

食材の宝庫いすみ サンセバスチャン化に向けて

～世界に誇れる地元農水産品の販売戦略～

千葉県いすみ市 松崎 孝一郎



1. はじめに

いすみ市は平成 17 年 12 月 5 日に旧夷隅町と旧大原町、旧岬町の 3 町が合併して誕生した千葉県で唯一の平仮名の市である。千葉県の南東部に位置しており総面積は 157.44 km²、人口は 38,872 人（平成 29 年 12 月 1 日現在）、合併当初は 43,373 人であったが、12 年間で約 4,500 人減少している。人口減少・少子高齢化問題、一次産業の後継者不足問題など、当

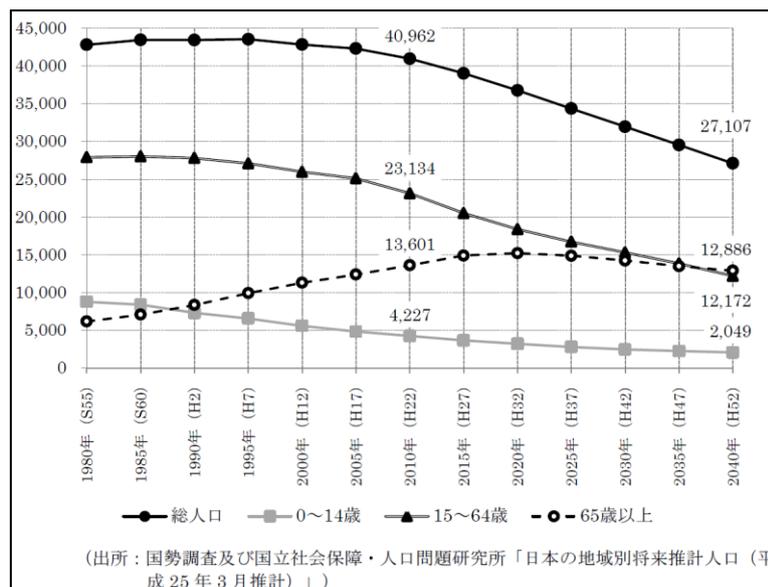


表 1 いすみ市の総人口及び年齢 3 区分別人口の推移

市に限らず過疎部では深刻な問題となっている。この問題を全て解決するのはきわめて難解である。難解だからといって、指を咥えて見ていたら、いずれは消滅都市となってしまう。

筆者は生まれも育ちもいすみ市（旧大原町）で、地元が大好きである。地元が好きで地元のために何かできないかと考え、考えた末、市役所へ就職すれば地元へ貢献出来るのではないかと思い、地方公務員となった。公務員にはなれたものの、日々の業務に追われてしまい、地元のために胸を張って何かをしたということではできていない。

今日、国は「夢と希望あふれる地方創生に取り組む」と言っている。当市でも地方創生事業を展開しており、筆者もこの事業に携わっている。筆者なりの地方創生の解釈は、地元が活気に満ち、市民から自然と笑みがこぼれ、いすみ市に生まれて良かったと、第三者へいすみ市の魅力を伝えられる市民が一人でも多く増えることである。

地方創生事業は筆者にとって、地元へ貢献できるきっかけであり、好機である。この好機を十分活かすために、何をすべきかと考えた結果、当市は豊かな海・山・川がもたらす自然の幸に恵まれた一次産業の盛んな田舎都市であることが特徴的であり、且つ東京都心から 75km 圏内、特急電車利用で東京駅までは約 70 分という立地が強みであるという結論に至り、当市の特色あふれる一次産業にスポットを当てることにした。

一次産業の基幹である農産物について紹介すると、過去には献上米であった「いすみ米」、贈答用として人気が高い「岬梨」、年々栽培面積が拡大し、生産量も増加して

いるブルーベリーなどの果樹、トマト、キュウリやキャベツなどの野菜、スプレーストックなどの花卉が生産されている。もう一つの基幹である水産物については、全国トップクラスの水揚げ高と品質を誇る「イセエビ」、日本二大たこである「マダコ」、サザエやアワビ、タイ、ヒラメ、フグなど多種多様な魚介類が漁獲されている。このように農業・漁業においては、優良な農

