

食文化産業の優良事例



令和8年3月

KPMGコンサルティング株式会社

《目次》

●瓢亭	2	●銀峯陶器株式会社	13
●志摩観光ホテル	3	●貝印株式会社	14
●レストラン カンテサンス	4	●象印マホービン株式会社	15
●アル・ケッチアーノ	5	●紀州炭工房	16
●株式会社ゼンショーホールディングス	6	●山形県鶴岡市	17
●株式会社力の源ホールディングス	7	●一般社団法人発酵バレーNAGANO	18
●G-FACTORY株式会社	8	●一般社団法人豊の国千年ロマン観光園	19
●THE MATCHA TOKYO 株式会社	9	●JA全農	20
●キッコーマン株式会社	10	●株式会社ぐるなび	21
●ミツカングループ	11	●味わう株式会社	22
●日清食品グループ	12	●東京建物株式会社	23
		●ABF Capital	24

(参考) 瓢亭の事例

- 京都・南禅寺の門前に位置する瓢亭は、江戸期に門番所を兼ねた腰掛け茶屋として創業し、400年以上にわたり茶懐石の伝統を継承してきた老舗料亭である。
- 名物「瓢亭玉子」や朝がゆ、鶉がゆなどの料理を通じ、季節感や茶道の精神「和敬清寂」を体現する京料理文化を発信している。
- 歴史的建築や茶室、器やしつらいを含めた総合的なおもてなしを重視するとともに、食材や出汁の工夫、新たな店舗形態の展開などを通じて伝統と革新を両立している。
- 食育や文化発信にも取り組み、京料理の価値を次世代へ継承する食文化産業の優良事例となっている。

○ 瓢亭の取組



400年以上の歴史を持つ老舗料亭

出典：瓢亭



朝がゆ

出典：瓢亭

(参考) 志摩観光ホテルの事例

- 志摩観光ホテル（三重県志摩市）は、伊勢志摩が「御食つ国」として育んできた食文化を基盤に、地域資源を高付加価値化する取組を展開している。
- 鮑や伊勢海老といった象徴的食材を、伝統技法とフランス料理の技術を融合させて提供し、ここでしか体験できない食の価値を創出している点が特徴である。
- さらに、「伊勢志摩ガストロノミー」の理念の下、生産者との連携や資源保全への配慮、食材に宿る物語の発信を一体的に推進している。
- 賞味会を通じて、生産者と来訪者を結び、地域文化への理解と共感を深める仕組みを構築。観光と食文化を結節点に持続的な価値創造を実現する食文化産業の優良事例である。

○ 志摩観光ホテルの「伊勢志摩ガストロノミー」の取組



総料理長 樋口 宏江 氏



海の幸フランス料理



地元の生産者との交流

(参考) レストラン カンテサンスの事例

- レストラン カンテサンス（東京都品川区）は、岸田周三シェフが渡仏経験を通じて培った哲学を基盤に、「純粹なおいしさの追求」を徹底するガストロノミーの優良事例である。
- 流行や外的評価に左右されず、自身が感動した味を一皿に昇華し続ける姿勢により、2007年から長期にわたりミシュラン三つ星を保持している。
- 装飾を排した空間設計や白紙メニューに象徴される体験価値の創出、シグニチャーディッシュの継続的進化、人材育成への注力など、ブランド力・持続性・人材輩出を兼ね備えた高付加価値型モデルとして、食文化産業の発展に示唆を与えている。

○ レストラン カンテサンスの取組



岸田周三シェフ

出典：レストラン カンテサンス



山羊乳のババロア

出典：料理王国



政府への政策提言

出典：Chefs for the Blue

(参考) アル・ケッチャーノの事例

- 山形県鶴岡市のアル・ケッチャーノは、庄内の在来野菜や魚介など地域固有の食材を軸に、「加熱と塩、掛け合わせ」によって価値を最大化するメソッドを確立した食文化産業の優良事例である。
- オーナーシェフ奥田政行氏は、生産者を自ら訪ね、販路開拓や加工・外食展開まで担うことで地域内に付加価値循環を構築し、地産地消のフラッグシップとして機能してきた。
- 農林水産省の「料理マスターズ」を受賞するなど高い評価を受け、ユネスコ創造都市認定への貢献や海外フェア、食育・人材育成を通じて地域ブランドの確立と国際発信を実現している。

