

観光振興セミナー2024

オープン・ラボ Online

～観光の新たなカチ・カタチ～

耳で美味しいと感じ脳で食べる
長期記憶に残るご当地グルメとは？

2024年6月13日（木）

株式会社リクルート じゃらんリサーチセンター

客員研究員 ご当地グルメ開発プロデューサー 田中 優子



▲本講演資料はこちらのQR
コードからDLいただけます



じゃらんリサーチセンター 客員研究員
ご当地グルメ開発プロデューサー 田中 優子

大阪市出身

2003年 株式会社リクルート入社 旅行Division

兵庫県北部の宿泊施設や観光協会など約300施設ほど担当。
地域誘客や宿泊施設の集客支援業務を推進。

2013年 旅行Division じゃらんリサーチセンター 兵庫県エリアプロデューサー

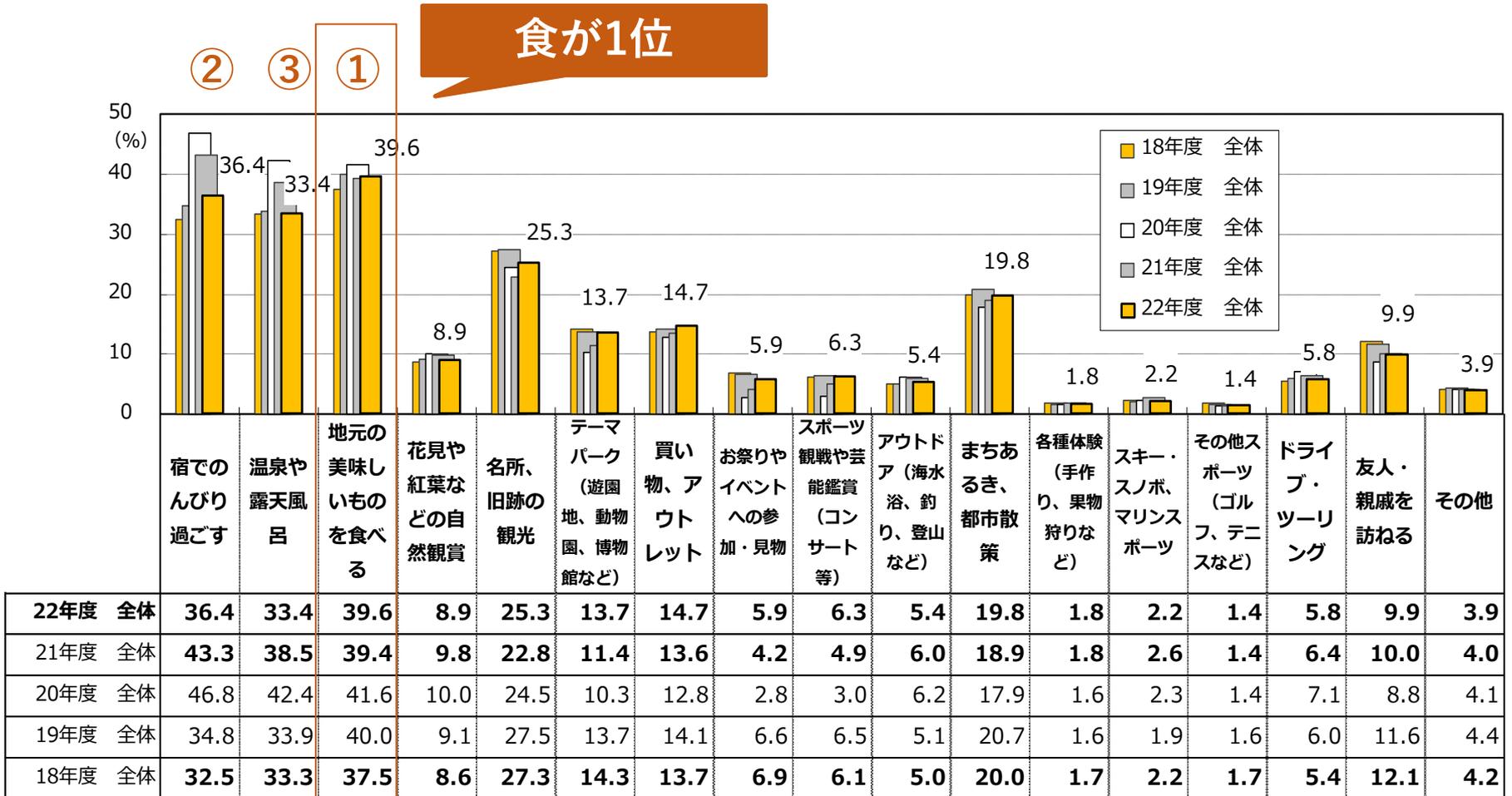
調査データの活用や分析、地域集客支援、商品開発、人材育成、情報発信、
地域ブランディングやグルメ開発事業を中心に、地域伴走型の事業を推進。

