

「食」を活用した観光振興  
～東北地域の産業振興戦略の一つの方向性について～

【要 旨】

1.東北地域における主要産業と今後の産業振興戦略

東北地域の産業構造を製造業のなかでみると、工業出荷額で 35.5%、従業者数で 28.0%を占める電気機械がリーディング産業である。しかし、電気機械産業においては、近年のIT不況の影響を受け相当数の雇用の削減等が行われ、今後の中国等への量産機能の移転により更なる雇用面等での減少も考えられる。

一方、製造業のなかで電気機械に次ぐ産業として挙げられるのは、工業出荷額で 17.6%、従業者数で 17.0%を占める食品製造業である。

食品製造業は、電気機械と比べて成長性に欠ける面はあるものの安定性が高く、特に雇用面でその傾向が強い。また、産業連関からみると、東北地域の食品製造業の感応度係数（他産業から受ける影響指数）は 0.87（全産業平均：1）と主要産業の中では最も低く、他産業からの影響を受けにくい産業と言える。また、逆に他産業に与える影響は大きい（影響力係数：1.07）。

また、東北地域の食品卸売・小売業の卸売・小売業全体に占めるシェアを商業統計ベースでみると、従業者数、販売額ともに 30%以上を占めており、流通面においても食品の位置付けは高い。

上記食品産業と関連性の強い農水産業は、食料自給率で 100%を超える（東北 6 県平均）など、全国平均の 40%を大きく上回るほか、農業粗生産額や漁業生産額で全国の約 16%を占めており、国内の食料供給基地として高い位置付けにある。このように、農水産業から食品製造業、更には食品卸売・小売まで含めた、言わば「食」産業は東北地域にとって重要な産業と言えるであろう。

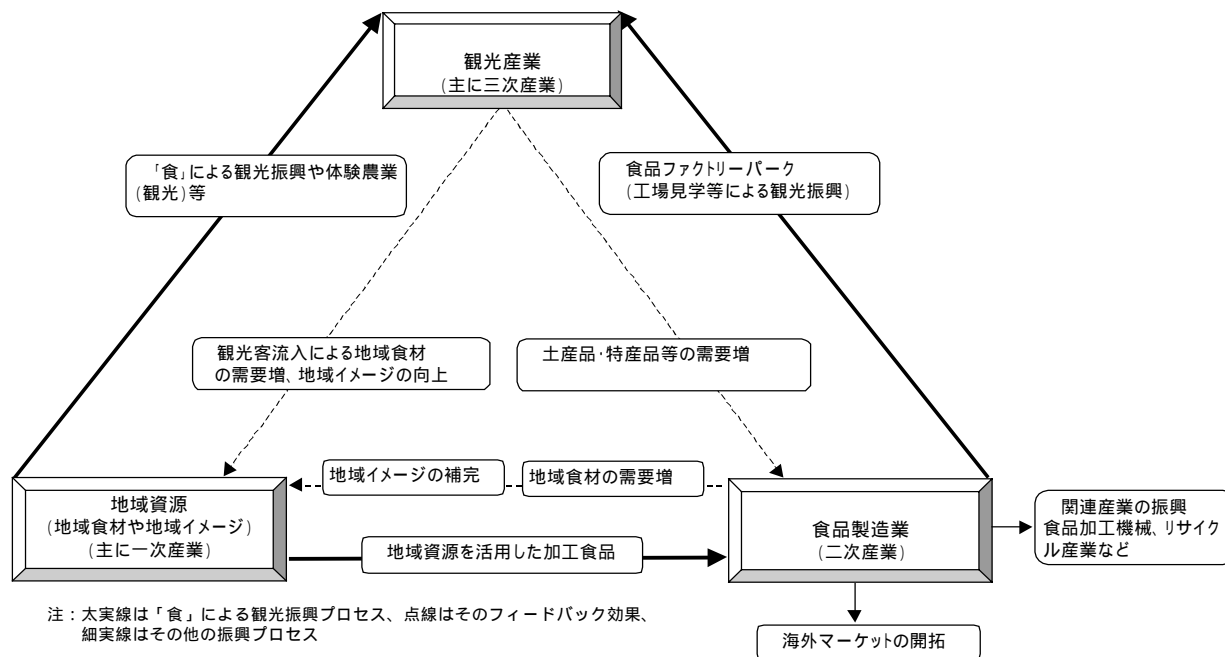
食品製造業と農業を域際収支額でみると、両産業で 8,560 億円の移輸出超過となっており、いわゆる黒字産業となっている。しかし、農業に比べ、食品製造業の移輸出率（移輸出額 / 域内生産額）は 44%と低く、域内自給型産業に留まっていると考えられる。東北地域が抱える一次産業の規模を考えると、食品製造業においては更なる移輸出額の増大が見込めるものと考えられる。そのためには、地域資源である食材の更なる活用や、豊富な食材を抱えているといった地域イメージを活用した食品開発を促進していくことが必要であろう。

