

釧路公立大学地域経済研究センターと財団法人日本交通公社は、2000年度より共同研究として「地域観光の地域自立型産業への展開に向けての研究」に取り組んできました。2004年度及び2005年度は、本研究の第3段階として、食との連携による観光産業の展開方向について調査研究を実施しました。食を取り巻く近年の動向を踏まえた上で旅行先での食事の楽しみに関するアンケート等のマーケティング調査や、釧路・根室地域内外での食と観光の連携によって地域の付加価値を高め、魅力の向上につなげていく取り組みについての事例調査等を実施することにより、食と観光の連携の推進に向けてより戦略的・重点的に取り組んでいく方策を検討したもので、ここでは、その概要を紹介しております。

釧路・根室地域のみならず、北海道の各地域において、観光と食に関する取り組みが活発になってきておりますが、観光と食を地域内で有機的、効果的に結びつけながら地域全体の経済力の発展につなげていく方策は容易ではありません。関係者相互の意識醸成が図られるとともに、行政や食、観光のそれぞれの業界、経済界の仕組みについても見直していくことが必要です。今後、これらの活動に関わっておられる方々の取り組みに対して少しでも本研究の成果が参考になれば深甚です。

本共同研究の実施に当たっては、北海道開発局釧路開発建設部の全面的なご協力・ご支援をいただきました。心より感謝しております。また、本共同研究の実施に当たっては、釧路建設業協会からの助成資金を活用させていただきました。釧路建設業協会には長年に亘るご支援に心よりお礼を申し上げます。また、調査協力をいただいた北海道釧路支庁の皆様、さらに、アンケート調査等にご協力いただいた釧路・根室管内の市町村や観光関連・食関連の団体の皆様には厚くお礼を申し上げます。

共同研究代表者/小磯修二

<2004・2005年度 共同研究メンバー>

小磯 修二 釧路公立大学教授・地域経済研究センター長
関口麻奈美 マーケティングリサーチャー
梅川 智也 財団法人日本交通公社 研究調査部長
堀木 美告 財団法人日本交通公社 研究調査部主任研究員
石山 千代 財団法人日本交通公社 研究調査部研究員
中島 泰 財団法人日本交通公社 研究調査部研究員
近藤 信治 株式会社釧路丸水 代表取締役社長
楡金 久幸 釧路全日空ホテル 総料理長

2004・2005年度に実施した調査

- 食の楽しみについて (JTBF旅行者動向調査より)
調査時期:2004年10月
調査対象:全国18歳以上の男女
調査方法:郵送による調査票の配布と回収(自記入式)
調査数:2,511票
- 食の消費実態調査(知床地域に関する調査を含む)
調査時期:2005年12月
調査対象:1年以内に北海道訪問経験がある道外の18歳以上の男女
調査方法:インターネット調査
調査数:500票
- 観光地の食に関するイメージについて (JTBF旅行者動向調査より)
調査時期:2005年10月
調査対象:全国18歳以上の男女
調査方法:郵送による調査票の配布と回収(自記入式)
調査数:2,440票

