

# 食による観光活用の可能性

——「インスタントラーメン発祥の地」池田市を事例として——

安本 宗春  
(地域創造学部講師)

## 1. はじめに

本稿は、「食」と地域との関係を踏まえ、観光における食の活用可能性について検討することが目的である。

近年、「食」の質的な部分にも着目され、地域づくりに用いられることが増えている。これは食が、生産から消費まで、非常に広い範囲から構成され、地域と深いかかわりをもつことがあげられる。つまり、食は、単に味覚に対する感覚だけではなく、歴史や調理方法など幅広い視点から検討する必要がある。それゆえに「食」は、食べるだけでなく、食べるまでの過程そのものが、観光客の興味関心の対象となる。このような、すそ野の広さが、観光資源として様々な可能性を有している。

大阪府池田市では、「カップヌードルミュージアム 大阪池田（安藤百福発明記念館 大阪池田）」があり、チキンラーメンの発明者である安藤氏の功績やインスタントラーメンの歴史などを展示している。また、周辺の飲食店では、チキンラーメンを食材とした創作料理も多く存在する。また、チキンラーメンの販売促進のキャラクターである「ひよこちゃん」が池田市の観光大使となっている。このように、インスタントラーメンの「発祥の地」をキーワードに観光客を呼び込むための取り組みを模索している。以下では、食資源と観光の関係について考察する。そのうえで、池田市の「カップヌードルミュージアム 大阪池田（安藤百福発明記念館 大阪池田）」とその周辺について実施した現地調査<sup>1)</sup>と文献調査のまとめたものについて考察する。

## 2. 観光対象としての「食資源」

### 2.1. 郷土料理と食資源

近年、「食」の質的な部分にも着目され、地域づくりに用いられることが増えている。庄司・原田（2015）は、「食の文化は、食に関わる企業だけではなく、それを調理するアクター、食を食べるアクター、そしてその食を直接的、間接的に供するアクターのネットワークを形成することによって価値が生み出される」<sup>2)</sup>述べ、非常に広い範囲から構成され、地域と文化をつなぐ役割を持つことを指摘している。「食」は、郷土の歴史を考えていくときにも、重要な視点ともいえる。農林水産省は、郷土料理について「全国各地の農山漁村で受け継がれてきた食文化の代表であり、それぞれの地域の風土や歴史の中で個性を生かしながら創意工夫され、その美味しさのみならず、それぞれの地域の誇りとともに育まれてきました」<sup>3)</sup>と述べている。そして、農林水産省では、2007年に「農山漁村の郷土料理百選」として全国の郷土料理の選定と紹介をした。ここでは、「農山漁村の郷土料理百選」の中で取り上げられた、宮城県の「牛タン焼き」と栃木県では「しもつかれ」の比較・検討を試みる。

宮城県の「牛タン焼き」は、「御当地人気料理特選」のひとつとして取り上げられている。これは、1950年頃より佐野啓四郎氏考案し、仙台市を中心に提供されるようになった。ただし、牛タンは、牛1頭から1枚しか取れない。そのため、宮城県内だけで賄うことが難しく、山形県からも集めた。それでも足りないために、アメリカから仕入れるようになった。農林水産省が発行する郷土料理百選パンフレットによれば、「仙台への転勤族やサラリーマンの間で評判となり全国に広まった」<sup>4)</sup>とまとめている。現在では仙台市内に多くの事業者が牛タン焼きを提供し、その多くは、アメリカ産のものを使用したものを利用する店舗が多い。

また、農林水産省がまとめた郷土料理百選によると「しもつかれ」について「鎌倉初期から伝えられているもので、身近にある食材を利用し、栄養バランスが良く保存もきく、人々の知恵が結集した料理」<sup>5)</sup>と、古くから食

べ継がれてきたと紹介している。しかし、食べ継がれて期間の長さが、人々の食に対する支持と関係があるとは言い難い。例えば、奥澤（2004）は、「しもつかれ」について「見た目は決して食欲をそそられるような料理ではない。また食材や食感・味付けが、若年層に受け入れがたいため、郷土料理に親しむことを目的に、小中学校の給食のメニューとして取り上げられるが、児童・生徒の評判は今一つである」<sup>6)</sup>と述べている。筆者は、小学生の頃であるが栃木県に在住（1993年～1997年）していた。奥澤（2004）にもあるように「しもつかれ」が給食などで出ていたと思われるが、特別な記憶はない。

