文化庁

『食文化あふれる国・日本』プロジェクト
令和４年度食文化インバウンド促進のための
動向調査事業
報告書

令和５年３月

株式会社 JTB

目次

はじめに 2

1　本事業の目的 2

2　事業概要 2

第１章　各調査の概要 5

第１節　ヒアリング及びデスクリサーチによる優良事例のリストアップ 5

1　概要 5

2　結果（抜粋） 7

第２節　優良事例 10 件のヒアリング調査 23

1　概要 23

2　ヒアリング先一覧 24

3　結果 24

第３節　実証実験 50

1　概要 50

2　結果 53

3　参考資料 57

第２章　考察 74

1　調査から得られた食文化をテーマとした観光のあり方 74

2　今後の取組の方向性 78

第３章　有識者会議の概要 81

1　第１回有識者会議 81

2　第２回有識者会議 90

3　第３回有識者会議 102

別添（１）先行する食文化を題材とした観光の調査・分析　優良事例リスト

はじめに

1　本事業の目的

近年の訪日外国人旅行者の増加と訪日外国人の食への期待の高さを踏まえ、令和 2 年度に開催された食文化審議会文化政策部会食文化ワーキンググループにおいて、政府は「日本の食・食文化の普及」と「食を目的とした訪日客の増加」を目指すこととされた。訪日外国人旅行者の増加を進め、食文化の振興を図るためには、魅力ある商品やメニューの開発、サービス改善、環境づくり等により、食文化をテーマとした観光地としての磨き上げを進めていくことが必要である。そこで本事業では、日本各地において食文化を題材とした観光地化に向けた動きが活発化することを志向し、その助けとなるような訪日外国人旅行者等の満足度向上や消費額の拡大に向けた方策を明らかにすることを目的とする。

2　事業概要

先述の事業内容を遂行するにあたり、以下の調査と全 3 回の有識者会議を実施した。それぞれの内容は以下のとおり。

（1）先行する食文化を題材とした観光の調査・分析

食文化を題材とした観光プログラムを提供している優良事例をヒアリング及びデスクリサーチにより 46 件リストアップし、整理した上で、その中から特に優良な 10 事例について、プログラム運営事業者へのヒアリング調査を行った。ヒアリング調査の結果をもとに、食文化を題材とした観光プログラムにおける「成功の要素」と考えられる要素を抽出した。

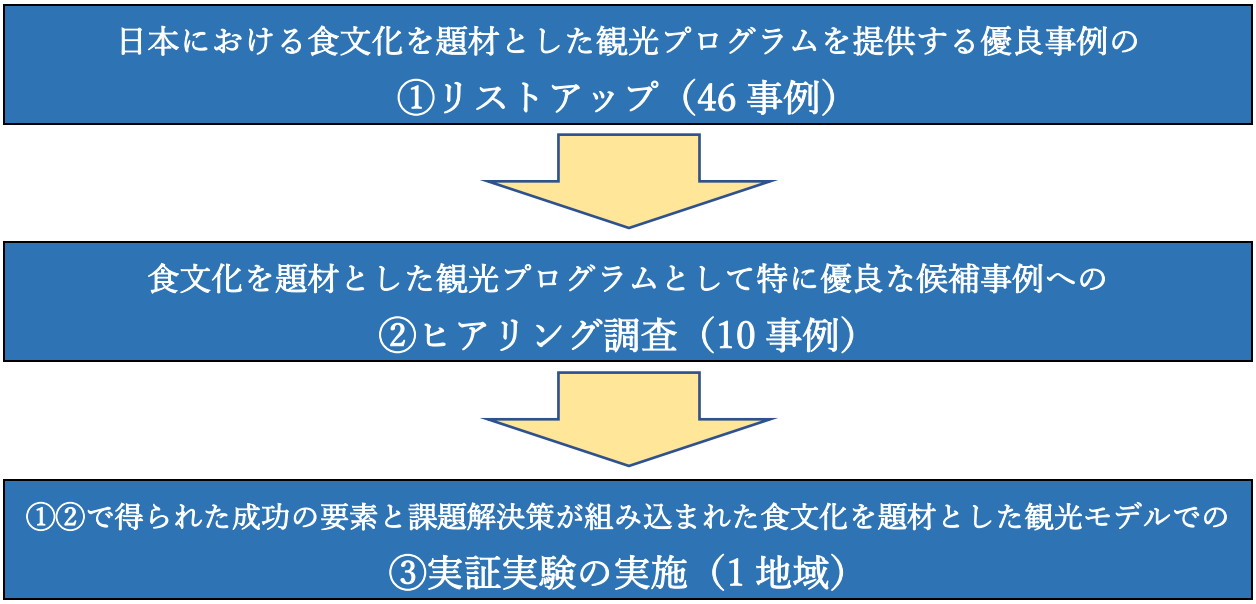
（2）実証実験の効果測定と方策の分析

（1）で抽出した訪日外国人旅行者等の満足度向上や消費額拡大につながる「成功の要素」と課題解決策を組み込んだ観光モデルを企画し、実証実験を実施した。実証実験の結果をもとに、食文化を題材とした観光プログラムにおける訪日外国人旅行者等の満足度向上や消費額拡大に向けた方策を導出した。

(3) 有識者会議の実施

調査は、有識者会議（3 回実施）を踏まえながら実施した。

● **事業実施フローとスケジュール**



業務内容	10 月	11 月	12 月	1 月	2 月	3 月
先行する食文化を題材とした観光の調査・分析	①リストアップ →			②ヒアリング調査 →		
実証実験の効果測定と方策の分析				③実証調査 →		
有識者会議の実施	第 1 回 ●			第 2 回 ●		第 3 回 ●
報告書の作成					報告書の作成 →	

● **各有識者会議の位置づけ**

回	時期	会議の位置づけ	主な議事項目案
第 1 回 有識者会議	令和 4 年 10 月	・事業説明 ・調査内容の確定	・有識者の紹介、昨年度の振り返り、今年度の業務計画 ・調査内容（調査対象、調査項目等）についての意見交換
第 2 回 有識者会議	令和 5 年 1 月	・事業の経過報告 ・実証実験内容の確定	・46 件の優良事例リストアップの結果の報告 ・10 件のヒアリング結果報告（又は調査状況次第で途中経過の報告） ・実証実験内容（実験先、調査項目等）について意見交換
第 3 回 有識者会議	令和 5 年 3 月	・実証実験結果の報告 ・報告書案の共有	・調査結果を踏まえ、本事業の報告書完成に向けて、食文化を題材とした観光の推進に向けた方策について意見交換

第１章　各調査の概要

第１節　ヒアリング及びデスクリサーチによる優良事例のリストアップ

1　概要

下表のとおりヒアリング及びデスクリサーチを実施し、訪日外国人から人気を博していると考えられる食文化を題材とした観光プログラムをリストアップした。計画当初は 30 件程度のリストアップを目標としていたが、調査の過程で選出基準に当てはまる全国の優良事例が多数あったため、最終的なリストは 46 件となった。

選出基準	○　2019 年から食文化を題材としたプログラムがあること。 ○　食文化を題材としたプログラムは、今後もその継続性が見込まれること。 ○　食文化を題材としたプログラムは、他の地域等への汎用性が高いこと。 ○　食文化を題材としたプログラムにより高い収益を上げていること。 ○　食文化を題材としたプログラムは、その食文化を毀損するものではないこと。 ○　訪日外国人に好まれていること。 ⬇ ➢　文化庁が推進する事業であることから、文化財の要素を有する事例であることや文化を保護・伝承し、観光推進を行う担い手が「にわか」ではなく、「本物」であること。 ➢　精進料理・郷土料理・日本酒等の「食」そのものに加え、「しつらえ」を感じてもらえることができ、文化や歴史の拠点となってきた「料亭」の取組等も優良事例に追加すること。 ➢　「食文化」を実際に扱っている事業者・プログラム以外にも、観光プロデューサーのような役割を果たしている企業も優良事例に選出すること。 ➢　リストアップされた優良事例から、他地域でも活かせる共通項を導き出すため、地域固有の伝統文化を活用した事例とともに、全国に共通する日本の食文化を取り扱う事例まで幅広くリストアップを行うこと。

	➢ 富裕層向けの事例から、中間層でも手の届く事例まで、汎用性があり横展開しやすい事例を選出すること。
ヒアリング先	（ア）国内旅行会社及びツアーガイドへのヒアリング -「株式会社 JTB Global Marketing and Travel」「株式会社日本旅行」 （イ）食体験コンテンツ提供プラットフォームへのヒアリング -「株式会社テーブルクロス（byFood）」「BOJ 株式会社（Beauty of Japan）」 （ウ）訪日旅行メディアサイトを活用したデスクリサーチ -『JapanTravel.com』『Japan-guide.com』
調査期間	令和 4 年 10 月～11 月

2　結果（抜粋）

以下に調査結果のうち一部項目を抜粋した。全ての調査項目について記載をしたものは別添資料。なお、プログラム内容は調査時点での内容である。

<table>
<tr><th rowspan="2">No.</th><th colspan="5">プログラム内容</th><th rowspan="2">イメージ</th></tr>
<tr><th>地域</th><th>体験にかかる費用</th><th>滞在時間の目安</th><th>関連文化財等</th><th>プログラムの企画・運営主体</th></tr>
<tr><td rowspan="2">1</td><td colspan="5">『Farm Stay in Odate with Kiritampo and Hinai Jidori Hot Pot（きりたんぽと比内地鶏鍋で大館の農家民宿）』
大館の居心地の良い農家民宿で農家のお母さんと一緒に田舎の生活を体験し、簡単な農作業をして、伝統的な郷土料理である比内地鶏を使ったきりたんぽ鍋を作る体験。
・ 農家の石垣さんと一緒に秋田の伝統的な料理「きりたんぽ」をつくる。
・ 夕食は「味噌つけたんぽ」と比内地鶏を使用した「きりたんぽ鍋」。
・ 翌朝、石垣さんが毎日行う「ラジオ体操」に参加し、朝食には、比内地鶏の卵や秋田県産のリンゴなど、地元の食材をふんだんに使った食事を用意してくれる。</td><td rowspan="2">
 </td></tr>
<tr><td>秋田県
大館市</td><td>18,150 円～</td><td>1 日</td><td></td><td>大館市
まるごと体験推進協議会</td></tr>
<tr><td rowspan="2">2</td><td colspan="5">2D1N Mysterious Traditional Culture + Crafts in Akita（1 泊 2 日秋田の神秘的な伝統文化+工芸品）』
・ 料亭稲穂でランチ、焼きりたんぽ体験可能。
・ 人力車から角館武家屋敷エリアをゆったり観光。（ガイド付きツアー）
・ 角館武家屋敷の代表的な邸宅青柳家で伝統芸能と伝統文化に触れ、料理を味わい、夜の茶会を体験。
・ 築 200 年の茅葺き民家を移築した角館山荘侘桜で食事。
・ 藤木傳四郎商店で樺細工の伝統工芸体験。
・ 秋田内陸縦貫鉄道で秋田舞妓観賞。特製弁当と秋田の銘酒を楽しむ。</td><td rowspan="2">
 </td></tr>
<tr><td>秋田県
大館市・仙北市</td><td>18,150 円～</td><td>1 泊 2 日</td><td>重要伝統的建造物群保存地区「仙北市角館」</td><td>Beauty Of Japan</td></tr>
<tr><td rowspan="2">3</td><td colspan="5">『3D2N Sublime Nature + Mountain Faith in Yamagata（2 泊 3 日山形の雄大な自然+山岳信仰）』
・ 白衣をまとい山伏と一緒に出羽三山神社まで歩き、宿坊「斎館」で精進料理を味わう。
・ 地域の風土や山伏の文化を体験。
・ 月山中之宮、月山八合目にある五穀豊穣と縁結びの神様として知られる神社へ。
・ 清流庭園 山菜料理玉貴でランチ。一般にはなかなか出回らない山形産の希少なきのこなど、旬の食材を使った旬の味覚を楽しめる。
・ 湯殿山中連寺、弘法大師空海が創建したと伝えられる寺院で、僧侶のミイラを拝観。
・ 舞娘茶屋 相馬樓で舞妓さんの優雅な舞を楽しむ。
・ 竹久夢二美術館で創設者・鹿野琢見の夢二コレクションを見て、大正ロマンの世界を楽しめる。</td><td rowspan="2">
 </td></tr>
<tr><td>山形県
鶴岡市・酒田市・西村山郡西川町</td><td>80,000 円～</td><td>2 泊 3 日</td><td>・国宝「羽黒山五重塔」
・重要文化財「羽黒山三神合祭殿及び鐘楼」
・天然記念物「羽黒山の爺杉（じじすぎ）」</td><td>Beauty Of Japan</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th rowspan="2">No.</th><th colspan="5">プログラム内容</th><th rowspan="2">イメージ</th></tr>
<tr><th>地域</th><th>体験にかかる費用</th><th>滞在時間の目安</th><th>関連文化財等</th><th>運営又は関係事業者</th></tr>
<tr><td rowspan="2">4</td><td colspan="5">『Fermented Food Tour by Local Railway in Maebashi, Gunma（群馬県前橋の地方鉄道で行く発酵食の旅)』
・ 発酵食品は日本食の重要な一部であり、多くの発酵食品は、日本食の重要な味を構成している。発酵に焦点を当てたツアーでは、群馬県の前橋と桐生エリアを電車で探索しながら、さまざまな日本の発酵食品について学ぶ。
・ 発酵食品を専門とするさまざまな企業を訪問する。
・ 創業 100 年以上の醤油工場を訪ね、そこでつくられた醤油を味わう。
・ 家族経営の店で納豆の作り方を学ぶ。伝統的な技法でわらを使用して包む。</td><td rowspan="2">・

 </td></tr>
<tr><td>群馬県
前橋市</td><td>11,850 円～</td><td>4 時間</td><td></td><td>byFood
前橋観光コンベンション協会</td></tr>
<tr><td rowspan="2">5</td><td colspan="5">『Tsukiji Outer Market Walking and Cooking Experience（築地場外市場散策都」料理体験)』
・ 築地魚河岸散策と料理教室を組み合わせたツアーで、日本の海鮮料理の魅力に触れることができる。
・ 築地市場で買い物。地元の老舗が軒を連ねる迷路は、食通でも、人間観察派でも、写真家でも、見逃せない。ガイドの丁寧な説明で、活気ある雰囲気を楽しめる。
・ タクシーでクッキングスタジオへ行き、巻きずしづくり。出汁の取り方、巻き寿司の作り方、卵焼きの作り方、お皿の飾り付けを体験。本格的な和食の作り方を学ぶ。
・ 昼食時に、作った料理を食べる。</td><td rowspan="2">
 </td></tr>
<tr><td>東京都中央区</td><td>12,000 円～</td><td>3 時間</td><td></td><td>Beauty Of Japan</td></tr>
<tr><td rowspan="2">6</td><td colspan="5">築地玉寿司　寿司握り体験
・ 本物の寿司職人さながらに、白衣姿でカウンターに立ち、寿司を握ることができる。
・ シンプルにお寿司を握りたい方におすすめな「スタンダードコース」と寿司職人の妙技をより深く楽しめる「プレミアムコース」がある。プレミアムコース内容は寿司の歴史及び食べ方マナー、プロの魚捌き見学、シャリ切り体験、にぎり＆手巻き体験、本わさび味わい体験、体験者同士が寿司をにぎって提供しあう、鯵のお造りショーがある。
・ 日本語のみの対応のため通訳ガイドが必要。</td><td rowspan="2">
 </td></tr>
<tr><td>東京都中央区</td><td>スタンダードコース：8,000 円
プレミアムコース：13,000 円</td><td>90 分</td><td></td><td>株式会社玉寿司</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th rowspan="2">No.</th><th colspan="5">プログラム内容</th><th rowspan="2">イメージ</th></tr>
<tr><th>地域</th><th>体験にかかる費用</th><th>滞在時間の目安</th><th>関連文化財等</th><th>運営又は関係事業者</th></tr>
<tr><td rowspan="2">7</td><td colspan="5">しゃぶしゃぶ・すし　八山　寿司握り体験
・ 海外からの団体旅行に最適。東京観光のオプショナルツアーとして旅程に組み込むことができる。
・ 寿司の歴史を紙芝居で学び、巻き寿司、握り寿司を作る。
・ 牛すき鍋と一緒にランチをいただく。
・ 卒業後卒業証書がもらえる。
・ 生魚が苦手なお客様には、野菜と湯葉豆腐を使った寿司体験ができる。(予約時にスタッフに申告)</td><td rowspan="2">
 </td></tr>
<tr><td>東京都港区</td><td>寿司握り体験ランチ：5,000 円</td><td>12 時～15 時</td><td></td><td>株式会社クリエイト吉祥</td></tr>
<tr><td rowspan="2">8</td><td colspan="5">大森海岸　松乃鮨　寿司握り体験
・ 外国人富裕層向けに、日本でしか味わえない特別な日本文化・食文化体験として「お寿司の握り体験」「市場ツアー」「英語での鮨文化講演＋寿司パーティー」を提供。
・ 4 代目手塚 YOSHI による『鮨体験にぎり』は、ラグジュアリー、ハイエンド、富裕層外国人に特化しており、企業様、VIP 接遇に利用されている。
・ 他社の寿司体験にぎりとの違い：海外駐在・ガイド経験があり、G20 や英国王室にも鮨をにぎりに行っている 4 代目が鮨職人の知識を英語で直接伝承。ベジタリアン、グルテンフリー、他宗教の制限関係にも全て対応。</td><td rowspan="2">
 </td></tr>
<tr><td>東京都品川区</td><td>海外ゲスト向け特別コース/英語解説付おまかせ 1 名 27,500 円</td><td>当面の間
18：00～22：00</td><td></td><td>松乃鮨</td></tr>
<tr><td rowspan="2">9</td><td colspan="5">『Toshimaya Shuzo Sake Brewery Tour（豊島屋酒造の酒蔵見学)』
・ 東京で最古の酒蔵のひとつ、1596 年創業の豊島屋酒蔵の蔵見学を体験。
・ 富士山の湧き水を使っており、地元のガイドによる行程の説明は理解をより深め、酒造の歴史を学ぶ。
・ 数種類の日本酒の試飲を行い、使用される米の種類、精米歩合、ろ過技術、テロワール、地域の特性などが最終製品にどのように影響を与えるかを学ぶ。</td><td rowspan="2">
 </td></tr>
<tr><td>東京都東村山市</td><td>3 時間</td><td>7,500 円～</td><td>登録無形文化財「伝統的酒造り」</td><td>豊島屋酒造</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th rowspan="2">No.</th><th colspan="5">プログラム内容</th><th rowspan="2">イメージ</th></tr>
<tr><th>地域</th><th>体験にかかる費用</th><th>滞在時間の目安</th><th>関連文化財等</th><th>運営又は関係事業者</th></tr>
<tr><td rowspan="2">10</td><td colspan="5">『Mushroom Hunting Adventure and Fireside Dining in Niigata（新潟のきのこ狩りアドベンチャーと炉端での食事)』
・11 月下旬～12 月上旬開催の季節限定の体験。
・雪に覆われた倒木の下で育つ野生のきのこを見つけ、伝統的な日本家屋の囲炉裏でホストが提供する地元の温泉水を使用した料理を含む、会席料理を楽しむ。
・食事は、地元産の野菜や肉、魚沼産コシヒカリなど。</td><td rowspan="2">
 </td></tr>
<tr><td>新潟県十日町市</td><td>5,500 円～</td><td>3 時間</td><td></td><td>松之山温泉合同会社まんま</td></tr>
<tr><td rowspan="2">11</td><td colspan="5">ryugon（旧温泉御宿 龍言）
・土間クッキングでこの地域の食を楽しむ 1 泊 2 日の旅。お料理を通してこの地域の暮らしや文化を知ることができる。地元のお母さんと土間で料理作り体験ではかまどで炊き上げたご飯と保存の知恵を使った料理を味わう。
・オプション:「玉川堂×ryugon 燕の伝統工芸を巡るエクスカーション」燕三条の伝統工芸を巡るプライベートツアー。
・オプション：「日本酒の飲み方をご提案します～　日本酒テイスティング講座」
・できたての土鍋ごはんで作るオリジナルの絶品おにぎり作り。（セルフ調理）</td><td rowspan="2">
 </td></tr>
<tr><td>新潟県南魚沼市</td><td>1 泊 33,000 円～/土間クッキング 3,850 円/果実酒作り体験 3,850 円/囲炉裏せんべい体験 1,100 円//伝統工芸 42,000 円/日本酒テイスティング 2,200 円</td><td>1 泊 2 日～</td><td>・登録有形文化財「温泉御宿龍言本館（旧松崎家住宅主屋)」
・玉川宣夫
人間国宝（重要無形文化財保持者）</td><td>isen
株式会社いせん</td></tr>
<tr><td rowspan="2">12</td><td colspan="5">金城樓
・日本海の海の幸、能登の風土が生み出す珍味、白山からの良水による美酒、金沢の土地にのみ育まれた加賀野菜の数々を最良の調理法を用いて調理。
・代々継承した器類、美術品などを使用し、お客様の五感で料理をご堪能いただく。
・2020 年開催の Kōgei Dining 金沢会場として、伝統の加賀料理に合う日本酒を金沢を代表する工芸作家による酒器にて提供された。イベントトーク登壇者には人間国宝も招かれた。</td><td rowspan="2">
 </td></tr>
<tr><td>石川県金沢市</td><td>昼会食、ミニ懐石 10,588 円～/松花堂コース 5,500 円/夜会食 14,850 円～/精進料理 14,850 円～</td><td>1 泊～</td><td></td><td>株式会社 金城樓</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th rowspan="2">No.</th><th colspan="5">プログラム内容</th><th rowspan="2">イメージ</th></tr>
<tr><th>地域</th><th>体験にかかる費用</th><th>滞在時間の目安</th><th>関連文化財等</th><th>運営又は関係事業者</th></tr>
<tr><td rowspan="2">13</td><td colspan="5">俵屋
・ 創業は約 200 年前、金沢で最も長い歴史を持つあめ屋。
・ 「何とか母乳のかわりになる栄養価の高い食品はないか」と考えた末に作り上げたのが俵屋のあめ。
・ あめの原料は厳選した国内産の米と大麦のみ。
・ 「じろあめ」を大きな桶から、竹のお箸ですくい取って詰める作業の体験も行っている。</td><td rowspan="2">
 </td></tr>
<tr><td>石川県金沢市</td><td>1,500 円</td><td>15 分～20 分</td><td></td><td>株式会社俵屋</td></tr>
<tr><td rowspan="2">14</td><td colspan="5">森八
・ 落雁づくり体験。落雁の手作りはお子様から大人の方、外国の方など幅広い方々が楽しめる。
・ 体験のあとは自作の出来立て落雁でお抹茶を一服。残りはおみやげ用小箱に詰めて世界に一つだけの手作りオリジナルギフトにできる。
・ 森八本店の 2 階には森八茶寮の隣に金沢菓子木型美術館があり、江戸時代から使われてきた菓子木型など千数百点を一堂に展示している。</td><td rowspan="2">
 </td></tr>
<tr><td>石川県金沢市</td><td>1,650 円</td><td>40 分</td><td></td><td>株式会社 森八</td></tr>
<tr><td rowspan="2">15</td><td colspan="5">『世界農業遺産「能登の里山里海」にふれるグリーンツーリズム能登で学ぶ　フードロスゼロの原点　発酵食の旅』
・ 茅葺庵で季節の食材や発酵食を用いた里山ごはんを頂き、株式会社奥能登塩田村で塩づくり（※冬期は巻ぶり体験も可能）。
・ 千枚田見学、輪島朝市散策、小山屋醤油店で醤油麹作りや味噌作りの体験ができる。
・ いしり亭は能登の魚醤油（いしり）の専門店で、地元食文化を知ることができる。
・ 農業法人能登やまびこにてかぶら寿司造り体験伝統の発酵食文化を体験する。
・ 和倉温泉お祭り会館で能登のお祭りを学び、のと里山里海ミュージアムで世界農業遺産を知る。
・ 寿司で地元食材を知ることができる。</td><td rowspan="2">
 </td></tr>
<tr><td>石川県能登地域
輪島市・珠洲市・七尾市・中能登町</td><td>見積</td><td>2 泊 3 日</td><td>・重要無形民俗文化財「能登の揚浜式製塩の技術」
・登録有形文化財「小山屋醤油店表土蔵」他</td><td>H.I.S.</td></tr>
</table>

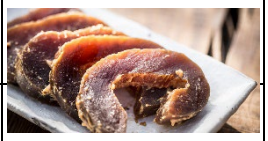
<table>
<tr><th rowspan="2">No.</th><th colspan="5">プログラム内容</th><th rowspan="2">イメージ</th></tr>
<tr><th>地域</th><th>体験にかかる費用</th><th>滞在時間の目安</th><th>関連文化財等</th><th>運営又は関係事業者</th></tr>
<tr><td rowspan="2">16</td><td colspan="5">能登輪島新橋旅館
・ 新鮮な日本海の海の幸と能登野菜や能登牛など、地元の食材を使い、料理は輪島塗の器で提供される。
・ 冬は 11 月 6 日の加能ガニ(ズワイガニ)の解禁を皮切りに、寒ブリや近海ものの魚介類など季節に応じて、様々な日本海の幸を取り揃えている。
・ 新鮮な野菜や山菜類や輪島の郷土料理も楽しむことができる。
・ 特産品である「能登牛(のとうし)」のステーキや鉄板焼きなども別途対応が可能。</td><td> </td></tr>
<tr><td>石川県輪島市</td><td>世界農業遺産『能登里山里海』の季節の郷土料理を取り入れたコース大人 1 人 10,000 円</td><td>1 泊～</td><td></td><td>能登輪島新橋旅館</td><td> </td></tr>
<tr><td rowspan="2">17</td><td colspan="5">かよう亭
・ おもてなしはさることながら、旅館で提供する食事で使用する醤油の製造者や、合鴨農法でお米を生産している農家さん、山中漆器や九谷焼を実際に作っている地元工房にお連れし、間近に職人技を見学できるプログラムが欧米を中心とした富裕層に支持されている。
・ 山中の木製漆器は、石川県の無形文化財「木地挽物技術」や華やかな「蒔絵」の技術で知られ、職人たちによる繊細で高度な技術が伝承されている。
・ Ensemble Travel Group の 2015 年大会で、かよう亭の宿泊者限定でローカルアーティザンと出会える特別感のある体験を「Kayotei Program」としてプレゼンテーションを行ったところ、地域一帯が潤う取り組みという観点からも多くのトラベルアドバイザーより称賛を受けた。</td><td>
 </td></tr>
<tr><td>石川県加賀市山中温泉</td><td>1 名様料金（2 名様 1 室利用時)69,300 円～</td><td>1 泊～</td><td></td><td>かよう亭</td></tr>
<tr><td rowspan="2">18</td><td colspan="5">べにや無何有
・ 懐石方林はテラスで食前酒を頂くこともできる。肉中心のコース、ベジタリアンコースは要予約。
・ 加賀という地で自然と共に暮らす人々の生業（なりわい）をより深く知ることができるよう、べにや無何有ならではのユニークエクスペリエンスをご用意。
・ 薄茶席、茶杓づくり体験、漆芸体験、丸八製茶 茶香服、大土ハイキングなどが体験できる。</td><td> </td></tr>
<tr><td>石川県加賀市</td><td>薄茶席：1,100 円 /茶杓づくり体験：16,500 円/漆芸体験：22,000 円</td><td>1 泊～</td><td></td><td>株式会社　べにや旅館</td><td> </td></tr>
</table>

<table>
<tr><th rowspan="2">No.</th><th colspan="5">プログラム内容</th><th rowspan="2">イメージ</th></tr>
<tr><th>地域</th><th>体験にかかる費用</th><th>滞在時間の目安</th><th>関連文化財等</th><th>運営又は関係事業者</th></tr>
<tr><td rowspan="2">19</td><td colspan="5">『Gifu Eco Tour: Nagara River Fishing & Ayu Cuisine（岐阜エコツアー：長良川釣り＆鮎料理)』
・ 日本三大清流のひとつ長良川を和船で下りながら、地元の漁師から伝統的な漁法の実演をしてもらう。
・ 伝統的なオール（櫂）で船を操る体験。
・ 澄んだ川にしか生息しない地元の鮎を使った岐阜県長良川の郷土料理を活かしたイタリアンコース料理。</td><td> </td></tr>
<tr><td>岐阜県岐阜市湊町</td><td>31,000 円～</td><td>4 時間</td><td>重要文化的景観「長良川中流域における岐阜の文化的景観」</td><td>うかい屋：&n（アンドン）
LA LUCANDA</td><td> </td></tr>
<tr><td rowspan="2">20</td><td colspan="5">・ 合掌造りの集落を一望する人気の展望スポットへ案内後は、白川郷でたっぷり自由散策。4 月は雪解けが進み春の訪れを感じることができる。白川郷または五箇山では朴葉味噌の陶板焼きなど、山の幸や地元の特産品を使った昼食。さらに富山米を 100%使用した米菓専門店「ささら屋」での手焼きせんべい体験付きでお子様も楽しめる。
・ 国指定重要文化財「和田家」。
・ 荻町合掌集落で最大規模を誇る合掌造り。現在も住居として活用しつつ 1 階と 2 階部分を公開。</td><td> </td></tr>
<tr><td>岐阜県大野郡白川村</td><td>8,500 円</td><td>6.5 時間</td><td>・世界遺産「白川郷・五箇山の合掌造り集落」
・重要文化財「和田家住宅（岐阜県大野郡白川村荻町)」</td><td>株式会社ホワイトリング</td><td> </td></tr>
<tr><td rowspan="2">21</td><td colspan="5">『Dine in an Ama Hut with Mie's Traditional Female Freedivers（三重の伝統的な女性の素潜りと一緒に海女小屋で食事をする)』
・ 日本に残る半数の海女が住む三重県で 2,000 年の歴史を持つ海女文化を海女から直接話を聞きながら地元の海の幸を楽しむ。
・ 海女装体験。
・ 相差音頭郷土民謡に合わせて踊る。</td><td> </td></tr>
<tr><td>三重県鳥羽市</td><td>3,500 円～</td><td>1.5 時間</td><td>重要無形民俗文化財「鳥羽・志摩の海女漁の技術」</td><td>一般社団法人相差海女文化運営協議会</td><td> </td></tr>
</table>

<table>
<tr><th rowspan="2">No.</th><th colspan="5">プログラム内容</th><th rowspan="2">イメージ</th></tr>
<tr><th>地域</th><th>体験にかかる費用</th><th>滞在時間の目安</th><th>関連文化財等</th><th>運営又は関係事業者</th></tr>
<tr><td rowspan="2">22</td><td colspan="5">アマネム
・ベテランの海女さんと一緒に潜り、海女さんが、獲物を捕らえる漁を間近に見学し、志摩の文化を体験。海女小屋を模した小屋で、海女さんとお話しながら魚介の炭火焼きランチを楽しめる。
・伊勢神宮の外宮の参拝後にアワビがゆの朝食、おぼろ昆布作り、海水からの天然の塩作り見学、大王町波切で鰹いぶし小屋見学でおいしい鰹節ご飯をいただくなど、神様に備えた食材を巡り、御食国、伊勢志摩伝統の豊かな自然と食文化に触れる旅を楽しむ。
・さとうみ庵：地元の人のみ知る、あづり浜のすぐそばにあるので、海女小屋でのひとときの後は散策もおすすめ。ボートに乗って訪ねることも可能。
・利き酒体験：利き酒師が紹介する三重の酒米「神の穂」と水から作られた様々な日本酒を味覚、嗅覚、視覚で楽しむ。
・利き茶体験：三重県松阪市のお茶屋さんが、自家栽培している数種類のお茶を紹介してもらい、味の違いを感じることができる。</td><td rowspan="2">
 </td></tr>
<tr><td>三重県鳥羽市
三重県志摩市</td><td>海女：2 名
132,000 円/御食国：2 名
182,400 円/さとうみ庵 2 名
26,000 円/利き酒：1-6 名
25,000 円/利き茶：90 分
25,000 円</td><td>海女：7 時間
御食国：10 時間 30 分
さとうみ庵：3 時間
利き酒：90 分
利き茶：90 分</td><td>重要無形民俗文化財「鳥羽・志摩の海女漁の技術」</td><td>AMANEMU- 志摩リゾートマネジメント株式会社・海女小屋体験施設さとうみ庵</td></tr>
<tr><td rowspan="2">23</td><td colspan="5">志摩観光ホテル
・「海女さんと潜ろう〈夏季のみ〉」：三千年の歴史を持つ伊勢志摩の海女文化に触れる。現役海女さんと海女漁体験。一緒に潜るツアーと、船の上から見学できるツアーがある。
・「海女小屋体験施設さとうみ庵」：海女さんから海女漁の話を聞きながら、伊勢志摩の海で獲れた新鮮な魚介類を堪能。
・「鰹節いぶし小屋見学」：今も昔ながらの製法（古式 手火山製法)で作り続けている「波切節」を通じて、志摩の自然と商人の歴史を学ぶ。</td><td rowspan="2">
 </td></tr>
<tr><td>三重県志摩市</td><td>海女漁：22,000 円/さとうみ庵基本コース：1 名 4,950 円/いぶし小屋：大人 1 名 2,000 円</td><td>海女漁：約 2 時間/さとうみ庵基本コース：約 1 時間半/いぶし小屋：見学 1 時間</td><td>重要無形民俗文化財「鳥羽・志摩の海女漁の技術」</td><td>株式会社近鉄・都ホテルズ・伊勢志摩ツーリズム・海女小屋体験施設さとうみ庵・かつおの天ぱく まるてん有限会社</td></tr>
<tr><td rowspan="2">24</td><td colspan="5">・「三井寺」で行う、「名勝史跡の庭で行う座禅」「過去にたった 1 度だけ公開された三重塔の見学」「観音堂での護摩祈祷」「祭事の演者しか上がることのできない観月舞台への登台」などの貴重な文化体験。
・「ほうじ茶体験」では、茶園を訪れ、ほうじ茶の飲み比べ、茶園の代表のアドバイスを受けながらゲスト自ら茶葉を焙煎、オリジナルブレンド茶づくりなど日本茶発祥の地・滋賀県の伝統を実感することができる。
・一日一組限定＆一棟貸しの宿坊でプレミアムなおもてなし。宿坊の夕食はゲストのリクエストに応じて注文できる多彩なプランを取りそろえ、仏教の戒律に基づいた精進料理や寿司職人のケータリング、名割烹の仕出し料理、滋賀県を拠点に活動する気鋭の料理人集団「日本庖丁道 清和四條流」による、演舞付き特別夕食などがある。</td><td rowspan="2">
 </td></tr>
<tr><td>滋賀県大津市・甲賀市</td><td>1 名　375,000 円～</td><td>1 泊 2 日</td><td>国宝「勧学院客殿」、「光浄院客殿」(ともに非公開)</td><td>関西観光本部 Exclusive Expeditions</td></tr>
</table>

No.	プログラム内容					イメージ
	地域	体験にかかる費用	滞在時間の目安	関連文化財等	運営又は関係事業者	
25	菊乃井 ・料理長自ら船をモチーフにした部屋と、明治維新の立役者である伊藤博文公が愛用した部屋が 2 階奥にあり、一室だけ洋風でありながら、ヨーロッパの骨董品やフランスのステンドグラス、100 年前のペルシャ絨毯、ナポレオン三世の時代の椅子など、菊乃井のスタイルにぴったりと合うほど美しく整えられている。菊乃井への訪問は、美術館を散歩しているような気分になる。菊乃井の四季折々の逸品を生み出す秘訣の一つは、料理人が食材の産地に足を運ぶこと。料理はすべて魯山人の器で提供される。サービススタッフは英語に非常に精通しており、中国語に堪能なスタッフもいる。					
	京都府京都市東山区	昼懐石 14,300 円～/懐石 22,000 円～	昼 12:00～12:30 までの入店/夜 17:00～19:30 までの入店	登録無形文化財「京料理」	株式会社 菊の井	
26	左阿彌 ・料理は吟味した素材を、手間を惜しまず丁寧に仕上げた料理は、いずれも和食の「真髄」が感じられるものばかり。コクと旨み、奥行きのあるその味わいは、旬の素材が秘めた力を極限まで引き出す。お昼の花御膳、お昼の京懐石、京懐石などのラインナップがある。					
	京都府京都市東山区	昼 7,475 円～/夜 12,650 円～	昼 11 時～14 時/夜 17 時～21 時 30 分	登録無形文化財「京料理」	料亭　左阿彌	
27	萬亀楼 ・創業享保 7 年(1722 年)、御所で食された「有職(ゆうそく）料理」をいまに伝える歴史ある老舗料亭。平安時代から宮中でおめでたい日に行われてきた『生間流式庖丁』の 30 代目家元でもある。この式庖丁とは、大きな俎板の上で三鳥五魚と呼ばれる魚や鳥を直接手を触れることなく庖丁刀と真名箸で切り分け瑞祥表現する一子相伝の儀式である。伝統を守りながらも、現代風にアレンジされた繊細で、奥深い味わいを楽しんでもらえるよう日々工夫を凝らし、ミシュラン 2 つ星を獲得している。					
	京都府京都市右京区	京懐石 12,650 円～/有職料理 44,275 円～/式庖丁 88,000 円	昼 12 時～15 時 夜 17 時～21 時	登録無形文化財「京料理」	有限会社　萬亀楼	

<table>
<tr><th rowspan="2">No.</th><th colspan="5">プログラム内容</th><th rowspan="2">イメージ</th></tr>
<tr><th>地域</th><th>体験にかかる費用</th><th>滞在時間の目安</th><th>関連文化財等</th><th>運営又は関係事業者</th></tr>
<tr><td rowspan="2">28</td><td colspan="5">仁和寺
・2018 年より「宿坊」という新たな形でその役目を復活。夕暮れとともに寺の門が閉まると、貸切状態の境内で、世界遺産の金堂、御本尊などを住職と巡り、夕食には、京懐石や精進料理を味わうことができる。「1 泊 100 万円の宿坊」として、富裕層でも満足できるように宿坊の『松林庵』を改修したことで、一般拝観時間外の夕方から次の日の朝まで、境内を舞台にした日本文化体験を存分に味わうことができるプログラムを形成。利用料の一部は、文化財や伝統技能の保護・継承に充てられている。雅楽や舞楽・茶道・生け花などの文化体験をオプションで楽しむことも可能。</td><td rowspan="2">
 </td></tr>
<tr><td>京都府京都市右京区</td><td>一般：一泊 100 万円（雅楽奏者 1 名 7 万円～、夕食 1 名 15,000 円～、生け花 1 名 5 万円～）</td><td>1 泊 2 日</td><td>・世界遺産「古都京都の文化財」仁和寺
・登録無形文化財「京料理」</td><td>真言宗御室派総本山仁和寺</td></tr>
<tr><td rowspan="2">29</td><td colspan="5">『Private Tea Ceremony by the UNESCO World Heritage Site（ユネスコ世界遺産によるプライベートティーセレモニー)』
・禅の石庭で有名なユネスコ世界遺産の龍安寺の禅寺に隣接する茶室で茶道の文化と歴史を学ぶ。
・美しい日本庭園を見下ろす築 100 年の建物で茶道体験。
・オプションで着物をレンタルし、臨場感を味わえる。</td><td rowspan="2">
 </td></tr>
<tr><td>京都府京都市右京区</td><td>8,000 円～</td><td>1.5 時間</td><td>世界遺産「古都京都の文化財」龍安寺</td><td>Tea Ceremony Camellia GARDEN</td></tr>
<tr><td rowspan="2">30</td><td colspan="5">増田徳兵衛商店(月の桂)
・どぶろくは、お酒の原材料であるお米を発酵させてどろどろになった状態、いわゆる「もろみ」そのもので、もろみを布で濾して酒粕と分離させた液体が清酒だが、もろみ独特の旨味や舌触りなどをできる限り残すことを目指して議論を重ね、もろみを布ではなくザルで濾すという発想の転換をしながら試行錯誤を重ね、昭和 41 年に“にごり酒”という新しいジャンルを確立した。江戸時代後期には京から西国へと向かう公家の中宿も務めるようになり、「月の桂」の銘は、ご縁のあった公家、姉小路有長（あねのこうじありなが）が「かげ清き月の嘉都良の川水を夜々汲みて世々に栄えむ」と詠んだ歌にちなんでいる。
・衛生管理上、一般客の蔵見学及び試飲は実施していない。</td><td rowspan="2">
 </td></tr>
<tr><td>京都府京都市伏見区</td><td>通常非公開</td><td>通常非公開</td><td>登録無形文化財「伝統的酒造り」</td><td>株式会社増田徳兵衛商店</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th rowspan="2">No.</th><th colspan="5">プログラム内容</th><th rowspan="2">イメージ</th></tr>
<tr><th>地域</th><th>体験にかかる費用</th><th>滞在時間の目安</th><th>関連文化財等</th><th>運営又は関係事業者</th></tr>
<tr><td rowspan="2">31</td><td colspan="5">・日本を代表する茶専門店「一保堂茶舗」にて日本茶のワークショップ。
・京都が誇る「清水寺」「仁和寺」へ参拝。通常非公開の壁一面に御仏の彫像が敷き詰められた「多宝閣」、格式の高い「成就院」の庭園など、貴重な特別拝観あり。
・夕食は茶懐石の名店「懐石辻留」より届けられた、季節の移ろいを感じるメニューを雅な御殿「宸殿（しんでん）」にていただく。
・朝６時半から行われる勤行を終えたら精進料理や洋食ほか、お好みのメニューを選んで朝食をいただく。
・通常は非公開の平安神宮「尚美館」において、織部流扶桑派家元が特別なお点前を披露。
・由緒ある能楽堂を貸し切って、世界最古の舞台芸術・能楽のすばらしさを鑑賞。</td><td rowspan="2">
 </td></tr>
<tr><td>京都府</td><td>２名
3,789,400 円～</td><td>１泊２日</td><td>・登録無形文化財「京料理」
・世界文化遺産「古都京都の文化財」清水寺、仁和寺
・重要文化財「平安神宮」</td><td>関西観光本部 Exclusive Expeditions</td></tr>
<tr><td rowspan="2">32</td><td colspan="5">菊正宗酒造記念館
・神戸市内の灘地域は、古くから日本酒の醸造が盛んに行われており、いわゆる「灘五郷」と呼ばれる老舗の酒造が多く存在する。その多くが展示施設や試飲のできる直営店などを運営し、酒蔵めぐりのイベントもしばしば開催され、手軽に日本酒の歴史や酒類、醸造過程について学べることから、様々な旅行会社で Half Day/One Day Nada Sake Brewery Tour が販売され、インバウンド層が多く訪れている。菊正宗酒造の創業者である本嘉家本宅屋敷内に建てられた菊正宗酒造記念館では、国の重要有形民俗文化財に指定されている「灘の酒造用具」が展示され、酒造りの歴史や文化について学ぶことができる。</td><td rowspan="2">
  </td></tr>
<tr><td>兵庫県神戸市</td><td>入館料：無料</td><td>9：30～16：30</td><td>重要有形民俗文化財「灘の酒造道具」</td><td>菊正宗酒造</td></tr>
<tr><td rowspan="2">33</td><td colspan="5">棚田の宿　ささゆり庵
・食事は、いろりを囲んで食べる伊賀牛しゃぶしゃぶ&ステーキやミシュラン星レストラン”万惣”のシェフ長田耕爾がその時々の旬の素材の持つ味を最高に引き出した料理「和食＝washoku」を提供している。地元料亭の料理などの様々なプランから選択できる。
・ワークショップを用意しており、忍者体験やトレッキングなどのエコツアーや伊賀焼窯元「長谷園」で伊賀焼体験や「登録有形文化財の 16 連房旧登り窯」の見学ができる。ささゆり庵で提供している「囲炉裏特別料理」には「長谷園」の「微煙陶炉やきやきさん」「陶板鍋タジン鍋　ふっくらさん」「炊飯土鍋　かまどやさん」を使用して料理の味を更に引き立てている。
・国内外の旅行者、なかでも富裕層をターゲットに、ヘリコプターを使っての"聖地巡礼"-世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」の旅のプランを企画。</td><td rowspan="2">
 </td></tr>
<tr><td>奈良県宇陀市</td><td>囲炉裏特別料理 7,000 円～/ミシュラン星シェフ出張 LIVE COOKING 28,000 円/地元料亭の料理 12,000 円～</td><td>１泊～</td><td>登録有形文化財「長谷園登り窯」</td><td>ベンチャーケミカル株式会社</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th rowspan="2">No.</th><th colspan="5">プログラム内容</th><th rowspan="2">イメージ</th></tr>
<tr><th>地域</th><th>体験にかかる費用</th><th>滞在時間の目安</th><th>関連文化財等</th><th>運営又は関係事業者</th></tr>
<tr><td rowspan="2">34</td><td colspan="5">高野山温泉　福智院
・福智院（Fukuchiin）についてでは、高野山での滞在を心地よく、また、思い出深いものにするため山内唯一となる天然温泉と露天風呂をはじめ、各種設備を整えている。毎朝 6 時から勤行（お勤め）を行っており、自由に参加できる。参詣者は各家のご先祖様のご供養（回向）や祈願の申し込みをするのが古くからの慣わし。地産の旬の野菜にこだわり、高野豆腐、金山寺わさびなど高野山ならではの精進料理を楽しめる。“加持祈祷、護摩供養”、写経・写仏、宝来・念珠作りが宿泊すると体験できる。気軽に参加いただけるよう専用の部屋を用意。</td><td rowspan="2">
 </td></tr>
<tr><td>和歌山県伊都郡高野町</td><td>13,500 円～</td><td>1 泊 2 日～</td><td></td><td>高野山温泉　福智院</td></tr>
<tr><td rowspan="2">35</td><td colspan="5">恵光院
・半露天風呂と庭園を備えたラグジュアリースイートで非日常を味わうことができる
・朝勤行と護摩祈祷を体験
・宿泊の方は無料で密教における瞑想法の阿字観を体験できる。
・写経も体験可能。
・精進料理体験
・高野山在住の僧侶（金剛峯寺境内案内人有資格者）がガイドをしてくれるナイトツアーに参加。</td><td rowspan="2">
 </td></tr>
<tr><td>和歌山県伊都郡高野町</td><td>38,000 円～</td><td>1 泊 2 日～</td><td></td><td>恵光院</td></tr>
<tr><td rowspan="2">36</td><td colspan="5">カラコロ工房「匠の館」
・職人さんの手ほどきを受けながら、「きんとん」と「練りきり」を各 1 個作る。松江の代表銘菓「若草」一つを合わせて、合計 3 個を持ち帰ることができる。できたばかりの和菓子は、やわらかくて風味も高く格別の味わい。</td><td rowspan="2">
 </td></tr>
<tr><td>島根県松江市</td><td>1,500 円</td><td>40 分</td><td>・登録有形文化財「カラコロ工房（旧日本銀行松江支店）」
・登録無形文化財「菓銘をもつ生菓子（煉切・こなし）」</td><td>カラコロ工房</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th rowspan="2">No.</th><th colspan="5">プログラム内容</th><th rowspan="2">イメージ</th></tr>
<tr><th>地域</th><th>体験にかかる費用</th><th>滞在時間の目安</th><th>関連文化財等</th><th>運営又は関係事業者</th></tr>
<tr><td rowspan="2">37</td><td colspan="5">NIPPONIA HOTEL 竹原 製塩町
・ ニッポニアサイトで宿泊先、日本の文化体験、食文化体験を組み合わせて選ぶことができる。
・ 郷土料理「魚飯」：魚飯はお祝いなど大切な日に食べられる竹原の伝統的な郷土料理で、約 400 年の歴史を紡ぐ竹鶴家に代々伝わる伝統のレシピを特別に受け継ぎ、再現をした。
・ 醤油づくり体験：1932 年創業の歴史ある岡本醤油製造場にて、こだわりの昔ながらの醤油づくりの想いを聞きながら、櫂入れ作業を体験。
・ 塩づくり体験：竹原でかつて行われていた「流下式」の塩づくりを再現した施設で塩づくり体験。</td><td rowspan="2">
 </td></tr>
<tr><td>広島県竹原市</td><td>魚飯ランチコース　6,050 円
醤油：3,000 円
塩：2,000 円</td><td>2.5 時間</td><td>重要伝統的建造物群保存地区「竹原市竹原地区」</td><td>NIPPONIA HOTEL</td></tr>
<tr><td rowspan="2">38</td><td colspan="5">『Sake Tasting and Brewery Tour in Hiroshima（広島で酒の試飲と醸造所ツアー）』
・ 日本三大酒蔵のひとつである西条の街並みを散策し、なぜこの地で酒造りが盛んになったのかを学ぶ。普段は非公開の西条の酒蔵を特別に見学！蔵の中を歩きながら、蔵元の杜氏が現代の酒造りの工程を説明してくれる。
・ 佛蘭西屋で旬の食材を酒、塩、胡椒でシンプルに味付けした美酒鍋を味わう。（美酒鍋、天丼定食、魚定食などから選択）
・ お土産購入後賀茂鶴酒造で杜氏による酒蔵見学。</td><td rowspan="2">
 </td></tr>
<tr><td>広島県東広島市</td><td>10,800 円～</td><td>4 時間</td><td>・登録無形文化財「伝統的酒造り」
・登録有形文化財「賀茂鶴酒造三号蔵」他</td><td>Beauty Of Japan</td></tr>
<tr><td rowspan="2">39</td><td colspan="5">篴庵（ちいおり）
・ 築 300 余年の年月を経て今も現存する茅葺き民家を現代に伝えたい、その思いを胸に 2012 年に宿泊施設として誕生させた。夕食には地元飲食店の特別メニューを篴庵までケータリング、地場産の食材を使った郷土料理。
・ ごうし芋の山椒炒め・ そば米雑炊・ 岩豆腐（祖谷特産の硬い豆腐です）・ 季節の山菜（うど、ふき、いたどり、わらびなど）・ アメゴの塩焼き。</td><td rowspan="2">
 </td></tr>
<tr><td>徳島県西阿波地域（三好市）</td><td>夕食 3,200 円</td><td>問い合わせ</td><td></td><td>篴庵（ちいおり）</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th rowspan="2">No.</th><th colspan="5">プログラム内容</th><th rowspan="2">イメージ</th></tr>
<tr><th>地域</th><th>体験にかかる費用</th><th>滞在時間の目安</th><th>関連文化財等</th><th>運営又は関係事業者</th></tr>
<tr><td rowspan="2">40</td><td colspan="5">『地元ガイドと行く高知ハイライト 1 日ツアー』
・ 陸上での時間が限られているクルーズ船の乗客にとって特に便利なプラン。
・ ガイドがホテルまたはバスターミナルでお出迎えし、地元の公共交通機関で市内の見所へお連れする。高知城、植物園、竹林寺などで日本の文化や歴史について学ぶことができる。ひろめ市場は約 40 店舗の飲食店や土産物店などの屋台が並ぶ大ホール。有名な「カツオのたたき」も楽しめる。</td><td> </td></tr>
<tr><td>高知県</td><td>18,000 円～</td><td>7 時間</td><td>重要文化財「高知城」、「竹林寺本堂」、「竹林寺書院」</td><td>viator</td><td> </td></tr>
<tr><td rowspan="2">41</td><td colspan="5">御花
・ 料亭「集景亭」ダイニングでは柳川名物鰻のせいろ蒸しを中心に地元の旬の食材を味わうことができる。
・ 「お舟で朝食」を含んだ 2 食付の宿泊プランは 2 名 1 室 68,380 円～（時期によって変動あり）。料亭「集景亭」ダイニングは、季節の食材を活かした会席料理が堪能できる。地元の旬の食材を使い、一皿一椀、心を込めて作る季節感あふれる会席料理で、月替わりでお品書きが変わる。</td><td> </td></tr>
<tr><td>福岡県柳川市</td><td>2 名 1 室 68,380 円～/「集景亭」季節の会席　昼 6,050 円～　夜 8,470 円～</td><td>1 泊～</td><td>・名勝「立花氏庭園」
・立花家史料館では重要文化財「立花家文書」等を展示</td><td>株式会社　御花</td><td> </td></tr>
<tr><td rowspan="2">42</td><td colspan="5">『Flavors of Okinawa Tour: Awamori Cave, Tofuyo, Yagaji Island（沖縄の味覚めぐり：泡盛の洞窟・豆腐よう・屋我地島）』
・ 蒸留酒を何年も熟成させる、現存する唯一の泡盛の洞窟を見学。
・ 松藤蒸溜所で泡盛の作り方を学び、泡盛を試飲。
・ 洞窟で熟成させた発酵豆腐である豆腐ようを試食。
・ 歴史的建造物や景勝地に立ち寄りながら、風光明媚な屋我地島を訪れる。
・ 古民家で本場の沖縄郷土料理を味わう。</td><td> </td></tr>
<tr><td>沖縄県国頭郡金武町</td><td>13,500 円～</td><td>6 時間</td><td></td><td>有限会社インターリンク沖縄
株式会社 松藤</td><td> </td></tr>
</table>

