

「和食」のユネスコ無形文化遺産登録と 今後の展開

農林水産省
大臣官房政策課 食ビジョン推進室

目 次

I 「和食」のユネスコ無形文化遺産への登録

II 登録を契機とした「和食」の保護・継承の展開

I 「和食」のユネスコ無形文化遺産への登録

○ ユネスコの無形文化遺産とは

- 「無形文化遺産」とは、芸能や伝統工芸技術などの形のない文化であって、土地の歴史や生活風習などと密接に関わっているもののこと。
- ユネスコの「無形文化遺産保護条約」では、この無形文化遺産を保護し、相互に尊重する機運を高めるため、登録制度を実施。
- 2010年には、「フランスの美食術」などの食に関する無形文化遺産がはじめて登録された。

無形文化遺産の例



食に関する無形文化遺産





○ 申請から登録決定までの経緯



- 日本食文化のユネスコ無形文化遺産登録を目指し、平成24年3月に政府としてユネスコに申請書を提出（申請名称は「和食；日本人の伝統的な食文化」）。平成25年12月の政府間委員会にて登録が決定した。

2011
(H23)

フランス等の動きを見た我が国関係者の
気運の高まり

H23.3.11 東日本大震災が発生

7月～11月
申請する内容についての検討会を開催

2012
(H24)

3月
文化審議会等の審議を経てユネスコに申
請書を提出

9月
文化審議会において、「和食」をユネスコに
おける2013年審査の国内最優先審査案件
とすることを決定

2013
(H25)

補助機関※1による事前審査

12月4日
第8回政府間委員会※2(アゼルバイジャン共和国で開催)にて登録が決定

2010年秋、フランス、メキシコ、地中海（スペイン、イタリア、ギリシャ、モロッコ）の食に関する社会的慣習がユネスコ無形文化遺産として登録さ
れる。（2011年秋にはトルコも登録）

- ・フランスの美食術、メキシコの伝統料理、地中海料理、トルコのケシケキの伝統
- ・「食」が世界で初めて無形文化遺産に登録
- ・さらに韓国も「李氏朝鮮時代の宮中料理」を申請

- ・熊倉功夫（静岡文化芸術大学学長）会長をはじめ、学識経験者、日本食関係者、調理学校経営者等による検討（外務省、文化庁ほか3省庁の参加）
- ・アンケートの実施（92%が賛同）
- ・NPO等 約1,500団体の賛同

日本食文化を食事という空間の中で「自然の尊重」という精神を表現し
ている「社会的慣習（習わし）」とし、以下の特徴を整理。

- ・多様で新鮮な食材とその持ち味の尊重
- ・栄養バランスに優れた健康的な食生活
- ・自然の美しさや季節の移ろいの表現
- ・田植え等の年中行事との密接な関わり

- ・ユネスコ事務局による「各国1か年あたり審査は1件まで」という方針に
対応するもの。

※1...補助機関は、政府間委員会委員国6か国からなる評価機関

※2...政府間委員会は、締約国（2013年6月現在153か国）のうち24か国からなる委員会。第8回の同会議では 食文化関係で「和食」の他、「キムジャン：キムチの製造と分配」（韓国）、「トルココーヒーの文化と伝統」（トルコ）、「クヴェリ、古代グルジアの伝統的なワイン製造法」（グルジア）が無形文化遺産へ登録された。

○ 申請内容の検討過程

当初案:会席料理を中心とした伝統をもつ特色ある独特の日本料理

○日本料理の要素

①多様で豊富な旬の食材そのものを生かす工夫,②栄養バランスのとれた食事構成,③出汁のうま味と発酵食品,④年中行事や人生儀礼との結合

○日本料理の洗練され、凝縮された形が「会席料理」

- ・多様な料理が順番をもって提供
- ・美しい盛りつけや、多様な漆器・陶磁器による食器、幾種類もの箸との組合せにも工夫
- ・掛け軸、床の間などの調度品といった美術工芸品を選択し、しつらいいにこだわり、楽しく食べるための場、お客様のもてなしを重視

検討過程で見えてきた課題

商業主義的発展を警戒するユネスコ

- ・無形文化遺産への登録によって日本の食をビジネスとして海外に広く発信していくとの料理関係者等の思いとのギャップ

「多様な文化の尊重」という無形文化遺産の趣旨に立ち返って申請内容を検討する必要

韓国の大韓民国の「宮中料理」の登録見送り(李氏朝鮮時代の宮中料理)

- ・「宮中料理が現代の大韓民国全体のアイデンティティにどのように多大な影響を与えているのかが示されていない」(ユネスコ補助機関の勧告)
- ・現在も息づく文化として役割を果たしているかが重要な審査ポイント

