

観光資源としての「わさび」の現状と課題

Current Status and Challenges Surrounding the use of Japanese Wasabi (*Eutrema japonicum* (Miq.) Kiudz.) as a Tourism Resource

田中 伸彦^{*1}・竹内 真一^{*2}

TANAKA Nobuhiko and TAKEUCHI Shinichi

【要旨】 日本独自の野菜（山菜）の一つとして一般に認識されているわさびは、農林水産行政においては特用林産物の一つに位置づけられる。またわさびは、寿司やそば、刺身、わさび漬けなどの和食に広く用いられるため、インバウンド旅行者にとっては日本を感じさせる観光資源、国内旅行者にとっては里山や農山漁村などの地方を感じさせる観光資源としての価値が認められる。加えて、2017年から2018年にかけては「静岡水わさびの伝統栽培」が日本農業遺産／世界農業遺産に認定されたことから、わさびは食や土産物としての観光資源だけではなく来訪地（デスティネーション）としての観光資源としても期待されるようになった。これらの背景を受けて、本調査では、日本における観光資源としてのわさびの活用実態を既存データベースで整理するとともに、わさびの観光デスティネーションとしての活用の可能性を考察し、日本国内の広い範囲で活用の余地が残されている状態にあることを指摘した。

【Abstract】 Japanese wasabi (*Eutrema japonicum* (Miq.) Kiudz.), recognized as one of Japan's original vegetables (edible wild plant), is generally considered a special forest product by the Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries of Japan. Additionally, it is considered a valuable tourist attraction that reminds foreign inbound tourists Japanese culture/Japanese domestic tourists of the rural Satoyama landscapes. It is widely used in Japanese foods such as sushi and soba, sashimi, and pickled products (Wasabi-Zuke) on sightseeing tours. However, it came to be recognized in the tourism industry as a potential tourist destination, in addition to being a food item and souvenir. Moreover, from 2017 to 2018, the "traditional cultivation of the Shizuoka water wasabi" was certified as an example of Japanese agricultural heritage. Taking these situations into consideration, this study looks at the feasibility of wasabi as a tourist attraction in Japan using the existing database, JAPAN 47 Go, and examines its potential as a tourist destination.

キーワード：観光資源、わさび、デスティネーション、地理的分布、日本

Key words: Tourism Resources, Japanese Wasabi, Destination, Geographical Distribution, Japan

1 はじめに

ポストコロナ時代の日本において、一時期停滞していた観光産業は、再び国内主要産業の一つとして注目を集めるようになってきた。

現行の『観光立国推進基本計画（第4次：2023～2025年度）』を紐解くと、観光はコロナ禍を経ても成長戦略の柱、地域活性化の切り札、国際相互理解・国際平和にも重要な役割を果たすと認識されており、コロナ禍による観光を取り巻く状況の変化や、コロナ禍前から観光産業が抱

えていた課題を踏まえ、我が国の観光を持続可能な形で復活させることを重視していることが読み取れる。

この第4次計画においては、「持続可能な観光地域づくり戦略」、「インバウンド回復戦略」、「国内交流拡大戦略」の3つの柱を基本的な方針に据えている。そして、第1の柱である「持続可能な観光地域づくり戦略」においては、①観光振興により地域社会・経済に好循環を生む仕組みづくりを推進することや、②地域住民の理解も得ながら地域の自然・文化の保全と観光を両立させることなどを推進することを目標としている。加えて、第3

*1 東海大学観光学部教授 Affiliation of first author. School of Tourism, Tokai University, Professor

*2 東海大学海洋学部教授 Affiliation of second author. School of Marine Science and Technology, Tokai University, Professor

の柱である「国内交流拡大戦略」においては、③旅行需要の平準化と関係人口の拡大につながる新たな交流需要の開拓を図ることが目標に掲げられている。

つまり、我が国の観光地づくりを推進するためには、地元の自然環境や歴史文化に根差した上で地域資源を取り入れながら、オーバーツーリズムなどの旅行行動の偏りをアンダーツーリズムとなっている地域に呼び込むことで観光客の集中度合いの平準化に寄与する観光システムを開拓し、関係人口を構築するとともに、観光振興により地域社会・経済に好循環を生む仕組みづくりを行い、持続可能な形で未来の観光像を検討することが必要とされていると考えられる。

