

1. アンケート結果

(1) 『旅先での食事』を1番の目的とした旅行をすることがあるか

愛媛県内在住者（以下、県内）のうち半数以上が「ほとんどない」と回答し、愛媛県外在住者（以下、県外）に比べ「食」が目的の旅行への参加は少ない。

(2) 旅先でどんな料理を食べたいか

県内外とも、最も回答が多かったのは「その土地で採れた食材を使った料理」であった。

なお、県内は県外に比べ「特にこだわりはない」との回答が多かった。

(3) 旅先の名物料理の情報を何から得るか

最も利用されているのは旅行ガイドだが、インターネットもよく利用されている。テレビ番組、グルメ雑誌がそれに続く。

(4) 愛媛の「食」に対するイメージ

県内は、地元で「新鮮な魚介類が食べられる」と思っている人が86.6%にのぼる。県外の人も大多数はそう思っているものの、そう思っていない人も

21.6%いた。「おいしい果物や野菜が食べられる」という点でも同様の傾向が見て取れる。

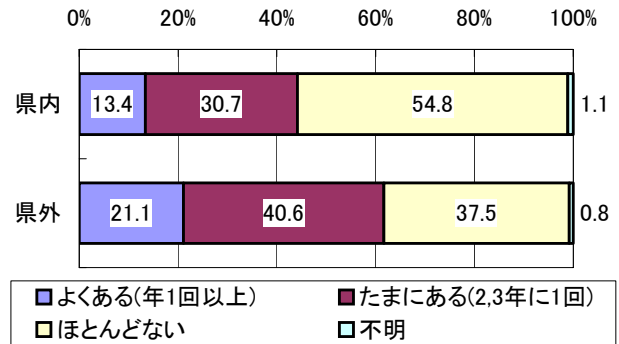
アンケートの概要

時期 2007年11月下旬～12月中旬
 方法 伊予銀行本支店にてアンケート用紙を配布し、郵送にて回収。無記名方式
 回答者 愛媛県内在住者 657名
 愛媛県外在住者 389名（ ）

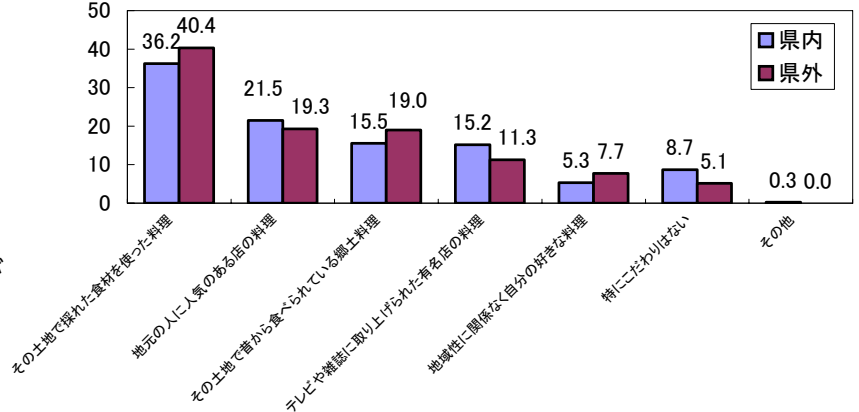
() 県外在住者の内訳 (人)

四国	127	中国	145	九州	65	近畿	50
徳島	16	広島	102	大分	44	兵庫	29
香川	81	岡山	24	福岡	21	大阪	21
高知	30	山口	19	(不明)	2	計	389

