宿泊業における食の価値向上及び地域経済への裨益効果を高める取組事例集

観光庁
Japan Tourism Agency

目次

本レポートの概要 03

事業全体や課題の洗い出しを監修いただく有識者 04

第１章　宿泊施設が抱える課題 06

第２章　課題解決事例の選定 09

第３章　食の価値向上及び地域経済への裨益効果を高める取組事例レポート 15

チェックイン～客室の施策

01　別邸 仙寿庵 16
施設を代表するロケーションでのラウンジ利用

02　江差旅庭 群来 20
部屋のドリンク類のオリジナリティ

夕食の施策

03　岳温泉 お宿 花かんざし 24
お品書き（献立表）の用意、料理の説明

04　金澤湯涌温泉 百楽荘 28
メニューの地域性、季節性のストーリー

05　NIPPONIA HOTEL 大洲 城下町 32
食器や酒器へのこだわりの有無、地域特性

06　暮らす宿 他郷阿部家 36
他の宿泊客や地域、文化環境との交流機会

食後・バーの施策

07　お宿 のし湯 40
宿泊施設周辺の飲食店との連携

朝食の施策

08　伊豆稲取温泉旅館 食べる お宿 浜の湯 44
朝食の時間や食事量の選択制、自由度

09　琉球ホテル＆リゾート 名城ビーチ 48
地産品ビュッフェ等の選択肢

10　ゲストハウスみかさ 52
仕出し等の地域連携の選択肢

本レポートの概要

目的

地域の観光産業・旅行消費の核となる宿泊業において、地域の食材の積極活用等により食の価値を高めることは、地域独自の資源を楽しみたい旅行客への訴求力を強化し宿泊業の付加価値の向上に繋がると同時に、地域経済への裨益効果を増大させることに繋がる。
一方、宿泊業における食の提供については、多くの課題が存在し、例えば、食をウリとして滞在価値を高め、付加価値向上を実現している宿泊事業者が少ない状況や、地域の食材を有効活用しきれていない宿泊事業者が一定数存在する。
本レポートでは、宿泊業の付加価値向上を進めると同時に、地域経済への裨益効果を増大させる取組のあり方について、来訪者目線を中心に課題を整理し、その解決を行なっている施設を取り上げる。その上で、対象の施設に取材を行い、課題解決の取組事例について、全国の地域・施設への横展開を目指す。

想定読者

宿泊事業者の経営者・幹部層、宿泊施設及びオーベルジュ等の料理人
全国の地方自治体及び観光協会やまちづくり会社の関係者

各章の役割

第１章：宿泊施設が抱える課題 → **全国の宿泊施設が抱える課題をまとめ、地域資源ごとに課題の洗い出しと整理を行う。**

第２章：課題解決事例の選定 → **課題解決している事例を全国の施設から検討し、取材先を選定する。**

第３章：食の価値向上及び地域経済への裨益効果を高める取組事例レポート → **全国の宿泊施設から10施設に取材を行い、食の価値向上及び地域経済への裨益効果を増大させる具体的な取組・成果等を詳細に報告する。**

第４章：考察・まとめ → **本レポート全体のとりまとめや、全国の宿泊施設への今後の横展開のポイントを整理する。**

活用場面と活用方法例

パターン❶：漠然と地域資源×食についての課題を感じている

・全国的にどんな課題が多いのか知り、自分の地域・施設に当てはめてみよう → 第１章へ

パターン❷：地域・施設に対応する地域資源の見つけ方を知りたい

・自分たちに当てはまる地域資源を調べてみよう
・地域資源活用の事例を知り、自分たちの地域・施設に当てはめてみよう → 第２章へ

パターン❸：地域資源と顧客接点を掛け合わせた打ち手の詳細を知りたい

・地域資源・来訪者目線の課題ごとに、どんな取組を実施しているのか詳細を見てみよう → 第３章へ

事業全体や課題の洗い出しを監修いただく有識者

■ 監修者

安田 亘宏 やすだの ぶひろ

旅の創造研究所所長・浦和大学客員教授

法政大学大学院政策創造研究科博士後期課程修了、博士（政策学）。1977 年、日本交通公社（現 JTB）に入社。2006 年、JTB 旅の販促研究所所長。2010 年、西武文理大学サービス経営学部教授（-2019 年）を経て現職。その間、全都道府県、海外 50 数カ国・地域を訪問。専門は観光マーケティング、観光まちづくり、ニューツーリズム。日本エコツーリズム協会運営役員、コンテンツツーリズム学会副会長。著書に、『観光サービス論』『フードツーリズム論』『食旅入門』『食旅と観光まちづくり』ほか多数。

■ 有識者

岡本 岳大 おかもと たけひろ

wondertrunk & co. 代表取締役共同 CEO

2005 年博報堂入社、世界 17 カ国の市場でビジット・ジャパン・キャンペーンを担当。大韓民国広告大賞、日本国際観光映像祭で最優秀日本遺産映像賞など、観光インバウンド関連の受賞多数。2016 年 7 月、博報堂グループのインバウンド専門会社として、wondertrunk & co. を設立。日本の地方を世界の旅先にしていくためのデスティネーションマーケティングとインバウンド富裕層旅行事業を手掛けている。観光庁、環境省、文化庁などの委員や専門家を歴任。国際観光学会会員。神奈川大学人文学研究所客員研究員。

黒田 哲二 くろだ てつじ

UDS 株式会社 代表取締役社長

977 年神戸生まれ東京育ち。隈研吾建築都市設計事務所を経て、株式会社都市デザインシステム（現 UDS）入社。その後森ビル株式会社を経て UDS 株式会社へ復帰。2020 年 4 月より現職。

※なお、この後の「課題解決実証先の選定」における選定法や表の整理等は、すべてこの有識者の監修を経て公開されているのものである。

事業全体や課題の洗い出しを監修いただく有識者

■ 監修者

佐藤 泰那 さとう やすな

株式会社ほぼ日

新卒で出版社に就職。アウトドア専門メディア『ランドネ』編集長に就任後、商品開発やイベント企画、コミュニティ運営、クリエイターのマネジメント、自治体や行政のコンサルティングに携わる。2020 年に株式会社クッカを起業。2021 年ピークス株式会社に参画し、執行役員に就任。その後、株式会社 ADDIX に合流し、メディア IP を活用した支援に取り組む。現在は株式会社ほぼ日にて、アウトドア、地域をキーワードにコンテンツ開発に従事する。一橋大学社会学部卒業。大阪府出身。

牧野 雄作 まきの ゆうさく

J-CAT 株式会社　CSO

「一休 .com」を運営する株式会社一休のベンチャー期に参画。一流旅館の予約事業責任者や日本初の高級別荘予約サイトの立ち上げ等を経験したのち、訪日旅行の Voyagin（現：楽天グループ)にてゼネラルマネージャーとして勤務。主にインバウンド富裕層向けの事業に従事。その後、NOT A HOTEL 株式会社を経て、2022 年 10 月より J-CAT に参画。CSO として、ハイエンド向け体験予約サービス「Otonami」を統括する。

龍崎 翔子 りゅうざき しょうこ

株式会社水星 CEO ／ホテルプロデューサー

2015 年に水星（旧社名：L&G GLOBAL BUSINESS）社を設立し、『メディアとしてのホテル』を掲げ、ブティックホテルブランド「HOTEL SHE,」を京都・大阪にて展開、自社にて所有・経営・運営を行う。全国各地で宿泊事業の経営再生に従事する傍ら、2021 年に金沢・香林坊に「香林居」を、2022 年に産後ケアリゾート「HOTEL CAFUNE」を開業。そのほか、自社事業で得た知見をもとに観光事業者や自治体へ向けたコンサルティングや、ホテルの自社予約 SaaS「CHILLNN」の開発・運営も行う。

※なお、この後の「課題解決実証先の選定」における選定法や表の整理等は、すべてこの有識者の監修を経て公開されているのものである。

第1章

宿泊施設が抱える課題

宿泊施設が抱える課題

課題の考え方

目的	**宿泊施設が地域資源を活用して食の価値向上を目指すために、 現状の課題を洗い出すこと。**
内容	**宿泊施設が関連する課題の抽出を実施する。**
方法	**幅広く課題を網羅するため、宿泊施設の受入目線と消費者の来訪者目線の双方の観点から、 有識者の監修のもと、課題を洗い出す。 ①受入側目線＝来訪者を受け入れる施設や地域としての課題を洗い出す。 ②来訪者目線＝実際に施設へ行きたくなる要素の逆算から足りていない課題を洗い出す。**

対象課題の抽出方法

本事業では、上記のとおり、①**受入側目線**と②**来訪者目線**の二種類の課題を洗い出している。
顧客価値を高める食体験においては、①**受入側目線**と②**来訪者目線**の双方のバランスの取れたアプローチが成功を収めることに寄与するが、①**受入側目線**より②**来訪者目線**は普段気付きにくい部分もある。

そのため、本レポートでは、②**来訪者目線**を中心に課題を整理し、その解決を行なっている施設を取り上げることとする。

※別途、本事業で制作している「地域支援・モデル化レポート」においては、受入側目線・来訪者目線の双方を紐解き、実証事業の選定に結びつけている。

宿泊施設が抱える課題

来訪者目線

来訪者の宿泊動機には施設そのものの魅力に加え、その施設でどういったサービスが受けられるかという視点も影響することから、来訪者目線で課題を洗い出すことで、多角的な課題解決に取り組む。具体的には、来訪者が施設に関わるチェックイン～チェックアウトの流れで接する可能性がある食体験を洗い出し、そのそれぞれのシーンにおいて現状存在する課題を一覧化した。

チェックイン～客室の施策	・ロビーでのウェルカムドリンク・茶菓子提供 ・施設を代表するロケーションでのラウンジ利用 ・滞在中のラウンジフリーフロー ・部屋のドリンク類のオリジナリティ ・入室時・クリーニング後等の部屋置き ・食体験を引き立てる地域体験
夕食の施策	・夕食の時間や食事量の選択制、自由度 ・お品書き (献立表) の用意、料理の説明 ・シェフとの対話 ・メニューの地域性、季節性のストーリー ・ドリンクの個性・豊富さ・地域特性 (地酒・地ビール等) ・ペアリングのクオリティ、知識の共有 ・食事場所の選択肢の豊富さ、食事場所の雰囲気 ・食器や酒器へのこだわりの有無、地域特性 ・他の宿泊客や地域、文化環境との交流機会 ・６次化の取組 ・ヴィーガン、ロカボ、ハラール等の食バリアフリー対応
食後・バーの施策	・個性的デザート ・バーラウンジ ・食事と異なる空間の提供 ・宿泊施設周辺の飲食店との連携
深夜～早朝の施策	・地域ならではの自動販売機 ・夜食・ルームサービスの提供 ・風呂にかかる飲食の提供
朝食の施策	・朝食の時間や食事量の選択制、自由度 ・お品書き (献立表) の用意、料理の説明 ・旬や新鮮な食材、地域食材の活用 ・和定食・洋定食・パン等の選択肢 ・地産品ビュッフェ等の選択肢 ・仕出し等の地域連携の選択肢
昼食の施策	・旅館での昼食提供 ・昼食弁当・ランチボックス ・近隣とのコラボレーション
その他の施策	・連泊メニュー・対応 ・アラカルトでのキーディッシュ ・提供食事と連動した土産

監修　岡本岳大、黒田哲二、佐藤泰那、牧野雄作、安田亘弘、龍崎翔子

第 2 章では、この洗い出した課題に対しての地域資源を活用した解決策についてを検討する。

第2章

課題解決事例の選定

課題解決事例の選定

選定のフロー

以下フローを、有識者とともに立案し、有識者の意見を取り入れながら課題の洗い出しと
その課題解決をすでに実施しているであろう事例調査先の選定を実施した。

STEP 1
食の価値向上及び地域経済への裨益効果を高める取組
事例調査の言語定義

↓

STEP 2
地域資源の捉え方

↓

STEP 3
食の課題と地域資源の相性

↓

STEP 4
食の課題解決事例の洗い出し

↓

STEP 5
解決の優先順位が高い課題

↓

STEP 6
地域連携での課題解決事例のピックアップ

↓

STEP 7
施設に打診・受諾後に取材

課題解決事例の選定

① 食の価値向上及び地域経済への裨益効果を高める取組事例調査の言語定義

「地域資源を生かした宿泊業等の食の価値向上事業」の言葉を分解し、それぞれの定義を定める。

キーワード	概要
地域資源 ※ 1	国の施策における「地域資源」とは地域の特徴ある産業資源で、「中小企業地域資源活用促進法」に基づき都道府県が基本を構想し、国の認定を受けたもの。具体的な定義としては、以下の３点があげられると記載。 ①地域の特産物として相当程度認識されている農林水産物または鉱工業品 ②地域の特産物である鉱工業品の生産に係る技術 ③文化財、自然の風景地、温泉その他の地域の観光資源として相当程度認識されているもの 上記の中でも、今回は③で定義されている地域資源を活用し、宿泊業等の食の価値向上を検討した。
宿泊業等 ※ 2	「宿泊」とは「寝具を使用して施設を利用すること」。なお、旅館業は「宿泊料を受けて人を宿泊させる営業」と定義されており、その要件と同義とする。
食の価値 ※ 3	「観光地における食では、食を楽しむ状況も含めた経験的な価値をいかに高めることができるかが重要なポイントであり、別の言い方をすれば、食を通して豊かな記憶を残すことに価値がある」と考えるため、本事業において、「食の価値」とは「食を通して豊かな記憶を残すこと」と定義する。

本事業の定義

全国の宿泊料を受けて人を宿泊させる施設において、「食を通じて豊かな記憶を残す」ために、下記３つの地域資源に焦点を当てて、食による消費単価向上の取組を調査する。

A：文化財（有形無形問わず文化と観光が絡む土地）
B：自然の風景地（絶景や国立公園等自然が観光価値である土地）
C：温泉その他の地域の観光資源（温泉を中心に歴史文化が根付く観光地である土地）

② 地域資源の捉え方

上記に定義した３つの地域資源について、各施設が地域資源としてどこに適応するかを理解できる下記のチェックリストを活用する。チェック後に判明した自身の地域資源カテゴリーに該当するレポートを参考に、地域資源の活用を検討することとする。なお、３方向は上記の地域資源の定義に対応するものとし、１つに当てはまるというよりも複数に当てはまることも良しとする。

No.	設問項目		カテゴリー
1	自分たちの施設自体が、文化財である。	□	「文化財」 有形無形問わず文化と観光が絡む土地
2	自分たちの地域が、歴史的な地区に指定されている。	□	
3	自分たちの地域及び周辺が、文化的な景観地とされている。	□	
4	自分たちの地域に、衣食住、祭事・行事等の風俗慣習、民俗芸能、民俗技術など継承された文化が残っている。	□	
5	自分たちの地域は、国定・国立公園・都道府県立自然公園である。	□	「自然の風景地」 絶景や国立公園等自然が観光価値である土地
6	自分たちの地域は、山や海岸、滝など自然の造形によって作られた景色が優れている場所である。	□	
7	自分たちの地域は、通年または春夏秋冬のいずれかの景勝地である。	□	
8	自分たちの地域は、自然景観に特徴がありカメラ撮影、SNS投稿が多い場所である。	□	
9	自分たちの地域には、温泉利用の宿泊施設が一定数あり通年で宿泊客がいる。	□	「温泉その他の地域の観光資源」 温泉を中心に歴史文化が根付く観光地である土地
10	自分たちの地域は、一定の歴史を有し、世間的に温泉地として認知されている。	□	
11	自分たちの地域には、温泉街が形成されている。	□	
12	自分たちの地域の温泉地周辺に自然・歴史文化・レジャーの観光スポットがある。	□	

※チェック数が２以上同数であった場合は双方を参考にする。
※ただし、外部からの印象が強いもの
（３つの地域資源において、旅行客の認知度が一番高い地域資源）を優先する。

※１一般社団法人地域資源研究所公開「2014 年 12 月 2 日 地域資源とは」（https://j-net21.smrj.go.jp/support/certified/regional_res/summary.html）を参照。
※２旅館業法（昭和 23 年法律第 138 号）「1 定義（https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000130600.html）」を参照。
※３「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」（集成版）
4 ページ目（https://www.mlit.go.jp/kokudokeikaku/souhatu/h17seika/2shokubunka/02_syu_01hokokusho.pdf）を参照。

監修　安田亘弘

課題解決事例の選定

③ 食の課題と地域資源の相性

来訪者目線で定義をした食の課題に対しての解決策を有識者と議論しながら整理した。地域資源の３つの定義を基準に、各課題に対して解決策を出しやすい（解決の相性が良い）地域資源を検討し下記の表に記載した。

