

和食をめぐる情勢について



令和7年1月

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. 日本食と和食文化	2
2. 和食をめぐる情勢の変化	6
3. 和食の保護・継承に関する状況	13
4. 和食文化の保護・継承に係る国の責務	19
5. 官民連携プロジェクト	24
6. 食文化の保護・継承に向けた農林水産省の取組	30



1. 日本食と和食文化

1－（１）日本食と和食文化



- 豊かな自然に恵まれた我が国では、食に関する多様な風俗慣習や技術（食文化）が形成・継承されている。
- 和食文化には明確な定義はなく、有識者から広く一般の方まで、それぞれの方が自らの経験の中で、和食文化について個々に解釈しているのが実情。

和食の基本形とされる「飯・汁・菜・漬物」の組み合わせ



出汁や発酵調味料などの旨味を求める技術



画像提供: © NPO法人うま味インフォメーションセンター

かつお節を使った出汁



味噌

全国各地の農山漁村で受け継がれてきた「郷土料理」



山形県「芋煮」



京都府「丹後ばらずし」



宮城県「仙台雑煮」



福井県「ほんこさん」

(参考) ユネスコ無形文化遺産に登録された和食文化



- 平成25（2013）年12月4日、ユネスコ無形文化遺産に「和食；日本人の伝統的な食文化」の登録が決定。
- 和食文化を未来に向けて守り伝えていくため、継続的なPRによる関心の維持や地域における保護・継承が重要。

「和食」とは？ ➡ 「自然を尊重する」というところに基づいた、日本人の食慣習

「和食」の特徴①：

多様で新鮮な食材とその持ち味の尊重

南北に長く、海、山、里と表情豊かな自然が広がる日本の国土。各地で地域に根ざした多様な食材が用いられ、素材の味わいを活かす調理技術・調理道具が発達しています。



「和食」の特徴②：

健康的な食生活を支える栄養バランス

一汁三菜を基本とする食生活は栄養バランスがとりやすく、だしの「うま味」や発酵食品をうまく使い、動物性油脂の摂取量もセーブ。日本人の長寿や肥満防止に役立っています。



「和食」の特徴③：

自然の美しさや季節のうつろいの表現

季節の花や葉などで料理を飾りつけたり、季節にあった調度品や器を利用するなど、自然の美しさや四季の移ろいを表現することも和食文化の特徴のひとつです。



(c) Masashi Kuma, 2006

「和食」の特徴④：

正月などの年中行事との密接な関わり

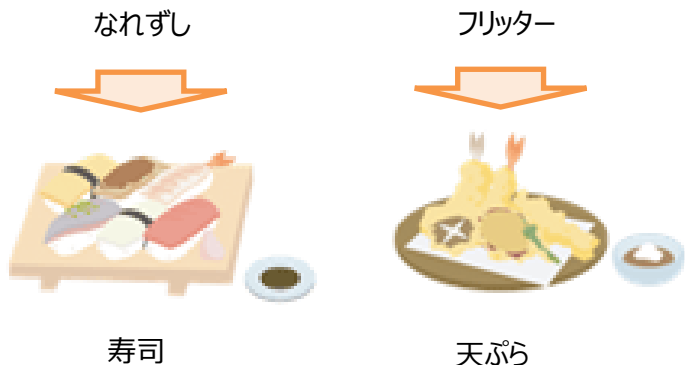
日本の食文化は、年中行事と密接に関わって育まれました。自然の恵みである「食」を分け合い、食の時間を共にすることで、家族や地域の絆を深めてきました。



1－（２）和食文化の変化・発展・進化

- 和食文化は、長い歴史の中で人やモノが海外と往来することにより、歴史的に海外の影響を受け、変化・発展・進化を遂げてきている。
- 和食文化は、日本の気候風土に根差した伝統を土台とし、その上で時代や環境に応じ変化する消費者の嗜好や技術などを踏まえ、絶えず進化し続けている。