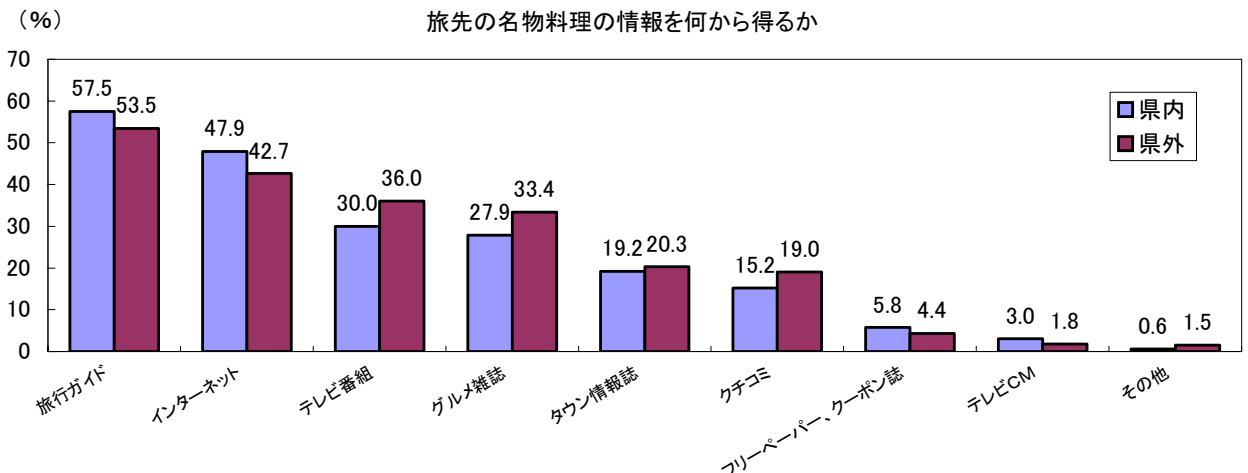
「旅先での食事」を1番の目的とした旅行



旅先でどんな料理を食べたいか

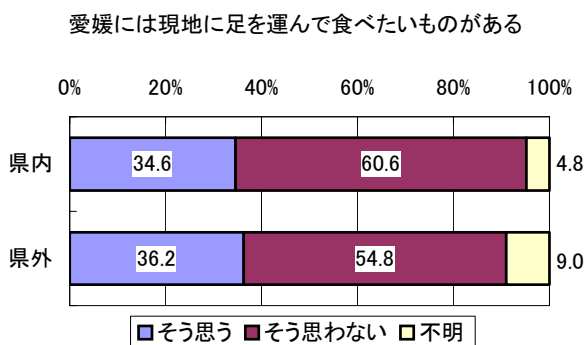
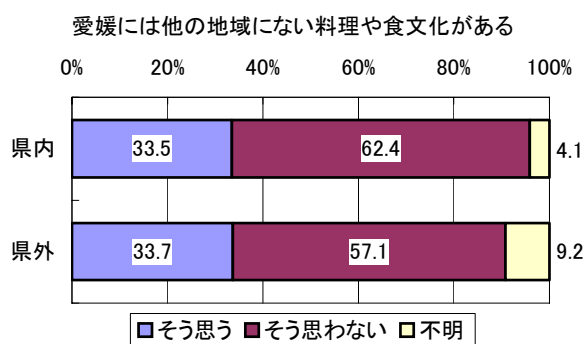
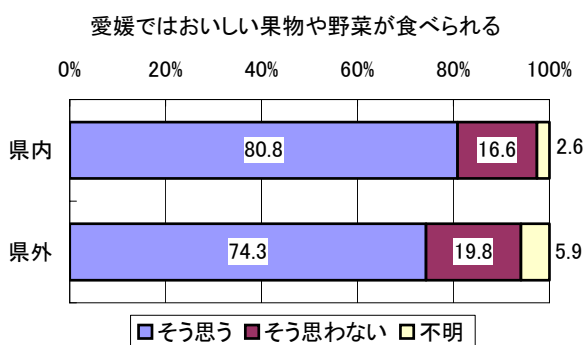
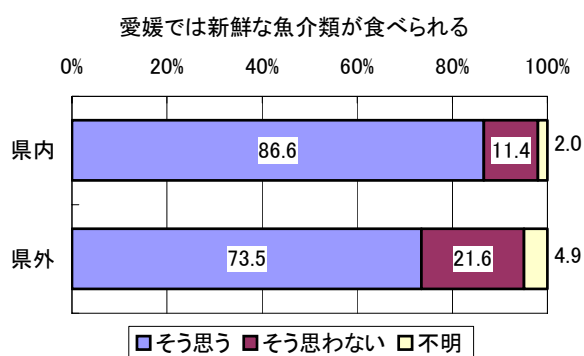


