

産業建設常任委員会調査中間報告書

1 調査事件

食を生かした誘客事業について

2 調査目的

全国的にB級グルメや地域食材を生かした誘客事業が盛んに行われている。庄内町でも米、ラーメンなどの食に関する特徴があり、他にも地域の食文化を発掘する動きがある。これらを、地域活性化、誘客拡大に繋げるために調査することとした。

3 調査経過

平成28年12月14日 (会期中)
平成28年12月20日 (会期中) 建設課、商工観光課より聞き取り
平成29年1月13日 商工観光課、農林課より聞き取り
平成29年1月19日
平成29年1月30日 町内視察調査
平成29年2月8日 庄内町商工会、庄内町観光協会より聞き取り
平成29年2月15日
平成29年2月22日

4 調査状況

[現況]

町では、これまで「日本一おいしい米コンテスト」の開催や、たべぶら事業などで地域の食に関する特徴を町内外にPRしてきた経緯がある。

新産業創造館では、共同利用加工場を活用した6次産業化を推進し、地元農産物を活用した新たな商品開発や販売を行っている。また、昨年10月には地元農産品の直売、主婦レストランをメインとした「道の駅しょうない 風車市場」もオープンした。

一方、ブランド化への取り組みでは、豊富な地元食材に恵まれているものの、「食の安心・安全なブランドづくりと地域6次産業化推進事業」が平成28年度から始まり、間もないことから誘客拡大に繋がっていない。

(1) 民間事業者との連携

民間事業者と連携して、地元食(米、酒、漬物、しょうゆの実等)を組み合わせた食めぐりツアーなどを企画・展開している。

ア 町内の老舗店舗から協力を得て、店舗見学、試食、試飲等を実施し、地元食材のPRを行っている。

イ 小さな旅シリーズでは地元の農産物(からとり芋、枝豆、夏野菜)の収穫、試食体験を実施している。

ウ 毎年恒例となっている「日本一おいしい米コンテスト」に、「駅からハイキング」の参加者に来場してもらい、美味しい米と、消費者生活団体連絡協議会提供の郷土料理の試食を行っている。

(2) 拠点施設

ア 郷土料理を発信、提供する拠点として北月山荘、道の駅しょうないを位置づけて積極的なPRを行っている。

(ア) 北月山荘では、地元農産物や山菜に加え、イワナ、ヤマメを提供し、宿泊者などに好評を得ており、楽天トラベルで高い評価を受け、全国的にも知名度が上がりつつある。

特にヤマメの甘露煮や山の芋料理は、都会からのお客様に好まれる調理方法を工夫したことから、リピーターの確保や土産品としても期待される。

(イ) 道の駅しょうないでは、主婦レストラン「いろどり」で庄内の旬な食材をふんだんに使用した料理を提供している。

また、道の駅という性質上、トラックドライバーなどに向けたボリュームのあるメニュー開発に取り組むなど、リピーター確保に努めている。

イ 新産業創造館「クラッセ」では、レストラン「やくけっちゃんの」「なんでもバザールあっでば」や共同利用加工場を軸に地元食材の消費拡大、誘客を図っている。

(ア) レストラン「やくけっちゃんの」では、イタリア料理シェフの監修により、庄内豚や地場野菜を生かした新しいスタイルの料理を提供している。

(イ) 「なんでもバザールあっでば」では、地元食材の直売所としての機能と、観光客向けの土産品販売を担っている。

(ウ) 共同利用加工場では、多くの商品が開発されている。その中でも、「むきそば」や「つや姫玄米コーヒー」は販路拡大に結び付いている。

ウ 町湯では、オープン当初から町湯食堂を併設し、食の魅力を生かした誘客に努めており、その後は休憩室の座敷も活用して宴会利用者を取り込むことで来客者の増加を図っている。

割引クーポン雑誌「マイブルーム」への掲載が9月で終了したことで、一時的に来客者が減少しているが、徐々に回復傾向にある。

(ア) 町湯食堂では、当初カレーライスをメインとしていたが、ラーメンの要望もあったことからメニューに加えた。そのラーメン導入が功を奏して来客数は伸びている。

(イ) 宴会利用は40人まで可能で、午後6時以降の時間帯で対応している。料理は町湯食堂で用意しており、地元食材を利用した鍋料理も提供している。また、希望に応じて地元業者からの仕出しにも対応しながら、来客者増加を目指している。

