

## 地域資源の活用による地域活性化の事例と課題

岡田千尋・千田栄蔵・田中洋・河合由起

### はじめに

現在のわが国は、社会の成熟化と経済のグローバル化などが急速に進展し、各地域の産業空洞化、中心市街地の空洞化や農山漁村の過疎化など、都市圏と地方とのアンバランスが発生し、地域経済に大きな課題を投げかけている。第1に多くの地方自治体では財政悪化がすすんでいること、第2に、地域経済が疲弊し雇用を縮小していること、そして第3に住民サービスの低下によって暮らしにくくなってきていること、など、地域をとりまく環境は悪化かつ複雑化しており、各地で地域の活性化が求められている。

しかしながら、疲弊した地域経済をいかに活性化させるかについては画一的な施策は見つけられないと言ってよい。なぜなら、いかなる手法が当該地域に適しているのか、活性化を担う主体はどこなのか、運営形態はいかにするのか、など、各地域それぞれにそれぞれの事情があり課題があるからである。

そこで、本稿では、各地の地域活性化の一つの手法として考えられるいくつかの中から、地域資源を活用した事例として、地域の再開発や整備（地域の固定的人工施設資源として捉える）に伴う活性化への取り組み例やB級グルメ（地域の流動的特産資源）による活性化への取り組みを取り上げ、その有効性について検討することにする。

### I 地域整備計画に伴う活性化

#### 1. 中心市街地の整備や再開発に伴う活性化

従来幾度となく指摘されてきていることであるが、近年の商業をめぐる環境の変化やモータリゼーションの進展、中心部の人口の減少や高齢化などを背景に、多くの都市において「まちの顔」ともいうべき中心市街地の空洞化・衰退が進んでいる。中心市街地は様々な意味において地域経済の発展や豊かな生活の実現に大切な役割を果たす場所であるが、商店街が衰退して、まちの活力が低下している。それゆえに中心市街地の活性化がいわれるのであるが、一口に、中心市街地の活性化や中心商店街の活性化といっても、人口規模の大きい大都市圏やその周辺地域での方策と、地方中小都市（例えば人口3~5万人規模の都市をイメージ）あるいはもっと小規模な地域のそれとは具体的な取り組みで大きな違いが出るのは当然であろう。

しかしながら、各地域とも一般的に、古くから城下や神社仏閣の門前、交通の要衝の地などに

形成された中心市街地は、政治・経済・文化などの様々な機能が集まり、人々の生活や交流の場となっていた。また、長い歴史の中で、独自の産業や文化、伝統を育むなど、そのまちの活力や個性を代表する「まちの顔」として栄えてきた。その中心市街地の機能としては、

- ①商業・業務集積機能……商業、金融、流通などの企業や役所、警察、病院などの公共施設が集積
- ②交通・交流機能……交通の利便性が高く、多くの人や企業が集まり、交流する機会を提供
- ③アミューズメント機能……公園、スポーツ施設、映画館、繁華街などの娯楽施設が集積し、潤いある生活環境を提供
- ④歴史・文化継承機能……学校、図書館、博物館、美術館や祭り、イベントなどを通じて地域文化や伝統を育む
- ⑤情報発信機能……様々なイベントや催事、事業活動を通じて地域の産業、観光、行政などの情報を発信
- ⑥居住機能……住宅、マンション、アパートなどが密集し、多くの人に生活空間を提供などがあげられる。

このような中心市街地は、大都市圏であればいわゆる繁華街を中心とした地域が多いが、各地域ともおよそそのところ中心市街地というのは公共交通機関の駅前、バスターミナル等の周辺であったりすることが多い。それら地域の整備や再開発を通して「まちの顔の複権」をめざすのは各地域に共通することである。それらの整備や再開発ということになると、様々な利権や利害が複雑に絡むことが多いと考えられることからなかなかうまく進展しないのが実情であろう。

しかしながら、各地域では様々な整備計画や基本計画が出され、着々と進められていることが伺える。その地域をみてみると（国土交通省HPによる。2011年6月末現在の認定地域）表1のようになる。またこれら市町村を人口規模別にみてみると表2のようになっている。

これらからうかがい知れることは、中心市街地活性化の基本計画が認定されている地域というのは、いずれも大都市および地方の中心都市であること、である。つまり、それぞれの地域において中心的な商業集積を有する地域だということである。従って、これらの地域の計画が順調に、すなわち計画通りに進行すると仮定すると、今でもこれら地域への商業人口の流出が顕著な地域の商業集積、商店街は今以上の打撃を受けることになることは容易に予測されることである。次項以降でみるように、全く開発や発展から外れ、衰退の他に道がない、という商店街もあらわれざるを得ない状況が出現してきているのである。こうした地域の活性化はもはや無理なことなのであろうか。

いくら地域社会がTMO組織を立ち上げて、閉塞する状況からの脱出を望んだとしても、それはもはや望むべくもないことなのであろうか。この点を解決しない限り、地域活性化、といってもそれは地域中心都市の活性化で終わらざるを得ないであろう。

