今治の「食」を使ったまちおこし

特集 ❸

（今治市）
今治焼豚玉子飯
世界普及委員会
代表
小畠　源

会の発足とB－1グランプリ

当委員会の発足は、２００５年12月、現会長と現相談役の、出演するラジオのたわいもない会話からでした。我々を四国のパイオニアとまで言わしめたキーワード。それこそ「B－1グランプリ」です。

２００６年2月に、青森県八戸市で、初開催を迎えるにあたって、その情報を入手した現相談役が、現名誉会長に話をもちかけました。焼豚玉子飯で、B－1に出展して今治を有名にしよう。「焼豚玉子飯世界普及委員会」の発足です。ん？ここで疑問が付きませんか？そうです。一番大事な地名、「今治」がついてない。そう、この時は。

今治焼豚玉子飯

そして、そこから「食」でまちおこしが出来るメソッドが生まれていきます。

正に「今治焼豚玉子飯世界普及委員会」（委員会）になる数日前。じつに、ラジオの決起から5年という月日が経過していました。

現代表の私が、巻き込み事故と言っても過言ではない、事務局長として、入会をしたのもこの頃です。

我々は、尾道市にいました。

尾道みなとまつりで、同時開催されていた、尾道てっぱんグランプリで、焼豚玉子飯を提供していました。実は、委員会としても、こういったイベントでの提供自体、はじめての経験で、何よりも「面白くする」をコンセプトにしていました。

そのコンセプトはメンバーが、七〇人を超える今でも変わっていません。

尾道てっぱんグランプリで優勝させていただき、そこから、委員会活動は一気に加速していきます。既にB－1グランプリに出展していた先輩団体の下を訪問し、試行錯誤を経て、現委員会を再構築し、結成までこぎつけました。結成時のメンバーは十三人。

はじめてB－1グランプリに出展したのが、２０１１年に兵庫県姫路市で開催された初開催の関西・中国・四国支部大会、そして第６回の全国大会。総勢二十七人での出展です。意気揚々と頂点に立つ目標を掲げ、ミーティングを重ねた結果が、支部大会3位、全国大会5位。

以降、今年の東京スペシャル大会まで、支部大会・全国大会を通じて全11大会で、入賞を果たす事が出来ました。

11大会連続入賞は、現所属団体の中でも、唯一の存在です。そして、メンバーが、現在の七〇名に達していました。

第10回十和田大会（青森県）

「まちおこし」は「人おこし」

まちおこし活動の大前提として「食」ではなく、「人」をピックアップする事で、委員会は成立しています。皆さんが、良く目にする全てを黄色に包んだ和服の人、実は、現名誉会長です。そこに委員会のスタンスが集約されています。彼という、特異なキャラクターを最前線に配置し、まずは、委員会という存在を認識してもらう。そこから全てがスタートします。

現に、皆さんの認識はどうでしょうか？委員会の提供する「今治焼豚玉子飯」の味を認識していますか？

真っ先に、彼の顔が浮かんでくるのではないでしょうか？

フィーチャーすべきは、「焼豚玉子飯」では

東京大会 日本テレビ「ZIP」取材対応

なく、そこに携わる「人」なのです。「人」が動く事で、思考が交差し、成功事例を学習し、自分たちの住まうまちに沿った絶対定義さえ確立出来さえすれば、メディアの恰好のネタになります。

メディアに注目してもらえ！

メディアは、「おいしいもの」「新鮮なもの」が大好物です。しかし、ここでは少々、意味合いが違います。味が「おいしいもの」＝食べ物の話ではありません。

メディアの方々は日々、面白い「情報」新鮮な「情報」を探しています。

その情報がニュースや番組として、配信されているのが今のテレビなのです。

よって、委員会が発信すべきは「美味しい」今治焼豚玉子飯ではなく、「面白い」委員会という定義を徹底しています。

アンテナショップにてテレビ取材対応

日常を超えろ！

日常はもちろん大切です。それ以上に大切なのが、非日常だと思っています。

委員会が行っているまちおこしは、非日常に属します。何故か？前述のように「焼豚玉子飯」は美味しいですよ！他とは違いますよ！ウチのが一番ですよ！が、常套な宣伝文句としましょう。

委員会はその宣伝文句の一切を使用しません。委員会の宣伝文句の代表例をあげるとするならば、「四国・愛媛・今治からやって参りました。今治のソウルフード「今治焼豚玉子飯」です！

になります。

どこが違うでしょうか？即答出来た方は、既に、まちおこし出来ていますよ。

何故料理名＋地名なのか？

これはいわゆる「刷り込み」の一種です。今治の方々からして、「焼豚玉子飯」という料理に地名である「今治」をつける必要性は見当たりません。事実、委員会の人間ですら、普段のオーダーは、さらに省略した「玉子飯」です。しかし、委員会における活動には絶対的に必要な理由があります。

そうです。地名をセットで覚えてもらえる利点があるのです。特に昨今のインバウンドの状況からしてその価値は如実に表われています。数年前に、クールジャパン事業の一環で、タイのバンコクに出展させていただいた際の経験です。

タイの方々にとって委員会の提供する料理は、もちろん初見です。初見で提示された名前を記憶に留めてもらう事こそ、後々のインバウンドに繋がります。

国内ではどうでしょう？「富士宮やきそば」は誰しもが知るご当地グルメですよね。でも、富士宮の方々からしたら、それは、ただの「やきそば」なのです。

そこには既に最強の答えが用意されていました。

今年初開催の西日本大会オフショット

これからの委員会の役割。まちおこしは次の世代へ！

ご当地グルメが、ブームから定番化してきた昨今。委員会の役割は終わりを迎えようとしています。

もちろん、まちおこしに終わりなどありません。もし、終わりがあるのだとすれば、人口が溢れ返り、人が住めない状況なのでしょうが、そんな事にはなりえませんし、少なからず、今治市は政府が認定する消滅可能性都市です。

委員会の役割は、世代を超え、今治にIターン、Jターンした方々が行う活動の受け皿になるのだと認識しています。事実、委員会の次の世代の方々と地域を考える任意団体も活動を開始し、そこには、次世代を担うであろう高校生の姿もあります。もちろんだからと言って、委員会がなくなる訳ではありませんし、むしろバイタリティ高くこれからもまちおこし活動に余念はありません。

しかし、今治を活性化するも、衰退させるも、次の世代作りが最重要課題なのだと思います。

まちおこしとは？

委員会の理念だけではなく、一般的に、まちおこしとは、簡潔に言えば、経済活動です。

自分の住んでいる町が、面白くないから、買うものがないから、外に出て買う。

なるべく、自分の町で買い物をすることが、あなたが出来る、まちおこしですよ。