

全 体 報 告 書

事業名称	北九州市の郷土料理「ぬか炊き」の食文化価値の再発見事業
現状・課題	<p>1 これまで歴史的検証や調査があまり実施されていない。</p> <p>2 ぬか炊きが身近な家庭料理で広まつたこともあり、市民がぬか炊きに文化的価値をあまり感じておらず、また、学ぶ機会も少なく、ぬか炊きの食文化を継承していく機運が低い状況である。</p> <p>3 ぬか床の毎日の手入れの時間が確保しにくい共働きの家庭が増えたことなどにより、ぬか床を所有する家庭が減っており、また、ぬか炊きはスーパー等で購入できることから、調理方法を知らない人が増えている。また、若い世代では、学校給食以外で食べたことがない人や、ぬか炊きそのものを知らない人が増えており、継承が危ぶまれる。</p> <p>4 近年、廃業により製造事業者が減少しており（直近5年で▲5社（15社 10社））、産業としての継続も危ぶまれる。</p> <p>5 市外、国外でのぬか炊きの食文化の知名度が低い（ぬか炊き事業者が商談会で出展する際、市外・国外の人に対しては、ぬか炊きが何かの説明からする必要がある。）</p> <p>6 ぬか炊きは健康に良いと言われるが、科学的調査ができるおらず、効果的なPRができていない。</p> <p>7 ぬか炊きの有識者や振興する団体はあるが、交流の場所がなく、一体的な研究や発信ができていない。</p>
事業目的	<p>100年フードにも認定された北九州市が誇る「ぬか炊き」。味だけでなく、その歴史的価値を「食文化ストーリー」として紡ぐことで、ぬか炊きの文化的価値を見える化し、食の無形民俗文化財まで高めていく。</p> <p>また、ぬか炊きの文化的価値や魅力を次世代を担う子どもたちや多くの市民に発信していくことで、保護継承に繋げていく。</p> <p>さらに、地元の任意団体や産学官で連携し、ブランディングを図ることで、ぬか炊きの食文化を持続可能なものとし、地域活性化や我が国のブランド向上に資する文化資源として国内外に発信することで、「食文化あふれる国・日本」の一翼を担いたい。</p>
事業概要	<p>1 調査研究事業</p> <ul style="list-style-type: none"> (1) 有識者会議の開催（2回開催予定） (2) ぬか炊きに関する文献・実地調査 (3) ぬか炊きの成分調査 (4) 調理方法の記録動画制作 (5) 市内での認知度や消費頻度の実態調査 (6) 報告書作成 <p>2 保護継承事業</p> <ul style="list-style-type: none"> (1) 小学校での食育活動（調理実習形式、15回実施予定） (2) PTAへの食育活動（調理実習形式、5回実施予定） (3) 大学生への指導（上記活動で補助を務める人材育成、2回実施予定） <p>3 発信等事業</p> <ul style="list-style-type: none"> (1) ぬか炊きに関するパンフレット制作 (2) ぬか炊きPR動画の制作 (3) ぬか炊きイベント開催（市内外1回ずつ、研究成果の発信、体験会、販売会） (4) インバウンド向けPR (5) 国外（台湾）への発信に向けた勉強会

事業全体での
成果・効果

「ぬか炊き」食文化の文化財登録に向けて、初年度となるR6年度は、有識者会議の開催、文献・実地調査の実施などにより、「ぬか炊き」の歴史・文化が「可視化」されたことに加え、小学校での食育活動、ぬか炊きマップの作成やイベント開催などにより、指標である、30代以下の若者世代の「ぬか炊き」の認知度向上や、事業者の売上向上についても目標を大幅に達成しており（詳細は下記のとおり）、継承の機運や食文化の魅力発信につながった。

「ぬか炊き」の歴史・文化においては、その起源について、史料として残っている記録は見つけられなかった。しかし、それだけ家庭では当たり前のものとして、庶民の間で食べられていたからこそわざわざ記載されていなかった可能性もうかがえる。詳細については、引き続き調査を実施する。

