

地域の食文化とガストロノミー

尾 家 建 生

1. はじめに

観光産業における食の役割は、旅行者消費に占める食の比率（例えば、京都市への日帰り観光客の現地消費の場合38%¹⁾）にもかかわらず、観光研究としてはこれまで重視されてこられなかった。しかし、近年、観光動機における食事の需要が高まり、観光目的地での食体験が旅行者の観光欲求を満足させる要素であることが示され（A. Yunkel, 1998²⁾）、経済面でも農漁村での食材生産と観光産業の関係を経済分析した（Telfer 他, 1996³⁾）やオーストラリアのワイン・ツーリズムの戦略的マーケティングを論じた（Macionis, 1998⁴⁾）などにより観光産業における食分野の重要性が指摘された。一方、2000年前後からは美味学を意味するガストロノミーの概念が観光研究の対象となり始めた。Westering (1999)⁵⁾は旅行の主要な動機としてのガストロノミーとヘリテージの関係を認識する必要性を述べ、Hjalager & Richards (2002)⁶⁾はガストロノミーが観光の商品と消費の本質的な構成要素となることを指摘した上で、幾人かの執筆者によりガストロノミーを多様な視点から分析している（Fiels, Scarpato, Corigliano, Hall, 2002⁷⁾）。それらの研究からは地域での農業及びフードサービス業と観光客の味覚体験との関係において、ガストロノミーが新たな旅行者需要に対応した重要概念として位置づけられることが明らかとなった。しかしながら、わが国においてはフード・ツーリズム現象が各地に見られるにもかかわらず、地域開発や旅行マーケティングにガストロノミーの概念を導入することはなされてない。場所の味覚を観光資源と捉えるフード・ツーリズムにおいて、ガストロノミーを基本的概念として体系化し、フード・ツーリズムの促進に応用されることが求められる。本論

は、ガストロノミーの意義と体系を地域の食文化から考察し、食産業と観光事業の統合に地域再生への理論的糸口を見出そうとするものである。

2. 地域の観光戦略

A. プーンは代表的なニューツーリズム論である「ツーリズム、テクノロジーと競争戦略」（1997）の第10章観光デスティネーションの戦略のイントロダクションにおいて次のように述べている。「今日、課題は観光を開発するかどうかではなく、むしろ次に示すようなことである。」と10項目を箇条書きし、その最初の3項目を次のようにあげている⁸⁾。

- ① 地元コミュニティが利益を受ける方法で観光産業をいかに開発するか。
- ② 農業や製造業やサービス業のような他の部門を再生するために観光産業をいかに利用するか。
- ③ 未来のために、観光がいかに持続可能な経済と環境を創造できるか。

これらの戦略条件は、わが国で着地型観光やニューツーリズムといわれる地域の観光事業にそのまま当てはまるものであるといえるが、特に、第2項目の「農業や製造業やサービス業のような他の部門を再生するために観光産業をいかに利用するか」は重要な課題といえる。

わが国における地方の経済的・社会的疲弊は、この数十年来のものである。1960年代に始まった地方から大都市圏への人口移動による中山間地の過疎化問題は、70年代、80年代に中小都市を含む地方から首都圏への一局集中的な人口流失へと拡大し、さらに経済のグローバル化が地場産業の衰退に追い討ちをかけ、地方の衰退は

2000年以降も大きな課題と成り続けている。地域再生の有力な手段として導入された観光は住民参加のまちづくりや公共事業と相まって、試行錯誤が行われてきた。公共事業による第三セクターの観光振興の多くはハードを優先したものであり、必ずしも地域資源の活用に結びつくものではなかった。一方で、まちづくりにおける再生の資源となったのは主に歴史的な建造物、町並み景観や近代産業遺産であり、地域資源開発型の観光振興であった。例えば、長浜市（滋賀県）の旧黒壁銀行と町家、小樽市（北海道）のレンガ造りの倉庫群と運河、内子町（愛媛県）の製蠟工場と町家、小布施町（長野県）の造り酒屋、和菓子と北斎の美術品などは、地方都市に残された江戸時代から昭和初期にかけての地域資源を活用した代表的な観光まちづくり事例である。このような地方都市は、現在、80箇所を越えた重要伝統的建造物群保存地区を中心に、全国に100箇所以上を数えることができよう。ただし、それらの全てが観光事業として成功しているわけではなく、又、必ずしも住民が観光地を目指しているわけでもない。しかしながら、地域資源の有効な活用がその地域の持続性にとって大きな課題であることに変わりはない。プーンの指摘する観光を利用した地域産業の再生は地域にとって重要な課題となろう。又、そのような観光はニューツーリズムと呼ばれ、新しい時代の観光形態と観光事業を規範化するものでなければならぬ。ニューツーリズムのあるべきひとつの方向は住民参加と地場産業の活性化を伴う観光戦略を示すものである。

