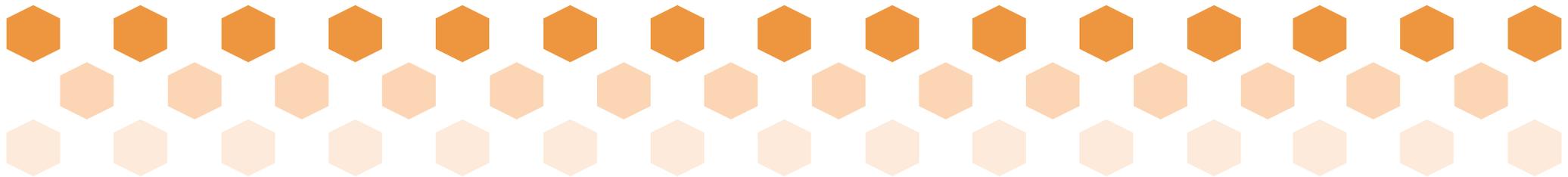


**第9回クールジャパン関係府省連絡・連携会議・  
第2回クールジャパン人材育成政府連絡会 合同会合**

**クールジャパン推進に係る取組について**



平成30年10月16日

**農林水産省**

< 対策のポイント >

「農林水産業の輸出力強化戦略」等の着実な実施に向け、JFOODOによる戦略的なマーケティングの強化、JETROによる輸出に取り組む事業者等に対する商談・マッチング支援、分野・テーマに応じた海外市場の開拓支援等を行い、国産農林水産物・食品の輸出を促進します。

< 政策目標 >

農林水産物・食品の輸出額の拡大 ( 8,071億円 [平成29年] 1兆円 [平成31年まで] )

< 事業の内容 >

1. 戦略的輸出拡大サポート事業

海外における日本産農林水産物・食品の需要創出の取組を更に強化するため、国・地域及び品目を絞り込み、売り込むべきメッセージを明確にしたJFOODOによる重点的・戦略的プロモーションを支援します。

国内外の商談会の開催及び海外見本市への出展支援、セミナーの開催、専門家等による輸出に関する相談対応等、JETROによる輸出総合サポートを実施します。

2. 分野・テーマ別海外市場開拓対策

分野・テーマ別海外販路開拓支援事業

輸出拡大が期待される具体的な分野・テーマについて、海外の市場を開拓する取組を支援します。

日本食・食文化の魅力発信による日本産品海外需要拡大事業

トップセールス、海外における日本食・食文化の普及を担う料理人の育成、海外レストランにおける日本産食材の活用推進等の取組を支援します。

< 事業の流れ >



[お問い合わせ先] ( 1、2 の事業 ) 食料産業局輸出促進課 ( 03-6744-7172 )  
( 2 の事業 ) 食料産業局食文化・市場開拓課 ( 03-6744-0481 )

< 事業イメージ >

JFOODOによるマーケティング



水産物バス停広告 日本酒情報サイトの立ち上げ

JETROによる事業者サポート



海外見本市での商談 セミナー

分野・テーマ別海外販路開拓支援



青果物の販売促進活動 茶室体験イベント 包装米飯を用いた調理セミナー

日本食・食文化の魅力発信



総理によるトップセールス 海外料理学校との連携 海外日本食材使用レストランの連携

# JFOODOの取組

## (1) これまでの取組

○ 農林水産業・地域の活力創造プランの改定を踏まえ、平成29年4月1日、小林栄三伊藤忠商事株式会社特別理事をトップした組織、「日本食品海外プロモーションセンター」(略称：JFOODO (ジェイフード - \*)) をジェトロ内に創設。

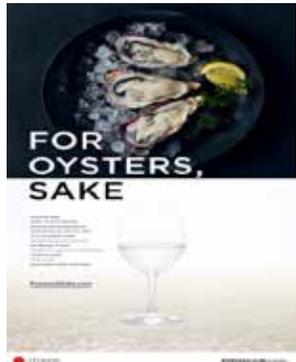
\*「風土」に加え、日本の「食」を連想させるもの

平成29年12月に、第一次ターゲットを水産物、日本茶、日本酒などの5品目7テーマとしたプロモーション戦略を決定するとともに、平成30年1月から順次プロモーションを実施。

日本産酒類については、日本酒、日本ワイン、クラフトビールのプロモーションに取り組んでいる。

## (2) 取組事例(日本酒の例)

英国(ロンドン)において、オイスターやチーズなどの現地で親しまれている料理との組み合わせ(キーディッシュの設定)、好みの日本酒が選びやすくなるよう相性の良い日本酒のタイプ・銘柄を紹介



