

日本の「食文化」をめぐる情勢について



令和7年11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. 和食文化の保護・継承	7
3. 地域の食や食文化による海外需要の取り込み	25
4. 新たな動きと今後の展開	35

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」



山梨県「ほうとう」



京都府「丹後ばらずし」



宮城県「仙台雑煮」



福井県「ほんこさん」

1 - (2) 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日に、ユネスコ無形文化遺産として「和食；日本人の伝統的な食文化」が登録。
- 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てきました。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。



(参考) 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。
- 2010年の「フランスの美食術」などの食に関する無形文化遺産が登録されて以来、和食文化を含め食に関する無形文化が増加。

無形文化遺産の例



食に関する無形文化遺産

フランスの美食術
(フランス)
(2010年)



メキシコの伝統料理
(メキシコ)
(2010年)



地中海料理
(スペイン、ギリシャ、イタリア、モロッコ)
(2010年)



和食
(日本)
(2013年)



トムヤムクン
(タイ)
(2024年)



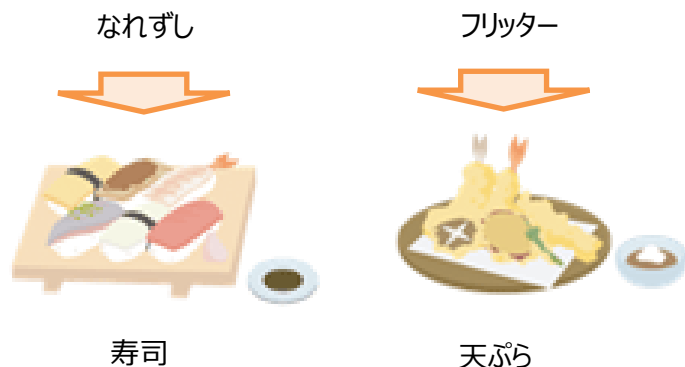
伝統的酒造り
(日本)
(2024年)



(参考) 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

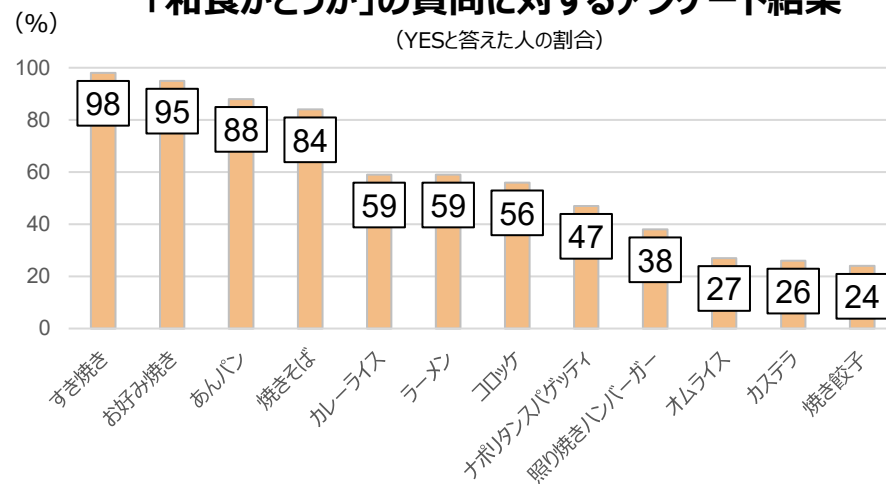


世代を超えて食べられ、現代の家庭食として定着しているもの



「和食かどうか」の質問に対するアンケート結果

(YESと答えた人の割合)



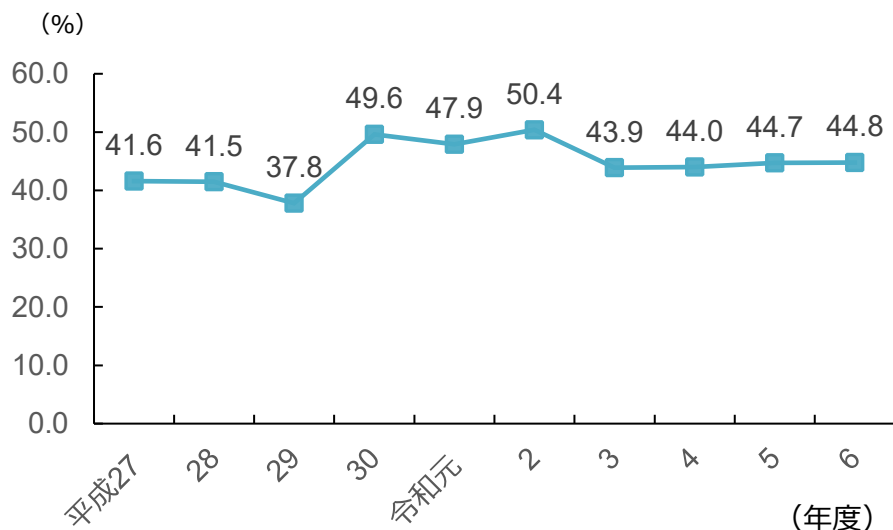
出典：和食展アンケート（2025年9月）より農林水産省作成
和食展のウェブサイト上でリアルタイムアンケートを実施

2. 和食文化の保護・継承

2－（１）和食文化の継承の状況

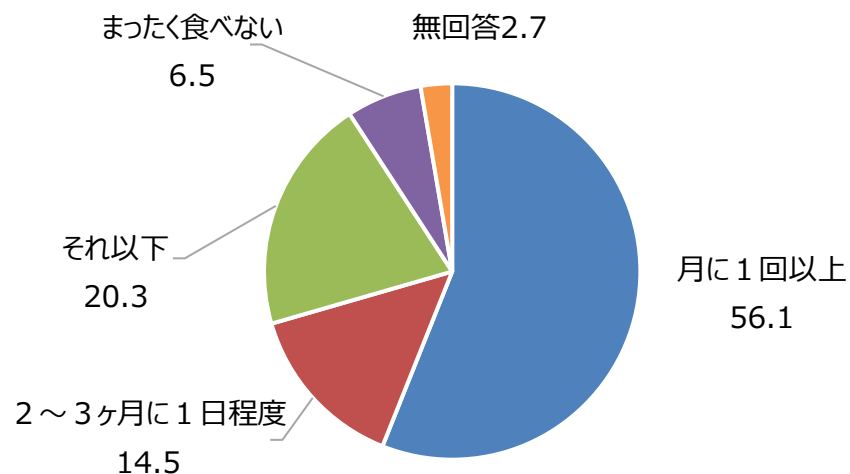
- 地域や家庭で受け継がれてきた料理や食べ方・作法等の和食文化を受け継ぎ、次世代へ伝えている国民の割合は、令和6（2024）年度は44.8%となっている。
- 郷土料理や伝統料理を「月1回以上」食べている国民の割合は、令和6（2024）年度が56.1%と約半数となっている。

