

教育部青年發展署為擴大青年公共參與，搭建政府與青年對話的平臺，辦理政策好點子競賽，讓青年一同參與國家遠景規劃，將青年的想法與創意融入政府施政，達成「匯聚創意能量，建立創新社會」的理想。

指定
主題

行政院各部會及地方政府目前
亟待青年提供好點子之政策

自定
主題

由青年自行發掘社會問題，
並運用創意研提政策好點子

106年青年團隊政策好點子競賽

指定主題 特優獎

指定主題

認識臺灣漁產，推廣食魚文化

團隊名稱

股份魚鄉

團隊成員

林筱菁、紀良瑾、陳滢羽、廖宜霈





提案動機

身為臺灣人！

怎能「吃魚不知魚情」？！

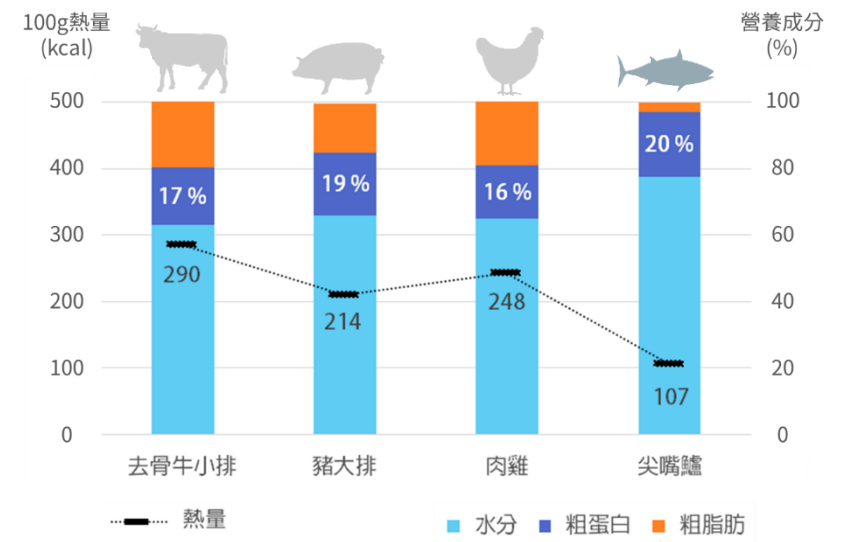


臺灣四面環海，有豐富的魚產資源，但一般民眾普遍缺乏魚產相關教育，導致國人吃魚卻不知道魚從哪裡來，也不知道餐桌上的魚叫做什麼名字，更難談上食魚文化了。

因此我們希望從知魚開始，讓國人瞭解魚情、認識漁理，進一步使食魚成為一種文化、一種臺灣人的素養。

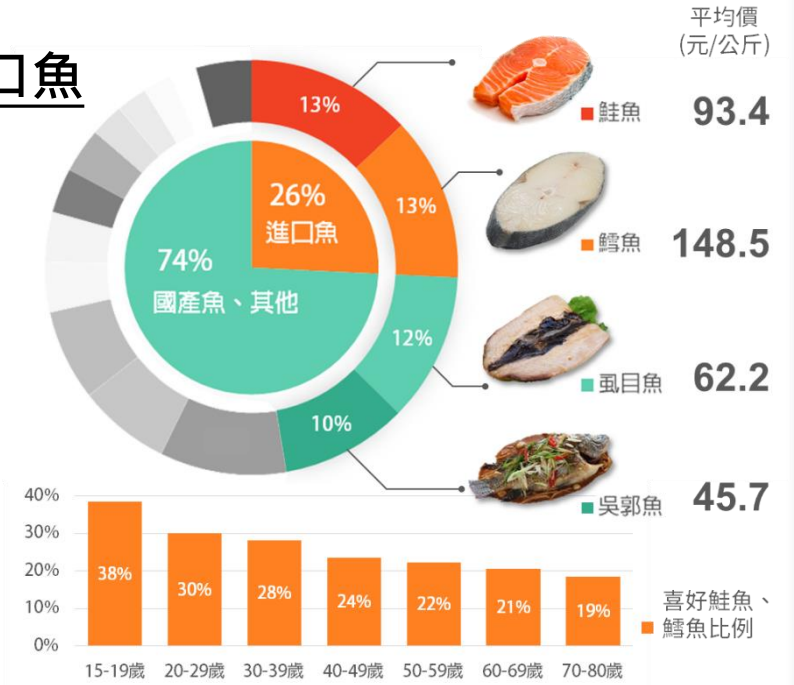
議題 吃魚的好處 國人都知道嗎？

- 低熱量、低脂肪
- 高營養
- 魚肉蛋白質比例高
- 消化吸收率高



議題 國人較愛吃進口魚 也較不嗜刺多的魚

- 最喜歡的魚類排名：鮭魚、鱈魚、虱目魚、吳郭魚
- 進口魚類刺較少，年齡層越輕喜好度越高
- 國產魚貨新鮮且價格便宜



資料來源：衛生福利部食品藥物管理署 食品營養成分資料庫，2016 臺灣食品消費調查統計年鑑，2015；漁產品全球資訊網 行情統計查詢，2000-2017 3

政策分析

漁業署政策方向

- 國產水產品優先，提高進口替代率
- 推廣在地水產，減少運送里程
- 合理合法生產，負責任的漁業
- 引導消費者擁有正確的食魚觀念

漁業署食魚文化推動現況



地方特有漁產節慶

烏魚季、黑魷魚季、旗魚季



漁村魚食料理活動

當地養殖或漁撈水產品食材料理競賽



魚食紮根計畫

幼兒課程「魚寶寶教室」、魚知識動畫影片



全民漁業教室講座

漁業的生態保育及管理、攝影競賽、買魚技巧



魚之島系列紀錄片

「搏命的漁人」、「黑潮的承諾」、「訂做一條魚」、
「神奇水族箱」、「臺灣好吃魚」

食魚文化發展的困境

海洋資源逐漸枯竭

海洋資源逐年減少且生態環境受到破壞，因此漁業資源也逐漸減少

資訊不完整或不正確 影響觀念

不正確的消費迷思，影響消費者的選擇行為與健康觀念

食魚教育未普及化

食育教育偏重農業，缺乏對食魚教育的長期規劃

食農教育法(草案)制度未完備

- 各縣市擁有和挹注的資源不同
- 若將食育納入課綱，應考量師資短缺和授課時數壓力
- 辦理單位—農業、教育、地方三個系統各自辦理並未統一





國外參考案例



慢魚運動(Slow Fish)

