

平成17年度国土施策創発調査

食文化を核とした観光的な魅力度向上による
地域活性化調査報告書

平成18年3月

国土交通省関東運輸局

登別市

はじめに

近年、食に対する意識が高まり、食材そのものだけでなく生産地や生産者に対する「こだわり」が消費者に芽生えつつあります。また、欧米をはじめ、アジアでも日本食のヘルシーさや日本産の食材の品質の高さが認知されるなど、国際的に見て日本の食に対する評価が高まっています。

さらに、食材、料理、食文化等はその土地固有の自然環境や歴史と密接に結びついたもので、地域の魅力を構成する重要な要素であるため、これらを生かした地域振興の取組が、各地で展開されはじめています。

一方、食は日常生活のみならず、観光という非日常的な場面においても大切な楽しみの一つで、「旅行先ではその土地ならではの美味しいものを味わいたい」という旅行者のニーズは大変高いとされています。

しかし、現実的にはコストや効率等の問題から、必ずしもこのようなニーズに十分応えられていない状況にあります。

こうした状況を踏まえ、食と観光の連携の視点から、地域における地産地消や地域食材の観光への活用等の取組状況を見つめ直すとともに、今後の食と観光の一層の連携強化の在り方やその具体的方策について検討することは、消費者(観光客)と地域(観光地あるいは生産地)双方の視点から地域活性化を図る際に非常に重要なテーマであると考えました。

本調査では、4つのモデル地域の1つである北海道登別市において、食と観光の連携に関する地域固有の課題解決に向けた方策の検討と、その実証事業に取り組みました。

具体的には温泉地での食事の多様化、食事の選択の自由度向上、食による地域文化の表現の3点を目指し、旅館での泊食分離と地産地消の可能性について検討しました。また実証事業として、泊食分離サービスと地産地消メニューを提供するモニターツアーの実施と、地域食材の流通・活用促進のための具体的検討を行いました。

食と観光を連携させた地域活性化を図っていくためには、地域の幅広い関係者が参画し、地域の食の実態やニーズ等の把握に努めるとともに、食と観光の連携の目標像の共通認識を持ちながら、食の魅力の向上や観光的活用のための仕組みづくり等、地域の強みを生かした積極的・主体的な取組を進めることが重要です。

この報告書が食と観光の連携を通じた魅力的な観光地づくりに取り組もうとする多くの方々の参考となれば幸いです。

食文化を核とした観光的な魅力度向上による地域活性化調査報告書

目 次

< 要約編 >

< 本 編 >

1 . 登別温泉の食と観光の概況.....	1
1 - 1 登別温泉の入込客層と宿泊施設の特性.....	1
(1) 登別温泉の入込客の現況と特性.....	1
(2) 登別温泉の宿泊施設の特性.....	3
1 - 2 登別温泉の食のイメージ.....	4
(1) 登別温泉の料理などに関するイメージ.....	4
(2) 登別温泉の食材などに関するイメージ.....	5
2 . 登別温泉の食と観光の課題.....	7
2 - 1 温泉地の食事に関する全体課題.....	7
(1) 泊食セット販売による課題.....	7
(2) 予約販売による課題.....	8
(3) どこも同じパターンの定食提供による課題.....	9
(4) 販売チャネルからの課題 - 旅行会社と旅行商品の存在 -	10
2 - 2 旅館の泊食分離、食事の自由度拡大への課題.....	11
(1) 一泊二食に慣れてしまっている消費者の意識.....	11
(2) 食の「予約行動」に関する消費者心理からの課題.....	13
(3) 「観光地における食の情報提供」に関する課題.....	16
(4) 温泉地で分離可能な「泊」と「食」の距離圏.....	18
(5) 旅館経営、飲食店経営からの課題.....	21
2 - 3 登別温泉の課題.....	23
(1) 食の情報発信と地域イメージからの課題.....	23
(2) 温泉地としての特性からの課題.....	25
(3) 流通、厨房と産地の意識、ミスマッチの状況.....	27
3 . 登別温泉の食と観光の連携による地域活性化の考え方.....	31
3 - 1 登別温泉の食と観光の目標像.....	31
(1) 温泉地の食の課題 - 3つのキーワード -	31
(2) 登別温泉の食と観光の目標像 - 3つのキーワードをもとにした目標像 -	33

3 - 2	目標実現のためのアプローチ指針	35
(1)	マーケット対応、商品化へのアプローチ指針	35
(2)	流通ミスマッチ改善へのアプローチ指針	38
(3)	泊食分離へのソフトランディングの手順	40
4	平成17年度の取り組み	43
4 - 1	取り組みの概要	43
(1)	地産地消料理開発と泊食分離の実証実験	43
(2)	食の魅力向上のための地域食材流通・活用促進に向けた検討	56
4 - 2	取り組みの成果	58
(1)	地場食材を活用した魅力ある旅館料理メニューのプロトタイプ開発	58
(2)	泊食分離の取り組みに対する旅館、飲食店の意識醸成と受け入れ基盤形成	60
(3)	地場食材の新流通フローとコーディネート組織のイメージ共有	65
(4)	食材情報流通および料理への活用に向けた情報基盤形成	66
5	今後の展望(取り組み計画)	69
5 - 1	中期的な取り組みの計画	69
(1)	旅館、飲食店での地産地消メニュー開発	69
(2)	旅館のレストランへの外来客受け入れ態勢作り	70
(3)	ミールクーポンの導入	72
(4)	地産地消と泊食分離のための情報発信	72
(5)	広域連携を目指す近隣観光地/市街地へのエクスカージョンツアー開発	74
(6)	イベントからスタートする「食の情景作り」による温泉街活性化	75
5 - 2	地産地消・泊食分離に向けての短期的な取り組み内容とスケジュール	77
5 - 3	推進体制(組織体制、役割分担、支援体制など)	83
<資料編>		
参考資料1	登別ワーキンググループ委員名簿	資 - 1
参考資料2	泊食分離への取り組み事例	資 - 2
参考資料3	ミールクーポンガイド	資 - 22
参考資料4	モニターツアーアンケート用紙	資 - 35
参考資料5	アンケート・インタビュー結果	資 - 43
参考資料6	食材データベース	資 - 52
参考資料7	食材カレンダー事例	資 - 55

食文化を核とした観光的な魅力度向上による地域活性化調査報告書

<要約編> 目次

<要約編>

1 . 登別温泉の食と観光の概況.....	要 1
1 - 1 登別温泉の入込客層と宿泊施設の特性	
1 - 2 登別温泉の食のイメージ	
2 . 登別温泉の食と観光の課題.....	要 3
2 - 1 温泉地の食事に関する全体課題	
2 - 2 旅館の泊食分離、食事の自由度拡大への課題	
2 - 3 登別温泉の課題	
3 . 登別温泉の食と観光の連携による地域活性化の考え方.....	要 4
3 - 1 登別温泉の食と観光の目標像	
3 - 2 目標実現のためのアプローチ指針	
4 . 平成17年度の取り組み.....	要 8
4 - 1 取り組みの概要	
4 - 2 取り組みの成果	
5 . 今後の展望（取り組み計画）.....	要 16
5 - 1 中期的な取り組みの計画	
5 - 2 地産地消・泊食分離に向けての短期的な取り組み内容とスケジュール	
5 - 3 推進体制（組織体制、役割分担、支援体制など）	

