

〔論 文〕

香川県小豆島のオリーブを用いた 土産物における資源利用の実態

森 重 昌 之

I 緒 言

観光資源とは「観光に利用するために、人びとの働きかけの対象になり得る地域の要素」(森重 2012: 114)であり、観光の基本システムの1つである観光対象を構成する一要素である。近年、わが国では観光まちづくりに取り組む地域が多いが、そこでは地域資源に魅力を見出し、価値づけすることで、積極的に観光資源化しようと試みられている。特に、観光資源は資源論におけるいわゆる「資源」とは異なり、一度資源化されたものに新たな魅力や価値を見つけ出すことで再度観光資源として利用する「再資源化」という特徴を持っている(敷田 2011: 37)。再資源化にはさまざまな形態が想定されるが、敷田(2017: 30-31)は地域資源の高度利用について、資源をそのまま利用する「直接利用」だけでなく、資源を直接利用せず、その意味だけをイメージに変換して利用する「イメージの利用」、資源の固有性は失われ、何か別の目的のための背景(情報)として資源を利用する「背景としての利用」をあげている。こうした地域資源の高度利用によって、資源の持続的利用や新たな魅力・価値の創出の可能性が広がっている。

地域資源に魅力を見出し、価値づけする取り組みは、土産物においても同様である。日本おみやげ学会によると、①人間の移動に伴い、物品を入手すること、②第3者に供与すること、③情報の伝達を伴うこと、④物品そのものに地域的な特性があることという条件を満たした、「他人に物品を与える行為」を「おみやげ」と定義している¹⁾。また、宮下(2008: 54)は「おみやげとは何か」と問うた上で、「常識的には、そ

れは土地の歴史、遺産、地理などを表示し、当地の文化的アイデンティティを表象するものであると同時に、旅行体験の意味を明示し、記念するものとして、旅行中に購入あるいは取得される具体的なモノであろう」と述べている。このように、土産物は地域にある源泉や素材を利用するなど、一般的には地域の特性やアイデンティティを反映したものを想像するが²⁾、実際には地域にある素材を直接利用しない土産物も少なくない。しかし、観光客がなぜ土産物を購入するのか、観光客にとって何が真正な土産物かといった、土産物を購入する観光客側に関する研究(例えば橋本 2011 など)や、土産物産業の市場規模や特性について調査した研究(例えば(財)日本交通公社編 2004 など)はあるものの、地域にある素材がどのように土産物に利用されているかといった実態は、これまで十分に整理されてこなかった。

本研究では、香川県小豆島の特産品であるオリーブを利用した土産物を事例に取り上げ、オリーブがどのような形で土産物に利用されているか、その実態を把握した。オリーブは小豆島を代表する特産品の1つであり、土産物の用途として幅広く利用されている。一方で、小豆島の特産品であるにもかかわらず、小豆島産以外のオリーブも土産物に広く使われている。そこで、オリーブが使われている土産物の実態を定量的に把握することで、地域資源の利用形態や加工度合い、高度利用の可能性を検討し、今後の調査に向けた基礎的資料を得ることを本研究の目的とする。

Ⅱ 香川県小豆島およびオリーブの概要

1. 小豆島の概要

香川県小豆島は面積が153.26km²であり³⁾、瀬戸内海では淡路島に次いで大きい。島内には土庄町と小豆島町の2つの町があり、人口は合わせて28,864人(2017年国勢調査)となっている。5年間の人口減少率は7.71%と人口減少が進んでおり、2013年6月から離島振興法の指定を受けている。産業面では、観光関連産業のほか、醤油や素麺などの食品関連産業、オリーブ製品の製造業などが盛んである。

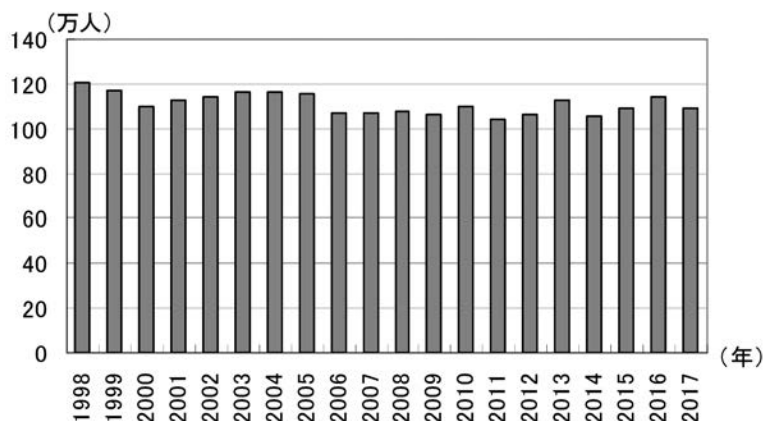
交通面では、土庄町に土庄港と大部港、小豆島町に池田港と草壁港、坂手港、福田港の計6つのフェリーターミナルがある。本州側は神戸と姫路、岡山、日生、宇野、四国側は高松との間に計9つの航路があり、土庄港－新岡山港および土庄港－高松港は特に就航便数が多い。また、高松は土庄港、池田港、草壁港、坂手港(坂手港のみ高松東港)と航路を結んでおり、特に土庄港－高松港はフェリーだけでなく、高速艇も就航している。航路が比較的充実し、利便性が高いこともあり、多くの観光客が訪れているほか、移住者も少なくない。

