

## 特産物のイメージと観光客の購買行動—鹿児島県を例として—

## Tourists' Images of Regional Special Products in Kagoshima and Their Purchasing Actions

助重雄久・城戸比奈子・嶋田佑里亜・名取大地・野呂瑞季・濱谷 光・劉 哲偉

SUKESHIGE Takehisa, KIDO Hinako, SHIMADA Yuria, NATORI Daichi,  
NORO Mizuki, HAMATANI Hikaru, LIU Zhewei

観光客が鹿児島県の特産物として何をイメージし、どのような購買行動をとるのかを分析した。この結果、黒豚、さつま揚げ、芋焼酎には鹿児島県の特産物というイメージを強くもっており、ほとんどの人が滞在中に食べるか、お土産にすることがわかった。また、キビナゴ、鹿児島ラーメン、白熊は特産物としてのイメージは強くないが、食べる人が多かった。これらの特産物には類似品にない付加価値があり「鹿児島といえば、これ！」というイメージを確立している。富山でも「白えびかきもち」のように特産原料を組み合わせる付加価値をつけたり、「ショールーム」的な役割を果たすショップを作ったりして、特産物を「育てて、アピールする」ことが必要であろう。

キーワード：特産物、鹿児島県、九州新幹線、イメージ、購買行動

## I はじめに

近年、日本の人々は「地産地消」や「食」の安全に大きな関心を持つようになった。全国の観光地においても良質な地場産品を扱う道の駅や特産物販売所が増加した。これらの施設のなかには、マスメディアで紹介されたことで話題となり、全国から多くの観光客が押し寄せるようになったところもある。また、従来は都市部へ出荷することで安定的な収益を得てきた特産物を地元で食べさせることで、観光客の誘致を図る動きもみられるようになった。

地域の特産物を地域活性化に結びつけようとする動きが活発化するにつれ、関連する先行研究も多くみられるようになった。安田(2010)<sup>1)</sup>は、地域の「食」や「食文化」を最大の観光資源と位置づけ、「食」や「食文化」を活かしたまちづくりを実践している地域の事例をあげながら、観光客が何を望んで来訪するのかを検証した。また、助重(2010)<sup>2)</sup>では、高知県四万十町十川地区の「おかみさん市」が、都市部の人々を地域に呼び込んで固有の「食」を味わってもらうまでの過程を考察し、「食」が交流人口の増加や地域外からの通貨獲得に役立ったことを明らかにした。

観光資源としての「食」の重要性を論じてきた松谷の一連の研究のうち、松谷(2009)<sup>3)</sup>は旅行情報誌に掲載された和歌山県内の「食」に関する観光情報の分析することで、観光資源としての「食」の重要性を検証した。また松谷(2012)<sup>4)</sup>では、地域特産品のブランディングが地域イメージの確立(地域ブランディング)に繋がるとの観点から、知名度が低い小市町村に対する潜在的観光客のイメージと特産品認知度との関連を考察した。

「食」を中心とした地域特産物を観光資源として評価する動きが全国的に高まるなかで、鹿児島県では2011年の九州新幹線全線開業に向けた観光誘客策の一環として、地域特産物の販売促進活動や物販施設の強化が進められてきた。本稿では、新幹線全線開業までの鹿児島県観光の概況や主要特産物の特徴について考察したのち、観光客が「鹿児島県の特産物」として何をイメージしているのか、実際にはどのような購買行動をとっているのかを聴きとり調査をもとに明らかにしていく。また、鹿児島県での事例考察をふまえ、北陸新幹線の開業を控えた富山県で、特産物を活かした地域活性化をどのように進めていくべきなのかを検討したい。

## II 観光の概況とその変化

### 1. 鹿児島県における観光の概況

鹿児島県の総面積は約9,189km<sup>2</sup>で、全国の都道府県では第10位である。総面積の約27%を種子島、屋久島、奄美諸島をはじめとする多くの離島が占めており、海岸線長さは2,643km、離島を含めた県土の長さは南北600kmにも及ぶ。

鹿児島県には、今も活動し続けている桜島や国立公園の霧島、世界自然遺産の屋久島など、多彩で特徴的な自然観光地が多い。温泉も多く、薩摩藩の史跡や文化遺産などの観光資源に恵まれていることから、高度経済成長期には宮崎県とともに新婚旅行のメッカとなっていた。1970年代後半以降、新婚旅行先は海外へと移り、県外からの観光客の伸び悩みが続いた。2000年代以降は県全体における観光客の減少に歯止めがかからず、2005年に4,609万人(うち県外客2,470万人)であった観光入込客数は、2012年には2,022万人(うち県外客810万人)まで減少した<sup>5)</sup>。

### 2. 鹿児島市における観光入込客数の推移と変動要因

鹿児島県全体での観光客数が減少してきた一方で、薩摩藩の史跡が集中している県都・鹿児島市の観光入込客数は堅調に推移してきた(図1)。鹿児島市の観光入込客数は、NHKの大河ドラマ「飛ぶが如く」が放送された1990年に前年比16.5%増の821.5万人に急増した。とくに県外客は前年比19.8%増の433.4万人となり、県内客(388.1万人)を上回った<sup>6)</sup>。

その後、観光入込客数は1992年まで800万人台を維持してきたが、1993年には前年比10.9%減の735.5万人まで減少し、県外客も前年比11.8%減の387.0万人となった。同年7~9月には、梅雨前線の活発化や大型台風の上陸により県内各所で水害が発生した。とくに8月6日には鹿児島市が記録的な豪雨に見舞われ、西鹿児島駅周辺(現・鹿児島中央駅)や中心市街地・天文館が浸水した。鹿児島市内を流れる甲突川も氾濫し、観光資源でもあった五石橋のうち新上橋と武之橋の2橋が流失した。こうした水害に加え、市内中心部や寸断された交通網の復旧に時間を要したことが、大幅な観光客減につながった。

観光入込客の総数は、1994年以降2002年まで緩やかな増加傾向を示したが、県外客は390~410万人台で増減を繰り返し、1998年以降は県外客数が県内客数を下回った。しかし、2004年には九州新幹線の新八代-鹿児島中央間の部分開通により県外客が再び増加し、前年比10.1%増の441.8万人となった。新幹線の部分開通に合わせて、鹿児島市内では観光客の増加を見込んだホテルの新增築も相次ぎ、ホテル数・客室数とも急増した。

