

JAPANESE FOOD CULTURE NAVI

NOTE

日本食文化ナビ

— 食文化で地域が元気になるために —



STATE :

CITY :

NAME :

JAPANESE FOOD CULTURE NAVI

NOTE

日本食文化ナビ

— 食文化で地域が元気になるために —



STATE :

CITY :

NAME :

JAPANESE FOOD CULTURE NAVI

NOTE

日本食文化ナビ

— 食文化で地域が元気になるために —



STATE :

CITY :

NAME :

JAPANESE FOOD CULTURE NAVI

NOTE

日本食文化ナビ

—食文化で地域が元気になるために—

STATE: _____

CITY: _____

NAME: _____

Japanese Food Culture Navi

NOTE

日本食文化ナビ

—食文化で地域が元気になるために—

STATE: _____

CITY: _____

NAME: _____

はじめに

ユネスコ無形文化遺産に登録された文化としての「和食WASHOKU」。



日本の伝統的食文化である「和食」が、ユネスコの無形文化遺産に登録されました。豊かで多様な恵みをもたらす自然に感謝し、育まれてきた日本独自の食文化は、料理や加工技術、調理法、道具、器、季節感の演出など、さまざまな要素から成り立っています。家族や地域での食事の場は、人と人をつなぐ要の役割を持ち、また、米を中心に自然の恵みをふんだんに使い、一汁三菜を基本とする献立は、栄養バランスに優れた健康的な食習慣をもたらしました。また、特別な“ハレの日”に健康や長寿への願いを込めることや、季節感を演出し、客をもてなす食の空間も「和食」ならではです。自然環境が地域によって大きく異なることによって地域ごとの多様性が生まれ、伝統野菜をはじめとする食材、発酵食品、郷土料理として継承されてきました。

「和食」はいま世界からも注目をあつめる文化となり、今回の登録を機にその動きはさらに加速化が予想されます。

しかし、一方で、日本の食生活の変化を見ると、日本人にとっては“岐路”の時代と言えるのではないのでしょうか。伝統的な食の風景は現代の日本人にとってあたりまえに存在する文化ではなくなり、危うい存在となっているのもひとつの事実です。

食文化は、地域活性と伝統文化継承を両立させる可能性を秘めています。農業、漁業、飲食業、酒づくり、食品加工、地域活動、祭り、伝統行事などを大切な文化資産と捉えて、地域活性に取り組み、その中で日本の伝統的な食文化が継承されるという事例も数多くあります。

食を中心に地域活性をする実践には、プロジェクト化できない、取り組んでいてもうまくいかない、いつのまにか地域産業や文化継承をないがしろにしたままプロジェクト化していたなど難しさや落とし穴もあります。

こうした課題を乗り越え、それぞれの地域の人々が自分たちの食文化を見直し、生かしながら、新しい地域活性の可能性を探る。これが「日本食文化ナビ」が生まれた理由です。

「日本食文化ナビ」の目的とは。

この「日本食文化ナビ」は、地域の食文化を活用して地域を元気にしようと思っている方を対象に作成。コミュニティのリーダー、6次産業化に取り組む農業者の方、商工会の方、行政の方など、これから取り組みをはじめの方、壁に突き当たっている方に利用していただければと考え作られました。

突然ですが、みなさんの地域の取り組みは、こんなことになっていませんか？

A町のBカレー
「おもしろいアイデアだけど・・・」

「インパクト重視・地域食文化ないがしろ」型

- ・ A町は、山と川に囲まれた風光明媚な土地で、小さな温泉地が有名。
- ・ 温泉の新たな名物として、商工会の青年メンバーが中心になり、温泉が噴出しているように盛り付けを工夫した「Bカレー」を開発。「カレーの街」として地域活性化に取り組むことに。
- ・ 取組当初は、目新しさもあり、多くのマスコミで取り上げられ、人気メニューに。
- ・ しかし、カレーの原材料はコスト重視のために地域外から調達するなど、カレー自体へのこだわりはない。

