

1. 調査概要

(1) 調査対象者 18～69 歳男女 最近 3 年以内の海外旅行および宿泊を伴う国内旅行経験者（全国）

(2) 調査方法 インターネット調査

(3-I) プレ調査：有効回答数内訳

	合計	男性	女性
合計	1085	549	536
10～20 代	216	114	102
30 代	214	110	104
40 代	227	109	118
50 代	214	114	100
60 代	214	102	112

プレ調査は 2007 年 2 月に実施

(3-II) 本調査：有効回答数内訳

	合計	男性	女性
合計	2200	1078	1122
10～20 代	403	182	221
30 代	434	217	217
40 代	434	216	218
50 代	452	228	224
60 代	477	235	242

本調査は 2007 年 3 月に実施

本調査で用いた50の都市・観光地と料理（食事内容）の組み合わせは以下の通り

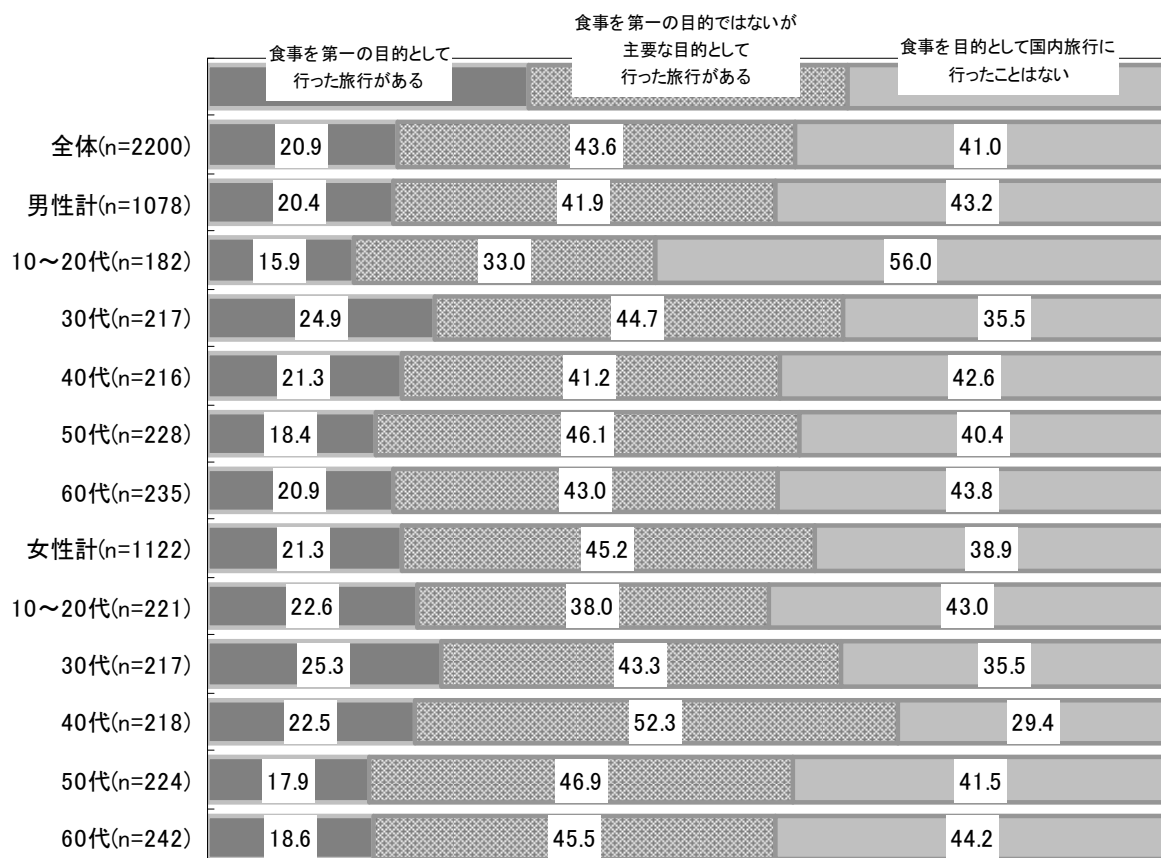
都市	料理	都市	料理	都市	料理
札幌	毛ガニ・タラバガニ/ ジンギスカン/札幌 ラーメン	名古屋	ひつまぶし/味噌カツ/名 古屋コーチン	博多	屋台料理/魚介料理 /博多ラーメン
旭川	旭川ラーメン	横浜	中華料理	神戸	神戸牛/中華料理
小樽	寿司	新潟	魚介料理/へぎそば	明石	鯛/タコ
函館	魚介料理/函館ラー メン	甲府	ほうとう	和歌山	和歌山ラーメン
^{おおま} 大間（青森県）	本マグロ	長野・松本	信州そば	高松	讃岐うどん
気仙沼	ふかひれ料理	伊豆	魚介料理	高知	皿鉢料理/鯉たたき
盛岡	梔子そば/盛岡 冷麺	浜松・浜名湖	鰻料理	広島	カキ料理/広島焼き
仙台	牛タン	高山	飛騨牛/高山ラーメン	出雲・宍道湖	出雲そば/宍道料理
松島	松島かき	岐阜・長良川	鮎料理	下関	ふぐ料理
秋田	きりたんぼ鍋/稲庭 うどん	伊勢・志摩	伊勢海老/的矢かき	^{よぶこ} 呼子（佐賀県）	いか料理
米沢	米沢牛	松坂	松坂牛	長崎	卓袱料理/ちゃんぽん
喜多方	喜多方ラーメン	氷見	魚介料理/寒ぶり	大分	関さば・あじ/城下かおい
大洗・平潟	アンコウ鍋	金沢・和倉	加賀料理/魚介料理	湯布院	豊後牛
宇都宮	餃子	越前	越前ガニ	宮崎	地鶏料理
伊香保・渋川	水沢うどん	大津・琵琶湖	近江牛	鹿児島	黒豚料理
外房	魚介料理	京都	京懐石/川床料理	那覇	沖縄料理・そば/ステーキ
伊豆大島	椿フォンデュ/島寿 司	香住・城崎	松葉ガニ		

