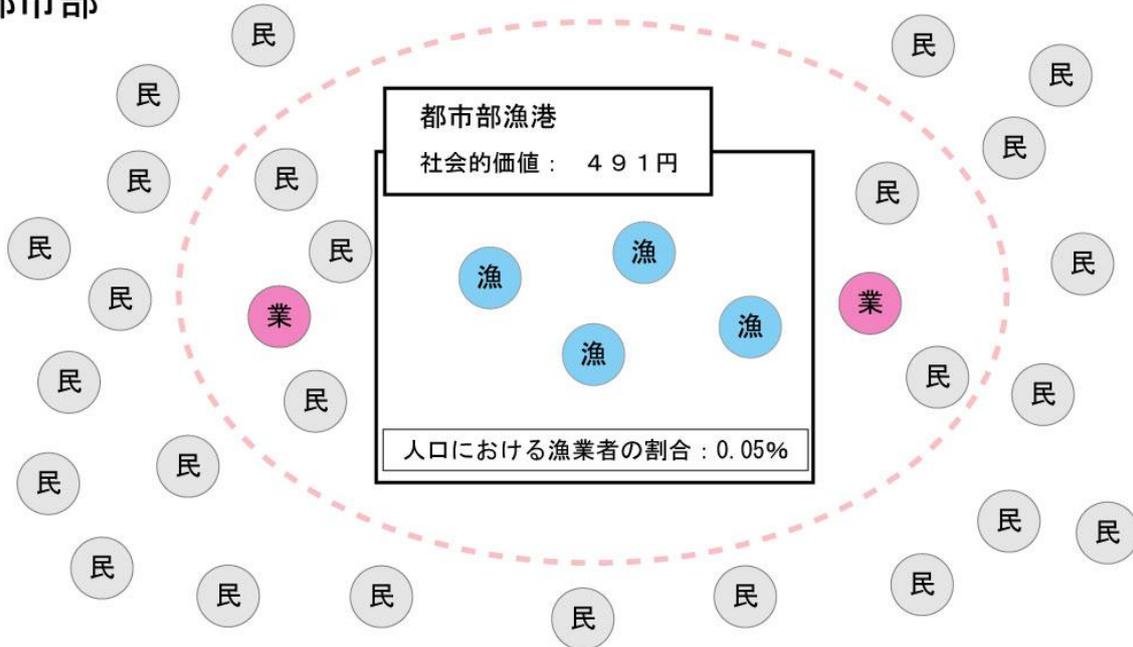
図1 2. 7に示すのは漁港を取り巻く周辺コミュニティのイメージ図である。地方部は周辺人口が都市部よりも少ないが、社会的価値は高い。本調査は漁港周辺の住民に対して行ったものであるため、周辺住民の漁港に対する社会的価値が高くなったことから、漁業就労者やそれに伴う水産業関係者と共に、漁港を中心とした強固なコミュニティが既に形成されているものと考えられる。しかしながらその反面、情報がコミュニティ内で完結し、コミュニティ外の人々に伝達されていない可能性もある。今後、地方部において漁港を活用した事業を行う場合、漁港の存在価値や情報を広い範囲に発信することで開放されたコミュニティとなり、より多くの人々に魅力を伝え、発展し、評価されるのではないかと考える。そうすることで、漁港を地域に根付かせることも可能になるものと言える。一方、都市部では周辺人口は多いが社会的価値が低くなった。近年は漁港周辺の宅地化が進行し、漁業就労者や水産業関係者以外の人々も漁港周辺に多く居住しているにも関わらず、周辺住民に対する漁港の社会的価値が低くなった理由としては、周辺住民の漁港への認知度が低く、漁港との関係性が希薄であることが要因と考えられる。解決策としては、まず情報を周辺住民に積極的に発信し、認知度を向上させていくことでコミュニティが形成され、漁港を活用する環境が整っていくと考えられる。特に都市部は人口も多く、水産業以外の人材も豊富であるため、他業種で培われたノウハウを漁港の活性化に取り入れることが重要であると言える。例えば、「食育」や「文化の継承」などを目的とした事業を行うことにより、都市型漁港として発展する可能性があるものと言える。

