

平成 29 年度

京都が「食文化の世界都市」になるための方策に関する調査研究

報 告 書

京都市会議員 大道 義知

目 次

1. 食文化政策の現状と課題	2
(1) 「和食」ブームと無形文化遺産登録	2
(2) 我が国の食文化振興・食材普及政策	6
(3) 自治体の食文化振興政策	10
2. 食文化の先進的な取組	18
(1) ユネスコ食文化創造都市・鶴岡市の取組	18
(2) 民間や大学における取組	20
3. 京都市の食文化振興の現状と取組	27
(1) 京都の食文化振興政策	27
(2) 京都における新しい「食文化」振興の取組	31
4. 総合的考察	34
(1) 「食文化の世界都市」に向けての基本的な考え方	34
(2) 提 言	35

はじめに

2013（平成 25）年 12 月、「和食」がユネスコの無形文化遺産に登録された。これにより、日本の食文化への関心がさらに世界的に高まるとともに、観光客の増加や文化交流の活性化につながると期待されている。日本の食文化において「京料理」は和食の 1 つの真髄、理念型とも言え、京都市民が受け継いできた「おぼんざい」とともに京都が有する食文化の中心であり、今後の和食文化振興の中心的役割を担うはずである。

しかしながら、我が国においては生活の洋風化や調理技術の簡便化が進むとともに、旬の素材を活かすことへの関心は薄れ、若い世代には「和食離れ」が進んでいる。京都も例外ではない。このため、和食を「文化」として継承・発展させていくことが課題である。和食文化の継承は、作る、食べる、（食材を）生産する・調達する・普及する、継承の方法を考える、（それらに関わる）人材を養成する…といった、さまざまなレベルでの継承が都市課題となる。

京都市では、和食の無形文化遺産登録に先んじて、市民が選ぶ「京都をつなぐ無形文化遺産」第 1 号に「京の食文化」が選定され、幅広い「食文化」を守り育てていく機運を醸成しつつ、学校給食に和食を取り入れるといった試みが行われている。京都府にあって府立大学の中に和食文化学科や全国的な和食文化学会の新設が予定され、和食文化を継承する取組がなされつつある。

京の食文化は、和食の真髄と言える京料理を初めとして、京野菜、京漬物、日本茶、清酒、京菓子、さらにはしつらえといった物質文化的要素、行事食、儀礼食等の生活習慣、感謝の心、しまつの心など精神文化的要素、それらを支える茶道・華道等々、数多くの要素で成り立っている。こうした「京の食文化」の幅広さについては国際的な理解が進んでおらず、さらなる振興策が必要と考える。

今年度の調査研究は「食文化の世界都市」という観点から京都市の現状と課題を見直す。ただし、それは「京料理、日本食は世界一」ということをアピールするのではなく、京都がさまざまな世界の食文化とその保護・継承の知恵を交換するなどにより、食文化の振興に努力する都市であることをアピールする都市になるという意味である。食文化を活かした先進的な都市づくりの事例等を調査研究し、京都市が将来「食文化の世界都市」となるための方向性について総合的に考察し、施策立案の基礎資料となることをめざす調査研究である。

京都市会議員 大道 義知

1. 食文化政策の現状と課題

(1) 「和食」ブームと無形文化遺産登録

現在、世界的な「和食ブーム」であるが、イメージ的に受け入れられているのは「ヘルシーで身体に良い」点と言われている。青魚などを伝統食としてきた日本人は、欧米人と比較して動物性脂肪の摂取量が少ないという特長がある。健康食であるということが、今、世界的に和食ブームを生んでいる理由であるが、それには歴史的な背景がある。1977（昭和 52）年、アメリカで「マクガバンレポート」と呼ばれる「米国人の食生活指針」という報告書が出た。それはアメリカ人の病気と食生活に関する調査結果をまとめたもので、ここでは「肥満とエネルギー」の関係が議論の的になった。アメリカでは1960年代から心臓疾患が激増していて、レポートではその現状と予防策が記されたが、そこに理想的なエネルギー摂取として示された数値が和食に近い数値で、レポートが健康生活の理想とした栄養バランスを和食が実現していたのである。それがアメリカなどで知られるようになってきたのが、1980（昭和 55）年ごろに始まる和食ブームである。しかし、肝心の日本では食生活の洋風化が進み、和食のスタイルが崩れていった。現在の和食ブームは何度目かのブームなのか、それ以来ずっと続いているものなのかは見解の分かれるところである。

こうした世界的な和食ブームの中で、2013（平成 25）年 12 月「和食」がユネスコ無形文化遺産に登録された。登録は、もともと京都府と、京都を中心に活動する NPO 法人・日本料理アカデミー（理事長：村田吉弘菊乃井主人）が政府に働きかけたことがきっかけとなり、農林水産省が三省二庁を巻き込み、他の候補を追い越して登録が実現した。その背景には、日本料理が世界的なブームになりつつある中で、海外では特に衛生面に関する情報が不足しており、日本料理への誤解が生じかねないという状況があった。

その後、登録までにはさまざまなレベルで和食に関係する個人や組織が参加する「日本食文化の世界無形文化遺産登録へ向けた検討会」が結成され、やはり京都に縁のある熊倉功夫会長（MIHO MUSEUM 館長）のもと、提案のまとめや各方面への働きかけが行われた。こうして「和食」の無形文化遺産登録には、ある意味で京都の文化力が発揮されたと見ることもできる。

登録名「和食——日本人の伝統的な食文化～正月を例として」は、我が国の食文化が自然を尊重する日本人の心を表現したもので、これまで伝統的な社会慣習として世代を越えて受け継がれていると評価された。つまり「和食という文化」が認められたのであり、日本食の具体的なメニューが無形文化遺産に登録されたわけではない。ユネスコ無形文化遺産保護条約に基づき、「人類の無形文化遺産の代表的な一覧表」へ記載（登録）することによって、その文化の保護と継承を図るとというのが条約の趣旨である。したがって、我が

国は失われつつある和食文化を保護・継承し、その取組状況を継続的にユネスコに報告する義務が同時に生じたということでもある。これから保護・継承活動の真価が問われることになる。

ユネスコ無形文化遺産保護条約が施行された当初は、民俗芸能や祭り、伝統技術といった分野の登録・保護が主な目的で、対象となるジャンルが「食」の分野にまで広がったのは2010（平成22）年のことである。「フランスの美食術」、「メキシコの伝統料理」、「地中海料理」、「ケシケキの伝統」が先行し、2013年に「和食」とともに「キムジャン」、「トルココーヒー」、「クヴェヴリ」が登録され、現在では8つを数える。（図表1参照）

ユネスコ無形文化遺産保護条約の本来の意図は、「危機に瀕している文化」を保護することであり、韓国がかつて提案した「宮廷料理」という特定階層向けの高級食が認められなかったように、世界的に知名度を上げるとか、輸出を増やすといった商業主義的な目的が明らかなものも登録には至らない。要は、このまま放置すれば消滅してしまうものを保護しようというのが無形文化遺産の精神なのである。その精神から「和食」を考えると、まさに日本から伝統的な食文化が消えつつあるという現状に気がつく。

図表1 ■ユネスコ無形文化遺産登録の食文化

名 称	国・登録年	概 要
フランスの美食術	フランス 2010年	大切な出来事を食で祝う社会的慣習で、職を楽しむという考え方に関するもの。食材の選び方、食べものとワインの組み合わせ方、料理の構成、食器のセッティング、マナーなどの知識や慣習。
メキシコの伝統料理	メキシコ 2010年	トウモロコシ、豆、唐辛子を基本とし、祭礼、儀礼と深く結びついたメキシコの伝統料理。トウモロコシの処理法や農業技術、調理道具などが千年以上の昔から変わらず使われている。
地中海料理	スペイン、 イタリア他 2010年	地中海沿岸の作物の収穫や漁、加工や調理などから食事に至るまでの一連の技術や知識と伝統に基づく社会的慣習。オリーブオイル、穀物、果実と野菜、適量の魚、乳製品、肉類、多くの調味料とスパイスで構成される。
ケシケキの伝統	トルコ 2011年	ケシケキは結婚式や割礼、国民的・宗教的祝日や雨乞いの儀式などで供される宗教的な食事（麦がゆ）。野外で、音楽とともに複数人で脱穀したり調理したりする。
和食： 日本人の伝統的な食文化	日本 2013年	「自然の尊重」という日本人の精神を体現した、生産から消費に至るまでの食に関する社会的慣習。
キムジャン： キムチの製造と分配	韓国 2013年	秋に越冬のためのキムチを作る慣習。季節の移り変わりに応じて素材を準備し、天候を見ながら行われる。主婦同士でキムチを交換する慣習は、情報交換の機会になっている。
トルココーヒーの文化と伝統	トルコ 2013年	トルココーヒーそのものと、コーヒーの淹れ方などの技術や、ポットやコーヒーカップなどの道具の製造技術のほか、16世紀にまでさかのぼるコーヒーハウスにおける情報交換の慣習。
クヴェヴリ	グルジア 2013年	クヴェヴリと呼ばれる伝統的な壺を用いてワインを製造する方法。温度を安定させるため、壺を土中に埋めて発酵・熟成させるのを特徴とする

（出典） 農林水産省ホームページ等から作成

ところで、登録申請にあたり「和食」の特徴として、以下の4点がまとめられている。

①多様で新鮮な食材とその持ち味の尊重

～日本の国土は南北に長く、海、山、里と表情豊かな自然が広がっているため、各地で地域に根差した多様な食材が用いられています。また、素材の味わいを活かす調理技術・調理道具が発達しています。

②栄養バランスに優れた健康的な食生活

～一汁三菜を基本とする日本の食事スタイルは理想的な栄養バランスと言われています。また「うま味」を上手に使うことによって動物性油脂の少ない食生活を実現しており、日本人の長寿、肥満防止に役立っています。

③自然の美しさや季節の移ろいの表現

～食事の場で、自然の美しさや四季の移ろいを表現することも特徴のひとつです。季節の花や葉などで料理を飾りつけたり、季節に合った調度品や器を利用したりして、季節感を楽しみます。

④正月などの年中行事との密接な関わり

～日本の食文化は、年中行事と密接に関わって育まれてきました。自然の恵みである「食」を分け合い、食の時間を共にすることで、家族や地域の絆を深めてきました。

こうした和食の「定義」が、現代日本人の日常の食生活において果たしてどこまで当てはまるかを考えたとき、やはりさまざまな意味で「消滅の危機に瀕している」と言わねばならない。無形文化遺産登録は、こうした状態に関して継続的に報告する義務が生じる。つまり、無形文化遺産として保守的に保護するだけでなく、その特長がどのように変化しているか、危機に対してどのような手が打たれたかをユネスコに報告しなければならないとされる。そうした行為により和食に関する文化や歴史を、国民の間で再認識していくという方向性が生まれるのである。

「和食」は、各時代の人びとの暮らしやライフスタイルに合うよう絶えず変化しており、今後も変化すると考えられる。しかし、前記の基本的な枠組みを継承して、次世代につながる必要がある。そうした活動は京都をはじめ全国で取り組まれているが、中心的な役割を担う主体の1つが、和食文化国民会議である。（**図表2**参照）

和食文化国民会議は、2015（平成27）年2月、日本の食を支える全国の生産者や食品メーカー、フードサービス、観光業などの企業・団体、地方自治体、地域の郷土料理や食育に関わる団体・NPO、料理学校などが参加して結成された。初代会長は前出の熊倉功夫氏、昨年就任した二代目会長は伏木亨氏（龍谷大学教授、日本料理アカデミー理事）と、やはり京都との縁のある人物である。同会議では和食の保護・継承のための幅広い取組が実施されているが、同会議監修による食文化研究の第一人者の執筆による「和食文化ブックレット（第1期10冊、第2期10冊）」の刊行などは注目される場所である。まずは和食に関する「教科書」が必要という問題意識と推測される。

同会議は 200 以上の企業・団体の会員で構成されるが、食品・食材のメーカー・業界団体だけではなく、全国各地の食育団体や郷土食・伝統食を支える団体等も含まれている。世界遺産登録に当たっては、こうした各地での「和食」保護のための地道な取組がもともと存在していることも評価され、登録に至ったことを忘れるわけにはいかない。

図表 2■和食文化国民会議・概要

趣旨	「和食」のユネスコ無形文化遺産登録申請を契機に、和食文化を次世代へ継承するため、平成 27 年 2 月 4 日に設立され、その価値を国民全体で共有する活動展開している。日本の食を支える生産者、食品メーカー、フードサービス、観光業など様々な企業・団体、地域の郷土料理保存会や食育団体・NPO・料理学校などの食に関わる団体、地方自治体、個人が参加し、運営を行う。引き続き、国と一体となって取組が進められるよう、オブザーバーには農林水産省が参画し、和食文化の保護・継承とその魅力の発信に取り組む。
目的	この法人は、無形文化遺産の保護に関する条約に規定する人類の無形文化遺産の代表的な一覧表に記載された「和食：日本人の伝統的な食文化」を適切に保護し、その継承を推進することを目的とする。
事業	<p>(1) 「和食」の適切な保護・継承のために必要な情報収集に関する事業</p> <p>(2) 「和食」の調査・研究に関する事業</p> <p>(3) 「和食」の普及啓発に関する事業</p> <p>(4) 「和食」に関する技及び知恵の伝承に関する事業</p> <p>(5) 「和食」の情報発信に関する事業</p> <p>(6) 前各号に附帯又は関連する事業</p> <p>事業を推進するため、「和食調査・研究部会」「和食普及・啓発部会」「和食技・知恵部会」という 3 つの部会が運営されている。</p>
主な役員	<p>会長 伏木 亨 (龍谷大学教授)</p> <p>会長代行 江原 絢子 (東京家政学院大学名誉教授)</p> <p>副会長 村田 吉弘 (日本料理アカデミー理事長)</p> <p>後藤加寿子 (料理研究家)</p> <p>専務理事 田島 寛 (キッコーマン株式会社)</p> <p>常務理事 植松 昭一 (味の素株式会社)</p> <p>鈴木 実 (株式会社伊藤園)</p> <p>理事 青木 時男 (マルコメ株式会社代表取締役社長)</p> <p>井上 淳 (日本チェーンストア協会専務理事)</p> <p>大西 茂志 (全国農業共同組合中央会常務理事) ほか計 12 名</p> <p>監事 西迫 一郎 (西迫会計事務所所長) ほか計 2 名</p>
会員	「企業正会員」「企業賛助会員」「団体正会員」「団体賛助会員」の 4 種があり、例えば、「企業正会員」は 46 社、「企業賛助会員」は 76 社。(公開可の企業のみ。平成 29 年 4 月現在)

