

泉州地域のフード・ツーリズムによる観光開発

尾 家 建 生 ・ 村 上 喜 郁

本研究は、大阪観光大学観光学部の2009年度尾家ゼミ（当時3回生）が実施した共同プロジェクト「大阪府3地域の観光交流の拡大と振興」の中の「大阪3地域・観光交流アンケート調査」に基づき、その結果をさらに発展させるために、大阪府の三地域（泉州、北摂、河内）の食文化資源を中心にした観光開発の研究を、同大学村上研究室と共同で行ったものである。本年度の研究テーマは「泉州地域のフード・ツーリズムによる観光開発」である。従前の「大阪3地域・観光交流アンケート調査」の結果によると、他地域（北摂、河内）から見た泉州地域の主要イメージは「だんじり」「関西国際空港」「海」であった。これらのイメージは、それぞれ岸和田に代表される祭文化、関西の空の玄関口である日本初の海上国際空港、又、太古の時代より近畿地方に海の幸をもたらしてきた大阪湾から生じる地域イメージであり、それらは観光イメージの形成にも深い関係を持つものである。このうち「海」は、大阪の食文化を歴史的に支えてきた大阪湾そのものであり、一方で、陸地では玉ねぎや水なすが泉州の特産物として地域イメージのひとつとなっている。これら泉州の食生産に関わる地域イメージを、いかに観光情報に転化させて観光アトラクションの構築に寄与できるのかを、本年度の研究課題とした。本論稿の構成は次のとおりである。

- I 泉州の漁港における観光資源とアトラクション
(執筆担当：尾家建生)
- II 岸和田のかしみん焼き (執筆担当：村上喜郁)
- III 城下町岸和田の文化財レストラン
(執筆担当：尾家建生)

IV まとめ (尾家建生)

当報告書作成には、次の大阪観光大学観光学部生が研究補助者として参加した。

- I 青木美佳、高木優衣、大谷晃世、横山沙紀、楠本ふみか、広瀬智美、内田智子、パラザパティ・チュルシマヤ、ドゥワル・スルヤキラン
- II 服部明日香、村澤正隆、金本敬光
- III 内田智子、青木美佳、大谷晃世、横山沙紀、楠本ふみか、パラザパティ・チュルシマヤ、ドゥワル・スルヤキラン

I 泉州の漁港における観光資源とアトラクション

1. はじめに

泉州（堺市を除く8市4町）には現在、11漁港¹⁾があり、各漁業協同組合により管理されている。それらは、泉佐野、田尻、岡田浦、高石市、樽井、西鳥取、下荘、淡輪、深日、小島、春木（岸和田）の各漁港である。漁業は他の1次産業と同様、近年、従事者の高齢化と魚介類の需要の低迷の状況にある。高度経済成長期以降の都市化の進展、沿岸埋め立てによる自然海岸の消失、農業での化学肥料の使用による海水の富栄養化、水質汚濁の慢性化などにより、又、加えて泉州沖における関西国際空港の造島工事（一期）が1987年から1997年の開港までの間施行され、大阪湾の漁業に多大な影響をもたらしてきた。現在の大阪府漁業協同組合連合会（以下、府漁連）の漁獲量は2006年において24,800 t²⁾

1) 水産庁ホームページ、2010年11月6日参照。http://www.jfa.maff.go.jp/j/gyoko_gyozyo/g_zyoho_bako/gyoko_itiran/pdf/07_121_1.pdf

2) 大阪農林統計協会（2007）『大阪農林水産統計年報』。

であるが、戦後のピークであった1982年の115,000tに比べるとわずか21%と大幅な減少となっている。大阪府下の各漁連は漁業の維持と漁獲量の減少を食い止めるために様々な対策を行っているが、魚介類資源の地域ブランド化と漁港の観光アトラクション化もそのひとつである。今回、田尻漁港（田尻町）、岡田浦漁港（泉南市）、佐野漁港（泉佐野市）を訪問し、各漁業協同組合の事業の取り組みを調査した。

2. 田尻漁港

田尻漁港では漁業組合が朝市、釣り堀、漁業体験、関空クルージング、バーベキューを運営している。11漁港のうちでは、漁業外の事業展開を最も活発に行っている漁協である。ここへは学生調査班が2回にわたり訪問し、漁協へのインタビューと朝市の調査を行った。

・アクセス：南海本線「吉見の里」駅下車、徒歩約10分

(1) 田尻日曜朝市について

田尻日曜朝市は1994年に組合事業として始められた。毎週日曜日の朝7時から12時までの営業で、漁港前の空き地には約40店のテントが並び、早朝から多くの人でごった返し泉州一のにぎわいを誇っている。視察をした学生の感想は次のとおりである。

「まず感じたのが、人の集まりが想像以上に多く、にぎわいがすごかったということです。来ている年齢層の幅は広く、魚介類だけでなく、野菜や衣類もありました。」（高木）

「朝一から、多くの客で賑わっていてその空間にいるだけでも楽しいものであった。すぐ食べられるものも販売しているので、食べ歩きもできそうであった。お客さんは、地元の方が多く感じました。私自身、楽しい体験ができたので、この朝市は観光に取り入れられると思った。魚介類を始め肉（犬鳴ポーク）、果物、野菜、花、パン、お菓子、てんぷら、うどん、タオルなど様々な業種が売っている。」（大谷）