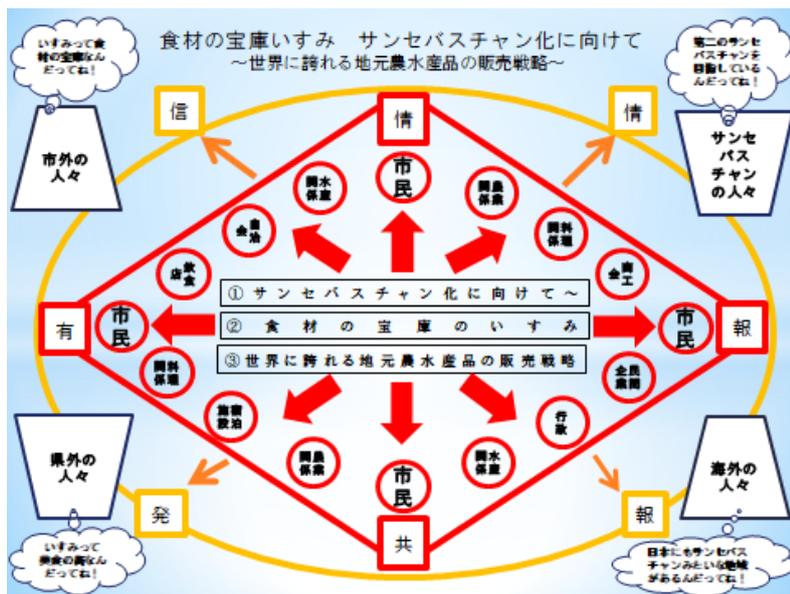


図 1 取り組みに対するイメージ（ポンチ絵）

水産物が生産および漁獲されており、市場や料理人から高評価を得ている産品が多くある。生産者はまだ気付いていないのか、それとも大昔から当たり前のように生産や漁獲されていたため、価値有る物だと認識することができていないのかは不明だが、少なくとも筆者は世界に誇れる農水産品だと捉えている。この世界に誇れる地元農水産品でまちづくりを行いたいと考え、レポートの副題とした。まちづくりで重要なことは、市民が中心となって取り組むことである。市民を中心に、農業関係者・水産関係者・料理人・自治会・商工会・民間企業・宿泊施設などが手を取り合い、連携し、行政はその取り組みを後方支援するという形が望ましい。行政主体ではやられている感が強くなってしまい、筆者の経験上継続しないケースが多い。本レポートでは、当市の特性を活かしたまちづくりを成功させるために、農水産物の新規販路開拓や、食材の宝庫であるという事を再認識させ、自律的で継続的な取り組み、食で人を呼び込む取り組みを提言する。

また、本レポートのテーマとなっているサンセバスチャン化に向けて、当市は何をすべきなのか。食にスポットを当てて、まちづくりに成功したスペインの地方都市サンセバスチャンとはどのような都市であるかを紐解いていく。

サンセバスチャン地方は、大西洋に面しており港湾都市として発達すると同時に、美しい海岸線などによって、かつては高級保養地として知られ多くの王族等が訪れ、欧州の貴族達に街の名前が知れ渡っていた。雨がちな気候を除けば、非常に暮らしやすい街である。しかし、この地に住む一般市民の暮らしは決して豊かではなく、近隣の市が産業革命の恩恵を受けて繁栄した時も、目立つことなく慎ましく暮らしていた。特徴的なのは住民のバスク人である。かつてローマ帝国がスペイン全土をほぼ侵略した際、この地域だけはバスク人が屈強なため攻め入る事ができなかったと言われている。屈強で頑固なバスク人はこの地域を守る事に命を賭けていた。そのため、他のス

ペインの地域とは違い、長い間ラテン民族の支配を受けずに独自の文化が育まれていたが、ここ10年で劇的に変わり、世界一の美食の街に変貌した。

当市は太平洋に面した港湾都市である。写真1は旧大原漁港である。美しい海岸線があり、旧漁港周辺は大昔には小浜城が築城され、宿泊施設が多数有り、室町時代は特に栄えていた。気候も四季がはっきりしており、旬の農水産物が取れる。