宿泊施設×食の課題 宿泊施設における食のタッチポイントに応じて、課題と感じられる可能性が高いものを記載。		具体的な解決策と対象切り口 左記の課題に対して、想定しうる具体的な解決策や、３つの地域資源のそれぞれでの活用しやすさを記載。			
カテゴリー	課題項目	解決策イメージ	文化財	自然の風景地	温泉その他の地域の観光資源
チェックイン～客室の施策	ロビーでのウェルカムドリンク・茶菓子提供	チェックイン時のドリンクや菓子の地産化等	△	○	◎
	施設を代表するロケーションでのラウンジ利用	絶景テラスでの滞在、ラウンジ空間の演出が優れているなど	○	◎	△
	滞在中のラウンジフリーフロー	滞在中に使えるラウンジ、フリーフロー提供の地産化等	△	○	◎
	部屋のドリンク類のオリジナリティ	部屋の冷蔵庫に備える水や酒の地産化	○	△	◎
	入室時・クリーニング後等の部屋置き	入室時やクリーニング後に地産物を提供するなど	○	△	◎
	食体験を引き立てる地域体験	蔵見学からのペアリングのように体験が夕食に繋がるなど	◎	△	○
夕食の施策	夕食の時間や食事量の選択制、自由度	時間の柔軟さ、量やカスタマイズの柔軟さ等	○	○	○
	お品書き（献立表）の用意、料理の説明	何を使ったどんな料理か分かるお品書き、料理の説明があるなど	○	○	○
	シェフとの対話	食事中にシェフとの交流時間がある、会話ができるなど	○	○	○
	メニューの地域性、季節性のストーリー	その地域の文化やストーリー、季節の限定性が感じられるなど	○	○	○
	ドリンクの個性・豊富さ・地域特性（地酒・地ビール等）	提供ドリンクメニューの地産化、ラインナップの網羅性等	○	○	○
	ペアリングのクオリティ、知識の共有	ペアリングが高品質かつ解説がある、オリジナリティがあるなど	△	◎	○
	食事場所の選択肢の豊富さ、食事場所の雰囲気	レストランだけでなく食事場所を選べる、限定感があるなど	○	◎	△
	食器や酒器へのこだわりの有無、地域特性	文化財の建屋活用、食器・酒器等の伝統文化体験等	◎	△	○
	他の宿泊客や地域、文化環境との交流機会	宿泊客同士、地域住民との交流機会、文化体験等	◎	△	○
	６次化の取組	生産～加工～提供の６次化に取り組む、循環型農業等	△	◎	○
	ヴィーガン、ロカボ、ハラール等の食バリアフリー対応	各種食スタイルへの柔軟な変更、ある程度の理解と技術等	○	○	○
食後・バーの施策	個性的デザート	既製品の提供ではなく製造や地域店との連携等	○	○	○
	バーラウンジ	食後に酒を楽しめる環境、もしくはお店や空間があるなど	◎	△	○
	食事と異なる空間の提供	食事会場と部屋ではないサードプレイスの提供、ラウンジ等	○	◎	△
	宿泊施設周辺の飲食店との連携	食事の時に地域情報を教えてくれる、散策し地域を知れるなど	○	○	○
深夜～早朝の施策	地域ならではの自動販売機	いつでも使える売店、地産品を紹介できる無人自販機等	○	○	○
	夜食・ルームサービスの提供	夜食提供、ルームサービス地産化、食タイミングの柔軟さ等	○	○	○
	風呂にかかる飲食の提供	大浴場でのドリンク（アルコール類含む）やアイスの提供等	○	○	○
朝食の施策	朝食の時間や食事量の選択制、自由度	朝食の量変更や時間の柔軟さ、食材の選択等	○	○	○
	お品書き（献立表）の用意、料理の説明	何を使ったどんな料理かが分かるお品書き、説明があるなど	○	○	○
	旬や新鮮な食材、地域食材の活用	朝どれの食材活用、市場の直送、地域名産ジュースの提供等	○	○	○
	和定食・洋定食・パン等の選択肢	一種類の食事だけでなく選択ができる柔軟性等	△	○	◎
	地産品ビュッフェ等の選択肢	ただ品数が多いだけでなく地産品や伝統料理の幅広さ等	○	○	○
	仕出し等の地域連携の選択肢	自社での食事ではなく地域からの仕出し、周辺飲食店との連動等	◎	○	△
昼食の施策	旅館での昼食提供	昼食の提供、かつ地産食材の活用や宿泊客以外への提供等	○	○	○
	昼食弁当・ランチボックス	外に出る時に持てる BOX や弁当、テイクアウトの提供等	○	○	○
	近隣とのコラボレーション	自社で囲い込まない地域との連携、地域食材を柔軟な提供等	○	○	○
その他の施策	連泊メニュー・対応	連泊対応のオペレーションがある、メニューの柔軟さがあるなど	○	○	○
	アラカルトでのキーディッシュ	アラカルトでの注文が可能、名物料理があるなど	○	○	○
	提供食事と連動した土産	滞在中に体験したものを買える、食べたものがお土産になるなど	◎	△	○

【具体的な解決策と対象切り口の凡例】

◎　課題と地域資源の親和性が高く、取組によって地域の唯一無二の価値ができる可能性がある

○　対象の地域資源の活用によって課題解決が行えるが、来訪のきっかけまでにはならないと考えられる

△　課題と地域資源の親和性があまり高くなく、取組の結果が出にくいと考えられる

監修　岡本岳大、黒田哲二、佐藤泰那、牧野雄作、龍崎翔子

課題解決事例の選定

④ 食の課題解決事例の洗い出し

来訪者目線で定義をした食の課題に対して、具体的に解決策を実施できていると思われる施設を有識者と議論しながら整理した。同時に、事例施設が持つ地域資源やエリアを整理して記載した。

宿泊施設×食の課題 宿泊施設における食のタッチポイントに応じて、課題と感じられる可能性が高いものを記載。		事例施設イメージ 具体的に左記の解決策を実現できている施設をピックアップし、コメント。3つの地域資源との連動も含めて事例紹介を行う。			
カテゴリー	課題項目	対象宿泊施設	施設特徴・選定理由	地域資源	地域
チェックイン～客室の施策	ロビーでのウェルカムドリンク・茶菓子提供	湯河原温泉 石葉	チェックイン時には地域性を生かした明日茶葉をオリジナルブランドで制作し提供、お土産用に販売もしている。	C：温泉その他の地域の観光資源	関東
	施設を代表するロケーションでのラウンジ利用	別邸 仙寿庵	全ての客室及びロビーから谷川岳が望める。特にロビーは全面がガラス張りのロケーションを生かして宿泊客を迎え入れ、ウェルカムドリンクを提供している。	B：自然の風景地	関東
	滞在中のラウンジフリーフロー	ふふ日光	暖炉のある空間でのシャンパンサービスや利用時間の工夫、混雑対策など、ラウンジの空間作りに力を入れている。	C：温泉その他の地域の観光資源	関東
	部屋のドリンク類のオリジナリティ	江差旅庭 群来	客室内やルームサービスのドリンク類（ジュースや酒等）を施設から半径 25km 圏内の地元業者から仕入れ、インクルーシブで提供する。	C：温泉その他の地域の観光資源	北海道
	入室時・クリーニング後等の部屋置き	妙見石原荘	月代わりの茶菓子やご当地の氷菓子など、地域の伝統菓子を施設で手作りし、チェックイン時や部屋置きで提供している。	C：温泉その他の地域の観光資源	九州
	食体験を引き立てる地域体験	NIPPONIA 田原本 マルト醤油	醤油の仕込み体験と醤油蔵の宿泊をセットで提供しており、夕食時には作った醤油が提供される。地域体験×食のクオリティコントロールをしている。	A：文化財	近畿
夕食の施策	夕食の時間や食事量の選択制、自由度	出羽屋	山菜料理が有名な1日1組限定のシェフズダイニングがあり、時間やメニュー内容等をリクエストをすることができる。	A：文化財	東北
	お品書き（献立表）の用意、料理の説明	岳温泉 お宿　花かんざし	常磐ものを使った創作料理を提供する。1品ずつ、活用する地域食材や器の知識、地域の歴史等を織り交ぜたメニュー紹介とともに提供し、地域理解が深まる食体験を提供している。	A：文化財	東北
	シェフとの対話	L'évo（レヴォ）	メニューや食材だけでなく、テーブルや器まで全てが富山地域を表現しており、料理を1品ずつをスタッフが丁寧に説明し、富山を五感で楽しめる食体験を提供している。	B：自然の風景地	北陸信越
	メニューの地域性、季節性のストーリー	金澤湯涌温泉 百楽荘	時期限定の加能ガニが名物メニューとなっている。卸市場と連携し、季節毎のメニューの変更と柔軟な旬の食材選定を行っている。	C：温泉その他の地域の観光資源	北陸信越
	ドリンクの個性・豊富さ・地域特性（地酒・地ビール等）	ryugon	新潟県魚沼市にある蔵をリニューアルした宿で、地酒のラインナップが豊富である。ラウンジでの地元民謡の演奏など、空間作りにも工夫している。	C：温泉その他の地域の観光資源	北陸信越
	ペアリングのクオリティ、知識の共有	SAYSFARM	自家栽培から醸造まで一貫した自家製ワインを、料理のペアリングとして提供し、地産地消を実施している。地域の素材を活用した特産品を作り上げることで地域裨益を生み出す。	B：自然の風景地	北陸信越
	食事場所の選択肢の豊富さ、食事場所の雰囲気	柳川藩主立花邸 御花	藩主の晩酌を再現した夕食を提供する。当時の船上での川下りを再現しながら、当時と同じ酒蔵のお酒を当時の酒器で提供している。	B：自然の風景地	九州
	食器や酒器へのこだわりの有無、地域特性	NIPPONIA HOTEL 大洲城下町	城下町の古い建造物を改装して作られた分散型ホテル。食材の地産地消だけでなく、砥部焼の活用や文化財の建物での貸切ディナー等を提供している。	A：文化財	四国
	他の宿泊客や地域、文化環境との交流機会	暮らす宿 他郷阿部家	古民家をリノベーションした宿にて、女将と宿泊客が食卓を囲み夕食を一緒に食べることで、宿泊客に地域情報を発信する。地域の周遊観光に繋げ、地域全体へ経済効果が波及している。	A：文化財	中国
	６次化の取組	bi.ble ビブレ	北海道の自然と共生するオーベルジュで、施設で育てた小麦からパンを作るなど、施設で育てた食材を使った料理を提供する	B：自然の風景地	北海道
	ヴィーガン、ロカボ、ハラール等の食バリアフリー対応	里山十帖	地域に根付く自然派料理を提供する。宿泊予約時にペジタリアン・ヴィーガン・マクロビオティックといった要望を聞き取り、柔軟に対応している。	B：自然の風景地	北陸信越
食後・バーの施策	個性的デザート	星のや竹富島	沖縄の食材を活用した創作フレンチを提供する。コース後に別のラウンジで自家製のアンダギー等の地域食を提供しており、お土産販売も行っている。	B：自然の風景地	沖縄
	バーラウンジ	bar hotel 箱根香山	バーに泊まるをコンセプトに、滞在中クオリティの高いバーをずっと楽しめるよう、酒起点でデザインされた宿泊体験を提供している。	C：温泉その他の地域の観光資源	関東
	食事と異なる空間の提供	旅館 すぎもと	夕食後にサードプレイスとして、導線や照明・音楽までこだわりを持った民藝家具のあるバーを用意している。	C：温泉その他の地域の観光資源	北陸信越
	宿泊施設周辺の飲食店との連携	お宿 のし湯	黒川温泉の中心に位置する。施設内にバーを設置するほか、地域の飲食店や温泉情報の発信に力を入れ、宿泊客の食後の温泉街周遊促進に繋げている。	C：温泉その他の地域の観光資源	九州
深夜～早朝の施策	地域ならではの自動販売機	ホテル&リゾーツ 南淡路	施設内にご当地ドリンクを揃えた自動販売機を用意し、宿泊客に地域産品を販売し、地域消費に繋げている。	C：温泉その他の地域の観光資源	近畿
	夜食・ルームサービスの提供	飛騨亭花扇	地元の高山ラーメンが食べられるレストランを 21:30 ～ 23:30 に営業し、地酒と合わせて楽しめるような夜食を提供している。	C：温泉その他の地域の観光資源	中部
	風呂にかかる飲食の提供	南紀白浜 浜千鳥の湯 海舟	湯上がりどころに梅ジュースや備長炭での濾過水など、宿のコンセプトにマッチした地元飲料を最適なシーンで提供している。	C：温泉その他の地域の観光資源	近畿
朝食の施策	朝食の時間や食事量の選択制、自由度	伊豆稲取温泉 食べるお宿 浜の湯	食をテーマにした宿であり、朝食提供にも力を入れ、オーシャンビューの客室での部屋食を提供する。地域のブランド金目鯛・稲取キンメの舟盛りやオプションメニューを用意するなど自由度の高い朝食提供を行っている。	B：自然の風景地	中部
	お品書き（献立表）の用意、料理の説明	あさば旅館	地元食材を使った和朝食を提供する。朝食目的のリピーターも多い。朝食は部屋食で、献立と共に従業員が地元食材の紹介をしながら提供している。	C：温泉その他の地域の観光資源	中部
	旬や新鮮な食材、地域食材の活用	沖縄第一ホテル	沖縄の薬膳思想文化を踏まえ、50種類の薬膳料理の朝食を提供している。 地域食材の仕入れにも注力している。	A：文化財	沖縄
	和定食・洋定食・パン等の選択肢	洞爺湖 鶴雅リゾート 洸の謌	朝食メニューの自由度が高く、和洋の選択やメイン料理の選択に加えて、ハーフビュッフェで自分好みのメニューを楽しむことができ、連泊でも飽きない食事の提供をしている。	C：温泉その他の地域の観光資源	北海道
	地産品ビュッフェ等の選択肢	琉球ホテル & リゾート 名城ビーチ	全室オーシャンビューの客室から沖縄南部の海が見える。朝食ビュッフェのラインナップが豊富で、地域食材を活用した約150種類のメニューを、沖縄南部の海と紐づけた演出で提供している。	B：自然の風景地	沖縄
	仕出し等の地域連携の選択肢	ゲストハウスみかさ	地域の有名店の料理を仕出しとして提供する。地域の食文化を京都の町屋を改装した施設で堪能することができる。	A：文化財	近畿
昼食の施策	旅館での昼食提供	鶴巻温泉 元湯 陣屋	日帰り入浴に伴う懐石弁当等デイタイムの食事を充実させ、グループ利用も宿泊利用も幅広いシーンに対応している。	C：温泉その他の地域の観光資源	関東
	昼食弁当・ランチボックス	ベラビスタ スパ&マリーナ 尾道	ヨットで無人島に行くなどのアクティビティコンテンツを実施し、アクティビティ中の昼食時に、ランチ BOX の提供やオリジナル BBQ の提供等を行っている。	B：自然の風景地	中国
	近隣とのコラボレーション	楽土庵	仕入れた地域食材を元にメニューが変わるレストランを併設し、地域生産者から仕入れる地域食材を活用した料理を、宿泊客以外にも提供している。	B：自然の風景地	北陸信越
その他の施策	連泊メニュー・対応	旅館 おちあいろう	静岡牛やしらす等の地域食材を含めた豊富なメニューを用意するほか、夕食メニューを日替わりで用意し、連泊時のランチを無料提供するなどのサービスで、飽きさせない工夫をし連泊に繋げている。	A：文化財	中部
	アラカルトでのキーディッシュ	伊豆今井浜東急ホテル	施設の名物料理「ブイヤベース」をビュッフェメニューやアラカルトで提供している。	C：温泉その他の地域の観光資源	中部
	提供食事と連動した土産	陶泉 御所坊	有馬温泉最古の宿である。施設の世界観を美術作家が統一して監修し、与謝野晶子が詠った糸桜と滝川を臨む食事処を作るなど作品の世界観に沿った体験提供や、アメニティ・グッズの販売を行っている。	A：文化財	近畿

監修　岡本岳大、黒田哲二、佐藤泰那、牧野雄作、龍崎翔子

課題解決事例の選定

⑤ 解決の優先順位が高い課題

前述の表から、有識者監修の元、全国の宿泊施設で課題解決の優先順位が高い順番にカテゴリーを再整理する。

優先順位	カテゴリー	理由
第1位	夕食の施策	宿泊施設×食で接点が最も大きいのが夕食、宿泊者の満足度を高めるために最重要である。どこもこだわりが多く、地域連携も多い。
第 2 位	朝食の施策	食に力を入れている施設では2食目としての朝食がついているケースも多い。最後に食べる食事のため記憶に残りやすい。
第 3 位	チェックイン～客室の施策	施設に着いて一番最初の食の接点であり、取組次第で宿泊者の印象が大きく変わる。
第 4 位	食後・バーの施策	夕食後の食接点であり、取組次第で地域体験・周遊への入り口にもなる。
第 5 位	深夜～早朝、昼食、その他	そこまで重要度は高くないが、差別化要因としての取組に価値がある。

監修　岡本岳大、黒田哲二、佐藤泰那、牧野雄作、龍崎翔子

⑥ 地域連携での課題解決事例のピックアップ

今回のテーマは地域資源と地域食材の積極活用等により食の価値を高め、宿泊業の付加価値向上を進めると同時に、地域経済への裨益効果を増大させることである。そのため、特に地域経済への裨益効果が大きいと考えられる取組を実施している宿泊施設を、日本を 10 エリアに分けて全国から満遍なく 1 施設ずつ、さらに 3 つの地域資源のバランスを踏まえて選定・取材する。なお、第 3 章で紹介する事例は、来訪者が施設に関わるチェックイン～チェックアウトの流れで接する可能性がある食体験を「チェックイン～客室」、「夕食」、「食後・バー」、「朝食」と 4 つのカテゴリーに分けて紹介する。

