

**第1回**  
**全国漁村女性加工サミット**  
**<報告書>**

**第1部 やる気のある漁村女性グループによる  
試食と情報交換の集い**

**第2部 魚食を考えるシンポジウム in 下関  
<漁村女性グループにおける活動状況と抱える課題>**

**平成19年3月30日**

**財団法人魚価安定基金**

# 第1回全国漁村女性加工サミット開催結果について

## 1. 開催日時

第Ⅰ部 平成18年9月23日(土) 13時～21時

第Ⅱ部 平成18年9月24日(日) 10時～12時

## 2. 開催場所及び会場

開催場所 山口県下関市

会場 第Ⅰ部 シーモールホール

第Ⅱ部 独立行政法人水産大学校

## 3. 出席者

第Ⅰ部 117名

第Ⅱ部 80名

### 出席者詳細

#### 第Ⅰ部

輪島崎女性部	3名
香良洲漁協女性部	4名
間人底曳網漁業女性の会	1名
JFしまね恵曇漁協女性部	1名
新鮮田布施	11名
新宇部漁協女性部	2名
彦島シーレディース	2名
JF壬生川漁協女性部	11名
栄喜っ娘ひめ市	5名
たんぼぼ会	2名
潮の香り会	2名
JF佐賀市女性部起業化グループ	1名
島浦町婦人加工グループ	2名
役所関係	17名
招待者	12名
大学関係	25名
マスコミ関係	8名

主催者 8名 <合計 117名>

## 第Ⅱ部

輪島崎女性部	3名	
香良洲漁協女性部	4名	
間人底曳網漁業女性の会	1名	
J F しまね恵曇漁協女性部	1名	
新宇部漁協女性部	2名	
彦島シーレディース	2名	
J F 壬生川漁協女性部	11名	
栄喜っ娘ひめ市	5名	
たんぼぼ会	2名	
潮の香り会	2名	
J F 佐賀市女性部起業化グループ	1名	
島浦町婦人加工グループ	2名	
役所関係	名	
招待者	名	
大学関係	名	
マスコミ関係	名	
主催者	8名	<合計 名>

## 4. 開催結果概要

第1回全国漁村女性加工サミット（通称「じゃこ天サミット」という。）は、23日に開催した第Ⅰ部の「やる気のある漁村女性グループによる試食と情報交換会の集い」と24日に開催した「うみ・ひと・くらしフォーラム★魚食を考えるシンポジウム in 下関——漁村女性グループにおける活動状況と抱える課題——」に分けて実施した。

それぞれの開催結果の概要については、別添の通りである。

## 第1回全国漁村女性加工サミット

### 第I部 やる気のある漁村女性グループによる試食と情報交換会の集い

第I部は、平成18年9月23日(土)13時より、山口県下関市のシーモールホールにて、参加者117名により、開催した。

まず、主催者として、財団法人魚価安定基金理事長 海野研一より、「このサミットは、全国の漁村で苦労をされている方々が一堂に会して、情報交換をしていただく機会を作ることを目的にして開催した。是非とも、実りのあるものとしていただきたい。」旨の挨拶があった。



基金理事長



うみ・ひと・暮らしフォーラム

続いて、うみ・ひと・暮らしフォーラムの関いずみ、三木奈都子、副島久実から、「今回は、基金とジョイントして、2日間のイベントを行なうこととなった。同じような取組みをしている方々が集まっていることから、お互いに情報交換をしていただき、何らかの解決策を持ち帰ってもらえればと考えている。」旨の挨拶があった。

次に、共催者の水産大学校理事長 藤 英俊氏より、「水産物の良さが見直されてきている。地域の水産業の最前線で苦労されている方々が情報交換をする場所と聞いている。今日、明日と2日間を通して行なわれ、草の根の取組が着実に定着することを祈念している。」旨の挨拶があった。



水産大学校理事長・山口県漁協参事



最後に、後援者の代表として、山口県漁協組合代表理事組合長(代理 山田歳彦氏)より、「当県は、古くからの水産県である。漁村女性各グループのこのような取組が、今後とも継続するように、祈念している。」旨の挨拶があった。

13時30分より、漁村女性グループの代表者により、所属するグループの自己紹介を行った。

その後、各漁村女性加工グループから送付してもらった製品を、シーモールパレスの調理人に調理してもらい、試食を行なうとともに、漁村女性加工グループの参加者メンバー間による情報交換を行った。

情報交換第I部は、16時に終了した。

受付及び会場風景



漁協女性加工グループ代表者挨拶



栄喜っ娘ひめ市  
(河原さん)



香良洲漁協女性部  
(中西さん)



間人底曳網漁業女性の会  
(田中さん)



JF 壬生川漁協女性部  
(本田さん)



たんぼぼ会  
(道下さん)



JF しまね恵曇漁協女性部  
(青山さん)



彦島シーレディーズ  
(廣田さん)



島浦町婦人加工グループ  
(濱田さん)



JF 佐賀市女性部起業化グループ  
(古川さん)



潮の香り会  
(大坪さん)



輪島市漁協輪島崎女性部  
(中西さん)



新宇部漁協女性部  
(渡壁さん)



新鮮田布施

出 展 製 品

	製品名	写真1	写真2	写真3
輪島市漁協輪島崎女性部	海藻ふりかけ			
	カジメ佃煮			
香良洲漁協阿部崎女性部	小女子くぎ煮			
	ツメタガイの佃煮			
間人底曳網漁業女性の会	モヤめしセット			
	はたはた甘露煮			

	製品名	写真1	写真2	写真3
JF しまね恵曇漁協女性部	小あじ佃煮			
	めざしくん			
新鮮田布施	シスフライ			
	エソフライ			
新宇部漁協女性部加工部	瀬戸内れんちょう			
	きららえび			
彦島シーレイディース	小エソ唐揚げ			
	巖流揚げ			

	製品名	写真1	写真2	写真3
JF壬生川漁協女性部	浜じゃこ天			
	にぎり天			
栄喜っ娘ひめ市	じゃこ天			
	いか団子			
たんぼぼの会	こんぶ佃煮			
	こんぶ麺			
潮の香り会	美海らんまん			
	島のブリカツ			

	製品名	写真1	写真2	写真3
JF佐賀市女性起業グループ	海苔佃煮			
	焼海苔アイス			
島浦町婦人加工グループ	あげみ			
	キビナゴ佃煮			

情報交換会第1部





## 情報交換会第 2 部

情報交換会第 1 部に続き、18 時より、シーモールホール（第 1 部会場と同じ）にて、情報交換会第 2 部を開催した。

海野理事長より、「それぞれ製品の作り方に苦勞をされておられているが、やはり今後は売り方の問題が出てくるのではないか。また、皆さんが悩んでおられることではないか。そのへんのところも、情報交換会第 1 部に続いて第 2 部でも率直にお互いに意見交換をしていただき、吸収していただき、是非とも売上の増加に役立てていただきたい。」との開会の挨拶があった。

うみ・ひと・くらしフォーラムの副島さんより、「皆さん、お疲れのこととは思うが、さらに情報交換を行なっていただきたい。」との挨拶があった。

うみ・ひと・くらしフォーラムの三木さんを司会役として、グループごとに、自己紹介等を行なった。

## ① 輪島市漁協輪島崎女性部（新木、山下、遠島さん）

### ・新木さん

朝 6 時半に起きて下関につきました。輪島は、朝市で有名ですが、朝市の担当が遠島さんで、その他にリヤカーでやっている魚の振り売りの担当は山下さんです。朝市も、振り売りも、漁業者が古くから行っている販売方法です。また、その他に、魚食普及も行なっています。女性部は、いろいろな人との関りもあって、とても元気で、明るいおばさんたちの集まりです。女性部は高齢化しています。今回、情報交換会に参加して、皆さんのパワーをいただいて、輪島に帰っても頑張らなければと思っています。素晴らしい機会をいただいて感謝しています。

カジメは本来海に潜らないと採れないが、能登半島の輪島の冬は海が荒れているので、浜に打ち上げられることから、その中から新鮮なものを選んで、加工している。

### ・山下さん

今日は、感動、感激をいただきありがとうございます。

是非、輪島にお越し下さい。

### ・遠島さん

朝市で、しょっぱい物を販売しているおばちゃんです。

下関はフグで有名だが、家では先祖代々、フグの卵巣を糠漬けして生業っています。

### ・森さん

今回は、輪島の方と一緒に、色々勉強させていただきたいと思って参加しました。



## ② 香良洲漁協女性部（中西、藤川、松島、奥野さん）

### ・藤川

参加できて嬉しく思います。

地産地消ということで、地元でイベントがあるときなどに出店して販売している。

小女子のくぎ煮と地元ではバンチョーといっているが、ツメタガイの佃煮を持ってきました。

今後は、頑張っって皆さんに喜んでもらえるような品物と作って生きたいと思います。

### ・中西さん

女性部の思いは一つとなって、加工を行なうようになりました。コオナゴのくぎ煮をイベントなどに出品しています。



## 質疑応答

Q：ツメタガイの佃煮を作ると、普通硬くなってしまうが、柔らかいのはどうしてですか。

A：おととい水揚げがあり、急遽炊いて持ってきたものです。普通、ツメタガイは、春に獲れるもので、柔らかい。ただ、9月、10月の暑い時期に獲れるものは固くなります。寒の水を吸って美味しくなったり、柔らかくなります。ただ、柔らかくするには秘伝があります。くぎ煮の由来は、新鮮なものを炊くと釘のように曲がることから付けられたものです。今回のものは、冷凍の原料を使ったために、若干色艶も悪くなっています。

