

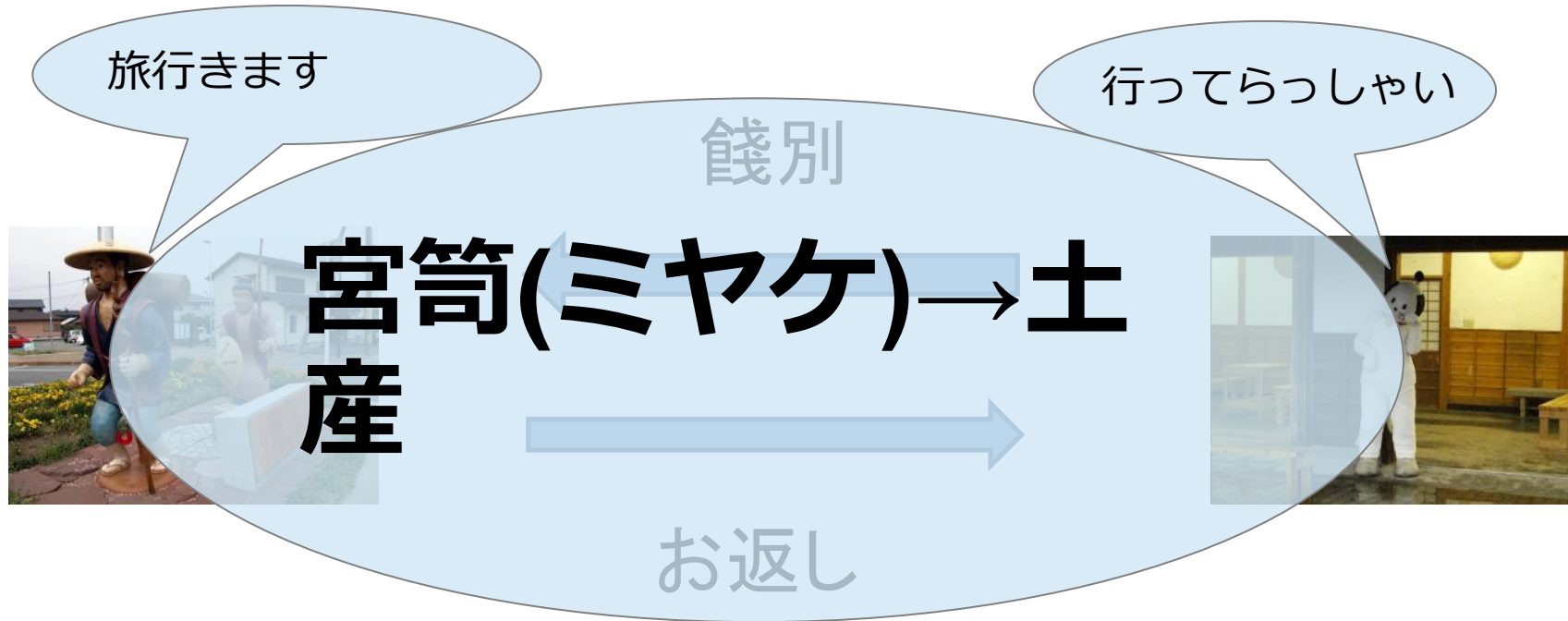
第16章 買い物と観光振興

高木桃子・伊藤槇里子・桃原理乃

松宮健太・川満航

買物は旅の楽しみ

江戸時代の旅と土産の起源



徒歩での旅



お参りと宮筥の購入

旅行目的としての買物

土産物の購入

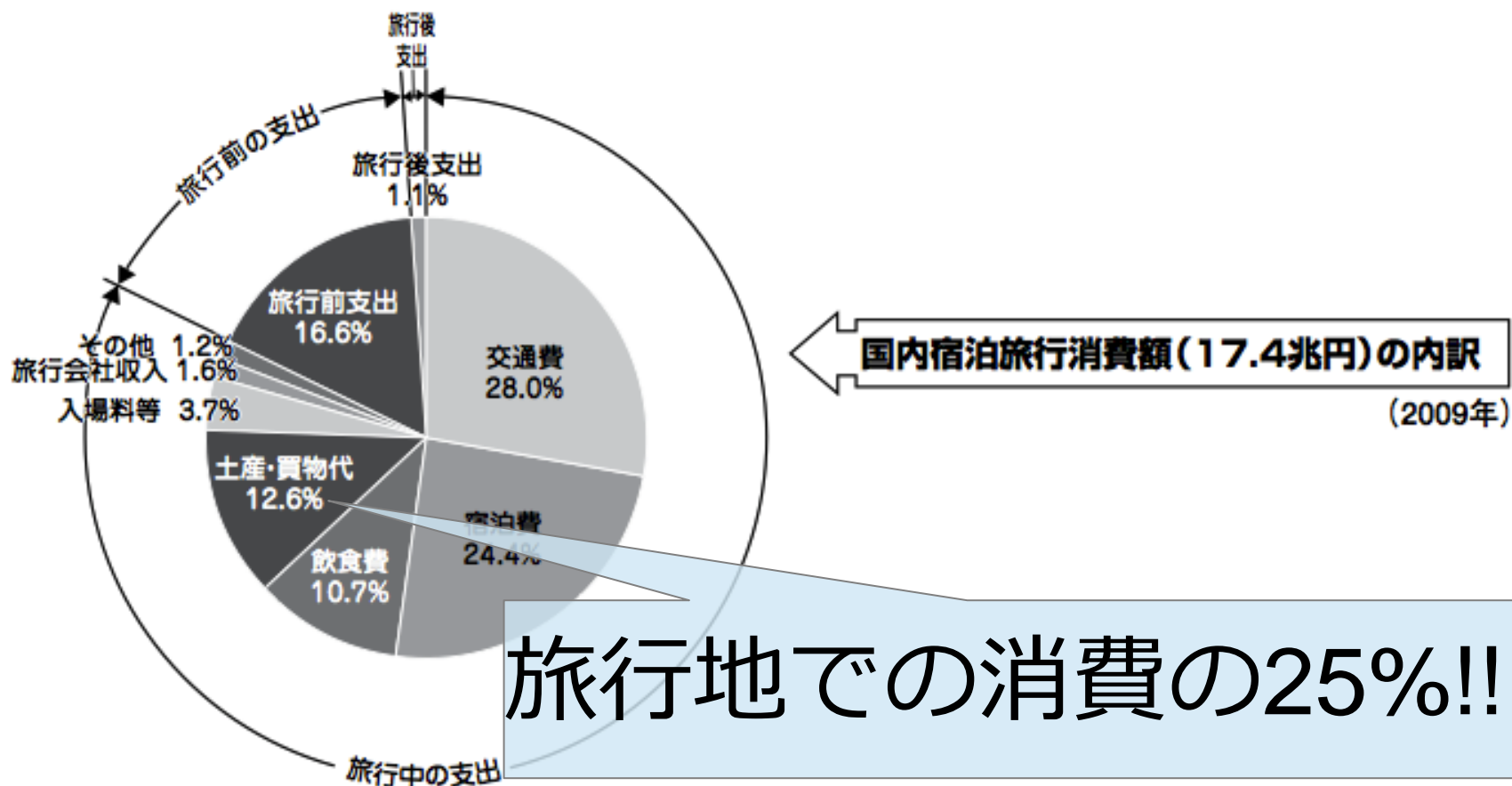
