

えとも女性部魚食普及チャレンジ活動 ～時を経ても受け継がれる「かんかん部隊」の心～

漁業協同組合 JFしまね 恵曇支所女性部
むつみ会 青山 幸子

1. 地域の概要

私たちの住む鹿島町は、平成 17 年に県庁所在地の松江市を含む周辺 7 市町村と合併した。新たな松江市は、北は日本海に面し、中心部には宍道湖・中海を抱え、南は山間部に接するなど、海・山・湖から自然の豊富な恵みを受けている地域である (図 1)。

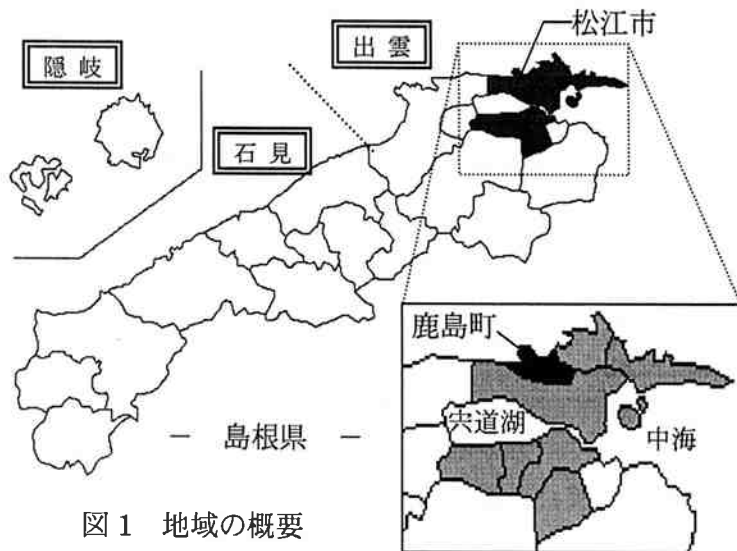


図 1 地域の概要

2. 漁業の概要

島根県は、出雲・石見・隠岐の 3 地域に分けられる。出雲地域にある 5 つの漁協支所の中で、私たちの所属する恵曇支所は、組合員数 1,570 人、底曳網、イカ釣り、一本釣りを中心に年間水揚げ量 4,000 トン、水揚げ高 21 億円を誇り、中核的な存在となっている (図 2)。漁港の近くには加工団地があり干物を中心に水産加工業が盛んである。行商人や仲買人なども多く、住民の大半が何らかの形で水産業に関わりを持っている。

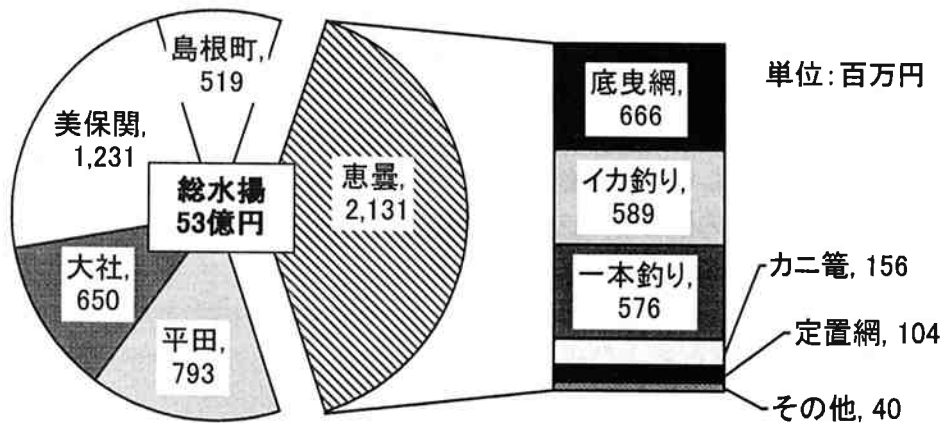


図 2 出雲地域の支所別水揚げ高及び
恵曇支所漁業種別水揚げ高 (H16)

3. 研究グループの組織と運営

そのような中で、昔は「かんかん部隊」と呼ばれる女性の行商人が、近隣から松江の中心部まで魚を売り歩いてきた（写真1）。恵曇支所女性部は、この行商人を中心として昭和52年に結成された。