要約編

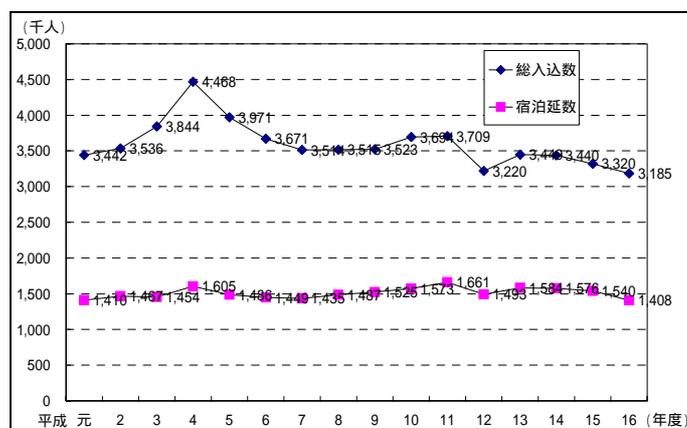
1. 登別温泉の食と観光の概況

1-1 登別温泉の入込客と宿泊施設の特性

(1) 入込客の現況と特性

- ・宿泊客数は 140 万人で減少傾向。ただし、外国人入込は増加傾向。
- ・道外からの宿泊客は 5 割前後と推定され、道外客は周遊型、旅行会社商品経由がほとんどである。
- ・道内客は札幌都市圏からのリピーターが中心で大型温泉地イメージが強固。

図 1 登別市の観光客総入込数と宿泊延数



資料) 登別市観光協会資料

(2) 登別温泉の宿泊施設の特性

- ・ 15 軒の宿泊施設のうち、200 室以上の大規模旅館が 5 軒。収容力シェアで 7 割以上を占める。

表 1 登別温泉の宿泊施設一覧

	施設名	客室数	(シェア)	収容力
1	ホテルまほろば	427室	19.3%	1,860人
2	第一滝本館	397室	17.9%	1,666人
3	登別プリンスホテル石水亭・紅葉	393室	17.8%	1,682人
4	祝いの宿・登別グランドホテル	261室	11.8%	1,000人
5	登別万世閣	200室	9.0%	900人
6	名湯の宿・パークホテル雅亭	137室	6.2%	594人
7	ホテルゆもと登別	104室	4.7%	382人
8	観光ホテル滝乃家	61室	2.8%	180人
9	旅亭花ゆら	58室	2.6%	259人
10	滝本イン	47室	2.1%	94人
11	御やど清水屋	43室	1.9%	120人
12	温泉オーベルジュゆふらん	32室	1.4%	120人
13	滝乃家別館玉乃湯	24室	1.1%	126人
14	花鐘亭はなや	22室	1.0%	79人
15	ユースホステル金福	8室	0.4%	18人
	合計	2,214室	100.0%	9,080人

資料) 登別市観光協会資料

平成 17 年 2 月現在。上登別、中登別、幌別、カルルス除く

1 - 2 登別温泉の食のイメージ

・道内の観光地、温泉地と比較して「食材」、「料理」ともに特徴的なイメージが希薄。

図2 道内各地域の料理へのイメージ

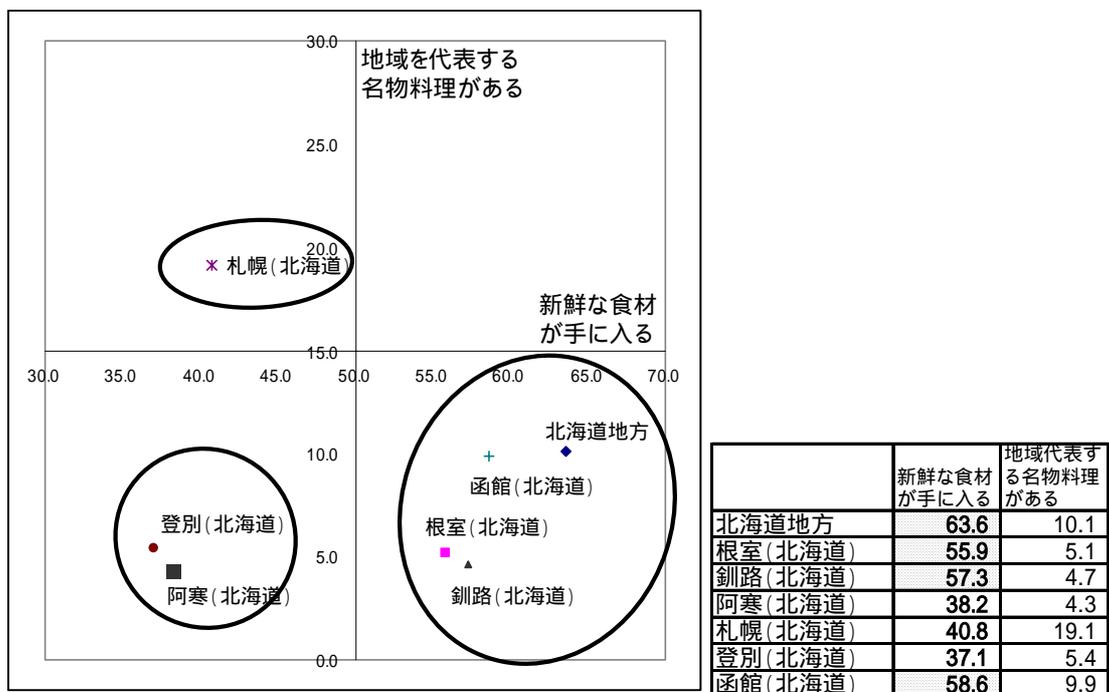
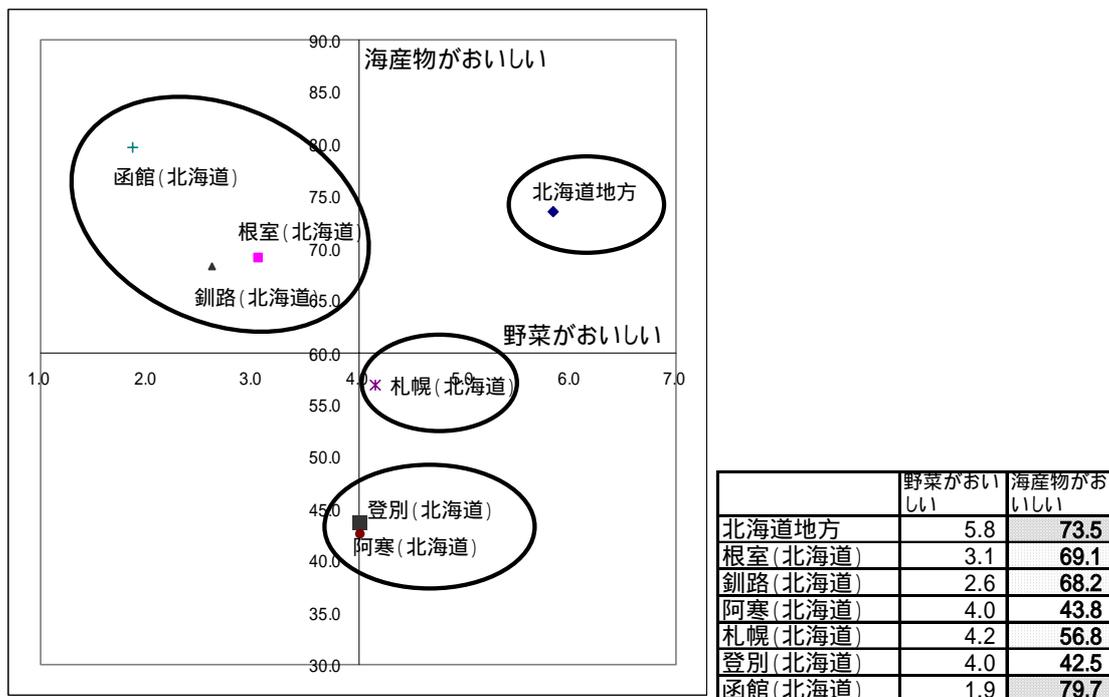


