

釧根地域の観光経済効果を高めるために

地域観光の 地域自立型産業への 展開に向けて

2004 REPORT

2004年12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

研究支援 北海道開発局釧路開発建設部



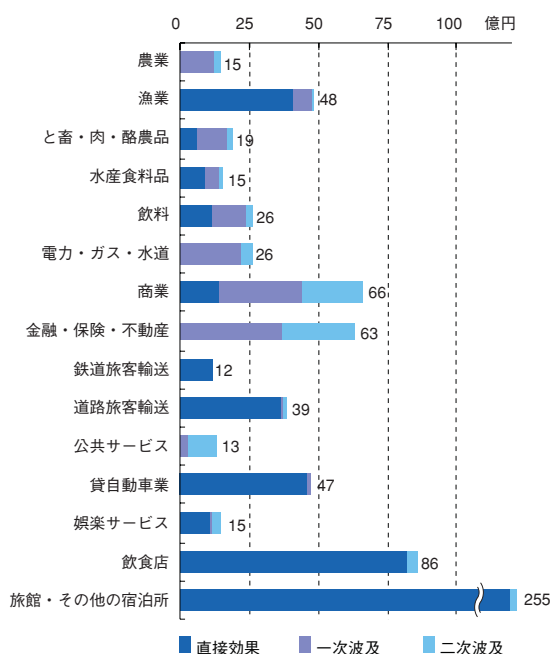
研究の背景～観光産業を地域の自立型産業に

>> 観光産業が地域を支える産業に

観光産業は、食、交通、各種サービスなど、幅広い産業で構成される複合産業であり、地域資源を有効に活用することで、地域経済において重要な産業となっていく可能性があります。また、観光産業は地域の産業連携を深めることで、さらなる発展が期待できます。

