

高付加価値なインバウンド観光地づくり事業 ガストロノミー推進事業

事業報告書

Confidential

2025.1.31

- 2P . . . 事業概念図
- 3P . . . 解決すべき課題とその状況
- 4P . . . 課題を解決することによる期待される効果及び経済波及効果
- 5P . . . 具体的な実施方法、スケジュール
- 35P . . . 使用したサービス、機材等一覧及び説明
- 41P . . . 事業効果の測定方法と数値目標
- 42P . . . 解決策実施の結果、詳細状況、要因
- 45P . . . 経費内訳
- 46P . . . 今後継続するための課題及び対応策
- 47P . . . 他主体へ展開する場合の方法、考えられる課題
- 48P . . . 総括
- 49P . . . 事業実施結果概要(調査結果)

昨年までの事業で生まれた下記3つの課題を解決するために、沖縄・奄美エリアの事業者と一体となった実証事業を実施。高付加価値な食体験の構築・運営に関するノウハウ整備を目指して1年間の事業実施にあたった。

課題

- 【食体験の創出】 継続的に開催できるロケーション、内容、体制の構築
- 【人材の育成】 中核となる、県内料理人の育成。また周辺プレイヤーの育成
- 【販路の構築】 より広範囲な情報発信と販売協力先・販路の獲得

機運醸成



セミナー

沖縄・奄美の食文化を核としたガストロノミーツーリズムの普及を目的に、推進における体制構築と県内シェフのスキル強化を図る具体的な推進策を議論。オンライン配信及び、沖縄県内のRBCホールを使用し、パネルディスカッションを行う。

実証イベント



自然・環境@奄美

高付加価値観光の受け皿となる宿泊施設の料理人／サービスマンと連携し、地域の食材・食文化の整理、奄美群島特有のロケーションを活用したイベントを開催。イベントでは、ガストロノミー領域で活躍するシェフを招聘し、具体的な料理／サービスに関するアドバイスをいただき、地域全体で料理／サービスのスキルアップの機会とする



ユニークベニュー@熱帯DC

沖縄県ホテル協会と連携し、会員ホテルから料理人／サービスマンを集め、ユニークベニューを活用したミクソロジイベントを開催。調理環境に制限のある中での料理開発や、イベントにおけるサービススキルの最適化等、トップシェフを監修に招き、具体的な指導・アドバイスをいただく。またホテルにおける企画職の方々にも参画いただき、同イベントの企画から集客、当日の運営までのプロセスを共有し、事業の継続的展開を目指す。



歴史・文化@ノボテル沖縄那覇

琉球漆器や伝統的な舞踊、泡盛といった日本遺産に認定される琉球文化を体験できるガストロノミーツアーを造成。漆器の工房や泡盛の酒蔵見学、史跡の特別解説といった行程を経て、地元料理人とトップシェフのコラボディナーとして現代風にアレンジした「宮廷料理」を泡盛のペアリング、舞踊や音楽といった演出コンテンツも交えて提供。ツアーの継続的運用を見据えた会場を設定し、継続的運用を見据えたガイドやランドオペレーターの育成も実施。

◆ 2 解決すべき課題とその状況

＜事業目的（仕様書より）＞

本事業は、高付加価値旅行者の誘客のモデル観光地に沖縄・奄美エリアが選定されたことを契機に、高付加価値な外国人富裕層の取り込みを強化し、旺盛な旅行消費や知的好奇心を満足させることを通して、地域経済の活性化と潜在価値の向上を実現し、多彩で質の高い観光を推進するため、**食文化をコアバリューとして活用したガストロノミーツーリズムの実証**を行うものである。

本事業では、高付加価値なガストロノミーツーリズムに取り組む優良な事例の創出及び高い事業効果を実現し、県内事業者が実施する上で運営の課題の把握や今後必要な対策を検討することを目的とする。

「DINING OUT RYUKYU-SHURI」における実績と課題を踏まえた三つの取組と課題

【取組① | 食体験の創出】

＜実績＞

首里城という特別な環境で、トップシェフを起用した地産地消メニューを提供し、地域の芸能も交えた食体験として展開



＜課題＞

継続的に開催できるロケーション、内容、体制の構築

【取組② | 人材の育成】

＜実績＞

県内ミクソロジストがペアリングを担当し、ガイド・芸能に県内プレイヤーを起用



＜課題＞

中核となる、県内料理人の育成。
また周辺プレイヤーの育成

【取組③ | 販路の構築】

＜実績＞

富裕層を顧客に持つホテルや免税店と連携して完売



＜課題＞

より広範囲な情報発信と
販売協力先・販路の獲得

「DINING OUT」で培った高付加価値な食体験の構築・運営に関するノウハウを活用し、沖縄・奄美エリアの事業者と一体となった実証事業を実施

◆ 3 課題を解決することによる期待される効果及び経済波及効果

【取組① | 食体験の創出】

＜実績＞

首里城という特別な環境で、トップシェフを起用した地産地消メニューを提供し、地域の芸能も交えた食体験として展開



＜課題＞

継続的に開催できるロケーション、
内容、体制の構築



解決により想定される効果

- ・ 毎年継続的にイベント実施ができるようになることにより、直接収益の他に宿泊などの間接収益が生まれる
- ・ ロケーション地としても通常収益の他に当該イベント収益として新たな収益が生まれる
- ・ 食体験以外にも伝統文化や食器などイベント外の新たな消費が生まれる

【取組② | 人材の育成】

＜実績＞

県内ミクソロジストがペアリングを担当し、ガイド・芸能に県内プレイヤーを起用



＜課題＞

中核となる、県内料理人の育成。
また周辺プレイヤーの育成



解決により想定される効果

- ・ 料理人やサービススタッフの育成につながることで、沖縄県全体の食関連レベルが向上する
- ・ イベント自体の認知が高まることで、シェフやミクソロジストなどの新たな担い手造成につながる
- ・ ランオペ等の内容も実施することで観光関連事業者の増加につながる

【取組③ | 販路の構築】

＜実績＞

富裕層を顧客に持つホテルや免税店と連携して完売



＜課題＞

より広範囲な情報発信と
販売協力先・販路の獲得



解決により想定される効果

- ・ 広く情報発信を行うことで「沖縄へのガストロノミーツーリズム」自体の認知が広がり、ブランディングが生まれる
- ・ 関連ホテルなどにとっても新しい観光コンテンツの紹介・販売ができることでの収益化ならびに顧客満足度の向上につながる

キックオフセミナー

実施目的
沖縄・奄美の食文化を核としたガストロノミーツーリズムの普及を目的に、推進における体制構築と県内シェフのスキル強化を図る具体的な推進策を議論。観光庁が掲げるモデル地域の概要や、昨年度の事例紹介を通して、今年度の事業の内容共有を行うことで、今後の沖縄・奄美の高付加価値観光の強化を目指す。

実施概要
開催日程：令和6年9月13日（金）15：00～17：00
開催場所：RBCホール

参加者数
合計73名
↳オンライン参加：34名
↳現地参加：39名

実施プログラム
15:00 オープニング
15:05 高付加価値観光における食体験の役割について
・登壇：観光庁 観光地域振興課 軽部 有輝 氏
15:35 パネルディスカッション
沖縄における高付加価値な食体験の事例紹介と沖縄食材の魅力
・ファシリテーター：大類 知樹 氏（株式会社ONESTORY 代表取締役社長）
・登壇：上里 隆史 氏（琉球史研究家）
中村 智明氏（琉球ミクソロジースタイル バー アルケミスト）
屋比久 保 氏（月桃庵 料理長・琉球料理伝承人）
・動画出演：川田 智也 氏（茶禅華 エグゼグティブシェフ）
16:25 本年度実施する新たな食体験造成事業の概要説明
・登壇：沖縄県 文化観光スポーツ部 観光振興課
鹿児島県 観光・文化スポーツ部 P R 観光課

▼Peatix受付画面



キックオフセミナー

▼出演者一覧



琉球史研究家 上里 隆史 氏

琉球史研究家。内閣府地域活性化伝道師。これまで浦添市立図書館長、沖縄県「万国津梁会議（琉球文化ルネサンス）」副委員長などをつとめる。著書に『琉球という国があった』（福音館書店）、『海の王国・琉球』（洋泉社）、『尚氏と首里城』（吉川弘文館）など。



琉球ミクソロジースタイル バー アルケミスト 中村 智明 氏

クラシックのコンペティションやフレアバーテンディングのカクテルコンペティションで18の賞を受賞。那覇市久茂地で琉球スタイルのミクソロジーバーアルケミストを運営、2020年10月にミクソロジーカフェ&バー琉球ドリンクLABOを開業。



株式会社ONESTORY DINING OUT総合プロデューサー 大類 知樹

1993年、博報堂入社。2012年、地域価値の新たな表現手法として、プレミアム野外イベント「DINING OUT」を開発。2016年、「日本に眠る楽しみをもっと。」をコンセプトに、地域の価値創造に特化した株式会社ONESTORYを設立。



月桃庵 料理長・琉球料理伝承人 屋比久 保 氏

大阪でフランス料理を9年半学び、沖縄に帰郷後、ロワジールホテル那覇のレストランで21年間の修業を重ね、総料理長を務める。さらにパシフィックホテル沖縄で2年半総料理長を務めた後、琉球料理を継承すべく2017年11月【月桃庵】の料理長に就任。



茶禅華 エグゼグティブシェフ 川田 智也 氏（動画出演）

栃木県出身。物心ついた頃には担々麺、麻婆豆腐、棒棒鶏などの四川料理が好きで、幼稚園の卒園アルバムには既に「料理人になる」と書いていた。2000年にアルバイトとして【麻布長江】に入門し、2002年に入社。10年間の研鑽を同店にて積む。その後、日本食材を活かす技術を学ぶべく【日本料理龍吟】に入社。台湾店である【祥雲龍吟】の立ち上げにも参加する。帰国後、準備期間を経て2017年2月【茶禅華】をオープン。

<経歴>

2020年 ミシュランガイド東京2021 三つ星

2021年 アジア50ベストレストラン2021 12位 ミシュランガイド東京2022 三つ星

2022年 アジア50ベストレストラン2022 11位 ミシュランガイド東京2023 三つ星

2023年 アジア50ベストレストラン2023 12位 ミシュランガイド東京2024 三つ星

◆ 4 具体的な実施方法、スケジュール

キックオフセミナー

アンケート結果

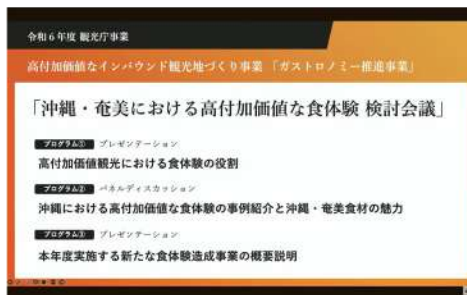
- ・ イベント満足度55%が大変満足、45%が満足と回答。
- ・ 事業への興味度は78%が大変興味があると回答。
- ・ フリーアンサー抜粋

今回のセミナーで最も刺激的で面白かったのはDINING OUTの発表&パネルディスカッションでした。富裕層対象ということで（私個人の事業計画に）どこまで参考になるかと最初は心配しましたが、かけられる予算や人材が異なるとしても、観光地としてこれから求められるもの（新たな切り口でのストーリー作りや物語と食との組み合わせ）、沖縄の食の可能性（伝統食に縛られずに沖縄らしくあるあり方）など、世界を舞台に活躍されている方の言葉と実践を聞いたことは大きかったです。その土地にあるものをもっと自由な発想で作り変えていく勇気をもらえました。

高付加価値な体験を提供するためには、ただ高価な物を提供するのではなく、その素材の魅力をひき立たせるために細部までこだわり、一連のストーリー性を作り上げることが、いかに大切かを教えてくれる内容でした。言うのは簡単ですが、それを形にして実現されたことは本当にすごいことだと思います。こんなことができる！と見せて頂いたことで、今後の沖縄の大きな糧になると思います。ぜひ多くの方に知って頂きたいですし、私自身も参考にさせていただきます。貴重な事例を共有いただき、ありがとうございました。

沖縄の食材を使い高付加価値を付けて展開するonestoryに感銘を受けました。アイデアややり方次第で可能性が広がるのを感じました。大変参考になりました。ありがとうございました。