NG POINT

- ☑ 地域の食文化と無関係
- ☑ 食材へのこだわりはなし

C市の地元野菜を使ったピクルス
「せっかくいい素材を使ってるのに・・・」

「素材は地元産・加工は外部委託」型

- C市は、地域活性化の一環で、地元のこだわり野菜を使ったピクルスを作ることに。
- ・ 地元の農家と農協がプロジェクトチームを結成し、意見を出し合ったところ、季節ごとに旬の野菜を持ち寄り、原料とすることに。
 - ・ しかし、地域内の加工業者ではなく、C市となんの由縁もないD市の加工業者に委託。
 - ・ 商品のパッケージデザインも含めて外部に委託しており、その際に商品開発のコンセプトなどを伝えなかったため、季節ごとに旬の野菜を使っているという商品のアピールポイントがPRでできず。

NG POINT

- ☑ 地域で高付加価値化ができていない
- ☑ 原材料はこだわりポイントの見える化ができていない

…こんなことにならないように、早速「日本食文化ナビ」を活用してみましょう！！

地域活性には、どの地域でも通用する単一の方法はありません。「日本食文化ナビ」は「これをやれば地域活性が叶う！」というマニュアルではなく、“どのような視点が必要か”を示すナビゲーションです。

「NOTE」(URL)と「BOOK」(本書)のふたつからなり、これらを有効活用することで、取り組む地域全体に気づきが与えられ、食文化による地域活性が前進することを願っています。

「日本食文化ナビ NOTE」の使い方

活性化のための「6つの視点」を把握しましょう ▶ P6～9

食文化をいかしながら地域を活性化している実際の事例を分析して、大切なポイントとして得られたのが「6つの視点」です。6つの視点をさらに詳しく細分化し、26のチェック項目を設定しました。これから取組をはじめ、またはさらにステップアップするにあたり、どのようなコトが必要かを知ることが大切です。

「6つの視点」による自己診断をしてみましょう。▶ P10～22

次に、10ページ以降のワークシートに思いつくことをどんどん書き込んでいきましょう。「6つの視点」に添って、自らチェックしてみることで、当たり前だと思っていたことがそうでないとわかったり、思いがけない気づきや発見があると思います。そのときの、ちょっとした気づきやつぶやきは、具体的なアクションのための大切なseed（種）です。忘れないように、キーワードだけでもよいのでワークシートに書き留めておきましょう。

地域の“現在のすがた”を、あらためて眺めてみましょう ▶ P23

さいごに、視点別の取り組み状況を、23ページのシートに再度書きこみます。自分たちの地域で、よく取り組んでいる点、今後まだまだ取り組みをすすめられそうな点、これまでは意識していなかった点など、一度俯瞰的に見てみましょう。

—いつ使うのがよいですか？

取組をはじめの前に使ってみる

せっかく地域に良いものがあるのに、その価値に気がついていない、ということはありませんか。そこに、地域活性化の宝が埋もれているかもしれません。まずは、6つの視点・26のチェックを眺めながら、「食文化」で地域が元気になるために意識すべきことに気づき、関係者で共有するところからはじめましょう。

いまの取り組みやプロジェクトを診断する(or見直してみる)

すでに「食」をつかった取り組みをすすめているけれども、今ひとつうまくいかない、あるいは長続きしないなどの悩みを抱えている地域は少なくありません。さらに前進するためには何が不足しているのか、どんなことが必要なのか、を発見するのに使ってみてはいかがでしょうか。

<NOTEとBOOK>

食文化ナビには、NOTEとBOOKの2冊があります。

まずはNOTEを手にとりいただき、みなさんの地域の現在について、ワークシートに書き込みながら、各チェック項目別に様々な「気づき」を得ていただきます。次に、各チェック項目別の実践ヒント集であるBOOKの該当箇所を参考に、わが町の取り組みのヒントを見つけ出しましょう。BOOKには各地域の事例も掲載しています。取組の流れや関連性など、全体的な状況を見ていただくことも可能です。

