

内陸地の宿泊施設による水産物献立の提供実態、位置づけ

林 紀代美*

本研究では、長野県の宿泊施設の夕食に注目し、内水面魚を用いた献立、海産魚の刺身の提供状況と、それらに対する施設の認識を考察した。近年では、「地域らしさを表現できる食材」として内水面魚を評価し、施設の所在地で生産される魚種を献立に採用するなど、積極的に提供する施設が増えていた。なかでも信州サーモンは、全県域の施設で採用が盛んで、多様な献立で提供されていた。他方で、宿泊客への情報提供では魚種名・ブランド名の記載に留まる施設が目立った。海産魚の刺身の利用は、過去に比べると減ってきているが、宿泊者のニーズへの対応、会席料理の様式の維持、華やかさの演出などの理由から、多くの宿で提供が続いている。

Keywords：内陸地、内水面魚、海面魚の刺身、宿泊施設、長野県

1. はじめに

本研究では、長野県を事例として内陸地の宿泊施設（以下、施設と略記）の夕食における内水面魚献立、海産魚の刺身の提供実態と、それら食材、提供に対する施設の認識について、アンケート調査を基に明らかにする。本調査では、長野県全域の施設を網羅的に調査できなかったため全容を把握した知見となっていないが、各地の施設から一定数の回答を得ることができたことから、長野県下の施設による内水面魚献立や海面魚の刺身の提供状況、考えに関するおおよその傾向を窺い知ることができる情報であると考え。先に報告した長野県の施設への宿泊者による内水面魚献立、海面魚の刺身の消費状況とそれへの認識を調査した別稿^{1)・注1)}の成果とともに、地域資源としての内水面魚の価値向上を検討する一助となる知見であると考え、本稿を報告することとした。

近年では、泊食分離の宿泊システムの提供・利用、施設以外で地域ならではの食事を楽しむ行為も増加しつつある。しかし、施設が提供する食事を利用して旅への期待を充足したり、旅行先の食材・食文化との接点を得たりする宿泊者も多く存在し、食事の質・内容等を工夫し、アピールして集客に努める施設も一定程度存在している^{2)・3)・4)・5)・6)}。沿岸地域の観光活動では、施設近隣の海面で漁獲、養殖された水産物を地域資源として活発に利用し、人々に周知し、誘客に努める例が多数みられる^{7)・8)・9)・10)・11)}。

一方、内陸地の施設でも従前より、施設近隣で得られる内水面魚を献立に取り入れてきた。しかし、各施設がどのような内水面魚種を提供しているか、それら魚種を献立形成上どのように位置づけているか、宿泊者に向けて内水面魚に関する情報提供をどの程度実施しているか、その詳細の考察はすすんでいない。また、沿岸地域の宿泊施設の夕食では、内水面魚が活用、提供される機会は多くない。これに対して内陸地の施設の夕食提供では、内水面魚とともに刺身など海産魚の利用も多くみられる。しかし、海面魚利用（刺身の提供）の実態、献立のなかで海面魚食材が果たす役割やこれに対する施設の考えも明らかでない。

全国各地から多くの観光客が来訪しており一定量の水産物の消費が生じること、多様な内水面魚種の漁獲・養殖やブランド化がみられること、旅館、ホテル、ペンションなど多様な形態の施設が宿泊客のニーズに応える食事提供をしていることから、本稿での調査対象地として長野県を取り上げた。そして調査対象とする魚種として、長野県が主要魚種として紹介することが多い「信州サーモン、ニジマス、シナノユキマス、ヤマメ・アマゴ^{注2)}、信州大王イワナ、(信州大王イワナ以外の)イワナ、アユ、ワカサギ、佐久鯉、(佐久鯉以外の)コイ」を選定した^{注3)}。ニジマスなどのように、古くから長野県内で漁獲、養殖されてきた魚種だけでなく、シナノユキマスや信州大王イワナ^{注4)}、信州サーモンなどのように後年に開発・導入、ブランド化に取

り組まれてきた魚種もある。このうち信州サーモンは、長野県水産試験場が約10年かけて開発し、2004年に水産庁から種苗生産や養殖の承認を受けた^{注5)}。近年のサケ・マス類、とりわけ養殖サーモンの消費拡大も背景となって、とくに2011年の東日本大震災の発生以降、全国各地で海面養殖、陸上養殖によるマス類（サーモン）の生産とそのブランド化が活発化している^{12)・13)・14)}。信州サーモンはそれら「ご当地サーモン」の開発、ブランド化より以前に着手され、普及した内水面養殖魚、ブランド内水面魚として特筆される。開発から20年を経た現在、夕食提供の場面でどのように利活用されているか実態を把握することは、ブランド化活動の成果の検証をすすめる材料を得ることにもつながる。あわせて、信州サーモンとそれ以外の長野県内水面ブランド魚・養殖魚、従前から漁獲・養殖されてきた内水面魚とのあいだで、献立提供の傾向、評価の違いを明らかにすることも、多様な内水面魚を有する長野県でそれぞれの魚種がより有効に活かされるための改善点などを見出す際に役立つ情報となる。あわせて本稿では、夕食の献立形成で主要な品になることが多い海面魚の献立のうち、魚が主材料である「刺身」にも注目し、内陸地の施設での海面魚の刺身の提供状況と当該の食材の採用理由・背景を把握し、食事提供においてこれが果たす役割についても考察する。

2. アンケート調査の方法

施設が提供する夕食に注目する調査であるため、業務目的の宿泊者が多く、夕食提供をしないビジネスホテル・シティホテル等をアンケート調査の対象から除外した。長野県の行政地域区分を踏まえ、立地の地理的分布、地域間の施設数の多少等を考慮して夕食提供を行う施設が集積する主要温泉地・保養地を調査対象とし、当該地域で営業する施設を調査対象とした。

旅館業法上の許可などを得ている施設のなかには、ホテル・旅館組合に未加盟のもの、休業中のもの、研修施設など一般宿泊者の利用を主としないものなども存在するため、主要温泉地・保養地を含む市町村の観光協会などのホームページを利用して営業施設を把握した。さらに、可能なものは各宿ホームページ等で夕食提供の有無を確認し、提供していないとする施設をアンケートの発送対象から除外した。その結果、796施設が調査対象となった。

対象施設に対し、2023年6月に郵送でアンケートを配布した。各施設には、調査協力が得られる場合には、9月末をめどとして郵送での返信を求めた^{注6)}。10月10日到着分の回答までを集計対象とした。住所不明で不着となったもの6施設、夕食提供がない旨の回答があった12施設は、調査対象から除外した。施設の立地地域、営業形態に関する回答がなかったものを、無効回答とした。その結果、調査対象778施設に対し、有効回答は130施設であった（有効回答率：16.7%）（表-1）。大規模施設、高価格帯でサービスを提供する施設からの返信が少数にとどまっている点に留意して考察する必要があるが、長野県内各地の施設の食事提供の一端を捉える資料として一定

