

あすを 拓く

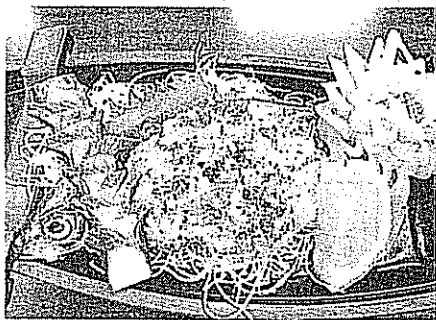
アジなど新鮮な地元の魚をたいて、みそやネギ、シヨウガなどで味付けする「なめろう」。南房総市は地元の飲食店などと連携し、なめろうとこれを焼いた「さんが焼き」をPRする研究会を

手軽で安く地域で親しまれている「B級ご当地グルメ」を観光名物にする動きが千葉県内で広がってきた。南房総市が郷土料理の「なめろう」、市原市が値ごろ感がある丼などを売り出した町おこしに乗り出した。市川市の「のりラーメン」などメニューも多様化している。首都圏では厚木シロコロ(神奈川県)など知名度があるB級グルメも多く、集客へのハードルは高い。

B級グルメで町おこし

千葉県内のご当地グルメを巡る動き

市川市	ナシを使ったスイーツやのりラーメンを開発
浦安市	初の地域ブランド「浦安の絆」の焼酎などを販売
銚子市	魚が原料の揚げめんを使った「銚子カタヤキソバ」を新名物に
白子町	「白子流アヒヤベース」を開発
市原市	市内飲食店の統一PRを開始
鴨川市	海産物などを使った「おらが丼」を開発
南房総市	「なめろう」と「さんが焼き」の研究会を立ち上げ



南房総市のご当地グルメ「なめろう」

観光名物づくり、県内で盛ん

立ち上げた。ほしいと期待を込める。づけ、のぼりやホームページ。いろいろな料理があっし、地図などでPRする「目移りする」。11月、2000円以下で月下旬、千葉県市原市の「いちばら うまいもの会」の発会イベント。参加した若い女性から歓声を聞き起こす戦略だ。明け以降で民宿などと連携したキャンペーンも検討中だ。

南房総市観光プロモーション課の水野哲氏は「(周辺7町村が合併してできた)南房総市の象徴としての役割も担って理を推奨メニューと位置

市原市や商工会議所が中心に設立した会は、飲食店が提供する自慢の料理を推奨メニューと位置づけ、のぼりやホームページ。いろいろな料理があっし、地図などでPRする「目移りする」。11月、2000円以下で月下旬、千葉県市原市の「いちばら うまいもの会」の発会イベント。参加した若い女性から歓声を聞き起こす戦略だ。明け以降で民宿などと連携したキャンペーンも検討中だ。

南房総市観光プロモーション課の水野哲氏は「(周辺7町村が合併してできた)南房総市の象徴としての役割も担って理を推奨メニューと位置

細る補助金、PRに知恵



「いちばら うまいもの会」では地元飲食店の自慢メニューが並んだ(市原市)

補助金が少なく「PR資金が不足気味」(白子町商工会)。12月中旬から新しいチラシを配布して巻き返しを狙うが、先行きは不透明だ。

値ごろ感も課題

を確立するまでの課題は多い。白子町では特産品のトマトやタマネギ、青魚のつみれを使った「白子流アヒヤベース」を3月頃から始めた。ただ当初、想定していたホテルや旅館の一部が参加を見送ったほか、国などからの補助金が大きな課題」とる。

経済効果、期待大きく

知名度が上がった。当地グルメは経済効果も大きい。地元の飲食店が観光客によって売り上げが増え、土産物などの需要も期待できるからだ。

静岡県富士宮市の「富士宮やきそば」の経済効果は6年間で約217億あったという。

千葉県内での先行事例が鴨川市の「おらが丼」。地元の食材を使うなど一定の要件を満たすのが条件だ。約50店で7000、2000円程度で提供しており「スタートした05年から4年間で3億円の効果」(鴨川市商工会)。来年1月下旬に金沢市である「全国丼サミット」にも参加する予定だ。