輸出EXPO

日本食の魅力と今後の展開方向

令和７年７月１０日

農林水産省

大臣官房 新事業・食品産業部
外食・食文化課　食文化室

目　次

１．はじめに ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2

２．日本食の魅力とは ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 8

３．世界に広がる日本食 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 13

４．訪日外国人旅行者に人気の和食･日本食の特徴 ・・・・・・ 17

５．日本食ビジネスの可能性 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 26

６．今後の展開方向 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 32

７．むすびに ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 38

１．はじめに

世界が注目する日本食

○　繊細な味わいと美しい盛り付け。日本食は、文化と健康を融合させた食体験として、世界中の人々を魅了し続けている。

「一汁三菜」を基本とした食事スタイル

出典：農林水産省「和食の流儀」

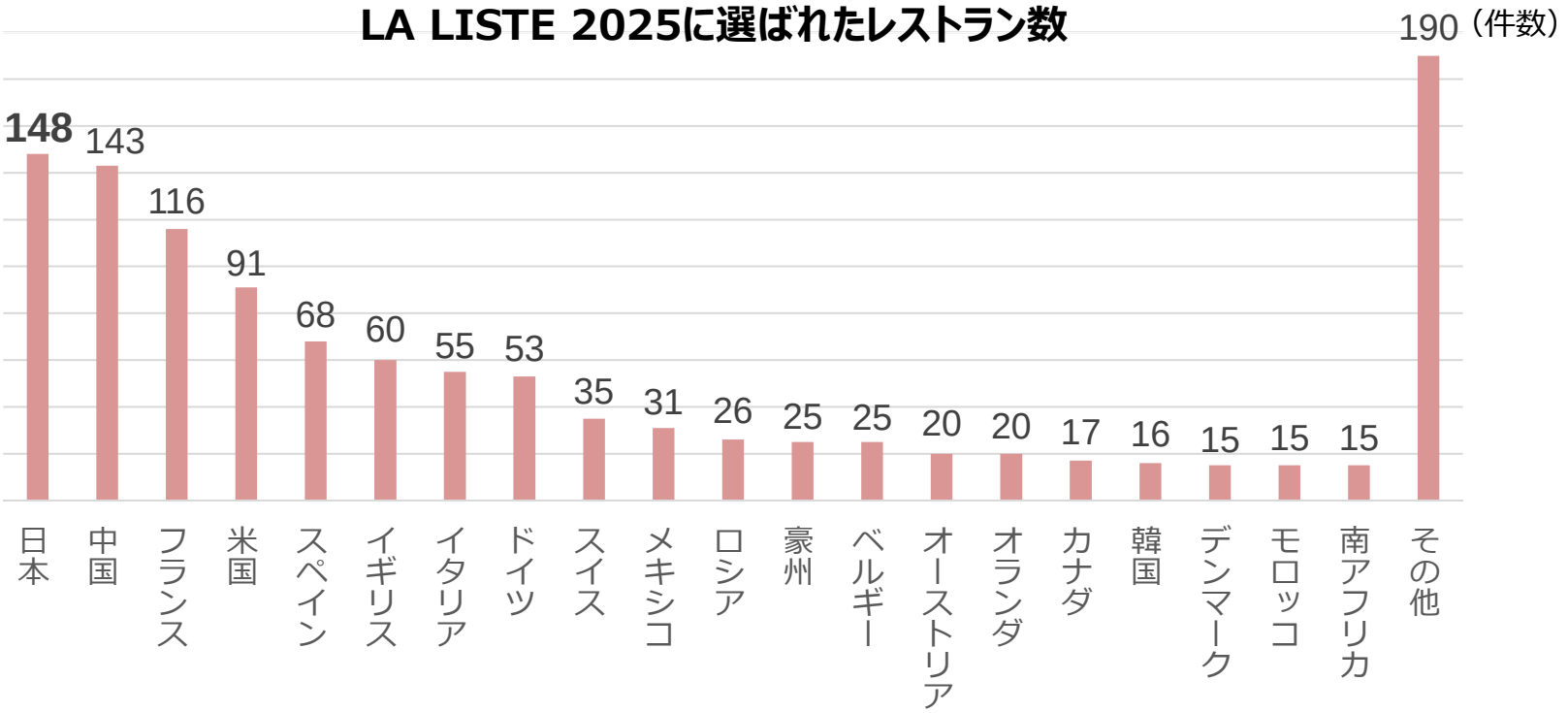
日本食を楽しむ訪日外国人観光客

出典：農林水産省

日本食の人気①

○　世界中のレストラン1,000店を点数で評価して紹介する「ラ・リスト（LA LISTE）」において、日本のレストランが最も多く選出。

○　そのうち約2/3が日本食（懐石、寿司、天ぷら、郷土料理、ふぐ、すき焼き）となっている。

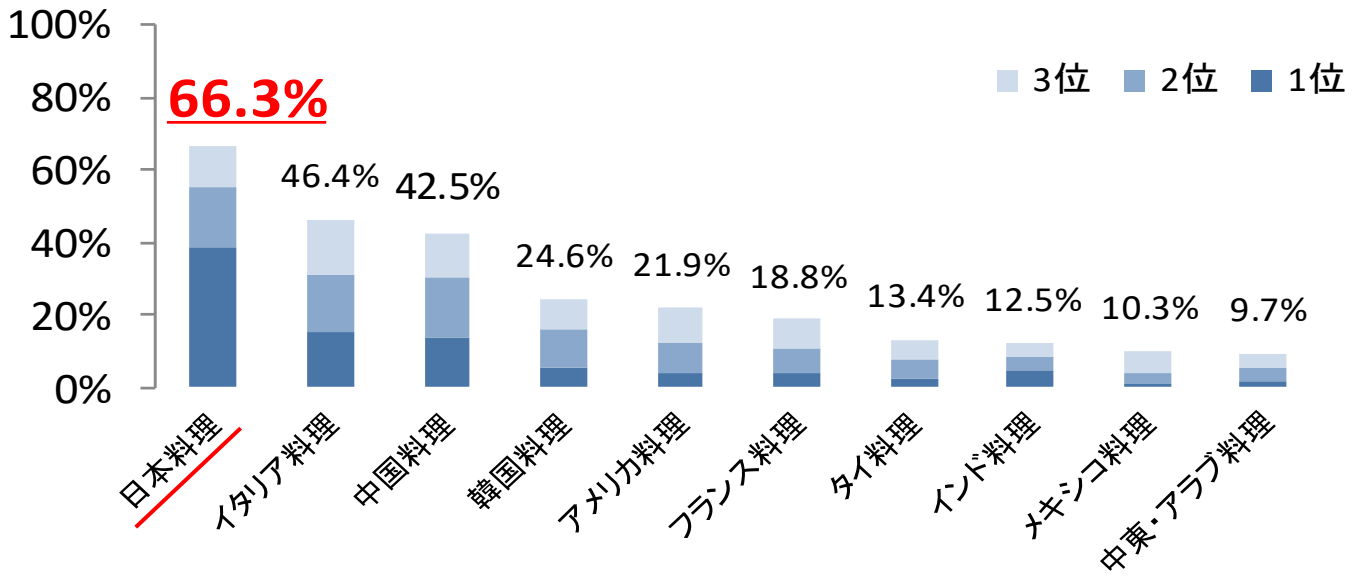


LA LISTEとは・・・
「ラ・リスト」は、各種レストランガイドや新聞、トリップアドバイザー（TripAdvisor）などのウェブサイトの評価を総合して採点。アルゴリズムに基づき、より透明性の高い採点方法を使用。世界最高とされるレストラン1,000店を選定。
ウェブサイト：https://www.laliste.com/ja/

日本食の人気②

○　独立行政法人日本貿易振興機構（JETRO）の調査によれば、海外消費者の好きな外国料理は、「日本料理」が第１位となっている。

好きな外国料理（６都市全体結果）



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）を基に農林水産省作成

・調査期間：2013年12月4日～2013年12月13日
・調査手法：海外インターネット調査
・調査対象：ロシア、ベトナム、インドネシア、タイ、ブラジル、アラブ首長国連邦在住の10代～50代の消費者計3,000人。
※在留邦人を除く。

