

「加賀野菜の認知度等に関するアンケート調査」

－ 「加賀野菜」ブランドの発信・普及に向けて －

2014年3月

金沢大学 地域創造学類 香坂研究室
株式会社日本政策投資銀行 北陸支店

このほど金沢大学地域創造学類 香坂研究室と株式会社日本政策投資銀行北陸支店では、加賀野菜の認知度等に関するアンケート調査を共同で実施した。

<要旨>

2013年12月に「和食」がユネスコの無形文化遺産に登録され、日本の食文化が注目を集めている。また、金沢市は、それに先立つ2013年9月に金沢食文化条例を制定し、金沢の食文化の持続的な発展を目指しているところである。

そうしたなか、北陸新幹線開業を見据えた誘客においても、名所旧跡だけでなく、地域の「食」の魅力を観光資源のひとつとして位置づけることは重要であろう。特に地域伝統の加賀野菜は、地域の食文化を「知る」、そして地域固有の食材として「食べる」楽しみを創る観光コンテンツとして一定の可能性を有しているものと考えられる。

本レポートでは、金沢市内での日本人観光客117名への対面形式でのアンケート調査、及び金沢市農産物ブランド協会に認定されている加賀野菜料理提供店92店（回答数39店）への郵送形式でのアンケート調査を踏まえ、加賀野菜に対する観光客の認知度・評価や、その向上に向けた方策について検討を行ったものである。

調査の結果、金沢に来た観光客の「加賀野菜」の認知度は「京野菜」に次いで高く、また、認知している人の多くが「郷土料理」「美味しい」とイメージするなど、加賀野菜は一定のブランド力を有することが分かった。

一方で、加賀野菜というブランド名は認知されていても、品目名となるとその多くはあまり知られていないことも分かった。加賀野菜を上手にアピールし、実際に食べてもらうには、飲食店における対応が重要であり、金沢の食の魅力を発信し誘客につなげるために、飲食店側でのもう一歩踏み込んだPRを期待したい。

また、加賀野菜を実際に食べたことがある観光客の多くが味に満足を感じており、食べたことがない観光客もそのほとんどが「食べてみたい」と回答するなど、加賀野菜に対する観光客の満足度・期待度は高かった。一方で、飲食店は、利用上の課題として「仕入できる時期が限定」、「価格が不安定」や「価格が高い」等を挙げている。

加賀野菜の観光コンテンツとしての可能性を拓くためには、手間暇かけて収穫された品質の良さや、旬の地元食材あるいは希少な地元食材であることをアピールするなど、自信をもって付加価値を伝える工夫もするとよいのではないだろうか。

「食」の魅力は、地域のファンやリピーター作りに大きな効果を発揮する重要な観光資源である。その中でも、特に加賀野菜は、他地域との「違い」を生む貴重な食材であり、北陸新幹線開業に向け、地域を挙げた取り組みを期待したい。

目 次

はじめに	2
1. 調査概要	3
2. 観光資源としての食	4
3. 地元食材としての「野菜」の期待度	5
4. 加賀野菜の認知度とイメージ	6
5. 加賀野菜で知っている品目	7
6. 情報源と食べたきっかけ	8
7. 飲食店による加賀野菜についての説明	9
8. 味に対する満足度	10
9. 飲食店が加賀野菜を利用する理由と課題	11
10. 加賀野菜の利用・購入	12
<参 考>加賀野菜料理提供店からの意見	13
<コラム> 石川県が普及・ブランド化を推進している産物の認知度	14

はじめに

金沢大学香坂研究室と日本政策投資銀行北陸支店は、2013 年 3 月に金沢のインバウンド観光に関する共同調査を実施し、その成果は「食に関する外国人客と飲食店とのギャップ調査」と題したレポートとして公表した。今回は、昨年度に続き、食と観光に関するテーマの中でも、特に金沢の伝統野菜である加賀野菜¹に焦点を当てて、調査を実施したものである。

古くから栽培されている伝統野菜は日本全国に存在するが、高度成長期以降、農業の近代化が進むなかで、効率的な農業生産・流通には不向きであったことから、衰退の一途をたどっていた。しかし、近年では、地域食文化の保存と活用、あるいは農村活性化という観点から、全国的に伝統野菜の価値が見直されつつある。

そうしたなか、2013 年 12 月に「和食」がユネスコの無形文化遺産に登録され、日本の食文化が注目を集めている。また、金沢市は、それに先立つ 2013 年 9 月に金沢食文化条例を制定し、金沢の食文化の持続的な発展を目指しているところである。

金沢は、早い時期から種の保全の一環として加賀野菜の普及・推進に取り組んできた地域でもあり、このような地域資源を食や観光に活かしつつ、地域の魅力を更に高めていくことが求められている。

本レポートでは、金沢市内での日本人観光客 117 名への対面形式でのアンケート調査、及び金沢市農産物ブランド協会に認定されている加賀野菜料理提供店 92 店(回答数 39 店)への郵送形式でのアンケート調査を踏まえ、加賀野菜に対する観光客の認知度・評価や、その向上に向けた方策について検討を行った。

なお、本レポートの作成にあたり、加賀野菜料理提供店への調査では金沢市農産物ブランド協会に多大なご協力をいただきました。また、富吉満之博士研究員には店舗や観光客へのインタビュー等によるデータ収集・分析で尽力いただきました。記して感謝申し上げます。

¹ 加賀野菜とは、昭和 20 年以前から栽培され、現在も主として金沢で栽培されている野菜をいう。さつまいも、加賀れんこん、たけのこ、加賀太きゅうり、金時草、加賀つるまめ、へた紫なす、源助だいこん、せり、打木赤皮甘栗かぼちゃ、金沢一本太ねぎ、二塚からしな、赤ずいき、くわい、金沢春菊の 15 品目。

