

# おいしい! の

## 地域力が生んだ

### 実例研究

食のワークショップで  
参加者が一致団結



case 1

群馬県草津  
草津スイーツプロジェクト



case 3

長野県木島平  
木島平米プロジェクト



case 2

佐賀県唐津  
朝からつごはんプロジェクト



地域の課題取り組みに  
ワークショップでサポート



じゃらんリサーチセンター  
研究員

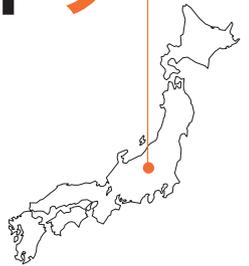
**松岡末季**

草津、唐津、木島平のワークショップ企画担当者。様々な地域が抱える課題に取り組み、観光力UPを図る

「地域の方々とコミュニケーションをとっている『じゃらん』のエリアスタッフやJRCのエリアプロデューサーが、その地域が抱える問題について相談されることがあります。問題解決には色々な手法がありますが、地域の人と相談した上でワークショップが効果的だと判断されてからが、私の出番。ワークショップの企画作りがはじまります。そして地域の方々にまずお願いするのが、実行委員・事務局の設立。やはり地域側のまとも役が重要な存在になります。JRCでは『じゃらん』が持つノウハウを活かしたワークショップを提案。地域の人たちが課題に立ち向かえるようにサポートしています。問題解決の糸口は地域の方々の中に。草津や唐津、木島平の実例を参考にしてください。」

観光・宿泊の集客力と満足度UPのために、「食」の魅力向上に悩む地域をよく見受ける。じゃらんリサーチセンター（JRC）では、そんな地域で「食のワークショップ」を行い、地元の人たちと一緒に新たな魅力開発を行ってきた。新しい食の魅力はどうやって生みだされているのか。草津、唐津、木島平の実例を紹介しながら、検証していく。

# 草津スイーツ プロジェクト



日本三大名湯という看板で全国から人が集まる草津温泉も、食の魅力を高めりピーターを獲得したいという課題がある。そこでJRCでは「野菜のスイーツ」という食開発を提案。専門家を交えて作った新ジャンルの食の可能性を検証する。

## 課題

- ❑ 草津らしいグルメメニューの開発
- ❑ 話題になる新しいメニューの作成
- ❑ 食の部分で観光・宿泊客の満足度を上げる

温泉のイメージが強い草津では、その反面、名物や特産物の印象が弱い。そこで話題となる食のメニュー開発が求められた。また、温泉や名所旧跡以外の誘客施策や単価UPの施策として、草津でしか食べられない昼食・軽食メニューにもなりえるものを作るという課題を設けた。

## 目標

- ❑ 温泉と相まって魅力を上げる食をプロデュースする
- ❑ 宿泊でも食べ歩きでも楽しめるテーマメニューを作る
- ❑ 地元・近隣産の食材を使用し、「草津ならではの」にする

「お肌をキレイにするには温泉、体の中をキレイにするのは野菜のスイーツ」というコンセプトで、「インナービューティ」をテーマに。「温泉+α」としての食の魅力付けとして、地元・近隣産食材で作る「野菜のスイーツ」開発に地域で取り組み、顧客満足度UPを図ることとなった。

## Interview



草津温泉  
望雲  
黒岩  
裕喜男さん

野菜のスイーツにひかれ、予想以上に人が集まりました

「実は草津では、食のワークショップが何度も行われていました。食の魅力向上は、草津の昔からの課題。何度も試行錯誤していたのです。今回のワークショップは、以前のもものと比べると、テーマがスイーツだったせいか、女性の参加者が多かったように感じます。専門家にレシピを教わるということもあり、料理人や飲食店の方が参加したりと、広がりのある人集めができたのも良かった。でも重要なのはこれから。このメニューが継続していかなければ、ご当地グルメとして根付きません。今後に期待です」。