多くの人にとって必ずしも日常的に馴染みのあるものではない「会席料理」を中心に据えた場合、同様に登録が見送られる可能性

日本人全員で「日本の食文化」を大切にしていくという考えを全面にして再整理

- 「食文化」は、料理だけでなく多くの分野にまたがった概念であり、その根底に流れているものとして「自然」というキーワードを抽出
- 我が国の国土は、南北に長く季節の移り変わりがはっきりしており、多様で豊かな、また、古来より時に厳しく、特に恵みをもたらす自然は畏敬すべき対象として、今日の日本人の「食」に対する考え方にも大きな影響

○ 「和食；日本人の伝統的な食文化」の内容

- 有識者の検討会で日本食文化の内容等を検討し、日本の食文化を特徴づけるキーワードとして「自然の尊重」を抽出。
- 「自然の尊重」というキーワードに基づき、その特徴がまとめられ、2012年3月に「和食；日本人の伝統的な食文化」と題してユネスコへ登録申請し、2013年12月に登録が決定された。

「和食」の登録申請概要

①多様で新鮮な食材とその持ち味の尊重

- ・明確な四季と地理的多様性により、新鮮で多様な山海の幸を使用。
- ・食材の持ち味を引き出し、引き立てる工夫。



②栄養バランスに優れた健康的な食生活

- ・米、味噌汁、魚や野菜・山菜といつたおかずなどにより食事がバランスよく構成。
- ・動物性油脂を多用せず、長寿や肥満防止に寄与。



③自然の美しさや季節の移ろいの表現

- ・料理に葉や花などをあしらい、美しく盛り付ける表現法が発達。
- ・季節にあった食器の使用や部屋のしつらえ。



④年中行事との密接な関わり

正月を始めとして、年中行事と密接に関わった食事の時間を共にすることで、家族や地域の絆を強化。



「和食；日本人の伝統的な食文化」と題し、

「自然の尊重」という日本人の精神を体現した食に関する「社会的慣習」

として提案。

Ⅱ 登録を契機とした「和食」の保護・継承の展開

○ 世界で日本の「食」が注目されている

和食ブーム

- 外国人観光客が
「訪日前に期待すること」

1位「食事」(62.5%)

出典:JNTO 訪日外客訪問時調査(2010年)

- 外国人が好きな外国料理
1位「日本料理」
(66.3%)

出典:日本貿易振興機構調査(2014年3月)

※複数回答可、回答者数に対する回答個数の割合
(自国の料理は選択肢から除外)

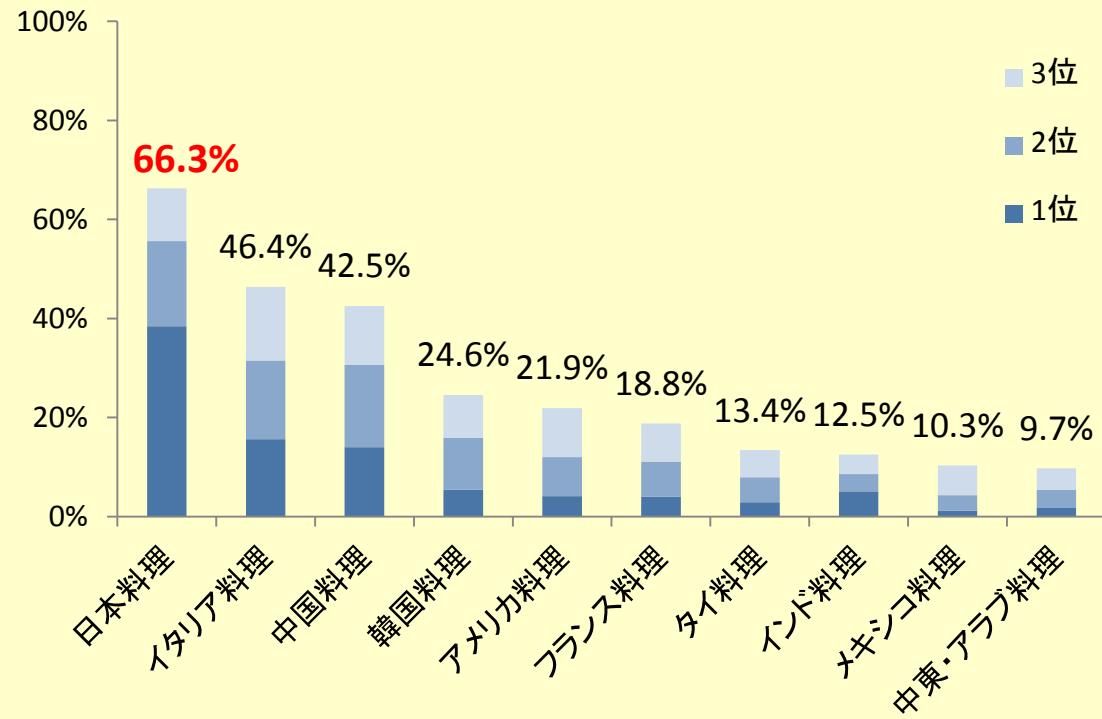
- 海外の日本食レストランの数

2006年 約2万4千店 → 2013年 約5万5千店

(外務省調べ、農林水産省推計)