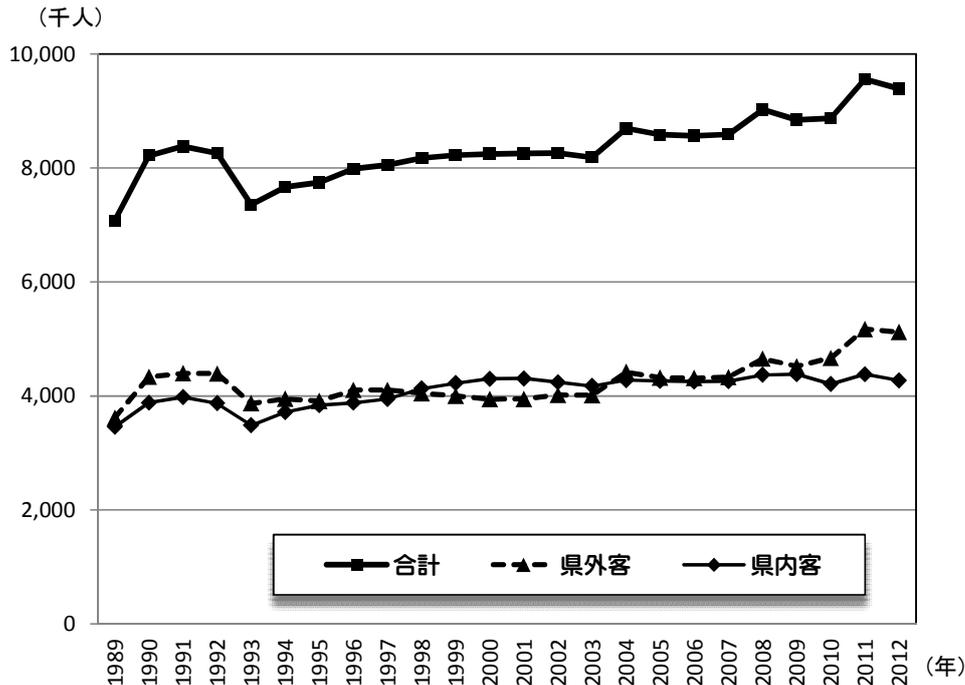


図1 鹿児島市における観光入込客数の推移(1989～2012年)

資料：鹿児島市観光統計

2005年以降は、新幹線の部分開通効果は薄れ、観光入込客の総数は850万人台、県外客数は430万人台でほぼ横ばいで推移したが、2008年には初めて900万人を突破した。この年には鹿児島県を舞台にしたNHK大河ドラマ「篤姫」が放送され、最高番組平均世帯視聴率(最高視聴率)29.2%、平均視聴率24.5%と、2001年以降の大河ドラマではいずれも最高を記録した<sup>7)</sup>。また、「篤姫」の放送開始に合わせ2008年1月6日から2009年3月31日までの間、鹿児島市内のドルフィンポートに期間限定の「篤姫館」を設け、撮影に使った衣装・小道具・調度品を展示するとともに、江戸城大奥の一部を再現し、667,535人が来館した。こうした「篤姫」ブームを機に、鹿児島市市街地では2つの地域団体が観光ボランティアガイドを行うようになった。また鹿児島県内各地で観光ボランティアガイドが誕生するきっかけにもなった<sup>8)</sup>。

2011年3月12日には九州新幹線の博多－鹿児島中央間が全線開通し、山陽新幹線に直通する「みずほ」、「さくら」の運転が始まった。これにより、新大阪までの所要時間は最短3時間45分となった。全線開通前日には東日本大震災が発生し、開業記念イベントが中止されたり観光旅行の自粛ムードが全国的に広まったりしたなかでも、鹿児島市では全線開業効果が顕著に現れた。観光入込客の総数は過去最高の955.5万人を記録し、前年比7.7%増となった。また、鹿児島市に宿泊する観光客数も326.1万人で前年比13.9%増となり、過去最高を記録した。

2012年の観光入込客数は、前年比1.7%減の939.2万人となった。九州新幹線全線開通から1年が経過し開通効果が薄れてきた。一方、鹿児島空港にはLCCの参入が相次いだ。2012年4月1日にはPeachの大阪(関西)－鹿児島線が運航を開始し、2013年5月31日にはジェットスター・ジャパンの名古屋(中部)－鹿児島線と成田－鹿児島線が運行を開始した。鹿児島空港には既にスカイマーク、

スカイネットアジア(ソラシド・エア)、フジドリームエアラインズの新規参入航空会社3社も乗り入れており、時間距離、コストの両面で県外との交通利便性が飛躍的に向上した。このことは、県外客の誘致には有利に働く反面、県内客が他県に流出する要因にもなっている。

### 3. 鹿児島県におけるインバウンドと教育旅行の誘致

鹿児島県では、外国人観光客と教育旅行の受け入れにも力を入れている。このうち外国人観光客に関しては経済・社会的要因の影響を受け、年によって入込客数が大きく変動してきた(図2)。

外国人宿泊観光客数は2008年には131,540人であったが、リーマンショックや円高の影響を受けた2009年には90,643人まで減少した。その後、2010年には前年比94.1%増の176,014人となったが、2011年には東日本大震災の発生、円高の進行、霧島・新燃岳の噴火等の影響が重なり、前年比51.5%減の85,280人まで落ち込んだ。しかし、東日本大震災の影響が薄らいだ2012年には前年比62.0%増の138,120人まで回復した。

2012年における国・地域別の外国人客数の比率は、韓国と台湾がともに32.8%、次いで中国7.8%、香港7.2%となっており、東アジアからの観光客が全体の80.6%を占めていた。2012年には鹿児島ーソウル・上海便に加えて台北便が就航し、台湾からの観光客が急増したことが外国人観光客数全体の回復に大きく貢献した。鹿児島県では航空路線のほか、大型クルーズ船の誘致にも力を入れており、2007年9月には大型観光船の接岸施設「マリポートかごしま」が完成した。2012年には県全体でのべ69隻が寄港しており、うち34隻が「マリポートかごしま」、15隻が屋久島の宮之浦港に寄港した<sup>9)</sup>。

鹿児島県は、農林水産業を中心とする産業体験や自然・環境学習、歴史・平和学習など、さまざまな体験学習ができるため、教育旅行にも適している。県では2009年3月に農山漁村生活体験学習に係わる取扱指針を示すなど教育旅行の受け入れ強化を図っており、2008年以降コンスタントに入り込み数が増加してきた(図2)

