

観光振興セミナー 2025

オープン・ラボ Online

～観光の新たなカチ・カタチ～

～食のブランディング攻略術～
“生産者”が変える地域の未来

2025年6月12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、
地域の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

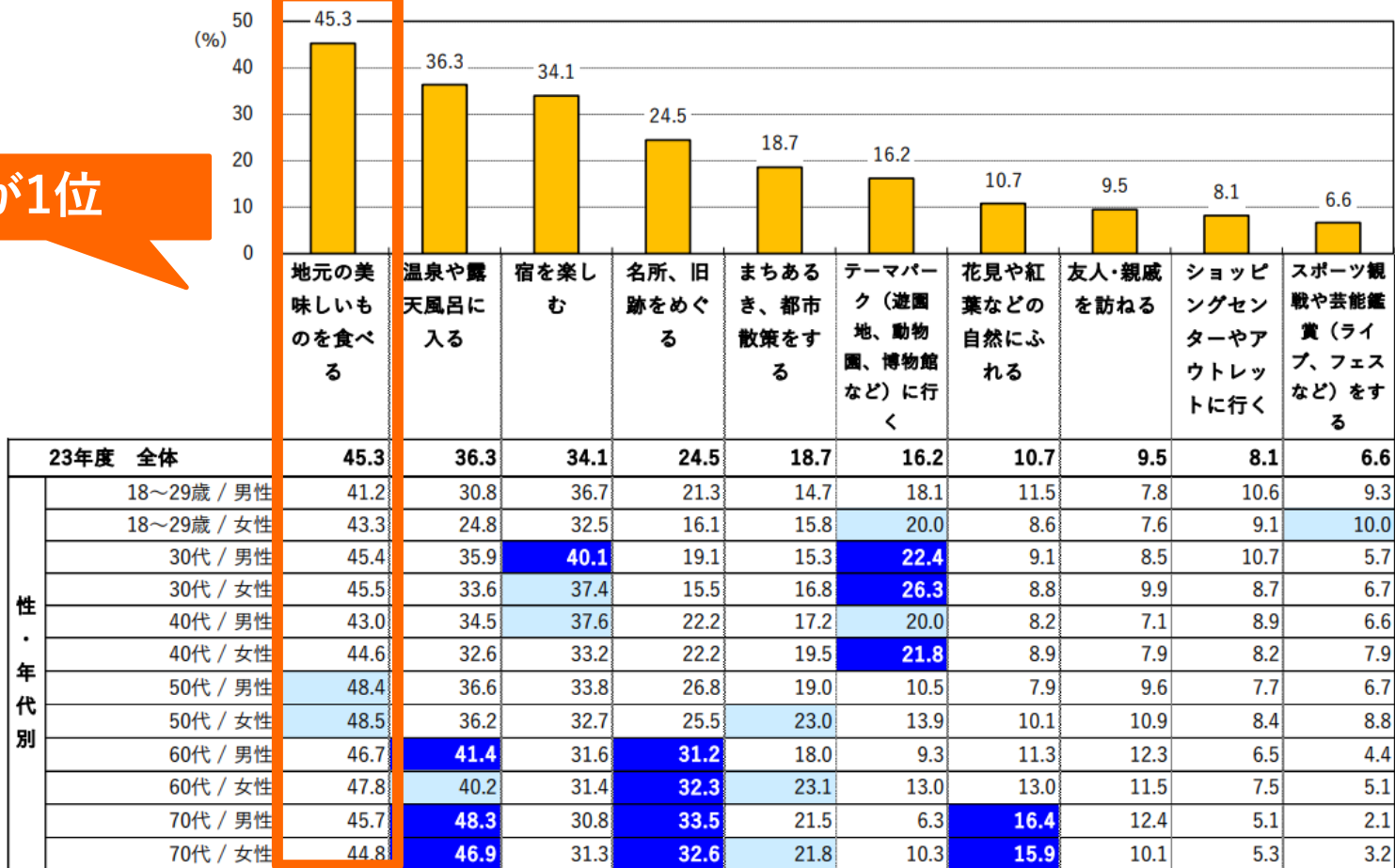
全国各地で、食のブランディングを軸に、新ご当地グルメの開発事業を推進
その他、兵庫県商工会連合会 課題別専門家、全国各地自治体の委員や審査員、
長崎県推し魚委員・長崎県産品ブランド化・流通戦略実施本部会議アドバイザーなど

