

テーマ 漁業生産現場における創意工夫の発掘と、生産者の顔の見える水産物地域ブランド創出に関する研究

研究者 太田 太郎(公立鳥取環境大学地域イノベーション研究センター)

概要

水産物は、その複雑な流通形態が故に、消費者に生産過程(漁場や漁獲方法など)を伝える仕組みがほとんど確立されていない。本課題では、鳥取県中部地域で水揚げされる水産物を対象とし、消費者向けパンフレットを作成することによって‘生産者の顔の見える地域ブランド’の創出を試み、消費者向けアンケート調査を実施しその効果について検討する。

研究内容

1 消費者向け冊子の配布と消費者向けアンケートの実施

平成29年度までに作成した消費者向け冊子「因幡の海からの贈り物 漁師のおすすめ‘お魚暦’」を印刷し、漁業関係者や消費者等へ配布した。加えて、平成30年11月17日に開催された「鳥取かにフェスタ2018(於、鳥取市賀露町、鳥取県漁業協同組合賀露地方卸売市場)」及び12月9日に開催された「第2回鳥取かに祭り(於、京阪百貨店守口店カナディアンスクエア、大阪府守口市)」で来場者を対象にアンケート調査を行った(写真)。



写真:「鳥取かにフェスタ2018」におけるアンケート調査の様子



写真:「第2回鳥取かに祭り」におけるアンケート調査の様子

2 アンケート調査の結果

10代から70代の合計381件の回答を集めた。水産物の購入頻度については、概ね7割が週1~3日という回答であった。また、よく購入する水産物の形態については「切り身、すり身、加工済み刺身」などの一次加工品が最もよく購入されているという結果となった。また、魚種の指向(「好きな魚」または「一番良く買う魚」)についてはサケ、サバが他魚種に比べ高く選ばれる結果となった。

水産物を購入する際の産地に対する意識については、概ね7割が産地を意識して購入するという結果が得られた。また、地元産を選択するかという質問については、鳥取県内在住者の方が鳥取県外在住者に比べ、地元産を選ぶ者の割合が高かった(下表)。一方で魚を購入する際に漁法を意識するかについては、ほとんどの人が意識しないと回答した。

最後に、本課題で作成した冊子の配布と合わせ、このような冊子が水産物を購入する際に役立つかを質問したところ、概ね6割の者が役に立つと回答した。

表 魚を購入時の産地に対する意識の有無及び地元産を選ぶかの回答結果

産地を意識して購入するか 内、地元産の魚を選ぶか	全体回答数 (件)		鳥取かにフェスタ(鳥取県内者) 回答数(件)		鳥取かにフェスタ(鳥取県内者) 回答数(件)		鳥取かに祭り(大阪守口市) 回答数(件)	
	頻度	割合	頻度	割合	頻度	割合	頻度	割合
はい	264	68.4%	101	70.1%	38	73.1%	125	65.8%
はい			88	61.1%	19	36.5%		
いいえ			22	15.3%	19	36.5%		
いいえ			2	1.4%				
無回答								
いいえ	122	31.6%	43	29.9%	14	26.9%	65	34.2%

3 課題と展望

本課題は、平成30年度が最終年度であるが、今後も漁業者及び漁業協同組合と連携し、本課題による取組を軸とした鳥取県産水産物の情報発信を発展的な形で継続をしていく予定である。

応用分野

水産物消費拡大、漁業学

連絡先

公立鳥取環境大学地域イノベーション研究センター特命准教授 太田太郎
連絡先: ☎ oota-t@kankyo-u.ac.jp ☎ 0857-32-9105