訪日外国人による日本の「食」への期待・関心の高まり

○　日本の「食」は最大の来日動機となっており、これまで典型的であった寿司や天ぷら等のみならず、ラーメン、カレー、焼肉やおにぎりなどにも人気が広がっている。

○　地域産品で「おもてなし」をする地方のオーベルジュには、交通難の地域であるにもかかわらず、訪日外国人がそのためだけにやってくることも多い。

おにぎり

出典：農林水産省「aff（あふ）」（2020年11月号 ）

農泊を楽しむ訪日外国人

出所：遠野市の遠野ふるさと体験協議会

ユネスコ無形文化遺産に登録された「和食」

○　2013年12月4日、ユネスコ無形文化遺産に「和食」の登録が決定。

○　農林水産省では、和食のユネスコ無形文化遺産への登録以降、和食の保護・継承及び食文化の海外への普及を推進。

ユネスコ無形文化遺産の認定書授与式
（2014年11月9日）

出典：一般社団法人和食文化国民会議

ユネスコ無形文化遺産の認定書

出所：農林水産省

２．日本食の魅力とは

健康的な食生活を支える栄養バランス

○　日本の食事スタイルは理想的な栄養バランスと言われている。

○　日本食は、「だし」を使うことによって、動物性油脂の少ない食生活を実現しており、日本人の長寿や肥満防止に役立っている。

「一汁三菜」を基本とした食事スタイル

出典：一般社団法人和食文化国民会議

和食の味の要となる「だし」

出典：農林水産省「和食の流儀」

多様で新鮮な食材とその持ち味の尊重

○　日本の国土は南北に長く、海、山、里と表情豊かな自然が広がっているため、各地で地域に根差した多様な食材が用いられている。

○　素材の味わいを活かす調理技術・調理道具が発達している。

多様で新鮮な食材
（「山の幸」と「海の幸」）

出典：農林水産省「おいしい和食のはなし」

素材の持ち味を引き出す包丁技術
（薄刃包丁による桂剝き）

出典：農林水産省「和食の流儀」

自然の美しさや季節の移ろいの表現

○　食事の場で、自然の美しさや四季の移ろいを表現することも日本食の特徴の一つ。

○　季節の花や葉などで料理を飾りつけたり、季節に合った調度品や器を利用したりして、季節感を楽しむ。

季節の移り変わりの表現
（秋鮭の彩あんかけ）

出典：農林水産省「おいしい和食のはなし」

四季の器

出典：農林水産省「和食の流儀」

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ている。

○　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化。

お正月に食べる「おせち料理」

出典：農林水産省「おいしい和食のはなし」

ひな祭りに用意する「菱餅」

出典：農林水産省「おいしい和食のはなし」

伝統的な加工食品と郷土料理

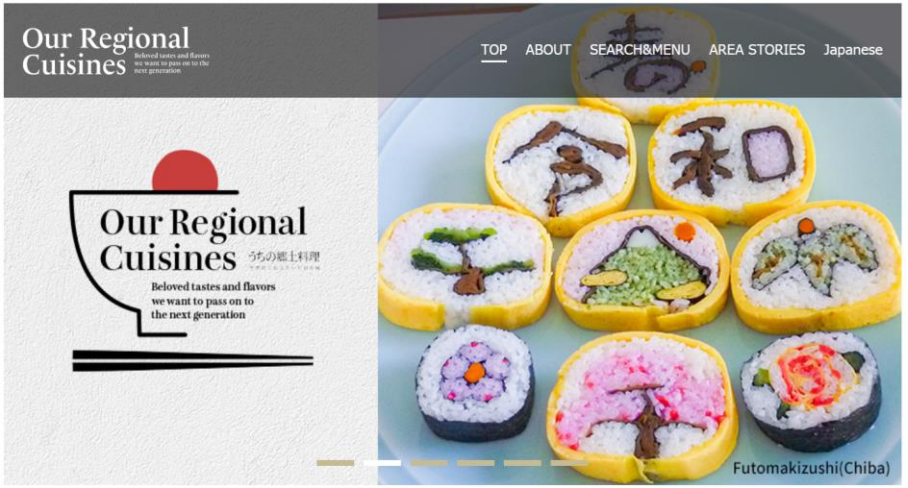
○　日本には、全国各地で古くから存在している食材を基に、長年製造されてきた加工食品がある。農林水産省では、英語サイト「Traditional Foods in Japan」を開設。

○　昔から地域で採れる旬の新鮮な食材を使用し、気候風土に適した調理方法で作られ、食べられてきた郷土料理がある。農林水産省では、英語サイト「Our Regional Cuisines」を開設。

「Traditional Foods in Japan」

出典：農林水産省「Traditional Foods in Japan」」

「Our Regional Cuisines」



出典：農林水産省「Our Regional Cuisines」

３．世界に広がる日本食

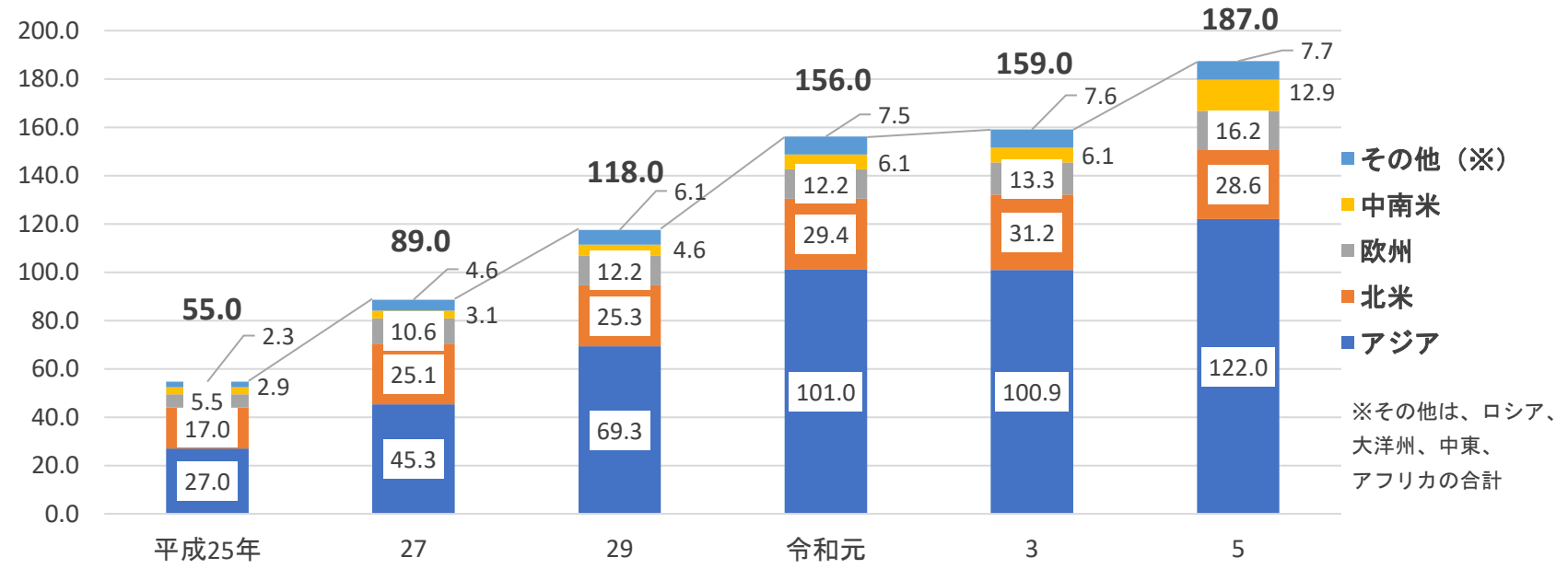
海外における日本食レストランの拡大

○　2023年の海外における日本食レストランは、2021年の約15.9万店から約2割増の約18.7万店。

○　地域別増減は、アジア約2.1万店増、中南米約0.7万店増、欧州約0.3万店増／北米約0.3万店減。

海外における日本食レストランの概数の推移

（単位：千店）



出所：外務省調べに基づき、農林水産省において集計。

海外で人気の日本産食品

○　日本貿易振興機構（JETRO）の調査によれば、米国では、寿司、ラーメン、抹茶といった食品のほか、より多様な日本食に対して興味を持っている。

○　近年では、ホタテ、ハマチ、海苔などの水産物や、柚子、スダチ、カボスなど日本ならではの柑橘類も注目を集めている。また、甘酒や納豆などの発酵食品も受け入れられつつある。

