



ガストロノミーツーリズム 国際シンポジウム2022

ガストロノミーツーリズムの観光地 としての奈良の事例

オリアンヌ・デアー
UNWTO本部・プログラムオフィサー



国連世界観光機関(UNWTO)



国連世界観光機関 (UNWTO)は
責任ある、持続可能な、誰もが参加
のできる観光を推進する国連機関



RSOAP は UNWTO Regional Support Office for Asia and the Pacific の略称です。

160の加盟国

500を超える賛助加盟員
(日本からは21団体)

ご質問があれば、下記をご参照・ご連絡ください

ウェブサイト: <https://unwto-ap.org/>

連絡先E-mail: info@unwto-ap.org

A scenic landscape featuring a dirt path that leads through a lush green field. To the right of the path, there is a rustic wooden fence made of logs and posts. The background shows rolling green hills under a bright blue sky filled with fluffy white clouds. The overall atmosphere is peaceful and natural.

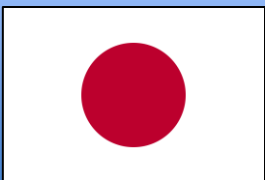
国際観光統計と見通し

コロナ禍前の国際観光



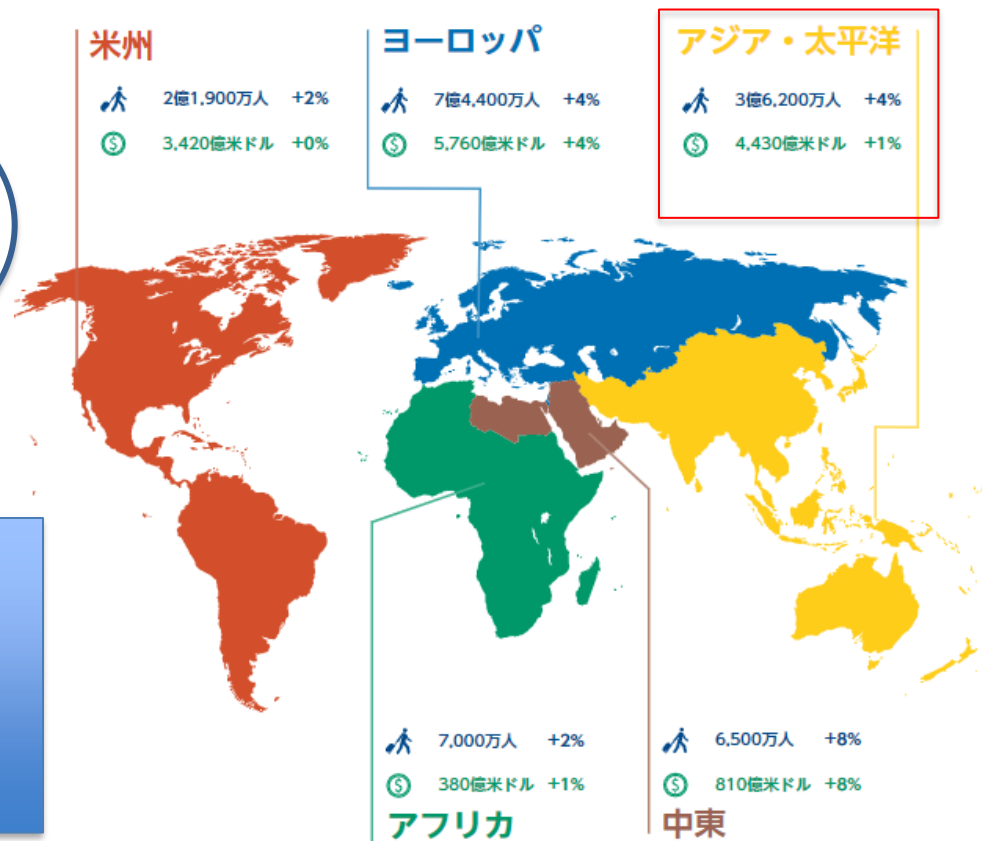
国際観光客
到着数
15億人

国際観光
収入
1兆4,810億
米ドル



国際観光客到着数
3,220万人:2010年の約4倍

国際観光収入
461億USD:2010年の約3倍



2021年

1月-9月

国際観光客到着数

世界

- 20% (2020年比)

