

1 歩 1 歩 前 進

～群島唯一の漁協婦人部として～

沖永良部島漁業協同組合婦人部
伊集院 由合子

1. 地域の概要

沖永良部島は、奄美群島の南から2番目、鹿児島県最南端の与論島と、闘牛で有名な徳之島の上に位置している。鹿児島市から直線距離で約540kmあり、訪れるには定期航路で約16時間30分、航空便で1時間10分を要する。

行政区画としては、和泊町及び知名町の2町からなり、人口は両町合わせて約1万4,000人である。

農業が盛んで、エラブユリやフリージア等の花き類、さとうきび、パレイショやサトイモなどにより、1戸当たりの農業所得が県下でもトップクラスである。



写真1 特産の「エラブユリ」

2. 漁業の概要

沖永良部島の漁業は、天然の瀬を利用した一本釣り漁業や、浮魚礁を利用したカツオ、シビ(キハダマグロ)の曳縄、旗流し漁業、ソデイカの旗流し漁業が中心である。

平成18年度の漁協総水揚げ量は約211トン、金額にすると約1億3,800万円である。

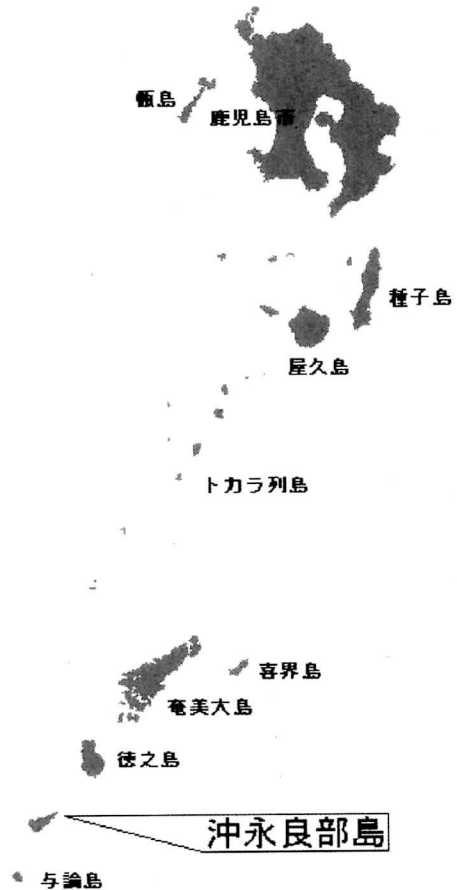


図1 沖永良部島の位置

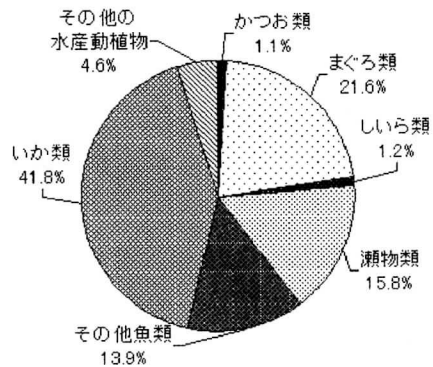


図2 魚種別水揚げ金額割合

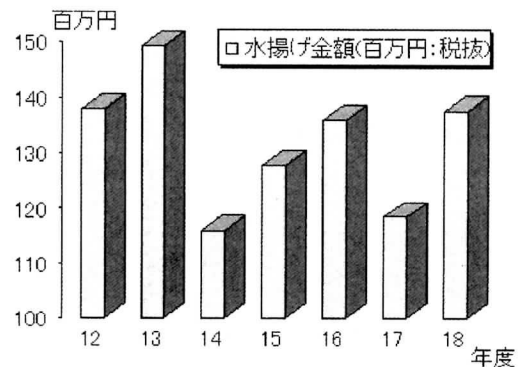
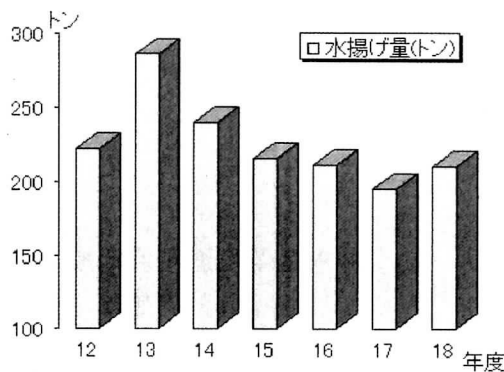


