

## 離島における魚食普及活動と女性部組織の活性化 ～島の母さん直売所への取組～

北るもい漁業協同組合 焼尻女性部  
佐藤 志津子

### 1. 地域の概要

私達の住む焼尻島は、日本海北部沿岸にある羽幌町の沖合24kmに浮かぶ周囲12kmの漁業と観光を基幹産業とした小さな島です。(図1) 焼尻という名前はアイヌ語の「ヤング・シリ」(近い方の島)に由来しています。島の面積の3分の1が深い原生林に囲まれており、離島で特異な進化を遂げたイチイの原生林は、国の天然記念物に指定されているほか、四季折々の美しい草花や野鳥の歌声を楽しむことが出来、毎年、多くの観光客が足を運びます。

### 2. 漁業の概要

私達が所属する北るもい漁協は、平成16年1月に4つの組合が合併して誕生した合併組合です。当焼尻地区を含め6支所374名の組合員から構成されており、当焼尻地区につきましては54名の組合員が所属しています。水揚げにつきましては、日本一の水揚げ高を誇る甘エビをはじめ、ホタテの稚貝、タコの水揚げ等が主力となっており平成17年度の実績では、合計58億円の水揚げ高となっています。(図2)

### 3. 研究グループの組織と運営

北るもい漁協総体では、184名の女性部員が在籍しておりますが、焼尻地区におきましては現在12名の部員により構成されています。女性部組織の活動は、組合事業の推進をはじめイベントへの参加、植樹活動や福祉団体の支援活動・直売所の運営等多岐にわたっています。焼尻島は、小さな離島であることから人々がお互いに助け合って生活していますので人と人の絆がとても強い地域であり、女性部活動につきましても地域に密着した活動を第一に心がけています。

### 4. 研究・実践活動取組課題選定の動機(直売所設立の経緯)

私達女性部が「島の母さん直売所」を開店したのは、平成13年のことでした。それまで島では、恵まれた自然環境から良質な水産物が水揚げされていたものの、離島という地理的条件から注目を浴びることが少なく知名度が低い状況にありました。「どうしたら皆に島の水産物を知ってもらえるか?」「どうしたら付加価値を付けて買ってもらえるか?」との課題を常会などで話し合ってきました。結果、「島の食材の美味しさは私達が一番良く知っているじゃない。だったら私達で原料を仕入、商品化し販売すればいいんだ!」との結論に至り、組合などの協力を得て直売所を立ち上げることになりました。(図3)

## 5. 研究・実践活動状況及び成果（直売所の運営）

直売所を運営すると言っても、「とにかく商品をいっぱい売ればいいでしょ！」と安易に考えていましたが、労働力や商品の確保といった環境整備を行わなければならず、直売所の運営については部員全員が素人であり試行錯誤の連続でしたが、なんとか、今日まで運営を続けてくることができました。

### (1) 「労働力」の確保について

まず始めに直売所を開店する上で「労働力」をどうやって確保するかを話し合いました。従来より部員の間では「漁の閑散期に働く場所でもあれば良いのにね」との話題がありました。部員それぞれ家業の魚種も異なり時間に余裕があるときもあります。そんなとき都市部であれば加工場のパートに行ったりして時間を有効に活用することができますが、小さな島ではそうはいきません。こういった事情もあり女性部員の労働力を活用することにしました。実際の販売は、部員全員を2人1組にしてローテーションを組み販売にあたっています。開店期間中は休むことなく営業を続けています。（開店期間：5月の連休中・6月上旬～9月上旬）

また、賃金についてですが、せっかく労働をするのですから無償ということではなく、赤字を出さない程度に賃金の支払いを行おうということになり北海道の最低賃金をモデルとして売上代金の中から部員達に支給を行うこととしました。

### (2) 「商品」の確保について

次に商品の確保についてですが、島の活きの良い鮮魚を食べて欲しいという気持ちはありましたが、離島という地理的条件から鮮魚での販売は非常に困難です。特に観光客が島を訪れる時季は夏季に集中しておりフェリーでの移動時間等を考えると衛生管理上難しいものがあります。よって直売所では加工品を主体として販売することに決定しました。

商品については、当初から島の食材にこだわりたいということで小女子や海藻類・タコなど島特産の水産物を中心に販売を開始しました。小女子の天日干（図4）や佃煮などは直売所の立ち上げ当初からの人気商品になっています。

商品は組合の加工場を借りて部員たちが知恵を絞りながら製造を行っています。

例えば、製造過程の中で、今まで無駄になっていた食材を活かそうということでヤリイカ漁の際に混獲されるホッケは量も少なく従来、殆どが処分されていましたが、切り込みに加工して商品化したところ人気商品となりましたし、若布は、製造過程で葉の部分を除き全て捨てていましたが、茎の部分を佃煮にすることで商品価値を得ることができました。「島の母さん直売所」で販売している商品は、「島の自然」と「島民の知恵」から生み出された自信作ばかりです。

