

水産加工・直販等グループの育成

大島支庁 林務水産課

【背景・目的】

奄美群島の人口は約10万人で、群島内で水揚げされた水産物を島内だけで消費するのは難しいこともあり、漁船漁業による漁獲物の多くは群島外に出荷されている。島外への出荷は輸送経費がかかる上、鹿児島や沖縄などの島外市場で水揚げが集中した場合、単価が安くなる状況にある。

また、令和3年7月に奄美大島と徳之島は「世界自然遺産」に登録され、奄美群島が注目されることや、新型コロナウイルスの影響が緩和し、島外から群島を訪れる来訪者も今後増加することが予想される。

そこで、地元水産物を加工、直販、食堂で提供するなどのグループが任意団体を組織し、島外からの来訪者並びに群島内消費者に対する奄美群島の水産物の情報発信等を行う取組について支援した。

【普及の内容・特徴】

奄美群島の漁協などを含む水産業直販所等で組織する「奄美いしょむんネットワーク」を通じて、以下の取り組みを行った。

1 研修会の開催

現在コロナ禍により各グループとも厳しい状況にあるが、今後に向けて「近年の水産加工品の傾向と県水産技術開発センター加工施設に導入された新機器を活用した加工商品開発について」として県水産技術開発センター水産食品部からの研修を受けるとともに、各グループの情報共有（交換）を行った。

2 地元情報誌による情報発信

奄美群島を中心に発行される地元情報誌（無料小冊子）に、希望する会員の水産加工品、食堂等の情報を掲載した。この情報誌は東京、大阪でも配布されていたが、今回福岡事務所を通じて送付依頼があり、初めて福岡にも配布することができた。

3 WEBによる情報発信

上記地元情報誌のWEB版記事による情報発信のほか、いしょむんネットワークによるホームページ、Instagram投稿を継続した。

また、新たに漁業系YoutubeへPR業務を委託し、奄美群島の水産物（ハマダイ、ソデイカ、ヤコウガイ）を提供し、調理、実食、食レポ等を実施した。30万回以上再生。

4 イベントによる情報発信

11月に長浜みなと公園で行われた「土木フェスタinあまみ」での共同販促に協力し、地元水産加工品のPRを行った。

【成果・活用】

研修会には多数の会員が参加し、今後の水産加工品について考える良い機会となり、これを受けて、県水産技術開発センターでの食品分析や先進地視察等を行うなど、会員の活動も活発となった。

また、令和4年度は夏期において第7波が、年末年始から第8波の発生があったものの、ワクチン接種回数の増加や対象年齢層の拡大、政府主導による観光業支援策等もあり、外出や観光を楽しむ方々が増加したことから、イベントや情報発信により、地元水産物の認知度向上効果があった。



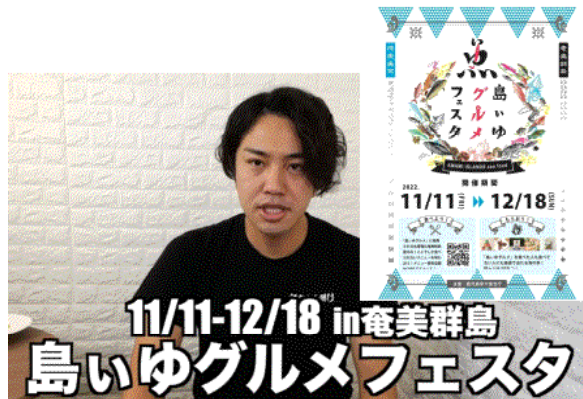
1 研修会



2 地元情報誌による情報発信



3 WEBによる情報発信



3 WEBによる情報発信



3 WEBによる情報発信



3 WEBによる情報発信



4 イベントによる情報発信



4 イベントによる情報発信