<お問合せ先>
釧路公立大学地域経済研究センター
Fax:0154-37-5376
mail:r-center@kushiro-pu.ac.jp

食との連携による 観光産業の展開に向けて

「地域観光の地域自立型産業への展開に向けての研究(Ⅲ)」の概要

2006年11月
釧路公立大学 地域経済研究センター

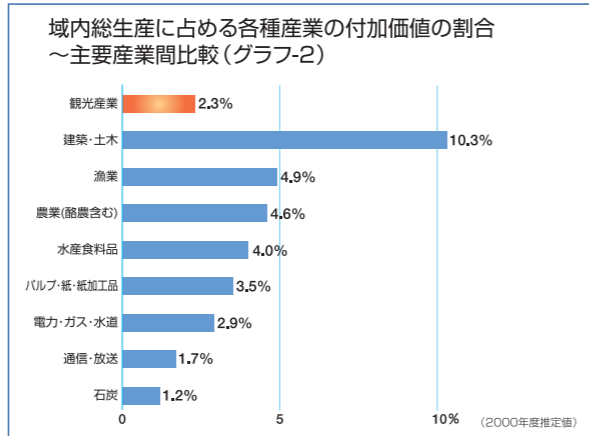
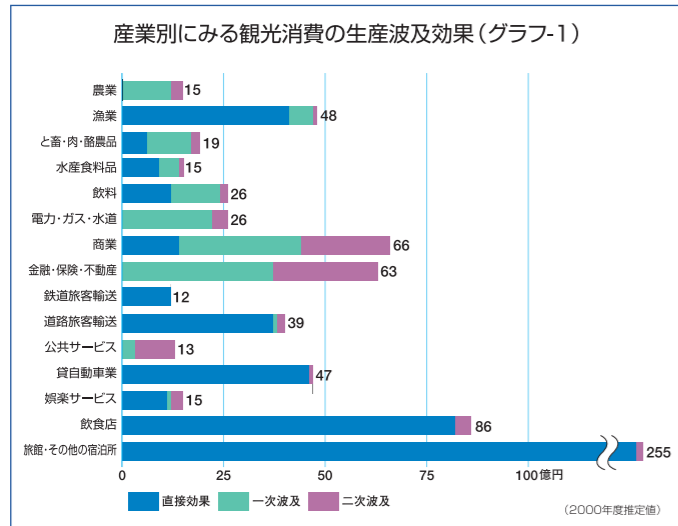
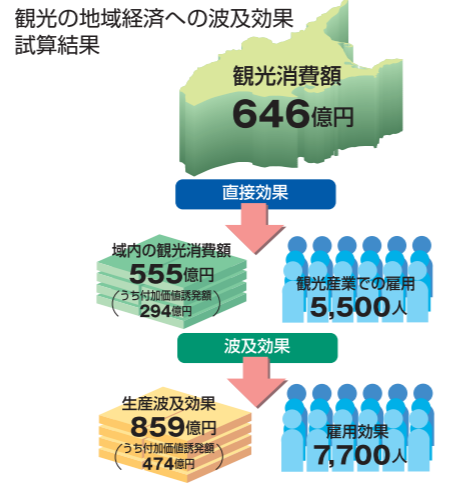
(財団法人日本交通公社との共同研究)

観光消費は地域の多様な産業に経済波及

食産業も観光産業

釧路・根室地域には年間およそ131万人の観光客（ビジネス目的の来訪者を含む）が宿泊し、総額646億円を消費しています（2000年度推計値）。この646億円の消費は年間859億円の生産波及効果と7,700人の雇用効果（域内の4%）をもたらす。観光消費による域内付加価値は域内総生産の2.3%を占める（グラフ-2）など、地域の自立的な経済発展に寄与しています。

