

# 映像コンテンツを活用した 日本食・食文化の魅力発信

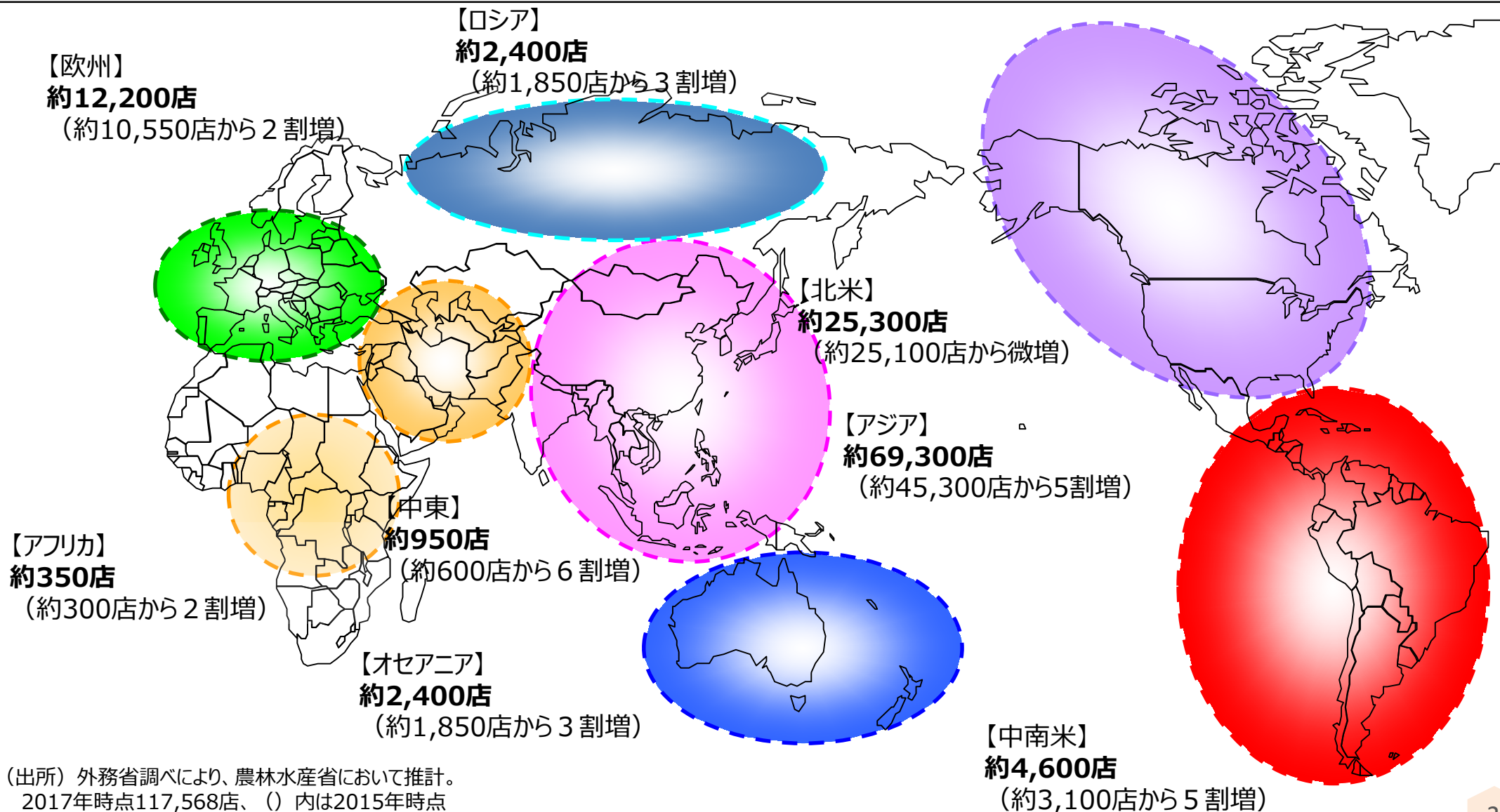


平成30年 2月

農林水産省  
食料産業局

# 日本産食材・食文化に対する海外の関心の高まり

○ 2017年の海外における日本食レストランは、2015年の約8.9万店から3割増の約11.8万店。  
 【約2.4万店（2006年）→約5.5万店（2013年）→約8.9万店（2015年）→約11.8万店（2017年）】  
 （7年間で2.3倍） （2年間で1.6倍） （2年間で1.3倍）