さらに、第2の柱である「インバウンド回復戦略」を念頭に置いた場合には、④外国人観光客に目を惹くような日本独自の観光資源の有効活用を行うシステムを構築するための研究にも重要な社会的意義が見出せると考えられる。

以上の議論を総合的に鑑みると、観光デスティネーションのプルの要因（デスティネーションに人々を惹きつける地域的要因）としてのポテンシャルが高いものの、現状では効果的に活用されていない資源を開拓し、観光客の地方への分散を見据えた農山漁村の地域づくりに有効な地域評価・計画のあり方を、地域計画学分野から考察する必要性が高まっていると考えられる。言い換えれば、デスティネーション（観光目的地）として来訪価値があるものの、現状では十分注目が集まっているとはいえない日本各地の観光資源やレクリエーション空間を、地方自治体の行政計画などに位置づけ、有効に活用するために必要な学術的知見を深めていくことが観光学に求められている。

そして、本論文ではそのような観光資源の中からわさびに着目した分析を行うことにした。わさびとは、他国にはない日本固有の伝統的な食材であり、幅広いジャンルの和食に活用され、農林水産行政においては特産林産物に位置づけられている。また、2013年には「和食」がユネスコの無形文化遺産に登録されたことから、食の素材としてのわさびへの関心が世界的に高まるとともに、2017年には、わさび栽培発祥の地である静岡市葵区の有東木（うとうぎ）地区を含む「静岡地域」が、伊豆地域などとともに「静岡水わさびの伝統栽培」として日本農業遺産に、2018年には世界農業遺産（GIAHS）に認定されたことから、国内外を対象としたデスティネーションとしての来訪ポテンシャルの価値も高まってきていると考えられる。

このようなわさびの観光的活用に関連する既存研究と

しては、例えば田中（2023）らが、上述の「静岡市葵区有東木」地区のデスティネーションとしての実情を、市の行政計画の分析や、「5×5フィルタリング法」による地理的分析を用いて調査している。その結果、有東木地区に代表される「小規模わさび田の文化的景観」のデスティネーション性および宿泊性については、現状では十分ポテンシャルが活かしていないという状況が明らかにされた。この実態は、現状では「食」としてのわさびは観光行動に幅広く活用されている一方で、来訪空間としてのわさび田などの活用は未だ十分開拓されていないという課題を示していた。ただし、考え方によってはわさび田にはデスティネーションとして、今後の伸びしろが残されている実情を示しているとも考えることができた。

その他、日本のわさびの観光活用に関連する研究としては、竹内ら（2021）が溪流に存在する静岡県の小規模水わさび田の水温変化を調査することでデスティネーションとしてのわさび田の気候的条件の解明に資する研究を実施した上で、小規模わさび田の価値を再認識する考察を行った事例や（竹内ら 2022）、近世・近代に形成された水わさび産地の景観構造を明らかにした上で（横尾・荒井 2022）、近代の水わさび産地における栽培技術を反映した景観の特徴を解明した研究（横尾・荒井 2024）、地理学の視点から伊豆天城地方におけるわさび栽培の地域的展開を解明した研究や（青木 2009）、自然史の観点から伊豆半島西海岸と中央部の巨木林とわさび田を観光の観点から読み解く試み（小泉 2011）、静岡水わさびの伝統栽培を事例として世界農業遺産（GIAHS）における伝統性の検討をした研究（眞鍋 2024）等を見ることができる。

以上の先行研究を概括すると、観光資源としてあるいはランドスケープ資源としてのわさびの価値を考察した既存研究は散見されるものの未だ十分とは言えず、研究自体が21世紀に入ってから行われるようになった比較的新しい研究分野である実情が指摘できる。加えて、静岡県を中心としたケーススタディが先行していて、日本全体における観光資源としてのわさびの現状の把握を試みた研究は未だ行われていないことが明らかとなった。本論文ではそのような研究状況を踏まえて、日本における観光資源としてのわさびの活用実態を既存データベースで整理する研究を実施した。

