

## 浜に活気を！空前規模の漁師連携

—10 漁協が一つになる日—

つがる日本海お魚大漁まつり実行委員会

漁業者代表（所属 新深浦町漁協 大戸瀬漁協青年部）長谷川 直人

### 1. 地域の概要

青森県西北五地域は本県の日本海に面した 2 市 3 町で構成され、総延長 164km に及ぶ海岸沿いには、中泊町の「権現崎」（ごんげんざき）や深浦町の「千畳敷」（せんじょうじき）など、数多くの風光明媚な景勝地を有する。また南部の内陸には、「岩木山」や世界自然遺産「白神山地」など、山々の豊かな自然にも恵まれている。沿岸には 10 漁協の拠点となる 17 漁港と 1 港湾の港があり、江戸時代には深浦港が北前船の風待ち港として利用され、さらにさかのぼると中世には十三漁協周辺の十三湊が東日本においては最大規模で繁栄していたなど、海の歴史ロマンがあふれる地域でもある（図－1）。

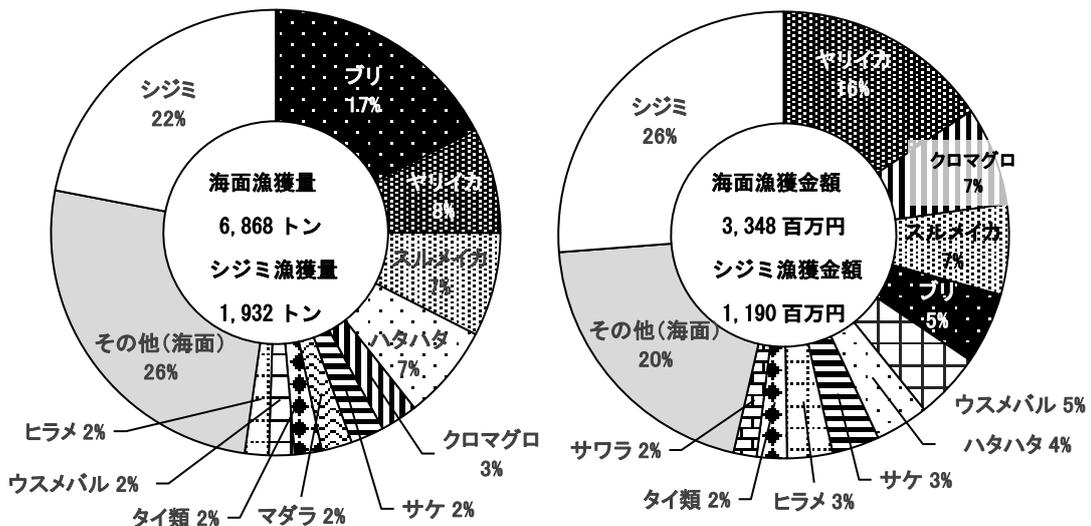


図－1 青森県日本海沿岸及び沿海 10 漁協

### 2. 漁業の概要

津軽半島北西の小泊漁協から秋田県に隣接する南の大間越漁協までの 10 漁協の漁業者数は、合計で 2,491 人となっている。

日本海海域は、地域によって主力となる漁法に特徴があり、北部の中泊町では、刺し網・一本釣・はえ縄を主力漁法とする。一方、南部に位置する鯨ヶ沢町や深浦町では、沖合底曳網・定置網・底建網が主力漁法である。



図－2 平成 29 年の青森県日本海沿岸漁協の漁獲量と漁獲金額

平成29年の海面漁獲量は6,868トン、漁獲金額は33億4,773万円（図－2）で、主な魚種は金額で高い順にヤリイカ、クロマグロ、スルメイカ、ブリ、ウスメバル、ハタハタとなっているが突出して多く漁獲される魚種は無く、多様な水産物が水揚げされるのが日本海沿岸の特徴でもある。なお、地域内では主力魚種を生かしたご当地グルメが誕生しており、観光客の誘客とブランド化の一翼を担っている。

また、十三湖を有する五所川原市とつがる市では、内水面漁業を主力としており、中でもヤマトシジミは平成29年の漁獲量が1,932トン、漁獲金額が11億9,034万円（図－2）となっている。近年、関係漁協を生産者団体とする、「十三湖産大和しじみ」が地理的表示保護制度（GI）に登録され、今後、さらなる飛躍が期待される。