(出典) 和食文化国民会議ホームページから作成

(2) 我が国の食文化振興・食材普及政策

初めに、文化庁の「食文化」に関する政策の新しい動きを見る。

従来、文化庁としては「食文化」にはあまり関わらない方針であったが、我が国の食文化政策において2017（平成29）年に文化芸術振興基本法が改正され、その方針が変更されたことはきわめて重要である。我が国の文化芸術全般にわたる基本的な法律として2001（平成13）年に文化芸術振興基本法が成立し、これまで同法に基づき4次にわたって策定された「文化芸術の振興に関する基本的な方針」のもと、文化立国に向けた取組が進められてきた。一方でこの間、少子高齢化、グローバル化の進展など社会の状況が著しく変化する中で、観光やまちづくり、国際交流などの分野との連携を視野に入れた総合的な文化芸術政策の展開が、より一層求められるようになった。また、2020年に開催される東京オリンピック・パラリンピックは、スポーツの祭典であると同時に文化芸術の祭典でもあり、我が国の文化芸術の価値を世界へ発信する大きな機会であるとともに、文化芸術による新たな価値の創出を広く示していく好機であると言える。こうしたことから、議員立法により文化芸術振興基本法の一部が改正され、新たに「文化芸術基本法」が誕生したのである。

この改正は、文化芸術の固有の意義と価値を尊重しつつ、文化芸術そのものの振興にとどまらず、観光、まちづくり、国際交流、福祉、教育、産業その他の関連分野における施策を本法の範囲に取り込むとともに、文化芸術により生み出されるさまざまな価値を継承し、その発展と創造に活用しようとするものである。改正にあたっては、まずそうした理念の重要性が謳われ、基本的施策については、伝統芸能の例示に組踊が追加されるとともに、芸術祭の開催支援や高齢者及び障害者の創造的活動への支援が記され、そして何より条文第12条の「生活文化」の中に茶道、華道、書道と並んで「食文化」が明記されたことが大きい。これにより、名実ともに「食」が「文化」として認知され、その発展・振興の推進が本格的に図られることになった。まさに「食文化」政策推進の基盤づくりの第1歩と言える画期的な出来事であったのである。これまで食文化振興に関わってきた人たちに自信を与えると同時に、将来、食文化の分野での人間国宝、といったことも予想される。

次に、農林水産省の「食文化」政策について見る。

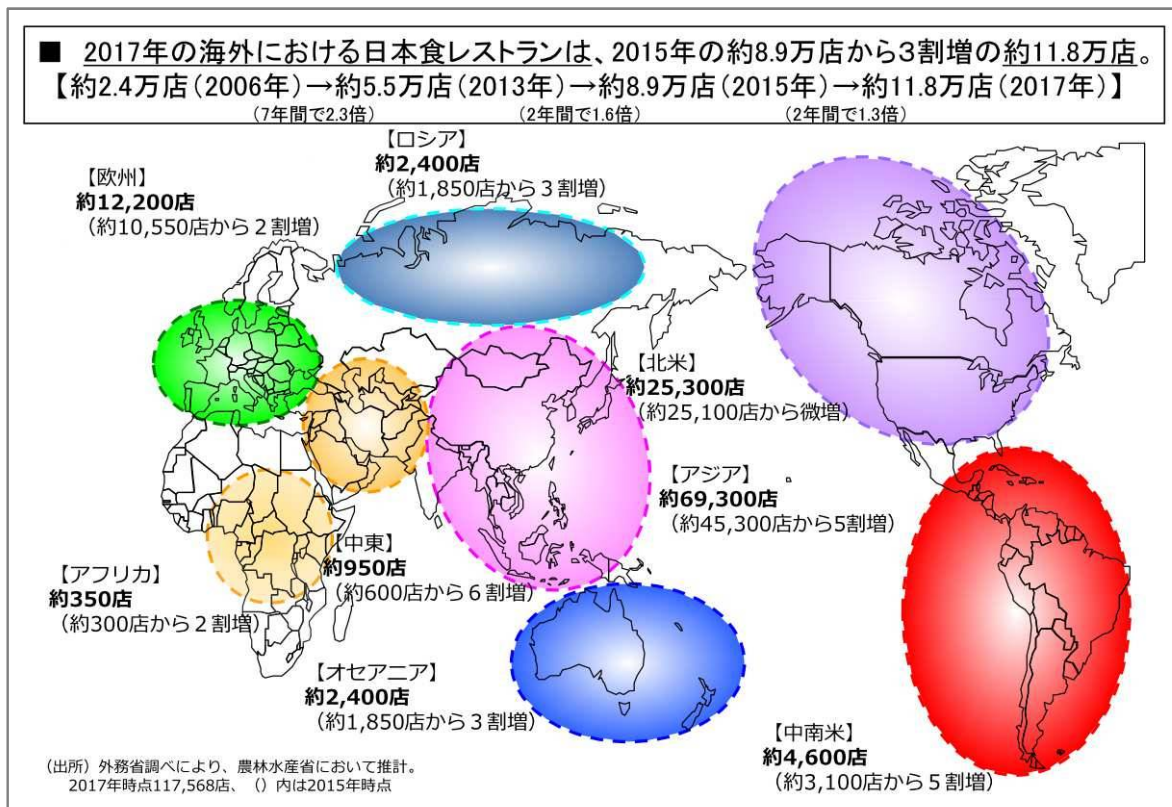
我が国の農林水産業は、食料の安定供給の確保や農業経営体・農業労働力の確保、農協改革のフォローアップなど、課題が山積しているが、ひと言で言えば農林水産業の成長産業化、農業競争力の強化こそが課題と言える。こうした課題を解決するために「食文化」の脈絡では、世界の和食ブームを受けて、日本食文化とセットで我が国の農林水産品を世界に売り込もうというのが近年の農林水産省の戦略である。

農林水産省の調査では、2017（平成29）年時点で、海外における日本食レストランの数は2015（平成27）年の3割増の約11.8万店となっており、確かに「ブーム」の様相を呈している（**図表3**）。ここ4年でほぼ倍増という結果である。アジア、北米、欧州などの地

域ではもともと多かったが、アジアではさらに増え続けており、もともと少なかった中南米やロシア、オセアニア、中東などの地域でも着実に増えている。

こうした海外の日本食レストランの激増とともに、外国人観光客が「訪日前に期待すること」の第1位に「食事」があがっていること（JNTO 訪日外客訪問時調査、2010年）や、外国人が好きな外国料理の1位に「日本料理」があがっていること（JETRO 調査、2013年）なども戦略立案の根拠になっている。

図表 3 ■ 海外における日本食レストランの数



(出典) 農林水産省「海外日本食レストラン数の調査結果の公表について」(平成29年11月7日)

それは2013年に発表された「世界の食市場を獲得するための“FBI戦略”」と呼ばれる「世界戦略」で、日本の食文化の普及に取り組みつつ、食産業の海外展開と農林水産物・食品の輸出促進を一体的に展開するというものである(図表4)。

「食文化・食産業のグローバル展開」として、今後10年間でアジアを中心に世界の食市場は340兆円から680兆円に倍増するという見通しのもと、日本の農林水産物・食品産業の発展のためには、この成長を取り込むことが重要とし、2012(平成24)年時点で約4,500億円の農林水産物・食品の輸出額を、2020(平成32)年の東京オリンピック・パラリンピックまでに和食の輸出額1兆円をめざすというものである。そのため、国別・品目別の輸出戦略が立てられ、

- ①世界の料理界での日本食材の活用推進 (Made FROM Japan)
- ②日本の食文化・食産業の海外展開 (Made BY Japan)
- ③日本の農林水産物・食品の輸出 (Made IN Japan)

の取組を一体的に展開する。このFROM、BY、INの頭文字をとって「FBI戦略」と呼ぶ。

この「FBI戦略」の具体化に向けて、国別・品目別の輸出戦略を策定している。そこでは、海外での日本食への支持を背景に日本食を特徴づけるコンテンツである、①水産物、②加工食品、③コメ・コメ加工品、④林産物、⑤花き、⑥青果物、⑦牛肉、⑧茶の8品目を重点品目としている。そして、それぞれの品目について食市場の拡大が見込まれる国を重点国・地域と定め、輸出環境の整備や商流の拡大を図るのである。

例えば、①水産物であれば、ブランディングや迅速な衛生証明書の発給体制の整備などにより、2012年に1,700億円であった輸出額を、8年後の2020年にはほぼ倍増の3,500億円にまで引き上げる。重点国はEU、ロシア、東南アジア、アフリカなどである。また、②加工食品であれば、「食文化・食産業」の海外展開に伴う日本からの原料調達の増加などを通じて同様に1,300億円を3.8倍の5,000億円に、⑧茶であれば、日本食・食文化の発信と併せた売込みと健康性のPRなどにより50億円を3倍の150億円に、というようにきわめて強気の戦略である。

図表4■世界の食市場を獲得するための「FBI戦略」



(出典) 農林水産省「日本食・食文化の海外普及について」(平成26年9月)

平成 27 年度からは「日本食魅力発信アクションプラン」が策定され、「日本食・食文化親善大使制度の創設」や「日本食サポーター制度の創設」、「複合文化パッケージ」による海外発信」といった海外向けの施策・事業が展開されている（図表 5）。

図表 5 ■ 日本食魅力発信 アクションプラン（平成 27 年度）

海外	<ol style="list-style-type: none"> 1. 日本食・食文化親善大使（仮称）制度の創設 各都市でのプロモーションやイベントなどでプロ意識をもって親身に相談に応じ、日本食・食文化の普及に関する的確なアドバイスを行う「日本食文化親善大使」の制度を創設する。 2. 日本食サポーター制度の創設 JETRO 等の協力を受けて、日本食材を積極的に取り扱おうとする日本食レストランを日本食文化サポーターとして民間団体が推奨する体制を創設する。サポーター店舗に対しては、日本食材の情報提供や従業員向けの研修活動等を積極的に推進する。 3. 教育・資格認定制度の創設 日本食についての知識・技能の普及を図るため、国が定めるガイドラインに従って、民間団体等が海外の日本食レストランのシェフ等に研修を行い、衛生面や技能面等で一定のレベルにある者に資格を付与する制度を創設する。 4. 日本食の海外出店等の支援 海外に進出する外食事業者を支援するため、事業可能性検証（テストキッチン等）、有望市場情報、商圏マップの作成、外食産業投資ミッションの派遣を実施する。 5. トップセールスをはじめとするクールジャパン関係府省と連携した取組 総理、大臣等の海外出張時、ミラノ万博、ラグビーW杯などのイベントに関し、クールジャパン関係府省と連携して日本食・食文化の魅力を発信する。 6. 外務省、在外公館、JICA、海外レストランとの連携 外務省、在外公館と連携して、天皇誕生日祝賀レセプションなどのイベントで日本食・食文化の魅力発信を行うほか、公邸料理人や海外レストランによる日本食講習会の実施を推進する。 7. 「複合文化パッケージ」による海外発信 経済産業省、観光庁、JNTO、地方自治体などが実施する海外への日本文化紹介の取組と連携し、日本食・食文化の魅力紹介を複合パッケージとして発信する。 8. 日本特産食品認定ロゴの検討 日本特産、伝統製法、指定された原材料や製造方法によって生産された商品とそうでないものとの差別化を明確にするために、フランスやイタリア等で採用している地中海食品認定ロゴのような日本産食品を認定する仕組みを検討する。
国内	<ol style="list-style-type: none"> 9. 和食継承のための国内への魅力発信 和食の魅力を次世代に維持・継承していくため、和食給食、和食の日を活用した和食継承の取組を推進するほか、具体的方策の検討を行う和食料理人、学者等による有識者会議を設置する。 10. インバウンドの活性化に資する料理人の育成 関係府省等とハラルに対応可能な料理人の育成を行うほか、レストランメニューの多言語化を推進する。

（出典）農林水産省ホームページから作成

JETROによる「日本食品に対する海外消費者意識アンケート調査（6都市比較）」（2014年3月）によると、「日本料理が好きな理由」として「味の良さ」「健康に配慮」「洗練されている・高級感」などがあがり、「日本料理のイメージ」として「美味しい」「健康に良い」「おしゃれ」「安全」など総じてポジティブなイメージが強い一方、4割程度の回答者が「価格が高い」と回答した。また「好きな日本料理」としては「寿司・刺身」「天ぷら」「ラーメン」などが上位にあがった。美味しい、まずいという味覚だけでなく、調理方法や健康、安全といった評価が上がることから、食を文化と見なす傾向があるとも言える。

世界的な日本食への高い好感度、食を文化として捉える世界の潮流を背景に、「食文化」とセットで農林水産品という食材を世界に売り込むという農林水産省の発想はきわめて妥当な方向であろう。農林水産品の豊かな地方自治体などは、ユネスコのももとの和食の無形文化遺産認定の「危機にある文化遺産の保護」という趣旨に添って郷土料理や伝統野菜等を保護すると同時に、こうした国の制度を活用しながら、「食文化」と連動させた地域独自の「FBI戦略」を策定することは一考に値すると考えられる。

（3）自治体の食文化振興政策

では、地方自治体では「食文化」振興に取り組むところはあるのだろうか。あるとすれば、食文化に関わる政策にどのように取り組んでいるのだろうか。

政令都市における総合計画やまちづくり計画といった上位計画レベルで、「食」をテーマとした重点政策について見ると、札幌市や新潟市、静岡市、京都市、大阪市、神戸市、広島市といった都市で掲げられている（**図表6**）。産業の中で農林水産業の比重が高い自治体では当然ながら重点政策となる。