>> 観光消費の効果はさまざまな産業に波及

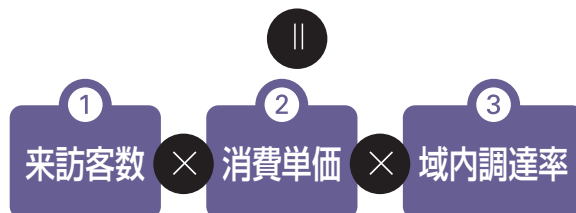
産業別に見る観光消費の生産波及効果



>> 観光経済波及効果はどう求めるか？

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。

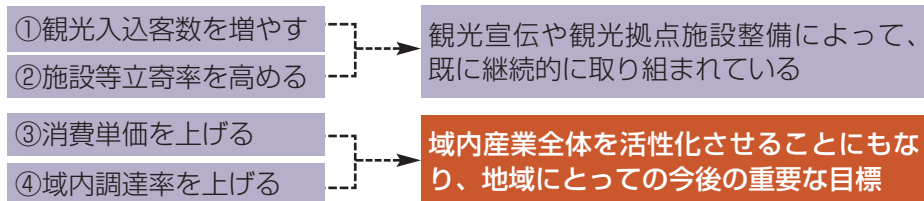
観光経済効果の基本的な考え方



地域の特性に合わせて、来訪客数(入込客数)、消費単価、域内調達率をバランスをとりながら高めていくことが、持続可能な観光産業の開発につながります。

>> 消費単価と域内調達率向上が発展のかぎに

～観光の経済効果を高める四つの方策

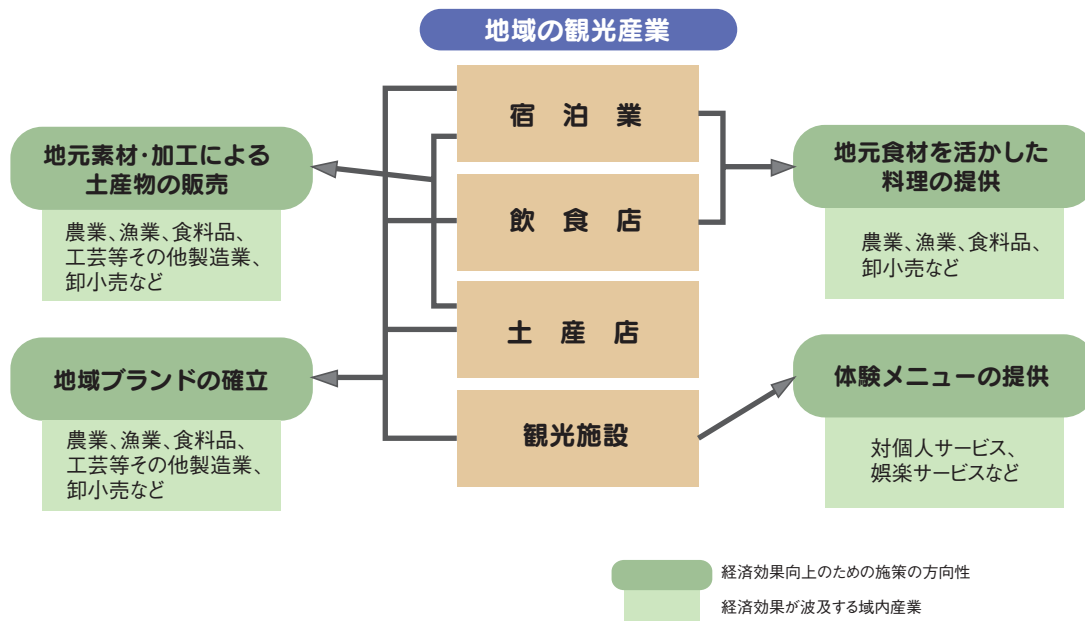


>> 地元産品活用とブランド化戦略展開

～消費単価と域内調達率を上げる四つの方向性

- 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

四つの施策と観光の経済効果の波及先



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の試算

- CASE 01** 地元食材を活かした料理の提供

宿泊施設・飲食店における食材・飲料品の域内調達率が1割上昇すると、

 - 生産波及効果は8.5億円
 - 付加価値効果は3.7億円
 - 雇用効果は52人

} 増加

- CASE 02** 地元素材・加工による土産物の販売

観光客の購入する土産品の域内商品比率が10%上昇すると、

 - 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

} 増加

- CASE 03** 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、土産物の購入率が10%上昇し、さらにこのうちの50%で価格が1.2倍となると、

 - 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

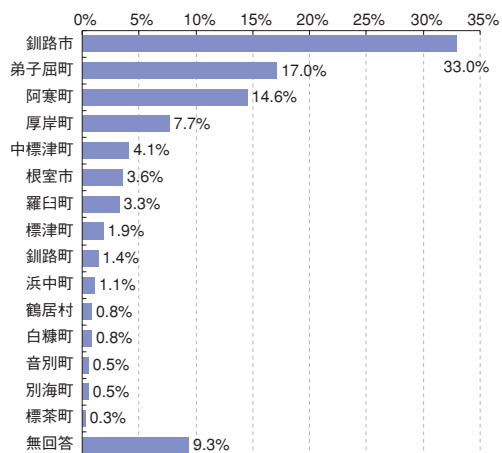
} 増加

来訪客の消費実態

最も印象に残った食事は「釧路市」

立寄率が高く、釧路・根室地域の観光拠点となる「釧路市」は、最も印象に残った食事場所の所在市町村であった。次いで、摩周湖、屈斜路湖、川湯温泉がある「弟子屈町」、阿寒湖・阿寒湖温泉のある「阿寒町」が印象に残っている。

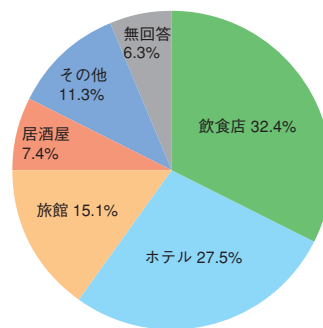
食事場所（所在市町村別）【最も印象に残った食事】



印象に残った食事は「飲食店」や「ホテル」で

印象に残った食事場所は、「飲食店」「ホテル」が多く、次いで「旅館」となった。

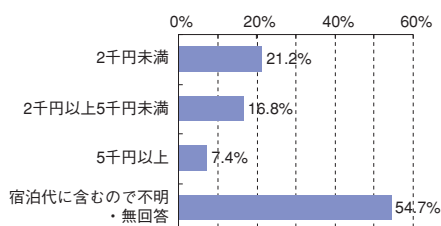
食事場所（店舗構成別）【最も印象に残った食事】



食事代平均は2,742円

一人当たりの食事代平均は2,742円。属性別では道内客2,045円に対し、道外客は3,191円。「初めて」の来訪者2,346円に対し、「2~3回目」3,036円、「4回目以上」2,749円とリピーターの方が高い傾向にある。また、目的別では「観光・レクリエーション」2,279円、「業務・出張」4,150円と1,000円以上の差が。

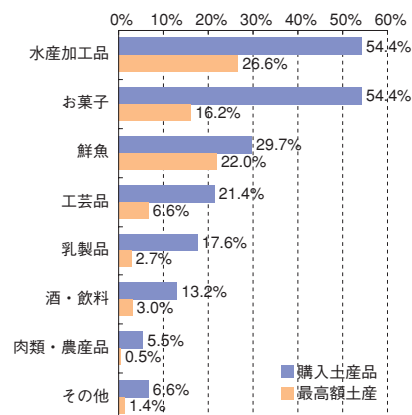
一人当たりの食事代（印象に残った食事）



釧根地域の定番土産は「水産加工品」

釧路・根室地域の定番土産品は「水産加工品」で、購入率も高く、最高額土産であることが多い。「お菓子」も購入率は高いが、最高額土産品の割合は低い。「鮮魚」の購入率は3割程度だが、その多くが最高額土産品である。