3. 地方の食文化

地方文化も又、地場産業と製造業の衰退、人口の減少、中心地商店街の空洞化により存続が危ぶまれている。例えば、地方の伝統的な食文化は、現代人の家族構造とライフスタイルの変化、嗜好の変化、食品加工・保存・運搬技術の進歩、外食産業の発展、食品流通のグローバル化などにより、著しい変貌を遂げつつあるといえる。ごく一部の郷土料理や地方料理は観光商品として活用され、継承されているとはいえ、多くの伝統料理は食材そのものの栽培が途絶えたり、季節の行事や祭祀そのものの消滅により消えつつある。さらに、地方都市の食文化の継承に重要な役割を果たしてきた「料亭」の衰退もそのような地域の食文化の変容のひとつにあげられよう。

このような食文化の変化の中で、2000年を前後して

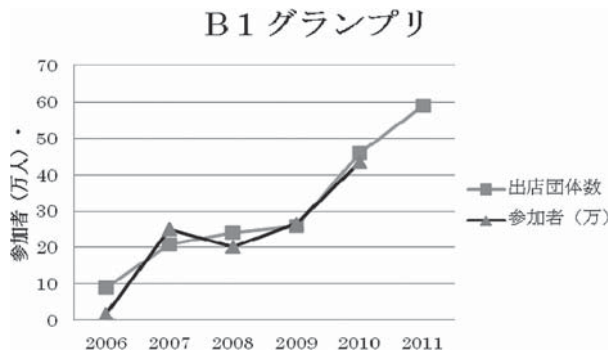
食に関連した地域活動、行政施策、まちづくり、生産物流通、観光事業などにおいて様々な動きが見られる。学校給食を中心とした地産地消運動、農産物の直売所や農家レストラン、B級ご当地グルメによるまちづくり、食べ歩きマップによる観光振興、まちなかバルの開催などである。それらの活動や運動が地方の食文化を再生・創造しつつあるといえるが、一方で、コンビニエンスストアや外食チェーン店の普及は食文化の画一化を一層加速もしている。

(1) 農山漁村の郷土料理

農林水産省が2007年に選定した「農山漁村の郷土料理百選」は食文化遺産の継承と普及のキャンペーンであり、その趣旨は「全国各地に伝わる郷土料理のうち、農山漁村で脈々と受け継がれ、かつ『食べてみたい！食べさせたい！ふるさとの味』として国民的に支持されうる料理を郷土料理百選として選定、それにまつわる歴史、文化、レシピ、伝承活動等についてとりまとめ、全国に情報発信し食文化を通じた地域振興を図るとともに、都市と農山漁村の交流を促進する。」⁹⁾である。これは地方の食文化が継承されるだけでなく、観光や食品販売に活用できる観光資源であることをアピールするものである。この選定を機会に地域ブランドとして積極的に推進している地域もある。さらに、2009年には「郷土料理百選」と「御当地人気料理」から選んだ118の料理の英文ガイドを作製し、外国人旅行者への紹介を行っている。ユネスコの世界無形遺産として食文化の申請・登録が進められているように、伝統的な食文化は地域が積極的に活用すべき地域資源である。

(2) B級ご当地グルメ

讃岐うどんや喜多方ラーメンなどの既存のB級グルメに加えて、2000年に始まった富士宮やきそばブームをきっかけにした「B級ご当地グルメ」は、庶民の食を通じたまちづくりを目的として全国各地に広がっている。2006年から愛Bリーグ（B級ご当地グルメでまちおこし団体連絡協議会）¹⁰⁾により開催されている「B1グランプリ」は図表1に示す通り出店団体の増加とともに来場者数が激増している。なお、各開催地は2006年八戸（青森県）、2007年富士宮（静岡県）、2008年久留米（福岡県）、2009年横手（秋田県）、2010年厚木（神奈川県）、2011年姫路（兵庫県）である。ご当地の美味を求める地域住民の熱気とB級ご当地グルメへの関心の高まりは地方の食文化がレジャー商品化している