例えば、札幌市では、産業創造戦略の中で「食の魅力を生かした産業の高度化」を掲げ、「6次産業活性化推進」や「さっぽろスイーツ推進」「フード特区関連事業」「農産物ブランド力・流通力強化支援」「さっぽろオータムフェスト」「食品海外販路拡大支援」といった総合的な事業があがっている。また、都道府県レベルでは生産量日本一の「お茶どころ」として知られる静岡市は、まさに文化の視点から「伝える食文化、高める伝統文化」を重点プロジェクトの1つに掲げるとともに、「お茶、しずまえブランドなど食の魅力の磨きあげ（観光・交流）」や「食文化としての「しずまえ」ブランドの普及（農林水産）」といった方向性を示し、「オクシズプロモーションの推進」「しずまえ鮮魚の普及促進」「まぐろのまち静岡の推進」「お茶のまち静岡の推進」といった事業を展開している。（注：「しずまえ鮮魚」とは、静岡市の用宗・清水・由比の3漁港に水揚げされる魚介類のこと。）

いずれも大都市として都市型農業の振興策であることは共通している。背景には農業者の高齢化や後継者不足に伴う農家戸数の減少、都市農地の開発圧力、グローバル化の急速な拡大といった難しい課題がありながらも、都市型農業における「6次産業化」や「農食ビジネスの推進」「地産地消の推進」「農産品のブランディング」といった現代的テーマを

志向している。前面に食文化政策的なテーマを出す都市はあまりない中で、新潟市、静岡市、京都市、神戸市といった都市は、他とひと味異なる食文化施策を掲げていると言える。本節では、特に新潟市と神戸市について少し詳しく見ることにする。また、京都市については次章で見ることにする。

図表 6 ■政令指定都市の総合計画における「食文化」関連施策・事業

都市別	計画名等 (策定期間～目標年度) ●「食」に関する計画	施策の方向性等 ◇指標	主な事業
札幌市	○まちづくり戦略ビジョン【戦略編】(H25.10～H34) ○まちづくり戦略ビジョン・アクションプラン 2015(H27-31)	○食の魅力を生かした産業の高度化 ※札幌型産業創造戦略 ◇食料品製造業の製造品出荷額等/食料品製造業の粗付加価値額	・6次産業活性化推進事業 ・さっぽろスイーツ推進事業 ・フード特区関連大型設備投資利子助成事業 ・札幌産農産物ブランド力・流通力強化支援事業 ・さっぽろオータムフェスト事業 ・食品海外販路拡大支援事業
仙台市	○基本計画(H23～32) ○実施計画(H28～30)	---	・農食ビジネス推進事業
さいたま市	○後期基本計画(H25.12～32) ○後期基本計画実施計画	---	(・地産地消事業)
千葉市	○新基本計画(H24.3～H33) ○第2次実施計画(H27～29)	---	〈参考〉※H29 主要プロジェクト「主な取り組み」(・地産地消の推進)
川崎市	○総合計画(H28.3～37) ○第1期実施計画・中間評価(H28～29)	---	---
横浜市	○中期4か年計画(H26.4～H29)	---	(・地産地消の推進)
相模原市	○新・総合計画【基本計画】(H22.3～31) ○後期実施計画(H29～31)	---	(・市民と農とのふれあいの場の創出と地産地消の推進)
新潟市	○にいがた未来ビジョン(H27.4～34) ○第2次実施計画(H29～30) ●「食文化創造都市にいがた」推進計画(H 29.3)	○食と農を通じた地域づくり ○ニューフードバレーの推進 ○食と花の魅力の向上	・食環境整備事業 ・食文化創造都市推進事業 ・地産地消推進事業 ・食のマーケットイン支援事業 ・食と花の世界フォーラム 等
静岡市	○第3次総合計画(H27～34) ○前期実施計画(H27～30) (▲静岡市しずまえ振興計画(H28))	○伝える食文化、高める伝統文化(重点プロジェクト「文化」) ○お茶、しずまえブランドなど食の魅力のみがきあげ(観光・交流) ○食文化としての「しずまえ」ブランドの普及(農林水産) ◇緑茶購入数量割合/「しずまえ」の市民認知度/6次産業化等への新規取組件数	・オクシズプロモーションの推進 ・しずまえ鮮魚の普及促進 ・農水産物消費拡大の推進 ・「まぐろのまち静岡」の推進 ・「お茶のまち静岡」の推進
浜松市	○基本計画 浜松市未来ビジョン 第1次推進プラン(H26.3～36) ○戦略計画 2017(H29.4)	(・卸売市場の活性化による市民の食生活の安定)	---
名古屋市	○総合計画 2018(H26～30) ○平成28年度の実施状況(H29.9)	---	(・地産地消の推進)
京都市	○はばたけ未来へ！京プラン(H22.10、H23～32) ○後期実施計画(H28.3～32)	○京の食文化をはじめとする京都が培ったあらゆる価値の蓄積を活かした新たな観光資源の創出 ※重点プロジェクト	---

都市別	計画名等（策定期～目標年度） ●「食」に関する計画	施策の方向性等 ◇指標	主な事業
大阪市	○10年後の大阪を見ずえて【テーマ編】(H26.12) ○平成30年度 市政運営の基本的な考え方(H29.9)	— <参考>※大阪都市魅力創造戦略2020(H28.11) ○民間との連携による食の魅力発信	— <参考>※同左 ・「歴史」と「食」の魅力発信事業 ※「食の都・大阪」推進会議(H20設置)が「食の都・大阪グランプリ」「食の都・大阪レストランウィーク」等を実施
堺市	○マスタープラン【本編】(H24) ○後期実施計画(H28～32)	—	(・地産消推進事業)
神戸市	○神戸2020ビジョン第2版(H29.3～32) ○当初予算における主要施策(H29) ●食都神戸2020構想(H28.11)	○「食都 神戸2020」構想のさらなる推進	<参考>※H29年度予算「食都 神戸2020」の推進 ・道の駅「神戸フルーツ・フラワーパーク大沢」の運営 ・ファーマーズマーケットの開催拡充 ・食の世界機関のネットワークを活かした情報発信 ・神戸産農水産物等の海外展開の促進 ・食品関連企業と連携した「食と健康のまち東灘」PR事業等
岡山市	○前期中期計画(H28～32)	(・地産地消で市民が支え誇れる農業都市づくり)	(・地産地消推進事業等)
広島市	○第5次基本計画(H21.10) ○世界に誇れる『まち』の実現に向けて—市政推進に当たっての基本コンセプト(H23.12, 改H28-31) ○世界に誇れる「まち」の実現に向けた取組=実施計画(H29)	○「食」による観光振興	—
北九州市	○「元気発進！北九州」プラン【基本計画(分野別施策)】(H25.12 改～H32)	(・地元産品の6次産業化などビジネス化の推進)	—
福岡市	○第9次基本計画(H24.12, H25～34) ○政策推進プラン(第2次実施計画)(H29.6, H29～32)	— ◇新鮮でおいしい食べ物の豊富さへの満足度/食関連産業の従業者数	(・市内産農畜産物6次産業化推進事業等) ※福岡地域戦略推進協議会(FD.C.)に「食文化」部会を設置
熊本市	○第7次総合計画【基本計画】(H28～35) ○実施計画 H29年版(H28～31)	○農と食の魅力創造	・農水産業や食をテーマにした情報発信と交流促進 ・地産地消の推進 ・地元農水産物を利用した新商品開発 ・地元農水産物の流通拡大の推進

※総合計画の施策体系から名称に「食」を含む施策・事業を抜粋、ただし食育関連は除外。

(出典) 各都市ホームページ

まず「食文化創造都市」を標榜する新潟市について見る。

新潟市は、2007（平成 19）年に日本海側初の政令指定都市となった人口約 81 万人の都市である。人口集中地区（DID 地区）の人口密度が政令市 15 市の中で 15 位、耕作地面積や食料自給率については群を抜いて第 1 位と、他の政令市とは性格が異なり都市部と農村部が共存する「田園型の政令市」という自己規定もうなずけるところである。

新潟市は、かねてより食文化による創造都市づくりに取り組んでいる。「食文化創造都市にいがた」として食を活かした交流と人づくりを通じて持続的に発展することを目指している。実際、新潟市の食文化は、主食であり日本酒の原料でもあるコメを中心とした農産物や、17 世紀以来の港町であることによる水産物など多様な食材に恵まれた都市である。1992（平成 4）年より「にいがた食の陣」という全市的に料亭やすし店などをあげての食のフェスティバルを開催し、また、同様に 2004（平成 16）年からは「にいがた酒の陣」という日本酒のフェスティバルも開始するなど、地域や地域産業の活性化や交流人口の拡大をねらって食や酒に関するイベントを積極的に行ってきた「前史」がある。（**図表 7**）

2007（平成 19）年 4 月に政令都市に移行し、食文化に関わるイベントや制度をさらに積極的に展開する。「食と花の世界フォーラム」の開催や「食の新潟国際賞」の創設など、「食と花」をキーワードとした都市ブランド構築事業である。「食と花の世界フォーラム」とは、新潟が誇りとする「食」と「花」を内外に発信し、グローバルな視点で新潟市の都市ブランドを構築しようという取組である。食の国際見本市「フードメッセ in にいがた」、食の国際シンポジウム「フードフォーカス in にいがた」、そして「佐野藤三郎記念 食の新潟国際賞」がその具体的事業である。名称にいずれも「国際」がついたグローバル志向の事業である。例えば、「フードメッセ in にいがた」は「見本市」であることが重要で、内外のバイヤーが集まり商談を行う機会であり、また「フードフォーカス in にいがた」は、グローバルな視点で食の課題や食産業の将来について議論し、食の未来に向けた提案を行うほか、研究者による学術シンポジウムなど、食文化に関する最先端の情報が集まる機会であり、意義深いイベントとなっている。

政令市移行 8 年を経て策定された「にいがた未来ビジョン」（基本構想・基本計画、計画年度・平成 27～34 年度）には、関連施策として「地域資源を活かすまち」政策に「食と農を通じた地域づくり」と「まちの活力を活かす「水と土」」、「魅力を活かした交流拠点」政策に「食と花の魅力の向上」が掲げられている。それらの理念に基づいて 2011（平成 23）年度以来「新潟市文化創造交流都市ビジョン」（改訂版計画年度・平成 29～33 年度）を策定し重点施策として「食文化」を第一に掲げ、「水と土の文化」「マンガ・アニメ」「音楽・舞台芸術」等を中心とした文化資源の活用を謳い、その後さらに新たに伝統文化やポップカルチャー等にまで幅広く対象を広げ振興を図ってきた。その結果が、文化庁長官表彰（平成 25 年）、日仏交流優良賞（平成 26 年）、東アジア文化都市に選定（平成 27 年、国内に 2 番目）といった外部からの評価を高めたのである。

図表 7 ■ 事例：新潟市「食文化創造都市にいがた」

事業概要	<p>・「食で選ばれるまち」を目標とする、食と農と文化の融合による創造的まちづくり構想。新潟市の強みである食や食文化を活用して、地域産業の活性化・交流人口の拡大・シビックプライドの醸成を図る。国家戦略特別区域指定(H26)、G7 新潟農業大臣会合開催(H28)、鶴岡市との観光交流等の実績を踏まえ、H29.3 月「推進計画」策定(目標年度 H33)。産官学民による推進会議を設立(H28)、食をテーマとする民間連携プロジェクトを支援【所管：農林水産部食と花の推進課、H26 まで地域魅力創造部】。</p> <p>・新潟市は政令市移行当初から「食と花の世界フォーラム」(国際会議、見本市)、「食の新潟国際賞」創設等により「食と花」をキーワードとする都市ブランド構築を推進、ユネスコの創造都市ネットワークへの「食文化」での加盟を目指す(※H27 落選)。</p> <p>◇予算 H29:36,200/H28:9,200/H27:10,000/H26:12,950 千円 ※食文化創造都市推進事業</p>		
上位計画等での位置づけ	<p>○にいがた未来ビジョン:「食と花の魅力の向上」(魅力を活かした交流拠点)、「食と農を通じた地域づくり」「まちの活力に活かす「水と土」」(地域資源を活かすまち)</p> <p>○新潟市文化創造交流都市ビジョン(H29.3~33):「新潟市らしい文化を国内外へ発信」「文化創造の力を活かした交流人口拡大と地域経済活性化」</p>		
推進プラン施策体系	施策	取組	主な事業 ※一部抜粋()内は民間事業
「人」活気あふれる元気なまち	①食への理解の促進	<ul style="list-style-type: none"> ○生産者・料理人・消費者の関係づくり ○農業・漁業体験 ○地産地消の推進 ○食育の推進 	<ul style="list-style-type: none"> ・料理教室「シェフの日」、若手料理人の育成支援 ・新潟発わくわく教育ファーム推進事業「アグリ・スタディ・プログラム」、浜で遊ぼう・大河感謝祭 ・食育マスター制度 等
②食を生かした健康づくり	<ul style="list-style-type: none"> ○健康的な食環境の整備 ○機能性食品の認定および開発支援 	<ul style="list-style-type: none"> ・食生活改善推進委員養成講座・研修会 ・元ホテル総料理長から学ぶ減塩料理食べて感じて健康メニュー ・新潟市健康づくり応援食品認定制度 等 	
③食文化の次世代への継承	<ul style="list-style-type: none"> ○地場産給食の推進 ○料理教室の実施およびレシピ集の活用 ○伝統野菜の維持・保存 	<ul style="list-style-type: none"> ・料理教室「懐かしいあの頃のごつつお」 ・農業活性化研究センターにおける研究 等 	
「地域」新たな交流を生み出すまち	④地域の魅力の向上	<ul style="list-style-type: none"> ○各区の食に関する取り組み ○水と土の文化創造 	<ul style="list-style-type: none"> ・キテ・ミテ・キタクとまとキャンペーン ・発酵食産業 PR 事業 ・満願寺稲架木並木を活用した観光交流事業 ・潟の魅力創造市民活動補助金 等
⑤ガストロミーツーリズムの構築	<ul style="list-style-type: none"> ○食を生かした観光コンテンツの開発 ○国内外へのプロモーション 	<ul style="list-style-type: none"> ・レストランバスなどを活用したコンテンツ開発 ・魅力発信・誘客推進事業 ・米と酒を中心としたプロモーション事業 等 	
⑥他都市への発信と都市間連携	<ul style="list-style-type: none"> ○首都圏などへの PR ○地産外商の推進 	<ul style="list-style-type: none"> ・特産品・土産品の振興、特産品情報の発信 ・見本市・商談会出展事業 ・食と花の銘産品事業 等 	
⑦国際交流の促進	<ul style="list-style-type: none"> ○経済交流および文化交流 ○農水産物輸出の促進 ○食と花の世界フォーラムにいがたの開催 	<ul style="list-style-type: none"> ・新潟の食輸出商談会、海外消費者テストマーケティング ・食の国際見本市「フードメッセ in にいがた」 ・食の国際シンポジウム「フードフォーカス in にいがた」 等 	
「産業」新たな魅力を創造するまち	⑧新たな挑戦への支援	<ul style="list-style-type: none"> ○食関連事業者の支援 ○6 次産業化、異業種連携による食の魅力づくり ○国家戦略特区による規制緩和 	<ul style="list-style-type: none"> ・食のマーケットイン支援事業【新潟 IPC 財団】 ・食文化創造都市推進会議の運営支援 ・「しるきーも」特産化事業、梅の里産地活性化事業、いもジェンヌの生産拡大および商品開発に関する支援 等
⑨さまざまな分野への食の活用	<ul style="list-style-type: none"> ○農業の他分野への活用 ○文化芸術への活用 ・スポーツへの活用 	<ul style="list-style-type: none"> ・12 次産業化推進事業 ・ラ・フォル・ジュルネ新潟 ・新潟シティマラソン、新潟シティライド 	
主要プロジェクト	<p>食文化創造都市推進プロジェクト (採択例: にいがた日本料理の饗宴、りゅうのひげ復活プロジェクト、新潟美人寿司プロジェクト 等)</p> <p>シェフの日</p> <p>農家の日</p> <p>ガストロミーツーリズム</p>		