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



農林水産省「食育に関する意識調査」

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

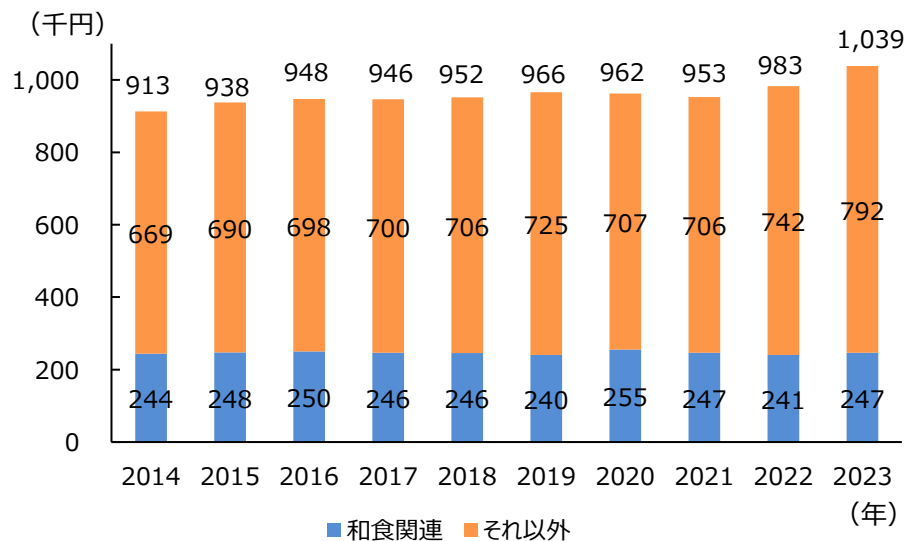


令和6年度 農林水産省「食育に関する意識調査」

2－（２）和食の消費動向①

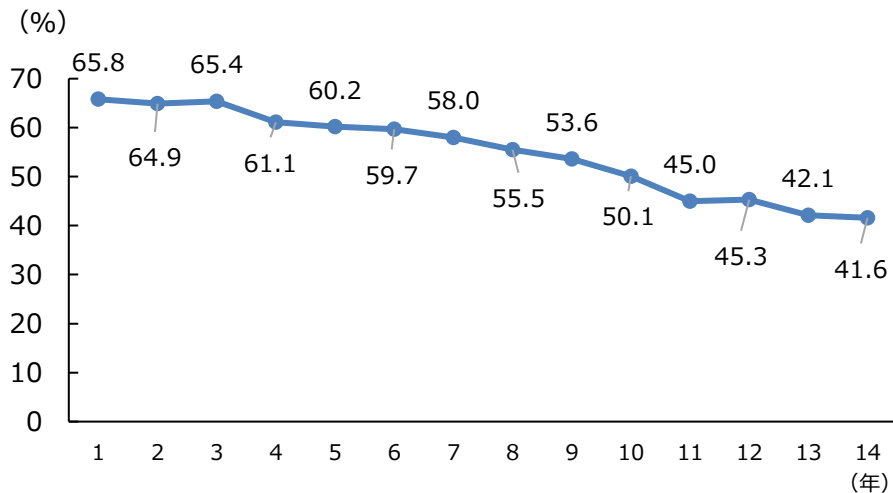
- 一世帯当たりの食関連支出額は近年増加傾向で推移しており、令和 5（2023）年は103万9千円まで増加している。一方、和食関連は横ばい傾向で推移している。
- 「和風の料理が好き」と答えた人の割合は減少傾向で推移しており、令和 6（2024）年は41.6%まで低下している。

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

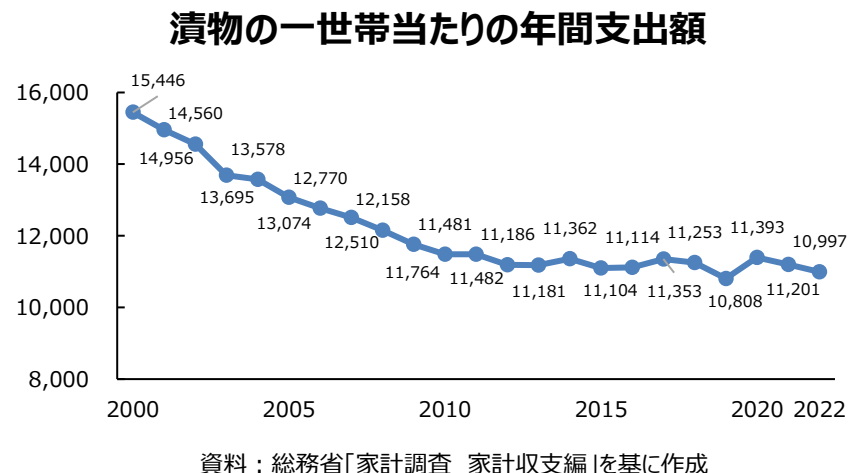
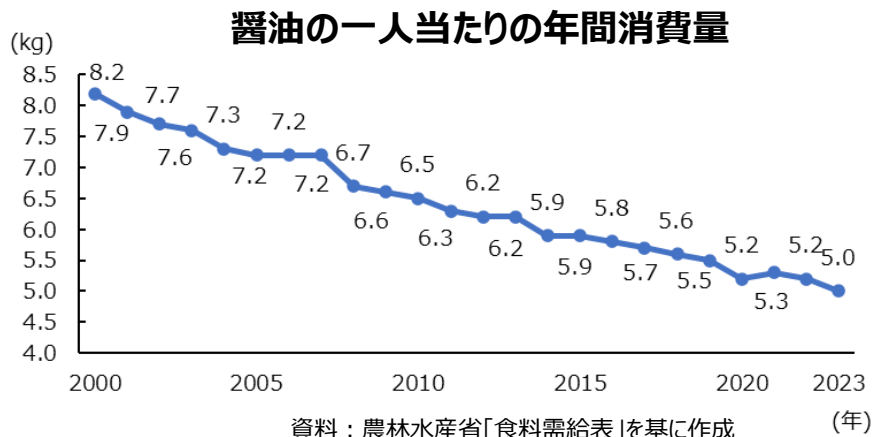
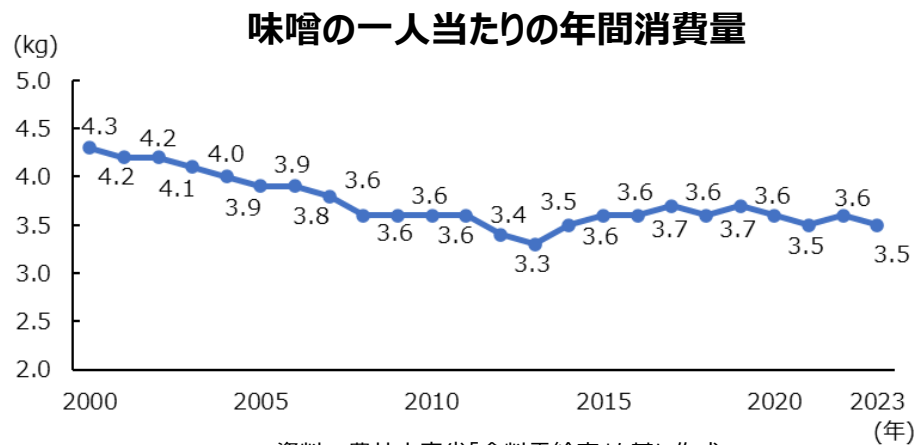
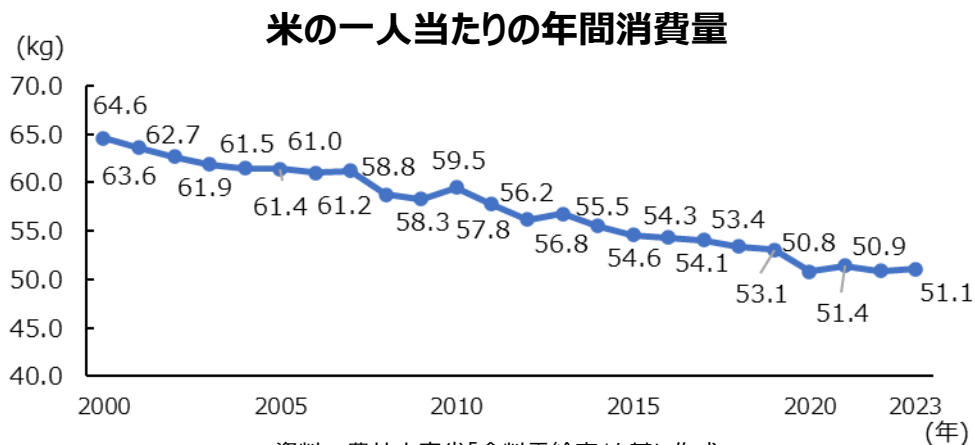
「和風の料理が好き」と答えた人の割合



資料：博報堂生活総合研究所「生活定点」

2－（２）和食の消費動向②

- 米の一人当たりの年間消費量は、平成12（2000）年に64.6kgであったが、それ以降はおおむね低下傾向で推移。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。
- 漬物の一世代当たりの年間支出額は、平成12（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。



(参考) 食育を通じた食文化の保護・継承

- 今後とも地域の食文化を保護・継承していくためには、食育活動を通じて食文化に対する国民理解の醸成を図っていくことが重要な課題。
- 農林水産省では、食育活動を通じて、郷土料理、伝統料理、食事の作法など、伝統ある優れた食文化を次世代へ継承するための取組を推進。

サスティナ鶴岡（山形県鶴岡市）

- 手の込んだ郷土料理や行事食などを家庭で食べる機会が減少し、孤食が増加したことから、郷土食の継承が危機に陥っている課題を解決するため、食材生産のプロである農家や漁師と食材活用のプロである料理人がタッグを組んで「サスティナ鶴岡」を設立。
- 生産から調理まで一貫したハイレベルで多様な食育活動を実施。体験を通して「いただきます」、「ごちそうさま」の心を育てながら活動。



