

日本フードツーリズム学会 第8回研究大会

【参加無料・対面開催】

2026年 2月 15日 (日)
追手門学院大学茨木総持寺キャンパス BNC413教室 (本会場)
追手門学院大学ベンチャービジネス研究所 協力
実行委員長 村上喜都

11:00 追手門学院大学総持寺キャンパスツアー【約40分】 集合 BNC413教室

12:15 開場
司会：青木 洋高
日本フードツーリズム学会 事務局長
文教大学

12:30 開会挨拶
中村 忠司
日本フードツーリズム学会 会長
東京経済大学

12:35 基調講演 (講演：40分、質疑応答：5分)

講師紹介
村上 喜都
日本フードツーリズム学会 副会長
追手門学院大学

「はじまりの奈良、これからの奈良 ～官民一体とした食と観光の支援体制～」

下浦 隆裕 氏
奈良県庁奈良県食農部 豊かな食と農の振興課 課長

農家や地域の方々と共に、食と農の振興の事業に取り組んできた経験から、奈良県の食文化や農（食材）や食の魅力づくりの事例を紹介。これらの取り組みを参考にして、これからの、日本各地の農（食材）や食を活かした地域づくり、ガストロノミーの取り組みについて、皆様と共に考えたいです。

【休憩 13:20～13:30】

13:30 研究分科会報告 (報告：1) 2)は5分・3)は15分、質疑応答：4分、交代：1分)

1) 洋梨ルレクチェ生産過程で発生する廃棄物活用による着地型フードツーリズム開発

川崎 真理子
長岡崇徳大学
ほか計6名

2024年度、洋梨ルレクチェ栽培で発生する摘果果実などの未利用資源を活用し、果実発酵種による天然酵母パンの製造に成功した。本発表は、サンファーム三条を核に三大学の研究室が連携し、分科会研究支援の下で進めた着地型フードツーリズム創出の実践を報告する。栽培参加による廃棄実態の把握、発酵条件の検証、製パンの再現性およびイベントでの対話を通じ、規格外果実や剪定枝の再資源化へと展開した。加えて、来場者や関係者から得た意見を次年度の企画設計に反映し、試作と検証を循環させる運営体制を議論した。現在、住民や地域団体を巻き込み、新たな地域振興の物語性を伴う共創性・循環性・関係人口創出に資する体験価値を形成しつつある。今後は、未熟果実利用に伴う資源循環設計の高度化、事業としての持続性確保を課題とする。

2) 機能性食材『茜身』のご当地グルメ化と地域価値創出のプロセス分析

青木 洋高
文教大学

本研究は、神奈川県三浦市においてブランド化が進められている「茜身（あかねみ）」を対象に、地域食資源の再評価とウェルビーイング的価値の創出可能性を検討することを目的としている。茜身とは、マグロやカジキなどの回遊魚に多く見られる暗赤色の筋肉部位であり、従来は「血合い肉」として低利用部位と位置づけられてきた。しかし近年、三浦市における名称制定と普及の取り組みにより、新たな価値を持つ食資源として再定義が進められている。本研究の中間段階では、茜身の機能性に関する科学的知見の整理とともに、名称変更やストーリー付与といった編集的手法が、地域の水産資源活用や観光振興、三崎地域の水産ブランド強化にどのように寄与しているかを検討した。その結果、健康価値を軸とした再編集は、単なる食材利用にとどまらず、地域資源の意味づけを更新し、来訪者や消費者との新たな関係性を生み出す可能性を有していることが示唆された。

3) 奈良のガストロノミーツーリズムの可能性を探る ～「奈良にうまいものなし」は返上できるのか～

白石 恵子
クリエイティブシス
山口 美穂
全国通訳案内士
浅野 幸治
C&K デザイン

奈良のガストロノミーツーリズムの今後の可能性を探る研究の2年目である今年度は、奈良県下でガストロノミーツーリズムの推進役を担っている「なら食と農の魅力創造国際大学校（NAFIC）」をはじめ、2025年春に開業したばかりのオーベルジュ・サンヴィのシェフや、奈良吉野で120年余りの歴史を持つ果樹農園が2025年夏に五條市に開業した複合型の食体験施設「Land」を訪ね、視察、ヒアリングを行った。これらの活動内容を報告する。

