

## 戦略的地域資源としての和食・日本料理・京料理

井村直恵

### 目次

1. はじめに
2. 地域資源としての食文化研究の発展
3. 「和食」・「日本料理」・「京料理」
4. まとめ

### 1. はじめに

近年、為替の影響や Visa の緩和、アジア経済の成長等も影響し、日本を訪れる外国人観光客も増加の一途である。訪日の目的として人気の要因の1つが2013年にUNESCOの「世界無形文化遺産」に登録された「和食」を体験することがあげられよう。今後、我が国は、各地の「和食」を地域資源として開発・経営し、各地域で和食文化を魅力ある観光資源の1つとして育てていくことが求められる。

食産業には国や地域の文化や食行動、気候や経済・社会が反映される。2018年の総務省経済センサス—基本調査によれば<sup>1)</sup>、日本料理店の全国合計は49,481店である(図1)。京都の日本料理店の数は1,638店であり、全国10位にとどまる。人口10万人あたりの店舗数は39.0軒である。最も日本料理店が多いのは京都で人口10万人当たり62.9店である(図2)。店舗数では、東京、大阪、愛知、神奈川、埼玉等人口の多い都府県が上位にある一方、密度では、京都、東京、岐阜、山梨、静岡等が上位にある。これには、県民所得や県内総生産の高い地域、県民性として家族で外食する文化の有無、等が反映されていると考えられる。寒い地域では厳冬期に外食をする文化があまりなく、こうした生活形態が日本料理店の密度にも現れる。

「和食」や「日本料理」という言葉には、共通した定義が存在しない。それゆえ論者により微妙に内容が異なり、例えば、前述の経済センサスにおける日本料理店の定義だけを取り上げても非常に難解である。日本料理店は中分類76-飲食店の762-専門料理店内の小分類76A日本料理店に属する。7621-日本料理店として「主として特定の日本料理(そば、うどん、すしを除く)をその場で飲食させる事業をいう」とし、それには天ぷら料理店、うなぎ料理店、川魚料理店、精進料理店、鳥料理店、釜めし屋、お茶漬屋、にぎりめし屋、沖縄料理店、沖縄そば店、とんかつ料理店、郷土料理店、かに料理店、ふぐ料理店、牛丼店、ちゃんこ鍋店、しゃぶしゃぶ店、すき焼き店、懐石料理店、かつぼう料理店を含む。しかし、7622-料亭や、7511-割ぼう旅館は含まない。経済センサスには、その

他の分類として、7611-食堂、レストラン（専門料理店を除く）として、食堂、大衆食堂、お好み食堂、定食屋、めし屋、学生食堂、ファミリーレストラン（中華料理のみを提供するものを除く）や、76D-その他の専門料理店の小分類として7622-料亭（主として日本料理を提供し、客に遊興飲食させる事業所）、763-そば・うどん店の小分類に7631-そば・うどん店（主としてそばやうどんなどをその場所で飲食させる事業所）には7624-中華そば店、7621-沖縄そば店は含まず、764-寿司店の中の7641-すし店、回転すし店（主としてすしをその場所で飲食させる事業所）には、7711-すし屋（客の注文に応じその場所で調理した飲食料品の持ち帰りを専門とする店）や7722-すし屋（宅配専門店）は含まない。これとは別に、小分類76F-お好み焼き・焼きそば・たこ焼き店に7692-お好み焼き・焼きそば・たこ焼き店が存在するが、客の注文に応じその場所で調理した飲食料品の持ち帰りを専門とするお好み焼き店は7711-持ち帰り飲食サービス業に分類され、は含まない。何が和食で、何が日本料理なのか理解できる構造にはなっておらず、料亭・割烹を除く、というセンスにおける日本料理の定義は一般的な認識とは大きく異なる。

農林水産省は海外における日本食レストラン数の調査を実施している<sup>2)</sup>。2019年の調査結果では、海外の日本食レストラン数は15.6万店になっており、対2017年比で1.3倍に増加しており、海外での日本食レストランは増加傾向にある。この統計では日本食レストランの定義として、外務省との協力で現地で「日本食レストラン」として扱われている店舗を対象としている。海外の「日本食レストラン」の多くが、寿司、天ぷら、うどんなどを中心としたメニュー展開をしており、経済センスにおける「日本料理店」とは内容がかなり異なる。

このように、「和食」「日本料理」などの用語は、政府の統計上も定義が統一されておらず、混乱を招く。地域資源としての「和食」や「日本料理」の資源価値を議論する上では、まず概念整理を行い、構成要因を明示化する必要がある。

