

日本の「食文化」をめぐる情勢について



令和8年8月

農林水産省

大臣官房 新事業・食品産業部
外食・食文化課 食文化室

目 次

1. 日本食と和食文化	2
2. 和食文化の保護・継承	6
3. 地域の食や食文化による海外需要の取り込み	22
4. 新たな動き	29

1. 日本食と和食文化

1 - (1) 日本食と和食文化

- 豊かな自然に恵まれた我が国では、食に関する多様な風俗慣習や技術（食文化）が形成・継承されている。
- 和食文化には明確な定義はなく、有識者から広く一般の方まで、それぞれの方が自らの経験の中で、和食文化について個々に解釈しているのが実情。

和食の基本形とされる「飯・汁・菜・漬物」の組み合わせ



出汁や発酵調味料などの旨味を求める技術



画像提供: © NPO法人うま味インフォメーションセンター

かつお節を使った出汁



味噌

全国各地の農山漁村で受け継がれてきた「郷土料理」



山梨県「ほうとう」



京都府「丹後ばらずし」



宮城県「仙台雑煮」



福井県「ほんこさん」

1－（２）ユネスコ無形文化遺産に登録された和食文化

- 平成25（2013）年12月4日に、ユネスコ無形文化遺産として「和食；日本人の伝統的な食文化」が登録。
- 和食文化を未来に向けて守り伝えていくため、継続的なPRによる関心の維持や地域における保護・継承が重要。

＜和食＞とは？ ➡ 「自然を尊重する」というところに基づいた、日本人の食慣習

「和食」の特徴①：

多様で新鮮な食材とその持ち味の尊重

南北に長く、海、山、里と表情豊かな自然が広がる日本の国土。各地で地域に根ざした多様な食材が用いられ、素材の味わいを活かす調理技術・調理道具が発達しています。



「和食」の特徴②：

健康的な食生活を支える栄養バランス

一汁三菜を基本とする食生活は栄養バランスがとりやすく、だしの「うま味」や発酵食品をうまく使い、動物性油脂の摂取量もセーブ。日本人の長寿や肥満防止に役立っています。



「和食」の特徴③：

自然の美しさや季節のうつろいの表現

季節の花や葉などで料理を飾りつけたり、季節にあった調度品や器を利用するなど、自然の美しさや四季の移ろいを表現することも和食文化の特徴のひとつです。



(c) Masashi Kuma, 2006

「和食」の特徴④：

正月などの年中行事との密接な関わり

日本の食文化は、年中行事と密接に関わって育まれてきました。自然の恵みである「食」を分け合い、食の時間を共にすることで、家族や地域の絆を深めてきました。



(参考) ユネスコ無形文化遺産とは



- 「無形文化遺産」とは、芸能や伝統工芸技術などの形のない文化であって、土地の歴史や生活風習などと密接に関わっているもののこと。
- ユネスコの「無形文化遺産保護条約」では、この無形文化遺産を保護し、相互に尊重する機運を高めるため、登録制度を実施。
- 2010年の「フランスの美食術」などの食に関する無形文化遺産が登録されて以来、和食文化を含め食に関する無形文化が増加。

無形文化遺産の例



食に関する無形文化遺産

フランスの美食術
(フランス)
(2010年)



メキシコの伝統料理
(メキシコ)
(2010年)



地中海料理
(スペイン、ギリシャ、イタリア、モロッコ)
(2010年)



和食
(日本)
(2013年)



トムヤムクン
(タイ)
(2024年)



伝統的酒造り
(日本)
(2024年)

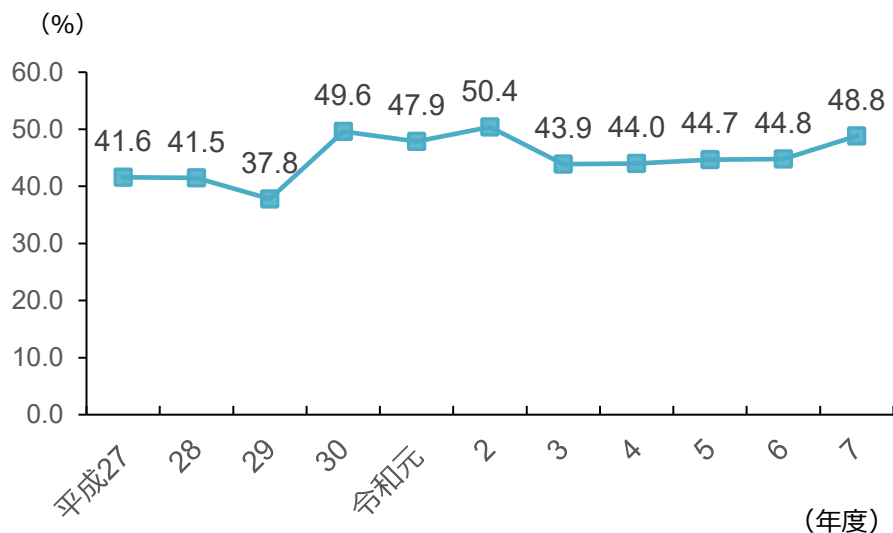


2. 和食文化の保護・継承

2－（１）和食文化の継承の状況

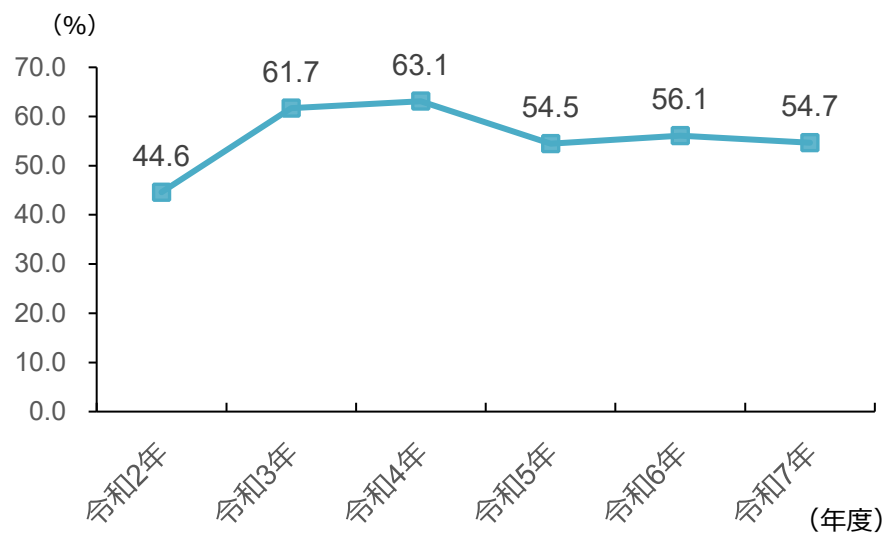
- 地域や家庭で受け継がれてきた料理や食べ方・作法等の和食文化を受け継ぎ、次世代へ伝えている国民の割合は、令和 7（2025）年度は48.8%となっている。
- 郷土料理や伝統料理を「月1回以上」食べている国民の割合は、令和 7（2025）年度が54.7%と約半数となっている。