また、646億円の消費は幅広い産業に経済波及しており、地域内の食産業（農業、水産、食品加工、飲料、飲食等）にも多くの波及をもたらしています（グラフ-1）



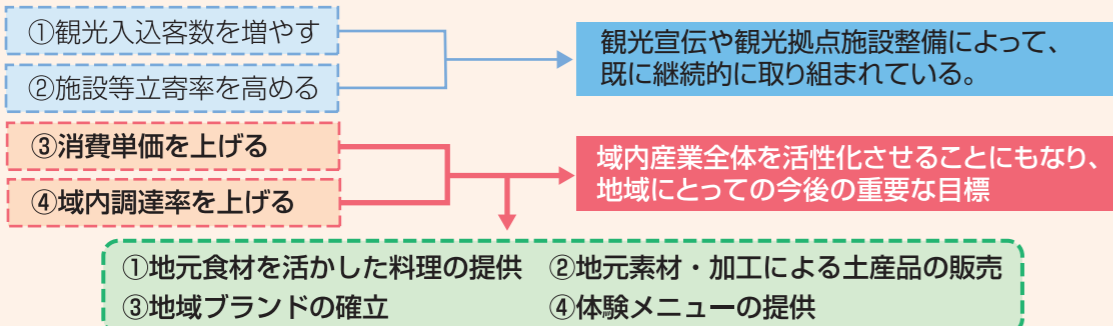
消費単価と域内調達率向上で経済波及効果を高めていくことが大切

地元資源の活用、地元産品・食材の活用で消費単価、域内調達率を高めていくことが可能

観光経済効果の基本的な考え方 = ①来訪客数 × ②消費単価 × ③域内調達率

観光経済波及効果は、入込統計調査、来訪客への消費額調査によって、観光消費額を推計し、産業連関表や事業者調査によって得た域内調達率を用いた乗数理論によって波及効果を計算します。観光消費の経済波及効果を高めるには、観光産業の高付加価値化と裾野を拡大し、消費単価や域内調達率を向上させることが求められており、これは今後の地域の重要な戦略といえます。その方策として、地元食材を生かした料理や土産品の提供、地域ブランドの確立などが考えられます。

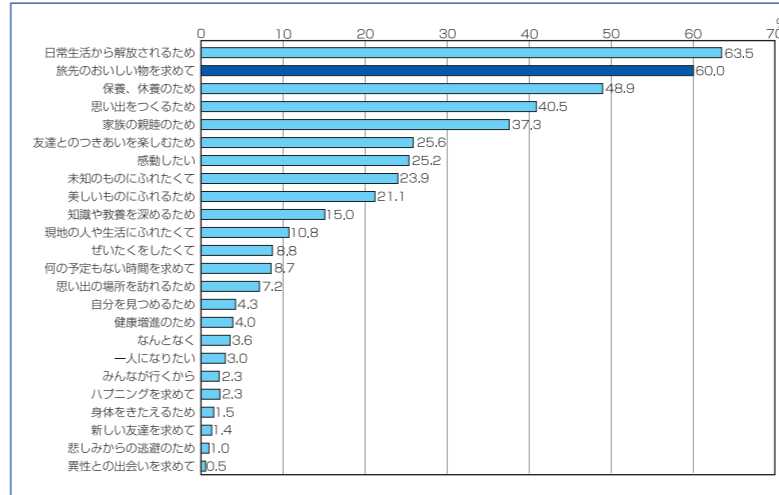
地域の観光産業と食産業が協力して向上させていくことがポイント



観光客は「旅先のおいしい物」を求めている

旅行の動機

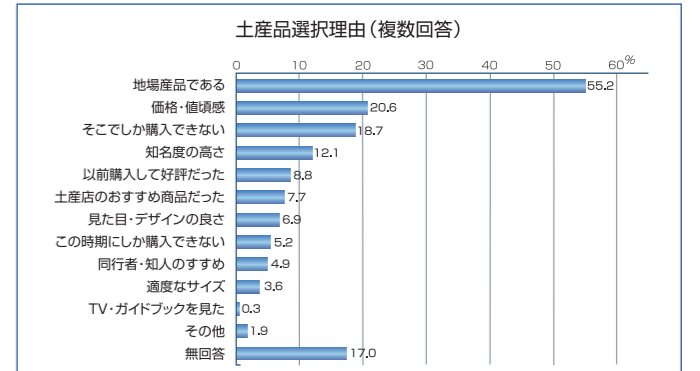
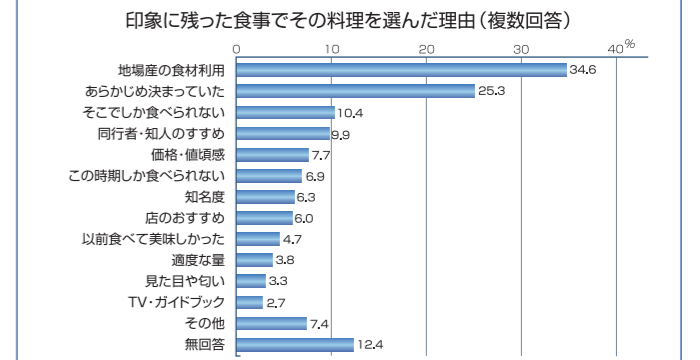
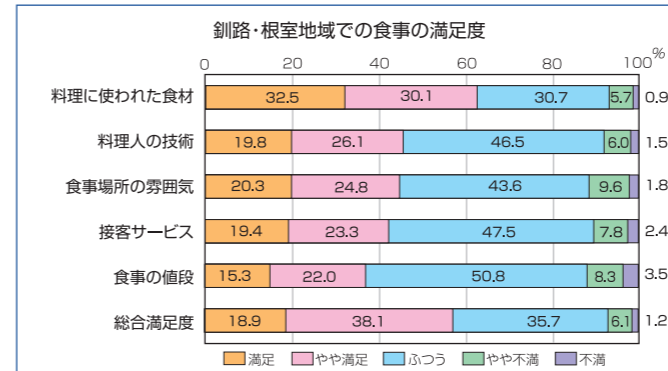
「あなたが旅行をしてみたいと思うのは、どんな気持ちからですか」という問いに対して「旅先でおいしい物を求めて」という答えが2番目に高くなっています。（全国旅行者アンケート）



