

碧石 水

第 186 号

令和 6 年 (2024 年) 4 月

静岡県水産・海洋技術研究所

〒425-0032 焼津市鯛ヶ島 136-24

TEL (054) 627-1815

FAX (054) 627-3084

ホームページアドレス

<https://fish-exp.pref.shizuoka.jp/index.html>

就任のあいさつ

所長 高木康次

このたびの人事異動で萩原快次所長の後任として、水産・海洋技術研究所長に就任いたしました。身に余る大役ではありますが、精一杯努力する所存でありますので、皆様の御指導と御支援を賜りますよう、お願い申し上げます。

さて、当研究所では、①持続的な水産業の実現に貢献するための増養殖技術開発・普及、②マリンバイオ産業振興に資する加工技術等の研究開発と技術支援、③水産業と海洋生態系を県民が支える拠所の集積・解析の3つを柱として研究開発に取り組んでいます。重点的な取組としては、キンメダイやウナギ、海藻等の重要資源を回復・増大させるための種苗生産や海域への展開技術、新たな養殖対象種であるノコギリガザミの養殖技術開発や水産加工残渣を漁業餌料に利用するための研究等を行っています。また、県内重要資源の漁獲情報や海洋環境を調査し、海洋環境や水産資源の長短期変動を把握・予測し、それらをウェブサイトやオープンデータベースで公開しています。

当研究所は、研究と普及が一体となって現場の課題解決に取り組んでいることが大きな特徴です。本所、伊豆分場、富士養鱒場、浜名湖分場には 10 名

の普及指導員が配置されており、磯焼け対策やアサリ資源の回復等の地域の課題解決に取り組んでいます。また、各地で進められている「海業」の取組の支援も行っていきます。

長かったコロナ禍は収束してきていますが、本県水産業は主要魚種の漁獲量低迷や黒潮大蛇行の長期化等厳しい状況が続いています。水産の現場に最も近い研究機関として、明るい未来を示すことができるよう、皆様と一緒に進んでいきたいと思っております。今後とも御指導、御鞭撻を賜りますようお願い申し上げます、挨拶といたします。



目次

就任のあいさつ	1
退任のあいさつ	2
研究レポート① 調査船駿河丸によるさば調査～さば漁業の効率的な操業の実現のために～	2
研究レポート② 新商品開発とその支援	4
普及のページ① 「ふじのくに未来をひらく農林漁業奨励賞」の表彰式	8
普及のページ② 漁業士と農山漁村ときめき女性の認定	8
普及のページ③ 用宗地区でワカメに関する水産教室を初めて実施	9
人事異動・日誌	10
調査船 駿河丸の動き	11

退任のあいさつ

前所長 萩原快次

この3月末をもって水産・海洋技術研究所長としての2年間の勤務を終えることになりました。滞りなく研究所の舵取りを行うことができましたことは、所員皆様の協力によるものと深く感謝いたします。また、水産関係団体の皆様にも研究所に対して御協力をいただきましたことにお礼申し上げます。

振り返ってみますと、着任早々の5月に新駿河丸（第5世）のお披露目式が行われました。これまで調査員として第3世、第4世の駿河丸に数多く乗船した私にとって、所長という立場で式に出席できたことは非常に感慨深いものがありました。新駿河丸には、漁況海況をはじめ新たな海洋産業としてのマリンバイオ分野にも大いに貢献してくれるものと期待しています。また、水産資源ではサクラエビによりやく回復の兆しが見られてきました。これまで漁業関係者の取組を支援してきた研究所として、

業界貢献できたものと感じております。

しかしながら、近年は海水温の上昇や主要魚種の漁獲減並びに資材の高騰等、水産業界を取り巻く環境は厳しく、また大きく変化しております。今後はこの変化に適応しなければ取り残されてしまうことが危惧されます。このため、研究所に対する皆様の期待は大きく、研究所の役割はますます重要になってくるものと考えます。

幸い、当研究所には新任の高木所長をはじめ、優秀な技術者が揃っておりますので、必ずや期待に応えることができるものと確信しております。

最後に、私は定年延長制度により4月から当研究所の開発加工科長として再スタートいたします。同科は初の配属となりますが、研究所の一員として尽力してまいりますので、引き続きよろしく願いいたします。