2020年 旅行Division じゃらんリサーチセンター ご当地グルメ開発プロデューサー

全国各地で、食のブランディングを軸に、新ご当地グルメの開発事業を推進。
その他、兵庫県商工会連合会 課題別専門家、大学校 観光概論 非常勤講師、
自治体の委員や審査員、にっぽんの宝物 JAPAN グランプリ審査員。

■ 宿泊旅行の目的（複数回答／延べ宿泊旅行件数ベース）

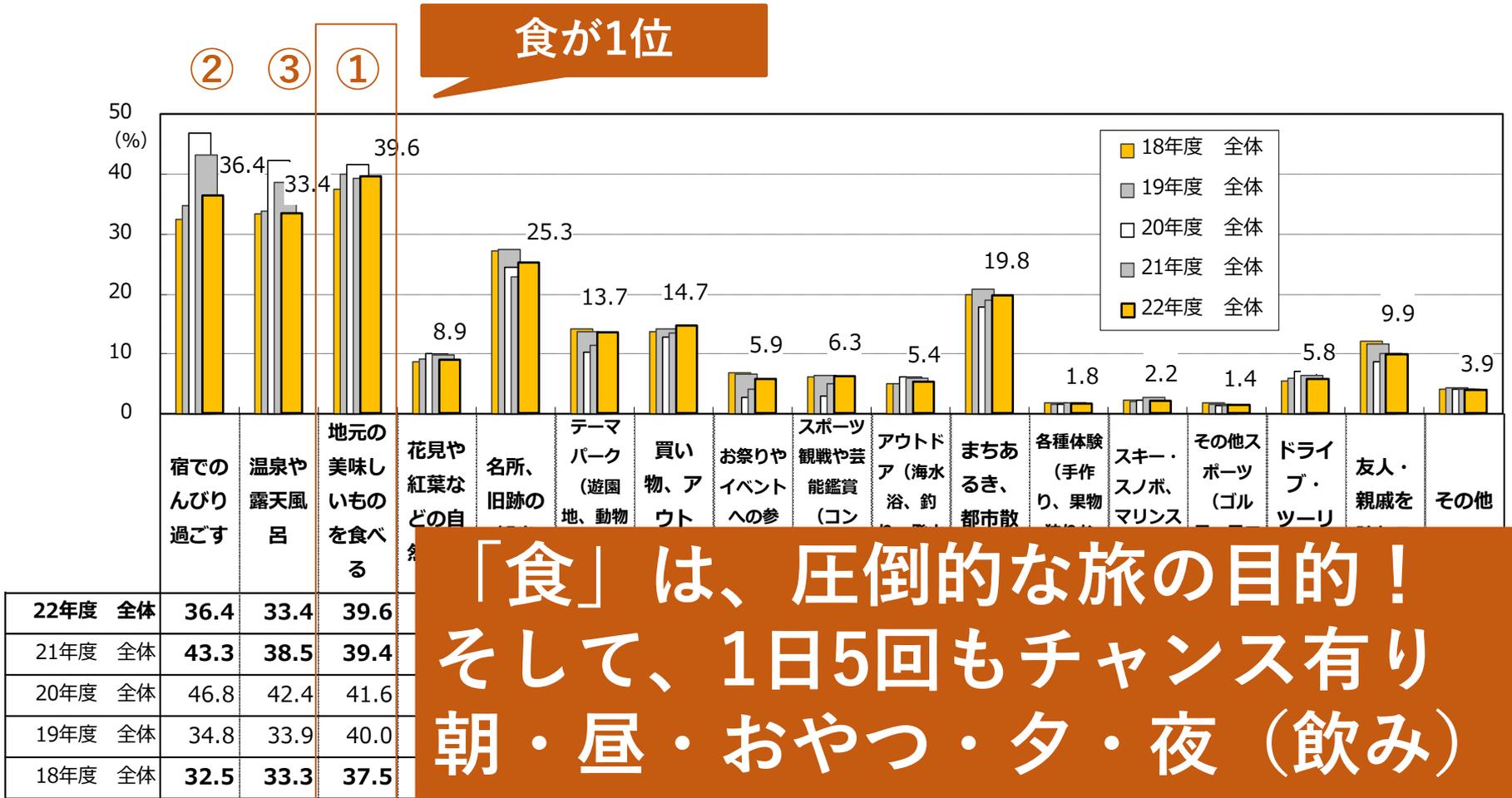
「地元の美味しいもの」「宿でのんびり」「温泉」が 圧倒的な旅の目的に！



<じゃらん宿泊旅行調査 2023より>

■ 宿泊旅行の目的（複数回答／延べ宿泊旅行件数ベース）

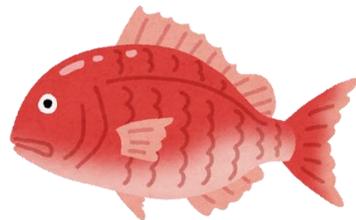
「地元の美味しいもの」「宿でのんびり」「温泉」が 圧倒的な旅の目的に！



<じゃらん宿泊旅行調査 2023より>



鳴門海峡のうず潮



鳴門鯛
淡路島えびす鯛



ぷっくりと、白くふくれている部分が、
鳴門海峡のうず潮にもまれ骨折した部分

A promotional card for sea bream. At the top, it says 'しず度 ★★★★★' and '3/10'. The main illustration shows a cartoon fish character wearing goggles and holding a fishing rod, with the text '泳いで折れたって 骨が折れたって 泳いでやるぜ!!'