なお、地元料理以外の幅広い料理が並んだ東京と大阪は対象から除いている。

4. 調査結果

旅と食の関係について多くの興味深い結果が抽出された。その主要なものを紹介する。

(1) 食旅経験度



食事を目的とした旅行経験は、①食事を第一の目的として行った国内旅行、②食事を第一の目的としてではないが主要な目的として行った国内旅行、③食事を目的として国内旅行に行ったことはない、の3つに分けて分類した。

【60%以上が食事を目的とした経験あり】

男女とも約20%が食事を①第一の目的として国内旅行に行っており、②主要な目的として行った国内旅行を加えると60%以上が食事を目的とした旅行をした経験を持っている。女性のほうが66.5%と若干男性を上回っている。

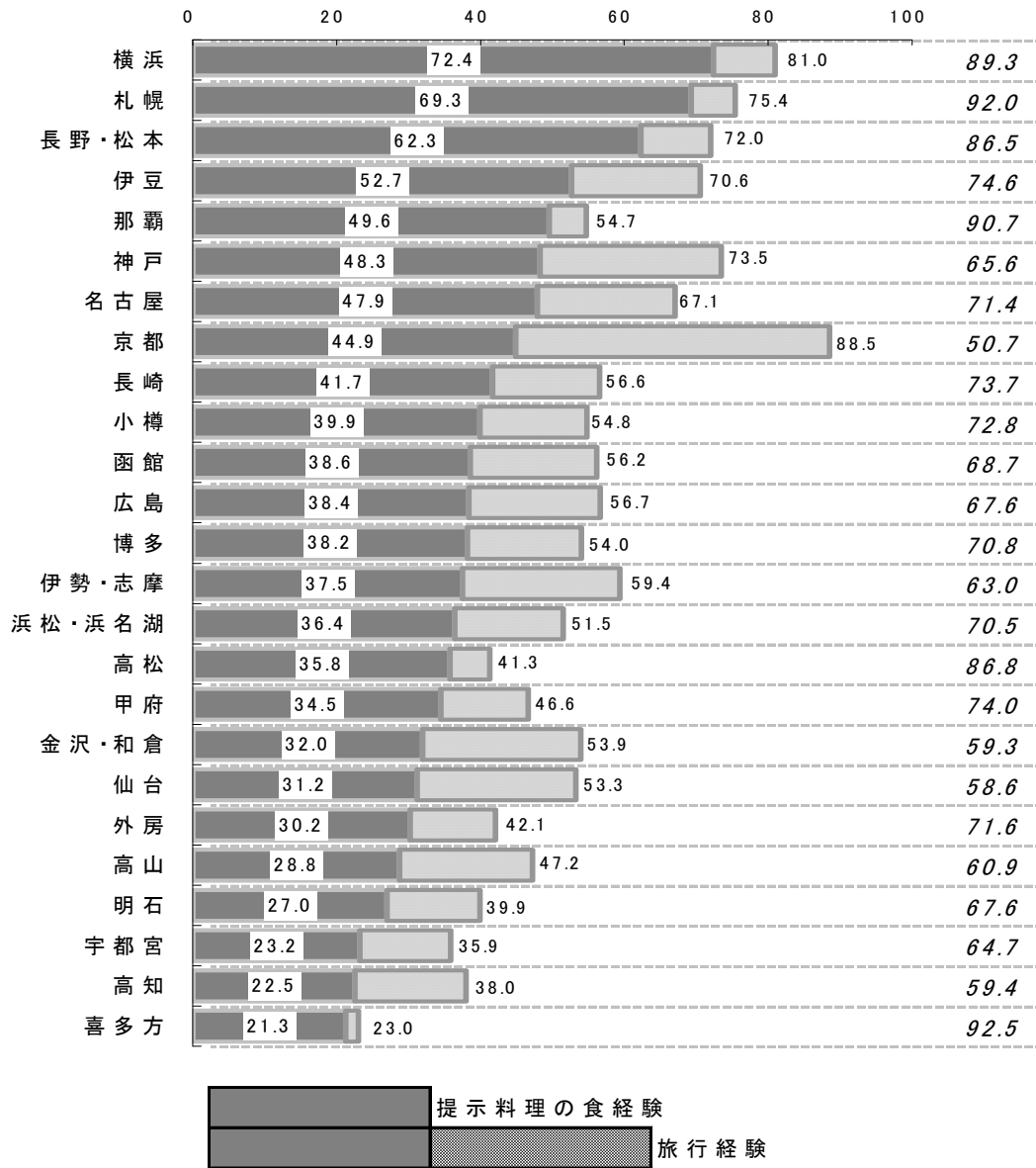
【30代が食事を目的とした旅行の経験率が高い】

年代別では、食事を第一の目的とした旅行で最も高いのは女性の30代で、次に男性の30代が続いている。女性の20代・40代も高くなっている。この年代は他の調査でもインターネットによる情報収集率の高い層でもある。

逆に、数値が低いのは女性の50代・60代となっている。この層は食事よりも自然観光や歴史・文化観光が高くなっており、より観光要素を優先すると考えられる。

(2) 都市・地域の食旅の経験度について

経験度 / 訪問経験 / 訪問者経験率 (n=2,200 / 全体ベース)