平成29年香川県観光動態調査報告によると、2017年に小豆島を訪れた観光客数は109.4万人

であった。近年は3年に1度開催される「瀬戸内国際芸術祭」による変動は見られるものの、おおむね横ばいで推移している(図1)。島内の主な観光資源には、自然観光資源として、国の名勝に指定されている「寒霞溪」、潮の満ち引きによって道が現れたり消えたりする「エンジェルロード」などがある。また、人文観光資源として、映画のオープンセットなどが残されている「二十四の瞳映画村」、オリーブ記念館や温泉、道の駅などを併設した「小豆島オリーブ公園」、近代醤油蔵建築の集積地である「醬の郷」などがあげられる。

2. 小豆島のオリーブと観光利用の現状

小豆島は「日本のオリーブ発祥の地」とされ、オリーブが小豆島を代表する重要な観光資源の1つになっている。「オリーブ発祥の地」にある碑文によると、1908(明治41)年、香川県が農商務省指定オリーブ栽培試験の委託を受け、小豆島でオリーブが栽植されたことが始まりとされる。当時は三重県や鹿児島県でも栽培試験が行われたが、唯一小豆島が産業用オリーブの結実に成功し、地場産業として定着していった⁴⁾。こうしたこともあり、オリーブは香川県の県花・県木に指定されている。その後、他地域でもオリーブが栽培されるようになったが、1959



(資料) 香川県観光動態調査報告

図1 小豆島の観光客数の推移

年の輸入自由化に伴って外国産オリーブが大量に輸入され、国産オリーブが下火になった⁵⁾。その中で、小豆島では特産品としてオリーブ栽培を継続した結果、現在ではオリーブ栽培だけでなく、オリーブ製品の製造・販売を手がける事業者も少なくない。

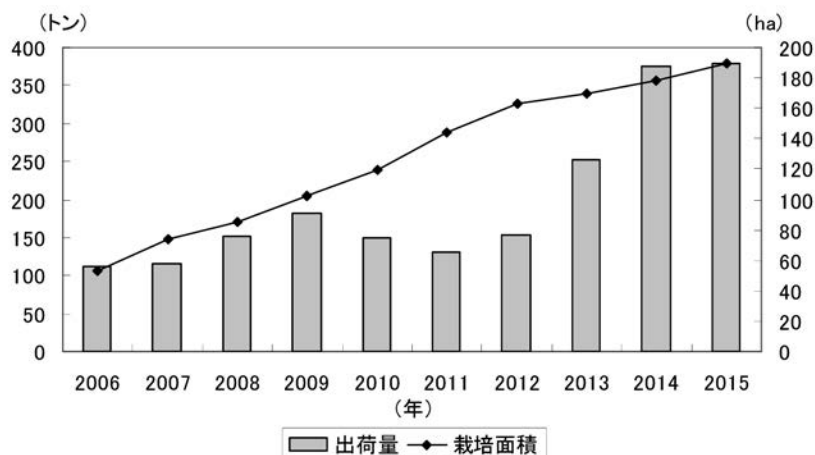
現在、小豆島ではミッション、マンザニロ、ルッカ、ネバディロ・ブランコの4品種が栽培されている⁶⁾。平成27年産特産果樹生産動態等調査によると、香川県のオリーブ栽培面積は189.9ha、オリーブ出荷量は379.0トンとなっている。香川県は栽培面積で全国の54.9%、出荷量ベースで96.5%を占め、いずれも全国トップシェアを占める。同調査は県単位のデータしかないため、県内市町村ごとの栽培面積、出荷量は明らかでないが、主要産地名として小豆島町、土庄町、高松市があげられており、小豆島が大半を占めるものと推察される。また、香川県内の栽培面積および出荷量の推移を見ると、健康食品としての需要の高まりなどもあって増加傾向にあり、10年前に比べて栽培面積は3.6倍、出荷量は3.4倍に増えている(図2)。

このように、小豆島ではオリーブ栽培が盛んであるだけでなく、オリーブの観光資源化も進んでいる。「オリーブ園」や前述した「小豆島オ

リーブ公園」をはじめ、見学可能なオリーブ農園がいくつかあるほか、「オリーブ発祥の地」の石碑や「小豆島オリーブ原木」、2011年にスペインから移植した「樹齢千年のオリーブ大樹」などが観光資源になっている。また、オリーブの収穫時期に合わせ、収穫体験や搾油見学などの体験型観光が行われているほか、島内には「オリーブ」がついた企業名や商品名、イベント名、愛称なども多く、その利用は多岐にわたっている。さらに、小豆島の島民や観光客が抱いている小豆島のイメージ調査によると、小豆島と聞いて連想するキーワードとして、島民の18.8%、観光客の18.6%がオリーブをあげており⁷⁾、オリーブのイメージが島内外に広く定着している様子がうかがえる。

Ⅲ 調査の方法

2018年9月26日から27日にかけて、小豆島内にある大型ホテル2ヶ所の各売店、港の土産物売店1ヶ所、道の駅売店1ヶ所、オリーブ栽培・加工事業者の直売店2ヶ所の計6ヶ所を訪問し、何らかの形でオリーブが用いられている土産物の悉皆調査を実施した。小豆島では、例年9月末から12月にかけてオリーブの実が



