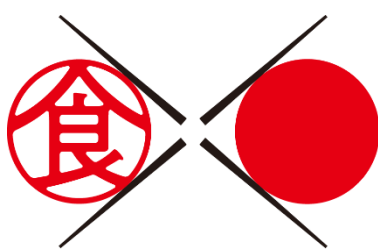
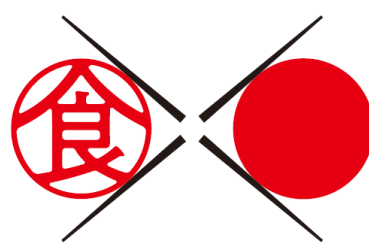


# 令和3年度日本食・食文化体験による輸出促進支援事業 (日本食体験によるインバウンド需要の 創出及び新規需要開拓委託事業)



食かけるプロジェクト



EAT! MEET! JAPAN

📄 実施報告書 📄

2023年3月



## 目次

●事業目的・事業概要		
・事業目的・事業概要	.....	3-5
●食かけるプライズ募集に関して		
・募集内容	.....	7-10
・応募結果	.....	11-12
●推進委員会		
・推進委員会	.....	14-20
●食かけるプライズ選考		
・食かけるプライズ 審査要領	.....	22-23
・食かけるプライズ 1次審査	.....	24-26
・食かけるプライズ 2次審査	.....	27-29
・最終結果	.....	30-33
・受賞者発表<WEBサイト>	.....	34
●食事業者進捗 および 磨き上げ報告		
・事業者進捗 および 磨き上げ報告	.....	36-50
●表彰式・交流会		
・表彰式・交流会	.....	52-66
●情報発信に関して		
・情報発信・全体概要	.....	68
・動画作成	.....	69-71
・WEBサイト	.....	72
・パンフレット作成	.....	73
・メディア	.....	74-82
・Facebook	.....	83-88
●アンバサダー展開	.....	90-93
●バーチャルトリップ	.....	
・バーチャルトリップ	.....	95-97
・実施レポート	.....	98-112
●インバウンドを活用した輸出促進		
・インバウンドを活用した輸出促進	.....	114-121
・シンガポール テストマーケティング	.....	122-124
・シンガポール テストマーケティング アンケート結果	.....	125-132
●事後アンケート<オンライン>		
・事後アンケート<オンライン>	.....	134-139
●パンフレット		
・パンフレット	.....	141
●来年度の取り組みについて		
・来年度の取り組みについて	.....	143-144
・委託実施事業者	.....	145

## 事業目的・事業概要

## 事業目的・事業概要



## 本事業の成果と課題

今年で4年目となる本事業は事業者たちのユニークなアイデアもあり、食に関する関係各所から注目集める事業となっております。

私たちは、初年度の立ち上げから本事業に関わってきたことから、この事業のスタート時からの理念を踏襲しつつ、3年間の事業を総括し、その課題に取り組んでいく所存であります。

## ＜事業成果＞

ユニークなコンテンツ開拓から輸出  
事業への積極的な取り組みへ。

受賞者の中には、商談会への参加やその前後のサポートを行うことで、海外輸出への関心を高め、その第1歩を踏み出して頂く事業者もありました。



2021年度は香港商談会に3事業者、台湾商談会に1事業者が参加し、前後の支援もあり、手応えを感じて頂くことができました。

実際に売上実績がアップするなど目標  
となる成功事例サンプルを獲得。

コロナ禍にも関わらず、本事業の受賞者の中には、1.4倍から2倍と大きく業績を伸ばされた事業者も複数社ありました。

このような事業者の成功事例の発信と、成功背景の分析を行うことで、今後の事業者への輸出への取り組みの増加へと結びつけていけるものと考えます。

食文化のユニークな取組が多数収集  
され、新しい日本食文化を創出。

食かけるプライズとして募集された取組には、食の魅力を高めるアイデアや日本の食文化の魅力について再考する取組があり、さらに専門家の磨き上げにより、新しい食スタイルや楽しみが創出されています。

コロナ禍でも対応可能な新たな情報  
発信への取り組み。

2020年-2021年は、プログラム運営ができない状況になりましたが、そのような状況の中でバーチャルトリップ、オンライン商談会の実施など、WEBを使った積極的な情報発信を実施。



ECサイトの充実も含め、コロナ収束後もオンライン配信への有効活用への取り組みを促進してまいります。

## ＜4年目に向けた主な課題＞

一過的な賞への取り組みではなく、**今後、「日本の食の輸出への可能性」や、「食文化の創造」をリードするような取組**についてしっかりとサポートを行う。

そのために応募者数のみならず、応募時点から具体的なターゲット市場や商品の情報を提供し、優良事業者の応募を高める。

現在のような世界的なパンデミック発生時にでも対応でき、かつ収束後にも波及効果の高い**ECサイトなど、WEB**を使った積極的な販売促進に取り組む。

プログラムについては例年様々なユニークな取り組みが多く、更なるブラッシュアップに努めるとともに、各市場ごとの特性や嗜好を考慮した**商品開発をさらに強化**させる。



日本の食と異文化の融合により、創出されてきた本事業の取り組みはさらに充実させつつ、選定されたプログラムから、**輸出につながる支援強化**をはかる。

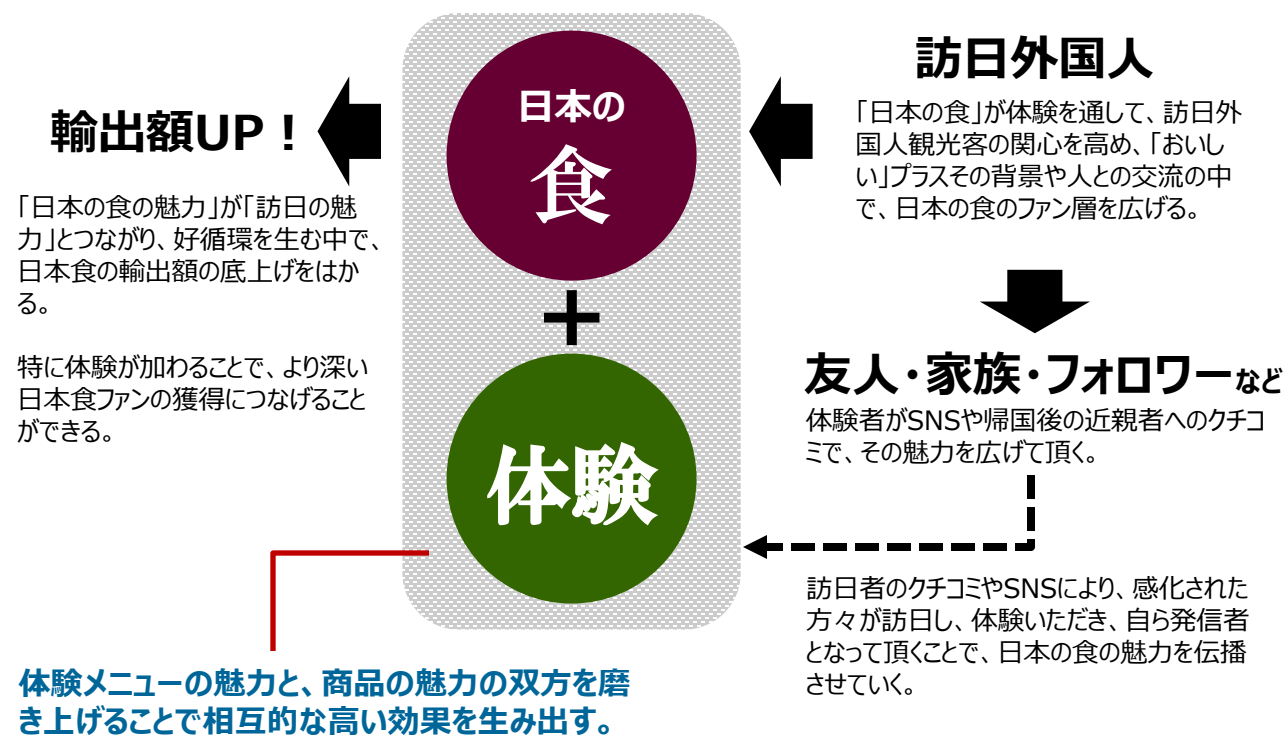
## 事業目的・事業概要

## ◎ 事業目的（仕様書冒頭より）

「食料・農業・農村基本計画」において、2025年までに2兆円、2030年までに5兆円という輸出額目標が設定され、この目標達成に向けて実行する施策として、令和2年12月に決定された「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」において、インバウンドの促進と連携した訪日外国人への日本の食や文化の理解・普及を図ることにより、日本の農林水産物・食品の市場を拡大する取組を支援することとされています。

本事業においては、**輸出につながり、かつ訪日外国人が感心を持つような日本の食と異業種が組み合わせられた多様な体験**を収集した上で磨き上げ、そうした体験プログラムを訪日前や訪日中の外国人へ向けて提供することで日本食・食文化への興味・関心を高め、帰国後に、日本の食の再体験の希望が高まることにより、一層の日本食・食文化の効果的な普及及び日本産食材の輸出促進につなげることを目的として実施されます。

**「日本の食」に異業種を組み合わせることで新たな価値を創造し、日本食の輸出額アップと再訪日の好循環をつくる。**



## ◎ 近年の動向（新型コロナウイルス感染症の世界的な広がりによる変化）

右肩上がりに増加し続けていた訪日インバウンドと、足並みをそろえて増加してきた「農林水産物・食品」の輸出でしたが、新型コロナウイルス感染症の世界的な広がりの中で、その形態は変化を余儀なくされました。

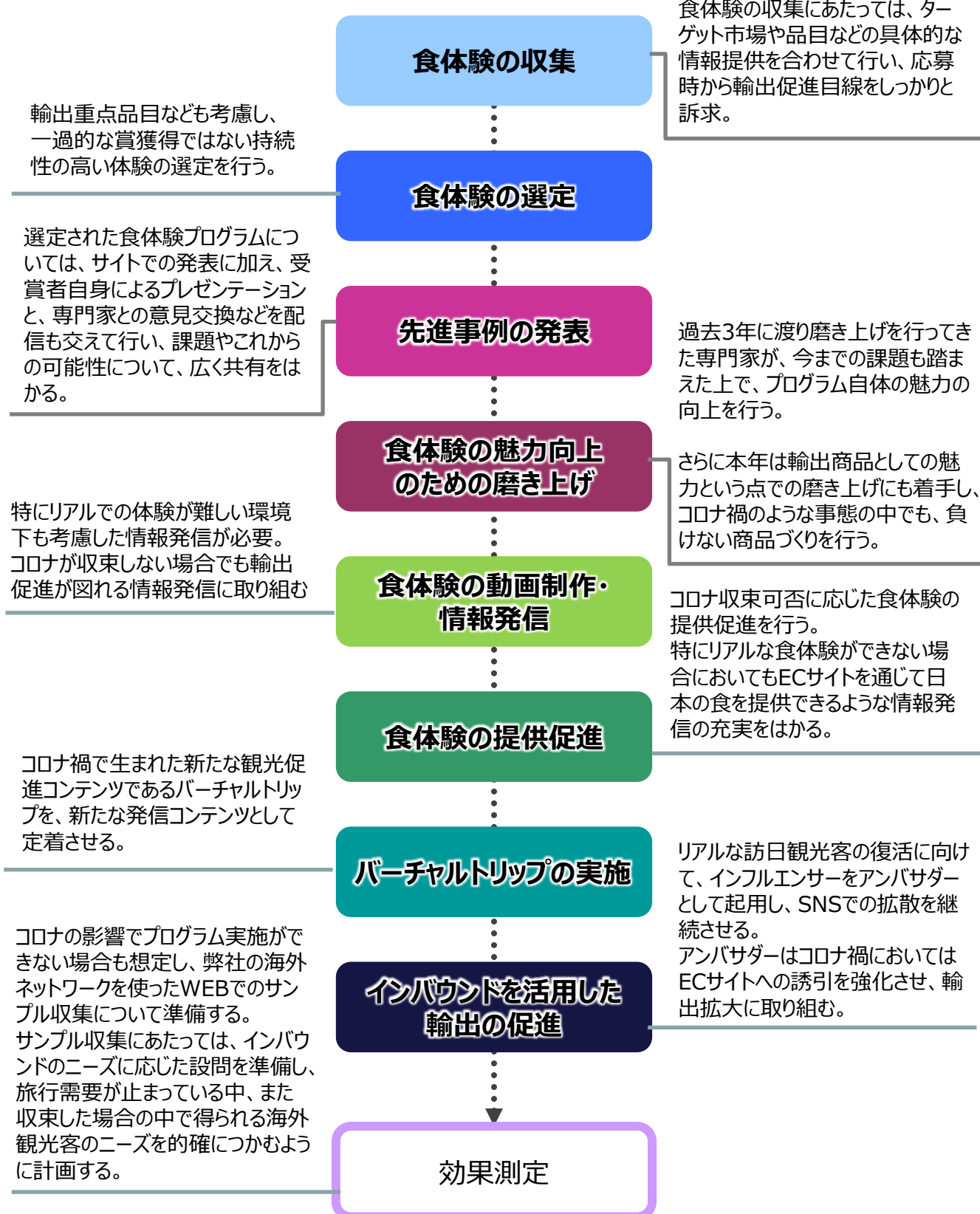
前章で記載の通り、新型コロナの拡大は、訪日インバウンドに壊滅的な打撃を与えましたが、そのような中でも「農林水産物・食品」の輸出は増加を保つことができています。

これは、本事業をはじめとする長年に渡る様々な取り組みが、「日本の食」への高い信頼を築いてきたものと考えられ、このような事態となった今だからこそ、「日本の食」の魅力について、再度しっかりと見つめ直し、**コロナ収束後には「日本の食」が訪日インバウンドの回復をリードする、さらに輸出へとつながる事業者サポート**を行えるよう本事業の在り方についても見直しをはかり、より良い好循環の回復へと導いていかなければなりません。

## ■事業コンセプト■

訪日体験をレガシーとした、  
現地消費を喚起する食を絡めた体験発信

## ■事業展開概要■

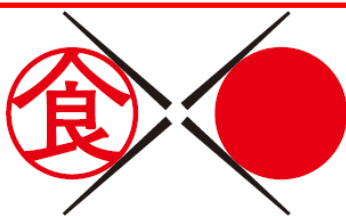


**食かけるプライズ募集に関して**

# 訪日外国人に日本の食・食文化の魅力を伝える

## 「食」体験コンテンツを大募集！

### 「食かけるプライズ2022」募集開始！



食かけるプロジェクト

農林水産省は、訪日中に食に関わる体験をした外国人が帰国後も本国にいながら日本の食を体験できるような環境整備を図り、日本産農林水産物・食品の輸出拡大につなげていく「食かけるプロジェクト」を推進しています。

本プロジェクトの一環として、日本各地の食を異分野と掛け合わせた魅力的な体験事例を表彰する

「食かけるプライズ2022」の募集を開始します。

新型コロナウイルス感染拡大で落ち込んだ消費回復へ向けて  
来たるべき外国人観光客の訪日再開を見据え、プロジェクトを実施します。

日本には単に食べるだけではなく、食×エンタメ、食×アート、食×スポーツ、食×歴史など、食を通じて様々な文化に触れることができる体験がたくさんあります。農林水産省では、外国人の訪日意欲をかき立てるような食と異分野を掛け合わせた体験を募集し、素晴らしいアイデアを選定し、日本の食・食文化の魅力を訪日外国人に発信することを目的とした「食かけるプライズ2022」を実施し、全国から食体験を募集します。

#### ① 食かけるプライズ 応募期間

2022年5月20日（金） ～ 2022年7月18日（月（祝日））

#### ② 募集内容

- ・ 訪日外国人向けの事業者が提供する、これまでに商品化（販売）されている日本の食・食文化を深く知ることができる食体験。
- ・ 商品化（販売）を検討している事業者がファムトリップ（※）等で提供したことがある日本の食・食文化を深く知ることができる食体験。

（※）ファムトリップ：観光地の誘致促進のため、ターゲットとする国の旅行事業者やインフルエンサー、メディアなどを対象に現地視察してもらうツアーのこと。

#### ③ 賞 ・食かける大賞（1社）

（10社程度）・食かける賞（数社）

・ネクストブレイク賞（数社）

#### ④ 受賞メリット（副賞）

受賞した食体験には以下の副賞を予定しています。

注）受賞した賞の種類及び体験内容によっては該当しないものもあります。

- ・ PR動画の制作（1分程度/本）
- ・ 訪日外国人向け旅行商品販売サイト等における情報発信
- ・ 体験コンテンツを商品化するための専門家等の派遣
- ・ 体験商品・コンテンツに関する農林水産物・食品の輸出商品化に向けた磨き上げ、販路開拓支援及び越境ECへの掲載支援
- ・ 食体験の先進事例発表会での紹介

## 募集内容

## 5 応募方法

本プロジェクト公式サイトにある「専用応募フォーム」から、必要事項を添付及び入力して応募してください。（公式サイトURL：<https://www.eatmeetjapan.jp>）

- 食体験の写真又は動画（1分以内）
- 表題（20文字以内）と体験内容の説明(50文字～200文字以内)
- 体験又は食品の販売実績の有無や今後の販売意向等について
- 会社名又は団体名、担当者名、住所、電話番号、メールアドレス
- その他審査に必要な事項  
（現在の営業状況、外国人の受け入れ経験の有無、多言語化の状況等）

## 6 選考基準と選考方法

## ▶ 選考基準

- 1) 「食×〇〇」と説明できるような食と何かが絡んだ体験であるか。
- 2) 訪日観光客にとって魅力的な体験事例か。
- 3) 日本の食の魅力が十分に伝わる取組であるか。
- 4) 体験事例を通じて地域産品の消費（輸出）につながる取組であるか。
- 5) 輸出につながる食品・食材を利用した取組であるか。
- 6) ターゲット国を明確にしているか。
- 7) 持続的な訪問実績が見込める取組であるか。

## ▶ 選考方法

応募のあった食体験から販売実績の有無及び上記の選考基準により選考します。選考に当たり、本プロジェクト事務局による1次審査を通過された方には審査委員による2次審査があります。1次審査を通過された方には本プロジェクト事務局から御連絡いたします。

## 7 スケジュール

募集期間 2022年5月20日（金）～2022年7月18日（月（祝日））

審査期間 2022年7月下旬～2022年8月下旬

結果発表 2022年9月中 ※結果発表は農林水産省ホームページ及び本プロジェクト公式サイトに掲載します。

## 8 応募に当たっての留意事項

- 応募された体験事例の写真、動画、体験内容の説明及び会社名又は団体名は、応募サイトから不特定多数の方が閲覧可能になることをご了承ください。写真・動画の使用範囲は当公式サイト内のみとなります。掲載する写真・動画の使用許諾（その範囲での著作権者人格権の不行使を含む）を著作権者より得ていることをご確認ください。なお被写体となっている人物の肖像権についても、肖像権者より許諾を得ていることをご確認ください。
- 応募内容が事業趣旨を逸脱すると事務局が判断した場合は応募内容を削除します。
- 応募内容に事実と異なる内容が含まれていると事務局が判断した場合は選考外とします。
- 応募された食体験は、本事業に関係する旅行会社等に情報提供させていただく場合があります。

## 主催・お問合せ先

主催：農林水産省  
お問合せ先：食かけるプロジェクト事務局  
E-Mail: [info@eat-meet-japan.jp](mailto:info@eat-meet-japan.jp) TEL: 0570-04-3001  
（開局時間：平日/10:00～18:00）

## 募集内容

## ●食かけるプライズ2022 応募告知ポスター

**食**かける  
**プライズ**  
**2022**

世界に誇れる日本のディープな「食」体験を大募集！

食×IT/タテ  
食×文化  
食×伝統  
食×SDGs  
食×スポーツ  
食×アート  
食×歴史  
食×字音

日本各地の魅力的な食体験を  
世界に発信！！

**5.20 (金)**  
**7.18 (月・祝)**

**募集要項**

●食かける大賞 (1社)  
●食かける賞 (数社)  
●ネクストブレイク賞 (数社) ※抽選による抽選による抽選

**対象**  
(1社)

●PR動画の制作 (1分程度/社)  
●訪日外国人向け旅行商品販売サイト等における体験発信  
●体験コンテンツを商品化するための専門家の派遣 ほか

**応募方法**

スマートフォン及びパソコンから公式サイトにある  
指定の「専用応募フォーム」に入力して応募

**応募条件**

●「食×〇〇」と説明できるような食と何かが結んだ体験であるか。  
●訪日観光客にとって魅力的な体験事例か。  
●日本の食の魅力が十分に伝わる取組であるか。  
●体験事例を通じて地域産品の消費（輸出）につながる取組であるか。  
●輸出につながる食品・食材を利用した取組であるか。  
●ターゲット層を明確にしているか。  
●持続的な訪問客数が見込める取組であるか。

**応募期間** 2022年9月中

■お問い合わせ先： 食かけるプロジェクト事務局  
E-Mail: info@eat-meet-japan.jp  
TEL:0378-84-3881 (9:00-18:00)

■所 属： 農林水産省

お問い合わせや専用応募フォームはこちらから  
<https://www.eatmeetjapan.jp/>

eat meet japan 応募

QRコード

WEBサイト

● 食かけるプライズ応募 TOPページ

EAT! MEET! JAPAN
エントリー募集 エントリー一覧 新規エントリー ログイン 受賞者一覧 お問い合わせ

## 訪日外国人に日本の食・食文化の魅力を伝える 「食」体験コンテンツを大募集！ 「食かけるプライズ2022」募集開始！

農林水産省は、訪日中に食に関わる体験をした外国人が帰国後も本国にいながら日本の食を体験できるような環境整備を図り、日本産農林水産物・食品の輸出拡大につなげていく「食かけるプロジェクト」を推進しています。本プロジェクトの一環として、日本各地の食を異分野と掛け合わせた魅力的な体験事例を表彰する「食かけるプライズ2022」の募集を開始します。

**新型コロナウイルス感染拡大で落ち込んだ消費回復へ向けて  
来たるべき外国人観光客の訪日再開を見据え、プロジェクトを実施します。**

日本には単に食べるだけではなく、食×エンタメ、食×アート、食×スポーツ、食×歴史など、食を通じて様々な文化に触れることができる体験がたくさんあります。農林水産省では、外国人の訪日意欲をかき立てるような食と異分野を掛け合わせた体験を募集し、素晴らしいアイデアを鑑定し、日本の食・食文化の魅力を訪日外国人に発信することを目的とした「食かけるプライズ2022」を実施し、全国から食体験を募集します。

1 食かけるプライズ 応募期間

2022年5月20日(金) ~ 2022年7月18日(月(祝日))

● エントリー一覧 (エントリー件数 : 101)

EAT! MEET! JAPAN
エントリー募集 エントリー一覧 新規エントリー ログイン 受賞者一覧 お問い合わせ

### エントリー一覧

エントリー数: 101件

**伝統的焼酎製法、天然醸造みその手作り体験**

京都、西陣の町中でお味噌作りの手作り体験をしております。100年からの味噌作りをしている味噌職人の伝道師で味噌作りのコツが伝わる楽しい作り、他の変化も感じてもらう体験です。味噌でも珍しい伝統的製法による手作り味噌、木桶での長期天然醸造を産地当り産地に漬けております。食×食文化、食×歴史体験、特別に産地地場産品を盛り込んだ体験いただけます。1年後の熟成後に再度訪頂けたら幸いです。

詳細

2022/07/18

**そば打ち体験×酒造**

豊後県中津市から訪日客の方へそば打ち体験を、豊後県中津市で100年続く酒造を体験。そば打ち体験前には藩史やそばの歴史や作り方などをお話します。そば粉や天ぷら、お漬物、料理に合わせた地元の野菜を盛り、お料理の数々が地元産品を盛り込んでいただきます。温泉スパも併設。森の中の一軒家を貸切利用していただき、食×酒造にすることで体験をより豪華に感じてもらっています。お子様の体験も可能なので家族にもなります。

詳細

2022/07/18

**外国人寿司に寄り体験**

豊前市豊前町と道の駅、豊前市豊前町産地の店、地下から2階までの120席を有する大型店舗、豊前市興に伝統を継ぎ、カウンターの中で本職の職人が丁寧に寿司の作り方を教え、インゼンザブで行って来たイベントに100名程を対応(コロナ前)。

詳細

2022/07/18

**抹茶工場見学と抹茶点て体験**

職人のアドバイザーが抹茶に関する説明をしながら、石臼製法で抹茶を挽いているところを見学。茶葉や臼のサンプルも展示しており、授け体験も一部可能です。応じて体験では抹茶を自分で淹れてお茶壺ごとお出ししていただきます。専門スタッフの方を丁寧に説明いたしますので、お茶壺の数の方でも安心してお楽しみいただけます。

詳細

2022/07/18

**日本食×日本語×伝統芸能**

【食楽舞】は日本舞の伝統芸能と宮内省のシラシラ舞、舞・食・伝統芸能を融合するライブイベントを開催します。依頼先は、「京都(宮城野)」「出羽郡(山形県)」「天童市(山形県)」「庄内(福井県)」「宮内省(北海道)」というその地域を代表する舞踏です。料理は日本舞と舞のある地域に縁のある食材を使ったイベント限定のコース料理をアレンジで提供。さらに舞のライブも鑑賞いただけます。

詳細

2022/07/18

**サトウキビ×農家が世界へ！出前体験**

食×エンタメ 旅先からサトウキビ製菓農家・果樹園人が出かけて行って、①サトウキビ栽培～収穫したての糖をかき回す②調理実習③、各体験参加します。河原町の朝日、宮内省への体験参加となります。スケジュール、季節限定の体験により季節の大会、出張・持込型の体験により季節に楽しく、楽しく、地域発展と食育が促進します。

詳細

2022/07/18

## 応募結果

## 食かける大賞・食かける賞 候補【応募数：75件】

整理番号	エントリー番号	団体名/企業名	エントリー表題
1	1	株式会社石井味噌	信州三年味噌の御膳と杉桶並ぶ味噌蔵探検
2	2	ゲイト	自分で漁して獲った魚でつくるペットフード
3	4	食品さんぶる畑	食品サンプル体験
4	5	大和サンプル製作所	食べさせません!食品サンプル製作体験
5	6	株式会社和多屋別荘	【RiceTourism】おにぎり神谷
6	8	OSADA Seicha Co.,Ltd	日本茶製造の秘密発見ツアー
7	9	秋田内陸線旅行センター	秋田内陸線がつなぐ地域の食文化
8	11	Sakura Cook	練り切り和菓子和抹茶を作る体験
9	13	笹木醤油株式会社	老舗醤油蔵での伝統醸造の学び体験
10	14	有限会社さんぶる工房	「美味しそう」の瞬間がここに・・・
11	15	株式会社 白壁荘	景観美と世界農業遺産わさびを満喫する旅
12	16	インターテアア・お料理サロン	訪日外国人に料理を教えます
13	17	道の駅 一乗谷あさくら水の駅	ほたる de カジュアルランチ
14	18	オールスター大阪ウォーク	ほろ酔い大阪ツアー 食×人との出会い
15	20	オールスター大阪ウォーク	コテコテ大阪食体験
16	21	西尾茶協同組合	西尾の抹茶×ヨガ究極のリラックスを求め
17	22	有限会社晴海屋	浮かぶ料亭屋形船で日本文化を満喫
18	23	株式会社Avenir	見るだけの市場から日本の食文化を体験する
19	24	(宗) 覚林坊	600年の寺に泊まって丸ごと日本体験
20	25	同会社茶道体験古都	茶道体験と和食体験
21	26	會津屋	江戸時代の旅籠での籠体験と閑宿散策
22	27	歴史公園えさし藤原の郷	平安時代食
23	28	有限会社萬瓢 (マンビョウ)	発酵調味料を使った一汁三菜作り体験
24	29	Tokyo Cooking Studio	渋谷のキッチンから世界のキッチンへ発信!
25	31	南三陸ワイナリー株式会社	震災を知り、復興を感じる"食×復興"体験
26	34	Wagashi School MW	かわいい創作和菓子作り
27	35	True Japan Tour 株式会社	Breakfast in Tsukiji
28	37	コンペイト王国 (大阪糖菓株式会社)	蜜を避けて、蜜をかけて、金平糖を作るっ♡
29	38	マイバル株式会社	デザイン x 食
30	39	サケ・ラバース株式会社	発酵文化 x 食
31	40	嶋田味・噌麴醸造元	無添加で、おいしい「手前味噌」づくり
32	41	マイバル株式会社	骨董 x 食
33	42	マイバル株式会社	食 x 茶摘み
34	43	株式会社クリエイティブリゾート	山梨郷土料理粉から作るほうとう手打ち体験
35	44	株式会社おおすみ観光未来会議	KOKORO-THE-CITYを楽しもう
36	45	株式会社おおすみ観光未来会議	おおすみの醤油と地魚のお寿司と
37	46	天草酒造	世界遺産の天草散策と、地酒の酒蔵訪問
38	47	マルカワみそ株式会社	食×味噌作り×健康【味噌は医者いらず】
39	50	株式会社ヒストリーデザイン	Historical Wellbeing
40	52	一般社団法人 日本食育HEDカレッジ	日本初! お城でみそ玉作り体験
41	54	truejapan@ijcee.com	Lunch at Tsukiji
42	55	truejapan@ijcee.com	築地市場と寿司づくり体験
43	56	truejapan@ijcee.com	外国語による寿司づくり体験
44	59	truejapan@ijcee.com	茶道をととして、禅の心を学ぶ
45	60	truejapan@ijcee.com	精進料理体験
46	61	一般社団法人志摩市観光協会	食×SDGs×海女
47	63	株式会社 佐知'sPocket	お寺で織物と触れながら和会食と手作り体験
48	65	シーライン東京	欧風カレーとサスティナブルな国産牛
49	66	Niyodo Adventure	水質日本一の仁淀川で身も心も満たされる
50	67	一般社団法人 My Japan	食×広島伝統を紡ぎ、地域を繋ぐ朝の旅
51	68	着物茶道体験 MAIKOYA KYOTO	京都の舞妓さんと抹茶お手前体験
52	69	着物茶道体験 MAIKOYA KYOTO	自分の作った和菓子で町家茶道体験
53	70	鹿児島島堀口製茶有限公司	茶摘み×茶首の蔵×ほうじ茶体験
54	73	The Hidden Japan合同会社	Sea to Table in 山形
55	74	深川芸者	深川芸者
56	75	株式会社オクタナティブファーム宮古	サトウキビ×畑から食卓まで!リアル体験
57	76	一般社団法人エコロジック	富士山グランピング&エコツアー
58	79	香福屋	白川郷の雪で熟成したコーヒー体験
59	81	株式会社三本松茶屋	天空のいちご狩りツアー
60	82	琉球料理と琉球舞踊「四つ竹」	琉球料理×琉球舞踊
61	83	寿司大学ロール巻子	作って楽しい!飾り巻き寿司体験
62	84	Smart VEGAN LAB	地球と体にやさしい和食ヴィーガン料理体験
63	85	株式会社hirondelle	天空茶園のお茶を活用したティーツアーリズム
64	86	京都わび茶会	京都に伝わる祇えの行事食
65	87	旅ノ舎	自身で摘んだ茶葉を使った茶葉料理をご堪能
66	88	やんばる日和	沖縄のサトウキビ農家さんと過ごす出逢い旅
67	89	Osaka Kitchen	大阪城で知るSamurai foodの魅力
68	92	コカスジャパニーズクッキング	日本人家庭で英語で学ぶ外国人向け料理教室
69	93	株式会社オクタナティブファーム宮古	サトウキビ×産地から世界へ!リモート体験
70	94	手作り体験工房ゆんたく	石垣島のぬちぐすいラー油
71	95	株式会社くまもとDMC	Premium Table
72	96	株式会社オクタナティブファーム宮古	サトウキビ×農家が世界へ!出前体験
73	97	株式会社エイチアイディー・インターアクト	日本食×日本酒×伝統芸能
74	98	株式会社葵製茶	抹茶工場見学と抹茶点で体験
75	99	株式会社玉寿司	外国人寿司にぎり体験

## 応募結果

## ネクストブレイク賞 候補【応募数：26件】

整理番号	エントリー番号	団体名/企業名	エントリー表題
1	3	日本正月協会®	テーブルトークで民俗学
2	7	国際両備フェリー株式会社オーキドホテル	小豆島素麺 伝統と創造のマリアージュ
3	10	白井屋株式会社	群馬の食を楽しみ、アートと建築を巡る旅
4	12	里橋会	食と循環
5	19	一般社団法人八幡浜市ふるさと観光公社	みかん農家 × リアルな暮らし × マーマレード
6	30	飛騨高山餃子総本山	食かける世界にひとつだけの餃子を作ろう！
7	32	一般社団法人京すずめ文化観光研究所	食×籠巡りと老舗の味
8	33	一般社団法人京すずめ文化観光研究所	食×スローフードが未来の保存食・あられ
9	36	株式会社平和堂	発酵を極める旅～味噌醤油から鮎寿司まで～
10	48	Expedition Japan	Eat to the Beat
11	49	株式会社おおすみ観光未来会議	日本一！おおすみカンパチ食べ比べ
12	51	Jヴィレッジ	常磐もの J-SABAバーガーで健康
13	53	株式会社こはく	金沢の豊かな暮らしを巡る
14	57	truejapan@ijcee.com	日本酒7種飲み比べと厳選7つの料理体験
15	58	truejapan@ijcee.com	和菓子づくりと日本茶3種飲み比べ体験
16	62	truejapan@ijcee.com	日本茶7種飲み比べ体験
17	64	料亭 明月楼	日本料理×古民家×茶の湯×器
18	71	Hidden Japan Travel	郷土料理 X 地元の人達
19	72	Hidden Japan Travel	地元素材！そば作り体験と渓谷散歩
20	77	海土物産	離島で感じる暮らしと発酵
21	78	オウデム株式会社	アンテナショップ発！食×伝統工芸体験
22	80	DEGAM鶴岡ツーリズムビューロー	【食×北前船】鶴岡を彩る雑菓子
23	90	wamotenashi	食×文化
24	91	Osaka Kitchen	食×木桶 日本の伝統と歴史を体感する
25	100	そばハウス安曇野	そば打ち体験×宿泊
26	101	有限会社加藤商店	伝統的板糰製法、天然醸造みその手作り体験