(出典) 新潟市「食文化創造都市にいがた」「新潟市食文化創造都市推進会議」ホームページ等から作成

詳細は、別表の「推進プラン」や「主要プロジェクト」の通りである。こうした新潟市の取組は、単に地場産品食材や農業等地場産業の振興だけを目的とするのではなく、あくまで産業振興に「食文化」振興をセットして、さらに観光や国際交流に拡大していく政策であることが評価できる。以上のように、「食文化創造都市」を標榜し、市政の中心に「食文化の創造」を置いて健闘している新潟市ではある。しかし、かねてよりユネスコの創造都市ネットワークへの加盟をめざしているが、まだ認定されないままである。理由は「ユネスコの財政的な問題」（平成24年7月16日食文化創造都市シンポジウムでの市長発言）とされているが、誠に残念なことである。いずれ朗報がもたらされると期待される。

次に神戸市の「食都 神戸 2020」構想について見る。

神戸市では、2015（平成27）年度より「食」を軸とする都市戦略「食都 神戸 2020」構想を推進している。神戸市は、人口150万を超える大都市でありながら、山の幸、海の幸に恵まれた自然豊かな農漁業地域を抱えている。北区、西区に広がる農村地域は雨が少なく温暖で、野菜や果物などの生産に適しており、南側には様々な水産物が獲れる豊かな漁場が広がっている。一方開港以来、交易により栄えてきた歴史から、洋菓子・パン・洋食・中華など、国際色豊かで多様な食文化が醸成されている（以上、農政部農政課職員の発言より。<https://kobecco.hpg.co.jp/4653/>）。すでに「神戸ビーフ」や「神戸ワイン」はすでに知名度を獲得しているが、果物や花卉栽培、水産業も盛んなのである。こうしたポテンシャルを活かし、多彩な食文化を軸としてまちの活性化を図ろうという都市戦略が「食都 神戸 2020」構想である（**図表8**）。

「食都 神戸 2020」構想は、「神戸 2020 ビジョン」等を上位計画として海外向けの地域ブランド製品の推進、市民向けの地産地消の食文化やライフスタイルの定着の両面から事業を展開する。例えば、施策ゴールと重点事業として「食を起点とした都市ブランドの確立」に対しては「「食都神戸」のマネジメント」、「地産地消のライフスタイル化の実現」には「地産地消プラットフォームの運営（EAT LOCAL KOBE）」、「未来を担う「神戸ブランド」の充実」には「神戸らしい農水産物の生産拡大と6次産業化の推進」等といった流れになっており、それぞれのゴールを達成すべき多くの具体的な施策・事業が体系化されている。

その中で「世界の食とのネットワークの構築」を目標とする「食の国際機関との連携」という重点事業は、食のプロの国際交流や食のアカデミック・プログラムの連携などの施策であるが、その1つの展開として、平成28年度から開始したイタリア「スローフード・インターナショナル（SFI）」との連携事業がある。スローフード・インターナショナルは、イタリアのカルロ・ペトリーニによって提唱された国際的な社会運動であり、その土地の伝統的な食文化や食材を見直す運動で、スローフードの理念に賛同する会員で構成される国際的なNPO法人である。同法人の「Ark of Taste（味の箱舟）」制度は、世界中に存在する地域固有の農水産物や伝統食を守るためのSFIの登録制度で、「食の世界遺産」と

図表 8 ■ 事例：神戸市「食都神戸 2020 構想」

事業概要	<p>・「食」を軸とする複合的な都市戦略。「新しい食文化の発信地として、世界の人々が集い、食で賑わう街になること」を目標に、神戸の「食ブランド」確立と里山暮らし推進による都市魅力の向上、農漁業の活性化を図る。H27. 11 月「食都神戸 2020」構想策定(目標年度 H32)、産官学による推進会議設立【所管：経済観光局 農政部農水産課】。</p> <p>・神戸の有する「食」のポテンシャル(都市と農村の近接、高品質な農水産物、港町の食文化、飲食店の集積等)を活用し、サンフランシスコ、ポートランド等の事例を参考に、海外向けの地域ブランド製品のプロモーション、市民向けの地産地消の食文化やライフスタイルの定着の両面から、事業を展開。2018 年 1 月「ファッション産業」「食都神戸」の2分野で「ふるさと名物応援宣言」(政令指定都市初)。</p> <p>◇予算 H29: 720,414(H28 補正: 14,000)/H28: 3,783,314/H27: 1,789,480 千円</p>			
上位計画等での位置づけ	<p>○神戸 2020 ビジョン: 「次代の基幹産業の育成・振興」(若者に魅力的なしごとづくり)</p> <p>○神戸創生戦略: 「次代のリーディング・インダストリーの育成・振興」(安定した雇用を創出する)</p> <p>○経済観光局事業(H29): 「農漁業の活性化とブランド化の推進」</p>			
施策体系	区分	ゴール	重点事業	施策
	推進	①食を起点とした都市ブランドの確立	「食都神戸」のマネジメント	①食都神戸推進会議 ②食都神戸のキービジュアル開発 ③食都神戸 DAY の定期開催
	地産地消のライフスタイル化 ローカル	②地産地消のライフスタイル化の実現	地産地消プラットフォームの運営(=EAT LOCAL KOBE)	① EAT LOCAL KOBE の発信 ②ファーマーズ・マーケットの開催 ③食育プログラムの充実
		③未来を担う「神戸ブランド」の充実	神戸らしい農水産物の生産拡大 6 次産業化の推進	①神戸らしい農水産物の生産振興 ②新たな加工品の開発 ③レストラン等での地産地消の推進
		④ローカルに特化したランドマークの形成	「食都神戸」総合拠点施設の運営支援	①道の駅「神戸フルーツ・フラワーパーク 大沢」の運営支援 ②都市部での拠点施設の開設支援 ③農漁業施設のバリューアップ支援
		⑤農漁業と食ビジネスが起業しやすい街づくり	農漁業+食の起業サポート	①農漁業サポート ②食の起業サポート
		⑥世界の食とのネットワークの構築	食の国際機関との連携	①食のプロフェッショナルの国際交流 ②食のアカデミック・プログラムの連携
グローバル	⑦世界市場への神戸フードの進出	海外プロモーション事業	①コミュニケーションツール開発 ②輸出拡大に向けたトータルサポート ③インバウンド向け観光プロモーション	
主要プロジェクト	こうべ旬菜	有機栽培、特別栽培の野菜を認定、「こうべ地産地消推進店」で販売。(シンボル「菜菜ちゃん」)【こうべ食の安全・安心農産物推進懇談会】		
	KOBE にさんがろく PROJECT	6 次産業化・農商工連携事業。学生と企業と農漁業者の連携による「神戸産農水産物を活用したアイデア商品」の開発・販売を通じて「ものづくり」「ネットワークづくり」を促進。(H24~)		
	HARVEST KOBE	観光農業プロモーション事業。国内外向け観光農業の PR、ツアー造成、モデル農園整備等。【神戸アグリインバウンド推進協議会】		
	FIND KOBE	神戸産農水産物(Fish、スイーツ、フルーツ、ワイン)の海外展開促進事業。香港 Food Expo 等海外見本市への出展。「ジャパンブランド育成支援事業」採択。(H27~) 【食都神戸海外展開促進協議会】		
	Kobe meets slowfood	スローフードインターナショナル(SFI)との連携事業。スローフードアカデミー、スローフードセミナー、食の未来会議「We Feed The Planet」の開催等。(H28~)		
	FARM CIRCUS	産物直売所、物販・飲食スペース、情報発信機能を備えた「道の駅神戸フルーツ・フラワーパーク大沢」の運営。(H25~)		
	EAT LOCAL KOBE	地産地消の情報発信事業。東遊園地でのファーマーズマーケット(年 40 回)や「食都神戸 DAY」の開催等。(H27~)		
その他※	神戸おいしい顔プロジェクト	農漁業者、飲食店等の交流促進事業。生産者・製品の情報収集・PR、交流会等マッチングイベントの開催等。立上げ時に起業支援型地域雇用創造事業を活用。(H26~)		
	「食都神戸」実践モデル活動支援事業	農漁業者・民間団体等に対する助成事業。特産物づくりや神戸産農水産物を活用した新商品・サービスの開発、「食」の価値の創造につながる先進的な活動を支援。(H29~)		

※「食都神戸」サイト「その他関連事業」掲載事業のうち「ロカボ神戸プロジェクト」「RIPPLE KOBE」「HYOGO KOBE BRAND NEW100」は省略。「食都神戸」実践モデル活動支援事業については同サイト非掲載。

(出典) 神戸市「食都神戸」ホームページ、平成 29 年度神戸市経済観光局事業概要 等から作成

言われることもある。日本では現在、37 品目が登録されており、神戸市では「有馬山椒」が登録されているが、こうした制度を活用して、「神戸の食」を情報発信したり、農水産物のブランド化や 6 次産業化に取り組む事業者への研修を行うなどの人材育成に取り組んでいる。

また、主要プロジェクトのうち、「FIND KOBE」というユニークな名称を冠した事業は、神戸産農水産物等「食」の海外展開である。「FIND KOBE」はそのための「合言葉」とされ、世界中の人びとに神戸の宝物を知り、感じてもらうメッセージだと言う。そのため神戸市、生産者、流通事業者とともに「食都神戸 海外展開促進協議会」を設立し、世界最大級の国際総合食品見本市「香港 Food Expo 2015」に出展するなどして、神戸の「食」の魅力を世界にアピールしている。「FIND KOBE」事業の実施にあたっては、国の「ジャパンプランド育成支援事業」の採択を受けており、数年間かけて事業を継続することで「神戸の食ブランド」の確立を図っていくとしている。

神戸市は、京都市等と同様、大都市としてさまざまな性格を持つ都市であり、「食」もしくは「農」という側面を切り口とした政策展開には違和感はあるものの、「食都」構想には農水産ブランド品の生産拡大や、海外機関との連携、海外展示会への出展など世界市場への売込、市民の地産地消の推進といった「外向き」「内向き」の総合的な施策が体系化されている。こうした複合的な施策展開を志向する以上、何より「施策ゴール」の第一に掲げられた都市ブランディングのために、多様な顔を持つ「神戸ブランド」を構成するコンセプトの 1 つの軸として「食文化」を掲げることは有効であり、意義のある試みと評価できる。

2. 食文化の先進的な取組

(1) ユネスコ食文化創造都市・鶴岡市の取組

本章では、初めに食文化振興に取り組む都市の中でも特に注目すべき、ユネスコ食文化創造都市の認定を受けた鶴岡市について触れる。

先に「新潟市」の項で触れたユネスコの「創造都市ネットワーク」であるが、「創造都市 (Creative City)」とは、ユネスコの定義によると、グローバリゼーションと知識情報経済化が急速に進展した 21 世紀初頭にふさわしい都市のあり方の 1 つであり、文化芸術と産業経済の創造性に富んだ都市とされる。産業空洞化と地域の荒廃に悩む欧米の都市では、1985 (昭和 60) 年に始まる「欧州文化都市」事業など「芸術文化の創造性を活かした都市再生の試み」が成功を取めて以来、世界中で多数の都市において行政、芸術家や文化団体、企業、大学等の連携のもとに進められている。

