

フードツーリズムからガストロノミーへのパラダイムシフト

尾家 建生

要 旨

食が美味である時、その食はいつの時代にも世に伝播し、その土地の観光アトラクションとして人を引き付けて来た。食の観光価値のひとつは、食のもたらす「美味」である。美味は快楽であり、喜びであり、人と人をつなぐ重要な要素でもある。美味への人類のあくなき追求と執着は、食材の「保存」と「調理」を発展させ、食の様式とともに地方や都市に特有な食文化を創り上げてきた。その美味への追求と共に古代ギリシャ時代に生まれた言葉であるガストロノミーは、近年、ツーリズムと対峙する諸概念の中でもますます重要な概念となりつつある。ガストロノミーは、この200年余、近代から現代までのフランス料理に根差した用語として世界の料理界に君臨してきたが、グローバリゼーションとローカライゼーションのせめぎ合う今日、ガストロノミーは国あるいは地域の料理文化を指す言葉として主に使われ始め、観光研究分野においてこの20年間、活発に議論されてきた。本論は、フードツーリズムにおいてガストロノミーという概念がなぜ必要なのかを、検証するものである。

【キーワード】 フードツーリズム、ガストロノミー、場所の味覚、フードトレイル、食の街道

1. はじめに

フードツーリズムは、2000年前後にニューツーリズムのひとつとして登場した比較的新しい観光形態である。2005年頃から欧米の一般メディアに露出し始めたフードツーリズム(あるいはカリナリーツーリズム、ガストロノミーツーリズム)はニューツーリズム¹⁾のひとつとして現れたが、旅行中に食べたり飲んだりすることは必然的であり、そういった意味ではフードは観光に最初から組み込まれていたと言ってもよい。しかし、あらためて旅行における飲食が注目され始めた背景には、飲食が「文化」として国に認められたことがある。料理は歴史的にすでに文化であった(江戸時代に発行された日本の料理書は100冊を上回る)が、食べること自体は文化とみなされてこなかった。その点についてはフランスも日本も状況はよく似ていた。食文化が国際的に学術分野として研究され始めたのは1960年以降だった。一方、観光業界(ホテルとレストラン)では1980年代には国際観光の成長とともに、観光地での食の質の向上がスイスを中心として課題となり(AIEST,1986)²⁾、ガストロノミーが食の娯楽と幸福の源泉(KasparC, 1986)と主張された。その後、観光と食の関係性について社会科学の研究論文が散見され始めた。国際的には、1985年にはイタリア北部の町ブラにスローフード運動が起こり、又、英国人ジャーナリストの南仏滞在記である『南仏プロヴァンスの12ヶ月』が世界的なベストセラーになるなど、旅行先での「食」への関心が高まった。そのルーツをフランスのタイヤ会社ミシュランのレストラン・ガイドブック(1926)³⁾にさかのぼることも可能であるが、フードツーリズムは旅行者にとってだけでなく、観光開発側にとっても重要な手法として、2000年前後から世界的に注目された。観光は土地の味覚と結びつくことによりフードツーリズムという観光形態を創りあげた。その顧客層はマーケット全体の10%とみられるフーディーズ(食い道楽、食通家)の関心の対象とされていたが、一般に観光客の旅行先での食べ物や飲み物に対する関心は極めて高く、観光客における調査では旅行での食べ物にこだわる人は51%を占め、興味を持つ人を入れると90%に達するという結果が出ている(ひがし北海道協議会, 2016)⁴⁾。また京都市の調査でも、観光消費における食関連の消費額は滞在中の観光支出の約49%を食関係が占めている⁵⁾。旅行中であっても日常と同じように三度の食事を取るのは当たり前

であるが、その食事こそが主要な観光体験となっていることが意識され始めた。現在、世界中の観光客が destinations での美味しい食べ物・飲み物、ユニークな料理、そして自分だけの飲食体験を求めている。こうして、フードツーリズムは観光客の楽しみになるとともに、観光地にとっては観光開発の重要な手段となった。フードツーリズムの開発上の利点は、「食」がその場所の重要な文化となり食文化は観光資源であり観光ブランドであること、既存の生産、流通、加工、飲食サービス、小売店、直売所を活かした開発プロジェクトが低予算で可能であること、飲食は比較的シーズンのピーク・オフの影響を受けにくいことなどが挙げられる。

2. 食体験を求める旅

食と旅の関係の歴史を民俗学者の神崎宜武はこう述べている。「つまり、狩猟なり採集なりで食料を得なくてはならなかった。その場合、一カ所に定住することはかなわず、野生の動物や植物の生態の循環にしたがうかたちで移動生活を余儀なくされた。その距離が長かろうが短かろうが、そこでの旅とは、食料を求めての移動であったのだ」(神崎, 2002)。人類は約 300 万年の歴史のうち 99.7%を「食べるがための旅」に費やしてきたという。食欲を満たすこと自体が移動の目的だったのであり、それは移動と食の関係性をはるかに超えた生きることそのものだった。新石器時代から農耕生活と氏族社会の古代の到来により食料の安定した供給と定住が可能になり、いわゆる文明が始まった。そうした先史を経た古代以降の「旅と食」の様相の変化を神崎は次のように三区別する。

