

「タケハラジェンヌ」2人目は、農家レストランを経営される西野弘美さん。竹原のご当地バーガー「竹原バーガー」の開発に大きく関わられています。竹原バーガーの平成29年度の販売数は1万個を超え、ご当地グルメとしての認知度が高まっています。バーガー完成までの道のりや、竹原の農業、地元の人への想い。「想い」が「形」になるまでの、人と人とを繋ぐお話を伺うことができました。

●手軽に食べられる「ご当地グルメ」を！

『第1弾「竹原だけのテリヤキ牛コロッケバーガー」』
 どんなバーガーを作ろうかな？って思った時に、たけのこ、お肉、お米：竹原の特産品をどのように盛り込むか。それを、生産者みなさんの想いや、こだわりを聞いて決めたいです。

第1弾は、たけのこを全面に出して作って欲しいという意見を採用。コロッケも、お肉屋さんの奥さんの特製レシピ。バンズはパン屋さんにも米粉8割で作って頂いて、もっちり感を楽しんで欲しくて。

●お客さんに「選ぶ楽しさ」を！

『第2弾「竹原だけのこ牛スジ煮込みバーガー」』
 第1弾のバーガーは、「とっとりバーガーフェスタ」に2年連続で出場して、4位、7位を頂きました。審査員の方から頂いた講評をもとに、次の案を考えたいです。

第2弾のバーガーでは、バンズは米粉の香りを活かしながら配合を調整して、肉を全面に出したいという意見を取り入れて。たけのこは一口サイズに食べやすく切って、クリーミーなハッシュドポテトを入れました。種類があると、お客さんが選べるでしょ。それが良いなと思っています。第3弾の構想もあるんですよ！

3年連続で参加したバーガーフェスタには、今

年も挑戦したいです。色々な方の了承や協力、そしてエネルギーが必要なんですけどね。
 ↓想いがあるからこそ、人はぶつかるもの。人と人を繋ぐ役割に悩むこともあったのでは。

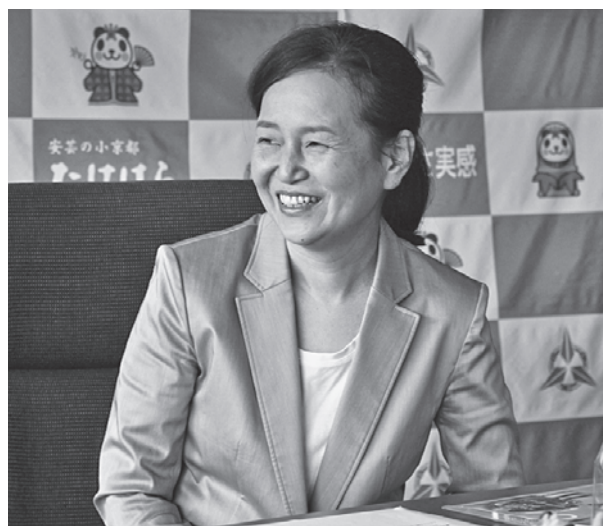
●「想い」と「想い」の間に立つ

事務局（産業振興課）の方が大変だったと思います。それぞれの食材には、みなさん強いこだわりを持っていらつしやるんです。それを、みなさんの想いを聞きながらレシピに盛り込んでいく。

楽しかったですよ。バーガーという一つの「形」にできることは、大変だけど、とても楽しかった。
 ↓お店を出されたきっかけは？

10年前、40歳の時。美味しい竹原のじゃがいもを、食べて欲しい、もっと知って欲しいと思って、お店を出したんです。だからメインもコロッケ！

改めて計算したら、10年間で7万6千177人、お店に来てくれるんです。お店のおばあちゃん達と作ったコロッケは、33万7千507個！



▲「広報に載るのは、おばあちゃんたちにはまだ内緒。」とのこと。喜んで頂けると嬉しいです！

* 西野弘美さんのプロフィール *

「旬の野菜！特産じゃがいも！
 おばあちゃんの田舎料理」が自慢の
 「農家レストラン西野」オーナー

「竹原ご当地グルメ推進協議会」や「竹原市6次産業化地産地消推進協議会」など、市の事業にも積極的に参加。「竹原バーガー」考案者の1人。

●尊敬する女性は？

評論家の金美齢さん。出店を悩んだ10年前、『自分の人生、自分で決める』という著書が後押ししてくれました。本屋で出会って手に取った一冊。やっぱり一度しかない人生、やれる時にやってみよう、そう思わせてくれた。「お会いした時の記念写真と一緒に、お店に本も飾ってあるんですよ。」

●竹原名物、何が好き？

じゃがいも！かつての日本一を誇る、竹原の歴史あるじゃがいもを受け継いでいきたいです。

うちのお客さんは、9割9分竹原市以外の方。つまり、7万人近い方が、竹原に足を運んで、おばあちゃんたちが作ったコロッケを、竹原のじゃがいもを、食べてくれたということ。竹原を訪れてくれた人たちに、竹原の良さをアピールできてたらいいな、と思っています。

●竹原の自慢「おばあちゃんたち」と一緒に
 お店でご飯を作ってくれるおばあちゃんたち：お客さんに「美味しいね」って言われたら、「わしが作ったけんよ」って笑顔で返せる「顔の見える提供」をやってみたかった。開店して10年。おばあちゃんたちの、生きがいのある働き場所になってたらいいなって思います。高齢者の方って、竹原の財産ですよ。ね。色んな知恵を持っていらつしやる。働くこと時間にも、すごく真面目でいらつしやる。働くことは素晴らしいです。生きがいを持って、人と接することができて。おばあちゃんたち、色んな人と話をする時、すごく楽しそうなんですよ。