朝市への訪問は7月中旬で、時節がらアナゴの天ぷらを揚げている屋台に並ぶ客が一番多く、タッパー持参で来ているところを見ると近所からの客のようだ。朝から営業している漁業組合の建物に付設した食堂で食事を取ることもできる。

「朝食は海港の見える場所で食べることができ、潮風を感じながらおいしくいただきました。食べたものはすべておいしく、大阪で有名なガッチョ³⁾のからあげをた



写真1 にぎわう田尻朝市



写真2 大阪湾の海の幸が並ぶ

べることもできました。朝から家族で来ても楽しい場所だと感じました。たこ飯300円、ガッチョのからあげ300円、味噌汁200円」（高木）

朝市の各店には「田尻朝市 第3幸甚丸」や「田尻朝市 第五栄丸」などの札がぶら下がっており、漁船ごとに魚介類を並べている所を見ると、仲買を通してない直売のようだ。その魚介類の種類之多さには目を見張るものがあり、「ちぬの海」大阪湾の水産資源の豊かさを知るのに十分だ。ただ、調理されたものは揚げものかたこ弁当、うどんくらいしかなく、地元の持ち帰り客中心であることがうかがえた。遠方からの観光客がその場で食することのできるシステムがあれば（高知県久礼の大正町市場のような）、観光アトラクションとなりうる。

(2) 漁業体験について

田尻漁業協同組合の「わくわく漁業体験」（1995年開始）は、関空クルージングでの漁業体験、釣り堀体験、バーベキューの組み合わせだ。4月から11月の火曜日

3) 泉州におけるネズミゴチの別称。

を除く毎日実施しているが、バーベキュー以外は予約が必要だ。以下、漁業組合の森下さんに青木、高木、大谷がヒヤリングを行ったレポートによる。

「この漁業体験を始めたきっかけは、ある日、市場で新鮮な魚を買った知り合いの『この新鮮な魚がとれる瞬間を見てみたい』という言葉だった。実際にその人に乗せ、漁に出てみると、とれた魚を見て感動してくれたとのことである。当時、漁獲量の減少や埋め立ての影響により漁業が衰退していたこともあり、悩んでいたところにこの言葉が入ってきたため、そんなにおもしろがってくれるのではと事業化したということである。」(共同)

「初めは6人から始まったものだが、現在は24人の組合人が取り組んでいる。事業化するにあたり苦労した点は、意識を変えていくことにあったと森下さんは言う。漁師として生きてきた今までの仕事とはかけ離れた、人々と接すること＝接客業としての受け入れ意識、それぞれの漁師のやり方を統一させることに時間がかかったそうである。現在ではコンサルタントの協力もあって慣れたということだ。」(共同)

漁業体験利用者数は年間7,000～8,000人。京都や奈良からの団体が多く、秋には会社関係の団体が、春・夏には家族連れが多い。学校関係の仕事体験ワークの参加も受け入れている。船を出すこと、乗組員の人数によって費用がかかるため、現在年間400～500万円の赤字だ。釣り堀の場所貸しや朝市によってその部分を埋めているとのことである。朝市が長年続いている理由として、業者の力を借りているため、お客さんにムダ足をさせないことがあげられる、と森下さんは言う。宣伝に対する悩みも抱えているようで、リピーター誘致に悩んでいるということだった。

「今回のヒヤリング調査で、漁師さんや町の方々は自分達の地域を大切にしていることがひしひしと伝わってきた。『観光客にも自分達の町を知ってもらいたい。良さをわかってほしい。』と、観光客誘致にも積極的に取り組んでいるようだった。」(青木)

体験学習、あるいは体験観光は新しい観光の主要要素であり、漁業体験が参加者の大阪の水産業への理解と環境教育になることの社会的効果は大きい。大阪の水産業活性化と食文化の伝承のためにもプロモーションが必要である。そのプロモーションは、漁業関係者、小売、飲食店、商工会、行政、まちづくり団体、観光協会などがネットワーク化されることによって推進されるであろう。

3. 田尻港の周辺—田尻歴史館

田尻歴史館は大阪合同紡績株式会社元社長であり、関西の綿・紡績業界の発展に尽くした谷口房蔵(1861年～1929年)が1922年(大正11年)に別邸として建築した洋館と和風の建物を付属させた建造物である。1993年に田尻町が取得し、2005年に大阪府有形文化財に指定された。2006年からは田尻町の指定管理者として近畿総合メンテナンス株式会社が運営している。学生の感想は次のとおりである。

「続いて近辺にある田尻歴史館にも足を運びました。ここは中に入るだけで本当に楽しく、また趣が感じられる場所でした。館内にはカフェ・ベッラメンテがあり、その独特の雰囲気の中でお料理やお茶を楽しむことができるようになっていました。」(高木)