### ③ 潮の香り会（大坪、高橋さん）

#### ・高橋さん

長崎県の五島から来ました。私たちは、通常4人で活動していますが、今日は2人できました。

最近、お刺身を食べない方が増えてきたということで、ブリを食べていただけたらということで、ブリカツと美海らんまんを作ることになりました。

これらかも美味しいものにするために頑張っていきたいと思っておりますのでよろしくお願いします。



#### ・大坪さん

長崎といえば、角煮饅頭。それに負けないように、五島と言えば、美海らんまんということで、頑張っています。



## 質疑応答

Q：現在、私たちが扱っているのは、無店舗販売ですが、こういったものも饅頭も無店舗販売なのですか。

A：美海らんまんやぶりブリカツは、冷凍してあります。イベントに行くときには、数量を想定してもって行き、その日に油で揚げ、美海らんまんの方は蒸しています。

Q：保存期間はどのくらいですか。

A：ぶりカツは30日くらい。美海らんまんは 日にしています。

Q：ブリといえば、比較的価格も高いものですが、採算はとれているのでしょうか。

A：私たちのところはブリを養殖していますので、そこから仕入れて、付加価値をつけて売るようにしています。

Q：五島での女性グループの活動はどうなっていますか。

A：地元では、私たちとタンポポの会さんだけ位です。ですから、何か他人と違ったことをしているような目で見られているように思います。なんで、そこまでしなければいけないのと、思われているようです。私たちから言えば、他の人たちのほうが、パワーがあるように思います。

家計維持にもなるようにしていきたいと思っています。私たちのグループは、子供がおり、働きたくても1日は働けない。1日に、何時間か働くことは出来る人たちが集まっています。

#### ④ 山口総調理長からの料理提案

間人のモヤめしセットの具材をりょうして、作ったもので、香草バター(パセリ、エシャロット、ニンジンなどが入ったもの)を使って作ったグラタンです。

栄喜っ娘ひめ市のいか団子を使った中華風のあんかけです。トマトケチャップを使った甘かけです。

彦島シーレディースの小エソに川のりとクリームのパーストを塗って焼いた料理です。

<試食をしていただきました>

バイガイのグラタン



いか団子の甘酢あんかけ 小エソのクリームパースト揚げ



#### ⑤ 栄喜っ娘ひめ市 (河原 (多)、高田、河原 (梅)、太田野 (し)、太田野 (広) さん)

##### ・河原 (多) さん

私たちは、3年前から活動しています。6人のメンバーでやっています。

魚か低迷が続き、とにかく何とかしなければということもあり、一部県の補助事業を活用させていただき、起業化しました。

現在は、じゃこ天など惣菜などを加工して、移動販売しています。

##### ・高田さん、太田野 (し) さん

今日は、勉強になりました。どうもありがとうございました。

##### ・太田野 (広) さん

私は、すり身の担当しています。色々これからも勉強していきたいと思っています。



## ⑥ 間人底曳網漁業女性の会（田中さん）

### ・田中さん

丹後町漁協で参事をしております。底びきのお母さんたちが加工などに取組まれておられて、私はそのお手伝いをしています。

間人がにを食べにこられる観光客の方々に、なんとかおみやげ物として販売できないかということで、色々なものの加工に取組み始めています。

漁業者も苦しい状況にありますので、これからいいものを作っていきたいと考えています。



## ⑦ 新宇部漁協女性部（渡壁、村上さん）

### ・渡壁さん

瀬戸内れんちょう、きららえびを作っています。このほかに、真いかのリングを限定販売しています。

加工の際に、揚げると固いとか、柔らかいとか、縮むとか様々な問題がありましたが、色々試行錯誤してやってきました。

女性部が加工を始めるときに大変でした。女は余計なことをするとか、色々言われました。ところが、県と市の方々に色々ご協力をいただき、組合からもやっと協力をいただき、ここまでやってくる事ができました。

最初取組んだ役員が 7 人いましたが、結局残ったのが、村上さんと私だけでした。やはり、パートナーがいないと加工が出来ません。そして、1+1が2ではなくて、4になったのです。

今、1年に一つ、目標を作ることにしています。収入がある程度なければやっていけないと思います。

これから販路を拡げて生きたいと考えています。



### ・村上さん

こういう機会を作っていただきありがとうございます。

宇部でも色々な機会があるのですが、あまり有意義ではありませんでした。しかし、今回参加させていただいて、とても心強く思っています。

きらら博というが山口で開催された時に作り始めた事もあって、きららえびと名づけました。今は、きららえびも大きめになっていますが、小さいものから使っています。また、活きたエビを使いたいのですが、単価が安くなったものを使っているので、鮮度的には問題ありませんが、死んだものを使っています。



⑧ JFしまね恵曇漁協女性部（青山さん）

・青山さん

みなさんと、思いがけなく盛り上がる事が出来て大変嬉しく思っています。

加工に携わっている人が現在、10名ほどおりますが、今シーズンで、この3連休が稼ぎ時ということもあり、私1人が参加させていただきました。

加工を始めてから、28年になります。最初、白い目で見えていたのが男性群でした。平成元年に加工場が建ったときには、2、3年も経てばやめるだろうと思われていたようで、逆に何するものぞと思ひ、頑張ってきました。その結果、最近では、市場に行くと、男性の仲買人も言葉をかけてくれるようになりました。加工メンバーの特技を活かしながら、活動しています。

今、1時間660円で働いてもらっています。また、年間の稼働日数も、280日くらいになっています。その間、思いがけなく良かった時もあります。堂にこうに香やら指していただいています。

これからは、男性を旨く利用して頑張っていこうと思っています。



⑨ 彦島シーレディース（廣田、岡田、鈴木、浦さん）

・廣田さん

私たちはカモンワークに、テナントとして入っています。

我々のところは、底曳網漁業をやっていますので、早朝より、唐戸市場の方で主人や息子が獲って来た魚を相対で販売しています。

明日のシンポジウムで、活動状況を報告していただくことになっていますが、私たちの活動が皆様のお役に立てれば幸いです。



・岡田さん

副代表をやっています。

私どもの活動については、テレビ番組でも放映されています。



⑩ JF壬生川漁協女性部（本田、飯尾（政）、曾我部、河内、飯尾（由）、柳瀬（頼）、柳瀬（キ）、柳瀬（美）、稲井、矢野、本田さん）

・本田さん

私たちは、壬生川漁協女性部の「愛ちゃん」という店をやっている11名です。愛ちゃんというのは、愛媛県の「愛」からとったものです。私たちには、愛が溢れています。



<それぞれ、自己紹介  
をされました>



### ⑪ たんぽぽ会（道下、荒木さん）

#### ・道下さん

タンポポ会というのは、食生活改善グループです。五島で初めて昆布の養殖が行なわれ、養殖業者の方が昆布を持ってこられて、何とかできないかと相談を受け、3年間かけて商品開発を行い、こんぶ麺と3種類の佃煮を作りました。

皆様をお知恵をお借りしながら、発展させていきたいと考えています。



#### ・荒木さん

代表は、私が小学校のときの恩師です。仕事を進めるにあたって、先生のお知恵をお借りしながら一緒に頑張っています。

五島に観光にこられた方々に、私どもが昆布娘として、お土産として昆布美人を販売しています。

全国的に有名になればと思っています。



### ⑫ JF佐賀市漁協女性起業化グループ（古川さん）

#### ・古川さん

本当は最高の状態で食べていただく予定だった焼海苔アイスクリームでしたが、台風による停電でもあり、満足行くものを出すことが出来なかったことは残念です。

私たちの起業化グループは、名前の通り、企業化を目的にして結成したグループです。

一番摘みの柔らかい海苔なのですが、佐賀海苔のブランドを守るために、入札にのらないのがでます。今までは、焼却したりしていたのですが、何とかそうした海苔を商品化できないかということで、取組み始めました。

既に、海苔の商品というのは沢山ありますので、ナショナルブランドに打ち克つ商



品にしなければならないということになり、現在の包装にしました。販売についても、地元で売なのか他地域で売のかを考え、東京で売ろうということにしました。そこで、みんなで東京のデパ地下を回り、どんな条件で、どういう商品が置かれているのか研究をしました。

それから、みんなで頑張りながら、現在に至っています。

### ⑬ 島浦町婦人加工グループ（濱田、佐藤さん）

#### ・ 濱田さん

私たちのグループは、漁協の方から、イベントに出てくれないかということがきっかけとなって、活動し始めました。最初の頃は、家庭用のミンチの機械を使うなど、非常にレベルが低かったのですが、そのうちに漁協も応援してくれるようになり、電動のミンチの機械を導入してくれました。

島浦は、延岡の沖にある小さな島で、まき網漁業やまぐろ延縄漁業が行われているところです。ほとんどの女性は、島の中にある加工屋さんのところ働きに出かけられています。どうしても、加工屋さんの方が収入も良いということで、なかなかグループに参加してもらえない状態です。



