

特定非営利活動法人

日本食レストラン海外普及推進機構（JR0）

役員名簿（平成20年3月31日 現在）

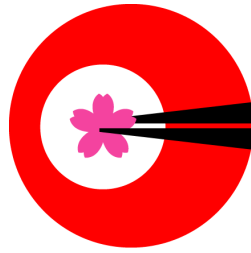
事業運営組織図（平成20年3月31日 現在）

役員状況（平成20年3月31日現在）

【理事長】	茂木友三郎	キッコーマン(株) 代表取締役会長 農林水産物等輸出促進全国協議会 会長
【副理事長】	米濱和英 村田吉弘	(社)日本フードサービス協会 会長 NPO法人 日本料理アカデミー 理事長
【専務理事】	加藤一隆	(社)日本フードサービス協会 専務理事
【理事】	青井倫一 伊藤雅俊 垣添直也 西藤久三 中村靖彦 服部幸應 藤ジニー	慶應義塾大学ビジネススクール 教授 味の素(株) 専務執行役員 (社)日本冷凍食品協会 会長 (財)食品産業センター 理事長 NPO法人 良い食材を伝える会 代表理事 学校法人 服部学園 理事長 山形県・銀山温泉 旅館 藤屋 女将
【監事】	石田 彌 浦上 節子	(社)日本惣菜協会 会長 (財)浦上食品・食文化振興財団 理事長
【顧問】	小倉和夫 北里一郎	国際交流基金 理事長 食品産業中央協議会 会長

事業運営組織（平成20年3月31日現在）





特定非営利活動法人

日本食レストラン海外普及推進機構（JRO）

専門委員会委員名簿（平成20年3月31日 現在）

専門委員会委員名簿（平成20年3月31日現在）

1) 企画委員会

【委員長】	青井 倫一	慶應義塾大学ビジネススクール 教授
【委員】	荘林 幹太郎	学習院女子大学 教授
	栃尾 雅也	味の素(株) 食品カンパニー海外食品部長
	大島 孝	(株)日本ふるさとサプライ 専務取締役
	寺田 昌明	(株)ミツカングループ本社 執行役員
	鈴木 英之	キッコーマン(株) 知的財産部 弁理士
	横川 潤	文教大学 准教授
	アラン・コアン	日本食レストラン価値向上委員会 委員長

2) 海外事業委員会

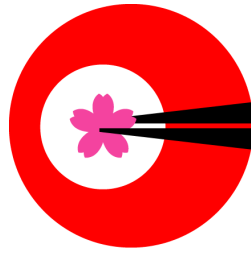
【委員長】	西藤 久三	(財) 食品産業センター 理事長
【委員】	垣添 直也	(社)日本冷凍食品協会 会長
	柿沼 岳史	伊藤忠商事(株) 食料カンパニー 生鮮・食材部門
	皮籠 石務	東京共同貿易(株) 常務取締役
	篠崎 正己	豊田通商(株) 食料企画部 食料事業企画グループ 課長
	樋岡 武義	太平洋貿易(株) 輸出販売部 取締役 部長
	藤 ジニー	銀山温泉 旅館 藤屋 女将
	横川 潤	文教大学 准教授
	アラン・コアン	日本食レストラン価値向上委員会 委員長

3) 情報提供委員会

【委員長】	服部 幸應	学校法人服部学園 理事長
【委員】	阿部 孝	(株)・野家 取締役海外事業部長
	楠山 福美	(株)リンガーハットマーケティング本部執行役員
	中村 靖彦	NPO法人良い食材を伝える会 代表理事
	佐竹 力総	(株)美濃吉 代表取締役社長
	三國 清三	(株)ソシエテミックニ 代表取締役
	山縣 正	全国すし商生活衛生同業組合連合会 副会長
	山田 研	学校法人辻料理学館辻調理師専門学校 副本部長
	横川 潤	文教大学 准教授
	米多比昌治	(株)インフォマート 専務取締役

4) 日本食レストラン国際フォーラム実行委員会

【委員長】	西 藤 久 三	(財) 食品産業センター 理事長
【委 員】	柿 沼 岳 史	伊藤忠商事(株) 食料カンパニー 生鮮・食材部門
	皮 籠 石 務	東京共同貿易(株) 常務取締役
	篠 崎 正 己	豊田通商(株) 食料企画部 食料事業企画グループ 課長
	鈴 木 英 之	キッコーマン(株) 知的財産部 弁理士
	栃 尾 雅 也	味の素(株) 食品カンパニー海外食品部長
	中 村 靖 彦	NPO法人良い食材を伝える会 代表理事
	樋 岡 武 義	太平洋貿易(株) 輸出販売部 取締役 部長
	藤 ジ ニ ー	銀山温泉 旅館 藤屋 女将
	山 田 研	学校法人辻料理学館辻調理師専門学校 副本部長
	横 川 潤	文教大学 准教授



特定非営利活動法人
日本食レストラン海外普及推進機構（JRO）
推奨ガイドライン
（平成20年3月31日 現在）

日本食レストラン海外普及推進機構の推奨基準「ガイドライン」について

1. 基本的考え方

(1) 推奨マーク

- ・ 推奨対象の日本食レストランに対しては、顧客の判別が可能となるよう、日本食レストラン海外普及推進機構（以下「JRO」という）の定めるマーク（以下「推奨マーク」という）を付与する。

(2) 現地組織と推奨基準

- ・ JRO の現地組織（以下単に「現地組織」という。）による推奨については、当該国、都市の制度や食材流通、日本食レストランの実情等に即したのものとして定められる「推奨基準」により行うものとする。

(3) 推奨基準とガイドライン

- ・ JRO は、世界で共通の推奨マークを用いることから、推奨基準の考え方の基となる「ガイドライン」を以下に定める。
- ・ 現地組織は、当該国、都市の制度や食材流通、日本食レストランの実情等に基づいて、JRO 理事会の承認を得て、「ガイドライン」に必要な事項を加え、または変更し、「推奨基準」を定めるものとする。

2. ガイドライン

(1) 推奨の対象

- ・ 顧客の日本食レストランの判別に資するため、「伝統的日本料理」「フュージョン」など、都市の状況に応じた複数の日本食レストランの類型を設ける必要があると判断したときは、現地組織は類型に応じた推奨基準を設けること。

(2) 推奨基準及び推奨までの手続の公表

- ・ 推奨までの過程の透明性を確保するため、推奨基準及び推奨までの手続を定めた場合は、現地組織はホームページその他の方法によって、これらを公表しなければならない。

(3) 推奨手続

- ・ 推奨については、レストランの申請に基づいて現地組織がこれを審査し、JRO の承認を得る。なお、現地組織が自らレストランを推薦することも可とする。
- ・ 申請については、現地組織が定める地域内のレストランがこれを行うことができる。（申請に当たっては、営業に必要な現地の衛生管理基準その他の基準を満たしていることが条件である。）
- ・ 審査の方法は、現地組織が定める審査項目について、満たしているか否かにより行うこととする。