女性部では様々な活動を行ってきたが、もともと魚を売ってきた人たちの集まりであるため、販売促進につながる加工や魚食普及には特に力を入れてきた。平成



写真1 かんかん部隊

元年に加工場ができると、さらに精力的に取り組むようになった。加工は市場での水揚げ状況に応じて部員に声をかけて行い、その他にも料理教室の開催やイベントへの参加により魚食の普及に努めている。

4. 研究・実践活動取組課題選定の動機

製品は直売所や市場等で販売するほか、学校や老人ホーム等の給食へも納めてきた。加工品には添加物を一切使わないなど健康的で安心・安全な製品作りを心がけている。このことが消費者からも高く評価され、たくさんの注文を受けるようになってきた。そのうえ、普段魚を扱うことの少ない児童やその保護者、農村の女性を対象とした料理教室も好評で、また開催してほしいという声が多く聞かれた。

しかし、これらの要望に応じていく内に日々の作業に追われるようになり、いつもの仕事をこなすだけで手一杯になっていた。また、作業する方も100人を超える女性部員の中の1人という甘えがあり、加工・販売部門の一員として自分から新たに何かに取り組むという意識が薄れてきていた。活動を始めた頃はどうすればよいのかも分からず、手探りで新たな加工方法や魚食普及の手法を探し求めていた。しかし、一定の成果が得られてからはそれで満足してしまった感があった。

このままでは、毎日同じことを繰り返すだけで今以上のものは望めない。もっと多くの人に製品を手にとってほしい、魚の食べ方を広めればもっと食べてもらえる、ひいては地域の活性化にもつながるのにと常々思っていた。何とかしなければという思いは日増しに強くなっていった。

5. 研究・実践活動の状況および成果（効果）

《活動の状況》

まず、部員の意識を高めることを考えた。そこで、加工・販売の専門家という自覚をもってもらうために、平成16年に加工・販売に携わる12名の部員で「むつみ会」を結成し、加工・販売部門を独立させた。また、組織の再編により新たな気持ちで取り組んでもらう

ことも期待した。

次に取りかかったのが、加工工程の見直しである。それまでは効率が悪く、必要以上に労力がかかっていたからである。

そのひとつがところてんを作る作業である。ところてんは近年の健康ブームで市場からの要望が増えていた。しかし、煮たテングサを真夏の猛暑の中で手で絞る作業は、交代しながらでないと続けられないほど過酷なため、手間がかかる割に多くは作れなかった。そこで、この作業を油圧ポンプでできるように改良して作業の軽減と省力化を図った。

また、機器の老朽化により効率が悪くなっているものもあった。例えば、トビウオやアジの魚粉を作る粉砕機である。魚粉は手軽にとれる動物性タンパク質として離乳食や老人ホームなどでの利用が多くなっていたが、機器が古いため作るのに時間がかかり、注文に応じきれないこともあった。そこで、作れば売れるのだからと思い切って新しくすることにした。

さらに、それまでは製品の保管に漁協の冷凍庫を借りていたが、漁協の休日には製品の出し入れができないためイベントがあっても思うように出店できなかった。そのため、せっかくの売るチャンスをみすみす逃していた。また、原魚は安い時にまとめ買いし、人気商品は手の空いた時に作り置きしておきたいが、冷凍庫を使うには高い保管料が必要だった。これについても、原魚や製品を自分たちで管理できる利点は大きいと考え、冷凍庫の購入を決意した。

幸運なことに機器の整備費用は全漁連の中核的漁業者協業体等取組支援事業により助成を受けられ、残りについても漁協からの支援があったため、会の負担は最小限に抑えられた。取り組みを始めようとした時にこのような事業があり、天も味方をしているような気分になった。

《活動の成果》

組織の再編は部員にとっても良い刺激となったようで、心機一転して取り組みもうと眼に光が戻ったように感じられた。また、機器の改善による作業の省力化は高齢の部員に特に喜ばれ、働く意欲を高めた。中でもところてんを作る作業において顕著で、油圧ポンプ式だと熱いテングサに直に触れなくてすむため、部員の負担は大幅に軽減された(写真2)。そのため、今までは作業が終わるとぐったりとしていた部員も、少し手が空けば自主的に清掃作業などの雑用をこなし、作業のない日でも新製品の開発や朝市等で売る魚料理を研究するなど積極性が見られるようになった。