ユネスコは、こうした経緯を踏まえ、文化の多様性を保持し、世界各地の文化産業が潜在的に有する可能性を都市間の戦略的連携により最大限に発揮するための枠組みとして、2004 (平成 16) 年より「創造都市ネットワーク」(UCCN) 事業を開始し、7 つの分野で創造都市を認定、相互の交流を推し進めている。日本では、神戸市 (デザイン)、名古屋市 (デザイン)、金沢市 (工芸)、札幌市 (メディアアート)、浜松市 (音楽)、篠山市 (工芸)、そして鶴岡市 (食文化) の 7 都市が認定を受けており、他にも多くの都市が認定に向けて活動を行っている。我が国の文化庁も、文化芸術の創造性を地域振興や観光・産業振興等に活用し、地域課題の解決に取り組む自治体を「文化芸術創造都市」と位置づけ、2007 年度以来文化庁長官表彰の文化芸術創造都市部門等により、創造都市への取組を支援している。2014 (平成 26) 年に策定された文化芸術立国中期プランにおいて、2020 年を目途に加盟自治体数を約 170 にすることを目標に掲げている。

「食文化」で認定された山形県鶴岡市は、人口約 12 万 8,000 人の山形県内では 2 番目の人口の都市で、市域面積は東北地方で最も広い市 (全国では 7 位) である。稲作を中心に野菜・果樹の農業、水産業、出羽三山や温泉地による観光業が盛んで、絹織物の産地としても有名である。江戸時代には鶴岡藩の城下町として栄え文化財も豊富である。高等教育機関教育機関としては山形大学農学部、東北公益大学、慶応義塾大学先端生命科学研究所在が立地している。

中でも世界に誇る鶴岡の食文化を地域振興に活かすため、かねてより広範囲にわたる食文化創造都市推進事業の実施に取り組むとともに、ユネスコの創造都市ネットワーク・食文化分野での加盟を目指した活動を進めてきたが、2014 (平成 26) 年 12 月に認定された。食文化分野での加盟は日本で初めてのことであり (図表 9)。

図表 9 事例：鶴岡市「鶴岡食文化創造都市」

<p>事業概要</p>	<p>・食文化を活かした創造都市戦略。H23 年に産官学民による推進組織「鶴岡食文化創造都市推進協議会」を設立、産業、文化、生活、交流の 4 つの面から、在来作物等固有の食文化の次世代継承と食関連産業の振興、及びユネスコ創造都市ネットワーク(UCCN)への加盟申請に取り組む。</p> <p>・H26.12 月 UCCN 加盟後は、「モノのブランド化(産業振興)」と「都市のブランド化(まちづくり)」を両輪として、①農家と旅館・飲食店の「わ」(輪・話・和)、②地元農林水産物の商品化、③食のフィールド、④食スタディ、⑤食文化の見える化の 5 つの取組により、「ユネスコ食文化創造都市の高度ブランド化による観光、農業等の成長産業化」に向けて推進事業を展開。H29.5 月推進プラン策定(目標年度 H33)。農水省・食と農の景勝地(H28-32)、文化庁・文化芸術創造活用プラットフォーム形成事業(H28-29)採択事業【所管：食文化創造都市推進課】。</p> <p>◇予算 H29:37,806/H28:43,876(H27 補正 10,506)/H26:15,498/H25:1,5290/H24:7,906/H23:6,561 千円 ※食文化創造都市推進事業(鶴岡食文化創造都市推進協議会)</p>		
<p>上位計画等での位置づけ</p>	<p>○総合計画・後期基本計画(H26～30)「地場の可能性を伸ばす創造文化都市」(成長戦略)、「伝統産業の再構築と地場産業の振興」(分野別・地域の強みを生かした地力ある産業の振興。)</p> <p>○まち・ひと・しごと創生総合戦略(H27.10～31)「ユネスコ食文化創造都市の高度ブランド化による観光、農業等の成長産業化」(重点施策)、「地域産業のブランディング推進」(地域資源を生かした産業イノベーションの推進)</p> <p>○鶴岡ルネサンス宣言(H22)「地場の可能性を伸ばす」創造文化都市宣言」(施政方針)</p>		
<p>推進プラン 施策体系</p>	<p>基本目標</p> <p>I 新たな発想を生み育てる食文化産業のまち ～食文化による農・観・食産業の活性化～</p> <p>【重点戦略】 農林水産・観光・飲食・食品製造業の連携による「ユネスコ食文化創造都市ブランド」づくり戦略</p> <p>II 食文化による交流のまち ～多様な食文化の学びと交流の推進～</p> <p>III 食文化の歴史と伝統をつなぐまち ～食文化の誇りと喜びの継承～</p>	<p>推進施策</p> <p>1 食文化を生かした観光誘客の推進</p> <p>2 質や美味しさなど農林水産物の品質向上</p> <p>3 地元旅館、飲食業、食品製造業への安定供給</p> <p>4 食文化を生かした商品の付加価値向上と販路拡大</p> <p>5 鶴岡ガストロノミーフィールドミュージアム構想の推進と人材の育成</p> <p>1 食の専門機関との戦略的連携</p> <p>2 ユネスコ創造都市ネットワークとの連携・交流</p> <p>1 食文化の歴史・伝統の保存と発信</p> <p>2 食文化の理解促進と家庭に伝わる食文化の継承</p>	<p>具体的な事業</p> <p>①対象市場に向けた情報発信・プロモーションの展開 ②滞在コンテンツの充実・強化 ③受入環境の整備 ④地域取組体制の構築</p> <p>①米の品質と食味向上 ②環境保全型農業の推進 ③認証制度の活用</p> <p>①地元旅館、飲食業、食品製造業への供給体制の強化 ②地元食材を活用したプロジェクトの展開</p> <p>①農林水産物のブランド化の推進 ②多様な連携による付加価値の高い商品開発 ③農林水産物や加工品の販路や消費の拡大 ④農林水産物や加工品の成分分析</p> <p>①鶴岡ツーリズムの推進と食と風土の祭典の開催 ②鶴岡ふうどガイドの養成 ③料理人の高度化支援</p> <p>①食のフィールドスタディの実施 ②食文化カンファレンスの開催 ③食文化アカデミーの検討</p> <p>①創造都市の分野を超えた横断的連携 ②UCCN・CCNJとの連携と交流</p> <p>①食文化の記録保存と発信 ②地域リポーターの活動の推進 ③食文化 HP の管理</p> <p>①食文化の日の制定 ②郷土料理などの料理講習会の開催 ③食育・地産地消の取組の推進 ④市民団体・学校・企業等への食文化の啓発活動</p>
<p>主要プロジェクト等</p>	<p>鶴岡ガストロノミーフィールドミュージアム構想</p> <p>地域全体を「食の博物館」に見立て、食文化にまつわる場所・行事・歴史・精神文化・産物・市民活動などを体験してもらう取組。「鶴岡ツーリズム(仮称)」と「食と風土の祭典(仮称)」を 2 本の柱とする。</p> <p>つるおか食文化市場 FOODEVER</p> <p>鶴岡駅前の遊休施設を改装した複合商業施設。観光案内所、情報発信・文化体験スペース、マルシェ&レストラン・バルで構成。地元の有名シェフ 2 人がプロデュース。H29.7 開業。(総事業費：約 2 億 5000 万円)</p> <p>食文化フィールドスタディ</p> <p>交流を通じて食文化を学び体験するプログラム。戦略的連携協定に基づきイタリア食科学大学の学生を受入(H28-30)。昭和女子大学、辻調理師専門学校との連携によりプログラム開発。</p> <p>鶴岡ふうどガイド</p> <p>農家と旅行者の間に立って案内を行う観光ガイドを養成。資格試験を実施、合格者をガイドとして認定。</p> <p>鶴岡食文化女性リポーター</p> <p>女性リポーターによる情報発信事業。公募ボランティアが生産者や料理人等へのインタビューをもとに地域の食の魅力を掘り起し、各自の SNS 等で発信。</p>		

(出典) 鶴岡市ホームページ、鶴岡食文化創造都市推進協議会ホームページ 等から作成

鶴岡市は、2010（平成 22）年よりネットワーク加盟に向けた調査研究を開始し、翌 2011（平成 23）年 7 月には産官学民による「鶴岡食文化創造都市推進協議会」を設立（ネットワークへの申請主体、食文化創造都市推進事業の実施主体）し、産業、文化、生活、交流の 4 つの面から在来作物等固有の食文化の次世代継承と食関連産業の振興、そしてユネスコへの加盟申請に取り組んだ。同年のうちにユネスコ本部を訪問したり、パリ日本文化会館等における食文化事業を実施した。また、同年 11 月にはネットワークの年次総会に候補都市として市長が出席し、鶴岡の食文化の魅力と将来ビジョンをアピールするなどした。一時、ユネスコの財政事情による加盟申請手続きが中断されたりしたが、こうした努力が実り 3 年後の 2014 年に認定に至った。

ネットワーク加盟後は「モノのブランド化（産業振興）」と「都市のブランド化（まちづくり）」を両輪として、①農家と旅館・飲食店の「わ」（輪・話・和）、②地元農林水産物の商品化、③食のフィールド、④食スタディ、⑤食文化の見える化の 5 つの取組により、「ユネスコ食文化創造都市の高度ブランド化による観光、農業等の成長産業化」（まち・ひと・しごと創生総合戦略の重点施策）に向けての推進事業を展開している。国の採択事業も多い。

推進プランの施策体系として、「新たな発想を生み育てる食文化産業のまち～食文化による農・観・食産業の活性化」、「食文化による交流のまち～多様な食文化の学びと交流の推進」、「食文化の歴史と伝統をつなぐまち～食文化の誇りと喜びの継承」の 3 つの基本目標を掲げ、主要プロジェクトとともに豊富な推進施策・事業を展開している。

特に注目すべきは、「食の専門機関との連携」や「ユネスコ創造都市ネットワークとの連携」など内外の関連機関との「交流」事業である。それは主要プロジェクトにあがる「食文化フィールドスタディ」という内外との交流を通じて食文化を学び体験するプログラムもその一環であろう。具体的には、イタリア食科学大学との戦略的連携協定に基づき、同大学の学生を受け入れたり（平成 28～30 年）、昭和女子大学や辻調理師専門学校と連携してプログラムを開発するといった事業であるが、こうした開放的な事業によって鶴岡の食文化が相対化され客観化されることにつながる。さらに、創造都市ネットワークの他の分野の加盟都市との交流を志向しているが、こうした交流を通じた知見の共有、学び合いも将来的に鶴岡市にもたらす成果は大きいと考えられる。

（2）民間や大学における取組

本節では、食文化関連の研究や普及等の事業を行っている民間の機関や団体、また食文化関連の大学等高等教育機関に焦点を当てる。

食文化研究の民間分野で、まず第一に取り上げるべきは「味の素食文化センター」である。同センターは、1979（昭和 54）年、味の素株式会社が創業 70 周年を記念して開始した食文化事業の一環として創設された、専門図書館を中心とする複合文化施設である。（**図表 10**）。味の素株式会社は、1979（昭和 54）年に同社の創業 70 周年記念事業として「食

文化」振興事業を開始し、1989（平成元）年創業 80 周年を機に、財団法人味の素食の文化センターを設立。2013（平成 25）年に公益財団法人に移行した。現在は港区高輪台の味の素グループ研修センター内にある。

味の素食の文化センターの事業は、食文化研究の支援・助成や食文化に関するフォーラム、シンポジウムの開催、書籍・雑誌の出版・刊行など幅広い分野に及んでいる。

センター独自の事業として評価の高いのは「食の文化フォーラム」である。味の素がこの事業を開始した翌年 1980 年に開催された「食の文化シンポジウム～人間・たべもの・文化」は、石毛直道氏（国立民族学博物館名誉教授）を中心にこの分野の学識経験者が集められ、初めてこの分野において学際的な議論が公開で行われた。その成果は、後に『人間・たべもの・文化』と題して出版された。食の文化シンポジウムは 3 年間 1982 年まで続き、その後、学際性という視座を継承して始められたのが「食の文化フォーラム」である。

図表 10 ■味の素食の文化振興事業

名称	公益財団法人 味の素食の文化センター (Ajinomoto Foundation for Dietary Culture)	
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・食の文化に関する研究支援及び普及啓発等を行い、新たな食文化の創造、発展を図ることによって健康的で豊かな人類の食生活の形成向上に資することを目的とする、味の素㈱が設立した公益財団法人。【基本財産 1,315 百万円、年間事業費 201,576 千円（※2018 年度予算）】 ・味の素㈱では 1979 年に創業 70 周年記念事業として「食の文化」振興事業を開始、1989 年創業 80 周年を機に財団法人味の素食の文化センターを設立。2013 年に公益財団法人へ移行。 ・2004 年に高輪台（東京都港区、味の素グループ高輪研修センター内）に移転、大阪に「味の素食のライブラリー」を開設。 	
事業内容	(1) 食文化に関するフォーラム、講演会、展示会の開催及びその記録資料の刊行 (2) 食文化に関する資料・情報の収集、整理及び提供、普及 (3) 食文化に関する研究を行う者に対する助成 (4) 食文化に関して優れた業績があると認められる者に対する顕彰 (5) 伝統食品の映像記録の制作 (6) 食文化に関する調査 (7) その他の事業	
主要事業	食の文化フォーラム (1982 年～)	非公開で行われる年 3 回の学際的研究会。開催記録は『食の文化フォーラム』シリーズとして毎年刊行される。最新は 35 号。(※第 1 期 1982～1997 年の集大成として『講座 食の文化』全 7 巻を刊行)
	食の文化シンポジウム (1998 年～)	フォーラムの成果を一般に公開する年 1 回の公開シンポジウム。別に外部機関との共催によるシンポジウムも開催している。
	季刊誌『vesta』 (1989 年～)	年 4 回発行の食文化の専門雑誌。特集と連載記事で構成される。最新は 110 号。
	食の文化研究助成 (2016 年～)	食の文化に関する研究助成。若手研究者を対象に 1 件当たり 100 万円程度（総額約 700 万円）を助成している。(※1989～2004 年の研究助成事業を一時休止後再開。2016～2017 年の助成実績 16 件)
	食の文化ライブラリー (2004 年～)	食文化の専門図書館及び食文化展示室。所蔵資料を一般公開している。図書館は書籍 4 万冊（cf. 大阪 1 万冊）、貴重本、江戸時代の食に関する錦絵 200 点等を所蔵。展示室は味の素㈱の「食とくらしの小さな博物館」との併設（※2018 年度リニューアル公開予定）。
	食の文化ウェブ (2018 年～)	食文化のポータルサイト。ウェブマガジン、SNS 等による情報発信も行っている。(※URL : http://www.syokubunka.or.jp/)