優先順位	カテゴリー	課題項目	対象施設	エリア	地域	地域資源	地域連携のポイント	施設特徴
第1位	夕食の施策	お品書き（献立表）の用意、料理の説明	岳温泉 お宿 花かんざし	東北	福島県	C：温泉その他の地域の観光資源	県内からの地域食材調達	常磐ものを使った創作料理を提供する。1品ずつ、活用する地域食材や器の知識、地域の歴史等を織り交ぜたメニュー紹介とともに提供し、地域理解が深まる食体験を提供している。
		メニューの地域性、季節性のストーリー	金澤湯涌温泉 百楽荘	北陸信越	石川県	C：温泉その他の地域の観光資源	地域と組んだコース作り、時期の名産活用	時期限定の加能ガニが名物メニューとなっている。卸市場と連携し、季節毎のメニューの変更と柔軟な旬の食材選定を行っている。
		食器や酒器へのこだわりの有無、地域特性	NIPPONIA HOTEL 大洲 城下町	四国	愛媛県	A：文化財	文化観光との連動、有形文化財の活用	城下町の古い建造物を改装して作られた分散型ホテル食材の地産地消だけでなく、砥部焼の活用や文化財の建物での貸切ディナー等を提供している。
		他の宿泊客や地域、文化環境との交流機会	暮らす宿 他郷阿部家	中国	島根県	A：文化財	地域交流による地域回遊、地域消費効果向上	古民家をリノベーションした宿にて、女将と宿泊客が食卓を囲み夕食を一緒に食べることで、宿泊客に地域情報を発信する。地域の周遊観光に繋げ、地域全体へ経済効果が波及している。
第2位	朝食の施策	朝食の時間や食事量の選択制、自由度	伊豆稲取温泉 食べるお宿 浜の湯	中部	静岡県	B：自然の風景地	地の高級魚仕入れ、地域資源としての景色活用	食をテーマにした宿であり、朝食提供にも力を入れ、オーシャンビューの客室での部屋食を提供する。地域のブランド金目鯛・稲取キンメの舟盛りやオプションメニューを用意するなど自由度の高い朝食提供を行っている。
		地産品ビュッフェ等の選択肢	琉球ホテル＆リゾート 名城ビーチ	沖縄	沖縄県	B：自然の風景地	地元食材を仕入れる朝食、地域資源としての景色活用	全室オーシャンビューの客室から沖縄南部の海が見える。朝食ビュッフェのラインナップが豊富で、地域食材を活用した約150種類のメニューを、沖縄南部の海と紐づけた演出で提供している。
		仕出し等の地域連携の選択肢	ゲストハウス みかさ	近畿	京都府	A：文化財	仕出しによる地域飲食店との連携、地域一体の食体験	地域の有名店の料理を仕出しとして提供する。地域の食文化を京都の町屋を改装した施設で堪能することができる。
第3位	チェックイン～客室の施策	施設を代表するロケーションでのラウンジ利用	別邸 仙寿庵	関東	群馬県	B：自然の風景地信越	部屋だけでなく全館で地域資源としての景色活用	全ての客室及びロビーから谷川岳が望める。特にロビーは全面がガラス張りのロケーションを生かして宿泊客を迎え入れ、ウェルカムドリンクを提供している。
		部屋のドリンク類のオリジナリティ	江差旅庭 群来	北海道	北海道	C：温泉その他の地域の観光資源	施設周辺の地域商品を仕入れ、インクルーシブ提供	客室内やルームサービスのドリンク類（ジュースや酒等）を施設から半径 25km 圏内の地元業者から仕入れ、インクルーシブで提供する。
第4位	食後・バーの施策	宿泊施設周辺の飲食店との連携	お宿 のし湯	九州	熊本県	C：温泉その他の地域の観光資源	食後のバー活用、温泉×食での地域一体での周遊作り	黒川温泉の中心に位置する。施設内にバーを設置するほか、地域の飲食店や温泉情報の発信に力を入れ、宿泊客の食後の温泉街周遊促進に繋げている。

監修　岡本岳大、黒田哲二、佐藤泰那、牧野雄作、龍崎翔子

第 3 章では、それぞれの事例について取材した内容をまとめてレポートする。

第3章

食の価値向上及び地域経済への裨益効果を高める取組事例レポート

01

カテゴリー　チェックイン～客室の施策

地域資源カテゴリー　自然の風景地

食の課題　施設を代表するロケーションでのラウンジ利用

谷川岳ならではの価値を
滞在中の体験全てに紐づけて、
チェックイン時から始まる一連の食体験を実現する。

別邸 仙寿庵

関東／群馬県

群馬県みなかみ町にある「別邸 仙寿庵」では、地域を代表する地域資源の「谷川岳」をコア価値とした食体験の提供を行っている。チェックイン時に谷川岳の景観と地域食材を結びつけた説明を行うことにはじまり、ルームサービスの地産化や夕食時の地産米の提供など、滞在中の全ての体験を「谷川岳の恵み」と紐づけて提供している。

▲「別邸 仙寿庵」の外観

食の課題　解決のポイント

■風景の価値定義

地域固有の景観と豊かな食資源を紐づけることで、施設から見える景観の価値を定義づけし、チェックイン時に、定義づけした風景価値と地域食材について宿泊客に説明を行うことで、食の付加価値を向上させる。

■価値定義に沿ったサービスの徹底

滞在中の全ての体験に、定義した地域固有の価値に紐づいたサービスを徹底し、地域ならではの食体験を提供する。

施設 DATA

施設名	別邸 仙寿庵
URL	https://www.senjyuan.jp/
立地	〒379-1619 群馬県利根郡みなかみ町谷川 614
アクセス	・電車の場合 新幹線 上毛高原駅よりバスで 25 分。 上越線 水上駅より車で 8 分（送迎あり／要予約） ・車の場合　関越自動車道 水上 IC より車で約 10 分。
部屋数／宿泊定員	全 18 室
従業員数	計 66 名（うち、料理人4名）
宿泊者数	年間約 14,000 名
平均客単価	約 55,000 円

▲チェックインを行うロビーの風景

▲客室内に用意される
谷川岳の伏流水

▲客室内に用意される地産品のスナック類

地域資源カテゴリー　自然の風景地

地域資源

●谷川岳

群馬県と新潟県の県境に位置し、谷川連峰の中心的存在となる。標高は約 1,977m で、日本百名山にも選定されている。日本屈指の岩場で、特殊な地勢と気象は日本アルプスの高山に匹敵するパノラマを誇っており、四季折々の景観が美しい。（※ 1）

▲谷川岳　画像提供：PIXTA

地域食材

●谷川岳の伏流水　●地産米「水月夜」

群馬県北部に位置するみなかみ町は、谷川岳のふもと、利根川の源流域である。谷川岳の湧水や、その水によって生産される米作りが行われている。みなかみ町には地場産ブランド米の「水月夜」がある。

▲地産米「水月夜」

※1　谷川岳エコツーリズム推進協議会（https://www.tanigawadake-eco.com/tanigawadake/）

1. 課題解決の取組の具体的内容

「別邸 仙寿庵」は、ロビーや客室から谷川岳を一望できるロケーションの中で、滞在中の全ての食体験を「谷川岳の恵み」と紐づけ、宿泊客にさまざまな食体験の提供を行っている。まず、チェックインを当施設におけるサービスのイントロダクションとして捉え、全面ガラス張りのフロントスペースを活用し、宿泊客に視覚的に谷川岳を印象付けるとともに、谷川岳の豊かな水系が米や野菜、果実など、地域のあらゆる食材の質の高さをもたらしていることを従業員が説明することによって、「谷川岳の恵み」の魅力について情報の補強を行っている。

また、当施設は、ウェルカムドリンクに、地産の梅を用いたオリジナルドリンクを用意することで、谷川岳の景観と地域食材が密接に関係していることを宿泊客に印象づける工夫をしている。

さらに、客室時においては、地産の加工食品や谷川岳の伏流水等のドリンクをサービスで提供しており、夕食時においては、従業員より「谷川岳の恵み」に紐づいた食材紹介が行われているなど、チェックイン時から夕食時等の滞在中の全ての体験を通し、「谷川岳の恵み」と紐づけた一連の食体験を提供している。

加えて、当施設では地域生産者の田植えや稲刈りに従業員も参加し、生産者との交流を積極的に行っている。その体験も織り交ぜて従業員が地域食材や地酒の説明を行うことで、食の付加価値を上げている。

▲ウェルカムドリンクで提供される地産の梅で作ったオリジナルドリンク

2. 取組に至った経緯

当施設が、「谷川岳」をコア価値とした体験の提供を行うようになったきっかけは、谷川岳と隣接した土地で、自然と共存しながら施設の運営を行いたいという社長の思いからであった。その思いから、創業時より、谷川岳の価値を最大限に伝えるために、地域で採れた食材等を活用している。

「谷川岳」の価値を伝えるために、当施設の設計にあたっては、自然景観に溶け込む形で山間の川沿いに建物を作り、建物全体から谷川岳が臨めるように設計している。特に、宿泊客が一番初めに景観を目にするフロントでは、チェックイン時に山頂を含む谷川岳全体が見える景観とし、宿泊サービスのイントロダクションとしてより強い印象が与えられる工夫をしている。

また、その景観を見るだけではなく、地域特性のある体験とするためには、あらゆるコンテンツの中核に「谷川岳」を添えることとし、谷川岳にまつわる食材やアメニティ類の仕入れを行っている。その中でも特に、注力をしているのが食体験であり、ウェルカムドリンクや客室に設置するドリンク類の地産品化、夕食時に地産米を提供するなど行っている。

さらに、日常から谷川岳を中心に地域事業者と当施設の従業員との接点を創出しているため、食事等の提供時、積極的に地域や谷川岳の魅力を発信することを可能としている。

▲フロントから客室に向かう廊下はガラス張りになっている

3. 取組によって生まれた地域裨益

当施設が、宿泊客に、滞在中を通して「谷川岳」を感じさせる食体験の提供に力を入れることによって、「谷川岳」に紐づく地産品に付加価値を与え、土産物の売上の増加や宿泊客のリピーター獲得に繋げている。

また、宿泊者が客室で試食した地産の加工品を、施設内の売店で販売することで、宿泊客の消費単価を向上させるとともに、地産品の生産者の利益向上にも繋げている。

さらに、当施設が「谷川岳の恵み」として、谷川岳の水から作られる地酒や米、谷川岳の川で獲れる川魚等の地域食材を訴求することは、地域の生産者の支援にも繋がっている。夕食及び朝食で活用する地産米「水月夜」は、一生産者から始まったものであったが、当施設が継続的に仕入れを続け、周囲に紹介をすることによって、現在では、生産組合が立ち上がるなどの広がりが生まれている。加えて、「水月夜」を使った日本酒も試作中で、今後は、加工品の開発・販売も検討されており、地域食材の価値向上に貢献し、地域の新たな消費機会の創出に繋げている。

interview　株式会社 旅館たにがわ 代表取締役社長 久保 英弘氏

谷川岳の圧倒的な景観を間近に楽しんでいただけるように設計された宿です。そのロケーションを最大限に生かし、滞在いただく全ての時間を通して、視覚だけでなく食体験においても、谷川岳の恵みである地域食材を使ったお食事を提供し、従業員からも谷川岳の魅力をお客様にお届けしております。

谷川岳は景観の美しさはもちろんですが、谷川岳の湧水や豊かな土壌で育つ野菜や果物、川魚、谷川岳の水を使って作る地酒や、糖度が非常に高いみなかみのブランド米「水月夜」など、谷川岳がもたらす地域ならではの食材が豊富にあります。それら、地域食材も地域にとって大きな価値であると考えています。宿泊客の方には、この宿での滞在を通して、「谷川岳の恵み」である景観・水・食事を一連の体験として楽しんでいただきたいと考えています。

これからも、地域の生産者の方と連携しながら、一緒に「谷川岳の恵み」である地域食材の価値向上に取り組み、私たちの宿でも積極的に活用してお客様に楽しんでいただくことで地域の魅力を発信し、また来たいと思っていただけるようなサイクルを作っていきたいと思います。

02

カテゴリー　チェックイン～客室の施策

地域資源カテゴリー　温泉その他の地域の観光資源

食の課題　部屋のドリンク類のオリジナリティ

地域食材・地場産品をルームサービスで活用し、地域文化に紐づく食体験の提供を実現する。

江差旅庭 群来

北海道／北海道

北海道江差にある「江差旅庭 群来（えさしりょくてい くき）」は、ルームサービスで江差の文化に紐づいた茶菓子や地酒の提供を行っている。地元菓子店の菓子や地元産の米を使った地酒など、北前船交易で栄えた江差の文化的背景を共有する地域事業者から地場産品を仕入れ、地域文化の発信とともに、地域に根ざした食体験を提供している。

▲「江差旅庭 群来」の外観

食の課題　解決のポイント

■仕入れエリアの限定

共通の文化的背景があるエリアからの仕入れに限定し提供することで、地域ならではの食体験の提供を実現するともに、宿泊客と地場産品の接点を作る。

施設 DATA

施設名	江差旅庭 群来
URL	https://www.esashi-kuki.jp/
立地	〒043-0041 檜山郡江差町字姥神町 1 番地の 5
アクセス	・飛行機の場合　函館空港から車で 1.5 時間
部屋数／宿泊定員	全 7 室／ 28 名
従業員数	5名
宿泊者数	年間約 2,000 名
平均客単価	約 45,000 円

▲客室の様子

▲ウェルカムドリンクと「五勝手屋」の茶菓子

▲施設内で湧出する源泉 100% の天然温泉がある

地域資源カテゴリー

温泉その他の地域の観光資源

地域資源

●江差を含む檜山地域

北海道南部にある檜山地域は、山・海・川等、豊かな自然に恵まれた地域である。地域に自生していたヒノキアスナロの材質が檜に似ていたことから、生息している山を「檜山」と呼んだことが地名の由来といわれている（※1）。江戸時代にはヒノキアスナロの林業や、地域内にある江差のニシン漁で栄え、人の交流や加工品等の北前船による交易が活発に行われた。（※2、※3）

▲江差の町の風景　画像提供：PIXTA

地域食材

●地酒（日本酒）

北海道江差町産の酒米「吟風」を使った日本酒が地域の名産となっており、ふるさと納税の返礼品にも選ばれている。

▲北海道産の地酒

※1 北海道教育委員会「檜山のあらまし」（https://www.dokyoi.pref.hokkaido.lg.jp/hk/hyk/aramashi.html）
※2　江差町役場「いにしえ街道」（https://esashi.town/tourism/page.php?id=80）
※3　日本遺産ポータルサイト「江差の五月は江戸にもない―ニシンの繁栄が息づく町―」（https://japan-heritage.bunka.go.jp/ja/stories/story038/ ）

1. 課題解決の取組の具体的内容

「江差旅庭 群来」は、客室内に用意する茶菓子やルームサービスのドリンクとして、地域文化に根付いた菓子や、地域特性を生かして作られた地酒を提供している。提供される茶菓子やドリンクのルームサービスは、半径 25km 圏内のエリアから仕入れたものに限定し、オールインクルーシブで提供することで、この地域でしか味わえない地域独自の食体験の提供を実現している。

例えば、ドリンクについては、地域で採れた食材を使った当施設の自家製ドリンクや、江差のふるさと納税の返礼品にも選ばれる「江差追分」をはじめとした地元酒蔵の地酒等を幅広く提供することで、この地域ならではの食体験を強く宿泊客に訴求し、宿泊客の満足度向上に繋げている。その他、客室内に用意する茶菓子については、江戸時代から菓子作りを続ける江差の菓子店「五勝手屋」と連携し、店主に相談しながら季節に合わせた茶菓子を仕入れて提供している。また、宿泊客からの希望があれば、お土産として注文をすることも可能にしている。地域事業者の商品を茶菓子として提供することで、宿泊客と地場産品との接点を作り、地域事業者の売上拡大や店舗への送客のきっかけを作っている。

また、当施設がある北海道の江差町は、江戸時代から明治時代にかけて北前船による海上交易で栄えた港町であり、現在も当時から息づく港町の文化が、町並みや食文化に反映されている。そういった江差の文化的背景を共有する地域事業者から仕入れを行い、半径 25km 圏内に仕入れ先を限定することで、地域文化に紐づく食体験を提供している。さらに、半径 25km 圏内に仕入れ先を限定することで、生産者と直接の交流を持つことを可能とし、結果として、地場産品のルーツや特徴など、密度の高い情報を宿泊客に提供することを実現している。

▲ルームサービスでオーダーできる地酒

2. 取組に至った経緯

当施設が、ルームサービスで江差の文化に紐づいた茶菓子や地酒の提供を行うようになったきっかけは、江差の町に根付いた文化を宿泊客に知ってもらいたいという、江差出身のオーナーの思いからであった。当施設がある江差を含めた近隣の檜山地域は、江戸時代から明治時代にかけて林業や、ニシン漁とその加工品の北前船交易で繁栄した（※1）。現在も江差には、当時交易を担っていた商家や蔵等の町並みが残り、地域食材を加工した地場産品を作り売り出していく文化も地域に色濃く残っている。これら地域が持つ文化的背景を共有する檜山地域内からの仕入れに限定することによって、仕入れエリアが車で 30 分ほどで行ける半径 25km ほどの圏内にまとまった。生産者と顔を合わせて直接交流をすることができるようになったことで、従業員が、地場産品のルーツや特徴についての情報をより詳細に理解し、宿泊客に地域文化も含めた商品の紹介を行えるようになったほか、当施設の仕入れ距離も短くなり、従業員の仕入れ負担を軽くすることにも繋がっている。

また、茶菓子やルームサービスをオールインクルーシブで提供することによって、宿泊客が手軽に茶菓子やドリンク類を体験できるようにし、宿泊客と地場産品の接点を増やしている。さらに、ドリンク類はオーダー制とすることで、提供時に従業員から地域情報の発信も含め、地域文化に紐づけたドリンクの紹介を行うなど、積極的な情報発信が行えるようになった。

▲江差の「いにしえ街道」と呼ばれる町並み

※1 江差町「北前船」
（https://www.hokkaido-esashi.jp/modules/towninfo/content0083.html）

3. 取組によって生まれた地域裨益

当施設は、宿泊客の滞在時間が長い客室において、オールインクルーシブのルームサービスを活用し、地場産品と宿泊客の接点を作り、食を通して地域に根付いた文化を発信している。宿泊客にさまざまな地域事業者の商品を紹介することで、地域事業者の PR に繋げ、地場産品の認知を拡大している。また、当施設がルームサービスを通して地場産品を提供し続けることで、地域事業者の売上を作り、地域全体の売上向上に貢献している。