### 3. 研究グループの組織と運営

「つがる日本海おさかな大漁まつり実行委員会」は、10漁協が広域連携する催事を行うために立ち上げられ、平成27年10月に各漁協の職員や漁業者代表、女性部代表、5市町の水産担当者といった、異なる地域、異なる立場の関係者約40人で組織された。主な活動費は漁協からの会費の他、県漁連、市町の助成金等で賄っている。



写真－1 実行委員会会議

### 4. 研究・実践活動の取組課題選定の動機

そもそもの始まりは、10漁協の漁協職員と関係市町で組織する「西北地域漁業活性化協議会」が開催した平成27年度の研修会にさかのぼる。当協議会では例年、今後の漁業振興や諸問題等について研修を行い、漁獲量の減少による後継者不足や浜の存続問題などについて、さまざまな意見を交わしてきた。「これからの漁業には何が必要か？どうすれば浜に活気を取り戻せるか？」を模索する中で出た一言に、委員全員が賛同し、あっという間に実行委員会が組織された。その一言は、「悩みは一緒。同じ方を向いて浜に活気を取り戻そう！」である。

まずは、(1)異なる地域・多世代の漁業者が連携する、(2)日本海沿岸の魚介類の魅力伝える、(3)漁業の魅力伝える、の3つのコンセプトが決められた。それから、浜の抱える課題解決のために魚介類の消費拡大、後継者育成、観光業の連携を具体化し、漁家所得の向上につなげることを目標として動き出した。「事情の異なる10の浜でそれぞれができることは何か」について、私たちは本番まで4回の会議を重ね、委員はもちろん、委員以外の多くの漁業者もイベントの運営スタッフとして巻き込み、一体となって企画・運営を行った（写真－1）。そして私たちは、10漁協が連携し、平成28年から3カ年継続する都市交流型イベントとして、「つがる日本海お魚大漁まつり」を開催した。

## 5. 研究・実践活動状況及び成果

### (1) 開催地の決定

大漁まつりの開催地は、荷さばき所の中で鮮魚販売ができること、駐車スペースを確保できること等の条件がクリアできる新深浦町漁協の北金ヶ沢漁港荷さばき所とし、水揚げと気候の条件のよい時節とすることで決定した(写真-2)。

### (2) 大漁まつりのイベント各種

イベントの内容は、販売コーナー、なりきり漁師体験、ステージイベントと大きく三つのカテゴリーに分けられる。

販売コーナーでは、「日本海漁港直送鮮魚」として、前日各地域で水揚げされた鮮魚・ヤマトシジミの販売、「浜焼きバーベキュー」として、地元で水揚げされたサザエやイカ等のセット販売、漁協女性部の「浜のかっちゃんの加工品」また、産直販売グループや漁村青年グループも参加し、農・漁がコラボした加工品や惣菜販売で販売部門を盛り上げた(写真-3、4)。目玉は何と言っても、イベント当日の朝、各漁港から水揚げされたばかりの魚介類を持ち寄る販売ブースであり、これを買いたいと開会前から鮮魚コーナー前には、通りを埋め尽くすほどの人垣ができた。浜焼きバーベキューも大人気で、会場で購入したサザエやイカなどを焼いて味わうことができることから、順番待ちができるほどだった。

続いて、なりきり漁師体験は、漁師が消費者と交流し、漁業の魅力を直接伝えようと、北金ヶ沢を拠点とする3つの漁業グループが分担して、「漁船クルーズ体験」「お魚つかみどり体験」「いけす釣り体験」を実施した。「漁船クルーズ体験」は、北金ヶ沢漁港から深浦町の景勝地・千畳敷海岸までを往復する30分のクルーズである。普段漁師が見る景色は一般の方には絶景そのもので、何より普段乗る機会がない、漁船に乗れるということで、子どもからご年配の方まで体験していただいた(写真-5)。



写真-2 第1回ポスター



写真-3 日本海漁港直送鮮魚



写真-4 浜のかっちゃんの加工品



写真-5 漁船クルーズ体験

また、「お魚つかみどり体験」「いけす釣り体験」は、小学生までを対象に実施している。この2つの体験も大変人気で、チケットは、あっという間に売り切れてしまった（写真－6、7）。勢いのある子供たちは、制限時間内に何匹もつかんだり、釣ったりしたため、網起こしは、当日の朝だけでなく、お昼前にも実施することとなり、うれしい悲鳴となった。

