

【目次】

はじめに

I. バリエティに富む県内のご当地グルメ

1. 長崎県内における「ご当地グルメ」
2. 佐世保バーガー
3. 大村カレー

II. 雲仙市における「食」を活かした多彩な取り組み

1. 小浜ちゃんぽん
2. 雲仙スイーツ
3. 九州ご当地グルメコンテストの開催

III. 「食」によるまちおこしの効果と課題

1. 困難な効果の把握
2. 地域的に限定される「食」の効果

おわりに

はじめに

全国各地でさまざまな地域振興策が試みられるなか、「食」で地域をアピールしようという動きも多い。なかでも最近では、いわゆるメジャーな「食」ではなく、これまで他の地域に知られていなかった郷土食（いわゆるソウルフード。最近では「ご当地グルメ」と呼ばれることも多い）を活用し、地域を活性化しようという動きが盛んになってきており、ここ長崎県でも佐世保市の「佐世保バーガー」を筆頭に、多くの地域で地元独特の「食」によるまちづくりが進められている。

そこで、本稿では長崎県内における地域食を用いた地域振興事例を紹介するとともに、そのなかでも特に最近注目を集めている雲仙市の「食」への取り組みを中心に、いわゆる「ご当地グルメ」による地域振興の効果や課題についてまとめてみた。

I. バリエティに富む県内のご当地グルメ

1. 長崎県内における「ご当地グルメ」

長崎県は元々オンリーワンの「食」を育てている地域が多く、主なものだけでも下表の通りである。その点、他地域に比べて恵まれているものといえよう。

長崎県内にはさまざまなその地域独特の「食」が点在しているが、なかでもいつでも食べられるご当地グルメの代表として、日常に溶け込んでいる佐世保市の「佐世保バーガー」や、地元の歴史を活用し、新たな「食」として最近活発に情報発信している大村市の「大村カレー」などがある。

図表1 県内の主なご当地グルメ

	各地域独特の「食」の事例					「食」関連のイベント
長崎 市	ちゃんぽん	皿うどん	角煮まんじゅう	トルコライス	ミルクセーキ	のもぎき伊勢エビまつり
	桃カステラ					
佐世保 市	佐世保バーガー	九十九島カキ	海軍さんのカレー・ビーフシチュー・ぜんざい			九十九島かき食うカキ祭り ごちそうフェスタ
大村 市	大村寿司	天正夢カレー	大村あま辛黒カレー			
島原 市	具雑煮	かんざらし	がんば料理	チェリー豆		
南島原 市	有家そうめん	とら巻き				
雲仙 市	小浜ちゃんぽん	雲仙スイーツ	雲仙こぶ高菜	雲仙あかね豚	エタリの塩辛	九州ご当地グルメコンテスト
	雲仙茶	湯せんべい				
西海 市	さいかい井	大島焼酎	大島トマト			さいかい井フェア さきと伊勢海老祭り
松浦 市	旬あじ	旬さば	とらふぐ			旬あじまつり 松浦とらふぐ・旬さばまつり
平戸 市	平戸ひらめ	平戸牛	平戸カレー	平戸Don(井)		平戸ひらめまつり
						じげもん平戸和牛フェア
						平戸食彩フェスタ
壱岐 市	壱岐焼酎	壱岐牛	うにめし			
対馬 市	対州そば	石焼き	いりやき	とんちゃん	かすまき	
五島 市	かんころ餅					踊る！伊勢えび大捜査線
新上五島町	五島うどん					五島うどんフェスタ

*当研究所にて作成

2. 佐世保バーガー

日本全国にその名が知れ渡っている「佐世保バーガー」。元はといえば、戦後進駐してきた米海軍から直接レシピを教わり、外人バーなどを中心に米軍人相手に提供し始めたものである。米国の大手ハンバーガーチェーンが日本に初進出したのは1971年だが、この時既に佐世保市ではハンバーガーが食文化として根付き、人々の生活の一部となっていた。このことが他地域からみると新鮮に映ったのである。