**推進委員会**

## 令和4年度「食かけるプロジェクト」推進委員会 (2022年9月6日開催)

### 【開催概要】

名称：令和4年度「食かけるプロジェクト」推進委員会  
日時：令和4年9月6日（火）13時00分～15時00分  
場所：パレスホテル東京 19階 ボードルーム

### 【開催内容】

- 1.開 会
- 2.挨拶
- 3.議 事
  - (1)「食かけるプライズ」審査委員会
    - ①応募経緯報告
    - ②二次審査報告
    - ③賞の選定について（協議）
  - (2) 今後の取組について
    - ①磨き上げについて
    - ②新たなプロジェクトの実施について
  - (3) 食かけるプライズ2022表彰式・交流会の開催時期について
- 4.閉 会

### 【配布資料】

議事次第・出席者名簿

- |     |                   |
|-----|-------------------|
| 資料1 | 食かけるプライズ2022審査経緯  |
| 資料2 | 二次審査集計            |
| 資料3 | 磨き上げ              |
| 資料4 | 食体験「商品」磨き上げプロジェクト |
| 別冊  | エントリーシート・ヒアリングシート |

## 出席者名簿

[敬称略]

大羽 昭仁 株式会社未来づくりカンパニー 代表取締役

楠本 修二郎 カフェ・カンパニー株式会社 代表取締役社長

小西 利行 株式会社P O O L 代表取締役

田中 里沙 事業構想大学院大学 学長

西川 太郎 株式会社J T B 霞が関事業部 地域交流事業推進担当部長

伏谷 博之 タイムアウト東京代表 ORIGINAL Inc.代表取締役

牧野 友衛 Activision Blizzard Japan株式会社 代表

内田 富美夫 株式会社RE&amp;S Japan 代表取締役

千葉 大貴 有限会社マイティー千葉重 代表取締役

観光庁観光地域振興部観光資源課 課長補佐  
鈴木 一寛農林水産省大臣官房 審議官 (兼輸出・国際局、新事業・食品産業)  
安楽岡 武農林水産省大臣官房 新事業・食品産業部 外食・食文化課  
食文化室長 永濱 享

(欠席：オブザーバー)

日本貿易振興機構 (ジェトロ) 農林水産・食品部 農林水産・食品課長  
井上 徹哉

推進委員会

● 当日配布資料

商品のイメージ

※ 日本の食文化を感じられる食品や食品と飲料を組み合わせるものを想定。

付加価値のイメージ

- ◆ ストーリー (気候、風土、文化、味の特徴、調理のポイント等)
 

全国有数の米の生産地「秋田」の伝統料理「きりたんぼ鍋」その昔、狩りを生業とした「マタギ」が山ごりをした際に、潰したお米と山鳥を鍋で煮込んだことが起源ともいわれている。きりたんぼと同じ土地で育ったお米から作られる純米酒と一緒に味わうと、鍋のうま味が引き立つとともに、日本酒のお米の味わいが強く感じられ、さらに良い余韻が残ります。
- ◆ 消費シーン
 

訪日した食べた経験のある家族の家庭内での食事や友人を招いたパーティーにて。
- ◆ ターゲット国
 

日本の消費水準に見合ったシンガポール、香港、台湾等

食けるプロジェクト2022 磨き上げ (資料3)

磨き上げから販売までのフロー

1. 磨き上げ方法
 

専門家を誘致し、コンサルティングを行い、発債・融資可能額を向上させる。

  - 【環境整備】 ● 課題の整理 ● 目標に向けた工程作成 ● 実施体制
  - 【商品化】 ● 事業説明構築 (販売チャネル、プロモーション) ● 事業スキーム (オペレーション構築)
  - 【販売準備】 ● 販売商品の決定 (価格帯) ● 販路開拓 ● 販売契約
2. 磨き上げ実施 (予定) 結果公表日 ~ 2023年2月末日 (体験事例シーズンによって変更)
 

食ける体験 食けり前	ネクストフレイグ
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 体験事例の改善                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 価格、体験サイトの確認</li> <li>- 受入整備</li> </ul> </li> <li>● OTAの旅行予約サイトへの登録</li> <li>● ECサイトの登録へ向けた商品調整</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 体験事例の磨き上げ                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 価格の整理</li> <li>- 実施体制 (5社以上の連携)</li> <li>- サイトの決定</li> <li>- 販売準備の決定</li> </ul> </li> <li>● サイト登録</li> <li>● OTAの旅行予約サイトへの登録サポート</li> <li>● ECサイトの登録へ向けた商品調整</li> </ul>
3. 体験事例の配布・輸出支援
  - 体験事例の販売
    - 旅行予約サイト: By Food (訪日外国人向け文化体験の特化した販売サイト)
    - 代理店販売: 旅行会社
  - 海外サイトへの掲載 (Eat Meet Japan 英語版サイト)
    - 受発業者の紹介、体験事例、動画、販売サイトへの連携を支援。
  - 輸出支援
    - 越境ECサイトへの登録サポート
    - 個別特定型道路運搬工具の受発

食けるプライズ2022 二次審査集計表

ネクストフレイグ賞

順位	商品名	出品者	出品者所在地	出品者業種	出品者所在地	出品者業種	2次審査得票数	2次審査順位	2次審査理由	2次審査コメント	2次審査結果	2次審査理由	2次審査コメント	2次審査結果	2次審査理由	2次審査コメント	2次審査結果	2次審査理由	2次審査コメント	2次審査結果
1	19	1	一般社団法人 株式会社 株式会社	秋田県	飲食業	秋田県	18	1	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇
2	27	1	海士物産	秋田県	飲食業	秋田県	18	2	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇
3	80	1	DEGAN 株式会社	山形県	飲食業	山形県	18	3	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇
4	48	4	Eruption Japan	山形県	飲食業	山形県	17	4	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇
5	79	4	株式会社 株式会社	長野県	飲食業	長野県	17	5	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇
6	100	4	株式会社 株式会社	長野県	飲食業	長野県	17	6	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇
7	7	7	株式会社 株式会社	山形県	飲食業	山形県	16	7	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇
8	45	8	株式会社 株式会社	長野県	飲食業	長野県	14	8	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇
9	64	8	株式会社 株式会社	山形県	飲食業	山形県	14	9	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇
10	101	8	株式会社 株式会社	山形県	飲食業	山形県	14	10	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇
11	46	8	株式会社 株式会社	山形県	飲食業	山形県	14	11	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇
12	89	12	Dawa Kitchen	山形県	飲食業	山形県	12	12	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇
13	51	13	株式会社	山形県	飲食業	山形県	9	13	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇	〇

食けるプライズ2022 審査要領 (資料1)

2022年9月6日

1. 審査フロー
  - ① 【1次審査】 7月21日 ~ 7月28日 ※ 審査結果を7月28日にメールで報告
    - 審査対象: 日本発 飲食業 (101社) - 1TB - 事業計画
    - 審査方法: 審査員による審査 (101社) - 1TB - 事業計画
    - 審査結果: 1次審査通過 (40社) / 1次審査不通過 (61社)
  - ② 【2次審査】 8月9日 ~ 8月18日
    - 審査対象: 1次審査通過 (40社) - 1TB - 事業計画
    - 審査方法: 審査員による審査 (40社) - 1TB - 事業計画
    - 審査結果: 2次審査通過 (10社) / 2次審査不通過 (30社)
  - ③ 【最終審査 会議】 9月6日 (火) 13:00 ~ 15:00 ※ 会場: 丸の内ホテル東京
    - 審査対象: 2次審査通過 (40社) - 1TB - 事業計画
    - 審査方法: 審査員による審査 (40社) - 1TB - 事業計画
    - 審査結果: 最終審査通過 (10社) / 最終審査不通過 (30社)

食体験「商品」磨き上げプロジェクト (資料4)

海外での日本産農水産物・食品の需要拡大のため、訪日外国人が日本国内で体験した日本の食について、帰国後も再体験し、再度の訪日等に結びつける商品・サービスの提供の拡大に取り組みプロジェクトを開始。

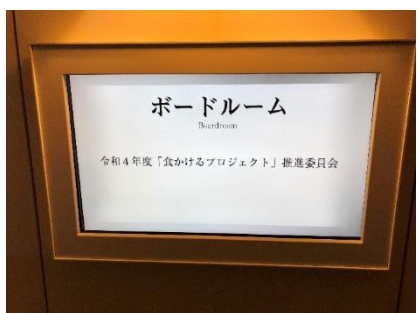
1. 旗の前

2. 旗の中

3. 旗の後

再度の訪日、類似食体験商品の消費

● 当日の様子



## 令和4年度「食かけるプロジェクト」推進委員会 (2023年3月2日開催)

### 【開催概要】

名称：令和4年度「食かけるプロジェクト」推進委員会

日時：令和5年3月2日（木）09時30分～11時30分

場所：霞が関ビルディング Conference Field 01

### 【開催内容】

1.開 会

2.挨拶

3.議 事

(1) 磨き上げ・動画作成の進捗状況（資料1）

(2) 情報発信（資料2－①、2－②）

(3) 訪日体験が生む輸出の好機「越境EC」（資料3）

(4) 来年度取組方針（資料4）

4. 閉 会

### 【出席者名簿】

[敬称略]

大羽 昭仁	株式会社未来づくりカンパニー 代表取締役
楠本 修二郎	カフェ・カンパニー株式会社 代表取締役社長
小西 利行	株式会社P O O L 代表取締役
田中 里沙	事業構想大学院大学 学長
西川 太郎	株式会社J T B霞が関事業部 地域交流事業推進担当部長
牧野 友衛	一般社団法人メタ観光推進機構 代表理事 日本政府観光局（JNTO）デジタル戦略アドバイザー
内田 富美夫	株式会社RE&S Japan 代表取締役
千葉 大貴	有限会社マイティー千葉重 代表取締役
井上 徹哉	日本貿易振興機構（ジェトロ）農林水産・食品部農林水産・食品課長

農林水産省大臣官房 審議官（兼輸出・国際局、新事業・食品産業）  
安楽岡 武

農林水産省大臣官房 新事業・食品産業部 外食・食文化課  
食文化室長 永濱 享



## 推進委員会

## ●概略 (1/2)

安楽岡審議官	<ul style="list-style-type: none"> <li>・世界的な食糧自給環境が大きく変わってきているところで、食料農業・農村基本法を20年ぶりに見直す。日本の食の食糧安全基盤をどう維持していくか。基盤というのは結局農地と人材、これをしっかり維持・強化していくことが大事。特に輸出とインバウンド、この両輪。</li> <li>・2021年に輸出額が1兆円を超えた。2025年に2兆円、2030年には5兆円という目標に達する為には、更に視点を変えながら取組む必要がある。</li> <li>・インバウンドと食かけると輸出を結び付けるひとつの取り組みとして、「食品」「モノ」に着目した取り組みもこれから続けたい。</li> </ul>
大羽委員	<p>【磨き上げの所感】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・景観美と世界農業遺産わさびを満喫する旅：山と海があるという環境を上手くミックスさせれば、更に面白い展開も可能。</li> <li>・自分で漁して獲った魚でつくるペットフード：紀州犬とのふれあい体験の導入を提案</li> <li>・発酵を極める旅～味噌醤油から鮎寿司まで～：英語を話せる人材の育成が課題</li> <li>・みかん農家×リアルな暮らし×マーマレード：実施可能時期が非常に短く、またその時期は多忙な為観光客対応が難しそうなのが懸念</li> </ul>
千葉委員	<p>【磨き上げの所感】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・震災を知り、復興を感じる“食×復興”体験：ワインの生産量を上げる必要がある。</li> </ul>
西川委員	<p>【磨き上げの所感】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地球と体にやさしい和食ヴィーガン料理体験：マンパワー不足が課題。冷凍の味噌ボール等物販にも力を入れて、経営を安定させ、集客の増加やマンパワー不足解消に繋げる。</li> <li>・信州三年味噌の御膳と杉桶並ぶ味噌蔵探検：英語を話せる人材育成が課題。</li> </ul>
西川委員	<ul style="list-style-type: none"> <li>・少額貨物を中心として、輸出額が伸びている。</li> <li>・輸出額が多い国は、中国、アメリカが圧倒的。他アジア国も軒並み上位。</li> <li>・ダイレクトコンシューマーという形で、現地消費者に刺さっていくと、BtoBの輸出拡大にも繋がっていくという大きな好循環が生まれる。</li> <li>・コロナ後で変容した市場において、消費者目線を忘れてはいけない。</li> <li>・食体験そのものを付加価値にする。</li> <li>・常温で個人輸入が可能で60サイズに収まるような利便性の高い品がBtoCの近道。</li> </ul>
永濱室長	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商品の輸出向けプロジェクトについての説明。越境ECで販売できるような地域の食産品を掘り起こしていく。特に、ご当地の食べもの×飲みものの掛け合わせなどが望ましい。その磨き上げとして委員の皆様のお力をお借りしたい。</li> </ul>
小西委員	<ul style="list-style-type: none"> <li>・今後越境ECに取り組んでいく中で、写真の撮り方がポイントになる。既存の撮り方ではなく、食体験のスタンスだったり、器にこだわるところが大切。その為、フードディレクターやアートディレクターを入れるのも良い。</li> <li>・インフルエンサーのやりたいスタイル・フォーマットでの情報発信が望ましい。TikTokの使用も検討しては。</li> <li>・今後、越境ECに力を入れるのは賛成。</li> </ul>
西川委員	<ul style="list-style-type: none"> <li>・欧米は、EMS・DHLを使った個人輸入が多い。一方、アジアは冷凍がまだまだこれから。それだけに伸びしろが有る。</li> </ul>
楠本委員	<ul style="list-style-type: none"> <li>・現状1兆円の輸出額、これを5兆円に伸ばすには何が必要なのか考えたい。あまりこちらから仕掛けすぎている感が出さずに、観光客が自ら発見したといった感覚になってもらうことも大切。日本に来てインスパイアを受けて、その感覚を自国に持って帰ってもらう、引き潮と満ち潮の関係が大切。</li> </ul>

## 推進委員会

## ●概略 (2/2)

大羽委員	・日本の人口減少に伴う、作り手の減少も深刻な問題。作り手がいなくなれば、輸出額を伸ばすことも難しい。
楠本委員	・担い手が急激に減るこの5年が勝負。ここで一気に仕掛ける必要がある。食料自給率100%を目指す。人口は減少するが、そこで今の食料自給率を維持できれば、100%も夢物語ではない。
安楽岡審議官	・若者が作り手になってもらう必要がある。その為には、面白そう・儲かりそうと思ってもらう事が大事。その為にも、やはり輸出は重要なファクター。 ・学校や若者を取り込んで、SNS等で情報発信していく事が大切。
大羽委員	・ちゃんと儲けている農家だと、後継者は簡単に見つかる。商売として成り立っていることは大切。
小西委員	・地方に根ざしたクリエイターであれば金額勝負だけではなく、プロジェクトに参加してもらえる可能性がある。今後、越境ECに力を入れていくにあたり、クリエイターに参加してもらうことは大切。
西川委員	・バイヤーの言いなりの価格設定になっていることが多い。それでは収益は上がっていない。今後は商品に付加価値を生み出し、収益を上げて行けば、輸出額5兆円も見えてくるのではないか。
牧野委員	お金が儲かるところに人が集まる。その儲け方のひとつとして、食かけるプロジェクトや輸出プロジェクトがある。 ・TikTokは非常に勢いのあるメディア。活用を検討すべき。 ・受賞した商品が、どの国でどれくらい売れたのか等のデータが見たい。 ・受賞事例を見せることで、そのコンテンツを増やしていくのが食かけるプロジェクトの役割。 ・越境ECと一括りにしても、国によって売り方を変え工夫が必要なのでは？
内田委員	・食かけるプロジェクトはブラッシュアップされてきて、魅力的なコンテンツ。 ・インフルエンサーについては、海外現地の方を起用するののひとつの手。
千葉委員	・認知度の低いものを通販で売るとなると、手はふたつ。①第三者の評価が高い物、②認知度の高い物と組み合わせる、そのどちらか。海外の人は、どら焼きを見ると、「ドラえもん」を連想して、そこでブーストする。アニメと組み合わせるのは効果的。 ・食のプロデューサーの方々に情報発信にご協力頂くのも良い。
井上委員	・韓国の食料自給率は伸びている。コンテンツの輸出が伸びると、食料自給率も伸びるとのこと。 ・海外で物売る時に、“お墨付き”であることが大切。売りやすさが各段に上がる。 ・越境ECは商品の移り変わりも激しい。一度売れたからといって、次も売れるとは限らない。
田中委員	・キーワードはクリエイティビティ。 ・TikTokは是非検討すべき。 ・地域ありきだけではなく、色々な人が協力して、日本の総合力が活かされる開発が出来れば良い。
西川委員	・掛け合わせは難しい。メーカーとメーカー、そしてそれを輸出する企業をマッチングさせなければならない。その際のリスクは誰が取るのかという点は明確にしなければならない。そこがクリアになれば、より多数の人が関わる事業になれると思う。 ・輸出に関して相談できる窓口が必要。
田中委員	次なる展開が見えてきた。課題もたくさん。早く取り組む必要がある。

## 食かけるプライズ選考

## 食かけるプライズ 審査要領

## 1 審査フロー

## ①【1次審査】7月21日～7月28日 ※採点結果を7月28日にメールで返送

## ●審査員

農林水産省・日本貿易振興機構（ジェトロ）・JTB・事務局

## ●選定件数

・食かける大賞 / 食かける賞 40件 ・ネクストブレイク賞 10件 計 50件

## ●審査方法

事務局にてエントリー作品をファイリングし、各審査員に送付。  
各審査員が担当する審査項目（裏面参照）について採点し、事務局へ返送。  
事務局にて点数を集計し、点数上位を一次審査通過作品として選出。

1次審査 50件選出

## ②【2次審査】8月9日～8月18日

## ●審査員

食かけるプロジェクト検討会委員9名  
（大羽様・楠本様・小西様・田中様・西川様・伏谷様・牧野様・内田様・千葉様）

## ●審査方法

1次審査通過50件を各審査員に書面にて送付（WEB画面でも確認可能）  
審査項目（裏面参照）に基づき採点し、事務局へ返送。

事務局にて採点結果とコメントを集計

## ヒアリングシート配信・集約

1次審査を当選した方にヒアリングシートを配信（8月4日）  
※提出期限は8月18日

事務局にてヒアリングシートを集約

回収次第順次、農林水産省に事前送付

ヒアリングシート記載情報に従い、以下の通りに1次審査通過件数を修正

## ●選定件数

・食かける大賞 / 食かける賞 37件  
・ネクストブレイク賞 13件 計 50件

ネガティブチェックを実施

## ③【最終審査 会議】9月6日(火) 13:00～15:00 ※会場：パレスホテル東京

## ●審査員

食かけるプロジェクト検討会委員9名（大羽様・楠本様・小西様・田中様・西川様・伏谷様・牧野様・内田様・千葉様）  
※オブザーバーの日本貿易振興機構（ジェトロ）は欠席

## ●選定件数

・食かける大賞 1件 ・食かける賞 7件 ・ネクストブレイク賞 2件 計 10件

## ●審査方法

「エントリーシート」「2次審査の採点結果シート」「1次審査通過者のヒアリングシート」の3点をもとに委員会にて審査。  
2次審査の点数上位作品を中心に、受賞作品を選定。

9月中 結果公表

## 食かけるプライズ 審査要領

## 審査項目

## ■ 1次審査における審査項目

下記の審査項目ごとに採点。

1次審査においては、複数の審査担当が審査項目を分けて、採点を行う。

## ▶【食かける大賞・食かける賞】

	審査項目	審査担当	大変良い	良い	普通	あまり良くない	良くない
1	「食×○○」と説明できるような食と何かが絡んだ体験であるか	農林水産省	7	5	4	2	1
2	訪日観光客にとって魅力的な体験事例か	農林水産省	7	5	4	2	1
3	日本の食の魅力が十分に伝わる取組であるか	農林水産省	7	5	4	2	1
	審査項目	審査担当	○		△		×
4	体験事例を通じて地域産品の消費（輸出）につながる取組であるか	JETRO	7	-	4	-	1
5	輸出につながる食品・食材を利用した取組であるか	事務局	7	-	4	-	1
6	ターゲット国を明確にしているか	事務局	5	-	3	-	1
7	持続的な訪問実績が見込める取組であるか	JTB	5	-	3	-	1

## ▶【ネクストブレイク賞】

	審査項目	審査担当	大変良い	良い	普通	あまり良くない	良くない
1	「食×○○」と説明できるような食と何かが絡んだ体験であるか	農林水産省	7	5	4	2	1
2	訪日観光客にとって魅力的な体験事例か	農林水産省	7	5	4	2	1
3	日本の食の魅力が十分に伝わる取組であるか	農林水産省	7	5	4	2	1
	審査項目	審査担当	○		△		×
4	体験事例を通じて地域産品の消費（輸出）につながる取組であるか	JETRO	7	-	4	-	1
5	輸出につながる食品・食材を利用した取組であるか	事務局	7	-	4	-	1
6	ターゲット国を明確にしているか	事務局	5	-	3	-	1
7	実現可能な（商品化できる）体験事例か	JTB	5	-	3	-	1

なお、1次審査実施前に、あらかじめ下記の項目に沿って基礎点を付与する。  
基礎点の採点については事務局が行う。

1	英語での対応可否	点数
	可	2
	現在不可⇒今後対応する予定あり	1
	不可	0
2	どのくらいの頻度で食体験の実施が可能ですか	点数
	毎日	2
	週に1回	2
	月に1、2回程度	1
	季節限定または年に数回	0
3	外国人体験者を受入れた経験はありますか	点数
	多数経験あり	1
	経験あり	1
	ない	0

食かけるプライズ 1次審査

■ 1次審査 採点集計一覧（食かける大賞・食かける賞（1/2））

整理番号	エントリー番号	団体名/企業名	エントリー表題	基礎点			合計点	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	合計	【コメント】 ・青字：シフト様ご記載 ・赤字：輸出食材となり得る可能性あり ・黒字：事務局記載
				英語での対応可否	どのくらいの頻度で食体験の実施が可能か	外国人体験者を受入れた経験はあるか										
1	1	株式会社石井味噌	信州三年味噌の御膳と杉桶並み味噌蔵探検	2	2	1	5	5	7	7	7	7	5	5	48	小規模ながら具体的商品あり。体験との相乗効果に期待。
2	8	OSADA Seicha Co.,Ltd	日本茶製造の秘密発見ツアー	2	2	1	5	5	5	5	7	7	5	5	44	具体的商品あり。体験との相乗効果に期待。
3	70	鹿児島県製茶株式会社	茶摘み×茶音の蔵×ほろし茶体験	2	2	1	5	7	5	5	7	7	3	5	44	具体的商品あり。体験との相乗効果に期待。
4	31	南三陸ワイナリー株式会社	震災を知り、復興を感じる「食×復興」体験	1	2	1	4	7	5	5	7	7	3	5	43	具体的商品あり。体験との相乗効果に期待。
5	15	株式会社 白壁荘	景観美と世界農業遺産わさびを満喫する旅	2	2	1	5	5	7	7	4	4	3	5	40	体験を通じ、伊豆のわさびへの興味・関心の高まりに期待。
6	47	マルカフみそ株式会社	【味噌作り×健康】味噌は医者がいらす	2	1	1	4	4	5	5	7	7	3	5	40	具体的商品あり。体験との相乗効果に期待。
7	45	株式会社おおすみ観光未来会議	おおすみの醤油と地魚のお寿司	2	2	1	5	7	5	5	4	7	1	5	39	体験を通じ、地域の醤油への興味・関心の高まりに期待。
8	40	嶋田味・味噌醸造元	無添加で、おいしい「手前味噌」づくり	1	1	0	2	4	5	5	7	7	3	5	38	具体的商品あり。体験との相乗効果に期待。
9	98	株式会社 葵製茶	抹茶工場見学と抹茶点て体験	2	2	1	5	4	4	5	7	7	1	5	38	具体的商品あり。体験との相乗効果に期待。
10	21	西尾茶協同組合	西尾の抹茶×ヨガ究極のリラックスを求め	1	0	0	1	7	7	5	4	7	3	3	37	ヨガと抹茶の関係不明。茶組合の取組として、体験との相乗効果に期待。
11	37	コンペイトウ王国 (大阪糖菓株式会社)	密を避けて、蜜をかけて、金平糖を作る♡	2	2	1	5	4	5	4	4	7	5	3	37	体験を通じ、金平糖への興味・関心の高まりに期待。
12	75	株式会社オクタナティブーム宮古	サトウキビ×畑から食卓まで！リアル体験	2	2	1	5	5	7	5	4	4	1	5	36	黒糖。体験を通じ、地元黒糖への興味・関心の高まりに期待。
13	6	株式会社和多屋別荘	【RiceTourism】おにぎり神谷	1	1	0	2	4	5	5	4	7	3	5	35	体験を通じ、佐賀のコメへの興味・関心の高まりに期待。
14	25	同会社茶道体験古部	茶道体験と和食体験	2	2	1	5	4	4	5	4	7	3	3	35	体験を通じ、京都の食材への興味・関心の高まりに期待。
15	46	天草酒造	世界遺産の天草散策と、地酒の酒蔵訪問	1	1	1	3	4	5	4	4	7	3	5	35	体験を通じ、天草の地元酒への興味・関心の高まりに期待。
16	67	一般社団法人My Japan	食×広島島の伝統を紡ぎ、地域を繋ぐ朝の旅	2	2	1	5	7	5	5	1	4	3	5	35	輸出を念頭におく食材が不明。観光の要素が主。輸出等への期待は低い。
17	44	株式会社おおすみ観光未来会議	KOKORO-THE-CITYを楽しむ	2	2	1	5	4	5	4	1	7	3	5	34	輸出を念頭におく食材が不明。観光の要素が主。輸出等への期待は低い。
18	11	Sakura Cook	練り切り和菓子と抹茶を作る体験	2	2	1	5	4	4	4	1	7	5	3	33	輸出を念頭におく食材が不明。体験が主であり、輸出等への期待は低い。
19	39	サケ・ラバーズ株式会社	発酵文化 x 食	2	2	1	5	4	4	5	4	7	1	3	33	体験を通じ、日本酒への興味・関心の高まりに期待。
20	42	マイフル株式会社	食 x 茶摘み	2	2	1	5	4	5	4	4	7	1	3	33	体験を通じ、日本茶への興味・関心の高まりに期待。
21	84	Smart VEGAN LAB	地球と体にやさしい和食ヴィーガン料理体験	2	2	1	5	4	4	4	1	7	5	3	33	輸出を念頭におく食材が不明。料理教室の要素が主。輸出等への期待は低い。
22	99	株式会社玉寿司	外国人寿司にぎり体験	0	2	1	3	4	4	4	4	7	3	3	32	輸出を念頭におく食材が不明。お店のカウンターで握る体験との相乗効果に期待。
23	2	ゲイト	自分で漁して獲った魚でつくってベトナム	2	2	1	5	5	5	5	1	4	3	3	31	(事務局) ベトナム？
24	24	(宗) 覚林坊	600年の寺に泊まって丸ごと日本体験	2	2	1	5	7	5	5	1	1	1	5	30	輸出品目“なし”を選択：「大豆・納豆」は輸出食材となる可能性がある
25	38	マイフル株式会社	デザイン x 食	2	2	1	5	4	5	4	1	7	1	3	30	輸出を念頭におく食材が不明。料理教室の要素が主。輸出等への期待は低い。
26	41	マイフル株式会社	骨董 x 食	2	2	1	5	4	5	4	1	7	1	3	30	輸出を念頭におく食材が不明。体験の要素が主。輸出等への期待は低い。
27	13	笛木醤油株式会社	老舗醤油蔵での伝統醸造の学び体験	1	1	1	3	5	5	5	4	1	1	5	29	輸出品目“なし”を選択：「醤油」は輸出食材となる可能性がある
28	34	Wagashi School MW	かわい創作物と菓子作り	2	2	1	5	4	5	4	1	4	3	3	29	輸出を念頭におく食材が不明。料理教室の要素が主。輸出等への期待は低い。
29	43	株式会社クワイティブリット	山梨郷土料理粉から作るほろろ手打ち体験	2	2	1	5	4	4	5	1	4	1	5	29	輸出を念頭におく食材が不明。ほろろ作り体験の要素が主。輸出等への期待は低い。
30	93	株式会社オクタナティブーム宮古	サトウキビ×産地から世界へ！リモート体験	2	2	1	5	4	4	4	4	1	3	3	29	体験を通じ、黒糖への興味・関心の高まりに期待。オンラインの効果は未知数
31	18	オールスター大阪ウォーク	ほろ酔い大阪ツアー 食×人との出会い	2	2	1	5	4	4	4	1	4	3	3	28	輸出を念頭におく食材が不明。食べ歩きツアー。輸出等への期待は低い。
32	65	シーライン東京	欧風カレーとサステナブルな国産牛	2	2	1	5	4	4	4	1	4	1	5	28	輸出品目“なし”を選択：「レトルトパウチ」は輸出食材となる可能性がある
33	61	一般社団法人志摩市観光協会	食×SDGs×海女	2	2	1	5	4	5	4	4	1	1	3	27	体験を通じ、地元水産品への興味・関心の高まりに期待。SDGs視点。
34	76	一般社団法人エゴジック	富士山グランピング&エゴツアー	2	2	1	5	5	5	4	1	1	1	5	27	
35	87	旅ノ舎	自身で摘んだ茶葉を使った茶葉料理をご堪能	2	2	1	5	4	5	4	4	1	1	3	27	輸出品目“なし”を選択：「茶葉」は輸出食材となる可能性がある
36	22	有限会社晴海屋	浮かぶ料亭屋形船で日本文化を満喫	2	2	1	5	4	4	5	1	1	1	5	26	体験を通じ、(独自の農法による?) 地元のお茶への興味・関心の高まりに期待。
37	29	Tokyo Cooking Studio	渋谷のキッチンから世界のキッチンへ発信!	2	2	1	5	4	4	4	1	4	1	3	26	輸出を念頭におく食材が不明。料理教室の要素が主。輸出等への期待は低い。

食かけるプライズ 1次審査

■ 1次審査 採点集計一覧（食かける大賞・食かける賞（1/2））

整理番号	エントリー番号	団体名/企業名	エントリー表題	基礎点				①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	合計	【コメント】 ・青字：シフト様ご記載 ・赤字：輸出商材となり得る可能性あり ・黒字：事務局記載
				英語での対応可否	どのくらいの頻度で食体験の実施が可能か	外国人体験者を受入れた経験はあるか	合計点									
38	63	株式会社 佐知 sPocket	お寺で織物と触れながら和食会と手作り体験	1	1	1	3	4	4	4	1	4	1	5	26	輸出を念頭におく食材が不明。観光の要素が主。輸出等への期待は低い。
39	94	手作り体験工房ゆんたく	石垣島のぬちすいー油	2	2	1	5	4	4	2	1	4	3	3	26	体験の具体的な内容が不明。物販的な要素が主？輸出等への期待は低い。
40	96	株式会社オ尔特ナティブファーム高古	サトウキビ×農家が世界へ！ 出前体験	2	2	1	5	4	4	4	1	4	1	3	26	同社より類似プロジェクトが複数登録されている。体験の要素不明。
41	79	番福屋	白川郷の雪で熟成したコーヒー体験	1	0	0	1	4	4	2	4	4	3	3	25	日本で付加価値を付けた商材への興味・関心の高まりに期待。
42	82	琉球料理と琉球舞踊「四つ竹」	琉球料理×琉球舞踊	2	2	1	5	4	4	4	1	1	1	5	25	
43	89	Osaka Kitchen	大阪城で知る Samuraifoodの魅力	2	2	1	5	4	5	5	1	1	1	3	25	
44	97	株式会社エイチアイディー・インターアクティブ	日本食×日本酒×伝統芸能	2	1	1	4	4	5	4	1	1	1	5	25	
45	9	秋田内陸線旅行センター	秋田内陸線がつなぐ地域の食文化	2	0	1	3	5	4	4	1	1	1	5	24	
46	28	有限会社萬瓢（マンピョウ）	発酵調味料を使った汁三菜作り体験	2	2	1	5	4	4	5	1	1	1	3	24	
47	68	碧物茶道体験 MAIKOYA KYOTO	京都の舞妓さんと抹茶お手前体験	2	2	1	5	4	5	4	1	1	1	3	24	
48	85	株式会社hirondelle	天空茶園のお茶を活用したティーーツーリズム	1	1	0	2	4	5	4	4	1	1	3	24	輸出品目"なし"を選択：「抹茶」は輸出商材となる可能性がある。
49	95	株式会社くまもとDMC	Premium Table	2	1	1	4	4	4	4	1	1	1	5	24	
50	16	インターテアアラ・お料理サロン	訪日外国人に料理を教えます	2	2	1	5	4	4	4	1	1	1	3	23	
51	20	オールスター大阪ウオーク	コテコテ大阪食体験	2	2	1	5	4	4	4	1	1	1	3	23	
52	35	True Japan Tour 株式会社	Breakfast in Tsukiji	2	2	1	5	4	4	4	1	1	1	3	23	輸出を念頭におく食材が不明。食べ歩きツアー。輸出等への期待は低い。
53	54	truejapan@ijcee.com	Lunch at Tsukiji	2	2	1	5	4	4	4	1	1	1	3	23	
54	55	truejapan@ijcee.com	築地市場と寿司づくり体験	2	2	1	5	4	4	4	1	1	1	3	23	
55	56	truejapan@ijcee.com	外国語による寿司づくり体験	2	2	1	5	4	4	4	1	1	1	3	23	
56	59	truejapan@ijcee.com	茶道をとおして、禅の心を学ぶ	2	2	1	5	4	4	4	1	1	1	3	23	
57	60	truejapan@ijcee.com	精進料理体験	2	2	1	5	4	4	4	1	1	1	3	23	
58	69	碧物茶道体験 MAIKOYA KYOTO	自分の作った和菓子で町家茶道体験	2	2	1	5	4	4	4	1	1	1	3	23	
59	73	The Hidden Japan 合同会社	Sea to Table in 山形	2	2	1	5	4	4	4	1	1	1	3	23	
60	86	京都わび茶会	京都に伝わる破えの行事食	2	2	1	5	4	4	4	1	1	1	3	23	
61	88	やんばる日和	沖縄のサトウキビ農家さんと過ごす出逢い旅	2	2	1	5	4	4	4	1	1	1	3	23	
62	92	ユカスジャバニースタッフキック	日本人家庭で英語で学ぶ外国人向け料理教室	2	2	1	5	4	4	4	1	1	1	3	23	
63	23	株式会社Avenir	見るだけの市場から日本の食文化を体験する	1	2	1	4	4	4	4	1	1	1	3	22	
64	26	倉津屋	江戸時代の旅籠での臨体験と間宿散策	1	1	0	2	5	4	5	1	1	1	3	22	
65	27	歴史公園えさし藤原の郷	平安時代食	1	2	1	4	4	4	4	1	1	1	3	22	
66	52	一般社団法人 日本食育HEDカレッジ	日本初！お城のみそ玉作り体験	1	0	1	2	4	5	5	1	1	1	3	22	輸出品目"なし"を選択：「味噌・即席みそ汁」は輸出商材となる可能性がある。
67	81	株式会社三本松茶屋	天空のいちご狩りツアー	2	0	1	3	2	4	4	4	1	1	3	22	輸出品目"なし"を選択：「いちご」は輸出商材となる可能性がある。
68	83	寿司大学ロール巻き	作って楽しい！飾り巻き寿司体験	1	2	1	4	4	4	4	1	1	1	3	22	
69	66	Niyodo Adventure	水筒日本一の仁淀川で身も心も満たされる	2	2	1	5	2	4	2	1	1	1	5	21	
70	17	道の駅 一乗谷あさくら水の駅	はたも de カジュアルランチ	2	0	0	2	4	4	2	1	1	1	5	20	
71	50	株式会社ヒストリーデザイン	Historical Wellbeing	1	0	1	2	4	4	4	1	1	1	3	20	
72	74	深川芸者	深川芸者	2	2	1	5	2	4	2	1	1	1	3	19	
73	4	食品さんぶる畑	食品サンプル体験	-	-	-	0	-	-	-	1	-	-	1	2	(事務局) 食産品では無い為、採点無し。
74	5	大和サンプル製作所	食べらせません！食品サンプル製作体験	-	-	-	0	-	-	-	1	-	-	1	2	(事務局) 食産品では無い為、採点無し。
75	14	有限会社さんぶる工房	「美味しそう」の瞬間がここに...	-	-	-	0	-	-	-	1	-	-	1	2	(事務局) 食産品では無い為、採点無し。