▼当日実施写真



体制構築

全体の運営にはなるべく県内事業者と連携する体制を構築した。



実証イベント

“その土地ならではの食材・ローケーション・演出”を意識した 複合型ガストロノミーツーリズム体験を造成

複合型ガストロノミーツーリズム商品例

【実績】 DINING OUT RYUKYU-SHURIにおける
地域体験のペアリング「首里城×琉球舞踊×ディナー」



首里城
周遊ガイド



地域コンテンツ
伝統芸能



ディナー
食材・食文化の活用

×

商品造成における3つのポイント

- ① 自走を想定した**運営体制**
＝地元チームでの運営が可能であること
(調理・サービス・企画運営…)
- ② 沖縄・奄美独特の**天候への対応**
＝雨天時にコンテンツの魅力が低減しないよう
屋内のユニークベニユーを積極的に活用
- ③ OJTを見据えた**参加人数・規模感の設定**
＝小～中規模の開催で研修効果を高める

地域固有の資源を踏まえた食体験を「3方向」で新たに造成・実証

- ☑ 方向1「自然・環境」
- ☑ 方向2「ユニークベニユー」
- ☑ 方向3「歴史・文化」



・インフルエンサー／
旅行業事業者の招待
・各イベントの映像化



次年度以降の販路拡大

◆ 4 具体的な実施方法、スケジュール

実施内容：一覧



域内の宿泊事業者と連携し、奄美群島の食材・食文化を調査・整理して構築したメニューを、固有のロケーション（景観）を活用したイベントで提供
会場：THIDA MOON内プールサイドテラス（参加人数・20名程度）
実施：12/11（水）12:00-16:00



沖縄県ホテル協会と連携し、ユニークベニューを活用したイベントを開催。調理環境に制限がある中でのメニューの開発や、イベント時のサービススキル、また企画運営ノウハウをレクチャー
会場：熱帯ドリームセンター（参加人数・30名程度）
実施：12/16（月）17:30-19:30

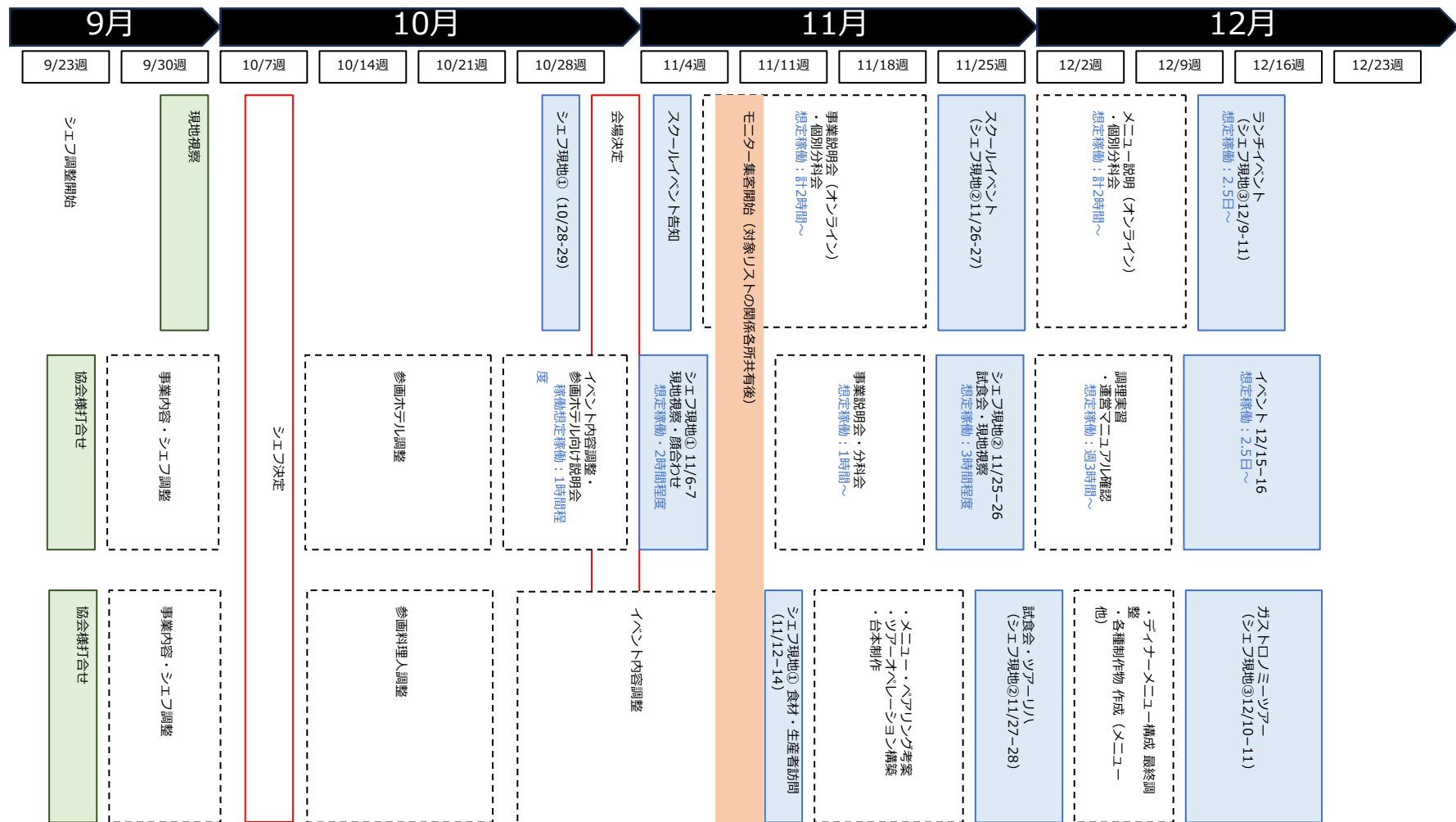


ガイド・ランドオペレーターと連携し、琉球宮廷料理を体現するガストロノミーツアーを造成。また域内料理人とトップシェフのコラボによって、現代的な解釈を踏まえた宮廷料理を開発・提供
ディナー会場：ノホテル沖縄那覇（参加人数・計20名程度※）
※ツアーよりご参加：3~4組、ディナーよりご参加：6~7組
実施：12/11（水）ツアー・13:30~/ディナー・18:00-21:00頃

インフルエンサーや旅行事業者・DMCの招待

映像化し、今後の販促ツールとして活用

◆ 4 具体的な実施方法、スケジュール



◆ 4 具体的な実施方法、スケジュール

① 自然・環境@奄美

区分	活用資源	目指す姿	育成対象	実施内容	実証内容	仕様	継続性	運営主体候補
自然・環境 (奄美群島) 高価格帯の宿泊事業者が連携したイベント商材の開発	世界自然遺産に認定される景色・景観（海と山の近さ、豊かな水系） 少量多品種の食材（豊富な魚種・多様な野菜類）	域内料理人の育成（飲食店の把握） 域内料理人が連携する機会の創出（単一拠点という点から線・面の形成） 奄美群島の食材・食文化に対する情報の整理	域内の宿泊施設 富裕層が宿泊する施設・飲食店からスタート（料理人とサービスマネージャー）	域内料理人への学習機会創出 ・食材 ・食文化 ・調理 ・サービス 学習を实践する機会の創出 ・域内料理人連携イベント ・メニューの開発 ・サービスの研修	時間的自由度の高い食形態 ・メニューとしての運用性 ・ターゲットからの評価 奄美群島特有のロケーションを活用した食体験 ・候補地の活用 ・運用における課題の抽出	欧米豪モダンラグジュアリー層：AT協調 実施規模：20人程度 想定単価：3万円程度（通常単価の倍以上）	今回開発するロケーションの常設化 新たなロケーションの開発	ロケーション／フィジビリティを有する宿泊施設事業者 宿泊部屋数の規模を有する事業者

想定内容

食材・食文化のリサーチ + 宿泊施設が連携した食イベントの開催

事業初年度となる今年度は、高付加価値観光の受け皿となる**宿泊施設の料理人／サービスマン**と連携し、**地域の食材・食文化の整理**、奄美群島特有の**ロケーションを活用したイベント**を開催予定。イベントでは、ガストロノミー領域で活躍するシェフを招聘し、具体的な料理／サービスに関するアドバイスをいただき、地域全体で**料理／サービスのスキルアップの機会**とする

【スクールイベント内容】

開催日時：11/27（水） 14:30～16:30

開催場所：THIDA MOON

展開内容：

- ①久留ひろみ氏による奄美食文化講座
- ②ONESTORYによる高付加価値な食体験講座
- ③招聘シェフによる試作品提供

参加人数：20名程度

- ・宿泊施設の料理人／サービスマン
- ・食材の生産者、観光事業者

【ランチイベント内容】

開催日時：12/11（水） 12:00～16:00

開催場所：THIDA MOON内プールサイドテラス

展開内容：

- ①食文化インプット
- ②屋外でのランチイベント

参加人数：20名程度

- ・海外富裕層を顧客に持つ旅行事業者
- ・同層に発信力の高いインフルエンサー
- ・食業界に影響力のある有識者



◆ 4 具体的な実施方法、スケジュール

① 自然・環境@奄美

【セミナー】 開催日：2024年11月27日

タイムスケジュール：

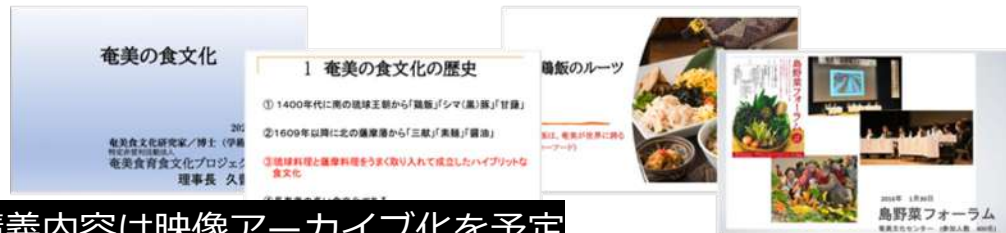
- ー14:30 名刺交換・ご挨拶
- 14:30ー14:40 事業概要のご説明
- 14:40ー15:40 基調講演：奄美の食文化（久留ひろみ）
- 15:40ー15:55 高付加価値食体験の事例共有（DINING OUT）
- 15:55ー16:20 ランチイベント提供メニュー試食
- 16:20ー ランチイベント会場視察（厨房・テラス席）

基調講演スピーカー：久留ひろみ

1950年生。奄美食文化研究家。栄養士。民俗学研究（食文化専攻）。博士（学術）（鹿児島大学大学院連合農学研究科）。NPO 法人奄美食育食文化プロジェクト理事長。有限会社 瀬里奈 代表。著書に『奄美の食と文化』（南日本新聞社 2012年）、『奄美郷土料理塾レシピ集』（奄美食育食文化プロジェクト 2022年）、『水儀礼の民俗学的研究ー奄美諸島のショージ儀礼を中心にー』（南方新社 2024年）等。

講演内容

当地の食文化の歴史・特性、鶏飯のルーツや島野菜の活用等についてのご説明



講義内容は映像アーカイブ化を予定



会場



THIDA MOON

鹿児島県奄美市笠利町平1260

空港より車で約10分。現代の理想郷（ネリヤカナヤ）を目指した場所。広大な太平洋に面し、目の前には喜界島、パワースポットとして知られる立神をご覧いただけます。

ホテルからの景色景観は、大自然と一体になる心地よさをもたらし、また大島紬に触れることができる美術館と資料館を併設しているため、奄美の工芸文化も体験することができます。

料理は奄美の風土や食材を生かした料理を提供。



監修シェフ



タイラー・バージス

横浜・SMOKE DOOR

トップシェフを招いて行なう屋外ダイニングイベント、「DINING OUT」。2019年に石川県・輪島で行なわれたイベントで、カリフォルニアの三つ星【Saison（セゾン）】のジョシュア・スキーンズ氏に会ったとき「日本にすっかり惚れ込んで、日本に移住したい、と言っているスタッフがいるんだ」と話してくれた。よくある社交辞令だと思っていたが、当時【Saison】のエグゼクティブスーシェフだった、タイラー・バージスは本気だった。知っていた日本語はごくわずかな単語だけだったが、「素晴らしい食材や文化に魅せられて」2020年に日本に移住、2022年春に、念願の薪火レストラン【SMOKE DOOR】を横浜にオープン。ここから今、表現したい料理とは。

ミシュラン ★★★（過去実績）

DINING OUT WAJIMA



参画施設

奄美群島内の高価格帯のホテル、レストランが連携して行う初のイベントとして、対象施設／店舗をアサイン



伝泊「2 waters」



THE SCENE



Auberge Tebiro 1732



FISH_AMAMI



田中一村記念美術館



大島紬美術館

運営協力：日本航空

【イベント】 開催日：2024年12月11日／参加者：19名

タイムスケジュール：

- 12:00 全体集合（奄美パーク 田中一村記念美術館）
- 12:10-12:50 田中一村記念美術館ご案内（映像鑑賞～作品解説）
- 12:50-13:00 THIDA MOONへ移動
- 13:10-13:32 大島紬美術館ご案内（概要説明～作品鑑賞）
- 13:38-14:03 浜辺でのレセプション（ウェルカムドリンク提供）
- 14:05-16:00 ランチ提供