図3 道内各地域の食材へのイメージ



2. 登別温泉の食と観光の課題

2-1 温泉地の食事に関する全体課題

(1) 泊食セット販売による課題

・選択の自由度の低さ、泊食個別評価の難しさ、魅力のアピールの難しさ 等

(2) 予約販売による課題

・当日の選択の自由度の低さ、メニューの固定化による地域食材活用の困難さ 等

(3) どこも同じパターンの定食提供による課題

・差別化と付加価値向上の困難さ、消費者や旅行会社の固定観念、非日常の追求による高価格化 等

(4) 販売チャネルからの課題

・旅行商品の造成スケジュールへの対応によるメニュー柔軟化の制約 等

2-2 旅館の泊食分離、食事の自由度拡大への課題

(1) 一泊二食に慣れてしまっている消費者の意識

・経験がないのでメリットが見えず、実際の旅行も一泊が中心。

(2) 食の「予約行動」に関する消費者心理からの課題

・一泊二食が理解されるには「食事の内容と質の安心感」、「お得感」、「目的に合った料金」が実現することが必要。

(3) 「観光地における食の情報提供」に関する課題

・夕食の評価が旅館の評価に内包されて独立していない。

(4) 温泉地で分離可能な「泊」と「食」の距離圏

・浴衣で気軽に歩いていける半径 500m 程度が限界。

(5) 旅館経営、飲食店経営からの課題

・食材の仕入管理の複雑化への対応や、厨房の再構成、調理人の意識改革が必要。

2-3 登別温泉の課題

(1) 食の情報発信と地域イメージからの課題

・食のイメージの希薄さと情報発信不足

(2) 温泉地としての特性からの課題

・季節間の客層差により期待される食材の差が大きいこと、きめ細かい商品企画の難しさ
(旅行会社中心の販売チャネル、大規模旅館中心の施設構成)

(3) 流通、厨房と産地の意識、ミスマッチの状況

・産消双方の情報共有不足 等

3. 登別温泉の食と観光の連携による地域活性化の考え方

3-1 登別温泉の食と観光の目標像

(1) 温泉地の食の課題 - 3つのキーワード -

多様性に欠けていること

選択の自由度が低いこと

地域文化の表現が少ないこと

(2) 登別温泉の食と観光の目標像 - 3つのキーワードをもとにした目標像 -

多様性向上の目標像

・懐石・会席系のコース料理だけでなく、個性ある料理を開発し、泊食分離販売と組み合わせ多様な食事を楽しめるようにする。

・特に、地元食材を活用しやすい献立や提供方法として、洋食や居酒屋のまで幅広い業態を開発する。

・そのための誘導策として、旅館の料飲施設や飲食店をグルメガイドとして情報発信し、料飲店舗としてのブランド価値を高めていく。

選択の自由度向上の目標像

・すでにある大型旅館のbuffetレストラン、及び温泉街飲食店を活用して泊食分離販売を導入する。

・コース料理を提供している旅館の献立では、献立の一部選択制(プリフィックス料理)を導入する。この選択メニューは地元食材を活用したものとする。

地域文化表現の目標像

・メインの食材に地元食材を導入することは困難でも、食材をきめ細かく発掘して、コース料理やbuffetの献立の一部に導入していく。また、その食材と献立を広告媒体や食事の場面で情報発信していく。