1. 調査概要

2014 年の 1 月から 2 月にかけて、金沢市内の加賀野菜料理提供店と観光客に対してアンケート調査を実施した。

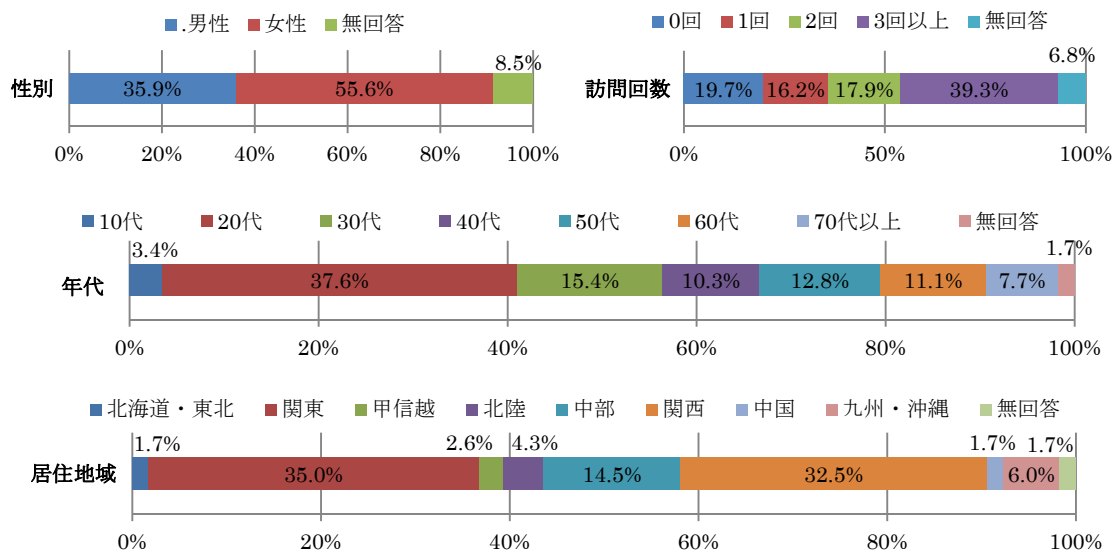
<加賀野菜料理提供店への調査の要領>

金沢市農産物ブランド協会²が加賀野菜の特徴を活かした料理を常時提供していると認定している加賀野菜料理提供店 92 店を対象に、郵送形式によるアンケート調査を実施した(回答数 39 店、回収率 42.4%)。

<観光客への調査の要領>

金沢市内の兼六園、21 世紀美術館において、市外からの日本人観光客 117 人を対象に、対面形式によるアンケート調査を実施した。

【図表 1 回答者プロフィール（観光客）】

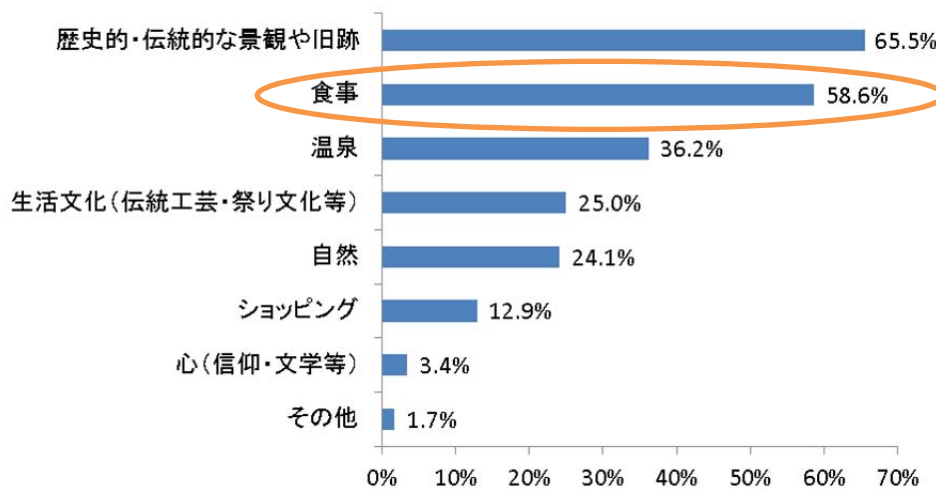


² 金沢市農産物ブランド協会は、金沢市特産農産物の生産振興と消費拡大の推進を目的に、流通業界、消費者、農業団体、生産者、行政が一体となり、運営している団体。

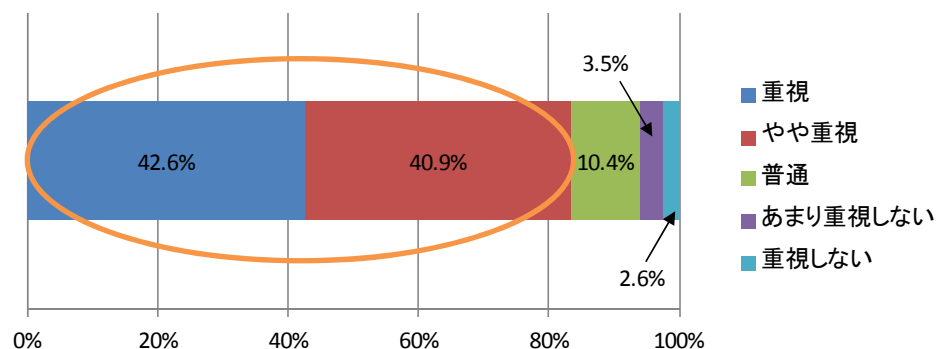
2. 観光資源としての食

- ✓ 観光客に対して、「今回の旅行で楽しみにしているものは何か」と尋ねたところ、「歴史的・伝統的な景観や旧跡」に次いで、約 6 割が「食事」と回答した。
- ✓ また、観光客に対して、「飲食店や料理を選ぶ際に地元食材の利用を重視するか」と尋ねたところ、「重視」「やや重視」の合計回答数が全体の 8 割以上となり、飲食店や料理を選ぶにあたっては、観光客の多くが地元食材の利用に重きを置いていることが分かった。
- ✓ 観光客の誘客においては、名所旧跡だけでなく、地域の「食」の魅力を観光資源のひとつとして位置づけることも重要である。

【図表 2-1 「今回の旅行で楽しみにしているものは？」】
(観光客全員／n=116 複数回答)