旅先の名物料理の情報を何から得るか



また「愛媛には他の地域にはない料理や食文化がある」とは思っていない人が、県内外とも約6割を占め、愛媛の食の存在感の弱さが浮き彫りとなった。

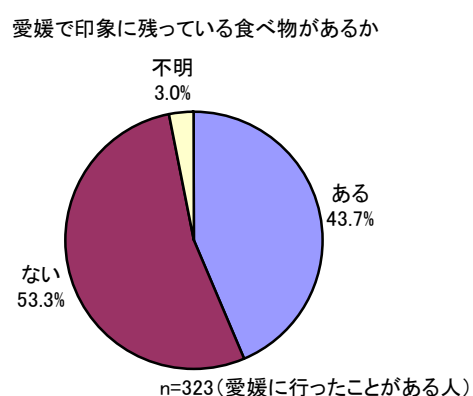
「愛媛には現地に足を運んででも食べたいものがある」とは思っていない県内在住者が、6割に達した。県外もほぼ同様の結果となった。



(5) 愛媛で印象に残っている食べ物があるか

県外在住者で実際に愛媛を訪れたことがある人に、印象に残っている食べ物があるか尋ねたところ、「ない」が53.3%で過半数を占めた。

「ある」と回答した人では、具体的な食べ物の名前としてじゃこ天、鯛めし、みかん・いよかん、タルト、坊っちゃん団子などを挙げる人が多かった。少数派として、みかんご飯、ふぐざく、岬あじ・岬さば、ふかの湯ざらしなどの回答もあった。



(6) 名物料理の認知度・体験度

愛媛の名物料理 15 品目の認知度・体験度を尋ねた。ともに高いのが、じゃこ天と、東予や中予に多い鯛を炊き込むタイプの鯛めし、そしていもたきである(表-1)。刺身をのせるタイプの鯛めしは、南予では体験度が86.7%と高いが、東中予では70%前後と、やや下がる。じゃこ天と鯛めし(炊き込みタイプ)は県外在住者にも高い認知度を誇っている。

なお、四国の他県の名物料理についても各県3品ずつ挙げ、「知っているか、食べたことがあるか」を尋ねた(表-2)。愛媛県でもその他の県でも、讃岐うどんとかつおのたたきが断トツで認知度・体験度ともに高かった。

表 - 1 愛媛の名物料理の認知度・体験度

	県内		県外	
	知っている	がある 食べたこと	知っている	がある 食べたこと
じゃこ天	98.5	96.7	87.9	74.6
鯛めし(炊き込み)	98.2	94.4	82.8	51.9
いもたき	97.7	92.5	39.8	20.6
たこめし	91.8	82.2	68.9	38.0
鯛めし(刺身)	92.5	75.5	66.1	38.6
いよさつま	79.6	54.8	34.7	12.3
あなごめし	67.7	48.2	51.9	24.9
鯛そうめん	75.8	46.9	45.2	22.9
鉄板焼鳥	76.6	41.4	41.1	16.7
八幡浜ちゃんぼん	61.8	30.1	19.5	4.4
松山鮓	45.5	27.5	21.1	6.7
焼豚玉子飯	35.3	20.1	9.8	3.1
法楽焼き	36.4	19.9	21.9	7.7
雑料理	38.8	14.2	16.2	4.9
じゃこカツ(バーガー)	36.7	12.8	14.9	3.6

表 - 2 四国の名物料理の認知度・体験度

	県内		県外	
	知っている	がある 食べたこと	知っている	がある 食べたこと
讃岐うどん	98.6	96.8	98.2	92.8
かつおのたたき	96.8	93.8	94.1	84.8
徳島ラーメン	74.9	43.5	62.0	37.5
皿鉢料理	74.4	53.3	62.0	45.5
祖谷そば	73.7	51.3	57.3	38.3
骨付き鶏	67.3	55.1	54.0	39.6
カキ焼き	48.9	31.8	49.1	31.4
鍋焼きラーメン	41.2	19.9	31.4	15.4
徳島バーガー	17.5	5.2	15.7	3.3

(7) 愛媛および四国の名物料理で食べたいもの

(6)で提示した料理の中で、食べに行ってみたいもの(食べたことのあるものに関しては「もう一度食べたいもの」)を尋ねた。

讃岐うどんが県内外で圧倒的な人気を誇っており、満足度の高さ、リピーターの多さをうかがわせる。

愛媛の料理では、県外でも知名度の高い鯛めしやじゃこ天が人気だが、鉄板焼鳥も健闘している。県内では、刺身タイプの鯛めしが炊き込みタイプを上回った。たこめし・あなごめしは、県内在住者より県外在住者の関心が高いことがうかがえる。