研究レポート①

調査船駿河丸によるさば調査

～さば漁業の効率的な操業の実現のために～

はじめに

本県における2022年のさば類水揚量は約19,000トン（海面漁業生産統計調査）で、鮮魚で流通するほか、黒はんぺんや干物、さば節といった加工品の原料とされており、重要な水産物となっています。さば類は、まき網漁業、定置網漁業、棒受網漁業、たもすくい漁業等によって漁獲されていますが、中でも棒受網、たもすくい漁業は年間を通じ安定した水揚げがあるため、地元の水産業者にとって重要な漁業となっています。棒受網漁業は、撒き餌と光で集めた魚を海中に広げた網の上に誘導して漁獲する漁法で、たもすくい漁業は同様に集めた魚をたも網ですくう漁法です。これらの漁業では、主にいわし類をミンチ状にした撒き餌（以下、「イワシミンチ」という）を一晩の操業で4～5トンも使うため、その費用が操業経

費に対して大きな割合を占めています。また、近年は餌になるいわし類の価格上昇や燃油代の高騰もあり、今まで以上に漁業者の負担が大きくなっているため、漁業者は経費削減に向けた効率的な操業を行う必要があります。このような状況の中、2022年2月に本県の沿岸・沖合漁業指導調査船「駿河丸」が27年ぶりに新しくなり、漁場調査の情報提供や新設備による研究に漁業者からの期待が高まっています。今回は、大型化や高速化、新設備の導入により調査能力が向上した新駿河丸でどのようなさば調査を行っているのか御紹介します。

標識放流調査

標識放流調査は30年以上前から継続して行われている調査です。駿河丸で釣獲したさば類に「スパゲッティタグ」と言われる標識（写真1）を素早く装着し、元気なまま放流します。

これにより再捕された場所や時間経過から魚の移動・回遊や成長について知ることができます。



写真1 スパゲッティタグを装着したゴマサバ

調査では過去10年(2014~2023年)で延べ9,256尾を標識放流し、漁業者等により再捕された個体は43尾で、再捕率は約0.5%でした(表1)。

表1 標識放流結果

放流年	放流数	再捕数
2014	1,783	6
2015	1,213	8
2016	1,396	3
2017	1,213	5
2018	314	2
2019	665	6
2020	866	3
2021	1,327	7
2022	356	2
2023	123	1
計	9,256	43

放流した個体は、放流海域の近くで再捕されることがほとんどですが、過去には2017年4月に伊豆諸島で放流した個体が2か月後の6月に北海道の厚岸沖で再捕されたり、2020年5月に放流した個体が1年以上経った2021年6月に宮城県沖で再捕されたりと、さば類の一つの回遊経路として北の海域と伊豆諸島周辺海域の間を移動していることがわかりました。

計量魚探調査

新駿河丸は旧船に比べて設備も進化しています。計量魚群探知機(以下、「計量魚探」と

いう)は、発信周波数が2周波から3周波に増えました。

計量魚探により、海中に複数の波長の超音波を発射し、返ってくる音波の強さから魚の群れの反射強度を調べることができます。そして、あらかじめ調べた魚1個体の反射強度と群れの反射強度との関係から群れの密度を知ることができます(写真2)。

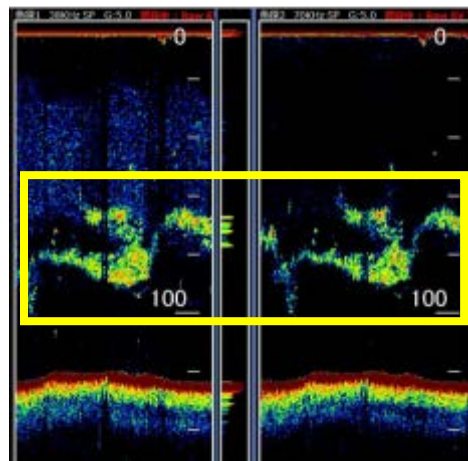


写真2 計量魚探の画面(黄色枠：さば類魚群)

駿河丸では産卵のために冬から春先にかけて北の海域から伊豆諸島周辺海域に來遊してくるマサバの來遊量を把握する研究を行っています。マサバ漁場周辺を広く航行し、魚群反応のデータを取得・解析することで、どこにどれくらいのマサバがいるのかを把握します。