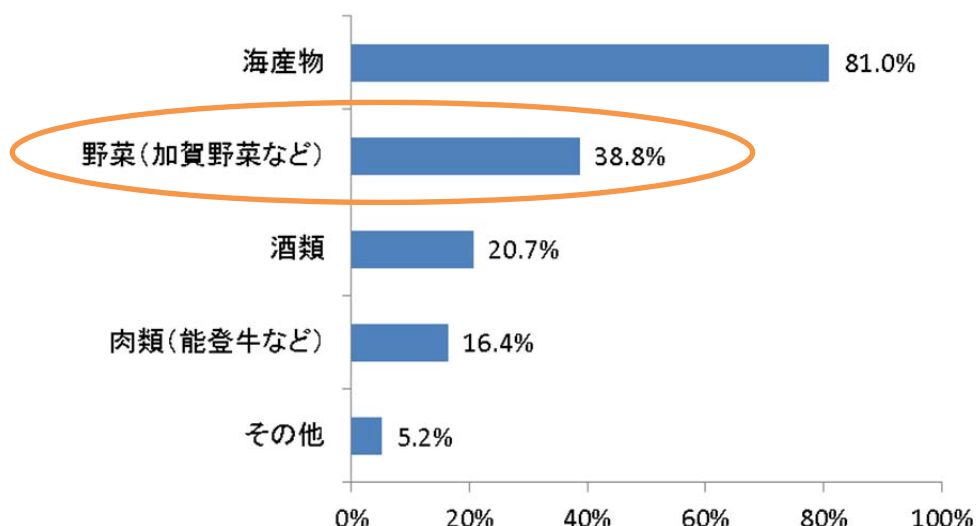
【図表 2-2 「飲食店や料理を選ぶ際に地元食材の利用を重視するか？」】
(観光客全員／n=115)



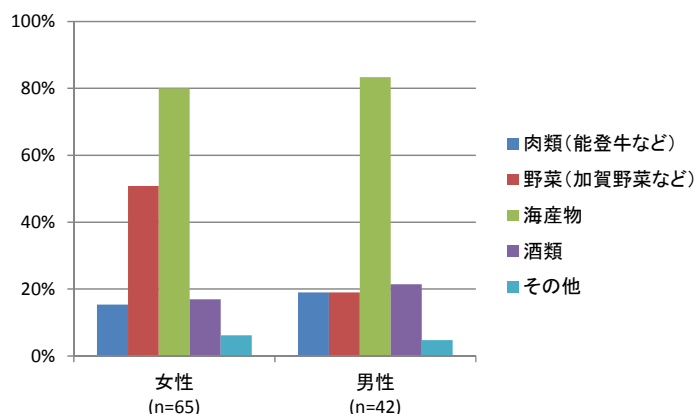
3. 地元食材としての「野菜」の期待度

- ✓ 観光客に対して、「今回の旅行で期待度の高い地元食材はどれか」と尋ねたところ、約8割が「海産物」と回答する一方で、加賀野菜などの「野菜」についても4割近くが期待を寄せていることが分かった。
- ✓ さらに、「野菜」への期待度の高さを男女別及び年代別にみると、「海産物」など他の地元食材と異なり、男性に比べ女性ほうが圧倒的に高く、10代～20代の若年層に比べ30代以降の中高年層のほうが大幅に高いことが分かった。
- ✓ 地元食材としての「野菜」については、中高年層の女性をターゲットとした売り込みがより効果的であろう。

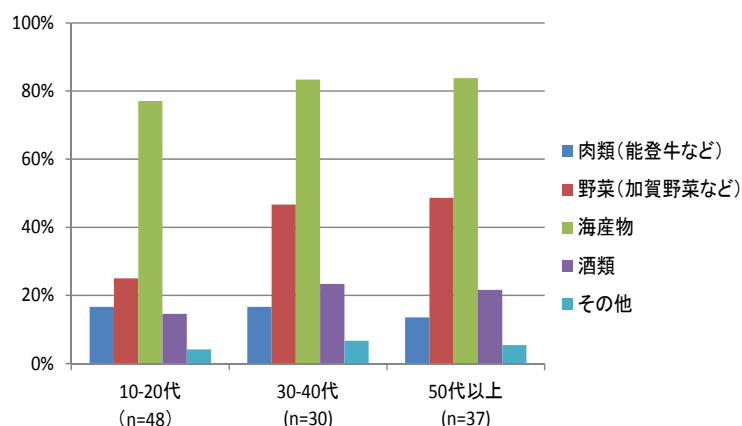
【図表3 「今回の旅行で期待度の高い地元食材はどれですか？」
(観光客全員／n=116 複数回答)