ホタテ

出典：農林水産省「aff（あふ）」（2022年2月号 ）

柚子

出典：農林水産省「aff（あふ）」（2017年1月号 ）

甘酒

出典：農林水産省「aff（あふ）」（2018年12月号 ）

海外で現地料理にアレンジされた日本食

○　米国では、アボカド、キュウリ、カニカマなどを巻いた創作寿司「カリフォルニア・ロール」を提供。

○　フランスでは、サーモンやクリームチーズ、生ハム、アボカドなど、パリならではの具材や味付けが施された「パリおにぎり」を提供。

○　タイでは、日本のすき焼きからヒントを得て名付けられたとされる鍋料理「タイスキ」を提供。

カリフォルニア・ロール

出所：株式会社エブリー「デリッシュキッチン」

パリおにぎり

出所：株式会社エブリー「デリッシュキッチン」

タイスキ

出所：株式会社プレナス「MK RESTAURANTS」

４．訪日外国人旅行者に人気の和食･日本食の特徴

寿司

○　海外で広く認知されている寿司は、ご飯と魚を手で握る「江戸前の握り寿司」。

○　酢飯が寿司の味の決め手となる。ネタ（魚）とシャリ（酢飯）のバランスが大切となるほか、シャリの握り方やネタの切り方も重要。

シャリが少なめの洗練された握り（マグロの霜降り）

出典：農林水産省「和食の流儀」

寿司の盛り合わせ（宮城県石巻地域）

出典：SAVOR JAPAN推進協議会WEBサイト「Explore Regional Flavors」

鰻

○　「鰻」の蒲焼は、長身の鰻をさばいてからたれをつけて焼いた料理。蒲焼は白飯の上にのせたお重か丼で食べるのが一般的。

○　夏バテ防止の料理として、日本では根強い人気がある。ふっくら柔らかな舌触りが特徴。

ご飯の上に蒲焼をのせた「鰻重」

出典：農林水産省「和食の流儀」

醤油とみりんのたれをつけて炭火で焼き上げ

出典：農林水産省「和食の流儀」

カレー

○ 「カレー」は、季節を問わず、一年を通して老若男女に人気がある定番の料理。

○ 肉、人参、玉ねぎ、じゃがいもなどを炒め、カレー粉などを入れて弱火で煮込み、味をととのえた上で、ご飯にかけて食すのが一般的。

よこすか海軍カレー（神奈川県）

出典：農林水産省「うちの郷土料理」

スパイスきわだつスープカレー

出典：農林水産省「aff（あふ）」
（2021年６月号 ）

蕎麦

○ 「蕎麦」は、ソバの種の胚乳を粉にし、水で延ばし、麺にする。職人の手技が香り、色、味、喉ごしのよさを決める。

○ 食べ方は大別すると、濃い醤油味のつゆに浸して食べる「盛り蕎麦」と、醤油味の汁をかける「かけ蕎麦」がある。

盛り蕎麦

出典：農林水産省「和食の流儀」

手打ちそば（長野県）

出典：農林水産省「うちの郷土料理」

ラーメン

○ 「ラーメン」は中国の麺料理をルーツに持つスープ、麺、具が三位一体となった料理。

○ 職人たちが強いこだわりを持ち、創意工夫を重ね、スープは地域や店により多種多様化。麺を含めたラーメン自体も、北から南までさまざまな種類が生まれ、「ご当地ラーメン」が主流になっている。

醤油ラーメン

出典：農林水産省「aff（あふ）」（2024年12月号 ）

塩ラーメン

出典：農林水産省「aff（あふ）」（2024年12月号 ）

豚骨ラーメン

出典：農林水産省「aff（あふ）」（2024年12月号 ）

和牛料理

○ 「和牛」は、肉の柔らかさと焼いたときの香りのよさで知られている。上等の和牛は、肉と肉の間に入っているサシ（脂）のバランスがよく、ステーキの分厚さでも、すっと噛み切れるほど柔らかい。

