

## 全国うまいもの交流サロンとして日本中の郷土料理を紹介！

うまいもの交流サロンなみへい(ニュープラネット合同会社、東京都)

### 事業概要

うまいもの交流サロンなみへい(運営会社、ニュープラネット合同会社)は、東京都神田駅から徒歩5分程の路地にあり、全国の郷土料理と食材のPRを通してご当地自慢と地域交流が出来るコミュニティサロンとして知られる。事業は、サロン営業、イベント企画・運営、特産品販売、アンテナショップ・レストラン企画を展開。

「東京から故郷おこし」をコンセプトに、地域活性化を目的に立ち上げられた。当初は、地域活性化に取り組むリーダーの交流サロン機能ももっていたが、2011年から現在のコンセプトに集中し、郷土料理を通して、おいしいもの、珍しいもの、地域食材を全国にPRできる場として運営される。

また、毎夜集まる全国のリーダーの間では交流が生まれ、同郷者の新たなネットワーク構築や集いの場、情報交換の場として、人と人、地方と都会、食材と食材が「つながる場」として機能し、訪れる人々が故郷について語らい、「なみへい」を通して故郷とのつながりに想いを馳せている。



代表の川野氏

### 取組の経緯

代表の川野氏は、1998年から起業家と経営者のネットワークであるNPO法人キープラネット(2002年NPO法人化)を立ち上げ、起業家・経営者を対象としたスキルアップ、交流・情報交換を目的とした講座等に取組んでいた。立ち上げから10年が経過した頃、故郷の青森で講演をした際、農家の女性から「農業ではもう食べていけないから、畑を売って息子のところで暮らそうと思う」という声を聞いた。自分が子どものころの地域は既に壊れ、農家が後継者や収入の問題から農業を継続できず、子を頼り、農家が都会に出ていくことを知り、「このままではふるさとが壊れてしまうのではないかと愕然としたという。

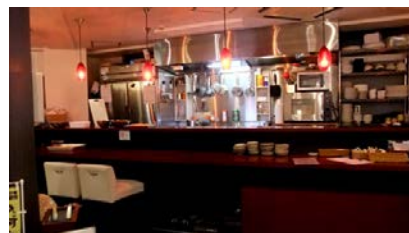
一方で、東京在住の地方出身者との会話では、故郷の親や親せきが高齢になり昔食べていた懐かしい郷土料理が食べられない、という都会の状況にも触れる機会が増えていた。そこで、東京でレストランを貸し切り、郷土料理を食べる食事を開催した。しかし、イベント形式では費用・労力の面で継続的に展開することは難しいことが分かった。NPOの活動も10年目を迎え、次のステップに動き出そうということもあり、2007年11月、川野氏の想いに共感する24名が1,540万円出資し、ニュープラネット合同会社を設立した。そして翌年、東京からの故郷おこし(都市と地方をつなぎ、人と人をつなぎ)、全国のまちづくりリーダーの交流・情報交換の場を目的とした「なみへい」をオープンする。「なみへい」の名前の由来は、スピード・効率・能力を最優先することなく、子どもの頃に見ていた、サザエさんや波平父さんを代表する昭和の時代の優しさと素朴さを、もう一度取り戻したいという願いを込めて命名された。

飲食店の経験もなく始めた店は、多くの人で賑わっていたが、訪れるお客からは飲食店のイロハを指摘される場面も多かったという。悩みながらも続けたことで、徐々に飲食店の経営を理解していった。そして2011年には、コンセプトを見直し、「日本全国のうまいもの交流サロン」と店舗名を改称、「東京から故郷おこし」に集中した経営へとシフトした。

