伊勢原のうまい！をブランドに

～伊勢原うまいもの遺産創造委員会の活動～

市では日本遺産「大山詣り」の認定を契機に、市内の豊富な文化財や観光資源を活用した地域活性化に取り組んでいます。歴史に裏打ちされたこれらの資源を効果的に使い、その価値をさらに高めるため、農業や商業の分野でも活動が進められています。

食を通じて「日本遺産のまち 伊勢原」をPRする活動を紹介します。

問商工観光課☎94－4729

日本遺産：地域の歴史的魅力や特色を通じて日本の文化・伝統を語るストーリーを、文化庁が認定するもの。平成28年4月に「江戸庶民の信仰と行楽の地～巨大な木太刀を担いで「大山詣り」～」が認定されました

JAPAN HERITAGE 日本遺産

日本遺産を広め、生かす

伊勢原うまいもの遺産創造委員会(柏木貞俊会長)は、市内の生産者や商店経営者などが中心となり、平成30年7月に立ち上げられました。

活動の柱は大きく分けて2つ。その一つが商品開発です。伊勢原を訪れた観光客に日本遺産「大山詣り」を知ってもらい、多くの人に広めていくため、地元の農業・産業・食品加工などの強みを生かした新たな名物の開発に取り組んでいます。

また、開発した商品を市内外に発信するのも大事な役割。イベントの開催・出店や市外企業との連携により、地域ブランド「日本遺産のまち 伊勢原うまいものセレクト」の選定品とともにPRを行っています。

日本遺産のまち 伊勢原うまいものセレクト：本市の"美味しいもの"を全国にPRするため、平成30年に誕生した地域ブランド。市ゆかりの土産品や農畜産物、伝統工芸品などが選定されています

新名物をプロデュース ～各店舗の商品開発～

開発の第一段階は、各委員が「プロデューサー」になることから始まります。必要に応じて他の企業・個人と連携し、商品を提案。企画の過程では委員会で意見交換を行い、試作を繰り返しながら具体的な形に練り上げていきます。

例えばこんな商品が

●大山チョコタルト

中には大山特産のきゃらぶきが入っています
Café茶珈(伊勢原1丁目)

●大山詣り豆腐

原料の大豆は伊勢原産のみを使用。パッケージには江戸時代の納め太刀をイメージしたイラストが描かれています
米谷豆腐店(岡崎)

和洋の食材が融合 大山豆腐パン

高森に店を構える「パン酵母シーバー」では、大山とうふを使ったパンが地元住民を中心に評判を呼んでいます。

パン酵母シーバー
椎葉恒春さん(60歳)・**友香子**さん(42歳)

市外のデパートなどの催事に出店する機会が多いので、地元の特徴ある食材を使って伊勢原を盛り上げたいと思っていました。豆腐を選んだのはインパクトがありながらパンとの相性も良いと考えたから。現在は食パンやドーナツなど、4種類に使用しています。

食感はしっとり、ふわふわ

豆腐はそのまま生地に練り込みます。使う割合は食パンが一番大きく、全体の4割ほど。通常よりも食感が柔らかく、しっとりとした口どけになります。一度ハンバーグのつなぎに入れてみたら、いつもよりおいしくできたんですよ。

豆腐を入れると水分が増えるので、柔らかくなりすぎないように試行錯誤しました。初めのうちは膨らまないこともあって。失敗を繰り返して現在の形になりました。

豆腐がつなぐ縁

市内では店舗のほか、農協の直売所などでも販売しています。デパートに出店した際は反響が大きく、店を何度か往復して商品を補充したこともありました。休日は、横浜方面や県外からのお客さんも多いです。

材料を卸してくれる大山の豆腐店の紹介で、最近は大山帰りの人が豆腐パンを目当てに来店されることも増えました。良いつながりができたことが、うれしいですね。

シティプロモーション公認サポーターも務める湧水工房の豆腐を使用しています

市外企業とのコラボレーション ～大山阿夫利246 生乳茶葉～

柏木会長が役員を務める柏木牧場(小稲葉)と、創業280余年の老舗茶舗・茶加藤(伊勢原2丁目)が、横浜銘菓ハーバーでおなじみの「ありあけ」と共同で焼き菓子を開発し、昨年4月から販売を始めました。大山をイメージした形で、表面には大山阿夫利神社と参道を表す刻印が。中のあんには、牧場で搾った生乳とパウダー状の茶葉が練り込まれています。

ブランド名の「大山阿夫利246」は大山詣りの歴史を織り込んだもので、古くから人々の信仰を集める大山と、そこへ向かう大山道の中でも主要な道路として残る国道246号から名付けられました。

株式会社 茶加藤
代表取締役 **加藤宗兵衛**(そうべえ)さん(40歳)

伊勢原みやげの定番を目指して

以前から、伊勢原には「お土産といえば、これ」という物がないと感じていました。ただ、生産から販売まで全て自社で行うのは難しく、作りたくてもできなかった。そんなときに委員会から声がかかり、開発に参加しました。

ありあけさんと共同開発ということで、同社の得意分野である中にあんが入るお菓子を作りました。私たちは原料として、丹沢山系で栽培されている「丹沢大山茶」を提供しています。

ブランド名に込めたストーリー

青年会議所で活動していたころ「納め太刀ウオーク」や「いせはら独楽チャンピオンシップ」の開催にずっと携わっていたので、やはりブランドの軸になるのは大山だと考えていました。生乳茶葉を大山の形にしたり、大山阿夫利神社に奉納したりしたのも、お土産で渡すときに伊勢原の歴史や文化が伝えられるようにするため。ブランドがさらに広がって、背景にあるストーリーが活用できるといいですね。