資料：「財団法人日本交通公社（JTBF）旅行者動向2006」より

料理や土産品は地元産のものを期待

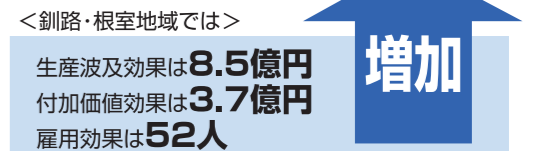
釧路・根室地域を訪れた来訪者アンケート調査（2003年度実施）で、料理や土産品の選定は、地場産のものであることがその大きな選択要因となり、地場産のものへの期待が高くなりました。また、食事は食材に対する満足度が高く、土産品は素材や原材料の良さに対する満足度が高くなっています。土産品では水産加工品が多く購入されていることから、釧路・根室地域の「食」が観光の大きな魅力になることを表しています。



地元産の食材使用により、域内調達率と消費単価が高まり、経済効果がアップ

地元食材を生かし、域内調達率を上げると...

宿泊施設・飲食店における食材・飲食品の域内調達率が1割上昇すると



ブランド化による効果を試算すると...

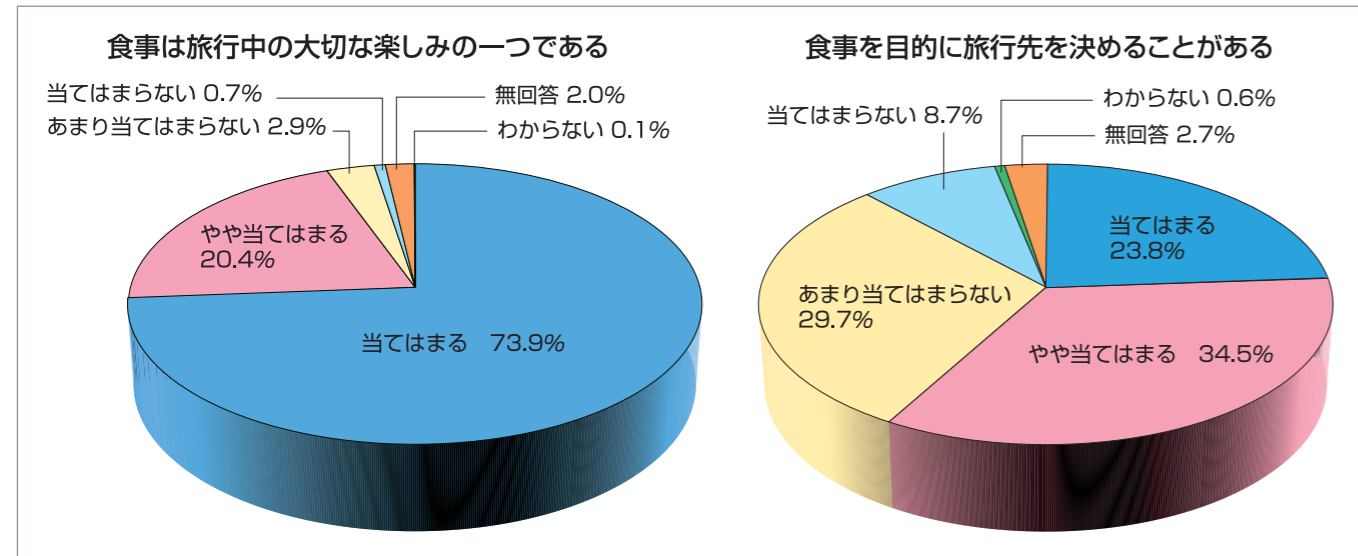
宿泊施設・飲食店の食材・飲食品で域内調達率が10%上昇し、さらにこれらの地元食材の50%がブランド化によって価格が1.2倍となり、かつ、土産品の購入率が10%上昇し、さらにこのうちの50%が、価格が1.2倍となると、



観光消費における食に関する消費は拡大する可能性が高い!