表-1 アンケートの回答分布

回答軒数 ※回答総数：130軒		旅館 (62)	観光ホ テル・ 温泉ホ テル (9)	民宿・ ペン ション・ オーベ ルジュ (51)	その他 (ロッ ジ等) (8)
北信 (31)	うち、 北信(17) 長野(14)	11 8	4 0	1 5	1 1
東信 (18)	うち、 上田(9) 佐久(9)	8 3	0 2	1 2	0 2
中信 (53)	うち、北アルプス(23) 松本(19) 木曽(11)	3 10 8	1 0 0	19 8 3	0 1 0
南信 (28)	うち、諏訪(16) 上伊那(5) 南信州(7)	3 2 6	2 0 0	9 2 1	2 1 0
10室以下		23	0	42	4
客現 10~30室		24	4	9	2
室在 31~50室		12	1	0	0
数の 51室以上		3	4	0	1
無回答		0	0	0	1
価 格 帯 の 標 準 的 プ ラ ン の	～1.25万円	34	3	38	4
	～1.5万円	6	4	5	2
	～1.75万円	8	0	2	0
	～2.0万円	3	1	3	0
	～2.25万円	3	0	2	0
	～2.5万円	5	0	0	0
	2.5万円以上	3	1	1	2

(アンケート結果を基に作成)

* 通常期1泊2日・夕朝食付き、1室2名宿泊

の意義があるデータと考える。

3. アンケート調査の結果

本章では、アンケートの結果を示す。アンケートでは、本章小節の項目・内容を施設に問うた。特に断りがないものは、単回答で問うた。またアンケートでは、宿泊客に向けた内水面魚に関わる「情報発信の具体的な内容・方法等」や、「夕食提供での「内水面魚とそれを利用した献立」および「海面魚の刺身」の扱いに関わって感じていること・考え、宿泊客の反応など」を自由記入で収集した。自由記述のテキスト分析なども有益な知見が得られる可能性があるが、今後の課題とする。本稿では各設問の回答の考察を補足する情報として、これら自由記述（以下、利用箇所では原文ママ引用：括弧内は順に、立地地域・営業形態）を適宜、活用する。

(1) 地域の食材の利用状況・提供への認識

「施設の魅力を表現する観点・手段として、「料理の充実・工夫、質の向上」に力を入れているか」問うたところ（113 施設回答）^{注7)}、「最重要観点として力を入れている」55.8%、「温泉やもてなしなど他の魅力が最重要だが、これにも取り組んでいる」33.7%、「あまり取り組んでいない」10.6%であった。

夕食提供での「地産地消、長野県産の食材の利活用への取り組み程度」は（128 施設回答）、「多くの献立をこれで構成するようにこだわっており、現状提供できている」31.3%、「可能であれば・できるだけこれで構成するように配慮し、現状提供できている」45.3%、「可能であれば・できるだけこれで構成するようにしたいが、現状ではあまり提供できていない」18.8%、「これらの利活用にはあまり取り組んでいない」4.7%であった。

回答した程度に至る「理由・背景」は（何らか回答あり 119 施設：複数回答可）、提供できている施設（98 施設）の場合、「昔から地元食材・献立中心の提供をし、意識的に着手したり切り替えたりしていない」（回答割合（以下同様）：51.0%）もあるが、施設経営者の考えが活用に影響している（「長野県らしさを出した献立構成にしたい」（51.0%）、「新鮮な食材を利用したい」（42.9%）、「経営責任者・女将が地産地消などに関心が高い」（32.7%）、「調理責任者が地産地消などに関心が高い」（23.5%）、「環境負荷低減やSDGsなどの視点に関心がある」（8.2%））。また、宿泊者の関心等との関係（「宿泊客の関心が高い」（30.6%）、「施設の立地地域には宿泊客に対してアピール力がある／地域ならではの食材・献立がある」（30.0%）、「他の宿との差別化のため」（17.3%）、「地産地消が社会・地域のなかで注目されるようになった」（15.3%））や、提供しやすい条件が整っていること（「近隣に食材の生産・販売をしている農林水産業者らがあり調達・連携・交流が容易」（24.5%）、「自社・自家で農林水産物の生産・加工などを行っている」（15.3%）、「献立を工夫できる、技術の高い調理者がいる」（15.3%）、「過去より客室数を減らしたことで対応しやすくなった」（4.1%））が挙げられた。そのほか、行政等による地産地消活動の活性化策とのかかわり（「所在市町村の地産地消認証制度などへの登録・参加」（7.1%）、「「おいしい信州ふード」SHOPへの登録・参加」（6.1%）、「温泉街・観光エリア全体で連携して地産地消に取り組んでいる」（5.1%））もみられた。

他方、提供できていない施設（29 施設）でも、「昔から地元食材・献立中心の提供をしてきており、意識的に地産地消に着手したり切り替えたりはしていない」（回答割合（以下同様）：13.8%）施設や、「長野県らしさを出した献立構成にしたい」・「新鮮な食材を利用したい」（各 20.7%）、「経営責任者・女将が地産地消などに関心が高い」・「環境負荷低減やSDGsなどの視点に関心がある」・「宿泊客の関心が高い」（各 13.8%）など思いを抱く施設もみられる。しかし、「現状の宿泊料金の範囲では対応が難しい」（27.6%）、「集荷・供給が不安定」（24.1%）、「価格が高い」（20.7%）、「調理者の数が不足」（17.2%）、

「近隣に食材の生産・販売をしている農林水産業者がいないので、うまく調達・連携・交流できない」・「立地地域の食材・献立は、宿泊客に対してアピール力が高くない／どこの地域にもあるもの」・「献立を工夫できる、技術の高い調理者がいない」・「合宿利用が中心」（各 13.8%）ことを提供できていない理由・背景として挙げている。

なお、食材別の長野県産利用状況は、夕食提供で用いる素材は「7 割以上が長野県産である」とした施設の割合は、山菜（122 施設回答：89.8%）、米（121 施設回答：89.2%）、野菜（122 施設回答：75.4%）で高く、長野県で生産が盛んな果物（120 施設回答：61. %）も利用割合が比較的高い。他方、輸入品を含む他地域産の活用も多い肉類（115 施設回答：44.5%）、乳製品（115 施設回答：42.7%）では、県産利用の程度は低下する。水産物は、長野県が内陸県であること、海産魚の献立への利用も一定程度存在することもあり、「7 割以上が長野県産である」とする施設（111 施設回答）は、44.0%であった。

「地域・食の資源の持続可能な生産・流通・消費の実現、価値の向上・多様化、商品・場の開拓・創造に関して、施設は積極的に関係する人・組織・地域などを結びつける役割を果たせるか」問うたところ（113 施設回答）、「役割を果たせる・果たすべきと考え、行動」26.5%、「果たせる・果たすべきと考えているが、なかなか行動を実現できていない」46.9%、「果たせる・果たすべきとはあまり考えていない」（13.3%）、「果たすということをこれまで考えたことはない・思いつかなかった」（13.3%）であった。

