

研究紹介②

食や農を「つなぐ」アプローチとしての ツーリズム

片上 敏喜 (日本大学 生物資源科学部 食品ビジネス学科 専任講師)



1. はじめに

近年、和食が国際連合教育科学文化機関(ユネスコ)の無形文化遺産に登録されたことなどを機に、食文化を対象とした観光が注目されています。またB級グルメや肉フェスなどのフードイベントが盛んに開催され、全国各地の観光地でもいわゆる“ご当地グルメ”の関心が年々高まっています。

日本各地には、その地域ならではの豊かな食文化が存在しています。元来、自然の恵みから身近な範囲で生産される食材が人々の食事の大部分を占めていました。そうした条件の下では、食材の種類や状態は地理的条件に大きく制約されていたため、長い年月から得られた経験を活かしながら、風土や生活、人々の嗜好にあった調理方法や保存方法が工夫されてきました。また行事や祭事の際の食事には、地域固有の伝統に基づく意味付けの施された様式が発達し、さらに様々な交流の中で地域が異なる文化と接することで、新しい素材や調理法などがもたらされ、従来の素材や調理法と融合してきたといえます。

本稿では、そうした食文化と私たちをツーリズムでつなぐことを通じて、「自らの生活に活かすことができる観光」、「生産者と消費者をつなぐことができる観光」、「食文化を通じた観光による地域づくり」等について、筆者が在籍し、研究を行っている日本大学生物資源科学部食品ビジネス

学科フードツーリズム論研究室の研究活動について紹介させていただきます。

2. 食(フード)と観光(ツーリズム)の研究について

食文化は、所属する文化の中で食についての欲求を後天的に習得、継承し、充足させてきた人々の行動の総体¹⁾で、具体的には、原材料をつくることから、加工するまでの「食の生産文化」、出来上がった加工品を運ぶことから買うまでの「食の流通文化」、調理することから消化することまでの「食事文化」の各過程²⁾によって食文化は成立しています。

こうした食文化の各過程から生成される食材、食品、道具、調理法、食べ方などは、地域の環境条件や歴史の歩み方によって異なるため、「地域ならではのもの」としての固有性と希少性を持ち、地域の観光資源として機能する要素を持っています。しかしながら、観光を通して食文化が人々の生活にどのように溶け込み、存続・変遷するのか、また継承や振興に寄与していくのかといった相互作用を明らかにした研究は多くはありません。そこで、当研究室では、食文化を対象とした観光活動を「食文化観光」と定義し、食文化を対象とした国内外の観光活動を調査し、食文化観光を形成するための条件や具体的な方法、また、観光

活動に参加した人々の地域の食文化に対する意識や行動の変化についての研究を行っています。

観光において食を考える時、食べる楽しみをダイレクトに味わう観光も良いのですが、当研究室の観点から見た場合、生産や加工・流通の現場にまで遡った「その料理の美味しさを生み出す背景」や、「どのような歴史を経てその土地に根付いたか」といったことを知ることが肝要となります。そしてそのような観光においては、旅先で見聞き、感じる「非日常性」を自身の「日常」に取り入れていける観光のあり方が重要になります。

一例として、旅先で得た知識を日々の生活に取り入れ、その地域ならではの食品を恒常的に購入するようになれば、地域の産業を支えていく一つのきっかけになるといえます。また地域への愛着も食を通じて育まれると考えます。観光のもつ力である「楽しむ」ということから「学び」へつなげていくことで、食をより理解し、生活の幅を広げていくことができるのではないかと考え、研究を行っています。

3. 活性化させるきっかけとしての観光

例えば、「日本酒」を観光の対象として地方の酒蔵を訪ねる旅は冬が適しています。それは酒造りの重要な工程であり、最も見応えのある「麴づくり」や「発酵」は雑菌が少ない冬に行われるからです。いまやあらゆる設備のおかげで季節を問わず、一年中、製造できる日本酒ですが、その根底には「四季」の活用があります。食は、そうした四季を通じた「旬」を基盤としてこそ、本来の魅力を感じることができると