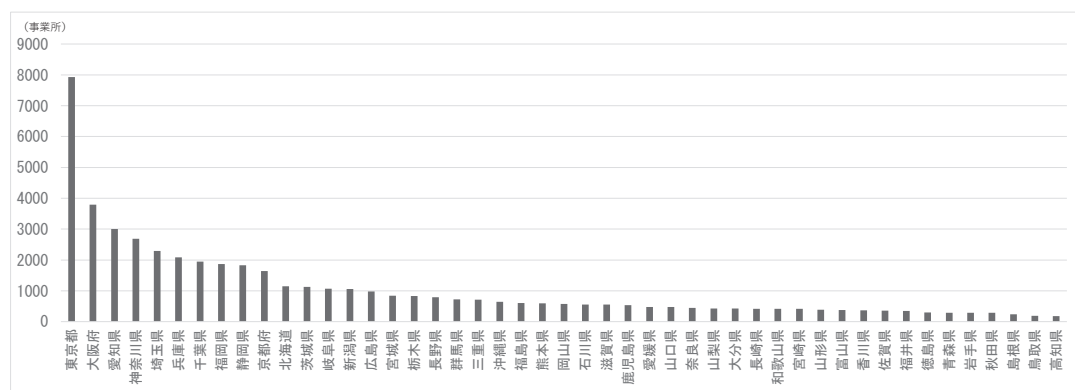


図1. 都道府県別日本料理店店舗（事業所）数

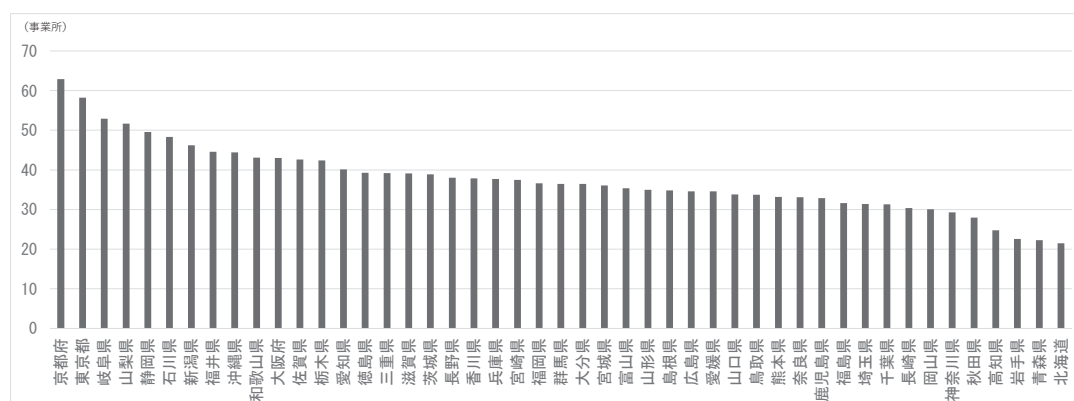


図2. 都道府県別人口10万人あたり日本料理店店舗数

以上のように本稿では日本が食産業を地域資源として戦略的に育成する為には「和食」「日本料理」「京料理」を中心的資源と捉える。その際一般用語としての「和食」と世界遺産に認定された「和食」、一般用語としての「日本料理」と、料亭等で提供される「日本料理」が混在して利用されるため、概念を整理する。まず、一般用語としての「和食」概念と世界文化遺産としての「和食」概念との相違を、理解する上で重要な世界文化遺産としての「和食」概念生成の背景を説明する。その後、「和食」と「日本料理」との相違を整理するため、日本料理の構成要素を検討する。最後に、「日本料理」の1形態である「京料理」や京都の食文化を京都の地域資源と捉えて、京都の食文化の構成を概観する。ここで京料理を取り上げるのは、日本料理の中でも京料理は日本料理発祥の地であり、また、京都にとって、日本料理店は、ミシュラン星付き料理店に占める日本料理店の割合が8割にもなることで示されるように重要な地域資源だからである。

## 2. 地域資源としての食文化研究の発展

食文化は、近年の観光業ブームで地域資源としての注目度がますます高まっている。井尻他(2018)の研究では、地域学の文脈で、食文化を地域の発展と関連付けて研究する分野を「フードビジネス」と呼び、地域の食文化をめぐる利害関係者のビジネスシステムや、地域振興の取り組みを紹介する。観光分野では、「フードツーリズム」として、食を活かしたまちづくりや旅行会社のマーケティング戦略としての研究が増加している(安田他, 2007; 安田, 2013)。小林(2016)は、食文化資源を地域の資源としてブランド化し、活用することを提案する。アトキンソン(2017)は、長期的経済発展を目的とした観光立国を目指した社会システムの再構築を提案している。今後、地域資源としての食文化を戦略的に活用し、食文化を観光の戦略的資源として展開することは重要性を増すと考えられる。

地域資源となる食文化やそれを支える料理店とサプライヤーシステム、人々の生活習慣、食事そ

のものに関する研究は、従来、「ガストロノミー（フランス語で *gastronomie*）」と呼ばれる研究で発展してきた。ガストロノミーとは、食事や料理を文化と関係付けて議論する学問である。「ガストロノミー（ガストロノミ）」という語句をタイトルに含む論文・記事は1996年から2019年4月までで、CiNiiで87件ある。図3はCiNiiで検索できるガストロノミーに関する論文の推移である。2008年以降のガストロノミーに関する研究の急増は、観光地化やツーリズムにおけるガストロノミーの役割についての研究が増えたことによる。この頃から食産業を地域資源にした社会的関心の高まりが伺える。

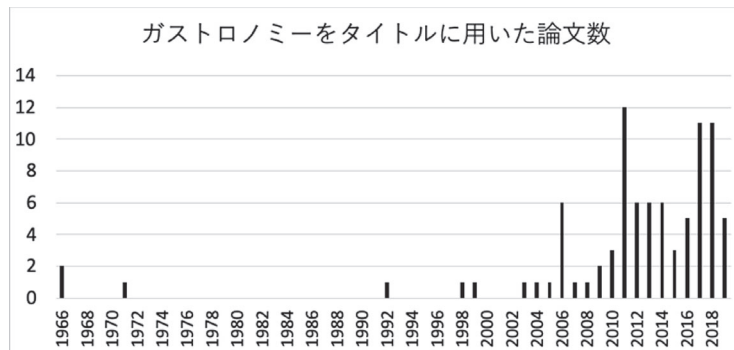


図3. CiNiiでガストロノミー（ガストロノミ含む）をタイトルに用いた論文数  
2019年7月25日現在

出所：筆者作成

他にも、竹中・齋藤（2010）は地理学の観点からワイン産業を地理学、農産物、料理と関連付けて地域産業として分析する。西洋料理で必ずセットになるワイン産業との関係や、料理の種類の豊富さ、副菜、農産物の豊かさなどサプライヤーシステムの存在も地域資源として食文化が発展する上での重要な要因である。その他にも、食文化が地域で発展するためには、食器、調味料、料理学校の存在なども重要な要因となる。こうした関係者を巻き込んだコミュニティ・マネジメントを戦略的に行い、食産業を中心とした地域資源の育成とマネジメントに成功した街が、スペインのサン・セバスチャンである。

スペイン・バスク地方のサン・セバスチャンという街は人口18万人の街だが、対人口比でのミシュランレストランの数が世界一<sup>3)</sup>である。2軒のミシュラン3つ星レストランを始めとして、合計13軒のミシュラン掲載レストランに加え、旧市街の狭い地域に100を超えるバル・レストランなどが密集する都市である。サン・セバスチャンが美食で有名になったのは1990年代以降であり、古くからの食の都ではなかった。この地域で食産業を観光の地域資源として戦略的に位置づけることが出来たのは、単なるバルと呼ばれる料理店が多く集積する産業集積ではなく、①地域に「美食倶楽部（バスク語で *sociedades gastronómicas*）」と呼ばれるシェアキッチンコミュニティが存在したこと（高城, 2012）<sup>4)</sup>、②4年制大学である料理大学バスク・カリナリー・センター（Basque Culinary

Center) 及び、ルイス・イリサル料理学校 (Escuela Cocina Luis Irizar) の存在, ③生産者が料理人の要望 (美しさや旬) に対応することで農水産物の価値を高める一方, 料理人が生産者や食材を対外的に紹介するという生産者と料理人との互惠関係 (高橋, 2017) などがあげられる。この地域では美食倶楽部というコミュニティが存在することに加え, ミシュラン三つ星レストランのアルザック創業者ファン・マリ・アルザック, ルイス・イリサル料理学校創業者であるルイス・イリサルらが率先してレシピや料理技術のオープンソース化を進めてきたことも, 地域の料理店全体としての水準の向上に大きく寄与した。

### 3. 「和食」・「日本料理」・「京料理」

本章ではまず, 一般的に用いられる日本食という意味での「和食」と世界無形文化遺産に登録された「和食」との違いを明らかにする。次にその一形態として会席料理を中心とした「日本料理」、日本料理の中で京都の地域資源としての「京料理」の構成要素を整理する。

#### 3-1. 一般用語としての「和食」

デジタル大辞泉では, 和食は「日本風の食事。新鮮な魚介や野菜を用い, 材料の持ち味を生かして調理すること, 器の種類や盛り付けにも趣向を凝らすこと, 季節感を重んじ, 年中行事とも深い関わりをもつことなどが特徴。日本料理。<sup>5)</sup>」と定義づけられており, 「洋食」の対概念とされる。補論として, 「平成 25 年 (2013), 「和食 日本伝統的な食文化」の名称でユネスコの無形文化遺産に登録された。」とする。このことは, 一般用語としての「和食」と, 世界無形文化遺産としての「和食」は似ているが異なる事象を指すものであることを示す。