撒き餌調査

先ほど御紹介した通り、棒受網・たもすくい漁業では、撒き餌と光で海にいる魚を水面近くまで集めて漁獲します。2023年の夏には魚群探知機に反応が映っていても魚が水面まで浮上しないことが多くありました。しかし、なぜ水面まで浮上しないのか理由は分かっていません。魚が水面近くまで浮上するかどうかは漁獲量に直結するため、漁業者にとって“魚が水面まで浮上するか”は非常に重要な情報となります。そこで、魚の浮上の有無を確かめるため、撒き餌を使用する調査を昨年からはじめました。漁船と同じようにイワシミンチを船から海面に撒いたり(写真3)、撒き餌袋を海中に沈めたりして、魚を浮上させます(写真4)。浮上の有無は魚群探知機の反応で確認します。

おわりに

現在の撒き餌調査は、浮上の有無を確かめて漁業者に情報提供する段階ですが、今後は餌にかかるコスト削減に向けたイワシに代わる餌料の実証実験を行う等、漁業者の操業の支援となる研究に引き続き取り組んでいきます。



写真3 海面にイワシミンチを撒く様子

標識放流調査以外は新駿河丸で新しく始めた調査であり、調査手法や解析手法については、引き続き検討・改良を進めていきます。当研究所では、これらの調査研究を通して、さば類の安定利用と効率的な操業の実現を支援していきます。



写真4 水中カメラで撮影した、撒き餌が海中に拡散する様子

(資源海洋科 市川喬雅)

研究レポート②

新商品開発とその支援

はじめに

水産加工業界の皆さんに要望を聞くと、よく伺うものに新商品開発があります。そこで求められるものの一つは従来製品だけでは先行き伸び悩むので付加価値のある(単価が高い)新しい商品が欲しいというものと、もう一つは低未利用の原料を使った商品ができないかというものです。最初の一つは、全く新しい技術を必要とするものや、従来技術の応用でできるものもあります。いずれも商品の出来と共に重要なものがニーズ(市場)です。一方、低未利用原料を使った商品は近年の原料不足、高騰やSDGs対応として大きく期待されています。

新製品と新商品は異なるもの

ところで、新製品開発と新商品開発は違うものだということを認識しているでしょうか。

開発した新製品がすぐに新商品になるわけでも無く、新商品に新製品が必ずしも必要

となるわけでもありません。新製品開発の多くは製造技術の開発であり、新技術の開発もあれば従来技術の応用もあります。当研究所ではこれまで様々な技術開発や技術改良を行っており、開発した技術の普及指導を通じて県内の加工業者の製品開発を支援しています。最近の成果の一例を挙げますと、加工時に発生する低未利用部位を使った発酵エキスの製造技術^{*1}があります。この技術を使って作られた製品が各種魚エキスです。この魚エキスを原料にスープを調合し、「さばラーメン」、「ひものラーメン」、「しらすラーメン」等という新商品が誕生しました(写真1)。また、ラーメン以外にも、この魚エキスを使ったパスタソースを全く水産とは関係ない企業が商品化しました(写真2)。このように当研究所が開発した技術を使い、それぞれの事業者が手持ちの原料を使って開発したものが「新商品」です。

※1 碧水第176号(令和3年)「マリンバイオテクノロジーを活用した大型研究実施中!!」



写真1 アジエキススープのラーメン



写真2 カツオエキスのパスタソース

商品とは、単なるモノ（製品）ではなく、大別して①モノ、②情報（知識）、③イメージ、④サービスの4つの要素から構成されるものです。①の「モノ」は目に見える商品という実物であり、品質、形状、量目、包装、価格等を含んだものです。②の「情報」は産地、製造方法、添加物、栄養成分、生産者名等で、生産者が事実を正確に消費者に伝えるべき「知識」です。ここでいう「知識」とは、消費者が情報を認識し記憶することを指し、

「知識」となることで情報は商品を構成する要素となります。例えば、商品名や包装デザイン等は売り場での識別、リピート（再購入）する際の記憶の目印となるものであり②情報の重要な項目です。③の「イメージ」は商品に対して消費者が勝手に抱くものであり、「評判」や「ブランド」等がこれらに該当します。「イメージ」は商品価値を定める重要な要素ですが、直接生産者が決定できないため、イメージ戦略としての商品ストーリーや生産者の顔、ポリシー等が商品開発の対象になります。④の「サービス」はアフターケアや受注配送システム、販売手段、ポイント等の無形の付加価値です。このように、商品を構成する要素は①「モノ」だけでないので、「モノ」以外の付加価値を変更することでも新商品を開発することができます。

