

令和 3 年 8 月 25 日現在

機関番号：32621

研究種目：若手研究(B)

研究期間：2017～2020

課題番号：17K13853

研究課題名(和文) The Cultural Construction of the Wine Tourism Experience in Japan, China and Australia

研究課題名(英文) The Cultural Construction of the Wine Tourism Experience in Japan, China and Australia

研究代表者

王 川菲 (Wang, Chuanfei)

上智大学・比較文化研究所・研究員

研究者番号：60780145

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,100,000円

研究成果の概要(和文)：本研究ではワインが食文化の一部でない地域においてワインツーリズムがどのように文化的に構築されているか探究する。ワイン世界での新興国である中国とオーストラリアを比較参照し、日本に焦点を当て考察を行う。質的研究による定性的データと「ワインワールド」という社会学の概念を用いることでワインツーリズムが、政府や教育機関、起業家、ホスピタリティ、ボランティア、住民などで形成されたネットワークにより構築されていることがわかる。自然と文化的条件を意味する「テロワール」という概念は、ワイン造りに関わる自然の景観と文化的価値の両方を指し、ワイン産地をワインツーリズムの目的地を構築するには効果的な概念的ツールである。

研究成果の学術的意義や社会的意義

ワインツーリズムは日本における新しい経済的、文化的現象である。本研究は、ワインツーリズムがワイン文化を創造、消費するプラットフォームとしての理論構築に貢献した。日本国外のワイン産地、特に日本に似たようなワイン産地文化の新興国と比較し、ワインツーリズムが「ワイン自体よりワイン文化を生産・消費する」という本質を認識することができた。そして、ワインツーリズムが単に経済創出するビジネスの一つではなく、産業として地域社会の文化、経済及び社会の創発的な発展を促進する産業であることが確認できた。このような社会貢献するワインツーリズムの構築に関する実用的な洞察を日本及び比較対象の事例を通じて提供した。

研究成果の概要(英文)：This research addresses the question of how wine tourism is culturally constructed in places where wine is not part of local culinary culture. It focuses on Japan with the comparative references of China and Australia. The three countries share the similarity that their wine-producing culture is not as long as those well-established European wine-producing countries and they are newly-emerged wine producers in the global wine world. The qualitative data collected through interviews and participant observations and the sociological concept of the "wine world" illustrate that wine tourism is constructed by a network of actors--governmental and educational institutions, entrepreneurs, hospitality facilities, volunteer groups, and residents. "Terroir", meaning the natural and cultural conditions, is an effective conceptual tool for building a wine-producing area as a wine tourism destination, embracing both the natural landscape and cultural values related to wine-making practices.

研究分野：グローバリゼーション、文化社会学

キーワード：Wine tourism Japan Comparative studies Global studies Building wine tourism

## 様式 C - 19、F - 19 - 1、Z - 19 (共通)

### 1. 研究開始当初の背景

(1) 本研究は2016年に立ち上げました。当時、ワインツーリズムは日本で新たに登場した観光形態でした。それまでのワインツーリズムの研究は主に、マーケティングと消費者の動機付けの研究の分野で検討されました。つまり、商業商品としてのワインツーリズムの研究がほとんどでした(藤野、大山 2011; 寺内 2003)。

(2) しかし、ワインツーリズムは物の消費より体験の消費であることが日本国外の実情からわかりました。本研究は、そのような背景のもとに、社会文化的観点からワインツーリズムが文化的産物として、どのように生産され、維持され、発展しているかを理解するために設計・探究を行いました。

### 2. 研究の目的

(1) 日本に於けるワイン生産の歴史は150年ほどありますが、世界ではあまり認知されていません。一方、近年、日本ワインの品質向上に伴い、ワインの世界では、日本は新たにワイン生産国と認められています。日本のワインとその産地を目的とするツーリズムは新しい観光形態です。日本におけるワインツーリズムと対象とする学術的な考察が少ないことより、本研究が学術分野において貢献します。

(2) 近年、海外でも日本のようなワイン産地でワインツーリズムを構築する動きが増えています。本研究は、新しく確立されたワイン産地且つワイン消費文化が自国の食文化の一部でない地域では、ワインツーリズムが文化的にどのように構成されているかという問題に取り組んでいます。ワインツーリズム業界が日本と類似点を持つオーストラリアと中国を参考に、日本に焦点を当てています。ワインツーリズムの構築に関わるアクターがどのように協力してワイン文化を創造し、ワイン産地でワインツーリズムを構築するかを理解することを目的としています。