「牛タン」と「しもつかれ」について食べ継がれてきた期間では、栃木県の「しもつかれ」が長い。しかし、味覚に対する人々の評価は、食べ継がれてきた期間に比例するものとは言い難い。それでも食べ継がれていることは、おいしさなど人々の感覚的な効用を高めていくものとは別に、郷土料理に親しむ手段や地域の特色づくりに用いられているとも考えられる。つまり、食は、単に味覚に対するひとり一人の感覚だけではなく、庄司・原田（2015）が述べるように、歴史や調理方法など幅広い観点から検討する必要がある。

食と地域との関係を「地域の風土や歴史の中で個性を生かしながら創意工夫」とするのであれば、月日の経過とともに何らかの変化がある。また、技術進歩などにより、生産に必要な工場設備など一定の条件が整えば、他地域でも模倣することは可能である。つまり、唯一無二といえる地域独自の食文化の形成は、容易なことではない。安田（2013）は「地域の食」について、「地域住民が誇りに感じ食している、その土地固有の食材、加工品、料理、飲料、およびその食に係わる空間、イベント、食文化」<sup>7)</sup>と定義している。その際、「その土地らしい食であり、地域の人々がその食に対して、誇りを感じ、かつ今日も実際に食べられていること」<sup>8)</sup>と「地域の食」を考えていく際のポイントを整理している。「牛タン」と「しもつかれ」は、味覚に対する評価や食べ継がれてきた期間は異なる。しかし、地域の人々がその食に対して何らかの想いを持ち今日まで食べ継がれてきたことは共通している。人々の生活が豊かとなった今日では、人々の食生活が多様化している。また、食材の流通や人々の移動も広域化している。そうした時に、「食」は、その活用過程において地域との関わりを形成することが、これからの地域づくりに求められる点でもあろう。

## 2.2. 食資源と観光

人々の観光行動において、「食」に関する関心は高い。例えば、財団法人日本交通公社が調査している「旅行者同行」を発刊している。それによると、「行ってみたい旅行タイプ」として、「グルメ」（おいしいものを食べる旅行）は、毎年多くの人々から支持されている。近年では、2017年を除き、毎年3位以内に入っている（図表2-1）。また、「自然観光」（自然や景勝地を見てまわる観光旅行）や「歴史・文化観光」（歴史や文化的な名所を見てまわる観光旅行）もグルメと並んでほぼ上位にいる。ここから、食べるだけの「食」に加えて、地域との関わりや歴史などに興味・関心を持つ人々が一定数いると考えることもできる。

こうした食と地域との関係を活かした観光のあり方については、フードツーリズム、ガストロノミーツーリズムといった視点から研究が進められている。尾家（2013）は「ガストロノミーは『食べ物を選択し調理する学問や技術』という意味である」<sup>9)</sup>と述べ、食と個人や社会の関係を考察するものと指摘している。中子（2017）「ガストロノミー・ツーリズムの概念は、特に地域の文化や固有性に強く結びつき、生産（物）、調理、消費が個別に存在するのではなく、一定の地域の中で連鎖し、特定のイメージを表出し、旅行者に新たな文化体験を提供する」<sup>10)</sup>と述べ、新しい価値と文化を創造するものであることを指摘している。また、日本経済新聞では、「食」による町おこしが増えてきている事例を受け、①「元祖」、②「集積」、③「独自性」、と三類型があるとまとめている<sup>11)</sup>。安田（2010）は、日本経済新聞の分類を受け、次のように整理している<sup>12)</sup>。「元祖」は、一般に普及した料理の「発祥した地」である<sup>13)</sup>。「集積」は、地域住民の特徴的な食への嗜好や飲食店の集積に着目<sup>14)</sup>、である。「独自性」は、「地域固有の食材や地域に定着した料理、食文化、近年地域住民が考案したもの」<sup>15)</sup>、である。近年、身近に親しんでいるものも、観光の対象になるといえる。関（2009）では、「まちの数だけ『ご当地ラーメン』があるのではないかとさえ思える。カレーライスとともに、近代日本で最も普及した日常食のひとつではないか」<sup>16)</sup>と述べ、ラーメンを構成する麺、具、スープの組み合わせで多様な可能性があるとしている。その一方で、ラーメンの店舗が特定地域に増えることで、「ラーメンのまち」となることを指摘している。

これは、観光客の日常に対する非日常的な存在や様子が、観光対象となる。高度経済成長期の観光では、日常

生活と比べて、豪華さや華やかさを非日常としてとらえる傾向があった。それが近年、人々の嗜好の多様化により、地域の「日常」が観光客にとっての「非日常」ととらえることがある。その中でも、人々の生活の中に欠かせない要素である食は、観光対象として観光客の訪問動機を創り出す可能性を有している。