地域や家庭で受け継がれてきた伝統的な料理や
作法等を継承している国民の割合



農林水産省「食育に関する意識調査」

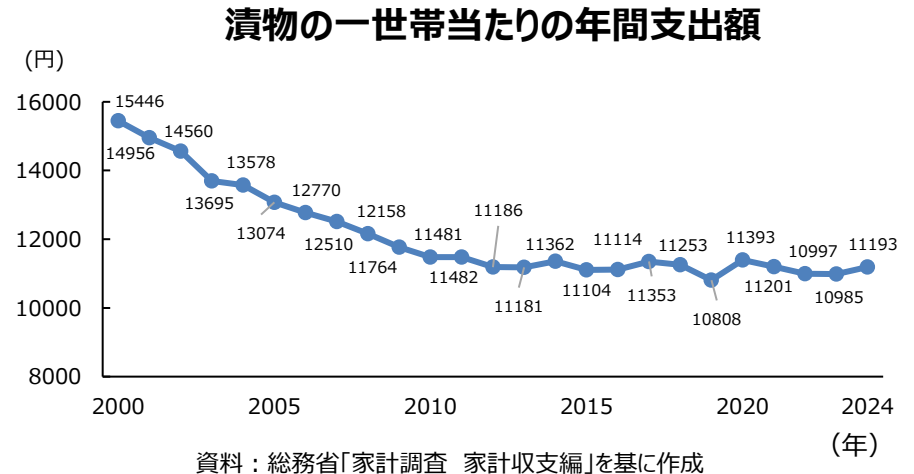
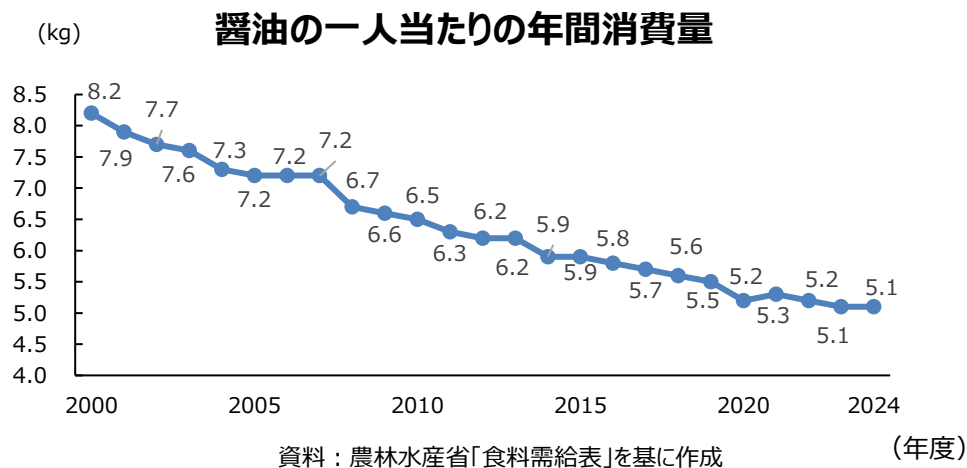
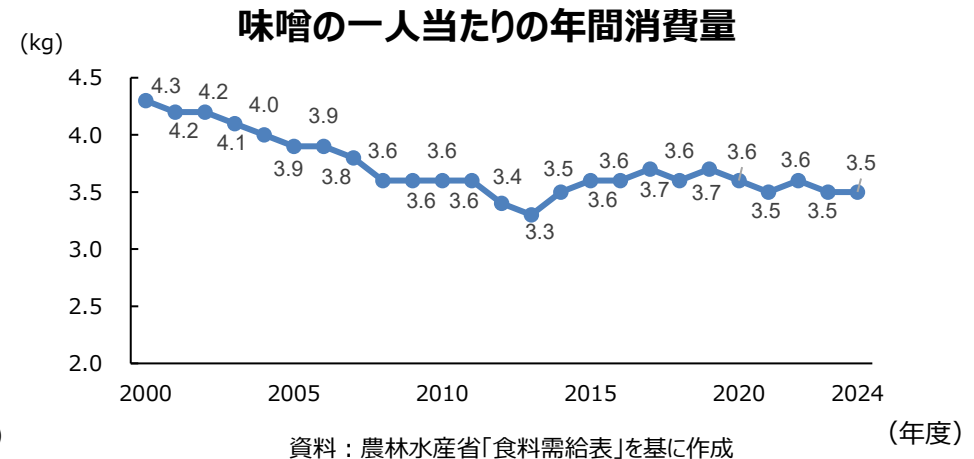
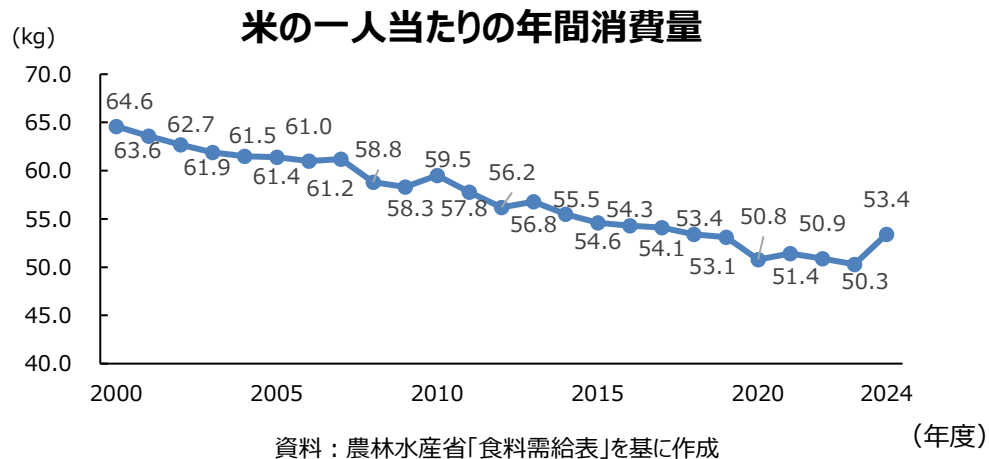
郷土料理や伝統料理を
月1回以上食べている国民の割合



農林水産省「食育に関する意識調査」

2－（２）和食の消費動向

- 米の一人当たりの年間消費量は、平成12（2000）年度に64.6kgであったが、それ以降はおおむね低下傾向で推移。また、味噌、醤油の一人当たりの年間消費量もおおむね低下傾向で推移。
- 漬物の一世代当たりの年間支出額は、平成12（2000）年に15,446円であったが、それ以降は概ね低下傾向で推移。





Ⅵ 国民理解の醸成

食料の持続的な供給を確保するためには、消費者、国民が、生産などの実態を理解し、日々の購買行動によって、支えることが重要である。

食育の推進、食文化の保護・継承等を通じて、食料・農業・農村に関する国民の理解を深めるだけでなく、食料の持続的な供給に寄与する「行動変容」につなげるよう、様々な施策間の連携を図りながら、効果的な消費者施策を推進する。

2 食文化の保護・継承

（1）和食に接する機会の確保

和食は、「自然の尊重」の精神に立ち、長い歳月をかけて日本人が育てあげてきたものであり、また、栄養バランスに優れ、日本人の長寿の支えにもなっている。一方、我が国における共働きや単身世帯の増加など社会構造の変化や食の外部化などライフスタイルの変化があり、家庭における和食の継承が一層難しくなっている。