また、東北地域における主要産業としては、電気機械、「食」産業のほか、観光産業が挙げられよう。当地域の観光産業における直接消費額は約 1 兆 8,000 億円（工業出荷額全体の 10%相当）、波及効果まで含めた金額は約 3 兆円（同 17%相当）と推計されるなど、当地域における観光産業の経済規模は大きい。

従って、今後の東北地域の産業戦略としては、電気機械を地域の知的資源と組み合わせ、逃げにくい産業とするとともに、「食」産業と観光産業のポテンシャルを充分に引き出すことが重要であると考えられる。また「観光」は「食」との関連性も強いことから、「食」を活用することによっても振興することが可能であり、そのことによ

り「食」へのフィードバック効果（観光客の入込数増加や地域イメージ・ブランドの浸透による「食」産業の振興）も期待できるであろう。

「食」による観光振興のプロセスとそのフィードバック効果の概念図



## 2. 「食」を活用した観光振興に向けた具体的な取り組み

### (1) 「食」による観光振興 ラーメンによる観光振興 福島県喜多方市

喜多方市では、130 軒ものラーメン店が集積することにより、様々な味を求めて年間 100 万人もの観光客が訪れており、「食」による観光振興が図られている。また、同市の製麺業の経済規模は 50 億円であり、その太宗は土産品・製麺などによる域外への出荷であり、観光振興によるフィードバック効果がみられている。

### (2) 「食」による観光振興 屋台村による観光振興 青森県八戸市

新幹線開業で沸く八戸市では、「食」による観光振興を掲げており、市内中心部に国内最大の固定式屋台村を設置し、地域食材を活用した料理を提供している。また、若手企業家の育成という観点から、プロの職人よりも、未経験者を積極的に登用している。当屋台村で、実績と資金を積み上げ、3 年を目途に退居し、中心街に自らの店舗を持つように指導されており、これにより中心市街地の空き店舗の活性化を狙っている。

### (3) 食品工業団地による観光振興 フードパル熊本 熊本県熊本市 -

フードパル熊本は、市内の食品製造業者 9 社がそれぞれ製造施設に加え見学施設や、

飲食施設、体験施設等を設置することにより形成された食品ファクトリーパークである。また、産直市場や大型レストランも併設するなど集客力を高める取組みにより、開業4年目で、年間100万人近い観光客数を受け入れており、新たな観光スポットとして期待されている。

#### (4) 食品(酒)テーマパークによる観光振興 酒泉の杜 宮崎県綾町

宮崎県綾町は、良質な水を生かして雲海酒造(株)が運営する酒泉の杜(酒のテーマパーク)を誘致することにより、それまで取り組んできた有機農業や伝統工芸の振興などとの相乗効果もあり、年間百万人超の観光客が訪れる宮崎県の主要観光地となっている。

