

観光消費における 飲食消費と域内循環

－帯広市と釧路市の比較－

釧路公立大学 下山ゼミA班

飯田翔也 大場裕介 佐藤和弥

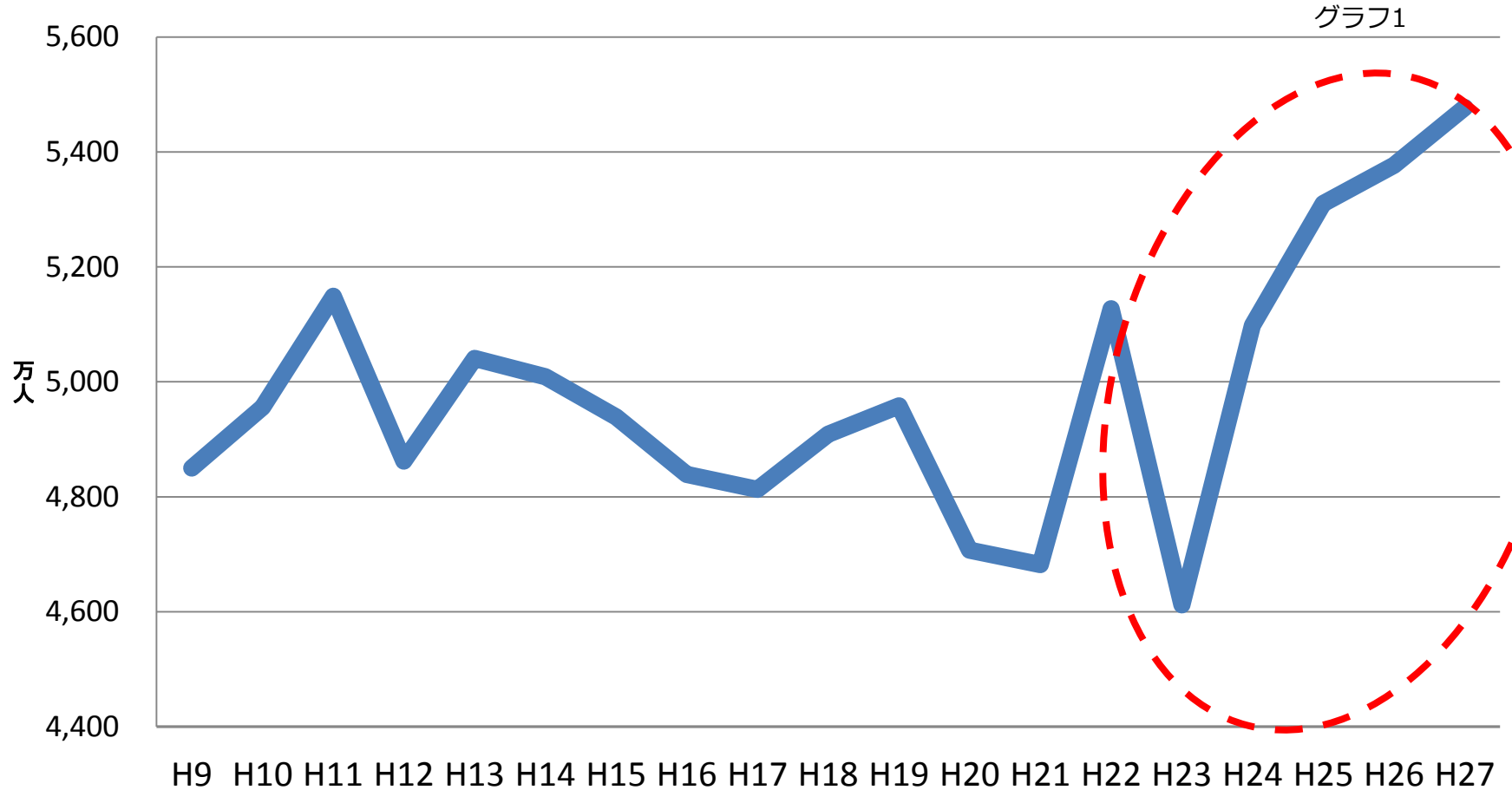
竹原将太 三浦明寛

プレゼンテーションの流れ

- 1.はじめに
- 2.問題意識
- 3.飲食店の実態
- 4.分析
- 5.政策提言

1. はじめに

北海道観光入込客数（実人数）の推移



※北海道経済部観光局：北海道観光入込客数の推移

北海道の観光入込客数の推移は平成23年以降増加傾向にある

観光産業とは、**運輸**、**宿泊**、**飲食**、**物販**、**娯楽・レジャー**など
広範囲な産業からなる複合産業である。

※角本 伸晃「観光による地域活性化の経済分析」より引用



図1

北海道の観光による経済効果は
生産波及効果：**1兆8,237億円**
雇用効果：**16.4万人**

※H23第5回北海道観光産業経済効果調査報告書

観光産業は様々な波及効果・雇用効果をもたらすため
地域経済活性化に有効な手段である

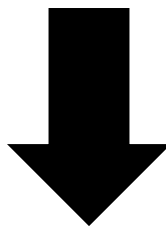
<地域活性化に求められていること>

全国市町会議において安倍総理は、魅力あふれる地域をつくるためには、「**地域ごとに工夫を凝らし、地方が自らの発想で特色を持った地域づくり**」を行っていくことがきわめて重要」とコメント