また、宿泊客に提供する商品を全て、当施設から半径 25km 以内の檜山地域内からの仕入れで統一することで、仕入れ先との距離が近い利点を生かして、宿泊客の希望に応じて当施設が商品を手配したり、宿泊客が仕入れ店舗や酒蔵を直接訪問したりするなど、地域事業者と宿泊客の繋がりが生まれている。その結果、宿泊客の満足度向上を実現するとともに、宿泊客に当施設周辺にさまざまな生産者がいることを訴求でき、宿泊客の地域周遊を促進している。

interview　オーナー 棚田 清氏

江差は江戸時代から林業や漁業で栄え、北前船交易の港町として人・もの・文化等、さまざまな交流が生まれる場所でした。そんな江差に根付いた港町文化の魅力を、江差に来てくださった方に届けたいという思いから、客室でのお菓子や地酒のご紹介を始めました。お客様が長く時間を過ごす客室は、地域の魅力を発信する絶好の場所であると考えます。ルームサービスを通じて、地域文化と紐づいた食体験を提供しております。当施設と文化的背景を共有する檜山地域からの仕入れに限定し、車で 30 分で会いに行ける地域の店舗や生産者さんとの連携によって、地域に根ざした食の魅力の発信に力をいれています。当施設の周辺に、さまざまな美味しいお菓子やお酒があるということを、お客様にまず体感していただけるように、より利用のしやすいオールインクルーシブにもこだわっています。まずは地域の魅力的な商品を知っていただくことが、お客様と生産者との接点となり、そこからお土産の販売や店舗訪問等に繋がっています。気に入った商品の生産者や製造の現場がすぐ近くにあるというのは旅行者にとっては魅力になります。江差でしかできない体験の提供を、これからも工夫して取り組んでいきたいと思います。

03

カテゴリー　夕食の施策

地域資源カテゴリー　温泉その他の地域の観光資源

食の課題　お品書き（献立表）の用意、料理の説明

地域食材・歴史・文化をお品書きや
料理の説明時に発信する工夫で、
付加価値の高い食体験を実現し、誘客に繋げる。

岳温泉 お宿 花かんざし

東北／福島県

福島県二本松の宿「岳温泉 お宿 花かんざし」では、夕食時に地域食材を使ったコース料理を提供している。食材や料理を紹介するお品書きが用意されるほか、従業員から、料理に使われる地域食材や器、土地の歴史等も含めた紹介が行われ、知識も織り交ぜた食体験の提供に力を入れている。

▲「岳温泉 お宿　花かんざし」の外観

食の課題　解決のポイント

■地域食材のストーリー発信

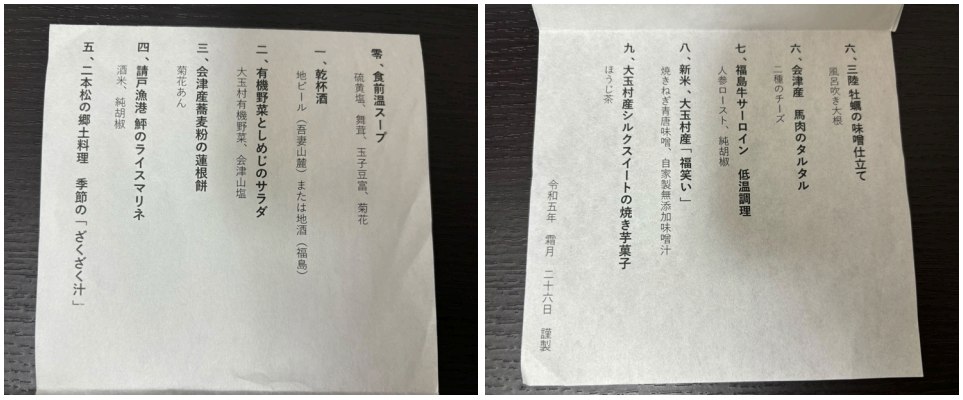
食材の仕入れ基準は鮮度や価格はもちろん、生産者の人柄や思いに共感できるかどうかも重視し、生産者との積極的な接点作りがあるからこそわかる生産から提供までの食材のストーリーを、地域ならではの価値として宿泊客に発信する。

■地域食材・歴史・文化をお品書きに

料理提供時には料理や食材の詳細を記載したお品書きを用意するとともに、旬の食材や地域での調理法、生産者の人柄についてなど、従業員の実体験を交えた口頭でのプレゼンテーションによって、お品書きの情報を補強し、宿泊客の地域食材への興味を広げ、食体験の価値向上に繋げる。

施設 DATA

施設名	岳温泉 お宿　花かんざし
URL	https://hana-kanzashi.com/
立地	〒964-0074　福島県二本松市岳温泉 1-104
アクセス	・電車の場合：東京駅より 2 時間弱。二本松駅より送迎あり（15 分） ・車の場合：東京より車で 3 時間
部屋数／宿泊定員	全 8 室／ 28 名
従業員数	計 13 名（うち、厨房料理師1名、調理補助2名）
宿泊者数	年間平均 3,400 名ほど
平均客単価	約 30,000 円



▲夕食時に用意されるお品書き

▲「鯖戸漁港鮮のライスマリネ」と
二本松の郷土料理の「ざくざく汁」

地域資源カテゴリー　温泉その他の地域の観光資源

地域資源

●安達太良山　●岳温泉

標高 1,700m の安達太良山（あだたらやま）は日本百名山の一つ。麓には「磐梯朝日国立公園」が広がる。安達太良山に源泉がある岳温泉（だけおんせん）は開湯 1200 年の歴史ある温泉。源泉から温泉街まで約 8km にわたり引き湯されることにより湯もみされた柔らかな湯が特徴。（※ 1）

▲安達太良山

地域食材

●常磐もの　●日本酒　●鯉

「常磐もの（じょうばんもの）」と呼ばれる福島の海で獲れる魚や、米や野菜、福島牛等の地域食材が豊富。安達太良山の伏流水と福島産の米を使って作られる日本酒が名産で、二本松市内に 4 つの酒蔵がある（※2）。近隣の郡山市では江戸時代より鯉の養殖が盛ん。

▲「常磐もの」のメヒカリ

※ 1 ※ 2　岳温泉観光協会公式サイト（https://www.dakeonsen.or.jp/）

画像提供：PIXTA

1. 課題解決の取組の具体的内容

「岳温泉お宿 花かんざし」では 2023 年 5 月頃より、夕食時に福島県の浪江漁港から直送される「常磐もの」の魚や地域食材を使った創作コース料理の提供を行っている。食材の仕入れは女将が担当しており、毎年従業員と味噌作り体験に行く地元の味噌蔵や、「常磐もの」を目利きして仕入れてくれる地元飲食店店長等という、地域事業者を中心に仕入れを行っている。当施設と地域事業者とを紐づけるストーリーがあることが、食材選定の大きな判断基準となっている。

その上で、宿泊客に料理を提供する際には、食材の産地や調理方法を記載したお品書きを用意している。料理は地域特性を生かしたメニューにこだわり、お品書きに記載する料理名にも、「二本松の郷土料理」「会津産蕎麦粉」「鯖戸漁港の鮃」など、必ず地域に関連する言葉を入れるよう工夫している 。また、料理提供時には、お品書きによる説明に加えて、従業員から口頭で地域や料理についての紹介も行っている。従業員全員が宿泊客に対して十分な説明が行えるよう、トークスクリプトを用意し、ロールプレイングでの実践を重ねて、一定の水準まで説明ができるようにしているほか、従業員自らが自分の言葉で食材や地域の魅力を発信できるよう、従業員と地域との積極的な交流機会を増やすことにも力を入れている。例えば、女将と従業員で、地域の酒蔵や味噌蔵等の生産者のもとを訪れ、生産の手伝いを通して交流したり、岳温泉の源泉を訪ねて、湯守文化を含めた温泉の知識を深めたりするなど、従業員が地域に根ざした「実体験」を得られるような機会を創出している。従業員の地域理解が深まることで、プレゼンテーションのクオリティが高まり、結果的に宿泊客の地域食材への関心を広げ、地域の土産物購入や地域周遊促進にも繋がっている。

▲宿泊客の食事は全て個室が用意され、部屋付きの従業員から提供される

2. 取組に至った経緯

当施設が、現在の地域食材を活用した夕食メニューと提供スタイルに変更したきっかけは、とある宿泊客からの「どこでも食べられる料理」という一言であった。以前は、仕入れ業者を通じて全国から食材を仕入れ、一般的な懐石料理を提供していたが、その一言をきっかけに、施設や地域の魅力を発信できていなかったことに気づかされ、仕入れから料理の方向性に至るまで、食の取組を一新することになった。そこでまず行った取組が、フードコンサルティングの協力を得てメニューを見直すことと、地域食材の仕入れを女将が行うことであった。女将が直接仕入れを行うことで、生産者との交流が生まれ、生産者からの声や食材の知識など、食材にまつわるストーリーをより深く理解することに繋がった。これらの情報を宿泊客に発信することが、当施設での食の体験価値を向上させ、地域食材や地域の魅力を訴求することにも繋がっていき、より地域食材の仕入れに力を入れるようになっていった。

また、女将が上記の取組等を通して地域の人と交流する中で、岳温泉の湯守の大変さに触れる機会があった。今後も地域資源である温泉を守っていくためには、歴史ある温泉地の宿泊施設の一つとして、当施設からも、その価値を発信していく必要があると感じたことで、あらためて地域資源の情報発信の重要性を認識し、食のコースづくりや地域の魅力を従業員やお品書きを使って発信していくオペレーションの構築に取り組むこととなった。

当施設の従来の顧客は、県内からの湯治を目的とした地元の宿泊客が多かったが、メニューや提供スタイルを変更してからは、県外からの地域食材を新たな体験として求める層や、料理の背景や地域文化への関心が高い若い世代を誘客することに繋がった。結果として、県外からの宿泊客が、全体の 9 割を占めるようになり、地域食材中心の夕食コースは、宿泊客から付加価値として受け入れられ、宿泊客の満足度向上と客単価の向上に繋がり、地域食材や文化の認知、理解にも貢献している。

3. 取組によって生まれた地域裨益

当施設はこれまで、仕入れ業者を通じた仕入れを行っていたため、「常磐もの」の魚を仕入れる際は、豊洲市場も挟み、

高コストとなっていた。しかし、地域の生産者や地域事業者からの直接仕入れに変更したことで、流通コストが削減され、より新鮮な「常磐もの」を低コストで仕入れることができるようになった。また、仕入れから見直した福島県産の地域食材を活用し、お品書きとともに従業員が一品ずつ料理の紹介をしながら提供する創作コース料理を始めたことで、料理やしつらえ、サービスをより手の込んだものへと革新することができた。結果として、宿の付加価値が向上し、客単価を 2,000 円ほどアップさせたが、客足が減ることもなく、付加価値が誘客促進にも繋がっている。地域食材の積極的な仕入れは、地域内で消費が減っている食材の売上貢献にも繋がっている。例えば、福島県郡山市で養殖される鯉は、全国２位の生産量（※３）を誇る地域食材であるが、骨が多く、生臭いというイメージが根強くあり、地元ではあまり受け入れられていなかった。現在は、養殖技術の改善により美味しい鯉も増えており、近隣県に出荷されているが、福島県内での鯉の消費量が伸びないことが地域の課題となっていた。そこで、当施設では鯉の仕入れも積極的に行い、夕食メニューに取り入れ、お品書きや従業員からの説明を通じて、食材の魅力の発信に力を入れているとともに、宿での消費によって、県内消費を増やすことにも力を入れている。

宿泊客と地域資源との接点を積極的に作る一連の取組は、宿泊客の地域への関心を高め、地域観光を後押しするだけでなく、当施設と地域の生産者との関係を深めることにも繋がっている。生産者から新たな地域食材や地域業者を紹介してもらう機会も増え、実際に仕入れに結びつくこともあったという。

こうした食に関する取組の他にも、当施設では、歴史ある

▲当施設に併設される観光案内所の内部

温泉地として、地域一体で持続的に観光地を盛り上げていくことにも取り組んでいる。併設するカフェで始めたマルシェでは、地域のパン屋など、安達太良山麓に関わる事業者が集まる地域のイベントとして定着しており、観光客が集まる拠点となるだけでなく、地域店舗との繋がりも生まれ、新たなコミュニティの輪が広がっている。

また、安達太良山は東北地方でも有数の登山客数を誇るものの、アクセスが良いために日帰りの登山客が多く、宿泊に繋がらないことが地域の問題となっていたが、当施設が観光案内所を作り、地域で課題を共有することにより、地域一体で街全体の魅力向上や集客を考えることができるようになった。これまであまりインバウンドの需要がない地域であったが、観光案内所を通じてアウトドア業界との繋がりが生まれ、スイスから団体の登山客が宿泊に訪れるなど、地域連携によるインバウンド需要も広がり始めている。

※３　郡山市役所（https://www.city.koriyama.lg.jp/soshiki/112/2104.html）

interview　女将 二瓶 明子氏

宿としてこの先も継続して事業を続けていくには、来てくださった方に、地元の美味しいお料理を出して、美味しいお酒を楽しんでいただくだけではなく、この街の文化や風土まで感じていただくことが重要であると考えています。街全体を楽しんでいただかないことには、どの地域、どの宿に泊まっても同じになってしまいます。安達太良山があり、そこから湧き出る温泉があり、山の伏流水（※４）があり、その恵によって美味しいお米や野菜が作られ、その土地で育った牛がいて、日本酒が作られる。そういった土地の魅力を表現したいと思っています。「宿で食を楽しむ」ことだけが目的となる滞在ではなく、街全体が目的地となり、安達太良山の山登りも楽しんで、山の恵みを味わって、温泉も楽しんでいただけるような旅を地域の方と一緒に提案していきたいと思っています。そのためにも地域で課題を共有し、地域全体で一緒に盛り上げていくことが欠かせません。地域との交流の中でこれからも新しいことを生み出していきたいと思っています。

また、自分たちが誇る地域資源の魅力を、例えば「日本で一番引き湯が長い岳温泉は湯守の方が毎日入山して管理しているからこそ泉質が守られている」や「会津に屠殺場があるから新鮮な馬肉をいただくことができる」のように、自分たちの言葉で 、ストーリーとともにお伝えして、価値を感じていただくことも大切であると考えています。ただ一方的に発信するだけでなく、旅行者の皆さんが私たちや地域の人との会話やコミュニケーションからも街の風土や魅力を感じ取っていただけるように、従業員も自然体でいられるような宿を目指していきます。

※４　国土技術制作総合研究所「伏流水とは」（https://www.nilim.go.jp/lab/rcg/newhp/yougo/words/084/html/084_main.html）

04

カテゴリー　夕食の施策

地域資源カテゴリー　温泉その他の地域の観光資源

食の課題　メニューの地域性、季節性のストーリー

地域連携の仕入れ体制を確立し、
地域のブランド食材を活用した、
季節ごとに変わる多彩なメニューを実現する。

金澤湯涌温泉 百楽荘

北陸信越／石川県

石川県金沢の宿「金澤湯涌温泉 百楽荘」では、夕食時に加能ガニや能登松茸など、石川県産のブランド食材を活用したコース料理を提供している。地域の生産者と料理人との交流機会を積極的に創出し、生産者から直接仕入れる体制を構築することで、旬の地域食材を起点とした季節ごとのメニュー変更を実施しているほか、地域のブランド食材の活用・発信による、地域の食の認知度・消費向上に力を入れている。

▲「金澤湯涌温泉　百楽荘」の外観

食の課題　解決のポイント

■地域性

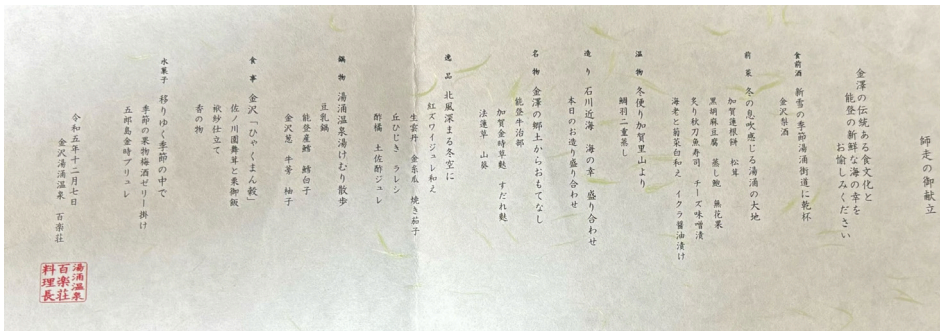
地域連携の仕入れ体制を確立し、地域食材の高付加価値化に取り組むとともに、当該食材を夕食メニューで活用することで、地域性や魅力度向上の両立を図る。

■地域連携による季節性

従業員と地域の生産者との交流機会を積極的に創出し、食材に関する情報等を収集することで、季節ごとの柔軟な地域食材の仕入れと、季節に応じたコースメニューの提供を実現させる。

施設 DATA

施設名	金澤湯涌温泉 百楽荘
URL	https://www.100raku.com/
立地	〒920-1122 石川県金沢市湯涌荒屋町 67-1
アクセス	・電車の場合：東京より約 3 時間、金沢駅から送迎バスあり ・車の場合：東京から約 6 時間
部屋数／宿泊定員	全 12 室／定員 66 名
従業員数	計 60 名
宿泊者数	年間約 20,00 名ほど
平均客単価	平均 49,000 円


師走の御献立

金澤の伝統ある食文化と
能登の新鮮な海の幸を
お愉しみください

食前酒　新雪の季節湯涌街道に乾杯
金沢祭酒

前菜　冬の見吹應じる涌涌の大地
加賀蓮根餅　松茸
黒胡麻豆腐　蒸し鮑　無花果
炙り秋刀魚寿司　チーズ味噌漬
海老と前茹白和え　イクラ醤油漬け

温物　冬使り加賀里山より
鯛羽二重蒸し

造り　石川近海　海の幸　盛り合わせ
本日のお造り盛り合わせ

名物　金澤の郷土からおもてなし
能登牛治郎
加賀金時草麩　すだれ麩
法蓮草　山葵

逸品　北風深まる冬空に
紅ズワイジュレ和え
生雲丹　金柑　焼き茹子
丘ひじき　ラレン
酢橘　土佐酢ジュレ

鍋物　湯涌温泉湯けむり散歩
豆乳鍋
能登屋鶏　鰆白子
金沢蒟　牛蒡　柚子

食事　金沢「ひやくまん飯」
佐ノ川園舞茸と茶御飯
祝鯛仕立て
香の物

水菓子　移りゆく季節の中で
季節の果物梅酒ゼリー掛け
五郎島金時プリュレ

令和五年十二月七日
金沢湯涌温泉　百楽荘

湯涌温泉 百楽荘 料理長

▲夕食メニューのお品書きには食材の生産地も記載される

▲季節性と地域性を盛り付けでも演出する

地域資源カテゴリー　温泉その他の地域の観光資源

地域資源

●湯涌温泉

湯涌温泉は金沢の市街地から車で 20 分ほどの山間にある温泉地である。開湯は約 1300 年前と伝えられており、江戸時代には湯治場として歴代加賀藩主も足を運んでいたといわれる。現在は 9 軒の旅館が集まる温泉地となっている。（※ 1）

