

共同研究：財団法人日本交通公社

地域観光の地域自立型産業への
展開に向けての研究（Ⅲ）
～食との連携による観光産業の展開～

研究報告書

平成18年10月

釧路公立大学地域経済研究センター

はじめに

本報告書は、平成 16 年度及び平成 17 年度において、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が共同研究として実施した、「地域観光の地域自立型産業への展開に向けての研究Ⅲ」の成果を取りまとめたものです。

「地域観光の地域自立型産業への展開に向けての研究」は、3つの段階（ステージ）で展開されてきました。第1段階の研究は、平成 12、13 年度の 2 ヶ年で実施しましたが、そこでは主に釧路・根室地域を事例に、観光消費実態調査、事業者調査等によって、観光による地域内消費実態を調査、分析するとともに、地域産業連関表の作成により地域内での経済波及効果を分析し、地域産業全体の中での観光産業の実態と今後の可能性を探り、今後地域内で波及効果を高め、観光が地域における自立型産業として発展していくための方策について検討を行いました。第2段階となる平成 14 年度からの研究では、観光の経済波及効果を高める具体的な施策として、地元食材を活かした料理の提供や地元素材・加工による土産品の販売、地域ブランドの確立を目指し、それによる経済波及効果の試算、道内外での先進地事例調査を行いました。次いで、平成 15 年度には食事や土産品に関する購入状況や満足度を把握するため、来訪客アンケート調査を行うとともに、地場産品のブランド化施策などについて自治体アンケートを実施し、観光施策を通じた地域ブランド確立に向けた方策について検討を行いました。

第3段階となる平成 16 年度、17 年度の研究では、食と観光の連携をテーマに、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調査等のマーケティング調査を行うとともに、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を実施し、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ています。現在、釧路・根室地域のみならず、北海道、各地域において、観光と食に関するテーマでの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、行政に加え食、観光のそれぞれの業界、経済界の仕組みについても見直さなければならないことが少なからず散見されます。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。

また、本共同研究の事例調査に当たっては、お忙しい中、時間を割いていただいた、沖縄県観光リゾート局観光企画課の皆様、いわて地産地消レストラン認証制度事務局の

皆様、山形県村山市「あらきそば」の芦野又三氏、山形県置賜総合支庁産業経済部西置賜農業技術普及課地域支援専門員の寒河江啓子氏、小岩井農牧(株)経営開発室長の辰巳俊之氏、海外調査ではイタリア・カルード生産責任者のクラウディオ・ハッカート氏、バルベラー農場のアンジェロ・ソンビコ氏、ラフラッツァ農場のアンナ・アダミ氏、スローフード協会の食科学大学の C. ラニッキー氏、フランス・レストラン「ジョルジュ・ブラン」のジョルジュ・ブラン氏、ブレス地鶏職業組合の M-P. ミューニエル氏、ソペクサ会長の D・シャルドン氏、同渉外担当ディレクターの M-N. ゲラン氏、ソルボンヌ大学総長の J-R. ピット氏、マレーヌ牡蠣生産組合代表の F. パツーリ氏、フランス観光省観光戦略評価局長の N. スコーラネック氏、フランス地域自然公園協会の F. ドラッグマン氏、オーベルジュ調査ではトーハウリゾート(株)企画推進室長の西紀尚氏、レストラン「モリエール」代表の中道博氏、「レストラン・マッカーリーナ」シェフの菅谷伸一氏、真狩村役場産業課の皆様、「ナチュラルリゾート ハイジア」の支配人兼料理長の半田勝也氏、「ヘイゼルグラウスマナー」支配人の菅原吾郎氏など、ご協力いただきました、皆様に心からお礼を申し上げます。

最後に、本共同研究の研究員として参加いただいた、財団法人日本交通公社の研究調査部長・梅川智也氏、主任研究員・堀木美告氏、研究員・石山千代氏、中島泰氏、(株)釧路丸水社長の近藤信治氏、釧路全日空ホテル総料理長の楡金久幸氏、マーケティング・リサーチャーの関口麻奈美氏に対して、心より感謝申し上げます。

