

**「くしろ」食・観光の戦略的ニーズ調査事業
調査結果 報告書**

**2011年3月
北海道釧路総合振興局**

目次

	頁
第1章 事業の概要	1
第2章 事前調査	7
1. 事前調査結果の要約	8
2. 既存調査資料の分析	10
1) 認知度／ランキング	11
2) 魅力度／ランキング	13
3) 観光意欲度／ランキング	15
4) 産品購入意欲度／ランキング	17
3. くしろ管内居住者グループインタビュー	19
1) くしろの物産	20
2) くしろの観光資源	26
3) くしろ管内地域間の交流	33
4) 他地域で魅力的に感じるモノ・コト	33
5) PRの必要性	34
4. くしろ管内流通事業者インタビュー	35
1) 商品及びブランド開発の現状と課題	36
2) 販売促進及び販売戦略と課題	37
3) くしろ地域の広域ブランドについて	38
5. くしろ管内観光事業者インタビュー	39
1) 現状の課題と今後の取り組み	40
2) 食と観光の連携の現状と課題	40
3) くしろ地域の広域ブランドについて	41
第3章 消費者ニーズ調査	42
1. 消費者ニーズ調査結果の要約	43
2. ターゲット市場消費者ニーズ調査	46
1) 「くしろ」の認知／旅行実態	51
2) 物産から連想されるエリア	66
3) 観光資源から連想されるエリア	71
4) 「くしろ」地域の物産の認知／摂食経験／摂食意向	76
5) 観光資源の認知／体験の有無／体験意向	83
6) 推奨観光プラン来訪意向・推奨料理の食意向	88
7) 「くしろ」居留意向	91
3. くしろ来訪者調査	93
1) 来訪者における「くしろ」旅行の実態	95
2) 食への期待と満足度	103
3) 体験型の観光や地域の人々との交流への期待と満足度	107
4) 物産の購入状況	109
5) 「くしろ」旅行評価	110

目次

	頁
第4章 ターゲット市場関連業者調査	112
1. ターゲット市場関連業者調査の要約	113
2. 流通事業者インタビュー	115
1) くしろ管内の認識状況及び商品取り扱い状況	116
2) ニーズの高い商品及び情報収集方法	117
3) くしろ商品の情報発信について	118
4) くしろに対する意見	119
3. 旅行会社インタビュー	120
1) くしろ地域の認知・イメージ	121
2) 宿泊地・観光地	121
3) 自然体験メニュー	122
4) 食	122
5) イベント	123
6) 商品造成について	123
7) 情報入手方法	124
4. 旅行雑誌社インタビュー	125
1) くしろ地域の認知状況	129
2) 雑誌掲載の考え方(方向性)	130
3) 雑誌掲載に効果的な情報とは	132
4) くしろ地域への提案と要望	134
第5章 調査結果からの提言	135

添付資料： 調査票