広告に使用したキーディッシュの例



雑誌広告



屋外広告

・キーディッシュや日本酒の魅力を紹介するコラム  
・英国で飲めるおすすめ日本酒銘柄リスト  
・「キーディッシュ×日本酒」が味わえるレストランガイド



Webプラットフォームの立ち上げ

# 日本食・食文化の普及の取組について

## 総理、農林水産大臣等によるトップセールス

国際会議出席や出張等の機会に合わせ、日本産食材を活用したメニューのレセプションを実施

例) 2017年9月、国連総会に合わせ、日本食文化発信のイベントを実施。



## 日本食普及親善大使の活躍

国内外の優れた料理人等を「日本食普及の親善大使」に任命（現在75名）し、様々な機会に日本産品や日本食・食文化の魅力を発信



## グローバルイベントとの連携

国際的な大規模イベントに合わせ、日本食・食文化の魅力発信イベントを実施

例) 2016年10月、カンヌで開催されたMIPCOM2016で、制作した日本食・食文化PRアニメとともに、日本産品を使用した日本料理等をPR。



## 海外料理学校との連携

将来の料理人を育成する海外の料理学校において日本食講座を実施

例) 2016年10月、パリのフェランディー料理学校で、日本産品を活用した日本料理講習会等を実施



## メディアの活用

影響力の高いメディア等を活用し、海外で日本食・食文化の魅力を発信を実施

例) 海外のメディアのネットワークを活用し、日本産の米・牛肉・水産物・茶・日本酒のCMや番組を作成し放映。



## 日本産食材サポーター店認定制度、日本料理の調理技能認定制度の創設

民間が主体となり、日本産食材を積極的に使用する海外のレストラン・小売店を「サポーター店」として認定する制度を創設・推進や、海外の料理人を日本料理の調理技能のレベルに応じて認定する制度



<サポーター店マーク>



<調理技能認定のマーク>

## 海外日本産食材使用レストランとの連携

海外で日本産食材を積極的に使用するレストラン等と連携し、日本食文化・食材の魅力を発信

例) 2018年2月、北米の海外日本産食材使用レストランに日本産水産物等の日本産食材をPR。



## 外国人調理師の在留資格の要件緩和

2014年2月から外国人調理師が日本国内において働きながら日本料理を学べるように在留資格の要件緩和を実施

調理師学校

日本料理店

農林水産省

申請  
計画  
認定

外国人留学生の卒業後の実習計画を共同で策定

実習計画に基づき外国人調理師が日本料理店に就労  
5年間、働きながら日本料理の調理技能等を修得

# 日本産食材サポーター店認定制度、日本料理の調理技能認定制度

- n 海外日本食レストラン等を輸出促進の拠点として活用していくための「日本産食材サポーター店認定制度」のガイドラインや、海外で日本料理を学びたい人に研修等を行う民間の取組を後押しするための「日本料理の調理技能認定制度」を平成28年度に制定し、運用開始。

## 日本産食材サポーター店認定制度

- 日本産食材を積極的に使用する海外の 飲食店や小売店を、民間団体等が自主的に日本産食材サポーター店として認定できる仕組みを創設。
- 日本産農林水産物・食品のユーザーである飲食店等を「見える化」し、海外需要を拡大することで、輸出促進を図る。
- 平成30年度までに、3,000店舗以上の認定を目指す。
- 実績進捗：3,384店（2018年9月末時点）  
（香港、中国、タイ、フランス、シンガポール等）



海外の日本産食材に関心が高い消費者に向けてサポーター店を増加させ、需要を拡大

## 日本料理の調理技能認定制度

- 海外の外国人料理人について日本料理の知識・技能が一定レベルに達した者を、民間団体等が自主的に認定する仕組みを創設。
- 日本料理に関して適切な知識・技能を 有する海外の日本食料理人を育成し、日本食レストランを通じた日本食の発信を強化。
- 平成30年度までに、1,000名以上の認定を目指す。
- 実績進捗：ゴールド4名、シルバー168名、ブロンズ298名の計470名（2018年3月末時点）

認定種類	対象者イメージ
 ゴールド	実務経験が概ね2年程度の者
 シルバー	日本料理学校等の卒業生又は実務経験が概ね1年程度の者
 ブロンズ	短期料理講習会等を受講した者



# 農泊推進対策の概要

【平成31年度予算概算要求額 6,300 (5,655) 百万円】

## < 対策のポイント >

「農泊」（農山漁村滞在型旅行）を持続的なビジネスとして実施できる地域を創出し、都市と農山漁村との交流や増大するインバウンド需要の呼び込みを促進することで農山漁村の所得向上と地域の活性化を図るため、ソフト・ハード対策を一体的に支援するとともに、効果的な国内外へのプロモーション等を実施します。