旅行者自身の為の買物

旅行目的の一つとして必要不可欠



地域サイドにとって消費の拡大・集客の為の重要なファクターとなる！

土産・買物代消費額の実態



参照 JATA『21世紀のツーリズム想像へ数字が語る旅行業2011』

市場・朝市でその町がわかる

各地の市場・朝市

表2 全国の主な市場と朝市

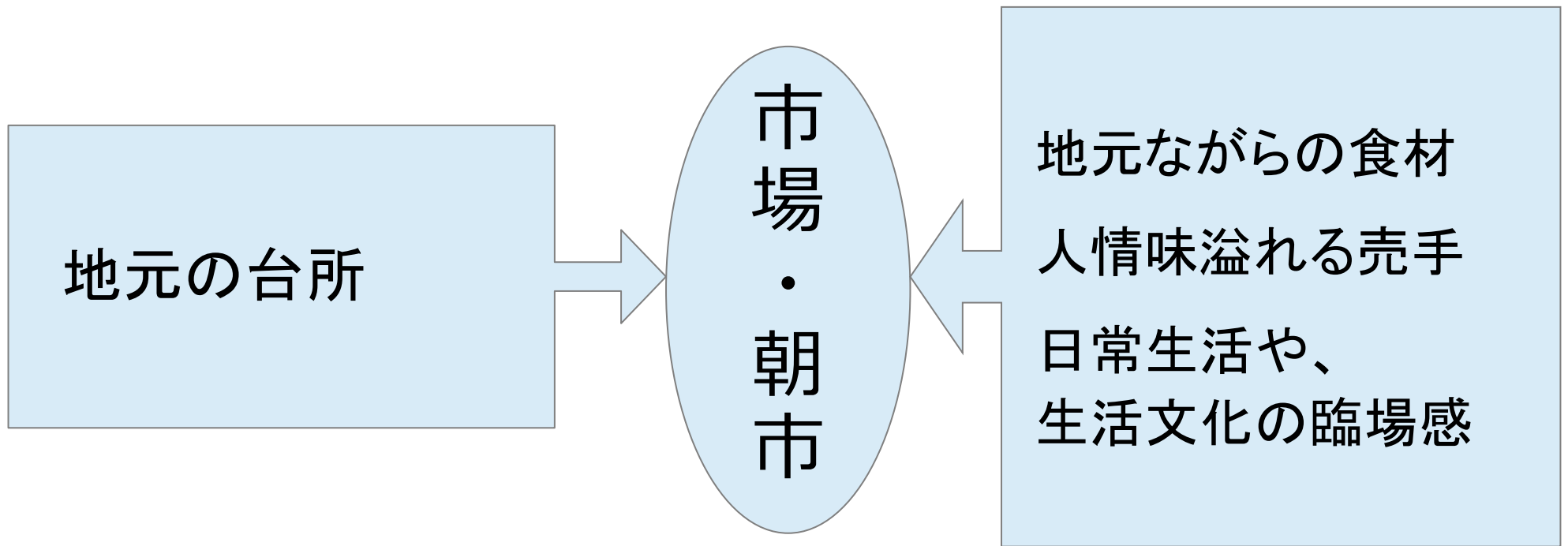
市場	和商市場	北海道釧路市
	二条市場	北海道札幌市
	はこだて自由市場	北海道函館市
	築地市場(場外市場)	東京都中央区
	近江町市場	石川県金沢市
	錦市場	京都市
	黒門市場	大阪市
	唐戸市場	山口県下関市
	柳橋連合市場	福岡市
	牧志公設市場	沖縄県那覇市
朝市	輪島朝市	石川県輪島市
	高山朝市	岐阜県高山市
	勝浦朝市	千葉県勝浦市
	呼子朝市	佐賀県呼子市
	日曜市	高知市