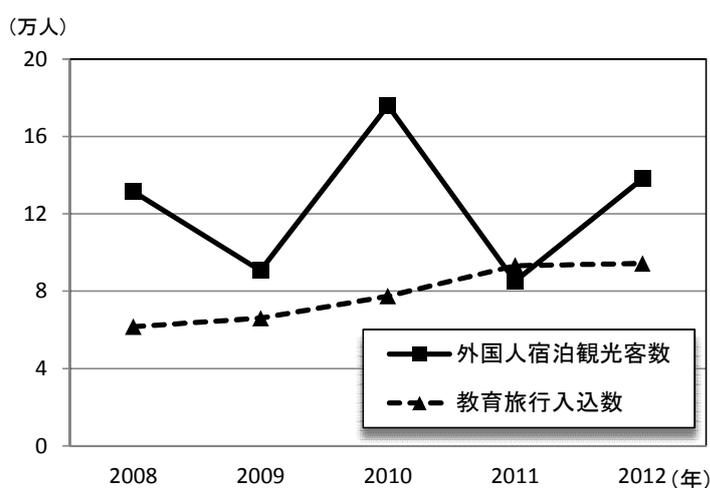


図2 外国人宿泊観光客数・教育旅行入込数の推移(2008～2012年)

資料：外国人は観光庁「宿泊旅行統計」、教育旅行入込数は「鹿児島県修学旅行等入込状況調査」

### Ⅲ 鹿児島県の主要特産物とその特徴

鹿児島県は全国有数の「一次産業県」である。平成23年の農業産出額は4,097億円で、北海道、茨城県に次いで全国3位であった。また、海面漁業・養殖業生産額は807億円で、北海道、長崎、愛媛に次いで全国4位となっており、農畜産物・水産物やそれらの加工品が、名物料理やみやげ物としても人気になっている。本章では、鹿児島県を代表する一次産品であるサツマイモや畜産物、水産物とそれらの加工品について考察する。

#### 1. サツマイモとその加工品

鹿児島県は、全国一のサツマイモ生産県である。サツマイモの作付面積は、1990年には19,800haであったが、その後は減少が続き、2003年には11,800haとなった。しかし、2004年以降は再び増加に転じ、2010年には14,300haとなった<sup>10)</sup>。

日本国内においては年間に約100万トンのサツマイモが消費されており、その用途は大きく青果用、焼酎原料用、でん粉原料用、加工食品用の4つに分けられる。2006年度におけるそれぞれの比率は青果用が44%、焼酎原料用が21%、でん粉原料用が18%、加工食品用が9%、飼料用が1%であった。

鹿児島県を訪れた観光客のなかには、青果用のサツマイモを購入して自宅等に発送したり、焼き芋として食べたりする場合もあるが、みやげ物として人気があるのは芋焼酎や芋菓子である。芋焼酎は焼酎の中でも香りやクセが強く好き嫌いがあるが、その香りやクセを好む焼酎ファンは年々増加しており、大量生産して全国に出荷するメーカーも増えてきた。一方、希少価値がある銘柄のなかには、大都市圏の酒販店や居酒屋では、鹿児島県内での売価の数倍のプレミアがついているものもある。

一方、サツマイモを加工した菓子は、洋菓子、和菓子を問わずさまざまなものがある。産業振興協同組合が運営している「さつまいもの館」(鹿児島市東千石町)では、青果用サツマイモや加工食品を約400種類扱っている。このなかには鹿児島のふるさと産品として昔から親しまれているものから、現代の消費者のニーズに合わせた新製品まで、多種多様なものがある。鹿児島県が昭和62年から毎年実施している「さつまいも食品コンクール」や全国、県の特産品コンクール等で入賞した新製品も試験販売され、既に「さつまいもの館」の定番商品となっているものもある。また最近では、紫芋の機能性に着目した加工品の研究・開発が進み<sup>11)</sup>、紫芋を素材にした新商品がよく売れているという。

#### 2. 畜産物とその加工品

前述のとおり、平成23年の農業産出額は4,097億円であったが、このうち肉用牛が820億円(20.0%)、豚が666億円(16.3%)、鶏が791億円(19.3%)であり、全体の55.6%を畜産部門が占めていた。また、これらの都道府県別産出額はいずれも全国1位であり、全国産出額に占める割合は肉用牛が16.3%、豚が12.3%、鶏が10.1%であった<sup>12)</sup>。

鹿児島県では肉用牛の中でも肉質の優れた黒毛和種(黒毛和牛)の生産に力を入れており、県内で育てられた黒毛和種の肉に「鹿児島黒牛」のブランド名をつけて全国に出荷している。2011年

の黒毛和種の飼養頭数は334,000頭で、全国の都道府県で1位(シェア18.5%)であった<sup>13)</sup>。

養豚は江戸時代に島津家久が豚を藩内に移入したのが始まりとされる。2011年の豚飼養頭数は1,372,000頭で、全国の都道府県で1位(シェア14.0%)であった。このうち子取り用めす豚は129,700頭(うち黒豚32,405頭)であった<sup>14)</sup>。

特産の黒豚は、肥育に時間がかかり産子数も少ないが、パークシャー種との交配などの品種改良が加えられてきた。1982年には個体のばらつきが小さく、繁殖能力も産肉能力も高い系統豚「サツマ」が完成した。1991年には、イギリスパークシャーを基礎とした系統豚「ニューサツマ」が完成した。さらに2001年には、鹿児島在来の黒豚のみを基礎とした系統豚「サツマ2001」が完成した。これらの3系統を交配した系統間交雑種や在来黒豚との交配によって、さらなる品種改良を加える体制も整ってきている<sup>15)</sup>。また1999年には「かごしま黒豚」が商標登録され、本物の黒豚を消費者に確実に届けるシステムが整備された<sup>16)</sup>。

鹿児島県黒牛黒豚銘柄販売促進協議会の取り扱い指定店となっているスーパー、精肉店、卸店、飲食店等は全国35都道府県に広がっており、県内にも「鹿児島黒牛」を提供する飲食店が22店、「かごしま黒豚」を提供する飲食店が11店ある<sup>17)</sup>。近年では旅番組や旅行雑誌等でも県内で黒牛や黒豚を扱っている飲食店が紹介され、全国から多くの観光客が本場の黒牛や黒豚を食べるために来店している。

