

研究ノート

美食都市とフードツーリズムの形成

The Formations of Gastronomic City and Food Tourism

尾 家 建 生*

OIE Tateo

The gastronomy has been important resources for urban tourism and every cities are competing with other cities for gastronomic cities around the world. The regions without gastronomy cannot be perceived as attractive town anymore. In Spain, for example, Capital Spanish of Gastronomy (Capital Española de la Gastronomía) has started in 2012 by the national hospitality association and travel journalists association for bringing up gastronomic cities. At almost same time EU has begun Gastronomic City Project, and five cities has participated the program operating for 2 years, which was one of urban policies dominated by URBACT II. These are examples aimed at gastronomic cities. The purpose of this research note is to consider urban and tourism policies planning out gastronomic city.

キーワード：美食都市 (gastronomic city), フードツーリズム (food tourism), 都市政策 (urban policy)

1. はじめに

美食都市 (Gastronomic City)、食の都 (Capital of Food) あるいはグルメ都市 (Gourmet City、Foodie City) などの名称は旅行者を誘因するキャッチフレーズとして有効である。しかしながら、美食都市の定義はあいまいであり、一般的にそれが話題となる美食都市ランキングは従来、主にメディアにより発信されるものが多く、米国の USA トゥデイ紙やオーストラリアのシドニーモーニングヘラルド紙などによるものがよく知られているが、それらの評価の基準はさまざまである。レストラン評論家や料理界の有識者に評価によるものから関係機関の投票によるものなど評価方式もまちまちである。2007年にミシュラン・ガイドブックに東京版、次いで2008年に香港・マカオ版が加わり、ミシュラン・ガイドブックによる都市別のレストラン評価は毎年更新される星の数や三ツ星レストランの数により世界主要都市の

美食ランク付けを可能とした。

一方で、美食都市や食の都をみずからめざす市町や地域が近年増加している。例えば、スペインで2012年に始まった「スペインの美食首都」(Capital Española de la Gastronomía) は観光促進と雇用効果を主な目的としてスペイン国内の候補都市から毎年、一都市を選定し美食都市促進の活動を集中的に行う事業であり、その選定はホスピタリティ (ケータリング) の業界団体と旅行ジャーナリスト団体の2団体によりスペイン政府観光局との連携で実施されている。このプロジェクトの主な目的は、各年にデビューした美食首都がガストロノミーによる観光客の普及と都市の美食のオファーを促進し地域社会に貢献する行動を提案、原産地呼称保護制度のシールで品質保証された食品の販売促進活動のプログラムを推進して地理的表示と伝統特産品保証を保護すること、インセンティブプログラムの料理の卓越性を保護することである。さらに、美食首都の実践により蓄積される社会資本がスペインのガストロノミーを高め、スぺ

*大阪府立大学 21 世紀科学研究機構観光産業戦略研究所

ンを世界第一級の国際観光エリアのひとつとして位置づけることが期待される。手法としては「ヨーロッパ文化首都」に似ているが、外国人には知られざる地方の食の都が掘り出され、又、何よりもスペインのガストロノミーの再発見にも大きな効果が期待される。

フランスにおいては国の政策としてディジョン市、リヨン市、パリーランギス市、トゥール市の4都市をフランスの「美食都市（ガストロノミー・シティ）」とした選定が進んでいる。これらの4都市はフランスの食の遺産のイノベーション及び観光客、料理学校の学生、シェフの教育のセンターとして位置付けられ、フランスのガストロノミーを各都市のテーマに基づいて促進する。これまで歴史的にガストロノミーの先端を行くフランスの国家的事業だけにそのインパクトは大きい。

