

第15号 2017年7月

里づくり

人に学び、
地域に学び、
今できることから始める。

CONTENTS

地域づくりリレーインタビュー

株式会社北海道百科 代表取締役 勝浦 忠 さん

実践! 地域づくり

里平食楽カモミールの会 さん

北海道里づくりアドバイザーレポート

森町 宮崎 渉 さん

BOOKS



勝浦 忠さん 「きたキッチン」店舗にて

千歳市出身。小樽商科大学を卒業後、平成2年(株)丸井今井入社。婦人服、紳士服スポーツ、食品リビングなどの担当を経て、平成18年に道産品バイヤーとなる。平成19年、道産食品セレクトショップ「きたキッチン」を立ち上げ。平成20年、有楽町北海道どさんこプラザのリニューアルオープン担当バイヤーとなり、その後、全国6店舗の北海道どさんこプラザを立ち上げる。平成25年4月より現職。

平成22年からは、(財)北海道中小企業家総合支援センター登録専門家として中小企業者を支援。

最近では、平成29年9月オープン予定の当別町道の駅のアドバイザーを務める。

道民の毎日の食卓をちょっといっしょのものに

札幌地下街オーロラタウンに道産食品セレクトショップ「きたキッチン」があります。今年の三月で十周年を迎えましたが、オープン当初と変わらず、店内は黒山の人がかりです。全道各地の約千二百品目の逸品が所狭しと並んでおり、どれを選んでいいか迷ってしまいます。

―(株)北海道百科はどのような会社ですか。

道外のどさんこプラザ事業全般を直営でやっている。有楽町のどさんこプラザときたキッチンについては、プロデューサーや情報提供をし、最終的な決定は、(株)丸井三越さんが行っている。また、どさんこプラザ事業として、物産展を年四十回ぐらい開催している。

販路を拡大すること、イコール本州にお届けすることが我々の義務なので、本州の小売店様への中元・歳暮のギフトやデイリー等を手がけている。

二年前から楽天で通販をやり始めたところ、すぐ近くの大通りのマンションからトマトジュース一ケースの注文が来た。距離が近くても買いに来られない方がたくさんいることがわかった。

通販で初めて商品を購入する人でも、今はテレビや雑誌がいいモノをしつかりと伝えてくれるから、商品のことをよくわかっている。

―「きたキッチン」立ち上げの経緯などについて教えてください。

(株)丸井今井の時代、店内改装の際に、道産品売り場が地下一階から、今の場所に出ることとなったのを機に「きたキッチン」を立ち上げた。

ちょうど道産米・道産小麦が良くなってきた時期で、道産米を中心とした和食のエリアと道産小麦で作ったパンを中心とした洋食のエリア、それと無視できないスイーツを二本柱とした。

以前は、観光客を対象としたお土産と中元・歳暮のギフトを中心に扱っていたが、お客様の嗜好の変化や作り手がいいたモノを作っていることなどを考え合わせると、札幌を中心とした道民の毎日の食卓のための店を作らなかつた。

食卓に並ぶモノというこだわりから、当時一番人気の売れ筋の観光土産の取り扱いを止めた。上司からは、おまえ何を考えているんだと言われたが…(笑)。そうやって思い切ったからこそ、十年経って今がある。毎日ちよつといひモノを買おうとしたら、ここにならあるとお客様が来てくれる。

きたキッチンで最初にやったのが、「最小単位での販売」である。五切れ入りで売っていた切り身を一切れ売りに変えた。昔は多い方が得だと考えられたが、二人の食卓では二枚で十分というのが現

在。箱単位での販売だったクッキーも箱から出してわざわざ一個ずつ売った。食べたことのない人も一個なら買う。食べてみて美味しかったら、次は五枚入りを買って人にあげたくなる。贈って「おいしい」と言われたら、中元・歳暮のギフトサイズになる。おいしさを実感していく。