2011年の肉用鶏(ブロイラー)飼養羽数は21,659千羽であった<sup>18)</sup>。一方、ブロイラーとは別に「さつま地鶏」の生産拡大を図る動きがある。「さつま地鶏」は天然記念物でもある「薩摩鶏」の雄と、在来種・ロードアイランドレッドの雌を掛け合わせて第1世代を誕生させ、そこからさらに交配・選抜を繰り返して完成した固定種である<sup>19)</sup>。鹿児島県畜産試験場が1990年度から開発に取り組み、完成までには10年以上の歳月を要した。「さつま地鶏」は飼養期間が120~150日と長く、旨味成分であるアミノ酸を多く含んでいるのが特徴である。「さつま地鶏」は銘柄確立を図るために、2003年5月に商標登録され、商品にはロゴマークが貼付されている。生産量が少なく県外移出も少ない分、鹿児島に来ないとなかなか食べられない特産物となっている。

### 3. その他の食品および加工品

サツマイモと畜産物以外の食品、加工品には以下のようなものがある。

#### 1) 水産物・水産物加工品

- ・鰹節…江戸時代以前から鹿児島県で作られていたといわれている。都道府県別生産量は全国1位で、全国生産量の約7割を薩摩半島の山川町(現・指宿市)と枕崎市で生産している。
- ・キビナゴ…ニシン科の小魚で、九州近海で獲れる。ガラス細工のように透きとおった魚体は「魚の宝石」とも称されている。
- ・ウナギ…温暖な気候、豊富な水など、種苗となるシラスウナギが生育しやすい条件が整っており、都道府県別養殖生産量は全国1位である。
- ・ブリ…東町漁協、福山養殖、牛根漁協、西桜島漁協の養殖ブリは「かごしまのさかな」としてブランド認定されている。都道府県別養殖生産量は全国1位である。
- ・カンパチ…1990年頃から広く養殖されるようになり、都道府県別養殖生産量は全国1位である。

- ・バショウカジキ…ヨットの帆のような背ビレをもつカジキ類の一種で、都道府県別漁獲量は全国1位である。
- ・さつまあげ…鹿児島県の伝統料理で、具材にはニンジン、サツマイモ、レンコンなどさまざまな食材が使われる。

## 2) 農産物・農産物加工品

- ・タンカン…ミカン類とスイートオレンジの自然交雑種で、屋久島などで栽培されている。都道府県別生産量は全国1位となっている。
- ・パッションフルーツ…大島地区(奄美大島等)で生産されており、都道府県別生産量は全国1位となっている。
- ・桜島大根…鹿児島県の伝統野菜の代表的存在で、通常は重さ10kg程度だが20~30kgに達するものもある。
- ・黒砂糖…種子島以南の島々で栽培されているサトウキビを原料に使用している。
- ・茶…温暖な気候のため4月頃には茶摘みができる。日本一早い「走り新茶」として人気がある。
- ・黒酢…霧島市福山町で江戸時代より伝統的に製造されている。
- ・つぼ漬…秋から冬に育った大根を冬の間に干し、水分が抜けてから天日干しした後、塩をかけながら突く。さらに柔らかくなった大根を大きな甕に漬け込み、半年ほど自然発酵させたものである。山川町付近で多く作られていたので山川(やまがわ)漬けともいう。

## 3) 菓子類・その他

- ・桜島大根…鹿児島県の伝統野菜の代表的存在で、通常は重さ10kg程度だが20~30kgに達するものもある。
- ・灰汁巻き(あくまき)…干した竹の皮にもち米をくるんだ「ちまき」で、鹿児島では5月の節句に欠かせない。
- ・酒ずし…すし桶にご飯と鯛、つけあげ(さつまあげ)、筍、フキ、錦糸卵など旬の材料を入れて地酒をたっぷりかけ、重しをして4時間以上寝かせて発酵させた寿司である。
- ・軽羹(かるかん)…良質のヤマイモと、うるち米の荒挽きの粉、砂糖を使って作られる蒸し菓子で、鹿児島の代表的な和菓子として全国に名が知られている。
- ・春駒…小豆ともち米を使った蒸し菓子である。
- ・両棒餅(じゃんぼもち)…つきたての小判くらいの餅に竹串を2本刺し、熱い甘ダレをかけた餅である。
- ・加治木まんじゅう…「酒まんじゅう」で、足利時代に伝わったと言われている。
- ・伊集院まんじゅう…もち米の粉を煎って、砂糖蜜でこねた皮で白あんを包んだ日置市特産の半生菓子である。
- ・白熊…かき氷の練乳かけにフルーツがいっぱい入ったものである。

## 4. 食品以外の特産物

食品以外の特産物の代表的としては、薩摩切子があげられる。19世紀にイギリスやフランスなどの欧州列強に対抗するため、島津家28代藩主島津斉彬は「集成館事業」と呼ばれる大規模な近代化事業を推進した。その一環として開発されたのが薩摩切子であった。最盛期には日本で初め

て紅色の発色に成功し「薩摩の紅ガラス」として全国で称賛された。

しかし、藩主に就任してからわずか7年後の1858年(安政5)に斉彬は急逝し、財政整理のため「集成館事業」は縮小された。さらに1863年(文久3)の薩英戦争により工場が焼失し、1877年の西南戦争前後には薩摩切子の生産技術が途絶えてしまった。

その後約100年間、薩摩切子は明治初頭までに作られたものがわずかに残るのみであったが、1985年に島津家の末裔である(株)島津興業直営の薩摩ガラス工芸が設立され、数年間の研究の後に薩摩切子の復刻に成功した<sup>20)</sup>。薩摩切子は復刻生産であるため国の伝統的工芸品には認定されていないが、1989年には鹿児島県伝統的工芸品にも認定された。現在では薩摩ガラス工芸の他、1994年に設立された薩摩びどろ工芸(株)でも生産・販売を行っている。また鹿児島市が九州新幹線開業に向けて設置を始めた観光案内サインにも薩摩切子の模様が使われている。

#### IV 観光客への聴きとり調査とその結果

##### 1. 調査の目的および方法

本研究では、鹿児島県を訪れた観光客の特産物に対するイメージや購買状況を把握するため、聴きとり調査を実施した。調査は、2013年9月17日～19日に鹿児島市内の観光客が多く訪れる場所(鹿児島中央駅周辺、城山、ドルフィンポート)において実施した。調査対象者は、鹿児島市内を散策していた観光客(鹿児島県内からの観光客も含む)から無作為に選び、調査票の質問項目に基づいて調査者が直接対象者に質問する方法で実施した。対象者が家族連れやグループの場合は、代表者1名に回答してもらった。質問項目は表1に示したとおりである。