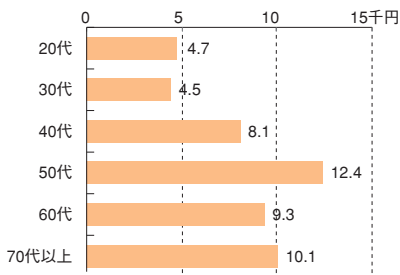
釧路・根室地域で購入した土産品目【購入した品目（複数回答）と最高額購入品目】



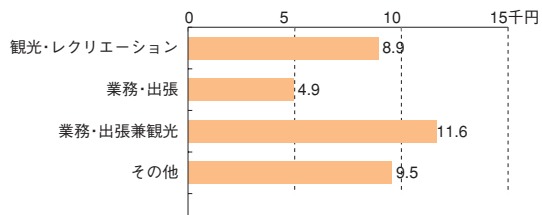
属性で差がみられる土産品購入額

年代別では熟年層で単価が高い傾向があり、発地別では「道外客」が「道内客」の2倍以上の平均購入額。来訪回数別では、「初めて」で9.1千円、「2～3回目」で10.4千円、「4回以上」で7.1千円となっている。

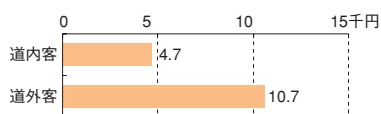
●年代別の土産品購入額【最高額購入品目】



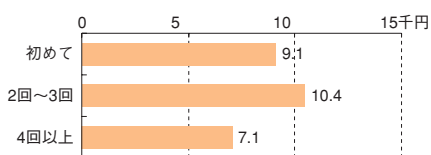
●旅行目的別の土産品購入額【最高額購入品目】



●発地別の土産品購入額【最高額購入品目】



●来訪回数別の土産品購入額【最高額購入品目】

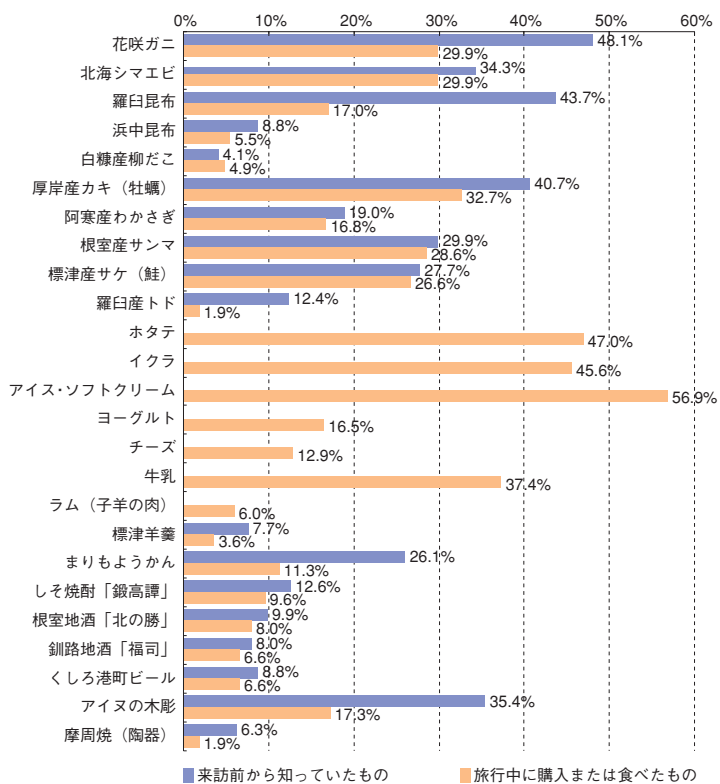


牛乳を利用した新しい特産品開発が必要

約半数の来訪者は旅行中に「アイス・ソフトクリーム」のほか、「ホタテ」「イクラ」を食している。また、「厚岸産カキ」「花咲ガニ」「北海シマエビ」「根室産サンマ」「標津産サケ」などは購入率2割を超え、地域名を冠したブランドとして定着しつつある。

酪農王国である釧根地域での乳製品購入率はアイスクリーム、ソフトクリームが圧倒的であるが、逆の視点で考えると、アイスクリームとソフトクリームしか購入しやすい特産品がないということでもある。牛乳を利用した新しい特産品開発が必要ではないか。