また、地方部、都市部双方において、漁港周辺に形成されている漁業集落や漁業協同組合等は保守性が高く封建的な場合が多い。しかし今後の発展や活性化を考えた場合、新しい事業に挑戦する創意工夫や柔軟な姿勢、意識の改革は必要不可欠である。全国における成功事例においても、先頭に立って指揮を取る漁協等のリーダーの努力や力量が事業の方向性に大きな影響を与えている。よって、地域振興に対して重要な要素としては、リーダーシップを発揮できる人材が不可欠であり、漁港の持つ社会的要素に加えて、人材育成、人材発掘が必要であると考えられる。

## 地方部



## 都市部



### 凡例

● 漁 : 漁業就業者   
 ● 業 : 水産業関係者   
 ● 民 : 市民   
 ○ (dashed) : コミュニティ範囲

図1 2.7 地方部と都市部の漁港を取り巻く周辺住民コミュニティの概念図

### 3-5. 仮想評価価値と社会的要素から見る発展可能性の高い漁港の傾向

カテゴリ別有効と考えられる方策と物販施設等の事業内容、漁港立地地域別の漁港に対する意識向上に向けた方針をそれぞれ以下に示す。

#### ■カテゴリ別

- ・カテゴリⅠ：比較的大きな水産能力を活かし、漁港の立地する周辺人口への地産地消などを図る事業を展開する。
- ・カテゴリⅡ：車によるアクセスの良さを活かし、漁協等が主体となって観光客を引きこむなどの事業を展開する。
- ・カテゴリⅢ：周囲の独自の資源と連携し、その漁港特有の持ち味や取り組みを活かした事業を展開する。
- ・カテゴリⅣ：水産能力の高さを活かし、特産物を押し出すなどの他漁港との差別化を図る事業を展開する。

■物販施設等：フィッシャーマンズワープの仮想評価価値が最も高いように、その漁港で獲れた水産物を提供する施設ほど高評価を得られ、事業の中心として行うべきである。

#### ■漁港立地地域別

- ・都市部：周辺住民の漁港に対する関心を高め、多様な人材のノウハウを組み込みながらより強いコミュニティの形成を図る。
- ・地方部：既に形成されているコミュニティを基盤とし、その範囲を広めるために外部人材などと連携し、情報を広く発信する。

今後、漁港を活かした事業展開を行う際、数量化Ⅲ類理論を用いた分類でのカテゴリの特徴に合った方策、立地地域での漁港の役割を十分に考慮し、リーダーを中心として事業を行うことが重要と考えられる。物販施設等については、獲れたての新鮮な魚を提供するような施設ほど評価が高いため、漁港用地を有効に活用することが重要であると言える。また、人材が不足している場合は外部での人材発掘や人材育成を行う必要があり、さらに周辺企業との連携も視野に入れ、漁港を取り巻くコミュニティが一体となって事業に取り組むことが事業成功の要因と考える。またコミュニティの強化が水産業の第6次産業<sup>7)</sup>化に向けた基盤の整備に繋がると考える。

また、今回の調査結果より、成功事例以外の調査対象漁港のなかでは、例えば林崎漁港が今後漁港を活かした地域活性化事業を行う上でポテンシャルが高いと考えられる。林崎漁港（カテゴリⅣ・都市部）は水産能力が非常に高く、明石タコなど全国的に有名なブランド魚種が水揚げされている。また、大阪、神戸などの大消費地も近く、アクセスも良好なため今後の集客力増加が見込める。さらに人材育成・発掘に関しても大都市に隣接し期待できると共に、阪神地区の企業との連携も見込めるということが理由として挙げられる。

