

農林水産省における食文化発信の取組

平成28年12月

農林水産省

我が国の農林水産業に吹く追い風

日本及び日本食への注目の高まり



国内外への日本食文化発信等の絶好の機会

○海外における好きな外国料理ランキング

・日本料理が第1位

(第2位はイタリア料理、第3位は中国料理)

※2014年3月「日本食品に対する海外消費者アンケート調査」

(JETRO)(海外6都市)

○海外における日本食レストラン数

・約8万9千店(平成27年7月時点)

前回調査(平成25年1月時点から約1.6倍(農林水産省調べ))



[2015]ミラノ万博開催

テーマ「地球に食料を、生命にエネルギーを」



[2013]



「和食」ユネスコ無形文化遺産登録決定



[2020]

オリンピック・パラリンピック
東京大会

大会の成功に貢献するため、
食文化での「おもてなし」

→和食で日本の文化を味わってもらう

→訪日外国人の受入体制の整備を進める

今後の国内での取組

日本食文化を未来に向けて守り伝えていく、
国民的な機運に繋げることが重要。

東京オリパラに向けての日本食文化の発信について

- 日本食・食文化の浸透と、日本の農林水産物・食品輸出の増加は、車の両輪の関係。
農林水産物・食品の輸出額1兆円を達成させるためには、日本食・食文化発信の施策と農林水産物・食品の輸出増加の施策の連携を十分に強化し、取組を行うことが重要。
- 東京オリパラ開催までは、日本は世界から注目される機会が多いことから、良質な日本産農林水産物・食品の認知度を増大させ、基盤整備を進める絶好のチャンス。

○ これまでの数値的成果

- ◆ 海外日本食レストランの店舗数 : 5.5万店 (2013年) → 8.9万店 (2015年)【1.6倍】
- ◆ 農林水産物・食品の輸出額 : 4,497億円 (2012年) → 7,451億円 (2015年)【1.6倍】



2016年 TICAD VI、日伊国交150周年、日ベルギー同150周年 他

2017年 日デンマーク同150周年、日チリ同120周年 他

2018年 日スウェーデン同150周年、日エクアドル同100周年、日コロンビア同110周年、日スペイン同150周年 他

2019年 日オーストリア同150周年、日フィンランド同100周年、日ポーランド同100周年 他

2020年 日墨同410周年、日南ア同110周年 他など、**外交関係の記念年を活用。**

海外における日本食・食文化の普及の取組について

総理、農林水産大臣等によるトップセールス

国際会議出席や出張等の機会に合わせ、日本産食材を活用したメニューのレセプションを実施

例) 2016年8月、TICAD VIに合わせ、日本食文化発信のイベントを実施。



海外日本食材使用レストランとの連携

海外で日本産食材を積極的に使用するレストラン等と連携し、日本食文化・食材の魅力を発信

例) 2015年10~11月、フランス全土(25店舗)のトップシェフが在籍するレストランに和牛・醤油の2品を提供し、日本産食材のPRを実施。



グローバルイベントとの連携①

国際的な大規模イベントに合わせ、日本食・食文化の魅力を発信する日本食文化週間イベントを実施

例) 27年10月、ロンドンで開催されたラグビーW杯のジャパンパビリオンで、日本酒と日本食のペアリングや、日本茶・和菓子等の試食を実施。



海外料理学校との連携

将来の料理人を育成する海外の料理学校において日本食講座を開設

例) 2016年5~6月、米国、オーストラリア、ベトナムで、日本食の作り方、日本産品の活用の仕方が学べる料理講座を開設



グローバルイベントとの連携②

国際的な大規模イベントに合わせ、日本食・食文化の魅力を発信イベントを実施

例) 2016年8月、リオデジャネイロ オリンピック・パラリンピックでのTokyo 2020 JAPAN HOUSEで、出汁をテーマとしたブースを出展したほか日本食シンポジウム、レセプションを実施。



メディア等

影響力の高いメディア等を活用して、海外で、日本食・食文化の魅力を発信を実施

例) 影響力の高いメディアであるBBCを活用し、欧州全土で和牛・水産物・日本酒・日本茶のCMを作成し放映。



訪日外国人旅行者に日本食・食文化を伝える取組

- 増大するインバウンドを、日本食・食文化の「本場」である農山漁村に呼び込み、訪日外国人の更なる増加と農林水産物・食品の輸出増大につなげるといった好循環を構築していくことが重要。
- このため農山漁村ならではの「食」と「農」の魅力の結び付けなどによるコンテンツの磨き上げやマーケティング、情報発信等の取組を推進。
- こうした戦略的な取組を一体的に行う体制を整備し、インバウンド需要も含めた裾野の広い観光需要を農村地域に取り込むことにより、所得と雇用の増大を図る。