いずれにせよ、これらの点を解決する政策が、今もとめられているのである。

地域資源の活用による地域活性化の事例と課題

表1 地方別にみる認定地域

北海道地方	小樽市, 帯広市, 岩見沢市, 稚内市, 滝川市, 砂川市, 富良野市, 旭川市, 北見市
東北地方	青森市, 弘前市, 八戸市, 十和田市, 三沢市, 盛岡市, 久慈市, 遠野市, 石巻市, 秋田市, 大仙市, 山形市, 鶴岡市, 酒田市, 福島市, 白河市
関東地方	石岡市, 大田原市, 高崎市, 川越市, 千葉市, 柏市, 甲府市, 長野市, 上田市, 飯田市, 塩尻市, 日光市
北陸地方	新潟市, 長岡市, 上越市 (高田地区), 富山市, 高岡市, 金沢市
中部地方	岐阜市, 大垣市, 中津川市, 静岡市 (静岡地区), 静岡市 (清水地区), 浜松市, 沼津市, 掛川市, 藤枝市, 名古屋市, 豊橋市, 豊田市, 伊賀市, 東海市
近畿地方	福井市, 敦賀市, 大野市, 越前市, 大津市, 長浜市, 守山市, 高槻市, 神戸市 (新長田地区), 姫路市, 尼崎市, 明石市, 伊丹市, 宝塚市, 川西市, 丹波市, 奈良市, 和歌山市, 田辺市, 福知山市
中国地方	鳥取市, 米子市, 松江市, 倉敷市, 下関市, 府中市, 山口市
四国地方	高松市, 松山市, 西条市, 四万十市
九州地方	北九州市 (黒崎地区), 北九州市 (小倉地区), 久留米市, 直方市, 唐津市, 小城市, 諫早市, 大村市, 熊本市 (熊本地区), 熊本市 (植木地区), 八代市, 山鹿市, 大分市, 別府市, 佐伯市, 豊後高田市, 宮崎市, 日向市, 鹿児島市
沖縄地方	沖縄市

(出所)「中心市街地活性化基本計画データベース調査」(国土交通省HPによる)。

表2 市町村人口規模別にみる認定地域

5万人未満	稚内市, 滝川市, 砂川市, 富良野市, 三沢市, 久慈市, 遠野市, 大野市, 府中市, 四万十市, 小城市, 豊後高田市
5万人以上～10万人未満	岩見沢市, 十和田市, 大仙市, 白河市, 石岡市, 大田原市, 塩尻市, 中津川市, 敦賀市, 越前市, 守山市, 丹波市, 田辺市, 直方市, 大村市, 山鹿市, 佐伯市, 日向市, 福知山市, 日光市
10万人以上～20万人未満	小樽市, 帯広市, 弘前市, 石巻市, 鶴岡市, 酒田市, 甲府市, 上田市, 飯田市, 高岡市, 大垣市, 掛川市, 藤枝市, 伊賀市, 長浜市, 伊丹市, 川西市, 鳥取市, 米子市, 松江市, 山口市, 西条市, 唐津市, 諫早市, 八代市, 別府市, 沖縄市, 北見市, 東海市
20万人以上～50万人未満	青森市, 八戸市, 盛岡市, 秋田市, 山形市, 福島市, 高崎市, 川越市, 柏市, 長野市, 長岡市, 上越市 (高田地区), 富山市, 金沢市, 岐阜市, 沼津市, 豊橋市, 豊田市, 福井市, 大津市, 高槻市, 尼崎市, 明石市, 宝塚市, 奈良市, 和歌山市, 倉敷市, 下関市, 高松市, 久留米市, 大分市, 宮崎市, 旭川市
50万人以上～100万人未満	千葉市, 新潟市, 静岡市 (静岡地区), 静岡市 (清水地区), 浜松市, 姫路市, 松山市, 北九州市 (黒崎地区), 北九州市 (小倉地区), 熊本市 (熊本地区), 熊本市 (植木地区), 鹿児島市
100万人以上	名古屋市, 神戸市 (新長田地区)

(出所)「中心市街地活性化基本計画データベース調査」(国土交通省HPによる)。



二子多摩川駅前「rise」

(出所) 千田撮影

## 2. 鉄道駅周辺の再開発に伴う活性化

### (1) 二子玉川駅周辺地域

東京郊外で多くの場面で注目される二子玉川駅は一日の乗車客数は約43万人で、品川駅の約半分程度であるが、ここは「駅ナカ」ではなく駅を中心とした再開発が実施され、従来の二子高島屋の反対側に「rise」が駅と隣接した状態でオープンした。

再開発のテーマは「豊かな自然環境と調和した街」として都心の利便性と豊かな自然を生かした街とするべく、従来の商業施設のみでなく、駅を中心とした「水と緑と光」の自然環境との調和をコンセプトに取組んだ計画であった。

東京郊外での情報発信地としての利点と、43万人の乗車客数の囲い込みは、駅ナカとは異なる駅周辺利便性を兼ね備えた展開として地域住民からも支持を得る結果となった。

### (2) 大阪天王寺駅再開発地区

大阪での再開発は、2000年大阪駅伊勢丹出店表明が多大な影響をその後もたらし、大阪駅を中心とした再開発は阪急・大丸を巻き込み、周辺地区の再開発とともに、2011年5月にはJR大阪駅に直結する形で大阪伊勢丹がオープンしたことで、いわゆる北地区の再開発が注目を集め、ここで取り上げる天王寺駅（近鉄阿倍野駅）地区の再開発計画は、大阪地区では一步後退した印象が残る地域とみられている。

しかし、大阪地区での買物を含めての繁華街は北と南に大きく分けられ、文化・慣習・生活スタイル含めて独自の影響力を2地区は持つと考えられている。

天王寺（阿倍野）駅及び周辺は、梅田地区への通勤乗換え口としてのターミナルと、以前の新宿駅から東京都庁までの間にみられたダンボールハウスを連想させる、独特の街としての印象がある。

