

# 全国の観光地とお土産の関連性

氏名 小林茉奈

日本の観光地に足を運べば「お土産」を目にする機会が多い。「土産」ということばにはいくつか意味が含まれているが、本論文では旅土産に焦点を当てる。アサヒホールディングス（2017: 第2段落）のに行った調査によると、国内旅行や出張に行った際にお土産を買う人が「必ず買う」と答えた人と「たまに買う」と答えた人を合わせると9割近くの人が旅先でお土産をことが分かった。鈴木（2013: 14-5）によると、こうした日本のお土産文化は海外から見て特異に見られているという。本論文では日本で販売されているお土産は観光地の名産品や特産品を使ったお菓子を中心とした食品類のお土産が多いことを明らかにする。さらに、その背景には日本の文化の違い、お土産の起源、お土産が誕生した背景が大きく影響していることを明らかにする。

本研究では、実際に観光地の土産店を訪れ販売されているお土産の傾向を調査した。調査した3店舗共通して、販売されている商品はほとんどが特産品や名産品、それらを使用した商品だった。また、じゃらん net（Recruit 2022）に記載されていた全国の人気のお土産からそれぞれ持つお土産の特徴について調査を行った。ここでは、最も多かったのが地元の名菓・製菓店の商品だった。これは、その商品がすでにその土地の名産品として人気があることが考えられる。お土産の起源や、海外の空港と日本の空港のお土産店の違いを明らかにし、日本のお土産に食品類のお土産が多いことを明らかにした。さらにお土産は江戸時代に始まったお伊勢参りが始まりで、今もその名残が残っていることが分かった。また、日本の空港と海外の空港のお土産店には大きな違いがあり、お土産は日本の特徴的な文化だということが分かった。物産店やアンテナショップなど、観光地のお土産が手軽に手に入る今も観光客が現地でお土産を購入しているということは、「現地で買う」ということに価値を感じていることが考えられる。

これらの調査の結果、観光地で販売されているお土産は食品類が多く、人気のお土産の中では地元の銘菓店や製菓店の商品を中心とした名産品や特産品のお土産が特に人気があることが分かった。また、近年では作り立てにこだわったお土産も販売されていて、今後もお土産の形が変化していくことが考えられる。