「田尻歴史館にいきましたが、外観は洋風で中には庭園があり、和風と洋風が意外とあっていて、とても雰囲気がよかったです。カフェでは喫茶の他ランチ、ディナーや日曜日のランチもあるのでまた行きたいと思いました。」(大谷)

泉州には紡績業で財をなした富豪が多いことから、紡



写真3 エントランスは堂々とした洋風の田尻歴史館



写真4 「綿の王」谷口房蔵の像

績産業遺産群とも呼べる近代化遺産をいくつか見ることが出来る。田辺歴史館もそのひとつであり、代表的な遺産と言える。カフェでの食材については泉州玉ねぎや地元で採れた野菜を中心に使用し、魚介類も地元田尻漁港から仕入れている。

アクセス：南海本線「吉見ノ里」駅下車、徒歩約8分

4. 岡田浦漁港

岡田浦漁港は田尻漁港の西南約2kmにあり、泉南市に位置する。漁協の組合員は70名で、その内、青年部(50歳以下)は20名である。青年部の東氏にヒヤリングを行なった。

岡田浦漁協では底引き網・あなごカゴ漁を行っており、ワタリガニ・鱈・鯛など約100種類の魚が水揚げされている。穴子の漁獲量は1~2月が一番多いが、一番美味しいのは6~7月。ただし、韓国産も入っているとのこと。「大阪産」(おおさかもん)に地域団体商標登録された「泉だこ」は明石と同じ漁場のタコとのこと。ワタリガニは地元の人は塩茹でをして食べるとのことである。

アクセス：南海本線岡田浦駅から徒歩15分

(1) 日曜朝市について

2006年より毎週日曜日6時半~13時くらいまで営業を行っている。朝市を始めたきっかけは、漁職普及のためや、活性化のためである。客層は町内の人が多い。活動を行ったきっかけは、漁業不振も関係しているが、地元住民に身近に感じてもらいたいと思い始めた。岡田浦漁港に訪れる人は、近くにある泉南イオンやりんくうタウンにあるアウトレットから立ち寄る人が多いので、直接来てくれるようにとも組合側は考えている。外国人観光客は貸切バスでよく訪れてくれるとのことである。

(2) 漁業体験について

漁業体験はインターネットのホームページとチラシで販売している。夏休みのグループは家族、子供会、一般、地引き網は幼稚園児などで、地元や泉州地域からの参加者が多い。

「岡田浦漁港では地引網と底引網の漁業体験をしていて、利用者は年間3,000人以上である。(会社の職場関係が多い)利用者は口コミやチラシ、メディアで情報を得て来る。メディアでは、テレビにも取り上げられ、芸能人も多く訪れている。」(高木、大谷)

(3) 漁師の家(りょうしんち)

漁師の家は岡田浦漁港組合が運営するレストランと直売店の複合施設である。2008年夏にオープンした。日



写真5 岡田浦漁港の日曜朝市



写真6 漁協直営のレストラン「漁師の家」

曜朝市の開かれる漁協前からは海岸に沿って徒歩で10分、泉南イオンモールに近い海岸沿いにある。レストランのメニューは豊富で、名物の泉州かき揚げ井と泉州アナゴ天井はいずれも850円である。

「漁師の家までビーチ沿いを歩きました。BBQをしにきている人や遊びに来ている人、散歩に来ている人やジョギングしている人と、たくさんの方がいました。海は広くきれいで関西国際空港が見え、歩いているだけで海を満喫できました。漁師の家につくと、ここにも多くの方が買い物をしたり、食事をしたり、休憩をしてにぎわっていました。私たちもそこでスイカとエビ押し寿司を食べて雰囲気を楽しみました。」(大谷)

5. 佐野漁港

佐野漁港は空港連絡橋をはさんで田尻漁港の北東約4kmにあり、泉佐野市に属する。泉佐野漁協では休日以外の朝6時15分に出漁して、午後2時過ぎより漁を終えた船が港に帰ってくる。せり市は午後2時半より開始される。その日によって違いはあるが、約55隻の船から水揚げされた魚が漁師と仲買人との間でせりにかけ



写真 7 泉佐野の「青空市場」



写真 8 泉佐野漁協のせり風景

られる。漁協の建物の 2 階から活気のあるせり風景が見学でき、水揚げされた魚介類の種類は驚くほど豊富である。漁協の隣には常設の市場「青空市場」があり、地元客でにぎわっている。

「南海泉佐野駅に集合した後、タクシーで泉佐野漁業協同組合の「青空市場」に行き探索した。ここは揚がってきた魚介類や花、果物などさまざまな店が 30 店舗ある市場であった。平日の午後 2 時過ぎということであってか閉めている店舗もあり（その日はせりが休みだった）、客はまばらであった。青空市場を出た後、建物を出て 2 階にある食堂「イルカ」で泉州名物の穴子天丼を昼食とした。サクッと揚がっていて白身魚なので美味しく頂けた。」（横山）

