

## なまらうめ～俺たちの船酒「漁師の力酒」<sup>ちからみず</sup>

— 留萌地区漁協青年部連絡協議会、活動の活性化へ向けた取り組み —

増毛漁業協同組合青年部

西村 人詞

### 1. 地域の概要

私たちが住んでいる増毛町は日本海側、留萌管内南部に位置する人口約5,100人の町であり、明治から昭和初期にかけて「ニシンの千石場所」として栄えた古い歴史と、当時を偲ばせる建築物が今日に残されている（図1）。

近年では国定公園に指定されている暑寒別岳登山の拠点や温暖な気候を生かした果樹栽培が行われているほか、明治時代から続く國稀酒造は日本最北の酒蔵として有名である。

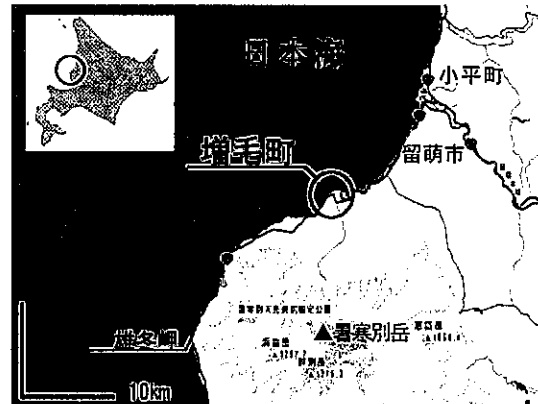


図1 増毛町位置図

### 2. 漁業の概要

増毛漁業協同組合は組合員179名で構成され、主な漁業は、ホタテガイ養殖漁業、エビ漁業、ナマコ漁業、タコ漁業などであり、平成22年の漁獲量は5,780トン、水揚額は22億2,000万円となっている（図2）。

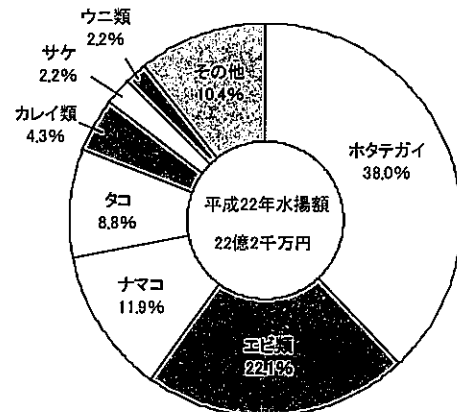


図2 平成22年の魚種別水揚状況

### 3. 研究グループの組織と運営

私たち青年部は昭和28年に発足し、現在の部員数は25名で構成されている。主な活動は地元で開催される観光港まつり、えびまつり、秋味まつり等に参画し地域の活性化に取り組んでいるほか、留萌地区漁協青年部連絡協議会（以下、協議会）の活動に参加している。

### 4. 研究・実践活動取組課題選定の動機

平成20年12月、協議会の打合せ後に行った居酒屋で「管内の青年部が一致団結した取り組みはできないか」という話題となった。当時は十分な予算もなく、会議に参加する地区も少ないなど活動は停滞している状態であったが、協議会では「地域に役立つことをしたいなあ……」ということが話し合われていた。

さらに「地域の子供たちに遊具の一つでもプレゼントできたら喜ぶだろうな」という意見もあったが、活動費すら不足している中で具体的な話は進まない状況であった。

数日後、当時の副会長から「船に酒を積んで揺らすと旨くなる。地酒と地魚を組み合わせた活動ができれば留萌管内水産物のPRにも繋がるはず！」と提案があった。日本酒が波に揺られて旨くなることは「北前船で運ばれた灘の酒」が有名であり、地元の漁師には自分で味わうために一升瓶を船に積んでいる人もいる。國稀酒造の協力が得られれば管内の青年部が一致団結した取り組みに繋がるのでは？という大きな構想を描きながら、青年部長が協議会の会長だったこと、増毛町に酒蔵があることから増毛漁協青年部が主体となり、試験的に取り組むこととなった。

## 5. 研究・実践活動状況及び成果

### (1) いざ國稀酒造へ

平成21年3月、國稀酒造を訪問して経緯を説明したところ「何だそれ？味なんて変わるものか」と、全く相手にしてもらえず門前払い同然であった（写真1, 2）。

当初はダメで元々と思っていたが、折角のアイデアを簡単に終わらせたくない思いから船に積んであった酒を持って再び國稀酒造を訪問。この時、社長や杜氏ほか役員に試飲してもらったものの反応はいまひとつ。しかし、地元の漁協青年部が新しい試みに挑戦したいという意気込みは伝わり「やってみるか！」という返事を頂くことができた。ただし、酒の販売には国税局の許可が必要であり、青年部や漁協名での販売はできないこと、売れ残って在庫を抱える危険性を十分協議すること、内容量やラベル表示についても酒税法に触れないよう注意することなど厳しくアドバイスされたが、自分たちの提案が実現される嬉しさから「何とか第一関門クリアかな」と楽観的に考えていた。