2 目的・対象・方法

2-1 研究の目的

本研究の目的は、日本において、どのような地域で、どのような活用方法で、わさびが観光資源として位置づけられているのかという実態を整理し、将来の方向性を検討することにある。そして実態把握のために、既存データベースを用いた分析を進めることにした。

2-2 研究の対象

本研究の対象地は、日本全域となる。後述のとおり、植物としてのわさびは北海道から九州まで、日本全域に自生する。そのため、「食」の資源として、あるいは「来訪」資源としてのわさびを地元の観光資源として活用することは、理論的には日本全国で可能である。

このような前提のもと、分析の対象とするデータについては、研究の方法で詳述するとおり、「日本で観光資源として認識され、既存の観光データベースに記載されている『観光資源としてのわさび』」とした。

2-3 研究の方法

本研究では、公益社団法人日本観光振興協会が管理運営している全国観光情報データベース「JAPAN 47 GO (2024年2月現在で11万3,626件の観光情報を収録)」を活用した分析を行った。

具体的な手順としては、まず「わさび」、「ワサビ」、「山葵」という3種類のキーワードを用いた情報検索により、JAPAN 47 GOのデータの中から、わさびに関する観光情報の抽出を行った。

続いて、抽出されたデータの内容を確認し、観光資源としてのわさびの活用タイプの整理を行った。そして、都道府県別の集散状況を地図化した。

さらに、「わさびは『来訪』資源か、『食』の資源か？」という観点から、わさびの活用実態を取りまとめた。最後に、その資源の分布状況を、都道府県別に集計し、考察を行った。

2-4 わさびについて

わさびとは、アブラナ科ワサビ属の植物である。学名は *Eutrema japonicum* (Miq.) Koidz. であり、日本原産で、北海道、本州、四国、九州に分布している。通常は水のきれいな渓谷や溪流に自生するとともに、静岡県や長野県を中心に、日本全国でわさび田を用いた人工栽培

が行われている。

2-5 仮説の設定

本論文では、仮説を「観光資源としての『わさび』は、未だ十分活用されていないものの、日本各地において食や土産、デスティネーションとしての伸びしろがある。」と設定し、既存データベースの分析を通じ、この仮説の検証を行っていく。

3 結果

3-1 データベース「JAPAN 47 GO」に掲載された観光資源としての「わさび」

方法の章に記載したとおり、観光情報データベース「JAPAN 47 GO」を用いて、「わさび」、「ワサビ」、「山葵」というキーワードで情報検索を行った。

その結果、「わさび」で68件、「ワサビ」で52件、「山葵」で7件の観光情報が抽出された。

そしてデータの重複を確認するとともに、直接観光資源としてのわさびとは関係しない情報（所在地住所に山葵がつくだけで実際にはわさびを活用しない観光情報や、例示としてわさびという単語が出てくるが実際にはわさびを活用していない観光情報など）を除外した結果、95件が観光資源としてのわさびとして掲載されていることが明らかとなった。つまり、日本独自の食材として知名度が高いわさびではあるが、観光資源として顕在化して既存観光情報データベースに掲載されているわさびの情報は2桁に留まっている実態が明らかとなった。

(1) 「JAPAN 47 GO」における資源類型

「JAPAN 47 GO」では、掲載されている観光情報を類型化するためにタグ付けが行われている。そのため上記の検索で抽出されたわさびの情報に付けられたタグに着目して集計し、結果を取りまとめた一覧が表1である。また、図1としてその構成比を円グラフで示した。この取りまとめ結果をみると、95件存在した観光情報の中で、わさびは「食」の資源としての認識が優勢で（「味覚・グルメ：34件」、「食文化・郷土料理：14件」、「郷土料理・ご当地グルメ：7件」など）、続いて土産物としての資源（「ショップ：8件」、「道の駅：2件」など）としての活用が続き、来訪地としての認識（「季節のお出かけ：3件」、「果物狩り・収穫体験：1件」など）は下位に留まる実態が明らかとなった。

