



左端が黒米を副原料にした「古代米エール」、右端はコシヒカリ入りの「コシヒカリエール」

商工会員兼業農家の 「地ビール起業」

石川県川北町 (有)わくわく手づくりファーム川北

編集部

農家であり商工会員だからこそ
加工販売

「去年の秋には黒米入れてビールをつくった。これはうまいよ、美味！ この世にこんなにつまいものがあるかってほど」

石川県川北町の入口博志^{いりくち}さんは、農家であり、婦人服のデザイン・縫製工場の社長であり、地ビールをつくる農業生産法人の社長でもある。

町にはもともと転作の麦があったが、これは麦茶用の六条大麦。入口さんは、地ビールをつくるために、ビール用二条大麦を栽培することから始めた。麦茶の場合は焙煎するだけなので、麦の品質はそれほど問わない。しかしビール麦は、芽を出させて麦芽(モルト)にしてなんほのもの。タネとして完熟させなければならぬから、穂首が曲がって、葉や茎が汚い色になるまでおいてようやく収穫。かといって雨にあつてはパーだから、天気予報をにらみながらギリギリまで粘る。

「ビール麦は難しいよ」

そう言っ腕を組むいつほうで、新商品

の感動を熱く語る。ビール麦をつくるのはたいへんだが、ビールをつくるのは楽しそうだ。

人口六〇〇〇人の北陸の小さい町で地ビールづくりを思い立ったのは、入口さんはじめ四人の自営業者の有志だった。縫製業に農機具販売業に土建業に水道工事業。それぞれが経営者である四人はみんな商工会員。その異業種交流が縁で意気投合した。

金沢市と小松市には含まれた川北町は、大手家電メーカーの工場が進出していることもあって、町の税収から見たら商工業が中心だ。しかし、白山の伏流水の恵みを受けてきた町はもともと水田地帯。別に仕事を持っていても、町民の九割近くが農家だ。入口さんたち四人のうち三人も農家で、白山連峰を南東に望む田園風景をみんなこよなく愛していた。

「やっぱり町の基幹産業は農業よ。減反田を利用して、農業をアピールできるようなこと、農家であり商工会員でもあるからこそできることをやる。麦・大豆をつくるだけじゃなく、加工して売るまでやる。それがうちの特徴だっただけだ」

「地ビール応援団」のおかげでビール免許取得

一九九八年、こうして有志四人の出資で農業生産法人・(有)わくわく手づくりファーム川北(以下、「わくわく」)が生まれる。ビール麦と大豆の作業受託に加え、二〇〇〇年から「白山わくわくビール」の製造・販売を開始した。



(有)わくわく手づくりファーム川北の社長・入口博志さん

農業生産法人にしたことで、ビールをつくるプラント、ビール工場の建物四五坪分に補助金がついた。地元の麦に高付加価値をつけて販売するという名目だ。それにレストランも併設。こちらは補助金が出なかったこともあって、設立時には四人で八〇〇〇万円借金している。

一九九四年、ビールを醸造する免許取得に必要な年間最低製造量が二〇〇〇k/から六〇k/まで引き下げられた。いわゆる「地ビール」解禁である。これをきっかけに全国各地に地ビール醸造所が生まれたが、「わくわく」の起業当時はそのブームも過ぎていた。問題は、つくったビールをどう売るかだった。

そもそも、ビールの醸造免許を受けるにも、年間六〇k/の販売計画を税務署に提出しなければならない。

「地ビール応援団」いうのを募集したんや。一本七五〇円の五〇〇mlビン六本セットを年間四回送るのが一口で二万円（現在は一万五〇〇〇円）。これを一四〇〇口近く集めた。町内だけでも四〇〇口協力してもらった」

この応援団分だけで一五k以上見込めたのは大きかった。町の農業に根ざした新しい仕事を興すという入口さんたちの心意気に、商工会の会長も町長も賛同してくれた。商工会あげて、町役場あげて応援してもらったことが、一〇〇〇口を超える「応援団」結成につながった。

地元農産物にこだわった個性的なビール

出資した四人のうち、「わくわく」の経営には入口さんひとりが携わっている。社員は、大学を卒業して二年目の若者と大手ビール会社を退職したOBの二人。ビールの製造と配達をこの二人が担当し、営業と麦・大豆の作業受託は社長の入口さん自身が担当する。