新製品開発は基本的に製造技術の開発であると同様に、新商品開発には如何に商品を流通させ消費者に買って貰うかというマーケティング（販売戦略）が必要です。そこで当研究所では新製品のための技術開発だけではなく、商品開発のためのマーケティングリサーチ^{※2}や商品開発・販売スキームの構築支援^{※3}も行ってきました。

新商品の開発プロセス

新商品の開発では、今ある素材から何が作れるか、作りたいかという川上からの方向と、消費者が何を求めているか、何なら売れるかという川下からの方向の2つのアプローチがあります。これまで当研究所へは、漁業者からは値が付かない未利用魚を、加工業者からは加工時に生じる規格外、残滓等に付加価値を付けて商品化したいと言う川上からの新商品開発の相談が多くなっています。この様に原料ありきの川上からの商品開発では、新製品を開発したけれどもどこに売れば良いか分からない、開発した商品が売れないということもあり得ます。そのために、開発製品の

※2 あたらしい水産技術 No. 484（平成 18 年）「新しい水産加工食品開発におけるマーケティングリサーチ」

※3 碧水第 141 号（平成 25 年）「ゴマサバを使ったメンチコロッケの開発」

マーケティングリサーチを行った上で販売戦略を定め、商品化することが望ましいのですが、大手食品会社の行うコストを掛けた大規模なモノだけでなく、簡単なアンケート調査を主とした身の丈にあったものでも十分に役に立ちます。具体的な調査方法については前述の「あたらしい水産技術 No. 484」を参照して下さい。「あたらしい水産技術」は当研究所のHPからダウンロードできます。

アンケート調査

アンケート調査は目的により採るべき方法が異なります。ここでは製品開発および商品開発に使用するアンケート手法を幾つか紹介します。

①製品開発のためのアンケート調査（官能評価）

新製品にとって重要なことは従来製品との差別化です。そこで従来製品との違いが明確に分ること（識別）が必要です。そこで、試作した新製品と従来製品との食べ比べを識別能力のある少人数のパネル（試験者）による官能評価（識別評価）で行います。ここで「識別能力のある」とは、その製品に対する知識があり、味の違いがわかる業界人が理想ですが、素人でも教育を施すことでパネルになることが出来ます。また、素人でも分る程の違いを求める場合はあえて素人をパネルにすることもあります（この場合はパネル人数を増やします）。識別評価は、「AとBを比較してどちらが甘いか」と言うように正常な味覚があれば変わらない評価を求めます。甘さの識別であれば、従来よりも甘い〇〇製品を開発するためのアンケート調査になります。

事例1)「みかん鮎」の開発

ミカンを飼料に混ぜて育てたアユについて、ミカンの与え方の違いでミカンの香りに違いがあるか官能評価しました。柑橘臭の成分物質リモネンが魚肉に蓄積することでミカンの香りがすることが分っているので、ミカンを与えた期間と魚肉へのリモネン蓄積量およびミカンの香りを感じるパネルの割合の関係を

調べました。この試験により確実にミカンの香りがするアユをつくる飼育条件を確立し、ミカンの香りがする「みかん鮎（商品名：三ヶ日みかん鮎）」が誕生しました^{※4}。全国各地にフルーツ魚と言われるブランド魚が存在しますが、この様に香りがすることを科学的に保証した例はほとんどなく、通常の養殖アユだけでなく他のフルーツ魚との差別化も図ることができました。

②市場評価のためのアンケート調査

通常よく行われている試食アンケートで、一般消費者に対し「製品」の味や量、価格等の評価を聞くものです。商品进行评估するという体裁ですが、実質は消費者の嗜好を調べるものとなっております、誰にアンケートを取ったかが重要になります。商品売りたい対象をターゲットといますが、アンケート対象はターゲットと一致しないと意味が無いので意外に実施は大変です。また、アンケートで得られるのは消費者の嗜好の平均値およびばらつきなので、ある程度多数の人にアンケートを行わないとなりません。アンケート結果によって万人受けするターゲットの平均嗜好を目指すのか（差別化がむずかしい）、あえて少数嗜好のニッチ市場を目指すのかマーケティング戦略が重要になります。

