



第28回社会貢献型インターンシップ「クラダシチャレンジ」
in 和歌山県すさみ町



Agenda

#1

クラダシチャレンジとは

#2

7日間のスケジュール

#3

活動報告

#4

参加者の声

#5

事後報告会

#1. クラダシチャレンジとは

#1. 社会貢献型インターンシップ「クラダシチャレンジ」とは

社会貢献型インターンシップ「クラダシチャレンジ」とは

フードロス問題や地方創生に興味関心のある学生が日本全国の地域・農家へインターンとして訪れ、作物の収穫支援や現地での交流を通して一次産業や地域経済の活性化について考える取り組みです。参加学生の旅費・交通費や現地での滞在費、食費等は、地域経済の活性化と社会発展に寄与するために設立した「クラダシ基金」から支援しています。

クラダシチャレンジ実施の目的

活動中: 収穫したものをKuradashiのサイト上で販売することで、新たな収益を生み出し、経済面で地方・農家を支えます。さらに、学生が現地を訪れることで町に活気をもたらし、地域の魅力をSNS等で発信することでさらなる発展のパワーに繋がります。

活動後: 学生が自治体や農家の方1人1人の温かみに触れ、地方・農業の魅力を体感することで、将来のキャリア選択を通して地域に貢献しようという意識が芽生えます。

#1. 社会貢献型インターンシップ「クラダシチャレンジ」とは クラダシ基金の概要

地域経済の活性化と社会発展に寄与するために
設立された支援金制度「クラダシ基金」



地方創生事業・フードバンク支援事業・教育事業・
食のサステナビリティ研究会の社会貢献活動に充てられます。

クラダシ基金とは

クラダシ自らが社会貢献活動を行うために
創設した基金で、ソーシャルグッドマーケット
「Kuradashi」上における支援先の1つです。

地域創生事業やフードバンク支援事業、教
育事業、食のサステナビリティ研究会の社
会貢献活動に活用しています。

▼参考URL

クラダシ基金について

: <https://www.kuradashi.jp/fund>

「クラダシチャレンジ」の目的: 地域経済の活性化

① 伝統漁法「ケンケン漁法」の活性化

和歌山県すさみ町は海に囲まれ漁業が盛んな地域です。その中でも、明治時代から現在まで行われている伝統漁法「ケンケン漁法」の本場と言われ、ケンケン漁法で釣られた鰹は「すさみケンケン鰹」として広く知られており、ブランドとなっています。そんなケンケン漁法は、漁師の高齢化や従事者の減少により、徐々に衰退していくと考えられます。そこで学生には実際にケンケン漁法の体験や認知度向上施策について考えていただくことで、ケンケン漁法の活性化を行います。

② すさみ町の関係人口増加に貢献、若者を呼び地域振興に

すさみ町は南紀白浜空港から車で30分ほどの大変アクセスが良いところです。しかし観光客の多くは近くの白浜町を訪れ、すさみ町まで足を運ばないことが課題となっています。

このクラチャレでは、漁師さんと一緒に実際に漁に出て船の上で交流、またすさみ町長をはじめとした地域の方と意見交換できるのも魅力のひとつ。活動を通して、漁業そのものや、その地域に価値を見出す学生がたくさんいます。そうした体験や交流を通してすさみ町の魅力を学生が見つけ、SNSを通じてその魅力を発信することで、認知拡大や地域の関係人口の増加を図ります。

③ 地域の特産品の購買促進に

すさみ町には、魅力的な特産品がたくさんあります。中には、とっても美味しいのに、市場での知名度があまり高くないものも存在します。そこで、クラチャレの活動や特産品をSNSなどでPRすることで、購買促進を図ります。

第28回 社会貢献型インターンシップ「クラダシチャレンジ」 in 和歌山県すさみ町

- 活動内容:①漁体験(スルメ漁、ケンケン漁)や加工作業
 - ②すさみ町役場の方、積水ハウスの方との意見交換
 - ③生業体験プログラム
 - ④現地観光
 - ⑤SNS等を利用した地方の魅力発信
- 開催期間:2023年8月22日～8月28日
- 参加人数:8人
- 実施企業:株式会社クラダシ(クラダシ基金にて運営)

#1. 社会貢献型インターンシップ「クラダシチャレンジ」とは 和歌山県すさみ町クラダシチャレンジの概要

【すさみ町 は】



すさみ町は、紀伊半島の南南西部に位置し雄大な太平洋に面しており、人口は3,627人(令和5年8月31日時点)です。

農林漁業と観光を主要産業としています。

温暖多雨である気候は蔬菜園芸に適し、戦前からレタス栽培が行われ、良質なすさみレタスは関西随一とされています。

漁業は黒潮本流に近い地の利により、明治以来「ケンケン船」の全国屈指の基地として知られ、カツオ、ヨコワ、ブリ等が水揚げされています。



2022年7月12日に和歌山県すさみ町、積水ハウス株式会社、株式会社クラダシの3者は、「すさみ町における食品ロス削減及び特産品のPRに向けた連携協定書」を締結いたしました。

地域の生業体験を通して、フードロスの削減をはじめとする地域及び社会課題の解決と、地方創生の一助となることを目指します。

▼連携協定について詳しくはこちら

<https://corp.kuradashi.jp/news/22-07-12/>

#2. 7日間のスケジュール

7日間のスケジュール

| | 8/22(火) | 8/23(水) | 8/24(木) | 8/25(金) | 8/26(土) | 8/27(日) | 8/28(月) |
|-------|--|---|---|---|---|--|---|
| 6:00 | | | | | | | |
| 7:00 | | | | | | | |
| 8:00 | | | | | | | |
| 9:00 | 移動 東京組: 南紀白浜空港 名古屋/大阪組: 白浜駅 | すさみの漁業に関する座学 スルメイカ捌き | 町役場職員の方へのインタビュー (コミュニティバスの 運行状況や課題について) | 学研「生き方を 耕す地域留学」参加 @旧江住小学校 (小学～中学生の学研生 と交流) ・プログラム準備 ・廃校アクティビティ >玉送り >ムカデ競争 >廃校内宝探し >防災検定 ・体育館でスポーツ 交流 | 学研「生き方を 耕す地域留学」参加 @旧江住小学校他 (小学～中学生の学研生 と交流) ・班別体験プログラム >森(狩猟) >磯(アドベンチャー ツーリズム) >海(未利用魚) ・肝試し準備 | スルメイカ /オキザワラ漁 | |
| 10:00 | | | クラチャレふるさとだよりの テラシ作り | | | | |
| 11:00 | | | | | | | 昼食/振り回り @みき食堂 (各種イノブタ料理) |
| 12:00 | | | | | | | |
| 13:00 | 町内視察 (スーパー、ビーチなど) | 昼食 @E'cora (地元のお弁当と 社長が捌いた魚) | スルメイカ パッキング作業 | | | 各種準備 | |
| 14:00 | 町長表敬訪問 | 漁師さん、町会職員さん へのインタビュー (漁師に仕事や 町の目指す先について) | | クラチャレふるさとだよりの テラシ作り | | | |
| 15:00 | 積水ハウス 課題解決 オリエンテーション | | | | | スルメイカ パッキング作業 | 移動 東京組: 南紀白浜空港 名古屋/大阪組: 白浜駅 |
| 16:00 | | | | | | 源口さん/水上さんのお話し (未利用魚の現状、 源口さんらの思い) | |
| 17:00 | | | | 夕食 @旧江住小学校 (未利用魚シイラのフライと カレーライス) | 夕食 @旧江住小学校 (BBQ) | | |
| 18:00 | | | アカイカ漁 | | | | 夕食 @すさみ夜市 (各種イノブタ料理、 地場産料理等) |
| 19:00 | 夕食 @道の駅すさみ (イノブタや地元産 スルメイカなどでBBQ) | 夕食 @すさみ食堂 (イノブタ丼、さんま寿司、 イノブタラーメン、など) | | | | | |
| 20:00 | | | | たき火 (ファイヤースターターと 身近にある物を使ってたき火 を燃やす) | 肝試し | | |
| 21:00 | | | | | | | |
| 22:00 | | | | | | | |
| 23:00 | | | | | | | |

#3. 活動報告

#2-1. 活動報告: 漁

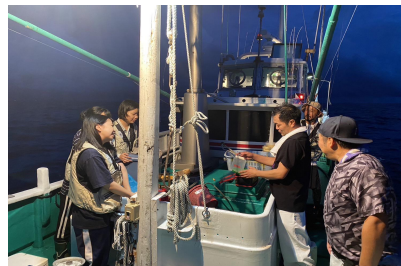


#2.活動報告:漁(アカイカ漁)

活動時間: 18時40分～23時頃 メンバー: 8人全員

辺りが薄暗くなり始めた頃に出港し、アカイカが多く生息する場所まで向かいました。一つの場所に留まり、数時間釣り続けました。誰かが釣れたら皆で喜び、互いに釣り糸の深度を教え合う姿が印象的でした。アカイカが獲れるまで時間がかかる時もあり、忍耐力が必要となる作業でしたが、獲れた時の達成感や喜びは忘れられません。

獲れても海に戻すイカが多く、捕獲数にもばらつきがあり、普段口にしていない魚介類がどれだけ大変な過程を踏んで私たちのもとに届いているかを実感しました。多くの人にこのような漁業の不安定さや難しさを伝え、価値の向上に努めたいです。



#2.活動報告:漁(スルメイカ漁)

活動時間：早朝～正午 メンバー：齋藤、佐藤

早朝に港を出発し、比較的落ち着いた波の中、スルメイカが多くいるスポットに向かいました。

スルメイカ漁の作業は、機械にステンレス製の糸を巻きつけ、水深00mから引き上げるものでした。時間帯によって、イカが釣れる時と釣れない時がはっきりしており、漁業による収入が不安定であることを実感しました。また漁師の方と話した中で、スルメイカ漁で用いる機械の修理を行う会社が存在しないことを伺いました。そのため機械の故障により、漁師を引退する方も多くいると仰っていました。

こうした2つの問題から漁師の後継者不足が深刻化していると考えられ、漁師になる人を増やすためには様々な観点からのアプローチが必要であることを考えさせられました。



#2.活動報告:漁(オキザワラ漁)

活動時間:6日目 早朝～正午 メンバー:堤、柳川、谷田

未利用魚となっているオキザワラは僕たちが両手でやっと抱えられるサイズの大きな魚ですが、市場では価値が付きません。今回、合計で7匹釣ってきた乗船メンバーは以下のような気付きと学びを得ました。

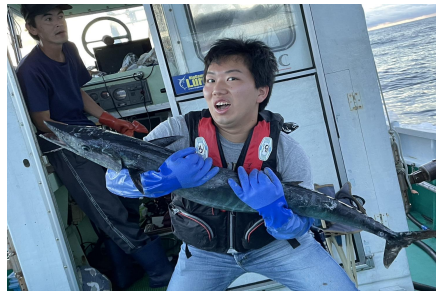
- ・価値の有無以前に問題があること

 - ...釣り具を壊すほどに獰猛な性格、かなりサイズが大きいため運搬が難しいこと

- ・漁協と漁民との強い繋がりが

 - ...漁協経営維持が地域漁業のカギになると考えていて、それを実践していること

僕たちは魚に詳しくなかったため、魚自体の特徴やそれによって発生する問題は非常に新鮮でした。また、「漁協という協同組織を地域で支える」という覚悟を船頭さんとの会話の中で知り、非常に印象的でした。



