

日本食文化の推進

～ 日本ブランドの担い手～

2005年7月19日

食文化研究推進懇談会

目 次

総 論	1
第 1 章 日本食文化研究の課題	3
1 . 日本の食文化とは何か	
(1) はじめに	
(2) 日本食文化の範囲	
(3) 食文化研究のあゆみ	
(4) 期待されるもの	
第 2 章 日本食文化普及の課題	5
1 . 海外における日本食文化の普及	5
(1) 日本食文化のネットワーク	
(2) 信用ある料理人・料理店の顕彰制度	
2 . 国内における日本食文化の普及	5
(1) 日本食文化の再認識	
(2) 食事作法ともてなしの文化	
(3) 普及・啓発の取組み	
3 . 日本食文化を担う人材育成	6
(1) 国内の人材育成	
(2) 海外の人材育成	

第3章 食文化研究プロジェクト	8
（1）日本食文化の体系化	
（2）地域と風土に根ざした食文化の発展	
（3）栄養と嗜好をめぐる海外との比較	
（4）米を中心とする日本食材の海外における受容	
（5）海外における日本料理店の現状と課題	
（6）料理人育成と評価システムに関する各国の制度比較	
（7）観光資源としての日本食文化の情報発信	

第4章 行動計画	10
．目標	10
．行動宣言	10

- 【宣言1】日本食文化の基準となるテキストを作成する
- 【宣言2】食の安全・安心キャラバンを世界に派遣する
- 【宣言3】外国人シェフを対象とした実務研修を行う
- 【宣言4】世界料理サミットを日本で開催する
- 【宣言5】外国人に日本食のすばらしさを体験してもらう
- 【宣言6】食育活動を強化する
- 【宣言7】優れた食材を生み出す生産者との連携を強化する
- 【宣言8】優れた日本食の料理人を顕彰する
- 【宣言9】料理学校と料理店の連携を強化する
- 【宣言10】大学に食関係の学部や学科を設置する

．政府への要望	12
---------	----

第5章 コラム 13

- ・ 知的財産の視点から見た食文化研究の推進について（岩田委員）
- ・ 日本食の良さを認識し、次世代に伝える（香川委員）
- ・ 「日本料理研究所」設立の提案（小山委員）
- ・ 国内外での食文化交流（高橋委員）
- ・ 料理人養成におけるこれからのラーニングデザイン（辻委員）
- ・ これからの食文化の方向（服部委員）
- ・ 食に物語性を（浜野委員）
- ・ 日本食文化の研究について（原田委員）
- ・ 2000年からの食育活動（三國委員）
- ・ 日本ブランドとしての食文化の推進に期待するところ（山口委員）
- ・ Conversion 換算（山本委員）
- ・ 次世代のための土台作り～味覚と食材について～（湯木委員）

参考資料 25

- 1 . 検討の経緯
- 2 . 民間企業における食文化研究の取組み
 - (1) 味の素株式会社
 - (2) キッコーマン株式会社
- 3 . 日本食文化の研究とその概念化【熊倉副会長作成資料】
- 4 . 世界の日本食人口の推計（たたき台）

食文化研究推進懇談会 委員名簿

- 会 長 茂木 友三郎 キックコーマン株式会社 代表取締役会長
- 副会長 熊倉 功夫 国立民族学博物館名誉教授
- 岩田 三代 日本経済新聞社 編集委員
- 香川 芳子 女子栄養大学学長
- 小山 裕久 日本料理店「青柳」主人 / 学校法人平成調理師専門学校校長
- 高橋 英一 日本料理アカデミー会長 / 「瓢亭」主人
- 辻 芳樹 学校法人辻料理学館辻調理師専門学校理事長・校長
- 服部 幸應 学校法人服部学園服部栄養専門学校理事長・校長
- 浜野 保樹 東京大学大学院新領域創成科学研究科教授
- 原田 信男 国土館大学 21 世紀アジア学部教授
- 三國 清三 オテル・ドゥ・ミクニ オーナーシェフ
- 山口 範雄 味の素株式会社 代表取締役社長
- 山本 道子 村上開新堂 オーナー
- 湯木 俊治 東京吉兆 西洋銀座店 代表

(五十音順、敬称略)

総論

食文化研究推進懇談会は、魅力ある日本を世界に発信することを目的とする、知的財産戦略本部コンテンツ専門調査会の日本ブランド・ワーキンググループの報告を踏まえ、民間が主体となり、日本の食文化に関心を寄せる有志によって組織され、本年4月から検討を行ってきた。

日本の食文化は、おいしさ、美しさ、栄養バランスなどに優れ、家庭料理や郷土料理、大衆的な食堂から最高水準の料亭、さらに山海に産する食材にいたるまで、その多様性と豊かさは世界に誇れる有数のものである。

近年、国際的に日本の食に対する関心が高まっており、世界で日本料理店が数多く展開されているだけでなく、日本独自の調味料や食材、調理技法が取り入れられ、新しいフュージョン料理を生み出している。したがって日本の食文化は、輝かしい日本の力を示す、素晴らしいコンテンツといえるであろう。

しかし、その背後にはブームに便乗し、正しい訓練を受けない料理人が日本料理店で働く場合もあり、日本食に対する誤解や、間違った食材の扱い方など、限りなく危険な因子が内在していることも否めない。そういった問題に対処するため、正式な日本料理の体系化、教育機関の設置、人材育成のカリキュラムなどを早急に確立する必要がある。また、国家資格などの制度を整備し、日本の食文化を正しい形で普及できる、優秀な指導者の育成も喫緊の課題である。

一方、国内においては、日本型食生活の崩壊が顕著になりつつあり、食事を原因とする生活習慣病などの蔓延が大きな社会問題となってい

る。こうした中、今年6月に「食育基本法」が制定されるなど、食文化に対する関心が従来になく高まっており、これに対して食に携わる企業や、関係者が積極的に応えていくことが求められている。また、この機会に、もてなしや礼儀、思いやりという日本人本来の精神構造に裏づけされた、日本の食文化の伝統を次世代の国民に継承、発展させていく努力が必要である。さらに日本が観光立国として発展していくために食文化は重要な観光資源であるが、その情報が必ずしも十分に海外に伝えられているとはいえず、今後は、公式のインターネット・ホームページや書籍の出版など世界へ向けた情報発信も必要になるであろう。

いずれにしても、日本において「食文化」という視点で研究されてきたのは30年程度に過ぎず、日本の食文化について、国民の理解を促進し「日本ブランド」として海外に向けて発信を行うためには、さらに幅広く、深く整理・研究を行って、国内外で諸活動を活発化させなくてはならない。

本会の報告が、国内外における日本の食文化発展を促す様々な取り組みに繋がることを期待する。

食文化研究推進懇談会 会長 茂木友三郎

第1章 日本食文化研究の課題

1. 日本の食文化とは何か

(1) はじめに

日本の食文化の大切さについては誰しも異論がないが、ではその内容はなにかと尋ねられると、答えは曖昧きわまりない。正しい日本食文化の海外展開が急がれ、次世代へよき食文化の伝統を伝えるべきときに、その内容が明確でないことは重大な欠陥といわなくてはならない。そこで、まず共通理解としての日本食文化の概念を構築する必要がある。

