

# 食による観光まちづくりに取り組む「地域バカ」 応援メディア ザ・地域バカ通信

<第1号>  
2014年10月17日配信  
編集発行人 ヒロ中田

## はじめに

皆さん、こんにちは。空飛ぶご当地グルメプロデューサーのヒロ中田です。  
このたび、食による観光まちづくりに取り組む全国各地の「地域バカ」の皆さん向けに、「ザ・地域バカ通信」をメール配信していくことにしました。  
第1号では、デビュー1年で4万食を売り、経済効果2億2000万円を記録した、青森県深浦町の新・ご当地グルメ「深浦マグロステーキ丼」事務局の鈴木マグローさんのインタビュー記事を掲載します。

## 地域バカインタビュー



## 「地域バカとは？」 暴走することです(笑)。

<プロフィール>

鈴木マグロー(42歳) 本名 鈴木治朗  
深浦マグロ料理推進協議会事務局長  
深浦町役場観光課観光戦略係長  
好きな作家は東野圭吾と池井戸潤

Q 鈴木マグローさんが執筆された議員研修誌「地方議会人」2014年9月号の現地報告を読みました。この原稿で一番伝えたいことは何だったのですか？

マグロー：「食」は人を動かす最強の観光資源だということと、「食」でならローカル地域に本当に夢と希望を与えてくれるということ、この2つですね。

Q 深浦の事例は、今や青森県内だけでなく、全国にも知られるようになりました。成功のポイントは何だったのでしょうか？

マグロー：商品力の高さとコストパフォーマンスです。そして何より、プロデューサーのアドバイスやアイデアに耳を傾ける素直さと実行力（ノリ）が、チーム深浦にはあったと思います。



1

Q とは言え、失敗も経験したことと思います。今だから話せる秘話をお聞かせ下さい。

マグロー：まだまだ無名なくせして「花の都・大東京」に憧れて、東京に物販（出店）に出たことですね。散々でした…。人間、調子こいちゃダメですね。

Q 食による観光まちづくりを推進するに当たって、個人として心がけていることは何ですか？

マグロー：日頃から“グルメ評論家”を気取らないことですかね。幸い私は味覚に優れていないかもです。あとは、地場のモノはなんでも美味しいというようにしていますね。

Q 深浦は情報発信に長けているように思います。  
ヒントを教えてください。

マグロー：日頃の発信はフェイスブックしかやっていませんが、必ずリアルな数字や話題を入れるようにしています。あとは、良いニュースほど謙虚に、を心がけています。また、メディアのキーパーソンだと思ったら、疎遠にならないようその人から離れませんね（笑）。

Q 鈴木マグローさんにとって、「地域バカ」とは？

マグロー：暴走することです（笑）。

Q 役場職員、すなわち公務員という立場のメリットとデメリットを教えてください。

マグロー：メリットは、何事も旗を振りやすいことですかね。デメリットは、無いに等しいですね。

Q ローカル地域で、地域バカを増やしていくにはどうすれば良いと思いますか？また鈴木マグローさんが実践していることがあれば教えてください。

マグロー：地域バカ予備軍はだいたい“直観”“感覚”で分かります。そういう人に近づいていきません（笑）。反対に、真逆な人だとわかれば、もちろん絶対に近づいていきません。主観ですが、酒を飲みながらでしかまちづくりを語らない人は、基本信じませんね。

Q 10年後の深浦町をどうしていきたいですか？  
そして、10年後、鈴木マグローさんはどうありたいですか？

マグロー：「深浦マグロ」のブランド化に成功していきたいですし、定着していれば最高ですね。協議会の事務局を次世代に受け継いでもらって、協議会の“顧問”になってみたいですね（笑）。

