

特別寄稿

ご当地グルメと 地域振興に関する予備的考察

ペンネーム

碓田 素州

はじめに

筆者は国内の地図を眺めるのが好きです。架空の旅を思い描きつつ、ほんの一瞬でも現実を逃避することができるからです。北海道在住の頃は慢性内地欠乏症を患っていたため、いつも内地の地図を眺めていたものでした。ガイドブックを眺めるのも、また、楽しいのですが、内地欠乏症患者にはいささか刺激が強く、カラー写真付きで「ソースカツ丼はカツのサクッとした歯触りと秘伝のソースのしみたご飯との相性が絶妙である」なんて具合に料理店が紹介されていると、拷問に近いものがありました（あああ、食べたい、食べたい、食べたい。でも、その街・その店でないと食べられない……。近年は、こうした地域限定食を含む、「ご当地グルメ」が地域活性化方策としてとりあげられることが多くなってきました。道内では上川町のラーメンや室蘭市の焼きとりなどがあげられます。

この連載では、これまで各地域の特徴ある食べ物と飲食店の紹介をしてきましたが、今回は、ご当地グルメ全般について、特に地域振興との関連を言めて、またまた雑感を述べさせていただきますかと思えます。ただし、本稿でいうご当地グルメには、いわゆる郷土料理は含まず、また、その分類と分布については、その数があまりに多いため、割愛させていただきます。

ご当地グルメを生み出す背景

①軍隊立地

明治維新後の富国強兵政策によって、外食経験のない農村出身の兵隊が洋食や和洋折衷料理を経験し、結果的にそうした料理の普及の一翼を担ったといわれており、軍隊のある街はご当地グルメが誕生しやすい環境にあるといえます。ただし、地域住民の食文化としてではなく、あくまで軍隊内部における食事である場合が多く、こうした街では、歴史を強調し、無理矢理「元祖」を主張するパターンが多いようです。

代表的なものは、京都府舞鶴市と広島県呉市の肉じゃが、神奈川県横須賀市のカレーなどがあげられます。軍隊発祥の地だけに戦争好きなのか、前二者では、肉じゃがの元祖を巡り、あたかも一九七〇年代の笑点における歌丸と小円遊のように、「対決」が演出されており、また、後者についても、北海道が一方的に嘔みついているようです。争いに利用された東郷元帥やクラーク博士はさぞ困惑されていることでしょう。なお、第二次大戦に敗れた後は、長崎県佐世保市のハンバーガーのように米軍立地によるものもあげられます。

②工業立地

大規模な工業団地であれ、中小零細の町工場であれ、工場が立地す

るということは均質的なブルーカラー労働者層が多数存在することであり、そうした階層を対象にした飲食店が発達します。室蘭市や愛媛県今治市の焼きとりが代表的な事例です。前者は豚肉を用い洋辛子つけ、後者は鶏肉を鉄板で焼くのが特徴です。工場の帰りに焼鳥屋で上司の悪口を言いながら一杯飲む、こうしたお父さん達が戦後日本の経済発展を支えてきたのですね（素敵だなあ）。

なお、変わった例として、国内有数の井生産量を誇る岐阜県土岐市では、井による町おこしをしています。確かに、器から入るのも一つの手段です。中身が入って初めて価値の生じるものではありませんが。

③農業立地

前回ご紹介したように、栃木県佐野市のラーメンは、北関東の小麦作地帯に位置し、うどん文化をバックボーンにして発展してきました。同様に、埼玉県行田市のフライ（お好み焼きからキャベツを抜いたような小麦粉ベースの鉄板焼き）なども小麦作地帯であるからこそ展開してきたと思われれます。

それに比べると、北海道の豚丼やエスカロップは、どうしてそんなに地域農業と相反したがるのかといいたくなりますよね。そんなにまで地場産品が食べたくないのでしょうか。農業と大衆食文化を繋ぎ合わせるからこそが二十一世紀の地域農業の課題であると筆者は勝手に思っています。