アクセス：南海本線泉佐野駅からタクシーで 10 分

6. 泉州の漁港資源と観光アトラクション

田尻、岡田浦、佐野の 3 漁港を視察することにより、各漁業協同組合が大阪湾での漁法を伝承し、水産資源の

確保に努め、大阪湾の豊かな水産資源を市民に伝えようとしていることが明らかとなった。特に日曜朝市や常設の魚市場は大阪湾から漁港に水揚げされたさまざまな魚介類を小売り店とは違う形で直接見たり買ったりすることができ、それ自体が観光アトラクションとなりえる。さらに、目の前で天ぷらやから揚げにした穴子、ガッチョやタコの風味は地元の食文化を体験できるものである。これらをフード・ツーリズムへ繋げるためには、さらに大阪湾産の魚介類をおいしく食べさせてくれる（いわゆる地産地消の）食堂やレストランを紹介することやご当地グルメの開発が重要である。又、漁業組合として、魚の小売店や外食産業との情報連携により観光を通じて、いわゆる漁業の 6 次産業化が行われることが求められよう。漁港周辺には田尻歴史館や旧新川家住宅、漁師人家、マーブルビーチなどの大阪府下にはあまり知られてない観光スポットがある。これらの観光資源は地元住民が知るだけでは発展性が望めない。漁業組合、水産物小売、外食サービス、観光施設管理、その他の関連事業（例えば犬鳴山ポーク、泉州ナス漬物屋、泉州タオル等）の集積によって泉州地域としての観光魅力度を高めることが必要であろう。

7. おわりに

日高健は朝市や漁業体験を交流ビジネスと呼び、「交流ビジネスの集積は、産業クラスターを超えた地域産業システムとして考えるべきものである。」⁴⁾と述べている。大阪湾沿いに数珠繋ぎに点在する漁港と漁業協同組合は食と観光の付加価値を連鎖させることによって、地域産業システムを構築することができると考えられる。今後の課題として、フード・ツーリズムの視点から産業クラスター間の連携と相互作用、そして、さらなる生産性の向上と革新的な新産業の創出への方向を探りたい。

II 岸和田のかしみん焼き

1. はじめに

泉州地区における代表的な観光資源として、岸和田のたんじりがよく知られている。しかしながら、たんじりはその開催期間⁵⁾が短く、特定の季節にしか観光客を呼び込むことができない。そこで、たんじりのシーズン以外の新たな観光資源として、現在ブームとなっている B 級ご当地グルメとなり得る可能性がある「かしみ

4) 日高健著 (2007) 『都市と漁村－新しい交流ビジネス』137 ページ、成山堂書店。

5) 今回の研究対象とした岸和田の浜地区では、9 月中旬の土曜日・日曜日の 2 日間 1 度だけ行われる。

ん」に注目し、フィールド・ワークを中心として調査を行なった。

2. かしみの歴史

かしの始まり

岸和田のご当地グルメである「かしみん」とは、ひねどり（卵を産み終わり油が乗った鶏）のあらびき肉と牛脂のミンチを使用した洋食焼き（お好み焼き）である。「かしみん」は、「かしわ」と「ミンチ」を具としたことで、「かしみん」と呼ばれるようになった。

かしの店として、特に有名なものが、紙屋町の「大和」と堺町の「鳥美」である⁶⁾。紙屋町の「大和」は、かしの発祥とされている。1971年に駄菓子・お好み焼きの店として開業した「大和」は、もともとかしわの洋食焼きと、牛脂のミンチを入れた洋食焼きを別々に提供していた。しかし1980年代前半に、常連の学生客が「かしわとミンチを一緒に入れてくれ」と言った一言がきっかけで、かしみが誕生した。これがかしの始まりである。

一方、「鳥美」は浜地区に隣接する堺町に所在し浜地区ではないが、かしの形成に大きな役割を担った。1951年に、鶏肉店として開業した「鳥美」は、ひねのかしわ肉を先述の「大和」に出荷していた。しかしながら、2001年に店主が高齢であることを機に閉店を決意した。ところが、その鶏肉を使用していた「大和」が閉店に反対し、それを受けた鳥美店主の子息等が、「大和」のかしのレシピを伝授され、お好み焼店を鶏肉店に増設した。そして、「鳥美」は多くのかしみに店に鶏肉を卸し、かしの中心を担っている。

その後、かしは浜地区を中心として岸和田全体に広まり、現在では、大阪の都市部⁷⁾にもかしの知名度は徐々に広まってきている。

浜地区とだんじりとかしみん

かしみん発祥の浜地区は、大北町、中北町、大手町、紙屋町、中之浜町、中町、大工町の7町から構成されている。紙屋町には岸和田最古の地車があり⁸⁾、歴史的に見てもだんじりとの関連は深い。また、現在のだんじり曳行コースは浜地区を抜けており、カンカン場（地車

が直角に街角を曲がるだんじりの見せ場）と浜地区は隣接した場所に位置している。この点からも、浜地区とだんじりのつながりの深さがうかがえるだろう。浜地区は、「だんじりの町」であり、「かしの町」なのである。