#2.活動報告:スルメイカ加工作業(イカ捌き,パッキング)

活動時間:早朝～正午 メンバー:池澤、平、横山

釣ったばかりのスルメイカを船上で捌きました。

イカを開いたら、3本の竹串で開いた状態でイカを固定し、船上に伸ばしたロープにくくりつけて干します。そしてそのまま、潮風を浴びせて、3時間ほど船上で干したら「船上干しスルメ」が完成します。水を使わずに海水だけで処理を施し、海風に当てて干すことで、自然の塩味とイカの旨みにつながるのではないかと思います。

実際に体験して、一つの商品を作るのに多くの手間暇がかかっている、大量生産は難しいことがわかりました。この商品を作る上での手間や工夫を知ってもらえたら、価値が上がるのではないかと感じました。



#2-2. 活動報告: 観光



#2.活動報告①:現地での食事や買い物

〈活動内容〉

現地での食事／飲食店利用

- 8/22(火) 道の駅併設のすさみ夜市にて交流会を兼ねた BBQ
- 8/23(水) すさみ食堂でイノブタ料理などをいただく
- 8/25(金) 旧江住小学校にて未利用魚シイラのフライ／カレーライスをいただく
- 8/26(土) 旧江住小学校にてBBQ
- 8/27(日) 道の駅併設のすさみ夜市にて地場産料理などをいただく
- 8/28(月) 船上干したスルメイカ・ゴンドウイカ、スルメイカの塩辛をいただく
振り返りを兼ねて、みき食堂でイノブタ料理をいただく

現地での買い物

- 8/24(日) スーパーオークワで買い物
- 8/28(月) 道の駅でお土産を購入



#2. 活動を通じた感想: 現地での食事や買い物

<活動を通して考えたこと>

- **飲食店が少ない**
 - 特に朝や夜に営業しているお店が少ない
(フェアフィールドから夜行けるのはすさみ夜市のみ)
 - 観光客の選択肢が限定されている
- **大きめのスーパー(オークワ)が1店舗のみ**
 - 駅から離れており車でないとアクセスしにくい(徒歩 13分、坂道)
 - 商店のようなものだけではない
 - <疑問>高齢者はどうスーパーにアクセスするのか？
- **コンビニエンスストアが少ない**
 - 観光客が気軽に調達しにくい
- **道の駅**
 - 現地の人を使う場所というより観光客向けのように感じた
 - 農産物などが置いておらず、包装された観光客向けの商品が多かったため
 - 直売所のようなものがあれば、地域の人と観光客が交わる場になるのでは
 - 観光客向けである割には値段設定が低い
 - 特にフードコーナーの価格が安かった
 - 観光客向けなら商品単価はもう少し高くてもよさそう
 - 観光客にとって
 - 駐車場が少ない(土日や祝日などは混みそう)
 - 車中泊客には便利(Google mapのレビューより)
 - トイレも24時間利用可能
 - フェアフィールドのホテルのそばにある温泉が利用可能

#2.活動報告②:積水ハウスによるホテル事業について

〈活動内容〉

8/22(火) 夕方～夜

- ・”都市型フルスペックホテル滞在と地域宿泊型ホテル滞在のどちらが良いか”をテーマとした班対抗のディベート
(地域経済、ホテル運営者の視点ではなく、観光客として滞在する際の視点で)
- ・積水ハウス社員との話し合い
(スケジュールにはありませんでしたが、学生がラウンジで集まっていたところに積水ハウスの方がいらして一緒に話ししてくださいました)



#2. 活動を通じた感想: 積水ハウスによるホテル事業について

<活動を通して考えたこと>

● 積水ハウスのコンセプトについて

- 泊食分離という新しい旅の形を提供する(=地元の飲食店や温泉を利用する等)
 - 飲食店について
 - 夜営業しているお店が1店舗
 - 唯一営業している”すさみ夜市”も21時まで
 - 温泉について感じたこと
 - 営業時間が短い(21時まで)
 - ”地元”の温泉という感じではない
 - その他
 - マリオットの方針によってホテル内に広告などを設置できない(地域の情報などを手に入れにくく、結果地域とのつながりが希薄になる)
 - すさみ町に訪れて”地域”を楽しめる心理的な担保がなく、そもそも”地域”をどのように楽しむか事ができるのかというも可視化されていない

● 積水ハウスの方との話し合い

- ファーストコンタクトの重要性
 - すさみ町の認知度が低いために、宿泊客を獲得するためには「フェアフィールド・バイ・マリオット」という窓口しかない
 - しかし白浜にもマリオットのホテルがあるので、余計すさみ町という選択肢が有力でなくなる可能性がある
 - そもそもフェアフィールドの認知度の疑問
 - サイトが不明瞭
 - サイトにおいて口コミを用いて”地域の楽しみ方”を可視化するといった仕掛けを作っても、そもそもサイトにたどり着かなければ意味がない
 - 認知度を向上させるために莫大な広告費を投じる選択もできるが、企業がお金を出せば人が集まるのは当たり前のことで、それをやってみるとすさみ町のためにはならないのではないかと懸念
-

#2.活動報告③:学研との体験プログラム

活動内容「生業体験プログラム」

8/26(土)

3つのプログラムに分かれて、それぞれ座学と実習を行う

- ・森—生きる力を身に着ける狩猟体験
 - ・実際に猟を行っている人たちはどのようにして職にしているのかを知る。
 - ・動物をなめした皮の実物を見ることで狩猟を身近に感じる。
 - ・動物を捕まえている道具の実物を見て、体験してみる。
 - ・アナグマを目の前で解体していき、命の重要性を感じる。
 - ・その場でさばいたシカを食べ、ジビエの実食に挑戦してみる。
- ・磯—アドベンチャーツーリズム
 - ・エビカニ水族館にて、海の様々な生き物を知り、触れ合ってみる。
 - ・山の渓谷で、竿、釣り餌を一から調達して魚釣りの楽しさ、大変さを学ぶ。
 - ・魚を釣り上げることの苦労さや、その中で自然の法則・偉大さに触れる。
- ・海—捨てられる魚の裏側を味わう！漁師体験
 - ・エビカニ水族館に行き、海の生き物と触れ合った。またバックヤードの見学をし、どのように元体育館が水族館へと再利用されているのかを知った。
 - ・磯の探検をし、漁師さんの船に乗せてもらい、すさみの海の自然を感じた。
 - ・漁師さんにその日に釣ったばかりの未利用魚を刺身にしてもらい、頂いた。未利用魚の美味しさを感じ、未利用魚の認知が低い現状を学んだ。



#2. 活動を通じた感想: 学研との体験プログラム

<活動を通して考えたこと>

- **すさみ町から見た学研の体験プログラム**
 - 将来的な関係人口の創出につながる可能性がある
 - プログラムの目的は環境への意識を高める場を提供することであり、すさみ町はその場として位置づけられるが、“すさみ町”を知る契機にはなる(ファーストコンタクトになる)と考えられるから
 - 廃校の活用方法
 - 壊すコストの削減、防災施設の保存(避難所など)などにつながる
 - <疑問>維持するコストはどれくらいかかっているのか
(長期的に考えた時に「壊すコスト<維持するコスト」になっているのか)
 - 担い手と人件費
 - <疑問>誰に対してどのように人件費が出されているのか
 - 役場の方や地域で活動する方が生業体験の講師だったがボランティアなのかそうではないのか
 - もしボランティアならば、今後すさみ町を利用したイベントをする際に、個人の “善意”に依存しないプログラムの設計が必要
- **その他すさみ町を利用したイベントに関して**
 - 地域の人と外部との交流が増える
 - 外部の刺激がすさみ町の人々の活力になりえる
 - 外部をきっかけとしたすさみ町内の人々同士での交流のきっかけとなる
 - すさみ町主催で新たなイベントを行うことができる
 - すさみ町の提供できる資源は多いため、ターゲットさえ絞ればいくらでも体験型アクティビティを企画できる

#2. 活動報告④ / 活動を通じた感想: 観光施設(FRONT110)について

観光施策を学ぶ活動

8/23(水) E'coraにて観光協会会長・町議会議員の中嶋淳さんのお話を伺う

8/26(土) 生業体験の一環でFRONT110(観光案内所)に訪問



Fronto110(観光案内所)

〈活動を通して考えたこと〉

- 人々に活力のある町作り
 - 人々に生きがいを持ってもらうために様々な体験やチャレンジを行っている
 - 武蔵野美術大学とのコラボイベント。町の 91歳の高齢者も参加で、町に活気を
- 漁師人口を増やすための活動
 - 空き船を活用することで、漁師にかかる資金の敷居を軽減
 - 町だけでなく和歌山県の行っている支援金制度も活用し、若者が漁師になりやすいような環境整備に努めている
 - とはいえ、数ある港町からわざわざすさみを選んで漁師になるかは怪しいところ
- 元ある施設の再活用
 - 警察署をリメイクして新しい観光スポットに
 - 全く新しいものに作り変えるのではなく、元ある警察署の構造や名前を活かしてエンターテイメント化

今回クラチャレ参加学生が「すさみ町の魅力を効果的に PRしたい！」との熱い思いから、観光PR動画を作成しました。

参加学生が実際に体験した「漁」、多世代交流施設「E'cora(イコラ)」、景色を一望できる「フェアフィールド・バイ・マリオット・和歌山すさみ」etc...