このため、現在取組を行っている子育て世代に加え、若者やシニア世代などにも力点を置きながら、国民的運動として和食を食べる機会を増やす活動を展開する。

また、観光、文化振興などを担当する関係府省庁や各地域と連携を強化し、消費者の生活実態や価値観なども踏まえながら、食文化の国民理解の醸成を図る。

（2）和食文化の保護・継承

2023年度の「地域や家庭で受け継がれてきた伝統的な料理や作法等を継承し、伝えている国民の割合」は、44.7%と横ばいとなっている。また、「生まれ育った地域の郷土料理を知っている」のは52.5%と、次世代に確実に継承されているとは言い難い状況である。

このため、和食文化の継承活動を行う人材の裾野を広げ、栄養教諭等に加え食品事業者等の更なる参画を促しながら人材の育成を行う必要があることから、和食文化を伝える中核的な人材である「和食文化継承リーダー」の育成を図り、様々な場面でその積極的な活用を図る。また、優れた食文化を次世代に継承していくためには、地域の伝統的な食の成り立ちや背景等がわかりやすく整理されていることが効果的であることから、各地域と連携して進めている伝統的な食のデータベースの充実を図る。

（3）海外需要の取り込み

和食が2013年にユネスコ無形文化遺産に登録されたことを契機として、海外において日本の食に対する関心が高まり、海外における日本食レストランの増加、我が国の農林水産物・食品の輸出の拡大、また、訪日外国人旅行者数の増加につながっている。地域の食や食文化等の魅力により地方へのインバウンド誘致を図るSAVOR JAPAN認定地域では、2016年度の制度制定以降、インバウンドの宿泊者延べ数の大幅な増加が見られる。

日本の食は海外でも高い評価を受け、訪日外国人旅行者の訪日目的の中心となっているものの、インバウンドの地方誘客に関しては、ブランディングやプロモーションの面で課題がある。また、周遊範囲が限定的であること等により食関連消費につながりづらいといった課題もある。

このため、「2025年日本国際博覧会」（大阪・関西万博）や「2027年国際園芸博覧会」（GREEN×EXPO 2027）といった国際的なイベントでの食文化の国内外への発信を契機として、我が国の地域の食文化の魅力を認知してもらい、これを地域振興やインバウンド・輸出の拡大につなげる好循環を図る。

また、SAVOR JAPAN認定地域の取組について、地域間連携による付加価値の高い周遊ルートの構築を図るほか、輸出促進施策に加え、農泊などの農村振興施策との連携を深める。

2－（４）和食文化の保護・継承に係る国の責務



- 平成17（2005）年に制定された「食育基本法」において、国は、食文化の継承を推進するため、必要な施策を講ずることとされている。
- 平成25（2013）年12月4日、ユネスコ無形文化遺産に「和食；日本人の伝統的な食文化」の登録が決定。「無形文化遺産の保護に関する条約」に基づいて、国は、無形文化遺産として登録された和食文化の保護を確保するための必要な措置をとることとされている。
- 平成29（2017）年6月に「文化芸術基本法」において、「食文化」が生活文化として位置付けられ、同法に基づいて、国はその振興を図るとともに、食文化に関する活動への支援その他の必要な施策を講ずることとされている。

食育基本法（平成17年法律第63号 改正：令和8年5月27日）

- 「食育基本法」において、国は、伝統的な行事や作法と結びついた食文化、地域の特色ある食文化等我が国の伝統のある優れた食文化の継承を推進するため、これらに関する啓発及び知識の普及その他の必要な施策を講ずることとされている（第24条）。

無形文化遺産の保護に関する条約（平成18年条約第3号）

- 「無形文化遺産の保護に関する条約」においては、条約の締約国は、自国の領域内に存在する無形文化遺産の保護を確保するために必要な措置をとることが義務づけられており（第11条（a））、また、一般公衆、特に若年層を対象とした教育、意識の向上及び広報等の手段を通じて、社会における無形文化遺産の認識、尊重及び拡充を確保することを努めることとされている（第14条（a）（i））。

文化芸術基本法（平成13年法律148号 改正：平成29年6月23日）

- 「文化芸術基本法」においては、生活文化の例示の一つとして、茶道、華道、書道とともに「食文化」が位置付けられており、国は、その振興を図るとともに、これらに関する活動への支援その他の必要な施策を講ずることとされている（第12条）。

(参考) 食育基本法に基づく第5次食育推進基本計画の概要

- 食育基本法が改正され、新たに文化等の関連分野との協働が追加（令和8年5月）
- 令和8（2026）年度からおおむね5年間を計画期間とする「第5次食育推進基本計画」を食育推進会議にて決定（令和8年6月）。
- 第5次食育推進基本計画では「地域等で受け継がれてきた伝統的な料理や作法等を継承する取組を増やす」ことを目標の一つとして、第4次計画から引き続き「地域や家庭で受け継がれてきた伝統的な料理や作法等を継承し、伝えている国民の割合」及び「郷土料理や伝統料理を月1回以上食べている国民の割合」を指標として設定し、それぞれ令和12年度までに55%以上、60%以上を目指している。

第5次食育推進基本計画（抜粋）

第1 食育の推進に関する施策についての基本的な方針

2. 基本的な取組方針

（6）我が国の伝統的な食文化、環境と調和した生産等への配慮及び農山漁村の活性化と食料安全保障の確保への貢献

先人によって培われてきた多様な食文化を後世に伝えつつ、時代に応じた優れた食文化や豊かな味覚を育んでいくことが重要である。

第2 食育の推進の目標に関する事項

2. 食育の推進に当たっての目標

（2）地域等が主体となって取り組む目標（地域目標）

（Ⅲ）地域等で受け継がれてきた伝統的な料理や作法等を継承する取組を増やす

「和食；日本人の伝統的な食文化」がユネスコの無形文化遺産に登録され、その継承のため必要な措置をとることが重要である。

第3 食育の総合的な促進に関する事項

6. 食文化の継承のための活動への支援等

食の多様化が進む中で、引き続き伝統的な食文化を次世代に継承していくため、食育活動を通じて国民の理解を深めるべく、次世代を担う子供や子育て世代を中心に全ての世代が手軽に和食に接する機会を拡大する取組をはじめ、地域の多様な食文化を支える多様な関係者による活動の充実が必要である。

和食文化の保護・継承に係る目標値

- 地域や家庭で受け継がれてきた伝統的な料理や作法等を継承し、伝えている国民の割合
目標値55%以上（令和12年度）現状値48.8%（令和7年度）
- 郷土料理や伝統料理を月1回以上食べている国民の割合
目標値60%以上（令和12年度）現状値54.7%（令和7年度）

2 - (5) 「和食文化継承リーダー研修」の概要

- 令和元（2019）年度から各都道府県に和食文化を伝える中核的な人材「和食文化継承リーダー」を育成するための研修を実施。研修では、専用テキスト等を使用し、全課程を修了した受講生に認定証を発行。
- 令和元（2019）年度から令和7（2025）年度までに累計1,672名が認定。

