

内閣府クールジャパン人材育成検討会

辻調理師専門学校

校長 辻 芳樹

文化戦略としてのクールジャパン
誤認識されやすい飲食業界の教育現場

1. 海外からの教育需要は日本料理ばかりではない

アジアの国々は、日本を介し西洋文化を吸収しようとしている。日本に洋菓子を学びにくる若者は多い。欧米からの教育研究需要は和食コンテンツ・日本固有の文化だが、日本の地域の伝統食文化は衰退。

アウトバウンド・インバウンドではなく、文化戦略としての「ゲートウェイ構想」の提案

- ・すでに東西の食文化産業プラットフォームになっている
- ・ハブとしての集積拠点、創造拠点の創出が必要
- ・日本の外食産業の競争力は日本料理だけではない

2. 調理師学校教育は衛生分野 / 教育の高度化については産業側の需要は小さい。

調理師学校は料理人の資質向上に取り組んできた為、産業の底支え役。牽引役は別機能が必要。料理人のキャリアは、徒弟関係や個人の努力によって形成してきたため社会人教育需要は小さい。産業界全体をまとめる団体等がなく、未来予測やビジョンを語られる機会が少ない

産業牽引機能の創出の提案

- ・「農」「食」「観光」産業におけるシンクタンク機能創出と専門職育成による産業牽引を計画化
- ・「農」「食」「観光」関連の教育研究機関連携を強化
- ・産業を牽引する人材育成の担当省庁の明確化

3. 料理の価値観は変化し続けている。

クールジャパンを文化戦略と捉えると、オピニオンリーダー育成という視点が欠けてはいけない。

プロデュース、イノベーション、マネジメント、そしてオピニオン人材の検討提案

- ・国際社会では料理人がオピニオンリーダーとしての役割にて文化戦略をたてられている

参考: IOF 2020 (INTERNET OF FOOD & FARM)

<https://iof2020.eu/iof/iof2020>