また、機器の改善により今までより少

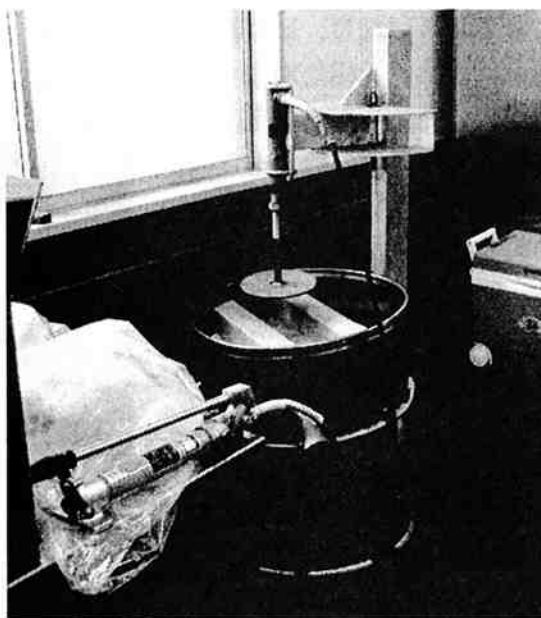


写真2 油圧ポンプ式に改良したところてんを作る機器

ない人数でたくさんの製品が作れるようになったため、人員や時間に余裕ができた。そこで、どうすればもっと私たちの製品を手にとってもらえるか話し合った。そして、売れる製品を作るためにはまず消費者ニーズにあわせる必要があると考え、新製品の開発に取り組んだ。消費者ニーズは生の声を聞けるイベント時の会話の中から拾い集めた。そうしてできたのが、三杯酢に漬けてパック詰めした「たれ付ところてん」である。パックから直接食べられる手軽さと、通常よりも長く保存できることから人気製品となっている。従来は夏だけの製品であったが今年は3月頃からでも店頭で並べれば売れるため、季節にとられない通年の定番商品となりそうである。その他にも足のみを使ったイカの塩辛は、足の旨みが効いており胴の塩辛よりも消費者には受けていた。

さらに、魚を食べる機会が増えれば連動して魚の消費も増えると考えた。今までも地元の給食センターや保育所に魚の下おろしや製品を納めていたが、加工作業の省力化で空いた人員を給食用の下おろしの方へまわすことにした。また、冷凍庫の整備により人気商品の「イワシのカレーコロッケ」を大量に作り置きしておけるようになった。その結果、さらに5カ所の保育所等へも定期的に納入できるようになり、取り扱い量、回数共に大幅に増やすことができた(図3)。保育所では親子で魚料理の給食を食べる日もあるので、親への波及効果も見込まれる。その他にも、町内の小中学生には定期的に魚の捌き方や料理方法を教えている(写真3)。「三つ子の魂百まで」のことわざもあるように、子供の頃から魚に慣れ親しめば大きくなってからも食べ続け、さらにその子供たちにも引き継がれるのではないかと期待している。

加工機器を改善したことによりところてんと魚粉は効率的に作れるようになった。また、

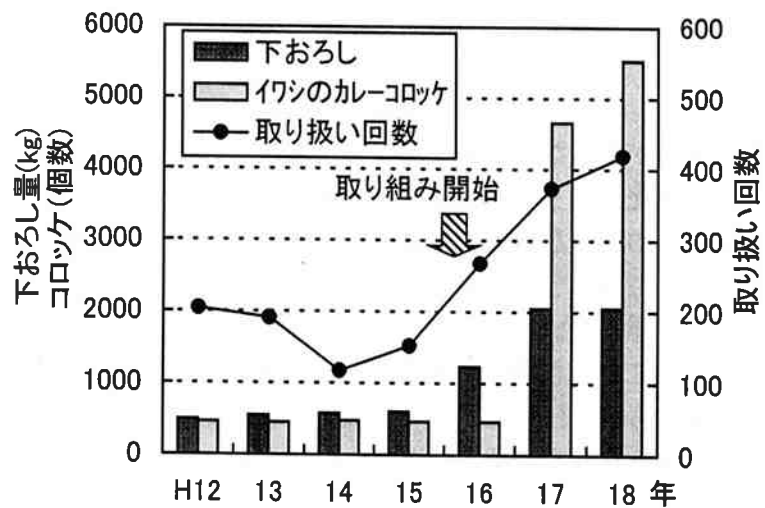


図3 学校、保育所、老人ホーム等の給食での取り扱い実績(H18年は見込み)