【休憩 14:15～14:25】

14:25 研究報告（報告：15分、質疑応答：4分、交代：1分）

[正会員・学生会員のみ参加可]

座長：山原 一晃
日本フードツーリズム学会 理事
東京経済大学

1) 47都道府県酒造組合の酒蔵分布から見た酒処と酒蔵見学旅に関する研究

大原 高秋
高知工科大学

日本の伝統的アルコール飲料の中心である日本酒、そして焼酎、泡盛等を製造する酒蔵の数は、日本酒造組合中央会傘下の全国47都道府県の酒造組合の組合員数で見ても1,500を超えている。その中では酒蔵見学を無料で一般に開放している蔵も多く、全国に満遍なく分布し、かつ独自の発展もしていることから、フードツーリズムの観点からも無視できない存在であると考えている。そこで各都道府県の市町村単位で酒蔵を分析することで、日本三大酒処（灘・伏見・西条）だけではなく、各地域に根差した酒処を浮き彫りにすることを試みた。まず、酒蔵見学旅の観点から、各酒処を47都道府県の基幹駅から訪問する際の移動距離、そして、酒処内の見学可能な各酒蔵間の最短移動距離を調べた。その結果、全国的には知名度が必ずしも高くない、いくつかの市や町が酒処として抽出できた。多くは基幹駅からの移動距離も比較的大きく、大都市内での飲食旅とは異なる魅力を有したものであると思われた。

2) ローカル・ガストロノミーツーリズムの形成－飲食施設情報の進展と非対称性の改善に着目して－

山口 一弥
宝塚医療大学

現代においてはディスティネーションレストランの様に地域の目的地化した特定の飲食施設を目指すことはいわゆる普通の観光行動のように思われる。しかし、個人旅行が主流となり情報通信技術が発展するまでは地域の飲食施設情報に関して観光者との間には情報の非対称性が存在した。それが、どのようなプロセスで解消し、観光行動にどのような変化をおよぼしたのかを改めて検討する。

さらに、この観光行動の変化の現れとしてディスティネーションレストランが軒も集中し、クラスター化している静岡県焼津周辺エリアに着目する。焼津周辺エリアは複数のディスティネーションレストランが点在することで面としてローカル・ガストロノミーツーリズムが形成されつつあり、今後の地方におけるガストロノミーツーリズムを再現性あるものとするためのケースとして位置付けるものである。

3) 「ご当地グルメ」を通じたウェルビーイング的価値の創出
－フードツーリズムの視点から－

青木 洋高
文教大学

ご当地グルメを単なる「おいしさ」や「集客装置」として捉えるのではなく、人々の心身や社会的つながりに寄与するウェルビーイング的価値に着目し、その創出の可能性について検討した。近年、観光において「食」は旅の重要な動機となっており、ポストコロナ期にはモノ消費・コト消費を超えた「イミ消費」への関心が高まっている。こうした流れの中で、食体験がもたらす満足感や幸福感は、個人の感情にとどまらず、共食や地域との関係性を通じて社会的側面にも広がりを見せている。

ウェルビーイングは、身体的・精神的・社会的に良好な状態を指す概念であり、観光や食の分野においても重要な評価軸となりつつある。本研究では、ウェルビーイングの視点を取り入れた新たなご当地グルメのあり方を「ご当地グルメ3.0」と位置づけ、フードツーリズムにおける価値創出の可能性を提示する。これは、経済効果の最大化にとどまらず、持続可能性や人と地域との関係性を重視した観光の方向性を示すものである。

4) 「幻のサツマイモ」を地域資源へ転換する試み
－発酵を媒介とした価値創出の実践報告

野村 京子
かなざわ食マネジメント専門職大学
ほか計6名

本発表は、JA白山と連携し、フードツーリズムの視点から地域資源を再解釈し、地域活性化取り組む実践報告である。JA白山では有機栽培の推進を背景に、稲作中心の営農構造から野菜栽培への転換を進めており、2024年度には「幻のサツマイモ」と称される兼六芋の栽培再開に成功した。兼六芋は、DNA解析により安納芋とほぼ同一品種であることが明らかとなっているが、焼き芋ブーム下における既存全国ブランドとの競争は困難であると判断した。そこで発酵文化の集積地である鶴来地域の麴に着目し、「発酵餡ペースト」を開発した。今後はJAを中心に飲食店・菓子店と連携し、本ペーストを共通の地域資源として位置づけ、地域ブランド化とフードツーリズム創出を図る。本報告では、その価値再編プロセスと実装上の課題を共有する。