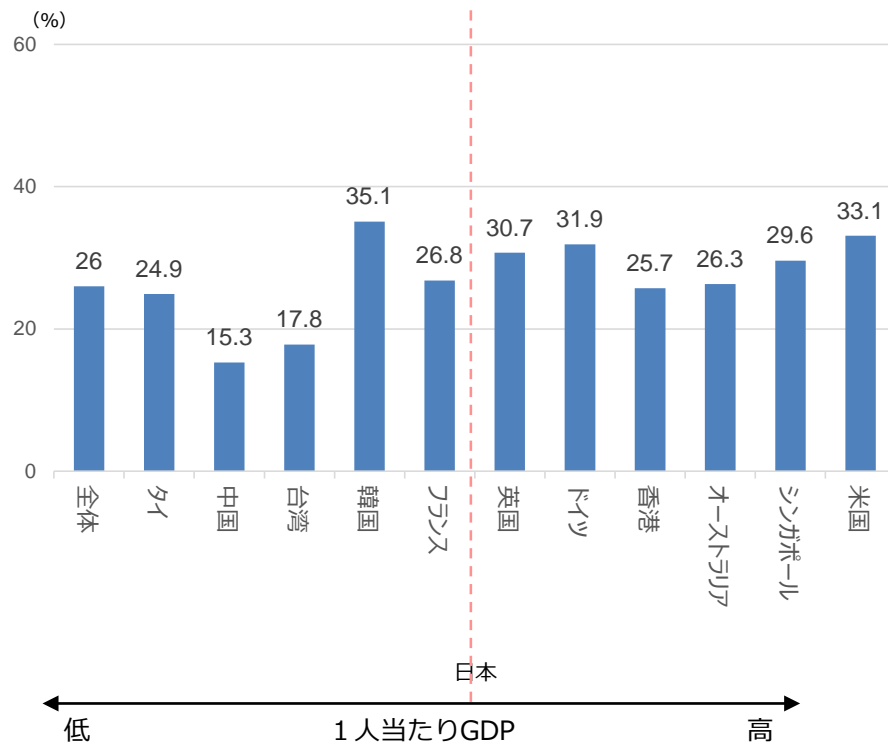


（出所）外務省調べにより、農林水産省において推計。  
 2017年時点117,568店、（）内は2015年時点

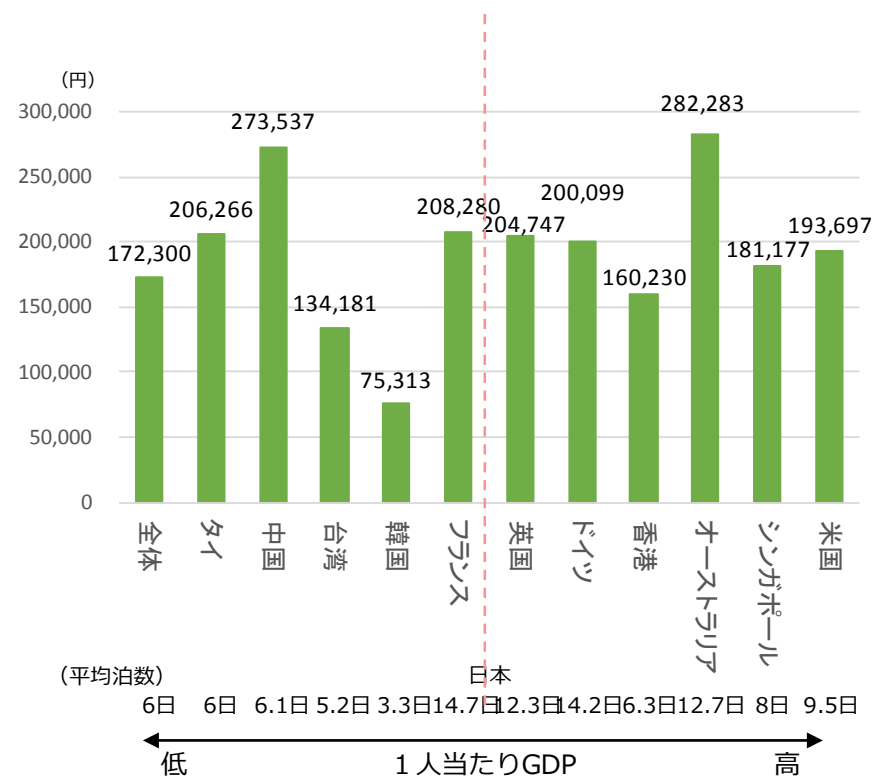
# 訪日外国人旅行者の「食」への関心

- 観光の主な動機は、気候、自然、文化、そして食事と言われており、訪日外国人旅行者の期待事項としても「日本食を食べること」が第1位の動機。
- 欧米及び豪州は、「食」への期待度や旅行消費単価も高く、平均泊数も長い傾向。

訪日前に期待していたこと（単一回答）  
「日本食を食べること」「日本の酒を飲むこと」



1人あたり旅行消費単価と平均泊数



観光庁「訪日外国人消費動向調査」平成28年度年次報告を基に「観光・レジャー目的」に限定して作成  
1人あたりGDPはIMF World Economic Outlook 2016を参照

# 農林水産省による日本食・食文化の普及の取組

## 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) 2017年9月、国連総会に合わせ、日本食文化発信のイベントを実施。



## 日本食普及親善大使の活用

国内外の優れた料理人等を「日本食普及の親善大使」に任命(現在56名)し、様々な機会  
で日本産品や日本食・食文化の魅力を発信



## グローバルイベントとの連携

国際的な大規模イベントに合わせ、日本食・食文化の魅力発信イベントを実施

例) 2016年10月、カンヌで開催されたMIPCOM2016で、制作した日本食・食文化PRアニメとともに、日本産品を使用した日本料理等をPR。