#### ・ 佐藤さん

まだ、加工グループを立ち上げて 2 年ほどしか経っていません。見習いの状態ですが、頑張っています。

現在、ほとんど道具が揃っていないので、なかなか思うように進まない状態にあります。



### ⑮ その他

事務局より、24 日のシンポジウムの日程等について説明を行い、20 時 30 分過ぎに終了しました。

## 第Ⅱ部 うみ・ひと・くらしフォーラム★魚食を考えるシンポジウム in 下関 ——漁村女性グループにおける活動状況と抱える課題——

10時より、うみ・ひと・くらしフォーラムの関さんの司会により、シンポジウムが開始された。

最初に、独立行政法人水産大学の浜田理事から、次のような挨拶があった。

### ・浜田理事

昨日は、有意義な時間を過ごされたことと思います。

当校は、農林水産省の所管で、水産の総合教育をしている学校です。

昨日のうちに、加工、販売についての様々な課題についてわかったのではないかと思います。それを基にして、積極的な意見交換をして、有意義に過ごしていただきたい。

現場のお話を直接伺う事が出来るというのは、学生にとっても非常に勉強になるよい機会をいただいたと思って、感謝しています。卒業して、皆さんのお手伝いをするような学生が出てくれば嬉しいと思います。



うみ・ひと・くらしフォーラムの三木さんより、次のような主催者挨拶及び趣旨の説明があった。

### ・三木さん

うみ・ひと・くらしフォーラムは、2003年にできました。関、副島、三木の三人は、それぞれバラバラに漁村調査をしていましたが、漁村女性を見ているうちに、私たちに何か出来ないかという気持ちから、まず同胞を集めるところから始めようということになりました。このような会を開催できたのは、私たちにとっても大変嬉しいことです。

シンポジウムの趣旨ですが、昨日の懇親会で、いろいろな問題点が断片的に出てきたかと思いますが、今日はそのあたりをさらに掘り起こすことにしています。皆さんは、今回、自腹で旅費を捻出しているわけで、何かつかんで帰りたいと思って参加しておられることとも思います。是非、何かを持ち帰っていただければと考えます。

シンポジウムの構成ですが、先ず第Ⅰ部は、2事例、私と副島の方から報告させていただきます。これは、単なる事例紹介ではなくて、たたき台的に、それぞれが自分のグループとの比較で、じっくり考えながら聞いていただきたいと思います。

聞いていただいた後に、ディスカッションに入りたいと思います。皆さんが思っていることをお話していただきたいと思います。1グループで



考えていても解決できない事も、もしかすると、他のグループからお話をいただくことによって、解決するかもしれません。そういうチャンスがあるディスカッションです。

さらに、コメンテータの皆さんをお招きしていますので、皆さんの方から訊ねていただいても結構です。私の方から、コメンテータの方々にマイクを持って行って窺う事にしていますので、ご意見、つぶやきでも結構ですので、出していただければ幸いです。

この機会を活用して、損をしなかったというようにしていきたいと思います。

司会より、参加された女性グループの方々の紹介を行なった。

**うみ・ひと・くらしフォーラムから二つの事例、彦島シーレディース及び栄喜っ娘ひめ市について下記のような紹介を行なった。**

#### ・彦島シーレディース（三木さんの報告）

活動開始は、1998年です。当時、加工グループの出張販売、料理講習会を行なっていました。それが今の形、カモンワープに入られたのは、2002年です。地魚揚げ物専門店として、出店されました。

シーレディースの活動目的ですが、第一には漁獲物の付加価値向上です。それに付随して、漁家の所得向上、漁村女性の地位向上、地域の担い手育成、魚食普及の推進というものがミックスし、活動されています。活動されている方々は、ほとんどが小型底曳網漁業の妻の方々に、唐戸市場で「立ち売り」という形で、家業として販売を行なっています。

1990年代後半から、漁村女性地域漁獲物付加価値向上支援事業という支援を得て、加工を開始しています。女性の正組合員化の運動をされ、2000年に実現されています。

カモンワープに出店される際の開業資金480万円は、女性にとってかなり大きな金額ということから、その調達方法は、行政支援とメンバーからの出資によって捻出されています。両方とも、特長のあることです。

行政支援は、リーダーの廣田さんが、農林水産省の「私の取組と今後の男女共同参画推進に向けての提言」というものに応募して受賞したことから、長官にお願いをして実現しました。二つ目は、女性部に出資を呼びかけて、145万円集めました。

揚げ物専門にした理由としては、かつて出張販売や料理講習を行なう中で、揚げ物というのに対して手ごたえを感じていたという事があったようです。

彦島シーレディースの2大メニューは、巖流揚げ、昨日は小振りでしたが、本来は串に刺して揚げっていますが、とたこ飯です。

商品コンセプトは、主に三つあります。一つ目は地産地消ということです。これは、水産物に限ったことではなく、農業との連携も実施しており、地元産の椎茸、米を調達しています。二点目は地元水産物の消費、三点目は安い水産物の消費です。たとえば、どういうことかという、巖流揚げの原料は、底曳網で大量に漁獲される安価な

エソです。そこに、野菜をみじん切りにして入れて、栄養バランスのとれた子供もニコニコ食べられるものとなっています。

たこ飯については、鮮魚販売に不向きな小さなサイズのものを利用しています。もともとは、漁家の食卓に良く並ぶものでした。

彦島シーレディーそのもう一つの大きな特徴として、組織があります。1 参画、2 参加、3 応援です。参画は、出資もしているし、イベントのときに応援してくれる人たちです。普段は出来ないけれども、イベントの時には応援できる人たちを巻き込むものです。現在、8名。加入時13名でしたが減っています。

組織体制としては、リーダーの廣田さんが経営全般で、対外的活動をやられています。岡田さんが仕入と商品の段取りを担当されています。鈴木さんが店の販売の担当をされています。ポイントとしては、責任体制の明確化ということですが、出資と密接に結びついて、お金を出した人が経営の責任をとるという形になっています。

一日のタイムスケジュールですが、かなりハードです。立ち売りをされていることは既にお話をしましたが、夜中の1時半に、唐戸市場で立ち売りを開始されます。お店そのものは、10時から開店し、鈴木さんがお店に入ります。唐戸市場で立ち売りされているメンバーは、唐戸市場が一段落した段階の、お昼前にお店に移動し、その後若干の休憩をとりながら店に詰められ、17時に終了しています。もちろん、その後ご自宅に帰られて、家事をやり、その後睡眠をとられています。睡眠時間が毎日短く、長時間労働というのが問題になっているように思います。

その点で、ちょっとほっとするのが、活動日数ですが、以前は休みなしで時化以外の日は休めませんでした。2005年からカモンワープが定休化しましたので、とりあえずその日は休める体制になりました。

商品と価格ですが、値付けの難しさについて色々なところからご意見が出ておりましたが、彦島シーレディースの主なメニューは、巖流揚げ 200 円、小エソ唐揚げ 100 円、唐揚げ 150 円となっています。どうしてこの値段にしたのかというと、巖流揚げに関しては、2/3 が原価で、かなり厳しい。けれども、消費拡大が狙いなので、ここは止むを得ないなということで、この値段にしています。消費者にとって手にとりやすい値段と言うことになります。小エソ唐揚げは、1 尾 100 円。これは、原価が比較的低くかせる商品になります。こうした商品の組合せによって、上手く商売を回しています。

値付けに関しては、原価を考慮しつつも、消費者が買ってくれそうな価格がどういうところにあるのかを重視されています。このあたりは、商品販売の経験のある岡田さんの意見がかなり出ています。基本的に値引きはしない、売れ残りを少なくするように、調理するときに調整するということをやられています。

紹介した単品メニュー以外に、彦島シーレディースセットメニューとか、弁当 500 円、豪華弁当、オードブルなども注文に応じて販売されておられます。

仕入れは、基本的には立ち売り女性から購入しています。その際、価格の下支え的なものとなっています。高くは買えないけれども、沢山獲れて価格が安くなりってしまい安く売らざるを得ないものを、かわれています。

皆さんの共通の課題だと思いますが、漁獲の変動についてどうされているかということですが、タコ、エソに関しましては、大量に漁獲された時に購入して冷凍保存をされています。もちろん、そのために、途中で冷凍庫を購入されています。また、他の具材、例えばシソなどは、空き地に植えていたものを摘んで使っています。

売上については、2002年から2005年にかけての推移については、かなり減少してきています。その理由としては、最も大きいと思われるのが唐戸市場で週末に料理販売をし始めた影響が挙げられます。

経理につきましては、専門家に依頼しています。

経営上の問題としては、こだわり商品、例えば前述したように地元の農産品を使ったり、また油についてもこだわっています。それで、商品コストが高い、けれども収益を上げなければいけないというジレンマがあります。けれども、一番はずしてはいけないところとして、低収益でも安心安全ははずさないようにされています。

給料については、1時間500円でやっています。鈴木さんの場合は別ですが、非常勤のメンバーの方々の収入は、大体月に7万円くらいになります。

売上の減少の対策については、店に入るスタッフを絞り込むようにしています。

加工技術については、行政支援を受けながら独自に開発をされています。

衛生管理等については、立ち売りをされてきた事による経験があった事が、スムーズに動いた要因となっています。

客層に関しましては、観光客が7、地元が3となっています。

宣伝の方法は、積極的にするというのではなく、県、市とか、カモンワープなどのフリーペーパーを活用したり、マスコミの取材を受けるということで、無償でもらっています。

行政支援ですが、現在は受けておられませんが、色々な協議会などに出ることによって他グループとの交流を重視されているとのこと。

こういう活動をやっている中で、どうしても家族の協力と理解というモノが欠かすことができないかと思います。彦島シーレディースの場合は、立ち上げ時に夫が背中を押してくれた、家族もメンバーとして参加している、家事を手伝ってくれるという、良い環境があったようです。「おだてながら乗せてしまう」のが手ということ。