. Below the illustration, the word '鯛' is written in a blue box. At the bottom, there is a section for '遭遇時期(旬)' which says '3月~5月'. To the right of this, there is a paragraph of text: '「鳴門鯛」「淡路島えびす鯛」など鳴門海峡近海で獲れる天然鯛は、激しい潮流を泳いで鍛えた身はプリプリの食感。あまりの激流で骨折した痕があるものも！美味しくなるために、ハードなトレーニングをいとわない超スティックなアスリート。' The card has a blue background with white and yellow accents.

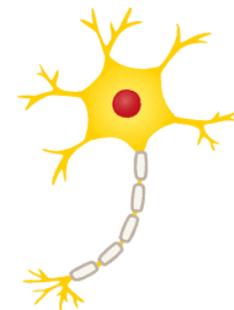
お客様にお渡しする説明カード (イメージ)

兵庫県南あわじ市×徳島県鳴門市で取り組んだご当地グルメ
開発「うずの幸グルメ」でのPRグッズ (2024年度PR予定)

耳で美味しいと感じ脳で食べる 長期記憶に残る「ご当地グルメ」とは？



- ✓ 「ご当地グルメ」が、長期記憶に残るとなぜ良いのか？
- ✓ 長期記憶に残る「ご当地グルメ」にするには？
- ✓ 長期記憶に残る「ご当地グルメ開発」の事例
- ✓ 長期記憶に残る「ご当地グルメ開発」のまとめ