好きな外国料理の1位は「日本料理」

好きな外国料理（6カ国全体結果）

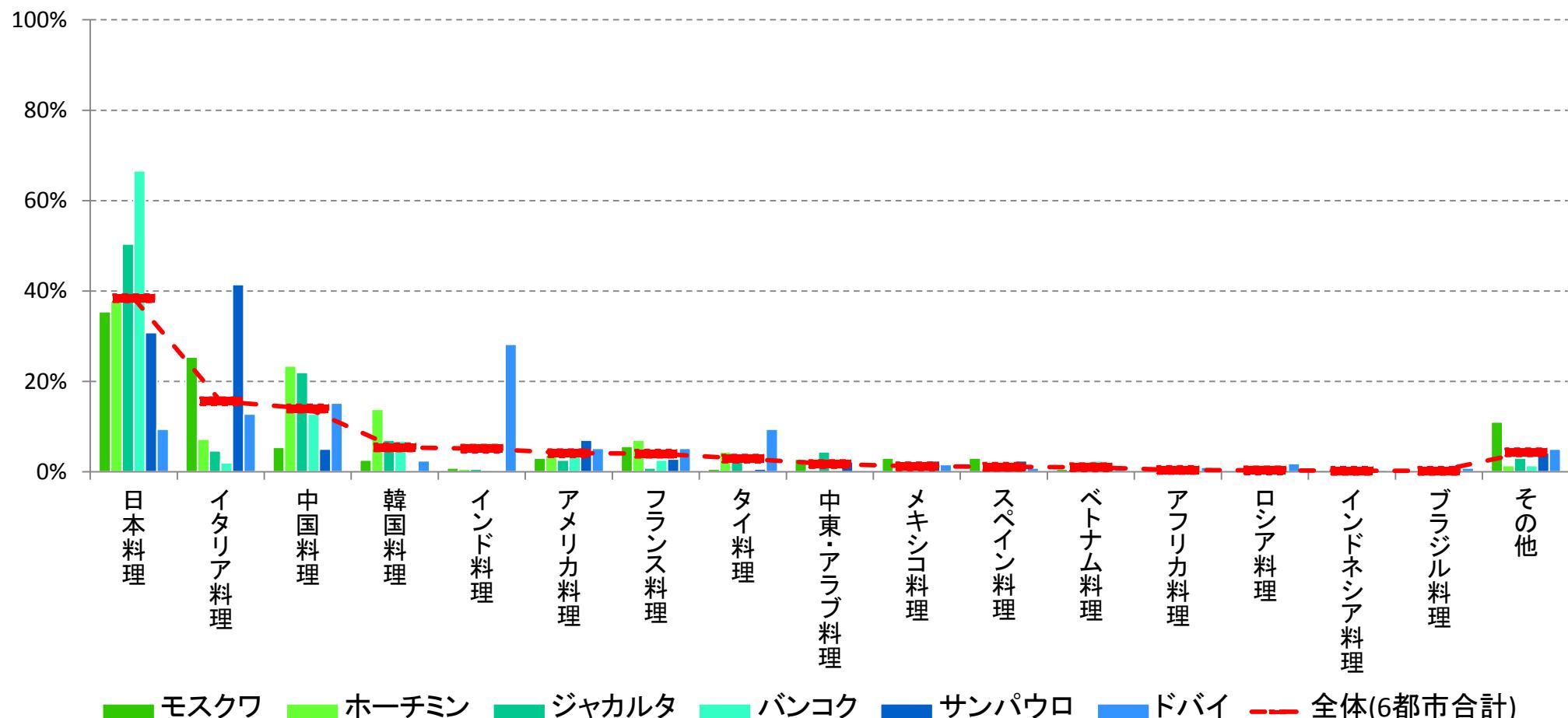


※複数回答可、回答者数に対する回答個数の割合。(自国の料理は選択肢から除外)
出典:ジェトロ「日本食品に対する海外消費者意識アンケート調査」(2014年3月)を基に作成



(参考) 都市別の「好きな外国料理」

- モスクワ、ホーチミン、ジャカルタ、バンコク、サンパウロ、ドバイの都市別のアンケート調査で、サンパウロ、ドバイを除く4都市で「好きな外国料理の1位」として「日本料理」が選ばれている。
- 4都市ではバンコク66.6%、ジャカルタ50.4%、ホーチミン37.8%、モスクワ35.4%であり、特にバンコクとジャカルタでは、「日本料理」の人気が突出している。