地域の理解に関しては、彦島シーレディースに関しましては、むしろ長時間労働でよくやるよねと言うものがありますので、妬みとか批判的言動はないようです。また、価格の底支えをして、地域貢献もされているので、むしろ理解されているようです。

今後の課題は、売上の減少の対策と人材育成ということになります。

以上が、彦島シーレディースの現状です。

#### ・ 栄喜っ娘ひめ市（副島さんの報告）

2004年から活動を開始されています。地域のまき網で獲れる魚が量も減るし、価格も安いということで、なんとかして付加価値を高めたいということで活動を開始されました。

水産物を惣菜に加工し、軽トラックを用いて宿毛市内の市役所などを回り、仕事帰りの消費者の夕食をターゲットにして販売をされています。

組織については、メンバーは 6 人です。6 人は、漁協女性部というものとは無関係に活動されています。女性の加工については、漁協の女性部の有志が集まっているところが多くなっています。漁協女性部という看板を持っているので社会的信用を得やすいのですが、加工部での売上を女性部に拠出しなければならぬという場合が散見されます。漁協女性部の看板をはずすことによるメリットとデメリットということが、一つの論点になるのではないかと考えます。



栄喜っ娘ひめ市のメンバーは、30代～70代まで各世代が揃っています。組織・責任体制ですが、リーダーが経理、買付、加工、労務管理を行なっています。今後、社会的信用を得るためだけでなく、特定の人物への負担軽減や長く活動して行くためにも、特定のメンバーが持っている技術やノウハウ等をメンバーと共有、継承して行く事も必要かと思えます。

商品と価格ですが、価格帯は 200 円～300 円で設定されています。寿司以外にも、弁当、南蛮漬け、一次加工処理したアジフライ、ナスの田楽などが販売されています。惣菜のメリットとしては消費者に売りやすいことがあります。最初は、鮮魚の販売が目的でしたが、惣菜の方が売りやすいということで、徐々に惣菜に傾斜してきました。ただし、惣菜の加工には、手間隙もかかりますし、色々な食材を組み合わせる調理しなければならぬようになりました。

価格ですが、少しずつでも、組織として利益が得られるような経営にしたいということから、最近では少し価格を上げられたということです。ただし、この場合、途中から価格をあげることに伴うリスクも伴ってきます。毎日利用している方だと、10 円上がることによって伸ばす手も引込んでしまう事もあるようです。最初の価格設定というのは、どこのグループでも持っている課題のようです。

タイムスケジュールは、朝の 7 時に巻網船が戻ってきて、材料となる魚が水揚げされます。8 時になると、メンバーが集まり、惣菜の加工作業を始めます。1 日 12 種類の惣菜を作り、それに必要な魚は 1 日 20～25 キロになります。夕方の 16 時頃までの 8 時間かけて、惣菜を作ります。加工場の中では、複数の惣菜を同時並行的に作りますので、忙しくされています。16 時になると、仕事帰りのときを見計らって、商品を軽トラックに積み込み、お魚天国のメロディーをかけて走らせます。車を止めると、その音楽を聴きつけたお客さんが集まってきます。一人当たり 300 円～1,000 円位を購入して帰られます。19 時くらいまで市内を回り、加工場に戻り、片付けて帰宅するのが 20 時くらいです。こちらも、長時間労働です。多くの女性が行っている家事を、きちんと労働と評価した場合、ますます長時間労働になります。漁家の女性は、海にも出られる方もいますので、更なる長時間労働になります。

販路は、行商が70%、多くの女性グループがメインとしているイベントが20%となっています。この行商ですが、どういった点がいいのかというと、店舗が不用で、軽トラックさえあればどこへでもいけるという点があります。時には、お客さんの家まで売り込みにいけるということになります。ただし、タイミングが合わない事もあり、売れるかどうかという点で難しさがあります。

現在では、新しい販路の開拓も行なわれていて、10月からスーパーに生のすり身とか団子を卸し始める予定です。キロ単位で納入して、スーパーでパッケージすることになっています。この方法が上手く行けば、理想的だと考えています。

栄喜っ娘ひめ市は、イベントにこだわらない売り方を研究している点で面白いと思っています。2005年は、480万円の売上がありました。初年度の2倍になっています。人件費は、そのうちの30%を占めています。現在は、時給制に至っていないということで、歩合制になっています。

水産物とかの原材料経費が50%、返済が20%となっています。ということは、組織としての利益はほぼない状況になっています。

施設、設備ですが、加工場はまき網の網置き場を使っています。改装する段階から、営業許可をとれるように設計を、最初から専門家などに聞きながらやっていたので、すぐに営業許可がおりました。材料のストックも、当初から意識していたので、最初から整備しています。

じゃこ天用のミンチの機械などは、補助事業を使って入れられたのですが、自分たちで払っていきこうと、資金繰りや活動展開などについて計画性を持っていますので、あえて自分たちで買える範囲の中古を購入しています。最初から、施設・設備については、中・長期的な計画性を持って準備しています。

免許・許可ですが、惣菜製造業と魚介類販売業の許可を取得しています。これに関しても、活動を意識し始めるとすぐにリーダーが最寄の保健所に自ら問合せをして、なんでもできることは何かという質問をして、この二つを紹介されて取られたそうです。これらの許可を取るには、講習会への参加や許可申請手数料、栄喜っ娘ひめ市の場合6万円でしたが、グループによっては負担だと言うことで、取得に至らないグループもある。栄喜っ娘ひめ市の場合、今後のことを考えると、この程度は負担ではないということを考えています。食品の衛生管理についても、講習を受けて、衛生管理者の資格をリーダーが取得し、メンバーに対しても講師を招いた講習会を数回実施しています。

加工技術についてですが、味が安定しないという消費者の意見もみられました。しかし、県の工業技術センターの方などの指導を受けながら、日々味を統一しようとしているということです。きちんとした商品として確立させるためには、商品の味や品質が安定して行く事が必要だと思います。ただし、別の県の農村で見た事例ですが、同じ県内の中に、少ない普及員さんが数多くの県内のグループをみんな回ってアドバイスをしているが、その場合、県内の違うグループに違うものを見ているにもかかわらず、どこへ行っても同じ形、同じ色、同じ味の野菜せんべいが売られていたのを見ました。そういった意味で、自分たちの味を作るために、アドバイザーの意見を聞き

ながらも、伝統的な味を残したいのか、一般向けする味を作りたいのか、どこに視点を置くかを決めて行く事が必要だと思います。

宣伝は、栄喜っ娘ひめ市は、手書きで自分たちでチラシを作ってまいっていました。新聞などのマスメディアの利用もあります。ただし、こういったものも、マスメディアに載ることによって一気に注目度は高まるものの、材料、労働力が間に合わずに対応しきれずに逆に評判を落としてしまった事例もあります。対応しきれたとしても、ある程度の期間が経つと、客数も減ってしまうという事もあります。

行政支援ですが、ハード支援は、県と市による集落支援事業を活用しています。これは、3年間、補助事業を受けることは出来ましたが、3年目はあえて補助を受けませんでした。これは、組織としての自立の第1歩ではないかと思えます。

こういった事業を受ける場合、8割補助とか7割補助とかになりますが、残りの部分を自己資金が必要になります。そういった場合は、大体、組織としてのお金を貯めていない場合が多いので、こういったときも大体リーダーが負担してしまう事例が多いようです。特定人物への負担の偏りの問題があると思えます。

ソフト支援の点ですが、この地域では名前は違えども普及員さんのような役割の方がいらっしゃいまして、いろんな形で重層的に支援しています。何も無くとも、顔を覗かせてくれる人も多いと、こういった面も、メンバーにとってはすごく励みになるとおっしゃっていました。

そうした点でも、ここは恵まれているように思えます。

家族の理解と協力ですが、どこでも話題になりますが、どのようにして家族の理解と居いう力を得て行くのか。一番簡単なことは話し合いでということになりますが、話し合いで済めば問題はないということになります。リーダーの旦那さんが協力してくれています。最初は、旦那さんも料理が好きではなかったようですが、甘えられて、断れなかった。そして、一度作ってみると、「美味しい」とほめてほめて、褒めちぎったらしいのですが、そうすると嬉しくなっちゃって、自分がやろうかと言うことになったらしいです。そういう意味で、甘え作戦とか、褒めちぎり作戦はかなり有効なようです。これは、家事についてもそうです。料理を一度作ってもらって、心の中ではこんなのは簡単だとは思っていても、「美味しい」と言われると嬉しくなって、これからも作ってしまうことになりますので、有効なようです。

その他に、家族経営利用協定の利用と言う手もあります。山口県は、漁村の中で一番利用協定の締結数が多い県なので、逆に、会場の中で、締結されておられるようなところがあれば、効果がどうなのかという事も後ほどお聞かせいただければと思います。

結果として認めさせるという方法があります。活動を続け行くと、結果としてその努力を認めざるを得ないということも出てくると思えます。そういった事が、一番家族に伝わりやすいのではないかと思います。