(資料) 特産果樹生産動態等調査

図2 香川県のオリーブ栽培面積および出荷量の推移

収穫され、収穫時期に合わせて限定販売される土産物などもあるが、本調査では調査時に店頭で並んでいる土産物のみを対象とした。なお、容量やサイズが異なっている場合であっても、内容が同じものであれば1つとしてカウントした。また、複数の商品を組み合わせて販売している土産物の場合、単体で販売されている土産物のみを調査対象とした。

土産物の調査項目は、①商品の名称、②商品の品目、③オリーブの原産地、④オリーブの加工方法、⑤製造・加工の場所、⑥(イメージも

含めた)オリーブの活用方法の6項目とするとともに、すべての土産物の写真撮影も行った。なお、商品の表示内容だけで不十分な場合は、商品に関するウェブサイトの情報も用いてデータを得た。

Ⅳ オリーブを利用した土産物の概況

前述の調査の結果、6ヶ所の売店で何らかの形でオリーブが用いられている土産物は443点(種類)確認できた。その分類別内訳を見ると、

表1 オリーブを利用した土産物の品目および個数

分類	細分類	品目名	個数	うちオリーブを 素材に利用 している土産物		うち小豆島産 オリーブを利用 している土産物	
			(a)	個数(b)	割合(b/a)	個数(c)	割合(c/a)
衣料品		ハンカチ	6	3	50.0%		0.0%
		靴下	4		0.0%		0.0%
		タオル	3		0.0%		0.0%
		その他	3	2	66.7%		0.0%
	小計		16	5	31.3%	0	0.0%
身のまわり品		小物入れ	4		0.0%		0.0%
		手提げ	3	1	33.3%		0.0%
		アクセサリ	2	2	100.0%		0.0%
		巾着袋	2	1	50.0%		0.0%
		財布	2	1	50.0%		0.0%
		ティッシュケース	2		0.0%		0.0%
		その他	2	1	50.0%		0.0%
		小計	17	6	35.3%	0	0.0%
化粧品		石鹸	19	19	100.0%	3	15.8%
		オリーブオイル	19	19	100.0%	6	31.6%
		化粧水	15	14	93.3%	1	6.7%
		スキントリートメント	11	11	100.0%	2	18.2%
		ハンドクリーム	9	9	100.0%	3	33.3%
		乳液	6	6	100.0%		0.0%
		香水	5	5	100.0%	1	20.0%
		整髪料	3	3	100.0%		0.0%
		美容オイル	3	3	100.0%		0.0%
		リップクリーム	3	3	100.0%	2	66.7%
		クレンジングオイル	2	2	100.0%		0.0%
		シャンプー	2	2	100.0%		0.0%
		トリートメント	2	2	100.0%		0.0%
		美容液	2	2	100.0%	1	50.0%
		ボディケア	2	2	100.0%		0.0%
		その他	9	6	66.7%		0.0%
雑貨		キーホルダー・ストラップ	44	3	6.8%		0.0%
		ぬいぐるみ	4		0.0%		0.0%
		シール	3		0.0%		0.0%
		その他	2		0.0%		0.0%
		シャープペン・ボールペン	6		0.0%		0.0%
		クリップファイル	2		0.0%		0.0%
		消しゴム	2		0.0%		0.0%
		ノート	2		0.0%		0.0%
		その他	8	2	25.0%	1	12.5%
		置物	3	1	33.3%		0.0%
分類	細分類	品目名	個数	うちオリーブを 素材に利用 している土産物		うち小豆島産 オリーブを利用 している土産物	
			(a)	個数(b)	割合(b/a)	個数(c)	割合(c/a)
雑貨	その他	その他	8	4	50.0%		0.0%
		小計	196	118	60.2%	20	10.2%
家庭用品	食器	コースター	2	1	50.0%		0.0%
		バターナイフ	2	2	100.0%	1	50.0%
		箸	2	2	100.0%	1	50.0%
		その他	4	2	50.0%	1	25.0%
	バス用品	入浴剤	2	2	100.0%		0.0%
		小計	12	9	75.0%	3	25.0%
	菓子	クッキー	22	19	86.4%	4	18.2%
		餡・ガム類	11	11	100.0%	4	36.4%
		チョコレート菓子	9	6	66.7%	1	11.1%
		饅頭	3	2	66.7%		0.0%
		餅菓子	3	3	100.0%		0.0%
		ラスク	3	3	100.0%		0.0%
		アイスクリーム	2	2	100.0%		0.0%
		揚げ菓子	2	2	100.0%		0.0%
		ケーキ	2	2	100.0%	1	50.0%
		ゼリー	2	2	100.0%		0.0%
食料品	雑貨	羊羹	2	2	100.0%		0.0%
		その他	5	3	60.0%		0.0%
	麺類	素麺	8	8	100.0%	1	12.5%
		パスタ	3	3	100.0%		0.0%
		その他	2	2	100.0%		0.0%
	惣菜	惣菜	20	19	95.0%	1	5.0%
		飲料	6	6	100.0%	3	50.0%
	茶葉	オリーブ茶	5	5	100.0%	2	40.0%
		その他	1	1	100.0%	1	100.0%
	調味料	オリーブオイル	49	49	100.0%	28	57.1%
		ドレッシング	14	14	100.0%	4	28.6%
		パスタソース	7	7	100.0%		0.0%
		醤油	4	4	100.0%	2	50.0%
		塩	2	2	100.0%	1	50.0%
		その他	1	1	100.0%		0.0%
植物	その他	カレー	3	3	100.0%		0.0%
		ジャム	7	7	100.0%	2	28.6%
		その他	3	3	100.0%		0.0%
		小計	201	191	95.0%	55	27.4%
	苗木	苗木	1	1	100.0%	1	100.0%
		小計	1	1	100.0%	1	100.0%
		合計	443	330	74.5%	79	17.8%