動画を通じて、すさみ町の魅力をお楽しみ下さい！



▶動画は[こちら](http://www.town.susami.lg.jp/)から

#4. 参加者の声

「人が人を呼ぶ」

今回のクラダシチャレンジを通して、数字や理論では掬い取れないものでありながらも、地域の未来を考える上で最も重要な「人が人を呼ぶ」という繋がりが持つ力とその温かさを垣間見ることができました。

当初すさみ町のクラダシチャレンジへの参加を目前に控えた私は、すさみ町の行政が発行している文書や地域の「活性化」に関する様々な学術書を読み、一般に「限界集落」とされるような地域の「衰退」はどのような構造に起因するのかを調べ、それらに対しすさみ町にはどのような制度や取り組みが存在するのかを知りたいと意気込んでいました。しかし実際にすさみ町に足を運び、「問題」とそれに対応する制度・取り組みの構築や運営に議論を終始させるばかりであった自身や、制度・取り組みをつくるのはそもそも人であること、またそれらを足がかりとして、どのような地域を目指しているのかを考える視点の欠落に気が付きました。なぜなら、ある人とその人が持つ想いや熱意に共感した人と繋がりが、その中で新しい試みが生まれ、それがすさみ町内外の人々の生活や心を豊かにしていくという営みを目の当たりにしたためです。そうした営みは、すさみ町を、自分らしい生き様や生きがいを持ち続けられる活力ある町へと形作っていく原動力であること、そして町の外から来た学生をも迎え入れてくださる温かさを持つものであることも知りました。

数字や理論からは知り得ない「人が人を呼ぶ」という繋がりと、それが持つ力や温かさを感じるという経験を与えてくださった方々にこの場を借りてお礼を申し上げるとともに、私自身もそうした繋がりの一端を担う素敵な人になれるよう努力していきたいと思えます。



【上智大学3年 佐藤夏】

すさみで感じた本当の魅力

百聞は一見に如かずという言葉がありますが、案外それを実感すること少ないと思います。しかし今回のクラチャレはそれを感じることができる貴重な機会となりました。

私がすさみ町に来る前に予め聞いていたり、自分で調べたりしている中で見つかった魅力は、雄大な自然とその自然を利用したアクティビティ、そして釣りといったものでした。しかし、現地に行くとあくまでそれらは付属でしかなく、本来の魅力は地域の人たちの人の輪、そして人の温かさでした。困っていればすぐに助けていただけるし、話を伺えばどんなことでも気さくに答えていただけ、外部を受け入れる寛大な姿勢を持っていると感じました。こんな町は本来なかなか見かけるものではないと思います。そういった意味で、本当にすさみ町は一度来ると忘れられない町となるし、もう一度来たいと思わせるような町でした。

だからこそ、初めてすさみ町に足を運ぶお客さんをどのようにして集めるのが重要となってきます。それは、どんなきっかけでもいいのではないかと現地で感じました。この町は、どんなことでも受け入れてくれる寛容さがあり、どんなきっかけであったとしても、来るものを拒むことはないと思います。すさみ町はどんなことだってできるだけの環境があるので、誰かのしたいこと、誰かの趣味、それらをするきっかけの一つに、とっかかりの一つに、私が大好きになったすさみ町が入ったらとてもうれしいと感じました。



【和歌山大学1年 谷田篤柁】

本来あるべき町の姿

すさみ町で過ごした今回のクラチャレは、新たな出会いや心躍る体験で溢れていて、忘れられない7日間になりました。現地を訪れるまでは「人口減少」「消滅可能性都市」といったイメージがあり、町を立て直したい、という想いのもと現地へ向かいました。しかし、実際に足を踏み入れると、そんなものを感じさせない程、活気があり、熱い想いを持つ町民の方々に溢れていました。すさみ町に愛と誇りをもって、「もっとよしたい」と考える住民が多くいることは、何物にも代え難い価値であると思います。地域の繋がりが希薄になっている今、本来あるべき町の姿に触れ、地域との関わり方を見つめ直すきっかけになりました。また、ありのままのすさみ町が美しいことを実感した私にとって、町の魅力を外へ発信していくことは使命であると思っています。現地を訪れたからこそ見えた景色や、感じられた強みを周りの人々に伝播していきたいです。

関わってくださった全ての皆様に心から感謝申し上げます。このような学びの機会をくださり、本当に有難うございました。



【明治大学3年 池澤陽奈】

食の背景を追いかけた先、すさみ町

僕は食の背景情報を消費者に与えて食の廃棄行動を抑止する研究をしているので、その参考情報を得たいと思って当初クラチャレに臨みました。すさみ町で知ったことは食の「何が見えていないのか」でした。消費者としては「多分魚を獲っている人はいる」「肉をどこかで捌いている人はいる」程度は想像できるかもしれませんが、しかし、その人たちが食べ物をどんな状況下で、どんな光景を目の当たりにしながらそれをやっているのかは、「行ってみなければわからない」という事を改めて実感しました。

このクラチャレでは、魚やイカを早朝や深夜にかけて獲りに行く漁師さんや、鹿などの山にいる動物を殺して、食べられるように捌く町民の方に会いました。またオキザワラは想像よりも大きく、特に今回は6~13kgのものが釣れて、それら一つ一つを力仕事で引き上げて、木の棒で殴って絞めて、捌きました。また、見た目はかわいらしいアナグマでも、食べるために処理する必要があります。でもそれらの行為を厭わない理由は、家族が漁師をしていた影響から魚との駆け引きやその準備をすることに楽しみを感じるからであったり、人が獣害に大変困っており、やむをえない理由があるからなどという明確な使命があるから、というものです。

これを見ている皆さんの中で、自分が最後に食べたものがどこから、誰の手によって自分の手元に来たか言える人はいますか？ そう多くはないと思います。僕はその背景を追ってすさみ町を訪れ、長い食の背景の一端をクラチャレから見て学んできました。この知見が今後の社会で生きようとする取り組みを修論や個人活動を通じて活用していきたいと思います。



【南山大学 大学院1年 堤翔太】

クラダシチャレンジを通して

今回のクラダシチャレンジを通して、フードロスや町おこしについてだけではなく、「人」という力の可能性について学ぶことができました。人同士の繋がりはお金に換算できるわけではないけれど、人の想いが原動力になることで生み出されるものは「とても強い」ことを知りました。実際この活動で、自分自身が人からの刺激をたくさん受けたことで、もっと成長して、厚みのある人間になりたいという思いが強くなりました。すさみ町がもっと多くの人に認知され、愛される町になってほしいと心の底から思います。そして、私の大好きな地元のことも考えるきっかけになりました。伝統が失われつつある状態を傍観しているだけではなく、良さを受け継いで守っていけるように自分も積極的に関わっていこうと思いました。本当にありがとうございました。



【中京大学3年 平かづき】

自身が原点回帰できる町、すさみ町

私には「一次産業に貢献したい」という強い想いがあり、漁業者からのお話が自身のキャリアに活かせると考え、今回クラチャレに参加しました。

しかし、自身の胸に最も響いたのは「すさみ町の方々が持つ想い」で、それは私が机上の議論で見失っていた大切な何か”だったと感じます。

すさみ町では、個々人が熱意を抱いて仕事に向き合っていました。それは「夢」や「漁民である矜持」、「町を残す決意」など様々です。しかしその想いを理解できなければ、一次産業の従事者に本質的に貢献できる施策を就職先で打ち出せるはずがないと理解できました。

すさみ町の漁師と同じ汗をかける社会人でありたい。

来年からの社会人生活で自身に迷いが生じたら、第一に思い出したいのが「すさみ町での7日間」で、自身の原点となりました。



【同志社大学4年 柳川由幸】

すさみ町で過ごした7日間

クラチャレが始まるまで、新たな出会いへの期待と不安な気持ちがありました。しかし振り返ってみるとすさみ町での7日間はあっという間に過ぎました！特に印象的だった出来事は、漁師の方と一緒にいったスルメイカ漁です。早朝に漁船に乗り、波で大きく揺れる中、深海200mのスポットまで向かい漁を行いました。漁の体験は普段の日々とは大きく異なり、自然の雄大や生き物の大切さを感じさせられました。また、漁師の方から話を伺う中で、漁師の後継者不足の問題を実感しました。後継者が減っている理由として、少子化、漁業のみで生活することの難しさなどが挙げられていました。今回のクラチャレをきっかけとし、そうした問題について考え、解決に向け取り組んでいきたいと感じました。

7日間の滞在の中で、町長さんをはじめとした市役所の方、漁師さん等とても多くの方からサポートをいただきました。

本当にお世話になりました！



【国際基督教大学2年 齋藤慧】

魅力あふれるすさみ町

すさみ町でのクラダシチャレンジでは、多くの貴重な体験ができました。すさみ町の役場の方々とお話したり、漁師さんを紹介してもらい、実際に漁体験をさせていただいたりしました。すさみ町で現状課題となっている、人口減少や漁師の後継者不足についても詳しくお話を聞きました。事前に自分が考えていた課題と、すさみ町が課題としていることの違いに気づきました。そこで実際に見て聞いて考えることが大切だと学びました。

すさみ町には豊かな自然、豊かな食べ物、人の温かさがあります。クラチャレに参加する前は、場所も知らなかったすさみ町という町が、今はその魅力を知ってまた訪れたいと思う町になりました。このすさみ町の魅力を多くの人に知ってもらいたい、そのために自分なりに何ができるかを、これからも考えていきたいです。また、すさみ町で学んだ人と人との繋がりを大切にするということ、身近なことから実践していきたいです。



【中京大学2年 横山知海】


#5. 事後報告会

第28回社会貢献型インターンシップ「クラダシチャレンジ」 in 和歌山県すさみ町の参加者による事後報告会を行いました。

- 日時: 2023年10月4日 17:00-18:00
- 場所: オンライン配信
- 参加者: 「クラダシチャレンジ in 和歌山県すさみ町」参加学生
すさみ町: 水上様
シェアローカル: 源口様
積水ハウス: 岡本様、山下様、東様
クラダシ社員
- 目的: 参加した学生が、現地の方との交流・漁体験などを通して見出したテーマに対する解決策を提案する

解決への共通意識

今回の施策を設定する前に、学生メンバー8人が共通して意識すべき「すさみの魅力」を考え、それを叶えるための施策を提案するという形式を取りました。



すさみの理想(共通の意識)