(2) 日本食文化の範囲

食文化の範囲は広い。生産、食材、調理はもちろん、嗜好と栄養、食事行動、食べる道具と場など、食に関するすべての文化を含む人類共通の概念である。そのなかで日本の食文化といったとき、日本の歴史と環境からうみだされた特徴があらわれる。

例えば、片刃の包丁という日本独特の道具に代表されるような日本料理の技術、目で食べさせるといわれる盛りつけと和食器の繊細な美、しつらいともてなしの心、うまみという味わいに代表される日本人の淡薄ななかに深味を求める嗜好、手を加えない素材の味わいとそれをひきたてる熟成された発酵調味料、豊かな海と地味から生み出される独自の食材など、そこには他の食文化とはっきりと一線を画した日本の食文化の領域がある。

(3) 食文化研究のあゆみ

食を総合的に文化としてとらえる研究はまだ30年ほどの歴史しかない。しかしそこにはすぐれた学問的業績も少なくない。日本の食文化の歴史を明らかにする研究も重要である。外来の食文化を受容しながら形成されてきた食文化を検証するなかで、今日のグローバル化する食の環境に適応する方向性もあきらかにできるであろう。またしつらいともてなしの文化を生んだ宗教、茶道、花道などの要素も見逃せない。家庭の食からすぐれた料理人の技まで、多くの資料を読みとき、既成の研究を総括することがまずもとめられる。その結果、日本食文化の学問的枠組みが明らかにされるであろう。

歴史的な研究に加えて、日本食文化の現状についての研究がさらに重要である。現在の日本に目を据え、高度な料理人、料理店、調理師養成の教育の場にある人、生産者、食品産業、外食産業等々、食の文化に携わる現場の意見を総合し分析する必要がある。

(4) 期待されるもの

こうして得られるであろう日本食文化の枠組みは、今後海外へ展開するにも、国内で継承されるについても、また観光資源として広報するにしても常に基準を提示する根拠になろう。あわせて日本の文化力として日本らしさを導き出すことになろう。しかし、この枠組みはあくまで一つの目安であって、これを基準とし、さまざまな新しい食文化の融合と創造が生まれるであろう。国内外の食文化の新たな展開を期待する上でも、まず日本の食文化の何たるかを明らかにする必要がある。

第2章 日本食文化普及の課題

1. 海外における日本食文化の普及

海外における日本料理店は、ここ十数年の間に驚くべき急増の傾向にある。こうした日本料理店の実態を正確に把握するとともに、その利用者、料理人、経営者に対して、正しい支援を行う必要がある。

(1) 日本食文化のネットワーク

日本料理の普及によって、単なる食材や調理法にとどまらず、その背景にある日本食文化の全体像を継続的に紹介する。この情報発信により、一方的な知識や技術の伝達を超えて、相互理解に基づく異文化共生と融合が生まれるであろう。一流の料理人同士の対話とコミュニケーションが海外でも、また海外から招聘して国内でも開かれる必要がある。すぐれた食文化研究者や料理人の世界的なネットワークも期待される。

(2) 信用ある料理人・料理店の顕彰制度

海外で通用するような料理人に対して、その資格を認定し、称号を与えることで、日本ブランドとしての日本料理の信用を高める必要がある。あわせて、海外料理店に対しても、そうした料理人のいる店についての認証制度や海外から日本を訪れる観光客に対して、必要なサービスと料理が提供できる店の情報が発信されることが望まれる。

2. 国内における日本食文化の普及

(1) 日本食文化の再認識

日本の食文化が海外で高く評価されている理由は、日本食に対する「健康」、「長寿」というイメージの影響が大きい。これらのイメージは、日本人自身に対しても大きな魅力であるが、一方で、日本人の食生活が乱れ、伝統的な食生活は衰退している。国内における日本食文化の普及を行うためには、現代日本人の食構成の変容とその影響について把握するとともに、日本食の栄養学的特質について人々が再認識し、意識を高めていく必要がある。

同時に、地域の食材・調理法について、生活に身近な伝統的な食文化として、

その継承と振興を図ることにより、地産地消、地域ブランド形成を支援し、日本の豊かな食文化の発展・継承というサイクルを構築しなければならない。

(2) 食事作法ともてなしの文化

日本の食文化を支える重要な柱として食事作法と食を中心とするもてなし方がある。作法は箸の使い方や食べる順序、器の使い方など古来伝えられてきた美しいふるまい方である。客を迎える室内の飾りや食卓のコーディネートなどのしつらいがもてなしの要点となる。こうした面を茶道などとも関連させて検討し次世代に伝えるべき内容を充実させる。

(3) 普及・啓発の取組み

また、日本の食文化を広く普及啓発する食育の推進や日本の食文化を支える料理人の評価・顕彰システムについてその充実を図ることにより、日本食の受け手、作り手の両面から日本の食文化を支える体制の構築も重要である。

なお、こうした日本食文化の普及に向けた活動について、国内の関係者、一般を対象としたシンポジウムの開催等により、共通認識の醸成を図るとともに、広く呼びかけていくことが望まれる。

3. 日本食文化を担う人材育成

日本の食文化を担う様々なレベルの人材育成が求められている。

(1) 国内の人材育成

- ・人材はピラミッド型の構造をなしている、もっとも基層部にあるのは家庭と学校を結ぶ食育の担い手である。地域と風土に根ざした郷土食や作法、習慣を熟知した人材を育成するための教育システムを開発する。
- ・中間部にあるのは、食文化に理解のある料理人である。食文化を十分課程に組み込んだ養成制度を開発する。
- ・上層にあるのは、プロの料理人の教育を担う人である。調理技術のみならず、日本の食文化について高度な知識と教養を備えた教育者を育成するシステムを開発する。また、高度な専門的調理技術をそなえた専門調理師の積極的な活用が重要である。

(2) 海外の人材育成

海外で日本料理店を出す人材育成も緊急の課題である。海外で日本料理を志す人々に対して、海外で研修を受けられるような学校等との連携を図ること、日本へ留学して研修を受けるシステムを作ること、日本人で海外へ進出しようとする人々の支援等が考えられ、それに伴う制度上の検討が必要となる。

第3章 食文化研究プロジェクト

食文化の推進に当っては、その基盤を確立するため、集中的かつ総合的に整理・研究を行う必要がある。本懇談会では、以下の7つの研究テーマを設定し、2006年から2カ年で「食文化研究プロジェクト」を実施する。（「1年間の集中作業」と「1年間の補足的な調査」及び「とりまとめ」）

プロジェクトの実施体制については、個別の課題を扱う部会別の研究会を設け、それぞれの解明を進めた上で、各部会の責任者・副責任者などを構成員とする総合部会を設置し、包括的な検討を行うこととする。

また、食文化研究プロジェクトのテーマについて議論を深めるとともに、その成果や日本の食のすばらしさを広く世界にPRするため、2006年2月（予定）とプロジェクトの終了時（2008年3月（予定））に「シンポジウム」を開催する。