(3) 「テロワール」は農産物を理解するのに重要な概念です。フランス語が起源ですが、現在は世界中のワインやワインツーリズムの生産者によってしばしば採用されています。本研究では、日本でワインツーリズムの構築に関わるアクターが「テロワール」の概念をどのように採用しているかを調べます。グローバリゼーションの観点から見ると、ワインツーリズムはグローバル化された観光の形です。しかし、このような形で構築された文化が均一ではなく、地元のそれぞれの文化です。言わば、ワインツーリズムは地元文化を体験するグローバルな観光形態です。従って、本研究は、日本では、このような文化体験を提供するために、「テロワール」という概念をワイン産地を作るためのツールとしてどのように使用されるかという実践的な問題に着目しています。

(4) さらに、本研究はワインツーリズム産業自体の構築や発展だけではなく、ワインツーリズムの日本社会に於ける意義も考察します。世界の国々では、ワインツーリズムが農村地域の振興や再開発のツールとして採用しているケースが多くあります。日本社会では、都市化に伴う農村の衰退が長年の社会問題です。このような背景の中で、ワインツーリズムが地域社会の発展にどのような意味があるかを調べます。つまり、ワインツーリズムは日本の地方創生に積極的な貢献ができるかどうかに関心があります。

### 3. 研究の方法

(1) 本研究では、ハワードベッカーの「アートワールド」に基づいて定義された「ワインワールド」という社会学的概念を、また定性的な研究方法論も併せて採用しています。データは、日本、中国、オーストラリアのワイン生産地域でのフィールドワークを通じて収集しています。

(2) 参与観察と詳細な個別インタビューを実施してきました。ワインツーリズムのイベントも観察しています。インタビューは、ワインの生産者、ワインツーリズムの計画者と運営者、ソムリエ、消費者に対して実施しています。

### 4. 研究成果

(1) 日本は国際的なワインの消費者として知られていますが、日本のワイン造り文化とワインツーリズムは、国際社会ではほとんど認知されていません。本研究は、国際的な学術読者に日本のワイン製造の歴史、またその歴史に基づいた現代のワインツーリズムの構築に至る過程や社会的な意義を伝えます。

(2) 英語で出版されたワインツーリズムに関する研究は、西洋社会に焦点を当てています。本研究は、アジアの社会文脈におけるワインツーリズムの学術的理解に貢献しています。更に、ワインツーリズムが長年のワイン文化として知られてない背景の中で、文化的産物としてどのように構築され、重要な社会的役割を果たしているかについての理解を貢献出来ました。

(3) 本研究は文化が創造され構築されるという考えを再確認しました。「テロワール」という概念は、ワイン文化が地元の文化的アイデンティティとして根付いていないワイン生産地域においてもワイン文化とワインツーリズムを構築する上で効果的な手段です。本研究で調査した3つのコンテキストのすべてにおいて、「テロワール」は、地元のワインツーリズム構築者にワインツーリズムを構築する指導概念として使われています。その結果、地元のワイン文化と観光の独自性は、「テロワール」によって表現されていることがわかりました。

(4) ワインツーリズムの構築における「テロワール」の適用は、他の農産物に基づく観光パターンの構築へ参考事例とすることができます。この概念は農業観光の構築に役立つ可能性があります。

(5) ワインツーリズムの構築は、単一の関係者の努力の結果ではありません。本研究の3つの研究目的のすべてにおいて、ワインツーリズムを作り出すアクターネットワークによる協力の結果であることを明らかにしています(『図1：日本のワインツーリズムを作る関係者』参照)。

(6) ワインツーリズムを持続可能なものにするためには、関係者の多様性が重要です。政府は有力的な政策を提供する上で社会的な資源を調達するようなリーダーシップを発揮します。ビジネス関係者は、ワインツーリズムの管理と計画に責任があります。更に、ビジネスと政府の両方の関係者は、地域住民の懸念と利益を考慮に入れて、コミュニティ指向のアプローチを採用することにより、観光客と住民の間の利益相反を回避します。