【休憩 15:45～15:55】

5) 「映え消費」仮説の再検討
－地域ブランド食品評価における伝統・信頼の媒介効果－

藪下 保弘
金城大学
ほか計6名

本研究は、地域ブランド食品がフードツーリズムにおいてどのような無形価値として受容されてい

るかを定量的に明らかにする試みである。石川県の老舗食品企業を事例に、大学生を対象としたアンケート調査を実施し、探索的因子分析および確認的因子分析を行った。当初は、「映え」やSNS共有を契機とした消費行動が、情緒的体験価値を間接的に喚起するとの仮説を設定した。しかし分析の結果、消費者評価は「感情的魅力・体験価値」「社会的信頼・地域貢献」「地域文化・伝統価値」の三因子から構成される構造が示され、とりわけ社会的信頼および伝統性が中核的役割を果たしている様相が観察された。感情的体験価値は、視覚的訴求や話題性によって直接形成されるものではなく、長年の信頼や地域文化への評価に媒介される形で強化されている可能性が示唆される。本研究は、若年層消費をSNS中心モデルのみで説明する限界を示すとともに、地域食品を観光資源として活用する際には、信頼・伝統・社会性を統合した無形価値設計が重要である点を示している。

6) ブドウ栽培の6次産業化と農村レストランを基盤とした
フードツーリズムの展開
—農村民泊発祥の地・大分県安心院を事例として—

中村 哲也
共栄大学
二宮 広和
二宮農園

本研究では、農村民泊発祥の地である大分県安心院を事例として、ブドウ栽培の6次産業化と農村レストランを基盤としたフードツーリズムの展開を検討する。事例農家は30年前に父親が農泊を開始し、共同代表者は大学院修了後に就農し、ドイツや北海道での研修を経て、グリーンツーリズムと6次産業化に取り組んできた。現在はシャインマスカットや巨峰などを生産し、ドライフルーツ、ジュース、ワインへと加工を進めるとともに、香港を中心に年間約400万円規模の輸出を行っている。農泊では素泊まりを基本とし、蒸し野菜など地域食材を選択的に提供することで交流人口の創出を重視している。リピーターを獲得するよりも広範な来訪者との接点を重視する姿勢は、農業単独では成り立ちにくい地域経営の現実を反映している。本事例は、観光と農業を結び付けたフードツーリズムの地域的可能性と、教育・人材育成の重要性を示唆する。

7) クルーズ船の規模による食事体験の比較研究

糸澤 幸子
沖縄キリスト教学院大学

クルーズ船での食事体験は、クルーズ旅行における大きな楽しみの一つである。一般的なクルーズでは、カジュアルなビュッフェ、優雅なアフタヌーンティー、豪華なフルコース、特別な日のスペシャリティーレストランでの食事など、多岐にわたる食事体験が可能である。近年、日本海域では、規模の異なる大小さまざまなクルーズ船が航行するようになり、クルーズ船の数が増えるとともに、食の楽しみや食事体験の幅は広がっている。旅行会社がクルーズ旅行経験者 112 名を対象に実施したアンケート調査の結果によれば、クルーズ旅行の魅力の第 1 位は「船内での飲食」であり、被験者全体の 76.8%を占めていた。本研究では、多くのレストランを備える大型クルーズ船での食事体験と、レストラン数が限られる小型クルーズ船での食事体験を比較し、クルーズ旅行者の満足度にどのように影響するか、規模が異なるクルーズ船の乗客の定性調査を踏まえて検証した。

16 : 55

閉会挨拶

村上 喜郁
日本フードツーリズム学会 副会長
追手門学院大学

終了後、意見交換会を 18:30~20:30 で行います（すでに申込済みの方のみ）。会場は個室熟成肉と熟成魚 こなれ 梅田店（大阪府大阪市北区角田町5-1楽天地ビルB1F）で参加費は 5,000 円となります。