



『北海道の活性化に貢献してきた食』 「人を呼ぶ食」という視点から」

黒田 秀徳 (くろだ ひでのり)

(一財)北海道開発協会開発調査総合研究所主席研究員

一般財団法人北海道開発協会では、令和5年度から「北海道の活性化に貢献してきた食」をテーマに研究会を立ち上げ、このたび報告書として『人を呼ぶ北海道の食～魅力・可能性・そして課題～』（全256頁）を作成しました。ここではその概要（一部）を紹介し、「人を呼ぶ」という視点から北海道の食について考えてみたいと思います。

はじめに

北海道は広大な田園や草原を有し、三方を海に囲まれ、気候にも恵まれています。農産物、乳製品、畜産物、そして新鮮な海産物など、生産量・収穫量が全国トップレベルの品目を数多く持つ、まさに“食の宝庫”です。北海道の食は、地域創生の切り札として重要な産業であり、観光や地域ブランドの確立にも大きく貢献しています。

「北海道の食」というテーマは、親しみやすく身近なものであり、これまでも多くの書籍や研究が発表されてきました。しかし、全体像を表現するには幅広く深い説明が必要であり、すべての分野を網羅するのは極めて困難です。これまでの出版物では、「産品・産地情報」や「グルメ・レストランガイド」などが個別に取り上げられることが多かったようですが、本書では「人を呼ぶ食」というコンセプトを設定し、各分野の専門家への取材や執筆を通じて、北海道の食を俯瞰的に取り上げています。



『人を呼ぶ北海道の食』～魅力・可能性・そして課題～
(2025年10月 一般財団法人北海道開発協会発行)

「人を呼ぶ食」

本書のタイトルである「人を呼ぶ食」とは、以下の
ような意味を込めた言葉です。

- 「観光客をはじめ、さまざまな人々が北海道の食を
味わうために来道してくれる」
- 「北海道の食を通信販売などで購入してくれる」
- 「ふるさと納税の返礼品として食が選ばれ、納税額
の増加に貢献している」

こうした動きは、北海道にとって食が大切な財産で
あり、地域の発展に不可欠な存在であることを示して
います。さらに通常「人を呼ぶ食」の人とは、食べる
人「食べ手」を指します。しかし、最近では北海道の
食材に魅了されたレストランのシェフが北海道へ移住
してきて開業するという事例もあるようです。食べる
人だけでなく料理を作る人「作り手」も呼んでしまう
「シェフを呼ぶ北海道の食」という動きも興味深い事
例です。

北海道へ来ることはこの店で食べること

～レストランの予約が取れてから航空予約～

北海道の食は観光の目玉であり、多くの方々が食を
楽しみに来道しています。しかし一方で、「食べるた
めだけに北海道へ来る人なんているはずがない」と
いった声も耳にします。それでも、予約が困難な人気
店では予約が取れた後に航空券を手配し、来道する方
が実際に存在します。これは、提供される料理が和食・
洋食を問わず高いレベルにあり、全国的に高評価を受
けている店が存在することを示しています。

ここでは、代表的なレストランや寿司店が現在のよ
うな評価を得るまでの努力や苦労、そして将来への展
望について紹介しています。

また、近年では「デスティネーションレストラン」
と呼ばれる、必ずしも交通の便が良くない地域に開業
するレストランも増えています。北海道においても、
札幌市内ではなく地方に高評価のレストランが点在し
ており、そこへ食事を目的に訪れる人も多くいます。
価格が決して安価ではないにもかかわらず、予約が困
難な店舗もあるほどです。

また、世界には「フーディー（Foodie）」と呼ばれる、

料理や食文化に強い関心を持ち、各地のレストランを
訪れて料理を楽しみ、SNSなどで発信する人々がいま
す。実態はなかなか掴めないのですが、北海道でもこ
うしたムーブメントが起きているようで、まさに食が
人を呼んでいる典型的な事例といえます。

食の魅力を伝える代表的なメニュー

～北海道へ来た時には必ず食べたい～

私たち道民にとっては身近なものでも、創意工夫と
努力の積み重ねによって、「北海道に来た時には必ず
食べたい」と評価される料理へと昇華している観光客
に人気のメニューがたくさんあります。わざわざその
メニューを食べるために北海道へ来るわけではなくとも、
訪れた際には必ず食べたいと思う欠かせない一品
の数々です。

ここでは「北海道の食文化の象徴ともいえるジンギ
スカンの歴史と魅力」「札幌味噌ラーメンから考える
人を呼ぶご当地ラーメン」「奥深きスープカレーの世
界とその魅力」「国内外の旅行者に人気の北海道発グ
ルメ系回転寿司」「北海道に来たら必ず食べたいソフ
トクリーム」というタイトルで紹介しています。