図3 沖永良部島漁協における水揚げ量の推移

図4 沖永良部島漁協における水揚げ金額の推移

3. 研究グループの組織と運営

沖永良部島漁協婦人部は、平成13年3月19日に発足した。

奄美群島内で唯一の、継続的に活動している漁協婦人部で、現在の部員は15名、鮮魚小売り（漁協の仲買でもある）を行う部員が多いことが特徴だ。

4. 研究・実践活動取組課題選定の動機

(1) 魚が売れない

沖永良部島では、一昔前まで、父ちゃんが漁師、母ちゃんが小売りという人がほとんどで、セリに出せば、値段はともかく、売れ残ることはなかった。

しかし、いつの頃からか売れ残りが多くなり、漁師の口から「釣っても売れなければ…」という言葉聞くことが多くなり始めた。

その原因として、父ちゃんは漁師、母ちゃんはほかの仕事という人が増え、小売りが減ってバランスが崩れたことや、浮魚礁による、シビなどの赤身の魚の増加が考えられる。我が沖永良部島では自身の瀬物が好まれていて、赤身が受け入れてもらえない状況が続いていた。

セリでの売れ残りを見ながら、「私達には何もできない」と、無力感に覆われていた。

(2) あるきっかけ

そんな折、県大島支庁の方の、「他の所を見に行ってはどうかね。何かヒントが見つかるかもよ」とのさりげない一言に、私達は「父ちゃんが命がけで獲ってきた魚を、無駄にできない」と立ち上がり、県内の先進地を視察する事にした。

(3) 勇気もらった視察、そして沖永良部島漁協婦人部結成

平成13年2月下旬、指宿市岩本漁協婦人部、串木野市島平漁協婦人部を視察させていただいた。

私達とは事情が異なる事も当然あったが、漁家経営が苦しくなっているのはどこも同じで、その中でもめげることなく、魚価の安い魚などを使った加工品開発・販売な

ど、様々な活動をしておられた。

この視察と交流会の中でよい刺激を受け、勇気付けられた私達は、1カ月後、そのままの勢いで、沖永良部島漁協婦人部を立ち上げ、最初の一步を踏み出した。

5. 研究・実践活動状況及び成果

(1) 希望とジレンマ

結成当初の婦人部は、個々の期待感や目新しさも手伝って、30人が参加してくれた。

私達は、当初、沖永良部島では行われていなかった加工品の製造販売や、直売店の開設など、魚の宣伝、価格アップにつながる活動をしようと考えていた。

しかし、私もそうなのだが、部員が小売りを行ったり、家族が小売りをしているメンバーも少なくない。

直売店の開設などは、ライバル店を増やすことにつながり、自分たちの首をしめることにもなり、当然反対する声も多くあった。

また漁協や組合員の中には、婦人部を小間使いや漁協のPR活動をするための団体程度と考えていた人もいたかもしれない。

このように、周りやメンバー間での意識の違いは大きく、1人抜け、2人抜けし、いつの間にか15人を残すのみとなった。

この15人にも意見の違いはあるが、本当の意味で漁協の将来を考えるメンバーの集まりになったので、かえって結束力が深まったように思う。

(2) 少しずつ認められてきた？

このメンバーで試行錯誤しながらも、持ち前の明るさを生かし、楽しみながら他の漁協婦人部や水産関係施設を視察したり、婦人部活動の幅を広げようと努力してきた。

また、浜掃除やメンバー持ち回りでの漁協のトイレ掃除など、縁の下の力持ち的な活動を続けていくことで、少しずつ周りの目も自分たちの意識も変わってきたようだ。

今では婦人部が必要とされていると感じるようになってきて、イベント等においてはむしろ私たちが中心なのでは？と思えるようなこともある。

このように徐々にではあるが、婦人部活動が軌道に乗り始めてきた。現在はいろいろな活動を実施しているが、その中の魚食普及活動、加工品開発、直売所の開設について紹介したい。

(3) 魚食普及活動

婦人部結成のきっかけは、「魚を売りたい」ということだ。売れない魚を売れるようにするにはどうしたらいいか。

まず考えたことは、島の人々に魚に接してもらい、魚をおいしいと思ってもらうため、魚食普及活動を行おうということである。

・魚の料理教室

そこで、年に数回、私達が講師となって、魚の料理教室を実施することにした。

主にシビ（20kg以下のキハダマグロ）を食材として、3枚に卸すところから、夕食の献立になるような1品に仕上げるところまで、一通り手取り足取り指導する。

年度	開催数	参加者数(合計)
13年度	8回	約60名
14年度	4回	約40名
15年度	2回	約20名
16年度	5回	約80名
17年度	2回	約50名
18年度	3回	約40名
19年度	1回(20.1.18現在)	約60名
年平均	3.6回	50名