### 取扱商品の一例（◎は人気商品）

◎小女子の佃煮・天日干	◎ほっけの切り込み	茎若布の佃煮	煮タコ
◎干海藻（銀杏藻・のり・昆布）	アミエビの佃煮	塩うに	タコトンビの酢漬

### (3) 新たな取り組み

ある程度、商品確保の見通しが立ち、販売を継続していく中で徐々に観光客のニーズが多様化し商品の種類が求められるようになってきたことに気が付きました。そこで商品の種類を増やす取り組みを行いました。新たな商品を選定する上でやはり「自分達で食べて美味しいものじゃなければだめ」という考え方を基本に各部員から意見を集めました。その結果、島のお年寄りがお味噌汁などの具材として製造している銀杏藻や岩海苔、昆布などの干海藻や漁業者が昔から賄いとして作っているものを仕入れ商品の種類を拡大していきました。更に昨年より試験的に同じ北るもい漁協の苫前支所で製造しているハッカク等の製品も取り入れておりますが、選択肢が増えたということでお客さんに大変喜ばれています。

### (4) その他

直売所の決算・経理関係については、当初は組合にお願いしていましたが、「自分達の店なんだから自分達でやろうよ!」との声から、組合の指導を受けながら自分達で行うようになりました。仕入・販売の状況や日別売上など様々な観点から自分たちの目で分析し次年度以降の販売に活かすように努力しました。そして、なにより自分達自身、非常に勉強になったと思っています。(図5)

## 6. 波及効果 (直売所運営の効果と女性部組織の活性化)

### (1) 運営の効果

これらの取り組みにより、常連の観光客が商品を求めて足を運んでくれたり、組合のホームページで取り上げてもらったおかげで組合への問い合わせが増えるなど少しずつ効果が見え始めています。また、一昨年の漁協の貯金運動の景品として干海藻の詰め合わせ300個を出荷するなど一歩一歩ですが、着実に裾野をひろげてきています。

### (2) 直売所の経営状況

直売所の経営状況につきましては、部員達の営業努力や組合の指導もあり、売上から各経費を差し引きしても一定の利益を確保することが出来ています。この直売所から生まれた利益については、直売所の運営費はもとより研修視察など女性部の活動費としても有効に活用されています。

(千円)

	収 入	支 出	利 益
17年度	3,600	3,257	343
16年度	4,363	5,044	▲681
15年度	4,197	3,805	392
14年度	3,973	3,656	317

※16年度については、合併により名称変更したためパッケージ等の包装資材を一括購入したため赤字。

### (3) 女性部組織の活性化

直売所での労働は、漁業と家事をしながらのものであり部員達に負担がかかっているのは事実ですが、島民性とでもいうのでしょうか？ 何ごともプラス思考に考えています。

直売所は、皆の情報交換の場となり、漁業に関する情報や悩みなどを語り合う場にもなっています。(図6) また、常会などでも商品の製造作業(図7)を行ったり直営店の運営について協議することが多く、自分達で考え、決め、実行するというプロセスを経験したことで部員達に自信が付き、そして連帯感が生まれ組織の活性化に繋がったものと考えています。

女性部活動としては、この直売所のほかにも植樹活動や各種イベントへの参加、特に島の一大イベントであるウニ祭りには、沢山の観光客が足を運ぶことから部員総出で参加し「浜のお母さんの料理」をお客さんに提供するなど積極的に島のPRに努めています。年末には、福祉活動の一環として、羽幌町の福祉団体が製作したしめ縄の受注販売を行ったり、島民のお歳暮用の加工品の斡旋をしたりと地域に密着した活動に重点をおいて取り組んでいます。

## 7. 今後の課題や計画と問題点(総括)

一連の直売所の運営は、「島の水産物を皆に知ってもらう」ことを目的にして行ってきたものですが、消費者の声に耳を傾けると「島の水産物のPR場所」としてその効果が実感されますし、経営においてもなんとか利益を確保することが出来、製造から販売を担う部員達に労働の対価として賃金を支給することが出来ているという面からも「浜のお母さんの働き場所」として存在価値があるのではないかと考えています。

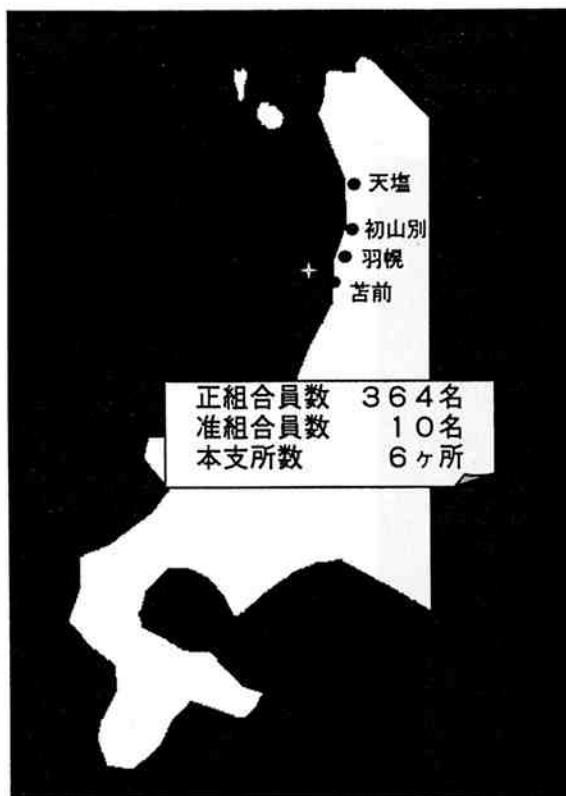
最後に、私が入部した当時60名程度いた部員も、現在では12名となってしまいました。直営店も軌道に乗り徐々に知名度も上がってきたことから取扱商品の種類や量を増やしもっと裾野を広げたいという気持ちもありますが、安定した商品量の維持といった点からこれ以上の拡大は難しいと考えています。