※全国市町会議においての安倍総理のコメント
(平成25年6月5日)より引用

石破地方創生担当大臣が地方創生関連法案を成立した時に地域活性化について「地方が**自ら考え、責任を持って取り組むこと**が重要です」とコメント

※地方創生関連2法案成立に伴う石破大臣のコメント
(平成26年11月21日)より引用



地域の特色を生かし、自立的な地域活性化が求められている。

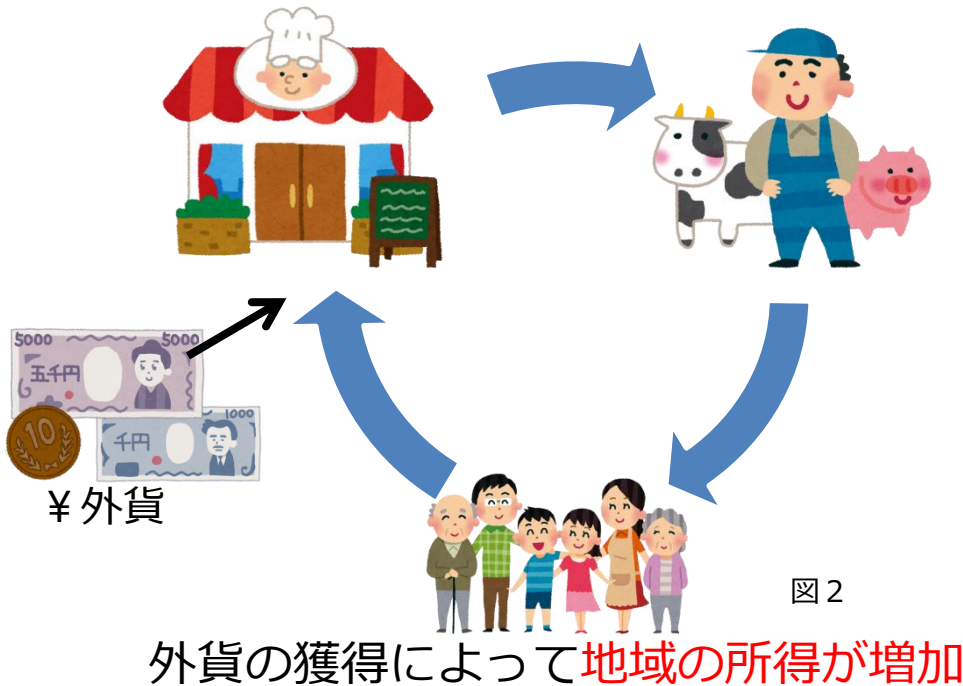
※地域活性化…地域の総所得を増加させること

自立的に**地域の総所得を増やす**にはどうしたらいいのか？

<自立的に地域の所得を増加させるためには？>

「1つは自らが域外マネーを獲得することであり、もう一つは域内で所得を生み出すということになる。地域外から獲得した資金（外貨）をいかに**地域で循環させるか**

中村良平著「街づくり構造改革」より引用

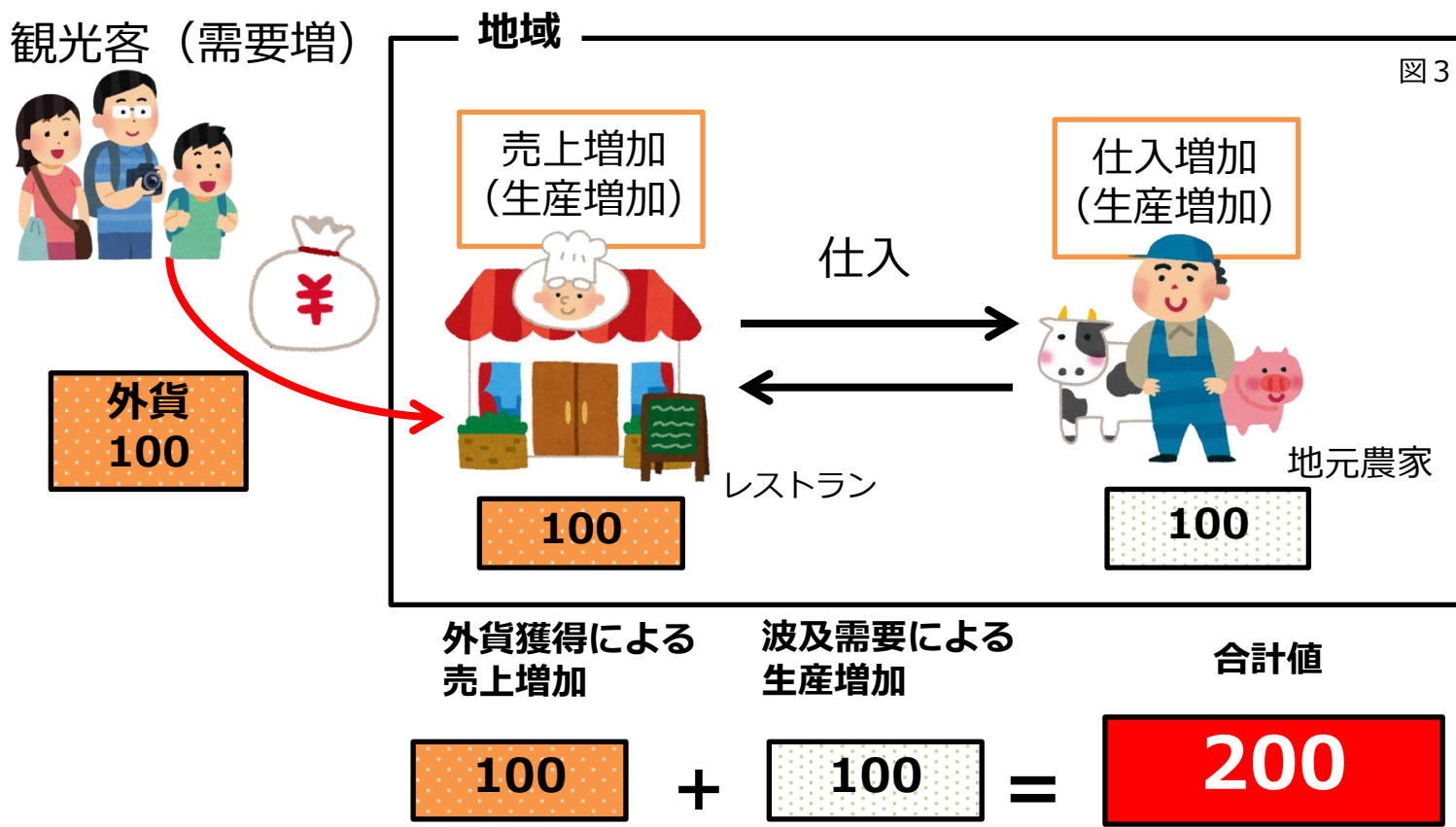


なぜ外貨を地域で循環させることが大事なのか？

乗数効果によって
地域の総所得が増大するから。

乗数効果とは

需要の増大が生産増大と所得増大を生み出し、これがつぎつぎに派生需要を生み出し、その結果、経済全体の需要・生産・所得が雪だるま式に増えていくプロセスを乗数プロセスと呼ぶ。

