

付加価値高め直送 漁業者の技術向上に狙い



NPO法人・FTF

野呂英樹代表理事

青森県のNPO法人FTF(Fair Trade Fishery)は、東京などの飲食店に魚介類を直送するテスト

マーケットイングで、漁業者が付加価値を高める技術の向上を図りながら青森産のイメーリアップ、底上げを狙う。

FTFは5年ほど前に発足した。事務所を青森市に置き、野呂英樹氏(株)あおもり海山取締役営業部長が代表理事。メンバー約15人の大半が

県内の漁業者で、刺網や一本釣、小型定置、ホタテ養殖などに従事する。テストマーケットイング

での昨年11月からのメニューは、東京と群馬県のフレンチやイタリアン、創作料理などの5店舗。野呂理事が注文や要望を集約し、その情報からメンバーが直送する。10席、20席程度で使う魚の量は多くなく、1箱3〜4キロの詰め合わせを好む店が多いという。

12月までは津軽海峡の蛇浦地区から3人がイシガレイやキツネメバル、ガヤなど「写真」を届け、

1〜2月は陸奥湾の蟹田地区から1人がイシガレイやシヤコなどを送った。3月からは太平洋の泊地区で直送することになりそうだ。

獲れたときの発送となり、曜日指定などには対応できない。

店の希望もあり未利用、低利用魚の扱い、流通に積極的だ。血抜き、神経抜きをできる魚種はメンバーが丁寧になす。主眼は、所得より、付加価値を追求しようという技術と意識の向上。発送時期が限られている上1回数箱程度と量も少ないため、収入に大きな差は出ない。将来に備えてのスキルアップ、練習という意味合いが強い。テストマーケットイング

でやり方や流れ、価格が分かり、メンバーが増え安定的に出荷できるようになれば、商業ベースに移行する可能性がある。出荷先のリストには大阪や京都なども含め20店舗以上が連ね、エリアも広がられる。

野呂理事は「量をたくさん獲るのではなく、獲れる量の中で付加価値を最大限に高め、青森の魚はおいしいというイメージを広げ、底上げできるとよい」と話す。

NPOメンバーは将来に対し資源と価格で危機感が強いといい、メンバーの漁協青年部員らが今後、漁協組合長など業界のリーダーに育ったときの地元漁業の変化に期待を寄せる。