

佐世保バーガー事業協同組合の道標



佐世保バーガー事業協同組合

理事長 小倉 豊

1944年 佐世保市生まれ。
神戸のパン屋で修業後、その技術を生かして1972年、故郷・佐世保でハンバーガーショップを開業。
1982年、厳選した材料と手作りにこだわった店「ビッグマン」をオープン。
現在、株式会社ビッグマン取締役会長。

はじめに

全国各地で、ふるさと佐世保の話をすれば「佐世保バーガーが有名ですね」と声をかけていただきます。そのたびに、今なお「佐世保バーガー」の知名度が高いことをうれしく思うとともに、それに関わっている者のひとりとして、今後も「佐世保バーガー」を愛し続けていただくためには何をしなければならないのだろうかと思案自答をしている毎日です。

「佐世保バーガー」って何？

よく「佐世保バーガーってどんなハンバーガーですか？」という質問をいただきます。

「佐世保バーガー」とは、それぞれのお店でこだわりを持って、オーダーを受けてから調理をする、佐世保の手作りハンバーガーの総称のことであり、店名やメニューのことではありません。

2012年1月末現在、佐世保バーガー事業協

同組合に加盟しているショップは、佐世保市内に25店舗、市外に5店舗の計30店舗となっておりますが、「佐世保バーガー」に共通のレシピがあるわけではありません。バンズ（パン）やパテ（ハンバーグ）の大きさも、ソースの味も、挟む具材も、各店舗独自のものであります。伝統の味を守っているところもあれば、革新的なバーガーを提供しているところもあります。そんなわけで、「佐世保バーガー」のかたちや味をひとことで言い表すことはできません。

私たち組合では、「佐世保バーガー」とは「佐世保」を数多くの方に知っていただき、ここに足を運んでいただくための「ひとつのキーワード」だと考えています。

苦情のお電話から学ぶこと

つい先日、お客様より組合事務局に苦情のお電話をいただきました。他県にて「佐世保バーガー」の看板を掲げ、ハンバーガーの提

供を行っているお店があるが、実に不衛生であり、商品も自分が知っている「佐世保バーガー」とはずいぶんかけ離れていたが、それでいいのかという内容でした。

現時点において「佐世保バーガー」という言葉の使用については誰も制限がかけられないこと。組合としては甚だ遺憾ではあるが、どうすることもできないことをご説明し、何とかご理解をいただきました。

このような事態に対応し、かつ「手作りでこだわりのあるメイドイン佐世保のハンバーガー」を守り育てていくためには、かねてより組合の懸案事項のひとつとなっている「地域団体商標登録」の早期実現が必要不可欠であると考えております。

佐世保のハンバーガーのはじまり

佐世保にアメリカ文化「ハンバーガー」が伝わったのは昭和25年（1950年）だといわれています。終戦後、佐世保には米軍属を相手にした飲食店やバー、キャバレーなどが立ち並んでいましたが、日米の民間レベルの様々な交流のなかでハンバーガーのレシピも伝授され、外国人バー街を中心に、基地の外には、たくさんのハンバーガーショップが並んでいたそうです。

それ以来、ハンバーガーは佐世保流にアレンジされ、佐世保の味として、受け継がれてきました。

アメリカの大手ハンバーガーチェーンが、東京・銀座に日本1号店をオープンさせたの

が、昭和46年（1971年）であることを考えれば、佐世保のハンバーガーの歴史がいかに古いか、おわかりいただけると思います。

まちおこしの一翼を担った「佐世保バーガー」

佐世保のハンバーガーを取り巻く状況に変化が生じ始めたのは、2000年ということになるでしょう。

この年、横須賀市で開催された「よこすかカレーフェスティバル」に旧軍港四市（横須賀市、舞鶴市、呉市、佐世保市）が参加し、それぞれ国内発祥の地として、横須賀はカレー、舞鶴と呉は肉じゃが、佐世保はハンバーガーという主張を展開しました。

市制施行百周年の前年でもあった2001年には、佐世保市がグルメ開発事業としてハンバーガーに着目し、旅行商品に組み込んだことをきっかけに、様々なメディアに取り上げられるようになり、佐世保のハンバーガーの知名度が大幅にアップするとともに、観光客誘致の呼び水になっていきました。

「佐世保バーガー」と呼ばれるようになったのもこの頃からです。

有名になったことの代償

「佐世保バーガー」が全国的に有名になるにつれて、各地で「佐世保バーガー」の名前を利用し、粗悪な品質のものが数多く出回るようになりました。とはいえ、前述したよう

な理由で、それを止めさせることもできませんし、長い時間をかけて良識ある消費者の判断によって自然淘汰されるのを待つしかありませんでした。

もうひとつ忘れてならないのは、地元のお客様への影響です。これまで、気軽にハンバーガーを買いに来てくださったお店の前には、休みの日ともなると、市外、県外からのお客様が列をつくり、その結果、地元のお客様の足が遠のくといったことも起こるようになりました。観光客誘致には成功しても、地元の常連さんを失ってはいは、本当のまちおこしにはならないのではという危機感も持っていました。

