

【審査論文】

観光における食文化の位相と真正性——イタリアを事例として

秦泉寺友紀

The Phase and Authenticity of Food Culture in Tourism: The Case of Italy

Yuki SHINSENJI

要旨

観光の領域では、近年、その土地の食やそれに関わる文化が観光客をひきつける魅力として注目を集め、こうした分野に力点をおいた観光について、「フード・ツーリズム」や「ガストロノミー・ツーリズム」といった名称が付されるようになってきている。こうした食を切り口に当該の地を深く知るという方向性をもつ観光は、国連世界観光機関（UNWTO）が2017年をそれと定めた「持続可能な観光国際年」も契機として関心を集めている、「持続可能な観光」という方向性とも近いものである。それと同時に、食に関わる観光は、マス・ツーリズムからオールタナティヴ・ツーリズムへという観光に全般的にみられる展開を背景として、ますます追求されるようになってきている真正性（オーセンティシティ）のニーズに対しても、地域の名産である食品の生産者とのコミュニケーションや、「地元民のように食べる」といった経験を通して応える性格をもつ。本稿は、食に関わる観光を、こうしたより広い、背景となる文脈のなかに位置づけたうえで、そこで重視されている真正性がいかにして存立しているのか、その構造にさかのぼりつつ検討する。具体的な事例としては、観光のみならず食の領域においてもその豊かさをしばしば指摘されるイタリアをおもに取り上げる。

キーワード：フード・ツーリズム、持続可能性、アグリツーリズム、伝統、真正性、イタリア、食文化
food tourism, sustainability, agritourism, tradition, authenticity, Italy, food culture

1. はじめに

数々の歴史的遺構、海や山が織りなす変化に富んだ自然景観を擁するイタリアは、世界有数の観光国に数えられる。面積で日本の約5分の4（30.1万平方キロ）、人口では約半分（6000万人）のイタリアだが、国連世界観光機関（UNWTO）によれば、2016年のイタリアへの国際観光客到着数は5200万人（世界第5位）、国際観光収入は400億米ドル（世界第6位）にのぼる（UNWTO 2017：6）。2017年現在、世界最多のユネスコ世界遺産登録数（51か所）に象徴される歴史や文化、自然の豊かさは、イタリアを世界有数の観光国に押し上げている要因といえよう。

その一方、観光の領域では、歴史的遺構や風光明媚な自然景観といった従来からその観光資源としての価値が認められてきた要素に加え、近年はその土地の食やそれに関わる文化が観光客をひきつける魅力として注目を集め、こうした分野に力点をおいた観光について、「フード・ツーリズム」や「フード・アンド・ドリンク・ツーリズム」、「ガストロノミー・ツーリズム」といった名称が付されるようになってきている。

OECDが報告書『食物とツーリズムの経験』(2012年)、国連世界観光機関が賛助会員による報告書『フード・ツーリズムに関するグローバルレポート』(2012年)と相次いでこの分野を取り上げていることも、こうした観光分野への世界的な関心の高まりを示すものといえよう¹。

本稿ではまず、観光全般をめぐる現状につき簡潔に振り返ったうえで、近年注目を集める食に関わる観光について、その存立にさかのぼりながら検討する。観光に訪れた先でその土地のものを食べることそれ自体は、「フード・ツーリズム」といった呼称があらわれるよりもはるか以前から存在する²。観光に限らず移動全般に共通することではあるが、訪問した先の土地の食品を全くとらず、出発地から持参した食糧のみで食事をまかなうことのほうが稀有といえよう。そうしたなかであって、近年になって、食に関わる観光に「フード・ツーリズム」等の固有の呼称が付され、新たなまなざしが注がれるようになったことの意味を、観光に生じつつある変化やその背景となる社会状況に照らしながらみていきたい。こうした流れに関わる具体的な事例としては、イタリアをおもに取り上げる。歴史的には必ずしも資源に恵まれてきたわけではないにもかかわらず、現在、食に関わる領域においても、その豊かさについて指摘されることの多いイタリアを通して、食や食文化と観光との関わりについて論じ、観光における真正性(オーセンティシティ)の構成に光を当てていきたい。

2. 国際観光をめぐる現状と「持続可能な観光」としてのフード・ツーリズム

国境を越えてのヒトやモノ、情報の往来が活発化するグローバル化は、観光の領域にも追い風となっている。国連世界観光機関によれば、2016年現在、観光分野は世界のGDP総額の約10%を生み出し、財・サービスにおける世界輸出の7%相当を占めている(UNWTO 2017:2-3)。また、2010年に9億4000万人だった国際観光客到着数総数は、2016年現在12億3500万人に増加、2030年には18億人に達するとも推計されており、成長が見込まれる分野でもある(*ibid.*)。こうした状況を背景に、世界各国はこの分野の振興に力を入れている。