<期待度の高い食材（男女別）>



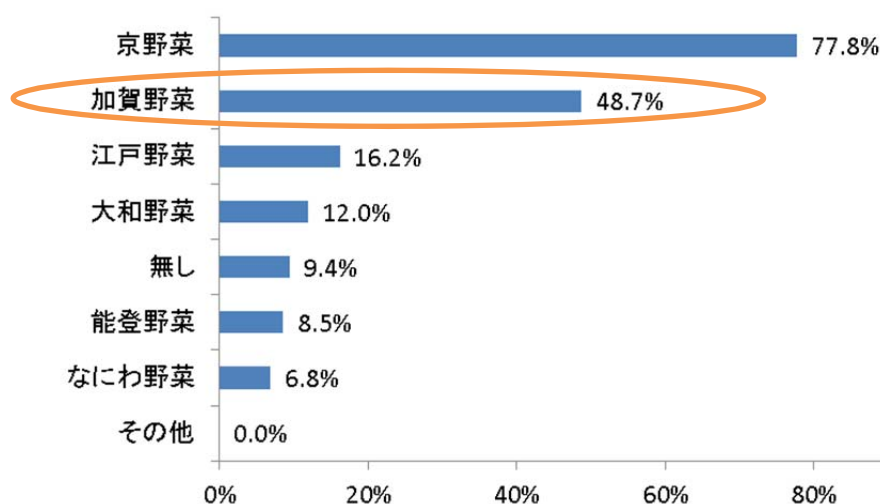
<期待度の高い食材（年代別）>



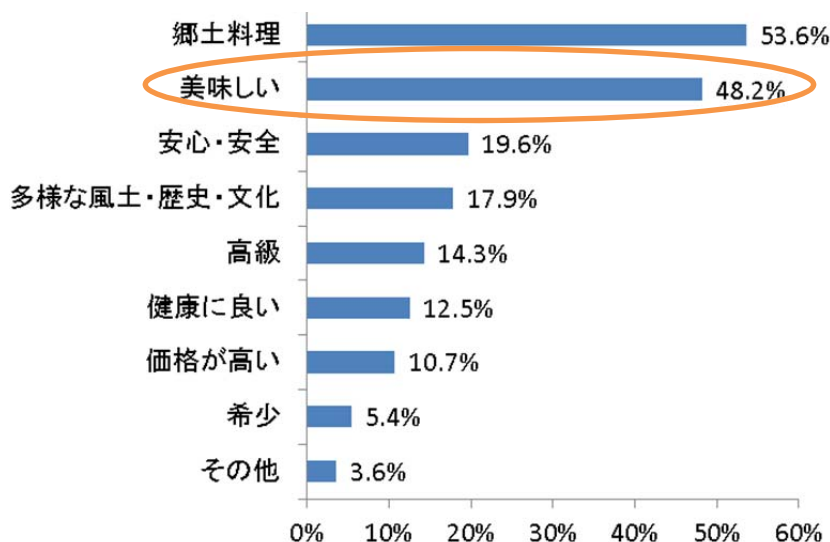
4. 加賀野菜の認知度とイメージ

- ✓ 観光客に対して、「聞いたことのある伝統野菜はどれか」と尋ねたところ、「加賀野菜」は「京野菜」に次いで回答数が多く、約 5 割が聞いたことがあると回答した。
- ✓ また、加賀野菜というブランド名を聞いたことがある観光客に対して、加賀野菜のイメージについて尋ねたところ、「郷土料理」に次いで 5 割近くが「美味しい」というイメージを持っていることがわかった。

【図表 4-1 「聞いたことのある伝統野菜はどれですか？」
(観光客全員／n=117 複数回答)



【図表 4-2 「加賀野菜と聞いてイメージするのは？」
(加賀野菜というブランド名を
聞いたことがある観光客／n=56 複数回答)

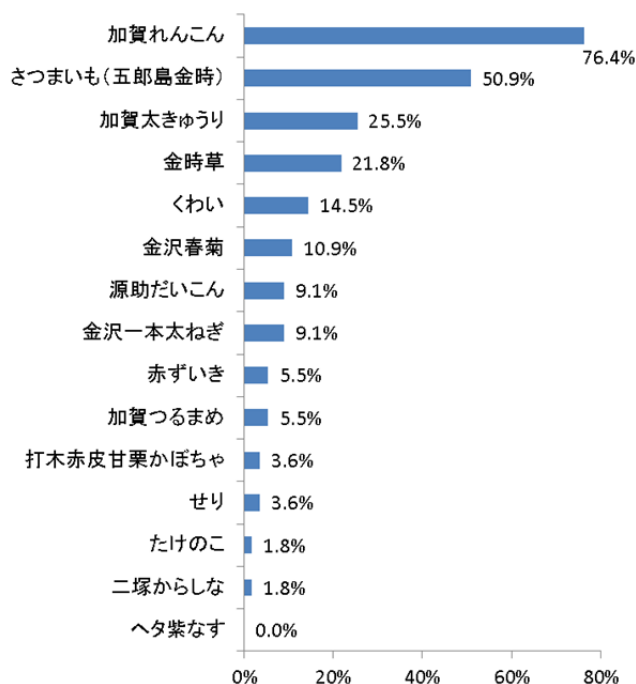


5. 加賀野菜で知っている品目

- ✓ 加賀野菜というブランド名を聞いたことがある観光客に対して、「加賀野菜で知っている品目はどれか」と尋ねたところ、「加賀れんこん」と「さつまいも（五郎島金時）」以外の品目の知名度は総じて低かった。「加賀野菜」というブランド名は認知されていても、品目名となるとその多くはあまり知られていないことが分かった。
- ✓ 一方、加賀野菜料理提供店に対して、「利用している加賀野菜はどれか」と尋ねたところ、「加賀れんこん」と「さつまいも（五郎島金時）」以外でも「金時草」や「源助だいこん」など良く利用されている品目もあった。
- ✓ まだ加賀野菜としてあまり知られていない品目についても上手にアピールしていくなど、加賀野菜の認知度をより高める余地はまだあるものと考えられる。