「地元の美味しいもの」「温泉」「宿を楽しむ」が 圧倒的な旅の目的に！

■ 国内宿泊旅行の目的（上位10項目）（複数回答／延べ宿泊旅行件数ベース）

【性・年代別】

食が1位



凡例 白字 全体より5ポイント以上高い項目

全体より3ポイント以上高い項目

<じゃらん観光国内宿泊旅行調査2024より>

「地元の美味しいもの」「温泉」「宿を楽しむ」が 圧倒的な旅の目的に！

■ 国内宿泊旅行の目的（上位10項目）（複数回答／延べ宿泊旅行件数ベース）

【性・年代別】

食が1位



「食」は、圧倒的な旅の目的！
そして、1日5回もチャンスあり
朝・昼・おやつ・夕・夜（飲み）

<じゃらん観光国内宿泊旅行調査2024より>

調査→開発→販売・情報発信までを一気通貫で3年間サポート

見つける

食のニーズ調査

- * 定量調査
- * 定性調査

グルメ・食材の
興味・関心度

グルメ・食材の
認知度・満足度

未来グルメ
宿泊プラン
興味・関心度

生産者・飲食店
現地ヒアリング

育てる

ご当地グルメ開発 ワークショップ

ご当地グルメ開発
ワークショップ
(6回程度実施)

- ・グルメ勉強会
- ・魅力の再整理
- ・食材ルール検討
- ・コンセプト作成
- ・試作品発表
- ・試食会・改善



伝える

共同での情報発信

- * プレスリリース
- * お披露目会

メディア向け
共同プレスリリー
スの配信

メディア・関係
者を招き、ご当
地グルメ誕生お
披露目会の実施



伝える

発地型（旅マエ） プロモーションの実施

S N S や予約サイト
などでの P R

着地型（旅ナカ） プロモーションの実施

着地パンフレット
のぼりやポスターなど

自走型（個人の発信力） プロモーションの実施

参加事業者向け
情報発信勉強会

※2年目以降は、振り返り・ブラッシュアップ・新規店舗募集を行う

差別化・優位化・独自化こそが地域の価値につながる。

他の地域との
違い
＝差別化

他の地域より
得意なこと
＝優位化

他の地域には
ない環境や歴
史・文化
＝独自化

素材



人間



環境

いろいろなパターンを掛け合わせることで
ストーリー性のある企画やブランド化につながる



ブランディングとは？

旅行者が抱く
イメージ

一致

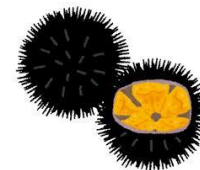
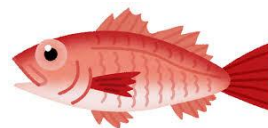
地域が伝えたい
メッセージ

食のブランディングとは？

地域が旅行者に対し、
食を通して、どのような価値を提供できるのか？
どのようなイメージを、描いてもらいたいのか？
これらを分かりやすく**言語化**し、地域全体として地域住民が
旅行者に語ることができ、それが定着している状態

地域にとって、食のブランディングは、不可欠な戦略であり、
競合が多い環境において、その重要性がますます高まっている。

生産者が変える地域の未来 4つの事例を紹介



キラークーワード 3年

淡路島 3年とらふぐ 

生産者

淡路島は、低水温の影響でとらふぐの養殖環境が厳しい。特に冬場は寒くとらふぐの運動量が減るため、餌を与えると内臓に負担がかかり死んでしまう。そこで、通常2年で出荷するところを、3年かけてじっくりゆっくり育てるという発想に転換。とらふぐの健康状態に配慮しながら育てることで、天然物に引けを取らないとらふぐに成長。一般的な2年ものの約2倍の大きさに。**1年長く育てることで、手間やコストなどのリスクは増すが、その丁寧な育成こそが他の地域にはない価値となり、ブランド化に成功。**



淡路島 3年とらふぐ 1年生・2年生・3年生

宿泊施設 飲食店

1996年から3年とらふぐに着手。旅館や料理店から「3年ものは大きさも味も全然違う！」と高い評価を受けるようになった。「淡路島3年とらふぐ」として地域ブランドに認められたのはその8年後。

