



「人を呼ぶ北海道の食」発刊記念シンポジウム
「北海道の食を考える」魅力・課題・そして可能性

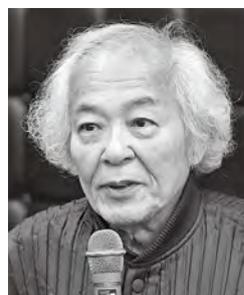
(一財) 北海道開発協会
北海道大学大学院経済学研究院
地域経済経営ネットワーク研究センター

北海道の食は、国内外で確かなブランド力を築いていますが、これを観光や地域振興の核としていくためには、依然として解決すべき課題も存在します。このため、「人を呼ぶ北海道の食」の条件を多面的に考察し、北海道の持続的な発展に向けた道筋を探る機会とするために、本シンポジウムを開催しました。

基調講演 「人を呼べる食の条件：北海道のアドバンテージとディスアドバンテージ」

齋藤 壽氏 (料理通信 顧問)

私は小樽市に生まれ、札幌で育ちました。大学進学で東京に出ましたが、後に洞爺湖の「ザ・ウインザーホテル洞爺」の再建に関わることになりました。前身の「ホテルエイベックス洞爺」は、当時、700億円を投じて建設された巨大ホテルでしたが、北海道拓殖銀行の経営破綻とともに倒れ、営業停止に追い込まれました。再建を託された私は、窪山哲雄社長と共に「世界に通用するホテル」を目指し、フランスの巨匠「Michel Bras (ミッシェル・ブラス)」を招聘し、さらに寿司、蕎麦、パンなど11店舗を集め、幅広い価格帯と多様なジャンルを備えた「人を呼べるホテル」を構築しました。これは北海道に富裕層を呼び込むための挑戦でもあり、地域の食文化を世界に発信する試みでもありました。



ミッシェル・ブラスを口説きにいったのは、フランスでの雑誌の取材中で、彼の野菜料理「ガルグイユ」に衝撃を受けたからです。山菜や野菜を一皿にまとめた料理は、地産地消の可能性を体現していました。ラギオールという辺境の地で、ヨーロッパ中から客を集める姿に感銘を受け、日本でも実現を志しました。この体験が独立と雑誌「料理王国」創刊の原点となりました。地方の食材を生かし、料理人の哲学を形にすることで、人を呼び込む力が生まれることを確信しました。

真狩村では「マッカーナ」を開業。村長や農協の理解を得て、補助金や行政支援を活用。建築家内藤廣氏の設計によるオーベルジュは、羊蹄山を望む絶景と湧水、地元野菜を活かした料理で人を惹きつけました。当時、真狩村には細川たかしの銅像しか観光資源がなく、フランス料理を「誰が食べに来るのか」と疑問視されましたが、料理人の情熱と地域の理解が少しずつ広がり、やがて「わざわざ訪れる価値のある場所」として定着しました。

戦後のホテル文化（帝国ホテル、ホテルオークラなど）から始まり、「ビストロ」や「オーベルジュ」が徐々に浸透していきました。神奈川県箱根の「オー・ミラドール」が日本初のオーベルジュであり、勝又登シェフの挑戦が文化の転換点となりました。当時は「ビストロ」や「オーベルジュ」という言葉すら一般的ではなく、料理人たちが試行錯誤しながら文化を育てていきました。北海道でも札幌グランドホテルなどを経て、レストラン文化が開花し、都市から地方へと広がっていきました。

フランスでは地方のオーベルジュが文化の中心となり、地元の食材を活かした料理が人を呼び込みました。日本でも同様に、地方の食材と料理人の哲学が結びつくことで、新しい食文化が生まれました。北海道では、豊頃町の「ELEZO ESPRIT（エレゾ エスプリ）」、津別町の「チミケップホテル」など個人主導のオーベルジュが登場。富山県利賀村「L'évo（レヴォ）」では、谷口英司シェフが巨額な負債を背負いながらも、オープンから満席状態が続き、大成功をしています。ここは地域住民の応援が鍵となりました。

北海道の課題は「季節変動」で、夏と冬で客入りが大きく異なるため、持続的な営業モデルが必要です。ニセコの国際的観光需要が冬期の追い風となり、マッカーナは通年営業を維持しています。オープンから35年を経て、今も人が絶えないのは、料理人の努力と地域の支えがあったからです。また、行政の支援も重要です。補助金や政策金融公庫の融資がなければ、地

