

JRO 平成 25 年度 総会・懇親会の開催

今年創立 6 周年を迎える NPO 法人・日本食レストラン海外普及推進機構（JRO）は、6 月 20 日、東京都千代田区の霞ヶ関東海大学校友会館にて平成 25 年度総会および懇親会を開催し、JRO 会員および食関連業界等の代表者約 120 名の出席を得た。



開会にあたり、茂木友三郎 JRO 理事長から次のような力強い抱負が述べられた。

「アベノミクスがいよいよ動き出している。第一の矢、第二の矢に続き、第三の矢である経済成長戦略が機動的に動き始めている。経済成長戦略では今年の後半にかけて、具体的な成果ができるだけ多くあがってくることを期待したい。また、経済成長戦略の中には 2020 年までに日本の農林水産物・食品の輸出を 1 兆円にしようという目標が掲げられているので、JRO も一層の努力をしていかなければならない。」

続いて農林水産省食料産業局食品小売サービス課の山口靖外食産業室長の祝辞の後、平成 24 年度事業報告・収支決算、平成 25 年度事業計画・収支予算、役員選任の件について審議・承認が行われ、総会は滞りなく終了した。

なお、JRO 事業活動の 3 本柱である組織企画委員会、市場開拓委員会、情報教育委員会の今年度活動計画は以下のとおりである。

組織企画委員会の活動計画は青井倫一委員長から次のように報告された。

「新規支部として、南米ブラジルを一つの候補先として設立を検討する。また、今年度は、平成 19 年に検討した日本食レストラン海外普及推進機構推奨基準（略称：ガイドライン）についてのワーキンググループを設置し、JRO 推奨レストラン（制度）の目的を再確認した上で、改めて導入の方法論等について再検討を行う。」



市場開拓委員会の活動計画は西藤久三委員長から次のように報告された。

「震災・原発事故から 2 年が経過し、徐々にではあるが各国の輸入規制に緩和の動きが見られるが、今後も日本食・日本食材の安全・安心の PR は必要である。そのために、外食産業と日本食レストランを中心に国内の農畜水産業、食品産業、厨房産業等の関連産業が一体となり、日本食市場の拡大に向けた海外外食事業者向けマッチング、レストランウィーク等の実施、百貨店等における料理デモ、日本製品の紹介デモ等を事業として実施していく。」

情報教育委員会の活動計画は服部幸應委員長から次のように報告された。

「JRO の各事業活動に必要な情報・データ資料の整備および広報活動を積極的に推進していく。特に、日本食および日本の食材・食品の担い手である海外日本食レストランの経営者・調理人の技術向上をしっかりと支援することこそ日本食や日本食材・食品の輸出拡大に繋がるので、海外の調理師学校等と提携して日本食の魅力の継承に不可欠なカリキュラム等を開発し、人材育成に努めていく。」



FBI で攻めの農政を！ Made From Japan / Made By Japan / Made In Japan

懇親会では次のような来賓挨拶をいただいた。

いしばしげる

石破茂自由民主党幹事長



正しい日本食を世界に広めるというのは実は難しいことで、正しくない日本食とは何かと言われると、これまたよくわからないのだが、私が農林水産副大臣の頃、西アフリカのセネガルに出張し、日本人でない人が経営する“日本料理屋”に行ってお大変珍しい体験をしたことがある。

また、私が議員になりたての頃は、「日本の米は水分が多くて東南アジアでは売れない」と教わったが、今、日本の米はステータスになり、「日本の米は一回食べたら病みつきになってもう他のものは食べられない」と言われるほどである。

農業は水と光と土と温度の産業で、日本ほど四季まんべんなく雨が降り、お日様がヨーロッパの三割増しで降り注ぎ、土は豊かで気候は温暖な国はないのに、この国でなぜ農業が栄えないのか。

勤勉な農業者がいて、舌の肥えた消費者がいて、食文化が発達していて、苦みとか旨味とかは日本独特の味覚だと言われている。日本の食材の数は、世界に冠たるものである。クールジャパンの重要な一環として、これをどうやって世界に広めるか。茂木理事長が言われたように、今までにも日本食ブームがなかった

わけではないが、今こそ世界の人たちに、食材も技術もおもてなしも含めた日本食の良さ、日本はこんなに良い国なんだということを、世界中に広めていただき、現地の色々な文化と融合させていただきたい。また、農林水産業に従事する人たちの所得が倍になるように、私たちは何とかやらなければいけないと思っている。日本食が世界に広まり、この国がもう一度輝ける国として蘇ることができるように、皆様のお力を賜らんことを心からお願いしたい。

はりはらひさお

針原寿朗農水省食料産業局長

今、日本食のブームということだが、3月にジェトロがネット上で、外国の料理で一番食べたいのは何かと世界7カ国にアンケート調査をしたところ、6カ国で日本食が断トツの一番だった。米国の1カ国だけで三番で、米国では一番がイタリア料理、二番が中華料理、三番が日本料理だった。ただ、その差は1ポイントもない僅差だった。

ところが、この日本食ブームの恩恵を受けているのは誰かという、必ずしも日本人ではない。私も当時の石破副大臣に随行してセネガルに行き、日本から現地に派遣されて農業を教えている人たちとも懇談したことがある。彼らが手作りしていた日本料理はおいしかったが、それは現地の米で作ったメイド・バイ・ジャパンの日本料理で、メイド・イン・ジャパンの食べ物はあまりない。海外の日本食レストランは今、JRO 発足当時の数から倍増し、我々の調査によると5万5千軒だが、この日本食ブームの恩恵にあずかっているの

は、どうも日本人ではないのではないかという話だ。

JRO は活動を広めていくべき時に来ているのではないかと思う。JRO の発足については私にも思い出がある。平成18年12月、19年度予算の折衝のとき、ぎりぎりのところで当時の自民党政務調査会の幹部先生のご尽力でJROの予算を通していただき、その翌年JROが発足した。



農水省は、FBIを軸に攻めの農政を進めていく。FBIとは、メイド・フロム・ジャパン、メイド・バイ・ジャパン、メイド・イン・ジャパンの総称だ。メイド・フロム・ジャパンの例では、エルブリ（なかなか予約が取れないスペインの伝説のレストラン。2011年7月末閉店）で柚子のメニューを出したら、世界中で柚子を使ったレシピができた。こういう日本のおいしい素材を使った料理を世界各地で広める。メイド・バイ・ジャパンの例では、JICA（国際協力機構）からセネガルに派遣された人たちのように、海外の素材を使って日本の伝統的な料理を普及させる。そして、その頂点にメイド・イン・ジャパンの物を輸出するという形で、現在約5,000億円の輸出を倍増させるという戦略を立てている。

JROの活動がこの全体の中核をなすものと確信しており、皆様の今後ますますのご活躍、ご発展を期待している。