表1 「魚の料理教室」開催実績

開催日	参加者	人数	使用魚種	メニュー
第1回 (19.2.1)	和泊小学校 親子	6名	シビ	・シビ麻婆豆腐・ネギトロ ・ユッケ風・あら味噌汁
第2回 (19.2.25)	和泊町内 小学5,6年生	19名	シビ	・シビカレー・サラダ ・シビハンバーグ
第3回 (19.3.5)	知名町役場 青年部	10名	シビ	・シビ春巻き・刺身 ・ネギトロ・あら煮

表2 平成18年度に実施した「魚の料理教室」概要

魚の料理教室を通じて感じた事は、海に囲まれた島に住みながら、魚を見ただけで騒いだり、包丁の持ち方があぶなっかしくて見ていられない方も多いということだ。

「魚が売れない原因は、こんなところにもあるのか！ より多くの方が魚を捌くことを覚えたら、もっと魚を身近に感じてもらえるのでは……。」

そのように考えると、教える方もやる気が出る。より楽しく、よりたくさんの方に指導して、もっともっと魚を食べてもらいたい。

そんな中で、子供達との体験教室は楽しいひと時である。

子供たちは覚えるのも早く、楽しそうに魚を捌いてる姿を見ると、こちらも楽しくなる。



写真2 子供たちとのひととき

こうして私達の教室に参加してくれた子供達が、夕食の時にでも、家族に魚の話をしてくれたらと期待している。

・海人（うみんちゅ）まつりでの「マグロ・ソデイカ解体ショー！」

また、漁協の一大イベント「海人まつり」で、私達は解体ショーを行っている。

海人まつりは、島内の方への感謝の気持ちと魚食普及が目的で、昨年15回目を迎えた。毎年大盛況の中、一昨年から、より華を添えるため、華奢な私達が30kgを超えるキハダマグロや、20kg前後のソデイカを、お客さん達の前で説明しながら解体し、試

食としても振舞っている。



写真3 「海人まつり」での解体ショー！ 写真4 「お魚まつり」での解体ショー！

これが大好評で、そのせいか、去年は奄美大島の名瀬での「お魚まつり」に招待され、華麗な技を披露してきた。

喋りも得意な私達だが、解体・試食だけでなく、調理方法やレシピを配布して、宣伝にも力を入れている。

・魚食普及活動の成果

最近島内でシビがよく売れるようになってきたと感じられる。セリでも売れ残りが少なくなってきた、自分の店でもよく売れるようになってきた。実際、漁協でのシビの価格は、少しずつではあるが、上昇してきた。

シビの単価は、平成12年と比較して、18年には約30円/kg (7.6%)、平成13年との比較では、約60円/kg (14.1%) 上昇している。私たちの活動や宣伝の効果もあったと思っている。

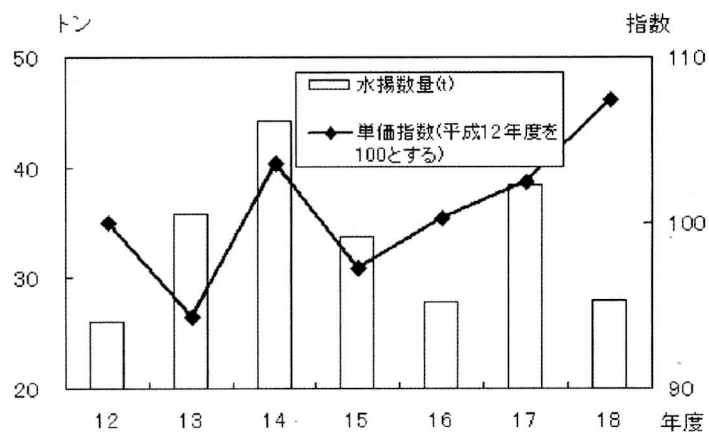


図5 シビの水揚げ数量と単価の推移

※平成12、14年は、キハダマグロの水揚げ量が少なく、シビが代用される状況にあったため、セリ値が高くなる傾向があった。

(4) 加工品開発

次に加工品の開発だが、これは婦人部結成の頃から、メンバーの多くがやりたいと言ってきたことだ。

沖永良部島はソデイカ漁が盛んで、身は刺身として活用されるが、ゲソはあまり活用されていなかった。そこで、まずゲソを利用した加工品を作ることにした。



写真5 県水産物品評会へ出品！

ボツになったものを含めると、かなりの種類を試作したが、実際に商品化するとすると、中々難しいものだ。

そんな中、昨年、真空包装機という強い味方を導入して、19年度の鹿児島県水産物品評会へ出品してみた。

ソデイカの身とゲソを、それぞれ味噌漬にしたものを真空パックし、ゲットウ(方言ではケセン)の葉で包んだというものだが、幸い、県漁業振興大会長賞をいただくことができた。