**草津は飲泉ができないから、インナービューティに着目**  
JRCが草津でワークショップを開くのは2回目で、前回は「旅づくり塾<sup>※</sup>」を開催。その中でもやはり「食」がテーマとなり、新ご当地グルメ作りが行われた。その流れを汲んで今回JRCが提案したのは「野菜のスイーツ」。



## ワークショップ 草津/第1回目

2009年4月14日

宿泊施設や飲食店、計13施設が参加。今プロジェクトの説明会&地域食ブランドアドバイザー山本洋子氏の講演を開催



甘味料は「米あめ」や「みりん」などで代用できることも説明。山本洋子氏(株式会社春夏秋冬取締役、元オレンジページ・ムック編集長、米の酒と食の研究者)  
※「旅づくり塾」とは、地域の方々やじゃらんが協同行う「観光による地域活性化のためのプログラム」

説明会では次の事柄がプロジェクト開催の理由に挙げられた。  
①草津の湯は飲泉できない。そこで、野菜で体の中をキレイに。  
②地元産の新鮮な野菜、健康・美容に良いなど、話題性が豊かに。  
③ニューフェイスの登場で話題に。  
④宿は夕食に、飲食店はお昼のサイドメニューにと、すみ分けが可能。食べ歩きの魅力もUP。  
そしてミニ講座では、山本氏が、各国の気候や風土に合った食材や食文化の違いを解説。つなげて地元でとれる旬の食材の高い栄養価と、その効能について説明された。  
最後は東京で流行している「野菜のスイーツ」事例を紹介。参加者にこれからはじまる「野菜のスイーツ」作りのイメージを促した。



「野菜のスイーツ」レシピを作るにあたり、JRC側で不安に思っていたのが、参加者に敷居が高いと思われること。新ジャンルのスイーツだけにイメージできない、難しいと感じさせてしまう懸念がある。そこで各施設が商品開発を



## ワークショップ 草津／第2回目

2009年5月20日

宿泊施設や飲食店、計22施設が参加。コンラッド東京日本料理統括料理長※齋藤章雄氏の「野菜のスイーツ」レシピ提案会



ワークショップ企画アドバイザーの玉冲氏（JRC客員研究員）がレシピなどを説明。女将会や飲食店などから、女性が多く参加。スイーツレシピの説明に、熱心に耳を傾ける

行う前に、専門家によるレシピ提案を行うプログラムを用意。今回レシピ提案を依頼したのは、コンラッド東京の日本料理「風花」で腕をふるう齋藤章雄氏\*。予め草津周辺でとれた野菜を提供し、数種類のレシピ考案をお願いした。レシピ提案会当日は、その中からアレンジしやすく、比較的簡単にできそうなスイーツを紹介。と同時に、会場には関心して見入る参加者でいっぱいになった。

「トマト嫌いなのに、トマトのケーキが一番おいしいと思った」「使用できる野菜が色々あるのだと感心した」、「こんななおいしくできるとは」など、参加者の感想も様々。具体的なレシピを見たことで、参加者の志気があがった。

### Interview



地球屋 草津  
社長  
鈴木  
右近さん

アイデア出しが楽しくでき、  
いい勉強になりました

「最初に野菜のスイーツと聞いたときに衝撃を受けました。おいしいものができるのかと。でも挑戦する気になった。というのは、美容や健康のためのスイーツというのが、草津温泉に合っていると感じたから。齋藤氏の試作品に触発され、いろいろ作ってみました。キャベツやナス、ネギなど、野菜を買ってきては試す。そのうちに、ゴーヤの焼きドーナツがおいしくできてびっくり。何でも試したくなりました。今はお店でカボチャのおしるこを出しています。これからも新作を出していきます」。



参加者も経営者や料理人、若手から熟練者までと幅が広がった



調理法の違いによって様々な姿に変わった野菜たちを試食。参加者たちに「野菜のスイーツ」づくりの可能性を高めた

※2010年3月現在のプロフィールです



ホウレンソウやカボチャ、サツマイモを練り込んだスポンジ。そしてトマトやキャベツ、ホウレンソウ、カボチャのチップスが提案された。下の写真は、それらを組み合わせで作ったスイーツ。白餡入りのクリームとトマトピューレを巻いたホウレンソウのロールケーキになっている。ホウレンソウとトマトのチップスは飾りに使用