<table>
<tr><th rowspan="2">No.</th><th colspan="5">プログラム内容</th><th rowspan="2">イメージ</th></tr>
<tr><th>地域</th><th>体験にかかる費用</th><th>滞在時間の目安</th><th>関連文化財等</th><th>運営又は関係事業者</th></tr>
<tr><td rowspan="2">43</td><td colspan="5">byFood
株式会社テーブルクロスは byfood.com という欧米の中間富裕層向けのグルメプラットホームを運営しており、食体験のコンテンツ・料理教室・グルメツアー・飲食店予約など、食にまつわる商品の販売をしている。事前予約から決済まで一気通貫型で行えるプラットホームで、SEO で一番上にあがってくるサイト。2019 年以前はユーザーの 4 割はアメリカが占め、残りの 6 割はオーストラリアなどの英語圏が中心であり、英語を使用するフランス、ドイツなどのヨーロッパ圏にもユーザーを保有している。</td><td rowspan="2">・
byFood
TABLE CROSS</td></tr>
<tr><td>東京都中央区</td><td></td><td></td><td></td><td>株式会社テーブルクロス</td></tr>
<tr><td rowspan="2">44</td><td colspan="5">DINING OUT
2012 年地域の素晴らしさを表現する新たな手法として、プレミアムな野外レストラン『DINING OUT』を創出。2016 年、更なる地域の価値を創造するため、『ONESTORY』として新たにスタート。地域で出合ったひとつ=「ONE」と丁寧に向き合い、そこに潜む物語=「STORY」を表現。イベントビジネス、メディアビジネス、会員ビジネス、地域商材開発・販売ビジネス、著名料理人やシェフと生産者のマッチングプラットフォームビジネス、マーケティング・コンサルビジネスを手掛けている地域価値を創造する専門会社。</td><td rowspan="2">DINING OUT
 </td></tr>
<tr><td>東京都渋谷区</td><td></td><td></td><td></td><td>株式会社 ONESTORY</td></tr>
<tr><td rowspan="2">45</td><td colspan="5">株式会社 NOTE は地域の暮らしの持続を目的として、その土地に根差した暮らしや文化、食文化、伝統芸能を継承していく事業に取り組んでいる。まちづくりは行政やボランティアが行うイメージが強かったが、持続可能な仕組みを構築したいという思いで事業化し、現代表が創業期の仲間と立ち上げた。2015 年に、篠山城下町の中に点在する空き家を客室とした分散型ホテルとして「篠山城下町ホテル NIPPONIA」を開発。NIPPONIA は、まちづくりの取り組みで「なつかしくて、あたらしい、日本の暮らしをつくる」をビジョンとして掲げており、具体的には、町屋や茅葺民家、昔の銀行などの歴史的建築物を宿や店舗として再生活用し、そこに新しい生業を生むことにより人の流れと経済循環を生み出し、地域の暮らしの持続を目指している。</td><td rowspan="2">NIPPONIA
NOTE
株式会社NOTE</td></tr>
<tr><td>兵庫県丹波篠山市(本社)</td><td></td><td></td><td></td><td>株式会社 NOTE</td></tr>
<tr><td rowspan="2">46</td><td colspan="5">NIPPONIA　VMG HOTELS & UNIQUE VENUES
国家課題の一つである空家・空きビル問題、歴史的建造物の維持・保存などの課題に向き合い、利活用することで、「文化が紡がれていく」ことを目的にしている。歴史的建造物に特化し、単に維持するだけでなく、建物や街の必要性を生み出し、その地域、その建物固有の価値を創造することで、人々によって街や建物の存在価値が生まれ、結果的に文化を紡いでいる。レストランや施設を「一日だけど一生のこと　アニバーサリー利用」として提供している。歴史的建造物が特別なイベントとして活用されることで、個々の記憶に残り続ける場所になる。歴史的な建造物をリノベートして宿泊施設として運用し、その当時の地域の暮らしを体験することをも文化を知ることのひとつとして、歴史的な建造物で「暮らすように泊まる」体験を提供している。VMG HOTELS & UNIQUE VENUES では、“地産地消”をテーマに地域で育まれた食材がシェフたちに調理され、土地や食材のストーリーを味わう料理が提供されている。</td><td rowspan="2">NIPPONIA
VALUE MANAGEMENT</td></tr>
<tr><td>大阪府大阪市/東京都千代田区</td><td></td><td></td><td></td><td>バリューマネジメント株式会社 Value Management Co., Ltd.</td></tr>
</table>

第 2 節　優良事例 10 件のヒアリング調査

1　概要

第 1 節でリストアップした優良事例 46 件の中から、特に優良と考えられる事例 10 件について、そのコンテンツを提供している運営事業者にヒアリング調査を行い、食文化を題材とした観光プログラムの「成功の要素」を抽出した。

選定事業者	「株式会社テーブルクロス」「バリューマネジメント株式会社」「株式会社 NOTE」「大館市まるごと体験推進協議会」「LA LUCANDA」「海女小屋体験施設さとうみ庵」「有職料理萬亀楼」「株式会社増田徳兵衛商店」「棚田の里ささゆり庵」「高野山準別格本山宿坊恵光院」
カテゴリ	酒、海産物、寺、地域連携型、料亭、郷土料理、郷土料理アレンジ、事業者
ヒアリング項目	➢ 団体の基本情報（会社概要、インバウンド事業の概要等） ➢ 該当プログラムを提供している地域やその食文化の概要（文化・風土・歴史的な背景等） ➢ 食を題材とした該当コンテンツの概要 ➢ 該当プログラムを造成されたきっかけや背景 ➢ 特定の食・食文化との連携のきっかけや着目した理由 ➢ 特に意識しているターゲット層とその理由 ➢ 該当プログラムの情報発信から予約受付、決済等の商流 ➢ 該当プログラムのステークホルダーとの連携体制 ➢ 該当プログラムの管理、販売、受入などに関わる人員とその採用や管理 ➢ 該当プログラムの販売状況、今後の消費拡大の可能性について
調査期間	令和 4 年 12 月から令和 5 年 2 月

2　ヒアリング先一覧

第 1 回有識者会議で整理された内容を調査事務局で協議の上、ヒアリング 10 事例を選定し、調査を実施した。ヒアリング先事業者は次のとおり。

テーマ	No.	地域	運営事業者名	日程
事業者	1	株式会社テーブルクロス（byFood）		令和 4 年 12 月
	2	バリューマネジメント株式会社（VMG HOTELS & UNIQUE VENUES）		令和 5 年 2 月
	3	株式会社 NOTE		令和 5 年 1 月
郷土料理	4	秋田県大館市	農家民泊（きりたんぽ鍋） 運営：大館市まるごと体験推進協議会	令和 5 年 1 月
郷土料理アレンジ	5	岐阜県岐阜市湊町	LA LUCANDA	令和 5 年 1 月
海産物	6	三重県志摩市	海女小屋体験施設さとうみ庵 運営：（一社）志摩市観光協会	令和 5 年 1 月
		三重県鳥羽市	海女小屋はちまんかまど	多忙により見送り
料亭	7	京都府京都市右京区	有職料理萬亀楼	令和 5 年 1 月
		石川県加賀市	山中温泉かよう亭	多忙により見送り
酒	8	京都府京都市伏見区	株式会社増田徳兵衛商店 （月の桂）	令和 5 年 1 月
		東京都東村山市	豊島屋酒造	多忙により見送り
地域連携型	9	奈良県宇陀市	棚田の宿　ささゆり庵	令和 4 年 12 月
寺	10	和歌山県伊都郡高野町	恵光院	令和 4 年 12 月

3　結果

本調査にて得られた結果は以下のとおり。

- ヒアリング結果全体

テーマ・地域	外国人にとっての魅力	受け入れ時/今後の課題	体験価値向上のための工夫点
優良事例１ 株式会社テーブルクロス	➢その地域でしか食べられない食材や料理 ➢特別感・VIP感 ➢文化的・歴史的背景のあるプログラム	➢予約受付や決済等での外国語対応 ➢複数の事業者が関連するプログラムの予約窓口や決済の流れ等の煩雑さ	➢地域の人との交流ができるプログラムづくり ➢付加価値の付け方・見せ方を工夫する
優良事例２ バリューマネジメント株式会社	➢ 日本らしさを感じる建物やしつらえと快適性の共存 ➢ 歴史や文化のストーリー性	➢持続的に集客するための認知度向上 ➢宗教など信仰への対応	➢純和食と西洋アレンジ「フュージョン」の方法 ➢食事の作法について伝える ➢歴史や文化は簡潔に要点をおさえた伝え方
優良事例３ 株式会社NOTE	➢日本らしさを感じる古民家の宿 ➢国や地域によって魅力と感じるコンセプトに違い	➢地域のキーマンとなる人との協力と事業の持続可能性	➢開発時から地域食文化に着目 ➢地域らしさの伝わるアレンジ ➢NIPPONIAというブランドを各地域に落とし込む際の工夫 ➢食の内容や文化を伝えることの重要性
優良事例４ 農家民泊きりたんぽ鍋（秋田県）	➢人のぬくもりを感じられる ➢この地域でしか食べられない味 ➢囲炉裏を囲んでたんぽを焼く雰囲気	➢農家民泊を運営する人々の高齢化・後継者問題 ➢文化や習慣の違いへの対応	➢翻訳アプリでの言語対応 ➢宗教などに配慮した食事の提供方法 ➢地域の観光資源との結びつき ➢地域のありのままを見せる
優良事例５ LA LUCANDA（岐阜県）	➢食事の雰囲気 ➢シェフと直接会話しながら食事ができる ➢鮎をイタリアンにアレンジしている独自性	➢料理の説明の重要性	➢地域でとれた鮎、野菜、ジビエであることを説明 ➢鮎のアレンジ方法 ➢長良川のストーリーが分かる体験を地元漁師と企画 ➢食事とアルコールのマリアージュ
優良事例６ 海女小屋体験施設さとうみ庵（三重県）	➢海女とのコミュニケーション ➢新鮮な食材を食すこと ➢海女文化・歴史・生活を知る	➢地球温暖化に伴う海女の減少	➢SDGsを意識したプログラム造成 ➢海女が楽しんでおもてなしをすること ➢建物を観光用にアレンジ
優良事例７ 有職料理萬亀楼（京都府）	➢文化的ストーリーのある食事 ➢食事の空間や場所が重要 ➢お酌文化への関心の高さ ➢ミシュランに載っている店で食事するステータス	➢外国人の文化に合わせようとするマインド ➢HACCP等の国際ルールへの対応	➢メインが分かる構成を意識 ➢内臓系を使用する料理は詳しい説明をしない ➢食のアレンジの必要性
優良事例８ 株式会社増田徳兵衛商店（京都府）	➢日本酒の造り方に関心が高い ➢蔵見学の臨場感 ➢自国の文化との親和性	➢酒類の海外輸送時の障壁 ➢人材不足による対応範囲の制限 ➢大人数対応の難しさ	➢体験内での和やかな雰囲気/試飲時のしつらえ ➢多様な飲み方ができる日本酒の良さを伝える ➢日本酒でのアッサンブラージュ体験
優良事例９ 棚田の宿ささゆり庵（奈良県）	➢食事の雰囲気 ➢食を通して人と交流すること	➢観光地でない地域に外国人を呼び込むこと ➢業界の商流を把握する必要性	➢食事は演出ツールのひとつ ➢特別感の演出 ➢ターゲットのニーズを正確に把握する ➢訪日外国人の旅の中での自分たちの役割を理解する
優良事例１０ 恵光院（和歌山県）	➢様々な宗教・食志向の人でも安心して食事ができる ➢精進料理自体が体験コンテンツ ➢寺の中で僧侶に給仕をしてもらう非日常体験	➢連泊のお客様へ対応する際の精進料理のバリエーション ➢地方の過疎化による人材不足でメニュー開発の制限 ➢従業員の住環境整備への投資・補助金等の支援	➢外国人が残すものは出さない ➢価値のある文化体験への適切な価格設定 ➢精進料理文化を説明する英語資料の作成

● **ヒアリング調査より抽出された食文化を題材とした観光の「成功の要素」**

ヒアリング調査より食文化を題材とした観光における訪日外国人旅行者にとっての魅力や体験価値向上のための工夫点を抽出し、有識者会議で協議の上、成功するための要素として以下の項目ごとに整理した。

❶ 文化的・歴史的背景を踏まえたプログラムの設計	❷ 地域の住民等との交流の機会の提供
● 歴史的な城の中で食事　→事例１ ● 日本らしい建物やしつらえと快適性の共存　→事例２ ● 海女文化・歴史・生活を知る体験　→事例６ ● 文化的ストーリーのある食事　→事例７ ● お酌文化の体験　→事例７ ● 日本酒の造り方の歴史を感じる体験　→事例８ ● 自国の文化と親和性を感じる文化体験　→事例８ ⇒プログラムの商品価値の向上	● 人のぬくもりを感じられる体験　→事例４ ● 海女とのコミュニケーション　→事例６ ● 食を通して地域の人々と交流する機会の提供　→事例９ ⇒プログラムの商品価値の向上 ⇒地域住民等との交流をアクティビティとして期待することへの対応
❸ 他のプログラムとの差別化のための付加価値の工夫	**❹ 特別感・VIP 感の醸成**
● 美しい夜景が見える場所で食事　→事例１ ● 食品工場、食材の産地の見学に伴う実食の場の提供　→事例１ ● 囲炉裏を囲んでたんぼを焼く雰囲気　→事例４ ● 木材でつくられた建物の中での食事　→事例５ ● SDGs を意識したプログラム造成　→事例６ ● 京都というロケーションや築 300 年の建物の中での食事　→事例７ ● 日本酒でのアッサンブラージュ体験　→事例８ ● 自然豊かな庭や蝋燭の明かりの中での食事　→事例９ ⇒プログラムの商品価値の向上	● 料理を作ったシェフからこだわりや思いを直に聞く機会の提供　→事例１ ● シェフと直接会話をしながらの食事　→事例５ ● ミシュランに載っている店で食事をするステータス　→事例７ ● 酒蔵見学の臨場感　→事例８ ● 食事をする際の特別感の演出　→事例９ ● 寺の中で僧侶に給仕をしてもらう非日常体験　→事例１０ ⇒プログラムの商品価値の向上
❺ 地域限定的な食材や料理の提供	**❻ 文化的価値の高さを感じる適切な価格設定**
● 地域らしさの伝わるアレンジ方法　→事例３ ● この地域でしか食べられない味の体験　→事例４ ● 地域の食材を使用してイタリアンにアレンジしている独自性　→事例５ ● 新鮮な食材を食す体験　→事例６ ⇒プログラムの商品価値の向上 ⇒その土地の有名な食べ物は絶対に食べて帰りたいというマインドへの対応	● あえて高額の価格設定をすることにより、商品価値を向上　→事例１ ● 価値のある文化体験への適切な価格設定　→事例１０ ⇒プログラムの商品価値の向上
❼ 外国人の宗教・習慣への対応	**❽ 効果的なプロモーション戦略**
● 宗教など信仰への対応　→事例２ ● 宗教などに配慮した食事の提供方法　→事例４ ● 内臓系を使用する料理の説明は詳しい部位について語らない　→事例７ ● 外国人が残すものは出さない　→事例１０ ⇒プログラムの商品価値の向上	● 料理等の制作過程が見える PR 動画の作成　→事例１ ● 旅行者のウェブ上の検索ワードの把握　→事例１ ● 顔の見えるコンテンツとしてのプロモーション　→事例１ ● ＳＮＳのハッシュタグ等の活用　→事例１ ● リピーター・ファンの獲得で持続可能な事業　→事例２ ⇒効果的なインバウンド需要の獲得
❾ 外国語対応	**❿ 予約、決済等の煩雑さの解消**
● 予約、決済時における外国語対応の強化　→事例１ ● 地域住民との交流をアクティビティとして期待することへの対応　→事例１ ● 翻訳アプリを使用してのコミュニケーション　→事例４ ● 外国語での精進料理文化の説明資料　→事例１０ ⇒旅行者の不安解消	● 複数事業者が関連するプログラムでの取組強化→事例１ ● 現地でのクレジットカード決済の対応　→事例６ ● Paypal 等を活用した決済の対応　→事例８ ⇒旅行者の不安解消

● ヒアリング結果の詳細

優良事例１　事業者　―株式会社テーブルクロス（byFood）―

＜会社概要＞　株式会社テーブルクロスはbyfood.comという欧米の中間富裕層向けのグルメプラットホームを運営しており、食体験のコンテンツ・料理教室・グルメツアー・飲食店予約など、食にまつわる商品の販売をしている。事前予約から決済まで一気通貫型で行えるプラットホームで、SEOで一番上にあがってくるサイト。2019年以前はユーザーの4割はアメリカが占め、残りの6割はオーストラリアなどの英語圏が中心であり、英語を使用するフランス、ドイツなどのヨーロッパ圏にもユーザーを保有している。

食文化プログラムの訪日外国人にとって魅力と考えられる要素

その地域でしか食べられない食材や料理

- その土地の有名な食べ物は絶対に食べて帰りたいというマインドが旅行者にはあり、訪日外国人に対しても同様に押えるべきポイント。文化庁の百年フードで取り上げられているような秋田県のきりたんぽをはじめとするその土地でしか体験できない食文化は、外国人にとって魅力になると感じている。

特別感・VIP感

- ストーリーが伝わる設計にすることが重要。実際に料理を作ったシェフやサーブするスタッフから提供されたメニューについてどのような思いで作ったのか、食材の組み合わせ方やマリアージュについて聞けるプログラムは付加価値がある。シェフと直接話すことができると特別感も増すため、より商品価値の高いプログラムになる。

文化的・歴史的背景のあるプログラム

- 文化的・歴史的背景が伝わる商品は地域性があり、高めに価格設定しても消費購買が起こっていた。例えば、愛媛県大洲城のプログラムは、城の中で食事ができるもので日本ではここでしか体験できない貴重性と文化的・歴史的要素が強いため非常に興味を持たれ、検索優位になっていた事例の一つ。

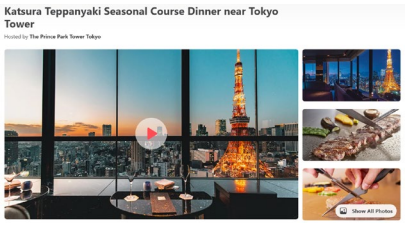
体験価値向上のための工夫

地域の人との交流ができるプログラムづくり

- 三重県までわざわざ訪れるような訪日客は流暢な英語での説明を求めているのではなく、地域の人との交流や温かみに触れることに魅力を感じている。翻訳アプリやジェスチャーを使って会話をすることも含めてアクティビティとして捉えられている印象。コミュニケーションが取れないことで不満足にはつながらない。

付加価値の付け方・見せ方を工夫する

- 東京の鉄板焼きの事例は、付加価値として美しい夜景が見える場所で必ず食事とお酒が楽しめるプランにした。東京こそ差別化が難しい地域であるが、地方であれば、星が綺麗に見える場所であることなど食とその場の景色や雰囲気を付加価値として提供することが非常に重要。
- 生産地で生産者や加工業者と一緒に体験ができる場合、そのあとに必ず食事として提供されるプログラム設計になっていることが好ましい。映像資料の見学や工場見学で説明を受けるだけのような体験プログラムは購買されにくいケースが多いため、説明の後にその場で食事ができるプランは訪日外国人にとって購買意欲・関心度が高まる商品になる。



コンテンツ造成時の開発プロセス

適切な価格設定の必要性

- 三重県大紀町の商品は、地域の方にとっては、一番近い空港である中部国際空港が東京・大阪に比べ、訪日外国人の利用者数が少ない空港であり、交通の便が良いとは言えない土地のため、価格を上げて集客ができるのかという不安もある中、倍以上の価格設定にしたところ、文化的価値があると感じてもらえ販売数が増えた。プログラム内容自体にはあまり手を加えておらず、価格設定を変えただけでより売れるようになった成功事例の一つ。

優良事例１　事業者　―株式会社テーブルクロス（byFood）―

特定の食文化に着目した経緯

- 営業部隊による日本の食文化の発掘を日々行っており、地域の観光協会や県の担当者に地域の方を紹介してもらう方法が半分以上である。また、今回の奈良県で開催されたUNWTOのガストロノミーツーリズム世界フォーラムで優勝したことで自治体等から問い合わせをいただくケースも増えた。日本の食文化が世界に注目されているということを改めて感じた。
- 外国人スタッフによる英語検索で日本の食体験を常にリサーチし、英語で発信されているプログラムにはお声がけしている。

課題点とその解決策

予約受付や決済等での外国語対応

- 地域事業者にとって、プログラム内での外国語対応よりも予約メールや電話、決済方法などの受け入れる前段階の対応に障壁を感じていることが多い。プログラム以外のカスタマーサポートはbyFoodのプラットフォーム上で対応できるため、安心して訪日客を受け入れてもらえるよう支援を行っている。

複数の事業者が関連するプログラムの予約窓口や決済の流れ等の煩雑さ

- 食事だけのプログラムは販売しにくいため、複数プログラムが掛け合わせられると付加価値の高い商品として提供できるが、予約の窓口は誰がするのか、決済の方法などランドオペレーターのような機能が必要になり、難しいと感じている点である。

人材確保・採用について

文化を語れる人の育成

- 例えば、福島でイナゴの佃煮の作り方を見せてもらったが、見せること自体が文化を伝え、文化人育成の第一歩になるのではないかと考える。地域の方は、当たり前の日常を見せるのは躊躇することもあるそうだが、実際に海外のインフルエンサーの方に福島の古民家に訪問してもらい、動画をアップしてもらったところ700万ビューほど見られていて、海外の方の関心の高さが伺えた。地域の人にとっての日常が、外国人が見ると、それこそが文化と感じることもある。

販売方法やプロモーション方法

ショート動画の影響が強まっている

- 旅行者が情報を得るツールは世界の食べ歩き系雑誌に始まり、ブログやインスタグラム等の写真、そして現在ではYouTubeなどの動画を見て次の旅行先を決めるといった流れが大きくある。最近では、ショート動画からの流入が増えてきているため、長尺の動画を作ることも大切だが、10秒~15秒ほどの短い動画を作成しておく対策があっても良い。

旅行者の認知経路を知る

- どのように検索して購入までたどり着いたのかを知る必要がある。例えば、群馬県に来る人は「群馬県」で検索をするのではなく「東京　日帰り　おすすめの場所」のような検索ワードを使って群馬のアクティビティや観光プログラムにたどり着いているケースが多いため、どのような導線でサイトにたどり着いているのかを知り、対策しておくことは非常に重要。

過程や工程の見えるコンテンツであるか

- 過程の見えるコンテンツであるかどうかは重要視しているポイントの一つ。例えば、卵焼きや懐石料理を紹介する動画では作っている過程が分かるように工夫をすることで、出来上がった商品を見せるだけよりも関心度が高まる。

生産者や運営している人が見えるコンテンツであるか

- 第三者であるリポーターのような人が体験した感想を話している動画も有効だが、そこに生産者や運営している人が見えていると動画の閲覧数の伸びが良く、販売数にも影響している印象がある。生産者が語る話は、サステナブルな循環が根付いている場合もあり、SDGsという言葉は使わなくとも欧米のアンテナの高い人たちとって刺さる話であることがある。

優良事例１　事業者　―株式会社テーブルクロス（byFood）―

販売状況や反響、今後の課題

SNSのタグ付けや口コミ

- 多くの旅行者は写真を撮り、インスタグラムやフェイスブックなどを中心にSNSにタグ付けやハッシュタグを付けてアップすることが多く、そこから得られる口コミや評価が一般的に多い。

エリア全体としての情報発信

- どのようにして日本に来たいと思わせるか、東京大阪以外の地域にどのように誘客するかが今後の課題の一つ。そのために事業者単位ではできることの限界があると感じている。県や地域単位で盛り上げていかなければならないケースがある。地域DMOや自治体のような団体と連携することで、例えば、広島まで来ている多くの外国人をそこから鳥取、山口、佐賀などの地域に引き寄せることができると感じている。まずは各地方の知名度を上げることが重要。
- 団体と連携して情報発信をすることで、訪日客に東京大阪以外の場所にも行ってみたいと思ってもらえ、滞在日数が増えるだろう。エリア全体として情報発信をしていくことは重要。

交通の便が良くない場所でも行きたいと思わせる商品開発

- 欧米系の訪日客は東京大阪の大きな国際空港を利用することが多いため、そこから四国に来てもらうためにはもう一度国内線に乗ってもらう必要がある。他の地域でも同様に、東京大阪から飛行機またはフェリーなどに乗ってでも行きたいと思わせるような商品を開発していく必要がある。

出口戦略の必要性

- 100年フードのような目玉となるような商品があることは良いが、それを実際に食べられるお店の情報など、地域や食文化を知ってもらったあとの戦略を考慮する必要がある。行ってみたいと思ってもらえても、実際に食べられる場所がどこにあるのか分からず、お店自体が少ない場合もあり、消費に繋がりにくい。

YouTube　Japan by Food

優良事例２　事業者　―バリューマネジメント株式会社―

＜事業者の概要＞　バリューマネジメント株式会社の事業は大きく二つあり、一つ目は歴史的資源を活用した事業である。観光まちづくりの一環として歴史的建造物の利活用を行い、後世に紡いでいくことを事業の柱としている。今まで活用されていなかった施設やなかなか人が訪れることのないエリアに魅力を付加することによって人を呼び、事業を成立させることによって建物が後世に紡がれていき、事業としても成功していくことが目標。地域と文化と我々の事業がWIN-WINの関係になるような事業を行っている。その一環としてNIPPONIA HOTELを運営している。
またもう一つの事業は、ブライダル事業を行っている。結婚式を含む冠婚葬祭は各国の文化という面で非常に重要な節目であり、守っていきたい文化。
NIPPONIAとは、歴史的建造物を活用し、街づくりや地域の活性化に寄与する事業を行う取り組みの総称であり、バリューマネジメント株式会社と株式会社NOTEで2015年に歴史的建造物を利用した宿泊施設竹田城の城下町ホテルENをオープンし、その後丹波篠山に篠山城下町ホテルNIPPONIAをオープンさせ、はじめてNIPPONIAというブランドを作った。NIPPONIAの商標権自体はNOTEに譲渡し、ほかの地域事業者でもこの総称を使用することができる形とした。考え方としてはアルベルゴ・ディフーゾに近しい。

食文化プログラムの訪日外国人にとって魅力と考えられる要素

日本らしさを感じる建物やしつらえと快適性の共存

- NIPPONIA HOTELの施設は歴史的な建造物をリノベーションし、可能な限り元の形に修復をしている。綺麗にリノベーションしている古民家もあるが、NIPPONIA HOTELではなるべく歴史的な良い部分と日本らしさを残してつくるようにしている。日本らしさという点に海外の方は魅力を感じていることが多い。
- 一方で、過ごすのに不便であったり、外国の文化と離れすぎているとハードルが上がってしまう。例えば、客室にはベッドを採用している。旅館で仲居さんが布団を敷いてくれるような体験は一日程度であれば良いが、長期滞在する方には布団で寝ることは大変なため、ベッドや家具、お風呂等の水回りは長い時間心地よく過ごしてもらえるように意識している。

篠山城下町ホテルNIPPONIA

歴史や文化のストーリー性

- ストーリー性は日本の方も海外の方も非常に関心が高い。特に歴史が好きな方はストーリーを重視する傾向にある。例えば、この地には元々塩づくりで財を成した「浜旦那」と呼ばれる豪商が、訪れた人々をもてなす際に振る舞っていた料理がある。そのレシピをニッカウヰスキーの創業者の生家で有名な竹鶴酒造という酒蔵から特別に受け継ぎ、復活させ、広島県の竹原市の食体験として提供している。このような歴史や背景、本物の味だという説明をゲストにすると大変喜ばれる。この竹原の食体験は、ストーリーのあるものを提供すると喜んでもらえる良い事例である。

竹原市の郷土料理「魚飯」

課題・その解決策

持続的に集客するための認知度向上

- 弊社で取り扱う分散型ホテルは、平均は10~15部屋ほどとどの地域も1地域当たりの客室数がとても少ない。さらに、NIPPONIA HOTELがある地域は観光においてメジャーな地域ではないところが多く、集客が非常に難しく、認知されるためにどうするべきかを一番考えた。NIPPONIAというブランドをつくり、バリューマネジメント社としてはVMGホテルズというブランドを掲げ、全体で会員を増やすことで、例えば三重県伊賀の施設に来ていただいたお客様に対して、グループの他地域の情報やニュースを発信し、今まで知らなかった地域を知ってもらう機会をつくっている。1つのブランドとして認知を広げていくことは必須事項であると考えている。現在は城泊で知られるようになった大洲だが、大洲といってもそこに何があるかあまり知られていない。「○○といえば○○だ」という地域ごとの魅力やブランドをしっかりと作り上げていくことが大事。食文化というコンテンツは歴史的建造物に並ぶ、非常に強いコンテンツになると感じている。食を旅行の目的にしている旅行者は非常に多いため、どのように発信するのか、食の磨き上げを行う必要がある。

宗教など信仰への対応

- 海外の方を迎えるにあたり、一番の課題は信仰の部分だ。宗教によって食の制限を持っている場合や、文化的にベジタリアンな方も多く、ハラルやベジタリアン対応に関しては日本の方と比べてハードルが高いこともある。そのような情報を事前にキャッチしなくてはならず、認証など弊社ではグループとして取り組んでいるが、各地域で対応するのは大変だと思う。

優良事例２　事業者　―バリューマネジメント株式会社―

体験価値向上のための工夫

純和食と西洋アレンジ「フュージョン」の方法

- ベッドや水回りの対応と同様に食も海外の方向けに対応を変えている。すべての食事を純和食にしてしまうと海外の方にはハードルが高い。バリューマネジメント社では純和食に洋のエッセンスを入れた「フュージョン」という食事を提供し、できるだけ召し上がっていただける形を取っている。
- 食材は地域の良いものを使用しているが、フルコースのような形にし、海外の方が馴染みのある構成にして提供することで非常に喜ばれている。コースの中で1皿、2皿程度、アレンジを加えていない純和食やその土地の郷土料理を入れることで、日本のものも食べることができ、全体として美味しいものを食べることができたという、高い満足度に繋がっていると思う。
- 提供している郷土料理は少しアレンジを加える場合もある。その地域に後から入ってくる事業者のため、お客様が本格的なものを求める場合は、元々地域にある郷土料理の店を紹介している。NIPPONIA HOTELではアレンジしたものがご用意できる体制を整えている。

食事の食べ方や順番について伝える

- 1泊100万円でお殿様体験ができるキャッスルステイというプランがあり、そこで実証実験をした際の海外の方からのフィードバックで、お膳にたくさんの料理が並ぶ食事の際に、「食事の順番など食べ方や作法について教えてもらいたい。どれから食べて良いか分からず緊張する。」という声があった。作法について一つ一つ伝えた上で食事を提供することで、安心して召し上がっていただけるようだ。緊張した食事では味が分からないこともあるため、そのような不安を取り除けるような工夫が必要だと感じた。

歴史や文化は簡潔に要点をおさえた伝え方

- 人物名が分かるほど日本の歴史に詳しい方もいるが、日本人ほど日本の歴史を知らない方も多く、説明の際は人物の名前など地域ごとの藩主の名前を言っても理解できないことも多いため、簡潔に分かりやすい伝え方を意識している。

大洲城キャッスルステイ

加藤貞泰が食したであろう献立

予約の流入・販売方法やプロモーション方法

リピーター・ファンの獲得で持続可能な事業を取組

- 持続可能な事業とはお客様に来続けていただけることであり、いかにリピーターを獲得できるかということである。ホテルをきっかけにしてその地域に来たお客様であっても、最終的に地域のファンになって帰ってもらいたいということが目標の一つである。地域のファンになってもらえることで、地域のリピーターになってもらえる。
- また、日本には春夏秋冬があるため、季節ごとに地域の魅力をお知らせすることで、リピーターを作っていける取り組みをグループとして行っている。特に宿は地域の魅力を発信できる発信基地だと考えているため、その地域にしかないものを地元の方が喜んで提供してくれる環境やNIPPONIA HOTELに宿泊しているお客様と聞くと地域の方が親切にしてくださるなど、地域の方々と常に良い関係性を築いていく必要があると感じている。
- 地域の方々に必要とされる施設になることが、長く事業をしていく上でとても重要なポイントだ。最近では、SDGsやエシカルなど、特に海外の旅行市場はこのような取り組みをおこなっている施設でないと使用しないというような状況も増えてきているため、意識しなくてはいけないと思っている。

加藤貞泰の入城体験

臥龍山荘での朝食

饗応として用意された伝統芸能を鑑賞

優良事例３　事業者　―株式会社NOTE―

＜事業者の概要＞　株式会社NOTEは街を活性化させることを目的として、地域に根差した暮らしや文化、食文化、伝統芸能を継承していく事業を計画している。街づくりは行政やボランティアが行うイメージが強かったが、持続可能な仕組みを構築したいという思いで事業化し、現代表が創業期の仲間と立ち上げた。2015年にNIPPONIA丹波篠山を始め、城下町の中に点在する空き家を客室とした分散型ホテルとして開発。NIPPONIAは、まちづくりの取り組みで「なつかしくて、あたらしい、日本の暮らしをつくる」をビジョンとして掲げており具体的には、町屋や茅葺民家、昔の銀行などの歴史的建築物を宿や店舗として再生活用し、新しい事業によって生業を得ることにより経済の活性化と人の流れを生み出し、地域の暮らしを持続させていくことである。自ら地域に営業を行うことはあまりなく、地域の方から相談をされることが多い。そのため、メジャーな観光地ではない、人口が減少して衰退の一途をたどっている地域の事業を取り組むことが多い。古民家ホテルというイメージが先行しているが、古民家を残したいというよりも地域の風景やコミュニティ、残っている文化、独自性などを尊重して紡いでいる。事業化のため経済的に持続するかどうかをしっかり見据えて行っている。描いた計画を実現するまで一緒に伴走していくという点がコンサルと似ているが異なる点だ。NOTEはあくまで支援をしていて、メインは地域の方にやってもらう。地域の方とまちづくり開発会社を作り、開発をする。運営会社は開発した施設をサブリースして、運営してもらっている。

NIPPONIA

食文化プログラムの訪日外国人にとって魅力と考えられる要素

日本らしさを感じる古民家の宿

- 運営会社ではないため、お客様からのフィードバックを直接いただく機会は少ないが、宿帳には海外の方が「日本らしさ」が良かったという意見があった。言語や食事の問題など受け入れ態勢が万全ではなかったため、古民家の宿という点では外国人に刺さると思うがあまり知名度が高くなかった。日本在住の外国人のSNS発信のおかげで海外からもお客様が来ていた。

日本らしさを感じる土間

国や地域によって魅力と感じるコンセプトに違いがある

- 広報として海外のメディアからNIPPONIAを紹介したいと取材依頼を受けたことがあり、エリアによって目を向けるポイントが異なっている点が面白い。数件の問い合わせをいただいた中での傾向だが、欧米系からは伊賀上野の忍者の里や着物がコンセプトのThe日本が感じられるような施設の問い合わせが多く、香港・台湾・シンガポールなどの東南アジア圏からは一棟貸しの宿やローカルな古民家の一棟貸しについての問い合わせであった。

着物体験

ターゲット層について

開発時から地域の食文化に着目

- 2015年にNIPPONIAの事業を始めた際は、メジャーな観光地ではない古民家の宿で地域の暮らしを楽しむということをテーマにしていた。ターゲットとして考えていた層は、歴史文化に興味を持つ、時間と金銭的に余裕のあるミドルアッパーの50代～60代の方々を想定していた訪日外国人だと欧米系富裕層で日本に何度も来たことのある方を想定していたが実際に開業して数年たってみると、東京大阪神戸から来られる人がほとんどで、年齢層では40代～50代が多い。女性の友人同士や30代～40代の夫婦、家族３世代でもいらっしゃっていることが分かった。コロナ禍以降は20代も少数だが旅行支援などを使って訪れている。NIPPONIAは一泊二食付きで3万円前後の価格帯のため、若い人たちには少し手が出しにくいと考えられるため、アッパー層がメインターゲットになってくると考えている。
- 歴史暮らしに造詣が深い方で、4つ星ホテルのように至れり尽くせりのサービスを求めているというよりは地域の方と交流しながらゆっくり過ごしたいという方が利用していると思う。

優良事例３　事業者　―株式会社NOTE―

体験価値向上のための工夫

開発時から地域の食文化に着目

- 地域を開発する際に資源調査をおこなうため、地域の食文化をその時点で把握している。できる限り地域のものを使って提供しようという情報を共有しながら事業を進めている。和紙や着物をコンセプトにしている施設はあるが、現時点で食をメインに扱っているところは福岡の八女にある八女茶をコンセプトにしている施設と、奈良県奈良町では日本酒をコンセプトにしたサービスプランを提供している施設がある。基本的に地域の食材を使って欲しいというのは、どこの地域も統一して工夫している。

八女茶

地域らしさの伝わるアレンジ方法

- 食は宿泊いただく際に重要なポイントになる。地域で食べられているのをそのまま提供することもあれば、フレンチなどの洋の要素を入れる場合もある。地域によってその地域に合わせた形を提供している。その地域らしさを伝えたいと料理人は皆さん思っているため、新しい要素を加えたり旬の物を取り入れたりの工夫はどの地域も行っている。
- 地域の食をそのまま提供しているのは集落丸山。朝食だけ提供するスタイルであり、集落内にある蕎麦懐石のご主人に監修してもらい、きんぴらや卵焼きなど飾らない朝食だが、集落のお母さんに作っていただいている。地域の空気や雰囲気に合った、美味しくて飾らない素朴な感じが魅力だ。篠山城下町ホテルはウエディングを手掛けているプロの事業者が運営しているため、古民家のお洒落なダイニングレストランという空間づくりをして、食事はワインと一緒に食べるフレンチにアレンジしている。地域の希望する方向性やどのような魅せ方をしたいかによってアレンジするかどうかは変わる。

村の野菜で村人が作る朝食
（ろあん松田監修）

丹波篠山のディナー

NIPPONIAというブランドを各地域に落とし込む際の工夫

- NOTEのビジョンを地域ごとに落とし込む際に、地域ごとの懐かしさや新しさなどが異なるため、同じノウハウを落とし込んだNIPPONIAであっても地域の個性が溢れていて、出てくる結果がそれぞれ変わる。地域が本当に残していきたいことを残すようにするため、地域とよく話し合い、100年先も残したいものをみんなで共有する必要がある。その軸がブレなければ、本当に伝えたいことは何か、地域の本当の価値は何かということを次の世代に「変えてはいけないもの」として共有することができる。すべてを固めすぎてしまうと反対に自分たちの首を絞めてしまうこともあるため、コアの部分だけを守っていければ良いと思っている。

食の内容や文化を伝えることの重要性

- 地域の方が自分たちから魅力を発信することでお客様からフィードバックが来て、地域の暮らしの持続に繋がる時代になっていると思う。訪れたお客様にちゃんとした言葉で伝えていくことはとても大事だ。当たり前のことだが料理を提供する際に、この食材の生産者はどんな人で、食材はどこのものか、ソースは今の季節だけしか取れないもので作られているなどをきちんと伝えられるかどうかが一番のポイントだと思う。そこを丁寧に掘り下げて伝えることで、お客様の印象に残る。ただ出されたものを食べるのではなく、分かって食べているので、情報量が増えると楽しさの深みが増す。地域と触れ合う機会を増やせるように工夫して欲しいと運営の方には伝えているため、運営会社も意識して動いてくれていると思う。外国人のお客様への課題は言語の壁以上のもので、文化的背景が違うと、理解されないこともあり革新的なことができるようになると良い。

課題・その解決策

地域のキーマンとなる人との協力と事業の持続可能性

- 自分たちで運営ができる地域に弊社はお手伝いする必要がなく、例えば、物件の確保や改修費用の準備、事業計画の作成、運営事業者を呼ぶことができないような地域から声がかかる。しかしながら、その地域で一緒に事業をしてくれる人がいるかどうかにより、事業が開始できるかのポイントになる。地域のキーマンになる人がいるかどうかが課題。そこが見つからないとなかなか進むことができない。行政だけが声をあげてもうまくいかず、行政の中に協力者がいて、民間の中にも動いてくれる人がいることがベストだ。
- 求心力がある方がいるのがとても大切だが、その人なしでも継承していけるかが次の課題になる。事業として人が変わっても仕組みが土地に残っていれば、運転し続けることが出来るように仕組みを地域に残していくのもNOTEの役目ではないかと思っている。

優良事例３　事業者　―株式会社NOTE―

今後の拡大させたい分野・連携先
新しい業界からの連携と同ブランドの横展開 ● 2～3年前まであまりまちづくりに参画していなかった大手不動産会社や交通系の会社から、まちづくりの新規事業や地方創生に関わりたいという声をいただくようになった。これからは資本を持った大きな会社などが地方創生に参画してくるのではないかと思っている。別の分野の知識やノウハウを持った業者が参画することで、これまでにない地方創生の形が生まれてくるのではないかと感じていてありがたく思っている。 ● 例えばこれからNIPPONIAが50地域ほどに増えていく段階で認知度も上がると思うが、今のもののブラッシュアップをかけ、日本の文化をどのように魅せていくか考えていく必要があるその中でもっと尖らせていく挑戦もしていきたいと考えている。また、NIPPONIAの横のつながりを強化して送客できたら良い。

優良事例４　郷土料理　―秋田県大館市　きりたんぽ鍋体験―

＜団体の概要＞　世界一のグリーンツーリズム「緑豊かな農村地域において、その自然、文化人々との交流を楽しむ、滞在型の余暇活動」を目指している。地域で連携をして体験申し込みのワンストップ化を図る組織として平成22年に協議会が設立。設立当初は、修学旅行で訪れた生徒たちが再び帰って来られる場所を作るために農家民泊を始めた。H29年にJTB交流創造賞最優秀賞受賞し、日本一となった体験を海外の方にも体験してもらいたいという思いから、インバウンドを推進した。中国・台湾などのアジア圏からの利用客が多く、アメリカやヨーロッパ圏の方も訪れることがある。年齢層は30代～50代で家族や友人と訪れる方が多い。

地域	プログラム内容	金額	時間
秋田県大館市	• 地元の農業体験 秋田名物「味噌つけたんぽ」の作り方を一から学び作る ・食後は温泉につかる ・民宿のお父さんお母さんとの触れ合い(舞を見る、参加も可能) ・朝の体操「ラジオ体操」と美味しい朝食	18,150円～	1日

食文化プログラムの訪日外国人にとって魅力と考えられる要素

人の温もりを感じられる

- 夕食のきりたんぽ鍋づくりは、農家の人と一緒に作る体験であり、農家のお父さんお母さんの楽しんでもらいたいというおもてなしが手厚い。来訪客がどの季節に訪れても楽しんでもらえるように、様々な農業体験を準備している。
- ある民泊では、家の周りにある塀をペンキで真っ白に塗り、お客さんのためのメッセージボード代わりにしている。訪れた人のメッセージで早く埋めたいと楽しみながら運営している。外国人の方も自分が書いたものが残り続けるというところが思い出に残るようだ。
- 「第二の故郷になる」というコンセプトで運営を行っているおり、お客さんも「また来るね」という感覚で満足して帰る方が多い。

酒こし舞

この地域でしか食べられない味

- 修学旅行を秋田を訪れた札幌の学校の先生から、ホテルで出されているきりたんぽが美味しくない、本場の味を食べたいという打診を受けて、協議会が設立されたこともあり、作り方や味は地域のお母さんの作る、昔から伝わる美味しいきりたんぽ鍋である。
- 文化庁の100年フードに選出されるなど、秋田県大館市といえば「きりたんぽ」というフレーズで認知されているため、本場のきりたんぽを体験したというステータスになる。

きりたんぽ鍋

カウンター席でシェフと直接会話しながら食事ができる

- ご飯を潰すところから始まり、たんぽを焼くときには囲炉裏を囲んで焼きながら酒を一杯飲むという雰囲気に魅力を感じていると思う。

体験価値向上のための工夫

翻訳アプリでの言語対応

- 基本的には翻訳アプリなどで意思疎通を図っている。この地域に来る外国人の方は本物の日本を味わいたいと思っている人が多く、都会で経験できるような流暢な英語対応を求めているわけではない。言語での問題はあまり感じていない。
- 必ず伝えなくてはいけないことは、伝わるまで説明している。民泊を運営されている方は、話しが上手で外国人の方は自然なコミュニケーションを楽しんでいるのだと思う。

宗教やアレルギーに配慮した提供方法

- 事前に宿泊申し込み用紙にアレルギーや宗教上食べられないものを記入してもらう欄を設け、可能な限りで代替食品を使用した食事を提供できるように対応する。
- きりたんぽ鍋は基本的に比内地鶏で出汁を取っているが、食べられない方には昆布出汁で代替したものを提供している。

地域の他の観光資源や日本文化体験との結びつき

- 大館市は忠犬ハチ公のふるさととして、数年前に「秋田犬の里」という施設ができ、秋田犬のミュージアムとなっているが、国内外からたくさんの観光客が訪れている。海外の検索ワードで富士山より秋田犬の方が検索数が多いくらい、秋田犬は有名で、大館市＝秋田犬の故郷として認識されるようになった。

地域のありのままの姿を見せる

- 地域のありのままの姿を見せることで、外国人の方は日本文化に触れることができる。日本人よりも日本文化を吸収したいというモチベーションが高い方が多く、受け入れる側も楽しく運営している。

優良事例４　郷土料理　―秋田県大館市　きりたんぽ鍋体験―

課題・その解決策

農家民泊を運営する人々の高齢化

- きりたんぽ鍋体験を行う農家民泊の農家の方はほとんどが70歳を超えた高齢者の方々が対応している。受け継いで民泊を運営してくれる人を探し、育成する必要があるが、なかなか難しい課題に感じている。
- 後継者育成の一環として、イベントなどを行う際にはマスコミに連絡をして取り上げてもらうようにしている。「大館の体験推進協議会は楽しいことをやっているな」と知ってもらうことで仲間を増やしていければと思っている。

文化や習慣の違い

- 大館市は温泉の多い地域のため、お客さんを温泉にお連れするが、温泉文化のない地域の方は入浴の仕方が分からないケースも多い。観光庁から発行されている資料を活用して対策している。

予約の流入・販売方法やプロモーション方法

予約の流入

- 個人の申し込みはが8~9割ほどで、団体客だときりたんぽ鍋体験のみを申し込みたいという希望が旅行会社経由で来ることがある。
- HPは英語対応しているため、HPをみて直接メールで申し込んでくるケースが一番多い。また、ステイジャパンなどの予約サイトからも予約が入ることがある。
- 予約の受付は大館市まるごと体験推進協議会が窓口となっており、予約申込後に内容をそれぞれ農家民泊の方に伝えている。

インバウンド推進プロモーション

- JTB交流創造賞をいただいた体験を、海外の方にも体験してもらいという気持ちでインバウンドを推進してきた。例えば、台湾のブロガーを大館市に招いてプログラムを体験した感想をブログにアップしてもらったり、農家の方々と台湾に誘客PRのために訪問するなどの活動を行ってきた。

政府機関の情報発信を活用

- 外国人が来ることで、農水省など国の機関が情報発信をしてくれ、それを活用している。

今後の拡大させたい分野・連携先

連携先

- 連携してくれるところがあれば、どこでも連携をしたい。どのような分野でも連携していきたいと思う。

情報発信について

- コロナ禍で海外からの来訪客が途絶え、2年間のブランクが空いているため、大館市という地域をもう一度思い出してもらう活動をおこないたい。自分たちだけで情報発信の取組を行うには難しいところもあるため、海外で有名なインフルエンサーを招くことや大館の民泊に泊まった感想を発信してくれる外国人誘致のために支援があるとありがたい。

優良事例５　郷土料理アレンジ　―岐阜県岐阜市　LA LUCANDA―

＜施設の概要＞　長良川で採れた天然鮎を使用した天然鮎コースやモクズガニを使用した料理を提供している。建物の1Fにある「＆ｎ（あんどん）」という長良川北・鵜飼屋エリアで地元メンバーによる「”長良”を楽しむプロジェクト」に所属している漁師から直接仕入れている。野菜や肉類も地元のものを使用している。食事を通してイタリア文化と長良川の食文化も知ってもらえるような料理を考案している。