2003年に訪日旅行促進のための「ビジット・ジャパン・キャンペーン」を開始、2004年には「観光立国推進基本法」を全会一致で制定、2008年には「観光立国を総合的・計画的に推進する」という目的のもと観光庁を設置するなど、国レベルで本格的に外国からの観光客誘致に取り組むようになった日本も、そうした流れのなかに位置づけられる。2003年1月、小泉純一郎首相(当時)が施政方針で掲げた、訪日外国人旅行者を1000万人に倍増させるとの目標の達成は、当初めざしていた2010年から3年遅れの2013年となったものの、2016年にはその数は2000万人を突破、翌2017年には過去最高の2869万人を記録した³。また2015年には、1970年以来、45年ぶりに、訪日外国人旅行者数(1974万人)が出国者日本人数(1621万人)を上回った⁴。訪日外国人による消費総額も5年連続で過去最高を更新し、2017年には初めて4兆円を超え、4兆4162億円に達している⁵。

現政権の安倍晋三首相も、観光は「我が国の成長戦略の大きな柱の一つ」であり、「GDP600兆円に向けた成長エンジン」であると位置づけている⁶。そして、「観光立国」から歩を進めた「観光先進国」の実現という展望を示すとともに、訪日外国人旅行者数についても、2020年に4000万人、2030年に6000万人という目標を設定している⁷。産業界においても、経団連が、観光は「生産波及効果46.7兆円、雇用誘発効果394万人を誇る基幹産業」であり、「様々な産業の消費拡大を誘発する起爆剤となりうる総合産業」だとし、その発展に向けた官民一体での取り組みについて提言を行っている⁸。こうした産業としての観光への注目は、ひとつにはその成長の伸びしろに対する期待——2015年のデータで、日本は外国人旅行者受け入れ数で世界16位(アジアで5位)、国際観光収入で世界13位(アジアで5位)という位置にあ

る —— を背景とするものと考えられる⁹。

その一方、国連世界観光機関が2017年を「持続可能な観光国際年」に指定し、「計画性と責任のある観光」という展望を示したことに象徴されるように、観光の領域においても、「持続可能性」を追求することが喫緊の課題として認識されつつある¹⁰。「持続可能な観光」という語は、「持続可能な開発を実現するためのアクション・プラン」が採択された1992年の地球環境サミットを契機に、1990年代半ばから定着し始めた（安村2003：216）。その背景にあるのは、観光に関わる「急激な変化」が、「観光を拠り所とする国の経済を潤す一方」、「観光の不十分な管理・運営は、伝承文化・古代遺産の消滅や、脆弱で貴重な自然環境と生物多様性の破壊、不平等な労働環境などを招く原因となる」との危惧である¹¹。たとえば日本においても、「総合保養地整備法」（いわゆる「リゾート法」／1987年制定）の「失敗」—— 巨大なホテルやゴルフ場、マリーナなどの開発優先で、自然環境の保全や、地域の個性、自主性がなおざりにされたとの批判がある —— は、しばしば語られるところである¹²。

フード・ツーリズムは、第一に、こうした「持続可能性」の追求という近年の動向、文脈のなかに位置づけられる。その地域で継承されてきた「伝承文化」である食やそれに関わる文化の存続は、観光の隆盛も含め社会の「急激な変化」により、危機にさらされているとの認識は、現在、一定の広がりで見られる。たとえば、「和食：日本人の伝統的な食文化」は2013年、ユネスコ世界文化遺産に登録された一方、その保護・継承に責任をもつ民間団体として組織された「和食文化国民会議」では、「地場の食材を活かした郷土料理の消失」など、次世代への和食文化の継承につき懸念が表明されている¹³。1980～90年代にかけてイタリア北部で登場、「おいしい、きれい、ただし」をスローガンに、国際的に展開しているスローフード運動においても、「流れ作業のようなシステムで、自然から得られる産物を消費財、加工財のように使う農業」やその消費のパターンが批判的な見直しの対象となっている（Pettrini 2005＝2009：43）。また、乱獲や環境破壊による水産資源の枯渇など、食やそれに関わる文化を支える自然環境や生物多様性の持続可能性への脅威は、国際社会でも議論される場所である¹⁴。食やそれに関わる文化を価値ある資源として見直して観光と結びつけ、食の産地である地域の持続可能な発展を模索するフード・ツーリズムは、まさにこうした時代状況に連なるものといえる。

農家滞在型の観光であり、フード・ツーリズムとも重なりをもつアグリツーリズム —— 農業の意の接頭語agriに観光のツーリズムを付したもの —— もまた、「伝承文化」の保持という志向をその有力な基盤としている¹⁵。イタリアにおけるアグリツーリズムは、経済成長を背景に農村が変化の波にさらされた1960年代にその起源をもち、農業を維持するための人口の維持 —— 産業化の進展にともない、都市部への人口流出が生じていた —— とその地域の自然環境の保全をはかる手段として生まれたという背景をもつ。アグリツーリズムは、「農業者」による観光関連の経営活動として法律で規定されており、通常の飲食業や宿泊業に義務付けられている設備などの要件も免除されるなど、国もその振興を支援している（萩原2008：63）。1985年に制定された「アグリツーリズムに関する規定」（1985年12月5日法律第730号）の2006年の法改正では、その土地の農業生産物やワイン、郷土料理の提供が義務づけられることとなり、農業と不可分の観光形態としてのアグリツーリズムのあり方は、現在、より鮮明なものとして打ち出されている（萩原2008：63）。