今後は、文化財登録に必要な「独自性」を明らかにするための分布調査を行うとともに、引き続き小学校での食育活動や大学での継承者育成、小中学校での講理動画の放映やぬか炊きマップの配布、イベントの実施等を行うことにより、さらなる継承の機運や認知度の向上につなげる。また、これらの活動を総括し、文化財登録申請を実施するとともに、「民間の自走」による事業継続を図っていく。

【指標の達成状況】

・市政モニター

30代以下の「ぬか炊きを食べたことがある」との回答 82.4%
(R1年度比約24.3%UP)

・ぬか炊き販売事業者の売上上昇率（事業者聞き取り）

事業者A R5年度比+10%

事業者B R5年度比+10%

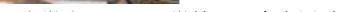
事業者C R5年度比+5%

事業者D R5年度比+5%

事 業 別 報 告 書

事業名称	北九州市の郷土料理「ぬか炊き」の食文化価値の再発見事業
区 分	(1) 調査研究事業
事業内容	<p>(事業概要)</p> <p>①有識者会議の開催(2回開催) ②ぬか炊きに関する文献・実地調査の実施 ③ぬか炊きの成分調査の実施 ④調理方法の記録動画の制作 ⑤市内での認知度や消費頻度の実態調査の実施 ⑥調査報告書の作成</p> <p>(実施項目・詳細)</p> <p>①有識者会議は、今回の事業方針等の確認、有識者間の情報交換や、調査結果報告を実施。 ②文献・実地調査は、歴史学調査（文献調査）と民俗学調査（実地調査）を実施。 ぬか炊きの歴史に関しては、北九州市立自然史・歴史博物館に協力してもらい文献調査を実施。調理方法の変遷やぬか炊きを食べる地域等の民俗学的側面については、専門家に調査を依頼し、実地調査での聞き取りを実施。 ③成分調査は、専門機関へ委託し実施。サンプルには、事業者が製造した既製品や飲食店で提供されているものを使用し、ぬか炊きの健康への有効性を明確化。 ④記録動画は、ぬか炊きの調理方法の撮影だけでなく、ぬか炊きの文化や歴史、食べ方、また、ぬか炊きを調理するのに必要なぬか床の作り方を含め、制作。日本の和食文化の発信も兼ね、動画は英語、韓国語、中国語（繁体字）、中国語（簡体字）の字幕版も制作。 ⑤実態調査は、北九州市の「市政モニター」制度を活用し、実施。 ⑥調査報告書は、②で協力してもらった専門家に整理・作成を依頼。この調査報告は、発信事業においても活用。</p>
成 効 果	<p>有識者会議では、ぬか炊きについての現状・課題を共有し、食文化継承のために、調査を継続するとともに、その魅力を広く発信していく必要があることを認識した。</p> <p>文献調査の結果、ぬかの利用法、ぬか味噌とぬか漬け、ぬか炊きの歴史について知見が得られた。精米後の米ぬかは肥料や飼料として利用され、ぬか味噌は鎌倉時代から調味料として使用されていた。細川家の文書から、江戸時代初期にはぬか味噌が日常的に使用されていたことが確認されたが、「ぬか炊き」に関する明確な記述は見当たらなかった。昭和期の民俗調査でも「ぬか炊き」に関する言及は少ないと認められ、引き続き詳細な調査を実施する。</p> <p>実地調査では、北九州市在住の11名を対象にぬか床の来歴や材料、手入れ方法、ぬか漬けやぬか炊きの作り方をヒアリングした。対象者の中にはぬか床を20年以上保有し、ぬか漬けはほぼ毎日食べ、ぬか炊きは月に1~2回作る方や60年以上のぬか床保有者もあり、家族から受け継がれたぬか床を使用している方もいた。ぬか床は自己流で管理され、家庭で代々受け継がれている。ぬか炊きの材料にはさばやいわしが使われ、作り方もそれぞれの家庭で異なる。ぬか漬けやぬか炊きは地域の伝統や思い出の味として、家族や地域の絆を強める役割を果たしている。</p> <p>さらに、ぬか炊きのブランディングや消費拡大を目指し、北九州市内の熟成ぬか床およびぬか炊きの成分調査を実施した。ビタミンB1、B6、マグネシウム、GABAが豊富に含まれていることが確認され、これらの成分は健康維持に寄与する。また、ぬか炊きには機能性成分であるGABAが含まれており、血圧の低下やストレス緩和、睡眠の質の改善に役立つ可能性が示唆され、ぬか炊きのブランディングや消費拡大のためのアピールポイントとして、大きな成果を得ることができた。</p> <p>北九州市の市政モニターアンケートを活用し、実態調査（認知度調査）を実施した。その結果、北九州市の食といえども浮かぶものとして「ぬか炊き」が1番多くの回答があった。市民の大部分がぬか炊きを知っており、多くの人が畠：経験がある。しかし、現在は自宅で調理する人は少なく、市販品を購入する人が多い。また、ぬか床の保有率は低く、手入れの大変さが理由で保有をやめた人が増えている。</p> <p>今回の調査研究結果をまとめた調査報告書や、文化・歴史、調理方法等の内容を盛り込んだ5分程度の調理記録動画(5言語対応)を制作した。</p> <p>これらを活用し、ぬか炊きのブランディングを強化し、広くプロモーションすることで、「ぬか炊き」の食文化継承に必要な、消費拡大と知名度向上を引き続き実施していく。</p>