Mar. 2019

香川県小豆島のオリーブを用いた土産物における資源利用の実態

食料品が201点、化粧品を含む雑貨が196点で、両者を合わせると、オリーブを利用した土産物の89.6%を占めている(表1)。羽田(2008:247)は、土産物の売上の7割程度は食品で占められるのが一般的であり、観光地の土産物店の品揃えの6～7割を食料品が占め、残りが民芸品・雑貨類となっていると指摘している。これに比べると、小豆島のオリーブを利用した土産物は食料品の割合が低い。

品目別では、オリーブオイル(食料品)が49点(11.1%)と最も多く、以下キーホルダー・ストラップが44点(9.9%)、クッキーが22点(5.0%)、惣菜が20点(4.5%)、石鹸とオリーブオイル(化粧品)がそれぞれ19点(4.3%)と続いている。ただし、キーホルダー・ストラップのほとんどは形状がオリーブになっていたり、オリーブがデザインされたりしており、オリーブを素材として用いているわけではない。実際にオリーブを素材に用いている土産物は330点で、全体に占める割合は74.5%である。オリーブを素材に利用している土産物の内訳を見ると、オリーブオイル(食料品)が49点、クッキーが19点、石鹸が19点、オリーブオイル(化粧品)が19点、惣菜が19点などとなっている。

次に、小豆島産オリーブを利用している土産物を見ると、全部で79点確認できた⁸⁾。中でも、オリーブオイル(食料品)は28点見られ、商品に占める小豆島産の比率が57.1%と特に高い。しかし、オリーブオイル(食料品)を除くと、個数で上位を占める土産物のいずれも小豆島産の比率は3分の1以下と低く、すべての土産物に占める割合も17.8%にとどまっている。小豆島の土産物の多くが、島外産のオリーブを用いたものであることがわかる。

オリーブを利用した土産物のうち、小豆島で製造・加工されていると確認できたものは197点で、全体の44.5%を占めている⁹⁾。オリーブを素材に用いていない土産物のうち、小豆島で製造・加工されているものは確認できなかった。小豆島で製造・加工された土産物の内訳を見ると、食料品が117点、化粧品を含む雑貨69点で、

両者を合わせると94.4%を占めている(図3)。前述したオリーブを素材に利用している土産物の上位5点については、オリーブオイル(化粧品)の94.7%(18点)、オリーブオイル(食料品)の79.6%(39点)、石鹸の57.9%(11点)、惣菜の55.0%(11点)、クッキーの36.4%(8点)が小豆島で製造・加工されている。これらから、特にクッキーの島外製造・加工割合が高いことがわかる。一方で、オリーブオイル(食料品)を除く調味料は85.7%(24点)が小豆島で製造・加工されており、その割合が比較的高い。また、オリーブ醤油やオリーブ素麺といった地場産品と組み合わせた土産物も、多くが島内で製造・加工されている。

さらに、小豆島産オリーブを利用し、島内で製造・加工された土産物は53点と、全体の12.0%にとどまっている。ただし、オリーブの収穫時期になると限定販売される土産物が出てくるので、その割合はもう少し高まるものと推察される。前述の53点のうち、オリーブオイル(食料品)が24点とほぼ半分を占めている。小豆島産オリーブを利用したオリーブオイル(食料品)は、ほぼ島内で製造・加工されていることがわかる。なお、オリーブオイル(食料品)以外では、オリーブオイル(食料品)を除く調味料が7点、オリーブオイル(化粧品)が6点などとなっている(図4)。

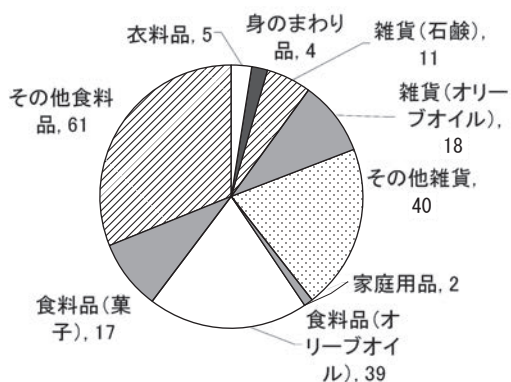


図3 小豆島で製造・加工された土産物の品目別割合

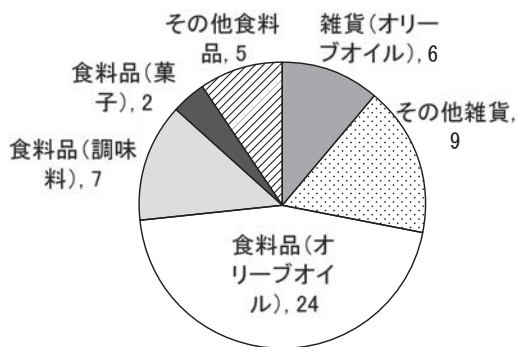


図4 小豆島産オリーブを利用し、島内で製造・加工された土産物の品目別割合

V オリーブの加工度合いによる分析

次に、本研究の調査で確認できた443点の土産物について、オリーブが実際にどのように利用されているか、加工度合いに分類した上で、それぞれの特徴を分析する¹⁰⁾。

1. 樹木

最も加工度の低い利用として、オリーブの苗木という「樹木」の形態があげられる。土産物として1点のみ確認できたが、これはオリーブに手を加えず、ほぼそのままの形態で用いられている例である。

