

蕎麦の常識非常識③

世界に広がる「ガストロノミーツーリズム」・・・モノからコトへ

昨年の訪日外国人観光客（以下インバウンド）は速報値で三六八七万人を数え過去最高を記録しました。十年前と比較すると三倍増に近い勢いですから二〇三〇年・六千万人・十五兆円の政府目標達成も現実味を帯びてきました。

それでも世界を見ると、トップはフランスの一億人超、以下スペイン、アメリカ、イタリア・・・日本はやっと一〇位（二〇二四年推定）にランクされたところです。インバウンドを国別に見ると近距離に住むアジア人が中心で欧米人の訪日は低水準なので、まだ余力を残しているともいえます。

在日中の消費内容も爆買いが話題を呼んだひと昔前と比べると、急速にモノ（買い物）からコト（体験）へ転換しつつあるように見えます。

そういえば「ガストロノミーツーリズム」という言葉を耳にする機会が増えてきたようです。

元々旅行中に食べたり飲んだりすることは当然のことであり、その意味でフードは観光旅行に最初から組み込まれたものだともいえるのですが、「旅先で美味しいものを食べる」ということと「美味しいものを食べる目的で旅をする」ということは本質的に異なっています。ここである「ガストロミーツーリズム」が

後者を指すことはいうまでもないことです。

観光庁の定義によればガストロノミーツーリズムとは「その土地の気候風土が生んだ食材・習慣・伝統・歴史などによって育まれた食を楽しみ、食文化に触れることを目的としたツーリズム」であり、具体的には「食材の産地を訪れる、食の催し物に参加する、試食・試飲をする、郷土料理を作ってみる」等々・・体験型の旅のことで、いわゆるグルメツアーとは一線を画するのです。

古代ギリシャ語で「ガストロ」とは胃腸を指し、「ノミア」は法則を意味する。そう、日本では「美食学」と訳され、料理を超えて文化・芸術のレベルにまで高められたもの、一般的にはフランス料理がそれに相当するとされてきました。が、次第に欧米全体へ広がり現在では世界各国で取り組みが始まっています。富裕層に狙いを定めた世界戦略だといってよいでしょう。

日本はコンパクトな国土に多様な食材や食文化が集まっているので、世界のフーディーと呼ばれる美食家・食通（世界で一・五億人いるとされる）たちからガストロノミーツーリズムの「聖地」だと呼ばれているようです。

とはいえ、今後のインバウンドの拡大を考えると課題もあるようです。欧米からのインバウンドを増やすことであり、京都や鎌倉等一部の観光地に起こっているオーバーツーリズムの早期解消等です。その解決する方法の一つに「ガストロノミーツーリズム」の地方への拡大が挙げられます。

ここで、海外の先進事例に目を向けてみましょう。

先ず挙げるべきはスペインのバスク自治州の事例でしょう。

フランスとスペインの国境・ピレネー山脈の西端の麓にあって、中央文明から離れた辺境の地であり、スペインからの独立闘争やテロが頻発する地域だというイメージが強く、これまでは観光や美食とは無縁な存在と思われてきました。そのバスク地方が僅かここ十年余りでガストロノミーツーリズムの代表事例にまでなったのは何故でしょうか？

中心になっているのは、ビスケー湾に面した人口わずか十九万人の小都市サンセバスチャン市で、大西洋の美しい海岸線と山の幸・海の幸に恵まれたかつての高級リゾート地だった処です。ところがその狭い地域に現在ではミシュラン三つ星店が三軒、二つ星店が二軒、一つ星店五軒があり、ミシュランの星数を人口比・面積比で考えると東京やパリを超える文字通り世界一の美食都市といわれ、世界の注目を浴びるのももつともだと頷けるのです。

予約が一年先でないと取れない高級店だけではありません。もう少し手軽な店「バル」が市内に約百軒もあって、シードル（リンゴ酒）やワインを飲みながら名物ピンチョス（小皿料理・写真参照）を楽しむこと



が出来るのです。

バル巡りをするツアーをはじめ、オリーブオイルやシードルを作る農家やワイナリー等の生産現場を訪れて試飲をしたり、トリュフ犬と共にトリュフの採掘に行ったり、二千年もの昔から変わらない製法の塩作り現場を見学したり、多種多様な現地ツアーも用意されていて一通り体験するだけで三〜四日はかかると言われています。