（2）内水面魚の利用、評価

i）内水面魚献立の提供状況

「夕食提供における内水面魚献立の提供状況」については（126 施設回答）、9 割近い施設が現在の献立提供で何らかの内水面魚を用いており、半数近い施設で夕食の主菜・メインの品として活用していた。また、宿泊客に内水面魚の特徴などを積極的に説明、アピールして提供しているとする施設は、6 割弱みられた（表-2）。なお、料理にこだわったプラン設定では、5 割強で内水面魚献立がメイン料理に採用され、7 割以上が宿泊客に対して積極的に説明、アピールしていた。

約 30 年（バブル景気崩壊後、平成初期）前、約 50 年前（高度経済成長期末）にすでに営業していた施設に当時の利用状況を確認したところ、内水面魚献立の利用はしていても食材や産地の細かい説明や

表-2 現在・過去の内水面魚献立の提供状況

内水面魚を用いた献立の提供状況, 説明の有無	回答の分布（％） （無回答, および「当時（約30・50年前）は、まだ開業していなかった」・「覚えていない・分からない」を除く回答について集計。各区分の対象軒数は【 】に記載）							
	「現在・標準的なプラン」					「現在・料理にこだわったプラン」 設定がある施設 【66】	「約30年前・標準的なプラン」 当時開業していた施設 【95】	「約50年前・標準的なプラン」 当時開業していた施設 【55】
	全体 【126】	※施設形態別の軒数内訳 観光ホテル・温泉 旅館・ペンション・オーベルジュ 【62】 【48】 その他 【8】						
献立構成上メインの品・主菜として用い、積極的・詳細に食材の特徴や産地のようすなどを説明し、その存在をアピール・強調している／いた	32.5	38.7	37.5	25.0	25.0	47.0	18.9	20.0
献立構成上サブの品・副菜として用いるが、積極的・詳細に食材の特徴や産地のようすなどを説明し、その存在をアピール・強調している／いた	25.4	27.4	25.0	22.9	25.0	25.8	17.9	7.3
食材や産地の細かい説明や強調は特にしていないが、献立構成上メインの品・主菜として用いている／いた	15.9	19.4	0.0	14.6	12.5	7.6	24.2	29.1
食材や産地の細かい説明や強調は特にしておらず、献立構成上サブの品・副菜として用いている／いた	15.1	12.9	25.0	16.7	12.5	12.1	25.3	27.3
利用していない／していなかった	11.1	1.6	12.5	20.8	25.0	7.6	13.7	16.4

（アンケート結果を基に作成）

強調は特にしていないケースが主であった。

ii) 内水面魚献立の位置づけ

「夕食提供における内水面魚の位置づけ」については（124 施設回答）、「内陸地の宿の食事として提供されるべき・価値ある食材（地元らしさや物語性がある等）と考えて積極的に／重視して／意識的に内水面魚を利用」とした施設が全体の半数を超えた（表-3）。料理にこだわったプラン設定の場合、さらにその割合が高まる。

「特に意識せず／深く考えず利用」する施設は、約 50 年前に影響していた施設の当時の状況に関する回答では、全体の 4 分の 1 あった。しかし、現在ではこれを回答した施設は 1 割弱となっている。過去には、「（内陸なのでほかに地元の水産物がないから等）消極的な評価で利用」、「（地域性や物語性などの）内水面魚の価値よりも夕食の膳・献立の品数を確保する上で必要なものと考え利用」のように食材の価値を低くとらえ、消極的に利用していた施設の割合が現在より高かった。また、内水面魚よりも海産魚や他のたんぱく質食材を活用していた施設も、過去の割合と比して減少傾向にある。

先述の i), ii) の結果に関して、時代の経過のなかでみられる内水面魚の位置付けの変化の理由、背景について、今回の調査では具体的な情報を収集していない。このためここでは、変化に至った構造、変化していく経過・展開の詳細などを十分検討することはできない。約 50 年前は会社の慰安旅行やバスツアーなどの団体旅行が多く、約 30 年前は観光業もバブル景気、グルメブームの影響を受け、団体旅行から個人旅行に旅行形態の中心が移りつつあったし、観光のなかでの地域ならではの食、こだわりのある食への注目も増した時期にあたる。その後、個人観光客の多様化した要求、期待に応える新しい観光への対応が進み、従来の観光地・宿泊施設でも個人宿泊客を取り組むための対応が模索されてきた¹⁵⁾・¹⁶⁾・¹⁷⁾。このような状況の変化のなかで、各施設の形態、客室数、そこで提供されるサービスの方向性、宿泊費の価格帯なども変化し、それらが食事提供の方針、内水面魚の利用量の増減や位置づけなどに影響を与えた面も推測される。これらに関して今後考察、検証を深めると、地域資源と人、社会との関わりを垣間見る有益な知見が得られるだろう。なお自由記述では、「コイのいけすを持って、かなりの量を使っていた。メインは 50 年前は鯉の洗い、30 年前にはニジマス刺身へ」（北信・旅館）、「前ほど、海産

表-3 現在・過去の内水面魚献立の位置づけ

内水面魚を用いた献立の夕食提供での位置づけ	回答の分布（％） （無回答、および「当時（約30・50年前）は、まだ開業していなかった」・「覚えていない・分からない」を除く回答について集計。各区分の対象軒数は【 】に記載）							
	「現在・標準的なプラン」					「現在・料理にこだわったプラン」	「約30年前・標準的なプラン」	「約50年前・標準的なプラン」
	全体【124】	※施設形態別の軒数内訳				設定がある施設【67】	当時開業していた施設【91】	当時開業していた施設【55】
		旅館【61】	観光ホテル・温泉【8】	民宿・ペンション・オーベルジュ【48】	その他【7】			
特に意識せず／深く考えず内水面魚を利用	9.7	6.6	12.5	12.5	12.5	7.5	14.3	25.0
内陸地の宿の食事として提供されるべき食材、価値ある食材（地元らしさや物語性がある、等）と考えて積極的に／重視して／意識的に内水面魚を利用	55.6	72.1	62.5	39.6	12.5	68.7	34.1	31.3
（内陸なので、ほかに地元の水産物がないから、等）消極的な評価だが内水面魚を利用	6.5	8.2	12.5	2.1	12.5	1.5	6.6	8.3
（地域性や物語性などの）内水面魚の価値よりも、夕食の膳・献立の品数を確保する上で必要なものと考え利用	4.0	4.9	0.0	2.1	12.5	1.5	11.0	4.2
内水面魚の評価は限定的・消極的で、利用はわずかであり、水産物の利用や評価は海産物中心である・あった	12.9	3.3	0.0	25.0	25.0	4.5	18.7	12.5
内水面魚を含む水産物の評価は限定的・消極的で、利用はわずかである（肉・乳製品等の利用・評価が中心）	11.3	4.9	12.5	18.8	12.5	16.4	15.4	18.8