写真1 旧大原漁港～丹ヶ浦～

いすみ市はサンセバスチャンと似ている土地柄と言えるのではないかと思われるが、決定的な違いがある。それは閉鎖的に作られてしまった文化を打破したかどうかである。サンセバスチャンの食文化は、閉鎖的に作られていたフランス料理をカジュアルにし、洗練させ、市民の日常として大きく開放され、庶民的な食文化にもなっている。また、新しい挑戦的な料理を、誰もが気軽に楽しめるような安価に設定し、洗練された食の作品にしている。当市が求める食の文化は、閉鎖的な料理ではなく、市民と料理人が共有できる開放的でありながら、プロが一手間を加える事によって特別感が出る料理である。サンセバスチャン同様に、いすみ市内の核となるメンバーが先頭に立ち、未だ閉鎖的な文化が根強い、いすみの土地柄を払拭する事がサンセバスチャン化に繋がると筆者は考える。まずは閉鎖的な文化を打破し、当市の強みと弱み、良い部分と悪い部分を市民、生産者、漁獲者等で共有し当市を熟知してもらい、最終的には、市民一人一人がいすみ市のコンシェルジュになる事が筆者なりのゴールと考えている。

2. いすみ市の農水産物の販路の現状と課題

(1) 地元農水産物の販路先の現状

数年前までのいすみ市内の食料品店は販路先が、ほぼ市民という店舗ばかりであった。各店舗に古参客が存在したため、経営は何とか成り立っていたが、古参客の高齢化に伴い、販路先は減少している。

(2) 「大原漁港 港の朝市」の開催

2013年に大原漁港にて港の朝市が始まった。当初は、月1回（第3日曜）のみの開催であったが、回を重ねるごとに来場客は増え、2015年度から月2回（第1・3日曜）の開催となり、2016年度からは毎週日曜開催となった。港の朝市の開催に伴い、市外からの観光客は格段に増えた。港の朝市の客を対象に行ったアンケートでは、市外客が8割という数字が出ているため、立証できる。数年前に比べ、市外客に地元農水産品が出回る事は増え、販路先として港の朝市の客という販路はできたが、朝市以外の販路はほとんど無いのが現状である。

(3) 継続的な販路先が無い

2 (2) で述べた販路先について、店舗によっては常連客がいる場合もあるが、大多数の店舗は毎回異なる客へ販売しているため、港の朝市の客は継続的な販路先とはいえない。しかしながら、継続的な販路先になる可能性は十分に秘めている。現に、朝市の客が出店者と直接取引を始めたケースもある。しかし、出店者の多くは個人経営

のため、郵送等のノウハウが備わっておらず、体力が続かなくなってしまう、取引解消となってしまった。地域性の問題かどうかは不明であるが、出店者には来る者拒まず去る者追わずの傾向がある。去ってしまった理由を追求し、次に繋がる何かを考えられる体質へ変えていかなければ、継続的な販路先を見つけることはできないと、出店者達は考えなければならない。古参客以外の継続的な販路先が無いことや、経営者の危機感に欠けることが課題である。

古参客は減り、継続的な販路先が少ない状況を打破すべく、まずは朝市出店者の見える化を図る。朝市出店者を対象に、店の問診票を提出してもらおう。問診票には、店の特徴、強み、弱み、取扱商品、ロット数、配送対応の可否等を記載させる。朝市運営委員会が取りまとめ、出店者の特徴を把握することで、料理人や仲買人等の要望にすぐさま応えられるようになる。運営側が食材を探している料理人等の窓口になることで、マッチングまでの流れがスムーズになると考えられるが、委員会組織では限界がある。補助金に頼らず、自主運営できるように市が全面的にサポートし、近年中に法人化を目指す。

3. 新規販路開拓に向けて

(1) 地元農水産物をもう一度見つめ直してもらうためには

地元農水産物に対し自信を持ってもらうためには、新規販路開拓を実施し、新規取引先からの意見を聞く必要がある。既にいくつかの新規取引先があり、特に水産物は高い評価を得ている。高い評価を得ることが生産者等の自信に繋がると考えられる。農産物の生産者や水産物の漁獲者等に自信を持ってもらうために、第三者からの意見の聞き取りや、定期的な勉強会等の開催が必要である。また、各々が生産および漁獲している農水産物と向き合い、他地域の農水産物との違いや特徴、優劣を認識する事が必要不可欠である。他地域の農水産物との差別化を図り、生産者、漁獲者自らが営業、宣伝できるような取り組みを実施し、地元農水産物を見つめ直してもらう。