○ アル・ケッチャーノの取組



奥田政行シェフ

出典：アル・ケッチャーノ



旬の地元産こだわりの食材

出典：アル・ケッチャーノ



在来作物と伝統食に育まれた豊かな食文化がある庄内地方

出典：アル・ケッチャーノ

(参考) 株式会社ゼンショーホールディングスの事例

- 株式会社ゼンショーホールディングスは、創業時から社会課題の解決を事業の原点に据え、食を通じて世界の安定的な生活基盤を支える企業として成長してきた。
- 牛丼チェーン「すき家」を中核に、原材料の調達から製造・加工、物流、販売までを自社で統合管理するマス・マーチャンダイジング・システム（MMD）を構築し、安全性・品質・価格の最適化を実現している。
- 海外展開では、牛丼・寿司といった日本の国民食や世界の日常食を現地の食文化に合わせて展開し、食材の現地調達やハラル対応、M&Aなどを通じて業態拡張を進めている点が特徴である。企業理念が人財育成や災害時の行動にも結びついており、食文化産業における国際展開と社会的価値創出を両立する優良事例といえる。

○ 株式会社ゼンショーホールディングスの取組



マス・マーチャンダイジング・システム（MMD）に基づく事業展開

出典：株式会社ゼンショーホールディングス



すき家を海外に655店舗展開

出典：株式会社ゼンショーホールディングス

(参考) 株式会社力の源ホールディングスの事例

- 株式会社力の源ホールディングス（福岡県福岡市）は、「一風堂」を核に、日本食、とりわけラーメン文化を世界に広げてきた食文化産業の優良事例である。
- 同社は「すする喜び」という日本独自の食作法に価値を見出し、単なる商品輸出にとどまらず、食体験そのものを文化として発信している点に特徴がある。
- 海外展開においては、日本の成功モデルを画一的に移植するのではなく、現地の嗜好や宗教、食習慣に応じた商品開発や店舗設計を行い、16カ国・地域に312店舗を展開（国内：2025年12月末、海外：2025年9月末現在）。
- また、豚骨以外のラーメン開発や、地方都市におけるラーメン創出支援など、食文化の多様性と地域性を尊重した取組も行っている。

○ 株式会社力の源ホールディングスの海外事業の取組



PLA-TON

出典：ippudo V Brooklyn店



SHOJIN

出典：ippudo V Brooklyn店



Ramen Mania INDONESIA
Lippo Mall Nusantara店（ジャカルタ）

出典：Chikaranomoto Global Holdings

(参考) G-FACTORY株式会社の事例

- G-FACTORY株式会社は、和食文化の継承と飲食産業の発展を担う支援基盤として機能。飲食店の出店・移転を円滑化する仕組みに加え、業界の人手不足に対して特定技能外国人の活用を含む紹介・定着支援を行い、現場の安定運営に寄与している点が特徴である。
- 料理技術やおもてなしを体系的に学べる「飲食塾」を運営し、次世代の人材育成にも直接取り組んでいるほか、日本の飲食企業の海外展開を後押しする海外進出サポートを通じ、和食文化の国際的普及に貢献。自社ブランドの海外展開で得た知見を生かし、飲食業者の挑戦を実践的に支える好事例である。

○ G-FACTORY株式会社による経営サポートの取組



鰻丼専門の「宇奈とと」
ベトナム・タンビン店



「飲食塾」での調理指導



海外店舗を支えるベトナム人スタッフ
(特定技能制度のもとで修業)

(参考) THE MATCHA TOKYO 株式会社の事例

- THE MATCHA TOKYO 株式会社（東京都渋谷区）は、オーガニック抹茶に特化し、カフェを主軸に若年層や訪日客へ抹茶文化をカジュアルに届ける取組を展開している。
- 茶農家との資本・業務提携により原料調達と価値共有を図りつつ、伊藤園との協業で商品開発や供給基盤を強化している点が特徴的である。
- 店舗展開に加え、「MATCHA WATER」など日常消費型商品や茶室体験によるコト消費を組み合わせ、抹茶をライフスタイルとして浸透させる戦略をとっている。
- 一方で、抹茶や茶道具の供給不足、茶器の付加価値化と国際展開は今後の課題であり、文化と産業をつなぐ持続的なモデル構築を通じた、先進的な食文化産業の事例である。

