

魚醤の生産とフードツーリズムにおける桶の役割

——ベトナム、フーコック島の事例から——

落合 雪野*

KEYWORD

魚類発酵食品、ヌォック・mam、桶、森林資源、観光資源

1. はじめに

フーコック島（ベトナム、キエンザン省フーコック市）は、ベトナム南西部のタイランド湾上に浮かぶ観光業と漁業の島である。この島では、地域の醸造業者によってカタクチイワシ科の魚と塩を原料に魚醤「ヌォック・mam（nuoc mam）」が製造されてきたが、木製の桶を用いた製法によって高品質な製品を製造して、ブランドの価値を保護するとともに、桶を並べた蔵を観光スポットに設定して、製造プロセスや製品に関する情報を観光客に積極的に公開している。本稿では、2024年9月に実施したフーコック島でのフィールドワークをもとに、ヌォック・mamの生産やフードツーリズムにおける桶の役割について報告する。

2. 研究の経緯と調査地の概要

筆者は2022年10月から2025年3月にかけて、国立民族学博物館共同研究「国立民族学博物館所蔵木製品標本資料にもとづく森林資源利用史の研究—桶と樽に着目して」に参加し、研究者や実務家とともに、日本列島における森林資源利用のあり方のひとつとして桶と樽に関する研究をおこなった（落合2025a）。この活動の中で、日本酒や醤油、フナズシなどの仕込みに用いられる桶を取り上げ、樹種の選択、木材の加工、製作、利用、修理や再利用などの過程について検討したが、日本以外の地域での桶の製作や利用の実態についても把握しておく必要があるという課題が浮かび上がった。さらに共同研究者の上芝雄史氏（株式会社藤井製桶所代表取締役、桶師）から、ベトナムで魚醤の仕込みに桶が使われているとの情報がもたらされた。

そこでベトナムの食文化や食品加工に関係する文献を調べてみると、フーコック島が高品質なヌォック・mamの産地であることや（石毛・ラドル1990、グエン2023）、桶を使ってヌォック・mamが製造される様子（Nghia ND et al. 2017）が紹介されていた。また、フーコック島の観光情報に、地域の特産品としてのヌォック・mam（ベトナム観光総局2025）やヌォック・mam工場の見学（Lonely Planet 2025）が取り上げられていた。このような経緯のもと、東南アジアの魚醤生産における桶の利用実態を把握することを目的に、フーコック島でフィールドワークを実施することにした。

ここで魚醤ヌォック・mamについて紹介する。ヌォック・mamとは、ベトナムで魚と塩から

*龍谷大学農学部食料農業システム学科

作られる魚類発酵食品の一種 (Nghia ND et al. 2017) で、ベトナムの食事に欠かせない調味料 (鍋田2021) である。石毛・ラドル (1990) はベトナム料理の万能調味料がヌォック・マムであると説明し、その食べ方として、野菜の煮物やスープに味をつける、食卓で利用されるつけ汁にニンニクやトウガラシ、ライムジュースなどとともに加える、他の副食物がない時に米飯にかけて食べる、粥にかけて離乳食とするなどの例をあげた。また、嶋尾 (2024, 2025) は20世紀初頭にハノイで刊行された資料の分析をもとに、ヌォック・マムが当時すでに商品として広く流通し、料理の味付けや食事のつけだれに使われるなど、日常生活に溶け込んでいた状況を報告した。

ベトナムでのヌォック・マム生産についてNgo Thi Hong Hanh et al. (2024) は、2020年に製造業者4,200社が3億8000万リットルを生産、そのうち1億8000万リットルが国内で消費され、2億リットルが輸出されたと報告した。いっぽうフーコック島では、2024年に製造業者83社が年間2000万リットルのヌォック・マムを生産した (Phu Quoc Fish Sauce Association 2025)。つまりフーコック島でのヌォック・マムの生産量はベトナム全体の生産量の5%程度にしかすぎないものの、高品質な製品 (石毛・ラドル1990, Nghia ND et al. 2017, グエン2023) として認知されている点に特色があるといえる。