##### 2. 調査結果

###### 1) 対象者の基本属性(性別・男女・同伴者等)

調査対象者は80名で、男女別では男性が49名(61.3%)、女性が31名(38.8%)であった。県内外別では県内客16名(20.0%)、県外客58名(72.5%)、外国人客6名(7.5%)であった。

年齢別では20代未満6名(7.5%)、20歳代26名(32.5%)、30歳代17名(21.3%)、40歳代7名(8.8%)、50歳代10名(12.5%)、60歳代14名(17.5%)で、20歳代がもっとも多いものの、幅広い年齢層が訪れていた。20歳未満の6名は全員県外客で、修学旅行で来訪していた。40歳代の7名も全員県外客であった。外国人客は20歳代2名、30歳代1名、50歳代3名であった。

###### 2) 県外客・外国人の居住地

県外客58名の居住地は、福岡県が14名でもっとも多く、県外客の4分の1近くを占めていた(図3)。鹿児島県を除く九州地方からは、福岡県からの14名を含めて計22名が来訪しており、県外客の37.9%が九州各県から来訪していた。一方、三大都市圏からは県外客の48.3%にあたる28名(関東圏から16名、中部圏から5名、関西圏から7名)が来訪しており、これらを合わせると、86.2%が九州各県または三大都市圏から来訪していることが明らかとなった。

外国人客の国別内訳は、台湾2名、オーストラリア1名、アメリカ1名、オランダ1名、ノルウェー1名であった。



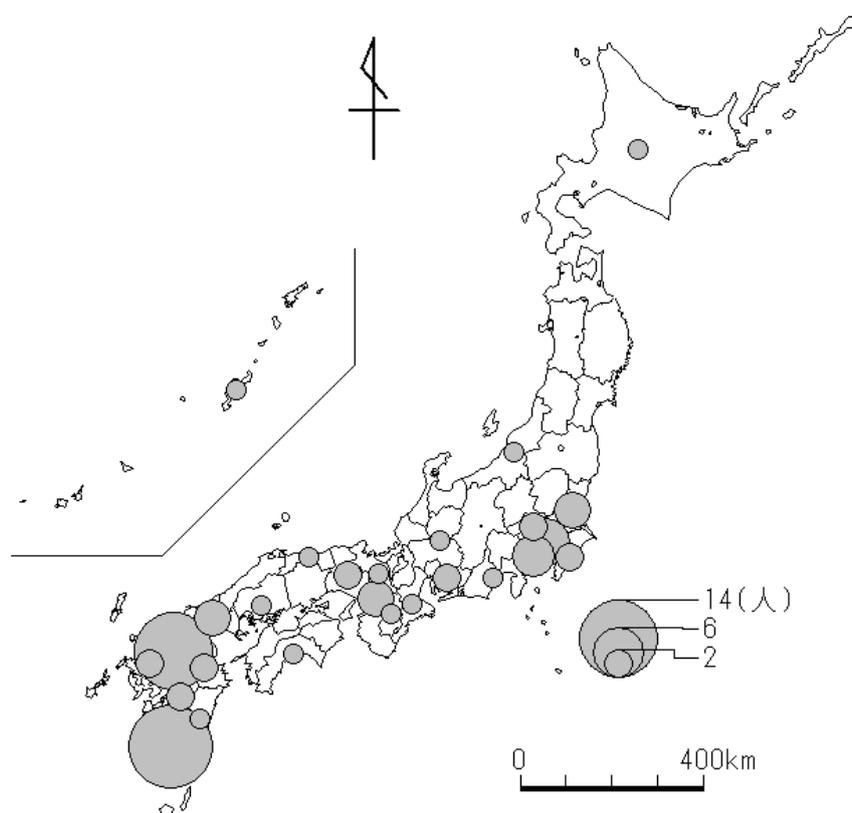


図3 県外客の居住地

資料：聴きとり調査をもとに作成

### 3) 利用交通手段

県外客が鹿児島からの帰りに利用する交通手段は飛行機が23名でもっとも多く、以下はその他15名(バス、バイク等)、九州新幹線14名、マイカー5名、JR在来線1名の順であった<sup>21)</sup>。

三大都市圏から来訪した28名のうち、4分の3にあたる21名(関東圏16名中13名、中部圏5名中4名、関西圏7名中4名)が飛行機を利用すると回答した。これに対して、九州新幹線利用者は関東圏1名、関西圏2名の計3名にすぎず、マイカー利用者はゼロであった。鹿児島空港と三大都市圏との間には、羽田4社28往復、成田1社2往復、中部2社6往復、伊丹2社13往復、関西1社2往復、神戸1社1往復の航空便が運航されており、LCCの参入によって運賃の値引き競争が激化していることが、航空機利用者の多さに結びついていると考えられる。

鹿児島県を除く九州地方から来訪した22名が利用した交通手段は、九州新幹線9名、高速バス6名、マイカー5名、バイク2名の順で、飛行機はいなかった。九州の場合は九州新幹線が開通したことに加え、都市間高速バス網も発達していることから、陸上の公共交通機関を利用する客が目立った。

### 4) 鹿児島の特産物に対するイメージ

「鹿児島の特産物といえば何をイメージしますか?」という問いに対する回答では、外国人客を含む80名のうち48名が「黒豚」をあげた。以下は「さつま揚げ」(39名)、「芋焼酎」(38名)、「サツマイモ」(30名)、「白熊」(25名)、「かるかん」(19名)の順となった。