NOTE



「NOTE」の目的。 「NOTE」ですること。

「NOTE」は、地域活性に関わる方々が自分で書き込み、または、検討テーマとして議論し書き込み、関係者間の情報共有と気づきを目指すものです。

「NOTE」は、自己チェックのためにワークシートに書き込んで使ってください。

またワークショップや意見交換の場で、活用するのにも有効なシートです。

□□□□□□□□■□□□□□
□□□□■□□□□□□□■
□□□□□□□□■□□□□□
□□□□■□□□□□□□■

BOOK



「BOOK」の目的。 「BOOK」ですること。

「BOOK」は、地域の実践事例を、知りたい項目別に検索できることを目指し、コンテンツを拡大しながら、編まれ続けている事例集。

「BOOK」ですことは…

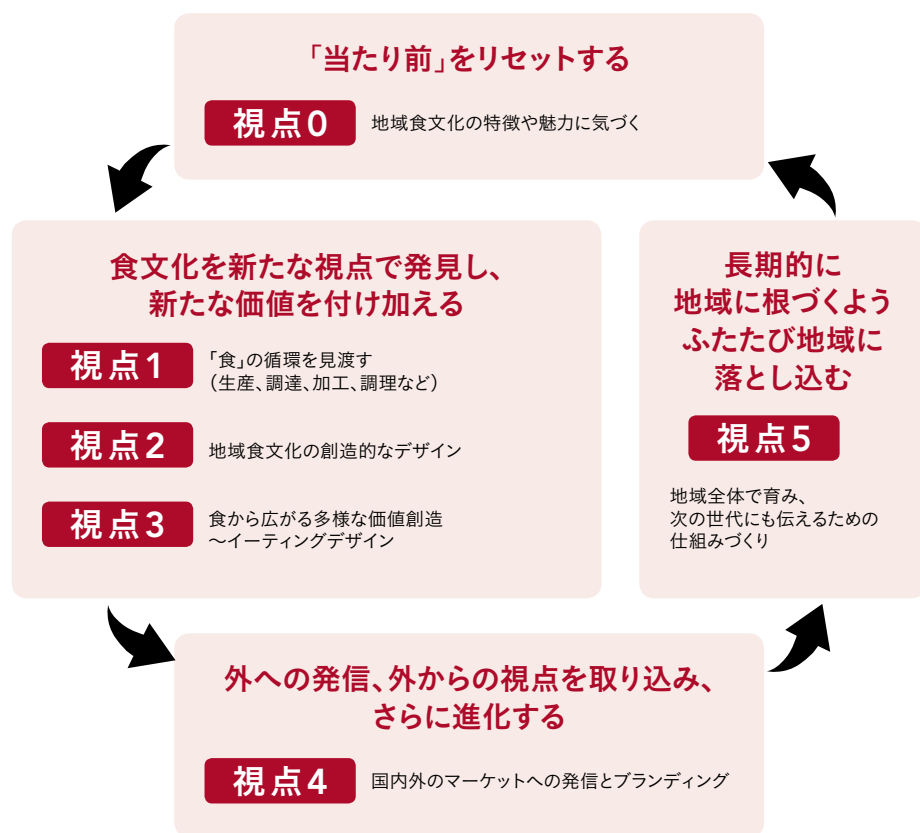
チェックシートで自己診断をしてみて、これから取り組むべきことが見えてきたら、ぜひ「日本食文化ナビBOOK」をご覧ください。

国内の事例地域の取組から、それを解決するためのヒントや各地域の活動の背景などを紹介していますので、気になるところから読み進めてみてください。

http://www.maff.go.jp/j/study/syoku_vision/manual/pdf/txt_all.pdf

「日本食文化ナビ」 6視点と26チェックポイントの意味

まずは、地域のみなさんが「当たり前」と思っている地域の食文化に、実は宝ものが眠っているのでは？という可能性を探してみます。つまり、「当たり前」と思っているコトをリセットするところからはじめましょう。次に、その食文化を今までとは違った切り口から見てみることで、取組を深めていきます。それらのステップによって得た価値観をふたたび地域内で共有して、次の気づきにつなげるという一連のサイクルが大切です。では早速、ご自分の地域の取組について、10ページの[視点0]からチェックしてみてください。これまで見過ごしていた思いがけない“気づき”に出会えるかもしれません。



CHECK START!



「当たり前」をリセットする

視点0

地域食文化の特徴や魅力に気づく

- CHECK1_ 食文化を活用して地域を活性化しようと考えたきっかけは何ですか？
- CHECK2_ 地域に眠っている魅力探しをしてどんな食文化を見つけましたか？
- CHECK3_ その食文化をどのように活性化に繋げようと思いましたか？初期段階の企画やアイデアは？
- CHECK4_ 活性化に繋げるためにどのような地元関係者と気づきや狙いを共有しましたか？

一関市の有志が、伝統的な「もち食」文化の衰退やもち米の県外流出に危機感を抱いたことがきっかけ。商業振興や食育イベントの開催から文化の伝承と地域活性化の糸口に
⇒BOOK●頁