(4) 推奨マークの付与

- ・ 審査の結果、推奨を可とするレストランに対して、JRO は現地組織を通じてこれを証する書面を付与し、推奨マークの使用を許諾する。
- ・ 推奨には現地の状況に応じて3年以内の有効期間を設定し、一定の審査を経て更新する。

- ・ 審査の結果、推奨を受けることができなかったレストランは、審査の内容を現地組織に照会することができ、その場合、現地組織は審査の内容を照会者に通知しなければならない。
- ・ 推奨を受けた後、経営の主体など申請内容に変更があった場合、当該レストランは遅滞なく、現地組織に連絡しなければならない。
- ・ 推奨対象のレストランが、推奨対象となる要件を満たさなくなったと明白に分かる場合は、JROは推奨を取り消すことができる。

(5) 審査項目

- ・ 申請手続きは、別途定める申請書に基づいて行うものとし、申請に際しては当該レストランの店内・外観写真、メニューブック、店内図面、従業員構成、調理責任者氏名等を添付するものとする。
- ・ 次の必須項目を満たした上で、選択項目のうち二つ以上の項目に該当すること。

(必須項目)

- ・ 当該レストランが、コメ・日本酒・調味料など日本食を特徴づける日本由来の食材や飲料を定期的に調達し、料理に用いていること。
- ・ 当該レストランにおいて、日本食に用いられる食材の調理技術や日本食に特徴的な衛生管理についての知識が備わっていること。
- ・ 当該レストランが、ビジネスとして成立していること。

(選択項目)

- ・ 日本食の調理方法、食材・飲料や日本の食文化について、顧客への情報発信が行われていること。
- ・ 当該レストランの外観・店内装飾・雰囲気・使用される食器類等に関して、日本の食文化の特徴を有していること。
- ・ 盛りつけ方や色彩、食器とのバランス等に日本的要素が見られ、調理に創意工夫が見られること。
- ・ 料理人・サービス係の接客態度が適切かつ丁寧であり、好感を持てること。
- ・ クレンリネスにも配慮がなされていること。

(6) 料理講習会の開催

- ・ 現地組織は、日本食レストランにおける調理技術の維持向上のため、料理講習会等を開催するものとする。
- ・ 推奨を受けた日本食レストランは、当該料理講習会に調理人を優先的に参加させることができる。

(7) 手数料等の徴収

- ・ 現地組織は、必要に応じて、推奨の審査、料理講習会の開催等に当たって、JROの承認を得た上で必要な手数料等を徴収することができる。

(8) ガイドライン等の見直し

- ・ 3年後をめどに、本制度の実施状況を勘案の上、現地組織の自主的な運営体制の確立を前提にして、ガイドライン等について見直すこととする。

会社番号*	受付番号*	—	認定番号*
レストラン類型*	審査料*	/ /	到着日* / /

日本食レストラン推奨審査申込書

日本食レストラン海外普及推進機構 御中

私（申込み代表者）は、『〇〇〇日本食レストラン推奨基準』を承諾し、下記の通り申し込みます。

記

1. 申込み事業者の概要

提出日	年 月 日		
申込み事業者 (企業名)	社名		
	住所	〒	
	TEL	FAX	
	URL		
	資本金	(通貨単位もご記入下さい。)	
	設立年月日		
申込み代表者	役職		
	氏名		
申込担当者 連絡先 <small>※実際に申込内容に関して 連絡をとれる方をご記入 下さい。</small>	部署		役職
	氏名		
	住所	〒	
	TEL	FAX	
	E-mail		
加盟業界団体	団体名		

2. 推奨を希望する店舗概要

店舗名			
販売形態等 店の特徴		予約	可・不可
住所	〒		
TEL			FAX
代表者役職		代表者氏名	
開店(業)日	年 月 日	営業時間	～
従業員構成	(内、日本人 名)	席数	
調理責任者		調理歴	年
調理責任者の調理歴概要			
年			
年			
年			
年			
年			
年			
年			
年			
年			
年			
年			
売上高 (前年度)		売上高 (今年度見込み)	
客数(日)		客単価(ランチ)	
		客単価(ディナー)	

※売上高、客数、客単価はそれぞれ平均値を記入。また、価格は〇〇(例:ドル)で記入

3. 日本食メニュー

料理名		使用日本由来食材	(日本産・原地産)
料理名		使用日本由来食材	(日本産・原地産)
料理名		使用日本由来食材	(日本産・原地産)
料理名		使用日本由来食材	(日本産・原地産)
料理名		使用日本由来食材	(日本産・原地産)
料理名		使用日本由来食材	(日本産・原地産)
料理名		使用日本由来食材	(日本産・原地産)
料理名		使用日本由来食材	(日本産・原地産)
料理名		使用日本由来食材	(日本産・原地産)
料理名		使用日本由来食材	(日本産・原地産)
料理名		使用日本由来食材	(日本産・原地産)
料理名		使用日本由来食材	(日本産・原地産)
料理名		使用日本由来食材	(日本産・原地産)
料理名		使用日本由来食材	(日本産・原地産)
料理名		使用日本由来食材	(日本産・原地産)
使用調味料			(日本産・原地産)
使用調味料			(日本産・原地産)
使用調味料			(日本産・原地産)
使用調味料			(日本産・原地産)
使用調味料			(日本産・原地産)
人気日本食メニュー			
料理名		人気の理由	
料理名		人気の理由	
料理名		人気の理由	
料理名		人気の理由	
料理名		人気の理由	

私(申込み代表者)は申請に当たり、〇〇〇の定めた全ての条件を理解した上で同意し、厳守することを約束します。また、ここに記した内容及び添付書類の内容が全て真実であることを保証いたします。