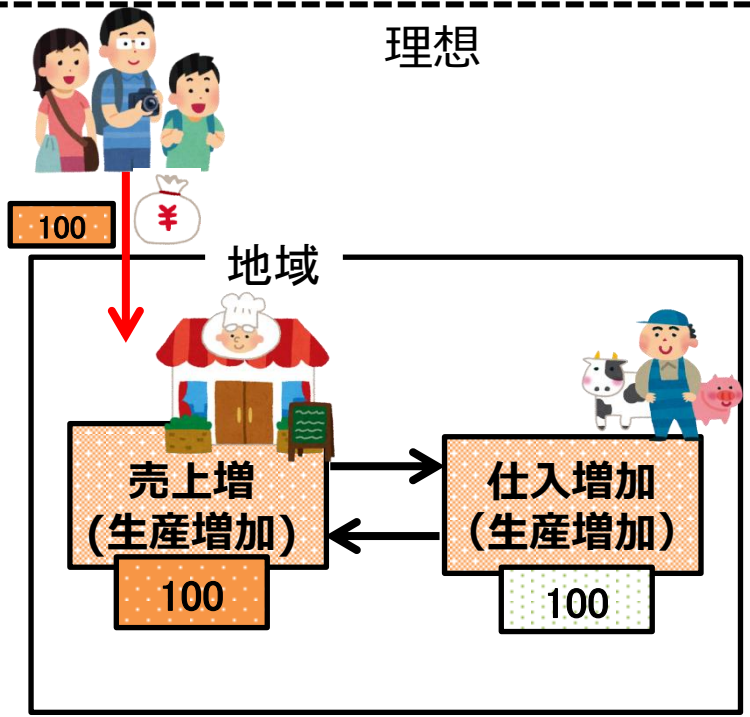


一度の循環だけを考えてみると、需要の拡大（100）が乗数効果によって、地域経済で（200）の価値に増加した。



獲得した外貨を地域で循環させることが大事。

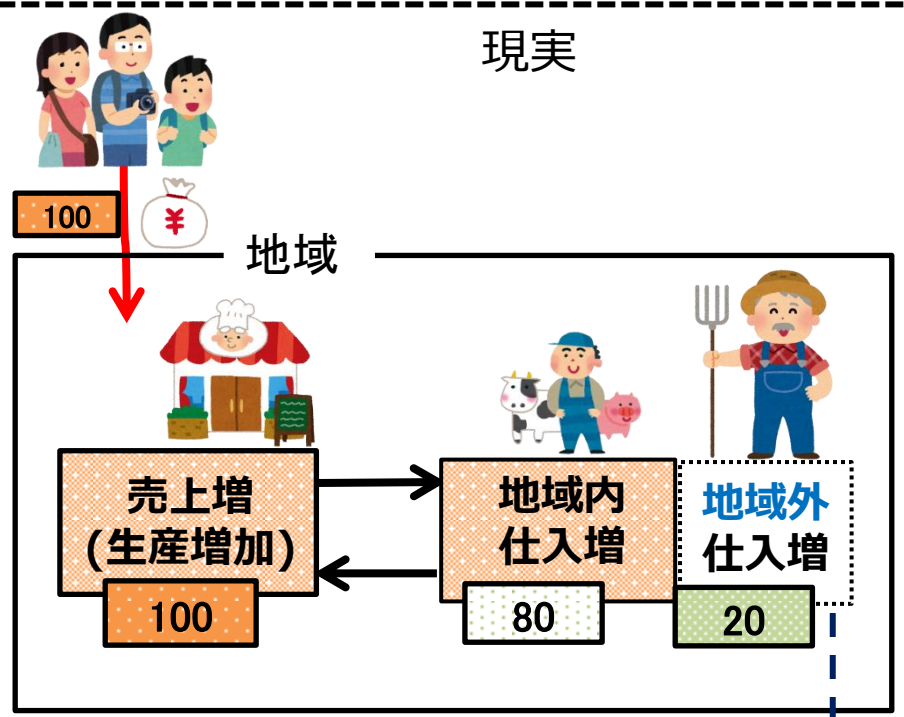
理想



$$100 + 100 = 200$$

外貨獲得 波及効果 合計値

現実



! **地域外への漏出**

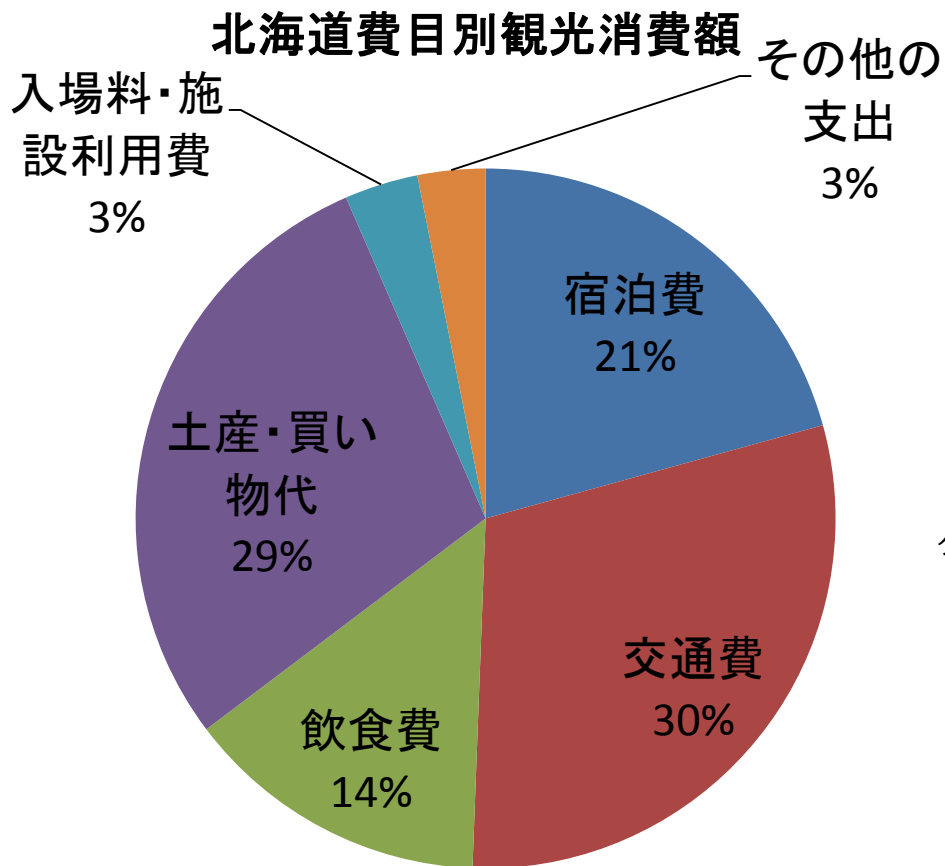
$$100 + 80 = 180$$

外貨獲得 波及効果 合計値

漏出が地域活性化を阻害している。

➡ 自立的な地域活性化を目指すため、観光の現状・漏出について明らかにすることが必要。

2. 問題意識

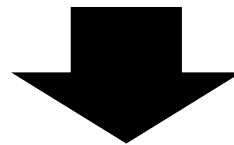
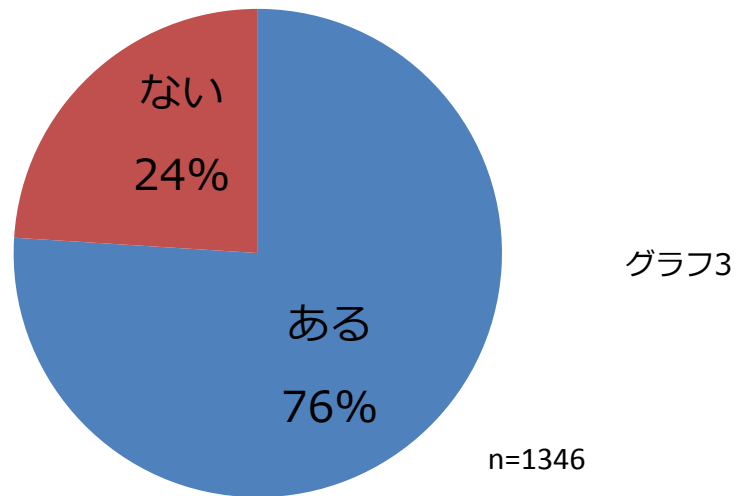


※H23第5回北海道観光産業経済効果調査報告書より推計

観光消費には主に「交通費」「お土産代」「宿泊費」「飲食費」がある

近年、観光において**飲食**が重要視される傾向にある

Q:その土地だからこそ食べられる「地元の食」や「ご当地グルメ」を目的に旅行したことはありますか？



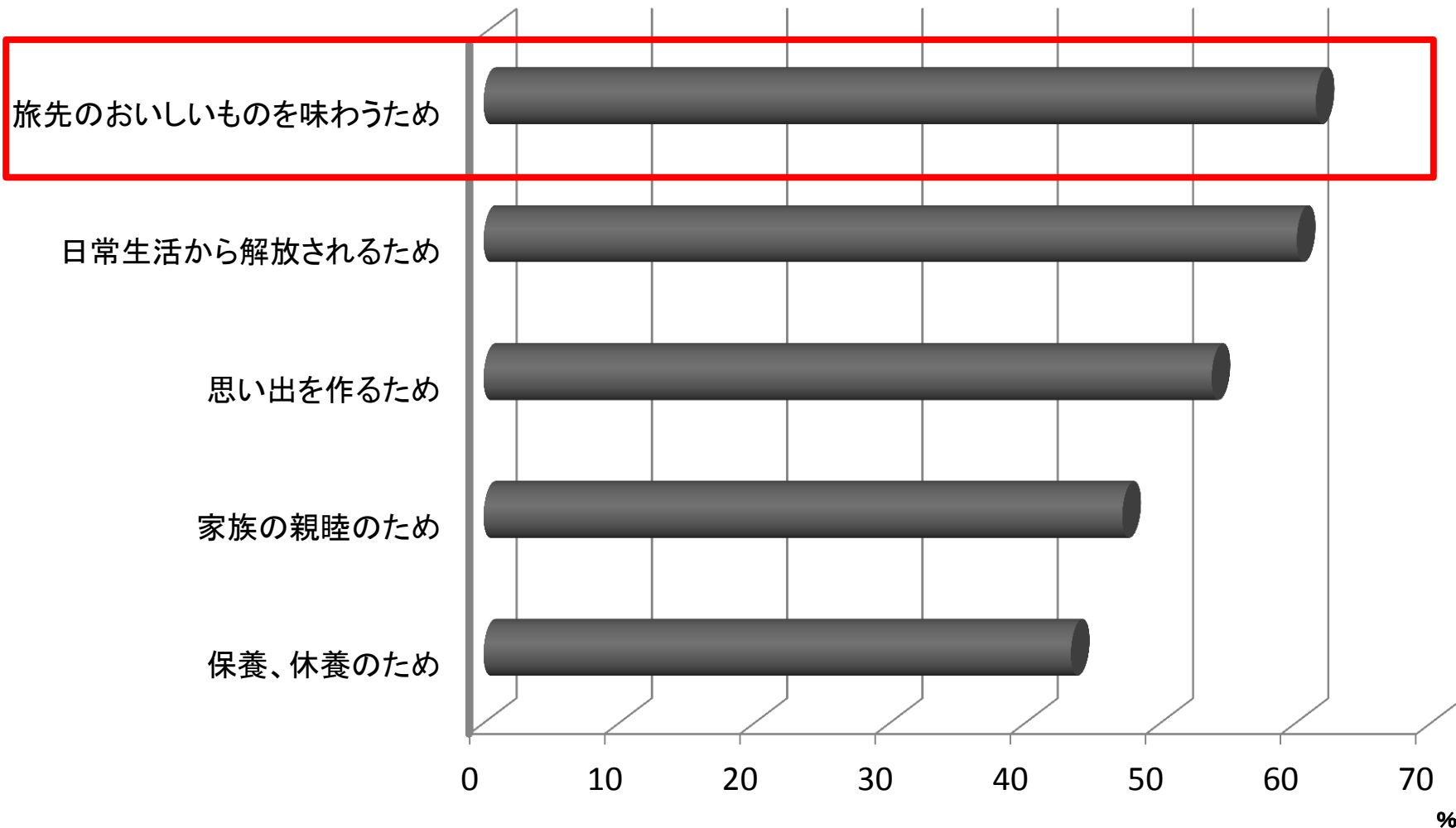
※2009年JTB WEBアンケートたびQより引用

7割以上の観光客が食事を旅行先の決定要因にしている

2016年度 国内旅行、海外旅行をしてみたいと思う動機

グラフ4

旅行動機



※JTBF旅行者調査2016年度調査結果『旅行年報2016』第I編日本人の旅行市場より作成

観光において**飲食が重要視**されている

<下山ゼミ昨年度の研究紹介>

昨年度「観光における**飲食費**と域内循環」の研究を
下山ゼミは**釧路市**を対象にして行った

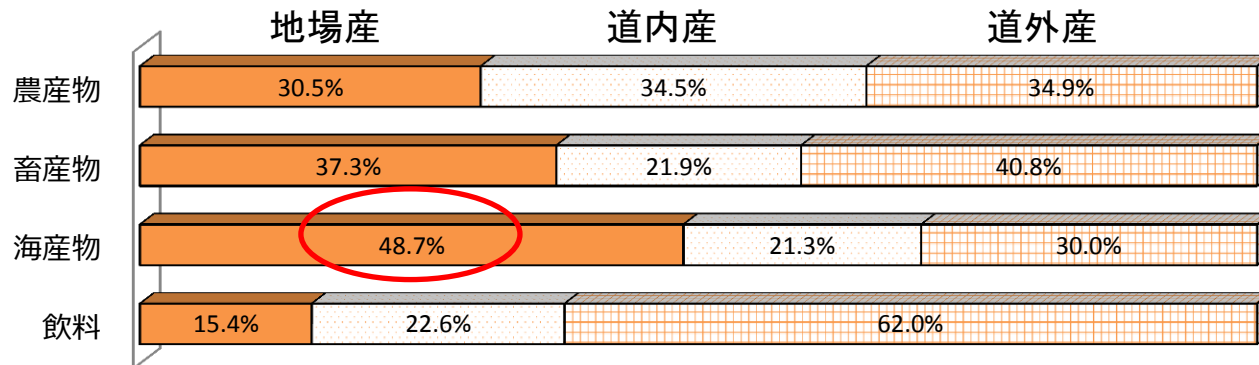
釧路市飲食店へのアンケート調査・ヒアリング調査を通して

- ① 飲食店で使われている食材の地元産比率
 - ② 地元産比率を上げることによる経済効果
 - ③ 飲食店メニュー表における産地表記率
- などを明らかにした。