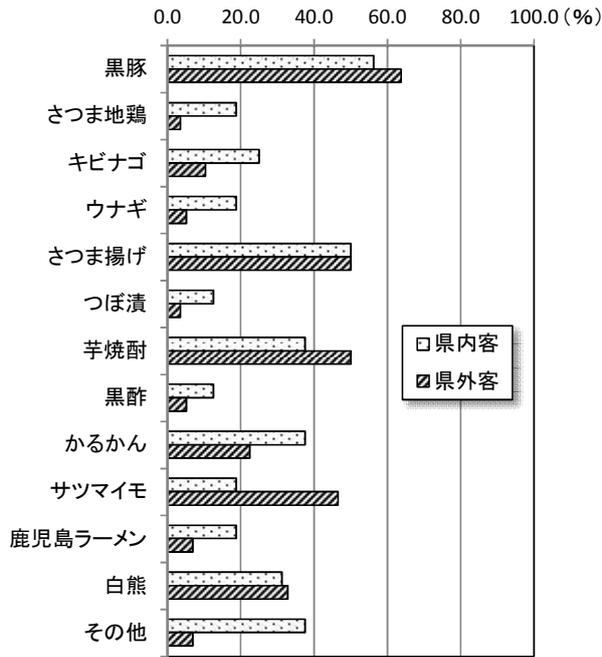


図4 特産物の認識率

資料：聴きとり調査をもとに作成

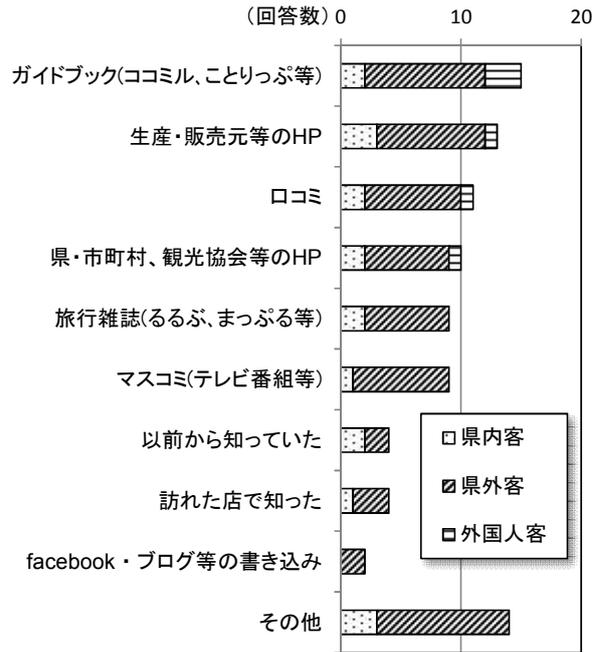


図5 特産物に関する情報入手手段(複数回答)

資料：聴きとり調査をもとに作成

図4は、県内客と県外客で特産物に対するイメージに差があるのかどうかを検討するために、それぞれ県内客全員(16名)と県外客全員(58名)を100%とした認識率を示したものである。この図をみると、黒豚とさつま揚げは県内客、県外客ともに半数以上が特産物としてイメージしていることがわかる。また白熊も県内客、県外客ともほぼ3分の1がイメージしていた。

さつま地鶏、キビナゴ、ウナギ、つぼ漬、黒酢、かるかん、鹿児島ラーメンは、県外客よりも県内客の方が認識率が高かった。これらは、県内客が特産物としてイメージしているのに対し、県外客は特産物としてさほど強くイメージしていないものと考えられる。逆に、黒豚、芋焼酎、サツマイモは、県内客以上に県外客の方が特産物として強く認識していた。

全般的には、県外客の回答よりも県内客の回答の方がイメージしている特産物の数が多く、多岐にわたっていた。このことは、鹿児島県人が誇れる特産物の豊富さを物語っているともいえる。

#### 5) 特産物に関する情報入手手段

前の4)であげた特産物に関する情報の入手手段は、ガイドブック(回答数15)がもっとも多く、以下は、生産・販売元等のホームページ(13)、ロコミ(11)、県・市町村・観光協会等の公的ホームページ(10)、旅行雑誌、マスコミ(各9)、訪れた店で知った、以前から知っていた(各4)、facebook・ブログ等の書き込み(2)の順であった(図5)<sup>22)</sup>。

以上の結果から、ガイドブック・旅行雑誌等やホームページ、ロコミ、マスコミ等、旅行出発前に見聞することができる手段で多くの情報を入手していることがわかった。県外客に限ってみても、概ね同様な順位となっており、県外でも鹿児島の特産物の知名度や情報の露出頻度が高いと考えられる。一方、広告看板、バスの車内広告、観光パンフレット(いずれも回答数1)のように<sup>23)</sup>、現地で目にした媒体から情報を得た観光客は、わずかであることが明らかになった。

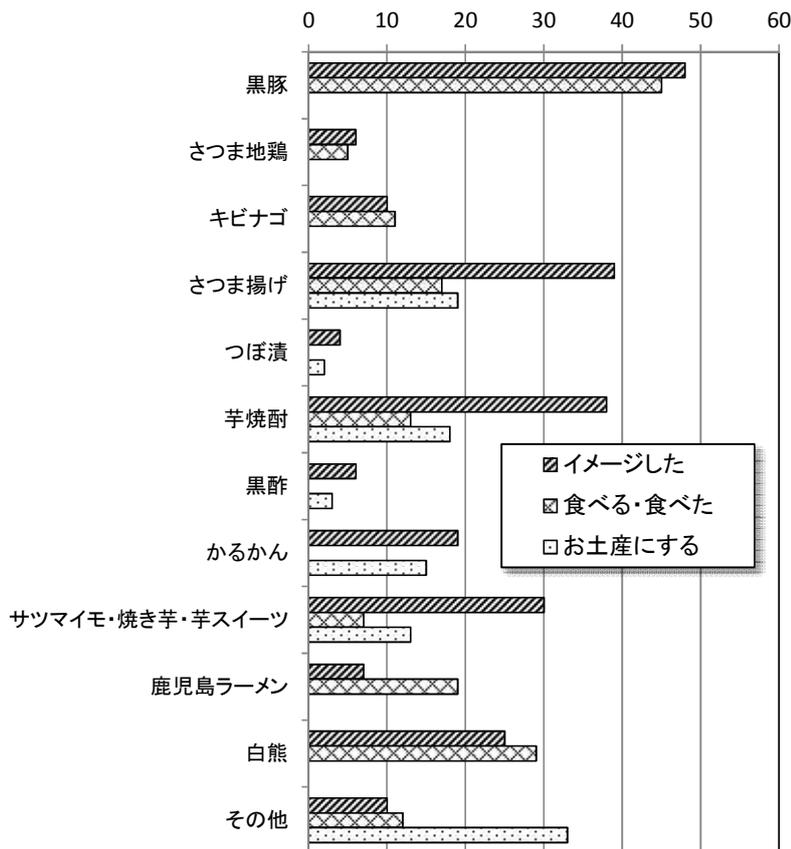


図6 イメージと実際に食べる(食べた)特産物、お土産にする特産物との比較(複数回答)