④ 不可抗力的要因

大袈裟な分類ですが、大きな社会変動をもたらす出来事により、ご当地グルメを誕生させること、例えば、関東大震災によって料理人が各地に疎開したことにより都市の料理を普及させた例（福井県福井市：ソースカツ丼）や、第二次大戦後の大陸からの復員兵・引揚者が中華料理を普及させた例（栃木県宇都宮市：餃子）など、これに該当いたします。



豚丼も、仮に「代用食説」が正しいとすれば、これに該当するでしょう。

⑤ 突然変異

要するに分類不能なのですが、実はこれが一番多いのです。たまたま、その店にその料理人がいたから生まれてきたという料理です。もちろん料理人の熱意と創意と工夫があったこそなのですが、根室市のエスカロップなんてその典型

でしょう。ただ、ご当地グルメになるためには、周辺地域に外食需要のある一定規模の人口集積が必要となりますので、食料自給的傾向の強い農村部では誕生しにくいと考えられます。

地域振興方策としての展開パターン

次に、ご当地グルメを地域振興方策として用いる場合の典型的なパターンを示すと以下のようになります。

① 品目の設定

豚丼のような地域限定食がある場合は、そのまま設定されますが、そうでない場合、総務省の家計調査や電話帳などにより、人口あたりの消費量や店舗数が多いことを確認して、名物を掲げます。宇都宮市の餃子や室蘭市の焼きとりなどがこれに該当します。室蘭市の例からわかるように、人口減少傾向の強い都市（Ⅱ地域振興需要が高い）ではこの手法が採用されやすいようです。

② 組織化

役場や観光協会が推進事務局となったり、飲食店による団体結成、消費者がファンクラブをつくる場合もあります。

③ 系統化

農協を利用するという意味ではありません。共通のキャンペーンや食べ歩きマップの作成、イベントの実施、調理方法の基準作成などが行われます。

・・・このままでは多くの地域で実施されていることだと思います。

しかし、ブームが過熱すると、模倣店が登場し、既存店も処理能力を超えた規模拡大をしたり、必要以上の値上げをすることで、ご当地グルメは衰退していきます。一過性のブームにならないよう、飲食店がどれだけ誠実な料理を継続的に提供できるかがポイントとなるでしょう。

さて、ご当地グルメの経済的効果はこれほどあるのでしょうか。あくまで、客の立場から簡単に考えてみましょう。

カツ丼や豚丼などは、どんなにがんばっても一日二杯が限度でしょうから、客単価(税抜き)：八〇〇円×二軒＋ソフトドリンク一五〇円＝一、七五〇円というふうでしょう。やきとりはアルコールが入りますので、一軒目：二、五〇〇円＋二軒目：一、五〇〇円＝四、〇〇〇円で三食は他の店に行きたくなめでしょう(これも経済波及効果)。

ラーメンや焼きそばなどの麺類ですが、ラーメンマニアの書いたものを読んでみると、恐ろしいことに一日七〜一〇杯くらい食べている

ようです。また、塩分が強いのでお口直しにソフトクリームを食べる場合も多いようです。ということは、ラーメン六〇〇円×一〇軒＋フトクリュー二五〇円＋ソフトドリンク一五〇円×二＝六、五五〇円となります。ご当地グルメに麺類が多いのは、食べ歩きができるので経済的効果が大きいということでしょうか。

ご当地グルメと

地域振興の関わり方

では、地域振興への関わり方の参考事例として秋田県、横手盆地に位置する三自治体の特徴について簡単に眺めたいと思います。秋田といえは米どころを連想しがちですが、いずれも麺類が名物であり、それぞれ地域振興への関わり方が異なっているようです。

① 稲川町(うどん)・・・産業振興タイプ(※郷土料理なので参考しします)