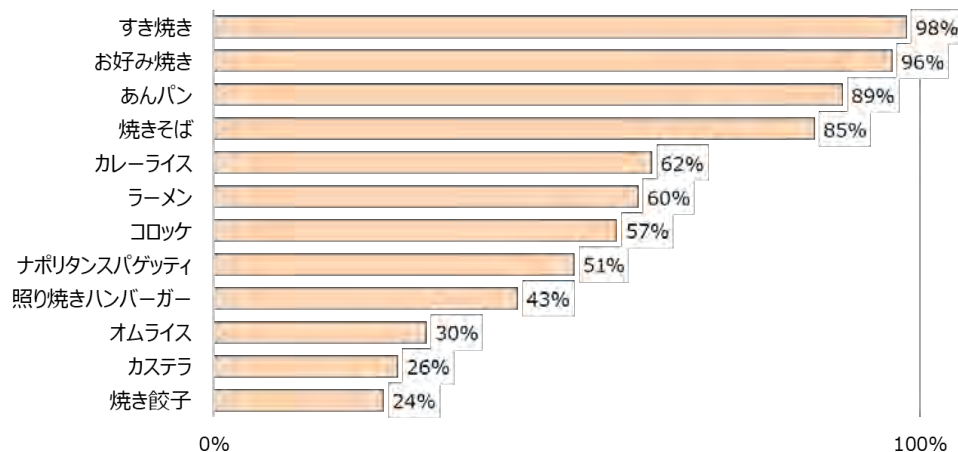
もともとは海外がルーツの調理法や食材を
アレンジしたもの



主食のご飯と味噌汁、漬物は変わらず、
メインの主菜が和風でないもの



「和食かどうか」の質問に対するアンケート結果



出典：和食展アンケート（2024年7月）より農林水産省作成
和食展のウェブサイト上でリアルタイムアンケートを実施

世代を超えて食べられ、現代の家庭の食として
定着しているもの



カレーライス



ラーメン

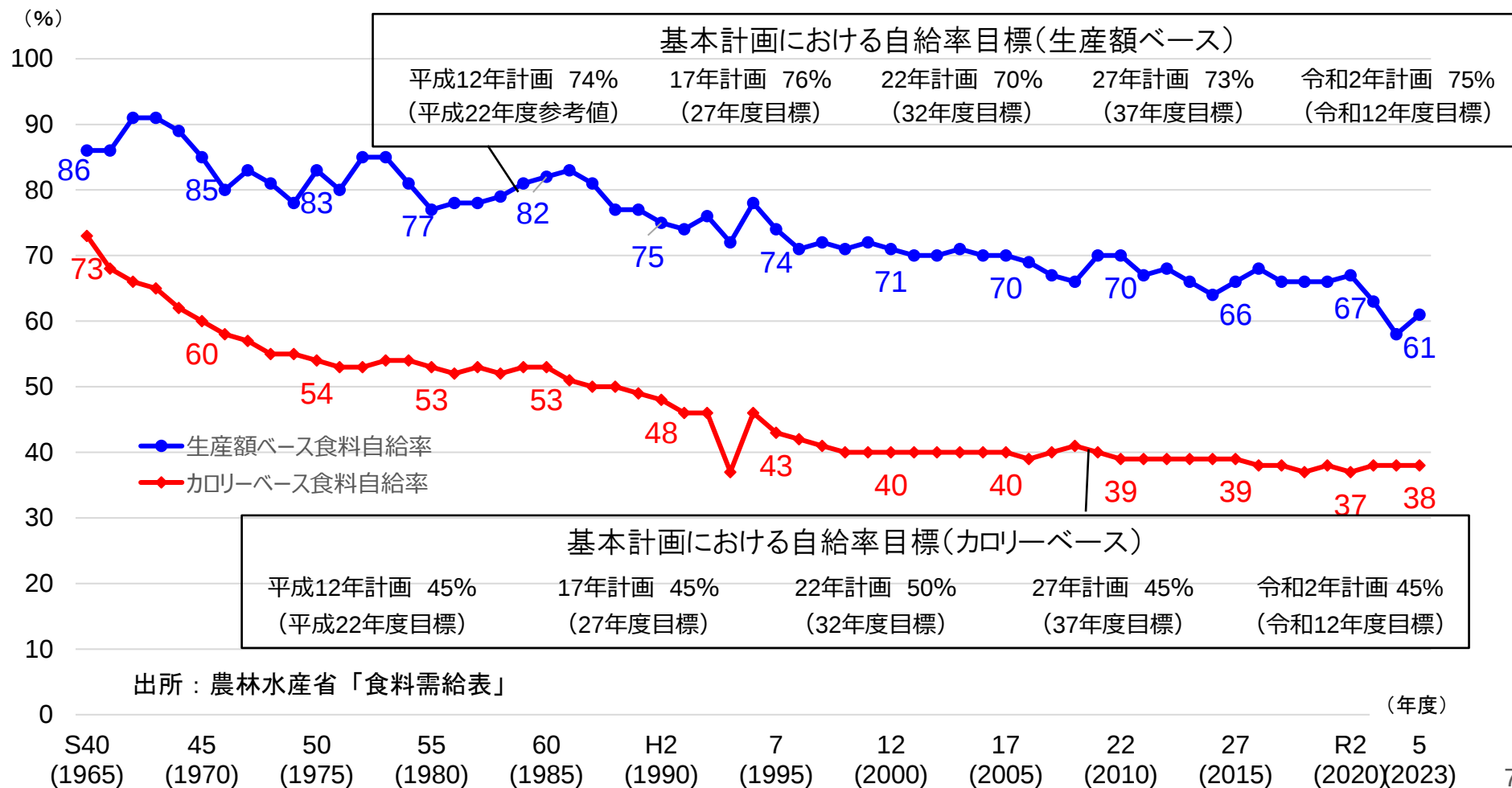


2. 和食をめぐる情勢の変化

2－（１）我が国の食料自給率①

○ 我が国の食料自給率は、長期的には低下傾向にあり、供給熱量ベースの総合食料自給率は平成10（1998）年度に40%まで低下し、以降はおおむね40%程度で推移。

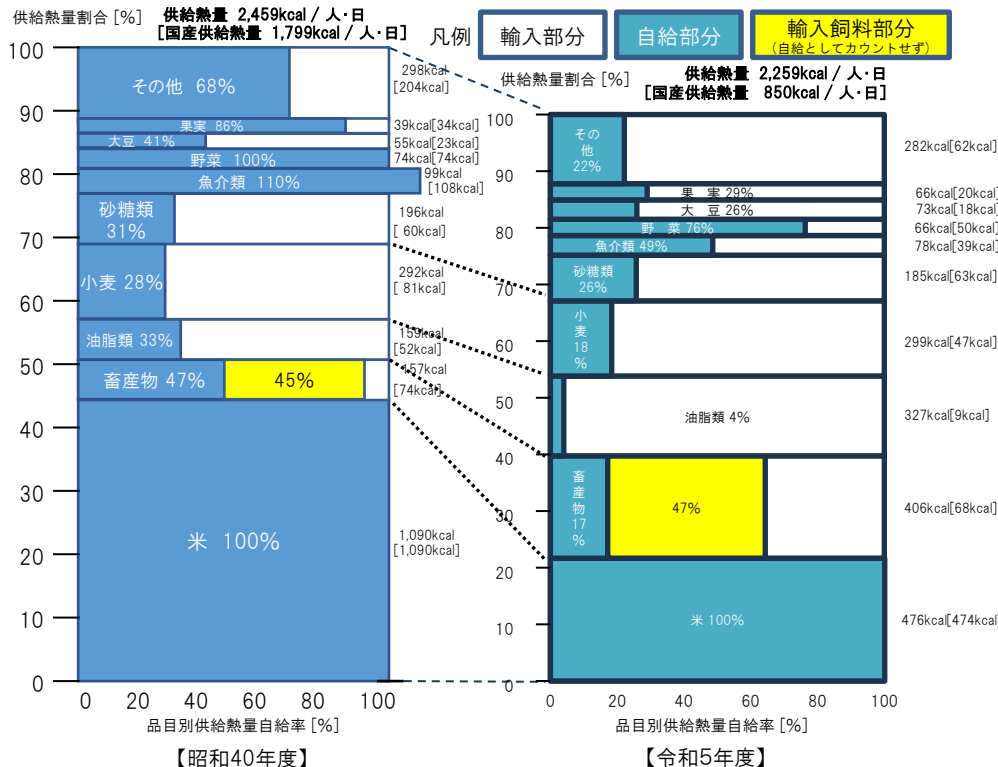
食料自給率の推移



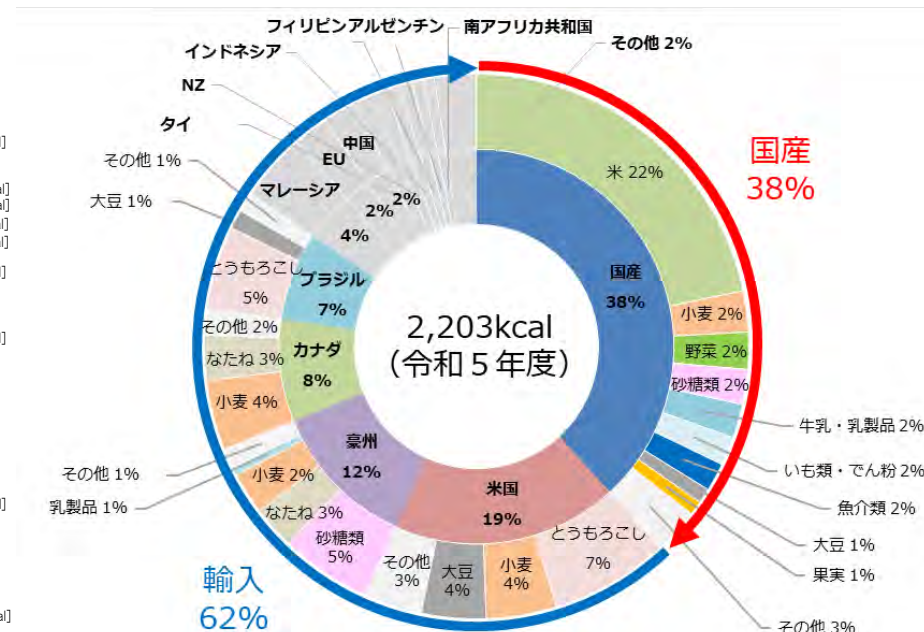
2－（１）我が国の食料自給率②

- 長期的に食料自給率が低下してきた主な要因としては、食生活の多様化が進み、国内で自給可能な米の消費が減少したこと、輸入依存度の高い飼料を多く使用する畜産物の消費が増加したこと等が考えられる。
- 我が国の食料供給は、国産と輸入先上位4か国(米国、豪州、カナダ、ブラジル)で、供給熱量の約8割を占めている。

日本の食料消費構造と食料自給率の変化



日本の供給カロリーの国別構成



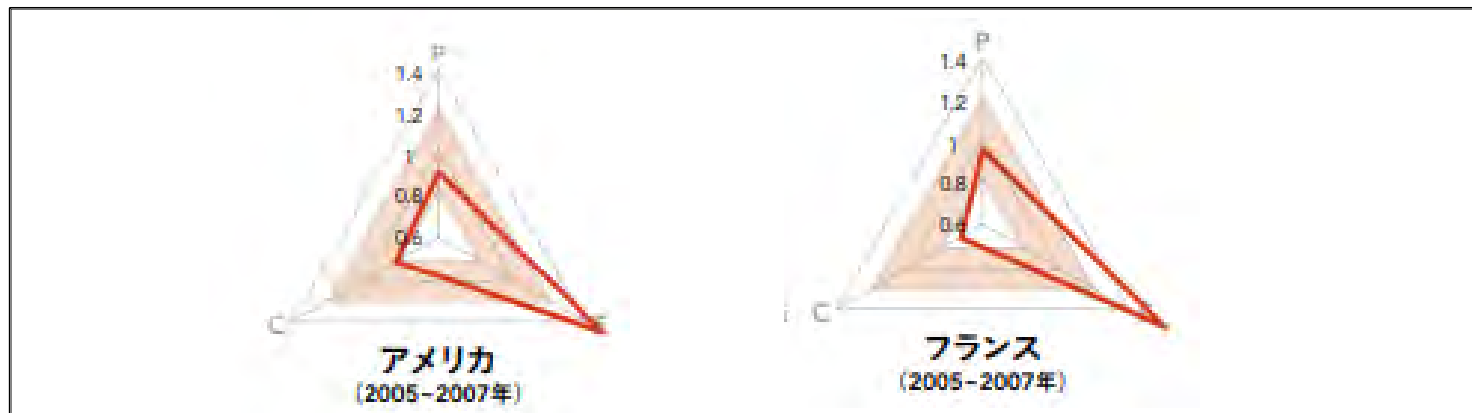
2-（2）栄養バランスの変化

- 日本人のPFCバランスは、1965年当時は炭水化物に偏っていたが、1980年は非常に理想的な配分となっていた。しかしながら、その後の日本人の食生活に肉や油脂類を多く摂り、主食の米を食べる量が減り、2010年は欧米型に近づきつつある。

○ 日本でのPFCバランスの変化



○ 米国とフランスのPFCバランス

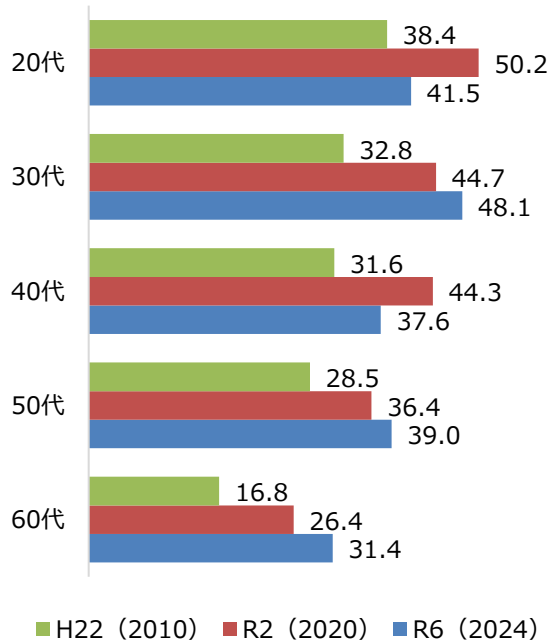


2－（３）消費者の食に関する志向の変化

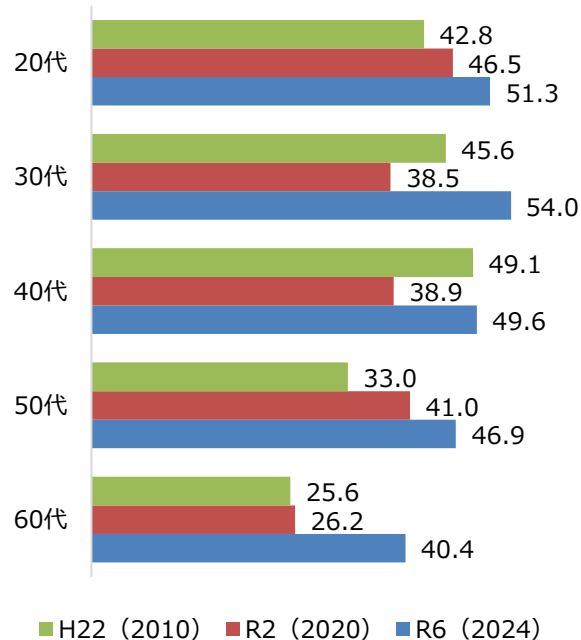


- 食の簡便化志向については、かつては若年層にみられる特徴であったが、今は世代を問わず根強いニーズである。
- 食の経済性志向は全世代で強くなっているほか、健康性志向は20～40代での増加が見られている。

