

実録「焼うどん物語」

「主任、お客様が新幹線の出発時間までの1時間で、小倉らしいものを食べたいとおっしゃっているんですが…」

当時、小倉のホテルで、企画広報の担当をしていた竹中の元にはしばしばフロントからこのような連絡が入っていた。

鉄の街、工業の街、北九州のホテルに泊まる宿泊者は、その多くが観光ではなく、出張の来訪者だ。それでも、限られた時間の中でその地方の味や名物に出くわしたいと願うのは常である。

『と言ってもなあ…小倉牛は売ってる所限られてるし、合馬の筍は季節物だし、玄海の魚は旨いけど、旦那に行ってもすぐ食べれるってんでもないし。あ！そうだ！焼うどんがある！発祥の街で食べたといえやお土産話にもなるし。よし！』

こうして、小倉発祥の焼うどんを世に出したいという思いは深まっていった。しかしながら、当時、小倉が焼うどんの発祥の街であることを知っている者は地元でも決して多くは無かった。

『どうにか世に出すことは出来ないか…、ん、北九州博覧祭？全国から人が集まってくる。そうだこれだ！』

2001年に北九州に於いて、北九州博覧祭が行われる運びとなった。100万都市全体を上げての一大イベント、博覧祭実行委員会から北九州青年みらい塾にイベントの協力依頼があった。

北九州青年みらい塾とは、1994年から北九州市教育委員会の事業として青年の社会活動への参加促進や青年団体の育成を図ることを目的にスタートした取り組みである。この事業は1998年までに高い評価を受けながらも惜しまれながら終了したが、翌1999年に、より元気な街北九州を目指そうと有志が集まり、街の活性化に取り組むため再結成された任意の団体である。

博覧祭当時、現在の焼うどん研究所の所長である竹中や事務局長である向井（旧姓渡辺）をはじめ多くの意欲あるものが所属していた。



実録 「焼うどん物語」

『せっかく全国から人の集まる一大イベントだから北九州の食の文化である焼うどんを活用したイベントをやろう!』

と、この意見に賛同したみらい塾メンバーが企画書を作成し、博覧祭実行委員会に持ち込んだ。

「焼うどんね～～。焼うどんじゃあ人集まんないでしょ。」

また協力を願おうとしたとある団体では、

「ふーん焼うどんですか？まあ、頑張って、焼うどんで竹中君の銅像が出来たらいいんじゃない、頑張ってね。」

とまあこんな感じでスタートした。しかし、こんなことでくじけるみらい塾のメンバーで無かった。博覧祭会場は無理でもイベントは出来る！街なかでやろう。

ということで、2001年10月「焼きうどんバトル～発祥の地の名にかけて～」小倉の中心部で開催された。一般にレシピを募り、選考された出場者の中で誰が作る焼きうどんが一番おいしいかを競うイベントである。予想以上に応募が集まり、予想以上にイベントが盛り上がり、予想以上に地元媒体に取り上げられた。地元の反応も大きかった。焼うどんじゃあ…と言っていたお歴々の評価も変わった。今ではもっとも協力的応援者となった。

焼きうどんに対する認知度や評価は、多少上がったが、まだまだ飛躍するには至らない。かわりにみらい塾には責任が生まれた。このイベントを契機にみらい塾内に「小倉焼きうどん研究所」が生まれ、積極的に焼きうどんを活用した街づくりに取り組むことになった。小倉の街で、すでに行なわれていた冬の一大イベント「食市食座」に参加し、焼きうどんマップの作成やちびっ子焼きうどんバトルなるイベント等を行なった。

焼きうどん研究所に対する期待は強まり、責任感を持ったメンバーは、更なる飛躍に矛先を向けることになった。

『また、何か大きなイベントをやろう!! 何がいいものか…』

2002年この年は、小倉城築城400年にあたる年であった。



実録「焼うどん物語」

おりしもNHKの大河ドラマで「武蔵～MUSASHI～」が放映されていた。北九州市は源平の合戦の舞台となった壇ノ浦を抱える。

『そうだ、小倉城でイベントをしよう！築城 年に因んで、400人のひとに焼うどんを食べてもらおう！』

「北九州ほど、決闘や合戦という言葉が似合う街はない！

どこかと戦わせるってのはどう？」『焼うどんの永遠のライバルといえば焼きそばやろ、焼きそばといえば、いま静岡県の富士宮焼きそばがなんだか人気があるみたい、富士宮に来てもらうってのはどう？』

ほとんどノリでの会話の中、ばかばかしくもイベントの方向性が固まった、とはいえそのとき先駆的に食でまちおこしを成功させていた富士宮さんが、こんな九州くんだりまで来てくれるわけないと思っていた。…が来てくれた。二つ返事でOKだった。