地域	プログラム内容	金額	時間
岐阜県 岐阜市湊町	• 日本三大清流のひとつ長良川を和船で下りながら、地元の漁師から伝統的な漁法の実演をしてもらう • 伝統的なオール（櫂）で船を操る体験 • 澄んだ川にしか生息しない地元の鮎を使った岐阜県長良川の郷土料理を活かしたイタリアンコース ※byFoodで取り上げられている体験プログラム	31,000円～	4時間

食文化プログラムの訪日外国人にとって魅力と考えられる要素

食事の雰囲気
- 木材でできている建物や店内の雰囲気に外国人の方は関心が高い。
- 建物の3階からは、近くにある長良川や金華山が見え、景色が良い。この自然豊かなロケーションを楽しみながら一緒に食事ができる点も魅力の一つ。

カウンター席でシェフと直接会話しながら食事ができる
- オープンキッチンのため目の前で調理しているところが見れる。カウンター席では特にシェフと話をしながら食事を楽しむことができる。

鮎をイタリアンにアレンジしている独自性
- この地域では、鮎をイタリアンにアレンジして料理を提供している飲食店はないため、珍しい料理が食べられるところは魅力。

鮎料理

体験価値向上のための工夫

地域でとれた鮎や野菜、ジビエであることを詳しく説明
- この地域で採れた野菜を使用していることやジビエの場合は、猟師が実際に獲っているところを見て仕入れているものであることなどを説明している。

鮎のアレンジ方法
- 鮎自体の味があまり強くなく、イタリアンでは鱒などの川魚や日本にもあるような野菜を使用していることが多いため、パスタなどによく合う食材。鮎の味を活かしながらイタリアンにアレンジをすることを心がけている。
- シェフがイタリア料理、日本料理共に知見があるため、これまでの経験を活かした味付けの調整を行っている。

長良川のストーリーが分かる体験を地元漁師と企画
- 「＆ｎ」に所属している長良川の漁師との連携で、長良川で鮎漁の体験をした後にランチで鮎を使った料理を食す企画があり、地域の背景やストーリーの延長で食事を楽しむことができる。

食事とアルコールのマリアージュ
- イタリアビールのバラデンと鮎料理は合うため、一緒に提供している。
- 松ぼっくりやマルベリー（桑の実）からシロップを手作りで作っており、酒や炭酸で割って提供することがあり、イタリア人を中心に気に入るとリピートするお客さんが多い。

松ぼっくりのシロップ

課題・その解決策

料理の説明の重要性
- 日本人への対応の際だが、説明に誤解が生じたことがあった。例えば、本格的なイタリア料理であることに加えシェフのオリジナル料理であることもあり、コースの中でパスタが来なかったと誤解されることがあった。説明が足りなかったのだと感じ、海外の方に対応する際にも気を付ける必要があると思った。

優良事例５　郷土料理アレンジ　―岐阜県岐阜市　LA LUCANDA―

予約の流入・販売方法やプロモーション方法

Google検索や「&n」関係者からの紹介

- 外国人の方はGoogleの検索から認知され、予約が入るケースが一番多い。
- この場所は「＆ｎ」の建物のため、様々なイベントを行っており、「＆ｎ」のメンバーからの紹介やイベント内で紹介されることも多く、相乗効果はある。
- 大きなイベントでは長良川鵜飼屋花火大会があり、以前行われていた花火大会が中止になってしまったことを受け、寄付によって運営していた。
- 地域の食材が販売されるマルシェが開催されることもある。

鵜

シェフ

モカ

優良事例６　海産物　―三重県志摩市　海女小屋施設さとうみ庵―

＜施設概要＞　鳥羽志摩付近の海女小屋は7カ所ほどあるが、観光協会が運営している海女小屋施設はさとうみ庵だけである。全国には1,390人の海女がおり、そのうちの690人が志摩市にいる。さとうみ庵に所属している海女は登録制で、毎年3月～9月の半年間しか海に潜ることのできない海女の働く場所を提供する意味合いも込め、海女小屋が運営されている。訪れる外国人の割合は、2019年で全体の来訪客の2～3割ほどを占めており、台湾、タイ、中国、香港などのアジア圏からは団体旅行で、欧米の来訪客は個人旅行で近隣のホテルからの送客が多い傾向にあった。

地域	プログラム内容	金額	時間
三重県志摩市	現役の海女さん・元海女さんから、普段は聞く機会のない海女漁の話しや海のことを聞きながら、伊勢志摩で獲れたサザエや新鮮な魚介類を堪能。※その他プラン有	3,850円（税込）～	1時間半
	「海を綺麗に！ミニ浜掃除体験」未来に届け！海女小屋体験・SDGsプラン「SDGs未来都市」に選定された志摩市で食事前の30分間砂浜のゴミを拾って豊かな海を守る。温暖化による海の変化を身をもって体感している海女さんの話しが聞ける。	4,400円～	2時間

食文化プログラムの訪日外国人にとって魅力と考えられる要素

海女とのコミュニケーション

- 海女は英語が流暢に話せる訳ではないが、ジェスチャーなどで交流をしている。必要があれば通訳の手配も行っているが、田舎のおばあちゃんのような温かい人とのコミュニケーションが体験の最大の魅力として楽しまれている。
- 海女が話す内容は自分の体験談などを話しているため、各体験グループで全く異なる話が聞ける。さとうみ庵では、2～8名までのグループに一人の海女が付いているため、相席にならず、ほかのグループの人を気にすることなく、海女と気兼ねなく話せる空気感も魅力の一つだろう。海女を気に入って、その人に会いたくてリピートされる人も多い。

海女とのコミュニケーション

新鮮な食材を食すことができる

- 海が近くにない地域から訪れる外国人は、焼いているときに動くほど新鮮な魚介類を見て感動している。「新鮮さ」は強みの一つでもあるため、新鮮なものを食べられることにも魅力を感じているのだと思う。

魚介類

海女文化・歴史・生活を知る

- 海女文化は日本と韓国にしかないため、文化そのものに興味のある外国人が多く、特にフランスの方は熱心に聞いている印象。
- 海女文化の中にはSDGsの要素があり、例えば、アワビは10.6㎝以上のものしか獲ってはならず、それより小さいものは海に戻すことやウェットスーツの厚さなど様々な細かい規制がある。生態系を崩さない漁を行っていることに対して海外の方の関心は非常に高い。

体験価値向上のための工夫

SDGsを意識したプログラム造成

- 海女小屋の前にある浜のゴミ拾いをしてから海女小屋体験を行うSDGsプランを造成。プラスチックやペットボトルが砂浜に漂着し、海洋ゴミとして深刻な問題となっている。環境問題へのアンテナが高い海外の方に向けたプラン。

海女が楽しんでおもてなしすること

- 外国人の方から「楽しい」「食事が美味しかった」といってもらえ、海女さんも楽しみながらおもてなしをしていることで海女文化の良さが伝わる。

建物は観光用にアレンジ

- 本来の海女小屋は海女が漁で冷えた体を温める自宅のような場所のため、観光客を招くことは難しい。そのため、さとうみ庵では、観光用の体験施設として海女小屋を運営している。

海女小屋体験・SDGsプラン

優良事例６　海産物　―三重県志摩市　海女小屋施設さとうみ庵―

販売方法やプロモーション方法

アマネムなど近隣施設との連携

- 海外からの富裕層が多く訪れるホテルのアマネムと連携しており、アマネム経由で予約が入ることも多い。連携したきっかけは、元々アマネムが志摩に建てられる際に、地域密着型の体験プログラムを提供したいという思いがあり、志摩市で規模も大きく、インバウンド受入に積極的な姿勢であるさとうみ庵に声がかかった。

課題点

地球温暖化に伴う海女の減少

- 海女が年々減少している背景には、地球温暖化によって海女の主要な収入源であるアワビの漁獲量が激減したことが挙げられる。アワビの漁獲量は1970年の6,000トンをピークに現在では10分の1まで減少しており、それに伴い、海女が漁をできる期間も減り、現在では年間20日ほどしか漁ができない。海女だけで生計を立てるのは難しく、家業として代々受け継いでいる海女も多いため、自分の子供に海女を継がせたいと思う親が少なくなり、海女全体の人数が減る悪循環になっている。海女文化を絶やさない取り組みが必要。
- 磯焼けもアワビの漁獲量に影響を与えているため、深刻な被害だ。対策のための事業費があると良い。

優良事例７　料亭　―京都府京都市右京区　萬亀楼―

＜事業者の概要＞　1722年(享保7年)の創業から300年を迎える。有職料理萬亀楼という屋号の通り、有職料理は元々京都御所の宮中の料理であり、それを萬亀楼が継承している。日本の文化の多くが宮中の宮家から発信されており、その中の「食」を扱っているものが有職料理となる。日本にある多くのジャンルの料理の源流だ。萬亀楼ではレストランという側面だけではなく、式庖丁と呼ばれる庖丁と俎箸で魚を切り分ける食の儀式があり、明治維新頃より萬亀楼は生間流の一切を正式に継承している。現代の家元で三十代目にあたる。元来、式庖丁は武家の習い事の一つであったが、明治維新が転換期として武家から一般家庭に変化する過程で刃物を使うという仕事が料亭に流れ込んだ背景がある。全体の30%ほどが海外からのお客さんで、1組当たりの消費額平均は日本人の倍とはるかに高い傾向にある。訪日客の60%ほどがアジア圏、40%ほどがロシア、ヨーロッパ、アメリカという構成になっている。

地域	プログラム内容	金額	時間
京都府 京都市 右京区	• 竹籠弁当：御所ゆかりの有職料理を今に伝える、老舗のこだわりを堪能できる(ランチのみ)。 • 京懐石：京都の水を使って料理をし、京都という空気の中で食事をすることができる。 • 有職料理：京都において、朝廷や宮家等の宮中にて、節会等で食された、雅やかな形式の料理。 • 式庖丁：大きな俎板に乗せた魚や鳥を、直接手を触れず、庖丁刀と俎箸で切り分け、瑞祥というめでたい形を表す。平安時代より続く歴史ある食の儀式。いのちに向き合う根源的な姿を見ることができる。	竹籠弁当 8,223円 京懐石 12,650円～37,950円 有職料理 44,275円～69,575円 式庖丁 1回 88,000円(人数にかかわらず)	昼12時～15時 夜17時～21時

食文化プログラムの訪日外国人にとって魅力と考えられる要素

文化的ストーリーのある食事に魅力

- 特にヨーロッパ系の方は、この建物は築300年のものだという話から、萬亀楼や食事の歴史、文化的な話題に重きを置かれていることが多い。築300年はフランスでいうところのオペラ座と同じ年数であるが、オペラ座は文化的価値を評価されているにもかかわらず、日本の建物は同等の評価を得られていない、その部分は遅れているのではないかという話をされていたりする。
- 萬亀楼では「竹籠弁当」「京懐石」「有職料理」などの日本料理を提供しているが、海外の方は専ら有職料理を頼まれる。旅行では非日常を体験しに来ていることもあり、文化的な背景があるところに一番魅力を感じているようだ。
- その一方で超アッパーのビジネス層は竹籠弁当を頼まれる方が多い。ゆっくり食事をする時間が取れずランチしか来られないのだと思う。スティーブ・ジョブズ氏が来店した際も竹籠弁当を頼んでいた。
- 式庖丁を見学した際に関心があるのは「刀」で、特にアジア系の方から質問をいただく。また、萬亀楼で所有している二条城行幸という天皇陛下を招き5日間催されたパーティーの献立が記されている巻物についての説明もするが、ヨーロッパの方は巻物に興味を示す方が多い。

食事をする空間や場所が重要

- 野菜について聞かれることはあるが、食材について興味を持っている人は少ないと思う。食事をする空間や場所が大切で、どこで何を食べているか、次に美味しかったかが重要。

お酌という文化への関心

- 小さい徳利で少こしずつ飲むことの何が楽しいのかと聞かれることがあるが、三三九度というお酌をして仲を深める文化があるという話をしている。芸妓さんや舞妓さんを入れる席もあり、お酌を楽しんで過ごされているのをみると、そのような体験的なところも魅力の一つだと感じている。

ミシュランに載っている店で食事をするステータス

- 特にアジア系の方は、ミシュランに掲載されている店という理由で来訪される傾向にある。特殊なオーダーが多く、子供には食べられない食事であっても大人も子供も同じ料理を出してほしいと言われる。「この場所でこの料理を食べた」というステータスのような点が魅力なのだと思う。

有職料理

京懐石

式包丁

優良事例７　料亭　―京都府京都市右京区　有職料理萬亀楼―

体験価値向上のための工夫

メインが分かる構成を意識

- 日本料理はメインが分かりにくい料理のため、海外の方にとってメインは何か視覚的に明確にわかるように作ることが重要。サーブする際にお客さんへ言葉でも伝えるが、言葉ではほとんど伝わっていないと思っている。そのため、料理はできるだけシンプルに作るようにしている。

内臓系を使用する料理は詳しい説明をしない

- 日本の珍味は内臓系が多く、提供時にあまり詳しく説明しないようにしている。具体的な部位について話してしまうと食べにくい方も多いため、「魚の内臓」とだけ伝えるようにしている。
- 内臓系の食材の調理方法は、できるだけフライに調理するようにしている。油でコーティングすると口の中でクリアできることが多い。食べてもらえないと始まらないため、日本人のお客さんとハードルの設定を変えている面もある。

食のアレンジの必要性

- 海外のお客さんが注文する価格帯は日本人平均の倍以上である。高級食材の羅列になってしまうこともあるが、必然的に日本人の内容と変えなければならず、お客さんに合わせたアレンジは必要だ。

課題・その解決策

外国人の文化に合わせようとするマインド

- 海外のお客さんは日本の文化を体験しに来ているにもかかわらず、日本人が外国人に合わせようとしすぎているのではないか。日本人がフランスへ行って和風の建物に入っても面白くないのと同じで、外国人に合わせすぎない、本来の日本文化を見せることが重要。
- 言語的な課題もあるかもしれないが、あと10年もすれば解決すると思っている。日本人の外国人の文化に合わせようとするマインドの方が今後の課題になる。

国際ルールへの対応

- HACCPの認証など国際ルールに対応できている飲食店が少ない。直近にある2025年の万博には、多くの海外の方が日本に訪れる。開催国として、SDGsやグローバルギャップに積極的に取り組んでいかなくてはならない中、現在2～3%ほどしか進んでいない状態は問題だ。特に飲食店が認証を取れていても、一次産業でも取れていないと使える食材がなく、料理を提供できないという状況になってしまうため、まずは万博までに一次産業と連携をしながら国際ルールに対応していきたいと考えている。

予約の流入・販売方法やプロモーション方法

メディア媒体による認知

- BSNHKからの取材が多く、年に4回程度受けている。BSは海外でも見られるため、海外で番組を見て、来訪する方もいた。地上波では、毎日放送やNHKに出演した。
- ANA・JALなどの航空会社の雑誌は何度か掲載されたことがあり、VISAカードやAmerican Expressのプラチナ会員以上に送られる雑誌に掲載されたこともある。また、京都の京を楽しむ大人マガジン『月刊京都』で “ 若主人の料理哲学　次世代の京料理を描く。 ”という連載もしている。

ホテル以外の送客

- 旅行会社やカード会社経由、ANA・JALなどの航空会社などがある。フランス大使と個人的に知り合いのため、フランスからのお客さんは大使に紹介いただくことが多い。

ミシュランガイドによる集客

- 中国の方はミシュランガイドが好きで、ミシュランガイドからの流入が多い。日本のお客さんはあまり重要としていないかもしれないが、ヨーロッパでは長年続いているため信憑性のあるものだと思われている

優良事例７　料亭　―京都府京都市右京区　有職料理萬亀楼―

今後の拡大させたい分野・連携先

一次産業との連携

- 国際ルールに対応するためには、一次産業との連携が必要不可欠。

日本食を知ってもらう窓口の開拓

- 機内食に採用してもらうなど、新しいフィールドを開拓していかなくてはならないと感じている。今の機内食はほとんどが洋食で、和食というと焼き魚になってしまい、どれだけの外国人の方が食べてくれるか分からない。食べやすいものを提供できれば、より外国人の方に食べてもらえる。まずはその組織づくりをしないといけない。大量調理のセントラルキッチンでできることは限られてくるが、日本食を食べてもらう窓口を増やす必要があると感じている。

人材確保・採用について

文化を語れる人の育成

- 文化を語れる人の育成は壮大なミッション。所作に人間性が出るため、文化を語る前に謙虚で、身だしなみを整えなさいと教えている。県外やほかの料亭のご子息が勉強に来ており、文化を受け継いで行く立場の人もいる。できるだけ式庖丁の文化や店にある美術品の説明をしているが、自分の中で「気付き」がなければただの情報でしかなく、このような空間で働く中で、彼らに気付きが起こることを願うしかないと思っている。
- 後継者は家業として代々受け継ぐケースが多い。新しく始めるには建物や調度品などものを揃えるまでが難しい。受け継ぐ本人の熱量にもよるが、生活環境の中に文化が溶け込んでいる子の方がヒントを合わせやすいと思う。

優良事例８　酒　―京都酒京都市伏見区　増田徳兵衛商店（月の桂）―

＜事業者の概要＞　創業1675年、酒屋と米屋を同時にスタートし、平安京の羅生門からまっすぐに伸びた鳥羽街道の下鳥羽という場所に初代から動かず14代目まで酒づくりをしている。鳥羽伏見の戦いで1868年に一度罹災をしたが復興し、現在の建物は1868年から変わっていない。「月の桂」という名前の由来は、江戸後期の公家で姉小路有長（あねのこうじありなが）から頂いた詩に月の桂という名前が出てきたことからである。1964年に、先代がスパークリングの濁り酒を造った。当時どぶろくが酒税法で製造禁止になってしまったが、また飲みたいという声を受けたことがきっかけであった。訪日外国人の構成は、シンガポール・香港・台湾などのアジア圏が多く、アメリカやヨーロッパからも訪れている。

地域	プログラム内容	時間
京都府 京都市 伏見区	• 酒蔵見学 • 日本酒月の桂の試飲 • 日本酒のアッサンブラージュ体験 • 時期が合えば稲刈り等の農作業体験 ※時期により体験工程を一部ビデオにて鑑賞	２時間程度

食文化プログラムの訪日外国人にとって魅力と考えられる要素

写真：「京都日本酒体験」を参照

日本酒の造り方に関心が高い

- 収穫した稲がぶら下がっているのを見て、酒用と食用の米はどのように違うのかという質問が来るなど、初めて見学する方は目から鱗のような反応だ。
- ワイナリー見学でも目の前がぶどう畑の場所でワインを知るとより魅力的に感じるのと同じで、日本酒も田んぼを見たいというお客さんはいる。タイミングが合えばお見せすることもある。

蔵見学の臨場感

- 冬は酒作をしているため、すべての行程が蔵の中に入っているので見せることができる。しかしながら、酒造りシーズンから外れている際は、酒造りについてのビデオを見てから蔵を見学してもらうが、実際に造っている場所を見学するのはライブ感・臨場感があって魅力のようだ。

自国の文化と親和性のある文化

- 古酒とヴィンテージワイン、スパークリング濁り酒とスパークリングワインのように親しみのある酒の状態は受け入れられやすい印象がある

体験価値向上のための工夫

写真：「京都日本酒体験」を参照

雰囲気を大切にしている

- 説明で工夫していることは多くないが、英語で冗談を言ってみたり、にごり酒を開ける際に吹きこぼれてしまうのを動画に収めてもらうなど、いかに和やかな雰囲気で過ごしてもらえるようにするかを努めている。
- 蔵見学の最後にはテイスティングもおこなっている。その際に使用するのは紙コップではなく、リーデルのグラスを用意している。細かなことだが、ちょっとしたしつらえも大切にしている。

多様な飲み方ができる日本酒の良さを伝える

- 度数の低い酒やスパークリング、食中酒、食後酒として楽しめる古酒もあり、食事の最初から最後まで「月の桂」一銘柄で飲むことができる。また、日本酒には温度によって熱燗・ぬる燗・人肌燗・雪冷え・冷酒と名前がついており様々な楽しみ方ができるため、ほぼすべての食事との相性が良い、そのような説明をしている。
- 食事とのマリアージュは必ず聞かれるため、「このお酒にはこの料理が合います」と言い切るようにしている。

オリジナル日本酒が造れるアッサンブラージュ体験

- 古酒やコーヒーリキュール、梅酒なども造っているため、自分の好みで混ぜ合わせて、自分だけの日本酒をつくることができる体験も行っているが、通常は販売していないものを持って帰れるため大変喜ばれる。

優良事例８　酒　―京都酒京都市伏見区　増田徳兵衛商店（月の桂）―

課題・その解決策

日本酒の海外輸送の障壁

- 月の桂を気に入った方が大量に購入したが、その後の輸送に問題がある。日本から輸出する際は簡単だが、購入したお客さんの国ごとに輸入できるか対応が異なるため、事前に知っておく必要がある。アルコール類は税金がかかることが多く、輸入国によってご希望に沿う対応ができないこともある。

人材不足による対応範囲の制限

- 蔵見学の際に説明専門のコンシェルジュのような存在がいてくれるとありがたいと思うが、そのような人材を雇用するのは難しい。コンシェルジュを付けることができれば、毎日でも蔵見学に来ていただきたい。VIP対応もより多くできると思うが、そこまでの対応はまだ難しいのが現状。

大人数対応の難しさ

- 駐車スペースの問題や蔵の中も見学用の広さではないため、団体客を対応するのは難しい。説明をする際も大人数よりも少人数グループの方がおもてなしが行き届きやすいメリットもある。
- 蔵見学をする際は、衛生対策のために履物の履き替えと帽子を着用してもらっているが、団体客の場合、衛生対応にも時間がかかり徹底させることが難しいと感じている。

予約の流入・販売方法やプロモーション方法

ホテルのコンシェルジュや旅行会社からの送客

- 予約の経路は、ホテルのコンシェルジュから京都に滞在している間に見学をしたいという方から予約を受けることもあれば、JTBなどの旅行会社からラグジュアリーツアーとしてや、海外の会社から予約を受けることもある。

有名ブランドのイベントのお土産として

- CartierやLouis Vuitton、Gucciなどの有名ブランドが京都でイベントを行う際のお土産として日本酒の月の桂を使いたいと連絡が来ることがある。そのようなイベントのお土産で使用されることで、富裕層に認知されるきっかけになっているのだと思う。

酒造組合中央会の海外戦略委員会での活動

- 全国の酒造メーカーが加盟している日本酒造組合中央会に所属しており、日本酒の海外需要の拡大を背景に海外戦略委員会を発足させ、委員長を務めていた。和食が世界遺産となったことを受け、日本酒の更なる海外輸出のため、年間15~20回ほど海外へ行き、世界中の様々なイベントに参加し、ツアーコンダクターのような役割をしていた。そのような活動の結果、世界中の方に「月の桂」が知られるようになったのだと思う。
- 日本の人気観光地である京都にある酒造ということもお客さんに選ばれる理由の一つ。

今後の拡大させたい分野・連携先

国内の飲食店との連携による日本酒の魅力拡大

- 海外への販売はこれからも伸びると思うが、今後は海外輸出だけでなく、日本国内の飲食店でいかに日本酒を味わってもらえるかが重要になると思う。国内の飲食店でインバウンドの方にも飲んでもらいたい。日本酒を提供する飲食店が増えれば、日本食と合わせて味わいながらより楽しんでいただける。

日本酒文化・古酒の魅力を海外へ発信

- 今後の取り組みとして、日本酒と焼酎の麹を、麹文化という形で醸造発酵の世界遺産登録に向けて提案をしていきたい。和食が世界遺産になった時もそうだが、海外に向けてのアピールの仕方が苦手な日本で日本酒文化が世界遺産になったとしても、爆発的に販売拡大するとは考えにくい。食や酒に対するカッコよさを、世界に文化としてもっとアピールしてPRしたい。
- ホテラーズという雑誌の京都特集で日本酒について話をした。新酒ももちろん大切だが、古酒という高付加価値の商品がこれからは大事だと感じている。例えば、1996年のドンペリが今世紀最高だと言われているが、何年の月の桂が美味しかったとは言わない。そのような古酒の文化も今後日本に広めていきたいと考えている。

優良事例９　地域連携型　―奈良県宇陀市　棚田の里ささゆり庵―

＜施設の概要＞　奈良県宇陀市に位置する棚田の里ささゆり庵は、200年前の茅葺家屋を修復し、伝統美を維持しながら豪華な雰囲気を味わえる。「ミシュランガイド奈良2017特別版」でも紹介され、多くの訪日外国人から人気を得ている。新型コロナウイルス感染拡大前（2019年以前）の来訪客は、訪日外国人が9割、日本人が1割を占めており、特に欧米系の割合が高かった。アジアの来訪客は香港・シンガポールが多い傾向。また、客層は富裕層のシニア世代（50代以上）が最も多く、若い世代のファミリー、カップルなどの層が訪れることも多い。自家用ジェットで直接ささゆり庵に来訪する富裕層対応も可能。

地域	プログラム内容	金額	時間
奈良県 宇陀市	• 1日1組限定。 • いろりを囲んで食べる伊賀牛しゃぶしゃぶ&ステーキ、ミシュラン星レストラン”万惣”のシェフ長田耕爾がささゆり庵で「和食＝washoku」（無形文化遺産）その時々の旬の素材の持つ味を最高に引き出したお料理、地元料亭のお料理などの様々なプランから選択できる。 • ワークショップ(忍者体験やトレッキングなどのエコツアーや伊賀焼窯元「長谷園」で伊賀焼体験や「登録有形文化財の16連房旧登り窯」の見学）が体験できる。 • ヘリコプターを使っての“聖地巡礼”-世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」の旅。	囲炉裏特別料理 7,000円～ ミシュラン星シェフの出張LIVE COOKING 28,000円～ 地元料亭のお料理 12,000円～	1泊～

食文化プログラムの訪日外国人にとって魅力と考えられる要素

食事の雰囲気

- 地域のストーリーを伝えるために奈良県のものや県境の三重県の食材も使用するが、地域の食材や料理の違いが分かる外国人はほとんどおらず、現状、食を目的に訪れる観光客はほとんどいない。訪日外国人にとって魅力と考えられるポイントの一つは、食事をする場の空気感や雰囲気であり、彼らが楽しい、ワクワクすると思えるような雰囲気を演出する工夫が必要。

食を通して人と交流すること

- 「ささゆり庵無農薬有機野菜農園」では有機野菜を栽培しており、そこで作った有機野菜は市販のものよりも味が良く、シェフの出張 LIVE COOKINGでシェフ自ら野菜を選んで使用している。有機野菜に興味のありそうな方や体調のすぐれない方には有機野菜を使用したスムージーなどを提供することあるが、そのようなおもてなしの心が非常に喜ばれる。畑を見ながらコミュニケーションを取ることでより満足度が高まると感じている。食材はファクターの一つでしかなく、それ以上にゲストへの心配りが大切。

上段左：外観
上段右：囲炉裏の間
中下段：欧風・フュージョン・ベジタリアン出張 LIVE COOKING

体験価値向上のための工夫

食事は演出ツールのひとつ

- 食は旅や体験を演出するツールのひとつであり、食事をするその場の雰囲気が大切である。例えば、庭が綺麗なささゆり庵では食事とお酒を楽しんでもらった後のデザートの時間に庭へ移動してもらい、全ての明かりを消し、ろうそくの明かりだけにすることでさらに雰囲気が良くなる。障子を開けると外の景色のライトアップが見えるサプライズをすると、さらに喜んでもらえる。

特別感の演出

- 宿泊者は一日一組限定のため、オーナー自ら宿泊者を出迎え、建物や食事などすべて細かく説明してもてなすことでVIP感、特別感を味わってもらえるようにしている。周辺の観光地に行く際にガイドを付けることもあるが、希望があれば観光地や地元の案内もオーナーが行う。説明の際は精神的な話ではなく合理的に話をするようにしている。合理的に話すことでより納得感を感じてもらえている。
- ここでしか体験できないと思わせる特別感が重要。例えば、提供する食事では専用のシェフを雇わず、庵に呼ぶスタイルにしているが、環境の良い一棟貸しでシェフを呼べるスタイルは日本ではなかなかないため特別感が出ている。

ターゲットのニーズを正確に把握する

- 来訪する富裕層の多くは本物を求めていて、偽物ではすぐに分かってしまう。張りぼてではない本物の茅葺家屋の中で本物の説明をすることが満足度を高める要因のひとつ。

訪日外国人の旅の中での自分たちの役割を理解する

- 長期滞在が多い欧米系のゲストに対し、旅行の何日目に来ているのか必ず確認している。これまでの旅行でどこを訪れたのか、何を食べてきたのかを知ることで、これから何を食べたいか、体験したいのか、求めているものに対する自分たちの役割を提供することで、彼らの日本旅行のハイライトになることを目標にしている。

優良事例９　地域連携型　―奈良県宇陀市　棚田の里ささゆり庵―

課題点と解決方法

- 失敗だらけであった。この業界の商流がどのように流れているのかを必死に考えた。ブランドネームのある有名ホテルではない無名なこの施設に訪日客を呼ぶために、常に情報には敏感になって感じ取っていた。この地は観光地でもない場所だが、逆に誰もいないからこそ、この場所が外国人を呼び込むのに良いと思った。

コンテンツを造成した背景

- 自身の海外旅行での経験がコンテンツ造成に役に立った。例えば、ヘリコプターで世界遺産を巡るツアーは、NYやフランスのニースでヘリコプターに乗って街を一周した時に驚いたことがきっかけだ。日本でヘリコプターが乗れるところはあまりなく、実現できたら面白いと思い、実現させるために誰に何を依頼すれば良いのか、どうしたら人を降ろすことができるのか自分で調べた。その結果、年間10回程のツアー依頼が入るようになった。

今後の事業の展望

- 後継の育成にこだわりはなく、継ぎたいと思う人が文化を受け継ぐのが最良。それぞれに合った方法で伝承できたら良い。
- インバウンドが解禁されてから、もうすでに2023年6月までの予約が入ってきているため、今後も事業は拡大していくと感じている。その一方で、世界経済的に貧富の差が広がり薪ストーブでしか冬を越せない人が多くいる中で、日本に旅行して来たとは言いにくい状況になるのではないかと海外の代理店とも危惧している。
- SDGsの分野で新しい仕掛けを考えている。日本で本当のウェルネスを提供できるところはない。グローバルスタンダードであるこの流れに乗らなければいけないと感じている。

優良事例１０　寺院　―和歌山県高野山　恵光院―

＜施設の概要＞　全30室の宿坊寺院で、昔ながらの和室やお風呂が部屋についている高級タイプも取り揃えている。体験メニューを豊富に取り揃えている。宿泊の方は瞑想、写経、護摩が体験でき、毎日行っていることが特徴。すべて英語での対応ができるため、訪日外国人が多く来訪される。コロナ以前の2019年以前は訪日外国人と日本人の割合は7：3で訪日外国人の方が多かった。欧米系が多い。3,40代以上の方2022年から1泊5万円のプランを作ったが、購入される方はいる。インバウンドが多く訪れるようになったのは10年ほど前から。高野山が世界遺産に登録された2004年あたりから徐々に増え始めた。

地域	プログラム内容	金額	時間
和歌山県高野山	• 半露天風呂と庭園を備えたラグジュアリースイートで非日常を味わうことが出来る • 朝勤行と護摩祈祷を体験 • 宿泊の方は無料で密教における瞑想法の阿字観を体験できる。 • 写経も体験可能。 • 精進料理体験 • 高野山在住の僧侶（金剛峯寺境内案内人有資格者）がガイドをしてくれるナイトツアーに参加。	38,000円～	1泊2日～

食文化プログラムの訪日外国人にとって魅力と考えられる要素

ベジタリアン・ビーガンや様々な宗教の人でも安心して食事ができる

- 都会にはベジタリアンビーガン対応している料理があまりなく、高野山の精進料理は安心して食べることができたといわれる。また、どんな宗教の方でも食べることができるため、多くの人が安心して食べることができる点は魅力。

食事自体が体験コンテンツ

- 何回も食べたいと思うような料理ではないと思うが、体験の一つとして高野山の宿坊に来たら一度は食べてみたいという人が多い。精進料理を食すこと自体が体験コンテンツであり、食すことそのものが魅力。

寺の中で修行僧に給仕をしてもらえる、この地域ならではの体験

- お膳を高く積み重ねて、お坊さんに直接給仕をしてもらえるところはとても喜ばれている。
- テーブルではなく、畳の上にお膳で置いて食事することにテンションが上がっている。雰囲気のある寺でという昔ながらの日本のしつらえの中で食事することに関心が高く、写真を撮る人が多い。

精進料理

課題・その解決策

精進料理のバリエーションは3泊でなくなる、連泊してもらいにくい

- 肉と魚が使えないこともあり、メニューのレパートリーが少なく、3泊目から提供メニューに困る。長期滞在する人は、ベジタリアンメニューに飽きると町に繰り出していくことが多いが、周りの飲食店は外国人に対応できるレベルの食事が提供されていないところが多い。長期滞在をする外国人に向けて対策が必要。

地方の過疎化による人材不足、住環境の整備が不可欠

- 恵光院は高野山の宿坊の中では従事している人数は多い方ではあるが、それでも人材は不足していると感じる。高単価なプログラムを開発するにはその分の人材も必要になる。
- 地方の過疎化が深刻な問題であり、解決するには住環境の整備と給料アップが必要。高野山は住み込みが基本となり、住環境を綺麗なものにリノベーションすると離職率が減るが、その分のコストもかかる。地方に移住する人への補助金はあるが、事業用の住宅費には補助金が出ないため、整備してより多くの人材を入れたいと思ってもなかなか難しい。
- 空き家対策で賃貸事業をするとなっても都会とは異なり、家賃が高く設定できないため、利回りが合わず、投資する価値があまりない。空き家対策の補助金が出れば、移住促進に繋がり、過疎化を防げる。地方に人が住むようになれば人材も確保しやすくなり、より高付加価値な体験プログラムを開発することができる。住環境を整備することができれば、地方の事業者や観光はより促進できると考える。

優良事例１０　寺院　―和歌山県高野山　恵光院―

体験価値向上のための工夫

外国人が高確率で残すものは次から出さない

- ひじきなどの黒色の食べ物は「不吉だから食べない」といわれる。ヒ素などの毒が蓄積している様に感じられるからか残す人が多い。欧米の人は、酢のものが苦手な人が多い。また、高野豆腐はスポンジのような食感が好まれない。欧米といっても色々な国があるため、各々の好みで食べる人もいれば、残す人もいる。
- 年齢による傾向の違いはある。年配の層は、馴染みのないものはあまり食べないが、若い世代はチャレンジして食べる人が多い傾向にある。和食の文化が海外でも普及し、和食レストランが増えたことも背景にあると思う。15年前は、スプーンとフォークを求められることが多かった印象だが、最近の外国人の方は箸を使って食事をする人が増えてきたと感じる。食事のマナーも以前に比べると良くなり、日本の食文化を理解している人が増えたのだと思う。

味付け

- 味付けは日本人と同じものを提供しているが、振る舞い料理の精進料理のため、ほかの宿坊に比べ、出汁をしっかり取り、濃い味付けになっている点が特徴。
- 精進料理は料理人を抱えてやっているため、見た目も綺麗で、豪華な仕上がりになっている。

価値のある文化体験への適切な価格設定

- 地方では「値上げしたらあかん」という考えの人が多く、本来は文化的に価値のある体験プログラムを行っているにもかかわらず、安い価格設定のために体験価値が低く見積もられている。適切な価格設定を行うことで、参加する人のモチベーションも高くなり、同じ内容の体験プログラムであってもより体験価値が高く感じられる。
- 恵光院で行っているトレッキングのツアーは1組3万円だが、よく売れている。海外の方は高い航空券を払って日本に来ているので、価値のある体験には高いお金を払ってでも参加したいという人が多い。日本の食・文化体験プログラムの価格帯は低いものが多いため、外国人にとってさえない食事やプログラムが多いだろう。

外国人向けの精進料理文化が説明された英語資料の作成

- 食事を運んだ際に、英語で精進料理について説明している紙資料を一緒に渡している。精進料理とは何かから始まり、食べ方や歴史などを紹介している。質問があれば、英語で対応している。

予約の流入・販売方法やプロモーション方法

HPからの予約受付が一番多い

- 予約の流入で基本的に一番多いのは公式HP経由。Booking.comからも多い。毎日護摩を行っているため、海外メディアに紹介してもらうことが多くなり自然と認知してもらえる機会が増えたと感じる。海外の方からの認知されていることはHP経由の予約が多い理由の一つだ。
- Googleの口コミやトリップアドバイザーなどからも来ているので流入は多岐にわたるが、EXO Travelなど個人の訪日客を取り扱っているエージェントからの依頼もある。

SNSや和歌山県のプロモーションが効果的

- 全てのSNSは開設しており、定期的に更新している。コロナが流行したことがきっかけで、Facebookで毎朝護摩のライブ配信をする取り組みを始めた。この配信を見て、実際に宿泊されに来た方もいた。
- 和歌山県が予算を付けてBBCを呼び込むなど観光に力を入れていることもプロモーションの一つとして効果があると思う。

護摩祈祷の様子

今後の拡大させたい分野・連携先

高価格帯のプログラム造成

- 客室はこれ以上増やせないため、単価を上げた質の高いプログラムを造成する必要がある。僧侶の法要のような行事があり、それをプログラム化することができれば1回10万円ほどの高価格帯で販売することができると考えている。

ブライダル事業を拡大させたい

- 結婚式を寺でしてもらうブライダル事業に力を入れたいと考えている。神社でする結婚式は多いかもしれないが、寺ですることはなかなかないため、拡大する可能性があると感じている。
- 最近も外国人の方が寺で結婚式を挙げていたが、日本人がハワイで結婚式をしたいと思うように海外の方は日本での結婚式を挙げてもらいたいと思っている。

第 3 節　実証実験

1　概要

優良事例 10 件のヒアリング調査で抽出した「成功の要素」を組み込んだ観光プログラムを試行する実証実験を実施した。モニター（体験者）は日本に住む外国人 3 名とし、日本人通訳案内士 1 名を同行させた。試行した食文化の観光モデルの効果検証にあたっては、モニターに対してアンケート調査を実施するとともに、プログラム終了後にはモニターを対象にグループディスカッション形式でヒアリングを行った。

- **調査概要とモニター属性**

○　実施日程：令和 5 年 2 月 3 日～4 日 ○　場所：宮崎県西臼杵郡高千穂町 ○　調査手法：モニターへのアンケート調査及びグループディスカッション形式でのヒアリング ○　体験内容：天岩戸神社、天安河原、栃又棚田、酒店で御初穂の焼酎購入、「農家民泊よどんやど」にて高千穂郷土食を中心とした夕食とプライベート夜神楽の拝観、奉仕者との直会、高千穂峡 （詳細なプログラム内容は 57 頁以降を参照）

食文化を活用した訪日観光を推進するにあたり、令和 3 年度の調査結果を踏まえた考察では、食文化の文化的価値に魅力を感じ、滞在先の食文化と自国のものとの違いを楽しむ等の特性を持った「食文化に対して curious な人（知的・ガストロノミー的好奇心が強い人)」をターゲットとなる人物像として掲げている。これを踏まえ、ターゲットと類似した傾向を持つ人物、または、本実証に対して客観的な視点を提供できる人物として、日本在住の外国人の中でも、食を始め日本文化等の研究をされている学術関係者や、日本各地の食・文化・観光について取材されているジャーナリスト等、外国人 3 名をモニターとして選出した。加えて、外国人モニター 3 名の言語サポートのため、インバウンドツアーへのアテンド経験を有する通訳案内士 1 名を選出した。4 名の具体的な選出理由は以下のとおりである。

- P の中国国籍の女性は、まちづくりや造園計画に関する研究を行っており、日本の観光や食文化にも造詣が深いため選出。
- Q のイギリス国籍の女性は、ジャーナリストとして活動し、日本の観光に関する記事を掲載するなど客観的な視点から curious な人が求めているニーズに対する意見を聴取できるとして選出。
- R のイタリア国籍の男性は、日本政府の和食に関する政策を研究テーマとしており、日本文化及び食文化の研究者の視点から意見を聴取できるとして選出。

- S の通訳案内士は、関東近郊を中心に英語ガイドとして約 10 年活動をしており、これまで団体向けバスツアーから富裕層のオーダーメイドツアーまで様々な旅行者層に帯同してきた経験から、訪日外国人旅行者の幅広いニーズを熟知しており、訪日外国人旅行者の代弁者という位置付けで選出。

以上のように、本事業のターゲット像である「食文化に対して curious な人（知的・ガストロノミー的好奇心が強い人)」を対象とした場合の仮想訪日外国人として、モニター4 名にプログラムを体験してもらい、効果検証及び訪日外国人旅行者が魅力に感じる要素や課題点・改善点等を引き出し、今後の食文化を題材とする観光に資する情報を収集した。

	P	Q	R	S
国籍	中国	イギリス	イタリア	日本
年代	30 代	30 代	30 代	50 代
性別	女性	女性	男性	女性

※S は日本人通訳案内士

- **「成功の要素」に対応する実証実験の内容**

実証実験にて効果を検証する「成功の要素」と対応する内容は以下のとおり。

優良事例のヒアリング調査を踏まえた、実証実験プログラム実施における「成功の要素」

	成功の要素		実証実験の内容
❶	文化的・歴史的背景を踏まえたプログラムの設計	○	800 年以上続く神事芸能・高千穂の夜神楽を、「まるで一夜氏子(一晩だけ村の一員、という夜神楽の用語)のように」国見ケ丘のふもとの古民家で体験
❷	地域の住民等との交流の機会の提供	○	神楽保存会師匠による古民家案内
❸	他のプログラムとの差別化のための付加価値の工夫	○	奉仕者との直会＜交流会＞
❹	特別感・ＶＩＰ感の醸成	○	通常プランでは、観光神楽は観るのみだが、本プランでは舞終了後、直会（なおらい）が設けられ、地元の奉仕者(舞手)との交流が可能
❺	地域限定的な食材や料理の提供	○	高千穂の郷土食中心。認可の関係から、お盆を運ぶなどは参加者がお手伝い
❻	文化的価値の高さを感じる適切な価格設定		
❼	外国人の宗教・習慣への対応	○	参加者に食物アレルギーの該当者がいる場合は可能な限り対応。過去にはリクエストのもと、神社参拝をスキップいただいたケースもあり
❽	効果的なプロモーション戦略		
❾	外国語対応	○	地域の方が基本的には英語でご案内。 込み入った食の話や直会（なおらい）時のコミュニケーションなどは、通訳案内士にて適宜サポート。通訳案内士の予習のために、地域担当者より事前情報共有あり
❿	予約、決済等の煩雑さの解消		

2　結果

● 実証実験結果　モニターフィードバック概要版

実証実験でモニターに実施したアンケートの自由記述とグループディスカッションでのコメントから一部抜粋したものを以下に記載する。

＜モニター属性＞
P：女性（中国国籍）　Q：女性（イギリス国籍）　R：男性（イタリア国籍）　S：女性（日本国籍、通訳案内士）

項目	魅力	課題
文化的・歴史的背景を踏まえたプログラムの設計	◎地域文化の知識と体験が合致することで旅のピークを迎えて感動できる。(Q)	▲棚田を観る際にもっと説明があれば、食事の理解も深まったと思う。(P) ▲自分たちも山に行き、竹を切って器を作る体験や料理を一緒に作る体験ができると良かった。(Q)
地域の住民等との交流の機会の提供	◎質問があればいつでも誰かに聞ける体制であり、このツアーで新たな発見ができる機会となった。(Q) ◎地域の住民と話す機会は通常の旅には無いため、とても価値のある貴重な体験だった。(R)	▲直会のような地域の方とのコミュニケーションの場ではさらに通訳がいると現実的に良い。(Q)
他のプログラムとの差別化のための付加価値の工夫 特別感・ＶＩＰ感の醸成	◎御初穂に自分の名前を書いてもらえることがとても良かった。(Q) ◎少人数であそこまで間近に拝見でき、とても特別感があった。(S)	▲贅沢なリクエストかもしれないが、夜神楽の舞手の方ともっとゆっくりお話が出来れば良かった。(P) ▲リラックスし始めたところでもう帰る時間だと言われ、急かされた感じがした。(Q)
地域限定的な食材や料理の提供	◎昔の人々にとって簡単に食べられない特別なものと聞き、高級な食材ではないが貴重なものだということが分かった。(P) ◎かっぽ鶏などのローカルな料理を知ることができ、食文化地域に根付いていることを感じた。(Q)	▲地域的なことを理解するためには初めて訪問しただけでは分からない。かっぽ茶を飲んだ際も、「これはこの地域に関係があるものなのか」と思った。(R)
文化的価値の高さを感じる適切な価格設定	◎このツアーはグループで来ることが想定されるので丁度良い価格だと思う。(R) ◎日本の伝統や祭りなどに興味のある人たちは、この値段のツアーであれば絶対に来ると思う。(S)	
外国語対応	◎神楽のプレゼンテーションの英語レベルが非常に高かった。(Q)	▲完璧な中国語訳が無い場合でも、漢字があると中国人にとっては分かりやすい。(P) ▲特に地元の人との交流の際には、2人以上の通訳が必要だと感じた。(Q)

項目	魅力	課題
高千穂のプログラムについて	◎ ツアー全体として素晴らしい体験だった。(P) ◎ 歴史や文化、食文化を知るためのストーリーを感じることができた。(Q) ◎ 重要なのは事前にお客様とコミュニケーションを取り、彼らにとって満足するものは何かを見つけ出すことだと思う。高千穂を選んで訪れる時点で、本格的な体験を求めている人が多いのではないか。(Q) ◎ 総合的に素晴らしいツアーだった。(R)	▲ 一晩だけ特別に出される料理だけではなく、普段地域の人が食べている日常的な食文化も知りたい。(P) ▲ 食文化ツアーと銘打つには、期待に応えられないと思う。食文化ツアーは食の体験を中心に構成されているが、このツアーのメインは神楽だ。地域の人と一緒に料理をするプログラムをツアーに入れることも良いと思う。(Q) ▲ 外国人にとってはどれがオーセンティックな日本の食べ物か分からないため、今回は体験しなかったが、ストリートフードもその国の食文化に含めて良いのではないか。(R) ▲ 今回は夕食のみだったが、他の場面でも食す機会があると良い。(R)
食文化観光全体について	◎ 特別な体験と食事が結びついているということを、学んだので他地域についても知りたいと思う。(Q) ◎ 初めてこのような体験をしたが、他地域の祭りと食の関わりも知りたいと思った。(R) ◎ 特にハイエンドの方は混んでいるところには行きたくないと言われることが多い。そのような点では、スペシャルな体験を求める方に刺さると思う。(S)	▲ 様々な「食べる」瞬間に出会うことだ。例えば、収穫作業を行う農業体験なども食文化体験として旅行者に満足してもらえるだろう。(Q) ▲ ツアーの内容は良かったが、食文化ツアーであればより食べ物に焦点を当てて、朝から晩まで食に関する体験ができると良かった。(R) ▲ 特別な体験を求める人はオーセンティックスタイルで満足するが、妥協案を提案したらそれを選ぶ人もいるだろう。(S)
推奨度	◎ 【誰に】芸大出身の友人/歴史・文化好きな友人/昔の先生【何を】夜神楽、夕食（特に食器）【理由】竹の食器はすごく風情があると感じた。(P) ◎ 【誰に】日本旅行に何度も来たことがある富裕層【何を】他では経験できない特別な”パーソナル”な神楽【理由】観光すれしていない、ありきたりではない、特別な神楽が体験できるため。(S)	▲ 【誰に】海外の友達と家族【何を】神楽と夕食【理由】このツアーは海外旅行者に最適だが、東京と京都から来るには便利ではないため例えば、九州での他の体験と組み合わせる必要がある。(Q)
再訪意向	◎ 70%：年に一度の本番の夜神楽を体験するためにまた訪れたい。特別なイベントには多く支払うと思う。夏か秋の棚田の風景を見たい。(P)	▲ 50%：遠いところから来る場合、もう一度訪れようと思わないと思う。また訪れるとしたら、2〜3日ほど泊まりゆっくりできるか、既に九州に旅行している場合だと思う。(R)
他地域で満足度の高かった食文化体験	◎ 【場所】美山（京都）【内容】地元のおばあちゃんの家での食事会を含むショークッキング付きの懐石ディナー。参加者自身が調理に携わる参加型のツアーだった。料理は地元の食材を使用しており、美味しかった。(Q) ◎ ①山梨・ほうとう：鉄鍋に入った結構な量のほうとうを皆さん美味しそうに平らげていた。②比叡山・精進料理：ベジタリアンの方が感動していた。③出羽三山・玉こんにゃく：山の中の茶屋で食べた玉こんにゃくを不思議と「非常においしい」と感動されていた。④忍野八海・やきたて草餅：「こんなにおいしいものは今まで食べたことない」と感動されていた。⑤京都高台寺・おふ会席：最終日の夕食だったが、日本の滞在中で一番おいしかったと仰っていた。(S)	

