

日本版 ガストロノミー イニシアチブ 構想案

“Gastronomy is the combination of knowledge, experience, art and craft, which provides a healthy and pleasurable eating experience.”

- 欧州連合 宣言2014 -

ガストロノミーとは、健康的な生活と食を通じた喜びを分かち合うための知識、体験、芸術、クラフトを統合した概念である。

2016年3月

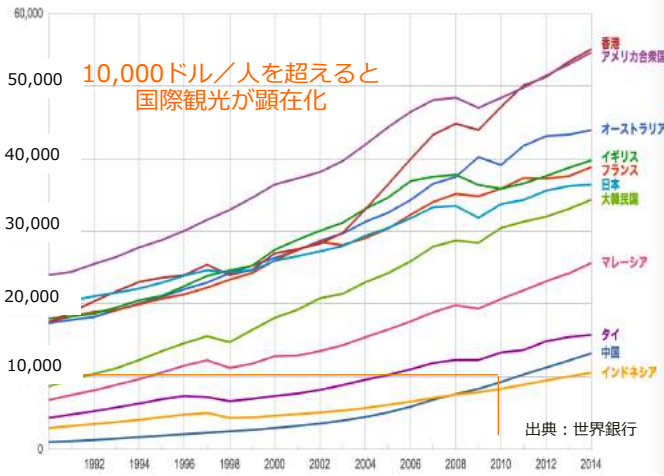
内閣官房
クールジャパン官民連携プラットフォーム
ガストロノミー分科会

期待が高まる日本のガストロノミー

ローカル・クールジャパンの主演はガストロノミー (食文化をプラットフォームとした生活文化産業)

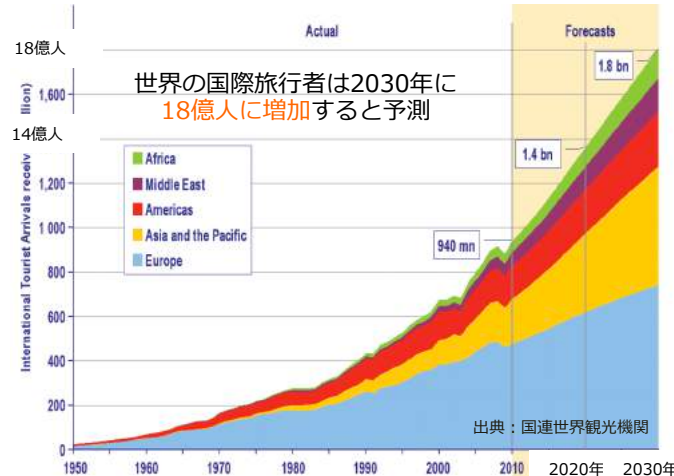
インバウンドによる食文化産業の拡大 (全体3.5兆円、食だけで6420億円へ)

各国の一人当たりGDPの伸び



世界の国際旅行者数は**14億人強** (前年比103.7%)

訪日市場が**拡大中** (前年比172%)



	訪日消費額	飲食費
2013年	1兆4,167億円	2,903億円
2014年	2兆305億円	4,311億円
2015年	3兆4,771億円	6,420億円
2020年	7兆円	2兆円

世界の国際観光市場は自動車貿易市場より大きい

国際観光市場規模 1.4兆ドル (161兆円)

自動車貿易額	1.0兆ドル (115兆円)
化学製品貿易額	1.2兆ドル (138兆円)
エネルギー貿易額	1.8兆ドル (207兆円)

出典：国連世界観光機関

世界的に高い評価を受ける日本の食文化基盤 (外食産業、農林水産漁業等)

訪日客の関心度**1位**は**日本食**
(伝統、ポップカルチャーより高い)

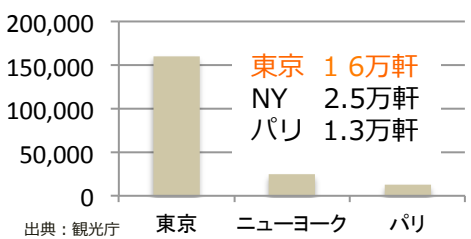
訪日中にしたこと (アクティブ層)	
1位	日本食を食べること 96.1%
2位	ショッピング 85.8%
3位	自然・景勝地観光 74.1%
6位	日本の歴史・伝統文化体験 37.4%
9位	日本のポップカルチャーを楽しむ 26.6%