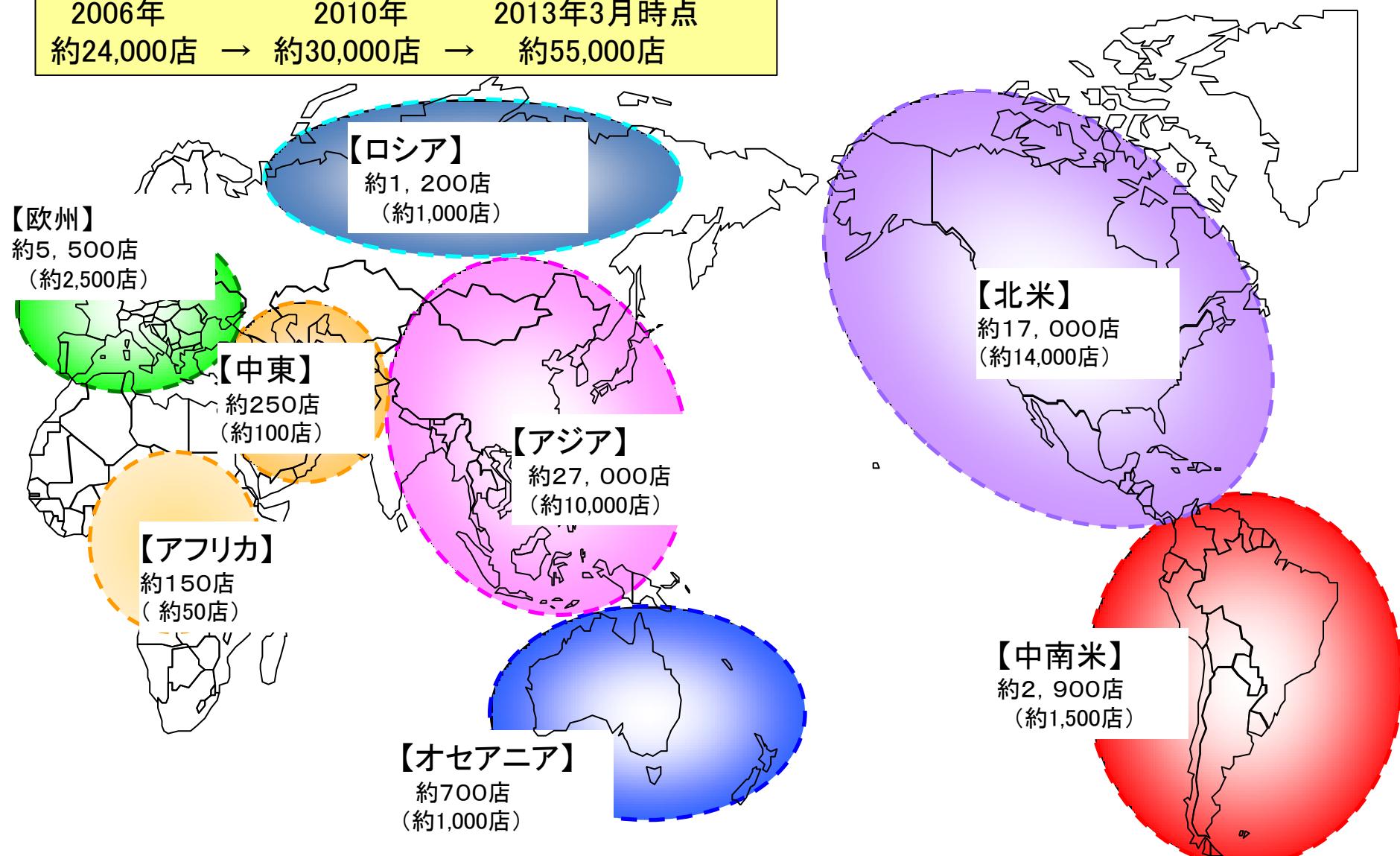
※自国の料理は選択肢から除外

出典:ジェトロ「日本食品に対する海外消費者意識アンケート調査」(2014年3月)を基に作成

○ 海外におけるいわゆる「日本食レストラン」店舗数の推移

※2013年に 外務省・在外公館の調査協力のもと、農林水産省が推計した店舗数

2006年 2010年 2013年3月時点
約24,000店 → 約30,000店 → 約55,000店



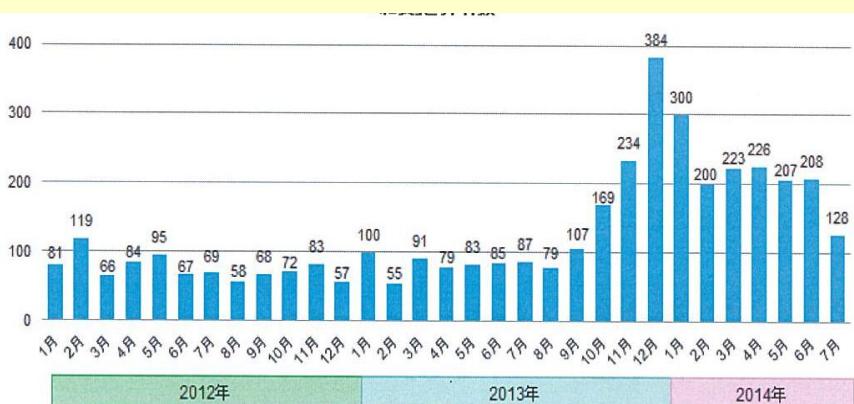
※カッコ内 … 2006年「日本食レストラン海外推奨有識者会議」資料を元に、2010年時点の情報整理のうえ掲載(農林水産省推計)

○ 国内でも高まる「和食」への関心

「和食」に関する報道が増加

日本テレコムDBより最近の月別新聞記事の「和食」のヒット件数を見ると、2013年12月にユネスコの無形文化遺産として「和食」が登録されて以降、ヒット件数が大幅に増加し、「和食」への関心度の高まりが見られる。

「和食」新聞記事ヒット件数



出典：日経テレコム（対象新聞：朝日、毎日、読売、産経、日経の朝夕刊の記事において「和食」というキーワードでのヒット・出現件数）

民間調査では国民が和食を食べる頻度が增加傾向との結果

民間のアンケート調査(リクルートライフスタイル(2015年1月14日公表)によると、この1年で和食を食べる頻度が増加した者(34.5%)が減少した者(4.9%)を大きく上回り、国民の和食を食べる頻度が増加傾向にあるとの結果も公表されている。

■この1年間における「和食」を食べる頻度の変化（3地域計／単一回答）



○ 和食会議（「和食」文化の保護・継承国民会議）について

経緯・概要

- 平成24年3月、「和食」の次世代への継承を目的として、「和食」のユネスコ無形文化遺産登録に向けた検討会の委員等が発起人となり、「日本食文化のユネスコ無形文化遺産化推進協議会」を設立。その後、平成25年7月に『「和食」文化の保護・継承国民会議』に改組。日本の食を支える食品メーカー、フードサービス、観光業などの様々な企業、そして地域の郷土料理保存会や食育団体・NPO・料理学校・学会・研究者等の食にかかわる団体・個人、地方自治体など会員(約700件)で構成される任意団体。