また、丸井の道産品のバイヤーをやっていた頃に、「硬いとか、しよつぱいとか言われた。」とギフトの送り主からのクレームを何度か受けた。

北海道のギフトは、お辛にしてもアスパラにしても美味しさを実感した上で、ある意味自慢したくて「美味しいから今食べて！」と送るもの。我々も美味しそうな写真を撮って、カタログを作るが、実際に食べてもらわずに、カタログだけ、ストーリーだけで選んでいただくというギフトに変わってきていたから、おいしさを実感してもらって贈るという本来の形へ戻したいと思った。それで先ほどの「一個から販売」で一口から食べてもらい、「美味しいから食べて」と自信を持って贈ってほしいと思った。贈り主が美味しいと思ったものなら、先ほどのクレームに対して、「その硬さが美味しいのだよ」とちゃんと答えられるはずである。オープンした頃の頃、一番商談が多かったのはトマトジュースだった。大瓶で

いきなり高額な値段を付けていたから、味の知らないお客様は誰も買わない。とにかく飲みやすい小瓶を作りなさいとアドバイスした。一回飲んでみて美味いとなったら、次に徳用の大瓶に、ケースにとサイズアップしていけばよい。設備投資が必要なので対応できないところもあるが、味がしつかりしていれば、対応できたところは売れていく。

―生産者へのアドバイスをお願いします。生産者は作るだけでなく、お客様を見てほしい。地元だけではなく、少し足を伸ばし札幌まで出てきてほしい。

きたキッチンでは、毎日2カ所の対面販売スペースを設けている。そこで何回か試食販売を行った作り手は、だんだんパッケージが洗練されてきたし、商品のサイズ感も良くなってきた。

商品はできたが、あまり売れないと売れている店に持っていこうとなるが、その際は持っていく先に注意が必要。

例えば、百貨店でもすぐギフトになるような品質の良い二千円ぐらいのトマトジュースができたとする。次に、どこでも良いからとお土産問屋、空港、どこもコブラザ、物産展と売り先を広げていった時に、一番にお土産問屋がいい商品だからとその土地でもない店舗に並べた。価値はあっても二千円するし、ご当地のものでもないで売れなかった。次に百貨店で売ろうとなった時には、既に売れない商品と評価され、先に百貨店に行けば、品質の良いこだわりの商品として扱われたものが残念な結果となってしまっ

たことが実際にあった。

だから、自分たちは誰のために、どんな食卓のためにものづくりをしているかを考えることが大事であるが、なかなか難しい。健康に留意する首都圏のシニアの方に甘酒を作るのなら、パッケージにこだわり、量は少なめで値段はちよつと高めでも良いかもしれないし、ご自宅で子供達に毎日食べてもらうクッキーを作るのなら、パッケージにこだわらず透明な袋でパツと開けてすぐ食べられるものとなる。手土産だとそうはいかなく、箱に入ってなくてはならない。

まず、素材を知り、商品が見えた次に対象を誰に考えることが大切である。食卓に並ぶイメージをどれだけ持てるか作って終わりではなく、食べてもらうって美味しいねと笑ってもらうところがゴ



サイズの重要性～「1個から販売」

ルである。

また、そのためには、商談会を上手に活用してほしい。そのコツとしては八分目まで作って持って行き、いっぱいアドバイスをもらってほしい。商談会は完成品を持って行って、買ってもらうところとイメージする人が多いが、そこでアイデアを吸い取って完成品につなげるところ。そういう経験をさせるのが自治体や金融機関の大きな役目だと思う。

商談会ではバイヤーと話をするが、一緒に参加している生産者をよく見てほしい。どんなものを作っているか、どんなパッケージなのか、どんなネーミングなのか、値段はいくらなのか、どんな加工をしているのか。すごいヒントがいっぱい落ちている。また、商談会は、地域で開催した方がゆとりがあり話ができる。

また、地域で連携して商品が出てきた方が我々もアピールしやすい。例えば十勝産のじゃがいもを使って、十勝のお菓子屋が作ったクッキーなど。

作り手は自分の商品しか見えていない場合が多い。きたキッチンでは食卓全体を考えて、一緒に食べて美味しいものを並べている。

開設当初、美味しいけれどもなかなか売れないドレッシングがあった。ハンバーグにかけたらすごく美味しくなった。チーズや燻製をワインのコーナーに置く、クッキーをコーヒーマーのコーナーに置く、そばの器を売っている横でそばを売るなど組み合わせを考えることで販路が広がる。