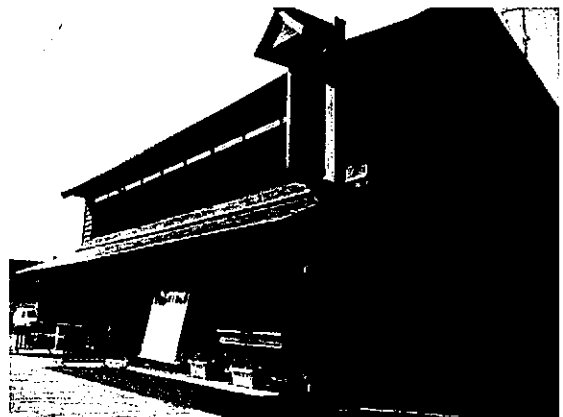


写真1 増毛町國稀酒造

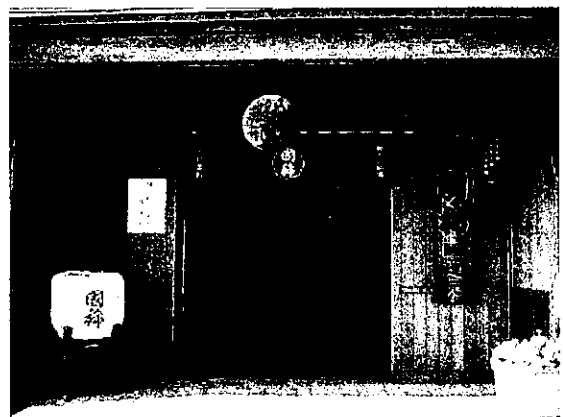


写真2 國稀酒造入り口

### (2) 「漁師の力酒（ちからみず）」誕生

扱う酒は國稀の佳撰（旧制度・二級酒）、1本900mlとし、40日間船積みすることとした。ラベルは実際に國稀酒造のラベルを作成している地元の印刷会社に相談し、多くのアドバイスを頂くことができた（表1）。

表1 印刷会社より受けたアドバイス

- ① 揺らすことによる効果は数値として示せないため表示できない。
- ② 船に積んだことは強調しても成分や効能については触れない方がよい。
- ③ 名前が決まったら、同じ商品名が商標登録されていないか調べる。
- ④ 販売に当たっては許可を持っている地元の酒屋に協力を求める。

肝心の商品名を皆で協議したところ、「沖さいくど」「大漁旗」などの案が出されたが、青年部長から「俺たち漁師が沖に行って網を起す力強さを表現したい。漁師の力酒はどうだ！」との提案があった。一同からは「いんでねえか！」との声上がり、商品名は漁師の力酒とすることが決まった（図3、写真3、4）。



図3 ラベル

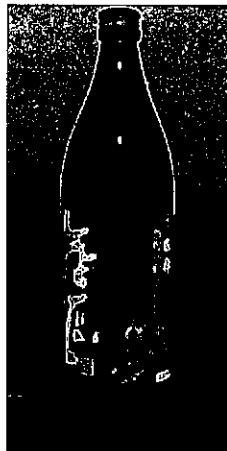


写真3 漁師の力酒

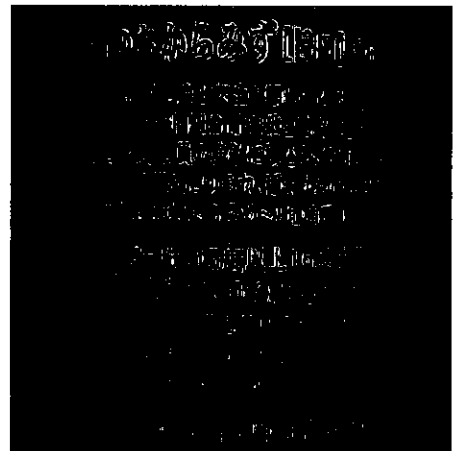


写真4 裏ラベル

販売価格は多少高いとは思いながらも周囲から「絶対に売れる！」と後押しされ、1本1,500円に設定した。また、販売方法については地元の酒屋に協力を依頼し、青年部の収益は船への積み込み手数料やイベント時の日当が充てられることとなった。こうして、諸経費を除き、1本につき400円が青年部の収益となった。