（1）日本食文化の体系化

日本の料理様式や技術、日本食の継承と現代の食構成の変容など、日本食文化の歴史と変遷について、海外との比較も含め概念を整理する。

（2）地域と風土に根ざした食文化の発展

日本食文化を特徴づける地域の伝統的な食材や食文化を発掘・評価するとともに、もてなしと作法、あるいは食の空間と演出について、食及びその周辺の文化的背景との関係性を検証することでその特質を明確化する。また、その継承・振興を目指す。

（3）栄養と嗜好をめぐる海外との比較

穀醤を使った発酵調味料や昆布・かつおを使ったうまみなど独特の味、さらには、素材の味を活かす淡泊ながら深みのある味覚の嗜好について、日本食の栄養学的特質にも含めて、海外との比較を行いつつ、その発展の歴史や特質を検証する。

（4）米を中心とする日本食材の海外における受容

米を中心とする日本の食材の海外展開と現地での受容について、海外の食文化に与えた影響や日本の食材の浸透状況について、実地的な調査・分析を行う。

(5) 海外における日本料理店の現状と課題

海外における日本料理店の展開状況について、進出店舗の分類や数の変遷と料理内容、顧客などの現状についての分析、進出プロセスや手法の検証など、実地的な調査・分析を行う。

(6) 料理人育成と評価システムに関する各国の制度比較

日本における料理人の育成と評価システムを検証し、その特性や課題を整理するとともに、海外のシステムと比較し、人材育成の活性化や人材流動性の向上のための方策、また、一般に対する食育活動や外国人に対する教育支援などを通じた日本食文化の普及啓発活動について検討する。

(7) 観光資源としての日本食文化の情報発信

包括的・継続的な日本食文化紹介・提示や対話的なコミュニケーション、影響力のあるネットワークの核に対する戦略的なアプローチの事例や方策の分析、観光と連携した地域の食材、食文化の発信の在り方について検証する。

第4章 行動計画

第3章の「食文化研究プロジェクト」では2006年度から集中的かつ総合的に研究を進め、日本食文化の土台を構築することとしている。しかし、日本の食文化を「日本ブランド」として国内外に発信するためには、学術的な研究の成果を吸収しつつそれと並行して、実際的な取組みを幅広く展開することが重要である。本懇談会は、実行が可能な取組みから直ちに行動に移すことにより、日本食文化の推進に積極的に貢献していきたい。

本章では、本懇談会が直ちにに取り組むべき具体的な行動計画として「3つの目標」と「10の行動宣言」をまとめた。

・目標

- (1) 豊かな日本の食文化を醸成し国内外に発信・交流することにより、ブランドとしての信用を高め、世界の日本食人口を倍増させる。
- (2) 豊かで安全・安心・正直な食を通じて、農林水産業、加工・外食産業、観光産業などの国内産業の適正化と活性化に寄与する。
- (3) 民間が主体となって行動し、あらゆる業界の力を結集する。

・行動宣言

【宣言1】日本食文化の基準となるテキストを作成する

（日本の食文化を体系的に整理し、国内外の人々が日本食を理解する客観的資料となるテキストを作成する。）

【宣言2】食の安全・安心キャラバンを世界に派遣する

（安全・安心でヘルシーな日本食と食材を世界に普及させるため、生魚の調理方法など衛生の観点も含めた料理技術講習会を世界各地で実施する。
また、日本食を世界に普及するため、基礎的な調理技術やレシピをまとめた文献を充実整備する。）

【宣言3】外国人シェフを対象とした実務研修を行う

正しい料理技術とその背景にある食文化を海外の料理人に伝えるため、日本国内の料理店や料理学校において、外国人シェフを対象とした実地研修を行う。

【宣言4】世界料理サミットを日本で開催する

世界中から一流の料理人を日本に招聘したり、世界料理サミットを日本で開催するなどして、各国の料理業界との交流を促進するとともに、日本を世界における食文化の発信拠点とする。

【宣言5】外国人に日本食のすばらしさを体験してもらう

日本を訪れる多くの外国人に日本食のすばらしさを体験・理解してもらうため、外国人向けの日本食に関する情報提供や料理店におけるサービスの充実を図る。また、日本食に対する興味や理解を高めるためのストーリーを作り、積極的に発信する。

【宣言6】食育活動を強化する

国民が正しい食生活を営み、日本の食文化のすばらしさを理解し伝えることができるよう、学校（栄養教諭等）、料理人、食品関連事業者は食育に関する活動を強化する。

【宣言7】優れた食材を生み出す生産者との連携を強化する

地域の食材や食文化を発展させるため、料理人・料理店は、地産地消や安全・安心な食の推進などの取組みにおいて生産者との連携を強化する。

【宣言8】優れた日本食の料理人を顕彰する

若手料理人の目標や世界に日本の食のすばらしさを伝える人材の育成のため、業界と政府が協力して、外国人も含め料理人に対する評価・顕彰システムを改革する。

【宣言9】料理学校と料理店の連携を強化する

料理人が経験年数や習得スキルに応じて継続的な教育を受けられるよう、料理学校と料理店は、お互いの連携を強化し、教育・就業の環境を整える。飲食店の従業員が働きながら学べるよう、調理師養成施設に午前だけ、午後だけのコースを設置する。

【宣言10】大学に食関係の学部や学科を設置する

日本の食を発展させるため、大学等における食関係の学部や学科の設置を推進し、「調理」「栄養」「食文化」「経営」「マネジメント」などの総合的なスキルを持った人材の育成に努める。また、フードジャーナリストやフードエキスパートの層を厚くする。

・政府への要望

(1) 予算措置等の政策的支援の充実

本懇談会が主体となって実施する食文化研究プロジェクトや行動計画に盛り込まれた具体的な事業について、予算措置等の政策的支援の充実を求める。

(2) 日本食文化に関するHPの開設や広報誌の発刊

日本ブランドとして我が国の食文化を推進するためには、政府自らも、HPの開設や広報誌の発刊など積極的に広報活動を行うことを求める。

(3) 食育推進会議や農林水産物等輸出促進全国協議会との連携強化

関係府省はもとより、食育推進会議、農林水産物等輸出促進全国協議会、観光立国推進戦略会議、経済財政諮問会議などの食文化に関係する政府機関に対しては、本懇談会の提言を積極的に自らの施策に盛り込むとともに、相互の連携を強化することにより、国家戦略として食文化を推進することを求める。

第5章 コラム

知的財産の視点から見た食文化研究の推進について

岩田 三代

① 日本の食文化とは何か

特徴、定義など日本の食文化の根幹をなすものを研究
共通項の上に成り立つ地方色のバラエティー、家庭の食文化についても考察



② 日本の食材の魅力を探る

海に囲まれ、急峻な山もあり、四季がある。この中で農漁業によって生命をつないできた日本には魅力的な食材が多くある。昔野菜の復権なども含めて食材の魅力とそれに触れられる場を考える

