

「食」を主題に、第2回「観光力創造塾」を開催！

本年7月17日（木）、奈良商工会議所5階大ホールにおいて、第2回「観光力創造塾」を開催しました（主催：南都銀行 協力：南都経済研究所）。全体テーマは「『食』で奈良を盛り上げよう！」

レストラン・料理店、ホテル・旅館、土産物店、自治体の観光関連部署、観光協会、地域おこしグループなどの観光関連団体などから、120名の方にご来場いただきました。

第Ⅰ部 基調講演 誘客のカギは「食」にあり！

講師 門上武司氏（フードコラムニスト／
「あまから手帖」編集顧問）

第Ⅱ部 パネルディスカッション

パネラー

門上武司氏

川島 宙氏（「アコルドゥ」オーナーシェフ）

泉澤 ちゑ子氏（手作りハム&農家レストラン
「ばあく」代表）

角山 美穂氏（奈良県農林部次長）

井阪 英夫（南都経済研究所参与研究員）

コーディネーター

鉄田 憲男（南都銀行公務・地域活力創造部）



基調講演される門上武司氏

第Ⅰ部 基調講演

1. 「食」は大きなコンテンツ

「衣食住」は動物と人間を分けるもの。中でも食は衣食住のなかで最も機会が多い。食材の感動、背景、歴史のないわれをどのように料理で伝えることができるか。料理人と生産者が結びつくことで食の可能性が広がり、大きなエネルギーを生む。

2. 京野菜も、歴史は約30年

奈良に大和野菜、大阪にはなにわ菜だが、実は京野菜も30年ほどの歴史しかない。「京伝統野菜の6人衆」と呼ばれた生産者を料理人がバックアップして広まった。「眠っていた京の伝統野菜をわれわれ料理人が使うと、こんな風になる」と腕をふるい、それをメディアが伝えた。



3. 山形県・庄内地方のイタリアン

その土地でしか育たない食材も多い。山形県・庄内地方に「アル・ケッチャーノ」がある。この店のイタリアンは、庄内という土地に根ざした料理になっている。地元で獲れた魚と野菜を組み合わせる。料理人の奥田政行さんは自然の中を自由に飛び跳ねているようで、大地とともに生きているという印象を受ける。

4. 奈良県は食材の宝庫。料理人の行動も積極的

「誘客のカギは食にあり」と言われるほど食の魅力は重要である。ここ数年、奈良の料理人は積極的に行動している。ジャンルや世代、エリアを超えて交流することで可能性が広がる。料理人、生産者、そしてそれらをつなぐ八百屋のような存在が交流できれば、奈良県は食材の宝庫として十分戦っていける。

第Ⅱ部 パネルディスカッション

1. 奈良の「食」の現状について

川島 奈良の素材は「もったいない」。いいものはあるのにあまり流通しておらず、せっかくの素材が生かしきれていない。

泉澤 「奈良のうまいもの会」に参加して、今年で4年目。ガイドブックを作り、JR 奈良駅構内に「奈良のうまいものプラザ」を開設した。県産品を販売し、食べてもらえる場所ができた。

角山 奈良の食は官民による「食」イベント、産官学連携商品化、若手シェフの店の増加などで盛り上がり、今後の展開に期待している。

門上 重要なのは、どれだけ美味しいものを知っているかではなく、その場でどれだけ楽しく会話できるか。今、奈良の料理人たちに新しい動きが始まっており、奈良の食のコンテンツは、マグマのように燃え始めている。



2. 観光客に薦めたい奈良の食べ物

角山 郷土料理、特に「大和の茶がゆ」。茶がゆや柿の葉寿司は、立ち食いそばのように気軽に味わってもらいたい。

井阪 柿の葉寿司のほか、大淀町の梨。とてもみずみずしくてお薦め。最近はおいしいかき氷も、奈良で味わえるようになった。

門上 奈良には「玄」というそばの名店がある。イタリアンは地方料理の集大成で、奈良の素材に注目する料理人が増えている。

3. 奈良の「食」事情を良くするには

川島 流通のさせ方、プロモーション方法の改善を。優れた生産者は小さな農家であることが多く、宅配便でやりとりすると、経費が膨大になる。料理人が奈良の食材を使うテレビ番組を作るとか、興味を引くような見せ方があれば良いのだが。

泉澤 歴史学者の水野正好氏は「奈良の天極堂の2階で葛餅を食べ、東大寺西門跡の礎石を見ながら、古代に思いをはせるのが至福」とおっしゃる。ストーリーをつけることが大切。

4. なぜ「うまいものなし」といわれるのか

角山 「奈良にうまいものなし」は、謙虚でアピール下手な県民性と関係している。今の時代、自ら「美味しい」と言わないといけない。農産物は本当に美味しいので、食の売りにしたい。首都圏での取り扱いも増えている。しかし生産量や流通の課題があるので、解決方法を検討している。

門上 約10年前に「あまから手帖」で初めて奈良特集を組むと、爆発的に売れた。しかも地元で売れた。県民は、情報を欲している。県下各地で、料理人と生産者をつなぐコーディネーターが現れると、もっと活性化するはずだ。

川島 半径100km圏内の近隣府県の食材も考えて、組み立ててはどうか。プロモーションは民芸的になり過ぎず、土着と洗練の共生・両立が必要。

5. 「奈良にうまいものあり」をPRするには

川島 北欧やスペインに学び、優れた技術とセンスで料理を発信する。味だけではなく、文化の奥深さや素材・料理の生まれる環境・ストーリーを、それぞれが学び、伝えることがすべての始まりだ。

泉澤 私たちは美味しいものを作っているが、コーディネートしたり、発信したりする力がない。これは税金の使い方を考えていただきたい。

角山 平成28年度開校予定の「なら食と農の魅力創造国際大学校」で、奈良の食と農の人材を育成し、食の発信拠点とすべく進めていく。

井阪 奈良の食のブランド化のほか、県民の意識改革が必要。スーパーの食材売り場にレシピ集を置くなど、県民が奈良のうまいものを実感し、誇りに思えるような仕組みづくりが必要だ。

(敬称略)

最後に、南都銀行公務・地域活力創造部の和田悟部長が挨拶し、この日の意見を総括しました。

今後とも、「観光力創造塾」へ、たくさんの方のご参加をお待ちしています。

(南都銀行 公務・地域活力創造部 鉄田憲男)