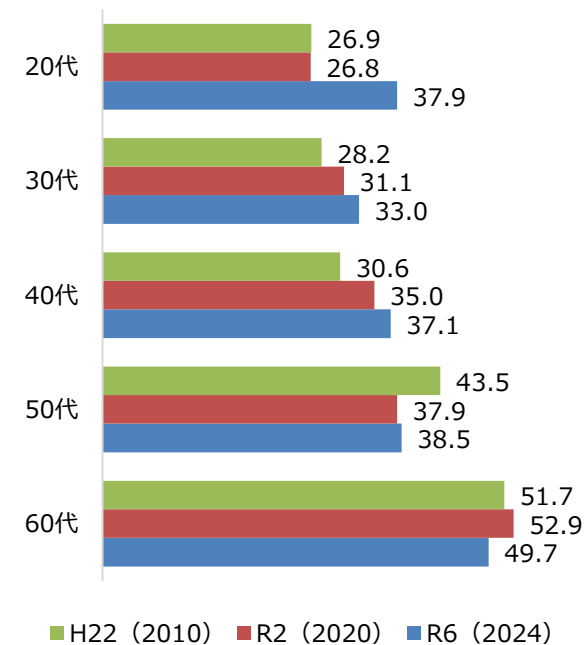
食の簡便化志向



食の経済性志向



食の健康性志向

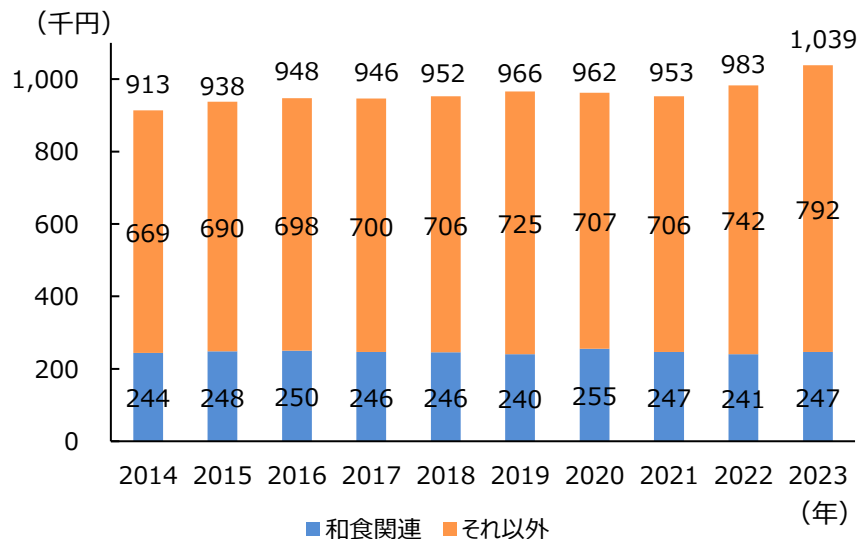


資料：株式会社日本政策金融公庫「消費者動向等調査（食の志向調査）」の令和6（2024）年7月調査、令和2（2020）1月調査、平成22（2010）年6月調査結果を基に農林水産省作成

2－（４）和食の消費動向①

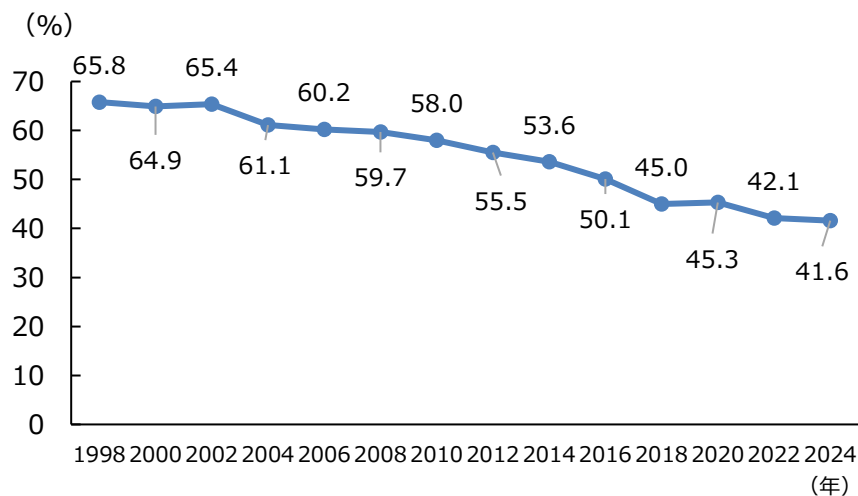
- 一世帯当たりの食関連支出額は近年増加傾向で推移しており、2023年は103万9千円まで増加している。一方、和食関連は横ばい傾向で推移している。
- 「和風の料理が好き」と答えた人の割合は減少傾向で推移しており、2024年は41.6%まで低下している。

1 世帯当たりの食関連支出額



資料：総務省「家計調査 家計収支編」を基に作成

「和風の料理が好き」と答えた人の割合

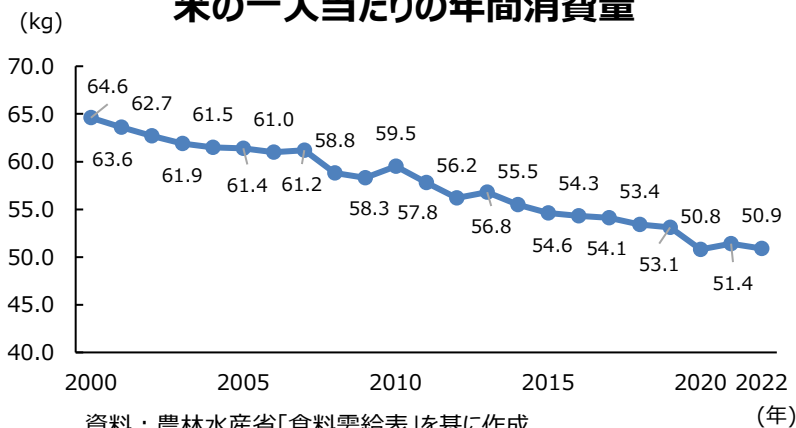


資料：博報堂生活総合研究所「生活定点」

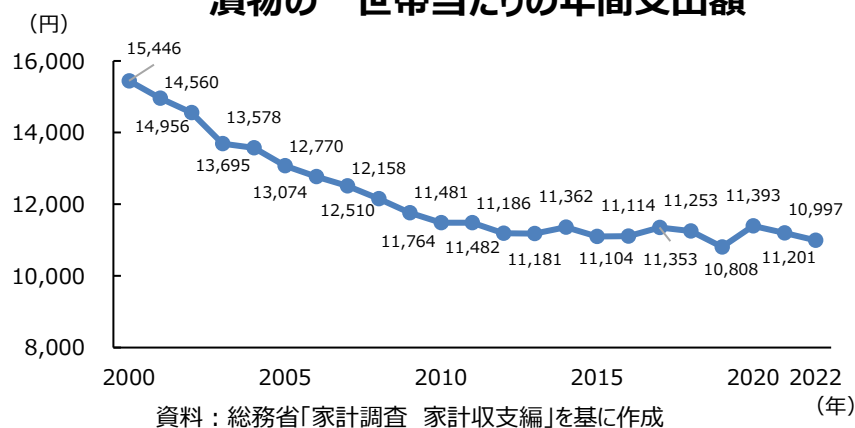
2－（４）和食の消費動向②

- 米の一人当たりの年間消費量は、2000年に64.9kgであったが、それ以降はおおむね低下傾向で推移。
- 漬物の一世帯当たりの年間支出額は、2000年に15,446円であったが、それ以降は概ね低下傾向で推移。また、味噌、醤油の一人当たりの年間消費量もおおむね低下傾向で推移。