2001年、初めて市内のハンバーガー店を網羅した「佐世保バーガーマップ」を市職員が作成。徐々に知名度が高まり、03年にはマスコミにも採り上げられ、04年に地元店が東京へ出店した。翌05年には1個の値段が1,000円などという高級ハンバーガーブームにも上手く乗り、佐世保バーガーは全国の物産展などに次々と出展、「ご当地バーガーブーム」を牽引する存在となった。



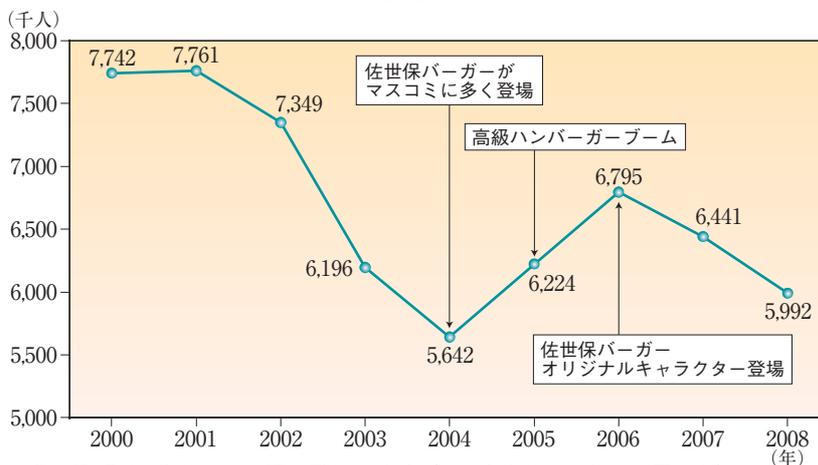
佐世保バーガー



佐世保バーガーマップ

このように、佐世保バーガーの名が全国に浸透するに従い、これまでの佐世保市のイメージ「軍港・基地の街」から「ハンバーガー・グルメの街」という新たな街のイメージを作り出すことに成功、休日ともなると観光客がバーガー店の前に列を成す光景が市内各所で見受けられるようになった。

図表2 佐世保市の観光客数の推移



*長崎県観光統計を基に当研究所にて作成 (07年から算定方法に変更有り)

今や佐世保バーガーは、郷土食による集客を可能にし、地元を活性化させた成功事例として、香川県高松市の「讃岐うどん」とともに、日本全国に「ご当地グルメブーム」を巻き起こした立役者と認識されるまでになっている。

3. 大村カレー

長崎県の中心に位置する大村市は、旧長崎街道（長崎～小倉間）の宿場町であった。かつて長崎街道は、江戸時代にオランダなどから輸入した砂糖を本州へ運搬するルートとして使用されたことから、現在も旧街道沿いに砂糖を使用した甘い菓子類を生産している所も多く、別名「シュガーロード」とも呼ばれている。また、この町からは1582年、天正遣欧使節として4人の若者がローマへ旅立っており、彼らがインドを経て帰国した際、カレースパイスの1つである「ナツメグ」を、日本で初めてここ大村の地にもたらした。

このような歴史的背景を地域の活性化に活かそうと、2008年9月に発足したまちづくりNPO法人「おおむらサイズ協議会」が中心となり、「シュガーロード（長崎街道）＝“甘い”」と「カレースパイスの伝来＝“辛い”」からネーミングした「大村あま辛黒カレー」を開発、カレーによるまちおこしを始めた。これは、大村特有の黒土を黒いカレールーに見立てて地元の野菜やフルーツをふんだんに用いた、いわゆるご当地カレーである。このカレーを用い「大村市はカレーのまち！」をアピールすべく、2008年11月にはカレーのイメージソングを歌う地元小学生バンドをデビューさせたほか、「大村あま辛カレーうまか隊！」と名付けた宣伝部隊を編成し、2009年7月に本県雲仙市において開催された九州ご当地グルメコンテストに参加するなど、積極的なプロモーション活動を展開中である。