「なみへい」の特徴は、一般の飲食店とは異なり、故郷をキーワードに多様な団体が交流する場づく



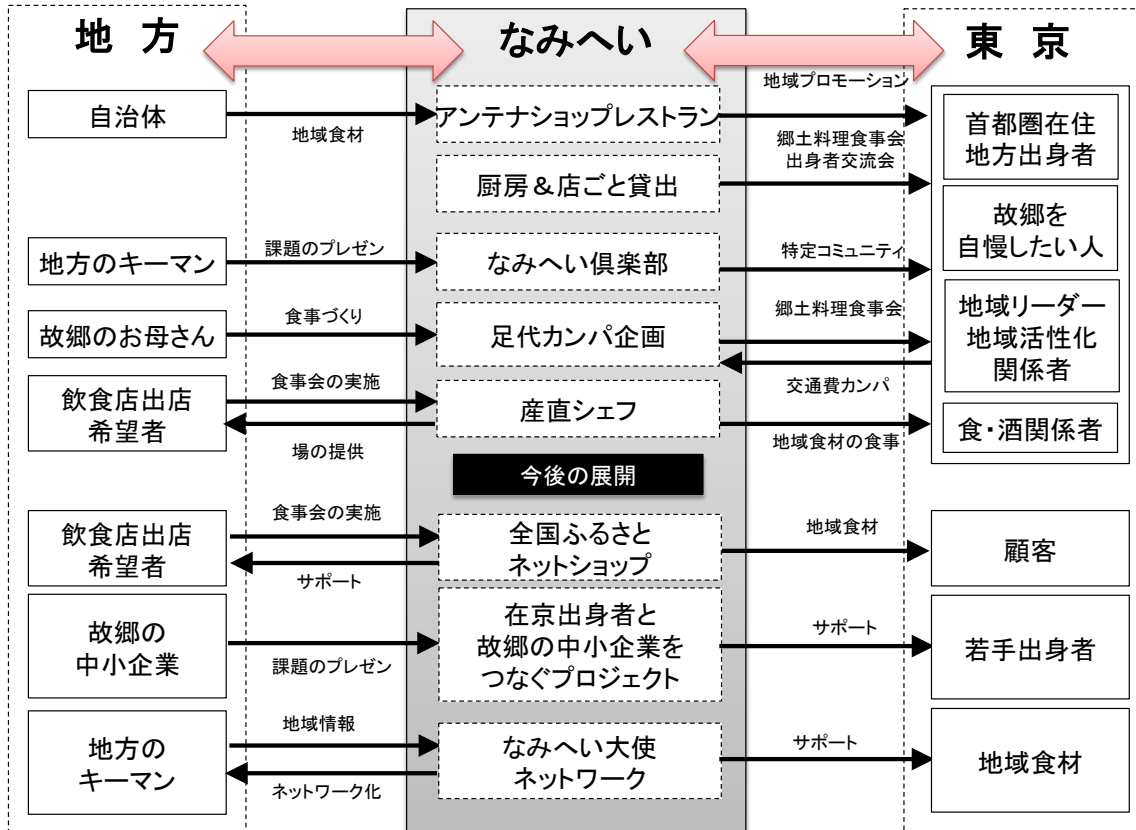
なみへい 店内



なみへい カウンター

【支援機能に特徴】

りがすべての取り組みの軸になっている点である。地方の生産者、地方行政、コミュニティビジネス事業者等が東京の市場や事業者とつながりを作る中間支援機能を発揮する、どこにもない新たな飲食店の形を提示している。



顧客層

- ☆ **東京近郊に在住の地方出身者**  
 東京近郊に住む、地方出身者や県人会など、故郷の料理を味わいたい人や地元の仲間との交流、同郷出身者の世代を超えた交流を目的に利用
- ☆ **故郷の自慢をしたい人**  
 ご当地自慢をしたい人、縁のある地域を応援したい人などが故郷の食材を持ち込んだり、想いを発散する場として利用
- ☆ **都道府県・市町村等の公的機関**  
 都道府県や市町村の観光に携わる担当者が地域プロモーションや地域食材の販路拡大のために利用
- ☆ **地域リーダー・地域活性化関係者**  
 まちづくりや地域づくりに取り組む全国の地域リーダーや地域活性化に興味関心を有する人が情報交換や交流を目的に利用



岩手県西和賀町に伝わる「ビスケットの天ぷら」



山形県米沢市の伝統野菜 雪菜とふすべ漬

## 【支援機能に特徴】

### ☆ 「食」・「酒」関係者

バイヤーズネットワークや日本酒の会等が定期的にイベントを開催

#### 特徴的取り組み

#### ■ アンテナショップ&レストラン

自治体を対象に、地域食材や地域プロモーションを目的に、3か月間の期間限定で以下の取り組みをトータルサポート。

- 地域食材のPRと仕入れ:1ヶ月間、地元食材3~4品を使ったコース料理をなみへいの一般顧客へ提供(約500食以上)するため地域食材を仕入れる
- 地域食材の物販:3ヶ月間、なみへい店内・ECサイトで地域食材を販売
- 地域プロモーション:レインボータウンFM79.2 大江戸放送局「みさよのふるさと自慢味自慢!」へ出演し、地域PR
- 料理人&料理研究者による地域食材のメニュー開発



店内に設置される3か月アンテナショップ

#### ■ なみへい倶楽部

なみへいで知り合った仲間や同じ思いを持つ仲間が集まり、ツアーやイベント、食事会を企画し、楽しむ、登録無料の「なみへい倶楽部」を組織。メンバー限定で海の幸、山の幸、人の幸のスペシャルな情報を届けるほか、日本酒女子部といったコミュニティも形成されている。