平成 18 年 10 月

研究代表者 釧路公立大学教授 地域経済研究センター長 小磯修二

「地域観光の地域自立型産業への展開に向けての研究」

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）（平成 17 年度参加）

目次

※第6章は調査協力先のマーケティングデータなどが含まれるため、ホームページ掲載にあたって章を除いております。ご了承ください。

本研究の概略	1
序章 調査に当たってこれまでの研究成果から	5
第1章 調査の目的と流れ	11
1. 調査の目的	11
2. 調査の流れ	11
第2章 「食」を取り巻く近年の動向	15
1. 「食」の安全性に対する意識の高まり	15
2. 「食」の品質に対するこだわり	17
3. 「食」にまつわるライフスタイルの変化	18
第3章 旅行先での「食事の楽しみ」に関する分析	21
1. 調査概要	21
2. 旅行における「食事の楽しみ」の位置づけ	22
3. 旅行先での食事場所を選ぶ際に重視する点（複数回答）	27
4. 旅行先での食事メニューを選ぶ際に重視する点（複数回答）	28
5. 地元食材を利用した料理に支払う割増金額	29
6. 旅行先での食事を評価するポイント（複数回答）	31
第4章 釧根地域の「食」に関するイメージ	33
1. 調査概要	33
2. 全国の観光地の「食」に関するイメージ	35
3. 釧根地域の「食」に関するイメージ	38
4. 「食」のイメージ形成と高付加価値化の考え方	40
＜コラム＞	41
第5章 道内及び釧根地域での「食」の消費実態	43
1. 調査概要	43
2. 調査対象者の属性	44
3. 現在の「食」に関する消費実態	46
4. 「食」に関して支払い可能な限度額	60
5. 消費実態を踏まえた「食」の高付加価値化の考え方	81
参考：知床世界遺産登録効果について	82

第6章 事例調査結果概要	93
1. 釧路・根室地域内の食関連事業者事例調査	93
2. 地域の「食」の付加価値を高める取り組み事例調査 (ブランド化・認証制度等)	94
3. 魅力的な「食の空間」の構成(オーベルジュ)事例調査	151
第7章 釧路地域におけるさまざまな取り組み	163
1. 釧路支庁による食と観光の連携推進事業について	163
2. 地域フードシステムの構築を目指した食の社会実験	166
3. 食の魅力で観光イメージアップを図った「ら・フェスタ 2005」	170
第8章 観光面からの「食」の付加価値創出に向けた方向性	175
1. 食と観光の連携に向けて(食関連事業者事例調査結果より)	175
2. 魅力的な「食の空間」づくりに向けて (オーベルジュ事例調査結果より)	182
3. 観光面からの「食」の付加価値創出に向けて	184
第9章 食との連携による観光産業の展開 ~「食」関連消費の拡大に向けて~	191
1. 地元食材をはじめ、地域資源の積極的な活用の啓蒙・推進	191
2. 地域内連携の出会いの場づくり	192
3. 食空間の演出と景観を生かした魅力の創出	192
4. 認証制度を核にした地域全体の付加価値を高める手法・ 地域ブランドの創出	193
5. 信頼性のある情報発信の仕組みづくり	193
6. 横断的な体制の確立	193

本研究の概略

釧路公立大学地域経済研究センターによる共同研究「地域観光の地域自立型産業への展開に向けての研究」は、平成 12 年度から 17 年度にかけて、2 ヶ年ごとに研究テーマを設定し、合計 6 ヶ年間の歳月を要して行われた。各テーマの根底にあるのは、観光産業が地域経済の発展に寄与するという考え方で、それをアンケートやヒアリング調査の中から具体的な数値や事例として分析し、さらに観光産業を地域経済発展のために効果的に活用していくためには、どのような戦略でどのような方策のもとに取り組んでいくべきかを掘り下げたものである。

6 ヶ年間にわたる具体的な研究の流れは次ページのようになっており、平成 12・13 年度には釧路・根室地域における観光消費実態を調査分析するとともに、生産波及効果について多面的な推計を実施した。そこでは、観光消費は、旅館やホテルなどの宿泊施設のみならず、多様な産業に波及しており、観光経済波及効果をさらに高めるためには、観光産業の高付加価値化と裾野の拡大が重要であることなどを提言した。ついで平成 14・15 年度は、この要素に焦点を当て、特に域内調達率の向上と地域ブランド化による観光経済波及効果を高める方策を検討した。