＜成功の要素効果検証＞

＜モニター情報＞
P：女性（中国国籍）　Q：女性（イギリス国籍）　R：男性（イタリア国籍）　S：女性（日本国籍、通訳案内士）

			P	Q	R	S	平均		（参考）設問	
夜神楽体験	文化的・歴史的背景を踏まえたプログラムの設計	6-1-1	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	…	6-1-1	夜神楽の体験について、文化的・歴史的背景を踏まえた体験だと感じましたか？
	満足度	6-1-2	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	…	6-1-2	夜神楽体験の満足度について教えてください。
	魅力価値向上への貢献	6-1-3	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	…	6-1-3	夜神楽体験は本プログラムの魅力及び価値の向上に貢献していると思いますか？
神楽保存会師匠による古民家案内	地域の住民等との交流の機会の提供	6-2-1	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	…	6-2-1	神楽保存会師匠による古民家案内について、地域の住民等との交流ができたと感じましたか？
	満足度	6-2-2	4.0	3.0	5.0	5.0	4.3	…	6-2-2	神楽保存会師匠による古民家案内の満足度について教えてください。
	魅力価値向上への貢献	6-2-3	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	…	6-2-3	神楽保存会師匠による古民家案内は本プログラムの魅力及び価値の向上に貢献していると思いますか？
直会での地元奉仕者との交流	他プログラムとの差別化のための付加価値の工夫	6-3-1	5.0	5.0	-	5.0	5.0	…	6-3-1	奉仕者との直会について、他の旅行プログラムとの差別化のための付加価値の工夫を感じましたか？
	特別感・ＶＩＰ感の醸成	6-3-2	5.0	5.0	-	5.0	5.0	…	6-3-2	奉仕者との直会について、特別感・VIP感を感じましたか？
	満足度	6-3-3	4.0	4.0	5.0	5.0	4.5	…	6-3-3	奉仕者との直会の満足度について教えてください。
	魅力価値向上への貢献	6-3-4	4.0	5.0	5.0	5.0	4.8	…	6-3-4	奉仕者との直会は本プログラムの魅力及び価値の向上に貢献していると思いますか？
夕食について	地域限定的な食材や料理の提供	6-4-1	5.0	5.0	4.0	5.0	4.8	…	6-4-1	夕食について、高千穂の地域限定的な食材や料理の提供がされていると感じましたか？
	満足度	6-4-2	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	…	6-4-2	本プログラムの夕食の満足度を教えてください。
	魅力価値向上への貢献	6-4-3	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	…	6-4-3	本プログラムにおける夕食は、本プログラムの魅力及び価値の向上に貢献していると思いますか？
外国人の宗教・習慣への対応	満足度	6-5-2	-	-	-	-	-	…	6-5-2	（①で「２．希望したまたは希望した場面があった」と答えた方のみ）プログラム内において行われた、あなたの習慣や信仰する宗教に配慮した対応についての満足度を教えてください。
	魅力価値向上への貢献	6-5-3	-	-	-	-	-	…	6-5-3	（①で「２．希望したまたは希望した場面があった」または「４.希望したまたは希望した場面があった」と答えた方のみ）プログラム内において行われた、参加者の習慣や信仰する宗教に配慮した対応は、本プログラムの魅力及び価値の向上に貢献していると思いますか？
外国語対応	外国語対応	6-6-1	4.0	5.0	5.0	-	4.7	…	6-6-1	本プログラムでは、あなたが理解可能な言語による対応がなされていましたか？
	満足度	6-6-2	5.0	5.0	4.0	-	4.7	…	6-6-2	地域の方の英語による説明及び通訳案内士によるサポートの満足度について教えてください。
	魅力価値向上への貢献	6-6-3	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	…	6-6-3	地域の方の英語による説明及び通訳案内士によるサポートは、本プログラムの魅力及び価値の向上に貢献していると思いますか？
					※設問6-5-2,3は該当者なし					

・全体を通して評価は高く、満足度の高いツアーだったことが分かる。
・成功の要素の有効性について、点数が項目ごとほぼ満点に近いこと、満足度が下がっている項目においても魅力向上への貢献は高い評価であることから成功の要素はツアーの魅力向上に寄与していることが伺える。

＜全体評価＞

＜モニター情報＞
P：女性（中国国籍）　Q：女性（イギリス国籍）　R：男性（イタリア国籍）　S：女性（日本国籍、通訳案内士）

			P	Q	R	S	平均		（参考）設問	
ツアー全体の満足度	総合満足度	3-1	5.0	4.0	5.0	5.0	4.8	…	3-1	ツアーの総合満足度
	食事の雰囲気	3-2	4.0	5.0	5.0	5.0	4.8	…	3-2	食事の雰囲気
	おもてなしの心遣い	3-3	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	…	3-3	おもてなしの心遣い
	文化的・歴史的背景を踏まえたプログラムの設計	3-4	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	…	3-4	文化的・歴史的な背景やストーリーを感じたか
	地域限定的な食材や料理の提供	3-5	5.0	5.0	4.0	5.0	4.8	…	3-5	地域限定的な食材や料理に魅力を感じたか
	地域の住民等との交流の機会の提供	3-6	4.0	5.0	5.0	5.0	4.8	…	3-6	地域住民との交流
	特別感・ＶＩＰ感の醸成	3-7	5.0	4.0	5.0	5.0	4.8	…	3-7	特別感・VIP感
ツアーの体験コンテンツ毎の満足度	天岩戸神社・天安河原	4-1	5.0	4.0	5.0	-	4.7	…	4-1	【ツアーの体験コンテンツごとの満足度】あてはまる数字に○をつけてください。
	棚田	4-2	4.0	4.0	5.0	-	4.3	…	4-2	【ツアーの体験コンテンツごとの満足度】あてはまる数字に○をつけてください。
	夜神楽	4-3	5.0	5.0	5.0	-	5.0	…	4-3	【ツアーの体験コンテンツごとの満足度】あてはまる数字に○をつけてください。
	高千穂峡	4-4	-	-	-	-	-	…	4-4	【ツアーの体験コンテンツごとの満足度】あてはまる数字に○をつけてください。
日本の食文化の関心度		7	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	…	7	今回のツアーに参加したことで、日本や当該地域の食文化に対する関心度は高まったと思いますか？
今回のツアーに支払える費用		8	～10万円	~20万円	～10万円	~20万円	-	…	8	今回ツアーに支払うことができる一人当たりの費用はいくらですか？あてはまる金額に○を付けてください。 ※現地での移動費、宿泊費、体験費、食費込み
参加意向		9	30%	60%	50%	100%	-	…	9	(今回のツアー費用提示後)今回の内容・価格のツアーの参加意向について±100%で示してください。
再訪意向		10	70%	-	50%	90%	-	…	10	今回の内容・価格のツアーにまた訪れたいと思いますか？±100%で示してください。
推奨度		11	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	…	11	今回のツアーは自信をもって知人におすすめできる内容だと思いますか？

・　今回のツアーに参加することで日本の食文化に対する関心が高まったことが分かる。
・　推奨度の評価が高いことから、今回のツアーはおすすめできる内容であることが分かる。

3　参考資料

今回の実証実験では、行程表（日英版）とコンセプトシート（日英版）をモニターに配布した。また、参考として、調査票の自由記述をまとめたものと、グループディスカッションにおけるモニターの発言をまとめたものを掲載する。

実証実験行程表

ご旅程表

食文化インバウンド促進のための動向調査事業
（高千穂町での食文化実証）

観光庁長官登録旅行業第６４号
㈱ＪＴＢ霞が関事業部
〒100－6051
東京都千代田区霞が関3－2－5
霞が関ビルディング２３階
TEL：０３－６７３７－９２６３
FAX：０３－６７３７－９２６６

ご旅行先　宮崎県高千穂町方面
旅行期間　２０２３年２月３日(金)～２月４日（土）　　１泊２日（ホテル□旅館　１泊）

	月日(曜)	行程	宿泊先	食事
1	２／３ （金）	10：40 SNA13/ANA2413 12：40　13：10　14：50 羽田空港　□□□□□—□□　熊本空港　□□□□□　天岩戸神社□天安河原 伊丹空港　□□□□□—□□ 10：40　ANA1625　12：00 **プライベート夜神楽プログラム** 16：50 □□□□□　栃又棚田　□□□□ 17：00 ・　がまだせ市場集合　・・・・・・・・・・ ※プログラム概要案内、酒店で御初穂購入 17：45　18：00 ・・　農家民泊よどんやど　・・・・・　夕食　・・・・・・・・・・・・・ ※御初穂お渡し、館内案内　※内容説明 設えの説明等　※運んだり等はゲストにもご協力 いただきます。 18：30　19：00　20：00 ・・　御初穂奉納➡夜神楽開始　・・・・　直会　・・・・・・・・　終了　・・ ※奉仕者殿たちも お酒をいただきます。 □□□□　ホテル 20：30 頃	宮崎県 西臼杵郡 高千穂町 ソレスト高千穂ホテル （1 泊朝食付□ツインまたはダブルルーム） ※1 名 1 室利用	朝：－ 昼：－ ※各自お弁当購入の上、機内にて昼食 夕：○
2	２／４ （土）	8：45　9：00　9：45　10：00　12：00 ホテル　□□□□　高千穂峡　□□□□　高千穂町役場 大会議室　□□□□□□□□□□□□□□□□ ※2 月 3 日体験プログラムアンケート提出、グループインタビュー 13：00　13：50　14：30　15：25　JAL632　16：55 □□□□　道の駅 あそ望の郷くぎの　□□□□　熊本空港　□□□□□□□□□□□　羽田空港 ※自由行動、昼食は各自で　□□□□□□□□□□□　伊丹空港 15：40　ANA1628　16：50		朝：○ 昼：－ 夕：－

●記入例／JR□□□　航空機 □□□□ 私鉄□□□ バス□□□□ 船□□□□ ケーブルカー□□□□ ロープウェイ□□□□ 徒歩□□□□
添乗員は同行します。

★宿泊箇所

地区	宿泊箇所
高千穂町	ソレスト高千穂ホテル 〒882-1101 宮崎県西臼杵郡高千穂町三田井 1261-1 TEL. 0982-83-0001

実証実験行程表（英語版）

Itinerary

Travel agency registered with the Commissioner of the Japan Tourism Agency No.64
JTB Kasumigaseki Division
Kasumigaseki Building 23F
3-2-5, Kasumigaseki, Chiyoda Ward, Tokyo, Japan 100－6051
Phone: +81-(0)3-6737-9263
Fax: +81-(0)3-6737-9266

Japanese Food Culture Research Project to Foster and Expand Inbound Tourism
(Food Culture Verification of Takachiho Town)

Destination: Takachiho Town, Miyazaki Prefecture

Trip Duration: Friday, February 3 to Saturday, February 4, 2023　　1 night 2 days (1 night in a hotel/ inn)

	Date	Itinerary	Hotel	Meal
1	Friday, February 3	10：40 SNA13/ANA2413 12：40　13：10　14：50 Haneda Airport □□□□□□ Kumamoto Airport □□□□ Amano Iwato Shrine Itami Airport □□□□□□ & Amano Yasukawara 10：40 ANA1625 12：00 **Private Night Kagura Program** 16：50　17：00 □□□・ Tochimata Rice Fields ・・・・ Gather at Gamadase Market ・・・・ ※Explanation on the program ※Purchase ohatsuho offering at a liquor store 17：45　18：00 □□□・ Farmhouse stay Facility Yodon-yado ・・・・・ Dinner ・・・・・・・・・ ※Handing over the new crop Building explanation Explanation on the settings ※Explanation on dinner ※Guests will take part in serving 18：30　19：00　20：00 □□□・・ New crop dedication ・・・・ Ceremonial toast ・・・・ Program Ends ➡Night kagura starts　※Taste sake together with priest □□□□ Hotel 20：30	Miyazaki Pref. Nishiusuki District Takachiho Town Solest Takachiho Hotel (One night with breakfast Twin or double room) ※One person per room	Break-fast: Not included Lunch: Not included ※Purchase your own lunch and eat it on board Dinner: Included
2	Saturday, February 4	8：45　9：00　9：45　10：00　12：00 Hotel □□□□ Takachiho Gorge □□□□ Takachiho Town Hall Conference Room □□□□□□□□□ ※Submit completed questionnaire about the program experienced Group interview will take place here 13：00　13：50　14：30　15：25 JAL632　16：55 Roadside Station Asobounosato Kugino □□□□ Kumamoto Airport □□□□□□□ Haneda Airport ※Free at leisure, purchase your own lunch　□□□□□□□ Itami Airport 15：40 ANA1628　16：50		Break-fast: Included Lunch: Not included Dinner: Not included

● Entry examples: JR □□□ Airplane □□□□ Private railway □□□ Bus □□□□ Ship □□□□ Cable car □□□□ Ropeway □□□□ On foot □□□□

A tour conductor will accompany the group.

★Accommodation

Area	Hotel
Takachiho Town	**Solest Takachiho Hotel** 1261-1, Mitai, Takachiho Town, Nishiusuki District, Miyazaki Prefecture, Japan 882-1101 Phone: +81-(0)982-83-0001

ツアーコンセプトシート

実証実験のコンセプトと実証実験の協力先について

■実証実験のコンセプト

○ 本事業では、これまで、旅行会社等に対してヒアリングを行い、食文化をテーマとした観光で成功するための要因を導出したところ。
○ この実証実験では、この成功するための要因が真に効果的なものであるかを実証することを目的として、地方自治体等の協力の下で観光モデルを構築し、モニター調査を行う。

■実証実験の協力先（宮崎県西臼杵郡高千穂町）の特徴

食文化	かっぱ鶏は竹を器として使う料理である。竹の節と節の間の一部をくり抜き、そこに下味をつけた鶏肉や野菜類などを詰める。くり抜いた部分をふたのようにしてかぶせ、竹ごと火にかける。具材は竹の中で蒸されるようにして、ゆっくりと熱が通っていく。そこに、竹から出る香りとエキス（油分）が加わり、まろやかで独特な味わいとなっていく。竹の風味を楽しむ料理でもあるため、器に使う竹は、エキスが出やすい1年ものの若い青竹が良いと言われている。
伝統体験	800年以上続く神事芸能・高千穂の夜神楽を、「まるで一夜氏子（一晩だけ村の一員、という夜神楽の用語）のように」古民家でこの地の氏子による夜神楽拝観を本来の姿で楽しみ、体験することができ、お客様も一夜氏子となる。村祭りは総指揮の「元締め」を中心に「中世話（なかぜわ）」「神使われ（かんづかわれ）」「注連（しめ）の番」「台所役（でーどころやく）」等、里人の祭役目で運営され、村々のシキタリをお守りいただき神々・里人とともに神遊びを楽しむことができる。
観光のシンボル	高千穂峡は日本を代表する景勝地の一つであり、高千穂のシンボル。また「雲海」の名所として知られる国見ヶ丘は、神武天皇の孫・建磐龍命（たていわたつのみこと）が九州統治の際に立ち寄って、国見をされたという伝説の丘。神話ゆかりのスポットや戦国時代のエピソードも残り、見上げれば歴代の橋が先人たちの労を偲ばせることができる。

食文化インバウンド促進のための動向調査事業

ツアーコンセプトシート（英語版）

Demonstration Concept and Cooperator/Destination Info

■Demonstration Experiment Concept

○ In this project, we have conducted interviews with travel agencies so far and found the factors for success in tourism with the theme of food culture.
○ In this demonstration experiment, a tourism model is constructed with the cooperation of local governments and a monitor survey is conducted to demonstrate whether the factors for success are truly effective.

■Characteristics of Demonstration Experiment Cooperator/Destination, Takachiho Town, Nishiusuki District, Miyazaki Prefecture

Food Culture	Kappo chicken is a dish that is cooked inside bamboo. The part between the bamboo joints is hollowed out and stuffed with seasoned chicken and vegetables. The open part is then covered with the bamboo that was cut off and the dish inside is put on the fire. The ingredients are steamed inside the bamboo, allowing the heat to pass through slowly. The scent and oil from the bamboo are added to the food, creating a mellow and unique taste. Since this is a dish where you enjoy the flavor of bamboo, the bamboo used should be about one year old as that produces the scent and oil easily.
Traditional Experience	Experience Takachiho's night kagura (local village festival), a Shinto ritual performing art that has been practiced for over 800 years. You will become an overnight parishioner (a night kagura term meaning a one-night villager). Enjoy and experience the night kagura worship in its original form performed by the parishioners in an old house in this area. This village festival is operated by villagers made up of a facilitator, god's messenger, coordinator, and kitchen worker with a general commander as a central figure. You can enjoy this worship with the gods and villagers while the tradition of the village is protected.
Tourism Symbol	Takachiho Gorge is one of the scenic spots that represents Japan and a symbol of Takachiho Town. Kunimigaoka Hill, famously known as a sea of clouds, is a legendary hill where Tateiwatatsu no Mikoto, the grandson of Emperor Jinmu, stopped by to survey the country when he ruled Kyushu. There are also spots related to myths and episodes from the Warring States period. If you look up, you can see bridges over the gorge that remind you of the work of those who came before us.

Japanese Food Culture Research Project to Foster and Expand Inbound Tourism

実証実験風景

文化庁 Agency for Cultural Affairs, Government of Japan

実証実験結果　内容・画像報告

資料 4 - 3

■宮崎県高千穂町にて検証した食文化体験プログラム：プライベート 夜神楽拝観 × 郷土料理の夕食

【概要】800年以上続く神事芸能・高千穂の夜神楽を、「まるで一夜氏子（一晩だけ村の一員、という夜神楽の用語）のように」国見ケ丘のふもとの古民家で観覧。厳しい環境の中で農業を営んできた地元に伝わる「おもてなし料理」である神楽料理を楽しみながら、この地の氏子による夜神楽拝観を、本来の姿で体験した。観光神楽は観るのみだが、今回の実証実験では、「郷土食」と組み合わせ、「舞」終了後、地元の奉仕者（舞手）との交流を行った。

重要無形民俗文化財「高千穂の夜神楽」

×

神楽ふるまい料理（郷土料理）

- **ちんきりダゴ汁**
  阿蘇、大分に隣接している関係上、昔から高千穂で食べられている。当地域は寒さが厳しい為、昔は小麦が貴重品であった。
  それだけに、神楽の晩に人をもてなすために、うどんやだご汁がハレの日のおもてなしとして提供されている。
- **かっぽ鶏**
  高千穂では昔から竹を器としてきた文化があり、おもてなしとして家で飼っている鶏を竹の器で調理し提供したことが始まり。
  竹の器にお酒を入れそのまま火で焼きお燗をつけたかっぽ酒も昔から有名である。

文化庁 Agency for Cultural Affairs, Government of Japan

歴史を学ぶ

地元のガイドにより天岩戸神社を参拝。天照大御神様が隠れたとされる天岩戸と呼ばれる洞窟を見学。八百萬の神々が集まり、相談したとされる天安河原まで散策。

地理的考察・生活習慣を学ぶ

棚田や水路（上流の渓谷の水を棚田に供給）を見学。厳しい農業環境の中で「豊作」に対する強い想いから神々への信仰文化が生まれた背景等を聞いた。

景観を楽しむ

夕景に染まる美しい棚田の撮影を楽しんだ。

体験導入・お初穂購入・地酒の試飲

神々にお供えするお初穂（酒）を地元の酒屋で購入。お供えをする参加者の名前を記載してもらった。地酒の飲み比べ試飲や買い物も楽しんだ。

おもてなし・しつらえ

バスを降り、蝋燭に火を灯した「灯篭」を持ち、会場となる古民家に向かって山間地集落を歩いた。道沿いには外注連（そとじめ）が設けられた。到着後「かっぽ茶」がふるまわれ、冷えた体を焚火で温めながら竹筒の中に入れた草茶を竹製の湯飲みで飲んだ。古民家では、神楽が舞われる神楽宿の中央の部屋（おもて）に二間四方の内注連「神庭（こうにわ）」がつくられていた。食事までの時間で、竹を使うことによる「サスティナブルな暮らし」の話を聞いた。

文化庁
Agency for Cultural Affairs, Government of Japan

郷土料理

食前のおやつとして「こびる」の提供、山間地での暮らしとおもてなしの食についての説明。メニューは日本語と英語で記載
（通常はSDGs実践の為、印刷はしないでiPadで説明）。
その後「神楽ふるまい料理」としてだご汁、かっぽ鶏を食べた。

伝統芸能

和蝋燭の灯の中で神楽のストーリーの要約を聞いた後、
プライベート夜神楽の鑑賞。

交流

直会にて神楽の舞手との交流。高千穂町の暮らしと密着をした「神楽」について　お酒を交わしながら懇談。

季節・サプライズ

２月３日の節分であったため、一同で「豆まき」を行った
（宮崎の豆まきはの習慣として落花生で行った）。
地元の方のお見送り。

周囲の観光

高千穂峡を手漕ぎボートに乗り見学。

調査票自由記述欄まとめ

日程：令和５年２月３日～4日

＜モニター情報＞

P：女性（中国国籍）　Q：女性（イギリス国籍）　R：男性（イタリア国籍）　S：女性（日本国籍、通訳案内士）

ツアー全体の満足度

- 食事の間も電気を消し、ろうそくで良い気がした。もっと地域の方々と話がしたかった。(P)
- ツアーは素晴らしいものだったが、ところどころ急ぎ足に感じられたため４点とした。食文化ツアーとするのであれば、天岩戸神社の付近にあるストリートフードを購入する機会があっても良かった。一般的な食文化ツアーとは言い難いが、地元の文化や民俗の説明は素晴らしく、神楽や地元の人との交流の機会もあり、本当にユニークだった。食事は体験の一部でメインでは無かったが、特別でユニークだと感じた。(Q)
- 全て素晴らしかった。(R)
- 神話にちなんだ神社や天岩戸を訪れ、地域の方々の暮らしに密接した棚田へ訪れた後に本格的な神楽を観ながら地域の方の作った地産地消の料理をいただく貴重な体験ができて、とても特別感があった。(S)

夜神楽体験について、文化的・歴史的背景を踏まえた体験という観点から、改善点、良かった点

- 完璧。素晴らしいと思う。(P)
- 良かった点: パフォーマンスの美しさと雰囲気、神楽に使われている石やシンボルをよく理解できたこと、舞手の方と交流できたこと、夕食会。改善点：舞手の方との交流が少し急ぎ足に感じられた。他はとてもよかった。(Q)
- 素晴らしい体験だった。なかなか自分では出来ない経験のため、参加できて本当に嬉しい。(R)
- 高千穂の方々が代々夜神楽の伝統を継承して守っておられ、また楽しんでしておられることに感動した。神楽も職業としてされている訳ではないのにもかかわらず、非常に本格的で少人数で間近に拝見することができて素晴らしかった。(S)

神楽保存会師匠による古民家案内について、地域の住民等との交流という観点から、改善点、良かった点

- 古民家、建物やその建築自体の紹介があったらより良いと思う。例えば神庭にある畳は、一般の物より広さがあると聞いた。(P)
- 古民家の「見学」という感じではなかった。 単に中に入り、座って夕食と神楽を楽しんだ。ここの部分に関しては回答が難しい。(Q)
- これも素晴らしいとしか言えない。地域の住民と話す機会は通常の旅には無いため、それはとても価値がある貴重な体験だった。(R)
- 夜神楽の後に交流させていただける時間があり、何歳から始めたのか、どの舞を誰がされているのかなど具体的なお話を聞くことができてすごく良かった。(S)

奉仕者との直会について、他の旅行プログラムの差別化のための付加価値の工夫、特別感・VIP 感という観点から、改善点、良かった点
➢ とても親切な方々で楽しかった。贅沢なリクエストかもしれないが、もっとゆっくりお話が出来れば良かった。(P) ➢ 良かった点：このような機会はめったにないことで、一日の疲れを癒してくれるような、温かく和やかな雰囲気の中で人と接することができて居心地が良かった。改善点：リラックスし始めたところでもう帰る時間だと言われ、急かされた感じがしたが、私たちは常にゲストとして注目され、サービスを受けていたため、まるで VIP のように感じられた。(Q) ➢ 少人数であそこまで間近に拝見できて、とても特別感があった。(S)

夕食について、高千穂の地域限定的な食材や料理の提供という観点から、改善点、良かった点
➢ 約 150 年前に水路が作られ、米を作れることができるようになったと棚田を眺めながら伺った。水路よりずっと歴史のある郷土食が「米」では無いのは当然だ。ただ「和食」における「米」はガイドさんによってとても強調されたイメージだったため、一般のお客様は混乱するかもしれない。(P) ➢ 良かった点：料理＋説明は完璧だった。料理を作った人がいるのは素晴らしいことだ。 料理は地元のものでありながら、特別な感じがした（特にかっぽ鶏)。竹製の食器など、細部にまでこだわりが感じられた。 改善点：神楽が始まる前に食べ終えるには時間が足りなかった。食事の最後にデザート（もしあれば、地元のもの）があると良かった。(Q) ➢ 個人的なことだが、地域限定的な料理だと理解するには一回だけの訪問では難しい。しかし、夕食は非常に美味しく、それを作ってくれたお母さんと話せたことも良かった。(R) ➢ 通常、小麦はその地域のもので調達出来ないことが多いが、今回のうどんは高千穂産と聞いて驚いた。(S)

参加者の習慣や宗教への対応
➢ 自分は平気だが、知人の中にネギが苦手な人が何人もいるので少し心配だ。(P) ➢ 事前に自分からも聞いていたため、適切な配慮がされていたと思う。(Q) ➢ ガイドとして日本の宗教を説明する際に、唯一神信仰に配慮して God という言葉を使うことにあらかじめご容赦をいただいて説明するよう心掛けている。あくまで日本の文化として知識を深め、理解していただくようにしている。古代宗教やギリシャ神話に例える。その配慮をしていただけたのは素晴らしいと思う。(S)

地域の方の英語による説明及び通訳案内士による言語サポート
➢ 完全に完璧な中国語訳が無い場合でも、漢字があると中国人にとっては分かりやすい。(P) ➢ 良かった点： 通訳の方が常に近くにいてくれたため、ちょっとしたやり取りでも助けてもらえたこと、神楽のプレゼンテーションの英語レベルが非常に高かったこと。 改善点：天岩戸神社での説明は英語ではなかったが、ガイドがとても良く、通訳が用意されていた。日本語を全く話せない大人数のグループの場合には、特に地元の人との交流の際には、2 人以上の通訳が必要だと感じた。(Q) ➢ とても良かった。(R) ➢ 地元の方の英語でのガイディングが素晴らしかった。(S)

今回の内容・価格による参加意向 （今回のツアー費用提示後）今回の内容・価格のツアー参加意向について±100%で示してください。
➢ 30%：日本神話に関する知識があまり無いため、山奥にまで行かないと思う。神楽を見たことが無いため、価値判断ができず「高い」と思ってしまう。自分が旅行するのであれば、阿蘇の温泉は有名なため（草原、国立公園も）、阿蘇を主な目的とした旅行プランに高千穂を組むと思う。(P) ➢ 60%：このような体験はラグジュアリーなツアーとは言えないと思うため、値段は高く感じる。しかし、民家で行われる神楽はとてもユニークだった。個人的には、日本に住んでいて無料で祭りを見ることができるため、このような体験にお金を使うことはないと思う。(Q) ➢ 50%：初めて日本を旅行しているヨーロッパから来た観光客は、このツアーに参加しないと思う。日本のメイン観光地から離れすぎていて、訪れるまでに時間がかかる。しかし、日本が初めてでは無い観光客、又は九州の旅行中であれば参加したいと思うだろう。(R) ➢ 100%：富裕層のお客様であれば、特別感のあるカスタマイズされたツアーに参加されるのではないかと思う。(S)

再訪意向 今回の内容・ツアーにまた訪れたいと思いますか。±100%で示してください。
➢ 70%：年に一度の本番の夜神楽は体験したい。特別なイベントには多く支払うと思う。夏か秋の棚田の風景を見たい。(P) ➢ 50%：多分遠いところから来る場合、もう一度訪れようと思わないと思う。また訪れるとしたら、もう少しゆっくりして 2～3 日ほど泊まりたい。(R) ➢ 90%：100%ではないのは高千穂牛を食べてみたかったから。(S)

おすすめ度

今回のツアーは自信をもって知人にお勧めできる内容だと思いますか？

- 【誰に】芸大出身の友人/歴史・文化好きな友人/昔の先生【何を】夜神楽、夕食（特に食器）【理由】まず夜神楽を理解できそうな人におすすめする。竹の食器はすごく風情があると感じた。いわゆる「文化人」「文人？」は竹の食器に目が無いと思う。古き良き、拙こそ雅という東アジアの美意識がある。(P)
- 【誰に】海外の友達と家族【何を】神楽と夕食【理由】このツアーは海外旅行者に最適だが、東京と京都から来るには便利ではないため例えば、九州での他の体験と組み合わせる必要がある。 高い予算で旅行する人にのみおすすめするが、若い人にはおすすめできない。家族の場合でも、子供の参加費がかかると大変かもしれない（子供分の割引があれば考えられる)。 日本文化（非常に古い文化）の異なる視点を提供してもらえるため、間違いなくおすすめだ。 私はこれを「贅沢な」体験と呼ぶことに問題があると思う。贅沢ではないが、値段はラグジュアリー旅行者向けだ。(Q)
- 【誰に】日本旅行に何度も来たことがある富裕層【何を】他では経験できない特別な”パーソナル”な神楽【理由】観光すれしていない、ありきたりではない、特別な神楽が体験できるため。(S)

今回のツアー全体に対する改善や要望

今回のツアーを体験し、プログラムの提供方法などに対する改善・要望は有りますか？

- ターゲットの客層ではないかもしれないが、最近の中国の若い女性は男女平等に凄く敏感で（あくまで個人的感想)、夜神楽を説明してくれた女性の方は案内人として最適だと思う。(P)
- 食文化ツアーと銘打つには、期待に応えられないと思う。食文化ツアーは食の体験を中心に構成されているが、このツアーのメインは神楽だ。また、神楽を神事と呼ぶことにこだわるのは少し混乱するかもしれない。「ダンス」という言葉は演者や地元の人々には好まれませんが、外部の人がそれを使うのは自然なことであり（ダンスは神聖なものである可能性があるので)、この体験をマーケティングする上で実際に効果的かもしれない。ツアーは素晴らしかった。神社で食べ物やお土産を買う時間や舞手と一緒に過ごす時間をもっと取れるといいと思う。(Q)
- ツアー中にはランチタイムや少なくとも休憩タイムを取るべきだと思う。特に年齢の高い人には疲れやすいと思う。(R)

他地域で満足度の高かった食文化体験 他地域で、特に満足度の高かった食文化体験は何ですか？
➢ 【場所】美山（京都）【内容】地元のおばあちゃんの家での食事会を含むショークッキング付きの懐石ディナー。参加者自身が調理に携わる参加型のツアーだった。料理は地元の食材を使用しており、美味しかった。 地元のおばあちゃんとの料理は用意された料理が簡単すぎたが、実践的な体験をすることが出来た。(Q) ➢ 外国人に反響のあった食文化。①山梨・ほうとう：鉄鍋に入った結構な量のほうとうを皆さん美味しそうに平らげていた。②比叡山・精進料理：ベジタリアンの方が感動していた。③出羽三山・玉こんにゃく：山の中の茶屋で不思議と玉こんにゃくを非常においしいと感動されていた。④忍野八海・やきたて草餅：「こんなにおいしいものは今まで食べたことない」と感動されていた。⑤京都高台寺・おふ会席：最終日の夕食だったが、日本の滞在中で一番おいしかったと仰っていた。⑥大阪・お好み焼き：すごく美味しい。作り方を知りたい、帰ったら家でも作ってみたいと仰っていた。⑦焼き肉のタレ：焼き肉をたいそう気に入り、焼き肉のたれを購入。(S)

グループディスカッションまとめ

日程：令和５年２月３日～4 日
＜モニター情報＞
P：女性（中国国籍）　Q：女性（イギリス国籍）　R：男性（イタリア国籍）　S：女性（日本国籍、通訳案内士）

【①文化的・歴史的背景を踏まえたプログラムの設計】

- 中国と日本の文化は近いものがあり、日本の文化は中国人にとって入りやすいと思う。日本でツアーガイドのアルバイトをしたときに、日本橋の周りを日本の歴史を話しながら、七福神の神社を巡るツアーを中国の観光会社が作っていた。中国の旅行者の需要が高まると予想して小規模ながらに催行しており、今後中国では文化や歴史を感じることができる旅行の需要が増えるのだと思う。(P)
- 棚田を見る際にもっと説明があれば、そのあとの食事の理解もより深まったと思う。(P)
- 自分たちも山に行き、竹を切って器を作る体験や料理を一緒に作る体験ができると良かった。(Q)
- 焼酎の酒蔵の見学もできるのであれば是非してみたい。(Q)
- コロナのパンデミックで様々なことが変わり、旅行へ行くこと自体が特別なものになった。旅行に行きたい人は旅行に出かけられるのを待っていた人が多いため、これから日本に来たい人は日本の本物の文化に興味があり、地域の中に入って本物の文化を体験したい人が多いと思う。(Q)
- とても魅力的に感じた。イタリアでは観光客の多い観光地ではなく、田舎に行って地元の人と交流したいと思っている人が増えている傾向にあるため、日本の旅行者でも何度も日本に来たことがある場合は、地方で地域の人と一緒に何かをしたいというニーズが高まると思う。(R)

【②地域の住民等との交流の機会の提供】

- 竹の器や竹を丸焼きにして皮をむいて作っていることなど、どのように作っているかを聞けて良かった。(P)
- もっとゆっくりと滞在したかった。地域の方とコミュニケーションを取ってお酒を飲みながら気持ち良くなっていた頃に帰る時間だと言われ、時間があっという間に感じた。つまりそれはとても楽しかったということだ。(Q)
- 質問があればいつでも誰かに聞ける体制であることはすごく良かった。夕食を作った方にどのように作ったのか、材料は何かなどを直接聞くことができ、このツアーで新たな発見ができる機会となった。(Q)
- 今回のモニターの中で私はあまり日本語が分からない方だったため、通訳の方が付いてくれていたが、通常の訪日客の場合は日本語を話せない外国人が多いと思うため、直会のような地域の方とのコミュニケーションの場ではさらに通訳がいると現実的に良い。(Q)
- 地域の方との交流はすごく大事だ。ローカルの人と話すことのできる機会があれば良い体験になる。清水寺に行っても日本語が聞こえず外国人ばかりで日本ではないと感じてしまう。(R)
- 食事を作ってくれた本人と直接話したい。英語が流暢ではなくても通訳の方を通して理解できれば良い。(R)

【③他のプログラムとの差別化のための付加価値の工夫/④特別感・ＶＩＰ感の醸成】

- 電気を消してくれたことで本来の神楽を感じられて良かった。(P)
- 御初穂に自分の名前を書いてもらえることがすごく良かった。(Q)
- 色々なおもてなしをしてくれた。竹で作ったかっぽの器や箸、彫り物などのお土産をたくさんもらい、良い思い出になった。VIP 感があった。(Q)
- 日本に住んでいるため、いなり寿司は知っていたが、かっぽ鶏は初めてでインパクトがあった。今回の食事がとても特別なものだということは伝わった。(Q)

【⑤地域限定的な食材や料理の提供】

- いなり寿司など今の日本であれば簡単にどこでも食べられそうなものだと思ったが、昔の人々にとっては特別なもので、簡単には食べられないものだという話を聞き、高級な食材ではないが貴重なものだということが分かった。(P)
- 日本食といえば米だが、高千穂は 150 年前にやっと棚田に水路ができて米作りを始めたと聞き、地域の歴史の文脈とは一致しているが違和感があった。日本にとって米がとても重要であるはずだが、この地域は米文化ではなかった。(P)
- 夕食に特別な料理を食べ、より地域のことを感じ取り、理解することができた。かっぽ鶏などのローカルな料理を知ることができ、食文化地域に根付いていることを感じた。(Q)
- このツアーのストロングポイントは、地域文化の知識と体験が合致することで旅のピークを迎えて感動できるところだ。神楽を体験する前に様々な情報を得ることで、夕食と神楽に関連性を持つことができ、神楽の宿でクライマックスが来て感動したが、食は体験のうちの一つのエレメントでしかないと思った。(Q)
- 地域的なことを理解するためには初めて訪問しただけでは分からない。かっぽ茶を飲んだ際も、「これはこの地域に関係があるものなのか」と思った。作り方の説明は聞いたが、どのようにしたら地域の味を感じることができるのか分からなかった。とても良い体験であったが、個人的には何度も体験しないと理解が深まらないと思った。例えば茶畑へ行き、ここで獲れた茶葉をこの地域の竹に入れて飲む体験があると良かったかもしれない。(R)

【⑥文化的価値の高さを感じる適切な価格設定】

※今回のツアーの費用は、8 人で 35 万円（1 人当たり 4 万 3,000 円。観光体験に係る費用及び食費のみ（宿泊及び交通費は除く。）。通常、プライベート夜神楽は一式 24 万円で提供していることを提示。

- 神楽体験で 1 人 6 万円くらいであれば良いと思う。(P)
- 人数によって金額は変動するが、一人当たりの金額にすればリーズナブルだと思った。(Q)
- このツアーはグループで来ることが想定されるのでちょうど良いと思う。(R)
- 富裕層であれば一日で東京から京都へ行き、芸子舞妓遊びをするためにものすごいお金を使い、それが楽しかったと思う人もいるため、日本の伝統や祭りなどに興味のある人たちは、この値段のツアーであれば絶対に来ると思う。例えば、ハワイのフラも高千穂と同じように神様に関連する踊り・舞であり、フラ好きで夜神楽好きな人もいるが、そのような人にとって今回のように神楽を間近で見られるプログラムは夢のような体験だと思う。(S)

その他

【全体を通しての感想・改善点等】

- 今回のツアーで一番忘れられない体験は夜神楽で、食事も夜神楽の一部と感じた。(P)
- 朝食の内容に関する説明がなく、用意されていたおかゆの米は特別なものに見えたが、分からず食べなかった。朝食は今回のプログラムの内容に含まれていないが、もし含まれる場合は説明が欲しい。(P)
- 食文化に対する理解やイメージが日本の方と一般の外国人で異なると思う。今回は歴史のある特別な料理をメインとして提供してもらった。素晴らしい体験だったが、それとは別に日常的な食文化も体験したい人もたくさんいる。特別に一晩だけ出される料理だけではなく、普段この地域の人はどのようなものを食べているのか知りたい。例えばアイスクリームでも、ほかの地域のアイスクリームとは違うかもしれない。地域にはその地域の文化や熱意、食があるため、特別感のあるものと一般的なものを両方体験できると、より地域のことをイメージすることができる。(P)
- このプログラムで牛肉を出すのは反対だ。農業の家庭にとって家畜の牛は大切な仲間であるため、食べないと一言説明が必要だと思う。文化が似ている中国人だから分かるが、文化の違いを伝えられると良い。(P)
- 今回のツアーで歴史や文化、食文化を知るためのストーリーを感じることがあったが、以前日本のフードツアーに参加した際には、食べることや作ることなど食がメインであり、今回は神楽がメインで料理はそれに付随するものという印象だった。ツアー全体としてはとても素晴らしい経験ができたが、フードツアーというよりはカルチャーツアーという感じがした。(Q)
- 全体を通してもう少し食べ物の要素があると良かった。例えば、天岩戸神社へ行ったときに売店があり、そこで食べ歩きができると良かった。旅行者はストリートフードや食べ歩きにも興味がある。(Q)
- お土産を買う時間も旅では大切。フーディーにとって道の駅では美味しいものを買うことができる場所だ。地域の人と一緒に料理をするプログラムをツアーに入れることも良いと思う。最近、ツアーで美山へ行ったが、地元の方と一緒に料理をしたり、昼食を一緒に食べたり、交流することができて良い経験になった。(Q)
- 一つ残念な点を挙げるとすれば、高千穂牛を食べることができなかった点だ。牛は特別なものであるし、私自身は鶏肉派なので食べられなくても良かったが、せっかくこの地に訪れたのであれば有名なものを食べられると良かった。他の参加者が発言していたように、牛を食べない理由があるならば、その説明があると良い。(Q)
- また、日本のデザート文化は外国と異なるかもしれないが、この地域独特のデザートがあれば、食べて見たかった。(Q)
- 総合的に素晴らしいツアーだったが、食文化のツアーではなく、食文化も含まれるツアーだと感じた。(R)
- この地域に住む地元の人の朝食はどのようなものを食べているのか朝食で知れると良かった。(R)
- 旅行に行ったらその国の食べ物を食べてみたいと思う。外国人にとってはどれがオーセンティックな日本の食べ物か分からないため、ストリートフードもその国の食文化に含まれる。(R)
- ストリートフードが食べられなかったことは残念なポイントではなく、ほかの場面でも食す機会を作るべき。今回は夕食のみだったため、他のものも食べられると良かった。(R)

- 食文化は見るだけでも面白いが、一緒に作る体験ができるとなお良い。(R)
- 富裕層と呼ばれる方々のガイドをすることもあるが、何を食べたいか尋ねると冒険したいという。浅草では浅草寺に行くのではなく、伝法院通りへ行き、ストリートフードを全部試したいという。浅草メンチカツを食べ、ホッピー通りを歩き、地元の人が食べる美味しそうなものを食べて満足される。富士山にある草餅を焼いているところでは、温かい草餅を食べて「こんなにおいしいものは食べたことがない」と驚かれる。山形県の山寺に入って山奥で玉こんにゃくを食べるなど、ハイレベルなどを問わずその土地のおいしいものを食べたいという旅行者は多い。(S)
- 夕食にいなり寿司が出たが一緒に作る体験があったら良かった。(S)

【日本の食文化の関心度は高まったか】

- 体験したことがないと魅力が分からない。様々な地域に様々な形の食があり、今までは良く分からなかった。今回は説明を受けて食事をしたため、同じ材料かもしれないが、こんにゃくもすごく美味しく感じた。(P)
- 日本に来て 3 年が経つが、今までこのような経験をあまりしなかった。特別な体験と食事が結びついているということを、学んだので他地域についても知りたいと思う。(Q)
- かっぽ鶏はユニークなものだった。今まで食べたことも見たこともないものだったため、良い経験となった。(Q)
- 初めてこのような体験をしたが、他地域の祭りと食の関わりも知りたいと思った。(R)

【今回の食は旅の目的になるか】

- 日本に初めてや 2 回目のような人は来ないと思う。日本は魚のイメージがあり寿司や魚を食べることが一番で、それを経験した人たちが高千穂のような山の幸にも目を向けると思う。ツアーで九州の土地を周りながらここへ立ち寄ることはあると思う。神話や民族の話が好きな人でないとここを目的に来ることは難しいと思う。(P)
- 高千穂のメインは高千穂峡と夜神楽だ。食はそれに付随している形という印象のため、外国から日本に来るのであれば、近くの海に行ってしまうと思う。例えば、九州旅行で黒川に行き、旅館でゆったりと楽しんだ人が次にローカルなプログラムを紹介されたときに魅力的に感じるだろう。ラグジュアリーマーケットをターゲットにするのであれば、地方の特別な体験とラグジュアリーな旅館の宿泊と懐石料理が必要だと思う。(Q)
- 自分が旅行するときは食が目的だが、そう思っている旅行者は多いと思う。今回は京都から来たため、遠く感じたこともあるが食だけのためにここまでは訪れないと思う。1 泊だと十分ではないため、2 泊あると良い。既に九州にいる場合であれば訪れると思う。(R)

【再訪意向について】

- 今回のツアーで夜神楽を見たことで、年に 1 度の本番の夜神楽があの距離でみられるのであればまた来たいと思った。(P)
- 上海-福岡間と上海-北京間の飛行機は同じくらいの料金のため、上海からであれば来やすい地域。(P)
- かっぽを作る体験などほかにもいろいろ体験ができるのであればまた訪れたい。東京や京都から来て 1

泊というのは考えにくい。九州の他地域の体験と組み合わせて訪れるのであれば良いと思う。(Q)

- ここを目的にわざわざ訪問することは難しいと思うが、九州旅行をしていればまた訪れたい。(R)
- 外国から来るお客様のニーズは極端に分かれている。有名なものが見たい人もいれば、リピーターは有名なものは必要なく、特にハイエンドの方は混んでいるところには行きたくないと言われることが多い。そのような点では、スペシャルな体験を求める方に刺さると思う。例えば、出羽三山の宿坊に 70、80 代のお客様が泊まる際に心配をしたが、「私たちはマチュピチュで野宿をしたことがあるから大丈夫だ」と言い、オーセンティックを求める人もいる。しかしながら、日本人でも正座が大変であるように、身体的にできないレベルになると妥協点が必要だ。生け花体験などでは妥協しているところも多い。特別な体験を求める人はオーセンティックスタイルで満足するが、妥協案を提案したらそれを選ぶ人もいるだろう。(S)

【受入地域としてどこまで観光と文化をすり合わせる必要があるのか/事前ヒアリングをしてオーダーメイド型で一人一人のお客様にアレンジすることが現地では難しい場合もある】

- 今回のスタイルの良い点は、料理を作ってくれた人が近くに座って説明してくれたことだ。(P)
- その地域で食べられている方法や本来の順番で提供した方が良い。中国でもデザートは食後に食べることが多いが、例えば、本来の食事の提供方法で終わった後に、説明と共にこびるが提供されるなど、説明があれば良いと思う。(P)
- 重要なことは参加者に事前にヒアリングをすることだ。快適さを求めるのかは悩ましいバランスだと思う。事前に聞いておくことである程度すり合わせのポイントが見つかるのではないか。文化の誤解を避けるためには事前にコミュニケーションを取っておく必要がある。(Q)
- 優良事例には西洋のコースの提供方法にしているがどうかという質問に対して、今回の夕食の提供の仕方は非常に良かった。コースにしてしまうと時間がかかるため、神楽を楽しむ時間が無くなってしまう。直会の際に舞手の方と一緒に食べることができるデザートなどがあると良かった。例えば、最後にこびる（農作業の合間に食べる団子などの軽食）を食べるのでも良かった。(Q)
- 重要なのは事前にお客様とコミュニケーションを取り、彼らにとって満足するものは何かを見つけ出すことだと思う。高千穂を選んで訪れる時点で、本格的な体験を求めている人が多いのではないか。(Q)
- 床に直に座ることは難しい。両親が日本に来た際は椅子が必要だと思った。(R)
- ガイドとしてツアーの企画にかかわる場合は、要素のバランスを取るようにしている。例えば、今回の夕食はフルミールだったが、こびるとうどんのみで神楽体験が終わった後に高千穂牛を食べる組立てにすると思う。そうすることで両方の要素が綺麗に入るため、お客様の好みに合わせて調整が必要。(S)

【ガイドへの依頼の流入経路】

- 通訳協会のホームページに掲載しているため直接依頼が入った場合は、対応が難しいことも多くエージェントを紹介している。ディープな日本の体験をしたいと思っている人はインターネットを使って、自分で探す方が多い。エージェント経由も直接もあまり差はなくなってきている。お金持ちの面倒くさがりは自分の行きつけの旅行会社に問い合わせている。色々な観光を知っているガイドに直接プランを組み立ててほしいという要望もある。(S)

【食文化の定義について/訪日外国人に満足してもらえる食文化を題材とした観光は何か】

- 生産地を見て、味を知るなど理解するために段階を踏む必要がある。食文化と言われるとマナーなどが思い浮かび、食べ物だけでなく食する場も大切な文化だ。中国人なので日本の食文化の作法は馴染みがあるものも多く欧米の方とは難易度が異なる。例えば、欧米の方は箸をいつ使えるようになったのか気になる。中国人にとって、箸を使うことは文化ではなく日常だ。日本のこの地域にはどのような独自の文化があるのかを伝えられれば良いと思う。(P)
- 様々な「食べる」瞬間に出会うことだ。それは収穫作業を行う農業体験なども食文化体験として旅行者に満足してもらえるだろう。今回のツアーは文化と食が関連していることを理解できて満足することができたが、フードツアーとするには自分の経験上少し違うと思った。(Q)
- ツアーの内容は良かったが、食文化ツアーであればより食べ物に焦点を当てて、朝から晩まで食に関する体験ができると良かった。(R)

第２章　考察

１　調査から得られた食文化をテーマとした観光のあり方

本調査の結果及び第３回有識者会議での意見を踏まえ、食文化をテーマとした観光を通じてインバウンド需要を獲得するためには、以下の観点が必要であると考えられる。

○　文化的・歴史的背景を踏まえたプログラムの設計

ヒアリング調査において、訪日外国人旅行者のニーズは年々深化しており、観光体験にオーセンティシティー（本物）を求める傾向にあることがわかった。そこで、観光プログラムを設計する際には、文化的・歴史的背景を感じられるものとする必要があるとの仮説を立て、実証実験を行った。

実証実験では、食にまつわる文化的・歴史的背景を感じられるものとして、高千穂の伝統神事芸能である夜神楽を、まるで「一夜氏子」（「一晩だけ村の一員」という夜神楽の用語）のように、地元の古民家で体験するプログラムを提供した。モニターからは、地域の史跡と神事を一体として理解でき、地域の文化・歴史を体系的に理解できるとして、概ね高い評価を得ており、仮設を立証できたといえる。

本調査により、文化的・歴史的背景を踏まえたプログラムの設計に当たっては、地域の観光資源を改めて理解し、観光プログラムに組み込んでいくことが必要であると感じられた。ただし、地域の観光資源を活用する際には、その価値を棄損するおそれのあるようなものは避ける必要がある。また、観光体験としての面白さを重視するあまり、本来の文化的・歴史的な行為を歪めてしまうことについても、訪日外国人旅行者が「オーセンティックな観光体験（本物の観光体験）」を求めている以上、避けるべきである。

○　地域の住民等との交流の機会の提供

ヒアリング調査において、訪日外国人旅行者は、単に観光的な体験（見る、知る、食べる等）をするのではなく、その体験の中で、地域の住民等との交流を求める傾向にあることがわかった。そこで、観光プログラムを設計する際には、地域の住民等との交流を含めたものとする必要があるとの仮説を立て、実証実験を行った。

実証実験では、神楽の舞の終了後に実施した「直会」（地元の奉仕者との交流）が交流の場として機能したことから、結果としてモニターから概ね高い評価を得ることができ、仮説を立証できたといえる。一方、課題として地域住民の協力を得る場合は頻度を高く実施することは困難であることが分かっ

た。

本調査により、地域住の住民等との交流の機会を提供するに当たっては、地域の住民等による協力が不可欠であると感じられた。交流の形は様々であるが、形式的なものではなく、真に人と人の交流がなされ、親交が深められるような場となることが肝要であると考えられる。マンネリ化が進めば、交流の場も形骸化し、旅行者の満足には繋がらない。地域の住民等が飾らないありのままの姿を見せ、常に新鮮な気持ちで臨めるような工夫も必要である。例えば、地域に伝承される伝統的な直会等の枠組みを活用した場を設けることや地域住民が普段行っている場の一部に旅行者が触れられるような機会を造成することで、訪日外国人旅行者の満足度向上に寄与すると考える。

○　地域の魅力の再認識とその活用による付加価値の創出

ヒアリング調査において、訪日外国人旅行者が旅先を選定するに当たっては、その地域のもつ唯一無二の観光資源が大きな判断材料となることがわかった。そこで、観光プログラムを設計する際には、その地域固有の観光資源を再認識し、これを活用していくことが必要であるとの仮説を立て、実証実験を行った。

実証実験では、神楽の舞の終了後に、通常の観光神楽では実施しない「直会」を設け、食に関する唯一無二の観光体験として示した。モニターからは高い評価を得られ、仮説が立証できたといえる。

本調査により、日本各地には多様な食文化があり、これを活用することにより、自ずと他の観光プログラムとの差別化が図られるのではないかと感じられた。他方、他の観光プログラムにおいても活用できるような体験については、いずれ類似のものが現れて独自性を失するおそれがある。常に国内外の観光プログラムを分析し、常にブラッシュアップを続け、常に唯一の観光体験として提供し続ける工夫が必要である。

