



「食」の課題と対応策（案）

問 題	1 P
課題と対応策	2 P
1 . 人材育成	3 P
2 . 料理業界	5 P
3 . 食文化	6 P
4 . 海外展開	7 P
5 . 食 材	9 P

2005年1月21日

知的財産戦略本部・コンテンツ専門調査会
日本ブランドWG

問 題

人材育成 の問題	料理業界内における徒弟的教育システムの限界 学校における基礎的教育と料理業界のニーズと のミスマッチ
料理業界 の問題	閉鎖的、属人的な業界の体質 業種間の対立を背景とした業界全体のまとまり の不足
食文化 の問題	国民の食習慣や栄養バランスの乱れによる、 健康への悪影響とブランド力低下の懸念
海外展開 の問題	日本の食文化に対する理解の不足 ～ 誤解を招くような「日本料理」の存在～
食 材 の問題	食材の輸出拡大に向けた取組みが限定的

課題と対応策

	分野	課題	対応策
1	人材育成	・基礎教育課程への料理業界のニーズの反映	・調理師専門学校等における実践的ビジネス教育の充実
		・料理・サービス・経営を総合的にマネジメントできる人材の育成	・大学等におけるフードビジネス人材の育成
2	料理業界	・料理業界横断的な協力体制の欠如 ・料理人に対する評価システムの改善	・業界横断的な取組みの推進 ・食文化の研究
3	食文化	・国民の食生活の改善 ・日本の食文化の再評価	・栄養教諭を中核とした学校における食育の推進 ・広報・PR活動の推進 ・地産地消の推進 ・伝統的な食材や地域の特色ある食材の生産振興 ・伝統的な食文化の保存・活用 ・食文化の発展に貢献した者の顕彰
4	海外展開	・海外における日本食の普及促進	・在外公館などによる情報発信の充実 ・海外の料理店を活用したPR活動 ・留学生を対象とした卒業後の実務研修を推進 ・日本料理店・料理人のレベルの向上
		・料理人・料理店の海外展開の支援	・海外展開に係るノウハウの提供
		・外国人観光客対策	・外国人観光客に対するサービスの向上
5	食材	・食材のブランド力強化	・安全・安心と「正直」さが伝わるブランドづくり
		・食材の輸出促進	・販路の創出・拡大 ・検疫条件の整備などによる輸出体制の整備

1-1. 人材育成（課題と対応策）

- 優れた料理人を育成する -

課題

基礎教育課程への料理業界のニーズの反映

料理人の育成については、調理師専門学校等における基礎的教育と料理店など料理業界からのニーズとの間にギャップが生じており、徒弟制度的な現場教育の長所を取り入れつつ、実践的ビジネス教育の充実を図っていく必要がある。

対応策

調理師専門学校等における実践的ビジネス教育の充実

< 調理師専門学校における取組み例 >

服部栄養専門学校：

調理師本科2年制(ハイテクニカル経営学科) 「調理技術」+「経営、サービス」

< その他教育機関における取組み例 >

辻調理技術研究所：日本料理研究課程等 「専門性」+「実践的教育」

1 - 2 . 人材育成（課題と対応策）

- 食を担う多様な人材を育成する -

課題

料理・サービス・経営を総合的にマネジメントできる人材の育成

世界に通用するブランド力を持った者を育成するためには、料理の技術だけではなく、サービスや経営を含めた総合的なマネジメントが可能な人材を養成することが必要。

対応策

大学等におけるフードビジネス人材の育成

< 取組み例 >

宮城大学(県立) :

食産業学部(2005年4月新設予定)

外国における取組み例

C . I . A . (Culinary Institute of America)

アメリカにある料理専門の大学

料理長クラスの人材を養成することを目的に、調理技術に加え経営・サービスの教育を重視。

4年制コース(学士)と2年制コース(準学士)がある。

アメリカの料理業界からの評価は高い。

2. 料理業界（課題と対応策）

- 料理業界の協力体制を構築する -

課題

料理業界横断的な協力体制の欠如

業種間や料理店間での交流が不足していたため、評価の基準や技術向上の目標となるような、料理技術等の体系化(定義づけ)がなされていないという問題がある。

料理人に対する評価システムの改善

料理人を対象とした表彰制度やコンクールは官民を問わず多数あるものの、料理技術が体系化されていないため、結果として、業界(団体)内での実績を重視した選考となり、世界に通用する料理人の育成・支援といったブランド戦略上の機能は十分ではない。

対応策

業界横断的な取組みの推進

- ・料理店や料理人の交流を促進することにより、評価方法の標準化を図り、料理人のキャリアパスの明確化を図る。
- ・業界、学校、行政が一丸となった国民的な活動を推進する。

食文化の研究

大学や企業における食文化研究を奨励する。

フランスの取組み

M.O.F. (Meilleurs Ouvriers de France)

高い技能を持つ職人を公開の実技審査により選抜・顕彰する制度
M.O.F.の受賞は、料理人にとって最高の名誉であり、若手料理人の大きな目標

評価の基準は、約100年前にエスコフィエによって標準化された調理法がベース

3. 食文化（課題と対応策）

- 日本の食のブランド価値を高める -

課題

国民の食生活の改善

「ヘルシー」といった日本食のブランド力を高めるためには、我が国の国民がバランスのとれた豊かな食生活を営み、健康であることが重要。

日本の食文化の再評価

食の画一化や簡便化の進展により、「食」と「農」の距離が拡大した結果、国民の食材や料理に関する知識が低下し、優れた日本の食文化が崩れつつあることから、その再構築が重要な課題となっている。