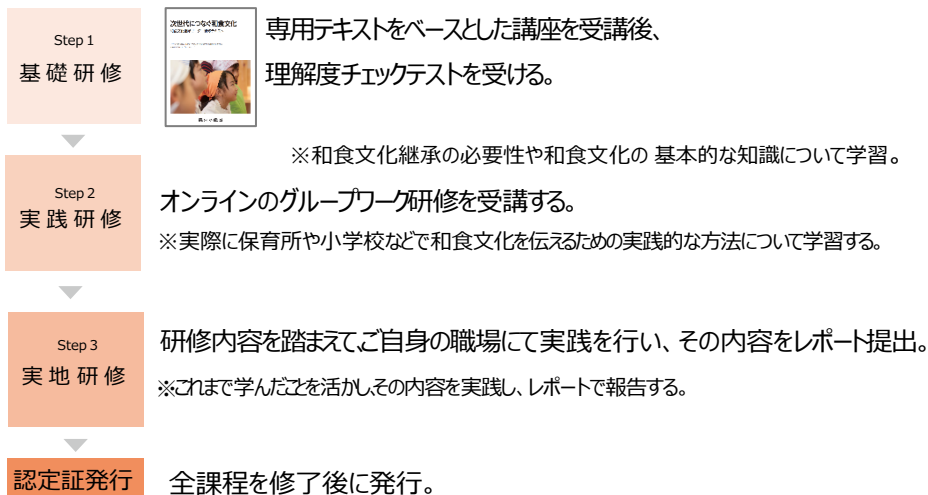
■ 人材育成事業の概要

この研修は、子どもたちや子育て世代に対して、**和食文化を伝える中核的な人材を各都道府県に育成するために実施。**

教育現場で和食文化を伝える際に参考となる専用テキスト等を使い、研修会等を実施し、すべての課程を終えた方に対して、「和食文化継承リーダー」として様々な活躍の場で、和食文化の継承に力を発揮していただける環境を形成。

■ 和食文化継承リーダーになるには？

以下の全ての課程を修了した受講生に対して、認定証を発行。



■ 令和7年度の研修状況

実施
期間

2025年11月18日（火）～2026年1月30日（金）

対象エリア

全都道府県

対象者

幼稚園・保育所等の教諭・保育士・栄養士や
小学校の教諭・栄養教諭・学校栄養職員、
地域や各種メディアで和食文化継承活動を行
っている方など。

●こんな方におすすめです。

- ☐ 食育の授業で何をしたらいいかわからない。
- ☐ 地元の郷土料理を伝えたい。
- ☐ 和食文化を通じて子どもたちの人間性を育てたい。



(参考)「和食文化継承リーダー」の現状と目標



- 「和食を伝える手法が学べた / 色々な職場の人と意見交換ができた / 研修を通じて学んだことを次世代へ伝えたい」など研修が気付きの場となり、受講生の満足度が高い。
- 令和7（2025）年度では、研修とともに活躍の場を創出するための環境作りなどを実施。
- 和食文化継承リーダーの育成（2,500人〔令和12（2030）年度まで〕）

認定者数

「おいしい和食のはなし」のWebサイト上で、認定者リストを掲示。
※ただし、Web上で掲示されている認定者は、公開可能登録者のみ

(年度別)

R1年度	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度	計
212名	120名 (332名)	278名 (610名)	300名 (910名)	392名 (1,302名)	234名 (1,536名)	136名 (1,672名)	1,672名

(都道府県別)

北海道	青森県	岩手県	宮城県	秋田県	山形県	福島県	茨城県	栃木県	群馬県	埼玉県	千葉県	東京都	神奈川県	新潟県	富山県	石川県	福井県	山梨県	長野県	岐阜県	静岡県	愛知県	
103	22	18	32	12	17	16	35	25	14	80	56	269	107	33	11	21	17	16	11	13	27	80	
三重県	滋賀県	京都府	大阪府	兵庫県	奈良県	和歌山県	鳥取県	島根県	岡山県	広島県	山口県	徳島県	香川県	愛媛県	高知県	福岡県	佐賀県	長崎県	熊本県	大分県	宮崎県	鹿児島県	沖縄県
24	23	28	109	83	17	5	3	5	23	43	21	28	7	10	9	45	7	37	22	15	21	29	23

受講者の声



- ・和食を伝える手法を学べてよかった。
- ・色々な職場の人と意見交換ができた。
- ・研修を通じて学んだことを次世代へ伝えたい。
- ・食育手法のバリエーションを増やすことができた。
- ・同じ課題感をもつ、いい仲間ができた。

令和7年度の取組内容

- ・和食文化継承リーダー研修（全都道府県）を実施
- ・活躍の場を創出するための環境作りを実施

和食文化継承リーダーの育成目標

(年度別)

R8年度	R9年度	R10年度	R11年度	R12年度	計
100名	200名	200名	200名	200名	約2,500名

2 - (6) 郷土料理・伝統食のデータベース化

- 地域固有の多様な食文化を保護・継承するため、令和元年度から、全国1,365品目の郷土料理のいわれ・歴史やレシピ、郷土料理を生んだ地域の背景等について「うちの郷土料理」としてデータベース化し、国内外に情報発信。
- 令和4年度からは、地域固有の伝統的な加工食品の特徴・歴史、文化との関連、製造方法等について、「につぼん伝統食図鑑」としてデータベース化を推進。令和8年3月現在、320品目を掲載。

うちの郷土料理



につぼん伝統食図鑑



掲載例



宮城県 仙台雑煮



新潟県 のっぺ



愛媛県 鯛そうめん



北海道 鮭のちゃんちゃん焼き



山梨県 ほうとう



岐阜県 水まんじゅう



山梨県 甲州味噌



三重県 さんまの丸干し



京都府 宇治茶



茨城県 かき餅



北海道 いくら醤油漬



東京都 べつたら漬



＜対策のポイント＞

我が国の伝統的な食文化を次世代に継承していくため、和食文化を次世代に継承する人材の育成を推進するとともに、和食の付加価値創出の促進にも資する伝統食のデータベース化を図ります。

＜事業目標＞

- ユネスコ無形文化遺産「和食；日本人の伝統的な食文化」の継承
- 和食文化継承リーダーの育成（2,500人〔令和12年度まで〕）

＜事業の内容＞

1. 和食文化を次世代に継承する人材の育成 2百万円（前年度 2百万円）

こどもたちや子育て世代に対して和食文化を伝える中核的な人材である「和食文化継承リーダー」を育成するため、和食文化の魅力と継承の方法を学ぶための研修（基礎・実践・実地）を実施します。

2. 伝統食のデータベース化 4百万円（前年度 4百万円）

地域固有の多様な食文化の保護・継承と和食の付加価値創出の促進を図る観点から、全国各地で古くから存在している地域の食材を基に、気候・風土など地域の特性を活用し、保存性、食味などを工夫しながら長年製造されてきた加工食品の歴史・特徴・レシピ等のデータベース化を行います。

＜事業イメージ＞

和食文化を伝える中核的な人材の育成



こどもたちや子育て世代に対して、和食文化を伝える中核的な人材「和食文化継承リーダー」

和食文化継承リーダー研修の流れ

- ① 専用テキストを使用したオンデマンド講座（基礎講座）を実施。
- ② オンラインのグループワーク研修（実践研修）を実施。
- ③ 受講者自身の職場等で 実地研修を実施。
- ④ 全ての課程を終えた者を、和食文化継承リーダーとして登録。