*一部ゲストは飛行機の時間に合わせて島内をご案内



メニュー

メニューコンセプト

豊かな自然と芸術、“ねりやかなや”の食文化を紐解き

古の知識を敬い、新たな食域をご提案

“ねりやかなや(海の彼方の楽園)”奄美大島は
その特有の歴史の中で様々な影響を受けてきました。

琉球諸島から強い影響を受け、
薩摩藩の統治下で黒糖生産地として厳しい年貢を強いられ、
地理的な問題と戦後のアメリカ統治により発展は遅れ、
結果的として豊かな自然と琉球文化、日本本土文化、
そして島独自の文化が融合していきます。

食においても、奄美は独特の文化を育んでいきます

豊富な魚介類は日常食として食され、
薩摩役人へのおもてなし料理として非日常の鶏料理が創造され、
贅沢品として豚は塩漬保存し、1年を通して大事に食されていきます。

限られた食材を創意工夫し、黒糖焼酎や蘇鉄味噌などの発酵文化が進化していきます

この奄美の独特な歴史的背景と食文化を敬い、

島で発展した芸術とともに、

豊かであったからこそ不変であった海の幸を新たな食域へと誘い、
土着する食文化の新たな可能性の掘り起こしをしていきます。

夜光貝と南国花



舟焼き島豚



マコモダケとモクズガニ



豚の地中焼き



焼き海老飯



熟成パイナップルとジーマーミーアイス



参画事業者

施設名	役割	氏名
THIDA MOON	統括	太田 香織
THIDA MOON	シェフ	中尾 穰
THIDA MOON	サービス	牛尾なぎさ
THIDA MOON	サービス	榮道人
THIDA MOON	サービス	内香純
伝泊「2 Waters」	運営	一之瀬 敬
伝泊「2 Waters」	調理	手島 麟
伝泊「2 Waters」	サービス	大木 あやか
伝泊「2 Waters」	サービス	夏目 春菜
伝泊「2 Waters」	ゲスト対応	磯部 莉恵
the scene	サービス	大島 翔輝
the scene	シェフ	谷田部 翔己
the scene	シェフ	山本 志紋
FISH_AMAMI	シェフ	澤口 舜
FISH_AMAMI	サービス	小久保 笑
Auberge Tebiro 1732	サービス	和田 信二
Auberge Tebiro 1732	シェフ	杉浦 崇
日本航空	ホスピタリティ	田中 梨紗

サービス・調理に関する具体的なレクチャーを
監修シェフチームから実施

参加者

No.	氏名	所属	役職	分類
1	牧野 雄作	Wabunka	最高営業責任者CSO	DMC
2	Alexandre Zglinski	Trufflepig	PLANNER	DMC
3	粉 大介	Premiumu Kyushu	代表取締役	DMC
4	大槻 政直	日本航空	ソリューション営業推進部 観光企画グループ マネージャー	交通
5	名嘉原 里奈	j-trip	プロデューサー	インバウンドコンサル
6	渡辺 高	ONESTORY Media	ライター	メディア
7	肥後 勝代	THIDA MOON	代表取締役	会場提供
8	太田 善文	大島紬美術館	取締役	会場提供
9	山下 保博	伝泊「2 waters」	代表／建築家	人員提供
10	前川 晃一	FISH_AMAMI	オーナー／ソムリエ	人員提供

No.	氏名	所属	役職	分類
11	浜崎 史也	ハナハナビーチリゾート	経営企画室	地域連携
12	久留 ひろみ	奄美長寿食文化研究家	博士	地域連携
13	Matt Pride	MP EXPERIENCE	奄美大島ツアーガイド	地域連携
14	星野 芳彰	星野フルーツファーム	農家	地域連携
15	熊本 三夫	熊さん農園	農家	地域連携
16	横嶋 泰葉	(一社) 奄美群島観光物産協会	物産部リーダー	地域連携
17	山田 春輝	(一社) あまみ大島観光物産連盟	事務局長	地域連携
18	廻 秀仁	鹿児島県大島支庁	奄美群島振興開発総括監兼大島支庁総務企画部長兼地域企業振興監	地域連携
19	西村 元一	鹿児島県PR観光課	県観光・文化スポーツ部 PR観光課 主幹兼海外誘致係長	主催者

メディア掲載

▼2024年12月11日掲載 奄美新聞
食文化と観光で誘客策探る

<https://amamishimbun.co.jp/2024/12/11/53685/>



▼2024年12月12日掲載 南海日日新聞
食文化生かした観光を 外国人誘客見据え実証イベント

<https://www.nankainn.com/news/p-economy/%E9%A3%9F%E6%96%87%E5%8C%96%E7%94%9F%E3%81%8B%E3%81%97%E3%81%9F%E8%A6%B3%E5%85%89%E3%82%92%E3%80%80%E5%A4%96%E5%9B%BD%E4%BA%B9%E8%AA%98%E5%AE%A2%E8%A6%8B%E6%8D%AE%E3%81%88%E5%AE%9F%E8%A8%BC%E3%82%A4>



◆ 4 具体的な実施方法、スケジュール

② ユニークベニュー@熱帯DC

区分	活用資源	目指す姿	育成対象	実施内容	実証内容	仕様	継続性	運営主体候補
ユニークベニュー (候補：熱帯DC) 宿泊施設と連携したユニークベニューでのイベント	バックヤードツアー等を展開できる「ユニークベニュー」 沖縄特有の気候風土が育む植生・フルーツ	ユニークベニューを活用した事例の積み上げ ホテルにおける料理人・サービスマンの経験値向上	県内のホテル ・料理人 ・サービスマン ・企画担当 ＊沖縄県ホテル協会から声がけ	料理の開発 ・ユニークベニュー下での調理 サービスの研修 ・イベント時のサービス最適化 企画運営ノウハウ ・準備～本番までの知見	イベントを通したホテル連携の機会 ・各ホテル共通のアップセル商品の開発 ユニークベニューを活用した食形態 ・再現性の高い食形態の模索（ドリンク、料理、オペレーション…）	欧米豪モダンラグジュアリー層： ホテル宿泊者（上位層） 実施規模： 5～60人程度 想定単価： 3-5万程度 ・バックヤードツアー ・フリーフロー ・食事提供	ユニークベニューを活用したミクソロジーイベントの継続開催 参画ホテルを会場にしたミクソロジーイベントの展開	企画に参画するホテル

想定内容

ユニークベニューを活用したミクソロジーイベントの開催

沖縄県ホテル協会と連携し、会員ホテルから料理人／サービスマンを集め、ユニークベニューを活用したミクソロジーイベントを開催。調理環境に制限のある中での料理開発や、イベントにおけるサービススキルの最適化等、**トップシェフを監修**に招き、具体的な指導・アドバイスをいただく。またホテルにおける企画職の方々にも参画いただき、同イベントの企画から集客、当日の運営までのプロセスを共有し、事業の継続的展開を目論む

事業のポイント

- ・ユニークベニューという**制限のある環境下**での顧客満足度の向上
 ↳スペース小、火力NG等の機材の不足といった**物理的制限**
 ↳施設内の飲食店は、営業日時の変更が不可能といった**営業的制限**
- ・**“フーディー”の期待値に応える**リゾートホテルの飲食食形態のアップデート
 ↳期待値・満足度を高める特別感＝**琉球ミクソロジー**の効果的活用
 （琉球ミクソロジーが**最も生きる環境**としての熱帯ドリームセンター）



熱帯ドリームセンターHPより



熱帯ドリームセンター
沖縄県国頭郡本部町字石川424

国営沖縄記念公園内の「花」を象徴する施設は、約6万平方メートルの広大な敷地に2000株以上のランを含む多種多様な植物が展示されている。5つの温室では熱帯果物や水生植物も見ることができ、また、淡水熱帯魚や日本最大の蝶も観察可能だ。36mの遠見台からは館内と海を一望でき、植物に関連したワークショップも開催されている。



園内5箇所を周遊し、各所でドリンク&フードを提供

A 受付	1 ウェルカムドリンク
B クローク	2 料理&ドリンク (花)
★ 運営拠点・備品保管	3 料理&ドリンク (草)
	4 料理&ドリンク (根)
	5 デザート (果実)



タイムスケジュール

17:30 ゲスト・チェックイン
～1組目ウェルカムドリンク提供～
17:35 オプニングスタート
～①から⑤まで5箇所を周遊～
19:30 終演

* 園内説明は1組み10名程度が限度のため、1組10名×3組みにて実施。各回20分の間を空けてスタート

研究者によるガイド
沖縄の気候風土を植物から理解

琉球ミクソロジー
沖縄固有の香草・果実を活用した飲料

スモールバイツ
飲料とのペアリングで地域性を増幅



食事のアペリティフとしての食体験

監修シェフ

東 浩司

大阪・AUBE

大阪府出身。赤坂維新號グループで修行後、2006年、新橋「ビーフン東」にて料理長に就任。2011年、大阪で「Chi-Fu」と「Az/ビーフン東」の2店を開業し、『ミシュランガイド2013』で「Chi-Fu」が一つ星を獲得。2014年、台湾で開催された世界中国料理大会で日本人初の3位入賞を果たす。皇室御用達の中華ちまきからモダンチャイニーズと幅広い料理の創作やカフェをプロデュースするなど、活躍の場は広い。現在は、2018年に開業した新店「AUBE」で腕を振っている。

ミシュラン★

DINING OUT
ONOMICHI

監修ミクソロジスト

中村 智明

琉球ミクソロジスタイル バー アルケミスト

クラシックのコンペティションやフレアバーテンディングのカクテルコンペティションで18の賞を受賞。那覇市久茂地で琉球スタイルのミクソロジーバーアルケミストを経営、2020年10月にミクソロジーカフェ&バー琉球ドリンクLABOを開業。

DINING OUT
RYUKYU-SHURI

① ウェルカムドリンク



② ~ ④ 料理&ドリンク



⑤ デザート



参画ホテル一覧

名称	役職/業種	氏名
オリエンタルホテル 沖縄リゾート&スパ	マーケティング室	大嶺 史夏
	バーテンダースタッフ	喜名 貢士
	調理スタッフ	山本 記央
	調理スタッフ	犬飼 勇士
沖縄かりゆしビーチリゾートオーシャンスパ	料飲部・部長	屋部 司
	調理スタッフ	瑞慶山 良仁
	企画・マーケティングスタッフ	石口 暁
	サービススタッフ	具志堅 大輝
	バーテンダースタッフ	金城 太輝
ハレクラニ沖縄	料飲部・部長	小山 正樹
	サービススタッフ	儀保 好一朗
	バーテンダースタッフ	伊藤 拓己
	バーテンダースタッフ	清家 真衣
ヒルトン沖縄瀬底リゾート	サービススタッフ	寺井 睦
	バーテンダースタッフ	照屋 寛道
	調理スタッフ	山城 祥平
	調理スタッフ	新屋 洋樹
	調理スタッフ	玉城 健次
ホテルモントレ沖縄スパ&リゾート	営業統括支配人	奥 誠太郎
	調理スタッフ	外間 健大
	サービススタッフ	猿田 知史



参加者一覧

No.	氏名	所属	役職	分類
1	細川 颯生	Wondertrunk	PLANNER	DMC
2	佐々木 亜矢乃	沖縄コングレ	MICE事業部部長	DMC
3	ビューン 香織	沖縄コングレ	MICE事業部ディレクター	DMC
4	高野 愛	クラブツーリズム	マーケティング本部 地域共創事業部 チーフリーダー	DMC
5	鈴木 彩香	クラブツーリズム	マーケティング本部 地域共創事業部 リーダー	送客協力
6	彦坂 多美	デロイトトーマツFA	インフラ・公共セクター アドバイザー	インフルエンサー
7	奥田 萌	デロイトトーマツFA	インフラ・公共セクター アドバイザー	地域連携
8	三木田 樹紀	ジャパンエンターテインメント (ジャングリア)	マーケティング本部 ブランドエンゲージ部 PR	地域連携
9	竹田 尚子	NATURE TRAVEL JAPAN	事業責任者	送客協力
10	棚山 敬泰郎	オリオンホテル 那覇	料飲部 ディレクター	送客協力