アグリツーリズムだけではなく、ワイン・ツーリズム —— ワインの産地をたずね、原材料となるぶどうの畑も含めたその生産現場にふれ、生産者とコミュニケーションをとりながらワインを楽しむといった観光で、フード・ツーリズムの一種である —— も、「持続可能な観光」のなかに位置づけられる。ワイン・ツーリズムにおいては、ワインそれ自体だけではなく、ぶどう畑の広がる農村の景観も有力な資源となっ

ており、それを保持したうえで地域の観光発展が志向される。農村の風景は、アグリツーリズムの成功の要因としても指摘される歴史的な農村風景の保存に、イタリアでは一世帯あたり1年間に60ユーロ払う意思があるとの推計もあり、その総額に相当する12億9000万ユーロは、2000年から2006年にかけてのEUからの農業環境のための補助金年額よりも高い金額である。環境負荷をとまなう新たな開発によってではなく、既存の資源を活かして観光の振興をはかるというフード・ツーリズムの方向性は、「持続可能な観光」という上にみた時代の要請を反映したものといえよう。

3. オールタナティヴ・ツーリズムと観光資源としての食

観光に関してはマス・ツーリズムからオールタナティヴ・ツーリズムへという歴史的展開も指摘される。フード・ツーリズムは、第二に、オールタナティヴ・ツーリズムへの展開という文脈のなかにも位置づけられる。17～18世紀に流行したグランド・ツアーにもみられるように、歴史的にはごく限られた人々にしか手の届かなかった観光は、第二次世界大戦後の経済成長にともなって大衆化し、とりわけ先進国においては多くの人々が観光を享受するマス・ツーリズムの時代を迎える。その一方、大挙して押し寄せる団体旅行観光客や、それに対応する大規模な観光開発などに派生する諸問題は、1980年代後半以降、マス・ツーリズムに代わる新たな観光の模索を本格化させ、そうした新たな観光をさす語としては、オールタナティヴ・ツーリズムが最も広く適用された(安村2003:214-215)。オールタナティヴの語それ自体は特定の内容を意味しないものの、マス・ツーリズムの弊害に対処する観光、すなわち小規模で住民参加型の管理された観光開発や、地域資源の活用、ゲストとホストの交流などの試みは、1980年代から展開されている(安村2003:216)。

フード・ツーリズムにみられる、ある土地に根付いた物事を体験することを、その魅力の中核として提示していくという方向性は、オールタナティヴ・ツーリズムのそれと軌を一にする。アグリツーリズムにおいても、その中核となる要素は、農家に滞在し作物の収穫や家畜の世話といった農作業を手伝うなどしつつ、都会とは異なった農村生活を体験することにあり、新鮮な野菜や果物、乳製品などその土地ならではの産品を味わうことは、その重要な要素を担っている。先に触れた「アグリツーリズムに関する規定」の2006年の法改正で、その土地の農業生産物やワイン、郷土料理の提供が義務づけられたことは、こうした文脈において理解することができよう。

フード・ツーリズムのような特別な呼称が与えられた観光に限らず、近年の観光全般にみられるその土地の食文化の体験に重きをおく傾向は、イタリアにも顕著である。たとえば日本で広く流通している旅行ガイドブックのイタリア版の表紙では、「ピザとパスタと世界遺産の国へ」(『まっぷるイタリア19』昭文社/以下『まっぷる』/図1)、「迫力の世界遺産 本場のパスタ&ピッツァ」(『るるぶイタリア18』JTBパブリッシング/以下『るるぶ』/図2)などとうたわれ、食が世界遺産と並び前面に押し出されている。本文においても「本場で食べたい名物グルメ」(『まっぷる』)といったかたちで各地の料理が紹介され、読者に「本場」の味の体験を勧める内容となっている。英語の老舗ガイドブック『ロンリープラネット』(2018年版)には、「ガストロノミー(美食)はイタリアの存在理由のひとつ」であり、「(そうした食品を)食すことはイタリア滞在の本質的な部分だ」といった記述がみられる。真正性(オーセンティシティ)の追求は、近年の観光においてしばしばみられる態度である。こうした一連のガイドブックの記載からは、「本場」であるイタリアの「本物」を味わうという体験が真正なものと捉えられ、それがイタリア観光の中核的要素とされていることがみてとれよう。