釧路・根室地域の特産品の認知度と購入率

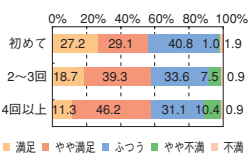


来訪者の満足度

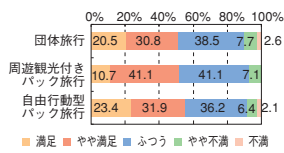
食材への満足度が総合満足度を高くしている

食事に対する満足度は料理に使われた食材の満足度が高く、価格、接客サービス等への満足度は低い。食材の満足度が総合満足度を上げる要因になっている。また、旅行回数が増えると不満を感じる傾向がある。旅行形態別では、周遊観光付きパック旅行では、「満足」と回答した人が少なく、「団体旅行」では「やや不満」と「不満」と回答した人が最も多かった。

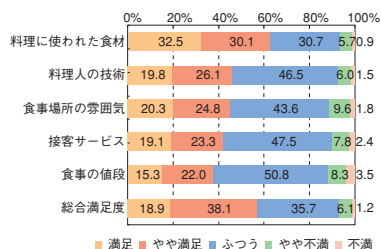
釧路・根室地域での食事の総合満足度（旅行回数別）



釧路・根室地域での食事の総合満足度（旅行形態別）



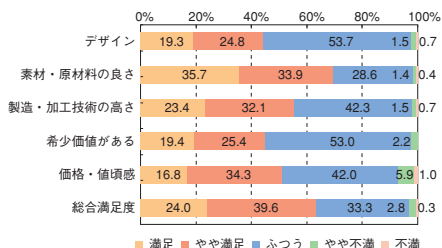
釧路・根室地域での食事の満足度



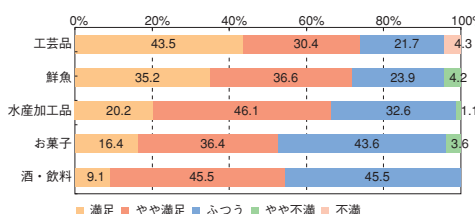
土産品では「素材・原材料の良さ」が評価

土産品では「素材・原材料の良さ」が評価されているが、「価格・値頃感」「デザイン」「希少価値がある」などの評価は低い。品目別では「工芸品」「鮮魚」「水産加工品」の順に満足度が高かった。

釧路・根室地域で最も多く購入した土産品の満足度



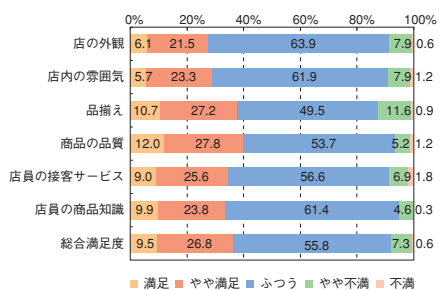
土産品種類別みた総合満足度



満足度と不満度が高いたとも高い販売店の「品揃え」

土産品そのものに比べ、土産品販売店への満足度は全般的に低い。「品揃え」については満足度もある程度高いが、不満度も高い。

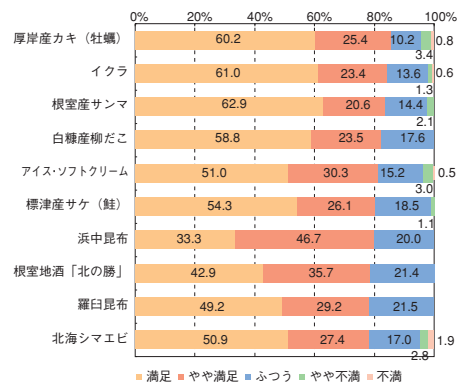
釧路・根室地域の土産品店の満足度



満足度が高い水産物

釧路・根室の特産品では、「厚岸産カキ（牡蠣）」や「イクラ」「根室産サンマ」など、水産物の満足度が高い。

釧路・根室地域の特産品満足度ベスト10

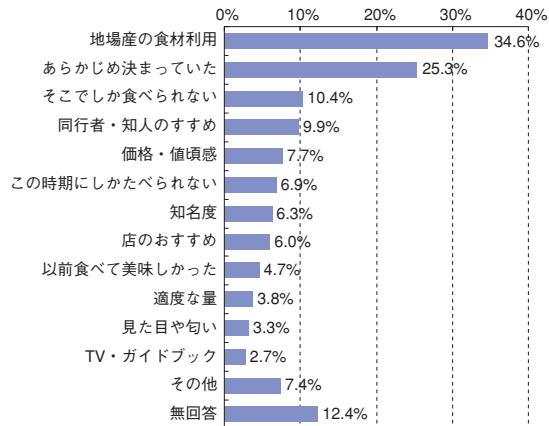


地場産であることと購入理由の相関関係

地場産食材が料理選定の大きな要因

「地場産の食材利用」は、料理選定の際の最も大きな要因となっている。一方、「あらかじめ決まっていた」割合も高く、ツアー参加者の場合は、発地側への情報提供も重要な課題となってくる。