また、大村市アーケード商店街の店舗を中心に15店舗から構成される「長崎街道大村宿カレーマップの会」は、まちづくりの起爆剤にと食育事業と地産地消による大村カレーの商品化を計画し、毎年3月以降に収穫される地域特有の黒土のなかで育つ地元食材・黒田五寸人参を使用し、



大村あま辛黒カレー
「九州ご当地グルメコンテスト」HPより



天正夢カレー
カレーマップの会所属「肉の島田精肉店」HPより

持ち帰り可能としたレトルトご当地カレー「天正夢カレー」を開発、2009年4月より地元商店街や空港、郵便局で販売を開始した。

このように、大村市でのご当地グルメによるまちおこしはまだ始まったばかりであるが、「天正夢カレー」は用意していた5,000食がほぼ完売となるなど評判も上々であり、今後の定着が期待される。

Ⅱ. 雲仙市における「食」を活かした多彩な取組み

雲仙市は、長崎県南部にある島原半島の7つの町が05年10月に合併して誕生した、人口約48千人（09年1月現在）のまちである。このまちには県内を代表する観光地「雲仙」と「小浜」という温泉街があり、昔から多くの観光客で賑わっていたものの、1990年11月から始まった雲仙・普賢岳の噴火による災害の影響や人々の生活価値観の変化、加えて観光客自体が団体客（大人数）から個人客（少人数）へと変化していくなか、雲仙市を訪れる観光客は減少の一途を辿り、廃業に追い込まれた老舗温泉旅館もでてきた。

そのようななか、市職員の1人が地域の郷土食に着目、メディアなどへ積極的なPR活動を展開し、従来の「温泉」を中心とした集客に加え、「食」による集客に積極的に取り組み始めており、注目を浴びている。

1. 小浜ちゃんぽん

(1) 経緯

「ちゃんぽん」といえば長崎、といわれるほど昔から長崎市を代表する「食」として有名なちゃんぽんだが、近年、ご当地グルメとして雲仙市小浜町の「小浜ちゃんぽん」が有名になりつつある。

小浜ちゃんぽんとは、長崎市、熊本県天草地方とともに「日本三大ちゃんぽん」と並び称されることもあるが、全国的にも有名な「長崎ちゃんぽん」とは異なり、小浜におけるちゃんぽんは地元の人だけが食べていた「郷土食」である。そもそも小浜におけるちゃんぽんの歴史は、湯治のため小浜温泉に長期滞在していた客を相手に、長崎からきた調理人が旅館でちゃんぽんを食べさせていたことに始まる。しかし、だんだんと温泉旅館においてちゃんぽん料理を提供することは下火となり、町内の飲食店や各家庭で地元の人だけが食べる「食」となっていった。

この小浜町の郷土食であるちゃんぽんに再度光を当てたのが、雲仙市観光物産まちづくり推進本部の林田真明氏である。小浜町生まれの林田氏は、長崎市では主に中華料理店のメニューとなっているちゃんぽんが、小浜町では喫茶店や寿司屋、あるいは居酒屋でもメニューになっていることが他の地域からみると実は大変珍しいということに気づき、独自に調査を開始した。する

と、小浜ちゃんぽんの特徴が、スープはあっさりめで麺が極太で長い、それに加えて地元の新鮮な魚介類をふんだんに用いているところにあることがわかった。そうして07年3月、手作りによる「小浜温泉 小浜ちゃんぽんマップ」を完成させた。

小浜温泉 小浜ちゃんぽんマップ

小浜ちゃんぽんとは
ちゃんぽんは、そもそも明治30年代、長崎四海楼の陳平卿が考案したものである。小浜温泉では、長崎茂木港から清治客が蒸気船を使って往来し、大正時代には既にちゃんぽんを食べていたといわれている。約100年後の今日、独自の進化を遂げた小浜ちゃんぽんとして地域の郷土食（ソルフード）となり、日本3大ちゃんぽん（長崎、天津、小浜温泉）のひとつに数えられている。

