

第3回 Create Japan WG

日 時：令和3年4月14日 14:00～16:00

場 所：オンライン開催

出席者：クライン委員、オヤ委員、チュー委員、サーズ委員、楠本委員、佐藤委員、田中座長、中村委員、村上委員、渡邊委員
：出席省庁については別紙参照

議 題：

- 1、開会
- 2、(1) 「食・食文化」について（文化庁、農林水産省から説明・意見交換）
 - ・食文化振興の取組等
 - ・食の輸出、食文化の海外発信等
- (2) 「観光」について（観光庁から取組について説明・意見交換）
 - ・感染拡大防止と観光需要回復のための政策プラン

【主な意見】

○ 「食・食文化」について

・食を文化として位置付ける意味で論点が2つある。1つは技術の継承。これまでに積み重ねてきた技術をどう継承していくかを考える必要がある。大阪・関西万博くらいまでに、担い手不足も含め、日本の食産業がこれまで蓄積してきた技術をどう継承するのか。それを国家プログラムとしてどう位置付けるかを議論すべき。

・もう一つは高付加価値化。担い手が減る中で、フードテックなどITを活用しながらどう知財化するか。文化戦略にするのであれば、日本食文化をどう知財化し、ブランド化して、高付加価値化するかを考える必要がある。また、高付加価値化はラグジュアリー戦略に限らない。外食産業が海外に進出してもほとんど上手くいっていない。これまでの日本食産業は農業、加工、外食と縦割りで皆一本足打法だったため脆弱だった。海外での現地化等を含めて、ノウハウを食産業全体でどうシェアいくのかが大事。

・コロナ後、インバウンドが再開してもコロナの感染対策などの警戒感が残る。訪日外国人向けに英語版の感染防止徹底宣言ステッカーがあると良い。

・アートをデジタル化してNFT（Non-Fungible Token）としてブロックチェーン上で販売することが話題となっている。有名な絵師やアーティストにラーメンや天ぷら、笹蕎麦などを

デジタルアートとして描いてもらい、NFT にしてブロックチェーン上で展開すると話題になるし、それがきっかけで日本食について理解を深めることができる。

- ・ブロックチェーンのテクノロジーを使えば、簡単に独自のコインを創ることもできる。例えば、クールジャパン・コインなどを創って、日本に来られない間はそれに投資をしておいて、実際来た時に思う存分日本食を楽しんでもらうのも良い。

- ・新鮮な食品を海外に展開できないという状況であれば、レトルト食品やインスタント食品などの輸出に向けた食品や自宅で簡単に調理可能な食品に注力してはどうか。

- ・海外で日本食を食べたり、作ったりするためには、ジャパンレストランと日本食材を扱うスーパーマーケットのマップを作ることが大事。

- ・ファッションの活用も大事だと思う。食品ブランドをPRする目的で、企業ロゴをプリントしたTシャツを作製し、着て歩くだけで良い宣伝になる。

- ・文化とは価値観だと思う。食の日本的価値観をどうやって海外に広げていくか。食文化の技術や料理は、その価値観を具現化したもの。日本の価値観が広がって、共有してくれる人が増えて、そういう人たちが高級料理から家庭料理まで日本食を食べてくれると、結果的に輸出も増えていく。価値観としての考え方を対外的な戦略に盛り込んで広めていくのが大事。

- ・食以外にも、海外には日本のモノが溢れている。ただし、実際に日本から輸出された物かどうかは怪しい。日本のモノだと証明する認定制度やマークなども検討してみてもどうか。

- ・食は体験からは始まる。日本食を体験したことがない人にいかに体験してもらうか、体験済の人にはどうすれば再体験してもらえるかを考えることが重要。外食と家庭という2つの軸で体験の機会を増やして、体験ごとのクオリティを高めることが重要。

- ・現地のクリエイターやイベント企業と組んで、注目してもらえるイベントを開催することが重要。イベントの様子はメディアで広く発信することができれば、日本食に関心がなかった人たちの興味喚起につながる。

- ・家庭料理だと、和食のレシピを発信して頑張っているクリエイターもいる。彼らをサポートし、いかに巻き込んでいくかという戦略も重要。また、身近に食材を購入できる場所があるかという観点では、オンラインショップを増やしたり、そういった会社をサポートしたりすることも必要。

- ・日本の食文化をありのまま伝えるだけでは共感を得られない。ポイントになるのがグリーンシフト。この文脈から日本食を再解釈する必要がある。世界中が注目しているサーキュラーエコノミー、SDGs、フードロス等に日本食がどのように影響を及ぼしているのか？というコンテキストデザインが重要になる。「日本の食文化×グリーンシフト」など世界に対して日本食の新しい伝え方をつくり出した方が良いと思う。

- ・日本食をどう再解釈するか？を考える時に、江戸のエスタブリッシュという考え方が重要

になると思う。江戸時代の食文化の特徴は、ノンエレクトリック型であり、サーキュラーガストロノミーであること。グリーンエネルギーのみでローカルクレイドルな食文化であるというところをヒントに再解釈してみる。このような観点は世界で共感を得るには大事なポイントになる。