4 ヶ年の成果を踏まえて、平成 16・17 年度は、共同研究の第 3 ステージとして「食と観光の連携」による観光における食の高付加価値化の実現に向けた調査・分析を行った。

平成 12・13 年度

釧路・根室地域における観光消費・経済効果の実態把握

宿泊客アンケート調査（観光実態及び観光消費把握）／観光関連事業者アンケート調査（旅行者対応の実態、域内調達率、雇用状況把握）／釧路・根室地域産業連関表作成

観光消費額 646 億円／生産波及効果 859 億円

釧路・根室地域を訪れる観光客の滞在日数を 1 日延ばすと生産波及効果は 129 億円の増加
観光産業のシェアが沖縄県並みになると生産波及効果は 1,249 億円の増加

●経済効果を高める観光施策●

- ・観光産業の高付加価値化と裾野の拡大
- ・地域の魅力を観光客に伝える態勢づくり
- ・観光空間の快適化と滞留・滞在の促進
- ・実効的な観光推進体制への転換

平成 14・15 年度

観光経済波及効果向上の方向性と具体的な施策の検討

<観光経済波及効果向上の方向性>

- ①観光入込数の増加 ②施設等立寄率の向上 ③消費単価の向上 ④域内調達率の向上

既存施策が存在

- ①地元食材を活かした料理の提供
- ②地元素材・加工による土産品の販売
- ③地域ブランドの確立
- ④体験メニューの提供

域内調達率向上とブランド化戦略による観光の経済効果試算

先進事例調査（観光経済効果向上の実態把握）

来訪客アンケート調査（食事・買い物の実態と特産品への評価）

自治体アンケート調査（ブランド施策の現状と課題）

●域内調達率向上と地域ブランド化がかぎに●

<域内調達率の向上>

- ・宿泊施設や飲食店の地元食材仕入れの仕組みづくり
- ・宿泊施設や飲食店で地元食材を活かしたメニューの開発と料理の質的向上
- ・立寄率の高い施設における地場産品の積極的な販売
- ・地場加工品の研究開発と加工技術の育成

<地域ブランドの確立と満足度向上>

- ・食材の質を活かした付加価値の向上、価格の検討、情報提供の拡充と旅行商品への地場産食材の組み入れ促進
- ・土産品開発と品質の向上、土産品販売店の質的向上
- ・地域ブランドの形成とサービスのブランド化

食と観光の連携による高付加価値化実現の重要性

食材や環境（食空間）など、地元資源を活用した観光の魅力向上を

域内調達率の向上と地場産品のブランド化による観光経済波及効果の向上の方策を探る

平成 16 年度

旅行先の食の楽しみの実態把握と先進的な食関連業者の実態把握

食を取り巻く近年の動向分析／旅行先での食の楽しみ調査（旅行者動向調査）／先進事例調査

＜食と観光の連携に向けた方向性＞

① 食に関する魅力づくり

（地域における食文化の伝承・創出／食に関する安全性や品質の確保／地域食材を活用する料理人の育成）

② 食に関する情報発信

（多彩な食の魅力に関する対外的な情報発信／住民に向けた地域食材に関する情報発信／食と観光の連携の意義についての周知）

③ 食に関する仕組みづくり

（食材の域内循環システムの構築／小規模生産者に対するサポートシステムづくり／地域食材の地元消費拡大に向けた取り組み／限定商品的な販売戦略による地域食材の活用／食と観光の連携に向けたマネージメント・コーディネート機能／地域食材に対する適正な付加価値づけ／来訪者を意識した地産地消の取り組み推進）