今後、林崎漁港が漁港の持つポテンシャルを活かして地域活性化に繋がる事業を行う場合、モデルとなるのはカテゴリⅣに属し、成功事例として調査対象とした兵庫県垂水漁港および富山県氷見漁港が考えられる。しかしながら、垂水漁港の評価はマリンピア神戸などの複合施設に頼るところが大きく、両漁港は近距離に位置しているため、新たな予算措置による施設整備は難しく、マリンピア神戸のような施設を新たに付随させることは難しい。一方、氷見漁港は大きな水産能力、さらに氷見ブリ等のブランド魚種を活かして、他漁港との差別化と情報発信を行っているため、モデルとして適していると言える。前述のような、ブランド魚種等提供するフィッシャーマンズワープ等の施設により、周辺住民や日帰りの観光客をターゲットとした事業展開が考えられる。

#### 4. 平成 23 年度まとめ

平成 23 年度は①漁港のカテゴリー分類における傾向及び整合性の分析と補正、②仮想評価価値法を用いた漁港における利害関係者価値のまとめ、③漁港における社会的価値算出に向けたマニュアル化の提案を行った。

①について、数量化Ⅲ類理論を用いた漁港の 4 分類において代表漁港および比較対象漁港で明確な分類が為されなかった漁港に対して整合性を確認した。主な理由としては、水産能力に関する 4 つのアイテムが従属関係にあり依存度が強く、分類に大きな影響を与えたと考えられる。よって、カテゴリースコアのそれぞれの動きを明確にすることと、他カテゴリーに分類された漁港についてはカテゴリー分類理由を改めて見直し、精査していくことにより、分類時の補正を行った。

②については CVM を用いた社会的価値の算出のまとめである。総合的に見ると、漁港の区域内で直接水産物を来訪者に提供するなどの独自の取り組みを行っている漁港ほど地域住民からの評価が高かった。一方で、水産能力も低く、特段の取り組みを行っていない漁港については低い評価となった。これらのことから、今後の漁港空間の有効活用に関しては、当該漁港に所属する漁協および立地している地域への貢献が期待できるかどうかが重要であると考ええる。また、地方部と都市部では社会的価値に異なった傾向が見られたことから、それぞれに合った方策が必要であると言える。地方部では広く情報発信を行い、都市部ではコミュニティを強固なものとしていくことが重要であると考ええる。加えて、事業を統括する人材の確保も活性化への要点と言える。本調査で算出した CVM による社会的価値とは、すべての指標となるものではないが、民意を示すものとして、また漁港の価値を測るものとして有効であると言える。

以後に記載する資料は新たな手法の提案として、本調査を基にマニュアル作成を図ったものである。これは、3 年度間に亘って行った数量化Ⅲ類理論による漁港の分類、CVM を用いた漁港の利害関係者価値の算出を踏まえて提示した、漁港の社会的価値の算出手順である。今後、同様な調査への寄与を期待したものであり、漁港の社会的価値の算出方法として汎用性が高いものであると考えられる。

#### [参考文献・補注]

- 1) 栗山浩一,2002 年:「公共事業と環境の価値」,築地書館(株),p15
- 2) Arrow, K., Sollow, R., Portney, P. R., Leamer, E. E., Radner, R., Schuman, H., 1993: Report of NOAA panel on contingent valuation, 58 Federal Register 4601,
- 3) アンケートを用いて回答者に環境価値をたずねるため、回答者へ説明する内容および質問方法などによって評価額が影響されること
- 4) 1) p26
- 5) 国土交通省,2008 年:「CVM を適用した河川環境整備事業の経済評価の指針」,p28
- 6) 栗山浩一,2007 年:「Excel でできる CVM」,環境経済学ワーキングペーパー#07-03
- 7) 第 6 次産業：農業や水産業などの第一次産業が食品加工・流通販売にも業務展開した多角的な経営形態。

