

この国の本当の実力

文 浜田 和幸
(国際政治経済学者) text by Dr. Kazuyuki Hamada

和食を世界ブランドに格上げし、輸出額を拡大する方法



前回は、世界で人気沸騰中の和食であるにもかかわらず、その輸出に関してはまだまだという話をしました。例えば、日本人が大好きなイタリア料理はJETROの調査では「世界で好まれる外国料理の第3位」ですが、総額434億ドルもワインやパスタ、チーズなどを世界中に輸出して稼いでいるのです。ところが、同調査で人気ナンバーワンの日本食の輸出額はたったの51億ドル。実にイタリア食材の1割に甘んじているのです。

ただ、見方を変えれば、それだけ「伸びしろ」があるとも考えられます。では、なぜ、世界的な和食ブームなのに、日本食材の輸出が低調なのでしょう。問題は海外の日本食レストランにあるのです。現在、世界には約8万9000軒の日本食レストランがあります。2006年の時点では2万4000軒でしたから、この10年で3倍強に増えました。

特に、お店の数が急増しているのはオセアニア(1850軒)と中近東(600軒)地域です。もちろん、トータルで一番多いのはアジアの4万5300軒(内、中国が2万3100軒)で、次がアメリカで2万5100軒となっています。

問題は、こうした海外の日本食レストラ

「許」、日本の料理学校で半年以上の研修を修了した場合には「シルバー免許」、それ以下の研修修了者には「ブロンズ免許」を与えらるというもの。農水省が監督し、新たな民間の認定機関を立ち上げることが決まったところだ。

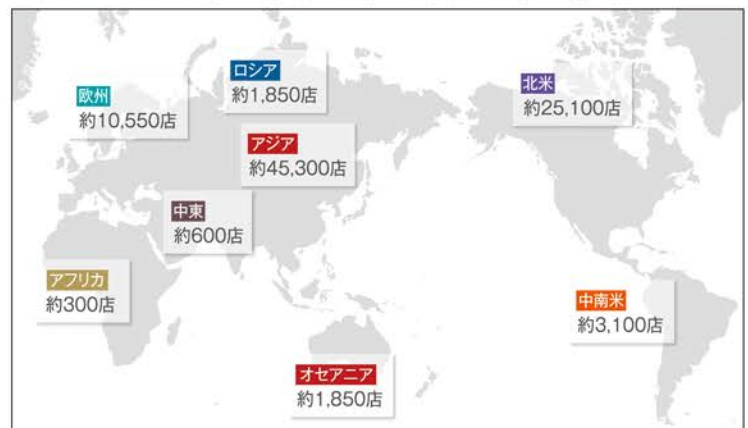
また、和食に限らず、日本酒も世界に広める活動が政府の後押しで進んでいます。世界中の日本大使館で晩餐会やイベントを企画する際には、必ず和食とセットで日本酒を振る舞って、

日本酒の魅力の世界に広めるといふ国家戦略に他なりません。クールジャパン戦略の一環で『酒蔵』(安藤光造監督)と題したラブロメ風映画も完成。

こうした取り組みが効果を発揮し、世界の和食ファンの人々に本物の日本食が広まれば、日本食材の輸出目標額1兆円は難なくクリアされるに違いありません。

海外における日本食レストランの数

日本食レストランは約2.4万店(2006年)→約5.5万店(2013年)→約8.9万店(2015年)に増加。



(出所)外務省調べ、農林水産省推計(88,703店) ※数字は2015年時点



Profile

国際政治経済学者、北京交通大学客員教授、前参議院議員。東京外国語大学中国科卒。米ジョージ・ワシントン大学政治学博士。総務大臣政務官、外務大臣政務官など歴任。専門は「技術と社会の未来予測」「国家と個人の安全保障」「長寿企業の戦略経営」。ベストセラー『ヘッジファンド』(文春新書)、『快人エジソン』(日本経済新聞社)、『武器としての超現代史』(学研プラス)など著書多数。

世界の人々に「ありがとう」や「もったいない」の心を届ける日本の食文化。単なる料理や食材の輸出ではなく、旬を大切に、自然と共に生きる持続可能なコンセプトを伴った日本料理という食文化を世界に広めるチャンス到来。来るべき東京オリンピックも「和の文化」を共有する場として最大限に活かしたいものです。

るオセアニアや中近東には日本からの食材がほとんど輸出されていないのです。

確かに、変わり種の「寿司サンド」や「マングー寿司」もユニークな日本食と言えるかもしれませんが、日本の食文化とは余りにもかけ離れたもの。これでは困ります。そこで、日本政府も重い腰を上げ始めたようです。「FBI」と銘打った「日本食材の輸出促進戦略」を宣言。何かと言えば、「Made FROM Japan」の「F」, 「Made BY Japan」の「B」, 「Newly Made IN Japan」の「I」を取って「FBI」という施策を展開することだ。

世界の食市場(加工、外食)は2009年の340兆円から、東京オリンピックが開催される2020年には680兆円に倍増すると言われています。アジア全体でも82兆円から229兆円へと3倍に膨らむはず。こうした流れを受け、日本政府は2020年までに和食関連の輸出額を1兆円規模に拡大させようと目論んでいます。現時点では7452億円でですから、目標としては低いくらいです。

そのためには、海外の日本食レストランでは本物の和食を提供してもらわねばなりません。そこで日本料理のシェフ認定制度が本年から始まることになりました。外国人料理人を対象に日本で研修を受け、2年以上の修行を終えた場合には「ゴールド免