## 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実施

例) 2016年10月、パリのフェランディー料理学校で、日本産品を活用した日本料理講習会等を実施



## メディアの活用

影響力の高いメディア等を活用し、海外で日本食・食文化の魅力を発信を実施

例) 海外のメディアのネットワークを活用し、日本産の米・牛肉・水産物・茶・日本酒のCMや番組を作成し放映。



## 外国人調理師の在留資格の要件緩和

2014年2月から外国人調理師が日本国内において働きながら日本料理を学べるように在留資格の要件緩和を実施



## 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、フランスのトップシェフが在籍するレストランに和牛・醤油を提供し、日本産食材をPR。



## 日本料理の調理技能認定制度、日本産食材サポーター店認定制度の創設

- 民間が主体となり、
- ① 海外の料理人を日本料理の調理技能のレベルに応じて認定する制度や、
  - ② 日本産食材を積極的に使用する海外のレストラン・小売店を「サポーター店」として認定する制度を創設・推進。



# ユネスコ無形文化遺産に登録された和食文化

- 平成25年12月4日、我が国からユネスコ無形文化遺産に登録申請していた「和食；日本人の伝統的な食文化」の登録が決定。
- 登録を契機として、日本食文化を未来に向けて守り伝えていく機運に繋げることが重要。
- 特に、本年は登録5周年であり、国内外ともに改めて和食文化普及の好機。