- 「和食」のユネスコ無形文化遺産登録に際して、「和食」の保護・継承に責任を持つ組織と位置付けられ、国内の保護・継承活動のモニタリングを行うことを主な任務としている。

会長／熊倉 功夫（静岡文化芸術大学学長）



副会長／村田 吉弘（日本料理アカデミー理事長）



江原 純子（東京家政学院大学名誉教授）



伏木 亨（京都大学大学院農学研究科教授）



今後の体制整備

安定的かつ継続的に「和食」の保護・継承活動を行うため、一般社団法人和食文化国民会議を設立(平成27年2月4日設立)し、平成27年4月に活動を開始する方向で準備中。

26年度の和食会議会員の活動例

- ・昨年の11月24日（「和食」の日）に農林水産省の事業を活用した以下の事業に参画。



『和食シンポジウム』（熊倉会長が基調講演、パネルディスカッションのパネラーとして参画）

・次世代の食文化を担う若者たちも参加して、「和食」を保護・継承していくことの大切さについて考えるシンポジウムを開催

『全国こども郷土料理サミット』（熊倉会長が審査委員長として参画）

・小学生の代表が、日本全国9ブロックにおいて、ふるさとや家庭の郷土料理をプレゼンテーションするコンクールを開催



『郷土料理の情報発信に向けたWebサイト公表』（和食会議が作成にあたりアドバイスを実施）

・各地の郷土食を地域や暦＜慣習＞等から検索でき、料理レシピや地元で食べられるお店等の情報をWEBを活用して発信

27年度予算「和食」保護・継承推進事業

- ユネスコの無形文化遺産に登録された「和食」を広く国民全体で保護・継承するためには、和食の料理人、学者等をメンバーとする「和食」文化の保護・継承国民会議(民間団体)と連携しつつ、和食志向を維持・増大させていく必要。
- このため、「和食」の専門知識を有し、発信力の高い料理人、学者等で構成される検討会を立ち上げ、同検討会の取り組む「和食」の保護・継承に向けた活動を支援。

