

大阪観光大学観光研究所報第13号

特集「フード・ツーリズム」

目次

国家観光戦略としてのフード・ツーリズム

——オーストラリアにおける観光振興からの考察—— 鈴木 勝 1

観光領域における「食」研究の意義 丹治 朋子 10

ツーリズム・テロワールを担う次世代の専門職教育

——調理専門職の役割変化をデザインする—— 尾藤 環 14

京の食文化こそ、京文化の究極 土居 好江 19

韓国における食祭りの現状と課題 李 良姫 25

観光地における食文化ツーリズム振興と潜在的旅行者の観光地選択 下畑 浩二 34

多角化戦略としてのフード・ツーリズム促進策

——仏ミシュラン社のガイドブック事業—— 中島 恵 42

外国人観光客に日本料理を紹介する英語の

プレゼンテーションの試み カレイラ松崎順子 51

「すし発祥の地」で鮭三味ませう！

——若狭たかはま鮭ブランド化に向けて—— 原田 弘之 55

若旦那が考える旅館の「食」あれこれ 永山 久徳 60

旅館商品としての料理 浦 達雄 64

『俵屋』を象るもてなしの心 濱崎 佳子 70

Wine Tourism in Australia: A resource for the wine industry,

for wine regions and fun for travelers Denis Gastin 75

博覧会フードサービス—われわれが提案するのは「食・遊・楽」 亀岡 育男 82

旅と食のマリアージュ 芦田久美子 88

グルメ天国シンガポール 川北 直生 92

国による食文化の違い 山口 泰子 96

なぜ観光客は、「たこ焼き」を食べたがるのか 山川 雅行 100

大阪・新世界の串かつに見るフード・ツーリズムの構成要素 尾家 建生 104