和食の付加価値創出の促進に資する伝統食のデータベース化

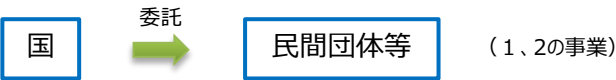


農林水産省Webサイト「にっぽん伝統食図鑑」

伝統食のデータベース化の流れ

- ① 業界団体等と協力し、掲載品目を選定し、原稿を作成。
- ② 大学・研究機関等の有識者を構成員とする委員会に諮り、掲載内容を精査。
- ③ Webページに掲載し、広く情報発信。

＜事業の流れ＞



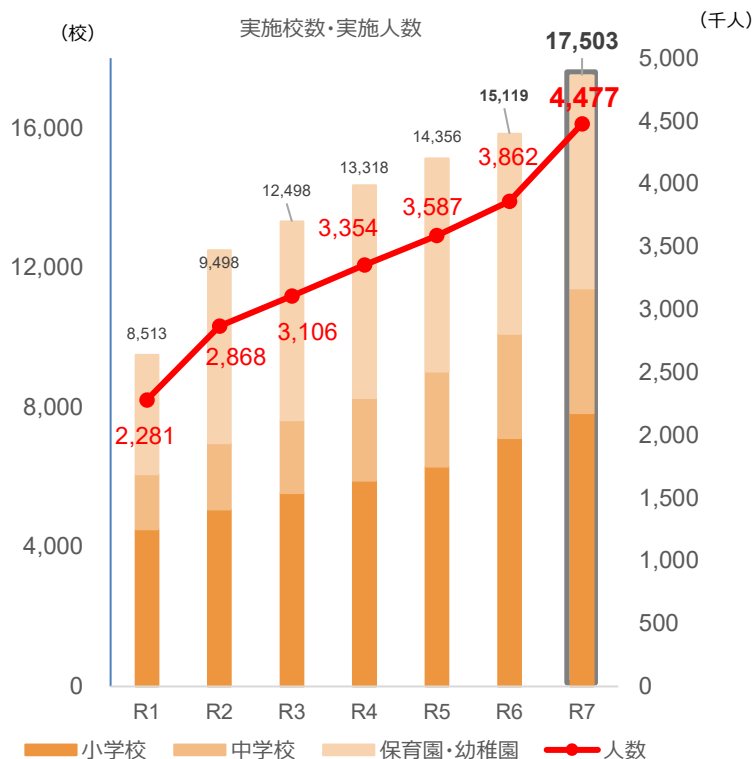
2 - (7) 官民協働の取組① ～「だしで味わう和食の日」～

- 平成27（2015）年より、和食会議*と農林水産省で連携し、11月24日（いいにほんしょく）の「和食の日」のイベントとして「だしで味わう和食の日」出前授業を実施（令和7年度は11月4日と20日に実施、11年目）。
- 令和7（2025）年度の和食給食・和食授業の実施校は全国で17,503校、約448万人。

*：一般社団法人和食文化国民会議（略称：和食会議）は、「和食；日本人の伝統的な食文化－正月を例として－」のユネスコ無形文化遺産登録申請を契機に、和食文化を次世代へ継承するため、平成27年2月4日に設立された組織です。

■ 「和食の日」イベントの実施校数等の推移

日本が世界に誇る第五の味覚「うま味」を、「だしで味わう和食の日」を通して児童が実感し、和食文化への興味を持つきっかけとしてもらえるよう取り組んでいる。



■ 令和7年度「和食の日」イベント

（11/20 東京都江東区立東陽中学校 出前授業）

和食の出前授業では、和食の特徴、だしの素材や作り方等を学ぶ授業を実施するほか、和食給食を「和食器」で提供していただきました。



近茶流宗家 柳原尚之氏による出前授業の様子



和食の情報が満載のテキスト



〔献立〕 ゆかりごはん、鶏つくねの照り焼き、菊花おひたし、かきたま汁、くだもの、緑茶



柳原氏が、生徒と和食給食を喫食

2 - (8) 「楽し味（たのしみ）プロジェクト」の概要

- 共働きや単身世帯の増加など社会構造の変化に加え、食の外部化が進むなどライフスタイルの変化により、家庭での和食の継承が一層難しくなっている。
- このため、「おいしく、健康で、誰もが楽しめる和食スタイルの実現」を目指し、令和7年11月1日から、官民協働による新たな和食普及プロジェクト「**楽しもう！にほんの味。～和のこころをつなぐ食の国民運動～**」を展開
- 「**楽し味プロジェクト**」は、消費者が「知る→食べる→作る」を楽しみながら体験できる流れを、事業者による価値創造と需要開拓の取組とともに推進。

新たなプロジェクトの名称

楽しもう！にほんの味。
～和のこころをつなぐ食の国民運動～

新たなプロジェクトの略称

「楽し味（たのしみ）プロジェクト」

新たなプロジェクトのロゴマーク



楽しもう！
にほんの味。

こちらからwebサイトへ！
内容をチェック✓
メンバー登録をお願いします！



(農林水産省へリンク)



楽し味プロジェクト普及ポスター
※プロジェクトメンバーはご利用いただけます。

(参考) 楽し味プロジェクトの取組事例



- 「楽し味（たのしみ）プロジェクト」のプロジェクトメンバー数は令和8年7月14日時点で148となっている。
- 楽し味プロジェクト メンバー一覧
- 農林水産省では、プロジェクトメンバーと協働しながら、全国で和食文化の輪を広げていくため、**和食の魅力を伝える情報発信、和食を食べる機会を広げるイベントや商品開発の促進、そして家庭でも無理なく楽しめる調理の簡便化**などを推進。

「和食と日本の酒の魅力体験フェア」の開催

農林水産省では、「和食の日」である令和7（2025）年11月24日に国税庁、一般社団法人和食文化国民会議、日本酒造組合中央会と共催で、「和食と日本の酒の魅力体験フェア」を開催。

会場（日本橋室町エリア・江戸桜通り地下歩道）では、かつお節削りや石臼体験、箸置きづくりなどの体験ブース、日本の酒の引き比べや酒樽を使ったフォトスポット、全国の郷土料理のミニチュア作品展示など、五感を通じて楽しめるコンテンツ体験を実施。



「和食絵本の読み聞かせイベント」の開催

農林水産省、同志社女子大学、ならびに「絵本でSDGs推進協会」は、令和7（2025）年11月21日に同志社女子大学の有志学生を対象に、絵本専門士による「絵本の選び方」や「読み聞かせの技法」に関する講義を実施。

翌22日には、同志社女子大学の学園祭期間中に、講義を受けた学生が来場者（主に親子）に向けて、和食や食育をテーマとした絵本の読み聞かせを実施し、子どもはもとより、学生や保護者にとっても、和食の魅力をあらためて理解する機会となった。



(参考)「楽し味（たのしみ）くらぶ」の概要

- 「楽し味（たのしみ）くらぶ」は、楽し味プロジェクトの一環として実施する、和食の魅力をSNSで発信する参加型プロジェクト。
- 「楽し味くらぶ三箇条」を合言葉に、一人ひとりが「楽し味くらぶ員」となり、和食や郷土料理の魅力を発信することを推進。