食かけるプライズ 1次審査

■ 1次審査 採点集計一覧 (ネクストブレイク賞)

整理番号	エントリー番号	団体名/企業名	エントリー表題	基礎点				加点							総合計点	【コメント】 ・青字：シフト様ご記載 ・赤字：輸出商材となり得る可能性あり ・黒字：事務局記載
				英語での対応可否	どのくらいの頻度で食体験の実施が可能なか	外国人体験者を入れた経験はあるか	基礎点合計	① 「食×O」の説明できるような食と何が絡んだ体験であるか (採点担当：農林水産省)	② 訪日観光客にとって魅力的な体験事例か (採点担当：農林水産省)	③ 日本の食の魅力が十分に伝わる取組であるか (採点担当：農林水産省)	④ 体験事例を通じて地域産品の消費（輸出）につながる取組であるか (採点担当：JETO)	⑤ 輸出につながる食品・食材を利用した取組であるか (採点担当：事務局)	⑥ ターゲット国を明確にしているか（体験事例とターゲット国の場合、高評価） (採点担当：事務局)	⑦ 実現可能な（商品化できる）体験事例か (採点担当：JTB)		
1	77	海土物産	離島で感じる暮らしと発酵	1	0	0	1	7	7	7	4	7	3	5	41	体験を通じ、隠岐の味噌への興味・関心の高まりに期待。
2	48	Expedition Japan	Eat to the Beat	2	2	1	5	7	7	7	1	4	3	5	39	輸出を念頭におく食材が不明。体験が主であり、輸出等への期待は低い。
3	101	有限会社加藤商店	伝統的板糺製法、天然醸造みその手作り体験	2	2	0	4	4	4	5	7	7	1	5	37	具体的商品あり、体験との相乗効果に期待。
4	7	国際商備フェリー株式会社オールドホテル	小豆島素麺 伝統と創造のマリアージュ	1	2	0	3	7	5	5	4	4	3	5	36	体験を通じ、小豆島産品への興味・関心の高まりに期待。
5	100	そばハウス安曇野	そば打ち体験×宿泊	2	2	0	4	7	5	5	1	4	3	5	34	輸出を念頭におく食材が不明。料理体験が主であり、輸出等への期待は低い。
6	36	株式会社平和堂	発酵を極める旅〜味噌醤油から納寿司まで〜	1	1	0	2	5	5	7	4	4	1	5	33	体験を通じ、高島の発酵食材への興味・関心の高まりに期待。
7	49	株式会社おおすみ観光未来会議	日本一！おおすみカンパチ食べ比べ	1	1	2	4	5	4	4	4	4	3	5	33	体験を通じ、大隅の水産品への興味・関心の高まりに期待。
8	64	料亭 明月楼	日本料理×古民家×茶の湯×器	1	1	1	3	5	5	5	1	7	3	3	32	輸出を念頭におく食材が不明。体験が主であり、輸出等への期待は低い。
9	91	Osaka Kitchen	食×木桶 日本伝統と歴史を体感する	2	2	1	5	4	4	5	4	4	3	3	32	体験を通じ、木桶で発酵させた味噌や醤油への興味・関心の高まりに期待。
10	51	Jヴィレッジ	常盤もの J-SABA パーガーで健康	1	2	1	4	5	5	5	1	1	1	5	27	
11	78	オウテム株式会社	アンテナショップ発！食×伝統工芸体験	1	0	0	1	5	4	5	1	7	1	3	27	輸出を念頭におく食材が不明。体験が主であり、輸出等への期待は低い。
12	10	白井屋株式会社	群馬の食を楽しむ、アートと建築を巡る旅	2	2	1	5	4	4	2	1	4	1	5	26	輸出を念頭におく食材が不明。観光が主であり、輸出等への期待は低い。
13	80	DEGAM鶴岡ソーリームビュロー	【食×北前船】鶴岡を彩る雑菓子	2	2	1	5	4	4	5	1	1	1	5	26	【輸出品目】なしを選択：「お菓子」は輸出商材となる可能性がある
14	32	一般社団法人京すずめ文化観光研究所	食×籠巡りと老舗の味	2	2	1	5	4	4	4	1	1	1	5	25	
15	53	株式会社こはく	金沢の豊かな暮らしを巡る	2	1	1	4	5	4	4	1	1	1	5	25	
16	72	Hidden Japan Travel	地元素材！そば作り体験と渓谷散歩	2	2	1	5	4	4	4	1	1	1	5	25	輸出品目「なし」を選択：「そば」は輸出商材となる可能性がある
17	19	一般社団法人八幡浜市ふるさと観光公社	みかん農家 × リアルな暮らし × マーマレード	0	0	0	0	4	5	4	4	1	1	5	24	輸出品目「なし」を選択：「みかん」は輸出商材となる可能性がある 体験を通じ、地元の柑橘製品への興味・関心の高まりに期待。
18	57	truejapan@ijcee.com	日本酒7種飲み比べ厳選7つの料理体験	2	2	1	5	4	4	4	1	1	1	3	23	
19	58	truejapan@ijcee.com	和菓子づくりと日本茶3種飲み比べ体験	2	2	1	5	4	4	4	1	1	1	3	23	
20	62	truejapan@ijcee.com	日本茶7種飲み比べ体験	2	2	1	5	4	4	4	1	1	1	3	23	
21	71	Hidden Japan Travel	郷土料理 × 地元の人達	2	1	1	4	4	5	4	1	1	1	3	23	
22	90	wamotenashi	食×文化	2	2	1	5	4	4	4	1	1	1	3	23	
23	30	飛騨高山餃子総本山	食かける世界にひとつだけの餃子を作ろう！	1	1	1	3	4	4	2	1	1	1	5	21	
24	12	里橋会	食と循環	1	0	0	1	5	4	4	1	1	1	3	20	
25	33	一般社団法人京すずめ文化観光研究所	食×スローフードが未来の保存食・あられ	2	2	1	5	1	1	1	1	4	1	3	17	体験内容と商材の関係が不明。物的な要素が主？
26	3	日本正月協会®	テーブルトークで民俗学	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	3	10	

## 食かけるプライズ 2次審査

## 審査項目

## ■2次審査における審査項目

下記の審査項目を総合的に評価し採点。  
審査は、食かけるプロジェクト委員が、全項目の採点を担当。

## ▶【食かける大賞・食かける賞】

審査項目	2次審査における 審査担当	大変良い	良い	どちらとも いえない	良くない
■ 訪日観光客にとって魅力的な体験事例か	委員	◎ (3点)	○ (2点)	△ (1点)	× (0点)
■ 日本の食の魅力が十分に伝わる取組であるか					
■ 体験事例を通じて地域産品の消費（輸出）につながる取組であるか					
■ 輸出につながる食品・食材を利用した取組であるか					
■ 持続的な訪問実績が見込める取組であるか					

## ▶【ネクストブレイク賞】

審査項目	2次審査における 審査担当	大変良い	良い	どちらとも いえない	良くない
■ 訪日観光客にとって魅力的な体験事例か	委員	◎ (3点)	○ (2点)	△ (1点)	× (0点)
■ 日本の食の魅力が十分に伝わる取組であるか					
■ 体験事例を通じて地域産品の消費（輸出）につながる取組であるか					
■ 輸出につながる食品・食材を利用した取組であるか					
■ 実現可能な(商品化できる)体験事例か					

食かけるプライズ 2次審査

2次審査結果① (食かける大賞・食かける賞)

通し番号	エントリー番号	順位	団体名/企業名	応募課題	団体所在地	体験実施場所	2次審査合計点	食かける大賞(受賞候補)	食かける賞(受賞候補)	集客実績(うち、外国人)	多言語化	DMO/DMO・自治体との連携	輸出産品	ネガティブチェック	備考	
1	15	1	株式会社 白壁荘	景観美と世界農業遺産の魅力を満喫する旅	静岡県	静岡県	21		○	7,000	500	○	○	○	生わかび	
2	39	2	サケ・ラバース株式会社	発酵文化 x 食	東京都	東京都	18		○	20	18	○	○	○	日本酒、みりん	「マイバル株式会社」と業務提携をしている。
3	1	3	株式会社石井味噌	信州三年味噌の御膳と杉桶並ぶ味噌蔵探検	長野県	長野県	17		○	300,000	7,000	○		○	味噌加工食品	
4	8	3	OSADA Seicha Co.,Ltd	日本茶製造の秘密発見ツアー	静岡県	静岡県	17		○	20	10	○		○	日本茶	
5	13	3	笛木醤油株式会社	老舗醤油蔵での伝統醸造の学び体験	埼玉県	埼玉県	17		○	30	0			○	醤油	
6	42	3	マイバル株式会社	食 x 茶摘み	神奈川県	埼玉県	17		○	40	40	○		○	お茶	「サケ・ラバース株式会社」と業務提携をしている。
7	61	3	一般社団法人志摩市観光協会	食 x SDGs x 海女	三重県	三重県	17		○	9,100	2,200	○				公的機関が民間事業の後追い
8	84	3	Smart VEGAN LAB	地球と体にやさしい和食ヴィーガン料理体験	東京都	東京都	17		○	12	4			○	レトルト食品、FHPなし レッシング	
9	99	3	株式会社玉寿司	外国人寿司にぎり体験	東京都	東京都	17									ヒアリングシート未提出
10	2	10	ゲイト	自分で漁して獲った魚でつくるペットフード	東京都	三重県	16			0	0	○	○	○	ペットフード	以前は宿泊込みでしたが、今は、宿泊抜きとして販売。
11	36	10	株式会社平和堂	発酵を極める旅〜味噌醤油から鮎寿司まで〜	滋賀県	滋賀県	16			10	0			○	日本酒、酢	「日帰り」としては商品化済みですが、「1泊2日」での販売はこれからの規模NEXTブレイク賞から食かける賞へ移動。
12	40	10	嶋田味・味噌醸造元	無添加で、おいしい「手前味噌」づくり	奈良県	奈良県	16									ご辞退
13	67	10	一般社団法人My Japan	食 x 広島の伝統を紡ぎ、地域を繋ぐ朝の旅	広島県	広島県	16			210	60	○	○	○	抹茶	
14	75	10	株式会社オルタナティブファーム宮古	サトウキビ畑から食卓まで！リアル体験	沖縄県	沖縄県	16			1,200	15	○	○	○	黒糖蜜漬	
15	29	15	Tokyo Cooking Studio	渋谷のキッチンから世界のキッチンへ発信！	東京都	東京都	15			200	150	○		○	お菓子、和牛	
16	31	15	南三陸ワイナリー株式会社	震災を知り、復興を感じる"食 x 復興"体験	宮城県	宮城県	15			74	3	○	○	○	水産加工品、ワイン	
17	43	15	株式会社クワイティレポート	山梨郷土料理粉から作るほどう手打ち体験	山梨県	山梨県	15			1,500	10	○		○	調味料、ほうとう	
18	47	15	マルカワみそ株式会社	食 x 味噌作り x 健康「味噌は医者いらず」	福井県	福井県	15			800	2	○		○	味噌	
19	95	15	株式会社くまもとDMC	Premium Table	熊本県	熊本県	15			70	10	○				
20	73	20	The Hidden Japan合同会社	Sea to Table in 山形	山形県	山形県	14			30	25	○				
21	87	20	旅ノ舎	自身で摘んだ茶葉を使った茶葉料理をご堪能	静岡県	静岡県	14			200	60	○	○	○	お茶	
22	94	20	手作り体験工房ゆんたく	石垣島のめちくすラー油	沖縄県	沖縄県	14			1,000	10	○		○	ラー油	
23	6	23	株式会社和多屋別荘	【RiceTourism】おにぎり神谷	佐賀県	佐賀県	13			121	0					
24	9	23	秋田内陸線旅行センター	秋田内陸線がつかなく地域の食文化	秋田県	秋田県	13			100	0	○				予約状況次第
25	11	23	Sakura Cook	練り切り和菓子と抹茶を作る体験	兵庫県	兵庫県	13			40	40	○				
26	24	23	(宗) 寛林坊	600年の寺に泊まって丸ごと日本体験	山梨県	山梨県	13			1,204	78	○		○	ビール、納豆	
27	25	27	同会社茶道体験古都	茶道体験と和食体験	京都府	京都府	12			30	28	○		○	ほうじ茶	
28	34	27	Wagashi School MW	かわいい創作和菓子作り	東京都	東京都	12			404	366	○		○	抹茶、煎茶	ネガ要素ではないですが、個人経営？
29	18	29	オールスター大阪ウォーク	ほろ酔い大阪ツアー 食 x 人との出会い	大阪府	大阪府	11			48	48	○	○	○	お酒、乾物	
30	63	29	株式会社 佐知'sPocket	お寺で織物と触れながら和食と手作り体験	滋賀県	滋賀県	11			133	22	○		○	味噌、ふりかけ、昆布	
31	65	29	シーライン東京	欧風カレーとサスティナブルな国産牛	東京都	東京都	11			2,000	80	○	○	○	カレー	
32	76	29	一般社団法人エコジック	富士山グランピング&エコツアー	静岡県	静岡県	11			100	10	○	○	○		
33	98	29	株式会社製茶	抹茶工場見学と抹茶点て体験	愛知県	愛知県	11			25	5	○	○	○	抹茶	
34	26	34	會津屋	江戸時代の旅籠での電線体験と閑居散策	三重県	三重県	10			80	0	○				
35	37	34	コンベイト王国 (大阪糖菓株式会社)	密を避けて、蜜をかけて、金平糖を作ろう♡	大阪府	大阪府	10			4,013	22	○	○	○	砂糖菓子	
36	21	36	西尾茶協同組合	西尾の抹茶 x ヨガ究極のリラックスを求め	愛知県	愛知県	9			20	0	○	○	○	抹茶	
37	22	36	有限会社晴海屋	浮かぶ料亭屋形船で日本文化を満喫	東京都	東京都	9			30,000	8,000 (コロナ禍前)	○	○			

## 食かけるプライズ 2次審査

## 2次審査結果② (ネクストブレイク賞)

通し番号	エントリー番号	順位	団体名/企業名	応募課題	団体所在地	体験実施場所	2次審査合計点	ネクストブレイク賞(受賞候補)	多言語化	DMO/DMO・自治体との連携	輸出産品	ネガティブチェック	備考
1	19	1	一般社団法人八幡浜市ふるさと観光公社	みかん農家 × リアルな暮らし × マーメイド	愛媛県	愛媛県	18	○		○			
2	77	1	海土物産	離島で感じる暮らしと発酵	島根県	島根県	18	○		○			「食産品」は商品化済みですが、「体験事例」としてはこれからの販売となる模様。
3	80	1	DEGAM鶴岡ツーリズムビューロー	【食×北前船】鶴岡を彩る雛菓子	山形県	山形県	18	○	○	○			ワークショップ的な実施は済んでいますが、販売としてはこれからの模様。
4	48	4	Expedition Japan	Eat to the Beat	山形県	新潟県	17		○	○	○		
5	70	4	鹿児島堀口製茶有限公司	茶摘み×茶音の蔵×ほうじ茶体験	鹿児島県	鹿児島県	17		○	○	○ お茶		「商品化していない」為、食かける賞からネクストブレイク賞へ移動
6	100	4	そばハウス安曇野	そば打ち体験×宿泊	長野県	長野県	17		○		○ 冷凍蕎麦		
7	7	7	国際両備フェリー株式会社オーキドホテル	小豆島素麺 伝統と創造のリアージュ	香川県	香川県	16		○		○ 素麺、ドレッシング		
8	45	8	株式会社おおすみ観光未来会議	おおすみの醤油と地魚のお寿司と	鹿児島県	鹿児島県	14		○	○	○ 醤油、酢		「商品化していない」為、食かける賞からネクストブレイク賞へ移動
9	64	8	料亭 明月楼	日本料理×古民家×茶の湯×器	石川県	石川県	14				○ 鰻		
10	101	8	有限会社加藤商店	伝統的板粕製法、天然醸造みその手作り体験	京都府	京都府	14		○		○ 味噌	HPの作りがやや簡素(会社概要等なし)	
11	46	8	天草酒造	世界遺産の天草散策と、地酒の酒蔵訪問	熊本県	熊本県	14		○	○	○ 焼酎		「商品化していない」為、食かける賞からネクストブレイク賞へ移動
12	89	12	Osaka Kitchen	大阪城で知るSamurai foodの魅力	大阪府	大阪府	12		○		○ 味噌		「商品化していない」為、食かける賞からネクストブレイク賞へ移動
13	51	13	Jヴィレッジ	常盤もの J-SABAバーガーで健康	福島県	福島県	9		○				

## 最終結果

## 最終結果

多数の応募エントリー事例の中から、1次審査・2次審査を経て、最終審査会での協議の結果、以下の10件を表彰事例として決定。

## 【食かける大賞】

体験場所	表彰事例	団体名・企業名
静岡県	景観美と世界農業遺産“わさび”を満喫する旅	和とモダンが織りなす里山の古民家 白壁

## 【食かける賞】

体験場所	表彰事例	団体名・企業名
宮城県	震災を知り、復興を感じる“食×復興”体験	南三陸ワイナリー株式会社
埼玉県	老舗醤油蔵での伝統醸造の学び体験	笛木醤油株式会社
東京都	地球と体にやさしい和食ヴィーガン料理体験	Smart VEGAN LAB
長野県	信州三年味噌の御膳と杉桶並ぶ味噌蔵探検	株式会社石井味噌
静岡県	日本茶製造の秘密発見ツアー	株式会社おさだ製茶
三重県	自分で漁して獲った魚でつくるペットフード	株式会社ゲイト
滋賀県	発酵を極める旅～味噌・醤油から寿司の起源「鮓寿司」まで～	株式会社平和堂

## 【ネクストブレイク賞】 ※応募時点で商品化されていない体験事例を対象とした賞

体験場所	表彰事例	団体名・企業名
山形県	【食×北前船】鶴岡を彩る雑菓子	DEGAM 鶴岡ツーリズムビューロー
愛媛県	みかん農家×リアルな暮らし×マーマレード	一般社団法人八幡浜市ふるさと観光公社

## 最終結果



## 食かける大賞

**景観美と世界農業遺産“わさび”を満喫する旅** 和とモダンが織りなす里山の古民家 白壁



日本の国立公園内の旅館に泊まり、日本古来の和製ハーブ『わさび』を山葵鍋で食し、山に入り山葵の収穫体験や伝統食品『わさび漬』作り等を体験する。またこの度には水源地を旅し、伊豆半島の駿河湾に注ぐ天城山系の水源が海の生態系にどの様に影響を与えるか、自然のサイクルや環境の大切さをローカル人や料理から学ぶ。伊豆の山葵には徳川の歴史も触れることができ、インテリジェンスなヘルシーツアーとして楽しんで頂く。



## 食かける賞①

**震災を知り、復興を感じる“食×復興”体験** 南三陸ワイナリー株式会社



東日本大震災で甚大な津波の被害にあった宮城県南三陸町ですが、地元住民だけではなく他地域から移住した住民、ボランティア、様々な企業のご協力もあり復旧した産業や、新たな産業の立ち上げまでの軌跡を、牡蠣やホタテ等の収穫体験やワイナリー見学、復興を目指した取り組みを生産者から直接聞くことで実感しながら、収穫した地元食材を使った絶品料理と地元のワイナリーで作ったワインを堪能できる「食×復興」体験です。

**老舗醤油蔵での伝統醸造の学び体験** 笛木醤油株式会社



名物社長によるプライベート工場見学（原料を触ったり、木桶に入れたもろみを混ぜたりの醤油作りの勉強）・醤油麴作りワークショップ・ミニバウムクーヘン焼き体験

**地球と体にやさしい和食ヴィーガン料理体験** Smart VEGAN LAB



食×日本文化×ヴィーガン。下町風情溢れる浅草で、和食Vegan料理「バジ手まり寿司」づくり体験。野菜は作り手の顔が見える安心安全でヘルシーな地域野菜。技術や知識、日本の食文化をレッスン形式で学び体験するだけでなく、その場で美食、ECを通じて、野菜又は加工品、野菜を引き立てるドレッシングをセットでサブスク販売する。世界中の人に食の大事さを訴求するとともに、毎日美味しく、健康的に野菜を摂取する習慣を支援



## 食かける賞②

### 信州三年味噌の御膳と杉桶並ぶ味噌蔵探検 株式会社石井味噌



創業1868年信州松本の味噌蔵です。今では希少になった杉桶仕込・天然醸造・三年熟成の味噌を醸造しています。その味噌蔵をガイドつきでご案内し、信州三年味噌をしようしたお食事又はお味噌汁のご試食ができます。

### 日本茶製造の秘密発見ツアー 株式会社おさだ製茶



アメリカ向けの日本茶輸出が過去最高の輸出売上となり日本茶への興味関心が高まる中、静岡県周智郡で日本茶が生産されるプロセスを体験する。荒茶という半製品の状態の茶葉を仕上げという工程で製茶していく。「火入れ」という製茶工程で最も重要な作業は職人が味を確かめながら温度や時間を調整する。今までは秘密のベールに包まれていたこの職人作業をツアー参加者自身で体験する職人になったかのように参加する。「食×学び」

### 自分で漁して獲った魚でつくるペットフード 株式会社ゲイト



三重県熊野市二木島町では超小型定置網漁を体験し、BBQできるプログラムを販売していました。また天然の魚で完全無添加ペットフードの販売を開始していました。複数の体験をさらに組み合わせ、獲った魚で自らペットフードをつくる体験を実験中です。家族であるペットと共に自分で魚をさばいたり、海辺でBBQを楽しめるようにしております。

### 発酵を極める旅～味噌・醤油から寿司の起源「鮎寿司」まで～ 株式会社平和堂



食×発酵を極める旅 ～味噌・醤油から寿司の起源「鮎寿司」まで～

発酵するまち、滋賀県高島。「発酵するまち」として多様な発酵食文化を培ってきた高島。ひとつの地域に「酒」「醤油」「酢」「味噌」「鮎寿司」など多様な発酵食品があるのも珍しく、まさに「発酵するまち、高島」

その高島を舞台に、発酵を学び、発酵を体験し、発酵食「発酵フルコース」を食す、発酵を極める旅。



## ネクストブレイク賞

### 【食×北前船】鶴岡を彩る雛菓子 DEGAM鶴岡ツーリズムビューロー



#### 食×北前船

北前船の商人たちによって運び込まれた京文化。それに由来する伝統的なお菓子「鶴岡雛菓子」。

練り切りを使用し孟宗筍や鯛など、縁起物や地元の特産品等をかたどった、美しく美味しいお菓子です。お店によって色形が異なりますが、本体験は鶴岡市の老舗の指導をいただき、好きな雛菓子をつくるプライベートな教室です。雛菓子を通して、ユネスコ食文化創造都市の職人の巧みな技術と遊び心をお楽しみください。

### みかん農家×リアルな暮らし×マーマレード 一般社団法人八幡浜市ふるさと観光公社



みかん農家の女性を中心となって、自家製柑橘を使った加工品づくりに取り組むグループ「みかんの花工房」。そのメンバー宅にお邪魔して、日本農業遺産に認定された柑橘栽培の現場で、収穫体験や生ジュース搾り体験ができます。さらに、日本で唯一マーマレードの世界大会が開かれる当地で、収穫した柑橘等を使ったオリジナルのマーマレードづくりや、世界大会受賞歴を持つメンバーがつくったマーマレードの食べ比べができます。

## 受賞者発表&lt;WEBサイト&gt;

## WEBサイト（日本語版）

## ● 食かけるプライズ結果発表 TOPページ



EAT! MEET! JAPAN エントリー募集 エントリー一覧 新規エントリー ログイン 受賞者一覧 お問い合わせ

## 食かけるプライズ結果発表

2023年2月8日に実施した『食かけるプライズ2022』表彰式・交流会の様子はこちらからご覧いただけます。

MAFF Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries 農林水産省 食かけるプロジェクト

「食かけるプライズ2022」表彰式  
0:00 / 3:09:14 YouTube 配信

表彰式のアーカイブ動画が視聴可能

日本各地の、深い食体験を、どんどん世界へ！  
食×Oのから生まれた日本の食体験を集め、世界を駆け回る食事業として発信、販売する活動、「食かけるプロジェクト」にエントリーいただき、誠にありがとうございました。

多数の応募エントリー事例の中から、外部審査委員等による審査の結果、以下の10件を表彰事例として決定いたしました。

### 食かけるプロジェクト

2022年受賞者一覧

**食かける大賞**  
和とモダンが寄りなす里山の古民家 白壁  
景観美と世界農業遺産“わさび”を満喫する旅

**食かける賞**  
東三陸フイナリー株式会社  
震災を知り、帰国を感じる“食×帰国”体験

## ● 受賞者ページ（食かける大賞：景観美と世界農業遺産“わさび”を満喫する旅）



EAT! MEET! JAPAN エントリー募集 エントリー一覧 新規エントリー ログイン 受賞者一覧 お問い合わせ

## 景観美と世界農業遺産“わさび”を満喫する旅




体験内容

日本の国立公園内の旅館に泊まり、日本古来の和製ハーブ『わさび』を山葵鍋で食し、山に入り山葵の収穫体験や伝統食品『わさび漬』作り等を体験する またこの度には水源地を旅し、伊豆半島の駿河湾に注ぐ天城山系の水源が海の生態系にどのような影響を与えるか、自然のサイクルや環境の大切さをローカル人や料理から学ぶ 伊豆の山葵には徳川の歴史も触れることができ、インテリジェンスなヘルシーツアーとして楽しんで頂く

CONTACT 情報

会社名 又は 団体名 和とモダンが寄りなす里山の古民家 白壁  
都道府県 静岡県

## 事業者進捗 および 磨き上げ報告

## 食かける大賞

## 和とモダンが織りなす里山の古民家 白壁

景観美と世界農業遺産“わさび”を満喫する旅

所在地：〒410-3206 静岡県伊豆市湯ヶ島1594



提供する食事  
(食体験)  
内容

わさび鍋：わさびの葉を食べ6ヶ月飼育された天城軍鶏の新鮮な肉をベースに、地野菜他、わさび田の脇に育つ天然クレソンを投入、鍋の仕上げに擦り下ろしたてのたっぷりわさびを添えて、良質なわさびの香りと辛味の中の甘みを味わって頂く。朝食も新鮮なわさびを擦り下ろし御飯の上のせて食べる地元流“わさびごはん”をご用意しております

体験可能時期

通年

1回あたり受入れ人数

2~50名

体験料金

28,000円

輸出品目

生わさび

予約方法

オンライン予約 もしくは電話予約

磨き上げ  
内容

## 【提案】

## ●天城山の水の恵みを巡る食文化体験

伊豆市・西伊豆町は、豊かな自然環境に恵まれ、南側は天城山系の山並みに囲まれ、西側では青く澄んだ駿河湾に面している。また、天城山の恵みである湧き水で育つわさびの一大産地でもあり、天城山系の水源はわさびを始め、駿河湾にまで影響を与え、自然のサイクルを大事にしながら暮らしている地域。

そんな地域を舞台に、わさび田の自然や、わさび料理、駿河湾クルーズや釣り体験、天城温泉など、伊豆の自然が育んだ伝統文化や食文化を体験し、心身ともに整うプレミアムな体験プログラム。

事業者進捗 および 磨き上げ報告

●「景観美と世界農業遺産“わさび”を満喫する旅」磨き上げ報告書 全頁

景観美と世界農業遺産“わさび”を満喫する旅<静岡県伊豆市/和とモダンが織りなす里山の古民家 白壁>



場所：滝尻わさび園（〒410-3206 静岡県伊豆市湯ヶ島 7 4 7）  
 日時：1月16日（月）10時30分頃～13時30分頃  
 ヒアリング先（敬称略）：白壁荘（鈴木）、滝尻わさび園（浅田）  
 ※体験中にあわせてヒアリングを実施

■「わさび体験」体験について

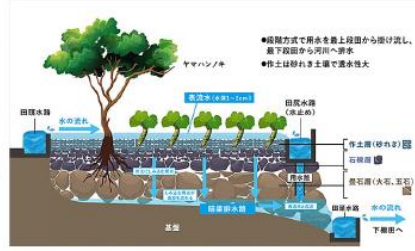
- ・白壁荘から加工体験場所（滝尻わさび園）まで車で10分ほど。そこからわさび田が点々とあり、水源までは歩いて15分程度。細く高い道が続く、ずれ違えないため大人数向きではないが秘境感はある。
- ・天城でわさび園は80件ほどあるが観光体験の受け入れは2件ほど。
- ・滝尻わさび園では、冬季（12月～2月）は歩道が凍結する恐れがあるためわさび田見学は休止している。
- ・湧水から駿河湾への影響など、山の生態系、海の生態系の学びという面もある。地形からわかる、伊豆水の凄さや、薬味だけではなくというワサビの美味しさを伝える体験。

■わさびについて

- ・伊豆天城は日本有数の多雨地帯。この豊富な雨が豊かな森林に蓄えられ美しい湧き水となってわさびを育てている。湧水は一年を通して約13℃でわさびに適した温度。また、わさびは日差しに弱く、木々に囲まれた場所で育てる。寒暖の差がない方が育つ。湧水のみで育てられ、農薬や肥料は一切使用しない。川の水は雑菌が入っているため、皮の水が入らないように隔てている。棚田状になっているのは、段差の部分で空気を含んで新鮮な水を送るため。
- ・わさび田は4層構造で、一番下が大きい石、1番上は砂。濾過式になっていて下層まで水が行き渡るようになっている。大正時代にわさび田式の栽培が開発された。それまでは、糠が溜まって栄養が根からうまく吸い取れず、いいわさびが育たなかった。棚田状になったわさび田でわさびを栽培する方法は、「静岡水わさびの伝統栽培」として「世界農業遺産」に認定されている。
- ・わさびは、現在の静岡市有東木が発祥の地。1516年頃、初代将軍・徳川家康にわさびを献上したところ、味の良さと、わさびの葉の形が徳川家の家紋に似ていることから大変気に入り、栽培方法を門外不出にしたとまで言われる。しかし、江戸時代中期頃、権貴栽培のためにその地を訪れた板垣勘四郎がわさびを知り村人を説得し続け、権貴のお礼にとようやくの思いで内密に栽培方法を伝授してもらい、わさびの苗を天城に持ち帰ったことで、繁殖した。
- ・わさびには、食欲増進・美容作用、抗菌・抗力作用、抗虫作用、骨増強作用、血栓予防作用、抗がん作用、消化器官促進作用など様々な効用があるとされる。

■白壁荘について

○わさび料理について  
 わさび鍋は白壁荘の名物料理コース。わさびの良さを味わって頂くために、バリエーション豊かな料理に。わさび鍋は、天城のわさびを食べて育った「天城しゃも」を使用。わさび田の隣で育ったクレンソウや大根おろして作る天城湯ヶ島の地元鍋。



confidential Copyright © 2022 Miraidukuri all rights reserved

磨き上げの方向

本プログラムは、わさび田見学＋わさび収穫体験＋わさび料理の構成。他にもわさびをテーマにした観光体験は数件あるが、天城の水の恵みを存分に活かした高品質な伊豆のわさびは、まさに“本物”のわさびであり、そこを前面に出すことで差別化となる。天城山系の水源はわさびだけでなく駿河湾にまで影響を与え、自然のサイクルを大事にした食文化が根付いている。また、わさびの健康効果は海外からもコロナによって注目され、世界のわさび市場は成長傾向にあるとされ、インバウンドにとってもわさびは魅力的なコンテンツ。

提案

天城山の水の恵みを巡る食文化体験

わさび体験×駿河湾体験

伊豆市・西伊豆町は、豊かな自然環境に恵まれ、南側は天城山系の山並みに囲まれ、西側では青く澄んだ駿河湾に面している。また、天城山の恵みである湧き水で育つわさびの一大産地でもあり、天城山系の水源はわさびを始め、駿河湾にまで影響を与え、自然のサイクルを大事にしながら暮らしている地域。

そんな地域を舞台に、わさび田の自然や、わさび料理、駿河湾クルーズや釣り体験、天城温泉など、伊豆の自然が育んだ伝統文化や食文化を体験し、心身ともに整ったプレミアムな体験プログラム。