(3) イベントでのPR

各種のイベントを通して、地元食材、郷土料理を提供しており、さらには町外でも積極的にPR活動を実施している。

ア しょうない秋まつりでは、平成28年度は1万8千人が来場しており、その中でも食に関する催しでは、町内の飲食店や団体が、地元食材を使った餅、ラーメン、惣菜、焼き魚などを提供し、好評を得ている。

イ 平成28年度に初めて実施した月山龍神マラソンでは、郷土料理や、新米のおにぎりを提供するなど、町内はもとより町外からの参加者にも好評であった。

ウ 町外では、友好町である宮城県南三陸町での産業フェア、首都圏での物産展などに積極的に参加、出店し、地元食材や郷土料理のPR活動を行っている。

(ア) 2016 南三陸町産業フェア

期 日：平成 28 年 10 月 30 日(日)

会 場：宮城県南三陸町「ベイサイドアリーナ」

出店者：風車市場、庄内町観光協会

(イ) 白金プラザ七夕まつり

期 日：平成 28 年 7 月 2 日(土)～7 月 3 日(日)

会 場：東京都港区白金プラザ

出店者：㈱イグゼあまるめ、風車市場、人輝芽生（ときめき）ファーム、新産業創造協議会

(ウ) 商店街と地方都市との交流物産展

期 日：平成 28 年 10 月 27 日(木)～10 月 28 日(金)

会 場：東京都港区 JR 新橋駅前 SL 広場

出店者：JA 庄内たがわ、㈱イグゼあまるめ

(エ) 山形日和推進事業「食の都庄内！産直列車」

JR 羽越本線「きらきらうえつ」で、庄内地域の特産品等の車内販売および庄内町の観光PRを㈱イグゼあまるめが行い、知名度向上に努めている。

(4) たべぶらパスポート事業

たべぶらパスポート事業は、平成 28 年度で 5 年目を迎えており、当初は庄内町商工会への委託事業であったが、現在は町の補助事業に移行している。なお、各年度の事業概要は表 1 のとおりとなっている。

ア 毎年、60 軒以上の飲食関連事業所、店舗が加入しており、いわゆる B 級グルメの発掘などに一翼を担っている。

イ 庄内町はラーメンが有名で、たべぶらパスポート事業の軸となり、賑わいを見せているが、ラーメン以外を提供する店舗でも来客数が増加するなど、飲食業界全体に波及効果が見られる。

ウ たべぶらパスポート事業については、5 年目の取り組みという事もあり、町民はもとより、他市町の利用者にも定着している。

パスポートは町内飲食店関連のガイドブックとしての役割もあり、スタンプラリーの利用をしない人でも携帯していることから、参加店の満足度が高く、掲載されることによる広告効果も認められている。

表1 たべぶら事業の概要

		平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
		62 店舗 (内飲食店 57 店)	65 店舗 (内飲食店 59 店)	73 店舗 (内飲食店 67 店)	72 店舗 (内飲食店 67 店)	69 店舗 (内飲食店 63 店)
パ ス ポ ー ト	タイプ	A6 縦型 52P	A6 縦型 88P	A6 縦型 100P	A6 横型 88P	A6 縦型 84P
	部数	3 万部	3 万部	2 万 5 千部	2 万部	2 万部
	配布 方法	町内全戸配布 (6,896 世帯)	町内全戸配布 (6,896 世帯)	町内全戸配布 (6,896 世帯)	町内全戸配布 (6,896 世帯)	全戸配布なし
		庄内小僧折込 公共施設、参加店他	庄内小僧折込 公共施設、参加店他	公共施設 参加店他	公共施設 参加店他	公共施設 参加店他
広 報	のぼり、庄内小僧折込 ラジオ CM 等	のぼり、庄内小僧折込 ラーメン祭り等	のぼり、秋祭り等	のぼり、掲示物等	のぼり、町内回覧 用チラシ等	
賞品内容	一店逸品 37 種類	たべぶら参加店、 一店逸品 95 種類	一店逸品、 たべぶら参加店、 ゆりカード 98 種類	オリジナルグッズ、 町湯入浴券、 ゆりカード 4 種類	参加店共通割引券 ゆりカード 4 種類	

[課 題]

- (1) ブランド化について
- (2) 情報発信について