方での挑戦は難しいです。料理人の情熱と地域の理解、そして資金的な後ろ盾が揃って、はじめて「人を呼べる食」が成立すると思います。

北海道の食のアドバンテージは、豊かな自然素材と景観、そして料理人の情熱です。デイスアドバンテージは、季節変動や立地の不便さです。しかし「人」が中心となり、地域と有機的に結びつくことで、わざわざ訪れる価値ある食文化が形成されます。食は単なる栄養ではなく、人と人をつなぎ、地域を活性化させる力を持っています。北海道の挑戦は、地方の食文化が世界に通じる可能性を示しています。これからも「人を呼ぶ食」の条件を探り続けることが、北海道の未来を形づくると考えています。

関連講演① 「料理学会が起こす小さな熱狂」

深江 園子 氏（オフィスYT代表）

私はフードライターとして12年間、「世界料理学会 in HAKODATE」の実行委員を務めてきました。北海道の食を「内側から見たときどう見えるか」をお話しします。



まず痛感したのは、「観光」と「飲食」は似て非なる生業だという点です。観光は集客や経済効果という外向きの成果が求められますが、料理人の営みは、個人の探究や表現、技術継承といった内的な動機が強いです。目的が異なるため、両者をつなぐ「媒介者」の存在が不可欠です。函館の料理学会では、その役割を担ったのが実行委員会のメンバーでした。報酬もなく、働いている感覚が薄く、情熱だけが原動力でした。

函館で育った私にとって、この土地は観光客には開かれていても、地元のコミュニティは案外閉じていると感じることがあります。レストランバスクの深谷宏治シェフをはじめ、代々この地で商いを続けてきた人々と一緒に働くことは、私自身が函館と向き合う機

会でもあり、その共同作業が学会を支える力にもなりました。ただし、この熱量を「仕組み」に転換することは非常に難しいことでした。料理学会とは、イベントではなく、コミュニティであり、関わる人の情熱の結晶です。情熱は制度で管理できません。その一方で、今の食の世界では「美食」の定義が変わりつつあります。環境と共にある美食、持続性や地域との関係性を前提とする価値観が求められています。食は「もの」ではなく「出来事」へとシフトしています。その潮流の中で、北海道という生産地の価値はますます高まっていますが、それを語り、発信する人が圧倒的に不足しています。

鍵のひとつが、美食の「関係人口」です。SNSで発信する料理人を応援するファン、記念日に必ず訪れる常連、生産者と長く関係を結ぶ料理人、可視化しにくい存在ですが、彼らこそ地域の食文化を支える基盤です。函館の学会も、コア層のファンにとっては「シェフや仲間と出会える場」であり、ライト層にとっては、非日常の食体験に触れるきっかけでした。一方、運営面の課題も多くあります。最大の悩みは「継続性」と「資金源」です。情熱だけでは続かない。スポンサー集めは毎回ゼロからのスタートで、行政の理解も当初は乏しいものでした。また、魅力的な内容でも、集客は決して多くはありませんでした。「自分たちの祭り」であることが原動力だった一方、外へのアピール力には限界があったのも事実です。

函館モデルの特徴は、料理人主体で輪が広がり、全国へ波及した点です。佐賀県有田、長野県軽井沢、岩手県三陸、東京都豊洲、三重県VISON（ヴィソン）など、多様な土地で学会が生まれた背景には、深谷シェフをはじめ、函館の経験を持つ料理人が教え、支えた「仲間づくり」の文化がありました。特にVISONは、観光施設そのものが会場となり、入込み＝集客へ直結する点においてお手本にしたい成功事例と言えます。

最後に人を呼ぶための私の仮説は、「熱狂を共有する仕組み」と「観光との連携」の必要性です。コア層

にとっては、シェフたちと空間を共有し対話する体験が高価値を生みます。ライト層はツアー化やサテライト企画といったタッチポイントの豊富さがが必要です。函館でも運営側と観光側がもう少し早く協働できれば、大きな成果が得られたはずです。

食の世界は今、環境や地域とフードシステムとの関係を捉え直す段階に入っています。料理学会の盛り上がりには、食体験の価値の捉え直しと、その共有のためのヒントがあると感じています。