図 1



図 2

また、観光ガイドブックでは、ガイドブックというその性格上、読者が他所からの「観光客」としてその土地を訪れることを大前提としている一方、「地元民のように食べて飲む」の特集ページを設けたり（上掲『ロンリープラネット』）、「地元民」に愛される店やメニューなど、いわゆる「観光客」向けではない、その土地に暮らす「地元民」が好むものが読者に紹介されている。地域の市場で食材を手に入れることを勧める『地球の歩き方』（ダイヤモンド社）の記述も、節約もさることながら、「地元民」の食の体験が魅力として押し出されている。こうした一連の記述からは、「地元民」に消費されているものや、彼らのライフスタイルが真正なものであり、それに触れることを「本質的な」と捉える認識が浮かび上がる。上にみた一連のガイドブックの記述は、「地元民」のように過ごすことでその土地の真正性に触れたいという読者の欲求を喚起しつつ満たすものといえよう。

4. 伝統の「新しさ」——イタリアの事例

先に触れたガイドブックの文言——「ガストロノミー」が「存在理由のひとつ」、「ピザとパスタの国」——に典型的にみられるような、豊かな食の地としてのイタリアというイメージは、現在、世界的といっても過言ではない広がりで見られる。古代ローマにおける祝宴の豪華さやアンリ2世に嫁いだフィレンツェのカトリーヌ・ド・メディシス（カテリーナ・ディ・メディチ）が16世紀のフランスにもたらしたとされるイタリア料理の影響といった「神話」もまた、豊かな食の地としてのイタリアというイメージを補強するものである¹⁶。

その一方、そうした豊かな食の地としてのイタリアというイメージは、歴史的には必ずしも遠くまでさかのぼれるものではない。とりわけ、豊かな食というものが、かつてのイタリアでどの程度の一般性を備えていたのかという点から考えると、それはきわめて限定的なものにとどまった。イタリアは19世紀半ばからの約100年間で2600万人の移民を送り出したヨーロッパ最大の労働力輸出国としての歴史をもち、その背景には飢えの蔓延というひっ迫した食料事情があった。それは、1930年代半ばの時点でも、いわゆる中流下層に属する人々のあいだでさえ「いつまでも満たされることのない空腹感をいつも抱えていた」と想起される状況であった（Venè 1988=1996：126）。

現在はイタリアを代表する食であるパスタについても、その全国的な普及は第二次世界大戦後、経済成

長を遂げた1950年代以降であった。それは第一に、山や丘陵が多く、まとまった面積の平野がないイタリアでは小麦粉はぜいたく品であり、それを大量に用いるパスタが広く生産される余地がなかったこと、第二に、パスタが南部を中心に消費される食品であったこと——中北部を中心とする地域ではとうもろこしの粉を湯かスープで練り上げたポレンタが主食とされていた——による。人口一人当たりのパスタの年間消費量が1936年の14キロから54年には28キロに倍増したことは、この時期、従来パスタに無関心でポレンタを食べていた北部の人々が、南部の「ナポリ風」パスタを食するようになったことを意味する (Serventi & Sabban 2001=2012: 233)。他方、とうもろこしの一人当たりの年間消費量の急速な低下が1960年代であったこと——1951～55年の22.2キロから、1965～69年に7.7キロと約3分の1に減少——は、現在パスタやピッツァのように語られることのないポレンタの、そう遠くない過去の庶民の食卓における広がりをお語る (Helstosky 2004: 139)。

イタリアの食としてパスタと同じく知名度の高いピッツァも、その全国的な展開は、パスタ同様、比較的最近のことである。現在は日本でもエピソードが知られるピッツァ・マルゲリータ——具材のバジル、モッツアレラ、トマトソースの色、緑に白、赤はイタリア国旗の三色をあらわし、1889年、当時のイタリア王国のマルゲリータ王妃のナポリ訪問にあわせてつくられたとされる——だが、南部の貧困層の食べ物であったピッツァをイタリア王妃が食したことは、当時のイタリアでは、1987年のダイアナ妃によるHIV患者の抱擁並みの衝撃をもつ出来事であった (Dickie 2008: 194)。このことは、現在はガイドブックで「ピザの国」とまで表現されるイタリアで、19世紀末当時、ピッツァが地域的にも社会的にもきわめて限定的にしか消費されていなかったことを示す。

5. 外的視点を媒介とした真正性の構築

イタリアを象徴する食としてのパスタ、ピッツァというイメージが、歴史的には新しいものである一方、先に触れたガイドブックの記載からは、現在はそれらがあたかもイタリアの伝統食であるかのように認識され、本場の味という真正性を帯びて、観光客への訴求力が高いことがみてとれる。実態とは必ずしも合致しないこうしたイメージはいかにして構築されているのだろうか。そこには限られた紙幅の本稿では到底見通すことのできない、さまざまな要因が複雑に絡まりあっていると考えられるが、本稿ではその要因のひとつとして、観光やそのまなざしが果たした役割に注目したい。