一日の乗車客数は約73万人で、大阪地区でも上位クラスの乗車客数である。そのような優位な状況を元に駅及び駅周辺の再開発が実施され、東京とは異なる新たな街づくり計画が展開され

たのである。まだすべてが完成しているわけではないので詳しい状況の分析はできないが、大阪の南地区の中心地区として北とは違ったスタイルの街が形成されることになろうと思われる。

### 3. 活性化できていない伊勢・宇治山田駅及び周辺

伊勢市における中心市街地空洞化は、駅前大型商業施設の閉鎖（1995年ジャスコ伊勢店撤退・2001年三交百貨店伊勢店閉店）と、駅から離れた内宮周辺の商業施設である「おかげ横丁」への来訪者増加が多大な影響を及ぼしている。

従来伊勢神宮参拝は、外宮から内宮への参拝が本来の参拝ルートとして受け継がれ、外宮を中心とした伊勢駅前商店街は、自然発生的に拡大していったが、自動車等の移動手段の増加で、公共交通機関であるJR伊勢駅・近鉄伊勢及び宇治山田駅での鉄道乗客数は、1985年6,119千人、1990年6,049千人が2003年3,807千人へと、大きく減少してきた。

また、伊勢神宮参拝では、1989年の内宮3,967千人・外宮2,288千人が2003年には内宮4,171千人・外宮1,437千人と、外宮への参拝客が大きく減少している。公共交通機関での利用者の減少や駅前大型商業施設閉鎖と、内宮前「おかげ横丁」への観光客・参拝客の集中が駅前商店街衰退へ多大な影響を与えたのである。

商業施設としての外宮を中心とした、伊勢銀座新道商店街・伊勢市駅前商店街に比較し、内宮前おはらい町商店街は、過去見劣りをしてきたが、1990年以降民間企業である㈱赤福による、区画整理され計画的に整備された街が、自然発生的に拡大してきた伊勢市の商業重心を中心的存在であった外宮周辺商店街から移動させることとなった。

現在宇治山田駅前明倫商店街は、1991年に複合ビルによる再開発が計画後中止となり、現在移動店舗は20軒以下となった。さらに総延長600mの伊勢駅前商店街も3分の1が閉店となっている。

国内はもとより海外でも有名な伊勢神宮の地元でありながら、宿泊収容力も弱く、鳥羽市の約19,000人、志摩市の約18,200人に対し伊勢市は約4,400人と4分の1程度しかなく、参拝客・観光客が宿泊して消費するということが期待できない地域であることも活性化できない要因の一つであろうと思われる。

地域活性化において成功例として取り上げられる事が多い伊勢地区「おかげ横丁」であるが、駅周辺の繁栄は取り残された商店街としての印象しかない。

伊勢市でも、外宮から1k程離れて地元に着した「浦の橋商店街」が、総合病院を中心に食材・日用品を揃う商店街が元気なことから、地元では注目されており、次項で取り上げる福井県小浜駅周辺での活性化への参考となろうと思われる。

### 4. 小浜駅周辺コンパクト開発

福井県小浜市は、北陸自動車敦賀ICから約50km、一般道で1時間半のところに位置し、人口31千人の海に面した年間観光客154万人（福井産業労働部観光振興課調査）を誇る観光都市である。

小浜駅は年間約46万人と一日平均1300人（2007年）の乗車客数であり、上り・下りの敦賀・東舞鶴行き含めて一日30本の運行ダイヤである。つまり片方向15本という過疎ダイヤである。そのため駅前の小浜観光センターへの来場は年間28千人<sup>1)</sup>であり、乗車客数の90%以上は地域住民による利用であることが推察できる。

この小浜の町の中心的存在であった西友ストアは小浜駅徒歩10分のロケーションであったが、郊外型ショッピングセンター等の台頭により、2004年に閉鎖撤退、その後その建物は専門店として運営されていたが、これも2008年に閉鎖し2009年建物が解体され現在は更地となっている。

小浜駅前商店街は、稼動店舗とシャッターが混在する商店街であるがNHK朝の連続ドラマ番組「ちりとてちん」や直近のアメリカ大統領選挙時における「オバマブーム」を利用した活性化が図られており、2009年に小浜駅東側300mのところの食品スーパー・ドラッグ・書店・カジュアル店がオープンし、2011年5月には敷地面積750坪のメガドラッグがその対面にオープンしている。

駅周辺に、食品スーパーとドラッグストアを中心とした買物ゾーンができることは、伊勢市「浦の橋商店街」が総合病院を中心として買物ゾーンを形成していることと共通点をもっているといえる。それは、いずれも住居と連動した買物スペースと「健康」をキーワードにしたまちづくりという点である。これが地方都市における今後の街づくりの一つの要件となるであろうと思われる。

しかし課題としては、この小浜での新買物ゾーンは、食品スーパー（本社は福井市）、ドラッグ2店舗（本社は大垣市と福井市）とも地元の企業ではなく、地元企業中心の街づくり、地元企業の育成、という点においては課題が残るものの、雇用面においては地域貢献を果たしており、地域経済活性化に寄与していると思われる。

## II 「B級グルメ」を活用した地域活性化

### 1. B級グルメの定義

B級グルメに関して特に厳密な定義はないが、「贅沢でなく、安価で日常的に食される庶民的な飲食物のこと<sup>2)</sup>」といわれている。また、愛Bリーグ（B級ご当地グルメでまちおこし団体連絡協議会）では、「食べたらずいとい絶対の自信をもっておすすめできるものであること」、「地元の人が日常的に食べているもの、又は日常的に食べることができるものであること」、「食材ではなく、料理として提供されるものであること」、「特定の飲食店のメニューではなく、その街に行けば複数の店で提供していたり、一般家庭で食べることができるものであること」と規定している<sup>3)</sup>。