現状と課題

- 平成25年に「和食」がユネスコの無形文化遺産に登録。
- これを契機に、「和食」の保護・継承に向けた機運を高めるとともに、需要フロンティアの拡大に繋げていく必要。
- 食の多様化等が進展する中、「和食」の存在感と活力が失われつつある状況。
- 次代を担う若者等の意見を踏まえた対応が必要。
- 「和食」の保護・継承に向けた機運を国全体で醸成するため、和食関係者と消費者を結びつける取組が必要。

「和食」文化の保護・継承 国民会議(和食会議)(※)

- ・和食の料理人、学者、企業、地域の食関連団体等から構成(会長:熊倉功夫 静岡文化芸術大学学長)
- ・「和食」の保護・継承に向けた国民運動の展開や会員の活動状況のモニタリング等の活動を展開

連携

平成27年度事業の内容

「和食」保護・継承検討会(仮称)

「和食」の専門知識を有し、発信力の高い料理人、学者等で構成される検討会を立ち上げ。検討会委員の専門知識と国民への発信力を活かし、以下の事業を実施。

○ 「和食」の国民実態調査及び保護・継承策の明確化

- ・「和食」の代表的な要素(出汁、一汁三菜、発酵調味料等)をどの程度食生活に取り入れているか等について全国的なアンケート調査により把握。
- ・全国各地で、次代を担う若者も巻き込んだ「和食」をめぐる現状や今後の保護・継承策に向けた意見交換等を実施し、「和食」の保護・継承に向けた課題や効果的な方策等について検討・明確化・発信



→ 「和食」の保護・継承に向けた効果的な方策の検討・明確化・発信等を通じ、「和食」の保護・継承に向けた国民の機運を醸成

国産農林水産物等の需要の拡大
和食資源をフル活用した地域活性化
「和食」の保護・継承に向けた国民的な機運を醸成し、
「和食」の文化的価値の確立

「和食」の次世代への継承

(※)平成27年3月末で解散。同年4月以降「一般社団法人和食文化国民会議」として活動予定。

○ 食文化・食産業のグローバル展開

和食・食文化の普及/世界の料理界で日本食材の活用推進
(Made **FROM** Japan)

日本の「食文化・食産業」
の海外展開
(Made **BY** Japan)

日本の農林水産物・食品の輸出
(Made **IN** Japan)

日本食文化海外展開・国内継承 コンソーシアム

- 日本食文化を戦略的に活用した輸出促進、海外展開を推進するための官民合同コンソーシアムの創設し、オリパラ東京大会を見据えた戦略を策定へ



■ 戰略的具体的なテーマ

◇日本食のブランド化
(戦略的トップセールス 等)

◇輸出促進・海外展開のための環境整備
(海外の日本食レストランや日本で料理を学んだ外国人料理人の活用 等)

◇日本食文化を普及する人材育成
(外国人料理人の料理人実習制度の普及 等)

◇和食国内継承・インバウンド
(地方公共団体と連携した郷土食の普及 等)



オールジャパンでの輸出体制の整備等

◇これまで…

重点国・重点品目を設定せず、事業者への輸出機会の提供が中心

産地単位で、輸出しやすく、商流が既に確立している国・地域(香港、台湾等)に、輸出が集中

現地で、産地間の過当競争や叩き売りが発生

◇これから…

オールジャパンで、重点品目を重点国・地域へ積極的に輸出

- オールジャパンの輸出戦略の司令塔として設置した「輸出戦略実行委員会」において、「農林水産物・食品の国別・品目別輸出戦略」(2013年8月公表)に基づく取組を検証するとともに、牛肉・茶・水産物等について品目別輸出団体を育成・支援

農林水産物等輸出促進全国協議会

輸出戦略実行委員会

品目部会
水産、コメ・コメ加工品、花き、青果物、牛肉、茶、林産物

テーマ別部会
物流、輸出環境課題、FSMA、ハラール、卸売市場

地方ブロック意見交換会

- 國際的に通用する規格の策定と國際規格化の推進(輸出用GAPの共通化に向けた国内関係者との意見交換の実施、HACCP等の食品に関する標準戦略の検討)

○ 日本食・食文化の普及の取組について

- 今後10年間で、340兆円から680兆円に倍増すると見込まれている世界の食市場の獲得のためには、日本食・食文化の魅力を正しく普及していくことが重要。そのため、日本食レストラン海外普及推進機構(JRO)等と協力して、日本食・食文化の普及のための取組を実施。

海外の料理学校

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) ・25年12月、デュシタニ・カレッジ(タイで最大の料理学校)で日本食講座を開設。
・25年3月に、コルドンブルー(仏)で日本食講座を実施。