『こんな名も知れない焼うどんのために、しかも九州までどんな人達なんだ。』

と、思ったが後ほど富士宮焼きそば学会の渡辺会長とお会いして、

『あ…、変な人だ。この人なら来るだろうな。』と納得した。せっかくだから何かこのイベントにいいネーミングは無いものか…。いつもは寡黙なメンバーの一人がつぶやいた。

「天下分け麺の戦い…」

親父ギャグかよ!という意見もあったが前出の富士宮の渡辺会長曰く「親父ギャグほどまちづくりにとって大事なものは無い」という言葉を聞いたとき、自分たちの選択は間違っていないと確信した。

こうして後のB-1グランプリの起点とされるイベント「焼う

どんバトル～天下分け麺の戦い～」が開催された。

結果は凄かった。

と書くと良く分からないが、まあ、ひとことで言うとそういうことだ。



実録「焼うどん物語」

勝敗はともかく、イベントの盛り上がりが凄かった。小倉城の天守閣前にこれだけの人が集まったのを見たことがなかった。イベントの盛り上がり以上にマスコミの取り上げられ方が凄かった。

地元新聞の告知報道を機にYAHOO!のトピックスで取り上げられ、それを発端として、中央の電波媒体各社が取り扱ってくれることになった。キー局のワイドショー4番組に特集が組まれるほどのイベントとなった。

かくして、小倉発祥焼うどんが一定の認知をされることとなった。

しかし、ここまでは、まだ始まりに過ぎない。

2002年（平成14年）10月に行われた「焼うどんバトル～天下分け麺の戦い～」以降、焼うどん研究所員の誰も予測し得なかった怒涛の展開をみせることとなる。地元をはじめ、全国各地のイベントや百貨店催事などの出店依頼、雑誌の特集の取材依頼、コンビニエンスストアや食品メーカーからの商品開発の監修依頼、他都市の自治体やまちづくり団体からの現地視察の受け入れ・講師依頼…。母体であった北九州青年みらい塾からも距離を置き、独自の活動を続けることとなった。

メンバーは焼うどんを生業にしているわけではない。それぞれ、別の仕事を持ち、中には学生や主婦も居る。限られた時間や制約多い環境下で、多くの期待や責任を果たすことに追われる日々が続いた。目の前に置かれた状況だけをこなし続けてゆく中で、メンバーの中には行くあてのない活動にどこか虚無感に似たものを感じてきていた。

「自分たちはどこに向かうのか…」

そんな折、我々のもとに青森から一通の手紙が届いた。

”第1回B-1グランプリ八戸大会 参加のご案内”

『なんじゃこれは？へー全国のB級グルメを集めてNo1を決め

る？B級っていわれてもなあ～、どう思う？』

「でも、八戸ってどこにあるん？青森？まあ、人生において、

二度と行くことないやろうね…よし行こう！！」



実録 「焼うどん物語」

てな感じで深くも考えず、参加申込書に必要事項を記入して返送した。すぐに八戸の実行委員会から連絡が届いた。

「ありがとうございます！小倉焼うどんさんが一番最初に返事をくれました！なかなか返事が来なくて困っていたので大変心強いです！」

感謝されるのは悪い気はしないが、参加依頼が届いて2週間たっても参加申込が無い状況…。

「大丈夫なのか。」自分たちの選択は正しかったのか、不安になった。

2006年（平成18年）2月、イベント当日を迎えた。結局、全国から物事を深く考えない、変わった代表のいる10の団体が極寒の青森の地に集まった。

そもそも主催者団体が提供する八戸せんべい汁自体が変である。しょうゆ出汁の素朴な吸い物に固いせんべいを入れ、ふやかして食べるなど、普通誰がそんな食べ方をするのか…が、実際食べるとかなり旨い。確かに典型的なB級グルメである。参加してひとつ気付いたことがある。10の団体それぞれが熱い思いを持っている。向かうべきベクトルも近い。ただ私たちとは大きく異なる点がある。

若さと組織の構成である。当時私たちメンバーの平均年齢は30代前半、最年長者でさえ38歳といったところ。周りの団体を見渡せば多くが4～60代中心のメンバーだ。また母体となる組織も公的な団体が多い、自治体の観光課、観光協会、コンベンションビューロー、商工会議所、商業連合会、青年会議所など。NPO団体、しかも法人格を持っていない任意団体での参加は私たちぐらいなものだ。周りが異なっているのではなく、私たちが異なっていたのだ。

これは後に、多くのメリット・デメリットを生むことになる。そのことは後述することにする。

ご存知の方も多いと思うが、イベントは大成功！屋内で行ったにもかかわらず2万人もの動員を数えた。その模様はマスコミにより広く発信され大きな反響となった。しかし、イベントの成功以上に八戸では大きな収穫を得ることが出来た。全国で、ご当地の食文化でまちの活性化を図ろうとする、同じ目的を