「ご当地グルメ」が、長期記憶に残るとなぜ良いのか？

感動消費で満足度UP

また行ってみたい！ファンになる

誰かに伝えたい！推奨頻度UP

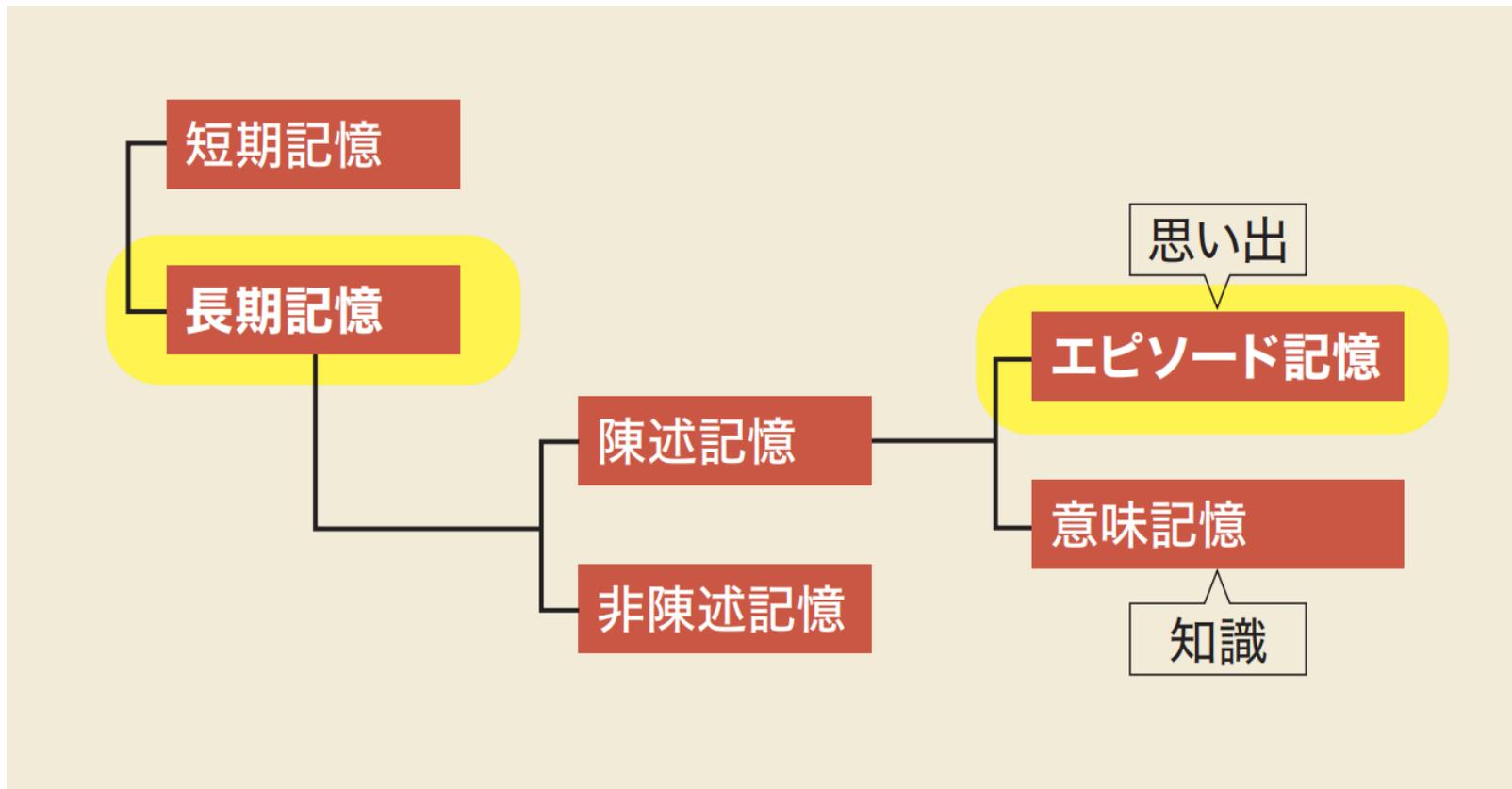
波及効果につながる

地域への
リピーター増加

地域の
宣伝効果

地域への
リスペクト

「ご当地グルメ」を、脳科学的に長期記憶に残すには？



<記憶は、短期記憶と長期記憶に分かれており「長期記憶」は、脳の特定領域にきちんと保存され、原則として一生消えずに残る。また、必要に応じて思い出し利用することができるのも、長期記憶の特徴である>

