（ちば経済トレンド６月号）

「大阪・関西万博」への出展を機に、千葉県の誇る発酵文化を目的にインバウンド客が本県に滞在するよう、インバウンド客向け観光コンテンツの充実や外国語での情報発信の強化が進むことを期待したい。

４月 13 日、「大阪・関西万博」が大阪市夢洲で開幕した。日本での大規模万博の開催は 05 年以来 20 年ぶりであり、過去最多となる 158 の国と地域が参加する。

千葉県は、8月 27 日より4日間、「発酵」をテーマとしたブースの出展を予定している（図表１）。温暖多湿な気候や一大消費地への近さ、利根川や江戸川の水運などを活かして、県内では江戸時代から発酵食品の生産・流通が盛んに行われてきた。発酵調味料の代表である醤油とみりんの生産量は全国一を誇り、日本酒の酒蔵も 40 近く存在する。この「発酵県ちば」の魅力を、万博を通じて世界に発信する。

ここ数年、県内では、発酵文化を推進する動きが強まっている。15 年に国内唯一の発酵をコンセプトとした道の駅「発酵の里こうざき」（神崎町）が、今年３月に流山市発祥の「白みりん」について学べる体験型博物館「白みりんミュージアム」（流山市）がオープンした。また、県内の酒蔵を巡るバスツアーなども複数企画されている。県も、公式観光サイトに発酵の特集ページを設けるなど情報発信を強化している。

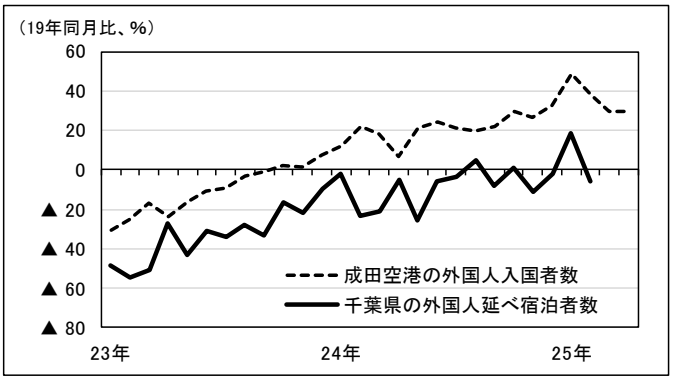
ただし、発酵文化は千葉県だけのものではない。例えば、滋賀県では 21 年、チーズ製造室や醸造所、カフェなどを備える発酵に特化した商業文化施設「湖のスコーレ」が開業した。東海地方で発酵を活用した観光推進に取り組む「発酵ツーリズム東海実行委員会」は、今年５月より愛知・岐阜・三重の３県を舞台に展覧会や蔵開き、体験型プログラムをスタートするなど、広域的な動きもみられる。

（図表１）大阪・関西万博における千葉県ブースの主な出展内容（予定）

| | | 展示内容 | |
|---|---|---|---|
| 展示・紹介ゾーン | | サイネージや大型パネルなどを活用し、千葉県の発酵文化・歴史や産業をストーリー仕立てで紹介。 | |
| 発酵味わいゾーン | | 千葉県産の発酵食品・飲料や、地元食材を使ったオリジナル発酵メニューの試飲・試食。 | |
| 発酵体験ゾーン | | 醤油や味噌玉づくりなどをテーマに、ワークショップを開催。 | |
| 個別展示ゾーン | | 発酵に関するトピック | 展示内容 |
| | 香取市 | 全国各地で開催される「全国発酵食品サミット」の24年会場に選出。 | 地元の酒蔵の日本酒や甘酒の試飲、香取の歴史・観光スポットの紹介など。 |
| | 神崎町 | 全国から約6万人が訪れるという「発酵の里こうざき酒蔵まつり」を毎年開催。 | 合わせ味噌を使った冷や汁の試飲、酒蔵と味噌蔵の糀の紹介・試食など。 |
| | 流山市 | 白みりんの発祥地として知られ、今年3月に市内に「白みりんミュージアム」がオープン。 | 白みりんの歴史や市観光スポットの紹介、白みりんシロップの試飲など。 |
| | キッコーマン㈱（野田市） | 海外に8つの工場を有し、世界100か国以上に醤油を販売。野田工場には、「キッコーマンもの知りしょうゆ館」を併設。 | 「御用醤油醸造所」の紹介、こだわりの醤油やみりんのきき味、販売など。 |
| | ヤマサ醤油㈱（銚子市） | 醤油などの製造・販売のほか、バイオ技術を活かした医薬品の開発も手掛ける。 | 醤油の製造工程や江戸の食文化との関係、日本料理の老舗銘店の紹介など。 |

（出所）各種資料をもとに㈱ちばぎん総合研究所が作成

（図表２）成田空港の外国人入国者数と千葉県の外国人延べ宿泊者数の推移（19年同月比）




（出所）法務省「出入国管理統計」、観光庁「宿泊旅行統計調査」

千葉の発酵文化を他県と差別化していくうえでは、本県ならではの強みを活かしたい。千葉県は、日本の「空の玄関」である成田空港を有するほか、インバウンド客が集積する東京都に隣接している。また、日本を代表する醤油メーカーで世界的にも知られるキッコーマン（野田市）やヤマサ醤油（銚子市）、ヒゲタ醤油（東京都中央区）の生産拠点がある。一方、発酵は、外国人に人気の日本食に欠かせない独自の文化であるほか、試飲・試食や工場・酒蔵見学といったインバウンド客が好む体験型コンテンツとの親和性も高い。これらの点を踏まえると、千葉県の発酵文化はインバウンド客に遡及するポテンシャルが大きいといい得る。

足もとの千葉県における訪日外国人の動向をみると（図表２）、成田空港の外国人入国者数に比べて外国人延べ宿泊者数の回復ペースは遅い。インバウンド客は、空港到着後、千葉県を素通りして都心などへ直行する傾向が強い。今後、万博出展を機に、千葉県の発酵文化が本県に滞在する目的のひとつとなるよう、インバウンド客の獲得を意識した観光コンテンツの充実や外国語での情報発信の強化が進むことを期待したい。（横倉）