○ 牛肉の味を決めるのは水と餌によるところが大きい。日本では牛に飲ませる良質な水が豊富にあり、餌は改良を重ねて質が向上している。

最高級の和牛

出典：農林水産省「和食の流儀」

山形牛のステーキ

出典：農林水産省「和食の流儀」

天ぷら

○ 「天ぷら」は、薄力粉に水と卵を混ぜた衣に魚や野菜をつけて油で揚げた料理。

○ 江戸前の新鮮な魚介類をごま油を使って、揚げたての熱々を次々と食すのが特色。

エビの天ぷら

出典：農林水産省「和食の流儀」

千切りした人参の天ぷら

出典：農林水産省「和食の流儀」

抹茶スイーツ

○ 「抹茶スイーツ」は、抹茶特有の風味とほのかな苦みも楽しめる人気のスイーツ。

○ 鮮やかな若草色とふくよかな香り、濃厚でほろ苦い味わいが魅力。抹茶そのものの豊かな風味が手軽に楽しめる。

抹茶塩杏仁

出典：農林水産省「aff（あふ）」
（2025年３月号 ）

抹茶トースト

出典：農林水産省「aff（あふ）」
（2025年３月号 ）

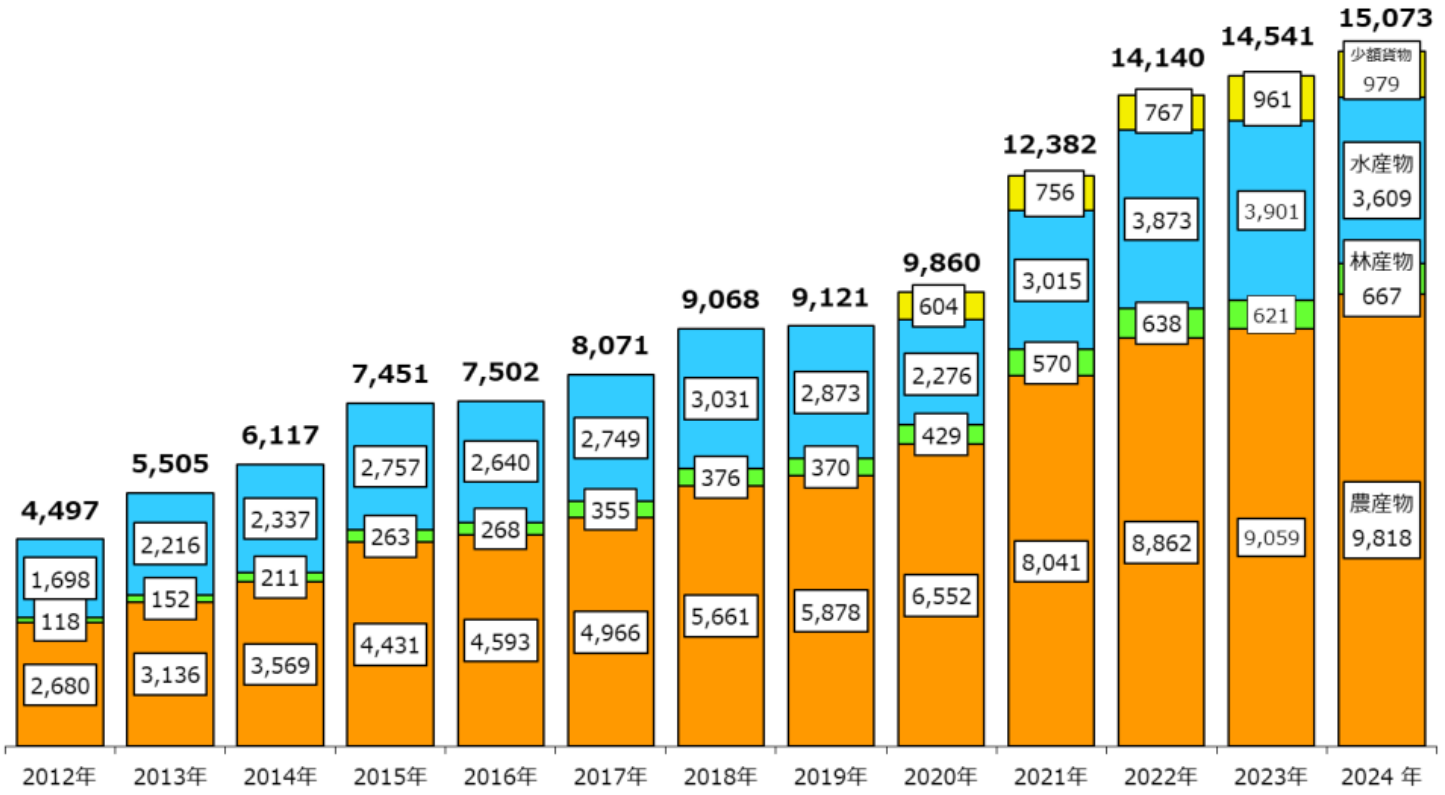
５．日本食ビジネスの可能性

農林水産物・食品の輸出拡大

○　2024年の農林水産物・食品の輸出額は、前年に比べ3.7%増加し1兆5,073億円となり、過去最高を更新。