図表1 B1 グランプリの参加団体・来場者数推移

とも取れるが、土地の味覚を体験することが基本となっているのは確かだ。

(3) 伝統野菜

各地での伝統野菜(在来作物)が地域資源として注目され、その復活と活用が近年進んでいる。伝統の野菜がまとまって国の地域団体商標登録に登録されている「京の伝統野菜」と「加賀野菜」をはじめとして、なにわ伝統野菜、江戸野菜、能登野菜、庄内の在来作物など、伝統野菜を使った地方料理がよみがえりつつある。「京の伝統野菜」は明治以前から京都府下で栽培していたことなどを条件に1987年に定義されたが、2006年頃から九条ねぎや賀茂なすなどが百貨店で販売が伸び始め、その普及の中心となっている(社)京のふるさと産品協会は生産者、流通・販売関係者、料理人から現在23名を「京野菜マイスター」に認定しその普及に努めている。山形県鶴岡市の地場イタリアン・レストラン「アル・ケッチアーノ」は、2005年に山形大学農学部設立された山形在来作物研究会と共に在来作物の活用を推進し、イタリア料理の食材とすることにより再生した。伝統野菜の復活は地域の食文化の振興にとって重要な機会となるであろう。

(4) 直売所・ネット通販・6次産業化

生産農家と消費者との関係は、2000年以降に顕著になり始めた農産物の直売、ネット通販、6次産業化により大きな変化を見せている。新鮮・安価・地元産を特徴とする直売所、ネットでの購入と宅配システムで便宜性の高いネット通販、美味でユニークな地元産の食品と農家レストランにより消費者は農産物の購入を楽しみ、知識を増やし、食による健康を維持できるというメリットを享受できている。又、生産農家には自主的な販売が可能となり、付加価値を生むことを学び、地域のブランド

図表2 関西のまちなかバル開催状況

年	開催地	開催の回数
2009年	伊丹	1
2010年	伊丹(2)、奈良、守山、田辺、甲東園、板宿	7
2011年	野田(2)、福島、うえほん、京橋、八尾、西中島、大阪水辺、西区新町、北浜、ベイ&リバーサイド、堺東周辺、水辺、伊丹(2)、明石、武庫之荘、川西、宝塚、西宮東口、甲東園、甲子園、板宿(2)、三田、田辺(2)、和歌山、奈良(2)、御所南、木屋町	32 *府県別内訳(大阪府13、兵庫県12、和歌山3、奈良2、京都2)

(2011年12月10日現在)

化にも貢献できるというかつて経験したことのない大きなメリットが生じた。一方で、安価な外国産の農作物が大量に輸入されているという現実があるのだが、消費者にとっての選択肢は確実に広がっている。今後、地域の食文化を商品化できる方法と機会が増大するとともに、地域間の競争も激化し、認証制度の充実なども求められよう。

(5) まちなかバル

函館市西部地区において2004年に始まった飲食イベントの「まちなかバル」は、2010年には全国に広がり開催地区が増えている。関西地域(近畿2府4県)での開催状況は、2011年は大阪府でのべ開催13回、兵庫県で12回をはじめ関西地域で32回の開催を数えている。まちなかバルは開催運営システムが函館バルで完成されており、参加店がまとまれば比較的安価な予算で実施ができる特徴がある。開催時間も昼間から深夜にかけての店ごと自由な時間帯での開催が可能で、1日開催や2日開催なども自由、スペインの食文化を取り入れた新しい飲食イベントとして、又、食のライフスタイルの創造として地域の飲食店コミュニティの活性化の効果が期待されている。

以上のような食文化における新しい傾向は、地域での美味の追求を暗示するものである。地域の個性あるガストロノミー(美味学)が、土地の味覚を創造しつつあるといえる。

4. ガストロノミーの意義

ガストロノミーの語源は古代ギリシアにさかのぼり、ガストは「胃」を、ノミーは「…学」「…法」を意味す

る。したがって、ガストロノミーは美味学、美食法、美食術と訳されている。紀元前4半世紀半ばのギリシアの詩人であり料理人のアルケストラートは地中海を逍遙し最上の珍味を味わい、詩篇『ガストロノミー』を書いたといわれるが現存はしてない。古代ギリシア時代にはガストロノミーは美食を楽しむ料理術の意味で使われていたと想像される。近代ではフランスの詩人ベルシユウが詩篇『ガストロノミー』(1801)を著しているが、その内容¹¹⁾からは美食を賛歌する風がうかがえる。その後、フランス人のブリア・サヴァランが1826年に出版した「味覚の生理学」(邦題「美味礼讃」)¹²⁾によってガストロノミーはひとつの学問体系として提唱されるが、これは文学的概念を学問として体系化をしようとする画期的な試みであったといえる。サヴァランは弁護士であり、その生涯を裁判所の判事として長く務めた。サヴァランのガストロノミーは学問体系としては未完成のまま21世紀に引き継がれたと言える。

