

「食と観光の連携による
外国人旅行者受入のための課題解決調査」業務

事業実施報告書

2024年3月

発行者:国土交通省 北海道運輸局

目次

目次	P1
業務の概要	P2
事業概要	P2
実施体制図	P3
業務実施スケジュール	P4
1.事業の背景、目的の整理	P5
1.デスクリサーチによる道南エリアの食文化や食材調査	P6
2.道南エリアの観光の現状	P15
3.アジア、欧米豪エリア層の動向比較	P17
4.ガストロノミーツーリズム促進が欧米豪エリア層の誘客に繋がる可能性	P20
2.実施内容	P21
(1)道南エリアの食文化の現状調査	P21
1.ヒアリング調査による各事業者における地元食材の活用状況の把握	P22
2.現状調査から見えてきた道南エリアの「食」と「観光」における課題の整理	P46
(2)セミナー開催による意識の向上並びに機運の醸成	P47
1.セミナー開催概要	P48
2.セミナー参加募集・告知	P49
3.セミナー実施内容	P50
4.セミナー実施風景	P52
5.アンケートの実施、分析	P53
6.セミナーに関する報道資料	P64
(3)ワークショップ開催による「食」と「観光」の連携による方向性の検討	P66
1.ワークショップ開催概要	P67
2.ワークショップ実施内容	P68
3.アンケートの実施、分析	P76
(4)専門家による検証調査	P82
1.検証・検討された体制の現状受入体制の現地調査	P83
(5)調査結果の取りまとめ	P85
1.事業報告会概要	P86
2.事業報告会参加募集・告知	P87
3.事業報告会実施内容	P88
4.事業報告会実施風景	P90
5.調査結果から見えてきた道南エリアに必要な推進体制	P91
6.事業全体のまとめ	P92
3.担当者(受託事業者)所感	P95

事業概要(仕様書より抜粋)

■事業目的

函館市を訪れる外国人旅行者は、函館山の夜景や五稜郭の桜といった知名度が極めて高い観光スポットを巡り景観を楽しむ旅行スタイルが主流となり、函館の地域の魅力を深く知ることなく通過しているため滞在時間や観光消費額が少なく、観光客が地域に還元する利益も主要スポットに偏り、地域全体に裨益していない状況にある。

また、2009年より世界料理学会が継続的に函館市で開催され、「生産者」「料理人」「お客様」が「食」を通じて繋がる環境が醸成されているものの、それらを観光の視点で取り込むことが出来ておらず、「食」と「観光」による地域全体の巻き込みが不十分となっている。

2023年3月に閣議決定された「観光立国推進基本計画」において、「地域の食材を活用したコンテンツの整備」は「インバウンド回復戦略」の一つに位置付けられ、「食」と「観光」の分野が連携した地域一体の取り組みは地方創生にも大きく寄与することが期待される。本事業では、「食」を通じた多様なステークホルダーを巻き込み、「観光」の視点で新たなネットワークを構築し、外国人旅行者の受入体制の向上を図る。

■事業内容

(1)食文化や地元食材の活用状況についての現状把握

(2)セミナーの開催

(3)ワークショップの開催

(4)専門家による検証調査

(5)調査結果の取りまとめ

■アドバイザー

これまで多数のインバウンド事業に携わった経験があり、欧米人の文化を理解した上で、日本の各地域の観光コンテンツの発掘と背景にあるストーリーをまとめることを得意としていることから、道南地域に存在する魅力を活用し、外国人旅行者の受入体制向上を図る上で十分な知見を持っていることを踏まえ、本事業におけるアドバイザーとして選定した。



株式会社NKB プロジェクト推進室 Inbound Expert 欧米豪

森田 哲史 (もりた てつし) 氏

26年間、ミシュランフランス本社の正社員として勤務し、ミシュラングリーン・ガイドジャポンの発行に携わった経験がある。

地場産業資源の活用、自然、文化財、芸術・伝統文化など「地域資源の活用・商品化」を得意としており、また「受入環境の整備」として外国人(欧米豪)対応の検討も得意としている。

実施体制図

【事業主体】

国土交通省北海道運輸局

【業務実施・受託会社】

事業報告 ↑ ↓ 委託

株式会社 J T B 北海道事業部

事業統括責任者

営業第四課 営業第四課長
岩井 貴之

業務責任者

◆事業主担当/全体コーディネータ
営業第四課 観光開発プロデューサー
塩地 和也

業務責任者(函館駐在)

◆事業実務
営業第五課 観光開発プロデューサー
末田 至彌

業務担当者

◆事業サポート
営業第四課
菊池 恵

↑ 事業サポート

協力会社

【アドバイザー】

●専門家、セミナー/ワークショップ講師

株式会社NKB プロジェクト推進室
Inbound Expert 欧米豪
森田 哲史 氏

【再委託先】

●地域事業者・生産者との連携サポート協力

NPO法人のこたべ

●実施サポート

株式会社JTBビジネストラנסフォーム

業務実施スケジュール

項目 \ 月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
全体						
全体進行	受託後随時打合せを実施					3月29日 事業終了
報告書						とりまとめ
食文化や地元食材の活用状況についての現状把握						
調査対象の選定		対象選定				
調査内容の確定・実施		デスクリサーチ、とりまとめ	実地調査			
セミナーの開催						
参加者の選定			告知、募集			
セミナーの実施			●12月14日実施			
アンケート				実施・取りまとめ		
ワークショップの開催						
参加者の選定				選定・確定		
ワークショップの実施				①1月23日実施	②2月8日実施	
アンケート					取りまとめ	
専門家による検証調査						
検証調査					●2月29日、3月1日実施	
調査結果の取りまとめ						
調査結果のとりまとめ						取りまとめ
事業報告会						●3月13日実施

1.事業の背景、目的の整理

1.デスクリサーチによる道南エリアの食文化や食材調査

道南地域の食文化や食材の活用状況を把握し、道南地域の強みでもある「食」を「観光」の分野と結びつけ、今後の地域一体となった地方創生につなげるために、まずはデスクリサーチにより観光や食材、食文化等の現状や関連する歴史的背景等の調査を実施し、現状の整理を行った。

■デスクリサーチで整理すること

インターネットや文献などを活用し、既存の情報を収集・整理します。デスクリサーチでは以下の項目を整理し、道南地域の食文化等を概観する。

- ①道南地域の特徴
- ②道南地域の主な観光地
- ③時代別の道南地域食文化の特徴
- ④道南地域の農業漁業の概要
- ⑤道南地域の主な食材
- ⑥道南食材を活用した郷土料理
- ⑦道南地域を代表する料理や新しい取組

■デスクリサーチ作業概要

本調査は、新たにデータを取得する対面ヒアリング調査やWEBモニター調査とは異なり、すでに公開されている主に以下のデータを利用して整理する。利用にあたっては、情報の信頼性が高い公的機関から公表されたデータであることを確認する。利用した情報元はその出所を明らかにして掲載する。

- 政府機関や民間企業が公表する統計データ
- 政府機関や民間企業が公表する調査レポート
- 学術論文
- ニュース記事、ブログ、SNS

①道南地域の特徴

◎地理的特徴

道南地域は、北海道の南西部に位置する地域を指す。具体的には、渡島半島とその周辺地域を指し、渡島総合振興局と檜山振興局の2つの振興局管内で構成されている。渡島半島は、火山活動によって形成された山地と海岸線が複雑に入り組んだ地形になっており、山地と平野が混在し、日本海側に奥尻島などの離島がある。道南地域は北海道の他地域と比べると温暖な海洋性気候で、冬は比較的雪が少なく、夏は涼しい地域である。道南地域の中核都市である函館市は、霧が発生しやすいことで知られている。

◎構成自治体

道南地域を構成する自治体は以下の通り。

～渡島総合振興局～

函館市 / 北斗市 / 松前町 / 福島町 / 知内町 / 木古内町 / 七飯町 / 鹿部町 / 森町 / 八雲町 / 長万部町

～檜山振興局～

江差町 / 上ノ国町 / 厚沢部町 / 乙部町 / 奥尻町 / 今金町 / せたな町

◎交通アクセス

道南地域への主なアクセスは以下の通り。

～飛行機～

函館空港は、道南地域の玄関口。東京、大阪、札幌など、主要都市から直行便が運航している。また国際線（台湾※）も就航している。

～新幹線・JR～

北海道新幹線は、新函館北斗駅まで開通している。JR在来線の特急は洞爺・登別・南千歳を經由して札幌駅まで運行している。

～フェリー～

青森港と新潟港から、函館港や江差港など、道南地域の各港へフェリーが運航している。



出典 北海道公式観光サイト「HOKKAIDO LOVE!」
https://www.visit-hokkaido.jp/basic/#nav_area
 ※2024年3月時点

1.デスクリサーチによる道南エリアの食文化や食材調査(つづき)

②道南地域の主な観光地

道南地域は、道内屈指の観光地として人気を誇る函館を中心に、四季折々の美しい風景とアクティビティが楽しめる大沼、日本最北の城下町松前、北前船交易の拠点として栄えた江差など、自然や歴史文化をバラエティ豊かに楽しめるエリア。また、三方を海に囲まれた日本有数の水産基地でもあり、さまざまな海産物が水揚げされ新鮮な海の幸を堪能できるのも大きな魅力。

◎国際貿易港として開港し異国情緒あふれる街、函館

函館は、横浜や長崎とともに国内初の貿易港として開港した港町。諸外国のさまざまな文化を取り入れて大きく発展してきた。函館の街には和洋折衷の建物が多く残り、教会群や洋館が並ぶ元町エリアや金森赤レンガ倉庫など異国情緒あふれる美しい街並みや、五稜郭公園、世界に誇る函館山からの夜景などの観光スポットがある。幕末に箱館戦争の舞台となった地でもあり、史跡巡りなどの歴史散策も楽しめる。中心部からほど近いところにある「湯の川温泉」は、かつて松前藩主や幕末の志士を癒した歴史の湯で、函館観光の拠点にもなっている。



◎秀峰「駒ヶ岳」とその裾野に広がる風光明媚な「大沼国定公園」

北海道のリゾートの発祥地である「大沼国定公園」(七飯町)は、函館から車で約40分と気軽に立ち寄れる自然豊かな観光地。駒ヶ岳の火山活動によってできた3つの沼と126の小島で構成されている国定公園である。園内には散策路が整備され、小島を結ぶいくつもの橋を渡りながら島々を巡ることができる。道南地域のシンボリック存在である秀峰・駒ヶ岳は、標高1,131mの活火山。公園内には駒ヶ岳を望むビュースポットも多く、それぞれ違った角度からその優美な姿を眺めることができる。季節によって趣が異なり、特に紅葉の季節には赤や黄色の色彩が加わった一段と美しい景色を堪能できる。



1.デスクリサーチによる道南エリアの食文化や食材調査(つづき)

②道南地域の主な観光地

◎北前船で栄えたいにしへの面影を今に残す、松前・江差

北海道の最南端に位置し、桜の名所として知られる松前町と、そこから60kmほど北上した日本海沿いにある江差町。これらの町を結ぶ日本海沿岸は、北前船交易の拠点として栄えたエリアで、岩や絶景が続く海岸線は「追分ソーランライン」として人気のドライブコース。松前町は道内唯一の城下町。和式の城郭として日本で最後に建築され、焼失後に復元された「松前城」や、江戸時代の松前を再現したテーマパーク「松前藩屋敷」など、歴史探訪を楽しむことができる。ニシン漁で栄えた江差町には、古い建造物や史跡、旧跡など多くの歴史遺産が受け継がれている。古い街並みは「いいしえ街道」として整備され、歴史を探勝しながら散策を楽しむことができる。幕末の軍艦を再現した「開陽丸記念館」や、江差の歴史的資料が多く展示されている北海道最古の神社「姥神大神宮」で行われる北海道最古の祭り「江差姥神大神宮渡御祭」、ニシン漁で繁栄した旧家「横山家」などの観光地がある。



◎自然に恵まれた島ならではの魅力を満喫できる奥尻島

北海道南西部の日本海上に浮かぶ奥尻島は、手つかずの自然や豊富な海の幸が魅力の島。アクセス方法は2つあり、対岸の江差港からフェリーで約2時間10分、もしくは函館空港から飛行機で約30分。北海道では5番目に大きな島で、周囲は約84km。島内移動には路線バス、ハイヤー、レンタカー、レンタサイクルが利用できる。水深約25mもの透明度を誇る青い海は「奥尻ブルー」と呼ばれ、夏にはSUPやカヤックなどのマリンスポーツでその美しさを体感できる。島の周囲には日本海の荒波によって形成された岩礁や奇石が点在し、島のシンボル「なべつる岩」は、その名の由来通りに鍋の取っ手のように見える岩である。



出典 北海道公式観光サイト「HOKKAIDO LOVE!」 <https://www.visit-hokkaido.jp/feature/dounan>

1.デスクリサーチによる道南エリアの食文化や食材調査(つづき)

③時代別の道南地域食文化の特徴

北海道の食文化、伝統的食事を考える時には、先住民族のアイヌの食事と和人の食事の側面から考えることが妥当であり、北海道は明治時代に入ってから、欧米文化の積極的導入によって本格的な開拓が始まる。日本の近代化を推し進める国策のもとで、新天地北海道では古い因習を離れた新しい生活文化が形づくられて来た。道南地域の食文化は、江戸時代以降、ニシン漁の隆盛、西洋料理の導入、農林水産業の発展、食の多様化など、時代の変化とともに変化してきた。本章では、アイヌ文化に影響を受け近代化が始まる直前の江戸時代から現代まで、時代別に道南地域の食文化の特徴を整理する。

(出典「おいしい函館」<https://www.oishii-hakodate.jp/attractive/history/>)(出所「農林水産省ホームページ」https://www.maff.go.jp/j/keikaku/syokubunka/k_ryouri/area_stories/hokkaido.html)

江戸

ニシン漁の隆盛 17世紀後半から18世紀にかけて、道南地域ではニシン漁が盛んになった。ニシンは地域住民の腹を満たすだけでなく、北前船で本州へも運ばれるなど、道南地域に賑わいをもたらした。

(出典「江差町公式ホームページ」<https://www.hokkaido-esashi.jp/modules/towninfo/content0083.html>)

米の栽培 江戸時代後期になると、道南地域でも米の栽培がはじまった。その後、北海道の厳しい気象条件に耐え19世紀後半に北海道ではじめて米作りに成功することになるが、道南が北海道の稲作の発祥地と言われている。(出典「北海道米LOVE」<https://www.hokkaido-kome.gr.jp/about/history/>)

明治

西洋料理の導入 これまで穀類を中心とする植物性食品と魚の組合せからなる日本古来の食生活に、明治初期の文明開化は大きな変化を与えた。

西洋料理が日本に伝来。函館開港以来、当地には様々な外国人が居留し彼らの需要もあって早くから西洋料理に関連する食品が持ち込まれてきた。そして、西洋料理を提供するレストランが続々と誕生した。

(出典「おいしい函館」<https://www.oishii-hakodate.jp/attractive/history/>)

リンゴ栽培の開始 明治時代後半には、青森県からリンゴ栽培が道南地域に伝わった。現在では北海道のりんご収穫量は年間7,560トンとなり全国8位の収穫量となっている。

(農林水産省「令和4年産果樹生産出荷統計」)

乳牛飼育の開始 明治時代後半には、乳牛飼育も開始された。牛乳やバターなどの乳製品が食卓に上るようになった。(出典「おいしい函館」<https://www.oishii-hakodate.jp/attractive/history/>)

大正

露領・北洋漁業の発展 函館は長らく北洋漁業で繁栄してきた。大正時代に「日魯漁業」(マルハニチロの前身会社のひとつ)が設立された場所でもあり、ここを拠点にサケやマス、カニなどを求めていくつも大きな船団が北の海へと出港した。これらの影響から水産加工業が発展していった。

(出典「おいしい函館」<https://www.oishii-hakodate.jp/attractive/history/>)

缶詰産業の発展 大正時代には、戦争で需要が拡大した缶詰が輸出産業として発展した。「缶詰普及協会」が創立されるなど輸出とともに国内の需要拡大も図られた。道南地域では函館市を中心に缶詰工場が建設され、カニやサケの缶詰がつくられた。(出典「日本製缶協会ホームページ」<https://www.seikan-kyoukai.org/canning.html>)

1.デスクリサーチによる道南エリアの食文化や食材調査(つづき)

③時代別の道南地域食文化の特徴(つづき)

昭和

高度経済成長期 生活が豊かになり、外食産業が発展した。道南地域でも、ラーメン店や寿司店などの外食店が増えた。さらに、市民の生活においては冷蔵庫や洗濯機の普及により、食生活の利便性が進んだ。

(出典「はこぶら」 <https://www.hakobura.jp/charm#charm-6>)

地域特産品の開発 地域特産品の開発が進み、イカ飯が郷土料理として商品化されていった。なお、函館市はイカを「市の魚」として平成元年8月に制定している。

(出典「農林水産省Webサイト」 https://www.maff.go.jp/j/keikaku/syokubunka/k_ryouri/search_menu/menu/ikameshi_hokkaido.html)

函館朝市の発展 函館朝市が立地する函館駅前・大門地区は、人口約26万人の函館市と、隣接通勤圏2市町(北斗市、七飯町)の人口約7万人を商圏として発展してきた。

函館朝市の歴史は昭和20年代に近郊農家が函館駅前で野菜を立ち売りしたことに始まり、昭和31年に現在地に移転。古くから「市民の台所」として親しまれ、昭和62年には市場内が結集し函館朝市協同組合連合会を設立。

函館の玄関口となるJR函館駅に隣接していることから、観光客中心の来街構成となっており、近年は特に外国人観光客の来街が目立っている。

(出典「函館空港HP」 https://airport.ne.jp/enjoy/hakodate_asaichi/)



平成以降

食の多様化 平成以降になると、食の多様化が進んだ。道南地域でも、イタリア料理や中華料理などの外国料理を提供するレストランが増えた。函館市では、北海道道南地域を中心に異彩を放つファーストフードチェーン「ラッキーピエロ」が17店舗展開(1987年創業)され、地域密着で地産地食、環境にやさしい経営を実践している。

(出典「ラッキーピエロWEBサイト」 <https://luckypierrot.jp/>)

地産地消の推進 地産地消の推進により、地元産の食材を使った料理が注目されるようになった。道南地域でも、地元産の野菜や果物を使った料理を提供するレストランが増えた。また近年では「情報発信機能」として道の駅が、地産地消の取組となっている事例もある。七飯町にある「なないろななえ」、木古内町にある「みそぎの郷 きこない」、鹿部町にある「しかべ間歌泉公園」などがある。

(出典「道の駅なないろななえWEBサイト」 <https://nanairo-nanae.jp/>)(出典「道の駅みそぎの郷きこないWEBサイト」 <https://kikonai.jp/>)

(出典「道の駅しかべ間歌泉公園」 <https://shikabe-tara.com/>)

インバウンドの増加 平成時代後半には、外国人観光客を含む観光客がさらに増加。道南地域の海鮮料理や郷土料理は、外国人観光客にも人気がある。一方で、新型コロナウイルス感染症の影響で、外食産業は大きな打撃を受けた。2023年3月に策定された「観光立国推進基本計画」において、「地域の食材を活用したコンテンツの整備」はインバウンド回復戦略として位置付けられている。

(出典「国土交通省観光庁WEBサイト」 https://www.mlit.go.jp/kankochu/seisaku_seido/kihonkeikaku.html)

1.デスクリサーチによる道南エリアの食文化や食材調査(つづき)

④道南地域の農業漁業の概要

◎農業の概要

道南地域は、北海道としては温暖な気候を生かした園芸作物をはじめ、渡島北部の酪農、駒ヶ岳山麓の養豚や養鶏、七飯町大沼や函館市周辺の肉用牛、檜山南部における収益性の高いアスパラガス立茎栽培など、地域ごとに特色ある農業生産が展開されている。また、道南地域で品種開発された米の「ふっくりんこ」は、北海道の高級ブランド米として評価されている。八雲町は酪農が、北斗市は稲作が北海道の発祥の地。七飯町は西洋りんごが、厚沢部町は馬鈴薯のメークインが日本で初めて栽培された地域。道南地域の農業の特徴は、北海道の中でも温暖な地域であり、1年の生産開始が早いこと、函館市を中心とした都市圏があり、消費地が近いこと、多くの農家が農業法人化しており、規模拡大が進んでいることがあげられる。(出典「JA新はこだてWEBサイト」<https://www.ja-shinhakodate.jp/>)

◎漁業の概要

道南地域の主要魚種は、イカ、ホッケ、ニシン、ウニ、昆布で、函館市はイカの産地として有名で、スルメイカ、マイカ、ヤリイカなどが漁獲されている。道南地域はホッケの産地としても知られており、近年は漁獲量が回復している。かつては「鯨御殿」と呼ばれる豪商を生み出すほど盛んだったニシン漁は、現在は資源保護のため漁獲量が制限されている。奥尻島はウニの産地として知られており、ムラサキウニ、パフンウニなどが漁獲されている。道南地域は昆布の産地としても知られており、真昆布、がごめ昆布などが生産されている。道南地域の漁業の特徴は、北海道の中でも温暖な地域であり、1年の漁期が長いこと、函館市を中心とした都市圏があり、消費地が近いこと、近年、資源管理や加工技術の向上により、漁業経営の安定化が進んでいることがあげられる。

(出典「おいしい函館」<https://www.oishii-hakodate.jp/atractive/seafood/>)

⑤道南地域の主な食材

◎農産物	知内町	知内	知内にら「北の華」	森町	ひこま豚	函館市	ババガレイ
北斗市	函館育ちふっくりんこ	乙部町	ブロッコリー	上ノ国町	フルーツポーク	八雲町	さくらかれい
知内町	特別栽培米ゆきさやか	上ノ国町	きぬさやえんどう	せたな町	放牧黒豚	函館市	ゴッコ
乙部町	良介の米	厚沢部町	長谷川博紀のアスパラ	函館市	羊肉	函館市	メバル
福島町	黒米きたのむらさき	北斗市	紫アスパラガス	せたな町	トマトひつじ	乙部町	マナマコ
八雲町	風の子もち	北斗市	レタス	上ノ国町	上ノ国産サフォーク	森町	ホタテガイ
森町	超大粒大豆たまふくら	七飯町	白かぶ	函館市	エゾシカ肉	長万部町	黒ホッキ
乙部町	黒千石大豆	七飯町	長ネギ「北の匠」	七飯町	平飼い有精卵	長万部町	毛ガニ
厚沢部町	メークイン	厚沢部町	Enrich	七飯町	ななエッグ	江差町	紅ズワイガニ
厚沢部町	板坂さんのメークイン	今金町	ミニトマト	七飯町	おのたま	森町	ポタンエビ
今金町	今金男しゃく	乙部町	ハスカップ	◎海産物		上ノ国町	ガサエビ
せたな町	40種のじゃがいもたち	北斗市	ブルーベリー	函館市	スルメイカ	上ノ国町	蝦夷アワビ
厚沢部町	黄金千貫	函館市	函館恋いちご	松前町	ヤリイカ	福島町	陸上養殖蝦夷鮑
北斗市	長いも	七飯町	りんご「ほおずり」	函館市	白口浜昆布	奥尻町	キタムラサキウニ
七飯町	王様しいたけ	七飯町	りんご「ななみつき」	函館市	黒口浜昆布	松前町	サザエ
福島町	横綱椎茸	北斗市	マルメロ	函館市	ガゴメ昆布	松前町	インダコ
厚沢部町	えぞまいたけ	◎畜産物		函館市	戸井マグロ	森町	マボヤ
森町	恵味ゴールド	木古内町	はこだて和牛	松前町	松前本まぐろ	知内町	知内かき
森町	有機かぼちゃくりりん	七飯町	はこだて大沼黒牛	函館市	海峡根ボツケ・バキバキ	森町	森町産牡蠣
森町	在来種の野菜たち	八雲町	北里八雲牛	函館市	函館戸井一本釣活メ鯛	北斗市	峯朗カキ
厚沢部町	山ごぼう	北斗市	黒毛和牛おぐにビーフ	江差町	ニシン	奥尻町	奥尻産イワガキ「奥儀」
乙部町	ゆり根	奥尻町	おくしり和牛	函館市	一本釣り活メ「真ダラ」	七飯町	じゅんさい
北斗市	北海うど	せたな町	若松ポークマン	江差町	船上神経抜き活メサクラマ		
北斗市	北海子コリー	七飯町	あかり農場の豚肉	知内町	知内まこがれい		

(出典「渡島総合振興局HP」<https://www.oshima.pref.hokkaido.lg.jp/ss/srk/new.shokusai/>)

1.デスクリサーチによる道南エリアの食文化や食材調査(つづき)

⑤道南地域の主な食材(抜粋)

◎昆布

函館が生産量日本一を誇る海産物であり、国内生産量の95%が北海道産、なかでも函館産はこのうちの約2割を占めている。10種類以上あるといわれる北海道の昆布の中でも、津軽海峡から噴火湾にかけての函館市沿岸で採れる真昆布は、肉厚で幅が広く、だしを取るのに最適な昆布である。

◎スルメイカ

東シナ海付近で孵化したスルメイカは日本海を北上、成熟した春から夏にかけて津軽海峡にやってくる。近年、海水温の上昇に伴い不漁傾向にある為、今や高級魚の領域に入りつつある。函館のスルメイカは釣り上げた後の処理の仕方によって大まかに4種類に分けられる。船上で発泡容器に詰める「下氷イカ」、水槽に入れられて生きてまま港に運ばれる「いけすイカ」、陸揚げ後も水槽で生かされている「活イカ」や加工用に使用される「木箱イカ」もある。

◎ヤリイカ

春先に産卵のために沿岸に移動してくる時期にしか獲ることができず、加えて旬の時期は海がしけることが多く、水揚げが少ないため特に希少性が高い。水揚げされた後は生きてまますぐに発泡詰めにし、鮮度を保つ工夫をして販売されている。

◎戸井マグロ

餌となるイカやイワシなどの群れを追って、7月頃から津軽海峡へと入ってくる。この時期のマグロは脂ののりも非常に良い。また、マグロの品質はいかに手早く処理を行うかで左右され、正しく血抜き処理されなかったものは身の焼けや割れ、変色などが発生し、どんなに良いマグロでも売り物にはならない部分が多くなってしまいが、現在は水揚げしてから10分以内に船内で活締め処理と血抜き処理が行われ、迅速に処理されたマグロは生の状態でも日持ちが良く、熟成に適しており、寿司店などからも評判が良い。

◎ホテイウオ(ごっこ)

普段は深海で暮らしているが、冬場になると浅瀬の岩場に出てきて産卵を行う。函館の恵山地区は岩場が多く、ごっこ魚の好漁場となっている。函館では郷土料理のごっこ汁や一夜干しとして食べられている。

◎ニシン

かつて江差はニシン漁で栄えており、「江差の五月は江戸にもない」と謳われていた。ニシンの来遊が途絶し水揚げが激減したため漁業者をはじめとする檜山管内の関係者がニシンの種苗を放流、資源の復興を目指し、近年、檜山管内でニシンの漁獲量が増えている。江差は漁場が近く、鮮度が良いため刺身や酢で食べて食べることができる。

◎赤かぶ

函館で栽培されている赤かぶは、自家採種(自ら生産した作物から種子を採ること)して作り続けられてきた在来種。一説には、江戸時代に北前船で青森から運ばれ、現在の北斗市大野地区に定着した「大野紅」という品種から派生したものとされ、現在はこれを「亀田赤かぶ」、または「函館赤かぶ」と呼んでいる。

◎白かぶ

西洋農業発祥の地である七飯町は西向きの畑が多く、雪解けも早い。北海道で最も早く出荷され、別名「春かぶ」とも呼ばれ、光沢があり、きめ細やかな肉質と歯ごたえ、ジューシーな甘さがある。

◎りんご

七飯町は「西洋りんご発祥の地」としていち早く栽培に着手したエリア。七飯町の基幹品種は「つがる」「ふじ」「レッドゴールド」だが、平成23年、新ブランドの「ななみつき」が発表され、多くの生産者がこの品種の生産に着手している。

1.デスクリサーチによる道南エリアの食文化や食材調査(つづき)

⑥道南食材を活用した郷土料理

◎ニシンの昆布巻き

北海道発祥の郷土料理。北海道では、冬の農作物の収穫が少ない時期に、昆布と豊漁だったニシンで作られていた。ニシンを昆布で巻き、甘露煮にしたもの。ニシンの旨味と昆布の風味が絶妙な味わい。

◎いかめし

第二次世界大戦中、食料統制における米不足が深刻化されるなか、函館本線森駅の駅弁として考案されたのがはじまりといわれている。「少しでも米を節約できる料理」と使った食材は、当時、道南地域で大量に水揚げされていたこともあって手に入りやすいイカが利用された。

◎ごっこ汁

北海道で獲れる魚「ごっこ(ホテイウオ)」を使った鍋料理。道南地域の郷土料理として親しまれている。ごっこは、丸いおなかが七福神の布袋様に似ていることが由来。普段は沖合の深いところに生息する深海魚で、産卵期の12月～4月になると浅瀬にくることからそこで漁獲される。旬は冬で、旬のメスの体の中は卵でいっぱいになる。

◎いももち

北海道を代表する農産物のじゃがいもを使い、家庭で手軽につくれる郷土料理として浸透している。地域によっては、「いもだんご」とも呼ばれている。明治の開拓時代、「いももち」は開拓者たちの貴重なエネルギー源として重宝された。その調理の手軽さから庶民的な料理として広まっていった。

◎松前漬け

江戸後期から明治にかけて蝦夷地(現在の北海道)でニシンが大量に獲れたことから、ニシンの卵である数の子を大量消費し、保存性を高める目的として誕生したと言われている。地元でとれた食材を使ってつくられており、漁師のお母さんたちが冬の料理としてつくり、広まったとされている。

◎三平汁

冷蔵庫のなかった時代、塩漬けの魚を使って調理したことから始まり、季節ごとの魚や大根、じゃがいもなどの野菜を上手に用いて、年間を通して様々な味わいで食べられている郷土料理。