B級グルメにはご当地グルメと呼ばれるものが多いが、郷土料理<sup>4)</sup>とは違い農山漁村との繋がりが薄く、かつ歴史的にも浅いものであるために、農山漁村の郷土料理百選<sup>5)</sup>とは一線を画している。したがって、郷土料理は基本的にはB級グルメには含まないが、表1には「佐伯ごまだし

うどん」や「袋井たまごふわふわ」などの郷土料理や、「出雲ぜんざい」や「豊川いなり寿司」といった歴史的伝統をもった料理も含まれている。これらについては、この料理で愛Bリーグに登録しているため特例として扱うこととする。

## 2. B級グルメの由来と種類

フリーライターの田沢竜次が雑誌『月刊angle』に掲載した内容をもとに、1985年に『東京グルメ通信 B級グルメの逆襲』（主婦与生活社）を書き下した。また1986年に文春文庫ビジュアル版において『B級グルメ』シリーズが刊行されたことから、「B級グルメ」という用語と概念は広がってきたとされている。

そしてB級グルメは日常的に食べられているものを主としているので、焼きそば、ラーメン、丼ものなどが多くなっているが、愛Bリーグ事務局長の俵氏によれば<sup>6)</sup> ①発掘型（発掘型、復活型、命名型）、②開発型に分類できるとしている。発掘型としては「富士宮やきそば」や「横手やきそば」のような地元根付いたものであり、開発型としては「各務原キムチ鍋」や「富良野オムカレー」といった元々地元のものではない食材を活用し、新たな食べ物を作り出しているものである。

## 3. 愛Bリーグ<sup>2)</sup>

愛Bリーグ（B級ご当地グルメでまちおこし団体連絡協議会）は第1回B-1グランプリに出展した民間のボランティア団体を中心となって2006年7月に設立した団体である。ここではすでに成果を上げている団体・グループだけでなく、愛Bリーグを足がかりに活動を本格化させていこうという団体・グループも仲間を迎え、さらに大きな全国的ネットワークを築き、まちおこしを行おうと考えているようである。

この愛Bリーグが設定した「愛Bリーグ憲章」は、「①私たちは、様々な問題を抱える地域社会を少しでも元気にするために、遊び心をもって活動します。②私たちは、地元の人々に愛されているB級ご当地グルメを通じて、地域全体の魅力を楽しくわかりやすく伝えていきます。売るのは料理ではなく地域です。③私たちは、営利を求めません。無私無償のボランティア精神を貫きます。④私たちは、他地域の仲間の活動を尊重しあい、助け合って活動します。⑤私たちの活動の原点は、地域や食を愛する心です。美味しい物を食べると自然に笑顔になるように、みんなが笑顔になるような活動を行います。」というものである。また、愛Bリーグは自らを『B級ご当地グルメ』でまちおこしをしているボランティア団体の集まり」とし、無償でまちおこしに取り組む団体を仲間として募っており、法人格の有無を問わないが、企業や営利団体、個人は目的を問わず加盟する資格がないとしている。

## 4. B1グランプリ

B1グランプリとはご当地グルメを利用し全国に知ってもらえるような宣伝活動をしようとする団体・グループが、日々の活動の成果をお披露目するためのイベントである。第1回を2006年