よしゆき「全員が自分らしくいられるすさみ町」

しょうた「自分の生きざまを享受できるような町」

はるみ「生きがいを持てる町」

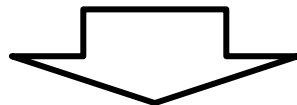
ひな「住む人々がすさみを誇りに思える町」

かづき「10年後20年後もすさみ町がすさみ町であり続けられる」

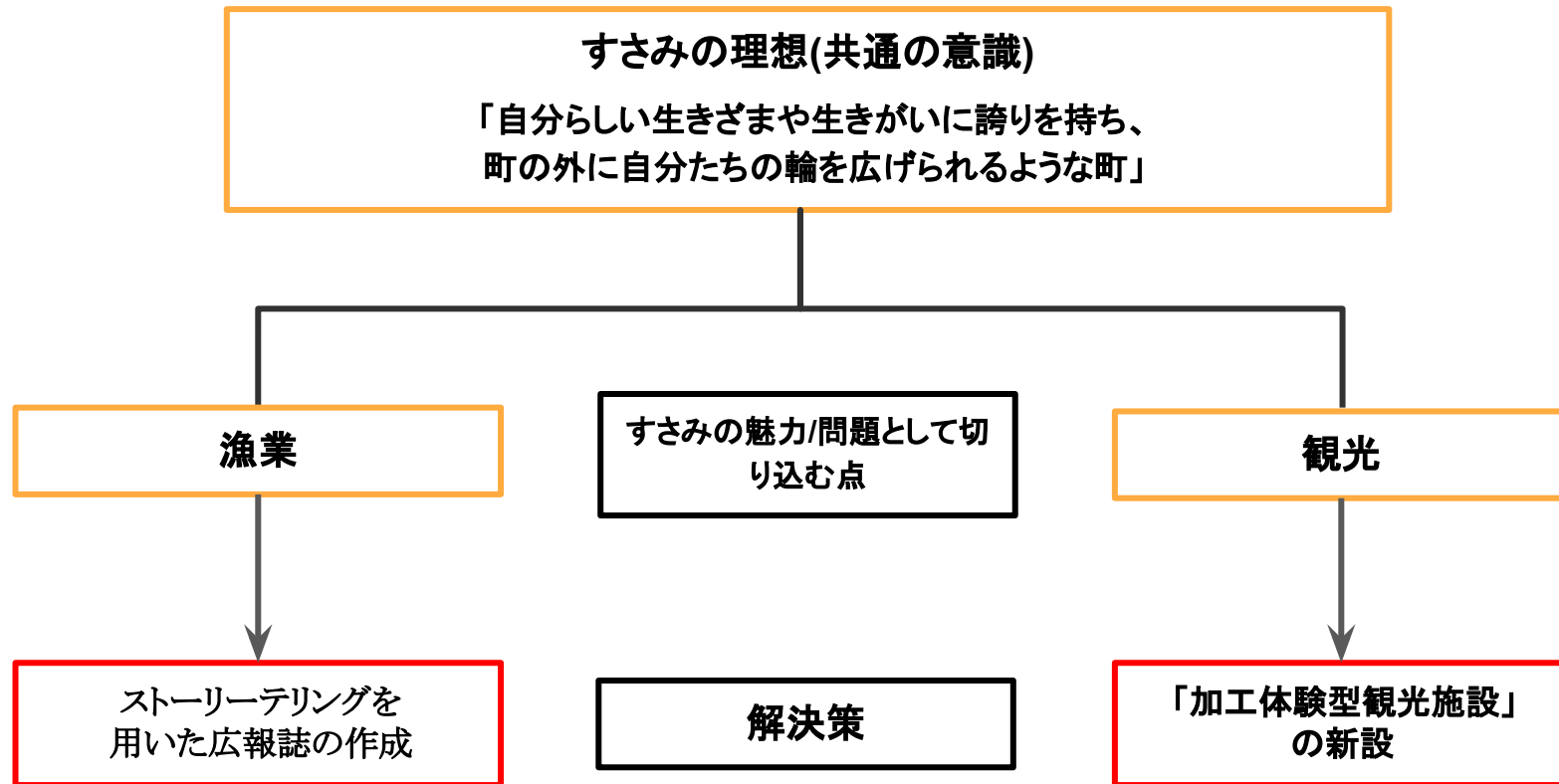
なつ「すさみ町だからこそ環境だからこそ自分が何かをできる胸を張れる町」

けい「すさみの町民全員がすさみ町を元気にしたいと思えるような町」

あつまさ「すさみの人の輪を外に伸ばせるような町」



「自分らしい生きざまや生きがいに誇りを持ち、
町の外に自分たちの輪を広げられるような町」

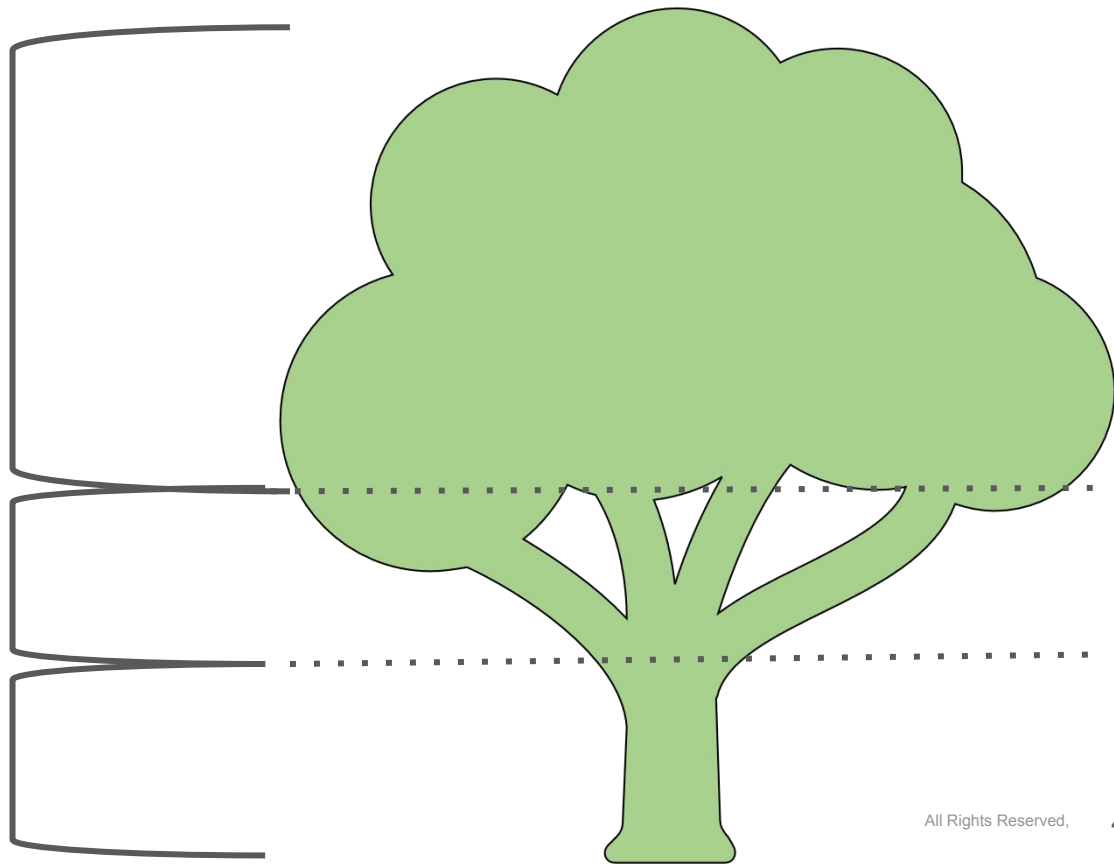


解決への共通意識

葉:解決策

小枝:すさみの魅力/問題として切り込む点

茎/根:すさみの理想(共通の意識)



提案1 漁業政策

ストーリーテリングを用いた
未利用魚付き広報誌の作成
～食の背景情報を魅力として～

- # アジェンダ
1. 提案の背景
 2. 施策の概要
 3. 施策の流れ
 4. 採算性の側面

1.提案の背景



1.提案の背景

漁業の現状

- ①約80人の漁師がおり、大半が高齢者。
- ②多様な漁獲物...カツオやマグロ、イセエビ、イカなど
- ③一部漁港は経営難で一部閉鎖されている。
- ④現在は漁だけではなく渡船などの観光関連で船を出すこともある
- ⑤仲買人は町に5人いるが、基本的にカツオなどの販路しか持っていない。
- ⑥未利用魚の活動...
一般社団法人「すさみキャンパス」が未利用魚を一定上の価値で買って独自の販路から販売を試みている。

①②③を現状の問題としている

1.提案の背景

課題 収入(≒漁獲量)の減少・不安定

要因

- ①環境の変化(黒潮大蛇行など)
 - 黒潮由来の暖かい海流が少なくカツオが漁場にいない
- ②季節性
 - 魚が取れる時期が限られる

未
利
用
魚

課題

価値が見つからない

未利用魚の卸し手・買い手がいない
→町内外の人における**認知度が低い**

1.提案の背景

現地で感じた印象・現地の声

- ・未利用魚プロジェクトのスタンス

目的=町の人の生きる質/豊かさを上げていくこと

手段...未利用魚

- ・未利用魚において町外で目指すところ

すさみの魚/漁師に愛着を持って定期的に買う人(=ファン)

をすることで価格を安定させ、漁師の収入を向上させる

収入の増加

⇔「未利用魚を一匹でもあげようかというやる気/ やりがい」(源口さん)

- ・味だけでは語れない魚にまつわる魅力の存在

e.g.魚の獲られる場所、漁師の思いや苦勞

1.提案の背景

目的・方向性

目指すべき方向性 (Why)

- ・漁師さん→漁師を生業とし続けられる
- ・町民→漁業を町の魅力としてより強く認識できる
(=未利用魚もすさみの魅力の一つである)
- ・町外の人→すさみの魚を背景と共に知って食べる



町内外の人に未利用魚と町の深い魅力を同時に伝えられる施策

(「すさみの魚(未利用魚)を買うことで
誰にどんな影響を与えるのか」を明確に伝える販売手段)



解決策立案

ストーリーテリング(食の背景情報の提示)を用いた広報誌作成

2. 施策の概要



2. 施策の概要

食べる通信 すさみ版の作成

ストーリーテリング(食の背景情報の提示)を用いた広報誌作成

食の背景情報...

漁師さんの思い(普段の漁,未利用魚),
すさみの漁業の歴史, 未利用魚の発生要因
魚の調理方法

現在「食べる通信」の和歌山版はない!



食べる通信をリスペクトした、食の
背景情報を提示した冊子+未利用
魚の商品の販売

2. 施策の概要

広報誌の概要(仮)

- ・商品: **広報誌+未利用魚(冷凍パック切り身100g×4...お試しサイズ)**
- ・サイズ: A4サイズ広報誌+12×20cmの冷凍パック×4(個包装)
- ・価格
 - 町外(クラダシ): 1825円(送料880円込)
 - 町内(道の駅): 1533円
- ・概要:
 - > **漁師さん生き立ちと農産物との関わり**→**ストーリーテリング**
(漁師さんへの取材)
 - > **未利用魚の基礎情報/歴史**→**ストーリーテリング**
(未利用魚となる理由,魚自体の味や栄養などを文献収集や聴き取り)
 - > **農産物を使った家庭用レシピ紹介**
(中嶋さんや漁師さんから聴き取り)



出典: 源口・田中編(2019),「奈良食べる通信2019 2月号」, エヌ・アイ・プランニング

2. 施策の概要

事業者

- ・編集者: シェアローカル、学生
- ・取材者: すさみに関心をもつ若者
(ex. 武蔵野美術大学の学生)
- ・印刷: ラクスルに外注

販売場所

- ・対町民/旅行者
...道の駅
- ・対町外の人
...オンライン(クラダシ)