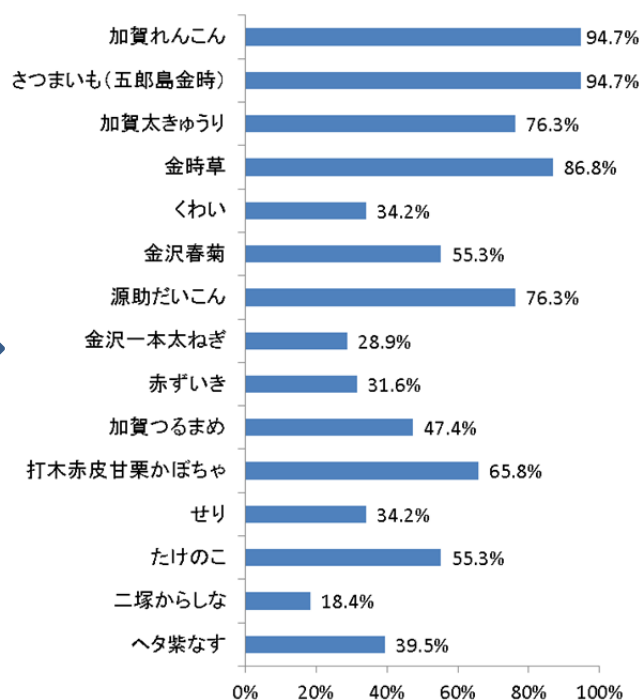
【図表 5-1 「加賀野菜で知っている品目は？」】

（加賀野菜というブランド名を聞いたことがある観光客／n=55 複数回答）



【図表 5-2 「利用している加賀野菜は？」】

（加賀野菜料理提供店／n=38 複数回答）

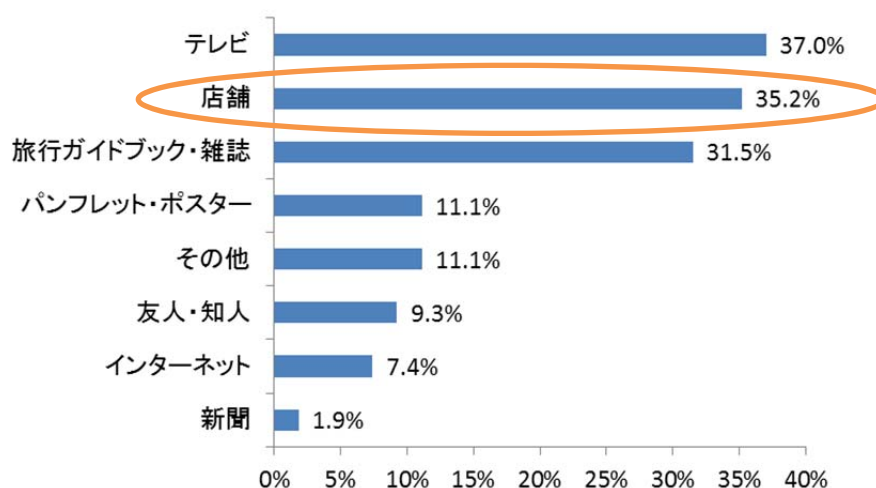


6. 情報源と食べたきっかけ

- ✓ 加賀野菜というブランド名を聞いたことがある観光客に対し、その情報源を尋ねたところ、「テレビ」「旅行ガイドブック・雑誌」に並び「店舗」を挙げた人が多かった。
- ✓ また、加賀野菜を食べたことがある観光客に対し、「加賀野菜を食べたきっかけは何か」と尋ねたところ、実際に店舗においてメニューを見たり、店員に勧められたりすることが食べるきっかけになったとの回答が多かった。
- ✓ 加賀野菜を上手にアピールし、実際に食べてもらうには、飲食店における対応が重要であることが分かる。

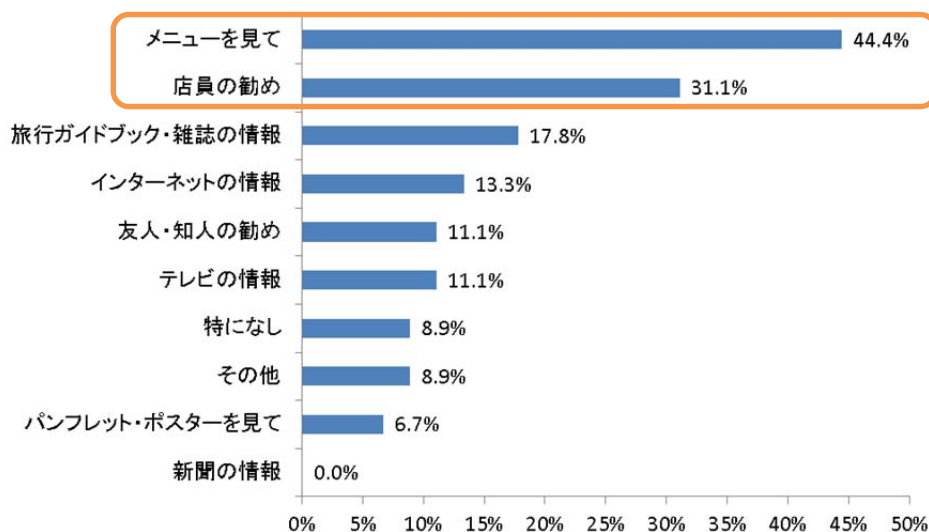
【図表 6-1 「加賀野菜を何で知りましたか？」】

(加賀野菜というブランド名を聞いたことがある観光客／n=54 複数回答)



【図表 6-2 「加賀野菜を食べたきっかけは何ですか？」】

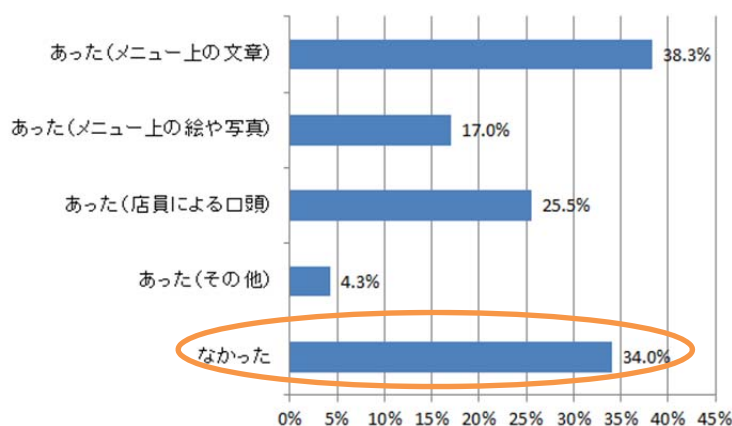
(加賀野菜を食べたことがある観光客／n=45 複数回答)



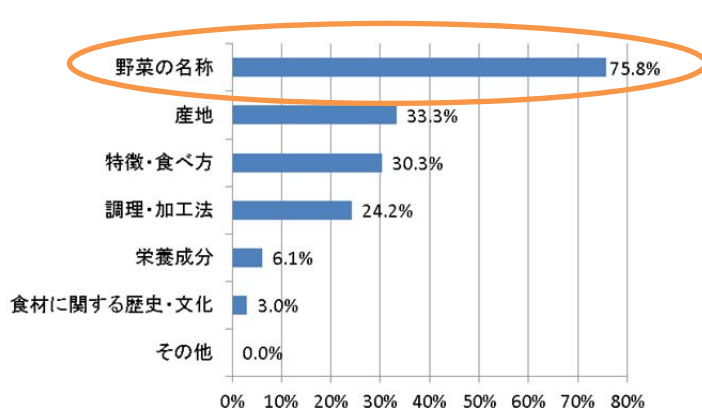
7. 飲食店による加賀野菜についての説明

- ✓ 飲食店で加賀野菜を食べたことのある観光客に対して、「加賀野菜について説明があったかどうか」と尋ねたところ、店員による口頭説明があったとの回答が一定数あった一方で、「なかった」との回答も3割以上あった。
- ✓ また、加賀野菜について説明があったと回答した観光客に対して、「加賀野菜について説明のあった項目は何か」と尋ねたところ、説明項目としては「野菜の名称」のみに留まるケースが多く、「もっと詳しく」説明して欲しいと思った人が3割以上となった。
- ✓ 飲食店側が「特徴・食べ方」などについてもう一步踏み込んだ説明をしていくことで、観光客の満足度をより高めることができるだろう。