- (1) 食事のほとんどを自給・自炊しなくてはならなかった難儀な旅
- (2) 宿屋と食堂・茶屋で飲食が供給されるようになり行程が立てやすくなった旅
- (3) 近代交通で快適性が高まり選択肢が多様に広がり、食が楽しめるようになった旅

(神崎, 2002)

(1)は古代であり、(2)は中世から近世にかけてであり、(3)は近代とすることができる。近代ツーリズムの発生はまさに(3)の「食が楽しめるようになった旅」においてである。近代ツーリズムの始まりをトーマス・クックの団体パック旅行が誕生した 1841 年とするならば、現代はそれから170年余が経ち、観光現象は大きな変化を遂げた。近代人にとっての観光の原型そのものは不変であるにせよ、観光は大衆化、グローバル化、成熟化、多様化、スピード化した結果、観光と食の関係もまた変化した。つまり、食が楽しめるようになった旅から、次の段階である「食体験を求める旅」の時代へ変わったという仮説が成り立つ。「食を楽しめる旅」と「食体験を求める旅」には旅行者の動機と観光事業の開発にとって明確な違いがある。たとえば Hall らは、「食は観光体験の本質的な要素のひとつである。しかも、体験の不可欠な部分であるので、それ自体が研究の主題になったのはつい最近である。一見して、これは幾分驚きのように見えるかもしれない。しかしながら必然的に食は日常生活に不可欠な成分であるので、それが重要な研究と分析の分野として長い間見過ごされて来たことはまさしく事実である」(Hall & Sharples, 2003)と指摘している。このように場所の味覚は、観光体験の重要な要素となり、フードツーリズムを論じるその原点において既にガストロノミーは欠かせない概念であった。

3. フードツーリズムの定義と発展

フードツーリズムの比較的初期の定義のひとつに、カナダツーリズム委員会(カナダ政府と産業界が共同で設立)の定義がある。「カリナリーツーリズムはローカル、宗教あるいは国の料理、遺産、文化、伝統的あるいは調理技術を反映する食べ物と飲み物の、人が学び、称賛し、消費する観光体験を含むものであ

る」(カナダツーリズム委員会, 2003)また、世界フードトラベラー協会会長であるエリック・ウォルフは一時期、フードツーリズムを次のように定義した。「フードツーリズムとは遠近を問わず、ある場所のユニークで記憶に残る飲食体験の追求と楽しみである」(Wolf, 2013)。ここでは旅行的要素が無視され「遠近を問わず」となっているが、より重要なのは、「ユニークで記憶に残る飲食体験」であることに間違いはない。一方、日本フードツーリズム研究会では「フードツーリズムは地域ならではの料理を味わうことを求める観光形態であり、土地の味覚とともに歴史、文化や景色などを体験する旅行スタイルである」と定義した(「フードツーリズム・フォーラム 2013 宣言」)⁶⁾。UNWTO(ユネスコ世界観光機関)は Hall & Sharples(2003)の定義を引用して、「フードツーリズムは余暇あるいは娯楽の目的でのガストロミクな地域への体験旅行である。それには食の一次・二次の生産者への訪問、美食のフェスティバル、フードフェア、イベント、ファーマーズマーケット、料理ショーとデモンストレーション、高品質な食品の試食あるいは食に関係した何らかの観光活動を含む。加えて、この体験的旅行は、その地域で消費される調理の特産品と同様、実験的体験、異文化からの学習、観光商品へ関係した品質や特性の知識と理解の取得を含む特別なライフスタイルに関係する。」と述べている。この最初の「ガストロミクな地域への体験旅行」は UNWTO(2012)の執筆者が加えたものであるが、ガストロミクな地域とは何であろうか。さらに、エリック・ウォルフは「フードツーリズムとは、場所の感覚をつかむために場所の味覚を求めて旅行する行動である」(Wolf, 2018)と述べているが、この場所の感覚や場所の味覚もヨーロッパでは観光とフードツーリズムの促進に頻繁に使用されており、同様にキーワードである。

4. ガストロミーの語源と現代的意味

古代ギリシャ語でガストロは胃腸を意味しノミアは法則を意味する。オックスフォード英語辞典(1989)にその意味は「美味しい食事の技法と科学、The art and science of delicate eating.」と記され、さらに初期の使用例としては、1814年のウィルソン卿という人の私用日記からの一節である<宴会は完璧なガストロミーの法則すべてに則っていた>とある。

ガストロミーの歴史は大きく4つの時期に分けることができる。第1期は古代ギリシャの紀元前340年頃の詩人アルケストラトスに始まり、古代ギリシャの食文化を引き継いで美味と饗宴を謳歌した古代ローマ帝国の時代までである。料理人にして詩人と言われたアルケストラトスの詩編『ガストロミア』が失われているため学術上の記録は乏しいものの、古代ギリシャからローマ帝国時代に引き継がれたその詩編からの60余の断片からアルケストラトスの作品と人物が推測されている(アテナイオス, 1992; Douglas & Alexander, 2000; John & Shaun, 2011)。2期目の中世にはガストロミーの言葉は失われたかのようである。とはいえ、食や料理が中世文化に全く反映されていないわけではなく、16~17世紀の絵画美術ではブリューゲル、カンピ、カラッチ、ボッスなどの「食」を題材にした作品が多く見られる。ヴィトー(2008 p9)によれば、1683年に出版されたディロドとダランベールの『百科全書』にはガストロミーの項はないものの、「料理」の項には「味覚を喜ばせるこの技法、この贅沢、かくも多くの場合に味わう旨いものこの快樂ともいべきものは、世に料理の精華と名づけられるものである。」とある。1765年にはパリのプーリ通りに最初のレストランが開店、さらにボーヴィリエが1782年にパリで最初の高級レストランを開き、まもなくフランス革命が勃発する。3期目のはじまりはフランス革命後のフランス人の詩人ベルシュウの詩編『ガストロミー』(平山, 2007)が出版された1800年をさすのであるが、ガストロミーの言葉の由来をこのベルシュウの詩編とする説は少なくない。事実、それまでガストロミーの言葉自体の存在は実証されてないからである。それは置くとして、第3期がフランス革命から1970年代までの時期であり、ガストロミーがフランスを中心に世界へ広がり完成されてフランス料理の黄金時代を築いた。そして4期目はフランス料理の栄光が終焉し、料理文化がグローバル化する1980年代から2020年の今日に至る40年である。こうした時代区分が必要な背景には、ガストロ