(7) 都市化による農村コミュニティの衰退は世界的な問題となっています。ワインツーリズムは、世界中の多くの国で農村を活性化するためのツールとして活用されています。本研究では、3つの目的地の田舎の文脈でのワインツーリズムに焦点を当てています。その結果として、ワインツーリズムが地方の持続可能性のための潜在的な解決策である可能性があることがわかりました。第一に、マストツーリズムの代替観光としてのワインツーリズムは、個々の起業家、特に地元で育った起業家にビジネスチャンスを提供します。第二に、ワインツーリズムは地元住民に雇用機会を生み出します。そのような機会は、ワイン関連だけでなく、観光関連のホスピタリティ業種にも積極的な影響を与えます。第三に、ワインツーリズムは地域社会に文化的アイデンティティをもたらし、このアイデンティティは地元の観光を強化するものとして文化的資源に翻訳される可能性があります。このようなメリットが既に日本のワインツーリズムを実践した地域で確認されました。

(8) 今後更に注目すべき課題は地方創生に積極的な貢献ができる且つ持続可能な観光形態を維持することです。特に、新規産業の初期段階は助成金で支えられることが多くあります。そのような助成金終了後も自立できるワインツーリズムビジネスを維持することが重要です。

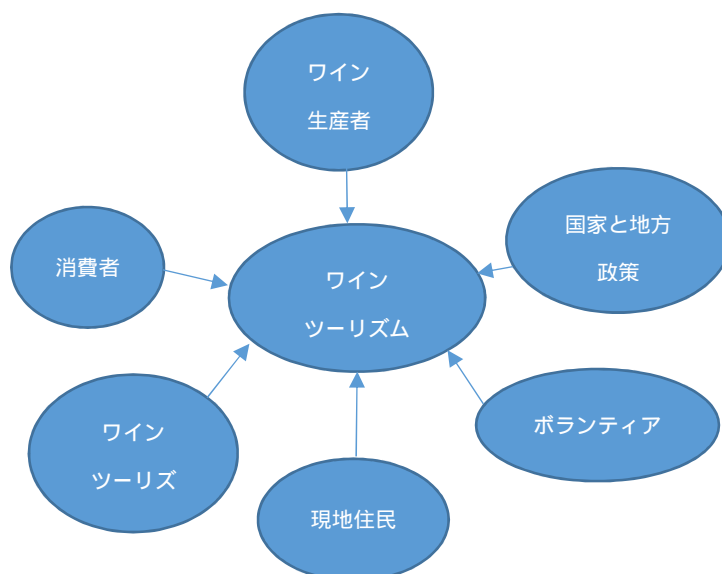


図1：日本のワインツーリズムを作る関係者

<引用文献>

藤野 祐弥、大山 勲、ワインツーリズムが地域にもたらす効果と持続可能性の研究、第38回土木学会関東支部技術研究発表会、2011。

寺内 光宏、ワイン消費ブームと地域産業：山梨県勝沼町を事例として、生活経済学研究第18巻、2003年3月。

H. Becker. *Art Worlds*. Berkeley, Los Angeles, and London: University of California Press, 1982.

R. Weiss. *Learning From Strangers: The Art and Method of Qualitative Interview Studies*. Free Press, 1995.

## 5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計11件（うち査読付論文 11件／うち国際共著 1件／うちオープンアクセス 1件）

1. 著者名 Wang Chuanfei	4. 巻 20
2. 論文標題 Creating a wine heritage in Japan	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 Asian Anthropology	6. 最初と最後の頁 61～76
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） 10.1080/1683478X.2020.1773622	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -
1. 著者名 Chuanfei Wang	4. 巻 1
2. 論文標題 Contemporary Culture of Wine Consumption in Japan: Women's Leading Role in Creating the Market in An Asia's Post-Industrial Context	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 Conference proceeding of International Conference on Wine Market and Cultures of Consumption	6. 最初と最後の頁 144-150
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -
1. 著者名 Chuanfei Wang	4. 巻 Vol 19 Issue 1
2. 論文標題 Old Sake in New Glasses: Reframing Japan's National Drink Through Global Wine Culture	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 Gastronomica: The Journal of Critical Food Studies. The University of California Press	6. 最初と最後の頁 79-90
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） 10.1525/gfc.2019.19.1.79	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -
1. 著者名 Chuanfei Wang	4. 巻 1
2. 論文標題 The "Worlds Approach" to Gastronomic Tourism: The Case of Wine Tourism in Japan	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism	6. 最初と最後の頁 395-402
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） 10.4324/9781315147628	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 Chuanfei Wang	4. 巻 1
2. 論文標題 Japanese Foods (washoku) with Wine: A Study in Non-State Culinary Politics	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 Routledge Handbook of Food in Asia	6. 最初と最後の頁 309-320
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.4324/9781315617916	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 James Farrer, Christian Hess, Monica R. de Carvalho, Chuanfei Wang, and David Wank	4. 巻 1
2. 論文標題 Culinary Mobilities: The Multiple Globalizations of Japanese Cuisine	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 Routledge Handbook of Food in Asia	6. 最初と最後の頁 39-57
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.4324/9781315617916	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 Chuanfei Wang	4. 巻 August