出典：農林水産省

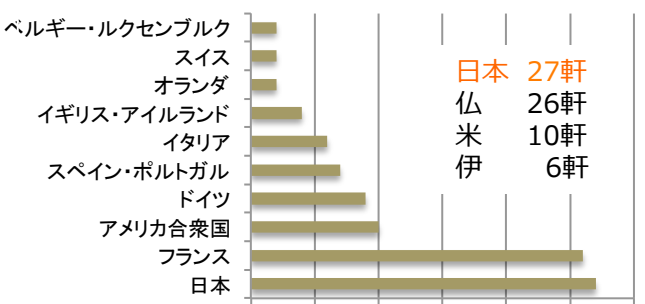
訪日前調査「1位 日本食を食べること 25.7%」。
リポーター調査「1位 日本食を食べること 60.7%」。

	農林水産物輸輸出額
2013年	5506億円
2014年	6117億円
2020年目標	1兆円

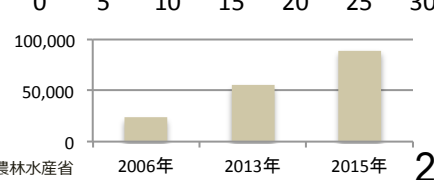
飲食店数は国内に**67万軒**
東京の飲食店は**パリの10倍以上**



国別ミシュラン3ツ星 店舗数



海外の日本食
レストラン数
世界に**8.9万軒**
(162%の伸び)



ガストロノミー・ディプロマシーの進化と課題

官民が垣根を越えて連携し、食をプラットフォームとした事業を進展

料理人、生産者、企業、行政が連携し、食のエクスペリエンス・デザインを通じた地方創生へ

行政と地域企業、生産者が連携し、食を通じたソーシャル・コミュニケーション活動が進展。

(東の食の実行会議、TOKYO HARVEST 等)

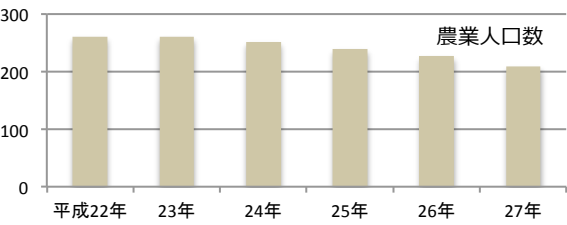
ガストロノミー政策を推進する地方自治体が顕在化。フード・ツーリズム、食文化産業の海外展開を推進。

(佐賀県庁有田焼400周年事業、山形県鶴岡市食文化創造都市 等)

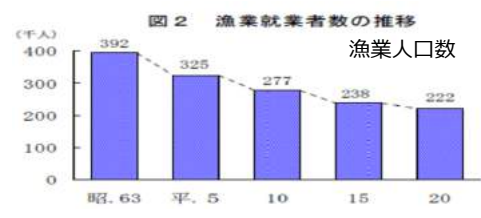


出典：カフェ・カンパニー

構造的なテコ入れが必要な食文化産業と、総合戦略の必要性



農業人口は2010年から5年間で260.6万人が209.0万人へと**60万人減少**。



漁業人口は2008年から5年間で22.2万人から18.1万人へと**4万人減少**。



食文化関連産業は、農林水産業から食品加工業、外食産業、観光業、など多岐に渡り**総合戦略が不在**。

政策総動員型で日本のガストロノミー立国を促進

経済波及効果の大きいガストロノミー分野と、成長する世界の国際観光市場の需要を取り込むことを目的とした、**新たなローカル・クールジャパン政策**として、食を通じたインバウンド振興・地方創生・農林水産業振興・外食産業活性化等を総合的に促進するための**ガストロノミー立国 総合戦略**を構築し、関連政策を総動員し、活気にあふれた社会を築いていくことを期待。