食文化を新たな視点で発見し、新たな価値を付け加える

視点1

「食」の循環を見渡す

（生産、調達、加工、調理など）

- CHECK5_ 地域の食材の来歴・由来を知っていますか？
- CHECK6_ 地産地消が意識されたり、行われていますか？
- CHECK7_ 在来の品種を活用していますか？
- CHECK8_ 地域の食材を地域で加工していますか？（地域内での付加価値化・六次産業化）
- CHECK9_ 原材料の生産から加工までの過程を見える化する工夫をしていますか？

地元でとれる新鮮な食材の提供をコンセプトに、「米良大根」「米良茶」など地域の在来作物を使った郷土料理を提供
⇒BOOK●頁

呂南町では、地域の食材を使ったA級グルメを展開中。素材を生かしたイタリアレストランを開業し、食文化から離れがちな若者やマスコミの関心を集める⇒BOOK●頁

□□□□□□□■□
□□□□□□□■□
□□□□□□■□□
□□□□□■□□□
□□□□■□□□□
□□□■□□□□□
□□■□□□□□□
□□■□□□□□□
□■□□□□□□□
□■□□□□□□□

食文化を新たな視点で見出し、新たな価値を付け加える

視点2

地域食文化の創造的なデザイン

- CHECK10_ 伝統的な地域の食文化に工夫を加え、新たな魅力を創造していますか？
- CHECK11_ 地域の自然や景観、環境の価値を見出し、それをどのように引き出そうとしていますか？
- CHECK12_ 食にかかわる地域の祭や行事などの価値を見出し、どのように活性化につなげようとしていますか？

視点3

食から広がる多様な価値創造 ～イーティングデザイン

- CHECK13_ 日本食文化の特長である「おもてなし」をどのように取り入れていますか？
- CHECK14_ 食の伝統的作法や地元の歴史的風習などをどのように生かしていますか？
- CHECK15_ 「食器」やその他の伝統的工芸品と「食べ物」をどのように連携させていますか？
- CHECK16_ 食の「空間」や「しつらい」をどのように工夫し、活用していますか？

外への発信、外からの視点を取り込み、さらに進化する

視点4

国内外のマーケットへの発信とブランディング

- CHECK17_ 国内の他地域(又は消費地・消費者)に対して情報発信をするとともに、評価を受けるための工夫をしていますか？
- CHECK18_ 観光業界や流通業界等と連携するなど、地域の食文化を日本全国に広げるための工夫をしていますか？
- CHECK19_ 海外に対する情報発信や海外拠点の整備など、地域の食文化を海外に広げるための工夫をしていますか？
- CHECK20_ 外国人観光客や外国人の評価を受けるための工夫をしていますか？

□□□□□□□■□
□□□□□□□■□
□□□□□□■□□
□□□□■□□□□
□□□□■□□□□
□□□■□□□□□
□□■□□□□□□
□□■□□□□□□
□■□□□□□□□
□■□□□□□□□

長期的に地域に根づくよう
ふたたび地域に落とし込む

視点5

地域全体で育み、次の世代にも伝えるための 仕組みづくり

- CHECK21_ 地域に食文化が根付き、それが誇りとなるよう、気づいた食文化の価値を地域内でどのように共有していますか？
- CHECK22_ 食文化を通じて地域や家族の絆を深める工夫はありますか？
- CHECK23_ 学校などの教育現場や地元店舗(レストラン・直売所等)と連携し、食文化の継承を目的とした仕組みはありますか？
- CHECK24_ 食文化の継承に向けて、教える側(食文化提供側)の人を育てる仕組みはありますか？
- CHECK25_ 食文化の継承に向けて、食する側(食文化需要側)を育てる(次世代の舌づくり)仕組みはありますか？
- CHECK26_ 「食文化の継承」をづくりの一環と捉え、食育に生かしていますか？

□□□□□□□■□
□□□□□□□■□
□□□□□□■□□
□□□□■□□□□
□□□□■□□□□
□□□■□□□□□
□□■□□□□□□
□□■□□□□□□
□■□□□□□□□
□■□□□□□□□

視点0 地域食文化の特徴や魅力に気づく

CHECK1_ 食文化を活用して地域を活性化しようと 考えたきっかけは何ですか？

□□□□□□□□■□□□□□□□□■□□□□□□□□■□□□□
□□□□□■□□□□□□□□■

HINT!