そして3つ目のステージイベントの目玉は、魚介類の詰合せや、地域で人気の宿の宿泊券などが当たる大漁抽選会で、会場でのアンケートに答えると参加できる形式とした。このほか、漁業者や女性部による「海人（うみびと）のど自慢大会」や「漁師に挑むアームレスリング大会」など、来場者が漁業者と一緒に楽しめるイベントを実施した（写真－8）。

イベント開催にあたり、後継者育成の一環として、地元中学校と連携してまつり応援ボランティアスタッフの希望者を募ったところ、35人の中学生の応募があり、当日、一生懸命スタッフとして頑張ってくれた姿が印象的で、彼らの活気に私たちは大いに励まされた。



写真－6 お魚つかみどり体験



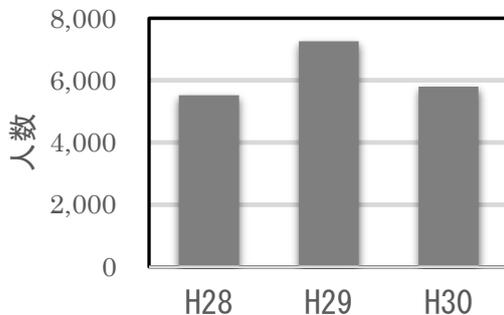
写真－7 いけす釣り体験



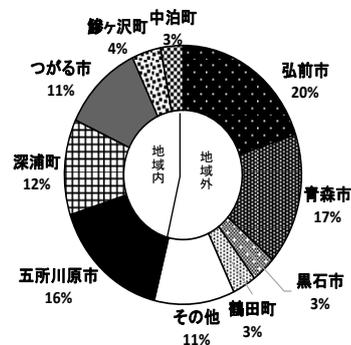
写真－8 ステージイベント

### （3）来場者側及び漁業者側の感想

当まつりの来場者数は、第1回は約5,500人とわれわれ主催者側の予想を上回る数であったが、第2回はさらに約7,200人の来場者数となり、波のように押し寄せる来場者と一緒に、驚きを隠せなかった（図－3）。



図－3 つがる日本海お魚大漁まつり来場者数の推移（主催者調べ）



図－4 来場者の市町村  
※H29 アンケートより。回答者総数 987。

アンケートを見ると、約半数が地域外である弘前市や青森市からの来場者で占められていた（図-4）。ポスターの〇〇さんに会いたい、といった意見もあり、海人を全面に出した作戦も効果があったようだ。一般客は鮮魚販売を特に期待して来場し、体験各種や抽選会、バーベキューの期待も大きいようだった。対照的に漁業関係者の場合は、特に楽しみにしているのが抽選会とステージイベントで、迎える側も楽しめるイベントを企画することの重要性を再認識した（図-5）。そしてアンケートからは多数のお褒めの言葉を頂き、多かった感想が、「楽しい」「にぎやか」「活気」であった（図-6）。漁業者が取り戻そうとした言葉を来場者から多数もらえたことは非常に励みになった。

大漁まつり実行委員会の漁業関係者らに感想を聞くと、「漁業者・女性部・漁協職員が一体となり、仲間になれたのを感じた」「これからの漁業に可能性を感じる事ができた」等の声があり、開催で得た一体感を喜ぶ意見が多く挙げられた。

大漁まつりを実施することによって、今後につながる三つの成果を生み出すことができた。一つ目は地域海産物の魅力を消費者に伝えることができたこと、二つ目は消費者と交流することで漁業の魅力を直接伝えることができたこと、そして、三つ目は10漁協が一体となれる事業となったことである。