- ・グリーンシフトを考える際に、グリーンフードデザイナーとしての料理人が重要になる。ジオ・ガストロノミーでは、サーキュラーエコノミーの中で料理人がどうやって自然から栄養を吸収するような技術を蓄えたのか。それを支える調理工具・器具は何だったのか？など皿の外の物語をつくるうえで、料理人が大事になってくる。

- ・今後、世界の料理人の育成方法のなかで「日本で料理を学ぼう」をブランディングできると思う。世界の未来フードデザインを学べるのが日本である。

- ・テックによる次世代解釈が重要。江戸時代などに蓄積してきたことわざなどを科学的に解釈することはチャンスだと思う。DX の次は GX（ガストロノミートランスフォーメーション）が来ると思う。日本の食文化を GX 化できれば国力のひとつになる。

- ・日本発祥の新たな食文化という視点があっても良いのではないか。日本には各地域の食材を使った創作料理という新しい価値を生み出しているのに注目されていない。ここを共感してもらうにはどうすれば良いか？を議論しても良いのではないか。

- ・個人的に、コロナ禍で安全・安心を意識している。日本食は美味しさや芸術性のほかにも健康に良いイメージがあり、それが安心・安全のブランディングにつながっていると思う。健康というキーワードは世界で注目されている。このヘルシーも日本食の魅力のひとつ。

- ・日本食はバラエティ豊か。各地方の郷土料理は戦略的に発信すれば武器になる。日本には寿司、和牛、天ぷら以外にも素晴らしい料理が沢山ある。郷土料理が注目されれば各地域の支援にもつながる。

- ・イタリアのポローニャには、フードを起点に街全体を回遊してもらう仕掛けがある。街の各地にフードホールやフードマーケットがありツアーで回る。このような仕掛けをつくってはどうか。

- ・トスカーナ地方では、料理人のマスタークラスがあり、1週間で集中的に修行する。このマスタークラスのような仕組みがあれば、食に関する技術を継承できるのではないか。

- ・日本の道の駅をもっとブランディングしてデスティネーションにしてはどうか。バイカーは道の駅でスタンプラリーをしている。各地域の道の駅で、それぞれの特産品を出すと良いと思う。

- ・技術力のある料理人が高齢化していて、技術の継承が問題。技術をアーカイブするべき。

○ 「観光」について

- ・2030年に訪日外国人6,000万人を目標にしているが、コロナ前からオーバーツーリズムが問題になっている。少人数で地方を旅行してもらえるプランがある中で、この目標は本当に必要なのか。
- ・外国人が戻ってきたら東京、京都など代表的な地域だけではなく地方を推しても良いと思う。先日、行った八丈島はレンタカーなど交通の便も良く、自然や食べ物も良かったので東京諸島も推せたら良いと思う。
- ・ヨーロッパの人は夏にビーチに行きたがる。日本のビーチも素晴らしいが認知されていない。日本のビーチ、ダイブ、シュノーケリングの文化も観光のきっかけになれば良いと思う。
- ・インバウンドのターゲットは、まず「日本に行きたい」と思っている人たち。日本で安全に過ごすための情報が一か所に纏まってリアルタイムに入手できると良い。可能であれば、観光のシナリオに沿った情報が全部一か所で把握できるようなポータルがあると有り難い。
- ・富裕層を地方に誘致したいが、移動手段や食事の場所が限定される。また、ガイドは運転できないという制約もある。楽しめる環境が整っていない場所に誘致するのはどうかと思う。ガイドしながら運転できるようなライセンスを準備するなどの対策が必要である。
- ・田舎ではお店がタクシーを呼んでくれるが、英語の案内がないので知らない外国人が多い。感染防止徹底宣言ステッカーのようなわかりやすいマークがあると良い。
- ・ゴールデンルート以外で日本各地を楽しんでほしいが、ガイドが運転できないし、専用のドライバーを依頼するとその分コストがかかる。電動アシスト自転車も海外のものと比較すると性能やパワーが不足している。アドベンチャーツーリズムや地方の山など自然を楽しむようにレギュレーションを考え直す必要がある。
- ・今後、団体旅行という概念が消えて小規模単位での旅行が主流になる中で、セルフガイドツアー（SGT）が定着していくと思う。スマホが必需品だが、現状は5Gなど通信環境が整っていない場所がまだまだある。
- ・プライベート5Gというシステムもあるので、エリア限定でDX化を進めていくという政策があっても良いのではないかと。衛生通信も含めて国立公園の活性化に次世代通信をどう活用するかは大事なポイント。
- ・オーバーツーリズムの話も含めて、世界中に増えていくパスポートホルダーの中でたった3,000万人しか日本に来れないのであれば、これまでの平均18~20万円の消費価格ではなくて、平均100万円使ってもらうにはどうすれば良いのかといったスーパー活性化プランがあった方が良い。

以上