左記の市場・朝市のうち沖縄県牧志公設市場については詳しく解説いたしますのでお楽しみに！

それぞれの求めるもの

地域住民視点

旅行者視点



市場・朝市の課題

地元住民の利用減少

出店者の減少

旅行者の増加

旅行者の購買力の影響増大

観光市場化

本来の機能の喪失

3.特産物市場と観光振興

高知県高知市の例

高知市

人口33万2000人



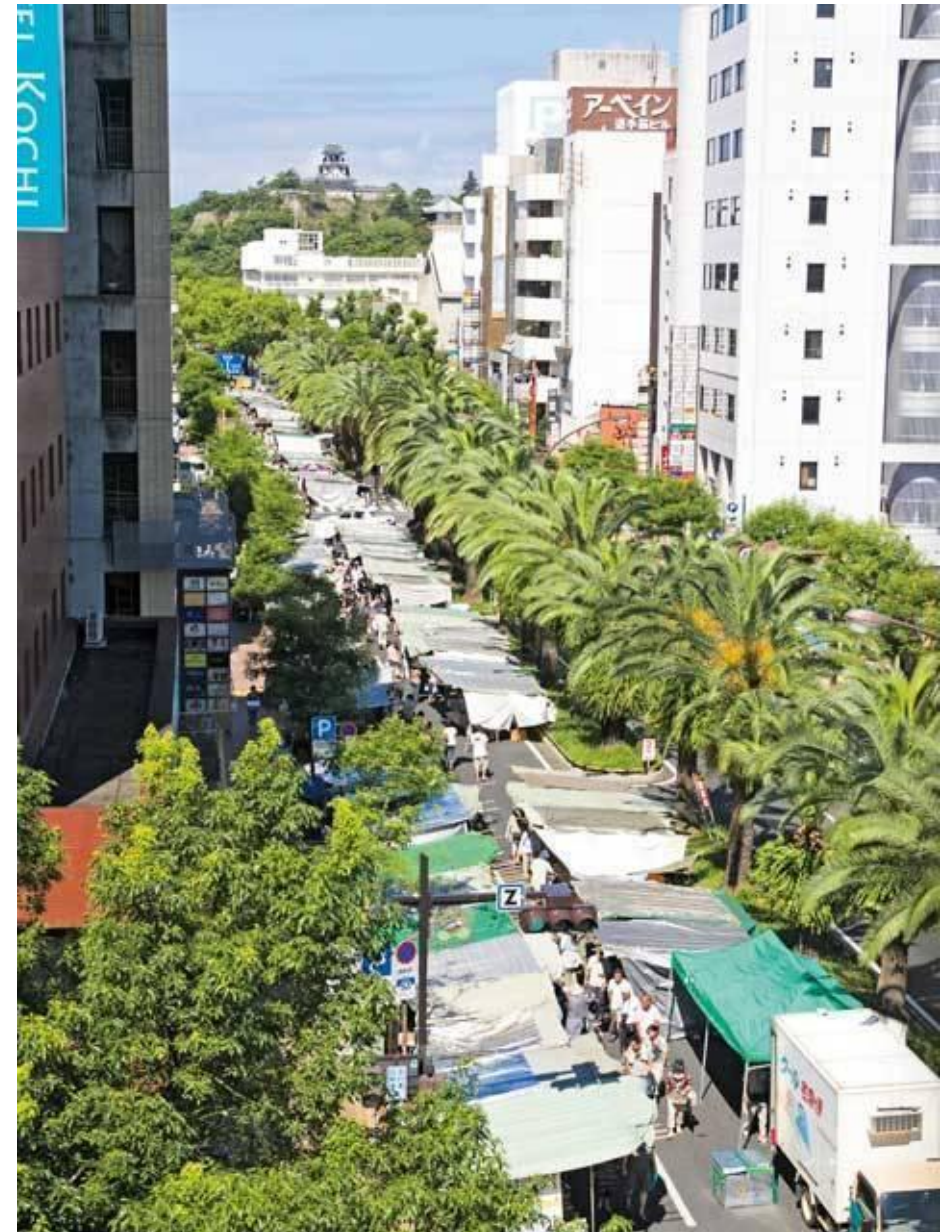
日曜市

日本一の街路市

延長1.5km

約500の露天

日曜市の様子→



3.特産物市場と観光振興

街路市とは...