### レシピ案のコンセプト

- 1 旅館でもカフェでもアレンジしやすいレシピ
- 2 草津またはその近隣産の野菜を使用
- 3 一目で野菜とわかるビジュアル
- 4 通年のアレンジができるもの
- 5 インナービューティ・美容・健康の趣旨に沿ったもの

Interview



わたぬき  
ペンション  
綿貫  
一枝さん

アドバイスをもらえたお陰で  
注文もくるスイーツが完成

「以前より花豆のスイーツが作りたかったの、いいきっかけでした。個別相談会では、自分が気がつかない欠点を指摘され、それから見た目を気にするようにも。量も正確に図るようになりました。お陰さまで完成した花いんげんの羊羹は好評。今でも宿泊客に出しています。作り方を聞かれたりと、お客様との会話も増えました。」



専門家のレシピ提案に刺激を受け、試作品完成までたどり着いたのは13施設。開発に時間が取れず試作品完成が間に合わなかったり、スケジュールの調整がつかなかったりなど様々な理由で不参加の施設が出てしまったが、今回も参加した施設の意気込みは上々だ。その熱意は、個別相談会で出さ

食の専門家も感心する  
創造性豊かな試作品が登場



ワークショップ  
草津／第3回目

2009年6月29～30日

宿泊施設や飲食店、計13施設が参加。2日間にわたり、各施設45分間の個別相談会を実施。合計23の試作品が持ち寄られた

れた試作品に出ていた。キャベツのアイスや花豆のバターケーキ、枝豆のスコーン、フキノトウのケーキ、ゴボウクッキーと生湯葉の豆乳フォンデュなど、創造性豊かな「野菜のスイーツ」メニューがいくつも登場。それぞれの試作品を前出の山本氏、齋藤氏、そして玉沖仁美氏（JRC客員研究員）の3人で試食しながら感想と意見を述べた。甘みの調整や食感、ビジュアル面から課題を出したり、時にはユニークなアイデアに感心したり。「色合いが鮮やかなアイテムを飾りに加えてみては」、「生クリームではなく豆乳を合わせてみて」、「野菜は70〜80度の低温で焼く」などの具体的なアドバイスもそれぞれの施設に。各施設が専門家の意見や感想を聞き、次のステップへとコマを進めた。

Interview



草津ナウ  
リゾート ホテル  
専務取締役  
小林  
恵生さん

野菜のスイーツから発展した  
彩菓子プロジェクトを発足

「人気の野菜のスイーツを作りたいと思っていても、どう作っているのが見当たらない。そんな中、今回レシピを教えていただいたことで、具体的に想像できるようになりました。今もフランスのデザートに野菜のスイーツを出しています。舞茸のキャラメルや花豆のマカロンなどは、お土産にも並べられるようにしたい。今度は新しいプロジェクトを発足し、野菜のお菓子を開発。11施設の方々と2ヶ月に1度のペースで試食会も。新名物を作るために、みんなでがんばってます。」



試作品を持ち寄り、参加施設で試食会を実施。メディアも呼び、プロジェクトのリリリースも行った。その後、8〜9月にかけて9施設が販売を開始。観光客へのアンケートでは、「おいしかった」が88%に。フリーコメントでは「オシャレ」という言葉が多く見られ、草津の新しいイメージも生まれた。

草津の新たなイメージを  
作る試作品をお披露目



ワークショップ  
草津／第4回目

2009年7月9日

宿泊施設や飲食店、計13施設が参加。約40名の有志による試作品共有と、意見交換のための試作品23のお披露目会を開催



そして  
完成!

