

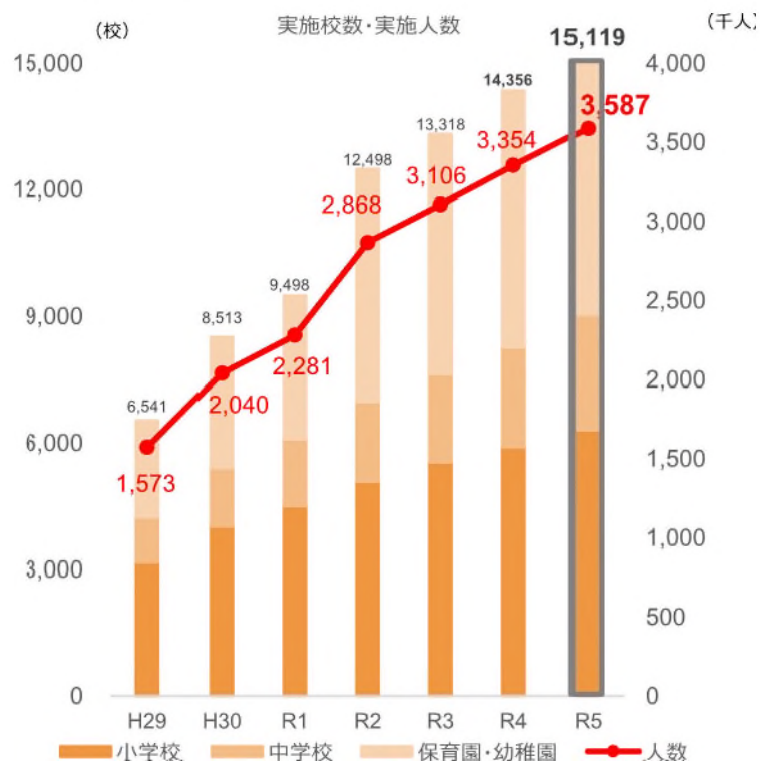
官民協働の取組① ～「だしで味わう和食の日」～

- 2015年より、和食会議*と農林水産省で連携し、11月24日（いいにほんしょく）の「和食の日」のイベントとして「だしで味わう和食の日」出前授業を実施（令和5年度は11月20日に実施、9回目）。
- 令和5年度の和食給食・和食授業の実施校は全国で15,119校、約359万人。

*：一般社団法人和食文化国民会議（略称：和食会議）は、「和食；日本人の伝統的な食文化－正月を例として－」のユネスコ無形文化遺産登録申請を契機に、和食文化を次世代へ継承するため、平成27年2月4日に設立された組織です。

「和食の日」イベントの実施校数等の推移

日本が世界に誇る第五の味覚「うま味」を、「だしで味わう和食の日」を通して児童が実感し、和食文化への興味を持つきっかけとしてもらえるよう取り組んでいる。



令和5年度「和食の日」イベント (11/20 東京国際フランス学園 出前授業)

和食の出前授業では、和食のだし（鰹節と昆布のあわせだし）とフランス料理のブイヨン*の違いを比較しながら、和食の特徴を学ぶ授業を実施。
(*ブイヨン＝肉と香味野菜、ブーケガルニで煮出した、フランスの「だし」)



和食会議の稲田潤専務理事による出前授業の様子



だしとブイヨンの試飲の様子

和食の情報が満載のテキスト



出前授業を受けた児童の感想

官民協働の取組② ～ Let's！和ごはんプロジェクト ～

- 「Let's！和ごはんプロジェクト」は、和食文化の保護・継承につなげていくため、和食文化のユネスコ無形文化遺産登録5周年となる2018年度に立ち上げた官民連携のプロジェクト。
- 和食にかかわる事業者と行政が一体となって、子供たちや、和食について「手間がかかり、面倒」とのイメージを有する忙しい子育て世代に、身近・手軽に健康的な「和ごはん」を食べる機会を増やしてもらう取組を実施。
- 令和元年度から11月を「和ごはん月間」と位置づけ、11月24日の「和食の日」と連携し、集中的に活動。

