

愛知「発酵食文化」振興協議会 3か年事業方針について

1 事業方針の概要

(1) 策定の趣旨

愛知の「発酵食文化」を振興し、国内外へ魅力発信することにより、旅の目的地として、世界から多くの人を呼び込むことを目指し、関係者など地域が一体となって取組を推進していく指針とする。

(2) 事業方針の期間

2025年度から2027年度までの3年間

2 現状と取組の方向

<現状分析（SWOT分析）>

強み（S）	弱み（W）
独自の歴史や特徴のある発酵食 （濃厚なうまみ、発酵食の多彩さ、食文化発展の歴史）	受入体制が不十分 （受入意識の低さ、通訳ガイド不足、外国人対応できる蔵元・飲食店の少なさ）
機会（O）	脅威（T）
訪日市場の客数・ニーズの追い風 （訪日外国人の増加、サステイナブルな旅行への関心の高さ、日本食の人気）	特定層に限られた需要・他地域も注力 （発酵ツーリズム市場が小規模、他地域も既に取組中）

<取組の方向>

- 訪日外国人の日本食ニーズの取込みを狙い、発酵がもたらす「うまみ」をウリとして、“食のおいしさ”を中心に、海外の認知度を高める。
- 多様な発酵食文化を生んだ歴史的背景（物語）やサステイナビリティなどの価値観を伝えることで愛知独自の差別化を図る。
- ガイドの育成、施設の多言語整備の支援による受入体制の改善に加え、飲食・宿泊事業者との連携を強化し、受入施設の裾野を広げる。

3 ビジョン（3年後に目指す姿）

発酵を“観光資源”として誇れる県 あいち

協議会構成員、発酵事業者、観光事業者などが、“産業”としてはもちろん、“観光資源”としても愛知の「発酵食文化」を誇れることを目指す。

4 事業方針

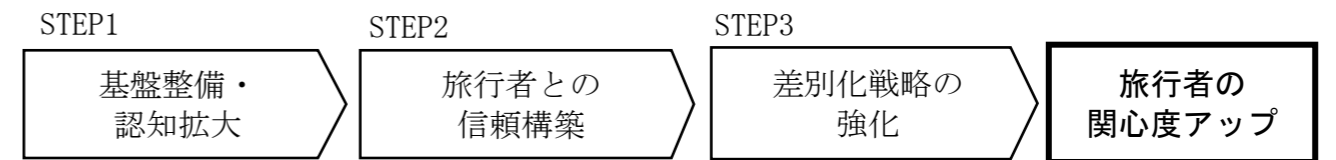
(1) 誘客のターゲット

国・地域	
台湾、香港	アメリカ、香港
ターゲット層（以下の2つの層を想定）	
食への関心が高く訪日回数が少ない層 （地方のメジャーな観光地に行きたい人など） ⇒現在取りこぼしている層	食への関心が高く消費額が高い層 （地域ならではの食文化体験をしたい人など） ⇒今後注力していくべき層

(2) 事業展開

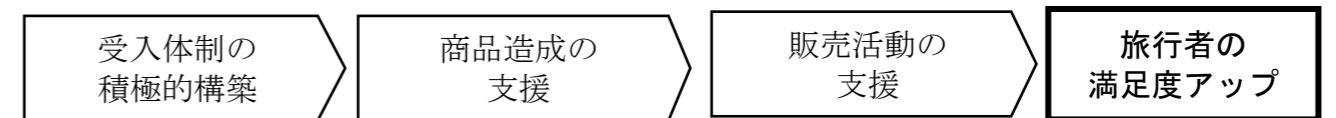
ビジョン達成に向けて、以下の3つの活動を通して、事業を展開する。

① アウターブランディング活動（旅行者など外部へのブランドアピール活動）



（例）PR ツール作成、展示会への出展、メディアでの情報発信など

② 旅行商品の創出支援活動



（例）蔵元伴走支援、ガイド育成、飲食・宿泊事業者と連携した商品造成・販売など

③ インナーブランディング活動（県内事業者など内部へのブランド浸透活動）



（例）セミナー開催、関係者向け体験会開催、交通事業者とのタイアップなど

5 事業の推進体制

協議会構成員間の連携に加え、他の関係団体や事業者ともつながる・巻き込む取組を進め、地域が一体となって盛り上げを図っていく。

- ・地域の飲食店、宿泊施設、交通機関、他の観光資源との連携
- ・発酵ツーリズムに関わる他団体の活動との連携や事業成果の共有