各地の地ビールが苦戦していたのは、ビールとして個性がないからだと言った入口さんは考えた。せつかくの「地ビール」なのに地元の農産物を使っていない。だから入口さんは自ら



併設のレストランなら、ほんも
の地ビールがジョッキ1杯500円

ビール麦をつくることにこだわり、看板商品は、地元のコシヒカリを「たっぷり」贅沢に副原料に使ったビールとした。白山の伏流水に育まれたビール麦とコシヒカリを、その白山の伏流水で仕込んだビール。水が共通だから、材料どうしがけんかせず、ビールの味が硬くならずにすむという。

冒頭の黒米入りビールの黒米は、県内で古代米を無農薬栽培している農家から購入したものだ。同じ農家の緑米を加えたビールももうすぐできあがる。黒米ビールはコクとフルーティな味が特徴で、緑米入りのほうは独特の香りが楽しめるビールが期待できそうだ。

「わくわく」がつくるこれらのビールはいずれも「エール」タイプで、「上面発酵」する酵母でつくられる。大手メーカーのビールが「下面発酵」酵母で、すっきりした味になるのにたいして、上面発酵では素材の特徴が出やすく、フルーティな味に仕上がる。醸造法の面でも、個性的なビールにむく方法を採用しているわけだ。

「黒米ビールは味もすばりしかったが、色も独特の焦げ茶色になった。ところが二回目つくったらそれが薄くなつて違う色になつてしまった。黒米の粉砕のしかたの程度や、酵母の体調、元気さなんかが影響するんやろうな。人間といっしょ

や。いろんなビールつくるのは楽しいよ。だけど、それを売らにゃいかん」

地元産ビール麦を1kg二七〇円で購入

価格の高さが大手メーカーのビールと比較されるのは、地ビールの宿命ともいえる。しかも、地元産ビール麦にこだわると、輸入麦芽を使った地ビールよりいっそう高くつく。コシヒカリを贅沢に加えたりすればなおさらだ。

麦の加工という観点から見ればビールには、ほかの加工品のような製粉の手間がかからないという利点がある。乾燥麦芽を砕くだけでいい。しかし一方で、その乾燥麦芽をつくる「製麦」工程がコストを上げる要因になる。

要は麦を発芽させ、乾燥させるだけのこと。だが、少量なら手作業でできても、それが年間一〇tにもなると専用の設備がいる。それには「億」に近い単位の金がかかるのだそう。そこで「わくわく」では、栃木県にある会社に製麦を委託している。

原料のビール麦は、自社で受託する一・二haの転作分に加え、ほかの農業法人からも四ha分を購入している。地元



カウンターの向こうにビールの醸造タンクが見える

の農業あつての地ビールだから、できるだけ高く買う。二・八mmの網目でふるった麦芽用が1kg一七〇円、網から落ちた分も麦芽用として1kg一〇〇円で買い取っている。委託する製麦の手間賃は麦1kg当たり一〇〇円。地元産の購入価格一七〇円と合わせれば1kg二七〇円。輸入麦芽を使えば1kg一〇〇円くらいで購入できるから、麦の購入価格分がまるまる余計にかかる計算だ。さらにピン詰めや輸送の経費なども加わると、小さい地元産地ビールと、輸入原料中心に大量生産・大量販売する大手メーカービールとでは、価格でははじめから競争にならない。だから個性で勝負するのだ。

ビールだけにはこだわらない

とはいえ、起業したのが地ビールブームが去ったあとだけに、入口さんは当初からビール以外の加工品も念頭に置いていた。ビールにはこだわるが、「ビールだけにこだわると失敗すると思った」という。麦芽にならないビール麦でつくる麦茶もそのひとつで、六条大麦でつくる麦茶とはまたちがった風味とまるやかさが入口さんは気に入っている。「わくわく」が作業受託する一・二