（アンケート結果を基に作成）

魚に反応が少ないかと。流通が発達して今やどこでも手に入るものでもあるので、逆に地域の品（コイや信州サーモン）のほうが喜ばれる傾向に」（諏訪・旅館）、「10年、20年前に比べて、その土地のもの、その土地でしか食べられない食材の付加価値が上がってきているように思う。宿泊客も、山なら川魚、という印象」（佐久・旅館）など、時代経過にともなう水産献立の変化に関わる指摘がみられた。

iii) 内水面魚の情報発信

内水面魚献立を現在提供している施設に「県産の内水面魚に関して、宿泊客に品物の特徴などの詳細を説明したり、製品の存在や活動などをアピールしたりしているか」問うた（107施設回答）。説明・アピールを「精力的・詳細にしている」施設が 29.0%あった。しかし、「しているが、商品・ブランド名や産地の表示などにとどまっている」40.2%、「あまりしていない」19.6%、「まったくしていない」11.2%と、宿泊客に深い関心を喚起する地域資源の特徴・価値の発信に至っていない施設が多くみられた。施設によっては食事会場で内水面魚に関する解説を示したり、ブランド魚のポスター・のぼり等を掲示したりしている例（図-1）もあるが、多くの場合、お品書きでの魚種名・ブランド名の記載にとどまっている。

なお、発信の具体的な内容・方法が記されていたものを確認すると、宿泊客へ配膳する時に経営者、料理長、仲居・配膳係らが話したり、ホームページ、リーフレット等に明記したりしていた。記載例（原文ママ：括弧内は順に、立地地域・営業形態）としては、「郷



図-1 情報発信の例
(2023年11月、松本市)

表-4 提供のある魚種とその増減

魚種名 （「提供あり」回答軒数）	全体 （97軒） に占める割合	献立の「提供あり」割合（％）								魚種利用の増減・維持の割合（％） ※各魚種の「提供あり」施設（約10年前未開業の宿を除く）を対象		
		地方別状況： （各地方からの本アンケート返信総数）					施設形態別状況： （各施設形態からの本アンケート返信総数）					
		上記に対する「提供あり」割合					上記に対する「提供あり」割合					
		北信 （31）	東信 （18）	中信 （53）	南信 （28）	旅館 （62）	観光・温泉ホテル（9）	民宿・ペンション・オーベルジュ（51）	その他 （8）	増加	変わらない	減少
信州サーモン（72）	74.2	71.0	50.0	58.5	35.7	67.7	66.7	43.1	25.0	47.5	44.3	8.2
シナノユキマス（19）	19.6	12.9	22.2	15.1	10.7	19.4	11.1	9.8	12.5	53.8	30.8	15.4
ニジマス（40）	41.2	32.3	27.8	35.8	21.4	32.3	33.3	31.4	12.5	22.6	58.1	19.4
アユ（41）	42.3	41.9	50.0	15.1	39.3	50.0	44.4	7.8	25.0	26.7	56.7	16.7
ヤマメ（25）	25.8	12.9	27.8	15.1	28.6	29.0	11.1	9.8	12.5	6.7	80.0	13.3
アマゴ（9）	9.3	3.2	11.1	3.8	14.3	9.7	0	3.9	12.5	12.5	75.0	12.5
信州大王イワナ（18）	18.6	9.7	22.2	18.9	3.6	19.4	11.1	7.8	12.5	66.7	33.3	0
イワナ（43）	44.3	41.9	27.8	37.7	17.9	46.8	33.3	19.6	12.5	14.7	64.7	20.6
ワカサギ（25）	25.8	9.7	22.2	26.4	14.3	24.2	11.1	15.7	12.5	25.0	50.0	25.0
佐久鯉（15）	15.5	12.9	38.9	5.7	3.6	19.4	11.1	3.9	0	33.3	33.3	33.3
コイ（27）	27.8	22.6	11.1	15.1	35.7	33.9	22.2	3.9	25.0	9.5	66.7	23.8

(アンケート結果を基に作成)

土料理の種類や調理方法を仲居が提供時に説明」(諏訪・旅館)、「長時間炭火で炙ることで頭・骨も柔らかくなっていて食べやすくなっていると説明」(南信州・民宿)、「臭みを抜くために地下水で泳がせてから利用していること」(長野・旅館)、「近くに養魚場もあり、地産地消、地元食材としてアピール」(北アルプス・オーベルジュ)、「信州サーモンのエピソード、ニジマスの生産高が日本一であること^{注8)}」など説明」(松本・民宿)、「お料理をお出しするときに「バイデン大統領が訪日の際に、信州サーモンを出した、軽井沢のG7外相会議の際に提供された、などお話ししている」(松本・ペンション)、「長野県の魚だということ、サーモンが苦手な人でも食べやすいよとお客様が言っていたことをお伝えしたり」(木曽・旅館)、「ニジマスの湧水養殖による質の良さを説明」(北アルプス・ペンション)などがみられた。

iv) 魚種ごとの利用状況

内水面魚を提供している施設に、魚種別の提供状況を問うた(何らか魚種を回答した施設:102)。各魚種の提供状況とその増減を表-4に、各魚種の主に提供されている献立、提供の理由や提供時に感じていること等を表5に示した。なお、長野県内各地の施設での現地観察で確認された、夕食時に提供されている内水面魚献立の例について、図-2に示した。和食献立だけでなく、洋食献立での内水面魚の提供もみられる。また、お膳を構成する一皿での提供以外に、バイキング形式で提供される献立としても採用がある。

信州サーモンは、全県的に利用が活発で、この10年間で利用を増やした施設も多い。このほか、イワナ、アユ、ニジマスの採用が多い。立地地域との関係性、調達・調理のしやすさ、宿泊客のニーズ、価格帯、宿の趣向・イメージとの合致を勘案し、魚種が選択されている。旅館区分では多様な種が用いられるが、民宿・ペンション・オーベルジュ区分では洋食献立を提供する施設が多いこともあり、信州サ