和食とは？ ➡ 「自然を尊重する」というところに基づいた、日本人の食慣習

「和食」の特徴①：  
多様で新鮮な食材とその持ち味の尊重

南北に長く、海、山、里と表情豊かな自然が広がる日本の国土。各地で地域に根ざした多様な食材が用いられ、素材の味わいを活かす調理技術・調理道具が発達しています。

「和食」の特徴②：  
健康的な食生活を支える栄養バランス

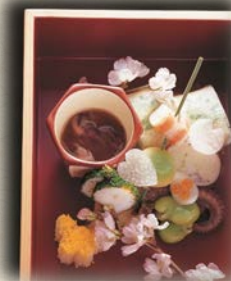
一汁三菜を基本とする食生活は栄養バランスがとりやすく、だしの「うま味」や発酵食品をうまく使い、動物性油脂の摂取量もセーブ。日本人の長寿や肥満防止に役立っています。

「和食」の特徴③：  
自然の美しさや季節のうつろいの表現

季節の花や葉などで料理を飾りつけたり、季節にあった調度品や器を利用するなど、自然の美しさや四季の移ろいを表現することも和食文化の特徴のひとつです。

「和食」の特徴④：  
正月などの年中行事との密接な関わり

日本の食文化は、年中行事と密接に関わって育まれてきました。自然の恵みである「食」を分け合い、食の時間を共にすることで、家族や地域の絆を深めてきました。



(c) Masashi Kuma, 2006



# 無償提供できる日本食・食文化紹介の映像①

## 【初音ミク】“OISHII” TRIP 【3分9秒】

初音ミクが「歌って」、「踊って」、日本各地の“OISHII”食の魅力を紹介しています。

(日本語、字幕は英語訳版とローマ字版があります。)

著作権:2022年3月31日まで



## 農林水産物・食品のプロモーション動画 ”SEEKING PERFECTION” 【各60秒】

世界トップクラスの西洋人シェフが、世界的人気の和牛、水産物、お米、パックごはん、日本茶、日本酒の魅力を紹介しています。(英語)

著作権:2022年2月28日まで



水産物篇



和牛篇



お米篇



パックごはん篇



日本酒篇



日本茶篇

# 無償提供できる日本食・食文化紹介の映像②

## Sushi and Beyond「英国一家、日本を食べる」(マイケル・ブース著) 農林水産省特別版 【各8分】

### 「職人の心」篇

日本の「温かいおもてなし」と「熱い寿司職人の魂」に、マイケルは五感で感銘を受けます。  
(英語、日本語字幕)  
著作権:2022年3月31日まで



### 「春を食べる」篇

日本の食文化が詰まったデパ地下で、日本人の親切を通して、季節を愛でることを知ります。  
(英語、日本語字幕)  
著作権:2022年3月31日まで



## JASマークPR動画 【各1分20秒】

「農林水産省×ちょびとづかん」がコラボし、JASのオリジナルキャラクターも登場しながら、「一般JASマーク」と「有機JASマーク」を紹介しています。(日本語、英語字幕) 著作権:2022年3月31日まで

### ナイストウミーチュー篇



### パワーオブネイチャー篇



### メニーメニーメニー篇



### オーマイオーガニック篇



## 「知る」って、おいしい 【3分14秒】

国内の農林水産物をより身近に感じてほしい! そのために、まず生産者の方達が「どこでどんな気持ちで、どんな生産物」を作っているのかを紹介。(日本語)  
著作権:2018年3月31日まで

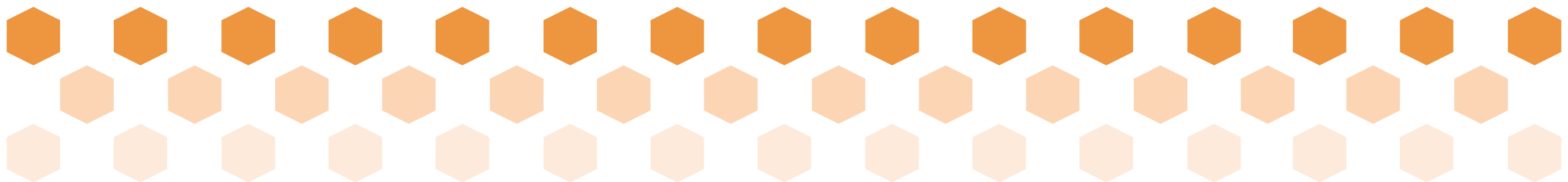
※2018年4月より著作権無Verへ差し替え



動画は、全て以下の農林水産省のYouTube (maffchannel) で、閲覧可能です。  
<https://www.youtube.com/user/maffchannel>