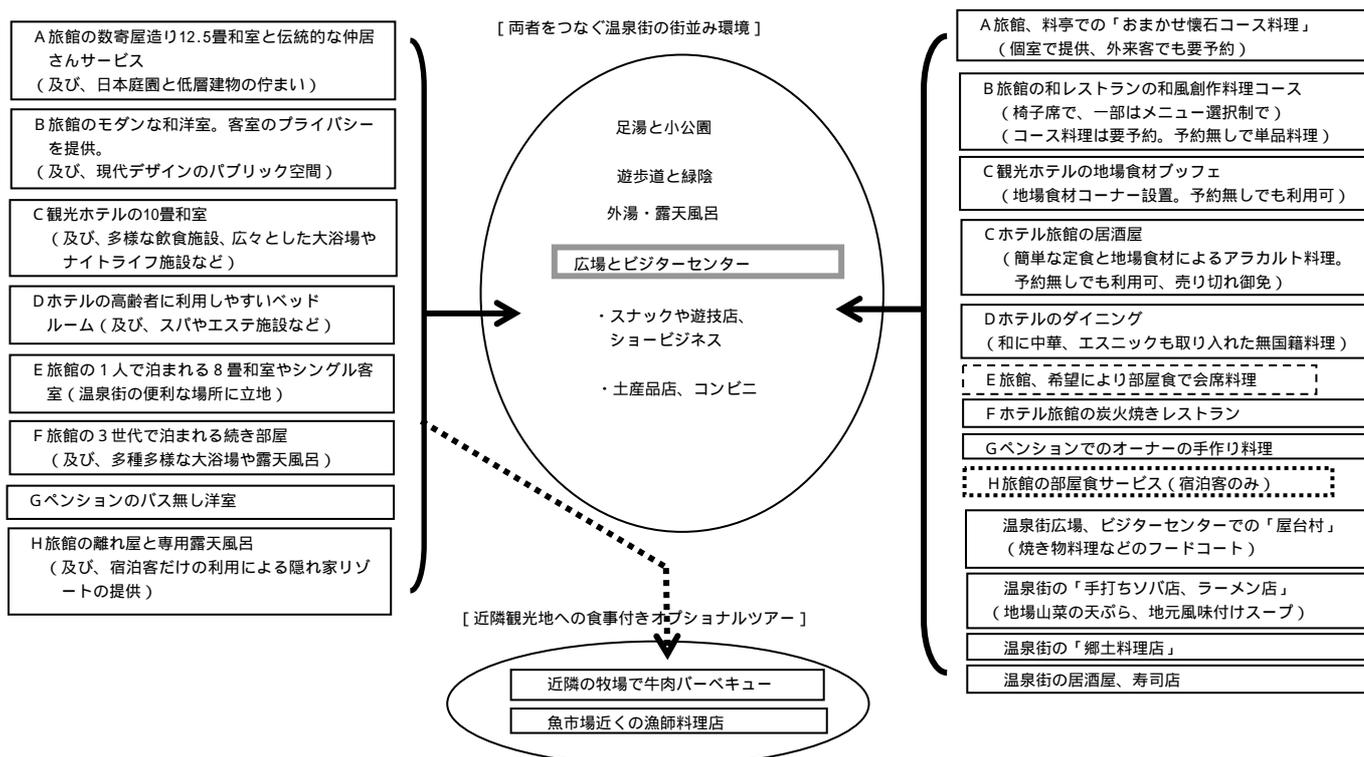
・地域文化を持った温泉街の環境を整備し、旅館からの外出動機を促進する。また、外出動機を補完する要素として、「温泉巡り」や「外湯・足湯」などを組み合わせる。

・温泉街で食事を楽しめる場として、地元食材を活用した屋台村を開発し、既存の飲食店との相乗効果を図る。

・温泉街だけでは地域特性を表現しきれないものについては、近隣観光地と連携して地域文化を体験できる「食事付きオプションツアー」を開発する。

このような目標像をもとにした登別温泉の将来の食事提供パターンは下図として表現される。ここでは、個性ある食事施設の開発と泊食分離販売、そして宿泊施設と食事施設を結ぶ温泉街環境の整備により、地域文化を楽しみながら、自由に食事を選択できる組み合わせパターンが実現する。

図4 温泉地における「泊」と「食」の自由な組合せパターンのイメージ



3 - 2 目標実現のためのアプローチ指針

(1) マーケット対応、商品化へのアプローチ指針

- (1) 2泊3日程度の滞在商品について、2泊目以降を泊食分離するアプローチ
- ・泊食分離だけを単独で推進するのではなく、地元での観光体験メニュー（特に地産地消の背景となる一次産業 ex, 牧場や農場体験、魚市場体験など）を体験する総合的な地域魅力体験商品に組み合わせていく。
 - ・全て泊食分離ではなく「一泊目は既存の一泊二食予約、二泊目を泊食分離予約」という組合せ型の販売形態とする。
 - ・そして二泊目の夕食の受け皿として、
 1. 大型旅館でのbuffetや小旅館のレストランの活用
会席膳やコース料理を提供するところは予約販売、buffetレストランは無予約販売
 2. 温泉街の飲食店
既存の飲食店は丼物、定食などに単品メニューに地産地消を取り入れる他、温泉街の魅力付けとして広場と連動した屋台村の開発を検討
 3. 近隣観光地や市街地のレストラン
移動距離が長くなることから、観光的要素を加味した「夕食付き観光体験ツアー」として商品開発という3種類の夕食形態を設定し、各々で魅力ある地産地消メニューを開発していく。

- (2) 「泊食別々予約」・「二泊目は別の場所で」から泊食分離へとソフトランディングさせる
- ・旅館の夕食は当面は現状の提供スタイルを維持しつつ、「泊（客室）」と「食」を別々に予約する泊食組合せ販売（一泊0食売り：一泊朝食付き販売も含む）からアプローチする。
 - ・泊食を自由に選択できる動機付けとして、旅館のレストランは外来客受入を可能とするとともに、懐石、会席料理に偏った業態から地元食材を活用した多様な店舗へと差別化していく。
 - ・以上の過程を経て、将来的に必要な「無予約の食事受け入れ」に必要な業態開発と計数管理ノウハウを導入していく。
 - ・一方、温泉街の飲食店はソフトランディングの過程では夕食対応だけでは需要は少ないことから、昼食にも活用出来るメニュー開発を意識し、1泊であっても昼まで登別温泉周辺で楽しむ「半日滞在」促進へと繋げていく。

- (3) 地域共通で使えるミールクーポンを導入し、将来は地域通貨へと発展させる
- ・ミールクーポンの事前購入により地域での消費を保証するとともに、旅行会社のデメリットを少なくすることで、販売チャネルを確保する。
 - ・このミールクーポンは将来的には「旅館の日帰入浴」や「温泉街の土産品店舗」などにも使用できる地域通貨へ発展させ、温泉街活性化へと繋げていく。
 - ・特に「他の大型旅館での入浴+そこでの夕食」という行動を促進することで、二泊目に温泉街に外出する動機付けとする。

(4)温泉街全体でグルメ情報として消費者にダイレクトに発信する

- ・旅館のレストランや温泉街の飲食店を同列にまとめて登別グルメガイドとして発信する。
- ・そのためには旅館のレストラン自体をブランド店舗として旅館とは独立して情報発信する。
- ・このグルメ情報により個々の旅館内レストランや飲食店が自己の店舗の商品特性や対応する価格帯を明らかにし、消費者が比較選択できるようにするとともに、個々の店舗の個性化、差別化を促進する。

(5)地産地消メニューは既存の食事提供形態に合わせて弾力的、部分的に導入する。

- ・食材は魚介類より活用幅が大きく仕入れリスクが小さい野菜や山菜からスタートし、「地場食材プラス健康・自然料理」として付加価値をつけていく。
- ・一律でどの食材を売り物とする、という導入ではなく、各店舗が自分の料理に導入しやすい食材を自分なりに活用できるようにする。
- ・そのために活用できる地元食材リストを地場食材カレンダー・データベースとして一覧表を作成し、そこから取捨選択して導入できるようにする。

(2) 流通ミスマッチ改善へのアプローチ指針

(1)生産者と旅館（経営者・調理長）の相互理解を促進するコーディネート組織の設置

- ・両者ともに、相手の状況や生産・消費の状況を十分に理解していないので、お互いにビジネスチャンスを発見する手がかりが見えない。そこで、供給量は少なくとも特徴のある食材、それを生産する意欲ある生産者を発掘するとともに、同様に地場食材活用に意欲のある旅館経営者や調理長と結び付けるためのコーディネート組織を設置する。