ノミーの概念が不変ではなく、時代によって変化してきたという見方が前提となっている。ルヴェル(1989)は『美食の文化史』でこう述べている。「ガストロノミーの歴史とは、まさに、日常の料理と料理芸術との交流、葛藤、不和そして和解の連続と言える。芸術とは個人による創造であるが、この創造は職人的な基礎がなくしては不可能なのだ」。

国連世界観光機関(UNWTO:本部マドリッド)は、新型コロナウイルスによるパンデミック後、観光産業界に向けて、UNWTO #TravelTomorrow キャンペーンを随時発信した。そのメッセージの一つはこう始まっている。「ガストロノミーは食べ物以上のものです。それは、さまざまな人々の文化、遺産、伝統、共同体意識を反映しています。それは、異文化間の理解を促進し、人々と伝統をより近づける方法です。ガストロノミーツーリズムも文化遺産の重要な保護者として浮上しており、各部門は特に農村部での雇用を含む機会の創出を支援しています。」(UNWTO, 2020)と。このメッセージの最初に強調されていることからわかるように、まず、ガストロノミーがいわゆる食べ物(フード)の範疇を超えたものであると理解することができる。さらに、文化、遺産、伝統、共同体意識(sense of community)を反映していることから、ガストロノミーは食べ物(食事)、料理の上位にある概念であることが明らかである。したがって、フード、カリナリー(料理)とガストロノミーの関係は、図1のように描くことができる。こうした関係をガストロノミー観光体験の消費と生産の関係において、コモディティ、グッズ、サービス、経験のバリューチェーンとして説明することもできよう(Richards, 2002)。

「ガストロノミーの材料は食べることのできるすべてのものである。(略)その実施にあずかるのは、生産する農業、交換する商業、加工する工業、それに全てを最もじょうずに使用する方法を生み出す経験である」(サヴァラン, 2005 p84)のように、ガストロノミーは食材の生産から食事の提供までのプロセスに関わる一つの体系であり要素とみなすことができる。観光アトラクションの構成要素はガストロノミー資源であり、これらの資源によって旅行者のガストロノミー体験が成立する。フードツーリズムはガストロノミーにかかわる旅行者の需要のタイプによって分類が可能であると同時に、目的地における供給の形態によっても分類が可能である。ガストロノミーの主体はその供給者にあり、したがってフードツーリズムは多様な飲食の供給側から類型化することが可能である。

ガストロノミーの現代的意義は、ブリア・サヴァラン自身の言葉の中に既に存在していると考えられる。彼は『味覚の生理学』の中で、ガストロノミーを定義して次のように述べている。「ガストロノミーとは栄養のうえから言って人間に関係のあるあらゆる事柄の整理された知識を言う。」「この目的を達成するには、食物に変わりうるもろもろの物を探索し、または調理する全ての人たちを、一定の原理にしたがって指導しなければならない。」「であるから、このガストロノミーこそ、ほんとうに農夫、ブドウ作り、漁夫、猟師、それからその称号や名目は何といおうと食品の調理にあたっているたくさんの料理人を動かす原動力である」(サヴァラン, 2005)。ここで、整理された知識とは学問体系ということが出来る。一定の原理とは、物事の根本を指している。又、原動力とは地域社会の活動を引き起こす力といえる。下記の図2はブリア・サヴァランがガストロノミーを構成する三つの要素を図式化したものである。ブリア・サヴァランはこれらの要素によりガストロノミーの世界を構築しようとした。ただ、ここには美味という言葉は現れない。美味ではなく人間の存在に直接かかわる栄養が中心となっている。美食から連想されるエピュキューリアン(快樂主義)的要素はここにはないのである。ブリア・サヴァランが彼の著書につけた書名は『味覚の生理学—超絶的味学の瞑想』であった。この生理学(仏)physiologyは16世紀中期フランス人の医師であり生理学者のジャン・フェルネル(1497~1558)が最初に使った用語だとされている。ブリア・サヴァランの『味覚の生理学』の中で、学問