この点について検討するうえで有力な示唆となるのは、イタリアで「地方料理」が存立した経緯である。地域によって異なる食の個性は、イタリアの食文化の最大の特徴のひとつとしてしばしば指摘される。ガイドブックにおいても、たとえば上掲の『ロンリープラネット』では、地域ごとに食の個性が異なることをイタリアの魅力とし、州ごとの名物料理や食材、ワインの銘柄などを詳細に紹介するとともに、中世を起源とする土地への誇りとされる「カンパニリズム」(「カンパニッレ」は鐘楼の意)は、現在その土地ならではの食を競う「フォルマッジズモ」(「フォルマッジョ」はチーズの意)に取って代わられたとまとめている。

その一方、イタリアを代表する食物史家モンタナーリは、イタリアにおける食文化の地域差、多様性について認めながらも、「地方料理」は「政治的、商業的、観光的要請に対応した発明品であって、文化的なものではない」と述べている (Montanari 2010: 80)。1950～60年代の自動車の普及や高速道路網の発展にともない、マス・ツーリズムの時代が幕を開けるなかでの「観光的要請」をめぐる、ぶどうや栗といった地域の産物の収穫、ワインの新酒の完成を祝い、観光客を集める祭りは、1950年代からイタリア各地で開催されるようになったと指摘される (Helstosky 2004: 146)。ここからは、イタリアのさ

さまざまな地方における、他の土地とは区別される個性や食文化が、観光客のまなざしを受けるなかで見直され、探求されたという展開が示唆される。このように理解するならば、地方色の豊かさというイタリアの食文化の特色は、いわば観光を通して見出され、形成されていったという面をもつといえよう¹⁷。こうした展開からは、食に関わる「伝統」イメージやそれに派生する真正性が、観光を媒介とした外的視点に応えようとするなかで構築されたことがうかがえる。

ひるがえって、個別の「地方」をこえたイタリアというナショナルな食文化をまなざす視点を考えるうえで、イタリアの外の外国からのまなざしや、そうしたまなざしを規定する要因について検討する必要がある。イタリアから外国へ渡った移民が、移民先に伝え、現地仕様に発展した食文化は、それらを検討するうえでの手がかりとなる。とりわけアメリカ合衆国に渡った移民 —— 南部出身者を中心に1880～1914年のあいだに約410万人といわれる（King 2010=2011:29） —— が現地にもたらした食文化は、イタリアの食文化をめぐるイメージの形成に、多大な影響を与えた。以下、イタリアからの移民が19世紀後半にアメリカに持ち込んだピッツアの展開に焦点を合わせてみていきたい。

アメリカ国内のピッツェリア（ピッツア店）の数は、現在約7万におよぶ一方、1950年代までは多くのアメリカ人はピッツアを見たことも聞いたこともなかったとされる（Barrett 2014: 13, 27）。アメリカでのピッツアはイタリア移民の郷里のその忠実な再現というよりは、現地に合わせた「ピザ」として多種多様に展開した。20世紀初め、1905年にはニューヨークのイタリア人街でピッツェリアが開店したものの、「ピッツア」の名称では、それがいかなるものか客に通じないという理由で、ニュージャージーやニューヨーク、フィラデルフィアの一部では「トマトパイ」の名称が用いられたり、イタリアでピッツアを焼くのに用いられる薪ではなく、アメリカでは安価な石炭でピッツアを焼く、パン屋で用いる2フィート四方の天板を使い、長方形に仕上げたそれを切り分けるといった、現地への適応が進んだ（Barrett 2014: 19, 33, 36, 54）。5センチほど厚みがある「ディープ・ディッシュ・ピザ」（シカゴ）やシチリアのスフィンチョーネを薄くした「グランマ・ピザ」（ニューヨーク）をはじめとする、イタリアにはみられない「ピザ」も各種生まれた（Barrett 2014: 63-67, 83-86）。

イタリア移民のアメリカでの食生活もまた、彼らの郷里での質素なそれとは大いに異なった。おもに南部出身のイタリア移民は、郷里で彼らが雇い主のために整えることでその良し悪しを熟知しながらも、手の届かなかったワインやオリーブ油、パスタ、白パン、肉類といった食品を日々の食卓に取り入れた。アメリカでは、イタリア移民をめぐって、馴染みのない現地の食品は好まず、高価な輸入オリーブ油を「必需品」として購入するような嗜好の保守性や、金銭的余裕がなくとも三食欠かさず、肉類も頻繁に消費するという食習慣が指摘されている（Diner 2011: 51-53, 57-59）。出身地の異なる移民同士でレシピを交換したり、現地の食材を用いての新たなレシピも生まれた（Dickie 2008: 225-226）。ミートボール・スパゲッティはその代表例であり、ピッツアもその流れのなかに位置づけられる。イタリアに由来するこうした食品を好むという食の嗜好は、移民やその子孫が自らを「イタリア」というナショナルな共同性において捉える根拠ともなった（Montanari 2010: 55）。