左上／高原キャベツとクルミのバターケーキ、牛蒡のクッキー 左下/トマトのタルト 左/トマトのデザート 下/花豆のショコラとバナナコッタ

草津「野菜のスイーツ」のこだわり

- 1 地元・近隣産の野菜を使用
- 2 インナービューティ・美容・健康がコンセプト
- 3 ヘルシーな野菜のスイーツ

佐賀県唐津

# 朝からつごはん プロジェクト

虹の松原や玄界灘を望む城下町・唐津は、観光地としての人気はあるが、アクセスが良く日帰り客が多いという。近隣に人気スポットができ、宿泊客も年々減少の傾向に。そんな唐津には、マーケティングリサーチが役立つ。



## 課題

- 日帰りのイメージを払拭し、  
宿泊客を増やす
- 唐津のセールスポイントを明確にする
- 情報発信力を強める

福岡県天神から唐津までは車で約1時間。長崎からも約1時間30分というアクセスに恵まれている反面、唐津には日帰りのイメージが。そこでセールスポイントを明確にして滞在イメージを作り、情報発信力を強めたいという課題が挙げられた。虹の松原や呼子の朝市だけではない魅力をアピールする。

## 目標

- 集客、そして宿泊につながる  
魅力を新たに作る
- 集客・満足度UPにつながる  
宿泊プランの作成
- 1泊2日の唐津スタイルを作る

集客と宿泊につながる新たな魅力を作るため、改めて唐津を見直す。そこで発見したものを中心に、集客と満足度がUPする宿泊プランを作成。1泊2日で楽しめる唐津ならではのスタイルをアピールすることでセールスポイントを明確にし、情報発信に努めるのが目標となった。

## Interview



唐津ロイヤル  
ホテル  
支配人  
宮津  
隆彦さん

### 仲間意識がどんどん芽生え、 情報交換の場も増えました

「唐津市旅館協同組合では、以前より観光PR力を強めてほしいと行政に何度もお願いしてきました。それが叶って実現した今回のワークショップ。でも、人が集まると、今度は意見をまとめるのが大変に。みんな地元への愛着が強いため、議論が白熱してしまうんです。今回のGAP調査では客観的なデータが取れ、それを見ることによって拡散していた意見がまとまるようになりました。同じ思いを持った仲間ができ、今ではお互いの宿で食事をして意見交換をする。この交流を大切にしていきたいです」。

## 唐津の魅力って何だろう？ 地域資源を見直してみる

「1泊2日の唐津スタイルを作りたい」。プロジェクト実行委員との事前打ち合わせで、そんな要望を受けていた唐津の「旅づくり塾」。JRCでは開催前に説明会を行い、唐津の課題とこのワークショップの目的を、参加意向のある人たちに伝えた。現状に少し不安を感じながら、何かしたいと感じていた様々な業種の人たちが集まる。色々な視点からの意見が聞けそうだと、期待が高まった。

そして第1回目スタート。まずは同じような課題を持った地域の事例を紹介。仕事帰りに温泉へ行く過ごし方を提案した例など、都市からの日帰り圏でも宿泊への誘客に成功した地域がある。



### ワークショップ 唐津／第1回目

2009年9月29日

観光協会や宿泊施設、飲食店、魚市場など多様性のある約40名が参加。地域資源の棚卸しと宿泊につながるアイデアを出す

では、唐津では？参加者に地域資源の棚卸しをお願いした。答えは1人10個以上。グループ共有した後に意見を整理。「虹の松原」、「魚がおいしい」、「宝当神社の宝くじ祈願」など、魅力いっぱい。さらに次は宿泊につながるアイデア出しに。その地域資源を活かし、誰に+どんなサービスをするか考案。「カッパルにイカの夜釣り体験」、「学生にマリンスポーツ+農業体験」など、約90の案が出た。このワークショップではアイデア出しは準備段階。次へと続く。



虹の松原や呼子のイカが名物の唐津。その人気に依る集客だけでは、宿泊につながらない!?