平成 17 年度

食と観光の連携による食に関する魅力づくりの方策検討

「食」空間の魅力構成に関する先進事例調査 ←

釧路・根室地域における「食」に関するイメージ調査（旅行者動向調査） ←

釧路・根室地域における食の消費実態と可能性調査（WEB 調査） ←

地域の「食」の付加価値を高める手法についての先進事例調査 ←

＜食と観光の連携の施策メニュー＞

①魅力的な空間づくりによる食の付加価値創出

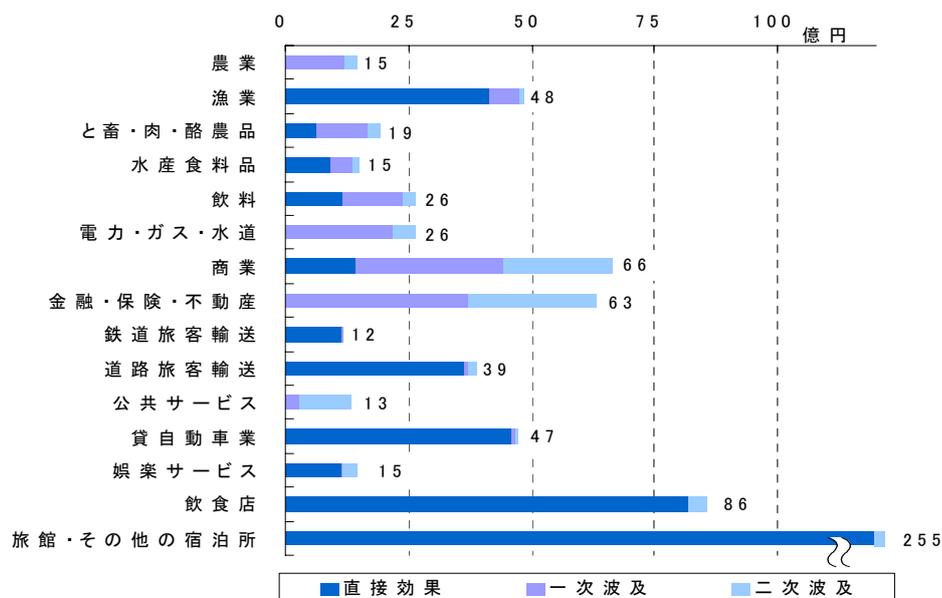
②生産現場と連携した食のストーリー化による付加価値創出

③食の楽しみに関する品質保証による付加価値創出

序章 調査に当たって <これまでの研究成果から>

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 億円を消費している（2000 年度推計値）。この 646 億円の消費は、輸送関連や旅館・その他の宿泊所など、直接効果をもたらす産業のみならず、多様な産業に波及している。平成 12・13 年度の研究では、この観光消費における生産波及効果は年間 859 億、雇用効果は 7,700 人と推計され、観光産業が地域の自立的な経済発展に寄与していることが明らかとなった。

観光の地域経済への波及効果 試算結果



産業別に見る観光消費の生産波及効果

また、釧路・根室地域を訪れる観光客の半分が滞在日数を1日延ばすと、生産波及効果は129億円の増加（雇用効果1,100人の増加）、観光産業のシェアが国内有数の観光地である沖縄県並みになると、生産波及効果は1,249億円の増加（雇用効果11,200人の増加）となることが試算された。

Case1

滞在日数の増加

釧路・根室地域を訪れる観光客の**半分**が
滞在日数を**1日**延ばすと…



生産波及効果**129**億円の増加
(雇用効果**1,100**人の増加)