では、フーコック島はどのような場所なのか。その概要をPhu Quoc Official tourist guide to Vietnam's paradise island (2025) をもとに説明する。フーコック島はベトナム本土南端から南に45km、カンボジアから4kmのタイランド湾上に位置する。本島と28の小島からなり総面積は593.4平方メートル、人口は103,000人である。気候は熱帯モンスーン気候で、年間平均気温は27℃、年間降水量は2321mmである。本島北東部の森林地帯など面積の50%以上が国立公園に指定されているほか、2006年には「生物圏保存地域 (UNESCO Biosphere Reserve)」に登録されている。この自然環境を活かし、観光業と漁業がおもに営まれている。観光業ではビーチリゾートやカジノなどの開発が進んでおり、2012年には国際空港が開業している。2014年にフーコック島を訪れた観光客の数は約57万人で、その78%がベトナム人、22%が外国人であった。

フーコック島でのフィールドワークには、筆者のほか、株式会社藤井製桶所から上芝雄史氏、豊岡麻由子氏、東山正博氏の桶師3名が参加し、2024年9月4日から6日まで実施した。まずヌォック・マム製造業者5社 (A、B、C、D、E社) を訪問して、仕込み蔵を5社で、ショールームをC以外の4社でそれぞれ見学し、使用されていた桶を観察した。また、ヌォック・マム製造業者4名、C社経営者、D社従業員、D社経営者、E社経営者と桶師を対象に、ベトナム語通訳を介して聞き取りをおこなった。

本稿ではこのような見学や観察、聞き取りの結果を、1) ヌォック・マムの製造と桶、2) 桶の製作、3) 観光スポットとしての蔵とショールーム、4) ブランド価値の保護と今後の課題の4項目にわけて報告する。最後に、魚醤の生産やフードツーリズムに桶がどのように活用されているのかを検討して、全体のまとめとしたい。

3. ヌオック・マムの製造と桶

まず、5社の仕込み蔵での観察をもとに、ヌオック・マムの製造に用いられる木製の桶の特徴について説明する。

桶の大きさは、A社の例（図1）では高さ約2.2m、直径2.5m、側板の厚さは上部で6cm、下部で10cm、B社の例では高さ2.7m、直径2.6m、側板の厚さは上部で6cm、下部で12cmであった。桶の形には丸みがなく、直線状に側板が揃えられていた。桶の側面には、紐状の素材をねじり合わせた箍（たが）が締められていた。その数は7本か8本が多く、一部は6本であった。素材をねじる方向は左方向と右方向が交互になっており、桶全体にほぼ均等の幅で配置されていた。桶の下部には、できあがったヌオック・マムを取り出すための蛇口が取り付けられていた（図2）。また底面を根太で支え、コンクリートブロックで床面から離れた形で桶を設置してあった。桶の表面の側板と箍は臙脂色や赤色の塗料で塗装されていたが、側板の内側は木材断面のままであった。さらに、一部の桶には塗装されていない側板や箍が使われており、パーツを取り替えて桶を修理している様子が伺えた。後述するように、製品のトレーサビリティを確保するため、個体番号などを表示した桶もあった。



図1 ヌオック・マムの仕込み用桶（A社）



図2 桶の下部に取り付けられた蛇口（B社）

ヌオック・マムの製造や桶の特徴について、経営者3名と従業員1名に聞き取りをした結果は以下のとおりである。

まず、ヌオック・マムの原料は魚と塩のみである。魚はフーコック島の近海で漁獲したカタチイワシ科の魚種 *Stolephorus commersonii*、ベトナム語名称「ca man tuai」、和名「ヤエヤマアイノコイワシ」を、塩はベトナム、ブンタウ省の塩田で生産されたものを用いる。船上で獲れた魚にただちに塩を加えた後、新鮮な状態のまま蔵に運び込む。魚3対塩1の割合で混ぜ合わせ、ベトナム語で「thung go」または「thung」と呼ばれる桶に入れて自然発酵させる。発酵期間は、通常は12ヶ月から15ヶ月程度、最も長い例で2、3年である。容量15トンの桶を使った場合、魚と塩の重量合計15トンから3000リットルのヌオック・マムが製造できる。ヌオック・マムを取り出した後、桶に残った固形部分12トンについては通常は廃棄するが、一部を調味料や肥料として再利用することがある。