## 漁港の社会的価値算出に向けたマニュアル化の提案

### 1. 漁港の社会的価値算出に向けたマニュアル化の提案目的

当初は不動産価値を算出し漁港の社会的価値を把握する計画であったが、漁港用地は補助用地が多いこと、不動産鑑定士による個人差があること等の理由により断念した。そこで、CVMを用い、漁港に対する民意をはかることから社会的価値を算出するという方法に変更した。よってこの手法は民意から漁港の社会的価値をはかることを目的としている。

### 2. 調査対象の分類

#### (1) 漁港分類の目的および分類に向けた社会的要素の抽出

本調査ではカテゴリーⅠ～Ⅳの新たな漁港の4分類を行った。これは現在、第1種漁港～第4種漁港、特定第3種漁港という第一次産業的分類しか為されておらず、社会的価値を算出するためには漁業活動に加えて、交通インフラ等の社会的要因を加えた新たな分類が必要であると考えたからである。本来の目的である既存漁港施設を活かした資産マネジメントを行うためには不可欠な要素と捉えたためである。

そこで、漁業活動（漁港別組合員数、漁港別陸揚量、漁港別陸揚高、漁港別所属漁船数）と後背人口（所属市町村の総人口）、アクセス（最寄りI.Cまでの時間、最寄り駅までの時間）を漁港分類のための社会的要素として抽出した。

#### (2) 新たな漁港の分類方法

上記した社会的要素から数量化理論Ⅲ類を用いて新しい漁港の4分類を行った。ここで注意すべき点として、今回、数量化理論Ⅲ類による分析では本来ある程度第一象限から第四象限に明確に分かれて散布するが、対象が約2,900という膨大な数であるため、境界値に近似したサンプルが多数存在した。その影響からサンプル郡を囲むことができず、境界線を引く形となり、その境界線上や境界線に沿って漁港がプロットされてしまい、漁港の分類を明確に行うことが困難であった。また、境界線に関しても、引く際はその担当者の裁量に関わること、特に今回に限っては不規則な動きが見られるなど、問題が多く残されており、アイテム内の境界を変化させるなどの試みを行い、特徴的なサンプルの傾向を把握・検討していく必要がある。

#### (3) 調査対象漁港の決定

新たな漁港の4分類によりカテゴリーⅠ～Ⅳに分類された漁港群の中から調査対象となる漁港を抽出する。本調査では各カテゴリー、代表漁港2漁港、比較対象漁港2漁港、計16漁港を対象とした。代表漁港の選定については、当該カテゴリーに属し、物販施設等の漁港関連施設を持ち、その施設の運用方法を考慮した上でインターネット(Yahoo! JAPAN)検索ヒット数が上位の漁港を成功事例として代表漁港に選定した。また、特定第3種漁港については水産能力（陸揚量、陸揚高など）が他の漁港に比べて非常に高く既に第一次産業として自立し、国民にとっての社会的価値が高いため調査対象からは除外した。比較対象漁港については、物販施設等の漁港関連施設が無く、原則としては代表漁港と同じカテ

ゴリーに属し、同都道府県でインターネット検索ヒット数が下位の漁港を選定した。また代表漁港選定の際には、物販施設等がどのような施設であるかが非常に重要である。本調査では数量化Ⅲ類理論における分類後、物販施設等の内容を精査した後、物販施設等に大きな特徴が見られた漁港については、他カテゴリーと見なし、数量化Ⅲ類理論における分類でのカテゴリーとは別のカテゴリーに分類した例外的な漁港もある。

### 3. アンケート調査項目及び被験者

#### (1) アンケート手法の選定

本調査では CVM を用いた。環境価値を評価する手法は、大別すると revealed preferences (顕示選好法) と stated preferences (表明選好法) の 2 種類がある。顕示選好法とは、人々の経済行動から得られるデータをもとに間接的に環境の価値を評価する手法である。もう 1 つの表明選好法とは、人々に環境の価値を直接尋ねることで環境の価値を評価する手法である。