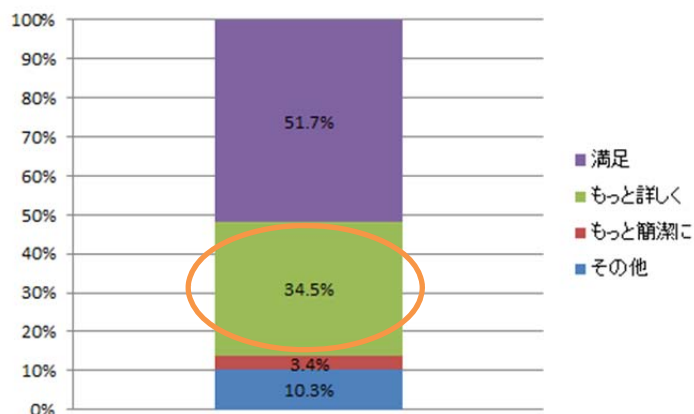
【図表7-1 飲食店による加賀野菜の説明の有無】
(飲食店で加賀野菜を食べたことがある
観光客／n=47 複数回答)



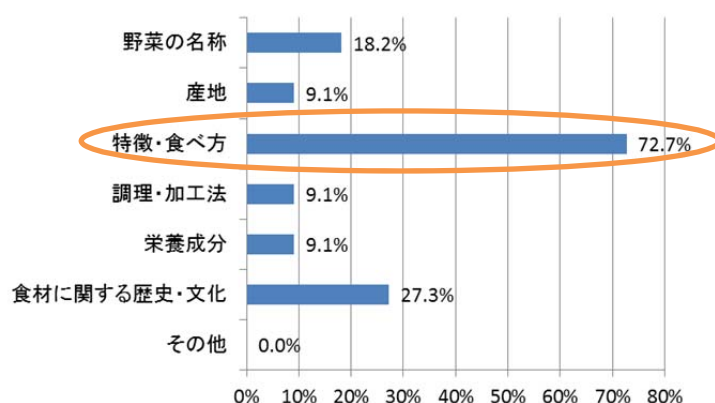
【図表7-2 加賀野菜について説明のあった項目】
(「加賀野菜について説明があった」と
回答した観光客／n=33 複数回答)



【図表7-3 「加賀野菜の説明は十分でしたか？」】
(「加賀野菜について説明があった」と
回答した観光客／n=29)



【図表7-4 詳しく説明して欲しかった項目】
(「もっと詳しく説明して欲しかった」又は
「その他」と回答した観光客／n=11 複数回答)

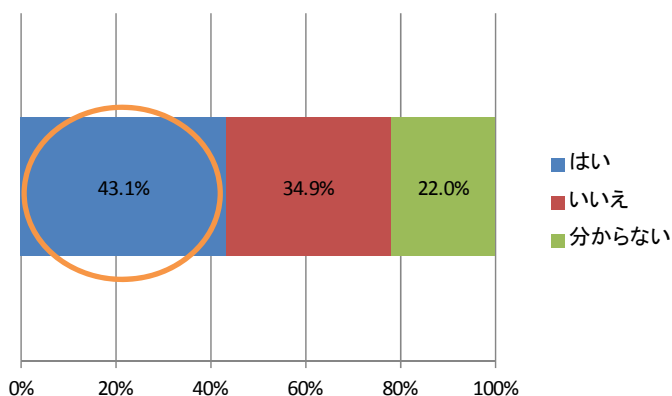


8. 味に対する満足度

- ✓ 「加賀野菜を食べたことがある」と回答した約 4 割の観光客に対して、加賀野菜の味への満足度を尋ねたところ、「満足」という回答が最も多く、「やや満足」まで含めると 9 割以上となった。
- ✓ また、「加賀野菜を食べたことがない」又は「食べたかどうか分からない」と回答した約 6 割の観光客に対して、「加賀野菜を食べてみたいか」と尋ねたところ、9 割以上が「はい」と回答した。
- ✓ 観光客の加賀野菜の味に対する満足度は高く、期待度も高いことが分かった。

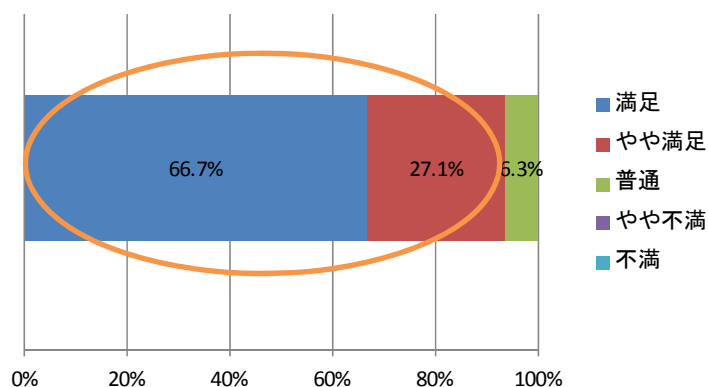
【図表 8-1 「加賀野菜を食べたことがありますか？」】

(観光客全員／n=109)



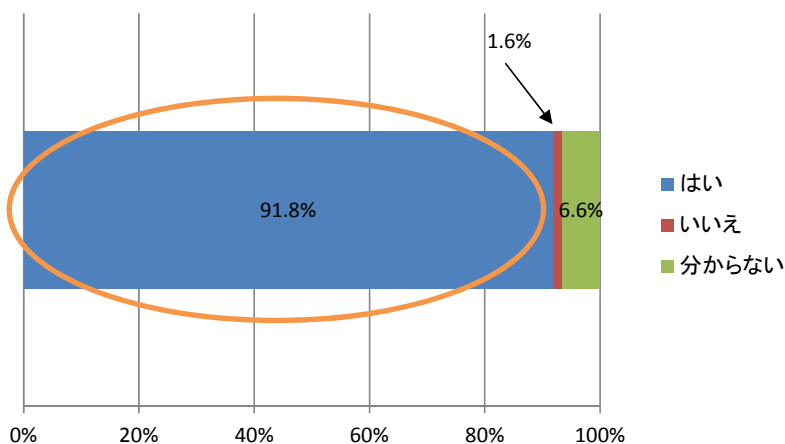
【図表 8-2 加賀野菜の味への満足度】

(加賀野菜を食べたことがある観光客／n=48)



【図表 8-3 「加賀野菜を食べてみたいと思いますか？」】

(加賀野菜を食べたことがない
又は食べたかどうか分からない観光客／n=61)