○　国・地域別では、米国向けが最も多く、次いで香港、台湾、中国、韓国の順となっている。

農林水産物・食品の輸出額



資料：財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

フラッグシップ輸出産地の形成

○　農林水産省では、輸出先国・地域のニーズや規制に対応した農林水産物を求められる量で継続的に輸出する産地の形成を支援。

京都府農林水産物・加工食品輸出促進協議会
宇治茶部会

出所：京都府農林水産物・加工食品輸出促進協議会
宇治茶部会

かとり農業協同組合（千葉県）

出所：かとり農業協同組合

和食のサステナブルな側面への関心増大

○　和食は、「自然の尊重」という精神に則った日本人の食慣習。地場産の旬の食材を活かし、無駄なく使い切る調理法や献立の工夫は、持続可能な食の在り方を体現。

○　伝統的な発酵食品や野菜・魚介を中心とした献立は、環境負荷を抑えつつ、健康面にも配慮したバランスの取れた食習慣として、世界から注目されている。

地場産の新鮮な農産物を購入できる「直売所」

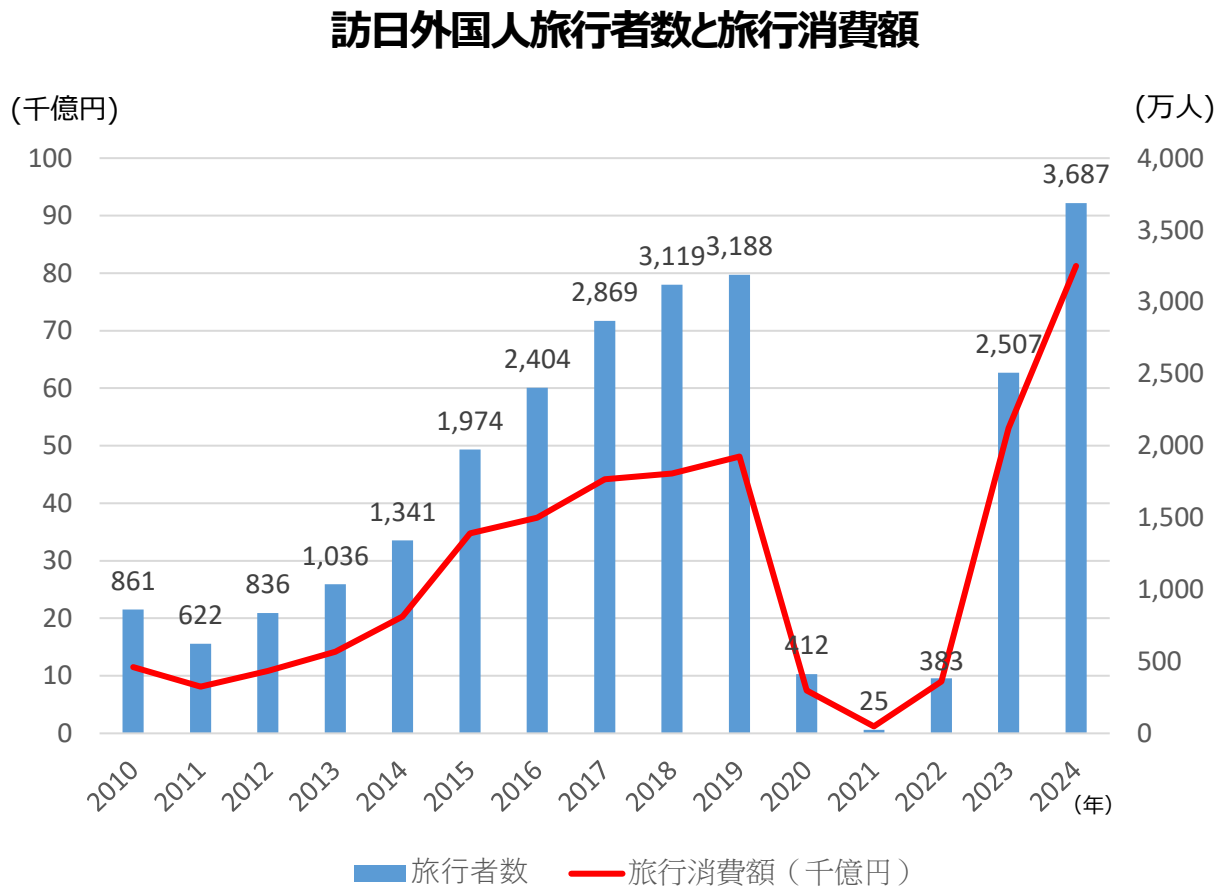
出典：ＪＡ福井県「喜ね舎愛菜館」