関連講演② 「北海道の食を支える生産者と六次産業化」

市村 敏伸氏（農と食のライター）



料理人側からの視点が続いた流れを受けて、農業の現場、とくにミクロな課題から北海道の食を考えたいと思います。

私は神奈川県横浜の出身で、大学時代に農業に興味を持ち、各地の農家を訪ねたり地域商社

で農産物の販売に携わってきました。北海道大学大学院に進んでからはライターとして農業、食料問題を執筆し、そのご縁で今回の冊子にも参加しました。

北海道は、日本最大の「食糧基地」です。小麦、馬鈴薯、肉牛など多くの作物で全国一の生産量を誇ります。しかし、その北海道農業も決して安泰ではありません。2022年のロシアによるウクライナ侵攻以降、肥料・飼料価格が急騰し、農業物価指数は2020年を100とすると近年は120前後で推移しています。生産現場の負担は明らかに増えています。「北海道は大規模だから大丈夫」という声もありますが、必ずしもそうではありません。米の生産コストは規模拡大で確かに下がりますが、畜産、とくに乳牛や肉牛では規模が大きくなってもコストが劇的には下がりにくいです。背景にあるのは、日本の飼料自給率の低さ、とくに濃厚飼料が13%程度しか自給できていないという構造です。北海

道も例外ではなく、肉用牛の飼料自給率は2割程度にすぎません。国際情勢や気候変動が続けば、北海道農業も大きなダメージを受けかねません。こうしたなか、安定的な食材供給を考えるうえで鍵になるのが、「その土地にある資源で完結する農業」の可能性です。事例の一つとして、黒松内町の「グラッドニー牧場」を紹介します。

グラッドニー牧場は、米国オクラホマ州で牧場経営をしていたティム・ジョーンズさんと日本人の森塚千絵さん夫妻が2019年に移住し、2020年に就農しました。彼らが手がけたのは、約81haの耕作放棄地。背丈の高い外来植物「オオハンゴンソウ」が繁茂し、通常の放牧では牛が草を食べないような土地でした。

ここで用いたのが「ストリップグレーディング」という放牧法です。牧草地を電気柵で細かく区切り、一つの区画に牛を短期間だけ入れて草を食べさせ、次の区画へ移す。元の区画には、牛が残した糞が土に入り、虫が分解し、その栄養で牧草が再生します。これを繰り返すことで、除草剤を使わずとも雑草地が豊かな牧草地へ変わっていきます。実際、数年で耕作放棄地の風景は目に見えて改善しました。さらに冬も牛を屋外に出して、刈り取っておいた乾草を雪上に置きながら放牧を続けることで、土地への栄養循環を止めません。まさに「牛の力だけで土地を再生する」取り組みが進んでいます。

課題はその肉の評価です。濃厚飼料を多給する従来の和牛とは異なり、草だけで育つグラッドニー牧場の牛肉は赤身が強く、脂が少なく、草の臭いが感じられる肉です。一般の消費者の嗜好とは大きく異なるため、そのままでは「おいしくない」と受け取られる可能性があります。同様の例として、様似町の駒谷牧場「ジビーフ」がありますが、こちらは滋賀県の精肉店「サカエヤ」が高度な「手当^{※1}」の技術で価値を引き出しています。ただ、グラッドニー牧場では「地元で育てた肉を地元で食べてもらう」という地産地消の理念から、熟成などによる高級化には踏み込みません。ま

ずはハンバーグなど加工品から始め、徐々に部位販売に挑戦しています。

このような「持続可能な牛肉」が広がるために重要なのは、ただ生産者が努力するだけでは不十分で、食材の特徴を理解し、おいしさを引き出せる料理人の存在と、その価値を受け入れる消費者の市場が欠かせないという点です。

北海道には、自然資源を活かした持続可能な農業のロールモデルを生み出す土壌があります。それを道内で確立し、本州へ、全国へ示していくことが、「人を呼ぶ北海道の食」の大きな可能性だと考えています。

パネルディスカッション

「北海道の食：さらなる可能性と課題」

<コーディネーター>

平本 健太 氏（北海道大学大学院経済学研究院 教授）

<パネリスト>

齋藤 壽 氏（料理通信顧問）

深江 園子 氏（オフィスYT代表）

市村 敏伸 氏（農と食のライター）

平本 北海道の食は、「ポテンシャルは高いけれど、どう活かすかが課題」だと言われています。そこを、専門的な視点と現場の感覚から、掘り下げていければと思います。

深江 海外では、辺境の地にあっても成功しているオーベルジュが多く、「ルレ・エ・シャトー^{※2}」に加盟しているレストランなどは、日本と違い人手不足の問題もあまり感じません。日本との違いはどこにありますか？