下山ゼミ昨年度の研究内容

釧路市飲食店使用食材

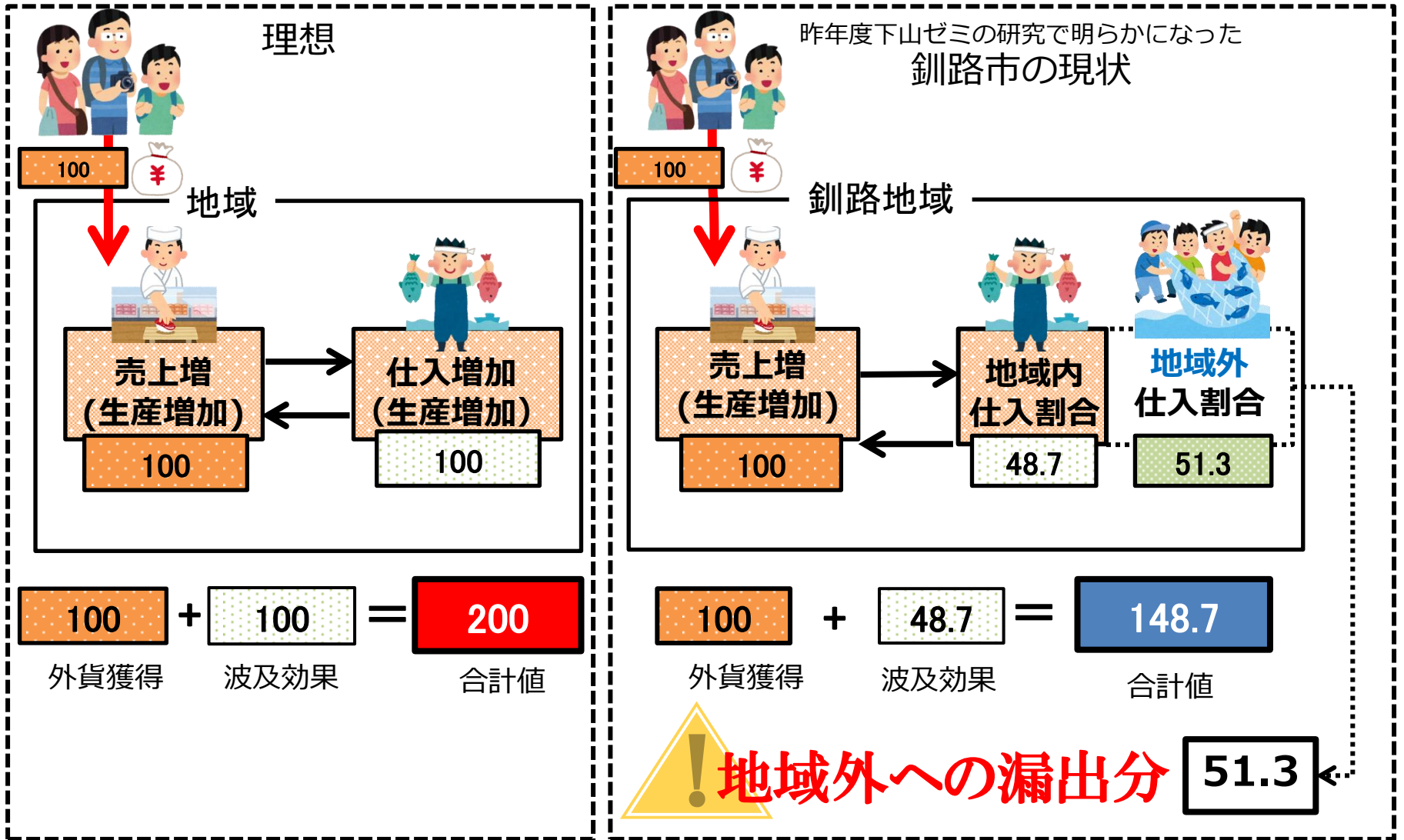
①農産物 ②畜産物 ③海産物 ④飲料に分けての地元産比率



グラフ5

※H27下山ゼミ「観光における飲食消費と域内循環
～釧路市の飲食店への実態調査を通じて～」より引用

この海産物の地元産比率「48.7%」というのは？モデルケースで表すと、



昨年度の下山ゼミの研究により、
 鉏路市内の飲食店における域外への漏出の実態などを明らかにすることができた。

下山ゼミ昨年度の研究内容

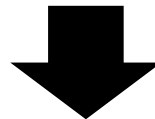
釧路市飲食店メニュー表における産地表記率

地元産表記	216/5893品	・・・	3.7%
道内産表記	218/5893品	・・・	3.7%
道外産表記	110/5893品	・・・	1.9%
無表記	5349/5893品	・・・	90.8%

表1

※H27下山ゼミ「観光における飲食消費と域内循環
～釧路市の飲食店への実態調査を通じて～」より引用

釧路市だけの結果では、
その値が高いのか低いのかわからない



他地域との比較を行い、結果を相対的にみる必要がある



※人口：北海道市町村別人口、世帯数（平成28年1月1日現在）参照
※地図：Googlemap使用

- 釧路市と帯広市は人口総数の規模に近い
- 釧路市ー帯広市間は地理的に近くに位置している

図8 輸出で前面に出したい地名

「十勝」が「北海道」超す

地元で調査

十勝地域の農業・食品 事業者278を対象に実施し、151事業者から出したい産地名は「北海道」が最も前面に出たい産地名は「北海道」(回答率約54%)。輸出の際に最も前面に出したい産地名は「十勝」(回答率約41%)。調査は7月8日、同支店(約21%)、台湾(約15%)、タイ(約13%)、マレーシア(約10%)、日本産(約10%)の約28ヶ所を訪問した。輸出の予定があるか、外でも「十勝」で売り込みたい産地の意識が浮き彫りになった。

調査は7月8日、同支店(約21%)、台湾(約15%)、タイ(約13%)、マレーシア(約10%)、日本産(約10%)の約28ヶ所を訪問した。輸出の予定があるか、外でも「十勝」で売り込みたい産地の意識が浮き彫りになった。

「十勝」が「北海道」超す

図7 十勝の研究

4

「豚丼だけじゃない」。家族連れがバスタやシャワー、ケイキを分け合ないが味わっている。ばんえい競馬を年間開催する帯広競馬場。帯広市。敷地内に「帯広競馬場」がある商業施設「とかちむら」(国分裕正社長)は農業や食と一体化した十勝の強みを前面に打ち出し、昨年8月に開業した。

農・食ブランド磨く

40万人が来場

十勝産小麦を使ったバスタやケイキを分け合ないが味わっている。ばんえい競馬を年間開催する帯広競馬場。帯広市。敷地内に「帯広競馬場」がある商業施設「とかちむら」(国分裕正社長)は農業や食と一体化した十勝の強みを前面に打ち出し、昨年8月に開業した。

農産物生産では全国的な知名度を誇る十勝だが、地元のブランドを育て、観光客を取り込むには、外部の目が突破口を開いた。こうした動きを促すのは、地元も動き出した。



「十勝千年の森」では今年の有料来場者数が約3万人と2割増えた(清水町)

観光と組み集客めざす

順位	地域	スコア
1	十勝(北海道)	67.1
2	津軽(青森県)	65.0
3	石狩(北海道)	60.8
4	信州(長野県)	59.2
5	オホーツク(北海道)	53.7
6	講毅(香川県)	52.9
7	伊勢(三重県)	52.3
8	紀伊(和歌山県)	51.7
9	加賀(石川県)	51.3
10	琉球(沖縄県)	50.9

(注)日経リサーチの2010年「地域ブランド戦略サーベイ」より、スコアは購入意向があるとの割合

※2011年12月17日 日本経済新聞 地方経済面 北海道

※2011年12月17日 日本経済新聞 地方経済面 北海道

日経リサーチ「地域ブランド戦略サーベイ」にて十勝産品が全国1位を獲得したという内容の記事

日本政策金融公庫帯広支店実施アンケート調査にて「十勝」ブランドが「北海道」ブランドを上回ったという内容の記事

「十勝産小麦」こだわる

満寿屋商店のパン



地元産の食材を使ったパンが豊富にそろう（帯広市の「麦音」）

牛乳・卵なども「地産地消」

の後、道内で品種改良が進み、たんぱく質を多く含んだパンに向く「ゆめちから」が開発された。最後まで残った食パンに活用できるメドが立ち、12年秋からは全店のパンが十勝産小麦100%に切り替わった。