3. かしの現状

かしの現状について把握するため、フィールド・ワーク調査と電話による聞き取り調査を行なった。フィールド・ワーク調査は、現地（浜地区及びその周辺地区）に赴き店舗を検索するフィールド・ワーク調査を実施した。岸和田市の他の地域（泉州北部地域）については、職業別電話帳を用いて電話による聞き取り調査を行なっている。また、参考資料として、岸和田市観光課所在の資料『かしみん一覧』及び各種情報誌⁹⁾を用いた。

フィールド・ワーク調査

浜地区は、およそ800m×400mほどの地区であり、JR岸和田駅から直線距離で約800m、道沿いでは1,000m程度の距離にあり、徒歩での所要時間は15分程度である。フィールド・ワーク調査の結果、浜地区周辺に存在するかしの店舗は、最長約300mから最短約100mの間隔で、7店舗がほぼ等間隔に存在し、一店舗の商圏は50mから150mであることが分かった（図表

図表1 浜地区のかしみん店舗一覧

店舗	業種・業態	商品名	価格
A	洋食焼き店	かしみん焼き	380円
B	お好み焼き店	かしみん	380円(小)、430円(中)、530円(大)
C	お好み焼き店	お好み焼きかしわ	450円
D	たこ焼き店・お好み焼き店	かしみん	400円
E	お好み焼き店	かしわミックス	400円
F	たこ焼き店・お好み焼き店(持ち帰り)	とりミンチ	350円
G	鶏肉店、お好み焼き店	洋食かしわ	450円

出所：フィールド・ワーク調査(2010年8月8日)により作成。

6) 「大和」へのインタビュー調査は、2010年8月23日、「鳥美」インタビュー調査は、2010年7月12日、8月23日に実施した。

7) 大阪北(梅田)、大阪南(心斎橋)、守口などにかしみを扱う店が確認出来た。

8) 岸和田市史編さん委員会『岸和田市史第5巻』岸和田市、1977年、564～565ページ。

9) 『Meets Regional 京阪神のこなもん』(2008)京阪神エルマガジン社。『岸和田 Walker』(2008)KADOKAWA X MEDIA。『dancyu お好み焼き90% たこ焼き10%の本こなもん100% レシピ&店ガイド』(2010)プレジデント社。これらにも「かしみん」の特集記事が見られた。

図表 2 浜地区のかしめん店舗地図



注：太線内が浜地区、□が店舗の所在地を示している。
出所：フィールド・ワーク調査（2010年8月8日実施）により作成。

1、図表 2 参照)。この面積に対して、7 店舗という店舗数は、かなり集積度が高く、一店舗あたりの商圈の狭さは地域住民との関係性の深さを表す一つの指標であると考えられる。

電話調査

電話調査については、岸和田市の浜地区以外の地域について、職業別電話帳¹⁰⁾を用いて、調査対象を「お好み焼店、たこ焼店、食堂店、焼鳥店」に絞り、105 件への電話調査をおこなった。図表 3 は調査結果の一覧で

図表 3 泉州北部のかしめん取扱い店舗電話調査

業種・業態	調査件数	有効回答数	取扱店舗数
お好み焼き店	43	27	3
食堂	25	20	0
鳥料理店	1	0	0
たこ焼き店	13	10	1
焼鳥店	23	9	1
合計	105	66	5

注：有効回答率 62.9%
出所：電話調査（2010年8月8日実施）により作成。

10) (2010)『職業別デイリータウンページ大阪府泉州北部版 '10』NTT 西日本。

ある。調査件数のうち有効回答数は66件（有効回答率：62.9%）、かしまんの取扱店は5軒であった。内訳は、お好み焼き店3軒、たこ焼き店1軒、焼鳥店1軒で、お好み焼きと同じ調理設備を用いるお好み焼き店での提供が多いことが分かった。これは、フィールド・ワーク調査の結果と同様であった。

なお電話調査によって発見したかきみん取扱い店舗5軒には、フィールド・ワーク調査の7店舗は含まれていない。これは、電話帳に電話番号を記載していないかきみんの取扱い店舗が岸和田の浜地区以外の地域にまだ存在することが十分考えられることを意味している。

4. かきみんに関する分析

本節では、岸和田のご当地グルメであるかきみんの現状を、一般的ではあるが普遍性の高い分析方法である「SWOT分析」を用いて分析する。SWOT分析では様々な要因を、好影響と悪影響を一軸、外部環境と内部環境を一軸として、S（強み）、W（弱み）、O（機会）、T（脅威）の4つの要因に分けて分析する。かきみんの現在置かれている状況を論理的な枠組みを用いて分析することが、かきみんの現状把握、ひいてはかきみんの観光資源としての可能性と今後を占うのに適切であると判断したからである。

かきみんの強み（S: Strength） かきみんには歴史があり地元住民に長らく親しまれている。その歴史の長さに伴い、一定の地域に一定の集積度で店舗が存在する。さらにかきみんは、多くの店舗で500円以下（ワンコイン）で提供されており、大衆性も兼ね備えている。これはかきみんが、B級ご当地グルメになり得る潜在的可能性があることを示していると言えよう。

