

# フードアナリスト1級カリキュラム

## 第1章 フードアナリスト概論

### 第1節 フードアナリストとは

- [1] フードアナリストの誕生
- [2] フードアナリストとIT革命
- [3] フードアナリストの役割

### 第2節 金融業界の信用格付けの考え方

- [1] 格付けとは何か
- [2] 格付けの歴史と代表的な格付け機関

### 第3節 海外におけるレストランガイドブック&評価

- [1] 代表的な3つのガイドブック
- [2] 各国のレストラン認証ラベル制度について

### 第4節 フードアナリストの世界

- [1] フードアナリスト資格のカリキュラム
- [2] フードアナリスト資格の専門性

## 第2章 食の感覚と表現

### 第1節 味覚について

- [1] 味とは何か
- [2] 味と味覚の違い
- [3] 味の仲間

### 第2節 五感について

- [1] 五感で味わう

### 第3節 味の表現

- [1] 音やテクスチャーで表す
- [2] 表現に活用できる食料の部位名称
- [3] 具体的な文章にする

## 第3章 フードアナリスト食事作法論

### 第1節 マナーとは何か

- [1] 食べ手としての品格

### 第2節 マナーの基本

- [1] 料理店でのマナーの基本
- [2] 外国料理の食事のマナー

- [3] パーティーでのマナー
- [4] 日本料理の食事のマナー

### 第3節 身だしなみ

- [1] 格式を重んじる場で求められる装い

### 第4節 フードアナリストとしての恥ずかしくないふるまい

- [1] 良い食べ手であるための立ち居ふるまい

## 第4章 食文化史

### 第1節 日本の食文化史

- [1] 先史・古代
- [2] 中世
- [3] 近世
- [4] 近代・現代

### 第2節 日本料理の哲学

- [1] 日本料理を裏打ちする理論
- [2] 日本料理の原点
- [3] 饗応としての料理

### 第3節 日本料理の献立

- [1] 献立の成り立ち
- [2] 主な料理様式の献立構成
- [3] 料理名の知識

### 第4節 関東料理・関西料理

- [1] 関東料理
- [2] 関西料理

## 第5章 世界の料理店

### 第1節 飲食店にまつわる食文化

- [1] レストランとは
- [2] 西洋料理の歴史と起源

### 第2節 歴史に残る有名店と流行店

## 第6章 ミステリーショッパー論

### 第1節 ミステリーショッパー調査

- [1] ミステリーショッパーとは
- [2] ミステリーショッパーの活用事例
- [3] 飲食店における代表的な調査手法

## 第2節 ミステリーショッパー調査レポート作成

- [1] 調査の事前準備
- [2] ミステリーショッパー調査のレポートフォーマット
- [3] 調査時のポイント
- [4] コメント作成のポイント
- [5] 調査の際の注意点

## 第3節 ミステリーショッパー調査設計

- [1] 調査フォーマットの作成
- [2] 調査条件の設定

## 第7章 飲食店プロデュース論

### 第1節 飲食店のプロデュースとは

- [1] プロデューサーの役割

### 第2節 プロデュースする

- [1] 店舗コンセプトを作る
- [2] 事業計画書の作成
- [3] 物件の選定
- [4] 店舗設計
- [5] 飲食店経営のための計数管理

## 第8章 商品開発論

### 第1節 商品開発

- [1] 商品開発とは何か
- [2] 商品を開発する

### 第2節 メニュー開発

- [1] メニューを開発する
- [2] 商品撮影

### 第3節 セールスプロモーション

- [1] Web 媒体によるセールスプロモーション
- [2] リアル媒体の種類と活用法
- [3] 店舗媒体による SP

## 第9章 外食産業論

### 第1節 外食産業の特徴

### 第2節 数字で見る産業構造

### 第3節 外食産業40年の軌跡

## **第10章 フードアナリストブランディング論**

### **第1節 フードアナリストとブランド**

- [1] ブランドについて
- [2] 各フードアナリストのブランド作り

### **第2節 セルフプロデュース**

- [1] 新しい可能性を発掘する

## **第11章 フードアナリスト教育論**

### **第1節 教育とは何か**

- [1] フードアナリスト教育の意味
- [2] 教えるということ
- [3] かかわるということ
- [4] 講師の多面的役割

### **第2節 講師として表現する**

- [1] 話すときのポイント
- [2] 講師として心がけるべきこと
- [3] 講師としての評価

## **第12章 日本の飲料・食品メーカー**

### **第1節 食品加工業の特色**

- [1] 飲料・食品の市場規模
- [2] 食料産業と食品工業
- [3] 全製造業と食品工業
- [4] 多様な業種構成
- [5] 中小企業が主力の産業

### **第2節 加工食品生産と食品・飲料企業の実態**

- [1] 最近の生産動向
- [2] 食肉加工品
- [3] 牛乳・乳製品
- [4] 水産加工品
- [5] 農産加工品
- [6] 製粉・同加工品
- [7] 食用油・同加工品
- [8] 砂糖
- [9] 調味料

