

日向灘新鮮発、私たちの魚食普及活動
～青島どれを確かな自信で～

青島漁協婦人部
部長 石田 君代

1. 地域の概況

宮崎市青島は、市内の中心部からワシントンニアパークが立ち並ぶ国道220号線を車で30分程南下した所に位置しています。天然記念物にも指定されている“鬼の洗濯岩”と呼ばれる波状岩で囲まれた周囲1.5キロ程の陸続きの小島「青島」は、リゾート化が進んでいる今でも、昭和40年代、新婚旅行のメッカとして脚光を浴びた当時の豊かで明るい自然を存分に残しており、本県を代表する観光地です。

2. 漁業の概況

所属する青島漁協は、正組合員87名、准組合員26名、主な漁業は、中型まき網、磯建網、小型底曳、曳縄などで、平成12年度の組合員水揚げは、4億5百万円となっております。

3. グループの組織と運営

婦人部は、昭和30年9月に設立され、現在部員数61名、部長1名、副部長1名、会計1名、監事2名の役員と、班長8名で構成、年1回の総会、年4回の班長会と、必要に応じ年間10回程度の役員会を開催しております。

なお、私達の婦人部には、昭和62年から婦人部担当理事が設置され、漁協との情報交換を始め、漁協と婦人部、又、青壮年部との連携した活動がスムーズに行える様な体制ができており、大変ありがたく、そして、心強く思っております。

婦人部活動としては、貯蓄運動や合成洗剤追放運動といった、いわゆる本県漁婦連が提唱する「婦人部5つの運動」を中心に取り組んでおりますが、中でも、青島地区公民館とタイアップした学習講座“漁業婦人セミナー”と毎月第一日曜日を港周辺の一斉清掃日とする環境美化運動は、独自の活動として20年以上も続けております。

4. 実践活動課題選定の動機

婦人部運動の一つである私たちの魚食普及活動としては、宮崎市農林水産まつり、AOSHIMAサマーフェスティバル、公民館「ふれあい祭り」、青島・白浜海水浴場海開きといった色々なイベントに参加し、青島どれの新鮮な魚を使った加工品を即売したり、季節の味覚を味わってもらうため、カニや伊勢海老を食材にした味噌汁や、アジの塩焼きなどを試食に提供し、“青島の魚”をPRして参りました。

1年に何回も、そして、何年も続けてイベントに参加していると、即売会で提供する加工品のレポートも、こうしたらああしたらと、皆んなの知恵を出し合って数が

増えていきました。アジ、サバの干物やアジ子の南蛮漬けに始まったものが、小エビの唐揚げ、めちか節、干しエビ、めひかりの塩物といった青島婦人部ならではの加工品を、試行錯誤しながら作り上げてきました。その中には、近くにある県水産試験場の指導を受けたものもあります。

イベントの準備は、漁民研修センターの調理室が活躍しており、役員や班長さん達と色々話しながら準備を進めていますと、魚の調理法や加工方法について新たなヒントが生まれることもあります。

こうした私たちの魚食普及活動に、大きな転機が訪れることになりました。

魚価の低迷や沿岸資源の減少からくる組合員の水揚げ不振により、漁協経営は厳しく何とか打開策をみつけなければと、漁協では平成7～8年頃から色々検討がなされていたようです。

私たち婦人部や、青壮年部に一緒に検討してくれと話が持ちかけられたのは、平成9年のことでした。

漁協、青壮年部、婦人部、三者一体となった話し合いが何回かもたれました。その話し合いの中でまとまった意見が、地どれの鮮魚を漁協で販売所を設けて直売したらどうかというものでした。宮崎市内のスーパーなどでは、「青島どれ」と表示した鮮魚をよく見かけることがありますが、宮崎市では、青島どれはいわゆるブランドです。それを直接漁協が販売する訳ですから、消費者からは喜ばれるはずだということになりました。

又、以前から魚を分けてほしいと一般の人が訪れていましたし、新鮮な魚が欲しいが何とかならないか、といった要望も数多く聞かされていたことも自信の一つでした。

5. 実践活動状況及び効果

平成9年11月頃から本格的な検討に入りました。

直売所はどこに造るか、運営はどうするか、値段をどう決めるか、名称は、営業時間は・・・等々考えられる事一つ一つを具体的に検討していきました。

その中で、直売所の販売は婦人部で引き受けてもらえないか、という話しになりました。7人の漁協職員ではとても手が回らない、かといって新たな職員を雇う余裕はないという漁協の厳しい状況を充分理解していましたので、役員会で話し合い、販売運営を手伝うことにしました。

