

ある地域人の生活観察  
「選りすぐりに出会うプロセス」の話

● Text : kana yamagishi

山岸 加奈

フリーライター

福岡に住み慣れていくと、美味しい明太子はあそこの店、野菜の品ぞろえや新鮮さであればあそこの八百屋さん、地鳥を扱っているのはあの店、など行きつけのお店が定着してきています。

最近どこかへ出歩くと「その土地のものを堪能することが旅の醍醐味」と思い、当たりハズレもあるが「美味しいものに出会いたい」という想いを募らせています。そのために、ネット検索、人の口コミ、ガイドブックやテレビで得た身近な情報を参考にし、「どこで何をしたいのか」を決めています。例えば、旬のものを食す、イベントの参加、季節を感じる風景、スポーツ等の体験など。さらに、現地では理解できないことについて、地元の人、宿泊先の女将、商店街のおばさん、駅前にいるタクシーのおじさんに聞いてみたりします。

想いを募らすとさらに「どのようなプロセスを経れば、私のニーズに応える“美味しいもの、その地域にしかないもの、旬なもの”といった選りすぐりに出会い、達成感や満足感を得られるのか」と思います。

今回の記事は、生産者の立場よりではなく、最近の私の体験を参考にして、選りすぐりに出会うプロセスについて、お話したいと思います。

**野菜や加工品の食材に関するストーリーを語る**

夕食のため旭川中心部を歩いていた時の話。店ののれんには「畑からお皿まで」とキャッチフレーズ。店頭メニューがあり「旭川の旬菜野菜サラダ、西神楽のすぎもとのソーセージ、ひがし旭川の兵村味工房、旭川上雨粉Creamery農夢」と目に留まりました。「この地ならではの食材をたっぷり使ったメニューではないか。この店にはなにか美味しいものがありそう！」と直感を信じ入店。産直居酒屋「田宴」でした。話を伺うと、地元の農業青年の生産者と料理人のコラボで立ち上げたお店でした。10種類以上の今朝採れたての野菜そのものの「旬菜野菜サラダ」を勧められ、とれたての野菜はシャキシャキしていました。

常日頃から一消費者として、生産者に“野菜や加工品の食材”に関するストーリーを語ってほしいと思っています。つまり生産者の姿、想いやこだわり、生業やそれら食材が作られる過程をもっと詳しく伝えてほしいということです。そうすれば、有名シェフ・プロデュースのレストランやオーベルジュ<sup>※1</sup>の

※1 オーベルジュ (auberge仏)：高級イメージを強調した宿泊施設付レストラン。



旭川近郊で今朝採ってきた旬菜野菜サラダ

サービスではない、そこでしか提供できない、素朴な付加価値が見出されるのではないかと感じます。

### なんでも質問して説明を受ける

北海道の親族へお土産を買うため「九州のムラ市場」(福岡市西区)に行きました。この産直市場は“九州の地産地消”の視点から九州一円の食材をセレクトし、新鮮で旬な農産物、加工品を中心に並べ、旬にあわせて生産者と商品が入れ替わります。また、こだわりの米、酒、加工品などを販売し、併設するレストラン「西海 船番所」では長崎県西海の魚や、九州の産品を使ったビュッフェ形式のお食事を提供しています。

「九州のムラ市場」には、デパートや量販店、空港売店で販売していないものが手に入ります。しかし、パッケージのデザイン、生産者の顔写真を眺め、商品のポップを読んでいるだけでは、なかなか“特産品が美味しいかどうか”が判断できません。

そこで、スタッフの方に何点か質問しました。例えば、①販売する漬物や果物の味はポップ<sup>※2</sup>を読んでもわからないよねという話。②ゆずコショウでも、唐辛子が利き過ぎたものが多くて、ゆずの風味が利いたものがなくて、ずっと探しているという話。

質問①の答えは、「じゃ食べてみましょうよ」と、販売していたモノを食べさせてくれました。質問②の答えは、10種類以上あるゆずコショウの棚に誘導され、ひとつひとつどのような味付けであるか、どの地域のものか、レクチャーを受けました。実際味見をした方の意見ほど、納得するものはないですね。やっと、求めていたゆずコショウに出会いました。

※2 ポップ(Point Of Purchase advertising) : のぼり、ステッカー、ポスターなどの消費者に選択情報を与える購売時点の広告。

質問せずになんとか買うのではなく、スタッフとその特産品の作られ方、味、などについて会話を交わせたことが、品物を購入したときの満足感につながったように思います。

### 地元の情報を簡単に入手できるツール

北海道の友人らと一緒に「地産地消のグルメや特産品あるからたくさんいろいろ食べたいね」と、道東方面の観光を話していました。阿寒湖に立ち寄った時、阿寒湖湖畔のホテルにあったフリーペーパー(ネット上にもアップされており閲覧可能)、釧路新聞社広報局が企画・制作した「釧路エリア観光ガイド“みるみる”」を見つけました。市町村ごとに、地元の人が評価したもの、体験観光、釧路グルメレポート、イベント、釧路エリアの地図が掲載されていました。

今回は旅行の予定がすでに確定していたため、残念ながら活用できませんでした。消費者の立場で言えば、地元のフリーペーパーに掲載されているような地元密着の情報が、ネット検索上でも、簡単に入手できるようになればと思います。

### 選りすぐりに出会うプロセス

“美味しいもの”の選りすぐりに出会うプロセスは、多種多様です。今までお話したように、偶然入った店のメニューの食材、販売スタッフに説明を受けたゆずコショウ、地元の情報網であるフリーペーパーに触れたこと、いろいろな出会いがありました。

また、量販店やデパートの物産展、アンテナショップ、道の駅、高速道路のサービスエリアなどで販売されている中で、選りすぐりに出会うこともあるかと思っています。

その特産品が本当に美味しいならば、どんなストーリーがあるのかと知りたくなり、ぜひ現地まで行って、生産者の姿、想いやこだわり、生業やそれら食材が作られる過程を知りたい、という衝動に駆られます。次回のエッセイでは、さらに具体的な話ができればと思います。

### ● Profile

山岸 加奈 やまぎし かな

札幌生まれ、福岡在住。フリーライター。イタリア国立フェラーラ大学建築学部留学、北海学園大学非常勤講師、北海道景観審議委員、北海道大学博士後期課程満期退学を経て、福岡に住む。豊かな生活を送ることが何であるのかを考えながら、おいしい食べ物と飲み物を求め、いろんな人との対話を持つ。