表-5 各魚種に関する主な献立と採用に関する理由、考え

魚種名 (「提供あり」回答軒数)	「提供している献立(複数選択可)」で挙げた主な献立 (各魚種の「提供あり」施設に占める割合(%))	魚種の採用の有無の主な理由・背景、採用・提供時に感じること (各魚種の「提供あり」施設に占める割合(%))
信州サーモン (72)	刺身(70.8)、カルパッチョ(30.6)・焼物(20.8)、ムニエル(11.1)	長野県らしい食材だから(50.0)、宿泊客の評価・ニーズが高い(48.6)、調達が安定している(29.1)、ブランド力が高い(19.4)、調理しやすい(15.3)、様々な献立に調理可能/色味がよい(各13.9)、価格が高い/他の内水面魚以上に宿の所在地域らしさが出る魚なので(各12.5)
シナノユキマス (19)	刺身(63.2)、カルパッチョ/ムニエル(各21.1)	長野県らしい食材だから(31.6)、宿泊客の評価・ニーズが高い/他の内水面魚以上に宿の所在地域らしさが出る魚なので/ブランド力が高い(各21.1)、調達が安定している/宿のイメージ・趣向にあっている(各15.8)、価格が高い/調理しやすい/様々な献立に調理可能(各10.5)
ニジマス (40)	焼物(65.0)、ムニエル(22.5)、刺身/揚物(各17.5)	宿泊客の評価・ニーズが高い(40.0)、調達が安定している(32.5)、価格が手ごろ長野県らしい食材だから(25.0)、世を問わず人気/他の内水面魚以上に宿の所在地域らしさが出る魚なので(各15.0)、調理しやすい(12.5)
アユ (41)	焼物(75.6)、揚物/甘露煮・佃煮(各9.8)	宿泊客の評価・ニーズが高い(26.8)、長野県らしい食材だから(22.0)、他の内水面魚以上に宿の所在地域らしさが出る魚なので(12.2)、価格が手ごろ/調達が不安定(各9.8)
ヤマメ (25)	焼物(52.0)	宿泊客の評価・ニーズが高い/価格が手ごろ/調達が安定している/長野県らしい食材だから(各16.0)、調理しやすい(12.0)
アマゴ (9)	焼物(77.8)	宿泊客の評価・ニーズが高い/調達が安定している/長野県らしい食材だから(各33.3)、調理しやすい/他の内水面魚以上に宿の所在地域らしさが出る魚なので/宿のイメージ・趣向にあっている(各22.2)
信州大王イワナ (18)	刺身(66.7)、カルパッチョ(27.8)、焼物/ムニエル(各16.7)	長野県らしい食材だから(44.4)、宿泊客の評価・ニーズが高い(33.3)、様々な献立に調理可能(22.2)、調達が安定している/他の内水面魚以上に宿の所在地域らしさが出る魚なので/宿のイメージ・趣向にあっている(各16.7)
イワナ (43)	焼物(74.4)、刺身/揚物(各16.3)	宿泊客の評価・ニーズが高い(37.2)、長野県らしい食材だから(30.2)、他の内水面魚以上に宿の所在地域らしさが出る魚なので(23.3)、調達が安定している(18.6)、価格が高い世を問わず人気(14.0)
ワカサギ (25)	揚物(56.0)、甘露煮・佃煮(32.0)	長野県らしい食材だから(32.0)、価格が手ごろ(28.0)、宿泊客の評価・ニーズが高い(24.0)、調達が安定している(20.0)、世を問わず人気(16.0)、調理しやすい/内水面魚のなかで多くの人に認知されており無難な食材だから(各12.0)
佐久鯉 (15)	旨煮/甘煮/こいこく(80.0)、洗い(53.3)、甘露煮・佃煮(26.7)	宿泊客の評価・ニーズが高い/長野県らしい食材だから(各33.3)、調達が安定している/内水面魚のなかで多くの人に認知されており無難な食材だから(各13.3)
コイ (27)	旨煮/甘煮/こいこく(66.7)、洗い(55.6)、揚物/甘露煮・佃煮(各18.5)	宿泊客の評価・ニーズが高い(33.3)、宿泊客の評価・ニーズが低い(15.8)、調達が安定している(14.8)、他の内水面魚以上に宿の所在地域らしさが出る魚なので(11.1)

(アンケート結果を基に作成)

一モン、ニジマス、イワナに回答が集中している。信州サーモン以外の魚種の地域別動向では、北信ではニジマス、アユ、イワナ、東信ではアユ、佐久鯉、中信ではニジマス、イワナ、南信ではアユ、コイの活用が目立ち、各エリアで漁獲、養殖が盛んな魚種が活用されている。

信州サーモンを現在利用している施設に、献立への「採用開始時期」（72 施設回答）を確認したところ、45.8%が「（信州サーモンが開発された）2004 年から」と回答した。主な「採用の経緯・動機」（複



図-2 さまざまな調理法、形式で提供されていた内水面魚献立の例

a) 信州サーモン刺身（2023 年 8 月、飯山市）／ b) イワナ塩焼き（手前）・姿造り（奥）（2023 年 8 月、松本市）
 ／ c) ニジマス朴葉包（2023 年 11 月、松本市）／ d) アマゴ天ぷら（2023 年 11 月、下諏訪町）／ e) ワカサギ甘
 露煮（2023 年 11 月、下諏訪町）／ f) 佐久鯉の旨煮（左）・洗い（右）（2023 年 9 月、佐久市）／ g) ニジマス塩
 焼き（2023 年 8 月、松本市）／ h) 信州サーモン燻製（皿中央部）を含むチーズ盛合せ（2023 年 11 月、松本市）
 ／ i) シダープラंकサーモン（信州サーモングリル：2023 年 9 月、茅野市）／ j) パイキング形式での提供（信州
 大王イワナ刺身（左）、信州サーモン寿司（右）：2023 年 11 月、松本市）

数回答可：71 施設回答）は、「県の新品種開発に関わる広報活動・イベントなどに接して」45.1%、「取引のある水産業者や養殖業者らからの勧め」39.4%、「経営（責任）者や調理人らが実際に飲食・販売店で購入・消費をして味などを知って」36.6%、「施設の立地地域の地産地消・食育・特産品普及の取り組みの一環・企画で」31.0%であった。「採用を決定した人」（複数回答可：58 施設回答）は、「経営（責任）者」53.4%、「調理責任者」46.6%、「女将」17.2%、「献立立案担当者」10.3%であった。

「信州サーモンの開発、普及が契機となり、夕食での内水面魚の扱い全体では内容や位置づけに変化があったか」問うたところ（72 施設回答）、「他魚種も含めて内水面魚の献立の数・頻度が増し、積極的に情報発信するようになった」47.2%、「信州サーモンは積極的に提供し、ほかの内水面魚の提供数・頻度が減ったり消極的な位置づけになったりした」18.2%、「信州サーモンは提供しているがそれほど積極的・高頻度でなく、ほかの内水面魚の提供数・頻度も高めてはいない／消極的な位置づけである」16.7%、「信州サーモンを提供しているがそれほど積極的・高頻度ではなく、むしろほかの内水面魚の提供の数・頻度、情報提供を充実させた」12.5%、「元々内水面魚の利用を積極的に行っていてそれを継続し、信州サーモンは利用・情報発信に重きを置いていない／扱いはわずか」5.6%であった。

ⅴ）内水面魚の扱いに関する考え等

魚種の扱いに関する自由記述（原文ママ：括弧内は順に、立地地域・営業形態）では、信州サーモンに関して、「信州サーモンは生でも、焼いても、煮ても調理しやすいし、うまい」（松本・旅館）、「オーダブルで火を通したものを提供。信州サーモンになって、海産魚に勝る質と鮮度になった」（松本・ペンション）、「以前は、鯉の洗いを使っていたが、苦手な人が多く、価格は高いが信州サーモンに切り替えたところ、大変喜ばれている」（長野・旅館）、「信州サーモンなどの仕入れが安定できれば、海産魚の使用を控えたい」（長野・民宿）、「サケやマスは、日本海から回遊してきているため寄生虫があり生では食べないお年寄りが多い。しかし、信州サーモンは養殖なので安心」（松本・旅館）など高評価が多い。ただし、「信州サーモンは認知度が上がって使いやすくなった。半面、値段も高くなった」（北アルプス・旅館）、「信州サーモンも使っていたが、味がイマイチ淡泊なので、いまはあまり使っていない。代りにニジマスなどにひと手間かけて提供し、喜ばれている」（木曽・旅館）などの指摘も散見された。