◎鯨汁

道南地域の正月料理で欠かせない料理。正月が近づくと、大鍋に塩くじらと野菜を煮こんでつくり、正月の三が日に食べる習いがある。北海道では、タンパク源となるくじらは貴重な食材であり、厳しい冬を乗り切るために塩蔵した塩くじらをつくり保存食としていた。

出典：農林水産省「うちの郷土料理」https://www.maff.go.jp/j/keikaku/syokubunka/k_ryouri/index.html
いももち:北海道の美味しいグルメ・レシピ・食材「NorthDish」<https://blog.north-dish.com/>



◎昆布巻き



◎いかめし



◎松前漬け



◎三平汁

1.デスクリサーチによる道南エリアの食文化や食材調査(つづき)

⑦道南地域を代表する料理や新しい取組

◎函館ラーメン

明治17年(1884年)、函館市で店を構える洋食店で提供された「南京そば」というメニューが「日本ではじめてのラーメン」だったという説があるが、詳しい資料などが残っておらず、定かではない。戦後になると、気温の低い北海道では「ラーメン」が食生活のなかに急速に浸透していく。

札幌の「味噌ラーメン」、函館の「塩ラーメン」、旭川の「醤油ラーメン」など、地域ごとの風土に合わせた特徴のあるご当地ラーメンが生まれた。函館ラーメンは、北海道ラーメンの中ではあっさりキレイな塩味が特徴的。具材はシンプルで、チャーシュー、メンマ、刻みネギといったクラシックなスタイルが特徴。

また近年では、地球温暖化の影響により海水温が上昇し、冷水を好むイカの漁獲量が激減する一方で、これまで北海道では漁獲量が少なかった「ブリ」が急増している。しかし、地域ではブリを食べる食文化が無かったため消費量は全国平均の半分程度と低迷。そこで新たな取組として、一般社団法人Blue Commons Japan社が、身に脂分が少ないブリの特徴を最大限に活かし、ブリから出汁をとることに注目。食を通じて豊かな海を未来へ繋いでいくために推進するプロジェクト「函館ブリリアントアクション」を掲げ、ブリをきっかけに海の変化を知ってもらうことをコンセプトにし、開発におよそ1年かけ2022年6月に函館ブリ塩ラーメンを完成させた。

(出典 日本財団「海と日本PROJECT」 <https://uminohi.jp/>)



◎老舗料理店「五島軒」

1879(明治12)年にロシア料理店として開業した「五島軒」は、今もなお、この街にその名を留めるレストランである。初代料理長の五島英吉は、ハリストス正教会でロシア料理の技法を習得し、開業、1886(明治19)年には函館の人たちのフランス風料理の嗜好に合わせて、横浜からベテランコックを雇い入れ、西洋料理店に転業。開業以来、幾度か大火で店を焼失したり、終戦時にはアメリカ占領軍に接収されるなどの多くの苦難を乗り越えながら、市民に愛されてきた。

コロナ禍では観光客が減少し、デコレーションのできるケーキの販売や、カレー弁当のデリバリーなど、新たな事業で対応。宴会やレストラン、売店が落ち込む中、製造部門は堅調で、2020年には「函館カレー中辛」がレトルト部門で北海道エリア売上1位を獲得した。

(出典 五島軒HP <https://gotoken1879.jp/>)

◎はこだてみなと大学

はこだてみなと大学は、地域の人も旅行者も楽しめる体験施設。地元の海の新しい味わい方を提案する学部や、旅行者とローカルの交流イベント、誰もが気軽に参加できるサークル活動などを通じて、地域と共に未来を創造する拠点。海味食堂(うみしよくどう)は、食材や製法を学びながら味わうお寿司や、函館での漁獲量が増えている魚を使ったメニューなどを提供する「函館の海の新しい楽しみ方を提案する食堂」で、メニューのひとつに「おはこ寿司」がある。函館で獲れる旬の魚介や南北北海道の伝統的な食文化(文化)を見て、食べて、学んで体験する手巻き寿司である。

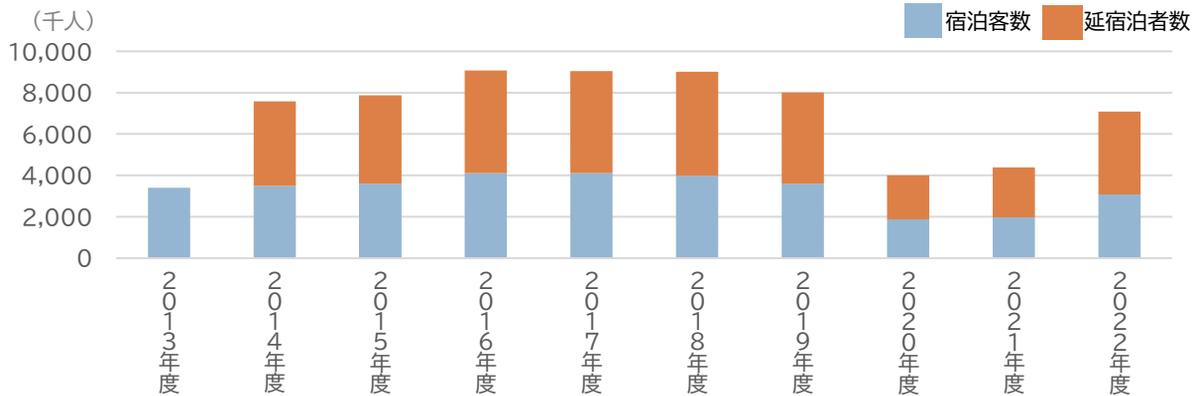
(出典 はこだてみなと大学HP <https://minatouniv-hakodate.jp/>)

2.道南エリアの観光の現状

国内観光客及び日本を訪れる外国人観光客の動向について、下記の通り整理した。全体的な傾向として、道南地域及び日本を訪問する目的は「食」に関する回答が最も多く見られる。

■道南地域を訪れる国内観光客

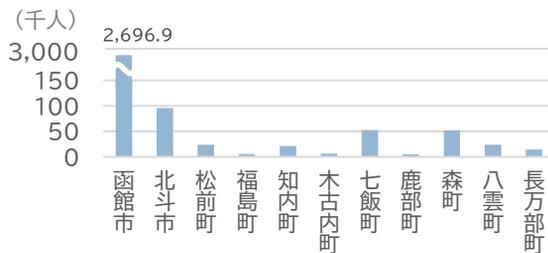
◎道南地域観光宿泊客数



(千人)	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
宿泊者客数	3,494.3	3,499.2	3,604.7	4,105.3	4,102.5	3,993.4	3,601.1	1,872.9	1,971.1	3,080.7
延宿泊者数	データなし	4,081.8	4,267.8	4,965.3	4,940.7	5,013.9	4,404.1	2,134.3	2,414.9	4,013.1

出典：令和4年度渡島管内観光入込客数調査／令和4年度檜山管内観光入込客数調査

◎渡島管内市町別宿泊客数(2022年度)



市区町村	宿泊客数	市区町村	宿泊客数
函館市	2,696.9	木古内町	6.6
北斗市	95.5	七飯町	52.6
松前町	23.9	鹿部町	5.1
福島町	5.7	森町	52.0
知内町	21.2	八雲町	23.9
		長万部町	14.8

出典：令和4年度渡島管内観光入込客数調査

道南地域を訪れる宿泊客については約8割～9割の方が、渡島管内を訪れている。その中でも9割以上の方が函館市で宿泊をしている。

◎函館市平均宿泊日数



出典：令和4年度 函館市観光動向調査

函館市の平均宿泊数は平均して1泊程度に留まる。

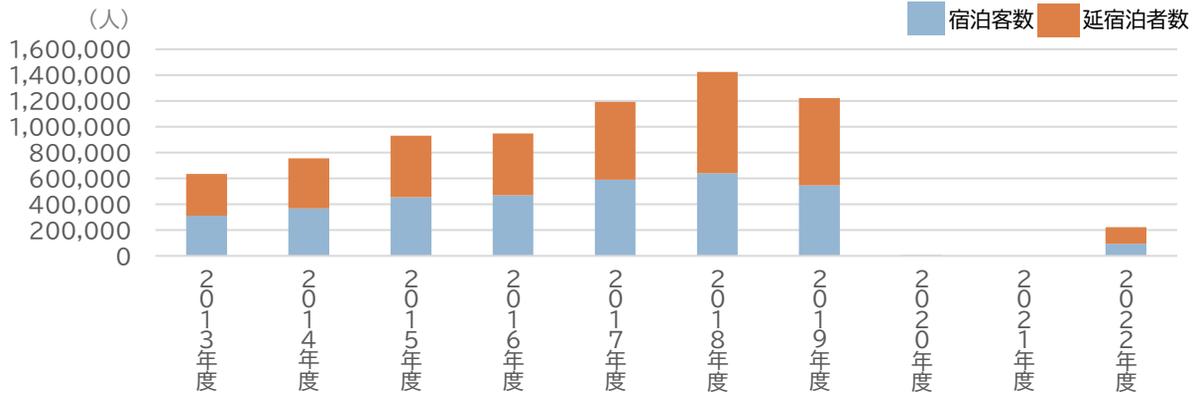
◎函館市を訪れる観光客の動向

- 函館の来訪目的として「函館の食・グルメを楽しみたい」が8割以上で最も高い来訪意向となっている。
- 食事場所やメニューを選んだポイントとして「地元グルメなどの名物料理(海鮮丼、やきとり弁当、ラッキーピエロ、塩ラーメンなど)」が最も多く、次いで「ホテル旅館等での豪華な朝食ブッフェ」となっている。
- 訪問回数が少ない人ほど「函館や北海道産の食材を使った料理」を目標にしている。
- 函館市内の訪問場所は「ウォーターフロント(金森赤レンガ倉庫摩周丸等)」が最も多く、次いで「五稜郭」、「朝市自由市場」、「函館山」の順となっている。
(出典：令和4年度 函館市観光動向調査)

2.道南エリアの観光の現状(つづき)

■日本及び道南地域を訪れる外国人観光客

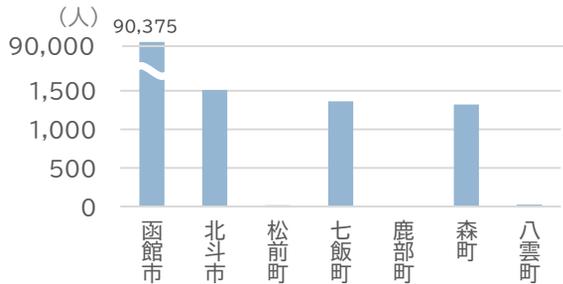
◎道南地域観光宿泊客数



	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
宿泊客数	310,495	369,182	453,873	468,476	589,856	640,419	546,813	2,484	1,578	95,160
延宿泊者数	323,664	387,132	478,103	480,827	603,471	783,678	674,447	4,184	2,716	128,491

出典：令和4年度渡島管内観光入込客数調査／令和4年度檜山管内観光入込客数調査

◎渡島管内市町別宿泊客数(2022年度)



市区町村	宿泊客数	市区町村	宿泊客数
函館市	90,375	七飯町	1,367
北斗市	1,940	鹿部町	2
松前町	17	森町	1,325
		八雲町	28

出典：令和4年度渡島管内観光入込客数調査

道南地域を訪れる観光客の内、約9割の方が、渡島管内を訪れ、9割以上の方が函館市で宿泊をしている。

◎函館市平均宿泊日数



出典：令和4年度 渡島管内訪日外国人宿泊客数調査

函館市の平均宿泊数は平均して1泊程度に留まる。

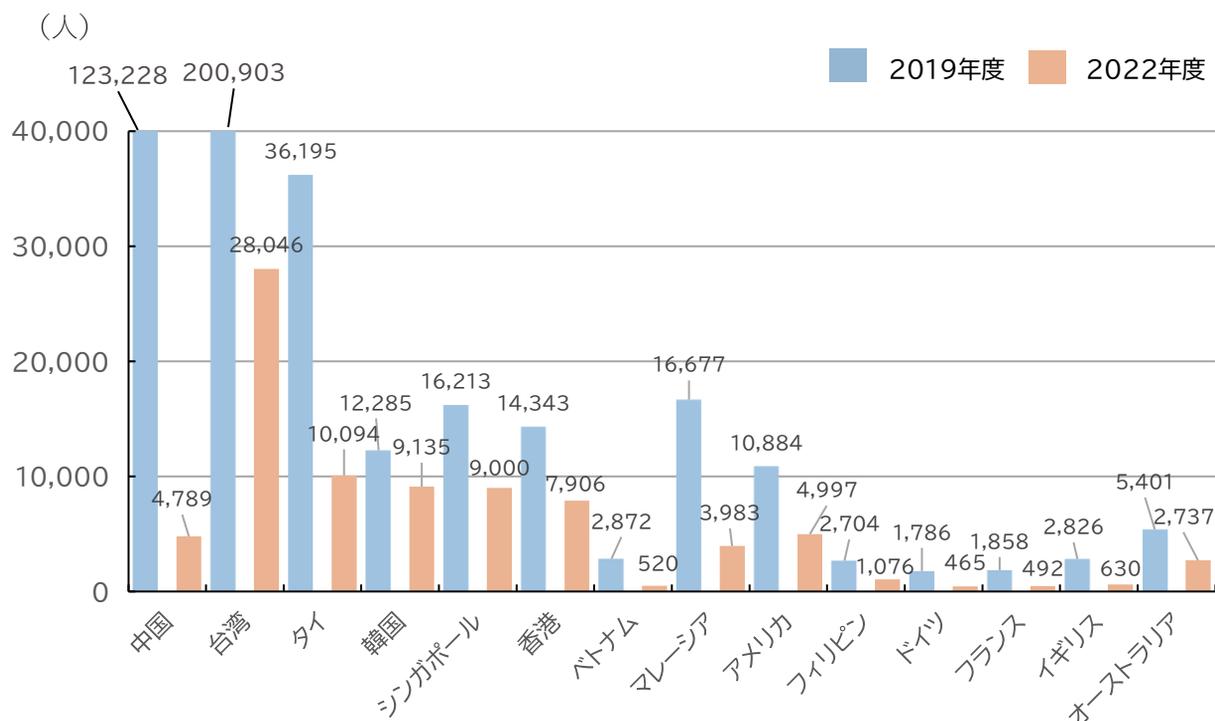
◎訪日外国人の動向

- 訪日前に最も期待していたことは「日本食を食べること」となっている。
- 日本滞在中に行ったことで「日本食を食べること」が最も多く、また9割以上が満足していると回答している。
- 費目別にみる訪日外国人1人当たりの旅行支出のうち、宿泊費が最も高く、次いで買物代、飲食費の順で高い。
(出典：国土交通省観光庁「訪日外国人の消費動向調査 2019年 年次報告書」
国土交通省観光庁「訪日外国人消費動向調査2023年暦年全国調査結果(速報)」)

- 「伝統的日本料理」の満足度は、アジア圏及び欧米豪圏ともに高い。
- アジア、欧米豪ともに食品に対する満足度が高く、品質の良さや日本製であることを理由に挙げており、日本産の食料品に一定のブランド力があることがうかがえる。
(出典：DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査2023年度版)

3.アジア、欧米豪エリア層の動向比較

■函館市の国別訪日宿泊客数(2019年度／2022年度)



○2019年度

国名	中国	台湾	タイ	韓国	シンガポール	香港	ベトナム
宿泊客	123,228	200,903	36,195	12,285	16,213	14,343	2,872
国名	マレーシア	アメリカ	フィリピン	ドイツ	フランス	イギリス	オーストラリア
宿泊客	16,677	10,884	2,704	1,786	1,858	2,826	5,401

○2022年度

国名	中国	台湾	タイ	韓国	シンガポール	香港	ベトナム
宿泊客	4,789	28,046	10,094	9,135	9,000	7,906	520
国名	マレーシア	アメリカ	フィリピン	ドイツ	フランス	イギリス	オーストラリア
宿泊客	3,983	4,997	1,076	465	492	630	2,737

出典：北海道経済部観光局「北海道観光入込客数調査報告書(令和元年度(2019年度)／令和4年度(2022年度))

函館市への訪日客は、2019年度、2022年度ともに台湾が最も多い。全体的にアジア圏が多く、アメリカやヨーロッパ、オーストラリア等の欧米豪圏からの訪日客はアジア圏に比べて少ない。

3.アジア、欧米豪エリア層の動向比較(つづき)

訪日客の旅行消費額内訳や国別の訪日客数、食に関する意識、動向を見ると、下記のような傾向がみられる。

■訪日旅行者の旅行消費額内訳

(円/人) (泊)

(%)

国籍・地域	総額	訪日外国人1人当たり旅行支出						平均 泊数	費目別旅行消費額 構成比(ヨコ計100%)					
		宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等 サービス 費	買物代	その他		宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等 サービス 費	買物代	その他
全国籍・地域	212,193	73,452	47,988	24,180	10,749	55,739	85	10.2	34.6%	22.6%	11.4%	5.1%	26.3%	0.0%
韓国	107,047	35,247	29,704	9,413	5,974	26,622	86	4.7	32.9%	27.7%	8.8%	5.6%	24.9%	0.1%
台湾	187,921	53,152	40,226	19,276	9,922	65,210	135	6.9	28.3%	21.4%	10.3%	5.3%	34.7%	0.1%
香港	227,160	69,754	53,326	22,701	10,047	71,203	129	7.2	30.7%	23.5%	10.0%	4.4%	31.3%	0.1%
中国	319,924	90,425	60,642	26,184	23,121	119,484	67	16.1	28.3%	19.0%	8.2%	7.2%	37.3%	0.0%
タイ	191,026	57,872	44,765	26,135	6,924	55,299	32	9.0	30.3%	23.4%	13.7%	3.6%	28.9%	0.0%
シンガポール	285,241	108,738	60,449	33,601	10,686	71,768	0	9.3	38.1%	21.2%	11.8%	3.7%	25.2%	0.0%
マレーシア	224,013	76,523	48,523	26,072	9,014	63,879	3	9.8	34.2%	21.7%	11.6%	4.0%	28.5%	0.0%
インドネシア	194,622	70,929	39,116	27,207	8,125	49,244	0	14.4	36.4%	20.1%	14.0%	4.2%	25.3%	0.0%
フィリピン	180,508	58,810	37,294	21,057	8,175	55,171	1	16.3	32.6%	20.7%	11.7%	4.5%	30.6%	0.0%
ベトナム	210,999	63,756	47,563	22,261	8,909	68,509	0	30.4	30.2%	22.5%	10.6%	4.2%	32.5%	0.0%
インド	231,049	94,812	42,911	32,248	6,871	54,208	0	22.9	41.0%	18.6%	14.0%	3.0%	23.5%	0.0%
英国	330,811	150,062	71,082	47,320	13,890	48,304	153	15.2	45.4%	21.5%	14.3%	4.2%	14.6%	0.0%
ドイツ	303,971	138,800	70,776	46,249	11,099	36,997	50	15.4	45.7%	23.3%	15.2%	3.7%	12.2%	0.0%
フランス	324,092	139,413	71,455	49,464	12,314	51,443	2	18.0	43.0%	22.0%	15.3%	3.8%	15.9%	0.0%
イタリア	335,691	145,617	82,455	53,916	12,657	40,880	166	13.9	43.4%	24.6%	16.1%	3.8%	12.2%	0.0%
スペイン	341,562	137,345	81,497	63,454	14,691	44,527	48	16.2	40.2%	23.9%	18.6%	4.3%	13.0%	0.0%
ロシア	269,182	108,799	75,734	39,652	7,031	37,966	0	22.9	40.4%	28.1%	14.7%	2.6%	14.1%	0.0%
米国	296,411	129,116	66,678	40,520	13,227	46,688	182	12.1	43.6%	22.5%	13.7%	4.5%	15.8%	0.1%
カナダ	273,329	111,903	64,337	41,318	12,154	43,616	0	12.5	40.9%	23.5%	15.1%	4.4%	16.0%	0.0%
オーストラリア	340,604	138,895	76,456	49,366	21,786	54,071	31	13.7	40.8%	22.4%	14.5%	6.4%	15.9%	0.0%
その他	315,605	128,883	72,544	44,987	13,176	56,012	2	19.0	40.8%	23.0%	14.3%	4.2%	17.7%	0.0%

出典:国土交通省観光庁「訪日外国人消費動向調査2023年暦年 全国調査結果(速報)」

飲食費の割合はアジア圏と欧米豪圏で差はないが、**欧米豪圏の平均宿泊数**がアジア圏よりも多く、**飲食費(1人当たり)**の旅行支出も高い。

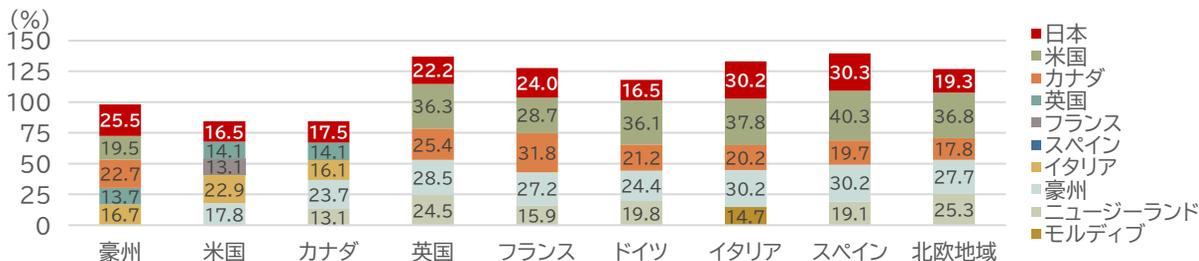
3.アジア、欧米豪エリア層の動向比較(つづき)

■欧米豪居住者の食に関する動向

- 豪州では**食に対する関心が高く**、外国の食文化を紹介し、各国地域の政府観光局が支援し、外国で撮影するコンテスト番組などもある。
- 豪州では**日本食の人気が高い**。日本食以外のレストランでも、日本の食材や調味料を使ったフュージョン料理(多国籍料理)を提供する所がある。
- 食べられる食材に**制約がある**人も多いため、ヴィーガン(絶対菜食主義者)、ベジタリアン(菜食主義者)、グルテンアレルギーの人などに可能な限り配慮する必要がある。
- 英国では**日本酒**の知名度も高まってきており、旅行雑誌フード・アンド・トラベルでは2019年の「今年の旅行地」に日本を選出し、日本食が、日本の認知や日本への関心を高めるきっかけとなっている。
- 英国では、非日系の日本食レストランによる**創作料理**も多い。
- アメリカの高級旅行雑誌には、**日本料理のレストランや食材に関する記事が頻繁に掲載**されており、訪日旅行需要の底上げに大きく貢献している。
- アメリカでは、**食や料理を旅の主目的**とする「カリナリートラベル(Culinary Travel)」というジャンルが一般化している。特に高級旅行を志向する消費者の間では、「**旅先で料理教室に参加したい**」というリクエストは珍しくない。
- アメリカでは当初日系人や日本人駐在員に飲まれていた日本酒の人气が、米国人の間にも広がった。日本食は一種の流行に乗った存在として着実に地位を高め、米国内で広く受け入れられている。
- フランスでは**日本酒の流入量が年々増えて**おり、日本酒のコンクールや展示会もパリを中心に開催されている。フランス料理とも相性が良く、日本料理店や高級なフランス料理店を中心に導入が進んでいる。
- ドイツでは、日本食は日常的に、**健康食**として人気が高い。しかし、ソーセージ、ハムなどの肉加工品、チーズなどの乳製品が豊富で、価格も安いため、**地産地消など特別な付加価値**がなければ、食べたいと思わないようだ。
- ドイツでは、**ベジタリアン(菜食主義者)やヴィーガン(絶対菜食主義者)**もいるため、飲食店などでは、メニューの拡充や表記の工夫が望まれる。

出典: JNTO 訪日旅行誘致ハンドブック 2023年

■欧米豪居住者が今後行きたい旅行先



	豪州	米国	カナダ	英国	フランス	ドイツ	イタリア	スペイン	北欧地域
1位	日本 25.5%	イタリア 22.9%	豪州 23.7%	米国 36.3%	カナダ 31.8%	米国 36.1%	米国 37.8%	米国 40.3%	米国 36.8%
2位	カナダ 22.7%	豪州 17.8%	日本 17.5%	豪州 28.5%	米国 28.7%	豪州 24.4%	日本 30.2%	日本 30.3%	豪州 27.7%
3位	米国 19.5%	日本 16.5%	イタリア 16.1%	カナダ 25.4%	豪州 27.2%	カナダ 21.2%	豪州 30.2%	豪州 30.2%	ニュージーランド 25.3%
4位	イタリア 16.7%	英国 14.1%	英国 14.1%	ニュージーランド 24.5%	日本 24.0%	ニュージーランド 19.8%	カナダ 20.2%	カナダ 19.7%	日本 19.3%
5位	英国 13.7%	フランス 13.1%	ニュージーランド 13.1%	日本 22.2%	ニュージーランド 15.9%	日本 16.5%	モルディブ 14.7%	ニュージーランド 19.1%	カナダ 17.8%

出典: JNTO 2023年度VJ重点市場基礎調査結果概要

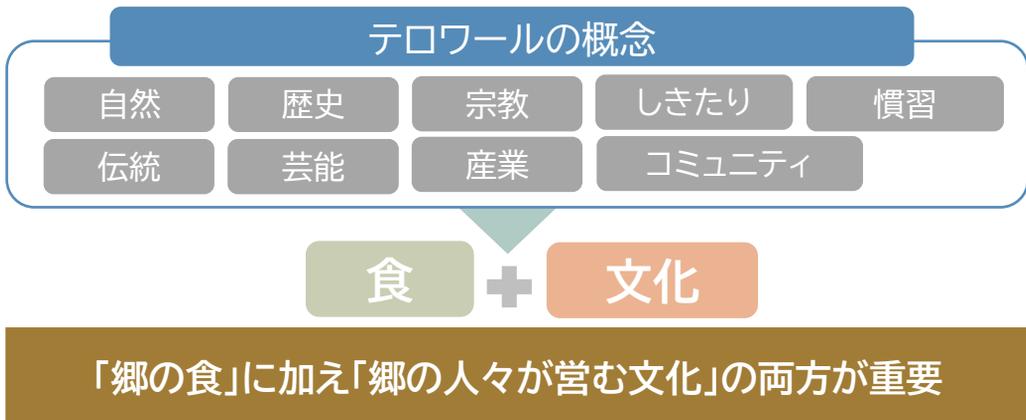
近隣の欧米豪圏の地域が候補として並ぶ中、アジア地域では唯一**日本が欧米豪市場で今後行きたい旅行先の上位**に入っており、**訪日意欲の割合が高い**ことが伺える。

4.ガストロノミーツーリズム促進が欧米豪エリア層の誘客に繋がる可能性

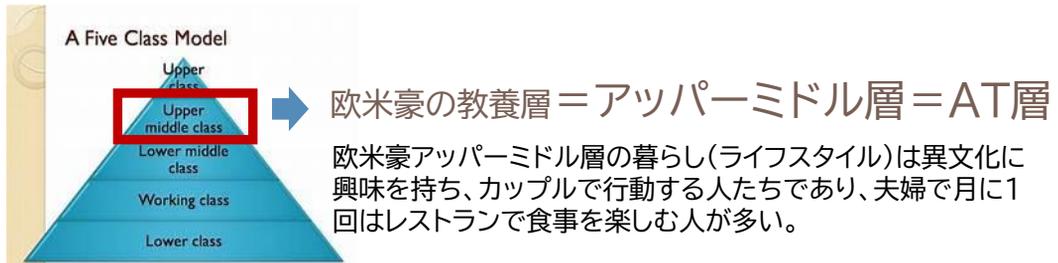
食、歴史、文化等の多様な魅力ある要素を持つ函館で、「食」と「観光」を連携した取組みを考える際に、「その土地の食文化に触れることを目的としたツーリズム」であるガストロノミーツーリズムの概念が有効な手法と考える。

Point① ガストロノミーツーリズムに欠かせない要素

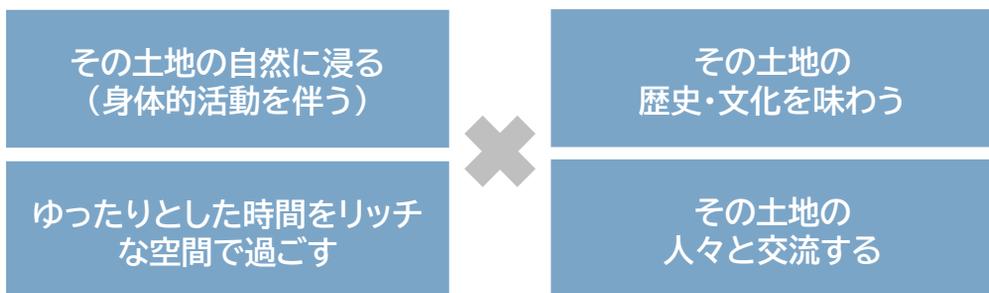
ガストロノミーツーリズムには欠かせない要素が、「テロワール」という概念。テロワールとは、フランス語で「土地」という意味であり、その土地の自然、歴史、慣習等の全てのことを含み、ガストロノミーツーリズムを志向する旅行者には重要な要素となる。



Point② 欧米人の教養層(アジア人層でも同様)



Point③ 欧米人教養層「アッパーミドル層」と「AT層」を満足させる「旅」の4要素



函館の食や文化に馴染みやすいガストロノミーツーリズムに定着がある欧米豪の教養層への誘客を推進することが有効な施策となりえる

2.実施内容

(1)道南エリアの食文化の現状調査

(1)道南エリアの食文化の現状調査

1.ヒアリング調査による各事業者における地元食材の活用状況の把握

道南地域における食文化や食材の活用状況について、各事業者ごとの現状、課題を整理するために、現地事業者への直接ヒアリングを実施した。

■調査概要

目的	地域に根付いた食文化の整理や地元食材の活用状況を把握し、観光と地産地消における課題を整理する。
調査方法	訪問、電話
調査期間	2023年12月5日～12月27日
調査地域	道南地域
調査対象	生産者、飲食店、加工業者、流通事業者、宿泊事業者、観光関係者、交通事業者、行政