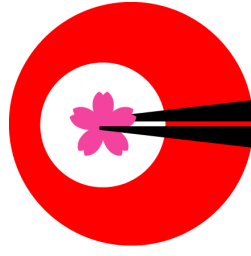
年 月 日 署名: _____

4. 必要書類リスト

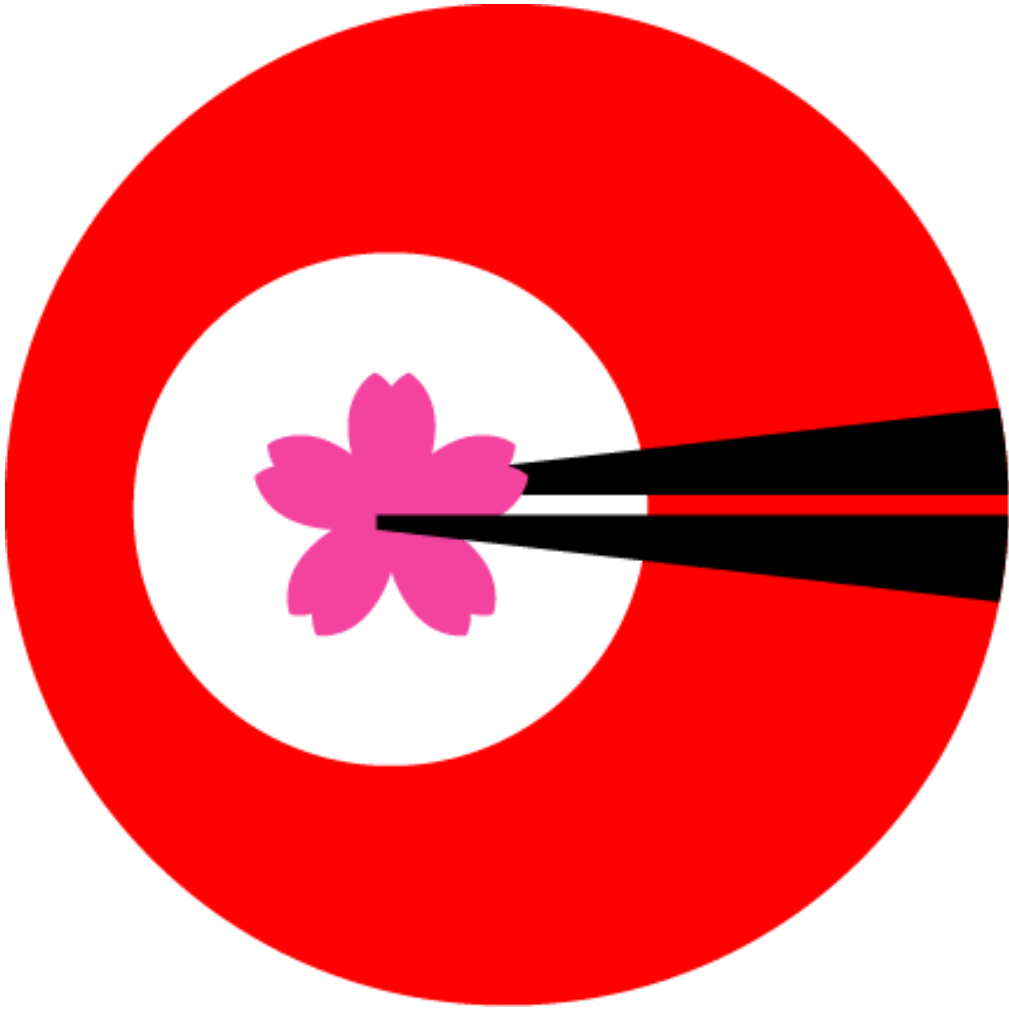
- 法人登記証明書の写し
- 衛生証明書の写し
- レストラン店内・外観写真
- レストラン店内図面
- 主な日本食メニューの写真
- メニューブックの写し
- レストランの所在地図
- 日本由来食材の仕入れ先会社リスト
- 過去3ヶ月の日本産食材注文書の写し
- 推奨マーク取得後のPR方法と販促企画プラン（メニューブック、HP、販促用チラシ等）

5. その他追加書類リスト（ご用意頂ければご提出下さい）

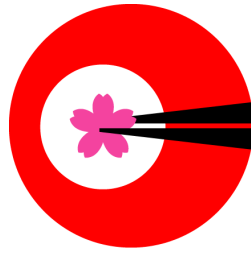
- 接客やサービス、クレンリネスについての従業員教育資料など
- 顧客に対する日本食の調理方法や食材・飲料、日本の食文化についての情報発信に関する資料



特定非営利活動法人
日本食レストラン海外普及推進機構（JRO）
JROマーク



JRO マーク



特定非営利活動法人

日本食レストラン海外普及推進機構（JRO）

日本食レストラン国際フォーラム報告書

日 時：平成20年3月27日（木）28日（金）

場 所：ホテルニューオータニ

参加者：海外参加者 約80名、国内参加者 約240名、来賓 約50名、
海外プレス 約40名、国内プレス 約80名、学生 約200名

I. 趣旨

「日本食の魅力の世界へーPromotion and Study of Japanese Cuisine Worldwideー」をテーマに、台北、上海、バンコク、ロンドン、アムステルダム、ロサンゼルス各支部を中心に、世界各国の日本食レストラン関係者に東京に集まって頂き、世界に広がる日本食の現状や各国の料理に取り入れられている日本の味、また日本食の特徴などを明らかにし、本フォーラムを通じて、日本食と世界各地の食文化の交流が進み、日本の食品や食材の輸出がより活発になる事で、日本の農林水産物と世界の食卓を橋渡しすることを目指す取り組みの一環として、本フォーラムを開催した。

II. 開催概要

総合司会 中井 尚 JRO事務局長
江原 健 農林水産省外食産業室海外戦略担当専門官

1) 基調講演 茂木 友三郎 JRO理事長

2) スライドプレゼンテーション

「各国における日本食マーケット事情と今後の展開について」

- ・佐野 吉弘氏 Pacific Alliance Group 代表取締役社長
- ・Caroline Bennett MOSHI MOSHI 代表取締役
- ・高橋 修氏 有限会社江戸屋 副社長

3) パネルディスカッション 「日本食を世界の人々に」

- ・David Bouley Bouley オーナーシェフ
- ・当銘 由盛氏 すし蘭 CEO
- ・石井 龍二氏 AFC Corporation 代表取締役社長
- ・青山 豊久氏 農林水産省総合食料局外食産業室長
- ・中村 靖彦氏 NPO法人良い食材を伝える会代表理事（コーディネーター）

4) まとめセミナー

大会メッセージ「海外日本食の普及推進と更なる促進に向けた活動について」

- ・青井 倫一 JRO理事

5) 懇親会

6) フォーラム

【フォーラム I】

「国内外の著名シェフ・経営者から見た日本食マーケットの展望」

- ・David Bouley Bouley オーナーシェフ

- ・倉岡 伸欣 氏 レストラン日本 代表取締役
- ・畑 耕一郎 氏 辻調理師専門学校 日本料理主任教授
- ・栗栖 正博 氏 たん熊北店 代表取締役社長
- ・横川 潤 JRO委員 (コーディネーター)

【フォーラム II】

- 「だし」「こく」「うまみ」など日本食の特徴について講演
- ・鳥居 邦夫 氏 味の素株式会社 上席理事

【フォーラム III】

日本産食材・食品のすばらしさについて

- ・服部 幸應 JRO理事
- ・黒田 利朗 氏 眉山 オーナー
- ・川野 作織 氏 五絆財団 創設者
 コーリン・ジャパニーズ・トレーディング 代表取締役社長
- ・藤居 譲太郎 氏 藤居事務所 代表取締役 (コーディネーター)

【フォーラム IV】

日本の食材・食品を海外に輸出している生産者団体や企業の事例紹介と、海外のディストリビューターから見た日本食材の魅力と問題点について

- ・佐藤 正行 氏 日本ブランド農業事業協同組合 事務局長)
- ・小桧山 俊介 氏 日本酒造組合中央会 日本酒輸出アドバイザー
- ・Christopher Dawson Clearspring 代表取締役社長
- ・石井 勇人 氏 (社)共同通信社 編集委員兼論説委員
(コーディネーター)