このような展開を経て、アメリカでは、イタリアにルーツをもちつつも、イタリアのそれとは必ずしも合致しない料理が「イタリア料理」として定着していった。さらにそこからは、アメリカを起点にグローバルに展開した代表的な料理がピザである。初のピザチェーン店として1958年にカンザス州で開業した「ピザハット」は、現在、世界で1万1000店舗を展開している（Barrett 2014: 117）。1960年にミシガン州で生まれたドミノピザも世界展開しており、これらアメリカ発のピザチェーンでは、現地に合わせた商品 —— 日本では「もちポテ明太」（ピザハット）や「仙台牛タン」（ドミノピザ）など —— や、「アメ

リカ人のピザの楽しみ方」との説明を付した「アメリカン」(ドミノピザ)といった商品も提供しているが、同時に、「マルゲリータ」、「フォルマッジ」、「ジェノベーゼ」といったイタリア語を商品名に織り交ぜ、ピザのルーツのイタリアの雰囲気醸し出している。

ピッツァをめぐるのは、グローバルな展開の一方、真正性に関わる葛藤も生じており、その保守の動きにつながっている。たとえばナポリに本部をおく「真のナポリピッツァ協会」(1984年創立)の活動はその一例としてあげられよう¹⁸。この協会は、ピッツァやその調理法に関する詳細な基準を設け、申請のあった専門店について、その店のピッツァが「真のナポリピッツァ」に該当するかの認定を行っている。この協会は、外国のものについても基準を満たせば「真のナポリピッツァ」に認定するというグローバルな開放性——協会のホームページによれば、ヨーロッパやアメリカ、中東、アジアなど世界各地で400以上の店舗が認定されている——と同時に、ナポリの「真の」ピッツァの伝統を守り継承するという保守性をもつ。多彩に現地化したピザを生み出したアメリカからも、約100の店が「真のナポリピッツァ」の認定を受けている。

さまざまな基準を設け、「ナポリピッツァ」の真正性を護持しようとするこの協会の姿勢の背景には、彼らの想定する「真のナポリピッツァ」とは異なるピッツァ——たとえば四角形であったり、具材がパイナップルであったり、あるいは冷凍食品であったりといった、協会の規定からは外れたそれ——の世界的な流通がある。ただし、逆からみれば、食を資源とする観光で追求される「真の」ピッツァが存在する余地は、そうした多彩なピッツァがあることで初めて生じるともいえる。すなわち、真正なピッツァしか存在しないのであれば、あえて真のピッツァを名乗ったり、真正性とは何かを突き詰める理由や必要は生じないからである。また、いかなるものであれピッツァ、あるいはピザの名称で呼ばれるメニューが身近で親しみのあるものとなっていなければ、外国からの観光客が本場の味をイタリアに求めるといった現象も成り立ちにくいであろう。イタリアの外からのまなざしがイタリアをピッツァの本場とみなしたり、外国からの観光客が本物のピッツァを求めてイタリアを訪れるのは、それだけ多岐にわたるピッツァが流通し、馴染み深い食品となっていることの裏返しといえる。

それと同時に、現在は、イタリア人自身が、イタリア＝ピッツァという図式を受け入れるという現象もみられる。ピッツァをめぐる直近の出来事としては、「ナポリのピッツァイオーロの技」が——ピッツァイオーロ(ピッツァ職人)が空気を混ぜ込むために空中で生地を回し投げしながらかたちを整える技術——ユネスコの無形文化遺産に登録されたことがある¹⁹。無形文化遺産は、その性格上、ピッツァそのものではなく、それを作る技術を「遺産」として登録したもので、リスト入りしたのはナポリのそれに関わるものであった。その一方、ピッツァイオーロの技のリスト入りは、ナポリのみならず、イタリアという広がりにおいても歓迎された。マルティーナ農林政策相(1978-)のツイッター(2017年12月7日)の文言——「勝利！イタリアのワインと食のアイデンティティは世界でますます保護される」——はそれを端的に物語る。そこからは、ナポリという一地域の食品作りの技術に関わる事柄がイタリアの食そのものに重ねられ、かつてまっていた困窮のイメージが取り払われるのと同時に、ナショナルな誇りが喚起されるという構図が浮かび上がる²⁰。

こうした一連のピッツァをめぐる現象によって示されるのは、フード・ツーリズムにおいて探求され、その有力な資源となる当該の食文化の真正性は、必ずしも歴史的裏付けをとまわずとも、それを見出すとするまなざしを契機として構築されていくということである。そのことは、ピッツァのそれとは対照的な展開をたどったポレンタの事例からも逆説的なかたちでみてとれる。庶民の食卓への広がりという点ではパスタやピッツァに決して劣らず、むしろ中北部においては圧倒的に優勢であったポレンタだが、パ