楽し味くらぶ三箇条

#楽し味くらぶを付けてSNS等に投稿しよう！

一 推しの郷土料理を**見つける！**
☒ うちの郷土料理（農林水産省）をチェック！
 #〇〇（料理名）

二 推しの郷土料理を**食べてみる！**
 #〇〇（料理名） #食べてみた

三 推しの郷土料理を**作ってみる！**
 #〇〇（料理名） #作ってみた
 #作って食べてみた

農林水産省 公式SNSアカウント

Facebook



X



Instagram



YouTube



(いずれも外部リンク)

霞ヶ関 初！ 官僚系 YouTuber 誕生

BUZZ MAFF（ばずまふ）とは、農林水産省職員自らが、**省公式YouTubeチャンネル**でYouTuberとなり、スキルや個性を活かして、農林水産物の良さや農林水産業等の魅力を発信するプロジェクトです。

登録者数

19.1万人

(令和8年7月末時点)

楽し味くらぶ



／
 全国の郷土料理を食べたり、
 作ったりして、和食の魅力を
 届けます！
 ＼



埼玉県の郷土料理
 「聖天ずし」のポスト
 ♡ イネ 1,572
 💬 リポスト 431

群馬県の郷土料理
 「焼きまんじゅう」のルール
 ♡ イネ 6,709
☒ 閲覧数 40.8万回



(いずれも令和8年7月31日閲覧)

2 - (9) 和食文化の情報発信

- 和食料理人とコラボし、農林水産省公式YouTubeチャンネル（BUZZ MAFF）で、和食についての動画を公開。
- 「和食；日本人の伝統的な食文化」の特徴を広く周知するためのポスターを作成。

■ 和食料理人とコラボした和食の動画の作成・発信

【絶品】和食の匠、野崎洋光さん「直伝」簡単レシピ



【絶品】和食の匠、野崎洋光さん「直伝」簡単レシピ
BUZZ MAFF はすまふ (農林水産省)
チャンネル登録者数1万人

■ 「和食；日本人の伝統的な食文化」のポスターを作成し、和食の特徴を周知



「和食」の特徴

多 多様で新鮮な食材とその持ち味の尊重

南北に長く、海、山、里と表情豊かな自然が広がる日本の国土。各地で地域に根ざした多様な食材が用いられ、素材の味をを活かす調理技術・調理道具が発達しています。



健 健康的な食生活を支える栄養バランス

一汁三菜を基本とする食生活は栄養バランスがとりやすく、だし「うま味」や発酵食品をうまく使い、動物性油脂の摂取量もセーブ。日本人の長寿や肥満防止に役立っています。



美 自然の美しさや季節のうつろいの表現

季節の花や葉などで料理を飾りつけたり、季節にあった調度品や器を利用するなど、自然の美しさや四季の移ろいを表現することも和食文化の特徴のひとつです。



行 正月などの年中行事との密接な関わり

日本の食文化は、年中行事と密接に関わって育まれてきました。自然の恵みである「食」を分け合い、食の時間を共にすることで、家族や地域の絆を深めてきました。



農林水産省 一般社団法人和食文化国民会議



2 - (10) 大阪・関西万博における食・農林水産業分野の展示の概要

- 大阪・関西万博の「食と暮らしの未来ウィーク」期間中（令和7（2025）年6月7日～15日）に、農林水産省は国税庁、文化庁と協力し、日本の食・農林水産業の魅力を発信するためのイベント「RELAY THE FOOD～未来につなぐ食と風土～」を開催。
- この間、展示ブースには約9万4千人が、屋外ステージが約1万2千人が来場。来場者からは、「食文化への関心が高まった」、「食を大切にしたい」、「展示内容を家族や友人にも紹介したい」といった好意的な声も多く寄せられた。



主催者代表挨拶



テープカット



プロローグ映像



「伝統をつなぐ」エリア



「多様性をつなぐ」エリア



「未来へつなぐ」エリア

3. 地域の食や食文化による 海外需要の取り込み

3 - (1) 訪日外国人旅行者の「食」への関心

- 平成25（2013）年の「和食」のユネスコ無形文化遺産登録を契機として、海外において「和食」に対する関心が高まっている。
- 訪日外国人観光客は、**地方の郷土料理を食べることを楽しみにしている**とともに、**好きな外国料理でも「日本料理」が1位**に挙げられている。

日本食ブーム

訪日外国人観光客が「訪日前に期待していたこと」
（全国籍・地域、複数回答）

1位「日本食を食べること」（82.2%）

出典：観光庁「インバウンド消費動向調査」2024年年次報告

地方の多様な食への期待

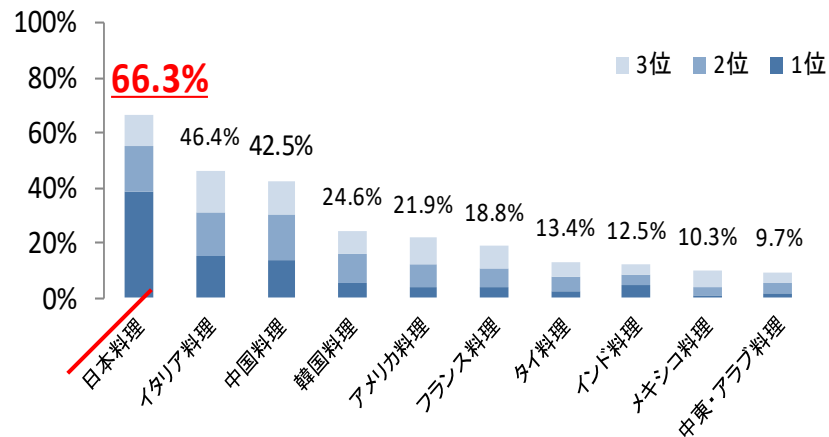
訪日外国人が日本の地方旅行でしたいことは、

1位「郷土料理を食べる」（51%）

出典：株式会社日本政策投資銀行・公益財団法人日本交通公社
アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査（2025年度版）