他、動画に関する問い合わせについては、農林水産省食料産業局食文化・市場開拓課 (03-6744-0481)まで御願ひ致します。

# **(参考) 日本食・食文化によるインバウンド誘致 SAVOR JAPAN**



平成30年 2月

**農林水産省  
食料産業局**



# 日本食・食文化によるインバウンド誘致：SAVOR JAPAN

- 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、「知ってもらう、来てもらう」、「食べてもらう、泊まってもらう」、「買ってもらう」ための取組を一体的に推進。
- 特に、農泊地域において、多様な地域の食やそれを支える農林水産業、伝統文化の魅力で、訪日外国人旅行者を誘客する重点地域を農林水産大臣が認定し、SAVOR JAPANというブランドとして官民連携して農村漁村の魅力を海外に一体的に発信する制度を平成28年に創設。
- 美味しい日本食が食べられるのは勿論、地域の食文化にも触れることができる旅先として、訪日外国人旅行者の誘客を強化中。

## 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「SAVOR JAPAN」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訪日旅行客の受入体制の強化

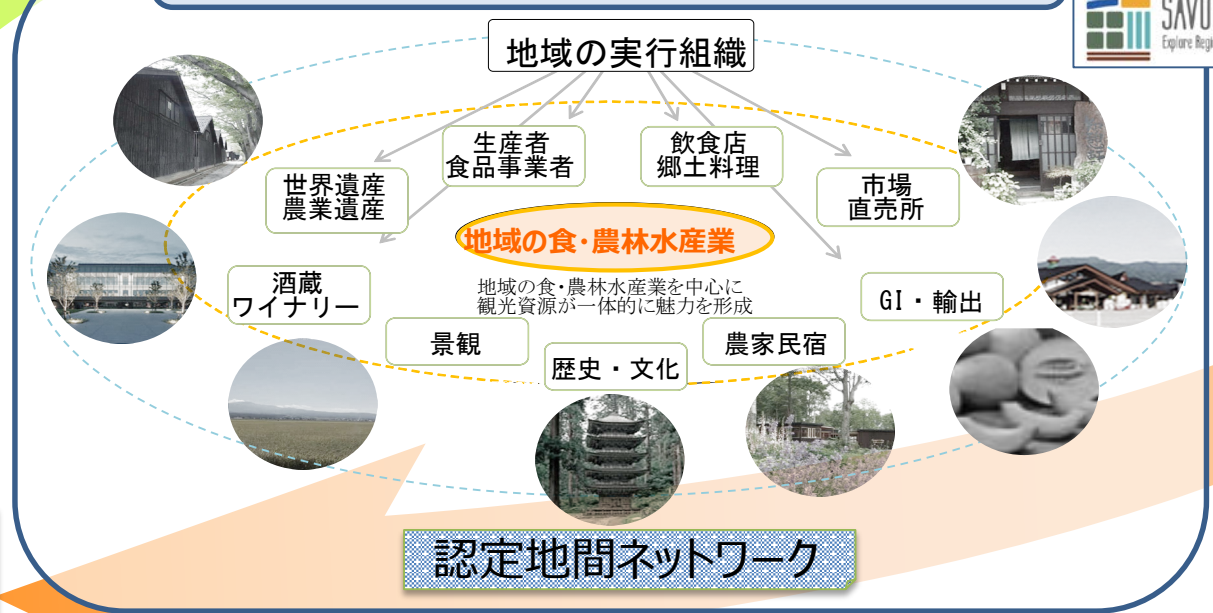


食のおもてなし（食べる）



農泊の推進（泊まる）

地域の食とそれに不可欠な農林水産業や特徴のある気候、風土、景観、歴史などの観光資源を活用

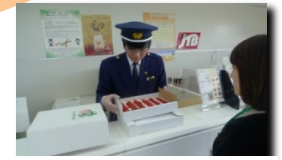


## 買ってもらう

### 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）

# 「SAVOR JAPAN」認定地域一覧

...平成29年度認定地域  
 ...平成28年度認定地域



# 平成28年度「SAVOR JAPAN」認定地域概要

地域	実行組織	地域の食	内容
十勝地域 (北海道)	食と農の景勝地・十勝協議会	チーズ、十勝牛、十勝ワイン 等 	圧倒的な食料自給率1,200%を誇る十勝。多様な農畜産業や食材を中心に、美しい自然景観を活用した農業体験プログラム、畑ガイド等が充実。広い十勝を楽しむための移動手段も、ICTを活用したバス・タクシーの見える化により強化。