※上位 25 都市・地域のみ掲載

事前調査結果の都市と代表する食事で提示した「食べた経験のある都市」についての結果は上図。

【食経験のある都市でトップは横浜（72.4%）、2位は札幌（69.3%）】

横浜、札幌は約70%が経験ありとしている。経験度40%を越える都市は横浜、札幌、長野・松本、伊豆、那覇、神戸、名古屋、京都、長崎が入った。

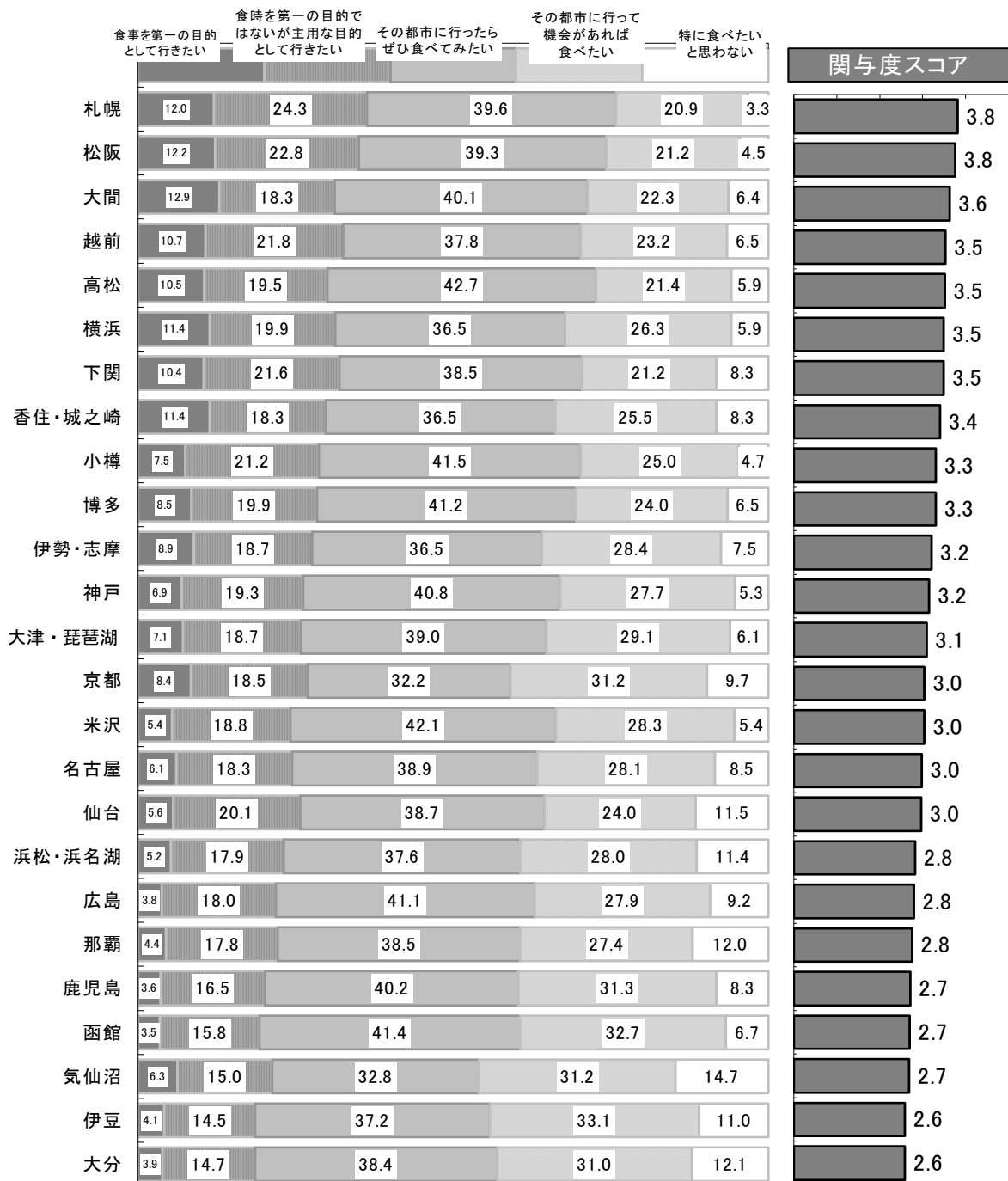
【観光地として人気の京都市は意外に食経験は低い（44.9%）】

純粋な「訪問経験」と食の「経験度」を典型的な札幌、京都、喜多方で比べてみると、札幌の旅行経験は75.4%に対して食の経験は69.3%とどちらも高い数値を示している、「訪問者経験率」は92.0%になる。それに対して京都市は札幌と同様88.5%の旅行経験があるが、44.9%しか食の経験はなく、「訪問者経験率」は50.7%となる。「訪問者経験率」

トップの都市は喜多方で23.0%しか旅行経験はないが「訪問者経験率」は92.5%で、行った人のほとんどが喜多方ラーメンを食べている。2位は札幌の92.0%、3位是那覇の90.7%となった。

(3) 食を目的とした目的地について

関与度 (n=2,200/全体ベース)



※ 上位25都市・地域のみ掲載

行ってみて食べてみたい、という食を目的とした旅の意向（関与度）の結果は上図のようになった。関与度については、①食事を第一の目的として行きたい、②食事を第一の目的ではないが主要な目的として行きたい、③その都市に行ったら是非食べてみたい、④その都市に行って機会があれば食べてみたい、⑤特に食べたいとは思わない・知らない、に分け、経験度を調査したものと同じ内容で聞いたものである。

それぞれの関与度に強弱があるため、①を10点、②を5点、③を3点、④を1点、⑤を0点として加重平均し、それを「関与度スコア」とした。

