

食を通じた地域プロモーション「釧路のロングヒットフードブック」制作事業による釧路の食文化における発見

市民団体 クスろ

【事業目的】

北海道の東側にある釧路地域には、豊かな食文化があります。これは沿岸部での漁業が盛んで海鮮市場が近くにあることや、内陸部の広大な酪農地帯における乳製品の出荷も多いことから、食に関する特産物が豊富であることが理由の一つです。また、そういった漁業や酪農、畑作に携わる人々や、釧路地域ならではの産業であった石炭採掘などを背景に暮らす人々の生活に沿った食文化が育まれてきました。

こうした地域特有の食文化は全国各地に存在しますが、素材そのものやメニューなどの形がある「食」ではなく、形のない「食文化」に焦点を当てることは困難であったと考えられます。しかしながら、食文化はそこで暮らしてきた人々の思いや流行、食を提供してきた店やその歴史なども包括し得る地域を語る上では、重要なトピックであると考えられます。また、観光においても口コミやレビューなどが重要視されるように、今後の地域観光においてナラティブ^{*1}の活用は必至であると考え、食のみならずその裏にある背景、つまり食文化を発信していくことが地域プロモーションにつながると考えました。

上記のことから、当団体では釧路地域の食文化を取材・記録し、それを冊子という形にまとめることで、地域住民への釧路の食文化の幅広い周知や、地域教育、観光振興に役立てたいと考えました。

当団体は、釧路地域（釧路市、釧路町、弟子屈町、白糠町、鶴居村、浜中町、厚岸町、標茶町）を拠点に活動しています。現在参画しているメンバーのほとんどが釧路市出身で、本事業では主に釧路市における食文化を取材・記録いたしました。



ロングヒットフードブック

【事業内容】

本事業を開始するきっかけとなった出来事は、学校授業への参加と、クスろへの新メンバー加入でした。まず、学校授業でお話することの多いトピックに、クスろが制作している「クスろのおふざけキーホルダー」があります。その中には釧路地域ならではのメニューをモチーフにしたものがあり、授業を聞いている子どもたちから「他にも釧路ならではの食文化はありますか?」と質問を受ける場面が多いことに気づきました。釧路地域出身の子どもに限ったことではありませんが、自分の地元と他地域を比べる機会がないため、何が特別なことなのかわからないのだと気づきました。また、クスろでは2021年1月頃、釧路地域以外に住んでいるメンバーや、釧路地域以外出身のメンバーが増えました。釧路地域では当たり前であったり、有名なメニューや食文化が、全国的に見るとマイノリティであるということに気づき、釧路地域ならではのメニューや食文化に目を向けるきっかけとなりました。

このような「釧路地域ならではの食、食文化」を総称する言葉として「ロングヒットフード」という定義づけを行い、本事業では、主に2つの取り組みを実施いたしました。「『#釧路フッフッフード』というハッシュタグ^{*2}を用いてのSNS上での発信」と「『ロングヒットフードブック』の制作」です。

当団体では普段から積極的にSNSを活用した情報発信と、SNSを介した情報収集を行っており、本事業でも「#釧路フッフッフード」というハッシュタグを用いて、参画メンバーの思い出のメニューや気になっている食文化に関するトピックを発信しました。

SNSのフォロワーにも「#釧路フッフッフード」のハッシュタグを用いて、「あなたの思い出のメニューは何ですか?」などとテーマを設けて呼びかけることで、クスろのメンバー以外にも事業に参加してもらうことができる状況を作りました。

Twitterでは「#釧路フッフッフード」のハッシュタグがついた投稿は50以上あり、釧路在住者のみなら

*1 語り手自身が紡いでいく物語。

*2 ハッシュタグ「#(ハッシュマーク)」は、SNS上において、キーワードやトピックを分類する投稿タグ。

ず釧路出身者、周辺地域在住者など広範囲での参加者が見られました。また、「あのパフェが^{おい}美味しい喫茶店、何だっけ？」など、現在では閉店した飲食店やもう食べられないメニューの投稿も多く寄せられ、情報交換をしあうような参加者同士のコミュニケーションも発生しました。

2021年12月にクスろがYouTube上で発表した「釧路でなが〜く人気！ロングヒットフード」という動画では、蕎麦は蕎麦でも釧路地域ならではの緑色のお蕎麦や「かしわぬき」とともに蕎麦をいただく食べ方、釧路市中心部の繁華街にいくつかある昔ながらの喫茶店やメパフェ文化を紹介しており、その動画の宣伝効果も相まって「#釧路フッフッフード」「ロングヒットフード」は釧路地域の関係者が多用するハッシュタグ、キーワードになっていきました。

『「ロングヒットフードブック」の制作』では、「#釧路フッフッフード」のハッシュタグや「ロングヒットフード」のキーワードで寄せられた投稿を元に、釧路市内を中心に「食文化」に関する取材を敢行しました。特に、「ザンギ」や「スパカツ」など、すでに知名度も高く釧路のソウルフードとして支持されているメニュー以外に焦点をあて、いわゆる「隠れ名品」とされるようなメニューや、その開発秘話を取材しました。

例えば「スパカツ」が最も有名な泉屋でも、「ミラノ風」や「泉屋風」などの二番手、三番手のイメージがあるメニューを取材したように、「釧路地域に住んでいる人だからこそ選ぶメニュー」を意識した調査を行いました。また、一般に販売されているメニュー以外にも、釧路市の給食オリジナルのメニュー「ちらしスパゲッティ」について、当時の担当者への綿密な取材を行うなど、世代を超えた共通点が見つかるようなメニューを取り上げる



「#釧路フッフッフード」のハッシュタグを用いてSNS上で情報提供を呼びかけた

ことも意識しました。実際に「ちらしスパゲッティ」は60代から現在小学校、中学校に通う子どもたちまで、釧路地域の関係者が給食で食べていたメニューで、SNS上でも「ちらしスパゲッティ懐かしい」という声が上がりました。



ちらしスパゲッティ

釧路外から移住された3名による釧路の食をテーマとした座談会も実施。移住者ならではの目線で釧路地域の食の豊かさ、面白さを語っていただく機会となりました。

本事業は北海道新聞釧路支社と連携をとり、取材協力の体制をとりました。クスろは、若年層向けのインターネットを介した発信が得意である一方、北海道新聞社は新聞というメディアで高齢者層にも情報を届けることができるということで、お互いの強みを活かした取材体制・情報発信の協力を行いました。

取材した内容はクスろメンバーが文章制作を行い、^{ほどこ}デザインを施して製本し、β版として2022年秋に発行しました。

【現状と今後の展開】

現在も「#釧路フッフッフード」のハッシュタグをつけてのSNS発信や、クスろが担当しているコミュニティラジオ番組で情報収集・発信を行っています。釧路地域での学校授業や講演活動でも本事業のことをお伝えしており、「ずっと釧路に住んでいるのに知らなかった」などの声をいただいています。

今後もロングヒットフードの調査や発信を継続していく予定です。現在制作が完了しているβ版は、関係者や釧路地域の教育機関への配布を予定しており、地域住民や観光客への告知を進める予定です。