▲湯涌温泉の風景

地域食材

●加能ガニ　●能登松茸　●能登牛

日本海で獲れる新鮮な魚介類や能登半島の山の幸など、地域食材が豊富にある。石川県で水揚げされるズワイガニ「加能ガニ」は冬の限られた期間のみ漁が許されており、希少性が高い（※2）。能登牛や能登松茸等も、希少性が高くほとんどが石川県内で流通し消費されている。

▲加能ガニ

※ 1 湯涌温泉観光協会（https://yuwaku.gr.jp/）
※ 2 JF いしかわ「いしかわの魚」（http://www.ikgyoren.jf-net.ne.jp/fish/kngani.html）

画像提供：PIXTA

1. 課題解決の取組の具体的内容

「金澤湯涌温泉 百楽荘」では、「メニューの地域性、季節のストーリー」を重視した夕食の提供を実現するにあたり、地域連携による地域食材のブランド価値向上と、当施設の料理人と地域の生産者の密な連携による、地域食材を起点とした夕食メニューの開発に力を入れている。石川県では 2002 年 8 月より、高い水準で審査した地域食材を「百万石の極み」(https://ishikawafood.com/report/1732/）と認定し、統一ブランド化しているが、当施設では、宿泊客に地域性を感じ、なおかつ地域食材の価値をわかりやすく伝えるために、「百万石の極み」に認定され、価値が可視化された食材を夕食メニューに多く活用するとともに、石川県が用意する「百万石の極み」認定食材の説明資料を、お品書きや従業員の料理説明等に効果的に活用し、宿泊客に地域食材の価値を発信している。徹底した地域のブランド食材の活用は話題性を作り、当施設が価値ある地域食材を宿泊客に提供しているということの PR にも繋がっている。例えば、当施設の夕食でも提供されている加能ガニは、地域で連携して、あえて入札額を高めることで、地域食材の価値を高めており、それと同時に話題性を作り出すことで、加能ガニを提供する宿の訴求力も高まっている。

上記の取組とあわせて行うのが、季節のストーリー性を生み出すための、料理人と生産者の密な連携による、地域食材を起点とした夕食メニューの開発である。食材の仕入れは、仲卸業者を通さずに料理人が直接生産者を訪問し行っている。特に、能登エリアにおいては、当施設が個人農家と直接連携をとることで、生産量が少なく、県外への出荷も少ない能登牛や能登松茸等の高級な地域食材を、新鮮かつ高品質な状態で仕入れられるようになっている。これにより、当施設の仕入れコストも下がり、施設の収支改善にも繋がっている。また、当施設が個人農家等の生産者から、定期的な仕入れを行うことによって、生産者の安定した売上にも貢献している。従業員と生産者の交流機会が増えることで、従業員が生産者との会話を通して、生産者の思いや、旬の地域食材に関する情報、調理方法についての知識を深めている。その結果、従業員のメニュー開発力とサービスの質が向上し、旬の地域食材を活用した季節ごとの多様なメニュー展開の実現ができ、客単価の向上にも繋がっている。

▲ 11 月から 3 月まで期間限定で提供される加能ガニ

2. 取組に至った経緯

当施設が、地域連携による仕入れ体制を確立し、地域食材のブランド価値向上に取り組むこととなったのは、卸事業部の設立が大きなきっかけであった。当施設は 1934 年創業の「能登九十九温泉　百楽荘」を母体としており、2016 年に 2 拠点目の宿として設立された。「能登九十九温泉　百楽荘」とは異なり、金沢駅から一番近い温泉街であるが、観光地のような喧騒もなく落ち着いたエリアにあることから、「湯ごもり」をテーマに落ち着いた空間作り等が行われていた。それぞれの宿にあわせた料理を提供するため、メニューは異なるが、2 つの宿の仕入れを一本化して安定した仕入れ体制を確立するため、宿が設立されてまもなくして、仕入れを自社の卸事業部で一括して行うこととなった。これにより、必要量が多い食材については安定的な仕入れを保つことで、2 つの宿でまとめてコストダウンが実現できた。安定した仕入れ体制とコストダウンが実現した頃、力を入れるメニューの食材の質を高められるようになり、当施設は、金沢でゆっくり過ごしたいという思いを持った宿泊客に対して、より強く地域性を押し出したメニューを提供するために、生産量が少ない個人農家から、地域ならではの食材を仕入れることに至った。仕入れを始めて見えた次の課題が、食材の輸送の問題だった。特に能登エリアにおいては高齢の個人農家もあり、市場まで食材を運ぶことが難しいために販売機会を損失しているという状況があった。良い食材を仕入れたくても仕入れられないという状況の中で、当施設は「食材を持ってきてもらう」のではなく、「自分たちで食材を取りに行く」ことを始めた。質の高い地域食材を仕入れるために従業員を生産地まで直接向かわせる仕組みは、生産者にとっても販売機会の創出と安定した売上確保に繋がっていった。元々、従業員一人一人に裁量権を与えることが経営方針である当施設では、一品ごとに担当者がつき、メニュー開発を一人が時間をかけて行う体制を作り出していた。この体制によって一品ずつの担当者が明確になり、従業員の料理にかける熱量や、責任をもって一品を仕上げようというモチベーションが上がっていた。こうした体制と直接仕入れによる生産者との繋がりを活用して、従業員が生産者か

ら、旬の食材に関する知識や調理方法、生産の思い等を情報収集し、より地域性や季節性を取り入れたメニュー開発ができるようになっていった。こうした取組に加え、本施設では、開発した料理の内容をまとめたノートを作成しており、開発を担当した従業員が、①開発にかけた思い、②使用している食材、③調理方法を記載している。そのノートは、宿泊客に料理を提供する従業員にも共有され、従業員が宿泊客に料理人の思いや、メニューに取り入れた地域食材のストーリーを伝えることに繋がっており、料理の地域性や季節性の付加価値をさらに向上させている。コース料理の一品ごとに地域食材が生かされたメニューは、宿泊客からの評判も高く、現在もその取組を継続している。

▲落ち着いた空間作りがされている施設内のラウンジ

3．取組によって生まれた地域裨益

当施設が地域から仕入れた地域食材を活用した夕食提供を行うことによって、宿泊客の満足度向上に繋がるとともに、地域食材のブランド認知もさらに向上している。その結果、宿泊客の地域食材への関心が高まり、地域のお土産等の売上拡大に貢献している。また、地域連携による加能ガニの高価格帯での落札など、話題性を作り、地域のブランド食材を訴求することによって、当施設の宿泊客以外にも認知を広げ、お土産購入やふるさと納税等による地域食材の消費拡大にも繋げている。

さらに、当施設の料理人と生産者の密な連携により、当施設が地域の生産者からの定期的な仕入れを行うことで、生産者の安定した売上確保を実現するだけでなく、産量が少ない食材であったとしても、品質を重視した仕入れを行うことで、地域食材の単価向上・ブランド化にも繋がっている。

加えて、当施設では、地域性と季節性を高めた食体験の提供を両立させたことで、宿泊客の満足度を高められ、客単価が約 16,500 円（2000 年頃）から約 49,000 円に向上している。当施設は、その売上をさらに良質な地域食材の仕入れに再投資し、夕食コースの付加価値と地域食材のブランド価値をより向上させるなかで、地域全体への裨益効果をもたらすことを目指している。

interview　総料理長 島田 大輔氏

日本海で獲れる新鮮な海の幸も豊かな能登の自然が育む山の幸も、1年を通して魅力的な食材が豊富にある石川県だからこそ、どの季節に来ていただいても楽しんでもらえるように、「百楽荘」では、季節を味わい地域を感じていただける夕食メニューをお客様に届けたいと思っています。季節食材に旬の魅力があるからこそ、柔軟な仕入れが要であり、地域の方との連携があってこそ実現しています。地域の方から学んだ地域食材の知識を、我々料理人が理解し、食材を活用したメニューへと反映させ、従業員がお客様へのサービスとしてお届けする。宿に人を集客することで、より多くの方に地域食材の価値をお伝えすることができる。私たちは生産者の方の代弁者だからこそ、地域の方と連携し、地域食材の価値を向上させられるような取組をしていきたいと思っています。その中の一つが、石川県産の地域ブランドの価値を高めることです。石川県が開発した高級ブドウの「ルビーロマン」や加能ガニのブランド「輝」など、石川県が誇る地域食材の初競りに参加し、その価値をしっかりと評価する金額で競り落としたいと思っています。たとえ「百楽荘」が競り落とせなかったとしても、競りに参加してブランドを評価し続けることが、石川県産のブランドの価値を高め、より多くの方に食材を知ってもらうきっかけとなり、結果的に「百楽荘」だけでなく地域全体への集客や経済への効果に繋がっていくと思います。

すぐに結果に結びつかなくとも長期的な視点で、地域の事業者の方や生産者の方と協力して一緒に石川県産の食材のブランド価値を高め観光の起爆剤となるように育てていきたいと思います。

05

カテゴリー　夕食の施策

地域資源カテゴリー　文化財

食の課題　食器や酒器へのこだわりの有無、地域特性

地域の文化資源を活用して、
空間、食事メニュー、
食器まで連動させた食体験プランを構築する。

NIPPONIA HOTEL 大洲 城下町

四国／愛媛県

愛媛県大洲市の「NIPPONIA HOTEL 大洲 城下町」は、夕食提供時に地域の伝統的工芸品である砥部焼を積極的に活用している。地域のシンボルである大洲城を起点として、大洲城の歴史文化に紐づけて空間・食事・器を連動させた夕食と、宿泊から地域周遊までをセットとした体験型プランによって、文化財を活用した地域への誘客に力を入れている。

▲老舗の割烹料亭の建物を改装した「NIPPONIA HOTEL 大洲 城下町」の客室の外観

食の課題　解決のポイント

■地域の歴史文化活用

地域の文化財のルーツとなる歴史を軸に、地域食材の選定、メニューの開発、器や空間の演出を考えて、歴史的なストーリーを感じる食体験プランに落とし込む。

■地域周遊

食体験の提供を通して、地域食材や伝統工芸品等の地域文化への関心を広げ、地域周遊までの導線を作り、地域の消費単価向上に繋げる。

施設 DATA

施設名	NIPPONIA HOTEL 大洲 城下町
URL	https://www.ozucastle.com/
立地	〒795-0012 愛媛県大洲市大洲 378
アクセス	・飛行機の場合：東京から約 2 時間 30 分 （松山空港からバス・電車等で約 1 時間 30 分）
部屋数／宿泊定員	全 26 室
従業員数	非公開
宿泊者数	非公開
平均客単価	約 45,000 円

▲宿オリジナルの砥部焼の器に盛り付けられた夕食

▲城下町の邸宅をリノベーションした夕食会場

▲地域周遊促進のために宿泊客に配布される町歩き用のマップ「THE OZU PASSPORT」

地域資源カテゴリー　文化財

地域資源

●大洲城及びその城下町

大洲城は鎌倉時代末期に築城されたといわれ、江戸時代には伊予大洲藩の政治経済の中心地として大洲城下町も繁栄した。明治以降、老朽化により天守閣は解体されていたが、地元住民による保護活動や市民からの寄付などによって 2004 年に木造復元された。現在、江戸時代から残る 4 棟の櫓は国の重要文化財、城跡一帯は県指定史跡に指定されている。城下町には、国登録有形文化財に指定される旧大洲藩主の邸宅「旧加藤家住宅主屋」や国指定重要文化財に指定される明治期の建築「臥龍山荘」等歴史的建造物が多く残る（※1）。

▲大洲城

地域食材

●大洲にまつわる食材

大洲のルーツとなる大洲藩の地誌「大洲秘録」には、地域の様々な名物や土産が記録されている。長浜の土産には、鯛、カレイ、ハマチ、タコ、青海苔等が、若宮の土産にはゴボウ、ナス、スイカ等が記されている（※2）。

▲宇和海八幡浜で取れる鯛

※1　大洲市「大洲市観光情報」（https://www.city.ozu.ehime.jp/site/kanko/1223.html）
※2　大洲市「文化財観光施設を活用した歴史体験 実証実験 実施要項」（https://www.city.ozu.ehime.jp/uploaded/attachment/25344.pdf）

画像提供：PIXTA

1. 課題解決の取組の具体的内容

「NIPPONIA HOTEL 大洲 城下町」では、地域特性を生かした食の提供にあたり、夕食時に、大洲城城主である加藤家にルーツがある地域の伝統的工芸品の砥部焼を活用している。夕食は、大洲城下町の古い邸宅をリノベーションした空間で、江戸時代に書かれた大洲藩の地誌「大洲秘録」に記された大洲城城主の献立や、大洲の名産品等を紐解き、地域食材を活用した創作料理を砥部焼の器に盛り付けて提供している。例えば、地域食材の鯛を使った郷土料理の「鯛めし」を、素材の味を引き出すフランス料理の技法でアレンジした「鯛めしル･アン風」等をはじめ、地域食材の特徴を深く理解した上で、その時々の旬の地域食材を生かした独創的な料理を開発し、当施設オリジナルで発注した砥部焼の器に盛り付けて提供することによって、宿泊客の地域食材への興味を引き出すとともに、この場所でしか味わえない料理という特別感のある食体験を作り出している。料理提供の際には、料理の説明の時間が設けられており、「大洲秘録」からの食材の活用やメニューのアレンジ、料理を盛り付けている砥部焼のルーツなど、歴史に紐づいた夕食メニューの詳細を宿泊客に紹介している。

また、夕食から城下町散策までをセットにした導線を作り、地域周遊も含めた夕食体験も提供している。当施設は、大洲城下町に残る文化財や木造建築をホテルのフロントや宿泊施設として活用しており、宿泊客が滞在中に施設を移動する際に城下町内を散策するよう、導線が工夫されている。周遊をサポートする手段として、宿泊客には地域店舗の紹介も含めた地域周遊マップが配布されるとともに、夕食提供時には、従業員から夕食体験に紐づいた地域の関連店舗の紹介が行われる。大洲城を間近に臨める夕食会場と客室を結ぶ動線上には、夕食時に提供される地域食材や銘菓を扱う観光案内所、地酒を扱う酒屋、砥部焼を販売する土産物店があり、夕食体験を通じて、宿泊客の地域周遊を促進し、地域店舗の誘客に繋げている。

▲郷土料理をアレンジした夕食メニュー「鯛めし ル・アン風」

2. 取組に至った経緯

当施設は、2020 年 7 月に大洲城及びその城下町を保存活用するため、大洲の歴史を追体験することをコンセプトに設立された。そして、本コンセプトをより宿泊客に対して体感してもらうことを目的に始めたのが、地域の歴史文化に紐づけ、空間、食事メニュー、食器まで連動させた夕食体験プランの提供であった。地域の歴史文化を紐解く中で料理長が注目したのが、江戸時代に書かれた大洲藩の地誌「大洲秘録」に記載された地域食材であった。「大洲秘録」には、当時の大洲の旬の名産や土産が詳細に記録されており、料理長は資料を元に地域食材の掘り起こしを行うとともに、地域食材に詳しい地域の観光地域づくり法人（DMO）から紹介してもらった地域の生産者や地元業者を訪ねたりして、旬の地域食材の仕入れを積極的に行うようになった。江戸時代より地域に根付いた地域食材を、そのストーリーも踏まえてより付加価値を高めて提案するために、夕食のメニューは、江戸時代の城主の献立や郷土料理をベースに、旬の地域食材の味を引き出すフランス料理の技法を使ってアレンジするなどの創作料理を開発し、そのメニューを当施設の料理に合わせて作った特注品の砥部焼の器に盛り付けて提供する。大洲城主が作らせたことに起源を持つ砥部焼を活用することによって、歴史文化に紐づいた食事の演出ができるだけでなく、地域で採れる土や水を生かした工芸品の活用であることも広い意味での地産地消に繋がるという考えから、こだわりをもって砥部焼を採用することとなった。DMO の紹介で出会った地域の窯元に依頼して、当施設の夕食コースに合わせたオリジナルの砥部焼を作り、料理と砥部焼とのコラボレーションの演出を実現させた。地域の生産者や窯元との連携によって地域資源を柔軟に仕入れる体制を作り、歴史文化をベースにしながら、地域食材や砥部焼の魅力をよりわかりやすく宿泊客に発信できるよう、メニュー開発やオリジナルの器の使用等アレンジを加えることで、宿泊客の興味関心に繋げ、地域のブランディングに貢献している。

3. 取組によって生まれた地域裨益

当施設が大洲城を起点とする地域の歴史文化のストーリーを重視した夕食体験を宿泊客に提供することによって、大洲城と地域の伝統的工芸品である砥部焼との関わりを宿泊客に訴求することができ、砥部焼の認知が拡大している。砥部焼が、宿泊客から大洲の土産物として認知されることによって、地域での砥部焼の取り扱いも増加し、販路の拡大にも繋がり、結果的に、砥部焼の窯元や、地域の土産店の売上拡大にも貢献している。