発刊の間隔

季刊
春/夏/秋/冬に一回ずつ

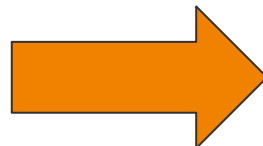
2. 施策の概要

広報誌のPDF版の作成

- 目的: 広報誌の認知度向上
- 内容: 未利用魚についての概要

広報誌のあらすじ

- 添付場所: クラダシの販売ページ



広報誌の購読者増加

3. 施策の流れ



3. 施策の流れ

☆施策のフロー

①Plan
広報誌/未利用魚の**計画策定**

②Do
広報誌**作成**/未利用魚**手配**

③Check
町内外での**販売/反響の確認**

④Act
改善/次回テーマの考案

各段階でのアクター

CREATIVE FARM
SHARELOCAL +学生

CREATIVE FARM
SHARELOCAL

Kuradashi

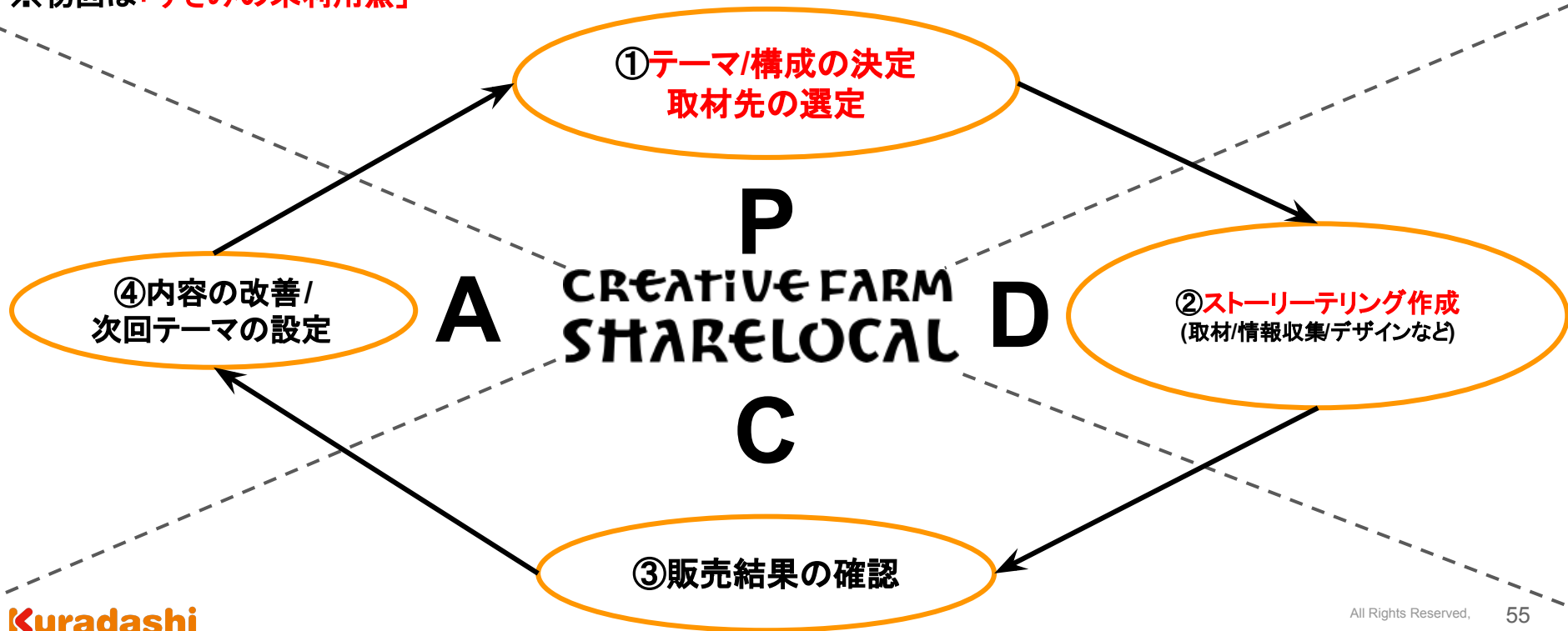


CREATIVE FARM
SHARELOCAL +学生

3. 施策の流れ

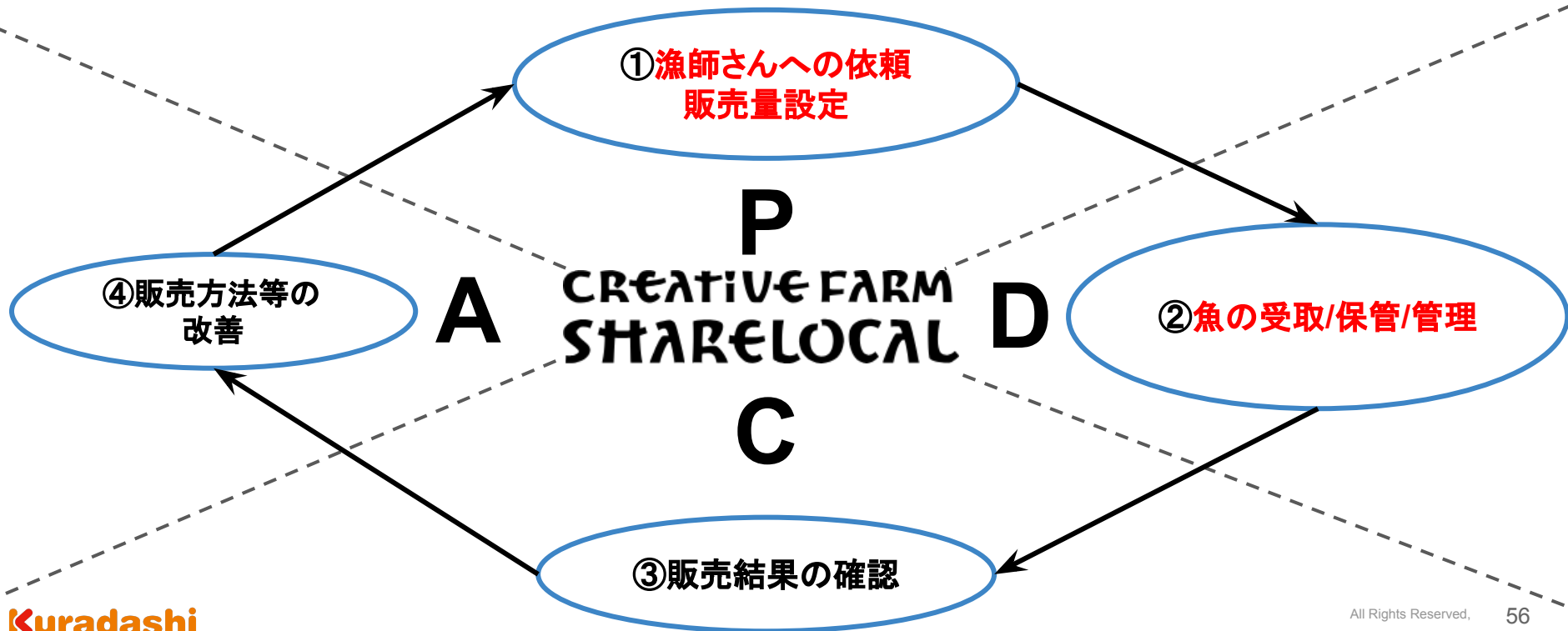
☆具体的な広報誌制作プラン

※初回は「すさみの未利用魚」



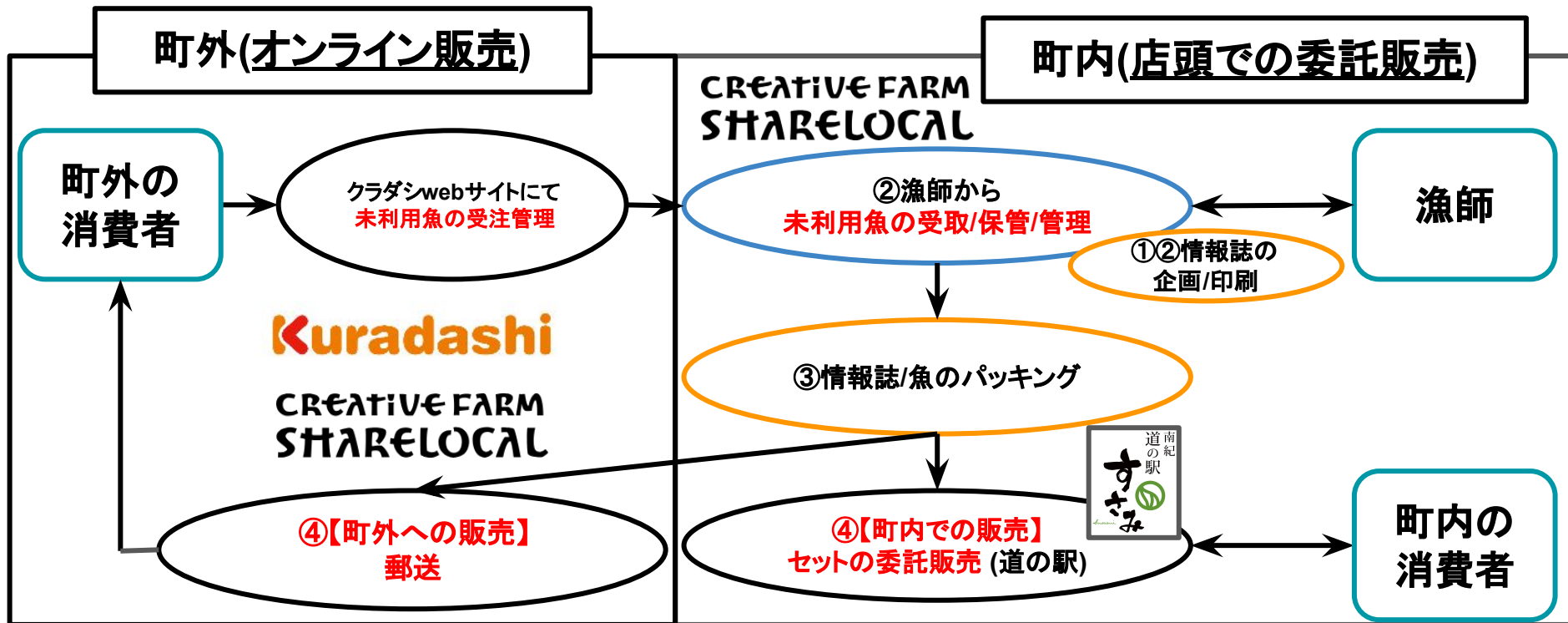
3. 施策の流れ

☆具体的な未利用魚の準備プラン



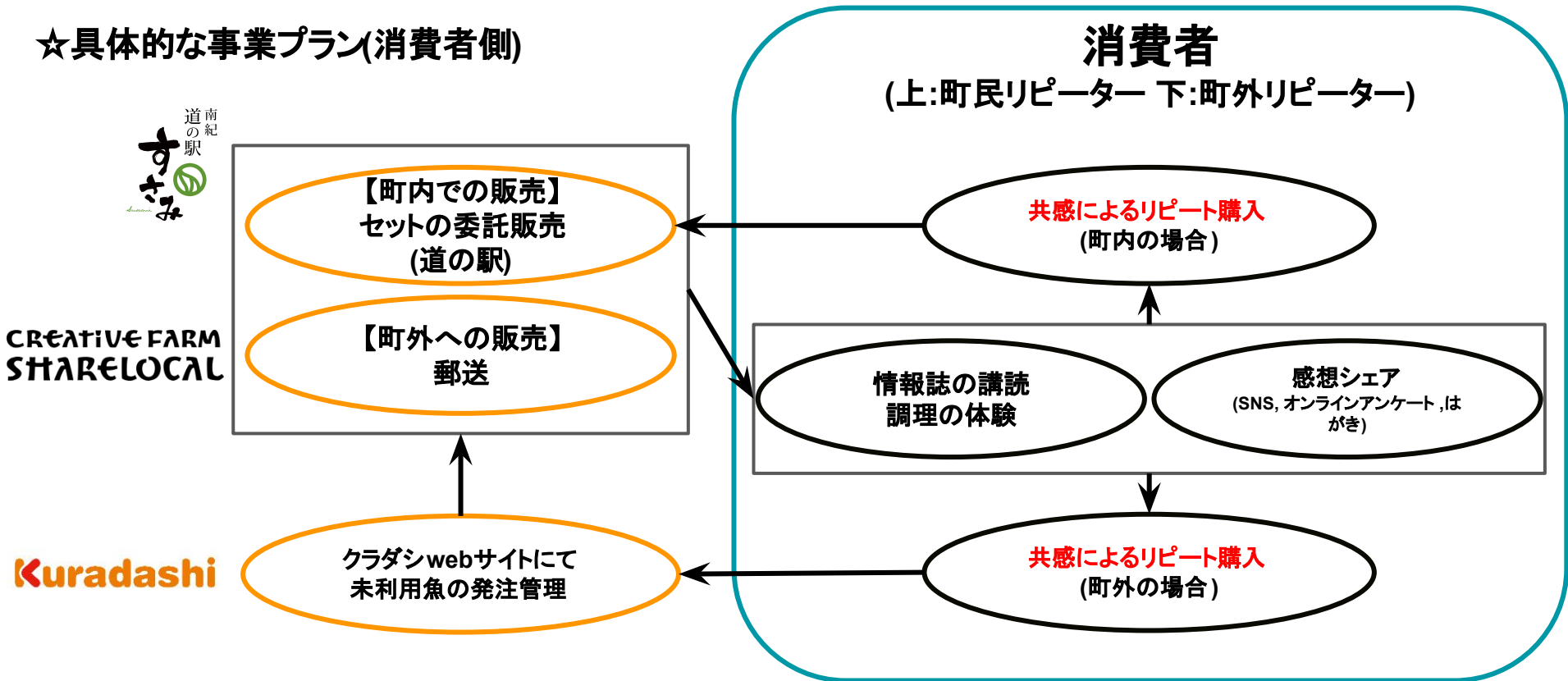
3. 施策の流れ

☆具体的な事業プラン(事業者側)



3. 施策の流れ

☆具体的な事業プラン(消費者側)



4. 採算性の側面

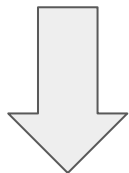


4. 採算性の側面

採算性

直接的採算性

商品の販売による利益獲得
年4回の発行のため、定期的な利益が見込める



「継続してすさみの食べ物に触れたい」という根拠を与える
(=「ファンを作る」取組の促進)

将来的採算性

未利用魚の広報促進に伴う購買力促進
=すさみの町で獲れた未利用魚への更なる注目、町内外での消費の拡大

4. 採算性の側面

参画するアクターへのメリット

すさみ町/シェアローカル

すさみの魚の
売り方の選択肢増加

クラダシ

サプライチェーン上流で
発生する
食品ロスの削減をするた
めの再利用への取り組み
に参画可能

道の駅すさみ

海産物の販売
バリエーション増加

4. 採算性の側面

ターゲットへのメリット

漁師さん

- ・すさみの魚の販売促進とファンの増加に伴う**収益増加**
- ・漁師という仕事をし続けられる

町民

すさみ町の魅力を**再発見**ができる

町外の人

普段関わりのない魚、町と**出会う機会**を得られる
＝未利用魚を通じた
すさみの輪の拡大



“自分らしい生きざまや生きがいに誇りを持ち、町の外に自分たちの輪を広げられる町”

提案1 漁業政策:「食べる通信 すさみ版」の作成

| | | | |
|----------|---|-----------------------------|--------------------------|
| 理想 | 「自分らしい生きざまや生きがいに誇りを持ち、町の外に自分たちの輪を広げられるような町」 | | |
| | | | |