事 業 別 報 告 書

事業名称	北九州市の郷土料理「ぬか炊き」の食文化価値の再発見事業
区分	(2) 保護継承事業
事業内容	<p>(事業概要)</p> <p>①小学校での食育活動（調理実習形式、19回実施） ②PTAへの食育活動（親子料理教室実施予定 → 講師の体調不良により中止） ③大学生への指導（上記活動で補助を務める人材育成、1回実施）</p> <p>(実施項目・詳細)</p> <p>①市内小学校10校を訪問し、小学5~6年生を対象にぬか炊きの調理実習を実施（19回）。郷土料理に親しんでもらうことを目的に、調理方法を学ぶとともに、ぬか炊きの味に触れる機会を設けた。また、ぬか炊きに対する理解をより深めてもらうために、ぬか炊き作りに必要なぬか床についても紹介した。</p> <p>②家庭でぬか炊きを食べる悶含素増やすことを目的に、小中学生の保護者を対象としたぬか炊き・ぬか床の調理実習を実施予定であったが、講師の体調不良により中止。</p> <p>③大学生を対象にしたぬか炊きの調理実習を行い(1回)、①の調理実習時に講師の補助を行える人材育成を実施。若い世代への調理方法の継承を図りながら、ぬか炊きに対する理解が深まる場となることを目指した。</p> <p>①~③全てで、講師は、北九州市ぬか炊き文化振興協会や北九州小倉・糠床糠炊き研究会から派遣してもらった。</p> <p>△小学校における食育活動の様子</p>  <p>△大学における食育活動の様子（継承者育成）</p>  <p>△大学生による小学校での食育活動の様子</p> 
成 果	<p>食育活動の実施前に市内公立小学校の児童に「ぬか炊き」についてたずねたところ、給食で「ぬか炊き」が出されることは知っていても、北九州市の郷土料理だと認知している児童はほとんどいなかった。自宅で出てきたことがない家庭が多く、認知している児童も祖父母が作ってくれているという理由だった。</p> <p>小学校での食育活動では、多くの児童が調理実習を楽しんで取り組み、アンケートによると、「魚は苦手だけど、ぬか炊きにしたら美味しくて食べられた」「ぬか床は独特なおいだけど、ぬか炊きは意外に美味しかった」といった好評な意見が多く見られた。また、「作るのが意外に簡単だった」「ぬか炊きが古くから伝わる歴史ある料理と知って驚いた」「ぬか床やぬか炊きを初めて作って楽しかった」といった意見も見られた。出前講演のみを実施した学校でも、「ぬか炊きの話を聞いて食べたくなった」「家で 作ってみたい」「ぬか炊きのレシピをもっと知りたい」といった意見が寄せられた。学校からもぜひ継続実施してもらいたいとの声が上がった。</p> <p>大学での食育活動では、大学の授業内で調理実習を行い、それを小学校での食育活動に活用することで、実践的な学びの場を提供した。若者世代も継承者として食文化を伝える活動が実施できた。</p> <p>今後は、未実施の学校を中心に同様の活動を継続実施し、「ぬか炊き食文化」を保護継承していく。</p>