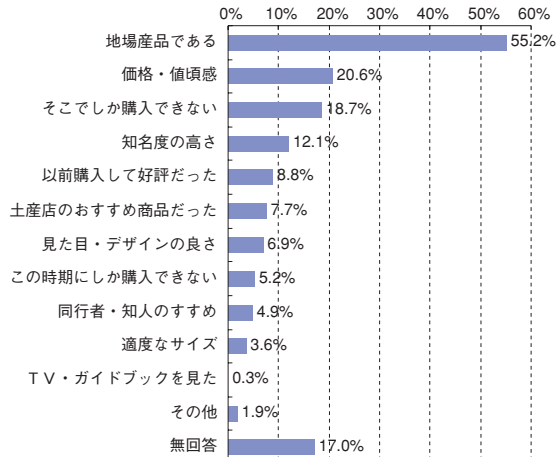
その料理を選んだ理由（複数回答）



土産品選定も地場産がポイント

土産品選定でも「地場産品である」ことは大きな要因となっている。次いで「価格・値頃感」「そこでしか購入できない」ものが土産品購入品に選ばれている。

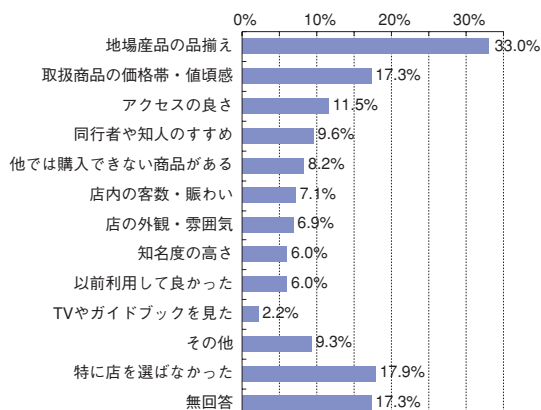
土産品選択理由（複数回答）



土産品店は地場産の品揃えが不可欠

「地場産品の品揃え」がよければ、そこで土産品を購入する機会は多くなると考えられる。一方で、「特に店を選ばなかった」人も多いが、いずれにしても地場産であることは、購入の大きな要因であることは間違いない。

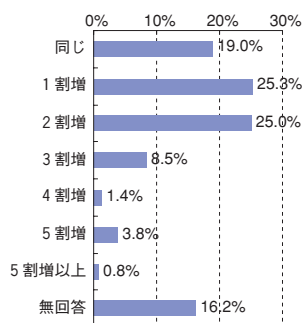
店の選択理由【最高額土産品目について・複数回答】



地場産品はやや高くても購入

地場産品であれば割増料金でも購入する人は76.8%。平均15.6%の割増料金で購入するという結果が出た。

地場産品であれば割増し可能な額
(割増率平均 15.6%)



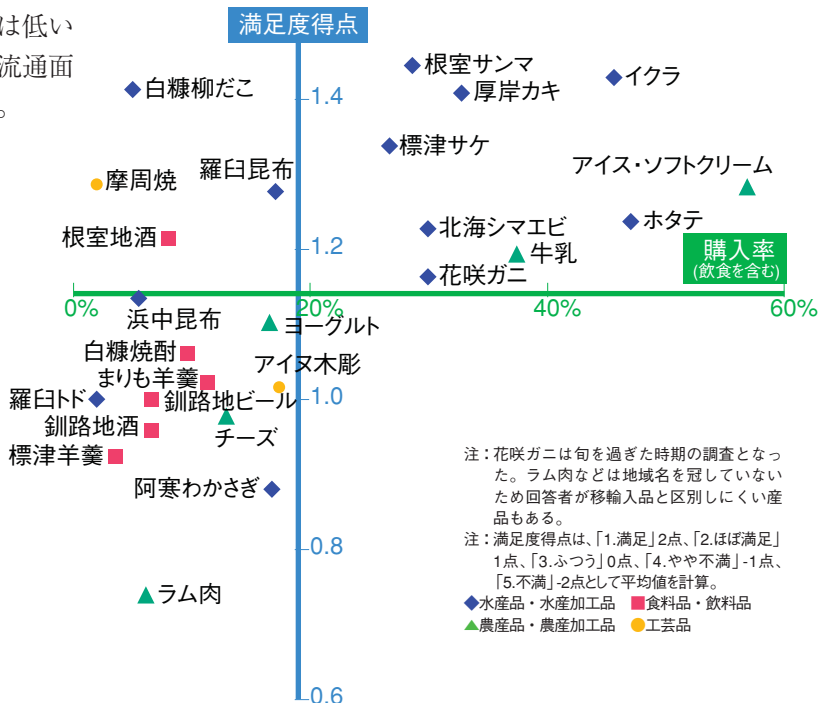
Colum | コラム

食産業における原産地表示の動き

「農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律」(JAS法)の改正で、一般消費者向けのすべての飲食料品について、品質表示と原産地表示が義務付けられるようになり、生鮮食品のほか、加工食品についても順次各品目について原料原産地表示が義務付けられてきている。最近では、産地を強調した表示に関するルール化や、分かりにくい表示について問題点を洗い出し、誤解のない表示方法の検討が加えられているほか、国産品については都道府県でなく、市町村その他一般に知られている地名を記載することもできるようになった。釧根地域の観光客の多くが食に関する土産品を購入しており、また地場産であることが購入理由となっていることを考えると、こうした食の原産地表示等の動きは、観光産業にとっても追い風といえる。