(2) 「食材の宝庫」だという事を再認識してもらうためには

当市では当たり前のように生産及び漁獲されている農水産物だが、世界に誇れる物であり、他では手に入らないような食材が沢山有ること自体が、市民にほとんど知られていない。この状況を払拭しようとしている20代、30代、40代が当市にはおり、各地域と連携し、自店舗の発展や、市の発展に寄与している。この世代の取り組みは少しずつではあるが、認められ、当市に新しい風を吹き込んでいる。各々が生産および漁獲している農水産物に対しては、熱い思いがあり、常に、より良い品質や状態等で提供するため、日頃から勉強している。また、自らが生産および漁獲していない農水産物に対しても勉強しており、情報共有、情報発信に結び付けている。今後は「食材の宝庫」と認識している当市の人達が当市の核となり、市民を筆頭に「食材の宝庫」だという事を情報共有し、再認識させ、情報発信していく。

(3) 農産物の生産者に自信を持って販売してもらうためには

当市の基幹産業の一つである農業において、農業従事人口は従事者の高齢化に伴い減少傾向にはあるが、新規就農者は増加傾向にある。都心で働いていたが、実家が元々農家であり、Uターン後、そのまま農業を始めるというケースもある。また、Iターン

し、農業を始めるというケースも増えてきているが、Uターンに比べると、当市の環境や農業の理想と現実の違いに疲れてしまい、長続きしないケースもある。

新規就農者は有機農産物（農薬・化学肥料不使用）による生産が多い傾向にあり、長年に渡る農家は農薬等を使用し生産している傾向が直近までは強かった。農薬の使用、不使用には賛否両論があり、一概にどちらが良いかとは言えないが、当市では2013年度から「有機稲作モデル事業」を開始している。当初は3軒の農家で始まった事業が今年度は14ha、23軒に広がり、有機に対しての理解が広まりつつある。また、昨年10月27日には、いすみ市内全13の小・中学校にて、地元産の有機栽培米コシヒカリ「いすみっこ」を使った米飯給食が始まった。学校給食に年間通して有機米を使用する自治体は全国初である。今後も食の安全安心と農薬・化学肥料を使わない米の普及啓発を図ろうと、生産者団体や個人の協力を得て、いすみ市内の小・中学校の全校児童、約2,200人分の給食用の有機栽培米を確保した。

それと並行し、「土着菌完熟堆肥による有機の里づくり事業」を展開しており、昨年12月4日に「いすみ市土着菌完熟堆肥センター」を開設した。土着菌堆肥で実績のある鹿児島県鹿屋市の柳谷集落（通称やねだん）を参考にした同センターは、国の地方創生拠点整備交付金事業を活用し、総工費2,150万円にて、木造平屋建て約130㎡の堆肥庫4棟や車庫等を建築した。土着菌堆肥で有機米作りに活用するほか、少量多品目の農産物や畜産物、果物にも活用し、いすみ産農産物のブランド化や六次化を展開することで、高付加価値を創出させ、農家所得の向上を進めるとともに、地域経済の活性化を目指しており、行政がしっかりとサポートすることができている。

各生産者は農薬の使用・不使用の有無にかかわらず、自ら生産した農産物の工程等を第三者へ分かりやすく説明する力を身に付けることが必須であり、その中でも、いすみ市の特徴を活かして「ここだけのもの」、「いまだけのもの」を生産する事が重要である。前述の2点を実行できれば、生産者達は自信を持って販売できるであろう。

(4) 漁師に自信を持って提供させるためには

当市のもう一つの基幹産業である漁業において、特徴的なのは漁場である。いすみ市の東方の海には、水深が20m前後の浅い岩礁群が沖合10km以上先まで広がっている。この広さ120km²にもなる広大な磯根は、発見当初、ヘルメット式潜水具を使った「器械潜水」と呼ばれる方法でアワビを漁獲していたことから「器械根」と呼ばれるようになった。イセエビやタコ、アワビ、サザエなどの一大生息地であり、アジやタイ、ヒラメ、イナダ、サワラ、スズキなどの高級魚が数多く漁獲される。