話を。年間の小麦の使用量は約800tで、それぞれの品種の特性を踏まえ、つくるパンに合わせた最適な配合の調整をしている。地産へのこだわりは小麦だけに留まらず、牛乳や砂糖、卵、野菜、小豆などパンの具材に使った食材の多くは十勝産だ。地元の肉や野菜を再利用して燃料にする石炭やストロー

位置づけられる。道内では11年からパンに向く「ゆめちから」の本格的栽培が始まり、製パン大手の敷島製パン（名古屋）などが相次ぎ原料に採用し始めている。

※2014年10月29日 日本経済新聞 地方経済面 北海道

帯広 土の恵み

名物カレー

地産地消で年間130万食

年間130万食。1食399円だが本格カレー。十勝の人が年に4皿食へていることになり、物が「インディアン」の味かもしない。

が早い。基本はカウチーが中心の店の造りになっている。「3人前、ルー」などと、鍋を持ってきて買っていくまでのも特徴だ。帯広市を中心に9店舗の直営店だ。経営する藤森商會は、もともと帯広駅の待合所での飲食販売から出発した1899年創業の老舗「インディアン」は1968年に市内に開

た。コクと風味が立ちながら、粘りのあるルーが昔風を感じさせる。夏と冬とで微妙に味を変えているという。開店当時は100円。当時のラーメンが60円。でも、あつという間にラーメンの方が高くなり、こっちは安さも売りになりました。と次男で専務の裕康さん(44)。照雄さんは40歳まで調理場に立ち、背中客の声を聞いた。徐々に店舗数を広げたものの、十勝以外の出店は昨年の創業が初めて。フランチャイズ化の話も寄せられるが、「味にばらつきが出る。身の丈にあった経営をする」と急な拡大は望まない。ただ、「いつか

※2005年10月24日 朝日新聞



帯広の人にはカレーといえば「インディアン」。野菜、カツなどいくつかのメニューがある＝帯広市の西21条店で

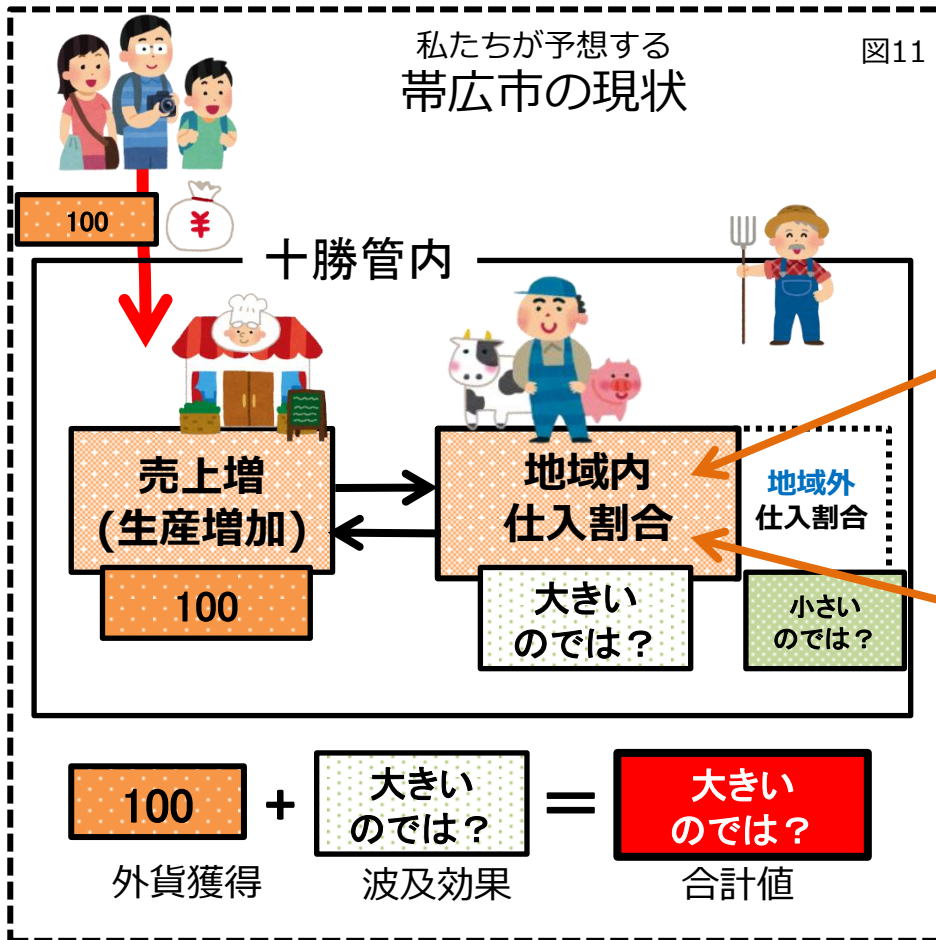
地産地消をモットーに、ジャガイモやニンジンなど地元産の食材を煮込む。自分たちのカレーを裕康さんは「一家たんの脇役にはなれない。母親の味には勝てないですから」と気負わない。「家庭に次いで一番目のおいしいお店」が会社の信条だ。

「地元志向の強い気風に育てられた」というだけあって、お客さんから「地元以外に出店しない」という優しい注文も寄せられている。

十勝・帯広市にて地産地消が振興されているという内容の記事

十勝・帯広市は地元でとれたものを地元で消費しようとする傾向と十勝ブランドの認知度が高いという特徴を持っているようである

● 地産地消の振興、「十勝」ブランドとして認知度が高い帯広市は地元産比率が高いのでは？



地産地消

十勝ブランドの
確立

しかし 帯広市において観光消費額における飲食費の実態は明らかにされていない



帯広市において観光消費における飲食費の実態を明らかにすべき

問題意識

昨年の釧路市の調査結果と比較するため
帯広市の飲食費の実態を明らかにする

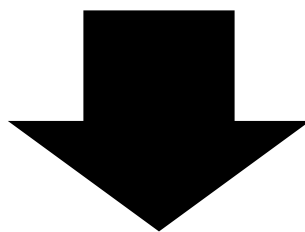
3.飲食店の実態調査

<飲食店の実態調査>

- ・ 調査の目的

帯広市内の飲食店の**地元産比率**を明らかにする

地元産：帯広市・音更町・士幌町・上士幌町・鹿追町・新得町・清水町・芽室町・中札内村・更別村・大樹町・広尾町・幕別町・池田町・豊頃町・本別町・足寄町・陸別町・浦幌町



観光客が足を運びやすい
帯広駅周辺の飲食店を訪れ**実態調査**を行う

・ 調査概要

調査期間：10月29日～12月3日の約1ヶ月間

調査対象：帯広市内(帯広駅から徒歩15分圏内)の飲食店511店舗

調査方法：アンケート調査(手配り) ヒアリング調査(聞き取り)

＜帯広駅周辺の飲食店ジャンル内訳＞

表2

居酒屋	182店舗
和食	67店舗
炉端	4店舗
カフェ	72店舗
食堂・レストラン	74店舗
海外料理	48店舗
ラーメン	29店舗
焼肉	20店舗
その他	15店舗

＜調査範囲＞

図12





図13

※Googleマップより独自に作成

・調査内容

- ①各店舗にアンケート調査を行い、お店のPR方法や客層等の基本情報の他、食材の産地を聞きどのくらい地元の食材を使用しているか調査。
- ②ヒアリング調査を行い、観光客や地元客の違い、観光客がどのようなメニューを好み食べているのかを調査。



511店舗中・・・

アンケート回収総数

243店舗！

店舗ジャンル別回収数

居酒屋	104店舗
和食	40店舗
カフェ	25店舗
食堂・レストラン	19店舗
海外料理	23店舗
ラーメン	9店舗
焼肉	10店舗
その他	13店舗

(配布店舗数:273店舗 回収率:88%)

**調査にご協力いただいた皆さん
ありがとうございました！**

<地元産比率①>

帯広市と釧路市の比較

帯広市の飲食店

表3

	地元産	道内産	道外産
一品料理	42.1%	33.0%	24.9%
おつまみ	35.4%	36.9%	27.6%
海鮮料理	28.1%	38.3%	33.5%
肉料理	49.4%	31.5%	19.1%
串焼き	48.0%	35.0%	17.1%
ご飯・麺	31.9%	41.5%	26.6%
サラダ	46.8%	35.0%	18.2%
デザート	41.4%	23.0%	35.6%
ドリンク	15.7%	28.6%	55.7%

