

漁夫のまち水橋へ  
—漁師の手で紡ぐ地域の未来—

水橋漁業生産組合  
組合長 安倍 久智

## 1. 地域の概要

私たちが活動している富山市水橋地区は、富山湾に面し、県中央付近を流れる常願寺川と白岩川に挟まれた歴史ある港町である（図1）。古くは水運の要所として宿場町が形成され、明治から昭和初期頃までは、北海道や樺太等に向かう五百石船や千石船等の北前船の寄港地として栄えてきた歴史がある。



図1 水橋地区およびとやま市漁協の位置図

## 2. 漁業の概要

私たちが所属している「とやま市漁業協同組合」は、水橋町漁業協同組合と岩瀬漁業協同組合、四方漁業協同組合の3つの組合が平成14年に合併して誕生した組合であり、現在は、水橋地区、岩瀬地区、四方地区の漁業者で構成されている。水橋地区では主に定置網漁業が営まれており、漁獲量の大半は3～6月に漁獲されるホタルイカで占められ、そのほかにも、イカ、アジ、サバ等が漁獲される。定置網以外の漁業としては、刺網でヒラメやマゴチ等、ごち網でシロエビやホッコクアカエビ、一本釣りでタチウオ、フクラギ（ブリの幼魚）等を漁獲している。

## 3. 研究グループの組織と運営

水橋漁業生産組合は、水橋漁民合同組合として昭和37年に設立され、令和7年に水橋漁業生産組合として法人化した。水橋漁業生産組合は、正組合員19人、准組合員1人、アルバイト1人の計21人で構成されている。水橋地区の漁業者のほとんどは水橋漁業生産組合に所属しており、定置網漁業のほか刺網漁業等を営んでいる。また、漁業活動のほか、後述する漁業体験等による漁業普及活動や魚食普及活動、地域内でのイベント活動、ECサイトでの加工品販売等、幅広い活動を行っている。

## 4. 研究・実践活動の取組課題選定の動機

水橋地区では人口減少が続いており（図2）、大きな商業施設や観光施設等もないこ

とから、地区の活力低下が課題となっていた。私たちは、これまで水橋地区内の小中学校での出前授業や、学校給食の食材提供をしてきた経験により、子どもたちを通じた賑わいを創りたいという思いがあったことから、水橋を盛り上げるために動き始めた。

まずは、平成 26 年以前から実施していた「水橋みなと祭り」をパワ

ーアップさせることを考えた。これまでの水橋みなと祭りは、水橋で獲れた魚の直売会等を小規模に実施する程度だったが、平成 27 年からは「水橋みなと感謝祭」に名前を変え、地元の協力も得て、地域への感謝を込めた大規模なイベントへと拡充した。水橋みなと感謝祭では、鮮魚販売のほか、浜焼きや海鮮鍋の提供、遊覧船の運航、お笑い芸人ライブ、地元企業による物販等も実施するにしたりしたところ、規模が年々拡大し、協賛企業数も増加した（図 3）。水橋みなと感謝祭以外にも、漁船を使った結婚式等を実施し、イベントに伴う賑わいが生まれた。

