

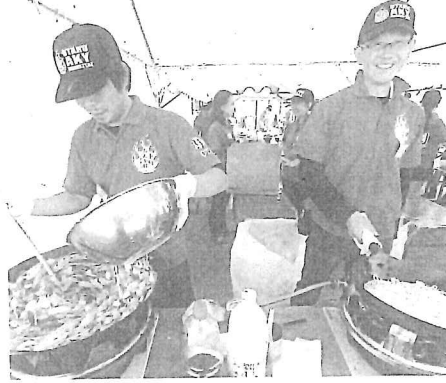
B-1グランプリ 盛り上げた道内勢

ご当地グルメ 市民と歩む

「当地グルメ」によるまちおこしの祭典「第9回B-1グランプリ」が18、19の2日間、福島県郡山市で開催され、全国の50団体が自薦のメニューやパフォーマンスでわがまちを売り込んだ。道内からは、5年連続参加のオホーツク北見塩やきそば店(北見市)と、いずれも初出展の小樽あんかけ焼そば(小樽市)の3団体が活躍した。来場者による投票で小樽が9位に食い込むなど、会場を大いに盛り上げた3団体の活動の歩みを紹介する。(米林千晴)



①来場者の目の前で鉄板で焼き上げる「オホーツク北見塩やきそば」②中華鍋で豪快に調理し、注目を集めた「小樽あんかけ焼そば」



北見市は、2006年の1市3町による合併で現在のまちが誕生した。それを機に、道内の旅行雑誌編集長の提案で毎年、新たなメニューをつくった「開発型」の取り組んだ。海の幸のホタテ、代表的な土産品のタマメキ、道産小麦の麺の使用を条件に、警備地産産木材を使うなど、地産地消を見据えて食に「よきまちおこし」を狙った。

だが、こうした新メニューは「観光客向けの料理。物珍しただけ」と見られがちで、活動の広がりが乏しい。地元市民が普段から食べる料理になるかは未知数だった。

「塩やきそばは、初年度は大々な話題となった。過性のブームに終わらせないため、市民生活の推進協議会(当時)の協力を得て、学校給食での提供や市民向けイベントへの出展、さらには年20回の学校向け出前講座

北見塩やきそば 地産地消を狙い「開発」

座や観光向けの料理教室を開いて市民への浸透を図った。そのなかであって現在では市内21店舗が提供しており、半数は市民が消費しているという。「海と大地からなる北見の郷土を知る素材になった。8年かけ、ようやく『市民食』になった。」「応援隊」の技師、副隊長は力を込める。

B-1では初出展の2010年大会、10位に入賞した。今大会ではホタテやサケ、タマメキなど自産の地産産品を生かすメニューを展示するなどして、北見の魅力をアピールした。

小樽は、古くからの飲食店の人気メニューを、まちおこし活動の題材にした。いわば、既存のものに光を当てる「再発見型」だ。

小樽の中華食堂では、あんかけ焼そばの人気の高さを、売り上げの半分以上があんかけという店も多い。喫茶店、スナック、焼肉、バーなども含め、提供店は100以上といわれる。

有志が11年に飲食店中心の「PR委員会」を発足させ、提供店を記載した「あんかけマップ」などで出張族や観光客に焼そばを売り込んだ。翌12年に市民団体「親衛隊」へバトンを引き継ぎ、地元農家と提携して小学生向け食育教室を開くなど活動を広げた。

小樽あんかけ焼そば 定番メニュー「再発見」

小樽は古くから観光地である半面、交通の便が良いため観光での滞在時間が短いことが課題だった。名物のすしに加え、2食目の「あんかけ」を定番とし、長時間の滞在を宿泊につなげる狙いもある。

一方で、あんかけは地産地消の要素が少なく、「小樽らしくない」との批判もある。だが、昭和20年代に市内飲食店に登場し、昭和30年代に「イカやナンゴト」とブームになるなど、市民に根ざした歴史がある。「親衛隊」会長の江頭進・小樽大教授は「60年以上かけて小樽市民が作り、守ってきた食文化。親衛隊の活動は人口減に悩む小樽再生の切り札にもなりうる」と熱く語る。

今回のB-1グランプリ会場では、江頭会長が旗を逆立てた謎の科学者に扮して、小樽の歴史や文化を解説した。学生服姿で「押忍」と叫んで



大きなフライパン型の鍋で「なよろ煮込みジンギスカン」

地元の家庭料理「発掘」なよろ煮込みジンギスカン

「B-1グランプリ」にはかつて道内から、「室蘭(室蘭市)」「樽手やきそば(室蘭)」「富ば(秋田県横手市)」「十良野オムカレ(富良野)」「和田バラ焼き(富良野市)」「和田市」などがある。道産品の多さや独特の食材、味付けといった地域の特徴をPRに反映させている。

郷土の食文化を生かした名寄の「発掘型」で最も有名なのは、「八戸せんべい汁(青森県八戸市)」だ。地元での東北新幹線開業に合わせた観光PRで振る舞ったのを機に、まちおこしの題材になった。最初粗末な家庭料理でお客さんを困らせたが、市民の反応は鈍かったが、今では200店舗ほど提供している。

「活動の広がりに苦戦する例も少なくない。地元店の人気メニューに光を当てた小樽の「再発見

し、催事などに出席し始めた。最初は「家で食べられるのに、外でお金を払って食べるなんて」と敬遠されたが、名寄の家庭料理を知りたい観光客や自衛隊員が興味を持ち、徐々に飲食店で食べられるようになったという。

名寄は、日本一の作付面積を誇るもち米や作付面積道一(12年度)のグリーンアスパラなどの特産品があり、地産地消の点で小樽と同様、名寄らしくない」との批判もある。だが、「ジンギスカン隊」の水間副事務局長は、「名寄」の知名度を高めるのが目的だと説明する。「もち米やアスパラは地域色を出すのが難しい食材で、今までの取り組みはどれも結果しなかった。だから、郷土の食文化で売り込もうと考えた」

郡山の会場では、名寄の「当地アイドル」あずばOV「R」のダンスなどで名寄をPRした。「名寄の地産産品を多く、の来場者に伝えるのが目的だ。次の動きにつながる」。水間氏はそう語り、手応えを感じていた。

活動3タイプ 全国に成功例

「B-1グランプリ」にはかつて道内から、「室蘭(室蘭市)」「樽手やきそば(室蘭)」「富ば(秋田県横手市)」「十良野オムカレ(富良野)」「和田バラ焼き(富良野市)」「和田市」などがある。道産品の多さや独特の食材、味付けといった地域の特徴をPRに反映させている。

郷土の食文化を生かした名寄の「発掘型」で最も有名なのは、「八戸せんべい汁(青森県八戸市)」だ。地元での東北新幹線開業に合わせた観光PRで振る舞ったのを機に、まちおこしの題材になった。最初粗末な家庭料理でお客さんを困らせたが、市民の反応は鈍かったが、今では200店舗ほど提供している。