最後に、地域の理解と協力ですが、どこの知息でもよく聞くことですが、主に地域の女性、漁業に携わる女性から、ひがみややっかみをかけてしまうということをよく聞きます。このために、あえて売上を抑えるという事例もあるようです。

昨日も話題になっていましたが、女の集まりに何が出来るのかということで、漁協とか地域の男性から協力も理解もしてもらえないという事もよく聞かれます。したがって、こうした地域のところでどのように協力を得ていくのか、計画性を持った活動、経済的、社会的評価を得て行くような活動となる必要があります。このためには、先ほどと同じですが、継続性を持った活動、経済的に評価されていく活動と言うようになって行くしかないのではないかと思います。そのためには、続けるぞ、ビジネスとしてやっていくぞというように、勇気を持ってやって行く必要があると思います。

## 第Ⅱ部 パネルディスカッション

### ・コメンテータ

大留蒲鉾株式会社代表取締役社長	今井 宏 氏
道の駅萩しーまーと駅長	中澤 さかな 氏
独立行政法人水産大学校食品学科教授	芝 恒 男 氏
財団法人魚価安定基金業務部総括	佃 朋 紀 氏

### ・司 会

うみ・ひと・くらしフォーラム	関 いずみ 氏
	三 木 奈都子 氏
	副 島 久 実 氏

**関さん**……それでは・みんなでトーク・を開始したいと思います。まずコメンテーターの方を、紹介させていただきます。最初に大留蒲鉾株式会社社長の今井宏さんです。

**今井さん**…今井と申します。よろしくお願いいたします。(拍手)

**関さん**……そして道の駅萩しーまーとの駅長さんでいらっしゃいます、中澤さかなさんです。

**中澤さん**…中澤です。(拍手)

**関さん**……そして独立行政法人水産大学校食品科学科教授の芝恒男さんです。

**芝さん**……芝です。(拍手)

**関さん**……最後に財団法人魚価安定基金総括の佃朋紀さんです。

**佃さん**……佃です。よろしく。(拍手)

**関さん**……最初にコメンテーターの方に前段の報告内容についてのコメントを述べていただきたいと思います。



### <<加工販売の様々な課題>>

**今井さん**…大留蒲鉾の今井と申します。合併でこの下関と隣町になりました、長門市仙崎から参りました。先ほど二つの事例を聞かせていただいて、本当に女性のパワー

を強く感じました。

二点ほど私が感じたことをお話しさせていただきたいと思います。一つは皆さん困っている値付けの問題ですね。安く売ればたくさん出る、それで売り上げも上がるのではないかということで、安くしたいという思いと、やはりその労働、あるいは利益から考えると、ある程度の値段を取りたい。私どもメーカーとしても、そういう思いが日々あります。ただ、今まで百円で売っていたものを百二十円、百五十円で売るためにはどうしたらいいか、つまりどんな付加価値をつけられるか、そこが大きなポイントになると思います。答えを出すのは難しいのですが、たぶんいろいろな販路の中で包装形態から量目など、付加価値の付け方を検討しなければいけないのかなというのを感じました。

二つ目は、彦島シーレディーズさんはエソを使っていらっしゃるということでした。エソは冷凍保管すると戻りの問題などがあって、けっこう使いにくいと思うんですね。この辺りのテクニックはある程度の品質を安定するために、重要になってくるのかなというのを感じました。

**中澤さん**・・・萩しーまーとは、道の駅というよりはお魚センターのようなところで、彦島シーレディーズさんが出店されていますカモンワープと似たような施設です。そこで販売促進をやっています。

地元の漁協の女性部さんや農協系の女性部さんとのお付き合いがありますが、いい加工品をお作りになっているんだけども販路がないというケースが非常に多いです。今日の二つの事例はきちっとした販路を独自で開拓されているという意味で、越えなければならないバーを既にそこは越されているなという気がしました。ただ長時間労働という点は気になります。それぞれの活動に、敬意を表するとともに、お体をお壊しになると大変ですから、そこもやはり解決していかなければならない問題だろうなというふうに感じました。

**芝さん**・・・水産大学校食品学科の芝です。私が教員として考えていることは、水産食品の教育の中に食文化の要素を導入できないかということです。

今日の二題の中から感じたことを話します。惣菜という言葉が頭に響きました。先だって外国の研修生に魚を食べてもらおうということを企画したときに、お刺し身はあまり人気がありませんでした。一方ですり身を揚げたものが非常においしかったという評価を受けています。衛生面からは揚げたりして、熱を通すと非常に取り扱いやすいという便利さもあります。

それから値段のことなんですけれども、天婦羅屋さんに行くと、1品揚げると千円なんて値段がしますよね。天婦羅がなんであんなに高いのだろうかというところに何かヒントがあるような気がいたします。いろいろなことを工夫しても、値段というのはそんなに簡単には上がらないのではないかと、おそらく文化とか、ファッションだとかそういった要素が値段を引き上げていくのではないかなと僕は思っています。

**佃さん**・・・物を売るためにどうされるのかという課題と、経営を維持するためにどうされるのかという課題、二つの課題があるのかな、という感じがします。

物を売るためにということでお話しします。女性の方々が作られているものには、大きく分けて二種類あると思います。ひとつは一般的な加工品、要するに塩干品とか塩蔵品、もう一つは惣菜と言われるものです。そうすると、売り方も加工品と惣菜では変わってくるのではないのでしょうか。最近、インターネットでの販売が話題になっていますが、ネット販売であれば加工品とかそういったものになるでしょうし、店舗や行商では総菜というものが出てきます。それから味に関する非常に難しい課題がある。東京の人間からすると、実は地域の持っている味が非常にひかれる部分である。そうすると、自分たちが作っている伝統的な味というのは東京の味に勝るとも劣らずということが言えるのではないか。ですから、味という問題も少し議論してもらえると面白いかなと思っています。

**関さん**……ありがとうございました。それぞれのコメントから、値付けの問題、値付けのための技術の問題、販路の問題、労働環境の問題、ファッションなど新しい付加価値という視点、それから売る技術ですね、それは商品の形状であったり味付けであったり売り方であったり、そういう課題、というようなポイントが出てきたわけです。

まず、売るための値段をどうつけるかということが販路とか売り方というところにもつながってくるのではないかと思いますので、ここを切り口にしていきたいと思います。

ここからは会場の皆様を含めての自由な議論の場としたいので、値付け、販路、流通等について皆さんの活動の中で、課題をどう乗り越えてきたか、あるいは今実際に壁にぶつかっていることなどありましたら、どなたかお話しいただけないでしょうか。

### <<原価積み上げによる値付けを考える>>

**たんぽぽの会（道下さん）**…私たちは初め、本当に純粋な村おこしのボランティアで3年間、楽しみながら、一生懸命夢を見ながら、何の愚痴もこぼさずに頑張ってきました。しかし4年目、今年初めて商品化して、お金が入りやすくなった途端に、仕事がきつい割には賃金が安すぎるとか、メンバーの不満が出まして、1パックを百五十円としているのを、200円に上げたらいいのではないかという議論がありました。



みんなが経営者なものだから、お互いに自分の好き放題のことが言えるわけですね。全員で6人のグループですけれども、1対5で200円にすべきだという意見になりました。しかし、私は、今10円でも上げたために売れなくなったら誰が責任を取るのかということで強く押して、値上げをしませんでした。しかしそれでは経営がうまくいかないのではないかとということで、80グラムを70グラムに減らして、同じ値段の百五十円ということで現在やっています。これから先もその問題はずっと続くのだらうと思いますので、ここで勉強していきたいと思っています。

**関さん**……この値付けの難しさという点について、中澤さん、いかがでしょうか。

**中澤さん**…確かに地元の方がよく利用されている惣菜なんかだと、10円のアップでも非常に敏感に売れ行きに反応することがあります。逆に圧倒的に観光客が中心なのだという場合にはあまり影響がないのかもしれませんが。でも、私はあまり観光客向けに商売をするべきでないと思っておりますので、今おっしゃられたグラム数をわずかに減らして、それで値段を維持するというのは、一つの方法かと思います。

経営を考えた場合には、損していたらいつか続かなくなるときが出てくると思うんです。値段を決める方法論としては、原価があって、経費などのコストを積み上げていって、そこに一定の利益を乗せて値段を決めるという原価法が当たり前のやり方だったのですが、今の世の中はもうそれで通用しなくなってきていて、まず売価ありきで、それに対してコストを抑えて、というように逆になってしまっています。けれども、皆さんが作られている加工品の分野に関してはまだ原価積み上げ法でいいのではないかなと思います。

原価、人件費、減価償却、パッケージ、宣伝費、流通マージン等も考えなければなりませんよね。そういうものをきちっと一度計算されて、本来の値段をまず出されて、そこから検討されても遅くないのではないかなと思います。

**関さん**……ありがとうございます。ひめ市さんの所に調査に行ったとき、やはりその値付けの問題というので悩まれていたのですが、今どういうふうに対応されつつあるのか、ご発言いただけますか。

**栄喜っ娘ひめ市（河原さん）**…値付けの部分は今の長崎の方のように、ちょっとグラム数を減らして金額を変えないという形にしたり、今まで百五十円で売っていたのを2百円で売るためのグラム数は、量的には少しの誤差で上げるという形にしています。でも、いつも買っている人は敏感で、ちょっと少ないとか、ちょっとだけしか増えていないとか、けっこう引き数で読んでいるような人もいるようで、そこが難しいですね。中澤さんが先ほど言われたように原価計算をきちっとして、というのものすごい大事なんですけれども、田舎の人って意外と、ドーンと入っていないと駄目とか、百円じゃなきゃ駄目とか、そういう考えが多いですね。そういうところで悩んでいます。



