

農林水産省の「消費者の部屋」で “徳島の活鱧(いきはも)”を展示

海洋生産技術担当 岡崎孝博, 水産課 一ノ宮 誠

Keyword: ハモ, ブランド, 活鱧, 消費者の部屋

本県は、毎年 500 トンの漁獲をあげるなど、全国有数のハモの生産地です。ハモは特に関西での需要が高く、京都の祇園祭、大阪の天神祭の頃には欠かすことのできない食材になっています。とりわけハモの一大消費地である京都市の京都市中央卸売市場における 2006～2009 年の府県別取扱量では徳島県産が 1 位(市場年報)、大阪市中央卸売市場本場においても 2007～2008 年では徳島県産が 1 位となっています(同)。こうしたことから、県ではハモをブランド品目の一つに位置づけて、消費の輪の拡大に取り組んでいます。



右上:「消費者の部屋」には大勢の方々が来場, 左上:ハモ用の延縄漁具を展示して漁業の様子も紹介, 右下:石膏等がかたどったハモの巣穴を展示(飼育水槽内でハモが作った巣穴です。), 左下:活きたハモを展示(100 リットル水槽に 300g 程度のハモを泳がせました。)

今回、「徳島の活鱧」について、「関西の食材を全国の食材へ」と銘打って、農林水産省の「消費者の部屋」で今年 6 月 7～11 日に、パネル等による PR, 生きたハモの水槽展示等を行い、1,151 人に来場いただきました。併せて、徳島県産ハモを使用した湯引き、天ぷらのメニューを食堂で提供しました。

ハモを実際に目にし、また食べていただくことで、今回の取り組みが全国の多くの方々に徳島県産ハモの良さを知っていただく契機になったものと考えています。水産研究所では、徳島県産ハモのブランド力を高める目的で生産から流通に至る幅広い研究を進めております。今後とも「徳島の活鱧」が全国に知られるよう、皆様のお力添えをよろしくお願いいたします！