

# 海外におけるレストラン認証制度について

## 目 次 頁

1	レストランや料理の格付・認証の分類	1
2	認証制度の具体的事例（世界3大レストラン・ガイドブック）	2
(1)	ミシュラン『レッドガイド』	2
(2)	『ゴー・ミヨー』	3
(3)	『ザガト・サーベイ』	4
3	各国のレストラン認証ラベル制度等の具体例	5
(1)	タイ	5
(2)	イタリア	7
(3)	フランスにおける日本食レストラン価値向上委員会	11

平成18年11月  
農林水産省

# 1. レストランや料理の格付・認証の分類

## (1) 優秀なレストランの選別を目的としたもの

・ レストランの良し悪しの格付けが事業者の経営に直結することから、国内外を問わず民間企業によって行われている。

・ 世界的に有名な3大レストラン・ガイドブック


「ミシュラン『レッド・ガイド』」  
  



「ゴージャス」  
  



「ザガト・サーベイ」  
  


## (2) レストランで提供される自国料理の水準の認証等を目的としたもの

・ 海外における自国料理の評判の低下防止と自国の食品の輸出促進を目的としていることもあり、政府直轄かその他公的機関で輸出振興を担当する関係機関により行われているものもある。

タイ:タイ国商務省輸出振興局  
「タイ・セレクト」  


イタリア:海外のイタリアンレストランにおける良質の農産物を評価するための専門委員会  
  
 ristorante italiano

日本:フランスにおける日本食レストラン価値向上委員会  
 (事務支援:JETROパリセンター)  
 「日本食レストラン推奨制度」  


## 2. 認証制度の具体的事例(世界3大レストラン・ガイドブック)

### (1) ミシュラン『レッドガイド』



発行社:ミシュラン社(創立1889年、世界的なタイヤメーカー)

創刊:1900年

創刊者:エドワールとアンドレのミシュラン兄弟(ミシュラン社の創業者)

歴史:・創刊当初は、ドライバーに必要な情報を提供するための小冊子として、フランス国中の道路案内書に無料で設置。赤い表紙であったことから『レッド・ガイド』という愛称で親しまれる。

・現在に至る格付けシステムは、1926年に考案され、1931年に二つ星と三つ星が登場する。

評価方法:・ミシュラン社の正社員で専門のスタッフが、1年をかけてファーストフードやピザハウスを除く、フランス料理に限らない全てのレストランに、調査員の立場を明かさず客の立場で評価して格付けを行う。

・評価項目及び評価方法は企業秘密として一切明かされていないが、素材、調理方法の繊細さ、独創性など味のディテールが細かくチェックされる。サービスについても評価されるが、味の判断が星の評価に大きく影響する。

(参考)

1つ星・・・旅のルートにそのレストランが含まれていたら立ち寄ると良いレストラン

2つ星・・・遠回りをしてでも立ち寄るべきレストラン

3つ星・・・その料理を味わうためだけにでも旅行する価値のあるレストラン

・調査の結果やその理由を店に説明しない。その理由は、ガイドブックは、業界ではなく利用者である顧客にメッセージを発信するという創刊からの思想に基づく。

評価国:ヨーロッパの11の国、地域、都市。

その他:レストラン側は掲載料金を支払うことはない。

また、広告を載せないことでも有名。

## (2) 『ゴー・ミヨー』



発行社: ゴーミヨー出版社

創刊: 1973年頃

創刊者: アンリ・ゴーとクリスティアン・ミヨ

歴史: 料理評論家のアンリ・ゴーとクリスティアン・ミヨにより書かれた。

評価方法: ・1点から20点までの採点方式をとり、基本的に10点以下のレストランは掲載されない。

- ・点数と共に、高評価のレストランには、1つから4つのトック(コック帽)が表示される。料理長の個性が特に現れていると評価された店には「赤いトック」が表示される。
- ・評価基準は、「環境・雰囲気」、「料理・ワインの質」、「サービス」、「値段」に分かれ、それぞれについて論じられている。
- ・審査員を公表し、訪問日をあらかじめ伝達した上でレストランを訪問し、採点する。

評価国: フランスの他にヨーロッパの4地域・国

その他: ・ミシュランと同様にレストランに掲載料を要求しない。

- ・ミシュランとゴー・ミヨーのどちらが優れたガイドブックかという話題は常に論争を呼んでいるが、ミシュランは出版数で勝っているという点でより影響力が強く、ゴー・ミヨーは料理の質を純粹に評価するという徹底した方針に基づく潔癖さにおいて勝っているという評価がある。
- ・ミシュランは、基本的にはフランス料理店を評価対象とし、判断自体も保守的で慎重といわれている。一方、ゴー・ミヨーは、フランス料理店以外の各国料理のレストランあるいは新しくできたレストランでも積極的に評価の対象にされている。