考えます。

また食文化を観光の対象としていく時、客観的な視点による再評価、再発掘が重要になります。食という人々にとって身近なものを観光の対象として成立させるには、自身が身をおく文化圏から「離れて」、対象を「観て」、価値を掘り起こす、あるいは再発見するということが必要となります。そのような視点からのコーディネーター育成や、地域住民・事業者、訪れる観光客といった観光の成立に関わる人々のバランスを良くしていくことが大切だと考えています。筆者は「観光の助演性」という概念を提唱していますが、観光はあくまで橋渡しであって、観光を行うことが主役になると様々な問題が生じてくると考えます。

現在、新型コロナウイルス感染症のため、日本における観光に関する施策は大きな転換を求められています。これまで、日本の観光立国推進基本計画では、2020年に訪日外国人旅行者数4000万人を目標として計画が進められ、10年後の2030年には6000万人に増やすことを目標としてきました。ちなみに、10年前の2010年の訪日外国人旅行者数は、およそ860万人になりますので、急激な増加であるといえます。日本人・外国人を問わず、観光客が増えるのはいいことですが、節度を持ち、地域の実情に沿った観光を目指さなければ、過剰な観光による様々な弊害が起こります。そのため、プロセスは緩やかかつ、丁寧であるべきだと考えるのです。

4. 研究のアプローチについて

食と観光に関連するこれまでの研究では、食を対象とした実際の観光活動におい

て、その企画・実施主体、選定される場、情報発信方法およびツーリストへの波及効果といった具体的な観光形成プロセスについては、十分明らかにされていない現状があります。特に、地域固有の歴史や文化から形成される食文化を対象とした観光活動は、各地域に存在する住民組織や中小企業が実施主体、あるいは観光の対象となって関わるケースが多く、幅広い人々を対象とした一般的な観光（＝マストツーリズム）の実践とは異なり、従来の研究ではその形成過程や波及効果を明らかにすることができていません。

そこで、筆者自身で地域の食文化を対象とした観光ツアー等を行うNPOを立ち上げ、実際に「アクション（行動）」して「リサーチ（調査）」（＝アクションリサーチ³⁾）するアプローチを用いて、「地域の食文化を対象とした観光活動を行うために必要な条件や具体的な方法」と、「地域の食文化を対象とした観光活動に参加した人々の地域の食に対する意識や行動の変化や人びとの生活にもたらす波及効果」について、多様な分野の研究者と共同しながら研究を行っています。

これらの実践的な研究を通じて、観光活動に参加した人々の地域の食文化に対する意識や行動、日頃の食生活に生じた変化について調査・分析し、食文化観光が人々の生活にもたらす波及効果を明らかにすることを目指しています。

当研究室では、食文化観光を実際に計画・実施することも研究対象とし、研究者が実際に研究対象に関わりながら、観光活動のあり方や参加者の変化を観察するアクションリサーチをもって、どのような食文化観光であれば、観光が食文化を継承・進展させ得るのかを追究するとともに、新たな観光の意義を提示していきたいと考えていま

す。

5. 食文化観光の実践

次に、食文化観光の具体的な事例として、奈良県で活動を行っている『なら食』研究会の取り組みを紹介させていただきます。『なら食』研究会は、2005年に設立された民間の非営利団体であり、筆者自身も立ち上げに関わり、現在も活動に携わっているアクションリサーチの母体となる会になります。

同会は、生産者と消費者との間に立ちながら、食文化、伝統、地産地消、安全等の立場から、それらを身近に体験できる機会を提供することで、地域の生産者と消費者とをつなげ、交流を促進する活動を行っています。その活動の一環として、「奈良の『食』発見ツアー」と題した食文化観光を企画し、実施してきました。

同ツアーは、奈良の食文化をコンセプトとして、奈良県内の食や農に係る産業の現場を対象とした観光ツアーを計41回（2020年8月現在）開催してきました。その行き先は、奈良県内の醤油、日本酒、お茶、お酢、味噌、葛、素麺、麩、柿の葉寿司といった産業の現場に加えて、割り箸、和紙、食