また、当施設も上記の食体験の提供によって、宿泊客の消費単価の向上を実現している。当施設での消費単価が上がることで生まれた利益は、当施設の地域食材の購入等に再分配され、当施設が仕入れを行う地域の生産者の売上に繋がり、地域経済の好循環が生まれている。

さらに、夕食体験に城下町散策も含めた動線作りの工夫により、宿泊客の地域周遊を促進させている。食体験により地域食材や地域工芸品への宿泊客の興味や理解を深めた上で、従業員から地域店舗の紹介を行うことによって、宿泊客の地域店舗での消費機会が拡大し、地域全体への裨益効果を大きくしている。

▲城下町の町並み

interview　ゼネラルマネージャー 松尾 諒介氏

一般的な企業活動における取組は収益の最大化が目的となるのですが、「NIPPONIA HOTEL 大洲 城下町」の最優先事項は文化財保全であり、そのための活用を目指しています。何世代も上から多くの人の思いと力によってずっと受け継がれてきた大洲の文化財や町並みが保全され、持続的に次の世代に受け継がれ、町の経済も活性化していくことを目指して、大洲市や地域事業者と官民連携し、役割分担をしながら取組を行なってきました。私たちが大洲市への集客を行い、DMO が旗を振り、テナントの誘致やアクティビティ開発など、観光まちづくりの企画を行っています。地域で役割分担し、連携しながらそれぞれが得意分野で地域価値向上を目指す体制が重要であると考えています。

私たちのできることは大洲にある素晴らしい文化財や食資源、伝統工芸を発信することで、地域の魅力を伝え、地域に人を呼び込むこと、そして、宿泊客の方に大洲ならではの体験をしてもらうことであると考えています。大洲の町のシンボルである大洲城が食事会場となり、空間、食事、器等すべてにこだわり、地域の文化資源を活用した大洲の歴史を追体験できるような食体験として提供しています。夕食体験から、地域回遊まで繋がる一連の体験を通して宿泊客の方が大洲の町全体を楽しんでいただくことで、町が賑わい、そこで生まれる利益が、再び町の保全に活用することができています。町の資源を活用し、地域連携によって実現しているこの好循環を、これからも引き続き活性化させていきたいと思います。

06

カテゴリー　夕食の施策

地域資源カテゴリー　文化財

食の課題　他の宿泊客や地域、文化環境との交流機会

夕食時に宿の女将と宿泊客が食卓を囲み、世界遺産に認定される「石見銀山」の生活文化を食体験を通して発信する。

暮らす宿 他郷阿部家

中国／島根県

島根県大田市にある「暮らす宿 他郷阿部家（たきょうあべけ）」では、夕食時に旬の地域食材を活用した家庭料理を、女将と宿泊客同士が一緒に食卓を囲んで団らんしながら食べるという食体験を提供している。食事メニューだけでなく、地域で実際に暮らす女将との交流も通して、地域の食文化や地域情報を発信し、世界遺産に認定される「石見銀山」の生活文化を宿泊客に伝える食体験の提供に力を入れている。

▲「暮らす宿 他郷阿部家」の外観

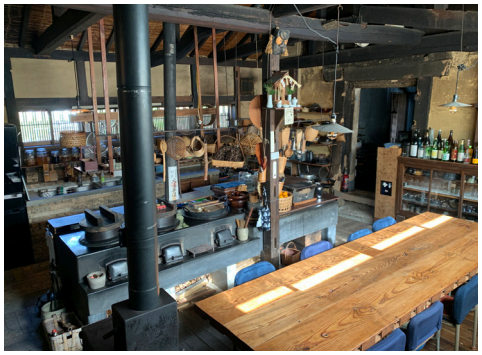
食の課題　解決のポイント

■女将との食卓を囲んだ交流

宿泊客同士と女将が食卓を囲んで団らんする交流の場を創出し、地域の食文化や暮らしについて等の話題等を多く提供することで、宿泊客の地域理解を深め、食体験の価値向上に繋げる。

施設 DATA

施設名	暮らす宿 他郷阿部家
URL	https://kurasuyado.jp/
立地	〒694-0305 島根県大田市大森町ハ159-1
アクセス	・飛行機の場合：羽田空港から約3時間（出雲空港から電車・バス or 車で約1時間30分） ・電車の場合：東京駅から約6時間30分（広島駅から高速バスで約2時間30分）
部屋数／宿泊定員	全2室／定員10名
従業員数	計6名（うち、料理人1名、料理補助2名）
宿泊者数	年間平均1,000名ほど
平均客単価	約50,000円



▲夕食会場となるダイニングは
台所と仕切りなく繋がっている

▲女将の松場登美氏と宿泊客同士で
食卓を囲み団らんする夕食風景

▲夕食の定番メニューのかまどで炊いた
出雲産「結び米」のおむすび

地域資源カテゴリー　文化財

地域資源

●石見銀山遺跡とその文化的景観

石見銀山は16世紀前半から20世紀にかけて採掘から精錬まで行われたアジアの代表的な鉱山。900カ所以上ある坑道や鉱山跡、銀生産に携わった人々の集落や町並み、街道、港湾施設等を含む範囲が「石見銀山遺跡とその文化的景観」として2007年に世界遺産に登録された（※1）。銀の生産から搬出に至る土地利用の全体像が今も残り、自然と調和しながら、「文化的景観」として現在も大森町の人々の暮らしに伝えられていることが高く評価されている（※2）。

▲大森町の町並み

地域食材

●里山の野菜　●山陰の魚介

むかごや自然薯、サツマイモなど、里山ならではの季節ごとの食材が豊富にある。また、島根県沖は海洋条件に恵まれ日本海有数の好漁場となっている。のどぐろやアジ、カレイなど、新鮮な海の幸が水揚げされる（※3）。島根県・隠岐では全国で最も早く岩ガキの養殖に成功し、「隠岐のいわがき」ブランドとして生産が盛んである（※4）。

▲のどぐろ　画像提供：PIXTA

※1　島根県「石見銀山遺跡の概要」（https://www.pref.shimane.lg.jp/life/bunka/bunkazai/ginzan/outline/outline.html）
※2　石見銀山世界遺産センター　（https://ginzan.city.oda.lg.jp/highlights/take_over_heritage/）
※3　島根県観光連盟「しまね観光ナビ」（https://www.kankou-shimane.com/gourmet/seafood/）
※4　島根県「隠岐のいわがき（日本海のミルク）」（https://www.pref.shimane.lg.jp/industry/suisan/shinkou/gyosei_info/oki_iwagaki/）

1. 課題解決の取組の具体的内容

「暮らす宿 他郷阿部家」では、武家屋敷の趣を残す空間で、女将と宿泊客が一緒に食卓を囲んで食事をするという夕食体験を提供している。その日に初めて会う宿泊客同士と女将が食卓を囲んで団らんするという場を創出し、地域の家庭料理がいただける夕食メニューと地域文化を話題にする食事中の会話を通して、食体験の付加価値を高めている。初めて集まるメンバーでも会話が楽しめるように、チェックイン時に従業員が 30 分ほどかけて施設内を案内しながら、当施設の建物や暮らしぶりについての紹介を行うほか、客室内に当施設の暮らしや地域の観光情報をまとめたオリジナルの冊子を用意したり、夕食前に当施設が改修されるまでのストーリーをまとめた動画を鑑賞する時間を作ったりするなど、夕食までの時間を活用して、宿泊客に当施設や地域についての様々な情報を発信し、話題を多く提供する工夫をしている。その結果、宿泊客が地域の暮らしや当施設についての情報を持った上で、女将との交流を行うことができ、地域の暮らしや地域文化についてのより具体的な会話が生まれている。

また、料理は、「その時々、地域で手に入る旬のものを使って作る美味しい家庭料理こそが最高のおもてなしである」という女将の考えのもと、地域の旬の食材を活用して、この土地ならではの食文化と季節性を取り入れた家庭料理を宿泊客に提供している。料理に使う食材は、出雲産の「結び米」や島根県産ののどぐろなど、女将と料理人が取組に共感した生産者から仕入れるほか、料理人自らが里山で採集した食材や従業員が畑で育てた野菜など、土地の縁と人の縁を重視して仕入れを行っている。

さらに、「家庭料理を豊かにしたい」という思いから、宿泊客がレシピを自宅に持ち帰ることができるよう、ほぼ全ての料理のレシピカードを用意している。地域の食文化や地域食材の魅力を、誰にでも作りやすいレシピに落とし込み、宿泊客にわかりやすく伝えることで、宿泊客の地域の生活文化への興味関心を広げ、宿泊客が自宅に帰った後も当施設での体験を想起させる工夫をしている。

当施設が団らんの場を作り、食体験を通して地域の暮らしについての発信を行うことで、宿泊客は地域の生活や食文化への理解を深めながら楽しく食事をすることができるため、満足度向上に繋がっている。会話を通して、「夏は建具を替え、冬は火鉢を出す」など、当施設や地域の季節ごとの生活文化についての紹介を行い、具体的な暮らしのイメージまで想起させることで、宿泊客は他の季節にも再訪したいという思いも抱き、リピートの促進にも繋がっている。

加えて、夕食時に従業員が宿泊客の翌日の観光予定を聞き、希望者には従業員による当施設の関連施設を中心とした町内の案内や、地域の観光ガイドツアーを紹介し、地域周遊を促進している。

▲宿で提供するメニューのレシピを持ち帰れるレシピカード

2. 取組に至った経緯

当施設が、夕食時に女将と宿泊客が食卓を囲み、世界遺産に認定される「石見銀山」の生活文化を食体験を通して発信する取組を始めたきっかけは、地域に残る建物だけでなく、そこに息づく暮らしや文化も含めて次世代に繋いでいきたいという女将の考えからであった。

当施設のある島根県大田市大森町は重要伝統的建造物群保存地区に指定され、2007 年にはその一帯が「石見銀山遺跡とその文化的景観」として世界遺産に登録された。石見銀山は、周辺環境に配慮した「自然環境と共存した産業遺産」として、「鉱山活動の及んだ土地利用が今も人の暮らしとともに続く状態」ということが評価されており、大森町の町並みや町に息づいている生活文化も含めて世界遺産となっている。当施設は、世界遺産に登録される文化的景観を構成する一部であり、石見銀山の地役人が暮らしていた武家屋敷として県指定史跡となっている。女将は、大森町の風景を次の世代に繋げていくには、建物だけでなく、そこに根ざした暮らしや文化も含めて再生する必要があると考え、当施設に実際に暮らしながら、10 年以上かけて改修を行い、その暮らしをベースとして、宿

泊客に「暮らし」を体験として提供する「暮らすように泊まる」ということをテーマにした当施設を開業させた。暮らしの一環として、食事においても、季節ごとにその土地で採れる食材を活用した家庭料理を提供し、宿泊客と女将が食卓を囲んで団らんする食体験を創業当時から提供している。

3. 取組によって生まれた地域裨益

当施設の夕食時における地域文化を話題に交流する団らんの機会の提供は、宿泊客に対して、この場所でしか味わうことのできない食体験として強く印象付けるとともに、地域の食文化や暮らしについての地域理解を深めることに繋がっている。その結果、宿泊客の地域周遊が促進され、地域周遊バスやガイドの利用、地域店舗での買い物など、地域内での消費単価の向上が実現し、地域経済の活性化に貢献している。

また、当施設が地域に根付く生活文化に価値を置き、武家屋敷を改装した建物での季節ごとの暮らしぶりを、体験を通して宿泊客に発信することは、文化財に指定される建物や地域資源である古い町並みの価値向上にも繋がっている。その結果、宿泊客の地域の生活文化への興味を広げることになり、「他の季節にも来てみたい」と季節ごとに再訪するリピーターの獲得を実現するなど、地域の関係人口の増加に寄与している。

▲冬になると軒下で干して手作りする柚餅子は、夕食メニューにも登場する

interview　相談役 松場 登美氏

「他郷阿部家」では、古き良きものから本質を学び、未来的な視点で創造する「復古創新」という考えを企業理念にしています。その考えから、料理についても郷土料理に捉われることなく、郷土料理のエッセンスや地域食材をベースに、現代的な調理法やアレンジを加えて「切り干し大根のペペロンチーノ」や「奈良漬の玄米ピザ」など、「他郷阿部家」ならではの家庭料理を創作しています。季節ごとに梅干しを干したり、へしこや干し大根を作ったり、手間はかかりますが、かつての暮らしの中には当たり前にあったけれど、今では珍しくなってしまった食文化も継承し、従業員の家族等も参加して楽しみながら続けています。極力既製品は使わずに、その時々に手に入るものでおもてなしすることが、お客様にとても喜んでいただけております。地域の暮らしぶりやこの町に暮らす人こそが観光資源であり、価値の源泉であると感じています。だからこそ「他郷阿部家」では、一方的にサービスを提供する関係性ではなく、宿泊客の方との交流やコミュニケーションを大事にしています。多くの方との交流を通して、私たち自身も、「他郷阿部家」や石見銀山の価値を再発見することが多くありました。旅人を受け入れることは、外からの視点での地域文化の再発見に繋がると実感しています。これからも地域と連携し、宿に来てくださる方との交流を通じて、土地に根ざした暮らしを継承し、未来を見据えた新しいライフスタイルを発信していきたいと思っています。

07

カテゴリー 食後・バーの施策

地域資源カテゴリー 温泉その他の地域の観光資源

食の課題 宿泊施設周辺の飲食店との連携

地域施設との連携により、
温泉街周遊を促し、
食後の食体験の創出と地域の消費拡大を実現する。

お宿 のし湯

九州／熊本県

熊本県阿蘇の黒川温泉にある「お宿 のし湯」では、温泉街という立地を生かし地域全体での食の価値向上と消費拡大を目指すため、宿泊客の地域周遊を促す取組に力を入れている。温泉利用だけでなく飲食・土産物購入にも使える地域共通の「入湯手形」の使い方を積極的に宿泊客に訴求するとともに、施設内にバーを用意し地域周遊のための導線を作ることで、温泉街を周遊しながらの食後の食体験の創出と、湯巡りに紐づく地域の食の消費拡大に繋げている。

▲「お宿 のし湯」の外観

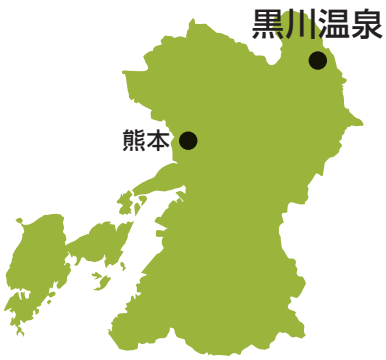
食の課題　解決のポイント

■食後の食体験を創出する仕組みの構築

「入湯手形」等の地域一体での取組やバーの整備によって、客室から施設内バーへ、施設内バーから地域への導線を作り、地域周遊を促すことで黒川温泉郷ならではの食体験の提供を実現する。

施設 DATA

施設名	お宿 のし湯
URL	https://noshiyu.jp/
立地	〒869-2402 熊本県阿蘇郡南小国町大字満願寺 6591-1
アクセス	・飛行機の場合：熊本・熊本空港から黒川バス停まで約2時間。 黒川バス停から送迎バスあり ・車の場合：日田ＩＣから 60 分
部屋数／宿泊定員	全 11 室
従業員数	計 51 名（のし湯を含めた3施設の運営）
宿泊者数	年間平均 8,000 名ほど
平均客単価	約 30,000 円



▲「入湯手形」を購入すると木製の手形とともに、利用できる施設を紹介するマップが配布される

▲ 250年以上前の古材を使い建てた館内の様子

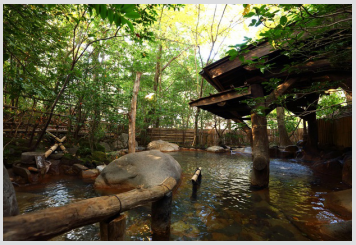
▲黒川温泉郷の景観

地域資源カテゴリー　温泉その他の地域の観光資源

地域資源

●黒川温泉郷

江戸時代より湯治の湯として知られていた熊本県阿蘇にある温泉地で、30軒の旅館が集まっている（※1）。緑豊かな里山に囲まれた環境と、各宿が趣向を凝らした露天風呂が特徴である。

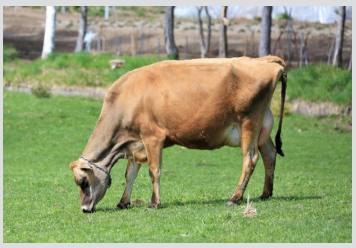


▲黒川温泉の露天風呂

地域食材

●小国ジャージー牛乳とその加工品
●阿蘇の湧水を使用したご当地サイダー

熊本県阿蘇小国は全国的にも珍しいジャージー牛を飼育しており、ジャージー牛乳及びジャージー牛乳を加工した飲むヨーグルトやソフトクリーム等が地域の特産品となっている（※2）。また、阿蘇の湧水や黒川温泉の湧水を使ったサイダーもご当地ドリンクとして人気がある。



▲ジャージー牛

※1 黒川温泉観光旅館協同組合「黒川温泉」（https://www.kurokawaonsen.or.jp/about/）
※2 ふるさとチョイス（https://www.furusato-tax.jp/feature/detail/43424/10421）

画像提供：PIXTA

1. 課題解決の取組の具体的内容

「お宿 のし湯」は、地域一体の取組である「入湯手形」の導入やバーの整備など、宿泊客の地域周遊を活性化させるための取組を行っている。

「入湯手形」の導入等による地域周遊では、食後において、黒川温泉郷にある温泉旅館を巡りながら、地域の名物であるジャージー牛乳やサイダーなど、入浴後にマッチしたご当地ドリンクを体験することができ、温泉街の街歩きを地域の名物と繋げ、黒川温泉郷ならではの食の体験を実現している。

