

食博覧会・大阪 とは



1985年の秋に第1回目を開催し、それ以降4年毎にゴールデンウィークに開催しており、2017年で第9回を迎えます。毎回、60万人前後の来場者（累計483万人）があり、日本最大級の食のイベントになりました。

当初は、外食産業を広く世間にアピールする起爆剤にという趣旨からスタートしましたが、その後、天下の台所といわれた大阪（関西）から様々な食文化や幅広い料理ジャンルの提案、日本各地の郷土料理などを発信する場となりました。また、日本と世界の料理・菓子・技術を紹介したり、食に関わる日本・世界の祭りやエンターテインメントの演出、さらには食育や食の安全・環境への取組みも積極的に行っています。

* 官公庁、関西財界、食関連の団体など多くの支援を得て、官民一体の実行委員会を組織し、一般社団法人大阪外食産業協会が中心となって企画・運営するイベントです。

〔これまでの開催概要〕

回数	第1回	第2回	第3回	第4回	第5回	第6回	第7回	第8回	第9回
年度	1985	1989	1993	1997	2001	2005	2009	2013	2017
期間	11.12～17	4.28～5.7	4.30～5.9	4.25～5.5	4.27～5.6	4.28～5.8	4.30～5.10	4.26～5.6	4.28～5.7
入場者数 (名)	365,900	529,500	582,300	741,000	652,000	662,000	645,000	656,000	500,000 (目標)
出展 団体数	205	251	217	280	330	406	346	387	-
開催 テーマ			海の幸と 山の幸	世界お国自 慢・味自慢	宴 新世紀	食べる感動・ 食べる楽しさ	食を知り、食 を楽しむ	食でつなごう 日本と世界	日本の祭り・日 本の味くらべ

'17 食博覧会・大阪 について

(開催概要)

主催 : 食博覧会実行委員会 ・ (一社) 大阪外食産業協会 ・ (公財) 関西・大阪21世紀協会
 開催テーマ : 日本の祭り・日本の味くらべ
 会期 : 2017年4月28日(金)～5月7日(日) 10日間
 開催時間 : 11時～20時(最終日は19時まで)
 目標入場者数 : 50万人

《会場構成》

〈宴テーマ館〉5号館

日本の祭りと和食文化が織りなす宴

- ・五穀豊穡のシンボル(東北三大祭り実物展示)
- ・日本料理コンクール展示
- ・和食体験展示
- ・裏千家呈茶席



〈日本の祭ライブステージ〉プラザ

来場者を賑やかな祭りで出迎える



・全国の祭りライブ

日本の祭り
日本の味くらべを
印象強く表現する
テーマゾーン

5号館

宴テーマ館
(主催者テーマ出展)

プラザ

日本の祭り
ライブステージ

2号館

日本の味くらべ館
(特別協賛・自治体出展)

食の未来を考え
提案するゾーン

4号館

新食館
(大規模・一般出展)

3号館

UTAGE館
(主催者テーマ出展)

バラエティ豊かな
食の楽しみを
提供するゾーン

6号館B

食博楽市
世界の味くらべ
(海外関連・一般出展)

6号館A

食博楽市
日本の味くらべ
(自治体・一般出展)

〈日本の味くらべ館〉2号館

47都道府県の味が大阪にやってくる

- ・自治体(都道府県市町村)出展
- ・北前船寄港地出展
- ・郷土食ステージ



〈新食館〉4号館

食の未来、新たなトレンド大集合

- ・大型企業出展、企画企業出展
- ・新食感キッチンステージ
(食育、料理コンクール、他)
- ・初出展企業、団体、等

〈食博楽市〉6号館

バラエティ豊かな味くらべ

A. 日本の味

- ・企画出展(各種協会、団体、等)
- ・一般出展

B. 世界の味

- ・大使館、領事館出展
- ・企画出展(各種協会、団体、等)
- ・一般出展

〈UTAGE館〉3号館

上品な大人の～UTAGE～空間

- ・大人の～UTAGE～ステージ
- ・フード&ドリンクコラボ出展
- ・食博肉祭り(屋外)