さらに、ヨーロッパ全体では欧州共同体（EU）が都市政策として推進している URBACT II プログラムの一環として 2012 年 12 月～2015 年 3 月の期間で実施する「美食都市プロジェクト」（Gastronomic Cities Project）がある。スペイン北部の町ブルゴス市（「スペインの美食首都 2013」でもあった）をリードパートナーとしてフェルモ（イタリア）、アルバジュリア（ルーマニア）、コリダロス（ギリシャ）、ロスピタレト（スペイン）の5都市が参加して行われているこのプロジェクトの目的は、ガストロノミーを観光と雇用開発のツールとする都市戦略であり、「ヨーロッパ 2020」（EU における成長戦略目標）を実現するための研究・イノベーション政策の体系的展開としてのゴール達成に重要な役割を担うものである。

このようにヨーロッパにおいては都市政策のひとつとして美食都市への取り組みが競争的環境とコラボレーションとによって組織的に推進されている。一方で、日本においては都市や県が単独で食の都推進事業を進めるケースが最近増加している。しかし、ヨーロッパに見られるような都市間連携によるよりダイナミックなプロジェクトはまだ見られない。

ヨーロッパや近年の北欧、南米に見られるようなガストロノミー（美食術）を都市や地域あるいは国の観光促進の重要な戦略としているケースは、世界各地におけるフードツーリズムの振興によっても明らかであり、観光学者のグレッグ・リチャーズの次のような発言によっても裏付けされる。「観光地間の競争が増すなか、地方文化は旅行者をひきつけ、楽しませるための新しい商品とアクティビティの価値のある資源にますますなりつつある。ここでは食が観光体験の中心であるだけでなく、ガ

ストロノミーがポストモダン社会においてアイデンティティ形成の重要な資源となりつつあるために、特に重要な役割を演じている」（Richards, 2002）。本研究はこのような都市と地域的美食都市への取組みにおけるガストロノミーの形成とツーリズムの関係から、ステークホルダーや行政・市民が観光戦略としてのフードツーリズム開発にどのように関わるかを検証し、美食都市の形成を考察するものである。

2. 都市とガストロノミー

(1) ユネスコ創造都市ネットワーク

食文化を都市政策のひとつの重要な要素とする制度事例としてユネスコの創造都市ネットワーク《食文化部門》（UNESCO City of Gastronomy）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共同する。メンバー都市は次のように認識される。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を開発し、「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。（出典：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（2010）、スウェーデンのエステルスンド（2010）、韓国の全州市（2012）、レバノンのザーレ（2013）の5都市の加盟が現在認定されている。食文化部門への日本からの加盟はまだないが、現在（2014 年 10 月）、鶴岡市と新潟市が立候補している。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

- 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、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。

(2) ユネスコ世界無形文化遺産

2003 年の第 32 回ユネスコ総会で採択された「無形文化遺産の保護に関する条約」は 3 年後の 2006 年 4 月に発効し、2008 年から 2013 年までに 192 件が登録されている。食文化の分野では 2010 年に初めて「フランスのガストロノミー」が登録され、同年にスペイン、ギリシャ、イタリア、モロッコの 4 カ国での「地中海料理」とメキシコの伝統料理の 2 件が登録された。2011 年にはトルコの「ケシケキノ伝統」、2013 年に日本の「和食」と韓国の「キムチ文化」が登録された。このようにガストロノミーはユネスコによって文化遺産として認知されるとともに、コミュニティ、市町村、都市あるいは国のレベルにおいてもアイデンティティや地域ブランドの形成に重要な要素であるだけでなく、観光開発と雇用開発にとって有効な手段として注目されている。わが国の「和食」の場合、その登録にあたって京都府、京都市、NPO 日本料理アカデミーの尽力が大きかったように、食文化は都市政策の一環に組み入れられ始めている。

(3) 都市政策とガストロノミー

前章で挙げた EU の URBACT II における美食都市プロジェクトのような事例からユネスコの創造都市ネットワーク、及び世界無形文化遺産の食文化に関する登録に見られるように、実体ではなくより大きなフレームワー

クの中でガストロノミー都市や地域の政策の要素になっていることが分かる。世界の諸都市は今、観光戦略的にガストロノミック・シティ（美食都市）を目指していることが次章の最近のフランスや EU の政策からもうかがえる。