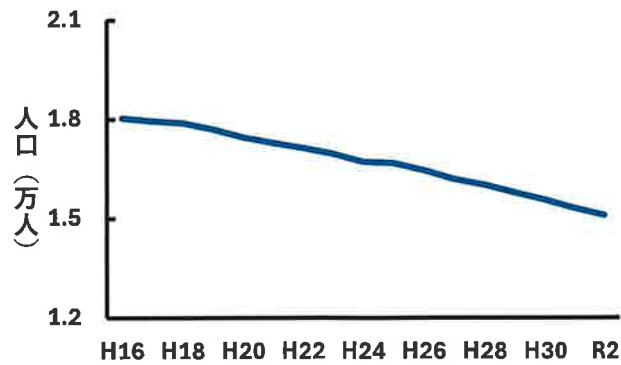


図 2 水橋地区の人口の推移

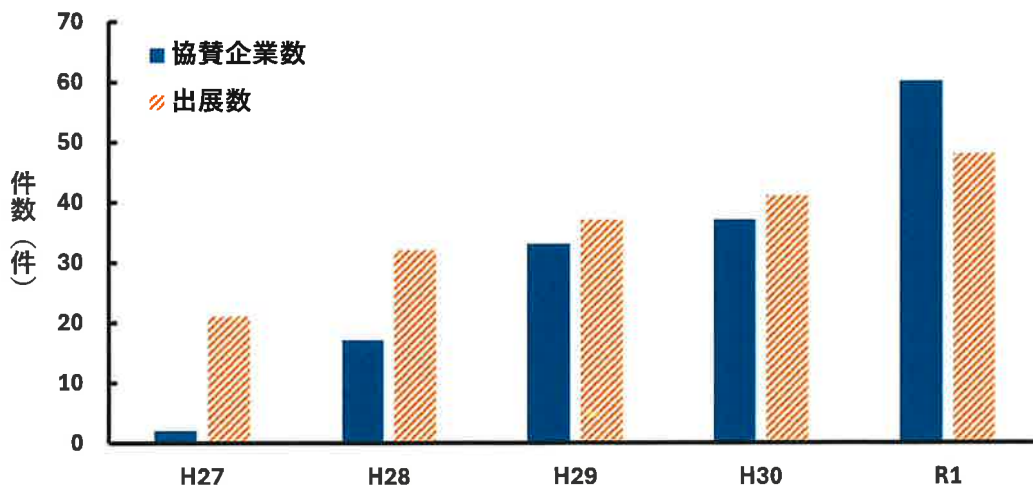


図 3 水橋みなと感謝祭の協賛企業数と出展数の変化

しかし、これらの取り組みでは、一時的に人は集まるが、その後が続かなかったことから、恒常的に人が集まる活動が必要と考え、新たな取り組みを検討することとした。

## 5. 研究・実践活動の状況及び成果（または効果）

### （1）地域での話し合い

賑わいの創出には、地域における連携が不可欠だと考えた。そこでまずは、水橋の強みやできることを活かし、水橋を盛り上げるにはどうすればよいか地域の方々と話し合

う場を設けた。話し合いは、全国から多彩な講師も招いて「水橋地域活性化講座」と題し、令和元年から令和2年にかけて計5回開催し、水橋の漁業や魚を活かした地域活性化の案として、地域活動や地元の魚を提供できる拠点となる食堂や、人を呼び込む体験ツアー、地元メニューの開発等を望む声があがった。そして、「魚や漁業に触れて学ぶことができる体験」と、「地元の魚を提供できるような場所の提供」という、コトモノ消費を意識した活動に取り組むこととなった。



図4 水橋地域活性化講座

## (2) コト消費「漁師文化体験」の実施

地域活性化に向けた体験の実施については、単なる漁業体験の提供だけでなく、未来を担う子どもたちに向けたメッセージ性のあるものを行いたいと考え、特に「漁師」という職業のイメージを向上させたいという思いがあった。担い手不足は漁業において全国的な課題となっているが、その原因の一つは「漁師」という職業に対するネガティブなイメージにあり、そのイメージを払拭するには、漁師の仕事について知ってもらう必要があると考えていた。漁師は家庭の食卓に魚を届ける重要な職業であり、魚が食卓に届けられるまでのさまざまな過程や苦勞について知ってもらいたいという思いから、魚が陸揚げされてからの作業も体験に組み込み、「漁師文化体験」という名前のツアーを立ち上げた。

「漁師文化体験」は、地曳網やかご網等の漁業体験に加えて、セリや選別作業等についても現場の漁師が丁寧に解説しながら体験してもらう内容となっており、船上から陸上までの一連の仕事体験を通して、漁師の仕事について理解を深めてもらえるように工夫した。また、お客さんの要望等に応じて、魚をさばく体験や寿司を作る体験も盛り込めるようにしており、魚が海から食卓に届けられるまでの流れを全て体験してもらうことも可能となっている(図5)。

このような体験を実施しているところはあまりなく、さらに新幹線を使って首都圏からアクセスしやすいという立地条件も手伝って、首都圏の人々を中心に問い合わせが多い。また、学生の校外学習や修学旅行の一環としても人気があり、県内外の学校から体験の受け入れ依頼もある。令和7年は合計7回、のべ478人の体験を実施しており、漁師文化体験が旅行会社の企画や修学旅行の一部に組み込まれることによって、水橋地区の賑わい創出に一役買っていると考えている。また、修学旅行で実際に体験に参加した生徒からは、「修学旅行の行程の中で一番楽しく勉強になった」という声を聞くことができ、地域活性化だけでなく漁業や漁師について楽しみながら知ってもらえる機会を提供できていることについても喜ばしく感じている。



図5 漁師文化体験の流れ

### (3) モノ消費「水橋食堂 漁夫」の開業

水橋みなと感謝祭で魚を直売していた際に、地域の方から「あんたらの魚普段どこで買えるんけ?」と聞かれることがあった。それまでは、私たちが漁獲した魚は地元に出回ることはほとんどなく、地元で水橋の魚を提供できる場所もなかった。私たちとしても、地元の魚を食べられる場所を作りたい、みんなが集まれる食堂を作りたいという思いがあり、漁師食堂の開業に向けて歩み始めた。