①醤油蔵の見学風景（奈良県御所市）



②醤油の諸味が木桶内で発酵・熟成している様子
の見学（奈良県御所市）



⑤奈良漬の代表的な原材料である
瓜を漬ける過程の見学（奈良県奈良市）



③奈良の三輪素麺づくりの
体験風景（奈良県桜井市）



④奈良漬の見学風景（奈良県奈良市）

器といった食と関連性をもつ産業にまで多岐に渡って展開されており、これまで述べ800名以上が参加しています。

同ツアーの移動手段はマイクロバスを使用し、各現場までの車中において、訪問先の食品の生産の歴史や文化に詳しい専門家が同乗して、訪問先の食品等に関する歴史・文化・栄養・調理方法等の説明を行います。例えば、写真①②のような奈良県内の醤油蔵を訪問する際の車中では、醤油と同じ原料で造る味噌を取り上げ、双方の違いについて、醤油・味噌造りに重要となるデンプンやタンパク質をアミノ酸に分解する働きをもつ「麴」に焦点をあてた説明を行います。専門的な呼称としては醤油・味噌双方ともに穀物に塩を入れて発酵させていく「穀醬（こくびしお）」と総称されますが、その違いとして醤油は「全麴」、味噌は「半麴」で造られるところにあります。醤油醸造における「全麴」とは、醤油の原料となる小麦と大豆の「全てに麴をつけて造る」のに対して、味噌は米味噌なら米だけ、麦味噌なら麦だけといったように「半分に麴をつけて造る」ものであり、このような工程の違いは味や香りの異なりとなります。こうした現代の日常生活の中では知り得る

機会が少ないといえる食品製造のプロセスについての説明を行います。

また写真⑥のお茶づくりの現場を訪問す



⑥天日干しのお茶づくりの
見学風景 (奈良県大淀町)

る際においては、日本における茶の成り立ちとして、1422年に編まれた朝廷の年中行事の由来を解説した書である『公事根源』をもとに、天平元年(729年)、聖武天皇の時代における記録にある「宮中に僧を召して茶を賜った」といった茶に関する最古の記録の紹介や、茶樹の栽培歴史として大同元年(806年)に弘法大師が唐から持ち帰った茶の種子を佛隆寺の開祖堅恵大徳に与えて、現在の奈良県宇陀市榛原区赤埴の地に播種したという経緯、また、お茶の捉え方の時代変化(葉としてのお茶から、嗜好品としてのお茶への変化)等の日常生活の中では知り得る機会が少ないであろうお茶の文化について説明を行います。

以上のように、『なら食』研究会で同ツアーを行うにあたっては、奈良という地域の食や農に関する歴史・文化・技術等を調査し、参加者に伝えています。

加えて、同ツアーを行うにあたっては、訪問する奈良の食や農に関わる産業の実状についても丹念に調査し、その内実を理解することを重視しています。そこでは、訪

れる先の生業に差し支えの無い範囲の参加規模(同ツアーにおいては、これまでの実践から約20名前後が最適であると判断して設定)でツアーを開催しています。

ここで重要なのは上記の事柄が「奈良という地域で実施する場合」であるということにあります。もちろん、上記の事柄については、他地域でも共有できる要素もありますが、大事なものは「地域それぞれの状況」を的確に捉えて実施していくことにあります。

具体的には、ツアーを行う側の考えのみではなく、訪れる側の実状や態勢について考慮しながら、実践していくというアクションになります。そして、そうしたアクションを行うためには、先述したアクションリサーチのアプローチが重要になると考えています。

6. おわりに

このように述べてみれば当然のこのようにも思いますが、観光を行うということそのもののみが重視される場合や、観光客数の増加数だけを目標として考えてしまう場合には、上記の観点が疎かになる傾向があり、結果として「観光のための観光」になってしまうことがあります。

日本各地に存在する食文化はじつに多様で、その担い手は日々、自身の生業と真摯に向き合っています。現代の日常において知り得る機会が少ない「地域ならではの食の歴史・文化」や「生産や加工に伴う食に関する技術」を実際に体験することができ「食文化観光」について、今後も研究を進めていきたいと考えています。

注)

- 1) 石毛直道・鄭大聲 編著『食文化入門』, 講談社, 1995年, pp.1～2.
- 2) 吉田集而「人類の食文化について」, 吉田集而編『講座食の文化1 人類の食文化』, 農村漁村文化協会, 1998年, pp.11～27.
- 3) アクションリサーチとは、社会問題の解決に向けて、研究者と当事者の人々が協働で取り組む実践的な研究手法のことで、近年地域づくりにおいて有効な研究手法として着目されています(参考文献: JST 社会技術研究開発センター・秋山弘子編著(2015)『高齢社会のアクションリサーチ-新たなコミュニティ創りを目指して-』東京大学出版会.)