発酵食品や野菜・魚介を中心とした献立

出典：農林水産省「和食ガイドブック」

インバウンドによる食関連消費の拡大

○　2024年度の訪日外国人旅行者数（推計）と消費額は、コロナ禍を経て、インバウンド需要が回復し、それぞれ3,687万人、８兆1,257億円となっている。



出典：観光庁及び日本政府観光局（JNTO）資料を基に作成

SAVOR JAPAN（セイバー　ジャパン）：地域の食や食文化による地方へのインバウンド誘致①

○　農林水産省では、地域の食と、それを生み出す農林水産業を核として、訪日外国人の誘致を図る地域の取組を「SAVOR JAPAN」として認定する制度を実施。

○　平成28年度の創設以降、令和７年３月時点で43地域が認定。

SAVOR JAPANに認定された大館地域（秋田県）の事例

SAVOR JAPANの認定ロゴマーク

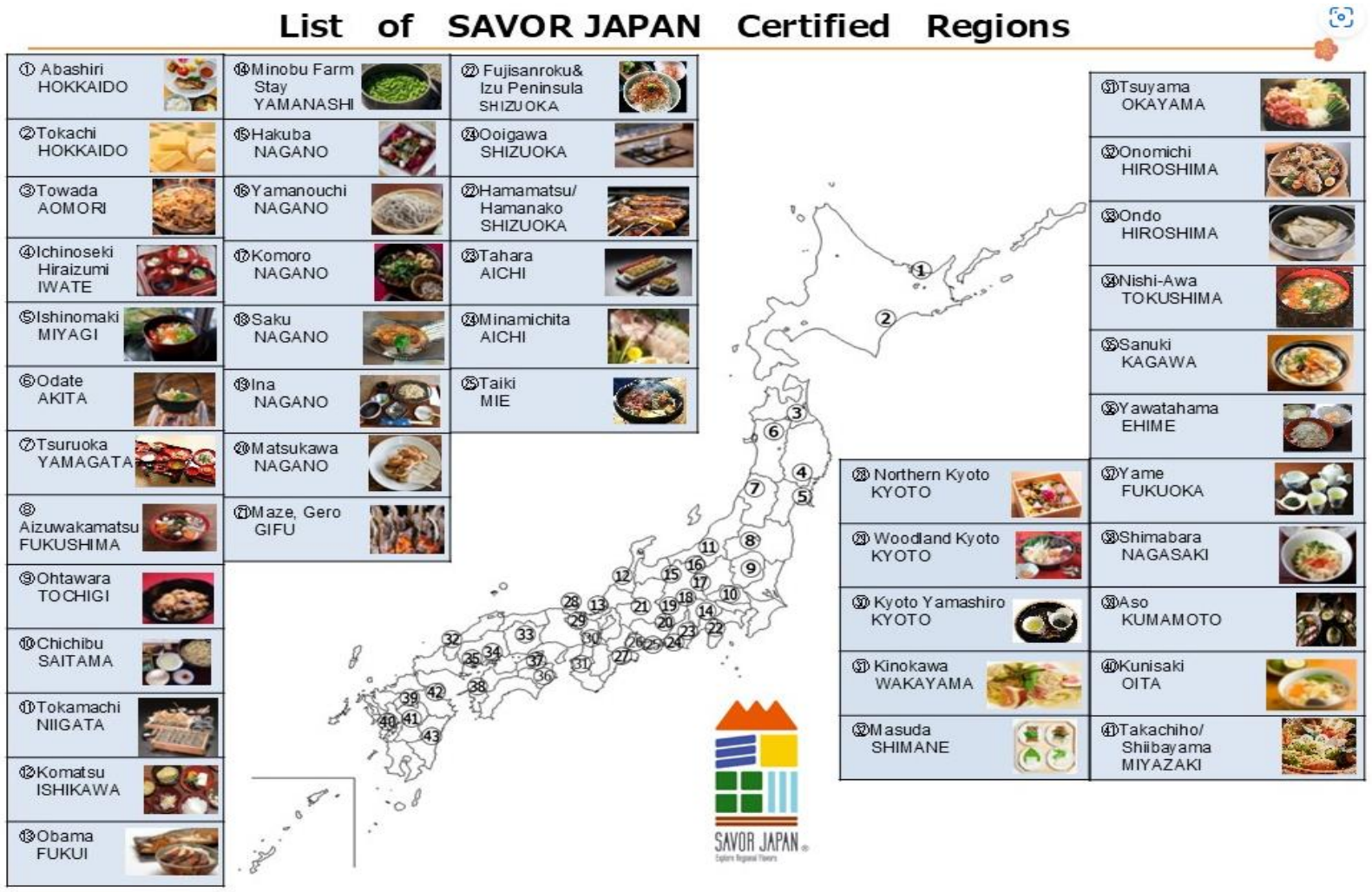
SAVOR JAPAN®
Explore Regional Flavors

日本の農山漁村の豊かな自然をテーマに、それぞれの土地に生まれた食文化や、美しい日本の神髄を体感していただきたいという願いをこめている。モチーフは「山」、「海」、「田」、「畑」、「川」、「箸」。