## ワークショップ 唐津／第2回目

2009年10月14日

観光協会や宿泊施設、飲食店など、前回同様の約40名が参加。宿泊につながるアイデアの整理と優先順位づけを行う

### どんな宿泊プランがいい？ 地域としての意見が決まる

前回のワークショップで出た1泊2日の観光アイデアを、第2回目では全て見直し、整理する。

ここでいうアイデアの整理とは、「集客性がある」と「宿泊につながる」の項目に分け、点数をつけること。そう思うものに、参加者それぞれが感じるまま点数をつける。これで地域の人はどんなアイデアが宿泊につながると思うのか、傾向が見えてくる。

結果は「虹の松原ウオーキングと朝食」が1位。次いで「朝市で朝ごはん」、「唐津焼」が上位に。果たしてこれは、福岡に住んでいる人も同様の結果になるのだろうか？ 他の地域の人から見た唐津の魅力は、どうなのだろうか？

実は今まで行ってきた事柄は、GAP調査の項目を決めるためのもの。GAP調査とは、地域の人がある自分のエリアの魅力と、他の地域の人を持つそのエリアのイメージ・期待度のギャップを調べる、JRCの調査商品だ。JRCは項目をまとめ、調査を行った。



## ワークショップ 唐津／第3回目

2009年11月19日

第1～3回を通して、ほぼ同様の約40名が参加。GAP調査の結果を報告。新しい唐津スタイルを決定し、その後の活動を相談

### 予想通り？ 想定外？ GAP調査の結果発表

27項目にまとめて行われたGAP調査。期間は2009年11月9～10日。インターネッとりサーチ「マクロミル」のモニター会員（20歳以上）1034名の回答を集計した。その結果は？

食に関する期待・満足度が高く、唐津色を出した朝食・夕食のアイデアが上位4つを占めた。「朝食

### 「朝からつごはん」の7つのこだわり

- 1 佐賀産のお米に唐津産の具をのせてお茶漬に
- 2 味噌汁は地元産の食材で味付け
- 3 唐津の「川島ざる豆腐」や自家製豆腐を提供
- 4 呼子の朝市名物の干物など、魚料理を出す
- 5 地元の野菜で作られるお漬物をご飯のお共に
- 6 唐津茶や七山茶、牛乳など、飲み物も地元産に
- 7 唐津らしさを演出するおもてなしを提供



そして  
完成!



に茶漬け」や「唐津で朝ごはん」というアイデアは予想以上の好評価。唐津の人たちが高く評価した「虹の松原ウオーキングと朝食」や「唐津焼」は少々低い評価に。この結果をふまえて、参加者はアイデアを再検討。唐津ならではの朝食を作ることに決定した。ワークショップ終了後、地域の

プロジェクト実行委員を中心にして「朝からつごはん」の7つのこだわりが決められ、試食会が開かれた。そしてさらに練り直し完成。『九州じゃらん』をはじめ、様々なメディアへ情報を発信した。今年2月1日より、14の宿泊施設で「朝からつごはん」の提供も開始。今後の効果が期待されている。

### Interview



旅館 洋々閣  
支配人  
大河内  
正康さん

### 同世代のネットワークと GAP調査のデータは宝です

「今回のワークショップでは、様々な業種の方が集まっていたのが、良かったです。商店街の人たちの声が聞けたり、いろんな方と知り合えたり。異業種の話は、新鮮で面白かったです。若い人もたくさん集まったので、私自身のネットワークが広がりました。さらにGAP調査の結果を知ったことで、お客様のニーズが見えてきました。また、自分のしてきたことが合っているかどうかの確認にもなりました。旅館一つでは調べるのが難しいことなので、このデータは宝。今後とも役立てていきたいです」。

