

〈2〉餃子のまち宇都宮の 歴史とこれから

協同組合宇都宮餃子会
専務理事兼事務局長 鈴木 章弘

1 餃子のまち宇都宮の誕生

(1) 宇都宮における餃子の歴史

諸説あるが旧満州に出征していた陸軍第14師団の司令部駐屯地が宇都宮にあり、その兵たちが除隊後に宇都宮に帰郷し満州の食文化である餃子を広めたと言われている（写真1）。しかしその方々から餃子店を始めたということは聞いたことがなかった。時を同じくして多くの民間人（医療従事者・農業従事者・鉄道従事者など）も旧満州や北京などへ派遣されており、宇都宮へ帰還し餃子店を始めた者たちがいた。



写真1 宇都宮市内を行軍する陸軍第14師団

出典 協同組合宇都宮餃子会

昭和26年頃には現在のJR宇都宮駅西口の関東自動車車庫付近で初めてメニューに餃子を取り入れたと言われている「宮茶房」、昭和27年頃には宇都宮市役所前の大銀杏下にあった満州式の餃子でお酒のアテとして人気を博した屋台店「蘭鈴」、さらに昭和28年頃には東京の有名中華料理店で修行していたが、大病の家族を支えるため

宇都宮へ戻り江野町に開店した「忠次」など、餃子を提供する店が少しずつ増えていった。この「忠次」は毎日餃子を買うお客さんで行列が出来るほど人気が出たが、「忠次の肉は猫肉を使っている」などという妬みから出た心無い噂話によって客足が途絶え、それを知った店主が怒りわずか数年で閉店してしまった。

その後、「忠次」の成功による導きもあってか、昭和30年代に入り、昭和33年「珉珉（現：宇都宮みんな）」、「味一番」、昭和34年「香蘭」、昭和36年「幸楽」、昭和38年「餃子会館」、昭和40年「中国飯店」、「正嗣」など餃子を主力とした専門店が登場し、いつしか宇都宮市民にとって“餃子”はとても身近な存在となっていく。しかしこれはあくまでも宇都宮市民の生活の一部であって、市外や県外にその地域性を知られることはなかった。

(2) 餃子消費量日本一への気付き

平成2年のこと、宇都宮市役所の中級職員研修で当時広報課にいた塚田哲夫さんを中心とした5人の研修メンバーが行政課題について研究発表するテーマを模索していた。そんな中、リーダーであった塚田さんがたまたま仕事で目にした雑誌で、総務庁（現 総務省）の家計調査項目に昭和62年から「餃子の年間購入額」が新たに加えられ、宇都宮市が日本一餃子を購入している都市だと知った。このことを他の研修メンバーに話したところ研修テーマとして面白いと意見がまとまり、餃子による町おこし「餃子といえば宮餃子」と題し、市民への街頭インタビューなどを行い、喜多方らーめん、佐野らーめんなどの先駆的取組地域への視察などの末、どれほど多くの宇都宮市民が当たり前のように餃子をこよなく愛しているかなど、独自の研究発表を行い市役所内で物議を醸した（写真2）。

しかし彼らは研修の一環として発表するまでが

目的であり、具体的に行動に移すことは計画していなかった。

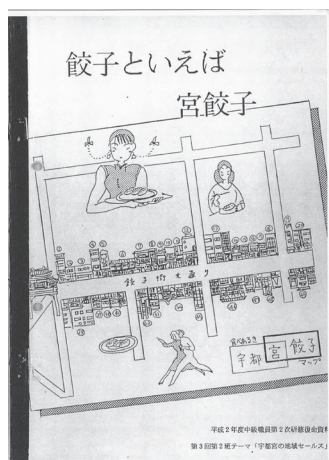


写真2 平成2年度中級職員研修における資料

出典 協同組合宇都宮餃子会

(3) 餃子のまちの幕開け

この研究発表を熱いまなざしで興味を抱いていたのが、平成元年の大谷地区陥没事故で観光面のダメージを受け「なにか新しい観光名物となる物はないか」と様々なチャレンジをし、新しいチャンスを探索していた当時の商業観光課係長の沼尾博行さんだった。

