

次に、冒頭でふれた第2回B-1グランプリが開催された富士宮市は、食による地域おこしの先進地として、全国から行政関係者の視察が絶えない都市となった。先日、富士宮やきそば学会会長であり、B級ローカルフーズとして地域活性化を推進したリーダーである渡辺英彦氏に、富士宮やきそばのルーツから街おこしに至るプロセス、今後の展望などについて取材することができた。



のB級ムーブメントの原動力になっていく。  
私は06年度に八戸市商業アドバイザリー会議委員として中心市街地活性化のための構想づくりメンバーとなつて活動したこともあり、せんべい汁の知名度が全国に広がっていく様子を肌で感じていた。今、せんべい汁は地域ブランドづくりとともに地域振興の大きなパワーとなっている。



街おこしの立役者で富士宮やきそば学会会長の渡辺英彦氏

まず富士宮やきそばのルーツは、戦後多くの駄菓子屋でお好み焼きや焼きそばを扱っていたこと。製糸産業が盛んだった地帯で、女子従業員たちが食べる気楽な料理だったこと。浅間大社の門前町で、多くの来訪者がいたことなど、さまざまな要因が重なり、地域にある地元独自の日常食として育ってきた歴史があった。  
そして、富士宮やきそばに欠かせない麵の産生は、大戦中戦地で食べたビーフンの味を再現しようと、復員した兵士(地元製麵会社の創業者)が試みた。しかし、戦後の物不足の時代にビーフンの原料である米の入手が困難で、結果配給の小麦粉を利用し、水分を少なくした日持ちの良い現在の蒸し麵が生み出された。

**1 消費者の気持ち、時代を  
読むマーケティング**  
何よりも大事なものは、マーケティングがどのように変化しているかを正確に知ること。ただ、B級ならば何でもよい

**先進事例から引き出す  
成功するキーワード**

ということではなく、消費者が何を求めているかを探るマーケティング活動が不可欠である。地域食資産の再発見、再評価をし、どう光を当て、育て、ブランド化していくかの戦略づくりが要となる。

特徴的な食材である肉かすは、豚の脂身を溶かしてラードを作ったときに残るカスを利用してのもの。当時肉は高価だったため、用途のない肉かすを使つて肉のうま味を出したのだ。そして、イワシのだし粉をまぶすことも特徴的であるが、これも必ず残る削り節のカスを再利用したところ、焼きそばとの相性が良かったことで使われてきた。  
さらに、富士宮市は焼きそばの必需品であるキャベツの一大産地であったことなどその背景にある。まさに地域特性と暮らしの知恵を掛け合わせた独特の焼きそばが、市民食として浸透してきた歴史があったわけだ。  
1998年に富士宮市で開催された街づくりのワークショップに参加していた有志が集まり、富士宮やきそばを中心市街地活性化に役立てようと、00年に市民団体である富士宮やきそば学会(現在はNPO団体)が発足した。現況調査活動からスタートし、特徴のあるやきそばにどう付加価値を付け、いかにブランド化していくかに注力した。そして渡辺氏のマスコミをからめた情報戦略展開が奏功し、そのユニークで話題先行型のイベントやパブリシティは降く間に全国に伝播していった。富士宮やきそば学会が発足してから6年間で経済波及効果推計金額は270億円。麵の販売額だけで70億円増え、キャベツが3億8000万円、ソースは1億9000万円、紅ショウガだけでも9300万円増になったとのこと。  
現在、焼きそばを提供する店は160軒あり、焼きそばを食べに富士宮市を訪れる人は年間60万人を数え、「はとバス」など東京からのバスツアーもあるほどになっている。

青森県八戸市は、主要産業である漁業不況や郊外に大型商業施設が相次いでできたことにより、中心市街地の空洞化が急速に進んだ地方都市の一つである。その中心地で連日にぎわいを見せているのが、屋台村「みるく横丁」である。  
ここは、2002年に空き区画であ



**こんなにある!  
地域活性化を進める事例**

B級ローカルフーズとは、値段が安くておいしく、地元の人たちに愛されている名物料理のことであり、B級といっても程度の低い粗悪品ではない。地域を代表するような郷土料理をレコードのA面とするならば、身近にあつて誰にでも気軽に親しまれる生活料理はレコードのB面というような存在という意味でB級と表している。時にはレコードのB面が大ヒットすること

もあるように、B級ローカルフーズが地域再生の星となつて、街づくり活性化につながっているケースも多々見られる。  
今、大部分の地方都市では、少子高齢化、過疎化という深刻な問題を抱えている。地域再生の手段として有形無形の地域資源を再発見し、観光資源、集客資源としての経済波及効果をもくろんでいる。

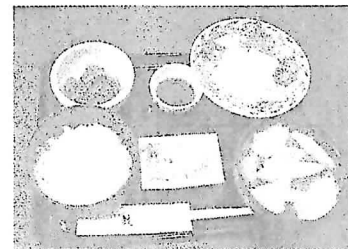
つた場所に、一業種一屋台を基本に八戸の郷土料理・名物料理を集積し開業した。懐かしい昭和30年代風の環境演出を施した空間にて、縁日のにぎわいを毎日味わえるのが特徴であり、25店舗の屋台のほぼ半数でせんべい汁を出している。  
そもそも、せんべい汁とは、料理専用の南部せんべい「おつゆせんべい」を使った汁料理。鍋料理の総称で、肉や野菜などでスープを作り、野菜やきのこを煮てしょうゆなどで味付けしたところに、おつゆせんべいを入れて煮込む料理である。八戸地域を中心に、約200年食べ継がれてきたローカルフーズであり、せんべい汁提供店は現

在180軒ある。

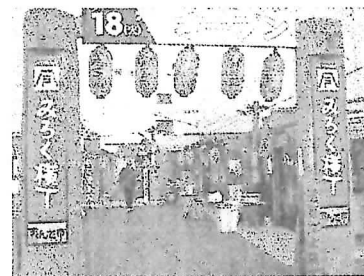
06年2月に八戸市にて、10団体が参加して実現した第1回B-1グランプリにおいて、八戸市がこのせんべい汁で全国的に注目を集めた。発案したのは03年にせんべい汁の調査・研究、情報発信やイベント活動を行う目的で発足した市民活動団体「八戸せんべい汁研究所」である。B-1グランプリは予想以上の集客や反響があり、その後「B級ご当地グルメでまちおこし団体連絡協議会」の発足につながり、今日



八戸せんべい汁の主役である南部せんべい汁を作る工場



せんべい汁と地元のイカ刺しがセットの八戸定食



八戸市の中心市街地にある、みるく横丁は、半数の店でせんべい汁を扱う