釧路市の飲食店

表4

	地元産	道内産	道外産
一品料理	36.6%	29.6%	33.9%
おつまみ	29.5%	31.7%	38.8%
海鮮料理	51.2%	27.1%	21.8%
肉料理	28.2%	37.5%	34.3%
串焼き	29.8%	35.1%	35.1%
ご飯・麺	14.1%	49.0%	36.9%
サラダ	37.3%	39.4%	23.3%
デザート	16.8%	27.6%	55.5%
ドリンク	15.0%	22.8%	62.3%

- ・ 総じて帯広市の飲食店のほうが地元産を使ったメニューが多い
- ・ 帯広市は肉料理や串焼き、釧路市は海鮮料理の地元産比率が高い
- ・ デザートの地元産比率の差が大きい

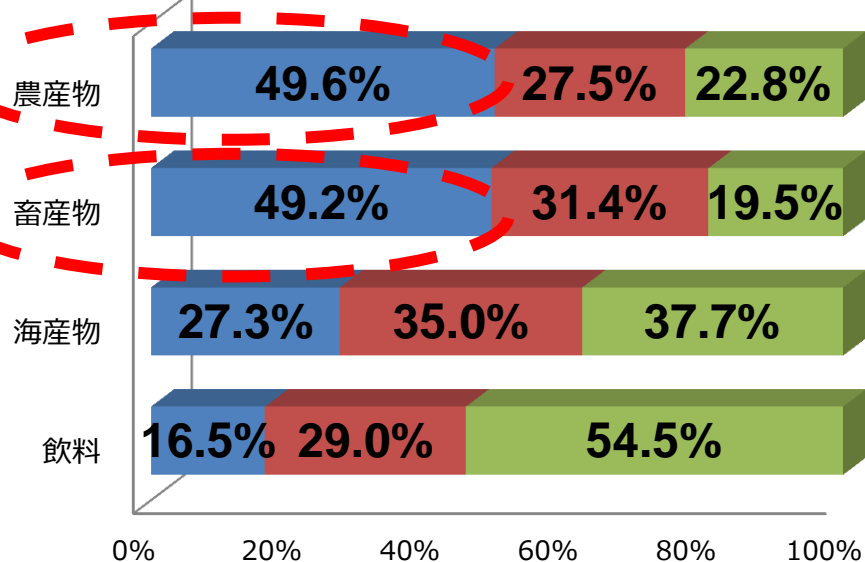
<地元産比率②>

帯広市と釧路市の比較

帯広市の飲食店

グラフ6

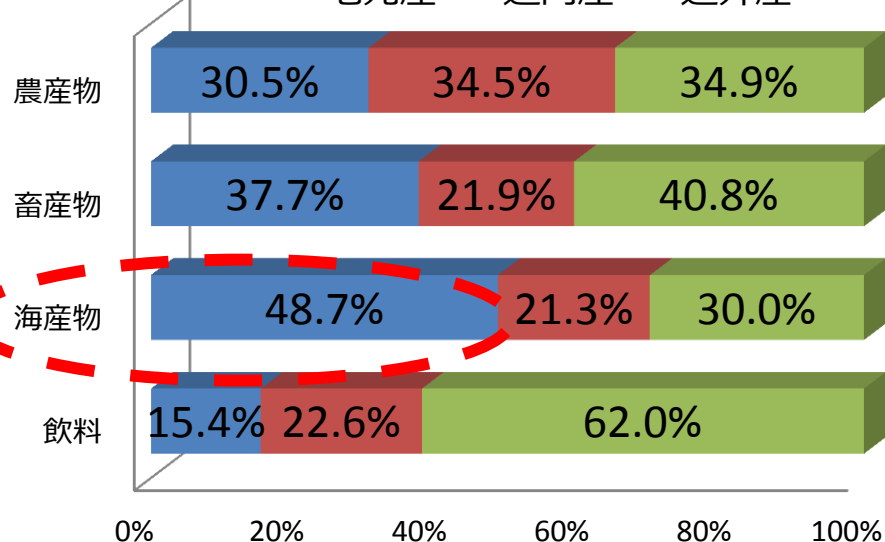
■ 地場産 ■ 道内産 ■ 道外産



釧路市の飲食店

グラフ7

■ 地元産 ■ 道内産 ■ 道外産



- ・ 帯広市は、農産物と畜産物。釧路市は海産物の地元産比率が高い。
- ・ 両都市とも地元産比率が高いのは、その都市の代表的な産品である。

さらに客層と地元産比率を用いて帯広市の飲食店の特徴をみてみると…

地元客主体の飲食店

観光客主体の飲食店

表5

	観光客0～49% の飲食店	観光客50～100% の飲食店
農産物	41.6%	61.6%
畜産物	43.9%	53.3%
海産物	22.3%	39.5%
飲料	12.4%	26.2%



地元客主体の飲食店よりも観光客主体の飲食店の方が、総じて農産物、畜産物、海産物、飲料において地元産比率は高い。

＜客層と地元産比率を用いて釧路市と帯広市の飲食店の特徴を比較＞

表6 釧路市の飲食店

	観光客0%～49%の飲食店	観光客50%～100%の飲食店	差分
農産物	26.6%	34.2%	7.6%
畜産物	24.6%	49.7%	25.1%
海産物	35.7%	60.9%	25.2%
飲料	13.8%	18.9%	5.1%

表7 帯広市の飲食店

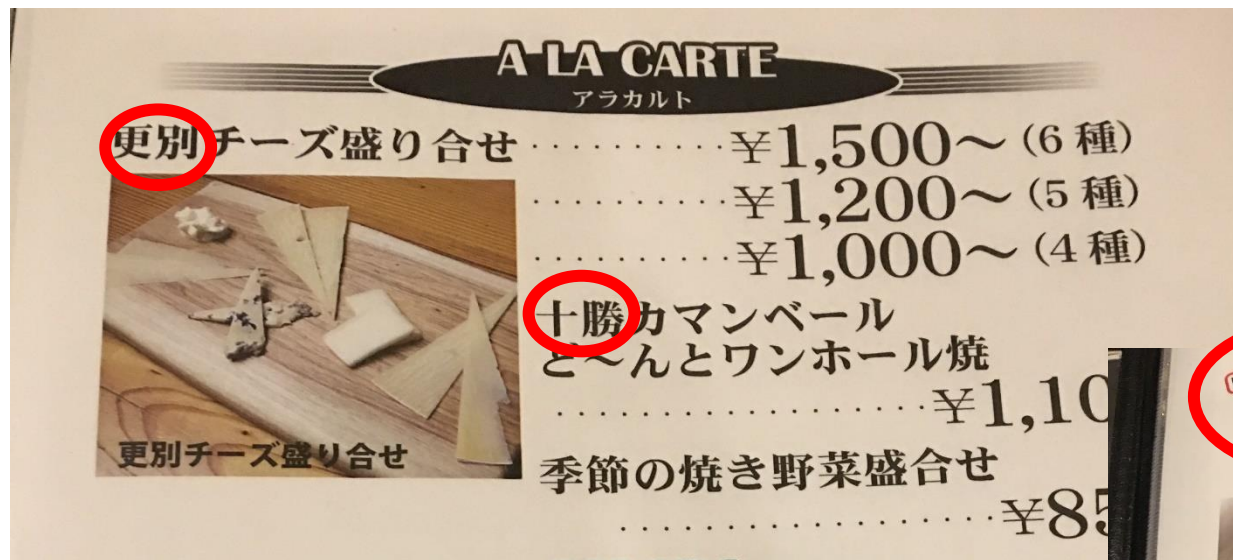
	観光客0～49%の飲食店	観光客50～100%の飲食店	差分
農産物	41.6%	61.6%	20.0%
畜産物	43.9%	53.3%	9.4%
海産物	22.3%	39.5%	17.2%
飲料	12.4%	26.2%	13.8%



帯広市は地元客主体の飲食店、観光客主体の飲食店で地元産比率に差は見られるものの、地元客主体の飲食店についても「農産物」「畜産物」は地元産比率が高い。

<飲食店は地元食材を求めている観光客にアピールできているのか？>

お店にあるメニュー表をみせてもらい、
1品1品、産地表記があるかどうか調べてみると…



<帯広市の調査結果>

地元産表記	817/9263品	・・・ 8.8%
道内産表記	311/9263品	・・・ 3.4%
道外産表記	105/9263品	・・・ 1.1%
無表記	8033/9263品	・・・ 86.7%

メニュー調査店舗数：217店舗中

※飲料は除く

表8

**地元産表記率は釧路市の調査時の約2.4倍！
だが無表記率の割合は高く見える。**

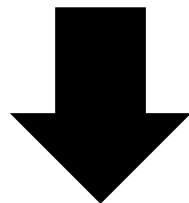
さらに帯広市での調査を行う中で...