| | すさみ町民 | すさみ町外の人 | 一次産業従事者(漁師) |
| 目指すべき町 | 町民が漁業/未利用魚を町の魅力として強く認識している町 | 漁師さんが獲ってきた魚を町の外にも広げられる町 | 漁師さんが漁師を生業として今後もやり続けられる町 |
| 目指すべき方向性 | <u>未利用魚を食べられるイメージの醸成/未利用魚の利用促進</u> | <u>地域の深い魅力発信と未利用魚の販促</u> | <u>未利用魚による収益上昇</u> |
| | | | |
| 提案の概要 | ストーリーテリング(食の背景情報の提示)を用いた広報誌作成 | | |
| 提案先 | すさみ町(シェアローカル/道の駅すさみ)、クラダシ | | |
| | 広報誌と未利用魚セットの販売 | | 背景情報の取材 |
| 具体的な手段 | 町内広報誌折り込みとして入れる道の駅で販売する(すさみ町内では安価にする) | ネットや道の駅で販売する+クラダシの販売サイトへの誘導 | 取材者が生産者に出向き、取材をする |
| 現状の課題点 | 販売をする場所が未定 | 経済的インパクトの正確な計上が困難 | 継続して取材するためテーマ設定 |

提案2 観光政策

「加工体験型観光施設」の新設提案

～観光客と町民の接点作りを目指して～

アジェンダ

1. 提案の背景
2. 事業概要
3. アクターごとの参画動機

1. 提案の背景



① すさみ町の地域課題

着眼した地域課題: 町民と観光客の**繋がり**が希薄

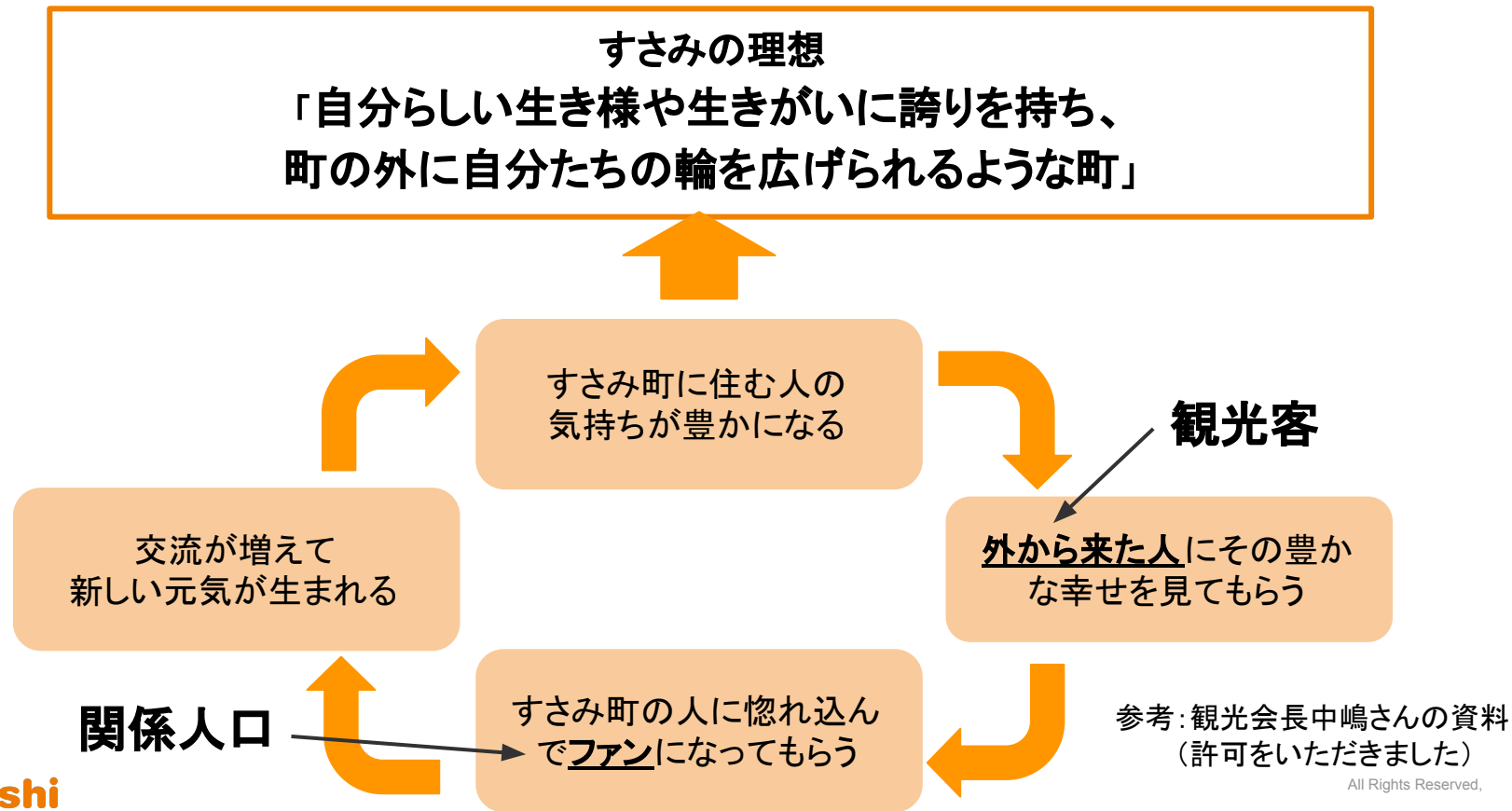
そもそも...

- **観光資源**: 集客力のある観光資源が少ない
- **認知度**: すさみ町の認知度が低い

すさみ町を訪れても...

- **立地**: 行くまでに交通費がかさむ
- **交通**: 車が必須、他の交通手段も少ない
- **サービス**: 宿泊施設・飲食店の数が少ない、温泉の営業時間が限定
- **関係性**: 町民と観光客の**繋がり**が希薄

② 現地の声・施策の方向性(1)



③ 施策の方向性(2)

観光客

すさみ町に住む
人の気持ちが
豊かになる

外から来た人に
その豊かな幸せを見せよう

交流が増えて
新しい元気が生
まれる

すさみ町の人に
惚れ込んで
ファンになって
もらう

問題点

- 「豊かな幸せを見る」機会がない
 - =町民と観光客の接点がない
 - ⇒関係人口(ファン)を創れない

着眼点:漁業

- 漁師が加工を担えない
- 漁師以外の方が副業としてやるには不安定
- 加工場がないため、魚に付加価値をつけて販売できない

④ 施策の方向性(3)

「自分らしい生きざま・生きがいと町の誇りにいつまでも胸を張れる町」



関係人口(=すさみ町に惚れ込んだファン)の創出



”漁業”を通して町民と観光客の**接点**を生む(=豊かな幸せを見てもらう)



加工体験型の観光施設の新設

2. 事業概要



① 提案内容

提案のコンセプト

町民と観光客の接点となる加工体験型観光施設を新設し、町の関係人口増加を図る



② 想定する施設(立地／機能／利用者)



参考:農漁村加工体験施設

<https://www.aurens.or.jp/~b-gtn/p15.html>

● 場所(立地)