3. URBACT

(1) 都市政策の交流と研修

ヨーロッパ共同体(EU)が欧州の都市政策として 2002 年からスタートした URBACT プログラムは「持続可能な都市開発を促進するヨーロッパの交流と研修プログラム」である。さまざまな都市問題を解決するために経済的、社会的、環境の次元を統合し新しい、持続可能な実践的問題解決を開発する都市を EU が支援する制度であり、ヨーロッパの都市政策に関与するすべての専門家とともにグッドプラクティス（よき経営実践）と教訓を分かち合うことを可能にするものである。URBACT プログラムのそもそもの目標は次のような事項で構成されている。①政策決定者、行政関係者、都市政策策定に関わる者に対し、交流の場と研修ツールを提供、②体験や成功事例を持つ URBACT パートナーとの交流から学ぶ、③欧州都市間の交流から学んだ成功事例や教訓の普及、④行動計画を定める都市の政策立案者、行政関係者、実行プログラムの管理運営機関への支援、である。

URBACT は 500 都市、29 カ国と 7,000 人が参加して実施される。財源は EU（ヨーロッパ地域開発財団）と EU 加盟国によって準備される。2002～2006 年に URBACT I が施行され、2007～2013 年には URBACT II が予算合計額約 6900 万ユーロ（約 96 億 6 千万円）で展開されている。II では I での結果を踏まえて情報の共有を容易にするために、新たな取り組みが追加されている。

1) URBACT II テーマ別ネットワークと作業グループへの管理運営機関の積極的な関与（現在までに欧州全域から 200 以上の管理運営機関がこのプロジェクトへ加わっており、都市問題における都市との共同作業に強い関心を示している）。

2) 地域に密着した再生に地元の主要関係者を広く深く関与させるため、参加都市に対して「ローカル支援グループ」の組織を義務づける。

3) 共有された知識を実際の行動につなげるために、参加する全都市に対して、最低一カ所の対象地区で「ローカルアクション・プラン」の作成を義務づける。

(2) URBACT II プログラム

欧州連合地域政策「欧州における持続可能な都市開発の促進」(欧州委員会、2009)によれば都市開発 URBACT は、RECITE プログラム (Regions and Cities for Europe ; ベルリンの壁崩壊後の 1990 年 12 月に欧州委員会により設立された EU の地域・都市政策) の慣行となっている URBACT の伝統を引き継ぎ、欧州における都市政策の主要な関係者間のノウハウと経験の共有を支援している。URBACT プログラムの目標は以下の通りである。

URBAN 共同体イニシアティブの下、2002 年～2006 年の間に実施された URBACT I プログラムは、アーバン・パイロット・プロジェクトまたは URBAN I プログラムのいずれかを実施した都市と町村を対象としている。2004 年には、都市開発において膨大な問題に直面し対応するため、ガイダンスと知識を必要としていた新加盟国のすべての都市が対象となった。合計 2476 万ユーロの資金が用意されたが、そのうち 1590 万ユーロを 2007 年～2013 年のプログラム期間中に URBACT II プログラムの枠組みで、欧州都市間の交流への支援を拡大している。予算合計額が約 6900 万ユーロ (その 77% が欧州地域開発基金との共同での資金提供) の URBACT II プログラムは、46 のテーマ別ネットワークと 14 の作業グループへ資金を提供する。2007 年から 2008 年に最初の提案要請が行われた後、現在までに 21 のテーマに関するネットワークと 6 つの作業グループにプログラムからの資金提供が認められた。これらプロジェクトには 253 団体のパートナーが関与しているが、そのうち 181 団体は都市である。このプロジェクトは URBACT II オペレーションプログラムのフレームワークのヨーロッパ地域開発ファンド ERDF によって共同出資されている。

URBACT プロジェクトの運営要点は以下の通りである。

- ・ 6～12 都市 (あるいは他のパートナー)
- ・ 2～3 年間一緒に討議し、共有し、共働する都市
- ・ 特別な都市問題に焦点した都市
- ・ 持続可能な都市開発へ結合した課題
- ・ 実践的なローカルアクションプランを開発するローカルパートナー
- ・ 他のヨーロッパ都市へのツールと忠告を開発するパートナー。