参照：あたらしい水産技術 No. 484（平成18年）「新しい水産加工食品開発におけるマーケティングリサーチ」

③アンケートの形を借りた商品PR

消費者に商品のコンセプトや訴求ポイントをアピールする場合、説明パンフレット等を渡しても読んで貰えないことがよくあります。また、販売者側と消費者側の認識に食い違いがあり、販売者が強く押しているポイントが消費者にとっては的外れで有効な訴求になっていないこともあります。そこで、アンケートの形を借りたPRを行います。商品を試食してこの商品のコンセプトとして何が相応しいか候補の中から選ぶというアンケートですが、アンケートに回答するためすべての候補文に目を通し

※4はまな 569号（令和2年）「香り漂う「みかん鮎」参上！～新たなアユ養殖の取組～」

吟味する必要があります。そのため必然的にこちらが意図している内容が伝わります。その上、アンケート結果から候補としたコンセプトの中で何が訴求ポイントになるかが分ります。

事例2)「さばじゃが君」のコンセプトアンケート

「さばじゃが君」は、2012年の国際協同組合年の記念事業として、静岡県生活協同組合連合会と静岡県漁業協同組合連合会、静岡県経済農業協同組合連合会が中心となって開発された企画型商品です。販売を予定していたコープしずおか(当時)の理事会承認を得るため、試食アンケートを実施して理事に訴求するコンセプトに絞り込んで開発を進めました。その結果「ジャガイモよりもサバが多いメンチコロッケ」「静岡県産(産地限定)」「生協・農協・漁協のコラボ」を打ち出した商品になりました(写真3)。

新商品開発の発想法

川下からのアプローチでも実際の商品開発では新たな消費者ニーズが見えない、存在しないと言うことは珍しくありません。そこでよく言われるのが、「ニーズは創るもの」というものです。そのため、売れそうな仮説を立てて企画、試作した商品候補についてマーケティングリサーチを行い、開発商品を絞り込むという手法がよくとられます。そのためには、最初の候



写真3 さばじゃが君のコンセプトポスター

補を数多く、多様に発案することが重要です。そこで、マーケティング論で示されている商品開発の発想法について表1と表2に示します。

マーケティングリサーチでは売れる可能性の高いものを見つけると共に、売れる可能性の低いものを排除することを目的とします。仮説に基づいて試作した商品はマーケティングリサーチによる仮説の検証により、淘汰改良され開発リスクを小さくすることができます。詳しくは「地域水産物を活用した商品開発と衛生管理」(平塚聖一編著 2014年 幸書房)の中の「地域水産物を使った新商品開発-マーケティング視点で-」に記していますので興味のある方は御覧下さい。

表1 消費者ニーズを探る開発の視点

視点	例
①変える	同じ技術を使って別の原料で作る、量目を変える(小分け商品)等
②広げる	同じ商品の別味バージョンを作る等
③限る	限定商品、季節商品、記念商品
④ずらす	旬をずらす(夏スキャンピ)、ターゲットをずらす(高齢者、ハラル)

表2 開発商品の位置づけ

カテゴリー	位置づけ
①フラッグシップ	最高級品(コスト度外視)、技術力アピール、売らない(希少性)
②看板商品・主力商品	良品、量販品、儲けを生み出す
③派生商品・サイドメニュー	客単価を上げる、遊びがある、飽きさせない
④お買い得品・限定品	話題性・集客・リピートを増やす

(元 開発加工科 高木 毅)

「ふじのくに未来をひらく農林漁業奨励賞」の表彰式

去る1月16日、県庁で「ふじのくに未来をひらく農林漁業奨励賞」の表彰式が行われました。これは将来、地域の農林漁業への貢献が期待される組織や個人を奨励し、農林漁業の振興を図ることを目的とするものです。水産分野からは、榛南地域磯焼け対策推進協議会(以下、協議会)が表彰を受けました。

協議会は、かつて一続きの藻場として国内最大とされた吉田町から御前崎市にかけての藻場が衰退したことを受け、藻場の回復及びアワビ、サザエ等を対象とした漁業の復活を目指す

