

第2章 施策の展開方向

1 安全・安心な水産物の安定的供給

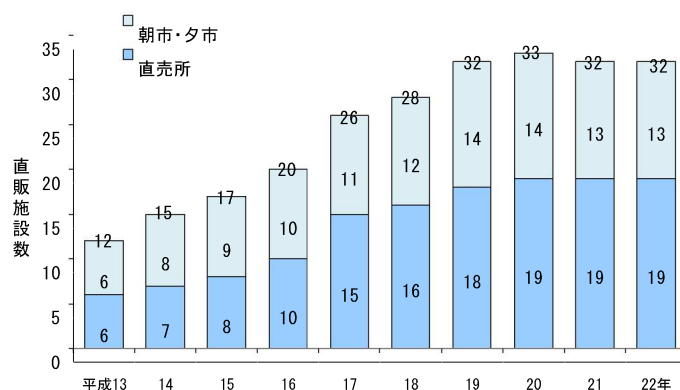
漁業者が出荷する直販施設は32か所で前年並みでした。販路開拓のため、内陸部の5か所の農産物直売所との連携により水産物の直接販売が進みました。沖端漁協では「福岡のり」の土産用商品を開発し販売促進に取り組みました。

豊前海区では漁協が主体となってカキ小屋を開業し、漁村の観光資源として注目されています。

(1) 多様な流通チャンネルへの対応

(直販施設数は前年並み)

・漁業者が出荷する直販施設は32か所で前年並みでした。これらの施設は、沿岸部に集中しています。



漁業者が出荷する直販施設の推移

(資料：水産振興課)

【実施した主な内容】

(漁協と農産物直売所との連携が進む)

・宗像漁協、ひびき灘漁協及び両開漁協が、朝倉地域などの5か所の直売所で取組を開始しました。

今後も、漁業者の収益性の向上を図るため、漁協と農産物直売所のマッチングを進め、
両開の取組を推進します。



両開漁協の販促イベント（朝倉郡筑前町）



宗像漁協福岡支所が導入した鮮魚移動販売車

(観光地の利点を活かした「福岡のり」のブランド化が進む)

・柳川市には「川下り」や「白秋生家」など多くの観光スポットがあり、年間 120 万人の観光客が訪れます。

・沖端漁協では、「福岡のり」のブランド化を進めるため、観光客を対象に食べやすいサイズの焼きノリと味付けノリの 2 種類を商品開発し、地元で開催される「さげもん祭り」で直販活動を行いました。

購入者の一部からまとまった注文があるなど、新たな顧客の獲得に繋がっています。

・「福岡のり」の直販の取組は徐々に拡大しており、今後は、漁連が主体となった海区全体の取組を推進していきます。



さげもん祭りでの「福岡のり」販売



土産用に開発された商品

(カキ小屋が定着し、観光資源としても注目)

・県内のカキ養殖産地では、海辺でカキを焼いて食べることができる「カキ小屋」が定着しています。

・豊前海北部漁協恒見支所が直営で開業し、県内のカキ小屋は 29 か所になりました。

カキ小屋では、カキ以外の水産物や飲料を提供しており、漁業と飲食業との一体化が進んでいます。また、大型バスで訪れる団体客を受け入れるなど観光資源としても注目されています。

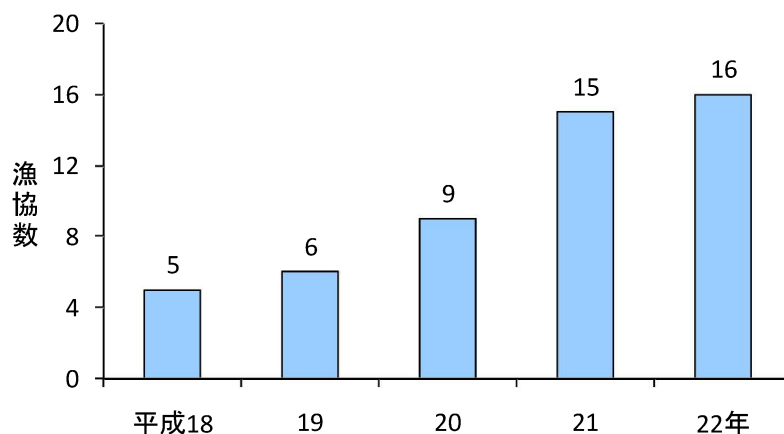


今後、カキ小屋が、漁村に共生する漁業の発展に貢献する観光資源として注目される。

(2) 水産物に関する情報発信

(学校給食に水産物を提供した漁協数は増加)

- ・学校給食に水産物を提供した漁協数は、16で前年に比べ1増加しました。
- ・水産物の消費量は、年齢層が低いほど少ないことが指摘されており、学校給食などを通じ、県産水産物を食べる機会を増やしていくことが大切です。



学校給食に水産物を提供した漁協数の推移

(資料：水産振興課)

【実施した主な内容】

(学校給食の食材にサルボウが採用)

- ・学校給食に提供されている県産水産物は、県全域ではノリなど一部の水産物に限られています。
- ・柳川漁協では、有明海で漁獲されるサルボウ（二枚貝）の商品開発を進め、23年度から県全域の学校給食の食材に採用されました。

これに先がけて、23年2月には、柳川市内の小中学校でサルボウを使った給食が提供されました。



サルボウ(左)と水産物 (右) | サルボウを使った給食 (右) |