■ヒアリング先

	実施日	ヒアリング先	担当者名	業種	調査方法
1	2023年12月5日(火)	Restaurante VASCU - レストランバスク	深谷 氏	飲食店	訪問
2	2023年12月5日(火)	函館元町ホテル	遠藤 氏	宿泊事業者	訪問
3	2023年12月5日(火)	国立大学法人 北海道教育大学 函館校	奥平 氏	観光関係者	訪問
4	2023年12月6日(水)	トーホウリゾート株式会社	常務 内柴 氏	宿泊事業者	訪問
5	2023年12月13日(水)	函館国際ホテル	総料理長 木村 氏	宿泊事業者	訪問
6	2023年12月13日(水)	株式会社 五島軒	社長 若山 氏	飲食店	訪問
7	2023年12月14日(木)	函館空港ビルディング株式会社 「LOCAL INFORMATION がっつり道南」	北海道エアポート株式会社 函館空港事業所 営業部 旅客サービス課 星野 氏	観光関係者	訪問
8	2023年12月14日(木)	有限会社 末廣軒	常務 佐々木 氏	小売業	訪問
9	2023年12月15日(金)	白石農園	白石 氏	生産者	訪問
10	2023年12月15日(金)	大沼ガロハーブガーデン	山崎 氏	生産者	訪問
11	2023年12月15日(金)	上川大雪酒蔵株式会社 五稜乃蔵	営業部長 酒井 氏	生産者	訪問
12	2023年12月15日(金)	北海道渡島総合振興局	産業振興部 商工労働観光課 明珍 氏/松本 氏/松田 氏	行政	訪問
13	2023年12月15日(金)	株式会社菊川	菊池 氏	飲食店	訪問
14	2023年12月19日(火)	北海道観光バス株式会社	営業部長 布施 氏	交通事業者	電話
15	2023年12月20日(水)	株式会社桔梗ハイヤー	部長 福田 氏	交通事業者	電話
16	2023年12月26日(火)	函館ひろめ堂株式会社	専務取締役 成田 氏、 monotone-BRAINS (モノトーン・ブレインズ) クリエイティブディレクター 山田 氏	加工業者	訪問
17	2023年12月26日(火)	南かやべ漁業協同組合	常務 高橋 氏	流通事業者	訪問
18	2023年12月27日(水)	函館市亀田農業協同組合	営農部 次長 吉田 氏、 営農部 販売推進課 課長 佐々木 氏	流通事業者	訪問
19	2023年12月27日(水)	株式会社 Sauvage de Hakodate (ソバージュド 函館)	代表取締役 佐藤 氏	加工業者	訪問
20	2023年12月27日(水)	上川大雪酒蔵株式会社 五稜乃蔵	副社氏 森糸 氏、 酒米生産者 日向 氏	生産者	訪問

(1)道南エリアの食文化の現状調査

1.ヒアリング調査による各事業者における地元食材の活用状況の把握

■ヒアリングレポート

ヒアリング日時	2023年12月5日(火) 10:30~11:45
事業所名	Restaurante VASCU - レストランバスク (住所:函館市松陰町1番4号)
担当者	深谷 氏
対応者	北海道運輸局 廣部、函館運輸支局 植田、JTB 塩地

●深谷氏の過去のお話

・スペイン北部バスク地方の街サンセバスチャンで50年前仕事をしていた。その関係で2007年、8年美食会の依頼があった。日本の食は他の国とどう違うか？日本人にはどのような習慣・食べ方があるのか？を自ら15年前に考えていた。

●世界における日本の食について

・日本人の食の特色:

現在ではお寿司、おにぎり、お弁当などの日本の食の文化や価値が世界を席卷している。スペインで日本から送られてきた海苔を出したが、当初は食べてもらえず、山菜は見向きもされなかった。しかし、現在は反対にスペインで海藻類を作って日本に売り込み、どう食べたらいいか、彼らから教えてほしいという状況になっている。

・まだ世界が気がついていない日本の食や物もある。日本人の先駆けとしてスペインで修業した。現在では、日本でもまだまだ知られていない食を、日本人がフランスやスペインで教えている。オブラートや、暖かくても溶けない特徴を持つ寒天など、ヨーロッパの料理人が日本にきて様々な食を探している。

●魚について

・北海道に絞って食材をみると、北海道の「鱈」が日本一。恵山は一本釣りしたのち、神経締めしている鱈があり、目で見える範囲で漁をしているため、港から近く鮮度がいい。また、市内の消費地にも近い。

・ヨーロッパには塩鱈がある。キリスト教では復活祭等肉を食べられない1か月間に鱈を食べる習慣がある。油焼けしない大きい魚は鱈がメインであった。クジラを食した時代もあったが、哺乳類だとわかってからは食べなくなった。スペインからフランスの北大西洋にかかるビスケー湾で鱈が取れたが漁場が徐々に北上し、地上で塩漬けにして持ち帰り、保存することで流通できる魚であった。

・函館にフランスからテレビ局が来た際、料理の依頼時には鱈を紹介した。世界のミシュラン星をもっているシェフアランデュカス氏が、株式会社カネフト川村鮮魚店を通して函館の鱈を持って帰った。道南のマダラを買っている。

・函館のいかは、朝に釣って箱詰めせず水槽に入れておいて、生け簀のいかを食べている。生け簀のいかは鮮度が良く、そこに入らない分は箱詰めとなる。

・九州と北海道では、同じイカでも海水温が違うため、やはり味が違う。北海道は冷たい分だけおいしくなっているのではないか。北海道のマグロは昔、イカを食べているからおいしかった。日本海よりも噴火湾のほうが脂が乗っている。日本海のもの身がしまって歯ごたえがいい。

・これからの課題は資源量を確保できるかどうか。ぶり、鱈は漁獲量が増えている。サワラが取れてきているのではないか。夏の鱈(子を持っていない、身が痩せない6月~7月の鱈)は鮮度がいい。身も良い。秋・冬の鱈は焼いたり、フライ、バター焼き、刺身にしても良い。

・鱈は安い、淡泊な味のイメージ。鮮度の良い鱈を食べると肉のよう(旨味がでてくる)。6月~7月の大きな鱈はバター焼き(恵山、戸井)も良い。流通に関しては、ほとんど東京に送っているのではないか。

●野菜について

・「王様しいたけ」は有名。

・赤かぶは使いづらく、漬物に使っている。スープなどにしても甘みが少なく、ピーツのほうが甘い。

・大豆「タマフクラ」は、それと似たようなものがある。

・メークインの越冬等やっている。

・道南の野菜、どこにでもある食材を使うことは難しい。

(1)道南エリアの食文化の現状調査

1.ヒアリング調査による各事業者における地元食材の活用状況の把握

■ヒアリングレポート(つづき)

事業所名	Restaurante VASCU - レストランバスク
<p>●仕入れについて</p> <ul style="list-style-type: none"> ・最近のレストランは、生産者と結びつきたい志向がある一方で、他のレストランにおいても同じ道南食材を活用したメニューがすぐに出てきてしまうため、道南食材だけでオリジナリティを出すことができない。 ・中華料理を提供する株式会社Wakiyalは道南エリアの食材を使っているが、町中華などでは地元食材は仕入れが高いため使っていないのでは。 ・レストランバスクではメニューに国産やエリア(地域)の表記を入れ、さらに農家の名前も表記している。 	
<p>●食に関わる業界の近況について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・テレビでは当時、有名シェフが農園に行き、料理を作っていた。 ・テレビを見てきた人、本当においしいと思ってくれた人だけがこのレストランに来る。 ・深谷氏をはじめ我々の世代は魚の出汁や肉汁をとり、ソースを大事にしている。素材がおいしいと、塩やレモンなどの味付けとなり、料理人が技術を加えた料理を作れなくなってきている。 ・素材の良い食材をそのまま活かして作る料理は一般的に出回る料理だが、そうでない食材も料理人の手により活かして作るのがシェフの料理。 ・食べておいしい料理をどう作るかが料理人である。 ・外国人は和食を目指し食すものの、醤油や砂糖の味付けがほとんどの為、途中で飽きてしまう。レストランバスクの食の祭典を函館で開催した際には、スペイン料理のシェフに来ていただいたが、日本料理の割烹に連れて行くと、しょうゆと大根ばかりだと言われた。日本の調味料は醤油・砂糖がメインで、割烹であればあるほど同じ味になる。うどん、ラーメン、割烹(日本文化を体験するセレモニー的な意味合いにおいて)、B級グルメは特にヨーロッパにはないため、外国人(欧米)に受ける。 	
<p>●世界料理学会について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・カレンダーの各月において、掲載店でこの料理を食べることができるというカレンダーを作った。カレンダーの利益を原資として、世界料理学会を行政の補助なしで運営している。カレンダーを通じて掲載料理を実際に食べたいと思ってもらえるような取り組みをしている。 ・青森県知事や青森市長が来て、青函圏料理学会30名でサミットを実施した。協力的であった知事の交代等があり青森側ではなかなか主体的に開催できなかった。 ・料理を作っている人が主役になる観光のルート開発があってもいいのではないか。 ・世界料理学会において函館産食材がブランドになっている。トップシェフは函館から独自で仕入れ、フィレ等にして本州等へ送っている。飛行機、新幹線があり、鮮度の良いものがすぐに手に入る函館の評価が高い。 	
<p>●その他</p> <ul style="list-style-type: none"> ・フランスのラーメン屋で一番受けたものはソース焼きそば。お弁当も甘くて味があり、冷めてもおいしい。甘辛い弁当を形を変えて売っている。B級グルメはおいしいと思っている。 ・十字街にある生協には主に外国人向けにドンペリが販売されている。来訪している観光客に対し、何を食べたいかを作り手側が知ることが大事である。 ・レストランバスクでは外国人が食べたいものを出す。例:韓国人には日ごろから馴染みがあり人気の魚種である「スケソウダラの鍋」の提供している。 ・広島(牡蠣)を活用した地域おこしにおいて、レシピ開発の依頼を受けたことがある。 ・ヨーロッパ、南米向けの素材として鱈が人気である。道南では干していない鱈を食べられる。鱈を求めて観光客が来るかもしれない。国に合わせて、食材ごとに提供する料理を変える必要がある。 ・日本は物価が安いので、黙ってヨーロッパの人が日本、北海道に来る可能性がある。 ・スペイン北部バスク地方の街サンセバスチャンはすでにオーバーツーリズムだが、アジア人では中国人よりもマナーや規律ある日本人には来てほしい。 ・日本は今はまだオーバーツーリズムになっていないが、そうなる日本はこれから薄れる可能性がある。 ・ヨーロッパではあんこうがポピュラーで、あんこう(鍋)に大きな違いはないが、道南ではあまり取れないため提供していない。 ・海外では殻を付けて牡蠣を提供しており、日本のように剥き牡蠣にしない。牡蠣はヨーロッパで人気の食材。 	

(1)道南エリアの食文化の現状調査

1.ヒアリング調査による各事業者における地元食材の活用状況の把握

■ヒアリングレポート(つづき)

ヒアリング日時	2023年12月5日(火) 13:00~14:20
事業所名	函館元町ホテル (住所:函館市大町4番6号)
担当者	遠藤 氏
対応者	北海道運輸局 廣部、JTB 塩地

●函館観光について

- ・沖縄の例:沖縄県立博物館は過去の歴史を学ぶことができ、それを説明できるスタッフがいる。
- ・函館は北方民族博物館等の展示物は良いが、説明できる外国人旅行者向けのガイドスタッフがないことが課題。
- ・宿泊してくれた外国人(デンマーク人)向けに外国人墓地を案内したところ好評だった。
- ・インバウンドに上手に歴史を伝えきれていない。イヤホンガイドも設置場所が少なく、函館の歴史が伝わらない。

●食について

- ・深谷シェフの世界料理学会等の取り組みは素晴らしいため、今後を見据えた後継の育成が必要と感じている。
- ・バル街イベントは日本人観光客や地元の人に好評なことから、インバウンド向けにも「毎日バル」のような仕組みができるとより良いのではないかと。

●泊食分離について

- ・ホテルスタッフの人手不足により朝食の提供が難しいときは、朝市の食事券を渡し対応している。
- ・弁天町にある小田島水産食品株式会社の塩辛メニューは豊富で美味しい。朝夕で営業し、塩辛の樽漬けを食べることができる。イカの塩辛は函館らしく、宿泊客にお勧めしている。

●素材について

- ・食のPRを根気強くやっていく必要があるのではないかと。外国人には特にYouTubeやインスタなど発信が重要だが、食に特化した函館の発信は行っていない。
- ・函館初のウイスキー蒸留所が開設され、元町エリアの活性化のためにも函館ウイスキーを応援していきたい。

●函館のタクシーが本当に少なくなっている

- ・ライドシェアを今後推進してほしい。食事を食べた後の移動に課題が出てきている。

(1)道南エリアの食文化の現状調査

1.ヒアリング調査による各事業者における地元食材の活用状況の把握

■ヒアリングレポート(つづき)

ヒアリング日時	2023年12月5日(火) 13:00~14:20
事業所名	国立大学法人 北海道教育大学 函館校 (住所:函館市八幡町1-2)
担当者	奥平 氏
対応者	北海道運輸局 廣部、JTB 塩地

●食について

- ・物価の高騰や価格単価を抑えるために安価な材料を活用する等の仕入の事情により、主に域外に流通している高品質の地域食材を活用しているお店が多くはないことから、地産地消に十分に組み組めていない。
- ・観光の中に食がある。観光をメインにして食へ誘導したほうが連携がとれる。
- ・深谷シェフ以外の料理人についても食をPRしていく意味で情報発信をしてほしい。
- ・函館のレストランには地域生産者と消費者(観光客)との橋渡しを是非してほしい。
- ・函館市は有名観光地だけではなく、レストランや民族料理等「食」についての情報発信をもっとすべきである。
- ・地域の人の中には食材の産地や地場食材に関心がないことから、地域食材の魅力や生産物を知らない人がいる。
- ・歴史的な街並みを誇る西部地区にはレストランが少なく夜からの営業がメインとなっているため、日中の観光客への「食」の提供はラッキーピエロや焼き鳥弁当等のB級グルメに偏ってしまっている状況である。
- ・行きたい店があるかどうかもわからない状態のため、観光客に料理やレストランの情報を提供できていない。
- ・西部地区では歴史とつながる食がないため、周辺で食べることができるようになると観光客の満足度が高まるのではないかと。
- ・歴史的な街並みと一体化した食の提供ができるようになるといい。
- ・函館におけるスイーツは自らマドレーヌを作って食べていた修道院が発祥となっている。
- ・クジラ料理は年中売っている。弘前からの移住者がクジラ汁を持ってきた。南部(八戸)の人は食べない。
- ・函館は開港地であり西洋文化・西洋料理の流入により恵山地域のごっこ汁などの郷土料理ができにくい。
- ・檜山の旧熊石町では養殖あわびの料理が多い。
- ・上ノ国町では、てっくい(ヒラメ)を取って食べていた。
- ・松前町や江差町の岩海苔のおいしさが観光客に伝わっていない。
- ・函館の人はあまり馴染みがないがりは食べないが、マグロはよく食べる歴史がある。温暖化の影響でイワシが来てマグロが取れるようになった。
- ・函館を「グルメタウン」と位置づけ、観光客を誘致してもいいのではないかと。
- ・グルメサーカスはイベントが戻り、食の賑わいが戻ってきた。函館に昔からあった立ち飲み文化が戻ってきた。
- ・本州から入ってきた食文化と後から入ってきた西洋の食文化が混じった文化が現在の函館の食文化である。
- ・函館塩ラーメン(中国の清湯スープ)は華人がつかっていたスープを使って塩を入れたのが始まりである。
- ・函館はそば文化、各町に一つ以上のお店があった。大野町ではそばの実を栽培しており、そば屋が多かった。そのそば屋が「かつ丼」や「カレー」を提供をはじめた。昔ながらのファストフードの盛んな町であった。
- ・函館は夜市の町であった。お盆から夏にかけてグリーンベルトにて夜市をやっていた。

(1)道南エリアの食文化の現状調査

1.ヒアリング調査による各事業者における地元食材の活用状況の把握

■ヒアリングレポート(つづき)

事業所名	国立大学法人 北海道教育大学 函館校
------	--------------------

●宿泊について

- ・市内のホテルは部屋があっても人材が足りないため、稼働できない。
- ・湯の川温泉はようやく、連携が取れるようになってきた。欧米を意識した食を出してきている。
- ・インバウンドには「温泉」は通用しない。
- ・近年函館市内のホテルにおいて、豪華な朝食提供における競争が過熱していることから、朝食提供に人材がとられてしまっている。ホテルは宿泊だけではなく朝食の提供にも力を入れなければならない状況となっている。
- ・泊食分離が海外では当たり前だが、函館では豪華な朝食が宿泊の動機に直結しているため、泊食分離がなかなか進んでいない。
- ・泊数を増やすために、他の自治体ともっと連携し観光振興の取組を進めるべきである。
- ・宿泊税導入は観光振興の予算を確保していくためにもチャンスである。

●観光について

- ・函館国際観光コンベンション協会の組織があるが、地域全体を包括的に取りまとめ事業者間の連携を推進していく組織がないため、DMOを作った方がいいのではないか。
- ・宿泊税を活用した自主財源でDMO組織を運営していくべきではないか。
- ・DMOにてマーケティングに基づいた事業を立案し函館市で推進できる体制づくりが必要ではないか。
- ・函館バル街イベントは観光客が大勢来ている。このイベントを上手に活用し、函館の「食」の魅力を発信することが重要である。
- ・地域の食を屋台形式で提供する「函館グルメサーカス」というイベントがあるが、やり方を変えていく必要があるのではないか。バル街が盛り上がっていることから、地元レストランと協力するイベント等に変えていき、「食のフェスティバルタウン」を目指してみてもどうか。
- ・事業者間の連携を図っていくためにも市長自らリーダーシップを発揮し、市長を役職に入れた組織作りを行っていく必要がある。
- ・外国人誘客のために、ニセコ町や倶知安町のDMOに函館観光情報を発信していただいてもいいのではないか。
- ・函館市電も観光資源のひとつであることから、観光へ活用を考えていってもいいのではないか。
- ・函館以遠の観光や自治体連携を考えた広域連携を考えた際には「道南いさりび鉄道」の活用を検討していく必要がある。広域での観光振興には必要な観光資源のひとつである。
- ・トラピスチヌ修道院とトラピスト修道院の2つの修道院を活かした広域周遊を図るための観光活用がされていない。トラピスチヌ修道院で作られるマダレナも歴史やストーリーがあるが観光客へ伝えきれていない。

(1)道南エリアの食文化の現状調査

1.ヒアリング調査による各事業者における地元食材の活用状況の把握

■ヒアリングレポート(つづき)

ヒアリング日時	2023年12月6日(水) 17:00~18:00
事業所名	トーホウリゾート株式会社 (住所:北海道札幌市中央区北1条西1丁目6番)
担当者	常務 内柴 氏
対応者	北海道運輸局 田尻/福田

<p>●「宿泊事業者」からみた道南エリアにおける「食」のポテンシャルについて</p> <ul style="list-style-type: none"> ・海産物は四季折々で種類が豊富。温暖な気候から野菜類も加工せずそのまま味わえるほど新鮮なものが多い。
<p>●道南エリアの食材の活用状況について</p> <ul style="list-style-type: none"> ○道南食材のメニューに対する活用割合 ○特徴 ○仕入における課題感 ・登別、函館の施設で提供しているビュッフェレストランでは「海の神」(アスパラガス、函館つるの生産組合)、「神トマト」(七飯町、白石農園)など道産且つ低農薬のものをできるだけ使っている。土づくりにこだわっている。 ・質のいい野菜は、ゆでるだけで十分においしく、食材そのものを楽しんでいただける。「海の神」は太いアスパラガスだが、カットせず茹でたものをそのまま提供している。マヨネーズをつけて食べるなど、売れ行きも非常によい。 ・産地もできる限り表示し、北海道には豊富な食材があることをPRしている。 ・季節ごとにビュッフェの品全てを試食している(30品ほど)。 ・食材は、シェフが車で現地(生産者)まで行き、買い付け、提供しているが、最近は人手不足の影響で決まったところから買い付けしている。 ・農家もホテルとの個別契約が面倒で、漁協や農協に出してしまうので宿にも流してほしい。 ・冷凍食品の質が上がっているのも、わざわざ現地に出向いてまで買い付ける必要が無いのではないか？との意見も事務側とシェフ側で意見が分かれる。 ・別のヒアリング先から湯の川地区で欧米豪向けの食事を提供していると聞いているが、実際にはしていない。湯の川地区は特に東アジア(台湾、中国、香港)からのお客様が多いので、欧米豪を意識して食の提供をしている施設はこのエリアでは少ないのではないか。
<p>●「食」× 観光の可能性について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国内7:海外3 コロナ前から海外の割合は増えている。 ・お食事を楽しみにいらっしゃるお客様の期待に応えられるよう、お客様からいただいたご意見を特に大切にしている。道産食材を使うことを意識しているので、それを楽しみにしている方も多い。
<p>●今後の道南エリアに必要なこととは・・・</p> <ul style="list-style-type: none"> ・道南に限らず北海道には海も山の幸も豊富にあり、海外では日本の食に対する期待、安心感も高いので、旅館やホテルはより一層活用して北海道に還元していく必要がある。
<p>●その他</p> <ul style="list-style-type: none"> ・台湾、香港からの旅行客が札幌に連泊している。登別にも来るが日帰りのため、どのように連泊させるかが問題。札幌の宿・ホテル料金も上がってきているので地方分散につながるのでは？

(1)道南エリアの食文化の現状調査

1.ヒアリング調査による各事業者における地元食材の活用状況の把握

■ヒアリングレポート(つづき)

ヒアリング日時	2023年12月13日(水) 15:30~17:00
事業所名	函館国際ホテル (住所:北海道函館市大手町5-10)
担当者	総料理長 木村 氏
対応者	北海道運輸局 田尻/福田

●「料理人」からみた道南エリアにおける「食」のポテンシャルについて

- ・恵まれた気候風土だからこそ、食材本来の性質が際立っており、道南食材の質はいい。
- ・道南にはおいしい料理を作りたいという気持ち、情熱が強い人が多い。
- ・がごめ昆布や未利用海藻など、昔は価値が無いと言われていた食材たちが、時代の変化によって味がわかる人が増えてきて、理解されるようになった。
- ・真昆布は単体では味はあるがとろみはなし、がごめ昆布は単体では味はないがとろみはあるなど、食材にはそれぞれの良さがある。それぞれの良さを活かすことが大切であり、料理人の使命でもある。
- ・以前、恵山ではアワビは採れなかったが、潮流や水温など様々な変化により最近では採れるようになった。
- ・真鱈は一本釣りのため、他エリアに比べると新鮮でおいしい。真鱈に追隨してタラバガニも取れる。
- ・野菜類も気候、土壌に恵まれているため、質が良い。

●道南エリアの食材の活用状況について

- 道南食材のメニューに対する活用割合
- 特徴
- 仕入における課題感

- ・まずは道南の食材を活用することを意識している。メニューにも産地を表記することで道南、北海道産の食材が美味しいということをPRしている。
- ・国際ホテルのシェフという立場にいと、道南食材の様々な情報が入ってくるが、食材の良さを活かした料理を作るには様々な調理方法を試す必要がある。
- ・質の良い食材に合った調理法で料理を提供したいが、ホテルは大量に食材を使用するので仕入れきれないこともある。

●「食」× 観光の可能性について

- ・好き嫌いやアレルギーなど、お客さんのニーズが分かればもっと良いものを提供出来る(観光のマーケティングと同じ)。個別店舗であればそれが出来るが、ホテルは多くのお客様に提供するためなかなか実践出来ない。

●その他

- ・恵まれた気候風土だからこそ、食材本来の性質が際立っているのはもちろんだが、実際に生産者と触れ合うと、さらに良いものを追求する強いこだわりや熱い情熱を感じる。その思いが私たちの作る料理の付加価値となり、お客様にご提供する際の自信となる。まだまだ私たちも知らない海や山の幸を知り、道南ならではの料理や商品に姿を変えることで、食文化の向上や地域の発展に結びついてほしい。
- ・自分のセンスに頼りすぎず、常に人の意見を聞くことを料理人として働くうえで意識している。
- ・自分の舌にはちょうどよくても、他の人にとってはしょっぱく感じるかもしれない。
- ・下げられた皿を見て、おいしく食べてくれたかどうかがわかる。
- ・失敗をそのままに見よう見まねでやっている人と、失敗も成功の糧にしている人とは経験年数が同じでもその差は歴然。

(1)道南エリアの食文化の現状調査

1.ヒアリング調査による各事業者における地元食材の活用状況の把握

■ヒアリングレポート(つづき)

ヒアリング日時	2023年12月13日(水) 16:00~18:30
事業所名	株式会社 五島軒 (住所:北海道函館市末広町4-5)
担当者	社長 若山 氏
対応者	北海道運輸局 廣部、JTB 塩地

●「飲食業」からみた道南エリアにおける「食」のポテンシャルについて

- ・函館には観光や地域連携においてプロデュースできる人がいないため、道南エリアの素材を活かせていない。企業間もあまり連携できていない。
- ・コンベンション協会等、観光推進組織は公的な機関と連携し慣れていない。

●食×観光の可能性について 歴史文化について

- ・函館にしかできない体験コンテンツやストーリーが必要(一次産業から食べることにつながるストーリーや道南産ぶどう からワインができるまで等)。飲食店で伝えるこのストーリーはこれから考えていく必要がある。農家さんの思いを伝える、歴史を食べているという考えは五島軒の強みでもある。
- ・五島軒の料理長は元々通訳で、ハリストス正教会でかまってもらっており、ここで刀から包丁に持ち変えた。ハリストス正教会でロシア料理を学び、ロシア料理とパンをつなげて日本人向けの料理を作った。日本文化のお米に合わせたおいしいものを作ることから生まれた洋食という文化がある。
- ・食文化の発展では日本人に合わせた料理を作った。
- ・五島軒ではビーフシチューにマッシュルームではなく、日本の食材「しいたけ」を入れている。
- ・西洋文化+ライスを食べさせる中で洋食が発展。
- ・函館のトピックは戊辰戦争。歴史、文化を強みとしていく必要がある。

●道南エリアの食材の活用状況について

- ・生産者のところに行くと、販売者が頑張るようになる。
- ・料理人はいつも食材や素材を見ているので驚きがない。
- ・好きになると自分のものを伝えたいくなる。

●今後の道南エリアに必要なこととは

- ・函館の歴史を掘り起こしていく。
- ・洋食文化がそもそも日本独特の文化であり、五島軒ではその洋食文化をしっかりと伝えていく。

(1)道南エリアの食文化の現状調査

1.ヒアリング調査による各事業者における地元食材の活用状況の把握

■ヒアリングレポート(つづき)

ヒアリング日時	2023年12月14日(木) 9:00~10:00
事業所名	函館空港ビルディング株式会社「LOCAL INFORMATIONがっつり道南」 (住所:北海道函館市高松町511 函館空港国内線旅客ターミナルビル1階)
担当者	北海道エアポート株式会社 函館空港事業所 営業部 旅客サービス課 星野 氏
対応者	北海道運輸局 田尻/福田

●函館空港内観光案内所「LOCAL INFORMATIONがっつり道南」

- ・2023年、JNTO認定外国人案内所の「コミュニケーション・ホスピタリティ」部門でカテゴリ2に認定。
(少なくとも英語で対応可能なスタッフが常駐、またはビデオ通話による案内が常時可能。広域の案内を提供。)
- ・国内外からのお客様が足を止めて案内所に立ち寄ってくれる。香港、台湾などアジアからのお客様も、行きと帰りに立ち寄って案内所で得た情報をもとに行ってきたお店の感想を教えてくれることもある。

●案内所での独自の取組み

- ・道南地域の地図をもとに交通情報や現在行われているイベントチラシなどリアルタイムの情報を掲載。
- ・案内所スタッフ自らが企画を行い、道南・函館地方の旬な情報を提供する「特集コーナー」がある。
- ・現在は「がっつり道南 冬あそび」と題し、スタッフオススメの冬の道南の楽しみ方を日本語、英語にて発信中。

●「道南ビトカード」で情報発信

- ・地域で暮らす道南ビト(=道南・函館で活動する方々)として、案内所スタッフも休日を利用してスタッフ目線のローカルなオススメスポットやお気に入りの場所をカードで紹介している。
- ・「nature」「gourmet」「culture」「shop」の4つのカテゴリがあり、全部で140種類以上。現在も新たにカードを作成しており、年明けには160種類にまで増えるとのこと。全てのカードが案内所に揃っているわけではないので、都度案内所に来てカードをチェックしてほしいとのこと。
- ・カードの英語翻訳作業も進めている。
- ・カード作成のために飲食店に問い合わせ、取材を重ねるうちに仲良くなり、おすすめのスポットを紹介してもらったり、ショップカードを案内所内に置かせていただいたりもしている。今まではお願いしてショップカードを置かせていただいていたが、最近ではお店側から置かせてもらえないと言われることもある。

●その他

- ・これらの取組みにより、コロナ禍前では二次交通や館内案内が約9割、観光案内が約1割を占めていたものが、リニューアル後は観光案内が約4割にまで増加した。

(1)道南エリアの食文化の現状調査

1.ヒアリング調査による各事業者における地元食材の活用状況の把握

■ヒアリングレポート(つづき)

ヒアリング日時	2023年12月14日(木) 16:00~18:00
事業所名	有限会社 末廣軒 (住所:北海道北斗市中央2丁目1-4)
担当者	常務 佐々木 氏
対応者	北海道運輸局 廣部、JTB 塩地

●「御菓子業界」からみた道南エリアにおける「食」のポテンシャルについて

- ・道南エリアには古くから伝わるような郷土菓子が無い。
- ・開港し、欧米文化と同時に和菓子文化が入ってきた。ロシア菓子等々が広がった。
- ・お菓子の原材料である砂糖も無いため、開港の歴史や海外から入ってきた洋菓子文化を伝えることが道南エリアの強みである。