事 業 別 報 告 書

事業名称	北九州市の郷土料理「ぬか炊き」の食文化価値の再発見事業		
区 分	(3) 発信等事業		
事業内容	<p>(事業概要)</p> <p>①ぬか炊きに関するPRパンフレット作成 ②ぬか炊きPR動画の製作 ③ぬか炊きイベント開催（市内外1回ずつ開催：北九州市内1回・福岡市内1回、研究成果の発信、ぬか床作り体験教室、販売会） ④国外（台湾）への発信に向けた勉強会 ⑤インバウンド向けPR （実施項目・詳細）</p> <p>①PRパンフレットには、調査研究の成果として、ぬか炊きの文化歴史や栄養成分等を掲載とともに、ぬか炊きを販売・提供する事業者も紹介。外国からの観光客にもぬか炊きを知ってもらうため、英語、韓国語、中国語（繁体字）、中国語（簡体字）に訳した翻訳版も作成。 ②PR動画には、ぬか炊きを知らない方にも魅力が伝わるような内容で制作。多くの方に視聴してもらえるようショート動画も制作。 ③市内外でのイベントでは、調査研究の成果を発信するとともに、ぬか炊きやその基となるぬか床を作るぬか床づくり体験教室を行い、ぬか炊きを知ってもらう機会を設ける。併せて、実際にぬか炊きを購入できるブースも用意し、更なるぬか炊きの認知度向上に努めた。 ④国外への発信勉強会では、ぬか炊きを知らない外国人に向けてどのようにPRすることが効果的かを勉強することを目的に、台湾への食文化のPRや販路拡大等の勉強会を実施。</p> <p>【ぬか炊きマップ】 https://www.city.kitakyushu.lg.jp/contents/27200265.html</p> <p>【ぬか炊きPR動画】 https://www.city.kitakyushu.lg.jp/contents/m272_00002.html</p> <p>【ぬか炊き調理動画】 https://www.city.kitakyushu.lg.jp/contents/m272_00003.html</p> 		

▽PRパンフレット（小倉ぬか炊きマップ）



▽PR動画（タイトル画面）



▽PRイベントの様子



▽国外（台湾）への発信勉強会の様子



成 果・ 効 果	<p>PRパンフレット（小倉ぬか炊きマップ）は、ぬか炊きの文化歴史や栄養成分を掲載し、ぬか炊きを販売・提供する事業者を紹介することで、認知度が向上した。また、英語、韓国語、中国語（繁体字・簡体字）の翻訳版を作成し、空港等に設置することで、外国からの観光客にもぬか炊きの魅力を広く伝えることができた。多くのメディアにも取り上げられ、実際に市外の方がマップを参考にぬか炊きを食べたとの声も寄せられ、反響が大きかった。本市の食文化の魅力拡充と情報発信強化につながった。</p> <p>PR動画は、ぬか炊きを全く知らない方にも、30秒でぬか炊きの魅力がわかつてもらえるような内容で制作し、市の公式Youtube等に掲載をした。また、PRイベント等でも活用し、文字や写真だけでなく、調理工程も含め、映像で伝えることで、視聴者が実際にぬか炊きを食べたいと思ってもらえる動画になった。</p> <p>PRイベントは、調査研究の成果を発信し、ぬか炊きやぬか床づくり体験教室を実施することで、参加者にぬか炊きの魅力を直接体験してもらえる機会を創出できた。また、市内だけではなく、市外でも実施することで、市外での認知度の向上と消費拡大が期待される。</p> <p>国外への発信勉強会では、台湾での食文化のPRや販路拡大に関する勉強会を実施し、ぬか炊きの輸出とインバウンド向けのPRを効果的に実施する方法を学び、国際的な認知度を高めることができた。</p> <p>今後は、今回の成果物を活用し、継続して発信を行っていくことで、「ぬか炊き」のブランディングを図り、独自の食文化としての価値を高めていく。</p>
-------------	---