No.	氏名	所属	役職	分類
11	富山 惇	オリオンホテル モトブリゾート&スパ	料飲部長 ディレクター	地域連携
12	安達 正明	美ら島財団	専務理事	地域連携
13	篠原 礼乃	美ら島財団	本部経営戦略 統括	地域連携
14	小山 有理	前田産業ホテルズ	ブランド推進室 次長	会場提供
15	星 行広	ホテルマハイナ ウェルネスリゾートオキナワ	調理課マーセン料理長 兼 調理開発部 次長	地域連携
16	比嘉 直志	前田産業ホテルズ ホテルマハイナ ウェルネスリゾートオキナワ	取締役 総支配人	地域連携
17	佐藤 寿郎	アラマハイナ コンドホテル	執行役員 総支配人 兼 本部町新規ホテル 開業準備室 室長	地域連携
18	川端 昇	沖縄県ホテル協会	事務局長	地域連携
19	眞榮城 省子	ハレクラニ沖縄	セールス&マーケティング部 Director of PR	参画事業者
20	井村 理恵	ハレクラニ沖縄	セールス&マーケティング部 PR Manager	参画事業者

No.	氏名	所属	役職	分類
21	椎本 泰隆	沖縄かりゆしビーチリゾート オーシャンスパ	常務取締役 総支配人	参画事業者
22	高森 恵利子	沖縄かりゆしビーチリゾート オーシャンスパ	副総支配人	参画事業者
23	松岡 正	オリエンタルホテル 沖縄リゾート&スパ	総支配人	参画事業者
24	木村 哲也	オリエンタルホテル 沖縄リゾート&スパ	料飲部 料飲部長	参画事業者
25	宮沢 麻央	ヒルトン沖縄瀬底リゾート	沖縄エリア担当 統括 支配人 総支配人	参画事業者
26	塩澤 宏樹	ヒルトン沖縄瀬底リゾート	副総支配人	参画事業者
27	宮崎 るみ子	恩納村観光協会	会長	地域連携
28	屋宜 達也	恩納村観光協会	次長	地域連携
29	山田 みさよ	沖縄県文化観光スポーツ部	観光政策統括監	事務局

メディア掲載

▼2024年12月18日放送

【琉球放送】RBC NEWS（沖縄のJNN系列ローカル放送局）

独特な食文化・伝統食を付加価値に 富裕層向け“美食観光” ガストロノミーツーリズムの実証事業 本部町

<https://www.youtube.com/watch?v=HDVgQIUw0jA>

▼ 2024年12月17日放送

【NHK沖縄】「沖縄HOT eye」食を通して土地を知る新たな旅スタイル

◆ 4 具体的な実施方法、スケジュール

③ 歴史・文化@ノボテル沖縄那覇

区分	活用資源	目指す姿	育成対象	実施内容	実証内容	仕様	継続性	運営主体候補
歴史・文化 (歴史的建造物) 琉球宮廷文化を生かしたガストロノミーツアー	舞踊や漆器といった宮廷に由来する歴史的文化 冊封使をおもてなした泡盛を含む宮廷料理	歴史文化と連動した食体験商品の創出 琉球料理传承人との共創 宮廷料理における高付加価値化の方向性の検討	ランドオペレーター ツアーの企画から顧客のアテンドに対応する事業者 琉球料理传承人 飲食店の料理人／サービスマン	ガストロノミーツアーの実施 商品造成、訪問先調整、集客等 琉球料理×現代料理のイベント 琉球料理に対する新たな視点の提供	宮廷文化の観光商品化 ・再現性の検証 ・顧客満足度の検証 琉球宮廷料理のポテンシャル ・異ジャンルにおける琉球性の検証	欧米豪モダンラグジュアリー層：上位の富裕層 実施規模／単価 ・ツアー：数組／15万円 ・イベント：20名程度／5万円	ツアー商品の安定販売 琉球料理传承人が連携するイベントの再現	ランドオペレーター 琉球料理传承人

想定内容

琉球宮廷文化をテーマにしたガストロノミーツアーを開発

琉球漆器や伝統的な舞踊、泡盛といった日本遺産に認定される琉球文化を体験できる**ガストロノミーツアー**を造成。漆器の工房や泡盛の酒蔵見学、史跡の特別解説といった行程を経て、**地元料理人とトップシェフのコラボディナー**として現代風にアレンジした「宮廷料理」を**泡盛のペアリング**、**舞踊や音楽**といった演出コンテンツも交えて提供。ツアーの継続的運用を見据えた会場を設定し、継続的運用を見据えた**ガイドやランドオペレーター**の育成も実施



想定開催日時 : 12/11 (水)

想定参加人数 : 20名程度 (ツアーよりご参加 : 3~4組、ディナーよりご参加 : 6~7組)

タイムスケジュール :

- 13:15 ゲスト・チェックイン／出発 ~専用車で送迎
- 13:30 首里城の散策 ~歴史家・上里隆史氏によるご案内
- 15:00 角萬漆器の工房見学 ~作品解説・カフェでの休憩
- 16:30 福州園のご案内 ~泡盛テイスティングと舞踊見学
- *ディナー参加ゲストはノボテルから合流
- 18:00 ノボテル沖縄那覇着 ~コラボディナー
- 21:00 終了後、宿泊ホテルまで送迎

ツアー (6~8名)

ディナー (計20名)

ディナー会場



ノボテル沖縄那覇 沖縄県那覇市松川40

＜琉球料理の取り組み＞

琉球料理伝承人の資格を持つ総料理長が、地元の食材や先人たちの知恵や技術を活かした料理を提供。

琉球国王が大切なお客様に提供するであろう、あやはし（架け橋）をコンセプトに、沖縄の食材とフレンチを組み合わせたディナー企画開催実績。

「琉球国王からの招待状」という特別限定企画を実施。琉球伝統芸能デザイン研究室の演舞を世界遺産「玉陵」で上演。



ディナー

監修シェフ



福山 剛

福岡 Goh/Goh Gan

福岡県生まれ。高校在学中フレンチレストランの調理の研修を受ける。1989年、フランス料理店「イル・ド・フランス」で研鑽を重ねる。その後、1995年からワインレストラン「マキユリーカフェ」でシェフを務める。2002年「La Maison de la Nature Goh」を開店。2022年には、20年間営業してきた自身の店を閉じ、メニューや食材、食器などを一新して再始動したレストラン「Goh」を福岡にオープンし、同ビル1階にはガガン・アナンド氏とタッグを組んだ「Goh Gan」をオープン。



ミシュラン ★

DINING OUT RYUKYU-URUMA 出演

地元シェフ



前川 守晃

ノボテル沖縄那覇 総料理長

琉球料理伝承人の資格を保持するフレンチシェフ。遊び心やチームのアイデアをちりばめた料理には、古からの先人たちが培ってきた知恵や技術への尊敬の念も込められております。地元沖縄の食材や、引き継がれる思いを美味しく繋げる一皿一皿を手がける。後人の育成や社会支援活動にも積極的に参加

ペアリング



比嘉 康二

比嘉邸

会員制BAR・泡盛倉庫の元店主。泡盛のコンシェルジュとして沖縄から世界へ発信を続ける

協力者（事業者）

ツアーホスト



DINING OUT
RYUKYU-SHURI
ホスト出演

琉球史研究家
上里 隆史 氏

琉球史研究家。内閣府地域活性化伝道師。1976年長野県に生まれ、沖縄で育つ。早稲田大学大学院修士課程修了。法政大学沖縄文化研究所研究員などをを経て、2019年より現職。これまで浦添市立図書館長、沖縄県「万国津梁会議（琉球文化ルネサンス）」副委員長などをとめる。著書に『琉球という国があった』（福音館書店）、『海の王国・琉球』（洋泉社）、『尚氏と首里城』（吉川弘文館）など。

演舞



DINING OUT
RYUKYU-SHURI
出演「琉球舞踊」

国指定重要無形文化財
「琉球舞踊」（歌三線）保持者
山内 昌也 氏

沖縄県沖縄市出身。沖縄県立芸術大学卒業後、同大学院、琉球古典音楽専修修了。小学校5年生より三線を琉球古典音楽野村流音楽協会・琉球古典音楽温水流保存会師範島袋英治氏に師事。琉球新報社主催琉球古典芸能コンクール新人奨励賞を中学3年生で受賞。その後優秀選賞を高校3年生、コンクール最高賞を大学3年次に受賞する。大学学生時代より、文化庁主催日本文化紹介事業で県内外、海外で演奏

琉球漆器や伝統的な舞踊、泡盛といった日本遺産に認定される琉球文化を体験できる**ガストロノミーツアー**



地元料理人とトップシェフのコラボディナーとして現代風にアレンジした「宮廷料理」と泡盛のペアリング

参加者

No.	氏名	所属	役職	分類
1	坂口 高貴	Japan Ticket		DMC
2	林 煌	Japan Ticket		DMC
3	高橋 亘	Wonder Trunk	共同代表	DMC
4	曾根 くみ子	Beauty of Japan	オペレーション ディレクター	DMC
5	大庭 健吾	三菱地所OCA	確認中	送客協力
6	中村 孝則	ASIA'S BEST RETRAUNT 50	チエアマン	インフルエン サー
7	中村 智明	琉球ミクソロジーバー アルケミスト	ミクソロジスト	地域連携
8	前泊 選香	元泡盛の女王	—	地域連携
9	TAD UCHTMAN	Tギャラリー沖縄	Vice President	送客協力
10	Kyoko Gushiken	Tギャラリー沖縄	Finance Director	送客協力

No.	氏名	所属	役職	分類
11	平良 健	沖縄ツーリスト株式会社	取締役社長	地域連携
12	藤江 貴紀	沖縄ツーリスト株式会社	国内総合企画部 部長	地域連携
13	伊是名 加江	琉球料理保存協会	—	地域連携
14	兼島 真弓	ブレーン沖縄		会場提供
15	金 耀	福州園カフェオーナー	実業家	会場提供
16	上里 隆史	琉球史研究者	—	地域連携
17	山内 昌也	琉球伝統芸能デザイン研究 室	代表理事	地域連携
18	平賀 和明	琉球伝統芸能デザイン研究 室	事務局長	地域連携
19	屋比久 保	月桃庵	琉球料理伝承人	地域連携
20	山川 優	沖縄県文化観光スポーツ部	観光振興課長	主催者

メディア掲載

▼2024年12月12日掲載 沖縄タイムス

沖縄県が提案する外国富裕層向けの「美食ツーリズム」
インフルエンサーが驚いたメニューは？<https://www.okinawatimes.co.jp/articles/-/1488783>

▼2024年12月13日放送

【琉球放送】RBC NEWS（沖縄のJNN系列ローカル放送局）
インバウンド富裕層の知的好奇心を満たす
「ガストロノミーツーリズム」って何？<https://www.youtube.com/watch?v=rTy58O-6q0s>

◆ 4 具体的な実施方法、スケジュール

⑤ 宣伝素材の作成

制作した映像

<奄美>



<熱帯DC>



<ノボテル>



映像のポイント

- ・ 日本語文章 + 英訳をテキストで入れ込むことで、無音でも全ての国の方が視聴できるように意識。
- ・ それぞれの価値（自然環境・ユニークベニュー・歴史文化）をテーマに動画を制作しているので、イベントの異様がわかるだけでなく、沖縄ならではの食体験を感じられる内容に。



来期以降はこの宣材動画をプロモーションや各所への説明などに活用し、より効果的な運営・集客に繋げる。

◆ 4 具体的な実施方法、スケジュール

モニターツアーの実施

来年度以降の販売を想定し、今年度は販売につながりそうな関係者を呼んだモニターを実施。
ブラッシュアップを行い来年度の販売に繋げていく。
※参加者は各事業詳細に記載。

参加者抜粋

- ・県内在住の高所得外国人（OIST研究者等）
- ・外国人インフルエンサー
- ・海外富裕層向けのエージェント
- ・国内外の富裕層に発信力のある人物
- ・ガストロノミー有識者 など



⑥プロモーション、セールス活動の実施

メディア掲載

ONESTORYメディアにてレポート記事を掲載。
来年度以降のセールス活動に使えるブランディングとして発信。

ONESTORY
REPORT 19
01/2024

沖縄と奄美大島を舞台にしたガストロノミーイベント。ただ通り過ぎるだけでは知り得ない島の本質を伝える試み。

REPORT | 19 | 01/2024



歴史を学び、文化を知った上で、いただく。その本質までを深く味わう、進化する琉球料理。
[Landscape Cuisine with Ryukyuan Hospitality / 沖縄県那覇市]

REPORT | 19 | 01/2024



伝統の奄美食材と革新的な薪火調理との邂逅。
山海の滋味は新たな境地へ。

REPORT | 19 | 01/2024



熱帯植物園を回遊しながら、バーをホッピングする。沖縄の魅力を深く体感するミクソロジーイベント。[琉球ガストロノミー / 沖縄県本部町]

