

## 加工場「浜のえび店」で生涯現役！

新南陽マリンレディース  
佐伯 ユサ子

### 1. 地域の概要

私たちが住む新南陽地区は山口県周南市の西部に位置し、瀬戸内海に面した工業地帯にある（図1）。沿岸にはコンビナートが発達し、浜のまわりは工業化、都市化が進んでいる（写真1）。



図1. 位置図



写真1. 周南コンビナート

### 2. 漁業の概要

私たちが所属する山口県漁協新南陽市支店では、古くから漁業が盛んに営まれてきた。主力は小型底びき網で、エビ類を中心にさまざまな魚介類を水揚げしている。しかし、工業の発展とは対照的に、漁業は衰退の道をたどっており、昔と比べて水揚げは大幅に減っている（図2）。

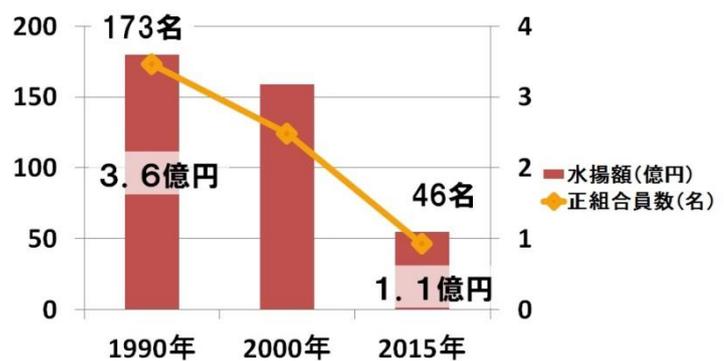


図2. 新南陽市支店の組合員数、水揚げ額の推移

### 3. 研究グループの組織と運営

新南陽マリンレディースは、新南陽地区の漁協女性部員により結成されたグループで、現在のメンバーは12人である。従来女性部が取り組んでいた総菜加工（イベントでの臨時営業）をステップアップさせる形で、平成16年1月に常設の加工場兼店舗「浜のえび店」をオープンした。当グループは加工場の運営主体として、女性部とは会計を分離し、メンバーで役割分担のもと運営している。

#### 4. 研究・実践活動取組課題選定の動機

##### (1) 底びき網漁獲物の有効利用

新南陽地区の底びき網は夫婦船である。妻も夫とともに出漁し、漁の大変さは身に染みている(写真2)。昔は、小エビや小魚が獲れても、値段が安いので、より分ける手間もとれず、港に持ち帰るのは高く売れる魚だけであった。せっかくの海の幸も、半分くらいは海に戻すありさまに「食べればおいしいのに、もったいない。何とかして活用したい」というのは浜の女性共通の思いであった。



写真2. 夫婦船の操業風景

##### (2) 漁村女性の活躍の場づくり

その思いが動きだしたのは、昭和の終わりごろである。漁協女性部の活動として、地元のイベントに参加して総菜を作るようになった。当時はいくらでも獲れていた小エビを使って、エビ天を販売したところ、人気が出て定番商品となった(図3)。手応えを感じた私たちは加工の意欲を膨らませたが、当時は専用の施設が無く、イベントのような臨時営業に限られるのが悩みであった。



図3. 小エビを天ぷらに商品化

また、自分たちも年を重ねるうちに、自然と将来について考えるようになった。いつまでも浜で生きがいを持って暮らすには、自分の技を生かせる場所、そして仲間が気軽に集まって語り合える場所が必要ではないか。そのためには「小さくても良いから私たち専用の加工場が欲しい」、そういう思いが芽生えた。

幸い、浜の近くにはたくさんの消費者がいる。女性部が地域に貢献して、知られる存在になれば、漁協や行政も応援してくれるはず。加工場建設に向けての実績づくりという意味合いも込めて、イベントへの参加を増やし、アピールに励んだ(図4)。



図4. 女性部のイベント参加数推移

#### 5. 研究・実践活動状況及び成果

##### (1) 漁村女性の拠点となる加工場の実現

チャンスは平成15年にやってきた。当時、国は「中核的漁業者協業体」という、意欲のある青年漁業者グループを支援する事業を推進していたが、浜の女性には活用が

難しいものであった。そのため、県の水産部から水産庁へ、2年にわたり「女性版の事業も必要」と要望していただいた。その結果、「漁村女性起業化グループ」という、漁協女性部を母体にしたグループが行う、加工や販売の取組を支援する事業が創設されたのである。