一関市・平泉町 (岩手県)	一関もち食推進会議	もち料理 	武家社会の儀礼から生まれた「もち本膳」に加え、旬の農産物を活かした多彩なもちの具が創作され、その食べ方のバリエーションは約300種。生活や生業に関連した「もち食文化」による地域ブランディングを実施。
鶴岡市 (山形県)	鶴岡食文化創造都市推進協議会	精進料理 	50種類以上の生きた文化財「在来作物」や、出羽三山に伝わる精進料理と精神文化を体感し、宿坊、農家・漁家民宿、温泉等で外国人旅行者が長期滞在できる周遊ルートを提供。
下呂市馬瀬地域 (岐阜県)	馬瀬地方自然公園づくり委員会	鮎の塩焼き 朴葉寿司 等 	集落の野外を博物館に見立て、「馬瀬里山ミュージアム」として農業体験や観光やナ、蛍のビオトープなど農村観光の場として活用。自然生態系の維持に地域を挙げて取り組み、「日本の本物の農村・田舎体験」をPR。
にし阿波地域 (徳島県)	一般社団法人 そらの郷	そば米雑炊 ひらら焼き 等 	独特の高傾斜地集落での「傾斜地農耕システム」と、在来の穀物、そば、芋等を中心とした伝統的な食文化が息づく。古民家を高級感ある宿泊施設として整備することで、交流できる滞在型地域としてインバウンドを呼び込む。

# 平成29年度「SAVOR JAPAN」認定地域概要

地域	実行組織	地域の食	内容
大館地域 (秋田県)	(一社) 秋田 犬ツーリズム	きりたんぽ 	地域の伝統食「きりたんぽ」と「秋田犬」、「マタギ」の歴史的関係に焦点を当て、「きりたんぽ」の誕生ストーリーを農家とのふれあいにより体感することが出来る。
会津若松市 (福島県)	会津若松市 食と農の景勝地 推進協議会	伝統ごっつお 会津清酒 	会津の伝統料理・会津清酒と、それに関連した武家文化の歴史的魅力を、訪日外国人の趣向に合わせた複数の周遊ルートでの「食・酒」の提供等により体験。
浜松・浜名湖地 域 (静岡県)	浜松・浜名湖地 域 食×農プロ ジェクト推進協 議会	うなぎ 海の幸 	国内有数の汽水湖である浜名湖はウナギの養殖発祥の地。ウナギやドーマン蟹等多彩な水産物をはじめとした多種多様な食材を味わうことができ、鮮度を活かした食の提供による観光地域づくりを推進。
十日町市 (新潟県)	十日町市食と農 の景勝地推進 委員会	へぎそば 雪見御膳 	「豪雪地の暮らし」をテーマとし、「へぎそば」と「雪国の伝統食」、伝統産業である「きもの」との結び付きをストーリー化し、雪深い山間地に点在する農家民宿を中心とした周遊ルートで体感。
小松市 (石川県)	一般社団法人 こまつ観光物産 ネットワーク	茶懐石 報恩講料理 	加賀百万石の茶文化や懐石料理が町衆文化として伝承されてきており、市内各所に存在する食と芸術・文化を体験できる施設で歴史的ストーリーを体感することが出来る。