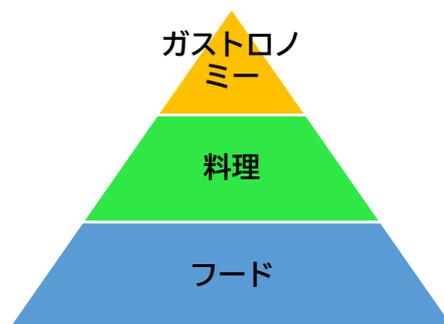


図1 ガストロノミーの概念図⁷⁾

体系として最も整っているといえるのはこの味覚生理学の部分である。その部分の叙述には、味覚に関するおそらくは当時の最先端の知識が盛り込まれている。ブリア・サヴァランがガストロノミーを学問たらしめたことが「味覚の生理学」の章からは強く感じられるが、生理学を取り巻く学際的なその他の知識は学問としては不十分であり、又、アフォリズムが示すように全体として文学趣味的でさえある。しかし、この書には美味に対する社会学が色濃く感じられる。なぜなら、ブリア・サヴァランの定義するガストロノミーは極めて人間社会が中心であるからである。ブリア・サヴァランの描くガストロノミーの概念は、現代社会においても通用するものであることが示唆されている。つまり、地域において人間社会を活性化させる原動力になることができるのがガストロノミーであり、整理された知識、一定の原理及び原動力の三つの要素はガストロノミーの場において相互作用し、その時、ガストロノミーは地域の総体的な食と産業のシステムの核となることができる。ガストロノミーの経済的側面、文化的側面、社会的側面の原理と効用は今後、明らかにされる必要がある。ガストロノミーは地域に導入され、農水産業や食品加工、フードサービス、宿泊業、観光業などの地域産業体の原動力となることが可能である。ガストロノミーによる地域開発の活動は、ガストロノミー形成のための多様なパートナーシップとネットワークであり、コミュニティーの美味への追求ともいえる。

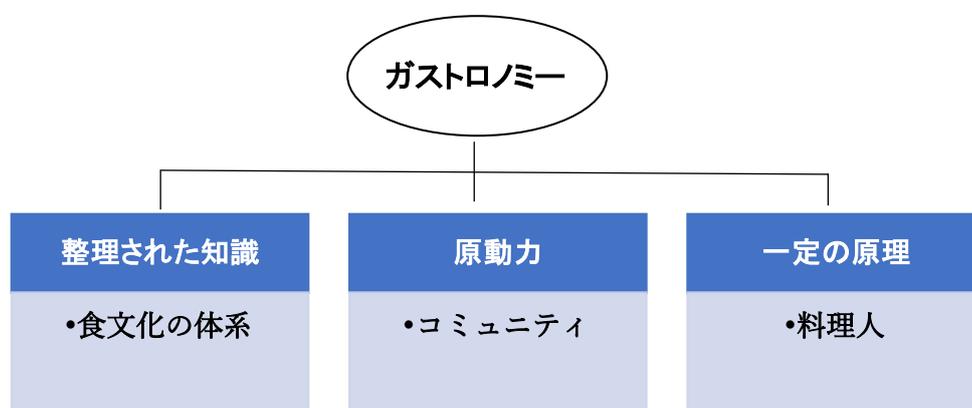


図2 ブリア・サヴァランの定義によるガストロノミーの概念図(尾家、2013)

5. フードツーリズム研究とガストロノミー

「現在、人間の文化のほとんどすべての要因には、ツーリズムの形態となる潜在力がある」(Sutton & House, 2004) のように、飲食も文化になることによって新しい観光動機と体験を生み出しフードツーリズムになったと言える。食を食べることや飲むことは観光に特有の行動とはいえ、日常生活においても欠かせない生活習慣であり健康維持に必要な栄養源であるが、日常とは異なる場所で食べたり飲んだりするとき、われわれは特別な体験をすることができる。具体的にはそれらの食べ物はその土地の郷土料理、ご当地グルメ、旬の名物料理、ワイナリーでの試飲などや市場体験、ミシュランの星付きレストラン、食べ歩きツアーやフードフェスティバルであったりする。観光によってわれわれは日常とは異なる場所感を体験でき、味覚を相対化することができるのである。

「近代のガストロノミーは、古典的料理、ヌーヴェル・キュイジーヌ、地元料理、そして諸外国料理全体を、明らかに並列させているのである」(ヴィトー, 2008 p152)。ガストロノミーのこうした解釈からは、ガストロノミーが「美食術」であり、料理技術体系を指す領域であることがうかがえる。しかしながら、ブリア・サヴァランのガストロノミーの定義によるとガストロノミーとは生産者から料理人、給仕人に至るまでの食に関わる共同体の原動力であり、料理人の一定の原理であり、人間と食(栄養)の関係の整理された知識である。少なくとも、ガストロノミーは料理・調理の範囲を超え、人間が食べ物、食事、料理と関わる感覚、体験、消費、幸福、思想などの上位概念に位置している。

この20数年間、観光研究者たちはフード(食べ物と食事)と観光との関係性を、ニューツーリストの観光動機(Westerling, 1999)、ローカルフードとアイデンティティ(Bessiere, 1998)、食文化と地域経済(Telfer & Wall, 1996)、伝統料理の持続可能性(Reynolds, 1993)、ローカルフードの真正性(Sims, 2009)、多感覚体験(Everett, 2009)などにより論じてきた。そうした成果は2012年に同時に刊行されたUNWTO(世界観光機関)の*Global Report on Food Tourism*(2012)とOECD(経済協力開発機構)ツーリズム委員会の*Food and the Tourism Experience*(2012)によって世界各国の事例と観光研究理論の骨子が紹介された。ガストロノミーは地域の文化と伝統、健康的ライフスタイル、真正性、持続可能性、体験を尊ぶ観光の新しいトレンドとなった。