「いただきます」命の授業

キッズ☆サポーター（福井県小浜市）

- キッズ☆サポーターは、「料理を学ぶのではなく、料理で学ぶ」を掲げ、「だれ一人取り残さない」という義務食育体制のもとで、年長児が参加する「キッズ・キッチン」、小浜市内の全小学6年生を対象とした「ジュニア・キッチン」に取り組んでいる。
- 「ジュニア・キッチン」では郷土料理の作り方や味を学ぶ活動、朝廷に若狭の海の幸や塩を献上する御食国（みけつくに）であったこと等の歴史についても触れ、郷土に誇りを持つことを目指した食育活動を行っている。



お豆腐上手に切れるかな・・・？



Ⅵ 国民理解の醸成

食料の持続的な供給を確保するためには、消費者、国民が、生産などの実態を理解し、日々の購買行動によって、支えることが重要である。

食育の推進、食文化の保護・継承等を通じて、食料・農業・農村に関する国民の理解を深めるだけでなく、食料の持続的な供給に寄与する「行動変容」につなげるよう、様々な施策間の連携を図りながら、効果的な消費者施策を推進する。

2 食文化の保護・継承

（1）和食に接する機会の確保

和食は、「自然の尊重」の精神に立ち、長い歳月をかけて日本人が育てあげてきたものであり、また、栄養バランスに優れ、日本人の長寿の支えにもなっている。一方、我が国における共働きや単身世帯の増加など社会構造の変化や食の外部化などライフスタイルの変化があり、家庭における和食の継承が一層難しくなっている。

このため、現在取組を行っている子育て世代に加え、若者やシニア世代などにも力点を置きながら、国民的運動として和食を食べる機会を増やす活動を展開する。

また、観光、文化振興などを担当する関係府省庁や各地域と連携を強化し、消費者の生活実態や価値観なども踏まえながら、食文化の国民理解の醸成を図る。

（2）和食文化の保護・継承

2023年度の「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」は、44.7%と横ばいとなっている。また、「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である。

このため、和食文化の継承活動を行う人材の裾野を広げ、栄養教諭等に加え食品事業者等の更なる参画を促しながら人材の育成を行う必要があることから、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」の育成を図り、様々な場面でその積極的な活用を図る。また、優れた食文化を次世代に継承していくためには、地域の伝統的な食の成り立ちや背景等がわかりやすく整理されていることが効果的であることから、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。

（3）海外需要の取り込み

和食が2013年にユネスコ無形文化遺産に登録されたことを契機として、海外において日本の食に対する関心が高まり、海外における日本食レストランの増加、我が国の農林水産物・食品の輸出の拡大、また、訪日外国人旅行者数の増加につながっている。地域の食や食文化等の魅力により地方へのインバウンド誘致を図るSAVOR JAPAN認定地域では、2016年度の制度制定以降、インバウンドの宿泊者延べ数の大幅な増加が見られる。

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課題がある。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ある。

このため、「2025年日本国際博覧会」（大阪・関西万博）や「2027年国際園芸博覧会」（GREEN×EXPO 2027）といった国際的なイベントでの食文化の国内外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る。

また、SAVOR JAPAN認定地域の取組について、地域間連携による付加価値の高い周遊ルートの構築を図るほか、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。

2－（４）和食文化の保護・継承に係る国の責務



- 平成17（2005）年に制定された「食育基本法」において、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。

食育基本法（平成17年法律第63号）

- 「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）。

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））。

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）。

(参考) 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（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56.1%（令和6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44.8%（令和6年度）

2 - (5) 「和食文化継承リーダー研修」の概要

- 令和元（2019）年度から各都道府県に和食文化を伝える中核的な人材「和食文化継承リーダー」を育成するための研修を実施。研修では、専用テキスト等を使用し、全課程を修了した受講生に認定証を発行。
- 令和元（2019）年度から令和6（2024）年度までに累計1,536名が認定。

■ 人材育成事業の概要

この研修は、子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を各都道府県に育成するために実施。**

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。

■ 和食文化継承リーダーになるには？

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。

Step 1 基礎研修



専用テキストをベースとした講座を受講後、理解度チェックテストを受ける。

※和食文化継承の必要性や和食文化の基本的な知識について学習。

Step 2 実践研修

オンラインのグループワーク研修を受講する。

※実際に保育所や小学校などで和食文化を伝えるための実践的な方法について学習する。

Step 3 実地研修

研修内容を踏まえてご自身の職場にて実践を行い、その内容をレポート提出。

※これまで学んだことを活かし、その内容を実践し、レポートで報告する。

認定証発行

全課程を修了後に発行。

■ 令和6年度の研修状況

実施
期間

2024年11月27日 水 ~ 2025年2月25日 火

対象エリア

全都道府県

対象者

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わからない。
- ☐ 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。



(参考)「和食文化継承リーダー」の現状と目標



- 「和食を伝える手法が学べた / 色々な職場の人と意見交換ができた / 研修を通じて学んだことを次世代へ伝えたい」など研修が気付きの場となり、受講生の満足度が高い。
- 令和6（2024）年度では、研修とともに活躍の場を創出するための環境作りなどを実施。
- 和食文化継承リーダーの育成（2,100人〔令和12（2030）年度まで〕）

認定者数

「おいしい和食のはなし」のWebサイト上で、認定者リストを掲示。
※ただし、Web上で掲示されている認定者は、公開可能登録者のみ

(年度別)

R 1 年度	R 2 年度	R 3 年度	R 4 年度	R 5 年度	R 6 年度	計
212名	120名 (332名)	278名 (610名)	300名 (910名)	392名 (1,302名)	234名 (1,536名)	1,536名

(都道府県別)

北海道	青森県	岩手県	宮城県	秋田県	山形県	福島県	茨城県	栃木県	群馬県	埼玉県	千葉県	東京都	神奈川県	新潟県	富山県	石川県	福井県	山梨県	長野県	岐阜県	静岡県	愛知県	
92	21	16	30	10	17	14	33	23	14	77	51	248	92	33	9	19	15	14	11	11	26	72	
三重県	滋賀県	京都府	大阪府	兵庫県	奈良県	和歌山県	鳥取県	島根県	岡山県	広島県	山口県	徳島県	香川県	愛媛県	高知県	福岡県	佐賀県	長崎県	熊本県	大分県	宮崎県	鹿児島県	沖縄県
23	21	28	106	68	17	5	3	5	21	38	21	25	6	7	7	44	6	36	19	13	21	25	23

受講者の声



- ・和食を伝える手法を学べてよかった。
- ・色々な職場の人と意見交換ができた。
- ・研修を通じて学んだことを次世代へ伝えたい。
- ・食育手法のバリエーションを増やすことができた
- ・同じ課題感をもつ、いい仲間ができた。

令和6年度の実施内容

- ・和食文化継承リーダー研修（全都道府県）を実施
- ・活躍の場を創出するための環境作りを実施

和食文化継承リーダーの育成目標

(年度別)

R 7 年度	R 8 年度	R 9 年度	R10年度	R11年度	R12年度	計
100名	200名	200名	200名	200名	200名	約2,600名

2 - (6) 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。

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
R6年度 1県(20品目)	富山県

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



「にっぽん伝統食図鑑」

(<https://www.maff.go.jp/j/keikaku/syokubunka/traditional-foods/index.html>)



<対策のポイント>

我が国の伝統的な食文化を次世代に継承していくため、和食文化を次世代に継承する人材の育成を推進するとともに、和食の付加価値創出の促進に向けた伝統的な食のデータベースの拡充を図ります。

<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（2,600人〔令和12年度まで〕）

<事業の内容>

1. 和食文化を次世代に継承する人材の育成 13百万円（前年度 2百万円）

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**」を育成するための研修のほか、和食文化に強みを持つ食品事業者等の知見・ノウハウ等を活用しながら、様々な場面で和食文化継承リーダーの積極的な活用を図るため、**スキルアップ研修や講習会の開催、指導者向けテキストの作成等**の取組を実施します。

2. 伝統的な食のデータベースの拡充 22百万円（前年度 4百万円）

伝統食のデータベースの拡充に加え、和食の健康有用性など、**和食に関する学術的知見・データ等のナレッジを体系的に整理・集約**するとともに、和食の付加価値創出の促進を図る観点から、**伝統的な食のデータベースの拡充**を図ります。