表1 B級グルメー一覧表

都道府県	市区町村	商品名	掲載雑誌・書籍名 / 発行年					愛Bリーグ所属団体名 ※：団体会員	B-1グランプリ出場歴 記：加盟誌記述 ●：殿堂入り 数字：順位				
			全国初等 キモウマ ご当地 フード	旧誌グ ルメ が地 方を 救 う	認定全 国 ご地 方 グ ル メ MP	日本全 国 旧誌 グ ル メ 最 新 ガ イ ド	旧誌 グ ラ ン プ リ 最 マ 完 全 ガ イ ド		第 1 回	第 2 回	第 3 回	第 4 回	第 5 回
	富良野市	富良野オムカリー	2005					富良野オムカリー推進協議会	8	0	0	0	0
北海道	北見市	オホーツク北見焼やきそば		0			0	オホーツク北見焼やきそば推進協議会					10
	室蘭市	やきとり		0				室蘭やきとり研究会	3	0	0	0	
	八戸市	八戸せんべい汁		0	0	0	0	八戸せんべい汁研究会	4	2	2	2	3
青森県	黒石市	黒石つゆ焼きそば		0	0	0	0	やきそばまち黒石会			9	7	7
	青森市	青森三平味噌おでん		0	0	0	0	青森おでんの会	6	0	0	0	9
	十和田市	十和田川焼巻						十和田川焼巻研究会					0
	弘前市	神代丸(あいがけ神代丸)			0	0	0	あいがけ神代丸—神代活性化協議会			7	4	0
	大仙市	大曲の焼豆汁						大曲の焼豆汁研究会					
	秋田市	秋田かやき					0	秋田かやき協議会					
秋田県	男鹿市	男鹿のやきそば						男鹿のやきそば研究会					
	由利本荘市	本庄ハムフライ						本庄ハムフライ ハム民の会					
	横手市	横手やきそば	0	0				横手やきそば研究会	2	10	0	1	●
	北上市	北上コロッケ						北上コロッケ研究会					0
岩手県	久慈市	久慈めい汁						久慈めい汁研究会					
	岩手町	いわてまち焼きうどん						いわてまち焼きうどん運動会					
山形県	河北町	かほくない肉そば						かほくない肉そば研究会					
	石巻市	石巻焼きそば						石巻茶色い焼きそばアカデミー					
宮城県	金米市	金米・油揚げ			0	0	0	金米・油揚げの会				0	0
	刈谷郡若菜町	若菜焼きそば						若菜焼きそば研究会					0
	茨田町	茨田いしもち						茨田いしもち研究会					
	千歳市	千歳タンメン						千歳タンメン研究会					
	郡島町	上州太田焼きそば	0		0	0	0	上州太田焼きそばの会		0	0	0	0
	埼玉市	ゼリーフライ		0	0			行田ゼリーフライ研究会		0	10	0	0
東京都	中央区	月島もんじゃ焼						月島もんじゃ焼協会					
	南足柄市	足柄まきわら						足柄まきわら研究会					
	三浦市	三崎まきわら						三崎まきわら研究会					5
神奈川県	湯河原町	たんたんたのめきそば						湯河原たんたんたのめきそば研究会					
	厚木市	厚木コロッケ・ホルモン		0			0	厚木コロッケ・ホルモン研究会		5	1	5	●
	甲府市	甲府焼そば						甲府焼そば研究会					1
	大月市	かつおだんご						大月かつおだんご研究会					0
富山県	高岡市	高岡コロッケ		0				高岡コロッケ研究会					0
福井県	小浜市	小浜焼きそば		0				小浜焼きそば研究会					
	伊勢市	ローメン	0	0	0			伊勢ローメン研究会	10	0	0	0	0
長野県	駒ヶ野町	駒ヶ野ソースかつ丼						駒ヶ野ソースかつ丼研究会			8	5	0
	長野市	五平もち						五平もち研究会					
	三島市	みまコロッケ						みまコロッケ研究会		0	0	8	9
	塩尻市	すその水餃子						すその水餃子研究会		4	6	6	0
	富士市	富士つなげりうどん						富士つなげりうどん研究会					
	富士宮市	富士宮焼きそば						富士宮焼きそば研究会	1	1	0	10	●
静岡県	西伊豆町	西伊豆おかつお						西伊豆おかつお研究会					
	静岡市	静岡おでん	0	0	0	0	0	静岡おでん研究会		3	0	0	0
	静岡市	たまごふわふわ						静岡たまごふわふわ研究会		7	0	0	0
	浜松市	浜松餃子						浜松餃子研究会			8		
	豊田市	豊田餃子						豊田餃子研究会					
岐阜県	各務原市	各務原キムチ						各務原キムチ研究会					
	高浜市	高浜とろろ						高浜とろろ研究会					
愛知県	豊川市	豊川いしもち						豊川いしもち研究会					
	四日市市	四日市とんてき						四日市とんてき研究会					6
	津市	津きょうぎ						津きょうぎ研究会		0	3	9	0
	名張市	名張(名張)牛汁						名張(名張)牛汁研究会					
	龜山町	龜山めい汁						龜山めい汁研究会					
京都府	伏見区	伏見焼そば						伏見焼そば研究会					
	明石市	あかし王子焼き						あかし王子焼き研究会					
	姫路市	姫路おでん						姫路おでん研究会					
兵庫県	佐用町	佐用ホルモンうどん						佐用ホルモンうどん研究会					
	加古川市	加古川かつお						加古川かつお研究会					
	高砂市	ひらてん	0	0	0			ひらてん研究会					
	高砂市	ひらてん焼きそば						ひらてん焼きそば研究会					
岡山県	津山市	岡山ホルモンうどん						岡山ホルモンうどん研究会				3	4
	備前市	日生かきお好み焼き						日生かきお好み焼き研究会					
	鳥取市	鳥取とろろ竹輪						鳥取とろろ竹輪研究会					
鳥取県	鳥取市	鳥取とろろ竹輪						鳥取とろろ竹輪研究会					
島根県	出雲市	出雲せんべい						出雲せんべい研究会					
	出雲市	出雲うどん						出雲うどん研究会					
広島県	府中市	府中焼き						府中焼き研究会					
	宮島町	宮島焼き						宮島焼き研究会					
愛媛県	今治市	今治焼そば						今治焼そば研究会					
	今治市	今治焼そば						今治焼そば研究会					
高知県	須崎町	須崎ラーメン		0				須崎ラーメン研究会					
	北九州市	小倉焼そば						小倉焼そば研究会					
	田川市	田川ホルモン						田川ホルモン研究会	5	0	4	0	0
福岡県	久留米市	久留米やきとり						久留米やきとり研究会					
	久留米市	久留米やきとり						久留米やきとり研究会	9	9	8	0	0
	佐賀市	シシリアンライス						佐賀市シシリアンライス研究会					
	大村市	大村あま黒カレー						大村あま黒カレー研究会					
	雲仙市	小浜ちゃんぽん						小浜ちゃんぽん研究会					
長崎県	対馬市	対馬ちゃんぽん						対馬ちゃんぽん研究会					
	宇佐市	からあげ						宇佐からあげ研究会					
	佐伯市	佐伯ごまじょうろ						佐伯ごまじょうろ研究会					
大分県	日田市	日田焼きそば	0					日田焼きそば研究会					
宮崎県	延岡市	延岡焼そば						延岡焼そば研究会					

