

B級グルメで 地域活性化を目指せ！



関 寛之

(株)ちばぎん総合研究所
受託調査部主任研究員

今や空前のB級グルメブームである。全国的に有名になったB級ご当地グルメの祭典「B-1グランプリ」は、09年9月に開催された第4回の秋田県横手大会で26万7千人（2日間の累計）の来場者を集める人気ぶりであった。

B級グルメには、はっきりした定義はないものの、B-1グランプリを主催している愛Bリーグでは、「安くて旨くて地元の人に愛されている名物料理」としている。「安い」の感覚は人それぞれであるが、1人当たりの外食費（夕食）の最多価格帯が1,000～1,499円（日本食肉消費総合センター：07年調査）であることから見て、今回は、B級グルメの定義をとりあえず「ご当地でしか食べられない、おおむね1,000円以内の旨い料理」としてみた。

それでは、千葉県にはどのくらい

のB級グルメがあるのだろうか。残念ながら、B級グルメの統計は存在しないため、ここでは「地域資源」に関する統計を参考に見てみた。各都道府県では、農林水産物と鉱工業品、観光資源の3つのジャンルで地域活性化に役立つ地域資源を認定している。千葉県と埼玉県、神奈川県地域資源の認定数（09年6月時点）を比べてみると、農林水産物の数は、千葉県が87件と、埼玉県の72件や神奈川県の40件より圧倒的に多い。ところが、これらの新鮮な食材を活用したB級グルメ（前述の定義に従って弊社が抜粋）は、千葉県は、わずか3件どまりで、埼玉県の18件や神奈川県の11件と比べて、かなりの水をあけられている（図表参照）。もっとも、千葉県には、地域資源に認定されていないだけで、白子町の「ブイヤベース」、富津市の「はかり

め井」、銚子市の「銚子カタヤキノバ」、南房総市の「なめろう、さんが焼き」など多くのB級グルメがある。このようにみると、千葉県内では「食」を活用して地域活性化を図ろうという意識が、まだまだ低いと言わざるを得ない。そこで、まずはB級グルメの地域資源の認定数を増やして、地域での認知度を高めることから始めてみてはどうか。

その次のステップは、食の宝庫・千葉県自慢のB級グルメを幕張メッセに集めて「千葉県 食の祭典」を開いたらどうだろう。そのメリットは3つ考えられる。1つ目は、「食」を地域活性化に活用しようという気運が全県レベルで湧き上がる契機となること。2つ目は、B級グルメを含む地域ブランドの情報発信につながる。3つ目は、第2回以降の開催地を観光入込客の低迷に悩む南房総地域をはじめ、B級グルメが食べられる各地域の持ち回りで行えば、これらの地域のにぎわい創出につながる、などである。

今年開催された近隣市のイベントを見ると、神奈川県では、「第3回 神奈川フードバトル in あつぎ」で11万人の来場者を集め、埼玉県でも、「第6回 埼玉B級ご当地グルメ王決定戦」で9万人がB級グルメに舌鼓をうった。新鮮な食材に恵まれた「千葉県 食の祭典」は、これらのイベントに匹敵もしくは凌駕するポテンシャルを秘めている。

図表 地域資源に認定されているB級グルメ（千葉県・埼玉県・神奈川県）

	千葉県	埼玉県	神奈川県
B級グルメ (埼玉県および神奈川県は抜粋)	3件	18件	11件
	勝浦のタンタンメン (勝浦市)	キューボラ定食 (川口市)	中華まんじゅう (横浜市)
	太巻き寿司 (南房総市など)	フライ、ゼリーフライ (行田市)	よこすか海軍カレー (横須賀市)
	おらが井 (鴨川市)	つみっこ (本庄市)	小田原おでん (小田原市)
		かわじま呉汁 (川島町)	東海道の鰻の押し寿司 (鎌倉市)
		ホルモン焼き (秩父市)	三崎のとろまん (三浦市)
【参考】 農林水産物	87件	72件	40件

(注) 1. 出所：中小企業基盤整備機構のデータを加工し、ちばぎん総合研究所が作成。
2. 菓子類は対象としていない。