(2)食材データベース、食材消費予報など、双方向情報提供ツールの開発

- ・生産者側の食材の特徴、セールスポイント、出荷額や単価、さらには当年の天候などを加味したリアルタイムの出荷条件などを旅館側に随時、知らせるための食材データベースを開発し、前項のコーディネーターが運用する。
- ・また旅館側の季節別の食材消費動向、料理メニューや使用している食材、仕入れの条件等を生産者に知らせるための食材消費予報を随時、発信する。

(3)情報交流だけでなく、人と人との交流を促進する「食の魅力向上研究会」の設置

- ・旅館経営者/調理長が温泉地区共同で地場産品メニュー開発や泊食分離経営などを研究する研究会を定期的で開催する。そしてこの研究会で地場食材の新しい活用方法の研究を行い、生産者に個性ある食材生産へのビジネスチャンスを提示する。

(4)主に規格外食材を対象とした旅館側による共同配送組織の開発

- ・地場消費の可能性が高い規格外食材について、生産者と旅館の直取引をするための共同配送組織を作り、配送コストを削減する。

(5)売掛金リスクを回避するセイフティネット組織の検討

- ・生産者組織、旅館組合、行政の3者に保険会社を加えて売掛金リスク回避の仕組みを検討する。

4. 平成 17 年度の取り組み

4 - 1 取り組みの概要

(1) 地産地消料理開発と泊食分離の実証実験

日程：平成 18 年 3 月 9 日（木）～ 11 日（土）

対象客層：首都圏在住の 40 代以上の一般男女 12 組 25 名

協力宿泊施設：登別グランドホテル

実施内容：滞在中の夕食については、宿泊施設による提供日とミールクーポンによる外食対応日を日替わりで設定。また、宿泊施設提供の夕食については、旬の地場食材をメインに考案した特別メニューを提供。

本モニターツアーは登別市・白老町生活関連産業事業化推進協議会との共同実施により、コンシェルジュデスクを設置し、参加者に自由選択方式で地域資源の情報を提供。

1 日目夕食：地産地消メニューの開発・提供

- ・ツアー実施時期に旬を迎える地場食材を活用した会席形式の特別メニューを開発、提供した。



2 日目夕食：ミールクーポン流通実験

- ・ 1 人当たり 3,000 円相当（500 円券 × 6 枚）のミールクーポンを配布。滞在 2 日目の夕食はこのミールクーポンを利用し、モニターが自由選択方式で食事場所を選択できるようにした。
- ・モニター参加者に対しては、食事場所選択の基礎情報として、対応店の情報をまとめたミールクーポンガイドを配布した。



第一滝本館 館内バイキング（前日予約）

MAP：22画地区1

鉄人シェフが腕をふるった、第一滝本館自慢の和洋中バイキングをどうぞ！



第一滝本館自慢のバイキング「あったか亭」



旬の食材を多彩な料理で味わえます！

- ◆住所：登別市登別温泉町55番地
- ◆TEL：0143-83-1818
- ◆営業時間：18：00～20：00
(受入時間：18：00～19：00)

※「第一滝本館 館内バイキング」を希望される方は、前日（3月9日）の18時までにコンシェルジュスタッフにお申出ください。なお、その際には、当日の予約時間もあわせてお伝えください。

「宿泊ホテルの食事もいいけど、他のホテルの夕食も体験してみたい！」— 温泉に連泊した経験のある方なら、必ず一度は考えたことがあるよね？

本モニターツアーでは、そんなあなたのワガママをかなえるため、第一滝本館の館内バイキングを味わうチャンスをご用意いたしました。

第一滝本館の総料理長は、「料理の鉄人」に挑戦者として出演し、和の鉄人と一戦を交えた名料理人です。

総料理長が腕をふるう、第一滝本館の館内バイキング「喜兎菜々あったか亭」では、和洋中のバラエティ豊かなメニューで旬の食材を楽しむことができます。

鉄人シェフが腕をふるった料理を味わう絶好のチャンスです！ 第一滝本館の館内バイキング「喜兎菜々あったか亭」で、バラエティ豊かな旬の味をご賞味ください。

お食事クーポン対応メニュー

「第一滝本館 館内バイキング『喜兎菜々あったか亭』(5000円)
内容：スモークサーモン／トノロシ刺身／津白漬／タラバ飯／海鮮丼
／焼き明太子／新立貝焼売／牛肉ステーキ／鶏唐揚げ／豆腐
煮／牛しゃぶサラダ／抹茶デザート各種 他 全約60品
※ 食事をされた方には、ソフトドリンクを1杯無料サービス

レストラン カウベル

MAP：22画地区2

肉好きなら、一度は白老牛をご賞味ください。



- ◆住所：白老町字石山112
- ◆TEL：0144-83-4567
- ◆営業時間：11：00～20：00
- ◆席数：60席 ◆カード：可
- ◆送迎：なし ◆定休日：12/31、1/1

全国でもトップクラスの肉質の焼肉・ステーキを安価で提供いたしております。

ログハウス風の店内、ゆったりとした空間、まさに至福の時間

お食事クーポン対応メニュー

白老牛ステーキセット (5000円)
(セット内容) サーロインステーキ180g/サラダ/ライス
グラスワイン1杯又はソフトドリンク1杯

その他のおすすめメニュー

極上バーベキュー、特選サーロイン ランチメニュー(焼肉セット) 他

(2) 食の魅力向上のための地域食材流通・活用促進に向けた検討

地産地消の実現のためには、食材流通上の課題よりも、その全段としての生産者と旅館（経営者、調理長）との情報共有が不十分であるとの現状認識のもと、そのための組織やツール開発のために以下の内容の検討を行った。

コーディネート組織の設立に向けた検討
情報共有のためのツール開発に向けた検討
売掛リスク補償体制の確立に向けた検討
流通の見直しに向けた検討

4 - 2 取り組みの成果

(1) 地場食材を活用した魅力ある旅館料理メニューのプロトタイプ開発

市場サイドの評価

料理についての評価

- ・評価の高いメニューについては、素材の良さを指摘する声がほとんどであるが、北海道ならではの食べ方（ジャガイモにイカの塩辛をのせて食べるジャガイモ塩ゆで）や、調理に当たって独特の工夫をしたもの（鹿肉の独特の風味を消すために牛乳で煮込んだ牛乳鍋）などに対しても高評価を与える声が多い。

料理の解説

- ・料理の解説については、25人中16人が「わかりやすかった」と回答している。また、4人が「内容的に充実していた」、8人が「解説によって料理への興味が喚起された」と回答しているなど、一定の評価は得ている様子であった。
- ・また、アンケートの自由意見として「調理長の暖かい心を感じることができた」との意見も見られていることから、解説の内容もさることながら、その気持ちや姿勢によっても料理の印象に大きな影響を与えることが伺える。