こうして、私たちの魚食普及を願った新たな取り組みが始まったのです。

漁民研修センター1階の水揚げ場一角に、直売所が完成したのは、平成10年3月のことでした。畳10枚程の小さな部屋ですが、大型冷蔵庫や調理施設、陳列棚などを配備、いよいよ開店を待つばかりとなりました。

皆んなで考えた名称は、「青島漁協直売センター」、キャッチフレーズは「その日水揚げされた鮮魚、青島どれを販売いたします」として、当日水揚げされた鮮魚が、当日食べられる新鮮さを大きなセールスポイントにしました。

センターオープンは5月10日と決定。地元新聞では4月22日、早々と記事に取り上げてくれました。「安値で“青島どれ”鮮魚―常設直売所を開設・青島漁協」「漁協直営の常設直売所は県内で初めて」とありました。

こうしたPR効果も大きかったのでしょうか、オープン当日はアジやカマスといった

鮮魚を求めて市内外から買い物客が殺到、開店時間の午前10時にはすでに満員状態でした。アジ3百キロ、カマス3百キロ、サクラエビ2百キロなど豊富に用意した鮮魚が飛ぶように売れ、11時頃にはほとんど売り切れる予想以上の人出で、婦人部、青壮年部総出で対応した「直売センター」は大盛況でした。翌日の新聞にも、早速「青島どれ魚に客殺到—漁協直売センター開店」と写真入りで大きく報道されました。更に、5月14日の宮崎日日新聞には、「“青島どれ”と食卓を直結」と題して社説で取り上げられ、「直売センター」に対する市民の関心の深さを知らされました。

順調なスタートを切った「直売センター」ですが、色々不安もありました。

- ・最初は物珍しさもあるが、そのうちに飽きられはしないか。
- ・市内から離れており、車を使ってまで買いにきてもらえるか。
- ・思うように魚が揃えられるか。
- ・海がしけて沖に出られない時は臨時休業となるが、文句はでないか。

等、何しろ初めてのことです。数えればきりが無いほど不安材料はありました。

しかし、船出はしたのです。後戻りはできません。

婦人部幹部2名が漁協から依頼を受け、販売運営を任せられることになりました。パートとして手伝います。

営業時間は午後1時から5時まで、定休日は毎週火曜日、魚の値段は朝の宮崎中央卸売市場の競り値を参考に決める、魚はさばいては売らない、といった最終的な運営方法を再確認し、翌日に備えました。

朝10時に出勤、準備にかかります。午前2時～3時ごろ青島港を出た船は、早いときには10時過ぎに三々五々帰って来ます。漁船から水揚げされた鮮魚は、値ぎめされたあとセンターに並べます。「見てくれ俺の生きのよさを」と、今にも叫びだしそうなピチピチの魚、夫や息子たちが苦勞して獲ってきた魚です。「美味しく食べられてね」店頭で並んだ魚に声をかけながら開店準備完了です。「まだ売ってもらえませんか。」顔を上げると、1時にはまだまだ時間があるのに、センターの前はすでに長蛇の列でした。今までの心配はいっぺんに吹き飛んでしまいました。

卸売りや仲卸人、さらに小売り業者といった複数の流通業者の手を経ることはなく、市価よりも安い浜値で提供できますし、水揚げされたばかりという新鮮さが何よりも喜ばれています。

その日の水揚げの3割程度を店頭で販売するようにしており、販売する魚の種類は船が帰ってくるたびに追加しますが、1日平均15～6種類の魚は店頭で並んでおります。

「この魚はどんげして食べるとが一番美味しいと。」

「私は三枚におろすとが下手やとよ。」

窓口から色々な質問が飛んできます。そのたびに、私たちは「魚食普及、魚食普及」と心で唱え魚の先生になります。

「今度の日曜日にアジはあるでしょうか。」こんな質問も。

「日曜日は丁度月夜じゃかい巾着船は出らんわ。」今度は漁業の先生になって、漁の仕組みを説明します。

「漁協直売センター」は、まさに生産者と消費者の情報交換の場です。消費者の声を聞き、魚の出荷方法にも工夫が見られるようになりました。例えば、メヒカリは頭を外

すとか、カワハギやシタビラメは皮をむくといったように、調理しやすくして出荷すると値段も上がります。センターが教えてくれた知恵です。

10年5月にセンターがオープンして2年が経過しました。

今では、長蛇の列こそできませんが、客足が途絶えることはありません。遠くは小林市や都城市から駆けつけてくださるお客さんもおられますし、近くの温泉の帰りにタクシーで寄られる方、ドライブ途中の方、宮崎交通の運転手さんからは、観光バスで寄ってもいいですかと何回も電話を頂きました。常連のお客さんには、船が港に帰る時間を覚えてられている人もいます。売り上げも順調です。