「餃子によるまちおこしなんて聞いたことがない。このテーマは宇都宮らしくて面白い。餃子のまち観光で宇都宮市を盛り上げよう！」そう思い動き始めたが、市役所内では反対も多くこれでは時間がかかり過ぎると思い、知り合いを通じて中華組合からリストをもらい、仕事終わりに餃子を提供している店を約2年間近く訪ね歩き、それぞれの店主たちに「餃子による町おこし」を粘り強く語りかけ続けた。

しかし、店主たちは目の前のお客さんに美味しい餃子を提供することしか考えていないので、沼尾さんからの突拍子もない提案を聞いても最初は反応を示す者はいなかった。

そんな中ついに平成4年、沼尾さんの熱意に動かされた店主たちが餃子団体結成に向け何度か宇

都宮市役所の会議室で会合を行った。しかし、同業者の店主たちなのでなかなか意見がまとまらず一時は空中分解しそうになったが、沼尾さんにいち早く協力をした「みんな（現 宇都宮みんな）」の伊藤信夫さんをはじめとした5人の店主を中心に声をかけ続け、38店舗が加入して平成5年に任意団体「宇都宮餃子会」が発足した。

その後、まずは餃子による盛り上げを行うべく、宮まつりの一環として餃子の早食い大会を行ったり、イベントに出て餃子を焼いてPRしたりしていたが、なかなか決定的な効果は生み出せなかった。

2 宇都宮餃子が全国区へ

(1) メディアの力

当時「好きなタレントランキング」で8年連続トップだったお笑いタレント山田邦子さんがメインで平成5年から平成8年まで放送していたテレビ東京系列「おまかせ！山田商会」というテレビ番組がお茶の間の人気を博していた。この番組は視聴者からの投書などによるお悩みをタレントのアイデアなどで解決して盛り上げるというもの。この手法を沼尾さんも聞きつけ「餃子によるまちおこしを手伝って欲しい」と投書しテレビ局に売り込み、平成5年10月から7週にもわたり「宇都宮餃子大作戦」が放送され、イベント、餃子弁当、テーマ曲、三人娘、キャラクターなどが番組企画で作られ大いに盛り上がりをみせた（写真3）。

この放送により“宇都宮餃子”は瞬く間に全国区となり、餃子を目的とした観光客が徐々に増えていった。ちなみに現在JR宇都宮駅西口ペDESTリアンデッキにある「餃子像」も山田邦子さんが「餃子の皮に包まれたビーナスなんてあったら面白い」とイラストを描き、それを現代彫刻家の西松紘二さんがデザインし、大谷石材協同組合が

材料となる大谷石を提供し番組の企画で作られたものである（写真4）。



写真3 当時の番組台本
出典 協同組合宇都宮餃子会



写真4 お披露目された餃子像
出典 協同組合宇都宮餃子会

(2)「来らっせ」の誕生

そこから餃子目当ての宇都宮市内への観光客が増えるものの、テレビに出てくる店には客足は増えたが、点在しているその他の店舗にはなかなか足が運ばれない、それ以上の情報発信が出来ていないなど課題は山積みだった。そこで、さらなる発信力を上げるべく宇都宮商工会議所が宇都宮餃子会に協力を要請し餃子のアンテナショップを構想し、国の「提案公募型地域活性化補助金」に応募する。国や栃木県から計3,000万円の助成金を獲得し「おいしい餃子とふるさと情報館 来らっせ」を開店した（写真5）。



写真5 賑わいを見せる来らっせ（移転前）
出典 協同組合宇都宮餃子会

ここでは複数の餃子の食べ比べや餃子づくり体験、観光情報発信などが行われ、初めは苦戦したものの宇都宮商工会議所職員の努力により徐々に忙しい店となった。2年半の営業の後運営元の宇都宮商工会議所で検討した結果「宇都宮餃子会の協力があったからこそ実現出来た」と本事業の立案者で陣頭指揮を取った当時の商業観光課長だった金子敏さんの意見に同意し、営業権を宇都宮餃子会に譲渡することを決定。収益事業性を持つことから宇都宮餃子会は平成13年に協同組合として法人化した（写真6）。ちなみに協同組合を選んだ理由は、1社（店）がどれだけの金額を出資しようとも、1議決権なので同業者の集合体としては平等であると考えたからである。