満足度と購入率の相関関係

購入率も満足度も高い特産品は水産物や酪農品に多い。購入率は低い満足度が高いものは、PRや流通面での工夫が必要と考えられる。

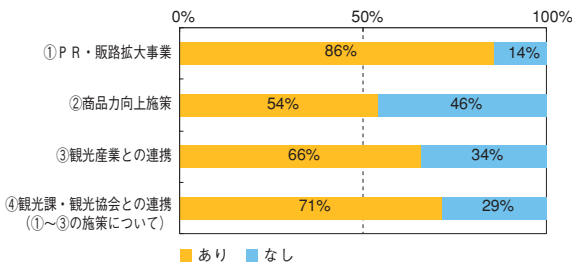


観光素材のブランド化施策（自治体アンケートより）

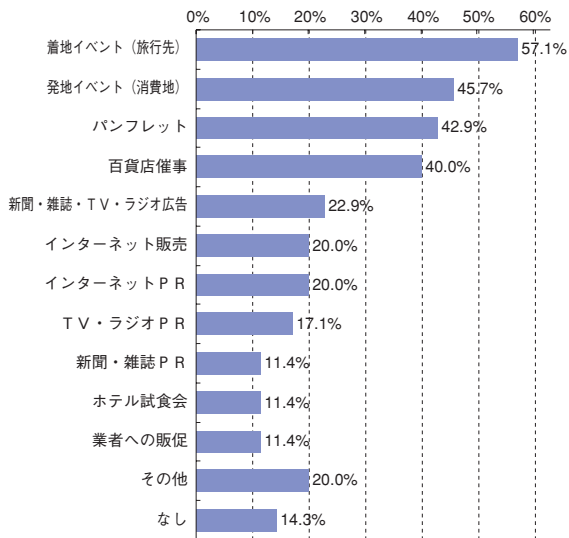
特産品ブランド化施策の現状

ブランド化施策の多くは「PR・販路拡大事業」や「観光課・観光協会との連携」であるが、十分なブランド化施策への取り組みは感じられない。

ブランド化施策の現状【35品目について】

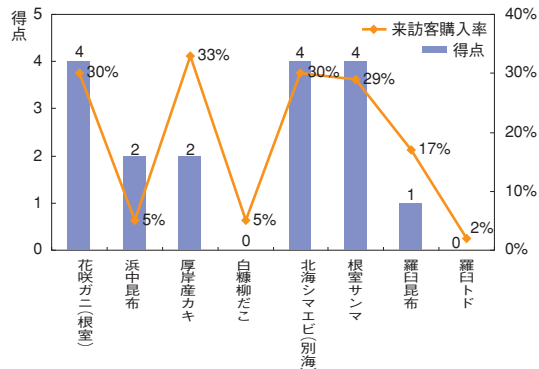


PR・販路拡大事業



ブランド化施策が購入率にも影響

「PR・販路拡大事業」「商品力向上施策」「観光産業との連携」「観光課・観光協会との連携」があると回答した場合に各1点を加算し得点付けをし、土産品購入率との相関関係を見たところ、先述のブランド化施策を行っているものは、購入率が高い傾向が見られた。

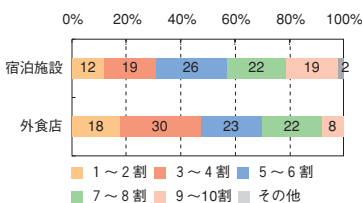


Colum | コラム

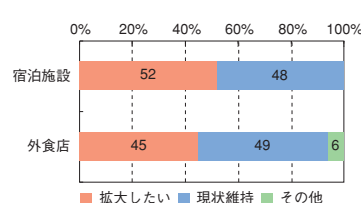
地元食材使用は宿泊施設で高い

2000年度、2001年度に行った本研究の結果を受けて、釧路支庁が釧路支庁管内の宿泊施設・外食店を対象に実施した「地元食材の利用に関するアンケート」（宿泊施設：有効回答73サンプル・調査期間2003年8月19日～9月5日、外食店：有効回答94サンプル・調査期間2004年6月～7月）では、地元食材の使用率は宿泊施設で「5～6割」、外食店で「3～4割」が最も多く、宿泊施設の方が高い傾向が見られた。なお、宿泊施設では小規模な施設の方が高い傾向にあった。今後の使用拡大意向も宿泊施設の方が高かった。地元食材の使用拡大に向けては、宿泊施設では「情報提供」「仕入れルート開拓」などが条件とされる一方、外食店では「情報提供」のほか、「価格」も大きな要因となっていることが分かった。