長野県木島平

# 木島平米 プロジェクト



冬はスキー場を核とした観光産業で栄えてきた木島平は、グリーンシーズンの魅力づくりを模索していた。

そんな中、木島平米が「米の全国コンクール」で金賞を受賞。木島平米を新たな観光資源にする取り組みに、JRCが参加。

## 課題

- 木島平と木島平米の知名度UP
- 木島平への観光・宿泊客を増やす

スキー客の減少傾向に合わせて木島平の知名度も下降気味に。木島平米の金賞受賞も最近のことで、その名はまだ浸透していない。お米の知名度UPが集客のカギに。

## 目標

- 木島平米の価値を上げる
- 木島平米で観光を盛り上げる
- 木島平米と地元食材で  
もてなす宿・店の登録制度を作る

木島平米の知名度を上げることで価値を高め、旅行動機となる観光資源として活用。さらに木島平米と地元食材でもてなす宿の認証印を作り、農村体験型観光の推進を図る。

村の人も説明できなかった、  
木島平米の特徴を明確化

木島平農村交流型産業推進協議会と関係機関で立ち上げた「木島平米プロジェクト」の一環として開催されたJRCの「旅づくり塾」。このワークショップでは、飲食店や宿泊施設などで米を使ったプランを考えることが目的とされた。第1回目では、木島平米の特徴を再確認。村の人も、おいしい米ということとは認識しているが、その理由を聞くとは漠然とした答えを出す人が多い。そこで木島平米の特徴を棚卸ししてみた。

「ツヤがある」、「甘みがある」、「冷めてもおいしい」、「もちもち感がある」、「おにぎりが好評」など、見直してみると色々な特徴が、

158もの細かい意見が出た。



## ワークショップ 木島平／第1回目

2009年5月26日

宿泊や飲食、農業などに携わる村民が参加。3回のワークショップで最終的には約40人が集まる。第1回目で木島平米の特徴を再確認し、第2回目ではお米の提供方法を考え、第3回目で木島平米を使った企画を考案

## ワークショップ 木島平／第2回 2009年6月22日 旅行シーンに合わせた お米の提供方法を考える

この回では観光目的に合わせたお米の提供方法を考えた。観光目的の「+」提供方法、その理由をシートに書き出してアイデアを固める。「トレッキング」に来た人に「塩むすび弁当」を提供、理由は「冷めてもおいしいから」など、様々なアイデアが出た。

## ワークショップ 木島平／第3回 2009年7月21日

## お米のアピール策を考え、 キャンペーン名を決める

キャンペーン名は「ブナの森の水が育てたお米の里 木島平」に決定。37のアピール策も考案した。終了後は木島平村役場が事務局に。「木島平米と地元食材でもて

## Interview



木島平副村長  
戸根晃輔さん

## ワークショップで育った 結束力が今でも生きています

「農村体感型の観光に目を向けていたときに、木島平米がコンクールで金賞を受賞。これは、観光客の満足度を上げる目玉になると思いました。そこで気になるのは外の人からの評価。JRCのワークショップでは他地域からの意見や情報が得られ、やっぱり木島平米はおいしいと自信ができました。また共通の課題や認識を持つことで、参加者が結束していきました。今回登録した宿は今でも月に1度ぐらいのペースで集まり、勉強会を開いています。地域力UP。これもワークショップの副産物ですね。」



そして  
完成!

## 木島平米の アピール策

- 1 「北信州木島平で  
でっかい秋見つけた」  
キャンペーン開催
- 2 飲食店・宿泊施設で  
プランを作成
- 3 木島平米と地元食材で  
もてなす宿・店を登録

なす宿・店」は34軒が登録。「じやらん」などメディアへの情報発信もした。キャンペーン開催時の9月は宿泊客が前年同月比の4倍。宿泊単価も1000円UPした。

食のプロデビューって、  
どうやったらいいの？

## 料理のプロはこう考える

各地のワークショップ事例を取り上げ参加者の声を紹介してきたが、外から地域の食のプロデュースをしてきた人の意見はどうだろう。「草津スイーツプロジェクト」でレシピ提案をしていただいた齋藤章雄氏とJRC研究員の松岡は、こう考える。

### 名物の成り立ちとは？ ヒントは普段の生活の中に

「まず知ってほしいことは、自分たちがほしいと思うものと、お客様が求めているものは違うということ。お客様は、その地域のもの味わいたいと思っています。なので、自分たちが食べ飽きているもの、当たり前だと思っていることに目を向けてみてください。」