現代におけるガストロノミーの一般的な定義はブリタニカ百科事典の〈いかに食材を選択し、料理し、給仕し、美味しい食を楽しむかの術を指していう〉¹³⁾が簡明で適切である。しかしながら、この定義からはサヴァランの描こうとした壮大な意図は欠けているといわざるを得ない。サヴァランの「味覚の生理学」(この題名は本文から「美味学=ガストロノミー」を指していることが容易に推察される)の冒頭にはまず《本書の序文となるまた美味学の永遠の基礎となる 教授のアフォリズム》との献辞とともに20篇から成るアフォリズムが掲げられている。その中には、現在でも人口に膾炙されている、「どんなものを食べているか言ってみたまえ。君がどんな人であるかを言いつけて見せよう。」のアフォリズムが含まれている。

「味覚の生理学」は第1部と第2部からなる構成で、第1部は30篇の「瞑想」で構成されている。そのなかの「瞑想3 美味学について」の一節、〈美味学の定義〉でサヴァランはこう述べている。「美味学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。その目的はできるだけよい栄養によって人間の生命保存に努めることである。」(下線、筆者)ここでの『栄養』と言う言葉は当時においては人命に関わる重要な意味を含み、現代のように誰でもが享受できる栄養や栄養学を示すものではなく、現代にたとえるなら広く生活の質のもととなる文化的滋養と言い換えることができよう。又、『あらゆる事柄の整理された知識』とは、ある種の学問的体系を示していると言える。従っ

て、『生命保存』も又、広義あるいは隠喩として捉える必要がある。

サヴァランはさらに続けてこう述べている。「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、この美味学こそ、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。」ここで言う『一定の原理』とはガストロノミーという概念を指しているのではないだろうか。さらに最後の『原動力』という言葉であるが、サヴァランのガストロノミーの定義から、それが生産者や料理人を動かす「原動力」となりうるということが分かる。農漁業により食料が生産され、食品加工され、流通して料理され、人々はそれを飲食する。その土地の風土から生まれた味覚が食料には存在し、その味覚を伝えるために料理人は調理し、料理が提供されるのである。その過程全体を動かしている原動力がガストロノミーそのものであるということができよう。つまり、地域において経済や社会・文化を活性化させる推進力になることができるのがガストロノミーである。このようにサヴァランが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概念であることが示唆される。

5. ガストロノミーの構成要素と体系化

ガストロノミーとはしたがって現代社会におけるひとつの体系であるということができる。サヴァランは同上の「美味学について」¹⁴⁾の章で「美味学は、」と次のように定めている。

「博物学につながる。食用になる諸物質の分類を行なう点で。

物理学にもつながる。それら食品の成分や性質を検査するから。

化学にもつながる。それらをいろいろに分析したり分解したりするから。

料理術にもつながる。食品を調理しそれを味覚に快いものにする技術として。

商業にも関係がある。いかにしてその消費する食品類を安く手に入れるかに骨折り、またその売り出したものをいかにして有利にさばくかに苦心するから。

最後に国民経済にも関係がある。その提供するものは

課税の対象ともなるし、諸国家間の交易の対象ともなるから。』¹⁵⁾

さらに、サヴァランは「美味学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。』¹⁶⁾とその体系の運用について述べ、「実に美味学こそは人々および事物を視察して、国から国へと、知られるに値する全てのことを伝達する。』¹⁷⁾と記している。サヴァランはガストロノミーに社会を動かす原動力を感じていたのであろう。それを体系化する使命感が彼の著書からは伝わってくる。この章の最後に、〈美味学者のアカデミー〉という節があり、そこでは「ちょっと見ただけでも美味学の分野は以上のように広くあらゆる種類の結果を豊かに含んでいるが、今後もそれを専攻する学者たちの発見と研究によってますます拡大するばかりであろう。(中略) まず、ひとりの富かつ熱心な美味学者が自宅で定期的な会合を催すことであろう。そこでは、最も学殖ある理論家が料理人といっしょになって食品学のあらゆる部分を論じたり掘り下げたりするであろう。』¹⁸⁾と述べている。