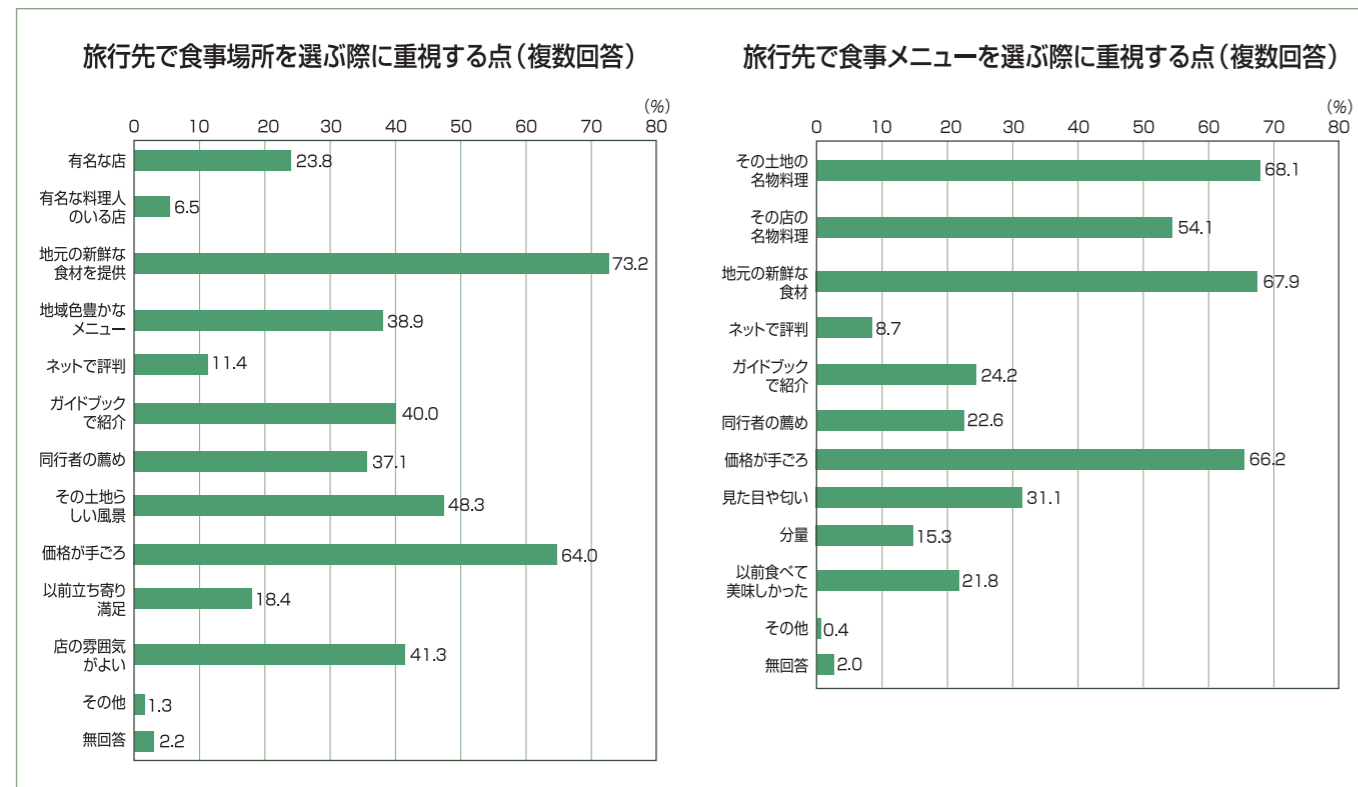
食事は旅行先の大きな楽しみで、旅行先決定の要因に

「JTBF旅行者動向調査」では、食事は旅行中の大切な楽しみの一つと回答した人が、「当てはまる」「やや当てはまる」を合わせると、9割以上に。また、5割以上が、食事を目的に旅行先を決めることがあると回答し、旅行における食の期待は高いものになっています。