CVM とは、アンケートを用いて人々に環境を守るためにいくら支払うかを尋ね、その回答をもとに環境の持っている価値を金額で評価する手法である。CVM の最大の特徴は、評価対象が広いことである。しかしながら、質問方法やサンプルに問題があると、アンケートの回答結果にゆがみ (バイアス) が生じ、評価結果の信頼性が低下する可能性がある。以下に CVM の質問形式を示す。

##### ①自由質問形式

回答者に自由に金額を記入してもらう方法である。価格の付いていないものに対して値段をつけるものであるため、無回答や金額のばらつきが生じやすい。

##### ②付値ゲーム方式

ある金額を提示し、それ以上支払うか否かを尋ね、YES ならばより高い金額を提示し、NO という回答を得られるまで金額を上げる方式である。これは最初に提示した金額が回答に大きな影響を与える可能性が大きく、金額設定には注意が必要である。

##### ③支払いカード形式

0 円、100 円、200 円、300 円・・・などと記入されたカードを用いて選択してもらう方法である。これにより、無回答票は生じないが提示金額の範囲が回答に大きく影響し、「範囲バイアス」が生じやすい。

##### ④二項選択方式

今日、バイアスが少ないと呼ばれている方式である。「X 円以上支払う意思はあるか」という質問を一回だけ行い、回答者は YES または NO と答えるだけである。この回答から YES、NO の確率、提示した金額との関係を統計的に分析し、そこから支払意志額を推定する。

本調査では、最初の提示額に対する回答後、さらにもう一度金額を提示する 2 段階二項選択方式を採用した。これにより、評価額の信頼区間が狭まるため、信頼性が改善されるという利点がある。

以上より、CVM を用いる際にはバイアスが少なく、二項選択方式が有効と言える。しかしながら、対象者や対象となる環境などを考慮し、適切な質問方法を慎重に決定してゆく必要がある。

## **(2) アンケートシナリオの作成および質問項目の選定**

CVMで支払意志額を推計する場合、アンケート調査の「何の効果を計測しようとしているのか」を明確に認知してもらう必要があります。回答者から、今評価したい対象のみの支払意志額を引き出させる工夫が必要となる。このため、アンケートで設定するシナリオはできるだけ単純なものとし、回答者の理解が得られやすいように配慮しなければならない。シナリオ設計が不適切である場合、回答者と評価対象との関わりが金銭的に連動した認識ができず、支払意志額を明確に答えられないというシナリオ伝達のミスによるバイアスが発生すると考えられる。したがってシナリオ作成にあたっては、「この支払によって、あなたは他に使えるお金が、その分少なくなることを十分お考えの上、お答えください」等の追記を行い、回答者には予算の制約があることを認識してもらうことでこのバイアスを緩和するような工夫が必要となる。また、提示額設定の際には、プレテストを行うことを推奨する。CVMは、金銭取引が行われていないものを対象として金銭を評価するため、調査を実施する前に、評価対象となっている外部経済の支払意志額の範囲を、ある程度予想想定したうえで調査票を作成する必要があるからである。

## **(3) 被験者に関する質問項目の選定**

通常アンケート調査で「フェースシート」と呼ばれる被験者の属性を回答させた方が望ましい。調査の最初または最後に置かれることが多く、性別・年齢・職業・所得など、回答者の基礎的属性を尋ねるものである。この項目は調査の最初または最後に置かれることが多く、性別・年齢・職業・所得など、回答者の基礎的属性を尋ねるものである。これは標本異常値を除外する等、調査の分析精度を上げるために必要なことであるが、回答者のプライバシーに関わることでもあるので、調査方法や結果の取り扱いには十分注意が必要である。また、個人属性を適度に鎌各尋ねた場合、回答者がアンケートへの回答を拒否する可能性も高くなるため、支払意志額の推計に必要な最低限の項目に限定することが望ましい。