齋藤 フランスで誕生した「ルレ・エ・シャトー」は歴史的に「簡素な宿(ルレ)」と「豪華な施設(シャトー)」を包含する組織ですが、オーベルジュとして評価されるのは、設備の整った「シャトー」寄りのところが多いです。交通の便よりも「地域の一番手の施設」であ



※2 ルレ・エ・シャトー (Relais & Châteaux)

1954年にフランスで発足された、一流のホテル、レストランで構成される世界的な非営利会員組織。創業当時より、厳格な審査をクリアしたホテルとレストランのみに加盟を認めている。現在、世界66ヶ国、約560のホテルとレストランが加盟している。日本では、20軒のホテルとレストランが加盟している。

※1 手当

熟成や温度管理、冷蔵庫の種類、包装の仕方、肉の状態に合わせて下処理と保存のことで、内容は何百通りもあると言われている。中でも熟成については、全国に名を轟かせる技術を持っている。

ること、「料理人が高度な工夫」をしていることが評価の基準になっています。最も不便な立地の代表例は、オーベルジュの「ミッシェル・ゲラール」です。スペイン国境近くの湯治場に拠点を移し、世界的な名声を確立しました。不便さを超える価値があれば、人は、食べに来るといった典型的な例です。

深江 人手不足や季節変動の悩みを振り切るほどの「圧倒的価値」があるということですか？

齋藤 すべてが順風満帆ではありません。「ミッシェル・ゲラール」も当初は粗末な宿泊施設でした。マツカリーナも予算に限られ、部屋の遮音問題など多くの苦労がありました。日本のオーベルジュは、現実的な制約と戦っている面もあります。

深江 農林水産省の政策「みどりの食料システム戦略」にも見られるとおり、黒松内のように「地元で完結したい」という生産者が増えています。しかし供給量が地元需要を超える場合、どのように価値を高められるのですか？

市村 グラッドニー牧場の放草肥育のアンガス牛は、赤身主体で、一般の格付けでは高評価になりません。札幌のような大きな市場で、料理人が「どう美味しく扱うか」を示すことが、価値を高める鍵だと思います。同様に、熊本や高知の褐毛和種、通称「あかうし」と呼ばれる和牛は長年過小評価されていましたが、高知県では、独自規格「TRB規格」を作り、再評価を進めています。北海道でも「新しい評価基準づくり」が重要だと思います。

齋藤 「サカエヤ」の新保さんがやっているジビーフは食べられましたか？

市村 食べました。赤身ですが、アミノ酸が出て美味しく食べられるのは、完全に「サカエヤ」の仕事と、元々のジビーフのポテンシャルの相乗効果です。「サカエヤ」なしには、ここまで評価はされていないと思います。

齋藤 「サカエヤ」新保さんは、肉に新しい命を吹き込む「手当て」が評価を押し上げていますが、「手当て

でできる人材」を全国で増やす必要があります。昔はホテルにも肉を扱うブッチャーがいて、料理人の肉への感度が高かったです。今は、「特別な人だけができる仕事」のように語られている点に違和感があります。

市村 札幌では、食材の価値を高める肉屋の取り組みはどの程度ありますか？

深江 専門肉店による高度な手当ては多くありません。料理人自身が別の冷蔵庫を用意して熟成環境を整え、工夫して扱うケースが多いです。また、乳牛の「引退牛」を丸ごと買い、SNSでストーリー込みで伝えながら提供するシェフも増えています。技術とコミュニケーション力が価値を生んでいます。

齋藤 最近、「ガストロノミーツーリズム」「ローカルガストロノミー」といった言葉だけが一人歩きしていると感じます。例えば「サスエ前田」や「サカエヤ」は確かに卓越した職人ですが、京都では昔から料理人が同等の仕事をしてきました。知らない人に「特別視」を植え付ける語りが増えている点は気になります。

深江 背景には、わかりやすさ優先の言葉が過剰になり、実態とのギャップが生まれることがあります。一方で、昔より衛生基準が厳しくなり、肉は捌いて部位ごとにパックされて厨房に届くようになり、一頭の家畜を余さず使うといった技術の出番が減っています。食の安全は最優先ですが、シェフたちにとっては、それが技術継承の断絶にもつながっていると思います。

市村 「エシカル（倫理的な）」という言葉の意味は広いですが、オーベルジュにおける「倫理性」はどの側面が重要だと思いますか？

深江 究極的には「まちの存続」です。奥尻ワイナリーを取材した際、社長の菅川さんが第一に挙げたのは「島が消えないこと」「学校と仕事を守ること」でした。オーベルジュも同じで、地域で雇用を生み、外の人を呼び、まちを存続させる存在になると思います。