また、世界でこの夷隅地域でしか見つかっていないオオノアナメなどの希少な海藻が生息するほか、アカウミガメやスナメリにとっても重要な生息環境になっている。器械根で漁獲された水産物は差別化を図るため、数々の厳しい条件をクリアした物のみを「いすみブランド認定産品」としてブランド化している。代表的なものに北緯35度12分・東経140度25分と北緯35度18分・東経140度28分を結んだ線より沖で漁獲された大きさ200g以上のイセエビを器械根イセエビ（伊勢海美）、大きさ300g以上のサザエを器械根サザエとして認定している。また、日本二大タコと称されるマダコ（太東・大原産）はいすみの沖ダコとして認定されている。

これまでは、漁獲者や漁業協同組合等はブランド化しただけで満足しており、自ら

の所得向上に繋げようという意思は感じられなかった。しかしながら、港の朝市に訪れた料理人から高評価を得たことや、漁業協同組合と市が共催で行った東京海洋大学客員教授である上田勝彦氏を招聘した「サカナの真価追求講座～魚のしくみに合った活けジメ技術とその効果について～」を実施したことで、漁業者達の考え方が変わり始めた。以前までは、市場で高評価されている魚介類等の価値に気付かず取引していたが、その価値に気付き、魚を丁重に扱うようになり、活けジメや神経抜き等を施し、出荷する漁船が増えてきた。活けジメ等の技術は漁船によって違いはあるが、技術向上のため、漁獲者達は日々勉強している。そのため、活けジメの有無によって魚の入札価格に大きく差が出始めている。今後は、活けジメした魚をブランド化する方向で検討しており、漁獲関係者の所得向上に繋がると考えられる。活けジメや神経抜きの技術習得や、魚をより良い品質で届けるための輸送方法を漁獲者が習得することにより、自信を持って魚介類を提供できるようになるのではと考える。行政がしっかりサポートし、他の漁港の視察や、定期的な活けジメ等の勉強会を行う。

生産者および漁獲者は、自分達で生産および漁獲した農水産物を熟知し、消費者に自信を持って販売できるよう勉強し、市は旬の食材を紹介すべく食材カレンダーを作成し、料理人や仲買人等の購買意欲を掻き立て、新規販路開拓に繋げる。

4. 市民を巻き込んだ取り組み

(1) 食材の宝庫だという認識を生産者・経営者・市民で共有させるためには

生産者および経営者は、所得に直結するため、少なくとも自ら生産や漁獲している農水産物について、食材の宝庫の一部であるという認識はすぐにはできると思われる。更には、他者が生産や漁獲した農水産物も食材の宝庫の一部と認識できれば、相乗効果が生まれ、全体的な底上げに繋がるのではないかと考えられる。このように、損得勘定が発生する生産者および経営者にとっては、当市が食材の宝庫であるという事はメリットになるので、共有する事は難しくはないと思われるが、市民にも共有してもらうことは非常に難しい。

市民にとっては、食材の宝庫と認識しても直接メリットになることは長い目で見ない限りはなく、実感できない。食で人が賑わい始めれば、ようやく食材の宝庫の街で良かったと実感が湧くと考えられる。どんな取り組みでも効果がすぐに出なければ、市民と共有するのも難しくなるため、継続的に働きかけていく必要がある。

何よりも生産者や経営者は「いまだけ」、「ここだけ」といった差別化を図る事が必要であり、いいものの理由をしっかりと説明し、付加価値を明確化して販売する必要がある。市民は生産者や経営者との距離を縮め、いすみ市は四季折々の旬の食材を手軽に口にできる、食材に恵まれている地域だということを知ってほしい。

(2) 市民参加型セミナーの開催を実現させるためには

まずは、目的・コンセプト・ターゲット等を明確にする。目的は、市民にいすみ市の魅力を伝え、生産者と料理人の共存による美味しさを体感させる。ターゲットは、子育て世代とする。いすみ市にある食材がどんなに素晴らしくても、市民にとっては当たり前過ぎて良さに気づいていないのではないかと投げかけ、自分たちのまちにある食材が素晴らしいと実感してもらいたい。当たり前のように食卓に並んでいる食材