なお、本調査で使用した調査票は資料編に添付する。

## 4. アンケート解析方法

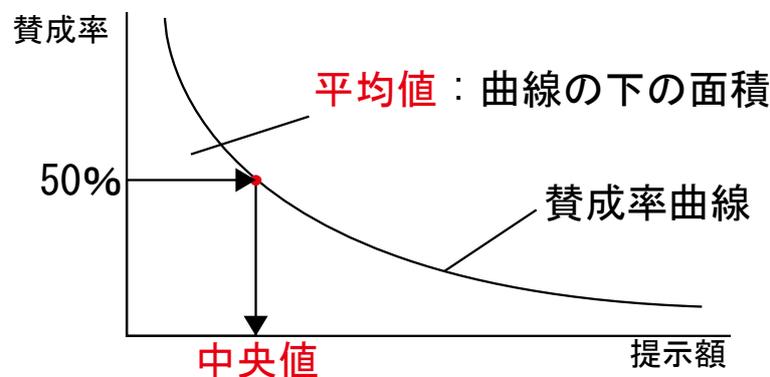
### (1) 支払意志額による社会的価値算出

被験者に回答させたアンケート調査票を集計し、対象漁港の社会的価値を算出する。CVMで環境価値を評価するためには、統計分析が不可欠である。CVMで用いられているのは、LIMDEP、SYSTAT、そしてGAUSSなどがあるが、本調査ではEXCELでできるCVMを用いて統計処理を行った。

支払意志額を集計する際の基準となる値には、得られた支払意志額の効用関数について平均値とする場合と中央値とする場合がある。2つの特徴を(表)に示す。

平均値とは、曲線(図)の下側の面積に相当し、中央値とは半数の回答者が賛成と答え、残りの半数の回答者が反対と答える提示額に相当する。

また、推定された支払意志額をもとに集計額を計算する際に、平均値をとった場合、同じ関数形になったときでも積分範囲の決め方により支払意志額が大きく変わることがある。中央値の場合は関数形が変わってもあまり変わることはない。そのため、中央値の方が、安定した評価額を得ることができる。さらに、中央値であれば半分以上の人が賛成している支払意志額ということが出来る一方、平均値ではサンプルの中に支払意志額の極めて大きいごく少数の回答者が含まれる可能性があり、積分範囲等の設定によって平均値の方が大きくなる可能性が高い。そのため、結果的に中央値の方が控え目な値となる場合が多い。よって、中央値を用いる方が好ましいと言える。



代表値	特徴
平均値	・同じ関数形になったときでも積分範囲の決め方により評価額が大きく変わる ・少数の高額回答が評価額に大きく影響を与える
中央値	・関数形が変わってもあまり変わることはないため、安定した評価額を得られる ・半分以上の人が賛成している評価額といえる

図-1 賛成率曲線と平均値・中央値の特徴

## **(2) 金額回答要因と社会的価値の関係性**

被験者の属性より、支払意志があると答えた人はどのように漁港を認識し、どのような理由で支払う意思があると回答したかを集計することができる。また逆に、支払意志が無い人も同様である。例えば、対象漁港の支払意志額が高いとする。そこでその要因を分析する際は、支払う理由（調査票：問5，6）や漁港の認知度および利用頻度（問7）を集計することにより支払う理由が明らかとなる。

## **(3) 対象漁港間の比較**

対象漁港を抽出して調査を行った場合は、本調査のようにカテゴリー間の比較や、代表漁港と比較対象漁港間の比較を行うことができる。このメリットとしては、当該カテゴリーの成功要因や課題を明らかにすることや、物販施設等が漁港に与えている影響等を金額という指標を用いて明らかにすることができるという点にある。このような比較を行う際には、対象漁港の分類を行うときに社会的要素など明確な指標を基に行う必要がある。