※ 引用元 All About「脳科学・医薬」ガイド・武蔵野大学薬学部教授の阿部和穂先生「エピソード記憶と意味記憶の違い・具体例…効率的な暗記に役立つ方法も」より <https://allabout.co.jp/gm/gc/493724/>

ご当地グルメを、脳科学的に長期記憶に残すには？

長期記憶 — 陳述記憶 — エピソード記憶に着目

(言語による記憶)

<エピソード記憶とは、覚えようとしなくても自然と頭にずっと残っているような思い出の記憶で、主に「自分が体験した出来事に関する記憶」であり、その出来事の内容（何をしたか）に加えて、日時や場所などの付随情報やその体験によって何を感じたかといった感情も含めて記憶されることが最大の特徴である>

地域ストーリー×独自のエピソード
ご当地グルメをプレゼンする

事例 滋賀県 おいしが うれしが「びわ湖魚グルメ」



BIWAKOGYO
GOURMET

びわ湖魚グルメ

2022年7月 滋賀県「琵琶湖システム」が世界農業遺産に認定され、県食材の魅力訴求と、「琵琶湖システム」を次世代へ繋ぐ事業として、2023年より、滋賀食材「湖魚×農産物」を使ったグルメ開発が開始された。



びわ湖魚グルメ

【ロゴが表す意味】

魚という字を、山、川、湖魚、湖面（びわ湖）、水田、稲（農業）で形作り、さらに、一筆書きにすることで水の循環を表したロゴマークとなっている。

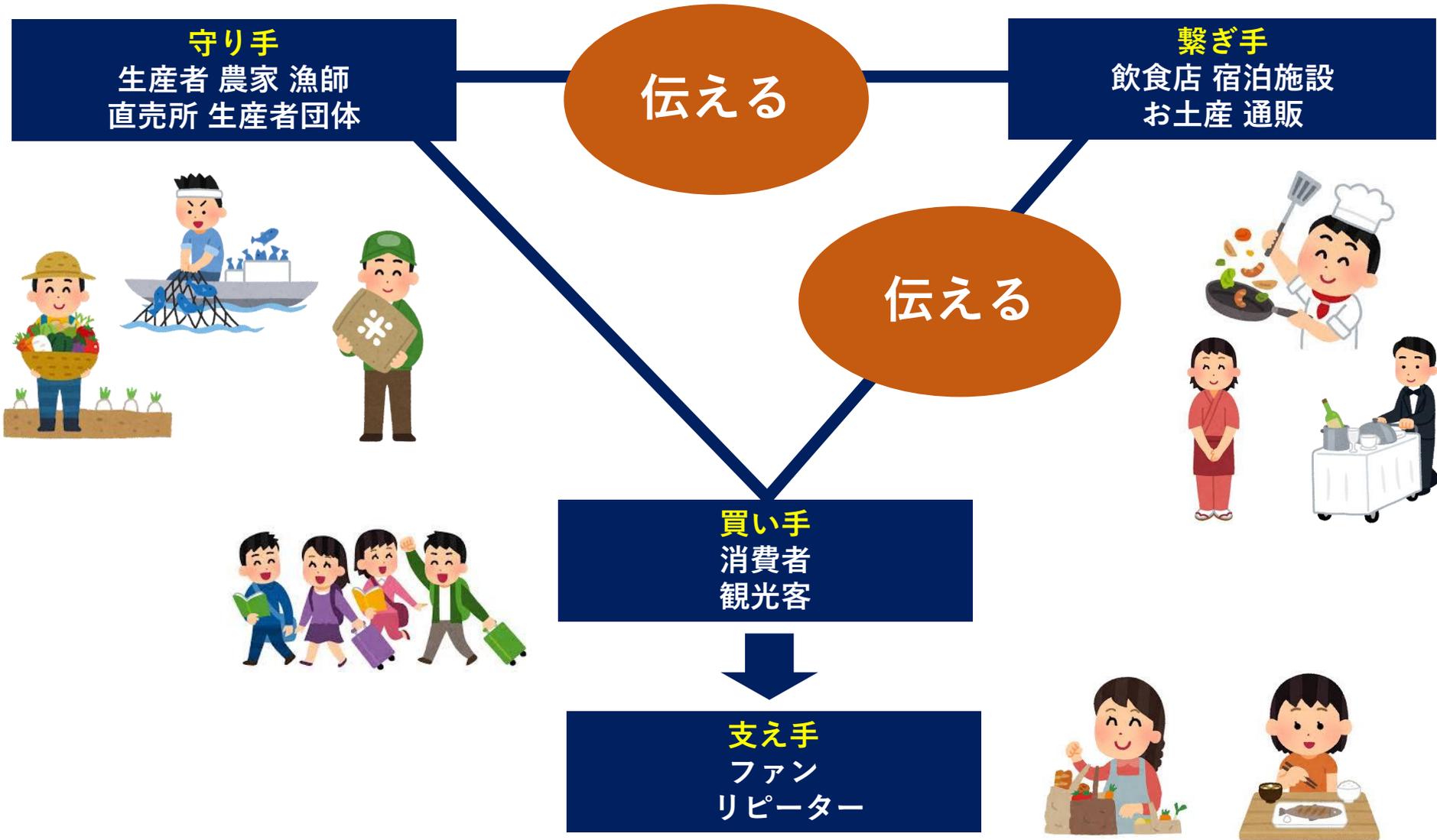


びわ湖魚グルメ

滋賀県グルメ開発参加条件

- ①琵琶湖で取れた「湖魚」 × 「滋賀県産農産物」
を使用すること
- ②年間提供ができること
(旬の湖魚と旬の野菜を組み合わせグルメを提供)
↳年間提供とは、同一メニューを年間提供するのではなく、
メニュー内容を固定化せず、使用する食材を変更しながら
四季を楽しめる(旬産旬消)グルメを提供するイメージ

