

第2回「Let's 和ごはんプロジェクト見直しに関する懇談会」概要

日時：令和7年3月10日（月）13:30～15:30

場所：農林水産省 共用第2会議室

1 各社取組事例発表

3社からそれぞれ以下のテーマで取組事例を発表。

- 株式会社Mizkan「にっぽん食プロジェクト 取組みについて」
- 株式会社いっちょう「外食チェーンにおける「和の空間」と合わせた和食提供の取組み」
- 株式会社ミツハシ「スーパー向け「おにぎりメーカー」としての郷土料理の継承に向けた挑戦」

2 新たなプロジェクトにおける食品企業サイドの取組などについて

- 郷土料理を伝承している方が高齢化しており、今後、調理できる人が見つからないといったことも出てくるのではないかと懸念される。伝統野菜など、途絶えてしまっている食材もある。今後、必要な食材が手に入らなくなると、作れなくなることも懸念される。
- 地域の人でも郷土料理を知らないということが様々なところで見られている。伝統的な食を掘り起こして後世に伝えていくことは、一つの仕事になるのではないかと懸念される。
- 郷土料理スペシャリストという専門人材を育成しているので、各地で郷土料理の継承者として協力できるのではないかと懸念される。和食文化を継承していく際には、「人から人へ伝える」ということが最も重要。
- 「作ってみたいくなる」ということが、キーワードとして大切。調理が面倒な郷土料理の場合には、地元以外の人には作らないのではないかと懸念される。
- 最近 SNS で日常使いのレシピがどんどん見られるようになってきている。炊き込みご飯など、手軽にたくさんの食材が取れる料理は、伸びやすいコンテンツになっている。
- 外食レストランでは、家庭で作りづらくなったものを、少しずつ色々なものを食べられるといったメリットを提供できている。
- 今日では単独世帯や二世帯が多く、郷土料理を作りたいと思っても少人数向けの食材を揃えることが難しい面がある。ちょっと外食したいなと思った時に食べに行く楽しみは、若い世代だけではなく、シニア世代にも広がってきている。
- 和食のポスターを見ると、焼き魚や筑前煮が載っていることが多い。焼き魚などに固執しないで、ハンバーグなどのおかずにご飯とみそ汁を合わせたものも和食だと思うので、そういうこともPRしたほうがよい。適量の肉や油脂類を食べることは、健康の観点からも望ましい。

- 消費者に実際に興味を持って商品を手に取ってもらうためには、PRやプロモーションの仕方が重要になる。
- おにぎりの価格は上がっているが、それでも1個200円以下で購入できる。200円以下のおにぎりで郷土料理を体験できるのは、とてもよい企画だと評価されている。
- 昆布の著しい価格高騰により、消費者が出汁を取るときに、使いづらくなっている。和食や和ごはんを提案する際に、どのような出汁の取り方がよいのか考えていく必要。
- コストの問題に加え、時代性や生活者ニーズは押さえる必要。今日では、経済性や簡便性のほか、エンターテイメントのような楽しさが入っていないと、実践してもらえないことがあるため、その辺りは把握していかなければならない。
- 繰り返し目に触れるようにすることや、訴求力のある伝え方が大事ではないか。
- 前回の懇談会の延長になるが、フランスの事例にあるように、日本でも「和食の1週間」のような、継続的に和食に関わる機会を提供することが重要ではないか。
- 和食の持つ価値として、健康や持続可能性、さらにはエンターテイメント性などがある。和食の付加価値を創り出していく観点から、和食の健康有用性、和食と持続可能性との関係性などを整理していくことも重要ではないか。
- 足元で米や海苔などの価格が高騰しており、和食の消費動向も心配されるところである。そうした動向を速報的につかむような指標、物差しを用意する必要があるのではないか。

(以上)