

【那覇】「モズクの消費拡大戦略フォーラム」がこのほど、沖縄県浦添市でこのホールであり、関係者約200人が参加した。主催は沖縄県もずく養殖業振興協議会、(財)沖縄県産業振興公社、琉球銀行。水産庁補助の活動力ある漁村作りモデル育成事業を利用し、農工商連携によるモズク消費拡大を狙ったもの。

主催者を代表し、並里弘安県もずく養殖業振興協議会理事(県漁連会長)が「現在、沖縄県産の養殖モズクは需要の伸び悩みなどで原簿価格が低迷している。今後、需要の拡大を図り、取引価格を安定化するためには新商品開発など新たな市場開拓が課題だ。多様な消費者ニーズに即した新たな

商品開発と販売手法のあり方を検討するためフォーラムを開いた。県外市場に詳しい専門家や先駆的取り組みを行っている事業者も含めて意見交換し、農工商連携による地域産業資源を活用した事業活動を促進したい」とあいさつ。

フードコンサルタントで旬良品工房社長の白田典子氏が「首都圏市場向

け食品の開発と販売」と題し基調講演した。

白田氏は全国の食料品メーカーから依頼された商品を主婦中心のモニタ

ーに評価してもらい、その中から「いいもの」を認定するとうい「いいものプロジェクト」を運営。消費者であるモニターか

ら出た率直な意見をメーカーへ伝え、メーカーサ

イドの改革に役立てる仕組みをつくり上げた。モ

ニターの7割以上が「いいもの」として選んだ商品を紹介している。「いいものプロジェクト」認

定シールが張られた商品に現在120店舗に並ぶ

は100%でなければ売

れないといわれていた。回答も親切丁寧で、本

協参事)、白田氏らがパ

ネルリストで登壇。

前田氏は「漁協、コー

プおきなわ、加工業者、

行政の4つの力のネットワークで「骨まで食べられるまーす煮」「海人自慢のもずく丼」といった商品を開発し順調に事業展開している。組合は赤

沖縄県もずく養殖業振興協議会など

モズク消費拡大戦略フォーラム

「酢の物」以外の新商品開発で市場開拓

いたときには衝撃が走った」と、業界の常識と消費現場の認識のズレを具体的に説明。

「私たちはモニターに買うか買わないかをずばり聞く。モニターの登録料は年間6000円で有料だ。そのため、回答率は100%でどれも真剣。そのアンケートをメーカーへ送っている」と話した。白田氏は「結局、作る人の気持ちを変えないと商品は変わらない。モニターの意見は時に大変厳しい指摘もあるがどこか愛情が感じられる。そのためメーカーからの

長、玉城謙栄氏(勝連漁

字が続き厳しい状況に陥ったが、この連携のおかげで活気を取り戻した。ネットワークの力は計り知れないものがある」と話した。

川満氏は「従来の3連タイプは味付けモズクだとモズクの量が少なく消費拡大に限界があった。当社ではモズク内容量150gのざるモズクを市場ルートで販売している。大手居酒屋との取引もあり、今後有望だ」と期待を込めた。モズクの

ジュレ、鍋物食材として

の商品開発も手掛けているという。

玉城氏は「モズク消費拡大で重要なことは、まず生産者自身が日常的に家庭でモズクを食べることだと思ふ。地元で消費

を任命した。

あいさつする並里沖縄県漁連会長



福井氏は「昨年のモズク販売は前年比110%。従来の味付けモズクは横ばいだが、収穫時期限定の旬のモズク、サラダ感覚で食べるタイプの商品というように新商品がプラスチック分となっている。展開位置をテリカコーナーにするということも大事だ」と指摘。また、①ヒット商品に学ぶ②ターゲットは変わる③市場専有性が高い県内地産店を狙う④生産から商品開発、販売までを連携して取り組む⑤の4項目についても具体的にアドバイスした。

玉城氏は「モズク消費拡大で重要なことは、まず生産者自身が日常的に家庭でモズクを食べることだと思ふ。地元で消費

基調講演する白田氏



パネルディスカッション