



第7回全国わんこもち大会 もちの大食い日本一を競う

●個人男子優勝・総合優勝 三浦昭夫さん(大東町)



5秒で1個食べるイメージトレーニングをして参加しました。わんこそばは185杯食べました。2冠はうれしいです。

●女子個人優勝

菊地美幸さん(奥州市)



エントリーした母の代わりに出場しました。30個は予想以上。新記録に驚きました。競技用丸餅はおいしかったです。

●団体優勝

「チーム川崎」

岩淵文一さん(川崎町)金野和則さん(同)

昨年は1個差で2位。今年は意地の優勝です。優勝は格別。川崎の知名度向上にもつながります。



前半、水をセーブしながら食べることが勝利の秘けつです。

「始め」のかけ声で一斉にもちを口に運ぶ選手たち。5分間の制限時間内に、あんこ、ずんだ、しょうゆ3種の競技用丸餅(直径3号、約20g)を次々と平らげます。「第7回全国わんこもち大会」は2月9日、なのはなプラザで開かれ、団体戦と個人戦で「もちの大食い日本一」が競われました。

大会は、一関地方の「もち料理」をPRする地域活性化イベントで、未来塾(山平功二実行委員長)が主催。2人一組の団体戦に13チーム、個人戦に13人(男性7人、女性6人)が出場しました。

開会式で勝部修市長は「ユネスコ無形文化遺産への登録が決まった一関のもちを積極的に発信しましょう」と述べ、ゲスト司会者のタレント・ふじボンさんと一口大の競技用丸餅を試食しました。

競技は正午にスタート。序盤、勢いよくもちを平らげ、次々とわんを積み重ねた選手たちも終盤、ペースは失速。表情をゆがめ、水を飲みながらもちを頬張る選手たちに、家族や友人から「あと少し」「頑張れ」

などと盛んな声援が送られていました。

団体戦は、川崎町の岩淵文一さん(55)と金野和則さん(59)のペア「チーム川崎」が101個を平らげ初優勝。個人戦男性の部は、わんこそば全日本大会優勝経験を持つ大東町の三浦昭夫さん(57)が57個で制し、団体戦出場者を含む個人総合との2冠に輝きました。個人戦女性の部は、奥州市の菊地美幸さん(33)が30個の大会新記録で優勝しました。

81歳で37個を平らげた川崎町の小野寺忠助さんの娘の夫熊谷泰徳さん(52)＝藤沢町＝は「高齢なので、のどにつまらせないように、と願う気持ちと、頑張れと応援する気持ちと半々。私も、もちが好きなので、出たかったです」と話していました。

会場ではもちグルメやもちスイーツを販売する「ミニもちサミット」も開かれました。大盛況のイベントを終え、山平実行委員長(44)は「内容や運営を工夫して、将来は、わんこそば並みの大会規模を目指したいです」と言葉を弾ませていました。



1_熱戦となった団体戦 / 2_81歳で37個を平らげた小野寺忠助さん / 3_山平実行委員長 / 4_ゲスト司会者のふじボンさん / 5_競技用丸餅 / 6_応援にも力が入る



第4回もちくらべバイキング

もち三昧で心もおなか也大満足

粘りとコシがある純白のもち。同じもちでもからめる具によって全く違う表情をみせます。

「第4回もちくらべバイキング」(同実行委員会主催)は2月9日、道の駅「厳美溪」で行われ、市内外から訪れた約1,200人のもち好きたちが、趣向を凝らした15種類の具を食べ比べました。

一関地方のもち料理は、あんこ、きなこ、納豆、ごま、ずんだなど300種以上あるといわれています。同イベントは、食べ放題のバイキング形式。市内のもち料理を提供する4企業が持ち寄った具を、一口サイズのもちからめて提供されました。テーブルには、定番のあんこ

やごまのほか、りんごバターやホースラディッシュ(西洋わさび)などの創作の具も多数並べられ、参加者は取り皿いっぱい、好みの具を盛り付けていました。

友人と参加した萩荘の渡瀬定雄さん(80)は「家では食べられない具もありました。味はどれもおいしいの一言につきます」と満足げに箸を進めていました。

バイキングは、多彩な具を楽しんでもらいながら、一関地方のもち食文化を伝承することがねらい。同日は、道の駅「厳美溪」もちつき隊「厳餅隊」によるもちつきパフォーマンスも行われ、会場はもち一色となりました。



もち食文化を内外に発信

もち食文化の発信は、古里の価値や魅力を発信することです。それは、地域の食文化を継承すること、「食と家庭」や「食と地域」の関係を再考することでもあります。



もち食文化を外へ発信するということとは、一方で、地元への理解や関心を深め、普及・継承していくことです。「食と家庭」や「食と地域」の関係を見つめ直したり、再考したりする機会にもつながります。

市内では、一年を通して多彩なイベントが繰り広げられ、「もち食文化」への理解と関心を深めています。

和食という言葉は、洋食に対する言葉として生まれました。それは単なる料理ではなく、古里を愛し、自然を大切にすること、日本人の心を象徴する文化です。古里の自然に育まれた食材、先人の知恵の結晶である調理法、季節感ある盛り付けなどは、長い歴史を重ねて受け継がれてきた伝統文化であり、食文化の発信は、古里の価値や魅力を発信することでもあります。

具体的には、国別・品目の輸出戦略に基づいて、世界の料理界で日本食材の活用推進(Made FROM Japan)▼日本の「食文化・食産業」の海外展開(Made BY Japan)▼日本の農林水産物・食品の輸出(Made IN Japan)の取り組みを強力に推進することによって、

具体的な輸出戦略に基づいて、世界の料理界で日本食材の活用推進(Made FROM Japan)▼日本の「食文化・食産業」の海外展開(Made BY Japan)▼日本の農林水産物・食品の輸出(Made IN Japan)の取り組みを強力に推進することによって、

具体的な輸出戦略に基づいて、世界の料理界で日本食材の活用推進(Made FROM Japan)▼日本の「食文化・食産業」の海外展開(Made BY Japan)▼日本の農林水産物・食品の輸出(Made IN Japan)の取り組みを強力に推進することによって、

具体的な輸出戦略に基づいて、世界の料理界で日本食材の活用推進(Made FROM Japan)▼日本の「食文化・食産業」の海外展開(Made BY Japan)▼日本の農林水産物・食品の輸出(Made IN Japan)の取り組みを強力に推進することによって、