## 5. 全体フロー図

漁港の社会的価値算出に向けた調査・分析の全体フロー図を以下に示す。

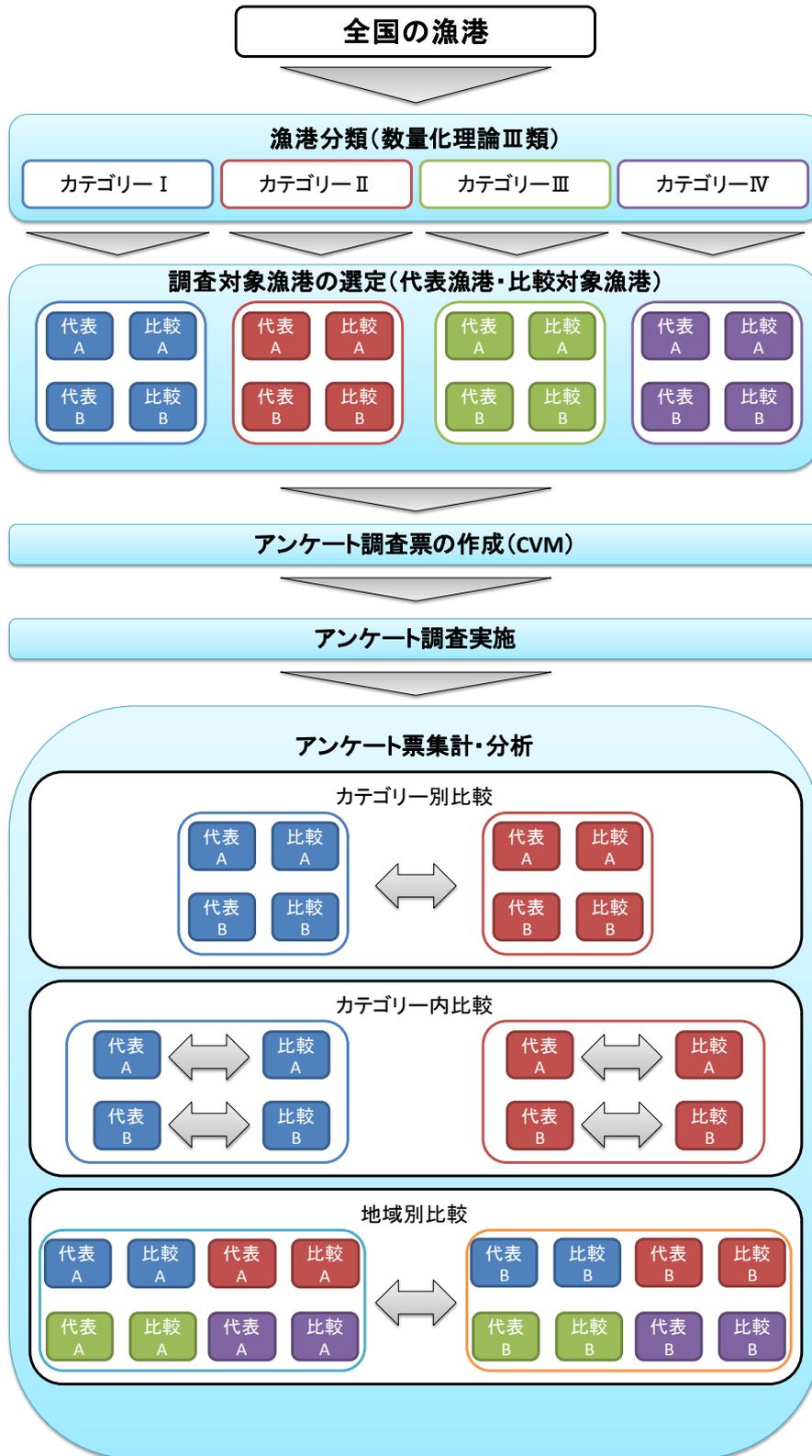


図-2 分類から分析までの全体フロー図