※ 和ごはん・・・日本の家庭で食べられてきた食事であって、（１）ごはん、汁物、おかず等若しくはその組み合わせで構成されているもの、又は、（２）だし並びに醤油及び味噌をはじめとする日本で古くから使われてきた調味料等が利用されているもの

<各企業等の取組例>

- ・和ごはんの調理が簡単にできる商品やレシピ、和ごはん調理家電の開発・販売。
- ・和ごはん総菜や弁当の開発・販売。
- ・レストランで子供向けやご当地食材のメニューの展開、社員食堂等での和ごはんフェアの実施。
- ・時短につながる和ごはん調理方法を動画等により分かりやすくWEB展開。
- ・年中行事（お正月や五節句等）や人生儀礼（お食い初め等）などと絡めた関連商品やメニューの開発・販売



<国の取組>

- ・プロジェクトの目的達成のための活動を行う企業等をプロジェクトメンバーとして登録・公表。
- ・プロジェクトメンバーが自由に商品や販促物等に使用可能なロゴマークの提供。
- ・マスコミ、SNS等を含め多様なメディアへプロジェクト・各企業等の取組の情報発信。
- ・関連イベントの開催。

プロジェクトメンバー数：192（令和6年8月末時点）

食品製造業者、流通業者、中食・外食業者のみならず、レシピや調理家電製造業者等

伝統食のデータベース化

- 地域固有の多様な食文化の保護・継承、輸出促進のため、伝統的な加工食品を17のカテゴリーに分類し、各地域で選定された伝統食（地域の食材を用い、気候・風土など地域の特性を踏まえた工夫がなされ、長年製造されてきた加工食品）の特徴、歴史やアレンジレシピ等をデータベース化し公表。
- 令和4年度は3県、令和5年度は11道府県で実施し、280品目の伝統食の情報を掲載。このうち各県5品目、合計70品目を英語版Webサイトに掲載。



➤ 伝統食の選定基準

必須項目	加工食品であること、入手ができること、地域性があること、伝統的な製法または保存技術を用いていること、歴史的性があること
推奨項目	持続性（公共性）があること、輸出可能であること

➤ 伝統食の分類

農産	穀類、豆類加工品、漬物、醤油・味噌・その他調味料、その他農産加工品
水産	乾物、塩漬け、調味加工品、練り物、くん製品、水産発酵食品、節類、海藻製品、その他水産加工品
畜産	畜産加工品
その他	菓子類、飲料

- 都道府県ごとに、地方公共団体、大学等研究機関、民間団体、民間企業、地方新聞社等の有識者を構成員とする地域検討委員会を設置。
- 地域検討委員会で選定した地域の伝統食20品目の歴史や由来、関連行事、アレンジレシピ等を調査し、データベースを作成・普及等を実施。

実施状況

R4年度 3県（60品目）	福井県、奈良県、熊本県
R5年度 11道府県（220品目）	北海道、山形県、宮城県、茨城県、山梨県、石川県、三重県、京都府、島根県、高知県、鹿児島県



郷土料理のアーカイブ化

- 地域固有の多様な食文化を保護・継承するため、令和元年度から令和3年度までの3か年で、全国47都道府県を対象に、各地域で選定された郷土料理の歴史やレシピ、郷土料理を生んだ地域の背景等をデータベース化し公表。
- さらに、和食に対する世界的な関心の高まりを踏まえ、海外に向けた和食文化の情報発信を行うため、うちの郷土料理の英語サイト「Our Regional Cuisines」を開設。



- 都道府県ごとに、地方公共団体、大学等研究機関、民間団体、教育関係者、民間企業等有識者6名程度を構成員とする「地域検討委員会」を設置。
- 地域検討委員会で選定した地域の郷土料理30品目程度の歴史や由来、関連行事、使用食材及び料理方法等を調査し、データベースを作成・普及等を実施。

実施状況

R元年度 10道府県（294品目）	北海道、山形県、石川県、茨城県、愛知県、京都府、島根県、高知県、大分県、鹿児島県
R2年度 17県（492品目）	青森県、宮城県、千葉県、山梨県、長野県、新潟県、福井県、三重県、滋賀県、奈良県、和歌山県、鳥取県、香川県、愛媛県、福岡県、熊本県、宮崎県
R3年度 20都府県（579品目）	岩手県、秋田県、福島県、栃木県、群馬県、埼玉県、東京都、神奈川県、富山県、岐阜県、静岡県、大阪府、兵庫県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、佐賀県、長崎県、沖縄県