しかし、食堂を開業するには、いくつもの課題があった。そもそも、私たちは漁師であり、飲食店の経営に関しては全くの素人だった。そこでまずは、飲食店経営の経験がある知人に声をかけ、従業員となってくれる人たちを集めた。次に、母体となる法人が必要だったが、当時の私たちは、法人格のない任意組合であったため、別に食堂の経営を担う法人を立ち上げる必要があった。そこで、母体となる法人として「遊水会」を設立した。また、食堂を開業する場所の問題もあったが、地区内には遊休施設となっていた漁協所有の建物があったことから、それをリノベーションして再利用することとした。その建物は水橋漁港そばにあり、富山湾の眺望も申し分ないことから、私たちの食堂としてはうってつけであった。

このようにして、漁師食堂の開業における雇用や物件等の課題を解決し、令和3年10月20日に「水橋食堂 漁夫(以下、「漁夫」という。)」をオープンすることができた(図6)。オープン当時はまだ新型コロナウイルス感染症の影響が色濃く、お客さんが来るか不安もあった。しかし、その心配は杞憂に終わり、開店当日には約200~300人のお客さんが



図6 漁夫の外観

来店し、大盛況となった。開店当初は県内の家族連れのお客さんが多かったが、現在は県外からも多く訪れており、令和7年4～5月に実施した調査では、来店したお客さんのうち約77%が県外からのお客さんであった。

県外からもお客さんが増えてきた背景には、「映えメニュー」の提供が功を奏している。漁夫では、漁師と料理人がアイデアを出し合い、地元の方々を招いて試食会を開催する等の試行錯誤を経て、「海鮮パフェ」や「ホタルイカスペシャル丼」、「大漁丼」等、水橋地区の魚を活用した、インパクトと話題性に富んだメニューを開発した(図7)。これらの情報はメディアにも取り上げられ、また、SNSでも積極的に発信しており、現在、X(旧Twitter)のフォロワー数は約1,300人、インスタグラムのフォロワー数は約2,400人となっている。

開業してから4年が経過したが、来客数は年々増加しており、図8に示すとおり、今では年間のべ3万人以上のお客さんが来店している。



図7 漁夫の映えメニュー(左:海鮮パフェ、中央:ホタルイカスペシャル丼、右:大漁丼)

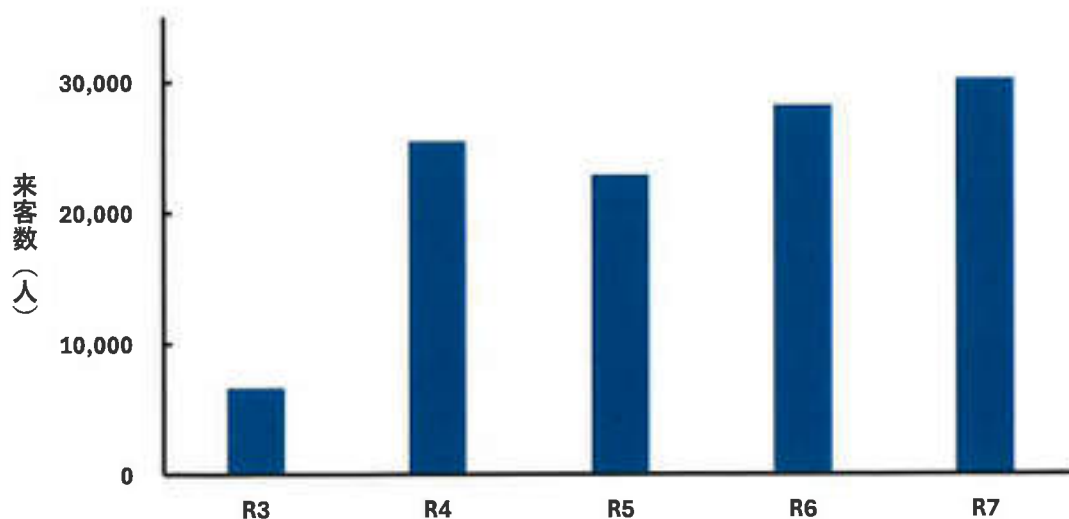


図8 漁夫の年間来客数の推移

また、漁夫を活用して魚食普及や地域への感謝や支援にもつなげたいと思い、子ども食堂を毎月1回開催して水橋の魚を中心とした料理を提供している(図9)。来店した子どもたちを見ていると、魚を嫌いなわけではなく、ただ魚食に触れる機会が少な  
いだけでは、と感じており、そのような子どもたちに魚を食べる機会を提供できることは、将来の漁業や水産業において非常に重要な役割を担っていると自負している。子ども食堂には年間のべ1,200人ほどが来店し、水橋の魚を通じて多くの家族の笑顔を生み出すことができていると感じている。



図9 漁夫で開催している子ども食堂

## 6. 波及効果

活動を始めた当初は、私たちの中で活動への熱量に差があった。しかし、活動を進めるうちに、思いに共感して漁師文化体験や子ども食堂を積極的に手伝いたいという組合員が次第に増え、水橋漁業生産組合が一体となって地域を盛り上げていこうという意識が私たちの中でますます強くなっている。