駿河湾クルーズ・釣り体験



秘境感溢れるわさび田を巡り 水の恵みを知り、わさび収穫体験



駿河湾の海の幸・わさびのディナー

世界のわさび市場は2026年までCAGR 8.70%で成長する見込み

Report Ocean  
 2021年9月7日REPOROCEANが発表した新しいレポートによると、世界のわさび市場は、2021年から2026年の予測期間において、8.70%以上の健全な成長率が見込まれている。



2021年9月7日にREPOROCEANが発行した新しいレポートによると、-世界のわさび市場は、2021年から2026年の予測期間において、8.70%以上の健全な成長率が見込まれている。  
 わさびには、炭水化物、水分、脂肪など、健康に役立つさまざまな成分が含まれている。わさびの健康効果には、関節や筋肉の痛みを和らげる抗炎症作用、がんや心臓病のリスク低下、特に口内の細菌感染に対するシールドとしての役割、季節性アレルギーの炎症を抑える効果などがある。COVID-19の世界的な前線は、わさびの生産と輸出入に悪影響を及ぼす。また、多くの国が製造業の閉鎖を発表したため、わさび市場の成長が鈍化した。一方で、慢性疾患の増加と、わさびの健康効果による疾患の治療や予防の役割は、今後数年間の市場成長の原動力となるだろう。

confidential Copyright © 2022 Miraidukuri all rights reserved

## 食かける賞

## 南三陸ワイナリー株式会社

震災を知り、復興を感じる"食×復興"体験

所在地：〒986-0733 宮城県本吉郡南三陸町志津川字旭ヶ浦7-3

提供する食事  
(食体験)  
内容

南三陸の旬の食材を使った食事とワイン（季節により変動あり）  
 <8月のメニュー例> わかめ羊の煮込み、水タコのジェノベーゼ、銀鮭の生ハム仕立て、牡蠣のココナツカレー、冷製とうもろこしスープ、自家製フォカッチャ、ワイン2杯

体験可能時期

通年（水産物の収穫体験は季節により  
内容が異なる）

1回あたり受入れ人数

3~20名

体験料金

10,000円

輸出品目

南三陸ワイン、水産加工品

予約方法

自社HP、自社SNS、観光協会HP、観光協会SNS

磨き上げ  
内容

## ●輸出の現状

南三陸ワイナリーは2020年10月にコロナ禍の中で醸造所をオープンさせた。同年12月にはワイナリーの併設でレストランをオープンした。現在はワイナリーとクルーズ船のツアー事業を開始したばかりで、ワインの輸出事業には本格的には取り組めてはいない。

## ●輸出拡大の課題

これまでは近県から葡萄を仕入れワインを製造していたため、ワインの生産数も少量で販売できる取引先にも限界があった。しかし、2021年に入り自社の葡萄を使ってワインを製造できるようになり、山形県など南三陸町以外の場所にも圃場を拡大している。こうした課題は今後、少しずつ解消されていく見込みである。一方でツアー内容については、受け入れ対応をするスタッフは現状、少数であるため体制、には改善の余地がある。お料理についてもクオリティに比べて、かなり安価な価格設定となっており、収益性と今後の体制を強化していくためにも値上げを検討すべきである。料理についてはとても素晴らしいが撮影を意識した盛り付けなど改善の余地がある。

ツアーの内容、復興のストーリー、ワインが産地としての世界観はとても素晴らしい。一方でワイン等の自社商品の紹介についてはもう少し強化すべきである。フラグシップ商品、ラインナップ説明、自社のペアリング商品等についても丁寧に行っていくべきであろうか。

## ●輸出拡大に向けた方向性

現在、同社の商品についてはワインボトルへの英語表記、ツアー時は外国人ガイドが同行するなど輸出やインバウンド観光客を意識した工夫がなされており、今後は体験ツアーを通じてファンを拡大し、ツアー事業の拡大と共に輸出にもつなげていく予定となっている。

## ●磨き上げを踏まえて、具体的な展開

今後、事業を拡大していくにあたって価格設定や収益性については再検討を行うべきである。収益を再投資して体制を強化していけるよう余裕を持った事業計画が必要となる。また、今後受け入れ客を増やしていくためには地域内での連携も重要だが、地域外の企業や団体との連携、プロモーション活動についても重要となってくる。

## ●所感

同社の代表、佐々木道彦さんは震災の復興ボランティアをきっかけとして2014年に静岡県から仙台に移住し、2020年から本格的に南三陸町での活動を始めた。復興支援を通じたさまざまな経験が地域内での連携の強さを生み出しており、佐々木さんを中心に「この町を良くしていきたい」と願う地域プレーヤーたちの強い想いも随所に感じられる。「東日本大震災からの復興」をテーマとしたツアーは当時の被害や悲壮感を感じるものが多いが、同社のものづくり、ツアーは未来への可能性を感じられる内容となっている。これまでの道のりにはたくさんの苦労があったと思われるが、そうした佐々木さんの復興のストーリー、未来へのビジョンが同社の商品やツアーの魅力の源泉となっている。

## 食かける賞

## 笛木醤油株式会社

老舗醤油蔵での伝統醸造の学び体験

所在地：〒350-0152 埼玉県比企郡川島町上伊草660



提供する食事  
(食体験)  
内容

①木桶に入ったもろみ(しょうゆの素)を混ぜ合わせ、醗酵を促す權付き体験  
②また、火入れをしていない絞りたてのしょうゆ、仕込んだばかりのもろみと、醗酵熟成がすすんだもろみの味見体験  
③しょうゆ蔵のレストランにて、しょうゆの味比べができるうどんメニュー

体験可能時期

通年

1回あたり受入れ人数

1~10名

体験料金

3,000~5,000円

輸出品目

醤油

予約方法

自社サイトでのみ販売

磨き上げ  
内容

●輸出の現状

輸出はすべて輸出商社を通して販売している。現状は、米国、香港、フランス、スペイン、イギリス、オランダ、ルーマニア、オーストラリアの8か国に実績があるが、不定期である。

本格的に開始したのは、2017年以降で、香港では、埼玉県フェア開催時に輸出した。

特に、輸出代理店や輸入代理店契約を結んでいない。

●輸出拡大の課題及び方向性

アジア諸国は、木桶醤油や地域色豊かな醤油メーカーが多数輸出しており、価格競争の状態であるため、欧米に向けに力を入れていきたい。欧米では、オーガニックを訴求した商品に力を入れたい。

●磨き上げを踏まて、具体的な展開

西川より、訪日体験から帰国後の再消費の好循環となるよう、越境EC商品での販売を提案。

特に、地域の食文化を意識した商品ヒストリー、物流の利便性を考えた商品、プライスレスな商品の組み合わせなど考慮すべき点を説明。

- ・外箱60サイズで収納可能

- ・日本産の大豆、小麦を原料として利用

- ・醤油皿は、「金笛ロゴ」のオリジナル皿をセットで。

- ・木桶バウムも常温で1か月持つことから、越境EC商品としても販売可能

欧米をターゲットにしていることから、越境EC( By Food (テーブルクロス運営) )との商談をセッティングする。

●所感

フランス革命の年に設立した醤油メーカーであることで、外国人にとっては、歴史を感じ取れる。

また、日本の代表的な発酵調味料である醤油は、日本料理の調味料としてだけでなく、フレンチ料理ではソースの隠し味としても使用され始めている。

今後は、日本料理以外での用途は広がれば、海外市場での販売が期待できる。

笛木醤油は、後発での輸出となるので、既に出回っている醤油がとの差別化、笛木醤油ならではの特徴を洗い出し、訴求することが重要と意見が一致した。

今後、商品の特徴(商品ヒストリー、使用原料、食味、風味など)を伝える工夫、特に、工場での体験をした訪日客に対して、商品の購入導線を考えていく。

また、購入導線を考える上で、今回の食かけるプロジェクトで撮影した動画を有効活用したい。

## 食かける賞

## Smart VEGAN LAB

地球と体にやさしい和食ヴィーガン料理体験

所在地：〒106-0044 東京都港区東麻布2-31-2クレール東麻布202

提供する食事  
(食体験)  
内容

食体験：ベジ手まり寿司づくりと日本の食文化・歴史・健康・環境を愉しく学べるレッスン  
 和食Vegan料理：農家の顔が見える地域の有機野菜を使った和食Vegan「ベジ手まり寿司」  
 今後の取組み：山梨県北杜市の農家で「野菜の収穫体験」と、その場で「収穫した野菜の料理レッスン」  
 地域の有機野菜・ドレッシングをセットにした商品のサブスク販売予定

## 体験可能時期

通年

## 1回あたり受入れ人数

1~20名

## 体験料金

5,000~8,500円

## 輸出品目

加工品（ドレッシング等）、レトルト食品  
和食Veganレシピ（本）

## 予約方法

ネット販売（SNS、トリップアドバイザー等）

磨き上げ  
内容

- 輸出の現状
  - 現状、輸出実績はなく、輸出商品を検討中
  - 訪日外国人を対象にしたビーガン料理教室で使用可能な「味噌」を越境ECで販売したい
- 輸出拡大の課題
  - 冷凍味噌Ballを越境EC商品として販売を検討していたが、冷凍味噌Ballを製造するメーカーから菌検査（1年）を実施していないことや冷凍小型荷物配送の物流を構築していないことから、販売商品の見直しを検討
- 輸出拡大に向けた方向性
  - 料理教室の体験者が、帰国後に、通販でリピート購入をしてもらうために、常温商品を検討。
  - 西川より、味噌メーカーを2社紹介
    - ①のだみそ(株) ※榊塚味噌 ビーガンのインスタント味噌汁を紹介 (<http://www.masuzuka.co.jp/>)
    - ②石井味噌 食かけるの受賞事業者。味噌のバーニャカウダ等、SVLを展開している料理教室の食材との掛け合わせを提案 (<https://ishiimiso.com/>)
- 磨き上げを踏まて、具体的な展開
  - ・展開している料理教室での試験的利用
  - ・味噌メーカーと売買契約を進めていく
- 所感
  - ビーガン料理の料理教室では、小規模参加での実施となっている。
  - 料理教室の訪日外国人の参加者拡大、リピーター参加及び利用食材・食品のリピート購入できるようにすることが重要である。
  - ビーガン料理と発酵食品、特に味噌は、単に味噌汁としての利用だけでなく、汎用性の利く健康的な調味料として有用性がある。ビーガン料理でも日本の発酵文化を広げていく活動をすることで、SVLと意見が一致。

## 食かける賞

## 株式会社石井味噌

信州三年味噌の御膳と杉桶並ぶ味噌蔵探検

所在地：〒390-0813 長野県松本市埋橋1丁目8番1号



提供する食事  
(食体験)  
内容

信州三年味噌の豚汁、みそ焼おにぎり、信州豚ロースの味噌生姜漬等。

体験可能時期

通年

1回あたり受入れ人数

1~200名

体験料金

2,000円

輸出品目

味噌加工食品

予約方法

旅行会社(団体)、自社HP、じゃらん

磨き上げ  
内容

●輸出の現状

コロナ禍以前は、国内市場(主に贈答)を中心に販売していたが、国内市場が縮小する中で、工場見学に多くの外国人旅行者が来ていたことから海外市場の販路が期待できる。現在、台湾、シンガポール、アメリカ、ドイツ、イタリアにスポットで販売。「十年熟成味噌ソース」は、商社によるシンガポールのライブコマースで、現地の麺と絡ませた食シーンを動画で流したところ反響があり、発注の実績があった。

「三年味噌バーニャカウダ」は、独特のまろやかな味噌風味が評価され、米国のローカルレストランから引き合いがあり、FDA登録して販売開始したところである。「信州三年味噌」は、味噌の食味である「塩かど」が取れていることが特徴で、フランスでは、フレンチ料理スープのスパイスとして引き合いがあった。

●輸出拡大の課題

輸出したい3商品は、飲食店からの関心が高いが、すべて小売対応の商品であることから、アンマッチしている。業務筋商品の改良、輸入規制対応をしなければならない。

また、海外バイヤーへの直接の営業は、人的体制からも厳しいことから、輸出商社との取引を増やしたい。

●輸出拡大に向けた方向性

商品の特性上、飲食店での取引から、消費者に認知させて、小売への販売に展開していくことが望ましい。また、訪日外国人の訪問を多く受け入れていたことから、越境ECでの販売に力を入れたい。

●磨き上げを踏まえて、具体的な展開

今年度中に、飲食店向けに販路を持つ輸出商社を紹介し商談をセッティングする。

輸出商社から飲食店向けに販路を拡大するために、内容量等のような商品を求めているかヒアリングする。

●所感

「味噌＝健康的なスパイス」として、汎用性も高く、派生商品を開発することも可能である。味噌は、味噌汁として日本料理店への需要、小売店では、在日日本人、日本料理を作るローカルがメインターゲットと固定観念があり、後発の輸出など難しいと考えている事業者が多い中、石井味噌は、多くの訪日客が訪問して気づきが、商品の訴求方法、派生の加工食品の開発力がある。今後輸出商社との商談をすることで、海外販路が期待できる。また、自社店舗でしている商品を、訪問した客がリピートで購入可能な越境ECでの販売を薦めたい。

## 食かける賞

## 株式会社おさだ製茶

## 日本茶製造の秘密発見ツアー

所在地：〒437-0213 静岡県周智郡森町睦実2001

提供する食事  
(食体験)  
内容

提供する食事のメインは煎茶。単純に美味しくお茶を飲むのではなく、茶農家が製造する荒茶を味わい、仕上げの火入れで味わいがどう変化するかを体験する。自分好みの仕上げができるので、出される煎茶を飲むだけでなく、学びと体感が伴って味わえる。提供する食事は、煎茶の他にも練り切りと呼ばれる和菓子（お抹茶との相性がとても良い伝統的な和菓）を本格的に作って味わうことができる。

## 体験可能時期

通年（5月～7月中旬を除く）

## 1回あたり受入れ人数

1～10名

## 体験料金

2,000円

## 輸出品目

日本茶

## 予約方法

口コミ&amp;ネットで販売

磨き上げ  
内容

本プログラムは茶畑見学、合組体験、火入れ体験などにとどまらない差別化された独自性のあるプログラムが望ましい。

本事業のインバウンドという面から考えてみると、日本茶を含む「日本食」の期待値は高く、重要視されているので少し工夫をした食事や食体験を用意できれば、より付加価値の高いプログラムに。静岡のお茶、森町のお茶の魅力を汲み上げて、本プログラム「ならでは」の体験が高付加価値化につながる。

## 【提案】

## ●お茶づくりを知って味わうティーツーリズム提案

静岡県・森町は、周辺の生産農家が「一丸」となって、30年以上有機栽培を実践しており、「有機茶の里」と呼ばれる品質の高いお茶産地。スローライフやエコなどに関心のある層にも届くよう、お茶のレクチャーから始まり、お茶の味わいの幅広さを学ぶ。その後、合組や火入れのオリジナルお茶づくり体験。

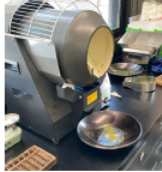
最後は、自分が作ったお茶や、様々な味わいのお茶を茶畑の景色の中で楽しむティーペアリングランチを堪能するプレミアムな体験プログラム。

## ●「日本茶製造の秘密発見ツアー」磨き上げ報告書 全頁

## 日本茶製造の秘密発見ツアー &lt;静岡県周智郡森町/株式会社おさだ製茶&gt;



場所：おさだ製茶（〒437-0213 静岡県周智郡森町睦実2001）  
 日時：2月22日（水）15時00分頃～16時00分頃  
 ヒアリング先（敬称略）：おさだ製茶（長田（代表）、山本）  
 ※体験中にあわせてヒアリングを実施



## ■「日本茶製造の秘密発見ツアー」体験について

・現状は、バイヤーさん向けの内容。これから精緻化。  
 ・茶漉しを入れて茶葉を集めて、匂いを嗅ぐ。匂いを確認する工程を写真に取って、最後にオリジナルのお茶の包装に貼り付け。

・煎茶数種類の他に、抹茶や玄米などを混ぜることが可能

○「火入れ」について

コンパクトな火入れの機械を使用するため、一人一人自由に焙煎できるためオンリーワンのお茶に。

火入れをするのは、長期保存のため、香ばしい香りを立たせるため、旨味をより感じやすくするため、などの理由がある。お客さまの好みによって焙煎度合いは違う。海外の方、特に欧米は、フレッシュなお茶本来の味(=grassy)よりも焙煎が強い方を好む傾向がある。

○日本茶について

・作物なので、毎年取れるお茶は、同じ畑でも少しずつ違う。メーカーとして、同じ品質になるようにブレンドするのが茶師の仕事。去年のレシピをもとに調整して味を合わせてくる。

○今後について

・現在は工場体験を実施しているが、店舗を改装して、体験施設を店舗の中に作りたい。その後お買い物もしてもらえらる。

・神社との体験も組み合わせたい

## ■おさだ製茶について

1948年創業。遠州森の茶を中心としたお茶を生産、仕入れ。契約農家は100程度。

○有機栽培について

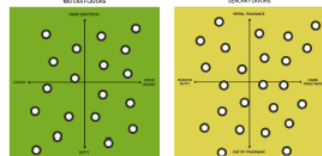
H8に一番茶のみを使用した煎茶粉末がヒット商品に。これを機に、無農薬で栽培を始めていた生産農家に、有機栽培化を呼びかけて一緒に推進してきた。静岡県西北部の中山間地帯は、平地の茶園とは全く異なり機械化による合理化が難しい点、平地の茶より摘採が遅いため茶相場が低く経営的に不利な点などがあるが、反面茶の品質が高い。そういった環境が有機栽培に向いていたため、周辺の生産農家が一丸となって、30年以上有機栽培を実践している。

○海外向けEC (BtoCがメイン)

・フレーバーをマトリクスにして分かりやすく掲載。手摘みや玉露はgrassyに分類される。「grassy」はお茶の表現として大事にキーワード。「grassy」の対は「earthy」で土っぽいイメージ。お茶業界のチャートから引用しているので、対極というわけではないが、好きなお茶を見つけるの役立つように。

## ■森町について

・宿泊施設が少ない。グランピング施設やバンガロー、民泊が少しあるくらい。土日は、浜松エリアから40～50分かけて人は来るが、神社によって帰るだけなどで、お金は落ちない。アクセスが良い分、日帰りでも通り過ぎるだけになってしまっている。遠くから来て、森町に宿泊は基本的にない。掛川に泊まってしまおう。



confidential

Copyright © 2022 Miraidukuri all rights reserved

Page1

## 5-2. まとめ・プログラムの方向性

本プログラムは茶畑見学、合組体験、火入れ体験などにとどまらない差別化された独自性のあるプログラムが望ましい。本事業のインバウンドという面から考えると、日本茶を含む「日本食」の期待値は高く、重要視されているので少し工夫をした食事や食体験を用意できれば、より付加価値の高いプログラムに。静岡のお茶、森町のお茶の魅力を汲み上げて、本プログラム「ならでは」の体験が高付加価値化につながる。

## 提案

## お茶づくりを知って味わうティーツーリズム

静岡県・森町は、周辺の生産農家が一丸となって、30年以上有機栽培を実践しており、「有機茶の里」と呼ばれる品質の高いお茶産地。スローライフやエコなどに関心のある層にも届くよう、お茶のレクチャーから始まり、お茶の味わいの幅広さを学ぶ。その後、合組や火入れのオリジナルお茶づくり体験。最後は、自分が作ったお茶や、様々な味わいのお茶を茶畑の景色の中で楽しむティーペアリングランチを堪能するプレミアムな体験プログラム。



## &lt;お茶レクチャー&gt;

日本茶について、この地域のお茶の特徴について、茶師の仕事について、配合による味わいの変化についてレクチャー



## &lt;オリジナルお茶づくり

(合組・火入体験)

前半のレクチャーを活かして、自由に茶葉、配合、火入具合を調整して、オリジナルのお茶をつくる。



## &lt;茶畑レストラン&gt;

茶畑の中で、自分で作ったオリジナルのお茶や、様々な味わいのお茶のティーペアリングを楽しむランチ

confidential

Copyright © 2022 Miraidukuri all rights reserved

Page2

## 食かける賞

## 株式会社ゲイト

自分で漁して獲った魚でつくるペットフード

所在地：〒130-0024 東京都墨田区菊川1-13-8-6F



提供する食事  
(食体験)  
内容

獲った魚で、お魚さばき体験して、お刺身をつくります。同時に、ペットフードづくりも体験します。レトルトの機械にいれたあとは出来上がりまで90分ほどかかるので、BBQを楽しみます。

体験可能時期

通年

1回あたり受入れ人数

1~30名

体験料金

11,000円

輸出品目

ペットフード

予約方法

口コミ

磨き上げ  
内容

本プログラムはペット連れのプログラムとして、ペット同伴での漁業体験やペットフード作りなど、他の漁業体験とは差別化された独自性の高いプログラムであるが、インバウンド向けに販売にするには難しい。

一方で、柴犬や秋田県などを中心に、現在、日本犬が海外で人気となっており、秋田県では秋田犬による地域活性化プロジェクトの取組が行われているほど。熊野は現存する日本犬6種の内、紀州犬の原産地であることから、自分のペットではなく、紀州犬(日本犬)と触れ合えることを付加価値としてプログラムを提供。

## 【提案】

## ●紀州犬×漁業体験&lt;インバウンド向け&gt;

熊野の地で紀州犬と触れ合える漁業体験プログラム。

現在、日本犬は柴犬や秋田犬などを中心に海外セレブや映画などの影響で人気となりつつある。熊野は現存する日本犬6種の内、紀州犬の原産地。紀州犬は白毛で素朴でたくましさを感じさせる犬種。ペットを連れてこれない訪日外国人も日本犬に出会える場、触れ合える場として、漁業体験プログラムを提供。

事業者進捗 および 磨き上げ報告

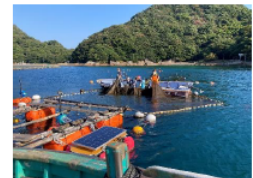
●「自分で漁して獲った魚でつくるペットフード」磨き上げ報告書 全頁

自分で漁して獲った魚でつくるペットフード<三重県熊野市/株式会社ゲイト>



食けるプロジェクト

場所：Gate二木島ラボ（三重県熊野市二木島町530-3）  
 日時：11月10日（火）12時15分～13時00分頃  
 ヒアリング先（敬称略）：株式会社ゲイト（漁師：田中りみ）  
 出席者：未末づくりカンパニー2名（大羽、豊田）、事務局1名（JTБ猪鼻）



■株式会社ゲイトに関して

- ・株式会社ゲイトは東京の会社で、代表者も特に熊野市の出身ではない。
- ・代表がたまたま漁業の現場を視察する機会があり、漁村や生産者の実態を知って、何とかしたいと思うようになった。
- ・元々居酒屋チェーンを営業していた会社なので、当初は未利用魚を加工して、自社の居酒屋で出していた。
- ・現在はコロナ禍の影響で居酒屋は全店舗営業を辞めた。
- ・居酒屋がなくなったので、今度未利用魚をどう活用するかという話になり、漁師の方たちもペットが好きなのでペットフードはどうか、となった。
- ・その他、リラクゼーションサロンの事業や不動産事業なども手掛けている。
- ・ゲイトは、漁業は無知から関わった。固定概念がないので、漁師の仕事ルーティーンに捉われず動かし方を提案できた。
- ・自社で加工場も持っているの、朝の市場に合わせて漁をしなくてもいい。一日何度も漁に行ってもいい。

■普段の漁業に関して

- ・熊野市の現場で漁師をしている田中さんは、ゲイトの従業員ではなく、漁師として業務提携で契約。
- ・体験用の定置網は小さい定置網で、女の子の漁師だけでやっている。
- ・小さい方の定置網にカメラを設置することで、魚が確実に入っているタイミングで漁に行けて、効率化された。
- ・田中さんの目標は女性でも漁業に携われる人を増やしていくこと。
- ・未だに伝統的に女性を漁船に乗せる地域は少ない。
- ・今は女性の漁師は3人働いている。基本は加工場の担当と体験の際の小さい定置網での漁体験。普段の漁は女性はやっていない。

■体験について

- ・ペット連れ向けの体験ということで、よく大阪のペットしつけ教室が、2泊3日とかで体験しに来てくれる。
- ・宿泊に関しては古民家を改装したゲストハウスがあるので、利用可能。15人くらい泊まれる。
- ・ペットと来て、泊まれて、漁業体験して、ペットフードも作れて持って帰れて、買って帰ることも出来る。
- ・大阪のペットしつけ教室は、ペットフードの販売代理店もやっている。販売のメインはEC販売。
- ・船に乗る⇒定置網漁で魚を獲る⇒加工場でペットフードを作る という流れ
- ・大きな魚が獲れた際は、通常は市場に出すが、昼間の体験に獲れたものは体験者(人)のお昼ご飯になる。
- ・旅割などを利用してくるような一般のお客様はあんまり受けたくない。コンビニがないなど不満が多いので。
- ・メインは教育旅行とかが多い。修学旅行のような形で来たり、大学生が長期の休みを利用して来たりしている。
- ・今はペットフードの許可が取れていないが、人用にも売れるように許認可を取ってきたい。

■インバウンドについて

- ・外国人はペットを海外から連れて来れないので、なかなか厳しいかも。
- ・ペットも用意しておいて、ワンちゃんと遊べるといった内容であれば出来るかも。
- ・熊野古道があるので、たまにこっちの方まで外国人観光客が見えることがある。

confidential

Copyright © 2022 Miraidukuri all rights reserved

Page1

磨き上げの方向

本プログラムはペット連れのプログラムとして、ペット同伴での漁業体験やペットフード作りなど、他の漁業体験とは差別化された独自性の高いプログラムであるが、インバウンド向けに販売するには難しい。一方で、柴犬や秋田犬などを中心に、現在、日本犬が海外で人気となっており、秋田県では秋田犬による地域活性化プロジェクトの取組が行われているほど。熊野は現存する日本犬6種の内、紀州犬の原産地であることから、自分のペットではなく、紀州犬(日本犬)と触れ合えることを付加価値としてプログラムを提供。

提案

<インバウンド向け>  
 熊野の地で紀州犬と触れ合える漁業体験プログラム  
 紀州犬×漁業体験

現在、日本犬は柴犬や秋田犬などを中心に海外セレブや映画などの影響で人気となりつつある。熊野は現存する日本犬6種の内、紀州犬の原産地。紀州犬は白毛で素朴でたくましさを感じさせる犬種。ペットを連れてこれない訪日外国人も日本犬に出会える場、触れ合える場として、漁業体験プログラムを提供。



紀州犬がお出迎え



紀州犬と一緒に  
 漁業体験やペットフード作り



オプションで熊野古道を  
 紀州犬と歩く体験など



confidential

Copyright © 2022 Miraidukuri all rights reserved

Page2

## 事業者進捗 および 磨き上げ報告

## 食かける賞

## 株式会社平和堂

発酵を極める旅 ～味噌・醤油から寿司の起源「鮎寿司」まで～

所在地：〒522-8511 滋賀県彦根市西今町1番地

提供する食事  
(食体験)  
内容

- ①発酵フルコース：滋賀県高島の発酵食品を使用した発酵料理のフルコース。日本酒と発酵食のペアリングも実施。
- ②キムチづくり体験：本格的なキムチづくりにこだわる高島の「天平キムチ」。発酵を学びながらキムチづくりの体験。
- ③ドレッシングづくり体験：滋賀県で唯一の酢醸造事業者「淡海酢」。様々な味のお酢をテイastingしオリジナルドレッシングを作る。
- ④発酵事業者視察：日本酒酒蔵・ヨーグルト製造者・鮎ずし事業者を巡り、こだわりを伺い、試食・試飲の実施。

## 体験可能時期

通年

## 1回あたり受入れ人数

10～20名

## 体験料金

48,000円

## 輸出品目

日本酒、酢

## 予約方法

当社旅行センターで販売

磨き上げ  
内容

## ツアーの改善点：

1. 発酵するまち高島の発酵ガイドの育成
2. 発酵に対して外国人の関心が高まっているため、インバウンド対応
3. 歩くには距離があるため、レンタサイクル等の2次交通
4. 事業主体が平和堂であるため、海外輸出を含めて、発酵食品の販売強化

## 事業者進捗 および 磨き上げ報告

## ●「発酵を極める旅 ～味噌・醤油から寿司の起源「鮎寿司」まで～」磨き上げ報告書 全頁

発酵を極める旅 <滋賀県高島市/株式会社平和堂> : 基本情報

自然豊かな高島市は、年間を通じて湿度が高く昔から発酵に適した風土・気候でした。琵琶湖で獲れる湖魚をはじめ多種多様な農作物が栽培され、豊富な農水産物に恵まれてきました。また、京都と百歳を結ぶ街道沿いに位置していたことによる地理的・歴史的な要因から今日本で多様な発酵食品が生まれ、それを育んできました。

比良山系から流れる清らかな水は琵琶湖に流れ込み鮎や鮎など湖魚を育てます。また、その水が育むおいしい野菜や米、その米をもとに住込む「地酒」や「酢」や「鮎寿司」・・・まさにこの清らかな水が発酵食品の源といえます。

そのよき恵まれた環境に加えて、発酵食品作りへの多くの作り手の熱意・創意工夫と、発酵食品を愛する人たちに支えられて高島の地域全体が発酵するまちになっていきました。ひとつの地域に「酒」「醤油」「酢」「味噌」「鮎寿司」など多様な食品があるのも珍しく、まさに「発酵するまち、高島。」ならではの特徴といえます。

**地酒**  
酒造りに適した良質米と湖西の深い山なみの伏流水・冬の冷涼な気候を生かした個性豊かなおいしい地酒が数多くつくられています。マキノの「竹生嶋」、今津の「琵琶の長寿」、高島の「秋乃露」、新旭の「松の花」、「不老泉」などがあります。

**醤油**  
地元の大豆にこだわって、杉桶に二年以上寝かせる桶仕込み。昔ながらの手作り醤油で、大豆本来の風味が香るちょっと懐かしい味です。

**酢**  
古文書をもとに再現した江戸時代からの製法で、桶の中で自然に任せてじっくり発酵させる天然醸造酢。自然な甘みと柔らかな味わいがどんな料理にもよく合います。高島市には滋賀県唯一の酢醸造場があります。

**味噌**  
良質の大豆にこだわってコツコツ根気よく発酵させ、高島の自然・気候がおいしい味噌を造り出します。手間を惜みず作った味噌に、作り手の愛情が感じられます。

**鮎寿司(みなずし)**  
琵琶湖の固有種でとれるニゴロブナを塩漬けにし、ご飯と一緒に長時間漬け込む、いわゆる「みなずし」が琵琶湖伝統の保存食として有名な「鮎寿司」です。酒の肴やおつまみに人気があります。鮎寿司をさらに酒粕で二度漬けした甘露漬もあります。

Copyright © 2022 Miraidokuri all rights reserved

Page1

発酵を極める旅 <滋賀県高島市/株式会社平和堂> :

■日数：1泊2日  
■含まれるもの：行程上に記載のある食事費用・宿泊費用・体験費用、ガイド費用

<1日目>

新旭駅：集合

ラッシュホーム針江：  
・発酵学講座(ポエーション)  
・発酵ランチ

発酵事業者(1)  
・日本酒：  
川島醸造 (説明、蔵見学、試飲)

発酵事業者(2)  
・お米こうじ：  
アレルン食品 (説明、試食)

発酵事業者(3)  
・キムチ：  
天平 (キムチづくり体験)

ラッシュホーム針江：  
・チェックイン

ラッシュホーム針江：  
・発酵食フルコース

<2日目>

ラッシュホーム針江  
・朝食コガ

ラッシュホーム針江  
・ポエーション(発酵講座)  
・発酵朝食

発酵事業者(4)  
・酢：  
淡海酢 (説明、試飲、ドレッシング作り)

発酵事業者(5)  
・鮎寿司：  
喜多品老舗 (説明、試食)

近江高島駅  
解散

confidential

Copyright © 2022 Miraidokuri all rights reserved

Page2

## 磨き上げの方向性

1. 発酵するまち高島の発酵ガイドの育成
2. 発酵に対して外国人の関心が高まっているため、インバウンド対応
3. 歩くには距離があるため、レンタサイクル等の2次交通
4. 事業主体が平和堂であるため、海外輸出を含めて、発酵食品の販売強化

## ネクストブレイク賞

## 一般社団法人 DEGAM鶴岡ツーリズムビューロー

## 【食×北前船】鶴岡を彩る雛菓子

所在地：〒997-0015 山形県鶴岡市末広町3-1 MARICA東館2階



提供する食事 (食体験) 内容	練り切りを用いた和菓子(雛菓子)。光沢を出すために最後に寒天を塗る。食材：白餡、餡子、求肥、砂糖、(ヴィーガンとハラルにも対象) 参加者が作りたい形を3~4個選んでいただき、使う道具(型、櫛等)を紹介した後、職人の指導を受けて手で作る。		
体験可能時期	通年	1回あたり受入れ人数	4~20名
体験料金	4,500円	輸出品目	鶴岡雛菓子の作り方—レシピ本(仏語・英語)
予約方法	OTA、ウェブサイト、旅行会社連携、商談会		

## ツアーの改善点：

## (1) 体験会場について

本体験はグループの人数によって場所が異なってしまいます。その要素がツアー参加者間での混乱を招くかもしれません。実際に使用をさせていただいたお寺の部屋は趣のある素晴らしい空間でした。神社の和室は趣もあり、訪日旅行者には非常に好まれる空間であると思います。神社の和室で体験を実施できることがこのツアーの価値となるため、人数の変動があったとしても神社の和室を利用できることがよいと感じております。

## (2) 体験商品数について

本体験では「ひな菓子」を2個つくらせていただきました。しかし2個のみの体験は、参加者にとって作業時間が短く感じ少々手持ち無沙汰になってしまった印象があります。東京の和菓子づくり体験では、4~6個の和菓子を一回の体験でつくります。体験の際の商品数を増やすことがより良いと思っております。