内水面魚の活用による地域らしさの表現に関しては、できるだけ地産食材を用い、地産地消をアピールするとする記載が多くみられた。たとえば、「この土地でしか味わえないものとして評価されている。リピーター多い。希望者には、生産現場の見学も行っている」（上伊那・旅館）、「地産地消にこだわっている。海面魚を出す宿がいまだに多いので、差別化する」（上伊那・旅館）、「山間の宿として、川魚の提供にこだわっています」（北信・旅館）、「山に来て海の食材が食べたいと思うわんという。なので、山の食材、または信州の食材をメインとしております」（北信・旅館）、「長野県のため、海の魚より昔から利用しているコイ料理をメインに使う。コイは飯田にある池にいる」（木曽・旅館）、「鯉料理は、地域的に提供されてきた伝統があるので、開業以来外すことなく当荘の名物として扱っている」（南信州・旅館）、「地産地消をなるべく意識して献立を組んでいる。佐久鯉のあらいと佐久鯉の旨煮を目当てに当宿にくるお客様も多い」（佐久・旅館）などがみられた。また、「海辺ではお目にかかれない、ここだけ、といったフレーズを使って紹介すると、好反応」（北信・旅館）、「綺麗な水のおかげで信州サーモンの養殖やイワナ、ワカサギなど都会では食べられない天然物を提供できて、すごくありがたく、自然の大切さを実感しています」（松本・ペンション）などがみられた。

内水面魚の調理の工夫では、「温泉、圧力釜を利用してニジマスの甘露煮を作っている」（上田・旅館）、「地の食材とあわせることで、地域性を感じる調理にしている」（北信・その他）、「海の魚のようにたくさん種類もなく、川魚が食べられない方もおりますので、大変な面もありますが、山菜、きのこなど

とあわせて食べる工夫もできます、可能性を探りつつやっております」(上田・旅館)などの指摘がみられた。水産食材の利用が比較的少ない傾向があるペンション等でも、「養殖で通年提供できるため、ソースや詰め物、付け合わせで季節感を工夫」(北アルプス・ペンション)、「鮮やかな色味をみせること、苦味があるハーブを添えること」(北アルプス・ペンション)、「信州サーモンもポワレにするには扱いやすく、ソースで山菜などの利用で味わいがよくなる」(北アルプス・ペンション)など例がみられた。「また、地場らしさを謳うのに内水面魚は必須。食べ方は、特に塩焼きなどがメインだが(アユ、イワナ)、手軽におしゃれな調理法を知りたいし、世に広めてほしい」(北信・温泉ホテル)のように、調理法・献立の多様化に関心を寄せる回答も得られた。

なお、「内水面魚の好き嫌が多い」(北アルプス・旅館)、「若い方には内水面魚は馴染みがないようです」(北信・ペンション)、「アユ、イワナは人気。コイは好きな人と泥臭いと言って食べない人とに分かれる」(佐久・旅館)、「コイヘルペス病など、よくない川魚の病気が心配(お客様から指摘もある)」(北信・旅館)のような指摘も多い。他方で、「内水面魚のおいしさに驚いている。苦手な方も召し上がっている」(長野・旅館)、「最近は臭みも少なく食べやすい」(北信・旅館)などの指摘もみられた。また、「内水面魚を用いることは当然ですが、海面魚を全く使用しないという考えは持っていません。日本のような狭い国では、海の魚も刺身以外なら使います」(上伊那・旅館)、「県内の方には海面魚を提供し、県外の方には内水面魚を提供する」(長野・旅館)、「海面魚は主に造りとして提供し、内水面魚はいろいろな料理に積極的に利用し、知名度を上げたいと考えている」(上田・旅館)、「いま、魚が全体的にどれも高額で、必ず内水面魚か海面魚を出してはいるが、山場なので、金額が見合えば、内水面魚を多く使いたい」(北アルプス・民宿)、「海産魚は種類が多く、入荷も安定しているので、連泊ゲストなどに提供しやすい。味がよい。内水面魚は入荷が不安定、価格が高。チープな印象がある」(佐久・観光ホテル)のように、海面魚を含む献立形成上の魚利用のバランス、内水面魚と海面魚の使い分け、価格の問題への言及も得られた。

(3) 「海面魚の刺身」の利用

i) 「海面魚の刺身」の提供状況の推移と評価

約30年前から営業している施設を対象として、「提供する夕食への「海面魚の刺身」の献立採用」を確認したところ(92施設回答)、現在も過去も「海面魚の刺身」を採用している施設は5割を超えている(表-6)。また、過去の状況と比して「海面魚の刺身」の利用を減じている施設が約4割あった。過去も現在も海面魚の刺身を用いていない施設のうち、半数以上が民宿・ペンションであった。

「海面魚の刺身」採用の増減・維持の主な理由・背景(複数回答可:89軒回答あり)は、表-7に示した。用いる主な理由として、宿泊施設の食事、あるいは和食・会席料理の様式として刺身が不可欠であるという考え、華やかさを演出しやすいこと、食材の調達・調理の利便性の高さが指摘されている。一方、用いない理由としては、内陸地で海面魚を提供することに対して抱く違和感、県産の内水面魚のブランド化や供給拡大・安定、地産地消の食事提供を志向していることが挙げられている。

表-6 「海面魚の刺身」利用状況

現在と過去(約30年前)での 「海面魚の刺身」の提供状況	回答(92軒) に占める割合 (%)
現在も過去も採用していて、その量は変わらない	19.6
現在も過去も採用していて、提供する量は減っている	22.8
現在も過去も採用していて、提供する量は増えている	4.3
現在は採用しているが、過去には採用していなかった	5.4
現在は採用していないが、過去には採用していた	16.3
過去も現在も採用していない	31.5

(アンケート結果を基に作成)

表-7 「海面魚の刺身」利用の有無の理由・背景等

「海面魚の刺身」提供の増減・維持状況 ※約30年前に営業しており、「海面魚の刺身」の増減・維持に関する回答があった施設(92軒)のうち、理由・背景の回答があった施設(89軒)対象 利用状況に該当した(軒数)【割合】		「海面魚の刺身」提供の増減・維持の理由・背景に関する主な回答(回答割合)
現在「提供あり」(47)【52.8%】	過去も採用していた、その量は変わらない・増えた(26)【29.2%】	宿泊施設の夕食の献立構成として不可欠・あるべきものとするから(42.3%), 和食・日本食らしさの演出のため(38.5%), 海産魚は見栄えが良い・華やかさを演出できる(34.6%), 冷凍・養殖やフィレ・さくなど、調達、保管、調理しやすい(30.8%), 流通量が多い・安定(23.1%), 年齢問わず人気／どこでも販売があり手に入れ易い(各19.2%), ハレの日の食事の献立として重要なものだから／食べ残しが少ない／価格が安定(各15.4%)
	過去も採用していた、提供する量は減っている(21)【23.6%】	地産地消の夕食提供を意識している(33.3%), 和食・日本食らしさの演出のため／会席の様式・献立の形成上、重要・不可欠(各28.6%), 宿泊施設の夕食の献立構成として不可欠・あるべきものとするから(23.8%), ハレの日の食事の献立として重要なものだから／価格が高い／刺身盛合せの種類の確保のため(演出や工夫、季節ごとの種類の調整などがしやすい)(各19.0%), 海産魚は見栄えが良い・華やかさを演出できる／県産内水面魚の生産・流通の安定・拡大／信州サーモンのように宿泊者から認知・評価が高い内水面魚が誕生・普及したから(各14.3%)
現在「提供なし」(42)【47.2%】	過去には採用していた(14)【15.7%】	信州サーモンのように宿泊者から認知・評価が高い内水面魚が誕生・普及したから(35.7%), 海産魚の刺身がない献立形成のほうに宿泊客からの評価が高くなるから／地産地消の夕食提供を意識している(各28.6%), 内地地の宿だから扱う必要はないと考えている(21.4%)
	過去も採用していない(28)【31.5%】	内地地の宿だから扱う必要はないと考えている／地産地消の夕食提供を意識している(各25.0%), 洋食中心の献立構成なので(21.4%), 内地地なので昔から得にくく扱ってこなかった(17.9%), 価格が高い(10.7%)