こうした大勢の消費者や、地域の方々への感謝の気持ちを込めて、年に2～3回「大漁祭り」「カツオ祭り」「伊勢海老祭り」と称して、イベントを企画・実施しています。漁業関係者総出です。もちろん大盛況であることは言うまでもありません。

最近、男女共同参画社会づくりということがよく言われます。私たちの直売センターの運営、正にこれではないでしょうか。只、単に店頭で魚を売るのではなく、婦人部としてもセンターの運営を通じて漁協の経営に参画しているのです。センターでの年間売り上げ純利益は、水揚げに換算すると7～8千万円の手数料に相当するといわれています。今や、漁協の立派な販売事業の一部です。その一翼が私たち婦人部に託されているのです。「漁協経営への参画」、婦人部活動の大きな柱になりました。

6. 今後の課題

今、青島漁協では、隣の内海漁協との合併に向けて、色々準備が進められています。漁業を守るため組織を強化していく、時代の流れの中で当然の事と受け止めております。

漁協が大きくなると、設備も充実されると思いますが、私たち婦人部は、「直売センター」の施設充実を申し入れていこうと考えております。売り場を大きくして、自分たち手作りの加工品を並べる「婦人部コーナー」も設置したいし、沖がしけている時でもセンターが開けられるように、カニやエビなどの瞬間冷凍販売も手掛けたい、そして何よりも、「直売センター」が青島の顔になるように、婦人部皆んなで知恵を出し合って参りたいと考えております。夢では終わらせません。

「今日は何があつとね。」、今ではすっかりお馴染みになった小林市内のご夫妻が、今日もまた車で駆けつけてくれました。

1998年4月22日

第2社会

第3種郵便物認可

安値で「青島どれ」鮮魚

常設直売所を来月開設

青島漁協

宮崎市の青島漁協(清山奈良一組合長)は、鮮魚を専門とした直売所を漁協横の漁民研修センターに設置する。オープンは今月中の予定。青島どれのブランド確立などが目的で、漁協直営の常設直売所は県内で初めて。後継者不足や魚価の低迷に悩まされている漁協経営にとって、一つの試金石となりそう

直売所は広さ十畳ほどの部屋に大型冷蔵庫や魚をさばくための調理施設などを配備。「青島どれ」のアジ、イセエビ、カツオ、シジミなどを取り扱う。漁協に隣接していることから、水揚げしたばかりの新鮮な魚が並び、しかも安値に近い安値で購入できるとい

直売所は広さ十畳ほどの市保健所への申請手続きを済ませ、オープン後には月一回程度、水槽や大漁旗を並べ、朝市などのイベントも計画している。直売所の名称や営業時間といった運営法は近く決定する。同漁協には「新鮮な魚を手に入れたい」という要望が多く寄せられていたこと

もあり、昨年十一月から漁協の青年、婦人部が中心となって準備を進めてきた。同漁協の末尾幸洋業務課長は「輸入魚の増加や景気低迷で魚価が下がり、漁業経営を圧迫している。直売所が一つの起爆剤になってほしい」と期待している。県内では同市の内海漁協(河崎秋義組合長)が昨年十一月にふれあいステーションという直売所を設け、水揚げ時期に限って営業している。