ここで、「ローカルアクション・プラン」は参加都市に共有された知識を参加する全都市に対して、最低一カ

所の対象地区で作成が義務つけられている。同時に、地域に密着した再生に地元の主要関係者を広く深くかかわらせるため、参加都市に対し「ローカル支援グループ」の組織が義務付けられる。(この節、欧州委員会資料参考)

4. 美食都市プロジェクト (Gastronomic Cities Project)

美食都市プロジェクトは、ガストロノミーをローカル政策目標の戦略軸として設定する観光デスティネーションとして、都市の領土的差異/ポジショニングの不足に直面しているブルゴス市 (スペイン) によって開発された経験を実践するものである。ローカル製品の質としての要素、イノベーションと創造性、シティズンシップ、公私のパートナーシップ、研究、シティー・マーケティングは戦略の重要な成分である。すべての領土が、観光と同様資源を発見するために上記のガストロノミー要素と資源 (専門家と同様) を持つことを考慮する。

美食都市は領土の変化する要素としてキュリナリー・ツーリズムの世代が他の場所へ継続可能であることを実証する。主なゴールは「ガストロノミー」のよき実践を、3 つの異なる視点からお互いに交流し学ぶためのフルプログラムによってネットワークの中の参加都市へ伝達することである。つまり、認識された良き実践を更新し、向上させ、技術移転の主要な成功の要素を識別し、横断的共同の新しい方法を発見することである。この目的のために美食都市の交流と研修プロセスは 2 つのレベルで稼働する。

- ・ ローカルレベルでのアクションプランの開発と実行における関連のステークホルダーを含む参加型アプローチ。
- ・ 国際レベルでは政策立案者と地元の関係者が国際的なイベント、スタッフ交流とピアレビューに参加するだろう相互学習アプローチによって、彼らが訓練され深く知るようになり、地元の状況を強化するだろう。

ガストロノミーを観光と雇用開発のツールとする都市戦略「美食都市」は URBACT のフレームワークのパイロット・トランスファー・ネットワークであり、その期間は 2013 年 12 月から 2015 年 3 月までの 2 年間でヨーロッパ 5 都市が、p.721 で既にふれたように参加している。そのプログラム構造は図 1 に見られるように、ガストロノミーをローカル政策目標とする 5 都市は 3 つの優先軸に沿って、リードパートナーであるブルゴス

市 (スペイン) により開発された経験を実践するものである。「交流と研修」、「社会資本化」と「コミュニケーションと普及」の 3 段階のオペレーションのもとにガストロノミーをテーマとしてパートナー都市間の交流と研修 (ワーキンググループ) が実施され、専門家を含めた資本化ツールの研究が実施される。

URBACT プロジェクトは主に参加都市の実務家と選ばれた職員からだけでなく、少なくとも 3 人のメンバーまたはパートナー国から公的機関、大学、研究機関が含まれる。各 URBACT プロジェクトはプロジェク