#### ■ 厨房&店を丸ごと貸出

厨房と会場を貸切、在京の地方出身者を集めた郷土料理食事会や出身者交流会を開催。主催者側は、料理人、食材を持ち込み、地域の伝統料理を振る舞う。

#### ■ 足代カンパ企画

「自分の生まれ故郷の郷土料理食事会を開催したい」、という思いを抱く地方出身者が、なみへいに故郷の母さんたちを呼ぼう、と「足代カンパ企画」(交通費をカンパ)を実施中。

#### ■ 産直シェフ

地域食材を都会で試してみたい、東京の飲食店を借りて試食会を開催してみたい、という人や組織向けに、厨房を貸し出し。

#### 品揃えの特徴

#### ■ 本物食材で作る本物の郷土料理へのこだわり

食材は地のもので地方から調達。一方で酒類、魚、野菜など常時使う食材に関しては、仕入れを固定。レシピ・味は地方出身者からアドバイスを受け、本物の食材で本物の郷土料理を再現。

#### ■ 顧客からの意見の反映

市町村の地域食材を特集したときに商品メニューの中で店側が良いと判断したものや顧客から好評なものは、アラカルトメニューに追加して定番化。



毎月変わる特産品メニュー



足代カンパ企画

## 【支援機能に特徴】

### ■ 独自の仕入れ基準

扱う商品は、おいしいことを基本としながらも、感動の3条件として次の3点に着目して選択。

- ①生産者に感動する ②食材や郷土料理そのものに感動する ③地域全体の取り組みに感動する

## 今後の展開

### ◆ 日本全国ふるさとネットショップの構築

日本中から、故郷の郷土料理や食材を購入できるようにするためのネットショップを立ち上げる。直売所や道の駅等、地元のリアル店と連携し、送料1個分で、たくさん購入できるような仕組みを作る。

### ◆ 在京若手出身者VS故郷の中小企業を繋ぐプロジェクト作り

首都圏に在住する若手出身者が、自身のふるさとの経済・産業を具体的に仕事を通して強力な連携、サポートするために、中小企業経営者が抱える課題をプレゼンする場と仕組みを東京側で作る。

### ◆ なみへい大使ネットワーク作り

地域再生や活性化に力をいれる地方のキーマンや、地域食材の販路探しを仕事としている人のネットワークを作る。選ばれる人は、なみへいがやろうとしていることを理解し、これまで仕事をしたことのある人、または、故郷のために仕事を通して貢献できる人を「なみへい大使」とし、雇用・移住・観光に力を入れる。

## 成果と課題

- 行動力のある地域リーダーを巻き込み、そのネットワークを活かした集客と繋がり創出。
- 地方出身者が抱える故郷に貢献したいという潜在的ニーズを掘り起し、都市から地方を応援する新しいコンセプトを提案し実現及び継続。
- ✓ 現状、店舗運営に時間が割かれているため、地域を応援するための営業やコーディネートに充てる時間の確保が課題。
- ✓ 地域食材を取りまとめる複数地域のリーダーとの連携構築が必要。
- ✓ 調理や接客など店全般の運営をこなせる人材の確保と育成が急務。
- ✓ 地方との中長期的な取引関係を形成することが課題。
- ✓ 郷土料理を伝承させるため、作り手である地域のお母さんたちとのネットワーク形成。

## ケースのポイント

### ❖ 故郷を想う都会のニーズと力を組織化

在京出身者の故郷を想う気持ちを満たすために、食やイベント、出会いを通じた繋がりを創出し、都会に住む地方出身者の力を結集。

### ❖ 地域リーダーの交流拠点機能

まちづくりに取り組む地域リーダーの交流拠点機能を構築したことで、口コミが広がり、地域リーダーが集まる場として認知度向上。

### ❖ 地域プロモーションを促進

期間限定市町村のためのアンテナショップ・レストランを通じた地域食材と地域のプロモーションを促進。

### ❖ 地域や取引先のニーズに合わせた企画協力

地域や取引先によって違う様々なニーズに応えるため、一緒に考え汗をかく、パートナー意識での販売促進 PR 活動。

## [事業者情報]

代表者名…川野 真理子 設立年月…2007(平成19)年11月 資本金…1,540万円 スタッフ数…4名  
事業規模…非公開 住所…東京都中央区日本橋本石 4-2-6 神田 GMビル 1F TEL…03-6666-5963  
URL…<http://www.namihei5963.com/index.shtml>