写真6 協同組合創立時の様子
出典 協同組合宇都宮餃子会

(3)「宇都宮餃子」商標登録へ

さらに平成10年を過ぎた頃から「宇都宮餃子」の模倣品が東京都内の百貨店などに登場し、粗悪な商品があったことから宇都宮餃子会に苦情が相次いだ。宇都宮市や宇都宮商工会議所などに相談したところ「難しいかも知れないが権利化してしっかりとブランドとして築いていこう」と助言をいただき、当時の宇都宮市長の嘆願書やメディア掲載実績などを添付し平成13年に申請、宇都宮商工会議所や専門家と共に何度も特許庁まで説明に足を運び、その甲斐あって平成14年に晴れて「宇都宮餃子」の商標登録に成功した。

(4)餃子像の奇跡

前述の「おまかせ！山田商会」の番組企画で作られた「餃子像」は当初はJR宇都宮駅東口のロータリーに設置されていた。当時の駅東口再開発工事に伴い、西口への移設を行ったが釣り上げたワイヤー4本のうちの1本がなぜか外れ傾き、約2トン近くあった重みで残りのワイヤーが切断してしまい、横倒しになって3つに割れてしまった。この事故の様子は唯一取材に来ていたとちぎテレビが映像に収めており、その日の夕方のニュースで放送されたが、このニュースを「餃子のまちのシンボルが倒壊」と全国のテレビ局が使用し、多くの反響を呼んだ。そのおかげで翌月には無事に修復されたが、破損復旧状態を一目見ようと多くの観光客がまた宇都宮を訪れるようになった。

3 ふたたび官民一体でのまちおこし

(1)東日本大震災による打撃

その後、B級グルメB1選手権やご当地ブーム、国の政策による高速道路利用料上限1,000円などもあり、宇都宮市への餃子観光客は増え続けていたが、平成23年の東日本大震災により、倒壊してしまった餃子店や運営会社倒産により閉店した

餃子店などもあり、さらには隣県である福島原発の放射能の風評被害なども起因して宇都宮に餃子を食べに訪れる観光客は大幅に減少した（写真7）。



写真7 東日本大震災により被害を受けた店舗

出典 協同組合宇都宮餃子会

(2)人生の転機

実は私はそれまで広告企画会社を自営しており、宇都宮餃子会から広報対応や制作物、イベント運営を委託され、役員会や総会にもオブザーバーで出席していた外部スタッフだった。しかし当時の役員数名より「復興のためにも本気で手伝ってもらえたら嬉しい」と誘いをいただき、これまで外部スタッフとして関わった中での宇都宮餃子会への愛着、そして子供の頃から無類の餃子好きだったことも影響し、「もしこれで宇都宮が餃子のまちじゃなくなったら大変だ」と直感的に感じて、自身の会社を閉じ宇都宮餃子会に事務局員として常駐勤務することになった。そして、その時の役員との約束は「これまでのような守りではなく、攻めさせて欲しい」だった。

そこであらためて過去の資料や文献を読み、「これまでも戦後の貧しい時代を乗り切るときや大谷の陥没で観光客が激減したときなど、苦しいときこそ宇都宮には餃子があったじゃないか」と奮起するストーリーを立て、震災復興の一環とし