この看板が目印がい!!
小浜ちゃんぽん

お問い合わせは
小浜温泉観光協会
0957-74-2672

資料提供：雲仙市役所

実は、ちゃんぽんが小浜町の郷土食であるということは、以前、雲仙市となる前の旧小浜町時代に、町が地域活性化のため依頼していたコンサルタントも気づいていたが、結局、具体的にこれをどう活用するかまでには至らなかった。今般、小浜ちゃんぽんが日の目を見ることができた理由の1つに、林田氏自らが足を使い、体験して情報を収集したことで、小浜ちゃんぽんについて自ら説明できるまでになったことがある。マップの作成は専門業者などに依頼すると楽ではあるが、地元職員自らが責任をもって作成し、他人任せにしなかったことが大きい。

このように、林田氏が苦勞して作り上げたちゃんぽんマップであるが、現在では企業の協賛も得ており、自治体の財政が厳



店頭にある小浜ちゃんぽんの看板

しいなか、このマップについては自治体予算の持ち出しがない仕組みを作り上げている。

またこれに加え、小浜温泉旅館組合と雲仙市商工会の協力のもと、熊本県阿蘇市一の宮町を参考として、町内各店舗の店頭に通一看板によるその店の逸品を表示する活動にも取り組み、手始めにちゃんぽんマップに記載された店の店頭「小浜逸品 一押し 小浜ちゃんぽん」と書かれた看板を設置し、街の統一感を図っていった。

(2) 事業の展開

こうして、他地域にはない独特の「食」とわかった小浜ちゃんぽんだが、これを地域振興につなげるためには地域外から多くのお客様に訪れてもらわなければならない。この点においても林田氏のパブリシティ戦略は秀逸であった。

「食」で成功した地域は、マスコミ報道を通じた情報発信でその存在を広く知られるようになったケースが多い。そこで林田氏は、小浜ちゃんぽんに目をつけた“張本人”ということで自ら「ちゃんぽん番長」を名乗り、マイ・レンゲを持ち歩き、1日のうち2食は小浜ちゃんぽんを食べる時もある根っからのちゃんぽん党、というキャラクターを確立、あらゆるメディアに登場するようになった。「食」を集客に活用するためには、観光客に対する見せ方も重要な要素の1つとなるが、「ちゃんぽん番長」は瞬く間に有名となり、このことが小浜ちゃんぽんの存在を世間に知らしめる結果となっている。このような活動が功を奏し、九州一の繁華街である福岡市天神地区にも小浜ちゃんぽんをメニューとする店が現れた。



“ちゃんぽん番長”こと林田真明氏
長崎県観光推進本部HP「GO! GO! ともち」より



“ちゃんぽん番長”キャラクターイラスト
長崎県観光推進本部HP「GO! GO! ともち」より

しかし、継続的にメディアへ露出したり、地元住民に働きかけて観光客の受け入れ体制を充実させたりするためには、ちゃんぽん番長・林田氏1人の力では限界がある。そこで07年10月、林田氏と小浜ちゃんぽんを提供している店の若手メンバーに加え、まちおこしを志す地元住民計9人で「小浜ちゃんぽん愛好会」が結成された。同会は、全国の「食」でまちおこしをしている団体がB級グルメ[※]を持ち寄りその人気を競うB級グルメの祭典「B-1グランプリ」に参加する

資格が得られる「B級ご当地グルメでまちおこし団体連絡協議会（通称:愛Bリーグ）」に加盟し、様々なイベントで小浜ちゃんぽんを出店している。また、スープ付き半生タイプの持ち帰り商品「小浜ちゃんぽん」を、雲仙市に隣接する南島原市の企業と08年の夏から共同開発に取りかかり、09年2月にはその商品化に成功、温泉街の旅館やホテル・土産品店などでの販売を開始した。