御存知「稲庭うどん」の町ですが、稲庭うどん自体は三〇〇年以上の歴史を持ち、藩主御用達で製法は門外不出であったため、さぬきうどん等と違って庶民の食文化とは言えず、郷土料理に分類されるべきものでしょう。そのせいか、町内をまわっても乾麺の製造・販売所は多数ありますが、住民が利用するような飲食店としてのうどん屋が見

あたりません。稲庭うどんは全国的に販売されていることもあり、町内の産業・名産としてはきわめて重要な位置を占めていることでしょうが、食文化としては極めて寂しい限りです。

② 十文字町（ラーメン）・・・無関与タイプ

手打ち風細麺+あっさり魚系だし+醤油味（塩分強烈！）が特徴のご当地ラーメンの町です。主な店は「マルタマ」「三角そば」「丸竹食堂」の三軒しかなく、週末には各地から大勢の客が訪れて（そしてマニアは三軒とも食べていく・・・）いるようですが、店舗数が少ない



こともあってか、特に地域振興方策として積極的に活用されているわけではないようです。

残念なのは、お店の名前から推察されるように、もともとラーメンはメニューの一部のようでしたが、最近はブームのおおりでラーメン専門店化しているようで、日常的に利用している地域住民にとって必ずしも好ましいといえる状況ではないように思えます。やはり、まず住民あってのご当地グルメです。

③ 横手市（焼きそば）・・・一貫関与タイプ

ゆで麺+ハラ肉+目玉焼き+福神漬けから成る焼きそば（昭和二十八年誕生らしい）が名物の街です。こちらは市役所や観光協会が積極的に地域振興に関与しており、販促の統一・広報・休日営業体制・イベント、そして同じく焼きそばをご当地グルメとしている静岡県富士宮市との交流・連携などの事務局を担っています。市街を巡ると、「横手やきそば」というのぼり旗が各店で見られ、地域振興方策としてシステム化されていることが伺えます。なお、焼きそばの麺は、主として十文字町の製麺所で製造されております。

▼ おわりに

はい、いいですかあ、「食」という漢字は「人」を「良」くすると



書くわけです（by坂本金八）。北海道のみなさんもご自分の住む地域と食を見直すことで、腐ったミカンから脱却できる道が開けるのです・・・というのはほんの冗談です（ト冗談なんかで、冗談言つかう）。最後に、いつものワンパターンの結論ではなく、秋田県横手市のバスターミナルでやきそば店を営むSさん（ススキノの路上で演歌を歌っているオジサンに似ている）の言葉で締めくくりたいと思います。

「じゅっしやいませ。何をお作りいたしましたしょう・・・。一番やき

そばですね。盛りは？普通でよろしいですか。はい、かしこまりました。」

「じゅっ、じゅっ（やきそばを焼く音）」

「お客さん、こちらからですか？えっ、札幌。いやあ、遠いところをわざわざ・・・。はい、一番やきそば、おまちどうさまでした。お口に合いますかどうか・・・。そう、おいしいですか。良かったです。」

この店を開いて二十六年になります。こんな小さな街ですから、誰にでも食べられて、なおかつ他の店にない特徴がないとすぐに飽きられてしまいますので、いろいろ知恵を絞っています。ソースも自家製ですし、バラ肉も赤ワインで漬けてあります。

最近、横手のやきそばも有名になったようで、全国から食べにみえられます。せっかくなんでお客さんにはなるべく話しかけるようにしているんですよ。なかには、気むずかしそうに話しかけにくい人もいます。さっかくなんでお客さんにはなるべく話しかけるようにしているんですよ。いやあ、実はね、お客さんも話しかけようかどうか迷ったんですけれどね・・・、やっぱり話しかけて良かったです。何よりもこういう交流が一番嬉しいですね。

はい、このソフトクリームはミルクとチョコと蜂蜜を自分でブレンドしたものです。せっかくなので遠くから来ていただいたのでサービスです。いいから、いいから。内緒ですよ。」

がんばれ北海道の大衆食文化！