### <<商品への自信をPRする>>

**今井さん**…先ほどの量目を減らすという方法は実質的な値上げになりますので、販売の店員さんからそれは値上げではないかとよく言われます。それでどうするかというと、一つにはうちの場合は新商品を出すときに少しずつ利益率を上げていくというやり方を取っています。

もう一つは、地域で売られている、皆さんの競争相手の同等商品の値段、品質、パッケージについて調査されることはあるのでしょうか。自分たちで見た場合の価

格というのもあると思うんですけれども、他社と比べたときにやはりうちのほうが完全に品質も上だということになったら、きちっとした値段を取ってもいいのではないかなと僕は感じています。それだけの品質があるからこの値段を取っても消費者に受け入れられるのだという自信を持って売ることも、大切ではないのかなという感じています。

**佃さん**……僕は誰に売るかによって値段が変わってくると思うんですよ。観光客を相手にした場合は、素材や出し方にこだわっていれば、客の方ではそれなりの値段であっても、全然問題ないと思うんです。ところが、総菜というのはいちばん厳しいマーケットの中で販売競争をしている場合が多いわけです。

スーパーマーケットへ行くと例えばアジのフライ1枚が百円で売られている。でもそれは、中国で開きにして粉をつけたアジのフライです。ところが皆さんが作られている、地元で揚がった鮮度の良いアジをフライとして出す場合に、それは百円でとても作れるはずがないんです。だとしたら、その商品がスーパーマーケットで売っているものとどう違うのかということ、皆さんが消費者に言っていないといけない。それをしない限り、買う人たちにとってはスーパーで売っているアジのフライと皆さん方が作られるアジのフライは同じなんです。

その差別化がきちっと消費者に理解できたら、価格について消費者は納得するのかなあ、というふうに思います。

**JF 生壬川漁協女性部（渡壁さん）**…私たちはジャコ天とにぎり天、それにヒラ天を1枚百円で売っています。

愛媛県はジャコ天はどこでもやっているの、先達の先輩方の所へ行き、価格を見たり、苦労話を聞いたりしました。1枚70円で売っているところもありますが、「よく売れたからといって今更百円にはできないから、あなたたちは初めから百円にしとったらいいよ」というアドバイスを受けまして、初めから百円と付けました。

今年の3月にJAの大型直売店ができました、そちらのほうに出店することができました。初めは5枚5百円を出していたんですが、3枚3百円を出してくれるほうがいいよと責任者の方に言われました。

最初は百円は高いと言われましたが、味を知ってもらおうと必ず買ってもらえます。今は違いもはっきりわかっていただいて、1人で2パック3パック買ってもらえるようになりました。今1日20キロぐらい出しているんですが、午前中になくなります。



### <<無添加のこだわりと技術面の課題>>

添加物なしということで、パソコンでも宣伝しているので、わりとインパクトがあると思っています。値付けの面では初めに先輩たちのアドバイスを受けてよかつ

たなあと、思っております。

それからエソを使ってすり身をしております。メンバー11人が、ローテーションで回って作りますが同じ調味料で同じやり方でやるのに出来上がりが違うんですね。「なんでこんなにうまいことできんのだろうね」と、みんなで頭悩ませているのですが、先ほど今井さんが「エソの冷凍が難しいですね」と言われたので、そのことが原因かなあと思ったのですが、そのノウハウをちょっと聞かせていただきたいのですが。

**今井さん**・・・やはり冷凍変性してしまうので、添加物がある程度必要かもしれません。解凍時に水が出る、という問題は、急速冷凍すればだいぶ抑えられると思いますが、その凍結設備の問題がちょっと気になります。

うちの場合は冷凍すり身という安定するものをベースの一つ置いておいて、それに加えるという方法を取っているんです。エソとグチを使う場合はグチのほうがしっかりしているので、配合率をいろいろと工夫されるといいと思います。いずれにしても、無添加でやるというのは相当厳しい品質管理になるかなというのが、お話を聞いていて感じます。

## <<販路開拓の厳しい現実>>

**栄喜っ娘ひめ市（河原さん）**・・・私たちは行商で惣菜を売り回っています。保育園とか学校とか、土木事務所とか県の庁舎なんかを回るようにしていたのですが、最近土木事務所も統合されて、地元に住在する人がどんどん減ってきています。田舎の中では販路も難しいという現実があるんですね。だからといってコンピューターだとかインターネットだとかというところまでは全然考えもつかないし、やり方もわからないです。惣菜というのはこれからどうしたらいいんでしょうか。

それと自然食品だという、混ぜものをしていない自分たちの商品がすごく素朴なものだということは日々訴えているんです。軽トラックの対面販売ですから、これはこうなんです、味の素入っていないですよ、何も使っていないですよ、ということをやっても、それでもやはり手が止まるとか、売り上げも上がらないというところは事実なんです。

**中澤さん**・・・地元で取れる新鮮な材料をお使いになるというベースだけは、皆さんずっと守っていかれると思いますが、今のように細かくPRしても、地元の人ってけっこう厳しいですよ。ちゃんとできていて当たり前みたいなところがあるし、場合によっては顔を知っているから厳しいことをおっしゃる。統合によって売り先が減ってきたというのなかなか難しいところです。でも、軽トラで行商するというやり方というのは非常に面白いなと思いました。

萩市も高齢化世帯が非常に増えていて、買い物に出たくても行けない方々もたくさんいらっしゃるんで、これは商売としては儲からないと思いますが、そういう方々のニーズに応えるようなことを私どもも考えていて、今日のお話は参考になりました。高齢者宅のようなマーケットは一定にあると思うし、そこはたぶん地元のスーパーさんなどには手が出せないと思いますので、トラックという設備と運転して回

るという機能をうまく使って、そういう方面も考えられたらと思います。

私どもは、給食と福祉施設等への食材の納入もやっていますが、けっこう安定的な需要があります。地のものを使うということが評価を受けていまして、今萩市内の福祉施設十何カ所のうち、7カ所ぐらいはしーまーとに新しく取引いただいています。これは配達するという作業が伴いますし、惣菜にまで加工することはありませんが、魚でもある程度下ごしらえしすることが要求されますから、そういうルートがあるのではないかなというふうに思います。

### <<インターネットは副次的な利用を>>

インターネットに関しては夢を見られないほうが良いと思います。私もだいぶやりましたけれども、収支が立つほどの注文は来ません。たとえば水産加工品・産直通信販売というキーワードで検索すると、たぶん1万件ぐらいヒットするんですね。1ページ目に入ろうとしたら、ネットをやっているところにまた金を払わないといけないんです。

3年ぐらい前に聞いた話では、楽天市場に出店して収益が上がっているところは全体の10%、あと15%ぐらいが収支トントンで、残りの70%近くは、楽天市場に払う毎月の参加料を商売で引き出せていないんです。実はしーまーとを開店する前に、NTT西日本と組んで独自のショッピングモールを立ち上げましたが、経費ばかりかかって全然もうからないので途中でたたみました。そこに大きな期待はできないというのと、本気でやろうとしたら一人専任者がいると思います。

インターネットを使うよりも、地元の出身者で他所に住んでいる人たちに対してDMを出す、というやりの方が確実です。

**栄喜っ娘ひめ市(河原さん)**・・・それはもう、身内作戦や地域作戦にも力を注いでいます。お中元とかお歳暮とかはそれで固めています。

給食センターの売り込みが最初の私の目的だったんですけども、もうしっかりとキビナゴの冷凍を全部卸しているグループがあって、私たちが立ち入る隙はない。それで老人ホームに掛け合っていくと、骨1本でもあったら検査ではねられる。けっこう厳しい状況です。移動販売にしてもガソリン代がどんどん上がるし。2、3軒のところにガソリンをバンバン焚いていってお客さんがいなかったりしたら、もう全く赤字になってしまう。本当に今、悲惨です。

**中澤さん**・・・でも、それだからインターネットに頼むということは、僕はやはり辞められたほうが良いと思います。

**関さん**・・・潮の香り会さんはインターネット販売をやっているらしいですね。その辺りの現状やメリット・デメリットについてお話しいただけますか。

**潮の香り会(大坪さん)**・・・私たちは、楽天さんにオープンしたばかりで、今勉強中です。インターネットに出すことになったきっかけは、養殖魚のイメージを皆さんにちゃんと知ってもらいたいということでした。

私たちのやっている、今の養殖はきれいな海でこだわったエサを使って、徹底して管理されていい魚ができていますよね。身もしまって脂もほどよく乗って、

これを全国の皆さんにお知らせしたい。そこからブログをまず作りました。

今は懸賞市場に商品を出して、いっぱいアクセスしてもらって、とにかく知ってもらいたいと思っています。その中で養殖魚のイメージについてお聞かせくださいと言うようなアンケートもしています。そうしたらいろいろな意見が来るんですね。それも勉強の一つかなと。今のところ、今後の展開に役立てていく勉強代と思って載せています。



