

地域住民とつくる、「食」を通じた観光地域づくり

営業部 大村真琴

観光において「食」は、単なる空腹を満たすための手段ではなく、地域の魅力を伝える重要な要素であり、観光客に対する高い体験価値を提供するものといえる。特に、地域に根付いた食文化は、その土地の歴史や風土、暮らしを色濃く反映しており、観光資源としての可能性が極めて大きいものである。こうした食文化を観光に活かすためには、行政、事業者、若者（学生・生徒）といった地域の関係者が連携し、その価値を共有・発信していくことが不可欠である。具体的には、商品開発やサービス提供の過程においても地域住民を巻き込み、食を通じた伝統文化の継承を図るとともに、地域で生産される農産物や果物、魚介類などを活用し、地域の特色を活かした食体験にまで昇華することが重要となる。近年では、都市部で流行する若者向けのグルメも観光コンテンツの一部として注目を集めているが、観光地においては、やはりその土地ならではの食文化こそが大切である。

地域独自の食の魅力を再発見・再構築し、それを観光客に体験として提供することが、結果的に地域への愛着やリピーターの獲得にもつながる。

このように、「食」を通じて地域の価値を高め、持続可能な観光地域づくりに寄与する取組は、今後ますます重要性を増すことだろう。

事例：岡山県美咲町 「ミサキノミヤゲ」商品造成事業

岡山県美咲町は、西日本最大級の養鶏場を有し、「たまごかけご飯」発祥の地として卵に関する認知度はあったが、その他の特産品を活用した商品展開は進んでいなかったため、本事業では、新たにお菓子類・惣菜類など全12品目の商品開発を行い、観光客の誘致と地域産業の活性化を図りました。加えて、イベントの実施やマーケティング調査を通じて、生産者の収益向上に向けた仕組みづくりや、持続可能な商品流通の基盤整備の取組も行いました。完成した商品は、イオンモール岡山にて2日間のお試し販売を行い、その後も物産センターで販売を継続しており、地域経済への波及効果が期待されています。

【業務工程】

マーケティング調査（町内住民へヒアリング・お土産売り場の調査）→地元事業者とワークショップを実施（商品の方向性検討）→料理研究家も交えて事業者と調理→試作を繰り返し→試食会実施（パッケージデザインの考案も実施）→お披露目会イベント実施（町内と岡山イオンモール）