を、一流の料理人に実際に食べてもらい「美味しい」と言う場面を見せる。第三者の権威が言うことにより、地元の食材は本当に美味しいのだということに気付かせられ、自信が付き、自信を持って地元の食材を第三者へ自慢できるようになるのではないだろうか。

今セミナーの目玉は、和洋中のそれぞれの料理方法にて共通の料理を披露する事である。いすみ市の郷土料理であり、今後、いすみ市の名物料理に発展するものを考える。セミナーは講座形式で、日本料理講座、西洋料理講座、中国料理講座の3講座を開催する。調理実演や試食も組み込んだ、体感型の講座にする。セミナー内では、生産者のトークと料理人達による調理実習、試食の一連の工程を踏む事で、聴講者が理解しやすいようにする。また、地元で頑張る生産者がこだわり抜いた生産方法等の発表や、魚の締め方の解説、食材の状態での食べ比べ等を実施する。

(3) 外で食べてもらう（外食を促す）取り組み～ごひいき店舗プロジェクト～

筆者は、食で人を呼び込むためには、食材だけでは成功しないと考えている。いすみ市ならではの食材を活かした料理を提供できる料理人が必要不可欠である。現在、地元の料理人達は、食材に劣らない料理を提供しようと日々奮闘中であり、一流の料理人達と一緒に勉強している。

当市における飲食店舗数は、市の規模に対して比較的多く、個人経営の飲食店も多い。しかしながら、外食するという文化がほとんど無く、外食率が非常に低い。筆者も地元ではほとんど外食をしない。地元の友人や知人、上司や同僚に聞いても、市内ではほとんど外食をせず、外食をする場合も市外の飲食店を利用するという人が多かった。そのため、外で食べてもらう（外食を促す）取り組みを展開したい。ごひいき店舗プロジェクトと銘打ち、市民がごひいきにしている店舗を紹介してもらい、市内の人気レストラン・食堂の把握と情報発信をする。誰かがごひいきにしている店は他の人にも魅力的に映り、口コミの効果で人が人を呼び、結果的に外食率が伸びるのではないかと考えている。外食率を上げることにより、地元にお金が落ちるだけでなく、料理人達は、初来店客を常連客・リピーターへと繋げようと努力し、技術の向上及び農水産物に対して強いこだわりが生まれるのではないかと考えられる。一方、客である市民は、地元農水産物の調理方法を見たり食べたりする機会が増え、料理力が向上する。最終的には、ごひいきにしている飲食店を市民が自信を持って市外の人々へ紹介できるようにしたい。

(4) 東京オリンピック・パラリンピックまでに「食材の宝庫・食の街」であるとの機運を高めるためには

2020年に東京オリンピック・パラリンピックが開催される。当市の隣町である一宮町では、オリンピック史上初めて正式種目になったサーフィン競技が釣ヶ崎海岸にて実施される。筆者なりの考えでは、本レポートのゴールすべき期日は、オリンピック開催の直前にある。開催までの2年6ヵ月の間、常に「食材の宝庫・食の街」であるという事を市民に言い続け、伝え続けなくてはならない。そのためには、3(2)で述べた、核となる人達が走り続け、市民を一人でも多く巻き込む事が必要であり、核となっていた生産者や漁獲者達より市民が主体となれば、食で人が賑わい、その人が人を呼び込む街になり、必然的に機運は高まる。

このことから、市民への周知が最大の課題であると筆者は考えている。どんなに優れた取り組みを実施しても、一番の理解者になりうる市民に取り組み自体が浸透していなければ全く意味が無い。単純な事ではあるが、現在、市が毎月発行している広報誌に旬の食材の紹介や、美味しく食べるためのレシピを公開しており、好評を得ている。今後も継続して旬の食材を紹介すれば食材の宝庫であるということを市民に伝え続けることができる。市民に食材の宝庫ということが伝われば、地元食材に興味を持ち、購買につながり生産者や経営者とのかかわりが生まれるだろう。消費者の顔が見えることで、生産者や経営者はニーズに応えようと、技術等の底上げに努めるはずだ。市民を巻き込んだ取り組みに必要なのは継続力である。