- [10] 飲料
- [11] 菓子
- [12] 調理食品
- [13] 大豆食品
- [14] 酒類

## **第13章 世界の飲料・食品メーカー**

### 第1節 世界の食と食品加工

- [1] 食消費の国際比較
- [2] 食供給の国際比較
- [3] 食品の保存性を高める加工技術
- [4] 食品加工の歴史
- [5] 大規模企業の登場

### 第2節 世界の主要な食品業界

- [1] トップ50社
- [2] アメリカの食品企業
- [3] イギリスの食品企業
- [4] 日本の食品企業
- [5] その他地域の食品企業
- [6] 世界の主要食品企業

## **第14章 フードアナリスト観光概論**

### 第1節 観光とフードツーリズム

- [1] フードツーリズム
- [2] 日本の「食」と「旅」の歴史
- [3] 国内外の都市・観光地と料理

### 第2節 国際観光の動向

- [1] 外国人旅行者と経済効果

### 第3節 食と地域復興

- [1] 地域ブランドへの取り組み

### 第4節 代表的な観光スポットなど

- [1] 日本の観光地、名所
- [2] 海外・国内の著名なホテル
- [3] 世界の観光スポット
- [4] 世界遺産

## **第15章 フードアナリストメディア論**

### **第1節 食情報論**

- [1] 情報とは何か
- [2] 食の情報
- [3] メディア研究
- [4] 日本のメディアの現在

## **第16章 フードアナリストと調査**

### **第1節 マーケティングリサーチ**

- [1] マーケティングリサーチとは
- [2] 定性データと定量データ
- [3] マーケティングリサーチの種類
- [4] マーケティングリサーチの手順

### **第2節 2次データの収集**

- [1] 2次データとは
- [2] インターネットによるデータ収集
- [3] それ以外の収集方法

### **第3節 調査の実施**

- [1] 調査目的
- [2] 調査の種類
- [3] 定性調査の種類
- [4] 定量調査の種類
- [5] 観察調査の種類
- [6] 実験調査の種類
- [7] 調査の選定方法

### **第4節 アンケート調査**

- [1] 対象者の設定
- [2] アンケート調査の準備
- [3] アンケート票の作成
- [4] アンケート調査の実査管理

### **第5節 調査結果の集計**

- [1] データのチェック方法
- [2] グラフの作成
- [3] 報告書の作成

### **第6節 データの統計解析**

- [1] 統計解析とは何か

[2] 度数分布

[3] 代表値

[4] 範囲と標準偏差

[5] 相関係数

[6] 多変量解析

#### 第7節 マーケティング活動における調査

[1] 商品・サービス開発過程における調査

[2] 統計解析と個人情報

### 第17章 美味学

#### 第1節 美味学の起源

[1] 美味を求め続けた歴史

#### 第2節 食心理学

[1] おいしさについて

[2] おいしさは変動する

[3] おいしさと意識

[4] 心理的感染とおいしさ

#### 第3節 調味文化論

[1] 味の認識

[2] 味の認識の発展と調味料

[3] 世界の調味料

### 第18章 味覚と官能検査

#### 第1節 味覚の中枢機能

[1] 味覚と脳

[2] 味の学習と記憶

[3] 味覚と食行動

#### 第2節 味覚センサー論

[1] 味覚センサーの開発

[2] 広義の味と狭義の味

[3] 食品の識別と味の認識

[4] 新しい食文化の創造

### 第19章 環境食文化論

#### 第1節 環境調理学

[1] 食生活の基盤にある環境

- [2] 調理の起源と環境
- [3] 食生活の内容（調理・加工）の変容の実態と導因
- [4] 日本人の食生活パターンを支える基盤の変容
- [5] 地域の環境によって異なる発展を遂げた調理・加工
- [6] 21世紀における調理・加工の展望

#### 第2節 日本人の食事観の変化とそのゆくえ

- [1] 食事タイプの変化
- [2] 豊かさとそれゆえの病理

#### 第3節 外来食論

- [1] 日本における外来食の移入と定着の歴史
- [2] 日本の現状
- [3] 現代における外来食の移入と定着の背景と要因

#### 第4節 環境食文化論関係資料

### 第20章 食品調理機能学

#### 第1節 食品の調理機能

- [1] 栄養成分の調理機能
- [2] 嗜好成分の調理機能
- [3] 食べ物のおいしさに関与する調理機能

#### 第2節 分子調理学

- [1] 分子調理学とは
- [2] 食べ物の成分の調理分子特性
- [3] 調理の分子間相互作用
- [4] 食べ物のおいしさの分子論

### 第21章 食の安全性基準

#### 第1節 食の安全性

- [1] 食中毒

#### 第2節 国際的な食の安全性基準・HACCP

- [1] HACCPシステム
- [2] ハザードとは
- [3] HACCP方式の適用
- [4] ISO22000

#### 第3節 レストラン安全性認証（RSC）

- [1] 施設と設備の要求事項
- [2] 従業員の衛生管理の要求事項



[3] 調理とサービス提供の要求事項

[4] 取得の方法

## **第22章 世界の食品認定制度**

### 第1節 海外の食品認定制度

[1] モンドセレクション

[2] iTQi (国際味覚審査機構)

[3] その他の国際食品認定制度

### 第2節 日本の食品認定制度

[1] 日本農林規格 (JAS規格)

[2] その他のマーク

[3] 民間表彰・品評会