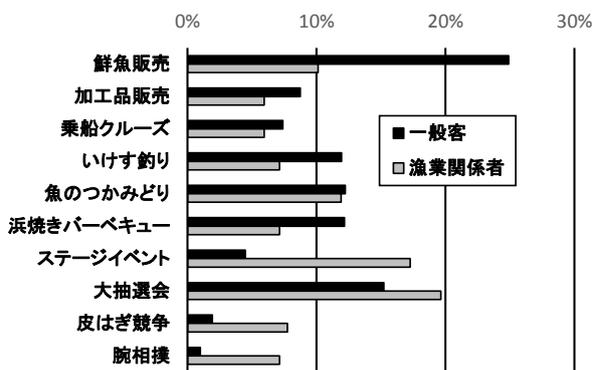


図-5 Q 楽しみにしているイベントは何ですか。

※H29 アンケートより。複数回答可。各回答総数（一般客：1,406 漁業関係者：168）中の割合。

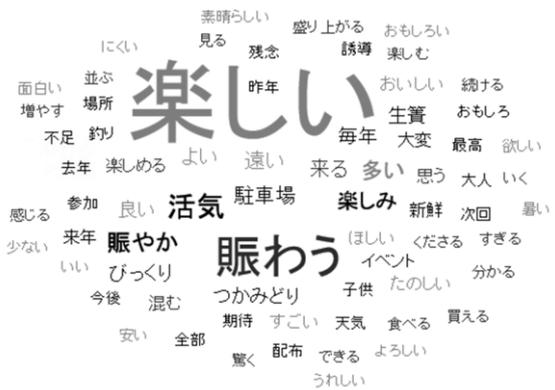


図-6 Q イベント全体を通じての感想を教えてください（ワードクラウド）。

※H29 アンケートより。自由記入による 566 回答を user local 社テキストマイニングツールで解析し、ワードクラウド（文章中で特徴のある単語を抜粋し、出現頻度を大きさで図示）として表記。

## 6. 波及効果

異なる地域が連携して一つのイベントを実施したことで、漁業関係者に新たな団結力が生まれた。これまで、日本海の各漁協の漁業者グループ、漁協職員や行政が一堂に会する会議は開催されていなかったが、悩みを共有することで「こういう壁にあたったらどう処理するか」といったイベント開催のスキルが全体として向上できたと思う。

イベントが企画される以前は、PRを目的とした直売事業をそれぞれの地域単独で行うことが多く、時化等により魚を集めるのに苦労してきた。現在は、大漁まつりを通じて得た横のつながりをもとに、日本海の旬の魚を勢ぞろいさせた直売活動を行えるよう

になり、内陸部の産直施設、弘前市内のスーパー、さらには青森市内の大農林水産祭等にテスト出店し、地域ならではの食べ方をPRすることができるようになった(写真-9、表)。ある定置で操業できなくとも別の地域や別の漁法でフォローできたり、人気の十三湖産ヤマトシジミをスムーズに準備できたりと、横の連携があるからこそ迅速な対応ができています。また、大漁まつりで得た充実感があるため、魚だけでなくスタッフも北から南まで積極的に集結し、和気あいあいと直売事業に取り組むことができています。



写真-9 地域外での直売連携

私たちの地域は漁業を取り巻く厳しい現状の中、将来的に漁協合併が必要となるだろう。さまざまな課題もあるが、まつり等での経験、10漁協連携で生み出された活気が、私たちの漁協合併を着実に前進させていることは間違いない。

表 複数漁協連携の販売促進イベント

実施主体	平成29年度	平成30年度
つがる日本海お魚大漁まつり実行委員会 (10漁協・5市町)	スーパー内での日本海お魚まつり (弘前市・10月・直販)	—
青森県日本海広域水産業再生委員会 (6漁協・3市町)	大農林水産祭 (青森市・11月・直販) 道の駅もりた即売会 (つがる市・10月・直販) たらふく食べる会 (青森市・2月・PR)	産直施設フラット創業祭 (つがる市・11月・直販) たらふく食べる会 (青森市・2月・PR)
つがる北部広域水産業再生委員会 (3漁協・2市町)	活ハマまつり (中泊町・9月・直販) 食のこだわりフェア (名古屋市・10月・PR) シーフードショー (大阪市・2月・PR)	活ハマまつり (中泊町・9月・直販) 食のこだわりフェア (大阪市・10月・PR) シーフードショー (大阪市・2月・PR)

※いずれも主催ではなく出店・出展者として参加

## 7. 今後の課題や計画と問題点

3カ年の一大イベントを終え、私たちは次なるステップへ踏み出すべきと考えている。来場者アンケートでは、他の時期での開催を望む声もあり、私たちも四季折々の魚介類

を季節ごとに堪能していただくことで、「つがる日本海」のファンを増やしていければと考えている。

このイベントで得た団結力とお魚の集約力は、他の地域には簡単にまねできないものと自負している。今後は、仲間の浜でのイベントや、魚となじみの薄い内陸部でのイベントとコラボし、「お魚大漁まつり」の名を冠した直販イベントを各地で展開していきたい。

またこのイベントがきっかけとなり、10漁協が一同に情報発信するウェブサイトが平成30年に立ち上げられている（写真－10）。このサイトを活用しながら、食べる、楽しめる漁村地域を目指し、効果的な情報発信を行っていきたい。



写真－10 ウェブサイト「青森津軽日本海のお魚」