目的：4つの手で琵琶湖を守る＝県全体で取り組む持続可能なサステナブルグルメ



湖魚（淡水魚）のイメージって？



泥
臭い

生
臭い

身に締まり
がない

美味しく
ない



湖魚（淡水魚）のイメージって？

マイナスイメージがある食材
（地域）こそ、エピソード
記憶という視点を活用
することで、課題解決できる。

まさに、「びわ湖魚グルメ」
は、その代表的な事例である。



産地訪問・生産者ヒアリング・ワークショップで発見する！ トリビアだらけのエピソードや地域ストーリーに圧巻！



漁協組合や農協、産地訪問の様子。伝統野菜や、琵琶湖にしか生育しない固有種の話など



ワークショップの様子。料理人や店主から聞く、滋賀食材や伝統料理、提供スタイルの話など

産地訪問・生産者ヒアリング・ワークショップで発見

★トリビア★キーワード





差別化・独自化・優位化・トリビアキーワードを整理する

世界農業
遺産認定

400万年前
独自生態系

固有種
約45種類
(湖魚・貝類)

460本の川
圧倒的水量
泥臭くならない

琵琶湖
湖魚

面積が広い
湖流
身が締まる

伝統的
漁法
えり漁・沖引き

漁協組合
流通改革
仕入れ・品質安定

ビワマス
Fish-1
グランプリ



差別化・独自化・優位化・トリビアキーワードを整理する

世界農業
遺産認定

環境こだわ
り農業
全国で圧倒的に上位

寒暖の差
野菜うまい

産直売場
県内多数

滋賀県
農産物

環境×立地×人
野菜多品目

伝統野菜
19種類

琵琶湖と共存
ミネラルが豊富
米がうまい

魚のゆりか
ご水田米

ご当地グルメ開発試食会を開催（2023年9月）

飲食店・宿泊施設が考案した「湖魚×農産物」を使った試食会を開催
メディア関係者や事業者同士に試食してもらい、アンケートを実施。
さらなるブラッシュアップを図った。