実録 「焼うどん物語」

持った団体とのネットワークを構築することができたのだ。このことは、今後の焼うどんの活動においても、様々な可能性の拡大につながるものに思えた。いつしかメンバーの虚無感もその可能性に対する期待感に変わっていった。

B-1グランプリ。とんでもないイベントである。第1回目の八戸大会以降、毎年1回行われることになった。第2回富士宮大会では23万人、第3回久留米大会では23万3000人、第4回横手大会では最大の26万人の動員実績を残した。おそらく今年秋に行われる神奈川県厚木市で行われる第5回大会は、初めての首都圏開催ということもあり、想像を絶する大会になることであろう。このB-1グランプリを筆頭に全国各地で同じようなイベントが行われる様になった。テレビからはB級グルメ、ご当地グルメなどという言葉があふれ出ている。スーパーやコンビニにはご当地グルメ商品が並んでいる。

B-1グランプリに端を発したネットワークは愛Bリーグ（正式名：B級ご当地グルメでまちおこし団体連絡協議会）という連絡協議会となり、小倉焼うどん研究所からは、私も監事として就任する形でこの協議会に参加している。当初10団体でスタートしたが、2010年3月現時点では47団体を抱える全国組織となった。おそらくこの数はこれから数年毎年増え続けていくことになるであろう。

「焼うどんバトル～天下分け麺の戦い～」で対戦した静岡県富士宮市の富士宮やきそば、いわずと知れたご当地グルメ界の代表格であるが、この富士宮やきそばの経済効果は絶大である。2001年から2006年にかけての6年間で、富士宮やきそばが街にもたらした金額は217億円に上ると言われている。第三回B-1グランプリで優勝した厚木シロコロホルモンにいたっては、優勝後1年間で60億規模の経済効果が計上されている。

ご当地グルメは今まさにブームであると言えよう。ブームは必ず終焉を迎えるものであるが、ただ上記のことからも、その時期はまだまだ見えてくる気配は無い。

このブームという社会現状の中で小倉焼うどん研究所はどこに向かうのか。



実録「焼うどん物語」

今回は八戸からの連絡を待つわけにはいかない。

自らの手で道を切り開いていかなければならないときを迎えているのだ。

小倉焼うどん研究所には、ひとつの大きな目標がある。

B-1グランプリの本大会を近い将来必ず北九州の地で行う。このことはあくまでひとつの目標である。

目的ではない。

目的のための手段である。

大きな目標であるが、現実味を帯びてきた。おそらく何年後かには全国から何十万人の方がこの北九州の地、勝山公園大芝生広場に訪れることになるであろう。

今、これを迎える秘策を着々と練り、実行に移してきている。その取り組みについて、その先にある小倉焼うどん研究所の真の目的とは何か？今年3月27日28日と勝山公園大芝生広場にて、第2回「小倉BQ食キング」が開催された。全国のご当地グルメ20店舗を集め行われたこのイベントで、会場は両日あわせて5万人の来場者で賑わった。もちろん小倉焼うどん研究所も出店したが、出店のみならず実行委員の中心として第1回大会から運営面で携わっている。これは、このイベント自体によって、まちの賑わいを創出することが目的ではあるが、小倉焼うどん研究所としてはその先の目標のためのいわばステップであると思っている。それはいわずと知れた「B-1グランプリ」本大会の誘致である。先にも述べたが今年度は神奈川県厚木市での開催が決まっている。来年は兵庫県姫路市での開催が内定している。

その次の年2012年にこの北九州の地での開催を虎視眈々と狙っており、BQ食キングの成功を実績に現在ロビー活動を行っている。おそらく近いうちに正式にこの小倉の地が開催地に選ばれたことをご報告できることになるであろうと思う。

2001年より焼うどんを通してまちのにぎわいづくりをはかってきた私たち小倉焼うどん研究所の活動も今年で足掛け10年に



実録 「焼うどん物語」

なる。焼うどん研究所が活動する以前に比べれば、多少なりとも小倉が焼うどんの発祥の地であることが知られてきているという自負はある。しかし、本来の目的である、焼うどんを北九州の資源として位置づけ、これを活用し、このまちの活性化をはかるという目的は、決して満足できる結果にいたってはいない。

それは昨今のご当地グルメブームの流れに乗っている他の都市の状況を見ても伺える。

理由はいくつかある。

食べ物に限らず、地域ブランドというものを構築するには、四つのポイントが挙げられるという。

- オリジナリティ（そのものらしさ）
- ブランドアイディア（仕掛け作り）
- 内部的信頼
- 持続性の維持

〈オリジナリティ〉

ずばりそのものらしさである。とってつけたいわゆる開発型の製品じゃなく発掘型、ナンバーワンじゃなくオンリーワンであるということ。焼うどんの場合「発祥の地」という確固たるオリジナリティを兼ね備えているといえる。