③ 日本の食文化を外国人や海外に住むひとにどう発信するか

出版物やインターネット、優秀な料理人の育成、イベント、賞の創設など

④ 日本の食文化の歴史、現状、未来

文化を発信するにはそれにまつわる物語が重要な要素となる。付加価値をつけるためにもこうした研究をうまく活用する。

食はどの民族においても生活の中心をなすもの。グローバル社会になればなるほどその土地にすむ人が長年にわたって守り伝えてきた

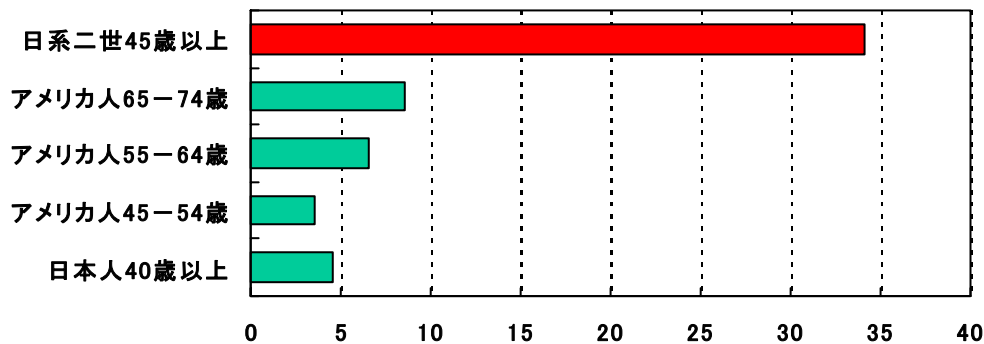


た食文化への関心は高まっていくとも思われます。高級日本料理だけでなく、健康で多様性に富んだ日本の食文化の魅力を発信していくことが必要ではないでしょうか。

日本食の良さを認識し、次世代に伝える

香川 芳子

祖先から伝えられてきた日本固有の食事様式には、日本人の遺伝子に適合した合理性があることをあらためて認識する必要がある。日系二世の人たちには肥満者が極端に多く、糖尿病罹患率は米国的一般の中高年者の6～7倍にのぼる（下図）。これは、日本人の遺伝子に不適合の米国型食生活（高エネルギー食・高脂肪食）に原因すると考えられる。最長寿県を誇ってきた沖縄県の平均寿命（男）が近年急激に短くなったのも、若年世代への米国型食生活の浸透によるとの見方もある。



図：糖尿病頻度 (%)

日本人の体質に適した食生活のあり方を検証し、認識することは、高齢化社会における生活習慣病一次予防のためにも、重要な課題であり、また医療財政の観点からも国家的な問題であると考えられる。米を中心とした伝統的な食事様式を見直し、その科学的根拠を明らかにし、人々の啓発に努めていきたい。

現代において、日本の食文化を次世代へ伝えていくための場（家庭・地域）が急速に失われてきている。この状況は、子供たちに健全な食習慣を身につけさせる上で、大変心配である。

平成17年4月導入の栄養教諭制度は、学校の中で「正しい食事」を教え、次世代へ日本の食文化を伝えていくための鍵を握っていると考えられる。各自治体での栄養教諭任用の進捗を期待し、これの推進に努めたい。また、食育基本法（17年6月成立）は、社会全体の食文化への関心を高め、今後の各方面での展開を期待している。

「日本料理研究所」設立の提案

小山 裕久

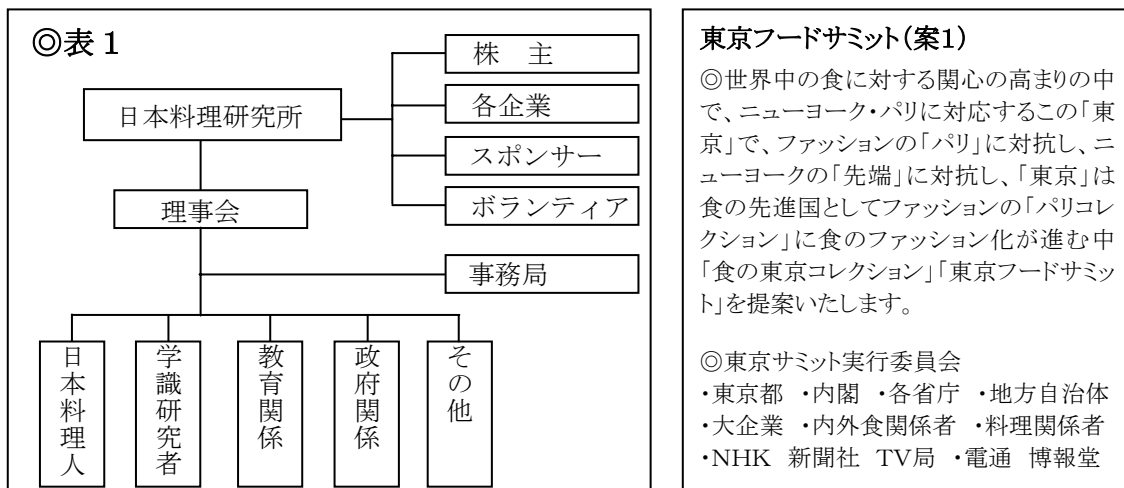
現在の日本では、海外の日本料理に対する関心の高まりと相反して、日本料理に関する正式機関・組織等が存在せず、日本料理に対する問い合わせやニーズに対応することができない現状である。国内での統一された日本料理の学問的基礎を固め、施策を提言できる研究所を設立することが最も重要かつ意義のあることと考えられる。日本料理が海外で大変注目される現在、これらの民間レベルの組織が存在することは、国内での日本料理研究の知識・情報を集約し、食関係者あるいは食にかかわる企業、教育現場などの研修の現場へ画一化した情報を伝え、海外への日本料理に対する理解をより深く普及させることができるといえよう。

その組織図として表1のような枠組を考案する。

日本料理研究所は、各種スポンサー等を持ち、そこに理事会、評議会のもと運営を行う。そこでは政府、学識研究者・日本料理関係者・教育関係・食関連企業からのあらゆる情報を各種別ごとのテーマをふりわけ、それらを民間の料理店、調理師学校、教育機関企業等々に情報を配信できる統括的役割と目的をもつものとする。そのなかにおいて私は、日本料理の伝統的文化体系の整理と存続に力をそそぎ、日本料理の海外への普及と日本ブランドとしての展開促進にとりくむ役割を担うべきと考えている。

各種事業を研究所のとりくむべきものとしてではなく、あくまでも各組織・関係者が取り組むべき事業や研究の適切な方法を提案することに本研究所の意義をもたせる。

そのとりくみの一つとして、政府及び各自治体、企業等へのよびかけのもと実行委員会を立ち上げ「(仮称)東京フードサミット」(案1)を企画開催し、食の先進国として日本のあるべき姿を世界に発信する。



