I-4. 岩手県の水産高度化へ向けた取り組み

鈴木 寛 人

釜石地方振興局水産部

I-4. Sophistication of fisheries using information and communication technologies in Iwate prefecture

HIROTO SUZUKI

Kamaishi Regional Development Bureau, Shinmachi, Kamaishi, Iwate 026-0043, Japan

1. はじめに

近年の情報化社会の到来によりネット利用者が急増しているが、「浜」の情報がリアルタイムに全国の消費者に伝わっていないこと、市場間や買受人等との情報共有が遅れていることなどから、水産分野では情報通信技術（ICT）の活用が特に遅れている状況である。

そこで、岩手県では、良質な水産物の供給基地である魚市場や浜の様子を全国にPRし、消費者に身近に感じてもらおうとともに、水産物の供給システムの効率化を図るため、平成17年度から、県生産地魚市場協議会・いわてNPO事業開発センター、民間IT企業などとの連携により、ICTを活用した情報発信を推進する取り組みを行っている。

平成15年に、衛生管理、情報化、経営の3つを柱とした岩手県下の魚市場の将来像を描き、衛生管理ではトップクラスまで到達したため、次のテーマとして情報化に取り組んだ。三陸沿岸は広く、各魚市場間の距離が離れているため、ICTを使った取り組みをすることで、岩手県としての連帯意識を高めることができるのではないかと考えた。

2. 取り組み内容

まず最初に、浜でICTが活用されていない主要因である労力と導入コストに着目し、浜の方々が受け入れやすく、労力もコストも比較的によさくない手法ということで、「ブログ」方式から始めることとした。また、取り組みを継続していくためには人材育成を図る必要があることから、水産業関係者に対する研修も併せて行った。

主な取り組みとしては、①岩手県内の魚市場による水産加工業者などを対象とした、水揚げ情報のリアルタイム携帯電話対応配信サービス「魚メル」、②安全・安心・新鮮な浜情報、県産水産物などをPRするために、県内の魚市場職員などが魚市場の出来事を発信する「魚ログ」、③漁師などが漁の話題や旬な魚介類などを発信する「漁ログ」、④鮮魚や水産加工品をウェブカタログ形

式で紹介し、購入できるサイト「魚っとモール」、⑤携帯電話サイト対応の料理レシピ「魚メシ」及び魚カレンダー「魚カレモバイル」、⑥環境と地産地消を考えるサイト「魚環境尺」、⑦漁師の1日をインタビュー形式で紹介する「漁師24」など、各種サイトの構築およびサービスを展開している。

3. 効果

i. 定量的効果

魚メル 水産加工・資材・運送業者などが利用した。2008年11月（最盛期）のアクセス数は約49,000PVであった。

魚ログ 魚市場職員など33名が投稿した。2007年8月「人気ブログランキング」の「地域情報・東北」（アットウイズ社）で1位を獲得した。2008年の月平均アクセス数は約35,000PV/月であった。

漁ログ 漁師・漁協職員など31名が投稿していた。2008年3月「人気ブログランキング」の「地域情報・東北」（アットウイズ社）で1位を獲得。2008年の月平均アクセス数は約14,000PV/月であった。

魚っとモール 参加事業者をみると、本モールには県下6つの業者が参加した。

ii. 定性的効果

魚ログ・漁ログの両ブログについては、沖縄から北海道まで全国の消費者や水産関係者から閲覧がある。また、サイト利用者数の増加につれ、コメントも寄せられ、全国から注目されていることがうかがえる。一方、産地側でも情報化の必要性を認識し、前向きに取り組んでおり、各産地での運営体制が構築されつつあるなど、意識の改善が見られた。

4. 今後

浜の情報化はまだ始まったばかりである。今後も、B to B（企業と企業の取引）サービスや市場での業務効率化に向けた機能強化等、変化の激しい市場ニーズに対応した新たな取り組みを展開していく必要がある。