

日本文化の本質、旅を通じ伝える

京都・南禅寺のほとりにある料亭「瓢亭」。7月下旬、菊乃井4代目の村田知さん、京都吉兆3代目の徳岡邦夫さん、神戸北野ホテル総料理長の山口浩へ、老舗酒造トップら十数人が集まり、阪田徹さんと瓢亭15代当主の高橋

義弘さんが開いた「日本版グランドツアー」だ。「平安時代の貴族がなぜ下ぶくれの顔で描かれていると思いますか？ 実際にビタミン不足でむくんでいたのかもしれませんが。芸術の脳科学・心理学

の応用研究で博士号(芸術)を取得した阪田さんの解説を聞きながら、参加者はコース料理に舌鼓を打つ。「新鮮な内に骨まで食べられる川魚の鮎は貴重なビタミン源。京料理、ひいては日本料理を代表するともいえる鮎は、栄養学から見ても理にかなっているのです」

易しい語り口をBGMに焼きたての鮎をかみしめると、京料理の歴史がストンと腹に落ちてくる気がする。今度は瓢亭先代当主の高橋英一さんが、日本料理の要ともいえる出汁で自身が試行錯誤の末にカツオ節ではなくマグロ節を使い始めるようになったエピソードを披露。「必要なのは時代に合わせて変えていったらえんです」。熟練の料理人の言葉に一座が大きくうなずいた。

阪田さんらは今、海外の富裕層向け旅行の企画・開発に取り組む。「欧米の富裕層の日本への関心は高い。ただ、彼らにはおいしい食事や美しい風景を味わうだけでは満足しない。ヨーロッパの文化と比べて日本文化は何が違うのか、本質は何なのか。疑問に答えながら、易しい言葉で理論的に説明できないければならない」と阪田さん。それはいわば体験型の「エグゼクティブ・セミナー」。一般的な観光旅行とは異なる対応を求められるため、関係者への説明に力を入れている。

同様の動きは広がる。全日本空輸や鹿島などが参加する一般社団法人、地域創生インバウンド協議会(東京・中央)は「InfiniTV」無限を立ち上げた。富裕層旅行を企画し、旅行会社向けに販売する。

たとえばカマランヨット(双胴船)やクルーザーで瀬戸内海の島々を巡りながら、アートや食事を楽しむ2泊3日のツアー(6人参加の場合、1人当たり概算12万円)。福岡研士チエアマンらは10月下旬、両備ホールディングスが手配したクルーザーの乗り心地や旅程を確認する視察に向かった。

「海外のお客様からは瀬戸内のクルージングは島によって次々と変わる景色が素晴らしいと好評でした」。瀬戸内海で富裕層向けの旅行を手掛けるSEITOUCHI SEAWIND(高松市)の小西智都子代表から説明を受け、国内外のホテルで総料理長経験を持つ石川勝幸シェフが船上で調理した岡山県北の北島産カキを使った料理を試食した。

翌日には広島県福山市で、原料となる藍の栽培から染料「すくも」の生産、染めまで一貫して手掛ける「藍屋テロワール」を訪問。「藍の葉を発酵させて染料をつくるのは日本独自の方法で、

地域創生インバウンド協議会が旅先のひとつとして視察「藍屋テロワール」(広島県福山市)



藍を発酵させて染料をつくるのは日本独自の方法という



もしかしたら日本の発酵文化とのつながりもあるかもしれません。会社員を辞めて藍染めの世界に飛び込み、同社を立ち上げた藤井健太さんがそう話す「お客様が訪ねてきた時、説明していただくことは可能ですか？」と福岡さんらが興味を示した。ネットやガイドブックでは得られない知見にこそグランドツアーの魅力があるからだ。

観光庁の推計では旅行1回当たりの総消費額100万円以上の「高付加価値旅行者」は2019年に欧米豪5カ国と中国だけで約28・7万人、訪日旅行者数の1%だが、旅行消費額全体に占める割合は約1割(約5500億円)と大きい。富裕層は今後も増加が見込まれるため「重点テーマ」として開拓していきたい。「JNTOの若松務理事」。

こうした富裕層向けの旅行で、最も重要なのが旅の水先案内人である「家庭教師」を務められる人材だ。決定的に不足しているため、JNTOは「高付加



京料理の歴史や特徴を聞きながらコース料理を楽しむ「日本版グランドツアー」が7月に開かれた(京都市)



京都・南禅寺のほとりにたたずむ高級料亭「瓢亭」が会場となった

価値ガイド」の養成を急ぐ。23年度は英語で旅行ガイド人などを対象に15人を募る体験やサービスを「現任新事情を紐解く」などの発ほか、実際に街に出て模擬施すなどして基礎的な知識を授けよう。「どんな研修内容が随時見直ししていきます」。国内外の消費者や事業者を紹介する専門サイトや、情報発信にも努める。

いま日本の多くの観光地に観光客によるオーバーツーリズムが起きている。問題から、日本の観光産業の成長量から質への転換が欠かせないばかりの日本版ガイドが、いつかその解決の糸口