そこには、地域独特の食文化があるかもしれないと齋藤氏はいう。例えば、食卓によく並ぶ食材は、地域の隠れた特産物かもしれない。「それを、お客様に喜ばれるように提供してください。そのため、住んでいるところをよく知る



コンラッド東京  
日本料理 統括料理長  
齋藤章雄氏

福岡県筑後市生まれ。博多、東京で修業を積み重ね、東京・代官山の日本料理「だいごんや」店長兼料理長、「センチュリーハイアット東京」館割烹「京」料理長、「ホテルセンチュリー静岡」日本料理の料理長、「グランドハイアット東京」日本料理・統括料理長を歴任。2005年1月、「コンラッド東京」日本料理統括料理長として開業準備に参画、現在に至る（2010年3月現在）

ということも大事です。」

環境や風土、気候も料理のセンスに。寒いところでは鍋が食べなくなるし、湯あがりには地ビールや地酒がほしくなる。空気の良い高原では、新鮮な野菜を期待してしまう。その地域の食材を地元の味に調理してもらい、そこで食べる。全ての条件が揃ってこそ、名物は成り立つのだ。

### 便利になった世の中では、 地域の食の個性が光る

「流通システムが発達している現在、地方ならではの個性もなくなってきているように感じます。離れた場所とれた食材が、当たり前のように使われている。便利



コンラッド東京の日本料理「風花」では、懐石・鮨・鉄板焼のコース料理がランチ3300円～、ディナー9800円～で楽しめる。特にマクロビオティック（自然食・穀物菜食）懐石は、健康や美容を気遣う人々からの支持が高く人気だ

になった分、その地方独特の食文化が壊されてきていると思います」と語る齋藤氏。評判がよい食材を遠方から取り寄せたり、山エリアでも新鮮な海の幸が提供できたり、おいしさを追求するあまりに、足を元を見忘れてはいないだろうか。

「例えば、長野の温泉を楽しむにきたのに、北海道の温泉が入っていたらどう思いますか？」

観光客がそこに訪れる目的は、その地域の食やレジャーなどを楽しむため。だが、他の地域の食材ばかりになれば、その地域の食の個性を味わうことができなくなる。続けて齋藤氏は、料理人と食材生産者との理想的な関係を訴えた。「自分が出荷する食材を扱う料理人の顔が見えるということは、生産者に安心感を与えたいと思います。そして料理人はうまく調理し

て、生産者が持つ品質の自信を消費者まで伝える。そんなリレーが地域でできればいいですね。」

地元産の食材を使用するということは、地域の活性化にもつながること。それに新鮮なものをお客様に食べてもらえるというメリットもある。地域の個性を守るために、今、生産者と連携をとる必要があるように感じる。

### 地元を守るという思いが 地域を盛り上げる起爆剤に

JRC研究員の松岡は「ワークショップが終了してからの行動が重要だと感じました。ワークショップ自体は3〜4回の開催で終わり、その後の運営は地域の方々が行うことになりました」という。

草津や唐津、木島平の例でも挙げたように、ワークショップで決



「新しいメニュー開発のために、仕入れやコスト面で努力が必要になることも。その場合ははじめから否定せず、一度じっくり考えてみてください」（松岡）

まったことを行動に移してやり遂げるのは地域の人たち。PR活動も続けなければならない。

「JRCは課題解決と目標を達成していただくためのサポート役。JRCが持つノウハウを提供することはできませんが、ワークショップ開催中でも、主体はあくまでも地域の方々です」（松岡）。

地元の人々が持つ熱意こそ、課題克服や目標達成の糸口なのだ。

また齋藤氏曰く、「名物料理のある宿や店は、何代も続いている老舗が多い。そこには、守りたいという人の思いが感じられます。」

自分の住んでいるところを大切に思う気持ち。その思いが熱意へと変わり、地域を盛り上げる力に。「ワークショップは地域を見直すいい機会。具体的なことが見えてくれば自信が湧いてきて、自分では地元のことを大切に思っていると自覚できるはずだ」（松岡）。

あなたは、なぜそこに住んでいるのか？ その理由が地域の宝だ。