○　特別感の醸成

ヒアリング調査において、地域の魅力を最大限表現するためには、その観光プログラムが特別であることを示していくことが重要であることがわかった。そこで、観光プログラムを設計する際には、参加人数を少数に絞る、通常とは別のプランを設ける、しつらえを工夫するといった方法により、特別感を醸成する必要があるとの仮説を立て、実証実験を行った。

実証実験では、神楽の舞の終了後の「直会」を食に関する特別感の演出として提供した。モニターからは、概ね高い評価を得たため、仮説を立証できたといえる。ただし、時間の制約により、駆け足となってしまったことが改善点である。

本調査により、特別感を醸成するに当たっては、やはり他の観光プログラムの分析が肝要であると感

じられた。ただし、特別感を重視するあまり、文化的・歴史的な観点から歪なものとならないよう注意が必要である。訪日外国人旅行者は「本物の観光体験」を求めており、文化的・歴史的な観点から見て不自然な体験を提供してしまえば、かえって観光プログラムの価値を下げることとなる。むしろ、文化的価値の高い体験により、特別感を醸成するべきである。

また、他の観光プログラムとの差別化にならないようなものであっても、一定の特別感を醸成することは可能である。例えば、伝統的な建築物、古来の自然景観、一次産品の生産地、加工品等の製造現場、日本固有の食事の方法やマナー、料理人の食事や食材に関する知識などを活用することで特別感を演出することは十分可能である。

○　地域個性のある食材や料理の提供

ヒアリング調査において、訪日外国人旅行者は多くが食を楽しみに滞在する傾向にあることから、多くの旅先から選択されるためには、その観光プログラムの中で地域個性のある食材や料理の提供を行う必要があることがわかった。そこで、観光プログラムを設計する際には、地域個性のある食に関する要素を組み込み、地域の食材や料理が提供されるなど、その地域ならではの食に関する体験ができることを示していく必要があるとの仮説を立て、実証実験を行った。

実証実験では、料理提供者による料理の説明により、提供された食材や料理が地域個性のあるものであることを示した。モニターからは、情報量が多く、一度で理解することは難しいとの評価もあったが、細部までこだわりとして感じることができたとの評価もあり、概ね高い評価を得ることができ、仮説を立証できたといえる。他方で、実際に提供された料理等の食材の生産現場を見る機会がなかったことは改善点である。

本調査により、地域個性のある食材や料理を提供するに当たっては、地域の食材や料理を改めて理解し、観光プログラムに組み込んでいく必要があると感じられた。より良い食材や料理の提供のためには、農林漁業者や飲食業者等との連携が欠かせない。観光プログラムの設計に当たっては、農林漁業者や飲食業者等を巻き込んだ形で行うことが望ましい。

○　地域の食文化が保護・継承でき、文化的価値の高さを感じる適切な価格設定

本調査により、観光プログラムの価格は、持続可能な経営を確保することはもちろんのこと、その地域の食文化を持続的に保護・継承することが可能なものとすべきであると感じられた。

さらに、価格は単に安いか高いかを示す指標にとどまらず、その体験の価値を示す指標ともなり得る。あまりに安価であったり、高価であったりすれば、その内容に疑義を持たれてしまうが、内容に見合った適切かつ特別感のある価格であれば、文化的価値の高い観光体験を期待する可能性がある。他の

観光プログラムの価格を分析すること等により、適切な価格設定を行う必要がある。

○　外国語対応

ヒアリング調査において、外国語の対応状況についても、多くの旅先の中から選択する際に考慮する事項であることがわかった。日本語に堪能な訪日外国人旅行者であれば不要であるが、より多くの旅行者の滞在を志向するのであれば、その対応は欠かせない。旅先の選択の際に外国語への対応状況を示すとともに、その対応の質を向上させることが必要である。

実証実験では、常に通訳が同行し、参加者が理解可能な言語で説明がされたことから、参加者の満足度は高かった。一方で、交流の場といったコミュニケーションの量が多く、通訳の量が増える場面では、十分な対応ができなかったという課題もあり、その場のコミュニケーションの量に応じた対応が必要といえる。これは、旅行の満足度向上につながることはもちろん、あらかじめ質の高い外国語対応があることが示されるのであれば、選択の一助にもなる。

本調査により、外国語対応の必要性が立証されたことはもちろんのこと、通訳の質の高さが観光体験の質の高さにつながることもわかった。そのためには、質の高い通訳の育成も必要であると考える。

他方で、今後は AI 等の技術により他言語話者間の意思疎通のハードルは下がると推測され、音声翻訳等のデジタルツールの適切な活用も求められる。

2　今後の取組の方向性

ここまでの考察及び有識者各位からの本調査に対する総括をマーケティングのフレームで整理し、取り纏めると以下のとおりとなる。

○　商品・サービス

- オーセンティックな観光体験（本物の観光体験）の追求が必要。
- 地域住民との交流機会の創出が必要。
- 独自性、特別感の創出が必要。
- 地域個性のある食材や料理の提供が必要。
- 食文化全体を感じてもらえるようなプログラム作りが重要。

【今後の取組の方向性】

商品を単に食体験と捉えず、地域住民を巻き込んだ、文化や風土、地域個性のある食材を活用した食文化全体を堪能してもらえるプログラム作りがポイントで、そのような地域の取組を後押しすることも重要と考えられる。

○　流通

- 富裕層をターゲットにするのであれば、旅行会社やコンシェルジュなどプライベートプログラムを提案するサプライヤーを巻き込んでいけると良い。

【今後の取組の方向性】

魅力的な商品・プログラムの開発が完了し、受入環境が整った地域においては、ターゲットに応じた販路の開拓とその支援も必要と考えられる。特に海外の旅行会社等との接点を地域が独力でつくることは難易度が高いため、商談会への出展や旅行会社が販売の際に参考とするタリフ（料金表）の作成の支援といった取組みも必要である。

○　価格

- 体験価値に見合う適切な価格設定が必要。

【今後の取組の方向性】

戻りつつある訪日外国人旅行者に対して、競争力のある価格設定は勿論有効な手段の一つと考えられるが、品質や満足度が低い商品は日本の食文化全体の評価を下げることに直結する懸念がある。一定水準の品質を満たした商品化とそれに応じた価格設定や、ターゲットを見据えた適切な価格設定が重要となることから、そのガイドラインの策定や事例を収集して地域に発信していくことも必要な取組と考えられる。

○　プロモーション

- 地域地域で工夫している事例について、文化庁を通して発信することが望ましい。
- 新たな事例の創出と横展開を文化庁に期待。
- 国内に様々な魅力的な食文化があることを広める必要。

・　文化庁が認めている食文化であるとアピールできれば、紹介しやすい。
・　Narrativita（ナラティビタ＝物語性）という要素が重要。

【今後の取組の方向性】

販路開拓同様、地域独力での海外旅行者へのプロモーションは、費用や手法等の面で難易度が高く、当面は一体的なプロモーションが効果的と考えられる。一例として、日本の食文化全体での海外旅行博への出展や、海外メディアでの記事や広告掲載、SNS の活用といった取組について、有望市場を絞り込んで展開することが有効である。

○　ターゲット

・　インバウンドの V 字回復が顕著な中、訪日外国人客にとって食は重要な要素。

【今後の取組の方向性】

インバウンドの需要回復の機会を捉えた各種取組は極めて効果的と考えられるが、一方でその機会に提供される食体験の満足度が高くなければ、リピート需要の確保に悪影響が生じる可能性もあることから、地域毎に他の地域資源を加味した商品化やプロモーションを講じる際に、有望なターゲットを規定し、その価値観や行動に見合ったプログラムの提供がポイントと考えられる。そのためには、地域内の農林水産業者や飲食業者をはじめ、観光事業者や地域内の他産業が連携した取組が不可欠である。

○　受入環境

・　ガイディングの上質化、ガイド育成、IT 技術活用の検討が望まれる。
・　外国人にも分かりやすく伝えていくことが重要。
・　今ある食文化を掘り下げることで、地域の方の考え方が変わる。
・　そもそも日本に、地域食材を食べられる場所が少ない。
・　自分の地域についてもまだ何も知らない人も多く、モニターツアーのような機会に新しい視野を手に入れることも重要。

【今後の取組の方向性】

多言語対応については、観光庁の通訳案内士の育成や多言語解説整備支援といった事業も積極的に活用し、まずは訪日外国人の来訪に際してトラブルや快適な滞在に支障がない環境を整備することが必須条件となる。

また、地域食材を提供する飲食店が限られている、といった課題の解決にあたっては、農林水産省の国内産品の消費拡大に向けた各種施策を活用することも視野に入れて、地域全体での取組として、ターゲットを規定することが必要となる。

○　その他

・　観光庁事業との連携による相乗効果の創出が望まれる。
・　文化を守りながら活用しマネタイズしていき、その資金で文化を守っていく、という好循環の創出が重要。

【今後の取組の方向性】

2023 年 3 月末までの閣議決定を目指して策定されている「新たな観光立国推進基本計画」の各種取組も視野に入れて連動することで、相乗効果や新たな目標感の醸成が期待できる。こうしたあらゆる手法を駆使して、有識者のご指摘にあった、文化の保守と活用の両立をはかりながらマネタイズし、その資金で貴重な文化を守っていく、という地域関係者の目線合わせが重要で、そうした自立的な好循環が創出されるまでのプロセスを支援していくことが当面必要と考えられる。

第３章　有識者会議の概要

全３回の有識者会議を実施し、本事業についての計画・評価・分析・検証を行うとともに、食文化を題材とした観光の成功に向けた方策について議論した。

1　第１回有識者会議

日時	令和４年 10 月 31 日(月) 13：30～15：30
場所	都道府県会館 ４階　409 会議室

議事次第

1. 文化庁開会挨拶
2. 有識者のご紹介及びご挨拶と座長選定
3. 報告事項
   事業概要及び業務内容
4. 協議事項
   - ■ 食文化を題材とした観光の優良事例候補リストアップのための文献・ヒアリング調査
   - ➢ 30 件程度の優良事例リストアップに際しその選定基準について
   - ➢ 優良事例として推薦する食文化を題材とした観光プログラムや事業者について
   - ➢ 調査項目の設定について
   - ■ 30 件程度の優良事例の中でも、特に優良な事例（先行して取組を行い、実績を残している事例）に対するヒアリング調査
   - ➢ リストアップされた 30 件程度の優良事例からヒアリング調査対象となる 10 事例の選定基準について
   - ➢ ヒアリングする際のヒアリング項目について
5. 次回有識者会議について

《配布資料》

（資料１）　席次表
（資料２）　出席者名簿
（資料３）　次第
（資料４）　事業概要
（資料５）　業務内容
（資料６）　優良事例候補リスト
（資料７）　ヒアリング及びデスクリサーチ対象候補

- **出席者**

【有識者】※敬称略

氏名	所属
石田　雅芳（座長）	立命館大学　食マネジメント学部　教授
楓　　千里	國學院大學　観光まちづくり学部　教授
辻村　肇子	株式会社 JTB グローバルマーケティング＆トラベル BOUTIQUE JTB 部長
藤井　大介	株式会社大田原ツーリズム　代表取締役社長　※オンラインでのご参加
柳原　尚之	懐石近茶流嗣家

【推進事務局】※敬称略

氏名	所属
野添　剛司	文化庁　参事官（食文化担当）
鮫島　悠甫	文化庁　参事官（食文化担当）付　専門職
影山、福島、原口、宇賀神	株式会社 JTB　霞が関事業部
小林、白石、鈴木	株式会社サーベイリサーチセンター

- **議事録**

（文化庁開会挨拶）

事務局(文化庁)：委員の皆様におかれまして、お忙しいところ、お越しいただき感謝申し上げる。昨年度は有識者の皆さまから”curious”というキーワードをいただき、食に対して好奇心の高い人に対してどのように訴えることで付加価値を高めることができるのか、切り込んだ内容を結果として得ることができた。今年度は昨年度の成果にたち、さらに深堀をすることで食文化観光における課題並びに解決策、プラスになる点など、食・旅行・観光を専門に取り扱う委員の皆さまに食文化という切り口でお意見を頂戴したく思う。

（事務局から令和 3 年度の振り返り、令和 4 年度の事業概要、業務内容の説明がなされた）

※発言者の敬称略

次第 4. 協議事項　食文化を題材とした観光の優良事例候補リストアップのための文献・ヒアリング調査 30 件程度の優良事例リストアップに際しその選定基準について

座　　長：当事業では、まず 30 件程度の優良事例候補の収集を行い、その中から特に優良な事例を 10 件に絞ってヒアリングを行う。また、インバウンド誘客を目指している 1 地域に対して、既存の観光プログラムに優良事例から得られたエッセンスを盛り込んだ実証実験を行っていく。それぞれの調査のステップで必要な切り口や視点、考慮すべき要素に関して、有識者から意見をいただきたいという話であった。また、昨年度とのアプローチの違いとして、昨年度は食文化観光の「課題」についての議論に対し、今年度は食文化観光における「魅力要素」の抽出について重点的に議論してほしいという話だ。最初の協議事項は資料 5 にある優良事例のリストアップに際して、どのような基準・条件が必要かについて議論していきたい。

座　　長：今回の事業では、curious なインバウンドを対象にするということだが、curious という言葉は様々な含みを持っており、興味があるからこそ旅に出るという意味だと考える。地域に出向いてもらうためには何か理由付けが必要。何でもインターネットで購入できる時代だが、移動するのは食べ物ではなく、旅行者である必要がある。そのためには、地域に人がやってくる仕組みを持っているようなところが良いのではないか、テロワールのような考え方が反映されていると面白いと思う。この協議事項に関してアイディアがあれば、自由に話していただきたい。

柳　　原：調査項目の設定にも関わる部分だが、事業者と旅行会社では聞く内容は分けなければならないと思う。事業者、企業ごとにリストアップするという方法では良い結果は得られないのではないか。リストの中で、「個」の力を活用しているところ、「団体」で活用している事例があるが、偏りなく選出できると良い。その人個人がいないと成り立たない事例だけでは不十分だろう。メソッドを聞くとあるが、どのように聞き出すのか気になる。

座　　長：その「人」を訪ねるツーリズムはあると思うが、ピンポイントな場所へ出向くか、テロ

ワール的なものを目指していくのか、狭さ・広さの視点もあるだろう。

柳　　原：既に仕組みのあるところに尋ねるのが良いだろう。

座　　長：より文化的に考え、文化的・ガストロノミー的コンテクストをまとめるメソッドが聞き出せると良い。

楓：文化庁の事業のため、訪れる先が文化的に有益であるという点がポイントであり、そのような選び方をするのは良い。通常非公開の文化財で食事を楽しめるプログラムは外国人にとってインパクトのある魅力だと思うが、文化財だからこそ、椅子が用意できないといった設備面が難しいという場合もあるだろう。文化財的要素で楽しんでもらいつつ、来訪者がリラックスして楽しめるような受け入れ体制が整備されているかどうか、という点は選定基準として必要ではないか。

座　　長：私たちに日本人にとっては魅力的なことでも、外国人にとっては苦行と思われてしまうこともある。昨年、理想と現実では相違があるといった話が辻村氏からあったが、この点リアルな現場の意見をお聞かせいただきたい。

辻　　村：このリストは、表面は byFood が挙げた事例、裏面は事務局がデスクリサーチをおこなったものという理解で良いか。

事務局（JTB）：その通りだ。表面の事例は byFood で実際にコロナ前に販売していたプログラム、裏面は事務局が文化体験も含まれた食体験プログラムをデスクリサーチしたものだ。

辻　　村：デスクリサーチのリストの中で目に留まったものは「かよう亭」だ。かよう亭のオーナーは、7〜8 年前から地域を巻き込み、「世界一の朝食」と謳って実施している取組があり、私たちのお客様が良く訪れる料亭として人気も高いため、このリストに入って然るべきと考える。仁和寺の事例は比較的新しいプログラムで、販売は開始しているが、販売実績が少ないためこれから販売していきたい商品のひとつだ。城泊なども話題にはなっているが、実際に販売数が少ない。

柳　　原：仁和寺や城泊をリサーチしてもノウハウがないということになってしまう。

楓：仁和寺で 1 泊 100 万円のなか、食事が 1 万円なのはバランスが難しいところだ。

辻　　村：城泊もそうだが、築 100 年の古民家などの感想を参加者に聞くと、冬の時期は石油のストーブで部屋を温めるため、「石油のにおいが強く、夜眠れなかった。」と言われてしまうことがある。調理設備等も中に揃っていないと、外で調理したものを持ってくるため、口に合わないという場合もある。その点で、理想と現実では相違があるということが分かる。

座　　長：今回の事業で対象とする curious な人たちであれば、文化的違いも需要があるのではないかと思う。そういった新しいツーリズムの一歩が踏み出せると良い。気仙沼の男山の事例は、津波による被害のあった地域だが、今年からスローフードツアーの取組を始めており、人の輪の中に繋ぎ留められたツーリズムとして考えているようだ。きちんとした知識を持った人が案内をし、文化的価値の高い場所へ連れて行き、食べ物も隅から隅まで説明するようなプログラムをあと 2 年ほどで開始する試みだ。

藤　　井：文化庁の 100 年フードの事例を加えるのはどうか。昨年度は文化庁にこのようなリストがなかったが、ボトムアップ型で地域が自信を持っている郷土料理等を文化庁が認

定する取組の結果である 100 年フードが今年はあるため、このリストから事例を抽出する形が良い。例えば、秋田のきりたんぽの事例だが、しつらえのある中できりたんぽを提供するプログラムは、今回の事業に適しており、地域側から考えても良い内容と考える。

事務局(文化庁)：昨年度と今年度の違いは、文化庁にも食文化のストックができたことだ。100 年フードでは、地域が手を挙げた 131 件の認定を終えたばかりである。また、食文化ストーリー事業では、調査事業として将来の文化財化を図る 10 件と今年度 13 件が選出されているため、この二つをリストに加味していくべきと考える。また、観光庁の事業と組み合わせて、モデルツアーの形でチャレンジしている地域もおり、本事業と親和性のある事例は加えていくべき。

楓：リストの 9 番、10 番は事業者であり、ほかの事例と毛色が違うが併記されているのには何か意図があるのか。

事 務 局（JTB）：リストの 1 番から 8 番までは事業者が行っている実際のプログラムを事例として挙げており、本事業ではノウハウを引き出す必要があるため、観光コンサルティングの事業者もリストに加えている。

優良事例として推薦する食文化を題材とした観光プログラムや事業者について

座　　長：これまでの食の事業は事業者など狭いところに焦点が当てられている印象があったが、文化庁の事業ではコンテクストを重視した、裾野の広い事例を取り扱われるようになっていると感じる。他に加えるべき事例の具体例等があれば発言いただきたい。

藤　　井：日本の和食は、昔の殿様が食べるようなものではなく、大衆料理がほとんどである。従って、繰り返しになるが、100 年フードに選出された事例が良いのではないかと考える。

楓：市場は外国人にとても人気があり、金沢の近江町市場ではシェフと一緒に市場で買い物をし、近くの古民家のキッチンで参加者も料理ができる体験がある。このような市場と接点のある事例を加えても良いのではないか。

座　　長：イタリアのイータリーというスーパーマーケットでは、売っているところと食べられる場所を併設しており、それが人気の秘訣のようだ。買うだけ、食べるだけではない立体的な体験が興味を持たれるようだ。

柳　　原：byFood の事例は、実際に人気のあったプログラムという認識で良いか。

事 務 局（JTB）：人気商品や文化庁の事業としてふさわしいプログラムをご紹介いただいている。

柳　　原：byFood の事例と 100 年フードの事例で、重なるものがあればそれが一番良い事例になるのではないか。

座　　長：秋田の男鹿半島のテロワールとして海藻文化を取り上げたい。精進料理のベースとして海藻が使用されており、曹洞宗の文化と共に寺に伝わっている。ガストロノミーを追求する curious な層に対して、当たり障りのない文化を伝えるのは失礼になるのではないか。海藻は今 HOT な話題として紹介するに良い事例と考えるが、文化の担い手の高齢化が進んでおり、海藻文化が無くなってしまうのではと懸念している。日本のガスト

ロノミーを本気で考えなくてはならない。

楓：三重県鳥羽の海女文化でも、アワビ・伊勢海老などの海産物が獲れなくなってきており、鳥羽市の漁協・観光協会・行政が一丸となって海藻をメインに取り扱っていると聞く。外国の旅行者が海藻猟師と一緒に海藻を収穫するという体験を有料プログラムとして行っている。

座　　長：次の議題にも関わるが、キーワードとしてテロワールは重要だ。地域性がないと人は移動しない。

調査項目の設定について

座　　長：調査項目について、付け加えるべき点、必要な点などご意見をお聞かせいただきたい。

楓：プログラム内容は、今後もう少し詳しい説明が肉付けされるという認識で良いか。

事務局（JTB）：リストとしてはこの内容で完結しているが、10 事例のヒアリングではさらに肉付けしていく。

座　　長：プログラム内容かまたは、新しい項目として「地域性」を加えるべきだ。この地域の特徴は何なのか、このストーリーはなぜこの地域とつながりがあるのかという説明が必要だ。ミシュランにもその地域にわざわざ訪れるかという指標があるように、文化的、歴史的、風土的等の地域性について語られている必要がある。

楓：大事な要素なので、新しく項目として追加する方が良い。

座　　長：旅行者を地域に迎え入れる準備として、なぜわざわざ遠い国まで旅をする必要があるかということを説明できないのは良くない。例えば、「沖縄の綺麗な海を見に旅行に来てほしい」というだけではわざわざ沖縄に来る必要性を感じないのではないか、シチリアにも綺麗な海はある。どこにでもあると思わせるような説明をするのではなく、遠い地に人々を旅行させる理由を正しく説明できるようにしなくてはならない。文化庁の事業という点では、なにかしら文化財と結びついているという項目は重要だろう。

30 件程度の優良事例の中でも、特に優良な事例（先行して取組を行い、実績を残している事例）に対するヒアリング調査

リストアップされた 30 件程度の優良事例からヒアリング調査対象となる 10 事例の選定基準について

座　　長：発酵食品は日本中で聞くが、この地域を選ぶ理由が重要。食を文化財化するという文化庁の一連のプロジェクトがあり、麹を使った日本酒や和菓子・京料理など大きな流れで動いているが、何を選ぶべきか。ヨーロッパでもカトリック教徒がヨーロッパ中の境界を巡るためにトレッキングするなど、宗教とトレッキングは外国人に不思議と刺さっているようだ。山形県の山伏文化は、日本の山岳宗教として親和性もあり、テロワール的な考えにもあてはまるだろう。ヨーロッパガストロノミーのロックフォールやブルターニュの牡蠣のようにモノが語るガストロノミーでは日本の食文化を語るのは難しい。モノではなく地域のコンテクストやテロワールのような形で語れると面白いのではないか。また、既にリストに記載されているがきちんとした運営団体が存在しているということも重要だ。さらに、モノを販売することに偏ってないと良い。例えば、菊正

宗記念館などの酒屋一件を事例とするにはテロワールとして成り立たない。ミシュランで 3 つ星を取った有名レストランに行くというガストロノミーツアーもあるが、周りはスラム街で地域が潤っていないという悲劇的な例も少なくない。

ヒアリングする際のヒアリング項目について

藤　　井：食文化コンテンツとはプログラム内容のことだと思うが、食文化の特徴と地域性、歴史的背景など食文化そのものの説明についてもヒアリングするべきだ。また、今後の可能性を含め、消費拡大の可能性について、運営団体等のヒアリング対象者がプロモーションをすることで消費拡大する可能性のあるという自信を持っている食文化である必要がある。この二点をヒアリング項目に入れるべき。

座　　長：地域性に関してヒアリングするのは、私も必要と考える。消費拡大は経済活動の妥当性として発展はしていくのは良いと思うが、文化性を保ちながら進めなくてはならないが、事業の方向性については必要だろう。

楓：昨年度も申し上げたが、生産者とどのように結びついているのかという点が見えるヒアリングになると良い。それが開発プロセスや連携先という項目の中に入ってくるのだと思うが、生産者の漁師や農家などの顔が見えると、消費者にとって魅力のひとつになりテロワールにもなる。この点がヒアリング調査結果として反映されると良い。

座　　長：保護する人などツーリズムに応用するときの食には様々な人が含まれる。スローフードでは「食コミュニティ」と呼んでいたが、その中には生産者や加工業者、運搬業者、販売者なども含まれる。生産地の生産物のコンテクストとそのものを対象にする考え方は面白い。店や料亭に並んでいる物しか見えないのでは魅力が伝わりにくい。

柳　　原：ヒアリング項目は良いが、どのように実施するのか。

事 務 局（JTB）：zoom 等のオンラインミーティングを予定している。

柳　　原：突然ノウハウや売上についてヒアリングをして、対象者は答えてくれるのか。

事 務 局（JTB）：ノウハウなどは企業秘密に関わるが、可能な範囲でのヒアリング実施を考えている。

柳　　原：対象が個と団体で聞き出せる内容が変わるだろう。個に対して、苦労話などは聞き出しやすいかもしれないが、聞きすぎると壁を作られてしまう。彼らにメリットはなく、デメリットになる可能性の方が高い。対象者が発言しやすい項目で、国の文化庁の案件のためにと思える項目にし、販売状況などは数字として出ている byFood などの企業に聞くのが良いのではないか。ヒアリングの仕方は注意が必要。

事務局(JTB)　：個と団体は聞き方を分けていきたい。数字的な細かなところは可能な範囲で対応する。

柳　　原：JTB のように調査している側、商品として販売している側からのアプローチが良いかもしれない。

楓：100 年フードとストーリー事業の事例を重ねると 30 件程度は選出できるのか。

事務局(文化庁)：食文化として地域に長く続いている件数としてはあるが、その中でツーリズム化しているかというと、試みている段階の事例が多い印象だ。ツアー商品化されているか絞り込む必要がある。

柳　　原：口コミの分析はしないのか。byFood の口コミから何が評価されているのか抽出できれ

ば客観的な分析になるのではないか。

座　　長：辛辣な意見もヒアリングをした方が良いかもしれない。辻村氏の話を聞いているとインバウンドに関してはNGな点もあるため。

実証実験について

（事務局から資料5実証実験について説明がなされた）

柳　　原：これはヒアリングをした10件の中から選出するものではないのか。

事務局（JTB）：ヒアリング10事例とは別で選出する予定だ。抽出したメソッドを実証実験の地域に入れて行う。

柳　　原：既存のプログラムを変えるということか。

事務局（JTB）：成功している事例を扱うのではなく、体験プログラムは開発されているがインバウンドの対応実績があまりない地域に優良事例から抽出したメソッドをアレンジして行う。

柳　　原：抽出したメソッドを教えて、既存のプログラムに入れ込んで行うということか。

事務局（JTB）：地域独自で企画している内容を変える必要はなく、商品の見せ方、案内の仕方、提供の仕方、文化の伝え方等、抽出した要素を地域に合わせてアレンジをして実施する。

柳　　原：すぐに入れ込めるものなのか。

事務局（JTB）：プログラム化して販売するわけではないため、1回の実証の中では可能だろう。

楓：実績があるのは柳川の御花。大洲は柳川の御花を見習っているという印象がある。立花家の当主がおもてなしをするという特別感がある。現在のプログラムをさらにブラッシュアップしていきたいと意欲も持っていると聞く。

辻　　村：九州の方はあまり販売しているプログラムが少ないが、有名な地域のため今後販売していきたいと考えている。

事務局（JTB）：御花の建物自体が文化財だ。

楓：プログラムとしてはお茶やお花はもちろん、日本刀の殺陣をオプションで付けることも可能。

座　　長：実証実験に参加するモニターの外国人3名だが、昨年はコロナ禍だったため在日としたが、外国人旅行者も日本に入国できる環境に変わっているため、知識を持つ外国在住のガストロノミーの研究者がふさわしいのではないか。日本が好きな外国人だけでは広がりが無く、この事業に対応できないのではないか。私の知り合いでも外国から研究者が来日し始めており、来年1月にナポリ大学から和食の日本政府の政策を研究している和食研究者が来日する。30歳くらいの若い方だが、日本語が堪能で実証実験に連れて行くと面白い話が聞けると思う。対象者をどのように抽出をするのか分からないが、紹介することは可能だ。ヨーロッパから人が来ることも想定しているという話だったが、将来的な展望としてきちんとした日本のガストロノミーを海外に押し出す方法は私たちだけでは不十分ではないか。地域の方々が地域おこしとして提案を持ってくるが、それを受け取る側の視線を聞くのは非常に難しいため、実証実験の対象者は専門家が良い。「これはヨーロッパのガストロノミーが好きな人には難しい」など、文化的知見から見られる人が必要だ。食を中心としたツーリズムの未来を考えたときにこれ

から欲しい視点だろう。

楓：食の研究者のような人をアジアから 1 人、アメリカから 1 人のように集められると良い。

座　　長：食の研究者を日本に呼ぶ話はコロナ前にあったが、地域の準備ができていない。日本のガストロノミーツーリズムを望む人は大勢いると思うが、だれも手を引いてくれない。地域にお金を落とせる仕組みがあれば良いという低いレベルではなく、文化や食材についてしっかりと語れる人、それを愛している人がいないと対応できない。地域とターゲットのすり合わせには求める側からの目線も必要だ。

座　　長：予定の時刻となったため、進行を事務局に戻す。

事 務 局（ＪＴＢ）：次のステップは 30 件程度の事例の中から 10 件の選定をするが、有識者の皆様方からの承認を得た後に文化庁と事務局で最終判断をし、ヒアリング調査を進める予定だ。

次回会議：第 2 回有識者会議　12 月 23 日(金) 16:00-18:00 に開催予定

2　第 2 回有識者会議

日時	令和 5 年 1 月 16 日(月) 13：00～15：00
場所	株式会社 JTB 霞が関事業部 23F 会議室 Room-A

議事次第

1. 開会挨拶
2. 第 1 回有識者会議の振り返り
3. 業務進捗の報告
   （1）　先行する食文化を題材とした観光の調査・分析
   ・優良事例のリストアップ結果
   ・優良事例のヒアリング調査結果(又は途中経過)
   （2）　実証実験の効果測定と方策の分析
   ・実証実験のプログラム及び調査項目案について
4. 協議事項
   （1） 優良事例の調査結果（訪日外国人旅行者の満足度向上や消費額の拡大に繋がる要素の抽出）に対する所感、他地域の食文化観光に横展開するために有効的な活用方法と取り纏め方について議論
   （2） 優良事例の調査結果を踏まえて、実証実験プログラムに取り入れるべき要素・調査項目について議論
   ・実証実験プログラムに取り入れるべき要素
   ・モニターへの調査項目
   ・地域事業者への調査項目
5. 次回有識者会議について

《配布資料》

（資料１） 席次表
（資料２） 出席者名簿
（資料３） 次第
（資料４） 優良事例リスト
（資料５） ヒアリング結果
（資料６） 実証実験について

- **出席者**

【有識者】※敬称略

氏名	所属
石田　雅芳（座長）	立命館大学　食マネジメント学部　教授
楓　　千里	國學院大學　観光まちづくり学部　教授
辻村　肇子	株式会社 JTB グローバルマーケティング＆トラベル BOUTIQUE JTB 部長
藤井　大介	株式会社大田原ツーリズム　代表取締役社長
柳原　尚之	近茶流宗家　柳原料理教室主宰

【推進事務局】※敬称略

氏名	所属
安藤　貴洋	文化庁　参事官　（食文化担当）　付　参事官補佐
鮫島　悠甫	文化庁　参事官　（食文化担当）　付　専門職
影山、福島、原口、宇賀神	株式会社 JTB　霞が関事業部
小林、白石、鈴木	株式会社サーベイリサーチセンター

- **議事録**

（開会挨拶）

事 務 局（JTB）：委員の皆様におかれまして、お足元の悪い中また年明けのお忙しいところ、お越しいただき感謝申し上げる。これより食文化インバウンド促進のための動向調査事業第2回有識者会議を開会する。

（事務局から第1回有識者会議の振り返り、資料の説明がなされた）

※発言者の敬称略

次第4. 協議事項　優良事例の調査結果（訪日外国人旅行者の満足度向上や消費額の拡大に繋がる要素の抽出）に対する所感、他地域の食文化観光に横展開するために有効的な活用方法と取り纏め方について

座　　長：事務局から第 1 回有識者会議の振り返りをしてもらった。有識者の皆様から長期的な展望の視点で、人々に旅行をさせる動機付けの一つとして「地域性」という見せ方によって食文化観光の魅力を発信する必要があるという話が挙がった。また、実証実験の参加者には、食の研究者等の外国人目線で日本の食文化観光を受け入れられるか判断できる人が必要だ、という問題提起もなされた。

座　　長：第 1 回有識者会議から本日に至るまでの業務の進行状況に話を移していきたい。事務局には優良事例リストの最終化とヒアリング10地域の絞り込み、ヒアリングの進行状況について話していただきたい。

（事務局から資料4・資料5・資料6の説明がなされた）

座　　長：現在、食文化観光プログラムの優良事例の抽出をし、ヒアリングを行ったということで有識者の皆様には、調査結果の報告を受けての所感をいただきたい。かなり調査量があるが、なかなか面白いものが抽出されている。今回のヒアリング先の中には以前、私も関わったことのある事例もあり、新しいインバウンドの在り方が現れつつあると感じている。正月の番組で、電気も無いような田舎の20部屋ほどしか客室のない宿泊施設が訪日外国人で予約がいっぱいになっている、という不思議な現象が起きていた。日本人が面白いと思っているものが、必ずしも外国人にとって面白いとは限らない。偶発的なのか、法則があるのかという点を今回は良く表現されているのではないか。その中でも非常に地域性のある、特異なものともいえるかもしれないが、外国の方に気に入ってもらえるか分からないものまで良い感じに成功している。海女文化のさとうみ庵は行くのが難しい場所にあることに加え、そこにいる海女さんたちも英語が流暢でないため、かなりのハンディキャップがあると感じるような場所でも進んでいる。海女の女性たちはとても面白く、身振り手振りで意思疎通を図っているがお客様の満足度は高い。秋田はきりたんぽが有名だが、現地で迎え入れている方は一生懸命に外国の方とすり合わせをしている。方言もあり、コミュニケーションが難しい部分もあるが、日本人側からの最初の一歩が踏み出されている。奈良は激戦区になっており、高度なツーリズムになっている。事例のささゆり庵から北に20㎞ほど行くと、山添村という本当に誰も

来ないようなところに外国の方を迎えている施設がもう 1 つある。寿司屋のチェーン店が出資をし、村を復興する意味合いも込めて、地域のおばあちゃんたちと交流ができる場所を提供している。ささゆり庵は一泊 10 万円ほどの高価格設定であるが、外国の方に気に入ってもらう、満足度を上げることを隅々まで行っている。インバウンドの求道者のような取組をしている姿を見て驚いた。ささゆり庵の方が言っていた「地域食材や地域性は関係ない」という言葉には、彼の大きなリサーチの結果がある。旅行者にはそこの地域の物を愛して欲しい、素敵さを感じて欲しいと思うが、そこをバッサリ切ってしまう。成功の条件を一周見ただけでも様々な方向性があるということが分かる。寺の中へ出かけていくプログラムは昔からあるが、理性的なすり合わせがされていて、今までのツーリズムの外国人を対象としたものよりもう一歩前へ進んでいる印象だ。かなりリアリティのある話がヒアリング結果に出ている。秋田で秋田弁から翻訳アプリは本当に使えるのだろうかと心配になる例もあるが、地域体験型で人の温かさを感じてもらうことが秋田の体験であり、奈良県のもう 1 つの施設でもあった。地域の方と交流するというシンプルな方法も成功している。外国人が残すものは一切出さないと言い切るのも新しい意見だ。ただ、どこまで譲歩すべきか、キャラクターを立てていくべきかをすり合わせしながら成功例は構築されている。今回のヒアリング結果に対する所感という形で皆様にご発言いただきたい。

楓：優良事例が 8 つあり、いずれは 10 件になるが最終的にこのリストの 46 件全てに同じヒアリングをするのか。

事務局（JTB）：いいえ、ヒアリングは 10 事例のみに実施する。

楓：ヒアリングはこの 10 件のみで、残りの 36 件についての公表資料はこの形か。

事務局（JTB）：内容は今回の資料を最終形として報告書に落とし込む予定だ。

座　長：辻村さんは外国の方々と接していらっしゃるが、今回の成功の条件やリサーチ結果を見て、現場の人としてどのように感じておられるか。VIP 向けの旅行を取り扱っているが、VIP の方たちの中にも curious な人が出てきている印象がある。高級で素敵な場所に行きたいという要望もあると思うが、そうではない意識の高い方々はいるか。

辻　村：イスラム系の宗教のお客様であっても、英語を話せる僧侶の話を聞きたいという方はいる。また、お客様自身がアレルギーを持っている場合でも、そのご家族が食べられる場合はそのような体験を希望することもある。

楓：「成功の条件」という言葉が気になった。この条件さえ行えば成功できるということではないため、「成功の要件」とするのはどうか。昨年の秋以降、観光の受け入れ側や日本人の観光客も含め、観光の環境配慮への意識の低さが観光庁を中心にシフト化されてきた。事業の継続性と環境配慮という点を明確に示せないと、海外の旅行者に支持されなくなる。特に、ささゆり庵のオーナーが「世界で貧富の差が広がり薪ストーブでしか冬を越せない人がいる中で、日本旅行をしてきたとは言いにくい状況になる」と厳しいことを言っている。ヘリコプターでお客様を呼んでいる現状とギャップがあると思ったが、実際には日本の器を 100 年近く使用している店や、漆を塗り替えて使っていることなどを伝えることで、日本としての環境配慮がアピールできると思う。

座　　長：国際会議等で日本は上手くできていない雰囲気で語られることがあるが、楓先生がおっしゃるように本当は日本には、古来よりサスティナブルシステムがある。もったいない精神もそうだ。魚で叩かれるが、我々なりのシステムがある。そういう点をアピールできる日が来ると良い。この成功の条件、成功の理由ということだと思うが、現場にいる藤井さんから見てどうか。未来は見えてきそうか。

藤　　井：未来を見て言うと、地方はどんどん大変になっている。昔からのサスティナブルシステムは衰退しているので、だからこそやる価値があると思う。今回挙がっている事例の 2 から 5 はまさに地方の大切な食文化だ。このような食文化を文化庁として大事にし、日本の食文化としてもっと世界にプロモーションする必要がある。ミシュランのようにブランド名を作るなど、文化庁が日本の食文化にはこのようなものがある、と世界にアピールするべきだ。この調査の内容を世界や日本人にも知ってもらい、有効利用してほしい。来年度以降はブランディングするために事例をさらに集め、とりまとめると良い。例えば、地元の湯西川という人里離れた平家の落人が行くところに、昔から本家伴久というエンターテイメント性の高い旅館がある。1 泊 2 万円ほどで宿泊でき、囲炉裏を囲んで昔ながらの食べ物を食べることができる。このような良い事例はまだまだある。文化庁でとりまとめ、発信する際は文化庁や観光庁が一緒になってできると良いのではないか。来年度以降もこのような委員会を続けるのであれば、ブランディングのスペシャリストを 1 人入れるべきだ。その時に私が残らせてもらえるかは分からないが、今後はブランディングができる方の知識をプラスすることでさらに良い委員会になると思う。また、日本人に知ってもらいたいという意義もあるが、外国人が多く来るのを良しとする風潮がある。インバウンドが日本に訪れる理由は円安だからとひどいことを言う人たちがいるが、地域のプレーヤーや観光庁、JNTO がここ 10 年、20 年をかけて海外でセールスをかけてきた賜物であり、円安でなくても旅行者は日本に来ていた。外国人が多く来ている良い事例もあるが、間違いなく言えるのは、そこには魅力があるから日本人も外国人も来ているということだ。外国人が多く来ているのは、海外に向けてプロモーションしているからであり、外国人にだけ魅力的な訳ではない。外国人が来ておらず、日本人がたくさん来ているのであれば、海外に向けてプロモーションをする価値があるといえる。一方で、日本人があまり来ない場所であっても自分たちが体験し、素晴らしいと思えるのであれば、国内外にプロモーションをおこなえば、旅行者は来る。これは観光の基本的な考え方であり、文化庁の方々には外国人が来てないから、良くないということではない点をご理解いただきたい。また、価格設定に関して、価格は重要だが高ければよいということではない。富裕層が本当に大切にしているものは「本物を体験する」ということだ。そこに対して時間を無駄にしたくない。彼らにとって時間の概念は非常に重要であり、お金があるからこそ時間をとても大事にする。まずい蟹は食べたくない、本当に美味しい蟹を食べるためにお金を使いたいということだ。吉野家の牛丼が好きな人もいるが、全く知らない世界では、価格で信頼を買う部分がある。リアルなものであるならば、価格が安くても体験しに訪れることはある。重要な本質は、価値のあるリアルな体験をするために時間を失いたくないということである。最

後にサステナブルツーリズムについて、観光庁や専門家が日本は遅れていると言っているが、日本の産業革命以降の社会がサステナブルを壊しただけで、事例で挙げているようなものは産業革命以前の 100 年以上昔からサステナブルだ。昔ながらの和食の本質を考えるのであれば、あまり意識をしなくて良いと思う。今頃になってサステナブルツーリズムと言っている方がむしろ遅れている、日本はもっと先を行っていると世界に言ってもいいのではないか。和食の世界では食材を残さずすべて使っている。

柳　　原：10 件の事例を見ても、事業者によって方向性が変わってくるため、これを見たから決められるものではないと感じた。しかしながら、成功しているのは常に新しいことをしているところが多いイメージがある。一方で、大館市の農家民宿のきりたんぽ鍋では、昔ながらの自分たちが行ってきたことをそのまま見せていくという点が対照的だ。ここの農泊できりたんぽ鍋を食べたことがあるが、家の中も農家の家そのままで、おばあちゃんが囲炉裏の周りできりたんぽ鍋を作ってくれる体験だった。一番有名なおばあちゃんの家へ行ったが、英語をほとんど話すことはできないが、大体意思疎通はできると仰っていた。今は緊急時に備えてポケトークのようなものが用意されており、多くは対応できるとのことだった。秋田の事例は、守っているものをそのまま見せる形で、西洋的にアレンジして変えていくという 2 つの方向性がこれらの事例にはある。農水省であれば物が売れること、観光庁であればたくさん人が来ることが良いのかもしないが、文化庁の事業としてしっかりと日本の文化を見せていかなくてはいけない。現代の中で少しずつ変わっていくことはあるが、軸を持っておくことが重要だ。昔からあるものを伝承しながらも、もっとこうすると人が来てくれ、守ることができるといった方向性を文化庁はこの事業で示すべきだと思う。外国のシェフたちになぜ日本料理は魅力的なのかと聞くと「different」という。西洋とは考え方や料理の味の組み立て方も食材も異なり、思いもよらず面白いという。Noma が京都に来るが、わざわざ店を閉めて従業員全員を日本に送り込みレストランを開く。高価なものではあるが、それくらい魅力のある場所だ。あまりにもマスの声を聞きすぎると、魅力が平均化され面白みが無くなってしまう。

座　　長：日本の観光は「インバウンド」という言葉を使い始めたころから頭を悩ませながら進めてきたのだと思う。藤井さんが仰ったように私も「日本はイケている」という気持ちだ。成功事例を見て、これらの事例は最初からあったものだと思った。作りこみをしているささゆり庵のような事例もあるが、伝統的なものや地域の食品を大切にし、プロモーションしていることは最初から日本にある。ただ新しいことは、インバウンドの方が勢いをつけて日本にやって来たときに、すり寄りを始めたことだ。外国人の文化や特に言語に関して、寄り添うという気持ちになったところから新しい出口が見え始めている。秋田弁の通じないきりたんぽづくり体験で英語が通じるのは、誰も考えたことがなかった。スローフード秋田の会長をしており、秋田弁が日本人にも理解できない部分があるのは知っている。ヒアリングで抽出された内容も面白く、日本の文化を外国の方にも理解できるような形でプロモーションしている人たちが、新しい時代を作り上げている印象だ。語学の問題はあと 10 年もすれば解決するという話は、私も同感だ。語学の壁

は今、ものすごい勢いで崩れ、自動翻訳やその場で翻訳してくれるポケトークなども性能が上がっている。言語の壁が崩れたとき、本当の意味で日本の食べ物の良さなどを伝えられる時代になる。

優良事例の調査結果を踏まえ、実証実験プログラムに取り入れるべき要素・調査項目について議論

・実証実験プログラムに取り入れるべき要素

座　　長：皆様から頂いた所感をベースに、具体的にどのような実証実験にしていこうかというのが次のテーマである。実証実験を実施するにあたり、取り入れるべき要素は何か。資料 6 にある 10 項目に対する成功の条件・理由をふまえ、皆様の意見をいただきたい。

柳　　原：今回は宿泊しないのか。

事 務 局（JTB）：夜の神楽を拝観するために宿泊はする。実際に神楽を見る場所も民宿ではあるが、今回はここではないところに宿泊する予定だ。

楓：同じ地区内か。

事 務 局（JTB）：高千穂町の同じ地区内である。

柳　　原：今回はこの神楽と食だけに対して実証実験をするのか。

事 務 局（JTB）：高千穂町に行き、郷土料理を食べるだけでは十分にこの土地の文化を知ることはできない。周囲の神社や高千穂峡を見ながら、地元の文化や神楽がどれだけ生活と密接しているかを聞くことで、理解が深まると考えている。有識者の皆様にご意見を頂きながらこの実証実験の内容を組み立てていきたい。

柳　　原：私もまさにそう思っていた。実は年末に親戚の集まりがあり、高千穂に行ってきたばかりだが、とても日本的な場所で神々を感じられる場所だ。神楽を見るだけでは不十分。昼間に周りの神社や天岩戸を見てから神楽を見ることでより理解が深まると思う。モニター3 人は男女か。

座　　長：今年、私の学部にナポリの研究生が来ている。食べ物と文化を愛し、日本語が流暢だが、研究テーマがとても特殊で日本の食の政策、日本食をプロモーションするためにどのような政策が行われたかを研究している方だ。今回の実証実験に外国の人の目線が入るべきだが、誰でも良いというわけではない。どうしたらお客様に気に入ってもらえるか、満足度を上げられるのかを考えたときに理路整然と語れる人材が必要だと思う。私たちが気付かないような意見が彼から出てくると期待している。外国人がどのようなものに興味を持っているのかという点にも理論を持っているため、彼に実証実験に参加してもらいたいと考えている。

楓：高千穂エリアを知る必要があると思う。高千穂には集落ごとに神楽があり、数年前までは集落の人しか踊ることができなかったが、それでは継承できないという理由から外から来た人も踊れるようになった。地域の方々が悩みながらも継承している思いや土日だと外から来た人も一緒に踊っている場合もあるため、その人たちとの交流もしていただきたい。

座　　長：ほかにどのような要素を実証実験に組み込むべきか、自由にお話しいただきたい。

柳　　原：2 頁の 8 から 10 の項目の検証が無いのはなぜか。

事 務 局（ＪＴＢ）：今回の実証実験では 8 と 10 の項目は直接的に効果検証する項目と合致しておらず、実証実験のプログラムの中では、プロモーション戦略や予約決済は一般のエンドユーザーの申し込みとは異なるため、効果検証をしない予定だ。一般の方を受け付けている際の対応は補足として記載している。

柳　　原：それではもったいないと思う。今回は 1 地域でしか実証実験が出来ないため、アンケートをとった方が良い。神楽が面白いかどうかは人によって異なるため重要ではないが、日本にいる外国人にアンケートを取るのであれば、日本にいて困ることや改善策などをモニター3 人の実感であっても聞くことができる項目を追加した方が良い。

座　　長：ツーリズムを語る時や地域のことを外国人に伝える方法は、簡単な様で難しい。食べ物 1 つを説明するにしても、発酵や麹自体を知らない人にそれをどのように説明したら良いのか、言語的すり合わせが必要だ。ポケトークを使えば言語的な解決はするのかもしれないが、外国人にとって分かりやすい話し方があると思う。

藤　　井：我々が普段行っているツアーを思い返すと、外国人スタッフ 1 人をツアーに付け、数日一緒に過ごしてもらい、体験プログラムの中では、農家で一緒に食事をする際もお客様と地域の人の仲介のような働きをしている。最終的にそのスタッフの接客の良さがお客様の満足度の高さに繋がっている。実証実験に入れるべき要素としてふさわしいかは別として、良いガイドが付けば確実にレベルは上がる。また、ユニークベニューやイベントを行う際には、最終目的地に行くまでの伏線を意識している。今回であれば夜の会食を到達点とした際に、それまでに周辺のエリアを見ることで意味合いを感じ、器を扱う場所に行くことで、食事の際に器を見て感動するなど伏線を意識することで満足度を向上させられる。外国の方でも神楽が好きではない方がいるかもしれず、アンケートに好き嫌いが出ると思うため、単なる神楽の満足度はあまり気にせず、アンケートをして欲しい。

楓：ストーリーの解説がないとつまらないと思う。

藤　　井：調査票の 9 と 10 で再訪意向と推奨度を聞く項目があるが、特に 10 の推奨度の質問が非常に重要だ。富裕層は、色々な場所に行くことに価値を置いている人もおり、満足度が高くても必ずしも同じ所にまた行きたいと思うとは限らないため、「自信をもって知人にお勧めできる内容か」など質問のニュアンスを変えた方が良い。推奨度は 5 段階で聴取するのが良いのではないか。

辻　　村：９は「今回の旅程の中でもっと見たかった点は何か」という聞き方にしてはどうか。

座　　長：ツアーをお勧めすることは最後の目標だが「帰ったら誰に何を伝えたいか」くらいの質問でも良いのではないか。他に実証実験のプログラムに必要な要素としてはいかがか。

楓：1 泊 2 日となると忙しい日程だ。

柳　　原：日帰りで行ったが、車が無いと大変な地域だった。毎日、高千穂神社で行っている神楽は３つの演目を披露してくれる。その中でも天岩戸が開くシーンは、日本人にとっては馴染みのあるシーンだが、外国人にどう伝えるのか難しいだろう。国や企業が行っているものではなく、民間伝承として地元の人々が受け継いでいるものが、外国人にどう伝わっているのか知りたい。

座　　長：今回の調査の対象は、イベントを見に行くことではなく、その周りにあるコンテクストを提示し、歴史や文化の相対を体験しに行くことだ。より没頭感があり、これだけで新しい試みだろう。天岩戸についてもきちんと説明をすれば面白いと思う。