国内外での食文化交流

高橋 英一

「日本料理を発展させるために、文化・技術研究・教育および世界的な普及活動を行い、もって世界の食文化の向上に寄与することを目的とする。」



これが京都の若い世代が食に対する思いをもって立ち上げた日本料理アカデミーの目標です。料理を作って人に食べてもらうという楽しみを、私たち料理人は、人より多く知っています。そして、日本料理にたくさんの魅力を感じています。様々な郷土料理にふれることで、人の営みを学び、近年のグローバル化された社会環境を有効に活かし、多方面にわたる交流をすることで、高度な技術と新しい発想に基づいた料理が生み出されると考えます。

日本料理アカデミーは、普段の仕事の合間を縫って活動しております。私たち料理人だけの活動では到底食の魅力を伝えきることはできません。今後は、研究者や教育機関の方々など、食文化研究を推進される皆さんにご協力をいただき、活動の幅を広げていきたいと考えています。そのためには後援・助成などの継続的なご支援が必要です。営利目的ではない、民間レベルの活動への人材、資金助成も含めたバックアップシステム構築を急がなければ、食文化推進のための地道な活動はなかなか根付かないと考えます。

学者の先生方とともに日本料理の歴史を探り、教育機関の関係者とともに子供たちに食の楽しみを教え、日本各地・世界各国と食を通じた交流を計り、それらを研究者の方々とともに検討しながら、なによりも日本人自身が、日本を見直す。研究者、教育者、料理人、企業人など、食に携わる人間がお互いの利害を超えて、一緒になってアクションを起こしていくことが、今、求められています。

それは、日本国をあげて、誇りを持って取り組むべき、食を通じた豊かな人間性の構築と小さな国際親善であると考えます。

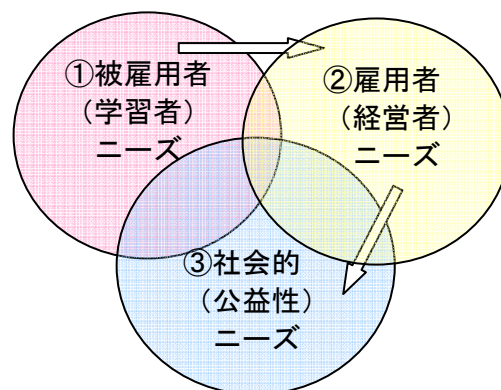


料理人養成におけるこれからのラーニングデザイン

辻 芳樹

1. 3つの教育ニーズ

料理人に求められる教育を「被雇用者」「雇用者」「社会」の3つの視点から捕らえ直してみる。それぞれの教育ニーズは、現場における役割の相違であるとともに、時間軸にそって進化するキャリアプランの反映でもある。



2. 実学あるいは量から質の教育への転換

しかし、「座学の役立ち度が低い」というような現場の声は、座学をめぐる各ニーズ間のズレ以上に、こうした科目が「実学的ではない」、例えば、公衆衛生学や食品衛生学の知識の詰め込みが、料理人に必要である実践的な衛生観の育成に即応していないというような実態を表している。こうしたニーズに対応する実学的な教育方法、プロジェクト学習など「教科間」「学校と職場間」のラーニングデザインの検討が必要である。

3. 公益性を担う継続教育（食の専門職大学院とコンソーシアム）

料理人の教育ニーズは、現場への適応、経営、さらには社会的貢献へと進化する。こうした時間軸に沿ったキャリアプラン、適時性を考慮したラーニングデザインが必要だ。また、公益性を重視する日本の教育から、単純に米国型のビジネス志向へ教育の機軸がシフトすれば、日本の食文化の衰退に拍車をかけることになりかねない。一方、BSE や鳥インフルエンザのように新た現れる脅威に対しては、継続教育の機会創出が必須である。調理師専門学校などの卒業生、あるいは、現場の料理人が学びたいとき、学びたいことを、学べる環境の整備が必要であり、そのために、業界協力下、日本の食文化発展が明確に公益性として示されたプロフェッショナルスクール（専門職大学院）を創出し、研究機関、調理師学校、大学などが連携するコンソーシアムを組織化していきたい。

これからの食文化の方向

服部 幸應

当校も1977年頃から現在まで30年に及びフランス、イタリア、スペイン等の三ツ星シェフを招聘して、学生とプロの料理人を対象に料理講習会を開催してきた。しかし、日本の料理人が海外からオファーされることは、その頃はまだ稀であった。日本はこの30年、積極的に海外の食文化を輸入する時代でもあった。しかし一方で1980年代より、アメリカを中心に寿司が健康に良いということで流行し始め、この7～8年は欧州をはじめ中国、韓国、香港等、どこでも寿司と出会う機会も多くなった。又、この5年間は、日本の料理人に対して海外からオファーも多くなり、アメリカで現在大ブームになっているテレビ番組「料理の鉄人」の人気のでTV出演者は年に2～3回アメリカを中心にオファーが続いている。その他、アメリカ、スペイン、イタリアでも大々的な料理サミットが開催されるにあたり、日本人シェフが活躍する機会も増えてきている。

そこで、この三十数年は、横文字文化を縦文字に変える食文化の輸入期間であったが、これからは日本の縦文字文化を横文字にして、正しい日本の食文化を伝えて行く時が来たように思われる。特に心配なのは寿司を中心に生魚を食べる習慣が海外でも増えてきたが、生魚の扱いになると腸炎ビブリオやアニサキスなど危険な生もの処理の仕方も多く、もっと衛生面等に力を入れて指導することが必要だと思われる。そこで、緊急にこの指導体制を確立しないと、生で食べる習慣の日本料理は危険であると誤解されたら、一挙に日本のイメージにも影響が出ることが心配である。



鮪フェア（イタリア）

- ① 食育の紹介（日本の食文化紹介）
- ② 日本の食材の紹介（輸出につなげる）
- ③ 日本人の健康のアピール（フードガイド中心に）
- ④ スーパーシェフを海外に派遣（一流の料理人の紹介）
- ⑤ 海外の学校と食文化交流（日本食を中心に紹介）
- ⑥ 海外と日本の料理人の交流（イベントを企画してサミットやフォーラム等）
- ⑦ 日本の料理人の地位確立（フランスのMOFのような型の確立）

食に物語性を

浜野 保樹

ワインを初めとして洋食の情報は、自ら求めなくとも向こうからやってくる。いたるところにワインの情報が満ちあふれていて、ワインの新種の解禁日は、ワイン解禁の法律などない日本でもちよっ



とした騒ぎになり、ニュースになる。そして聞きたくもないワインの蘊蓄を聞かされた経験を誰もがもっているはずだ。こういった知識が食事の楽しみを拡大し、それがまた情報の普及を加速させる相乗効果を生む。

一方、和食に関する話は、あまり耳にすることがない。日本酒を飲むとしよう。その銘柄から産地のこと、そして辛口か甘口かを語ったら、それで話が尽きてしまうが、ワインなら、それなりのことを誰もが話す。

では和食には語られるべきことがないのかということそうではなく、洋食は四味、和食は五味、六味といったことを初めとして、和食がもっている物語性は大きく、思想性は深遠だ。和食はそれらの豊かな蓄積は、いいものは自然と分かるものだという、日本特有の前提のもとで積極的に外の世界に伝える努力をしてこなかった。しかし、表現し伝える努力をしなければ、ないのも同じという西洋のありかたが当たり前のようにになっている現在では、ワインと日本酒の蘊蓄の差が示すように、存在感すらも決定することになりかねない。