ものづくりは、楽しんでやらないとよい商品はできない。困りながら苦しんで作ると苦しい商品になる。楽しんでやっていると自ずとおいしい商品になる。

「私がいつも食べていた地元のある商品はなんで置いてないの」とお客様からたまに言われる。そういう地元の人に愛される商品は強い。仕入れると実際よく売れる。

商品を買ったお客様から「美味しかった」と言われたら、「現地で食べるともつと美味しいですよ。」と言うようにしている。地元の風景の中で食べる商品は格別である。

ところが、以外と地元で買えない、食べることができない商品が多い。地域の人に届けるステイジがもつとあった方がよい。現時点で一番身近なステイジは道の駅かもしれない。ステイジができるものづくりが始まり、商品ができて、地域に人が入り込んでくる。

インタビューの最後に、『里づくり』を読んだ方から、『是非、うちの商品を扱ってほしい』という問い合わせがあった場合、対応していただけるか」とお聞きしたところ、「お話しは伺う」と言っていたことができました。

我こそは！と思う生産者の方は、編集までご連絡ください。

【連絡先】

北海道農政部農村振興局農村設計課
農村活性化グループ

電話011・231・4111

(内線27-877)

里平食楽カモミールの会

日高町の里平地区で活動する「里平食楽カモミールの会」。里平地区で長年愛されてきた「高橋こうじ店」の伝統製法を受け継ぎ、農閑期の冬限定で生こうじづくりをしています。

もうすでに冬の予約が殺到している程大人気のカモミールの会のこうじは、お母さん方の優しさがたっぷりつまったあたたかい一品となっています。



今回お話を伺ったカモミールの会の田中さん、椎名さん、渡邊さん、佐藤さん

北海道沙流郡日高町と新冠町に跨がる里平地区は、放牧された馬や牛がのんびりと草を食んだり、昼寝をしたり。太陽の光を受けてきらきらと輝く田んぼが広がるのかな地域です。



住民の人口減などが進む中、平成23年度に「里平地域活性化協議会」が設立。食と地域の交流促進対策交付金事業により、食づくりと環境づくりの両面から、様々なプロジェクトを検討しつつ、都市等との交流促進や地域活性化を模索しながら活動を続けてきました。この活動は2年間続き、活性化へのきっかけを得ると共に、活動の方向性、構成人員等についての今後の課題を確認し、協議会の運営を終えました。

そこで今回、改めて食を核とする活動を見直し、検討を行うために「里平食楽カモミールの会」を立ち上げ、さらなる地域活性化の道筋を確立しました。

当初は里平の地域食材・食をPRするため「里平御膳」の開発などに取り組んでいましたが、様々な視察、実習、勉強会を通して、最終的にはこうじづくりに的を絞る活動を進めることになりました。

元々、地域のこうじ店である「高橋こうじ店」のお客さんだった田中さんからカモミールの会のメンバーは、「高齢になるから、辞めようかな」と言う高橋さんご夫婦の声を聞き、その製法を全て受け継ぎ、自宅の小屋を改装、農閑期である冬限定でこうじづくりをはじめました。

こうじづくりに使用されるお米はもちろん、里平で生産された「ななつぼし」。地元のお米と、地元で長年愛された製法でつくられます。何もかもはじめてのこうじづくりでしたが、道具なども全て引き継いでつくっていたからか、失敗することもなく、こうじの花を咲かせることに成功しました。

シーズンの終わり頃には、朝、こうじ小屋に入った時の香りで出来映えがわかるようになっていました。(それでも、実際にその目でこうじを見るまではハラハラするそうです。)

料理上手なお母さん方は、こうじをつくるだけでなく、こうじを使ったアレンジレシピも続々と開発中です。

中でも、1番のオススメは甘酒。砂糖を使わないのに飲みやすいつぎりとした甘みがあって、優しく、どこか懐かしい味わいとなっています。カモミールの会の皆さんも、はじめて自分たちでつくった甘酒を飲んだ時は、そのおいしさに感動したと言っていました。