### (3) 第1回目の販売

初めての販売は増毛町「えびまつり」、留萌市「うまいよ！ るもい市」のイベント限定販売とした。販売の予想は全く付かなかったため第1回目として540本（12本入れ×45箱）を計画、製造に際しては協議会で賛同が得られた小平町白谷、鬼鹿地区の船にも分散し、合計8隻の船に積み込んだ（写真5、6）。



写真5 積み込み状況

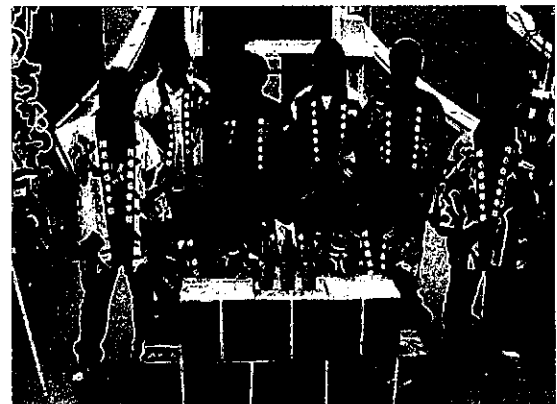


写真6 みんなで記念撮影！

平成21年5月「えびまつり」当日(写真7)。期待と不安を抱きながら販売を開始したところ、在庫を残さないようにとの心配をよそに準備した349本が完売。特に販売開始から30分後には1人1本に限定するほどの大盛況であった。また、次に行われた「うまいよ！るもい市」でも167本が完売し、試飲や関係者への提供分を除いた516本を完売することができた。その後の反省会では事前にインターネットなどで知っていた人も多く、買えなかった人や、地元の酒屋に「どこで売っているのか？」との問い合わせが30件近くもあったことが報告され、大きな手応えを感じることができた。



写真7 えびまつり会場

第1回目の収支として、諸経費を差し引き24万5,100円の収益を得ることができた。

今後、得られた収益を活動資金として販売促進用ののぼりやポスターなどを作成し、2回目以降の取り組みを行うこととした(写真8, 9)。

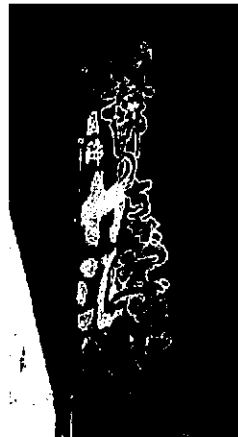


写真8 力酒のぼり

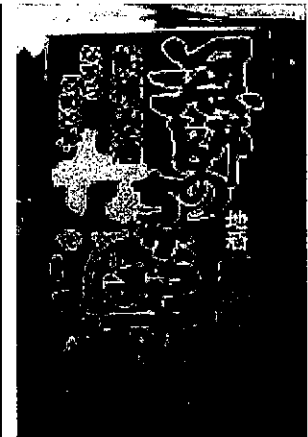


写真9 ポスター

#### (4) 国税局からの指摘

平成21年7月、突然、國稀酒造より「国税局から今回の取り組みに際して問題があると指摘を受けた」と連絡があった(表2)。

表2 国税局から受けた主な指摘内容

- |   |
|---|
| <p>①瓶詰めした日本酒を出荷後に1ヶ月半も船上で保管しているのは製造メーカーとして品質管理、保証に問題がある。また、出荷後の保管場所として漁船は問題。</p> <p>②ラベルに「船積み」との記載があるが、船に積むのは出荷後であり表示が不適。</p> |
|---|