2. 木材・枝葉・果実

次に、オリーブの一部分を取り出し、「木材」や「枝葉」、「果実」の形態で利用した土産物が見られる。木材はアクセサリやキーホルダー・ストラップ、バターナイフ、箸などに加工されている。枝葉はキーホルダー・ストラップやヘアゴムのほか、オリーブ茶やクッキー、レトルトカレー、ビールなどの食料品にも用いられている。また、果実はグラッセや饅頭などの菓子、アンチョビや佃煮などの惣菜といった食料品に加工されている。このように、オリーブの一部分を取り出した土産物は51点確認でき、オリーブを素材に利用している土産物の15.6%を占め

ている。なお、本調査では対象外としているが、小豆島産オリーブの収穫時期に合わせ、果実がオリーブ新漬けなどとして、期間限定で販売されている。

3. 枝葉や果実などの粉末

オリーブの果実や葉などを「粉末」の形態で利用した土産物もある。オリーブを粉末やパウダー状、ペースト状に加工して利用している土産物はすべて食料品であり、29点（オリーブを素材に利用している土産物に占める割合8.6%）確認できた。クッキーや餅菓子、羊羹などの菓子が大半を占めているが、他にも素麺やパスタ、ジャムなどでも利用されている。

4. 枝葉や果実などから絞り出した果汁・エキス

さらに、オリーブの枝葉や果実などから絞り出した「果汁」や「エキス」の形態に加工して利用している土産物もある。食料品では飴・ガム類やクッキー、飲料に用いられているほか、化粧水や石鹸、スキนครリームなどの化粧品にも多く使われている。こうした果汁やエキスの形態で利用されている土産物は36点見られ、オリーブを素材に利用している土産物に占める割合は11.0%となっている。

5. 果汁などから搾油したオイル

オリーブを利用した土産物の中で、最も多い加工形態が果汁などから搾油した「オイル」であり、221点確認できた。オリーブを素材に利用している土産物に占める割合は67.8%となっている。221点の内訳を見ると、オリーブオイル（化粧品）が19点、化粧水や石鹸、スキนครリームなど、オリーブオイルを除く化粧品が82点、オリーブオイル（食料品）が49点、オリーブオイル（食料品）を除く調味料が23点、クッキーやチョコレート、飴・ガム類などの菓子が20点などとなっている（図5）。菓子の中には、小豆島の特産である素麺をオリーブオイルで揚げた土産物のように、小豆島の特産品を組み合

Mar. 2019

香川県小豆島のオリーブを用いた土産物における資源利用の実態

わせたものも見られた。また、化粧品と食料品がほぼすべてを占めているが、それ以外には入浴剤（2点）が確認できた。

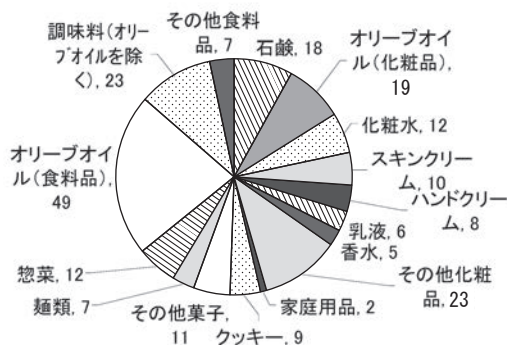


図5 オイルを利用した土産物の品目別割合

6. その他の加工形態

前述した加工形態以外にも、原材料などには記載されないが、製造工程の一部でオリーブを用いた土産物が若干見られる。例えば、オリーブの樹木で燻製した醤油やオリーブの花から見つけ出した酵母で仕込んだ醤油が各1点確認できた。また、オリーブの葉を煮出した液で染めたハンカチやマフラーなどの衣料品、財布や巾着袋などの身のまわり品、雑貨も14点見られた。

7. イメージを利用した形態

これまでオリーブを素材に用いている土産物の加工度合いについて分析してきたが、前述したように、オリーブを素材に利用している土産物は全体の74.5%である。一方、オリーブをイメージとして利用している土産物は113点あり、その品目別内訳はキーホルダー・ストラップが41点、文房具が18点、衣料品と身のまわり品が11点、菓子が9点などとなっている。特に、キーホルダー・ストラップは全体の93.2%、文房具は90.0%と、オリーブのイメージを利用している土産物の割合が高い。一方で、化粧品は3.6%、食料品は5.0%と、イメージを利用した土産物の割合は低く、品目によって大きな差

が見られる。

次に、イメージを利用した土産物の利用形態を見ると、大きく3つに分類できる。1つは「オリーブがデザインされた土産物」である。キーホルダー・ストラップやシールなどの玩具、タオルや靴下などの衣料品、ペンやノート、クリアファイルなどの文房具にオリーブの図柄がデザインされている。また、原材料にオリーブは含まれていないが、化粧品や菓子のパッケージにオリーブが描かれている土産物もあり、全部で54点確認できた。