食に込められた先人たちの知恵や技、そして願いまでも知ることによって、食という行為はより豊かなものになるだけでなく、楽しいものになる。それはわが同朋だけではあるまい。



日本食文化の研究について

原田 信男

人間が生活するなかで、衣食住の問題は不可欠である。なかでも食は最も重要な要素であり、その営みは過去に蓄積した膨大な遺産、つまり文化そのものである。ところが食文化あるいは食文化史の研究は、学問体系のなかで、ほとんど手が着けられて来なかった。

この10数年来、やっと食文化・食文化史の研究に端緒が開かれ、いくつかの本格的な研究が出揃うようになった。しかし、その基礎的な研究は、残念ながら不十分な状況にしかなく、今後、かなりの時間をかけて充実すべき大きな課題として残っている。

食文化に関しては、素材・調理・盛付・器・調理器具・料理様式・作法、その他さまざまな要素があり、それらを総合的・体系的に研究すべきだろう。とくに日本における食文化の特性を知るためには、その形成過程を、歴史的明らかにしていく必要がある。ところが、そのために必要な体系的基礎文献は、極めて少ないと言わざるを得ない。

私たちは、そうした過去の大きな遺産として、石井治兵衛『日本料理法大全』と神宮司庁『古事類苑 飲食部』を持っているが、その刊行は、前者が明治31(1898)年、後者は大正2(1913)年のことであり、それ以後、体系的なものではなく、部分的な史資料の発掘と料理本の研究が進んだ程度で、全体的に基礎研究が遅れているという事実は否めない。



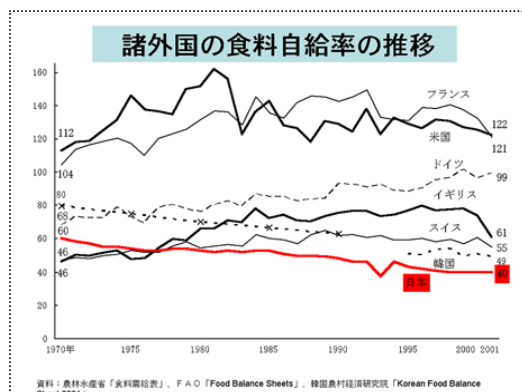
そうした意味において、今日、食生活・食文化に関する基礎資料を、改めて博捜し直し、体系的な形で公刊していく必要性は高いだろう。日本の食文化に関する新たな認識は、是非とも必要であるが、そのためには基礎研究にも力を入れていきたいと思う。

2000年からの食育活動

三國 清三

戦後60年で日本国のめざましい発展と共に、食生活のみだれもめざましく、荒れ、乱れた。その結果、日本の自給率が、なんと40%を切り続けている。これは、先進国中、最低レベルであり、これにより日本国内においての食生活が安心安全を失う結果になってしまった。この生活習慣を受けて、日本古来の伝統、工芸、食、あらゆる伝承者、農業、漁業の跡継ぎまでもが後を継げなくなり、今、日本の伝統文化、食文化が壊滅的な状況である。このことを日本国民は知らなければならない。このままでは、日本に日本国を守る若人がいなくなる恐れがある。今必要なのは、私たちが2000年から始めている小学校3年生(8才)～6年生(12才)までの基本的な人間としての最低のマナー、味覚(甘味・酸味・塩味・苦味)と日本人だけが持つ5味(ウマ味)を、12才までに食育する。それによって、人に対しての思いやり、五感の感性を生かす。

日本国を愛する事、人を愛する事、食事をする事が、未来の日本国を豊かにできる、最低必要な教育(食育)だと考える。日本国家に提案をします。



▲諸外国の食料自給率の推移



▲「味覚の授業」授業風景 (05年_世田谷区の小学校にて)



▼KIDSシェフ授業風景 (02年_金沢市の小学校にて)



▲KIDSシェフ授業風景 (03年_函館市の小学校にて)

日本ブランドとしての食文化の推進に期待するところ

山口 範雄

昨年度実施された内閣府知的財産戦略本部による「日本ブランドワーキンググループ」並びに、その成果を受けて展開された「食文化研究推進懇談会」は、日本の食及び食文化にかかわる各界を代表される第一人者による、これまでにない大変有意義な討議が進められてきたと感じております。

食にかかわる一企業として私共がご協力できることは微々たるものではありませんが、1980年代以降、国内外におけるうま味の研究推進、うま味のグローバルな普及活動、そして・味の素食の文化センターを通じた食文化研究の支援、情報発信等を継続して実施してきております。日本料理をグローバルに普及するにあたって、出汁とうま味の理解を深めることは不可欠のことと思っており、それを支えてきた日本の食文化の体系化も大変重要なことと認識して



池田 博士

ります。おりしも2008年は池田菊苗博士が昆布出汁の味がグルタミン酸によるものであることを発見してからちょうど100年にあたります。このような折に本プロジェクトの一員として微力ではありますが、ご協力させていただけることを大変嬉しく思っております。

プロの料理人による「ハレ」の食を頂点とするならば、その底辺を支える「ケ」の食、すなわち日常の食あるいは家庭における食であり、その中間を埋める中食や外食があります。そのいずれも日本の食文化を支えてきているものと理解しております。出汁を含めた日本食文化に加えて、これらの観点も含めた幅広い情報に基づく日本食文化の概念の構築とグローバルな情報発信を今後の活動に期待致します。



Conversion 換算

山本 道子

前回、日本の食文化を世界の目から考えてみるという方向のお話をさせていただいた。これは日本の食をどう捉えていくかという、さまざまな切り口のうちの一つの提案である。また世界との交流をしていく上で、実際の技術の交換やその背景の文化の紹介、学習が大切なのは、言うまでもない。こうした表舞台の活動と共に、食文化の発信・受信が正確に行われる為の土台作りが必要だと気がついた。

日本とヨーロッパはメートル法を採用しているので、計量の単位で戸惑うことは少ないと思う。しかし米国では、すくなくとも、一般消費者は秤を持たず、オンス、ポンドを基本としながらも、日常は粉、液体、個体まで、1カップ=約240mlのカップで計量をする。同じ英語圏であっても、イギリスの料理本をアメリカの一般消費者はそのまま使えないし、アメリカの料理本をイギリスの一般消費者は使えない。それも、米国の料理がすべてカップに基づいて作られるという、他国に例を見ない方法の為である。その為、多くの料理本には、イギリスとアメリカの分量の換算値(例:グラムとカップ)が付録として付いていることが多い。インターネットでも、多くの情報が得られる。それが標題に掲げた Conversion (chart) である。料理のレシピ、輸出入品に書かれている作り方など、個々の経験や知識に依存して訳されることが多く、アメリカ 1カップ=約240mlを日本の200mlとして、他の調整はなく、日本語に書き直されていることがある。米英では狭義の料理人ではなく、いわゆる food journalist, food expert といった料理関係の仕事に携わる人たちの層が厚く、お互いの違いを熟知した上で、global な活躍をしている。自分達の基準、相手国の基準をはっきり認識、規定していくということが、より開かれた、理解の深い交流となろう。