出典：農林水産省「SAVOR JAPANガイドブック」

SAVOR JAPAN（セイバー　ジャパン）：地域の食や食文化による地方へのインバウンド誘致②

○　農林水産省では、英語サイト「SAVOR JAPAN~Explore Regional Flavors~」で43認定地域の魅力を紹介。



出典：農林水産省「SAVOR JAPAN～Explore Regional Flavors～」

６．今後の展開方向

日本食×ヴィーガン

○　肉や魚、卵、乳製品などの動物性食品を食べない「ヴィーガン」に関心を持つ者が、世界的に増加している。

○　肉や魚介類を避け、野菜や豆類を中心とした食事である「精進料理」は、多様な文化的背景を持つ外国人観光客にも受け入れられやすい日本食として注目を集めている。

※　ヴィーガンは、肉や魚、卵、乳製品だけでなく、はちみつや、動物性由来の出汁、動物性の成分を含む調味料も避ける。醤油等の調味料には動物性素材が含まれる場合があり、厳密にヴィーガン対応といえるかどうかは慎重に確認が必要。

精進料理

出典：農林水産省「和食の流儀」

ごま豆腐（和歌山県）

出典：農林水産省「うちの郷土料理」

日本食×デジタル

○　若者を中心に、交流サイト（SNS）や動画投稿サイトの利用時間が大幅に増加する中、レシピ動画を利用した料理づくりも増加している。

○　日本食の持つポジティブなイメージや、日本食を作ることの楽しさなどを伝えるSNS 発信や動画投稿などが注目を集めている。

日本食の作り方が簡単にわかる「料理レシピ動画」

出所：株式会社エブリー「デリッシュキッチン」

日本食×ガストロノミーツーリズム

○　訪日外国人旅行者は、日本の食や食文化に対して高い関心を有しており、実際に日本を訪れて「本場の日本食」を体験したいといったニーズが高まっている。

○　地域の食資源を活用して魅力的なガストロノミーツーリズムのコンテンツを造成し、インバウンドの地方誘客を促進する取組が進展。

※　ガストロノミーツーリズムとは、その土地の気候風土が生んだ食材・習慣・伝統・歴史などによって育まれた食を楽しみ、食文化に触れることを目的としたツーリズム。

鶴岡ガストロノミーツーリズム

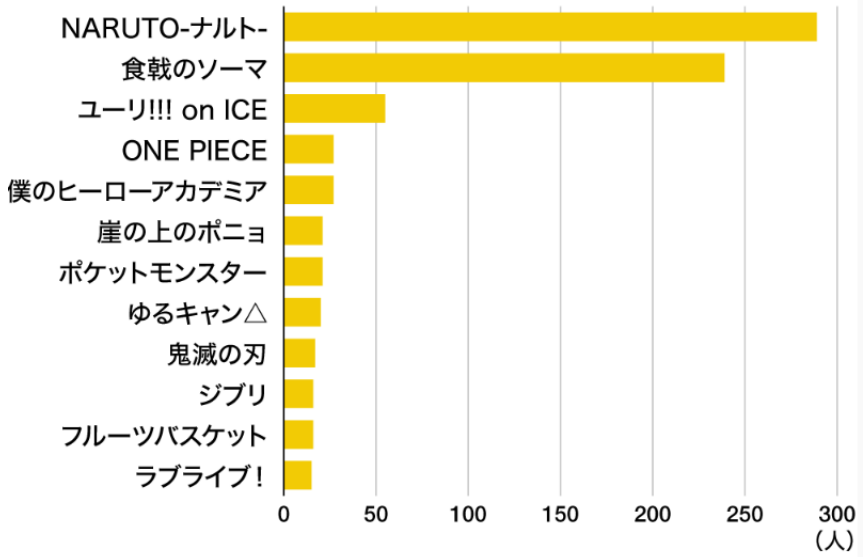
出典：一般社団法人DEGAM鶴岡ツーリズムビューロー「つるおか観光ナビ」

日本食×カルチャー

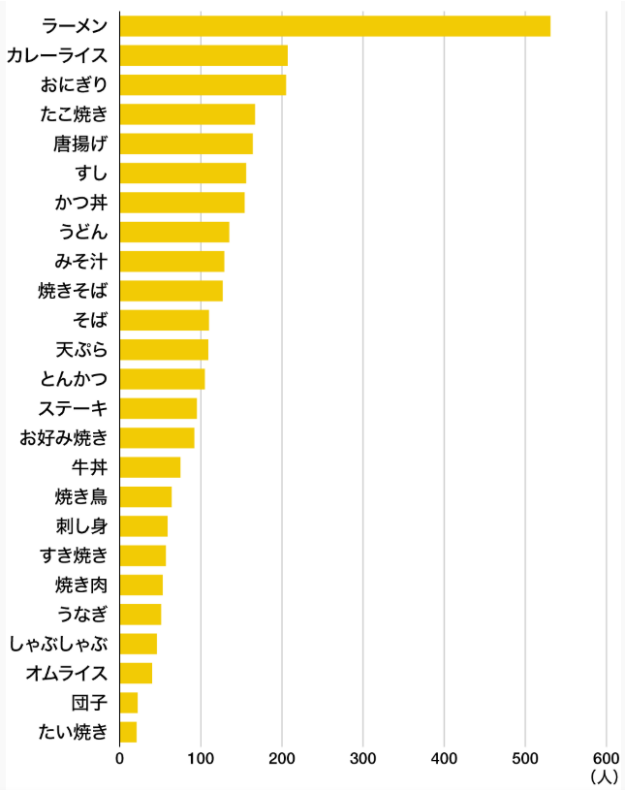
○　日本のアニメやマンガが、海外で一般的な多くの若者を惹きつけるなど、世界中の人々の日本食への興味を喚起する「入口」として、コンテンツは非常に大きな役割を果たしている。