7) オプションツアー

Aコース：ロイヤルホールディングス東京工場及び京樽船橋工場視察ツアー

- ・ロイヤルホスト 検見川浜店視察
- ・ロイヤルホールディングス東京工場視察
- ・京樽船橋工場視察

Bコース：味の素川崎工場視察ツアー

- ・(株)柿安本店「三尺三寸箸」ラゾーナ川崎店視察
- ・味の素川崎工場視察

Cコース：服部栄養専門学校 講義及び調理実習ツアー

- ・服部栄養専門学校の施設案内及び講義
- ・和食の調理実習

Zコース：築地市場視察研修ツアー

- ・マグロのせりの視察
- ・マグロの解体視察
- ・築地市場内の視察

III. テキスト概要

国際フォーラム開催にあたり、下記の内容でテキストを作成した。

- ⑮ ごあいさつ 茂木 友三郎 JRO理事長
- ⑯ 国際フォーラムプログラム

- ⑰ 各講師プロフィール
- ⑱ 基調講演レジュメ
- ⑲ スライドプレゼンテーションレジュメ
 - ・MoshiMoshiメニュー、外観、内装、記事スクラップ
 - ・英国における日本食市場 ～現状と今後の課題
 - ・米国における日本食レストラン ～現状と今後の展望
 - ・タイ国における日本食レストラン ～現状と今後の展望
- ⑳ パネルディスカッションレジュメ
 - ・Bouleyメニュー
 - ・すし蘭店舗紹介レポート
 - ・AFCの紹介
- 21 鳥居邦夫氏レポート 日本食を脳神経科学から解き明かす
- 22 米国における日本酒と焼酎の市場動向
- 23 英国における日本食レストラン事情
- 24 タイ国における日本食レストラン事情
- 25 中国における日本食レストラン事情
- 26 米国における日本食レストラン事情
- 27 我が国農林水産物・食品の総合的な輸出戦略
- 28 平成20年度 農林水産物等の輸出促進のための主な政策

IV. 基調講演（茂木友三郎 JRO理事長）

現在、日本食は世界的なブームとなっております。米、野菜、魚などを中心とした日本食は、食と健康への関心が高まる中、ヘルシーさ、おいしさ、美しさ、その多様性などによって世界的な注目を集めております。

まさに「日本の食文化」は、日本の優れた知的財産であり、新興国のみならず世界に誇れる「日本ブランド」の一つであります。

日本の食文化は、その独特の地理条件、気候・風土、民族性を反映して形成されてきましたが、その歴史を見ると、古代より海外の食文化を柔軟に取り入れながら発展してきたのであります。たとえば日本人は米を常食としますが、東アジアを源流とする米の食文化は、紀元前に日本にもたらされ、高度に発達してきたのであります。

近代においては、特に明治維新以降、積極的に海外の食材や料理を取り入れ、トンカツやカレーライスなどの洋風の料理が急速に普及したのであります。よく日本では料理の代表的な種類を、和食、洋食、中華というように分類しております。しかし、洋食、中華と呼ばれる料理も日本風にアレンジされたものが多く、特に近代の洋食は、メインの料理に米飯が組み合わされることが普通でした。

今日では、世界中の本格的な料理、たとえばフランス料理やイタリア料理を日本国内で味わうことも可能になり、特に東京においては、海外の著名な料理店の支店も数多く存在します。

そのような多様性を持った食文化を支えるため、日本には世界の食品や食材が輸入されてきました。また、明治から大正、昭和にかけて多くの食品企業が創業され、ハムやカレー、乳製品、ケチャップ、マヨネーズ、ビール、ウイスキー、ワインなど海外をルーツに持つ加工食品や飲料を国産化することに努力を重ね、現在にいたっているのであります。また、それらの製品は、日本人の味覚にあうようにアレンジされたものが多いとはいえ、本場のものに比べても遜色の無いほど、その品質のレベルは

高いといえるのであります。

そういった意味で日本は、食文化に関していえば世界で最も保守的でない、実に柔軟な国であるといえましょう。その一方、それでは日本の食文化が全く捕らえ処の無いものかという、決してそうではないところが、日本の食文化の誇るべき特質であります。



・日本の食文化とその特徴について

まず、日本の食文化に大きな影響を与えているのは、地理的な条件であります。日本は、さほど大きな国ではありませんが、その大部分が四季のはっきりとした温帯にあり、このような国土から産する日本の食材は、農産物から水産物まで実に多種多様であり、特に水産物においては、豊富な魚介類の他に海苔、昆布、若布など、さまざまな海藻を食べることも特徴的であります。特に、鰹節と昆布という、動物性と植物性の水産物の組み合わせから抽出する、「だし」は、日本料理の重要な要素となっております。

また、島国であるために、一見、他の国から孤立しているようですが、逆に言えば海を通じて世界につながっていることになるのであります。日本には、古代よりヨーロッパやペルシャ、インド、中国や朝鮮半島などから、多くの文物や文化を受け入れてまいりました。その中には、当然さまざまな食材や料理法も含まれており、米（こめ）もその一つであります。米は、歴史的に見ても日本の食文化に極めて重要な役割を果たしております。稲作の発展によって、米を主食にするという日本の食文化の原型が生まれ、現在に続いているといっても過言ではないのであります。また、古代から中世にかけて、獣肉を食べることが次第に少なくなったことも、食文化に大きな影響を与えたのであります。

動物性たんぱく質の多くを、海や川から獲れる魚介類から補給したということも極めて特徴的であります。そのような食環境によって、魚介類の扱い方や調理法が高度に発達したのであります。

さらに、日本では、古代から発酵食品など微生物を利用した食品が、多くつくられたのであります。日本の温暖で湿潤な気候風土によって、微生物による食品の保存や加工が自然に発達したのであります。日本を代表する発酵食品の一つに、醤油がありますが、醤油のルーツは7世紀頃に遡ります。このころから人々は、動物性や植物性のたんぱく質が微生物によって分解され、アミノ酸の「うまみ」と保存性を持った食品に変わることを、経験的に知ったのであります。このような発酵食品は、その後、醤油や味噌といった形になって、一般庶民にも広まり、その製法も徐々に確立していったのであります。

「醤油」という言葉が初めて文献に登場するのは16世紀であります。このころから醤油という

調味料が、独自の発達をとげ、一般庶民にも使われるようになったことを物語っております。醤油は、独特のうまみや香りと塩分を持つ「万能ソース」ともいえる調味料であります。さまざまな食材や調理に幅広く使うことができ、その普及によって日本料理のバリエーションも大きく広がったのであります。さきほど述べた「だし」と醤油の出会いによって、日本の食文化の味を決定付ける最大の要素が誕生したといっても過言ではないのではないのでしょうか。

日本の食文化のもう一つの特徴は、箸を使うということであります。海外においても、日本食を最も象徴する食器は箸であり、当JROのシンボルマークにも箸がデザインされております。箸を使う習慣は東アジア一帯にあります。それらの地域では匙（さじ）も併用しております。近世の日本では匙はほとんど使用されず、箸のみを用いたのであります。したがって、日本においては「箸の文化」が存在するといつてもよいほど、その種類も多く、高度に発達したのであります。