### <<注文形態の一つとしてのインターネットの活用>>

**今井さん**・・・私もインターネットでショッピングサイトをやっています。自作なのでコストはゼロなんですけれども、新しいお客さんでインターネットで入ってくる方はまずほとんどないと見てもいい。やはり食べものですから、一度食べておいしかったから又買ってみたい、そういうお客さんが圧倒的に多いですね。

ただ、今の時代ですから注文形態の一つとしてメールやインターネットを使う方は増えています。受け手の手段としても、たとえば会社が休みのときに、電話はとれないけれど、インターネットで注文を受けましょうという、これはありだと思えます。でも楽天に入って、おいしいですっていても、そんな店はいっぱいあるので、あの画面だけでそれを訴えきるということは本当に難しいのではないかなと感じています。

**芝さん**・・・中澤さんに質問なんですけど、今、養殖物は素晴らしくて、これが何とかもって売れないかなと思っています。養殖の長所というのは、お客さんが食べるときにいちばんおいしい状態で届けることが可能であるということですね。それはメールでオーダーが来て、いつ食べますかといった感じでやるのがいいのかなと思っていますけれども、そういった考え方はいかがでしょうか。

**中澤さん**・・・楽天さんは最低料金が月々5万円でしたよね。5万円を楽天市場に払おうとしますと、その10倍ぐらい売らないと駄目ですよ。そうするとなかなか採算がとれないということがあります。でも、基本的には自分のところで作って売っている商品の紹介はインターネット上に載せてください。それぞれの、漁協であるとか、行政のホームページがありますから、そちらにただで作ってくれる人がたくさんいると思いますので、私のグループはこんな気持ちでこんな商品を作ってこんなふうには売っていますということと、注文していただくのであれば、メールでもファックスでも電話でも受けますよ、という形で、自分たちのアピールをするのが良いと思います。今まだやっていらっしやらないところは、帰ってすぐやってもらおうようにしたらいいと思います。

でもほとんどそんなページは誰も見てくれないわけです。ですから贈答でどこかに贈るときに、もしおいしかったらここへ連絡してくださいねというメッセージにインターネットやEメールのアドレスを書いたものを入れておくとか、パンフレッ

トやリーフレット、チラシでもいいですからそういうものにも必ず入れておくこと、それと店頭で販売するときに、またここへ注文してくださいということで、ご自分の名刺にアドレスを入れたものをお渡ししておくという形で、あくまでメインではなくてサブの道具としてインターネットを使うということが肝要なのかなと思っていますし、私自身もそういう使い方をしております。

### <<売り方の工夫【小分けにしたり、セットにしたり】>>

**佃さん**……スーパーマーケットへ行くと198とか298という数字が目につきます。実は日本人の心理として、98がつくと何か割安感を感じるということなんです。そうすると、198にするためにはどの分量がいいのかということを考えていくことも重要なんです。

もう一つは地域の中でも高齢化が進んでいますが、女性の加工グループが作っているものは量が多いんです。要するに食べやすい形にしているかどうか、そのサイズに合った価格を提案しているかどうかです。

**たんぽぽの会（道下さん）**……私たちは今通信販売のグループに所属して新上五島町で取れた新鮮なものを集めて3千円パック、5千円パックというパックにしています。上五島町から県外に出た人たちを中心に会員を募ったんですね。初めは2百人ほどの会員だったのが、新聞に載せたところがひと月の間に6百名に膨れ上がって、今手が足りないで大変なようですけれども、そういう販売の仕方をやっています。ご紹介まで。

### <<生産者がついてくる事業へ>>

**JF 佐賀市女性起業化グループ（古川さん）**……私が作っておりますのは海苔の加工品で、今お話しに出ている惣菜とはちょっと違いますが、私が商品の価格設定をするときの気持ちについてお話しします。原料のりは私が連携している生産者から入札に持ち込めない海苔を買い取っています。

海苔は共販体制をとっておりますので、全量を共販に出荷しないとけません。その中でも出荷できない、いわゆる傷海苔というのがたくさん出ます。そういうのを原料としていますが、入札に持ち込めないからそれを安く買い叩くのではなく、基本的には最低価格の3円というライン以上の価格で買い取ることを自分なりに目標にしております。素材の海苔は一番摘みという、本当に高級な海苔ですので、製品もブランドの確立を目指しております。

ですから、原料はコスト的には高くなりますけれども、やはり生産者がついてくるような事業にしないと私の事業は成り立たないと思っています。

そこで私は、なぜ高いかということをお客様に説明することを心がけております。もう一つ、売り先というのを選んでおります。ディスカウントするようなスーパー



の量販店には基本的には出さないということで、こだわった商品を買いに来られる、本当にものよさをわかってくださる方をターゲットにしている、それがだんだん定着しております。

現在、佐賀市内や、東京の銀座の店舗にも出しております。岡山県の倉敷の平翠軒という全国の食べ物ブティックといわれているところがありますが、そちらのほうにも1店舗、あと伊勢神宮のところにございますおかげ横丁にも出させていただきます。

私は商品に見合う価格設定というのはある程度必要ではないかなと思います。安ければお客さんが飛びつくというのではなくて、本当にいい商品は少々値が張っても買いたいという層がいらっしゃる、そういう方に向けての製品作りというのをやっているつもりです。

一番摘みの海苔というのはそうたくさん確保できないので、量産はできません。ですから形をいろいろに変えて作っていく必要があると思っております。私たちの商品というのは、他の業者の方と競合するような商品ではないというのが強みだと思っておりますが、この商品は我々のところのものということで、それが少しずつブランド化になって行くのではないかなと思っております。

関 ありがとうございます。今、生産者がついてくる事業という言葉があって、それは女性部が活動する大きな意義の一つなのではないかな、というのをすごく感じました。値付けの話に関連して、売り先を選ぶというようなことも出ましたが他のグループの方々のお考えなり実践されていることなり、がありましたらご披露いただければと思います。

**間人底曳網漁業女性の会（田中さん）**・・・私どもは関西圏ですので、市場価格はけっこう高いんです。私は漁協の職員でもありますので、市場価格をあまり落とせないというところが一つのポイントなんです、先ほど一般向けなのか観光客向けなのかという話が出ましたね。私たちの製品は観光客向けです。地元で観光客のお土産がないということで、水産業の加工を始めております。それと、最低賃金を下回らないということで、時給700円を目指しております。

そういったところから価格を決めてゆくのですが、どうしても値付けは難しいです。

先ほども佐賀県の方がおっしゃいましたが、私たちもブランド的なものは絶対その価値を下げないということで値段は多少高めにはなっているかもわかりません。

高知の方と昨日お話ししたのですが、彼女たちはお惣菜ですので大変だと思います。私も主婦ですので、一品ぐらいはお惣菜を買いますが、全部をお惣菜に任せてしまうということは、ちょっとだけ主婦としてのプライドがありますので、できません。だから半調理したものに、今日はこの野菜をつけるとか、ちょっと工夫されてはどうかと思ったりしています。



## <<均衡をとった値付けをする>>

**彦島シーレディース（廣田さん）**・・・私たちは皆さんとちょっと違まして、店舗のテナントということで他にたくさんの原価に携わった支出が伴うので、それにつけての売り上げの価格というのはなかなか付けにくいという感じがしております。当初は観光市場でしたのでたくさんの売り上げがありました。当地を舞台にした大河ドラマも終わって、観光客が激減した上に、隣の唐戸市場では金土日そして祭日にかけてのイベントで立食をやっておりますものですから、こちらの売り上げが急激に減って、今年度は1千万を切るのではないかなというところですが、私たちは漁業生産者でもありますので、原料は最低の価格よりもちょっと高く仕入れています。

それから価格を付けるにしても、こちらはちょっと安いけど、別の所で少しもうけさせてもらおうというように、均衡をとりながら、現在は営業しているようなわけなんです。巖流揚げにしてもタコめしにしてもこだわっておりますので、消費者の方に、私たちの商品がいかに安全で安心して、食べてもらえるかということ、相対で営業しておりますから、口でPRしながら、頑張っています。労働時間の長いこともありますけれども、その中で生き生きと頑張っているようなわけです。



値付けに関しましても、私は長い間生の魚を売ってきましたので鮮魚の値付けに関しては経験がありますが、商品の値付けに関しては一緒に活動している岡田さんのほうがうんと経験を踏まえておまして、お互いが話し合いました、まわりの店舗の方のアドバイスも入れながら、考えてやっております。観光市場というところにいるのですが、べらぼうに取ればいいという考えは持っておりません。地元の人が買っても安心で、安く食べていけるというようなことをモットーにしておりますので、今のところはそういうことで私たちは頑張っております。何かご参考になればと思って。

**関さん**・・・ありがとうございます。今の販路というところで、宮崎県の島浦町加工グループさん、離島だからこそその問題等もあると思うので、そこらへんも含めてお話をいただければと思います。

## <<地理的ハンデを品質で越える>>

**島浦町婦人加工グループ（濱田さん）**・・・私どものほうは離島です。しかも、ほとんどが漁家ですから、全部の家が揚げ身は作れるんですよ。それでもあえて私たちは商品化しました。延岡市には蒲鉾店の大手があるんですけども、島浦にみえられるお客さんで私たちの商品を買って帰られたり、お中元、お歳暮にもらったという方が全然味が違うといってくれます。うちは魚百パーセントのすり身で、ほとんど小麦粉は使いません。ミンチ7百グラムに対して大さじ1杯程度のつなぎしか使わないので、もう全然味が違うんです。食べた方から必ず「宅急便で送ってください」と