○ THE MATCHA TOKYOの抹茶需要開拓の取組



オーガニック抹茶
味、色、香りを追求



職人のこだわり
カジュアルなスタイルで提供



グアム店舗
和を意識したインテリア

(参考) キッコーマン株式会社の事例

- キッコーマン株式会社は、食文化を核に据えたグローバル展開の先進企業。ホームクッキング需要を背景に、自社レシピサイトは年間4億ページ閲覧、「おいしい記憶」関連YouTube動画は、月間300万回再生を超えるなど、強力なコンテンツ発信力を有する。
- 同社の強みは、現地の食文化に合わせてしょうゆの使い方を共創する姿勢。米国で「肉に醤油」という新たな食文化を開拓した成功事例は象徴的で、現地素材を深掘りしたレシピ提案、人材の現地化、卸売との両輪経営により世界的市場を構築している。
- 減塩・グルテンフリー対応など、グローバル基準を見据えた商品戦略を展開。売上の8割以上を海外が占めるなか、日本の食文化を原点に、各国・地域の食文化を尊重し、融合することで新たなおいしさ、新たな価値創造を続ける優良事例である。

○ キッコーマン株式会社による しょうゆ文化発信の取組



新鮮なこいくちしょうゆ



レシピサイト「ホームクッキング」



ドイツでのしょうゆを使った
ランチパーティーの様子

(参考) ミツカングループ (愛知県半田市) の事例

- ミツカングループは、1804年の創業以来培ってきた発酵醸造技術と「おいしさと健康の一致」という価値観を軸に、食文化産業の優良事例と評価できる事業展開を実施している。
- 地域分権型のグローバル経営の下、日本では酢・納豆など伝統的食材を現代的な提案へ昇華し、北米・欧州では現地の食文化に深く根差したブランドを育成している。
- ZENBに代表されるサステナブルかつウェルビーイング志向の新規事業にも挑戦し、伝統と革新を両立させている点は、食文化を基盤とした持続的成長モデルとして示唆に富む。

○ ミツカングループの取組

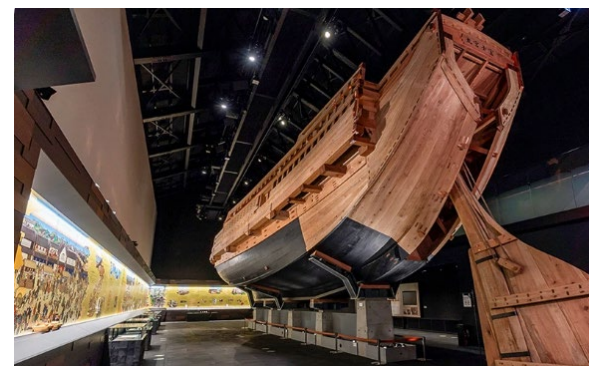


ゆず生産者との連携

出典：ミツカングループ



新たな食プロジェクト「ZENB」
(素材まるごとの栄養を食べることができる商品)



食文化の魅力にふれ、
学べる体験型博物館

(参考) 日清食品グループの事例

- 日清食品グループは、創業者・安藤百福の「食足世平（しょくそくせへい）」（食が足りてこそ世の中が平和になる）の理念の下、戦後の食糧難という社会課題から出発し、世界初のインスタントラーメン「チキンラーメン」を生み出した食文化創造企業である。
- 近年は「Planetary Health」と「Human Well-being」を軸に、「完全メシ」や独自栄養評価（NISSIN-NPS）による健康対応、培養肉・代替素材開発による持続可能性追求を推進している。
- 海外が売上の4割、営業利益の5割を占めるなどグローバル展開も進展し、各国仕様の商品開発で新たな食文化を創出している。
- 研究開発拠点等の経営資源や自社の強みを駆使して開発される魅力的な製品を通じて社会価値と経済価値を創出し、その循環によって創業者精神の体現と持続的な成長を目指している。

○ 日清食品グループの取組



「完全メシ」シリーズ

出典：日清食品グループ



米国で販売されている即席めん

出典：NISSIN FOODS (U.S.A.) CO., INC.