懂魚、知魚、吃在地、吃當季、
會說魚的故事、學會慢慢吃魚。

- 優良：新鮮、香氣馥郁、滿足感官的本土季節飲食
- 清潔：維持環境和諧和人體健康的生產方式
- 公平：合理的生產環境與報酬，合理的消費價格



對消費者的教育
創造資源永續



適量吃魚
維護生態環境



在地當季
便宜新鮮又健康



瞭解生產方式
吃得安心



資料來源：天下雜誌616期—慢魚運動，2017；<國際慢食·臺灣分會>網站



食べる通信



食通信

讓吃魚的人，看見漁人海上搏浪的氣魄
讓吃飯的人，看見農夫田間揮汗的臉龐

- 連結都市與鄉村、生產者與消費者
- 不只是「地產地銷」，而是「知產知銷」
- 發展社群支持型農業(CSA)，建立生產者與消費者間的信任關係



模擬產地體驗
瞭解故事



產銷社群經營
直接回饋生產者



提高生產者
社會地位



資料來源：食鮮限時批—日本食通信挑戰全紀錄，2016



勾勒構想 醞釀好點子

瞭解我國問題並參考國外案例，
思考甚麼才是適合臺灣的食魚推廣途徑呢？

團隊先找可被**翻轉**的環節，作為核心構想，
再以構想醞釀更具體的好點子。

魚情漁理

構想

構想



食魚教育從學校開始



初期以養殖漁業作為食魚推廣的主要產業



知情達理

構想

構想

食當季—推廣全年不同供應的養殖水產

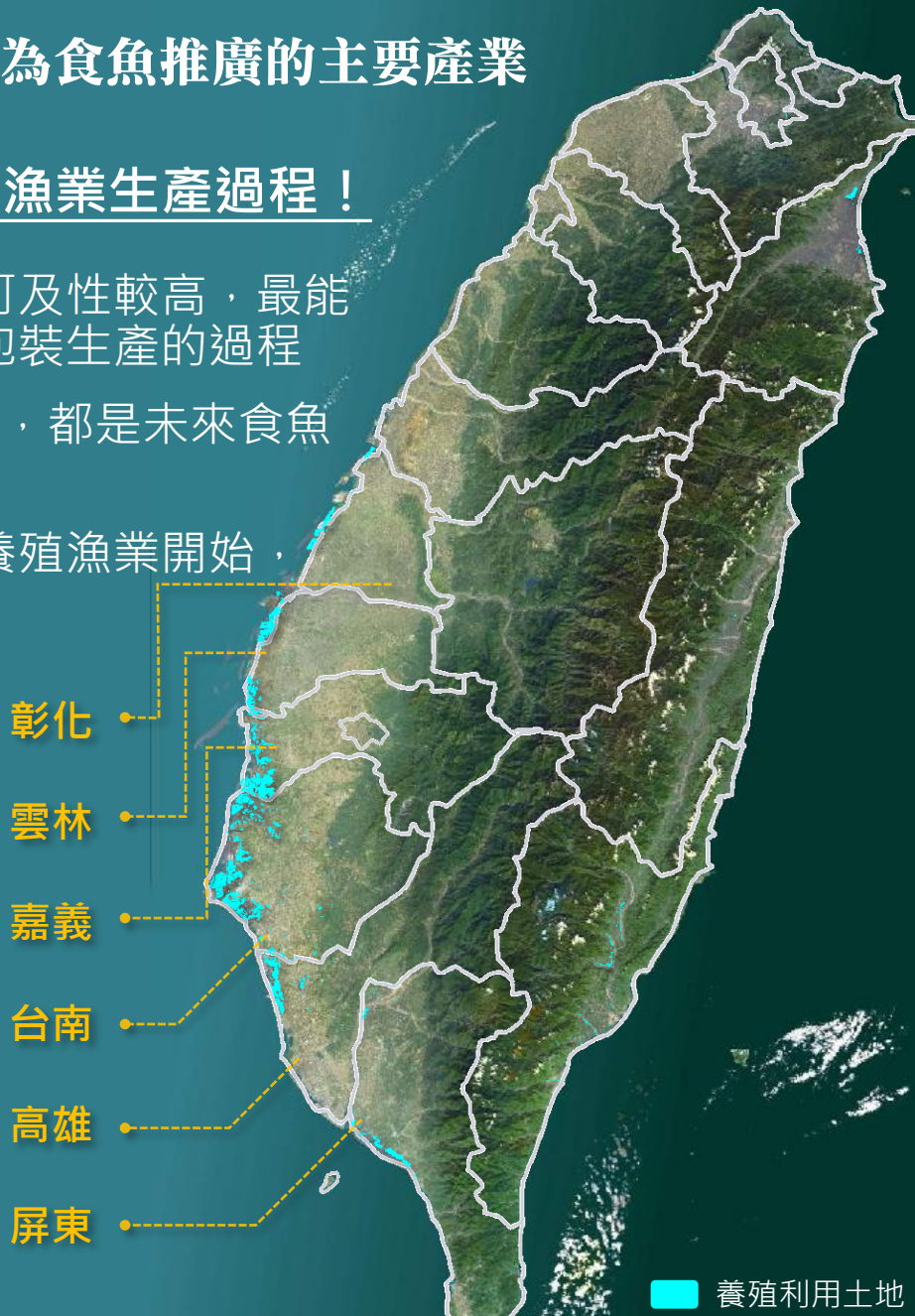
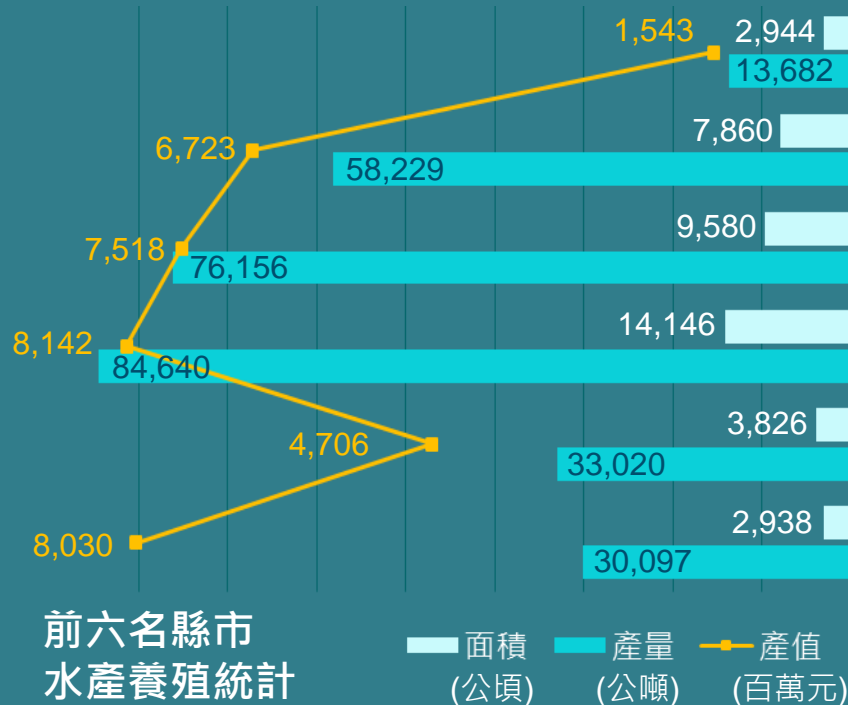