## (3) 体験内容に関して

上記の通り一度の体験時間が少々短く感じております。同じ時間内で「抹茶点て」の体験を追加すると、顧客満足度がより向上すると考えております。

## (4) 通訳に関して

通訳の方が同席していただけることは非常に素晴らしいです。

## (5) 通訳者の方との合流

ツアー参加者と通訳者は鶴岡駅で合流するのが一番良いかと思っております。

## (6) 体験前のアイデア

道中の「ひな菓子屋」を訪れ商品を実際に見てから体験をすることも良いかもしれません。体験前に実際の商品を見ることで、より体験への期待値を高めることにつながります。

磨き上げ  
内容

## ネクストブレイク賞

## 一般社団法人八幡浜市ふるさと観光公社

みかん農家×リアルな暮らし×マーマレード

所在地：〒796-8501 愛媛県八幡浜市北浜一丁目1番1号

提供する食事  
(食体験)  
内容

- ・収穫した柑橘の生ジュース搾り体験
- ・収穫した柑橘等を使ったオリジナルのマーマレードづくり体験
- ・マーマレード世界大会受賞歴を持つメンバーがつくったマーマレードの食べ比べ

体験可能時期

10月～翌年4月頃

1回あたり受入れ人数

2～6名

体験料金

6,000～10,000円

輸出品目

-

予約方法

ネット販売（自社HP,じゃらん）

磨き上げ  
内容

本プログラムは、移動時間が多く、みかん畑内から加工体験場所までの移動の工夫が必要。また、収穫体験＋収穫物を使ったジャムなどの加工品づくり体験などにとまらない差別化されたプログラムが望ましい。

本事業のインバウンドという面から考えてみると、「日本食」の期待値は高く、重要視されているので少し工夫をした食事や食体験を用意できれば、より付加価値の高いプログラムに。マーマレードの本場は海外のため、マーマレード世界大会関連で来日する外国人に向けて、日本・八幡浜らしい食体験プログラムを提供。

八幡浜市は、全国有数のみかんの産地で、ぐるりと囲む山々のほとんどでみかんが栽培され、特に海に面した地域はブランドみかんが育つ一大産地。太平洋の黒潮が流れ込む海では、みかんを食べて育った「みかん鯛」などが水揚げされる。サイクリングで海とみかん畑の景色を楽しみながら、みかんの収穫体験。特徴的な景色であるみかん畑の中で、みかん鯛のランチを味わう。最後にマーマレードをつくり、デザートとして堪能するプレミアムな体験プログラム。

## 【提案例】

- ・サイクリング移動：みかん畑と海の景色を楽しみながら移動
- ・みかん畑の中でランチ：みかん鯛の塩釜焼きなど、みかん繋がりの海の幸、山の幸を味わう
- ・マーマレード作り体験：ヨーグルトなどにかけて食べ比べながらマーマレードデザート堪能

## 事業者進捗 および 磨き上げ報告

## ●「みかん農家×リアルな暮らし×マーマレード」磨き上げ報告書 全頁

## みかん農家×リアルな暮らし×マーマレード＜愛媛県八幡浜市/一般社団法人八幡浜市ふるさと観光公社＞



場所：八幡浜市役所（愛媛県八幡浜市北浜1丁目1-1）  
 日時：12月1日（木）15時00分頃～16時00分頃  
 ヒアリング先（敬称略）：一般社団法人八幡浜市ふるさと観光公社（竹下）  
 出席者：未来づくりカンパニー2名（大羽、菅）

## ■「みかん農家×リアルな暮らし×マーマレード」体験について

- ・畑から加工体験場所（八幡浜市農産物加工施設）まで車で40分ほどかかる。
- みかん農家複数と契約しており、時期によって訪れる農家が違う。八幡浜市農産物加工施設をハブに、色々な農家を巻き込んで地域全体で展開している。
- ・送迎は6人までなら八幡浜市ふるさと観光公社で行う。人数が多い場合はタクシー。山の上のみかん畑まで農道を運転するのは慣れていけば軽はずかなくも可能。
- ・教育旅行に限っては、民泊でこのプログラムを販売できる。一般販売は簡易宿所の許可が取れていないのでNG。
- ・温州みかん中心なので、体験期間は10～12月のみ。柑橘全般だと3月までであるため、体験商品としては期間が広い方がいい。

## ■マーマレードについて

- ・マーマレードづくりには「ペクチン」が必要。ペクチンを煮詰めることでゼリー化する。みかんの皮にはペクチンが少ないため、代わりにレモンを投入する。
- ・温州みかんは皮が薄いため、マーマレードには向いていない。八幡浜は温州みかん中心。近隣の市町で栽培している河内晩柑の方が向いている。
- ・みかんの皮はそこまで苦くないため、子供でも食べられるマーマレードができる。
- マーマレード世界大会  
 イギリスの大会に、応募して金賞を取った人が八幡浜にいる。これがきっかけで、世界大会を八幡浜に誘致し、道の駅会場としていた。3箇所で開催（イギリス、日本、オーストラリア）しており、日本に来るとしたらアジアの人。

## ■八幡浜市ふるさと観光公社について

- ・2018年12月に設立。それまで五島市の観光協会が教育旅行を担当していた竹下さんが、八幡浜に移って同様のことをしたいと思い立ち上げた。
- ・愛媛県・四国は台湾を誘致している。ただ20人ほどの規模なので、観光公社としては国内の400人規模の学生を受け入れる教育旅行に力を入れている。
- ・基本的には民泊。愛媛県の南側は400人規模が泊まれるホテルがない。3泊4日のうちの1日、八幡浜で民泊などのパターンが多い。
- その他プログラムについて  
 ・魚の養殖場で鯛に餌やり一揃いで刺身に→矢野さんの畑に移動しレモンの収穫体験→冷凍していたみかん、収穫したレモンでマーマレードドレッシングづくり→カルパッチョを作るというもの。愛媛大学の学生と共同で開発→農業と漁業を一緒に体験できる場所はないので、そこがこの地域の強みになる。

## ■八幡浜市について

- ・元々の宿泊者数はビジネス客がほとんど。観光自体が開発されていないため、観光客はあまりおらず、逆に民泊が活きる地域。



## 磨き上げの方向

本プログラムは、移動時間が多く、みかん畑内から加工体験場所までの移動の工夫が必要。また、収穫体験 + 収穫物を使ったジャムなどの加工品づくり体験などにとまらない差別化されたプログラムが望ましい。本事業のインバウンドという面から考えると、「日本食」の期待値は高く、重要視されているので少し工夫をした食事や食体験を用意できれば、より付加価値の高いプログラムに。マーマレードの本場は海外のため、マーマレード世界大会関連で来日する外国人に向けて、日本・八幡浜らしい食体験プログラムを提供。

## 提案

## みかんから始まる、山の幸と海の幸の食体験

八幡浜市は、全国有数のみかんの産地で、ぐるりと囲む山々のほとんどでみかんが栽培され、特に海に面した地域はブランドみかんが育つ一大産地。太平洋の黒潮が流れ込む海では、みかんを食べて育った「みかん鯛」などが水揚げされる。サイクリングで海とみかん畑の景色を楽しみながら、みかんの収穫体験。特徴的な景色であるみかん畑の中で、みかん鯛のランチを味わう。最後にマーマレードをつくり、デザートとして堪能するプレミアムな体験プログラム。



＜サイクリング移動＞  
みかん畑と海の景色を楽しみながら移動



みかん収穫体験



＜みかん畑の中でランチ＞  
みかん鯛の塩釜焼きなど、みかん繋ぎの海の幸、山の幸を味わう



＜マーマレード作り体験＞  
ヨーグルトなどにかけて食べ比べながらマーマレードデザート堪能

## 表彰式・交流会

## 表彰式・交流会

## 表彰式・交流会

## 開催概要

タイトル名称	「食かけるプライズ2022」表彰式・交流会 @HCJ2023
実施日程	2023年2月8日（水） 13:30-16:30
実施方法	表彰式及び交流会を東京ビックサイト東3ホールで開催のHCJ2023のイベントステージで開催 ※YouTube LIVEにて配信
実施会場	東京ビックサイト 〒135-0063 東京都江東区有明3-11-1 TEL 03-3211-5211
参加者	-1. 受賞者 10団体（食かける大賞 / 1社・食かける賞 / 7社・ネクストブレイク賞 / 2社） -2. 審査委員・オブザーバー10名（うち2名欠席） -3. 農林水産省 -4. 観光庁
備考	新型コロナ・ウイルス感染拡大防止の観点から、「1社1名様」でのご参加をお願い致します。

## プログラム

Time	Lap	Scene
<b>食かけるプライズ表彰式（13:30-14:10）</b>		
13:30	'01	開会
13:31	'05	主催者挨拶
13:36	'05	事業概要説明
13:41	'02	審査員紹介
13:43	'15	トロフィー授与
13:58	'05	全体講評
14:03	'05	フォトセッション
14:08	'02	表彰式終了
<b>体験発表（14:10-16:09）</b>		
14:10	'60	受賞者 プレゼンテーション
15:10	'40	審査委員講評 ・質疑応答
15:50	'02	・観光庁より講評
15:52	'15	・『新規プロジェクト』について
16:07	'02	発表会終了
<b>名刺交換会（16:09-16:30）</b>		
16:09	'21	名刺交換会
16:30	'02	交流会終了
16:30	*	

## ● 農林水産省からの情報発信

農林水産省
English > キッズサイト > サイトマップ 文字サイズ 標準 大きく

逆引き単語から探す
組織別から探す
キーワードから探す Google 検索

会見・報道・広報
政策情報
統計情報
申請・お問い合わせ
農林水産省について

ホーム > 会見・報道・広報 > 報道発表資料 > 「食かけるプライズ2022」表彰式・交流会の開催について

プレスリリース

「食かけるプライズ2022」表彰式・交流会の開催について

ツイート 印刷

令和5年2月3日  
農林水産省

～日本各地での訪日中の魅力的な食体験を表彰！～


農林水産省は、「食かけるプロジェクト」の一環として、日本各地の食・食文化を深く知ることができる魅力的な食体験を表彰する「食かけるプライズ2022」の表彰式・交流会を2月8日（水曜日）に開催します。

**1.概要**

「食かけるプロジェクト」は、訪日外国人に、食と歴史や自然等、異分野と掛け合わせた多様な食文化を提供し、帰国後の日本食の再体験による日本産食材等の輸出拡大につなげることを目的とする取組です。4年目となる本年度も日本各地の食・食文化を深く知ることができる食体験を表彰する「食かけるプライズ2022」を実施し、「食かける大賞」等、各員の表彰式と受賞者が受賞作品のプレゼンテーション等を行う交流会を令和5年2月8日（水曜日）に開催します。

また、表彰式・交流会終了後には、「食かけるプロジェクト」における新たなプロジェクトの開始について発表します。そこにはかない地域の食と食文化のストーリーを伝える輸出向け商品を開発していくプロジェクトの目的や概要等をご説明します。

農林水産省WEBサイト「食かけるプロジェクト」




**2.表彰式・交流会について**

日 時：令和5年2月8日（水曜日）13時30分から16時30分  
会 場：東京ビッグサイト東展示棟（HCJ2023（※）内）  
※第51回国際ホテル・レストランショー、第44回フード・ケータリングショー、第23回厨房設備機器展（農林水産省後援）のイベントステージにて開催。

所在地：東京都江東区有明3-11-1  
表彰式：13時30分から  
交流会：14時10分頃から（予定）

※表彰式・交流会の様子はYouTubeでライブ配信を行います。  
<https://youtube.com/live/QVauZVpcBFA?feature=share> (外部リンク)

**3.報道関係者の皆様へ**

表彰式・交流会の取材を希望される方は、事前に社名、人数及び氏名等を以下申込先までご連絡をお願いいたします。取材に当たっては、会場担当者の指示に従ってください。


また、都合により予定が変更されることがありますので、あらかじめ御承知願います。

【申込先】


食かけるプロジェクト事務局  
電話番号：0570-04-3001  
Email：info@eat-meet-japan.jp  
（事業実施者）  
株式会社JTB  
担当者：西川、猪鼻

**4.参考及び添付資料**






【添付資料】

（別紙）「食かけるプライズ2022」表彰式別紙表紙  (PDF: 682KB)

【参考】

<令和4年5月20日付プレスリリース>  
「訪日外国人に日本の食・食文化の魅力を伝える「食」体験コンテンツを大募集！～「食かけるプライズ2022」本日募集開始」  (PDF:1,758KB)  
<令和4年9月28日付プレスリリース>  
「訪日中に楽しめる日本各地の魅力的な食体験を表彰」  (PDF:1,098KB)

【過去の受賞事例紹介】 (外部リンク)

- ・食かけるプライズ2021受賞事例 
- ・食かける大賞\_BentoYe\_Cooking「ヴィーガンと食でサステナブルな食体験を！」 
- ・食かけるプライズ2020受賞事例 
- ・食かける大賞\_OKOSTA「食×広島お好み焼き×オコノコミュニケーション」 
- ・食かけるプライズ2019受賞事例 
- ・食かける大賞\_一般社団法人信州いいやま観光局「南国体験×信州の食！「レストランかまくら村」」 

**お問合せ先**

新事業・食品産業部外食・食文化課食文化室

担当者：淺浦、桂、天眞  
代表：03-3502-8111（内線4067）  
ダイヤルイン：03-6744-2012

表彰式・交流会

● HCJ三展合同事務局からの情報発信

業界を牽引する有志による  
技能・技術が年に一度集う!!

概要

「食かけるプロジェクト」は、訪日外国人に、食と歴史や自然等、異分野と掛け合わせた多様な食文化を提供し、帰国後の日本食の再体験による日本産食材等の輸出拡大につなげることを目的とする取組です。

4年目となる本年度も日本各地の食・食文化を深く知ることができる食体験を表彰する「食かけるプライズ2022」を実施し、「食かける大賞」等、各賞の表彰式を令和5年2月8日（水曜日）に開催します。

会

2月8日（水曜日）13時30分から16時30分

から

から（予定）



**2月8日水** NEW

**EAT! MEET! JAPAN**  
「食かけるプライズ2022」表彰式  
～日本各地での訪日中の魅力的な食体験を表彰！～

農林水産省は、「食かけるプロジェクト」の一環として、日本各地の食・食文化を深く知ることができる魅力的な食体験を表彰する「食かけるプライズ2022」の表彰式・交流会を2月8日（水曜日）に開催します。

なお、表彰式は公開で、カメラ撮影も可能です。交流会では、受賞者から受賞作品のプレゼンテーションなどを予定しています。

「食かけるプロジェクト」は、訪日外国人に、食と歴史や自然等、異分野と掛け合わせた多様な食文化を提供し、帰国後の日本食の再体験による日本産食材等の輸出拡大につなげることを目的とする取組です。

4年目となる本年度も日本各地の食・食文化を深く知ることができる食体験を表彰する「食かけるプライズ2022」を実施し、「食かける大賞」等、各賞の表彰式を令和5年2月8日（水曜日）に開催します。



13:30～14:10	食かけるプライズ2022 表彰式
14:10～16:10	受賞事業者によるプレゼンテーション

**2月8日水** NEW

**EAT! MEET! JAPAN**  
インバウンド×食×文化  
「食かけるプライズ2022」  
表彰式をHCJ内で実施!

[主催] 農林水産省

東展示棟 1～8ホール  
**総合会場案内図**

2024.2.7日 10日  
10:00～15:00 (最終日15:30まで)  
東京ビッグサイト

**国際食文化フェスティバル**  
フードケータリングショー  
厨房設備機器展

**HCJ2023**

イベントステージ (開場16:00)

2月7日水 NEW	2月8日水 NEW	2月9日木	2月10日金
訪日外国人が愛するガストロノミーと食体験 ～学びと交流～	EAT! MEET! JAPAN インバウンド×食×文化 「食かけるプライズ2022」 表彰式(HCJ内で実施)	農林水産省・東部農林 生活労働大臣賞 第17回 HRSサービスコンクール2023	企業価値を高めるこれからの社員賞を学ぶ ～企業、社員賞を学ぶ～

## 表彰式・交流会

## ● YouTubeでの配信

The screenshot shows a YouTube video player interface. The video title is 「食かけるプライズ2022 表彰式・交流会」. The video player shows a progress bar at 0:11 / 3:09:16. Below the player, the video title is repeated, along with the channel name 「食かけるプライズ2022」表彰式 and 6 subscribers. There are icons for likes (16), comments, share, offline, and clips. A description follows, mentioning the event was held on 2023/02/08 and was a live broadcast. It describes the event as a celebration of food experiences in various parts of Japan, organized by MAFF. A list of social media links is provided: MAFF website, Facebook, Instagram, and YouTube. To the right of the video player is a thumbnail for the same event, featuring the MAFF logo and images of people at the event. The thumbnail text reads 「食かけるプライズ2022」表彰式 YouTube配信.

「食かけるプライズ2022」表彰式  
チャンネル登録者数 6人

690 回視聴 2023/02/08 にライブ配信  
～日本各地での訪日中の魅力的な食体験を表彰！～

農林水産省は、「食かけるプロジェクト」の一環として、日本各地の食・食文化を深く知ることができる魅力的な食体験を表彰する「食かけるプライズ2022」の表彰式・交流会を2月8日（水曜日）に開催します。

なお、表彰式は公開で、カメラ撮影も可能です。交流会では、受賞者から受賞作品のプレゼンテーションなどを予定しています。

- 海外WEBサイト「Eat Meet Japan」URL : <https://eatmeetjapan.co/>
- FaceBook URL : <https://www.facebook.com/eatmeetjapan>
- Instagram URL : <https://www.instagram.com/eatmeetjapan>
- Youtube URL : [YouTube](#) : [Deep Food Experie...](#)

MAFF  
Ministry of Agriculture,  
Forestry and Fisheries  
農林水産省  
食かけるプロジェクト

「食かけるプライズ2022」表彰式  
YouTube配信

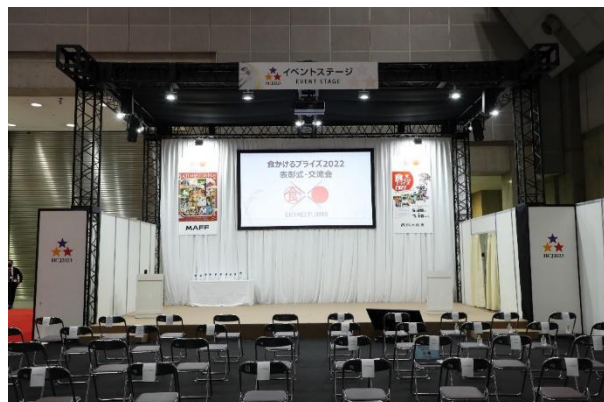
サムネイル



表彰式・交流会

表彰式・交流会 配信内容

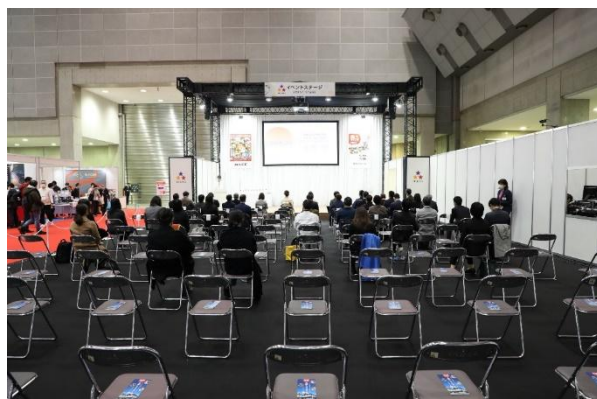
● 会場の様子



表彰式・交流会

表彰式・交流会 配信内容

● 主催者挨拶・事業概要説明・審査委員紹介



## 表彰式・交流会 配信内容

## ● 食かける大賞

和とモダンが織りなす里山の古民家 白壁



## ● 食かける賞①

株式会社平和堂



株式会社ゲイト



株式会社おさだ製茶



株式会社石井味噌



表彰式・交流会 配信内容

● 食かける賞②

Smart VEGAN LAB



笛木醤油株式会社



南三陸ワイナリー株式会社



● ネクストブレイク賞

一般社団法人八幡浜市ふるさと観光公社



DEGAM鶴岡ツーリズムビューロー



表彰式・交流会 配信内容

●事例発表①

和とモダンが織りなす里山の古民家 白壁



南三陸ワイナリー株式会社



笛木醤油株式会社



Smart VEGAN LAB



表彰式・交流会 配信内容

●事例発表②

株式会社石井味噌



株式会社おさだ製茶



株式会社ゲイト



株式会社平和堂



表彰式・交流会 配信内容

●事例発表④

DEGAM鶴岡ツリズムビューロー



一般社団法人八幡浜市ふるさと観光公社



表彰式・交流会 配信内容

● 委員講評



表彰式・交流会

表彰式・交流会 配信内容

●『新規プロジェクト』について



※観光庁 観光地域振興部 渡邊 主査 様より挨拶



表彰式・交流会

表彰式・交流会 配信内容

● 交流会



表彰式・交流会

表彰式・交流会 配信内容

● YouTubeでの配信



食かけるプライズ 2021 受賞事例			
<b>【食かける大賞】</b> 野庭を彩る北の井戸の体験 (Benito Ya Cooking)		<b>【食かける賞】</b> 郷土の歴史と茶法見学と土鍋「飯」体験 (まきん有明舎)	
<b>【食かける賞】</b> 農家で食べる郷土料理とおてがひ体験 (有形文化財水戸藩陣屋)		伊藤の水産物調理と日本酒アレンジ体験 (BO株式会社)	
上毛産農産物で楽しむ農産品 天の体験 (公益財団法人前橋観光コンベンション協会)		3日間体験型観光ツアー体験 (Village to Table Tours)	
じん作が 薫道体験 (Waikulture Experience)		<b>【ネクストブレイク賞】</b> 大冠も宮殿のちからで食へば(伊藤体験)	
オンライン「キヤラ」教室 (ルミカウ株式会社)		鎌倉BENTO COOKING	
職人生活体験と大塚製茶 茶葉料理体験 (十日町市教育委員会文化スポーツ部文化財課)		海鮮食店 次郎の屋号と調理体験 (株式会社フジヤマ)	
馬淵川伝統鮎鮎漁法火の巻と鮎料理体験 (馬淵総合観光株式会社)		<b>【特別賞】</b> 産業界を彩る用・フードに用紙・コーヒー提供 (ソングアール&スカイズ(札幌セントラル))	
みかけ華れ作り体験と中山道のの巻 (みかけ華れの会)		地産本材で作るくちの巻と日本酒飲み比べ体験 (MATA TABI)	



**海外展開** 2017年から本格的に海外への販路拡大開始

フランス・スペイン・ドイツ・アメリカ・カナダ・オーストラリア・香港・台湾・マレーシア・メキシコ・タイ・ルーマニア 世界12か国に展開

## 情報発信に関して

## ■ 受賞作品の情報発信

### 【制作コンテンツ】

動画作成	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 受賞作品 1分間動画 10本作成（10事業者撮影済） 登録者約10.8万人のYouTubeチャンネル「Japan by Food」での配信</li> </ul>
Webサイト作成	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 受賞作品 10体験の海外WEBサイト 3月中旬アップ（動画完成次第、順次更新） ・海外WEBサイト「Eat Meet Japan」 URL : <a href="https://eatmeetjapan.co/">https://eatmeetjapan.co/</a> ・欧米向け販売サイト「byFood.com」 URL : <a href="https://www.byfood.com/">https://www.byfood.com/</a></li> </ul>
パンフレット作成	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 受賞作品（各1ページ）20ページ・A4カラー・1,000部作成（3月下旬完成）</li> </ul>
SNS作成	<ul style="list-style-type: none"> <li>● FaceBook URL <a href="https://www.facebook.com/eatmeetjapan">https://www.facebook.com/eatmeetjapan</a></li> <li>● Instagram URL <a href="https://www.instagram.com/eatmeetjapan2022/">https://www.instagram.com/eatmeetjapan2022/</a></li> </ul>

### 【海外に向けた情報発信（BtoC）】

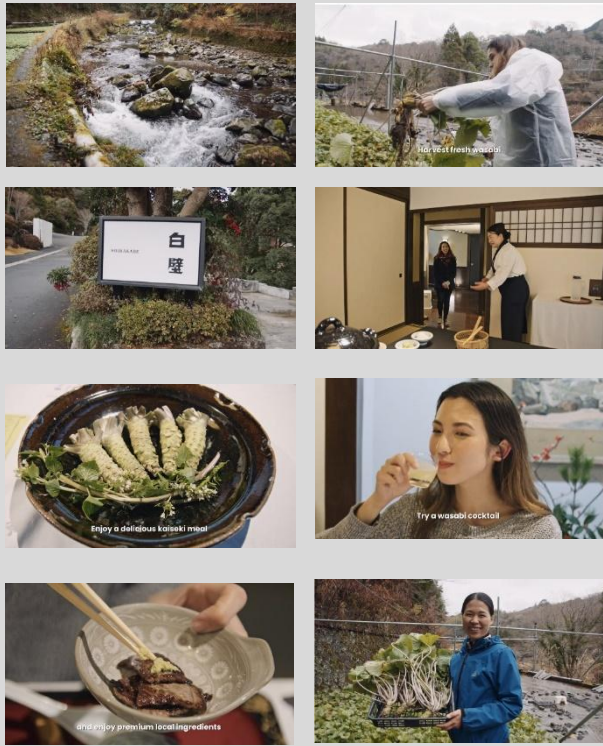
① 訪日観光客向けポータルサイトへの情報発信	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 訪日外国人向け観光情報メディア「Japan by food」からのバーチャルトリップ（Youtube Liveイベント）の実施・発信。Youtube、FaceBook、インスタでの告知を実施。 月間ユニークユーザー数13万人。FaceBookフォロワー約15万人</li> <li>・一般社団法人八幡浜市ふるさと観光公社 2/6実施 約17,000回視聴 ※2/24現在</li> <li>・株式会社石井味噌 2/20 実施 約12,000回視聴 ※2/24現在</li> <li>・株式会社 白壁荘 2/27 公開・株式会社おさだ製茶 3/6 公開</li> <li>・南三陸ワイナリー株式会社 3/13 公開</li> </ul> <p>これまで同様外国人目線でのVirtual tripを行う事で、実際に訪問した際の環境をより具体的にイメージすることが出来、訪日が可能となった際の情報提供だけではなく、機運醸成へと繋げていく。</p>
② Eat Meet Japan アンバサダー	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 「食かけるプロジェクト」認知向上と受賞者の体験商品の販売促進を目的とした情報発信</li> <li>・食かけるプロジェクトを盛り上げるアンバサダー4名選出（平均フォロワー20万人以上、計 約81.5万人）</li> <li>・欧米圏のファンを抱えるアンバサダー自身のSNSでの発信 ⇒ 受賞者の商品とEMJの認知向上</li> <li>① 受賞体験商品への参加 ② ソーシャルメディアで共有（投稿とストーリー）</li> <li>③ Eat Meet JapanのFacebookとInstagramをタグ付け ④ IGリール作成</li> <li>● Giveawayキャンペーンの実施</li> <li>35万人を超える欧米圏在住の日本好きの顧客に対して受賞者の商品を紹介。受賞者の中から石井味噌・八幡浜・Smart Veganの3社を選定し、国内外にいるターゲット顧客を3人選定し、食体験や越境ECを通じた商品提供を行ないさらなる顧客への拡販を実施。</li> <li>● 「食かけるプロジェクト」のInstagramを運用</li> <li>・アンバサダーを通じて、食かけるプロジェクトのアカウントを宣伝。フォロワーは約3,000名に。EMJ自身のSNSを通じた情報発信体制を構築。</li> </ul>

### 【地域の食文化が伝わる商品をシンガポールにてテストマーケティング実施】

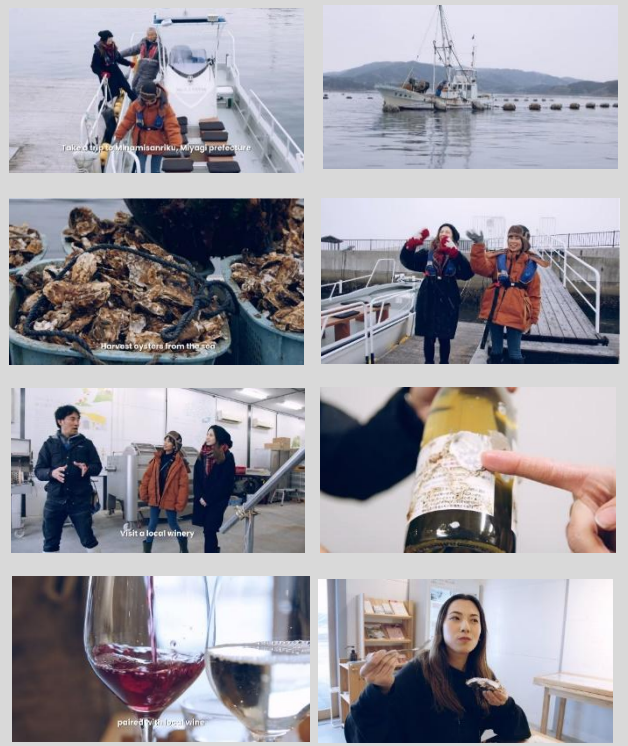
テストマーケティング	<ul style="list-style-type: none"> <li>● シンガポールにてテストマーケティング実施（2022年12月22日～26日）</li> <li>・実施会場：Watention Plaza</li> <li>・実施内容：販売員による試食PR 及び 消費者調査（8パッケージ商品の評価）</li> <li>①おでんと日本酒の缶セット、②冷凍押し寿司とお茶セット、③京都抹茶スイーツセット</li> <li>④刺身4種盛り合わせセット、⑤京茶漬けセット、⑥北海道美瑛産おにぎりなど詰め合わせセット</li> <li>⑦京野菜おばんざいセット、⑧やま柿とお茶セット</li> <li>・アンケート回答数 329件</li> <li>⇒次年度、新規プロジェクト開始の告知を2月8日の表彰式にて発表。</li> </ul>
------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

食かけるプライズ入賞者の1分動画を作成 (1)

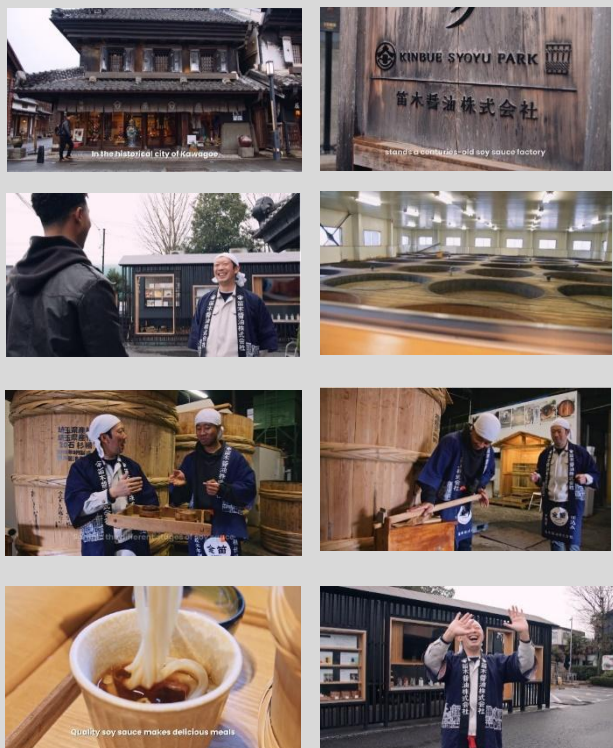
食かける大賞  
景観美と世界農業遺産“わさび”を満喫する旅



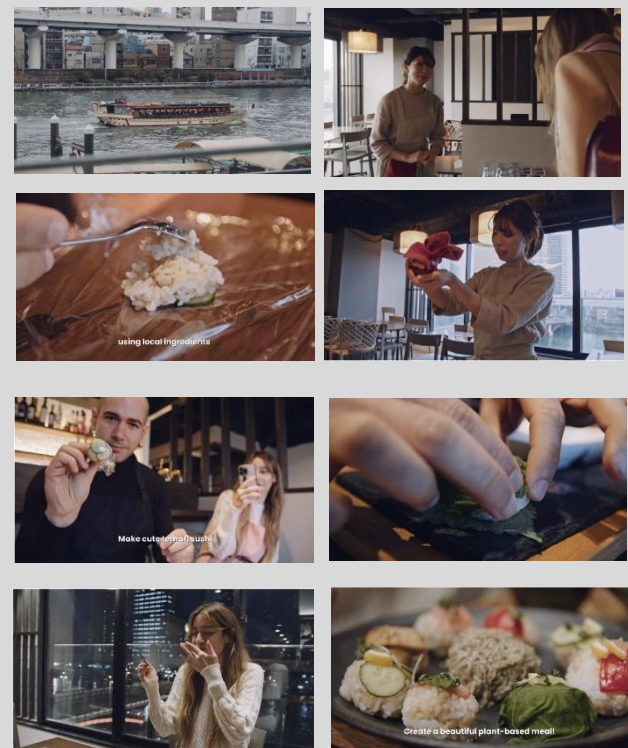
食かける賞①  
震災を知り、復興を感じる“食×復興”体験



食かける賞②  
老舗醤油蔵での伝統醸造の学び体験

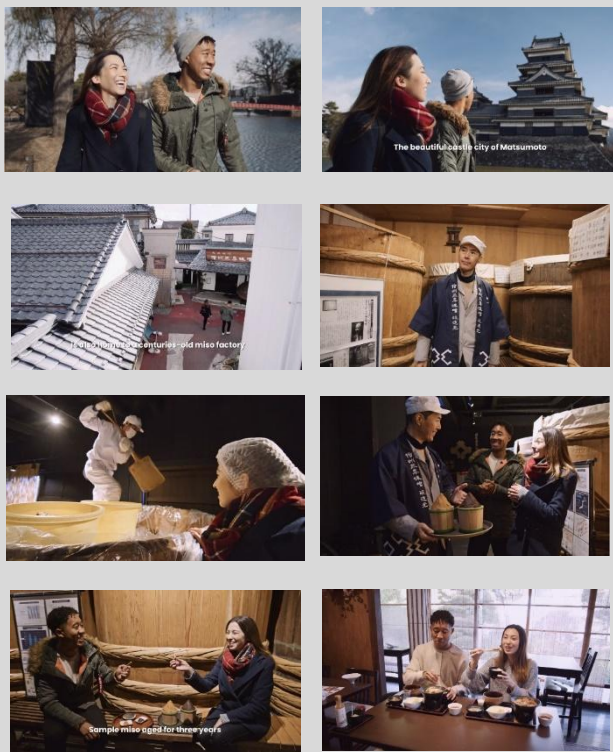


食かける賞③  
地球と体にやさしい和食ヴィーガン料理体験

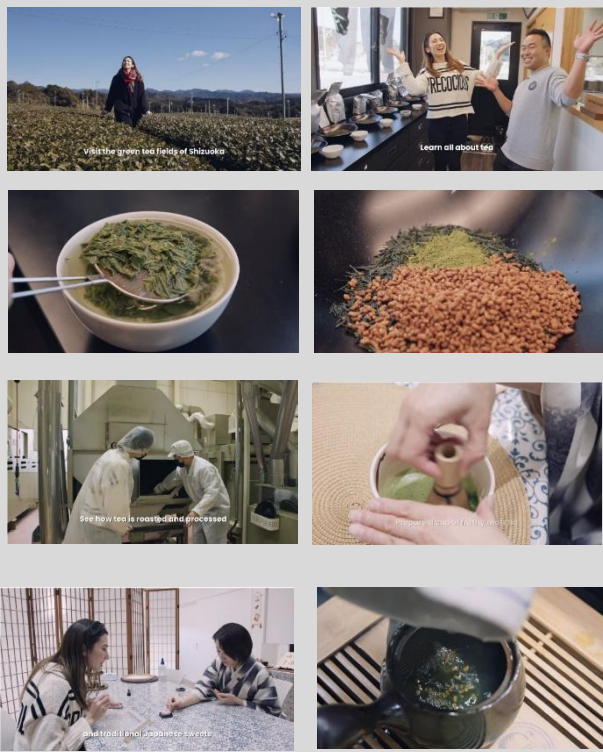


食かけるプライズ入賞者の1分動画を作成 (1)

