

「ギョーザの街宮崎」 定着するか

全国でも定着している宮崎グルメと言え、チキン南蛮や宮崎牛、地鶏の炭火焼きなどだろうか。思い返すと、これらの宮崎グルメが全国区となった一つのきっかけは、2007年の東国原英夫元知事の登場。県の官製談合事件後の知事選で当選し、全国から注目を集める知事とともに県産品も知名度を上げ、ピンチをチャンスに変えることができた。

今回のコロナ禍で観光、飲食業界が大打撃を受ける中、当時のように全国から脚光を浴びたのが宮崎ギョーザ。「ギョーザの街」と言えば、栃木県宇都宮市や静岡県浜松市が横綱として君臨するが、2020年上半期（1～6月）の1世帯当たりのギョーザ購入額で宮崎市が初の全国1位を獲得し、にわかに「宮崎市を全国一のギョーザの街に」と業界が盛り上がった。

県内でギョーザは外食だけでなく、購入して自宅で焼いて食べる持ち帰り文化も根付いており、コロナ禍による巣ごもり消費がスーパーや持ち帰り専門店での売り上げを後押しし、宮崎市の購入額が前年同期比の1・8倍に伸びた。知られていなかった宮崎市が2強の宇都宮と浜松を上回ったことで全国のメディアに注目され、期せずして宮崎ギョーザが県外に発信されることになったのだ。勢い付いた県内のギョーザ生産、販売の27社・団体は昨年9月に協議会を設立し、消費拡大のイベントを開催したり、食べ歩きMAPを作成したりと消費拡大や観光PRへと動き始めた。

宮崎ギョーザに決まったスタイルはなく、地元の肉や野菜など素材にこだわっている点が共通しているようだ。ちなみに2月、2020年のギョーザ年間購入額が発表されたが、浜松市がトップ、宇都宮市が2位。宮崎市は3位に終わったものの、お取り寄せなどの取り組みを強化して来年も全国一を目指すという。2強に追い付き「ギョーザの街」として定着できるか楽しみだ。

宮崎日日新聞社 東京支社報道部長 高森千絵



宮崎市内のスーパーで販売されている持ち帰り用餃子



2020年11月に宮崎市内で開催された「餃子フェス」