ガストロノミーは、20世紀の後半から21世紀の現在に至る国際観光の成長に伴う観光産業の発展と旅行者の成熟により、近年、現代的な意義が明らかにされて来た。さらに、フードと社会との関係は21世紀に入って急速にその関係を拡大した深めつつある。食べ物と食事という有史以来(多くの危機があったものの)続けられてきた日常の行為が、なぜいま改めて社会学や人間科学において問われているのか。人類にとって、何度となく経験してきたであろう飢饉や戦時下の食料の困窮は生命そのものを脅かしてきたが、現代においてそれは一部の国や地域を除くと恒常化はまぬかれており、局地的と言ってもよい。一方、私たちの「食」は広義の環境の変化による影響をまぬかれない。例えば、その背景にグローバリゼーション、高度情報化、気候変動、経済格差、長寿社会や地球資源の持続可能性など経済、社会、文化的状況の転換がある。食品企業のグローバル化と巨大化、外食産業や食品小売り業のセントラルキッチン化、そして同時に、生物多様性やニューロサイエンス、マイクロバイオームなどの不可視の微小で複雑な自然・生理科学の解明による知識が関係している面があるのも明らかである。

こうしたフードを取り巻く環境、あるいはフードそのものの変化は、私たちのライフスタイルへの注目が観光において特に顕著であり、観光動機、観光体験、観光開発などにおいてフードとの関わりは、実践上はもとより、観光研究においても論文本数の成長は著しい。さらに、フード自体が持つ小宇宙的世界—生産から加工、料理、食事、サービスに至る諸活動は、観光における重要概念でもある「場所 place」との関係において学術理論の発展へと開かれ、その体系化と実践戦略面での応用が最終的に問われる。

6. 創造都市とガストロノミー

ガストロノミーは観光において議論されるとともに、都市においても課題とされている。食文化を都市政策のひとつの重要な要素として、ユネスコの創造都市ネットワーク《ガストロノミー部門》があげられる。創造都市ネットワークは文化の多様性と持続可能な都市開発のために共通のミッションに向け7分野で共働する者であるが、メンバー都市は次のように定義される。

創造的産業の先進諸国と発展途上国の両方において社会経済と文化の発展を促進する「クリエイティブ・ハブ」と健全な都市環境を創造するために社会-文化的に多様なコミュニティをつなぐ「社会文化クラスター」ネットワークは都市間での国際的共同開発をし、「文化と開発」と「持続可能な開発」のユネスコの世界的な優先事項に沿った共同開発パートナーシップを働かせることを奨励する。ネットワークに認定された都市は、創造経済と創造的観光の概念に基づいた活動のため、経験を共有し、グローバルなプラットフォーム上の他の都市との新しい機会を創造することができる(UNESCO Creative Cities Network HP)。

2004年に創設され、7つの分野のうち食文化部門では2005年にコロンビアのポパヤンが加盟都市となって以降、中国の成都市、スウェーデンのエステルスンド、韓国の全州市、レバノンのザレなどの加盟を初期として、フィヨルド観光のベルゲン、地中海に面したバレンシアの保養地デニア、パルマハムで有名なパルマ、ビーチリゾートを持つブーケット、米国アリゾナ州の砂漠の町ツーソンなどが加わり、35都市が加盟している(2019年10月)。ユネスコ創造都市ガストロノミー(食文化)の審査基準は次のような項目から成

っている。

- ①都市の中心や周辺地域の特徴的なガストロノミーの発展
- ②数多くの伝統的レストランやシェフの活気に満ちたガストロノミー・コミュニティー
- ③伝統料理に使われる地元固有の食材
- ④産業と技術の進歩を生きぬいた地方のノウハウ、伝統的な料理実践と調理方法
- ⑤伝統的食品マーケットと伝統的食品産業
- ⑥ガストロノミー・フェスティバル、賞、コンテストとその他の広いターゲットへの認識の方法を主催する
伝統
- ⑦持続可能な地元の生産物の環境と促進に対する尊重。
- ⑧公共理解の育成、教育研究機関における栄養の促進と料理学校のカリキュラムでの生物多様性の
保全プログラムを含める。

これらの基準項目から分かるように、ユネスコ食文化創造都市でのガストロノミーの意味は「美食術」よりも伝統料理とその食材やそれを支えるコミュニティー、飲食サービス業、料理人、食品加工業者などを総合した「食文化」に重点が置かれていることが分かる。