海外の日本食レストラン等

海外の複数の日本食レストラン等と連携し、一般消費者に日本食・食文化の魅力を伝える料理の提供等を実施

- 例) ・上海の外食チェーンのゴールデンジャガー等、約100店舗において、手延べ素麺や鰹節を活用したメニューの提供を実施
・オランダのレストラン等の協力を得て、日本産食材を使用したメニューを提供し日本產品の「おいしさ」を訴求する



海外のトップシェフや食関連事業者等

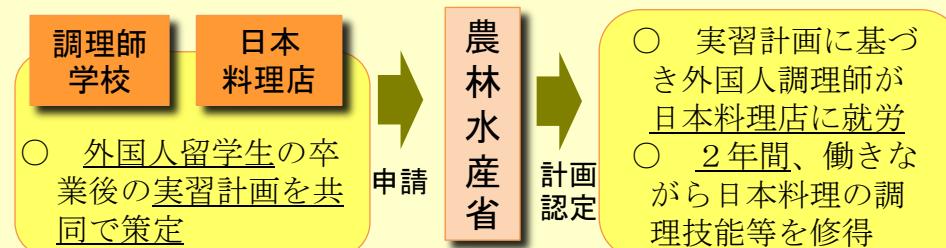
世界的トップシェフに日本食・食文化への正しい魅力を深めて貰う取組を実施

- 例) ・マスター・オブ・ワイン(ワインに関する国際的な認定資格を有する者)を日本に招聘し、酒造りや日本酒の持つ魅力を海外へ発信
・パリにおいてアラン・デュカスと連携した日本食や日本産食材のPRイベントを開催
・米国のジェームズ・ベアード財団において日本料理(懐石料理)レセプションを実施



外国人調理師の在留資格の要件緩和

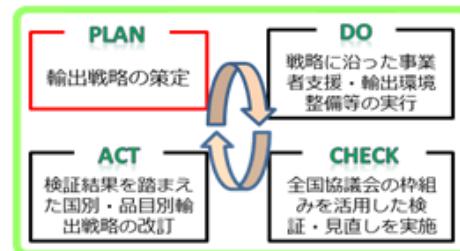
26年2月から外国人調理師が日本国内において働きながら日本料理を学べるように在留資格の要件緩和を実施



○ 2020年の目指す姿

～国別・品目別輸出戦略～

農林水産物・食品の輸出額を
2020年までに1兆円規模へ拡大



約4,500億円

水産物 1,700億円
加工食品 1,300億円
コメ・コメ加工品 130億円
林産物 120億円
花き 80億円
青果物 80億円
牛肉 50億円
茶 50億円

「食文化・食産業」の海外展開に伴う日本からの原料調達の増加など
現地での精米や外食への販売、コメ加工品（日本酒等）の重点化など
日本式構法住宅普及を通じた日本産木材の輸出など
产地間連携による供給体制整備、ジャパン・ブランドの育成など
新規市場の戦略的な開拓、年間を通じた供給の確立など
欧米での重点プロモーション、多様な部位の販売促進など
日本食・食文化の発信と合わせた売り込み、健康性のPRなど

**中間目標
7,000億円**

水産物 2,600億円
加工食品 2,300億円
コメ・コメ加工品 280億円
林産物 190億円
花き 135億円
青果物 170億円
牛肉 160億円
茶 100億円

【2016年】

EU、ロシア、東南アジア、アフリカなど

EU、ロシア、東南アジア、中国、中東、ブルジル、インドなど

台湾、豪州、EU、ロシアなど

中国、韓国など

EU、ロシア、シンガポール、カナダなど

EU、ロシア、東南アジア、中東など

EU、米国、香港、シンガポール、タイ、カナダ、UAEなど

EU、ロシア、米国など

1兆円

水産物 3,500億円
加工食品 5,000億円
コメ・コメ加工品 600億円
林産物 250億円
花き 150億円
青果物 250億円
牛肉 250億円
茶 150億円

【2020年】

○「和食；日本人の伝統的な食文化」のユネスコ無形文化遺産登録

- 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。

国内

登録決定を機に、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。

= 継続的なPRによる関心の維持、
食育等による保護・継承

予算事業

- 日本食・食文化魅力発信プロジェクト(2,658百万円の内数、H26新規)
- 地域における日本型食生活等の普及促進(消費・安全対策交付金で実施 352百万円、H26継続)等



【「和食；日本人の伝統的な食文化」とは】

- 「自然の尊重」という日本人の精神を体現した食に関する社会的慣習

- 【内容】
- ①新鮮で多様な食材とその持ち味の尊重
 - ②栄養バランスに優れた健康的な食生活
 - ③自然の美しさや季節の移ろいの表現
 - ④正月行事などの年中行事との密接な関わり

世界



[2020]