使用される桶の数については、C社の場合は100本、E社の場合は300本であり、フーコック島全体では7000から8000本と推定される。桶の容量については、現在は15トンが主流だが、D社ではさらに大型の18トンの桶も使っている。また、かつては容量5、6トンや11トンなどの桶もあった。桶が大型化した理由は、ヌオック・マムの需要の増加に対応したためである。さらに、桶から取り出したヌオック・マムを溜めておくために、小型のたらい状の桶を使用していた時期もあった。

桶の素材については、側板と底板にはフーコック島で採れた5種類の樹木、ベトナム語名称「boi loi」、「ven ven」、「ho phach」、「chay」、「quiynh (huynh)」を用いる。このうち、boi loi (*Litsea lancilimba* Merr. クスノキ科) とven ven (*Anisoptera costata* Korth. フタバガキ科) の2種類を使うことが多い。側板の残りの材木で木製の釘「nem」を作って、側板をつなぐために使い、さらに「trai」という樹木の皮を側板のあいだに挟んで密着させる。桶に使う樹木が異なっても、できあがったヌオック・マムの味に違いはないという。

箍「nieng」の素材は、ヤシ科のつる性植物ラタン「may」である(図3)。「may tao」や「may rut」などの種類があり、フーコック島あるいはカンボジアで採れたものを用いる。発酵が進んで桶の内側から圧力がかかっても、ラタンの箍を使えば桶をしっかりと締めることができる。

箍に竹を使用する例が一部にあるが、ラタンにくらべると締まりが弱いとされる。



図3 ラタンを素材にした箍（B社）

側板と箍に塗る塗料については、かつては樹木chayの樹脂を使用したか、現在は臘脂色や赤色の合成塗料に置き換わっている。桶の見た目をきれいにみせるために塗料を塗っており、塗っても塗らなくてもヌォック・マムの製造には影響しない。

ヌォック・マムの仕込みに桶を使う理由については、1) 他の素材で容器は壊れやすいが、桶であればしっかりと魚と塩を詰めることができ、数十年にわたって使い続けることができる、2) 発酵中のヌォック・マムの温度が安定する、3) 味や香りのすぐれたヌォック・マムができる、の3点が説明された。

以上の観察や聞き取りの結果から、桶を仕込み容器として使うことで、高品質なヌォック・マムが製造されていること、桶の素材にはフーコック島や近隣地域に生育する樹木やラタンなどの森林資源が用いられていることが確かめられた。

4. 桶の製作

では、桶は誰がどのように製作するのか。D社とE社の経営者によれば、フーコック島には桶師4、5人からなるグループが複数あり、D社とE社ではそのグループに依頼して桶を製作してもらうという。E社経営者から桶師グループの一員である桶師F氏を紹介していただき、F氏の自宅で桶の製作について聞き取りをする機会を得た。その結果は以下のとおりである。

F氏（男性）は調査時現在79歳、1945年にベトナム本土南端のカマウ省で生まれた。15歳の時（1960年）、桶師であった父親のもとでヌォック・マム用の桶を作る仕事を始めた。当時父親は桶と並行して家具なども作っていた。20歳（1964年）の時にフーコック島に家族とともに移住し、父親とその兄弟、知人、本人の4人のグループで桶の製作を始めた。当時はヌォック・マム製造業者6社から発注を受け、1年間におよそ30本の桶を作った。また、桶から抜き取っ

たヌォック・マムを入れる小型の桶も作った。1975年から2009年にかけて桶の注文が減ったため、いったん桶師の仕事を中断し、船大工などをして生計を立てていた。2009年頃にE社からの発注を受けて、桶の製作を再開した。