7. 日本におけるフードツーリズムの展開

戦後日本の外食産業史は1970年の大阪万国博覧会で国民の多くが世界の料理体験をしたことに始まり、その後に相次いだアメリカのファーストフード産業の日本市場進出や技術移入、ファミリーレストランの普及、そして、1980年代後半のバブル経済の中でのグルメブームへと発展して行く。そうした味覚と美食への一般の関心は1983年に「ビッグコミックスピリッツ」に連載の始まった『美味しんぼ』（雁屋哲・花咲アキラ）などにも反映されているが、1986年の文芸春秋編「東京 B 級グルメ」によって丼もの、カレー、ラーメンなどの大衆料理が脚光を浴びた。接待などでもはやされた高級料理のアンチテーゼとして登場したB級グルメは、バブル経済時代の1980年代後半のグローバル化に反発するローカル志向により、地方の食による観光まちづくりへとつながった。讃岐うどん、喜多方ラーメン、佐野ラーメンなどは80年代末にメディアにより紹介され始め、90年代には宇都宮餃子、加須手打ちうどん、和歌山ラーメン、広島風お好み焼き、大阪のタコ焼き、東京のもんじゃ焼きなどが次々に発掘され、一方で、うなぎのまち岡谷（長野県）のように地元名物を使ったまちづくりが活発化した。さらに地産地消の高まりは農産物直売所と加工・販売を兼ね備えた「道の駅」の拡大に結び付き、並行して、農村の主婦グループが農家や古民家で手づくりの食事を提供する農家レストランが全国各地に開業し、農家民宿とともに農山村地のコミュニティーと都市住民を結ぶ交流拠点となった。そうした地方コミュニティーと都市住民あるいは観光客を結ぶ拠点は地方都市において「屋台村」となり、「まちなかバル」というイベント的な拠点を創り出した。「緑の提灯」においては都市に地産地消の拠点づくりを広げることが試みられた。そのように食のまちづくりが様々な形態を試みる中で、B級グルメで地域活性化を目指す市民グループ—富士宮焼きそば学会、八戸せんべい汁研究所、久留米やきとり学会などの食によるまちづくり10団体が2006年に B 級ご当地グルメの祭典と銘打った第1回 B-1グランプリ八戸大会を開催した。

以下の図 3 は1980年代から現在に至る食によるまちづくりの変遷を描いたものである。食によるまちづくりのルーツは1980年代に大分県で始まった「一村一品運動」と考えられ、特産物の開発が目標である。さらにさかのぼると、江戸時代中期に諸藩の財政的困窮を打開する方法として始まった幕府の国産奨励策の特産物に源を求めることができよう。

ご当地グルメとは、庶民に親しまれた郷土料理や食べ方、戦後の下町文化から生まれた食べ物、市民による名物料理の開発、地場産調味料を使用した料理など様々であり、それらは総称して「ご当地グルメ」と呼ぶことができる。およそこの30年間のご当地グルメの開発とプロモーションは、地方の課題である地域活性化、観光振興、地域ブランドの構築、商品開発などの解決の重要な手法となった。

2010年頃から全国各地に誕生した「食の街道」は、特定の地域の食べ物や飲み物を資源として開発した観光ルート、マップあるいはエリアを指し、日本におけるフードツーリズム開発のモデルのひとつとして定着した。その元祖として、山形県の「そば街道」をあげることができる。1994年に山形県の村山市地域において結成された「最上川三難所そば街道」は同地域のそば屋

が共同で商品開発と観光振興を行った。その後、隣接する大石田そば街道(1998)やおくのはそ道尾花沢そば街道(1999)へと広がり、現在山形県下の17地域に「そば街道」が形成されている。こうしたそばによる観光振興の取り組みは1991年に「会津そばトピア会議」を発足した福島県商工会連合会、また1992年には富山県利賀村がそば博物館の開館とそば打ち体験施設のオープン、世界そばサミットの開催などでさらに発展した。その後、食の街道は全国に広がり、渥美半島どんぶり街道(愛知県)、日高村オムレツ街道(高知県)、富士山しらす街道(静岡県)などテーマも多様化した。また、「街道」とは称してないものの、奥能登食祭紀行能登井(石川県)や丹後ばらざし(京都府)、淡路島牛井(兵庫県)などのように単品の料理メニューをテーマとする形態も食の街道と同じジャンルに属するとみることができる。その発想には共通して、名物料理のブランディングの開発が優先された。2000年代からはハードではなくソフトへの投資による観光開発が優先され、食による観光開発は世界的に活発化している。しかしながら、日本におけるこの30年間の食によるまちづくりは一貫してブランディングを優先したフードツーリズム開発であった。その結果、食の街道は食事を提供する飲食店を結んだだけのトレイルとなってしまった。そうした開発において生産者の参入や連携が希薄なため、3部門の相互作用から生まれるストーリーや真正性、創造性が生じにくいことが指摘される。

8. 欧米のフードトレイル

一方、欧米の英国、アイルランド、カナダ、アメリカ、オーストラリアではフードトレイル(food trail)と呼ばれる食と観光のプロモーションが一般化している。日本においてフードトレイルという言葉は使用されていないものの、ほぼ同じ概念の「食の街道」(Shoku-no-Kaido)という言葉を使用して地域の特産物や料理のプロモーションが行なわれている。このように世界各地のフードトレイルや日本の食の街道は食に関わる資