- 76% (2019年比)

ヨーロッパ

- 8% (2020年比)

- 69% (2019年比)

米州

+ 1.5% (2020年比)

- 65% (2019年比)

アフリカ

- 34% (2020年比)

- 77% (2019年比)

アジア・太平洋

- 75% (2020年比)

- 95% (2019年比)

中東

- 39% (2020年比)

- 82% (2019年比)

2021年のUNWTO予測
国際観光客到着数が
70～75%減少
(2019年比)



SOURCE: UNWTO

* PROVISIONAL DATA, Y-O-Y MONTHLY CHANGE BY REGIONS OVER 2019 (DATA AS OF NOVEMBER 2021)

コロナ禍における観光客の行動変容

一時的な傾向か、それとも定着するか？



より近い場所

より近隣へと旅をする傾向があり、多くの市場で国内旅行が好調。観光客は「ステイケーション」、家に近い場所でのバケーションを選んでいる。



より責任を意識

持続可能性、本物であること、地域らしさ
観光客は、地域コミュニティに良い影響を及ぼすことを一層重視し、本物志向になってきている。



三密を避ける

移動の制限や、密を避けるために、自然、地方部への観光、車の旅が人気となっている。



新たな懸念

公衆衛生への対策、入場要件の厳格化やキャンセルポリシーの変更が、消費者にとっての新たな懸念となっている。また、出発日直前の予約が増加している。

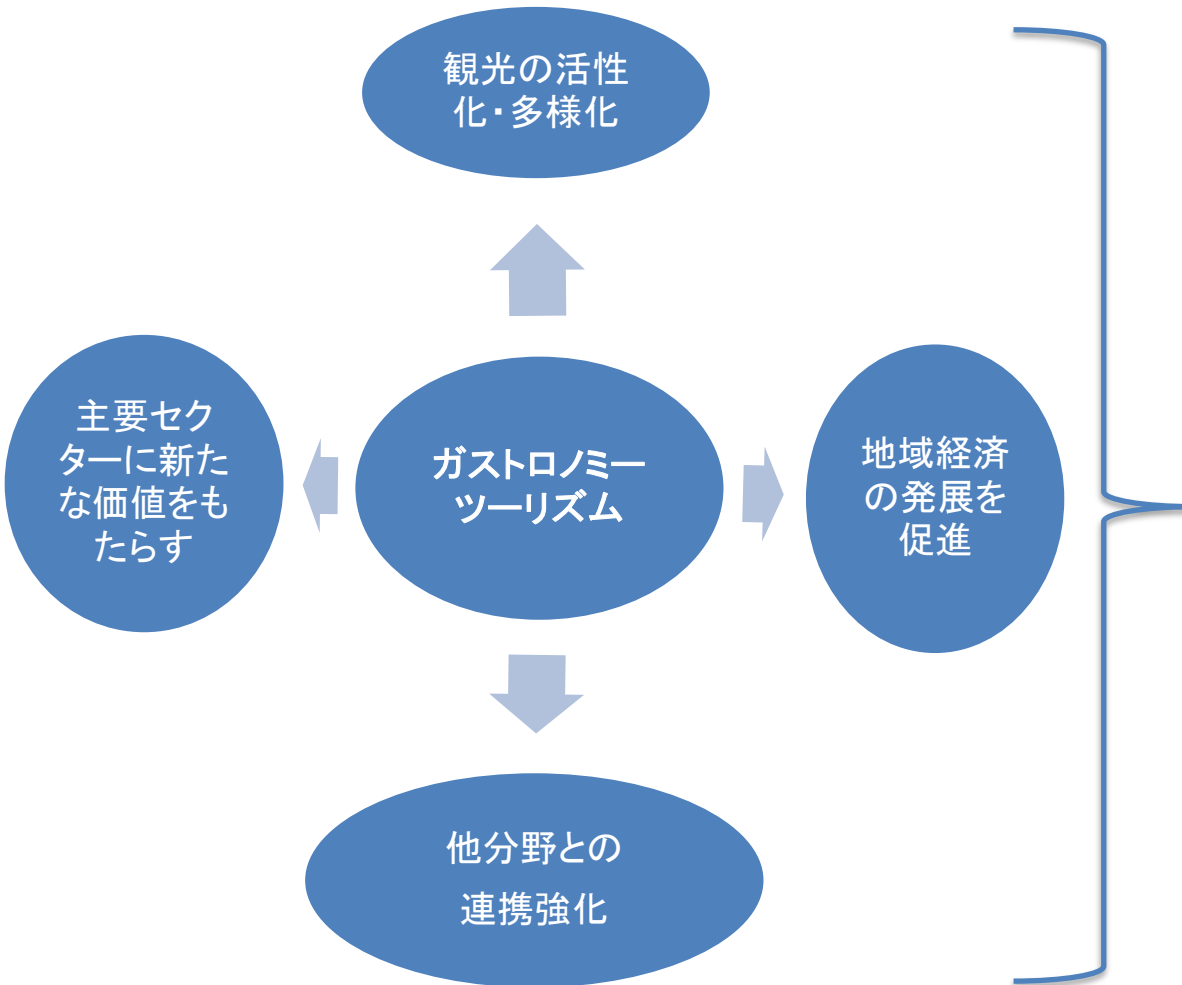


ガストロノミーツーリズムの重要性

UNWTOによる ガストロノミーツーリズムの定義

- 観光客の体験・活動が、食や食材に関連付いていることを特徴とする。
- 本格的、伝統的又は革新的な料理体験と併せて、地域の産地訪問、食に関するフェスティバルへの参加、料理教室への参加など含む場合もある。





