

えひめの女性部の新たな挑戦

—「渚女子」で仲間を増やし、浜の未来を明るく元気に！—

愛媛県漁協女性部連合会

喜田 ヒサ子

1. 地域の概要

愛媛県は、四国の北西部に位置し、約130万人が暮らす温暖で穏やかな気候の県である。古くから「伊予の国」と呼ばれてきたが、明治6年に命名された現在の県名は、「古事記」の記述にある「美しい乙女」を意味する「愛比売（えひめ）」が由来とされている。

日本最古の温泉といわれる「道後温泉」や1600年代に築城された松山城など数多くの史跡があり、西日本最高峰の石鎚山、来島海峡など海・山両方の美しい自然にも恵まれているほか、多島美の絶景が楽しめる「しまなみ海道」はサイクリストの聖地として世界から脚光を浴びている。温暖な気候を生かした柑橘栽培やタイ・ハマチを代表とする魚類養殖などが盛んで、全国屈指の生産量を誇る数々の特産品が味わえる県である。



図1

2. 漁業の概要

愛媛県の海域は、佐田岬半島を境に、北側は波穏やかで大小200余りの島々が点在する瀬戸内海と、南側は黒潮の影響を受けるリアス海岸が発達した宇和海に大別される。海岸線は約1,700kmに及び、多様な地形、環境に恵まれ、さまざまな形態の漁船漁業や養殖業が盛んで、全国屈指の生産量を誇る魚種も多く、「水産王国えひめ」を自負している。

3. 研究グループの組織と運営

かつての漁村女性たちは、出漁しないまでも、水揚げや選別の手伝いなどに加え、家を守るさまざまな役割を担っていた。その漁村女性が漁家経営の安定向上と文化的な生活の実現を目指し、漁協の信用事業と連携して貯蓄推進運動を行うようになったのが漁協女性部活動の始まりである。

愛媛県漁協女性部連合会（以下、女性連という）は、昭和30年4月、18漁協の婦人部が出席して設立した「愛媛県漁協婦人部連合会」が前身である。翌31年4月には会員が36婦人部となった連合会の第1回定例総会が開催され、漁協のパートナー組織として、組織の強化、貯蓄の推進、漁協事業への協力に重点を置いた活動を進めることとなった。

その後、県内各地に漁協婦人部が設立され、昭和 39 年には婦人部組織数 45、部員数 8,600 人超まで拡大し、平成初頭まで組織数 60 弱、部員数約 6,000~7,000 人を維持しつつ活発な活動が行われていたが、以降は組織数、部員数とも減少が続き、連合会の設立から 67 年が経過した現在の組織数は 19、部員数は 369 人にまで縮小している。

こうした中、近年の女性連活動は、従来の活動方針を残しつつも、海や山の環境を守り、魚食普及活動や水産物の加工・販売に重点を移す方向に活動を変化させてきた。

具体的には、地元水産物を活用した加工品の開発・製造やイベントなどでの PR・販売による魚価の下支え、高校生のアイデアを生かしたコラボ商品の開発や親子料理教室などの魚食普及のほか、地びき網や養殖のエサやりなどの漁村体験、高齢者施設の慰問など漁家経営の安定化と地域の活性化に重点を置いた取り組みを行っている。また海浜清掃やせっけん推進運動、漁民の森づくり活動、男女共同参画の推進など、今話題の SDGs の目標達成につながる活動にも古くから取り組んできた。



図 2

また、新型コロナウイルス感染症の影響を受けた令和 2 年以降は、大幅に活動が制限されたが、意欲ある部員やグループにより、ウィズコロナ・アフターコロナに対応したテイクアウト商品の開発を行った。さらに子供たちへの魚食推進を図るため、お魚給食メニューの開発や栄養教諭を対象とした魚食普及講習会など将来を見据えた活動に取り組んでいる。これらの活動内容は研修会などを通じて会員間で共有を図っている。