(2) 「JAPAN 47 GO」に掲載されたわさび関連観光資源の地理的分布

続いて、「JAPAN 47 GO」に掲載されたわさび関連観光資源の地理的分布を確認するため、都道府県別に集計し、マップ化を行った。その結果は図2に示したとおりであり、青森から鹿児島まで、わさびは観光資源として広範囲で認識されている実態が明らかとなった。

味覚・グルメ	34
食文化・郷土料理	14
ショッピング	8
郷土料理・ご当地グルメ	7
川	6
その他の名所	4
季節のお出かけ	3
キャンプ場・BBQ	2
ふるさとの風景	2
公園・庭園	2
社会見学・工場見学	2
道の駅	2
温泉	1
お祭り・伝統行事	1
タクシー	1
果物狩り・収穫体験	1
観光漁業	1
公的宿泊施設	1
山・高原	1
洞窟	1
(未記載)	1
計	95

表1 JAPAN 47 GO に記載された観光わさびの類型
(注) データベース「JAPAN 47 GO」をもとに筆者作成

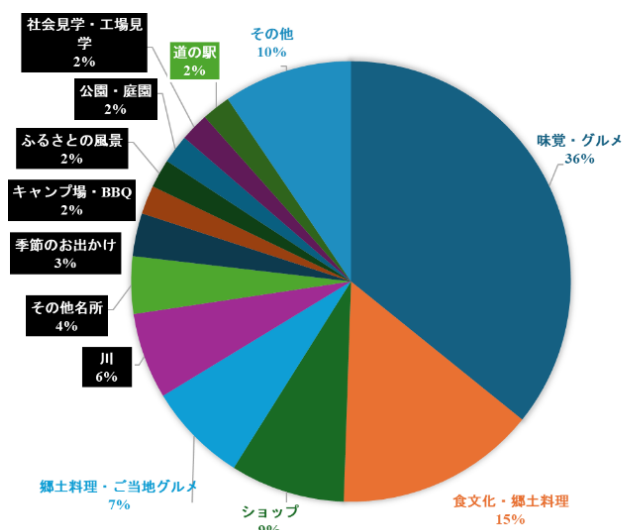


図1 JAPAN 47 GO 記載の観光わさびの類型別構成比
(注) データベース「JAPAN 47 GO」をもとに筆者作成



図2 JAPAN 47 GO に記載された観光わさびの都道府県別集散状況
(注) データベース「JAPAN 47 GO」をもとに筆者作成

この結果を読み解くと、地方別の集散状況について、データベース上では北海道地方では観光資源としてのわさびの活用は確認できなかったものの、東北地方で14件、関東地方で9件、中部地方で32件、近畿地方で7件、中国地方で20件、四国地方で5件、九州地方で9件となっていた。わさび栽培発祥の地である静岡県を抱える中部地方における観光情報が多いものの、北海道や沖縄を除く、青森から鹿児島までの各都道府県に満遍なく分散して、観光資源としてのわさびの活用が既に行われている状況を読み解くことができた。

なお、都道府県別のランキングを確認すると、上位は静岡(15件)、山口(11)、長野(7)、山梨(6)、岩手・東京・島根(5)となっており日本各地に分散していた。この点からも観光資源としてのわさびは国内の特定の地域に集中するような観光資源ではなく、日本全国で活用、展開が可能であるという状況が読み取れた。

(3) わさびは「来訪」資源か、「食」の資源か？

さらに、観光行動の観点から、わさび関連観光情報の分類を行った。具体的に記述すると、わさびは、「わさび田の見学」など、不動産として場所や空間が固定された形で旅行客をブル的要因として機能する「来訪」資源か、和食の材料やお土産の原料などとして、持ち運び可能な動産として活用される「食」の資源かという観点で分類した。さらに「来訪」資源についてはわ

さが来訪の主目的である「メインデスティネーション (MD)」と、来訪地においてわさが副次的な役割を果たす「サブデスティネーション (SD)」とに細分して集計した。「食」の資源についても、「現地での食事」がメインか、「お土産」がメインかに細分して集計した。なお、通常の観光行動では「来訪」資源と「食」の資源とを同時に楽しむことが一般的であるが、本研究では最も重視されうる資源活用1つに絞って、95件の観光情報の分類を行った。

