

青島どれブランドに想いを込めて
—私たちの地産地消活動—

宮崎県漁協青島女性部
吉 永 幸 子

1. 地域の概要

私達が住んでいる宮崎市青島（図1）は、宮崎県の県庁所在地である宮崎市の市街地からワシントンアパームが立ち並ぶ国道を車で30分程南下した場所に位置する、天然記念物の「鬼の洗濯岩」や海水浴場、遊園地の「こどものくに」などで知られる、宮崎県を代表する観光地である。

2. 漁業の概要

私達の所属する宮崎市漁協は、旧青島、内海の2漁協が合併し、平成14年7月に新たに発足した漁協で、正組合員129名、准組合員40名の計169名で構成されている。主な漁業種類は、中型まき網、まぐろ延縄漁業、小型底曳、曳縄、磯建網漁で、平成17年度の水揚げ高は6億4,000万円と、県内では中規模クラスの水揚げ実績の漁協である。

3. 研究グループの組織と運営

青島女性部は昭和30年9月に設立、現在も旧青島地区の女性を中心に、部員47名、部長1名、副部長1名、監事2名、会計1名、班長8名の役員構成で活動しており、年に1回の総会、4・5回の班長会を定例会の場としている。

活動としては、「女性部5つの運動」を主体に地産地消を中心とした魚食普及活動や、毎月第1日曜日を海浜清掃日とする環境美化活動は、長年続けている独自運動である。

4. 研究・実践活動課題選定の動機

様々な活動に取り組む中、夫や息子が水揚げする魚の魚価対策にいつも頭を悩ませており、家計を預かる主婦として、また、漁業を支える女性部として、この状況を改善することは出来ないものか常々考えていた。

そのような中、旧青島漁協が県内に先駆けて、魚価向上と「青島どれ」ブランドの確立のため平成10年に水産物直売所「青島どれ」を開設した。

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」であり、その名のとおり、地元で獲れた魚は地元で消費しようという気持ちを込めて命名されたものである。

この時、直売所の販売を女性部で引き受けてもらえないかという依頼もあり、女性部も魚食普及活動と、漁協事業参画の一環として、直売所の運営に協力することにした。

営業時間は午後1時から5時までで、女性部員2名と漁協の職員が当日水揚げされた鮮魚だけを販売することとなった。

地どれの魚の新鮮さや価格の手頃さなどの評判が口コミで広がる一方、一般の商店・スーパーに比べて短い営業時間や、水揚げに左右される品揃え等、顧客のニーズと合致しない点もあり、改善の必要性を痛感していた。

このような中、漁協の合併を機に、直売所をリニューアルするという計画が持ち上がった。施設充実への喜びがこみ上げてくるとともに、運営にかかる問題点の解決への道が拓けたことで、青島どれの新鮮な水産物をこれまで以上に消費者へ PR・販売していこうという活動意欲がかきたてられた。

5. 研究・実践活動の状況及び成果（効果）

(1)直売所のリニューアルと営業体制

漁業指導士でもある漁協の販売担当理事と女性部が中心となって、青島どれの魚を毎日販売するため、新しい施設の整備内容に関して、何度も協議を重ねた後、平成 15 年に直売所がリニューアルオープン（写真 1）した。

営業時間を午前 10 時から午後 5 時までに拡大し、人員体制は当初の女性部員 2 名から 14 名に増員、内 8 名が水産物の販売を担当し、6 名が加工製品の製造やレストランの仕込みの手伝いを担当、それぞれ労働時間を調整しながら従事している。尚、イセエビ漁が解禁になると、販売担当の 8 名のうち 4 名がイセエビ販売担当となり、目の回るような忙しさである。

(2)リニューアル・レストランオープンによる効果

直売所のリニューアル後は、来店する顧客のため、鮮魚がない場合にも対応できるよう、水産加工の施設許可を取得し、アジの開きや干物といった加工品を試行錯誤の上、開発し、近隣のかまぼこ店や加工業者等の商品も受託販売するなど、品揃えを豊富にした。

直売所の充実に応ずるように、地元の顧客を始めとするリピーターが増加、観光客なども気軽に立ち寄るようになり、売り上げも徐々に伸びていった。

更に、青島どれの魚の美味しさを認める顧客から「その魚を使った料理が食べたい」という要望が多く寄せられ、これに応える形で漁協が、平成 17 年 11 月に本所のある青島漁港内に直営レストラン「港あおしま」をオープンさせた。レストランの利用者数は平成 17 年 11 月から 18 年 10 月末までの 1 年間で 4 万 8,000 人と好評である。

直売所が開設された平成 10 年から 14 年までの売り上げは年間 3,000 万円から 4,000 万円台だったが、リニューアルオープンした平成 15 年は売り上げが 7,000 万円を越え、その後も好調に推移（図 2）している。今後もレストランとの相乗効果により、売り上げが更に伸びるものと期待している。

(3)漁家女性の就業機会の拡大

漁家の生活は、一般家庭とは異なり、季節、天候、月齢に出漁が左右されることもあり、操業時間帯、生活リズムが一定していない。不安定な生活リズムを余儀なくされる漁家の女性は、一般の職場の勤務時間帯では働きたくても働けないのが現状である。

漁家女性が直売所の従業員としてパート雇用されることは、漁協の理解があるからこそ実現できたものであり、女性部員が漁協の事業に参画できる場が提供されたものである。新たな労働の場は、私たち漁村女性の生活に活力を注入し、ひいては、地域の活性化に役立つものと考えらる。