鳥居本 (2015) は, 一般用語としての「和食」は一汁一菜を基本とする日本人の食事スタイルであり, ①一汁一菜にご飯と香の物 (漬物のこと) を加える, ②1人ずつの「銘々膳」を用いて提供する, ことを和食の基本形として指摘する。和食は, 平安時代の宴会料理としての「大饗料理」をルーツとし, 室町時代には武家の礼式として「式正料理」として継承された後, 江戸時代には武家では「本膳料理」へ, 公家では「有職料理」へと発展した。本膳料理では, もてなし料理として一汁三菜以上の料理が提供されるようになった。その後, 和食は茶事におけるもてなしとしての茶懐石 (懐石料理), 酒宴用としての会席料理, 仏教寺院で発展した精進料理などへと分岐し発展した。鳥居本は, 和食にこれらの特別な場面の料理だけでなく, 日々の過程における料理や, 各地の郷土料理, 寿司・うどん・そばなどの専門料理も含める。

「和食」には, 外来の様々な食文化を取り込んで, 日本の食文化の中でアレンジし, 独自の食領域として発展させてきた料理も多い。とんかつ・ラーメンは, もとものの発祥は海外の料理であるが, 日本人が日本の食材や気候, 食習慣に合うようにアレンジし, 今や日本の食文化の一部になっている。お茶, 豆腐, 湯葉など, 現在では和食の代表と考えられる食材も, 元は中国から伝来したものであ

る(石毛, 2015)。

また、一般用語としての「和食」は、海外においては、「ジャパニーズ・レストラン」や「ジャパニーズ・フード」という言葉で、「日本食料理店」や「日本食」とほぼ同義語として用いられる。世界で和食に対する着目が高まったのは、米国において1960年代後半から高所得者を中心とした健康志向の高まりに伴って、低脂肪な「和食」が普及していった頃である。和食を提供する店舗は「ジャパニーズ・レストラン」と呼ばれ、一汁一菜の伝統的な和食を定食として提供する他、寿司、うどんなどの専門料理、カレーライスやラーメン、カツ丼など日本の家庭の食卓で日常的に食べられているものを取り揃えて提供されていることが多い。日系外食チェーンの海外進出による海外での和食の普及(川端, 2013)を議論する際も、一般用語としての和食を意味する。

本稿では、一般用語としての「和食」は、外来の食文化の受容も含めて各地の気候・国土・風習の中で永年かけて日本人の生活に浸透した、伝統的な食文化の総称であると捉える。

## 3-2. 世界無形文化遺産としての「和食」

### 3-2-1. UNESCO 無形文化遺産としての食文化

「和食」は2013年にUNESCO世界文化遺産として登録され、改めて注目を集めるようになった。それ以前にも、1980年代の米国において健康食として日本食がブームになり、世界的にも和食(日本食)がよく知られるようになっていた。この頃、世界に広まった日本食は、寿司、天ぷら、ラーメン、餃子等であった。「和食」の世界無形文化遺産登録上の名称は、日本食ではなく WASHOKU とされ、「WASHOKU; Traditional Dietary Cultures of the Japanese-notably for the celebration of New Year(「和食:日本人の伝統的な食文化—正月を例として—)」)である。本節では一般用語としての「和食」とは異なる世界無形文化遺産としての「和食」認定の背景を説明する。

UNESCOの無形文化遺産への登録は、芸能や伝統工芸・芸術など形のない文化に限られ、土地の歴史や生活風習などと密接に関わっているものであり、登録によりその文化の保護やその文化を尊重する機運を高めることを目的としている。日本における無形文化遺産の例として芸能(能楽)、伝統工芸技術(結城紬)、社会的慣習・行事などが登録されている。食文化に関する無形文化遺産としては、日本に先駆けてフランスの美食術、メキシコの伝統料理、スペイン、ギリシャ、イタリア、モロッコなどの地中海料理などが2010年に登録<sup>6)</sup>され、2011年にはトルコのケシケキの伝統が登録された。続く2013年に日本人の伝統的な食文化としての和食、ジョージア(グルジア)のクヴェヴリ、韓国のキムジャンが登録され、その後に登録されたものも含めて、2019年時点で世界で17の食文化・伝統がUNESCOの無形文化遺産に登録されている<sup>7)</sup>(表1)。

表 1. UNESCO 世界無形文化遺産に登録された食文化関連の項目

登録	国・地域	登録年	補足
地中海料理	スペイン、ギリシャ、イタリア、モロッコ	2010	2013年にキプロス、クロアチア、ポルトガルが追加
メキシコの伝統料理	メキシコ	2010	
フランスの美食術	フランス	2010	
北部クロアチアのジンジャーブレッド工芸	北クロアチア	2010	*参考資料
ケシケキの伝統	トルコ	2011	
和食：日本の伝統的な食文化-正月を例として-	日本	2013	
トルココーヒーの文化と伝統	トルコ	2013	
キムジャン（キムチの製造と分配）	韓国	2013	
古代グルジアの伝統的なクヴェヴリ・ワインの醸造方法	ジョージア（グルジア）	2013	
ラヴァーシュ：アルメニアにおける文化的表現としての伝統的パンの調理、意味合いと外観	アルメニア	2014	ラヴァーシュは2016年にも登録
フラットブレッドの製造と共有の文化：ラヴァーシュ、カトゥルマ、ジュブカ、ユブカ	イラン、アゼルバイジャン、カザフスタン、キルギス、トルコ	2016	
朝鮮民主主義人民共和国におけるキムチ作りの伝統	北朝鮮	2015	
ベルギーのビール文化	ベルギー	2016	
パロフの文化と伝統	ウズベキスタン	2016	
オシ・バラフ：タジキスタンの伝統的料理とその社会的・文化的背景	タジキスタン	2016	
文化的アイデンティティのマーカであるドルマの調理と分け合いの伝統	アゼルバイジャン	2017	
ナポリピッツァの職人（Pizzaiuolo）技	イタリア	2017	
ンシマ：マラウイの伝統料理	マラウイ	2017	

出所：UNESCO HP より筆者作成

### 3-2-2. 「和食」が UNESCO 世界無形文化遺産に認定されるまでの背景

世界無形文化遺産に登録された「和食：日本の伝統的な食文化」は、日本の食文化を特徴づけるキーワードとして「自然の尊重」を重視し、「自然の尊重」という日本人の精神を体現した食に関する「社会的慣習」を指す<sup>8)</sup>。「和食」の特徴として、以下の4つがあげられている（詳細は表2参照）。

- (1) 多様で新鮮な食材とその持ち味の尊重
- (2) 健康的な食生活を支える栄養バランス
- (3) 自然の美しさや季節の移ろいの表現
- (4) 正月などの年中行事との密接な関わり

表2. 和食の4つの特徴

(1) 多様な新鮮な食材とその持ち味の尊重	日本の国土は南北に長く、海、山、里と表情豊かな自然が広がっているため、各地で地域に根ざした多様な食材が用いられている。また、素材の味わいを活かす調理技術・調理器具が発達している。
(2) 健康的な食生活を支える栄養バランス	一汁三菜を基本とする日本の食事スタイルは理想的な栄養バランスと言われる。また、「うま味」を上手に使うことによって動物性油脂の少ない食生活を実現しており、日本人の長寿や肥満防止に役立つ。
(3) 自然の美しさや季節の移ろいの表現	食事の場で自然の美しさや四季の移ろいを表現することも特徴の1つ。季節の花や葉などで料理を飾り付けたり、季節に合った調度品や器を利用したりして、季節感を楽しむ。
(4) 正月などの年中行事との密接な関わり	日本の食文化は、年中行事と密接に関わって育まれてきた。自然の恵である「食」を分け合い、食の時間をともにすることで、家族や地域の絆を深めてきた。