#### (5) 観光地における地域食材の活用と観光へのフィードバック

由布院温泉 大分県湯布院町

年間400万人近い観光客が訪れる由布院温泉では、地域のキーパーソンが地域食材の活用に向け、農家に対し旅館が必要とする農作物を作付けするよう働きかけるとともに、旅館側は料理人同士が連携して、地場食材の調理方法を研究するとともに、相互に競い合うことにより、地産地消の拡大が図られている。由布院の大きな魅力は都会にはない農村風景であり、地産地消の取り組みは、農村風景の維持など由布院観光のイメージ補完に大きな役割を果たしている。

### 3. 「食」を活用した観光振興に向けた課題

「食」による観光振興を図るには、喜多方市のラーメンや八戸市の屋台村のような飲食店の集積を図ることや、食品製造業の集積によるファクトリーパークの形成、食品テーマパークの設置等が考えられる。

#### (1) 飲食店の集積による観光振興

飲食店の集積を図るには、地域の風土や歴史に根差した食文化をベースとすることを前提として、以下の事項にも留意する必要があるものと考えられる。

脚光を浴びる前から、既に相応の店舗数があり(既存集積)

その規模は小さいこと(いわゆる‘箱モノ’先行ではない)

店舗間競争によりレベルが高く(質)

店舗により味に個性があること(探索心)

メニューは多様性があるが、素材あるいはテーマは一つである(インパクト)

仕掛け人やコーディネーターがいること(キーパーソンの存在)

これらが魅力ある「食」の地域ブランドを形成し、結果として中心市街地の活性化策にもつながるであろう。

## (2) 食品ファクトリーパークの形成による観光振興

多様な食品製造業が見学、飲食、体験等の施設を設置することにより、集客力を高めるケースや、酒泉の杜にみられるようにテーマを酒に絞り込んだ上で、見学、飲食、伝統工芸、温泉施設といった複合施設により集客力を高めるケースなどがある。

これらは、相応の面積を必要とする事業であることから、各地域が抱える工業用地の流動化の一策ともなろう。一方、工場における見学施設などの整備は、企業にとっては負担増になることも否めない。行政としては、社会見学や体験学習を通しての地域の食文化の継承や観光振興といった効果もあることから、見学施設部分への補助金対応等、一定の考慮も必要となるであろう。

## (3) 地域食材の活用による観光地の魅力アップに向けて

由布院温泉では、「由布院＝農村風景・癒し」といった地域イメージが競争力の源泉であり、地産地消の取り組みは、特産物の拡販といった農業振興の効果のほか、由布院のイメージ補完や、景観維持といったフィードバック効果もみられている。このように、観光に地域の「食」をうまく組み込むことにより、更に観光地の魅力アップが図られるものと考えられる。

このような取り組みに向けて重要となるのが、キーパーソンの存在である。農業と観光産業の連携には様々な障壁もあると考えられるなか、キーパーソンとなる存在が不可欠なものと考えられる。

## (4) 「食」と観光の地域ブランドの確立と「食と観光クラスター」の形成に向けて

東北地域は、質・量的に豊富な農水産物を有しているものの、地域食材を活用したり、地域イメージを活用することによる、付加価値を高めた食品開発の取り組みや、観光振興への「食」の活用は充分とは言えない。今後は、徹底した地域資源や地域イメージの洗い出しやポジショニング分析等による戦略の策定と、「食」と観光の地域ブランド確立に向けた取り組みが求められるであろう。

「食」産業の振興と「食」を活用した観光振興に一体的に取り組むにあたり、各産業間において多くの問題があるように思われるが、いわば「食と観光クラスター」の形成に向けて、産学官連携等による各主体間の連携強化のためのシステム作りが重要であるほか、各産業間を取りまとめるビジョナリストやコーディネーターの存在が不可欠であり、その育成や登用が期待される。

本レポートをご希望される方は、東北支店企画調査課(TEL 022-227-8182)までお問い合わせ下さい。