農業生産者においては、近年需要が多い安心安全な農産物の生産体制の構築を図り、行政は農家所得の向上を図るべく、土着菌堆肥を推奨し、高付加価値の創出および地域経済の活性化に繋げる。また、市民においては、行政の取り組みに興味や関心を持つことが必要であり、行政は、市の取り組み等をより分かりやすく、広く情報発信する仕組みづくりが必要である。

5. サンセバスチャン化に向けての取り組み

(1) 料理人たちの技術の底上げ

サンセバスチャン地方では、料理人達が頻繁に集い勉強会を行うことで、技術の底上げをしている。当市がサンセバスチャンをモデルにした理由には、料理人達の姿勢はもちろんのこと、観光資源が無かった街がたった10年程で、世界中から美味しい物を求めて人が集まるようになった点や、食材を歴史と融合させ成功したことなど、当市でも実現可能な取り組みで成功している点がある。

当市ではこのような勉強会は以前まではほとんど行われていなかった。しかしながら、当市の核となっている生産者や漁獲者、そして地元料理人達はこのままでは自分達の将来が危ういと感じ始め、月に一回ではあるがミーティングをしている。当市版の美食倶楽部である。この当市版美食倶楽部をいすみメンバーミーティングと呼んでおり、料理人達の技術の底上げに繋がっている。美食倶楽部とは、サンセバスチャンの美食を語る上では必要不可欠な存在である。仲の良い男同士が集まり、ここで気の合った仲間達と料理をして楽しむ所として使われている。サンセバスチャンではこのような美食倶楽部が100軒以上あり、世界的に著名なシェフのほとんどがどこかの倶楽部に所属している。当市ではまだ一つしか存在していないが、最初の一つが肝心である。当初は市役所の会議室で始まったミーティングであったが、現在では料理人達の店で行っており、時には生産者達が持ち寄った旬の食材を使って新しい料理を作ろうと取り組んでいる。美食倶楽部の存在を伝えていないにもかかわらず、必然的にサンセバスチャンの美食倶楽部と同じような動きになっているのが不思議である。

(2) ホールスタッフのQ S Cの底上げ

料理を運んでくるスタッフの対応が悪いと、素晴らしい食材を完璧に調理し、美味しい料理を提供できる料理人がいても、台無しになってしまう。以前に地元の飲食店で刺身定食を頼んだ事がある。その際は、何も説明がなく運ばれて来て、それが当たり前で食べていたが、先日、刺身定食を頼んだところ、本日の刺身の説明と小鉢の説

明等があった。当市ではかなりの進歩である。料理のクオリティーは上がりつつある。サービスについてはこのようなおもてなしの心を忘れずに対応する事が重要だが、一番気を付けて欲しいのがクリンリネス、清潔さである。特に個人経営の店に多いのだが、店内の清潔感に欠ける店がある。ホールスタッフにもいすみメンバーミーティングに参加してもらう事により、QSCの底上げに繋げる。

(3) いすみ名物の開発～第2のピンチョス～

ピンチョスとはバゲッドパンを土台にして玉子焼きや肉、魚類を載せて落ちないように楊枝で刺したつまみのことだったが、近年では小皿料理や楊枝を使っていない物もピンチョスと総称するようになってきている。ピンチョスはバルで出される小料理の事で、バルとは、喫茶店や居酒屋等の食堂である。サンセバスチャン地方ではこのバルがいくつもある。当市においても食堂や居酒屋等で提供できるような料理を目指すべく、いすみメンバーミーティングで話し合った結果、新しい物ではなく、昔からある郷土料理を見つめ直すという事になった。新しい物だと浸透するまでに時間を要し、市民に受け入れられにくい可能性もある。郷土料理であれば、馴染みもあり、違和感なく受け入れられる可能性が高い。当市版のピンチョスは小料理ではなく「タコ飯」を見つめ直し、いすみの名物に仕立て上げる事となり、現在、開発中である。近日中に、いすみメンバーミーティングの料理人達の店舗で提供される。いすみ市といえど「タコ飯」と言われるよう、行政は開発援助や、「タコ飯」をお披露目させる場を提供していく。