- すさみの漁協に併設予定
- 漁師さんとの生活の繋がり、近さ

…漁師の生活に観光客がいることを日常に！

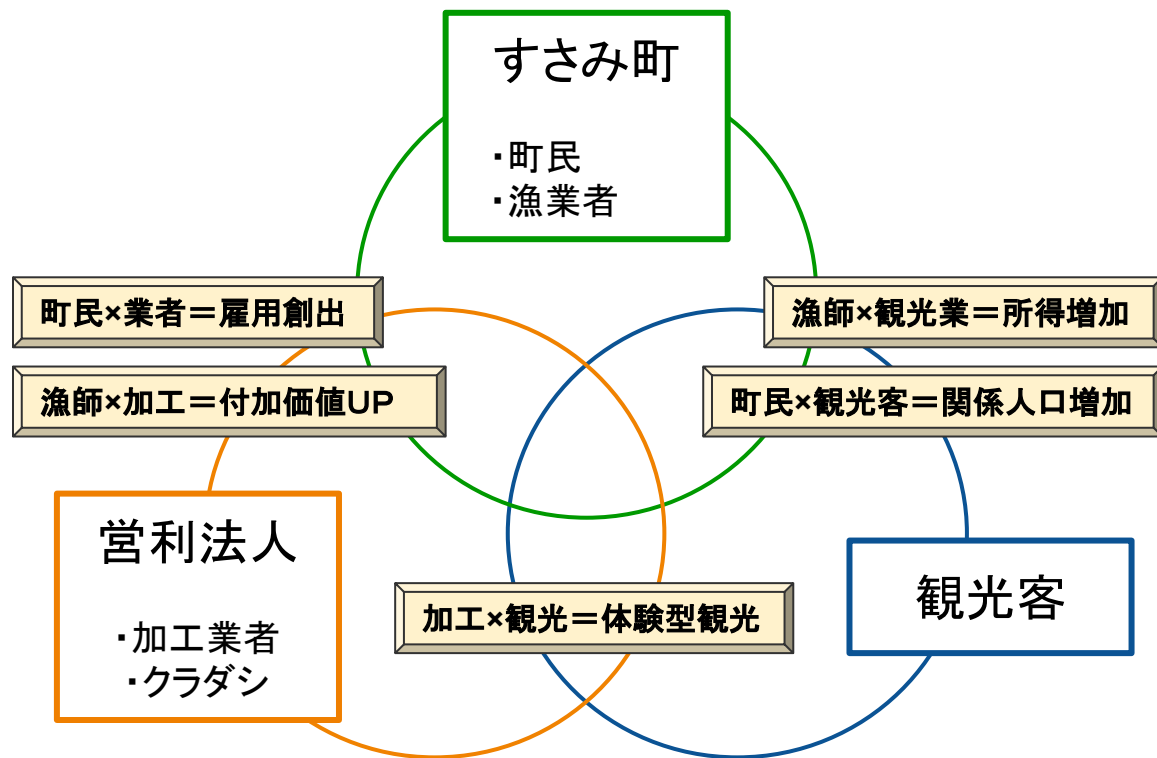
● 施設の機能

- 受付
- 加工所(冷蔵機能つき)
- 加工体験プログラムで使う調理スペース
- 販売所→加工した商品は道の駅へ
- フリースペース(机と椅子) ←食堂(憩いの場)

● 利用者

- 観光客
- 加工業者(町で新設する一般社団法人から)
- すさみ町民


③ 交流施設としての役割



施設の役割
= “接点”を生みだす

多くのアクターが参画し
シナジー効果を生み合う
交流施設を目指す！

3. アクターごとの参画動機

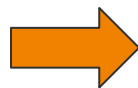


① 町・町民の参画動機

町・町民の関わり方

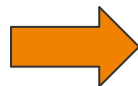
- 町の施設の貸し出し
- 観光協会を中心とした観光情報の発信
- 加工所などでの勤務

町民の生活の選択肢が広がる



- ・外食に関する選択肢の増加
- ・新たな雇用の創出

未利用魚やジビエなど
町の新たな魅力を発信できる



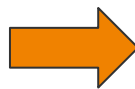
すさみ町の魅力を来訪者に伝え、
関係人口の増加に繋がる

② 加工・販売業者の参画動機

加工・販売業者の関わり方

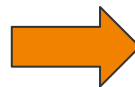
- 施設の加工所をレンタルし、加工を行う
- 漁師・猟師から未利用魚やジビエを購入し、付加価値をつける
- 漁師・猟師とともに、加工体験等イベントを充実させる

未利用魚、ジビエの加工の
量産化・効率化を図れる



クラダシ等への販売量・速度が
上がり、収益も増加する

来訪者に未利用魚とジビエを認
知してもらえる



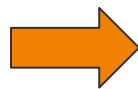
未利用食材の利用が促進され、
さらなる受注・生産につながる

③ 漁師・猟師の参画動機

漁師・猟師の関わり方

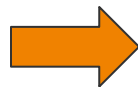
- 観光客に加工／調理方法の指導を行う
- 未利用の魚やジビエを持ち込み、加工業者に卸す
- 食堂、ベンチ等での観光客との交流を行う

未利用魚やジビエの加工所を
確保することができる



加工所に持ち込むことで、
未利用品に商品価値が生まれる

加工の需要が増えた分、
未利用魚の魚価が高騰する



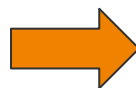
漁師＝稼げる職業という認識が、
漁業者の減少に歯止めをかけられる

④ 観光客の来訪動機

観光客向けのサービス

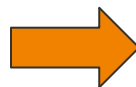
1. 未利用魚・ジビエ加工体験プログラムの実施
2. 持ち込んだ魚の調理スペース
3. BBQ用品の貸し出し

加工体験プログラムを通じ、
地域の食や魅力を深く学べる



ジビエや未利用魚などを通し、
日常ではできない体験ができる

漁師や町民との繋がりを持ち
地域に根差した観光ができる



すさみ町の“ヒトの魅力”に触れ、
現地での繋がりを形成できる

「加工体験プログラム」の内容

- **ターゲット** すさみへの来訪者(観光客)
- **講師** 未利用魚:漁師
ジビエ:猟師
調理:加工業者、(漁師・猟師)



プラン内容(基本プラン)

調理する魚・ジビエの選択

→説明、一緒に捌く(加工)→調理→実食

- ★ 漁師さんおすすめの食べ方
- ★ 普段は食べずに捨ててしまいがちな部分も調理できる



提案内容のまとめ

| | | | |
|----------|--|---|---|
| 理想 | 「自分らしい生きざまや生きがいに誇りを持ち、町の外に自分たちの輪を広げられるような町」 | | |
| | すさみ町視点 | 一次産業視点 | |
| 目指すべき町 | 関係人口(=町のファン)が多い町 | 一次産業従事者であり続けられる町 | |
| 目指すべき方向性 | 来訪者が町民と繋がれる場／プログラムを作る | 一次産業従事者の所得増加(生計を立てられるように) | |
| 提案の概要 | 「町民と観光客の接点となる加工体験型観光施設を新設し、町の関係人口増加を図る」 | | |
| 提案先 | すさみ町 / 加工業者(町で新設する一般社団法人) / 漁師・猟師 / 観光客 | | |
| 具体的な手段 | 市場で漁業者と観光客が交流する場を設ける ・漁師が、加工／調理体験プログラムの講師となる ・市場で、漁師と観光客が交流できる場所を設ける | ①加工して付加価値をつける ・漁獲物／ジビエの加工場の新設 ・魚の加工体験プログラムの運営 | ②未利用魚のフェアプライス実現 ・観光客に未利用魚を説明 ・加工場で未利用魚を加工 |
| 現状の課題点 | 町への来訪者と町民の接点がない →町の魅力が来訪者に伝えきれていない | ・現在、町に専門の加工場がない ・魚価下落で漁業者の所得が減少 | ・未利用魚が認知されていない ・未利用魚が安価で取引される |

5. 積水ハウス様へのホテル名提案



学生から提案するホテル名


フェアフィールド・バイ・マリオット・和歌山すさみ・海の家

提案理由

- ① ホテルのアクセス数を増やすため
“海の家”という検索ワードに引っかかり、観光客を増やせる。
- ② 海の近さ、海の見えるロケーションというものを明示できる。
- ③ ゆっくりすることもできれば、観光客同士や、地域の人たちとの交流も楽しむことができる、その人その人に会った楽しみ方ができるということを海の家イメージで表現したかったため。

Ex. 付録

(これ以降の内容は発表時間の都合上省略ないしは
質疑応答内で提示した情報を加筆修正したものである。)



付録内容

1. 漁業政策(A班):

食べる通信について/広報誌/未利用魚の準備フロー(時系列案)

2. 漁業政策(A班): 施策の採算性

3. 観光政策(B班): 施策の採算性

4. グループディスカッションでの気付き

1. 漁業政策(A班): 食べる通信について

☆「食べる通信」とは

- ・高橋博之氏が東北地方にて創刊した定期講読型タブロイド誌
- ・内容(16ページ)
 - >農家さんの生い立ち
 - >食べ物の基礎情報や歴史
 - >活用レシピ
- ・情報誌がテーマにしている食べ物がついてくる
- ・現在の刊行地域(食べる通信, n.d. <https://taberu.me/league>)
 - 国内: 18か所※2023年9月時点で和歌山県は未刊行
 - 海外: 4か所
- ・源口さんが過去に奈良で編集に携わる
 - 本提案は「食べる通信すさみ版」を作成



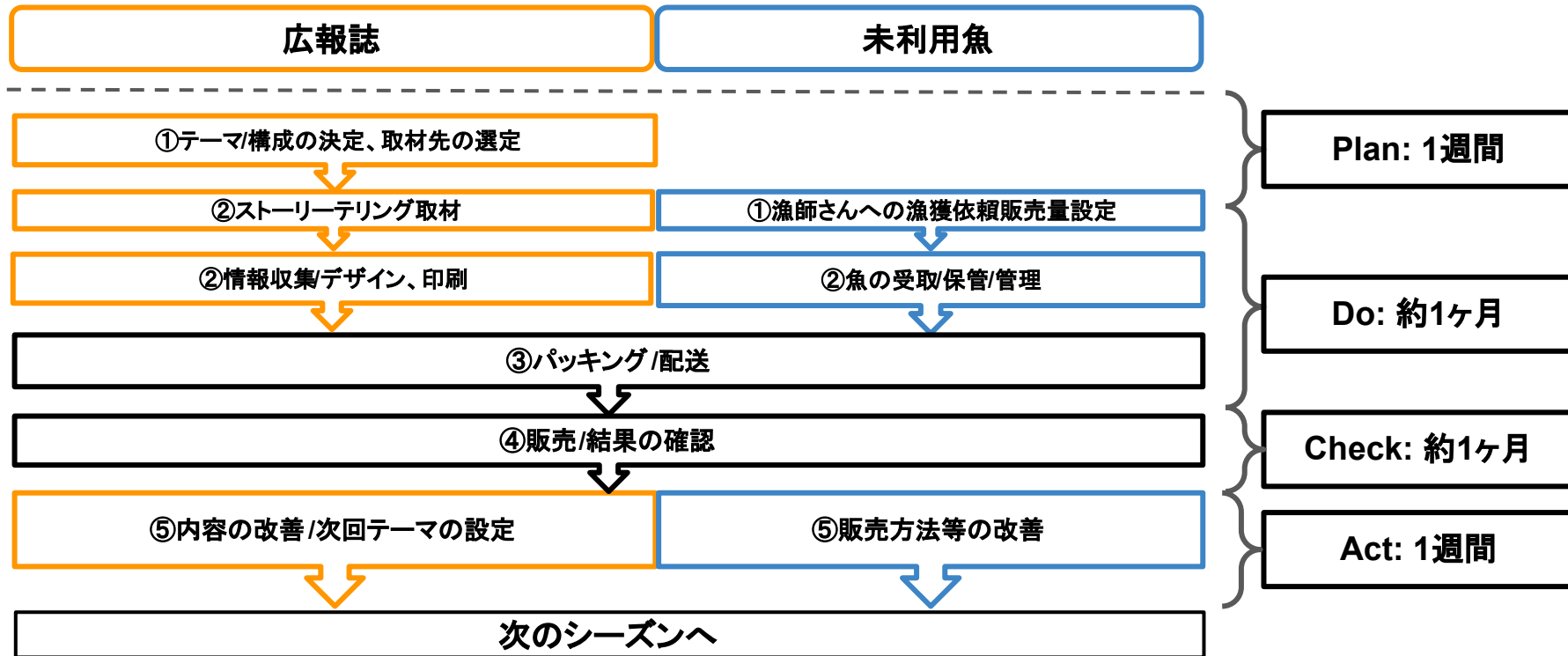
出典: 源口・田中編(2019),「奈良食べる通信2019 2月号」, エヌ・アイ・プランニング。