認定店制度スタート

その後も、テレビに映画にと「佐世保バーガー」が登場し、ついに2004年、「それいけ！アンパンマン」の作者、やなせたかし先生によって、オリジナルキャラクター「佐世保バーガーボーイ」が生まれるに至りました。

もはや、佐世保バーガーショップ各店舗の取り組みだけでは、ブランド価値を維持することが困難になってきたことから、佐世保観光コンベンション協会の呼びかけにより、2007年には「佐世保バーガー認定店制度」がスタートすることになりました。

申請に基づき、「コンセプト」「独自性・主体性」「信頼性」「地産地消」「将来性」の5点について「佐世保バーガー認定委員会」が審査を行い、認定されると佐世保バーガー

マップに掲載され、佐世保バーガーボーイの看板が設置されるというものでした。

これが、ハンバーガー伝来の地の店舗としての誇りを持ち、佐世保のまちおこしの一端を担い、常に高い志で商品提供していくための連携の第一歩となったのです。

地域ブランド登録へ向けて

2006年4月から特許庁が主管する「地域団体商標制度」がスタートしました。地域の名称及び商品の名称等からなる商標について、一定の範囲で周知となった場合には、事業協同組合等の団体による地域団体商標の登録を認める制度です。地域ブランドを適切に保護することにより、事業者の信用の維持を図り、産業競争力の強化と地域経済の活性化を支援することを目的としています。

まさしく「佐世保」(地域の名称)「バーガー」(商品の名称)のブランド価値を維持していくとともに、佐世保市民のみならず観光客の皆さんに安心・安全な手づくりの「佐世保バーガー」を提供していくためにも、「佐世保バーガー」の事業協同組合設立が急務であるという機運が高まってきました。

組合設立に向けて

会合を重ねながら徐々に意思統一を図り、やっとの思いで2010年3月、「佐世保バーガー組合設立準備委員会」が組織されましたが、まさに嵐のなかの船出だったといえるで

しょう。

これまで行政やコンベンション協会の傘下で横一列に並んでいればよかったライバル店同士が、今後は胸襟を開いてある程度お互いの情報を共有しないことには、方向性を見失うことにつながりますし、信頼関係が構築できなければ、仮に組織の体裁が整ってもうまく運営していくことは困難になります。

みんなで力を合わせて同じ目標に向かって進んでいくために私たちがとった方法は、幾分アルコールの力も借りて議論を重ねていくというものでした。舞台となった「屋台村」で連日、話し合いを行い、ひとつずつ問題を解決していきました。もちろん、この方法がすべての組織に通用するとは思えませんが…。

佐世保バーガー事業協同組合の設立

紆余曲折を経て、2010年10月15日「佐世保バーガー事業協同組合」が産声を上げました。それは、佐世保にハンバーガーが伝来してからちょうど60年、横須賀市でのイベントからちょうど10年という節目の年でありました。

組合の目的として「相互扶助の精神に基づき、必要な共同事業を行い、もって組合員の自主的な経済活動を促進し、その経済的地位の向上を図ること」を掲げました。

具体的には『「佐世保バーガー」のブランド価値を維持し、副資材の共同購買、物産展等の共同宣伝事業を行い、安心・安全な手づくりの「佐世保バーガー」を提供していくため』ということです。

後日開催された設立祝賀会には、佐世保市長はじめこれまで本市の観光を支えてこられた皆様にも数多くお集まりいただくことができました。特に観光に携わる他の協同組合や協会等との連携も今後の重要な課題であると考えておりましたので、顔をつなぐよい機会となりました。



祝賀会には各組合員の代表的なバーガーも集まった

アンテナショップ 「フルハウス」の役割

2011年6月には佐世保市元町に組合事務所を兼ねた「佐世保バーガーアンテナショップ・フルハウス」をオープンさせました。

アンテナショップは圏外に設置されることも多いと思いますが、観光のお客様にはもう一度来佐していただくための、地元佐世保の皆様にはもっともっと佐世保バーガーのことを愛していただくための、情報を発信するとともに情報をキャッチする拠点としてあえて市の中心部に構えることにしました。

佐世保の観光資源でもある「佐世保バーガー」の店舗の紹介、案内をすることはもちろん、体験型のハンバーガー（セルフバー

ガー)の提供などを行っております。

組合員がいつでも必要な情報を収集したり、意見交換ができるスペースであることは言うまでもありません。

「フルハウス (Full House)」には、「満腹」と「満員」という意味があり、「いつも満腹のお客様でいっぱいになるように」という願いが込められています。

佐世保バーガーアンテナショップ フルハウス



外 観



店 内

地元への恩返しの第一歩

アンテナショップがオープンしたその年、佐世保で20年間にわたり開催されてきた九州最大のジャズフェスティバル“SUNSET JAZZ FESTIVAL”と、2009年から始まっ