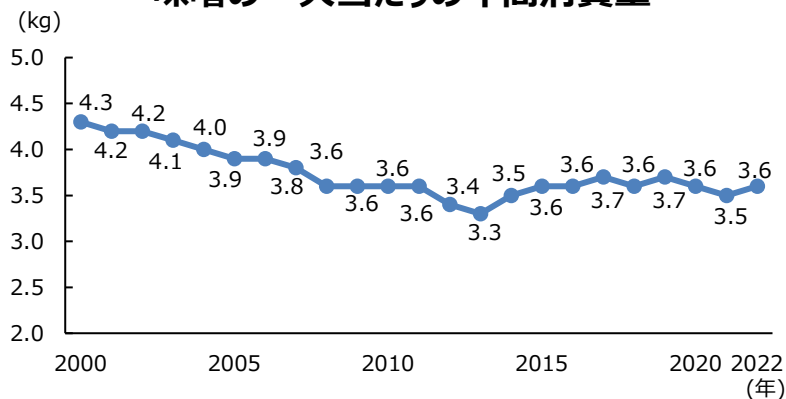
米の一人当たりの年間消費量



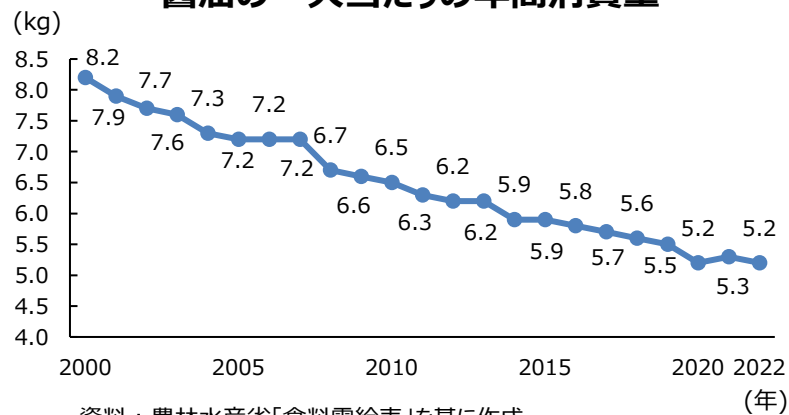
漬物の一世帯当たりの年間支出額



味噌の一人当たりの年間消費量



醤油の一人当たりの年間消費量





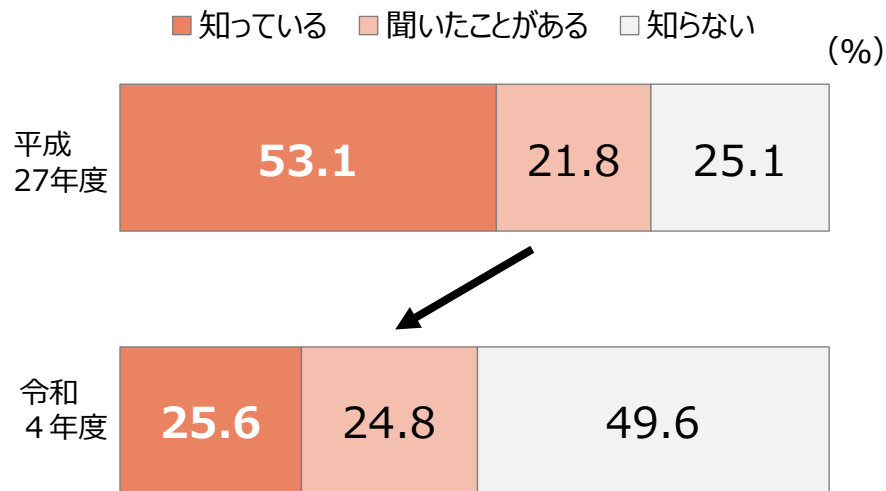
3. 和食の保護・継承に関する状況

3－（１）和食文化の継承の状況①

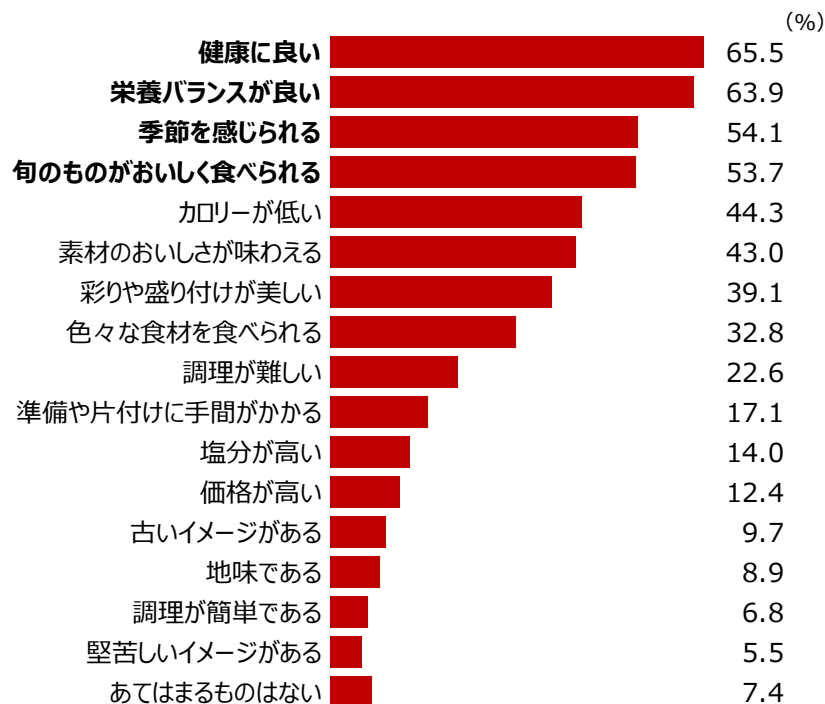


- 『和食文化がユネスコ無形文化遺産に登録されたこと』を「知っている」と回答した者は全体の3割弱に留まり、「聞いたことがある」も3割弱で、「知らない」は5割弱。平成27年度と比較すると、認知度が低下。
- 和食のイメージの上位3つは「健康に良い」、「栄養バランスが良い」、「季節を感じられる」。一方で、「調理が難しい」、「準備や片付けに手間がかかる」、「塩分が高い」、「価格が高い」、といったネガティブなイメージも見られている。

「和食」がユネスコ無形文化遺産であることの認知度



和食に関するイメージ（令和4年度）

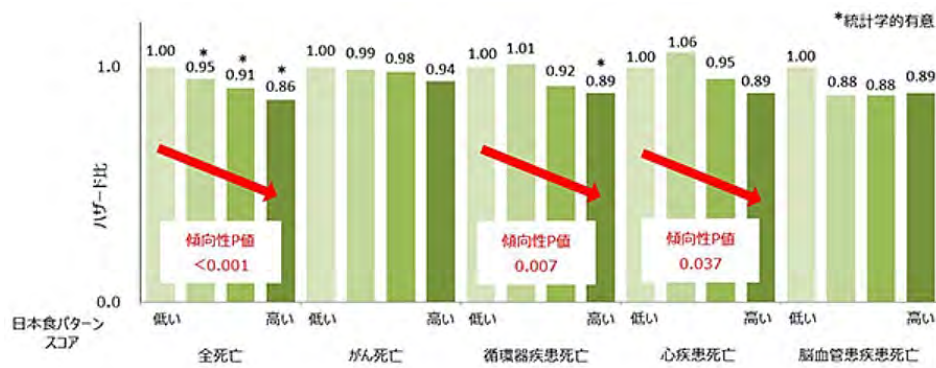


(参考) 和食の健康有用性に関するエビデンス



- 国立がん研究センターの研究によれば、日本食パターンのスコアが高いグループでは、全死亡・循環器疾患死亡・心疾患死亡のリスクが低いというデータが示されている。
- 発酵性大豆食品の摂取量が多いほど総死亡リスクが低く、また、納豆の摂取量が多いほど循環器疾患死亡リスクが低いというデータが示されている。

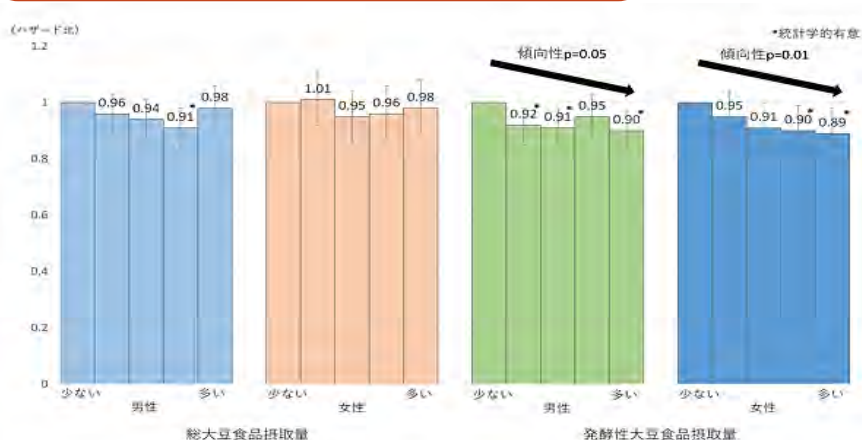
日本食パターンと死亡リスクの関連



日本食パターンのスコアが低いグループに比べて高いグループでは、**全死亡のリスクは14%、循環器疾患死亡のリスクは11%、心疾患死亡のリスクは11%低かった。**

出典：国立研究開発法人国立がん研究センター 多目的コホート研究「日本食パターンと死亡リスクとの関連について」(掲載誌Eur J Nutr. 2020年7月WEB先行公開)

発酵性大豆食品摂取量と総死亡リスクの関連



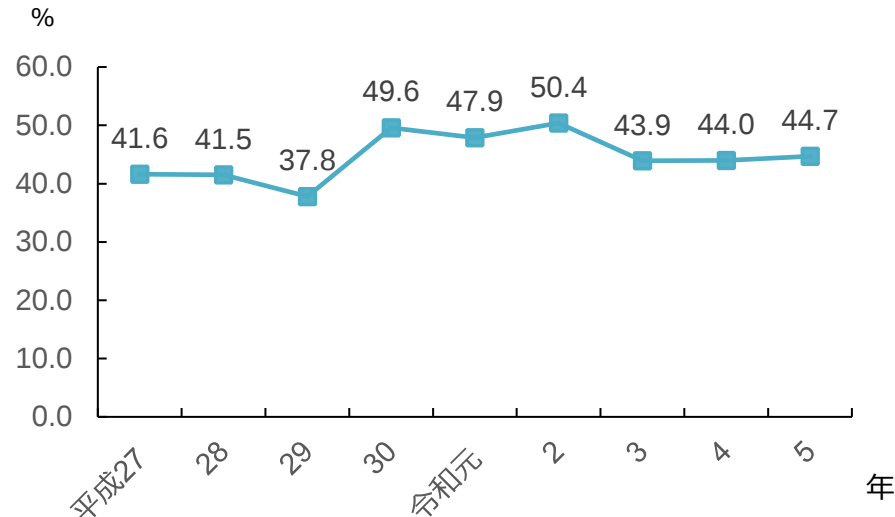
総大豆食品摂取量は、死亡との明らかな関連はみられなかったが、**男女ともに発酵性大豆食品の摂取量が多いほど、死亡全体（総死亡）のリスクの低下がみられた。**