### (3) 『ザガト・サーベイ』

発行社: 日本では(株)Chintai(不動産情報誌発行)

創刊: 1979年

創刊者: ティム&ニーナ・ザガト夫妻

歴史: ・ニューヨークで弁護士として活躍していたザガト夫妻が、著者の主観的な評価だけのガイドブックに疑問を抱いたアンケート方式で調査をしたのが始まり。

評価方法: ・『食』にこだわりを持つ一般の人々が、「料理」、「内装」、「サービス」の3項目を各30点満点で評価したアンケートの回答を集計し、統計処理。

- ・アンケートに回答する一般の人々を「ザガティア」と呼ぶ(世界で25万人、日本は約4500人。)。ザガティア層のコアは25~34歳の層で、男女比が4:6。掲載店の50%が高級店であることから、高所得層が多いことが伺われる。
- ・アンケートは、ザガト・サーベイの編集部があらかじめ抽出した、それなりに知られている店舗(2,000店程度)が書かれている用紙に、点数とコメントを記入するもの。アンケート用紙に記載されていない店でも自分で追加して記入することもできる。
- ・点数と一緒にワンドリンクのディナー時の平均単価が紹介されている。本ガイドブックの特徴は、ザガティアの人々のレストランに対する本音の紹介文が掲載されていることで、事実のみを謳った内容が厚い信頼を得ている理由となっている。
- ・本ガイドブックに掲載されるレストランの内容については最終的にレストランに連絡を入れてからの出版となるが、内容修正や変更は、原則、受け入れないことになっている。

評価国: 全米及び21カ国の主要都市(東アジアでは上海、東京、大阪・神戸・京都)

### 3. 各国のレストラン認証ラベル制度等の具体例



#### (1) タイ

趣旨： タイ国商務省輸出振興局 (DEP) が中心になって、以下の5項目を柱とするタイ料理レストランのプロモーション事業が行われている。タイレストラン認定制度(「タイ・セレクト」)はその一環。

ア レストラン展開のマニュアル化

イ タイ国内外におけるタイ料理学校の設立促進

ウ 海外の主要なタイ料理市場におけるタイ食材の最も効率的な流通についての調査・研究

エ 健康と味に留意したタイ食品のレベル向上

オ 品質の高さを表し、消費者の信頼度を高めるための「タイ・セレクト」(レストラン認定制度)の普及

「タイ・セレクト」:

タイ国商務省輸出振興局 (DEP) が1999年から開始した認定制度(2006年より、現在の「タイ・セレクト」のロゴマークに変更)。

全世界でのタイ国産品・農産物の消費増加を背景に、「タイ国の食品は高品質である」ことを世界の消費者に認知させることを目的。

また、世界各地で展開するタイ料理レストランの水準を高め、本物のタイ料理を提供することで、さらにタイ料理の人気を高めることを目指す。

なお、海外でのタイ政府の各種プロモーション事業のサポートを受けるには、ラベルの取得が条件。

認定管理団体： タイ国商務省輸出振興局 (DEP)

認定ラベル:

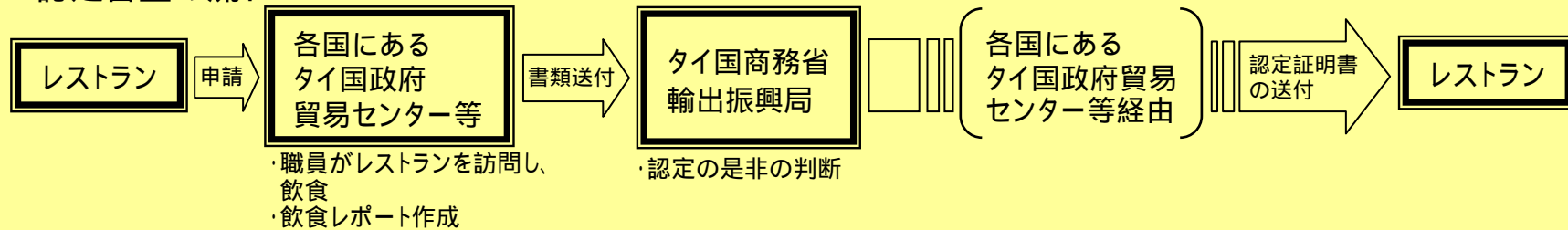


# タイ



認定審査・要件:

## ア 認定審査の流れ



イ タイレストランは下記のカテゴリーに大別され、さらに「クィック・サービング」(カウンターでのサービスやセルフサービス)と「テーブル・サービング」(フルサービス)に細別されて登録・認定が行われる。