今では、淡路島の冬の風物詩として定着し、**宿泊施設や飲食店**では「**淡路島3年とらふぐフルコース**」を目当てに、多くの観光客が訪れるようになった。



淡路島3年とらふぐフルコース (写真 ホテル プラザ淡路島提供)



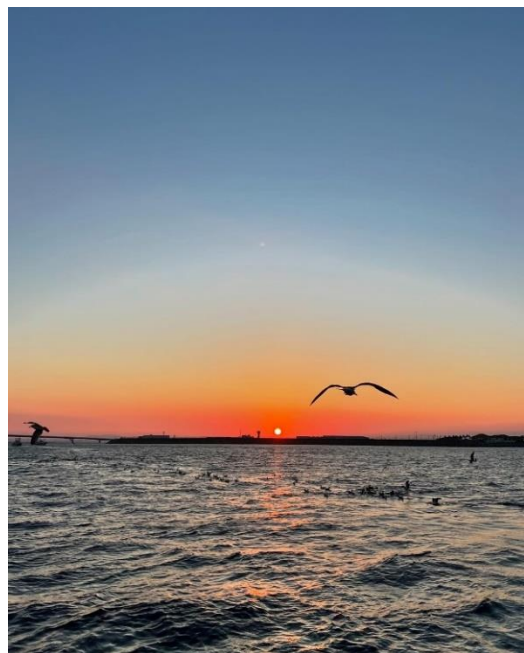
淡路島3年とらふぐの白子焼き (写真 ホテル プラザ淡路島提供)

キラーキーワード AM4:00

神戸 夜明けのしらす 

生産者

大阪や淡路島の漁師も集まる神戸沖。ただし、朝の4時から網を入れることができるのは神戸の漁師だけ。神戸の漁師だけに許された、夜明け前のしらす漁だ。プランクトンを食べる前の透明度が高いしらすを捕りにいっている。2021年より、神戸で船びき漁を営む若手漁師たちが、「KOBE PAIR TRAWLINGS」(コウベペアトロリングス)の名称で活動開始。“夜明け前朝の4時に漁に出ること”が、他の地域との違い(差別化)だと気づき着目、「神戸 夜明けのしらす」としてブランド化した。そして漁師自らが情報発信や営業活動を行い、神戸産しらすの魅力を広く伝えている。



AM4時 夜明け 神戸沖



透明な夜明けのしらす



夜明けのしらす水揚げ

宿泊施設 飲食店

漁師自ら、EAT LOCAL KOBEが行っているFARMERS MARKETに出店するなど、神戸のイベントに積極的に参加。地元の弁当屋「淡路家」では「神戸 夜明けのしらす丼」として販売。有馬温泉の施設でもお食事として提供し、地域の飲食店では「神戸 夜明けのしらすピザ」をメニューとして提供するなど、**販路は着実に拡大している。**

「夜明けのしらす」は、プランクトンを食べる前なので、透明度が高く、ゆでても白い。捕れたてのしらすは、水揚げ後すぐに漁港そばの加工場に直送されるため、鮮度も抜群と評判だ。



漁師自らイベントへ出店



神戸 夜明けのしらす丼



淡路家さんの「神戸 夜明けのしらす丼弁当」

キラークーワード キス場

香住 キス場のノド（ノドグロ）

生産者

兵庫県 香美町 香住では、高級魚ノドグロが水揚げされている。漁師は、わざわざ、沖ギス（ニギス）が捕れる漁場までノドグロを捕りに行っている。

大型のノドグロは脂質に富んだ沖ギス（ニギス）を餌にしているので、大きさも300g以上、上質な脂がのっており非常に美味しい。漁師は、それをキス場のノドと呼んでいた。そして、2015年より地域一体となり、「キス場のノド」としてブランド化へ。



香住 キス場のノド ポスター



香住 キス場のノド

宿泊施設 飲食店

兵庫県 香美町 香住では、10室以下の民宿や旅館が多く、漁師町らしく、安くて美味しい料理が食べられると評判。当時は、ノドグロの塩焼きがオプションメニューとして提供されていた程度であったが、**キス場のノドを使った多彩な料理を開発。炙り・刺身・しゃぶしゃぶ・塩焼き・茶漬けなどが楽しめる「キス場のノドづくし」が誕生した。**