お電話があります。今クロネコヤマトのコレクトでやっているんですけど宅急便の送料の方が高いのではないかと思います。でも、おいしいけどそこまでは買いに行けないから、と宅急便で購入されています。地元のお酒屋さんがうまいものはうまいでちゃんと宣伝させてくれないかと写真を撮りにみえて、宮日新聞に載せてくれたときには電話が殺到しました。それ以後月々いくらか固定客がありまして、干物と揚げ身とセットで送ってくださいといわれます。でもクールで送りますから送料が高くなって、いっぱい買う方はいいんですけど3パックぐらいの方なんかにはちょっと気の毒だなあと思うんです。

今、卸屋さんから、今度延岡に出店させてくれないかとお話があって、値段について検討中です。うちの揚げ身はおいしいんですよ、ほんと自信を持って言えます。ですから自分たちが自信を持ったら少々お値段が高くても売れるのではないかと考えています。うちは80グラム5枚入りのパックで498円で売っています。地元は高齢者が多くて、ちょっとお昼に食べたいと思うのに5枚入りのパックは多すぎるというので3枚入りを作って、それはビニールの袋で巾着風に絞って298円を出しています。

#### <<地元漁業を下支えする活動を目指す>>

**香良洲漁協女性部（中西さん）**・・・私たちはまだ販売

というのをやっていませんので、これからビジネス化をしていきたいと思っています。今は地元でJAさんの交流や、市内のイベントのときに、売りに行ったりしている状態です。今回は、これから販売も考えていきたいし、どういうふうに皆さんがしていられるのかも聞けたら



いいなあという思いで参加させていただき、値付けとか販売経路を聞かせていただきまして、私たちの考えていることと皆さんも同じだなあと思ったり、これからの方法も聞かせていただき、すごく参考になったとつくづく思っているところです。

活動している部員の中でもいろいろな意見がありまして、販売経路までせんでもいいという意見と、50人の女性部のなかで企業面、加工面で7～8人でも独立させて、という意見と二手あるんです。どちらがよいかわかりませんが、私は学校の給食に香良洲産のものを使ってもらったらと考えています。香良洲町は今回合併で津市になりましたので、津市内の学校に今作っているものを来年から給食に取り入れたらどうかとか、そういった方面から徐々に地元から販売経路を作っていけたらなあ。それで皆さんに知ってもらって、徐々にインターネットにも載せて、宣伝していけたらと思っています。

現在、漁業が不振で組合も苦しい状況ですが、しっかりさせていかなければと思います。加工販売が軌道に乗って男性組合員も含めて、組合組織で事業を立ち上げていけたらすごくいいなあと思っています。

値付けの方法もイベント時には業者よりは安いですが、漁連の方のアドバイスを受けて、値段をつけました。いつも百パックぐらい持って行って完売しておりますが、これからそれを大々的に大きくしていきたいと思っていますので、今日は本当に参考になりました。ありがとうございました。

**関さん**……どうもありがとうございました。今女性部の方たちからそれぞれの状況に応じた具体的な課題なり問題点なりがたくさん出てきたと思います。そこで最後、何かヒントなり今後の展望につながるようなことがあったら、コメントをいただきたいと思います。

### <<水産物をめぐる世界の動向>>

**今井さん**……私が日頃思っていることとお話しさせていただきたいと思います。我々の蒲鉾も、干物も、刺し身も含めてですけれども、いろいろな水産食品について日本では消費が落ち込んでいる。蒲鉾も実を言うと昭和50年代は百万トンを超えた生産量があったのが、今は60万トンを超えているような状態です。一方、世界を見ると、BSEだとか鳥インフルエンザだとか、要するに肉はもう駄目だ、やはり健康にいいのは魚だということで水産物が認められてきています。日本の状況を見ると本当に忸怩たる思いがします。



先ほど一般のスーパーで売られているのが安いという話が出ていましたが、原料も海外原料を使っているから安いんですね。蒲鉾も同じで、今はほとんど、海外原料を使っているから安く生産できるわけなんですけれども、世界中で水産物の消費が増えていけば、海外の原料が買えなくなってくるのではないかというのを、今非常に危惧しています。そういう意味では近い将来なのか、もうちょっと遠い将来なのかわかりませんが、皆さんの活動が本当に目の見えるというか、皆さんの活動が主になる時代が来るのではないかなというのを感じている次第です。私も水産でメシを食っている者として、この水産をもっともっと発展させていきたいと思っていますので、今後ともよろしく願いいたします。

### <<近隣の直販施設の有効利用を>>

**中澤さん**……先ほど島浦町の方が、「本当に私のところのはおいしいよ」と、気持ち込めておっしゃったのが、とても印象に残っています。たぶんむちゃくちゃおいしいんだろうなと思うんですが、皆さん自分たちが材料を仕入れて作った商品にすごく自信を持っていらっしゃると思うんですね。「これ絶対食べてよ、おいしいよ」と思う、その気持ちをそのままストレートにお客さんにお伝えできるものをお売りになっている。それがいちばん何よりも大事ななというのを今日感じました。

それともう一点、今日事前に皆さんすべてのグループのアンケートを拝見させて

いただいたら、やはり販路に困っていらっしゃるというのがほとんどだったんですよ。

私の一つここでご提案したいのは、たぶん皆さんの町に道の駅があるのではないかなと思うんです。道の駅がなくても農産物販売所とかいうロードサイド、道のそばにある販売施設があると思うんですね。そういうところはたいてい、行政の金が入って建てられているものですから、地元の振興のために地元の商品を買らなければならないという義務があるわけなんです。ですから販路の一つとして近隣のそういった施設に商品を持っていかれたらどうかと思います。自分たちで売ろうとすると売るための人件費がかかったり、カモンワークさんのように場所代を取られたりとか大変なので、できるだけ売る部分については人に任せるというやり方で、既存の施設をお使いになったらいいと思います。道の駅側としても地産地消という声がすごく高くなってきていて、地元の商品を増やしたいという思いは間違いなくあるはずですよ。

また、地元のスーパーさんでも地産地消ということをうたわれるところが増えてきました。でも実際に行ってみると地産地消の商品というのはほんのわずかで、そこでも皆さんの商品は、求められていると思うんですよ。自前で売るのではなくて流通のチャンネルをうまく使うということをお考えになったほうがいいのではないかなということを感じました。

### <<無理をせず長続きする活動を>>

やはり無理をされると続かないです。お金の面でも体力の面でも。ですから、楽しみながらやれるレベルまでしか頑張らない、と決められたほうがかえって長続きしていいのではないかなというふうに思います。あまり役に立たない話でしたけれども、今日は私のほうがすごく勉強させていただいた感じで、皆さんに感謝させていただきます。ありがとうございました。

**芝さん**……どうも今日はありがとうございました。皆さんが抱えている問題、非常に構造的な問題だと思います。今お二方が話した内容と重なりますが、お魚は将来私どもの口の中に入らなくなるのではないかとこのことを心配していますし、そういった意味では今こうやって頑張っていらっしゃる方になんとか長く仕事を続けていただきたいと思っています。ぜひとも頑張ってください。エールを送ります。

### <<女性グループのネットワークを>>

**佃さん**……僕のコネクトはネットワーク、アウトソーシング、情報の活用という三つの柱です。今回、うみひとくらしフォーラムと協力してこの会を催そうとしたのは、ネットワークという一つ大きな目標がありました。これを僕たちができたら、今皆さんが問題として取り上げられている販路というのが少し見えてくるのかなと思います。

スーパーマーケットの販売は52週という考え方になります。一つのグループが年4回そ



これに関わっていただくと、今回参加していただいた13グループがネットワークすることでスーパーに対して52週の提案ができるんです。そうすると皆さん方が今苦労されている販路ということが、実は別の視点で出てくるようになる。それでなおかつある程度同じようなサイズの人たちが集まってくるわけだから、非常にやりやすい形になります。

いろいろな作り方がありますが、一つのイメージで言うとLLP (Limited Liability Partnership)、有限責任事業組合という、緩やかな集まりというか組織を作れるような制度ができています。お帰りになってイメージを膨らませていただければと思います。こういう組織づくりなりの作業をもし皆様方がしていただけるのであれば、僕はそれを皆さん方のファンとして考えていきたいという思いを強くいたしました。

私が言えることはそこまでですので、あとは皆様方が、せっかくこういう13グループが集まったということ、その意味をもう一度地元にお帰りになってお考えいただいて、一つのエネルギーを生み出していきたいというふうに思います。以上です。

**関さん**……ありがとうございました。まだまだ話し足りない部分もたくさんあると思いますが、今日これだけいろいろな課題が出た、そのことを一つひとつみんなで話し合う機会を、これから先も持っていきたいなというふうに思っております。

最後に佃さんからネットワークという言葉が出ましたけれども、昨日、今日と参加いただいた13グループは、そのコアになると思います。そこからどんどん全国に、女性の輪みたいなものが広がっていけばいいなと思っております。

今日の会はここで締めさせていただきたいと思います。今日は女性グループの皆さん、コメンテーターの方々、そして参加していただいた皆様、本当にありがとうございました。(拍手)