REPORT | 19 | 01/2024



◆ 4 具体的な実施方法、スケジュール

⑦定例会の実施

全体定例会議実施概要

合計実施回数：8回（毎月中旬に実施）※別途分科会は都度実施

N O	日程	実施内容
1	7月1日（月）	・事業全体の構成とスケジュールの確認①
2	7月15日（月）	・事業全体の構成とスケジュールの確認② ・セミナー実施概要すり合わせ
3	8月6日（火）	・各セッション登壇者へ依頼 ・セミナー募集方法のすり合わせ
4	8月30日（月）	・セミナー関係者告知先の洗い出し ・事業内容具体化
5	9月16日（月）	・セミナーの集客状況共有 ・3事業の詳細確認
6	10月15日（火）	・各モニターの調整状況を共有 ・セミナーのアフターフォロー結果について
7	11月15日（金）	・モニター進捗の共有
8	12月15日（木）	・報告会実施に向けたアジェンダ整理

▼定例会議実施画面

◆ 5 使用したサービス、機材等一覧及び説明

■ 奄美

No	備品名	数量	単位	備考
1	電磁対応土鍋2L（直火可）	4	式	厨房・サービス備品レンタル
2	電磁プロ対応フライパン26cm	1	式	厨房・サービス備品レンタル
3	電磁対応ソテー鍋3.2L24φ×8（H）	2	式	厨房・サービス備品レンタル
4	電磁対応ソテー鍋1.5L19.5φ×6（H）	3	式	厨房・サービス備品レンタル
5	ステンレスシステムバット41×31×5（H）	10	式	厨房・サービス備品レンタル
6	デロンギバングルメベーカー&コンベクションオープン	2	式	厨房・サービス備品レンタル
7	卓上IHクッキングヒーターブラック	3	式	厨房・サービス備品レンタル
8	ゲストトーション（シャンパン）	25	式	厨房・サービス備品レンタル
9	長テーブルクロス（ブラック）	6	式	厨房・サービス備品レンタル
10	ドラム缶BBQコンロ1200×550×800mm	2	式	厨房・サービス備品購入
11	ドラム缶BBQコンロ用網	1	式	厨房・サービス備品購入
12	万能トング400mm	1	式	厨房・サービス備品購入
13	ニューアイガーグリドルLL700×450×27mm	1	式	厨房・サービス備品購入
14	カセットボンベ3本入り	6	式	厨房・サービス備品購入
15	ウォータータンク12リットル	2	式	厨房・サービス備品購入簡易シンク用
16	フィールドシンク（折りたたみ）	1	式	厨房・サービス備品購入簡易シンク用
17	排水ポリタンク	2	式	厨房・サービス備品購入簡易シンク用
18	木目調手長盆	4	式	厨房・サービス備品購入サービス用トレイ
19	紙おしぼり（50本）	1	式	食器・グラス・カトラリーなどゲスト用備品手配。ウエルカム用
20	布おしぼり（50本）	1	式	食器・グラス・カトラリーなどゲスト用備品手配。ランチ用

■ 奄美

No	備品名	数量	単位	備考
21	IPシーバー手配費	4	台	運営備品・消耗品手配
22	延長コード5m	2	式	運営備品・消耗品手配
23	延長コード10m	2	式	運営備品・消耗品手配
24	延長コード20m	5	式	運営備品・消耗品手配
25	スパッタシート（耐炎繊維織物シート）1840×1920mm	2	式	運営備品・消耗品手配 / 熾火 火の粉対策
26	サービステーション	1	式	運営備品・消耗品手配
27	タイトルポスター（A	1	部	美術・施工・装飾関連／田中一村記念美術館・ティタムーン ランチ会場掲出用
28	手持ち誘導サインパネル（A	2	部	美術・施工・装飾関連／奄美大島空港・田中一村記念美術館誘導用
29	イーゼル	1	式	美術・施工・装飾関連
30	A1ポスターフレーム	1	式	美術・施工・装飾関連

◆ 5 使用したサービス、機材等一覧及び説明

■ 熱帯DC

No	備品名	数量	単位	備考
1	ミニセイロ15cm (身)	5	式	厨房・サービス備品レンタル
2	ミニセイロ15cm (蓋)	5	式	厨房・サービス備品レンタル
3	SORA (宙) ボール1515.8φ×6.2 (H)	5	式	厨房・サービス備品レンタル
4	電磁調理器 (卓上用) なべ底26φ	2	式	厨房・サービス備品レンタル
5	IHプロセレクト雪平鍋24cm	1	式	厨房・サービス備品レンタル
6	揚げ簀 (膳)	1	式	厨房・サービス備品レンタル
7	角型カス揚げ12.5×13×柄22.5L	1	式	厨房・サービス備品レンタル
8	万能トング (小) 23cm	1	式	厨房・サービス備品レンタル
9	ステンレスシステムバット41×31×5 (H)	5	式	厨房・サービス備品レンタル
10	ステンレスシステムバット蓋42×31.7×5 (H)	2	式	厨房・サービス備品レンタル
11	木製漆長手盆	10	式	厨房・サービス備品レンタル
12	デジタルクッキングスケール2kg (家庭用)	5	式	厨房・サービス備品レンタル
13	バースプーン小	5	式	厨房・サービス備品レンタル
14	マドラー	5	式	厨房・サービス備品レンタル
15	ステンレスシステムバット41×31×5 (H)	10	式	厨房・サービス備品レンタル
16	圧力IH炊飯ジャー5.5合炊きホホワイト	1	式	厨房・サービス備品レンタル
17	クーラーボックス72L700mm×400mm×430mm	10	式	厨房・サービス備品レンタル
18	マイクロブレインプレミアムゼスターグレーター	1	式	厨房・サービス備品購入
19	スティック温度計	1	式	厨房・サービス備品購入
20	揚げパッド (網付き)	4	式	厨房・サービス備品購入

◆ 5 使用したサービス、機材等一覧及び説明

■ 熱帯DC

No	備品名	数量		備考
21	ブレンダー	1	式	厨房・サービス備品購入
22	木村ガラスピッコロ10onz	72	式	食器・グラス・カトラリーなどゲスト用備品手配費。ウエルカム・ロータスポンド（根）山羊と生姜の泡盛ソーダ用
23	試験管30φ×120mm	35	式	食器・グラス・カトラリーなどゲスト用備品手配費。バンダ温室（花）沖縄県産マグロの生ハムとハーブのブーケ用
24	試験管サンプラー式	1	式	食器・グラス・カトラリーなどゲスト用備品手配費
25	紙おしぼり（200本）	1	式	食器・グラス・カトラリーなどゲスト用備品手配費
26	WASARA丸皿（中）（30枚＋予備）	1	式	食器・グラス・カトラリーなどゲスト用備品手配費。果樹温室（草）南国フルーツのタコスライス用
27	WASARA角皿（中）（30枚）	1	式	食器・グラス・カトラリーなどゲスト用備品手配費。ロータスポンド（根）美ら山羊の唐揚げ用
28	ウッズプーン	32	式	食器・グラス・カトラリーなどゲスト用備品手配費。ビクトリア温室（果実）食べるアップルバナナカクテル用
29	IPシーバー手配費	4	式	運営備品・消耗品手配費
30	デジタルシーバー手配費	12	式	運営備品・消耗品手配費
31	ジップロックコンテナ	1	式	運営備品・消耗品手配費
32	試験管立て（作業用）	4	式	運営備品・消耗品手配費
33	モーリアンヒートバック15g150個	1	式	運営備品・消耗品手配費
34	モーリアンサンプラー式	1	式	運営備品・消耗品手配費
35	サービスーション	1	式	運営備品・消耗品手配費
36	タイトルパネル（B	1	式	美術・施工・装飾関連ウエルカムスペース掲出用
37	手持ち誘導サインパネル（A	2	式	美術・施工・装飾関連那覇空港・県庁前バス誘導、駐車場誘導用
38	受付・クロークサイン（A4紙足）	2	式	美術・施工・装飾関連受付・クローク掲出用
39	ガイドスピーカールンタル	3	式	美術・施工・装飾関連バンダ温室（花）沖縄県産マグロの生ハムとハーブのブーケ用
40	LEDライト	8	式	照明関連

■ 熱帯DC

No	備品名	数量		備考
41	ハンディライト	6	式	照明関連
42	作業用ライト	11	式	照明関連

◆ 5 使用したサービス、機材等一覧及び説明

■ ノボテル

No	備品名	数量		備考
1	テーブルクロス230φ（クラッシー）	6	式	厨房・サービス備品レンタル
2	紙おしぼり（50本）	1	式	食器・グラス・カトラリーなどゲスト用備品手配。ウエルカム用
3	IPシーバー手配費	4	台	運営備品・消耗品手配
4	イーゼル	1	式	運営備品・消耗品手配
5	タイトルパネル（B	1	部	美術・施工・装飾関連。福州園・ノボテル ディナー会場掲出用
6	手持ち誘導サインパネル（A	2	部	美術・施工・装飾関連。ノボテル誘導・福州園誘導用
7	エントランス誘導サインパネル（A	1	部	美術・施工・装飾関連。福州園掲出用
8	パンチカーペット(ダブル巾)YN38	4	式	美術・施工・装飾関連。福州園掲出用
9	パンチカーペット(シングル巾)YN38	6	式	美術・施工・装飾関連。福州園掲出用
10	イーゼル	1	式	美術・施工・装飾関連
11	ガイドスピーカーレンタル	1	式	音響関連。12/1 本番日
12	LEDテーブルランプ	6	式	照明関連
13	LEDランタン	2	式	照明関連
14	イーゼル	1	式	美術・施工・装飾関連

◆ 6 事業効果の測定方法と数値目標

■ 実施前の数値目標

- 奄美＝参加者20名、満足度70%
- 熱帯DC＝参加者20名、満足度70%
- ノホテル＝参加者10名、満足度70%

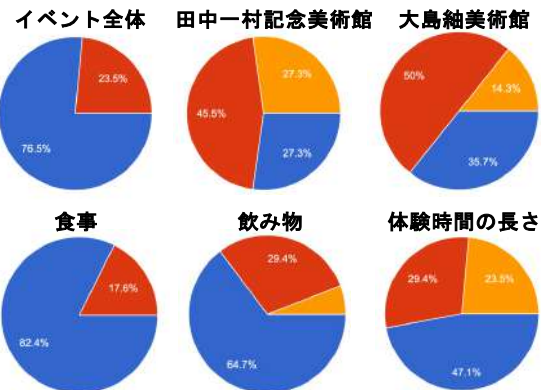


■ 実施後の数値（TOP2まで）

- 奄美：参加者17名／満足度100%
- 熱帯DC：参加者19名／満足度95%
- ノホテル：参加者11名／満足度100%

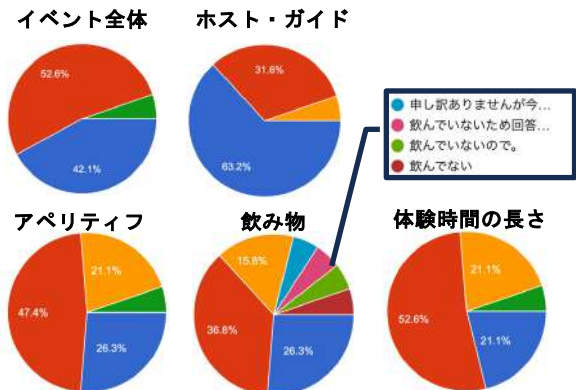
Landscape Cuisine Amami

参加人数は17名（女性3,男性14／地元11,県外5,海外1）
限られた時間内で奄美の自然・食・文化の豊かさを総合的に体験できたことへの満足度が高い。地元からは奄美の食を再価値化と地元関係者のネットワークができたことへの評価が高い。田中一村、大島紬の各美術館は興味度合いで評価がわかれ、インパウンドの言葉の障壁が指摘された。体験時間は気温や雨天の影響があり、長いと感じる人もいた。



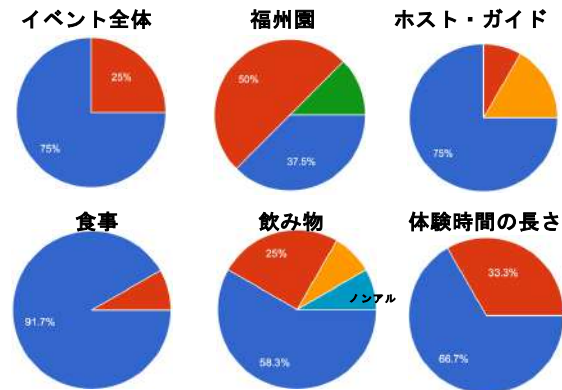
Landscape Cuisine Aperitif in Botanical Garden