Case2

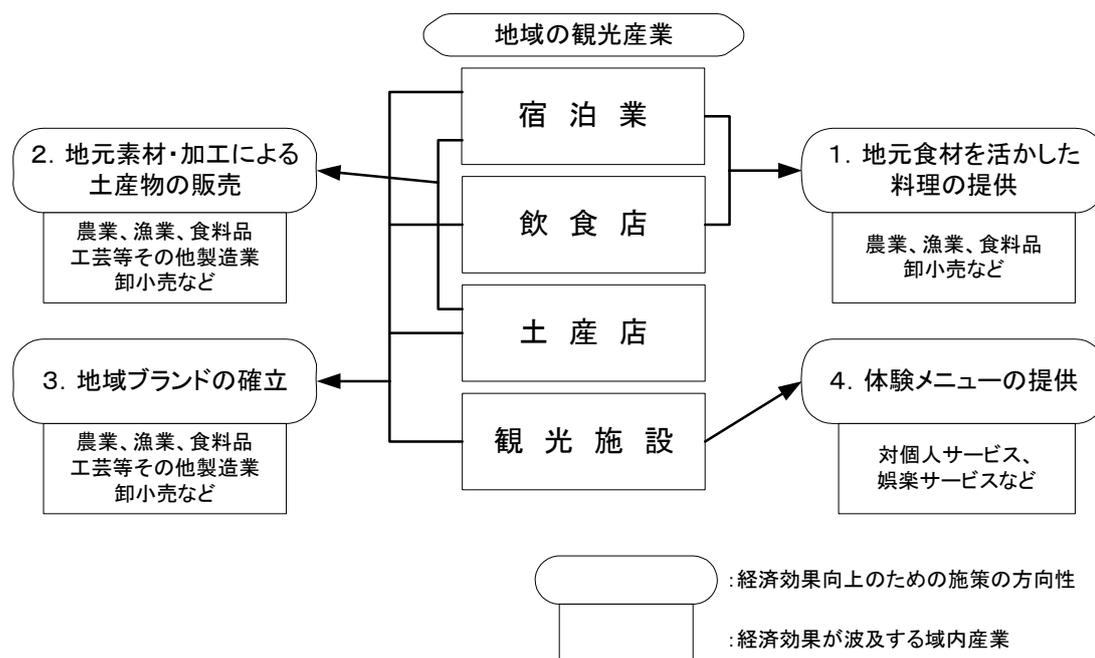
観光産業の基幹産業化

観光産業のシェアが**沖縄県**並みになると…

生産波及効果**1,249**億円の増加
(雇用効果**11,200**人の増加)



観光消費における経済波及効果は、来訪客数×消費単価×域内調達率によって求められるが、これまで来訪客数（観光入込客数）増加に対する取り組みは既に取り組みられている施策といえ、今後、観光経済波及効果を高めていく上では、消費単価と域内調達率を向上することが重要である。これを実現するためには地場製品の活用とブランド化戦略が有効な方策であり、その方向性としては、①地元食材を活かした料理の提供、②地元素材・加工による土産品の販売、③地域ブランドの確立、④体験メニューの提供が考えられる。この四つの方向性は、地域の観光産業に以下のように波及すると考えられる。



施策に関連する観光産業と経済効果の波及先

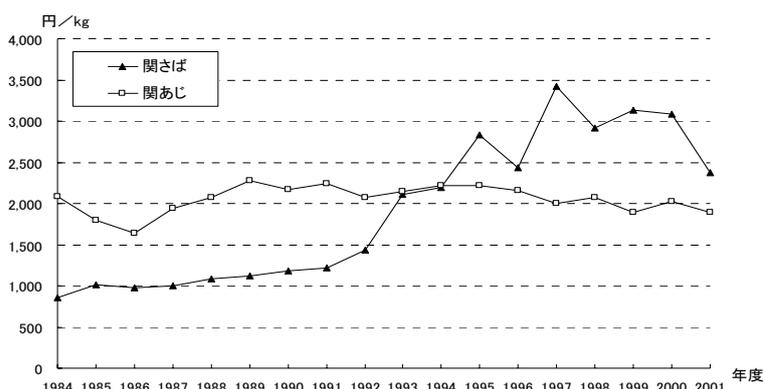
域内調達率向上とブランド化戦略による観光の経済効果を試算したところ、①地元食材を生かした料理の提供（宿泊施設・飲食店における食材・飲料品の域内調達率が1割上昇した場合）で、生産波及効果は8.5億円、付加価値効果（生産過程で新たに付け加えられる価値。生産額から原材料費や機械設備の減価償却分を差し引いた金額）は3.7億円、雇用効果は52人の増加となり、②地元素材・加工による土産品の販売（観光客の購入する土産品の域内商品比率が10%上昇した場合）では、生産波及効果は18.6億円、付加価値効果は9.2億円、雇用効果は153人の増加、③地域ブランドの確立（宿泊施設・飲食店が調達する食材・飲料品で域内調達率が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%で価格が1.2倍となった場合）で、生産波及効果は54.2億円、付加価値効果は25.7億円、雇用効果は432人となった。