出典：国立研究開発法人国立がん研究センター 多目的コホート研究「大豆食品、発酵性大豆食品の摂取量と死亡リスクの関連」(掲載誌BMJ 2020年1月)

3－（１）和食文化の継承の状況②

- 地域や家庭で受け継がれてきた料理や食べ方・作法等の和食文化を受け継ぎ、次世代へ伝えている国民は、44.7%となっている。
- 教わったり、受け継いだことの自由回答では、「何を：料理の作り方」を「誰に：母親」に「どういう風に：一緒に作った、手伝いながら」が最も多かった。

地域や家庭で受け継がれてきた
伝統的な料理や作法等を
継承している国民の割合



令和5年度 農林水産省「食育に関する意識調査」

和食文化の承継内容・承継元・承継手法

何を

- 1位. 料理の作り方
- 2位. 作法・マナー・食べ方
- 3位. 文化・伝統

誰に

- 1位. 母親（義母、両親）
- 2位. 祖母
- 3位. 父親

どういう風に

- 1位. 一緒に作った、手伝いながら
- 2位. 見よう見まね／手本を見て
- 3位. 口頭で／聞きながら／聞いて

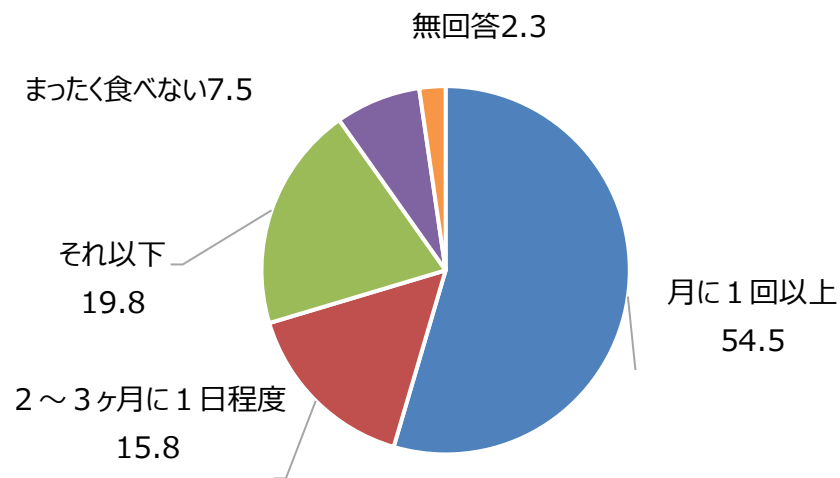
令和元年度「国民の食生活における和食文化の実態調査」

3－（１）和食文化の継承の状況③



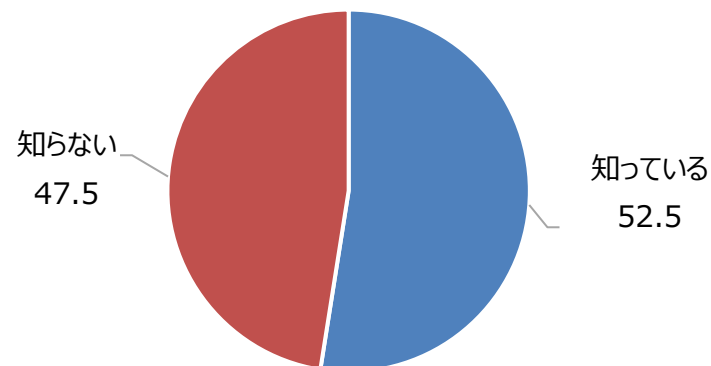
- 郷土料理や伝統料理を「月1回以上」食べている国民の割合は、令和5年が54.5%と約半数となっている。
- 「生まれ育った地域の郷土料理を知っている」のは52.5%と、次世代に確実に継承されているとは言い難い状況。

郷土料理や伝統料理を
月1回以上食べている国民の割合



令和5年度 農林水産省「食育に関する意識調査」

自身が生まれ育った地域郷土料理
を知っている国民の割合



農林水産省「令和4年度 国民の食生活における和食文化の実態調査」

3－（２）食文化の保護・継承に向けて「克服すべき課題」と「検討の視点」



○ 食料・農業・農村政策審議会企画部会（令和６年12月４日）資料のうち食文化関係

克服すべき課題

○ 和食に接する機会の確保

- ・ 消費者の生活実態や価値観なども踏まえながら、**食文化の国民への理解醸成**を図っていくことが重要な課題。
- ・ そのためには、農林水産分野のみならず、観光、地域振興、文化振興等の政策を行っている関係省庁や地域との連携強化が必要となるが、現状では個々での対応が主体。
- ・ 「簡単・手軽」な和食の取り入れのニーズが全世代で高まっていることを踏まえ、**より幅広い層をターゲットとした活動**が求められている。

○ 和食文化の保護・継承

- ・ 和食文化の継承活動を行う中核的な人材として、**栄養教諭等に加え食品事業者等に裾野を拡大**していく必要。
- ・ 人材を効果的・効率的に育成していくため、**地域の伝統的な食の成り立ちや背景等が分かりやすく整理**されていることが重要。

○ 海外需要の取り込み

- ・ 日本の食は海外でも高い評価を受け、訪日外国人旅行者の訪日目的の中心となっているものの、**インバウンドの地方誘客**に関しては、**ブランディングやプロモーションの面での課題**が見られている。また、周遊範囲が限定的であること等により**食関連消費につながりづらい**といった課題も見られている。

検討の視点

○ 和食に接する機会の確保

- ・ 「簡単・手軽」ニーズが全世代に共通することを考慮すると、若者やシニア世代などにもターゲットを拡げ、**和食を食べる機会を増やす活動を展開**していく必要があるのではないか。
- ・ 観光、文化振興などを担当する**関係府省や各地域と連携**し、食文化の国民理解の醸成を図っていく必要があるのではないか。

○ 和食文化の保護・継承

- ・ 和食文化を伝える中核的な人材である「**和食文化継承リーダー**」の**育成**を図るとともに、様々な場面でその積極的な活用を図るべきではないか。
- ・ 現在各地域と連携して進めている**伝統的な食のデータベースの充実**を図る必要があるのではないか。

○ 海外需要の取り込み

- ・ **2025年大阪・関西万博**における食文化の国内及び世界への発信を契機として、我が国の**地域の食文化の魅力を認知**してもらい、これを**地域振興やインバウンド・輸出の拡大につなげる好循環**を図っていく必要があるのではないか。
- ・ その際、地域の食や食文化を活用してインバウンド誘客を図る地域の取組について、**地域間連携を推進**するほか、**輸出促進施策に加え、農泊などの農村振興施策との連携を深める**必要があるのではないか。



4. 和食文化の保護・継承に係る国の責務

4－（１）和食文化の保護・継承に係る国の責務



- 平成25（2013）年12月4日、ユネスコ無形文化遺産に「和食；日本人の伝統的な食文化」の登録が決定。「無形文化遺産の保護に関する条約」に基づいて、国は、無形文化遺産として登録された和食文化の保護を確保するための必要な措置をとることとされている。
- 平成27（2015）年9月、「食育基本法」において、食文化の継承が明記され、国は、食文化の継承を推進するため、必要な施策を講ずることとされている。
- 平成29（2017）年6月に「文化芸術基本法」において、「食文化」が生活文化として位置付けられ、同法に基づいて、国はその振興を図るとともに、食文化に関する活動への支援その他の必要な施策を講ずることとされている。

無形文化遺産の保護に関する条約（平成18年条約第3号）

- 「無形文化遺産の保護に関する条約」においては、条約の締約国は、自国の領域内に存在する無形文化遺産の保護を確保するために必要な措置をとることが義務づけられており（第11条（a））、また、一般公衆、特に若年層を対象とした教育、意識の向上及び広報等の手段を通じて、社会における無形文化遺産の認識、尊重及び拡充を確保することを努めることとされている（第14条（a）（i））。

食育基本法（平成17年法律第63号 改正：平成27年9月11日）

- 「食育基本法」において、国は、伝統的な行事や作法と結びついた食文化、地域の特色ある食文化等我が国の伝統のある優れた食文化の継承を推進するため、これらに関する啓発及び知識の普及その他の必要な施策を講ずることとされている（第24条）。

文化芸術基本法（平成13年法律148号 改正：平成29年6月23日）

- 「文化芸術基本法」においては、生活文化の例示の一つとして、茶道、華道、書道とともに「食文化」が位置付けられており、国は、その振興を図るとともに、これらに関する活動への支援その他の必要な施策を講ずることとされている（第12条）。