販売実績：約5年（2016年4月～2021年5月 春と秋）で、
1万2,087人泊 2億3,545万4,021円

<じゃらんnet 香美町宿泊データ 2016年4月～2021年5月 ノドグロ付きプラン合計>



香住 キス場のノド チラシ



香住 キス場のノド フルコース 一例

キラークーワード 磯を守る

長州の磯守 

生産者

山口県 長門市「KAYOI UNI BASE」では、海藻を食い荒らし、中身が痩せて市場流通が難しいムラサキウニを漁師から買い取り、陸上畜養で美味しく育てている。そして約3ヶ月畜養されたウニは、「長州の磯守」としてブランド化され、山口県内を中心に出荷。海の砂漠化「磯焼け」の解消による漁場の回復を目指すほか、ウニの国内自給率向上、新たな特産品やご当地グルメの開発、漁業者の新たな収入源の確保など、多岐にわたり地域と連携しながら販路拡大に取り組まれている。



長州の磯守

宿泊施設
飲食店

山口県では2023年春、「長州 海鮮うにしゃぶ」という新たなご当地グルメを開発し、宿泊施設での提供を開始。このメニューには畜養によって安定供給が可能になった「長州の磯守」が使用されている。生うにを殻ごと提供し、さらに“うにの出汁でしゃぶしゃぶした魚に「生うに」をのせて食べる”という「のっけうに」スタイルを考案。**唯一無二の提供スタイルと高付加価値化に成功し、通年販売で売上を上げている。**

販売実績：約1年（2024年2月～2025年3月）で、620食 2,062万4,224円 ※現在 宿泊施設参加店舗4件 山口県ご当地グルメ開発事業アンケート結果より



長州海鮮うにしゃぶ 宿泊プラン一例



生うにのっけうにしゃぶ 一例

兵庫県では、若手漁業者や漁協関係者の人材育成を目的とした「大輪田塾」という組織があり、各地域で進めている「食のブランド化」をテーマに講演を行った。

「農業、林業、漁業など一次産業の現場に関わる生産者は、生産活動をするだけの時代ではない。現場にいるからこそ、価値を見出すことができる」と共有。会場からは多くの質問が寄せられ、活発な意見交換が行われた。



大輪田塾の修了式と入塾式での講演の様子



大輪田塾の修了式と入塾式での講演の様子

地球温暖化などの影響で、自然環境が大きく変化しており、海ではとれる魚が変わり、農作物にも異変が生じている。こうした状況に対応するため、暑さに強いお米の品種改良や、陸上での養殖・畜養など、新たな取り組みが進められている。これらの技術や工夫は、今後、環境変化に対応した新しい地域ブランドに繋がると考える。これからの時代には、世の中の変化に適応する力と、変化を逆手にとり、価値にかえていく発想が求められる。

佐賀県 鹿島市・太良町では、2024年度より、地域の生産者と飲食店のマッチングを起点とした新たなスタイルで、新ご当地グルメの開発を開始。
生産者の食材プレゼンや試食などを行い、参加した飲食店が新たな食材と出会い15の新ご当地グルメが誕生している。



地元食材とグルメのコラボレーション
ご当地じゃらんパンフレットを作成

鹿島市・太良町の生産者と飲食店が集まり、食材の紹介や食材を活用したグルメについて話し合うワークショップを4回実施。3月には、メディア向けに完成したグルメのお披露目会を開催した。



生産者と飲食店が参加。対面式で行うワークショップでマッチングされていく



生産者が食材を持ち寄り試食会なども実施、具体的なグルメ造成イメージにつながった



2025年3月 生産者と飲食店でお披露目会を開催 素材とグルメの試食も行われた

飲食店
BAR
麵処
力キ屋



地元食材とグルメのコラボレーションご当地じゃらんパンフレットを作成



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

(参加事業者様や、行政様のコメントもあり)



【JRC TV】 #002

琵琶湖で話題のコギョってなに！？ 新・ご当地グルメお披露目会レポート
(お披露目会の様子や、参加事業者様や、行政様のインタビューもあり)



観光振興セミナー 2025

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
本講演内容に関してのご意見・ご要望は
以下のメールアドレスまでお問い合わせください

株式会社 リクルート
じゃらんリサーチセンター

客員研究員 田中 優子
yuuko_tanaka@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。