結果は表2および図3に示したとおりである。表2を見ると、「メインデスティネーション (MD)」が17件、「サブデスティネーション (SD)」が12件、「現地での食事」が28件、「お土産」が38件という結果となった。そして図3に示したとおり、全体の約7割 (69%) が食事とお土産といった「食」の資源としての活用となっていることが明らかとなった。

メインデスティネーション	17
サブデスティネーション	12
現地での食事	28
お土産	38
計	95

表2 旅行における観光わさびの活用目的 (箇所数)
(注) データベース「JAPAN 47 GO」をもとに筆者作成

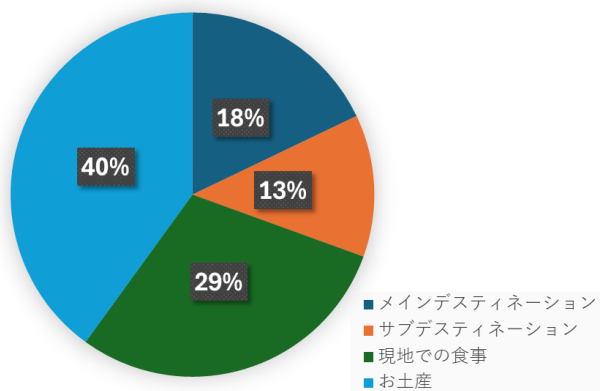


図3 旅行における観光わさびの活用目的 (構成比)
(注) データベース「JAPAN 47 GO」をもとに筆者作成。

(4) 「来訪」と「食」の資源分布

最後に、「来訪」資源か「食」の資源かという観点で4つに分類した結果見いだされた各々の観光情報の地理的分布を都道府県別に集計して、図4～図7としてマッ

プ化した。

公園や収穫体験などの「メインデスティネーション (MD)」として位置づけられた観光情報は、図4に示したとおり17件あり、東北地方1件 (岩手)、関東地方1件 (東京)、中部地方10件 (山梨・静岡 (5)・長野 (3)・福井)、近畿地方1件 (奈良)、中国地方2件 (島根 (2))、九州地方2件 (佐賀・大分) と、中部地方に過半数が集中していたものの、北海道地方と四国地方を除く日本全国に広く分布している実態が確認された。



図4 観光わさびの地理的分布 (メインデスティネーション)
(注) データベース「JAPAN 47 GO」をもとに筆者作成

温泉地やキャンプ場の一角に存在することで「サブデスティネーション (SD)」として位置づけられた観光情報は、図5に示したとおり12件あり、東北地方1件 (岩手)、関東地方1件 (東京)、中部地方3件 (長野 (2)・岐阜)、中国地方4件 (鳥取・山口・岡山 (2))、四国地方2件 (愛媛 (2))、九州地方1件 (鹿児島) と、件数は少ないものの北海道地方と近畿地方を除く日本全国に広く分布している実態が確認された。

グルメ素材や郷土料理として用いられることで現地での食事に供される「食の資源」としての観光情報は、図6に示したとおり28件あり、東北地方4件 (青森・秋田・岩手・山形)、関東地方2件 (埼玉 (2))、中部地方8件 (新潟・山梨 (3)・静岡 (2)・長野・石川)、近畿地方3件 (和歌山・兵庫 (2))、中国地方3件 (島根 (2)・山口)、四国地方3件 (徳島 (3))、九州地方5件 (佐賀・長崎・大分・熊本・鹿児島) と、北海道地方を除く日本全国に

広く分布している実態が確認された。



図5 観光わさびの地理的分布（サブデスティネーション）
（注）データベース「JAPAN 47 GO」をもとに筆者作成



図6 観光わさびの地理的分布（食事）
（注）データベース「JAPAN 47 GO」をもとに筆者作成

ショップや道の駅などでお土産として販売される観光情報は、図7に示したとおり38件あり、東北地方8件（岩手（2）・宮城（4）・福島（2））、関東地方5件（茨城・栃木・東京（3））、中部地方11件（山梨（2）・静岡（8）・長野）、近畿地方2件（和歌山（2））、中国地方11件（島根・広島・山口（9））、九州地方1件（大分）と、北海道地方