ソデイカのゲソは、これまで値がしなかったが、最近ではセリにおいて、250円/kg程の価格で取り引きされる。

ソデイカのゲソは体重の約20%を占め、丸のまま、あるいは部位別でも市場に出される。平成18年度のソデイカ水揚げは約73トンあり、一定の増収につながったと考えられる。

シビの単価上昇と共に、婦人部の活動も少しは効果があったのかな、と思っている。



写真6 市場で部位別に並べられたソデイカ

(5)「島人(しまんちゅ)ぷらざ」の立ち上げ

今、一番力を入れて活動しているのが、島内での消費拡大のための直売店「島人ぷらざ」だ。



写真7 「島人ぷらざ」での鮮魚市場

沖永良部島では、年々高齢化が進み、鮮魚を取り扱う小売人が減少してきた。このままでは島の漁業者が魚を売る場がなくなってしまい、漁業が衰退してしまう。

直売店について、青年部を中心とする漁協組合員の方々と話し合いを続け、昨年、ようやく有志により、中古コンテナハウスを利用した共同直売店「島人ぷらざ」を開設した。しかし、開設当初は小売人の反発が凄まじく、理解してもらうのに苦労した。

私も父ちゃんの獲ってきた魚を売る小売人であり、反発する立場もよく分かるし、自分の店の心配もある。

しかし、今のうちに何とかしなければ！ という思いで立ち上げたのが「島人ぶらざ」だ。私達は粘り強く、現在島の漁業者が置かれている立場を説明してきた。

こうした地道な努力で、当初反対していた人々も徐々に、「島人ぶらざ」の消費拡大に果たす役割を分かってくれたのか、次第に反発も収まってきている。

こうして、十分な施設とは言えないが、現在、月1回、日曜日に鮮魚市である「みへでいろ市」を開催して、今後の足がかりを作ることができた。

売り上げも順調に増加してきたので、将来は開店日を増やしていきたい、島内の消費を少しずつでも拡大させていきたいと思う。さらに次のステップとして、農産物直売店と手を取り合い、新鮮な島の特産物を求めるお客さんで大賑わいの、大きな共同直売店を開けたらと、夢をふくらませている。

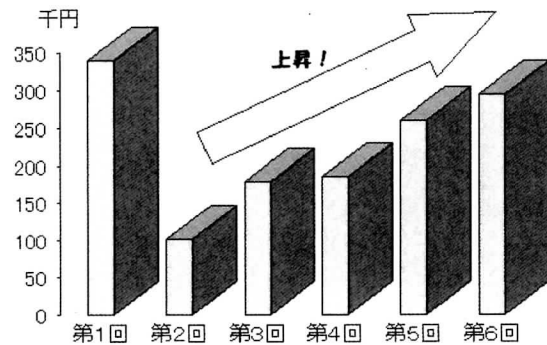


図6 「島人ぶらざ」販売金額の推移

6. 波及効果

漁協婦人部活動は、結成当初考えていたより、ずっと、ずっと大変だというのが実感だ。

この婦人部活動を通じて得られた事は沢山あるが、これまで、ただ流れに任せて売っていた魚を、必要に迫られて売れる方法を真剣に考える事により、自分達の商品「魚」を知ろうという意識が高まった。

また、島人ぶらざでの販売や、シビやソデイカの価格上昇など、成果も目に見えるようになってきて、皆のやる気もますます上がってきた。そのため、活動の内容や行動力も、結成当時には考えられないくらいたくましくなり、色んな事も任せられるようになってきた。

それぞれ皆、仕事や家庭にと忙しい中、いざ声をかけるとさっと集まり、それぞれの得意分野で動いてくれる。この得意分野だが、みな素晴らしいものを持っていて、ここで1人1人の自慢をしたいくらいだ。

沖永良部島漁協婦人部の自慢できる事は、この信頼できる仲間だ。大好きな仲間達は、30代を中心に、大先輩の70代まで皆元気で、その行動力に驚かされる。



写真8 信頼できる仲間達

7. 今後の課題や計画と問題点

私達の活動は、まだまだ今からだ。

今後も魚食普及活動や加工品開発を続けるとともに、「島人プラザ」を発展させていきたい。

さらに将来は、インターネットでの販売等も考えていきたい。

これからも1歩1歩踏みしめて、仲間達と楽しく、色々な事にチャレンジし、前進あるのみだと思っている。