好きな外国料理の1位は「日本料理」

好きな外国料理（6都市全体結果）



出典：ジェトロ「日本食品に対する海外消費者意識アンケート調査」（2014年3月）を基に作成

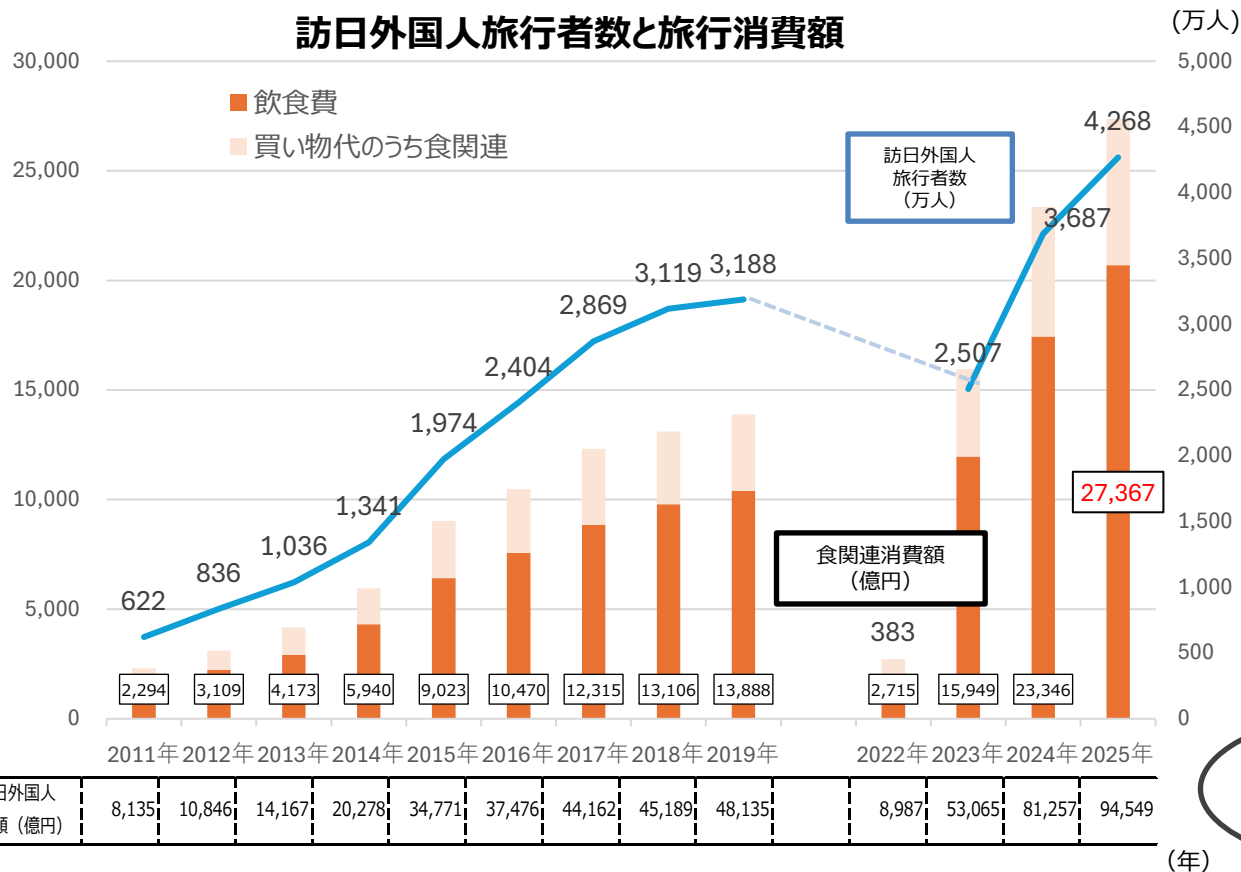
出典：日本貿易振興機構調査（2014年3月）

※複数回答可、回答者数に対する回答個数の割合。

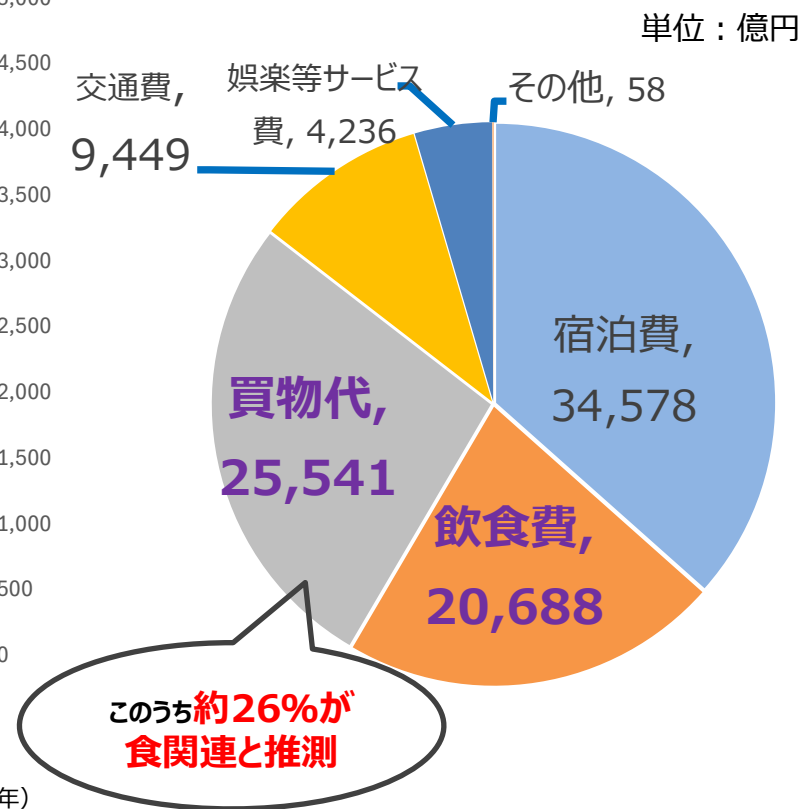
（自国の料理は選択肢から除外）

3 - (2) 訪日外国人旅行者数と旅行消費額の推移

- 令和7（2025）年の訪日外国人旅行者数と消費額は、コロナ禍を経て、インバウンド需要が回復し、それぞれ4,268万人、9兆4,549億円となっている。
※令和12（2030）年目標：訪日外国人旅行者数6,000万人、消費額15兆円。
- 令和7（2025）年旅行消費額のうち**買い物代金の約26%が「食」関連消費**とされるため（6,679億円）、訪日外国人旅行者の食関連消費は、飲食費20,688億円と合わせて約2.7兆円の消費と推測される。



旅行消費額の内訳（2025年）



3 - (3) SAVOR JAPAN : 地域の食や食文化による地方へのインバウンド誘致

- 「SAVOR JAPAN」は、地域の食と、それを生み出す農林水産業を核として、訪日外国人の誘致を図る地域の取組を認定する制度（平成28年度の創設以降、令和8年4月時点で45地域が認定）。
- ※ SAVORとは、「味わう、楽しむ」という意味の英単語。
- 地域の実行組織を核に、関係者（地方自治体、観光協会（DMO）、宿泊施設、レストラン、農家、加工施設等）が連携して、地域の食文化の歴史やストーリーにも触れることができる旅先として誘客。

○ SAVOR JAPANの取組イメージ

知ってもらう、来ってもらう

- ① 「SAVOR JAPAN」ブランドとして
地域の魅力を一体的に発信



食べてもらう、泊まってもらう

- ② 日本食・食文化の「本場」である
農山漁村での受入体制を強化

地域の食とそれに不可欠な農林水産業や特徴のある気候、
風土、景観、歴史などの観光資源を活用し、インバウンドを誘致



- ④ 訪日外国人の更なる増加と
輸出等の新たな需要創出
(好循環の更なる拡大)

買ってもらう

- ③ 訪日外国人による食体験
や土産品の販売を促進

直売施設における
販売促進(買う)

地域資源の磨き上げ、
地域間連携の促進

○ 認定ロゴマーク



日本の農山漁村の豊かな自然をテーマに、それぞれの土地に生まれた食文化や、美しい日本の神髄を体感していただきたいという願いをこめている。モチーフは「山」、「海」、「田」、「畑」、「川」、「箸」。