1.名前の中に「十勝」というワードが入っている飲食店を何度も見つけたこと。

2.飲食店の方とのヒアリングを通じ、

- 十勝産食材を使用することによって、十勝の産業を応援していきたい。
- 各市町村それぞれバラバラで動くのではなく、「十勝」として頑張っていきたい。

このような話を多くの飲食店で伺った。



市町村単位ではなく、「十勝」として各々が連携して
商売をおこなっているのでは？

地元産表記のあるメニューの内訳

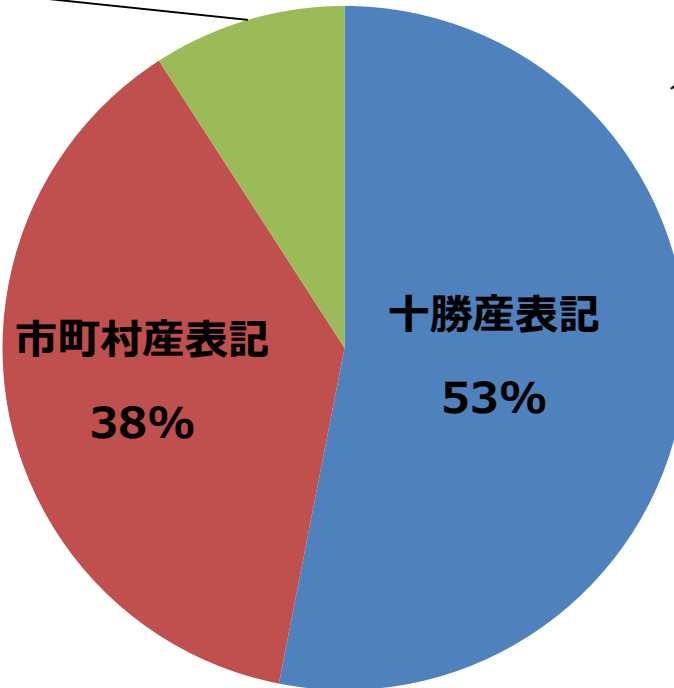
十勝産

市町村産

個人名・農場名

個人名・農場名

9%



グラフ9

n=817

※アンケート調査結果より推計

「十勝産」の表記率が5割を超えており、「市町村産」の表記率よりも高いことがわかった

やはり「**十勝**」として、各市町村が連帯して商売を行っている傾向が高い！！

<調査まとめ>

1. 帯広市の飲食店における地元産比率は、肉料理や串焼きが高い。釧路市、帯広市ともに、その都市の主要産品は地元産比率が高い。
2. 釧路市の飲食店と同様に、帯広市においても観光客主体の飲食店は地元産比率が高い。
3. 帯広市の飲食店は「農産物」「畜産物」に関しては地元客主体の飲食店においても地元産比率は比較的高い。
4. 帯広市の飲食店のメニューにおける地元産表記率は釧路市と比べると高いが、それでも全体のメニューの1割に満たない。
→釧路市はもちろん、帯広市においてもまだまだアピールできる
5. 帯広市の飲食店のメニューにおける地元産表記率の内訳をみると、「市町村産」の表記率よりも、「十勝産」の表記率が高いことが分かった。
→「**十勝**」として、各市町村が連帯して商売を行っている傾向が高い

この調査結果から、以下の分析を行いました！！

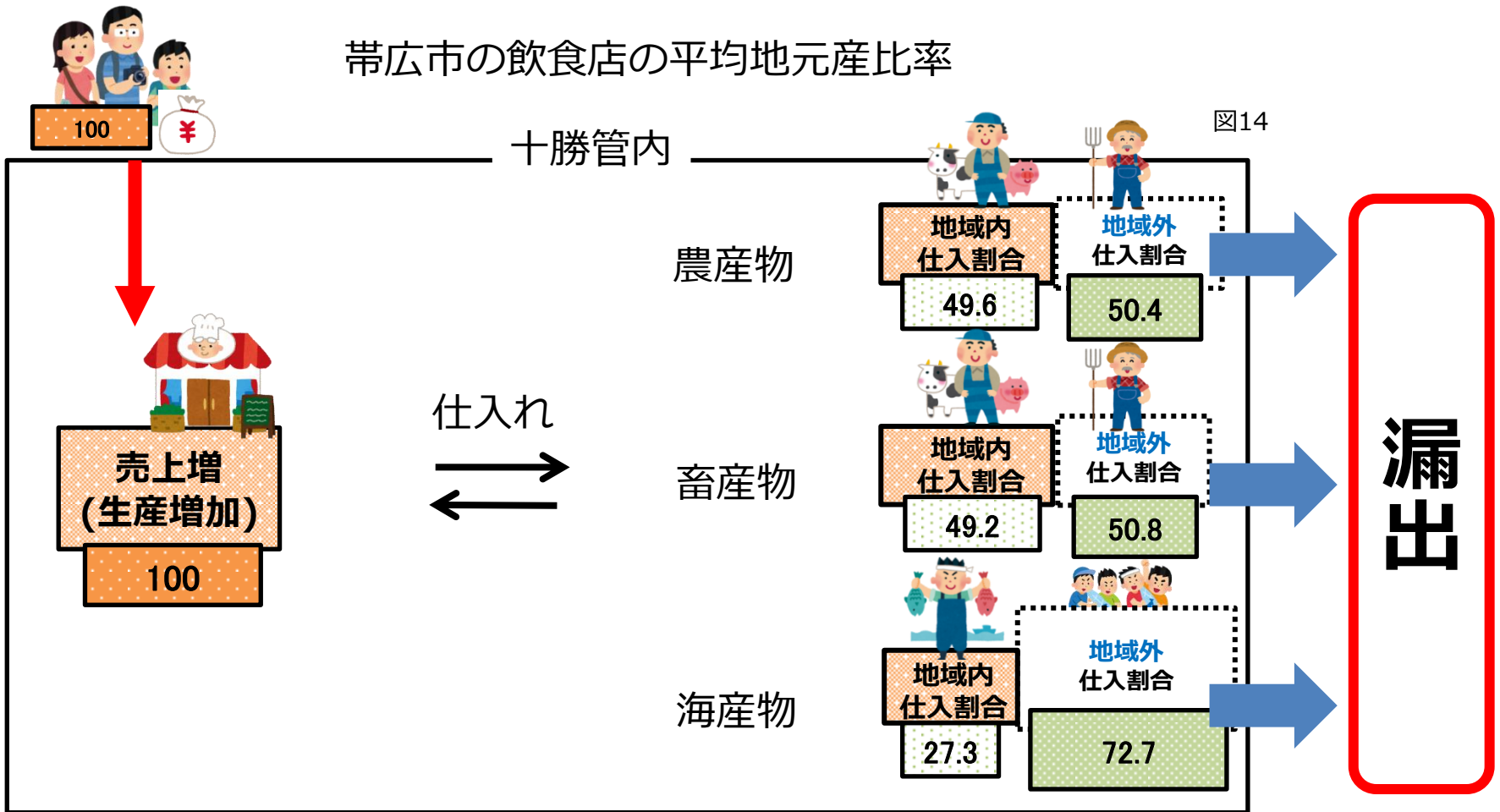
帯広市の飲食店における地元産比率の上昇による経済効果はどれくらいなのか？

地元産比率を上げるためにはどうすれば良いのか？

4. 分析

<地元産比率を上げることによる経済効果>

帯広市の飲食店の平均地元産比率



この**漏出**を抑えるためには、仕入れ時点での地元産比率を上げなければ・・・

<地元産比率を上げることによる経済効果>

観光客主体の飲食店は地元産比率が高いということがわかった
すべての飲食店でその比率まで上げると・・・

	帯広市:全調査飲食店の 平均地元産比率	→	帯広市:観光客主体飲食店の 平均地元産比率
農産物	49.6%	→	61.6%
畜産物	49.2%	→	53.3%
海産物	27.3%	→	39.5%

**農産物・畜産物・海産物の地元産比率があがると
16億2337万円の需要がUP**

<推計結果>

地元産比率が

農産物**61.6%**、畜産物が**53.3%**、海産物が**39.5%**になった場合、

経済効果…**27億0516万円**

表9

直接効果	一次波及効果	二次波及効果	合計(総合効果)
¥1,623,369,633	¥890,650,974	¥191,141,862	¥2,705,162,470