黒川温泉郷にて実施されている「入湯手形」とは黒川温泉の旅館組合が用意する地域共通の通貨で、一枚 1,500 円の手形を購入すると、①温泉街にある旅館の露天風呂の中から好きな3か所を巡って入浴する、または、②2か所の露天風呂を巡り、地域店舗での飲食またはお土産購入に1つ利用する、という2種類の使い方ができる。②で引き換えることができる飲食やお土産には、温泉入浴後にマッチするサイダーや小国ジャージー牛乳等のご当地ドリンクなど、地域の名物が多数揃っており、宿泊客は「入湯手形」を通して、温泉街を周遊することと併せて食体験を楽しむことができる。

また、当施設では、購入可能な土産物やご当地ドリンクなど、「入湯手形」を活用した地域周遊のプランを提案しており、「入湯手形」の販売を促進している。

さらに、通常であれば夕食後に部屋にこもってしまう宿泊客を部屋から外出させるための仕掛けとして施設内にバーを用意している。夕食終了時に、従業員から宿泊客へバーの利用を促し、宿泊客を客室からバーへ、バーから地域へとシームレスに繋ぎ、地域周遊を促進させている。

▲施設内にあるバーの様子

その結果、黒川温泉郷の湯巡りと組み合わせた地域名物の食べ歩きという温泉街ならではの食体験の機会が創出され、地域での食の消費拡大を実現している。

2. 取組に至った経緯

当施設が、地域一体の取組である「入湯手形」の導入や施設内バーの整備等を実施し、宿泊客に提供を始めたきっかけは、夕食後に部屋にこもってしまう宿泊客を部屋から外出させ、地域全体で新たな消費のタッチポイントを創出する必要性を感じたからである。

黒川温泉郷は小規模な旅館が集まった温泉街であるため、一施設のみでの団体客受け入れが難しく、個人客の客単価を上げることが地域全体の課題となるが、施設ごと単館での対策では限界があることから、地域共通の解決策が必要であると考えた。そこで、旅館組合が主導し、個人旅行客向けに温泉街の各施設が連携して地域全体のプロモーションを行い、地域への誘客を目指すようになった。そこで生まれた取組が「入湯手形」である。2022 年 6 月から、宿泊客と地域の食とのタッチポイントをさらに増やすために、入浴以外に地域での飲食や土産物購入にも使えるよう、「入湯手形」の仕組みがブラッシュアップされた。

3. 取組によって生まれた地域裨益

当施設が施設内バーを整備し、「入湯手形」を導入することで、夕食後に宿泊客の温泉街への周遊が促進された結果、地域店舗や他の宿泊施設に宿泊客が訪問し、温泉街ならではの温泉たまごや、地域の特産物であり黒川温泉の街歩きグルメである小国ジャージー牛乳やソフトクリーム、サイダー等の食べ歩きコンテンツの売上増加や、お土産購入等の消費が生まれ、地域全体での売上向上に繋がっている。

また、「入湯手形」の利用者が増え、収益が増加することによって、旅館組合が「入湯手形」の収益を使い黒川温泉全体の PR に力を入れ、地域一体への誘客に結びついている。黒川温泉という地域全体のブランディングによって、地域一体での集客が促進され、各施設からの地域食材の仕入れ増加等により地域の生産者の売上向上や地域周遊の拡大など、多くの経済効果に繋がっている。

interview 有限会社富士屋 穴井 実沙氏

黒川温泉には「黒川温泉一旅館」というコンセプトがあります。温泉街の 30 軒の旅館と、黒川の里山の風景、全てを一つの旅館として考え、地域一体で黒川温泉を盛り上げてまいりました。山々に囲まれた小さな温泉街だからこそ、旅館同士の結束も固く、「一軒で儲かろうとしても一軒も儲からない」という考えのもと、地域で協力しあって様々な施策に取り組んでいます。地域全体での取組を成功させることが、「のし湯」をはじめ地域のそれぞれの旅館への集客に繋がると考えています。地域の取組に対して、「のし湯」としてできることは何かと考えた時のアイデアの一つがバーの取組でした。地域周遊を促すためにはまず、お客様を客室の外に連れ出すことが不可欠です。施設内に、お客様が客室の外で楽しめるような仕掛けを作り、そのきっかけとしました。「のし湯」を拠点として、他のお宿の露天風呂巡りも、ご当地グルメの食べ歩きも、地域食材のお土産の購入も含めて地域周遊を満喫していただき、黒川温泉ならではの食体験を楽しんでいただきたいと願っています。

さらに今、地域事業者が主体となり、地域一体型フードコートの整備を検討しています。黒川温泉郷の新たな楽しみ方の提案として、宿泊客の方に宿の夕食を食べた後の二軒目需要で使ってもらったり、素泊まりの観光客の方が飲食を楽しめたり、地域食材の PR の拠点としていきたいと考えています。これからも黒川温泉ならではの魅力を発信していけるよう、引き続き地域一体で取り組んでいきます。

08

カテゴリー 朝食の施策

地域資源カテゴリー 自然の風景地

食の課題 朝食の時間や食事量の選択制、自由度

地域資源の絶景と地域食材を生かした名物メニューの組み合わせ、そして、宿泊客のニーズに合わせた自由度の高い朝食でリピーターを獲得し、地域裨益向上に繋げる。

伊豆稲取温泉 食べるお宿 浜の湯

中部／静岡県

静岡県東伊豆にある「伊豆稲取温泉旅館 食べるお宿 浜の湯」は、朝食時に地域食材である稲取キンメの舟盛りを提供している。選択制で「稲取キンメのお茶漬け」等の追加ができるほか、太平洋を望む絶景が眺められる部屋で時間を気にせず朝食を楽しむことができるなど、宿泊客に自由度が高い豊かな食体験の提供に力を入れている。

▲「伊豆稲取温泉 食べるお宿 浜の湯」の外観

食の課題　解決のポイント

■柔軟な朝食

従業員を増員し、客室ごとに担当の従業員をつける部屋食での朝食提供によって、宿泊客への柔軟な対応を実現し、宿泊客の満足度及び客単価の向上に繋げる。

■漁港連携

地域食材の積極的な仕入れで、生産者の地域内出荷の意識作りと、仕入れを通じた生産者との繋がりによる品質に係る情報提供によって、質・量ともに安定した仕入れを実現させる。

施設 DATA

施設名	伊豆稲取温泉 食べるお宿 浜の湯
URL	https://www.izu-hamanoyu.co.jp/
立地	〒413-0411 静岡県賀茂郡東伊豆町稲取 1017
アクセス	・電車の場合：東京駅より 2 時間 30 分。（伊豆急行線稲取駅から送迎あり） ・車の場合：東京より約 2 時間 40 分。
部屋数／宿泊定員	全 54 室／定員 200 名
従業員数	計 100 名（うち、厨房調理師 12 名）
宿泊者数	非公開
平均客単価	約 35,000 円

▲「舟盛」をはじめとする朝食メニュー

▲朝食会場となる客室からは太平洋が眺められる

▲朝食時に提供される釜炊きご飯

地域資源カテゴリー

自然の風景地

地域資源

●伊豆半島東海岸　●稲取温泉

伊豆半島東海岸では、天城の山並みを背に広々とした大海原に伊豆七島を臨む大パノラマを楽しむことができる。稲取温泉は伊豆半島東海岸に小さく突き出た岬にある天然温泉で、1956 年に約 57 度の天然温泉が湧出したのがはじまりである（※1）。美しい眺望が広がる露天風呂のある旅館も多く、温泉に入りながら絶景を眺めることができる。

▲稲取温泉の風景

地域食材

●稲取キンメ

稲取漁港では明治時代より金目鯛漁業が盛んで、立縄釣りと呼ばれる一本釣り漁が行われている（※2）。一尾ずつ丁寧に水揚げすることで魚体へのダメージが少なく、新鮮で質の良い金目鯛を獲ることができる。身が厚く脂のりが良い金目鯛は「稲取キンメ」としてブランド化され地域の名産品となっている（※2）。

▲稲取キンメ

※1　稲取温泉旅館協同組合（https://inatorionsen.or.jp/spa_inatori/）
※2　伊豆稲取温泉・食べるお宿 浜の湯「金目鯛姿煮物語」（https://www.izu-hamanoyu.co.jp/dining/kinme.html）

画像提供：PIXTA

1. 課題解決の取組の具体的内容

「伊豆稲取温泉 食べるお宿 浜の湯」では、朝食時に稲取漁港から直送される地域食材のブランド金目鯛「稲取キンメ」や伊豆の新鮮な魚介類を使った舟盛りの提供を行っている。一般的には夕食時のメニューとして提供されることが多い舟盛りを、質・量ともに夕食時と変わらないクオリティで朝食時にも提供している。また、「稲取キンメのお茶漬け」等をオプションメニューとして用意するほか、それらを部屋食とすることで、時間を気にすることなく、食事量等の調節も可能とした、自由度が高い食体験を実現させている。さらに、当施設では、朝食がチェックアウト前の宿泊客との最後の接点であるということを好機と捉え、宿泊客の印象に残りやすい朝食時に、従業員と宿泊客との会話の機会を設け、従業員が朝食を通して地域情報の提供を行っている。当施設では、客室ごとに専任の従業員がつき、宿泊客のパーソナリティーに合わせた接客で、地域食材や地域についての情報提供を行い、地域周遊を促進している。当施設は、従業員が地域食材や地域資源の魅力に加え、観光情報を宿泊客に提供できるよう、日頃から従業員同士の情報交換や、地域食材についての情報のインプットの機会を設け、情報価値の向上に取り組んでいる。例えば、当施設は季節に合わせて２か月に１回コースメニューの変更を行っており、献立内容が変わるごとに料理説明会を行い、従業員と料理や素材について共有するだけでなく、料理人と従業員との交流の場ともしている。こうした取組によって、共有会以外でも、日頃から従業員が料理人に出汁の取り方や調理の工夫、食材の知識等を質問したりすることに繋がっている。また、客室を担当する従業員からも、宿泊客が食べ残した料理や箸をつけなかった料理に対する宿泊客の具体的な反応を料理人へ伝えるなど、互いに情報を共有し、サービスの向上に取り組んでいる。従業員が地域や地域食材についての理解を深め、地域観光にも繋がる情報を宿泊客に提供することで、宿泊客の地域周遊にも結びつき、地域での消費機会の創出にも繋がっている。

加えて、上記の朝食提供を行う上で、地魚等の地域食材の仕入れにも力を入れている。夕食と朝食の２度、稲取キンメをコースメニューに取り入れているため、他の宿よりも多くの稲取キンメを仕入れる必要があり、そして、「食べる宿」をテーマとした本施設では、提供食材の質の良さも重要視していることから、量と質のどちらも意識した仕入れが重要となってくる。そこで、当施設では、地域内で質を落とすことなく、安定した仕入れ量の確保のために、他の市場等に買い付けに行くのではなく、稲取漁港の入札権（※１）を取得し、あえて稲取漁港での仕入れを継続して、地域での稲取キンメの需要を維持し、一層伸ばしていくことで、生産者の地域内出荷の意識醸成を図っている。仲卸を通さずに直接競りを通して仕入れをすることで、宿が理想とする高い水準の稲取キンメを入手することにも繋がっている。地域の漁港と長年に渡り取引を続けることで、今では漁港から食材の旬の時期や漁の状況等の情報を共有してもらえ、その時々の状況に合わせて質の良い魚介類を安定的に仕入れることを可能としている。こうした取組の一環で、漁業関係者を集めた会合を定期的に開催している。漁業関係者から上記のような情報提供を受けることで、質の良い魚介類の仕入れに繋げていくだけでなく、宿から宿泊客の反応等をフィードバックすることで、生産者のモチベーション向上にも取り組んでいる。

※１　漁港魚市場で行われる鮮魚競りで、卸売から直接新鮮な魚介類を買える権利。

2. 取組に至った経緯

当施設が、宿泊客のニーズに合わせた自由度の高い朝食の提供を始めたきっかけは、夕食の定番メニューであった「舟盛り」を、宿泊客からのリクエストで朝に提供したところ好評を得たことからだった。

当施設では、宿泊客に「稲取に来たからこその体験」として地域食材を提供し、満足度を高めてもらいたいという社長の考えから、稲取キンメを丸々一匹使った「姿煮」や「舟盛り」を開発し、夕食時のメインメニューとして提供していた。当時から良質な稲取キンメの仕入れを行うため、稲取漁港の入札権（※１）を取得し、料理人自らが目利きをして、漁港から直接仕入れることに力を入れていたため、当時もこれらのメニューは好評であった。しかし、当時は夕食での宴会も多く「お酒を飲みすぎてお造りを食べきれなかった」と嘆く宿泊客が多かった。こうした宿泊客からの声を受け、翌朝にも舟盛りを提供したところ評判が良かったことをきっかけに、朝食メニューとしても舟盛りの提供を始めることになった。そこで当施設が仕入れ量を増やすにあたり取り組んだことが、他の市場に仕入れ先を広げるのではなく、あえて稲取漁港からの仕入れを伸ばしていくことだった。これまで地域で消費されず、多くが県外に出荷されていた稲取キンメを、当施設からの仕

入れ量を増やすことで、地域での需要を高めていった。漁港からの仕入れを継続する他にも、当施設主催の会合を開催し、漁業関係者との接点を増やすことにも取り組み始め、新鮮な魚介類が入荷されるタイミングなど、より質の高い魚介類を仕入れるための情報を入手できる環境も整えていった。その結果、地域での稲取キンメの消費量が増え、稲取だからこそ食べることができる地域食材としてのブランディングにも繋がり、地域食材の付加価値向上にも寄与することで、漁業関係者の地域内への出荷意識醸成がなされていった。また、朝食時に舟盛りを提供するにあたり、地域食材の魅力を、より付加価値をつけて宿泊客に発信できるよう、20 年前から、一般的な朝食会場での朝食提供ではなく、客室での提供に一新した。さらに、食材やメニューだけでなく、地域資源である東伊豆の絶景を生かした食体験を宿泊客に提供したいという思いから、1994 年から大規模な設備投資を行い、全ての客室から美しいオーシャンビューが眺められるように施設のリニューアルも行った。

▲稲取キンメの「姿煮」

また当施設では、朝食提供の際に客室ごとに専任の従業員をつけ、従業員から宿泊客に地域食材についての料理説明を行っている。一般的な宿では朝食時に宿泊客と従業員がゆっくり話をする機会はあまり見られないが、当施設では、朝食がチェックアウト前の最後の接点であるということを好機と捉え、部屋食での朝食提供を始めるのと同時に、宿泊客の印象に残りやすい朝食時に、従業員と宿泊客との会話の機会を設けるようになった。従業員が朝食を通して地域情報の提加わり、地域事業者にとってもプラスの PR に繋がっている。

3. 取組によって生まれた地域裨益

当施設は、上記取組を通して宿泊客の満足度を高めたことで、客単価が 20 年前の 16,500 円前後から 39,500 円までアップすることができた。

また、当施設の取組により、稲取キンメの地域内での消費量が増加し、地域食材としてのブランド化が進むことで、地域の飲食店や宿泊施設で提供される稲取キンメの単価向上に繋がっている。そして、稲取キンメの魅力が当施設の料理を通して発信されることで、土産物やふるさと納税の返礼品等の二次消費にも貢献することのほか、地域食材の認知も高まり、結果として、この地域におけるさらなる宿泊客数の増加にも繋がっている。

さらに、当施設から提供される朝食サービスとして、従業員からより詳細な地域食材の魅力や地域の観光案内情報が提供されるため、チェックアウト後の地域周遊に繋がり、宿泊客の地域への滞在時間・消費単価向上にも繋がっている。

interview　代表取締役 鈴木 良成氏

稲取温泉に来た醍醐味を味わって欲しいという思いで、大きな稲取キンメを使った料理にはとにかく力を入れてきました。近くの漁港で水揚げされた丸々一匹の大きな金目鯛を食べていただくことは旅の醍醐味だと思うのです。コストはかかっても妥協せず、地元漁港で水揚げされる大きくて最高な品質の稲取キンメを仕入れることを大事にしています。そのためには地元漁港の皆さんとの繋がりがなにより大切です。地元漁港の皆さんと日頃からコミュニケーションをとり、競りに参加することで、安定して新鮮な稲取キンメを含む魚介類を仕入れることができ、お客様に稲取ならではの食体験をお届けすることに繋がっています。

夕食だけでなく、朝食時にも稲取キンメの舟盛りや、お茶漬けを楽しんでいただけるようになったことで、お客様の満足度が上がりリピーターのお客様が増えています。また、観光にお出かけになる前の朝食時にお客様と従業員が会話をする機会が持てることで、地域とお客様との繋がりをより強いものにすることができると考えています。お客様には、時間を気にせずにゆっくりと伊豆の絶景をご覧いただきながら、その海で獲れた稲取キンメを美味しく味わっていただくことができ、より付加価値の高い食事を提供することができ、従業員との会話を通して、生産者の方の声や地域食材の魅力など、さらに地域の魅力を最大限にお伝えすることができます。朝食を通して、地域食材や地域資源の魅力を発信し、お客様と地域を結ぶことで、稲取温泉の素晴らしさをより多くの方に感じていただきファンになっていただきたいと願っています。

09

カテゴリー 朝食の施策

地域資源カテゴリー 自然の風景地

食の課題 地産品ビュッフェ等の選択肢

150種類以上の豊富な朝食ビュッフェメニューを提供するために考えられた会場設計で、食の価値及び宿泊客満足度の向上を実現する。

琉球ホテル＆リゾート名城ビーチ

沖縄／沖縄県

沖縄県糸満市にある「琉球ホテル＆リゾート名城ビーチ」では朝食ビュッフェで常時150種類以上のメニューを提供している。沖縄ならではの地域料理も含めた幅広いメニューを用意し、地域資源である沖縄南部の海と紐づけ「島旅」をするような感覚で朝食を提供することで、宿泊客の満足度向上に繋げている。