以上のような前提を踏まえて、地元食材活用や地域ブランド化による付加価値向上の道内外の先進事例を調査した中では、町内雇用・町内調達を原則とする宮崎県綾町の取り組み（町民が生産した野菜や加工食品を販売する「手づくりほんものセンター」を整備し、町民や観光客、観光業者が積極的に利用している）や、産地限定ブランド化を図り、一般消費者の評価を上げ



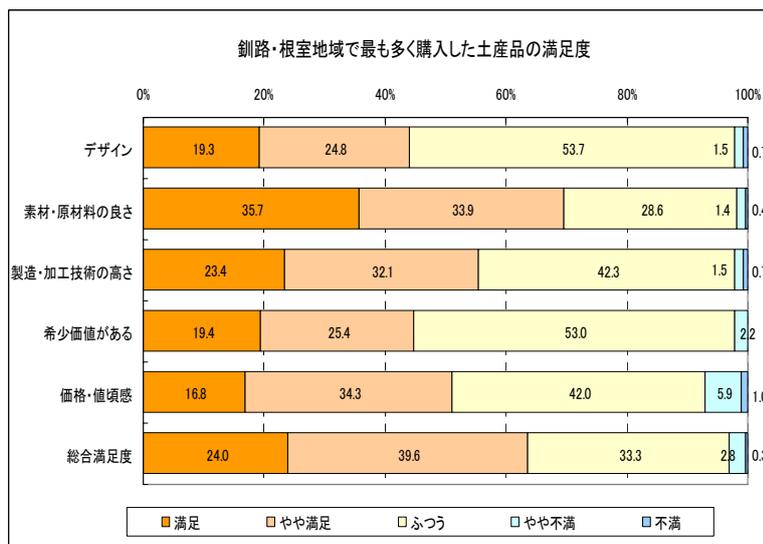
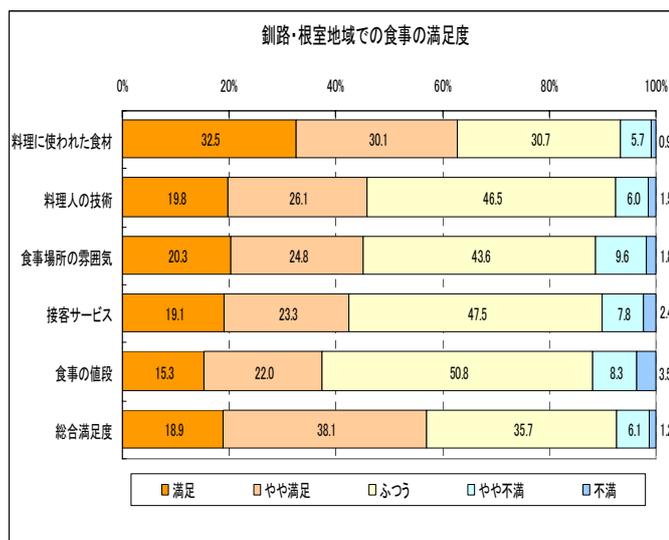
綾町手づくりほんものセンター