出所：和食文化国民会議 HP より  
<https://washokujapan.jp/culture/> (2020年1月8日アクセス)

日本は、当初、世界無形文化遺産登録の申請を「和食」ではなく「日本料理」で行おうとしていた。最終的に、「和食」で申請した背景には、登録を目指す上での国や検討会の戦略が働いていた。熊倉(2015)によれば、検討会では、まず先に無形文化遺産に登録されていたフランスとメキシコ、地中海の先行事例を分析した。フランスの登録は「フランスの美食術(ガストロノミー)」であり、それは「ハレの日」の祝祭での社会的習慣である。「フランスの美食術(ガストロノミー)」はフランス人の食文化の知識を認定の対象としているため、フランス国民全てがその担い手となる。一方、メキシコは「先祖代々、現在まで受け継がれているミチョカンの食のパラダイム」としており、地域のアイデンティティとしての、古代以来伝わりとうもろこし、豆、唐辛子を基本とした食生活が対象となっている。メキシコの事例では、「ミチョカン州中南部の作物を使う料理人」という限定的で特定の担い手が対象となる。このように、申請する際には申請対象とその担い手を明確にする必要があり、またそれが広く支持されていることを示さねばならなかった。

京都府と日本料理アカデミーが提出した最初の案では、申請対象は「会席料理を中心とした伝統を持つ特徴ある独特の日本料理」とされ、日本料理に重きが置かれていた。会席の基本となる日本の家庭料理(和食)が、広く日本国民全体の間で伝承されていることを前提に、日本国民全体が担い手となっており、ハレの日の食文化を対象としながら、底辺に家庭料理をおいたフランスに類似した型であった。

検討会の思惑としては、①海外での日本料理の広がりを、登録を契機に推進していこうという機運と、②食卓を囲んで家族が食事をし、季節ごとの行事を大切にするという日本古来の伝統的食文化が崩壊していること、③日本料理を学ぼうとする料理人が激減していることに対する危機感が働いていた(熊倉, 2015)。だが、当初申請原案として提案されていた「日本料理」は、検討会による



フランスでの聞き取り調査で、「申請が経済活動や商業主義に繋がってはならない」と助言を受け、日本食材の輸出促進等の意向も含めて申請対象から削除された。

検討会メンバーによるフランスでの現地調査と現地での意見聴取の結果、「日本料理」が持つ料理文化の高い価値よりも、より広く国民的支持を受けている食文化という広がり重点が置かれることとなり、世界無形文化遺産には最終的に「WASHOKU」として申請された<sup>9)</sup>。この中で、会席料理は和食の一形態としてのフォーマルなスタイルとして位置づけられた。また、フランスとは異なり、和食はハレの日の食事だけでなく、ケの料理も対象となっていることが特徴である。

本来、無形文化遺産登録の背後には、消えゆく文化を保護するという目的がある。検討委員会の中心メンバーの1人であり日本料理アカデミー理事長である京都の料亭菊乃井の亭主・村田吉弘氏は「これをよかったよかった、と喜んでいるだけではあかん。登録されたということは「大切な文化・風習がなくなってしまうという危機に貧している」ということ。だから皆で守り、伝えていかなければならないということです。」と語る(村田, 2018)。彼は、日本国民が受け継いできた行事や自然感、美意識といった食文化が和食のルーツであり、一般庶民の食生活こそが「和食のこころ」である、という。農業国日本が、自然を崇め、神様に地の物を捧げ、五穀豊穡を祈ってきた風習や、飢饉に備えて食料を備蓄する技術として発展してきた味噌や醤油を始めとする発酵食品、「旨味」も、日本が生み出した味である。伝統食や行事食は、曆に沿って農作業にまつわる行事を執り行ってきたなかで受け継がれ、家庭や地域の絆を強める催しには「郷土料理」が大きな役割を果たしてきた。

申請が商業主義に繋がると認定を得にくいとの助言で「日本料理」ではなく日本の食習慣を示す「和食」を申請することになったが、結果として、「和食」登録の効果は、世界からの注目の高まりとインバウンドの増加として現れている。日本各地の特色のある食文化や日本料理を地域資源として開発・経営し、各地の独自の食文化を特色ある地域資源として発展させることは、日本全国の各地域の人々が食文化によるアイデンティティを取り戻し、食文化を産業としてコミュニティ形成することをきっかけに、地域経済を発展させることも期待できる。

### 3-3. 「日本料理」<sup>10)</sup>

#### 3-3-1. 「日本料理」発展の歴史

日本での食生活は各地の気候風土によって規定され、地域や季節ごとに異なる魚介や海藻、山菜、野菜や鳥獣を地産地消で食文化として形成してきた。地域に根づいて伝統や行事とも関連し、各地域ごとに異なる食文化や郷土料理が発達してきたのが日本の食文化の特徴である。前節で述べた、「会席料理を中心とした伝統を持つ特徴ある独特の日本料理」の構成要素を明らかにするのが本節の目的である。意外なことに、「日本料理」という言葉には明確な定義が存在しない。本項では、「日本料理」と呼ばれるものの発展を振り返ることで、その構成要素を整理し、日本料理とは何か、について考察する。

熊倉（2017）によれば、「日本料理」という言葉は、明治時代初期以降用いられた用語である。それ以前の日本料理である「本膳料理」では、膳の数が宴会料理のグレードを表わしていた。室町時代に完成した本膳料理は、正式の宴会が洋風になる近年まで、正式な、ハレの日の饗膳スタイルだった。16世紀になると、本膳料理と並行して、千利休が「わび茶」の文化を大成させ、「わびの茶の湯料理」を創作した。しかし、この時代にはまだ「懐石」という言葉は用いられていない。「懐石」が誕生するのは、利休没後100年を経た後である。

料理屋という業態は18世紀後半頃から急速に発展し、今日の日本料理の食材、料理技法、食器、給仕法などの骨格はほぼ文化・文政時代（1804年-30年）ころに完成したと考えられる。「日本料理」という言葉を定着させる上で大きな力があつたのが、1898年（明治31年）刊行の『日本料理法大全』である（熊倉, 2017）。しかしこの時代においても日本料理の主流は本膳の系統を引く平板な料理であり、器に注意を払うような繊細さは欠いていた。