2つ目は「オリーブの形状をした土産物」であり、36点見られた。オリーブの形状をした土産物はキーホルダー・ストラップが22点で特に多く、ぬいぐるみや雑貨、文房具もいくつかある。オリーブの形状をした土産物には、「オリーブちゃん」や「オリーブしまちゃん」といったご当地キャラクターに関連するものも多い。

3つ目は「商品の名称にオリーブを用いた土産物」である。小物入れやティッシュケース、手提げなどの身のまわり品、キーホルダー・ストラップ、菓子などの商品の名称に「オリーブ」が使われており、全部で23点確認できた。

Ⅵ 考 察

1. オリーブを直接用いた「イメージの利用」

これまで小豆島におけるオリーブを利用した土産物の実態を把握するとともに、オリーブの加工形態について分析してきた。土産物というと、当該地域の産品を利用し、地域内で製造・加工されたものを思い浮かべるが、鈴木(2018: 154)が指摘するように、それは土産物の一部でしかない。小豆島のオリーブについても、これらの条件に合致する土産物は全体の12.0%に過ぎない。むしろ、「オリーブの島」という歴史的に築かれてきたイメージを土産物に付加することで、他地域産のオリーブを用いたり、小豆島以外で製造・加工したりするなどして、観光客のニーズに応えるための多彩な商品展開を図っている。

また、オリーブの加工形態も多様である。オリーブを利用した土産物の加工度合いを分類した結果、オリーブは最も加工度の低い「①樹木」の形態から、「②木材・枝葉・果実」、枝葉や果実などの「③粉末」、枝葉や果実などから絞り出した「④果汁・エキス」、さらに果汁などから搾油した「⑤オイル」など、多様な加工形態が見られた。一方、オリーブの素材そのものではなく、そのイメージを利用した土産物については、「⑥オリーブがデザインされたもの」や「⑦オリーブの形状をしたもの」、「⑧オリーブの名称を用いたもの」に分類できた。

前述したように、敷田(2017:30-31)は地域資源の高度利用について、「直接利用」、「イメージの利用」、「背景としての利用」をあげている。そこで、①～⑧のオリーブの加工度合いをこの3つの利用形態に合わせて整理すると、①～⑤はオリーブを素材として利用する「直接利用」に相当する。また、オリーブのイメージを利用している⑥～⑧は「イメージの利用」に該当するといえる。しかし、オリーブを素材に用いているものの、そのイメージをより積極的に利用

している土産物も見られる。

例えば、②の中でも木材はキーホルダー・ストラップやバターナイフ、箸などに加工されている。また、枝葉はキーホルダー・ストラップやヘアゴムなどに利用されている。これらの土産物はオリーブ以外の素材であってもほぼ同様の機能や役割を持ち得る。しかし、オリーブという「素材」を利用することで、「オリーブの島」という小豆島が培ってきたイメージを土産物に付加している。つまり、資源を直接利用しているが、「イメージの利用」の要素が強い土産物である。その意味では、⑧オリーブの名称を用いた土産物と同様の効果を狙っていると考えられる。「その他の加工形態」に分類したオリーブの樹木で燻製した醤油やオリーブの葉で煮出した衣料品、身のまわり品、雑貨なども、素材を直接用いているが、「イメージの利用」の要素が強い土産物といえよう。

2. 「イメージの利用」の外部依存

次に、オリーブの加工度合いを品目別に整理すると、⑤オイルに加工された土産物が221点

表2 オリーブの加工度合いによる品目別土産物

	オリーブを素材に利用している土産物						オリーブのイメージを利用している土産物		
	樹木	木材・枝葉・果実	粉末	果汁・エキス	オイル	その他	デザインの利用	形状の利用	名称の利用
衣料品						5	10		1
身のまわり品		2				4	2	1	8
雑貨	オリーブオイル				18				
	化粧品	1		16	83		3		1
	玩具	3					17	28	5
	文房具	2					13	3	2
	置物	1					1		
	その他	1				3	1	3	1
家庭用品	食器	5				2	2		1
	バス用品				2				
食料品	菓子	12	18	11	20		4	1	4
	麺類	4	4	1	7				
	惣菜	6		1	12		1		
	飲料	3		4					
	茶葉	5		1					
	オリーブオイル				49				
	調味料	2	1	1	23	2			
	その他	4	6	1	7				
植物	苗木	1							
合 計	1	51	29	36	221	16	54	36	23

(注) オリーブを素材に利用している土産物のうち、複数の加工形態のオリーブが用いられているものについては、それぞれの該当項目で1とカウントしているため、土産物点数と合計値は一致しない。

Mar. 2019

香川県小豆島のオリーブを用いた土産物における資源利用の実態

と最も多く、オリーブを利用した土産物443点のほぼ半分を占めている(表2)。⑤オイルは化粧品(オリーブオイルを含む)や食料品(菓子やオリーブオイル、調味料など)として利用されている。以下、⑥オリーブがデザインされたものが54点(12.2%)、②木材・枝葉・果実が51点(11.5%)と続いている。

