

2020年で 変わる日本食品

ーグローバル化は次のステップへー

東京オリンピック・パラリンピックが開催される2020年は、日本の農林水産業、食品産業にとって大きな分水嶺になるだろう。4,000万人とも目されている訪日客が日本食を食べ、それを帰国後に広めることを考えれば大きな機会となる。中小を含めた食品産業も、グローバル市場を視野に入れて飛躍できる機会になる。

日本の食事の基本である一汁三菜は、平安時代に始まったという説が有力だ。宗教的な理由もあって畜産品はあまり発展しなかったが、コメを中心とした食事が確立した。江戸時代になり、天ぷら、寿司など現代につながる食品が普及した。明治時代以降に畜産品も好まれるようになり、同時に白菜など新しい野菜も国内でも栽培され、消費につながっていた。

1970年代以降に日本食レストランは米国のニューヨークやロサンゼルスなどへ出店したが、きわめて限定的だった。自動車などでも「メイド・イン・ジャパ

ンはすぐ壊れる」など高い地位を得られず、寿司でも「日本人は二本の棒で生の魚を食べる」と揶揄されたこともあった。時間をかけて地位を確立してきた。

代表的な日本食であるラーメン、カレーライス、肉じゃがなどは、もともと海外の料理を日本風にアレンジ、進化させた食品だ。こうした日本食は独自進化してきたため、海外では受け入れられないという考えや、日本の農畜水産物は価格面での市場競争力が弱いため、海外では売れないと思われていた。だが、第2次世界大戦後に登場したインスタントラーメンがアジア各国に浸透していったように、すでに芽生えはあった。さらに、テレビで放送されるアニメなどの影響もある。「ドラえもん」「キャプテン翼」のようなアニメーションは世界中で放送され、そこで登場する「おにぎり」「カレーライス」「ラーメン」など日常的な食品が広く知られるようになっていった。日本食は伝統的なものだけでなく、文化と

もあいまって世界に広がっている。

こうした背景で「自然を尊ぶ」食事として、「和食；日本人の伝統的な食文化」が2013年12月にユネスコ無形文化遺産に登録された。厳密な定義はないが、世界で知られている日本食は伝統的な和食と、和食をベースに進化させたものとして、世界中からの注目に拍車がかかった。

一方で日本の食品産業は独自に進化し、国内の消費者の支持を得て発展してきたため、世界の潮流と合致しない面も出てきている。安全・安心に加えて、持続可能な開発目標（SDGs）への対応といった点で遅れが出ている。国内ではHACCPへの対応は法制度化されたが、民間同士の取引ではFSSC22000など新たな民間規格・基準も要求され、事業者の社会的な責任としてSDGsに対応せざるをえなくなっている。

（伊藤哲朗）