県から私たち女性部へ「事業を活用しないか」という提案を頂いたときは、「夢の加工場が実現する！」と期待した半面、「漁に出るだけでも大変なのに、続けられるの？」と不安な気持ちもあった。実は、当時、女性部の副部長だった私が一番慎重で、どちらかといえば反対の立場だった。しかし、加工場を熱望していた部長が突然の病に倒れてしまったため、私が部長代理となり、周りの熱意にほだされて、私も「やるからにはやる！」と覚悟を決めたのである。

事業活用を決めた私たちは、1年あまりの準備期間のうちに、視察に行って勉強したり、話し合いを繰り返した。加工場は身の丈に合った規模が良いと考えていたので、漁協の理解を得て、漁具倉庫を改修することにした（写真3）。



写真3. 漁協の漁具倉庫を加工場へ改修

そうして、平成16年1月に、関係者の支援のもと、加工場兼店舗「浜のえび店」をオープンした（写真4）。「新南陽マリンレディース」は、事業導入をきっかけに立ち上げた漁村女性起業化グループである。母体は女性部だが、運営にはグループが責任を持つ。

写真4. 加工場兼店舗「浜のえび店」



今でこそ、女性グループの起業活動は当たり前のようにになっているが、私たちは国の事業に真っ先に手を挙げただけあって、県内はもちろん、全国的にも先駆けのような存在であった。平成19年に国の事業がひと区切りを迎え、JF全漁連の評価委員会が報告書をまとめている。その報告書には、全国23の起業化グループのうち、新南陽マリンレディースが代表事例として掲載されている。

(2) 女性の技をフル活用した総菜加工

代表的な商品は、加工場の名前にもなった「浜のえび天」である(写真5)。女性部時代から40年の歴史を持つ、JF全漁連のシーフード料理コンクールでは農林水産大臣賞を受賞した荣誉ある商品である。サクサクの歯ごたえとともに、潮の香りとエビの甘みが口いっぱいに広がり、一度食べればファンになること請け合いである。



写真5. 浜を代表する商品「浜のえび天」

昔は小エビがたくさん獲れていたのですが、エビ天ばかり作っていたのだが、環境の変化からか、だんだんと獲れる量が減ってくるというピンチに見舞われた。しかし、小エビに頼らなくとも、色々な魚が獲れるのが底びき網の強みである。浜の家庭料理をもとにして、商品開発に励んだ。例えば、ハゼは南蛮漬けにしたり、コノシロは酢漬けにすれば小骨も気にならずおいしく食べられる。夏にたくさん獲れるハモは冷凍しておき、四国へ視察に行った時に学んだジャコ天を参考に、すり身の天ぷらや魚ロッケを開発した。そうやって商品が増えてゆき、今では20種類にもなった(図5)。

ごはん物	揚げ物	煮物・焼物
<ul style="list-style-type: none"> <li>・タコめし</li> <li>・アナゴ炊き込み</li> <li>・ワカメごはん</li> <li>・ちらしずし</li> <li>・おからずし</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・浜のえび天</li> <li>・小魚南蛮漬</li> <li>・セグロ天</li> <li>・アナゴ天</li> <li>・にぎり天</li> <li>・ギョロッケ</li> <li>・ハモフライ</li> <li>・エソフライ</li> <li>・メゴチ唐揚</li> <li>・その他</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・セグロ生姜煮</li> <li>・ヒジキ煮</li> <li>・おから煮</li> <li>・焼アナゴ</li> <li>・セグロ干物</li> </ul> <p>※セグロ…カタクチイワシ</p>

**価格 えび天 110円/枚**  
**総菜 210円/パック**

図5. 豊富な商品ラインナップ

普段は、漁が休みになる土曜日の早朝に加工場へ集まり、10種類ほどの総菜を作っている。2時間あまりの間に、エビ天が300枚、パック詰めの総菜が200パックほど出来上がる。