参加人数は19名（女性9,男性10／地元14,県外5）
3組に分かれたための体験時間に対するコメントを除けば概ね高評価。沖縄らしい食材の新しい味わい方を沖縄特有の植物を眺めながらと言う体験を楽しんで頂けた。山羊は評価が分かれたコメントに多かったのは、どこか1箇所でも落ち着いて座れる場所が欲しかった、ノンアルコールドリンクが欲しかった、ガイドの案内も良かったがシェフとミクソロジストの話を聞きたかったの3件



Landscape Cuisine with Ryukyuan Hospitality

参加人数は11名（女性2,男性9／地元7,県外4）
イベント全体への満足度もそれぞれへの満足度もとても高く、特に食事への評価はとても高かった。その高さ故に福州園での体験・解説がもっと食事との関連で語られても良かったとやや物足りなさを感じるコメントもあった。飲み物そのものへの評価は高い一方、泡盛本来の味わいも体験できたら良かったと言う声もあった。



※詳細は後述

◆ 7 解決策実施の結果、詳細状況、要因

自然・環境

【仮説】

区分	活用資源	目指す姿	育成対象	実施内容	実証内容	仕様	継続性	運営主体候補
自然・環境 (奄美群島) 高価格帯の宿泊事業者が連携したイベント商材の開発	世界自然遺産に認定される景色・景観（海と山の近さ、豊かな水系） 少量多品種の食材（豊富な魚種・多様な野菜類）	域内料理人の育成（飲食店の把握） 域内料理人が連携する機会の創出（単一拠点という点から線・面の形成） 奄美群島の食文化に対する情報の整理	域内の宿泊施設 富裕層が宿泊する施設・飲食店からスタート（料理人とサービスマネージャー）	域内料理人への学習機会創出 ・食材 ・食文化 ・調理 ・サービス 学習を实践する機会の創出 ・域内料理人連携イベント ・メニューの開発 ・サービスの研修	時間的自由度の高い食形態 ・メニューとしての運用性 ・ターゲットからの評価 奄美群島特有のロケーションを活用した食体験 ・候補地の活用 ・運用における課題の抽出	欧米豪モダンラグジュアリー層：AT協調 実施規模：20人程度 想定単価：3万円程度（通常単価の倍以上）	今回開発するロケーションの常設化 新たなロケーションの開発	ロケーション／フイジビリティを有する宿泊施設事業者 宿泊部屋数の規模を有する事業者

【実施した結果・要因】

・ 宿泊施設・飲食店の横連携、キープレイヤーの顕在化

これまで奄美大島内の宿泊事業者・飲食店の料理人／サービスマン同士がつながる機会がなく、今回のイベントで初顔合わせの場を実現。そして、イベント運営を通じて、今後の奄美島内での横連携を期待できる関係性が構築された。また、今後奄美島内で観光産業を盛り立てていくキープレイヤーが顕在化される機会にもなった。

・ 奄美の食文化の整理・価値の再認識

スクールイベントを通して、奄美の食文化の価値を再認識する機会となり、今回招聘したトップシェフが奄美の食文化を料理へ落とし込む様子を目の当たりにすることにより、特に島内で食材として注視されていない「魚介」にフォーカスしたり（郷土料理「鶏飯」の鶏を海老でアレンジする等）、黒糖焼酎を活用したオリジナルカクテルを開発したり、奄美の食をアップデートすることの必要性を地域全体で共通認識とする機会となった。

◆ 7 解決策実施の結果、詳細状況、要因

ユニークベニュー

【仮説】

区分	活用資源	目指す姿	育成対象	実施内容	実証内容	仕様	継続性	運営主体候補
ユニークベニュー (候補：熱帯DC) 宿泊施設と連携したユニークベニューでのイベント	バックヤードツアー等を展開できる「ユニークベニュー」 沖縄特有の気候風土が育む植生・フルーツ	ユニークベニューを活用した事例の積み上げ ホテルにおける料理人・サービスマンの経験値向上	県内のホテル ・料理人 ・サービスマン ・企画担当 ＊沖縄県ホテル協会から声がけ	料理の開発 ・ユニークベニュー下での調理 サービスの研修 ・イベント時のサービス最適化 企画運営ノウハウ ・準備～本番までの知見	イベントを通じたホテル連携の機会 ・各ホテル共通のアップセル商品の開発 ユニークベニューを活用した食形態 ・再現性の高い食形態の模索（ドリンク、料理、オペレーション…）	欧米豪モダンラグジュアリー層：ホテル宿泊者（上位層） 実施規模：5～60人程度 想定単価：3～5万程度 ・バックヤードツアー ・フリーフロー ・食事提供	ユニークベニューを活用したミクソロジーイベントの継続開催 参画ホテルを会場にしたミクソロジーイベントの展開	企画に参画するホテル

【実施した結果・要因】

・宿泊施設のスタッフを集め、監修シェフ/ミクソロジストとレクチャー会を複数回開催

監修シェフ/ミクソロジストには事前に沖縄県北部まで実際に足を運び

沖縄特有の食材&調理方法を考案。その内容を参画ホテルの調理/バーテンダー/サービスそれぞれのスタッフに向けたレクチャー会を実施。レクチャー会では様々な質問が飛び交い、「このアイデアは自身の店舗でも取り入れたい！」などの良い刺激が生まれた。

・ユニークベニューという限られた環境下でのイベントを開催

来場者のアンケート結果から全体的な満足度は高かった。

観光施設を回りながら飲食を楽しむ体験への評価、沖縄の自然遺産に登録されているやんばるの植物をはじめ珍しい植物のガイドを受けながら、沖縄の食材を生かしたフード&ドリンクのクリエイティビティへの評価が高かった。

◆ 7 解決策実施の結果、詳細状況、要因

歴史・文化

【仮説】

区分	活用資源	目指す姿	育成対象	実施内容	実証内容	仕様	継続性	運営主体候補
歴史・文化 (歴史的建造物) 琉球宮廷文化を生かしたガストロノミーツアー	舞踊や漆器といった宮廷に由来する歴史的文化 冊封使をおもてなした泡盛を含む宮廷料理	歴史文化と連動した食体験商品の創出 琉球料理伝承人との共創 宮廷料理における高付加価値化の方向性の検討	ランドオペレーター ツアーの企画から顧客のアテンドに対応する事業者 琉球料理伝承人 飲食店の料理人／サービスマン	ガストロノミーツアーの実施 商品造成、訪問先調整、集客等 琉球料理×現代料理のイベント 琉球料理に対する新たな視点の提供	宮廷文化の観光商品化 ・再現性の検証 ・顧客満足度の検証 琉球宮廷料理のポテンシャル ・異ジャンルにおける琉球性の検証	欧米豪モダンラグジュアリー層：上位の富裕層 実施規模／単価 ・ツアー：数組／15万円 ・イベント：20名程度／5万円	ツアー商品の安定販売 琉球料理伝承人が連携するイベントの再現	ランドオペレーター 琉球料理伝承人

【実施した結果・要因】

・次世代を担う料理人、サービスマンのスタッフ起用と新たな視点の提供

担い手不足が課題とされる琉球料理。現地・琉球料理伝承人と国内外におけるトップシェフのコラボディナーにおいて、スタッフは現地ホテルの料理人・サービスマンを起用。琉球料理に触れる機会と共に、トップシェフの琉球料理に対する新たな表現方法やアプローチを体験。高単価な食体験造成・自走化にヒントを得る機会を提供。

・ツアーの再現性と継続性

沖縄独特の天候（雨・強風雨等）にも対応できるよう会場選定やルート設計を行うと共に、今後宿泊施設や旅行事業者を主体とした開催が継続できるよう県内事業者の参画・誘致を行った。

◆ 8 経費内訳

各種人件費も含む経費の概算内訳を記載する。

①各地のイベント費（1か所平均概算）

■シェフアサイン

- ・シェフ稼働費＝約150万円

■レシピ開発

- ・レシピ開発費（食材含）＝約100万円

■会場設営

- ・会場関連費＝約150万円
- ・機材関連費＝約100万円

■運営

- ・イベント企画制作費＝約200万円
- ・運営人件費＝約100万円

■プロモーション

- ・モニター招聘関連費＝約50万円
- ・動画等制作費＝約100万円
- ・広告費＝0万円（今年度は広告なし）

■その他実費

- ・旅費交通費＝約150万円

約1,100万円/回開催 程度の予算感での実施。

②その他の今年度事業費

■キックオフセミナー

- ・登壇者アサイン費＝約80万円
- ・当日運営費＝約100万円

■企画

- ・ロケハン/視察等準備実費＝約800万円
- ・各種企画費＝約1,000万円

■調査

- ・調査費（報告書含）＝約100万円

■事務局運営

- ・事務局作業費＝約1,000万円

① + ②の全体事業費として**6,348万円**にて実施

<収益化について>

今後の自走においては①のイベント実施に対して、運営母体が明確化することで会場費や人件費を抑えていくことが可能。

現状 11万円/人*100人程度の予算感ではあるが、将来的には50人程度で黒字化するような運営に自走化していけると想定。

機材や備品も購入できれば、年間複数回の開催で収益化に向かえる想定。

◆ 9 今後継続するための課題及び対応策

課題と対応策

奄美

・宿泊事業者・飲食事業者の連携体制の構築

横連携を期待できる関係性が生まれたとはいえ、まだまだ連携を望むには関係値が乏しい。今後は奄美ガストロノミー協会（仮）のような組織化も視野に入れるべきだと考える。

島内の宿泊施設や飲食店の横連携を強化することで、個々の施設だけでは受け入れきれない宿泊客の受け入れを実現し、特に宿泊施設や飲食店が連携したアイランドホッピングや、連泊者を想定した複数施設の協業プラン等が期待できる。

・田中一村の機運に乗じたコンテンツ開発

今回のイベントでも、シェフが料理へのインスピレーションを得た画家・田中一村の作品。2024年には東京都美術館で田中一村展が開催され、来場者数は約30万人と、国内外に画家・田中一村への注目が高まっている。田中一村記念美術館での外国人対応の強化はもちろん、ツアーコンテンツへの活用、田中一村を通じた奄美の自然環境の魅力再認識が期待される。

熱帯DC

・全体構成、メニュー説明などイベント構成案のブラッシュアップ要素

初の試みとして満足感の高いものの、メニュー説明をシェフやミクソロジストから受けたいなどの声や、ゆったりと歓談を楽しむスペースが欲しかったなどイベントの構成やスペースの活用方法、また運営スタッフの習熟度への改善点が見つかった。

・イベント運営/外国人を受け入れる体制への課題

海外からの富裕層を受け入れるにあたり、外国語対応の方法や、説明の分量や内容といった点のブラッシュが課題となる。また通年企画都する際に、夏メニュー/冬メニューなど季節感を取り入れる必要もある。運営主体となる地元宿泊施設がどのように主体となっていくか、また集客&告知部分も改善点となる。

ノホテル

・高付加価値ガイドの育成とインバウンド受け入れ体制

現在ガイド人材個人の知識・経験に基づいて事業を行っている人材が多い中、ガストロノミーツーリズムのみならず、高付加価値体験に適応可能な人材を育成する必要がある。またインバウンドに対しては国内観光者とは視点を変えた伝え方が必要となるため、本事業のようなイベントや県としての事業化・バックアップなど、人材育成および成長機会の必要性を感じた。

・県内事業者における自走開催の可能性

開催に向け会場候補および参画事業者の交渉を重ねている中、時期的要因から参画を見送りとなった宿泊施設が複数発生した。どの宿泊施設も参画に意欲的であり、次回機会があればぜひ参加したいとの声を頂戴した。県内事業者との高付加価値事業における協業および並走や、人材育成機会としてテストイベント・研修の継続に、沖縄県観光の底上げに繋がる可能性を感じた。

展開方法

・運営主体者の整備

弊社は企画から運営統括として参画し、3地域ともに企画と運営を行った。今後の自走的な運営を目指すためには地域事業者が主体となり展開されていくことが望まれる。今後はどこかの宿泊施設が中心となつての運営や地域ごとのガストロノミー協会（仮）のような団体ができればそこを主体とした自走した運営を検討すべきである。

【課題】誰が主体となつて組織運営やイベント企画を実施するのか（ノウハウの有無含め）

・イベントの実運営

今年度は立ち上げから参画者を巻き込んで運営を行ったので、良かった点として地域のシェフやミクソロジスト、スタッフを巻き込んだ運営が挙げられている。ただし、当日の実運営は弊社チームが中心となり地域参画者をディレクションする座組になっていた。今後は上記主体者もしくは地域のイベント運営会社等との連携の検討が必要。