2. ご当地グルメを地域活性化につなげるには

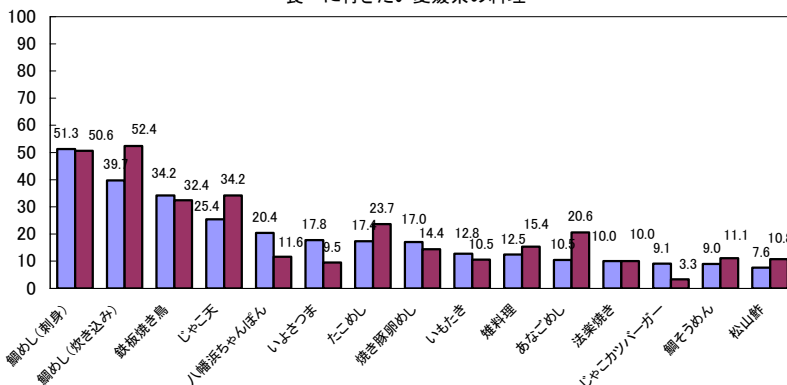
(1) 地元で愛されていること

地元の人が愛している、だからよその人にも味わって欲しい、という気持ちが、ご当地グルメで地域を活性化しようという活動の原点にあるはず。観光客が足を運んでもまちの人が「そんな料理知らない」というのでは興ざめだ。地元客と観光客が、自然に交流できる場となることが理想だ。

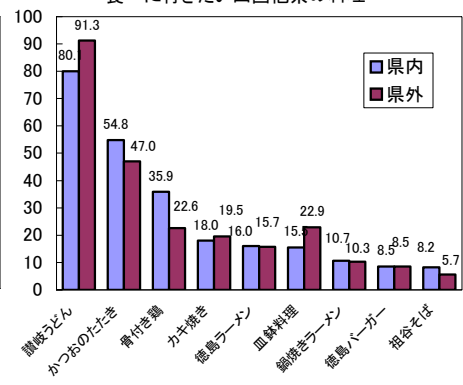
(2) しっかりした運営組織

ご当地グルメを戦略的に売り出そうとするなら、活動の組織が必要となる。料飲組合などの

食べに行きたい愛媛県の料理



食べに行きたい四国他県の料理



業界団体が団結できれば大きなパワーになるが、一方で利害が対立する場合もある。利害関係の少ない市民グループなどが応援団として中核になると、比較的円滑に活動を進めやすい。当該事業者、応援団、行政が三位一体となって盛り上がるのがベストだ。

(3) 「マップを作って終わり」ではない

「マップ・のぼり・キャラクター（あるいはテーマソング）」がご当地グルメの三種の神器と言われるが、神器を揃えれば活動完了ではないし、マニュアル化された活動にとらわれるべきではない。歴史的背景や住民の気質など、地域とその食材の係わりを掘り下げ、独自のストーリーでアピールすることが必要だ。

(4) 「1店行ったら満足」にしない

2、3店回って食べ比べができるよう、ミニサイズの料理を用意するなどの工夫が必要。複数店を巡る合間に、まちの雰囲気も楽しめるようなコース設定ができればさらに楽しみが増す。移動手段の確保が必要になる場合もあろう。

(5) まち全体への波及効果を高める工夫

食べ歩きの合間に観光施設に立ち寄ったり、地元の店をのぞいたりする時間が増えれば、それだけ経済波及効果も高まることが期待できる。できれば宿泊にもつなげたい。さまざまな業種が一体となって取り組む必要がある。

(6) 広域連携を図る

全国・四国・県内で似た食材や同種の料理を提供する地域と連携をはかる。共同でのイベント開催や、相互にPRすることで関心を高め、広域からの集客につなげたい。

(7) ネットでこまめに情報提供

インターネット等を活用して、常に新鮮な情報提供に心がける。提供店の所在を知らせるだけでなく、まちの最新ニュースや店主らのブログなどを載せ、「行ってみたい」と思わせる仕掛けが必要。

(8) 食材へのこだわり

「ご当地」としてのイメージ的にも、他業種への波及効果の面でも、「地元の食材が使われている」というほうが効果的だ。産地や作り手の情報を伝えることが、ご当地グルメとしての存在感を高める。