きっちりと決めているわけではないが、揚げ物担当、煮物担当、ごはん物担当、といった具合に、誰が何を作るか、自然と役割分担が出来て、それぞれの技を磨いている(写真6)。たわいないおしゃべりをしながらも、みんなの手は忙しく動いている。



写真6. 総菜加工の様子

### (3) 地域に愛される存在へ

「浜のえび店」は、地域に愛されている。ファンのロコミだけでなく、マスコミも取り上げてくれて、宣伝を打つ必要がないほどである。加工場は街中から離れた港の中にあり、あまり人が訪れるような場所ではない。それでも、毎週ファンが買いに来てくれる。「近所の人に頼まれたから」とエビ天を10枚単位で買っていく常連さんもいて、出来た商品は作った先から売れてゆく（写真7）。

写真7. 加工場に来るファン



地元のイベントにも引っ張りだこである。大きなお祭りだけでなく、コンビナートの企業が社員のために開催する地引き網大会や、小学校のバザーにも呼ばれていて、年間19回ほど地元イベントに出展している（写真8）。特に、女性部時代から付き合いのある、地元公民館で毎月開催される朝市には27年もの間参加を続けている。

写真8. イベントへの出展風景



また、これも20年以上になるが、毎年夏に開設される海水浴場の海の家と、秋に開催される市の物産展では「浜のえび天うどん」を振る舞っている。うどんも地元の製麺所から仕入れる地産地消メニューで、多い日は一日で1,000杯を売り上げる。楽しみにされている市民も多くおられ、新南陽名物として定着している（写真9）。

地域への恩返しの気持ちから、毎年、売り上げの一部を市の社会福祉協議会へ寄付している。



写真9. 新南陽名物「浜のえび天うどん」

## 6. 波及効果

### (1) 生涯現役の実践

まずは5年続けるつもりで加工場をオープンしたが、大変さよりも喜びの方が大きく、もはや15年目になる。加工場に集まり、和気あいあいと浜の味づくりに励む喜び、お客さんに「おいしいね」と言ってもらえる喜び、浜の女性にとってこれ以上の喜びはない。

長く続けるうちに私たちも年を重ね、最初 25 人いたメンバーは 12 人になり、平均年齢は 75 歳、最高齢は 86 歳になる（図 6）。しかし、加工場が活力の源、まだまだ現役である。足腰が弱って船には乗れなくなっても、加工作業ならできるのである（写真 10）。

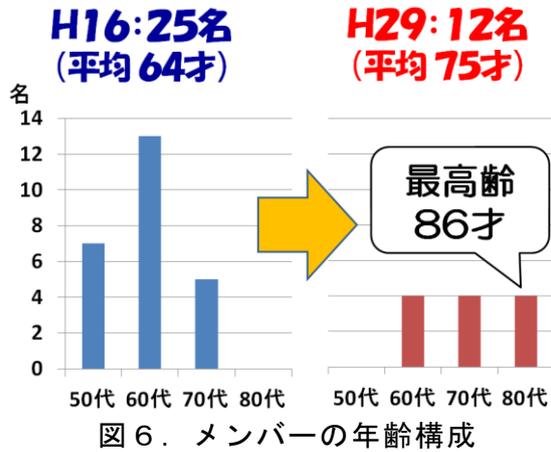


写真 10. 高齢メンバーも活躍

去年の夏、最高齢のメンバーが、家族の勧めもあり、活動に区切りをつけようと一度は引退された。しかし、家にいるようになってから何だか体調が悪くなり、病院の先生に見ていただいたところ「加工場に出ないストレスが原因ではないか」という診断だったそうである。再び加工場に出るようになり、見事に回復された。

長く続けることが大事と考えており、あまり頑張りすぎないようにしている。作れば作っただけ、売れる自信はあるのだが、体力のことを考えて調節している。

年間の売り上げは、300 万円から 400 万円程度で安定している（図 7）。材料の仕入れ代や人件費といった、経費が同じくらいかかり、もうけは少ないが、赤字にさえならなければ良いと思ってやっている（図 8）。「えびで温泉に行こう！」を合言葉に、みんなでバス旅行に出かけるのを楽しみにしている。