(出典) 「味の素食の文化センター」ホームページ等から作成

「フォーラム」は、初めは石毛氏が中心となって、さまざまな専門分野の研究者が集い、1つのテーマを多角的に論じ合うところに最大の特徴があった。文化人類学をはじめ言語学・考古学・歴史学・調理学・生理学等々の専門家が、食に関わるあらゆるテーマを対象に、自由闊達に議論しあう形での食文化研究が本格化した。何より初めて食を総合的に議論・研究の対象とした点に最大の功績がある。第1回は1982（昭和57）年のことで、現在まで36年続けられている。この組織は会員制のクローズドな場ではあるが、その成果は、毎年、報告書が刊行・市販されており、併せて近年では各年のテーマに基づく「食の文化シンポジウム」を行うなどの形でオープンにされている。

センターに併設されている「食の文化ライブラリー」も食文化の専門図書館として名高い。歴史的な貴重本、江戸時代の錦絵200点なども所蔵している。大阪市にも石毛氏寄贈による書籍を中心とした「食のライブラリー」が開設されている。辻調理師専門学校（大阪市）や大和学園京都調理師専門学校（京都市）も、それぞれ食に関する図書館が充実しているが、それに匹敵する専門図書館と言える。

「食文化」に関する研究は、一部の研究者によってその必要性が主張され続けてきた。ようやく近年になっていくつかの大学や学会が注目し研究対象として取り上げるようになり、それはそれで喜ばしい潮流と言えるが、その先駆けは味の素という民間企業が始めた事業であったのである。

その他民間企業の事業では、キッコーマン「もの知りしょうゆ館」（千葉県野田市）や日本食研「世界食文化博物館」（愛媛県今治市）など食関連企業による主に展示機能をメインとした文化施設があるが、味の素の文化センターほど総合的な食文化振興事業を行っているところは皆無である。また、公設の展示施設としては、福井県小浜市に「御食国（みけつくに）若狭おばま食文化館」があり、石毛直道氏の監修による展示・物販施設であるが、研究奨励事業等は実施していない。東京農業大学も「「食と農」の博物館」という大学博物館としては立派な展示施設を持っているが、どちらかと言うと「農」に重点を置いたテーマ展示を行っている。

次に、近年開設された「食文化」関連の大学の状況を見る（**図表 11**）。「食文化」という名称を冠した学部・学科は少ないものの、いずれも食文化及びその周辺分野を専門とする研究者が教授陣に加わっていると推測される。近年では、京都を本拠とする大学が名を連ねている。

特に、龍谷大学農学部は2015（平成27）年から新設され、我が国では35年ぶりに新設された農学部として学生が集まるかどうか注目を集めたが、多くの受験生が押し寄せ、開設時の倍率は結果的に3.8倍という倍率であった。「「いのち」を支える「食」を考え、「農」を学ぶ」——このキャッチコピーに表われているように、仏教系大学であることから「いのち」が入り、それを支える「食」と「農」を総合的に捉えるという趣旨の学部である。また、立命館大学食マネジメント学部は2018（平成30）年4月からびわこ・くさつキャンパスに新設される学部である。食の社会的なあり方や、文化的・歴史的な背景、さ

らに自然科学的な知識までを経済学・経営学を基盤にして「フードマネジメント」「フードカルチャー」「フードテクノロジー」の3つの領域の総合的な学びを通じて理解していくという狙いである。ここに2019（平成31）年からは京都府立大学文学部の中に新設される「和食文化学科（仮称）」が加わる予定である。この京都府立大学和食文化学科については、次章で詳述する。

図表 11 ■主な「食文化」関連高等教育機関 ※短期大学、管理栄養士養成コースを除く

大学 (設置者別)	学部・学科等	所在地	開設 年度	入学定員数 ※H30年度	在籍者数 (収容定員) ※H29.5.1現在	教職員数 ※H29.4.1現在
女子栄養 大学(私)	食文化栄養学科	埼玉県 坂戸市	平成5 ※平成18 名称変更	学科計87	学科計425 (328)	学科計13 教授6 准教授4 講師3
くらしき 作陽大学 (私)	食文化学部 現代食文化学科	岡山県 倉敷市	平成14	学科計80 食と健康50 フードコーディネート30	学科計213 (320)	学科計10 教授4 准教授3 講師3
宮城大学 (公)	食産業学群 (院)食産業学研究 科	仙台市	平成17 ※平成29 改組	学群計125 食資源開発学類62 フードマネジメント 学類63	学群計539 (500) 研究科23 ※旧3学科在籍学 生を含む	学群計43 教授23 准教授14 講師3助教3
梅花女子 大学(私)	食文化学部 食文化学科	大阪府 茨木市	平成24	学科計60 食ビジネスコース 食文化コース	学科計256 (240)	学科計11 教授7 准教授2 講師2
龍谷大学 (私)	農学部	滋賀県 大津市 (京都市)	平成27	学部計416 植物生命科学84 資源生物科学126 食品栄養80 食料農業システム126	学部計1,246 (1,724) 植物254 資源376 食品240 食料農業376	学部計54 教授31 准教授12 講師10 助教1
京都産業 大学(私)	文化学部 京都文化学科	京都市	平成27	学科計100	学科計317 (400)	学科計12 教授6 准教授4 助教2
京都学園 大学(私)	バイオ環境学部 食農学科	京都府 亀岡市	平成27	学科計80 食資源コース 食品開発コース	学科計204 (320)	学科計11 教授8(うち 特任3) 准教授1 講師2
東京農業 大学(私)	国際食料情報学部 国際食農科学科	世田谷区	平成29	学科計100 食農技術分野 食農社会分野	学科計109 (400)	社会分野計9 教授4 准教授3 助教2
中村学園 大学(私)	栄養科学部 フード・マネジ メント学科	福岡市	平成29	学科計100人	学科計126 (420) ※1回生のみ	学科計8 教授5 准教授1 講師2
立命館 大学(私)	食マネジメント学 部	滋賀県 草津市	平成30	学部計320	— (1,280)	—
吉備国際 大学(私)	農学部 醸造学科	兵庫県 南あわじ市	平成30	学科計40人	— (160)	—

(出典) 各進学情報サイト、文部科学省大学設置室、各大学ホームページ等から作成

図表 12 ■食文化関連の主な学会等

▲は下部組織及び日本学術会議非登録団体

名称 英語名	設立年	会員数	概要 ◆学会誌(創刊年、発行頻度・部数)
(一社)日本家政学会 THE JAPAN SOCIETY OF HOME ECONOMICS	1949年	約 2,700 名	<ul style="list-style-type: none"> ・家政学が包含する諸分野の研究者群が、時代の推移にともなう家庭や社会の諸問題を追及し、国民生活の充実改善や福祉の向上に寄与することを目的とする。※生活科学系コンソーシアム構成団体 ・対象分野は、家政学原論、家庭経営、家族、児童、食物、被服、住居、家政教育、その他(環境、健康、社会福祉等)。 ◆日本家政学会誌(1951、年 12 回・3000 部) ※日英混在、EJ あり
食文化研究部会 ▲ THE JAPAN SOCIETY OF FOOD CULTURE	1983年 ※食物史ゼミ発足	約 220 名	<ul style="list-style-type: none"> ・食文化研究の推進を目的とする日本家政学会の 1 部会 ・対象分野は、食生活、栄養、食品、調理・加工、食品衛生、食文化・食生活史、食育、その他。 ※日本家政学会「食物」領域 ◆食文化研究(2005、年 1 回)
日本食生活学会 THE JAPAN ASSOCIATION FOR THE INTEGRATED STUDY OF DIETARY HABITS	1990年 ※食生活総合研究会発足	約 750 名 ※20 周年時	<ul style="list-style-type: none"> ・食生活を総合的視野でとらえ、科学的、文化的研究の推進をはかり、その知識普及により食生活の好ましい在り方を求めることを目的とする。※生活科学系コンソーシアム構成団体 ・対象領域:食生活と食生活、食品・食物、栄養学関連 ◆日本食生活学会誌(1991、年 4 回) ※英文抄録付、EJ オープンアクセス
(一社)日本食育学会 JAPANESE SOCIETY OF SHOKUIKU	2006年	約 680 名	<ul style="list-style-type: none"> ・食育活動の展開を図り、国民に正しい食生活を示して、我が国の食環境の整備と向上に資することを目的とする。 ・教育学、家政学、生活科学、栄養学、人文科学、社会科学、農学、食品科学、医学等の諸分野と連携。 ・対象領域:食料の生産と消費、食生活改善、疾病予防、食文化の継承、食品の安全性確保、消費者理解の向上 ◆日本食育学会誌(2007、年 4 回・1000 部)※英文抄録付、EJ あり
(一社)日本調理科学会 THE JAPAN SOCIETY OF COOKERY SCIENCE, JSCS	1968年 ※調理科学研究会発足	約 1,300 名	<ul style="list-style-type: none"> ・調理に関する科学的研究の推進ならびにその知識の普及を目的とする。※生活科学系コンソーシアム構成団体 ・調理科学に携わる研究者のほか、関連分野の研究者、教育者、技術者が参加。 ・平成 26 年度「次世代に伝え継ぐ 日本の家庭料理」研究委員会(略称:家庭料理研究委員会)設置、都道府県別に 1960~70 年代の日常食のリスト化及び聞き取り調査を実施。 ◆日本調理科学会誌(1968、年 6 回・1750 部) ※日英混在、EJ あり
(一社)日本フードサービス学会 JAPAN SOCIETY OF OODSERVICE STUDIES	1995年	約 240 名	<ul style="list-style-type: none"> ・理論的、実証的学術研究を促進することにより、フードサービスに関する理論と学術体系を整備し、学術と産業の発展に資することを目的とする。 ・社団法人日本フードサービス協会が母体となり、産官学の連携を重視した研究活動を標榜する学会として発足。当面の目標としてフードサービス学の確立、若手研究者の育成等を掲げる。 ◆日本フードサービス学会年報(1996、年 1 回・1100 部)
日本フードシステム学会 THE FOOD SYSTEM RESEARCH ASSOCIATION OF JAPAN	1994年 ※フードシステム研究会発足	約 730 名	<ul style="list-style-type: none"> ・フードシステム関連領域全般に関する理論及びその応用について研究し、もって学術・文化の発展ならびにわが国や世界の食料問題の解決に寄与することを目的とする。 ・社会科学を中核に食品工学、食品学、栄養学、食文化論等の学際的な研究と、食品産業、食品行政当局との学者研究者との間で産官学共同の研究を推進。 ・対象領域:漁業生産、食品製造業、食品卸売業、食品小売業、外食産業等食品産業全般ならびに食料消費 等 ◆フードシステム研究(2010、年 4 回・600 部)※英文抄録付、EJ あり
(一社)電子情報通信学会 ヒューマンコミュニケーショングループ 食メディア研究会 ▲ MULTIMEDIA ON COOKING AND EATING ACTIVITIES, HUMAN COMMUNICATION GROUP, IEICE	2006年 ※第三種研究会発足	委員 37 名	<ul style="list-style-type: none"> ・料理という分野を情報学の観点から体系化し、共通プラットフォームや新しいサービスを創成するとともに、コミュニケーション科学の本質的な問題を議論する場。・健康、食品、食育、福祉、環境/エネルギー、安全性に関する分野の専門家等と連携。年 4 回研究会開催、うち 1 回はシンポジウム形式で研究発表、講演会・ディスカッションを実施。

名称 英語名	設立年	会員数	概要 ◆学会誌(創刊年、発行頻度・部数)
(一社)全日本・食学会 ▲	2012年	—	<ul style="list-style-type: none"> 日本の食・食文化に関する教育、技術開発並びにその普及活動、食育及び各地域の地産地消の支援により我が国固有の食文化の発展・振興に寄与することを目的とする。(理事長:村田吉弘) 会員は料理人や食産業従事者。活動内容に「研究、交流、発信」の三本柱を掲げ、食サミットの開催等により料理人の交流活動を推進。 対象領域:技術、文化、科学、素材分野 ※研究活動のジャンル区分
(一社)日本ガストロノミー学会 ▲	2011年	27名	<ul style="list-style-type: none"> 真の日本料理とは何か、各地域の郷土料理とは何かを歴史からも分析し正しく追求し世界に正確に発信していくことを目的とする。 表彰、イベント事業による外食産業・日本食シェフの支援、食文化・美食法に関連する研究・教育、アカデミー公式ガイドブックの出版等の事業を実施。
味の素・食の文化フォーラム ▲	1982年	約40名	<ul style="list-style-type: none"> (公・財)味の素の文化センターがキーステーションとなり、社会・人文・自然科学 20以上の領域の研究者やジャーナリストが一堂に会し、分野を越えて食のテーマについて議論する場を設置。食文化研究の進展を支え、食文化情報の発信源となっている。 企画委員会が決定する、毎年異なるテーマで、年3回ゲストスピーカーを招いてフォーラムを開催。研究成果を書籍化。 ◆ドメス出版「食の文化フォーラム」シリーズ(年1回)2017年で計35号
嗜好品文化研究会 ▲	2001年	8名	<ul style="list-style-type: none"> これまで日本人が追求してきた「豊かさ」に支えられながらも、それとは異なる次元、視点に立ち、嗜好品を糸口として、さまざまな「愉しみ」の世界を切り開くことを目的に始められた。(代表:高田公理) 毎年度テーマを定め、関連情報を収集するとともに専門家からなる研究会を実施(年3回)。研究成果を出版するとともに、年度末には研究成果を広める「フォーラム」を開催。ほかに研究奨励事業も実施。 ◆嗜好品文化研究(年1回・600部)2017年第2号ほか、単行本刊行