ため、平成8年に現在の南駿河湾漁協を中心に設立されました。設立後は、30年近くにわたり、成熟した母藻の投入、種苗移植に加え、海藻を摂餌する魚類の除去や、アワビ稚貝の放流等といったさまざまな活動を当研究所と共に実施してきました。その結果、かつての規模には及ばないものの、一度は消滅した豊かなカジメ藻場が復活し、そこに生息するアワビも増加してきました。これを踏まえ、現在、協議会を構成する南駿河湾漁協の漁業者らは、これまでの活動を続けつつ、藻場の消滅以降途絶えていた潜水によるアワビ漁の復活に取り組んでいます。念願であった潜水によるアワビ漁の復活により、これからさらなる漁業の振興が期待されます。

表彰式では知事から、「カジメ藻場の復活とアワビ漁再開への兆しは一朝一夕の活動で享受できるものではない。今後もかつての藻場の回復に向けて取り組んでください。」と励みになる言葉をいただきました。今後も協議会の積極的な活動を期待したいと思います。

(普及総括班 小澤 豊)



知事から協議会へ表彰賞の授与

漁業士と農山漁村ときめき女性の認定

去る1月23日に県庁で漁業士、農山漁村ときめき女性らの認定式が行われました。今回は農業経営士等の水産関係以外の方々も含め計36人が認定され、知事から認定証書が授与されました。このうち水産関係での認定者は青年漁業士5名、指導漁業士2名、農山漁村ときめき女性2名です。

指導漁業士は地域漁業の中核となり、意欲的に活動して、後継者育成にも指導的役割をしている満40歳以上65歳未満の方が認定されます。また、青年漁業士は、漁業に関する知識や技術を習得し、地域漁業の中核者となり得る満23歳以上40歳未満の方が認定されます。漁業士の方々は、漁業に従事する傍ら、水産教室で子供たちに漁業を紹介したり、港のイベントで

の魚食普及活動を行ったりしています。

農山漁村ときめき女性は、農山漁村の中で優れた技術や感性を持ち、わざあり分野、むらおこし分野、ひとづくり分野のいずれかに秀で、指導的役割を果たしている女性が認定されます。漁業者の減少や様々な漁業での不漁により浜の活力が低下する中、明るく豊かな沿岸漁業と漁村の創出に向けて、認定された方々の今後のますますの活躍が期待されます。

なお、今回の認定とは別に、長年指導漁業士として活躍されてきた埴義祐さん(伊豆漁協稲取支所)、鈴木邦夫さん(浜名漁協)の2名に名誉漁業士の称号が授与されることとなりました。

●今回認定された方々

【青年漁業士】

山田龍哉氏（伊豆漁協仁科支所）
 内山雄斗氏（伊豆漁協稲取支所）
 塙 史也氏（伊豆漁協稲取支所）
 芹澤卓也氏（田子の浦漁協）
 平林 馨氏（富士養鱒漁協）

【指導漁業士】

岡部宗由氏（伊豆漁協仁科支所）
 鈴木友宏氏（南駿河湾漁協）

【農山漁村ときめき女性】※水産関係のみ

三浦愛氏（焼津市）
 鈴木沙織氏（磐田市）



後列左から塙氏、芹澤氏、平林氏
 前列左端山田氏、前列右端内山氏



後列左から岡部氏、鈴木氏



後列左から2人目三浦氏、
 3人目鈴木氏

（普及総括班 小澤 豊）

普及のページ③

用宗地区でワカメに関する水産教室を初めて実施

用宗地区では、30年以上前からしらす船曳網漁業の禁漁期である冬季に清水漁協用宗支所青壮年部によるワカメの養殖が行われています。青壮年部は自家採苗等の工夫を重ね、その結果近年では安定した生産を維持できるようになり、2021年度から用宗漁港で生ワカメの即売会を開始する等、ワカメを用宗の新たな特産品にしようと精力的に活動しています。今回はその一環として実施された、保育園児への水産教室について紹介します。

水産教室は青壮年部が企画し、収穫を間近に控えた2月下旬に、静岡市立広野こども園で行われ

ました。当日は、収穫の様子を動画で見せ、お湯の中でワカメの色が変化の様子を観察した後、茹でたワカメの試食も行いました。熱湯に入れたワカメが一瞬で鮮やかな緑色になると、子供たちから「すごーい」という大きな歓声があがりました。また、試食ではおかわりをする子供が続出し、大好評でした。