次世代のための土台作り

～味覚と食材について～

湯木 俊治

最近の若者の食の乱れにはびっくりさせられます。安価で手軽という面から喜ばれ、そこそこ美味しい人工的で均一な味しか知らないのが原因でしょう。畑から掘りたての野菜の水水しい旨さや歯ごたえ、あるいは完熟するのを待って収穫した果物の甘み、手を加えていない自然の持ち味などを知らない人が増えています。食材の新鮮な味を学ぶ必要があります。その具体的な方法のひとつとして学校給食の見なおしが考えられます。栄養優先だけではなく、旬の食材の味覚について学び、美味しく食べるにはどう調理すれば良いか体験させる。また、食材を通じて生産者の労力について関心を寄せ、「もったいない」と思う気持ちを養いたい。



本当に美味しくて体に良い食材は何か？大量生産・大量消費するために流通や市場の都合ばかりを優先しがちな現状、たとえば曲がったり不恰好な野菜は消費者に評価されないため出荷されないという歪んだ現実があります。見た目には拘る日本人の特性でしょうか、消費者教育も必要と考えられます。

生産者には健康と新鮮をキーワードに新しい価値観を発信してもらうことが大切です。

今、日本各地で手間をかけ、環境に負荷を与えることなく作られている少量高品質で多様な野菜の生産者を評価し、この生産方法がスタンダードになるよう行政のバックアップが必要と考えます。地方の小さな芽を大事にする時です。



参考資料

1. 検討の経緯

第1回 4月20日(水)

〔 食文化研究の推進について 〕

第2回 5月19日(木)

〔 日本の食文化研究とその概念化
海外へ向けた情報発信の取組み 〕

第3回 6月16日(木)

〔 料理技術の向上に向けた国内外での取組み
大学における食文化を担う人材育成について
日本と世界の食文化 〕

第4回 7月12日(火)

〔 報告書(案)について 〕

第5回 7月19日(火)

〔 報告書(案)について
今後のスケジュールについて 〕

2. 民間企業における食文化研究の取り組み

(1) 味の素株式会社

味の素(株)では食文化、うま味、だしに関する情報発信を財団法人味の素食の文化センター、うま味研究会、うま味インフォメーションセンター等を通じて継続して行っており、その主な活動は下記のとおりです。

(財)味の素食の文化センター

(財)味の素食の文化センターは食文化研究への協力と有益な情報の社会への提供を目的として1989年に農林水産大臣の許可を得て設立されました。これまでに収集してきました食に関する図書・文献・映像などは「食の文化ライブラリー」で公開しております。2004年12月に「食の文化ライブラリー」を東京の高輪に移転するとともに大阪にも「味の素 食のライブラリー」を開設し、東西併せて日本最大級の約5万冊の蔵書を公開し食文化研究資料として専門家はもとより、広く一般の方にも情報提供を行っております。また、食文化研究に対する助成、学際的な研究会合である「食の文化フォーラム」や、食の文化公開講演会の開催等、料理、食品、栄養、食糧経済等の幅広い分野の専門家の方々の交流、討議等を通じて食文化研究の進展を支援しております。これらの活動成果は、書籍の出版活動や季刊誌「VESTA」の発行、文献目録の作成、映像制作・頒布等による情報発信を行うとともに日本の食文化の体系化に向けた活動を行っております。

うま味研究会

日本料理に欠かすことができない「だし」の味の成分は1908年に池田菊苗博士によって発見され、その味は「うま味」と命名されました。この「うま味」の学際的な研究は1982年に設立された うま味研究会 を中心に食品科学、生理学、栄養学、味覚心理学等、さまざまな分野の国内外の研究者を交えたパネル討論会、研究発表会、講演会、ワークショップ、セミナー等の活動を通して、「うま味」の学問的追求を行っております。うま味研究会の発足以来、国内はもとより国際的にもうま味研究への関心は高まり、1985年にはハワイで、1990年にはイタリアでうま味研究

会主催の国際シンポジウムを開催しております。これらの研究活動を通じて、うま味物質に関する味覚特性はもとより生化学的性質、味覚生理学、食品科学、栄養学的特性や食行動との関連など多くの研究成果が積み上げられてきております。このようなうま味研究の国際的な展開によって、現在UMAMIは国際語として通用するようになりました。

うま味インフォメーションセンター

国内外の幅広い研究成果を基盤に、うま味関連情報を広く世界に普及することを目的に1985年にうま味インフォメーションセンターを設立いたしました。(日本うま味調味料協会広報部会による運営) 主に冊子の配布や世界各地からのうま味の問い合わせへの対応を行ってきております。昨今の世界的な和食ブームによって、世界各地の料理人や調理師学校、そしてワインスペシャリスト等からの問い合わせが増えており、これまでの科学的研究分野の方々への情報提供に加えて料理やワインの専門家などへの情報発信にも力を入れており、日本で発見されたうま味とともに和食や出汁への理解促進と普及活動に力を入れております。

最近のトピックス：

2003年5月～2004年6月 かつおフォーラム(全5回)開催

主催：(財)味の素食の文化センター

協賛：味の素(株)食品研究所、(株)かつお技術研究所

2004年4月～2005年3月 食の文化フォーラム(全3回)開催

主催：(財)味の素食の文化センター

7月 料理人と味覚研究者による座談会開催

主催：うま味インフォメーションセンター、共催：国際グルタミン酸情報サービス

11月 「食とアミノ酸」シンポジウム開催

主催：読売新聞社、後援：(独)国立健康栄養研究所、日本栄養・食糧学会、日本栄養改善学会、協賛：味の素(株)

2005年6月 世界最大の科学イベント Cheltenham Science Festival においてうま味ワークショップ New Frontier of Taste 開催

日本料理アカデミー協賛(2004年度)

(2) キッコーマン株式会社

キッコーマン株式会社は、キッコーマン国際食文化研究センターを中心に食文化の研究と発信を行っている。以下その活動の一部を紹介する。

キッコーマン国際食文化研究センター

キッコーマン国際食文化研究センターは、会社創立 80 周年記念事業として、1999 年に野田市のキッコーマン本社内に設立された。当センターの主な活動は、国際食文化に関する研究をテーマとする委託研究活動 食文化関連のシンポジウムやフォーラムを国内、海外で開催するなどの文化活動 しょうゆ・発酵調味料・世界の食文化に関する情報の収集・公開活動の 3 つとなっている。

第1回食文化フォーラムは、キッコーマン国際食文化センター設立の記念事業として、ニューヨークのジャパン・ソサエティーとニューヨーク大学において開催され、その模様はニューヨークタイムズにも取り上げられた。主なプログラムは以下のとおりである。