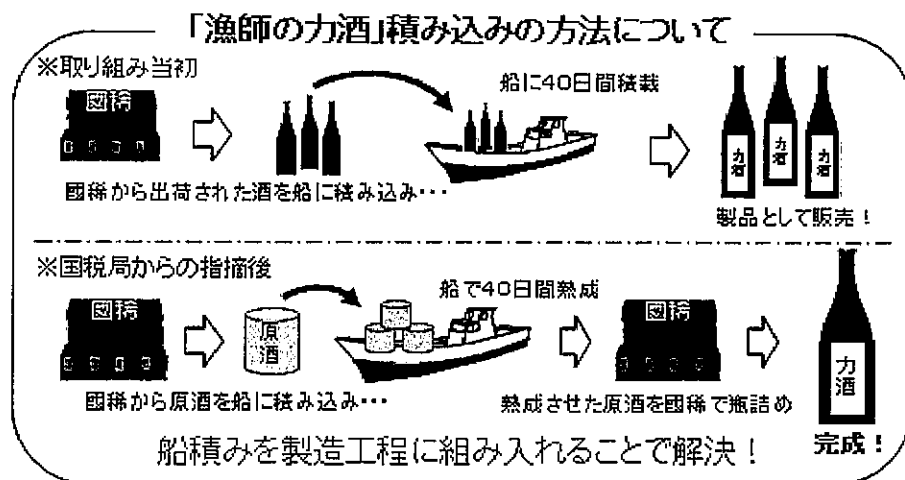
「もうだめだ。漁師の力酒は終わりだ」と諦めかけたとき、國稀酒造からは「折角取り組んだのだから、もう少し頑張ろうじゃないか」と背中を押され、指摘された事項について対策を検討することになった。

指摘事項を整理したところ、瓶詰め後の酒を船に積み込むのが問題のため、原酒を積み込み、製造工程に組み入れることで国税局からの了解を得ることができた(図4)。

さらに厳密に管理するため、青年部員の船と國稀酒造で傭船契約を結び「傭船運航記録表」を整理するなど適切に管理する体制を整えたほか、安全対策として原酒の箱に封印を取り付けるなど、新たな工夫を行った。

製造工程が変わって最も心配したのは「味」であったが、原酒を積み込んだ方がより旨みを感じられるようになり、結果的に良い仕上がりになった。

こうして、国税局からの指摘事項を無事にクリアし、事業を再開することとなった。



(5) 第2回目以降の取り組み

第2回目には480本分の製造を計画し、新たに留萌市礼受地区、羽幌地区も加わるなど「漁師の力酒」を通じた青年部の連携が広がった。更に第3回目には500本分の製造を行い増毛地区の「秋味まつり」で販売したところ、わずか15分で完売するなど大盛況であった(写真10)。最終的に平成21年には合計4回の積み込みによって2,548本製造し、売れ残ることなく全て販売され、109万円の収益を得ることができた(表3, 5)。



写真10 秋味まつり

こうして活動は順調に進み、平成22年には3,429本の実績、23年は3,450本の販売を見込んでいる。また、22年以降はリピーターからの意見を参考に「鬼ごろし」を原酒とした超辛口(赤ラベル)の製造も行っている。

表3 船積み回数および販売収益 (H21実績)

積み込み回数	販売手数料 (1本あたり)	販売本数	青年部収益	備考
第1回目	475 円	516 本	245,100 円	1回目、2回目の手数料は調整等により475円。3回目以降は計画どおり400円。
第2回目	475 円	480 本	228,000 円	
第3回目	400 円	532 本	212,800 円	
第4回目	400 円	1,020 本	408,000 円	
合計		2,548 本	1,093,900 円	

(6) 収益を活動費に！

「地域に役立つ取り組みを！」という考えから始まった漁師の力酒。平成21年に販売した収益の一部を留萌管内の幼稚園や小学校などに寄付し、子供たちが遊ぶ遊具などの購入費に充ててもらえた(表4)。

表4 寄付実績一覧 (H21)

相手先	備考
小平幼稚園 (小平町) : 増毛保育所 (増毛町)	※購入品目 子供が自由に遊べるカート型の遊具、インフルエンザ予防セット、ピアノカバー、カラーボックス、三脚など。 ◆H23までに留萌管内を一巡することができている。
鬼鹿幼稚園 (小平町) : 沖見保育園 (留萌市)	
焼尻小中学校(羽幌町) : みどり保育園(留萌市)	
羽幌小学校 (羽幌町) : 留萌保育園 (留萌市)	
寄付額 (合計) 213,805 円	

この他、平成23年には留萌市で開催された管内の小学生を対象としたバレーボール大会に協賛し、特産のタコの珍味を景品として配布するなど地元水産物のPR方法について試行錯誤しながら活動を展開している(写真11)。

また、平成23年3月に発生した東北地方太平洋沖地震では私たちの仲間が大切な船を失うなど大きな被害を受けたことから、わずかではあったが収益の一部を義援金として送付することができ、少なからず社会に役立つ取り組みへ繋がられたのなら嬉しいと考えている。