た大分県佐賀関町の「関あじ」「関さば」（特に関さばは卸売価格が上昇）などが特徴的であった。

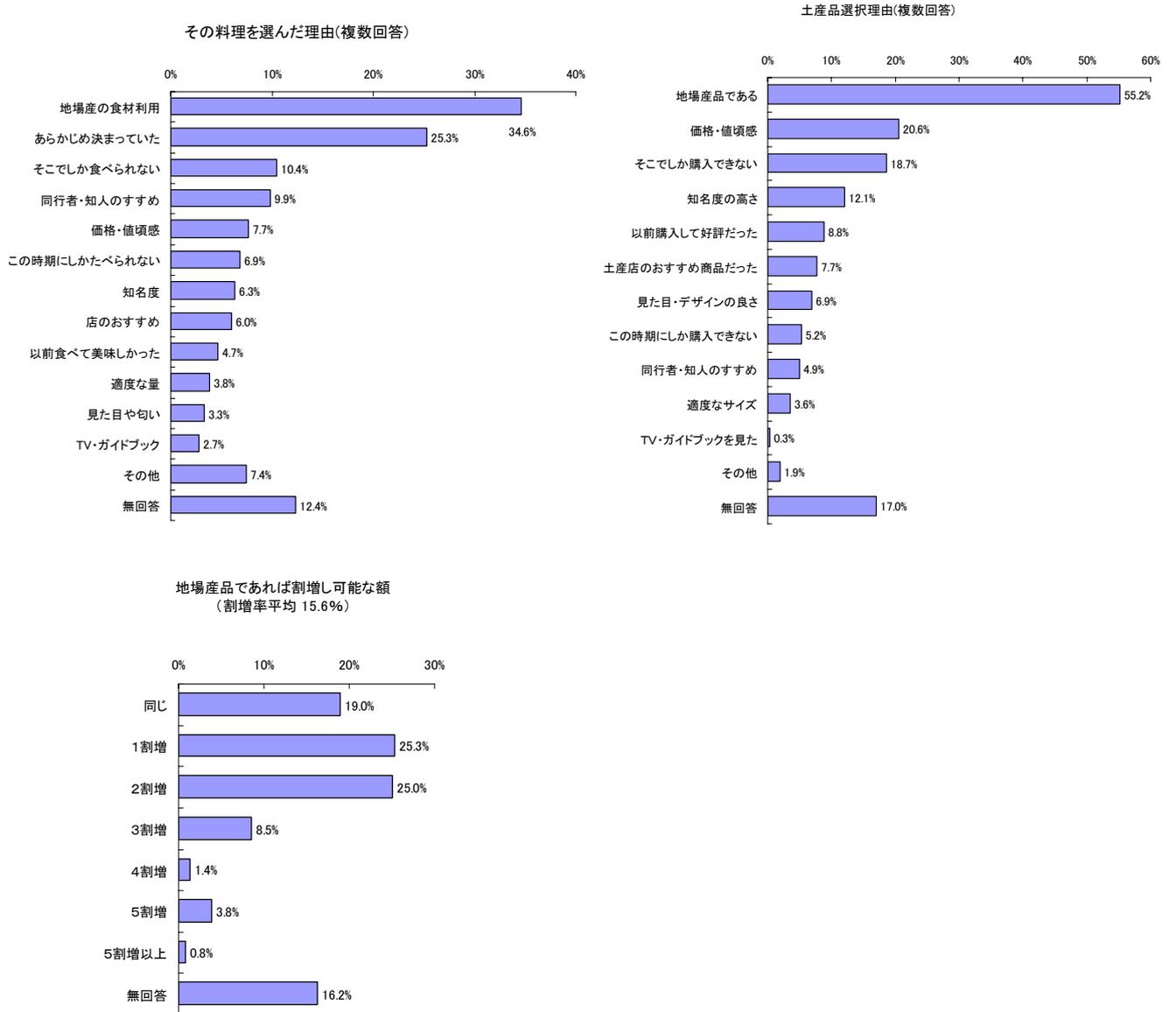


佐賀関漁港における関あじ・関さばの卸売価格の推移

一方、釧路・根室地域における食事や買い物、特産品について、観光客はどのような評価を下しているのかを来訪者アンケート調査で行ったところ、食事に関しては食材への満足度が高いことがわかった。また、土産品についても素材や原材料の良さを評価していることがわかった。



料理選定や土産品選定については、地場産のものであることがその大きな選択要因となり、さらに地場産品であれば平均 15.6%の割増料金で購入するということもわかった。



以上のように、来訪者アンケート調査によって、地場産品の活用が観光消費を向上させる大きな要因であることがわかった。一方で、地場の特産品を活用したブランド化施策を行うことで購入率が高くなる傾向があるものの、釧路・根室地域では特産品を地域ブランドとして確立していく動きは十分とはいえない状況であった。

平成 12～15 年度の研究では、釧路・根室地域の観光では「食」が大きな魅力となることが浮き彫りになったといえる。域内調達率を向上させる上で、地元食材を活かした料理の提供や地元素材・加工による土産品の開発・販売が重要であり、さらには地域ブランドを

確立する上でも「食」は大きな構成要素となると考えられる。釧路・根室地域の観光は「食」分野と連携することが観光消費拡大の大きな要素であるといえるだろう。