桶の製作を依頼された桶師グループは、ヌォック・マム製造業者のもとに出向き、業者側が用意した材木を使って、現場で桶を製作した。桶1本の完成までには約2週間が必要だった。使用中の桶が壊れるなどの問題が起きることはないので、修理の仕事はしていない。

桶の素材のうち側板と底板については、フーコック島で採れた5種類の樹種boi loi、ven ven、ho phach、chay、quiyinhを使った。1種類の樹木を使って1本の桶を作るだけでなく、複数の種類の樹木を組み合わせて1本の桶を作ることもあった。また現在のフーコック国際空港付近から北側に広がっていた森林に自ら出かけ、高さ13mから15m、大きいもので20mほどの樹木を採ってくるがあった。

箍については、フーコック島に生えているラタンを使った。長さ7mから15mくらいのラタンを自分で採ってきたり、他人に頼んで採ってきてもらったりしていた。桶の製作の中では、箍を締める仕事が最もやっかいであり、若くて力のある者が担当した。箍の数は通常8本であるが、予算を抑えたい時には7本にするなど、依頼者の意向に応じて決めた。桶の表面には昔は何も塗らなかったが、現在は桶を客に見せるので、依頼者が好む色の合成塗料を塗ってきれいになっている。

聞き取り終了後、F氏に道具を見せていただいたところ、一般的な大工道具を桶の製作に使っていたことが確認できた。日本での桶の製作では、センやカンナ、正直台などの特別な道具が使われることが知られているが、そのような道具は見当たらなかった。

いっぽう、C社経営者への聞き取りでは、C社の場合は桶師に依頼せず、経営者本人が桶を製作しているそうである。1本の桶を作るのに1人か2人で1年ほどかかる。桶を使っているうちに中身が漏れるなどした時は、桶師に修理してもらうことがあるという。

5. 観光スポットとしての蔵とショールーム

続いて、フーコック島の観光業の面から、ヌォック・マムの仕込み蔵とショールームを取りあげる。ヌォック・マム製造業者A、B、C、D、Eの5社では桶を並べた蔵が公開され、またヌォック・マムの企業間取引に特化しているC社を除いたA、B、D、E社では蔵に隣接してショールームが設けられていた。これらを見学してみると、蔵とショールームが観光スポットとして整えられ、見学者に体験が提供されている様子が確認できた。桶を観光資源としてとらえ、特産品ヌォック・マムのフードツーリズムを展開する製造業者の取り組みについて以下に報告する。

蔵の訪問にあたっては、各社の公式ホームページやGoogle mapであらかじめ情報収集をしたが、事前の予約は必要なく、営業時間内であれば自由に見学できるようになっていた。実際に行ってみると、レンタカーやバスでの来訪を見込んで駐車場が完備されていた。蔵はいずれも倉庫状の建物（図4）で、中にはいると通路に沿って桶が並べられていた（図5、6）。見学者は通路を歩き回って、匂いを体感しながら人の背丈を超える大きさの桶の列を眺めて、

ヌオック・マム製造の現場を見る体験ができるようになっていた。

いっぽうショールームの店内では、タンパク質含有率（15度から45度程度）や容量などの異なる多種類の製品がディスプレイされ、直売されていた（図7）。桶の個体番号を個々の容器のラベルに表示して、トレーサビリティを確保した製品もあった。また、試食用の商品が準備されていて、見学者はその味が体験できた。従業員によれば、ベトナム人客は製品をまとめ買いして、自宅に直送することが多いという。



図4 仕込み蔵の外観（B社）



図5 仕込み蔵の内部（A社）



図6 仕込み蔵の内部（E社）



図7 ショールームの内部（A社）

蔵やショールームでは、従業員が口頭で説明する、パネルやビデオを提示する（図8）、パンフレットを配布するなどの方法で、製法や製品に関する情報を公開し、見学者がヌォック・マムについて知る体験を提供していた。その情報には、フーコック島近海での漁業、原料の選択、桶を使った製法、製品の色や香り、味などの特徴、ヌォック・マム製造業の歴史、各種認証の取得状況などが含まれていた。桶に関しても、素材の樹木の種類や使用年数の長さ、製品の品質との関係などが解説されていた。使用言語はおもにベトナム語だが、外国人の見学者を想定して、英語が併記されている例もあった。