食當地—延伸食魚推廣場所至產地

漁 構想：初期以養殖漁業作為食魚推廣的主要產業

翻轉 消費者能100%參與在地養殖漁業生產過程！

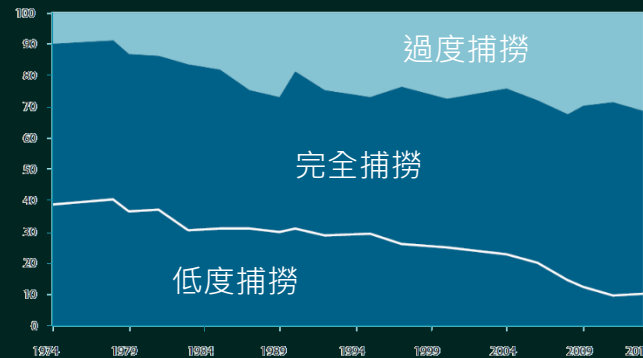
- 相較捕撈漁業，養殖漁業產地的可及性較高，最能让消費者完整瞭解從魚苗養殖到包裝生產的過程
- 全台水產養殖面積共 45,366 公頃，都是未來食魚教育推廣的潛力基地
- 食魚教育的推廣分短中長期，從養殖漁業開始，逐漸納入沿近海漁業、遠洋漁業



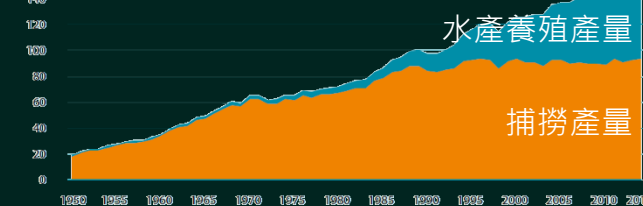
資料來源：漁業統計年報，2015；國土利用調查；聯合國糧食及農業組織 世界漁業和水產養殖現況，2016