公道上で市民等が

地元自治体の管理のもと

市を開くこと。

◆日曜市の営業時間◆

午前5時～午後5時

(冬場は午前6時スタート)

他の多くの朝市は午前中



↑日曜市の様子

3.特産物市場と観光振興

出店数は減少気味↓



原因：

- 出店数の高齢化
- 市民の日曜市離れ

○出店数の高齢化○

退店や代替わりを招く。

対面販売に時間をとられることを嫌う若い世代の農家な

年度	1988	1990	1992	1994	1996	1998	2000	2005
出店数 (店)	642	613	602	581	558	536	541	517

3. 特産物市場と観光振興

○市民の日曜市離れ○

原因：

市内にJA(農協)の直営店や地場農産物を売る量販店の増加

↓
市民の日常的な買い物減少



↓
出店者の売上↓、出店数↓↓

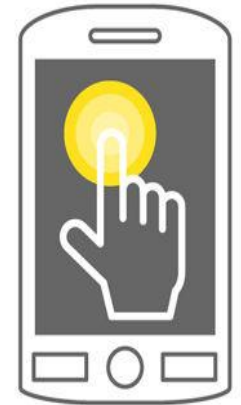
来訪者の居住地	高知市内	県外
1985	66.9%	11.1%
2004	31.6%	56.2%

3. 特産物市場と観光振興

課題：市民の呼び戻し

利便性向上の策

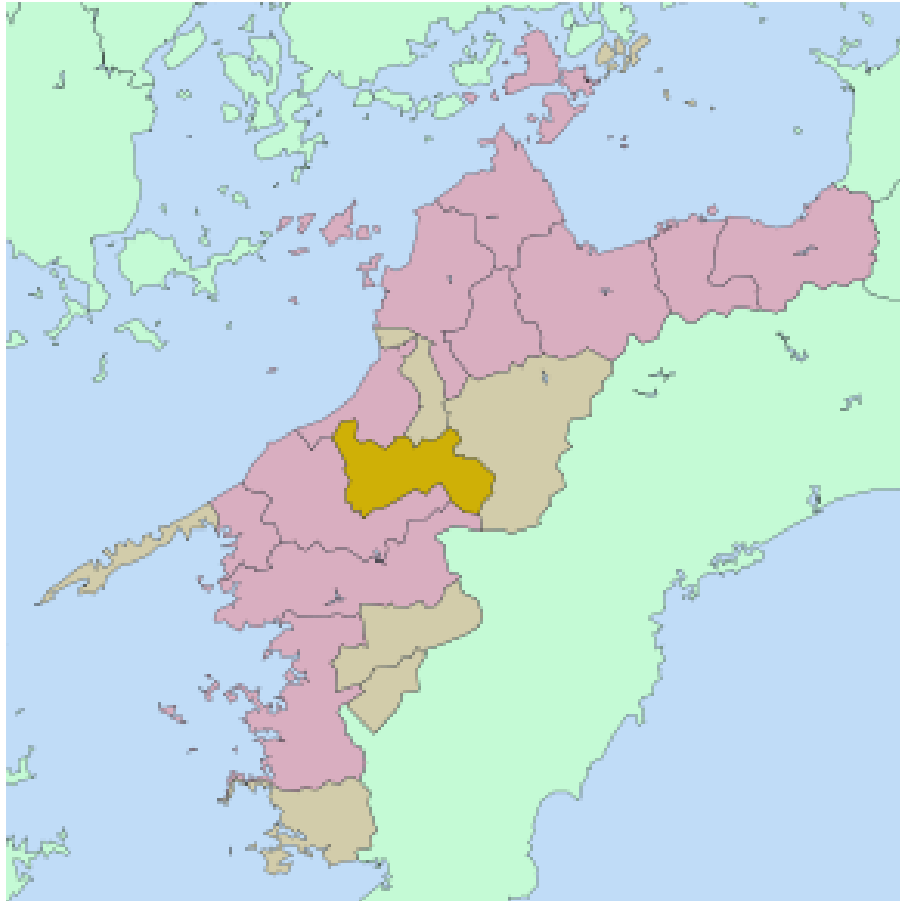
- ・ 休憩所の設置
- ・ 購入した品物の宅配
- ・ 旬の情報を携帯サイトで流す