農林水産省Webサイト

「うちの郷土料理」

https://www.maff.go.jp/j/keikaku/syokubunka/k_ryouri/index.html



「Our Regional Cuisines」

https://www.maff.go.jp/e/policies/market/k_ryouri/index.html



「SAVOR JAPAN」認定地域 (H28～R5年度)

①北海道 網走市 (鮭料理)	⑭長野県 白馬村 (そば料理)	⑳静岡県 浜松・浜名湖地域 (うなぎ)
②北海道 十勝地域 (チーズ)	⑮長野県 山ノ内町 (りんご、そば)	㉑愛知県 田原市 (あさり料理)
③青森県 十和田市 (バラ焼き)	⑯長野県 小諸市 (おにかけそば)	㉒愛知県 南知多町 (鯛料理)
④岩手県 一関市・平泉町 (もち料理)	⑰長野県 佐久地域 (鯉料理)	㉓三重県 大紀町 (松阪牛のすき焼き)
⑤宮城県 石巻地域 (ほや雑煮)	⑱長野県 伊那市 (そば、昆虫食)	㉔京都府 京都府北部地域 (丹後ばら寿司)
⑥秋田県 大館地域 (きりたんぽ)	⑲岐阜県 下呂市馬瀬地域 (鮎)	㉕京都府 森の京都地域 (かしのすき焼き)
⑦山形県 鶴岡市 (精進料理)	㉚静岡県 富士山麓・伊豆半島 地域 (わさび)	㉖京都府 京都山城地域 (宇治茶)
⑧福島県 会津若松市 (こづゆ)	㉛静岡県 大井川地域 (日本茶)	
⑨栃木県 大田原市 (しもつかれ)		
⑩埼玉県 秩父地域 (ずりあげうどん)		
⑪新潟県 十日町市 (へぎそば)		
⑫石川県 小松市 (報恩講料理)		
⑬福井県 小浜市 (へしこ)		
	㉟和歌山県 紀の川市 (フルーツ料理)	
	㊱島根県 益田市 (中世の饗応料理)	



SAVOR JAPANの
ロゴマーク



SAVOR JAPAN
by Regional Flavors

㊲岡山県 津山市 (牛肉料理)	㊳広島県 尾道市 (法楽焼き)	㊴広島県 呉市音戸地域 (牡蠣料理)
㊵徳島県 にし阿波地域 (そば米雑炊)	㊶香川県 さぬき地域 (さぬきうどん)	㊷愛媛県 八幡浜市 (柑橘とさつま汁)
㊸福岡県 八女市 (八女茶)	㊹長崎県 島原半島地域 (手延べそうめん)	㊺熊本県 阿蘇市 (あか牛・高菜漬け)
㊻大分県 国東半島地域 (だんご汁)	㊼宮崎県 高千穂郷・椎葉山 地域 (神楽料理)	

SAVOR JAPAN : 地域の食や食文化による地方へのインバウンド誘致

- 地域の郷土料理やそれを支える農林水産業、伝統文化等の魅力で、訪日外国人を誘客する農泊地域などを、農林水産大臣がSAVOR JAPAN地域として認定。
- 地域の実行組織を核に、関係者（自治体、観光協会（DMO）、宿泊施設、レストラン、農家、加工施設、工房等）が連携して、地域の食文化の歴史やストーリーにも触れることができる旅先として誘客。
- 専門家の派遣により、食体験コンテンツの掘り起こしや地域資源の観光商品化に向けた磨き上げを支援し、あわせて海外及び訪日外国人に対し効果的に訴求するために、オールジャパンによるブランド（SAVOR JAPAN）として一元的に情報発信。

＜イメージ図＞

知ってもらう、来てもらう

① 認定地域の食・食文化を「SAVOR JAPAN」ブランドとして一体的に魅力発信



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外国人の受入体制の強化

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し、インバウンドを誘致



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）