"らしさ"を考えるきっかけに

何か商品を作っても、市内だけでは広がりません。今後は、市外の人にどんなイメージを与えられるかが重要だと思っています。

今はニーズが多様になる一方、全国どこでも同じ物が買える画一化した社会になっていて、地域の文化のようなものが薄れてしまったと感じます。この商品を通じて、伊勢原のイメージやライフスタイルとは何かを市全体で考えていければと思います。

生乳茶葉(左4個入り、右8個入り)。カットすると山の形がよく分かります

1%の寄付で地元に還元

生乳茶葉の箱に付いているこのマークは、売り上げの一部を市内の文化財に還元している商品であることを表しています。これは年間売り上げの1%を寄付し、文化財の保護や広報活動に役立てる市独自の取り組みです。日本遺産を活用した商品で日本遺産を守り、継承する仕組みづくりを目指し、今後も対象商品を拡大していきます。

1% for ISEHARA HERITAGE　OYAMA MAIRI

7月7日発売！ 新型カキノタネ

ナッツやドライフルーツなどのおつまみを販売する龍屋物産(田中)と、市内に事業所の一部を置く日産自動車がタッグを組み、開発したオリジナルの柿の種。その形は種ではなく、何と車です。

日産歴代の名車23種に大山を加えた形を生み出す金型は同社の総合研究所が技術協力し、同時に複数種類の型抜きができる優れものです。車種ごとの微妙な違いを再現するため、材料の配合も細かく計算されています。

パッケージは、龍屋物産が自動販売機用に作った缶状のケースをもとに、車のドリンクホルダーにも収まる容器を採用。全種類が並ぶメインのデザインのほか、こだわりの車種が描かれたカーマニア向け、手書き風のイラストを重ねたカラフルなものと3種から選べます。ドライブのお供に、どうぞ召し上がれ。

龍屋物産の直売所や駅ナカ クルリンハウスなどで販売されます
※写真はイメージです

まずは、知ってもらうこと ～情報発信の取り組み～

新商品や統一ブランドを作っても、その情報が広がらなければ効果は限られてしまいます。委員会では支援企業のノウハウを生かしながら、市内外へのPR活動を進めています。

「見せる場」の拡大

市内では、昨年3月に「うまいものお披露目会」を、12月に「うまいものステーション」を開催。各店舗が開発した商品を、うまいものセレクトの選定品とともに一堂に販売しました。また柏木牧場の売店内にうまいものセレクトの常設販売コーナーを設け、いつでも選定品が購入できる環境を整えています。

今後は市外のイベントなどにも積極的に出店し、伊勢原ブランドをさらにアピールしていく予定です。

▲うまいものステーション
◀柏木牧場のうまいものセレクト販売コーナー

"買う"から"巡る"へ

～ドライブマップいせはらみち～

うまいものセレクト選定品を中心に、市内の観光名所やお土産に最適なグルメなどを紹介するリーフレットです。今年3月の新東名高速道路・伊勢原大山インターチェンジ開通に合わせて、車で訪れる観光客に地元の魅力を知ってもらおうと作成しました。

映画のポスターのような表紙をめくると、色鮮やかなイラストが散りばめられた地図が現れます。描いたのは、日産テクニカルセンターで車のデザインを担当する社員の皆さんです。

日産自動車株式会社 グローバルデザイン本部
杉野元(げん)さん(46歳・写真左)、**小川真一郎**さん(54歳)

デザイナーのこだわりが満載

会社の地域貢献活動の一環で、私たちが持つデザインの力を活用してもらおうと有志が集まりました。参加したメンバーは、全員が市内在住です。地元をよく知る分、位置関係は特にこだわりました。観光協会の方も交え、アイデアを出し合えたのが楽しかったですね。

イメージは頭に浮かぶ伊勢原。高速道路を中心に、強調したい部分はデフォルメしつつ、地図の機能は失わないように心がけました。イラストは分担して作ったので、そのままではデザイナーごとの癖が出てしまいます。統一するポイントを決め、各自の個性をすり合わせていきました。(杉野さん)

表紙のテーマは「オールスター」

表紙は太田道灌と日向薬師の薬師如来を対角線上に配置し、大山が後ろで見守る構図です。代表的な名所や特産物を入れながら、全体の統一感が崩れないよう注意しました。道灌を描くときは、市役所前の銅像を何度も見に行きましたね。

絵にまとまりが出ず悩んだとき、ひらめいたのがジャポニスムの絵画。掛け軸や浮世絵に着想を得た縦長の作品が多いことを思い出して試してみると、画面に奥行きが出てバランスが良くなったんです。約3カ月、通常の業務をこなしながらの作業でしたが、「楽しい」大変さだったと思います。(小川さん)

伊勢原を見つけて・感じて

伊勢原には歴史や落ち着きを感じます。今回のことがきっかけで初めて三之宮比々多神社を訪れたのですが、すごく気に入ってしまって。長年住んでいても、こんな所があったのかと気付かされました。私のように行きたい場所を見つけてもらえたらうれしいです。(小川さん)

社員にとっても大山は身近な存在です。参道を訪ねて宿坊や石碑などの雰囲気に触れると、この地が長い歴史の上に立っているのだと実感します。車離れが進んでいるといわれますが、このマップと一緒に車で出かけて、旅情を感じてほしいですね。(杉野さん)

駅ナカ クルリンハウスや県内の道の駅などで配布しています