現在は部屋の内装工事と設備の搬入はほぼ終わり、

社説



青島どれと食卓を直結

千円札を握り締めた手が次々と伸びる。慣れない応対に汗だくの法被姿の組合員たち。

宮崎市の青島漁協(清山泰良二組合長・約百人)直売所が10日オープンし、新鮮な魚をわれ先に買おうという消費者がごったがえした。

県内漁協初の直営販売店はずね以上の人出で、水揚げしたばかりの「青島どれ」のインちゃんカマスを午前中に

ほぼ完売となった。

魚離れが言われて久しい。これをきっかけに魚の消費拡大につながることを期待したい。

宮崎市内のスーパーなどで「青島どれ」と表示した鮮魚を目にした消費者はきいなる。大分の関ジャニ開きには及ばないものの、宮崎市ではいかにあるイベントである。

同漁協の漁師は「インちゃんどれが旬

だ。六月から夏にかけては、京都に出荷され高級料理として料亭などで賞味されるハマチ、イサキなどのシーズンとなる。

秋から冬にかけてはサバ、メジナ、伊勢エビ、トラフグ、ブリが取れるなど魚種は実に豊富だ。メジは一年を通して水揚げされる。

同漁協には以前から魚を分けてほしいと一般の人たちが訪れていた。また

「新鮮な魚を」という要望も多く寄せられていたことから青年、婦人が中心となって準備を進めてきた。

初日はインちゃんカマス、サクラエビなどを五百円以上も準備したが、予想以上の人が詰め掛け、断るのに苦労したほどだ。

イベントとしてカニとメジの開き場が振る舞われ、家族連れなどが満喫していた。子供たちも「まぐろ」にはお

はっていた。

販売時間は午前10時から午後5時まで。六月半ばまでは無休だが、それ以降は週二回は休みとなる。

海がはいて水揚げがないときもあるため、その日販売できる魚種を漁協近くに設置する看板で知らせる。

いまの若い人たちは、魚を敬遠する傾向が強いと言われる。スーパーで刺し身を切り身は購入するものの、自分

では魚をほけない、という主婦も多いう。

こういった主婦や、料理に挑戦したいという男性のために、漁協は単に魚を販売するだけでなく、包丁の使い方や料理の講習会などを開いてほしいという。

県漁連も要請があれば高校生や主婦を対象に魚料理講習会を開いているが、漁協独自の販路拡大へ、もっと努力

すべきだ。

そうしたときこそ「まなイベント」を実施して初めて消費は伸びる。直売が軌道に乗れば、魚価安定につながる。漁業者の増加にもつながるだろう。

新鮮で安全な魚であれば、消費者はわざわざ車で買いに来ることが今回、



新鮮な魚を求めて直売所を訪れた多くの消費者。10日午前、青島漁協

実現された。

さらに、この試みをほかの漁協にも広げられないだろうか。県漁連が中心となって呼び掛けてほしい。

魚離れを食い止める消費につながるために、今後もいろんな仕掛けに挑戦してもらいたい。

1998年9月16日

旬の伊勢エビおいしい

700人分みそ汁振る舞う

青島漁協

宮崎市の青島漁協直売センターで十五日、「青島」れいぞうこ祭りがあった。日に魚が新鮮になったばかりの伊勢エビの味を堪能してもらう。約七百八十分の伊勢エビのみそ汁が振



新鮮な伊勢エビのみそ汁が振る舞われ、長い列ができた「伊勢エビ祭り」
15日、青島漁協直売センター

い物客りに振る舞われた。大漁旗が飾られた会場には、午前七時の開始前から多くの人が集まった。みそ汁には伊勢エビ約四百匹が使われ、一人分の器に半分ずつ盛り付けられた。朝からあいにくの雨模様だったが、訪れた人たちは温かくておいしい旬の味を楽しんでいた。

家族と来ていた西池小六(67)は「新鮮な松藤昌樹君(3)は「新鮮でおいしい。抽選会では伊勢エビも当たった」と喜んでいました。

同直売センターは今年六月にオープン。火曜日を除く毎日午後十一時、青島近辺で捕れた新鮮な魚、二十種類を浜値に近い値段で販売。旬の魚を使ったイベントも月に一回程度開催している。

青島漁協直売センター月別売上

(単位:円)

年度 日付	平成10年度	平成11年度	平成12年度
1月	—	1,895,700	1,362,000
2月	—	2,428,550	1,889,350
3月	—	1,483,650	2,197,930
4月	—	2,592,430	2,865,850
5月	6,283,117	3,787,905	2,892,195
6月	4,793,450	2,045,050	1,267,950
7月	5,020,690	2,091,500	1,133,050
8月	3,880,540	1,185,200	1,393,950
9月	9,429,555	9,083,890	9,244,118
10月	7,117,840	8,376,250	6,152,050
11月	7,095,130	5,476,150	4,877,675
12月	6,268,450	5,059,750	5,452,350
年度計	49,888,772	45,506,025	40,728,468