また、私たち以外にも取り組みの輪が広がってきている。

例えば、みなと感謝祭の協賛企業であり、地元の食品加工会社である「かね七株式会社(以下、「かね七」という。)」は、私たちの獲った水橋の魚を全国に発信したいという思いから、「水橋産ほたるいか沖漬け」を商品化した(図10)。さらに、かね七はこの商品の



図10 かね七の「水橋産ほたるいか沖漬け」

売り上げの一部を、令和6年能登半島地震で漁具や漁港施設が被災した私たちへの義援金として寄付してくれた。このような思いも含めた地産地消の取り組みが評価され、「FOOD SHIFT セレクション 2025」において、この商品が最優秀賞に選定された。この受賞を機に私たちと一体となった地域の活性化に向けた取り組みをより強化したいと考えており、私たちもそれに応えていきたい。

また、漁夫の各テーブルには「富山のさかなクン」と称される東京海洋大学大学院の大屋氏が作成した「おさかな図鑑」を配置している（図11）。「おさかな図鑑」には、季節の魚や地域の漁業について分かりやすく解説しており、来店したお客さんにも好評である。大屋氏も、私たちの活動に共感し、活動への協力や情報発信をしてくれており、「おさかな図鑑」は私たちとともに水橋の漁業や地区そのものへ貢献したいという、大屋氏の思いが形になったものの一つでもある。

ほかにも、私たちの活動に共感した地域の方々や企業からの活動への協力の申し出や支援の声があり、ともに水橋地区を盛り上げていこうという機運が醸成されている。

さらに、漁夫で培った飲食店経営のノウハウを活かして、富山駅前の商業施設

「マリエとやま」内において、令和7年2月に漁夫の姉妹店である「ぎょっこ」をオープンした（図12）。ぎょっこは、駅前という土地を活かして、インバウンドも含めたより広い客層に水橋の魚をアピールすることに一役買っているほか、新たな雇用創出にもつながっている。

また、富山県では、安心して子どもを産み育てることができ、次世代を担う子供が健やかに成長できる環境整備が推進されている。これに沿って、食堂事業を行っている遊水会でも従業員の雇用環境を整え、従業員が仕事と子育てを両立させることができるようにするため、令和7年6月に一般事業主行動計画を策定した（図13）。これにより、従業員のワークライフバランスを整えられるように努めており、将来的には子育てのしやすい地域の発展も見据えている。



図11 大屋氏作成の「おさかな図鑑」



図 12 漁夫の姉妹店「ぎょっこ」

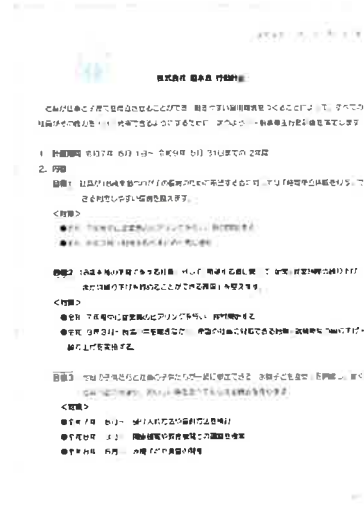


図 13 遊水会の行動計画

## 7. 今後の課題や計画と問題点

漁師文化体験では、スペース的・時間的制約により、受け入れることができなかった依頼が多々ある。これらの依頼に可能な限り応えるため、現在、漁夫の2階の改装を計画中である。改装後は、2階のスペースを活用し体験の受け入れ数の拡大や、規模の大きな体験教室等を実施したいと考えている。今後も、漁師文化体験と漁夫の2つの軸を組み合わせ、発展させた取り組みを実施することにより、私たちの活動をより多くの人に届けていきたい。さらに、私たちの活動が、水橋地区の活性化だけではなく、将来的な担い手不足の解消や富山県における海業の振興にもつながることを期待している。

また、年1回開催していた水橋みなと感謝祭については、コロナ禍であった令和2年から令和4年にかけては開催を控えていたが、新型コロナウイルスの影響が少なくなった令和5年には第6回を開催し、これまで以上の地域の協力と規模（協賛企業数98、出展数58）により実施することができた。しかし、令和6年能登半島地震により、会場となっていた水橋漁港周辺の地盤沈下や液状化が生じ、周辺施設も使用できなくなっているため、それ以降は開催ができていない状態となっている。周辺施設等の復旧が完了し、水橋みなと感謝祭が再開できるようになったときに、「漁夫のまち水橋」の賑わいの中心に、魚に触れ、笑顔の子どもたちの姿が見られるよう私たちは取り組みを続けていきたい。