●道南エリアの食材の活用状況について

- ・日本の小麦粉はたんぱく質が多すぎるため、お菓子作りに適さない。
- ・北海道産よりカナダ産の小麦のほうがたんぱく質が少ないためお菓子作りに適している。
- ・北斗市では米作りが盛んだが、もち米やうるち米を栽培すると品質が落ちるため、栽培していない。
- ・小豆は十勝産が約99%。大豆栽培には国の補助金があり、小豆栽培から切り替えている農家が多い状況のため、十勝産の小豆は全国的にも重要である。
- ・全国和菓子協会は十勝の小豆農家に毎年挨拶に行くほど、北海道産の小豆が大切な農作物となっている。

●食×観光の可能性について 歴史文化について

- ・道南スイーツは、現材料を売ることではなく、歴史・文化を売っている。
- ・和菓子×洋菓子の組み合わせで、モナスク、つがあんロールケーキなどを開発している。

●その他

- ・北斗市にあるのが末廣軒ということではなく、末廣軒があるのが北斗市という理念のもと経営している。

(1)道南エリアの食文化の現状調査

1.ヒアリング調査による各事業者における地元食材の活用状況の把握

■ヒアリングレポート(つづき)

ヒアリング日時	2023年12月15日(金) 10:00~11:00
事業所名	白石農園 (住所:北海道北斗市追分177)
担当者	白石 氏
対応者	北海道運輸局 廣部、JTB 塩地

●「生産者(農家)」からみた道南エリアにおける「食」のポテンシャルについて

- ・おいしいものを安全・安心に作りたい。
- ・同じトマトでも他の農家と一色単にされたくないということから、「神トマト」が生まれた。
- ・農協に出荷していた時期もあったが、手間をかけて生育しているトマトが他のトマトと同じ値段となっており、「神トマト」というネーミングを考え独自にブランド化し高単価での販売を始めた。
- ・冬には道南エリアでは珍しい「チコリ」栽培を行い、近年、栽培方法など改良を重ね納得のいくチコリができるようになってきた。

●道南エリアの食材の活用状況について

- ・独自ブランド化した「神トマト」のは売上の半分以上が直売所での販売となっている。その他、函館の居酒屋やイタリアンレストラン、ホテル(しおさい亭、ホテル万惣、スマイルホテル)等に流通している。直接取引しているホテルもあれば、卸屋(川崎青果店等)からも提供されているところもある。

●食×観光の可能性について

- ・北斗市観光協会や函館の宿泊施設と連携し、野菜収穫体験やBBQ等を現在行っている。

●その他

- ・神トマトは皮が硬いわけでもなく、甘さが足りないわけでもないため、そのままおいしく食べることができる。そのため、手を加えず提供できる居酒屋やレストラン等が好んで使ってくれている。逆に手を加えて料理する料理人には、調理しづらいのかもしれない。

(1)道南エリアの食文化の現状調査

1.ヒアリング調査による各事業者における地元食材の活用状況の把握

■ヒアリングレポート(つづき)

ヒアリング日時	2023年12月15日(金) 10:00~11:00
事業所名	大沼ガロハーブガーデン (住所:北海道亀田郡七飯町字上軍川1073-2)
担当者	山崎 氏
対応者	北海道運輸局 廣部、JTB 塩地

●「生産者(養蜂業・ハーブ業)」からみた道南エリアにおける「食」のポテンシャルについて

- ・養蜂やハーブ作りは気候やきれいな水があり、七飯町は環境的に適している。
- ・養蜂は4月~9月の時期に行っている。
- ・ハーブは20種類ほど栽培しており、今年度ハーブ摘み体験をコンテンツ化し、高校生に体験していただいた。
- ・空気が良く、水が良いため道南エリアはハーブ作りに適している。
- ・養蜂はその年により蜂蜜の出来が変わる。昔は農薬の関係で収穫できる蜂蜜の量が少ない時期もあったが、現在は米農家が減少しているため、農薬被害も減ってきている。
- ・今年、大沼ガロハーブガーデンのはちみつが「北のハイグレード商品」に認定された。

●道南エリアの食材の活用状況について

- ・蜂蜜やハーブ等は函館市内の八百屋やレストランへ直接販売をしている。
- ・知人の紹介からフレンチレストラン(京都や東京等)へも販売を行っている。

●食×観光の可能性について

- ・ハーブ摘み体験や蜂蜜作り体験等を今後は体験メニューとしてもっと販売していきたい。
- ・現在は日本財団の補助金などを活用し、高校生に体験してもらっているが、様々なターゲットへ販売をしていきたい。

●その他

- ・「もしこの地球上からハチが消えたなら、人類は4年しか生きられない」とアインシュタインの言葉で言われているように、ミツバチのような花粉を運ぶ存在がなければ植物は育たず、人間は滅亡してしまう。
- ・ミツバチは人にとっても植物にとっても非常に大事な存在である。

(1)道南エリアの食文化の現状調査

1.ヒアリング調査による各事業者における地元食材の活用状況の把握

■ヒアリングレポート(つづき)

ヒアリング日時	2023年12月15日(金) 13:00~13:30
事業所名	上川大雪酒蔵株式会社 五稜乃蔵 (住所:北海道函館市亀尾町28番地1)
担当者	営業部長 酒井 氏
対応者	北海道運輸局 田尻/福田

●「料理人」からみた道南エリアにおける「食」のポテンシャルについて

- ・函館に蔵を構えているので、海産物に合うお酒を造っている。
- ・函館市内の飲食店でも五稜乃蔵のお酒を提供しているところが増えている。

●「食」× 観光の可能性について

- ・函館に旅行に来たならば地元の食材を使った料理、お酒を楽しみたいという方が多い。その期待に応えられるよう、お酒も1種類ではなく場面に応じて各種楽しめるようトライしている。
- ・「函館は海産物や農作物も非常においしい。地元の食材と合わせておいしく飲める食中酒を目指して作っている。ぜひ多くの人に、函館に来て飲んでいただきたい。」(道庁制作 南北海道食彩王国より総杜氏 川端慎治氏)

●世界料理学会の開催を通して感じること

(現在行われている食と観光の連携に関する取組についてどう思うか?)

- ・世界料理学会と直接関係はないが、シェフにお酒を提供して、地元のお酒にあう料理を作ってもらっている。

●その他

- ・2021年に亀尾小学校跡地にオープンした店内には、校歌の額縁を飾っており、かつての生徒がお店に見に来て懐かしむこともある。
- ・札幌国税局 令和4年度新酒鑑評会で金賞受賞。
- ・海外からのお客様はあまり来ない。立地のせいもあるかもしれないが、個人客よりも台湾からのツアーなど団体客が多い。
- ・亀尾地区の農家(1軒だけ)のお米を使っているが、カバーしきれていないため、道南(旧大野町)のお米、それでもカバー出来なければ道内他地域のお米も使っている。道南産のお米を今後も積極的に使っていきたい。
- ・道南地域は豊富な食資源があるので、食と観光の連携は重要。
- ・お酒は新千歳空港や苫小牧でも入手できるが、麴を使ったあんぱんや甘酒など販売所限定の商品もあり、常に限定商品をいくつか置いておけるように日々商品開発をしている。

(1)道南エリアの食文化の現状調査

1.ヒアリング調査による各事業者における地元食材の活用状況の把握

■ヒアリングレポート(つづき)

ヒアリング日時	2023年12月15日(金) 9:30~10:30
事業所名	北海道庁 渡島総合振興局 (住所:北海道函館市美原4丁目6番16号)
担当者	産業振興部 商工労働観光課 明珍氏/松本氏/松田氏
対応者	北海道運輸局 田尻/福田

●「振興局職員」からみた道南エリアにおける「食」のポテンシャルや課題について

- ・飲食店の数は減ったものの、人口に対してはまだ多い。
- ・函館調理師養成専門学校は来年度から生徒募集停止。
- ・この15年で地元食材を使う料理人が増えてきた。
- ・近年、道南地域に酒蔵が増えてきているがお酒を飲む人は減っている。

●今後の道南エリアに必要なこととは・・・

- ・料理人の意識改革が必要。現時点ではその場の料理で稼げればいい人と、料理を道南に根付かせたい人で意見が二極化している。
- ・ターゲットも、マス層<教養の高い層であるべき。教養の高い層を狙うのであれば、発信する我々の教養レベルも高くあるべき。=意識改革
- ・地元の人にとってはあまり魅力的には映っていないかもしれないが、移住者にとっては魅力的に映っている。道南地域はポテンシャルや魅力に溢れているが、それらをどのように発信するか？
- ・(本事業について)食を切り口にした取組みは今まであまりなかったのが面白いのではないかと。全体像をもっと具現化させるといいと思う。
- ・最近では若いシェフ、生産者も目立ってきている(農楽蔵、maison fujiyaなど)。海外に目を向けている若い世代が多い。

(1)道南エリアの食文化の現状調査

1.ヒアリング調査による各事業者における地元食材の活用状況の把握

■ヒアリングレポート(つづき)

ヒアリング日時	2023年12月15日(金) 16:00~17:15
事業所名	株式会社菊川 (住所:北海道函館市五稜郭町32-19 久米センタービル1F)
担当者	菊池 氏
対応者	北海道運輸局 廣部、JTB 塩地

●「料理人」からみた道南エリアにおける「食」のポテンシャルについて

- ・函館以外の知り合いの料理人に道南の食材(野菜や魚介類など)を紹介すると品質の次元が違くと高評価。
- ・生産者と直接取引している料理人は一部であることから、道南食材のポテンシャルを伝えきれていない。
- ・いい食材(赤カブ・にんじん・ごぼう等々)は色々あるが、生産者に関する情報発信がもっと必要。
- ・さわやかファームから仕入れしており、土のにおいで農作物の違いがわかる。
- ・道南エリアでは魚介類も非常においしいものが多く、魚種のクオリティが高い。漁場・港・町が近いことが理由。

●道南エリアの食材の活用状況について

- ・菊川では地産地消にこだわっており、地域の食材を使って季節を味わって頂くことをコンセプトとしている。
- ・1日1組限定の完全貸切 別邸「菊川はなれ」ではレシピを使った料理はなく、その時々のもを提供している。
- ・生産者の思いを料理人がお客様に提供し伝えていくことが重要である。
- ・道南エリアでは魚が余っており地域の人が食べていくべきだが、家庭で調理する時間がない等地域でうまく消費できていない状況である。
- ・ジビエではエゾシカ肉をアラカルトメニューで提供しているが、一般の人には調理が難しい食材である。
- ・秋口のとうもろこしがみずみずしく非常に美味しい。
- ・函館市で生産者等を紹介するHPがあるが更新頻度がかなり低く、有効活用されていない。
- ・こだわりを持って作っているアスパラやトマト(ジェットファームのアスパラや白石農園の神トマト等)は、完成された農作物のため(料理人の域までこだわった作り方をしているため)調理する必要がない素材。菊川では、まがった人参や土のついた野菜を同等の金額で仕入れ、その素材を活かして、調理をしているため、完成されている素材はあまり使っていない。
- ・近年、漁獲がある「ぶり」は血生臭く食べたことがない人が多いため、美味しいか美味しくないかの区別がつかず、道南エリアの人は食べていなかった。そこで誰でも食べることができるようにするため「ぶりがれカツ」のレシピを作成し発表することで消費向上にむけた取り組みを行った。

●その他

- ・函館市民の地元食材に対する理解が足りない。地元食材に触れる機会が少ないからではないか。

(1)道南エリアの食文化の現状調査

1.ヒアリング調査による各事業者における地元食材の活用状況の把握

■ヒアリングレポート(つづき)

ヒアリング日時	2023年12月19日(火) 17:00~17:15
事業所名	北海道観光バス株式会社 (住所:北海道札幌市清田区真栄1条2丁目33-10)
担当者	営業部長 布施 氏
対応者	JTB 塩地

●函館におけるバス業界について

- ・コロナ過でドライバーの人数が大幅に減少し、函館管内でのドライバー不足が問題となっている。
- ・一度バスドライバーを辞めてからトラックドライバー等に転職をしてしまうと、賃金等の労働環境によりバスドライバーにはなかなか戻って来てくれない現状。

●函館観光の状況について

- ・バスドライバー労働時間改善基準により、夜景バスを運行してしまうと、翌日の出発時間を早くできないことや、ドライバー不足により、ツアー行程を組むことに影響がでてきている。
- ・ガイド不足により、ガイド付きツアーの手配を受けることができない状況がある。

●減便等について

- ・ドライバー不足の影響で管内の路線運行事業者は減便や廃止便が今後出ると聞いている。路線を優先しているもののクルーズ等が来港した際には、多くの貸切運行台数が必要となるため。
- ・できる限りは協力したいが、それほど多くの台数を提供することが難しくなっている。

ヒアリング日時	2023年12月20日(水) 15:00~15:10
事業所名	株式会社桔梗ハイヤー (住所:北海道函館市桔梗3丁目41-10)
担当者	部長 福田 氏
対応者	JTB 塩地

●函館におけるタクシー業界について

- ・ドライバー不足
- ・高齢化が一層進んでおり、運行台数が減少している。70歳代のドライバーがいるなど、成り手不足が深刻な状況である。

●運行状況や函館観光の状況について

- ・コロナ過で中止していた会合や会議などが戻ってきているため、会場からの自宅への送迎は戻ってきている状況。
- ・観光タクシーではインバウンド客も戻ってきており、通訳や外国語ガイドがついている場合は対応できるが、ドライバーのみの直接対応は難しい。
- ・ジャンボタクシーでの運行予約が増えてきているので、インバウンド客が戻ってきている印象。
(台湾・韓国やシンガポール等がここ最近で増えてきている)
- ・貸切での運行がメインで、観光コースプランも造成しているが旅行会社のオーダーに応じたプラン造成がほとんどのため、新しいコースを造成は現状予定していない。

(1)道南エリアの食文化の現状調査

1.ヒアリング調査による各事業者における地元食材の活用状況の把握

■ヒアリングレポート(つづき)

ヒアリング日時	2023年12月26日(火) 10:00~11:15
事業所名	函館ひろめ堂株式会社 (住所:北海道函館市函館市白尻町603-1)
担当者	専務取締役 成田 氏 モトーンブレインズ クリエイティブディレクター 山田 氏
対応者	北海道運輸局 廣部、JTB 塩地

●「加工業者」からみた道南エリアにおける「食」のポテンシャルについて

・デンマークの水産会社が海藻の利用について視察しに来た。デンマークには羅臼から昆布を輸出している。「旨味」に注目が集まっており、世界的に和食がブームとなっている。海藻類は輸出がしやすいことも理由のひとつ。

●道南エリアの食材の活用状況について

○どのようなエリアに流通しているのか

・東京・札幌・大阪等に出荷している。卸値が道内で卸すよりも本州で卸した方が値段が高い。

○仕入における課題感

・歴史的背景をみても、函館は昆布の産地としてのPRをもっとすべきである。

・函館の水産水揚げの7割が南茅部集中している。

・地元で使ってもらいたいという観点で、地元のレストランや購入希望しているお店には真昆布をできる限り安く出している。

・アスパラ専門農家ジェットファームでは肥料に昆布を使っており、自然ワイン派ワイン農楽蔵でもブドウの肥料に昆布を使っている。

・昆布を肥料に使うとミネラルが豊富な土になる。

・南茅部の昆布は1年ものが98%出荷している残りは2年栽培物。

・真昆布は寝かせると味が甘くなる。

・南茅部は34キロ海岸線があり個性がある真昆布は鹿部よりも南茅部の方があると思う。

・2016年の爆弾低気圧により水揚げが減った。

・海が暖かくなり、ウニが昆布を食べてしまったことで水揚げが減ってしまった。その他の理由として川に問題があるのでは。山からのミネラルが海に流れてこないの良い海にならない。

●「食」×観光の可能性について

・今ラーメンブームが来ている。函館はラーメンがとても美味しい。

・クルーズ客など船で降りてきてもなかなか地元のものが提供できていない。

・天然真昆布を使ったラーメンをもっとおすすめすべき。

●今後の道南エリアに必要なことは・・・

・南茅部のような田舎では提供する施設がない。キッチンが備えてある施設にシェフを呼んで提供できるとより良い。昆布や鮮魚は田舎の地域では買うよりももらう文化があり、あえて高いお金を支払い買ったりすることが少ない。

・もし今後地産地消を進めるのであれば、戦略的に販売・PRしてほしい。

・直接的な流通ルートがない点も課題。

(1)道南エリアの食文化の現状調査

1.ヒアリング調査による各事業者における地元食材の活用状況の把握

■ヒアリングレポート(つづき)

ヒアリング日時	2023年12月26日(火) 14:00~16:00
事業所名	南かやべ漁業協同組合 (住所:北海道函館市函館市白尻町154番地2)
担当者	常務 高橋 氏
対応者	北海道運輸局 廣部、JTB 塩地

●「流通事業者」からみた道南エリアにおける「食」のポテンシャルについて

○道南の海産資源について

- ・海水温が高くなってきており、ぶりやさばなどの魚種も獲れてきている。
- ・漁協での売上も近年上がってきており、昨年度は総売上高が44億円と良かったが、今年度はそれよりも増えている。
- ・ぶり 4000トン→6000トン 鯖1.5万トン→2万トン いわし2万1千トン等 水揚げが増えている。

●道南エリアの食材の活用状況について

○どのようなエリア(道南エリア、道内、本州等)に流通しているのか

- ・流通している業種はどのようなところか(小売店、飲食店等)
- ・昆布は兵庫昆布や北海食品がメインとなっており、近畿エリア(大阪・京都)がメイン。
- ・北前船時代より敦賀港から大阪に入る流通ルートがあった。
- ・昆布事業協同組合が日本の昆布の流通価格を決定している。
- ・昆布流通の約7割の随意契約で2割3割が加工会社等による入札。
- ・鮮魚は仲買人を通して卸しており、仲買人は約54人ほどいる。
- ・昆布の水揚げは平成29年を皮切りにどんどん減ってきており、令和4年では19トンとなっている。消費年代の変化、保存食の考え方の変化、生活スタイルの変化等の影響もあり、そもそもの昆布の消費量も減ってきている。
- ・食生活、食文化が変わってしまっている。(若い世代は漬物や佃煮を作る習慣も昔と比べてなくなってきており、昔は保存食を作る文化があったが今はスーパーで買える)

○鮮魚について

- ・道南エリアだけで鮮魚は60億円の売り上げがある。魚種が多い。その点は強み。
- ・人口が減ってきていることが課題で、漁師の跡継ぎやなり手が少ない。
- ・鹿部などをみると現在は道の駅等で販売できている場所では売れている。
- ・6次化しているところは強いが長期的な目線を考えて投資をするのは現在難しい。
- ・跡継ぎがないなどの観点から、20年~30年後を見据えた投資などは難しい。

●「食」×観光の可能性について

- ・組合が店を持って直売店として独自にやっているところはいいが、南茅部では誰がやるのかという人手不足の問題がある。昆布の良さなど関係者しか知らないというのが現状。
- ・道の駅等でもっと情報発信が必要ではないか。
- ・水揚げしている様子を見学する市場見学等の観光活用については、地域の振興や漁業振興というはっきりとした目的があれば協力できる可能性はあるものの、クルーズ客が来るからとりあえず対応してほしいということであれば、市場関係者の理解が得られないことから受け入れについては難しい状況である。

●今後の道南エリアに必要なこととは・・・

- ・漁師のなり手や高齢化が進んできていることから、すべての作業を漁師がやるのではなく、単価を安くしてメーカーに卸し、メーカー側がひと手間加えて(昆布を整える等)行い、仕事を続けている状況。
- ・中国等の海外昆布が入ってきた時期もあったが、中国で生産される昆布も現在値段が上がっている。工業用の原材料に使っているようで、品物は問題ない。外に輸出する昆布と国内向けは売り方を変えているようだ。

(1)道南エリアの食文化の現状調査

1.ヒアリング調査による各事業者における地元食材の活用状況の把握

■ヒアリングレポート(つづき)

ヒアリング日時	2023年12月27日(水) 9:30～
事業所名	函館市亀田農業協同組合 (住所:北海道函館市函館市昭和4丁目42番40号)
担当者	営農部 次長 吉田 氏、営農部 販売推進課 課長 佐々木 氏
対応者	北海道運輸局 廣部、函館運輸支局 植田

●「流通事業者」からみた道南エリアにおける「食」のポテンシャルについて

○道南の農産資源について

- ・ばれいしょ、大根、にんじん、赤かぶなどの根菜が亀田地区では昔から栽培されている。北斗市や七飯町ではハウス栽培でトマトも作られている。
- ・道南は道内において比較的暖かい気候なので、道内のなかでも出荷時期が早い。そこが道南の強みでもある。
- ・大根は主に函館であり重要な地元食材であるが、漬物を漬ける人が減ってきたということから、需要が減ってきている。

●道南エリアの食材の活用状況について

○どのようなエリア(道南エリア、道内、本州等)に流通しているのか

- ・本州が7割～8割、2割が札幌を中心とした道内。本州でも新潟、富山といった北陸地方や長野、仙台、九州の佐賀。
- ・北海道産ブランドで本州の方からの需要が多い。
- ・学校給食用に給食センターへの流通もあり、函館市の公立学校すべてにおいて地元の食材を使った給食が提供されているのではないか。
- ・函館市JA亀田で取り扱う肉類は豚(養豚場1件)のみ。その他道南の肉類(大沼牛等)はJA新はこだてでの流通になるため分からない。
- ・桔梗、本通りで出張販売を週に1回定期的に行っており、地域の方が買いに来る。
- ・カルビーポテトチップスやセブンイレブンの冷凍お好み焼きなどに道南野菜が使われており、加工業者を通して出回っている。
- ・秋の収穫祭は玉ねぎ以外は全て道南産の野菜を提供し大盛況だった。
- ・「函館育ち」というブランドを作り産地の認知度向上を目的として20年近く全国へ発送している。
- ・雪の下大根が好評であるが、掘った大根を埋め戻すため手間がかかり量があまりない。札幌に出荷したりイオンで取り扱いしている。
- ・白菜が加工品として北日本フードのキムチに使用されている。

●「食」×観光の可能性について

- ・農作物を観光に繋げるのは難しいのではないか。海鮮を目当てで来る人はいると思うが、農作物はどこにでもあるので、なかなかそれを目当てにする人は少ないと思う。
- ・観光として受け入れ側の準備などはあるが、農家の農作体験はアリだと思われる。
- ・地元食材のPRなど情報発信もありだと思える。
- ・以前は農協観光でバスツアーを企画し収穫体験を組み込んでいた。
- ・函館にも道の駅があれば地元の野菜が販売できる。

●その他

- ・農家さんの高齢化に伴い、重たい野菜以外のものを開発できないだろうかという狙いで、ニンニクの試験栽培もおこなっている。

(1)道南エリアの食文化の現状調査

1.ヒアリング調査による各事業者における地元食材の活用状況の把握

■ヒアリングレポート(つづき)

ヒアリング日時	2023年12月27日(水) 9:30～
事業所名	株式会社 Sauvage de Hakodate (ソバージュド 函館) (住所:北海道函館市銭亀町342-3)
担当者	代表取締役 佐藤 氏
対応者	北海道運輸局 廣部、函館運輸支局 植田

●道南エリアにおける「食」のポテンシャルについて

- ・非常に高いポテンシャルを持っていると思う。
- ・鹿肉において、函館の鹿(女那川や南茅部)は山と海に囲まれた場所で育つため良い肉である。山で豊富な草を食べ、漁師さんが干している網を舐める等をしてミネラル(塩分)を補給している。
- ・七飯の鹿は山から下りてきて牧草や農作物(デントコーン等)等の栽培されているものや畑に捨てられたものも食べている。
- ・鹿肉が美味しい時期は秋の終わり～冬の初めで、冬に備え肥えているから。2月、3月になると痩せてくるため美味しくない。
- ・しかし、道南は冬の間も草が雪に埋もれず食べることができたりと、比較的肥えたままの状態。流通で考えると、道南の鹿は比較的長い期間出せるのが強みになると思う。
- ・鹿肉の需要は全国的に広がってきており、メディアでのジビエの取り上げや国のジビエ利用推進の影響と考える。
- ・死後長時間が経過すると、臭みが出てきて肉が固くなってしまいうため、狩猟の際はヘッドショットや首筋を狙い即死させ、狩猟後現場でハンターが血抜きをし、2時間以内に内臓の処理を行わなくてはならない。
- ・函館は狩猟の場所と処理する場所、流通する場所(市内)それぞれが近いため、新鮮でおいしい鹿肉を提供できる。

●道南エリアの食材の活用状況について

- どのようなエリア(道南エリア、道内、本州等)に流通しているのか
- ・函館、関東、関西の方。
- ・道南は鹿肉の流通が始まるのが遅かった。
- ・もともと道東にいた鹿であったが、徐々に道南まで生息圏を広げていった。
- ・道内の出荷先(札幌など)は道東等との流通が出来てしまっているため、地元、関東、関西への流通で考えている。
- 流通している業種はどのようなところか(小売店、飲食店等)
- ・今現在は料理人や加工業者の方々と取引。
- ・市内の飲食店との取引は多い。
- ・今後、品数を増やし道の駅での販売も視野に入れている。

●「食」×観光の可能性について

- ・鹿の狩猟を観光客と一緒にというのは厳しい。鹿は耳がいいので、観光客も一緒に山にはいるとなると気づかれてしまうリスクが高いため鹿の狩猟が出来ずに終わる。
- ・鹿肉フェスというようなイベントがあると良いと思う。鹿肉を題材にして料理人が競いあうようなもの。それにより、地元の人に食べてもらう機会が増えることで、鹿肉が身近になると良い。地元の人に身近になることで、道南の鹿の地名度がより上がり、それ目当てで来る観光客も増えるかもしれない。

●その他

- ・鹿肉を感じてほしいためカレーではなくレトルトの鹿肉シチューといった、鹿肉を使った商品を開発予定。
- ・鹿肉で作ったペットフード。臭みのある鹿肉はヒトは食べないが犬は臭みのある方が好みであり食いつきが良い。
- ・毛皮は手間と費用とのかねあいで焼却処分している。加工業者は大沼にもあるが、脱毛のために神戸まで郵送する必要がある。

(1)道南エリアの食文化の現状調査

1.ヒアリング調査による各事業者における地元食材の活用状況の把握

■ヒアリングレポート(つづき)

ヒアリング日時	2023年12月27日(水) 14:30~15:15
事業所名	上川大雪酒蔵株式会社 五稜乃蔵 (住所:北海道函館市亀尾町28番地1)
担当者	森糸 副社 氏、酒米生産者 日向 氏
対応者	北海道運輸局 廣部、函館運輸支局 植田

●「酒蔵」の視点からみた道南エリアの「食」のポテンシャルについて

- ・食のポテンシャルは非常に高い。
- ・野菜、魚介類等バラエティーに富んでおり、日本酒に合う食材や料理も豊富。
- ・酒米(米)は涼しい気候が作りやすい。北海道は米作りに適している。
- ・米作りにおいて田んぼの水を抜き田んぼを乾かす中干という作業(6月頃~)があるが、亀尾地区は山と谷に囲まれているため日が落ちるのが早いという要因から中干作業の調整が難しい。
- ・酒はその年の酒米により味が非常に左右され、酒米の味は中干作業やその年の気候に左右される。
- ・暑い日が続いた今年の米はあまりよくなかった。寒暖差が大きい方が甘みが増す。夜間の高温は、稲の呼吸作用が大きくなるため、日中に生産したデンプンが呼吸で消費されてしまい、穂に送り込む量が少なくなり、登熟(とうじゅく)歩合の低下、乳白米(白未熟粒)発生の原因となる。
(クボタグループHP クボタのたん(<https://www.kubota.co.jp/kubotatanbo/rice/management/drought.html>)より)

●道南エリアの食材の活用状況について

○地元(函館、道南、北海道)の原材料を活用した酒造りの特徴、道南の食文化に合う一杯をどのような視点で意識しているか。

- ・あくまで地元の人に普段から飲んでもらえるお酒造りを意識している。
- ・酒を単体で飲んでもらうことも、もちろん嬉しいが、料理と一緒に飲んでもらうことを考えているため、香りやコメのうま味、甘さなど酒の主張が強くなり過ぎないような酒造りを考えている。
- ・熟成させるほど酒が甘くなるのは化学反応的なもので、最短で1週間ほどで酒を造ることができ、それは辛口になる。

○函館市内の飲食店にどれだけ流通しているか。

- ・基本的な出荷先は函館市内(近郊だと北斗市にもあるかも)ほとんどの酒屋さんに出している。他は、特約で契約した先へ出している。肌感覚で市内の飲食店のおおよそ半分は置いてくれているのではないかと。

●「食(日本酒)」×観光の可能性について

○日本酒で函館(道南)をイメージしたり、旅行にいっきっかけに繋げるためには？

- ・もちろん、うちの日本酒を目当てに来てくれるのは嬉しい限りだが、あくまで地元の人のために、そして地元の人に飲んでもらえるように作っているのが、地元の人が日常的に飲んでくれるようになり、それが広がって観光客の人にも知れ渡って欲しい。
- ・現在、地元の人に酒米の田植えをしてもらい、そのできた米で酒を造り提供する取組を行ったが、観光客の人にもそのような体験ができるようになってもいいかも。

●その他

- ・上川酒造は道内いくつかあるが、道南だからこその場所と作り方が違うというのではない。基本的に酒造りはどこも同じであるが、強いて言うならば、道南の地元の人に受け入れられる酒を目指し酒造りをする。道産の食材を使っただけで地元の人に受け入れられるお酒を目指すため、酒造りに関してはこれは変えないというこだわりはなく、こだわりが無いのがこだわり。
- ・酒造りに関しては水には恵まれていない。