地域に根ざした市場として、
市民と**観光客**の両方に如何に
バランスよく受け入れられるかが
都市型市場にとって共通の課題である。



愛媛県 内子町



50km

人口約18000人

7割が山の典型的な中山間地域、農村

白壁と木蝋のまち

八日市護国地区（重要伝統的建造物群保存地区）

沖縄県宜野座村と姉妹町村

八日市護国地区



全国十八番目、四国初
重要伝統的建造物保存地区



内子フレッシュパークからり

- ・ 特産物直売施設
- ・ 1996年開設
- ・ 来訪者数年間60万人
- ・ 運営は(株)内子フレッシュパークからり（内子町と地元農家等が出資する第三セクター）
- ・ 道の駅のひとつ



フルーツパーク構想 三つの柱

- ① 農業の総合産業化推進
- ② 都市・農村交流の促進
- ③ 農業の情報化、農業情報の利・活用促進

⇒ これらを具体化するためにからり整備



内子フレッシュパークからり成功要因

①顔の見える農業

全商品が内子産、

商品に生産者氏名と電話番号を明記

利用者のニーズに合った工夫
地元農家のやる気を促す仕組み

②からりネット

売り場のレジと農家が

直結した情報システム

③歴史的町並み観光と

からりの観光セット





那覇市第一牧志公設市場
マチグワカイユーメンター

牧志公設市場



牧志公設市場

正式名「第一牧志公設市場」

所在地：那覇市牧志

店舗数：約200店舗

沿革

1951年 牧志公設市場として開設

1969年 第二牧志公設市場が開設

2001年 第二牧志公設市場閉鎖



平和通りと公設市場の歴史

1945年11月：壺屋、開南に闇市としてスタート
売り物→せともの、日用品、洋服
売り物は米軍から盗んできた

1946年：ガープ川上での水上販売始まる
洪水、衛生問題が問題に

1951年：公設市場開設

1950年頃のガープ川の水上市舗
→



利用客の声

牧志公設市場の魅力

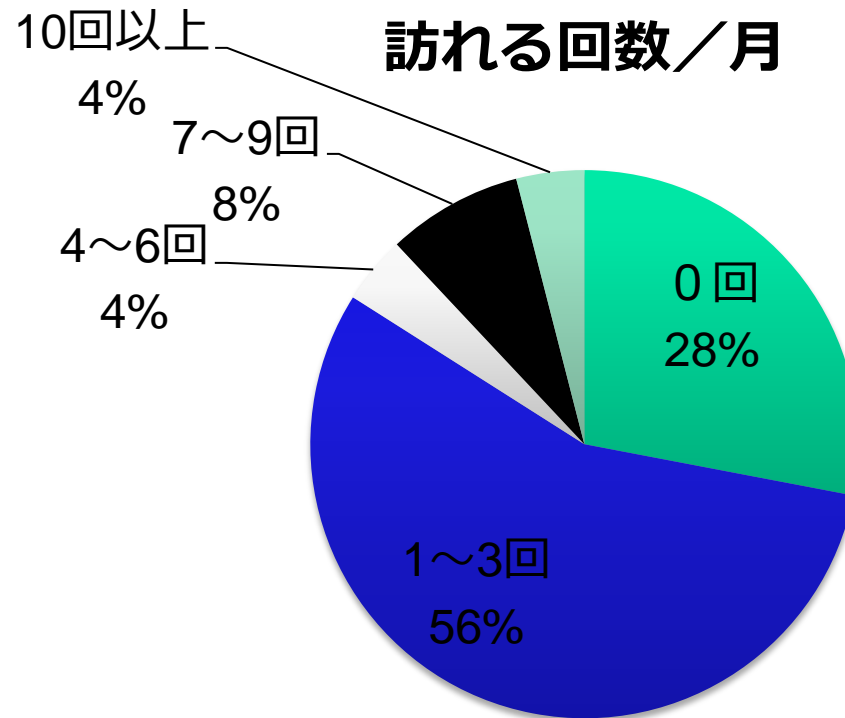
順位	設問内容	回答率
1	鮮度がよく、安心安全な食材が手に入る。	17.8%
2	沖縄らしい雰囲気。	16.2%
3	スーパーにない品揃え（沖縄料理の伝統的食材等）。	14.5%
4	行きつけの店がある。	11.5%
5	見て楽しい。	9.9%
6	活気がある。	9.2%
7	相対売りで、店員と話しながら買い物が出来る。	7.7%
8	サービスがよい。	4.8%
9	食材についての知識が得られる。	4.5%
10	市場で購入した商品を調理してくれる食堂がある。	3.4%
11	その他	0.5%