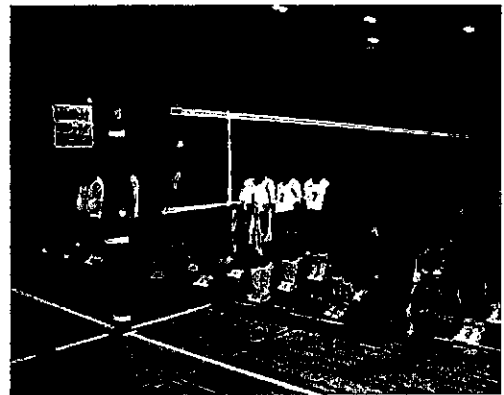


写真11 協賛したバレーボール大会

## 6. 波及効果

当初、増毛漁協青年部が主体となり小平町白谷、鬼鹿地区の協力を得ながら始まった取り組みは次第に広がりを見せ、現在では、天塩、羽幌、苫前、天売、焼尻地区など留萌管内全体の取り組みへと発展し、協議会の活動として展開するに至っている(図5)。

また、活動資金が得られたことや「子供たちに遊具の一つでもプレゼントしたい!」という当初の目的も果たせたことなど大きな達成感を得ることができたが、それ以上に今まで参加の少なかった仲間が「漁師の力酒」によって集まるようになり、留萌管内における青年部活動を盛り上げられたこと、地域の活性化に貢献できたことは最も大きな成果であった。

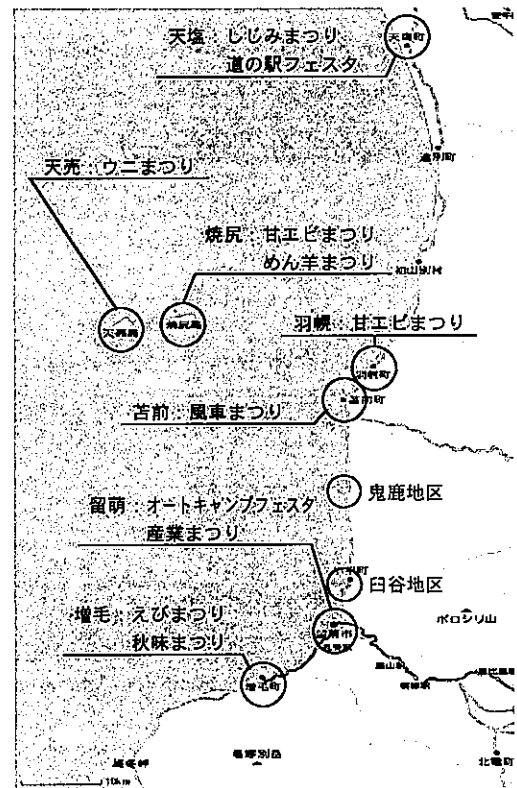


図5 管内のイベント活動地域

7. 今後の課題や計画と問題点

平成22年12月、増毛漁協青年部では増毛産の活ホタテガイと「漁師の力酒」をセットにした年末ギフトを試験販売したところ102セットの注文があり、大変好評であった。この結果、23年には羽幌、天塩地区でも地場産水産物とのセット販売を予定しており、当初に思い描いた「地酒と地魚」による留萌管内水産物のPR及び消費拡大を積極的に進める計画である。

この他、留萌を身近に感じてもらうため、管内の特産である「タコ」と「漁師の力酒」をモチーフとしたストラップの作成など自由な発想を持ち寄り、今まで以上に留萌管内を盛り上げることを考えている。さらに平成23年9月には、船積みシリーズの第二弾として熟成生しょうゆ「波の華」を企画するなど現状に踏みとどまらず、今後も新しい取り組みを推進する計画である（写真12）。

問題点として、「漁師の力酒」の販売だけで終わらないように地域のイベント自体を魅力あるものに取り組む必要がある。また、「漁師の力酒」を買うために足を運んでくれたお客さんには地酒だけではなく、どうすれば留萌管内で獲れる水産物の魅力を伝えることができるのか、今後の課題と考えている。



写真12 新たに企画した「波の華」

表5 平成21年「漁師の力酒」販売実績表

(単位：円)

収入		支出		備考
科目	金額	科目	金額	
販売手数料	1,093,900	業務推進費	121,210	のぼり、ポスター作成など 宣伝等に用いた分を連絡協議会で購入
		宣伝用買取	19,500	
		通信・運送費	4,100	
		振込手数料	1,050	
		雑費	856	
内訳：合計4回の船積みおよび 2,548本分の販売手数料		寄付金	213,805	幼稚園、小学校等へ（◆H21は船積みした 増毛、留萌、小平、羽幌地区が対象）
		差引損益	733,379	この中から各地区青年部へ活動費を分配 し、残りは連絡協議会の活動費となる。
合計	1,093,900	合計	1,093,900	