甘酒のレシピは、こうじを購入する際に同封してもらえそうなので、皆さんもご家庭で是非、「飲む点滴」と言われているこうじの甘酒をご賞味ください。

(今期の販売は、11月頃から予定しているそうです。)



こうじづくりが軌道に乗ってきた2月頃、なんと「あぐり王国北海道NEX」にて地上波デビュー！

放送後は注文が殺到。北海道だけでなく、全国放送もされたことから日本中から注目を浴びました。その頃、実はもうこうじはほとんど完売していたそうで…、急遽、仕込みを始めて対応しましたが、それでも足りないくらいの大盛況ぶりだったそうです。

「農作業中も、電話が鳴りっぱなし！」嬉しい悲鳴だとメンバーは語りますが、最初の冬はなかなか自分たちのペースを掴むことが出来ずに苦労されたそうです。今期はマイペースに活動することが目標とか。 (気負いすぎないことが、長続きさせるポイント！)



暖かみのあるこうじ室 (むろ)

大変なのは、こうじづくりだけではありません。商品を販売すること、お客さんとのやりとりなど何もかもがはじめての経験で、戸惑うこともありました。それでも、お客さんからのメッセージが届くことも嬉しく、何よりの励みになったと、皆さん語ります。

何度かやりとりしているうちに、顔も知らないお客さんなのに、その人がどんな人なのか想像がついてきて、なんだかとても楽しく、新たな楽しみもできました。

よく言われるのが、「冬限定なのもったいない」「通年やらないの？」という言葉。1年通してやることも、機械などを取り入れてもっと規模を大きくして活動することもできるけれど…。やはり本業はあくまで農業。冬限定、手をつかっているからこそ



高橋こうじ店から受け継いだ釜

の暖かみがあり、それを楽しむ姿勢がまさに「食楽」なのだと思えます。

爆発的大人気となった冬から、雪も溶け、夏の日差しがサンサンと輝く季節となりましたが、もうすでに今年の冬の分の注文が何件も入っており、その人気はまだまだ衰えを知りません。

現在は生こうじのみの販売となっていますが、もう少し余裕ができれば、塩こうじ・醬油こうじ、玄米こうじをつくったり、オール里平産の味噌づくりをしてみたいと、やりたことはまだまだたくさん出てきます。

食卓の調味料が里平産で揃う日も、そう遠くはありませんね。



愛情と笑顔を入れた仕込み作業

取材の際も、カモミールの会のメンバーはとても和やかな雰囲気、和気藹々とお話を聞かせて下さいました。仲良しのメンバーに加わりたいという人が来たときはどうするんですか？という質問には、「要、面接！」と笑いながらも、職人の目がキラリ。

「自分たちが高橋こうじ店からこうじづくりを受け継いだように、若い人たちが興味を持ってくれて、私たちの活動を引き継いでくれたら嬉しいです」と、リーダーの田中さん。

伝統と、笑顔のバトンがこれからも里平の地で繋がっていくことでしょう。

～こうじの豆知識～

糶と麴の違いがわかりますか？

どちらも同じ「こうじ」ですが、麴は中国由来の漢字。

糶は日本でつくられた漢字で、

米にコウジカビが花が咲くように生える様子から生まれました。



北海道里づくりアドバイザーレポート



宮崎 渉 (みやざき わたる) さん

- H2 森町役場採用 (国保、社会教育、町民税等を担当)
- H25 農林課農政畜産係長
- H26 農林課長補佐
- H27 農林課長

【いかめし発祥の地もりまち】

北海道南西部にあります森町、一番の名物はいかめしで、全国の駅弁の中でもトップクラスの売上げを誇っています。農産物では、北海道で一番早く出荷するトマト・馬鈴薯・南瓜・キュウリが有名で、特にトマトとキュウリは地熱・温泉熱を利用して栽培しています。水産物では、養殖ほたてが全水揚げの6割以上を占めております。畜産物では、豚の飼養頭数が北海道で一番多い自治体が森町なのですが、町民も含めてほとんどの人が知っていません。