2. 論文標題 Joining the Global Wine World: Japan's Winemaking Industry	5. 発行年 2017年
3. 雑誌名 Feeding Japan: Cultures and Politics of Food Identities	6. 最初と最後の頁 225-250
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.1007/978-3-319-50553-4	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 James Farrer, Chuanfei Wang, David Wank, Monica R. de Carvalho, Christian Hess, Lenka Vyletalova	4. 巻 August
2. 論文標題 Japanese Culinary Mobilities Research: The Globalization of the Japanese Restaurant	5. 発行年 2017年
3. 雑誌名 Foods and Food Ingredients Journal of Japan	6. 最初と最後の頁 257-265
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 Chuanfei Wang	4. 巻 -
2. 論文標題 Wine Tourism: A Localized Experience of Global Wine Culture	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 WGI Global Report 2020 - A Gastronomic Planet	6. 最初と最後の頁 85-87
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている (また、その予定である)	国際共著 -

1. 著者名 Chuanfei Wang	4. 巻 -
2. 論文標題 Wine tourism as a developmental tool	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 Handbook of Wine Tourism, Routledge	6. 最初と最後の頁 -
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 Chuanfei Wang, Xiangchun Zheng, Nelson Graburn	4. 巻 -
2. 論文標題 Wine Tourism in East Asia	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 ENCYCLOPEDIA OF TOURISM MANAGEMENT AND MARKETING	6. 最初と最後の頁 -
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 該当する

〔学会発表〕 計8件 (うち招待講演 1件 / うち国際学会 5件)

1. 発表者名 Chuanfei Wang
2. 発表標題 Contemporary Culture of Wine Consumption in Japan: Women's Leading Role in Creating the Market in An Asia's Post-Industrial Context
3. 学会等名 International Conference on Wine Market and Cultures of Consumption (国際学会)
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 Chuanfei Wang
2. 発表標題 Japan's Wine Tourism: Culinary Politics in Japanese Wine World
3. 学会等名 The 10th International Wine Tourism Conference and Exhibition 2018 (国際学会)
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 Chuanfei Wang
2. 発表標題 Is Japanese Wine A National Drink?--Culinary Politics in Japanese Wine World
3. 学会等名 APSafe Conference in National Taiwan University (国際学会)
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 Chuanfei Wang
2. 発表標題 ワインツーリズム：フランス、オーストラリア、日本の比較研究」上智大学オープンリサーチウィーク 日本のワイン ワイナリー、ワインツーリズム、農村社会の発展
3. 学会等名 Sophia Open Research Week 2018
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 Chuanfei Wang
2. 発表標題 Women and Wine: Women as Leaders in the Japanese Wine World
3. 学会等名 Gustolab International Institute for Food Studies and Roma Tre University (国際学会)
4. 発表年 2017年



1. 発表者名 Chuanfei Wang
2. 発表標題 Wine Tourism as a Cultural Experience: The Cases of the Japanese and Chinese "Wine World"
3. 学会等名 Sophia Open Research Weeks
4. 発表年 2017年

1. 発表者名 Chuanfei Wang
2. 発表標題 文化社会学の視点から見るオーストラリア、中国、及び日本のワインツーリズム
3. 学会等名 東京成城新ロータリクラブ（招待講演）
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 Chuanfei Wang
2. 発表標題 Japan's Wine Tourism: Culinary Politics in Japanese Wine World
3. 学会等名 The 10th International Wine Tourism Conference and Exhibition 2018（国際学会）
4. 発表年 2018年

〔図書〕 計0件

〔産業財産権〕

〔その他〕

-

6. 研究組織

氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考
---------------------------	-----------------------	----

7. 科研費を使用して開催した国際研究集会

〔国際研究集会〕 計0件

8 . 本研究に関連して実施した国際共同研究の実施状況

共同研究相手国	相手方研究機関
---------	---------