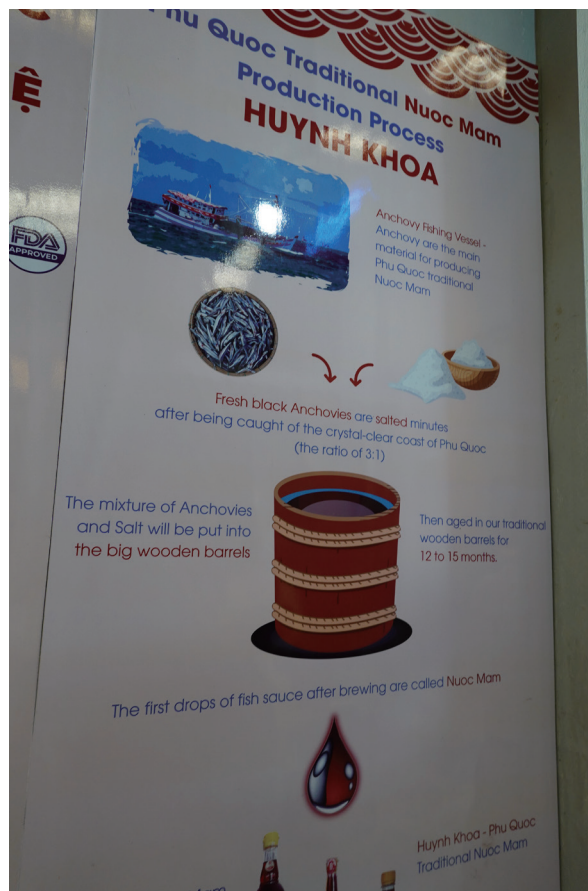


図8 スオック・マムの製造プロセスを示したパネル（D社）

さらに、蔵やショールームでは、桶のデザインで外観を飾ったり（図9、10）、桶の写真やイラストを看板や製品のラベル、化粧箱などに配置したりする例が目立った。桶の特徴的な形を活かしてスオック・マムを表すキービジュアルに設定し、蔵やショールーム、製品のプロモーションに役立てているものと考えられる。



図9 社屋の外観（B社）



図10 ショールームの外観 (E社)

6. ブランド価値の保護と今後の課題

蔵やショールームで説明されたり、製品のラベルに表示されたりしていた情報のひとつに、フーコック島産ヌォック・マムが欧州委員会 の地理的表示保護制度（GI）に登録されたという内容があった。また聞き取りでは、フーコック島産ヌォック・マムの産地基準の設定について言及する経営者がいた。ここではこのようなブランド価値を保護しようとする取り組みと今後の課題についてとりあげる。

フーコック島産ヌォック・マムは、2012年にASEAN諸国やベトナムで初めて、欧州委員会の地理的表示保護制度のひとつ、「原産地呼称保護（Protected Designation of Origin 略称PDO）」に登録された（Ngo Thi Hong Hanh et al. 2024）。佐々木（2017）はGI申請の開始から登録の完了までの11年間の経緯を次のようにまとめている。1996年、フーコック島からヨーロッパにヌォック・マムの輸出を始めたものの、商品名にフーコックを冠した模造品が市場に氾濫したため、ブランド価値を保護すべくGI登録を目指すことにした。2000年に製造業者が組合を再結成、2001年にベトナム国内でのGI登録を完了させたのち、製造工程や管理基準の統一化、品質管理の徹底などを進めた。また、キエンザン省と科学技術省知的財産局が「フーコック」の名称の使用法や管理方法、ヌォック・マムの製造基準を定めるなどして組合をサポートした。その上で2006年に欧州委員会に申請を開始、桶を使った伝統的な製法を守りつつ、ヨーロッパの品質管理や衛生基準を満たすことに成功して、2012年10月に登録を完了した。