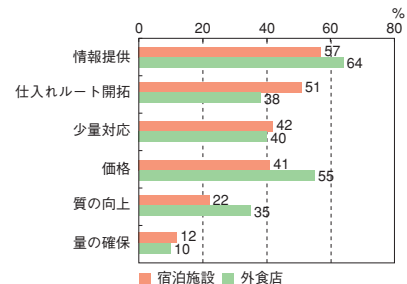
地元食材の利用状況



地元食材の使用拡大意向



地元食材の使用拡大に向けての条件



域内調達率向上と地域ブランドがかぎ～釧根地域の観光経済効果向上のために

(1) 域内調達率の向上（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）

- ・ 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

Colum | コラム

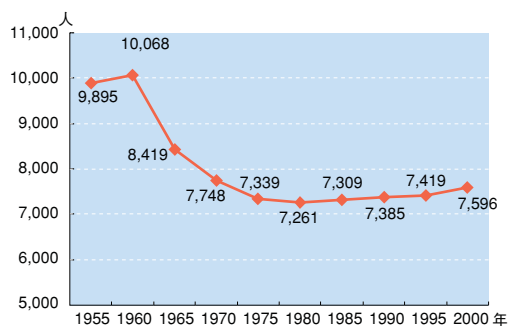
町内雇用・町内調達を原則とする 宮崎県「綾町産業活性化協会」

照葉樹林を生かしたまちづくりに取り組み、地域に根付いた産業を観光活用する「産業観光」を推進する宮崎県綾町では、昭和40年代後半に任意団体「綾町産業活性化協会」が設立され、町営の観光関連施設の運営を担っている。町内にある七つの観光施設を同協会が運営し、仕入・雇用は、町内雇用・町内調達を原則としている。その結果、委託料以上の利用料収入があるほか、近年は人口が微増する傾向が見られるなどの効果をもたらしている。また、綾町は有機農業の先進地でもあり、全国初の有機農業に関する条例を制定した町でもある。有機農業・綾という付加価値が定着し、町内には町民がつくった野菜や加工食品などを販売する「手づくりほんものセンター」が整備されており、町民や観光客、観光業者らが食材を購入できる場が設けられている。

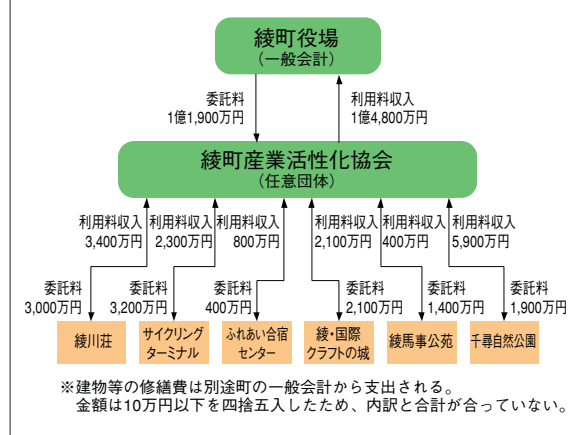


綾町手づくりのほんものセンター

綾町の人口の推移



綾町役場と綾町産業活性化協会との関係（2001年度決算より）



(2) 地域ブランドの確立と満足度向上

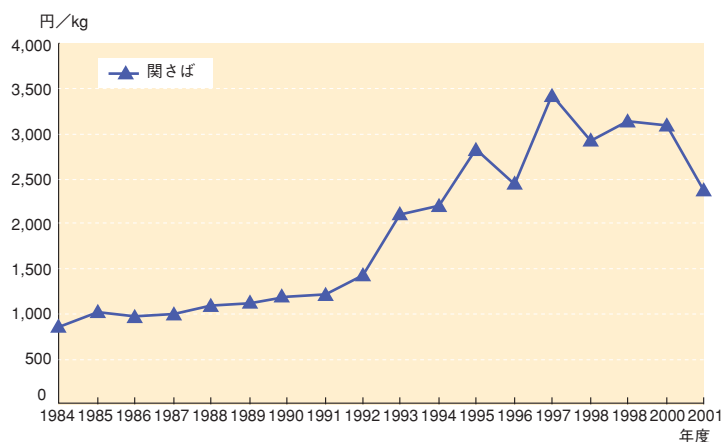
- ・ 食材の質を活かした付加価値の向上、価格の検討、情報提供の拡充と旅行商品への地場産食材組み入れの促進
- ・ 土産品開発と品質の向上、土産品販売店の質的向上
- ・ 地域ブランドの形成とサービスのブランド化