こうした日本料理を「懐石」という手法を用いて変革したのが、料亭「吉兆」の創業者である湯木貞一である。近代に日本料理に革命を起こした人物として、熊倉（2017）は北大路魯山人と湯木貞一を挙げ、両者を分ける要因として、魯山人は茶の修行をしていないが、湯木は本格的に茶の湯を学んでいたことであると述べる。懐石料理は従来の本膳料理が数日前から作り置くのに対し、温かい料理を適切なタイミングで提供する。原田（2016）はこれを日本料理史上の大改革と評価する（原田, 2016）。懐石料理の特徴は、献立や器の取り合わせと盛り付け、さらには季節感の演出などの他、料理の分量や出すタイミングなどもてなしの心にある（原田, 2017）。湯木は魯山人との付き合いを始めとして、器を大切に考え、茶の湯の世界を料理で表現する方法を探求した。湯木はまた、日本料理の世界的な地位の向上も意識していた。外国の食材や料理の探求を精力的に行い、1961年には3年後の東京オリンピックを見越して東京に「吉兆東京店」を開業し、1963年には吉兆の経営理念である「世界之名物 日本料理」を打ち出す。湯木の孫、吉兆3代目当主の徳岡（2013）は、この経営理念は、日本の料理は単なる料理ではなく、茶道に基づいた佇まいや侘び寂びがあり、この気品は日本料理にしか存在しない、という湯木の考えが表現された言葉だという。他には、湯木の改革は、日本料理の順番の変更である。当時の料理屋の献立はお酒を飲むことを主眼とした宴会料理であり、料理の主役は酒の肴で、料理は折敷に並べられ、最後に白飯と漬物が供される形式であった。湯木は、松江藩七代藩主・松平治郷（後に「不昧公」）の茶会記を模範としており、料理を一品ずつ出す茶懐石の形式を取り入れ、飯、汁、向付、椀物、焼物、箸洗い、八寸、預鉢、湯斗などの供し方を基本形としていた（徳岡, 2013）。

一方、奥村（2016）は、戦前までの日本の食文化は郷土料理が和食及び日本料理の中核であったとする。奥村によれば、日本料理は室町時代に精進物の調菜文化と伝統の刺身文化が合体して京都で生まれたもので当時都が置かれていた京都が日本料理の発祥の地である。それが日本料理として広がって各地独自の産物を生かした料理として発展したものが郷土料理であるとして、日本料理と郷土料理を区別する。

「日本料理」について、石毛（2015）は、「日本料理」を外食の形態別に「料亭」「板前割烹」「専門店」「居酒屋」に4分類している。石毛の分類は、専門店や居酒屋を「日本料理」の分類に含める点に特徴がある。

### 3-3-2. 「日本料理」の要素

世界無形文化遺産の「和食」と「日本料理」の相違は、「和食」は長い年月をかけて我々日本人の生活に浸透し、各地の気候、風土、風習、季節の移り変わりの中で我々の生活に浸透した食文化の総称である。

渡辺（2018）は、「日本料理」は、料理人の思想や季節感を皿の上で表現できる世界で唯一つの料理と表現した上で、「和食」と「日本料理」の違いは、故事や伝統文化を大切に、1枚の皿の上に料理人の人生観や季節感が的確に表現されているか否かであると述べる。渡辺はそれを、日本料理とは、風流、風雅、花鳥風月を皿の上で表現するという「料理哲学」を有するものであると表現する。

日本料理も和食も、日本人の食は中国漢の時代に生み出された陰陽五行説の考えに基づき、それに明治以降に流入した近代の食を融合して発展してきた点は共通している（渡辺，2018）。陰陽五行説は、陰陽説と五行説に分けられる。陰陽説とは紀元前1000年前後の中国を起源にすると言われ、インドのアーユルヴェーダの考えから発展したものとも言われる。陰陽説は、宇宙の万物はすべて陰と陽の2つのエネルギーで構成されている、という思想であり、東洋医学や伝統医学の基礎となっている。五行説も東洋医学の中心となる考え方であるが、紀元前400年前後を起源とし、全てのは木・火・土・金・水の元素でできているという思想である。それぞれの五行は身体の臓器にも関係しているとされる。食における陰陽五行とは「五法五味五色」を指す。五法とは、「生、煮る、焼く、揚げる、蒸す」という5つの調理法である。五味とは「甘、酸、辛、苦、鹹」、五色は「白、木、赤、青、黒」を指す。「五法五味五色」を意識して調理することで、栄養的にも美的にも健康的で豊かな食を演出できる。また西洋の食が脂を味わう料理や食文化であるのに対し、日本の食は油の少ない調理法で出汁の旨味を大切に、一汁三菜に代表される食材のバランスを味わう料理とされる。それゆえ、日本の食は旨味を加えて「五法六味五色」と言われることもある。

日本料理における季節感に関して、西洋料理や無国籍料理と呼ばれる西洋料理以外の外国料理にも季節に合わせた食材、という意味で、季節感という概念は存在する。しかし、二十四節気七十二候に合わせた繊細な季節感とそれを表現する料理人の料理哲学を感じられるという概念は海外のどの料理にも存在しない日本料理独自の概念である。例えば、日本には季節の食材に関して、「走り・旬・名残」という概念がある。農作物や海鮮物の出始めを「走り」と呼び、市場にはまだあまり出回らず希少性も高い。新しい季節の到来を告げる心躍る使者である。季節が進み、それらの食物が市場に多く出回るようになって、値段も下がり、滋味や美味しさも増したところを「旬」と呼ぶ。そしてそろそろ季節の終わりが近づいた頃、その食材を来年まで食べられないという名残惜しさとともに

「名残」の産物で去りゆく季節を味わう。季節や地域、毎年の気候如何で、旬の時期は異なるため、食材を通して季節を楽しむためには、その食材が一番美味しい時期を見抜く目利きの力が料理人にも顧客の側にも求められる。

東京でミシュラン三つ星日本料理店「かんだ」を持つ神田裕行氏は、パリで日本料理店の料理長の経験を持つ。彼は、日本料理は日本固有の食材と日本の美意識を骨格とし、食材の鮮度と品質が料理の本質に反映する料理であると述べる（神田, 2010）。良い素材を探し、その素材の最高に美味しいときに最小限の手を加えることによって完成する料理が日本料理である。ゆえに日本料理の料理人には西洋料理以上に目利きの力が重要であり、またその地域で良い食材を調達するために、食材を迅速に流通させるインフラが必要である。

### 3-3-3. 料理哲学の修得過程

日本料理店における料理人のキャリアは、2種類に大別できる。1つが「板前」と呼ばれる人々で、彼らは師匠について修行を積んだ人である。もう1つは、「調理師」と呼ばれる人々で、彼らは調理師専門学校などを卒業した公的資格を持つ人である。料理人になるうえでは必ずしも調理師免許は必要ない。料理人とは自己の技術と蓄えた経験、それをもとに磨き上げた勘で素材の良さを引き出し、美味しいものを提供する職業である（渡辺, 2018）。渡辺（2018）は、板前も調理師も同じ料理人であるが、現実にその道に邁進するのは板前に多く、板前の中でもより真剣に料理の道を究めようとする人を「板場」と呼んでいる。