## < 政策目標 >

「農泊」をビジネスとして実施できる体制を持った地域の創出（500地域 [平成32年まで]）

## < 事業の内容 >

## < 事業イメージ >

### 1. 農泊推進事業

- 都市と農山漁村との交流や増大するインバウンド需要の呼び込みを促進するため、農泊ビジネスの体制構築や地域資源を活用した魅力ある観光コンテンツの磨き上げ、及び専門人材の確保等を支援
- 増大するインバウンド需要に対応するための受入環境の整備や訪日外国人が食・収穫体験で用いられた農産物等を手軽に持ち帰ることができる仕組みの構築等に取組む農泊地域に対し重点的に支援（1地域300万円を上限に追加支援）

### 【1について】

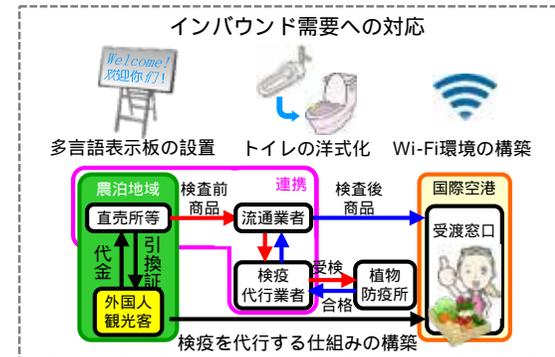
事業実施主体 地域協議会等  
事業期間 2年間等  
交付率 定額



地域資源を活用した体験メニューの開発



地域の食材を活用したメニュー作り



### 2. 施設整備事業

- 古民家等を活用した滞在施設や農林漁業・農山漁村体験施設、活性化計画に基づき農泊に取り組む地域への集客力を高めるための農産物販売施設など、農泊を推進するために必要となる施設の整備を支援
- 増大するインバウンド需要を含む国内外の旅行者を確実に受け入れられる収容能力の確保のため、地域の農泊の取組に参画する市町村所有の廃校等を有効活用する大規模な施設整備への支援を充実

### 【2について】

事業実施主体 市町村、地域協議会の中核となる法人等  
事業期間 2年間 交付率 1 / 2（上限2,500万円等）

### （活性化計画に基づく事業）

事業実施主体 都道府県、市町村、農林漁業者の組織する団体等  
事業期間 原則3年間 交付率 1 / 2等



古民家を活用した滞在施設



農産物販売施設



廃校を改修した大規模滞在施設

### 3. 広域ネットワーク推進事業

全国で農泊に取り組む地域が効率的かつ効果的に事業を推進できる環境を整備するため、デジタルマーケティング手法等を活用した国内外へのプロモーション、他分野との連携等の取組を支援

### 【3について】

事業実施主体 民間企業、都道府県 等  
事業期間 1年間  
交付率 定額



## < 事業の流れ >



## < 対策のポイント >

日本食・食文化への関心の高まりや農林水産物・食品の輸出増大をインバウンドの拡大につなげ、多くの訪日外国人の経験を通じ、更に日本産食材の評価を高めるといった好循環を構築するため、地域の「食」の魅力を磨き上げ、農山漁村の食・食文化を一体的なブランドとして海外に発信する取組を支援します。

## < 政策目標 >

インバウンド需要の増大（訪日外国人旅行者数4,000万人、旅行消費額8兆円〔平成32年まで〕）

農林水産物・食品の輸出額の拡大（8,071億円〔平成29年〕 1兆円〔平成31年まで〕）

## < 事業の内容 >

全国各地の多様な農林水産物・食品や食文化、景観等の魅力を発掘し、**地域特有のストーリー**を海外に発信する取組を支援します。

こうした取組を通じ、**地域の食・食文化の海外におけるブランド力を強化し、日本産食材の評価を高め、インバウンドの拡大や輸出増大につなげていきます。**

## < 事業イメージ >

### 地域資源の発掘・磨き上げ



地域特有の歴史的なストーリー

農林水産業によって生み出される  
**地域の食**



食や農林水産業に関連のある  
**地域資源**



### パッケージにして海外へ発信



### 農山漁村へ訪日旅行客を呼び込み



### 農山漁村の食体験



## < 事業の流れ >

補助（定額）



訪日外国人4,000万人（平成32年）、旅行消費額8兆円（平成32年）  
輸出額1兆円（平成31年）

# 「SAVOR JAPAN」認定地域一覧



● …平成29年度認定地域  
● …平成28年度認定地域