1999 年 12 月 2 日～4 日 講師等：敬称略

ビデオ上映：「キッコーマン醤油とその国際化」

対談：「キッコーマンと醤油物語」 茂木友三郎（現：キッコーマン会長）

ロナルド・エーツ（イリノイ州立大学教授）

講演：「ニューヨークの日本食 - 懐石からフュージョンまで」

バリー・ワイン（フードコンサルタント）

ワークショップ：「フュージョンすし」 山本道子（村上開新堂）

日本食文化公開シンポジウム

講演：「日本食は調味料文化」 熊倉功夫（現：国立民俗学博物館名誉教授）

マーチン・コルカット（プリンストン大学教授）

パネルディスカッション：「日本の食材と健康」 熊倉功夫 マーチン・コルカ

ット シドニー・ミンツ（ジョンホプキンス大学名誉教授） 山本道子他

日本食ワークショップ：「醤油」「味噌」「お茶」 山本道子 エリザベス安藤（料

理研究家） 小川後楽（小川流煎茶道家元）

第2回食文化フォーラムは 2000 年 11 月 28 日と 12 月 2 日にジャパン・ソサエティーにおいて『「米」と儀式：東アジアにおける主食としての米とハレの食事』をテーマにパネルデ

イスカッションを開催した。

その後も国内外において様々な「食文化セミナー」を開催している。

食文化ビデオの制作

キックマンビデオライブラリー「世界の食文化シリーズ」として、現在「中国の食文化＝全5巻」、「ヨーロッパの食文化＝全5巻」、「日本の食文化＝全5巻」を制作している。ヨーロッパの食文化の第1巻は「黄金時代のフランス料理～エスコフィエと美食神話」というテーマで、天才シェフによる料理の近代化を取り上げている。

「日本の食文化」は、第1巻「日本料理ともてなしの心～湯木貞一の世界」、第2巻「懐石、しつらう～食卓と日本人～」、第3巻「おぼんざい歳時記～庶民の味覚と四季」、第4巻「食は江戸～江戸前の料理と外食」、第5巻「舶来の日本料理～食文化の翻訳術」で構成されており、日本の食文化を体系的に紹介している。

江戸醤油の復元プロジェクト

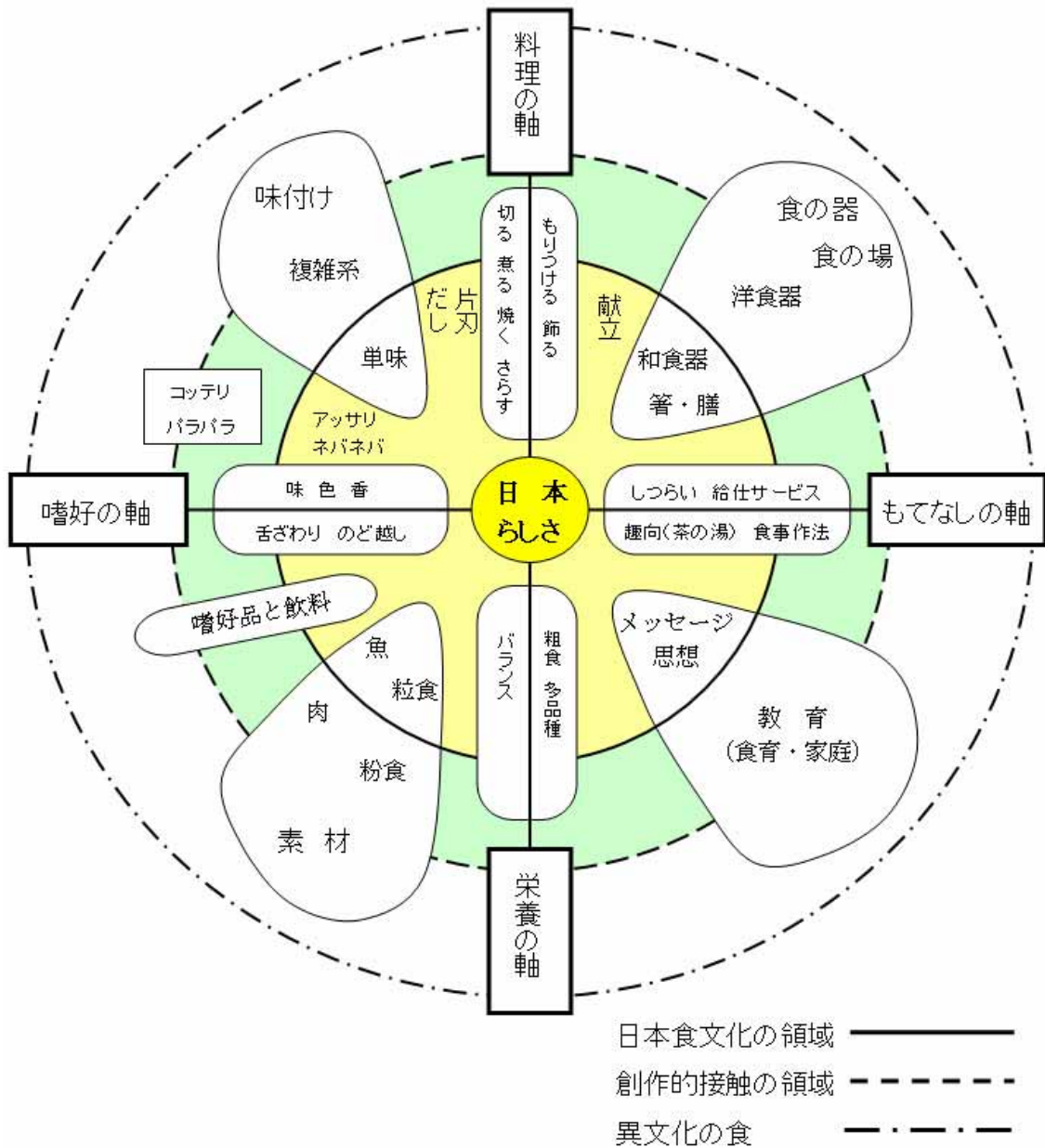
和食の完成期といわれる江戸時代の文化文政期(1804年から1830年)は上方から入る下り醤油が全盛であった。この時代の醤油はどのようなものであったか、その後の醤油とどう違っていたかを検証し、19世紀になぜ関東の醤油に席卷されたかを知る手がかりとした。享保17年(1732年)に刊行された「萬金産業袋(ばんきんすぎわいぶくろ)」にある醤油の製造方法をもとに、当時のものに近い「原料」と「製法」で醤油を製造し、当時の料理書「四季料理献立」(1700年代後半発行)「料理珍味集」(1764年発行)などに基づいて様々な料理を復元した。

定期刊行物の発行

キックマン国際食文化センターでは「FOOD CULTURE」を年2回発行している。最新号では、日本人の食生活の一大転機を取り上げた「開化を始める日本人の肉食文化」を特集している。また、国際事業第1本部では年4回「FOOD FORUM」を発行し、「日本の食材、日本料理」「日本の食のトレンド」「日本食のレシピ」等を取り上げている。

3. 日本食文化の研究とその概念化【熊倉副会長作成資料】

日本食文化の研究とその概念化



4. 世界の日本食人口(たたき台) [知的財産戦略推進事務局提出資料]