#### <写真キャプション>

- 1 「深浦マグロステーキ丼」は2013年6月14日デビュー。料理内容は「生でよし！片面焼きもよし！両面焼きもよし！天然の本マグロを三個の小どんぶり楽しんでマグロ尽くしどんぶり御膳」。提供店舗は7店舗。累計食数は6万食を超え、経済効果は3億円を超えた。今も2週間に一度の定例会議は欠かさない。
- 2 「深浦マグロ料理グランプリ2014」は、2014年6月29日(日)に開催。深浦マグロを使った創作ファストフードを11個考案、来場のお客様が審査員となり味を評価してもらうシステム。雨にもかかわらず目標の3000食を販売。地元ラジオ局の公開録音も行い、青森県内では大きな話題となった。グランプリを受賞した「マグカツドッグ」は、来春に新・ご当地ダイクアウトメニューとしてデビューする予定になっている。
- 3 鈴木マグローさんが使っている名刺。まさに、歩く深浦マグロ広告塔。新・ご当地行政マン・鈴木マグローは、数多くのメディア露出に加えて、講演会にも引っ張りだこ！こうした活動に対して、直属の上司(課長)は、彼の味方になり十分理解をしてくれているという。
- 4 新・ご当地みやげ「ザ・深浦マグロカレー」は、2014年8月9日に販売開始。700円(税込)。深浦マグロ(約60g)の美味しさが際立つ、老若男女に好まれるやさしいカレールウに仕上がっている。最初に納品した商品はあっという間に品薄となり、あわてて追加発注を。深浦町内だけでなく、青森空港と青森市の物販施設アスパムでも販売している。
- 5 新・ご当地アイドルの「深浦マグロボーイズ&バックダンサーズ(FMB)」は、深浦町役場に勤める20代前半のイケメンとかわいいギャルの5人組(男2女3)。2014年6月29日にデビュー。地元では「踊る公務員」として人気を呼んでいる。実際のライブ映像はYouTubeにアップされているので、ぜひご覧ください。



2



3



4



5

先日、増田寛也編著「地方消滅～東京一極集中が招く人口急減～」(中公新書)を読んで衝撃を受けました。2040年、全国の896市区町村が消滅可能性都市となり、人口が1万人を切る523市区町村は消滅可能性が高いということです。ぼくのホームと言ってもよい北海道では、147市区町村が消滅可能性都市となり、人口が1万人を切る116市区町村は消滅可能性が高い、と……。北海道の市区町村数188(札幌市は10区としてカウント)なので、実に61.7%の市区町村が消滅する可能性が高いということです。

補足説明をしておきましょう。

「消滅可能性都市」とは、2010年から2040年までの間に「20～39歳の女性人口(若年女性)」が5割以下に減少する市区町村のことを指します。そして、そのうち、2040年時点で人口が1万人を切る市町村を「このままでは消滅可能性が高い」としています。なぜ20～39歳の女性人口に着目するのでしょうか。それは、生まれる子供の95%は20～39歳の女性の出産によるものだからです。つまり、20～39歳という「若年女性人口」が減少する限りは、人口の「再生産力」は低下し続け、総人口の減少に歯止めがかからないというわけです。

さて、青森県深浦町を見てみましょう。

2010年総人口9691人⇒2040年総人口3872人

2010年若年女性人口648人⇒2040年若年女性人口134人

若年女性変化率は-65.7%。これは青森県では4番目です。

2010年9691人だった人口は、2014年9月1日時点で9237人となっています。

そんな環境下で、鈴木マグローさんは、腹を括り、故郷のために、そして子供たちのためにと一念発起し、マグロによる観光まちづくりをスタートさせたのです。彼には、心強いパートナーがいます。深浦マグロ料理推進協議会会長の西崎朋さん(黄金崎不老ふ死温泉社長)です。二人は、中学生以来の親友同士。「ひとりより二人」「二人より三人」…。そう言えば、新・ご当地グルメ第一号「美瑛カレーうどん」も、西森会長&栗原事務局長の二人三脚体制が成功の大きな要因でした。

常々ぼくは「食による観光まちづくりは、10年続いて一人前!」と口にしています。そういう意味では、深浦はスタートして1年4か月しか経っていませんから、本当の勝負はこれからです。今のテンションで継続できるかどうかは、鈴木マグローさんと西崎朋さんの双肩にかかっています。今後の活躍を見守りたいと思います。

(ヒロ中田)

**第1号いかがでしたでしょうか？  
次回をお楽しみに！**