1. 漁業政策(A班): 食べる通信について

☆「食べる通信」を参考にした理由

- ・源口さんが”すさみでできてないこと”へのコミットでもあるから
(=「食べる通信すさみ版」を作る)
- ・収益を得ることができる
+「継続してすさみの食べ物に触れたい」と思う根拠を与えられるから
(=「ファンを作る」取組の促進)
- ・生産者の生き様や地域の魅力などを通じて、
食べ物の魅力を徹底的に伝えられるから
(=ファンとなる根拠)

1. 漁業政策(A班): 広報誌/未利用魚の準備フロー(時系列案)



2. 漁業政策(A班): 施策の採算性

| 費用 | | | 収益 | | |
|------|--|------------|------------------|-------------------------------|------------|
| 原材料費 | 広報誌(印刷代) 1000部 ※7営業日出荷で計算 | ¥ 20,592 | 売価 | オンライン販売(クラダシ) ¥1825×650セット | ¥1,186,212 |
| | 鮮魚(購入費) 必要漁獲量(kg)×キロ単価 | ¥ 240,000 | | | |
| | 包装代 (今回は「フードセーバー20cm」12本入り×6) | ¥ 87,120 | | 町内販売(道の駅) ¥1533×350セット | ¥536,712 |
| 人件費 | シェアローカル分(取材,パッキング等) | ¥91,250 | 営業利益 (※売価内内訳) | シェアローカル | ¥91,250 |
| | クラダシ分(販売) | ¥91,000 | | クラダシ | ¥91,000 |
| | 道の駅分(販売場所の提供) | ¥45,500 | | 道の駅 | ¥45,500 |
| | 冷凍施設代(店内冷凍設備を利用) | ¥0 | | | |
| | 送料(880円×650セット) クラダシでの方式(1件5kg未満+クール便=550+300を適用) | ¥ 572,000 | | | |
| 合計 | | ¥1,147,462 | | | ¥1,722,924 |

2. 漁業政策(A班): 施策の採算性

■1000セット販売時の各種費用

・必要漁獲量: 400kg

1セットの量×総販売数=0.1kg×4切れ×1000セット

・原価費用: ¥347,712(1セット¥348)

> 広報誌の印刷代: ¥20,592(1セット¥21)

※印刷代であるラクスの印刷費用はA4中綴じ1000部を7営業日出荷で印刷を依頼した場合を想定している。
(価格は2023年9月時点での設定である。参考サイトは[こちら](#))

> 魚価: ¥240,000 (1セット¥240)

1切れ当たりの重さ×1セットの切り身の数×未利用魚のキロ単価=0.1kg×4切れ×¥600/kg

> パック代: ¥87,120(1セット¥87)

真空パックロールの必要な長さ(480m)+α分のロール×数量=12本入りセット(6.7m/本×12本)×6個=¥14520×6個 (482.4m分)

※未利用魚の魚価と価格の内訳は
合同会社シェアローカルの源口さんへの聞き取り内容を参考にした。

2. 漁業政策(A班): 施策の採算性

■1000セット販売時の各種費用続き

・人件費: ¥227,250(1セット ¥205(町内販売), ¥270(町外販売))

※各アクターの取り分は各アクターの人件費総額 ÷ 総人件費 × 100で計算している。

>シェアローカル... ¥91,250 (取り分約40%)

(町内販売の1セット分の人件費×町外販売セット数)+(町外販売の1セット分の人件費×町外販売個数)

(¥65×650セット)+(¥140×350セット)=¥42,250+¥49,000

>クラダシ... ¥91,000(取り分40%)

町外販売の1セット分の人件費×町外販売個数=¥140×650セット

>道の駅すさみ... ¥45,500(取り分約20%)

町内販売の1セット分の人件費×町外販売セット数=¥130×350セット

・送料: ¥572,000 (1セット¥880)

※クラダシで販売されている冷凍商品の送料(5kg未満)を参考に計算。

(配送料+クール便)×町外販売セット数=(¥550+¥330)×650セット=¥880×650セット

◆合計費用: ¥1,147,462

2. 漁業政策(A班): 施策の採算性

■1000セット販売時の各種費用(フードセーバー(パック))

| フードセーバー価格表 (2023年9月下旬現在のアマゾンにおける価格を参照) | | |
|---|-------|-------|
| 本数 | 長さ(m) | 価格 |
| 1 | 6.7 | なし |
| 2 | 13.4 | なし |
| 3 | 20.1 | 3980 |
| 4 | 26.8 | 5980 |
| 6 | 40.2 | 9480 |
| 10 | 67 | 12980 |
| 12 | 80.4 | 14520 |

価格のある商品の出典

3本:<https://amzn.asia/d/b6eDOhz>

4本:<https://amzn.asia/d/5OlwC3A>

6本:<https://amzn.asia/d/5AeKYil>

(これのみ28cm)

10本:<https://amzn.asia/d/6CBpXib>

12本:<https://amzn.asia/d/8iv3ttw>

※価格は2023年9月時点のものであるため、
変動があることを留意されたい。

2. 漁業政策(A班): 施策の採算性

■1000セット販売時の人件費/販売利益の詳細

| 人件費 | | | | | |
|----------|-----------|-----------|----------|-------|-------|
| | 町外での販売(ク) | 町内での販売(道) | | | |
| 販売数 | 650 | 350 | 合計 | 人件費割合 | 割合理想値 |
| シェアローカル | ¥65 | ¥140 | ¥91,250 | 40.1% | 40% |
| クラダシ | ¥140 | | ¥91,000 | 40.0% | 40% |
| 道の駅すさみ | | ¥130 | ¥45,500 | 20.0% | 20% |
| 合計(1セット) | ¥205 | ¥270 | | | |
| 合計(全体) | ¥133,250 | ¥94,500 | ¥227,750 | 100% | |

| 営業利益と総利益における各主体の利益割合 | | | | |
|----------------------|-----------|-----------|----------|----------|
| | 町外での販売(ク) | 町内での販売(道) | | |
| 販売数 | 650 | 350 | 合計 | 利益割合(全体) |
| シェアローカル | ¥65 | ¥140 | ¥91,250 | 40.1% |
| クラダシ | ¥140 | | ¥91,000 | 40.0% |
| 道の駅すさみ | | ¥130 | ¥45,500 | 20.0% |
| 合計(1セット) | ¥205 | ¥270 | | |
| 合計(全体) | ¥133,250 | ¥94,500 | ¥227,750 | 100% |

町外の販売の利害関係者

→シェアローカル+クラダシ

町内の販売の利害関係者

→シェアローカル+道の駅すさみ

※黄色のマーカ一部分は1セットの売価に含まれる各アクターの取り分を示している。

※人件費は販売手数料と同義である。

※割合理想値(取り分)はこの施策における各アクターの参入度合いを加味して発表者側の任意で設定、今回はシェアローカル:クラダシ:道の駅すさみ =40%:40%:20%とした。

しかし、各主体が独自に設定している人件費やその割合等については今回は未調査であるため、詳細な設定を行う際は各アクターから最新情報を取得する必要となる。

※今回の施策では明確な営業利益の条件は提示されなかったため、人件費と営業利益は同一額としている。

2. 漁業政策(A班): 施策の採算性

■1000セット販売時の販売概要

| 販売額=原価+人件費(+送料)+営業利益 | | | |
|----------------------|-------------------|-----------------|-------------------|
| | 町外での販売 | 町内での販売 | |
| 販売数 | 650 | 350 | |
| 原価(魚+冊子+パック) | ¥347,712 | | |
| 人件費 | ¥133,250 | ¥94,500 | |
| 送料(一律) | ¥572,000 | | |
| 営業利益 | ¥133,250 | ¥94,500 | |
| 売価(送料抜き) | ¥945 | | |
| 売価(1セット) | ¥1,825 | ¥1,533 | 販売利益 |
| 合計 | ¥1,186,212 | ¥536,712 | ¥1,722,924 |

3. 観光政策(B班): 施策の採算性

| 費用 | | 収益 | |
|---------------------------------|-----------------|--|-----------------|
| 人件費(常駐1人) | ¥240,000 | プログラム1人当たり参加費 (参加費¥6,000—食材費¥2,000) ¥4,000×平均3人/1回×1日3回実施×月24回実施 | ¥288,000 |
| 講師への給与(土日のみ実施) 1日当たり ¥15,000 | ¥120,000 | 加工場/調理場(指定加工業者向け)貸出費用 (¥2,000/2h × 1日平均4時間貸出 × 月22日) | ¥88,000 |
| 賃料/借地料 | 公共施設として運営 ¥0 | 加工場/調理場(観光客向け)貸出費用 (¥3,000/2h × 1日平均4時間貸出 × 月8日) | ¥48,000 |
| 施設維持費/備品購入費 | ¥40,000 | BBQ設備(観光客向け)貸出費用 (¥4,000×月12回) | ¥48,000 |
| 水道光熱費 | ¥60,000 | 販売所での販売手数料 | ¥10,000 |
| システム利用料 | ¥20,000 | フリースペース貸出 (¥500/1h × 1日平均2時間貸出 × 月30日) | ¥30,000 |
| | ¥480,000 | | ¥503,000 |

社名

株式会社クラダシ

設立

2014年7月

所在地

東京都品川区上大崎3丁目2-1 目黒センタービル 5F

代表者

代表取締役社長 関藤 竜也

事業内容

ソーシャルグッドマーケット「Kuradashi」の運営

URL

<https://www.kuradashi.jp/> (ショッピングサイト)

<https://corp.kuradashi.jp/> (会社HP)

株式会社クラダシは、すさみ町以外の自治体でも支援を引き続き行なってまいります。
ご質問・ご相談等ありましたら、お気軽にお問い合わせください。