このほかにも、フーコック魚醤組合に加盟するヌォック・マム製造業者83社は、組合のロゴマークにより、製品がフーコック島産であることを明示している（Phu Quoc Fish Sauce Association 2025）。さらにD社経営者への聞き取りによれば、2023年にフーコック市が、ついで2024年にベトナム政府がフーコック産ヌォック・マムの産地基準を設定したという。その条件とは、1) 桶に使用する樹種をven ven、boi loi、ho phachの3種類に限定する、2) 漁獲から瓶詰めまでのすべてのプロセスを各業者が一貫して行う、3) 原料にフーコック近海で獲れた

魚と、4) ブンタウ省の塩田の塩を使う、の4点であった。このような基準を設定した目的は、フーコック島産ヌォック・マムを、発酵期間が短く、コンクリート・タンクで仕込むなどしているベトナム他地域産のヌォック・マムやタイ国産の魚醤ナム・プラーなどと明確に区別することにあるという。つまり、原料の魚と塩の選択のほかに、桶を使って製造していることが、フーコック島産ヌォック・マムの品質の確保だけでなく、国内外の魚醤市場でのブランド価値の保護にも貢献しているといえる。

そのいっぽうで、C、D、E 社の経営者への聞き取りでは、桶の素材となる木材に関する課題が指摘された。それは、森林保護を理由に1990年代後半頃からフーコック島内での樹木伐採が禁止されたため、新たに切った木で桶を作ることはできない、また、他地域の同じ樹種を使えば桶は作れるが、それで仕込んだ場合はフーコック島産ヌォック・マムを名乗ることができないという点である。各社では桶の修理用に木材をストックしているそうだが、今後どのように桶を新調するのか、桶仕込みの製法をどのように継承するのかなどの点については、見通しが立っていないといえる。

7. おわりに

本稿ではここまで、ベトナム、フーコック島でのヌォック・マム生産をとりあげ、1) ヌォック・マムの製造方法と桶の特徴、2) 桶の製作のし方、3) ヌォック・マムの観光資源化とフードツーリズムの取り組み、4) ブランド価値の保護と今後の課題といったポイントについて、その実態を報告してきた。「ベトナムで最も大きく美しい島」「多様な資源と経済可能性を秘めた有名な島」(ファン・ティ・イエン・トゥエット2023)であるフーコック島において、ヌォック・マム製造業は、近海での漁撈と水産物の加工を関連づけた地域の産業であると同時に、観光業に関連して特産品ヌォック・マムをめぐるフードツーリズムの展開が図られていた。このような全体像の中で、桶の役割に着目し、二つの視点からまとめてみたい。

最初の視点は、桶が実用品の仕込み容器として、ヌォック・マムの生産に活用されている点である。桶の素材や製作のし方は異なるものの、日本各地でおこなわれている日本酒や醤油などの木桶仕込みと同様の醸造業のあり方、つまり森林資源を活用して仕込み容器を作り、それを用いて厳選した原料を発酵させ、質の高い製品を製造するという姿勢を、フーコック島のヌォック・マムの場合でも確認できた。

ベトナムにおけるヌォック・マムの商業生産について石毛・ラドル(1990)は、その規模が「容量5トン以下の木桶を数個供えた小さな工場から、コンクリート・タンクで年間数千トンの生産をする工場までさまざま」であることや、ハイフォン省ドンソン郡での工場を例に「仕込み容器にコンクリート・タンクを使用したのは1958年以後で、それ以前は大きな木桶とカメを使用していた」ことを報告している。つまり、ベトナム本土ではヌォック・マムの商業生産に桶や甕を使っていたが、生産規模が拡大するにつれて、コンクリート・タンクに置き換える動きがあったと考えられる。いっぽう、フーコック島のヌォック・マム製造業者の場合は、このような動きに同調せず、桶を大型化したり、使用する桶の数を増やしたりして、伝統的な製法を継承しながら、高品質のヌォック・マムの製造を続けてきた。ここで重要な点は、原料の魚や