日清食品グループの技術・開発・研究拠点
「the WAVE」

出典：日清食品グループ

(参考) 銀峯陶器株式会社の事例

- 銀峯陶器株式会社（三重県四日市市）は、日常使いの土鍋を中心に、「料理を引き立てる器づくり」を理念として、伝統と革新を両立させている。原料に縛られない萬古焼の特性を活かし、耐熱性とデザイン性を兼ね備えた製品を開発している。
- 海外市場では各国の食文化に合わせた提案を行い、アジアを中心に、柔軟な発想で市場開拓を進めている。自社の商社機能を持つ新会社「G.M.P.」を設立し、EC販売やデータ分析を通じて高品質・高単価な販路を確立している。
- 萬古焼産地の窯元とともに、地元自治体や他産地との連携、出前授業や料理イベントを通じた地域・教育分野への貢献も進めている。伝統産業の枠を超え、地域と世界をつなぐ食文化産業の優良事例である。

○ 銀峯陶器株式会社による萬古焼の製造・開発



トンネル窯

内部は1200℃になる



花三島

発売から半世紀以上続く土鍋のベストセラー



PETARI (ペタリ)

2024年度グッドデザイン賞受賞

(参考) 貝印株式会社の事例

- 貝印株式会社は、岐阜県関市の刃物づくりの伝統を基盤に、調理道具を通じて食の価値や体験を広げている企業である。
- 刀鍛冶の精神を受け継いだ包丁ブランド「関孫六」やグローバルブランド「旬」などを展開し、鋭い切れ味や美しいダマスカス模様など日本の刃物技術の魅力を世界に発信。また、商品開発では「DUPS³」思想の下、伝統と先端技術を融合したものづくりを推進している。
- さらに本社の「Kai House」では料理教室等を通じ食の体験価値を発信。こうした取組は、伝統を基盤に食の体験価値を広げる食文化産業の優良事例といえる。

○ 貝印株式会社の取組



芸術品のような美しさと鮮烈な切れ味が特長の『関孫六』

出典：貝印株式会社



「折れず、曲がらず、よく切れる」との評価を得る「関の刃物」

出典：貝印株式会社

(参考) 象印マホービン株式会社の事例

- 象印マホービン株式会社は、炊飯ジャーの高度化を通じて日本の米食文化の価値を高めるとともに、その体験や魅力を国内外へ発信する取組を展開している。家庭向けには最上位モデル「炎舞炊き」など、ごはんのおいしさを追求した高付加価値製品を開発し、情報発信サイトを通じて日常の米食文化の魅力を伝えている。
- また、「象印食堂」などの飲食事業により「おいしいごはん」を体験できる場を提供するとともに、飲食店向け炊飯ジャーの機能開発を進め、外食現場の課題にも対応している。さらに、各国の米や食習慣に応じた製品展開や国際イベントでの発信を通じ、日本のごはん文化を世界に広げている。
- これらの取組は、製品開発、体験提供、海外展開を通じて食文化と産業を結び付ける優良事例といえる。

○ 象印マホービン株式会社の取組



炊飯ジャー

出典：象印マホービン株式会社



ごはんレストラン「象印食堂」(梅田店)

出典：象印マホービン株式会社



Webサイト「きょうも、ごはん。」

出典：象印マホービン株式会社

(参考) 紀州炭工房の事例

- 和歌山市の紀州炭工房は、伝統的な紀州備長炭の製造を核に、原木伐採から製炭・加工・販売・海外輸出までを自社で一貫して担う優良事例である。
- 萌芽更新によるウバメガシ林の持続的管理や重機導入により、安定供給と環境配慮を両立している。
- 北米・欧州・アジアなど32か国へ展開し、七輪導入や焼成指導まで行うことで、「本物の和食」を支える専門的インフラとして高付加価値市場を開拓している。
- 作り手の思想や物語を発信し、関連器具との連携や流通の工夫を通じ、食文化産業全体の高度化にも貢献している。

○ 紀州炭工房の取組



炭づくり

出典：紀州炭工房



燃料用備長炭

出典：紀州炭工房

(参考) 山形県鶴岡市の事例

- 山形県鶴岡市は、「鶴岡ガストロノミックイノベーション計画」の下、豊かな農業基盤と食文化を核に、研究・人材・産業を一体で育てる先進的な食文化産業モデルの構築を目指している。
- ユネスコ食文化創造都市としての蓄積に加え、山形大学農学部と慶應義塾大学先端生命科学研究所が連携し、最先端バイオ技術を農業・食品分野に応用している。
- 計画に取り組む以前に、慶應先端研の研究成果から複数のバイオベンチャーが生まれ、鶴岡サイエンスパークを中心に雇用と起業を創出してきた実績を持つ。
- 教育改革から社会実装、地域企業や料理人との連携までの包含を目指しており、食文化を産業価値へと転換する取組に着手している。