知ってもらう、来てもらう

① 日本食・食文化の魅力発信

- ・ 訪日外国人旅行者を誘客する取組を「食と農の景勝地」として認定
- ・ 地域の食やそれを支える農林水産業、美しい景観等の観光資源の魅力を効果的かつ一体的に海外に発信



食べてもらう、泊まってもらう

② 日本食・食文化の「本場」である農山漁村での食のおもてなしと農泊の推進

- ・ 日本ならではの伝統的な生活体験や農山漁村の人々との交流を楽しむ「農泊」を推進し、訪日外国人旅行者を含めた農山漁村への旅行者の大幅拡大を図るため、地域の受入体制の整備、農林漁業体験の充実などを実施。



食のおもてなし(食べる)



農泊(泊まる)

買ってもらう

③ 訪日外国人への農林水産物の販売促進



直売施設における販売促進



検疫の円滑化・体制強化

④ 訪日外国人の更なる増加と輸出等の新たな需要の創出
(好循環の更なる拡大)

インバウンドと農林水産物・食品の輸出の一体的推進

【2019年の農林水産物・食品の輸出額 1兆円目標の達成を目指す】

取組の方向

世界的な日本食への関心がインバウンドにつながるよう

食と一体となった農山漁村の魅力 を 世界へわかりやすく発信

魅力ある観光地域づくりに向けた取組

「食と農」を生かした観光戦略の策定

・ 「食と農」の結び付け等による魅力あるコンテンツの掘り起こし・磨き上げ 等

受入地域のマネジメント
(観光資源・サービスの品質管理)

・ 農家民宿、農家レストラン、体験農園等の環境整備 等

マーケティング
(「食と農」による地域のブランド化と市場創造)

・ 魅力と特色ある受入れプログラムの策定と戦略的なプロモーション 等

これらの取組を一体的に行う農山漁村における体制整備

和食文化の保護・継承に向けた取組

- 平成25年12月にユネスコ無形文化遺産に登録された和食文化を次世代に継承していくため、子どもたちや子育て世代に対して、和食文化への関心と理解を育むための事業等を推進。
- また、食育による食文化の保護・継承を推進しており、民間団体や都道府県等が行う活動の支援等に取り組み。

次世代を担う子ども達への「和食」継承活動の推進

○ 和食給食推進事業

- ・幼少期は食の大切さを学ぶ重要な時期であり、和食文化を伝える場として、給食の果たす役割は重要。
- ・平成25年から児童・生徒に和食文化を普及する事業を開始。全国63名の和食料理人が参加する「和食給食応援団」の協力を得て、和食給食の推進に取り組んでいる。



(参考)活動実績

平成27年度 訪問校 15校
調理実演会等 23回

和食
給食
応援団

○ 第1回全国子ども和食王選手権

- ・低学年はお絵かき、高学年は郷土料理の発表や豆運び競争で和食王を目指す選手権を11月20日に開催。

※選手権の様子は、平成29年1月にNHK・Eテレで放送予定。



【和食王部門】優勝
秋田大学教育文化学部
附属小学校



【お絵かき部門】全国金賞
「重箱料理」具志堅 陸桜

子育て・若者世代への和食文化普及推進

○ 子育て・若者世代への和食文化普及推進事業

- ・妊婦や子育て中の母親・父親を対象として、和食料理人等による和食離乳食講座や年中行事をテーマとした講座を実施。
 - ・行政栄養士等を対象として、和食料理人等による和食文化の講義・調理実演を実施。
- (平成28年度:全国延べ18箇所で開催)



食育による地域の食文化の保護・継承活動の推進

○ 新たな食環境に対応した食育活動モデル推進事業

- ・子育て中の親子を対象とした調理体験や、スーパーの店頭における小学生向けの和食教室等、民間団体が実施するモデル的な食育活動を支援。
- (平成28年度:7団体が実施)



○ 地域食文化魅力再発見食育推進事業

- ・都道府県、市町村が実施する農林漁業体験機会の提供や、郷土料理教室等食文化の継承のための活動を支援。
- (平成28年度:17協議会で実施)