オリーブの加工度合いによる品目別土産物の割合を見ると、②木材・枝葉・果実はさまざまな品目に幅広く利用されている一方、③粉末は食料品のみ、また④果汁・エキ스는化粧品と食料品にのみ用いられている。一方、⑤オイルは化粧品とオリーブオイル(化粧品・食料品)としての利用割合が高い。これらの傾向から、食料品はオリーブの加工度が低い段階で比較的多く用いられ、加工度合いが上がるにつれて、化粧品を含む雑貨に利用される傾向がうかがえる。また、デザインや形状、名称などのイメージを利用した土産物は、キーホルダー・ストラップをはじめとした玩具や文房具などが多い。食料品はパッケージのデザインや商品の名称に用いられる程度で、「イメージの利用」はあまり進んでない。

さらに、小豆島で製造・加工されたと確認できた土産物197点について、オリーブの加工度合いによる分類を試みた。その結果、オイルとして利用している土産物が155点(78.7%)と大半を占めている(図6)。以下、木材・枝葉・果実が19点(9.6%)、その他の加工形態が16点(8.1%)などとなっている一方¹¹⁾、オリーブのイメージを利用している土産物は、前述したように確認できなかった。

オリーブは他の搾取用植物と異なって水分が多く、輸送貯蔵に適さないので、早く加工しなければならないという特性がある¹²⁾。そこで、品質を維持するため、加工度合いの低い土産物が小豆島で製造・加工される傾向にある。また、そもそもイメージを利用している土産物は小豆島以外でも製造・加工が可能といえる。小豆島では、オリーブの鮮度にこだわることで土産物の地域性や価値をアピールしていると捉えるこ

ともできるが、加工度合いが上がるにつれて外部依存が高まっており、島内での「イメージの利用」が進んでいない様子もうかがえる。

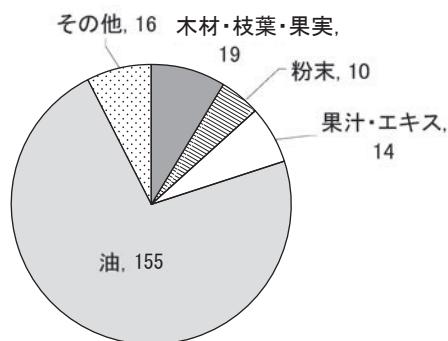


図6 小豆島で製造・加工された土産物の加工度合い別割合

VII 結 言

本研究では、香川県小豆島のオリーブを利用した土産物を事例に取り上げ、オリーブがどのような形で土産物に利用されているか、その実態把握を試みた。調査の結果、何らかの形でオリーブが用いられている土産物は443点確認でき、そのうちオリーブを素材として利用している土産物は330点であった。また、小豆島産オリーブを利用している土産物は79点で、全体の17.8%、小豆島で製造・加工されている土産物は197点で、全体の44.5%であった。さらに、小豆島産オリーブを利用し、小豆島で製造・加工されている土産物は53点で、全体の12.0%に過ぎないことが明らかになった。

一方、オリーブを利用した土産物について、オリーブの加工度合いによる分類を試みた結果、加工度合いが低い段階では菓子や惣菜に用いられることが多く、加工度合いが上がるにつれて、化粧品やオリーブオイル(化粧品・食料品)、さらにイメージを利用する段階になると、玩具や文房具として利用される傾向が明らかになった。加えて、小豆島で製造・加工されたことが確認できた土産物の78.7%がオイルの加工

形態で利用されており、イメージを利用している土産物は見られなかった。このことから、加工度合いが上がるにつれて、土産物の製造・加工が外部に依存される傾向が明らかになった。

小豆島のオリーブは栽培面積、出荷量ともに増加傾向にあるが、生産量やコスト面などの問題もあり、小豆島産オリーブを利用した土産物は17.8%にとどまっている。前述したように、土産物とは「物品そのものに地域的な特性があること」、「当地の文化的アイデンティティを表象するもの」であるが、ここで言う「地域的な特性」や「当地の文化的アイデンティティ」とは何であろうか。それは地域でつくられた素材を指すのか、地域で培われた技能であるのか、あるいは地域の人びとの手でつくられることを示しているのか。この点について、八塚(2018:188)は滋賀県高島市朽木地区におけるトチ餅づくりを事例に、同様の問題を指摘している。そもそも小豆島のオリーブも、明治期に入ってから島外から持ち込まれたものに過ぎない。

ここでは、地域的な特性やアイデンティティとは何かについて考えるより、むしろ地域でそれらをつくり出していく資源化プロセスに着目することが重要であろう。つまり、あるものに地域の歴史や文化を組み合わせ、地域独自のイメージをつくり出すことで、魅力や価値を創出するプロセスである。小豆島のオリーブは島外から持ち込まれたものであるが、産業用オリーブの成功から100年を越える歴史や全国トップシェアの出荷量、オリーブの加工技術の確立などを通じて、小豆島では「オリーブの島」という地域イメージをつくり上げてきた。その結果、他地域産のオリーブやそのイメージも地域資源として利用し、多様な品目の土産物をつくり出す、オリーブの高度利用戦略を展開していた。

本研究では、地域資源の利用実態を把握することで、その高度利用の可能性について考えてきた。オリーブの出荷量が限られている小豆島では、オリーブの素材そのものだけでなく、そのイメージを利用することで、多様な品目の土産物をつくり出してきた。このことは地域資源