かきみんの弱み（W: Weakness） かきみんの最大の弱点は、アクセスの悪さにある。情報面では、かきみん情報を総括した媒体、ホームページや観光マップ等が存在しない。また、かきみんの中心地区である浜地区は、駅や繁華街から少し離れた住宅地にあり、電車、自動車（駐車場）の交通の便が悪い。加えて、住宅地内に店があることから、店舗が見つげづらいという弱点もある。情報と交通の双方でアクセスに課題が存在する。

かきみんの持つ機会（O: Opportunity） 平成18年青森八戸で開催された第一回B-1グランプリを契機に起こった現在のB級ご当地グルメ・ブームが大きな追い風となっている。今までは、ご当地の住民だけが食べていたご当地の大衆の名物料理が、一部では観光資源となった。特に旅費等を考えると、大阪市内、北摂や河内

など近隣地域からの旅行客需要が見込まれる。

また、かきみんは季節性が少ないことから、だんじり等の他の観光資源との組み合わせが容易であり、観光資源としての柔軟性が高い。

かきみんに対する脅威（T: Threat） かきみんの脅威は、B級ご当地グルメ・ブームに乗った他のご当地グルメにある。かきみんは、現状では他のお好み焼きとの見かけ上の差別化が難しく、多くの他のご当地お好み焼きに埋もれてしまう可能性が高い。

5. おわりに

まず、かきみんの知名度を上げることが最大の課題であろう。これには、地域に密着した市民等がなんらかの組織を立ち上げ、かきみんの情報を統括するホームページを造ったり、食べ歩き等に活用可能な地図を作ることが必要である。また、出店コストが低いこと（極論を言えば、鉄板があれば提供が可能である）から、地域物産展や祭事、イベントへの出張販売をおこない、適切な消費者にかきみんを体験してもらうことが重要となる。フード（食べ物）は、実際に食べるという体験を通じて、多くの情報提供がなされる媒体である。これを活かし、かきみんを岸和田観光の入り口としてアピールすることが、岸和田全体にとって有益なことであると結論付けられる。

Ⅲ 城下町岸和田の文化財レストラン

1. はじめに

岸和田市は「だんじりの町」として全国的に知られているが、岸和田藩一万五千石の「城下町」として知る人はそれほど多くはない。江戸時代に幕府の直轄地であった大阪城下町は別格として、岸和田は大阪府下では高槻藩の高槻市と並ぶ城下町であり、現存する堀と復元された天守閣を有する城下町としては大阪城を除いて大阪府下唯一である。岸和田城周辺のたたずまいは、だんじりの「動」に対して、時代を経た城下町の「静」を感じさせ、いわゆるわれわれ日本人がイメージする城下町にふさわしい町の風格を醸し出している。その岸和田城の城郭内にあった建造物のひとつである五風荘は岸和田市の登録文化財であり、岸和田市の管理にあるが、2009年度から指定管理制度によりがんこフードシステム株式会社が委託されて和風レストランを運営している。一般に、各地で文化財建造物の保存と活用は地域の観光振興の点からも重要な課題となっているが、五風荘における

文化財の活用が岸和田の観光活性化にどのように機能しているかを検証し、併せて、フード・ツーリズムの視点から五風荘の役割を述べる。

2. 五風荘の概要

五風荘は岸和田城主岡部公のお茶屋跡の2,400坪の敷地に、地元実業家の寺田利吉(1857年~1918年)が昭和初期の1929年(昭和4年)から十年かけて建てられた邸宅である。母屋と山亭、八窓席、残月席の3つの茶室、回遊式の日本庭園を備えている。寺田家は文化年間に酒造業を営む資産家で明治、大正、昭和にわたり寺田財閥として知られた。寺田利吉は堺寺田家と称された分家の二代目である。銀行業と紡績業(現在の寺田紡績工業)で財をなし、後に岸和田市長も務めた。五風荘は当時、南木荘と呼ばれていたが、寺田利吉のおくり名が五風院であることから五風荘と呼ばれるようになった。

一時は不動産会社に売却され、マンション建設の計画もあったが市民の「お城の景観を守る会」が反対運動を起して、岸和田市が1993年に買い取った。その後は市により公開されていたが、庭園の維持管理費に年間3,000万円かかるため財政難の岸和田市には運営が厳しく、2008年に指定管理者を募集した。その結果、がんこフードサービス株式会社が提案した和食店としての活用と保存計画が採用されたのである。

3. がんこフードサービスのお屋敷店舗

がんこフードサービス株式会社は1963年、小嶋淳司(現会長)が大阪十三に寿司店を開業し、創業した関西を代表する外食サービス企業である。「旨くて、安くて、楽しい」をコンセプトに、和の伝統文化を大切にしたい店づくりをし、現在、和食・寿司・炉端焼き・居酒屋・とんかつ・手作り豆腐など関西一円と関東に103店を展開している。同社は1990年11月に「お屋敷シリーズ」の一号店として大阪市平野区にある豪商辻元家が江戸時代初期に建てた平野郷屋敷を借りて「がんこ平野郷屋敷」を開店した。続いて1995年には豪商角倉了以が建て、明治時代の総理大臣の別邸であった京都市二条高瀬川の建物にがんこのお屋敷「京都高瀬川二条苑」を開店した。他にも、兵庫県三田市に「三田の里」(2002年12月)、和歌山市に「和歌山六三園」(2005年7月)、宝塚市に「宝塚苑」(2008年10月)があり、そ