(出典) 日本学術会議協力学術研究団体一覧、各学会等ホームページ等から作成

主に研究者によるコミュニティである「学会」については、「食文化」に関連するものを図表12にまとめた。歴史のある学会としては、日本家政学会(1949年創設)や日本調理科学会(1968年創設)などがある。その中で日本家政学会に1983(昭和58)年から部会として設置された食物史ゼミ、後の食文化研究部会が「食文化」を冠した最も古い「学会」である。この部会の設置が1983年というのが、先に見たように石毛直道氏が提唱した味の素の文化フォーラムの後であったということに注目すべきである。いかに石毛氏の提唱が先駆けていたかが理解できる。何より石毛氏の提唱には、従来の「家政学」、すなわち食物学や調理学、栄養学といった狭い範囲の中に「食文化研究」は留まるべきではないという主張が込められていたことからすると、「食文化」は「本家」の家政学も見落としていた学問的対象と言えるのである。「食生活」や「食育」といったテーマを掲げた学会の設立はずっと後になる。

このうち「日本フードサービス学会」「日本フードシステム学会」などは、大学の研究者だけでなく、食関連企業の研究者や行政関係者も加わっており学産官で構成される学会である。食関連の「知」は大学の中だけでなく、より以上に食の「現場」にあることを想定すべしなすげるところである。「全日本・食学会」は主に料理人や食関連産業の人た

ちで構成される学会で、京都菊乃井・村田吉弘氏が理事長に就任している。「学会」とは言えないが、同氏が同じ理事長を務める、京都を拠点とする日本料理アカデミーは、先に「和食」の無形文化遺産登録に際しての功績について触れたが、主に料理人たちが設立し、学校現場での食育や特区制度を活かした外国人料理人の受入れ等、食文化の振興に力を入れている民間団体として、その存在は大きいと言わねばならない。

「表」につけ加えるべき新たな学会として、2018（平成30）年2月京都で設立された「和食文化学会」があるが、これについても次章で触れることとする。

3. 京都市の食文化振興の現状と取組

(1) 京都の食文化振興政策

すでに新潟市や鶴岡市といった都市における食文化振興の動きを見たが、幅広い「文化力」を誇る京都市における食文化振興に関わる諸施策は、それらに負けず劣らず多彩な展開を見せていると評価できる。

「食文化」ということでは、まず 2013（平成 25）年 10 月に「京都をつなぐ無形文化遺産」の第 1 号として「京の食文化」が選定されたことがあげられる。この制度の趣旨は、京都の数多くの無形文化遺産の中には、定義や概念、保存主体が不明確であることから、現行の法令上、文化財としての指定・登録が困難なものの価値を再発見・再認識しようというもので、これによりさらに京都の文化力を高めようという期待が込められている。「和食」の無形文化遺産登録が同年 12 月であるから、それに先んじた 2 カ月前の選定である。

「京の食文化」には「大切にしたい心、受け継ぎたい知恵と味」という副題がついており、料理形式や食材の特徴といった「もの」だけでなく、特に「心」まで含めて体系化されている点が独特である。選定の趣意書には、京の食文化が持つ特色として「食への姿勢」があがっており、「心」に関する事柄として以下の 5 点があげられている。

- 神仏とのかかわりの中で培われた、自然や命、食に関わる人への感謝「いただきます」「ごちそうさま」
- 生活の中から生まれた、食材を無駄なく大切に使う心「始末」「もったいない」
- 洗練された文化との触れ合いを通じ、町衆の暮らしの中で育まれた本物・本質へのこだわり
- 四季折々の美しい自然の中で培われた季節感
- 茶の湯や生け花といった生活文化によって育まれた「おもいやり」「おもてなし」、そして、その中で研ぎ澄まされた五感での味わい

具体的な内容としては「暮らしが育む」「暮らしを支える」「暮らしを彩る」「もてなし」という食文化の 4 つの側面にそって、「おぼんざい」「行事食」「野菜」「漬物」「茶」「和菓子」「料理屋」「しつらえ」など、全部で 21 項目が設定されているが、こうした京の食文化の背景にある「心」をその前提として明示することで、京の食文化の「深さ」を表している。ただし「心」の「継承」こそ難しい課題としてあることも事実である。

「京都をつなぐ無形文化遺産」はこうした「深み」を持つとはいうものの、まだ「文化財保護」のための制度という印象がぬぐえない。そこで注目されるのは、公開された会議資料から垣間見える「京都の食文化推進プロジェクトチーム」の存在である（**図表 13**）。チームの「役割」は、「京都ならではの料理、菓子、お酒、食材、食器、しつらえなどを

はじめとする食文化の継承・普及について、総合調整を行うとともに、市内外に向けた情報発信の強化を図り、観光誘客や消費の拡大、地域の活性化に結び付ける」とある。部局横断的なチーム編成であろうが、2015（平成 27）年より「食文化の普及・活用」というテーマで、産業振興・観光振興・地域振興の施策があり、「食育・食文化の継承」と「食の安全安心」というテーマで保健福祉関連の施策が位置づけられ、京の食文化の「継承」「普及」「活用」という観点から体系化されている。やはり京都市においても「食文化」をキーコンセプトに、関連諸施策を総合的に体系づけようという試みがなされている。

図表 13 京都市における「食文化」に関する主な取組

食育		食文化の普及・活用		
健康長寿のまち・京都 食育推進プラン(H28.3～32) 【保健福祉局保健衛生推進室】		※京都の食文化推進プロジェクトチームにより 各局区の取組を集約した「アクションプラン」(~H32)策定予定？ 【産業観光局観光 MICE 推進室ほか】		
継承		普及	活用	
<ul style="list-style-type: none"> ・食育セミナー ・ふれあいファミリー食セミナー ・食育指導員の育成・活動支援 ・小学校出前板さん教室 ・日本料理に学ぶ食育カリキュラム推進事業 ・学校給食における「和食」の推進 		<ul style="list-style-type: none"> ・京の食文化ミュージアム・あじわい館 ・“京都をつなぐ無形文化遺産”「京の食文化」選定 ・特定伝統料理海外普及事業【特区活用】 ・京都和食文化推進会議 ・清酒の普及の促進に関する条例(H25) 	<ul style="list-style-type: none"> 産業振興 <ul style="list-style-type: none"> ・京の旬野菜推奨事業・新京野菜 ・京の食材フェア ・日本酒条例サミット(H28) ・清酒酵母育種・開発 ・食彩市、鍋まつり【中央卸売市場】 ・食の海援隊・陸援隊【同】 ・「京都肉」祭、食肉講座【同】 観光振興 <ul style="list-style-type: none"> ・京都レストランウィークウィンタースペシャル(H12～) 地域振興 <ul style="list-style-type: none"> ・京都・高尾歴史と文化を巡る三尾茶旅【高雄地域活性化実行委員会】(H27) ・風土・food 大原野【なんやかんや「大原野」推進協議会】(H23～) ・左京食文化プロジェクト(H27～) 	
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">↑</div> <div style="text-align: center;">↓</div> </div>				
食の安全安心				
第 2 期食の安全安心推進計画(H28.3～32) 【保健福祉局医療衛生推進室】				

（出典）第 1 回京都の食文化推進プロジェクトチーム会議資料（平成 27 年 8 月 10 日）から作成

まず「継承」では、各区で「ふれあいファミリー食セミナー」等の食育事業を実施するほか、食育指導員の育成や日本料理アカデミー等の協力を得て小学校での出前授業、学校給食における「和食」の推進を図っており、特に「和食」給食では全国の食育関係者の注目を集めた。

「普及」では、京の食文化ミュージアム・あじわい館での普及事業や前述の「京都をつなぐ無形文化遺産」での「京の食文化」の選定、特区制度を活用し、和食を学びたい外国人料理人を受け入れる「特定伝統料理海外普及事業」がある。また、左京区ほかの地域には、地域内の特産品を地域振興にも活かそうという機運もある。さらに「京都和食文化推進会議」は、京都府との共同事業として、無形文化遺産登録を受けて、関連団体のネットワーク化を図り、情報発信・共有等の取組を通じ、オール京都で和食文化を推進すること

を目的とした緩やかなプラットフォーム組織である。2014(平成26)年11月に設立された。現在「和食文化京都大賞」等の顕彰事業が中心で、本年度で3年目を迎え、今後の事業の方向性の策定が課題と言えよう。

「活用」では、「京の旬野菜推奨事業・新京野菜」や「京の食材フェア」、中央卸売市場による「食彩市、鍋まつり」など産業・観光振興に活用するイベント事業が展開されている。平成28年度事業ではあるが、**図表14**に関連事業をまとめた。今までに触れたさまざまな取組が一覧できる。「京の食文化」選定を起点とした普及啓発事業、京野菜・伏見の清酒の振興、食の観光への活用、魅力発信、食拠点施設による普及・発信、学校給食の充実等々、文化財保護から農林水産業振興、観光振興、消費生活、食育、学校給食に至る、部局を横断するきわめて豊富な施策・事業を列挙することができる。「食文化」を軸とした他市にない京都市ならではの、さらなる施策の展開が期待される。

「京都の食文化推進プロジェクトチーム」は平成27年8月に開催された「第1回」で止まっているのではないかと推測されるが、庁内における、その後の情報の共有化や事業の共同化等の試みの有無も気にかかるところである。

図表 14 ■京都市の主な「食文化」関連事業（平成 28 年度事業）

事務事業名	事業の概要 ◆食に関する指標	所管 【委託・助成先】	上位計画での位置付け
“京都をつなぐ無形文化遺産”制度の運用(H25～)(うち「京の食文化」啓発事業)	<ul style="list-style-type: none"> 文化財指定・登録が困難な無形文化遺産の保存・継承を目的とする京都市独自の制度を創設、第1号に「京の食文化」を選定 食文化関連では、ほかに「京の菓子文化」(H29.3)、「京の年中行事」(審査中)などを選定 料理教室の開催、ハンドブック刊行等の普及啓発活動 	文化市民局 文化芸術都市推進室 【リーフ・パブリケーションズ等】	かけがえのない文化財の保護、活用と伝承
京の食文化を支える京野菜の生産・流通・消費体制強化事業(H26～28)	<ul style="list-style-type: none"> ①「新京野菜」の栽培技術の確立及び普及 ②重点推進品目の選定・生産拡大・販促・新商品開発 ③出荷袋や生産者カードによる旬野菜の「見える化」 ④飲食店へのメニュー提供、生産者とのマッチング等 ⑤食文化啓発フェアの開催 ※H29～新京野菜生産振興に係る事業を「園芸振興」に統合	産業観光局 農林振興室 【京の旬野菜協会、おいしおすすめ京野菜キャンペーン実行委員会等】	産業として魅力ある農林業の構築と担い手の育成
園芸振興(H16～)	<ul style="list-style-type: none"> 新京野菜の開発、旬野菜の販売促進、京野菜のPR等 ◆京の旬野菜生産割合/京都市場における京都市産野菜平均単価 		
京の川の恵みを活かす事業(H23～)	<ul style="list-style-type: none"> 天然アユの復活に関する実践活動・調査研究等への助成 ①天然アユ等の道づくり ②アユ等のすみかづくり ③アユ等の産卵場づくり ④川の恵みを豊かにする森づくり ◆天然アユ遡上数 	産業観光局 農林振興室 【京の川の恵みを活かす会】	環境や社会に貢献できる農林業の育成
伏水・蔵まち構想の推進(H26～)	<ul style="list-style-type: none"> 伏見のブランド酒づくりに係る補助 ①ブランド酒づくり ②伏見の酒や京野菜メニューを提供する飲食店の選定・PR ③観光資源の創出 ④伏水・蔵まち構想(仮称)の策定(～H26) ◆伏見の酒米を使った日本酒販売数/伏水・日本酒れすとらん店舗数 	産業観光局 農林振興室 【田んぼと酒蔵のあるまちづくり推進事業組合】	
京都の食を活かした観光による地域活性化事業(H28～)	<ul style="list-style-type: none"> 食文化・食のイベントの情報発信、「食」を活用した観光振興 ①京都の食文化・食イベントの情報発信(「食のイベントナビ」の運営、食関連宣伝素材のフォトライブラリー公開) ②京都の食を活用した観光振興(旅行業者等を対象とする地場産品(農)にフォーカスを当てたモニターツアー等) ◆観光消費額(日本人一人あたりの食事代)/モニターツアーへの参加事業者数 	産業観光局 観光MICE推進室 【京都観光推進協議会】	観光スタイルの質の向上
京都和食文化推進会議運営(H28～)	<ul style="list-style-type: none"> オール京都での和食文化推進の取組の推進、和食文化国民会議への参加 ①京都における和食文化の保護・継承・発展に携わる団体等のネットワーク化(シンポジウム等) ②京都における和食文化の情報発信・共有の推進 ③表彰制度(和食文化京都大賞等)等 ◆推進会議へ参画する個人・団体数/個人団体被表彰者 	産業観光局観光MICE推進室 【和食文化国民会議】(府市協調事業)	
京都の文化資源の魅力発信事業(H29～)	<ul style="list-style-type: none"> 民間事業者との連携による商品造成・送客・PR が一体となった国内誘客事業、対象に「京の食文化(和食)」を含む 	産業観光局 観光MICE推進室 【京都「千年の心得」推進協議会等】	観光都市としての質の向上
中央卸売市場第一市場運営(うち食の拠点機能充実事業)	<ul style="list-style-type: none"> 「京の食文化の普及及び食育の推進」のための啓発事業 ①食の海援隊・陸援隊(H16～) ②小学生向け食育活動(小学校出前板さん教室、子ども料理教室、子ども市場見学会) ③鍋まつり(H15～) ④食彩市(H23～)等 ※H25 第1回「食と農林漁業の食育優良活動表彰」受賞、H25.4「京の食文化ミュージアム・あじわい館」開設 	産業観光局 中央卸売市場第一市場 【京都市中央卸売市場協会】	市民に安心していただける流通体制の強化
学校給食の充実(S19～)	<ul style="list-style-type: none"> 京野菜等を取り入れた「地産地消(知産知消)」献立、京都の伝統的な献立の実施など H27～小学校給食に「和食推進の日」設定、「和(なごみ)献立」を提供、和食に合う食器・調理機器等を導入 	教育委員会 体育健康教育室	子どもたちに「生きる力」を育む教育の推進
共汗型事業「左京食文化プロジェクト」(H27～)	<ul style="list-style-type: none"> 「“ほんまもん”の食を楽しもう」をテーマに、左京区の「食」に関するもの・ことの継承及び「食」を通じた区北部地域の活性化を図る事業、左京区の「歴史・文化・学問のまちづくり」の一環 H27 年度実行委員会発足、食文化フェスタ「楽市洛味」、シンポジウム、料理コンテストなど 	左京区役所 地域力推進室	地域コミュニティと京都市との新しいパートナーシップ