資料：聴きとり調査をもとに作成

6) 滞在中に食べる(食べた)特産物とお土産にする特産物

図6は、調査対象者がイメージした特産物と「食べる(食べた)」特産物、「お土産にする」特産物の三つを比較したものである。黒豚はイメージした人48名のうち45名が「食べる(食べた)」と回答していた。このことは、旅行出発前から黒豚を特産物と認識し、現地で食べるつもりだった人が多いことを示している。また、さつま揚げと芋焼酎は、イメージした人の8割以上が現地で食べたり飲んだりするか、お土産として持って帰っており、黒豚同様、旅行者に人気がある特産物といえる。

キビナゴ、鹿児島ラーメン、白熊は「食べる(食べた)」人が、特産物としてイメージした人を上回っていた。これらは、現地にきてから有名店やおいしい店の情報等を入手し、食べに行った人が多かったものと思われる。

図6の「お土産にする」をみるとわかるように、土産品として人気が高いのは、さつま揚げ(回答数19)、芋焼酎(18)、かるかん(15)、サツマイモ・焼き芋・芋スイーツ(13)であった。県内客、県外客、外国人客のすべてに人気が高かったのは芋焼酎で、外国人客は6名中3名が芋焼酎を「お土産にする」と回答した。購入した芋焼酎の銘柄としては「三岳」(三岳酒造、屋久島町)、「石蔵」・「白金乃露」・「山田の凱旋門」(いずれも白金酒造、始良市)、「黒伊佐錦」(大口酒造、伊佐市)があげられた。また、菓子としては、かるかん、春駒、げたんはといった郷土菓子の他、「かすた

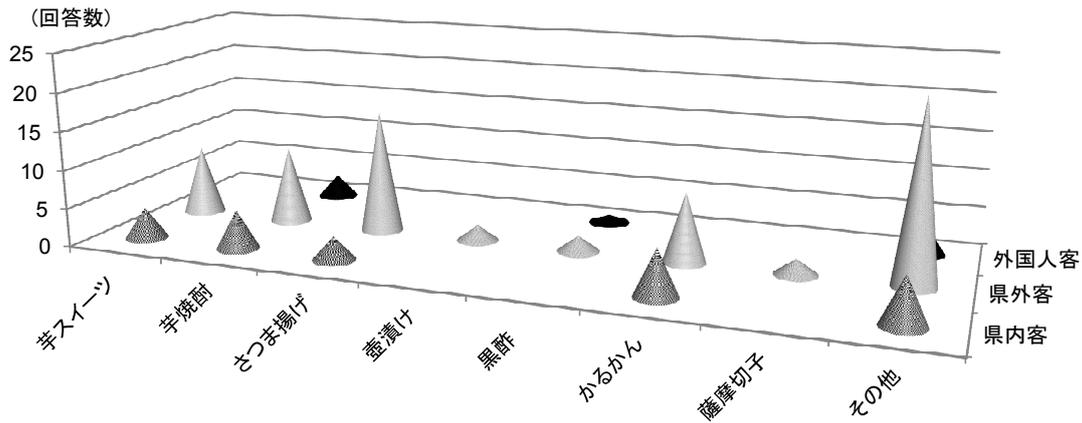


図7 県内・県外・外国人客別にみた特産物の購入状況

資料：聴きとり調査をもとに作成

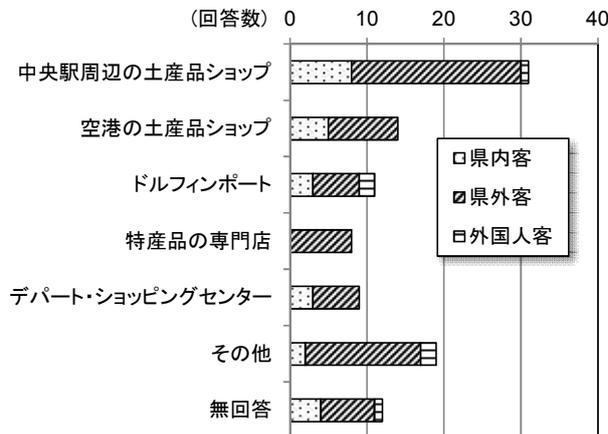


図8 土産品の購入場所(複数回答)

資料：聴きとり調査をもとに作成



図9 鹿児島中央駅の「みやげ横丁」

(助重撮影)

どん」(薩摩蒸気屋、鹿児島市)、「ラブリー」・「唐芋ケーキ」(フェスティバロ、鹿屋市)、「薩摩芋タルト」(山福製菓、鹿児島市)、「たんかんスイーツ」(馬場製菓、屋久島町)などがあげられた。とくに近年では、「ラブリー」、「唐芋ケーキ」、「薩摩芋タルト」のような芋スイーツの人気の高い。

県内客、県外客、外国人客別では、芋焼酎がいずれにも人気があり、県外客には芋スイーツやさつま揚げが高い人気を得た。一方、かるかんは、県内客の人気の比較的高かった(図7)。

#### 7) 土産品の購入場所

土産品の購入場所は、鹿児島中央駅周辺の土産品ショップ(回答数 31、うち県外客 22)、鹿児島空港の土産品ショップ(14、うち県外客 9)、ドルフィンポート(11)、特産物の専門店(8)の順であった(図8)。前述の利用交通手段は飛行機が 23 名、九州新幹線が 14 名であったことから、新幹線を利用しない県外客も鹿児島中央周辺の土産品ショップに立ち寄っているとみられる。

とくに「みやげ横丁」は、鹿児島県内の土産品を種類・量とも豊富に取り揃えている(図9)。

通路を挟んだ真正面は鹿児島中央駅の改札口で、お土産を買ったらすぐに九州新幹線や在来線に乗ることができる。駅前からは空港行リムジンバスや九州各方面への高速バスも発着しており、これらを利用する人も立ち寄ることができる。「みやげ横丁」は鹿児島県内の土産品を交通が集中する場所に一同に揃えることで、土産品の「ショールーム」的な役割も果たしているといえよう。

## V おわりにー特産物開発および購買促進の課題ー北陸新幹線の開業に向けてー

本稿では、鹿児島県の観光の概況や主要特産物の特徴について考察したのち、観光客が「鹿児島県の特産物」として何をイメージし、実際にどのような購買行動をとるのかを聴きとり調査をもとに明らかにした。この結果、以下の点が明らかになった。