(1)道南エリアの食文化の現状調査

1.ヒアリング調査による各事業者における地元食材の活用状況の把握

道南地域の各事業者に事業内容や道南地域の現状感じること、課題等をヒアリング調査をした結果、事業者ごとに見えてきた現状、課題を整理した。

■ヒアリング調査で見た各事業者の現状と課題

生産者	<p>・道南地域は気温の寒暖差が小さく、対馬暖流や津軽暖流の影響もあり北海道では比較的温暖な気候のため、米や野菜など多様な農業が可能であり、また豊かな森林や親潮と津軽暖流が交叉する噴火湾が広がり、古くから豊かな漁業資源にも恵まれている。近年、山で豊富な草を食べ、海の塩分を補給し育った良質な鹿が狩猟できる。これら食材の収穫及び狩猟場所と流通する市街地までが近いいため新鮮なまま地元住民や旅行者に提供できる地域である。</p> <p>・食材を農協等に卸すと北海道産などと扱われるが、他の生産者の食材と一緒にされたくないという思いから6次化を進めたり、栽培方法や生育方法に改良を加え食材をブランド化(神トマトや海の神(アスパラ)、王様シタケ)する生産者が現れてきたため、より高品質の農作物等が出てきた。</p> <p>・食材の新たな販売ルート確立やブランド化を進め、地元食材の魅力や知名度を広げようと努力する生産者もいるが、多くの生産者は時間と人手が足りないことから、農協や漁協以外の販路拡大や食材の十分な情報発信ができていない状況である。</p> <p>【課題】 →品質の高い地元の農作物や海産物等があるものの、それらの販路拡大や情報発信に必要な時間や人員が不足し、地元食材を料理人や旅行者へ効果的に周知、提供するノウハウがない。</p>
飲食店	<p>・品質の良い食材に恵まれ、道南産の食材を活用する飲食店が増加傾向にある。</p> <p>・道南地域の食材の良さは一部の料理人に認知されているが、料理人同士で情報を共有する場が限られているため地域全体に広がっていない。</p> <p>・函館市内は地元民や旅行者が気軽に地元の食を楽しめる居酒屋が多く、そこでは単価が高くなる地元食材の活用はされにくい。</p> <p>【課題】 →地元食材を活用した飲食店は相対的に少ないため、旅行する際に地元食材を活用した料理を食べたいという旅行者のニーズに十分対応できておらず、地元の食材を使う意義、その料理の背景にある食材や食文化のストーリーを伝えきれていない。</p>
加工・流通事業者	<p>・北海道産ブランドでの流通や、函館真昆布など元々ブランドのある食材は高単価での取引が期待できるため域外への出荷が多い。</p> <p>・市場やスーパー、道の駅、直売所で地元民に限らず旅行者も含めて広く購入出来るよう流通経路が整備されている地域もある。</p> <p>【課題】 →食材の品質の良さから域外への供給量が多く、地元で流通されにくい。</p>

(1)道南エリアの食文化の現状調査

1.ヒアリング調査による各事業者における地元食材の活用状況の把握

■ヒアリング調査で見た各事業者の現状と課題(つづき)

<p>宿泊事業者</p>	<p>・函館市内では地元食材をふんだんに活用した朝食buffetをウリにする宿泊施設も増えている。</p> <p>・地産地消にこだわり食事を提供する宿泊施設はあるが、buffetなど食材を大量に調達し使用する必要があるため、低価格な地元以外の食材を活用したり、人手不足から食事を提供せず、宿泊施設周辺の飲食店情報の提供や食事券の提供に留める施設も増えている。</p> <p>【課題】</p> <p>→食事提供の無い宿泊施設では地元の食材を活用した飲食店情報を旅行者に提供する仕組み、食事を提供している宿泊施設では如何にして地域の食材をメニューに加えられるか工夫が必要である。</p>
<p>観光関係者</p>	<p>・江戸時代の北前船から北洋漁業の基地として栄えたこと、開港都市としてもたらされた西洋式農法による西洋野菜の栽培など、函館、道南地域ならではの歴史が食文化を形成している。</p> <p>・収穫体験など生産者と連携した体験型コンテンツを造成するには、生産者側に観光客を受け入れるノウハウが無いため、旅行者へ提供するまでに手間と時間がかかる。</p> <p>【課題】</p> <p>→道南地域の食文化を形成する歴史をストーリーとして整理し、地元の土地の魅力をテーマ性を持って伝えられていない。</p>
<p>交通事業者</p>	<p>・函館市に訪れる国内観光客の公共交通機関利用満足度は高い一方で、路線バスの経路が複雑なため目的地までの行き方がわかりにくいなどの声や、路線バスや市電の運行本数の増便を望む声もある。</p> <p>・旅行者から市バスの増便を求める声がある一方で、利用者数の低迷や運転手不足を受け、減便や一部路線廃止が起きている。加えてバス、タクシードライバーの高齢化等によるタクシー運行台数の減少も起きている。</p> <p>・インバウンド対応ができるバス、タクシードライバーが限られている。</p> <p>【課題】</p> <p>→旅行者のニーズに合わせた交通手段の整備、ドライバーの確保やインバウンド対応ができるドライバーの育成などに事業者単独で取り組むことが難しい。</p>
<p>行政</p>	<p>・道南地域を訪れる外国人旅行者は景観を楽しむ旅行スタイルが主流であり、滞在時間や消費額が少ない現状がある。</p> <p>・アジアと比べ、日本への長期間の滞在が期待できる欧米豪旅行者を惹きつけ、留められる地域ならではの魅力を整理し、「食」の関係者など様々な業種を巻き込んだ体制や観光の仕組みを作る必要がある。</p> <p>【課題】</p> <p>→地域の「食」を「観光」の視点で活用する取組や体制が整っていない。</p>

(1)道南エリアの食文化の現状調査

2.現状調査から見えてき道南エリアの「食」と「観光」における課題の整理

各事業者ごとにヒアリングをした現状をまとめ、以下の通り整理した。

■各業種へのヒアリングを通じて見えてきた現状と課題

- 品質の高い地元の農作物や海産物等があるものの、**それらの販路拡大や情報発信に必要な時間や人員が不足し**、地元食材を地元の料理人など食材を扱う事業者や旅行者へ効果的に**周知、提供するノウハウ**がない。
- 食材の品質の良さから域外への供給量が多く、地元で流通されにくい。
- 食事提供の無い宿泊施設では地元の食材を活用した飲食店情報を旅行者に提供する仕組み、食事を提供している宿泊施設では**如何にして地域の食材をメニューに加えられるか工夫が必要**である。
- 旅行者のニーズに合わせた交通手段の整備、ドライバーの確保やインバウンド対応ができるドライバーの育成などに事業者単独で取り組むことが難しい。

2.実施内容

(2)セミナー開催による意識の向上並びに機運の醸成

(2)セミナー開催による意識の向上並びに機運の醸成

1.セミナー開催概要

ガストロノミーツーリズムを志向する旅行者の最新のニーズや地元食材を活用した付加価値の高い「食」を提供することの重要性や観光振興の重要性について学び、意識向上に繋げるために、地域の幅広い事業者にご参加いただき、有力な講師を招待の上、セミナーを実施した。

■セミナー概要

目的	ガストロノミーツーリズムを志向する旅行者のニーズを学び、地元食材を活用した付加価値の高い「食」を旅行者に提供するための関係者の意識向上を図る。
対象者	自治体、観光協会、生産者、飲食店、加工業者、流通事業者、宿泊事業者、観光関係者、交通事業者、ワイナリー等
実施日時	2023年12月14日(木) 15:00~17:00
開催場所	函館国際ホテル 2階鳳凰の間(北海道函館市大手町5-10)
参加者数	72名(KPI:100名) ※募集期間の設定 セミナー開催の告知から実施までの期間が13日と短い期間での募集となってしまったため、100名までの集客に届かなかった。 ※開催時期の設定 開催日が年度末繁忙期の12月となったことから、参加希望のお声は頂いたものの都合がつかない事業者が多くあったため、100名に届かなかった。
内容	1.開会あいさつ 2.話題提供:国土交通省北海道運輸局 「食と観光の連携による外国人旅行者受入のための課題解決に向けて」 3.基調講演:函館国際ホテル 総料理長 木村 史能 氏 「その地で育ちその地で真剣に向き合った我々が知るこの地ならではの食材の魅力の引き出し方!」 4.基調講演:株式会社NKB プロジェクト推進室 Inbound Expert 欧米豪 森田 哲史 氏 「ガストロノミーツーリズムの捉え方~テロワールの魅力を味わう旅とは?~」 5.意見交換

■セミナー参加受付WEBフォーム

「食」を通じて道南の歴史や文化に触れる旅
~食と観光の連携から外国人旅行者の受入課題を探る~
セミナー参加申込み

開催日時: 2023年12月14日(木) 15:00~17:00 (受付開始10:00~)

開催場所: 函館国際ホテル2階 鳳凰の間 (北海道函館市大手町5-10)
 主催: 国土交通省北海道運輸局、道庁観光課、道庁観光振興課、道庁観光振興課、道庁観光振興課、道庁観光振興課、道庁観光振興課
 協賛: 道庁観光課

※本セミナーは12月14日(木)15:00~17:00に開催予定です。
 ※本セミナーは12月14日(木)15:00~17:00に開催予定です。

お名前
 この欄は必ずご記入ください。お名前を記載し、お名前を記載していただきます。
 必須項目に、セミナー参加申込みに必要な情報をご入力ください。

1. 姓(姓) (姓) (姓)
 例) 田中 太郎
 姓をお入力ください

2. 姓(姓) (姓) (姓)
 例) 田中 太郎
 姓をお入力ください

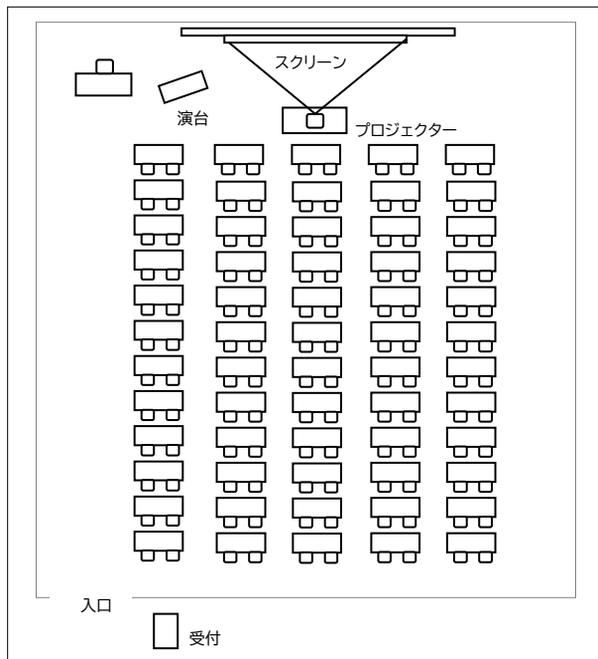
3. 氏名(姓) (姓) (姓)
 例) 田中 太郎
 氏名をお入力ください

4. 会社名(所属) (会社名) (会社名)
 例) 株式会社ABC
 会社名をお入力ください

5. メールアドレス
 例) abc@def.com
 メールアドレスをお入力ください

6. 参加希望
 参加希望
 不参加
 不明
 不参加
 不参加

■会場レイアウト図



(2)セミナー開催による意識の向上並びに機運の醸成

3.セミナー実施内容

セミナーには、これまで活用される機会の少なかった食材に光を当て道南食材の新たな可能性を料理で表現し、函館の最前線で活躍されているシェフ及び過去に多数のインバウンド事業の経験がある欧米豪エキスパートを講師として招待し、地元食材を活用した付加価値の高い食を提供する重要性やガストロノミー・ツーリズムを志向する旅行者のニーズについてご講演いただいた。

■登壇者



木村 史能 (きむら ふみよし) 氏

函館国際ホテル 総料理長

旧恵山町(現在は函館市)出身。調理師学校を卒業後、16歳で函館国際ホテルに入社し、中国料理の調理師として44年にわたり活躍。現在は函館国際ホテルの総料理長、およびマイステイズ・ホテル・グループの統括総料理長を務め、沖縄から旭川まで全国で中国料理を指導、監修する業務にあたっている。厚生労働省による2023年度の卓越した技能者を表彰する「現代の名工」選出。



森田 哲史 (もりた てつし) 氏

株式会社NKB プロジェクト推進室 Inbound Expert 欧米豪

北海道出身。1988年～2014年まで26年間、ミシュランフランス本社の正社員として主に欧州で勤務。ミシュラングリーンガイドジャポン発行やぐるなび顧問としてのコンテンツ作り等にも携わってきた。また、これまで多くのインバウンド対応に関するセミナーや講演会を行っており、欧米人の文化(ライフスタイル・嗜好・思考方法)を理解した上で、日本の各地域の観光コンテンツの発掘と背景にあるストーリーを旅のガイド的にまとめることを得意分野としている。

■セミナー内容

1. 北海道運輸局

観光の意義

人口の減少は年々進んでおり、交流人口・関係人口の拡大は地域の活力の維持・発展に不可欠である。日本には国内外の観光旅行者を魅了する素晴らしい資源があり、観光は今後も成長戦略の柱、地域活性化の切り札となる。

観光における食の位置づけ

訪日インバウンドの旅行前の期待として「日本食を食べること」が最上位であり、次回したいこと、今回したことにおいてもやはり「日本食を食べること」が上位であり、日本の食への興味、関心は最も高い。また、ガストロノミー・ツーリズムとは、その土地の気候風土が生んだ食材・習慣・伝統・歴史などによって育まれた食、訪れた土地ごと楽しむことであり、欧米豪では旅の主流となっている。

事業概要

道南地域の現状と課題として、景観を楽しむ旅行スタイルが主流となり、滞在時間や消費額は少ないが、函館には食文化や歴史があり、豊富な食材に恵まれていることから、食を通じたポテンシャルを再確認し、外国人旅行者の受入体制を向上させることで、旅先として更なる高みを目指すことができるかを検証していく。

(2)セミナー開催による意識の向上並びに機運の醸成

3.セミナー実施内容(つづき)

■セミナー内容(つづき)

2. 木村 史能 氏(函館国際ホテル 総料理長)

その地で育ちその地で真剣に向き合った我らが知るこの地ならではの食材の魅力の引き出し方！

最近では函館や道南の食材の魅力が地域外にも知られ、これらを求めてくる旅行者も多い。ここで道南産ではない食材を使うと旅行者が函館まで来た意味が薄れてしまうため、極力北海道の物を提供しないとダメだと思うようになってきた。道南にはごっこ汁という郷土料理があるが、ごっこの他の使い道を研究し、ごっこの特製醤油煮込みなども作った。それ以外にもアワビやアカモク、松前の青のりなどの道南食材を使った料理も研究した。青のりは色んな料理に使えることをアピールする目的で、地元の食材の青のりを使ったコンクールを開催した。国際ホテルでもブランドメニューの中に取って地元の食材を使うことを意識して料理の提供を行っている。

3. 森田 哲史 氏(株式会社NKB プロジェクト推進室 Inbound Expert 欧米豪)

ガストロノミーツーリズムの捉え方 ～テロワールの魅力を味わう旅とは？～

日本でのガストロノミーツーリズムはB級グルメの食歩歩きのことを主に指すが、欧米豪ではそうではない。テロワールとは地域や郷土、風土のことで、食だけではなくすべてを含んだものであり、テロワールを楽しむことが欧米豪のガストロノミーツーリズムには大事な要素である。ガストロノミーツーリズムに魅力を感じ日本に興味がある欧米豪教養層は文化度、教養度が高い人達である。このような欧米豪教養層を満足させる旅の4要素として「その土地の自然に浸る」「その土地の歴史、文化を味わう」「ゆったりとした時間をリッチな空間で過ごす」「その土地の人々と交流する」ことが重要である。欧米豪教養層の旅はアドベンチャーツーリズムに近く、ガストロノミーツーリズムでも食とそれにまつわる土地、地域を味わうことが大事な要素となる。

■質疑応答

1.株式会社Nabeya 鍋谷氏

Q.中長期型の宿泊施設が求められており、ゲストハウススタイルでの宿泊が主流となっているが、欧米豪層には受け入れられるか？

A.【森田氏】

ゲストハウスは欧米豪層にはあまり受け入れられない。あくまで若いバックパッカー向け。選ばざるを得ない状況でのみゲストハウスを選択しているような現状。彼らの希望している水回り環境、ホテル環境、清潔感や整理整頓されている環境が欧米豪層には重要。彼らの求めるものに合ったゲストハウスができればいい。

Q.北海道では鹿肉が進められているが、保全という意味で欧米豪の人はどう考えているか？

A.【森田氏】

ジビエはフランスでは秋の風物詩であり、フランスでは何の抵抗もない。欧米でもアングロサクソン系統、ビーガンの人たちには肉そのものに抵抗があるから別だが、基本的には鹿肉、ジビエは受け入れられると思う。

2. monotone-BRAINS クリエイティブディレクター 山田氏

Q.欧米豪のミドルアッパー向けに、日本の情報、ミシュランガイドやロコミなどどういうチャンネルがいいのか？

A.【森田氏】

ロンリープラネットなどのガイドブックもあるが、個人のインフルエンサーなどを見ているんな情報を準備している人が多くなってきている。大使館などと連携することが良いと思う。

4.セミナー実施風景

■セミナー実施風景



(2)セミナー開催による意識の向上並びに機運の醸成

5.アンケートの実施、分析

オンラインのアンケート及びアンケート用紙での集約にてセミナー内容に関する満足度や意見、今後に活かしたいこと等をヒアリング項目として設定し、実施した。

■アンケート実施概要

- [実施期間]・・・セミナー終了時～約1ヶ月程度
- [収集方法]・・・オンラインフォーム、現地でのアンケート用紙集約
- [参加者数]・・・72名
- [集約数]・・・59名(用紙回答27名、WEB回答32名)
- [回収率]・・・**81.9%**

■アンケート項目

設問	
1～3	属性(性別、年代、業種等)
4	本日のセミナーはどのように知りましたか。
5	本日のセミナー全体の評価をお聞かせください。
6	北海道運輸局の話題提供「食と観光の連携による外国人旅行者受入のための課題解決に向けて」について、満足度をお聞かせください。
7	木村氏の基調講演①「その地で育ちその地で真剣に向き合った我らが知るこの地ならではの食材の魅力の引き出し方！」について、満足度をお聞かせください。
8	森田氏の基調講演②「ガストロノミーツーリズムの捉え方 ～テロワールの魅力を味わう旅とは?～」について、満足度をお聞かせください。
9	本セミナーを受け、貴社貴団体で地元食材を活用した付加価値の高い「食」を旅行者に提供するため活用出来る、もしくは試してみたいと感じたものがあればご記入ください。
10	本セミナーで特に関心の深かったことや、全体を通して感想などお聞かせください。

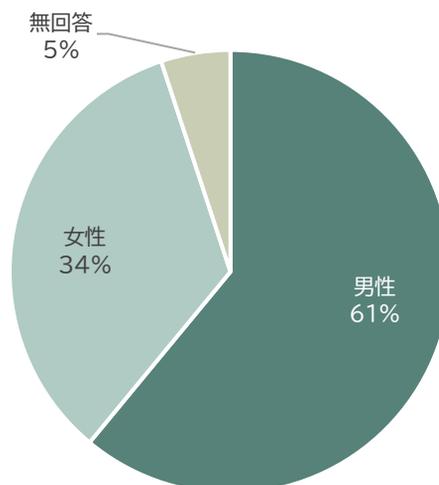
(2)セミナー開催による意識の向上並びに機運の醸成

5.アンケートの実施、分析(つづき)

Q1:性別

n=59

性別（単数回答）	回答数
男性	36
女性	20
無回答	3
合計回答数	59

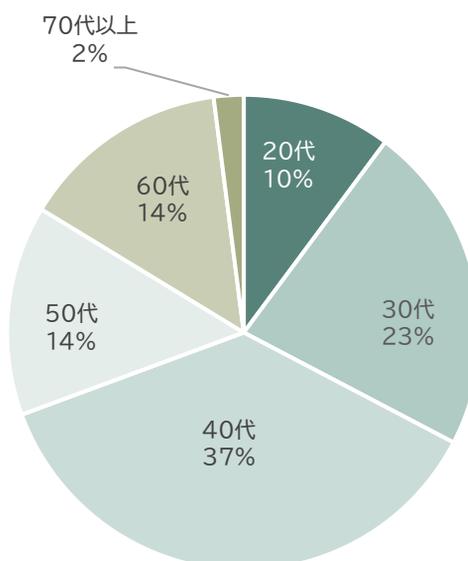


参加者は、男性の割合が約6割以上と半数以上を占めた。

Q2:年代

n=59

年代（単数回答）	回答数
20代	5
30代	11
40代	18
50代	17
60代	7
70代以上	1
無回答	0
合計回答数	59



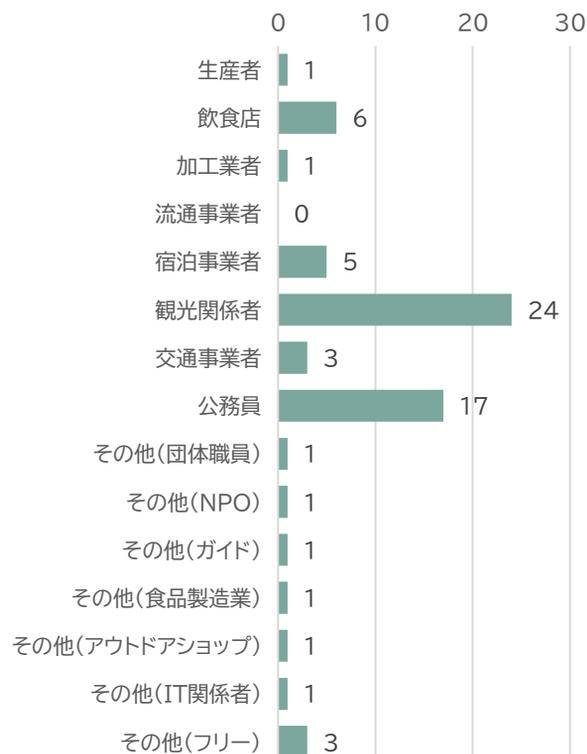
年代別に見ると40代が最も多く、次いで30代が多かった。30～40代が全体の過半数を占めた。

(2)セミナー開催による意識の向上並びに機運の醸成

5.アンケートの実施、分析(つづき)

Q3:業種(複数回答可)

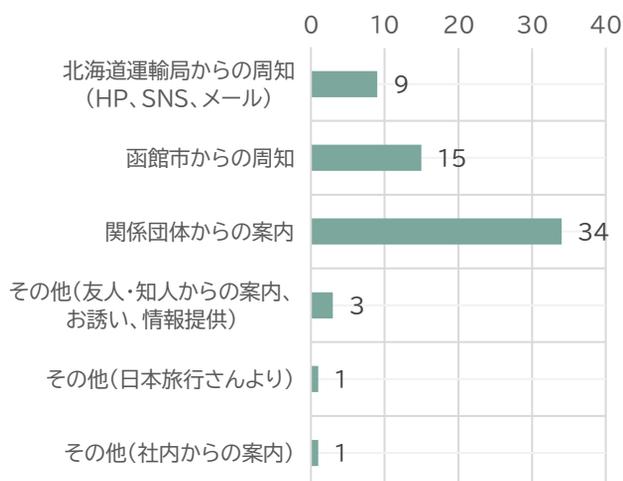
業種	回答数
生産者	1
飲食店	6
加工業者	1
流通事業者	0
宿泊事業者	5
観光関係者	24
交通事業者	3
公務員	17
その他(団体職員)	1
その他(NPO)	1
その他(ガイド)	1
その他(食品製造業)	1
その他(アウトドアショップ)	1
その他(IT関係者)	1
その他(フリー)	3
合計回答数	66



参加者は、**観光関係者**の方が24件と最も多い結果となった。

Q4:本日のセミナーはどのように知りましたか。(複数回答可)

経緯	回答数
北海道運輸局からの周知 (HP、SNS、メール)	9
函館市からの周知	15
関係団体からの案内	34
その他(友人・知人からの案内、 お誘い、情報提供)	3
その他(日本旅行さんより)	1
その他(社内からの案内)	1
合計回答数	63



本セミナーを知った経緯としては、**関係団体からの案内**が34件と最も多く、次いで函館市からの周知が多い結果となった。

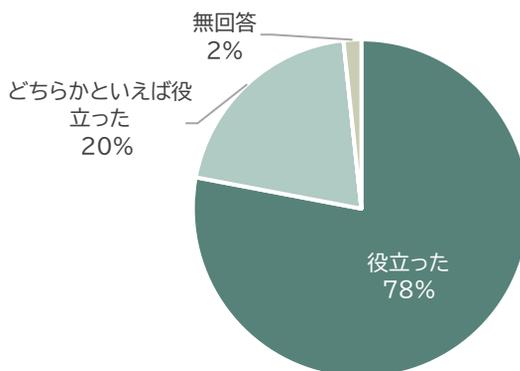
(2)セミナー開催による意識の向上並びに機運の醸成

5.アンケートの実施、分析(つづき)

Q5:本日のセミナー全体の評価をお聞かせください。

n=59

評価 (単数回答)	回答数
役立った	46
どちらかといえば役立った	12
どちらかといえば役立たなかった	0
役立たなかった	0
無回答	1
合計回答数	59



	評価及びその理由	回答数
役立った	欧米人教養層が、どのような人たちで、何を求めているのかが分かったから。(40代/公務員)	46
	外国人の行動様態がわかった。(40代/飲食店)	
	貴重なお話、ありがとうございました。とても勉強になりました。(30代/観光関係者)	
	欧米豪のニーズなどを具体例を通じ知ることができたため。(20代/公務員)	
	木村料理長とは今後の連携に期待したい。森田さんのお話は、フランスでの経験に基づいたお話が参考になった。今後の商品開発などに活かしたい。(40代/観光関係者)	
	自社のコンテンツが、欧米の方向けであったことが確認できました。このままを活かした運営を進めます。(40代/飲食店・宿泊事業者・観光関係者)	
	現在の観光客の動向、収益性、それを活かす為の地元の食材を使った料理の提案、インバウンド客の指向をわかりやすく学べた。(40代/観光関係者)	
	これまであまり聞くことのできなかつた講演を聞くことができたのでとても参考になりました。交流人口には「食」がかかせないこと、その重要性がわかりました。(40代/公務員)	
	訪れる外国人旅行者的視点、提供する側の視点、両サイドからの話が聞けてためになった。(30代/公務員)	
	大変面白かった。森田さんの話は、もっと聴きたい。(50代/生産者)	
外国人の動態と好みがよく理解できた。(70代以上/観光関係者・アウトドアショップ)	12	
とても興味のあるお話を聞かせていただきましたので、食に関する視野が広がりました。(60代/飲食店・食品製造業)		
どちらかといえば役立った	南茅部は訪日客がほとんどいないが、これからの活動に役立つ内容でした。(40代/団体職員)	12
無回答	欧米人の考え方や、旅行の楽しみ方、ルートの作り方がわかりやすかった。(50代/観光関係者)	
無回答	—	1

■まとめ

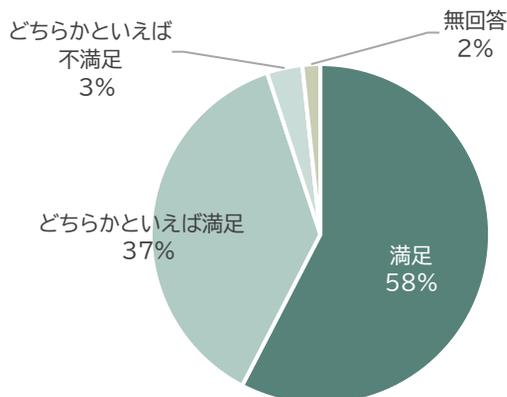
- ・木村シェフより具体的な料理提案や地元食材の活用方法について学んだことで、自社のサービスや商品開発に活かしたいといった、今後の取組に期待できる意見もあった。
- ・森田氏より欧米人のニーズと行動パターンについて学び、理解を深めることができたとの意見が多い結果となった。講演者自身の体験や肌感覚も交えた内容で参加者を惹きつけ、理解を深めることができたと伺える。
- ・外国人旅行者の視点と提供側の視点の両方からの情報提供が評価され、食に関する意識の深化が図られたものと思料する。
- ・現在インバウンド客が少ない地域であっても、提供された情報が今後の活動に役立つという意見が見受けられ、地域の観光振興やインバウンド対策に対する前向きな姿勢を示しており、今後の取組に繋がる講演内容であったことが伺える。

(2)セミナー開催による意識の向上並びに機運の醸成

5.アンケートの実施、分析(つづき)

Q6:北海道運輸局の話題提供「食と観光の連携による外国人旅行者受入のための課題解決に向けて」について、満足度をお聞かせください。 n=59

評価 (単数回答)	回答数
満足	34
どちらかといえば満足	22
どちらかといえば不満足	2
不満足	0
無回答	1
合計回答数	59



	評価及びその理由	回答数
満足	課題は明確になったが、その解決に向けたワークショップが、まだ未実施なので。(40代/公務員)	34
	観光だけでなく食と絡めることで、食材が豊富な道南の魅力を伝えていけるため。(20代/公務員)	
	データに基づいたお話が参考になった。(40代/観光関係者)	
	人口と、観光に来られるお客様のデータがまとまっていて勉強になりました。(40代/飲食店・宿泊事業者・観光関係者)	
	データが参考になった。(40代/公務員)	
	内容がまとまっていて、話がわかりやすい。(20代/公務員)	
	現時点の旅行者の状況を端的に把握できました。(40代/観光関係者)	
	観光交流人口の経済効果の重要性を知ることができました。データに関する説明はもう少し詳しく聞きたかった。(40代/公務員)	
	道南地域は、景観を楽しむ旅行スタイルが主流になっているという現状があるということが知れたことで、食の魅力発信の重要性を再認識できた。(30代/公務員)	
データから観光における経済効果を認識することができました。(40代/公務員)		
どちらかといえば満足	人口減少、消費額の減少は何度も聞かされていること。外国人が食体験を楽しみにしていることがわかる。(60代/観光関係者)	22
どちらかといえば不満足	知っている話だった。(40代/飲食店)	2
	現状と課題は、星の数ほどあるので、具体的に抽出して欲しかった。北海道の最大の弱点は、広い事。アプリで簡単に交通手段を公共交通で見つけられる仕組みを作って欲しい。(50代/生産者)	
無回答	—	1

■まとめ

・参加者の大半が提供された情報に満足していることが読み取れる。特に、データに基づく情報が参考になったという意見が多く、その有益性を指摘している。さらに、観光と食の結びつきや地域の魅力、観光の経済効果など、具体的なテーマについての理解も深まった内容であったことが伺える。