藤　　井：大田原のツアーでも 2 時間の座禅ツアーを行っているが、座禅自体は 20 分～30 分だ。あとの 1 時間は座禅の価値などを話している。日本人の大人や子供、外国人も参加するが、ただ見せるだけでなく説明があることで理解が深まる。

楓：直会に参加することがすごく楽しい。資料にある 2 つの体験だけでなく、直会での食事も高千穂の食として取り上げてもらいたい。

事務局（JTB）：今回のテーマは食であるが、2 つの体験だけではなく、直会の意味や価値、直会文化という点もしっかり伝えていきたい。また、先ほどお話のあったサステナブルや SDGs は、目的ではなくどう伝えるかだ。主は美味しく楽しく食べることであり、その中でいかに SDGs などに配慮しているかを伝えることについて何か良い例やアドバイスがあれば頂きたい。

座　　長：スローフードの際に、社会責務とガストロノミーはどのようにバランスを取っていくべきかを議論していた。フェアトレードや有機であることをガストロノミーの中に入れるのかという話で、それを配慮することで食べ物が美味しくなくなってしまうことがある。フェアトレードも地域の人を助けているというが、出てくる商品がまずかった時に嫌だなと思う。社会的責務のためにガストロノミーが犠牲になるのは良くない、それは偽善であるとまで議論の中で語られていた。SDGs が前面にあるものではなく、その食べ物が SDGs にかなっているというような、ソフトランディングが必要だと個人的に思っている。SDGs メニューはピンとこない。

楓：素材や料理を地域の方とファンの方で継承していける可能性を持っているかどうかであり、こちらから SDGs にピッタリだというものは聞いただけで美味しくなさそうだ。

座　　長：SDGs という考え方は日本人が考えたものではないし、言い方は悪いがアングロサクソン的な雰囲気が漂う。その中で生まれた基準は細部を見ていくとダイレクトに日本に持ち帰れないものも多い。例えば、秋田県のハタハタ漁は、ヨーロッパの環境系の人が見ると産卵間際の魚を獲るのかと激怒される。男鹿半島の人々は禁漁を行うなど持続性のある方法で、何世紀も行ってきている。必ずしも訪れる人の頭の中にあるサステナビリティを実現することが我々の目的ではないし、頑張る必要もない。先ほど藤井さんが仰った長く生き続けられる地域システムは絶対にあり、それを話せるようにするべきだ。

柳　　原：モニターはどんな情報をもって来るのか。旅程のスケジュールは渡すのか。

事務局（JTB）：スケジュールは事前に渡す。地域の歴史や観光地的な情報も事前に伝える予定だ。

柳　　原：一般の観光客が観光地を訪れる際に事前にどの程度情報を調べるのかにもよるが、情報を自分で調べるのか、全く調べずに来るのかで理解度が変わってくる。

事務局（JTB）：昨年は訪問地の食の情報だけではなく、文化庁や農水省が作っている日本食とは何かが分かる資料を事前に配った。地域のことばかりでは、日本食全体が分からないままの評価になってしまう。日本食とはどのようなものかを外国の方は相対的に知る機会があ

まり無いため、考え方は事前にお伝えしたい。

柳　　原：他のモニター2 名も食に係る方が選出されるのか。

事 務 局（JTB）：リクルートの際にいくつでも条件をリクエストすることは可能だが、昨年も難航した。土日で実証実験が行われる場合は参加者が集まりやすいが、受け入れ地域サイドの対応は難しくなる。参加者はできる限り国籍や性別のバランスを鑑み、今回のターゲットでもある curious に近しい方をアサインしたいと考えている。

楓：参加者は欧米とアジアから選出されるのか。

事 務 局（JTB）：その予定でリクエストをしたいと考えている。

座　　長：面白い人がいたら推薦しても良いか。

事 務 局（JTB）：ぜひお願いしたい。

辻　　村：メニューは事前に英語に翻訳されたものを渡すのか。

事 務 局（JTB）：アレルギーなどは聞くが、メニューは当日の説明時に英語の資料を渡す予定であった。事前に渡した方が良いか。

辻　　村：当日、英語のメニューがあれば良いだろう。

楓：大学関係者ばかりになるかもしれないが、韓国・台湾・中国の北京と上海から来ている専任教員がおり、中国からの 1 人は助手のためスケジュールの融通がきくと思う。

事 務 局（JTB）：文化庁と事務局で検討させていただきたい。

モニターへの調査項目、地域事業者への調査項目について

座　　長：では次の議題である実証実験の調査項目について、今回は参加するモニターと受け入れ地域の事業者に対する 2 つのアンケートに分けられている。

座　　長：食文化のジャンルは未確定だが、選択式になるのか。

事 務 局（JTB）：皆様のご意見を基に何を入れるかどうか判断をしたい。

楓：選択式でないと難しくて答えられないと思う。

座　　長：ジャンルとは地域食や三ツ星系ということか。実験調理、ヴィーガンなどもある。

辻　　村：食器や、お酒などの飲み物、しつらえや場所のことを指すのかと思っていた。何を聞きたいのか明記しておかないとバラバラな答えが返ってくると思う。

座　　長：「あなたが食について関心のあるものはどれですか」という聞き方が良いのではないか。食器や歴史、外国の料理などの選択肢を並べ複数回答ができる形が良い。食の習慣、食のサステナビリティなども入れると良い。

楓：受け入れ側のアンケートは全体を通して、この質問形式だと神楽を含めてのプログラムなのか、食についてなのか回答者が迷うと思う。食にフォーカスされる質問と神楽のプログラムに関する質問と分けて聞くべきだ。この質問だとプログラムに関する回答だけになりそうだ。

座　　長：実証実験終了後の改善点が抜けていないだろうか。2 番は「自分の地域の魅力は伝わったと思いますか」が良い。食文化のレクチャーの担い手は地域の中で気に入ると上手になる人がいる。イタリアの朴訥な魚屋の男性が教育者になり、今やニューヨークで講義をするまでになった例もある。

辻　　村：参加者用の 7 番で体験①・②・③とあるが、郷土料理、夜神楽、直会を指すのか。
事 務 局（JTB）：ツアーとしての金額ではなく項目別で聴取する予定だが、どのように分けるかべきか。
柳　　原：車代などもあり、ツアー全体に対しての費用を聞く方が良いのではないか。
座　　長：ツアーのプロとしてそれぞれの体験がどのようにマネタイズされるのか、具体的に知りたいのだと思う。例えば、自動車一台直してもらった際にネジ 1 つにかかった金額を聞かないのと同じで、回答者にとっては販売時の形でいくら払えるかを聞く必要がある。既存の項目に加え、全体でいくらかという項目もあると良い。
楓：旅行者は移動費にいくらかけてこのツアーに参加したかによって金額が変わると思う。
辻　　村：学生に聞くと夜神楽拝観に 500 円、直会 1,000 円と答えたりするような話で、そのような回答は我々の参考にはならない。往復交通費や宿泊代、ガイドを含めた金額で最低でも一人何十万円になると思う。5 万円以下、10 万円、20 万円、30 万円などの選択式にしなければ本来欲しい答えは得られない。
柳　　原：対象によっても金額が異なるだろう。
楓：宿泊する場所にもよる。
柳　　原：何か聞き方を考えた方が良い。気分で判断するのではないか。
座　　長：おおまかに全部でいくらのツアーだと思うかを聞き、選択肢に〇をつけてもらうのが良いだろう。
柳　　原：金額の価値は人それぞれ違う。自分の支払う金額以上に楽しめたら良い旅行、高い金額を払った対価として劣る内容と感じるかだと思う。主観的な評価で価格が高いか低いかを表せる言葉があると良い。
事 務 局（SRC）：アンケートの後にヒアリングを設けて、回答の背景を聴取する。仰っていた気分的な部分も抽出していく。
座　　長：事前の準備をして出かけるため、期待度からどのくらい乖離していたかということだ。
藤　　井：4 番の郷土料理体験の項目は、一般的に食事の評価は料理の味や雰囲気、接客が重要な評価項目になり、食事において地域住民との交流は求められてない。雰囲気や接客という項目を入れた方が良い。また、体験毎に総合満足度は必要だろう。
柳　　原：食事について自分で給仕するとあったが、これは民宿で食べるのか。資料にある郷土料理体験でも食事をして、直会でも夕食を食べるのか。直会で食べる郷土料理を郷土料理体験としているのか。
事 務 局（JTB）：民宿で食事を行う予定であった。郷土料理体験のような書き方だと料理を作る体験という印象になってしまうため、食事という項目にする。
楓：直会でここまでのごちそうは出ないと思う。
柳　　原：現地では神楽は一晩中行っていて長い。かっぽ鳥やかっぽ酒を食すと言っていたので、そこで食べるものかと思った。この部分は精査した方が良い。直会の中での料理はどうだったか、交流はどうだったかという聞き方が良い。メインは夜神楽拝観であり、神楽と直会はセットではないのか。
事 務 局（JTB）：神楽を見た後に、地域の方々と交流をしながら郷土料理を食べることが直会である。
座　　長：5 番の一番良かったところは書きやすいが、一番良くなかったところは、順番を付けた

ときに最後に来るものを示すのか。ここまでおもてなしいただいて一番良くなかったものを書き出すのはあまり友好的ではない。

事 務 局（ＪＴＢ）：調査票という観点で切り離して聞く項目にしているが、受け入れ地域の方は別々の体験という認識ではなく、すべてが 1 つのプログラム＝夜神楽体験という考え方をしているだろう。1 つのプログラムに対して項目を立てて聞く形としたい。

藤　　井：今回は神楽を見て、直会で食事をする部分のみを評価するのか。

事 務 局（ＪＴＢ）：神楽を観る前に訪れる神社等も項目として評価してもらえるようにする。伏線が響いていたかどうか効果検証を行う。

座　　長：進行を事務局に戻す。

次回会議：第 3 回有識者会議　3 月 1 日(水) 16:00-18:00 に開催予定

3　第 3 回有識者会議

日時	令和 5 年 3 月 1 日(水) 16：00～18：00
場所	株式会社 JTB 霞が関事業部 23F 会議室 Room-A

《議事次第》

1. 開会挨拶
2. 第 2 回有識者会議の振り返り
3. 業務進捗の報告
   優良事例のヒアリング調査結果(残 2 件分)
   実証実験結果の報告（高千穂町）
   報告書の途中経過の共有
4. 協議事項
   日本の食文化を題材とした観光に必要な要素について

《配布資料》

（資料１） 席次表
（資料２） 出席者名簿
（資料３） 次第
（資料 4―1） 実証実験結果　コンセプトシート
（資料 4―2） 実証実験結果　日程表
（資料 4―3） 実証実験結果　内容・画像報告
（資料 4―4） 実証実験結果　モニターフィードバック 概要版
（資料 4―4 別紙 A） 実証実験結果　調査票 5 段階評価まとめ
（資料 4―4 別紙 B） 実証実験結果　調査票自由記述欄まとめ
（資料 4―4 別紙 C） 実証実験結果　グループインタビューまとめ
（資料 4―5） 実証実験結果　地域関係者アンケート回答まとめ
（資料 5） 報告書（製作途中）

- **出席者**

【有識者】※敬称略

氏名	所属
石田　雅芳（座長）	立命館大学　食マネジメント学部　教授
楓　　千里	國學院大學　観光まちづくり学部　教授
辻村　肇子	株式会社 JTB グローバルマーケティング＆トラベル BOUTIQUE JTB 部長
藤井　大介	株式会社大田原ツーリズム　代表取締役社長
柳原　尚之	近茶流宗家　柳原料理教室主宰

【推進事務局】※敬称略

氏名	所属
野添　剛司	文化庁　参事官　（食文化担当）
安藤　貴洋	文化庁　参事官（食文化担当）付　参事官補佐
鮫島　悠甫	文化庁　参事官（食文化担当）付　専門職
影山、原口、宇賀神	株式会社 JTB　霞が関事業部
白石、鈴木	株式会社サーベイリサーチセンター

《開会挨拶》

事 務 局（JTB）：委員の皆様におかれまして、早々にお集りいただき感謝申し上げる。これより最終回となる食文化インバウンド促進のための動向調査事業第３回有識者会議を開会する。

（事務局から第１回有識者会議の振り返り、調査結果について資料の説明がなされた）

※発言者の敬称略

次第 4. 協議事項　日本の食文化を題材とした観光に必要な要素について

座　　長：資料４－５の第２章４５頁を参照しながら、皆様に自由にご発言いただきたい。ここではヒアリング調査によって抽出された成功の要素について実証実験の結果を踏まえたまとめがされており、第２章の考察がいくつかのトピックに分かれている。「文化的・歴史的背景を踏まえたプログラムの設計」「地域の住民との交流の機会の提供」「他のプログラムとの差別化のための付加価値の工夫」「特別感・VIP 感の醸成」「地域限定的な食材や料理の提供」「文化的価値の高さを感じる適切な価格設定」「外国語対応」の７つである。今回の実証実験では、通訳の方が素晴らしかったと紹介したモニターのイタリア人から話を聞いた。やはりお客様と直接言葉を交わす通訳は大切だと言っていた。

＜文化的・歴史的背景を踏まえたプログラムの設計＞

座　　長：考察について一つずつ議論していきたい。まずは文化的・歴史的背景を踏まえた設計であるという項目について、作り物ではない本物の観光体験が重要だ。文化的・歴史的背景とは何か、例えば今回の実証実験では、天岩戸を知っていればとても感動できる体験だが、外国人への説明はとても難しいだろう。私は伊賀甲賀の忍者の里で知られる甲賀市に住んでいるが、人々が忍者の格好をして走り回っている体験が本物のオーセンティックなのかと疑問に思う。外国人観光客のニーズもディープなものになってきており、前年度から議論しているように、富裕層というよりは curious な人のニーズに応えられるツーリズムがあると思う。やはりオーセンティシティも大切だということだ。実証実験の高千穂はとても評判がよく、まさに特別な体験ができ、こんな日本は知らなかったと感動していた。日本のことをきちんと研究している外国人が行くと面白いのではないかと思っており、批判などもあるかと思っていたが、かなり気に入ってくれたようだ。文化性や歴史性の演出が難しいのは、我々が知っていることでも、外国人にとってはスタート地点にも立っていないこともある。この項目についてご意見を伺いたい。

楓：今回の神楽はダイジェスト版か。何分ほどの舞だったのか。

事 務 局（JTB）：ダイジェスト版で 20～30 分だった。

柳　　原：恐らく天岩戸から出てくるクライマックスの一番良いところだ。

座　　長：夜神楽をフルで見ることもできるのか。

柳　　原：神楽の祭りの時期に行けば見ることができる。

柳　　原：今回のテーマは食文化であり、モニターの意見にもあったように、ただ食べるだけでは

意味がなく、いかにそれを掘り下げて説明していくかが重要だろう。例えば、かっぽ鶏の食材の鶏はどのようなものを使っているのか、器の竹を切りに行く体験、食べ方の作法や雰囲気、地域の人たちとの交流などをパッケージにすると良いのではないか。郷土料理を食べるだけなのであれば、お金を出せばどこでも食べることができる。その場所にいる価値が必要である。(これがないと、)文化庁の行う文化を残していくことから外れ、ただ単に商業になってしまうため、そこまで活用したパッケージになると良いと思う。例えばこの竹は真竹で竹林を整備するにもお金がかかる。竹林を整備するためにお金が落ちる仕組みになるように、プログラムの設計が必要ではないか。

座　　長:例えば「長崎くんち」は、器など全てが祭りに付随している中に食べ物が供されており、食べ物をモノとして食べに行くのではなく、地域コンテクストとしての食べ物は様々に波及し、経済効果を生むのだろう。

柳　　原：食べ物屋だけが儲かるプログラムではいけない。

座　　長：その通りだ。そういう意味で祭りがあるのかもしれない。

柳　　原：文化を紡いでいくためには作り続ける必要がある。伊勢神宮や春日大社も何年かに一度建て直しがあり、それで文化が残っていく。

楓：今回の実証実験で神様に供える酒を酒屋へ買いに行くところがすごく素敵だと思う。神様に酒を供えることはするが、教会でワインを供えることはあまり見たことがない。供える酒自体も米から作られ、ストーリーがきちんと組み立てられている部分が良かった。しかし、そのストーリーをより感じてもらうためには、棚田の紹介部分など全体のストーリーが繋がる説明があると良い。酒は日本の文化そのものであるため、関心が高まっているという印象だ。

事務局（JTB）:今回、天岩戸神社と棚田を案内する方が神楽の方と異なり、部分的な案内で繋がりのある語りが難しかった。生産に関わる棚田や水路等の地域の地形を見せて気候を知るということは、食と関係するため非常に有効的だったと感じた。

座　　長：米作の歴史があまりない場所だとイタリア人モニターから聞いた。米作をするために水を持ってきたという住民の努力のおかげで棚田ができた。そういう生きた食の現場も語れるのだと思う。

事務局（JTB）:厳しい地形だからこそ、神様への信仰心が強くなったという説明は神楽には繋がって良かったと思う。

柳　　原:食文化には訪れる時期も重要だ。棚田を見るのも苗を植えている時か、収穫後の何もない時か、穂が垂れている時かにより変わる。研究者の方であれば自ら深読みして考えていけると思うが、普通の人だと「何もないな」と感じてしまうかもしれない。日本は四季を含めたプログラムも大切だ。

藤　　井:私も 12 月だと寒ブリを食べるために石川県に行く。北海道の寒い時期でもわざわざ蟹を食べに行ったりもする。食文化はやはり季節が関連する。酒造りでも季節的なものがある。今回の実証実験では舞を踊った方が食を作ったのか。

事務局（JTB）:食を作ったのは古民家のお母さんたちだ。舞手は地元の方たちだ。

藤　　井:今回の実証実験では、神楽についての評価も高く、そのこと自体が素晴らしいと思う。

調査結果にあるように「食文化よりも神楽がメインに感じる」という意見は気づきでもあり、学びになったのではないか。今回は夕食を食べた後に神楽を見て、交流会となっているが、私たちが普段行う農家での夕食会は、夕食を食べながら一緒に話している。その形が一番スムーズに交流できる。ただの話し合いの場所なのか、夕食を食べながらだったかは、1つのポイントではないか。もう一つは、夕食を一緒に食べながら楽しむ交流では生産者もしくは作り手であることが大切なため、食文化にこだわるのであれば変える必要があるのではないか。文化庁としてはこのままでも価値があると思うが、食文化を見せていくためには、神楽のイメージが強くなってしまった原因を追究した方が良い。実際どうだったのか。

事務局（JTB）：給仕してくださる古民家のお母さん方が横で説明をしながら参加者だけで食事をし、神楽を見た後に直会で酒と郷土料理が提供され、2次会のように食べ飲みしながら交流会をおこなった。

藤　　井：19時からお母さんたちと会話しながら食事をしていれば「神楽感」が薄れたのではないか。

事務局（JTB）：神楽をコーディネートしてくれた現地の方やお母さんたちも説明していただいたが、もう少し内容の濃い食文化の説明があれば、より食が印象づけられたかもしれない。

座　　長：きちんと食事を食べるのが神楽の前だったために、食べたものと神楽との繋がりが今一つだったのか。おそらく毎年神楽をやっている人には繋がっているものがあるのだと思う。急に理解するのは難しいのだろう。

事務局（JTB）：もしくは繋がりはあったが、地域の人にとってそれが当たり前になっており、説明がなされず、我々の理解も及ばなかったかもしれない。

楓：写真を見ると直会の際にお煮しめが出ていたのではないか。この辺りはお茶請けとしてお煮しめが出る風習がある。例えば、このようなお煮しめ文化などの説明があると良かったのではないか。

藤　　井：なぜこの時にはこの郷土料理を作っているのか、作っている方々はそれが説明できると思う。

事務局（JTB）：郷土料理を作っているお母さんたちは、それが当たり前の文化として出してくれ、我々はお煮しめの文化を知らないため、ゲストが何を知りたいのか整理が出来ていないのだと思う。

座　　長：新しくその土地に来られる方が、何が面白いのか、何が新しいのか、何がこの地域の特殊性なのかというすり合わせはすごく難しいことだ。チューニングをしている感じだ。グリーンツーリズムで九州を周った際におばあちゃんがお茶請けにお漬物を出してきたときは、東北にもある風習をここでもやるのかと関心をした。

藤　　井：参加者が質問することに回答していく中で、自然に地域の方も理解していくのではないか。分からないことの説明はできないが、聞かれて理解していくのだと思う。料理の仕方や季節感も伝わり、食事中の交流の良さはそこにあると思う。寺での座禅後、精進料理を食べるまでを含めた体験をしたことがあるが、和尚が「精進料理とは何か」から説明をしてくれ、ご飯を食べた茶碗にお茶を入れ、手で茶碗を綺麗にし、米粒一つ残さ

ずすべて飲み干すことまで教えたが、SDG s にも繋がっていると感じた。精進料理は地元の弁当屋が作っていたもので、決して美味しいと言えるものではなかったが、作り手や関係者と交流することにより、食文化としてなぜそのような風習か理解できると思う。

座　　長： Curious な人であれば盛り上がるのではないか。お茶にお煮しめというのは外国人にとっては不思議だろう。

藤　　井：大田原にもその文化がある。お茶とお煮しめを出す。私も衝撃的だった。

楓：家には大きな鍋にいつもお煮しめが置いてある。

＜地域の住民との交流の機会の提供＞

座　　長：次の協議項目は、「地域の住民との交流の機会の提供」だ。まさしく先ほど出てきた話にも関係すると思う。スローフード協会でスローツーリズムを流行らせようと検討したことがあるが、ツーリズムの一番楽しいところはハプニングだと議論していた。ハプニングとは「人と交流をしたときに何が起こるのかわからないことが一番楽しい」ということだ。地域住民、特に地域のおばあちゃんはコミュニケーション能力が高く、外国人が来ても全く怯まない。奈良県の山添村というおばあちゃん数人しかいない限界集落があるが、一番の商材はおばあちゃんになっていた。おばあちゃんが大根を持ってごんぎつねのように現れる。それが一番楽しいと聞く。おばあちゃんがツーリズムの中心にいるのは誰も予想していなかっただろう。地域住民の交流は演出してもできないし、演出したら面白さもない。直会の話にもあるが、場の演出のようなものかもしれない。皆様からぜひアイディアをいただきたい。

柳　　原：おばあちゃんは怯まない傾向がある。秋田のきりたんぽをつくるおばあちゃんも外国人に怯まない。

楓：今回の直会は少しかしこまって交流したが、やはり一緒に何かをするのが一番の機会になる。長崎県の松浦は日本一のアジフライの町で、佐世保ベースの外国人が釣った魚をおばあちゃんと一緒にアジフライを作るという体験があるが、一緒に何かをすることはコミュニケーションの一番良い方法なのだと思う。

藤　　井：資料のモニターのアンケート回答で、他地域での良かった体験として近いことが書かれている。一緒に作る体験だ。

座　　長：夜通しみんなでダラダラするというのは東北の人はよくしているが、高千穂の夜神楽もきっとそうなのだろう。地域住民との交流を演出するのもおかしい。直会のような伝統的な枠組みがあると取り入れやすいのかもしれない。

＜他のプログラムと差別化のための付加価値の工夫＞

座　　長： 次の協議項目は、「他のプログラムと差別化のための付加価値の工夫」だ。確かに東京にいる人が高千穂に出かけていくというのは勇気が必要。

柳　　原：ほかのプログラムとはどのプログラムのことか。

座　　長：商材として並んでいた時のことではないか。移動するためのモチベーションを提供で

きるか、どうしてそこまで行かなくてはいけないのかという付加価値の演出だ。

柳　　原：これは食文化に合わない項目だと思う。普通の商材としての旅行商品としての考え方で、その場所は既に唯一無二であり、商材を作る中で高めていけば、自然と付加価値になるのではないか。相手を意識する必要はなく、他がやっているからうちもしようとする必要はない。

座　　長：差別化というと、似たものが並んでいるが他よりも良いという感じがする。

柳　　原：特に高千穂は唯一無二だと思うため、まずは各地の良い食文化を見つけ、その人たちがどのように守っていくのかを文化庁としてサポートすることが急務だと思う。

藤　　井：私も同感だ。高千穂と同じくらい価値のある食文化が日本中にあり、食文化を目的に日本各地を巡ることができるという市場を作っていくことが重要なのではないか。

座　　長：食文化そのものが唯一無二で、高千穂に行くには高千穂の文化そのものを見に行くことであり、その特殊性を探しに行くということ。この地域の方がより特殊という話でもない。

柳　　原：付加価値の工夫というより、自分たちが今何を持っているのか、他にはない点だと自分たちで意識する方が重要だ。それが自然に付加価値になる。自分の持っている強みへの気付きによる付加価値の工夫というような、差別化のためではないものが必要。

藤　　井：食文化を知らない人が来るのはすごく難しいことで、先ほどの蟹や寒ブリの話ではないが、既に情報のインプットのある人が、美味しいものを目的に訪れるということはあり得ると思う。食とはそういうものだ。食文化で体験をしたことがないもので人を引き付けるより、豊かな日本の食文化を発信していく、日本ではこんなにも秀でたものがあり、食文化の宝庫で日本各地で食文化体験ができる、というアピールを全体にすることで、海外の人も日本の食文化を体験したいと思うのではないか。

座　　長：イタリア人モニターが面白い話をしていた。日本人は「和食は○○だ」という総論的な話をすることは得意だが、自分たちの特殊性やパティキュラリティーは上手く語れない人が多く、地域文化や食文化に接している人間がそれをコミュニケーションしていないという言い方をしていた。日本の地域特殊性は無くなりつつある気持ちはあるけれど、彼から見たら日本は特殊なものばかりだが、それを表現する習慣がないのだろうと言っていた。地域の特殊性はある。しかしながら、きちんとコミュニケーションをしていない習慣の問題ではないか。

藤　　井：「個人」が強いイタリア人だからではないか。地域にプライドを持っている。

座　　長：ナポリ出身ということもあるだろう。

藤　　井：これは日本人の民族性だ。おっしゃる通り、地域地域で日本も異なる。

座　　長：日本人もナポリ人（と同様）の情熱で地域を語れると思う。言語的な問題ではなく、習慣的な問題で、話さないと無くなってしまう。

事 務 局（ＪＴＢ）：特殊性が何なのか、整備されていない。旅行者視点に立って何が特殊なのかは地域の人たちにとっては当たり前に感じているところがあるだろう。地元のお母さんや舞手などのコミュニケーションを取る立場の人が、自分達の何が優れていて何が他と異なるのか整理しておく必要がある。

座　　長：今回のようなオペレーションの中で、みんなが気づき始めることはきっとある。貴重な機会だったのではないか。自分たちのキャラクターをコミュニケーションできるようにすることが重要。

柳　　原：ヒアリングの成功事例を見ると、その地域にフィットしたものを提供しているところが多い。この報告書を良い所だけ読む人が優良事例と同じことすれば良いと思わないよう、考察部分でしっかりと方策を挙げた方が良い。

＜特別感・VIP 感の醸成＞

座　　長：次は特別感と VIP 感の醸成について。イタリア人モニターも特別なものを見せてもらい、特別感があって良かったと「特別感」という言葉を使っていた。一泊８００万円の城泊をテレビで観たが、大名行列をしながら城へ行くなど、動員されている人があまりにも多く、８００万円では足りなと思ったぐらいだ。VIP 感は昨年の議論にあった富裕層というところだが、辻村さんの顧客層としては富裕層ではないか。

辻　　村：欧米の富裕層を対応している。今回のプログラムの一夜氏子になるコンセプトは自分でも体験してみたいほど魅力的だが、食という観点で写真を見る限りでは、何泊かする中の一食として、この食事であれば良いと思うが、普通の欧米人は食べられるものがないのではと思う。説明の仕方や地元の方たちに配膳してもらう、地元の方との触れ合いは非常に人気があるが、それと同時に柳原先生のような食の専門家から話を聞きたいというリクエストも多い。富裕層は我々以上に色々なことをよく知っており、理解も深い。世界中を旅して、普通のガイドでは分からない部分を専門家に質問する。東京のツアーでは、ミシュランレストランのシェフと築地へ買い物に行き、野菜や包丁を見ながら説明をしてもらい、買った食材を一緒に調理する。そのツアーが３５万円だとしても、ご家族のお客様から人気がある。今回の高千穂では、宮崎地鶏はほかの鶏と何か餌が異なるのかなど、興味が通常の観光客の方以上のレベルであることも多い。特別な野菜を栽培しているところを見て、一緒に収穫・料理し、食の専門家の方に半日または１日同行してもらうレベルだと良い。今回のツアーの支払える費用が１０万円までとあるが、もしかしたら今回のツアーはそこまで高い付加価値だと思っていなかったのではないか。これから富裕層に販売するのであれば工夫が必要。地元酒蔵の社長の案内や、地元一番の料亭の料理長に講義してもらうなどが必要ではないか。今回は文化庁の事業ということもあり、特定の業界や会社にスポットを当てることは難しいと思うが、我々がお客様に特別なものを要求された場合は、都度掘り起こし、ピンポイントに電話交渉することがある。

座　　長：これがリアリティだ。地域産品運動を行う際、上手く作れず、価格が高くなってしまい誰にも売れないことがある。特別上手に出来たものだから富裕層であれば受け入れられるのではないかというが、富裕層は良いものを食べており、昨日作ったようなものは買わない。富裕層という単語を使った途端に経済活動に貢献してくれるような雰囲気に思うが、最近の富裕層でガストロノミーツアーをする人はとても準備ができており、知識も豊富だ。ガストロームといわれる食の研究家たちが日本に来た際に対応で

きない。

柳　　原：「特別感・VIP 感の醸成」という考察のタイトルが合わないと思う。食関係の人々の興味を満たすことができる、食を目的に来た人を満足させられるプログラムの醸成はどうか。

藤　　井：辻村さんの対応している方が富裕層のマジョリティを占めている中で、前回時間の話をしたが、時間をお金で買いたいという人もいる。飯塚邸での経験だが、世界の富裕層も来ることがあり、お金を持っている人ほど農家の食事体験をさせて欲しいというリクエストがある。タイミング的に難しいと答えても、何とか体験したいと言われる。その町の一番の料亭の料理も食べたいし、その土地のリアルな料理も体験したいのだ。いずれにしても「VIP 感」は（項目名から）消した方が良い。

柳　　原：富裕層が輪島に行くと輪島塗を買うことでお金を使ってもらうことの価値と、神楽の価値はお金の価値では表せない。１００万円、２００万円の価値でなく、その場所にいること自体が特別だ。プライスレスを感じさせてくれるプログラムをつくるという題にすると良いのではないか。

辻　　村：プライベート神楽は確かに特別感がある。例えば明治神宮で巫女さんの舞を見たい、お祓いをしてもらいたいという要望は多い。

座　　長：「特別感の醸成」だけで良いと思う。

柳　　原： Curious な人の好奇心を満たすものの醸成。

辻　　村：例えば、皇室関係の行事の際しか行われない（通常は行われない）舞台や、国賓や皇族がいらした際に行うなど、普段は入れない、誰でもできることではないことを（富裕層は）好まれる。

座　　長：やはり「特別感の醸成」だ。

＜地域限定的な食材や料理の提供＞

座　　長：地域限定的な食材や料理の提供についてだが、この言葉を聞くとテロワールの気持ちになる。今回のツアーはヨーロッパから直接高千穂に行くことは難しいとイタリア人モニターが言っていた。JTB がヨーロッパでマイバスツアーを行っているが、現地にすでにいる人が＋α何か体験をしたい場合、例えばフィレンツェにいるからピサの斜塔を見たいという流れのように、ベースがある上で行けるのであればすごく楽しいだろうと言っていた。

楓：「限定的な」という言葉がすごく気になる。宮崎地鶏が限定的ということになるか分からないが、「地域個性のある食材」という言い方にして、少し広げる必要があると思う。

座　　長：そこにしかないという意味合いに聞こえる。地域限定的な食材とするとモノっぽい。並んでいるものが地域限定というよりは、地域のコンテクストの中に繋ぎ止められている食材のイメージだ。

楓：だからこそ地域の個性のあるものを作っている方の話を聞く価値がある。

座　　長：その食べ物のコンテクストであり、我々が目指しているものはモノを提供するというより、テロワール的なその地域のコンテクストを訪ねるものではないか。販売できる

商材のように感じて、私たちの考えには合わない。

柳　　原：「多くの観光商品の中から選択される」というのは観光業界の業界用語か。

事 務 局（ＪＴＢ）：文化庁と事務局で協議して決めた。適切な言葉があれば。ご教授いただきたい

座　　長：旅行パンフレットのようなモノとして並んでいるのではなく、観光の形や観光のあり方を模索している段階であり、言い方を変えた方が良いだろう。

柳　　原：多くの食文化を担っている地域から選択される、食文化で観光をおこなっている地域の中から例えば「高千穂に行く」「大田原に行く」と選んでもらう意味合いならば良いが、今の言葉では旅行商品総勢の中から選ぶという意味に感じる。

座　　長：唯一無二のものに目を向けてもらう話だ。あまりマーケティング要素を入れたくない。先ほどの柳原さんが仰っていたフレーズが良かったのだが。

柳　　原：多くの食文化を担う地域の中で選ばれることだ。宮崎や熊本に来た時に一日余裕がある、美味しいものを食べに行きたい、食文化を体験したいと思った際に選んでもらう話で、今回の題としてふさわしいと思う。

座　　長：地域食とは何かとスローフードで議論をしたことがあるが、モノではなく文化的・歴史的に分かちがたく地域に結びついているものと定義した。「分かちがたく」という言葉が重要で、ここに結びついていることを証明することが大切。この食べ物は高千穂というコンテクストの中にあるものに決まっているという意味だ。その中には神楽も含まれる。ここの題はより知的に書き直す余地がある。実証実験の中で情報量が多くなってしまうのは、今回用に限られた時間の中で詰め込んだためで、これから商品として見せるものではない。シニア層の VIP の旅行とは趣旨が変わるだろう。

楓：今回の食事の中で地域固有の食材はあったのか。あまり限定せず、その地域ならではのものや地域個性のある食材という言い方が良いと思う。

座　　長：個性という言い方が良いのではないか。モノ的な書き方よりはその地域のしつらえとして捉えた方が良い。

＜文化的価値の高さを感じる適切な価格設定＞

座　　長：次は文化的価値の高さを感じる適切な価格設定についてだ。ちょっと価格を上げて特別感を出すということか。

楓：価格設定はあくまでも内容とセットであり、それだけの金額の価値があればよい。価格の高さが文化的価値を感じるということには結び付かない。

柳　　原：持続可能な経営に必要な価値をもっと掘り下げるべき。文化庁として食文化を保持するために適切な価格設定を行う必要があり、ただ単に高いか低いかではなく、最終的にその価格で選ぶのはお客様であり、富裕層であれば安いと感じるかもしれない。相手によって値段の感じ方は違う。地域を疲弊させず、今だけでなく１０年後も続けて事業をしていける価格設定にしようという意味だ。神楽は価格競争にはならないだろう。

座　　長：柳原さんが仰るのは持続性ではないか。文化的価値を尊重しながら持続性を担保できる価格設定、システムにするべきということだろう。

辻　　村：今回の料金は最低でも１５万円はないと成り立たないだろう。そして、それをコンスタンスに週に何回か入らないと、ビジネスとして成り立たず、こちらからお客様を送りたくても手配ができない。我々も悩んでいる点で、ゼロベースからの交渉は大変なため、ある程度のベースがないと浸透していかない。毎回オリジナルでは地域サイドの負担もかかってしまう。

柳　　原：実際に高千穂の事業者はこれをいくらで設定しているのか。

事務局（ＪＴＢ）：人数に関わらず一式３５万円だ。

辻　　村：そうなるとかなりの富裕層がターゲットだ。しかし、３５万円を払うのであれば料理のランクをもう少し上げる必要があると思う。

事務局（ＪＴＢ）：オプションとして地元のシェフによる料理の提供も一人当たり 2 万円をプラスすれば可能だ。

柳　　原：もともと旅行会社が行うプログラムとしてあったものなのか。

事務局（ＪＴＢ）：旅行会社が神楽と食事を組み合わせてパッケージにしている。毎日旅行客が来ても対応できないため、一般向けには販売しないつもりだそうだ。

＜外国語対応＞

座　　長：最後は外国語の対応についてだ。旅行者全員が日本語を話せるわけではないため、言語的システムが必要になる。

柳　　原：今回同行したのは東京からの通訳か。

事務局（ＪＴＢ）：東京からの通訳だ。今回は日本語ができる参加者が多く、言語に対するフラストレーションはあまりなかったが、一般の旅行者で日本語ができる方は少ないため、その際の対応についてご議論いただきたい。

柳　　原：地元の方で通訳はいないのか。

事務局（ＪＴＢ）：通訳案内士の資格を持っているかは不明だが、今回は高千穂の旅行会社の方が神楽を英語で説明し、通訳案内士は日本語しか分からない中国人参加者に日本語の通訳をしていた。今回は特殊なパターンだったが、地元の文化など深い部分は地元の方に語ってもらう方が旅行者に理解を深めてもらいやすく、通訳がただ直訳すれば良いというわけでもないと思う。どのような対応が必要かご意見をいただきたい。

座　　長：AI などの技術で言語的な障壁はあと数年でなくなると思う。

楓：実際に iPad を使っているので、それを今後も活用すればよいと思う。

柳　　原：地元を理解している人が英語で説明してくれることが一番良い、それこそ特別感がある。そのような人材を醸成していくことが必要。

座　　長：日本の通訳案内士は言語でしか分けられていないが、イタリアでは地域ごとに国家資格を持った専門のガイドがいる。町の文化を預けられているというステータスだ。日本にも必要なのではないか。

楓：東京には東京の検定を受けた東京限定の通訳がいるが、京都でさえ聞いたことがない。

事務局（ＪＴＢ）：阿蘇には地域独自で通訳案内士の制度に取り組んでおり、地域の方で英語対応できる人を育成している。高千穂の方との事前ミーティングの際に、決して神楽をダンスと訳さ

ないでほしいという強い希望があった。代わりに神楽は「ローカルビレッジフェスティバル（local village festival）」と訳してほしいと仰っていた。しかし通訳案内士の方からの意見では、アメリカではネイティブアメリカンの「フォークロアーダンス（folklore dance）」などもダンスと呼ばれているため、例えばアメリカ人が聞くと、舞の部分を含めてダンスと表現した方が伝わるのではないかと仰っており、通訳を行うガイドそれぞれの経験に基づいた意訳の仕方があり、興味深いと感じた。

座　　長：このすり合わせのプロセスが一番重要だ。

藤　　井：しかし重要なのは、そこにダンスの意味合いを語れる外国人の目線があったかだ。

座　　長：その部分も精査されていくのだと思う。

柳　　原：今回は神事的なことで God を使うかなど、通訳案内士の方は苦労したと思う。

座　　長：今回の実証実験ではこのような細部が光る。

柳　　原：地元の方が経験したから出てくる言葉だと思う。おそらく以前に dance という言葉を使い、ダンスだから一緒に踊っていいと外国人に思われ、以前に問題があったのかもしれない。このような部分をしっかり報告書に書いていくべき。地域ならではの言葉を整理し、特に宗教や神事はナイーブな問題で、例えば伝統行事の中には男尊女卑などもあるため、しっかり英語で説明できることが大切。

楓：最後に一つ、直会の時に畳の上に座るのが辛かったようで、神楽の際は座椅子があったそうだが、食事の際はなかったのか。正座は日本人でも厳しい。

座　　長：イタリア人モニターも VIP の高齢者には無理だと言っていた。

辻　　村：靴を脱ぐ行為もハードルがある。

事務局（JTB）：以前は椅子に座って神楽を見せていたそうだが、それでは雰囲気が損なわれるため、現在の形に戻したと仰っていた。本来に近い形が良いのかユーザリビリティが良い方を選択するのかは非常に難しい問題だ。

座　　長：議論はこれで以上だ。インバウンド需要を獲得するための日本の食文化を題材とした観光に必要な要素についての考察について活発な議論をしていただき感謝申し上げる。最後に委員の皆さまより調査の総括として一言ずつ頂きたい。

楓：日本食に興味を持って日本に来られる方が多数いる中で今回、食に焦点を当てたのは１つステップになっただろう。地域地域で工夫している事例について、文化庁を通して発信できるとよい。文化庁のプログラムで１００年フードがあるが、観光庁が行う文化観光の推進のプログラムもおそらく多くの地域がエントリーしており、文化庁の行う食文化と結び付けられると、文化観光を広げていく上でインパクトが出るのではないか。特に文化観光を推進する地域では「新しい食」「新しいメニュー」を開発すると聞くが、新しいことではなく、今ある食文化を掘り下げていくことが重要だと思っており、今回のような食文化体験と結びつくことで、地域の方の考え方が変わると思う。

辻　　村：我々は旅行会社として日々お客様を対応している。現在はインバウンドが怒涛のよう戻っており、食は一番の目的としているお客様が多い。食で満足できないとがっかりされてしまう。欧米人の場合は、食事制限やアレルギーも多く、この部分での調整やハー

ドルも非常に多い。食文化の核の部分は守りながらも、グルテンフリーの醤油を使用するなどのノウハウを各地域に浸透するために受入体制や教育が必要だと思う。

藤　　井：来年度以降は今回のような事例をさらに展開し、食文化の市場を作ることが文化庁の命題だと思う。実際に今回の優良事例で挙げられている伊勢志摩へ行ってきたが、伊勢海老の良い時期で、海女さんが焼きながら、今が一番良い時期の理由も教えてくれた。日本は食の宝庫で価値がある。日本の食・文化こそ観光だと思うため、食文化が日本中に様々あることを広めてほしい。

柳　　原：私自身も勉強させていただき、実りある1年間であった。今回は文化庁の食文化あふれる国日本というプロジェクトであるため、文化庁が行う意味をしっかり考えたい。文化を活用することばかりが議論されるが、守りながら活用し、お金が入る、そしてその資金で文化が守られる仕組みでなければならない。地域の食文化では郷土料理が注目されがちだが、多種多様な日本料理の一部あり、木でいうと葉の部分であり、幹の部分の食文化全体を感じてもらえるようなプログラムにし、外国人にも分かりやすく伝えていけるかが大切だ。外国人の方の消費が増えれば、日本人も来るだろう。そして次のステップではいかに分かりやすく人に伝えていくかだ。富裕層をターゲットにするのであれば、辻村さんのような旅行会社やコンシェルジュなどプライベートプログラムを提案する方々を巻き込んでいけると良い。文化庁が認めている食文化があるとアピールできれば、紹介しやすい。そのような筋道を作れる報告書にできると良い。

座　　長：昨年からこのグループで議論ができ、大変勉強になった。このお話をいただいた当初は、インバウンド事業について茫漠としていて、有効性もあまり理解しておらず、ポジティブな印象を持っていなかった。2年ほど前にイタリアの Osterie d'Italia（オステリアディタリア）という地域料理レストランのガイドブックの研究していた。地域の食材で、地域のレシピで、地域のホスピタリティが得られるということをスローフード協会が保証したガイドブックで、日本でも同じようなことができないか試したが、上手くいかなかった。それは日本に、地域食材を食べられる場所が少ないことが原因だろう。今回の調査で、色々な問題はまだあるものの、日本の地域性のあるガストロノミーは存在すると確信できたのは今回の成果だ。コロナ後の外国人の受け入れについて、ある程度のベクトルが示された気がする。イタリア人モニターも言っていたが、Narrativita（ナラティビタ＝物語性）という要素が必要で、それは文化も歴史も異なる人が来た際に、どのようなナレティビティを発揮するのかで、語学の問題ではなく、何を伝えたいのか、何を知らないのかなど具体的なことを知るという方が実は大切だということが見えてきた。イタリアの Osterie d'Italia のように、日本の食文化や食材等を良いクオリティでマッピングできたことは良い成果だと思う。食文化には2つの方向性があり、エコノミー・商業的に新しい食べ物を発明することと、食べ物が文化になることがあり、後者が今回の新しいベクトルであると思う。しかしながら、我々は自分の地域についてもまだ何も知らないのだろう。ツーリストを受け入れた方々も新しい視野を手に入れることができたのではないかとポジティブな気持ちになっている。皆様方には、議論していただき本当に感謝申し上げる。進行を事務局に戻す。

《閉会の挨拶》

事務局(文化庁)：今回の事業に関わっていただいた皆様に感謝申し上げる。特に実証実験に参加いただいたモニターを委員の皆さまからご紹介いただき、より深い内容を掘り下げることができた。日本遺産の中での食文化など文化庁内での連携や、宗教や習慣など意識する必要性、100 年フードの横展開、食文化を今後どのように保護継承していくかなど委員の皆さまから頂戴したご意見を基に今後の食文化観光を促進する方策をまとめていきたい。

本報告書は、文化庁の委託業務として、株式会社 JTB が実施した　令和 4 年度食文化インバウンド促進のための動向調査事業の成果を取りまとめたものです。

従って、本報告書の複製、転載、引用等には文化庁の承認手続きが必要です。

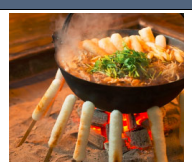
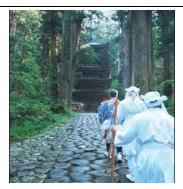
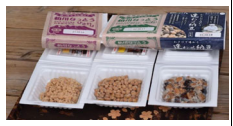
（別添）（１）先行する食文化を題材とした観光の調査・分析

優良事例リスト

（1）先行する食文化を題材とした観光の調査・分析　優良事例リスト

＜事例収集の視点＞
❶ 2019年から食文化を題材としたプログラムがあること
❷ 食文化を題材としたプログラムは、今後もその継続性が見込まれること
❸ 食文化を題材としたプログラムは、他の地域等への汎用性が高いこと
❹ 食文化を題材としたプログラムにより高い収益を上げ
❺ 食文化を題材としたプログラムは、その食文化を毀損
❻ 訪日外国人に好まれていること

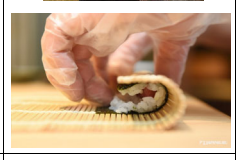
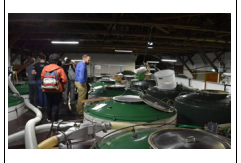
【事業分類 選択肢】
レストラン・飲食店・料亭
観光特化型 体験提供事業者
農業・漁業・醸造・酒造・製造業
観光開発・プロデュース・コンサルティング企業
神社仏閣・文化芸術施設