推廣養殖還有什麼考量？

✓ 過度捕撈造成海洋資源消耗



✓ 永續漁業為世界趨勢，養殖漁業比例漸增



✓ 臺灣水產養殖技術卓越

臺灣是「水產養殖王國」，養殖技術獨步全球，靠著老觀念加上新科技，成功達成蝦類繁殖養殖、烏魚繁殖養殖、虱目魚繁殖養殖

養殖魚類來源穩定，價格相對便宜

知構想：食當季—推廣全年不同供應的養殖水產

翻轉 養殖業供貨較穩定、產期較長，也有助海洋生態的休養生息！

- 一整年皆有不同養殖水產的產期，相較於捕撈漁業，養殖供貨較穩定，適合推動食魚文化的「食當季、食當地」觀念

臺灣海鮮指南：海鮮購買的建議原則

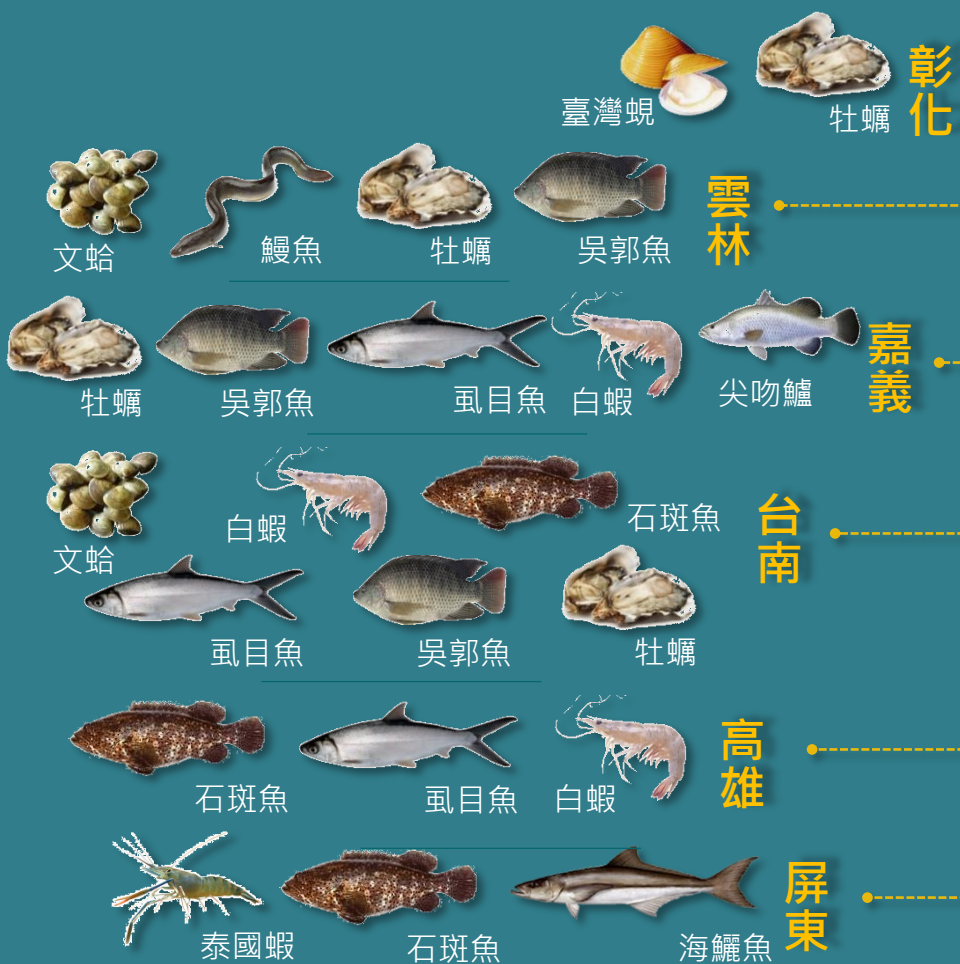
- 盡量買在地的漁獲，以減少食物里程
- 養殖魚 > 海洋捕撈魚 (野生魚類已越來越少)
- 購買養殖的吳郭魚、虱目魚等 (其餌料為植物性餌料)
- 購買食物鏈底層的海鮮—底食原則