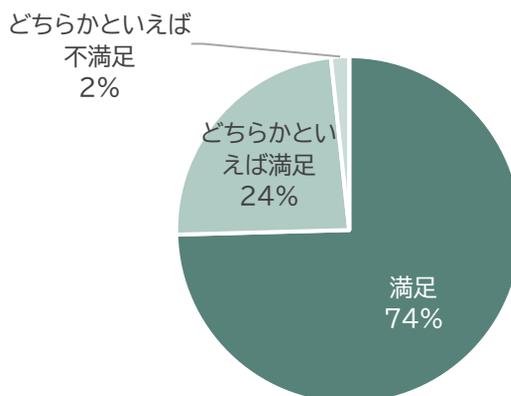
・一方で、提供された情報がすでに知っている内容だったと感じている意見や、課題についてもっと具体的な抽出を求めており、これらから、データに基づく情報提供の有効性とより具体的な解決策や改善提案に対するニーズが存在することがわかった。

(2)セミナー開催による意識の向上並びに機運の醸成

5.アンケートの実施、分析(つづき)

Q7:木村氏の基調講演①「その地で育ちその地で真剣に向き合った我々が知るこの地ならではの食材の魅力の引き出し方！」について、満足度をお聞かせください。 n=59

評価 (単数回答)	回答数
満足	44
どちらかといえば満足	14
どちらかといえば不満足	1
不満足	0
無回答	0
合計回答数	59



	評価及びその理由	回答数
満足	北海道では東京と違い、地元食材を求められるため、その活用にご尽力されている話を聞けたから。(40代/公務員)	44
	木村シェフの食材に関する探究心を知ることができたため。(20代/公務員)	
	地元の食材の利用状況がわかった。(20代/観光関係者)	
	地域食材(特にこんぶなど)を活かす大切さを知ることができました。(40代/飲食店・宿泊事業者・観光関係者)	
	北大ガゴメコンブや、海藻を活用した取組が素晴らしいと思いました。(40代/公務員)	
	地元の食材を使った、函館らしい中華料理です。お客様が来た時や、業者の食の好きな仲間と利用させてもらってます。(40代/加工業者)	
	伝えたいことがわかり、地域性を大切にすべきという熱意が伝わった。(20代/公務員)	
	道南の食材のことをすごく考えていらっしゃるすごい。(40代/団体職員)	
	どのような話でも最前線で活躍されている人のお話は、とても説得力があります。まだ世にでていないもの(食材)を、お客様に広めていこうという意識の高さに感銘を受けました。(40代/観光関係者)	
	地元の食材を大切に観光客等に提供していることに大変感銘を受けました。地元にいると地元の食材の素晴らしさに気づけないことが多いです。地元にも広まってほしいと感じました。(40代/公務員)	
	函館といえば「イカ」のイメージだが、ほかにも海藻やごっこ、ナマコなど海産物1つとっても様々な食材がある、旅行者もそういった食材を求めているし、そのような食材を最もよく知り良く調理できる人や地元の料理人であるというのは、確かにそうであると感じた。(30代/公務員)	
木村料理長の地元(函館)を愛する取り組みに感銘を受けました。引き続き一緒にできればと考えております。(40代/公務員)		
ご当地食材を多用、多様した「海そうメニュー」とかオリジナルをスタートしたところ。(70代以上/観光関係者・アウトドアショップ)	14	
当たり前だと思っていた食材が他地域では貴重なものになる、地産食材を活かす工夫と提供して地域性を出すことが重要であることを教えていただきました。(60代/飲食店・食品製造業)		
木村シェフの地元食材に光を当てる熱意を知ることができました。(30代/公務員)		
どちらかといえば満足	思ったより海藻の活用が進んでいることがわかった。(40代/飲食店)	14
	本人の経験が凝集凝縮された内容。(60代/観光関係者)	
	地域の食材を、積極的に使う姿勢は大切な事だと思う。ダルス(海苔と同じ紅藻と呼ばれる海藻の一種)は、流石に美味しいものではないです。アカモクより、ウガノモクを、もっとスポットを当てて欲しい。北海道は冬に素材が雪で覆われる季節は、本州産に切り換えるのは仕方がないです。無理に地場産にこだわると、料理が美味しくなくなってしまいます。(50代/生産者)	

(2)セミナー開催による意識の向上並びに機運の醸成

5.アンケートの実施、分析(つづき)

	評価及びその理由	回答数
どちらかといえば不満足	料理の差別化をして、他とは違うところをPRすることに関する情熱は伝わったが、作った料理のどうしてこんな調理方法にしようと思ったのか、生産者の想いをどのように伝えようとしているのか等「魅力の引き出し」部分が話を聞いてもイメージがわかかなかった。(20代/飲食店・宿泊事業者)	1

■まとめ

・地元食材の地域における活用について理解を深めたことがわかる。木村シェフの地元食材に対する探究心や熱意に感銘を受けたという意見が多く見られ、地元食材を大切に、その特性を活かすことの重要性について認識したことが伺える。

・函館の食材に対するイメージも、「イカ」だけでなく、「海藻」や「ごっこ」、「ナマコ」など多様な海産物に広がっていることが示されている。このような新しい食材に光を当てた料理提供の取り組みに対する評価が高く、その地域性を活かす工夫と提供が重要であるとの認識が強調されており、今後の地域食材の活用法の可能性を学ぶことができた。

・地場産にこだわりすぎると料理の品質が落ちると指摘し、食材の選択には柔軟性が必要だとする意見もあり、地域食材の活用について深く考察する機会となったことがわかる。

(2)セミナー開催による意識の向上並びに機運の醸成

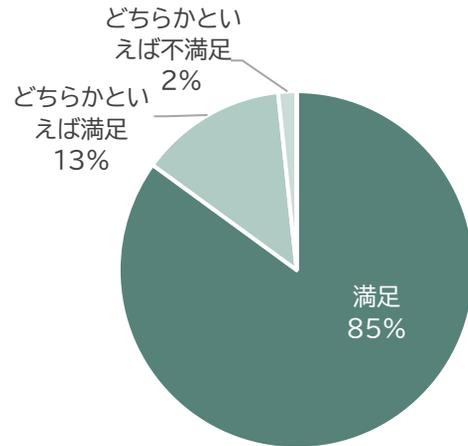
5.アンケートの実施、分析(つづき)

Q8:森田氏の基調講演②「ガストロノミーツーリズムの捉え方～テロワールの魅力を味わう旅とは?～」について、満足度をお聞かせください。

評価 (単数回答)	回答数
満足	51
どちらかといえば満足	8
どちらかといえば不満足	1
不満足	0
無回答	0
合計回答数	60

※

※1名複数回答のため



	評価及びその理由	回答数
満足	欧米人教養層は、どのような人たちで、何を求めているのかが分かったから。(40代/公務員)	51
	具体的な外国人教養層の思考、行動様態が知れた。(40代/飲食店)	
	日本にいただけでは知り得ない外国人の感覚を学ぶことができたため。(20代/公務員)	
	外国人の求めていることやニーズがわかりやすかったため。(20代/観光関係者)	
	全て、知りたい情報を伺うことができました。(40代/飲食店・宿泊事業者・観光関係者)	
	ガストロノミーツーリズムを楽しむ層、アッパーミドル層・AT層が分かって良かった。(40代/公務員)	
	欧米の教養層と、アジア圏の教養層の価値観の違いにとてもおどろきと、とても良い発見になった。自分の地域の見直し、いろんな見方でより魅力を発見していきたい。(20代/飲食店・宿泊事業者)	
	最後まで聞きたかった。同調するところがたくさんあった。(50代/観光関係者)	
	ガストロノミーツーリズムに対応出来る飲食店が少ないので対応出来る飲食店を増やす活動をしていきたいと思いました。(40代/団体職員)	
	「食」を求めて旅行をする欧米旅行者のニーズを詳しく持続することができた。こちらも現地で活躍されている方の話なので、非常に説得力があった。旅行業に関わる人間として、インバウンド客を受け入れる大きなヒントを得られたと思いました。(40代/観光関係者)	
	付加価値の高い「食」の提供が今後の観光にとって(地域の振興について)とても重要であることを知ることができました。今後、地元の「食」をどのようにPRしていくのが課題であるとも感じました。(40代/公務員)	
	欧米教養人を相手にするときは何で食べるかと同等にどう食べるかが重要になるなど、彼らの視野に立った、感覚にのっとった視点が主要であるということが学べた。(30代/公務員)	
	欧米人の意識の違いなど知ることができた。知識の経験値として大きなものがあった。(40代/公務員)	
	西洋農業発祥の地とは知っていたが、様々な背景を聴き、大変興味深かった。講師は、本日のために調べて、道南の歴史をお話いただいたのか。欧米人は古いものに対する畏敬の念を持つと聞いているが、函館も、もっと歴史的背景をもっと提案すべきと思った。(50代/生産者)	
	ドライブ、イートをおしゃれにした旅の形でATのメニューと並行して北海道で優位にできる等で期待できる。(70代以上/観光関係者・アウトドアショップ)	
	アジア人と欧米人の考え方の違いがシンプルでわかりやすい。欧米人はケチ!(50代/観光関係者)	
	食文化や地域の歴史を感じてもらい、体験することの大切さ、必要性を教えていただいたと思うので。(60代/飲食店・食品製造業)	
「自然に浸る」という表現に魅力を感じました。(30代/公務員)		
食が重要な観光コンテンツだといわれる中、欧米豪の旅行者基準でコンテンツ化するためのポイントについて知ることができました。(30代/公務員)		

(2)セミナー開催による意識の向上並びに機運の醸成

5.アンケートの実施、分析(つづき)

	評価及びその理由	回答数
どちらかといえば満足 (複数回答)	富裕層の生活を分析してみせてくれた。AT=ガストロノミーリズムの視点が興味深い。 (60代/観光関係者)	1
どちらかといえば満足	外国のお客様が来た時の対応に参考になった。(40代/加工業者)	7
	日本に必要なガイド方法、観光のPRの仕方を精細に語り、勉強になりました。(20代/公務員)	
どちらかといえば不満足	話はとても興味深かったが欧米人の話を中心だったため(40代/交通事業者)	1

■まとめ

・欧米人教養層が食や地域の歴史に重きを置く傾向にあることや、ガストロノミーリズムの重要性についての認識が高まったとの意見が多く見られ、多くの参加者が欧米人教養層の行動様態やニーズについて理解を深めることができたと感じていることがわかる。これらの情報は、観光業や飲食業に携わる人々にとって、サービスの改善や新たな提案を考える上で参考となったことがわかる。

・一方で、欧米人に焦点を当てた内容に対する不満足の声もある。道南エリアには台湾市場を中心としたアジアからの入込が中心となっており、欧米人以外の観光客に対しても引き続き情報提供の必要性があると感じる。

(2)セミナー開催による意識の向上並びに機運の醸成

5.アンケートの実施、分析(つづき)

Q9:本セミナーを受け、貴社貴団体で地元食材を活用した付加価値の高い「食」を旅行者に提供するため活用出来る、もしくは試してみたいと感じたものがあればご記入ください。

自由記述
観光と郷土料理のコラボ企画。(40代/観光関係者)
トラベルコーディネーター＝インタープリター「食を通じて背後にあるテロワールを伝える人」のイメージが具体化したため。はこだてわいん〜ド・モンティエユ、函宝(純生がごめ昆布)などを組み込んだサイクリングツアー(FATバイク)。(50代/観光関係者・ガイド)
ガストロノミーツーリズムの欧米人が興味ひかれるサービスも提供できるよう、磨き上げをしていきたい。(20代/飲食店・宿泊事業者)
天然真昆布(旧南茅部地区)すでに昨年からロサンゼルス、ビルバオ(バスク付近)、フランス、デンマーク 2組が昆布だしに興味を持ち来ております。(40代/加工業者)
南茅部といえば「真こんぶ」なので、インバウンド向けのメニュー提供出来る店を増やすことやインバウンドを迎え入れる環境を作っていきたい。(40代/団体職員)
従来アジア、日本型のマスを対象とした食の提供も主要であるが、同時に、欧米教養層を満足させるような新たな食の開発も試行していきたい。(30代/公務員)
イカが取れなくなった今、海藻の利用は不可欠だが、食バやすくするには海藻の入った調味料を様々な、味変を楽しめるお膳立てをもっと取り組むべきと考えています。(50代・生産者)
ご当地アウトドア、登山弁当など。(70代以上/観光関係者・アウトドアショップ)
コストパフォーマンスと味の安定性と独自性を目指したいと思います。(60代/飲食店・食品製造業)

■まとめ

- ・観光と郷土料理の組み合わせや、地元食材を活かした「食」の開発や提供に関する取組を行いたいとの意見が観光関係者や飲食店・宿泊事業者からの回答に多く見られた。
- ・欧米人に向けたサービスの提供や、欧米教養層を対象とした食の開発や提供をしたいという記述や『「真昆布」を活用した昆布だしに対する海外からの関心が示されている。』との記述もあり、これらの取組がターゲットを誘客するための有効な手段であることを本セミナーで学ぶことができたと同える。
- ・一方で、サイクリングツアーなどの地元アウトドアと登山弁当や地元食材を活用した食を絡めた取組を行ってみたいとの記述もあった。これらは地元食材を活用した「食」の提供が、地域資源の有効活用や地域振興につながる可能性を示している。
- ・地元食材を活用した「食」の提供は、地域資源の活用、観光との一体化、インバウンド需要への対応といった観点で期待されていることがわかった。

(2)セミナー開催による意識の向上並びに機運の醸成

5.アンケートの実施、分析(つづき)

Q10:本セミナーで特に関心の深かったことや、全体を通して感想などお聞かせください。

自由記述
欧米人教養層の旅行に対するニーズは実は日本人バックパッカーに近いのではないかと感じたので、手近なところで日本人バックパッカーから意見を聞くことができれば手がかりになるかもしれないと思った。(40代/飲食店)
改めて、ガイドとして、函館の食、歴史、文化のストーリーの伝え方、魅せ方が大切だと思いました。(30代/観光関係者)
食は旅行で一番重要な要素なので、どのように地域の食の価値を高めて提供するか。(40代/公務員)
これからの展開が楽しみです。サイクルツーリズムでも地域特有の食を重要視してきた。それを大いに肯定された気持ちで共感できた。(50代/観光関係者)
観光にターゲットを当てた講演は勉強になりました。(20代/公務員)
説明ではなく「コミュニケーション」重要なことだと思う。(40代/団体職員)
日本人に満足いただける内容と、インバウンド(特に欧米)客を満足させる内容は、根本的に異なっているということが学べた。コスパ、合理性、企業・商品の理念、ツアーの作成の中でも非常に役立つ内容でした。(40代/観光関係者)
ガストロノミーツーリズムの理解が深まりました。(40代/公務員)
各氏の講演も大変興味深いものであったが、意見交換をもっときいてみたかった。(30代/公務員)
森田氏がミシュランに26年もいた事。(99%タイヤもびっくり) 胃腸に優しい身体に良い食事→ガストロノミー(笑) 函館にはグルマン(大食漢)は多いがグルメは居ないという事。「答えは文化歴史の中に。」考えさせられます。(50代/生産者)
参加者同士をつなげる仕組みがあれば良いと思うが・・・(70代以上/観光関係者・アウトドアショップ)
食の重要性、食べさせ方、を考え付加価値を付けて提供、おもてなし方の大切さ、地域を知る事の大切さを改めて感じました。ありがとうございました。(60代/飲食店・食品製造業)

■まとめ

- ・地域の食の価値向上、教養層の旅行ニーズの理解、ガイドの役割の重要性、ガストロノミーツーリズムの理解深化など、様々な視点での学びがあったことが示されており、特に地域の食の価値の高め方や、地域特性を活かした食の提供に対する意識の高さが見て取れる。
- ・ガイドとしての役割や、食を通じたコミュニケーションの重要性、地域を知る事の大切さなどについての記述は、(食を通じた)地域振興や観光の活性化に重要な視点となる。
- ・日本人と欧米人の旅行ニーズの違いについての理解や、ガストロノミーツーリズムの理解深化など、観光客の多様性に対応する視点も見られる。これは、地域の食を活用した観光の幅広い可能性を示しており、参加者のこれからの取組に期待できる。
- ・これらの感想から、参加者たちは地域の食を活用した観光の可能性を見出し、道南地域へさらなる外国人旅行者を誘客するための具体的なアイデアや課題について考える機会を得たセミナーであったことが伺える。

アンケート全体を通して

地元食材の活用方法や欧米人のニーズと行動パターンなど、外国人旅行者の視点と提供側の双方の視点から情報提供を受け、旅行者の動向や地元食材の特性を活かす必要性への理解が深まったことや今後の取り組みに前向きな姿勢を見せる回答が多数あり、参加者の食と観光の連携の必要性に理解を示した参加者が多かったことが伺える。

食材の活用に関する意見や今後の商品・サービス開発への積極的な意見など地域の活性化に真摯に取り組む方が多く、地域の食を活用した観光との連携を進めるにあたり、重要なポイントであると言える。

6.セミナーに関する報道資料

■北海道運輸局 プレス資料（運輸局HPより抜粋）

https://www.tb.mlit.go.jp/hokkaido/press/20231211_00001.html

2023年12月11日 掲載

<https://www.tb.mlit.go.jp/hokkaido/content/000307889.pdf>

国土交通省
北海道運輸局
Hokkaido District Transport Bureau

Press Release

令和5年12月11日
北海道運輸局観光部

道南の食と文化を「旅」を通じて考える
～外国人旅行者受入課題解決セミナーを実施します～

- 道南地域を訪れる外国人旅行者は景観を楽しむ旅行スタイルが主流となり、地域の魅力を深く知ることなく通過し滞在時間や消費額が少ないという課題があります。
- 北海道運輸局では、道南地域の食と観光の連携による外国人旅行者の受入体制の向上を図る取組の一環として、セミナーを実施します。
- 木村史能氏より地元食材を活用した付加価値の高い「食」を提供する必要性、森田哲史氏よりガストロミーツーリズムを志向する旅行者のニーズについてお話いただき、食を通じた道南観光のポテンシャルを確認し、さらなる高みを目指します。

【セミナー概要】

- 題目：「食」を通じて道南の歴史や文化に触れる旅～食と観光の連携から外国人旅行者の受入課題を探る～
- 日程：12月14日(木)13:30～15:00
- 会場：函館国際ホテル 2階鳳凰の間（函館市大手町5-10）

・プログラム：

1. 話題提供
「食と観光の連携による外国人旅行者受入のための課題解決に向けて」
国土交通省北海道運輸局
2. 基調講演
「その地で育ちその地で真剣に向き合った我らが知るこの地ならではの食材の魅力を引き出し方！」
函館国際ホテル 総料理長 木村 史能 氏
「ガストロミーツーリズムの捉え方～テロワールの魅力を味わう旅とは？」
株式会社NKB プロジェクト推進室 Inbound Expert 欧米豪 森田 哲史 氏

【本件に関する問い合わせ】 ※取材を希望される場合は事前にご連絡をお願いいたします。
担当：北海道運輸局観光部 国際観光課 田尻、福田 電話：011-290-2723

主催：国土交通省北海道運輸局 後援：函館市

「食」を通じて
道南の歴史や文化に触れる旅
～食と観光の連携から外国人旅行者の受入課題を探る～

「食」と「観光」の分野が連携した地域一体の取り組みは地方創生にも大きく寄与することが期待されています。本セミナーでは、観光振興の重要性やガストロミーツーリズムを志向する旅行者のニーズ、地元食材を活用した付加価値の高い「食」を提供する必要性を学び、外国人旅行者を受け入れる際の課題を探っていきます。

2023年 **12月14日(木)**
13:30～15:00 (受付開始13:00～)
会場：函館国際ホテル2階 鳳凰の間
(北海道函館市大手町5-10)

-次第-

1. 開会挨拶
2. 話題提供
「食と観光の連携による外国人旅行者受入のための課題解決に向けて」
国土交通省北海道運輸局
3. 基調講演
「その地で育ちその地で真剣に向き合った我らが知るこの地ならではの食材の魅力を引き出し方！」
函館国際ホテル 総料理長 木村 史能 氏
4. 基調講演
「ガストロミーツーリズムの捉え方～テロワールの魅力を味わう旅とは？」
株式会社NKB プロジェクト推進室 Inbound Expert 欧米豪 森田 哲史 氏
5. 意見交換

函館国際ホテル 総料理長
木村 史能 氏
旧函館市（現在は函館市）出身、調理師学校を卒業後、16歳で函館国際ホテルに入社し、中国料理の調理師として44年にわたり活躍。現在は函館国際ホテルの総料理長。およびアイステイズ・ホテルグループの統括総料理長を務め沖縄から旭川まで全国に中国料理を指導、監修する業務に当たっている。
厚生労働省による、2023年度の卓越した技能者を表彰する「現代の名工」選出。

株式会社NKB プロジェクト推進室 Inbound Expert 欧米豪
森田 哲史 氏
北海道出身、1988年～2014年まで26年間、ミシュランフランス本社で正社員として主に欧州で勤務。ミシュラングリーンガイドジャポニッシュ発行や、なび顧問としてコンテック作りにも関わってきた。また、これまで多くのインバウンド対応に関するセミナーや講演会を行っており、欧米の文化（ライフスタイル・嗜好・思考方法）を理解した上で、日本の各地域の観光コンテンツの発展と育成にあるストーリーを目的としたまとめることを得意分野としている。

■報道

・北海道新聞 2023年12月18日掲載

・函館新聞 2023年12月18日掲載

2.実施内容

(3)ワークショップ開催による
「食」と「観光」の連携による方向性の検討

(3)ワークショップ開催による「食」と「観光」の連携による方向性の検討

1.ワークショップ開催概要

セミナーで学んだことを踏まえて、外国人旅行者の受入体制の向上に繋げるための戦術や新たな体制を検討するため、多様な事業者にご参加いただき、欧米豪のインバウンドに通ずるエキスパートを中心として、全2回のワークショップを実施した。

■ワークショップ概要

目的	ガストロミーツーリズムを志向する旅行者に、地元食材を活用した付加価値の高い「食」を提供し、ガストロミーツーリズムを地域に定着させるため、多様な関係者における新たな仕組み作りを検討する場にする。
対象者	自治体、観光協会、生産者、飲食店、加工業者、流通事業者、宿泊事業者、観光関係者、交通事業者 等
実施日時	1回目:2024年1月23日(火) 18:00~20:00 2回目:2024年2月8日(木) 18:00~20:00
実施場所	<p>函館市地域交流まちづくりセンター (〒040-0053 北海道函館市末広町4-19)</p>  
募集方法	運輸局と協議の上、道南地域における食と観光の連携において、キーパーソンとなりうる方を選定し、呼びかけを実施。
参加者数	1回目:7名/2回目:12名
内容	<ol style="list-style-type: none"> 1. ガストロミーツーリズムに繋がるテロワールの考え方を学ぶ 2. 道南地域の「食」の魅力を「観光」の視点で向き合う 3. 外国人旅行者の受入体制向上に向けた戦略について検討する

■ワークショップ ファシリテート



株式会社NKB プロジェクト推進室 Inbound Expert 欧米豪
森田 哲史 (もりた てつし) 氏

地場産業資源の活用、自然、文化財、芸術・伝統文化など「地域資源の活用・商品化」を得意とし、また「受入環境の整備」として外国人(欧米豪)対応の検討も得意としている。

(3)ワークショップ開催による「食」と「観光」の連携による方向性の検討

2.ワークショップ実施内容

■第1回ワークショップ概要

実施日時	2024年1月23日(火) 18:00~20:00
開催場所	函館市地域交流まちづくりセンター 3階 会議室B (北海道函館市末広町4-19)
目的	現状把握調査において抽出された課題をもとに、道南エリアの「食」を「観光」の視点で再確認し、「食」を通じて付加価値の高い旅行を提供することが外国人旅行者の受入向上につながるかを検討する。
テーマ	「食」と「観光」の連携から外国人旅行者の受入体制を考える
内容	1. ガストロノミーツーリズムに繋がるテロワールの考え方を学ぶ 2. 道南地域の「食」の魅力を「観光」の視点で向き合う

■出席者リスト

	所属	氏名
参加者	株式会社Nabeya 専務取締役	鍋谷 雪子 氏
	Pokke dish シェフ	齊藤 巨胤 氏
	シエスタハコダテ 統括責任者	岡本 啓吾 氏
	函館国際観光コンベンション協会 (函館山ロープウェイ(株)) 副会長(社長)	浅井 忠美 氏
	鹿部町役場 企画振興課	荻野 こず恵 氏
	特定非営利活動法人のこたべ 代表	平島 美紀江 氏
	函館市役所観光部国際観光課長	杉澤 雅昭 氏
ファシリテート	株式会社NKB プロジェクト推進室 Inbound Expert 欧米豪	森田 哲史 氏
主催	国土交通省北海道運輸局観光部国際観光課国際第一係長	田尻 一樹
	国土交通省北海道運輸局観光部国際観光課調査係	福田 のぞみ
	国土交通省北海道運輸局函館運輸支局長	村上 浩之
	国土交通省北海道運輸局函館運輸支局首席運輸企画専門官	植田 雅己
事務局	株式会社JTB北海道事業部	塩地 和也

(3)ワークショップ開催による「食」と「観光」の連携による方向性の検討

2.ワークショップ実施内容(つづき)

ガストロノミーツーリズムを志向する旅行者のニーズを学び、道南地域の「食」の魅力を「観光」の視点で向き合った。

■ワークショップ検討内容

1. ガストロノミーツーリズムに繋がるテロワールの考え方を学ぶ

テロワールの概念

テロワールとは土地という意味。

自然、歴史、宗教、しきたり、慣習、伝統、芸能、コミュニティ、産業等、その土地に関連するすべてを含み、その土地の食と食文化を味わうガストロノミーツーリズムに繋がる重要な要素。

テロワールの概念を
ガストロノミーツーリズム＝「食」と「観光」に繋げることが重要

「旅」の4要素

- その土地の自然に浸る(身体的活動を伴う)
- その土地の歴史・文化を味わう
- ゆったりとした時間をリッチな空間で過ごす
- その土地の人々と交流する

ターゲティングとマーケティング

函館は縄文文化、開港都市としての歴史、北洋漁業基地として「食」の歴史など、道内他地域と比較して歴史的、文化的背景が恵まれている街。

外国人教養層は「旅」の4要素をもとに、その土地に住む人の考え方や伝統を知ることによって旅の価値を高めている。深堀をせず興味本位で見ると体験するだけではなく、「なぜ」そこに人が定住したのか、「なぜ」その食文化が定着したのかなど、「なぜ」を掘り下げ、感じて、体験することに重きを置く。

旅の4要素を盛り込みながら、外国人教養層をターゲットに、歴史的文化的背景や「なぜ」を掛け合わせた「観光」を検討

(3)ワークショップ開催による「食」と「観光」の連携による方向性の検討

2.ワークショップ実施内容(つづき)

■ワークショップ検討内容

2. 道南地域の「食」の魅力を「観光」の視点で向き合う

道南地域の「食」と「観光」の魅力、課題、ガストロノミーツーリズムを見据えた戦略提案

ターゲットを欧米豪教養層とした場合…

【参加者の取組・意見・課題】

- ・地形や気候だけではなく、開港後欧米から栽培技術が伝わったことで、道南地域は豊富な食材に恵まれている。
- ・処分に困ったり過剰在庫を抱える食材を商品化する取り組みをしている。
- ・縄文文化とは何か、間歇泉とは何か、大沼国定公園の美しい景観がなぜできたのか、なぜそこをアピールする必要があるのかを考え深堀する。10を知って初めてストーリーが伝わる。
- ・昔のストーリーを可視化、深堀して伝えていく、コンテンツにしていくことが必要。
- ・大沼国定公園内から見える駒ヶ岳の美しい稜線や、グランピング施設等のコンテンツに付加価値を付けて提供したい。
- ・食材そのものや町の風景、日常にある魅力を単純にわかりやすくアピールすると良いのではないか。
- ・地元の人が気付いて、深堀して形にして良くなっていく仕組みづくりができれば良い。

【森田氏の見解】

- ・旬の食材と通年で流通する食材の違いをどう見せていくか。
- ・アイヌ学校が谷地頭(函館から移転)に設立された「なぜ」や、その土地に開校した理由を掘り下げる。
欧米人に教わった乗馬技術を、七飯に入植した日本人がアイヌの人たちに伝えたことを盛り込むのはどうか。
- ・パンフレットを英語にただけでは伝わらない。旅の4要素を盛り込み、1万3,000年の定住生活があった縄文文化との繋がりを線で見えていくと、アイヌの食文化や現代の鍋料理にも話が繋がっていくのではないか。

「食」の魅力を「観光」へ繋げるために必要な「なぜ」を深堀する

- ・食…道南食材を使う意義、料理の背景にある食材や食文化のストーリーを伝えるために素材やシェフのオリジナリティに「なぜ」を追求する。
- ・縄文文化…世界でも類を見ない文化であるが、「なぜ」あまり知られていないのか。
- ・ペリー来航の歴史…あまり知られていない。「なぜ」貿易拠点の一つとなったのか。
- ・大沼国定公園…「なぜ」現在のような地形になり大沼ができたのか。
- ・鹿部間歇泉…今年で100周年を迎える鹿部間歇泉は、「なぜ」温泉の街として発展したか。

ガストロノミーツーリズムを見据えた戦略提案

住民が土地の魅力に気づき、地域への理解を深め、地域への愛着と誇りを持つことが、旅行者にも地元の魅力を伝えるうえで大切なのではないか。

2.ワークショップ実施内容(つづき)

■ワークショップ実施風景



(3)ワークショップ開催による「食」と「観光」の連携による方向性の検討

2.ワークショップ実施内容(つづき)

■第2回ワークショップ概要

実施日時	2024年2月8日(木) 18:00~20:00	
開催場所	函館市地域交流まちづくりセンター 2階 研修室A (北海道函館市末広町4-19)	
目的	現状把握している課題をもとに、道南エリアの「食」を「観光」の視点で再確認し、「食」を通じて付加価値の高い旅行を提供することが外国人旅行者の受入向上につながるかを検討する。	
テーマ	「食」と「観光」の連携から外国人旅行者の受入体制を考える	
内容	1. ガストロノミーリズムに繋がるテロワールの考え方を学ぶ	※1/23実施済
	2. 道南地域の「食」の魅力を「観光」の視点で向き合う	※1/23実施済
	3. 外国人旅行者の受入体制向上に向けた戦略について検討する	