スタやピッツァのようなかたちでイタリア国外に出ることはなかった。外国のガイドブックでイタリアが「ポレンタの国」と語られたり、観光客が本場のポレンタを求め押し寄せるような事態は（少なくとも現在のところ）起こっていない。そもそもイタリアの国外では知名度もパスタやピッツァのように高いとはいえず、その真正性も、ピッツァをめぐるそれのように問われていない。現在のポレンタのこうした位置づけが物語っているのも、あるものの真正性は、それを見出そうとする外部のまなざしによって「発見」され、それに応えて構築されていくという性格をもつことである。その点において、ある土地に本場ならではの真正性を帯びた本物を求め、体験しようとする観光、また観光客は、ホスト社会から示される真正性を消費するだけの存在ではなく、むしろその形成において不可欠な、それをともに作り出していく主体としての役割を担っているといえよう。

註

- 1 OECD, 2012, "Food and the Tourism Experience" および UNWTO, 2012, "Global Report on Food Tourism: AM Reports Volume four".
- 2 たとえばオルテンシオ・ランドによる16世紀の著書『イタリア名物づくし』における各地の食べ物とワインの紹介や、より現代に近づいたものとしてはツーリングクラブ・イタリアーノが1931年に刊行した『イタリア食通旅行ガイド』などはその例としてあげられる（池上2003：230, 238）。
- 3 「日本の観光データ」日本政府観光局（<https://statistics.jnto.go.jp/graph/#graph--inbound--travelers--comparison>, 2018年5月12日閲覧）。
- 4 「年別 訪日外客数、出国日本人数の推移」日本政府観光局（https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/marketingdata_outbound.pdf, 2018年5月12日閲覧）。なお1970年は、訪日外国人旅行者数が約85.4万人、出国者日本人数が約66.3万人であった。
- 5 「訪日外国人消費動向調査」観光庁（<http://www.mlit.go.jp/common/001226297.pdf>, 2018年5月12日閲覧）。
- 6 安倍首相が議長をつとめる「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」（2015年11月、第1回開催）の第2回会議（平成28年3月30日開催）での安倍首相の発言より。（http://www.kantei.go.jp/jp/singi/kanko_vision/dai2/gijiyousi.pdf, 2018年5月12日閲覧）。
- 7 安倍首相が議長をつとめる「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」（2015年11月、第1回開催）の第2回会議（平成28年3月30日開催）での安倍首相の発言より。（http://www.kantei.go.jp/jp/singi/kanko_vision/dai2/gijiyousi.pdf, 2018年5月12日閲覧）。
- 8 「改定「観光立国推進基本計画」に対する意見—地域主導の観光先進国の実現に向けて—」一般社団法人 日本経済団体連合会 2017年2月14日（http://www.keidanren.or.jp/policy/2017/012_honbun.html#s2, 2018年5月12日閲覧）。
- 9 「世界各国、地域への外国人訪問者数ランキング」日本政府観光局（https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/visitor_statistics.html, 2018年5月12日閲覧）。
- 10 「2017年は「開発のための持続可能な観光の国際年」」国際連合広報センター（http://www.unic.or.jp/news_press/features_backgrounders/23163/, 2018年5月12日閲覧）。
- 11 同上。
- 12 たとえば日本弁護士連合会は、2004年10月、「リゾート法の廃止と、持続可能なツーリズムのための施策・法整備を求める決議」を採択している。（https://www.nichibenren.or.jp/activity/document/civil_liberties/year/2004/2004_4.html, 2018年5月12日閲覧）。
- 13 農林水産省による報告書『「和食」を未来へ。』（「平成26年度「和食」の保護・継承に関する検討会報告書」）より（<http://www.maff.go.jp/j/keikaku/syokubunka/culture/attach/pdf/index-75.pdf>, 2018年5月12日閲覧）。
- 14 水産資源の危機をめぐるっては、たとえばWWFがMSC（海洋管理協議会）やASC（水産養殖管理協議会）の認証制度の普及などを通じ、適切な資源管理の促進に取り組んでいる（「MSCについて」WWFジャパンHP, <https://www.wwf.or.jp/activities/basicinfo/3555.html>, 2018年5月12日閲覧、「ASCについて」WWFジャパンHP, <https://www.wwf.or.jp/activities/basicinfo/1773.html>, 2018年5月12日閲覧）。また食品ロス削減に向けた働きかけとしてはFAO（国連食糧農業機関）やUNEP（国連環境計画）をパートナーとするセーブ・フード・イニシアティブなどがあげられる（Save Food Initiative HP, <https://www.save-food.org/>, 2018年5月12日閲覧）。
- 15 伊国立統計局のデータによれば、2016年時点のイタリアのアグリツーリズムの事業所は22,661（前年比+1.9%）、利用者は年間1,210万人（前年比+6.6%）の規模で、イタリアの観光において一定の位置を占める（<https://www.istat.it/it/archivio/204238>, 2018年5月12日閲覧）。日本では農林水産省が「緑豊かな農山漁村でゆっくりと滞在し、訪れた地域の人々との交流を通じて、その自然、文化、生活、人々の魅力に触れ、農山漁村でさまざまな体験などを楽しむ余暇活動」を「グリーン・ツーリズム」として、その推進をはかっている（農林水産省HP「グリーン・ツーリズム」<http://www.maff.go.jp/nousin/>