(4) オープンソースの認識

サンセバスチャンの料理人達は30年前から料理方法について、皆で教え合い、親方の技をそばで見て盗む事が基本になっていた料理界とは全く反対の事を始めていた。自分の技やどこかで習得した技、新しい技をお互いに教え合う事から始めたところ、同じ仲間のレベルが一斉に上がるだけでなく、新しい料理界の変化に大勢で取り組むことができ、お互いの理解度が高まるだけでなく、この世界に入った若い料理人でも楽しみながら料理を覚えるようになった。ここに、サンセバスチャンのレストランやバルのクオリティーが急速に上がった最大の秘密があった。通常は街に一軒の天才料理人の店があって人気を博していれば、その料理人が自分のレシピや手法を同じ業界の人に教える事など有り得ない。その料理人は客を独占したいだろうし、競合店と差を付けている部分が失われることを恐れるであろう。それが普通の考え方である。しかしながら、たった一軒のお店が集められる人には限界があり、その店がいつまでも人気店でいられるとは限らない。他の街にそこよりも美味しいレストランがあると分かれば、その街自体に人が来なくなってしまう可能性もある。しかし、街全体に美味しい店がたくさんあると評判になれば、より多くの人が地域へ訪れるようになるし、一人では開発したり、作る事のできないような美味しい料理を提供したりすることが可能になるかもしれない。このオープンマインドの姿勢こそが未だ食の文化に閉鎖的な当市には必要であり、サンセバスチャン化に向けて一番重要なことであると考えている。

市は、サンセバスチャン化に向けて、サンセバスチャンを更に深掘りし、当市と比較させ、取捨選択しながら、当市にとって向いている取り組みと不向きな取り組みを

見極めていく。また、生産者や漁獲者、料理人達が一堂に会せる場作りが必要である。現状では、生産者同士、漁獲者同士、料理人同士というグループ単位で集まる機会はあるが、異業種と交流する機会はほとんどない。この現状を打破するために行政が各業種の橋渡しになることで、新たな組織が誕生する可能性や、いすみメンバーミーティングのメンバー増につなげられると考えている。更なる異業種間交流が生まれることで、サンセバスチャン化にとって必要不可欠な人材達の結束力が強くなり、情報が共有され、勉強会の機会も増えてくると考えられる。その結果、料理人達の技術の向上、ホールスタッフの接客力の向上、皆で考え助け合う精神や、人ごとではなく自分ごととして捉えられるようになる。この動きが、サンセバスチャン化を加速させる。サンセバスチャン化の実現に向けて、この場が主体となり、市民を巻き込み、いすみ市の特徴を活かした自律的で継続的な取り組みを引き続き展開していく。

6. おわりに

食は人間の三大欲求の一つであり、生きていく上では必要不可欠な存在である。食をテーマに「食で人を呼ぶ、そして、その人が人を呼ぶ。」という街づくりは、直ぐに結果は出ないかもしれないが、食は人にとって身近な存在であり、必要な存在であり、美味しく安心で安全な物であれば、喜ばれ、人を笑顔にさせることができる。

本レポートのゴールは、市民を笑顔にさせる事である。食は人を笑顔にさせる力がある。市民が地元のことを熟知し、サンセバスチャンにも引けを取らない地域であると認識すること。素晴らしい食材、素晴らしい料理人、素晴らしい生産者、素晴らしい漁獲者達がいると認識すること。第三者へ当市の魅力を伝えられるようになること。以上、3つのことが達成できれば、自ずと街は多くの人で賑わっているであろう。一人でも多くの市民を笑顔にさせたい。地元を誇りを持ってもらいたい。

いすみ市に生まれて良かった。なぜなら「食材の宝庫・美食の街」と自信を持って伝えられる街だから。

(参考文献)

- 人口 18 万人の街がなぜ美食世界一になれたのか 高城 剛 (2012) 祥伝社
- いすみ市ホームページ www.city.isumi.lg.jp (閲覧日 2017. 12. 15)
- いすみ市第1次総合計画・後期基本計画 (2013)
- いすみ生物多様性戦略 (2015) いすみ市