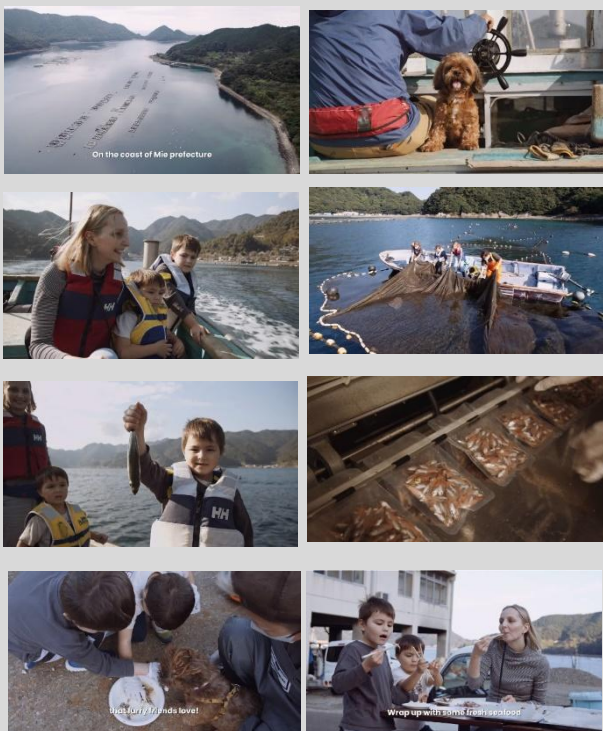
食かける賞④  
信州三年味噌の御膳と杉桶並ぶ味噌蔵探検



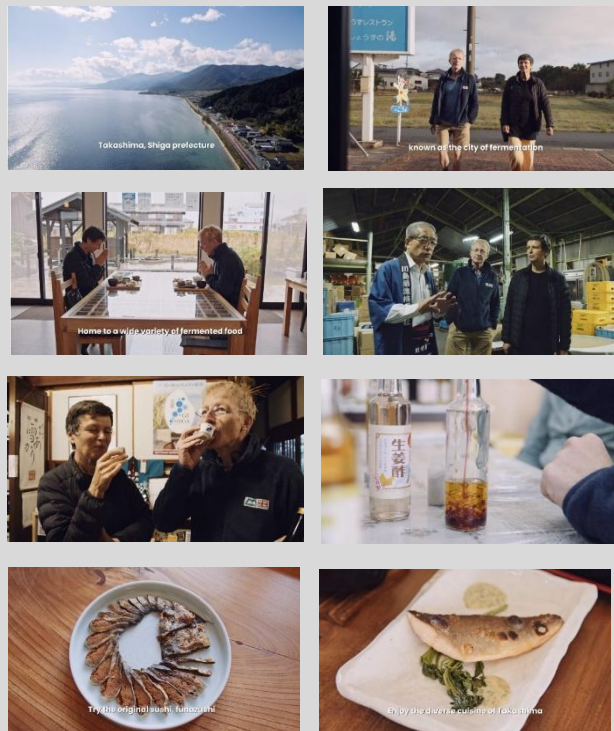
食かける賞⑤  
日本茶製造の秘密発見ツアー！



食かける賞⑥  
自分で漁して獲った魚でつくるペットフード



食かける賞⑦  
発酵を極める旅～味噌・醤油から寿司の起源「鮒寿司」まで～



食かけるプライズ入賞者の1分動画を作成 (4)

ネクストブレイク賞①  
【食×北前船】鶴岡を彩る雛菓子



ネクストブレイク賞②  
みかん農家×リアルな暮らし×マーマレード



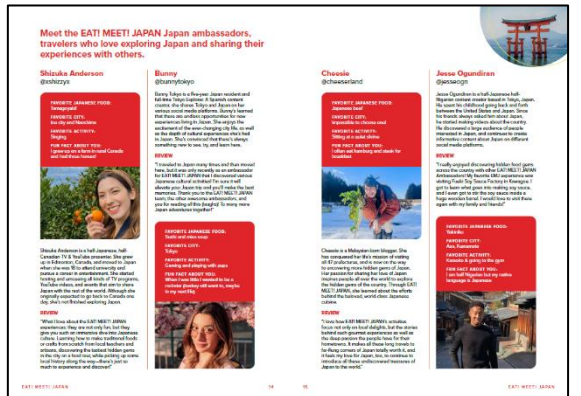
WEBサイト (英語版)

● TOPページ

● 受賞作品ページ (一例)

パンフレット

20ページ・A4カラー・1,000部作成  
※受賞作品介绍 (各1ページ)



## メディアによる情報発信&lt;募集開始の告知&gt;

## ▶農林水産省

農林水産省
English > トップサイト > サイトマップ 文字サイズ 標準 大きく

定評ある事業から探す
組織別から探す
キーワードから探す Google 検索

会見・報道・広報
政策情報
統計情報
申請・お問い合わせ
農林水産省について

ホーム > 食・農業・広域 > 報道発表資料 > 訪日外国人に日本の食・食文化の魅力を伝える「食」体験コンテンツを大募集！

プレスリリース


**訪日外国人に日本の食・食文化の魅力を伝える「食」体験コンテンツを大募集！**

📌 イベント 印刷

令和4年5月20日  
農林水産省

～「食かけるプライズ2022」本日募集開始～

農林水産省は、訪日中に食に関わる体験をした外国人が帰国後も本国にしながら日本の食を体験できるような環境整備を回り、日本産農林水産物・食品の輸出拡大につなげていく「食かけるプロジェクト」を推進しています。本プロジェクトの一環として、日本各地の食を異分野と掛け合わせた魅力的な体験事例を表彰する「食かけるプライズ2022」の募集を本日開始します。



**1. 趣旨**

日本には単に食べるだけではなく、食×エンタメ、食×アート、食×スポーツ、食×歴史など、食を通して様々な文化に触れることができる体験がたくさんあります。農林水産省では、外国人の訪日意欲を巻き立てるような食と異分野を掛け合わせた体験を募集し、素晴らしいアイデアを認定し、日本の食・食文化の魅力を訪日外国人に発信することを目的とした「食かけるプライズ2022」を実施し、全国から体験者を募集します。

**2. 募集期間**

令和4年5月20日(金曜日)～令和4年7月18日(月曜日・祝日)

**3. 募集内容**

- ▶ 訪日外国人向けの事業者が提供する、これまでに商品化（販売）されている日本の食・食文化を深く知ることができる食体験。
- ▶ 商品化（販売）を検討している事業者がファムトリップ※等で提供したことがある日本の食・食文化を深く知ることができ食体験。

ファムトリップ：観光地の誘致促進のため、ターゲットとする国の旅行事業者やインフルエンサー、メディアなどを対象に現地視察してもらうツアーのこと。

**4. 応募方法**

本プロジェクト公式サイトにある「専用応募フォーム」から、必要事項を添付及び入力して応募してください。  
公式サイトURL：https://www.eatmeetjapan.jp/ (外部リンク)  
※必要事項

- ▶ 食体験の写真又は動画（1分以内）
- ▶ 表紙（20文字以内）と体験内容の説明（50文字～200文字以内）
- ▶ 体験又は商品の販売実績の有無や今後の販売意向等について
- ▶ 会社名又は団体名、担当者名、住所、電話番号、メールアドレス
- ▶ その他審査に必要な事項（現在の営業状況、外国人の受け入れ経験の有無、多言語化の状況等）

**5. 応募に当たった際の留意事項**

- ▶ 応募された食体験事例の写真、動画、体験内容の説明及び会社名又は団体名は、応募サイトから不特定多数の方が閲覧可能になることを御了承ください。写真・動画の活用範囲は本プロジェクト公式サイト内のみとなります。掲載する写真・動画の使用許諾（その範囲での著作権者人格権の不行使を含む）を要件権者より得ていることを御確認ください。なお、被写体となっている人物の肖像権についても、肖像権者より許諾を得ていることを御確認ください。
- ▶ 応募内容が事業趣旨を逸脱すると本プロジェクト事務局が判断した場合は応募内容を削除します。
- ▶ 応募内容に事実と異なる内容が含まれていると本プロジェクト事務局が判断した場合は選考外とします。
- ▶ 応募された食体験は、本事業に関係する旅行会社等に情報提供させていただく場合があります。

**6. 賞及び選考方法**

(1) 賞

- ▶ 食かける大賞（1社）
- ▶ 食かける賞（数社）
- ▶ ネクストブレイク賞（数社）※商品化されていない食体験から選定

(2) 副賞

受賞した食体験には以下の副賞を予定しています（受賞した賞の種類及び体験内容によっては該当しないものもあります）。

- ▶ PR動画の制作（1分程度/本）
- ▶ 訪日外国人向け旅行商品販売サイト等における情報発信
- ▶ 体験コンテンツを商品化するための専門化等の派遣
- ▶ 体験商品・コンテンツに関する農林水産物・食品の輸出商品化に向けた働きかけ、販路開拓支援及び越境ECへの掲載支援
- ▶ 食体験の先進事例発表会での紹介

(3) 選考基準

- ▶ 「食×〇〇」と説明できるような食と何かが絡んだ体験であるか。
- ▶ 訪日観光客にとって魅力的な体験事例か。
- ▶ 日本の食の魅力が十分に伝わる取組であるか。
- ▶ 体験事例を通じて地域産品の消費（輸出）につながる取組であるか。
- ▶ 輸出につながる食品・食材を利用した取組であるか。
- ▶ ターゲット国を明確にしているか。
- ▶ 持続的な訪問実績が見込める取組であるか。

(4) 選考方法

応募のあった食体験から販売実績の有無及び(3)の選考基準により選考します。選考にあたり、本プロジェクト事務局による1次審査を通過された方には審査委員による2次審査があります。1次審査を通過された方には本プロジェクト事務局から部連絡いたします。

(5) 過去の受賞事例

- ▶ 日本各地での訪日中の優れた食体験を表彰！「食かけるプライズ2021」表彰事例を決定（農林水産省プレスリリース）
- ▶ EAT | MEET | JAPAN「食かけるプロジェクト」選抜版公式サイト (外部リンク)


**7. 審査結果**


審査結果は令和4年9月中旬に農林水産省ホームページ及び本プロジェクト公式サイトにおいて発表いたします。

**8. 応募に係る問い合わせ先**

食かけるプロジェクト事務局  
電話番号：0570-04-3001  
E-mail：info@eat-meet-japan.jp  
事業実施者：株式会社JT8  
担当者：西川、猪鼻  
電話番号：03-6737-9263

**9. 添付資料**

「食かけるプライズ2022」の募集について(PDF:1.326KB) 

「配付資料」(PDF:1.258KB) 

**お問合せ先**

**新事業・食品産業部 外食・食文化課 食文化室**  
担当者：浅瀬、天賀  
代表：03-3502-8111（内線4067）  
ダイヤルイン：03-6744-2012

- 74 -

## メディアによる情報発信&lt;募集開始の告知&gt;

## ▶事業構想大学院大学

事業構想 PROJECT DESIGN ONLINE 検索

# SDGs # 脱炭素 # DX # 新規事業 # ヘルスケア #

## 農水省 食かけるプライズ2022年度の募集を開始

2022年05月23日

[Twitter](#) [Facebook](#) [印刷](#) [共有](#)

農林水産省は、2022年5月20日、「食かけるプライズ2022」の募集を開始した。訪日外国人が帰国後も日本の食を体験できるような環境整備を図り、国産農林水産物・食品の輸出拡大につなげる「食かけるプロジェクト」の一環だ。

「食かけるプライズ」では、日本各地の食を異分野と掛け合わせた魅力的な体験事例を表彰している（2021年の結果は[関連記事参照](#)）。2022年度に募集するのは、（1）訪日外国人向けの事業者が提供する、既に商品化・販売されている日本の食・食文化を深く知ることができる食体験と、（2）商品化を検討している事業者が海外メディア向けツアー（ファムトリップ）などで提供したことがある日本の食・食文化を深く知ることができる食体験の2つだ。

募集の締め切りは7月18日、結果発表は9月を予定している。詳細は[こちら](#)



## ▶Wellness Daily News

Wellness Daily News ニュース カテゴリ 動画 イハ

★ イベント > 「食かけるプライズ2022」大募集農水省が「食かけるプロジェクト」の一環として実施

## 「食かけるプライズ2022」大募集 農水省が「食かけるプロジェクト」の一環として実施

○ 2022/05/24 イベント



農林水産省は、「食かけるプロジェクト」の一環として「食かけるプライズ2022」の募集を7月18日まで実施する。訪日外国人に日本の食・食文化の魅力を伝える「食」体験コンテンツを募集する。

「食かけるプロジェクト」は、訪日中に食に関わる体験をした外国人が帰国後も本国に居ながら日本の食を体験できるような環境整備を図り、日本産農林水産物・食品の輸出拡大につなげていくプロジェクト。

今回、食×エンタメ、食×アート、食×スポーツ、食×歴史など、食を通じてさまざまな文化に触れることができる体験を募集する。

詳細は[コチラ](#)

## メディアによる情報発信&lt;受賞者のPR&gt;

## PUBLIC RELATIONS OFFICE

Home > [Hightlights JAPAN](#) > [Hightlights Japan June 2022](#) > 和食の魅力と世界への展開

June 2022

PREVIOUS NEXT

English 日本語

外国人向けの日本の家庭料理教室 [Twitter](#) [Share](#)

岡田真由子さん

都内にある小さな料理教室「マユコスリトルキッチン」のオーナー岡田真由子さんは、外国人向けに日本の家庭料理を教えている。教室の魅力と人気の高い2品のレシピを紹介する。

東京都心の広大な公園「新茗荷苑」に隣接する住宅街の一角に、英語で日本の家庭料理を教える「マユコスリトルキッチン」(<https://www.mayukosittlekitchen.com>)がある。2015年、「家庭料理を通して日本の生活、文化をより身近に感じてもらいたい」とオーナーの岡田真由子さんが始めた料理教室だ。レシピは岡田さん自身が祖母や母から受け継いで、ごく一般的な日本の家庭料理である。

プログラムは二つの基本コースがある。一つは訪日旅行者向けのワンデイレッスン。もう一つは岡田さんが「サバイバルコース」と呼ぶプログラムで、主に日本に在住する外国人に向けて、スーパーなどで売られている「ぬいど」や「こんにやく」といった日本独特の食材の扱い方について学ぶものだ。これ以外にもオンラインレッスン、野菜や果物の生産者のもとに出かけて収穫を体験する不定期の企画もある。

料理教室

どのプログラムも定員8〜12名と小規模なクラスながら、マユコスリトルキッチンはオープン以来、延べ4000人近い利用者がおり、人気のオンライン旅行サイト「トリップアドバイザー」で、日本全国の外国人向けの料理教室第1位を獲得、特に本物の日本食を作ったり、食文化を理解してもらおうといった優れたサービスを提供する施設としてエクセレンス認証を6年連続受賞している。

「日本では家庭料理でも四季を意識して食材を選び、野菜だけでなく魚にも旬」という考えがある。外国の方にそんなことを知ってもらうだけでも、日本での食事がより楽しいものになります」と語る岡田さん。そして、日本の料理の特徴について「素材そのものの自然な味を引き出すことが、日本らしい調理であり、熱や調味料など、手を加えずに味がポイント」と言う。岡田さんに教室でも人気の高い2品のレシピを紹介していただいた。

キノコと塩麩の炊き込みご飯

キノコと塩麩の炊き込みご飯(3〜4人前)

材料  
360ミリリットル(1.5 USカップ)日本米  
お気に入りのきのこ150グラム(写真はマイタケを使用したもの)  
皮付き(塩麩)の生麩スライス2切れ(塩麩の殻がない場合は、小さじ1杯の塩で下味をつける)  
調味料:  
醤油、酒、みりん大さじ1杯  
ごま油大さじ2杯  
炒ったゴマ(または付け合わせのネギ)

調理方法  
米を洗い、厚手の鍋に移す。  
醤油、酒、みりん、水を加え、かき混ぜる。  
生麩ときのこを上に乗せ、中火にかける。  
お湯が沸騰したらごく弱火にし、蓋をして11分炊く。火を止め、蓋をしたまま10分蒸らす。  
最後に、ごま油を加える。食べる際は、ゴマ、あるいは好みで塩を振りかける

照り焼きチキン

照り焼きチキン(2人前)

材料  
鶏もも肉300グラム(骨なし)、もしくは、豆腐400グラム  
コーンスターチ大さじ3杯(又は片栗粉)  
ねぎ2本(付け合わせ用)  
(以下テリヤキソース用):  
砂糖大さじ2杯  
醤油大さじ2杯  
日本酒大さじ2杯(白ワインでもよい)  
みりん大さじ2杯(ない場合は、酒大さじ2杯、砂糖大さじ0.5杯を混ぜたものでもよい)

調理方法  
ねぎを細かく刻む。  
鶏肉を一口大(約2インチ×1.5インチ×0.5インチ)に切り、片栗粉でコーティングする。豆腐の場合は、豆腐を一口大に切り、キッチンペーパーでやさしく吸み、しばらく置いておく。  
砂糖、醤油、酒、みりんを混ぜて照り焼きソースを作る。  
フライパンに、大さじ2杯の油を入れ、中火から強火で熱する。熱くなったら、鶏もも肉あるいは豆腐を入れる。4〜5分(豆腐の場合は2〜3分)したら裏返す。混ぜておいた照り焼きソースをフライパンに足す。その後、火を弱火にして4〜5分(豆腐は1〜2分)、蓋で完全に火を通す。  
鶏肉あるいは豆腐を皿に盛り付ける。フライパンの残りのソースは、少し火を加え濃くして、かける。最後にみじん切りにしたねぎをふりかける。ご飯とともに食べる。

By SATO KUMIKO/All photos: Courtesy of Okada Mayuko

## メディアによる情報発信&lt;受賞者のPR&gt;

## ▶ food diversity

PR TIMES フォードリソース・ニュースリリース配信サービス PR TIMES  
 Top | アクション | イベント | アグリ | エンタメ | ビューティ | ファッション | ライフスタイル | ビジネス | グロー

【日本各地の小規模農家・製造業者と世界を繋ぐ】ランゲージバリアなしで欧米圏への販路拡大可能な「日本食特化型Eコマースプラットフォーム」が本格スタート！

株式会社テールクロス

2022年7月28日 10時00分

この際、国内の特別仕立と体験商品を集めるグルメプラットフォーム「byfood.com (バイフードコム)」を運営する株式会社テールクロス(本社:東京都中央区、最高経営責任者CEO城安 高、最高執行責任者COO三ツ セルカン)は、byFood.comプラットフォームに、日本の食に特化した商品を厳選したEコマース機能を追加いたしましたのでお知らせいたします。



【byfood.com とは?】

byFood.com (https://www.byfood.com/) は、訪日外国人観光客に向けた日本国内の特別な食と体験商品を提供するグルメプラットフォームです。当プラットフォームでは、ブログ・YouTubeなどのメディアで「訪日前の情報収集」、450品を超える日本各地の食体験の予約やレストラン予約サービスを通じて「日本滞在中の食体験」、今回オープンするEコマースで「滞在後、自国での食体験」を提供し、「日本の食はbyFoodを見たら間違いなし!」と感じていただけるようなワンストップサービスを目指しています。

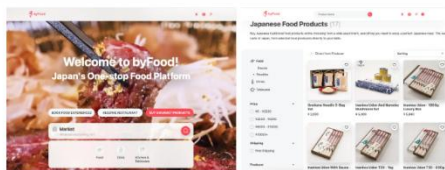
また、当サイトで予約された体験の一部は、「Food for Happiness」を通じて、マラウイの子どもたちの給食支援として寄付し、これまでに33万食を超える給食を届けることができました。

#### ・背景

言語の壁(ランゲージバリア)とマーケティングに関する知識が乏しきにより、日本の小規模な農家や製造業者が海外の潜在的顧客に商品を販売できていない状況である現状、そして新型コロナウイルス感染拡大下での外出制限等により、訪日願望のある外国人や日本食好きの国外在住者の日本食材への関心や需要が増えている背景を受け、これまでのグローバルマーケティングの実績を活かし、当社が運営する「byfood.com」へ「日本の食」に特化した商品の海外向けのEコマース機能を追加しました。

日本各地の小規模な農家・製造業者の商品を海外顧客向けに販売する体制を構築することで、日本の食料品輸出を増やし、2030年の日本の食品輸出目標額(5兆円)に貢献すること、そして、全国の小規模な農家・製造業者の商品を世界に発信することにより、日本の食文化の良さを周知することで地域(日本)に貢献していきたいと考えています。

#### ・byfood.com Eコマース:概要



サイト名: 「byfood.com」

URL: https://www.byfood.com/market/

グランドオープン: 7月28日(木) 10:00

食品はもちろん、酒類などの飲料や食器・テーブルウェアなどの小物まで、「日本の食」に関する商品を取り揃えています。

#### ・ byfood.com Eコマース:特徴

##### 【1】 海外への販路拡大の仕方がわからなくても問題ない!

これまで海外に出品したことのない、小規模な農家や製造業者でも、1品から出品可能。海外取引における法律・ルールなどの遵守、顧客の決済サービス、発送時の送料計算や領票の印刷、顧客情報の管理は当社システム上で処理ができます。また、YouTube総再生回数約1億回の実績を活かし、動画を活用したシズル感のあるマーケティング・プロモーションなど実施するなど、販路拡大に向けた取り組みも当社が請け負います。

##### 【2】 英語一切不要で海外に販路拡大ができる!

当プラットフォームの管理画面はすべて日本語。また、顧客対応も当社カスタマーサポート担当が仲介するため、出品される日本の事業者の方々の言語能力は一切不要です。

##### 【3】 出店手数料の初期費用・月額出店料等不要!

当プラットフォームは、出店手数料・登録料等の初期費用や、月額出店料等のランニングコストは一切不要です。顧客側の決済も当プラットフォーム側で処理を行うため、売上から販売手数料を差し引いた額を出店企業へ還元いたします。

##### 【4】 商品出品・商品購入が社会貢献につながる!

当社では、2014年の創業時から発展途上国の子どもたちへの支援を継続して参りました。当社のSDGs事業「Food for Happiness」の一環として、当プラットフォームより商品が購入されると、1注文につき約10食分(150円)の給食をマラウイの子どもたちに届けることができます。

#### ・ byfood.com Eコマース: 出店企業様の声

合資会社 富谷商店 代表取締役 富谷 公治 様

「海外向けに弊社の商品が販売されるなどと思ってもいなかったのですが、今回byfood様からのお誘いがあり、挑戦の気持ちで出品をさせていただきました。海外の方にも弊社のギフト商品や、オリジナル商品が受け入れられ、喜んでいただければ幸いです」

#### ■ 富谷商店 (秋田県)

明治16(1883)年、秋田県湯沢市にて日本茶を中心に砂糖や金物などの多くの商品を取り扱う「富谷商店」を創業。「湯沢で初めてビールを販売した商店」というエピソードの通り、サッポロビールの特約店としても古い歴史を持つ。現在は、長年販売してきたお茶や地元のお酒に加え、秋田名物 稲庭うどんの製造・販売にも一段と力を入れている。

## メディアによる情報発信&lt;受賞者のPR&gt;

## ▶NEWS RELEASE (株式会社平和堂による発信)



## NEWS RELEASE

〒522-8511 滋賀県彦根市西今町1番地  
TEL: 0749-26-9534 FAX: 0749-27-3000  
MAIL: hisho\_kouhoka@heiwado.co.jp (担当: 松島・藤田)

株式会社 **平和堂**

2023年 3月 6日

農林水産省「食かけるプロジェクト」

**「食かけるプライズ 2022」で「食かける賞」を受賞**

平和堂旅行センターの食体験ツアー「発酵を極める旅 ～味噌・醤油から寿司の起源『鮒寿司』まで～」




株式会社平和堂（滋賀県彦根市、代表取締役社長執行役員：平松正嗣）は、農林水産省による「食かけるプライズ 2022」において、平和堂地域共創事業部が手掛けた食体験ツアー「発酵を極める旅 ～味噌・醤油から寿司の起源『鮒寿司』まで～」が「食かける賞」を受賞しましたのでお知らせいたします。

農林水産省が実施する「食かけるプロジェクト」は、訪日外国人に食と歴史や自然等、異分野と掛け合わせた多様な食文化を提供し日本食に親しみてもらい、帰国後も本国にしながら日本食を体験することにより、日本産食材等の輸出拡大につなげていく取り組みです。

今回、食かける賞を受賞したツアーは、訪日外国人向けに企画した1泊2日のコースを、国内在住の方にも参加していただきやすい日帰りバスツアーとして組み直し、平和堂旅行センターにて販売したもので、滋賀県高島市を舞台に多様な発酵食文化を感じることができ、多くのお客様から大変ご好評いただきました。今後も、滋賀県をはじめとした各地域の食文化を身近に感じることのできる魅力あるツアーの企画、開発に取り組んでまいります。

<受賞について>

1. 授賞式 2023年2月8日(水)
2. 場所 東京ビッグサイト
3. 受賞内容 農林水産省「食かけるプライズ 2022」 「食かける賞」
4. 対象ツアー 発酵を極める旅 ～味噌・醤油から寿司の起源『鮒寿司』まで～

<発酵を極める旅 ～味噌・醤油から寿司の起源『鮒寿司』まで～について>

滋賀県高島市は琵琶湖の北西部に位置し、年間を通して湿度が高く発酵に適した気候で、琵琶湖で獲れる湖魚をはじめ多種多様な農作物も栽培され、豊富な農水産物に恵まれた土地です。

その環境に加え、発酵食品づくりへの多くの作り手の熱意・創意工夫と発酵食品を愛する人たちに支えられて、様々な発酵食品が盛んに作られてきました。ひとつの地域に「酒」「醤油」「酢」「味噌」「鮒寿司」など多様な発酵食品があることは珍しく、まさに「発酵するまち、高島」と言えます。

平和堂地域共創事業部では地域の事業者様と連携し、高島市を舞台に五感を使って、発酵を学び、発酵を体験し、発酵食フルコースを味わう「発酵を極める旅」を提供します。

<ツアーの様子>





食かけるプライズ公式サイト  
<https://www.eatmeetjapan.jp/>

授賞式の様子はこちら  
<https://youtube.com/live/OVauZVpcBFA?feature=share>

【お問い合わせ】  
 株式会社平和堂 広報担当（松島・藤田）  
 TEL: 0749-26-9534 FAX: 0749-27-3000

以上

メディアによる情報発信<受賞発表>

農林水産省

PRESS RELEASE

農林水産省  
MAFF

報道関係各位

令和4年9月28日

訪日中に楽しめる日本各地の魅力豊かな食体験を表彰

～「食けるプライズ2022」表彰事例10件を決定!～

農林水産省は、2018年から「食けるプロジェクト」の一環として、日本各地の食・食文化を深く知ることができる食体験を表彰する「食けるプライズ」を実施しています。本年度も「食けるプライズ2022」の募集を行い、審査の結果、10件を表彰することに決定しました。



1. 概要

「食けるプロジェクト」は、訪日外国人に食と歴史や自然等、異分野と掛け合わせた多様な食文化を提供し日本食に親しんでもらい、帰国後も本国にいながら日本食を体験することにより、日本産食材等の輸出拡大につなげていく取組です。プロジェクト開始から4年目となる本年度も、日本各地の食・食文化を深く知ることができる食体験を表彰・表彰する「食けるプライズ2022」を実施し、今般表彰が決定した食体験に対して、今後、専門家にによるコンテンツの磨き上げや外国人への情報発信等々を支援してまいります。農林水産省は、段階的な水産消費の増加による今後の需要回復を見据え、訪日外国人観光客に日本の食体験をより楽しんでもらうため、日本の食文化を世界に普及していくため、引き続き本プロジェクトを推進してまいります。  
<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/eat/entact/evokubokuro.html>

PRESS RELEASE

農林水産省

2. 「食けるプライズ2022」表彰事例

本年5月から7月にかけて食体験の募集を行った結果、101件の応募があり、外部審査委員による審査の結果、以下の10件を表彰事例として決定いたしました。

【食ける大賞】

表彰事例	表彰事例	団体名・企業名
新潟県 新潟県と世界食産連携「おさき」を創り出す旅	和とミソが織りなす里山の食匠家 白壁	

【食ける賞】

表彰事例	表彰事例	団体名・企業名
茨城県 茨城を知り、茨城を感じながら「茨城」を体験する旅	茨城三陸ワイナリー株式会社	
埼玉県 足利藩城下町の伝統職人の食体験	富本醸造株式会社	
東京都 醤油と味噌にさし染まる「おさき」の食体験	Smart VEGAN LAB	
長野県 日本酒の醸造と料理の食体験	株式会社石井味噌	
静岡県 日本産食材の食体験	株式会社おさき	
三重県 自分で焼いて楽しむおさき体験	株式会社グレイト	
滋賀県 発酵を極める味噌・醤油から作る「おさき」	株式会社平和堂	

【ネクストブレイク賞】 ※応募時点で商品化されていない食体験事例を対象とした賞

表彰事例	表彰事例	団体名・企業名
福岡県 【食・文化】福岡を学ぶ食体験	福岡製菓センター	
愛知県 かんぽ旅行グループの「おさき」	観光振興人権推進委員会	

【審査基準】

- 以下の項目により審査を行いました。  
(ア) 訪日観光客にとって魅力的な食体験事例か  
(イ) 日本の食の魅力が十分に伝わる取組であるか  
(ウ) 体験事例を通じて地域産品の消費（輸出）につながる取組であるか  
(エ) 輸出につながる食品・食材を利用した取組であるか  
(オ) 持続的な訪問実績が見込める取組であるか

PRESS RELEASE

農林水産省

【審査委員】

- 大沢 和仁氏 (株式会社未来づくりカンパニー 代表取締役)
- 橋本 健二郎氏 (カフェ・カンパニー株式会社 代表取締役社長)
- 小橋 利行氏 (株式会社P008 代表取締役)
- 田中 里沙氏 (事業構想大学院大学 学長)
- 西川 太郎氏 (株式会社JTB観光事業部 地域交流事業推進担当部長)
- 佐藤 博之氏 (タイムアウト東京代表 ㈱GMAE Inc. 代表取締役)
- 牧野 友樹氏 (Kivivision 創設者 Japan 株式会社 代表)
- 内田 富美夫氏 (株式会社K&S Japan 代表取締役)
- 千葉 大貴氏 (㈱株式会社マイティ千重堂 代表取締役)

3. 参考及び添付資料

令和4年5月20日付プレスリリース  
「訪日外国人に日本の食・食文化の魅力伝える「食」体験コンテンツを大募集！」  
<https://www.maff.go.jp/press/shokuhin/wasayaku/2025020.html>

(添付資料)

「食けるプライズ2022」表彰事例概要



農林水産省大臣官房国際事業・食産産業部外食・食文化調査文化室  
担当: 橋本 実貴  
代表: 03-3502-9111 (内線 4067)  
ダイヤルイン: 03-6714-2012

PRESS RELEASE

農林水産省

株式会社おさき製茶 (体験場所: 静岡県)  
製茶工程で最も重要な「火入れ」作業。温度や時間を微妙に調整する火入れ作業に参加することで、これまでベールに包まれていた職人技を体験。火入れと味の関係を知ることができる学びの体験でもある。  
株式会社グレイト (体験場所: 三重県)  
ベツトと一緒に乗り込む超小型定置網漁で漁獲した天然の魚を自ら捌いてお刺身を作り、同時に家族であるベツトのためのベツトフードを作る体験。出来上がりをお楽しみ、BBQが楽しめるプランを提供する。  
株式会社平和堂 (体験場所: 滋賀県)  
「酒」「醤油」「酢」「味噌」「佃煮」など多様な発酵食品を培ってきた滋賀県高島。「発酵するまち、高島」を舞台に、発酵を学び、発酵を体験し、発酵食フルコースを食す「発酵を極める旅」を提供する。



ネクストブレイク賞  
DEGAM 徳岡ツーリズムビューロー (体験場所: 山形県)  
北前船の商人たちによって運び込まれた京文化に由来する「蘭燗菓子」。北前船の歴史を勉強した上で、職人の指導を受けながら縁起物や地元特産品をかたどった美しく美味しい燗菓子作り体験を提供する。  
一般社団法人八幡浜市ふるさと観光公社 (体験場所: 愛媛県)  
日本で唯一マーマレードの世界大会が開催されている八幡浜市で自ら収穫した柑橘等を使ったマーマレード作り体験を提供。世界大会受賞歴を持つ「みかんの花工房」メンバー特別のマーマレードとの食べ比べも楽しめる。



「食けるプライズ2022」表彰事例概要

食ける大賞

和とモダンが織りなす里山の食匠家 白壁 (体験場所: 静岡県)  
清流で生産される日本古来の和製ハーフ「おさき」の収穫、おさきづくり体験し、国立公園内の旅館でおさき鍋を楽しむ。天城山系水源池を散策して清流保全の大切さを学ぶとともに、徳川の歴史と密接な伊豆のおさきの歴史を知ることもできる美味しいアカデミックな旅を提供する。