れら文化財の運営実績の多さを評価されて岸和田市の指定管理を受託したのである。2009年4月に五風荘を借用後、同年7月から改修工事に入り、2009年9月10日に同社6店舗目のお屋敷「がんこ岸和田五風荘」をオープンした。

4. 岸和田市の指定管理制度

指定管理の契約では、がんこ側は賃料などを免除される代わりに、建物と庭を維持管理し、売上高の1%を市に納める契約となっている。市は、その収入を2010年4月に設立した岸和田市文化財保護基金に充て、市内のほかの文化財の保護に充てている。登録文化財の管理運営の民間委託は全国でも行われているが、利益を文化財保護基金に還元するのは日本初であり、自治体からの視察が多い。市にとっては、年間約2,000万円の支出だった管理運営委託料の支払いが必要なくなり、市民の負担も減る。がんこフードサービスの小嶋淳司会長は「公共の文化財の新たな保存と活用の手法としたい。多くの人に利用してもらうことで、建物や庭の保全に還元できるよう頑張りたい¹¹⁾」と話している。

5. 現地調査

実際ががんこ五風荘を訪れ、店舗内を見学して料理を賞味した。又、同店の女将金海妙美さんから開店の経緯をヒヤリング¹²⁾した。

がんこ岸和田五風荘はオープンしてから月に平均約15,000人が来客しており、予約なしで行くと1~2時間待ちになるという活況ぶりである。お客は昼間は地元客が6~7割、夜は近所の企業が多いが、紹介によるお客も増えている。週末は岸和田以外の遠方からのお客の方が多い。当店には外商員を2名置き、企業や学校を営業している。

「最近ぐるなびなどのレストランサイトにも紹介されている。日本庭園を眺めながらゆっくりと食事ができることから、観光名所としての集客にも期待がかかっている。また、五風荘に来たお客に岸和田城の入場割引券を配り、お城、だんじり会館、自然資料館などへの観光客を増やす努力もしている。」(青木)

「岸和田は町がうるさく、治安が悪そうというのが私のもっていた岸和田のイメージだが、岸和田城にぴったりの雰囲気を持ち、落ち着いた場所だと感じた。店に入るなり、たくさんのお客さんがいて人気なのが分かっ

11) 産経関西経済ニュース、2009年9月9日、<http://www.sankei-kansai.com/>。

12) 2010年6月11日、学生調査班とともにがんこ五風荘にて行った。

た。そして、店員も旅館のようなおもてなしで案内していただき、がんこは思えなかった。」(大谷)

「味は、普通というイメージであった。せっかく五風荘という文化財での食事ができるので、やはり他のがんこはメニューをかえるべきであると感じた。」(内田)

「見た目や内装が、普段私が利用する飲食店とはかけ離れていた。レトロで落ち着いた雰囲気、若者にも受けがよさそうに思えた。どの料理も見た目と味が上品でおいしかった。」(楠本)

「昼食に出た料理は今まで食べたこともない料理もありましたが、とりあえず豪華な料理だと思いました。見た目も上手な盛りつけの料理でした。やはり日本だと感じさせる伝統的な料理でした。私はひさしぶりにお寿司と刺身を食べたので最高でした。天ぷらは今まで食べた天ぷらの味と違ってちょっと別の食感。最後に出たのは日本のお菓子饅頭と一緒にコーヒーを飲んだらまた最高でした。」(チュルシマヤ)

「最近では岸和田市の住民だけではなく、関西の様々な地域からインターネットや雑誌をみて五風荘を訪

れる観光客も多いそうだ。岸和田市の住民に関しても、東京などへ出ている人々が帰省し、来店する人は少なくはない。驚くことは、お正月など次年度のために既に予約をしておく人も多いらしい。」(スルヤキラン)

「五風荘には当時の空調の吹き出し口があったり、金庫がそのままに置いてあったり、正面玄関の天井の梁が割れていたり(この部分は改修ができない)、窓ガラスも当時のままであり、昔の空間を味わえました。こんなにわくわくできて素晴らしい文化財を観光客増加により今後も守ってほしいと思いました。」(横山)