達 構想：食當地—延伸食魚推廣場所至產地

翻轉 將食魚推廣場域從消費市場拉回產地！

- 目前食魚活動多集中於消費地，少了對產地的認識
- 讓食魚文化結合地方觀光，增加產地效益



食魚文化推廣活動

- 臺灣優鱻系列活動
- 國產水產品食材暨食魚文化校園推廣講座
- 魚食料理烹飪教室
- 養殖與食魚文化課程
- 魚寶寶教室

各縣市每年推動食魚文化活動頻率





小學教育納入食魚技巧課程，並配合學校午餐的規劃設計，讓吃魚成為孩童成長的印記

利用APP的設計，改變對吃魚挑刺的觀感，創造新的食魚消費行為，並利用資訊加值應用，提升消費者對產地的興趣

將食魚推廣策略實踐於生產地，連結消費者與生產者，創造食魚友善的場域，也可作為更多食魚推廣創意策略的育成區



寓教魚樂

計畫目標

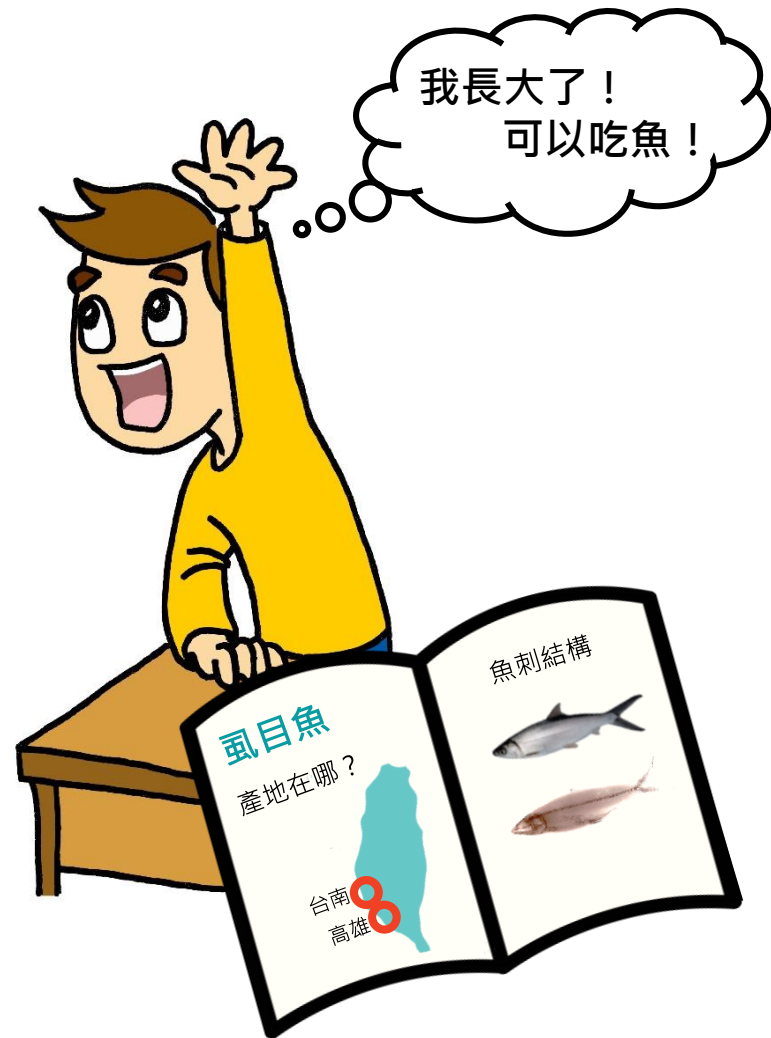
- 讓不同年齡的國小學童學習吃不同魚的技巧
- 學校將吃魚作為成長禮，令學童更願意學習吃魚的技巧

計畫內容

- 請食魚專家根據不同年齡的學童挑選適當的魚種
- 編列食魚教材，包含魚產地介紹、魚體結構、魚營養價值、食魚技巧...等內容
- 徵求「寓教魚樂」試辦學校。試辦學校內教授教材，並配合學校午餐設計，搭配教材魚種，讓學童學以致用
- 試辦學校為學童辦理食魚成長禮，讓孩童感受到學會吃魚是成長的印記
- 學校利用戶外教學的機會，安排至產地體驗魚的生產過程，增加學童對食魚、產魚的印象

對應機關

農委會漁業署、教育部國民及學前教育署、試辦學校



魚路骨道

計畫目標

- 設計App，讓吃魚變成樂趣，並吸引玩家前往產地，認識漁業
- App內魚種積分的設計，讓玩家有動力挑戰刺多的魚種
- 提供充足市場資訊，讓民眾也可知道去哪買魚較便宜
- 增加產地與價格等的資訊可及性，讓民眾有感，增加認識