料理評論家の佐原秋生は「学としてのガストロノミ』¹⁹⁾と題された小論で、ガストロノミーの構成条件として 13 分野をあげている。図表 3 はそれを筆者が抄録したものである。

図表 3 「学としてのガストロノミ」の 13 分野 (佐原秋生、2010)

1	ガストロノミとは何か-「学」の定義
2	飲食の歴史
3	主要な国と地域の飲食の現状
4	日本特論
5	ガストロノミ史-料理論、飲物論、供用論、運用論
6	食材
7	調理
8	ワイン
9	その他の飲物
10	レストラン
11	サービス
12	メニュー
13	飲食技法

このように、ガストロノミーは歴史的・実践的な食文化をカバーする学問体系とみなすことができるが、ガストロノミーを学問としてのみならず、地域活性化の原動力として概念化する場合、地域におけるガストロノミーの体系化が求められる。

ガストロノミーの構成要素は食の生産から消費まで広

く食文化の範囲に分布するものと仮定される。図表 4 はガストロノミーの構成要素を一覧にしたものであり、右側にさらに観光資源を対応させたものである。ガストロノミーの構成要素は生産地の風土から食文化まで広範囲にわたるが、それらの要素に観光要素を対応させることができ、フード・ツーリズムやカリナリー・ツーリズムを成立させることができると考えることができる。これらの観光資源をツーリズムに取入れることにより、サブライサイドにおけるフード・ツーリズム、あるいはカリナリー・ツーリズムが形成され、成立する。ガストロノミー自体は食と食を取り巻く人々の様々な営みから生ずるものであるが、そこに含まれる観光資源の作用により、アトラクションが形成され消費者の観光行動を引き起こすことができる。ガストロノミーの概念は、地域によって多様な実体を生じるであろう。

このように、フード・ツーリズムは観光資源の市場から食習慣までの各要素に対応して成り立ち、カリナリー・ツーリズムは料理人、料理法、フードサービスに対応して形成される旅行形態といえることができる。しかしながら、両者を用語上区別する必要性はあまり認められない。カリナリー・ツーリズムは国際カリナリー・ツーリズム協会²⁰⁾を Erik Wolf が設立したことによって世界に広まったものである。Erik Wolf はこう述べている。「“カリナリー・ツーリズム”は旅行と飲食産業の両方に交差し、影響する新しく定義されたすきまであり、長く絡んできた。この比較的新しい用語は、学者の Lucy Long により食を通じて他の文化を体験する考えを表明するために 1998 年に新造された。」「簡単に言うと、カリナリー・ツーリズムは訪問客のためにアトラクションとして料理された飲食の開発とプロモーションである。』²¹⁾

図表 4 ガストロノミーの構成要素とツーリズム (尾家、2011)²²⁾

	構成要素	→	観光資源	
ガストロノミー	生産地		景観	フード・ツーリズム
	農業・漁業		生産者	
	農水産物		食材	
	流通		市場・直売店	
	加工		特産物	
	料理人		シェフ	
	料理法		メニュー	
	フードサービス		レストラン	
	祭り・儀式		フェスティバル	
	フードウェイ		地方料理・食べ方	
	ワイナリー・醸造		テイスティング・購入	
	食文化		ヘリテージ	

フード・ツーリズムにガストロノミーの概念を導入することにより、食と観光による地域開発手法の理論化が可能となる。地域のガストロノミーの追求により、食と観光との融合によって地域の生産力を高め、観光事業を活性化するためにも、ガストロノミーを基本概念とするフード・ツーリズム開発の研究が必要となる。

6. ガストロノミーの特性と地域—まとめとして

最後に、ガストロノミーの特性を三点あげ、ガストロノミーと地域の関係のまとめとする。第一に、ガストロノミーは地域の食とその関連産業から成る総合的な体系であり、経済、文化、社会的要素を含んだある種の地域システムである。又、学問領域としてのガストロノミーは学際的であり、その点で、ガストロノミーはツーリズムと相似形であると言える。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、さらに明らかにされる必要がある。

次に、ガストロノミーを基礎概念とする地域開発には、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が必要である。地域の企業や事業所が緩やかに、あるいは堅固に結合することにより、よりパワフルな地域の動力源となることができる。そのような事例は、ユネスコの創造都市〈食文化部門〉に今秋申請予定の庄内地方の鶴岡市において見られる。山形県主導の第一次産業のブランド促進戦略、観光関連施策などの政策と庄内総合支庁のイニシアティブをベースにして、民間が域内にガストロノミー・クラスターとも言うべき複合産業クラスターを構築し、大都市マーケットに向けて情報発信とプロモーションを行っていく構図が、モデルのひとつと認められる。