板前になる長い修業中の人々は、担当によって呼称が変化する。修業を始めた直後の人は「あひる」や「追い回し」と呼ばれ、掃除や下働きをすることで修業生活がスタートする。次に調理の補助をさせてもらえるようになると、「坊主」と呼ばれる。その後、「八寸場見習い」、「八寸場」、「八寸場長」、「焼き場見習い」、「焼き場」、「焼き場長」、「揚げ場見習い」、「揚げ場」、「揚げ場長」、「脇板」、「立板」、「向板」、「脇鍋」、「煮方」、「煮方長」などの段階を踏んだ後、「三番」、「二番」、「料理長」、「総料理長」という段階がある（渡辺, 2018）。この段階は店によって異なり、中には「見習い」「脇板」「向板」「揚場」「八寸場」「焼き場」「脇鍋」「煮方」「立板」「親父」という段階を踏む店舗もある<sup>11)</sup>。渡辺は、自身の修業期間中には、今とは違いすぐに教えてもらったり何でもやらせてもらえたりするわけではなく、見て盗めと言われ、先輩のやり方を盗み、真似して、料理を組み立てていったことが、考える習慣をつけるのに役立ったと述べる（渡辺, 2018）。

一方、近年では、料理人になりたいと希望する若者は、板前としていきなり料理店での修業の道に入るよりも、まずは料理学校で学んだ後に修業の道に入ることも多い。日本には調理師を養成する学校が約250校ある。調理学校で料理の文化や技能などを1年から3年かけて体系的に学んだ後、毎年15,000人が調理師資格を得ている。これは、世界と比較しても非常に多い<sup>12)</sup>。

### 3-4. 「京料理」と京都の食文化

「京料理」は全国の郷土料理のおおもとであり、京都で流通する食材を用い、京都の人や料理人が家族や客のために作るものである。「京料理」という言葉は、祇園先斗町の1718年（享保3年）に創業した創業300年を超える、京都の四条大橋西詰の料理屋である「ちもと」が1952年（昭和27年）に広告で「京料理ちもと」と用いたのが初めてであるとされる（奥村, 2016）。地産地消を意識しつつ、現在の京料理を成立させるための定義であると言える。京都の「山ばな平八茶屋」第21代当主・園部平八氏によれば、料理関連の文献に京料理という言葉が出てくるのは、江戸時代後期の文化・文政時代、化政文化の頃に「関西料理」という枠の中に、「大坂料理」と「京料理」という分類がされていたようである（園部, 2019）。しかし、関西料理の中心は「大坂料理」であり、これは園部氏の若い頃も同様であった。京料理という言葉が全国区になったのは、1959年（昭和33年）3月に淡交新社が発行した『京味百選 洛中洛外味のガイドブック』がきっかけであると考えられてる（奥村, 2016）。

京料理店では、しつらえ、おもてなし、料理の3要素を重視する。しつらえとは、部屋の佇まいや季節に合わせた装飾を指す。おもてなしは中居やウェイトレス、割烹での板場とのやり取り等である。京都の料亭では、顧客が来る前に亭主（料理店の主人）が季節・顧客の好み、食事や会合、催しの目的に合わせた料理や料理と器の組み合わせを考えるだけでなく、掛け軸、花、置物等を用意し、顧客を迎える。こうしたもてなしを400年の歴史のある料亭・瓢亭の高橋英一氏は、「それとなく趣向を感じされるものを盛り込む」と表現する（高橋, 2000）。京都の料亭を訪問する顧客は食材の目利きに加え、しつらえに表現された言葉にされない亭主のもてなしの心を汲み取る能力が求められる。なお、京都の料亭ではおもてなしは中居と呼ばれる女性が担当することが通常である。暖かい料理を丁度良いタイミングで提供するために、料亭ではおもてなしを提供する中居は、次の間で客室の内の空気を読み、間合いをはかる。

京都では、懐石料理、精進料理のようなハレの日、特別な日のための料理だけでなく、「野菜の炊いたん」や「じゃこと野菜」のように、京都の市民が日常の食卓で食べる、おぼんざいと呼ばれる家庭料理に近い「ケの日」の料理を提供する店も多い。このような料理の形態の違いだけでなく、店の提供の形態の違いでも料理店が幾つかの形態に分類され、料亭、割烹、仕出し屋などが例として挙げられる。中でも京都特有の文化は仕出し屋である。京都では、来客の際、家でもてなすことは少なく、予算を決めて料亭に案内したり、仕出し屋から出前の料理を取り寄せてもてなしをする文化があった。ゆえに仕出し屋が多かった。中には、仕出し屋から料亭に業態を変更・発展させ、料亭としてミシュランの星を獲得している店もある。この他にも、そば、うどん、寿司、天ぷら、鰻などの専門店がある。京都は歴史的に職人の街、糸編産業と呼ばれる西陣・室町地区の和装産業を中心とした中小企業が多い街であり、縦割りの産業構造や専門店どうしの繋がりで商いが成り立つことや、専門技能への尊重が社会に根付いた街でもある。割烹の中には、「天ぷらは専門店で食べてください」と案内し、自らは天ぷらを提供しない店舗もある。また、京都市は海のない地域なので、

琵琶湖などから運ばれる鰻を提供する専門店の数も多い。京都では、和菓子も和菓子屋、饅頭屋、餅屋という階層があり、和菓子は主にハレの日に、饅頭屋や餅屋は日常的用途で利用されるなど、料理店の利用法が重層的であることも特徴である。(図4)

料亭は日本料理を提供する高級な料理店である。通常、個室に通され(近年は一部椅子席のある店もある)客同士がはち合せにならぬよう仲居が細かく配慮する、本来の割烹は江戸の日本料理に対する上方の日本料理を指していた。近年はカウンター割烹と呼ばれる客がカウンターに座り、板場の料理人の調理の様子を見たり、カウンター越しに料理人と会話をしながら食事するスタイルの店が増えてきた。

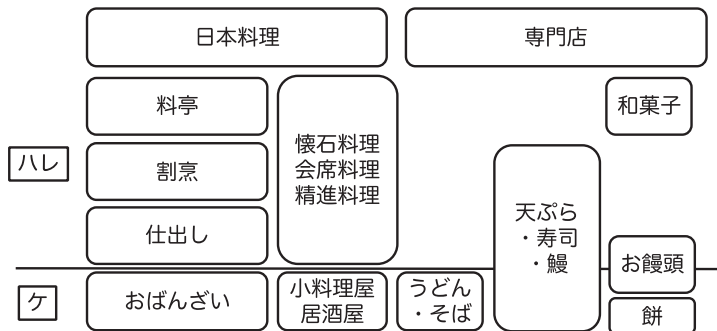


図4. 京都の食文化の構造

出所：筆者作成

京料理店の経営戦略は、京都の食文化や地元経済の発展とも密接な関係がある。京料理店の地元での主要顧客の1つが和装産業の顧客である。しかし、戦後の和装産業の縮小、特にバブル期以降の和装産業の縮小に伴い、閉店する料理店も多く、京料理店は過去20年間余り、戦略的転換を迫られてきた。京都では、「一見さんお断り」として知られる、紹介者を介した予約しか受け付けられない料亭・割烹も数多かった。しかし、それらの店舗の多くが、現在では一部、紹介者を介しない予約も受け付けている<sup>13)</sup>。そうして新たな顧客として浮上したのが観光客である。

