

フードツーリズムによる観光まちづくり

小林 唯花

本論文では、茨城県を研究の対象として、フードツーリズムの中でも、地域の食に焦点を当て観光まちづくりに対する調査をした。地域の食つまり〈郷土料理〉に目をつけることで、〈フードマイレージ〉と〈郷土料理の新たな創出〉の観点から多数の物産品に強みのある茨城県の魅力を伝えるフードツーリズムとして良い調査対象になるからである。

そこで、〈茨城県はジャンルを問わず食の生産が強みだが、なぜ観光地として魅力が中々伝わらないのだろうか〉という問いをたてた。この問いに対して、地域食材をその地で食べることによる高付加価値が付くことで結果として集客に繋がると考え、〈茨城県は食の生産が得意だが、地元の食材が観光の食として成立している事例が少ないため、フードツーリズムにおける可能性と成立している他県の地域の食の傾向を掴むことで、上手く食と観光を結びつけることで観光地として注目される〉と仮説を立てた。研究方法として、茨城県の現状について茨城県庁でのヒアリング調査と他県の食と観光について先行研究を基に調査をおこない問題把握をした。

茨城県庁漁政課による〈茨城の水産〉と農林水産省の〈農業産出額及び生産農業所得（都道府県別）〉に関する統計情報から、茨城県は食の生産が得意であることが明らかになった。また、筆者が茨城県庁で行ったヒアリング調査と茨城の食に対する取り組みの〈茨城といえは〉の2つから、名物料理を創出することと物産品の消費拡大、認知度向上が課題であることがわかった。そこで、茨城県の地元グルメについて触れ、茨城県の地元グルメ創出の傾向を捉えるとともに、他県の地元の食に関する調査を行い、観光の食として成立している地元グルメについての傾向を捉えた。これにより、他県では料理自体は珍しくない、地域で育った庶民に根付いた食が観光として多く成立していたことがわかった。一方で、茨城県は手軽さよりも目を惹くグルメ創出が多く、他県とは地元グルメ創出の傾向にズレがあることがわかった。したがって、茨城県は観光の面で活用できそうな名物料理として成立している事例が少なく、フードツーリズムが成立している他県の地域の食の傾向を掴むことが必要であることがわかった。そうすることで、上手く食と観光を結びつけることができれば観光地として注目される。