(アンケート結果を基に作成)

ii) 「海面魚の刺身」に対する考え等

「海産物の刺身」の利用に関する自由記述では、地産地消、食材の場所性への考慮などから、「海が遠いので、なるべく海産魚を使いたくないと思っています」(北信・旅館)、「安曇野で海産魚を食したいお客様は少ない。当館は、懐石料理を提供しているが、海産物の生ものは全く使いません」(松本・旅館)、「山の中でマグロなどは。お客様の方が欲しがらない」(北アルプス・民宿)、「信州の山間地で、海産物の提供はあまり考えたことがない。それよりも、この地に來たからこそここにしかない特産のものを提供したいと考えている」(松本・民宿)などの指摘がみられた。

他方で、「海産魚はどこでも提供されるため特色を出すことが難しいが、人気があるので、刺身は海産魚と内水面魚を盛り合わせるようにしている」(長野・旅館)、「内水面魚は味がすごく良ければ喜ばれるが、海面魚のほうがネームバリュー、認知度が高く、より喜ばれる」(佐久・観光ホテル)、「内水面魚だけだと、盛付けの見栄えが良くないので海産魚を使っている」(松本・旅館)、「過去には、流通難などの理由で、限られた海産魚しか利用できなかったが、現在は多様な食材が入手可能となったため、お客様に喜ばれている」(北信・ロッジ・コテージ)、「海面魚は主に造りとして提供し、内水面魚はいろいろな料理に積極的に利用し、知名度を上げたいと考えている」(上田・旅館)など、海面魚の利便性、メリットの高さや、内水面魚とのすみわけ・組み合わせによる料理評価の向上効果への指摘もみられた。

4. おわりに

本研究では、内地地の宿泊施設の夕食に注目し、内水面魚、海産魚の刺身について、各施設は何を利用し、それらにどのような認識、評価を抱いているか、アンケート調査を基に実態を明らかにした。

その結果、過去に比べると、地域らしさを表現できる食材として内水面魚を評価し、積極的に提供する施設が増えていた。とくに信州サーモンの活用は、全地域の施設で盛んであった。そのほか各地域で漁獲、養殖が盛んな魚種を選択し、それを提供することで、宿泊客のニーズに応え、顧客満足度を高める食事提供を試みていた。その一方で、提供時に宿泊客へ魚種名・ブランド名や産地の情報が伝える施設は多いが、各魚種に関わる生産環境と漁業活動の特徴、食文化、歴史などのような魚種と地域との関

わり・物語性、購入可能な場所・方法といった情報を具体的に、潤沢に提供する取り組みは、活発に行われているとは言えない。この点は、地域資源の活用の推進に取り組むうえで改善の余地がある面と言える。施設は、生産と消費との中間にあって、関わる資源、地域、人とを結びつける機会を提供することができる存在であり、その役割を発揮することが企業の社会的責任を果たすことにもつながる。

海産魚の刺身に関しては、約半数の施設が利用していた。ただし、過去に比べると利用が減じている施設が約4割あった。旅行中（非日常・ハレ）の食事、和食・会席料理の様式を整えるための品として、あるいは華やかさの演出、調理・調達のしやすさから、海産魚の刺身の食材としての評価は高い。林（2024）の調査結果でも、多くの宿泊客が何らかの形で海産魚の刺身の提供も望んでいた。他方で、内陸地・長野県という場所性、地産地消に関心を向けたい施設・宿泊者の考えの存在や、内水面魚の漁獲・養殖の安定・拡大、ブランド化の実施などをうけ、海産魚の刺身の利用を用いない施設の存在も確認された。施設、宿泊者とも、海産魚の刺身の提供について、「提供する・しない／消費したい・したくない」両方の考えが拮抗している。この状況を踏まえると、施設の経営状況により可能な工夫の内容・程度は異なるが、地産地消・地元食材にこだわったコースと豪華さ・会席らしさの演出を主眼としたコースとのすみ分けを明確にした提供、献立のコンセプトの十分な説明の実施、献立の一部を選択制やバイキング方式で提供、などを試みることで、宿泊客から評価を得ることができる面もあるだろう。

【謝辞】

本研究にあたり、JSPS 科研費（基盤研究（c）21K01028）の一部を使用した。アンケート調査の実施では、長野県内の宿泊施設の皆様より多くのご協力を得ることができた。記して厚くお礼申し上げます。なお、本稿の要旨は、地域漁業学会第65回大会（愛媛大学：2023年11月）で報告した。