「B級グルメで知名度をあげよう!」「ウチの村の伝統食が消えないように」など、きっかけはいろいろあるけれど…

CHECK2_ 地域に眠っている魅力探しをして どんな食文化を見つけましたか？

・あなたの地域の食文化やその他の特徴、気に入っている点などを好きなだけ挙げてください。

◎郷土料理・特産品・食材

◎加工・保存技術

◎行事・文化・伝統

◎自然・環境・風景

HINT!

あなたの地域の食にまつわる思い出をひもといてみましょう。そこから地域の「あるもの探し(食の魅力)」を始めよう!

CHECK3_ その食文化をどのように活性化に繋げようと思 いましたか？ 初期段階の企画やアイデアは？

・気付いた地域の食文化を、地域活性化のためにどのように活用しようと思ったか、企画の初期段階でのアイデアを書き出してみましょう。

HINT!

□□□□□□□□
□■□□□□□□
□□□■□□□□
□□□□□■□□
□□□□□40w

CHECK4_ 活性化に繋げるためにどのような地元関係者と 気づきや狙いを共有しましたか？

□□□□□□□□■□□□□□□□■□□□□□□□□■□□□□
□□□□■□□□□□□□■

HINT!

□□□□□□□□
□■□□□□□□
□□□■□□□□
□□□□■□□□
□□□□□40w

視点1 「食」の循環を見渡す (生産、調達、加工、調理など)

- CHECK5_** 地域の食材の来歴・由来を知っていますか？
- CHECK6_** 地産地消が意識されたり、行われていますか？
- CHECK7_** 在来の品種を活用していますか？

- ・提供している代表的な料理や特産品の材料について、地域に根付いたものかどうか確認しましょう。
- ・現時点の状況を踏まえて、これまで以上に地元産や在来の品種を活用できないか検討してみましょう。

HINT!

一番上の欄には、地域で提供している自慢の料理や加工食品の名称を書きましょう

HINT!

「食材」欄には、その料理や加工食品の原材料となっている食材について、わかるものは全部書き込みましょう

HINT!

「来歴・由来」欄には、食材が地元産であれば「○」、そうでないものは「一」を記入しましょう。また、地域に昔から伝わる在来の食材を利用している場合は、「◎」を記入しましょう。

(料理等の名称)		(料理等の名称)	
食材	来歴・由来	食材	来歴・由来

(料理等の名称)		(料理等の名称)	
食材	来歴・由来	食材	来歴・由来

- CHECK8_** 地域の食材を地域で加工していますか？
(地域内での付加価値化・六次産業化)

提案している代表的な料理や特産品などを、どこで加工・調理しているか書き出してみてください。

HINT!

意外と「地域外」が多いなあ……どうだろう。

- CHECK9_** 原材料の生産から加工までの過程を見える化する工夫をしていますか？
(食の安全・安心。消費者ニーズへの対応)

加工の過程を見える化するために、どのような工夫をしているかを書いてみてください。

HINT!

消費者の信頼や関心が得られるって大事だね。商品づくりの過程はオープンになってる？

視点2 地域食文化の創造的なデザイン

CHECK10_ 伝統的な地域の食文化に工夫を加え、新たな魅力を創造していますか？

・地域の固有性にプラスしてどのような工夫や手間をかけているかを
書き出してください。

HINT!

「伝統は革新の連続」、かぁ。上の世代の人から受け継いだものをどうアレンジすれば若い人に受け入れてもらえるかな。

HINT!

例) 小川作小屋で提供される料理は地域の伝統的なメニューだが、その提供方法にひと工夫をしてヒットした。少しずつたくさんの種類が食べられるよう小皿料理に仕立てた⇒BOOK●頁

CHECK11_ 地域の自然や景観、環境の価値を見出し、それをどのように引き出そうとしていますか？

・食材を生産する地域の自然環境、食事する場の景観など、食文化を支える様々な環境的要素をどのように活用しているかを書き出してください。

HINT!

□□□□□□□□
□■□□□□□□
□□□■□□□□
□□□□□■□□
□□□□□□40w

CHECK12_ 食にかかわる地域の祭や行事などの価値を見出し、どのように活性化につなげようとしていますか？

・取組を長く続いていくものにするには、活用する食文化が地域に根ざしていた本物であることがポイントです。
・地域の歴史と結び付いた祭や行事はどういったものがあるか、またそれをどのように食と結び付けてしているかを書き出してください。

HINT!