美食都市への歩みは一九七〇年代にご当地出身のシェフ・アルサクを中心
に若いシェフたちが集まり「ヌーベルキュイジーヌ・バスク」(新しいバスク風
料理)を誕生させたことから始まりました。従来の伝統的な料理法ではなく、地
元で生産される素材を最大限に生かしながら世界の様々な国のフレーバーを取
り入れた全く新しい料理を創りあげたのです。「ヌエバ・コッシーナ」(ヌーベル
キュイジーヌのスペイン語読み)と呼ばれ、今日では本家フランスを抜き世界を
席巻しているといつて過言ではありません。(高城剛著「スペイン たかしろうとし サンセバス
チヤンの奇跡」を参考)

彼らの活動の新しいところは、これまでの料理界のクローズドな徒弟制度と
は真反対に、オープンマインドで「互いに教え合う」「高め合う」という強い仲
間意識と郷土愛で結ばれていることでしょう。その背景には独特な「会員制の美
食倶楽部」の歴史があると言われています。

美食倶楽部の源流はというと、牧羊や漁業に従事するバスクの男たちが長期間にわたって家を留守にすることが多く、次第に家庭での居場所を失っていったことにあります。そのため、男たちは秘密クラブ？（女人禁制）に集い、男たちだけで料理を作り・酒を飲み・歌を歌って楽しむ習慣が自然に生まれ、そこから郷土愛・仲間意識や料理への関心が育はぐくまれたという歴史があるようです。

地産地消といえば、日本にも大分県の平松守彦知事（当時）が主唱した「一村一品運動」があります。この運動は県内に止まらず日本全国に広がり、各地に「食の街道」や「道の駅」「農家レストラン」等が誕生しました。

その元祖ともいえるのが山形県の「最上川三難所そば街道」（一九九四年）でしょう。最上川流域にある村山市の蕎麦屋十一店舗がそれぞれ個性的な商品を開発して立ち上げた全長十五キロにわたる「そば街道」なのです。当時としては画期的な取り組みで、そば単品のブランド化には成功したものの、ソバ農家や宿屋やホテル、他の飲食店・自治体等との縦横の連携はまだ薄く、地域全体の運動というには残念ながら広がりや欠けているのが現状です。

しかし日本には可能性が多く残されていると思われます。

先述の高城剛氏も指摘するように、ポール・ボキューズを始め多くのヌーベル・キュイジーヌの旗手達が強い関心を示す懐石料理をはじめ、出汁や麺食の文化が日本にはあります。現にバスクからも何人かのシェフが京都へ学びに来て

いる実績もあるからです。ミシュランガイドの第六代総責任者だったジャン・リユック・ナレが「日本料理の料理人は数世代、数百年かけて伝えられた料理人固有の技術と伝統の継承性はどの都市のレベルよりも高い」と評した通りなのです。

このように日本料理の完成度は非常に高いことは誰しも認めるところなのですが、地域挙げての取り組みとなると、料理店と食材生産者やホテル・宿屋などとの連携は希薄でそれぞれが自己完結を目指す伝統的な仕組みの枠を超えていないのが現状だと思えます。美食都市といわれるには共通したテーマを持ち、業種を超えて連携する取り組みが必須です。

そのような中からようやく、日本でもガストロノミーツーリズムへの本格的な取り組みが各地に生まれつつあることをご紹介しておきましょう。

日本最古の都市・奈良の「ガストロノミーツーリズム」への取り組み事例・・・

日本清酒発祥の地であり、大和茶・大和野菜・大和牛・三輪素麺等・・・多様な特産物に恵まれ、令和四年には国連世界観光機関（UNWTO）主催の「ガストロノミーツーリズム世界フォーラム」を開催、県立「食と農の魅力創造国際大学校」ではアグリマネージメント科・フードクリエーティブ科が創設され、将来の「農と食」を支える人材開発の取り組みが始まっています。

北海道、余市・仁木の「ワインツーリズム」の取り組み事例・・・

札幌から一時間、小樽市から三十分の余市町には十九軒、仁木町で六軒のワイナリーが営業中で、地域内に運行中の「ワインバス」で見学・試飲も可能です。ワイン講座も開催されおり、新たにご当地生産の「生ハム・サラミ・モzzarellaチーズ」等の料理も加わり、食の分野も充実されつつあると聞きます。

ガストロノミーツーリズムがこれからの日本経済を牽引する有力な分野のひとつであることは間違いないでしょう。