No.	分類	施設等の名称	プログラム内容	地域	特色	訪日外国人にとっての魅力要素 / 特に人気を得ていた国・地域	訪日外国人受入時の課題 / 関連文化財等	滞在時間の目安 / 体験にかかる費用	プログラムの企画・運営主体 / 関係事業者	実施期間 / 情報提供者	プログラムのHP等のURL / プログラムを紹介するサイト名・URL	写真
1	農業・漁業・醸造・酒造・製造業	**農家民泊**	『Farm Stay in Odate with Kiritampo and Hinai Jidori Hot Pot（きりたんぽと比内地鶏鍋で大館の農家民宿）』 大館の居心地の良い農家民宿で農家のお母さんと一緒に田舎の生活を体験し、簡単な農作業をして、伝統的な郷土料理である比内地鶏を使ったきりたんぽ鍋を作る体験。 ●農家の石垣さんと一緒に秋田の伝統的な料理「きりたんぽ」をつくる。 ●夕食は「味噌つけたんぽ」と比内地鶏を使用した「きりたんぽ鍋」。 ●翌朝、石垣さんが毎日行う「ラジオ体操」に参加し、朝食には、比内地鶏の卵や秋田県産のリンゴなど、地元の食材をふんだんに使った食事を用意してくれる。	**秋田県大館市**	●秋田は、およそ半年が深い雪に覆われ、かつては農業生産活動のできない厳しい自然条件の中にあった。だからこそ農山村に生きる人々は、様々な生活の知恵を生みだし、冬を生き抜く貯蔵技術を高めていった。 ●『きりたんぽ』：江戸時代から存在し、日本三大美味鶏として有名な大館産比内地鶏のガラで出汁をとり、ひな地鶏の肉や地元の具材を入れて作る鍋料理として、大館ではごく普通の家庭料理。昔からこの地方の炭焼きや狩りを生業としたマタギたちが山にこもる時、持参した杉の木で作った串にご飯を細く巻きつけて炭火でこんがりと焼き、山でしとめたキジや山鳥、近くにあった山ごぼうやきのこなどと煮込んだことから始まったと言われている。 ●国の無形文化財ナマハゲ、男鹿に来た漢の武帝と鬼を追い払う伝説が関連していると考えられている。国の伝統工芸品曲げわっぱは職人の手仕事によるもので大館城の城主佐竹氏が節の副業を奨励して発展。獣を狩るマタギの文化は平安時代の秋田が発祥。	●地域独自性 ●自国の文化との親和性 ●参加型体験 ●季節性 欧米豪	●英語人材の不足 ●受入環境の未整備によるオペレーションの煩雑さ ●予約受入期間が短いことによる機会損失 1日 18,150円～	大館市まるごと体験推進協議会 byFood	2019年～	https://www.byfood.com/experiences/farm-stay-in-odate-with-kiritanpo-and-hinai-jidori-hot-pot-382	
2	農業・漁業・醸造・酒造・製造業	**料亭稲穂 角館歴史村 青柳家 角館山荘侘桜 藤木傳四郎商店 秋田内陸縦貫鉄道**	『2D1N Mysterious Traditional Culture + Crafts in Akita（1泊2日秋田の神秘的な伝統文化+工芸品）』 ●料亭稲穂でランチ、地元産の食材や無添加調味料にこだわった、ここでしか味わえない料理。焼きりたんぽ体験可能。 ●人力車から角館武家屋敷エリアをゆったり観光。（ガイド付き）。武家屋敷で、伝統芸能や文化体験を夜の部だけで鑑賞できる。 ●青柳家は、ミシュラン・グリーンガイドで二つ星を獲得した角館武家屋敷の代表的な邸宅。伝統芸能を鑑賞し、伝統文化を体験し、地元の食材を使った料理を味わい、夜のお茶会を体験できる。 ●角館山荘侘桜で食事。里山に囲まれた客室わずか10室の贅沢な宿。 ●藤木傳四郎商店で伝統工芸体験。樺細工は、山桜の樹皮を使った独特のもの。7代にわたって磨かれた職人の技を見て芸術を体感し、その後オーナーが来場者にクラフトの説明を行う。 ●秋田内陸縦貫鉄道で秋田舞妓観賞。秋田舞妓見習い芸妓さんのおもてなしを受けながら、特製弁当と秋田の銘酒を楽しむ。	**秋田県大館市・仙北市**	●秋田は、およそ半年が深い雪に覆われ、かつては農業生産活動のできない厳しい自然条件の中にあった。だからこそ農山村に生きる人々は、様々な生活の知恵を生みだし、冬を生き抜く貯蔵技術を高めていった。 ●『きりたんぽ』：江戸時代からあり、日本三大美味鶏として有名な大館産比内地鶏のガラで出汁をとり、ひな地鶏の肉や地元の具材を入れて作る鍋料理として、大館ではごく普通の家庭料理。昔からこの地方の炭焼きや狩りを生業としたマタギたちが山にこもる時、持参した杉の木で作った串にご飯を細く巻きつけて炭火でこんがりと焼き、山でしとめたキジや山鳥、近くにあった山ごぼうやきのこなどと煮込んだことから始まったと言われている。 ●国の無形文化財ナマハゲ、男鹿に来た漢の武帝と鬼を追い払う伝説が関連してると考えれている。国の伝統工芸品曲げわっぱは職人の手仕事によるもので大館城の城主佐竹氏が節の副業を奨励して発展。獣を狩るマタギの文化は平安時代の秋田が発祥。	●武家文化の町並みや日本の田舎を味わうこと 欧米豪	●地域の強みの見極めと適切なターゲティング 1泊2日 重要伝統的建造物群保存地区「仙北市角館」	Beauty Of Japan 料亭稲穂/角館山荘侘桜/藤木傳四郎商店/秋田内陸縦貫鉄道/田沢湖角館観光協会	2014年～ Beauty Of Japan	https://beauty-of-japan.com/tour/2d1n-mysterious-traditional-culture-crafts-in-akita/	
3	神社仏閣・文化芸術施設	**出羽三山神社（羽黒山） 羽黒山参籠所「斎館」 月山中之宮 清流庭園 山菜料理玉貴 湯殿山神社 湯殿山 注連寺 湯野浜温泉游水亭いさごや 舞娘茶屋 相馬楼 竹久夢二美術館**	『3D2N Sublime Nature + Mountain Faith in Yamagata（2泊3日山形の雄大な自然 + 山岳信仰）』 ●出羽三山神社（羽黒山）、白衣をまとい山伏と一緒に日本の山岳信仰で最も有名な場所の1つである出羽三山神社まで歩き、宿坊「斎館」で精進料理を味わう。 ●宿斎館にチェックイン、地域の風土や山伏の文化を体験することができる。代々の山伏の伝統を大切に丁寧に作り上げた精進料理が味わえる。 ●月山中之宮、月山八合目にある五穀豊穣と縁結びの神様として知られる神社へ。珍しい高山植物も見ることができる。 ●清流庭園 山菜料理玉貴でランチ、一般にはなかなか出回らない山形産の希少なきのこなど、旬の食材を使った旬の味覚を楽しめる。 ●湯殿山神社は俗世とは切り離されており、社殿や拝殿はは無い。靴下と靴を脱いでお祓いを受けてから聖地にお参りをする。 ●湯殿山中連寺、弘法大師空海が創建したと伝えられる寺院で、僧侶のミイラを拝観。 ●湯野浜温泉游水亭いさごやへ、山形の海と陸の恵みを贅沢に味わう特別なディナー。11月～12月には鰔(ハタハタ)が味わえる。 ●舞娘茶屋 相馬樓で舞妓さんの優雅な舞を楽しむ。 ●竹久夢二美術館で創設者・鹿野琢見（1919-2009）の夢二コレクションを見て、大正ロマンの世界を楽しめる。	**山形県鶴岡市・酒田市・西村山郡西川町**	●鶴岡市は気高い山々から広大な庄内平野、日本海へと至る変化に富んだ地形の中で、海の幸・山の幸に恵まれた豊かな食文化を有し、1400年以上にわたり信仰を集める山岳修験の聖地「出羽三山」には、自然とその山の恵みを「生きるための精進料理」として今に伝え、鶴岡の風土に息づいた精神文化と結びついた独自の食文化が色濃く残っている。農家の人々が数百年にわたり「種」を守り継いできた「在来作物」は60種類以上確認されており、その栽培方法とともに継承された作物は「生きた文化財」として、「ユネスコ食文化創造都市」に認定。 ●精進料理：出羽三山に参拝しようとする人々は、手向の宿坊に宿泊し、心身を浄める。これを「精進潔斎」といい、そのときに振舞われる料理が「精進料理」。出羽三山の精進料理の最大の特徴は、用いられる食材のすべてが山の恵みを受けたものであるということ。伝統の技法を用いて丁寧に調理された精進料理として、感謝とともに食すことで心身が浄化され、出羽三山へと向かう準備が整う。	●メディテーションやデジタルデトックス ●修行僧のライフスタイルに触れる 欧米豪	●地域の強みの見極めと適切なターゲティング ・国宝「羽黒山 五重塔」 ・重要文化財「羽黒山三神合祭殿及び鐘楼」他 ・天然記念物「羽黒山の爺杉（じじすぎ）」 2泊3日 80,000円～	Beauty Of Japan 出羽三山神社/宿坊「斎館」/月山神社/流庭園 山菜料理玉貴/湯殿山神社/湯殿山 注連寺/湯野浜温泉游水亭いさごや/舞娘茶屋 相馬樓/竹久夢二美術館	2014年～ Beauty Of Japan	https://beauty-of-japan.com/tour/3d2n-sublime-nature-mountain-faith-in-yamagata/	
4	観光特化型 体験提供事業者	**粕川なっとう 上州農産 職人醤油**	『Fermented Food Tour by Local Railway in Maebashi, Gunma（群馬県前橋の地方鉄道で行く発酵食の旅）』 発酵食品は日本食の重要な一部であり、多くの発酵食品は、日本食の重要な味を構成している。発酵に焦点を当てたツアーでは、群馬県の前橋と桐生エリアを電車で探索しながら、さまざまな日本の発酵食品について学ぶ。 ●発酵食品を専門とするさまざまな企業を訪問する。 ●創業100年以上の醤油工場を訪ね、そこでつくられた醤油を味わう。 ●家族経営の店で納豆の作り方を学ぶ。 ●伝統的な技法でわらを使用して包む。	**群馬県前橋市**	●全国でも有数の農業都市であり、赤城山麓で広く営まれる畜産をはじめ、キュウリやバラなどの生産は、全国でもトップクラス。小麦が良く獲れる気候である前橋は粉文化が発展してきたが、日本酒や味噌・醤油、納豆などを作る、醸す文化も生まれた。明治から昭和の時代、前橋に多く存在した製糸工場や養蚕場で働く人々たちの空腹を満たしたのが、「焼き饅頭」。小麦粉と水、麹菌で発酵させた、甘い味噌だれを絡めた「焼き饅頭」は、今もなお、地元・前橋市民のソウルフードとして愛されている。 ●焼き饅頭：小麦が盛んに生産されている群馬では、江戸時代末期に前橋の原嶋類蔵と呼ばれる人物が作った「味噌づけまんじゅう」が発祥とされている。当時はどぶろくを発酵剤にして作るまんじゅうは珍しかったほか、まんじゅうを竹串に刺すという発想も驚きをもって受け入れられたのだという。さらに、当時の味噌は特に甘い味付けではなかったものの、その後の明治時代で黒蜜が輸入されるようになり、現在に近い味付けへと変化したと言われている。	●地域独自性 ●自国の文化との親和性 ●参加型体験 ●季節性 欧米豪	●英語人材の不足 ●受入環境の未整備によるオペレーションの煩雑さ ●予約受入期間が短いことによる機会損失 4時間 11,850円～	byFood 前橋観光コンベンション協会	2019年～ byFood	『byFood』https://www.byfood.com/experiences/fermented-food-tour-by-local-railway-in-maebashi-gunma-540	
5	農業・漁業・醸造・酒造・製造業	**築地場外市場**	『Tsukiji Outer Market Walking and Cooking Experience（築地場外市場散策都」料理体験）』 ●場内市場の卸売場が移転しても、昔ながらの築地場外市場は変わらずに活気にあふれている。長い歴史を持つ食の街としての賑わいが見られる。築地魚河岸散策と料理教室を組み合わせた3時間のツアーで、日本の海鮮料理の魅力に触れることが出来る。 ●築地市場で買い物。試飲コーナーもある。魚だけでなく、干物、お茶、お土産など、地元の老舗が軒を連ねる迷路は、食通でも、人間観察派でも、写真家でも、見逃せない。ガイドの丁寧な説明で、活気ある雰囲気を楽しめる。 ●タクシーでクッキングスタジオへ行き、巻きずしづくり。出汁の取り方、巻き寿司の作り方、卵焼きの作り方、お皿の飾り付けを体験。日本最大の料理学校で本格的な和食の作り方を学ぶ。メニュー：巻き寿司、手まり寿司、卵焼き、みそ汁 ●昼食時に、作った料理を食べる。	**東京都中央区**	●江戸時代、日本橋の魚河岸をルーツに持つ築地市場。起源は約400年前。当時の漁師たちは、幕府へ魚の献上が義務付けられており献上後に余った魚の販売が許可され、江戸の中心部であった日本橋付近にて、商いを始めたことがきっかけだと伝えられている。約300年間にもわたる繁栄の末、次の契機となったのは、大正時代に発生した関東大震災で、未曾有の大災害からの復興、そして鉄道整備など近代化の後押しもあり、築地への移転が決まったと伝えられている。 ●江戸前寿司：江戸と呼ばれていた当時の東京で華屋與兵衛（はなやよへえ）という料理人が生み出したと言われている。当時は屋台で売られており、安くて早い庶民的な食べ物だった。日本のお寿司屋さんの多くが調理場を持たず、料理人がカウンター越しに客と向かい合うのは、当時の名残り。こうして東京を中心にした握り寿司は、冷蔵庫などの近代文化の発展とともに日本全国に広がっていった。 江戸前寿司は、コハダや鯖などをメたもの、煮穴子や蒸しエビなどの火を通したもの、卵焼きなどが代表的なネタである。	●特別感 欧米豪	●地域の強みの見極めと適切なターゲティング 3時間 12,000円～	Beauty Of Japan ABC cooking	2014年～ Beauty Of Japan	https://beauty-of-japan.com/tour/tsukiji-outer-market-walking-and-cooking-experience/	
6	レストラン・飲食店・料亭	**築地玉寿司**	寿司握り体験 ●本物の寿司職人さながらに、白衣姿でカウンターに立ち、寿司を握ることができる。シンプルにお寿司を握りたい方におすすめな「スタンダードコース」と寿司職人の妙技をより深く楽しめる「プレミアムコース」がある。プレミアムコース内容は寿司の歴史及び食べ方マナー、プロの魚捌き見学、シャリ切り体験、にぎり＆手巻き体験、本わさび味わい体験、体験者同士が寿司をにぎって提供しあう、鯵のお造りショーがある。 日本語のみの対応のため、通訳ガイドが必要。	**東京都中央区**	●江戸前寿司：江戸と呼ばれていた当時の東京で華屋與兵衛（はなやよへえ）という料理人が生み出したと言われている。当時は屋台で売られており、安くて早い庶民的な食べ物だった。日本のお寿司屋さんの多くが調理場を持たず、料理人がカウンター越しに客と向かい合うのは、当時の名残り。こうして東京を中心にした握り寿司は、冷蔵庫などの近代文化の発展とともに日本全国に広がっていった。 江戸前寿司は、コハダや鯖などをメたもの、煮穴子や蒸しエビなどの火を通したもの、卵焼きなどが代表的なネタである。	●江戸前寿司や築地のイメージから東京で寿司体験ができることに魅力を感じる 欧米	●訪日外国人にとって馴染みのない味や食べ物を食す難しさ 90分 スタンダードコース：8,000円 プレミアムコース：13,000円	株式会社玉寿司 JTB Global Marketing and Travel	創業1924年 JTB Global Marketing and Travel	https://www.tamasushi.co.jp/experience/	

（1）先行する食文化を題材とした観光の調査・分析　優良事例リスト

＜事例収集の視点＞
❶ 2019年から食文化を題材としたプログラムがあること
❷ 食文化を題材としたプログラムは、今後もその継続性が見込まれること
❸ 食文化を題材としたプログラムは、他の地域等への汎用性が高いこと
❹ 食文化を題材としたプログラムにより高い収益を上げ
❺ 食文化を題材としたプログラムは、その食文化を毀損
❻ 訪日外国人に好まれていること

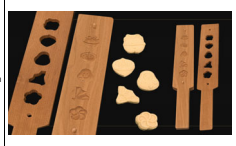
【事業分類 選択肢】
レストラン・飲食店・料亭
観光特化型 体験提供事業者
農業・漁業・醸造・酒造・製造業
観光開発・プロデュース・コンサルティング企業
神社仏閣・文化芸術施設

No.	分類	施設等の名称	プログラム内容	地域	特色	訪日外国人にとっての魅力要素	訪日外国人受入時の課題	滞在時間の目安	プログラムの企画・運営主体	実施期間	プログラムのHP等のURL	写真
						特に人気を得ていた国・地域	関連文化財等	体験にかかる費用	関係事業者	情報提供者	プログラムを紹介するサイト名・URL	
7	レストラン・飲食店・料亭	**しゃぶしゃぶ・すし　八山**	寿司握り体験 ●日本の伝統美を現代風にアレンジした数寄屋スタイルがこの店のデザインの特徴で、日本人のゲストだけではなく、海外のお客様にも本格的なおもてなしを感じられる空間。団体観光客向け寿司にぎり体験は、海外からの団体旅行に最適。東京観光のオプショナルツアーとして旅程に組み込むことが出来る。寿司の歴史を紙芝居で学び、巻き寿司、握り寿司を作る。牛すき鍋と一緒にランチをいただく。卒業後卒業証書がもらえる。生魚が苦手なお客様には、野菜と湯葉豆腐を使った寿司体験が出来る。(予約時にスタッフに申告)	**東京都港区**	●江戸前寿司：江戸と呼ばれていた当時の東京で華屋與兵衛（はなやよへえ）という料理人が生み出したと言われている。当時は屋台で売られており、安くて早い庶民的な食べ物だった。日本のお寿司屋さんの多くが調理場を持たず、料理人がカウンター越しに客と向かい合うのは、当時の名残り。こうして東京を中心にした握り寿司は、冷蔵庫などの近代文化の発展とともに日本全国に広がっていった。 江戸前寿司は、コハダや鯖などをメたもの、煮穴子や蒸しエビなどの火を通したもの、卵焼きなどが代表的なネタである。	●江戸前寿司や築地のイメージから東京で寿司体験ができることに魅力を感じる	●訪日外国人にとって馴染みのない味や食べ物を食す難しさ	12時～15時		設立2007年	http://hassan.createrestaurants.com/jp/menu.html	
						欧米		寿司握り体験 ランチ： 5,000円	株式会社クリエイト吉祥	JTB Global Marketing and Travel		
8	レストラン・飲食店・料亭	**大森海岸　松乃鮨**	●外国人富裕層向けに、一生に一度の思い出になる、日本でしか味わえない特別な日本文化・食文化体験として「お寿司の握り体験」「市場ツアー」「英語での鮨文化講演＋寿司パーティー」などのサービスを提供している。 ●元旅行会社勤務・海外駐在を行っていた４代目手塚YOSHIによる『鮨体験にぎり』は、ラグジュアリー、ハイエンド、富裕層外国人に特化しており、企業様、VIP接遇に利用されている。 ●他社の寿司体験にぎりとの違い：海外駐在・ガイド経験があり、G20や英国王室にも鮨をにぎりに行っている４代目が、鮨職人の知識を英語で直接伝承。ベジタリアン、グルテンフリー、他宗教の制限関係にも全て対応。	**東京都品川区**	●江戸前寿司：江戸と呼ばれていた当時の東京で華屋與兵衛（はなやよへえ）という料理人が生み出したと言われている。当時は屋台で売られており、安くて早い庶民的な食べ物だった。日本のお寿司屋さんの多くが調理場を持たず、料理人がカウンター越しに客と向かい合うのは、当時の名残り。こうして東京を中心にした握り寿司は、冷蔵庫などの近代文化の発展とともに日本全国に広がっていった。 江戸前寿司は、コハダや鯖などをメたもの、煮穴子や蒸しエビなどの火を通したもの、卵焼きなどが代表的なネタである。			当面の間 18：00～ 22：00		2015年～	https://matsunozushi.com/menu/	
								海外ゲスト向け特別コース/英語解説付おまかせ 1名　27,500円	松乃鮨	Japan Travel	https://www.japan.travel/jp/spot/1707/	
9	農業・漁業・醸造・酒造・製造業	**豊島屋酒造**	『Toshimaya Shuzo Sake Brewery Tour（豊島屋酒造の酒蔵見学）』 ●東京で最古の酒蔵のひとつ、1596年創業の豊島屋酒蔵の蔵見学を体験。 ●富士山の湧き水を使っており、地元のガイドによる酒造の行程の説明は理解をより深め、酒造の歴史を学ぶ。 ●数種類の日本酒の試飲を行い、使用される米の種類、精米歩合、ろ過技術、テロワール、地域の特性などが最終製品にどのように影響を与えるか学ぶ。	**東京都東村山市**	●東村山には、酒造りに適した水があり、豊富な水脈を示すように、酒蔵の前には、現在は保存樹木にも指定されているケヤキの大木がある。豊島屋酒造がある現在地には、以前、別の酒蔵があったと言う。当時は80メートルの地下から水を汲んでいたが、豊島屋酒造はさらに深い150メートルの井戸を掘り、現在もそこから水を得ている。豊島屋十右衛門という酒屋を営む男が、店の一角で一杯飲み屋を始め、大いににぎわった。これが「角打ち」の起源ともされ、その後、十右衛門は酒造りも手がけた。1935（昭和10）年、酒屋と醸造元を分ける形で豊島屋酒造が設立された。創業以来続く銘柄は「金婚」。東京の地酒として地元をはじめ都内に流通してきた酒だ。	●地域独自性 ●自国の文化との親和性 ●参加型体験 ●季節性	●英語人材の不足 ●受入環境の未整備によるオペレーションの煩雑さ ●予約受入期間が短いことによる機会損失	3時間		2019年～	https://www.byfood.com/experiences/toshimaya-shuzo-sake-brewery-tour-136	
						欧米豪	登録無形文化財「伝統的酒造り」	7,500円～	豊島屋酒造	byFood		
10	農業・漁業・醸造・酒造・製造業	**松之山温泉**	『Mushroom Hunting Adventure and Fireside Dining in Niigata（新潟のきのこ狩りアドベンチャーと炉端での食事）』 ●11月下旬～12月上旬開催の季節限定の体験。 ●雪に覆われた倒木の下で育つ野生のきのこを見つけ、伝統的な日本家屋の囲炉裏でホストが提供する地元の温泉水を使用した料理を含む、会席料理を楽しむ。 ●食事は、地元産の野菜や肉、魚沼産コシヒカリなど。	**新潟県十日町市**	●人々は雪と闘いながらもその恵みを活かして暮らし、現在まで住み継いできた。この長い冬を凌ぐため、人々は秋までに採れた食料を備蓄し活用することにことのほか心を砕いた。山菜やキノコは塩に漬けたり干し、「雪穴」や「雪室」に大量の雪を貯めておき、夏になるまで食料の冷蔵に利用した。魚沼地域では雪国の風土や地形を生かした稲作が盛んで、全国でも屈指の米どころである。傾斜地に展開する「棚田」の維持は豪雪によるところが大きい。また「へぎそば」は、織物の糸の糊付けに使う海藻「布海苔」をつなぎとして加える。冬の代表的な保存食「ツケナ」（野沢菜漬）は、春先に発酵が進んで酸味が増すと、塩抜きして煮込み「ニーナ（煮菜）」に生まれ変わる。厳しい冬を生き抜くため、人々の知恵が育んだ豪雪地の食文化は、豊かな自然の恵みを活かした郷土料理として今も受け継がれている。 ●令和2年(2020)に十日町市のストーリーが「日本遺産」に認定された。	●地域独自性 ●自国の文化との親和性 ●参加型体験 ●季節性	●英語人材の不足 ●受入環境の未整備によるオペレーションの煩雑さ ●予約受入期間が短いことによる機会損失	3時間		2019年～	https://www.byfood.com/experiences/mushroom-hunting-adventure-and-fireside-dining-in-niigata-387	
						欧米豪		5,500円～	松之山温泉合同会社まんま	byFood		
11	レストラン・飲食店・料亭	**ryugon（旧温泉御宿 龍言）**	●土間クッキングでこの地域の食を楽しむ1泊２日の旅：夕食は「雪国ガストロノミー」で、お料理を通してこの地域の暮らしや文化を知ることができる。ryugon周辺で取れた山菜や果実などを漬け込んだオリジナルの果実酒を一杯おやすみ前にいただける。地元のお母さんと土間で料理作り体験ではかまどで炊き上げたご飯と保存の知恵を使った料理を味わう。 ●オプション:「玉川堂×ryugon 燕の伝統工芸を巡るエクスカーション」燕三条の伝統工芸を巡るプライベートツアーで重要文化財にも指定されている伝統工芸を制作している現場をご案内。 ●オプション：「日本酒の飲み方をご提案します～　日本酒テイスティング講座」毎週土曜日 ryugon barにて開催の日本酒テイスティング講座。魚沼産の酒米で造られた地元の銘酒を様々な温度帯で提供。冷・熱燗だけではない温度帯で日本酒が試せる。 ●できたての土鍋ごはんで作るオリジナルの絶品おにぎり作り（セルフ調理）お米の中でも日本一と呼ばれている魚沼産コシヒカリ。食事の際はそのコシヒカリを土鍋で炊いてお客様にご提供している。自身で土鍋で炊き上げお好みの味のおにぎりが作れる、米どころならではのセルフケータリングサービス。	**新潟県南魚沼市**	●南魚沼市は、新潟県南部の魚沼盆地に位置し、太平洋側と日本海側を結ぶ交通の要所に位置。「日本一」の評価を受ける南魚沼産コシヒカリの産地。信濃川の支流、魚野川の両岸には広大な田んぼが広がり、品質の高いコシヒカリを生産。魚野川の右岸には標高2000メートルの山々が並び、巻機山（まきはたやま）と、越後駒ヶ岳という２つの日本百名山を有するだけでなく、中ノ岳、八海山などが屏風のように並び、北アルプスや南アルプスにも劣らない山岳風景もある。南魚沼産コシヒカリが美味しいわけは、この自然環境にある。コシヒカリの栽培適地は標高400メートルまでと言われていて、南魚沼市はそれに当てはまる。雪がたくさん降るため、水が豊富でしかも標高の高い山に囲まれた特殊な盆地地形のため昼夜の寒暖差が激しく、モチモチした食感のお米が自然にできる。 ●郷土料理の「きりざい」：漬物を細かく刻んで納豆と混ぜたもの。きりざいは、ハレの日の料理でなく、日常で食べる「普段のごはん」。何を入れるかは、家によって違う。	●自分で採った食材で自分で作ったおにぎりを食べるところ(体験性)	●日本食文化の魅力発信	1泊2日～		株式会社いせん：1952年～ ryugon：2019年～	https://ryugon.co.jp/	
						欧米豪	・登録有形文化財「温泉御宿龍言本館（旧松崎家住宅主屋）」 ・玉川宣夫 人間国宝（重要無形文化財保持者）	1泊33,000円～/土間クッキング3,850円/果実酒作り体験3,850円/囲炉裏せんべい体験1,100円//伝統工芸42,000円/日本酒テイスティング2,200円	isen 株式会社いせん	日本旅行	https://ryugon.co.jp/en/	
12	レストラン・飲食店・料亭	**料亭　金城楼**	●日本海の海の幸、能登の風土が生み出す珍味、白山からの良水による美酒、金沢の土地にのみ育まれた加賀野菜の数々、それらの旬をしっかり把握し最良の調理法を用いて調理している。代々継承した器類、美術品などを惜しげなく使用し、お客様の五感で料理をご堪能いただく。地元の食材を大切に、伝統的な加賀料理を守りつつ、新たな金沢の食文化の発信にも努めている。能登出身の料理長は、魚に関しては朝競りを基本として、漁港から仕入れるルートを独自で開拓、自らが見極めたものを準備している。米は能登の農家と直接契約している。 ●2020年開催のKōgei Dining金沢会場として、伝統の加賀料理に合う日本酒を金沢を代表する工芸作家による酒器にて提供された。イベントトーク登壇者には人間国宝も招かれた。	**石川県金沢市**	●年間降水量が2,000～3,000mmと年間を通して降水量が多く、湿度が高い。「弁当忘れても傘忘れるな」と言われるくらい雨の多い地域。高い湿度は伝統工芸である漆塗りや金箔製造に適している。加賀藩前田家の城下町として栄え、加賀友禅や金沢箔、九谷焼などの伝統工芸や、能楽や加賀万歳などの伝統芸能が受け継がれてきた。加賀藩祖の前田利家は、茶の湯に関心を持ち、金沢に茶の湯文化を根付かせた。全国より優れた人材を集め、茶の湯由来の懐石料理や優れた器、工芸品が次々と作り出された。	●料理や器の芸術性	●訪日外国人にとって馴染みのない味や食べ物を食す難しさ	1泊～		創業1890年	https://www.kinjohro.co.jp/	
						欧米		ミニ懐石 10,588円～/松花堂コース5,500円/夜会食14,850円～/精進料理14,850円～	株式会社 金城楼	JTB Global Marketing and Travel		

（1）先行する食文化を題材とした観光の調査・分析　優良事例リスト

＜事例収集の視点＞
❶ 2019年から食文化を題材としたプログラムがあること
❷ 食文化を題材としたプログラムは、今後もその継続性が見込まれること
❸ 食文化を題材としたプログラムは、他の地域等への汎用性が高いこと
❹ 食文化を題材としたプログラムにより高い収益を上げ
❺ 食文化を題材としたプログラムは、その食文化を毀損
❻ 訪日外国人に好まれていること

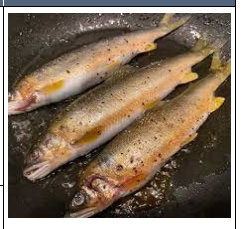
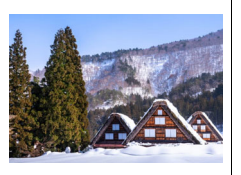
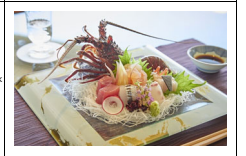
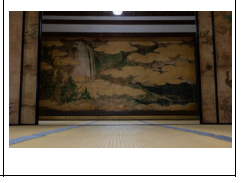
【事業分類 選択肢】
レストラン・飲食店・料亭
観光特化型 体験提供事業者
農業・漁業・醸造・酒造・製造業
観光開発・プロデュース・コンサルティング企業
神社仏閣・文化芸術施設

No.	分類	施設等の名称	プログラム内容	地域	特色	訪日外国人にとっての魅力要素 特に人気を得ていた国・地域	訪日外国人受入時の課題 関連文化財等	滞在時間の目安 体験にかかる費用	プログラムの企画・運営主体 関係事業者	実施期間 情報提供者	プログラムのHP等のURL プログラムを紹介するサイト名・URL	写真
13	観光特化型 体験提供事業者	**俵屋**	●創業は約200年前、金沢で最も長い歴史を持つあめ屋。創業のころ、乳飲み子を抱えながらも母乳が出ず困り果てていた母親達の姿を見た初代が「何とか母乳のかわりになる栄養価の高い食品はないか」と考えた末に作り上げたのが俵屋のあめ。俵屋のあめの原料は厳選した国内産の米と大麦のみ。砂糖がわたしたちの生活に入ってくる以前に、穀物の甘味を得た先人の知恵で作られている。霊峰「白山」に源を発する清らかな伏流水を飴づくりに使用し、どこか懐かしい風味に金沢らしさが香る。本店では俵屋の「じろあめ」を大きな桶から、竹のお箸ですくい取って詰める作業の体験も行っている。	**石川県金沢市**	●金沢市は日本三大和菓子処のひとつとされ、茶席で好まれる上生菓子や、歳時を彩る縁起菓子、できたてを楽しむ素朴な朝生菓子、さらに手土産にも喜ばれる銘菓など、その種類は実に豊富。藩祖前田利家と二代の利長は千利休の直弟子であり、おおいに茶道を奨励した。茶道には和菓子が欠かせない。加賀藩は、城下に藩御用菓子屋を設けて和菓子を献上させ、これが、金沢の和菓子文化を生み出す源流となった。また、宗祖親鸞聖人の祥月命日の前後を選んで、報恩講と呼ばれる盛大な法要が行われたが、この報恩講の際には、お供えされた落雁や饅頭を庶民にふるまっていた、このことが和菓子文化が庶民に広がっていく大きな役割を果たしたといわれている。	●季節性（端午の節句などの文化性） ●伝承されてきた技	●日本食文化の魅力発信	15分～20分		創業1830年	https://www.kanazawa-kankoukyoukai.or.jp/plan/index_1_2_____53.html	
						欧米豪		1,500円	株式会社俵屋	日本旅行		
14	観光特化型 体験提供事業者	**森八**	●鈴やこま、だるま、扇子などの縁起物、貝や草花のデザインの全4型から好きな木型を選び、材料を揉み、打ち粉をまぶし型に押し込み型から外す。落雁の手作りはお子様から大人の方、外国の方など幅広い方々が楽しめる。体験のあとは自作の出来立て落雁でお抹茶を一服。残りはおみやげ用小箱に詰めて世界に一つだけの手作りオリジナルギフトにできる。森八本店の2階には森八茶寮の隣に金沢菓子木型美術館があり、江戸時代から使われてきた菓子木型など千数百点を一堂に展示している。	**石川県金沢市**	●金沢市は日本三大和菓子処のひとつとされ、茶席で好まれる上生菓子や、歳時を彩る縁起菓子、できたてを楽しむ素朴な朝生菓子、さらに手土産にも喜ばれる銘菓など、その種類は実に豊富。藩祖前田利家と二代の利長は千利休の直弟子であり、おおいに茶道を奨励した。茶道には和菓子が欠かせない。加賀藩は、城下に藩御用菓子屋を設けて和菓子を献上させ、これが、金沢の和菓子文化を生み出す源流となった。また、宗祖親鸞聖人の祥月命日の前後を選んで、報恩講と呼ばれる盛大な法要が行われたが、この報恩講の際には、お供えされた落雁や饅頭を庶民にふるまっていた、このことが和菓子文化が庶民に広がっていく大きな役割を果たしたといわれている。	●季節性（端午の節句などの文化性） ●伝承されてきた技	●日本食文化の魅力発信	40分		創業1625年	https://www.morihachi.co.jp/honten_rakugan	
						欧米豪		1,650円	株式会社 森八	日本旅行	https://www.morihachi.co.jp/english	
15	観光特化型 体験提供事業者	**里山まるごとホテル　茅葺庵/道の駅すず塩田村/白米千枚田/輪島塗しおやす漆器工房/まいもん処いしり亭/小山屋醤油店/農業法人 能登やまぼこ/のと里山里海ミュージアム/幸寿し本店**	●『世界農業遺産「能登の里山里海」にふれるグリーンツーリズム能登で学ぶ フードロスゼロの原点 発酵食の旅」 能登の里山里海」は、日本列島のほぼ中央に位置する石川県の北部、日本海に突き出た能登半島の4市5町に広がっています。2011年国連食糧農業機関（FAO）により、世界農業遺産に認定された。 茅葺庵で季節の食材や発酵食を用いた里山ごはんを頂き、株式会社奥能登塩田村で塩づくり※冬期は巻ぶり体験も可能。千枚田見学、輪島朝市散策、小山屋醤油店で醤油麹作りや味噌作りの体験が出来る。いしり亭は能登の海の巡りたっぷりの魚醤油（いしり）の専門店で、地元食文化を知ることが出来る。農業法人能登やまぼこにてかぶら寿司造り体験伝統の発酵食文化を体験する。和倉温泉お祭り会館で能登のお祭りを学び、のと里山里海ミュージアムで世界農業遺産を知る。幸寿司で地元食材を知ることが出来る。	**石川県能登地域 輪島市・珠洲市・七尾市・中能登町**	●いしり・いしる：能登半島に古くから伝わる魚醤油「いしり」には、原料によって大きく２種類がある。富山湾に面した内浦地区では、イカの内臓（ゴロ）を原料とし、日本海に面した外浦地区では、イワシ・サバを主な原料としている。「いしり」のほかに「いしる」「よしる」などともよばれている。魚醤油には、ハタハタが原料の秋田の「しょっつる」、イカナゴという魚を原料とした香川の「いかなご醤油」などがあるが、「いしり」はこれらと並び、日本三大魚醤油に数えられていいる。水揚げされたイカが加工されるときに発生する大量の内臓を塩で発酵させ調味料を作るという先人の知恵と経験が生んだ「いしり」には、独特の香りや旨み成分が含まれる。血圧上昇抑制物質の存在も確認されていて、医薬品としての可能性も調査されている。			2泊3日	H.I.S.	里山まるごとホテル：2018年～	https://www.his-j.com/corp/engagement/workation/product/inhousetraining02.html	
							・重要無形民俗文化財「能登の揚浜式製塩の技術」 ・登録有形文化財「小山屋醤油店表土蔵」他	見積	株式会社百笑の暮らし/株式会社奥能登塩田村/公益財団法人白米千枚田景勝保存協議会/輪島市朝市組合/有限会社もりやま/小山屋醤油店/農業法人能登やまぼこ	Japan Travel	https://www.japan.travel/en/sports/adventure/activities/sea-salt-making-in-oku-noto/	
16	観光特化型 体験提供事業者	**能登輪島新橋旅館**	●新鮮な日本海の海の幸と、能登野菜や能登牛など、地元の食材をふんだんに使い、すべての料理は輪島塗の器で提供される。食の宝庫能登半島。 冬は11月6日の加能ガニ(ズワイガニ)の解禁を皮切りに、寒ブリや近海ものの魚介類など季節に応じて、様々な日本海の幸を取り揃えている。また、豊かな地の利を生かした里の恵みである、新鮮な野菜や山菜類や輪島の郷土料理も楽しむことができる。お客さんの希望に合わせて特産品である「能登牛(のとうし)」のステーキや鉄板焼きなども別途対応が可能。HPには様々な国や地域から訪れた外国人の写真が掲載されている。	**石川県輪島市**	●いしり・いしる：能登半島に古くから伝わる魚醤油「いしり」には、原料によって大きく２種類がある。富山湾に面した内浦地区では、イカの内臓（ゴロ）を原料とし、日本海に面した外浦地区では、イワシ・サバを主な原料としている。「いしり」のほかに「いしる」「よしる」などともよばれている。魚醤油には、ハタハタが原料の秋田の「しょっつる」、イカナゴという魚を原料とした香川の「いかなご醤油」などがあるが、「いしり」はこれらと並び、日本三大魚醤油に数えられていいる。水揚げされたイカが加工されるときに発生する大量の内臓を塩で発酵させ調味料を作るという先人の知恵と経験が生んだ「いしり」には、独特の香りや旨み成分が含まれる。血圧上昇抑制物質の存在も確認されていて、医薬品としての可能性も調査されている。			1泊～		2016年～	https://shinbashi-ryokan.jp/inbound/	
								世界農業遺産『能登里山里海』の季節の郷土料理を取り入れたコース大人1人10,000円	能登輪島新橋旅館	Japan Travel	https://www.japan.travel/en/sports/adventure/activities/sea-salt-making-in-oku-noto/	
17	観光特化型 体験提供事業者	**かよう亭**	●コロナ以前、ゴールデンルートに次ぎ、インバウンドに人気のデスティネーションであった金沢からアクセスが容易な山中温泉にあるかよう亭は、名旅館としてのおもてなしはさることながら、旅館で提供する食事にて使用する醤油の製造者や、合鴨農法でお米を生産している農家さん、山中漆器や九谷焼を実際に作っている地元工房にお連れし、間近に職人技を見学できるプログラムが欧米を中心とした富裕層に支持されている。山中の木製漆器は、石川県の無形文化財「木地挽物技術」や華やかな「蒔絵」の技術で知られ、職人たちによる繊細で高度な技術が伝承されている。JTB USA Luxury Escapesが加盟する米国の旅行コンソーシアムEnsemble Travel Groupの2015年大会でセラーとして出展した際に、かよう亭の宿泊者限定でローカルアーティザンと出会える特別感のある体験を「Kayotei Program」としてプレゼンテーションを行ったところ、地域一帯が潤う取り組みという観点からも多くのトラベルアドバイザーより称賛を受けた。	**石川県加賀市山中温泉**	●加賀市は石川県の西南端に位置し、海と自然豊かな山々に囲まれている。古くは加賀の国の一部で、藩政期には大聖寺藩10万石の城下町として栄えていた。「山代」「山中」「片山津」の3つの温泉地と越前加賀海岸国指定公園に指定されている美しい海岸線、加賀大聖寺藩の城下町、九谷焼や山中漆器の伝統工芸、新鮮な日本海の海産物など、自然・歴史・伝統が息づく観光地。 ●加賀料理：金沢の郷土料理に、伝統文化・東西文化を融合させた料理。加賀料理は、伝統文化・東西文化・郷土料理が融合した料理といわれている。料理からは味覚を、伝統工芸の器からは視覚を楽しませてくれるのが加賀料理。加賀料理では、料理と伝統工芸は切っても切れない関係。			1泊～		1966年～	https://www.kayotei.jp/index.html	
								1名様料金（2名様1室利用時） 69,300円 ～	かよう亭	Japan Travel	https://www.japan.travel/jp/spot/1393/	
18	レストラン・飲食店・料亭	**べにや無何有**	●懐石方林は時にはテラスで食前酒を頂くこともできる。寿司ディナー、金沢鮨懐石は追加料金で味わうことができる。肉中心のコース、ベジタリアンコースは要予約である。白山水系の清らかな水は豊かな自然環境を形成し、ここに暮らす人々は何代にもわたって「食」「工芸」「文化」を「自然」に寄り添う形で継承してきた。加賀という地で自然と共に暮らす人々の生業（なりわい）をより深く知ることが出来るよう、べにや無何有ならではのユニークエクスペリエンスをご用意。 ●薄茶席：べにや無何有主人のお点前による立礼席。●茶杓づくり体験：自分の好みで決めて小刀で削りだし最後に共筒に銘と作者名を墨で書き付けて完成。●漆芸体験：更谷富造氏に師事した漆芸家の森裕城さんと二口薫子さんのアトリエにて、材料から仕上がりまでの複雑な工程をレクチャー。●丸八製茶 茶香服：お番茶（ほうじ茶）の製造工程の見学又はビデオ鑑賞※後、喫茶「実生（みしょう）」にて伝統の茶遊び「茶香服（ちゃかぶき）」に挑戦。数種類のお茶（献上加賀棒茶、葉のほうじ茶、季節のお茶等）を試し、どのお茶かを当てる。●大土ハイキング：山奥の小さな集落・大土（おおづち）でブナの原生林、段々畑に石垣、小さな神社、赤瓦屋根の民家は日本の原風景を見る事が出来る。ハイキングの後は二枚田さんの自宅の民家で囲炉裏を囲んでお弁当を。採れた山葵や椎茸、なめこなどもその場で食べることができる。	**石川県加賀市**	●加賀市は石川県の西南端に位置し、海と自然豊かな山々に囲まれている。古くは加賀の国の一部で、藩政期には大聖寺藩10万石の城下町として栄えていた。「山代」「山中」「片山津」の3つの温泉地と越前加賀海岸国指定公園に指定されている美しい海岸線、加賀大聖寺藩の城下町、九谷焼や山中漆器の伝統工芸、新鮮な日本海の海産物など、自然・歴史・伝統が息づく観光地。 ●加賀料理：金沢の郷土料理に、伝統文化・東西文化を融合させた料理。加賀料理は、伝統文化・東西文化・郷土料理が融合した料理といわれている。料理からは味覚を、伝統工芸の器からは視覚を楽しませてくれるのが加賀料理。加賀料理では、料理と伝統工芸は切っても切れない関係。	●料理や器の芸術性	●訪日外国人にとって馴染みのない味や食べ物を食す難しさ	1泊～		創業1928年	https://mukayu.com/experience	
						欧米		薄茶席：1,100円 茶杓づくり体験：16,500円 漆芸体験：22,000円	株式会社　べにや旅館	JTB Global Marketing and Travel		

（1）先行する食文化を題材とした観光の調査・分析　優良事例リスト

＜事例収集の視点＞
❶ 2019年から食文化を題材としたプログラムがあること
❷ 食文化を題材としたプログラムは、今後もその継続性が見込まれること
❸ 食文化を題材としたプログラムは、他の地域等への汎用性が高いこと
❹ 食文化を題材としたプログラムにより高い収益を上げ
❺ 食文化を題材としたプログラムは、その食文化を毀損
❻ 訪日外国人に好まれていること

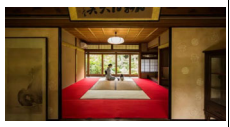
【事業分類 選択肢】
レストラン・飲食店・料亭
観光特化型 体験提供事業者
農業・漁業・醸造・酒造・製造業
観光開発・プロデュース・コンサルティング企業
神社仏閣・文化芸術施設

No.	分類	施設等の名称	プログラム内容	地域	特色	訪日外国人にとっての魅力要素 特に人気を得ていた国・地域	訪日外国人受入時の課題 関連文化財等	滞在時間の目安 体験にかかる費用	プログラムの企画・運営主体 関係事業者	実施期間 情報提供者	プログラムのHP等のURL プログラムを紹介するサイト名・URL	写真
19	観光特化型 体験提供事業者	**長良川 LA LUCANDA**	『Gifu Eco Tour: Nagara River Fishing & Ayu Cuisine（岐阜エコツアー：長良川釣り＆鮎料理）』 ●日本三大清流のひとつ長良川を和船で下りながら、地元の漁師から伝統的な漁法の実演をしてもらう。 ●伝統的なオール（櫂）で船を操る体験。 ●澄んだ川にしか生息しない地元の鮎を使った岐阜県長良川の郷土料理を活かしたイタリアンコース料理。	**岐阜県岐阜市湊町**	●1300年以上の歴史を持つ鵜飼が行われる清流長良川、岐阜城を冠する自然豊かな金華山。斎藤道三公・織田信長公・明智光秀公をはじめとする戦国武将ゆかりのまち。北部には山林を有し、南部には市街地が広がっている。また市内を横切るように、北東から南西にかけて長良川が流れていて市の大部分は長良川と支流の扇状地と自然堤防地帯にあたる。市内に流れる長良川は日本三大清流の一つ。 ●美濃国（現在の岐阜県）では、7世紀頃から鵜飼が行われていたと言われ、鵜飼を「見せる（＝魅せる）」ことでおもてなしの手法として最初に取り入れたのが、織田信長だ。明治維新とともに保護が無くなり、古代漁法として伝承されてきた鵜飼漁法は消滅の危機に瀕した。明治23年、岐阜県知事の要請を受けて、宮内省は鵜匠に職員の身分を与えるとともに長良川に3か所の御料場を設置し、引き続き御料鵜飼として鵜飼漁が行われるようになった。	●地域独自性 ●自国の文化との親和性 ●参加型体験 ●季節性	●英語人材の不足 ●受入環境の未整備によるオペレーションの煩雑さ ●予約受入期間が短いことによる機会損失	4時間		2019年～	https://www.byfood.com/experiences/gifu-eco-tour-nagara-river-fishing-and-ayu-cuisine-489	
						欧米豪	重要文化的景観「長良川中流域における岐阜の文化的景観」	31,000円～	うかい屋：&n（アンドン） LA LUCANDA	byFood		
20	観光特化型 体験提供事業者	**白川郷 ささら屋（富山県）**	●合掌造りの集落を一望する人気の展望スポットへ案内後は、白川郷でたっぷり自由散策。4月は雪解けが進み春の訪れを感じることができる。白川郷または五箇山では朴葉味噌の陶板焼きなど、山の幸や地元の特産品を使った昼食。さらに富山米を100%使用した米菓専門店「ささら屋」での手焼きせんべい体験付きでお子様も楽しめる。 ●国指定重要文化財「和田家」。 ●荻町合掌集落で最大規模を誇る合掌造り。現在も住居として活用しつつ1階と2階部分を公開。	**岐阜県大野郡白川村**	●合掌造りで世界的にも有名な白川郷で毎年、9月の終わりから10月にかけて、五穀豊穣・家内安全・里の平和を山の神様に祈願する「どぶろく祭」が盛大に行われる。祭礼に神酒として「どぶろく」が供えられ、民謡や舞踊などの神事が行われると共に、人々にも「どぶろく」が振る舞われる。岐阜県では、県内で古くから栽培されている特色ある野菜・果樹を「飛騨・美濃伝統野菜」として認証し、オンリーワン農産物の生産、販売の振興をはかっている。	●特別な文化体験 ●東京-京都に向かう途中にあり地理的な魅力	●古民家での料理はケータリングが多く、限られたメニューになる ●畳に座る際の椅子の準備など快適性	6.5時間	株式会社ホワイトリング	2018年～	https://www.veltra.com/jp/japan/ishikawa/kanazawa/a/163411	
						欧米	・世界遺産「白川郷・五箇山の合掌造り集落」 ・重要文化財「和田家住宅（岐阜県大野郡白川村荻町）」	8,500円	一般社団法人 白川郷観光協会	JTB Global Marketing and Travel		
21	観光特化型 体験提供事業者	**海女小屋はちまんかまど**	『Dine in an Ama Hut with Mie's Traditional Female Freedivers（三重の伝統的な女性の素潜りと一緒に海女小屋で食事をする）』 ●日本に残る半数の海女が住む三重県で2,000年の歴史を持つ海女文化を海女から直接話を聞きながら地元の海の幸を楽しむ。 ●海女装体験。 ●相差音頭郷土民謡に合わせて踊る。	**三重県鳥羽市**	●リアス海岸を特徴とした豊かな自然と美しい景観が残されており、陸域からの栄養により育まれた豊かな藻場では、約1,200年以上前から、素潜りでアワビやサザエなどの水産物を漁獲する海女漁が営まれてきた。鳥羽及び志摩地域の海女は、伊勢神宮との関係性も含め、古来より継承されてきた。現在の海女の数は約750人と全国でも群を抜いて多い。2017年3月には、その歴史的・文化的価値が認められ、「鳥羽・志摩の海女漁の技術」として国の重要無形民俗文化財に指定された。 ●縄文時代の鳥羽市浦村の白浜遺跡からは、アワビの貝殻などが出土。アワビは、海に潜らないと採れないため、そのころから素潜り漁があったのではないかと考えられている。奈良の平城京に運ばれた貢納物の荷札には、現在の志摩市大王町波切から、西暦７４５年にアワビが都へ運ばれたことが記されたものがあり、『万葉集』でも、大伴家持や山上憶良が、海女漁の様子を歌に詠んでいる。	●地域独自性 ●自国の文化との親和性 ●参加型体験 ●季節性	●英語人材の不足 ●受入環境の未整備によるオペレーションの煩雑さ ●予約受入期間が短いことによる機会損失	1.5時間		2019年～	https://www.byfood.com/experiences/dine-in-an-ama-hut-with-japans-traditional-woman-freedivers-488	
						欧米豪	重要無形民俗文化財「鳥羽・志摩の海女漁の技術」	3,500円～	一般社団法人 相差海女文化運営協議会	byFood		
22	観光特化型 体験提供事業者	**アマネム 海女小屋体験施設さとうみ庵**	●アマネムでは、いずれも伊勢志摩地域ならではの美しい自然の営みや伝統文化、歴史を辿るストーリーやテーマを持った体験や小旅行を提供している。アマネムジャーニーを通してより深く伊勢志摩を体験することができる。 ●「海女さんと海に潜る」：ベテランの海女さんと一緒に潜り、海女さんが獲物を捕らえる漁を間近に見学し、志摩の文化を体験。海女小屋を模した小屋で、海女さんとお話しながら魚介の炭火焼きを楽しめる。 ●「伊勢神宮と御食国を巡る食文化を知る」：日別朝夕大御饌祭が１５００年前から今も毎日続いている。外宮の参拝後にアワビがゆの朝食、おぼろ昆布作り、かつては神宮の御塩も採られていたという海岸の海水からの天然の塩作り見学、大王町波切で鰹いぶし小屋見学で鰹節ご飯をいただくなど、神様に備えた食材を巡り、御食国、伊勢志摩伝統の豊かな自然と食文化に触れる旅を楽しむ。 ●さとうみ庵：アマネムの正面に見えるさきしま半島内の志摩町越賀にある「さとうみ庵」。あづり浜のすぐそばにあり、海女小屋でのひとときの後は散策もおすすめ。ボートに乗って訪ねることも可能。 ●利き酒体験：利き酒師が紹介する三重の酒米「神の穂」と水から作られた様々な日本酒を味覚、嗅覚、視覚で楽しむ。 ●利き茶体験：三重県松阪市のお茶屋さんが、自家栽培している数種類のお茶を紹介してもらい、味の違いを感じることが出来る。	**三重県鳥羽市 三重県志摩市**	●リアス海岸を特徴とした豊かな自然と美しい景観が残されており、陸域からの栄養により育まれた豊かな藻場では、約1,200年以上前から、素潜りでアワビやサザエなどの水産物を漁獲する海女漁が営まれてきた。鳥羽及び志摩地域の海女は、伊勢神宮との関係性も含め、古来より継承されてきた。現在の海女の数は約750人と全国でも群を抜いて多い。2017年3月には、その歴史的・文化的価値が認められ、「鳥羽・志摩の海女漁の技術」として国の重要無形民俗文化財に指定された。 ●縄文時代の鳥羽市浦村の白浜遺跡からは、アワビの貝殻などが出土。アワビは、海に潜らないと採れないため、そのころから素潜り漁があったのではないかと考えられている。奈良の平城京に運ばれた貢納物の荷札には、現在の志摩市大王町波切から、西暦７４５年にアワビが都へ運ばれたことが記されたものがあり、『万葉集』でも、大伴家持や山上憶良が、海女漁の様子を歌に詠んでいる。	●海女さんとのふれあい	●地域独自性	海女：7時間 御食国：10時間30分 さとうみ庵：3時間 利き酒：90分 利き茶：90分		2016年～	https://www.amanemu.com/ja-jp/resorts/amanemu/experiences/amanemu-journeys	
							重要無形民俗文化財「鳥羽・志摩の海女漁の技術」	海女：2名 132,000円/御食国：2名 182,400円/さとうみ庵2名 26,000円/利き酒：1-6名 25,000円/利き茶：90分 25,000円	AMANEMU - 志摩リゾートマネジメント株式会社　・海女小屋体験施設さとうみ庵	Japan Travel	https://www.japan.travel/jp/spot/1203/	
23	観光特化型 体験提供事業者	**志摩観光ホテル 海女小屋体験施設さとうみ庵 鰹いぶし小屋**	●「海女さんと潜ろう（夏季のみ）」：三千年の歴史を持つ伊勢志摩の海女文化に触れる。現役海女さんと海女漁体験。一緒に潜るツアーと、船の上から見学できるツアーがある。海女漁は各地で担い手が減少する中、三重県では現在約800人が活躍中。その数は日本一で「鳥羽・志摩の海女漁の技術」は、2017年3月に国の「重要無形民俗文化財」に指定された。 ●「海女小屋体験施設さとうみ庵」：海女さんから海女漁の話を聞きながら、伊勢志摩の海で獲れた新鮮な魚介類を堪能。 ●「鰹節いぶし小屋見学」：現役の古式 鰹いぶし小屋で学び体験。今も昔ながらの製法（古式 手火山製法)で作り続けている「波切節」を通じて、志摩の自然と商人の歴史を学ぶ。	**三重県志摩市**	●リアス海岸を特徴とした豊かな自然と美しい景観が残されており、陸域からの栄養により育まれた豊かな藻場では、約1,200年以上前から、素潜りでアワビやサザエなどの水産物を漁獲する海女漁が営まれてきた。鳥羽及び志摩地域の海女は、伊勢神宮との関係性も含め、古来より継承されてきた。現在の海女の数は約750人と全国でも群を抜いて多い。2017年3月には、その歴史的・文化的価値が認められ、「鳥羽・志摩の海女漁の技術」として国の重要無形民俗文化財に指定された。 ●縄文時代の鳥羽市浦村の白浜遺跡からは、アワビの貝殻などが出土。アワビは、海に潜らないと採れないため、そのころから素潜り漁があったのではないかと考えられている。奈良の平城京に運ばれた貢納物の荷札には、現在の志摩市大王町波切から、西暦７４５年にアワビが都へ運ばれたことが記されたものがあり、『万葉集』でも、大伴家持や山上憶良が、海女漁の様子を歌に詠んでいる。	●海女さんとのふれあい ●地域独自性		海女漁：約2時間 さとうみ庵基本コース：約1時間半 いぶし小屋：見学1時間		1951年～	https://www.miyakohotels.ne.jp/shima/activity/	
							重要無形民俗文化財「鳥羽・志摩の海女漁の技術」	海女漁：22,000円 さとうみ庵基本コース：2名お一人様4,950円 いぶし小屋：大人2,000円	株式会社近鉄・都ホテルズ・伊勢志摩ツーリズム・海女小屋体験施設さとうみ庵・かつおの天ばく まるてん有限会社	Japan Travel	https://www.japan.travel/jp/spot/1203/	
24	神社仏閣・文化芸術施設	**三井寺 頓宮大茶園 近江茶丸吉**	●創建から約1300年、格式の高い「三井寺」で行う、「名勝史跡の庭で行う座禅」「過去にたった1度だけ公開された三重塔の見学」「観音堂での護摩祈祷」「祭事の演者しか上がることのできない観月舞台への登台」などの貴重な文化体験。 ●「ほうじ茶体験」では、茶園を訪れ、ほうじ茶の飲み比べ、茶園の代表のアドバイスを受けながらゲスト自ら茶葉を焙煎、オリジナルブレンド茶づくりなど日本茶発祥の地・滋賀県の伝統を実感することができる。 ●一日一組限定＆一棟貸しの宿坊でプレミアムなおもてなし。宿坊の夕食はゲストのリクエストに応じて注文できる多彩なプランを取りそろえ、仏教の戒律に基づいた精進料理や寿司職人のケータリング、名割烹の仕出し料理、滋賀県を拠点に活動する気鋭の料理人集団「日本庖丁道 清和四條流」による、演舞付き特別夕食などがある。	**滋賀県大津市・甲賀市**	●滋賀県の食文化は琵琶湖を中心に湖南、湖北、湖東、湖西の4つの地域に分かれている。滋賀県は、琵琶湖をはじめ、愛知川の源流にあたる鈴鹿の水脈から豊富な水資源に恵まれています。そのため、アユ・ビワマス・セタシジミなどの湖魚を捕る漁業や、稲作を中心とした農業が盛ん。近江米から米麹を作り、独自の発酵技術を用いた「熟れ鮨」や味噌、漬物、日本酒などの名産品も生まれた。			1泊2日	関西観光本部 Exclusive Expeditions	2017年～	https://www.the-kansai-guide.com/ja/exclusive-expeditions/course/shiga/	
							国宝「勧学院客殿」、「光浄院客殿」（ともに非公開）	1名 375,000円～	三井寺（天台寺門宗総本山園城寺）/株式会社マルヨシ近江茶	Japan Travel	https://www.japan.travel/jp/spot/1063/	