※新たな第一牧志公設市場再整備基本構想（2010年）より

利用客の声

月に何度訪れるか？（有効回答25名）

0回	28%
1～3回	56%
4～6回	4%
7～9回	8%
10回以上	4%



利用者の声

(大阪府・20代・女性)

理由：友人の誘い

感想：どのおじちゃん、おばちゃんもキャラ濃くてステキでした。沖縄に住んでいるのに初めて行ったところばかり...！どの店でもお土産を買っていきたくらいみんな面白くて優しい人達ばかり。てーげーな感じがまた良いです。

(那覇市・20代・女性)

理由：友人の誘いをきっかけに、小さい頃母と歩き、高校時代友人と歩いた平和通りの現在の姿を見ようと思ったから。

感想：一番印象に残った点は、私が歩いていた5年前と比べ、観光客向けの商店が非常に多くなっていたところでした。地元の人が行くような雑貨（日用品等が売っているお店）は人が全くいない状況で、さびしく感じました。

出店者の認識

現在、商店街は郊外のスーパーに食われて地盤沈下している。全国的にそうになっている。太平通りは老人が多く、車を持っていない人々が大半だ。商店街がなくなれば、老人の居場所、やすらぎがなくなる。
(糸満西崎さしみ)



問題点

- 観光地化し、地元の人による賑わいがなくなっている（文化的魅力の低下）
- 地元の大型スーパーに客がとられている（空洞化）
- 駐車場（商い環境の変化）
- 出店者の高齢化

自治体アンテナショップとは？

地域の特産品等を、東京などの都市で
展示販売する店舗のこと。

その根強い人気では？？
年々増加傾向にある！

アンテナショップ

都内に**53店**！ (平成23年10月現在)



行ってみたい都内のアンテナショップランキング

- 1位 北海道どさんこプラザ
- 2位 銀座わしたショップ
- 3位 新宿宮崎館 KONNE
- 4位 新潟館ネスパス
- 5位 京都館

(gooランキング 2007年4月調査)

👑北海道どさんこプラザ

道内から公募した新商品をテスト販売する制度を設けている

ホームページで月間の商品別売上ランキングを掲載

ルーキーズステージ 1st
ベスト5 (10月デビュー商品)



👑
1位

花咲がにラーメン

根室近海で水揚げされる脂がのった花咲がにが殻付きで入っています。氷結乾燥ノンフライ麺、スープは塩味ですっきりとした味わいに仕上げました。



2 銀座わしたシヨップ

94年にオープンした、アンテナシヨップの先駆け！

店内には沖縄民謡...ブルーシールに沖縄そば。

→「沖縄の空気が味わえる」と人気。



心に全国





新宿宮崎館KONNE（こんね！）

「こんね」＝「いらっしゃい」

「軽食コーナー」では宮崎の郷土料理がたべられる
観光案内も行っている



宮崎名物冷や汁 550円



新宿みやざき館
KONNE

アンテナショップの存在意義は？

都市住民が全国の地域事情を知ることができるだけでなく、自治体サイドも、都市部の消費者ニーズを知ることができる！

→**着地型観光を企画する際の
貴重な情報源に！**

まとめ

- 旅行者のモチベーションとして、買い物は重要な要素である
- 市場においては、地元のステークホルダー、地元の生活者が多く集まる環境を整えることが復興、発展のカギ
- 土産商品だけでなく、その売り方を考えていかなくてはならない