▲「琉球ホテル＆リゾート 名城ビーチ」の外観

食の課題　解決のポイント

■提案メニューの多様性

朝食ビュッフェのメニューにバリエーションを持たせることでメニュー数を増やし、宿泊客の多様なニーズに対応していることに加え、地域食材や郷土料理もラインナップに加えることで、量だけではない沖縄ならではの食体験により質を高め、宿泊客の満足度向上に繋げる。

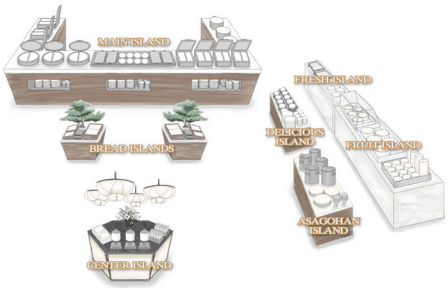
■食体験テーマ設定

150種類の料理をジャンルごとにゾーニングし、海のロケーションを想起させ「島旅」をするような感覚で朝食を提供することで、オーシャンビューの客室から朝食会場の食体験を一連のストーリーとし、そこで提供される沖縄料理の付加価値向上に繋げる。

施設 DATA

施設名	琉球ホテル＆リゾート 名城ビーチ
URL	https://ryukyuhotel.kenhotels.com/
立地	〒901-0351　沖縄県糸満市名城 963
アクセス	・飛行機の場合：那覇空港から車で約 20 分（空港リムジンバスあり）
部屋数／宿泊定員	全 443 室／約 1,000 名
従業員数	計 500 名
宿泊者数	年間平均約 20 万名
平均客単価	非公開

▲朝食ビュッフェで提供される沖縄料理



▲ロケーションに繋がる
「島旅」をイメージした朝食会場

▲朝食ビュッフェ会場の様子

地域資源カテゴリー

自然の風景地

地域資源

●名城ビーチ

沖縄南部の「沖縄戦跡国定公園」内に位置する名城ビーチでは、天然の白砂ビーチが美しく、水平線に沈むサンセットを見ることができる。ウミガメの産卵地にもなっている。（※１）

▲名城ビーチ

地域食材

●紅イモ　●沖縄料理

亜熱帯海洋性気候の沖縄では、鮮やかな色が特徴の紅イモなど、他道府県ではあまり見られない個性豊かな野菜や果物が生産されている（※２）。また、ゴーヤーやヘチマなど、地域ならではの食材で作るミミガー、ゴーヤチャンプルー、ジーマーミー豆腐等の郷土料理も特徴的である（※３）。

▲紅イモ

※１　琉球ホテル＆リゾート 名城ビーチ（https://ryukyuhotel.kenhotels.com/facilities/marine/）
※２ JA おきなわ「JA おきなわの特産品」（https://www.ja-okinawa.or.jp/agriculture/）
※３ 農林水産省「うちの郷土料理」九州・沖縄地方 沖縄県（https://www.maff.go.jp/j/keikaku/syokubunka/k_ryouri/area_stories/okinawa.html）

画像提供：PIXTA

1. 課題解決の取組の具体的内容

「琉球ホテル＆リゾート 名城ビーチ」では、朝食に一般的な和洋中メニューから、地域食材を使用した沖縄料理まで常時約 150 種類を揃えた豊富なビュッフェメニューを用意している。客室が 400 室以上ある大規模施設だからこそ、様々な宿泊客からのニーズに対応するため、多くのメニューの種類を扱うようになった。また、メニューの種類の量だけではなく、地域食材を使用した沖縄料理をラインナップに加えることで、ビュッフェ料理に沖縄らしさを加え、宿泊客の満足度向上に繋げている。

さらに、当施設ではメニューの量と、沖縄らしい料理という地域性の奥深さを両立させるために、仕入れを２本化させている。グループ全体で行う仕入れと地域生産者からの仕入れの２本である。メニューの種類が多ければ多いほどコストのかかるメニューの提供や運営において、多くの食材をグループ全体で仕入れを行い、コストダウンすることで、150 種類もの量の提供と運営を可能としている。加えて、メニューの地域性の奥深さを演出するために、地域食材の仕入れを地域生産者から直接行っている。地域生産者からの仕入れにあたっては、当施設の食材調達部が直接地域の生産者と取引を行い、旬の食材や収穫状況を情報として仕入れ、料理人へ共有することで迅速にメニューに反映できている。

また、当施設では朝食会場におけるメニューの見せ方にもこだわりを持っている。会場に 150 種類のメニューをただ並べるのではなく､メインディッシュが並ぶ「メインアイランド」､南国フルーツやサラダを中心とした「フルーツアイランド」､「フレッシュアイランド」、郷土料理や中華が並ぶ「デリシャスアイランド」、朝ごはんに食べやすい沖縄そばや中華粥を並べた「朝ごはんアイランド」及び、洋食を希望される方に対応した「ブレッドアイランド」､「センターアイランド」という７つのエリアにゾーニングし、ビュフェ台を「島」に見立てている。地域資源である沖縄南部の海と紐づけた「島旅」をイメージした会場の演出を行い、宿泊客の導線を工夫することで、宿泊客が沖縄の「島旅」を楽しむように朝食メニューが選べる空間作りを行っている。豊富なメニューをカテゴリー分けすることによって、沖縄食材をメインにしたメニューもわかりやすく宿泊客に訴求することができている。地域資源と紐づけた「島旅」をするようなイメージで提供する朝食ビュッフェを、「朝食クルージング」と称して世界観を醸成することで、地域資源である沖縄南部の海と、朝食ビュッフェでの食体験を一連のストーリーとして連動させ、朝食を一つのコンテンツとして楽しめるように演出している。豊富なメニュー展開と、提供方法の工夫により食体験の付加価値を向上させている。

▲朝食ビュッフェで提供されるサラダ類。中央にあるのが紅イモを使ったサラダ

2. 取組に至った経緯

当施設が、150種類以上の豊富な朝食ビュッフェメニューを宿泊客に提供を始めた理由は、宿泊客に連泊でも飽きずに朝食を楽しんでもらうためであった。具体的には、一般的な和洋中メニューに加えて、地域食材を使用した沖縄料理を揃えた。150種類の幅広さと、地域食材や沖縄料理を提供することのメニューの奥深さを両立させるためには、目的に合わせた仕入れルートの使い分けが重要だと考えた。通常であればビュッフェで多くの料理を提供することは、従業員のオペレーションの負担や、料理人に多くのレシピをインプットする育成等のコストがかかる取組だが、当施設ではグループ全体で食材の一括仕入れを行い、コストダウンをすることで、朝食会場の従業員や料理人の人員を厚くし、150 種類もの料理の提供と運営を可能とした。

加えて、地域食材の仕入れについては、当施設に所属している調達部が、地域の生産者と直接取引を行っている。その結果、調達部が、生産者との直接の会話を通して、地域生産者の収穫の状況等の情報を得ている。その情報を日々の打ち合わせで料理人と共有し、ビュッフェメニューに反映を行い、ビュッフェに地域ならではの奥深さを持たせる料理の提供も可能とした。

また、当施設は海に面した立地を生かした全室オーシャンビューの客室となっているが、食事会場においては、大規模

会場ゆえに海が見える席が限られていた。そこで、客室で見たロケーションと食体験までを一連のストーリーとして紐づけることで、地域資源である沖縄南部の海を朝食時にも感じられるような演出を行うようにした。大規模会場である会場と、豊富なメニューのラインナップの特徴を活かし、メニューをカテゴリー分けするとともに、ビュッフェ台の配置を工夫することで、「島旅」をイメージした食体験を創出し、地域資源である沖縄南部の海を感じさせる朝食の提供によって、地域食材の付加価値の向上にも繋げている。

▲オーシャンビューの客室からの景色

3. 取組によって生まれた地域裨益

当施設が朝食ビュッフェで、地域食材や沖縄料理等の地域性の高いメニューを幅広く提供することで、地域食材の仕入れが増加し、地域の生産者への売上拡大に繋がるとともに、地域食材の価値向上にも繋がっている。さらに、連泊需要にも対応できるメニュー展開により、連泊客の増加にも繋がっており、地域への集客にも貢献している。

また、ビュッフェメニューを地域資源に紐づけた「島旅」をイメージした食体験として提供することによって、朝食時間を通して、宿泊客に海の風景や、海でのアクティビティを想起させ、滞在中及びチェックアウト後の、地域の海への集客及び、海でのアクティビティ体験を利用する宿泊客の増加に繋げている。結果的に、地域全体への集客が実現し、土産物販売や地域店舗での飲食等の消費も拡大している。

interview　営業部広報担当 徳村 里都氏

「琉球ホテル＆リゾート 名城ビーチ」がある沖縄南部は、沖縄の他のエリアと比べると、まだ観光地としてあまり認知されていない未開拓のエリアです。だからこそ、観光地化されていないありのままの自然の美しい風景があり、美しい海こそが最大の魅力であると考え、朝食ビュッフェにおいても、当施設のロケーションを生かして「朝食クルージング」のビュッフェをご提案しております。7つのビュッフェ台を7つの島に見立てて、お客様には島を巡る朝食の旅を楽しんでいただきたいと考えています。その島の一つには、沖縄料理や沖縄の食材を活用したメニューを取り揃えています。「島旅」をイメージした演出でメニュー選びを楽しんでもらうだけでなく、こだわりのメニューをわかりやすくお客様にお届けできるのも「朝食クルージング」の魅力であると考えます。沖縄の海を感じる「島旅」をイメージしたビュッフェで、南国フルーツを使ったスムージーやサラダ、沖縄料理など、さまざまな沖縄の味を見て選んで味わって楽しんでいただける、この場所ならではの食体験を提供しております。地域資源である沖縄南部の美しい海を、ロケーションから食体験含めて存分にお楽しみいただけるよう、これからもお客様を飽きさせないメニュー展開を実現しています。

10

カテゴリー 朝食の施策

地域資源カテゴリー 文化財

食の課題 仕出し等の地域連携の選択肢

町家の空間と「仕出し」を掛け合わせた朝食で、京都らしい食体験を提供する。

ゲストハウス みかさ

近畿／京都府

京都府中京区にある「ゲストハウスみかさ」では、朝食時に地域の飲食店からの仕出しを提供している。地域の飲食店と連携し、伝統の精進料理や老舗京料理、旬の京野菜を使った洋食等さまざまな選択肢を用意し、地域一体での京都らしい食体験の提供に力を入れている。

▲「ゲストハウスみかさ」の外観

食の課題　解決のポイント

■地域店舗連携

複数の地域店舗からの仕出しによって宿泊客のニーズに合わせた朝食の提供を実現する。

■地域らしい食体験

京都らしさに結びつく仕出し先を選択することで、食体験の付加価値を向上させる。

施設 DATA

施設名	ゲストハウスみかさ
URL	https://www.kyoto-micasa.jp/
立地	〒604-8271 京都市中京区釜座通御池下ル津軽町 782-6
アクセス	・電車の場合：東京駅から約 2 時間 30 分（京都市営地下鉄　烏丸御池駅より徒歩 7 分） ・車の場合：東京から約 5 時間 30 分（名神高速道路京都東インター出口 約 30 分）
部屋数／宿泊定員	全1室／定員4名
従業員数	女将1名
宿泊者数	非公開
平均客単価	約 27,000 円

▲町屋の土間をリノベーションした食事スペース

▲「矢尾治」の精進料理の仕出し

▲「はり清」の懐石料理の仕出し

地域資源カテゴリー　文化財

地域資源

●京都の歴史的文化財

世界遺産に登録される二条城や京都御所、八坂神社、長い歴史の中で庶民が暮らしてきた奥行きのある細長い造りの京町家の街並みなど、さまざまな歴史的文化財が残る（※１）。

▲京町家

地域食材

●京野菜

京都府内で生産され、京料理等で重宝されてきた京都産の野菜で、賀茂なすや金時にんじん、京壬生菜、九条ネギなど、一部の野菜はブランド京野菜として認証されている。肉や魚を使用しない精進料理や、京料理で使われる（※２、※３）。

▲賀茂なす

※１　京都市「京都の文化遺産」https://kyoto-bunkaisan.city.kyoto.lg.jp/kyotoisan/nintei-theme/kyoumachiya.html
※２ JA 京都「JA 京都の京野菜とは」https://jakyoto.com/kyoyasai/#kyoyasai
※３　京都府「精進料理」https://www.pref.kyoto.jp/brand/11700071.html

画像提供：PIXTA

1. 課題解決の取組の具体的内容

「ゲストハウスみかさ」では、朝食時に地域の飲食店からの仕出しを提供している。オーナーである金子恭子氏が料理内容を吟味し、宿泊客からのさまざまなニーズに対応できるよう地域の複数の飲食店に仕出しを依頼している。仕出しメニューは、地域飲食店と連携することで、京都らしい和食の他に、洋食やカフェドリンク等幅広く種類を用意し、宿泊者の希望に合わせた朝食の提供ができるよう、メニューのラインナップの充実に努めている。仕出しを依頼する店舗は、宿泊客が「京都らしい食体験」と感じられるかどうかを重視し選定している。京都の町屋で味わう朝食の提案として、伝統的な精進料理や老舗の京料理、地域食材の京野菜をモダンに活用した洋食プレートを用意するなど、京都ならではの食事が提供できる地域店舗を厳選し、付加価値の高い仕出しの提供を実現している。また、当施設が仕出しを提供することで、朝食で仕出しを体験した宿泊客が、その後の観光の際に提供元の飲食店へ来訪するなど、地域周遊及び地域店舗の売上にも貢献している。さらに、海外からの観光客を中心に、朝食における京都らしい食体験を目的とした宿泊需要も向上しており、その結果、地域への観光客の誘客及び地域内での消費単価の向上に繋がっている。

また、当施設は、築 100 年以上の京町屋をリノベーションし、一棟貸しのゲストハウスとして再生した建物であり、町屋という地域の文化財の空間での食体験の提供を実現している。文化財の空間と仕出しを活用した地域の食文化を掛け合わせ、京都らしい食体験コンテンツに磨きをかけている。

2. 取組に至った経緯

当施設が、町屋の空間と「仕出し」を掛け合わせた朝食メニューを提供したきっかけは、宿泊客に「京都らしい食体験」を提供したいという金子氏の思いからであった。

もともと京染呉服製造卸で働く丁稚の寮として使われていた築 100 年以上の町屋を、京都らしい文化が体験できる場所として利用するためにリノベーションし、ゲストハウスを始めた。当施設の形態として創業当時から「簡易宿所営業」のカテゴリで営業を行っており、簡易宿所が飲食提供をするためには、保健所からの飲食店営業の許可が必要となる。許可を取得するためには施設内に調理場が必要となるが、当施設は、「宿泊客にゆったりとした空間を提供したい」という方針から、食事提供のための調理場のスペースを作るよりも、宿泊客が過ごす居室の広さを優先した。そこで、簡易宿所であっても食事を提供可能とする方法として、仕出しを検討した。当施設は1日1組のみを受け入れる小規模な施設であることから、コスト削減の観点でも施設運営については金子氏が一人で行っている。朝食の提供は、早朝出勤や前日深夜の仕込み等の作業負担が多いサービスとなるため、朝食に仕出しを活用することで業務効率化や人員不足の問題解決にも繋げている。

また、仕出しを活用することで、当施設の特徴である文化的な町屋の建物と京都ならではの料理を掛け合わせた食体験コンテンツが作れるのではないかという金子氏のアイデアから、仕出しの取組に力を入れることとなった。

▲「アルジェント」の京野菜たっぷりのモーニングプレート

3. 取組によって生まれた地域裨益

地域の飲食店との連携により京都ならではの仕出しメニューを提供することで、町屋での食体験の価値を上げ、国内外からの集客を実現している。その結果、地域店舗への仕出し発注も増え、当施設との連携が地域店舗の継続した売上に繋がっている。また、朝食で食べた料理に興味を持った宿泊客が、仕出し店舗を訪問するなど、仕出しが地域店舗の PR に繋がり、地域周遊のきっかけとなっている。さらに、さまざまな仕出しの選択肢があることで、当施設の連泊需要も増えている。宿泊客の連泊によって、仕出し機会が増えるとともに、宿泊客の地域滞在時間が伸び、地域内での消費単価の向上も実現している。

▲仕出しは地域店舗から配達される

interview　オーナー 金子 恭子氏

京都の長い歴史の中で人々の暮らしに息づく文化とともに受け継がれてきた町屋は、京都の大切な文化財の一つです。その文化財として価値ある町屋を再生した「みかさ」の空間で、京都ならではの食体験をしてもらいたいという思いで始めたのが仕出しでした。宿泊したお客様がチェックアウトして町にお出かけされる前に、町屋でゆっくりと京都ならではの朝食を楽しんでいただける機会をご提供できると、より京都での滞在が充実したものになるのではないかと考えています。このアイデアを実現することができたのは、地域のさまざまな店舗の方が快く仕出しにご協力くださり、日々お食事を届けてくださるからこそ。地域内で得手不得手を分担することが、良好な関係づくりに繋がり、地域一体 での取組を成功させるために重要だと感じますし、これは全国どこの宿泊施設でも取り入れられる考え方だと思います。私たちは町屋の空間をご用意し国内外のお客様を集客すること、地域の魅力的な食材や店舗をご紹介し、お客様と地域とを結ぶ接点となり地域を盛り上げていくことで、地域に貢献できたらと思っています。これからも地域の飲食店や生産者と連携を深めながら、「みかさ」を起点に地域連携を進めていきたいです。

宿泊業における食の価値向上及び
地域経済への裨益効果を高める取組事例集

令和５年度「地域の資源を生かした宿泊業等の食の価値向上事業」

令和６年３月
編集・発行
国土交通省　観光庁　参事官（産業競争力強化）

所在地：〒100-8918 東京都千代田区霞が関2-1-2
電話：03-5253-8111（代表）

本事例集に取り上げられているすべての引用・出典・施設情報等は、令和６年（2024年）２月29日時点の情報である。

観光庁
Japan Tourism Agency

令和６年３月　国土交通省観光庁参事官（産業競争力強化）