

「ガストロノミーツーリズム発展のためのガイドライン」概要

✓ 目的・内容

- 政府、自治体、DMO等の関係者に対して、地域におけるガストロノミーツーリズムの発展に向けて、企画・運営面において考慮すべき事項や取るべき行動や推奨事項について示した実践的なガイドライン

- 2019年5月発行
(日本語訳：2020年12月発行)

<https://unwto-ap.org/topics/gastronomy/>



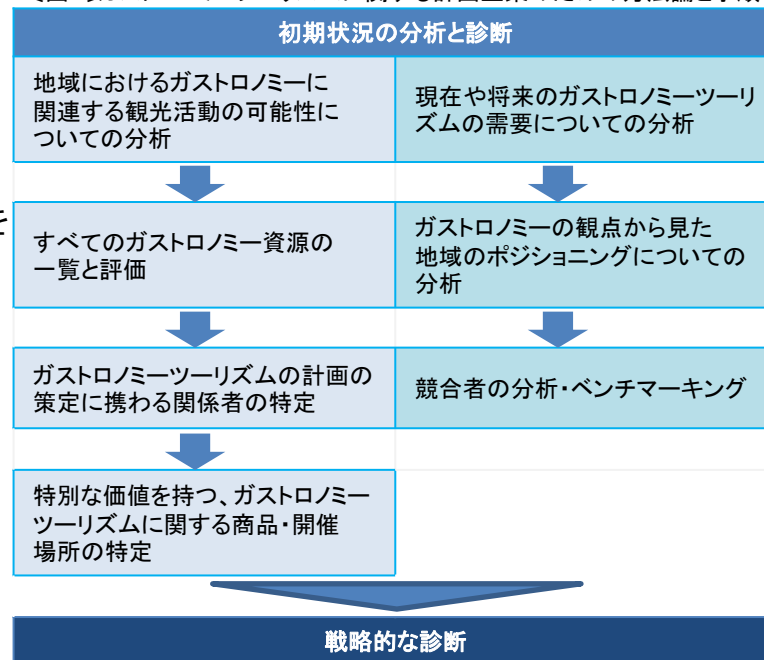
- 国連世界観光機関（UNWTO）とバスク・クリナリー・センター（BCC）※の共著
※美食の街で知られるスペイン・サンセバスチャンに所在する世界的な料理大学校

「ガストロノミーツーリズム発展のためのガイドライン」のポイント（地域のための実用ガイド①）

✓ 地域の計画に基づいたガストロノミーツーリズムの推進（図1）

- ガストロノミーツーリズムに関する計画は、地域の観光計画とその目標に即していること。また、地域の関係者との合意形成が重要
- ガストロノミーツーリズムに関する計画は、地域における観光の状況分析やガストロノミー資源の洗い出しから始まり、地域の位置付けや競合者の分析等を踏まえ、戦略的に行うべき。
- ガストロノミーツーリズムを推進するためには、観光客のニーズを予測して、新たな観光体験の方向性を設定することが重要
- 計画策定に当たっては、ミッション（使命）とビジョン（展望）を明確に、かつ、心情的に訴えるものとすべき。

〔図1〕ガストロノミーツーリズムに関する計画立案のための方法論と手順



✓ ガストロノミーツーリズムのバリューチェーン（価値連鎖）

- 総合的な観点から観光活動を分析するため、原産地から食卓までを網羅した新しい形のバリューチェーンの構築が必要
- バリューチェーンの現状を把握し、その潜在力と発展性を一覧化して、分析することは、有効な政策を立案する重要なステップとなる。

✓ ガストロノミーツーリズムの動向分析

- ガストロノミーが果たす役割を理解するために、ガストロノミーツーリズムに関する市場や観光需要の変化、優良事例等を分析する。

✓ ガストロノミーにおける地域のポジショニングについての分析（次頁表1）

- 対象地域の現在の位置付けや将来目指したい姿を検討するために、他の地域と比較して分析することが重要
- 比較対象とする地域は、地理的な位置や特産品の種類が類似する地域を選択することが望ましい。

「ガストロノミーツーリズム発展のためのガイドライン」のポイント（地域のための実用ガイド②）

✓ 地域イメージの分析と観光商品の開発

- ガストロノミーに関心を有する観光客を送り出す国内・国際市場を特定する。
- ガストロノミーに関心を有する観光客の動機や行動を十分に分析し、ニーズを把握した上で、地域のイメージを明確化し、観光商品を開発することが重要

✓ 思い出に残る体験の提供（表2）

- 観光商品の開発に当たっては、組織内に内在するガストロノミー資源を磨き上げ、魅力的で観光客を惹きつけるような、地域のガストロノミーを表す象徴的なものとするのが重要
- ガストロノミーツーリズムは、体験型の観光である。観光客の獲得のためには、五感すべてを使って楽しんでもらう、思い出に残る体験を提供することが重要

✓ 官民連携によるガバナンスの推進

- 地域における連携や目標に向けた官民連携で課題解決に取り組むこと、利害関係者間での合意・協働が重要

✓ 教育・訓練による人的資源の強化

- 観光産業においては人的資源が観光客の満足度に大きな影響を与える。
- 地域におけるガストロノミーツーリズムに関連する人材研修のニーズを把握し、研修の機会を提供することは、ガストロノミーに関連する産業における競争力の強化につながる。
- ガストロノミーツーリズムにおける優良事例を踏まえたマニュアル策定、DMO・大学等と連携した研修の実施、起業家精神の促進を行う。

〔表1〕比較分析の基準

1.自然と文化	6.体験	11.意識の向上
2.観光商品の品質	7.アクセス	12.収益性
3.商品の加工方法	8.宣伝の質	13.ポジショニング
4.サービスの質	9.観光商品の種類	14.認知度
5.価格	10.観光商品数	15.革新性

〔表2〕思い出に残る観光体験の要件

- － 独自性のある環境の整備やシナリオを策定する
- － アクセスを限定する
- － 観光関連事業者との交流の機会を提供する
- － 学びの機会を増やす
- － テーマ別にする
- － 楽しみ、くつろぎ、あるいは非日常の体験を提供する
- － 感情を解き放つ
- － 地域の産品を活用した土産物等を含める

「ガストロノミーツーリズム発展のためのガイドライン」のポイント（10の推奨事項）

- ①透明性があり、参加型で、リーダーシップを促進するガバナンス（統治）モデルを推進する
- ②地域のガストロノミーを文化遺産として認識する
- ③観光客を受け入れるシナリオ、環境、場所及び体制を改善する
- ④地域に内在するガストロノミーに関する商品・体験を、創造・開発する
- ⑤関係者全員の知識、能力開発、革新、連携に基づき、バリューチェーンにおける競争力を強化する
- ⑥ガストロノミーに関心を有する観光客の特徴を把握するため、データ収集の仕組みを開発し、地域の状況を分析する
- ⑦地域のガストロノミーについて、ブランドとして信頼できる本物のストーリーを展開する（食のブランド化）
- ⑧関係者全員が参加し、ガストロノミーツーリズムの市場開拓を推進・支援する計画を策定する（食のマーケティング）
- ⑨ガストロノミーツーリズム発展の原動力として、テクノロジーを最大限に活用する
- ⑩地域における持続可能性やSDGsへの貢献に向けた取組を進めるための手法としてガストロノミーツーリズムを推進する