對應機關

農委會漁業署



= App首頁 =

提供吃魚挑戰、食魚達人、輕鬆吃魚、行情查看、產地抓魚等遊戲或功能



= 吃魚挑戰 =

依照魚刺難度、蛋白質、脂肪、鈣含量設定魚種得分，魚刺難度愈高者得分愈高，鼓勵民眾挑戰刺多之魚



= 食魚達人 =

讓吃魚變成一種樂趣，讓玩家紀錄吃魚的過程，進而增加對魚種的認識，並透過積分制與其他玩家競爭，提高挑戰興致



= 輕鬆吃魚 =

提供玩家水產處理料理方式：產銷履歷查詢、水產處理教學、輕鬆料理食譜、合作餐廳優惠等，讓吃魚變得更容易



= 行情查看 =

結合漁業署行情資料庫，於App中提供產地與市場行情參考資訊，讓玩家慢慢對漁業市場有感



= 產地抓魚 =

以AR技術開發抓寶小遊戲，吸引民眾拜訪產地，蒐集魚種寶貝，藉此認識臺灣漁業的產地

留有漁地

計畫目標

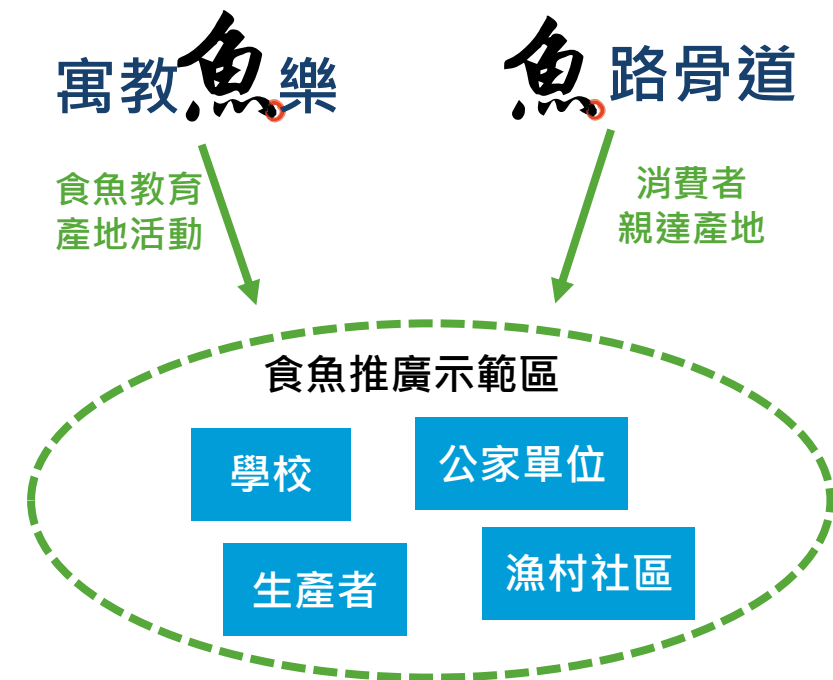
- 設立食魚推廣示範區，範圍應包含周遭漁村資源
- 延伸「寓教魚樂」的學習活動，提供學童接觸產地的機會
- 透過「魚路骨道」資訊宣傳，吸引消費這親至產地

計畫內容

- 擇一養殖產地設立食魚推廣示範區，選擇條件依據：
 - (1)為臺灣主要養殖產地之一
 - (2)範圍包含具有文化歷史的漁村社區
 - (3)範圍內的學校願意成為「寓教魚樂」示範學校
 - (4)範圍內業者有意願配合「魚路骨道」的推廣消費活動
 - (5)範圍內的公家單位願意整合資源推動食魚文化
- 政府協助範圍內的產、官、學資源整合
- 示範區內定期舉辦食於教育活動
- 未來欲從事食於教育的新創團隊或業者，可以此地為育成中心，由當地產官學資源配合支援

對應機關

農委會、農委會漁業署、示範區內公家單位



策略綜整



寓教魚樂



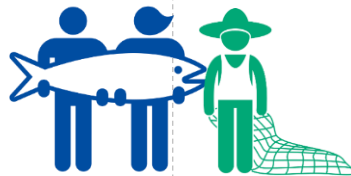
透過學校教育
教導學童如何吃魚

魚路骨道



藉由行動網路
影響一般大眾
吃魚、知魚、買魚的行為

留有漁地

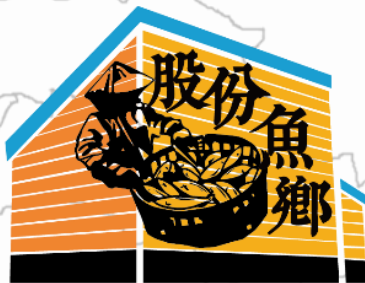


藉由產地資源內部整合
支援消費者與生產者
更密切的接觸

點子
特色

- 好點子影響的是食魚文化推廣的起點
- 好點子的三項策略針對不同對象，用不同方法連結消費者與生產者
- 連結消費者與生產者的關係，包括資訊傳達或直接接觸，讓民眾對國產魚有感
- 並非迎合消費者，而是改變消費者認知與習慣，創造新的消費者需求
- 食魚文化的發展強調產官學資源整合
- 策略具有未來延伸性

股份魚鄉



台南七股
十份里



我們關心臺灣這塊土地
喜歡發想創新的點子
達到設定的目標
在重視人文創新的同時
也強調社會實踐
目前在台南七股十份里設立工作室
推動地方產業教育



股份魚鄉



respace.tbc@gmail.com



紀良瑾

陳滢羽

廖宜霏

林筱菁