ガストロノミー・ツーリズムの利点

- 観光地のプロモーションとブランディング
- 地域の伝統と多様性を保全
- 本物を活かし、やりがいを感じる

日本におけるガストロノミーツーリズムの重要性

訪日外国人観光客が好む活動:

1

“日本食を食べる”

6

“日本酒を味わう”

(観光庁訪日外国人消費動向調査、2020年)

和食

- 安土桃山時代: 懐石料理の原型 (茶懐石) が始まる
- 2013年、UNESCO無形文化財に指定



A photograph of a woman wearing a white headscarf and a dark blue shirt, working at a stall. She is looking down at a small, round, golden-brown waffle she is holding. In the foreground, there is a red box containing a stack of similar waffles. To the left of the box are several white boxes. To the right, there is a blue tray with some Japanese text. The background is slightly blurred, showing other people and the structure of the stall.

奈良 & ガストロノミーツーリズム

「農」と「食」を
融合した
カリキュラム

なら食と農の魅力創造国際大学校 (NAFIC)

農場から
食卓へ



奈良における
“テロワール※”
概念の発展

オーベルジュ
での実践体験

パートナーシップの構築

※「テロワール (terroir)」とは、フランス語の言葉で、諸説あるが、「土壌、気候、人など土地に関わる
様々な要素と結びついたその土地ならではのもの」を指すと言われている。

