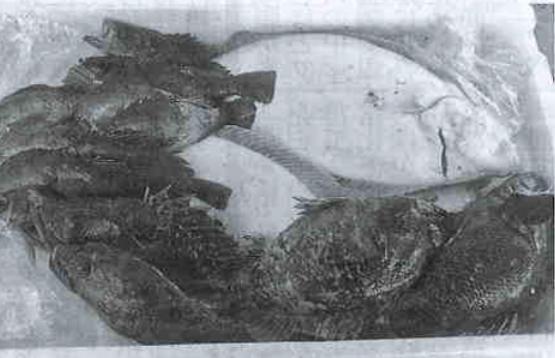


付加価値高め直送

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 F de Fishery)は、東京などの飲食店に魚介類を直送するテスト

マーケティングで、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ジアップ、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)が代表理事。常務部長は、メンバーアー約15人の大半が

昨年11月からのメンバーは、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め、その情報からメンバーが直送する。10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、

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。

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。

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と多い。収入に大きな差はない。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。

FTFは、NPOメンバーは将来に對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。

県内の漁業者で、刺網や一本釣り、小型差置、ホタルテ養殖などに従事する。テストマーケティング

での昨年11月からのメンバーは、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めて利用魚の扱い、流通に積極的だ。血抜き、神経抜きができる魚種はメンバーが丁寧にこなす。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。

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メンバーは将来に對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。

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。3月から4月は陸奥湾の蟹田地区から1人がインガニやシャコなどを送った。や京都なども含め20店舗以上が連ね、エリアも広げられる。

でやり方や流れ、価格が分かり、メンバーが増え安定期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、エリアも広げられる。