図表 2-1 行ってみたい旅行タイプ

	第1位	第2位	第3位	第4位
2019年	温泉旅行 (49.8%)	自然観光 (49.8%)	グルメ (42.3%)	歴史・文化観光 (41.9%)
2018年	温泉旅行 (47.4%)	自然観光 (46.5%)	グルメ (40.6%)	歴史・文化観光 (38.5%)
2017年	温泉旅行 (51.2%)	自然観光 (50.4%)	歴史・文化観光 (41.9%)	グルメ (39.8%)
2016年	温泉旅行 (57.7%)	自然観光 (45.1%)	グルメ (41.6%)	テーマパーク (37.2%)
2015年	温泉旅行 (62.8%)	自然観光 (55.8%)	グルメ (51.9%)	歴史・文化観光 (40.8%)

出所

公益財団法人日本交通公社 HP

(JTBF 旅行者調査 旅行年報の各年をもとに筆者作成) 2020年1月31日アクセス

<https://www.jtb.or.jp/research/theme/statistics/statistics-tourist/>

### 3. 観光資源とインスタントラーメン

#### 3.1. 安藤百福発明記念館 大阪池田

大阪府池田市は、日清食品株式会社の創業者である安藤百福氏が1958年に世界初のインスタントラーメンが発明されたことから、「インスタントラーメン発祥の地」として知られている<sup>17)</sup>。第二次世界大戦後、人々の生活様式が変わりつつある中、安藤氏は、家事の合理化に着目し「チキンラーメン」を発明した。これが発明されると、日本だけではなく世界の食文化にも影響を与えた。現在も安藤氏が考案したインスタント食品の発売は、継続している。

安藤氏の功績とインスタントラーメンの歴史を伝えていくことが目的に「カップヌードルミュージアム 大阪池田 (正式名称：安藤百福発明記念館 大阪池田)」を1999年に開業した (写真3-1)。入館料が無料の企業博物館であり、管理・運営は日清食品株式会社ホールディングス関連団体である公益財団法人安藤スポーツ・食文化振興財団が実施している。館内には、安藤氏がインスタントラーメンを開発した時の様子やインスタントラーメンの歴代の商品パッケージが展示されている (写真3-2, 写真3-3)。

アトラクションは、①チキンラーメンファクトリー (要予約) と②マイカップヌードルファクトリー (予約不要)、といったラーメンの製造の体験プログラムを毎日催されている。チキンラーメンファクトリーは、日清食品株式会社より市販されている「チキンラーメン」を手作りできる工房である (写真3-4)。料金は、中学生以上が500円、小学生が300円 (2019年10月現在) である。内容は、小麦粉をこねてのばし、蒸した後に味付けをし、「瞬間油熱乾燥法」で乾燥するといった一連の流れを体験である。そして、マイカップヌードルファクトリーは、年齢を問わず300円 (2019年10月現在) でカップを購入することで参加できる (写真3-5)。カップは、「マイカップヌードルファクトリー」と書かれた反対側は、空欄となっている。この空欄の部分に、各自が好きな絵や文字などをマジックで書く。そして、スープ (4種類の中から1つ選択) と、具材 (12種類の中から4つ選択) をトッピングして (写真3-6)、世界にひとつだけのオリジナル「カップヌードル」を作る体験プログラムである。

また、館内で発売しているお土産物は、インスタントラーメンに加えて、販売促進にむけたキャラクターや関連グッズを発売していた。つまり、インスタントラーメンの販促に向けたキャラクターも、人々の食文化のイメージを形成するのに重要な要素といえる (写真3-7)。このように「食」は、「インスタントラーメン発祥の地」である背景を知ることや体験など多岐に派生している。つまり、「食」は単に食べるだけでなく、その過程について興味関心を持つ人々がいるのである。

インスタントラーメンの発明過程は、テレビドラマの中でも再現された。2018年10月より、NHKが放映する連続テレビ小説「まんぷく」で放送を開始した (写真3-8)。その内容は、安藤百福氏を支えた妻の生い立ちからみたものである。「まんぷく」の中では、池田市を舞台として設定した。昨今、映像舞台を訪れることで、作品の追体験からより効用を高めようとする観光客もおり、食と映像の組み合わせも有効である。