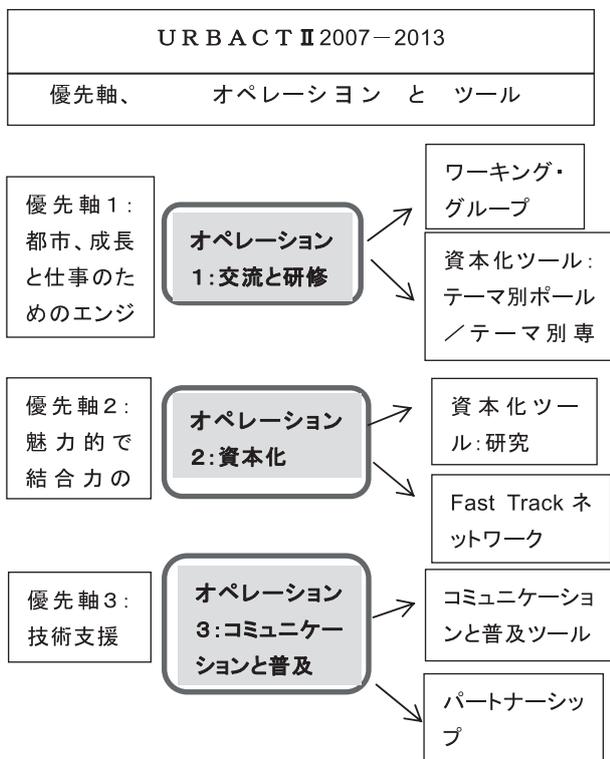


図 1 URBACT II のプログラム構成 (出典: 6. URBACT II Programme structure)

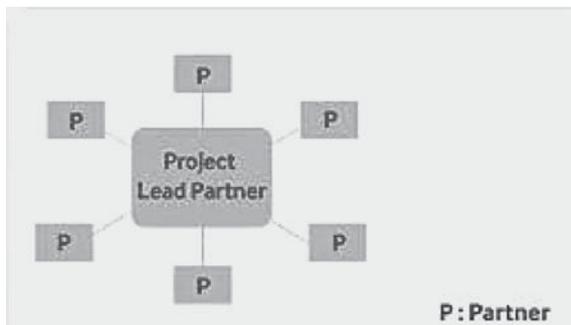


図 2 参加都市のパートナー組織

<http://urbact.eu/en/about-urbact/our-organisation/overview/>

トの実行、その管理、そして財政マネジメントの責任を持つリードパートナーを有する。

URBACT の組織におけるパートナー間の関係を示したのが図 2 である。中心に「プロジェクト・リードパートナー」が位置し (この事例ではブルゴス市)、他のパートナー都市との連携を組織する。

5. ローカル支援グループ (ULSG)

URBACT II プログラムの推進において各参加都市の非常に重要な内部組織としてローカル支援グループがある。ガストロノミック・シティーズ (美食都市) のホームページよりローカル支援グループの説明を以下に訳出する。

URBACT によって促進される持続可能な都市開発への統合されたアプローチは政策決定と伝達における主要なローカルのステークホルダーの参加に基づいている。地方の当局に参与する (地方管理内のさまざまな部局を含む) 開発パートナーシップは、受益者/利用者、非政府団体、公共機関、民間部門と市民社会 (市民と住民) が効率的な都市政策のデザインと実施の主要な要素であることが証明される。

URBACT ネットワークのすべての都市パートナーは都市によって発言された政策挑戦の利害関係を持つすべての関連のステークホルダーとともにもたらされる URBACT ローカル支援グループ (ULSG) を設置することを求められる (例えば、若者の失業、貧しい隣人の更生、住居のエネルギー効率等)。ULSG の主な目的は利害関係での異なる関心と問題を構成し、政策の優先順位に合意するための異なる意識をテーブルに着けることである、そして、これらの問題を、最も効率的な方法でこれらの問題を処理するような具体的なソリューションをデザインすることである。URBACT ネットワークの中では、パートナーの ULSG は統合された行動計画を共同生産すると期待され、ネットワークの国を超えたセミナーの間に起きる変化から引き出された知識、体験、教訓を埋め込む。

その結果、これらは「すべてに適合するワンサイズ」のフレームワークになることはできない。彼らが処理したい課題に応じて、地方の文脈と過去の経験に基づき、各 ULSG は地元のステークホルダーの異なる混合を構築するだろう (例えば、他の部門のメンバー、選ばれた代表、政府のさまざまな階層、受益者、非政府団体、民間部門 etc.)。

国を超えたレベルで特別な問題を協働し、体験を共有し、パートナーと協働することにより、ULSG は地方政策と実施についてのネットワーク活動のインパクトを向上させることを目的とする。最終的に、それは厳格で革新的な結果へ導き、効果的な政策を開発する地元のステークホルダーの能力を強化することへ寄与する。