て再び官民一体による「餃子によるまちおこし」を宇都宮市に提案する。面会させていただいた佐藤市長も最大限の協力を約束してくれた。

(3) 家計調査

何か良いアイデアはないかと思っていた頃、アイデア豊かな下野新聞社の藤平直之さんが東京支社勤務から宇都宮に戻ってきていたので毎日のように相談し、「宇都宮がテングだったから消費量が下がった。だからキャラクターは鼻が折れた天狗」との発想の基、まず着手したのは総務省家計調査による餃子年間消費量であった。これはスーパーや持ち帰り専門店で買った総菜餃子やチルド生餃子の購入金額を調査したものなので、我々外食集団にはまったく関係ないものだが、震災のあった前年まで15年連続日本一だったこの消費量が浜松市に席を譲る形となった。そこで外食集団としての活動とは相反しているのだが、宇都宮餃子会が全面的にプロデュースし、スーパー流通のお惣菜およびチルド生餃子の売上を向上させるPR活動を行った。

具体的には鼻が折れた天狗のマスクマンが広報隊長となり、大手プロダクション所属の栃木県出身の高校生モデルを起用し餃子消費量日本一奪還アイドルとしたポスターを制作し宇都宮市内のスーパー各店に「食卓に餃子を」というキャッチコピーで展開した。また、宇都宮市出身の作詞家渡辺なつみさんの協力により「ギョ！ギョ！ギョ！ギョーザ！」という楽曲を提供いただき餃子売場で常にリピート再生してもらった。ちなみに現在この曲は宇都宮市マスコットキャラクターミヤリーのテーマ曲としてダンスなどで使用している。そして、アルコールメーカーやドリンクメーカー、食品メーカーと協力し、スーパーで餃子とセットで購入いただくと宇都宮餃子会食べ歩き金券が当たるプレゼントキャンペーンなども行った。この、大の大人が一生懸命にバカバカしいことに汗をか

いて地域を思うがゆえに行うPR活動はメディアにも注目され、毎日のようにテレビや新聞、週刊誌などの取材が続いた。

(4) ブランディング

そして新たな宇都宮餃子ファン作りをするために「宇都宮餃子」ブランド戦略を打ち立てた。中華料理メニューとは一線を画したブランドマネジメントとして、イメージカラーや使用書体の設定、ライト、カジュアル、ヘルシーなイメージプロモーションなどを行った。さらに、活動についてこまめなメディア向けプレスリリースを行い、各餃子店の写真や特徴などをすぐに取材前情報としてテレビ局に提供できるようアーカイブし、宇都宮へのメディア取材誘致に努め、その結果短期間で数多くの露出機会を獲得した。

また、大手食品メーカーや菓子メーカーなどとのコラボ商品を開発し、味はもちろんパッケージデザインなども監修し「宇都宮餃子」および宇都宮市の知名度向上や餃子文化のステージアップを行うなど、常に宇都宮から餃子にまつわる話題が発信されるようにした。

(5) グッズ開発

餃子は食べて美味しいだけではなく、それぞれの店の餃子の形がカワイイと昔から思っていたので、多くの若者が餃子をグッズとして持つことで、もっと餃子を身近に感じ、さらには宇都宮市を思い出してもらえと考え、餃子フォルムを忠実に再現した餃子ポーチからはじまり、自転車のまちを同時PRできるよう餃子メッセンジャーバッグ、餃子エコバッグ、ふせんやペーパークリップなどの餃子ステイショナリーグッズ、コロナ禍には形だけでなくナノ銀イオンの抗菌効果もある餃子マスクなども開発して宇都宮餃子ファンを獲得した（写真8）。



写真8 人気の餃子ポーチ「餃子メッセンジャーバッグ」

出典 協同組合宇都宮餃子会

(6) イベント

また、集客力向上やイベントとしてのスケール感を上げるべく、市内4か所に分散して10年以上開催していた「宇都宮餃子祭り」を宇都宮市の協力のもと宇都宮城址公園に集約させ毎年10万人以上が訪れるイベントへと規模を拡大し発信力を高めた。

さらに首都圏を中心とした新しい発信をするべく、大手広告代理店・下野新聞社東京支社・神奈川新聞社と連携し、横浜赤レンガ倉庫を3日間借り切って餃子のみならず出展ブースもオール宇都宮市のイベント「宇都宮餃子祭りin横浜」も開催し大いなる成果を果たした（写真9）。