塩と並んで、道具としての桶がフーコック島産ヌォック・マムに必要な要素とされていること、さらに桶の使用がフーコック産ヌォック・マムのブランド価値を保護することにつながっていることである。

2点目の視点は、桶が観光資源としてフードツーリズムに活用されている点である。観光地としての立地を背景にフーコック島では見学者に仕込み蔵が公開されていたが、その中に大きな桶が並ぶ風景は壮観で、製造業者が品質を追求する姿勢やできあがった製品に関する誇りを見学者に実感させるものであった。同時に、ヌォック・マムの製法や製品に関する情報、とくにフーコック島産ヌォック・マムの独自性を見学者に伝達する際に、桶がキーポイントとなっていた。さらに桶は、地域の特産品としてのヌォック・マムを視覚化し、広報する役割をも担っていた。ヌォック・マムはそれ自体が褐色の液体であり、調味料として料理に加えたりすれば直接目で見ることにはできない。このため、そのままではビジュアルとして表現しにくい、桶に置きかえることで観光客へのアピールを可能にしていた。

筆者はこれまで、東南アジアの魚類発酵食品に関して、ラオス北部のタイ系民族の淡水魚発酵食品をとりあげ、人びとが自家消費を目的に、家庭で小規模に作り、食べるありさまについて研究してきた（落合2025b）。これに対して本研究では、フーコック島の魚醤ヌォック・マムについて、専門の醸造業者が商業生産をおこない、国内外の市場に流通させたり、地域のフードツーリズムに取り組んだりする状況を、対比的に検討することができた。方向性や規模は大きく異なるものの、それぞれが魚類発酵食品の味や香りに関する独自の価値観をもち、加工や製造などの行動に反映させている点が興味深かった。

しかしながら、限定された地域での短い日数のフィールドワークであったため、未解決の点が多い。例えば、ベトナムでは沿岸地域では数多くの製造業者によってヌォック・マムが生産されており、魚種や製造方法が異なることが指摘されている（Nghia ND et al. 2017）。また、高品質なヌォック・マムの産地として、フーコック島以外にハイフォン市カットハイ島やピントゥアン省ファンティエットなどの地域が知られている（石毛・ラドル1990、佐々木2017）。このようなベトナムにおけるヌォック・マム生産全体の中で、フーコック島産ヌォック・マムのあり方を桶の特徴や使い方とともに位置づける作業が必要である。また、すでに本稿中で指摘したように、桶の素材となる樹木をめぐる、森林保護と森林資源の持続的利用をいかに両立するかがフーコック島産ヌォック・マムの重要な課題である。フーコック島におけるヌォック・マムは、地域の水産資源だけでなく、森林資源をも利用して製造されてきたユニークな特産品であることをあらためて指摘したうえで、ヌォック・マムの生産や観光に関わる当事者たちが、今後どのような動きをみせるのかを注視していきたい。

謝辞

フーコック島におけるフィールドワークにあたっては、フーコックジャパン社金子拓氏には訪問先の選定や島内の移動などの面で、また同社N氏にはベトナム語通訳でそれぞれサポートをいただいた。また訪問先では、ヌォック・マム製造業者や桶師などの方々から、調査にご協力いただいた。すべてのみなさまに心から感謝を申し上げる。

付記

本研究は2024年度龍谷大学国外研究員制度によって遂行されたものである。また本稿の内容は、2025年度第2回アジア食学学会（第15回亜州食学論壇）での筆者による口頭発表「木桶仕込みの魚醤を活用したフードツーリズムーベトナム、フーコック島の事例から」の内容に情報や資料を付け加えて執筆したものである。