URBACT II ローカル支援グループツールキットは参加型行動計画と実践を開発する挑戦的業務でパートナーシティを支援するために造られた。それは都市のステークホルダーを結集し、都市挑戦の分析と問題解決の共同作成の協働を促進するのに役立つと証明されてきたガイドラインとツールを供給する。

1) ステークホルダー分析とステークホルダーの重要性／影響のマトリックス

・ステークホルダーの関心分析：さまざまな課題の団体を理解するために、問題点、利益とその課題にいかん影響されるか、変化をもたらす能力と動機、ステークホルダーの利益を主値するための可能な行動

2) ローカル支援グループに対する自己評価

・会合の回数、LSG の組織、LSG メンバーの多様性、住民、サービスやビジネスの利用者の参加、市民、住民等のエンパワーメント、など 9 項目からなる。

3) 問題の樹形図と問題と問題解決表

4) 行動表

5) ローカルアクション・プランの自己評価ツール

なお、ツールキットは EU 内の 13 カ国語で利用可能である。

6. ブルゴスのガストロノミック・エンジンイベント

URBACT II の美食都市プロジェクトのリードパートナーを務めるブルゴス市（カスティーリヤ州）はスペイン北部の人口 179,097 人の都市であり、2013 年の「スペインの美食首都」に選定された。“Devora, es Burgos” キャンペーン（ブルゴスは食らいつくという意）を 2012 年から 2014 年に展開したブルゴス市はその実績と成功から美食都市プロジェクトのリードパートナーに指定され、参加都市の規範となるべくプロジェクトの中心となった。ここでは、そのブルゴス市が 2014 年の例を取り上げ、実際にどのようなフードイベントを展開してきたのかをそのプログラムにより概観する。

(1) 「ブルゴス 2014」でのイベント例

プログラムの主要な優位性はほとんどの活動が大きな

予算を求めないということである。提供されるものやホテルとレストランは既にそこにあり、新しくつくられるべきものは何もない。博物館と展示はその週末だけチケットの料金を下げる、そして文化的活動はその週末に合わせて調整ができる。スポンサーあるいは HORECA（欧州の飲食サービス業組合）からの現物支給も含まれる。こうした 40 近いイベントが 2014 年 4 月 11 日（金）～13 日（日）の 3 日間に提供された。

- ・期間中のホテルの特別料金（朝食付）とレストランでの特別料金：4 コースとローカルワイン €25 (3,500 円)
- ・特製タパスとワイン、ビール又はウォーター €2.5 (400 円)
- ・「ローカルシェフと生産者のショー、ガストロノミー対談」
- ・5 種のスポーツ分野から 5 人のスポーツ選手 テーマ「ダイエットとスポーツ」
- ・デボラ・バス：市内からワイナリーへのシャトルバス
- ・デボラワインテイスティング 専門家による 3 種のワインのテイスティング
- ・デボラチルドレン：こども料理コンテスト
- ・家族のための料理ワークショップ
- ・デボラインダストリー：食品工場へのシャトルバス、コールドミートとサンミカエルビール工場
- ・オリンピック選手と走る世界遺産ランニングツアー 5 km
- ・シェフチームのコンテスト
- ・シェフの料理コンテストに出席する *ソーシャルネットワークによって大衆の審査委員会が選ばれ、ファミリーの観客活動に子供と参加する、町の文化施設を埋める。
- ・ガストロノミー、観光、歴史と文化のコンビネーションは町に非日常の街頭生活をもたらし町のイメージを高め、その経済開発に有益である。

(2) 経済とメディアのインパクト

イベントの 2012 年～2014 年を通じた成長をまとめる。

「ブルゴス 2012」インパクト経済効果は€560,000 に達し、250 室以上が予約され、ショーッキングで 2,350 のメニュー、8,450 のタパスと 2000 以上の来場者だった。「デボラはブルゴス 2012」のウェブサイトは 27 日間で 91,169 の訪問で、イニシアチブから生じ