写真9 宇都宮餃子祭りin横浜の様子

出典 協同組合宇都宮餃子会

(7) 映画「キスできる餃子」製作

「宇都宮餃子祭りin横浜」の運営をしてくれた大手広告代理店や下野新聞社東京支社と再びチームを組み、餃子をテーマとし宇都宮の魅力を最大限詰め込んだ地方創生ムービーを作った。「せっかく前代未聞のご当地映画を制作いただくのであれば宇都宮市民にも納得いただける内容にしたい」と考え、ホリプロ製作陣と数か月にわたり毎日撮影シーンに合う場所を探すためのロケハンを行い、原作監督の秦建日子さんとも何度も脚本について話し合い、無理を聞いてもらい様々な宇都宮の魅力を脚本に加えていただき、約1か月間撮影にも同行し全力でコーディネートした。無事完成したこの映画は平成30年6月より全国約50館の映画館で上映され、宮古島の映画祭や海外の映画祭にも出品された。さらには公開終了後、複数の海外の航空会社で採用され機内での上映も行われた（写真10）。



写真10 映画「キスできる餃子」クランクインの様子

出典 協同組合宇都宮餃子会

4 あらたなるステージ

(1) 餃子通りの誕生

栃木県では19年ぶりとなるJR大型観光キャンペーン「栃木デスティネーションキャンペーン（通称 栃木DC）」が平成30年に開催された。この取組を活用した宇都宮市への誘客促進を強化

すべく当時の大竹信久経済部長を中心とした宇都宮市観光交流課職員たちと協議し、私も委員となっていた宇都宮DC推進委員会（現 宇都宮観光推進委員会）の取組によって老舗含む餃子店5店舗が並ぶ宮島町通りを「餃子通り」と命名し、横断幕や立体餃子電柱看板、餃子型バス停、餃子デザインマンホール、餃子型街灯、そして現在は、地元の専門学校生の作品によるGYOZAモニュメントや餃子壁面アートなどを装飾して餃子観光で訪れた方々を楽しませる名所となった（写真11）。



写真11 餃子通りの様子

出典 協同組合宇都宮餃子会

(2) ライトレールへの期待

平成4年に正式検討が始まり、平成5年に事業の前身となる「新交通システム構想」が立ち上がり、念願叶って令和5年8月に「芳賀宇都宮ライトレール」が開業した。私たちもこの開業を盛り上げるべく、直営店舗「来らっせ本店（日替わり店舗）」でLRTの形をしたLRT餃子なるメニューを限定販売し多くのメディア取材などを誘致して露出を増やし開業を応援した。また、餃子食べ歩き券付き一日乗車券の発売への協力も行っている。

これからも餃子をフックとしたライトレール利用者増、そしてライトレール乗車目的の方の餃子店への来店増も共に期待できる。令和6年2月3日に乗車数が200万人を突破したということだが、引き続き双方向で協力をしていきたい。

5 まとめ

年間約800万人以上の方が餃子目的で県外から宇都宮市に訪れている。さらに令和5年11月の「宇都宮餃子祭り2023」では中核市サミットin宇都宮の開催・芳賀宇都宮ライトレール開業・宇都宮商工会議所130周年などを記念して、初の3日間開催で約20万人が来場した（写真12）。



写真12 宇都宮餃子祭り2023の様子

出典 協同組合宇都宮餃子会

しかし残念なことに宇都宮に餃子だけ食べてそのまま帰ってしまう方がまだまだ多く、滞在時間が短く日帰り率が高い。餃子飲食後に宇都宮市内を回遊したくなる仕掛け作りや、大谷資料館をはじめとした大谷地区、若山農場若竹の杜や宇都宮動物園など北西部の観光コンテンツを知ってもらい送客し滞在時間を長くしたり、さらにはプロスポーツの試合観戦などのスポーツツーリズムと連携したり、ジャズやカクテル、飲み食べ歩きホッピング事業など夜の魅力を感じてもらい宿泊に繋がれたり、宇都宮餃子を起点とした観光のHUBと考え、宇都宮の観光振興そして経済喚起を続けていきたいと考える。