オリンピック・パラリンピック
東京大会



[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」登録決定

予算事業

【ユネスコ無形文化遺産とは】

- 「無形文化遺産」とは、芸能や伝統工芸技術などの形のない文化であって、土地の歴史や生活風習などと密接に関わっているもののこと。
- ユネスコの「無形文化遺産保護条約」では、この無形文化遺産を保護し、相互に尊重する機運を高めるため、登録制度を実施。

日本及び日本食への注目の高まり

=海外への食文化発信等の絶好の機会

- 日本食・食文化魅力発信プロジェクト(2,658百万円の内数、H26新規)
- ミラノ国際博覧会政府出展委託事業(1,100百万円、H26継続)

○ 2015年ミラノ国際博覧会の開催について

- ミラノ万博は、2015年5月から半年間「地球に食料を、生命にエネルギーを」をテーマに開催される大規模な博覧会
- 農林水産省及び経済産業省を幹事省、国土交通省を副幹事省とし、ジェトロを参加機関とした体制を整備
- 日本の農林水産業や食を取り巻く様々な取組み、日本食、日本食文化に詰め込まれた様々な知恵や技が、人類共通の課題解決に貢献していくことをテーマに準備中

<日本館の概要>



万博日本館のマーク

〔祝い箸をモチーフにし、
EXPOの「E」を形作っている〕

日本館のテーマ

Harmonious Diversity

-共存する多様性-

建築 多様性のうつわ

日本古来からの知恵と技を現代の日本の最先端技術を用いて応用し、伝統と革新が共存する木材等を活用した日本館を建築する。

展示 食生活と農業生産の多様性

自然と共生する「農林水産業」をベースに、深遠な知恵と技とが凝縮された日本の「食」と「食文化」が、持続可能な未来社会を切り拓くことをアピール。

レストラン Feel the Japanese Passion

展示の理解を共感に変えるため、だし等の日本の優れた食を体験できる場として展開。(高級日本食レストランとフードコートを設置)

催事 多くの方々が参加・発信できる行催事の展開

日本食や食文化の多様性を世界へアピールするため、地方公共団体や団体の参画を公募。現在36の団体(24の地方公共団体、12の団体)が参画表明

2020年オリンピック・パラリンピック東京大会 我が国の農林水産物・食文化による 「おもてなし」の提案

和食で

○ 和食で日本の文化を味わってもらう

- ・2013年にユネスコ無形文化遺産に登録された和食の魅力を最大限に発信
- ・国産・地域食材を積極的に使用している飲食店の紹介
- ・外国人ニーズに対応したメニュー開発と飲食店の紹介
- ・飲食店における多言語表記化の推進
- ・国際空港等での和食の魅力発信強化
- ・近隣市場を活用した和食の提供・発信
- ・ホテル等と連携した和食・食文化発信イベントの開催



農山漁村で

○ 農山漁村で日本の文化を感じてもらう

- ・外国語、習慣、宗教等にも対応できる農家民宿等の受入体制の構築
- ・農山漁村の魅力を満喫できる体験プログラムの構築（郷土料理、収穫体験、森林レクリエーション等）
- ・外国人旅行者への農家民宿や体験プログラムに関する情報発信体制の構築



和の空間で

○ 木づかいで東北の復興と日本らしさを発信

- ・木材利用で環境に配慮した大会運営を印象づけ
- ・大会施設や選手村等の木造化、内装木質化
- ・木製表彰台、木製椅子の整備等
- ・CLT（直交集成板）等先端的な木材製品技術の活用

CLTを活用した建築物



○ 国産畳等の活用で日本らしい大会を演出

- ・日本文化を体感できる「和の空間」の設置
- ・茶道、華道等の体験等も実施
- ・入場先導、メダル授与補助等で和装（純国産絹製品の着物着用）女性の活用
- ・いぐさの柔道畠復活でレガシーの継承に貢献



花で

○ 世界最高水準の日本の花で日本らしさを演出

- ・主要都市の空港・駅・公共施設におもてなしの花を設置
- ・マラソンの沿道、表彰台、選手村の食堂等を花で演出
- ・日本大会を印象づけるビクトリーブーケの企画・開発
- ・提供体制整備



地球に優しく

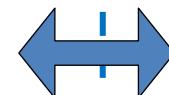
○ 「もったいない」精神で環境五輪を印象づけ

- ・食品ロスを削減する「もったいない」運動の展開
- ・選手村の食堂等の食器等にバイオプラスチック製品を活用



水際対応

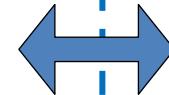
円滑な出入国手続きの実施



動・植物輸出入検査体制の強化

輸出入禁止品の広報
〔円滑な出入国〕の実現

輸出入検疫体制の整備



海外からのオリパラ関係者・マスコミ・観光客

馬術競技出場馬