4. 研究・実践活動の取り組み課題選定の動機

国内では少子高齢化・人口減少が進んでおり、漁業の担い手不足や漁村の衰退が危惧されるなど水産業を取り巻く状況は厳しさを増している。漁村では、漁協組織や事業の変化、貯蓄や資金調達の多様化といった社会情勢や生活様式の変化がある中で、暮らしを支えるため女性が漁村の外に働きに出る時代になっている。一部地域の女性部では、部員の減少や活動の縮小、さらには休部や廃部が年々進み、魚食の文化や技術が伝承できないなど、活動に支障を来す状況に陥っている。

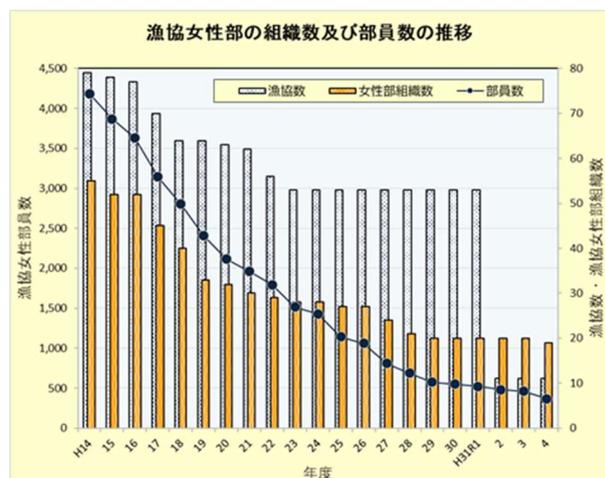


図 3

現在の女性連の部員数 369 人は、20 年前の 10 分の 1。10 年前から 7 割減の数であり、65 歳以上の部員が半数以上を占めている。このような状況に加え、令和 2 年以降、新型コロナウイルス感染症の拡大による行動制限から集客イベントなどの休止が続き、以前のような活動は困難との思いから、活動へのモチベーションが低下し、休部や廃部の道を選択する女性部が増えてしまった。

私たちは、この危機的状況の中でも、これまでの女性部活動を振り返り、

- 時代の変化に伴い、活動の軸足を変化させる
- 自慢の地元水産物を活用した魚食推進、漁家経営の改善以外にも目を向ける
- 漁村文化の伝承や施設訪問、海の保全など社会貢献、地域活性化を図る

といった公益的な活動にも取り組んできた。

私たち漁村女性は、水産業や漁村地域を支える重要な担い手であり、これからも女性部活動の灯を消してはならない。このことを再認識し、女性連・漁協女性部の組織強化と活動の活性化に向けた早急な対応が必要であるとの考えに至った。

5. 研究・実践活動の状況および成果

(1) 「渚女子」の誕生

今後の女性部組織を維持発展させ、活動を活性化するためには、新たな会員に加入してもらい、活動を支援してくれるサポーター、ファンを増やす必要がある。

幸いにも、海や漁村、魚介類や魚料理に関心のある女性部未加入の漁村女性や学生、起業女性などの中に連携を望む声があったことから、まずは、こうした人たちを仲間に加え、活動への協力・サポートを受けながら女性部活動を活性化しようと考えた。

そこで、女性部活動の一環である、SDGsに通じる海の保全や水産物の消費拡大、体験学習など、地域の活性化につながる活動の趣旨に賛同し、女性部と一体または独自に取り組む協働の活動を「渚女子」活動と位置付け、名称や内容の認知度向上や活動への参加促進を図るため、年齢、職業、立場などを問わず、草の根的に声かけすることとした。趣旨に賛同してくれる「渚好き」な男性の参画も歓迎している。



図 4

(2) 知ってもらうための準備

準備として、「渚女子」のイメージを印象付けるロゴマークを作成した。女性連役員のワークショップに、デザインの専門家に参加してもらい、海、色、魚、使用目的などをテーマに、意見や思い、アイデアを出し合った。青、赤、緑 3 色のロゴは、さまざま

な用途への展開の際に視認性が良く、海と波をイメージしたインパクトのあるデザインに仕上がった。

このマークをもとに、PR用の渚女子のパンフレットや缶バッジのほか、イベント出展できる時代の到来を見据え、会場で目を引く美しいデザインののぼり旗やテーブルスカートも作製した。缶バッジは、「渚女子」の活動やイベント参加者の一体感を生み出すことが期待でき、活動参加の証として配布している。