※フランス料理などに代表される、いわゆるA級といわれているグルメ類とは異なり、値段は安いが大変美味しい料理のことを指す。

2. 雲仙スイーツ

(1) 経緯

ご当地グルメとして浸透してきた小浜ちゃんぽんに続き、「食」によるリピーターを増やすため、雲仙市内に数多く点在する和洋菓子店のお薦め商品を徹底調査、隠れた銘菓を掘り起こして観光振興を図ろうと08年1月、ちゃんぽん番長の林田氏を隊長に雲仙市の若手職員20人で構成される「雲仙市スイーツ調査隊」が編成された。それから3カ月間、メンバーは市民や商工関係者などからの情報をもとに市内菓子店の商品を食べ続け、味やデザイン、地元の旬の素材を使用しているか否かなどを調査し、それを基に市内のスイーツ42品を掲載したパンフレット「雲仙市スイーツ調査隊から甘い誘惑 unzen sweets」を同年4月に完成させた。

このスイーツパンフレットは、07年のちゃんぽんマップに次ぐ「食」による雲仙市への集客策第2弾と位置づけられる。その内容

は単なる商品紹介だけではなく、各店舗の位置をわかりやすいマップで示し、ちゃんぽんマップと同様、お薦めコメントを掲載、また観光スポットも紹介している。



雲仙市スイーツパンフ（表） 資料提供：雲仙市役所



雲仙市スイーツパンフ（掲載例） 資料提供：雲仙市役所

この取組みは、特段の予算措置をせず市職員の創意工夫をもって取り組むという雲仙市の「ゼロ予算事業」の一環で実施されており、資金面で厳しい事業であったものの、ちゃんぽんマップの作成時と同様、企業の協賛を得ることに成功し解決している。

加えて当該パンフレット完成記念として、08年5月の1カ月間、長崎空港で行われた雲仙市の物産展に調査隊の店を出店、オープニング当日には市長自らパティシエに扮してのトップセールスが展開された。

(2) 事業の展開

雲仙市スイーツ調査隊による調査が08年3月末で終了した後、調査隊の男性メンバーのなかから「今度は男性が楽しめるお菓子を創造して誘客しよう」という話が持ち上がり同年4月、市の男性職員を中心とした新組織「オヤジスイーツ調査隊」を編成、スイーツ調査隊隊長かつちゃんぽん番長の林田氏が再び隊長に就任し活動を開始した。同調査隊は農商工連携で地産地消の推進をテーマに取り組み、まずは雲仙茶に着目した。

雲仙茶の知名度はまだ低い。そこで、そのPRと地産地消を兼ねて当該茶を使用した新しいスイーツの開発を市内菓子店に対し公募、その求めに応じた9店舗が09年4月に「雲仙お茶スイーツ」として15種類の新商品を開発した。これらの新商品は、そのどれもが高級雲仙茶の茶葉や粉末を使用しており、甘さ控えめで新感覚のスイーツに仕上がっている。限定メニューとして考案された雲仙お茶スイーツだが、好評につき定番メニューへと格上げする店舗も現れてきており、自信を得たオヤジスイーツ調査隊は、第2弾としてじゃがいもの活用を考えている。



新しく考案された雲仙茶を使用したスイーツの一品

また、同調査隊は09年8月、市内愛野町を「愛の聖地」と呼び地域活性化に取り組んでいる日本ロマンチスト協会との協働企画「雲仙ロマンティックスイーツ」を開発した。これは、1864年に坂本龍馬が愛野町に宿泊した歴史に着目し、「当時地域にあった食材を使用」、「中央で折れるなど、2人で分け合えるもの」、「つくり手のロマンが感じられるもの」といった基準を設け、20品目に及ぶ新商品を開発している。

3. 九州ご当地グルメコンテストの開催

雲仙スイーツのパンフレット作成が縁となった企業の協力を得て、「九州各県のご当地グルメが一堂に集いNo.1を競うことで、ご当地グルメを通じて九州を元気にする」ことをコンセプトとする九州ご当地グルメコンテストの第1回大会を、雲仙市小浜町に誘致することに成功した。当