奈良におけるガストロノミーツーリズム商品開発の取組

奈良フード
フェスティバル・
シェフェスタ



農山村まるごと収穫体験
& ウォーク



山の辺の道ガストロノミー
オンラインツアー開催、
ルート紹介



奈良のうまいもの巡り



なら歴史芸術文化村に
おける親子向けセミナーや
料理教室



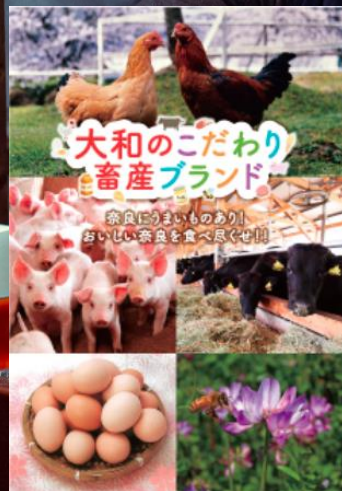
なら歴史芸術文化村

奈良におけるガストロノミーツーリズムに関する認証制度

大和野菜



大和畜産
ブランド



おいしい奈良産
協力店



眺望のいい
レストラン認証



ガストロノミーツーリズムガイドライン推奨事項からの抜粋

推奨事項	主要ポイント	奈良の取組
2. 地域のガストロノミーを文化遺産として認識する	ガストロノミーに関する文化や地域の産品への意識を高めるため、小学校、中学校、高等学校、専門学校及び大学など、様々な教育レベルでのプログラムを開発する。	・NAFIC ・なら歴史芸術文化村における親子向けセミナーや料理教室
	独自性や価値の喪失を防ぐために、ガストロノミーに関する文化を次世代に継承することを促進する。	
	生産者、シェフ、料理店のつながりを育み、地域の産品を保護・促進するための事業を企画・開発する。	
	地域のガストロノミーを誇りに思い、その一部を担っていると感じるよう、地域コミュニティの参画を促す。	
	汎用化してしまうことや文化価値を喪失することを防ぐため、品質ラベルやブランド化の指針を管理する。	・大和野菜 ・大和畜産ブランド ・おいしい奈良産協力店 ・眺望のいいレストラン認証

ガストロノミーツーリズムガイドライン推奨事項からの抜粋

推奨事項	主要ポイント	奈良の取組
3. 観光客を受け入れるシナリオ、環境、場所及び体制を改善する	博物館、会議場等、ガストロノミーに関する文化を強化するための設備を整える。	NAFIC
	地域の人々がガストロノミーの伝統に誇りを持ち、独自性を発揮するような活動を実施する。	奈良フードフェスティバル・シェフェスタ
4. 地域に内在するガストロノミーに関する商品・体験を、創造・開発する	ガストロノミーの文化的な側面や、地域の社会・経済生活にガストロノミーがどのように反映されるかを広報する。	・奈良フードフェスティバル・シェフェスタ ・山の辺の道ガストロノミーオンラインツアー開催、ルート紹介 ・農山村まるごと収穫体験&ウォーク
	料理コンテストや表彰など、ガストロノミー分野を活気づけるために活動に取り組む。	・NAFIC ・奈良フードフェスティバル・シェフェスタ ・奈良のうまいもの巡り ・眺望のいいレストラン認証

ガストロノミーツーリズムガイドライン推奨事項からの抜粋

推奨事項	主要ポイント	奈良の取組
5. 関係者全員の知識、能力開発、革新、連携に基づき、バリューチェーンにおける競争力を強化する	様々な分野のガストロノミーに関する研修計画を作成する	NAFIC
	ガストロノミーツーリズムの関係者や専門家を重視する文化を育む	
9. ガストロノミーツーリズム発展の原動力として、テクノロジーを最大限に活用する	人々が交流するためのプログラムを作成し、ガストロノミーツーリズム体験を促進する	山の辺の道ガストロノミーオンラインツアー開催、ルート紹介
10. 地域における持続可能性やSDGsへの貢献に向けた取組を進めるための手法としてガストロノミーツーリズムを推進する	持続可能な地域の産品・製品を創出するプログラムを開発し支援する	・NAFIC ・奈良フードフェスティバル・シェフエスタ ・大和野菜 ・大和畜産ブランド ・おいしい奈良産協力店
	地域の産品・製品や技術をバリューチェーンに取り入れることを奨励する	
	地域の産品・製品を用いた持続可能な料理を促進する	