6. がんこ五風荘の観光価値

フード・ツーリズム空間においてがんこ五風荘は食の観光事業型、食によるまちづくり型、美食追求型¹³⁾のいずれに分類されるであろうか。あるいは、外食チェーン店はフード・ツーリズム圏ではなく、日常フード圏に含まれるのであろうか。がんこ五風荘はまず、文化財レストランに分類される。すなわち食によるまちづくり型の範疇であることになる。文化財の保存と活用は地域のまちづくりに寄与するからである。一方で、外食チェーン店であるので、提供される食事はセントラルキッチンで準備されたものではあるが、建造物が文化財であること、池と3つの茶室をもつ庭園がすばらしいこと、そして和装の従業員のおもてなしが行き届いていることなどから、がんこ五風荘は食の観光事業型であるともいえる。メニューや食材は泉州とは関係ないが、食の空間はまぎれもなく岸和田であり、それも歴史的な一流の空間と景観である。女給さんがメニューの説明をするなど、食の演出もレベルが高い。食後の庭園の散策は、日本の庭園美を十分に堪能することができる。K. Fields のいう外食体験として、つまりサービス、清潔さと衛生、インテリア、照明、空調、調度品、音響、部屋の大きさと形、常連客、そして代金を含んだ体験の価値は高い。前節で記したように、学生の評価はほぼ一般マーケットにも共通するであろう。アジア留学生(ネパール)の感想からもわかるように、本物の建造物にふれ、懐石風の日本食を食することにより、日本の伝統美を体験することができるという魅力が外国人には特に感じられる。がんこ五風荘の食の魅力は、土地の味覚に基づいたものというよりは、日本という拡大された地域の味覚を体験することにある。これは、土地の味覚を体験するというフード・ツーリズムの定義に反することではあるが、日本味



写真9 がんこ五風荘の庭園



写真10 昼食の「やわらぎ寿し弁当」これにてんぶら、コーヒー、和菓子が付く。1,980円+税

13) 尾家建生(2010)「フード・ツーリズムについての考察」大阪観光学大学観光学研究所報『観光&ツーリズム第15号』33ページ。

覚を体験することができるという意味で、フード・ツーリズムとして捉えることができる。

7. おわりに

岸和田市の重要な建造物文化財である五風荘は、マンション建設の危機を切り抜けたものの、その後の所有者である市の活用と採算性という面では必ずしも満足のいくものではなかった。指定管理者制度により、2009 年度からがんこフードサービスが和食レストランを運営することで、2009 年 9 月の開店以来少なくとも現時点までは人々の賑わいと活気がもたらされ、周辺への訪問者も増え、市の文化財保存基金にも寄与している。その背景には、がんこフードサービスの 5 軒のお屋敷レストランでの企業実績がある。がんこ五風荘の事例は、外食産業の社会貢献のひとつのビジネスモデルとして評価されよう。また、フード・ツーリズムの視点、および岸和田市の観光施策の視点からも、今後、がんこ五風荘と関連他箇所との連携が益々重要になり、かつ、観光客を呼び込むためのフード・ツーリズム・クラスター形成の主要なファクターとなるであろう。

IV ま と め

本報告書は泉州地域におけるフード・ツーリズムによる観光開発を研究した調査と検証の研究論文である。泉州の熊取町に所在する大阪観光大学観光学部の尾家研究室と村上研究室が共同で、各数名の研究補助の学生とともにいった。

I 章では泉州地域の 3ヶ所の漁港を調査し、大阪湾の沿海漁業と関係する観光事業の実態を明らかにしようとした。その上で、漁業と観光事業は体験学習とともに食における結びつきが重要であり、フード・ツーリズムへの拡大が必要であることが分かった。

II 章では、岸和田市の浜地区に散在するかしみん焼きの実態を調査し、SWOT 分析をすることにより、B 級ご当地グルメとしてのかしみん焼きの観光的利用を検討

した。その結果、かしみん焼きの知名度向上のためには、特に市民の自主的な取り組みの必要なことが課題として示された。

III 章では、五風荘の指定管理者であるがんこフード株式会社が外食産業の強みを生かして文化財レストランをいかに経営しているかについて調査した。その結果、がんこ五風荘の事業モデルが文化財の保存と活用にきわめて貢献度の高いことが確認され、さらに、フード・ツーリズム構築の重要な拠点となるであろうことが示された。

泉州の漁港と漁業、かしみん焼き、昭和初期の邸宅などの地域資源は食と観光の価値を高めることにより、価値連鎖によってフード・ツーリズムとしての価値を内在させることができる。漁港での朝市見学と食べ歩き、岸和田浜地区でのコミュニティに根差したかしみん焼き、そして文化財レストランでの日本料理の体験、これらは泉州の歴史文化、産業、暮らしに深く結びついた食文化の観光体験でもある。さらに泉州の地域資源を拡大して調査することにより、それらの連携や相互作用によって多様な観光アトラクションの創造が可能となり、泉州地域独自のフード・ツーリズム・クラスターを形成することが考えられる。今後の課題として、生産者、食品事業者、外食事業者、観光業者、業界団体、行政、市民などのクラスター要素が連携し、かつ競争することにより、産業クラスターとして生産性を高め、訪問客を増やし、地域産業の優位性を高めることのできるモデル構築が求められる。

謝辞

III 章の現地調査については、「がんこ岸和田五風荘」の女将の金海妙美さんにご多忙の中、五風荘の歴史、地元民との結びつき、開店準備と開店後の状況など多岐にわたりお話しをいただき、学生ともどもお世話になった。ここに感謝申し上げる。

本報告書は 2010 年度大阪観光大学共同研究費の助成を受けておこなわれた研究成果の一部である。