地・長崎県を始め、九州各県のご当地グルメ16食と九州外から特別招待された2食の計18食が出品され、09年7月25、26日の2日間の日程で開催されたが、運悪く両日とも悪天候となり2日目は中止に追い込まれた。しかしながら、約5,000人の来客があり、そのなかで小浜ちゃんぽんは販売数が「あか牛阿蘇バーガー」に続く2位（250杯）となるなど、開催地の面目を保った。なお、第2回目のコンテストは福岡ドームでの開催が予定されている。

Ⅲ. 「食」によるまちおこしの効果と課題

次に、多彩な「食」によるまちおこしを行っている雲仙市の取組みをみていこう。そこには効果とともに課題も浮かび上がってくる。

1. 困難な効果の把握

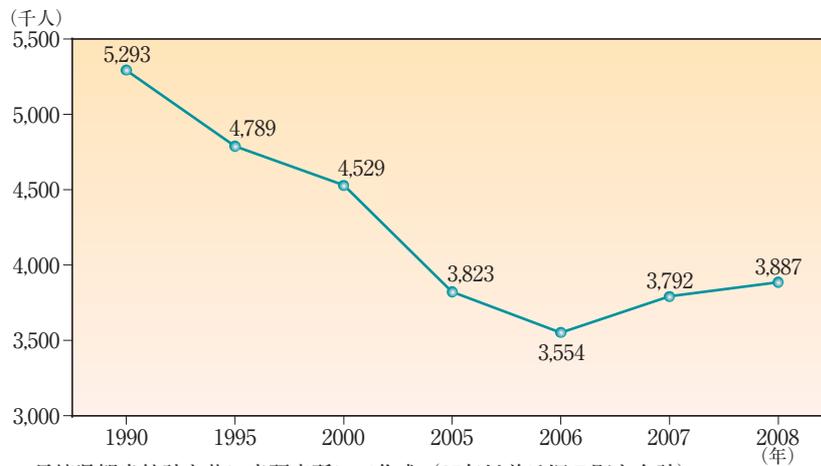
小浜ちゃんぽんや雲仙スイーツの集客効果については、各店舗の売上げ推移を毎年集計していくことが最も確実な方法となるが、現実的にはなかなか難しい問題がある。

当研究所が小浜ちゃんぽんを提供する店を直接訪ねてみると、「今まで“小浜”といえば温泉だけのイメージだったものが、マップを手にして回るちゃんぽん目当ての客を町内でよく見かけられるようになった」、「ブーム前と比較すると売上げは約140～180%増加している」、「ちゃんぽんは単なるメニューの1つなのに、ちゃんぽんを食べるお客様ばかり増え、他のメニューがあまり出なくなった」、などといった声が聞かれた。また、スイーツについては、調査隊が08年5月に長崎空港の物産展に出店した際の1日平均売上額が約5万円と好調だったために、空港に常時スイーツを置いてもらえるまでになっている。これらのことから、ちゃんぽん・スイーツとも手応えを感じることはできる。

具体的な数値の把握ができていないことは、佐世保市の佐世保バーガーも同様であり、佐世保観光コンベンション協会が各バーガー店へ直接ヒヤリングを行い、概算で把握しているにとどまっている。しかしながら、90年の雲仙・普賢岳の噴火以来減り続けてきた雲仙市への観光客数は、07年に初めてちゃんぽんマップが作成されて以来持ち直しの傾向がみられることから、雲仙市の「食」への取組みは集客に少なからず貢献しているものと推測される。

「食」による集客効果など、その業界のことを継続的に把握していくためには、佐世保バーガーや小浜ちゃんぽんの店に地域振興のため一致団結し協力するという姿勢で臨んでもらえることがポイントとなろう。例えば、組合のような組織をそれぞれ結成することで店舗同士の情報交換を密にし、横のつながりを強めていくことも1つの方法である。そうすることで、「食」効果の把握や集客のための新たな立案等ができ、地域と業界がともに今後も継続して発展していく可能性