と四国地方を除く、日本全国に広く分布している実態が確認され、太平洋側における観光情報が多いという結果を得ることができた。



図7 観光わさびの地理的分布（お土産）
（注）データベース「JAPAN 47 GO」をもとに筆者作成

以上図4から図7の結果をまとめて読み解くと、どの資源活用も北東北から九州地方まで、日本国内に縦断的に分布している実態が明らかとなった。

加えて、双方を満遍なく活用している静岡（来訪5、食10）のような事例も見られた。

また、わさびが持つデスティネーション性については、中部地方で「来訪」資源（MD：10件・SD：3件）としての活用の多さがやや目立つものの、北海道地方を除けば、まったく活用が見られない地方は存在しなかったことが確認できた。

4 考察

以上、本研究では既存の観光情報データベース JAPAN 47 GO を活用することにより、日本国内における観光資源としての「わさび」の現状と課題をまとめてきた。

その結果、わさびは国内の特定の地方に集中して活用されるような観光資源というわけではなく、日本全国で活用、展開が可能であり、小規模ながら現実にも今でも顕在的に活用されている状況が指摘できたと同時に、「来訪」資源か、「食」の資源かという観点から分

析を行うと、北海道地方を除けば、まったく活用が見られない地方は存在しなかったという実態が確認できた。

この結果を踏まえて、「観光資源としての『わさび』は、未だ十分活用されていないものの、日本各地において食や土産、デスティネーションとしての伸びしろがある」と設定した仮説を検討していきたい。

まず、「観光資源としての『わさび』は、未だ十分活用されていない」という仮説の前段部分については、11万件を超える観光情報を蓄積しているデータベース、JAPAN 47 GOを用いた検索において、「わさび」、「ワサビ」、「山葵」というキーワードを用いても、データの重複等を整理すると、わずか2桁（95件）の観光情報しか蓄積されていない実情を鑑みると、わさびは観光資源として「十分活用されていない」という指摘は支持される事実であったと判断することができた。

また、植物としてのわさびは北海道から九州まで日本各地に自生する事実を踏まえると、わさびを観光資源として顕在的に活用していない都道府県が15道府県（北海道・群馬・千葉・神奈川・愛知・富山・三重・滋賀・京都・大阪・香川・高知・福岡・宮崎・沖縄）にのぼることが確認できたため、わさびは観光資源として「十分活用されていない」という指摘は、この実態からも支持されると考えられた。

一方で、後段の「観光資源としての『わさび』は、デスティネーションとしての伸びしろがある」という仮説についても、わさびの観光的活用の実態が、北海道を除く北東北から九州地方まで確認できている一方で、全体として件数が少ないこと（総計で95件）ことから、伸びしろが大きいという指摘が可能であると考えられた。

また、隣接している都道府県において、つまりわさびの自生や栽培条件に著しい相違点がない場合でも、わさびが観光資源として顕在化している都府県とそうではない道府県が確認できたため、顕在的にわさびを観光資源として活用していない地域において、わさびを観光資源として顕在化させることが可能であると考えられた。さらに、上述した「和食」や「世界／日本農業遺産」などの文化財的なブランドを活用して、日本という国のスケールでわさびという観光資源をアピールし、全国各地でわさびを観光資源の一つとして活用する方法も有効ではないかと推察された。

そのような中で、「食」の資源に留まることなく、「来訪」資源としてのわさびのプロモーション展開が有効

であろうと指摘することが可能であると考えられた。例えば、現状では長野県安曇野市にある大王わさび農場のように、確立されたわさび田のデスティネーションも存在することも事実である。しかし全国的に見た場合、「来訪」資源として顕在的に活用されている事例は少ないといえ、その伸びしろは大きく、日本各地でデスティネーション化が可能であることが図4や図5の結果からも読み解くことができると判断できた。