○ 「鶴岡ガストロノミックイノベーション計画」の取組



鶴岡サイエンスパーク



鶴岡市のブランブラン・ガストロパブで提供されている腸活ランチ

出典：メタジェンセラピューティクス



新タンパク質食材「kin-pun」の開発・実用化に関する研究

出典：フェルメクテス株式会社
(<https://fermecutes.com/>)

(参考) 一般社団法人発酵バレーNAGANOの事例

- 一般社団法人発酵バレーNAGANOは、長野県内のみそ・日本酒・ワイン・醤油・漬物等8分野の団体・企業を束ね、約350社が参画する広域コンソーシアムとして発足した。
- 少子高齢化や需要減退への危機感を背景に、品目横断で「発酵・長寿県NAGANO」ブランドを構築している。
- 海外展示会出展や北米レセプション、しなの鉄道観光列車や軽井沢での発酵滞在企画、コンビニとの共同商品開発など、販路拡大・観光連動・商品開発を一体的に展開する。
- 行政や大学とも連携し、世代を超えた協働を生み出している点に、食文化産業の優良事例としての意義がある。

○ 一般社団法人発酵バレーNAGANOの取組



食文化ストーリーレポート（漬物編）

出典：一般社団法人発酵バレーNAGANO



バーチャル蔵めぐり

出典：一般社団法人発酵バレーNAGANO

(参考) 一般社団法人豊の国千年ロマン観光園の事例

- 一般社団法人豊の国千年ロマン観光園は、宇佐・国東半島・別府等を横断する地域連携型DMOとして、神話・六郷満山文化・城下町・温泉といった千年超の歴史資源を統合し、世界農業遺産やSAVOR JAPAN認定と結び付けて食・農・観光を一体化させる滞在交流型モデルを構築している。
- 旅行業登録による着地型商品の造成や欧米豪向けアドベンチャーツーリズム推進、観光品質認証「SAKURA QUALITY」の導入などにより、地域資源の高付加価値化と市場多角化を実現している。
- 食文化を核に農林水産業、温泉、歴史文化を束ねるプラットフォーム機能は、食文化産業の統合的展開を示す優良事例といえる。

○ 一般社団法人豊の国千年ロマン観光園の取組



千年前から続く水田集落（田染荘）

出典：一般社団法人豊の国千年ロマン観光園



「スローフード」体験（宇佐・国東半島）

出典：一般社団法人豊の国千年ロマン観光園



漁船クルーズ（別府湾）

出典：一般社団法人豊の国千年ロマン観光園¹⁹

(参考) JA全農の事例

- JA全農（全国農業協同組合連合会）は、国産農畜産物の生産維持・拡大と「国消国産」を軸に、食料安全保障と食文化産業の持続的発展を支えている。
- 「JAタウン」に象徴される産地と消費者を結ぶプラットフォーム機能を基盤に、物流分野での共同輸送の取組や、日本ハム、外食産業、米加工事業者等との包括連携を通じて、生産から加工・流通・販売までの一貫したバリューチェーンを構築している。
- 肥料・飼料などの生産資材の供給を通じて農業基盤を下支えし、コスト配慮と国産農畜産物の価値向上を両立させる点は、日本の食を未来につなぐ食文化産業の優良事例である。

○ 全農による食文化の基盤を支える海外事業の取組



米国の穀物集荷拠点

出典：全農



肥料原料の備蓄
(塩化加里の保管倉庫)

出典：全農



国産農畜産物の輸出拡大
(台湾での日本産りんごの販売)

出典：全農

(参考) 株式会社ぐるなびの事例

- 株式会社ぐるなび（東京都千代田区）は、「日本の食文化を守り育てる」を理念に、飲食店情報提供サービスを拡充し、外食産業のデジタル化を牽引している。
- 近年は、外食・中食・内食を包括する総合的な食のプラットフォームを目指すとともに、業務支援や店舗開発支援など飲食店の経営基盤強化に寄与している。
- また、若手料理人の発掘・育成を目的とする国内最大級のコンペティション「RED U-35」を主催し、新たな才能の創出にも貢献している。
- デジタル基盤整備と人材育成を組み合わせ、食文化産業の活性化に寄与する優良事例である。