- ・伝統的タイ料理(例:調理法、盛付けなど伝統的レシピ料理)
- ・現代的なタイ料理(例:他国の料理とミックスされたフュージョンタイ料理)
- ・特殊なタイ料理(例:タイヌードル専門店、タイ風スキヤキレストラン)
- ・タイ政府と共同開発した特別メニューを出すレストランチェーン

## ウ 認定基準(8項目)

- ・営業実績1年以上
- ・週5日以上営業
- ・食品衛生基準に則した設備
- ・AMEX、VISAなどのクレジットに対応
- ・タイ料理店に1年以上勤務歴のある料理長を雇用
- ・タイ料理店に求められる生鮮食材、調理器具を使用  
(タイ国産のものに限定しないが、本場タイ料理と同様なものであることが必要)
- ・6分野以上、各6種以上のタイ料理を提供
- ・タイ国政府貿易センター等による審査の受け入れ

エ 認定期間 3年ごとに更新

認定店舗数: 2006年5月現在、全世界で572店舗  
(日本では31店舗)

## (2) イタリア



趣旨： イタリア政府機関による認定制度。世界に5万5千から6万軒あるとされるイタリア料理店のうち、イタリア本来の伝統や食文化を尊重しないレストランが数多く出現している状況に対応するために制定。

2003年、ベルギーより施行開始。

目的： 消費者が海外で正真正銘のイタリア食品・食材を見つけるための「道しるべ」の役割を果たすこと。

認証管理団体： 海外のイタリアンレストランにおける良質の農産物を評価するための専門委員会

関連団体：

- ・イタリア農林省
- ・イタリア外務省
- ・イタリア生産活動省
- ・在外イタリア人省
- ・イタリア貿易振興会
- ・イタリア商工会議所協会
- ・国立食品栄養研究所
- ・イタリア商工会議所連盟
- ・国際イタリアンレストラン連盟

認定ラベル：



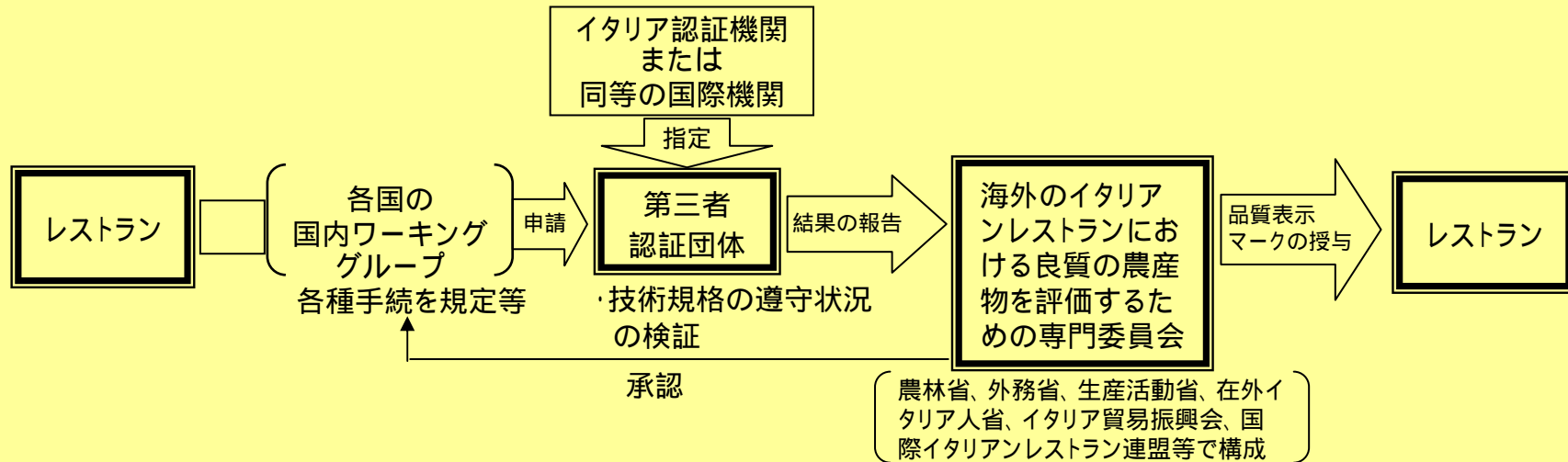
ristorante italiano



# イタリア



認定審査・要件：  
ア 認定審査の流れ



(注) Norma Tecnica(技術規格)('海外のイタリアンレストランにおける良質の農産物を評価するための専門委員会'策定)に基づき、農林水産省作成。詳細は照会中。

- イ 認定要件となるNorma Tecnica(技術規格)を制定。
- ・イタリア料理の基本的な性質を備えていること。
  - ・イタリア料理の正統的な素材と料理法を用いていること。
  - ・「イタリアの生活様式」を正しく反映した雰囲気の内であること。