た大きな関心を反映している。

「ブルゴス 2013」インパクトイベントに参加した 36 のレストランは週末の間に 5,600 のメニューをサーブした。このデーターは €140,000。これらのデーターに 11,599 のタパスが売れ、「デボラはブルゴス」キャンペーンでホテルの部屋は 100% 提供された。最終の経済効果は HORECA で €250,000 を超える経済効果だった。

「ブルゴス 2014」インパクト 7000 メニューとウェブサイトを (3 週間) 180,000 ページビューに達した。クッキングコンテストには 1,100 人以上の人が集まり、トータルでは何らかの活動に参加したのは約 10,000 人だった。

(3) その他の効果

農村と都市の結合…郊外のワイナリーと食品製造所を訪問したのが良かった。普段はバスがない、市内の店で使っている食材との共同創造と相乗効果。

シェフとの協働…料理ショーでのシェフの参加は、シェフの重要さが伝わりその後の運営にも効果があった。

提言とパートナーシップからの可能な向上…ガストロノミックシティ・スタッフ交流

全体的に “Devora, es Burgos” のイベント効果を次のようにまとめることができる。

- ・ブルゴスのイメージを向上させ、市民が生活を楽しみビジターが体験を好きになる町としてスペインの地図に位置付けた。

- ・国内だけでなく海外からのビジター数を増やした。

- ・ギネスブックに 500 人のボランティアによってつくられた世界最長の 187 メートルの黒ブディング (ソーセージの一種) 「モルシーラでブルゴス」により市民の結束が図られた。

- ・伝統的ガストロノミーとガストロノミー、教育的ガストロノミーコースのための原料としての農産物についての研究を開始したプロジェクトはフォーラム、ディスカッションとワークショップを組織した。

- ・資金はブルゴス市によって供給された 40 万ユーロ (5,600 万円) であった。ホテル、レストラン、バー、ミュージアムと他のサプライヤーが宿泊のフリーや低価格で予算へ貢献した。これはメディアとツアーオペレー

ターの招待やファミトリップにとって本質的に重要であった。

- ・多数の美食と文化観光イベントから構成される革新的イベントであった。そこには成功モデルにとって必要な要素のすべてがある：つまり創造性、多様性と美味！非常にうまくバランスのとれた 3 日間。それは寄せ集めのイベントではあるが、近い将来を再考する進化とコンセプトへ開かれている。

7. 美食都市と観光促進—まとめ

UNWTO (世界観光機関) は「フードツーリズムについてのグローバルレポート」(2012) でこう述べている。「近年、ガストロノミーは地域の文化とライフスタイルを知るための欠くことのできない要素になってきた。ガストロノミーは観光の新しいトレンドに結びついた伝統的な価値のすべてを具現化する。つまり、文化と伝統、健康的なライフスタイル、真正性、持続可能性、体験を尊ぶ」(UNWTO, *Global Report on Food Tourism*, 2012, p.10)。美食都市を目指すことは、ガストロノミー資源を観光活性化に利用することであり、同時にそこにはガストロノミーに向けた市民の結束を必要とする。EU の URBACT 都市開発政策のひとつである「美食都市プロジェクト」の展開はわが国における美食都市政策を考える上で重要なヒントとなるであろう。URBACT II の「美食都市プロジェクト」の実践の詳細については今後のテーマとする。

謝辞：本稿は JSPS 科研費 24611027 の助成を受けたものである。

【参考文献】

Network of cities of Gastronomy、<http://www.frenchfoodintheus.org/spip.php?article4747>

欧州委員会地域政策総局「欧州における持続可能な都市開発の促進」(2009) URL : ec.europa.eu/regional_policy/sources/.../urban_2009_ja.pdf

URBACT : <http://urbact.eu/index.php?id=1>

Gastronomic Cities URL : [urbact.eu/en/projects/human.../gastronomic-cities/homepage/Welcome to Spain's official tourism portal](http://urbact.eu/en/projects/human.../gastronomic-cities/homepage/Welcome%20to%20Spain's%20official%20tourism%20portal)

UNWTO ; *Global Report on Food Tourism*, 2012