(河合作成, 愛Bリーグ所属団体・掲載雑誌別2011年6月15日現在)

に青森県八戸市で開催して以降、毎年1回開催している。

グランプリの決定方法は来場客が出展団体の料理を食べ比べ、投票を行う方法をとっている。これは1人1膳2票（本）の投票を行うことが基本であるが、複数の料理を食べることにより複数料理分の箸を得られていた。これを利用し組織票として1つの料理だけに投票するといった不正行為が行われたりもしていた。この対策として投票所へのスタッフ配置による注意、過去のグランプリ受賞料理（殿堂入り）と開催都市の料理は投票対象外とする措置が採られることとなった。

また、B1グランプリに出展するには、愛Bリーグに加盟していることが原則である。単に加盟したからB1グランプリに出展できるわけではなく、加盟前や加盟後の活動実績を積みなければ出展資格を得ることはできない。また支部加盟を行ってから出展まで1~2年以上かかることとされている。年々加盟団体は増加、準会員から正会員へ昇格した団体も出てきている。このような反面、正会員や準会員として登録を行っていても脱退する団体も3団体ほどあった。

加盟団体の増加は、年々増加を続けるB1グランプリ来場者数の増加と比例しており、大会運営上で数々の問題が起きているようである。地域のB級グルメを集めたイベントでも1時間近く並ばなければ買えない、食べられない、人気のある食べものは開始早々に売り切れてしまうといったことや、ごみを規定の場所に処分しないなどといった問題が実際に起きている状況である。このようなことから第7回以降は本大会の前に地方ブロック大会を予選として開催、本大会の出展者を選抜する制度の導入が検討されている。

## 5. B級グルメを活用した地域活性化の事例

### (1) 「富士宮やきそば」

#### 1) 富士宮市の概要<sup>7)</sup>

富士宮市は富士山のふもとに位置しており、積雪がほとんどないといった比較的温暖な地域である。市の約半分が富士箱根伊豆国立公園の区域内であり、市北部には朝霧高原が広がり、その周辺には富士山の恩恵を受けた自然観光地が多数存在、観光地化している。また、市中心部には富士山本宮浅間大社や湧玉池といった歴史的建造物が存在している。

交通アクセスとしては、南方向に東名高速道路、北方向に中央自動車道といった主要道が通るため、首都圏や名古屋方面からアクセスしやすい場所である。

富士宮市の消費動向<sup>8)</sup>については、富士宮市が含まれる富士宮商圏の商圏人口は405,261人、地元購買率（物品全体）が83.0%となっており、地元密着型の消費傾向であることがうかがえる。商業施設としては、富士宮駅前に咲花、フラワー通り、駅前通り、中央、本町、神田、宮町、西町の8つの商店街があり、駅付近にはイオン富士宮ショッピングセンター、国道のロードサイドに商業施設が展開している。

#### 2) 「富士宮やきそば」と「富士宮やきそば学会」の設立経緯と現状<sup>9)</sup>

1990年代後半に青年会議所が開いたまちおこしに関するワークショップがきっかけであった

とされている。なぜ焼きそばに着目したのかというと、富士宮市は焼きそばの消費量が日本一であったとされることから、まちおこしのツールとすることとし、2001年に「富士宮やきそば学会」を設立、「富士宮やきそば」のPRキャンペーンを始めた。

2002年の秋には、富士宮やきそばと同様に焼きうどんでまちおこしを企画している北九州市の名店と勝負するというイベント「天下分け麺の戦い」が小倉城公園で行われた。その他にも、同じく焼きそばで町おこしをしている横手市と太田市を招いて焼きそばの食べ比べを行う「三者麺談」、全国の麺を集めた「やぶさ麺まつり」などを開催し、テレビ報道がなされるなどし、全国的に認知度が上昇した。

2006年2月に八戸市で開催された第1回B-1グランプリでは初代グランプリに輝き、次回同大会の開催権を獲得した。そして2007年に開催された第2回B-1グランプリで再びグランプリを獲得、二連覇を飾った。このことにより、富士宮やきそばはメディアによって多く紹介されるようになり現在に至っている。

「富士宮やきそば」と「富士宮やきそば学会」は富士宮やきそば学会の母体であるNPO法人まちづくりトップランナーふじのみや本舗の登録商標とされている。登録商標の管理は富士宮やきそば管理運営会社である株式会社プロシューマーが行っており、無断で「富士宮やきそば」の名称使用や、メニューに「富士宮やきそば」という言葉を入れることは出来ない。無論、「富士宮のやきそば」や「富士宮やきそば風」などの類似名称であっても処罰の対象とされている。

また、現在は「富士宮やきそばアカデミー」を年1度、1泊2日で開講し、やきそばの実技（作り方）だけではなく、やきそば文化の習得、富士宮市の歴史や観光等の知識を深める研修制度を行い、地域のみならず広く受講生を募っている。この研修の成績が良好であった者には「麺許皆伝書」が授与される制度を構築している。ただし、ここで授与される「麺許皆伝書」では「富士宮やきそば」の名前を掲げて開業できる訳ではなく、別途、富士宮やきそば学会に登録し、製麺会社との仕入れ契約、株式会社プロシューマーとのロイヤリティ契約を結ぶ必要が生まれてくる。

### 3) 経済効果<sup>10)</sup>

株式会社地域デザイン研究所が、2001年から2006年までの6年間の経済的普及効果を定量的に推計したところ、総額で217.3億円であった。この内訳は①麺の製造販売等82.37億円、②関連素材消費量7.67億円、③メディア等による普及9.42億円、④観光客等117.84億円に上るとしている。