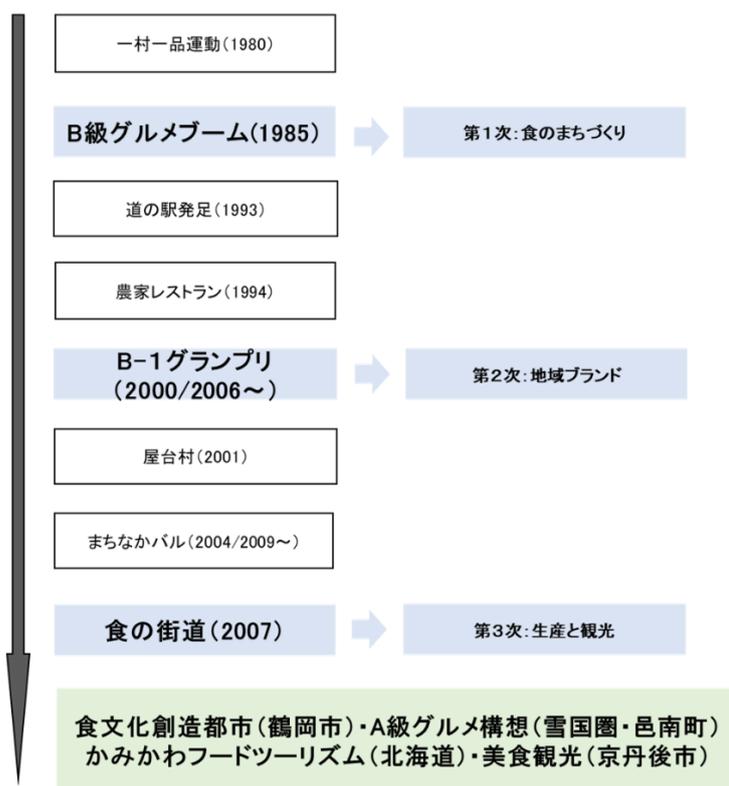


図3 日本の食によるまちづくりの変遷(筆者作成)

源を活用したフードツーリズム商品のひとつと考えられる。フードトレイルは基本的には地域の生産部門（農業酪農・食品加工・醸造等）、ガストロミー部門（飲食店）と観光（小売り、諸施設）の三つの部門に関わるステークホルダーのネットワークにより組織されて運営される。ステークホルダーのネットワーキングから新たに創られる地域のストーリー、アイデンティティ、真正性、創造性は、フードトレイルのテーマ性を豊かにし、ブランドを強化し、地域全体の活動と発展を促す。

「ガストロミック・ルートは間違いなくこの分野におけるもっとも開発された商品のひとつとなりつつある。ガストロミック・ルートは総合的なそしてテーマ的観光の提供を構成するシステムであり、一般にブランド化され、与えられた地理的エリアにおいて（実際は、ガストロミーは境界を持たないが）一連の観光商品あるいは場所、工場とレストランのような観光ガイドブックの一覧となり、特別な食べ物、商品あるいは料理の周りを巡り、一般に異なる質、あるいはガストロミックなイベントあるいは活動でもって一つあるいはより多い日程によって定義される。そのルートは又、歴史的な興味その他の場所について情報も提供し、エリア中での経済開発を促進する。それゆえ、その考えは観光アトラクションの異なるタイプを一緒にし、もしアトラクションの唯一の種類が形づくられるならばそのエリアでの観光滞在がより長くなるよう便利なパッケージの形式にそれらを提供する」（UNWTO, 2012）。このように、フードトレイルの競争優位性はステークホルダーの多様性から生まれる創意と協働である。

おわりに

日本のガストロミーは、国際観光市場においてこれまでは順調であるかのように見える。日本におけるガストロミーの遺産活用は、この10年あまりの国際観光の成長とともに、伝統的日本料理、近代の和洋折衷料理、現代の多様な創作的料理サービスと高品質の食材、食品衛生と相まって、インバウンドの有力な観光資源のひとつとして外国人旅行者の満足度も高い。しかし、一方で日本のフードツーリズム研究においては、欧米では重要な概念となっているガストロミーや場所の味覚、あるいはテロワールなどの概念の議論は乏しい。そのため、日本のフードツーリズムの施策と実践は国際的には独自の路線を歩んできた。日本の食と観光の関係は、料理旅館や門前町と四季折々の料理の楽しみ方、あるいは四季と密着した行事食によりその原型が形成されてきたが、1980年代後半からの「食によるまちおこし」の実践と「B級グルメ」の新ジャンルによる大衆化、さらに「ご当地グルメ」「食の街道」により、食による地域ブランドの形成を目的とした取り組みが全国で行われて来た。しかし、食のブランディングは日本におけるフードツーリズムを停滞させてきた面も否定できない。一方で、近年いくつかの地域において一例えば、フードハブ構想を試行する徳島県神山町やA級グルメ構想を推進する島根県邑南町、新潟県の魚沼市を中心とする雪国観光圏の雪国A級グルメ等は、小規模とは言え、生産をベースにしたガストロミーツーリズムの独自の取り組みを行っている。それらは、従来のご当地グルメによるまちづくりとは根本的に違い、生産をベースにしたガストロミーや場所の味覚へのこだわりに取り組んでいると言える。これからのフードツーリズムは、ブランディングを主体とした従来の延長にあるのではなく、ガストロミーの概念を取り入れた研究と開発が必要である。