Colum | コラム

ブランド化で付加価値を高めた佐賀関町の「関あじ」と「関さば」

大分県佐賀関町で、一本釣りで漁獲される「関あじ」「関さば」は、産地限定ブランド化をはかり、卸売価格が上昇した事例。佐賀関町漁協が出荷する「関あじ・関さば」には、1匹1匹タグシールが取り付けられているほか、佐賀関町漁協から購入し、「関あじ・関さば」の料理を提供している全国の料理店には特約加盟店の看板を掲示している。以上のような商標登録マークの添付などに加え、味を保つための流通の工夫、キャンペーンの実施などが功を奏し、1990年前半に関さばの卸売価格が急上昇した。

佐賀関漁港における関さばの卸売価格の推移



佐賀関町のホームページより

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では、2000年度より共同研究「地域観光の経済効果分析と地域自立型産業への展開に向けての研究」に取り組んでおり、2000年度、2001年度には釧路・根室地域における観光消費の実態調査と観光消費による経済波及効果を推計いたしました。この結果を踏まえて、2002年度、2003年度は、観光の経済波及効果を高める方策とその方向性の中から、域内調達率向上と地域ブランドの確立に焦点を当て、先進事例調査や観光客の食と土産品の満足度調査、及び釧路・根室管内自治体の地域ブランド確立への取り組みについて調査しました。ここでは、その成果の概要についてご紹介をしております。

先述の共同研究は、2004年度以降も継続中です。このパンフレットをはじめ、観光の自立型産業への展開に向け、行政や産業界が積極的に取り組んでいくための一助となるよう、地域の実態を調査研究し、情報発信を続けてまいりますので、釧路・根室地域をはじめ、観光に関心を持っておられる方々にご覧いただき、参考にしていただければ幸いです。

最後に、本共同研究について研究支援をいただいた北海道開発局釧路開発建設部に対して厚くお礼を申し上げます。また、本共同研究に助成いただいた釧路建設業協会にお礼を申し上げますとともに、ご協力いただいた釧路支庁はじめ関係機関の皆様にも心より感謝申し上げます。

共同研究代表者／小磯 修二

共同研究員／小磯修二（釧路公立大学教授・地域経済研究センター長）
梅川智也（財団法人 日本交通公社 都市・地域計画室次長）
塩谷英生（財団法人 日本交通公社 研究調査部主任研究員）
川口明子（財団法人 日本交通公社 研究調査部研究員）
関口麻奈美（マーケティングリサーチャー）

今回実施したアンケート調査

●釧路・根室地域来訪者アンケート調査

【調査対象】釧路・根室地域を訪れた来訪客（ビジネス客、道内客含む）

【調査項目】回答者属性、旅行内容、域内での食事・土産品・同販売店について（購入率、満足度等）、地場産品表示について等

【調査時期】2003年10月11日（土）、12日（日）

【調査方法】釧路空港、中標津空港、道の駅摩周温泉にて調査票配布、記入後郵送にて回収

【有効回収標本数】364票（回収率31.4%）

●自治体アンケート調査

【調査対象】釧路・根室管内自治体（※1特産品主管課、観光主管課）

【調査項目】特産品販売状況、ブランド化戦略について等（特産品主管課と観光主管課の調査項目は別項目を設定）

【調査時期】2004年1月～2月

【調査方法】郵送調査

【有効回収標本数】特産品主管課については、35品目について回答（回収率85%）。観光主管課については15市町村のうち10市町村より回答（回収率66.7%）。

※1 特産品（市町村別）

＜釧路市＞ししゃも、釧路地酒「福司」、くしろ港町ビール ＜釧路町＞昆布、北限大根 ＜厚岸町＞厚岸産カキ ＜浜中町＞花咲ガニ、浜中昆布 ＜標茶町＞酪農品、ラム、ミネラルウォーター「摩周の霧水」 ＜弟子屈町＞酪農品、摩周焼 ＜阿寒町＞阿寒産わかさぎ、まりもようかん、アイヌの木彫 ＜鶴居村＞酪農品 ＜白糠町＞白糠産柳たこ、しそ焼酎「銀高譚」 ＜音別町＞富貴紙 ＜根室市＞花咲ガニ、根室産サンマ、根室地酒「北の勝」 ＜別海町＞北海シマエビ、サケ・イクラ、ホタテ、酪農品 ＜中標津町＞酪農品 ＜標津町＞サケ・イクラ、ホタテ、標準羊羹 ＜羅臼町＞羅臼昆布、ほっけ、サケ・イクラ、羅臼産トド

＜問い合わせ先＞

釧路公立大学地域経済研究センター

FAX：0154-37-5376

e-mail：r-center@kushiro-pu.ac.jp

財団法人日本交通公社

FAX：03-5208-4706

写真提供／釧路市、阿寒観光協会