## (2) 「豊川いなり寿司」

### 1) 豊川市の概要<sup>11)</sup>

豊川市は愛知県の東部に位置しており、冬でも降雪することがないといった比較的温暖な地域である。中心市街地は、市役所などが位置する諏訪地区と豊川稲荷の門前町として発展した豊川地区、両地区をつなぐ中央通により市街地を構成している。日本三代稲荷の一つである豊川稲荷

が中心的な観光施設となっているが、その他目ぼしい観光施設は見当たらない。

交通アクセスとしては東名高速道路や国道1号、国道23号、国道151号、国道362号などが通っており、東三河の交通の中心となっている。

豊川市の中心市街地は「諏訪地区」「豊川地区」及び「中央通地区」の3地区である。総面積は122.4ha、商業地域が市街地の約6割を占める商業に特化した区域である。1991年に5.3億円あった小売商業販売額は、2002年には2.2億円に減少するなど豊川市域外で消費を行う傾向が顕著に表れていた。

また最近になり、年間600万人を数えていた観光客は減少傾向にあり、今ではその数は半減しており、かつての賑わいを取り戻そうと地域活性化に向けた取組みが行われている<sup>12)</sup>。

## 2) 「豊川いなり寿司」と「いなり寿司で豊川市をもりあげ隊」の設立経緯と現状<sup>13)</sup>

豊川市が行っていたいなり寿司のブランド化の歴史は、2003年度に豊川商工会議所が行ったいなり寿司販売から始まった。活動が大きくなったのは、2007年に山脇氏が豊川市長に就任した際に「いなり寿司の地域ブランド化」をマニフェストに記載したことがきっかけとなっている。このような動きを受けて、2009年に豊川市、商工会議所、観光協会、JAひまわり、各事業者が中心となって「いなり寿司で豊川市をもりあげ隊」が設立された（現在、各メンバーは、ボランティアで活動を行っているとしている）。

豊川市はいなり寿司発祥の地のひとつとされており、市内に多くのいなり寿司店がそれぞれ腕によりをかけて競い合っている。これを盛り上げ豊川市と言えばいなり寿司、豊川に行けばいなり寿司が食べられると言われるような「地域のブランド」として認知され、住んでいる人にも訪れる人にも楽しめるまちづくりを推進していくことを活動の目的としている。

「いなり寿司で豊川市をもりあげ隊」の役員は、豊川市観光協会副会長の隊長をはじめとし、豊川市、商工会議所、JAひまわり、各事業者で構成されている。またアドバイザーとして大手広告代理店やフードコーディネーターが名を連ねている。

現在では「豊川いなり寿司マイスター制度」を設定し、いろいろな豊川いなり寿司の価値を高めるための一手法として、研修会を受講し、ブランド化に関わっているという認識を高めてもらうことを目的としている。この研修会を終了すると修了書が発行され、「豊川いなり寿司マイスター」の店舗として営業できることになる。

また、団体観光客限定で9店舗の「いなり寿司」の食べ歩きを、各店舗1個ずつの計9個の食べ歩きが出来るシステムを作っている。価格はすべて100円に設定している。また、他にも「おきつねバーガー」や「いなりうどん」といった新しいB級グルメも作られている。

## 3) 経済効果

豊川市観光協会が三菱UFJリサーチ&コンサルティングに委託して行った調査<sup>14)</sup>では、2010年4月から2011年3月までの1年間の経済効果は39.9億円にのぼるとしている。この数値には、①県内で観光客が使用した交通費、②宿泊費、③飲食代、③土産代、④入場料などを試算してい

る。

調査期間中に行われたイベントが延べ60回余り開催されており、合計34.4万人を動員、直接的な経済効果だけでも31.4億円と見込まれている。この他にも材料購入代などの間接的な効果が8億円程度見込まれているが、ここには2010年に開催されたB1グランプリでの売上高は含まれていないとしている。

### (3) 小括

当初はその地域に行かなければ食べることが不可能であったB級グルメが、現在では、企業とタイアップした商品がスーパーマーケットやコンビニエンスストアなどでの販売、出張販売、サービスエリアやパーキングエリアでの販売が行われるなど、身近に簡単に食べることができるようになった。このような結果、その地域に魅力がなければわざわざ出かける必要がなくなると考えられ、B1グランプリの当初の目的であった「地域の産業の活性化や観光収入増」があるとは考えにくくなり、上位入賞したB級グルメ以外には注目が集まらないといった状況が生まれている可能性も考えられる。

また現在、新たなB級グルメを作り、まちづくりや地域活性化を行おうとしている市町村も多数存在しており、その中でも最終目標として「B1グランプリ出場」を掲げているところも少なくない。しかしB1グランプリへの出店数も増加傾向であり、前述したように出展するまでのプロセスも簡単なものではない。他の手段（「ゆるきゃら」やご当地戦隊などのキャラクターなど）でまちおこしや地域活性化を行っているところもあるため、B級グルメだけにこだわる必要は特に感じられない。

## 6. 商標登録と地元提供店の関係

前述したが、「富士宮やきそば」のようにB1グランプリで上位入賞した団体の多数が商品名や団体名の登録商標を行い、使用に関して厳格に対応している。これは類似名称も使用不可能な場合が多く、その団体に所属しない限り名称の使用が出来ない状況である。しかし、そのもの自体が地元の人が日常的に食べているものや郷土料理であるとするなら、流行る前から、同じ食べ物を作っており、かつ団体に所属しない（できない）ものにとっては不都合が生まれることも考えられる。このような動きは地域活性化やまちおこしを行うに際し、商店（住民）間の軋轢を生むことが十分に考えられる。今後、どのように推移していくのか見守る必要があるのではないだろうか。