今後の取り組みとしては、現在の直売所を維持しながら「島の水産物を皆に知ってもらう」という当初の志を保ち、直売所の運営・女性部組織活動に臨みたいと考えています。また、浜のため、そして地域のために貢献することが出来るように活動を続けて行きたいと思っています。

(図1) 焼尻島の風景



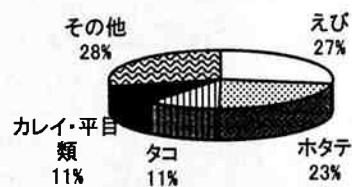
(図2) 北るもい漁協の概況



魚種別水揚高 (トン/百万円)

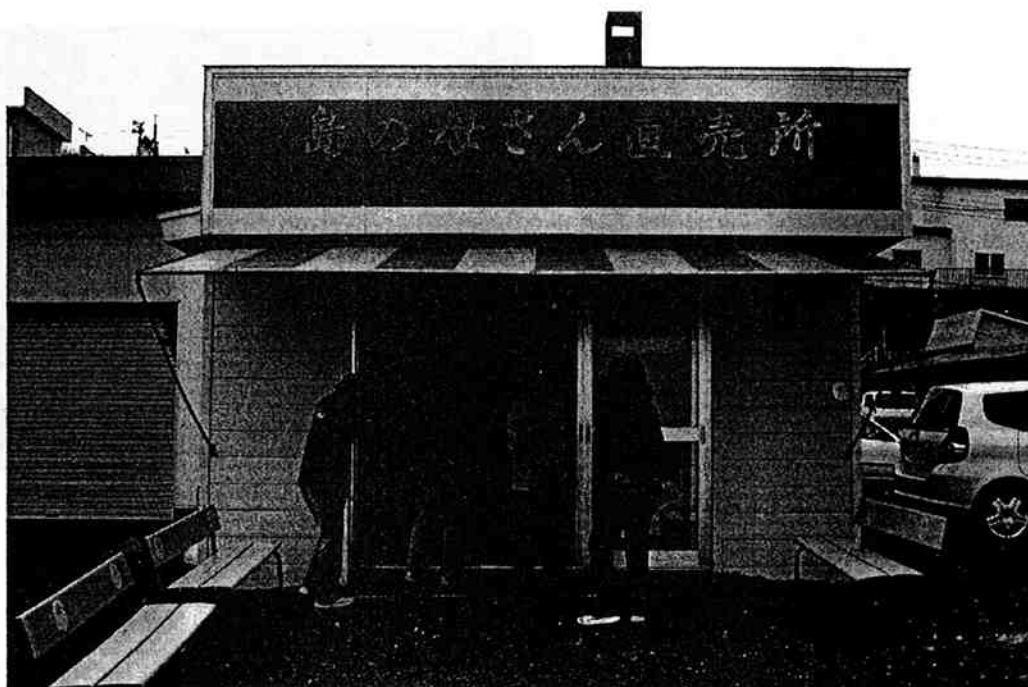
魚種	数量	金額
えび	1,190	1,588
ホタテ	4,683	1,299
タコ	1,315	606
カレイ・平目類	1,225	610
その他	3,830	1,648
合計	12,243	5,751

魚種別水揚比率



□えび    ▨ホタテ    ▩タコ    ■カレイ・平目類    ▤その他

(図3) 直売所の開店の様子



(図4) 小女子の天日干



(図5) 直売店 平成17年度決算状況

売店収入 (円)

項目	金額	適用
5月分売上げ	224,150	
6月分売上げ	485,490	
7月分売上げ	1,138,090	
8月分売上げ	942,900	19日まで
通帳入金分	609,320	
在庫処分	64,850	
資材売却分	5,319	
雑収入	18,632	レンガ・ガス使用料他
その他売上げ	111,400	トンビ粕漬
合計①	3,600,151	

売店支出 (円)

項目	金額	適用
人件費	874,900	出面賃
資材購入費	200,808	袋・シール・箱他
設備費	101,173	換気扇・冷凍庫・ポット
消耗品費	9,256	文房具他
燃料費	9,340	
通信・送料・運賃	24,030	フェリー他
加工原材料	2,010,079	仕入
雑費	27,183	
合計②	3,256,769	

収支実績 ① - ② = 343千円

(図6) 直売所の販売員たち (女性部員)



(図7) 製造作業の様子