○　アニメ等の魅力を活用して、海外展開を推進することが期待。

日本食体験のきっかけとなったアニメ



アニメがきっかけとなって食べた日本食



出典：日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）「アンケート調査」（2023年12月～2024年1月）

日本食×EXPO

○　2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）の機会を捉え、日本の食文化の振興を図るため、日本の食文化を代表する料理や日本産酒類等に触れる機会を提供。

○　万博会場内においては、多彩な食文化を体験できる外食パビリオンや、特色ある設備を備えた外食店舗なども注目を集めている。

ORA外食パビリオン「宴～UTAGE～」

出典：一般社団法人大阪外食産業協会

約135mの回転ベルトを備えた店舗

出典：くら寿司株式会社

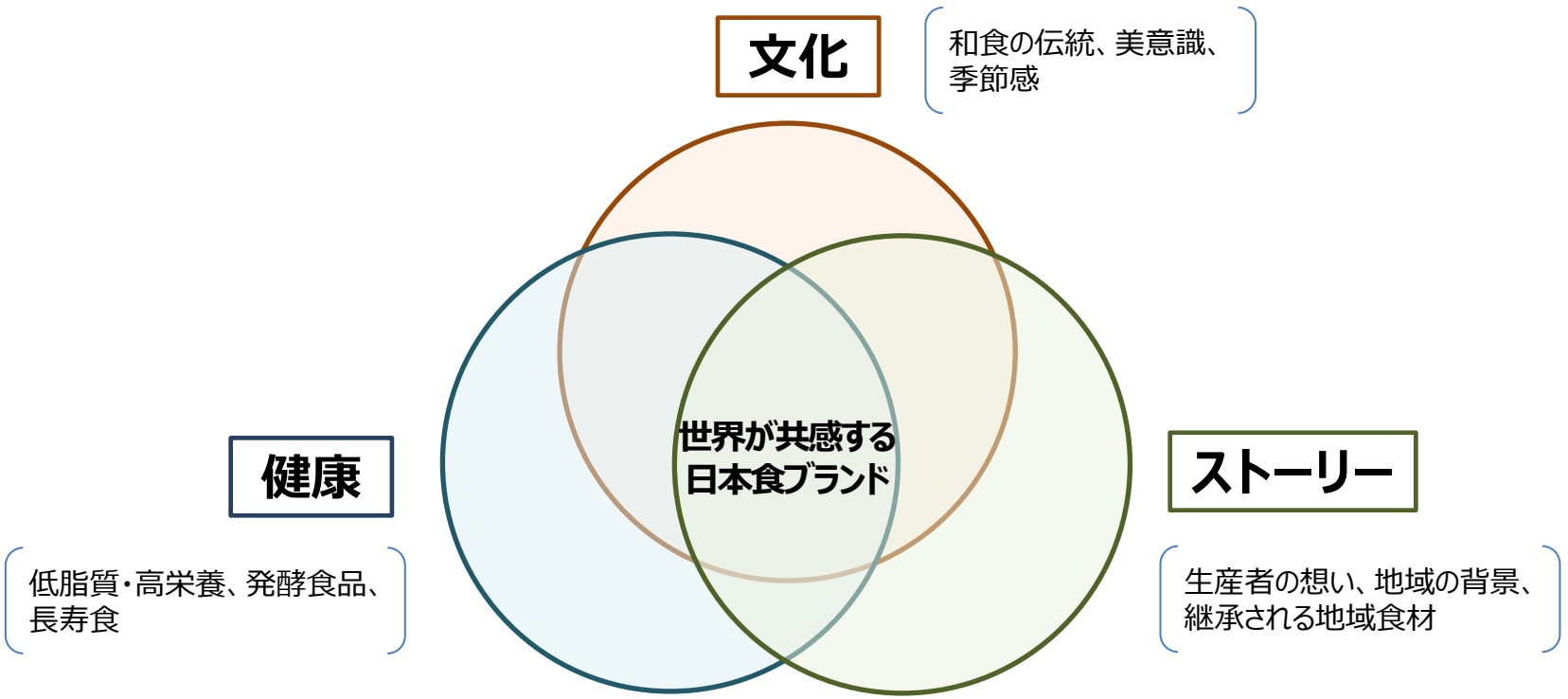
７．むすびに

日本食の魅力を増幅する「文化×健康×ストーリー」の掛け合わせ

○　日本食は単なる料理ではなく、文化を映し、健康を支え、心を動かすストーリーを有している。

○　これらを掛け合わせることで、世界に共感され、支持される展開が可能になる。

日本食の魅力を増幅する「文化×健康×ストーリー」の掛け合わせ



日本の産地・食品事業者と海外バイヤーとの連携構築

○　日本食の魅力を核として、日本の産地・食品事業者と海外バイヤーが連携し、単なる輸出に留まらない、持続可能なパートナーシップが構築されることを期待。

牛肉

果樹

茶

ぶり

味噌

日本酒

出典：SAVOR JAPAN推進協議会WEBサイト「Explore Regional Flavors」