<事業イメージ>

和食文化を伝える中核的な人材の育成



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「**和食文化継承リーダー**」

リーダーのスキルアップ

和食文化継承リーダーによる優良な取組の横展開を図る**講習会やスキルアップ研修の開催、指導者向けテキストの作成等**の取組を通じ、リーダーの**様々な場面での積極的な活用**を図る。

和食の付加価値創出の促進に向けた伝統的な食のデータベースの拡充



農林水産省Webサイト
「**にっぽん伝統食図鑑**」

データベースの拡充

和食の健康有用性など、**和食に関する学術的知見・データ等のナレッジを体系的に整理・集約**し、和食の付加価値創出の促進を図る観点から、**データベースの拡充**を図る。

<事業の流れ>



(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。

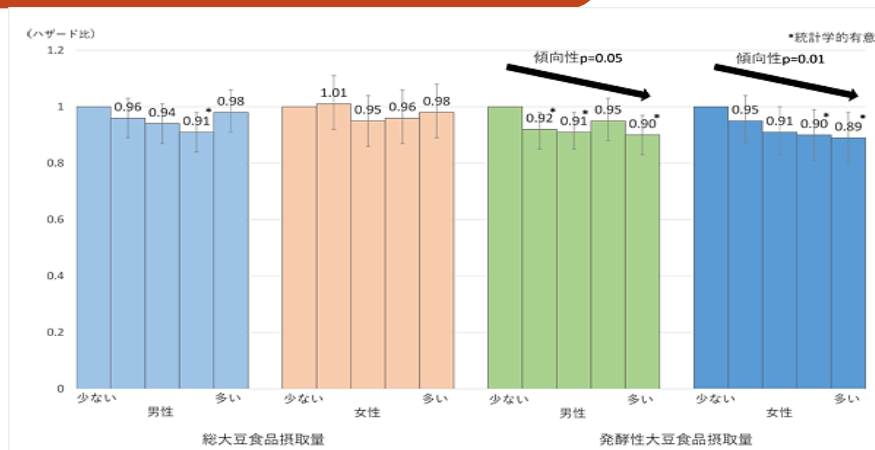
日本食パターンと死亡リスクの関連



- 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)

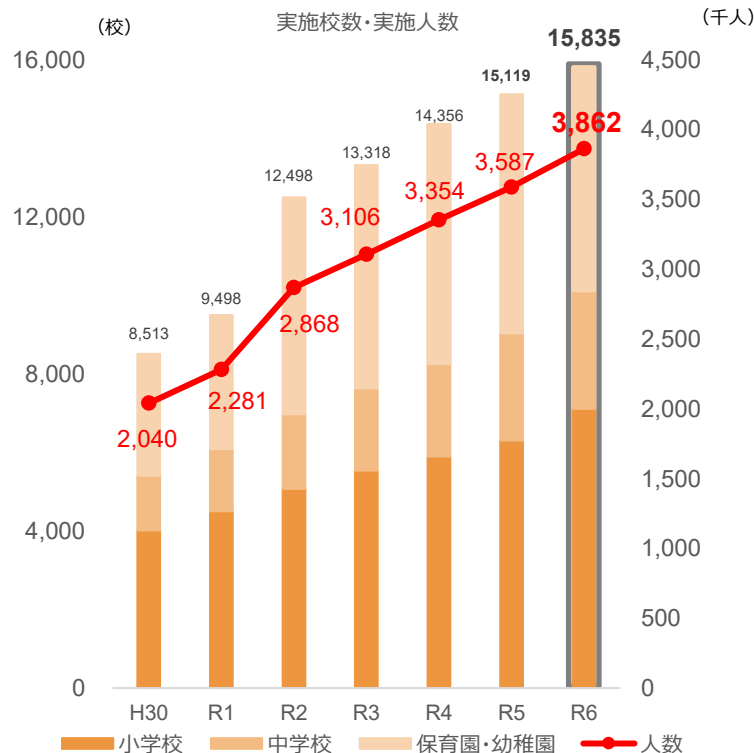
2 - (7) 官民協働の取組① ～「だして味わう和食の日」～

- 平成27（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「だして味わう和食の日」出前授業を実施（令和6年度は11月20日に実施、10回目）。
- 令和6（2024）年度の和食給食・和食授業の実施校は全国で15,835校、約386万人。

*：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、「だして味わう和食の日」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6年度「和食の日」イベント

（11/20 東京都港区立白金小学校 出前授業）

和食の出前授業では、和食の特徴、だしの素材や作り方等を学ぶ授業を実施するほか、和食の給食メニューにいただきました。



近茶流宗家 柳原尚之氏による出前授業の様子



和食の情報が満載のテキスト



〔献立〕ご飯、ぐる煮、かつおの南蛮漬け、ゆず風味あえのおひたし、ぶどう、牛乳、お茶



柳原氏が、児童と和食給食を喫食

2 - (8) 「楽し味（たのしみ）プロジェクト」の概要

- 共働きや単身世帯の増加など社会構造の変化に加え、食の外部化が進むなどライフスタイルの変化により、家庭での和食の継承が一層難しくなっている。
- このため、「おいしく、健康で、誰もが楽しめる和食スタイルの実現」を目指し、令和7年11月1日から、官民協働による新たな和食普及プロジェクト「**楽しもう！にほんの味。～和のこころをつなぐ食の国民運動～**」を展開
- 「**楽し味プロジェクト**」は、消費者が「知る→食べる→作る」を楽しみながら体験できる流れを、事業者による価値創造と需要開拓の取組とともに推進。

新たなプロジェクトの名称

楽しもう！にほんの味。
～和のこころをつなぐ食の国民運動～

新たなプロジェクトの略称

「楽し味（たのしみ）プロジェクト」

新たなプロジェクトのロゴマーク



楽しもう！
にほんの味。

こちらから
メンバー登録を
してください！



(農林水産省ヘルリンク)



楽し味プロジェクト普及ポスター
※プロジェクトメンバーはご利用いただけます。

(参考)「楽し味(たのしみ)プロジェクト」の展開方向



- 平成30年度に開始した「Let's! 和ごはんプロジェクト」は、192企業・団体の協力を得て、子育て世代等における「食の簡便化志向」への対応という点で一定の効果があった。
- 一方、和食や伝統食を継承し伝えている国民の割合は横ばいとなっており、次世代に確実に継承されているとは言い難い状況。



- 現行プロジェクトは全国的な広がりを欠き、メンバー間で連携した取組も限定的である。和食の魅力体験や有用性発信の機会拡充、家庭での調理体験の促進が今後の課題である。



- このため、「新たな和食ニーズの開拓」、「和食を食べる機会の拡大」、「和食調理の簡便化の推進」を図る観点から、プロジェクトの見直しを行い、**おいしく、健康で、誰もが楽しめる和食スタイル**の実現を目指すこととする。

【見直しの視点】

①新たな和食ニーズの開拓 (和食を知る)

- 消費者ニーズの変化等を踏まえ、「おいしさ」に加え、「健康有用性」や「持続可能性」、「エンタメ性」など新たな価値の整理・発信。

②和食を食べる機会の拡大 (和食を食べる)

- 和食を食べる機会を増やすため、「和食月間」におけるイベントや店舗企画の実施、食品事業者等と連携した取組などを推進。

③和食調理の簡便化の推進 (和食を作る)

- 和食は調理に手間がかかるとのイメージの払拭に向け、SNSでの発信のほか、和食体験講座や料理教室の開催などを後押し。

2 - (9) 和食文化の情報発信

- 和食料理人とコラボし、農林水産省公式YouTubeチャンネル（BUZZ MAFF）で、和食についての動画を公開。
- 「和食；日本人の伝統的な食文化」の特徴を広く周知するためのポスターを作成。

■ 和食料理人とコラボした和食の動画の作成・発信

【絶品】和食の匠、野崎洋光さん「直伝」簡単レシピ



【絶品】和食の匠、野崎洋光さん「直伝」簡単レシピ

BUZZMAFF ばすまふ (農林水産省)

チャンネル登録者数 17万人

チャンネル登録

👍 94

👎 0

🔍 共有

📄 保存

...