図表3 雲仙市の観光客の推移



が広がるものと思われる。

2. 地域的に限定される「食」の効果

雲仙市は「食」による具体的な効果がわかりづらいなか、上昇基調である今のうちに考えられる手段を講じていき、どんどん宣伝していくとしている。しかしながらご当地グルメを用いた地域振興策は、市内全域にまでその影響を及ぼしてはならず、どうしても一定地域に限定されてしまっている。今後は、ご当地グルメの効果を市内全域にまで広げることが大きな課題として残っている。

おわりに

「食」による地域振興には、①その地域独特の「食」を見出す作業、②リーダーとなる人の存在、③メディアに取材したいと思わせる仕掛け、の3点がポイントとなるが、長崎県内で「食」による地域振興に成功したとされる地域は、これら全てに当てはまっている。

①については、その「食」が地域の日常に溶け込んでいけばいるほど、地元の人がそこに気づくことは容易ではない。それに加え新しい「食」を生み出す場合には、その地域における確かなストーリーと地域で生産される素材をミックスさせることが有効となる。その点、成功事例として認識されている佐世保バーガーや雲仙市における「食」への取組みは、これらのセオリーをきちんと踏襲している。佐世保バーガー・小浜ちゃんぽんについてはこれまで当たり前としていたものに光を当てることに成功しており、また雲仙市のスイーツ関連商品については歴史的背景と地産地消を目的とした地域の素材をうまくミックスさせ、売り出すことに成功した。

②については、雲仙市の事例では林田氏の存在が大きい。雲仙市の「食」への取組みは、よく

マスコミに採り上げられる機会が多いが、これは他地域のご当地グルメ情報の発信の仕方が「食」の商品そのものを見せることが多いなか、雲仙市は林田氏のアイデアで「食」を発掘する過程そのものを見せることをポイントとしている。

③については、雲仙市の「食」を牽引するキャラクター「ちゃんぼん番長」が目を引く。当初、考えられていたネーミングが「ちゃんぼんソムリエ」であったことを考えると、まさに絶妙なネーミングといえよう。また、幾度となくマスコミと接していると信頼関係が生まれ、今では世間への“見せ方”についてマスコミの方からも積極的に提案があるなど、味方となって応援してくれるまでになっている。マスコミにより頻繁に雲仙市の取組みが紹介されるようになると、実際に小浜町でちゃんぼんマップ片手に街を歩いている観光客の姿が多くみられるようになってきており、これをみて、当初は少なかった「店頭に統一看板を掲げている店舗」が後から次々と増えてきている。

雲仙市では今後の展開として、市内の居酒屋・スナックなどで提供されるおつまみのなかで、地元の素材を活かしたものやその店独特のメニューを調べる「おつまみ調査隊」を編成し、既にその調査活動に入っている。また、長崎県内の麺類イベントの開催や全国のご当地ちゃんぼんサミット構想などといった、他地域との連携を強化することも検討されている。ちゃんぼん番長・林田氏は、雲仙市における「食」による地域振興の流れが、隣接する島原市と南島原市にも広がることでより多くの人材が育つことにもつながり、最終的には島原半島全体がまちおこしの人材に困らない、アイデアに溢れる活気に満ちた地域となることを目標としている。

このように、郷土食を活かした地域振興は、元からあるものを利用して、まちづくりやそれに携わる新たな人材を掘り起こすことができるなど、新たな設備を創設する地域振興策に比べ効率的かつ効果的な地域振興策といえよう。観光客から選ばれる地域となるためには、「食」そのものが魅力溢れるものであることはもちろんのこと、雲仙市の「ちゃんぼん番長」や「スイーツ調査隊」の活動事例からわかるように、今後はそれを地域外にうまくアピールしていくことが求められている。

本稿の冒頭に記載した通り、長崎県には既に魅力ある多くの「食」が存在する。あとはそれに関わる熱心な「人材」の出現と外へのアピールの仕方次第では、多くの地域に誘客のチャンスが生まれよう。「食」による地域振興に成功する地域が多く現れることで、長崎県全体も人々の交流が盛んな“元気な地方”となるのである。

(杉本 士郎)