第三にガストロノミーはヘリテージ（遺産）を開発し、維持し、促進する力と見ることができる²³⁾ (Westering, 1999)。そのような事例として、フランスをはじめとする国々が食文化を文化遺産とみなし、ユネスコによってサポートされ、継承し、現代に生きる文化遺産として活用する例があげられる。

サヴァランがおよそ200年前に描いたガストロノミーは、その時代の食文化と社会のあり方を今に伝えるものであると同時に、その思想の骨格にわれわれは現代の価値を吹き込むことにより、新しい概念として蘇らせることができるだろう。そのようにして、現代観光におけるガストロノミーの重要性と必要性を浮き彫りにし、地域にガストロノミーを追求することが新しい産業システ

ム、文化システムを構築する地域の再生へと繋がるであろう。

*本研究は、日本観光研究学会の「フード・ツーリズム研究分科会」の研究活動の一環として行ったものである。

引用・参考文献

- 1) 京都市産業観光局「京都市観光調査年報」平成21年(2009年)の第13表観光消費額調により算出。宿泊客の場合、食事代は23.4%を占め、宿泊代は35.3%を占める。宿泊代にはホテルや旅館など宿泊形態によりそこに含まれる食事代の割合の算出は難しいが、仮に宿泊代のうち飲食関係が20%を占めるとすると、宿泊の場合の食事関係は約30%となる。又、宿泊と日帰りの全体で食事代、宿泊代(内20%を飲食とする)、土産品代(内70%を食品とする)を合計すると、滞在費の内、食関係(飲食、食品の土産を含む)の滞在消費額に占める割合は50.9%となる。
- 2) A. Yunkel & Rimmington: Tourist satisfaction and food service experience: Results and implications of an empirical investigation, *An International Journal of Tourism and Hospitality*, 1998
- 3) David J. Telfer & Geoffrey Wall: Linkages between Tourism and Food Production, *Annals of Tourism Research*, 23, 1996
- 4) Niki Macionis: Wine and Food Tourism in the Australian Capital Territory: Exploring the Links, *International Journal of Wine Marketing*, Vol 10, 10 issue, 1998
- 5) Jetske van Westering: Heritage and Gastronomy: the pursuits of the 'new tourist' *International Journal of Heritage Studies*, 1999
- 6) Anne-Mette Hjalager & Greg Richards: *Tourism and Gastronomy*, Routledge, 2002
- 7) 同上の Fiels, Scarpato, Corigliano, Hall の各執筆, 2002
- 8) A. Poon "Tourism, Technology and Competitive Strategies" p 287, 1997, CAB International
- 9) 農林水産省 HP: <http://www.rdpc.or.jp/kyoudory-our100/>
- 10) B級ご当地グルメでまちおこし団体連絡協議会は2010年4月に一般社団法人となった。
- 11) 平山弓月「フランス食文化:ベルシュウ『ガストロノミー』読解の試み(1) 京都外国語大学『研究論叢第70号』、2008を参照。
- 12) ブリア・サヴァラン著、関根秀夫・戸部松実訳「美味礼讃(上)・(下)」(1967、岩波文庫)
- 13) *The New Encyclopaedia Britannica*, 1988
- 14) ブリア・サヴァラン著、関根秀夫・戸部松実訳「美味礼讃(上)」p 8 (1967、岩波文庫)

- 15) 同上 p 83
- 16) 同上 p 84
- 17) 同上 p 85
- 18) 同上 p 88
- 19) 「日本調理科学会誌」日本調理科学学会、43(5) 2010 所収
- 20) **International Culinary Tourism Association**: 2004 年米国オレゴン州に設立された非営利団体、ミッションは世界の料理文化を保存し、促進すること。
- 21) **Erik Wolf** “Culinary Tourism: The Hidden Harvest” p.1, Kendall/Hunt Publishing Company, 2006
- 22) 尾家建生「フード・ツーリズムにおけるガストロノミーの予備的考察」第 26 回日本観光研究学会全国大会論文集、2011
- 23) **Jeske van Westering** “Heritage and Gastronomy: the pursuits of the ‘new tourist’” *International Journal of Heritage Studies*, 1999.