食ける賞

南三陸ワイナリー株式会社 (体験場所: 宮城県)  
東日本大震災で甚大な被害を受けた南三陸町で仕込みホタテの収穫体験やワイナリーを見学し、生産者の想いや収穫を目指した取組の軌跡を直接聞きながら収穫した食材を使った絶品料理とワインのマリアージュを楽しむ。  
富本醤油株式会社 (体験場所: 埼玉県)  
醤油の材料を見たり触れたり、木桶仕込みのろろみをかき混ぜる体験など発酵の不思議と食文化を学んだあとは、蔵のレストランで醤油の味比べやしょうゆスイーツなどを食べることで醤油の魅力を体験。  
Smart VEGAN LAB (体験場所: 東京都)  
生産者の顔が見える野菜を使用した「ベジ手まり寿司」作り体験を実施。試食の際には日本の食文化や野菜のおいしさ・栄養についても伝え、さらに有機野菜やドレッシング、加工品等の販売を行い日本の味を楽しんでもらう。  
株式会社石井味噌 (体験場所: 長野県)  
今や希少となった「木桶仕込みの味噌」を醸造。ガイドの案内による木桶が林立する味噌蔵見学の後は、木桶仕込みの中でも珍しい1年ごとに蔵を引っ越す「信州三年味噌」を使用した脚割を提供する。



メディアによる情報発信<受賞発表>

▶事業構想大学院大学

**事業構想** PROJECT DESIGN ONLINE 検索

# DX # 新規事業 # 地方創生 # SDGs # 脱炭素 #

HOME > ニュース > 農水省食かけるプライズ 伊豆のわさび体験観光プランなどを表彰

## 農水省食かけるプライズ 伊豆のわさび体験観光プランなどを表彰

2022年09月29日

Twitter Facebook 印刷 共有

農林水産省は2022年9月28日、「食かけるプライズ」の10の表彰事例を発表した。食かけるプライズは、訪日外国人観光客が楽しめる日本各地の魅力的な食体験を表彰するものだ。

食かける大賞を受賞したのは、和とモダンが織りなす里山の古民家 白壁（静岡県伊豆市）の「景観美と世界農業遺産“わさび”を満喫する旅」。食かける賞は、南三陸ワイナリー（宮城県南三陸町）の「震災を知り、復興を感じる”食×復興”体験」、笛木醤油（埼玉県川島町）の「老舗醤油蔵での伝統醸造の学び体験」など7事例が受賞した。

また、応募時点で商品化されていないが、これからの成長が期待できる「ネクストブレイク賞」を、一般社団法人八幡浜市ふるさと観光公社（愛媛県八幡浜市、[月刊事業構想2022年8月号参照](#)）の「みかん農家×リアルな暮らし×マーマレード」と、DEGAM 鶴岡ツーリズムビューロー（山形県鶴岡市）の「【食×北前船】鶴岡を彩る離菓子」が獲得している。

食かけるプライズ2022は、2022年5月から7月にかけて募集を行い、101件の応募があった。



Twitter Facebook 印刷 共有

▶PR TIMES（Japanticketによる発信）

**PR TIMES** プレスリリース・ニュースリリース配信サービスのPR TIMES

Top | テクノロジー | モバイル | アプリ | エンタメ | ビューティー | ファッション | ライフスタイル | ビジネス | グルメ

### 株式会社Japanticketがプロデュースした食体験ツアーが農林水産省主催の「食かけるプライズ2022」で「食かける賞」を受賞

株式会社Japanticket  
© 2022年10月13日 10時00分

株式会社Japanticket（本社：東京都渋谷区、代表取締役：田中宏彰）は、農林水産省が主催する「食かけるプライズ2022」において、当社がプロデュースした食体験ツアーが「食かける賞」を受賞したことをお知らせいたします。

・「食かけるプライズ2022」について

「食かけるプロジェクト」は、訪日外国人に食と歴史や自然等、異分野と掛け合わせた多様な食文化を提供し日本食に親しんでもらい、帰国後も本国にしながら日本食を体験することにより、日本産食材等の輸出拡大につなげていく農林水産省が主導する取り組みです。

プロジェクト開始から4年目となる本年度も、日本各地の食・食文化を深く知ることができる食体験を募集・表彰する「食かけるプライズ2022」を実施し、全国から多数のエントリーがありました。厳正な審査の結果、10件が表彰されました。

<食かけるプライズ公式サイト>  
<https://www.eatmeetjapan.jp/>

・応募の背景

2011年の東日本大震災から11年以上が経過しましたが、大きな被害があった地域では、復興はまだ道半ばであり、現在も復興に向けた取り組みが続いています。

一方で、復興の取り組みは地元住民・企業だけでなく、都道府県や国を超えて多くの人・企業・自治体のご協力を得ながら、震災前にはなかった新しい名産品やビジネスも生まれています。

宮城県南三陸町もその1つで、震災前も主要な産産であった水産物の復興と共に、新たなワイナリーが設立され、本音を極えるところから始めた畑で収穫したぶどうを使った地元産のワインが、いまや町の名産品となっています。

南三陸町は、水産養殖管理協議会（ASC）と森林管理協議会（FSC）の両認証を取得した世界初の自治体で、1つの町で海の幸・山の幸の両方の食文化を楽しめる地域です。

これらの素晴らしい食文化を日本だけでなく海外からの外国人観光客にも、震災からの復興に向けた取り組みを感じていただきながら楽しんでほしいという思いで、南三陸ワイナリー株式会社様と共同で同プロジェクトに参画しました。



・受賞した食体験とは

今回の企画コンセプトは「震災を知り、復興を感じる」です。

この食体験に参加いただいた方々に、震災を知っていただき、復興に向けた取り組みを感じていただくことをコンセプトに、自然豊かな南三陸町の環境で育った食材を召し上がっていただく企画としました。

具体的には、海で獲れる様々な水産物の収穫体験・見学をした後、地元で収穫したぶどうで作るワイナリー工場の見学をしていただきます。その後、隣接されたレストランで地元の食材を使った絶品料理とワインを楽しんでいただきながら、地元の生産者から震災当時や復興までの道のりをお話します。

<受賞した企画概要>  
<https://www.eatmeetjapan.jp/entry/detail/04c15f44-1b07-43bf-806f-fd1efbe71567>

今後も株式会社Japanticketは、地域資源を活かした付加価値の高い体験コンテンツ造成に向けたご支援や、訪日外国人観光客へのブランディング・プロモーションのご支援をまいります。

・会社概要

**南三陸ワイナリー株式会社 会社概要**  
所在地：宮城県本吉郡南三陸町志津川字旭ヶ浦7-3  
代表者：代表取締役 佐々木 道彦  
設立日：2019年2月  
お問合せ：info@msr-wine.com  
URL：<https://www.msr-wine.com/>

**株式会社Japanticket 会社概要**  
所在地：東京都渋谷区恵比寿1-20-18 三富ビル新館3F  
代表者：代表取締役 田中 宏彰  
設立日：2021年10月27日  
事業内容：  
・eチケット管理システム「Japan ticket」の企画・開発・販売  
・インバウンド集客支援  
・旅行業（第2種旅行業登録予定）  
お問合せ：info@japanticket.com  
URL：<https://japanticket.com/>

## メディアによる情報発信&lt;受賞発表&gt;

## ▶PR TIMES (平和堂による発信)

PR TIMES プラスリリース・ニュースリリース配信サービスのPR TIMES  
 Top | テクノロジー | モバイル | アプリ | エンタメ | ビューティ | ファッション | ライフスタイル | ビジネス | グルメ

### 農林水産省「食かけるプロジェクト」 「食かけるプライズ2022」で「食かける賞」を受賞

～平和堂旅行センターの食体験ツアー「発酵を極める旅 ～味噌・醤油から寿司の起源『鮎寿司』まで～」が受賞～

株式会社平和堂

2023年3月6日 13時43分

株式会社平和堂 (経営者代表、代表取締役社長執行役員：平松正樹) は、農林水産省による「食かけるプライズ2022」において、平和堂地域共創事業部が手掛けた食体験ツアー「発酵を極める旅 ～味噌・醤油から寿司の起源『鮎寿司』まで～」が「食かける賞」を受賞しましたのでお知らせいたします。

2023年 3月 6日



#### 食かけるプロジェクト

農林水産省が実施する「食かけるプロジェクト」は、訪日外国人に食と歴史や自然等、異分野と掛け合わせた多様な食文化を提供し日本食に親んでもらい、帰国後も本国にいながら日本食を体験することにより、日本産食材等の輸出拡大につなげていく取り組みです。

今回、食かける賞を受賞したツアーは、訪日外国人向けに企画した1泊2日のコースを、国内在住の方にも参加していただきやすい日帰りバスツアーとして組み直し、平和堂旅行センターにて販売したもので、滋賀県高島市を舞台に多様な発酵食文化を感じることができ、多くのお客様から大変好評いただきました。今後も、滋賀県をはじめとした各地域の食文化を身近に感じることのできる魅力あるツアーの企画、開発に取り組みまいります。

<受賞について>

1. 授賞式 2023年2月8日(水)
2. 場所 東京ビッグサイト
3. 受賞内容 農林水産省「食かけるプライズ2022」 「食かける賞」
4. 対象ツアー 発酵を極める旅 ～味噌・醤油から寿司の起源『鮎寿司』まで～

<発行を極める旅 ～味噌・醤油から寿司の起源『鮎寿司』まで～について>



滋賀県高島市は琵琶湖の北西部に位置し、年間を通じて湿度が高く発酵に適した気候で、琵琶湖で獲れる湖魚をはじめ多種多様な農作物も栽培され、豊富な農水産物に恵まれた土地です。

その環境に加え、発酵食品づくりへの多くの作り手の熱意・創意工夫と発酵食品を愛する人たちに支えられて、様々な発酵食品が豊んに作られてきました。ひとつの地域に「酒」「醤油」「酢」「味噌」「鮎寿司」など多様な発酵食品があることは珍しく、まさに「発酵するまち、高島」と言えます。

平和堂地域共創事業部では地域の事業者様と連携し、高島市を舞台に五感を使って、発酵を学び、発酵を体験し、発酵食フルコースを味わう「発酵を極める旅」を提供します。

<ツアーの様子>



食かけるプライズ公式サイト

<https://www.eatmeetjapan.jp/>

授賞式の様子はこちら

<https://youtube.com/live/OVauZv2pCBFA?feature=share>

以上

メディアによる情報発信<表彰式の模様>

▶訪日ラボ

ニュース 編集部 番組情報 データ ランキング 事件 センサー レポート イベントの最新情報

インパウンドの食味向上・食材輸出拡大へ農水省「食けるプライズ2022」表彰式【イベントレポート】

2023年2月8日、「食けるプライズ2022 表彰式・交流会」が東京ビッグサイトで開催されました。



Table with 2 columns: 賞状 (Award) and 受賞者 (Winner). Lists award categories like '食けるプライズ2022' and '受賞者'.

「食けるプライズ2022」、全10事例の団体を表彰

2022年9月から7月にかけて行われた体験事例の募集で101件の応募があり、外部審査員等による審査の結果から、表彰される10件が決定されました。



【本年度「食けるプライズ2022」選考基準】

- 選考基準: 「食×CO2」と説明できるような食と何が結びついた体験があるか、訪日観光客にとって魅力的な体験事例か、日本の食の魅力が十分に伝わる取組であるか、体験事例を通じて地域産品の消費(輸出)につながる取組であるか、輸出につながる食と、食材を利用した取組であるか、ターゲット層を明確にしているか、持続的な訪問実績が見込める取組であるか。

【本年度「食けるプライズ2022」受賞者】

Table with 2 columns: 体験地 (Experience Location) and 団体名・企業名 (Organization/Company Name). Lists winners like '和とモダンが織りなす里山の古民家 白壁'.

Table with 2 columns: 体験地 (Experience Location) and 団体名・企業名 (Organization/Company Name). Lists winners like '和とモダンが織りなす里山の古民家 白壁'.

Table with 2 columns: 体験地 (Experience Location) and 団体名・企業名 (Organization/Company Name). Lists winners like '和とモダンが織りなす里山の古民家 白壁'.

受賞団体によるプレゼンテーション

表彰式では、受賞団体・企業によるプレゼンテーションも実施。地方創生や農林水産業におけるユニークな工夫が次々と披露され、盛り盛りとなりました。

「食ける大賞」/ 菜種と世界農業遺産「わさび」を連携する和とモダンが織りなす里山の古民家 白壁



高度に生産される日本産の和製「わさび」の収穫、わさび加工作りを体験し、食立の面白さを自然に伝えた経験でわさびと連携し、7団体として表彰されました。

「食ける大賞」/ 震災を知り、復興を感じる「食×体験」(南三陸ワイナリー株式会社)



震災を知り、復興を感じる「食×体験」(南三陸ワイナリー株式会社)は、東日本大震災で大きな被害を受けた南三陸町で地域活性化の取組ができたこと、ワイナリーを見学する内容となりました。

南三陸ワイナリーの取り組みによると、「和製した食卓でたまごまわりの仕事をしたことをきっかけにワインの地域産品を輸出できると知りたくつづいた」と話します。また、「ワインで何が飲めるのか(ないか)も次順に考えたいです」。

ネクストブレイク目/ 「食・北船船」訪問を彩る確菓子 (DEGAM訪問ツーリズムビューロー)



ネクストブレイク賞には、DEGAM訪問ツーリズムビューローが全2事例が選ばれました。北船船の船人たちによって運ばれた京文化に由来する「確同菓子」、北船船の歴史を体験した上で、船人の指導を受けながら、緑豆や地元特産品を使った美味しい「確菓子作り体験」ができました。

DEGAM訪問ツーリズムビューローの担当者は「体験は時間から2時間くらい、日本の文化に触れながら、2種類の確菓子を作れます」とアピールしました。

以上、「食けるプライズ2022」表彰式のレポートをお届けしました。今年度は「食×CO2」がテーマとなっており、食と環境が結びついている事例が多くなっています。インパウンドの本格的な取組と、日本食の輸出拡大に向け、食文化体験の向上が期待されています。

インパウンド判断にお困りですか? 「訪日ラボ」のインパウンドに精通したコンサルタントが、インパウンドの集客や受け入れ設備のご相談に対応します!

訪日ラボに相談してみる

▶事業構想大学院大学

事業構想 PROJECT DESIGN

食けるプライズ 8日に表彰式開催、オンラインでライブ配信

農林水産省は、日本各地の食・食文化を深く知ることができ魅力的な食体験を表彰する「食けるプライズ2022」の表彰式・交流会を2023年2月8日に開催、YouTubeでライブ配信する。

同プライズは「食けるプロジェクト」の一環として実施するもの。10の表彰事例は9月に発表済みで、大賞には和とモダンが織りなす里山の古民家 白壁(群馬県伊豆市)の「菜種と世界農業遺産「わさび」を連携する和とモダン」が選ばれている(掲載記事)。今年度は2022年5月から7月にかけて募集を行い、応募は101件だった。

なお対面での表彰式は、第51回国体ホテル・レストランショー、第4回フード・ケータリングショー、第23回国際食糧機械展(農林水産省後援)のイベントステージで実施される。ライブ配信のアクセス先など詳細はこちら。



## 情報発信 &lt;Facebook&gt;

## Facebookによる情報発信 &lt;受賞事例について&gt;

## ▶ 御食つ国で和食の原風景に出会う

MAFF Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries of JAPAN

2月21日 17:00

【Workshop and Sampling the Bonito Flakes of Mie Prefecture~EAT! MEET! JAPAN~】  
Shima City in Mie Prefecture, also called "Miketsukuni," is a food-producing area that has been blessed with a rich natural environment since ancient times.

The people living there have been making offerings to the gods (food offerings) for generations. #Katsuoibushi\* is often used as one of these offerings. It's well known across the globe as an ingredient representative of Japanese cuisine, commonly used in soups and as a topping for various dishes.

At the Tenpaku Bonito Workshop, you'll get a first-hand look at where it's produced. A flipped lecture and unique talk session with the staff are some of the events you can look forward to.

You'll even have the chance to try shaving bonito flakes for yourself. After that, feel free to try some fresh "okaka rice," made from shaved bonito over cooked rice.

The atmosphere of original Japanese cuisine will complement the whole experience, making it that much more enjoyable.

\*Simple, flavorful bonito flakes\*

It's an experience where you can truly feel the memories and wisdom of the past generations. You won't want to miss the opportunity for an intimate encounter with the world of Japanese cuisine.

\* Katsuoibushi—also known as bonito flakes—is skipjack tuna that's been smoked, fermented, and shaved into flakes.

Click here to discover other award-winning food experiences.

<https://eatmeetjapan.co/>

#TravelTomorrow

#TogetherinTravel

【三重県のカツオフレークのワークショップ&試食~EAT! 会おう! 日本~】  
三重県志摩市、通称「みけつくに」は、古くから豊かな自然環境に恵まれた食育地です。そこに住む人々は、代々神々(食糧供え)に供え物をし続けてきた。  
#かつおぶし\*はよくこれらの献立の一つとして使われています。日本料理を代表する食材として、一般的にスープや様々な料理のトッピングとして世界中で有名です。  
てんぱくカツオ工場では、生産地を初めてご覧いただけます。... もっと見る

\*のテキストを非表示 - この翻訳の評価



## ▶ 食×みたけ華ずし×中山道ぶらり散策

MAFF Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries of JAPAN

1月16日

【Decorative Pressed Sushi Class Along the Historical Nakasendo Trail~EAT! MEET! JAPAN~】  
Why not try your hand at making decorative pressed #sushi called Mitake Hanazushi?

This unique sushi was first made in Mitake Town in Gifu Prefecture to attract visitors to the town and help revitalize it with a new local food. This sushi is beautifully made taking inspiration from roses, peonies, and momiji (maple leaves) and other well-known local flowers. You can try making different types of Hanazushi such as thick rolls, thin rolls, pressed sushi, and boxed sushi yourself. The colorful sushi can be arranged in patterns and decorated with leaves to create a photo-worthy presentation.

Come try making "Mitake Hanazushi," which is not only delicious but fun to look at too! Learning new ways to make sushi will enable you to recreate original sushi in your own kitchen whenever you want.

\* The Nakasendo trail is one of the two major routes that went between Tokyo and Kyoto during the Edo period.

Click here to discover other award-winning food experiences.

<https://eatmeetjapan.co/>

#TravelTomorrow

#TogetherinTravel

翻訳を見る



## 情報発信 &lt;Facebook&gt;

## Facebookによる情報発信 &lt;受賞事例について&gt;

## ▶ 食×書道×ローカル友達作り♪

MAFF Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries of JAPAN  
2022年6月24日

【Connecting with Japan's Culture through Udon and Calligraphy~EAT! MEET! JAPAN~】  
In the heart of the bustling city of Tokyo, there's a homely place for weary travelers to rest. Here, Wakana teaches guests how to make authentic udon using flour, as well as calligraphy. She is a registered dietician, calligraphy instructor (with 25 years of calligraphy experience), and has experience studying abroad. She is passionate about connecting to people from all over the world through cooking and calligraphy, and will welcome you into her home studio with open arms. This is not only an experience, but a place to talk about problems and surprises encountered in Japan, as well as personal conversations. You'll feel like you're visiting family or friends while learning about Japanese culture, and you'll find yourself wanting to come again! Stop by to see for yourself and take it all in without thinking. Click here to discover other award-winning food experiences. <https://eatmeetjapan.co/>

翻訳を見る

## ▶ もったいない野菜をおいしいごちそうに！

MAFF Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries of JAPAN  
2022年7月8日

【From "Ugly" to Upcycled: Reducing Hokkaido's Food Waste Through Creative Cooking~EAT! MEET! JAPAN~】  
Today, we're going to introduce a hotel in Hokkaido that offers a menu aimed at reducing food waste. Hokkaido is known for its varied and high-quality produce. Farms across the prefecture produce a large portion of fruits and vegetables sold throughout the country. However, presentation is an important part of their appeal, and that means oddly-shaped vegetables, or those with an unmarketable appearance, are often tossed before they make it to the supermarket. Tenza Hotel & Sky Spa Sapporo Central offers a selection of dishes made from "ugly" ingredients as part of their breakfast buffet. They hope to show that even when a carrot or tomato has a quirky or irregular shape, it still can be turned into a tasty, nutritious, and attractive meal. Enjoy a delicious buffet that prevents food waste by using vegetables and ingredients that would normally be thrown away. Click here to discover other award-winning food experiences. <https://eatmeetjapan.co/>

#TravelTomorrow  
#TogetherinTravel

翻訳を見る

## 情報発信 &lt;Facebook&gt;

## Facebookによる情報発信 &lt;受賞事例について&gt;


## ▶ オンラインで世界と繋がる食×アニメ×弁当

MAFF Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries of JAPAN  
2022年9月23日

【Kawaii and Insta-Worthy Character Bento Class~EAT! MEET! JAPAN~】  
Japan is known worldwide for its kawaii culture. This cute aesthetic seeps into everyday life, and even into Japanese box lunches, aka #Bento. Featuring foods that are arranged to resemble popular cartoon characters and animals, character bentos ("kyaraben" in Japanese), have gained popularity as a way for parents to encourage children to eat balanced meals. Learn how to make your own kawaii character bento in this easy-to-follow cooking class, hosted both online and in person. Your cooking instructor will walk you through each step of the bento-making process. Craft little hearts out of omelets, slice octopus-shaped sausages, and prepare other fun details that really make your bentos special. By using seasonal, fresh ingredients, your bento will be healthy as well as adorable!

Why not try making fun and delicious bentos yourself?  
Click here to discover other award-winning food experiences.  
<https://eatmeetjapan.co/>  
#TravelTomorrow  
#TogetherinTravel

翻訳を見る



## ▶ 食×ローカル線×発酵 上毛電気鉄道沿線旅

MAFF Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries of JAPAN • フォローする  
2月27日 17:00

【Tour Maebashi, Gunma's Fermentation City, by Scenic Local Railway~EAT! MEET! JAPAN~】  
Take a ride on an old-fashioned train from Gunma Prefecture to explore the producing area of a representative of Japanese cuisine-fermented foods.  
It's hard to imagine Japanese cuisine without fermentation, which plays a key role in the essential soy sauce and natto (fermented soybeans).  
During this fermentation tour, you'll visit a factory where soy sauce has been produced for over a hu... もっと見る

【絶景ローカル鉄道で群馬県発祥の街ツアー前橋~EAT! 会おう! 日本~】  
群馬県から昔ながらの電車に乗って、日本料理発酵食の代表的な産地を探索。必須醤油と納豆(発酵大豆)の主役を担う発酵不使用の日本料理とは考えにくい。今回の発酵ツアーでは、100年以上にわたって醤油が生産された工場を訪れます。元の建物に収容され、100年もの間、同じ木製の樽を使って醤油を作り続けてきた。今日は、木製樽を使用する伝統的な醤油醸造方法が、醤油生産量の約1%を占めており、希少な醤油の試飲を特別な機会にしました。... もっと見る

元のテキストを非表示 - この翻訳の評価



## 情報発信 &lt;Facebook&gt;

## Facebookによる情報発信 &lt;受賞事例について&gt;

## ▶ 食 x 田舎の心：農家でお食事体験

MAFF Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries of JAPAN ●  
2022年8月12日 · 🌐

【Life in the Japanese Countryside: Local Farm-to-Table Meal~EAT! MEET! JAPAN~】  
Take a journey into rural Japan and experience life in the countryside of Tochigi prefecture. Stay at a beautifully restored kominka, a traditional Japanese folk house.  
During your stay, you'll be able to visit a local farm to get a better understanding of daily life in rural Tochigi. Learn about different local produce while helping with the harvest; take a walk along the river and visit the orchards; and try harvesting eggplant, Japanese cucumber, or tomato. The peaceful atmosphere and hands-on work will leave you feeling refreshed and connected to the earth.  
After spending some time on the farm, you can enjoy conversation with local people and meals made from local vegetables that you won't find anywhere else.  
Come and experience some good old Japanese culture.  
Click here to discover other award-winning food experiences.  
<https://eatmeetjapan.co/>  
#TravelTomorrow  
#TogetherinTravel  
翻訳を見る

## ▶ ヴィーガン和食でサステナブルな食体験を！

MAFF Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries of JAPAN ●  
2022年10月10日 · 🌐

【Vegan Japanese Cooking Class: Plant-Based Ramen and Gyoza~EAT! MEET! JAPAN~】  
With Japan lagging behind in terms of providing food diversity, it is difficult for people who have dietary restrictions to find a place to stay during their travels. There has been, however, a gradually increasing number of restaurants that provide vegetarian and vegan meals in metropolitan areas where there is inbound tourism demand.  
That being said, there is currently still no vegan option for ramen or gyoza. This cooking class aims to fix that by teaching how to make these iconic foods 100% vegan.  
While learning from a culinary instructor who is passionate about veganism and sustainability, you can enjoy an international food experience that you can easily try yourself, regardless of your dietary restrictions.  
Why not give vegan food a try?  
Click here to discover other award-winning food experiences.  
<https://eatmeetjapan.co/>  
#TravelTomorrow  
#TogetherinTravel  
翻訳を見る

## 情報発信 &lt;Facebook&gt;

## Facebookによる情報発信 &lt;受賞事例について&gt;

## ▶十日町縄文ツアーズ


MAFF Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries of JAPAN  
2022年12月23日 · 🌐

【A Day in the Life of a Jomon Era\* Hunter-Gatherer in Niigata~EAT! MEET! JAPAN~】  
In the beautiful wilderness of snowy Niigata, experience a day in the life in ancient Japan. During this immersive experience, you will learn about the rich culture of the Jomon period.

You first get to choose a restored costume that was made using clay figurines and excavated artifacts from the Jomon period as references.  
Once you've dressed for the journey, a local guide will lead you up the mountain to hunt for edible plants while enjoying the view. After gathering wild plants, try your hand at hunting practice, learning how to shoot a bow and arrow at stationary targets.  
No hunter-gatherer experience would be complete without a feast, so the day ends with a high-end meal made from local, Jomon era-appropriate ingredients.  
You will get to eat hot pot dishes made using flame-shaped earthenware in a restored pit dwelling.  
Hot food and conversations around the fire—these are the things that brought people together during the Jomon period and are the same things we enjoy today that connect us to each other and to our shared past.

\*Spanning from 14,500 BC to 300 BC.  
Click here to discover other award-winning food experiences.  
<https://eatmeetjapan.co/>  
#TravelTomorrow  
#TogetherinTravel


翻訳を見る



## ▶食×サステイナブル

MAFF Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries of JAPAN  
5日 · 🌐

【Sustainable Soy: Zero-Waste Cooking Class in Kamakura~EAT! MEET! JAPAN~】  
Did you know that #soybeans are an important staple crop of Japan?  
From tofu to natto, soy sauce to miso; soy products appear as a part of everyday meals around the country. However, despite the importance of this food staple, a significant portion of the soybean is wasted during processing. Specifically, the "#okara" (soy pulp) is a surplus material made during the manufacturing process of soy products like tofu; and while delicious and nutritious, okara has a relatively short shelf life.  
There's a cooking class in Kamakura, Kanagawa Prefecture that practices "Zero Waste" cooking to make the most of every part of the soybean.  
Granola made with okara and colorful tofu pudding are only a few of the tasty things you'll pick up on. The original recipes you'll learn will make sure that no part of the soybean goes to waste. The ingredients are also simple and easy to get your hands on, so you won't have any trouble making them for yourself at home.  
It's a great opportunity to learn a few healthy recipes that are as good for you as they are for the environment.  
Click here to discover other award-winning food experiences.  
<https://eatmeetjapan.co/>  
#TravelTomorrow  
#TogetherinTravel



## Facebookによる情報発信 &lt;越境ECについて&gt;

## ▶株式会社テーブルクロス 越境ECスタート

PR TIMES フォトリリース | ニュースリリース配信サービスのPR TIMES  
 Top | テクノロジー | モバイル | アプリ | エンタメ | ビューティー | ファッション | ライフスタイル | ビジネス | グルメ

【日本各地の小規模農家・製造業者と世界を繋ぐ】ランゲージバリアなしで欧米圏への販路拡大可能な「日本食特化型Eコマースプラットフォーム」が本格スタート！

株式会社テーブルクロス  
 2022年7月28日 10時00分

この度、国内の小規模農家と小規模製造業者を結ぶEコマースプラットフォーム「byFood.com（バイフード・コム）」を開発する株式会社テーブルクロス（本社：東京都中央区、代表取締役責任CEOの藤原 暁、取締役責任者COOのシズルカ）は、byFood.comプラットフォームに、日本の食に特化した商品を厳選したEコマース機能を追加いたしましたのでお知らせいたします。

「byFood.comとは？」

byFood.com (https://www.byfood.com/) は、欧米圏外国人観光客向けに日本国内の特色な食と体験商品を提供するEコマースプラットフォームです。当プラットフォームでは、ブログ・YouTubeなどのメディアで「自国の食文化の紹介」、450商品を越える日本各地の食体験の予約やレストラン予約サービスを通じて「日本滞在中の食体験」、今回オープンするEコマースで「滞在後、自国での食体験」を提供し、「日本の食はbyFoodを見たら疑われない」と感じてもらえるようなコンスタントなサービスを目指しています。

また、当サイトで予約された体験の一部は、「Food for Happiness」を通じて、マラウイの子どもたちの給食支援として寄付し、これまで33万食を越える給食を贈ることができました。

■ 概要

言語の壁（ランゲージバリア）とマーケティングに関する知識が乏しきにより、日本の小規模な農家や製造業者が海外の顧客に商品を販売できていない状況である現状、そして新型コロナウイルス感染症拡大下の外出自粛により、欧米圏のある外国人や日本食好きの海外在住者の日本食材への関心や需要が増えている背景を受け、これまでのグローバルマーケティングの常識を達し、当社が運営する「byFood.com」へ「日本の食」に特化した商品の海外向けのEコマース機能を追加しました。

日本各地の小規模な農家・製造業者の商品を海外顧客向けに販売する体制を構築することで、日本の食料品輸出を拡大し、2020年の日本の食料品輸出総額（5兆円）に貢献すること、そして、世界の小規模な農家・製造業者の商品を世界に発信することにより、日本の食文化の食を周知することで地域（日本）に貢献していきたいと考えています。

■ byFood.com Eコマース：特徴

【1】海外への販路拡大の仕方がわからなくても問題ない！

これまで海外に輸出したことのない、小規模な農家や製造業者でも、1品から出荷可能。海外取引における言語・ルールなどの遵守、顧客の決済サービス、発送時の送料計算や梱包の印刷、顧客情報の管理は当社システム上で処理できます。

また、YouTubeチャンネル「日本の食文化の紹介」を通じて、動画を通じたサイズルールのあるマーケティング・プロモーションなど実施するなど、販路拡大に向けた取り組みも当社が代行いたします。

【2】英語一切不要で海外に販路拡大ができます！

当プラットフォームは、言語サポートはすべて日本語。また、顧客対応も当社カスタマーサポート担当が代行するため、出される日本の事業者の方々の英語能力は一切不要です。

【3】出品手数料の削減費用・月給の削減を実現！

当プラットフォームは、出品手数料・登録料等の初期費用や、月給と送料等のランニングコストは一切不要です。顧客の決済を当プラットフォーム側で処理を行うため、売上から販売手数料を差し引いた額を直接入金いたします。

【4】商品出品・商品購入が社会貢献につながります！

当社では、2014年の創業時から販路上の子どもたちの支援を継続して参ります。当社のSDG9事業「Food for Happiness」の一環として、当プラットフォームより商品が購入されると、1注文につき約10食分（150円）の給食をマラウイの子どもたちに贈ることができます。

■ byFood.com Eコマース：概要

サイト名：「byFood.com」  
 URL：https://www.byfood.com/market/  
 グランドオープン：7月28日（木）10:00

食品はもちろん、酒類などの飲料や食器・テーブルウェアなどの小物まで、「日本の食」に関する商品を取り揃えています。

■ byFood.com Eコマース：出店企業様の声

合資会社 喜谷商店 代表取締役 喜谷 公治 様

「海外向けに弊社の商品が販売されるなど思ってもいなかったことが、今回byFood様からのお願いがあり、販路の気持ちで商品をさせて頂いたこと、海外の方にも弊社のギフト商品や、オリジナル商品が受け入れられ、喜んでいただければ幸いです！」

■ 留給店舗（秋田県）

明治16（1883）年、秋田県横浜市にて日本茶を中心に砂糖や金物などの多くの商品を取り扱う「喜谷商店」を創設。「湯沢で初めてビールを販売した高橋」というエピソードの通り、サブロービールの特約店としても長い歴史を持つ。現在は、高年販売してきたお茶や地元の酒類に加え、秋田名産「稲庭うどん」の製造・販売にも一段と力を入れている。

**アンバサダー展開**

## ■レポート(2023年 3月17日時点)

## 【海外に向けた情報発信 (BtoC)】

① 訪日観光客向け  
ポータルサイトへの  
情報発信

- 訪日外国人向け観光情報メディア「Japan by Food」からのバーチャルトリップ (Youtube Liveイベント) の実施・発信。Facebookでの告知。  
月間ユニークユーザー数13万人。Instagram、FaceBookフォロー約3.2万人

## 【公開コンテンツ】

- ・一般社団法人八幡浜市ふるさと観光公社 2/6実施  
→ 19,138回視聴  
→ インプレッション 303,852
- ・株式会社石井味噌 2/20 実施  
→ 17,484回視聴  
→ インプレッション 226,500
- ・株式会社 白壁荘 2/27 実施  
→ 20,586回視聴  
→ インプレッション 197,000
- ・おさだ製茶 3/6 実施  
→ 12,009回視聴  
→ インプレッション 153,600
- ・南三陸ワイナリー株式会社 3/13 実施  
→ 7,755回視聴  
→ インプレッション 155,600

② Eat Meet Japan  
アンバサダー

- 「食かけるプロジェクト」認知向上  
受賞者の体験商品の販売促進を目的とした情報発信

アンバサダーを通じた情報発信を実施中。海外ユーザーへの発信力のあるインフルエンサーを通じ、各地域の文化や体験などの認知度拡大を目指した施策。アンバサダーによる発信により欧米を中心とした4万人近くのユーザーへの発信を実現。