「SAVOR JAPAN」認定地域（平成28年度～令和7年度）



令和8年4月現在で45地域

①北海道 網走市 （鮭料理）	⑭山梨県 みのぶ農泊地域 （あけぼの大豆）	⑳岐阜県 下呂市馬瀬地域 （鮎）
②北海道 十勝地域 （チーズ）	⑮長野県 白馬村 （そば料理）	㉑静岡県 富士山麓・伊豆半島 地域（わさび）
③岩手県 一関市・平泉町 （もち料理）	⑯長野県 山ノ内町 （りんご、そば）	㉒静岡県 大井川地域 （日本茶）
④宮城県 石巻地域 （ほや雑煮）	⑰長野県 小諸市 （おにかけそば）	㉓静岡県 浜松・浜名湖地域 （うなぎ）
⑤秋田県 大館地域 （きりたんぽ）	⑱長野県 佐久地域 （鯉料理）	㉔愛知県 田原市 （あさり料理）
⑥山形県 鶴岡市 （精進料理）	⑲長野県 伊那市 （そば、昆虫食）	㉕愛知県 南知多町 （鯛料理）
⑦福島県 会津若松市 （こづゆ）	㉖長野県 松川町 （五平餅）	
⑧栃木県 大田原市 （しもつかれ）		
⑨埼玉県 秩父地域 （ずりあげうどん）		
⑩新潟県 十日町市 （へぎそば）		
⑪石川県 小松市 （報恩講料理）		
⑫福井県 小浜市 （へしこ）		
⑬山梨県 笛吹市 （フルーツ料理）		



㉗三重県 大紀町 （松坂牛のすき焼き）	㉘徳島県 にし阿波地域 （そば米雑炊）
㉙京都府 京都府北部地域 （丹後ばら寿司）	㉚香川県 さぬき地域 （さぬきうどん）
㉛京都府 森の京都地域 （かしのすき焼き）	㉜愛媛県 八幡浜市 （柑橘とさつま汁）
㉝京都府 京都山城地域 （宇治茶）	㉞福岡県 八女市 （八女茶）
㉟兵庫県 宝塚市 （ぼたん鍋）	㊱長崎県 島原半島地域 （手延べそうめん）
㊲奈良県 明日香村 （飛鳥鍋）	㊳熊本県 阿蘇市 （あか牛・高菜漬け）
㊴和歌山県 紀の川市 （フルーツ料理）	㊵大分県 国東半島地域 （だんご汁）
㊶島根県 益田市 （中世の饗応料理）	㊷宮崎県 高千穂郷・椎葉山 地域（神楽料理）

3 - (4) SAVOR JAPAN地域に対する支援

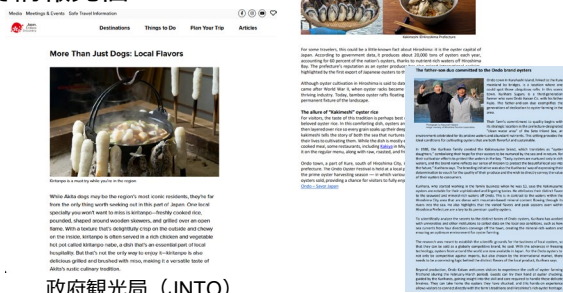
- オールジャパンによるブランド化（SAVOR JAPAN）と一元的な情報発信により海外及び訪日外国人に対する訴求力を高めます。
- 専門家の派遣により、食体験の掘り起こしや地域資源の観光商品化に向けた磨き上げを支援します。
- 「SAVOR JAPAN」ブランドでの一体的な商品販売、海外旅行会社向けツアーの販売を支援します。
- 研修会等の開催により、知識の習得、地域間のネットワーク化等を支援します。

一元的な情報発信

関係省庁と連携し政府系のHPで情報発信



農林水産省



政府観光局（JNTO）

JNTOニュースレター
(Japan Tourism Spotlight by
JNTO2025年11月号)

SAVORJAPAN推進協議会による情報発信



各認定地域の紹介
(<https://savorjp.info/ja/>)



SAVOR JAPAN —Explore Regional Flavors—
17万フォロワー・4フォロー中
The different regions of Japan each have their own local cuisine. SAVOR JAPAN is your guide to the attractions of Japan's small farming, fishing, and mountain communities — especially the great food they offer.



S N Sによる情報発信
(F B フォロワー17万人)



Instagramによる情報発信



広報資材の作成（ポスター、パンフレット）

旅行商品等販売支援

海外旅行関係事業者との商談会におけるSAVOR JAPANブースや国内展示会への出展



商談会への出展
(VISIT JAPAN Travel & Mice
Mart 2025)



展示会への出展
(株式会社ビジネスガイド社主催第38回
グルメショー秋2025)

研修会等の開催

新認定地域向け勉強会・意見交換会、基礎知識・技術習得のための講座・研修会、情報交換会等の開催



新認定地域向け勉強会



認定地域間の情報交換

<対策のポイント>

海外の方の日本食・食文化への興味・関心を高めるとともに、農林水産物・食品の輸出に繋げる好循環の構築に向け、インバウンドによる食関連消費の拡大を図るため、SAVOR JAPAN認定地域の磨き上げや一体的な情報発信等を行います。

<事業目標>

- インバウンド需要の増大（訪日外国人旅行者数6,000万人、旅行消費額15兆円〔令和12年まで〕）
- インバウンドによる食関連消費額の拡大（4.5兆円〔令和12年まで〕）

<事業の内容>

1. ブランディング、プロモーションの実施

・ SAVOR JAPAN認定地域のブランディング、プロモーションのため、JNTO等と連携し、日本産食材とともに、地域の食文化や景観などの一体的な情報発信等を支援します。

2. 地方誘客・食関連消費拡大の取組を支える食文化の担い手の計画的な育成

・ 認定地域において、インバウンド地方誘客・食関連消費拡大の取組を支える食文化の担い手を計画的に育成するため、若手や女性を含め、優良事例を活用した研修会等を行います。

<事業の流れ>



<事業イメージ>

ブランディング・プロモーションの実施

地域の食、農林水産業の魅力でインバウンド誘客、食関連消費拡大のための取組を実施



- ・ 訪日外国人のニーズに対応した食体験コンテンツを造成するため、専門家の派遣等により、磨き上げ等の取組を支援します。
- ・ 国内外の観光・物産博における出展の支援、認定地域での食と食文化に係る情報の一体的な情報発信を支援します。

4. Tracing Hiroshima's oyster tradition



For some travelers, this could be a little-known fact about Hiroshima: it is the oyster capital of Japan. According to government data, it produces about 20,000 tons of oysters each year, accounting for 60 percent of the nation's oysters, thanks to nutrient-rich waters off Hiroshima Bay. The prefecture's reputation as an oyster producer has also gained international acclaim, highlighted by the first export of Japanese oysters to the EU in 2023.

JNTOと連携した海外発信

食文化の担い手の計画的な育成

若手・女性をはじめとしたSAVOR JAPANに取り組む食文化の担い手を育成

- ・ 若者や女性ならではの感性や視点、アイデア、情報発信・コミュニケーション能力を生かした活動を促進

4. 新たな動き

4 - (1) 大阪・関西万博の展示物の公開について

- 2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）の展示物の一部を農林水産省に移設し、令和8（2026）年7月24日から一般公開。展示や特設WEBサイトを通じて、国内外の方に食といのちのつながりを伝えるとともに、和食文化を発信。



展示の様子：農林水産省別館 1 階（公開時間10：30～15：00）

展示物

- ・日本人が一生で食べる卵
- ・多くのいのちを支えるイワシ
- ・いのちの重さを感じるはかり

特設WEBサイト

「万博からやってきた展示物 いのちでつながる食のものがたり」



WEBサイト上でも展示をお楽しみいただけます。