写真 3-1 安藤百福発明記念館大阪池田の外観  
2019年9月20日撮影



写真 3-2 安藤百福発明記念館大阪池田の館内  
2019年9月20日撮影



写真 3-3 安藤百福発明記念館大阪池田の館内  
2019年9月20日撮影



写真 3-4 チキンラーメンファクトリー  
2019年9月20日撮影



写真 3-5 マイカップヌードルファクトリー  
2019年9月20日撮影



写真 3-6 マイカップヌードルファクトリー  
2019年9月20日撮影



写真 3-7 安藤百福発明記念館大阪池田の土産売り場  
2019年9月20日撮影



写真 3-8 連続テレビ小説「まんぷく」の紹介  
2019年9月20日撮影

### 3.2. 観光対象としてのインスタントラーメン発祥の地

池田市は、インスタントラーメン発祥の地であることを地域づくりにも活用している。その一つに、「チキンラーメン」を用いた創作料理である（写真 3-9）。池田市の飲食店には、チキンラーメンを使った創作料理を提供する店舗があり、池田市役所や観光案内所への問い合わせが多かった。しかし、その実態について把握されていなかった。そのため、チキンラーメンの創作料理を提供する店舗の実態把握と情報発信を目的に「大阪池田チキチキ探検隊」を2014年4月に発足した。現在では、ホームページなどを通じて取りまとめた情報のPRを実施している。「チキンラーメン」は、池田市外の工場で製造されている。それでも、「インスタントラーメンの発祥の地」として、池田で生まれた食資源を飲食店が積極的に活用している。

池田市が2017年に実施した、歴史文化基本構想に係る市民等アンケート結果によると、第3位は「インスタントラーメンの発明」（40票）であった<sup>18)</sup>。ここから、池田市民の想いからなる食文化となり、まちづくりにも活かしている。チキンラーメンのキャラクターである「ひよこちゃん」を池田市の観光大使に任命した。任命は、「チキンラーメン」の誕生日である8月25日と設定した。また、「ひよこちゃん」と池田市にある猪名川や五月山などの自然を描いたマンホールを製作し、「カップヌードルミュージアム大阪池田」前に設置している（写真 3-10）。これは、池田市制施行80周年と「マンホールサミット」が池田市で開催されることを記念したものである。つまり、チキンラーメンのキャラクターであるひよこちゃんは、販売促進を目的としているが、池田市に定着しているキャラクターにもなっている。

池田市のふるさと納税では、日清食品株式会社のインスタントラーメンの詰め合わせを返礼品にしていた。2018年度は、返礼品付きの寄付約7,300万円のうち約3,800万円がラーメン関連だった<sup>19)</sup>。しかし、総務省は、2019年4月に返礼品を地場産品に限るとの方針を示した<sup>20)</sup>。これを受けて、6月に池田市のふるさと納税の返礼品から日清食品株式会社の関連商品を削除した。池田市のふるさと納税において、インスタントラーメンの存在は大きく、返礼品目を削除した、2019年6月から8月の間の寄付額は前年と比較して56%減と半分以下に減少した<sup>21)</sup>。これを受け提出された請願書には、「チキンラーメンが池田市で誕生したことは事実であり、池田市民の『誇り』』といった内容のものが、池田市議会において全会一致で採択された。また、合わせて、6,000通もの署名も集めた。つまり、池田市民に「インスタントラーメンの発祥の地」であることを大切に、それをまちづくりの原動力としている様子が見えてくる。

このように、安藤氏が発明したインスタントラーメンは、池田市民からも支持される食となっている。またあわせて、インスタントラーメンの創作料理店の取りまとめや販売促進のキャラクターなどをまちづくりの中に活かし、観光客が池田市への訪問動機となる取り組みも行われている。それゆえ、食を考えていくとき、食べるまでの過程も含むことから、すそ野が広く可能性は多岐にわたるといえる。



写真 3-9 チキンラーメンを用いた創作料理  
2019年9月20日撮影



写真 3-10 ひよこちゃんのマンホール  
2019年9月20日撮影

#### 4. まとめ

本稿は、食と地域との関係を踏まえ、観光による食の活用可能性について検討した。

近年、「食」の質的な部分に着目し、地域づくりに活用されることが増えている。これは食が、生産から消費に至る範囲から構成される。つまり、非常に広い範囲から構成されることから地域と深いかかわりをもつといえる。一方では、企業の商品宣伝と開発における「発祥の地」ということが、地域の食文化を形成する要素にもなっている。つまり、食の消費には、様々な波及もある。

人々が「食」から得られる効用は、味覚的な側面にとどまらない。具体的には、「食」が開発されるまでの過程や体験なども含まれる。また、関連するキャラクター、コンテンツなど幅広く派生している。つまり、歴史や調理方法など幅広い観点から検討する必要がある。その際、重要となるのは、食に対して地域住民がどのような意識を持ち関わっているかである。