また、サッポロビールに代表されるビールに加え、
ワイン、日本酒、ウイスキー、ジン、クラフトビール
など、現在北海道では料理だけでなく酒類の進化も見
逃せない要素となっています。

おいしい食に欠かせない道産素材

「穀物」

北海道産米はかつて「やっかいどう米」と言われた
時代がありましたが、現在では品種改良が進みトップ
ブランドに育っています。そして今日ではギフトやお
土産、海外輸出の可能性が膨らむまでになっています。

北海道産小麦も進化を続け国内自給率が15%とい
う中で、北海道産小麦はそのうち63%を占めており、
快進撃ともいえる状態が続いています。生産過程の努力、
製粉工場の工夫を経てパンやパスタなどレストランの
食に欠かせない素材へ進化しています。

「野菜」

北海道の冷涼な気候と豊かな水に恵まれているこ

と、日照時間の長さ昼夜の気温差などが北海道野菜を美味しくしています。北海道産の野菜はたくさんの品種があり説明しきれませんが、ここでは大人気のアスパラガスの高品質化や「料理人から見た野菜」という観点から野菜の美味しさについて紹介しています。

「果物」

北海道産の果物は夕張メロンのようにブランド化されたものに加え、多品種が栽培されています。今やグルメ空港ともいわれる新千歳空港にはフルーツ専門店があり、観光客が土産として北海道の果物を持ち帰っています。また、パティシエの皆さんは旬のフルーツを素材にしたスイーツを提供し、観光客から高評価をいただいています。

「海産物」

北海道グルメの代表格ともいえる海産物は、海に囲まれた北海道ならではの貴重な財産です。海鮮丼のように新鮮な魚介類はそのまま食べても美味しいですが、料理にすることでさらに魅力が引き立ちます。

近年では、海水温の上昇や海流の変化などによる環境の変化により、漁獲される魚種にも変化が見られます。レストランでは、魚の魅力を活かした料理を提供しています。ここでは美味しい料理に使う海産物について漁法を工夫し、漁獲後の処理によって魚をより美味しくしてくれている漁師さんの事例を紹介しています。

「乳製品」

酪農王国・北海道では、さまざまな乳製品が製造されています。中でもチーズは、手作りチーズ工房が140軒を超え、品質も国内外のコンクールで多数入賞するほどのレベルに達しています。こうしたチーズの魅力に気づいた人々の間では、「牧歌的な風景の中で、チーズを作っている場所を眺めながら味わいたい」という声が高まり、北海道を訪れるチーズファンが増えていくようです。まさに、チーズが人を呼んでいるのです。

一方で、北海道の酪農業は飼料価格の高騰などの影響で、離農する農家が増えています。そうした状況の中、興部町の「ノースプレインファーム」は「牛1頭で成り立つ酪農」を理想に掲げ、生乳の高付加価値化を目指してさまざまな取り組みを行っています。経営

するレストランの食事を目当てに訪問する人も少なくありません。その姿勢は、北海道の酪農業が持続可能な未来へ向かうためのヒントを与えてくれています。

「肉」

北海道産の食肉は、海産物と比べると、現時点では「北海道へ人を呼ぶ素材」となっていないかもしれません。しかし、食肉の生産から販売までを一貫して手がけ、料理人の視点からニーズに応じたカットや調理法を提案する加工会社の取り組みにより、「北海道に行ったら、あの店であの肉を食べたい」と思わせるような需要が着実に高まっています。

また、焼尻島産サフォーク種羊に代表される高級で希少価値のある羊肉の生産者も増加傾向にあります。さらに、処理技術の向上によって高級食材へと変貌を遂げているジビエなども注目されており、今後ますます北海道産食肉の魅力が高まっていくのではないのでしょうか。

食の魅力を旅で感じる時代

～食の魅力を伝えてきた努力～

いくら北海道に美味しい食があっても、その魅力が伝わらなければ価値は生まれません。北海道の食の美味しさや魅力が広まったのは、これまでの多様な取り組みの成果と言えます。昭和の時代には、旅やガイドブックなどを通じて食の魅力が伝えられてきました。鉄道旅行では駅弁やご当地グルメを楽しみ、温泉地の宿泊施設では料理を味わうことが旅の醍醐味でした。今日では航空路線の充実により旅行者が増え、さまざまな食との出会いの機会が広がっています。