■出席者リスト

	所属	氏名
参加者	株式会社Nabeya 専務取締役	鍋谷 雪子 氏
	Pokke dish シェフ	齊藤 亘胤 氏
	シエスタハコダテ 統括責任者	岡本 啓吾 氏
	函館国際観光コンベンション協会 事務局長	三浦 孝史 氏
	鹿部町役場 企画振興課	荻野 こず恵 氏
	特定非営利活動法人のこたべ 代表	平島 美紀江 氏
	函館市役所観光部国際観光課長	杉澤 雅昭 氏
	函館ひろめ堂株式会社 専務取締役	成田 幸大 氏
	monotone-BRAINS クリエイティブディレクター	山田 貴久 氏
	一般社団法人サステナビリティ・コーディネーター協会	穴澤 剛行 氏
	北海道エアポート株式会社 函館空港事業所	星野 萌 氏
	北海道エアポート株式会社 函館空港事業所	佐藤 花恋 氏
ファシリテート	株式会社NKB プロジェクト推進室 Inbound Expert 欧米豪	森田 哲史 氏
主催	国土交通省 北海道運輸局 観光部 観光地域振興課(函館市派遣) 主事	廣部 博之
	国土交通省 北海道運輸局 函館運輸支局首席運輸企画専門官	植田 雅己
事務局	株式会社JTB 北海道事業部	塩地 和也

※2回目より参加の方には、事前に1回目の概要を共有の上、参加していただいた。

2.ワークショップ実施内容(つづき)

1回目のワークショップで見えた課題から、ガストロノミーツーリズムを地域に定着させるための課題を深掘した。

■ワークショップ検討内容

3. 外国人旅行者の受入体制向上に向けた戦略について検討する

地域魅力の掘り起こし

住民が土地の魅力に気づき、地域への理解を深め、地域への愛着と誇りを持つことが、旅行者にも地元の魅力伝えるうえで大切なのではないか。

欧米人教養層をターゲットと想定した地域魅力

「縄文」「自然」「食」といった外国人旅行者が求める道南地域の地域魅力が商品になり、商品同士の結びつきでストーリー(成功事例や販売手法)ができ、ストーリーテリング(ストーリーを伝え周囲に理解を促す)に繋がる。

道南地域のコアバリューを極め **「観光」** をストーリーテリングしていくこと、
地域の魅力を世界に発信できる人材を育成することが重要

地域間連携を通じた外国人旅行者の受入体制について

地域間で課題を意識し、直接的に観光に関係すると思われない業種も含め異なる視点から意見を得ることは、課題可決に向けた糸口となる。

(3)ワークショップ開催による「食」と「観光」の連携による方向性の検討

2.ワークショップ実施内容(つづき)

■ワークショップ検討内容

3. 外国人旅行者の受入体制向上に向けた戦略について検討する(つづき)

道南地域の歴史文化や自然を「食」と「観光」につなげるための戦略を検討する

《縄文文化①》

貨幣がない狩猟採集時代(贈与経済)のカスタマーデライト(お金では払えない価値観)の考えが現代に残っていることが、欧米人教養者の興味を引くポイントや道南地域のコアバリューになるのではないかな。

《縄文文化②》

埋葬文化の世界観や宗教観を織り交ぜ、縄文との違いを深掘し‘なぜ’に踏み込むことでコアバリューになり、ストーリーテリングにつながる。

《アクティビティ》

カヌーやトレッキングなどのアクティビティは、日本では事故を恐れ制限が多い。欧米豪教養層などは風や波などのリスクを自分でマネジメントすることが楽しいと感じるため、日本でも規制緩和を進めることでニーズにこたえることができ、さらなる誘客につなげられるのではないかな。

《食文化》

おいしいものを食べるだけでは伝わらない。道南の食の豊かさが続いているものは何かを突き詰める。

《文化》

茶道や華道の体験や、ガイドブックの翻訳程度の説明ではなく、その歴史文化の背景や、‘なぜ’を聞きたい。

《夏祭りなど催し》

コアバリューがあると、地域に根付いた(習慣化された)価値が歴史文化となり、周辺施設や遺跡のアピールにもなる。

《自然》

大沼の歴史は文化も自然も合わせて一つのストーリーが出来上がる。ユニークさがストーリーテリングの引き出し。人それぞれに合ったコンテンツを提供できれば良い。

《函館空港利用者》

その地域のおすすめや地域の人のお話を聞きたいと案内所へ立ち寄る人が多い。コアバリューを磨くことが必要。

《DMO》

異業種間関係者が定期的に集まってコアバリューを共有する場を設けることで、コアバリューが磨かれていく。

外国人旅行者の受入体制向上に向けた戦略提案

住民自らが地域の魅力への理解を深め、他業種、周辺地域との連携の必要性を意識し、課題や解決策を共有していくことが、持続的な地域の発展につながるのではないかな。

2.ワークショップ実施内容

■ワークショップ実施風景



3.アンケートの実施、分析

ワークショップに関する内容、ワークショップを通じて今後実践したいこと等の項目を設定し、ワークショップ終了時に現地にてアンケート用紙にご記入いただき、収集を行った。

■アンケート実施概要

[調査期間]・・・ワークショップ終了時

[調査方法]・・・現地でのアンケート用紙集約、メールでの集約

[参加者数]・・・13名(1回目、2回目双方またはいずれかの参加者)

[集約数]・・・13名

[回収率]・・・100%

外国人旅行者受入課題解決【ワークショップ参加者アンケート】
道南エリアにおける「食」と「観光」の可能性を考える

この度はワークショップにご参加いただきまして誠にありがとうございます。
本ワークショップのアンケート内容は、今後本事業の取組の参考とさせていただきますので、どうぞ忌憚ない
ご意見・ご感想をお寄せいただきますようご協力お願い致します。
尚、本アンケートの回答内容につきましては、本事業の目的以外には使用いたしません。

氏名
(姓 名)

1)ワークショップ全体の満足度をお聞かせください。 ※当てはまるものに☑をつけてください。

満足 どちらかといえば満足 どちらかといえば不満足 不満足

前述での回答理由についてお聞かせください。

2)自分たちの「教養力」を磨き高めることは、質の高さを求める旅行者(欧米豪市場教養層)を受け入れるに
際して必要と感じましたか。 ※当てはまるものに☑をつけてください。

必要 どちらでもない 不必要

3)ワークショップを通じて函館・道南の成り立ちなど地域のことを深く知りたと思いましたか。
※当てはまるものに☑をつけてください。

思う やや思う どちらでもない あまり思わない 思わない

裏面へ続きます>>

外国人旅行者受入課題解決【ワークショップ参加者アンケート】
道南エリアにおける「食」と「観光」の可能性を考える

4)「食」を通じて多様なステークホルダーを巻き込み、「観光」の視点で新たなネットワークを構築することは、
外国人旅行者の受入体制の向上に繋がると感じましたか。 ※当てはまるものに☑をつけてください。

思う やや思う どちらでもない あまり思わない 思わない

前述での回答理由についてお聞かせください。

5)ワークショップを通じて、今後、海外向けプロモーション、外国人旅行者を受け入れるにあたり、
実践していきたいことがあればお聞かせください。

6)ワークショップについて、ご意見・ご感想などあればお聞かせください。

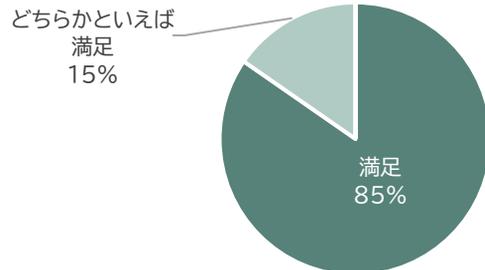
■アンケート項目

項目	
1	ワークショップ全体の満足度をお聞かせください。
2	自分たちの「教養力」を磨き高めることは、質の高さを求める旅行者(欧米豪市場教養層)を受け入れるに際して必要と感じましたか。
3	ワークショップを通じて函館・道南の成り立ちなど地域のことを深く知りたと思いましたか。
4	「食」を通じて多様なステークホルダーを巻き込み、「観光」の視点で新たなネットワークを構築することは、外国人旅行者の受入体制の向上に繋がると感じましたか。
5	ワークショップを通じて、今後、海外向けプロモーション、外国人旅行者を受け入れるにあたり、実践していきたいことがあればお聞かせください。
6	ワークショップについて、ご意見・ご感想などあればお聞かせください。

3.アンケートの実施、分析(つづき)

Q1:ワークショップ全体の満足度をお聞かせください。

評価 (単数回答)	回答数
満足	11
どちらかといえば満足	2
どちらかといえば不満足	0
不満足	0
合計回答数	13



	評価及びその理由	回答数
満足	今回はどんなお話になるのか?と期待してきました。前回のワークショップを受けて、欧米のお客様とどんなコミュニケーションがとれるのか?考えていました。今回は更に歴史、文化をどうつなげるのか?というヒントをたくさん頂けてありがとうございました。	11
	多岐にわたる知識に、それをわかりやすく伝える技。国語教師だったというので納得。ツアーリストに説明する際、学研やキンダガーテンブックのようなわかりやすさがマストだなと思いました。	
	森田さんのお話は「観光」の在り方だけに限らず「道南」や日本人がこれから在るべき、大事にすべき観点をとてもわかりやすく教えてくれた。	
	他業の方の意見が聞け、新鮮だった。	
	日本のガイドブックにあるような当たり前の観光プランが刺さっていないことがどうしてか?どういうものを求められているのか、どういう視点で旅行をしているのか、ハッとさせられました。来てる人の頭の中にクエスチョンマークをもってもらうこと→なぜなぜ?をもってもらい楽しさにつながるよう意識して取り組んでいきたいです。	
	観光だけではなく、あらゆることに通じるなと思いながら聞いてました。反省すること多かったです。	
	欧米人に対する考え方の学びとなりました。	
	学びを共有できたことが良かった。	
	食のテロワールから、道南のコアバリューにまで話が深まった点が満足。	
	地域プレーヤーの方々と一対一でお話しする機会は度々あるものの、集まって意見交換する場に参加させていただくことが少なかったためとても刺激+勉強になりました。	
インバウンドのお客様と話す機会は少ないですが、そういえばこういう質問が多かったな、とか、もう行くところが決まっていて、その場所にプラスして何かおもしろいことはないかと聞かれることが多かったなと思い出しました。再度考え直すきっかけになりました。		
どちらかといえば満足	人口減少、消費額の減少は何度も聞かされていること。外国人が食体験を楽しみにしていることがわかる。(60代/観光関係者) コーディネータの森田哲史氏のお話は興味深く、また飛び入りの米国人青年EVAN SOLL氏からベリール来航への関心の高さを聞き、磨き上げれば函館と欧米人との交流の歴史が欧米インバウンドの誘客要因になりうる可能性についても示唆を得た。また函館圏で活躍する食と観光の若い経営者の皆さんからも多くの刺激を頂いた。他方、欧米インバウンドが中心テーマであり、現在主流客のアジアインバウンド(富裕層)については時間の制約もあり大まかにしか議論できなかったことは残念でした。	2

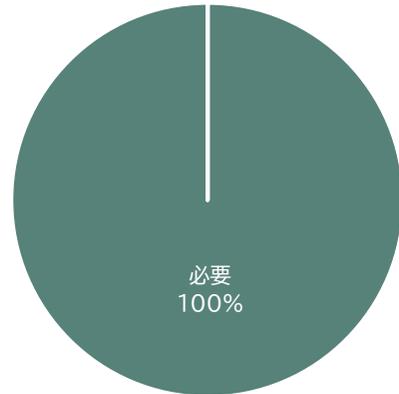
■まとめ

- ・森田氏の多岐にわたる知識や分かりやすいご説明をいただいたことで、ワークショップ全2回を通して参加者から高い満足度を得ることができた。
- ・多様な事業者が一堂に会して意見交換をする場を持つ機会が少ないため、本ワークショップで様々な意見を聞くことができ刺激になったという、今後の取組みに期待できる声もあった。
- ・参加者が観光関係者に少し偏っており、食に関する議論が不十分な結果となった。

3.アンケートの実施、分析(つづき)

Q2:自分たちの「教養力」を磨き高めることは、質の高さを求める旅行者(欧米豪市場教層)を受け入れるに際して必要と感じましたか。

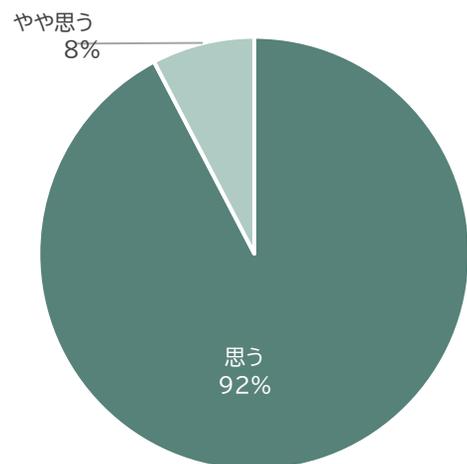
評価 (単数回答)	回答数
必要	13
どちらでもない	0
不必要	0
無回答	0
合計回答数	13



教養力を磨き高めることは**参加した全員が必要**だと感じた。

Q3:ワークショップを通じて函館・道南の成り立ちなど地域のことを深く知りたいと思いましたか。

評価 (単数回答)	回答数
思う	12
やや思う	1
どちらでもない	0
あまり思わない	0
思わない	0
合計回答数	13

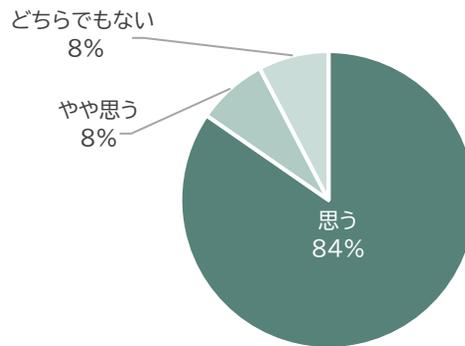


否定的な回答はなく、**全員が前向き**にもっと函館のことを知りたいと思っていることが分かった。

3.アンケートの実施、分析(つづき)

Q4:「食」を通じて多様なステークホルダーを巻き込み、「観光」の視点で新たなネットワークを構築することは、外国人旅行者の受入体制の向上に繋がると感じましたか。

評価 (単数回答)	回答数
思う	11
やや思う	1
どちらでもない	1
あまり思わない	0
思わない	0
合計回答数	13



	評価及びその理由	回答数
思う	「食」は大切なコンテンツと考えます。地産地消をより分かりやすくメニューに加え、提供していきたいです。	11
	道南の観光にまつわるステークホルダーがある程度まとまったコアバリューを固めるとそこから出るアイデアはブランドになる。	
	地域で問題意識をもっている方々との情報交換をこのワークショップを通じて行えたことで、それぞれの視点での意見が聞けて大変参考になります。	
	道南、縄文というキーワードでも、やはり「アイヌ料理」だと改めて思いました。ちょうど、地域素材をつかった「現代風アイヌ料理」をやろうと思っていたところで、勉強になりました。	
	近隣自治体との連携が必要。	
	「食」は文化を伝える大きなファクターだと思います。	
	この価値を深めるためのネットワークこそ必要だと感じていました。	
	食材を作る生産者さん、環境を整える行政さん、食材を使っておいしい食をお客様に提供する飲食業さん、そしてそれをPRする観光案内所などそれぞれの仕事の場は違えど目的は一緒であると感じたため。	
なかなか観光に携わる方々とお話する機会がなかったので、このワークショップをきっかけに対面でお話を聞かせていただく時間が必要だと感じました。	1	
外国人旅行者の受入拠点が数多く存在することが地域全体の魅力度向上にとって必要不可欠と感じます。また成功体験、事例等を共有することも、受入拠点の誕生、創設に寄与するものと思います。他方、個の拠点創造の根本はアニマルスピリットとも思われ、(誰かは別として)どこまで政策的にステークホルダーへの巻き込みを図るかについては効果を含め疑問があります。		
やや思う	観光事業者や行政だけが「稼ぐための」観光みたいな文脈で議論することは意味があまりないと感じてきた。今回のような、地域の本質的な探究を、地域の人たちで掘りおこし続けることで、函館／道南のコアバリューが作られていくと感じる。	1
どちらでもない	向上につながると思う反面かなり課題も多いと思った。	1

■まとめ

・参加者はワークショップを通し、「食」を重要なコンテンツと位置付け、地産地消を推進し、地域の本質的な探究を地域の多様なステークホルダー間で掘り起こし続けることでブランド化を目指すことができたと感じており、そのための協力体制を構築する必要性を意識づけることができた。

・地域の問題意識を共有し、情報交換を行ったことで、参加者は異なる視点からの意見を得ることができたといえる。終了後も参加者間での連絡グループができたり連絡を取り合っ何か一緒にできないか連携を進めている動きも見られ、今後の取組みに期待できる。

(3)ワークショップ開催による「食」と「観光」の連携による方向性の検討

3.アンケートの実施、分析(つづき)

Q5:ワークショップを通じて、今後、海外向けプロモーション、外国人旅行者を受け入れるにあたり、実践していきたいことがあればお聞かせください。

評価及びその理由
まずは、自分、自社のストーリーを英語でお伝えできるようにストーリーをまとめてみたいと思いました。また、それをSNSやHPなどでも発信していくことを試してみたいと考えています。
まずは英会話、そして道南の魅力とは何か？自分たちの魅力を誰に伝えるのか？
観光向けの実践というよりは、観光にて、地域の教養や成長が生まれるような接点になるような場や機会を創りたい。そもそも何の為に？観光を推進すべきなのか？その議論から地域ですべきだと感じた。
地元の観光業の方に縄文を知ってもらうツアーの造成。
様々な国の方をおむかえできるよう、国ごとの歴史を学ぶこと、自国の歴史を学ぶこと、両視点をもってストーリーテリングを意識していきたいです。
同上(現代風アイヌ料理)
ATの材料として縄文が非常に有用と思いました。
絵本で地域や昆布の説明が出来るようにしたい。
情報発信です。
道南、縄文のルーツをツアーのストーリーテリングに生かしてゆきたいと思いました。
当案内所における積極的なPR。
まずは自分たちがなぜこの仕事をしているのかのストーリーを考えて、課内で共有し、なにをしていきたいのかを具体的にしていきたいです。
函館開港150年のなかで、米国、ドイツ、フランス、英国、ロシアとの交流の歴史があり、これらを磨き上げつつ対象に対してどのようなプロモーションを図るべきか助言が欲しいところ。またこうした欧米人との交流の歴史とこれに関連させた函館食がアジア圏の富裕層にも訴求力があるのかりサーチしたい。

■まとめ

・ワークショップを通じて、道南の魅力や自社の魅力を誰に伝えるのかターゲットを定め、ストーリーにまとめ、外国人旅行者に魅力を理解してもらえるように伝える能力を向上させ、SNSやウェブサイトでの情報発信を行うことの重要性について学べたことが伺える。

・観光において地域の教養や成長が生まれるような接点や機会を創りたいという意見もあり、観光を推進する目的や地域の議論に取り組むことの重要性を感じていることが分かった。

・また、縄文に関するプログラムの開発にも興味を持つ声や、開港都市としての歴史を持つ函館市における海外諸国をターゲットとしたプロモーションなど、参加者が実践してみたい取組みは様々であった。本ワークショップで戦略や体制について議論する中で具体的な今後の取組みについても考える機会となったことが伺える。

(3)ワークショップ開催による「食」と「観光」の連携による方向性の検討

3.アンケートの実施、分析(つづき)

Q6:ワークショップについて、ご意見・ご感想などあればお聞かせください。

評価及びその理由
人材育成の話には特にふれずにいましたが、地域アイデンティティの育成は大切なことと考えます。次回は、この視点でお話をお伺いできれば嬉しいです。
最高です!!またお会いしたい。
私は、育ちも悪く学歴もなくという背景がある中で、自己肯定感が謎に高い半生を送ってきた。今日の話聞いて、その一つの要素が自分自身に問いを持つ、自問自答を常にしながら生きてきたからなのかと気付いた。地域格差や教育格差、様々な地域課題が生まれる地方の今後において、教養レベルが上がって本質的な価値、幸福度を高められるようなそんな取り組みにつなげていきたい。
継続してください。
また機会があればご案内ください。今回出会った方々と同じ方向を見て、道南の食と観光を盛り上げていけたらとてもいいコンテンツがうまれる予感がして、ウキウキしました。
とてもとても勉強になりました。頭の中がぐるぐるです。貴重なお話をありがとうございました。
座学として多くの人に聞かせたいと思いました。
アクションプランの立案までいけたらと思います。
その場を今後も継続していくことこそ意味のあることだと強く痛感しています。これをスタートにぜひ連携をお願いします。2/20-22で道南リトリートテーマにした勉強会を開催します。
本日はお声掛けいただきありがとうございました。想いの強い方々ばかりで圧倒されつつも、頼もしい方々が道南地域にはたくさんいらっしゃるんだなと実感いたしました!!
大変勉強になりました。また機会がありましたら、ぜひ参加させていただきたいです。本日はありがとうございました。
たいへん興味深いワークショップに参加させていただきありがとうございました。函館国際観光コンベンション協会においても同様の議論をしていることで、大いに参考にさせていただきたいと思います。
函館開港150年のなかで、米国、ドイツ、フランス、英国、ロシアとの交流の歴史があり、これらを磨き上げつつ対象に対してどのようなプロモーションを図るべきか助言が欲しいところ。またこうした欧米人との交流の歴史とこれに関連させた函館食がアジア圏の富裕層にも訴求力があるのかりサーチしたい。

■まとめ

- ・参加者の皆様は総じてワークショップを高く評価し、また参加したいとの意欲も示している。
- ・人材育成や地域アイデンティティの育成についての話題に期待を持ち、それらに焦点を当ててほしいとの意見もあった。
- ・「本質的な価値や幸福度を高める取り組みにつなげたい」との前向きなご意見や、アクションプランの立案や連携の継続を望む声もあり、ワークショップを通じて、道南地域の魅力を盛り上げたいという意欲や、参加者同士のつながりを大切にしたいという思いが表れている。参加者は本ワークショップへの参加を通して多様なステークホルダーとの出会い、関係を構築し、今後の連携に期待を寄せていることがわかった。

2.実施内容

(4)専門家による検証調査

(4) 専門家による検証調査

1. 検証・検討された体制の現状受入体制の実地調査

■ 課題解決のための仮説

住民自ら地域を知り、他業種、周辺地域との連携の必要性を認識し、課題や解決策を共有していくことが、持続的な地域の発展に繋がるのではないかと。

■ 検証内容

仮説を立証するために地域の背景にあるストーリーをまとめることを得意とするアドバイザーの森田氏が、自分の足で道南地域に赴き、地域の理解を深め、今後に繋がる取組や体制を検討。

■ 調査概要

実施日	2024年2月29日(木)、3月1日(金)		
専門家	森田 哲史 氏(株式会社NKB プロジェクト推進室 Inbound Expert 欧米豪)		
検証先	1. 函館市縄文文化交流センター・大船遺跡 2. 函館国際観光コンベンション協会 3. 大沼 (株)Nabeya ゲストハウス等 4. ポツケディッシュ 5. 函館市役所 6. 北海道教育大学函館校 奥平研究室 ※森田氏の同行なし	検証 選定 理由	1. 「縄文」が地域の魅力となるか検証するため 2. 今後の体制について議論・検討するため 3. 「自然」が地域の魅力となるか検証するため 4. 「食」が地域の魅力となるか検証するため 5. 6. 今後の体制について議論・検討するため

■ 各検証先での検証内容(抜粋)

検証先	検証内容
函館市縄文文化交流センター・大船遺跡	縄文文化交流センターと大船遺跡までの道のりを歩くルートを整備できるとその土地を感じ、縄文時代に思いを馳せることができる。欧米豪をターゲットとした場合、縄文文化とアイヌの歴史を深堀していくことが道南エリアのコアバリューになり得る。これらを英語で伝えることができる人材の育成が必要である。函館市並びに周辺自治体の事業者と共有し、函館市内を拠点とした周遊ルートの整備とストーリーをまとめていくことが必要である。
函館国際観光コンベンション協会	函館と外国の交流の歴史をコアバリューとして、どのようにツアーを作り込むかが問われる。文化教養度が高い人には十分に語れる要素が函館にはある。 例えば、欧米豪FITは間違いなく函館山を歩いて登りたいと思っていると想像できる。トレッキングコースを充実させ、一緒に函館山を語って登れる愉快的ツアーリーダーを養成し、函館山ロープウェイが提供する「素敵な函館山片道コース」ツアーができれば、彼らはどんなに喜ぶだろうかと想像する。 ◎外国人受入体制について 欧米系ツアーリストは日本の歴史やルーツをしっかりと語れる日本人を求めている。その地域の歴史的価値を英語でしっかりと伝えることができる人材が必要である。人材育成は市や観光協会の仕事であり、伝え方や考え方を学ぶ勉強会の実施が必要である。現在のボランティアガイドのやり方では欧米人には受け入れられない。 ◎今後の取組について 人づくりが必要であり、ただ組織を作るだけではなく、何をやるかが重要である。
大沼	大沼の自然や魅力やそこに紐づくストーリーの深堀をするとともに、欧米人の滞在者が増えてきている宿泊施設(ゲストハウス)や店舗の視察を実施。※WS参加者 鍋谷氏が運営している施設の視察。 ◎大沼の自然について 観光素材の可能性は大いにある。それぞれのコンテンツを結びつけて伝えていくストーリーテリングが重要である。店名である「ユーカラ」というアイヌ語、アイヌ・縄文の歴史をストーリーとして伝えていくことが重要である。 ◎店舗について 欧米系観光客にとってシンプルで統一感のある設えが好まれ、観光客にマッチしている。 ◎ゲストハウスについて 現在はドミトリー形式だが、1部屋での宿泊提供にするとより欧米系のニーズにマッチしている。長期滞在するには十分な施設であり、滞在中に体験できるコンテンツが充実してくるとより満足度が向上する。

(4) 専門家による検証調査

1. 検証・検討された体制の現状受入体制の実地調査(つづき)

■ 各訪問先での検証内容(抜粋)(つづき)

訪問先	検証内容
ポッケディッシュ	道南エリアは縄文文化やアイヌ文化との歴史がある。この価値を地域の方々で議論しながらストーリーとしてまとめ、地域文化・歴史を伝えることが重要である。そのストーリーを体験し滞在する中の要素の一つに「食」が存在している。地域の食材を活用したメニューや欧米系のニーズを理解した上で「食」の提供していくことでツアーの満足度向上に繋げることができる。
函館市役所	◎道南エリアにおけるコアバリュー追求について 縄文文化交流センターから大船遺跡までのウォーキング道の整備ができれば、その土地を楽しむ新たな方法になる。 ◎今後の取組について 旅行の4つの要件を満たす要素を極めることが重要であり、特に「食」が重要だが、現状はB級グルメが中心であり、より良い素材や食を売りにするべきである。また、欧米豪や教養層に対しては別の価値提案が必要であり、「食」はあくまでも二次的要素なので、アイヌと縄文の歴史を深掘りし、欧米からの協力があって函館が成り立ってきた開国・開港の歴史を欧米に絡めていく必要がある。

■ 北海道教育大学 奥平氏の意見

北海道教育大学 函館校 奥平研究室	<ul style="list-style-type: none"> ・コアバリューを追求する際、まずは地元(地域のステーキホルダー達)が誰をターゲットとするかを決め、それを尊重するべきではないか。地域のコアバリューを伝えたいターゲットが、欧米豪旅行者前提に見えるが、地元の意見を第一にターゲットを決めてからコアバリューを検討し、ターゲットに伝える取組等を検討するのが先ではないか。地元が求めるターゲットが国内旅行者や地域住民などでも、そのターゲットが魅了されるストーリーや仕組みが出来れば、ゆくゆくは欧米豪旅行者も惹きつけることができると思う。 ・ステーキホルダーには農業や漁業、飲食店等のほか、大学生、林業、畜産業など、民間で幅広く集めることが望ましい。 ・特に食を通じて地元の魅力を伝えることを目的とした場合、ステーキホルダーには1次生産者を重視するべきと考える。6次化するにもまず土台となるのは1次生産者であるため、その声を聞く必要がある。土台が完成すれば、必然的に2次、3次が続いてくる。 ・大学生や地元で活躍する若いヒト、地元に関心がある元気なヒトが重要。 ・地域のコアバリューの検討を行うことで新たな魅力の発見や再認識に繋がり、地元の教養度があがる。さらに若いヒトの場合、地元に関心する可能性もあり地域の持続可能性に繋がる。 ・渡島・檜山の道南エリアは観光資源が豊富で魅力に溢れているため、市町村が連携し面での観光を考えることがこの先重要であり、外国人旅行者を誘客するのであればより重要になる。
----------------------	--

■ 検証から見てきた内容

- 「縄文」「自然」「食」など道南地域には外国人旅行者を魅了する素材は十分にあるため、まずは住民が地域への理解を深めることが必要。
- 地域の魅力の発掘や深掘りには、他業種や周辺地域と連携し、ターゲットに合わせた地域の魅力の再発見や磨き上げをし、外国人旅行者に提供できる人材育成が必要。

検証結果

「縄文」「自然」「食」といった外国人旅行者を魅了する素材は十分にあるため、まずは地域住民が知ることから始める必要がある。観光事業者、宿泊事業者、交通事業者などの他業種、周辺地域が連携し、ターゲットに合わせた地域の魅力を再発見し磨き上げ、共有したり認識する取り組みが必要。

2.実施内容

(5)調査結果の取りまとめ

(5)調査結果の取りまとめ

1.事業報告会概要

「食」と「観光」が連携した地方創生に向けて、道南地域における現状と課題を整理し、本事業での調査結果を踏まえ、今後の戦略と新たな体制について取りまとめた結果を関係者へ共有するための事業報告会を実施した。