○ 株式会社ぐるなびによる「RED U-35」の取組



グランプリ（レッドエッグ）に輝いた
須藤 良隆 氏



グランプリ・須藤氏の最終審査料理
「佐渡の埋もれる宝」



RED U-35
2025 FINAL 授賞セレモニー

(参考) 味わう株式会社の事例

- 味わう株式会社の「録食」は、料理人の調理プロセスを1秒・1℃・1g単位で記録し、専用IH機器とアプリで忠実に再現する先進的な調理データ化サービスである。
- 従来のレシピでは伝えきれなかった技術や感性を可視化し、誰でも高品質な料理を再現できる点が大きな特徴で、技術継承や人材育成の新たな手段となる。
- 希少な名店の味や地域の伝統料理を精密にアーカイブできるため、食文化の保存にも貢献する。また、プロの味を家庭で体験できる新しい消費価値を生み出し、体験型・高付加価値型の食ビジネス開拓にも資する、食文化産業における優良事例である。

○ 味わう株式会社の「録食」の可能性



プロの調理法から“学ぶ”



料理の感動を“味わう”



かけがえない味を“残す”



次の食ビジネスを“営む”

(参考) 東京建物株式会社の事例

- 東京建物株式会社は、世界屈指の美食科学のアカデミアとして知られる「Basque Culinary Center」(バスク・カリナリー・センター)と連携し、東京都中央区に国際拠点「Gastronomy Innovation Campus Tokyo」を開設した。
- 調理技術から美食科学、サステナビリティ、フードテックまで多面的に学べる教育・研究環境を整備し、日本の食文化に基づく独自プログラムも発信している。
- シェフ、企業、研究者、スタートアップが集い共創する場として、技術支援やアクセラレーションを通じた新産業創出を後押しする点が特徴である。

○ 東京建物株式会社によるBCC東京拠点の取組



Gastronomy Innovation
Campus Tokyo



Innovative Kitchen 8go



TOKYO FOOD LAB

(参考) ABF Capitalの事例

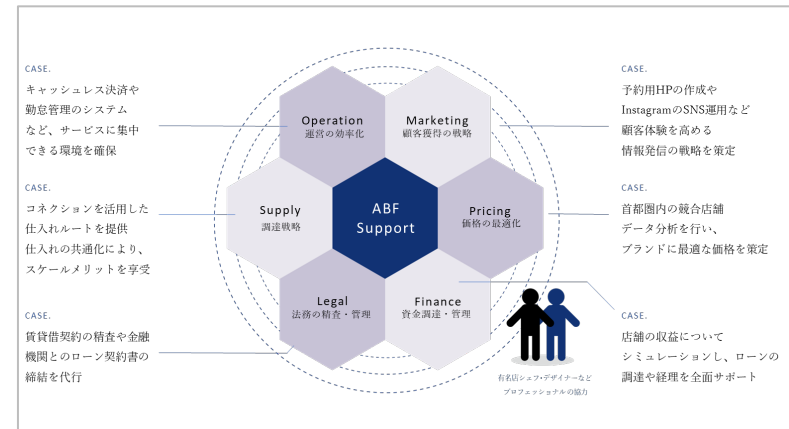
- ABF Capital (東京都港区) は、料理人やサービスパーソンの独立・成長を中長期で支える点に特色をもつ、食文化産業における優良な投資・伴走モデルを構築している。
- 出資段階から目標とする事業計画を明確に設定し、投資対象者・金融機関・ファンドの三者が役割と目線を共有することで、事業推進のスピードと規律を両立している。
- 資金提供にとどまらず、メニュー開発や出店方針などの経営面まで踏み込んだ支援を行い、投資対象者の技術と志を事業として成立させている点も特徴である。
- 人間性や熱意を最重視する厳格なデューデリジェンスを通じ、食文化の担い手を選び育てる仕組みは、文化価値と経済性を両立する実践例である。

○ ABF Capitalの取組



飲食店に関わる才能ある料理人等を対象に
独立開業や事業成長・経営改善を支援

出典：ABF Capital



課題解決と事業の成長に必要な支援を
包括的に実施

出典：ABF Capital