大阪市・株式会社ぐるなび 地域活性化包括連携協定

1. 観光振興に関すること

市内飲食店における訪日外国人の受入環境整備を促進

- 市内飲食店における多言語対応WEBページの構築支援
- 「インバウンド対策セミナー」の開催
- アンケート等によるアンケート調査 など

2. 食文化振興に関すること

「天下の台所」大阪が誇る食文化の次世代への伝承を促進

- 市内小学校における食育教室の開催
- 「だし」や「地域食材」などをテーマとした料理教室の開催
- 市内飲食店向けヘルシーメニューの開発支援 など

3. 地域産業振興に関すること

都市型農業や伝統産業製品をはじめとする地域産業の振興を促進

- 伝統野菜の販売促進支援（マルシェの開催）
- 市内農漁業製品や伝統産業製品のプロモーション支援 など

4. 地域活性化に関すること

本協定に基づく連携取組を中心とした大阪情報発信の強化

- HP「大阪市×ぐるなび×ぐるたび」の構築及び運用 など

一元的に情報発信

Conde Nast Traveler `The Best Food Cities in the World`

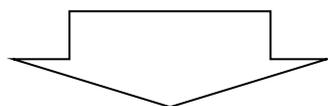
	都市名	国名
1	ケープタウン	南アフリカ
2	ドバイ	アラブ首長国連邦
3	香港	中国
4	ブエノスアイレス	アルゼンチン
5	テルアヴィブ	イスラエル
6	グスタビア セントバーツ	カリブ諸島
7	台北	台湾
8	シンガポール	シンガポール
9	上海	中国
10	東京	日本
11	トロント	カナダ
12	シドニー	オーストラリア
13	リオデジャネイロ	ブラジル
14	バンクーバー	カナダ
15	ロンドン	イギリス

The Telegraph `The World Greatest Cities for Food`

	都市名	国名
1	ハノイ	ベトナム
2	東京	日本
3	ロンドン	イギリス
4	ジャイプール	インド
5	ニューヨーク	アメリカ
6	メンドーザ	アルゼンチン
7	ボローニャ	イタリア
8	リヨン	フランス
9	ニューオリンズ	アメリカ
10	バンコク	タイ
11	バルセロナ	スペイン
12	シンガポール	シンガポール
13	コペンハーゲン	デンマーク
14	リマ	ペルー
15	フェズ	モロッコ
16	成都	中国

大阪における「食」の振興について

- ・大阪は、かつて「天下の台所」と呼ばれ、これまでも「食い倒れの街」と言われる。
- ・たこ焼き、お好み焼きなどいわゆる粉ものから割烹まで、多種多様な食にあふれている。
- ・これら大阪の「食」は、内外の観光客を引き付ける大阪観光の重要な資源の一つとなっている。



大阪府、大阪市、大阪商工会議所、食博覧会事務局、食関連団体、食教育機関、民間事業者（ぐるなびなど）との連携や事業協力により、大阪の「食」の魅力を磨くとともに、他都市との差別化を図り、「世界の食の台所」として、「美食の街・大阪」ブランドの確立をめざす。

<具体的な事業イメージ>

- ・大衆料理から高級食を問わず、異ジャンルの料理人の交流などによる、大阪ならではの新たな価値の創造や食文化の付加価値の向上
 - ・一般観光客から富裕層まで、あらゆる観光客を引き付けられるよう、さらなる食のクオリティ向上、
 - ・「食の大阪」を次世代に伝え、生涯にわたる健康につなげるための食育
 - ・食の世界を担う人材の発掘・育成、料理人の地位向上
 - ・大阪で店を開き、働いてもらうためのサポート体制の充実
 - ・飲食店の多言語対応やWi-Fi導入など、外国人受入環境整備
 - ・食博覧会のさらなる付加価値向上や世界的な食イベント誘致の検討など
- 「世界の食の台所」として、「美食の街・大阪」ブランド向上のための魅力発信

欧州の美食の街、歴史と取り組み例など

(美食の街と呼ばれ、その理由が書かれているもの3都市を参考)