※本文中に「食文化」に言及がある事業。観光MICE推進室「京の食文化普及促進課」担当中食文化に言及のない4事業は除外。(出典)平成29年度事務事業評価結果から作成

(2) 京都における新しい「食文化」振興の取組

本節では、京都市以外の京都府や大学等の新しい「食文化」振興の取組を見る(図表 15)。

京都府では、京都市と協調して、前述の「京都和食文化推進会議」の運営にあたるほか、恒例となった「京都・和食の祭典」の開催、食文化を生かした食産業の振興に取り組んでいる。「京都・和食の祭典」は、総合的なイベントである。また、京都府の農林水産業は、古くから京野菜や宇治茶、北山丸太、日本海の水産物など、地域の特性を活かした特色ある産品を生み出してきた。そのため、京の食文化を活かして関連産業の高付加価値化とブランディングに取り組むなど、産業振興での活用が中心となっている。

特に、表にあがっている「和食文化高等教育機関設置推進事業」は、京都府が 2013(平成 25)年度より取り組んでいる事業である。検討期間中の同年 12 月にタイミング良く和食の無形文化遺産登録があり、その後も和食文化の高等教育機関のあり方について継続して検討が重ねられてきた。その間、2014(平成 26)年に府立大学内に付置研究所として開設された京都和食文化研究センターを中心に構想推進が図られた。その結果、2017(平成 29)年に京都府立大学文学部の中に「和食文化学科(仮称)」を 2019(平成 31)年 4 月より新設することが決定された。

図表 15 ■ 京都府等の「食文化」に関する取組

団体等	主な取組内容
京都府	<ul style="list-style-type: none"> ・京都・和食文化推進会議の運営 ・和食文化高等教育機関設置推進事業 ・「京都・和食の祭典」等開催事業 ・和食文化海外発信事業 ・エコミック・ガーデニング推進センター「京の食」部会の運営 ・「京の食」ブランド推進プロジェクト(京都産業 21) 等 <p style="text-align: right;">(H29 年度事業)</p>
商工労働 観光部	<ul style="list-style-type: none"> ●「京の食」産業振興プラン(H27~30) (目標) 京の食文化を生かした「京の食」産業の活性化 (施策) ○京の食文化をいかした販売促進の強化 <ul style="list-style-type: none"> ・関連産業と連携した高付加価値化とブランド戦略 ・世界への情報発信とインバウンド対策 ○「京の食」産業の基盤強化 <ul style="list-style-type: none"> ・食文化を生かす人材・技能の継承と基盤技術の向上 ・京の食文化に触れる機会増大 ・食の安心・安全の推進
京都商工会議所	<ul style="list-style-type: none"> ●京商ビジョン NEXT—価値創造都市への挑戦(H28.11) ○農商工連携による食の 6 次化等の推進(重点項目「文化×産業の創造」) ・「京商食の 6 次化推進支援ボード」による農商工連携の推進 ・食文化や食品産業の魅力を発信する「食と文化のつどい(仮)」の開催 ・京都・和食文化推進会議表彰(和食文化京都大賞・京都和食文化賞)の実施支援 <p style="text-align: right;">(H29 年度事業)</p>
京都市 観光協会	<ul style="list-style-type: none"> ・「京の夏の旅」「京の冬の旅」キャンペーンの実施(テーマに「京の食文化」、「食遊菜都」等参加体験型イベントの企画実施) <p style="text-align: right;">(H29 年度事業計画)</p>
日本料理 アカデミー	<ul style="list-style-type: none"> ・地域食育(食育に係る講演会の実施 等) ・日本料理コンペティション(日本料理に係る研修会の実施 等) ・海外事業(日本料理ラボラトリー、日本料理フェローシップ 等) <p style="text-align: right;">(事業概要)</p>

(出典) 各団体等ホームページから作成

「和食文化学科」は、文学部内の1学科として定員30名、専任教員5名と小規模ながらも、我が国初の学科として、「グローバルな視点」からは世界的な和食文化への期待の高まりに応えるという意義、また「ローカルな視点」からは「和食文化学」という新しい創造的学問分野を拓き、次代を担う若者を育てるという意義がある。ここに学ぶ学生は、京都の地の利を活かしながら和食史学、和食文芸、食人類学、食経営学、和食科学などを学び、総合的に和食文化を探求することになる。和食文化の継承・発展のための学科設置という地道な人材育成であるが、きわめて意義のある事業と考えられる。

また「和食文化学会」についても触れておかなければならない（図表16）。

図表 16 ■和食文化学会・概要

経緯	京都府立大学和食文化学科の開設に先立って、2017（平成29）年同大学京都和食文化研究センターの発議により「和食文化学会発起人会」が組織され、2018（平成30）年2月19日、1大学の枠を越えたオールジャパンの学会として「和食文化学会」が京都で設立された。
趣旨	…和食文化の継承・発展には何が必要か。この問いに答えを出す務めを、学術は求められている…。そのために、食にかかわる膨大な知を集積し、活用への道筋をつけることがあわせて求められている。社会から負託されたこの役割を果たすために…和食文化学会を立ち上げ、和食文化を創設させ、発展させる。（設立趣意書）
目的	…多様な食の当事者との協働により、諸学問を統合した食文化学の創生および発展に資する研究を推進するとともに、京都を含む全国の和食文化による地域創生と国際交流の発展に貢献することを目的とする。（会則案）
事業	(1) 総会、年次研究大会、研究会などの開催 (2) 地域社会、行政及び産業界との連携事業 (3) 国際連携、国際交流事業 (4) 全国の食文化に関わる各組織との連携による企画調整 (5) 学会誌『和食文化研究』など出版物の刊行 (6) その他目的を達成するために必要な事業
会員	正会員、学生会員、法人会員で組織される。
会員構成	学会は、設立趣意書にあるように、研究者だけでなく調理人や食品企業勤務者など、食の「現場」にいる人たちが構成され、文理融合による、我が国初の「食文化」に関する学会である。
主な役員	会長 佐藤洋一郎（京都府立大学特任教授） 副会長 朝倉 敏夫（立命館大学経済学部教授） " 末原 達郎（龍谷大学農学部長・教授） " 新川 達郎（同志社大学大学院総合政策科学研究科教授） " 原田 信男（国土館大学21世紀アジア学部教授） 顧問 石毛 直道（国立民族学博物館名誉教授） " 熊倉 功夫（和食文化国民会議名誉会長） " 高橋 英一（瓢亭第14代主人） " 村田 吉弘（日本料理アカデミー理事長。菊乃井主人） 名誉顧問 山田 啓二（京都府知事） 理事 秋津 元輝（京都大学大学院農学研究科教授） " 上田 純一（京都府立大学特任教授） " 江頭 宏昌（山形大学農学部教授）ほか 計19名（※役職は平成30年2月現在）
事務局	当面、京都府立大学京都和食文化研究センター内におく。

（出典）和食文化学会「設立趣意書」「会則」等（平成30年2月19日設立総会時）から作成

和食文化学会は、和食文化学科開設に先立って開設されていた京都和食文化研究センターの発議によって、2018（平成 30）年 2 月京都で設立されたオールジャパンの学会組織である。新しい「和食文化学」という学問を確固たるものにするため、京都の枠を越えて全国、全世界の「食」に関わる研究者や企業人、料理人等の知恵を結集し研鑽しようという学会で、やはり「和食文化」に関する我が国初の学会である。

学会長には佐藤洋一郎氏（京都府立大学特任教授、農学）、副会長には京都の 3 大学の研究者に加えて、食文化研究の泰斗・原田信男（国士舘大学教授、日本史）等が役員に名を連ねている。2018 年 3 月現在、会員募集や研究大会の概要等、事業計画が練られており、本格的な活動は新年度からになる。大学等研究者による従来のクローズドな学会と異なり、京都の枠を越えたグローバルな学会であり、京都市としても知恵の交流等を通じて食文化都市のネットワーク化や政策立案等に活用しうるのではないかと考えられる。

4. 総合的考察

(1) 「食文化の世界都市」に向けての基本的な考え方

京都市は、2018（平成 30）年 3 月末、新年度の人事に「京の食文化・流通戦略監」を新設した。これは中央卸売市場を拠点とした流通戦略・食文化の普及啓発を推進するための体制強化とされている。特に、あらゆる施策に「食文化」を通じた好循環を生み出そうという狙いはおおいに評価できる。府や大学、民間企業、民間団体との連携のもと、京の食文化振興を通じて京都市が「食文化の世界都市」へと飛翔していくことが期待される。

冒頭に記したように、「京の食文化」は京料理を初めとして、京野菜、京漬物、日本茶、清酒、京菓子、仕出し文化、市場文化、さらにはしつらえ（陶磁器、漆器、木竹工芸など）といった物質文化的要素、行事食、儀礼食等の生活習慣、おもてなしの心、「いただきます」の感謝の心、しまつの心など精神文化的要素、それらを支える茶道・華道等々、数多くの要素で成り立っている。

こうした「京の食文化」の幅広さについては、必ずしも国際的な理解が進んでいるとは言えない。特に「国際交流」の側面からの食文化振興の手立てが必要と考えられる。「京の食文化」を支える周辺文化各分野において活発な国際交流がなされ、相対化していく必要がある。なぜなら、交流を通じた「相対化」が京の食文化、和食そのものの新しい価値の発見につながると考えられるからである。

また、これまで見た国内の諸都市の「食文化」を基軸とした産業振興と同様に、京都市においても京の食文化を支える京料理はもちろん、京野菜等の食材や、食器、しつらえ、行事、市場、日本茶、清酒、菓子等を料理とともに情報発信し、普及する場と機会を整備し、産業経済面での交流と活性化を図ることも当然である。

「食文化」を中心コンセプトとして複合的な都市政策の展開を図る——これこそが京都市が「食文化の世界都市」となる施策立案の基本的な考え方である。

(2) 提 言

1 ユネスコ創造都市への加盟

京都市は、やはりユネスコ創造都市ネットワークの「食文化」分野に登録申請すべきである。京都市は多様な都市特性を持っており「食文化」のみの創造都市ではないという異論が出ることは予想できる。しかし、京都は「Washoku」の神髄である京料理を初めとする「食文化」という「顔」もあることの国際的な知名度獲得と国際的ステータス向上のためには不可欠であると考えられる。ユネスコ登録を契機として、内外の食文化を売りとする諸都市とのネットワーク化の可能性が広がる。

それはユネスコ創造都市が一堂に集まる会議を京都市が主宰する、あるいは次項のような国際的イベント開催においても有利に働くはずである。

2 国際的食イベントの開催・支援

世界の「食文化」の無形文化遺産都市や国内で食文化創造都市を標榜する都市を集めて、食文化の保護と活用のあり方についての知恵を交換するシンポジウム等で構成する「世界食文化都市会議（仮称）」、さらに創造都市の食材を集めた見本市「世界食文化メッセ（仮称）」を開催する。京都の食文化振興政策を世界にアピールすると同時に、市民・若者同士の交流を促したり、京野菜や清酒等、豊富な農産品を売り込む場と機会とする。すでに類似企画を実施しようという都市があると考えられるが、京都の「食文化力」が持つ吸引力からすれば、どの都市も駆けつけるはずである。

さらに、民間ベースで実施されている「食文化」に関わるさまざまな主体による国際的な商談会や会議、見本市、料理コンテスト等の食文化イベント、業界間の交流イベント、さらには例えば市場同士の姉妹交流ネットワークづくり等に対して、行政として特別な支援措置を講ずることも有効である。

3 「京都食文化ミュージアム」の充実

すでに「京の食文化ミュージアム・あじわい館」では、「みる・つくる・あじわう」をテーマに「京の食文化」についてその背景や特質について網羅的に展示した施設であるが、さらに展示を充実させるとともに、料理教室等の体験事業に加えて、食文化について「考え」「学ぶ」機能、例えば、食文化関連図書を集めたライブラリーや、食文化研究者と料理人等との研究交流施設など、文化機能の拡充が必要と考えられる。現在より大きな空間を確保し、多機能型の本格的な「食文化博物館」を整備する。

4 食文化に関する歴史書の発掘と保存

市内の旧家や老舗、歴史ある料理屋、菓子舗等に伝わる食文化に関する古文書、例えば各家に伝わる料理記録や製造記録、食材取引等に関わる歴史的文書を発掘し、保存する。市内にはまだたくさんの記録的文書が残されていると推測され、歴史家のプロジェクトチームを編成して、各家の要請に応じて解読・整理・復刻するなど、京の食文化に関する市民の貴重な文化財として後世に残す。前項の食文化ミュージアムがその受入と保存にあたることも一考に値する。

5 食文化振興の庁内推進体制の強化

「京の食文化・流通戦略監」のリーダーシップのもと、「京都の食文化推進プロジェクトチーム」を拡大・強化することにより、庁内の知恵を結集して、京の食文化を基軸とした複合的政策展開の戦略を打ち出す司令部とする。例えば、伏見の清酒や京野菜、京都肉等、地元産品の輸出促進を図ることが主眼の事業を実施するとすれば、他の観光施策と合わせてテーマや時期を統一するとともに、「文化の多様性保護」や「都市農業の未来」といった国際的なテーマを設定した会議やイベントを同時開催して内外から誘客を図るなど、「食文化の世界都市」にふさわしい国際的な食文化戦略を展開する司令部となる。