■事業報告会実施概要

目的	事業を通して取りまとめた検証結果を広く関係者に共有し、道南エリアの「食」の魅力を「観光」の視点で再確認し、「食」を通じて付加価値の高い旅行を外国人旅行者へ提供するために必要な戦略と新たな体制について考える機会を創出。
実施日時	2024年3月13日(水) 15:00~17:00
実施場所	プレミアムホテル CABIN PRESIDENT 函館 3階カメリア (北海道函館市若松町14-10)
参加者数	39名
内容	<p>1.事業趣旨説明</p> <p>2.取組報告:国土交通省北海道運輸局 ①地域に根付いた食文化の整理や地元食材の活用状況について ②セミナー、ワークショップの開催結果について ③アドバイザーによる検証調査結果について</p> <p>3.基調講演:株式会社NKB プロジェクト推進室 Inbound Expert 欧米豪 森田 哲史 氏 「道南地域において外国人旅行者受入に必要な視点」</p> <p>4.質疑応答</p>

■セミナー参加受付WEBフォーム

食と観光の連携による
外国人旅行者受入のための課題解決調査
事業報告会

開催日時: 2024年3月13日(水) 15:00~17:00 (受付開始14:30~)

開催場所: プレミアムホテル CABIN PRESIDENT 函館
〒函 0100 函館市若松町14-10

参加費: 無料
定員: 先着100名

申込締切: 2024年3月11日(月) 17:00まで
※当日で参加人数の超過の有、可能な限り本フォームから、事前にお申込み内容をご入力いただきましてご参加いたします。

* 必須
この度は事業報告会にお申込みいただきまして誠にありがとうございます。
まずはじめに、参加申請に必要な情報をご入力ください。

1. 代表者氏名(姓 名) *
例) 山田 太郎
回答を入力してください

2. 代表者氏名(フリガナ) *
例) ヤマダ タロウ
回答を入力してください

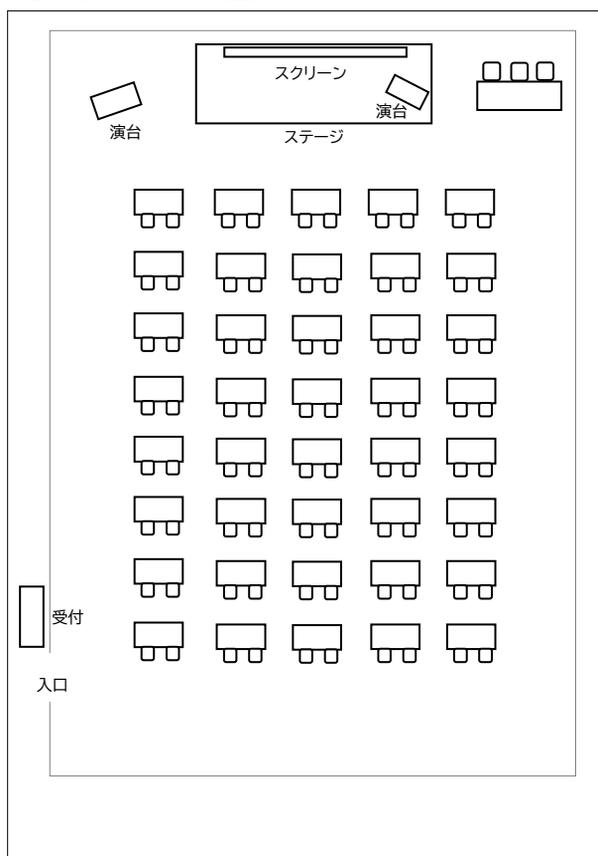
3. 事業者名(企業、団体名) *
回答を入力してください

4. ご連絡先(電話番号) *
※ハイフンなしでご入力ください
回答を入力してください

5. メールアドレス
回答を入力してください

6. 業種 *
 生活系
 観光系
 加工業系
 流通業系
 宿泊業系
 観光関連系
 交通業系

■会場レイアウト図



(5)調査結果の取りまとめ

2.事業報告会参加募集・告知

多様な事業者、セミナー、ワークショップにご参加いただいた方へ、以下の通りチラシを作成し、募集、周知を行った。

■募集、告知先

北海道運輸局	<ul style="list-style-type: none"> 北海道運輸局WEB、Xにて案内 渡島桧山管内自治体観光担当者宛一斉配信 道南地域の観光、交通、宿泊、施設、メディア等 箱館会会員一斉配信
函館市観光部	<ul style="list-style-type: none"> 函館市公式LINEでセミナー案内 関係団体から各会員へ案内 <ul style="list-style-type: none"> →函館国際観光コンベンション協会 →函館ホテル旅館協同組合 →函館湯の川温泉旅館協同組合 →函館地区バス協会 →函館地区ハイヤー協会 →函館地区レンタカー協会 →「縄文文化」通訳ガイド人材バンク →善意通訳会
函館市経済部	<ul style="list-style-type: none"> 渡島桧山管内の飲食関係者、団体へ周知
JTB	<ul style="list-style-type: none"> 関係団体並びに取引企業へのメール一斉配信・個別配信 <ul style="list-style-type: none"> →JTB協定旅館ホテル連盟 →函館スイーツ推進協議会 →環駒ヶ岳広域観光協議会 JTB契約施設及び取引企業(宿泊施設・飲食・観光施設・観光関連事業者)へメールにて情報配信 セミナー(12月14日)参加者及びワークショップ(1月23日、2月8日)参加者へメール・個別配信

■事業報告会募集チラシ

食と観光の連携による 外国人旅行者受入のための課題解決調査 事業報告会

「食」と「観光」の分野が連携した地域一体の取り組みは地方創生にも大きく寄与することが期待されています。道南エリアの「食」の魅力を「観光」の視点で再確認し、「食」を通じて付加価値の高い旅行を外国人旅行者へ提供するために必要な戦略と新たな体制について皆さまとともに考える機会を設けます。

定員 100名

2024年3月13日(水)
15:00~17:00 (受付14:30~)

会場：プレミアホテル-CABIN PRESIDENT-函館
3階カメリア (住所：北海道函館市若松町14-10)

-プログラム-

- 事業趣旨説明 国土交通省北海道運輸局
- 取組報告 国土交通省北海道運輸局
 - ①地域に根付いた食文化の整理や地元食材の活用状況について
 - ②セミナー、ワークショップの開催結果について
 - ③アドバイザーによる検証調査結果について
- 道南地域において外国人旅行者受入に必要な視点
株式会社NKB プロジェクト推進室 Inbound Expert 欧米兼 森田 哲史 氏
- 質疑応答

お申し込み先 ※申込締切 3月8日(金) 17:00

参加を希望される方は、右記QRコード又は裏面FAX申込書に必要事項記載のうえお申込みください。

問合せ先 (株) JTB/ジネストラランスフォーム TEL:011-219-7500
〒050 h_terashima019@jtb.jtb.jp 川原 t_kawahara005@jtb.jtb.jp ※メールでの問合せは兩名宛に送信ください。
主催 国土交通省北海道運輸局 事務局 (株)JTB北海道事業部

Advisor アドバイザー

株式会社NKB プロジェクト推進室 Inbound Expert 欧米兼
森田 哲史 氏

北海道出身、1988年〜2014年まで6年程、コンサルティングファーム本社の証社員として主に欧州(勤務、コンサルティング)がメインで旅行や観光の発展に携わってきた。また、これまで多くのインバウンドに関するセミナーや講演会を行っており、欧米人の文化(ライフスタイル・嗜好・思考方法)を理解した上で、日本の各地域の観光コンテンツの発展と消費にあるストーリーを旅のガイド性にとりこめ価値を分けている。

送付先FAX: **011-219-7717** お申込み締切 **2024年3月8日(金) 17:00必着**

表面に記載のQRコードよりお申込みが難しい場合は、こちらに必要事項をご記入の上、FAXにてお申込みください。
※既に定員に達していた場合は、受付不可とさせていただきます。予めご了承ください。
その際は改めてご連絡させていただきます。

代表者氏名	フリガナ		
事業者名 (企業、団体名)	フリガナ		
電話番号	メールアドレス		
業種	当てはまる業種に○をつけてください。 生産者・飲食店・加工業者・流通事業者・宿泊事業者・観光関係者・交通事業者・行旅 【その他】		

当日ご参加される方全員の名前及びご参加される方的人数をご記入ください。
※代表者をご参加の場合は「同上」とご記入ください。

参加者氏名 ①	フリガナ	フリガナ	参加人数	名
参加者氏名 ②	フリガナ	フリガナ		
参加者氏名 ③	フリガナ	フリガナ		

本報告会に関して不明点がありましたらご記入をお願いします。

【個人情報の取扱いについて】
お申し込み時にご入力いただいた個人情報は本件に関する諸連絡および会場受付のみに利用いたします。参加者の同意なしに個人情報を第三者に開示・提供することはありません。(法令等により開示を求められた場合を除く)。

お申込に関する
問合せ先

事務局 (株) JTB/ジネストラランスフォーム
〒050 h_terashima019@jtb.jtb.jp 川原 t_kawahara005@jtb.jtb.jp
TEL: 011-219-7500

(5)調査結果の取りまとめ

3.事業報告会実施内容

■Pokke dishシェフ 斎藤氏へのインタビュー(ワークショップ参加、検証調査協力)

Q.外国人旅行者受入について参加したワークショップで森田氏の助言などを受けて、どのようなことを感じたか。

旅行者をどう迎え入れるか北斗市観光協会と協議していた中で参加した。
欧米豪ターゲットという視点がなく、外国人旅行者を取りこぼしていたのでは、という森田氏の話には感銘を受けた。

Q.ワークショップ参加を通じて、取り組んでいきたいこと、現在取り組んでいることなどはあるか。

ワークショップ参加者は各地域で活躍しているプレーヤーがたくさんいて、熱量高く取り組んでいた。
周辺地域と協力できれば、例えば函館観光で足りない最後のピースが周辺地域で埋まるのではないか。
民間も交えて話せる機会を設け、欧米豪やアジア圏などの取りこぼしている層に響くようなものをつくっていけるとよい。

Q. Local Revolutionの取組についてのご紹介

Local Revolutionでは、地域食材にコミット。いわし、青トマトなど、処分に困ったり過剰在庫の食材を商品化している。

道南は四季の移ろいが楽しい。テロワールでいうと、アイヌから続く貯蔵や塩漬けなどの食文化、冬には冬の野菜の食べ方を大切に、豊かに楽しむというところがこれからの時代には合っているのではないか。

函館のB級グルメ以外にも隠し玉を持っていて、ターゲットが望むものを提示できるようにすることが大切。
食、モノ、人、それぞれの価値が見いだせればよい。

■質疑応答

1.北海道教育大学函館校 奥平氏

Q.1泊100万円の高級宿泊地がない函館で富裕層を受け入れることはできるのか。

A.【森田氏】

高級宿泊地を利用する富裕層もいるが、そのような超富裕層はごく一部で、マーケット規模としては非常に小さい。
超高級ホテルの金額はソフト面でサービス提供に付加価値を付けているから。それを提供することは、そう簡単ではない。

知的好奇心を満たすため日本に来ようとする欧米豪富裕層の予算はカップルで100万円~150万円、滞在期間は最低3週間~1か月。予算のうち、宿泊費に何%使うか考えると、1泊2万円~4万円で長期滞在できるような所が必要。

Q.欧米豪と違う宿泊代金の請求方法に戸惑はないのか。日本は一人あたり、海外は1部屋あたりの算出。

A.【森田氏】

欧米の富裕層程コスパに厳しい。料金の仕組みがロジックとして納得できなければ理解してもらえない。
1泊1部屋いくら、人数が多くなると追加寝具で少し高くなることは理解できる。1人いくらで2人で倍料金になると、1人1部屋ずつの料金を支払うことと同じではないかと感じる。納得してもらうように説明するのは難しい。

(5)調査結果の取りまとめ

3.事業報告会実施内容(つづき)

■質疑応答(つづき)

2. 北海道教育大学函館校 一ノ瀬氏

Q.食の透明性や函館の知識など、面白い情報があるのに伝えきれていないのは惜しい、伝えるためにどうするという話が今回なかった。森田氏の話の中では「テーマ(主題)&ツアーリーダー」としてコースで紹介するのがいいのではないかと、ということだが、ストーリーの価値を伝えるために他にできることはないか。

A.【森田氏】

テーマを深堀して、食に携わる人の意見交換が大事、それを伝えるのはツアーリーダーの役割。地域の「食」がそこにあるのには理由があり、関わっている人がたくさんいる。それを伝えることが食文化を伝えるということであり、説明を肉声で聞きたいというのが欧米豪が考えていることであろうと思う。

‘なぜ’、いつから、いろいろなことを繋げて話していくと「食」の背景が見えてくる。それを肉声で伝えられる人(ツアーリーダー)がいれば、どんなものでも欧米豪にとって興味の対象になる。

3. シエスタハコダテ 岡本氏

Q.ワークショップ2回参加し、取り組みがビジネスとしても実績としても広がってほしいと感じた。どういう取組をしたらこうできる、というアドバイスをいただきたい。

A.【森田氏】

これが解決法というのは正直ない。ワークショップで意見交換して熱を帯びた、何かやろうとなることはいいこと。この動きをどう次につなげてほしいのか、ワークショップなどに参加することで自分の商売がどこまでプラスになるのかということが見えない中で、なかなかこうすればいいとは言えない、非常に難しい。

例)The Japan Travel Company(JTC)では、日本のいろいろな場所を、歩いて巡るWalk Japanを催行。参加は欧米豪客がほとんどで、リピーターがいる。「食」を通じて土地の歴史文化を味わう。ツアーリーダーを通じてその土地の人たちとネットワークを構築し、どうストーリーテリングしたかを日々研鑽している。

道南地域は素晴らしいポテンシャルがあり、何を取り出して何をストーリーテリングするかによって、欧米豪の興味を引くところは多い。ペリー来航時に亡くなった船員2名を埋葬している外国人墓地は、欧米豪にとっては貴重な体験、学びの場。それらを深堀し、地道に作業することが大事。

Q.魅力を発信することで、そこに住んでいる人が再発見、気付くことができるように頑張りたい。

A.【森田氏】

日本人マーケットは確立している。アジアに対するインバウンドと欧米豪のインバウンドは違う。欧米豪のツアーを一緒に歩きたいと思う日本人や地域住民と欧米豪から来た人たちが、一緒に道南を巡るツアーは可能性があるかもしれない。

4.事業報告会実施風景

■事業報告会実施風景



■報道

- ・北海道新聞 2024年3月14日掲載
- ・NHK 2024年3月15日放映
- ・函館新聞 2024年3月29日掲載予定

(5)調査結果の取りまとめ

5.調査結果から見てきた道南エリアに必要な推進体制

本事業を通じて、今後道南地域において「食」と「観光」の分野が連携して地域全体で外国人旅行者の受入体制向上を図るためには以下のような点について検討、取組をしていく必要があると考える。

■北海道運輸局による要点整理

①旅行者だけではなく地域(デスティネーション)が幸せにならない

旅行者が旅行することは、地域(デスティネーション)がもらう恩恵であることから、従来の観光事業者と旅行者のみが満足するのではなく、観光による域内での消費を増やし、利益を域内で循環させていくことが大切である。

②住民が地域の魅力に気づき、理解を深め、地域へ愛着と誇りを持つことが大切

地域の魅力、地域ならではの特色は、住民にとっては当たり前となり意識されないことが多いが、旅行者を受け入れることで、改めて自分の地域の魅力を実感することが出来る。

住民が地域の魅力に気づき理解を深めることで、地域に対して愛着を持ち、自らの生活スタイル全般を魅力あるものと認識し、「地域を誇る」ことが大切である。

③ターゲットにあわせた地域の魅力の発掘、再発見、磨き上げが必要

「地域の魅力」、「地域の魅力と深く結びつくコンテンツ」を最も効果的な形で売り出すためには、その魅力を求める層、その魅力と合致する層を検討する必要がある。

全ての旅行者に満遍なく売り込むのではなく、その魅力を最も高く評価する旅行者の属性(地域や国籍、年代、職業、所得、嗜好、興味等)を分析し、そのターゲットに届くように効率的にアプローチしていくことが重要である。

④地域の魅力を発揮するために、地域の関係者を広く巻き込み、地域内に還元する意識も必要

地域の魅力は、自然、食、アクティビティなどに限らず、地域の一次産業・二次産業なども含めた地域の様々な特色を組み合わせることで創出されるため、地域の魅力の再発見・磨き上げには、観光関連に限定しない、一次産業従事者など直接的に観光に関係すると思われない業種を含めた地域の関係者と協力しながら取り組むことが重要である。

幅広い関係者を巻き込み、観光の視点のみでは見出せなかった地域の魅力を発見した上で、それを「観光」という枠組みで「ウリ」に出すことは、個々の価値を観光を通じて利益に変換し、地域内に還元していく必要がある。

まとめ

外国人旅行者の受入体制の向上に繋げるためには、
住民自らが地域を知り、発見した地域の魅力を磨き上げ、
多様なステークホルダーを巻き込んだ体制で取り組んでいくことが重要。

(5)調査結果の取りまとめ

5.調査結果から見てきた道南エリアに必要な推進体制(つづき)

■アドバイザーによる要点整理

【ターゲティングとマーケティング】

B級グルメ、インスタ映えなど「食」を中心にした観光について、函館で成功している日本のマスマーケットとしては問題ないが、日本を訪れる欧米豪にはマッチしない。「食」だけにフォーカスせず、異文化の国「日本」で味わえる経験や体験の中のひとつに「食」がある、という観点からアプローチをすることが重要である。

【欧米人教養層を満足させる「旅」の4要素】

- ①その土地の自然に浸る(身体的活動を伴う)
- ②その土地の歴史と文化を味わう
- ③ゆったりとした時間をリッチな空間で過ごす
- ④その土地の人々と交流する

上記4つを満たすと満足感に繋がり、その中でも②歴史文化の中にある「食」は重要な要素となる。

【ツアーリーダー&ストーリーテリング(テーマに基づいたコース造成)】

「旅」の4要素を満たすためには、その土地に住む人がその土地の歴史、文化を学び、理解することが重要である。その上で、地域の人と旅行者を繋げ、歴史的背景やその土地にしかない魅力を伝えていくガイド、すなわち『ツアーリーダー』が欧米豪教養層には必要である。その土地にしかない魅力＝ストーリーを掘り起こし、そのストーリーテーマに沿ってコースをアレンジしていくことが重要である。

【テーマ(主題)】

例えば「道南と酒」をテーマとしたとき、ワインとの違いや日本酒の原料は何かを旅行者にあえて説明する。北海道は寒冷地で稲作に適さなかったことや狩猟採集民アイヌについて、函館が開港し西洋文化や科学技術の流入による稲の品種改良と北海道の稲作発展から日本酒が作られるようになった、など。

【コース】

- 北斗市の老舗米穀店見学(4要素①)
 - 米農家訪問し、水田散策やあぜ道サイクリングなど、肌感覚で味わう(4要素①)
 - 函館市博物館では縄文の歴史やアイヌ、交易について学び(4要素②)、函館公園でゆっくり景色を眺める(4要素③)
 - 見て、感じて、学んだあと、実際に日本酒を作る酒蔵を見学(4要素②)
 - 最後に居酒屋で日本酒や地元料理を味わう、交流する(4要素④)
- 4要素があると、欧米豪が求めるガストロノミーツーリズムの「食」という捉え方になる。

【課題と解決】

- ①「食」と「観光」に関わる人たちが、定期的にワークショップをする機会を持ち、議論する
それぞれがテーマを見つけて深堀し、暫定コースを考え、モニターツアーを実施する。ネットワーク構築にも繋がる。
- ②ツアーリーダーの育成
 - ①のワークショップに参加した人が、モニターツアーのツアーリーダーを務める

まとめ

欧米豪と同じ感覚を持ったアジア人教養層もいる。既に成功を収めている日本式ガストロノミーツーリズムを活かしつつ、道南でしかできない特別な体験や経験を提供することが非常に重要。

(5)調査結果の取りまとめ

6.事業全体のまとめ

本事業では、道南エリアにおける「食」と「観光」の現状調査や課題の整理、専門家招請によるアドバイスやワークショップ等を通じ、外国人旅行者の受入体制向上に図るための取り組みを行った。この事業における総括を以下のようにまとめた。

I 現状分析

①道南地域の観光の現状

- 道南地域を訪れる国内観光客及び訪日観光客の約9割は函館市に宿泊し、平均宿泊数は1泊程度。
- 訪日観光客はアジア圏からの割合が非常に高く、欧米豪圏からの割合は低い。
- 函館への来訪は「食やグルメ」を目的とした旅行者が最も多い。
- 訪日観光客は日本での平均宿泊数がアジア圏よりも欧米豪圏の方が多く、飲食費(1人当たり)の支出も高い。
- 欧米豪圏では旅行の目的として、食だけでなく、その土地の自然、歴史、慣習等も味わうガストロノミーツーリズムが主流となっている。

②道南地域の観光の課題

道南地域を訪れる観光客のほとんどが「食やグルメ」を目的に来訪するが、平均宿泊数も1泊程度と滞在時間も少なく、地域への還元率が低い。また、訪日観光客もアジア圏からの割合が高いものの、欧米豪圏からの割合は低い。

③食文化や地元食材に関する現状と課題

ヒアリング調査を行い、道南地域における食文化や食材の活用状況について、各事業者の現状や課題を抽出した。

- 品質の高い地元の農作物や海産物等があるものの、それらの販路拡大や情報発信に必要な時間や人員が不足し、地元食材を料理人や旅行者へ効果的に周知、提供するノウハウがない。
- 地元食材を活用した飲食店は相対的に少ないため、旅行する際に地元食材を活用した料理を食べたいという旅行者のニーズに十分対応できておらず、地元の食材を使う意義、その料理の背景にある食材や食文化のストーリーを伝えきれていない。
- 食材の品質の良さから域外への供給量が多く、地元で流通されにくい。
- 食事提供の無い宿泊施設では地元の食材を活用した飲食店情報を旅行者に提供する仕組み、食事を提供している宿泊施設では如何にして地域の食材をメニューに加えられるか工夫が必要である。
- 道南地域の食文化を形成する歴史をストーリーとして整理し、地元の土地の魅力をテーマ性を持って伝えられていない。
- 旅行者のニーズに合わせた交通手段の整備、ドライバーの確保やインバウンド対応ができるドライバーの育成などに事業者単独で取り組むことが難しい。
- 地域の「食」を「観光」の視点で活用する取組や体制が整っていない。

II 課題解決のための検証

課題解決の手法として、①セミナーによる機運醸成②ワークショップによる取組の方向性検討③専門家による検証を実施し課題解決に向けた検証を実施した。

①セミナーの開催(機運醸成)

道南地域において食と観光の分野に関わる事業者に対し、地元食材を活用した付加価値の高い食を提供する重要性や欧米豪からのガストロノミーツーリズムを志向する旅行者のニーズ等をお伝えし、関係事業者の機運醸成を図った。参加者からのアンケートでは、食と観光の連携の必要性に理解を示した方や地域の活性化に真摯に取り組む方が多かったことが分かり、関係者の意識向上の機会となった。

②ワークショップの実施(方向性検討)

道南地域の関係事業者にて、道南地域の食の魅力を観光の視点で向き合い、外国人旅行者の受入体制向上に向けた戦略について検討を行った。道南地域の魅力を掘り下げ、地域の魅力を知ってもらうためには、地域住民がその魅力への理解を深めることがまず必要であり、他業種、周辺地域との連携の必要性を認識し、課題や解決策を共有する議論の場が必要であることが方向性として示された。

③専門家による検証調査

ワークショップで得られた検討内容を立証するために、道南地域の各事業者を訪問し、今後の取組みや体制の検討を行った。道南地域には外国人旅行者を魅了する素材は十分にあるため、まずはその魅力を地域住民が理解し、多様な事業者と連携の上、ターゲットに合わせた地域の魅力の磨き上げや課題の共有をすることが必要であることが確認された。

(5)調査結果の取りまとめ

6.事業全体のまとめ(つづき)

Ⅲ 事業を通じて得られた成果

①～③により導かれた成果は以下のような4点となった。

1. 旅行者と地域(ディスティネーション)が共に幸せになる仕組みが必要
2. 地域住民が地域の力に気づき、理解を深め、愛着と誇りをもつことが必要
3. 旅行者の属性やニーズに応じた地域の魅力の発掘と磨き上げが必要
4. 幅広い関係者を巻き込んだ、域内での還元を意識した取り組みが必要

外国人旅行者の受入体制の向上につなげていくためには、これらの取り組みを継続的に実践していくための議論の場が必要であり、様々な業種の人を巻き込むことで地域の魅力を活かすことができることがわかった。

Ⅳ 今後の食と観光の連携による外国人旅行者受入拡大のための提案

1. 道南地域に必要な具体的な取り組みの提案

今までの函館市内の観光資源に依存した誘客戦略ではなく、周辺地域を巻き込んだ取り組みが今後重要となってくる。そこで具体的な取り組みとして以下4点を提案したい。

1. 様々な業種や事業者が議論し、具体的な戦略を立案・実行していくための組織「地域連携DMO」やそれに準ずる協議会等の設立に向けた議論
2. マーケティング分野やインバウンド誘客に関わる専門家を招請したセミナーの開催による意識醸成
3. 住民も知らない地域魅力の発掘(新発見、再発見)
4. 地域魅力を追求、ストーリーテリングし、商品として造成、販売していく

2. 他地域展開のポイント

道南地域に限らず、他地域にも展開し独自の特性を生かした取り組みを実施できるのではないかな。一例として、道東エリア(阿寒湖を中心とした地域)では下記のような具体的な取り組みが考えられる。

1. 釧路地域では阿寒湖を中心にアドベンチャートラベルを進めているが、水産資源が豊富な知床エリアや農作物が豊富な弟子屈エリアの「食」と「アイヌ文化」を連携し、誘客を進め連携していくことができる可能性がある。この地域にはアイヌ文化が深く根付いており、アイヌの「食文化」を学ぶことができ、また、豊富な「水産資源」や「農作物(そば等)」といった地域ならではの資源があることから、これらを切り口に地域の連携を目指すことができる可能性がある。
2. 道東エリアにおける「アイヌ文化」やこの地域の様々な「食」におけるコアバリューを追求し、ストーリーテリングしていくことで誘客を目指しているAT層へ更なるアプローチができる可能性がある。
3. 人材育成の一環として、自地域のみならず周辺地域を学ぶ勉強会実施による地域の魅力の再発見。
4. 定期的なセミナー開催によるマーケティングの考え方を学びターゲットに応じた戦略の策定。
道南地域以外においても、現在の誘客戦略の他に「食」を切り口とした連携を進めていくことで、外国人受入体制の向上が図られる可能性があり、ターゲットに応じた誘客戦略の策定と取り組みが重要である。

3.担当者(受託事業者)所感

担当者(受託事業者)所感

本事業では、函館市の外国人旅行者の受入体制の向上を図るために、食と観光を結びつける取り組みを行った。函館市を訪れる外国人旅行者は、主要な観光スポットを巡ることが主流であり、地域の魅力を深く知ることができていなかった。また、世界料理学会が函館市で開催されているものの、その魅力を観光の視点で活かすことができていなかった。事業の実施項目として、まず食文化や地元食材の活用状況についての現状把握を行った。これにより、函館市の食の魅力や潜在的な課題を把握することができた。また、セミナーやワークショップを開催し、多様なステークホルダーを巻き込みながら新たなネットワークを構築できた。これにより、地域の関係者が連携し合い、ガストロノミーツーリズムの推進に向けた具体的なアイデアや取り組みが生まれた。さらに、専門家による検証調査を行い、調査結果をまとめた。

本事業では、株式会社NKBの森田哲史氏をアドバイザーとして招聘した。森田氏は多数のインバウンド事業に携わっており、特に欧米豪を専門としている。彼の経験と知識を活かし、本事業の成功に向けて貴重なアドバイスをいただいた。道南エリアにおけるガストロノミーツーリズムの成功には、旅行者の満足だけでなく地域の発展も不可欠な点を指摘していただいた。地域の魅力を発掘し、深堀することで、旅行者に魅力的な経験を提供することが可能であり、また、地域住民が地域の魅力を知ることが旅行者にも地域の魅力を伝える上で重要な要素となることを地域の方々と共に共有することができ、さらに、森田氏によるワークショップでは、ターゲットに合わせたアプローチを行い、欧米豪や日本の教養層をターゲットとする場合、興味本位で体験するだけでなく、なぜその地域に人が定住したのか、なぜその食文化が定着したのかといった「なぜ」を追求し、地域の魅力を感じながら体験することが重要であることを示唆していただいた。これにより、地域住民がその魅力をどうストーリーテリングしていけばいいのか、それを伝える人材をどうやって育成し、この連携を継続していけばいいのかを議論することができた。

地域の魅力を発揮するためには、地域の関係者を広く巻き込むことが重要。異なる業種や視点を持つ関係者が議論を行うことにより、地域全体の連携が強化され、マスマーケット分野だけではなく、欧米豪等を中心とした外国人や日本人教養層への受入体制の向上を図ることができる。本事業では「食」と「観光」の連携に焦点を当てたが、ターゲティングとマーケティングの観点から考えると、B級グルメやインスタ映えなどの「食」にフォーカスしたアジア中心のマスマーケットへのアプローチだけではなく、異文化の国「日本」で味わえる経験や体験の中に「食」を組み込む欧米豪マーケットへのアプローチを行うことで、さらなる道南エリアの魅力を高めることが可能であり、地域へのさらなる誘客を可能とすることができることを共有した。

今後、さらなる重要なポイントとして「旅の4要素①自然に浸る②歴史と文化を味わう③ゆったりとした時間を過ごす④人々と交流する」この4点を満たすことが重要。ガストロノミーツーリズムの成功には、旅行者の満足だけでなく地域の発展も不可欠である。ターゲティングとマーケティングを考慮し、地域の関係者を巻き込むことでガストロノミーツーリズムを根付かせていくことができ、また、欧米豪教養層を満足させるために旅の4要素を満たす取り組みを行っていくことで地域と旅行者を結び、受入体制の向上が図られていく。

本事業を通じ築くことができた体制をより実効性あるものにしていくために、継続した議論の場が必要であり、その議論をサポートするための民間、行政の協力が不可欠である。地域の方が道南の魅力に気づき誇りに持ち連携していくことで道南エリアの新たな「観光のかたち」「新たな受入体制」を構築していくことができると確信している。道南エリアから北海道へこの動きが加速していくことを期待している。