のオーバーユース(過剰利用)を抑制するという点においても意義が見出せる。

一方で、小豆島ではオリーブの加工度合いが上がるにつれ、製造・加工の外部依存が強まる傾向が見られた。羽田(2008:249)は土産物により本物性が求められてきていると述べているが、その中で地域資源のイメージだけを利用し、当該地域で製造・加工されない土産物を、地域でどのように位置づければよいのであろうか。また、イメージの利用を地域内でより戦略的に進めていくためには、どのような取り組みが必要であろうか。地域資源の高度利用戦略を進める上で検討すべき課題は少なくない。

さらに、本研究では土産物という「モノ」を対象に分析を試みてきたが、オリーブを用いた「サービス」まで広げると、地域資源のさらなる加工形態や高度利用も想定できよう。今後はこれらの課題にも取り組みながら、地域資源の持続的利用に向けた地域資源戦略について検討していきたい。

謝 辞

本研究を実施するにあたり、株式会社エンジェルリゾートグループ小豆島の劉俊峰主任に多大なるご支援、ご協力を賜った。ここに記して感謝の意を表したい。

付 記

本研究は、日本学術振興会科学研究費補助金(基盤研究B)「観光地域における資源戦略のための地域資源の高度利用プロセスの研究(18H03459)」(2018～2021年度、研究代表者:敷田麻実)の研究成果の一部である。

注

- 1) 日本おみやげ学会「おみやげの定義」<https://sites.google.com/site/nipponomiyagegakai/opportunity> (最終閲覧日2018年10月9日) 参照。
- 2) ここで取り上げたような、土産物は特定地域の文化や自然環境を反映したローカルな産物であり、その生産は観光地となった特定の場所でのみ行われるべきものとする前提に対し、鈴木(2018:154)はそのような前提が現実の限られた一部しか切り取ることができていないと指摘している。
- 3) 香川県「香川県統計年鑑(平成29年刊行)」

Mar. 2019

香川県小豆島のオリーブを用いた土産物における資源利用の実態

[http:// www.pref.kagawa.lg.jp/content/etc/subsite/toukei/sogo/nenkan.shtml](http://www.pref.kagawa.lg.jp/content/etc/subsite/toukei/sogo/nenkan.shtml) (最終閲覧日 2018年10月3日) 参照。

- 4) 香川県「オリーブは日本一！」<http://www.pref.kagawa.lg.jp/toukei/sogo/kurashi/kurashi2901.pdf> (最終閲覧日 2018年10月7日) 参照。
- 5) 小豆島物語「小豆島はオリーブの島」<https://shodoshima.npn.jp/about/olive/> (最終閲覧日 2018年10月7日) 参照。
- 6) 5) と同様。
- 7) 観光学術学会第6回大会学生ポスター発表の浅田康平ほか(2017)「アートプロジェクトは地域問題を可視化するのか、覆い隠すのか?」のポスター発表資料による。ちなみに、島民はオリーブ以外に素麺(10.3%), 醤油(7.0%)など、観光客は素麺(4.2%), 醤油(3.0%), フェリー(3.0%), 二十四の瞳(2.3%)などを多くあげていた。
- 8) ここでの「小豆島産」とは、原料の一部に小豆島産オリーブを用いている土産物も含んでいる。
- 9) 土産物の中には製造地が記載されていないものや販売取扱者のみ記載されているものも少なくない。ここでの「小豆島で製造・加工されたもの」とは、製造地が土庄町もしくは小豆島町と記載された土産物のみを対象としている。
- 10) 商品の原材料欄に「オリーブ」とのみ表記され、その加工方法が不明な土産物については、分析の対象に含んでいない。
- 11) 複数の加工形態のオリーブを用いている土産物があるので、割合の合計値は100%を超える。
- 12) 香川県「ココ獲れ図鑑 地産地消～生まれも消費もかがわけん～オリーブ」<http://www.pref.kagawa.jp/nousei/santa/kokotore-book/data/kudamono/olive.pdf> (最終閲覧日 2018年10月30日) 参照。

参考文献

- 羽田耕治(2008)「観光土産品と土産品業」羽田耕治監修『地域振興と観光ビジネス』ジェーティービー能力開発, 247-250ページ。
- 橋本和也(2011)『観光経験の人類学－みやげものとガイドの「ものがたり」をめぐって』世界思想社, 266ページ。
- 宮下雅年(2008)「旅するハローキティー－「ご当地キティ」における結合, 分離, 非知, 交渉」石森秀三編著『大交流時代における観光創造(大学院メディア・コミュニケーション研究院叢書70)』北海道大学大学院メディア・コミュニケーション研究院, 43-73ページ。
- 森重昌之(2012)「観光資源の分類の意義と資源化プロセスのマネジメントの重要性」阪南大学学会『阪南論集 人文・自然科学編』第47巻第2号, 113-124ページ。
- 敷田麻実(2011)「エコツーリズムにおける資源利用とその課題」敷田麻実・森重昌之編著『地域資源を守っていかすエコツーリズム』講談社, 26-45ページ。
- 敷田麻実(2017)「観光資源化する野生生物の可能性」野生生物と社会学会『Wildlife Forum』第21巻第2号, 28-31ページ。
- 鈴木涼太郎(2018)「旅するマトリョーシカ－移動するおみやげのルーツとルート」『観光学評論』第6巻第2号, 153-168ページ。
- 八塚春名(2018)「おみやげをつくる資源の越境」『観光学評論』第6巻第2号, 179-190ページ。
- (財)日本交通公社編(2004)『観光読本(第2版)』東洋経済新報社, 284ページ。

(2018年11月23日掲載決定)