大阪府池田市では、日清食品株式会社の創業者である安藤氏がチキンラーメンを開発した。池田市では、「カップヌードルミュージアム 大阪池田（安藤百福発明記念館 大阪池田）」にチキンラーメンの発明者である安藤氏の功績やインスタントラーメンの歴史などを展示している。また、周辺の飲食店では、チキンラーメンを食材とした創作料理も多く存在する。また、ひよこちゃんが池田市の観光大使として、池田市のまちづくりにも起用されている。しかし、ふるさと納税では、域外で製造されていることを理由にインスタントラーメンを池田市の返礼品目から削除した。その時、地域住民の中から、池田市議会に請願書が提出されるなど、住民からの活動も見られた。

このように、域外で製造された食も「インスタントラーメン発祥の地」として郷土の食文化となっていることがわかる。つまり、「食」は単に食べるだけでなく、「インスタントラーメン発祥の地」である背景を知ることや体験など多岐に派生していくものといえる。このようにして、地域の独自性を創り出すことは、域外から観光客を呼び込む要素にもなる。

#### 参考文献

- 奥澤信行 (2004)『都市配列からみた栃木県の地域性』白鷗女子短大論集 29(1), 1-27, 2004-12  
 尾家建生 (2013)『ガストロノミーの現代的意義』pp.29-36「大阪観光大学紀要 (13)」大阪観光大学  
 佐々木一成 (2008)『観光振興と魅力あるまちづくり—地域ツーリズムの展望』学芸出版社  
 関満博 (2009)「ご当地ラーメンによるまちおこし」pp.13-24 関満博・古川一郎編著『「ご当地ラーメン」の地域ブランド戦略』新評者  
 原田保・庄司真人 (2015)『コンテクストとしての食の文化と歴史』pp.16-21 原田保・庄司真人・青山忠靖編著「地域デザイン学会叢書食文化のスタイルデザイン—“地域”と“生活”からのコンテクスト転換—」大学教育出版  
 中子富貴子 (2017)『現代ロシアにおけるガストロノミー・ツーリズムの動向』pp.185-197「神戸山手大学紀要 (19)」神戸山手

大学

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

注

- 1) 本稿の現地調査は、2019年9月20日に大阪府池田市の「カップヌードルミュージアム 大阪池田（安藤百福発明記念館 大阪池田）」と阪急池田駅周辺で実施した。
- 2) 庄司・原田 (2015) p.16
- 3) 農林水産省 HP (郷土料理百選パンフレット) [https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/kyodo\\_ryouri/](https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/kyodo_ryouri/)
- 4) 農林水産省 HP (郷土料理百選パンフレット) 「御当地人気料理特選」2020年1月31日アクセス  
[https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/kyodo\\_ryouri/attach/pdf/panf-24.pdf](https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/kyodo_ryouri/attach/pdf/panf-24.pdf)
- 5) 農林水産省 HP (郷土料理百選パンフレット) 「郷土料理百選パンフレット 茨城県・栃木県 (P7)」2020年1月31日アクセス  
[https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/kyodo\\_ryouri/attach/pdf/panf-11.pdf](https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/kyodo_ryouri/attach/pdf/panf-11.pdf)
- 6) 奥澤 (2004) p.2
- 7) 安田 (2013) p.12
- 8) 安田 (2013) p.12
- 9) 尾家 (2013) p.29
- 10) 中子 (2017) p.187
- 11) 日本経済新聞 2002年2月4日
- 12) 安田 (2010) によると、B級グルメやご当地グルメを類型化したものであり、佐々木 (2008) の考察を踏まえ、整理している。
- 13) 安田 (2010) p.31
- 14) 安田 (2010) p.32
- 15) 安田 (2010) p.32
- 16) 関 (2009) p.16
- 17) 池田市観光協会 HP 2020年2月3日アクセス <https://www.ikedashi-kanko.jp/instantramen.html>
- 18) 池田市 HP 「池田市歴史文化基本構想【改訂版】」[city.ikedashi.osaka.jp/kanko/kanko/1527825934958.html](http://city.ikedashi.osaka.jp/kanko/kanko/1527825934958.html) お気に入りの歴史文化遺産の第1位は「愛宕火 (がんがら火)」(50票)、第2位は「逸翁美術館」(46票)、第3位は「インスタントラーメンの発明」(40票)
- 19) 朝日新聞 2019年9月26日 (返礼品チキンラーメン、ふるさと納税復活を 削除→寄付減、池田市議会が採択【大阪】)
- 20) その中で「区域内で創業した事業者が区域外で生産する即席麺」を認められない一例として明記した。
- 21) 朝日新聞 2019年9月26日返礼品チキンラーメン、ふるさと納税復活を 削除→寄付減、池田市議会が採択【大阪】)