また、日本料理の美しさも大きな特徴であります。

「日本料理は、まず目から楽しむ」といわれるように、土地ごとの「風土」の素材が持つ、季節の味・旬の味である「風味」を大切にするため、できるだけ素材を活かして調理し、一幅の「風景」のように美しく盛り付けをします。このように、日本料理においては、味とともに四季の季節感や見た目の美しさ、いわゆる「盛り付け」を大切にすることが極めて重視されます。

したがって食器も漆器や磁器、陶器、ガラス器など、材質も様々な種類のものを用います。形においても丸皿・角皿のみでなく多角形のものもあり、蓋付きの食器が多い「わん」も漆器のものは木偏の「椀」陶磁器のものは石偏の「碗」と使い分けをします。これほど多種・多様な食器を用いる料理は、世界でも珍しいのではないのでしょうか。



また、日本の基本的な調理法には五法（ごほう＝5つの方法）があるといわれております。生、焼く、煮る、蒸す、揚げる、の5つですが、いちばん最初に「生」を調理法として取り上げるところが、加熱調理を基本とする欧米の食文化と大きく異なる点であります。

生の食材を使う調理法の代表として「スシ」と「刺身」がありますが、スシは、世界の日本食レストランでも代表的な料理になっております。

19世紀初頭には、江戸において、発酵という過程を経ず、米飯に酢を合わせ、生もしくは生に近

い食材を使ういわゆる「握りずし」が流行し、現代でいえば、ファーストフード的な食べ物として、庶民の間に大いに普及したのであります。

また、日本では調理人のことを包丁人というように、日本料理においては、切る技術を重要視することが特徴的であります。道具においても日本の片刃の刺身包丁は、魚肉の組織細胞を壊すことなく切ることができる、まことに優れたものであります。

・懐石料理（会席料理）を頂点とする日本料理の発達について

次に、日本料理の最高峰といわれる懐石料理がどのように発達してきたかについて若干述べたいと思います。懐石料理は、武家社会とともに発展してきたといわれております。鎌倉時代には、禅宗の寺院を中心に精進料理が発達し、一般にも普及していったのであります。

また、室町時代に入ると、精進料理と本膳料理の発達により、現代に受け継がれてきた、日本の食文化における料理法や形式の基礎が確立されたといえるのであります。

16世紀に、千利休が茶を楽しむ習慣を、茶道といわれる芸術・文化の域にまで高め、茶道の普及によって懐石料理が発達したのであります。懐石料理は、本膳料理と精進料理の双方の長所を取り入れたものであります。茶や酒とともに、冷たい料理、温かい料理が絶妙のタイミングで供されるという料理様式であり、この様式の完成により、現在の日本料理の最も洗練されたスタイルが成立したのであります。また懐石料理は、もてなす客に対するホスピタリティやサービスに気を配り、部屋に生花や絵や書を飾ることによって、料理を食べる雰囲気大切にします。その結果、茶道とともに発達した懐石料理は、陶芸、絵画、書、建築といった分野も包含する総合的な料理文化として、現代まで継承され、発展してきたのであります。

茶道の懐石料理のように、フルコースのスタイルで料理を提供し、歌舞音曲の伴う「会う席」と書く会席料理を出す高級料亭や、一般庶民向けの一品料理を出す料理屋や、現在のケータリングともいえる仕出屋（しだしや）が出現したのも、この時代であります。

・日本食の世界への影響と展開

続いて日本の食文化が海外に与えた影響と展開について述べたいと思います。明治維新以後、日本は海外の食文化を津波のような勢いで受け入れてきたのでありますが、逆に、日本食が海外の食文化に大きな影響を与え始めたのはこの2、30年といつてよいでしょう。今や日本の食文化は、国際的に受け入れられ、さまざまな日本食レストランが世界各国で展開されるようになっているのはご案内のとおりであります。

さきほど述べましたように、明治時代以前に海外に与えた影響は、決して大きいとはいえないものの、その歴史は意外と古く、たとえば日本の伝統的調味料である醤油を例にあげますと、輸出に関する最も古い記録として、1737年にオランダの東インド会社が、はじめてオランダ本国に醤油を送ったという文献が残されております。それでは、海外で日本食が受け入れられている理由は为什么呢。さきほど日本の食文化のさまざまな特徴をあげましたが、まとめて見ますと、

第1に、おいしさ・美しさ・健康的に優れていること。

第2に、大衆的な料理から、郷土料理、最高級の料亭まで各段階のレベルが高水準であること。

第3に、農林水産物から加工食品まで、食材の豊かさや多様性があること。

第4に、料理を盛り付ける焼き物や漆器などの多彩さと美しさ。

第5に、日本の精神性に裏づけされたしつらえやサービス。

などがあげられます。したがって日本食は、世界に受け入れられる総合力を有していると言えるでしょう。

・日本食の国際展開における課題

さて、今後、日本食が国際展開をしていくための課題をあげてみたいと思います。日本食が世界に受け入れられ、フランス料理や中華料理のように世界に認知され、日本食を楽しむ人たちが増えることは喜ばしいことですが、その一方、残念ながら世界を見ると日本食レストラン、もしくは日本風の料理店の一部には、生魚の扱い方などに問題のある場合もあります。要するに、見よう見まねで日本風の料理を出している、というのが最も困ることでもあります。

日本の政府機関が「海外における日本食の安全・安心に関する情報収集」を実施しましたが、世界各国から、さまざまな問題点が寄せられました。その中には「内外装ともに日本風にして、店名も日本風になっているが、低レベルの料理が現地の人々に日本食として認識され、ネガティブな印象を広めている」。また、「昨今の日本食ブームで増えた、日本食レストランの料理人が、魚の鮮度の判断もできずに料理をしており知識もほとんどない」など、危惧すべき報告が寄せられました。

現在、日本においても食品偽装など食の安全・安心が大きな問題になっておりますが、海外において、日本食のネガティブな情報が大きく報道されるようなことになると、日本の食文化全体に対するイメージダウンを引き起こすことに繋がりがかねません。

今後は、安全で安心な日本食普及のための、基礎的な調理技術に関するテキストの制作など、さまざまな教材も充実していかなくてはなりません。また、日本の食文化を普及させ、そのレベルを高めるためには、正しい日本の食文化をハードウェアとソフトウェア両面で理解した人材の育成が重要であります。日本料理を志す人々に対して、現地で正しい日本料理の技術や、食文化の研修を受けられるよう、海外での日本料理講習会をはじめ、優秀な料理学校・指導者との連携も強化していかなくてはなりません。また、日本料理習得を目的として、日本国内に一定期間滞在できる研修制度などのシステム作りも行っていく必要があります。

さらに、世界に存在する、日本食レストランのさらなるサービス向上も重要な課題であります。正しい調理技術のみでなく、日本が伝統的に築いてきた「お客様を大切にする」というサービス精神を継承し、さらに磨き上げ、世界にひろめていくことは、たいへん重要なことと考えます。