## イタリア



### ウ 技術規格の内容

- ・使用される食材の衛生管理は、HACCP(危機分析・重要管理点)を採用することで保証すること。
- ・パスタ、米、ポレンタ、パン、オリーブ油、ワイン、チーズなどの主要素材ごとに、細かい品質基準を規定。  
(例)

素 材	基 準
卵入りパスタ	・イタリアで加工された極上小麦を使用 ・イタリアで生産・加工されたもの、またはイタリアを起源とする会社により生産・加工されたもの ・卵入りイタリアンパスタの品質条件に合致
ポレンタ	・イタリアで生産・加工されたもの、またはその国で生産・加工されたものを使用することについて、「海外のイタリアンレストランにおける良質の農産物を評価するための専門委員会」の承認を受けていること
オリーブ油	・イタリアで生産・加工されたエクストラバージンオリーブオイルのみを使用 ・店内には、エクストラバージンオリーブオイルのビュッフェがあること
ワインと発泡酒	・ワインメニューには、イタリアンワインと発泡酒が少なくとも60%以上含まれていること ・そのうち40%は、登録認証を受けた製品であること
チーズ	・DOP(原産地保護名称)、IGP(特産品保護指定)のイタリアンチーズ、または伝統チーズであること
調味料	・イタリアで生産されたワインビネガー、またはバルサミコソースが1種類あること

- ・料理メニューと調理方法について、細かい基準を規定。  
(例)・料理メニューの品目は、正しいイタリア語で書かれていること  
・イタリアンワインは専用メニューに書かれ、原産のイタリア地方も分かるようにしてあること  
・イタリア伝統の品目の割合が、紹介されている品目の総数の80%以下にならないこと
- ・従業員について、細かい基準を規定。  
(例)・料理長は、専門資格を保持しているか、特定のイタリアンレストランで、6ヶ月以上の期間、訓練を受けていること  
・イタリア語を話せる者が少なくとも1名はいること

## イタリア



エ 一般的な技術規格以外に、ラベル付与対象国別の技術規格も制定され、2006年5月現在、ドイツ、ベルギーの国別技術規格が策定されている。

オ 認定期間 1年ごとに更新

認定店舗数：2006年5月現在、ベルギー36店舗、ルクセンブルグ6店舗  
2004年11月に認定レストランを掲載したポケットガイドブックを発刊。

また、ベルギーでは、認定レストランとイタリア食品に関する情報をまとめた消費者向けウェブサイト稼働。

その他：日本においても、1997年から1999年までの間、イタリア貿易振興会東京事務所が中心となり、イタリアンレストランの認定を実施(合計17店舗。ブロンズ製のプレートを授与)。

### (3) フランスにおける日本食レストラン価値向上委員会

#### 趣旨・目的:

- ア フランスにおいて、当面の間の試行的対応として、正統な(オーセンティックな)日本食や日本文化をフランスの消費者に知っていただき、かつ、他の国の食との違いを理解してもらうこと。
- イ 国籍を問わず日本食の料理人がチャレンジする機会を与え、励みにしてもらうこと。
- ウ これらを通じ、日本からの食材等のジャパン・ブランドの輸出促進。

#### 制度の対象とする日本食及びレストラン:

- ア 日本食  
日本国内で一般に「和食」のカテゴリーに入るとみなされている食事  
(フランスで創作されたこれに準ずる食事を含む。)
- イ レストラン  
上記の食事(以下「日本食」という)がメニューの全部を占める飲食店  
(テーブル・サービスが主体となっているものに限る。)であって、  
以下の分類に該当し、かつ、フランス国内に住所のあるもの

分類: 懐石、寿司、天ぷら、うなぎ、焼き鳥、そば、うどん、丼物その他日本伝統の日本食(フランスで創作されたものを含む。)を主に提供するレストラン

#### 実施主体:

- ア 本制度の実施主体は、日仏の有識者で構成され、公正・中立を旨とする委員会である「**日本食レストラン価値向上委員会**」(オブザーバー: 在仏日本大使館、パリ日本文化会館)。
- イ ジェトロパリセンターが事務支援。

## フランスにおける日本食レストラン価値向上委員会

推奨マーク:



審査手続:

- ア の実施主体は、対象のレストランからの申請を受けて審査・推奨する。また、実施主体は、推奨の候補となるレストランを自ら選定することができる。
- イ 審査の方法は、実施主体が選任する複数の覆面審査員が店舗を訪問し、各項目に掲げる基準について審査及び採点する方法。
- ウ 推奨を受けるための基準は、店舗、衛生・安全面、スタッフ、メニュー及び食材の状況、多岐に渡り、合計ポイントで判断される。