【注】

- 注1) 林（2024）では、長野県の施設に宿泊して夕食を摂った全国の宿泊経験者を対象として、提供された夕食での内水面魚献立、海産魚の刺身の消費状況とそれらに対する認識についてアンケートを基に把握した。宿泊者の主な動向として、以下①～⑥が確認された。①約6割の者は内水面魚献立の提供を受け、その多くは提供内容などに満足していた。②魚種の価値をとらえ消費を判断する際、ブランド名の有無が一定程度影響を与えていた。③信州サーモンの提供を受けた者が多く、彼らは献立を記憶し、消費意欲、存在や特徴の理解、地域らしさに関する心象も高い。一方で、長野県で生産が盛んなニジマス、古くから食されてきたコイに対して、地域との結びつきの認識、長野県らしさに関する宿泊者の心象が高まっていない。④施設側から口頭説明やおしながきなどで魚種名・ブランド名や産地の情報を得た者は多いが、各魚種の生産環境、漁業活動、食文化や歴史など地域との関わり、購入可能な場所・方法といったより詳細、具体的な情報提供を受けた者は少なかった。⑤半数程度の者は、内陸地での内水面魚の献立提供の有無を施設選択の判断材料の一つとしていた。内水面魚を用いた献立を消費することで、内陸地に旅行にきた実感が得られ、記号化された地域を消費し、非日常を感じる食事、地産地消の経験ができることを訴求、評価していた。⑥約7割の者は何らかの形で海産魚の刺身の提供も望んでいた。提供を望む回答者は、和食・日本食、会席料理らしさ、旅・施設の夕食としてあるべき姿、豪華さを実現する品としての機能を海産魚の刺身に求めている。また、「海産魚が少しでもあると嬉しい・ほっとする」を挙げるも多くみられた。
- 注2) 魚体に鮮やかな朱点がないものをヤマメ、あるものをアマゴと区別される。それぞれの分布域境界は、長野県を南北に二分しており、この分布域にあわせて主に北信・東信・中心ではヤマメが、南信ではアマゴが養殖されている。長野県（2019）『信州の美味しいお魚辞典』の「美味しいお魚紹介 1（ニジマス、イワナ、ヤマメ・アマゴ）」（<https://www.pref.nagano.lg.jp/enchiku/documents/oisiosakanajiten-3.pdf>）（最終確認日：2024年11月2日）参照。
- 注3) 長野県（2017）『長野県漁業振興計画』、長野県（2019）『信州の美味しいお魚辞典』の「粋で個性的な信州産の魚たち」（<https://www.pref.nagano.lg.jp/enchiku/documents/oisiosakanajiten-2.pdf>）（最終確認日：2023年10月3日）での扱い、記載を参照した。
- 注4) シナノユキマスは、英語名ではホワイトフィッシュと呼ばれるコレゴヌス属の魚種で、1975年に旧チェコスロバキアから卵を導入し、生産技術を確立し、1983年にこの名称を付けて普及を開始した。長野県ホームページ「シナノユキマスについて」<https://www.pref.nagano.lg.jp/suisan/joho/yukimasu/index.html>（最終確認日：2024年11月2日）。信州大王イワナは、2008年から開発に着手し、2014年に初出荷、2015年に名称を商標登録している。長野県ホームページ「信州大王イワナについて」<https://www.pref.nagano.lg.jp/suisan/joho/daiouiwana/documents/daiouiwanapdf.pdf>（最終確認日：2024年11月2日）
- 注5) 長野県ホームページ「信州サーモンってな～に？」<https://www.pref.nagano.lg.jp/suisan/jisseki/salmon/salmon.html>（最終確認日：2024年11月2日）
- 注6) アンケートに際し、研究目的、情報発信先と発信時の配慮、データの管理方法に関する実施概要説明を添付し、内

容などを承諾する場合に調査に参加し、調査票の返信をもって参加承諾の確認とした。なお、本論文に関して、開示すべき利益相反関連事項はない。

注7) 以下のいくつかの設問で、確認の対象が絞りきれないために、各施設の対応・考えなどを的確に、厳密に把握することが難しいものが存在している。当該箇所の設問もその一例で、料理の活用に関して問いかけた文中に「質」、「工夫」をととも含まれているため、そのどちらか、もしくは両方に力を入れているか、明確に区別できない。あるいは、片方には力を入れていなかったために、該当しないと選択した可能性が残る。以下の結果の考察ではこれらの点に注意を要するが、施設のおおよその対応・考えを掴むこと、今後考察を深めると有意義な側面の洗い出しは一定程度できると考えられる。

注8) 農林水産省『令和4年漁業・養殖業生産統計』によると、長野県のニジマス養殖生産量は全国第3位、マス類全体の養殖生産量は全国第1位であった。

【参考文献】

- 1) 林紀代美 (2024), 「内陸地の宿泊施設の水産物献立に関する宿泊者の消費, 認識, 評価」, 地域漁業研究 64-2, 81-89.
- 2) 大久保あかね (2003 年), 「旅館イメージ形成過程におけるメディアの影響」, 観光研究 14-2, 17-26.
- 3) 安田亘宏・中村忠司・吉口克利 (2007 年), 「食旅」の取り組みと効果, 『食旅入門—フードツーリズムの実態と展望—』教育評論社, 198-217.
- 4) 安田亘宏 (2013 年), 『フードツーリズム論』, 古今書院.
- 5) 日本交通公社 (2022 年), 『旅行年報 2022』, 日本交通公社.
- 6) じゃらんリサーチセンター (2023 年), 『調査報告書 2023 年 7 月時点 (第 20 回) 国内宿泊旅行ニーズ調査』 (<https://jrc.jalan.net/wp-content/uploads/2023/08/740d1d4ceb8c7f0184b85ccede16a0f2.pdf>) (最終確認日: 2023 年 10 月 3 日).
- 7) 淡野明彦 (1998 年), 『観光地域の形成と現代的課題』, 古今書院.
- 8) 婁 小波 (2013 年), 『海業の時代—漁村活性化に向けた地域の挑戦—』, 農文協.
- 9) 江崎貴久・常 清秀 (2019 年), 「新たな観光資源の創出と地域漁業—三重県鳥羽地域を事例として—」, 地域漁業研究 59-1, 56-65.
- 10) 広尾克子 (2019 年), 『カニという道楽—ズワイガニと日本人の物語』, 西日本出版社.
- 11) 林 春伽 (2020 年) 「離島における女性の労働と観光—愛知県日間賀島を事例に—」, 日本民俗学 304, 1-34.
- 12) 佐野雅昭 (2019 年) 「日本におけるサーモン養殖展開の機序、特徴、展望」, 地域漁業研究 59-3, 117-128.
- 13) 山下東子 (2019 年) 「サケ・サーモンに関する国内外の消費傾向の変化に関する研究」, 地域漁業研究 59-2, 89-96.
- 14) 長田隆志 (2018 年) 「ご当地サーモン」の急増と差別化の課題, 養殖ビジネス 2018 年 4 月号, 4-7.
- 15) 竹内利江 (2018 年) 「日本の観光時代—観光の国際化と大衆化」, 竹内正人・竹内利江・山田浩之編『入門観光学』ミネルヴァ書房, 19-25.
- 16) 山田浩之 (2018 年) 「国内観光の動向と観光まちづくり」, 竹内正人・竹内利江・山田浩之編『入門観光学』ミネルヴァ書房, 174-178.
- 17) 高田剛司 (2023 年) 「日本におけるフードツーリズムの発展」, 尾家健生・高田剛司・杉山尚美著『ガストロノミー—ツーリズム食文化と観光地域づくり』学芸出版社, 23-47.

Rationales for Choice of Fish Dishes Served by Inland Accommodations and their Menu Positioning

Kiyomi HAYASHI

This study focused on dinner menus at inland accommodations in Nagano Prefecture, examining the prevalences of inland water fish and sashimi prepared from marine fish on serving menus and the accommodations' perceptions of these menus. In recent years, an increasing number of accommodations have been offering inland water fish as "foodstuffs that can express regional characteristics," actively including fish species produced in the location of the accommodations on their menus. In particular, Shinshu salmon is widely used in accommodations throughout the prefecture and featured in a variety of menus. Many accommodations provide only species names and fish brands as information to their guests. The provision of marine fish sashimi has been decreasing over time, but many accommodations continue to offer it to assimilate guests' preferences, maintain their style of kaiseki cuisine, and create a festive atmosphere.

KEYWORDS: inland area, inland water fish, marine fish sashimi, accommodations, Nagano Prefecture

責任著者 林紀代美 e-mail wayafish@staff.kanazawa-u.ac.jp