□□□□□□□□
□■□□□□□□
□□□■□□□□
□□□□□■□□
□□□□□□40w

視点3 食から広がる多様な価値創造 ～イーティング デザイン

CHECK13_ 日本食文化の特長である「おもてなし」をどのように取り入れていますか？

・地域の自慢の「おもてなし」はなんですか？

・上記に記載した自慢の「おもてなし」をどのように地域活性化に取り入れていますか？

HINT!

□□□□□□□□
 □■□□□□□□
 □□□■□□□□
 □□□□□■□□
 □□□□□□40w

CHECK14_ 食の伝統的作法や地元の歴史的風習などをどのように生かしていますか？

・地域に伝わる食と結び付いた作法や地元の歴史的風習にはどのようなものがありますか？

・上記に記載した作法や歴史的風習をどのように地域活性化に取り入れていますか？

HINT!

□□□□□□□□
 □■□□□□□□
 □□□■□□□□
 □□□□□■□□
 □□□□□□40w

CHECK15_ 「食器」やその他の伝統的工芸品と「食べ物」をどのように連携させていますか？

・食文化と関連する地域の特別な食器やその他の伝統工芸品にはどのようなものがありますか？

・上記に記載した食器や伝統工芸品をどのように地域活性化に取り入れていますか？

HINT!

地域の食文化は「食べ物」だけではないはず。「食器」や伝統工芸品なども一緒に考えてみては？

CHECK16_ 食の「空間」や「しつらい」をどのように工夫し、活用していますか？

・献立やテーブル、部屋、店構え、庭などで食を引き立てる工夫をしていますか？

HINT!

□□□□□□□□
 □■□□□□□□
 □□□■□□□□
 □□□□□■□□
 □□□□□□40w

視点4 国内外のマーケットへの発信とブランディング

CHECK17_ 国内の他地域(又は消費地・消費者)に対して情報発信をする とともに、評価を受けるための工夫をしていますか？

・どのような発信の工夫をしているか書き出しましょう。

・どのような評価を受けるための工夫をしているか書き出しましょう。

HINT!

地域のよさに気づくのは、意外と地域外のヒトだったりするんだよね…

CHECK18_ 観光業界や流通業界者等と連携するなど、地域の食文化を日本全国に広げるための工夫をしていますか？

・地域の食文化を日本全国に広げるために、どんな工夫をしているか書き出しましょう。

HINT!

□□□□□□□□
□■□□□□□□
□□■□□□□□
□□□□■□□□
□□□□□□40w

CHECK19_ 海外に対する情報発信や海外拠点の整備など、地域の食文化を海外に広げるための工夫をしていますか？

・どのような発信の工夫をしているか書き出しましょう。

・地域の食文化を海外に広げるために、どんな工夫をしているか書き出しましょう。

HINT!

新しい価値を見つけるために外に向けて発信するって、新しい感覚だね！

CHECK20_ 外国人観光客や外国人の評価を受けるための工夫をしていますか？

・外国人観光客向け、外国人コミュニティへのアプローチなどどんな工夫をしているか書き出しましょう。

HINT!

もっと違う視点や関心をもってくれるのが外国人。彼らを意識することで、また新しい発想がわいてくるかも。

視点5 地域全体で育み、次の世代にも伝えるための

仕組みづくり

CHECK21_ 地域に食文化が根付き、それが誇りとなるよう、気づいた食文化の価値を地域内でどのように共有していますか？

・どのような方法を使って地域内で食文化の価値を共有していますか？

HINT!

□□□□□□□□
□■□□□□□□
□□□■□□□□
□□□□□■□□
□□□□□□40w

CHECK22_ 食文化を通じて地域や家族の絆を深める工夫はありますか？

HINT!

□□□□□□□□
□■□□□□□□
□□□■□□□□
□□□□□■□□
□□□□□□40w

CHECK23_ 学校などの教育現場や地元店舗（レストラン・直売所等）と連携し、食文化の継承を目的とした仕組みはありますか？

・他産業や異業種などと連携して取り組んでいる食文化の継承に向けた活動があれば書き出してください。

HINT!

□□□□□□□□
□■□□□□□□
□□□■□□□□
□□□□□■□□
□□□□□□40w

CHECK24_ 食文化の継承に向けて、教える側（食文化提供側）の人を育てる仕組みはありますか？

HINT!

□□□□□□□□
□■□□□□□□
□□□■□□□□
□□□□□■□□
□□□□□□40w

CHECK25_ 食文化の継承に向けて、食する側（食文化需要側）を育てる（次世代の舌づくり）仕組みはありますか？

HINT!