## 7. 成功指標としての経済効果

B1グランプリで上位入賞した場合、その料理の知名度は一気に上昇し当該地域に経済効果をもたらすとされている。事実、様々な経済効果を生んでいるようであり、前述した「富士宮やきそば」や「豊川いなり寿司」と同様に様々な経済効果を生んでいるとしている。

このようにB級グルメを活用した地域活性化の指標としてよく活用されるのが上記に記したよ

うな「経済効果」である。しかしながら、これらの数値のほとんどが、愛Bリーグに所属している団体の加盟店での飲食、仕入れ、メディアなどの広告効果を試算したものであるため、一概にこの数値で地域活性化の成否が計れるとは思われない。また試算方法も一律ではなく、それぞれの立地条件も多様なため、他の地域との比較をすることも難しいと考えられる。「経済効果」を地域活性化の成否の指標として使用するのならば、地域全体の観光客数や加盟店以外の飲食店での飲食、仕入れなども加味する必要があるのではないだろうか。

## おわりに

以上みてきたように、地域資源を活用した地域経済の活性化は多くがその成果を上げているとはいえ、必ずしもこれら手法が各地域に画一的に適用できるとはいいいにくい。それには様々な要因があろうが、大都市およびその周辺地域のような多くの居住人口や商業人口に支えられて都市開発に取り組むことのできる地域と、人口減に悩む地方都市や過疎地域では取組方法や内容が異なるのは当然のことである。

またB級グルメに関してみても、地元の人が日常的に食べているもの（B級グルメ）を活用し、まちに人を呼び活性化をさせるといった手法が色々な地域で取り組まれており、「富士宮やきそば」のように全国的に人を呼び込み成功を収めた事例があるため、めばしい観光地がないような地域の場合にも容易な手段のようにも考えられているが、果たして地域的色彩の強い料理だけで来街者数を増やすことができるか否かは大きな疑問であると言わざるを得ない。

もちろんこれら成功要因を全く否定するわけではない。必要なのは、すなわち地域が活性化し続けるためには

- ①主体は地域住民であること
- ②取組むテーマは地域の課題やニーズであること
- ③継続的な活動でなければならないこと
- ④課題が解消できることが望ましいこと

などを念頭に、我慢強く継続的な活動をする必要があるのではなからうか。

\* 本稿は2010年度名古屋学院大学大学院教育研究振興補助金による成果の一部である。

## 注

- 1) 小浜観光センターでの聞き取り調査による。
- 2) 『大辞林』第三版、三省堂
- 3) 一般社団法人B級ご当地グルメでまちおこし団体連絡協議会  
<http://www.ai-b.jp/index.html> (2011年6月15日取得)
- 4) 財団法人農村開発企画委員会による「郷土料理」とは、『「それぞれの地域独特の自然風土・食材・食習慣・

歴史文化等を背景として、地域の人々の暮らしの中での創意工夫により必然的に生まれたものであり、家族への愛情や地域への誇りを持ちながら作り続けられ、かつ地域の伝統として受け継がれてきた調理・加工方法による料理」を言う。言い換えれば、「季節、季節の旬の素材とその保存・活用等により、その土地で培われた伝統的な料理法で調理された、それぞれの土地自慢の味」とも言える。』と規定している。但し、調理済みの状態を指し食材そのものは除外しているが、加工品やお菓子類は「郷土料理」に含める。

- 5) 郷土料理百選とは、『全国各地に伝わる郷土料理のうち、農山漁村で脈々と受け継がれ、かつ「食べてみたい！ 食べさせたい！ ふるさとの味」として国民的に支持されうる料理を郷土料理百選として選定、それにまつわる歴史、文化、レシピ、伝承活動等についてとりまとめ、全国に情報発信し食文化を通じた地域振興を図るとともに、都市と農山漁村の交流を促進する。』としている。
- 6) B級ご当地グルメ名物『甲府鳥もつ煮』の地域ブランド化を目指す「みなさまの縁をとりもつ隊」  
<http://ameblo.jp/torimotsu/entry-10558441811.html> (2011年6月28日取得)
- 7) 富士宮市 <http://www.city.fujinomiya.shizuoka.jp/> (2011年7月1日取得)
- 8) 静岡県商工労働部商業まちづくり室 (平成19年3月)「平成18年度静岡県の消費動向」  
<http://www.mati-portal.pref.shizuoka.jp/chosa/filed.asp?r=34> (2011年7月1日取得)
- 9) 富士宮やきそば学会 <http://www.umya-yakisoba.com/> (2011年6月25日取得)
- 10) 富士宮やきそばの波及効果の推計 <http://www.umya-yakisoba.com/siryou/hakyuko.pdf> (2011年6月15日取得)
- 11) 豊川市 <http://www.city.toyokawa.lg.jp/> (2011年7月2日取得)
- 12) 豊川市「都市開発/中心市街地対策」<http://www.city.toyokawa.lg.jp/town/200601060034.html> (2011年7月2日取得)
- 13) いなり寿司で豊川市をもりあげ隊 <http://www.inari-moriage.com/> (2011年7月3日取得)
- 14) 朝日新聞 2011年5月12日付。