〈ブランドアイディア〉

オリジナリティのあるものをいかにわかりやすく表に出してゆくかの仕掛け作りである。



実録 「焼うどん物語」

この点は焼うどんの場合、イベント展開・B-1グランプリの積極参加など比較的うまく行っているのではないかと思われる。そして、B-1グランプリの開催こそが、今後の展開の大きな起爆剤になるといえよう。

問題は残りの二つである。

〈内部的信頼〉

市民の意識をどうひきつけるか…。焼うどんという食べ物、どうも扱いにくい。まず焼うどん屋さんというものが存在しにくい。お好み焼き屋・居酒屋・近所のたこ焼き屋等のしかも焼きそばに隠れたサブメニューである。外食メニューというよりコンビニで買ってきて家で食べる。または冷蔵庫に余っているうどんの麺を炒めて食べるどちらかという中食メニューなのである。ゆえに、発祥の地小倉といえども、この味が焼うどんの味だ！といえる味が確立出来ているわけではない。逆に言えば統一した味がないバラエティに統一した調理ができるのが焼うどんの魅力であるともいえるのだが、このことが内外に「小倉焼うどん」というものを認識させることが難しい理由になっている。小倉焼うどん研究所ではそのことを打破するために焼うどんの定義というものを作った。

これは発祥のお店の焼うどんを尊重して設けたものだが、この定義でさえ万人が納得し市民の理解を得られるものではない。

何とかうまくこの小倉の食文化を広く浸透させる手段はないものか…。小倉焼うどん研究所は研究所という名に恥じぬよう日々おいしい焼うどんを研究している…つもりである。統一した味を作り出せなくてもおいしい焼うどんの作り方を広めることはできるのでは？ということで、今年はひとつ新たな取り組みを始めた。

ものづくりの街にふさわしく焼うどんの作り手を広げようという事業「焼うどんう・マイスター」の育成事業である。聞いたところによると北九州市の事業で「北九州マイスター」と



実録 「焼うどん物語」

いうものがあるらしいが、まったく意識したものではない。

募集チラシが瓜二つらしいが…偶然そうだったということにしておく。

とにかく焼うどんを作りたいという人がどれほど集まるか不安もあったが、今年の1月に事業をはじめ、市政だよりで募集したところ数日で50件ほどの問い合わせがあった。当初20名も集まればと見込んでいたため慌てて募集を締め切り、結局30名にしばらく事業をスタートさせた。講義・実習・イベント参加というカリキュラムを経て最終的に24名の方にマイスターの称号を授与することになった。

このマイスター事業を通して得たものは大きい。私たちの予想以上に食に対して、焼うどんに対して、市民の関心が高いことが感じられた。参加された方々の年齢層も幅広く、大変積極的な姿勢で、こちらが圧倒されるくらいであった。

今まで行ってきた取り組みに対して自身にも繋がった。今後、広く市民を、さらには提供者であるお店を巻き込む展開を行っていかねばならないと感じた。

〈永続性の維持〉

小倉焼うどん研究所は、法人格を持たないNPO団体である。何の母体も持たない脆弱な組織だ。

メンバーの年齢もおおむね30代を中心とした比較的若い集まりである。

それゆえに瞬発力や機動力など行動力はあるが、経済力や社会的な信用度は持ち合わせていない。

このことは今までの活動の中でも大きなデメリットであった。

ただ10年がんばってきたせいか、いい意味での既得権が生まれてきているように思える。当初聞こえていた「焼うどんなんて…」という言葉は聞こえなくなっ

てきた。「民間でできることは民間で」といっていた行政も積

極的にかかわってくれるようになってきた。



ご当地グルメ。これはひとつのブームなのかもしれない。

実録 「焼うどん物語」

ブームはいずれ終息を向かえることになるものである。しかし、焼うどんは無くなることはない。地域ブランドに「持続性の維持」は不可欠である。小倉焼うどん研究所がある限り、この「持続性の維持」は、保たれる。では、小倉焼うどん研究所が無くなったらどうなるのか？それは、小倉焼うどん研究所がなくても、自然と多くの人々が北九州のまちに焼うどんを楽しみに来てくれるようになったときであり、市民の意識の中に小倉が焼うどんの生まれたまちであるという認識がなされたときである。「小倉焼うどん研究所の目的は？」と聞かれたら「それは小倉焼うどん研究所がなくなることです。」と、答えるようにしている。

「小倉といえば焼うどんやね！小倉のホテルに焼うどんを食べに泊まりに行こう！」

そう言ってもらえる日が来るまで…

まだまだ、小倉焼うどん研究所の暗躍は続きそうである