近年では訪日インバウンド客も増加しており、外国人観光客を惹きつける魅力のひとつとして「食」が重要な役割を果たしています。北海道物産展やアンテナショップ、道内各地の食フェアなどを通じて、着実にその魅力が発信されてきました。また、道の駅も単なる休憩施設ではなく、地元の食の魅力を伝える貴重な場となっています。さらに、地元の方々に支持されてきた「地元食」も旅で人気のグルメへ進化しているのも興味深いです。

北海道経済の進化と食

ここでは経済面から2つの事例を取り上げています。1つは金融機関の北海道への貢献です。「北海道銀行が取り組んできた北海道の農業と食の価値創造」では、酒米（山田錦）を育てる支援やワイナリーの誘致、経営の安定化へ向けた支援など北海道の食についての金融機関の取り組みについて紹介しています。

もう1つは北海道の隅々まで出店し、もはや北海道のインフラとさえ言われているコンビニのセイコーマート（通称セコマ）の事例です。セコマでは店内調理のホットシェフ、個性的なプライベートメニューの開発、ワインをはじめとする酒類の充実ぶりだけでなく、独自の流通システム構築により離島を含めた道内各地への配送が特徴で、災害時の拠点としての機能もあります。このように、地元住民に密着した経営から始まり、現在では観光客にもセコマの食は人気で新しい地元食への進化を遂げようとしています。

「北海道の産業発展の歴史と食」

ここでは、アイヌ料理、「いももち」や「でんぷん団子」のように北海道の開拓期から受け継がれるメニュー、漁師町から始まった「三平汁」「石狩鍋」など豊富な魚介類を活かしたメニュー、「ニシン漬け」「飯寿司」のような保存食、そして炭鉱時代の郷土料理である「美唄^{びばい}焼き鳥」「室蘭やきとり」「ガンガン鍋」のようなメニュー、そして、食の世界遺産である「味の箱舟」に登録されたタマネギの「札幌黄」「えりも短角牛」など北海道の歴史を振り返りながら食を見つめ直すのも興味深いです。

これからの北海道の食の課題～後継者、担い手不足～

北海道の食は魅力にあふれていますが、将来に向けてさまざまな課題を抱えています。中でも最大の課題は「後継者、担い手不足」です。農業や漁業などの第一次産業では高齢化が進み、後継者の不足により、北海道産の食材が安定供給できなくなる時代が来るのではないかと懸念されています。また、レストランなどの飲食店、特に「わざわざ訪れたい店」は個人経営が多く、料理人は現場で修行を重ねて育つのが一般的で

す。しかし近年では、小規模な店舗が増え、若手を育てるためのスペースや余裕が確保できないという悩みも聞かれます。たとえば寿司店では座席数が少ない店舗が多く、弟子が客前で握る機会が少ないという課題があり優秀な人材が道外へ流出してしまう例もあるそうです。一方で昨今、料理学校に通う若者の中には、レストランのシェフではなく、福祉施設の食堂など、労働時間が明確に定められた職場を志望する人が増えているそうです。時代の流れとはいえ、受け継がれてきた料理人の技術が失われてしまわないよう、私たちはその価値を見直し、守っていく必要があります。人口減少や過疎化は、食の問題にとどまらず、北海道全体の持続性に関わる深刻な課題です。地域を守るために対策が必要だと思います。

たった1軒のレストラン開業が村の人口を増やす ～フランス・ラギオール村の事例～

最後に料理通信顧問の齋藤^{ひさし}さんの「人を呼ぶ北海道の食の可能性」からフランス・ラギオール村の事例を紹介します。この村は、パリから航空機に約1時間乗り、到着した空港から車で2時間、崖沿いの山道を走った先にある非常に不便な場所です。そこに料理人ミシェル・ブラス氏がレストラン「ミシェル・ブラス」を開業し、ミシュランの一つ星から始まり、ついには三つ星を獲得しました。その結果、現在では世界中から料理を求めて人々が訪れ、街は観光客で賑わっています。さらに、他のレストランも次々と開業し、人口も増加、学校もでき、村自体が大きく発展したといえます。つまり、たった一軒^{けんいん}のレストランの開業が街の成長を牽引したという事例です。これは、人口減少・過疎化に悩む北海道にとって、ヒントになるかもしれません。

ここまで「人を呼ぶ北海道の食」について、その一端を紹介してきましたが、文字数の制約もあり、十分にお伝えしきれていない部分もあります。ご興味を持たれた方は、ぜひ本書を手にとってご一読いただき、北海道の食の魅力について、改めて考えていただければ幸いです。