旅館・飲食店経営サイドからの評価

- ・食材の購入価格は通常と比べてわずかに高い程度。購入する時期や数量にもよるとは思うが、このくらいの価格差なら原価率はほとんど変わらない。特別な調理技術や用具が必要なわけではなく、既存の人員体制や設備を活用可能。
- ・全館で地場食材導入を一度に行うのは難しいかも知れないが、今回のように30~40人程度の受け入れ規模であればいつでも対応できる。
- ・何より普段あまり使わない地場食材（鹿肉、牛乳など）の良さを改めて発見できたことは特筆に値する。ただ、今回のように使用する食材を指定されれば、後はそれをどう活かすかを考えるだけなので楽だが、最近は市場に足を運ぶ機会も少ないため、自分で素材を見つけてくるとなると少し難しいかも知れない。

(2) 泊食分離の取り組みに対する旅館、飲食店の意識醸成と受け入れ基盤形成

市場サイドの評価

選択の要因

- ・飲食店を選択した要因として、もっとも多かったのは「「登別・白老まるかじりガイド」の情報を見て」であり、16人が選択の要因として挙げている。また、同時に「コンシェルジュに勧められたから」も7人おり、両者の意見を総合して入る店を選択している様子がうかがえる。

泊食分離に対する評価

- ・泊食分離の仕組みについては、22人が「食べたい食事を自由に選べるのでよい」と回答しており、旅先での食事の選択性について自由度を求める傾向が強いことが読み取れる。

ミールクーポン（登別・白老まるかじりクーポン）に対する評価

- ・食事にあたってのミールクーポン利用の仕組みについては、「クーポンが使えるので安心して入店出来た」と回答した参加者が11人おり、クーポン参加が一種の品質保証として機能していることがわかる。

- ・また、「割引など特典があれば使ってみたい」が7人、「食事クーポンがセットになったパックツアーがあれば参加してみたい」が6人と、利用に当たっては何らかのお得感を求める傾向がある。

- ・その一方で「利用できる店が限られるので使いづらい」との回答も6人おり、普及に当たっては、全ての商店で利用できるなど、一種の地域通貨として流通することが求められている。

ミールクーポンガイド（登別・白老まるかじりガイド）に対する評価

- ・配布したミールクーポンガイドについては、「店の雰囲気良くイメージできた」が10人、「店のセールスポイントが良くイメージ出来た」が6人と一定の評価を得ている。
- ・しかし、「メニューに関する情報が少なすぎる」の回答が5人、「店への行き方が分かりにくかった」の回答も6人おり、掲載内容についてはよりユーザーのニーズに対応したきめ細かなものにブラッシュアップする必要がある。

旅館・飲食店経営サイドからの評価

旅館

- ・旅行会社との取引ではクーポン精算が通常であるため、精算業務については特に負担感はない。
- ・せっかく来てもらっても席がないという事態を避けるため、やはり人数は事前に把握する必要がある。受け入れる人数にもよるが現状では予約無しの受け入れは難しい。
- ・他の客（宿泊客）が浴衣で食事を取っている中、外来の 2 名のみ洋服を着ていたため、少し周りの雰囲気から浮いた感じで肩身の狭い思いをしたのではないかと思う。
- ・現状ではこのようなミールクーポンのメリットは余り感じない。手間だけ見れば現金の方がかからない。

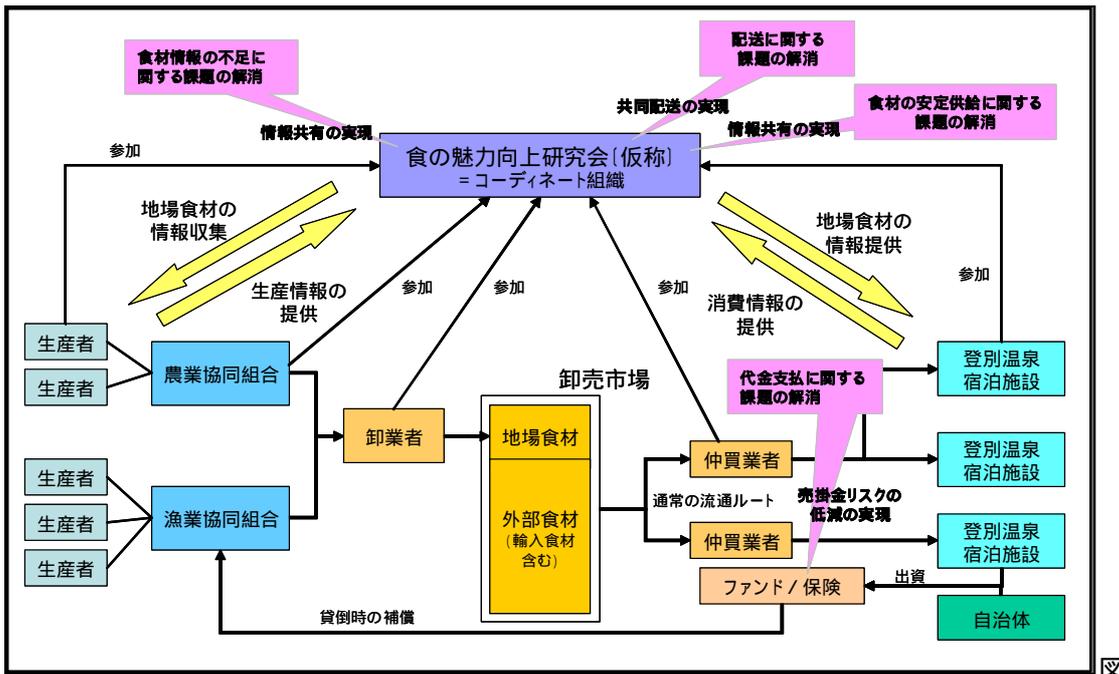
飲食店

- ・現金決済が主なので、今後本格的に受け入れをしていく場合には出来るだけ早く（例えば翌日中など）にクーポンを現金化出来ないと難しい。
- ・総合的にはお客様に喜んでもらえたと感じている。また、通常のお客様と比べるとやや消費単価も高かったように思う。

(3) 地場食材の新流通フローとコーディネート組織のイメージ共有

地場食材の新流通フローおよびコーディネート組織の必要性及び設立提案に対して、ワーキンググループ会議の委員からは、宿泊施設と生産者の双方より積極的に実施したいという意見が聞かれ、実現に向けて活動を行う方向で概ね合意が得られた。