【課題】イベント当日の運営を誰が主体となつて実施するのか

・商品化&販売

今年度はモニター的な実施であつたので公の販売を行ってはいない。ただし、今後の自走化では商品化並びに販売が必要になる。商品化においては、今年のモニターをブラッシュアップした工程の再考と集合から解散までの交通手段の手配・宿泊施設の手配等が必要になる。旅行業に抵触する部分であるので旅行会社との連携が必要。

また、販売は旅行会社の他に宿泊施設やレストランとの連携が望まれる。それぞれが持つ顧客に対してのアプローチを行うことで幅広い販売網の整備が必要。

【課題】商品化・販売共に旅行会社を巻き込んだ体制作りが必要、各所で販売できるように商品の磨き上げが必要

・プロモーションの実施

販売に紐ついてプロモーションが必要になる。上記のように宿泊施設やレストランの顧客へのアプローチは地域内で実施できる手段として検討。また旅マエへのアプローチとして、今年モニター招聘したエージェン等との連携が必要。

【課題】旅ナカでアプローチできる顧客を持つ事業者との連携、旅マエにて販売ができる事業者との連携

・概要

事業全体を通して、各地域が抱えている課題と資源の洗い出しを皮切りに、ユニークベニユーの発掘や自走に向けて必要な要素の検討など、地域の魅力の再整理を実施できた。今までも各地域で自主企画的に様々なイベントが実施されてきているものの、それぞれが単発で継続したPDCAの実施が弱かったが、各地域の価値をきちんと再整理したことで、来年度以降にもつなげる礎を築くことができた。

・体制作り

企画時から地域事業者を巻き込む体制作りを行うことができた。各地域共に、今までは認知はしているが協業経験がない（横のつながりが弱い）という声が多かったなか、地域事業者を一体にした実施をすることで、繋がり作りや地域全体の面的な事業者レベルアップに寄与できた。

・イベント造成

モニターとして3地域でのイベント造成を実施したが、各地域ともに「自然・環境」「ユニークベニユー」「歴史・文化」とテーマを設定することで内容もシャープに各ターゲットが興味をそそる企画が実現できた。また地域事業者を巻き込んだ運営を行うことで、来年度以降の自走を見越した1年目の活動ができた。

・販売&プロモーション

来年度以降の販売やプロモーションを見越しての動画を制作したので、今後はプロモーションコストをかけながら販売集客を実施したい。将来的には売上で自走して継続できるモデルにするために早期の販売とプロモーションが必要だが、今年度は商品化のベースとプロモーション素材を揃えることができた。

来期注力したい部分

体制強化：今年度の体制を強化し企画～制作～販売までワンストップにできる体制を整備していく。

商品化：モニター実施したイベントを磨き上げて、実際に一般顧客に販売できる商品としてパッケージ化する。

販売：販売主体と手法を確立し、なるべく多くのチャンネルで販売を行えるようにビジネスモデルの整備と事業者連携を実施。

プロモーション：ターゲットに効率よく届ける手法の検討と、収益コストを鑑みた広報の実施で販売を進める。

■ アンケート実施概要

実施概要	内容
実施日程	2024年12月16日～2025年1月8日
実施場所	奄美：LandscapeCuisineAmami 熱海DC：LandscapeCuisineAperitifinBotanicalGarden ノボテル：LandscapeCuisinewithRyukyuanHospitality
実施方法	オンライン質問表に対する回答
設問一覧	次ページにて記載

▶奄美：LandscapeCuisineAmami設問一覧

No	回答方法	設問
1	SA	あなたの性別を教えてください。
2	SA	お仕事の業種を教えてください。
3	MA	今回のイベント参加はどちらからの紹介によるものですか。
4	SA	イベント全体の満足度はいかがでしたか。
5	SA	田中一村記念美術館への満足度はいかがでしたか。
6	SA	大島紬美術館への満足度はいかがでしたか。
7	SA	食事の満足度はいかがでしたか。
8	SA	飲み物の満足度はいかがでしたか。
9	SA	体験時間の長さはいかがでしたか。
10	SA	本イベントの趣旨「奄美の世界自然遺産に認定される景色・景観や少量多品種の食材という資源を活用し，料理を通じてそのストーリーを感じることに価値を見出す」について、どの程度理解できましたか。
11	MA	今回のイベントのターゲットとして期待できるのは、どこの国からの旅行者だと思えますか。
12	MA	今回のイベントをどのようなお客様にお勧めしたいですか。
13	SA	今回の内容をイベント商品として販売する場合、妥当だと思う金額をお答えください。
14	SA	ガストロノミーツーリズムについてご存知ですか。
15	MA	今回体験いただいたようなガストロノミーツーリズムの成功に向けて、どのようなリソースやサポートが必要だと思えますか。
16	MA	ガストロノミーツーリズムの実践にあたって、以下の項目の中で課題と感じているものを選んでください。
17	SA	今回のようなイベントを御社の施設で開催したいと思われますか。
18	FA	今回のイベントに対する感想やご意見。

▶熱海DC : LandscapeCuisineAperitifinBotanicalGarden

No	回答方法	設問
1	SA	あなたの性別を教えてください。
2	SA	お仕事の業種を教えてください。
3	MA	今回のイベント参加はどちらからの紹介によるものですか。
4	SA	イベント全体の満足度はいかがでしたか。
5	SA	アペリティフ（フード）の満足度はいかがでしたか。
6	SA	飲み物の満足度はいかがでしたか。
7	SA	ホスト・ガイドの満足度はいかがでしたか。
8	SA	体験時間の長さはいかがでしたか。
9	SA	送迎の満足度について
10	SA	今回のイベントのターゲットとして期待できるのは、どこの国からの旅行者だと思いませんか。
11	MA	今回のイベントをどのようなお客様にお勧めしたいですか。
12	MA	今回の内容をイベント商品として販売する場合、妥当だと思える金額をお答えください。
13	SA	ガストロノミーツーリズムについてご存知ですか。
14	SA	今回体験いただいたようなガストロノミーツーリズムの成功に向けて、どのようなリソースやサポートが必要だと思いませんか。
15	MA	ガストロノミーツーリズムの実践にあたって、以下の項目の中で課題と感じているものを選んでください。
16	MA	今回のようなイベントを御社の施設で開催したいと思われませんか。

▶ノホテル：LandscapeCuisinewithRyukyuanHospitality

No	回答方法	設問
1	SA	あなたの性別を教えてください。
2	SA	お仕事の業種を教えてください。
3	MA	今回のイベント参加はどちらからの紹介によるものですか。
4	SA	イベント全体の満足度はいかがでしたか。
5	SA	福州園でのレセプションの満足度はいかがでしたか。
6	SA	お食事の満足度はいかがでしたか。
7	SA	飲み物の満足度はいかがでしたか。
8	SA	ホスト・ガイドによる案内はいかがでしたか。
9	SA	体験時間の長さはいかがでしたか。
10	SA	本イベントの趣旨「沖縄ならではのユニークベニューで、沖縄らしい食材を生かした料理とドリンクを味わい、唯一無二な時間を過ごすことで地域価値を見出す」について、どの程度理解できましたか？。
11	SA	送迎の満足度はいかがでしたか。
12	SA	今回のイベントのターゲットとして期待できるのは、どこの国からの旅行客だと思いますか。
13	MA	今回のイベントをどのようなお客様にお勧めしたいですか。
14	MA	今回の内容をイベント商品として販売する場合、妥当だと思ふ金額をお答えください。
15	SA	ガストロノミーツーリズムについてご存知ですか。
16	MA	今回体験いただいたようなガストロノミーツーリズムの成功に向けて、どのようなリソースやサポートが必要だと思われますか。
17	MA	ガストロノミーツーリズムの実践にあたって、以下の項目の中で課題と感じているものを選んでください。
18	SA	今回のようなイベントを御社の施設で開催したいと思われますか。
19	FA	今回のイベントに対する感想やご意見。

◆12 事業実施結果概要(調査結果)

コンテンツへの満足度



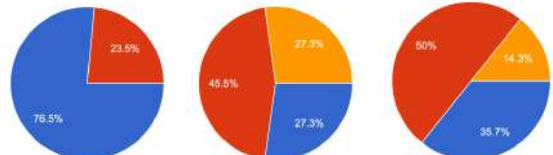
3つのイベントを通してほぼ全員から満足の評価を得られている。3つを横並びで見ると、食事・飲み物のクリエイティビティに対して驚きを持って評価されている。Botanical Gardenのみ、ノンアルの方からの評価が得られなかった分（ノンアルのペアリングの必要性の声は高かった）り、山羊の評価が分かれ、ターゲットが欧州であれば歓迎されてもアメリカはジビエに馴染みが低いので好まれない可能性があるというコメントもあった。

AmamiとRyukyuanでの体験は、参加者の興味関心が高い人ほどもっと深く知りたかった、食事と関連づけて説明があるといい、などの評価。Amamiは外国人の参加者から、素晴らしさはわかるが、映像や解説が日本語なのが残念、というコメントがあり、Botanical Gardenのインバウンドに詳しい方から、ガイドの話が体験のキーとなるため、ガイドの属人性が満足度に大きく影響するため、海外からのお客さまに外国語対応ガイド（もしくは翻訳機能）は肝要だというアドバイスもあった。

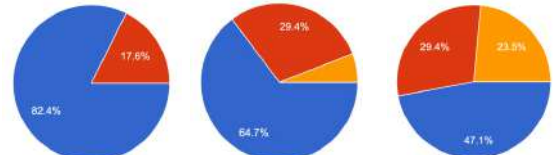
Landscape Cuisine Amami

参加人数は17名（女性3,男性14/地元11,県外5,海外1）
限られた時間内で奄美の自然・食・文化の豊かさを総合的に体験できたことへの満足度が高い。地元からは奄美の食を再価値化と地元関係者のネットワークができたことへの評価が高い。田中一村、大島紬の各美術館は興味度合いで評価がわかれ、インバウンドの言葉の障壁が指摘された。体験時間は気温や雨天の影響があり、長いと感じる人もいた。

イベント全体 田中一村記念美術館 大島紬美術館



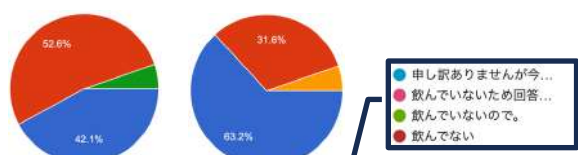
食事 飲み物 体験時間の長さ



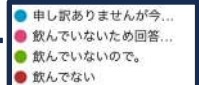
Landscape Cuisine Aperitif in Botanical Garden

参加人数は19名（女性9,男性10/地元14,県外5）
3組に分かれたための体験時間に対するコメントを除けば概ね高評価。沖縄らしい食材の新しい味わい方を沖縄特有の植物を眺めながらと言う体験を楽しんで頂けた。山羊は評価が分かれたコメントに多かったのは、どこか1箇所でも落ち着いて座れる場所が欲しかった、ノンアルコールドリンクが欲しかった、ガイドの案内も良かったがシェフとミクソロジストの話を聞きたかったの3件

イベント全体 ホスト・ガイド



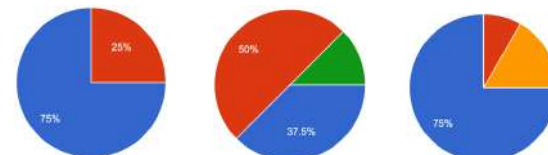
アペリティフ 飲み物 体験時間の長さ



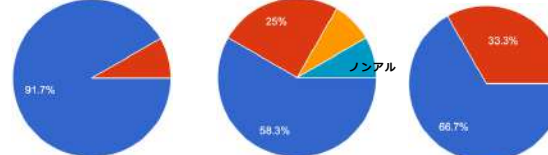
Landscape Cuisine with Ryukyuan Hospitality

参加人数は11名（女性2,男性9/地元7,県外4）
イベント全体への満足度もそれぞれへの満足度もとても高く、特に食事への評価はとても高かった。その高さ故に福州園での体験・解説がもっと食事との関連で語られても良かったとやや物足りなさを感じるコメントもあった。飲み物そのものの評価は高い一方、泡盛本来の味わいも体験できたら良かったと言う声もあった。

イベント全体 福州園 ホスト・ガイド



食事 飲み物 体験時間の長さ



◆12 事業実施結果概要(調査結果)

イベント趣旨理解度とその感想

どちらのイベントでも、地域独自の食材を新しい形で表現していること、地域の自然・文化に根ざしたストーリーであったことなどへの評価が高く、ガストロノミー体験を通じたことにより、より地域理解が深まったことが窺える。また、美術館や福州園での体験とのつながりが興味関心を触発し、より地域の歴史や文化への関心を持ったというコメントもあり。