kouryu/kyose_tairyu/gt.html, 2018年5月12日閲覧)。

- 16 カトリーヌ・デ・メディシスのエピソードをめぐっては、史料的根拠があるわけではなく、ヨーロッパの国々では、中世においてすでにそうであったように、国境をこえて料理の技術や食物が広範囲に行き交い、相互に依存しあっていたことから、「神話」とも指摘される (Capatti & Montanari 1999=2011: 146)。
- 17 こうした動向は、各産地がそれぞれの風土で培われてきた食品を他とは異なる特産品として打ち出し、各産地の名称を冠するようになったという現象との連続性においても捉えられる。経済成長にともない生じたこの現象については (秦泉寺 2018) で論じた。
- 18 「真のナポリピッツァ協会」に関しては、同協会のホームページを参照。「真のナポリピッツァ協会について」 (<https://japan.pizzanapoletana.org/chisiamo.php>, 2018年5月12日閲覧)。
- 19 イタリアの新聞RepubblicaのインターネットサイトR.itを参照。「ナポリピッツァ、ユネスコ世界遺産——ピッツァイオーロの技術が受賞」 (http://napoli.repubblica.it/cronaca/2017/12/07/news/l_arte_della_pizzaiuolo_napoletano_diventa_patrimonio_dell_unesco-183325106/?refresh_ce, 2018年5月12日閲覧)。
- 20 加えて、リスト入りへの歓迎からは、ナポリのピッツァイオーロの技術やそれに派生するピッツァの真正性が、ユネスコというグローバルなまなざしによって価値を認められることでより堅固なものと理解され、それがローカル、またナショナルな誇りをかきたてているという、いささか逆説的な現象もみてとれる。

文献

- Barrett, Liz, 2014, *Pizza: A Slice of American History*, Voyageur Press.
- Capatti, Alberto and Montanari, Massimo, 1999, *La cucina italiana. Storia di una cultura*. Laterza. (=2011, 柴野均訳『食のイタリア文化史』岩波書店)
- Couihan, C. M., 2004, *Around the Tuscan Table: Food, Family, and Gender in Twentieth-Century Florence*, Routledge.
- Dickie, John, 2008, *Delizia!: The Epic History of the Italians and Their Food*. Free Press/Sceptre.
- Diner, Hasia, R., 2011, *Hungering for America: Italian, Irish, and Jewish foodways in the Age of Migration*. Harvard University Press.
- Everett, Sally, 2016, *Food & Drink Tourism: Principles and Practice*, Sage.
- Ginsborg, Paul, 1989, *Storia d'Italia dal dopoguerra a oggi*. Einaudi.
- 萩原愛一, 2008, 「イタリアのアグリツーリズム法」『外国の立法』第237号.
- Helstosky, Carol, H., 2004, *Garlic & Oil: Politics and Food in Italy*. Bloomsbury.
- 池上俊一, 2003, 『世界の食文化⑤ イタリア』農文協.
- King, Russel, et al., 2010, *The Atlas of Human Migration: Global Patterns of People on the Move*. A Myriad Edition. (=2011, 竹沢尚一郎・稲葉奈々子・高畑幸訳『移住・移民の世界地図』丸善出版部.)
- Montanari, Massimo, 2009, *Il riposo della polpetta e altre storie intorno al cibo*. Laterza.
- Montanari, Massimo, 2010, *L'identità italiana in cucina*. Laterza.
- Padovani, Clara and Padovani, Gigi, 2011, *Italia buonpaese: Gusti, cibi e bevande in 150 anni di storia*. Blu Edizioni.
- Petrini, Carlo, 2005, *BUONO, PULITO, GIUSTO*. Einaudi. (=2009, 石田雅芳訳『スローフードの奇跡——おいしい、きれい、たっさい』三修社.)
- Serventi, Silvano and Françoise Sabban, 2001, *Les pâtes: Histoire d'une culture universelle*. Actes Sud. (=2012, 飯塚茂雄・小矢島聡〔監修〕・清水由貴子訳『パスタの歴史』原書房.)
- 秦泉寺友紀, 2018 「食文化の変容にみる戦後イタリア社会——1960年代を中心として」『日伊文化研究』第56号.
- UNWTO, 2017, *Tourism Highlights, 2017 Edition*, 日本語版.
- 安村克己, 2003 「新しい観光再考——サステイナブル・ツーリズムの現在と展望」山上徹・堀野正人編著『現代観光へのアプローチ』白桃書房、第15章所収
- Venè, Gian Franco, 1988, *Mille lire al mese: la vita quotidiana della famiglia nell'Italia fascista*. Mondadori. (=1996, 柴野均訳『ファシスト体制下のイタリア人の暮らし』白水社.)

秦泉寺友紀 (和洋女子大学 人文学部 国際学科 准教授)

(2018年4月9日受付)