写真3 地元の小学生を対象とした料理教室

「イワシのカレーコロッケ」は給食での取り扱いが増えた上に、作り置きできるようになったためイベントでの実演販売も好調となった。その結果、これら三品の売り上げは取り組み前には200万円程度であったが、平成17年には320万円、平成18年は380万円（見込み）に増え、それにとともに総売上也着実に伸びている（図4）。この収益を使って、さらに活動を広げたいと思う。

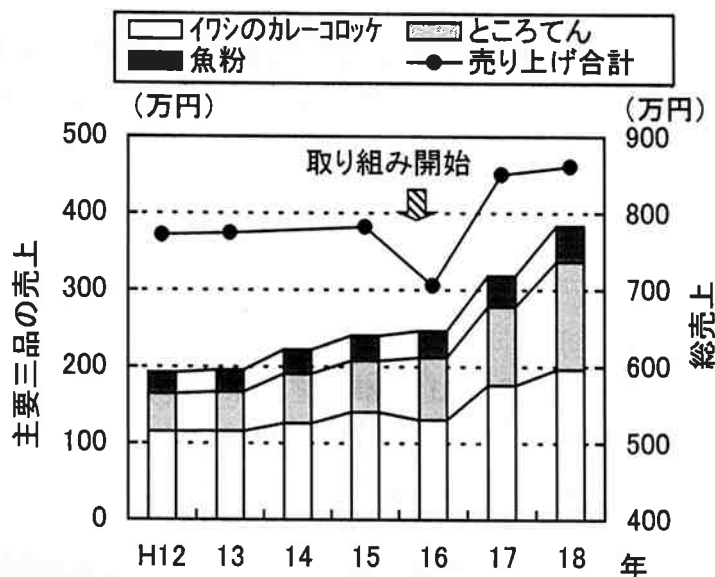


図4 主要三品と総売上の推移
(H14年の総売上は書類紛失のため不明、
H18年は見込み)

6. 波及効果

製品の量が増えればそれだけ手に取ってくれる人も増える。そうすると自ずと反応も増えてくる。「この前のあれおいしかったよ」「こうしてくれるといいけどな」という声を聞くと、さらにいいものを作ろうという意欲が出てくる。こうして製品の認知度が上がってくるとむつみ会の存在感も出てきて、地域への影響力も大きくなるであろう。また、新製品を作る時には部員が案を持ち寄るが、地元のおばあさんに昔の食べ方を聞いて参考にするなど地域とのつながりも密接になってきた。

毎年全国から10カ所以上の視察の要請があり、漁村における女性部活動としてのひとつのモデルとなっていると言えよう。

7. 今後の課題や計画と問題点

私たちの原点は、「かんかん部隊」と呼ばれる魚の行商であった。当時は丸のままの魚を売っていれば良かったが、消費者ニーズが変わると下おろしも頼まれるようになった。現在ではさらに多様化しているため手軽に食べられる加工品を作ったり、安全面にも注意が必要である。その上、製品を売るだけでなく食べ方も広めなければならない。しかし、形は変われど根本は同じ「魚を無駄にしない」、「魚のおいしさを広める」である。

そのためには、多少の投資をしてでも活動を強化していく必要がある。特にこれから社会の高齢化が進む中で、できるところは機械の手助けを借りながら、働く意欲のある高齢者を使って手作りの良さを活かしていきたい。活動が強化されれば、魚の消費が増えるだけでなく、働く場の提供や漁家の収入向上などにつながるであろう。

漁村は典型的な男社会である。しかし昔から女性は縁の下の力持ちで漁業を支えてきた。魚を売ったり加工することもそのひとつで、なくてはならない存在である。しかし、その評価は決して高くはなかった。これらの活動を地道に続けていくことにより地域を活性化させ、さらには女性の力を再認識させて漁村での地位向上に努めたいと思う。