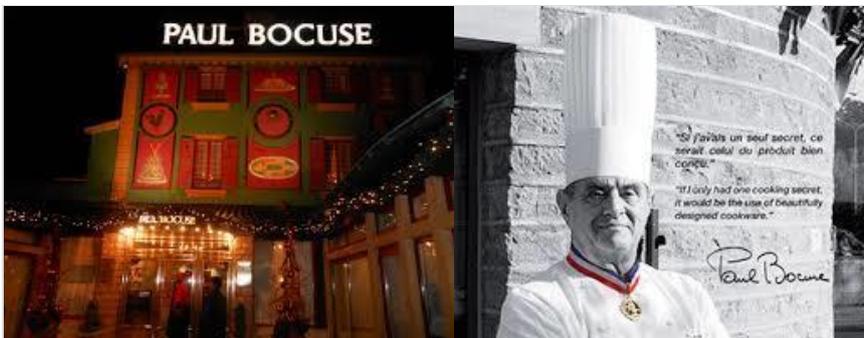
サン・セバスチャン(スペイン)

- ・バスク地方は、もともと、食材の宝庫。海も山もすぐ近くにあり、おいしい食材が豊富に手に入る。
- ・観光スポットもないこの街に、観光客を呼び込むため使った手段が「美食」であった。それを、ある一人の若手シェフによって料理改革が行われ、成功を収める。
- ・サン・セバスチャンの三つ星レストランのシェフとして名高いフアン・マリ・アルサック氏は、1970年代、フランスで大流行しはじめた“ヌーヴェル・キュイジーヌ La Nouvelle Cuisine”（新しい料理の意味）に出会う。
- ・この料理改革に衝撃を受けたサン・セバスチャン出身の若手シェフたちは、アルサック氏を中心にバスクに持ち帰り、地元の食材を生かした「新しい料理作り」に挑戦。
“新しい料理”というのはレシピだけにとどまらず、科学を用いた斬新な調理法にも及んだ。
- ・サン・セバスチャンの料理人たちは新しい技法をお互いに教えあうことで街のレストランレベルの底上げを図った。
- ・このムーブメントはレストランだけにとどまらず、“お酒のおつまみ”の提供に過ぎなかったバルの料理にも広がっていった。
 - 1) 教えあう、シェアする
 - 2) 作る楽しみを追求する
 - 3) 食べる楽しみを追求する料理業界で、こうした方が良いと分かりつつできていなかったことを、サン・セバスチャンの料理人たちが当たり前のようにやり続け、それが世界一につながった。



リヨン(フランス)

- ・16世紀、Catherine de Medici氏がフィレンツェからコックを連れてきて、彼女の宮廷でフランスの特産物を使った料理を作った。フィレンツェのノウハウと新鮮な地元の特産物を使った料理は革命的であった。
- ・結果は、郷土料理が王族や貴族の間でのステータスになり、受け入れられた。リヨンの料理は多くの地域的美食の見本となった。
- ・19世紀、中流階級の女性が家を出て、コックとなり、地域のルーツを取り込んだ、新しい美食の伝統を作った。
- ・20世紀初頭、リヨンはフランスの食の都と認識されてきた。1935年、フランス人の食のライターのCurnonsky氏とMarcel氏が‘食の都・リヨン’という本を出版した。
- ・リヨンの食は地元の食材を使った、至ってシンプルなものだ。
- ・リヨンの食は伝統的で高品質である。
- ・リヨンは、フランスの中でも、最も地元のレストランが密集している場所の一つです。
- ・美食・グルメのレストランが、街中至る所に点在しています。リヨンの伝統的なブションはもちろんのこと、高級レストラン（リヨンには約15の星付きレストランがある）、更には、100年もの歴史あるブラスリーや様々な国のレストランがあり、好みや予算にあったお店を見つけることができる。
- ・地味だったフランス料理を開拓し、「ヌーヴェル・キュイジーヌ」と呼ばれる新しい革命を料理界にもたらしたポール・ボキューズ。彼無しで、リヨンが世界中に「美食の町」として知られるようになることは不可能であっただろう。



デュルビュイ (ベルギー)

- ・ 美食の街として有名。
- ・ そもそもこの町を有名にしたのは、食通なら一度は訪れたいと願うホテル・レストラン「ル・サングリエ・デ・ザルデンヌ」。皇太子ご夫妻も訪れたことがある。
- ・ アルデンヌの森から運ばれる新鮮な食材を使用し、150年以上伝わる伝統レシピでつくられたジビエ料理(いのしし)が有名。
- ・ 世界各国からこの料理を食べにわざわざこの小さなまちを訪れる。



その他、美食の街として名前が登場する街

- ・ ビルバオ (スペイン)、シンガポール、台北、東京、プラハ (チェコ)