

地域独自の「特産物」「郷土料理」「食文化」「景観」を一体的にブランド化

フードトレイルで地域に活力を

「フードトレイル」とは
地域から「食」の生産、料理と文化のメッセージをブランド化して発信し、
観光事業を強力に促進するフードツーリズム開発戦略です。



トレイルとは踏み跡を意味しますが、フードトレイルとはテーマを持った「飲食」の体験を目的としたルートやコースを指す言葉で、1990年代末から英国やカナダに始まり、現在は世界中に広がっています。そのルーツは、オーストリアのブドウ畑、ワイナリー、ホイリゲ（ワイン居酒屋）、レストラン、ベッド&ブレイクファーストを結んだワインロードにあるとも言われています。

フードトレイルの「テーマ」は、特産物、郷土料理、地名やご当地グルメなど様々ですが、地域のガストロノミー資源を開発し、ネットワーキングし、ブランド化する手法はフードツーリズム開発の中心的な観光商品として注目されています。日本で行われている「食の街道」、「食べ歩きマップ」なども農産物や料理を資源として地域のブランド化を図ろうとするコンセプトと目的においては欧米のフードトレイルと同じといえますが、その会員構成やマネジメントについては欧米のフードトレイルに学ぶ余地が十分あると言えます。

地方のインバウンド時代を迎え、世界に誇れる日本料理を活かしたフードツーリズム戦略が必要です。フードトレイルはフードツーリズム開発のベストウェイです。

日本フードツーリズム研究会では、フードトレイル事業を展開する団体のネットワークを構築することにより、その組織、企画、プロモーション、運営、ブランドの強化と活用をめざしています。

《お問合せ先》

日本フードツーリズム研究会(事務局:佐藤)

〒590-0493 大阪府泉南郡熊取町大久保南5-3-1 大阪観光大学内 TEL.072-453-8222 FAX.072-453-1451

E-mail: jimu@foodtourism.jp

※本件のお問合せには、件名に「フードトレイルのすすめ」とご記入ください。

フードトレイルは、
地域のガストロノミー資源のブランド化に
最適な手法です。



地域が持つ多様な資源の相互作用で、
より強力に地域活性化を図ります。

フードトレイルの概念モデルと要素

観光

体験商品、ガイドツアー、フードツアー、
観光プロモーション、口コミ、ウェブ情報、
フードフェスティバル、土産物開発



生産

生産者、生産地、生産技術、ホンモノ、景観



美食術(ガストロノミー)

料理人、郷土料理、飲食店経営、食材、飲み物、工芸



地域のネットワークにより、
食の生産力の向上と観光振興を
推進する地域戦略です。



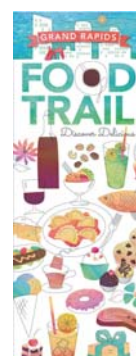
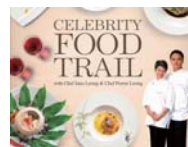
フードトレイルは、
ローカルのホンモノと
プライドにより新しい
観光体験を創造します。



欧米を中心に、
世界の都市・地域に先進事例があります。

フードトレイルの海外事例

- ・アップルパイトレイル(カナダ オンタリオ州)
 - ・ミシシッピー・シーフードトレイル(米国 ミシシッピー州)
 - ・カリナリートレイルズ・イン・ポートランド(米国ポートランド)
 - ・バレンフードトレイル(アイルランド バレン地域)
- その他多数



インバウンド向けのプロモーションとして有効です。

観光客の最も関心の高い「飲食」をテーマに、世界に通じる言葉「フードトレイル」として取り組むことで、
より有効なインバウンド向けプロモーションを展開することができます。

(2017.07.10)

※画像はイメージです。