■ 「和食；日本人の伝統的な食文化」のポスターを作成し、和食の特徴を周知



「和食」の特徴

多 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。



健 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(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。



美 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。



行 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。



農林水産省 一般社団法人和食文化国民会議

農林水産省 一般社団法人和食文化国民会議

2 - (10) 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「食と暮らしの未来ウィーク」期間中（6月7日～15日）に、農林水産省は国税庁、文化庁と協力し、日本の食・農林水産業の魅力を発信するためのイベント「RELAY THE FOOD～未来につなぐ食と風土～」を開催。
- この間、展示ブースには約9万4千人が、屋外ステージが約1万2千人が来場。来場者からは、「食文化への関心が高まった」、「食を大切にしたい」、「展示内容を家族や友人にも紹介したい」といった好意的な声も多く寄せられた。



主催者代表挨拶



テープカット



プロローグ映像



「伝統をつなぐ」エリア



「多様性をつなぐ」エリア



「未来へつなぐ」エリア

3. 地域の食や食文化による 海外需要の取り込み

3 - (1) 訪日外国人旅行者の「食」への関心

- 平成25（2013）年の「和食」のユネスコ無形文化遺産登録を契機として、海外において「和食」に対する関心が高まっている。
- 訪日外国人観光客は、**地方の郷土料理を食べることを楽しみにしている**とともに、**好きな外国料理でも「日本料理」が1位**に挙げられている。

日本食ブーム

訪日外国人観光客が「訪日前に期待していたこと」
（全国籍・地域、複数回答）

1位「日本食を食べること」（83.2%）

出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」2023年年次報告

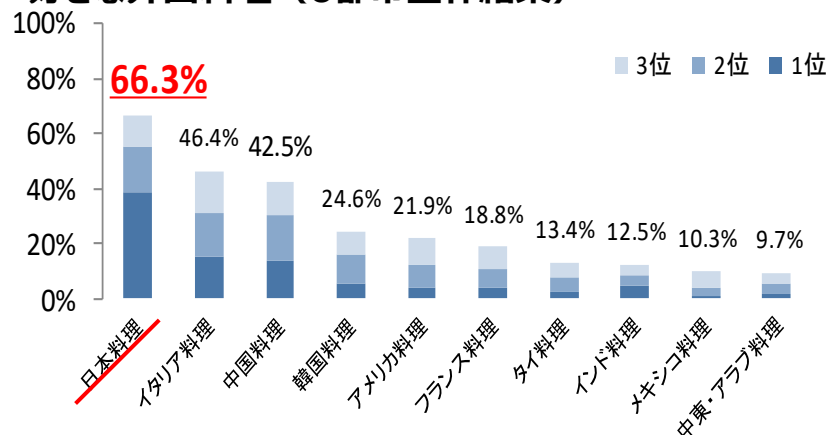
地方の多様な食への期待

訪日外国人が日本の地方旅行でしたいことは、
「温泉・自然観光地訪問」（52%）に次いで、
「郷土料理を食べる」（51%）

出典：株式会社日本政策投資銀行・公益財団法人日本交通公社
アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査（2022年度版）

好きな外国料理の1位は「日本料理」

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）を基に作成

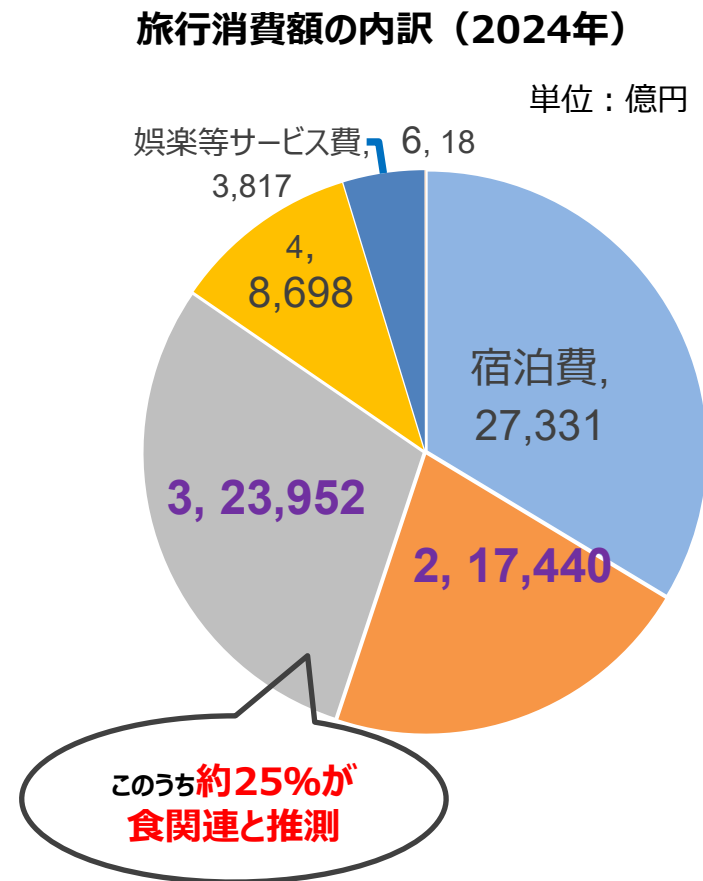
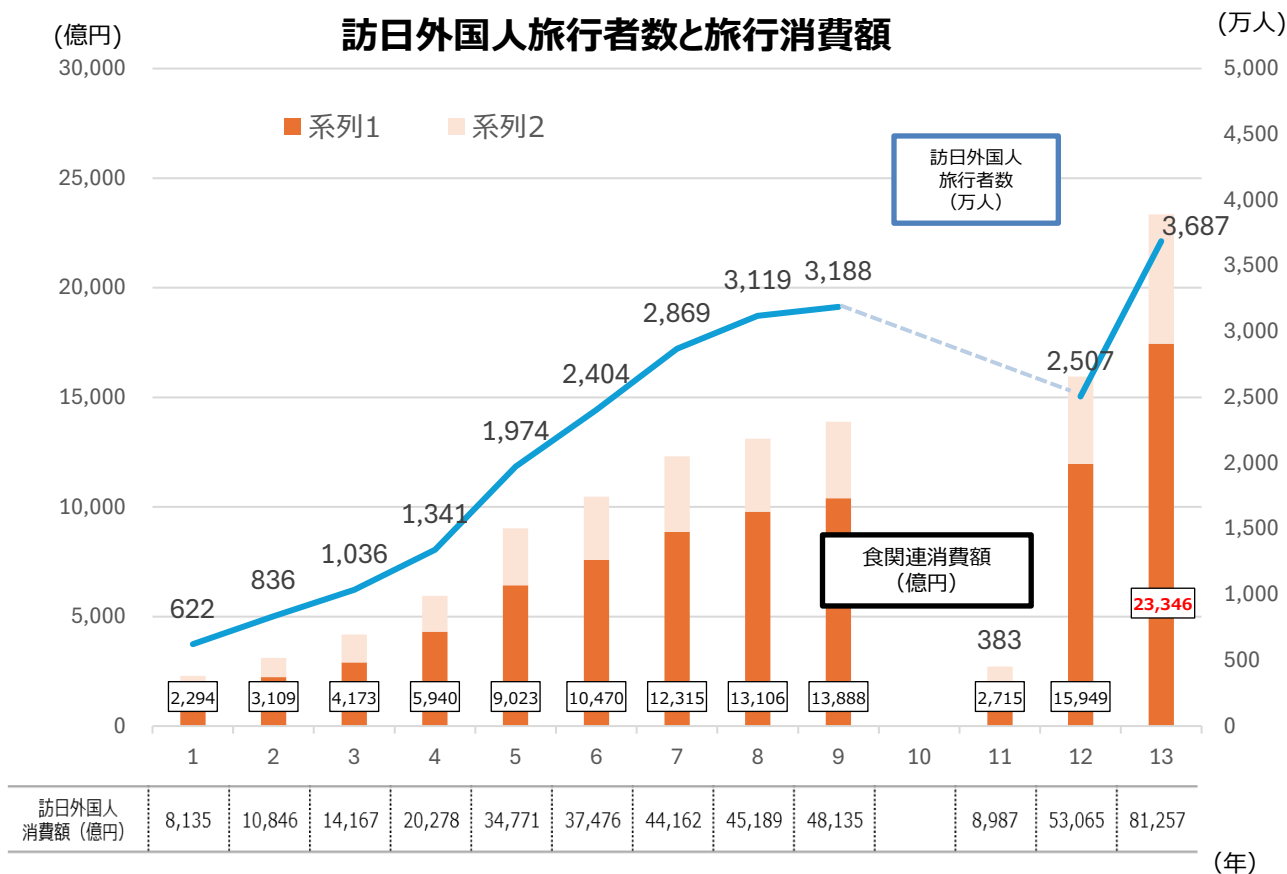
出典：日本貿易振興機構調査（2014年3月）