このように、森町は食材の宝庫であるにも関わらず、特産料理はいかめしの他に目立つ物が無く、新たなご当地グルメの出現が待たれて久しい状況にあります。

【「森らしい」の生みの親は「森かせる会」】

平成21年、農漁業に携わる女性が森かせる会を立ち上げました。この森かせる会は、農業と漁業を営む同級生が、食を通じて交流したら面白いのではと意気投合したのがきっかけで結成され、特産料理の普及も手掛けてきましたが、森町を代表するようなご当地グルメをなかなか開発出来ずにいました。

そんな状況にあった森かせる会の存在を知った道職員が、中山間ふるさと・水と土保全

対策事業による特産料理の考案を持ち掛けてきたことから、新たなご当地グルメを森かせる会が中心となつて開発することとなりました。

事業1年目の平成25年度は、フードライターの小西さんを講師に呼び1回目の勉強会を開催し、他地区の取り組みを紹介してもらうとともに森町の魅力について話し合いました。



2回目の勉強会では、食材選定と料理方法、商品名を決めたのですが、農産物ではトマト、水産物ではほたて、畜産物では豚肉が、それぞれの分野において森町で最も多い生産額となっているとともに、ほぼ通年で提供が可能であることから、この3つの食材を用いたオリジナルのハヤシライス風特産料理を「森らしい」と称して広めようということになりました。

森町ではいかめしを家庭でも作ります。この森らしいも、家庭でも店でも食べてもらえるよ

うに定着させていくことが森町のソウルフードになると考え、家庭版と店提供版の両面で広めていくことを確認してきました。

ご当地グルメを展開していくにあたり、いろいろな組織にも協力してもらうことをイメージしながら、勉強会には森かせる会の他、商工会や漁協、農協、飲食店にも集ってもらいました。

この2回に渡った勉強会の前後においては、町内イベントで消費者ニーズのアンケート調査も行い、人気の高い食材やどのような特産料理の開発が良いのかなどを聞き取り、森らしいについても9割以上の人が期待するという結果が出ました。

次に、森らしいのレシピを開発するため、試食会や調理実習会を行うとともに、料理講習会を2カ所で開催しました。市販のデミグラスソースで作ってみたものの、コクが出せず味がぼやけてしまい、レシピの見直しを行いました。



【家庭版「森らいす」普及の取り組み】

事業2年目は、森らいすを先行提供し、またまハヤシライスをランチメニューに加えるようとしていたため、森らいすに修正してもらい提供を始めてもらいました。この店が先行販売したことで、店提供版森らいすにおいてある程度の手応えを感じることが出来ました。

調理実習会で家庭版レシピの改良を行い、トマトを前面に出したイメージ通りの出来栄へと仕上がったことから、そのレシピでPR試食会と親子料理教室を開催してきました。



PR試食会のアンケートでも、料理講習会の感想でも、味と作り易さに自信を持つことが出来ました。

事業最終年についても、親子料理教室と3回のPR試食会を行う中で、製作したエプロン・のぼり・横幕で森かせる会による活動であることをアピールするとともに、家庭版森らいすのレシピを掲載したパンフレットを配布してきました。

取り組みはじめてから3年が経過すると、町内イベントでのPR試食会では長蛇の列が毎回出来、あつという間に全て提供し尽くすことから、町内では森らいすが定着しつつあることを実感できています。

【店提供版「森らいす」スタート】

平成27年度からは、店提供版森らいすの取り組みも進めてきました。森らいす普及協議会設立準備会を5月に開催し、規約や町補助事業の申請について協議するとともに、翌月には正会員である飲食店が集まり、森らいすの定義やPRのぼりなどに使うロゴマークやキャッチコピーを確認してきました。

定義は、森町オリジナルのハヤシライスとする、森町産トマト・ほたて・豚肉を用いる、ワンプレートにルーとライスを盛り付ける、ルーにトマトを用いる、ライスを駒ヶ岳型にする、の5つに決めました。