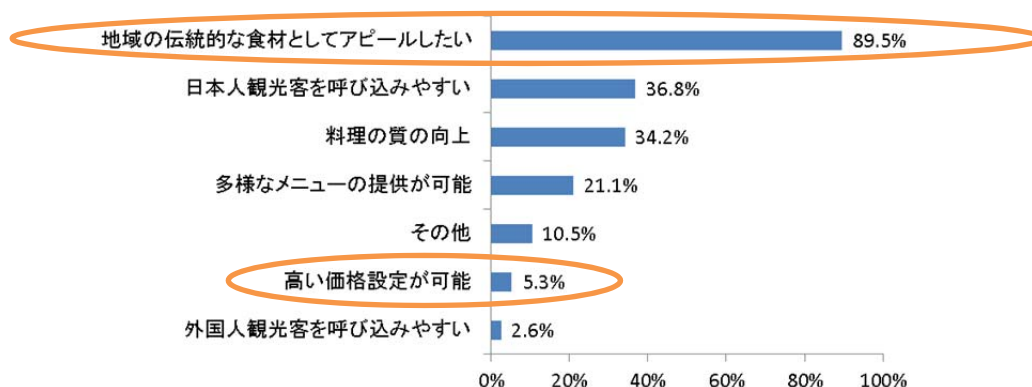


9. 飲食店が加賀野菜を利用する理由と課題

- ✓ 加賀野菜料理提供店に対して、加賀野菜を利用する理由を尋ねたところ、「地域の伝統的な食材としてアピールしたい」との回答が最も多く、約9割を占めた。一方、「高い価格設定が可能」との回答はごく少数にとどまった。
- ✓ また、加賀野菜を利用するうえでの課題を尋ねたところ、「仕入できる時期が限定」「価格が不安定」「価格が高い」といった声が聞かれた。加賀野菜の観光コンテンツとしての可能性を拓げるためには、生産農家の育成や流通体制の整備などへの更なる対応も必要となつてこよう。
- ✓ 但し、観光客の多くは、加賀野菜に対して「美味しい」というイメージを持っており（図表4-2）、実際に食べたことのある観光客の多くは味に「満足」している（図表8-2）。手間暇かけて収穫された品質の良さや、旬の地元食材あるいは希少な地元食材であることをアピールするなど、自信をもって付加価値を伝える工夫もするとよいのではないだろうか。