引用文献

- ファン・ティ・イエン・トゥエット（2023）
「人と海の関わりー生態と生計という視点から」、『現代ベトナムを知るための63章（第3版）』、明石書店。
- グエン、ナタリー著、メロディー・ウン絵、三本松里佳訳（2023）
『知っておきたい！ベトナムごはんの常識』原書房。
- 石毛直道・ケネス・ラドル（1990）
『魚醤とナレズシの研究』、岩波書店。
- Lonely Planet（2025）
“Fish Source Factory, Vietnam, Asia, Phu Quoc Island” Lonely Planet online, <https://www.lonelyplanet.com/vietnam/mekong-delta/phu-quoc-island/attractions/fish-sauce-factory/a/poi-sig/1157962/357897>（最終閲覧日2025年7月22日）
- 鍋田尚子（2021）
「ベトナムの人びとの台所と食文化」、『Vesta』第122号, pp.20-23. Nghia ND, Tung TS and Dat PV（2017）
"Nuoc Mam" Fish Sauce in Vietnam: A Long History from Popular Seasoning to Health Benefit Bioactive Peptides. *Annals Food Process Preservation* 2（2）:1017.
- Ngo Thi Hong Hanh, Lam Gia Khang, Nguyen Thi Van Anh（2024）
Potential for Exporting Vietnamese Fish Sauce, *International Journal of Scientific Research and Management* 12（3）1778-1789. DOI: 10.18535/ijrm/v12i03.sh07
- 落合雪野（2025a）
「森林からモノまでのサステナブルなつながり」、『民博通信online』、第12号, pp.26-27.
- 落合雪野（2025b）
「ラオス北部のタイ系民族によるナレズシの作り方と食べ方：地域の食に関する現地調査から」、『食料農業システム研究』第4号, pp.1-8.
- 佐々木進伍（2017）
「フーコックヌクマム、11年かけてEUのGIに登録」、『ジェトロセンサー』4月号, pp.96-97
- 嶋尾稔（2024）
「20世紀初頭北部ベトナムの料理・食品の一覧表」、『慶應義塾大学言語文化研究所紀要』第55号, pp.237-260.
- 嶋尾稔（2025）
「アンリ・オジェ『アンナン人の技術』に描かれた20世紀初頭北部ベトナムの食文化について」、『慶應義塾大学言語文化研究所紀要』、第56号, pp.299-326.
- ベトナム観光総局（2025）
「ビーチが綺麗なフーコック」<https://vietnam.travel/jp/things-to-do/beachy-beautiful-phu-quoc>（最終閲覧日2025年8月4日）
- Phu Quoc Official tourist guide to Vietnam's paradise island（2025）
Quick Guide to Phu Quoc Island, <https://www.phuquocislandguide.com/about-phu-quoc/phu-quoc-island-infographic/>（最終閲覧日2025年8月4日）
- Phu Quoc Fish Sauce Association（2025）
Phu Quoc Fish Sauce Association, <https://hoienucmamphuquoc.org/en/phu-quoc-fish-sauce-association/>（最終閲覧日2025年8月4日）。

（受理日：2025年8月7日）

Fish sauce industry and food tourism on Phu Quoc Island, Vietnam; Focusing on the traditional production by using wooden barrels

Yukino Ochiai (Department of Agri-food System, Ryukoku University)

Q. KEYWORD fermented fishes, nuoc mam, wooden barrels, forest resources, tourism resources

This study aims to discuss on fish sauce industry and food tourism development promoted by the people of the Phu Quoc Island, southwestern Vietnam by focusing on the traditional way of fish sauce production. Fish sauce, nuoc mam, is mainly produced in industrial ways by many makers in Vietnam, as one of the basic seasonings of Vietnamese cooking. On the other hand, the members of Phu Quoc Fish Source Association have provided high quality fish sauces which obtained Protected Designation of Origin certification from EU in 2012 with the exclusive production method. Namely, fresh anchovies with salt are fermented for a long period by using large sized wooden barrels which were crafted with local timbers and rattans. Furthermore, they opened tourist attractions which known as barrel storage to actively introduce the product information to the domestic and foreign tourists. Based on the author's field survey conducted in September 2024, this study examines the actual conditions and challenges related to fish sauce industry and food tourism on this island.