※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）

3 – （2）訪日外国人旅行者数と旅行消費額の推移

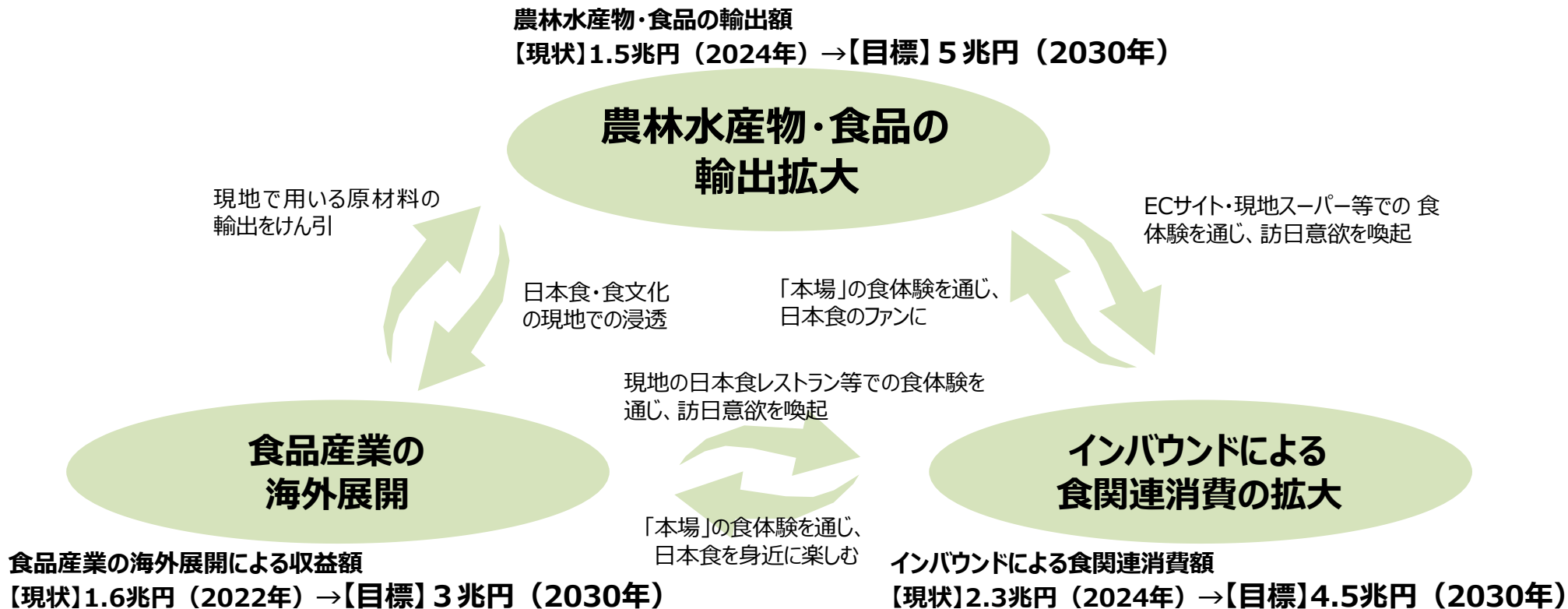
- 令和6（2024）年度の訪日外国人旅行者数（推計）と消費額は、コロナ禍を経て、インバウンド需要が回復し、それぞれ3,687万人、8兆1,257億円となっている。
※令和12（2030）年目標：訪日外国人旅行者数6,000万人、消費額15兆円。
- 令和6（2024）年旅行消費額のうち**買い物代金が全体の29.5%を占めており、そのうち約25%が「食」関連消費**とされるため（5,906億円）、訪日外国人旅行者の食関連消費は、飲食費17,440億円と合わせて約2.3兆円の消費と推測される。



3 農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略の改訂①（全体像）

輸出関係閣僚会議
(5/30) 資料より抜粋

- **新たな食料・農業・農村基本計画**では、輸出拡大を加速するとともに、食品産業の海外展開、インバウンドによる食関連消費の拡大の連携による相乗効果を通じた**「海外から稼ぐ力」の強化に向けた目標を設定**
- これらの目標の達成に向けて施策の具体化を図るべく、**輸出拡大実行戦略を改訂**



＜施策の展開方向＞

- 海外市場の特徴や事業ステージに応じた**国内外での伴走支援体制**を構築
- 輸出支援プラットフォーム等の役割拡大による**海外現地専門家の配置**や日系食品企業の**ネットワーク化**を推進
- 海外**現地のコールドチェーン**の構築を推進

新設

＜施策の展開方向＞

- 地域の魅力ある食材や歴史・文化をひとつのストーリーとして、**インバウンドに訴求する地域づくり**を推進
- 訪日外国人の**旅マエ・旅ナカ・旅アト**に効果的にアプローチし、日本食・日本食材のファンづくりを推進

新設

9 インバウンドによる食関連消費の拡大に向けた施策の方向①

- 地域の魅力ある食材や歴史・文化を**ひとつのストーリーとしてインバウンドに訴求する地域づくり**を推進しつつ、海外への日本食プロモーション、バイヤー招へい等の輸出施策を連動
- 農水省、観光庁、国税庁、内閣官房（地方創生）等の相互連携の下、訪日外国人の**旅マエ・旅ナカ・旅アトに効果的にアプローチ**し、輸出拡大とインバウンド消費の好循環を形成

食文化・景観などのユニークで楽しい地域づくりとインバウンドの誘客（**本場の日本の食を味わう**）

農山漁村振興や地方創生の交付金なども活用しつつ、

- ・ 食材や歴史・文化を踏まえた地域のストーリーづくり
- ・ 地域間や輸出産地との連携による取組の広域化
- ・ 地域ならではの体験や食事、土産品等の磨き上げ

各省が個別に支援してきた地域における取組を
パッケージ化し、
高付加価値化、滞在時間の長期化
による食関連消費を拡大

旅ナカ

国際空港でGFP会員が製造する食品の販売、試食だけでなく、海外現地での販売先や工場見学に関する情報なども発信することで、**旅アト消費を拡大**し、かつ次回の訪日時に**地方へ訪問する動機も形成**

現地での日本食材活用増

旅アト

越境ECサイトの活用や、海外の**小売店・レストラン・OTAサイト**等と連携し、JFOODOの有する産地映像コンテンツの活用等により訪日リピーターの創出と地方への誘客を促進