また、京都には「老舗」と呼ばれる長い歴史を持った料理店が数多いことも特徴である。世界的に見ても企業としての歴史の長い料理店も数多く、日本のミシュランレストランの中で、100年を超える店舗の半数が京料理店である。老舗企業にとっての戦略は、規模や売上ではなく、「次世代に繋ぐ」ことを目的としていることが多く、こうした店舗では、料理人が一代で創立した店舗とは異なる戦略を取っていることも考えられる。海のない京都中心部で古くから日本料理文化が栄えた背景には、都だったことに加えて400年を超える歴史を持つ「京の台所」錦市場商店街の店舗などが御所の御用達として納品する鮮度の高い食材を調達するために、琵琶湖・近江・瀬戸内・紀伊などから新鮮な食材を調達する経路を整えてきたことが大きく寄与する。料亭に提供する良い食材を調達する流通システムが、昔から存在していたことも、長きに渡り京都で日本料理文化が発展してきた重要な

要素である。例えば錦市場に行くと、鮮魚店・青果店の他にも、塩干店・川魚料理店・海苔鰹節の専門店・穀物の専門店・等専門店が多く並ぶ。近年急速な観光地化が進み、観光客向けの店舗が増えたものの、午前中の錦市場には京都市内の料亭・割烹等から料理人が買付に訪れている。彼らのニーズを満たすため、鮮魚店では仲買人、かつぎなどの関係者と協力して、食材の産地、時期、漁師や魚のサイズ、運送方法、運送中の水槽の温度なども含めて指定し、料理人が欲する最高の食材を最高の管理方法で調達する技術を有する。青果店も中央市場などから仕入れるだけでなく、直接京野菜の農家との関係を持ち、時には自らが畑に行き、そこでないと手に入れない豊富な種類、手のかかった野菜を調達している。市場で調達する大きなロットではなく、小規模な割烹が毎日必要とする小ロットでも注文可能で、配達もしてもらえるため小規模な割烹では信頼する店舗に前日までに注文をしておけば、少ない人手を仕込みに使える。良い食材を調達する為のロジスティックが整い、料理店と足並み揃えて頑張る関係者の存在が料理文化を支える地域資源となる。加えて漆器、清水焼などの工房も京都の市内及び周辺に多く集積し、食材だけでなく、地域の料理業界からの要望に合わせた食器の生産地と近接して京都で料理文化が発展するコミュニティが形成された。歴史や背景は異なるが、こうしたコミュニティの層の厚さが先に述べたサン・セバスチャンと京都の類似点である。

#### 4. まとめ

本稿では、日本の食文化を今後の観光化戦略の一環や、地域活性化に寄与する戦略的地域資源とすることを念頭に、日本の食文化の構成概念から「和食」「日本料理」「京料理」の3つの概念について検討した。

和食については、一般用語としての「和食」と世界文化遺産に認定された文脈での「和食」でその内容が若干異なっていた。一般用語としての「和食」は、本来一汁一菜を前提とし、銘々膳を用いて提供される日本人の食事スタイルを指す。加えて、英語で「ジャパニーズ・レストラン」「ジャパニーズ・フード」と総称され、栄養バランスに優れ低カロリー食としてもはやされたような動物性油脂の少ない食材の「旨味」を活かした食事、外来の料理を日本人がうまく取り入れたカレーライス、とんかつ、餃子、ラーメン等も含めて、日本人の伝統的な食文化の総称である。その中には、ハレの日の料理（懐石料理・会席料理・精進料理など）も日常的なケの料理も含まれる。一方、世界文化遺産に認定された「和食」は、一般用語としての「和食」よりも、日本各地で独自の発展をした郷土料理や正月のおせち料理を代表として季節ごとの行事に伴う行事食、なども含めた日本人が古くから「自然の尊重」という精神を尊重することで体現してきた「食に関する社会的習慣」を指す。

「日本料理」という概念には定説がなく、政府統計と研究書その他で「日本料理」という用語が用いられている場合にも、一般的な日本食（料理店）という文脈で用いられていることもあり、「日本

料理」の内容については注意して確認することが必要である。「日本料理」に関する解説書を検討した結果、日本料理とは「会席料理を中心とした伝統を持つ料理の体系及び食文化」である。その特徴は、①陰陽五行説に基づく「五法五味五色」に「旨味」を加えた「五法六味五色」を大切にすること、②諸外国の料理よりも二十四節気七十二候に合わせた繊細な季節感を重視し、その表現において料理人の料理哲学が反映されること、③繊細な季節の移ろいを表現するために料理人・顧客双方の側に食材に対する知識や目利きの力が求められること、④良い食材を栽培・収穫し、流通するインフラが地域に整っていることである。1,200年間都の置かれていた京都や、食材の流通インフラの整った大阪や首都圏、加賀百万石の豊かな文化や海に近い地形を持つ金沢など、日本料理の栄えた地域は、これらの条件が揃っている。

「京料理」は、「日本料理」の1つである郷土料理として発展した。ただし、京都は日本料理発祥の地であるが、京料理という言葉自体はそれほど古いものではない。京料理では、しつらえ、サービス、料理の3要素を重要視する。京都で「京料理」と呼ばれる日本料理が発展した背後には、TPOに合わせて重層的な料理店を使い分ける京都の人々の食生活のスタイルの存在と、専門店化した経済システムや、職人文化を尊重する京都の人々の気質が影響する。亭主が表現した顧客をもてなすところをそれとなく感じさせる趣向を凝らす亭主とその趣向を汲み取る顧客側の目に見えぬコミュニケーション、季節ごとの新鮮な食材や料理に合わせた食器を提供する流通システムが古くから発展してきたことが、京都で日本料理の文化が発展し、老舗と呼ばれる料亭が多く続いてきた重要な要素である。

本稿では、日本における食文化の研究をすすめる上で、「和食」「日本料理」「京料理」などの概念整理を行い、日本料理を地域資源として発展させた地域の特徴として、京都で「京料理」が発展し、長く食文化が培われてきた背景等を考察した。

## 【謝辞】

本研究は、科学研究費基盤研究B（課題番号18H00899）、萌芽研究（挑戦的）（課題番号：18K18586）、2019年度サントリー文化財団研究助成の支援を得て実施しました。仕込み中の貴重なお時間に調査にご協力頂いた各料理店、錦市場商店街の皆様、辻調理師専門学校・京都調理師専門学校の皆様に感謝申し上げます。

なお、2020年Covid-19の発生により、外食産業の状況も急変しました。本稿の議論は2019年末までの状況に基づくものです。

## 注

- 1) 総務庁平成28年経済センサス—活動調査 (<https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&toukei=00200553&tst=000001095895>) (2020年7月29日アクセス)
- 2) 農林水産省「海外における日本食レストラン数の調査結果（令和元年）の公表について」 (<https://www.maff.go.jp/j/>)