出来上がったグルメの試食会の様子。各施設が考案したグルメの発表と試食を行った

びわ湖魚グルメのプロモーション

ご当地じゃらん パンフレット

ポスター

三角ポップ

のぼり

30事業者・45メニューが誕生！

びわ湖魚グルメ誕生 お披露目会を開催（2024年2月7日）

滋賀県三日月知事はじめ多数のメディアの方々にも参加いただきお披露目会を実施。メディア・関係者含め100名近い方々にご参加いただき大盛況となった。



テレビ局や新聞社、雑誌などのマスメディアを招いたお披露目会（試食あり）の様子

びわ湖魚グルメ一例



目でも楽しめる手毬寿司や、珍しいびわ湖魚握り、ビワマスのひつまぶしなど



バーガー、だし茶漬け、ピザなど多彩なバリエーションが誕生

最後のワークショップでは、
トリビアエピソードを語ることの重要性について話し合った

びわ湖魚グルメの伝道師として、
参加事業者一人ひとりが自分の言葉で、
「湖魚」や「農産物」の魅力を語ろう。



トリビアエピソードを語ることの意味、価値とは？



食べて美味しい！

トリビアエピソードを語ることの意味、価値とは？



見て美味しい！

トリビアエピソードを語ることの意味、価値とは？



聞いて美味しい！
(耳から美味しい)

びわ湖魚グルメのトリビアエピソードを語ろう。
そして、滋賀県のファンを作っていこう！



見て、食べて、

香りを感じ、触れ、

トリビアエピソードを聞く

耳から美味しいと感じ

脳で食べてもらおう！



私も、伝道師として、チャレンジをしてみた。

100人ぐらいに、話をしてみても分かったこと。

話は、最初が肝心！



最初のつかみは、コレ

琵琶湖って、もともと、
三重県にあったんですよ！

ほんと？

えっ！
うん！



びわ湖魚グルメ

30事業者・45メニュー誕生
2月8日～3月8日の1カ月間で

販売食数 7,391食
販売金額 1億921万8,365円

金額は宿泊プランを含む



耳から美味しいと
感じ、脳で食べる

長期記憶に残る

地域への
リピーター増加

地域の
宣伝効果

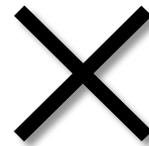
地域への
リスペクト

地域ストーリー×独自のトリビアエピソード
ご当地グルメをプレゼンする

長期記憶に残るご当地グルメを、開発するには？

ご当地グルメ開発

地域食材×地域の食文化や伝統
ご当地グルメを開発する



食の伝道師育成

地域ストーリー×独自のエピソード
食のプレゼンができる人を育成する

とーりまかし
別冊
研究年鑑
2024



Report 1

～耳から美味しい、
脳で食べるご当地グルメ～

＼エピソード記憶にアプローチ／
“長期記憶に残るご当地グルメ”のススメ



RECRUIT



とーりまかしvol.70 [2022年12月発行]

【第1特集】

その味が地域の宝になるまで3年ダッシュ
ご当地グルメの自走レシピ



観光振興セミナー 2024

オープン・ラボ Online

～観光の新たなカチ・カタチ～

ご視聴いただきありがとうございました

本講演内容に関するお問い合わせは
客員研究員 田中 優子に
お尋ねください

株式会社 リクルート
じゃらんリサーチセンター
jalan_rc@r.recruit.co.jp



▲本講演資料はこちらのQR
コードからDLいただけます

【ご注意：本資料の転載・複製での利用について】

- 本資料は、株式会社リクルート（じゃらんリサーチセンター）の著作物であり、著作権法に基づき保護されています。
- 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。

事前に当社までご連絡ください。使用用途によって転載・複製をご遠慮頂く場合もございます、予めご了承ください。

※問い合わせ先

- [メディア・報道機関の皆様]株式会社リクルート 広報担当 <https://www.recruit.co.jp/support/form/>
- [その他企業・自治体・一般の皆様]じゃらんリサーチセンター事務局 E-mail: jalan_rc@r.recruit.co.jp
- 本資料は当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成されておりますが、その正確性、確実性を保証するものではありません。本資料を利用する場合にはお客様の判断で利用してください。また、資料に記載された内容は予告なしに変更されることもあります。