図5 新流通フローとコーディネート組織のイメージ



(4) 食材情報流通および料理への活用に向けた情報基盤形成

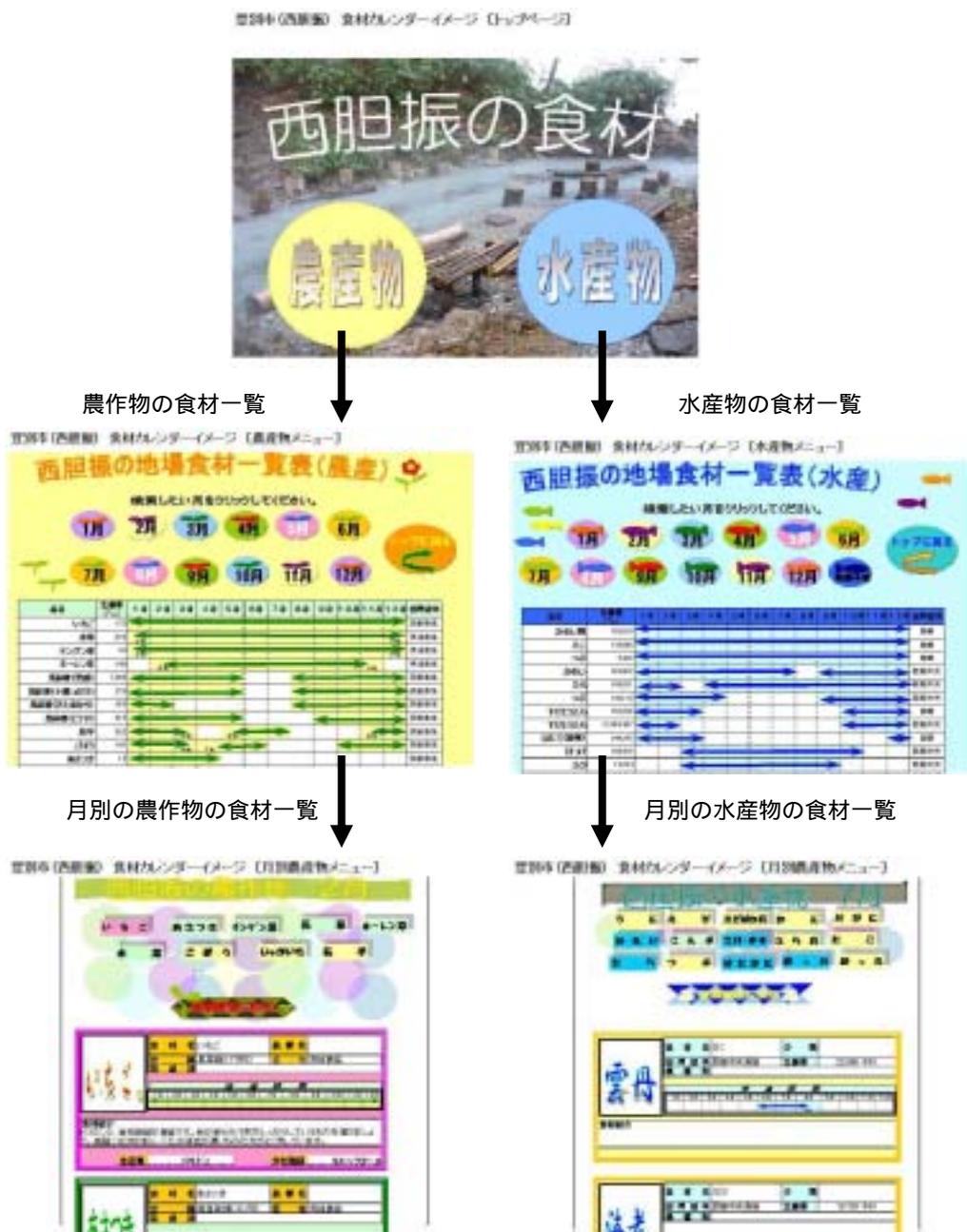
食材カレンダーのイメージ共有およびひな形作成

提案した食材カレンダーについては、ワーキンググループ委員からもその有効性について賛同を得られた。

また、今後の取り組みへの基盤として、登別市及び周辺地域の食材情報を視覚的に把握できる食材カレンダーのレイアウトを作成した。

図6 食材カレンダーのイメージ

トップページ



食材データベースの作成

生産者団体に対するヒアリングおよびアンケートで得られた情報をもとに、地場でどのような食材がどのくらい取れるのかといった情報を集約した「食材データベース」を作成した。

また、本調査では、前述の食材データベースを元に、登別市及び周辺地域での食材の生産高や、周辺地域との相対的な生産高などを抽出し、食材の魅力度を数値化して相対的な順位付けを行った。食材の魅力度の数値化は、地場食材の生産高の高いもの、地場ではあまり生産高が高くなくても周辺地域で生産がされていないものに相対順位をつけて決定し、モニターツアーの料理開発において使用する地域食材を選定する際の検討材料とした。

5 . 今後の展望（取り組み計画）

5 - 1 中期的な取り組みの計画

（ 1 ）旅館、飲食店での地産地消メニュー開発

地産食材活用の指針

- ・仕入リスクの小さい食材の活用からスタートする
- ・活用する食材は個々の旅館・飲食店の個性、得意不得意により自由に選定する。
個々の旅館特性、飲食店特性に合わせた商品化を図る
- ・大型旅館のbuffetでの表現方向
- ・小規模旅館の会席膳やダイニングのコース料理での表現方向
- ・温泉街の飲食店での表現方向
- ・夕食、朝食以外への活用と表現
- ・地場食材活用イベントの看板料理としての「地場食材限定料理」開発

（ 2 ）旅館のレストランへの外来客受け入れ態勢作り

経営方針の明確化

- ・館内レストランを有する大旅館、特にbuffetレストランを有する旅館で、かつ温泉街中心部に歩いていける場所に立地する旅館は外来客受入がビジネスチャンスと成りうる。
- ・小規模で高付加価値の旅館、すなわち宿泊客に落ち着きいた空間を提供する旅館では、外来客受け入れ可能な料亭を別途設置するか、あるいは外来客受入数を制限して受け入れることで、自館の宿泊客への価値を損なわないような展開が望ましい。