(4)地産地消に向けたイベント等への参加

直販所での活動以外でも、漁協主催の「イセエビ祭り」等で新鮮なイセエビを食材にした味噌汁の調理や、おさかな祭りや宮崎市農林水産祭り等で地元水産物を使った加工品を販売するなど、「青島どれ」を広くPRし、地産地消活動に積極的に取り組んできた。

また、今年の8月には、地元で開催される中国青島国際ビール祭りに初めて参加し、「深海エビの唐揚げ」を作ったところ、瞬く間に売り切れる程大好評で、今後も積極的に参加したいと考えている。

6. 波及効果

様々なイベントに参加することにより、他の地域の人々との交流を深め、イベントに携わる中での部員同士の話し合いが、女性部内の情報交換の場となっている。

直売所での販売においても、直接消費者と会話することにより、その話の中でヒントが生まれ、加工品のレパートリーが増える結果となっている。特に、シイラやメヒカリ、アジ、エビなどの加工品については、定期的に地元の学校の給食用食材として用いられるなど、魚食普及に一役買っている。

また、家計を預る女性として、買う側の立場で魚の加工やパッケージ等を工夫するようになり、少しでも多くの魚を販売するためのアイデアや、いかに付加価値をつけて販売するかを積極的に考えるようになった。

更に、魚の捌き方や調理法を顧客に伝えるとともに、漁師ならではの料理なども併せて紹介し、魚食普及にも貢献している。

7. 今後の課題や計画と問題点

漁協で水揚げされた鮮度の高い水産物を私たちの直売所で大勢の顧客に販売することが漁家生活の向上、そして地域の活性化につながると思慮する。

レストラン利用者を含め、少しでも多くの方が青島どれの新鮮な水産物を家庭の食卓でも味わえるよう、魚を捌くのが苦手な顧客や、カツオやマグロといった大きな魚が捌けなない顧客のために、一次加工した鮮魚の販売にも、今後取り組んでいきたい。

最後に、漁家だからこそ知っている技術・情報を一般の人々に広めることによって、地域の伝統的食文化の維持、継承にも貢献できればよいと考えている。

これからも青島どれの魚に自信と想いを込めて、一人でも多くの方に新鮮で美味しい水産物を提供していきたい。

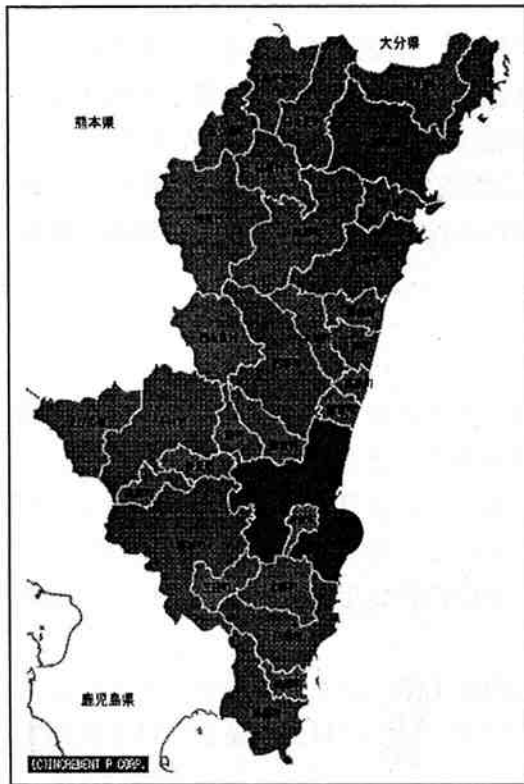


図1 宮崎市青島



写真1 宮崎市漁協直売所「青島どれ」

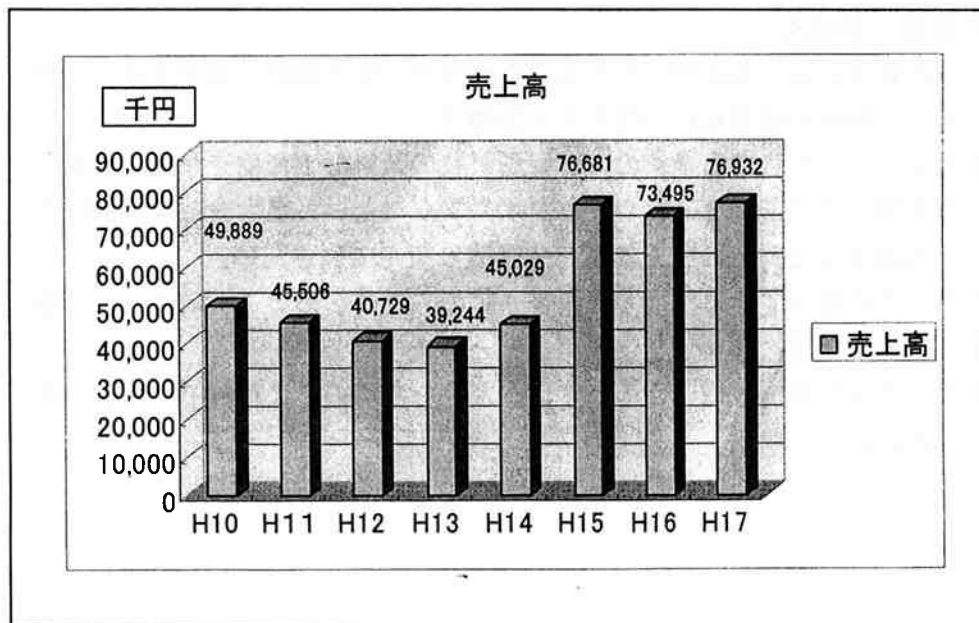


図2 直売所「青島どれ」の売上高の推移