11万5167人の
観光客数が訪れるのと同等の経済効果

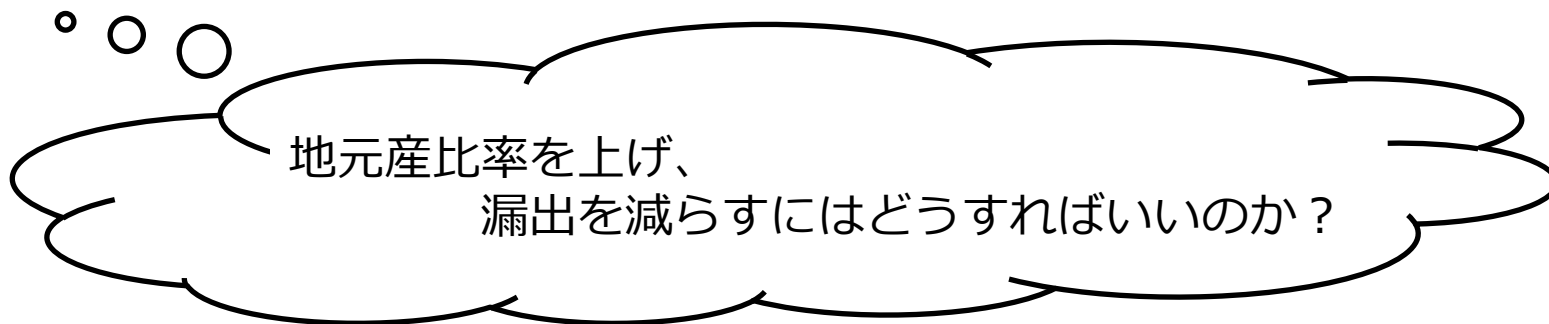
帯広市の人口16万7994人
千歳市の人口 9万5442人

- ・ H17年度 北海道内地域間産業連関表
- ・ 65部門 十勝地域取引基本表
- ・ 65部門 十勝地域投入係数表
- ・ 65部門 十勝地域逆行列係数表

- ・ 北海道経済産業局総務企画部総務課
H26年度 平均消費性向
- ・ 北海道経済部観光局
H26年度 観光入込客数の推移、訪日來道者数の推移
- ・ 北海道経済部観光局
H26年度 北海道総観光消費額 を用いて算出

<地元産比率を上げるためには…>

帯広市には飲食店における仕入れ段階での漏出が存在すること、そして地元産比率を上げることでその漏出を防ぎ経済効果を生み出すことがわかった。



アンケート調査の中で、私たちは

- ・ 十勝という単語が店名の中に入っている店
- ・ 十勝産食材をPRを図る「フードバレーとかち」のロゴマーク
- ・ 地産地消を推進する「緑提灯」

を多く目にした。

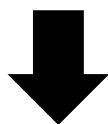
フードバレーとかちとは

十勝産食材の「見える化」により、十勝の食のPRによる地域活性化を促し、十勝産食材のさらなる利用拡大を目指す、「食」と「農林漁業」を柱とした地域産業政策の取り組み。



緑提灯運動とは

国内の地産地消を推進するための活動。国産や地場産品を積極的に使っているレストランや居酒屋等の店頭「地場産品応援の店」と大書した★を並べた緑色の提灯を掲げている。



私たちはアンケート結果より、これらの飲食店だけを集めた地元産比率を算出した

緑提灯運動

フードバレーとかち

十勝が店名に入っている飲食店

	地場産	道内産	道外産
農産物	53.3%	26.1%	20.6%
畜産物	62.7%	22.7%	14.7%
魚介類	37.0%	27.3%	35.7%

表10

取り組みを行っていない飲食店

	地場産	道内産	道外産
農産物	49.0%	27.8%	23.2%
畜産物	42.3%	35.8%	22.0%
魚介類	21.4%	40.3%	38.3%

表11

- ・全ての食材において、地元産比率が高い。
- ・「農産物」においては、地産地消を推進する取り組みを行わずとも地元産比率が高い。
- ・「畜産物」はとて差が大きい→取り組みが成功している可能性がある。

これらの取り組みは、地元産比率を上げるきっかけになっているといえるのでは？

帯広市においてこのような取り組みをより推進することで、より地元産比率を上げるきっかけになり得る。

- ➡ ・緑提灯運動、フードバレーとかちへの参加メリットを増やす
- ・「十勝」をコンセプトにした飲食店の開業支援 など

では**釧路市**においては、そもそも取り組み自体を行っているのだろうか？

- ➡ ・緑提灯運動を行っている飲食店が**0**店舗

十勝管内は計30店舗
内訳、芽室町**6**店舗
幕別町**1**店舗
音更町**2**店舗

⇒**帯広市内は21店舗**

釧路管内は計5店舗
内訳、弟子屈町**3**店舗
標茶町**1**店舗
鶴居村**1**店舗

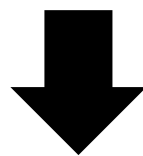
⇒**釧路市内はゼロ**

- ・いくつか釧路管内産品のブランド化への取り組みはあるが飲食店を巻き込むような取り組みはない

なぜ？

やらないのではなく、**やれない理由**があるのでは？

- 「十勝」のような管内をひとくくりの産地とする統一名称浸透していないので釧路管内の「弟子屈町」などは「釧路」産と表記できない。
- 釧路管内をひとくくりの産地とするブランドが確立できていない。



釧路管内を統一できる**新しい名称**を決め、それを**ブランド化**させる！！

5. 政策提言

釧路管内を統一できる**新しい名称**を「**釧路**」として

その地元産品を「**釧路ブランド**」として**ブランド化**

例えば

「シーフードバレーくしろ」として釧路管内の産品をブランド化

[政策提言]

釧路地域

高い海産物の地元比率



出所: 釧路市漁業協同組合HPより

十勝地域の魅力

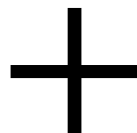
高い農畜産物の地元比率



出所: フードバレーとかちHP、釧路市HPより

魅力的な海産物

魅力的な農畜産物



世界的
ヒットへ

・釧路管内においては、十勝ブランドのような広範囲の食材を示すブランドが確立されていない

➔ 十勝・釧路フードバレーフェスタ



※帯広市HP、釧路市産業振興部観光振興室HPより引用

両地域内の飲食店が複数店舗参加し、お互いの地域にて、地元食材を使った「店頭においても販売しているメニュー」を振る舞い、地元食材の美味しさを伝え、地元産食材のPR・参加飲食店自体のPRを通してブランド力の向上を図ることを目的とするイベント。

十勝・釧路フードバレーフェスタ

- ・【実行主体】 帯広市、釧路市の自治体が共催
- ・【参加主体】 十勝および釧路管内の飲食店
- ・【目的】 地元産食材PR、参加飲食店PR、両地域間のブランド力向上
- ・【開催地】 釧路管内、十勝管内において一年おきに交互に開催
- ・【参加資格】 一定以上の地元産比率を超えている飲食店
創業3年以内の飲食店にはPR広報面などで優遇
- ・【参加特典】 十勝ブランド・釧路ブランドを推進するペナントの掲示を許可
- ・【目標】 このイベントを目的に観光客が訪れるほどの規模への発展
- ・【強み】 十勝と釧路が協力することで、「水産業」「農業」「畜産業」における多様な食材をカバーできる
- ・【その他】 料理は地元民も気軽に立ち寄れる低い価格帯に設定
郷土料理・地元独自の名物料理だとしても地元産の活用は必須
お互いの地域にて補える食材は活用する

参考文献

- 青森県企画政策部統計分析課（2010）「やさしい産業連関表の見方と使い方改訂版」
- 池口功晃（2015）「観光による地域経済効果の分析と検証ー大分日田市および由布市の比較分析を通じてー」
- 伊藤元重（2002）「マクロ経済学」
- 鍛冶博之（2006）「観光学のなかの土産物研究」
- 角本伸晃（2011）「観光による地域活性化の経済分析」
- 釧路公立大学地域経済研究センター（2006）「地域観光の地域自立型産業への展開に向けての研究（Ⅲ）」
（2010）「釧路市観光産業の発展に向けての経済効果に関する調査研究」
- 下畑光夫、三樹弘之、細野直恒、立花茂生
（2012）「観光地での土産購入における購入率と行動指針の分析」
- 下山研究室（2014）「宿泊施設のユーザーレビューから見る旅行者の満足度と観光産業の関連性
～おもてなしが与えるリピーターへの影響～」
（2014）「根室地域におけるお土産購入行動～道の駅の実態調査を通じて～」
（2015）「観光における飲食消費と域内循環～釧路市の飲食店への実態調査を通じて～」
- 田邊亘、後藤正幸（2008）「宿泊施設の戦略構築を支援するユーザーレビュー分析に関する一考察」
- 東京大学教養学部統計学教室（2008）『人文・社会科学の統計学』
- 中村良平（2014）「街づくり構造改革」

データの出所

- 北海道観光産業効果調査委員会
「第5回北海道観光産業経済効果調査報告書」
- 各飲食店のメニュー表
- 2009年JTB WEBアンケートたびQ
- JTB旅行者調査2016年度調査結果『旅行年報2016』第I編日本人の旅行市場
- 帯広市、釧路市産業振興部観光室HP、釧路市漁業協同組合HP、フードバレー十勝HP
- H17年度 北海道内地域間産業連関表
65部門 十勝地域取引基本表
65部門 十勝地域投入係数表
65部門 十勝地域逆行列係数表
- 北海道経済産業局総務企画部総務課
H26年度 平均消費性向
- 北海道経済部観光局
H26年度 観光入込客数の推移、訪日來道者数の推移
- 北海道経済部観光局
H26年度 北海道総観光消費額

ご清聴ありがとうございました。