- ①黒豚、さつま揚げ、芋焼酎は県内客、県外客とも鹿児島県の特産物として強くイメージしている。
- ②黒豚は、イメージした人のほとんどが滞在中に食べる(食べた)。
- ③さつま揚げ、芋焼酎も大半の人が滞在中に食べる(食べた)か、お土産にする。
- ④キビナゴ、鹿児島ラーメン、白熊は、特産物としてのイメージはさほど強くないものの、滞在中に食べる(食べた)人が多い。

これ以外にも、鹿児島県ではつぼ漬、かるかん、芋スイーツ等の加工食品に加え、薩摩切子等の工芸品もあり、量・種類ともに豊かな特産物が観光客に提供されている。また、2005年からは、九州新幹線の全線開通に備えて、売れる商品・新しい観光土産品づくりをさらに促進するため、「かごしまの新特産品コンクール」も開催してきた。

富山県でも北陸新幹線の開業が1年後に迫ってきた。自治体や県内企業でも北陸新幹線開業を見据えた料理や土産品の開発を進めているが、「ますのすし」やブリをはじめとする鮮魚のイメージが強すぎるせいか、県外客はそれ以外の特産物に対するイメージが希薄と言わざるを得ない。また、どこに行けばどんな特産物を食べたり買ったりすることができる、という情報もあまり伝わっていない。

富山県では刺身のように新鮮で生のまま食べられるものが美德という考えもある。しかし、鹿児島県の特産物には一次産品等を調理または加工したものが目立つ。しかも、それらは品種改良によってブランドを確立した黒豚や、他の焼酎にはない香りやクセをもつ芋焼酎、山盛りのかき氷にみつ豆の材料やフルーツをのせた白熊のように、他の類似品にはない付加価値をもたせることで、「鹿児島といえば、これ!」というイメージを確立しているものが多い。富山においても、おいしい米・水・魚を単純にアピールするのではなく、「白えびかきもち」のように特産の原料を組み合わせる付加価値をつけたり、「みやげ横丁」のように「ショールーム」的な役割を果たすショップを作ったりして、特産物を「育てて、アピールする」発想が必要であろう。

本稿は、平成25年度3年助重ゼミナールの学生と助重が分担執筆したものに、助重が文言統一等の修正を加えたものである。各自の分担箇所は以下のとおりである。なお、内容の一部については、2013年度富山地学会学生発表大会(2013年3月2日、富山国際学園サテライトオフィス)にて、学生が口頭報告を行った。

分担：助重雄久：I章、V章 城戸比奈子：III章3節、IV章2節6) 嶋田佑里亜：IV章2節3)6)

名取大地：III章4節、IV章2節5) 野呂瑞季：III章2節、IV章2節4)7) 濱谷光：II章、IV章1節

劉哲偉：III章1節、IV章2節1)2)

## 注および参考文献

- 1) 安田亘宏『食旅と観光まちづくり』(2010)学芸出版社、224 ページ
- 2) 助重雄久、高知県四万十町十和地区ー「おかみさん市」のおもてなしへの取り組み、富山国際大学現代社会学部観光専攻『社会経済の変化に対応した富山県観光の方向性に関する研究』(平成 21 年度財団法人富山県高等教育振興財団私立大学振興事業助成金報告書)(2010)、12-20
- 3) 松谷真紀、観光資源としての「食」の重要性についての考察、観光学 2(2009)、41-45
- 4) 松谷真紀、地域特産品ブランディングと地域イメージ和歌山県下市町のイメージに対する特産品認知度の影響についての実証研究結果からー、観光学 7(2012)、13-21
- 5) 鹿児島県観光統計による。
- 6) 司馬遼太郎の原作をドラマ化したもので、幕末から明治初期にかけての薩摩が舞台となった。西郷吉之助(隆盛)は西田敏行、大久保一蔵(利通)は鹿賀丈史が演じた。
- 7) 株式会社ビデオリサーチ調べ、いずれも関東地区での視聴率。  
(<http://www.videor.co.jp/data/ratedata/program/03taiga.htm>)
- 8) 深見 聡、地域住民が担う観光ボランティアガイドー大河ドラマ『篤姫』を事例に一、深見聡・井出明編著『観光とまちづくりー地域を活かす新しい視点-』古今書院(2010)、24-38
- 9) 国土交通省港湾局による。
- 10) 農林水産省「作物統計」による。
- 11) 紫芋にはアントシアニンが多く含まれていて、この色素が人体の肝機能障害の軽減や血圧抑制効果があるとされている。
- 12) 農林水産省「生産農業所得統計」による。
- 13) 鹿児島県ホームページ「肉用牛に関する情報」による。  
(<http://www.pref.kagoshima.jp/ag07/sangyo-rodo/nogyo/tikusan/tokei/nikuyougyuu.html>)
- 14) 鹿児島県ホームページ「豚に関する情報」による。  
(<http://www.pref.kagoshima.jp/ag07/sangyo-rodo/nogyo/tikusan/tokei/buta.html>)
- 15) 鹿児島県黒豚生産者協議会ホームページによる。(http://www.k-kurobuta.com/)
- 16) 鹿児島県黒牛黒豚銘柄販売促進協議会ホームページによる。(http://www.kagoshima-kuro-ushi-butu.com/)
- 17) 前掲 16)
- 18) 鹿児島県ホームページ「豚に関する情報」による。  
<https://www.pref.kagoshima.jp/ag07/sangyo-rodo/nogyo/tikusan/tokei/nikuyoukei.html>
- 19) 鹿児島県地鶏振興協議会ホームページによる。(http://kagoshima-jidori.com/)
- 20) 島津薩摩切子ホームページによる。(http://www.satsumakiriko.co.jp/)
- 21) あえて「鹿児島からの帰りに利用する交通手段」を尋ねたのは、みやげ物、とくに嵩張る物や日持ちしない物は復路の出発地である駅や空港、あるいはその近辺で買う場合が多いと考えられるからである。
- 22) 「ロコミ」、「マスコミ」、「訪れた店で知った」、「以前から知っていた」は、表 1 質問 3 の選択肢では「g. その他」に含まれていたが、具体的な回答数が a~f と比肩しうる程度であったため、本文中および図 5 では、具体的な回答内容を個々に記載した。
- 23) これらは、表 1 質問 3 の選択肢および図 5 のなかでは「その他」に含まれている。