外来食事受け入れ、導入の手順

- ・市場ニーズとしての2つの価格帯局面への対応
- ・低価格帯～中価格帯への対応
- ・高価格帯への対応
- ・レストランとしてのアイデンティティ確立

（ 3 ）ミールクーポンの導入

目的と位置付け

- ・地域通貨への発展を目指す

導入手法

- ・2泊3日以上滞在する滞在商品の夕食料金として一定金額（2泊分で 10,000 円など）を設定し、一泊朝付宿泊料金と組み合わせて販売する。

(4) 地産地消と泊食分離のための情報発信

事前の情報発信として登別グルメ情報をホームページで発信

・登別温泉グルメ情報の発信

・地場食材情報、郷土の食文化情報の発信

観光客が食べる現場で、地元食材の情報を発信

・生産の現場の情景、生産者の姿を紹介、演出

・食材トレーサビリティ向上による「食への信頼感」確立

(5) 広域連携を目指す近隣観光地 / 市街地へのエクスカーションツアー開発

・近隣観光地での食事利用促進策は、地域の景観や生活文化を体験する「地産地消夕食付きのエクスカーションツアー」として設定する。

(6) イベントからスタートする「食の情景作り」による温泉街活性化

屋台村による賑わいの場作り

・温泉街の賑わい作りと地産地消・泊食分離を組み合わせた食事提供機能として、温泉街中心部で屋台村を計画する。

期間限定のイベントからの段階的アプローチ

・情景演出の場が決まっていない現状、また旅館の泊食分離の仕組みが出来ていない現状では温泉街全体の各種観光イベントと組み合わせで段階的にアプローチしていく。

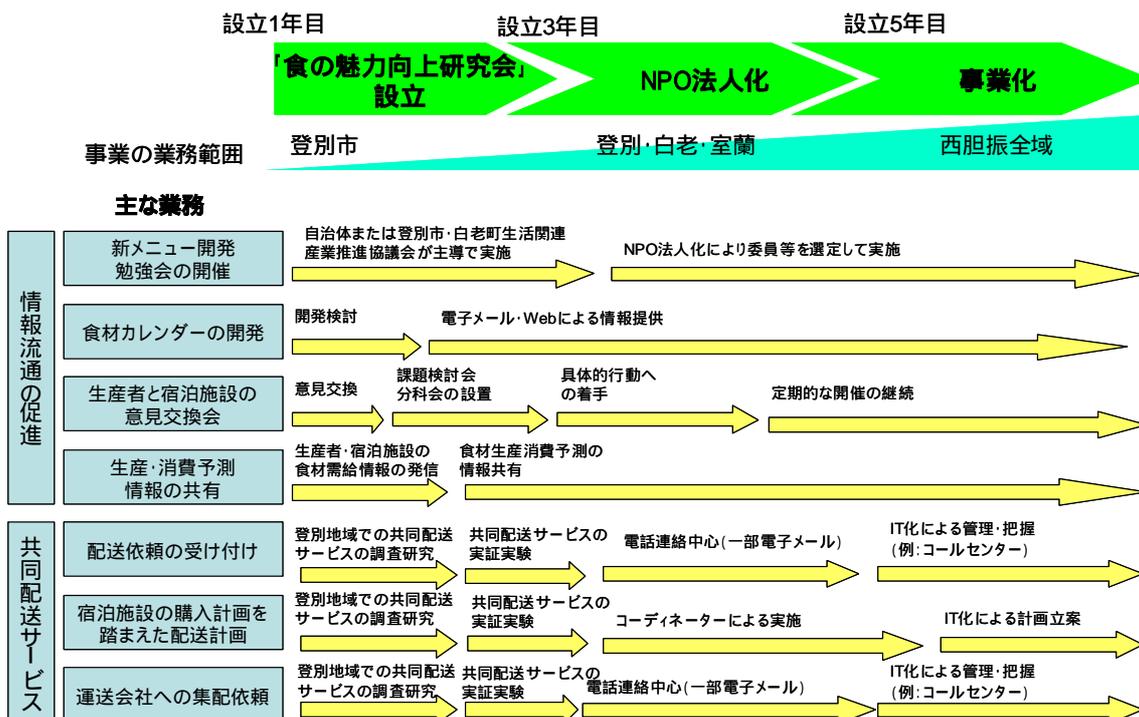
5 - 2 地産地消・泊食分離に向けての短期的な取り組み内容とスケジュール

	泊食分離への取り組み	地産地消への取り組み
H18年度	取り組み1:「食の魅力向上研究会」の設立 ・研究会セミナーの実施による関係者へのコンセンサス作り ・ニュースリリースの作成配布による地産地消運動の拡大	
	取り組み1-2:泊食分離による経営可能性調査研究 ・旅館経営における泊食分離販売の可能性調査研究 ・飲食店組合における屋台村構想の調査研究	取り組み1-2:地場食材に関する基礎データと人材の発掘 ・登別食材一覧の試作 ・登別地域の食文化をアピールするパブリシティ資料の試作 ・研究会の継続事業として定例の「料理研究セミナー」の開催
H19年度	取り組み2:ショルダーシーズンにおける地産地消・泊食分離イベントの実施 「登別温泉食彩イベント(仮)」	
H20年度	取り組み2-1:各旅館での経営課題として調査研究の継続	取り組み2-1:登別食材データベースの作成と運用開始 ・地場食材データベースの運用 ・登別温泉の食材消費予報の運用
		取り組み2-2:食のイメージアップのための情報発信 ・登別グルメガイド、グルメマップの作成と観光協会ホームページでの情報発信開始 ・食材カレンダーの情報発信開始

5 - 3 推進体制（組織体制、役割分担、支援体制など）

（1）組織体制

短期的取り組みで発足させた「食の魅力向上研究会」の活動をより組織的なコーディネート組織へと発展させる。組織形態としては設立当初は任意団体とし、NPO 法人などの法人化により本格的な事業化を目指す。



（2）組織の目標と役割

組織目標

- ・生産者と消費者（旅館経営者・調理士）の間のミスマッチを解消するための情報流通組織、配送支援組織として、新しいビジネス創造を図る。
- ・「食の魅力向上研究会」の活動実績をもとに法人格を取得する。これにより事業立ち上げ機関中に公的支援（市・道・国）を受けるための受け皿とする。
- ・この組織は特に生産者側地域との連携が不可欠であるので、周辺市町村と一体となった推進組織としていく。

望ましい組織体制、役割

- ・組織体制は民間企業（旅館経営者、生産者、流通事業者など）が主導する組織とし、行政は間接支援を行う役割とする。
- ・産地側と消費地（旅館、特に厨房）との情報交換、地場食材を商品化するコーディネーターとしての役割を目指す。

- ・コーディネーター機能に加えて、規格外品や小ロット品など、配送手段が障害となっている地場食材の流通を支援する共同配送を実施する。

業務内容案

- ・情報流通の促進（生産者 - 宿泊施設経営者 - 調理師の間を中心に）

- 食材情報の共有・マッチング

- ・食材カレンダーの開発（生産者）
- ・生産状況について生産者の情報発信（生産者）
- ・消費状況について宿泊施設の情報発信（宿泊施設）
- ・生産者と宿泊施設の意見交換会（全員） 等

- 安定供給される食材の種類と時期に関する情報共有

- ・食材の生産・消費予測情報の共有（生産者 / 宿泊施設）
- ・新メニュー開発勉強会の開催（全員） 等

- ・共同配送サービスの窓口機能設置

- 配送依頼の受け付け（要検討）
- 宿泊施設の購入計画を踏まえた配送計画の立案（要検討）
- 運送会社への集配依頼
- ・旅館組合等既存プレイヤーとの連携・支援（要検討）

- ・コーディネート業務の実施（要検討）

下記項目等を含め旅館組合等を対象とし、地産地消推進を目的とした取り組みへの連携・支援などコーディネートの役割を担う