また、このロゴマークと県のイメージキャラクターとして人気の「みきゃん」「こみきゃん」を配置したオリジナルエプロンを作成し、魚食講習会や料理教室などで着用している。

こうしたグッズ類は「渚女子」活動やイベント時に使用することで、「渚女子」への関心や認知度の向上と、活動への参加促進につながるものと期待され、今後もさまざまなグッズを考案し活用していきたいと考えている。



図5

(3) 認知度向上の取り組みと成果

昨年7月の女性連通常総会で、現在の女性連の窮状や打開策としての「渚女子」の取り組みについて説明し、「渚女子」活動を積極的に推進することが決議された。

その後、県内で「食と健康」のスペシャリストを目指す高校生がこの活動の趣旨に賛同し、地元女性部の協力の下、魚を釣り、さばき、干物を作る一連の体験を通じて魚食の技術と文化を学び、加えて海岸清掃も行う渚女子プロジェクトがスタートした。同校の文化祭で、じゃこ天など



図6



図7

の実演販売を通じた魚食普及にも取り組み、マスコミに大きく取り上げられた。

11月には3年ぶりに開催された県内最大規模のイベント「すごいもの博 2022」において、高校生や短大生が自ら考案したタイやマハタのレシピを調理・提供する魚食普及に取り組んでもらい、多くの来場者、マスコミから注目を浴びた。これらの活動は、お互いにとって今後につながる有意義な連携であり、マスコミの関心も高まっている。



図 8

一方、地元水産物を使った調理品や加工品の販売を行ってきた女性部では、新型コロナウイルス感染症の拡大で大きな影響を受けたことを契機に、場所や時間を限定されるイベント以外での販売のために常温品や冷凍流通品の重要性を再認識することになった。これにより既存商品の改良や新商品の開発などの取り組みを進めている。

「渚女子」ブランドとしての商品紹介と新たな販路開拓を目指し、令和4年8月、東京ビッグサイトで開催された第24回ジャパン・インターナショナル・シーフードショーに「渚女子」として初出展した。ブースをのぼりなどで装飾し、エプロンを身に着け、パンフレットによるPRを行いながら、渚女子ブランドの商品の紹介や試食に対応した。ブースに立ち寄った人の中には、「渚女子」やその商品に興味を持ってくださった人もおり、第一歩を踏み出した気がしている。



図 9



図 10

6. 波及効果

スタートしたばかりの取り組みではあるが、趣旨に賛同して、廃部女性部の元部員数名が活動に参加しているほか、女性部を再結成する地区も現れるなど組織強化につながり、学生等は100名を超え、活動に活気が生まれつつある。

また女性部活動から生まれた調理品、加工品を「渚女子」ブランドの商品としてPR、販売する動きが進む中、商品開発などに学生たちの参加・協力が得られるようになったことから、現役女性部員の新たな商品づくりへの意欲が回復するなど明るい兆しが見え始めている。

7. 今後の課題や計画と問題点

漁協女性部の窮地を救うために立ち上げた「渚女子」は、スタートラインについたばかりだ。まずは、「渚女子」を多くの漁村女性や一般の人に知ってもらい、興味を持ってもらうことが重要だ。県もホームページやインスタグラムでPRしてくれているが、私たち自身も県内外でPRし、共に活動できる仲間をどんどん増やしていきたいと思っている。

現在、渚女子ブランドの新商品が完成しつつあるが、販売のための企画や価格設定、販売方法など持続可能な事業に育てる課題は多く、専門家の意見も聞きながら検討していきたいと考えている。

女性連の設立時には、漁村女性は家を守ることが大きな使命の一つであった。しかしこれから私たちは、活動に賛同してくれる仲間と連携・協働し、「渚女子」活動を通じて、海の大切さや魚のおいしさなどを身近に感じてもらえる機会をつくり、えひめの海を守り、魚を守り、人や暮らしを守り、浜を元気にしていきたい。