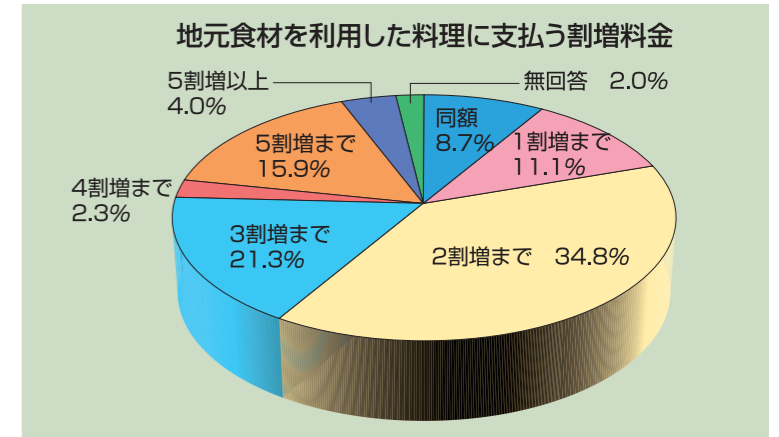
地元食材の活用が食事場所・メニュー選定の大きな要因

同調査によると、食事場所を選ぶ際に「地元の新鮮な食材を提供」していることを重視する人は73.2%、食事メニューを選ぶ際に「地元の新鮮な食材」を重視する人は67.9%もいます。



地元食材利用なら26.2%の割増料金でもOK!

地元食材を使っていれば、支払う料金は割り増しでもOK。2割増までなら34.8%が、3割増でも21.3%が支払うと回答しており、平均の割増率は26.2% (5割増以上を6割に設定)となっています。通常1000円のもので、地元食材を使っていれば、1,260円まで支払ってもOKということになります。地元食材を使用することで、観光の食に関連する消費は拡大する可能性が高いのです。



認証制度による地元産品の高付加価値化(仏・伊の動き)

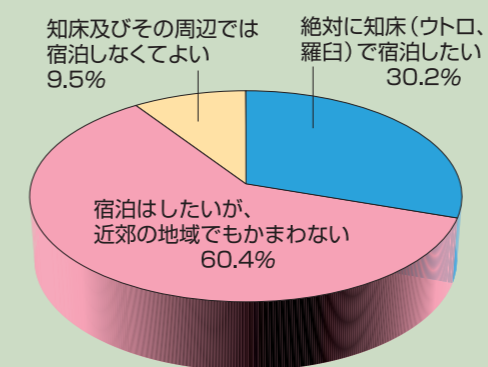
食の付加価値を高める手法の一つに、地元産品の認証制度などがあります。ワインで知られるフランスのAOC制度は、チーズ等乳製品や農産物でも認証されており、地域独特の風土や気候、土壌の中で伝統的な生産方法で生産することにより生まれる高品質な製品を保護するとともに、品質の維持や認知度のアップ、生産者の誇りの醸成など、高い価値を付加するさまざまな効果をもたらしています。また、イタリアのスローフード協会では希少な農産物などを「プレジディオ」として認定し、生産者保護や価格上昇、認知度アップ、生産者の誇りの醸成など、こちらも高付加価値化に大きく寄与しています。



知床観光客が期待する食の魅力

知床が2005年に世界遺産に登録されたことに伴い、本研究で知床観光に関する調査を行った結果、知床観光を楽しむ場合、宿泊は知床でなくてもよく、近郊の都市、温泉地域でも良いという人が約6割となりました。そこで宿泊先を選定する際に重視することは「食べ物がおいしい」が69.2%とトップで、食の魅力が宿泊先の大きな選定要素となることがわかりました。自然環境を目的とした観光においても食の魅力を生かすことで消費効果を高めていくことができます。

知床を来訪する際は、知床で宿泊したいと思いますか?



知床近郊で宿泊して知床観光を楽しむなら、どんな点を重視して宿泊先を選ぶか(2つまで回答)