対応策

栄養教諭を中核とした学校における「食育」の推進

広報・PR活動の推進（政府の公式行事等での日本料理・日本酒の活用 等）

地産地消の推進

伝統的な食材や地域の特色ある食材の生産振興

伝統的な食文化の保存・活用

食文化の発展に貢献した者の顕彰

文化庁の取組み

お雑煮100選

祖父母、父母から伝わる雑煮や各地に伝わる雑煮など、平成17年の正月に食した雑煮を広く一般に募集中



食育基本法の制定へ向けた動き（国会で継続審議中）

4 - 1 . 海外展開（課題と対応策）

- 情報発信を充実させる -

課題

海外における日本食の普及促進

日本食(日本料理、日本酒、緑茶)は世界中で人気となっており、世界各国に多くの料理店が展開している。

しかしながら、誤解を招くような「日本料理店」が多く、正しい日本の食文化や料理技術を学ぶための機会も少ないことから、日本食の正しい知識や技術の普及を促進するための取組みが必要。

対応策

一般の外国人

在外公館などによる
情報発信の充実

海外の料理店を活用
したPR活動

日本食の料理レシピの作成・配付

留学生

留学生を対象とした卒業後の実務研修を推進

在留資格「研修」に基づいて、料理店等の現場での実務研修が行えるよう、受け入れ体制を整備する。

プロ料理人

日本料理店・料理人の
レベルの向上

<最近の取組みの例>

日本料理アカデミー
外国人シェフを対象とした料亭等
での現場研修の実施(2005年～)

4 - 2 . 海外展開（課題と対応策）

- 海外展開のための情報提供を充実させる -

課題

料理人・料理店の海外展開の支援

店舗や従業員の確保から食材の調達方法、法制度や税制など、日本とは異なる様々なシステムに対応する必要があるが、一料理人や一料理店ではそれらの外国の情報を得ることは困難。

外国人観光客対策

外国人観光客をターゲットとした場合には、料理店に関する情報提供の不足、分煙やトイレなどの施設の不備、接客サービスやメニューにおける外国語対応の不足、などの問題がある。

対応策

海外展開に係るノウハウの提供

世界各地に進出した日本人の料理人や日本料理店の事例等を調査・提供する。

外国人観光客に対するサービスの向上

飲食店に関する情報提供の充実、メニューの英語化や分煙の徹底などにより、外国人観光客に対するサービスを向上する。

5 . 食材（課題と対応策）

- 日本産の農林水産物を世界に輸出する -

課題

食材のブランド力強化

「安全・安心」、「高品質」といった日本の食のブランド価値を向上させるためには、食材となる農林水産物の生産・流通体制を確立・強化し、食材のブランド化を進めることが重要。

食材の輸出促進

料理と食材は相互に密接に関係するものであり、世界に日本の食を普及させ、そのブランド力を十分に発揮するためには、食材となる農林水産物の輸出促進が重要。

対応策

安全・安心と「正直」さが伝わるブランドづくり

新技術や新品種の積極的導入などにより安全・安心で高品質な食材の生産体制を確立するとともに、適正な表示のための環境整備などにより「正直」さが伝わる生産・流通体制を構築することで、消費者に信頼される食材のブランド化を推進する。

販路の創出・拡大

戦略的なPR・商談活動の場の提供、海外市場の調査・情報提供、通年型販売促進により、国産食材の販路の創出・拡大を図る。

検疫条件の整備などによる円滑な輸出体制の整備

(参考) 食に関する諸外国の施策

フランス

・人材育成

基礎的教育
職業訓練校とレストランのデュアル教育システム
資格制度 (M.O.F.)
公開のコンクール審査によって技能レベルを認定
勲章 (農事功労賞等)
フランス料理の発展に貢献した者 (料理人) を顕彰

・食文化

味覚の週間
毎年10月第3週にフランス全土で「味覚の授業」など
様々な食育活動を官民の協力の下で実施 (1990 ~)
味覚の授業
三ツ星シェフらが実際に小学校に出向き、味覚
(甘・酸・苦・塩味) の訓練等を実施

・海外展開

ル・コルドン・ブルー
本拠地はパリで、日本を含め世界15カ国に進出。フ
ランスの料理技術や食文化を世界に普及
フランス食品振興会
フランス産の食品 (ワインを含む) の輸出促進のため、
プロモーション活動等を実施 例) アペリティフの日

イタリア

・人材育成

基礎的教育 (調理師学校)
主に中学校卒業者を対象。一般教養と調理を教育
アルマ・イタリア料理国際スクール
プロ向けの料理教育機関。修了し、試験をパスすると
イタリア料理マスター (修士) を取得できる。
料理大学 (ガストロノミー大学)
食の歴史や文化、経営などを多角的に教育。フード
ジャーナリストや経営者を養成。 (2004 ~)

・食文化

スローフード運動
ピエモンテ州ブラが発祥の食育活動で、活動は世界
中に広がっている。伝統料理の保護などがテーマ
味の都
ローマにある食の総合情報発信基地 (2002 ~)

・海外展開

I. C. I. F. (Italian Culinary For Foreigners)
ピエモンテ州にある外国人料理人 (プロ) のための学
校。国外へ正しいイタリア料理文化を普及
イタリア貿易振興会
ワインやチーズなどのイタリア製品の輸出促進のため、
プロモーション活動等を実施 例) イタリア・フェスティバル