4－（２）食育基本法に基づく第４次食育推進基本計画の概要



- 令和３年度（２０２１年度）から概ね５年間を計画期間とする「第４次食育推進基本計画」を食育推進会議にて決定（令和３年３月）。
本計画では、重点事項「持続可能な食を支える食育の推進」の中に、「食育活動を通じて、郷土料理、伝統料理、食事の作法等、伝統的な地域の多様な和食文化を次世代へ継承するための食育を推進する」ことを記載。
- また、「地域や家庭で受け継がれてきた伝統的な料理や作法等を継承し、伝えている国民を増やす」ことを目標の一つとして、第３次計画から引き続き「地域や家庭で受け継がれてきた伝統的な料理や作法等を継承し、伝えている国民の割合」に加え、新たに「郷土料理や伝統料理を月１回以上食べている国民の割合」を目標値に追加。

第４次食育推進基本計画（抜粋）

第１ 食育の推進に関する施策についての基本的な方針

１．重点事項

- （１）生涯を通じた心身の健康を支える食育の推進
- （２）持続可能な食を支える食育の推進

国民が健全な食生活を送るためには、その基盤として持続可能な環境が不可欠であり、食育関係者を含む国民が一体となって、食を支える環境の持続に資する食育を推進する。

- ・食と環境の調和：環境の環（わ）
- ・農林水産業や農山漁村を支える多様な主体とのつながりの深化：人の輪（わ）
- ・日本の伝統的な和食文化の保護・継承：和食文化の和（わ）

を通じて、持続可能な食に必要な、環境の環（わ）、人の輪（わ）、和食文化の和（わ）の３つの「わ」を支える食育を推進する。

- （３）「新たな日常」やデジタル化に対応した食育の推進

和食文化の保護・継承に係る目標値

食文化を着実に次世代へ継承していくため、様々な場面で食べる機会を増やすための目標値を追加

- 郷土料理や伝統料理を月１回以上食べている国民の割合 目標値５０％以上（令和７年度）現状値５４．５％（令和５年度）

第３次食育推進基本計画から目標値を引き上げ

- 地域や家庭で受け継がれてきた伝統的な料理や作法等を継承し、伝えている国民の割合
目標値５５％以上（令和７年度）現状値４４．７％（令和５年度）

4－（３）改正食料・農業・農村基本法の概要

- 令和６年６月に食料・農業・農村基本法の一部を改正する法律が施行。
- 食料、農業及び農村をめぐる諸情勢の変化に対応し、食料安全保障の確保、環境と調和のとれた食料システムの確立、農業の持続的な発展のための生産性の向上、農村における地域社会の維持等を図るため、基本理念を見直すとともに、関連する基本的施策等を定めるための改正を実施。

改正食料・農業・農村基本法の概要

食料安全保障の確保

- (1) 基本理念について、
 - ①「食料安全保障の確保」を規定し、その定義を「良質な食料が合理的な価格で安定的に供給され、かつ、国民一人一人がこれを入手できる状態」とする。
 - ②国民に対する食料の安定的な供給に当たっては、農業生産の基盤等の確保が重要であることに鑑み、国内への食料の供給に加え、海外への輸出を図ることで、農業及び食品産業の発展を通じた食料の供給能力の維持が図られなければならない旨を規定
 - ③食料の合理的な価格の形成については、需給事情及び品質評価が適切に反映されつつ、食料の持続的な供給が行われるよう、農業者、食品事業者、消費者その他の食料システムの関係者によりその持続的な供給に要する合理的な費用が考慮されるようにしなければならない旨を規定
- (2) 基本的施策として、
 - ①食料の円滑な入手（食品アクセス）の確保（輸送手段の確保等）、農産物・農業資材の安定的な輸入の確保（輸入相手国の多様化、投資の促進等）
 - ②収益性の向上に資する農産物の輸出の促進（輸出産地の育成、生産から販売までの関係者が組織する団体（品目団体）の取組促進、輸出の相手国における需要の開拓の支援等）
 - ③価格形成における費用の考慮のための食料システムの関係者の理解の増進、費用の明確化の促進等を規定

環境と調和のとれた食料システムの確立

- (1) 新たな基本理念として、食料システムについては、食料の供給の各段階において環境に負荷を与える側面があることに鑑み、その負荷の低減が図られることにより、環境との調和が図られなければならない旨を規定
- (2) 基本的施策として、農業生産活動、食品産業の事業活動における環境への負荷の低減の促進等を規定

農業の持続的な発展

- (1) 基本理念において、生産性の向上・付加価値の向上により農業の持続的な発展が図られなければならない旨を追記
- (2) 基本的施策として、効率的かつ安定的な農業経営以外の多様な農業者による農地の確保、農業法人の経営基盤の強化、農地の集団化・適正利用、農業生産の基盤の保全、先端的な技術（スマート技術）等を活用した生産性の向上、農産物の付加価値の向上（知財保護・活用等）、農業経営の支援を行う事業者（サービス事業体）の活動促進、家畜の伝染性疾病・有害動植物の発生予防、農業資材の価格変動への影響緩和等を規定

農村の振興

- (1) 基本理念において、地域社会が維持されるよう農村の振興が図られなければならない旨を追記
- (2) 基本的施策として、農地の保全に資する共同活動の促進、地域の資源を活用した事業活動の促進、農村への滞在機会を提供する事業活動（農泊）の促進、障害者等の農業活動（農福連携）の環境整備、鳥獣害対策等を規定

(参考) 改正食料・農業・農村基本法の基本理念と「食文化の保護・継承」との関係性

- 政府は、改正食料・農業・農村基本法に示された施策の方向に即して、新たな農政を展開。
- このうち、食文化の保護・継承については、改正食料・農業・農村基本法の基本理念である「食料安全保障の確保」、「環境と調和のとれた食料システムの確立」、「農業の持続的な発展」、「農村の振興」を図っていく上で基盤となる取組であり、『一石四鳥』とも言える幅広い効果を発現させることが期待。

改正食料・農業・農村基本法の基本理念と、期待される「食文化の保護・継承」の効果

発酵、塩蔵、乾物等の加工技術は、持続可能な食資源の利用を促進。また、地域の伝統的な食文化は、地産地消の推進に資するものであり、環境との調和に配慮した食料システムの確立に寄与

環境と調和のとれた
食料システムの確立

食料安全保障の確保

日本食や日本の食文化の海外展開等により、輸出産業として拡大を図るとともに、不測時には輸出向け食品を国内に仕向先変更することにより、食料安全保障の確保に寄与

食文化の保護・継承

農村の振興

産地と実需者が連携した、地域の食文化と結び付いた国産農産物の需要拡大、収量・品質の向上等により、農業の持続的な発展に寄与

農業の持続的な発展

増大するインバウンドの、日本食・食文化の「本場」である農村への呼び込みにより、農村の振興に寄与



5. 官民連携プロジェクト

5－（１）Let's！和ごはんプロジェクトの概要

- 「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。
- 和食に関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。

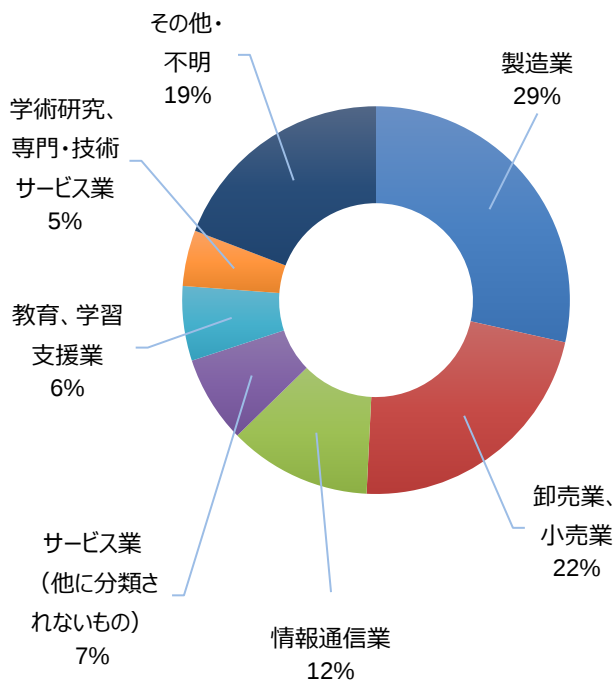
プロジェクトメンバー数：193（令和6年12月末時点）

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

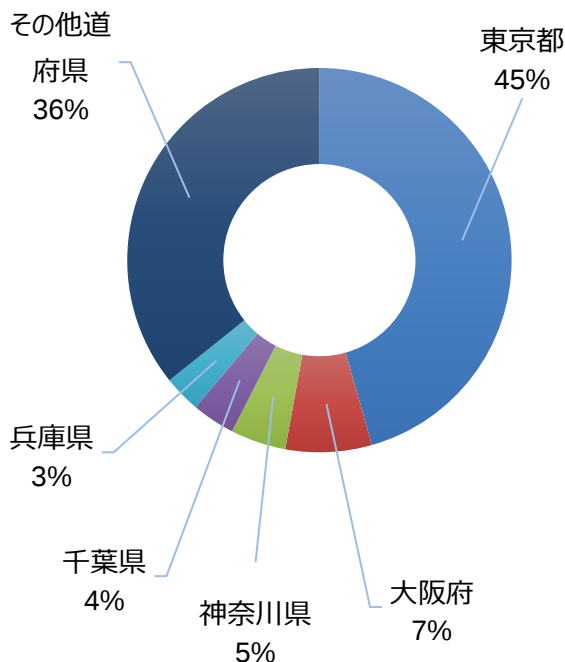
(参考)「Let's和ごはんプロジェクト」メンバーの活動状況

- メンバーの業種は「製造業」が29%で最も多く、次いで「卸売業・小売業」、「情報通信業」となっている。
- メンバーの本社・本部所在地は東京が45%で最多。地方を拠点とする企業の活動が課題。
- メンバーの活動内容は、「食育」54%で最も多く、次いで「情報発信」、「商品・レシピ開発」となっている。

