

(4) ガストロノミーツーリズムに関する取組について

R5.8.7 観光部観光振興課

1 ガストロノミーツーリズムの定義

「その土地の気候風土が生んだ食材・習慣・伝統・歴史などによって育まれた食を楽しみ、その土地の食文化に触れることを目的としたツーリズム」（観光庁HPより）

2 背景

- ・ 訪日外国人の消費動向調査（2022：観光庁）によると、「訪日前に期待していたこと」「滞在中にしたこと」「次回訪れた際にしたいこと」において、「日本食を食べること」が最も多い。（各78.3%、98.4%、72.2%でいずれも1位）
- ・ 2023年3月に閣議決定した観光立国推進基本計画の中で「各地の多様な食文化やそのストーリーの魅力に触れるガストロノミーツーリズムを推進し、宿泊業の付加価値の向上、地域経済の活性化を図る」と記載。
- ・ 三重県観光レクリエーション入込客数推計書観光客実態調査報告書（令和4年）によると、三重県を訪れる主な目的は、「自然や風景を見てまわる」が34.5%、「おいしいものを食べる」が31.2%。
- ・ じゃらん宿泊旅行調査 2023によると、旅行先を選んだ理由「そこならではの食・特産品に興味があったから」の項目で、三重県は全国第8位（56.2%）。

3 三重県が取り組む必要性

地域ごとに魅力的な食材が豊富にある本県の強みを生かし、三重でしか食べることができない料理が味わえ、その地域の食文化を知り、学び、体験できる滞在価値を創出し、発信することで、新たな誘客とリピーターの確保につなげることが必要

4 これまでの取組（令和4年度）

【三重の「食」をテーマとした観光資源調査】

- ①ガストロノミーツーリズムに関する先進事例調査（先進地域、オーベルジュ、宿泊施設）
- ②専門家へのヒアリング（市場ニーズ、三重県の優位性、県の取組の方向性等）
- ③ガストロノミーツーリズムの推進に向けた調査（本県のガストロノミーに関する観光資源をリスト化）



【「みえガストロノミーツーリズム」の取組方向】

(1)「食」の魅力発信

- ①地域特有の「食」を「知る・学ぶ・食べる・味わう・楽しむ」体験の創出
- ②三重にしかない「食」のストーリーをターゲットに発信

(2)ガストロノミーツーリズム推進環境の整備

- ①「食」関係者が交流・連携できる体制の整備
- ②地域での県産食材等の利用を通じた観光関連事業者や地域住民のガストロノミーツーリズム推進への理解促進

5 令和5年度の取組

三重県の「食」「食文化」等のコンテンツを発掘し、そのストーリーを磨き上げ、プロモーションを行うとともに、県内のガストロノミーツーリズムに対する機運醸成を図る。

ターゲット：地域の「食」「食文化」を体験するために、時間と費用を消費して、全国各地を訪れる層

(1) 三重県の「食」に関する体験の創出

「食」「食文化」等のコンテンツの発掘・磨き上げ

- 市町・DMO・観光協会等の地域や、飲食店・宿泊事業者等の民間事業者から提案を募集（5件程度採択）
- 地域の「食」に関する専門家を派遣し、磨き上げ支援を実施。

「みえガストロノミーツーリズム」のブランディング

- 三重県の「食」の情報を発信する記事をまとめたブランディングサイトを制作し、情報発信
- SNS等を活用し、地域の「食」に関心の高いターゲット層へ発信。

(2) 「みえガストロノミーツーリズム」の発信

- イベント等の開催を通じて、(1)の実践事例の発表や県内の「食」に関する視察ツアーを実施し、旅行商品の造成やメディアの記事掲載に繋げる。
- 県内の「食」関係者の交流・連携のキックオフと位置づけ、ガストロノミーツーリズムを県内に広く発信し地域の理解促進を図る。

関係部局との連携

- 県産農産物を活用したレシピコンテストおよび県内ホテル・レストランが連動した「みえの食フェア」の実施。（農林水産部）
- 県内料理人やホテル経営者等を対象とした「食」に関する人材育成講座の取組を紹介。（雇用経済部）

➡ **インバウンドを含め国内外の観光客から、本県がガストロノミーツーリズムの目的地として選ばれることで、地域での観光消費額や宿泊日数の増加につなげる。**

(参考) ガストロノミーツーリズムのイメージ

① 地域の料理人や生産者等との交流を楽しむ体験

【イメージ】

- 地元の食材を生かして、この地域ならではの料理を求める旅。
- 料理だけではなく、農・漁業者等の生産者や飲食店関係者との交流も楽しめる。
- 地域の飲食店が、地域を代表する一つの食材を使って異なるメニューを提供。

② 日本固有の食文化を生かしたツーリズム

【イメージ】

- 日本酒をはじめとした伝統的な日本の発酵文化が生まれた土地の酒蔵や醸造施設を巡り、食や文化、歴史を楽しむ。
- 日本酒や発酵食そのものだけでなく、それに合った料理、器、お土産等を組み合わせ、ツーリズムとして提供できる体制を構築。

③ 「食」「食文化」を体験できるツアーの造成

【イメージ】

- （「拠点滞在型観光×三重」ブランディングモデル事業 昨年度コンテンツ造成例より）
- 古くから海女漁を行っているベテランの現役海女さんの話を聞きながら、カゴ漁を体験。
- 調達した食材を一流の料理人が目の前で調理し、オリジナルメニューを堪能しながら、料理人や海女さんと交流。