JRO設立の目的は、これまで述べてきた課題に、積極的に対応していくことを目的に設立されたのであります。設立の目的は4つであります。

- 1、日本食レストランのPRと地位向上。
- 2、日本食調理技術の向上と情報提供
- 3、各国の衛生管理ルールに基づき、日本食に関する衛生管理技術の普及と教育。
- 4、日本産食材の普及と各国への輸出促進

また、具体的には各国に現地支部を立ち上げ、各支部の自主的な選択により6つの事業を推進いたします。

まず第1に、各国の現地支部組織の設立を支援してまいります。

第2に、講習会等を通じた人材育成に関する事業を行っていきます。

第3に、海外の会員相互間の交流を通じた情報交換に関する事業を行ってまいります。

第4に、機関誌の発行と調理技術向上のための教材等の作成に関する事業を行ってまいります。

第5に、海外の日本食ニーズの把握と、現地メディアとのタイアップによるPR活動に関する事業を行ってまいります。

第6に、日本食材の輸出促進等の調査研究に関する事業を行ってまいります。

私は、日本食の国際展開にあたっては、生魚の調理技術などは基本に忠実であるべきだと考えておりますが、日本食の海外への普及、展開にあたっては、あまり形式にとらわれず、柔軟な発想が必要であると考えております。要するに各国には各国の事情、また国によっては各民族の食文化が存在するからであります。私は、文化とは「交流」の段階から「融合」の段階へ進むと考えています。

フランス料理や中華料理と同様、世界に受け入れられるためには、かたくなに「日本料理はかくあるべし」と決め付ける必要はありませんし、それでは世界に普及することは難しいと思うのであります。しかし、決して、その基本を見失うことがあってはならないことです。要するに、他国の食文化と融合し変化してもよいものと、基本的に変えてはならないものを明確にしていく必要があると考えております。

・まとめ

食文化という概念は、これまで述べてきたように、食材や調理法、食器や箸などの道具、サービス、さらに音楽、絵画、工芸など、全ての文化を包含しているといつてよいでしょう。そのような意味でも海外の日本食レストランは日本の文化に接する身近な機会を提供しており、言わば日本文化の体験型「ショールーム」と位置づけることができます。

文化というものは、一つの国家内だけで全てが完成するということはありません。その国のオリジナルな文化が、歴史の中で多くの国々の文化と出会う過程で、さまざまな影響を受けて一部は融合し、あるいは別の形に変形しながら発展し、さらに豊かな文化を形成して行くのであります。日本の食文化も、固有の食文化に多くの世界の影響を受け入れながら幅広い発展を遂げ、現在に至っているのは、これまで述べたとおりであります。

国家間においては、政治や経済など、さまざまな理由で対立することは、よくあります。しかし私は、他の国の文化に積極的にふれあい、少しでも相手を知る努力をすることによって、それが異なる文化を持つ国であっても理解することが可能になると考えております。そのうえで、お互いに優れたものを進んで取り入れることによって、人間社会全体が発達していくのではないのでしょうか。

特に食文化は、人間にとって最も根源となる文化であり、異なる国の食文化にふれ、食の共通体験を持つことは、他国の総合的な文化、社会、生活を理解することに大いに役立つはずであります。人や情報が瞬時に交流可能な現代においては、今後も世界の国々の食文化は、独自の発展を遂げる一方、さまざまな面で、ますます融合していくことでしょう。そこに食の共通体験が生まれる機会がさらに多くなると思います。日本の食文化も、必ず各国の食文化と交流と融合を積み重ねながら、フランスや中国の食文化と同様に世界に受け入れられるものと確信しております。

日本には「同じ釜の飯を食う」という言葉がありますが、これは、同じ場所で同じ食事をした人は、

一生仲良く付き合おうといった意味を持っております。世界各国において、日本食の共通体験によって日本の食文化を世界が共有し、世界の人々が日本を理解することは、極めて有意義なことだと考えております。

結びに、今回の「日本食レストラン国際フォーラム」が、日本食レストランの海外への普及と発展、また、世界の食文化との交流における絶好の機会として、実りあるものになることを、心より期待いたしまして私の基調講演といたします。ありがとうございました。

V. 各国における日本食マーケット事情と今後の展開について

プレゼンター 英国 Caroline Bennett 氏 MOSHI MOSHI 代表取締役

タイ 高橋 修氏 有限会社江戸屋 副社長

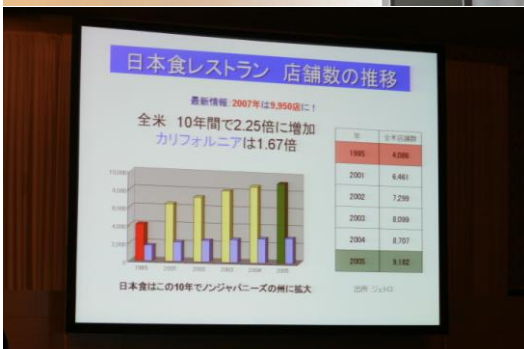
米国 佐野 吉弘氏 Pacific Alliance Group 代表取締役社長

英国で寿司レストランチェーンを展開する MOSHI MOSHI 代表のキャロライン・ベネット氏、タイの日本食レストラン江戸屋副社長の高橋修氏、米国の PACIFIC ALLIANCE GROUP の佐野吉弘社長の3氏がそれぞれの国での日本食レストラン・ビジネスの現状や課題が何かについて、報告された。

中でも、ベネット氏は、英国では日本食がブームになっていて、英国全体の日本食レストランの80%近くを占める300店がロンドンに集中し日本の食文化が定着してきている半面、高級店と大衆店の中間にあたるレストランがないのが課題であること、また英国の消費者は原産地までをチェックするトレーサビリティには厳しい現実があり、食の安全対応が重要であることを強調された。

また、佐野氏は米国の日本食レストラン事情に関して、全米では2007年現在、約1万店の店舗数にのぼり、とくに最近10年間で数が2.25倍に増えるほどであること、ただレストラン経営者は中国、韓国、ベトナム系の米国人経営者が推定で実に80%前後にも及び、いわゆる純然たる日本人経営者が意外に少ないという現実があることを明らかにした。

佐野氏によると、最近では、それら日本人経営者の一部で、日本食ブームに乗ってレストラン買収に意欲的な韓国人経営者らに売却するケースさえある、というのですが、佐野氏は、茂木理事長が問題提起された「融合の時代」に入ってきているため、それ自体を厳しく受け止める必要はない、との判断だった。





スライドプレゼンテーション

VI. パネルディスカッション「日本食を世界の人々に」

コーディネーター 中村 靖彦氏 NPO 法人 良い食材を伝える会 代表理事

パネラー David Bouley 氏 Bouley オーナー・シェフ

石井 龍二氏 AFC Corporation 代表取締役

当銘 由盛氏 すし蘭 CEO

青山 豊久氏 農林水産省総合食料局外食産業室長

ここでは日本食ブームの原因は何か、世界が認める日本食とはどんなものか、さらに日本食文化が日本のソフトパワーとなっていくには何が課題かなどについて、話し合われました。