（1）先行する食文化を題材とした観光の調査・分析　優良事例リスト

＜事例収集の視点＞
❶ 2019年から食文化を題材としたプログラムがあること
❷ 食文化を題材としたプログラムは、今後もその継続性が見込まれること
❸ 食文化を題材としたプログラムは、他の地域等への汎用性が高いこと
❹ 食文化を題材としたプログラムにより高い収益を上げ
❺ 食文化を題材としたプログラムは、その食文化を毀損
❻ 訪日外国人に好まれていること

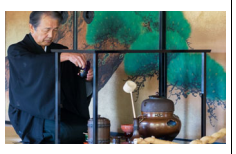
【事業分類 選択肢】
レストラン・飲食店・料亭
観光特化型 体験提供事業者
農業・漁業・醸造・酒造・製造業
観光開発・プロデュース・コンサルティング企業
神社仏閣・文化芸術施設

No.	分類	施設等の名称	プログラム内容	地域	特色	訪日外国人にとっての魅力要素 特に人気を得ていた国・地域	訪日外国人受入時の課題 関連文化財等	滞在時間の目安 体験にかかる費用	プログラムの企画・運営主体 関係事業者	実施期間 情報提供者	プログラムのHP等のURL プログラムを紹介するサイト名・URL	写真
25	レストラン・飲食店・料亭	**菊乃井**	●世界で最も有名な日本料理のレストランの1つである菊乃井は、1912年に現在の3代目の料理人である村田吉弘の祖父によって創業された。料理長自ら船をモチーフにした部屋と、明治維新の立役者である伊藤博文公が愛用した部屋が2階奥にあり、一室だけ洋風でありながら、ヨーロッパの骨董品やフランスのステンドグラス、100年前のベルシャ絨毯、ナポレオン三世の時代の椅子など、菊乃井のスタイルにぴったりと合うほど美しく整えられている。菊乃井への訪問は、美術館を散歩しているような気分になる。菊乃井の四季折々の逸品を生み出す秘訣の一つは、料理人が食材の産地に足を運ぶこと。料理はすべて魯山人の器で提供される。サービススタッフは英語に非常に精通しており、中国語に堪能なスタッフもいる。	**京都府京都市東山区**	●京都市は日本を代表する「ものづくり都市」であり多種多様な企業が集積している。この地域は、千年以上にわたって都であり、西陣織、京友禅、京焼・清水焼などの伝統産業から先端産業まで様々な産業を輩出するとともに、良質で豊富な地下水を利用した伏見の清酒や京湯葉、京菓子などの食品産業も長い歴史を誇っている。伝統と技術の蓄積を有し、我が国の国土軸の要衝に当たり、さらに巨大な消費地を抱える当地域は、産業集積の諸条件に優れている地域である。 ●懐石料理：懐石料理は、町人や武家たちの間で、わび茶の様式や思想の影響を受けて発展した。一般的には、茶事や茶会の席で提供されてる。空腹状態で濃茶を飲むと、お茶の味がわからず、充分に楽しむことができないといったことがあっていけないため、懐石料理がもてなしの料理としてふるまわれた。懐石料理の「懐石」とは、温石を懐に抱いてお腹を温めることで、空腹をしのぐ料理、という意味合いから懐石と呼ばれている。	●料理や器の芸術性 欧米	●訪日外国人にとって馴染みのない味や食べ物を食す難しさ 登録無形文化財「京料理」	昼12：00～12：30までの入店 夜17:00～19:30までの入店 昼懐石14,300円～ 懐石22,000円～	株式会社 菊の井	創業1912年 JTB Global Marketing and Travel	https://kikunoi.jp/kikunoiweb/top	
26	レストラン・飲食店・料亭	**料亭　左阿彌**	●左阿彌が建立された元和元年。西暦では1615年であり、今から400年程昔になる。織田信長の甥である織田頼長により、安養寺の末寺として建てられた。六阿彌のうち左阿彌のみが今に至るまで料亭として残った。料理は吟味した素材を、手間を惜しまず丁寧に仕上げた料理は、いずれも和食の「真髄」が感じられるものばかり。コクと旨み、奥行きのあるその味わいは、旬の素材が秘めた力を極限まで引き出す。お昼の花御膳、お昼の京懐石、京懐石などのラインナップがある。	**京都府京都市東山区**	●京都市は日本を代表する「ものづくり都市」であり多種多様な企業が集積している。この地域は、千年以上にわたって都であり、西陣織、京友禅、京焼・清水焼などの伝統産業から先端産業まで様々な産業を輩出するとともに、良質で豊富な地下水を利用した伏見の清酒や京湯葉、京菓子などの食品産業も長い歴史を誇っている。伝統と技術の蓄積を有し、我が国の国土軸の要衝に当たり、さらに巨大な消費地を抱える当地域は、産業集積の諸条件に優れている地域である。 ●懐石料理：懐石料理は、町人や武家たちの間で、わび茶の様式や思想の影響を受けて発展した。一般的には、茶事や茶会の席で提供されてる。空腹状態で濃茶を飲むと、お茶の味がわからず、充分に楽しむことができないといったことがあっていけないため、懐石料理がもてなしの料理としてふるまわれた。懐石料理の「懐石」とは、温石を懐に抱いてお腹を温めることで、空腹をしのぐ料理、という意味合いから懐石と呼ばれている。	●料理や器の芸術性 欧米	●訪日外国人にとって馴染みのない味や食べ物を食す難しさ	昼11時～14時 夜17時～21時30分 昼　7,475円～ 夜　12,650円～	料亭　左阿彌	料亭創業1849年 JTB Global Marketing and Travel	https://www.saami.jp/#home	
27	レストラン・飲食店・料亭	**萬亀楼**	●創業享保7年(1722年)、御所で食された「有職(ゆうそく)料理」をいまに伝える歴史ある老舗料亭。平安時代から宮中でおめでたい日に行われてきた『生間流式庖丁』の30代目家元でもある。この式庖丁とは、大きな俎板の上で三烏五魚と呼ばれる魚や鳥を直接手を触れることなく庖丁刀と真名箸で切り分け瑞祥表現する一子相伝の儀式である。伝統を守りながらも、現代風にアレンジされた繊細で、奥深い味わいを楽しんでもらえるよう日々工夫を凝らし、ミシュラン2つ星を獲得している。	**京都府京都市右京区**	●京都市は日本を代表する「ものづくり都市」であり多種多様な企業が集積している。この地域は、千年以上にわたって都であり、西陣織、京友禅、京焼・清水焼などの伝統産業から先端産業まで様々な産業を輩出するとともに、良質で豊富な地下水を利用した伏見の清酒や京湯葉、京菓子などの食品産業も長い歴史を誇っている。伝統と技術の蓄積を有し、我が国の国土軸の要衝に当たり、さらに巨大な消費地を抱える当地域は、産業集積の諸条件に優れている地域である。 ●懐石料理：懐石料理は、町人や武家たちの間で、わび茶の様式や思想の影響を受けて発展した。一般的には、茶事や茶会の席で提供されてる。空腹状態で濃茶を飲むと、お茶の味がわからず、充分に楽しむことができないといったことがあっていけないため、懐石料理がもてなしの料理としてふるまわれた。懐石料理の「懐石」とは、温石を懐に抱いてお腹を温めることで、空腹をしのぐ料理、という意味合いから懐石と呼ばれている。	 登録無形文化財「京料理」	昼12時～15時 夜17時～21時 京懐石12,650円～ 有職料理44,275円～ 式庖丁88,000円	有限会社　萬亀楼	1722年～	https://www.mankamerou.com/about/history/	
28	神社仏閣・文化芸術施設	**仁和寺**	●真言宗御室派の総本山仁和寺は、代々皇族関係者が門跡を務めたことでも知られる格式高い寺院。皇族にふさわしい誂えがそろい、数多くの宝物を所有。平安時代から文化サロンとしての役割を果たしていた仁和寺が、2018年より「宿坊」という新たな形でその役目を復活。夕暮れとともに寺の門が閉まると、貸切状態の境内で、世界遺産の金堂、御本尊などを住職と巡り、夕食には、京懐石や精進料理を味わうことができる。「1泊100万円の宿坊」として、富裕層でも満足できるように宿坊の『松林庵』を改修したことで、一般拝観時間外の夕方から次の日の朝まで、境内を舞台にした日本文化体験を存分に味わうことができるプログラムを形成。利用料の一部は、文化財や伝統技能の保護・継承に充てられている。雅楽や舞楽・茶道・生け花などの文化体験をオプションで楽しむことも可能。	**京都府京都市右京区**	●京都市は日本を代表する「ものづくり都市」であり多種多様な企業が集積している。この地域は、千年以上にわたって都であり、西陣織、京友禅、京焼・清水焼などの伝統産業から先端産業まで様々な産業を輩出するとともに、良質で豊富な地下水を利用した伏見の清酒や京湯葉、京菓子などの食品産業も長い歴史を誇っている。伝統と技術の蓄積を有し、我が国の国土軸の要衝に当たり、さらに巨大な消費地を抱える当地域は、産業集積の諸条件に優れている地域である。	 ・世界遺産「古都京都の文化財」仁和寺 ・登録無形文化財「京料理」	1泊2日 一般： 一泊100万円（雅楽奏者1名7万円～、夕食1名15,000円～、生け花1名5万円～）	真言宗御室派総本山仁和寺	2018年～ Japan Travel	https://www.japan.travel/en/heritage-stays/temple-stays/ninna-ji-temple/	
29	神社仏閣・文化芸術施設	**Tea Ceremony Camellia GARDEN**	『Private Tea Ceremony by the UNESCO World Heritage Site（ユネスコ世界遺産によるプライベートティーセレモニー）』 ●禅の石庭で有名なユネスコ世界遺産の龍安寺の禅寺に隣接する茶室で茶道の文化と歴史を学ぶ。 ●美しい日本庭園を見下ろす築100年の建物で茶道体験。 ●オプションで着物をレンタルし、臨場感を味わえる。	**京都府京都市右京区**	●京都市は日本を代表する「ものづくり都市」であり多種多様な企業が集積している。この地域は、千年以上にわたって都であり、西陣織、京友禅、京焼・清水焼などの伝統産業から先端産業まで様々な産業を輩出するとともに、良質で豊富な地下水を利用した伏見の清酒や京湯葉、京菓子などの食品産業も長い歴史を誇っている。伝統と技術の蓄積を有し、我が国の国土軸の要衝に当たり、さらに巨大な消費地を抱える当地域は、産業集積の諸条件に優れている地域である。	●地域独自性 ●自国の文化との親和性 ●参加型体験 ●季節性 欧米豪	●英語人材の不足 ●受入環境の未整備によるオペレーションの煩雑さ ●予約受入期間が短いことによる機会損失 世界遺産「古都京都の文化財」大雲山龍安寺	1.5時間 8,000円～	Tea Ceremony Camellia GARDEN	2019年～ byFood	https://www.byfood.com/experiences/private-tea-ceremony-by-the-unesco-world-heritage-site-530	
30	農業・漁業・醸造・酒造・製造業	**増田徳兵衛商店(月の桂)**	●1675年（延宝3年）創業。創業当時は、平安京造営にともない羅生門からまっすぐ南へ伸びるようにつくられた「鳥羽作道」に面した場所に酒蔵と母屋をもち、酒屋「増田徳兵衛」と米屋「米屋弥兵衛」のふたつの屋号で商いをしていた。「月の桂」と言えばにごり酒が有名で元祖蔵元だが、東京大学で教鞭をとっておられた坂口謹一郎先生という、「酒の神様」と称される方が、「昔なつかしいどぶろくを飲みたい」という声を上げたことにより、先代が、国税局の立ち会いのもと、どぶろくのように美味しいけれどもどぶろくではないお酒の製法について研究を始めることなった。どぶろくは、「もろみ」そのもので、もろみを布で濾して酒粕と分離させた液体が清酒だが、もろみ独特の旨味や舌触りなどをできる限り残すことを目指して議論を重ね、もろみを布ではなくザルで濾すという発想の転換をしながら試行錯誤を重ね、昭和41年に"にごり酒"という新しいジャンルを確立した。江戸時代後期には京から西国へと向かう公家の中宿も務めるようになり、「月の桂」の銘は、ご縁のあった公家、姉小路有長（あねのこうじありなが）が「かげ清き月の嘉都良の川水を夜々汲みて世々に栄えむ」と詠んだ歌にちなんでいる。 ●衛生管理上、一般客の蔵見学及び試飲は実施していない。	**京都府京都市伏見区**	●京都の日本酒：伏見は豊臣秀吉の伏見城築城をきっかけに酒造りが盛んになり、江戸時代には水陸交通の中心として発展し、明治中期から大正時代にかけて日本有数の酒どころとなった。伏見の日本酒造りを古くから支えているのが、伏水（ふしみず）と呼ばれている質の良いわき水。ミネラル分をバランスよく含んだ中硬水の伏水で造られたお酒は、きめ細かな口当たりとほんのりとした甘さが特徴で、デリケートで雅びやかな京料理との相性◎、まろやかでソフトな味わいから、伏見の日本酒は「女酒」と呼ばれている。	●日本のイメージ・日本でしかできない体験 欧米	●酒造りの期間の見学が難しく、中小規模の酒蔵も多いため人材等の受入環境 ●見学のできる春から秋は実際の動画見学となり迫力に欠けてしまう 登録無形文化財「伝統的酒造り」	通常非公開 通常非公開	株式会社増田徳兵衛商店	創業1675年 JTB Global Marketing and Travel	https://tsukinokatsura.co.jp/	

（1）先行する食文化を題材とした観光の調査･分析　優良事例リスト

＜事例収集の視点＞
❶ 2019年から食文化を題材としたプログラムがあること
❷ 食文化を題材としたプログラムは、今後もその継続性が見込まれること
❸ 食文化を題材としたプログラムは、他の地域等への汎用性が高いこと
❹ 食文化を題材としたプログラムにより高い収益を上げ
❺ 食文化を題材としたプログラムは、その食文化を毀損
❻ 訪日外国人に好まれていること

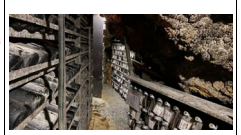
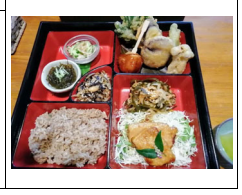
【事業分類 選択肢】
レストラン・飲食店・料亭
観光特化型 体験提供事業者
農業・漁業・醸造・酒造・製造業
観光開発・プロデュース・コンサルティング企業
神社仏閣・文化芸術施設

No.	分類	施設等の名称	プログラム内容	地域	特色	訪日外国人にとっての魅力要素	訪日外国人受入時の課題	滞在時間の目安	プログラムの企画・運営主体	実施期間	プログラムのHP等のURL	写真
						特に人気を得ていた国・地域	関連文化財等	体験にかかる費用	関係事業者	情報提供者	プログラムを紹介するサイト名・URL	
31	神社仏閣・文化芸術施設	**一保堂茶舗 清水寺 仁和寺・松林庵 天ぷら 圓堂 岡ざき邸 平安神宮 尚美館**	●日本を代表する茶専門店「一保堂茶舗」にて日本茶のワークショップ。 ●京都が誇る「清水寺」「仁和寺」へ参拝。通常非公開の壁一面に御仏の彫像が敷き詰められた「多宝閣」、格式の高い「成就院」の庭園など、貴重な特別拝観あり。 ●夕食は茶懐石の名店「懐石辻留」より届けられた、季節の移ろいを感じるメニューを雅な御殿「宸殿（しんでん）」にていただく。 ●朝6時半から行われる勤行を終えたら精進料理や洋食ほか、お好みのメニューを選んで朝食をいただく。 ●通常は非公開の平安神宮「尚美館」において、織部流扶桑派家元が特別なお点前を披露。 ●由緒ある能楽堂を貸し切って、世界最古の舞台芸術・能楽のすばらしさを鑑賞。	**京都府**	●良質の水と肥沃な土壌に恵まれ、自然との共生を大切にしてきた京都は、消費地である都市部と生産地である農村部が近接し、食を通じた循環を作り出し、その中で、仏教思想とも相まって、野菜を中心とした食文化を育むとともに、都であった京都には、琵琶湖や近海だけでなく遠く北海などから水産物が運ばれ、海から離れていたことが製造技術や調理法に創意工夫をもたらし、京都の食文化を発展させた。京の食の特徴：①暮らしにメリハリをつけるハレとケの使い分け②ご飯を主食とした一汁三菜が基本③旬の野菜を中心に乾物や大豆加工品、漬物などの上手な組み合わせ④食材の持ち味を引き出す出汁をベースに健康的⑤悠久の歴史の中で洗練された、五色、五味、五法を五感で愉しむ料理			1泊2日	関西観光本部 Exclusive Expeditions	2017年～	https://www.the-kansai-guide.com/ja/exclusive-expeditions/course/kyoto/?fid=glt	
							・登録無形文化財「京料理」 ・世界文化遺産「古都京都の文化財」清水寺、仁和寺 ・重要文化財「平安神宮」	2名 3,789,400円～	株式会社一保堂茶舗/音羽山 清水寺/真言宗御室派総本山 仁和寺/株式会社圓堂/平安神宮	Japan Travel	https://www.japan.travel/jp/spot/2199/	
32	観光特化型 体験提供事業者	**菊正宗酒造記念館**	人気の姫路城へアクセスする導線として、神戸に立ち寄る訪日旅行者がコロナ以前は多くいた。神戸市内の灘地域は、古くから日本酒の醸造が盛んに行われており、いわゆる「灘五郷」と呼ばれる老舗の酒造が多く存在する。その多くが展示施設や試飲のできる直営店などを運営し、酒蔵めぐりのイベントもしばしば開催され、手軽に日本酒の歴史や酒類、醸造過程について学べることから、様々な旅行会社でHalf Day/One Day Nada Sake Brewery Tourが販売され、インバウンド層が多く訪れている。菊正宗酒造の創業者である本嘉家本宅屋敷内に建てられた菊正宗酒造記念館では、国の重要有形民俗文化財に指定されている「灘の酒造用具」が展示され、酒造りの歴史や文化について学ぶことができる。	**兵庫県神戸市**	●兵庫県の日本酒：兵庫県は酒造業が盛んであり、県内各地に80近い酒蔵があり全国の27%にあたる年間約145,000KL（2016年度）の日本酒を製造している。県内には「灘の生一本」で有名な日本一の酒どころ灘五郷、江戸期から今なおその名声を維持している伊丹、酒米の王者「山田錦」の一大産地で気候風土にも恵まれ芳醇な酒を造り出す播磨、伝統技術を守り続け高い評価を得ている淡路、豊かな自然と「丹波杜氏」のふる里でもある丹波・篠山、日本海の豊富な恵みに育まれた北兵庫など特色ある地域が多く、そこで造られるお酒は、郷土色豊かな香りや味わいのある多様な日本酒となっている。			9：30～ 16：30		1960年～	https://www.kikumasamune.co.jp/kinenkan/	
							重要有形民俗文化財「灘の酒造道具」	入館料：無料	菊正宗酒造	Japan Travel	https://www.japan.travel/jp/spot/21/	
33	観光特化型 体験提供事業者	**棚田の宿 さゝゆり庵**	●「ミシュランガイド奈良2017特別版」でも紹介された場所で、伝統的な茅葺古民家は外国人に人気。食事は、いろりを囲んで食べる伊賀牛しゃぶしゃぶ&ステーキやミシュラン星レストラン"万惣"のシェフ長田耕爾がその時々の旬の素材の持つ味を最高に引き出した料理「和食＝washoku」を提供している。地元料亭の料理などの様々なプランから選択できる。 更にささゆり庵ではワークショップを用意しており、忍者体験やトレッキングなどのエコツアーや伊賀焼窯元「長谷園」で伊賀焼体験や「登録有形文化財の16連房旧登り窯」の見学ができる。ささゆり庵で提供している「囲炉裏特別料理」には「長谷園」の「微煙陶炉やきやきさん」「陶板鍋タジン鍋　ふっくらさん」「炊飯土鍋　かまどやさん」を使用して料理の味を更に引き立てている。 ●国内外の旅行者、なかでも富裕層をターゲットに、ヘリコプターを使っての"聖地巡礼"-世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」の旅のプランを企画。	**奈良県宇陀市**	●奈良、大和は国のまほろばと言われ、日本の食文化の発祥の地。茶、うどん、清酒、まんじゅう、豆腐などは奈良にルーツを持つ食材で、これらは日本の食生活に欠かせないもの。昔から西の竹ノ内街道、南の熊街道、東の伊勢街道を経て入ってくる魚介類をも生かした奈良の食文化が形成された。このような奈良の食が、お惣菜などとして日本各地の郷土料理の源になっていると思われる。			1泊～		2017年～	https://sasayuri-ann.jp/ZAO/RES/workshop/index.html	
							登録有形文化財「長谷園登り窯」	囲炉裏特別料理　7,000円～ /ミシュラン星シェフ出張LIVE COOKING 28,000円/地元料亭の料理12,000円～	ベンチャーケミカル株式会社	Japan Travel	https://ja.japantravel.com/%E5%A5%88%E8%89%AF/%E3%81%95%E3%81%95%E3%82%8A%E5%BA%B5-%E6%A3%9A%E7%94%B0%E3%81%AE%E5%AE%BF/26105	
34	神社仏閣・文化芸術施設	**高野山温泉 福智院**	●高野山には古くから大勢の方がお参りに来られ、山内の塔頭寺院が営む宿坊に泊まるのが通例。現在でも52の宿坊があり、年間を通じて多くの参詣者を受け入れている。福智院（Fukuchiin）では、高野山での滞在を心地よく、また、思い出深いものにするため山内唯一となる天然温泉と露天風呂をはじめ、各種設備を整えている。毎朝6時から勤行（お勤め）を行っており、どなたでも自由に参加できる。参詣者は各家のご先祖様のご供養（回向）や祈願の申し込みをするのが古くからの慣わし。トイレなしのスタンダードな部屋から、重森三玲氏の手による表庭、または中庭の見えるお部屋もある。地産の旬の野菜にこだわり、高野豆腐、金山寺わさびなど高野山ならではの精進料理を楽しめる。“加持祈祷、護摩供養”、写経・写仏、宝来・念珠作りが宿泊すると体験できる。気軽に参加いただけるよう専用の部屋を用意。	**和歌山県伊都郡高野町**	●高野山真言宗の聖地高野山を中心とする町で、貴重な文化財・建造物・名所が数多く存在する。いまからおよそ1200年前の高野山開創から明治初年まで寺領として管理され、明治4年廃藩置県によって和歌山県に属した。町の中心である高野山上は、町人口の約70%を占め、産業、文化、経済の中心地であり、またわが国有数の山岳仏都、観光の町として発展している。 ●精進料理：精進料理とは、一言でいえば肉や魚などの「なまぐさ」を使わない料理。塗の御膳にたくさんの品々が並び、見た目にも豪華。高野山の精進料理のルーツは「振舞料理」。平安時代から皇族や大名の参詣をはじめ、全国から参拝に来られる檀信徒に対して、ようこそお越しくださいました、という気持ちを込めて料理をお出しする、その伝統が脈々と受け継がれた料理。	●アクセスの良さ(関空の近く) ●宿泊施設のインフラ◎ ●朝の御勤めなど体験性の高さ	●日本食文化の魅力発信	1泊2日～		816年開創	https://www.fukuchiin.com/	
						欧米豪		13,500円～	高野山温泉　福智院	日本旅行		
35	神社仏閣・文化芸術施設	**恵光院**	●高野山最大級の宿坊スイートルームがあり、特別室「月輪（がちりん）」は、100平米の客室に広々としたベッドルーム、プライベートな半露天風呂と庭園を備えたラグジュアリースイート。客室内の和室には吉本英樹氏が手がける特大アート作品を常設。歴史と伝統を感じられる高野山の宿坊で、ゆっくりとくつろぎながら、非日常のひとときを過ごす。毎朝7時よりご本尊の阿弥陀如来を中心に不動明王・弘法大師・両界曼荼羅をお奉りし、毎朝精霊の供養を執り行っている。朝勤行に続いて、毎朝毘沙門堂にて護摩祈祷を修している。毎日40分程度、宿泊客は無料で密教における瞑想法の阿字観を体験できる。部屋で写経をすることも体験可能。高野山の長い歴史とともに受け継がれてきた精進料理は、五法(生・煮・焼・揚・蒸）五味(醤油・酢・塩・砂糖・辛）五色(赤・青・黒・黄・白)という調理法を現在まで引き継ぎ、恵光院では「振舞料理」という、僧侶の儀式など後に振る舞われた宴席料理を提供している。野菜や海藻、豆類、山菜などをたっぷり使ったヘルシーな料理でベジタリアンやヴィーガンの方にも楽しんでもらえる。高野山在住の僧侶（金剛峯寺境内案内人有資格者）がガイドをしてくれるナイトツアーもあり、2時間ほどのツアーで、奥之院の参道をゆっくり歩くことができる。	**和歌山県伊都郡高野町**	●高野山真言宗の聖地高野山を中心とする町で、貴重な文化財・建造物・名所が数多く存在する。いまからおよそ1200年前の高野山開創から明治初年まで寺領として管理され、明治4年廃藩置県によって和歌山県に属した。町の中心である高野山上は、町人口の約70%を占め、産業、文化、経済の中心地であり、またわが国有数の山岳仏都、観光の町として発展している。 ●精進料理：精進料理とは、一言でいえば肉や魚などの「なまぐさ」を使わない料理。塗の御膳にたくさんの品々が並び、見た目にも豪華。高野山の精進料理のルーツは「振舞料理」。平安時代から皇族や大名の参詣をはじめ、全国から参拝に来られる檀信徒に対して、ようこそお越しくださいました、という気持ちを込めて料理をお出しする、その伝統が脈々と受け継がれた料理。	●アクセスの良さ(関空の近く) ●宿泊施設のインフラ◎ ●朝の御勤めなど体験性の高さ	●日本食文化の魅力発信	1泊2日～		8世紀ごろ廻向院として建立 恵光院：1704年～	https://www.ekoin.jp/	
						欧米豪		38,000円～	恵光院	日本旅行		
36	観光特化型 体験提供事業者	**カラコロ工房 「匠の館」**	●カラコロ工房の建物は、建築家長野宇平治氏の設計により、昭和13年に「日本銀行松江支店」として建てられたものに改築・増築を施し、新しく「匠の館」として2000年春に開館。職人さんの手ほどきを受けながら、「きんとん」と「練りきり」を各１個作る。松江の代表銘菓「若草」一つを合わせて、合計３個を持ち帰ることができる。できたばかりの和菓子は、やわらかくて風味も高く格別の味わい。	**島根県松江市**	松江は京都、金沢と並び日本三大菓子、茶処として知られている。これも大名茶人であった松江藩松平家 7 代藩主・松平治郷（不昧公）が茶道「不昧流」を大成させたことで、茶の湯文化が浸透したと言われている。不昧公が茶会で使われた和菓子や茶道具などは「不昧公好み」として今も受け継がれ、四季の移ろいを感じながらゆったり過ごす「お茶のひとときし」が今日も息づいている。	●季節性（端午の節句などの文化性） ●伝承されてきた技	●日本食文化の魅力発信	40分		創業2000年	https://www.karakoro-kobo.com/experience/f0_01_1.html	
						欧米豪	・登録有形文化財「カラコロ工房（旧日本銀行松江支店）」 ・登録無形文化財「菓銘をもつ生菓子（煉切・こなし）」	1,500円	カラコロ工房	日本旅行		

（1）先行する食文化を題材とした観光の調査・分析　優良事例リスト

＜事例収集の視点＞
❶ 2019年から食文化を題材としたプログラムがあること
❷ 食文化を題材としたプログラムは、今後もその継続性が見込まれること
❸ 食文化を題材としたプログラムは、他の地域等への汎用性が高いこと
❹ 食文化を題材としたプログラムにより高い収益を上げ
❺ 食文化を題材としたプログラムは、その食文化を毀損
❻ 訪日外国人に好まれていること

【事業分類 選択肢】
レストラン・飲食店・料亭
観光特化型 体験提供事業者
農業・漁業・醸造・酒造・製造業
観光開発・プロデュース・コンサルティング企業
神社仏閣・文化芸術施設

No.	分類	施設等の名称	プログラム内容	地域	特色	訪日外国人にとっての魅力要素 / 特に人気を得ていた国・地域	訪日外国人受入時の課題 / 関連文化財等	滞在時間の目安 / 体験にかかる費用	プログラムの企画・運営主体 / 関係事業者	実施期間 / 情報提供者	プログラムのHP等のURL / プログラムを紹介するサイト名・URL	写真
37	観光特化型 体験提供事業者	**NIPPONIA HOTEL 竹原 製塩町**	●ニッポニアサイトで宿泊先、日本の文化体験、食文化体験を組み合わせて選ぶことが出来る。 ●郷土料理「魚飯」：魚飯はお祝いなど大切な日に食べられる竹原の伝統的な郷土料理で、約400年の歴史を紡ぐ竹鶴家に代々伝わる伝統のレシピを特別に受け継ぎ、再現をした。 ●醤油づくり体験：1932年創業の歴史ある岡本醤油製造場にて、こだわりの昔ながらの醤油づくりの想いを聞きながら、櫂入れ作業を体験。 ● 塩づくり体験：竹原でかつて行われていた「流下式」の塩づくりを再現した施設で塩づくり体験。	**広島県竹原市**	●竹原市は、広島県沿岸部のほぼ中央に位置し、海と山に囲まれた地形は、美しい水と四季折々の味覚を育んでいる。瀬戸内海国立公園などの豊かな自然や、江戸時代に製塩業や酒造業で繁栄した面影をいまに伝える町並み「重要伝統的建造物群保存地区」を有するなど、歴史と文化に恵まれたまちでもある。 ●魚飯：身を焼いてほぐした白身魚と、錦糸卵、三つ葉、しいたけ、えび、のり、たけのこなどの彩りの良い具材をご飯に乗せ、その骨でだしをとった汁を加えて食べる料理。主な伝承地域である竹原市は古くは遠浅の海であったが、江戸時代に干拓され塩田が作られ、1650年から1970（昭和35）年まで約320年以上もの間「塩の町」として栄えた。塩田の持ち主は「浜旦那（はまだんな）」と呼ばれ莫大な富を得ており、その浜旦那がおもてなしや祭事の料理として好んで食べていたのが「魚飯」である。 ●国の重要伝統的建造物群保存地区：平安時代、京都・下鴨神社の荘園として栄えた歴史から、「安芸の小京都」と呼ばれる竹原。	 重要伝統的建造物群保存地区「竹原市竹原地区」	2.5時間 魚飯ランチコース 6,050円 醤油：3,000円 塩：2,000円	 NIPPONIA HOTEL	2019年～ Japan Travel	https://www.nipponia-takehara.com/activities/ https://www.japan.travel/en/heritage-stays/traditional-town-stays/nipponia-takehara-saltworks-town/	
38	農業・漁業・醸造・酒造・製造業	**佛蘭西屋 賀茂鶴酒造**	『Sake Tasting and Brewery Tour in Hiroshima（広島で酒の試飲と醸造所ツアー）』 ●このツアーでは、江戸時代から続く日本三大酒蔵のひとつである西条の街並みを散策し、なぜこの地で酒造りが盛んになったのかを学ぶ。普段は非公開の西条の酒蔵を特別に見学！蔵の中を歩きながら、蔵元の杜氏が現代の酒造りの工程を説明してくれる。 ●佛蘭西屋で旬の食材を酒、塩、胡椒でシンプルに味付けした美酒鍋を味わう。（美酒鍋、天井定食、魚定食などから選択） ●お土産購入後賀茂鶴酒造で杜氏による酒蔵見学。	**広島県東広島市**	●東広島市の西条は「兵庫の灘」「京都の伏見」と並び称される銘醸地で、赤い煙突と白壁の酒蔵が立ち並ぶ、風情ある町並みが美しい町である。この町で杜氏たちのまかない料理として生まれたのが「美酒鍋」だ。鶏や豚肉、白菜などを日本酒と塩こしょうなどの味付けで煮る鍋であるが、このシンプルな味付けは、利き酒に影響が出ないようにという杜氏ならではの工夫である。また名前の由来は、水仕事が多く仕事着がびしょ濡れになることが多かった蔵人を「びしょ」と呼ぶことから、「びしょ鍋」と言われ始め、近年になり「美酒鍋」という字があてられたという。今では毎年「酒まつり」で振る舞われ、地元の名物となっている。	●多種多様な日本酒の種類や飲み方を知れること 欧米豪	●地域の強みの見極めと適切なターゲティング ・登録無形文化財「伝統的酒造り」 ・登録有形文化財「賀茂鶴酒造三号蔵」他	4時間 10,800円～	Beauty Of Japan 佛蘭西屋/賀茂鶴酒造株式会社	2014年～ Beauty Of Japan	https://beauty-of-japan.com/tour/sake-tasting-and-brewery-tour-in-hiroshima/	
39	観光特化型 体験提供事業者	**蔆庵（ちいおり）**	●アレックス・カーが2012年に築300余年の年月を経て今も現存する茅葺き民家を現代に伝えたい、その思いをむねに宿泊施設として誕生させた。夕食には地元飲食店の特別メニューを蔆庵までケータリング、地場産の食材を使った郷土料理。 ●ごうし芋の山椒炒め・そば米雑炊・岩豆腐（祖谷特産の硬い豆腐です）・季節の山菜（うど、ふき、いたどり、わらびなど）・アメゴの塩焼き。	**徳島県西阿波地域（三好市）**	●徳島県には剣山山系の急峻な山岳地帯には高地集落を切り開き、伝統的な農法を展開する暮らしが今も残っている。祖谷地方の水はけの良い急峻な斜面で栽培されたジャガイモやソバ、吉野川や祖谷川などで取った川魚等を利用した郷土料理（そば米雑炊、でこまわし、ひら焼き等）がある。 ●雑穀食：徳島県西部の山間地域では平らな土地が少ないことから，集落は傾斜地に張り付くように点在している。この地域は米作には適さず、作物に対して均等に日光が当たる耕作地を広く確保できることから、傾斜地をそのまま畑として利用し、ヒエ、アワ、キビ、ソバ等の雑穀栽培が盛んに行われてきた。米の代わりに主食として地域の食生活を支えてきたソバや雑穀、独特の保存食や郷土料理が受け継がれており、この地ならではの食文化が形成されている。「そば米雑炊」は、そばの原料となるそばの実を、そのまま粒状で使い、野菜、キノコなどと一緒に煮た雑炊。この地域では毎日のように食べられている家庭料理	 夕食3,200円	問い合わせ 蔆庵（ちいおり）	2012年～ Japan Travel	https://www.chiiori-stay.jp/ https://www.japan.travel/en/japan-magazine/2102_how-a-hidden-valley-in-tokushima-has-become-a-haven-for-ecotourism/	
40	観光特化型 体験提供事業者	**高知城 竹林寺 ひろめ市場**	『地元ガイドと行く高知ハイライト1日ツアー』 ●時間がない旅行者は、この高知市の簡単なガイド付き日帰りツアーを楽しむことができる。陸上での時間が限られているクルーズ船の乗客にとって特に便利なプラン。 ●ガイドがホテルまたはバスターミナルでお出迎えし、地元の公共交通機関で市内の見所へお連れする。高知城、植物園、竹林寺などで日本の文化や歴史について学ぶことができる。ひろめ市場は約40店舗の飲食店や土産物店などの屋台が並ぶ大ホール。有名な「カツオのたたき」も楽しめる。味見前に塩とスライスしたにんにくをかけていただくのがおすすめ。	**高知県**	●林野面積は高知県総面積の84パーセントを占め、全国1位。お遍路さんに、道々でお茶やお菓子などで休憩してもらう"お接待"の文化に代表される「おもてなしの心」が根付いている。日本有数の歴史と規模を誇る街路市の日曜市は、地元民はもちろん、観光客とも明るいやりとりをする声が響く。 ●カツオのたたき：高知県の県魚であるカツオは、日常的に食べられている食材である。「かつおのたたき」は漁師が船上で食べていたまかないだったものが一般に伝わったとされている。保存技術のない時代、船上で鮮度が落ちたカツオを食べるために、"たたき"という料理法が発展したともいわれている。高知県では地域や集落によってこだわりやレシピが少しずつ異なる。たたき料理が盛んな高知県では地域によっては、ウツボなどの魚、肉やしいたけ、かぼちゃやなすなどのカツオ以外もたたきにして食べられる。また、野菜と魚を合わせたたたきもあり、アジとなすなど、旬の魚と野菜を組み合わせる。冠婚葬祭や神事に欠かせない「皿鉢料理」の定番の一品でもある。	 重要文化財「高知城」、「竹林寺本堂」、「竹林寺書院」	7時間 18,000円～	viator 高知県/竹林寺/有限会社ひろめカンパニー	2019年～ Japan guide	https://www.viator.com/tours/Kochi/Kochi-Highlights-Private-Day-Tour-with-local-guide/d4691-22178P48 https://www.japan-guide.com/ad/rural-kochi/	
41	レストラン・飲食店・料亭	**御花**	●料亭「集景亭」ダイニングでは柳川名物鰻のせいろ蒸しを中心に地元の旬の食材を味わうことができる。「お舟で朝食」を含んだ2食付の宿泊プランは2名1室68,380円～（時期によって変動あり）。料亭「集景亭」ダイニングは、「料亭のおもてなしを、気軽に愉しんでいただきたい」「柳川の豊かな自然に育まれた食文化を、もっと身近に感じていただきたい」そんな想いから生まれたお食事処「集景亭」では名勝「松濤園」の眺めと共に、季節の食材を活かした会席料理が堪能できる。地元の旬の食材を使い、一皿一椀、心を込めて作る季節感あふれる会席料理で、月替わりでお品書きが変わる。	**福岡県柳川市**	●うなぎは日本の食材歴史として古く「万葉集（7～8世紀）」の中にも登場するほど、日本でもなじみ深い食材となっている。 なお、うなぎ料理と一口に言っても、全国には「うな重」や「うな丼」、名古屋では「ひつまぶし」など全国でさまざまな食べ方をされており、柳川においては「うなぎのせいろ蒸し」と言う調理法で食されております。 「うなぎのせいろ蒸し」の起源は，「元吉七郎兵衛」が1600年代後半の江戸時代中期に「柳川の人の口に合う料理を！」と考案したのがきっかけだといわれています。柳川名物「うなぎのせいろ蒸し」は、柳川では元来「うなぎ飯」と呼ばれてきました。柳川の人々に親しみ深い「地元九州のあまい醤油」を使用し栄養価の高い「うなぎ」食材を食べやすくするため、ご飯にタレをまぶし、ふっくらと蒸し上げる調理を行い地元を中心に筑後地区に広まったとされている。	 ・名勝「立花氏庭園」 ・立花家史料館では重要文化財「立花家文書」等を展示	1泊～ 2名1室 68,380円～「集景亭」季節の会席 昼 6,050円～／夜 8,470円～	 株式会社　御花	創業1950年 Japan Travel	https://ohana.co.jp/pages/vip-tour https://www.japan.travel/jp/spot/773/	
42	農業・漁業・醸造・酒造・製造業	**金武鍾乳洞の古酒蔵 松藤蒸溜所**	『Flavors of Okinawa Tour: Awamori Cave, Tofuyo, Yagaji Island（沖縄の味覚めぐり：泡盛の洞窟・豆腐よう・屋我地島）』 ●蒸留酒を何年も熟成させる、現存する唯一の泡盛の洞窟を見学。 ●松藤蒸溜所で泡盛の作り方を学び、泡盛を試飲。 ●洞窟で熟成させた発酵豆腐である豆腐ようを試食。 ●歴史的建造物や景勝地に立ち寄りながら、風光明媚な屋我地島を訪れる。 ●古民家で本場の沖縄郷土料理を味わう。	**沖縄県国頭郡金武町**	●沖縄の食文化は、長い歴史や諸外国との交流の中で育まれた独特なもの。琉球とよばれた時代に、首里城で外国からのお客様をおもてなしするための宮廷料理が誕生。この宮廷料理の調理技術や作法は、明治時代以降は一般家庭にも広がった。一方、庶民の料理は、亜熱帯の厳しい自然環境のもとで、手に入る材料を用い、知恵を使い独特の料理を作った。それは、普段の食事で病気の治療や予防をするという「医食同源」の考え方で、栄養バランスの良い食事で、「クスイムン（薬になるもの）」や「ヌチグスイ（命の薬）」と言われてる。琉球料理はその「宮廷料理」と「庶民料理」の二つの料理を基礎として現在に受け継がれている。	●地域独自性 ●自国の文化との親和性 ●参加型体験 ●季節性 欧米豪	●英語人材の不足 ●受入環境の未整備によるオペレーションの煩雑さ ●予約受入期間が短いことによる機会損失	6時間 13,500円～	 有限会社インターリンク沖縄 株式会社 松藤	2019年～ byFood	https://www.byfood.com/experiences/flavors-of-okinawa-tour-awamori-cave-tofuyo-yagaji-island-494	 

（1）先行する食文化を題材とした観光の調査・分析　優良事例リスト

＜事例収集の視点＞
❶ 2019年から食文化を題材としたプログラムがあること
❷ 食文化を題材としたプログラムは、今後もその継続性が見込まれること
❸ 食文化を題材としたプログラムは、他の地域等への汎用性が高いこと
❹ 食文化を題材としたプログラムにより高い収益を上げ
❺ 食文化を題材としたプログラムは、その食文化を毀損
❻ 訪日外国人に好まれていること

【事業分類 選択肢】
レストラン・飲食店・料亭
観光特化型 体験提供事業者
農業・漁業・醸造・酒造・製造業
観光開発・プロデュース・コンサルティング企業
神社仏閣・文化芸術施設

No.	分類	施設等の名称	プログラム内容	地域	特色	訪日外国人にとっての魅力要素	訪日外国人受入時の課題	滞在時間の目安	プログラムの企画・運営主体	実施期間	プログラムのHP等のURL	写真
						特に人気を得ていた国・地域	関連文化財等	体験にかかる費用	関係事業者	情報提供者	プログラムを紹介するサイト名・URL	
43	観光開発・プロデュース・コンサルティング企業	**byFood**	株式会社テーブルクロスが運営するフードツーリズムプラットフォーム。株式会社テーブルクロスは、CSV(Creating Shared Value:共通価値の創造)と言われる利益と社会貢献を同時に実現している企業であり、フードツーリズムプラットフォーム「byfood.com」の運営、飲食店マーケティングコンサルティング事業、食×体験商品開発コンサルティング事業、海外向けプロモーション支援事業(動画作成、インフルエンサーマーケティング)等を展開している。 フードツーリズムプラットフォーム「byFood」は、全国にある日本食・食文化体験を訪日外国人の方に提供。欧米豪を中心とした外国人の方にも安心してサービスを使っていただくため、"ベジタリアン"や"ハラール"など、日本最大級となる食の検索エンジン、そして英語で予約から事前決済まで完結する機能を搭載している。	**東京都中央区**						2019年開始	https://www.byfood.com/	byFood TABLE CROSS 株式会社テーブルクロス
44	観光開発・プロデュース・コンサルティング企業	**DINING OUT**	2012年地域の素晴らしさを表現する新たな手法として、プレミアムな野外レストラン『DINING OUT』を創出。2016年、更なる地域の価値を創造するため、『ONESTORY』として新たにスタート。地域で出合ったひとつ=「ONE」と丁寧に向き合い、そこに潜む物語=「STORY」を表現。イベントビジネス、メディアビジネス、会員ビジネス、地域商材開発・販売ビジネス、著名料理人やシェフと生産者のマッチングプラットフォームビジネス、マーケティング・コンサルビジネスを手掛けている地域価値を創造する専門会社。	**東京都渋谷区**						創業2016年	https://www.onestory-media.jp/	DINING OUT 株式会社ONESTORY
45	観光開発・プロデュース・コンサルティング企業	**NIPPONIA**	株式会社NOTEは地域の暮らしの持続を目的として、その土地に根差した暮らしや文化、食文化、伝統芸能を継承していく事業に取り組んでいる。まちづくりは行政やボランティアが行うイメージが強かったが、持続可能な仕組みを構築したいという思いで事業化し、現代表が創業期の仲間と立ち上げた。2015年に、篠山城下町の中に点在する空き家を客室とした分散型ホテルとして「篠山城下町ホテルNIPPONIA」を開発。NIPPONIAは、まちづくりの取り組みで「なつかしくて、あたらしい、日本の暮らしをつくる」をビジョンとして掲げており、具体的には、町屋や茅葺民家、昔の銀行などの歴史的建築物を宿や店舗として再生活用し、そこに新しい生業を生むことにより人の流れと経済循環を生み出し、地域の暮らしの持続を目指している。	**兵庫県丹波篠山市(本社)**						創立2016年	https://team.nipponia.or.jp/note-inc/	NIPPONIA NOTE 株式会社 NOTE
46	観光開発・プロデュース・コンサルティング企業	**NIPPONIA VMG HOTELS & UNIQUE VENUES**	国家課題の一つである空家・空きビル問題、歴史的建造物の維持・保存などの課題に向き合い、利活用することで、「文化が紡がれていく」ことを目的にしている。歴史的建造物に特化し、単に維持するだけでなく、建物や街の必要性を生み出し、その地域、その建物固有の価値を創造することで、 人々によって街や建物の存在価値が生まれ、結果的に文化を紡いでいる。 レストランや施設を「一日だけど一生のこと　アニバーサリー利用」として提供している。歴史的建造物が特別なイベントとして活用されることで、個々の記憶に残り続ける場所になる。歴史的な建造物をリノベートして宿泊施設として運用し、その当時の地域の暮らしを体験することをも文化を知ることのひとつとして、歴史的な建造物で「暮らすように泊まる」体験を提供している。 VMG HOTELS & UNIQUE VENUESでは、"地産地消"をテーマに地域で育まれた食材がシェフたちに調理され、土地や食材のストーリーを味わう料理が提供されている。	**大阪府大阪市/東京都千代田区**						設立2005年	https://www.vmc.co.jp/	NIPPONIA VALUE MANAGEMENT バリューマネジメント株式会社 Value Management Co., Ltd.