

団体名	福山市	所属	ふくやま魅力発信課	他団体等との連携	福山食ブランド創出市民会議
連絡先	ブランド推進担当		(084)928-1135		

取組事例名	産学官民が連携した食のブランド化	取組期間	平成21年度～
--------------	------------------	-------------	---------

取組の概要 ～ みんなで創る食ブランド – 場づくりは行政、活躍するのは市民

地域の特性を生かした料理の掘り起こしと磨きあげを行い、新たなグルメの創出などにより食のブランド化の推進に寄与することを目的に、産学官民が連携する「福山食ブランド創出市民会議」を設置している。

委員21人（関係団体選出14人、公募委員4人、行政3人）で構成され、他にオブザーバー3人、行政側の関係課が会議に参加している。

市民会議は、福山の郷土料理「福山うずみごはん」を核としたイベントの開催等による郷土料理の伝承と食ブランドの活動を通じた福山の歴史、文化、環境、地産地消の理解醸成を目的に活動している。

取組の背景 ～ 「福山ならではの」の名物料理がなかった

自然の恵み豊かな福山には、鯛やネプト（天竺鯛）、クワイなど魅力ある食材が豊富で美味しい料理が数多くあるにもかかわらず、「福山に来たら、ぜひこれを食べて帰らないと」と誰もが認める名物料理がなく、「福山ならではの」食ブランドの確立にまで至っていなかった。

取組のねらい ～ 市民協働を基底とし、誰もが食べてみたい「福山ならではの」食ブランドの創設

福山市は海や山に囲まれており、食材の宝庫である。恵まれた地域資源を活用し、誰もが食べてみたいと思う「福山ならではの」食ブランドの創出に取り組み、知名度の向上やもたらされる経済効果により、地域活性化を図る。

観光客の誘致において大きな要素である食の分野で、地域の特性を生かしたオリジナリティあふれる料理を創出することで、福山市の新たな魅力を発信していく。

取組の具体的内容 ～ 掘り出せ！旬の福～福山うずみごはん

食ブランド創出市民会議が主体となり、うずみに関する様々な分野の調査・研究、普及活動を実施。

(1) うずみの研究

昭和40年代までは、主に秋の収穫を祝う料理として、各所で食べられてきたが、食生活の多様化に伴い、あまり食べられなくなっていった。学校給食での米飯導入に伴い、1990年から郷土料理「うずみ」の歴史学習とともに小学校児童への提供が始まり、現在でも秋の給食メニューとして提供されている。

(2) 食材の研究開発

市内産の農林水産物の研究を進め、旬の食材を出汁で煮てご飯に埋める「うずみ」には、具材の他にも、出汁に用いるいりこやご飯にあしらう海苔など、多くの市内産農林水産物が適していることを再確認した。伝統的なうずみのほか、現代風にアレンジしたうずみを研究している。

(3) 提供店の拡大

「うずみ」を提供する飲食店は、市民会議の取組を始める前には数店しかない状態であったが、平成25年6月末現在、市内50店舗あまりの飲食店がメニューとして提供している。

毎年秋に開催しているイベント「福山うずみフェスタ」をはじめ、各種イベントへの出店など精力的な普及活動により、マスコミからの注目度も高まっている。

(4) 土産物としての商品化

地元企業との連携により、いりこ出汁の風味や食材の食感などを忠実に再現したフリーズドライ製品やレトルト製品を開発した。

(5) 物語化

「うずみ」を提供している店舗を地図にした「福山うずみMAP」をはじめ、食の背景などその土地ならではの食の深み、食べた人を元気にするエピソードなどを紹介するパンフレットやウェブサイトを制作した。

また、市内うずみ研究グループが仮称「マンガ 福山うずみ物語」の発刊へ向けて活動中である。

取組を進めていく中での課題・問題点 ～ 一般家庭への普及促進に向けたプロモーション活動展開

活動を通じてうずみの認知度は上がったが、食べたことがないという人が多く、家庭への普及が進んでいない。

そのため、若者向け、中年層向け、高齢者向けと、様々なターゲットに応じた細やかなアプローチが必要である。

創意工夫した点 ～ ターゲット設定とプロモーション 子から親への逆伝承、イベント実施とマスコミ露出戦術

だれに、どのように発信するかを個別設定し、ターゲット別プロモーション活動に取り組む。

その中でも、息の長い市民運動とするため、まずは普及の重点ターゲットを地元福山市民として取り組むとともに、マスコミ取材を通じて「うずみ」の知名度を高めるよう、イベント実施とマスコミ露出戦術として、積極的な情報提供に努めた。

(1) 市内向け

ア 全世帯…「広報ふくやま」を配布

イ 小中学生…学校教育(調理実習)を通じたプロモーション活動(子から親への伝統料理の逆伝承等)

ウ 高校生・大学生…社会教育活動を通じたプロモーション活動

エ 幼年者、高齢者…世代間交流事業等を通じたプロモーション活動

オ 新聞購読者…全国紙「地方版」、地方紙を通じたプロモーション活動

カ テレビ視聴者…グルメ・ニュース番組、本日の夕食レシピコーナー等を通じたプロモーション活動

(2) 市外向け

ア グルメイベントへの出店

イ アンテナショップや道の駅、高速道路サービスエリア等での周知

ウ ウェブサイトの開設

エ グルメ・観光専門誌、テレビ、新聞への露出

オ その他、家庭への普及を目的に、「福山うずみ弁当」を発案し、レシピ募集事業を展開した。

(PR活動の様様)



取組の成果(効果) ～ 福山うずみごはんの認知度向上、日本食文化無形文化遺産化シンポジウムで選出

(1) 福山うずみごはんの認知度

平成22年から平成24年までのアンケート結果(うずみフェスタ来場者約400人を対象)

ア 「福山うずみごはんを知っていた」: 57%→76%

イ 「今回初めて知った」: 42%→18%

(2) メディア露出(平成22年3月～平成25年3月)

ア 新聞: 中国・朝日・読売・毎日・山陽・産経・日経

イ テレビ: TBSはなまるマーケット, フジテレビめざまし土曜日, 日テレZIP, NHKあさイチ, 鶴瓶の家族に乾杯などの全国放送をはじめ, 地元テレビ番組などで放送

(3) 先行事例団体としての選出(平成24年10月29日)

農林水産省主催の日本食文化無形文化遺産化シンポジウムで成功事例団体として選出された。

今後の展開 ～ 更なる普及促進と提供店の拡大

(1) 福山の知名度向上を図るため、うずみフェスタなどのイベントを中心に福山うずみごはんの普及促進に取り組む。

(2) 福山うずみごはんの普及・促進は市民会議を主体とした取り組みであり、継続的な取組とすべく、市民会議を支える輪がさらに広がるよう、活動体制の強化を図る。

(3) うずみ提供店の拡大を図る。

他団体へのアドバイス ～ 体験型イベントによる参加者満足度の向上

市民会議においても課題となっていたが、浸透させるためのプロモーション方法を工夫することが重要である。イベントについては、単に食べる、買うだけではなく「見る」、「知る」、「触れる」の体験型イベントとすることが参加者の満足度を向上させ、リピートにつながる。