川北町内のビール麦（アマギ二条大麦）5.2haが地ビールと麦茶になる

haの大豆では、大豆の粉に水飴を混ぜてつくる「すはま」というお菓子をつくる。ビール麦茶もすはまも、焙煎する機械をもつ近くのきな粉屋さんへの委託加工だ。

また、人口さんと同じ集落にフランス料理の店を出している人がいて、この人には起業したときから加工品やレストランのメニューづくりに協力してもらった。それで生まれた人

気商品のひとつがソフトクリーム。福井の酪農家から取り寄せるジャージー牛乳を主原料に、つなぎとして地元農家の卵を使っていること、減反田にレンゲを播いて採取したレンゲ蜂蜜が入っていることが特徴。卵由来の薄黄色がきれいな、口にはおぼると牛乳の風味が広がるソフトクリームだ。

さらに、川北特産のイチジクや転作大豆をエダマメとして加えたスペシャルソフトクリームも開発した。イチジクにはポリフェノールが多いが、卵や牛乳とポリフェノールがいつしよになると、ふつうは渋みが出てしまうそうだ。この問題も、フランス料理シェフが苦労して解決してくれた文字通りのスペシャル品。転作田でとれる麦・大豆をはじめとした地元農産物が、加工の技をもつ地元の人々の力を結集して商品になっている。

現在、ビールの売り上げが年間四六〇〇万円ほどなのをたいして、すはまが約三〇〇万円、ビール麦茶が約五〇万円。それに、併設の産直物産館（直売所）の売り上げが、ビールと同じ四六〇〇万円くらいになるといふ。これには、先ほどのソフトクリームのほか、地元農家が出す自家用野菜の余りと加工品などが含まれる。

「これがいちばんの計算ちがい。町内の農家

は、野菜は自家用分くらいしかつくっていなかったの、売るといつてもおすそわけ程度と思ってた。だから始めたときは物産館全体で年間五〇〇万円くらいかなと予想してたのに、その一〇倍近くまで伸びた」

物産館は、「わくわく」が起業するとき町が建物をつくり、運営を「わくわく」に委託する形になっている。ビールだけでない強みは、期待した以上に発揮された。

併設レストランで、地ビール受託加工で、 今年は何年六〇k!

当初は、ビール免許の要件どおり年間六〇k/でスタートした白山わくわくビールだが、このところは年間三〇k/程度にとどまっている。当初は一四〇〇口あった応援団も、いつまでも無理は頼めない。現在は三〇〇口ほどに落ち着いている。生産量が半分になっても免許を取り上げられることはないが、毎年、更新の手続きが必要になる。六〇k/を販売する計画書を税務署に出し直すのだ。

「今ときは（インター）ネットで売ったりすりゃ、いいんやろうけどな。だけど営業担当がネットするヒマがない。寝てるヒマもないんやから」

もともと今年は、レストランでの販売が一〇k/くらい上積みできる可能性が高い。というのは、これまで昼食時しか営業してこなかったのを、この三月から夜十時まで開けることになったからだ。

昼食時に限っていたのは、縫製工場の経営に加えて自作田のイネつくり（三ha）、転作の受託までする社長の手がレストランまでまわらなかつたことが大きい。そんなところへ、「自分が経営してみたいので店を貸してほしい」という地元の若い人が現われた。夜まで食事を出せば、グラス売りビールの販売量が増える。

もうひとつ考えているのは、地ビールの受託加工だ。「地産地商」の時代、あちこちに自分が丹精したこだわり米などを入れて地ビールをつくりたいと思う農家や集落営農法人があるのではないが。そんな要望に応えようというのだ。発泡酒免許を取得することもできるので（いったん取得したが現在は返している状態）、要望が増えればほかの農産物を副原料にした発泡酒地ビールの受託だって考えられる。一口ットが一k/なので、五〇〇m/の中ビンで二〇〇〇本分。これを数十万円くらいの価格で引き受けてはどうかと思うのだ。

今年はずうパックやお中元など、贈答用にも力を入れていく。目標の年間六〇k/は中ビンで一二万本分。さすがにこれだけのビールは地元だけでは飲みきれないので、外に向かつても売っていく。

「だけど、ホントは来てもらうのがいいんだけどね。ここで飲むなら居酒屋のビールといっしょ。ジョッキ一杯五〇〇円で、ほんもの地ビールの出来たてが飲める」

発泡酒免許を取得しての「地ビール」づくりの記事（馬場勇さん）が二〇〇五年九月十二月号にあります。