このうち、日本食がヘルシー（健康にいい）であること、おいしいこと、見た目の美しさがあること、また豊富な食材を使うこと、調理の技術が高水準であること、レストランでのサービスが相対的にいいことなどの点で評価を得ているという点で一致しました。

中でもブーレイ氏は、自らのフランス料理に日本の食材、たとえばサカナのタラの焼き物にブラック・トリュフのソースとともにワカメや木の芽をつけ、文字どおりフランス料理と日本の食材の「融合」を実践していると述べ、参加者に強い感動を与えました。

また、当銘氏は「おいしい日本食を通じて、日本の食文化がお客さんに伝わるのが大事だ」と述べましたが、その一方で、日本食文化の担い手である日本人の調理人が米国では9. 1 1同時多発テロ事件以降、移民政策が厳しくなっているため、米国に來られない事情があることを指摘、そこで、外国人に英語で日本の料理技術を伝える専門学校をつくるのが日本の食文化を定着させるポイントになる、教育の重要性を述べました。



デーヴィッド・ブーレー



石井龍二



当銘由盛



中村靖彦



青山豊久



Ⅶ. まとめ（青井 倫一 JRO理事）

今日、世界において日本食への関心は非常に高まっている。本日の日本食レストラン国際フォーラムのライドプレゼンテーションで、バンコク、ロンドン、ロサンゼルスの方からの紹介があったが、各地で日本食への関心は非常に高まっている。意外とこれを知らないのは、日本に住んでいる日本人かもしれない。

現在の日本で残されている、数少ないソフトの'Growth Engine'「成長エンジン」それがまさに「日本食」を世界でビジネスに結びつけるというものだろうと、確信している。JROというのは、このソフトの'Growth Engine'「成長エンジン」を非常にスムーズに働かせていく、ある意味では潤滑油的な役割を果たしていく組織だろうと思っている。

もちろん、主人公・主役は今回お集まりの皆様方だ。と同時に、JROに世界のいろいろな人たちが集まり、この人たちに、情報なり、教育なり、いろいろな形で人々をつなげる、若しくはつながる場を提供していく、これがJROの役割だと考える。

茂木理事長が基調講演で話しているが、日本という地域には、「日本食」についての多様な知識、経験、技術が蓄積されている。当然、それらは日本の文化、食文化を非常に色濃く反映している。この日本という地域に蓄積されている知識、経験、技術、そして文化、ある意味では型とっていいものを、世界の食卓へのフードサービスにコネクしていく、これがJROにとって、当面の重要な課題だと思う。

もちろん、「日本食」が世界で非常に盛んになるにつれて、我々JROにとってチャレンジすべきものが増える。「課題」、「問題」も急増するであろう。しかし、こういう問題に対応していくのは極めてエキサイティングなことだ、と割り切って、この「日本食」というソフトの'Growth Engine'「成長エンジン」をどんどん回転させていく。そのための潤滑油が我々JROの役割である。「型」という文化、経験、知識、それらを形にしたのが、例えば食材であり、調理技術であり、場合によってはホスピタリティといわれるものである。こららをコンテンツとすれば、全世界にある日本食レストランはメディアとって良いと思うが、このメディアを通じて世界の食卓と、日本を結びつける。やはりこれが当面のJROの課題であろう。もちろん、地域によっていろんな課題がある。

ブーレイさんが言われていたように、ニューヨークにおいては非常に賢くなった顧客とどう対応し

ていくか、これが非常に重要な課題だと思う。また、別の地域で、日本食に対する知識がさほど確立されていない場合には、ある意味での評価技術、そして「教育」というのが必要になる。その意味では、JROが世界の各地において支部をつくり、その地域の多様性、独立性を尊重してやっていく、これが我々の方針になっていると思う。

その中で、今日の懇親会も含め、皆様方がいろんな人といろんな形で交流され、その Interaction を通じて、日本食の持つ付加価値を高めていただきたい。付加価値を高めることによって、日本食の評判を世界で Chinese cuisine や、French cuisine と並ぶようにポジショニングしていく。これが我々にとって重要な課題なのである。

そしていずれ、近い将来、海外での日本食の展開から日本人が学ぶことが増えるとするならば、JRO の一連の動きが成功したという一つの証だと考えている。

自動車や、パソコンやテレビというのは、日替わりでは消費できるものではない。その意味では zero-sum 的な発想になりがちになってくる。「食」という世界。この世界は少なくとも一日に何回かは消費する、エンジョイする場だと思う。この食の世界に関係する皆様方がいろんな形で交流することで、食の豊かさを高めていけば、全世界的に日本食のみならず、French でも Chinese でもすべての世界において「win-win」という世界が作れると確信している。当面、JROとしては、日本食の持つ潜在能力をいかに顕在化していくか、そのために努力をするつもりである。

本日のパネルディスカッションでは、いろいろな課題をいただき、スライドプレゼンテーションでは、多くの要望が我々に寄せられたと自覚している。そして、この後の懇親会、まさにこれがJROの今回の一つの「幹」となるイベントで、皆様方が、その中で交流し、融合して、日本食としての課題というものをJROにいろんな形で示唆していただければ幸いである。

難問は多くあるあるけれども、我々にとって極めてエキサイティングな'growth engine'を回転していける、そういう面白いところがいっぱいあるんだろうと判断している。



VIII. 個別フォーラム

1) 国内外の著名シェフ・経営者から見た日本食マーケットの展望

コーディネーター 横川 潤氏 JRO委員

パネラー
デーヴィット・ブーレー氏 Bouley オーナー・シェフ
倉岡 伸欣氏 レストラン日本 代表取締役
畑 耕一郎氏 辻調理師専門学校 日本料理主任教授
栗栖 正博氏 株式会社たん熊北店 代表取締役社長

はじめにコーディネーターの横川氏から、自己紹介とパネルディスカッションの趣旨、各パネラーのお店や活動における日本食の位置付けを説明があり、米国のレストランにおける日本食フュージョン料理の拡がりについて各パネラーに回答していただいた。

続いて畑氏と栗栖氏による、伝統的な日本料理の技法と新たな潮流についての対談や Bouley氏と倉岡氏による、フュージョン的な新しい日本料理や技法について説明がなされた。