子どもの舌も育てていかないとイケないわね！

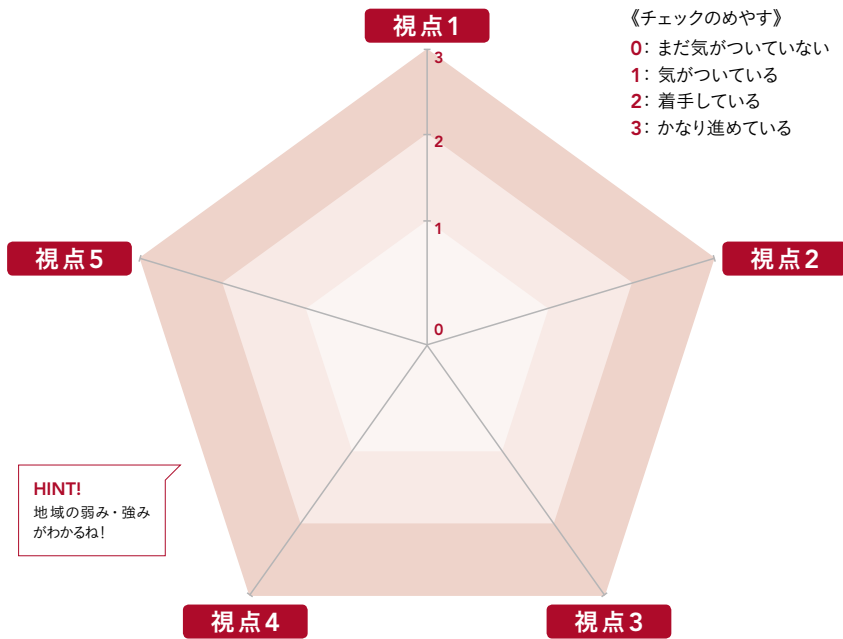
CHECK26_ 「食文化の継承」を人づくりの一環と捉え、食育に生かしていますか？

HINT!

□□□□□□□□
□■□□□□□□
□□□■□□□□
□□□□□■□□
□□□□□□40w

セルフチェック！ レーダーチャート式“気づき”発見シート

- ・ワークシートに取り組んでいただいたところで、視点ごとの取組状況を自分なりに3段階で評価し、五角形の頂点を線でつないでみましょう。
- ・よくできているところ、もうひとがんばりというところを改めて再認識し、次のステップを考えるための参考にしてもらえたらと思います。



MEMO

「日本食文化ナビ BOOK」の使い方



□□□□□□□□■□□□□□□□□■□□□□□

「NOTE」で自己診断ができれば、次はウィークポイントを解決する段階となります。地域の事例から、具体的にどのような取組が功を奏したか、どうやって解決したかのヒントを「BOOK」で見つけましょう。机上の空論ではなく、実際の現場で得られている体験からこそ得られる気づきやヒントがあるはずです。

【第1部 ヒント集】



POINT

チェックできなかった項目に取り組むためのヒントになるように、各項目ごとに成功のポイントをご紹介します。

POINT

それぞれの地域の、具体的にどのような取組が功を奏したか、どうやって解決したのか、そのヒントを見つけてみてください。

POINT

同じ視点・同じチェック項目でも、それに取り組む方法は一概ではありません。わがまちの状況に照らし合わせながら、ヒントを活用してはどうでしょう。

【第2部 地域事例】



POINT

ここでは、「食」を活用して地域活性化に取り組む国内の事例を取り上げ、その取組の経緯や歴史、取組の成功ポイントや課題克服の手法について、詳しく解説します。

POINT

最初から順番に読む必要はありません。まずは第2部の地域の事例を読んでみる、また気になる内容を索引からピンポイントで探してみるなど、使い方によって様々な気づきがあることでしょう。使いやすい方法で利用してみてください。

「日本食文化ナビ」(地域食文化活用マニュアル)は、こちらからダウンロードできます。

JAPANESE FOOD CULTURE NAVI “NOTE”

DOWNLOAD

http://www.maff.go.jp/j/study/syoku_vision/manual/index.html



【お問い合わせ先】

農林水産省大臣官房政策課食ビジョン推進室

TEL: 03-6738-6120

FAX: 03-3508-4080

E-mail: shoku_vision@nm.maff.go.jp