た“ながさき音楽祭・JAZZ'N SASEBO”の二つのイベントが統合され、新しく“佐世保JAZZ”としてスタートすることになりました。

佐世保の街が米水兵で溢れ、あちこちから「ジャズ」の音が聞こえていたのも、まさしく佐世保にハンバーガーが持ち込まれた頃のことです。

この切っても切れない「ジャズ」と「ハンバーガー」のコラボレーションが何かできないだろうかということになりました。佐世保バーガーをかわいがってくださった皆様への恩返しの第一歩としてこのプロジェクトはスタートしたのです。

「佐世保JAZZ」用新作バーガーの5つの基本コンセプト

(1) 片手で持てるもの

音楽を聴きながら、片手には飲み物、もう一方には「新作バーガー」を。

⇒小ぶりのバンズを使用する。

(2) おしゃれに似合うもの

ドレスアップして「佐世保JAZZ」を聴きにきた皆様がほおぼっても口や手が汚れない「新作バーガー」を。

⇒ケチャップ、マヨネーズ等(従来使用しているソース)を一切使用しない。

(加えて、レタス、玉ねぎ、トマト等の生野菜も一切使用しない。)

(3) 佐世保産のもの

地元産のものを挟んだ「新作バーガー」を。

⇒佐世保産ブルーベリーを使用する。

(4) 大人の佐世保バーガー

お酒にも合う「新作バーガー」を。

⇒ジャズ発祥の地・ニューオリンズのケイジャン料理に使用されるスパイスを使用する。

(5) 家庭でもつくれて、しかもヘルシー

家庭にある器材、いつでも、どこでも手に入る材料を使ってできるヘルシーな「新作バーガー」を。

⇒今回、鉄板は使用しない。ノンオイル。
蒸し器とフィッシュ・ロースター（もしくはオーブントースター）さえあれば誰でもつくれるものを。材料もすべて佐世保市内で手に入るもの。

「佐世保JAZZバーガー」の誕生

基本コンセプトに沿った試作を重ね、ついに「佐世保JAZZバーガー」が誕生したのは、佐世保JAZZのイベントの始まるわずか2週間前のことでした。

“Quintet”と名付けられた佐世保バーガーには、佐世保産ブルーベリー、アボガド、りんご、パイナップル、チーズの合計5つの食材とパテとを組み合わせ、ジャズ発祥の地であるニューオリンズのケイジャンスパイスをピリッと効かせました。

ロースターで焼いたバンズ。蒸したパテとりんご。フレッシュなアボガドとパイナップル。冷たいブルーベリー。2種類のチーズ。これらの絶妙なハーモニーをお楽しみいただけたと思います。



佐世保JAZZバーガー

かくして、「佐世保JAZZ」の主役であるJAZZ（音楽）を邪魔することなく、それでいて、可愛く、楽しく、そして全く新しい「佐世保バーガー」が誕生しました。

「佐世保JAZZ」の関係者のみならず、数多くのジャズファン、佐世保バーガーを応援してくださる皆様に新しい話題を提供できたことは本当によかったと思っています。

2012年国際協同組合年にあたって

偶然にも今年2012年は国連の提唱する「国際協同組合年」になっており、「協同組合がよりよい社会を築きます」というスローガンのもと様々な取り組みが展開されることになっています。

1995年9月に国際協同組合同盟（ICA）が採択した「21世紀に向けた世界の協同組合の活動指針を示す協同組合原則」についてご紹介させていただきます。

第一原則「自発的で開かれた組合員制」

第二原則「組合員による民主的管理」

第三原則「組合員の経済的参加」

第四原則「自治と自立」

第五原則「教育、研修及び広報」

第六原則「協同組合間の協同」

第七原則「地域社会（コミュニティ）への
関与」

この7つの原則には、協同組合の規模の大小にかかわらず、目指すべき方向（道標）が非常に端的に表されていると考えています。

私たちは、地域団体商標の登録のために組合を発足させようというスタートではありましたが、協同組合の社会的責任ひとつを捉えてみても、それが重大であることは明白です。

組合員のことが重要であるのと同じくらい「協同組合間の協同」や「地域社会（コミュニティ）への関与」にも目を向け、力を注いでいかなければ、組合活動が発展していくことはないでしょう。

おわりに

大阪のお好み焼きは、専門店が繁盛するだけでなく、各家庭の味もしっかり守り受け継がれています。これこそ、本当の「お好み焼きのまち」なのです。

佐世保でも、家庭でもっともっとハンバーガーがつくられるようになれば、本当の「ハンバーガーのまち」に近づいていくと思います。そのために専門店が何をしなければならないのか。この古くて新しい問題にも取り組んでいかななくてはならないと考えています。

佐世保バーガー事業協同組合が、いかにして生まれ、何をやってきたか、私見を踏まえ簡単にご紹介させていただきました。

本格的な活動は緒に就いたばかりですが、せっかくだいた機会に思い切ってペンをとらせていただいた次第です。

本当にありがとうございました。



設立記念祝賀会発起人の皆様と