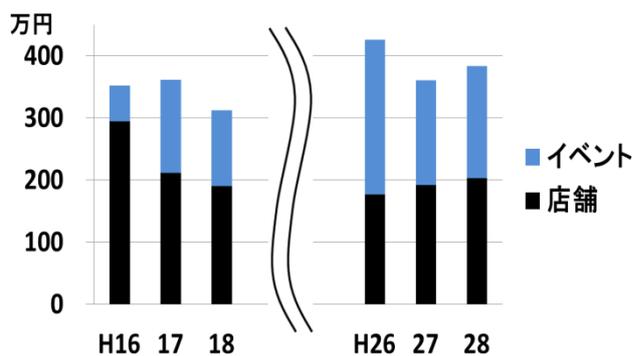


図 7. 年間売上の推移

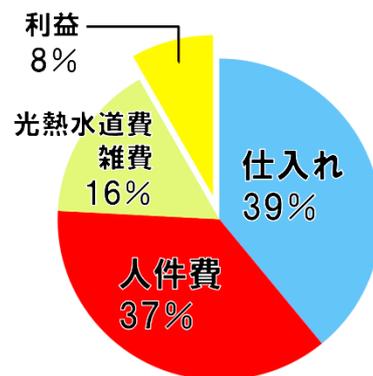


図 8. 経費の構成

## (2) 魚食普及への発展

4 年前に、浜の近くに道の駅が作られ、地元の漁業者が魚を持ち込んで販売できるようになった。そこへ、マリンレディースの評判を聞きつけた道の駅から「魚が売れるように、食べ方をお客さんに教えてほしい」と頼まれたのである。

総菜が売れるということは、それだけ生の魚は売れない時代である。私たちが長年

培ってきた加工の技が、魚食普及にも役立つことになった。加工場に出ない日には、道の駅の鮮魚売り場で、お客さんに「この魚はこう料理したらおいしいんよ！」と教えている（写真 11）。スーパーには並ばない雑魚類こそが人気である。市場では値がつかない魚が売れるので、漁業者の収入にもつながっている（図 9）。



写真 11. 道の駅買い物客にレクチャー

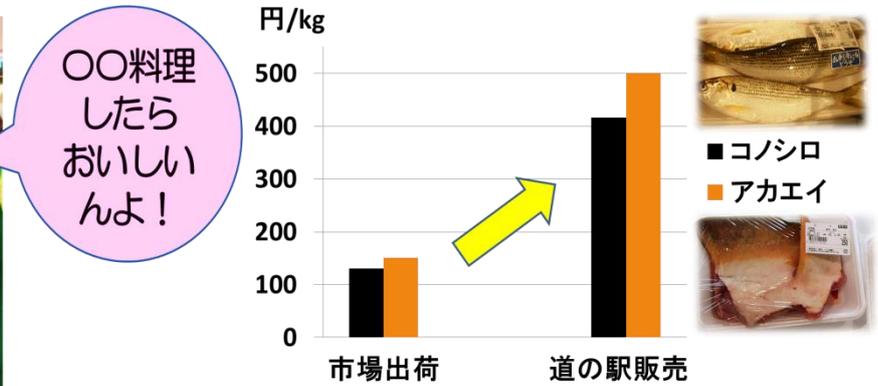


図 9. 道の駅販売による魚価向上効果

#### 7. 今後の課題や計画と問題点

浜の高齢化が進み、世代交代が差し迫った課題になっている。新南陽では、平成 17 年から新規漁業就業者、いわゆるニューフィッシャーを積極的に受け入れている（写真 12）。おかげで、少しずつ、浜の様子が変わってきたように感じる。



写真 12. 新規漁業就業者（ニューフィッシャー）研修風景

ニューフィッシャーの奥さんは子育てに大変な時期で、バリバリ活動するのはまだ難しそうだが、これからの期待している。ご主人の獲ってきた魚介類に、加工で付加価値を付けることが、今後はますます必要になってくる。だから、少しずつ、加工の喜びと技を引き継いでいくつもりである。若い世代へバトンをつなぐその時までには、生涯現役でがんばる決意である（写真 13）。

写真 13. 加工場で生涯現役