5 結論および今後の課題

上記の考察結果を踏まえると、「観光資源としての『わさび』は、未だ十分活用されていないものの、日本各地において食や土産、デスティネーションとしての伸びしろがある」と設定した仮説は概ね支持できると結論づけることができる。

ただし、研究面での限界としては、今回の調査は既存の全国データベースを活用した分析に留まっているため、地方においては顕在化しているものの、データベース上に掲載されていないという理由で見逃しているわさび関連の観光が存在する可能性は否めないという点が指摘できる。このようなデータベースによる制約は、今後の継続研究で解決していければと考えている。

また、わさび田などを来訪者に開放し、デスティネーションとして活用していくためには、幾つかの課題が存在することを指摘できる。例えば、わさび田に来訪者を呼ぶことによる水質の悪化や微気象の変化には留意が必要である。品質の良いわさびを収穫するためには、水温、水質、日照などの気象条件の調整が欠かせない。そのような点に配慮した持続可能な観光の形態が望まれる。また、一般的にわさび田が存在する地区は、足元が悪く、地滑りや土石流などの災害が懸念される可能性が高い。わさびを来訪資源として活用していくためにはそのような事象に対するリスクマネジメントを念頭に置く必要がある。加えて、わさびの自生地や栽培地の多くは人口集中地から離れている場合が多いため、交通アクセスや宿泊の確保などへの対応も必要となってくる。最後に、日本を代表する食材かつ魅力的な文化的景観を形成しているわさび田を維持する後継者の不足も大きな課題であると考えられる。これらの課題を解決しながらも、日本各地で観光活用が十分なされていない地域において、日本独自の自然を活用した文化的景観や食の象徴ともいえるわさびの活用を

今後とも検討していく意義は十分存在するのではないかと考えられた。

なお、本研究は、科学研究費基盤研究(C)21K05662「小規模わさび田の価値を再認識する－静岡市のわさび田を対象として」、および科学研究費基盤研究(C)23K05285「デスティネーション特性から見た日本のガーデン観光の特性分析とDMO組織の高度化」の一環として実施された。

本研究の一部は「第135回日本森林学会（於：東京農業大学）」において、「観光資源としてのワサビの現状と課題」と題してポスター発表を行った。

〔日本語文献〕

観光庁（2023）観光立国推進基本計画（令和5年3月31日閣議決定）, 73pp

田中伸彦・竹内真一・高橋美里・霜田孝太郎・中村麟太郎（2023）静岡市における小規模わさび田の文化的景観を取り巻く観光構造、日本森林学会大会発表データベース 134, 230

竹内真一・宮本勇斗・田中伸彦（2021）渓流水源に依存する小規模水わさび田の水温変化、日本森林学会大会発表データベース 132, 528

竹内真一・佐藤夏生・宮内浩見・田中伸彦（2022）小規模わさび田の価値を再認識する－静岡市のわさび田を対象として、日本森林学会大会発表データベース 133, 625

横尾陽奈子・荒井歩（2022）近世・近代に形成された水ワサビ産地の景観構造、ランドスケープ研究 85（5）, 641-644

横尾陽奈子・荒井歩（2024）近代の水ワサビ産地における栽培技術を反映した景観の特徴、ランドスケープ研究 87（5）, 425-430

青木幸代（2009）伊豆天城地方におけるワサビ栽培の地域的展開、地理空間 2（1）, 17-31

小泉武栄（2011）観光地の自然学（4）伊豆半島西海岸と中央部：巨木の林とワサビ田を自然史で読み解く、地理 56（12）, 10-18

眞鍋邦大（2024）世界農業遺産（GIAHS）における伝統性の検討：静岡水わさびの伝統栽培を事例として、農村計画学会誌 43（1）, 22-25

日本観光振興協会 全国観光情報データベース「JAPAN 47 GO」ホームページ <https://www.japan47go.travel/ja>（2024年12月10日最終閲覧）

静岡わさび農業遺産推進協議会ホームページ <https://shizuoka-wasabi.jp/>（2024年8月27日最終閲覧）

大王わさび農場ホームページ <https://www.daiowasabi.co.jp/>（2024年8月27日最終閲覧）