齋藤 ヨーロッパでも、AOC^{*3}からAOP^{*4}へと制度が変わり、「地域の持続可能性」が重要視されるようになりました。ただ一方で、衛生基準の強化により、

※3 AOC（アペラシオン・ドリジューヌ・コントロール）フランスの農業製品、フランスワイン、チーズ、バターなどに対して与えられる認証で、製造過程および最終的な品質評価において、特定の条件を満たしたものにのみ付与される品質保証。日本語では「原産地呼称統制」。

※4 AOP（アペラシオン・サンテ・ミリオン・プロテジェ）AOCと同様、2008年に設けられたEU共通の制度。

伝統的な製法が制限されるケースも増えています。フォアグラなどは「残酷」というイメージが一人歩きし、文化が歪められている面もあります。

深江 動物福祉の考え方により畜産業も変化しています。これも一面的でなく、伝統技術、産業としての側面も同時に理解される必要があります。

平本 北海道の課題について、乗り越えるべき問題点として、どのような点が挙げられるでしょうか。

齋藤 富裕層を呼び込むという点では、宿泊施設の弱さが大きいと思います。北海道は景観の魅力が非常に大きい地域ですから、料理とは別に、宿泊の快適さをどう高めるかは重要だと思います。

深江 宿泊業界は今、「一つの施設で全部を満たす」のが難しい時代です。だからこそ、「後継者同士が横に連携」し、「地域全体で面々で戦う」ことが必要になってきています。これが課題であると同時に、北海道の強みになり得るとも感じています。

平本 最後に、こうした課題を乗り越えるために必要なポイントを、一言ずつお願いします。

齋藤 フランスのレジス・マルコンのレストランに義理の息子を連れて行った際、かつて寒村だった村が、料理学校や土産店まで建っていて、見違えるようになっていました。彼は「料理が村をつくる」ことに衝撃を受けていました。人とコミュニティ、行政が一体となった「熱意」こそが地域を変える力になると思います。

深江 私も「情熱」に賛成です。加えて、地域の誰もが賛同しやすいのが教育です。例えば、小学校の給食にエシカルな食材を使えば、産地の支援にもなり、教育にもつながります。食と農と教育の連携プラットフォームが「シヨクミラ」のように、食・農・教育の

連携が北海道にも生まれています。

市村 私は農業の立場から、農業を持続可能性の危機から立て直すことが、北海道の食の未来に直結すると考えています。そのためには、消費者が動くことが重要です。人が動くには「美味しい」が必要です。だからこそ、農業と料理人のコラボレーションが不可欠だと思います。

平本 北海道の食が持つ高い潜在力と、その活用に向けた課題が改めて浮き彫りになりました。広大な自然環境と豊かな食材に恵まれた北海道は、国内外の観光客を惹きつける高い力を備えています。しかし、その価値は市場構造、人材不足、評価基準の偏りなど複合的な要因により十分に発揮されていないのが現状です。特に、オーベルジュを核としたガストロノミーツーリズムの可能性については、地域の文化や景観と結びつくことで新たな魅力を創出できる一方、持続的な運営を支える人材確保や地域内連携が大きな課題となっています。また、赤身肉やグラスフェッドビーフといった新たな価値観に基づく畜産の取り組みは、従来の格付け制度との不整合により正当に評価されにくい状況にあり、食材の価値を地域自らの手で再定義する必要性が示されました。さらに、食材の魅力を最大限に引き出す料理人や加工者の技術・知識が継承されにくくなっている点も深刻です。

北海道が持続的な食文化を形成するためには、生産・加工・流通・調理・観光の各段階が密接に連携し、地域の価値を一貫して伝える体制の構築が不可欠です。北海道は、自らの強みを再確認し、その価値を国内外へ発信する戦略を構築することで、食を通じた地域の未来創造に大きく前進できるとの認識ができたシンポジウムになりました。

※ 本稿は、北海道大学大学院経済学研究院地域経済経営ネットワーク研究センターと一般財団法人北海道開発協会との共同開催シンポジウム『『人を呼ぶ北海道の食』 発刊記念 北海道の食を考えるー魅力・課題・そして可能性ー』における開催概要であり、『地域経済経営ネットワーク研究センター年報』にも関連記事が掲載されています。