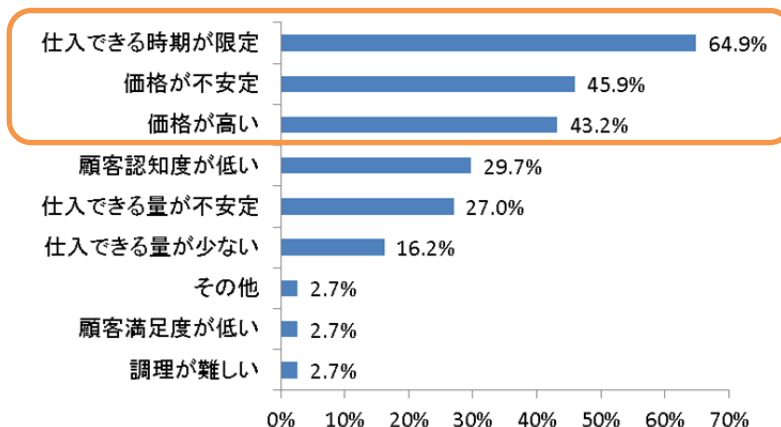
【図表9-1 「加賀野菜を利用する理由は何ですか？」】

（加賀野菜料理提供店／n=38 複数回答）



【図表9-2 「加賀野菜を利用するうえでの課題は何ですか？」】

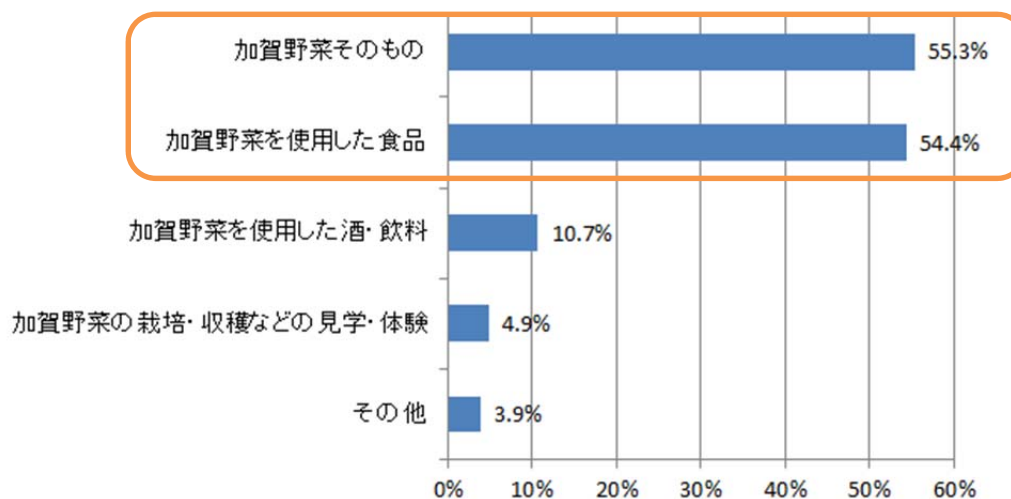
（加賀野菜料理提供店／n=37 複数回答）



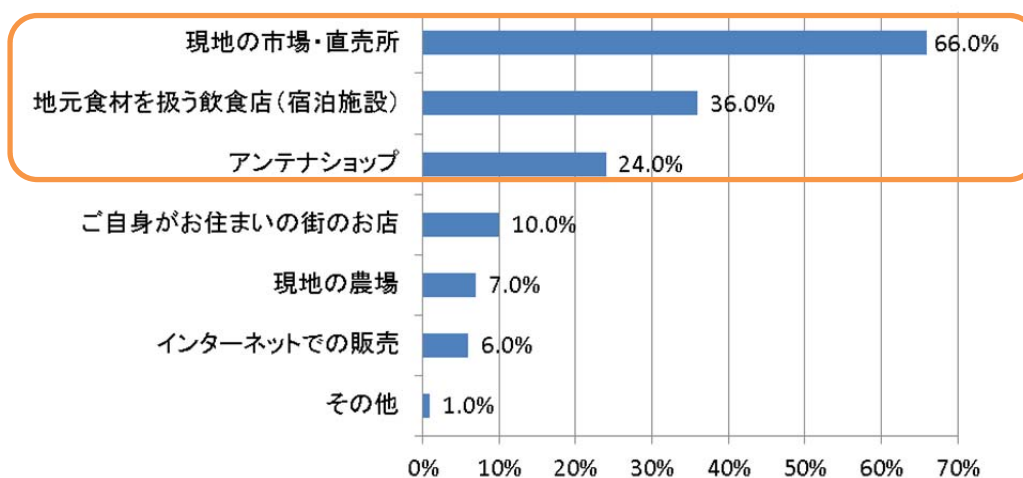
10. 加賀野菜の利用・購入

- ✓ 観光客に対して、利用・購入したい加賀野菜関連商品を尋ねたところ、「加賀野菜そのもの」と並び、約5割が「加賀野菜を使用した食品」を利用・購入したいと回答した。
- ✓ また、加賀野菜を利用・購入したいと思う場所を尋ねたところ、「現地の市場・直売所」との回答が7割近くと最も多く、次いで「地元食材を扱う飲食店（宿泊施設）」、「アンテナショップ」が挙げられた。
- ✓ したがって、飲食店のみならず、多くの観光客が訪れる近江町市場での加賀野菜とその加工食品の販促は効果的だろうし、加賀野菜をPRするうえでアンテナショップをうまく活用することも一案だろう。

【図表10-1 利用・購入したい加賀野菜関連商品】
 （観光客全員／n=103 複数回答）



【図表10-2 加賀野菜を利用・購入したいと思う場所】
 （観光客全員／n=100 複数回答）



＜参 考＞加賀野菜料理提供店からの意見
(アンケート時に寄せられた意見を一部抜粋)

○実際の取り組みや現状

- ・仕入期間が短いので、安定している加賀れんこんと五郎島金時ばかり使ってしまう。
- ・五郎島金時をレトルトスープとして製品化、販売している。
- ・産地見学会に参加し、生産者から、歴史や特徴、食べ方など直接話を聞き、それをお客様に説明しながら料理を提供するととても喜ばれる。
- ・附出しとして出す事が多いため全部のお客様に加賀野菜を食べてもらう事から会話につながるしていく。
- ・観光客を中心に、メニューやパンフレット、ポップを用いて加賀野菜についてアピールしている。

○行政等への要望

- ・市や県の発行している観光マップ等に加賀野菜が掲載されているとお客様が喜ぶのでは。
- ・お客様は見た目などで他と全く違うものならその地域のものとして喜ぶが、自分達の住む地でも手に入る食材の場合は、地元産というこだわりに気づかない。地元産の意義について、提供側だけでなく、お客様にもこだわってもらえる取組をしてほしい。
- ・地元産のものをすぐに「ブランド化」する傾向があり、価格が合わなくなることが予想され不安である。

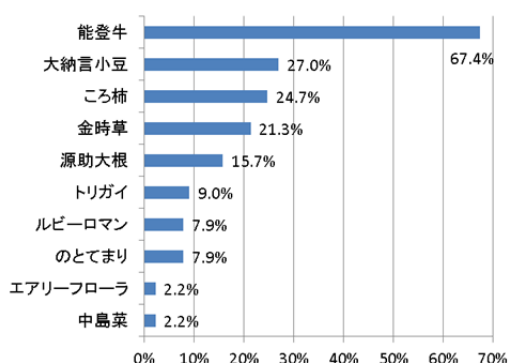
○北陸新幹線開業と関連する内容

- ・新幹線完成までに県外（関東圏）へのアピールが大事。
- ・北陸新幹線開業に合わせて、北陸により興味がわくようなパンフレットなど案内できるような物ができるとうれしい。

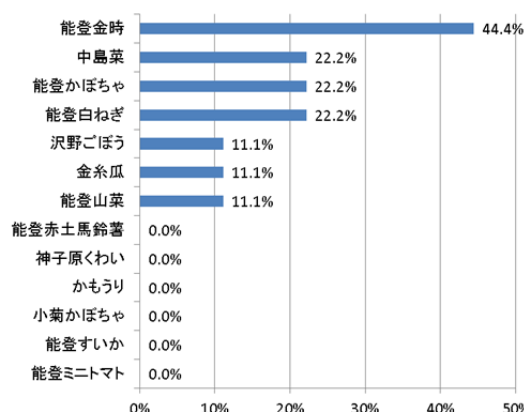
<コラム> 石川県が普及・ブランド化を推進している産物の認知度

- ✓ 今回実施したアンケートでは、観光客に対して、石川県が普及・ブランド化を推進する産物全般の認知度調査も実施した。
- ✓ 調査の結果、「能登牛」は比較的良好に知られていたが、その他の産物の認知度は総じて低かった。特に、「ルビーロマン」、「のとてまり」、「エアリーフローラ」といったブランド化の取り組み開始から間もない産物の認知度はまだ低いことがわかった。
- ✓ また、『能登の里山里海』が2011年6月に世界農業遺産に認定され、能登野菜についても普及・ブランド化が推進されているところだが、ブランド名の認知度はまだ低い（P6、図表4-1）。
- ✓ これらの産物については、ブランドイメージ確立に向けたPR方策を進め、まずは知ってもらうことが重要となろう。

【図表 石川県が普及・ブランド化を推進している産物の認知度】
 （観光客全員／n=89 複数回答）



【図表 能登野菜の認知度】
 （能登野菜というブランド名を聞いたことがある観光客／n=9 複数回答）



- ・本資料は、著作物であり、著作権法に基づき保護されています。著作権法の定めに従い、引用する際は、必ず出所：金沢大学香坂研究室・日本政策投資銀行と明記して下さい。
- ・本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要ですので、以下の連絡先までご連絡下さい。

<お問い合わせ先>

金沢大学 地域創造学類 香坂研究室（香坂 玲、富吉 満之）
〒920-1192 石川県金沢市角間町 人間社会棟 3号館 1212号室
Tel: 076-264-5475 E-mail : kohsaka@staff.kanazawa-u.ac.jp

株式会社日本政策投資銀行北陸支店（新井 洋司）
〒920-0031 金沢市広岡三丁目1番1号
Tel : 076-221-3216 E-mail : he_8754@dbj.jp