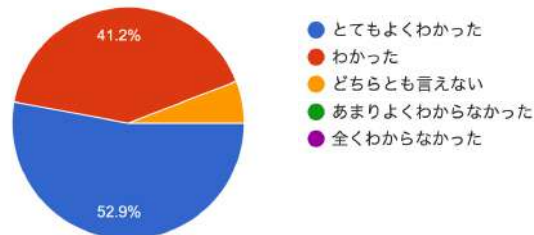
Amamiでは、インバウンドにもストーリーが十分に伝わるので実施すべき、と海外からの参加者がコメントしている。

Landscape Cuisine Amami

「奄美の世界自然遺産に認定される景色・景観や少量多品種の食材という資源を活用し、料理を通じてそのストーリーを感じることに価値を見出す」について、数値的には高評価で、季節や自然を感じられた、奄美食材のポテンシャルが見事に生かされていた、など満足の高さが伺えるコメントの一方で、自然・文化・アクティビティなども含めた体験に広げた方がよいなど、さらに深く広くを期待する声もあった。

唯一海外からの参加者（顧客対応ツアー企画）からは、設計も運営もしっかりと行われ、ストーリーが十分に伝わってきた。インバウンドにも十分伝わる内容なので、このイベントを継続しない手はない、という賛辞もあった。

イベント趣旨理解度



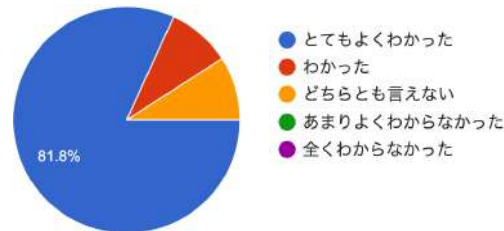
Landscape Cuisine Aperitif in Botanical Garden

(該当質問なし)

Landscape Cuisine with Ryukyuan Hospitality

「沖縄の歴史を知る事から始まり、伝統工芸、食事、お酒と1つのラインで簡潔に知れたのは良い流れ」「沖縄の食材を活かした料理と飲み物 ヌーベル琉球料理と歴史と文化を勉強出来て素晴らしいイベント」「ツアーを通じて、泡盛や建物、漆器、芸能などの琉球文化は「おもてなし」のために発展してきたということを知ることができ、それを最後のディナーに全て落とし込んだ形」など、イベント全体の流れを通して、沖縄固有の食材と琉球文化の流れを汲む料理・飲み物演出がしっかりと伝わっていた。福山さん、前川さん、比嘉さんのお話が良かった、というコメントも。

イベント趣旨理解度



◆12 事業実施結果概要(調査結果)

対象エリア／勧めたいターゲット／想定商品価格帯

3つのイベントを通して、ターゲット客層として欧米からの高付加価値インバウンド、日本のシニアカップルをあげる方が多かった。また、複数の対象エリアをあげる方が多く、高付加価値を求めている幅広い客層をターゲットになるポテンシャルが高いと言える。

Ryukyuan Hospitality (ディナー)、Amami (ランチ) はグループでの参加を想定されている方が多い一方で、「おひとりさま」を、Botanical Gardenでは選ぶ方が多く、アペリティフツアーは歩いてまわることや時間が1時間半とコンパクトであることから、一人で旅行されている方が参加しやすいイベントとして評価されたと考えられる。

Landscape Cuisine Amami

圧倒的に欧米が高く、次いで日本。欧米については、高付加価値インバウンド (リピーター・初来訪とも)、国内についてはシニアカップル。価格帯は10万以上の回答もあるが3～7万の幅で、中央値は5万円程度か。

対象エリア (17)

- 1 欧米 (15)
- 2 日本 (11)
- 3 オーストラリア・ニュージーランド (10)

ターゲット客層

- 1 高付加価値インバウンド (リピーター) (15)
- 2 シニアカップル (12)
- 3 高付加価値インバウンド (初来訪) (11)

想定商品価格帯



Landscape Cuisine Aperitif in Botanical Garden

欧米・日本・豪州の順で、圧倒的に高付加価値インバウンドリピーター。価格帯は幅があるが、中央値で2万円程度か。(5万円以上の回答は恩納村観光協会の方)

対象エリア (19)

- 1 欧米 (14)
- 2 日本 (13)
- 3 オーストラリア・ニュージーランド (9)

ターゲット客層 (19)

- 1 高付加価値インバウンド (リピーター) (15)
- 2 シニアカップル (11)
- 3 女性グループ (10)
- 3 おひとりさま (10)

想定商品価格帯



Landscape Cuisine with Ryukyuan Hospitality

琉球と中国の関係が古より続いていることから、ターゲットとして中国語圏が高くあがった。価格帯は10～12万が最も高く、全体的に10万円以上の評価。中央値は13万程度か。

対象エリア (11)

- 1 欧米 (7)
- 1 日本 (7)
- 1 中国 (7)
- 4 台湾 (6)

ターゲット客層 (11)

- 1 高付加価値インバウンド (リピーター) (11)
- 2 高付加価値インバウンド (初来訪) (7)
- 3 シニアカップル (5)

想定商品価格帯



◆12 事業実施結果概要(調査結果)

ガストロノミーツーリズムに必要なリソース・サポート／実践にあたっての課題／自社での開催意欲

ガストロノミーツーリズムへのニーズは高いことへの賛同は高かった一方で、専門知識・技術、人材の確保、広報・宣伝支援などが課題だと感じている方が多かった。また、継続実施にあたっては、地元でのチーム連携と、専門家との連携ともに多くの方が触れられていた。自社施設での開催については意欲的な方が多い一方で、生産者や専門性を持った人との連携の必要性を感じたというコメントもあった。

Landscape Cuisine Amami

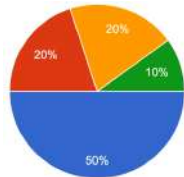
持続可能な観光化に向けて開催へ前向きな声が半数超。そのため資金調達、人材育成、継続運用可能な体制づくりが課題か。海外からの参加者はインバウンドに詳しい専門家が必要と言及

必要なリソース・サポート

- 1 人材トレーニング (15)
- 2 専門知識・技術 (13)
- 3 広報宣伝支援 (12)
- 4 資金の援助 (10)

実践にあたっての課題

- 1 資金の調達 (14)
- 2 人材確保 (13)
- 3 付加価値の付け方 (11)
- 3 料理の提供 (11)
- 5 専門知識・技術 (10)



自社施設での開催意向 (10)

- ぜひ開催してみたい
- 開催を検討してみてもいい
- よくわからない
- 今のところ開催したいとは思わない
- 全く開催してみたいとは思わない

Landscape Cuisine Aperitif in Botanical Garden

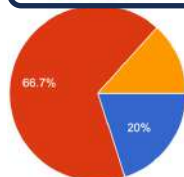
観光資源を付加価値化できること、夕食前時間帯活用の期待から実施に前向きな声が多く、一方予算内での実現、連携できる施設の確保・狙う客層の精査に課題を感じる意見もあった

必要なリソース・サポート (19)

- 1 広報宣伝支援 (13)
- 2 資金の援助 (12)
- 3 専門知識・技術 (12)
- 4 人材トレーニング (10)

実践にあたっての課題 (19)

- 1 付加価値の付け方 (13)
- 2 資金の調達 (12)
- 2 人材確保 (12)
- 4 専門知識・技術 (9)
- 4 ツアースケジュールの設計・調整 (8)



自社施設での開催意向 (14)

- ぜひ開催してみたい
- 開催を検討してみてもいい
- よくわからない
- 今のところ開催したいとは思わない
- 全く開催してみたいとは思わない

Landscape Cuisine with Ryukyuan Hospitality

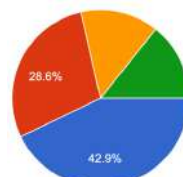
付加価値の付け方が全てであり、高付加価値な企画・運営・広報が可能な専門性のある人材や組織との連携が何より必要という意見多数。また自社実施の場合は地域連携したいとコメント

必要なリソース・サポート (11)

- 1 人材トレーニング (11)
- 2 専門知識・技術 (8)
- 3 広報宣伝支援 (8)
- 4 資金の援助 (6)

実践にあたっての課題 (11)

- 1 人材確保 (11)
- 2 専門知識・技術 (8)
- 2 付加価値の付け方 (8)
- 4 資金の調達 (5)
- 4 観光スポットの適切な選定 (5)



自社施設での開催意向 (6)

- ぜひ開催してみたい
- 開催を検討してみてもいい
- よくわからない
- 今のところ開催したいとは思わない
- 全く開催してみたいとは思わない

◆12 事業実施結果概要(調査結果)

その他感想・意見（各イベントのコメントは抜粋したのになります）

それぞれに、飲食を通じて土地の魅力を体験できたことに対する発見があったこと、そしてこの体験を地域価値として継続実施することへの期待がとても高い。Ryukyuan では、琉球文化の流れを汲んだおもてなし、Amamiでは、奄美独自の品格のある素朴さ、Botanical Gardenでは、リゾートだけでなく沖縄、ユニークベニユーでの特別体験、とそれぞれの特徴の理解に繋がっていた。体験を通して新たな価値に気づき、沖縄・奄美を好きになっていただけたコメントも多く、今後への期待も高い。

Landscape Cuisine Amami

- ・奄美の独自性を生かした会場のロケーション。料理のクオリティ。趣向を凝らしたプレゼンテーション・演出がよかった。
- ・品が良いながらも、スノッパな印象ではなく、素朴さと気やすさがある点がよかったと思います。
- ・奄美について知識がなく、沖縄出身のためざっくりした奄美をイメージしていましたが、実際訪れると自然と文化、人々との交流を通して九州と沖縄が絶妙に混ざり合わさるエキゾチック感と独自の文化、手付かずの自然が身近にあるのも新しい発見と癒しがたっぷりでした。
- ・海を見ながらの食事はまさに自然を感じることができました。波の音、空の雲、前に見える喜界島や節田立神など異空間の中で過ごした時間は記憶に残るものとなりました。
- ・今回のイベントを実証実験にとどめず、島内の事業者が一丸となって今後に繋がるものにしていかなければならないと感じた
- ・今までなかった地域の繋がりができる良いきっかけとなったことは間違いなく、参画した飲食店様やホテル様など同じ気持ちでスタートを切れたと感じております。

Landscape Cuisine Aperitif in Botanical Garden

- ・沖縄のリゾートとしてだけではなく価値を作ることができると改めて感じた
- ・非常に勉強になり、楽しめたイベントでした。施設会場全体を使い、また胡椒などは実際に成っている実を間近で見ながら味を楽しめたりが、この施設ならではの感がありとても良かった
- ・ガストロノミー事業を始めて体感しました。欧米諸国の富裕層など誘客できる可能性がある事業だと思います。
- ・今回は量少なめ設定だったのかもしれませんが、歩く距離も少しあったので、途中座ってちょっとガッツリ食べることができたりしても、嬉しいかもしれません。
- ・国定公園など使用する際のハードルの高さを軽減できると活性化すると思いました。沖縄の文化や歴史ある場所を食を通じて広くアピールできる事業を取組む事で人材育成や誇りを持って観光業に従事してくれる若い方が増え発展につながる事を期待したい
- ・沖縄だと夜はホテルにこもりきりの方も多いと思いますが、ナイトイベントの一環として、今回のようなイベントがあると、夕方～夜にかけての観光の幅が広がるように感じました。

Landscape Cuisine with Ryukyuan Hospitality

- ・日本にいながら、琉球王国の歴史や文化について、深く知っているわけではなく、それを知ることができて非常に良い経験になった。特に中国との関係が深かったこと、中国からさまざまな影響を受けていたことは知らなかった。今回のツアーは中国のお客様にとって、沖縄をより身近に感じることができ、より好きになる可能性があると感じた
- ・ストーリー性があり歴史から始まり、食事とお酒の体験をさせて頂けたのは良い勉強にもなりました。漆器も見学ではなく体験を組み込む等した少々ブラッシュアップした販売のイメージも膨らみいい経験になりました。
- ・ダイニングアウトのような屋外での食事は素晴らしいですが、費用がかかる事も現実 自走のためには、今回のノボテルさんのようにホテル等での食事をベースに、それ以外の体験をどのように組み合わせるか？が現実解の一つと思われました。
- コメント→継続的にイベントを開催していただきながら、地元スタッフの育成、高付加価値なイベントづくりをしていただけると嬉しいです。/継続開催し、発信し続けていただけることを願っています。/素晴らしい取り組みなのでスポットではなく、通年とおしてやっていただきたい。