今回の水産教室は用宗産ワカメの認知度向上だけでなく、子供たちの食育にも繋がり、双方にとって良い機会になったと思います。当研究所では今後もこうした活動を支援していきます。



ワカメについてわかりやすく説明



熱湯に入れた瞬間にワカメの色が
 変わる様子を観察

（普及総括班 中村健太郎）

人事異動

【転入】

野田浩之（研究統括官←漁業高等学園長）
 石川修（総務課長兼船舶管理課長代理←工科短期大学校学務課長）
 福山絵里子（総務課主任←議会事務局議事課主任）
 岡田裕史（資源海洋科上席研究員←伊豆分場主査）
 門奈憲弘（資源海洋科主任研究員←水産資源課主任）
 隈部千鶴（開発加工科上席研究員←浜名湖分場主査）

【新規採用】

朝倉啓輔（開発加工科研究員）
 稲葉晃誠（深層水科研究員）

【所内異動】

高木康次（所長←研究統括官）
 小泉康二（研究統括官←研究統括官兼開発加工科長）
 萩原快次（開発加工科長←所長）

【再任用】

櫻井雅之（総務課主任）
 大場昇（総務課主任）

海野幸雄（資源海洋科主任）

山内悟（資源海洋科主任）

【転出】

梶本英明（総務課長兼船舶管理課長代理→中部健康福祉センター総務課長）
 山本裕介（総務課班長→水産振興課流通加工班長）
 稲葉留実（総務課主任→出納局中部出納室主任）
 鈴木朋和（資源海洋科上席研究員→浜名湖分場研究科長）
 鈴木聡志（資源海洋科主任研究員→静岡海区漁業調整委員会事務局主任）
 山崎資之（開発加工科上席研究員→静岡海区漁業調整委員会事務局主査）
 大島伊織（開発加工科研究員→地域産業課技師）
 倉石祐（深層水科主任研究員→水産資源課主任）

【退職】

高橋周平（総務課主任）
 高木毅（開発加工科主任）

日誌（令和6年1月～3月）

月 日	事 柄
1. 9	業務連絡会議・分場長会（所内）
1. 11	研究所長会議幹事会（Web）
1. 12	福井県による駿河丸視察（駿河丸）
1. 16	ふじのくに未来をひらく農林漁業奨励賞授賞式（静岡市）
1. 18	普及月例会（所内）
1. 23	漁業士・農山漁村ときめき女性認定式（静岡市）
1. 25	水産振興審議会（静岡市）
2. 1	しらす船曳網組合総会（熱海市）
2. 2	水産加工品品評会表彰式（静岡市）
2. 5	漁業士会総会（浜松市）
2. 6	業務連絡会議・分場長会（所内）
2. 7	水産関係試験研究機関長会議（Web）
2. 14	農水省による視察（所内）
2. 26	資源管理協議会（静岡市）、普及成果報告会（所内）
3. 5	技術連絡協議会（浜名湖分場）
3. 8	業務連絡会議・分場長会（所内）
3. 11	普及重点課題設定協議会（所内）
3. 13	試験研究調整会議（静岡市）、資源管理協議会（静岡市）
3. 14	温水利用研究センター運営協議会（静岡市）
3. 15	試験研究調整会議（静岡市）
3. 22	加工連役員会（静岡市）

調査船 駿河丸の動き (令和6年1月～3月)

月 日	事 柄
1. 9-10	地先定線観測調査
1. 16-17	さば類撒餌調査
1. 18-19	サクラエビ音響調査
1. 22	海中マイクロプラスチック粒子観測調査
1. 23	海中マイクロプラスチック粒子観測調査
1. 25	いわし類卵稚仔分布調査
1. 29-30	さば類撒餌調査
2. 6-7	地先定線観測調査
2. 9	ドックへ回航
3. 4	ドックから回航
3. 7-8	地先定線観測調査
3. 11-12	いわし類卵稚仔分布調査
3. 13	超短波無線通信訓練
3. 18-19	サクラエビ音響調査
3. 21	さば類音響調査及び代替飼料調査
3. 27	引継ぎ習熟航海