謝辞：本研究は JSPS 科研費課題番号(18K11884)「ガストロミーを資源としたフードトレイルのマネジメントと創造性の研究」の助成を受けている。

注

- 1) ニューツーリズムとは、それまで各地の名所旧跡を訪ねていた団体旅行の周遊観光や保養観光が、個人や小グループによる個性のある形態へと変化し、コンピューターの発達、消費市場の細分化などを背景に、体験観光、学習観光、交流観光などの新しい観光需要と共に観光と社会的課題の相互関係が広がって生まれたツーリズム形態を指す。例えば農業と観光が結びついたグリーンツーリズム、生態系保護を意識したエコツーリズム、遺産を重視したヘリテージツーリズム、人類の悲惨な経験を直視し学ぶダークツーリズムなどがある。
- 2) 1986年にスイスのモントルーで開催された国際観光科学専門家協会(AIEST: International Association of Scientific Experts in Tourism)の第36回国際大会。
- 3) 1926年から、ミシュラン・ガイドブックが星のランクづけを始めた。
- 4) 2016年ひがし北海道観光事業開発協議会の手都圏、中京・関西圏でのオンライン調査による。(n=1200)
- 5) 京都観光総合調査(平成25年)によると、宿泊した日本人の観光消費額単価は32,630円であるが、うち土産品代の8割(6,431円)を飲食関係として食事代(9,701円)に合わせると16,132円であり、単価全体の約49%を占める。
- 6) フォーラム「関西の食文化とフードツーリズム2013宣言」2013年9月14日大阪にて開催。
- 7) 2015年6月第13回意見交換会「関西の“食の魅力”と“観光”を考える」基調講演 美食都市戦略

参考文献

- アテナイオス著(1992)『食卓の賢人たち』柳沼重剛編訳、岩波書店
- 尾家建生(2013)「ガストロノミーの現代的意義」『大阪観光大学紀要』(13)、大阪観光大学、pp.29-36
- 神崎宣武(2002)「食することと旅すること」『旅と食 食の文化フォーラム20』神崎宣武編、ドメス出版、pp.9-13
- 平山弓月(2007)「フランス『美食文化』—バルシェウ『ガストロノミー』読解の試み(1)」『京都外国語研究論叢』(70)、京都外国語大学、pp.357-377
- サヴァラン・B.『美味礼讃 上』関根秀夫・戸部松実訳(2005)、岩波文庫
- ジャン・ヴィトー著『ガストロノミー 美食のための知識と知恵』佐原秋生訳(2008)、白水社(文庫クセジュ)
- ジャン・フランソワ・ルヴェル著『美食の文化史—ヨーロッパにおける味覚の変遷』福永良子・鈴木昌訳(1989)、筑摩書房、p26
- Bessière, J. (1998) Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas, *Sociologia Ruralis* Vol.38, No.1
- Canadian Tourism Commission (2003) *Definition of culinary tourism, Culinary Tourism Product Development Guide*
- Douglas Olson & Alexander Sens (2000) *ARCHESTRATOS OF GELA*, OXFORD UNIVERSITY PRESS
- Wolf, E. (2013) What is Food Tourism?, *World Food Travel Association*
- Wolf, E. (2018) World Food Travel Association,
<https://worldfoodtravel.org/what-is-food-tourism-definition-food-tourism/> (2019年12月1日)
- Everett, S. (2009) Beyond the visual gaze? -The pursuit of an embodied experience through food tourism
Tourist Studies 8:337
- Hall, M. & Sharples, L. (2003) *Food Tourism around the World*, ELSEVIER, p1
- John Williams & Shaun Hill (2011) *ARCHESTRATUS THE LIFE OF LUXURY*, PROSPECT BOOKS
- OECD (2012) *Food and the Tourism Experience*
- Richards, G. (2002) *Gastronomy and Tourism*, Routledge, p19

- Reynolds,P.C. (1993) Food and Tourism :Towards an Understanding of Sustainable Culture, *Journal of Sustainable Tourism* 1:1
- Sims,Rebecca (2009) Food, place an authenticity. Local food and the sustainable tourism experience, *Journal of Sustainable Tourism* Vol.17, No.3, pp.321-336
- Sutton, P. & House, J. (2004) Postmodern for Postmodern People?, *The Age of Tourism*
- THE OXFORD ENGLISH DICTIONARY*, 2nd.Vol VI (1989), OXFORD, p391
- Telfer,J.D. & Wall,G. (1996) Linkages between Tourism and Food Production, *Annals of Tourism Research*,Vol.23, No.3
- UNWTO (世界観光機関) Global Report on Food Tourism (2012), UNWTO, p6
- UNWTO (2020):<https://www.unwto.org/gastronomy> (2020年9月5日)
- UNESCO Creative Cities Network:<https://en.unesco.org/creative-cities/home> (2019年12月20日)
- UNWTO (2012) *Global Report on Food Tourism*, UNWTO, p7
- Westering, Jeske van, (1999) Heritage and Gastronomy:the pursuits of the 'new tourist', *International Journal of Heritage Studies*, 5:2, pp.75-81

The Paradigm Shift from Food Tourism toward Gastronomy

OIE, Tateo

Food tourism has appeared in the general media in Europe and the United States since around 2005 and has spread to the world as one of the new tourism. One of the tourist values of food is the "deliciousness" that food brings. Deliciousness is pleasure, joy, and an important element that connects people together. Mankind's tireless pursuit and obsession with deliciousness has developed the "preservation" and "cooking" of ingredients and has created food culture peculiar to regions and cities as well as food styles. Gastronomy, a term that was born in the ancient Greek era along with the pursuit of its deliciousness, has become an increasingly important concept among which confront tourism in recent years. French gastronomy has reigned at the top of the world for more than 200 years from modern times, but today, when globalization and localization compete, gastronomy is also a general term that refers to the culinary culture of a country or region. This paper examines why the concept of gastronomy should be necessary in food tourism.

Keywords: Food tourism、Gastronomy、The taste of the place、Food trail、Shoku-no-Kaido