今後の展開について

ガストロノミールートを通しての観光商品開発

山の辺の道 ガストロノミールート



推奨事項 4

地域に内在するガストロノミーに関する商品・体験を、創造・開発する。

主要ポイント:

- 通常は訪れることが難しい観光資源へのガイド付きのガストロノミーツアーを開発する。
- 地域全体の社会・経済的发展に貢献できる、場所別、テーマ別(料理、商品、関係者、農村風景など)の食のルートを創成する。



観光客の分散、地域経済の活性化、地域バランスの改善

ガストロノミールートの事例

UNWTOワイン・ツーリズム商品開発 プロジェクト:「楽しい旅」

サイクリングとチーズの ルート



地域の食と伝統の保全のための品質ラベル

大和野菜ラベル



推奨事項 2

地域のガストロノミーを文化遺産として認識することを推進：料理の特色、地域の産品、地域のガストロノミーを強化する

主要ポイント：

- 汎用化や文化価値の喪失を防ぐため、地域特有の食について、品質ラベルやブランド化の指針を管理する。

UNWTOによるガストロノミーツーリズムの取組

イベント

UNWTOガストロノミーツーリズム世界フォーラム
UNWTO世界ワイン・ツーリズム会議



第6回UNWTOガストロノミーツーリズム世界フォーラム
(ベルギー・ブルージュ)での
奈良県荒井知事のスピーチ



ブルージュから、第7回UNWTOガストロノミーツーリズム世界フォーラム
開催地の奈良へ

技術支援プロジェクト

UNWTOワイン・ツーリズム
商品開発プロジェクト:
「楽しい旅」
(スペインとアルゼンチン)



UNWTOによるガストロノミーツーリズムの取組

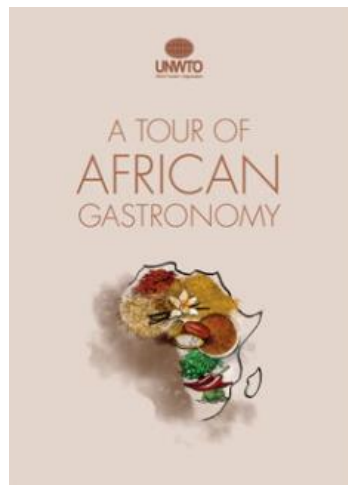
研究



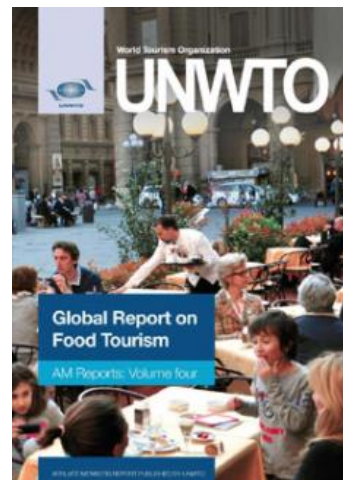
ガストロノミーツーリズム発展
のためのガイドライン
(2019年)



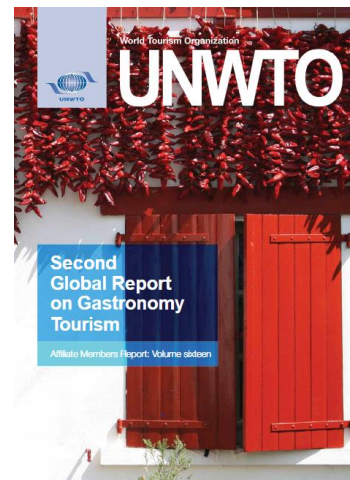
ガストロノミーツーリズム
日本の事例
(2019年)



アフリカ
ガストロノミーツアー
(2021年)



世界フードツーリズム
報告書
(2012年)



第2回世界ガストロノミー
ツーリズム報告書
(2017年)



COVID-19
RESPONSE

ご清聴ありがとうございました

oderrier@unwto-ap.org

<https://unwto-ap.org/>