都市別のベスト10は、札幌、松阪、越前、下関、横浜、大間、高松、香住・城崎、小樽、博多の順となった。ブランド牛やカニ・フグなどの高級食材の都市が並ぶが、讃岐うどんや屋台などの個性ある食を持つ都市も存在感を示している。

上位の特徴について端的にのべると、

I) 食の王国とブランド食材の街—札幌・松阪・大間—

「札幌」は、食事の特徴として高額のものから安価なものまで食事内容が豊富で、金額に合わせて美味しい食事をセレクトできることやテレビ番組や雑誌でよく取り上げられていることなどが要因と思われる。

「松阪」は、ブランド力が強いからと考えられる。「肉の芸術品」といわれる松阪牛を1度は食べてみたいという結果と思われる。

また、「大間」は訪問経験が5.4%しかないのに、この数値は非常に高いと言える。知られていない都市でもテレビ番組で特集を組まれたり、寿司屋の品書きで「大間産のマグロ」と目にすることで急速に刷り込みがされたのだろう。PR効果の表れた典型的な例といえる。

II) 個性のある食事が旅行意向を高める—高松・博多・名古屋—

「高松」は、映画「UDON」や讃岐うどんをテーマにしたテレビ番組、香川県のキャンペーンなどが大きく影響していると考えられる。また、自分でねぎを切ったり麺をゆでたりするセルフサービスの店の話題性も高く、旅行者も参加できることを楽しみにしている。

「博多」は、その土地ならではの個性（屋台）がよく知られ、誘引していると思われる。

「名古屋」は、個性的な食事（櫃まぶしや八丁味噌文化）には特に若い女性の反応が良いようである。「愛地球博」の開催による口コミ効果も高いと思われる。

(4) その他

その他の調査結果は、10月下旬刊行予定の「食旅入門—フードツーリズムの実態と展望—」（旅の販促研究所著：教育評論社）に詳細にまとめている。また、同書では海外都市・地域について行った同様の調査結果を掲載。