日本食・日本食材のファンになってもらい、GFP等により輸出拡大や訪日リピートにつなげる

農林水産物・食品の輸出拡大（現地で日本の食を知り、味わう機会の創出）



宿泊・食・体験を楽しむ農泊
（農水省）



ガストロノミーツーリズム（観光庁）



酒蔵ツーリズム（国税庁）

旅マエ

ジェトロ・JFOODOとJNTO等が連携し、日本産食材とともに、地域の食文化や景観などの情報を**一体的に発信**（SAVOR JAPAN）し、訪日意欲を喚起

誘客数の増加



海外消費者向け日本食ポータルサイト
「Taste of Japan」での魅力発信
（JFOODO）



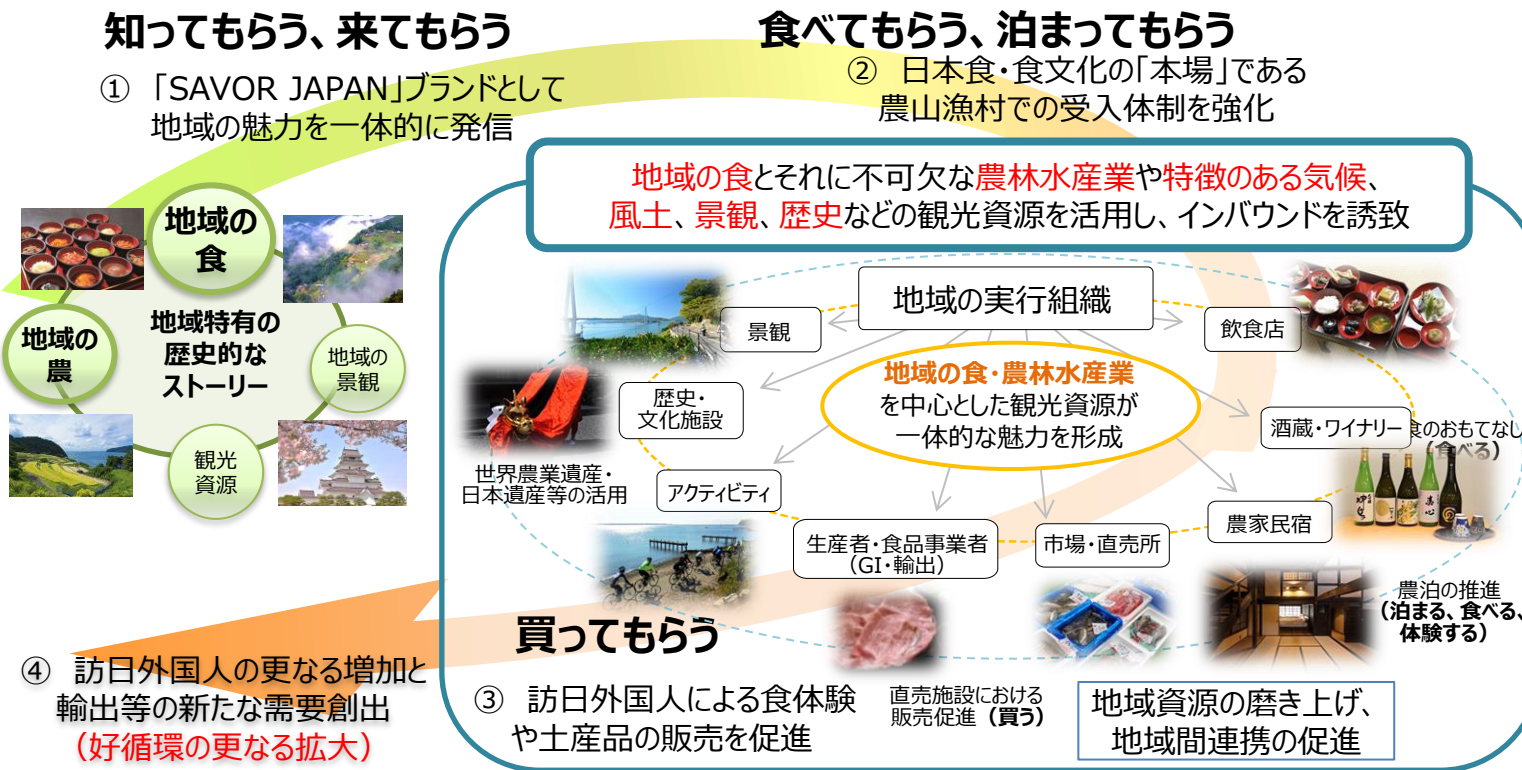
外国人向けに訪日意欲を喚起する
動画等のコンテンツ制作・発信
（JNTO）

3 - (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

- 「SAVOR JAPAN」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認定する制度（平成28年度の創設以降、令和7年8月時点で43地域が認定）。
- ※ SAVORとは、「味わう、楽しむ」という意味の英単語。
- 地域の実行組織を核に、関係者（地方自治体、観光協会（DMO）、宿泊施設、レストラン、農家、加工施設等）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。

○ SAVOR JAPANの取組イメージ

○ 認定ロゴマーク



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」。

(参考)「SAVOR JAPAN」認定地域

①北海道 網走市 (鮭料理)	⑭山梨県 みのぶ農泊地域 (あけぼの大豆)	⑳静岡県 富士山麓・伊豆半島 地域(わさび)
②北海道 十勝地域 (チーズ)	⑮長野県 白馬村 (そば料理)	㉑静岡県 大井川地域 (日本茶)
③青森県 十和田市 (バラ焼き)	⑯長野県 山ノ内町 (りんご、そば)	㉒静岡県 浜松・浜名湖地域 (うなぎ)
④岩手県 一関市・平泉町 (もち料理)	⑰長野県 小諸市 (おにかけそば)	㉓愛知県 田原市 (あさり料理)
⑤宮城県 石巻地域 (ほや雑煮)	⑱長野県 佐久地域 (鯉料理)	㉔愛知県 南知多町 (鯛料理)
⑥秋田県 大館地域 (きりたんぽ)	⑲長野県 伊那市 (そば、昆虫食)	㉕三重県 大紀町 (松阪牛のすき焼き)
⑦山形県 鶴岡市 (精進料理)	㉚長野県 松川町 (五平餅)	
⑧福島県 会津若松市 (こづゆ)	㉛岐阜県 下呂市馬瀬地域 (鮎)	
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)		



㉖京都府 京都府北部地域 (丹後ばら寿司)	㉗福岡県 八女市 (八女茶)
㉘京都府 森の京都地域 (かしわのすき焼き)	㉙長崎県 島原半島地域 (手延べそうめん)
㉚京都府 京都山城地域 (宇治茶)	㉛熊本県 阿蘇市 (あか牛・高菜漬け)
㉜和歌山県 紀の川市 (フルーツ料理)	㉝大分県 国東半島地域 (だんご汁)
㉞島根県 益田市 (中世の饗応料理)	㉟宮崎県 高千穂郷・椎葉山 地域(神楽料理)

令和7年8月現在で43地域

3 - (4) SAVOR JAPAN地域に対する支援

- オールジャパンによるブランド化（SAVOR JAPAN）と一元的な情報発信により海外及び訪日外国人に対する訴求力を高めます。
- 専門家の派遣により、食体験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ます。
- 「SAVOR JAPAN」ブランドでの一体的な商品販売、海外旅行会社向けツアーの販売を支援します。
- 研修会等の開催により、知識の習得、地域間のネットワーク化等を支援します。

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18万人）



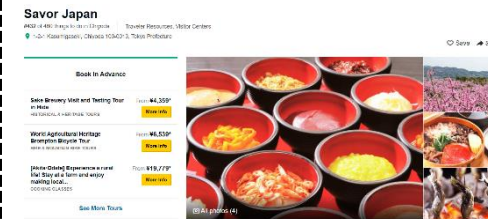
Instagramによる情報発信



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ブースの出演



O T Aへの掲載



商談会への出演
(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）



認定地域間の情報交換

インバウンドによる食関連消費拡大推進事業のうち インバウンド地方誘客・食関連消費拡大促進事業

令和8年度予算概算要求額 20百万円（前年度19百万円）

<対策のポイント>

インバウンドの地方誘客と食関連消費を拡大し、地域の食文化の継承等を図るため、関係省庁との連携の下、ガストロノミーツーリズムや酒蔵ツーリズム等に取り組む地域や、農泊・海業推進地域、SAVOR JAPAN認定地域間の連携をコーディネートすることにより、海外の富裕層をターゲットに地域の食や農林水産業などの魅力で海外需要を取り込み、ひいては輸出拡大、訪日リピートにつなげるモデル実証等を行います。

<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〔令和12年まで〕）
- インバウンドによる食関連消費額の拡大（4.5兆円〔令和12年まで〕）

<事業の内容>

1. 特色ある食体験等を組み合わせた付加価値の高いツアー提供の充実

- ・ ガストロノミーツーリズムや酒蔵ツーリズム等に取り組む地域や、農泊・海業推進地域、SAVOR JAPAN認定地域間の連携をコーディネートすることにより、海外の富裕層をターゲットに地域の食や農林水産業などの魅力で海外需要を取り込み、ひいては輸出拡大、訪日リピーター誘客拡大につなげるモデル実証の取組を実施します。
- ・ 広域型ガストロノミーツーリズムの創出を図るため、認定地域間の連携を促進し、特色ある食体験等を組み合わせた付加価値の高いツアー提供の充実を図ります。

2. 「地方創生2.0」の取組を支える食文化の担い手の計画的な育成

- ・ 認定地域において、「地方創生2.0」の取組を支える食文化の担い手を計画的に育成するため、若手や女性を含め、優良事例を活用した研修会等を行います。
- ・ 認定地域のブランディング、プロモーションのため、JNTO等と連携し、日本産食材とともに、地域の食文化や景観などの一体的な情報発信等を支援します。

<事業の流れ>



<事業イメージ>

特色ある食体験等を組み合わせた付加価値の高いツアー提供の充実

モデル実証

- ① 地域の食や農林水産業などの魅力で海外需要の取り込みを目指す地域間連携の枠組みを構築
- ② 事業実施主体による地域間連携のコーディネートの下、海外の富裕層をターゲットとした、高付加価値化、滞在長期化につながる消費促進効果の高いツアーを造成
- ③ モデル実証の取組を実施・評価し、得られた知見を情報発信