6月末日には、普及協議会の設立総会とお披露目を開催し、来賓や報道機関等に対して各店が販売する森らいすを試食して頂きました。

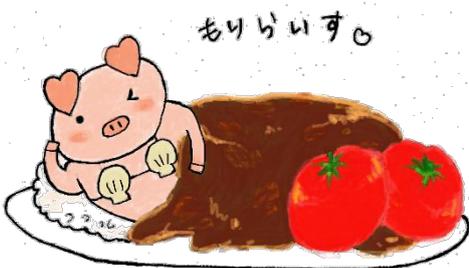
協議会の構成員は、森らいすを販売する9軒の飲食店を正会員とし、その他の関係機関を賛助会員としました。

そして、7月から森らいすの提供を開始しましたが、翌月から提供店が1軒増え、全100軒の飲食店や宿泊施設で森らいすを月1,000食販売しており、これまでに報道機関や情報誌等に32回出演・掲載させて頂きました。

【新ご当地グルメ「森らいす」と私】

以前、私が帯広市に遊びに行ったとき、豚井有名店の隣にあるホテルに宿泊したことがありました。部屋の窓から店外に並んでいる客の姿が見え、朝から晩までずっと行列が途切れないことに驚きました。豚の生産が北海道一の森町民の私としては、「北海道の豚の産地は森町だ」「森町で新しいご当地グルメを立ち上げて、町外から来る観光客の行列をつくりたい」という思いに駆られ、現在に至っています。

また、店で提供しはじめてから2年間しか経っておらず、長い歳月をかけなければ本物のご当地グルメにはならないと考えていますので、森らいすを食べる多くの観光客が森町へ来るよう、地道に活動が続けていきたいと思います。



BOOKS



地域を変えるデザイン

ーコミュニティが元気になる30のアイディア

著者：issue+design project 発行：箕 裕介

人が繋がると、新しい夢が生まれる。

人口減少、育児、エネルギー、格差・・・

世の中の課題を美しく解決して幸せのムーブメントを起こす、
みんなの「デザイン」実例集。



トピックス。

平成29年度北海道中山間ふるさと・水と土保全対策事業に係る研修を次のとおり開催します。
申し込み方法などは、後日、各振興局等を通じてご案内いたします。

地域づくり研修会。

- 日程：平成29年9月5日(火) 14:00～
- 場所：札幌全日空ホテル 23F
- 基調講演：(合同会社 STAYLINK ツアーコーディネーター)
- プーワナット・スパークン 氏
- コーディネーター：
- 小林国之 氏 (北海道大学院農学研究院)
- パネリスト：
- プーワナット・スパークン 氏 (同上)
- 東寺百合子 氏 ((有)緑友会六輪村 代表)
- 井田美美子 氏 ((株)いただきますカンパニー 代表取締役)
- 服部政人 氏 (鶴居村観光協会 事務局長)

現地研修。

- 日程：平成29年10月18日～19日
- 場所：八雲町、江差町、厚沢部町
- 研修先：小林農園、いにしえ海道「歴まち」、
- (予定) 水土里の会、河川資源保護振興会
- (18日朝8時頃より研修がはじまるため、
- 17日に前泊の必要がある方も多と思います・・・)

ブロック別ミーティング。

- 【道東ブロック】
- 日程：平成29年7月25日～26日
- 場所：別海町・厚岸町
- 【道北ブロック】
- 日程：平成29年8月1日～2日
- 場所：留萌市、小平町
- 【道央ブロック】
- 日程：平成29年11月7日～8日
- 場所：日高町、平取町、新冠町、浦河町
- 【道南ブロック】
- 日程：11月下旬
- 場所：渡島管内

昨年の様子



表紙紹介。

表紙の写真は当麻町の小野寺会長にいただきました。

さて、皆さんは写真のお花が何という名前かわかりますか？

あやめ？しょうぶ？…答えは、「あやめ」です。

あやめとしょうぶはとてもよく似ていることが有名です。漢字で書くとどちらも「菖蒲」なので、ややこしいですね。

見分け方は花卉の元が網目模様のものがあやめ、黄色の目型模様なのがしょうぶだそうです。…それでも、見極めるのは難しいそうです。