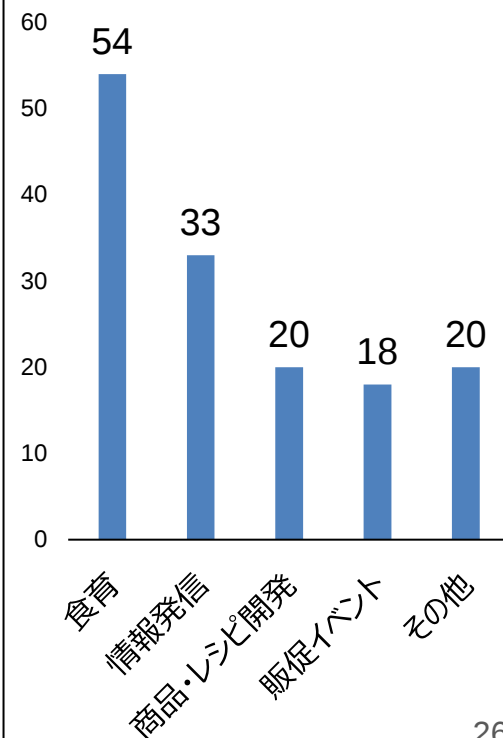
プロジェクトメンバーの業種別割合



プロジェクトメンバーの所在地別割合



プロジェクトメンバーの活動内容数



5－（２）Let's！和ごはんプロジェクトに関する主な課題



- 企業・団体等のプロジェクト・メンバー数は令和6年12月末時点で193となっており、広がり
のペースは鈍化している。
- プロジェクトの主なターゲットは、子ども達やその子育て世代としてきたが、共働き世帯の増加
等の将来的な社会構造の変化を考慮すると、子どもからシニアまでの幅広い世代向けのプロ
ジェクトを展開していくことが必要となっている。
- 「簡単・手軽」という考え方のもとでプロジェクトを進めてきたが、「健康志向」や「経済性志向」
を重視する風潮も見られるほか、「持続可能性」への関心など新たな価値観も芽生えている。
- SNSに触れる時間が大幅に増加し、レシピ動画を利用した料理づくりが拡大している一方、
本プロジェクトではSNSや動画を活用した情報発信が不足している。
- 食品企業を中心に、「簡単・手軽」な和食の取り入れ方についての取組が盛んであったが、
企業の自主的活動の活性化など、活動の更なる展開を目指していくことが必要となっている。
- 次世代を担う若年世代に対し、和食の持つポジティブなイメージが十分に届いておらず、情
報発信を一層工夫していく必要がある。
- 11月24日「和食の日」における催しなど、食文化の将来の担い手となる次世代が主役と
なる恒例行事について、毎年新たなテーマを掲げるなどの話題提供も合わせながら、ムーブメ
ントを作っていく必要がある。

5－（３）ユネスコ無形文化遺産登録10周年を記念した取組



「行くぜっ！ につぽんの和食」キャンペーンの実施（実施期間：開始から令和6年12月3日まで）

1. 趣旨・目的

- 「和食；日本人の伝統的な食文化」が2023年12月4日にユネスコ無形文化遺産登録10周年を迎えることを契機に、新たな発想で「和食文化の魅力」を若者・子育て世代を中心に発信し、興味・関心を高めるキャンペーンを実施。このキャンペーンを通じて、和食文化を次世代に繋げていく活動を促進する「きっかけ」を作ることを目的とする。

2. 取組内容

- 本キャンペーンの目的に賛同するメンバーは、以下のいずれかの和食文化の保護・継承活動を行うことを宣言することで、活動に参加する。
 - （１）和食文化の魅力を様々な視点（「すごい！」、「かっこいい！」、「おもしろい！」、「のこしたい！」等）から国内外の若者に発信する活動
 - （２）地域での伝統的な食文化の保護・継承やこれを支援する活動
 - （３）和食文化継承リーダー等地域や学校で子どもたち等に和食文化を伝える者の活動の場を提供する活動
 - （４）その他和食を食べる機会の増加につながる活動

3. 特設サイトの内容

- 実行委員会の事務局が新設する特設サイトにおいて、以下のコンテンツを掲載、SNSでの情報発信をすることで、賛同メンバーの活動を応援。
 - （１）賛同者による行動宣言（企業ロゴ×今後の活動）
 - （２）著名人によるメッセージ
 - （３）推しの味噌汁グランプリ企画等各種企画の実施
 - （４）「うちの郷土料理」等を活用したレシピ配信及び和食献立等の楽しめる和食ネタの配信
 - （５）和食文化の各種情報を集めたまとめサイトの構築（WEB：賛同者のお勧めの情報サイトを収集、SNS：和食文化への接触・体験のきっかけを促すものを展開）等

○ ロゴマーク



5－（４）ユネスコ無形文化遺産登録10周年を記念した取組の主な課題



- 令和6年10月9日時点で、企業・団体等のキャンペーン賛同メンバー数は88、特設Webサイトの閲覧数は4,412となっており、大きなムーブメントにはなっていない。
- 10周年を記念したキャンペーンであるため、単発的な取組とならざるを得ず、継続性や拡張性を欠いている。
- 特にキャンペーン期間が1年という短期間であるため、取組主体となる企業・団体等の事業計画の策定期間と整合しない状況も見られる。
- 和食文化の魅力を様々な視点から発信してきているが、ターゲットとしている若年世代への浸透は道半ばの状況にある。
- SNSに触れる時間が大幅に増加し、レシピ動画を利用した料理づくりが拡大している一方、本キャンペーンではSNSや動画を活用した情報発信が不足している。
- キャンペーンの活動自体は、直接的な売上の向上には繋がりにくいため、取組の効果に疑問を持つ企業も見られる。
- 特設Webサイトに社名が載ることを目的に賛同する者も多く、賛同することが必ずしも実際の活動に繋がっていない。



6. 食文化の保護・継承に向けた 農林水産省の取組

6－（１）郷土料理・伝統食のデータベース化

- 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、海外に向けた和食文化の情報発信のため、英語サイト「Our Regional Cuisines」を開設。
- 令和4年度からは、地域固有の多様な食文化の保護・継承、輸出促進のため、伝統食のデータベース化を推進。

うちの郷土料理



- 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。

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



にっぽん伝統食図鑑



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

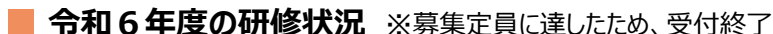
農林水産省Webサイト「にっぽん伝統食図鑑」 <https://traditional-foods.maff.go.jp/>



- ## ■ 人材育成事業の概要

教育現場で和食文化を伝える際に参考となる専用テキスト等を使い、研修会等を実施し、すべての課程を終えた方に対して、「和食文化継承リーダー」として様々な活躍の場で、和食文化の継承に力を発揮していただける環境を形成。

以下の全ての課程を修了した受講生に対して、認定証を発行。



2024年11月27日 水 ~ 2025年2月25日 火

全都道府県

幼稚園・保育所等の教諭・保育士・栄養士や
小学校の教諭・栄養教諭・学校栄養職員、
地域や各種メディアで和食文化継承活動を
を行っている方など。

●こんな方におすすめです。

- ☐ 食育の授業で何をしたらいいか分からない。
- ☐ 地元の郷土料理を伝えたい。
- ☐ 和食文化を通じて子どもたちの人間性を育てたい。



<対策のポイント>

多様な地域の食文化を持続可能な形で次世代に継承していくため、伝統食のデータベース化を進めるとともに、和食文化を次世代に継承する人材の育成を推進します。

<事業目標>

- ユネスコ無形文化遺産「和食 ; 日本人の伝統的な食文化」の継承
- 和食文化継承リーダーの育成 (2,100人 [令和12年度まで])

<事業の内容>

1. 伝統食のデータベース化

地域固有の多様な食文化を保護・継承するため、全国各地で古くから存在している地域の食材を基に、気候・風土など地域の特性を活用し、保存性、食味などを工夫しながら長年製造されてきた加工食品の歴史・特徴・レシピ等のデータベース化を行う。

2. 和食文化を次世代に継承する人材の育成

こどもたちや子育て世代に対して、和食文化を伝える中核的な人材である「和食文化継承リーダー」を各都道府県に育成するため、和食文化の魅力と継承の方法を学ぶための研修（基礎・実践・実地）を実施する。

<事業の流れ>



<事業イメージ>

伝統食のデータベース化



農林水産省Webサイト「にっぽん伝統食図鑑」

伝統食のデータベース化の流れ

- ① 業界団体等と協力し、掲載品目を選定し、原稿を作成。
- ② 大学・研究機関等の有識者を構成員とする委員会に諮り、掲載内容を精査。
- ③ Webページに掲載し、広く情報発信。

和食文化を次世代に継承する人材の育成



和食文化継承リーダー

和食文化継承リーダー研修の流れ

- ① 専用テキストを使用したオンデマンド講座（基礎講座）を実施。
- ② オンラインのグループワーク研修（実践研修）を実施。
- ③ 受講者自身の職場等で実地研修を実施。
- ④ 全ての課程を終えた者を、和食文化継承リーダーとして登録。