続いて、各パネラーによる、日本食マーケットの拡大に向けた料理人等人材育成について、実践事例が紹介され、最後に横川氏からまとめが行なわれ、終了した。



2) 「だし」「こく」「うまみ」など日本食の特徴について講演

講師：鳥居 邦夫氏 味の素株式会社上席理事

われわれの先祖が狩猟摂取の生活を送っていた時代は多様な食糧を求めて移動することにより食事性蛋白質の確保が行われていた。備蓄できる穀物を大量に生産する農業技術を確立した後は、人々は定住し、加速度的に文明化した。が気候により栽培できる主要な食料が限定されるので蛋白質栄養状態の維持の重要性は逆に拡大したと考えられる。穀物に含まれる約10%の蛋白質は9種の必須アミノ酸のうちリジン、トリプトファン、メチオニン、スレオニンなどの含量が少ないことからこれらをバランスよく含有する豆類、あるいは畜肉、乳製品、魚介類などと組み合わせることにより蛋白質栄養状態を良好に維持する食文化をつくりあげてきた。豆類をのぞくとこれらの食糧は蛋白質のみならずオリゴペプチドや遊離のアミノ酸に富み、中でも全体の20~40%を占めるグルタミン酸が最も多い。加えて動植物組織中の体蛋白質の自己融解により遊離してくるアミノ酸も当然グルタミン酸が最も多い。一方、唾液は体液より産生されるが、その中に含まれるアミノ酸の中でグルタミン酸は血中濃度の数倍もありこの濃度を超える食物でないと味覚としての刺激にはなり得ない。グルタミン酸の味は基本味の一つであるうま味であり、核酸関連物質であるイノシン酸やグアニル酸の共存で相乗的増強が生じることが知られている。この現象は魚類から哺乳類まで共通して認められ、食物選択の際に蛋白質摂取のマーカーとしての役割があると考えられる。核酸関連物質は動植物の細胞内に普遍的に存在しているので咀嚼により唾液中に溶出、うま味受容体を介して食事性蛋白質の認知に重要な働きをしていると考えられる。

我が国では七世紀に中央集権国家が成立し、米本位制の税制の下で仏教を規範とする(食肉の禁止)政治が行われた。米の収穫が不十分な地域からは乾燥した魚介類や海草(昆布等)、キノコ類が都に集められ、水煮してから食用に供した。その際の煮汁(出汁、ダシ)は、食塩や梅酢と共に料理の基本的調味料としてうま味の食文化が形成された。この食文化は国司が全国各地へ広げ、現在に至っている。洋の東西を問わず、豊富に手に入る食材を用いて、多様な煮汁が調理に利用され、独自の食文化が世界各地に形成されてきた。共通する点はうま味があり、好ましい呈味に持続性(こく)を持っていることである。

最近、我々は消化器系臓器を支配する迷走神経求心性線維の個々の栄養素に対する応答性を調べたところ、小腸枝や肝枝はすべてのアミノ酸グルコースに応答するが胃枝はうま味物質であるグルタミン酸、イノシン酸、グアニル酸のみに応答し、他のアミノ酸には殆ど応答しないことを見出した。

胃は摂取した食物を一時貯留し塩酸による殺菌と蛋白質、炭水化物、脂質を部分消化し、確実に摂取した栄養素の小腸からの吸収を営む上で胃内の半消化上清を少しづつ小腸に転送する。健常人を対象に0.5% (w/v) グルタミン酸ナトリウムを添加した流動食の胃排出速度を調べたところ蛋白質を多く含む場合は促進し、蛋白質を含まない場合は遅延することが認められた。胃の粘膜上皮組織にはうま味受容体の代謝型グルタミン酸受容体1型 (mGluR1) 型バリエントが主細胞(ペプシノーゲン分泌)、壁細胞(胃酸(HCl)の分泌)、および粘液分泌細胞の各粘膜側に存在し、グ

ルタミン酸のシグナルが蛋白質の消化を促進する可能性を示唆している。又、味覚におけるうま味の相乗効果の担い手と考えられる受容体 (T1R1/T1R3 ヘテロダイマー) は内分泌細胞であるG細胞 (ガストリン分泌) やL細胞 (セロトニン分泌) の各粘膜側に存在が認められており、胃での消化を調節している可能性がある。迷走神経胃枝の求心性線維応答ではうま味の相乗効果が認められず、mGluR1 バリエーションを介し、NO分泌によりEC細胞からのセロトニン分泌を促し、迷走神経終末にあるセロトニン3型受容体により受容された食物摂取情報を脳に入力することにより、満腹感とともに本格的な消化の引き金が引かれると考えられる。うま味の嗜好性は蛋白栄養状態が正常の場合のみに認められ、蛋白質のいかなる失調でも消失する。うま味のある食物を選択摂取し、消化・吸収を円滑に営み食後の満足感とアミノ酸の恒常性維持に至る。一連の食情報の脳内処理の過程を通し、摂取した食物の食情報は学習し記憶され、うま味嗜好性は確実に持続することになる。うま味嗜好性は食事性蛋白質の摂取マーカーに加えて健康のバロメーターであり、我々の伝統的な食嗜好は先進工業国の中で最も長寿と高い活動性を維持する原点と言えよう。



3) 日本産食材・食品のすばらしさ

コーディネーター 藤井 譲太郎氏 株式会社藤井事務所 代表取締役社長

パネラー 服部 幸應氏 JRO理事

川野 作織氏 五絆財団創設者

コーリン・ジヤパニーズ・トレーディング 代表取締役社長

黒田 利朗氏 眉山 オーナー

はじめにコーディネーターの藤居氏が、本フォーラムの説明し、自己紹介を兼ねて、普段どんな料理を提供することを心がけているのかを説明された。その際に、お店や活動についての写真やと提供している料理の写真が紹介された。

続いて、藤居氏より、日本の食材・食品の特徴について海外のものと比べて特に違う点は何なのかを各パネラーに回答していただいた。

服部氏は、調理における日本食材・食品の特徴について説明された。その中で藤居氏より黒田氏に、日本の食材・食品の良さを海外にアピールする際に、何が問題になるのか質問され、黒田氏から問題点や課題の説明と解決策について回答し、更に服部氏から、解決に向けたアイデアを提案された。

その後、会場からの質疑応答が行なわれ、最後に藤居氏によるまとめが行なわれ、終了した。



4) 日本食品・食材の輸出拡大戦略を探る

コーディネーター 石井 勇人 氏 (社)共同通信社 編集委員兼論説委員
パネラー 佐藤 正行 氏 日本ブランド農業事業協同組合 事務局長
小桧山 俊介氏 日本酒造組合中央会
日本酒輸出アドバイザー
Christopher Dawson Clearspring 代表取締役社長

コーディネーターの石井氏から、本フォーラムの趣旨について説明がされ、小桧山氏、佐藤氏から輸出側の立場からの、取り組みの現状や輸出実績について紹介がされた。

続いて、ドウソン氏から海外の商社としての立場から、日本食品の取り扱い実績等について紹介され、石井氏から小桧山氏、佐藤氏、ドウソン氏の紹介を受けてコメントしていただいた。

次に、各パネラーから日本食品・食材の輸出や取り扱いに関する課題や現状の問題点について説明や今後日本食品・食材の輸出を拡大するためには何が必要なのか、どうすれば可能性が広がるのかについて意見が述べられた。

次に、会場の参加者から現状の問題点・課題や輸出拡大の方策案に対する質問があり、各パネラーから回答をいただいた。

最後に、石井氏がまとめを行い終了した。



Ⅹ 前室 日本食材輸出紹介ブース