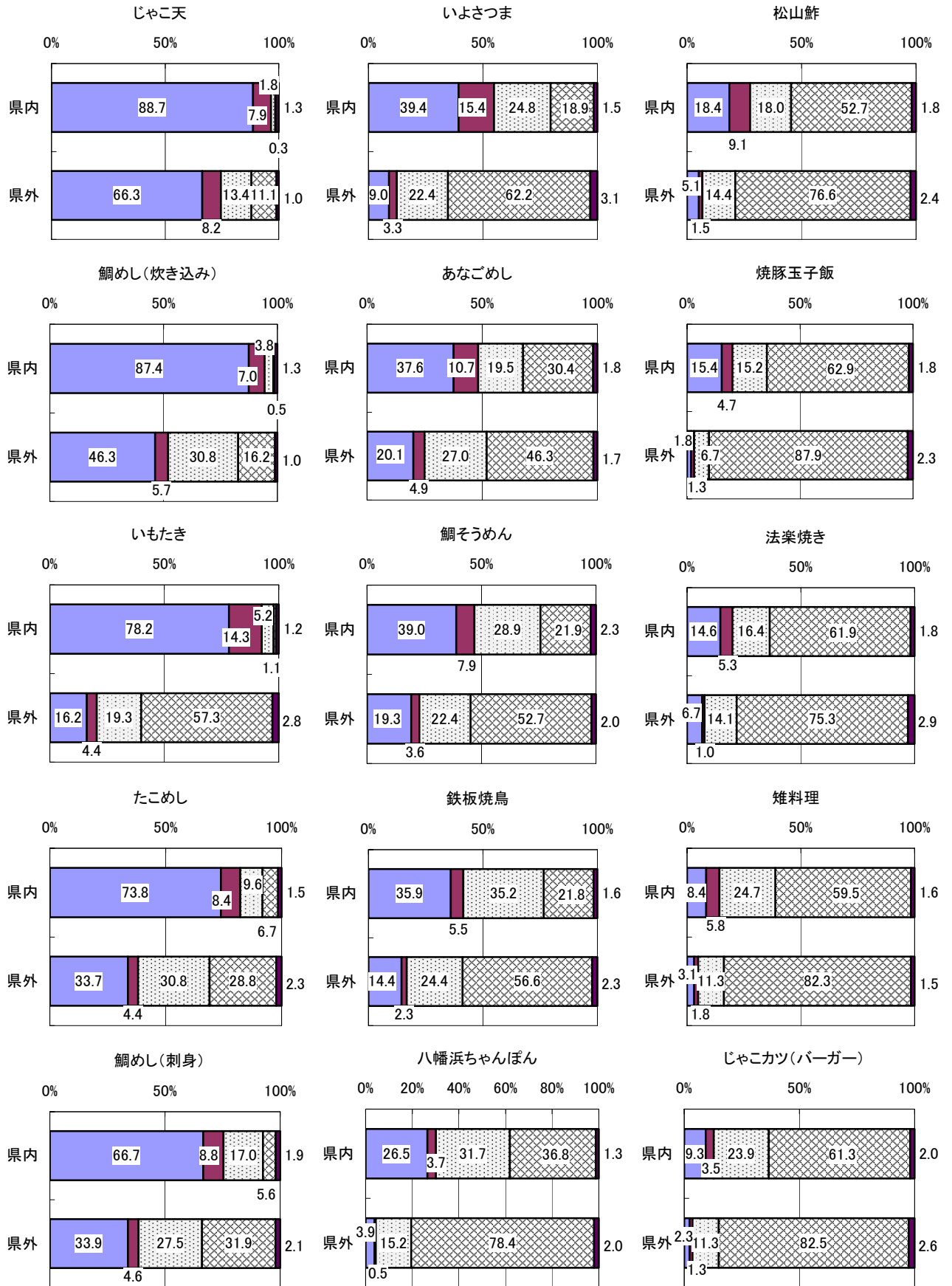
3. 今後に向けて

海・山の豊富な食材という宝を持ちながらそれを活かしていきれていないもどかしさが、今、県内のいたるところでの「ご当地グルメを掘り起こそう」という動きにつながっているのではないだろうか。

特に南予では、生産面も含めた「食」による活性化が、地域の未来を左右すると言ってもいい。一過性のブームに終わらせず、地域の独自性と活力を増幅させていくための息の長い活動となることに期待したい。

(上甲いづみ)

[参考資料] 主な名物料理の認知度・体験度



食べたことがあり好き
 食べたことはあるが好きではない
 食べたことはないが知っている
 知らない
 不明