- press/shokusan/service/191213.html) (2020年7月29日アクセス)
- 3) 世界で2番めに対人口比でのミシュランレストランの数が多き街は京都である。
  - 4) 筆者による聞き取り調査では、単に数多くの美食倶楽部が存在するだけでなく、美食倶楽部同士が年に1回1月20日にタンボラーダ (La Tamborrada) という地域の祭りを開催することが、各美食倶楽部同士の交流を深める要因となっている。タンボラーダには各美食倶楽部を中心として200程の団体が参加し、24時間太鼓 (樽) を叩きながら街を練り歩く祭りである。(2020年1月2日聞き取り。)
  - 5) [https://www.maff.go.jp/j/keikaku/syokubunka/pdf/110819\\_summary.pdf](https://www.maff.go.jp/j/keikaku/syokubunka/pdf/110819_summary.pdf) (2020年6月30日アクセス)
  - 6) 地中海料理はその後2013年にキプロス、クロアチア、ポルトガルが追加された。
  - 7) 2010年に登録された北部クロアチアのジンジャーブレッド工芸は農林水産省のHPや『現代用語の基礎知識2016』『和食』の項目でも食文化に関する世界文化遺産として言及されておらず、日本では食関連の世界無形文化遺産としてカウントされていないことも多い。参考のため、表1ではジンジャーブレッド工芸も食に関する世界無形文化遺産に含めてリストしている。
  - 8) 和食文化国民会議HP (<https://washokujapan.jp/cultute/>) (2020年1月8日アクセス)
  - 9) 広く国民的支持を受けていることを示すため、京都府は2019年に京都府立大学文学部に和食文化学科を設立した。当該学科では、和食の歴史、文芸、人類学、経営学、科学など和食に関する幅広い知識と教養を学ぶ文理融合カリキュラムになっている。茶道・華道・美術・工芸など、日本の伝統文化を学ぶことを重視している点が、しつらい・サービス等を理解することが重要である和食文化の特徴を反映している。
  - 10) ここでの「日本料理」は総務庁経済センサス基本調査での「日本料理」とは異なる。
  - 11) 日本料理翠徳亭HP (<http://www.suitokutei.jp/tyouribayori.html>) (2020年6月30日アクセス) 日本料理翠徳亭HPより
  - 12) [https://www.maff.go.jp/j/keikaku/syokubunka/pdf/110819\\_summary.pdf](https://www.maff.go.jp/j/keikaku/syokubunka/pdf/110819_summary.pdf) (2020年1月8日アクセス)
  - 13) 聞き取り調査をした「一見さんお断り」として知られる店舗数軒では、昼食のみ受付、一部のホテルを介した紹介のみ受付、などを予約の経路としていた。インターネットで受け付ける店舗は少なく、電話をして予約を取るところが多い。その理由としていずれの店舗も、「顧客の素性や好みを知り、十分なおもてなしの準備をするため」と説明する。

#### 【参考文献】

- Atkinson, David (2017) 『世界一訪れたい日本のつくりかた』東洋経済新報社
- 原田信男 (2016) 『和食文化ブックレット5 ユネスコ無形文化遺産に登録された和食 和食の歴史』思文閣出版
- 原田信男 (2017) 「解説」(熊倉功夫 (2017) 『第7巻 日本料理文化史』思文閣出版)
- 井尻昭夫, 江藤茂博, 大崎紘一, 松本健太郎. (2018) 『フードビジネスと地域: 食をめぐる文化・地域・情報・流通』(シリーズ・21世紀の地域), ナカニシヤ出版
- 石毛直道 (2015), 『日本の食文化史: 旧石器時代から現代まで』, 岩波書店
- 神田裕行 (2010) 『日本料理の贅沢』講談社
- 川端基夫 (2013) 「外食グローバル化のダイナミズム: 日系外食チェーンのアジア進出を例に」『流通研究』15 (2), pp3-

23.

小林哲 (2016) 『地域ブランディングの論理—食文化資源を活用した地域多様性の創出』 有斐閣

熊倉功夫 (2015) 『和食文化ブックレット1 ユネスコ無形文化遺産に登録された和食 和食とは何か』 思文閣出版

熊倉功夫 (2017) 『第7巻 日本料理文化史』 思文閣出版

村田吉弘 (2018) 『菊乃井・村田吉弘の<和食世界遺産>和食のこころ』 世界文化社

日本料理翠徳亭 HP (<http://www.suitokutei.jp/tyouribayori.html>) (2020年6月30日アクセス)

農林水産省「海外における日本食レストラン数の調査結果(令和元年)の公表について」(<https://www.maff.go.jp/j/press/shokusan/service/191213.html>) (2020年7月29日アクセス)

農林水産省 HP「第2回日本食文化の世界無形文化遺産登録に向けた検討会議事概要」([https://www.maff.go.jp/j/keikaku/syokubunka/pdf/110819\\_summary.pdf](https://www.maff.go.jp/j/keikaku/syokubunka/pdf/110819_summary.pdf)) (2020年1月8日アクセス)

奥村彪生 (2016) 『日本料理とは何か:和食文化の源流と展開』 農山漁村文化協会

園部平八 (2019) 『京料理人, 四百四十年の手間 「山ばな平八茶屋」の仕事』 岩波書店

総務庁平成28年経済センサス—活動調査 (<https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&toukei=00200553&tst-at=000001095895>) (2020年7月29日アクセス)

高橋英一 (2000) 『瓢亭の点心入門』 淡交社

高橋広行 (2017) 「美食を通じた地域ブランディングの事例研究:スペインバスク地方の「美食の都」:サン・セバスチャンの成功要因の解明」『同志社商学』 pp.507-530

高城剛 (2012) 『人口18万の街がなぜ美食世界一になれたのか—スペイン サン・セバスチャンの奇跡』 祥伝社新書

竹中克行・齋藤由香 (2010) 『スペインワイン産業の地域資源論—地理的呼称制度はワインづくりの場をいかに変えたか』 ナカニシヤ出版

徳岡邦夫 (2013) 『料亭「吉兆」を一代で築き, 日本料理と茶の湯に命を懸けた祖父・湯木貞一の背中を見て, 孫の徳岡邦夫は何を学んだのか』

鳥居本幸代 (2015) 『和食に恋して』 春秋社

和食文化国民会議 HP (<https://washokujapan.jp/>) (2020年1月8日アクセス) 1

渡辺康博 (2018) 『日本料理はなぜ世界でいちばんなのか』 あさ出版

安田亘宏, 中村忠司, 吉口克利 (2007) 『食旅入門:フードツーリズムの実態と展望』(旅のマーケティングブックス) 教育評論社

安田亘宏 (2013) 「フードツーリズム論:食を活かした観光まちづくり」古今書院

## Managing WASHOKU, Japanese Cuisine and Kyoto Cuisine as Strategic Regional Resources

Naoe IMURA

### ABSTRACT

An increasing number of tourists look forward to experiencing Japanese food culture in Japan. Since Japanese food culture, “WASHOKU,” was registered as a part of the world intangible cultural heritage by UNESCO in 2013, food culture has become a strategic regional resource for Japan. Although UNESCO certified Japanese food culture, “WASHOKU,” as “intangible cultural heritage,” the word “washoku” is also used in general terms, and confusion occurs because “washoku” and “Nihonryori” (Japanese cuisine) have several meanings. This paper reviews the meanings and components of 1) the general term “washoku” as traditional Japanese cuisine which is often contrasted with “yoshoku” (Western cuisine), 2) “WASHOKU” as a UNESCO World Intangible Cultural Heritage representing traditional Japanese food culture, notably for the celebration of New Year, 3) “Nihonryori” as high class Japanese cuisine, and 4) Kyoto cuisine as regional Japanese cuisine in Kyoto as well as the origin of Japanese cuisine.