ガストロノミーツーリズム



酒蔵ツーリズム



農泊



海業



SAVOR JAPAN



地域間の連携を
コーディネート



インバウンドの地方誘客、食関連消費の拡大

「地方みらい共創戦略」（抜粋）

〔令和7年5月28日公表〕

3 「おいしく豊かで楽しい農林水産地域」の活性化、付加価値向上に向けた課題

（3）里業の推進に向けた課題

農林水産地域が、若者・女性・インバウンドを含む皆の「目的地（ディスティネーション）」となるためには、「おいしく豊かで楽しい農林水産地域」にある魅力や地域資源の最大活用が重要であり、地域の人口が減少していく中でも、これらの活用による稼ぐ力が、成長の基盤となっていくものである。2024年の訪日外国人旅行者数は3,687万人、訪日外国人旅行消費額は8.1兆円と過去最高を記録している中、農泊等の取組を通じて更なるインバウンド誘客を促進しつつ、日本の食・食文化の魅力を海外に発信する好機としていく必要がある。その際、農産物に限らない多様な魅力ある農業地域の資源を最大限活かし、地域における所得の向上と雇用の創出を図る「里業の推進」－即ち、田園の地方創生－を通じ、農林水産地域の「稼ぎ」、さらには「地方創生2.0」につなげることが必要である。

例えば、研究会で視察した茨城県かすみがうら市では、市、銀行等が出資する第3セクターが主導し、地域資源を活用した「稼ぐ地域づくり」を目指し、築110年の造り酒屋を改装した宿泊施設・レストラン・マルシェの運営、食資源の観光コンテンツ化（果樹園での収穫体験とサイクリングを組み合わせた体験事業等）に取り組んでいる。また、栃木県大田原市では、市、JA等が出資するDMOが、地域の農家民泊180軒のコーディネート、農や食の体験型プログラム（もみ殻を使った炊飯、郷土料理作り等）の提供、有形文化財のリノベーション・運営等による誘客を行っており、約12年の取組の結果、大田原市のインバウンド宿泊者数は約5倍、那珂川町のインバウンド宿泊者数は30倍以上等の誘客を実現している。

一方で、農林水産地域における人口減少・高齢化に伴い、事業継承の困難さや、付加価値向上のためのノウハウ不足等を解消できるような人材・資金不足が課題である。また、農泊は、新型コロナウイルス感染症の影響により一時的に落ち込んだ年間延べ宿泊数が回復した一方で、対観光旅行全体と比べ安価な農泊地域の平均宿泊費の向上等に向け、高付加価値化の取組が求められる。さらに、SAVOR JAPAN※認定地域等も活用しながら、地域の食文化の魅力でインバウンド誘客を図る取組が求められる。

※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農林水産省が認地域の食と、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認定する制度

4 「おいしく豊かで楽しい農林水産地域」の活性化、付加価値向上のための取組

（3）里業の推進に向けた取組

「里業」の推進に当たっては、「海業」や「森業」における先進的な特定の取組も参考に、「おいしく豊かで楽しい農林水産地域」の活性化に向け強力に進めるべきである。特に、グローバル成長の視点を踏まえ、インバウンド誘客促進は、輸出促進施策及び観光振興施策と相互に連携し、「輸出拡大とインバウンド消費の好循環」の形成を通じて海外需要の取り込み・拡大に向けて進めることが重要である。その際、農林水産物・食品の輸出拡大に向けた枠組みも活用することで、インバウンドによる食関連消費の拡大を促進することが必要である。そのため、以下の取組を行う。

- ・インバウンド誘客促進やWi-Fi・農林水産地域へのアクセス等の受入れ環境整備
- ・地域の魅力ある食材や歴史・文化を、若者・女性を含む多様な観点から再発見
- ・GI・ジビエ等の地域ならではの食材の活用と古民家の改修等による「食の拠点化」を合わせた、にぎやかな農泊モデルづくりの推進
- ・SAVOR JAPAN 認定地域の連携を通じた、特色ある食体験等を組み合わせた付加価値の高いツアーを提供し、食関連消費の拡大を推進

【今後の主な具体的取組】

- ・SAVOR JAPAN の推進に向け、海外富裕層をターゲットとした海外需要取り込みのモデル実証、広域型ガストロノミーツーリズム創出に向けた地域間連携、特色ある食体験（「発酵文化」、「そば文化」等）を組み合わせた高付加価値ツアー提供に取り組む。【新規】

4. 新たな動きと今後の展開

4 - (1) 改正食料・農業・農村基本法の概要

- 令和6（2024）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
- 近年における世界の食料需給の変動、地球温暖化の進行、我が国における人口の減少その他の食料、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行うこととしている。

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（サービス事業者）の活動促進、家畜の伝染性疾患・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

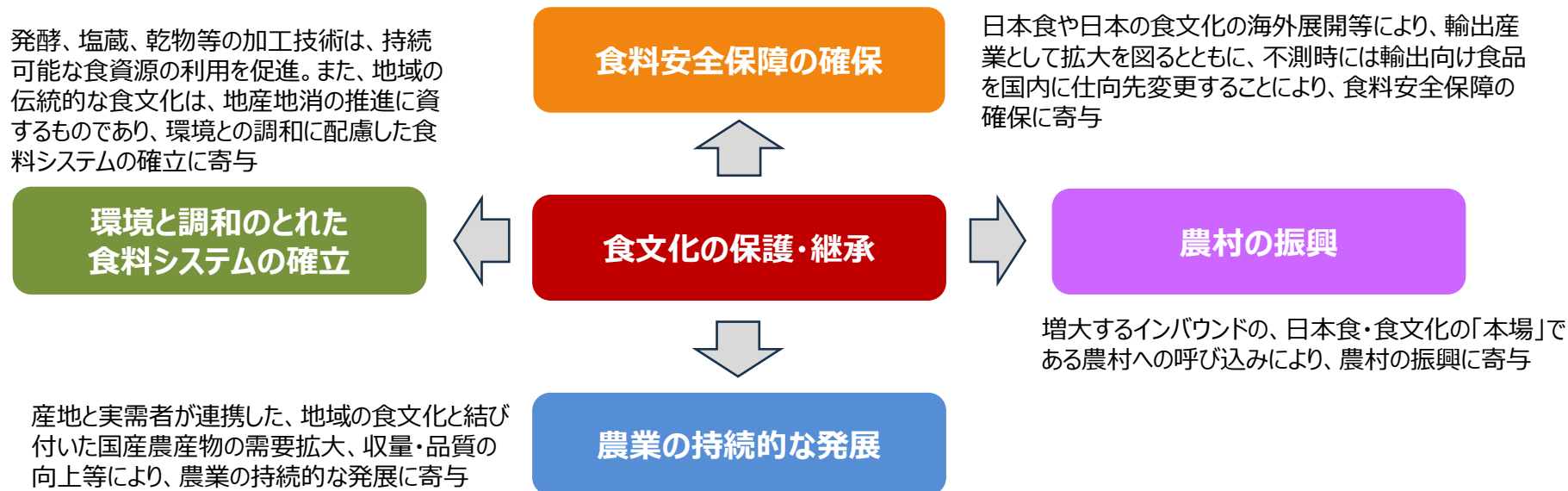
農村の振興

- (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



木桶仕込み醤油の輸出



和食給食



京野菜の生産



訪日外国人によるそば打ち体験

4－（２）食文化産業の振興政策検討プロジェクトの概要

- 食文化産業の新興政策検討プロジェクトは、食にまつわる文化的な価値を土台に据えて、「食文化産業」という新しい枠組みについて考え、実際に産業としての成長につなげていくことを目的。
- 令和7年9月に、農林水産省〔チーム2050〕の一環として、「食文化産業振興政策チーム」を立ち上げ、①「食文化産業」の概念整理と課題の把握、②日本の食文化が有する強みの分析、③振興方策の検討と国際展開の可能性について調査を開始。

「食文化産業」のイメージ

食文化産業の対象は、以下のような産業分野を含む。

- 食品産業（発酵食品、地域固有の製法をもつ保存食など）
- 飲食業（地域食材を使ったオーベルジュ、日本で独自の発展を遂げた西洋料理など）
- 食器・調理器具製造業（陶磁器、漆器、箸、包丁など）
- 食文化関連コンテンツ産業（料理書、映像コンテンツ、デジタルアーカイブなど）
- 食文化体験型観光業（料理教室、食の博物館、食と農のツーリズムなど）

チーム2050「食文化産業振興政策チーム」 ミーティングの様子