6－（3）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>



SAVOR JAPAN PR動画

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）

- ## 一元的な情報発信
- 関係省庁と連携し政府系のHPで情報発信
-
- 農林水産省
-
- Sweetfish in a Spellbinding Setting**
Escape to crystal clear mountain scenery and the finest river fish in Japan
♥ Maze, Gero City, Gifu
- 政府観光局 (J N T O)
-
- 内閣府政府広報室海外広報
(Highlighting Japan 2022年6月号)
- SAVORJAPAN推進協議会による情報発信
-
- 各認定地域の紹介
-
- S N Sによる情報発信 (F B フォロワー20万人)
-
- バーチャルトリップの開催
-
- 広報資材の作成 (ポスター、パンフレット)
- ## 旅行商品等販売支援
- O T A (Online Travel Agent) における掲載支援や海外旅行関係事業者との商談会におけるSAVOR JAPANブースの出展
- Savor Japan
- 4400 N. 4th St, Suite 100, Minneapolis, MN 55412, USA
1-800-368-7666 (Toll Free)
info@savorjapan.com
- Book in Advance
- Sake Brewery Visit and Tasting Tour
in Osaka
¥4,300*
- World Agricultural Heritage
Biopark Miyako Tour
¥5,500*
- Onsen Onsen Experience in rural
Iwate
¥19,700*
- See More Tours
-
- O T A への掲載
-
- 商談会への出展
(VISIT JAPAN Travel & Mice
Mart 2019)
- ## 研修会等の開催
- 新認定地域向け勉強会・意見交換会、基礎知識・技術習得のための講座・研修会、情報交換会等の開催
-
- 新認定地域向け勉強会 (オンライン)
-
- フードツーリズムマイスター講座
- 35

(参考) 訪日外国人対応による輸出促進連携支援事業

【令和7年度予算概算決定額 19(21)百万円】

<対策のポイント>

海外の消費者の日本食・食文化への興味・関心を高めるとともに、新たな需要の創出に繋げる好循環の構築に向け、インバウンドによる食関連消費と農林水産物・食品の輸出の相乗的な拡大を図るため、SAVOR JAPAN認定地域の磨き上げの実施等により、認定地域の共通性を生かしたテーマによる連携や効果的な誘客等を促進する取組を支援します。

<事業目標>

- インバウンド需要の増大（訪日外国人旅行者数6,000万人、旅行消費額15兆円〔2030年まで〕）
- 農林水産物・食品の輸出額の拡大（2兆円〔2025年まで〕、5兆円〔2030年まで〕）

<事業の内容>

1. SAVOR JAPAN認定地域の地域間連携の支援

地域の食・食文化の魅力で訪日外国人の誘致を図るSAVOR JAPAN認定地域において、長期周遊の促進や、食体験を通じた地域製品の消費拡大を図るため、認定地域の「テーマ共通性」を生かした横串連携を推進するとともに、認定地域に旅行事業者等を招聘し、効果的な誘客等を促進する取組を実施します。

2. ブランディング・プロモーションの実施

・訪日外国人のニーズに対応した食体験コンテンツを造成するため、専門家の派遣等により、磨き上げ等の取組を支援します。

・観光・物産博による出展の支援、認定地域での食と食文化にかかる情報の一体的な情報発信を実施します。

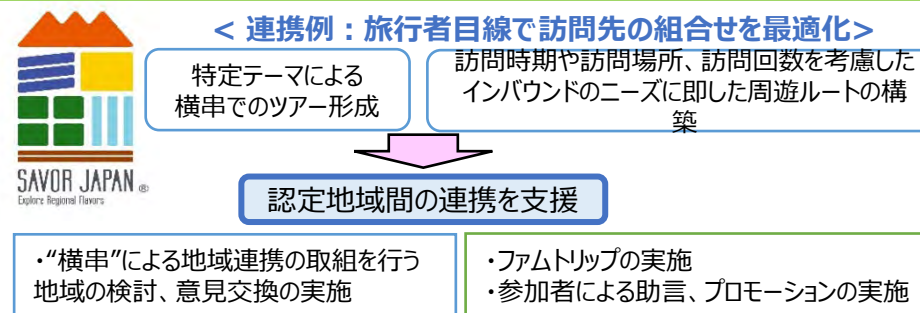
<事業の流れ>



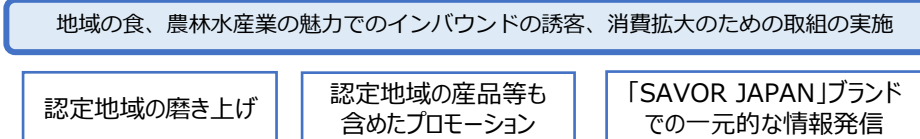
<事業イメージ>

観光庁の調査では、訪日外国人が訪日前に期待していたことの第1位
「日本食を食べること」 → **地域の食のインバウンド需要拡大の好機**
 (2023年訪日外国人消費動向調査 83.2%)

SAVOR JAPAN認定地域の地域間連携の支援



ブランディング・プロモーションの実施



【お問い合わせ先】 大臣官房新事業・食品産業部外食・食文化課食文化室（03-6744-2012）

6－（４）大阪・関西万博における食・農林水産業分野の展示の概要



大阪・関西万博の概要

- 〔名称〕 2025年日本国際博覧会
（略称「大阪・関西万博」）
- 〔テーマ〕 いのち輝く未来社会のデザイン
- 〔期間〕 2025年4月13日(日)
～ 10月13日(月)の184日間
- 〔場所〕 大阪市 夢洲（ゆめしま）



資料：公益社団法人2025年日本国際博覧会協会

- 〔基本方針〕 「2025年に開催される国際博覧会（大阪・関西万博）の準備及び運営に関する施策の推進を図るための基本方針について」（2020年12月閣議決定）

2025 年大阪・関西万博アクションプラン（抜粋）

2. アクションプランとは

（３）テーマウィークを通じた社会課題への挑戦

期間中は、テーマに関するイベントやプログラムを、様々な主体が、万博会場内外、全国規模で実施する。また、政府としても各テーマに合わせた企画の実施、フォーラム等の開催のほか、国際会議等の誘致・開催や連携を行う。

6月5日(木)～16日(月) 食と暮らしの未来

3. 具体的な取組

⑤ 観光・食・文化・教育・スポーツ

食については、日本の食文化の振興を図るため、万博会場内外において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する。

【具体的な施策】

日本食文化・ジビエ・農泊・農業遺産・海業の発信【農水】
日本の食文化の発信【文科】
日本産酒類の情報発信【財務】

⑥ 最先端の科学技術の社会実装・実現

環境と調和の取れた食料システムや高度資源循環型の食料供給システムなど、地球規模の課題解決に資する未来の農業や食の在り方の発信に加え、農林水産分野における最先端技術の実証・展示を行う。

【具体的な施策】

スマート×グリーン技術の実証（農業、林業、水産業）【農水】
フードテック事業創出の推進【農水】
「みどりの食料システム戦略」の実現に向けたプロジェクト【農水】

（参考）2025年日本国際博覧会における食・農林水産業分野の展示支援委託事業

【令和7年度予算概算決定額 208（－）百万円】

＜対策のポイント＞

2025年（令和7年）に開催が予定されている日本国際博覧会（大阪・関西万博）の「食と暮らしの未来ウィーク」期間中（6月5日～6月16日）に、日本の食・農林水産業の魅力を発信するための出展を行う。出展を通じ来場者に日本の食・農林水産業の魅力を伝え、全国各地へ誘客し、各地域での食・食文化等の体験や滞在を促す。これにより日本の地域の魅力を認知してもらい、地域振興やインバウンドを輸出に繋げる好循環を図るとともに、未来の農業や食の在り方を発信すること等により、地球規模の課題解決に寄与する。

＜事業目標＞

- 都市と農山漁村の交流人口の増加（1,540万人〔令和7年度まで〕）
- 農林水産物・食品の輸出額の拡大（2兆円〔2025年まで〕、5兆円〔2030年まで〕）
- 環境と調和した持続可能な食料システムの構築 等

＜事業の内容＞

日本国際博覧会における食・農林水産業分野の展示支援委託事業

出展・展示の総合調整、広報、メッセ会場内の設営・撤去、会場の運営・管理等を実施します。



＜事業の流れ＞



＜事業イメージ＞

【日本国際博覧会の概要】

名称：2025年日本国際博覧会（略称「大阪・関西万博」）
テーマ：いのち輝く未来社会のデザイン
（Designing Future Society for Our Lives）
会期：2025年4月13日～10月13日
（「食と暮らしの未来ウィーク」6月5日～6月16日）
会場規模：155ha



メッセ会場「食と暮らしの未来ウィーク」
展示コンセプト及びロゴ（令和6年3月21日時点）

【メッセ会場展開テーマ構成】

プロローグ

展示への導入。来場者の興味を引き付け、展示への期待を高める

伝統をつなぐ

何世代も受け継がれてきた日本の伝統的な農林水産業により形成された風景や伝統システム、食などを紹介。映像だけではなく、聴覚や視覚、触覚で楽しむコンテンツ等、現地に行きたくなるような体験を展示。

日本の食文化

農泊・渚泊

棚田・かんがい

農業遺産

海業

多様性をつなぐ

日本の食の根幹にある和食の多様性や健康性を見つめなおし、また様々な品目から日本の食を再認識する。試食・試飲の実施やワークショップ・セミナーを通して、見るだけでなく体系的に知ってもらう。

ジビエ

輸出

和牛

茶・いぐさ

和菓子(文化庁)

日本産酒類(国税庁)

未来へつなぐ

日本の食を支える農林水産業それぞれの強み、課題、未来に繋げていくための取り組みを紹介。実際の技術を見たり、体験したりすることによって、理解を深める。

スマート農業

スマート水産業

スマート林業

フードテック

みどり戦略

【お問い合わせ先】 大臣官房新事業・食品産業部外食・食文化課食文化室（03-3502-8246）