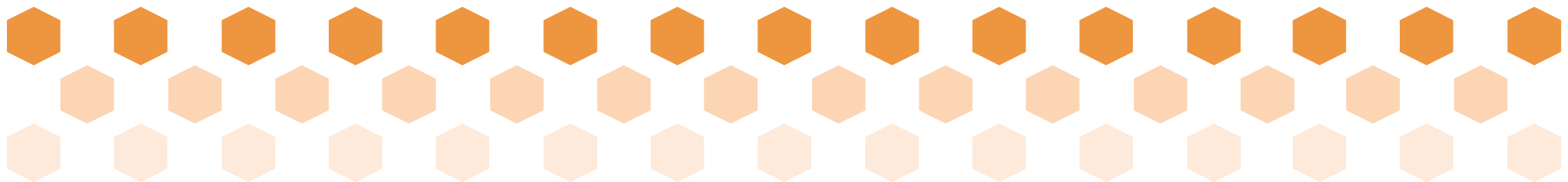


農林水産省における海外への食文化発信の取組



平成30年9月
農林水産省

海外需要創出支援対策事業のうち 日本食・食文化の魅力発信による日本産食品海外需要拡大事業

【平成31年度予算概算要求額 695（416）百万円】

<対策のポイント>

日本産農林水産物・食品を輸出する取組と併せて日本食・食文化の魅力の世界に発信することで、日本産農林水産物・食品に対する興味・関心を高め、購買行動につなげる仕組みの構築等を推進します。

<政策目標>

農林水産物・食品の輸出額の拡大（8,071億円 [平成29年] → 1兆円 [平成31年]）

<事業の内容>

1. 多様なコンテンツを活用した魅力発信事業

- ① 海外の事業所給食・ケータリング・飲食チェーンへの日本産食材需要拡大
- ② トップセールス等による日本産食材魅力発信
- ③ 外国人による日本食料理コンテスト
- ④ ジャポニスム等大規模イベントと連携した日本産食材需要拡大 等

2. 日本食・食文化普及の人材育成事業

- ① 日本料理講習会・セミナー等の開催による人材育成
- ② 海外料理学校等を活用した人材育成
- ③ 外国人料理人招へい研修 等

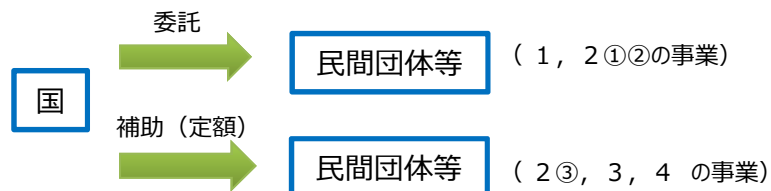
3. 海外日本食レストラン品質向上支援事業

- ① 日本産食材サポーター店認定推進支援
- ② 日本料理の技能認定推進支援

4. 日本産食材活用に向けたネットワーク強化

- ① 日本産食材輸出機会支援
- ② 外食産業海外展開検証試験 等

<事業の流れ>



<事業イメージ>

総合対策



日本産農産物・食品の需要拡大

1. 多様なコンテンツを活用した魅力発信事業

海外等において多様なコンテンツを活用し新たな日本産食材の需要拡大を促進



2. 日本食・食文化普及の人材育成事業

国内外で日本食・食文化の普及を担う外国人の人材育成等の取組を推進



3. 海外日本食レストラン品質向上支援事業

海外日本食レストラン等からの日本食・食文化の魅力発信を強化



日本産食材サポーター店認定制度
日本料理調理技能認定制度

4. 日本産食材活用に向けたネットワーク強化

日本の外食産業の現地出店や日本産食材サプライチェーンプラットフォームの形成により、日本産食材供給体制を強化



WASHOKU TREASURE
Find Genuine Japanese Food

① トップセールスによる日本食・食文化の魅力発信

総理、大臣等の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。



国連総会(2017年9月)



TICAD(2016年8月)



国連防災会議(2015年3月)

② 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。

- リオデジャネイロ オリンピック・パラリンピックのTokyo 2020 JAPAN HOUSEにおける日本食・食文化普及イベント (2016年8月17日~8月21日、9月10日~9月14日)



リオ・オリンピック



日本食シンポジウム①



日本食シンポジウム②

- ・ 出汁をテーマとしたブースを出展。「日本食普及の親善大使」の小池シェフによる「日本食の栄養バランス」のプレゼンテーションを実施。
- ・ 著名アスリートである鈴木スポーツ庁長官とジーコ氏による「アスリートからみた日本食」をテーマとした日本食シンポジウムも開催。

③ 日本産食材サポーター店認定制度、日本料理の調理技能認定制度

民間が主体となり、

1. 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や、
2. 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を推進。



<サポーター店マーク>



<調理技能認定のマーク>



④ 外国人料理人の育成

日本産品や日本食・食文化の魅力を発信し、我が国の食関連事業者等が海外展開をする際にパートナーとなり得る人材を育成。

- 海外の外国人料理人を招へいた日本料理研修
- 海外料理学校との連携
- 「日本食普及の親善大使」によるセミナー



日本料理店での研修



料理講習会(フェランディ料理学校)



日本料理セミナー (シドニー)