## 1 . Shizuka Anderson

<https://www.instagram.com/p/CoAfm-LvIrJ/>

- ・PV(本投稿におけるユーザー認知数) : 42,406PV
- ・いいね数 : 5949
- ・コメント数 : 44



## 2 . bunny tokyo

<https://www.instagram.com/reel/CIEFGpnoKaA/>

- ・PV(本投稿におけるユーザー認知数) : 38445PV
- ・リール再生回数 : 40480回再生
- ・いいね数 : 1698
- ・コメント数 : 59



## 3 . jesseogn

<https://www.instagram.com/reel/CoX0WXBBNvk/>

- ・PV(本投稿におけるユーザー認知数) : 408560PV
- ・リール再生回数 : 407010回再生
- ・いいね数 : 29223
- ・コメント数 : 43



## 4 . cheeserland

- ・PV(本投稿におけるユーザー認知数) : 73449PV



## アンバサダー展開

② Eat Meet Japan  
アンバサダー

## ● 「食かけるプロジェクト」のInstagramを運用.情報発信

アンバサダーと連携した投稿も展開。現在フォロワー数も増加し、新しい層へのリーチも展開しつつあります。



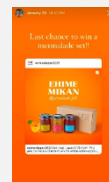
## ● Giveawayキャンペーンの実施

-愛媛 マーマレード

<https://www.instagram.com/p/CnySjzFS990/>

- ・PV(本投稿におけるユーザー認知数) : 975PV
- ・いいね数 : 135
- ・コメント数 : 78

・ストーリーPV 3560



-ヴィーガン寿司体験

<https://www.instagram.com/reel/CIEFGpnoKaA/>



- ・PV(本投稿におけるユーザー認知数) : 931PV
- ・いいね数 : 61
- ・コメント数 : 31



・ストーリーPV 2734



## アンバサダー展開

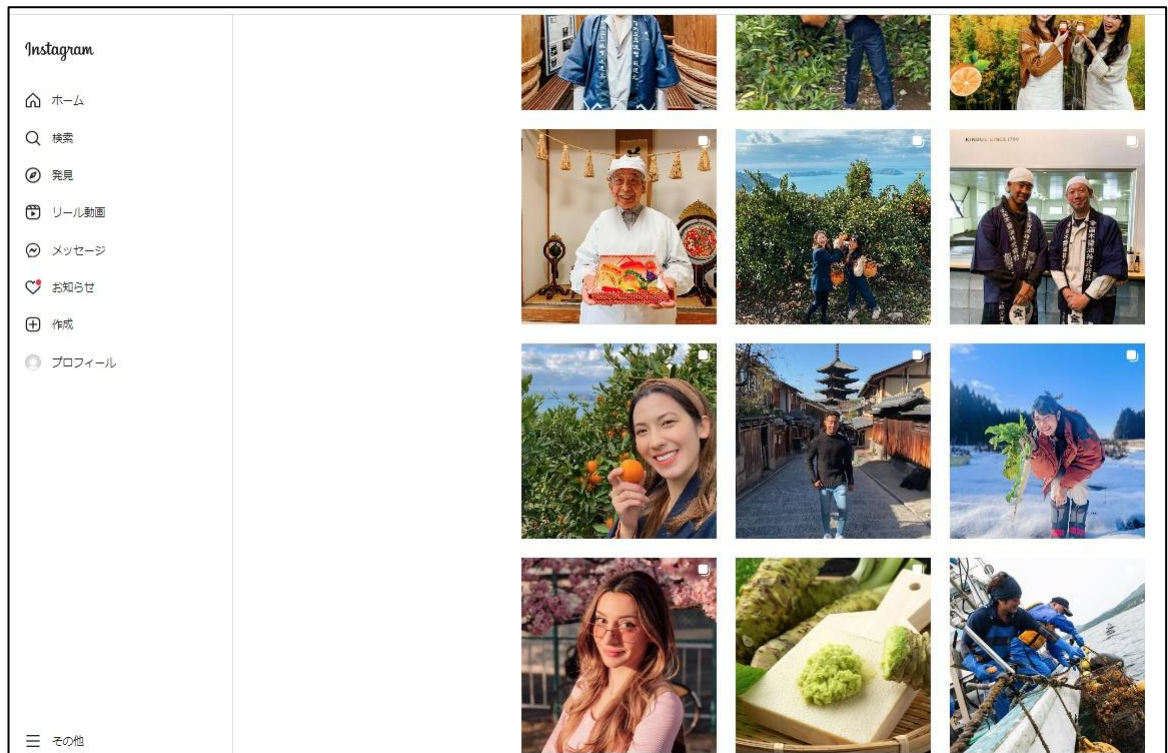
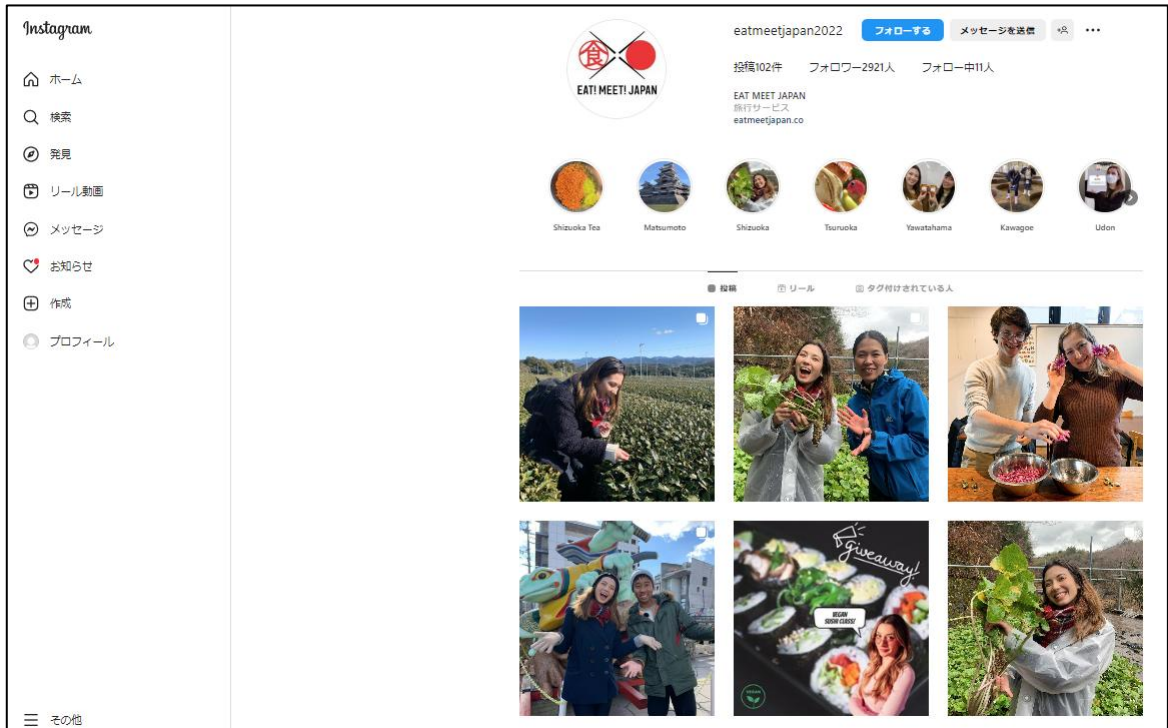
▶人気アンバサダーの方々に受賞作品へご参加頂き、SNSでの情報発信を通じて、食かけるプロジェクトの認知度拡大へ繋がりました。

	 <p><b>Shizuka Anderson</b> @xshizzlyx</p>	 <p><b>Bunny</b> @bunnytokyo</p>
プロフィール	「Miss World Japan 2020 Finalist 特別賞受賞」、「NHK World TV & YouTube presenter」等、肩書多数。	東京を拠点とする、写真とコンテンツの作成に情熱を注ぐマスメディアコミュニケーター兼制作技術者。
Instagram フォロワー数	8.6万人	18.9万人
EMJインスタ リーチ数	42,406	38,445

	 <p><b>Jesse Ogundiran</b> @jesseogn</p>	 <p><b>Cheesie</b> @cheeserland</p>
プロフィール	日本とナイジェリアの人気ティックトッカー。日本の暮らしを紹介するコンテンツで知られる。	Instagramのフォロワー数30万人を誇るインフルエンサー。47都道府県制覇が夢だと語る程の日本の好き。
Instagram フォロワー数	14.1万人	39.9万人
EMJインスタ リーチ数	407,010	73,449

アンバサダー展開

● Instagramでの発信の様子

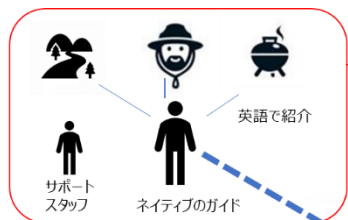


バーチャルトリップ

# バーチャルトリップ

**バーチャルトリップとは**、あらかじめ設定した日時にて、情報発信をする地域と閲覧者である外国人観光客をZoom等のオンライン配信ツールで繋ぎ、ファシリテーターが進行する中、英語ガイドが地域を案内しながら配信を行い、オンラインで観光客が旅を楽しむ仕組みです。

<2022年度に実施した様子>



視聴者は、動画で紹介されている商品をリアルタイムで購入することができます。eコマースに掲載されている商品は、送料無料で提供することができる等の特典を付ける事により、消費へ繋がります。



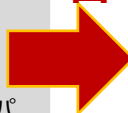
前年度の課題を改善・改良し、視聴回数の増加につなげました。

**2021年度の配信課題**

**【視聴数の伸び悩み】**  
バーチャルトリップの**視聴者数の伸び悩み**。新規集客のための仕掛け作り、プロモーション方法の構築をしていなかったことから、リアルタイムでの視聴者は数十人、累計の再生回数が1本辺り4,000回程度の再生となった。

**【配信時間の長さによる視聴疲れ】**  
バーチャルトリップ自体が1時間程度あり、パソコンやスマホの前で1時間参加してくれるユーザーを確保することが困難だった。**1時間程度**の長さがあったことから再生回数が伸び悩んでいた。

改善



**2022年度の改善点**

**【事前広報の強化】**  
配信プラットフォームはJapan by Foodでの配信を行った。制作した動画は**登録者数8.4万人のJapan by FoodのYoutubeチャンネル**にて行い、1本辺りの動画は2-3万再生回数を狙った。

配信時間は1時間ではなく、**15分以内**にした。Youtubeの「YouTubeプレミア」機能を使って配信。リアルタイムでコメントを書き込む機能があり、**参加者と双方向でコミュニケーション**が取れるようにした。

バーチャルトリップ動画を制作する際は、有名インフルエンサーがリポーターを務めた。バーチャルトリップの動画を公開した際、**2,908名のフォロワーがいるEAT ! MEET ! JAPANのInstagram**や、**合計フォロワー数が約66.35万人のEMJ2022のアンバサダー**が拡散し、**バーチャルトリップの周知**を行った。

結果



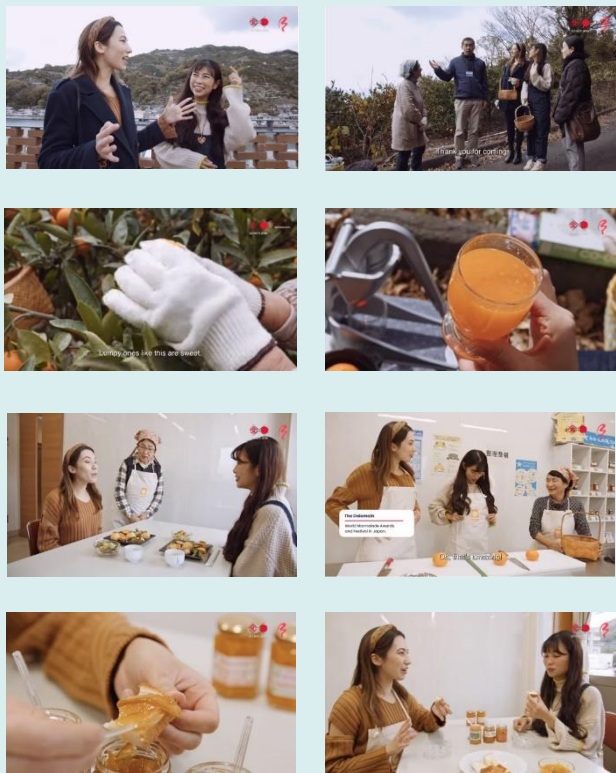
事業者名	放映日
一般社団法人 八幡浜市ふるさと観光公社	2/6
株式会社石井味噌	2/20
株式会社白壁荘	2/27
株式会社おさだ製茶	3/6
南三陸ワイナリー株式会社	3/13

前年度の**4倍近い**再生回数となる**19,138再生数**を記録

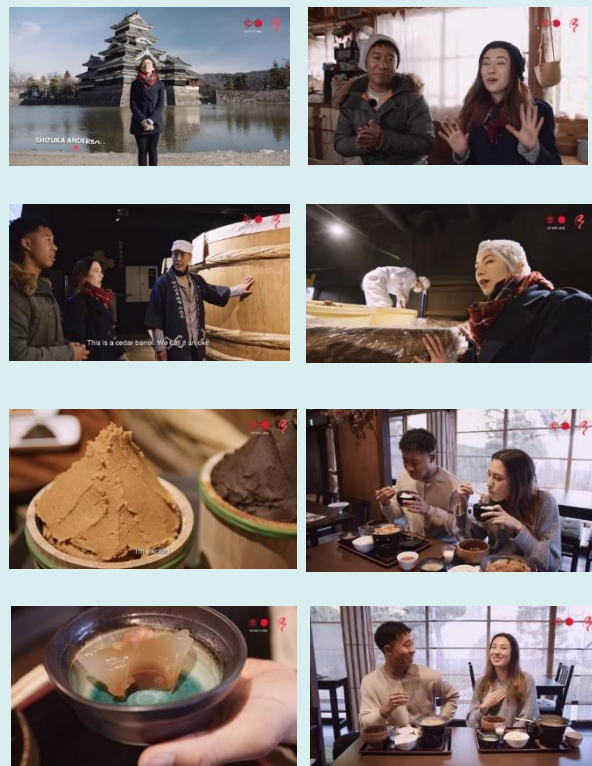
バーチャルトリップ

● 実施風景

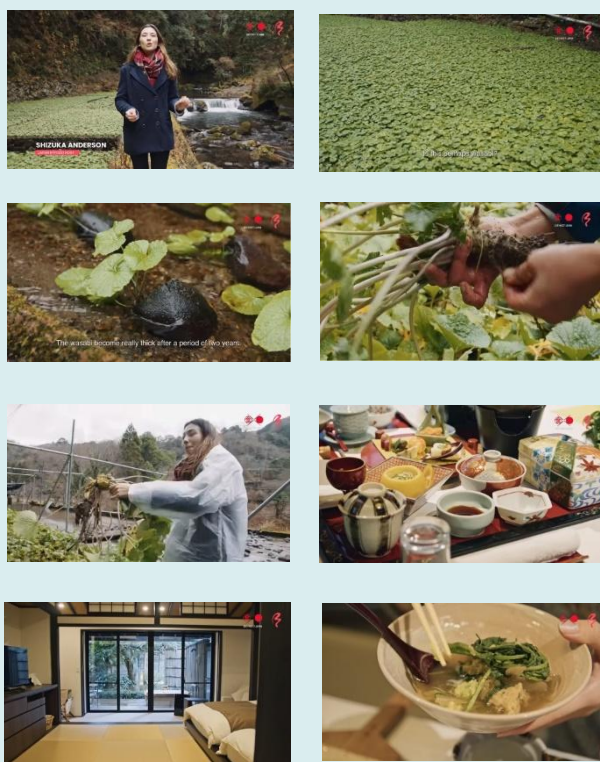
一般社団法人八幡浜市ふるさと観光公社



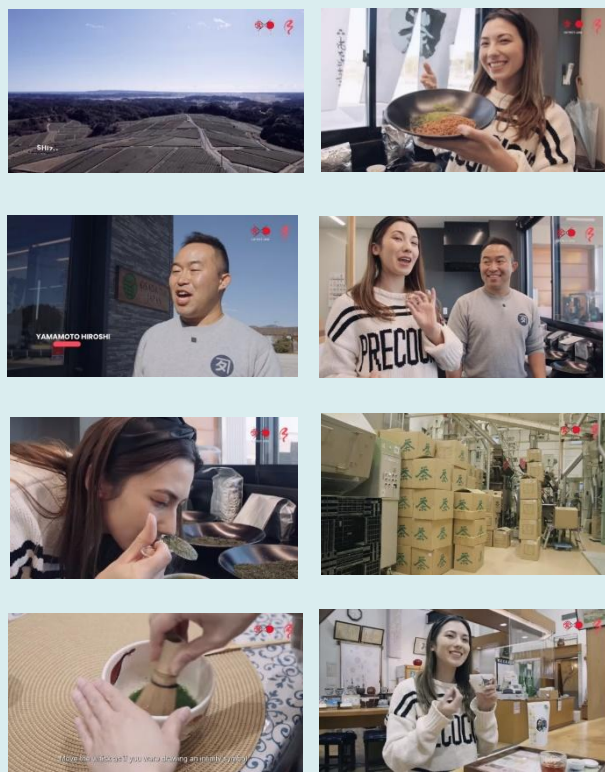
株式会社石井味噌



和とモダンが織りなす里山の古民家 白壁



株式会社おさだ製茶



# バーチャルトリップ

## ● 実施風景

### 南三陸ワイナリー株式会社



## バーチャルトリップ

## タイトル

**A Day at a Mandarin Orange Farm in Ehime, Shikoku**  
 -愛媛県八幡浜市 みかん収穫・料理体験及びみかん尽くし料理ツアー-

## - 実施概要 -

愛媛県八幡浜市（社）八幡浜市ふるさと観光公社主催のみかん尽くしツアー。  
 都市圏では味わえない現地に行けるからこそその収穫～料理体験～食べ比べなどをワンセットにした  
 五感のみかん産地を味わい尽くすツアー。

<https://www.youtube.com/watch?v=siS-LRvmNhA>



## 【体験コンテンツ】

- ・みかん収穫体験
- ・搾りたてみかんジュース
- ・マーマレードづくり体験
- ・みかん尽くし料理



## - 配信基本情報 -

- ・配信日時 2023年2月6日（月） 10：00～10：13
- ・掲載チャンネル：Japan byFood
- ・配信時間：13分 40秒
- ・事前予約登録数：84
- ・リアルタイム最大視聴者数：123
- ・アーカイブ視聴回数：19,138回再生（3月17日18：00時点）

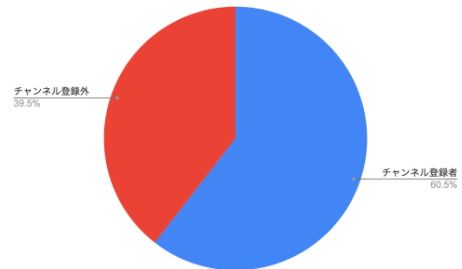
## バーチャルトリップ&lt;実施レポート&gt;

## - 視聴データ (Youtube)

- ・再生回数 19,138再生 (3月17日現在)
- ・インプレッション 303,852 (ユーザーに表示された回数)

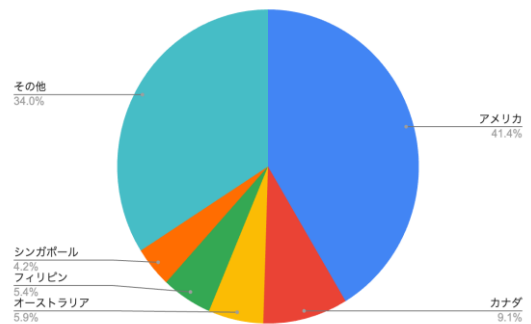
## -視聴者流入傾向-

-チャンネル登録者	60.5%
-チャンネル登録外	39.5%



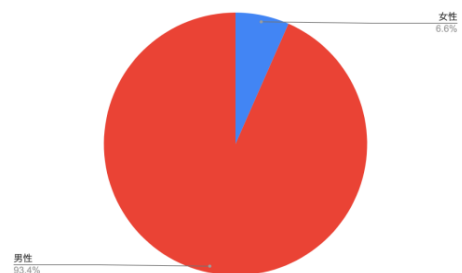
## -視聴者国籍-

アメリカ	41.4%
カナダ	9.1%
オーストラリア	5.9%
フィリピン	5.4%
シンガポール	4.2%
その他	34.0%



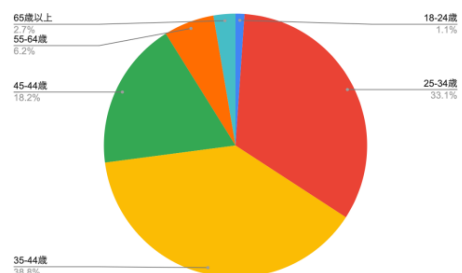
## -視聴者流入傾向-

-女性	6.6%
-男性	93.4%



## -視聴年代別傾向-

13-17歳	0.0%
18-24歳	1.1%
25-34歳	33.1%
35-44歳	38.8%
45-44歳	18.2%
55-64歳	6.2%
65歳以上	2.7%



## バーチャルトリップ&lt;実施レポート&gt;

## - 事前告知 (Instagram/Facebook2月6日公開)



Instagram (3月17日現在)

URL:<https://www.facebook.com/photo/?fbid=855578295520231&set=a.757414128669982>

・インプレッション数 3,966件  
・いいね数 78件



Facebook (3月17日現在)

URL:<https://www.instagram.com/p/CoTPPk3S-wA/>

・インプレッション数 456件  
・いいね 3件

## - 動画視聴者コメント (日本語訳)

- ・とても楽しそうで、美味しそうでしたね みかん大好きです！！大好きな果物の一つです。でも、このツアーは季節限定なんですよ？ 冬の間だけ？ 是非とも行きたいです！
- ・次の柑橘類の季節には、日本の柑橘類における最大のイノベーション、不知火みかん、デコポンの話題をしましょうか。柑橘類の王様だと思います。
- ・素晴らしいエピソードですね 🍊 奥に見える景色や島々が美しいです
- ・いつもchessyは、日本の食を巡る素敵なツアーをいつもさせてますね！
- ・美味しそうなみかんですね 🍊 ✨ 今回も素敵な動画で、とても気に入りました。素敵な動画を本当にありがとうございました!!!

## - 視聴者傾向と配信結果まとめ

本コンテンツの視聴者の40%は米国ユーザかつ90%以上が男性である。

視聴者のチャンネル登録者内外及び年代・性別の分析を見るに、byFood MCかつアンバサダーであるShizukaの根強いファンがチャンネル登録者の中の多くを占めると考える。

そして今回の配信にあたり4割近くがチャンネル外ではあり、アンバサダーのchessyの影響が大きいと思われる。そして年代別統計を分析する、25~44才の男性がボリュームゾーンであることは、ある程度の収入を有する層がファンとなり得やすいという可能性を示唆している。

## バーチャルトリップ

## タイトル

**Ultimate Food Guide: What to Eat in Matsumoto, Nagano!**  
 -長野県松本市 味噌蔵見学・味噌料理体験料理ツアー-

## - 実施概要 -

長野県松本市 江戸時代から続く味噌蔵「石井味噌」様を訪れる発酵体験ツアー。  
 日本の食文化の根幹でもあり、世界からも愛される「味噌」の秘密に迫ります。  
 歴史ある蔵の見学からお味噌料理まで楽しむツアーリズム。

<https://www.youtube.com/watch?v=5VQk5G2yqPw&t=8s>



## 【体験コンテンツ】

- ・味噌蔵見学
- ・味噌食べ比べ体験（1年味噌・3年味噌）
- ・味噌フルコース



## - 配信基本情報 -

- ・配信日時 2023年2月20日（月曜日）10：00～10：14
- ・掲載チャンネル：Japan byFood
- ・配信時間：14分 21秒
- ・事前予約登録数：71
- ・リアルタイム最大視聴者数：132
- ・アーカイブ視聴回数：17,484回再生（3月17日18：00時点）

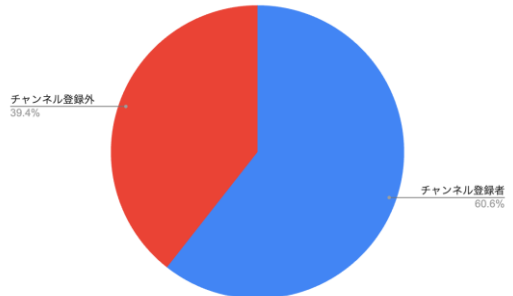
## バーチャルトリップ&lt;実施レポート&gt;

## - 視聴データ (Youtube)

- ・再生回数 17,484再生 (3月17日現在)
- ・インプレッション 226,500 (ユーザーに表示された回数)

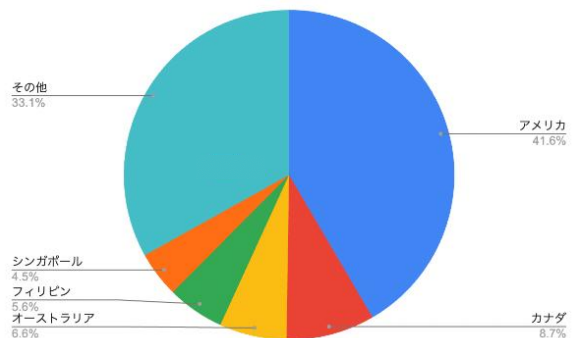
## -視聴者流入傾向-

-チャンネル登録者	60.6%
-チャンネル登録外	39.4%



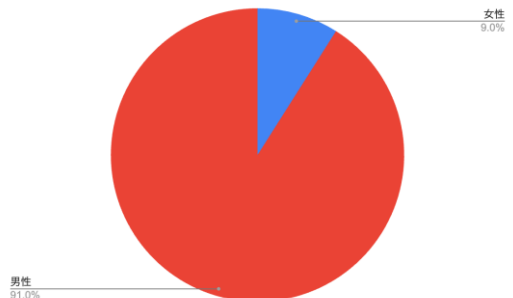
## -視聴者国籍-

アメリカ	41.6%
カナダ	8.7%
オーストラリア	6.6%
フィリピン	5.6%
シンガポール	4.5%
その他	33.1%



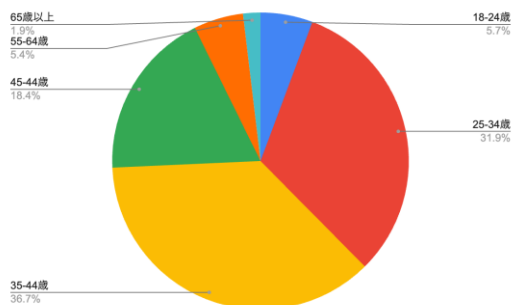
## -視聴者流入傾向-

-女性	9%
-男性	91%



## -視聴年代別傾向-

13-17歳	0.0%
18-24歳	5.7%
25-34歳	31.9%
35-44歳	36.7%
45-44歳	18.4%
55-64歳	5.4%
65歳以上	1.9%



## バーチャルトリップ＜実施レポート＞

## - 事前告知（Instagram/Facebook2月6日公開）



Instagram（3月17日現在）  
URL: <https://www.instagram.com/p/CoURDbjy2Tk/>

・インプレッション数 2,100件  
・いいね数 73件



Facebook（3月17日現在）  
URL: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=855823415495719&set=pcb.855823478829046>

・インプレッション数 681件  
・いいね 12件

## - 動画視聴者コメント（日本語訳）

- ・特にお城が綺麗ですね！一度行ってみたいです！そして、静香さんの味覚の素晴らしさにはいつも驚かされます！映像を見ていると、その美味しい料理が食べたくなってきました。
- ・先日、味噌汁を飲んでみたところ、ビールを思わせるような独特の風味があることに気づきました。これは味噌汁によくある味なのか、それとも私の味覚がいたずらしただけなのか...何か思うところはありますか？面白い動画ですね...。MISO好きです！😋😋😋😋。
- ・来週、長野に行く予定です！石井味噌の工場に行こうと思っていたのですが、どれくらいの時間をかけるのがおすすめでしょうか？また、大王わさび農場も訪問しようと思っています。

## - 視聴者傾向と配信結果まとめ

コメント欄の分析から「味噌」を切り口に「発酵食品」への関心が伺えます。日本食の浸透による「味噌汁」への感度はもちろん、その製造背景や文化的背景など食を単なる栄養素として捉えるだけでなく、学びや理解を求めている視聴者が多くなりつつある傾向が考えられます。これは日本の食を世界に発信する際、機能性はもちろん文化などを踏まえた情報商材としての価値もより高めていくことで、世界の購買層を動かす可能性の示唆を感じております。

## バーチャルトリップ

## タイトル

**Wasabi Feast! Harvesting Fresh Wasabi in Izu, Shizuoka!**  
 -静岡県伊豆市 わさび収穫体験及びわさび尽くし料理ツアー -

## - 実施概要 -

静岡県伊豆市 わさび収穫体験 わさび三昧フルコースツアー。  
 日本の食文化を語る上で欠かせない「わさび」を追い求め静岡県伊豆市へ。  
 美しい水と丁寧に整えられた環境だからこそ育つ最高級ワサビを実際に収穫。  
 そしてそのワサビを自分ですりおろし、カクテルから料理まですべてわさびのコースを楽しみます。  
[https://www.youtube.com/watch?v=b0\\_h1Mtrns8&t=1s](https://www.youtube.com/watch?v=b0_h1Mtrns8&t=1s)



## 【体験コンテンツ】

- ・ワサビ収穫体験
- ・ワサビフルコース



## - 配信基本情報 -

- ・配信日時 2023年2月27日（月曜日）10：00～10：11
- ・掲載チャンネル：Japan byFood
- ・配信時間：11分 11秒
- ・事前予約登録数：75
- ・リアルタイム最大視聴者数：112
- ・アーカイブ視聴回数：20,586回再生（3月17日18：00時点）

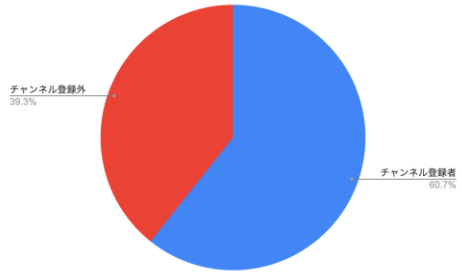
## バーチャルトリップ&lt;実施レポート&gt;

## - 視聴データ (Youtube)

- ・再生回数 20,586再生 (3月17日現在)
- ・インプレッション 197,000 (ユーザーに表示された回数)

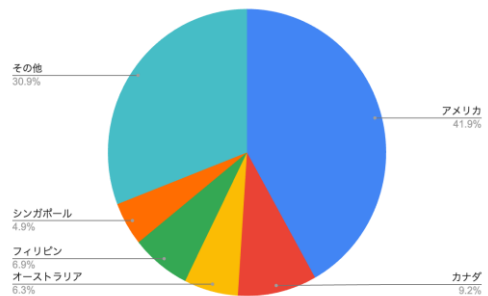
## -視聴者流入傾向-

-チャンネル登録者	60.7%
-チャンネル登録外	39.3%



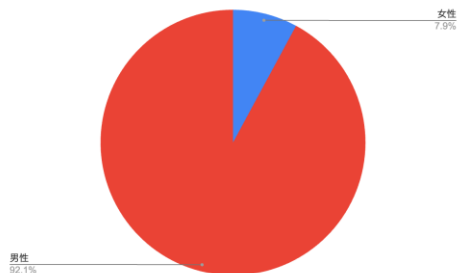
## -視聴者国籍-

アメリカ	41.9%
カナダ	9.2%
オーストラリア	6.3%
フィリピン	6.9%
シンガポール	4.9%
その他	30.9%



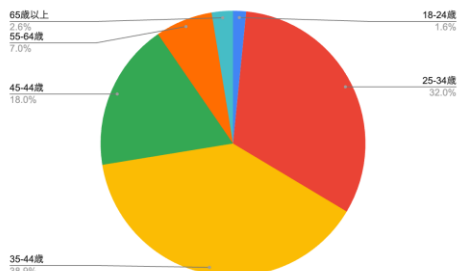
## -視聴者流入傾向-

-女性	7.9%
-男性	92.1%



## -視聴年代別傾向-

13-17歳	0.0%
18-24歳	1.6%
25-34歳	32.0%
35-44歳	38.9%
45-44歳	18%
55-64歳	7.0%
65歳以上	2.6%



## バーチャルトリップ＜実施レポート＞

## - 事前告知（Instagram/Facebook2月10日公開）



Instagram（3月17日現在）  
URL:<https://www.instagram.com/p/CpCrpEwST2b/>

・インプレッション数 1,975件  
・いいね数 86件



Facebook（3月17日現在）  
URL:<https://www.facebook.com/photo/?fbid=858611095216951&set=pcb.858611148550279>

・インプレッション数 475件  
・いいね 16件

## - 動画視聴者コメント（日本語訳）

- ・わさびの栽培方法、初めて知りました！教えてくださってありがとうございます❤️ 静香さん、いつもながら信じられないくらい素敵です☺️ レインコートにゴム長靴、とっても可愛かったです。そのわさび鍋はとってもおいしそうですね😋。本当に楽しいビデオでした、いつもありがとうございます、そしてみんな気をつけてください
- ・私は休暇を伊豆半島で過ごすことが多かったのですが、伊豆半島のわさびは私の寿司への思いを変えてくれました。新鮮な本わさびは抜群です
- ・素晴らしい映像ですね。私は本当にわさび農場を体験したいです。段差のある場所に湧き水が降り注ぐように設計されているのが好きです。あのホテルとレストランもとても綺麗でした。なんて素敵なエリアなんでしょう

## - 視聴者傾向と配信結果まとめ

今回の配信ではフィリピンのユーザーが他の投稿より視聴者として多い傾向がありました。関東圏はアジアのショートステイのユーザーからも支持があるため、地域への感度の高さが反映された可能性があります。「ワサビ」は「寿司」とセットで検索をされ、実は認知度の高い商品のため、米国以外のユーザーを引き付けた可能性があります。そして今回アンバサダーのShizukaが単独での取材であったことから、男性のユーザが多くなったことをデータが示しております。これはインフルエンサーの影響と視聴者層の関連性を示すデータとなりうると考えております。その他の配信に比べ公開時期からの再生回数を比較しても、最も視聴者数が多い配信であったことから「ワサビ」というコンテンツの注目度の高さを再認識します。

## バーチャルトリップ

## タイトル

The SECRETS of Japanese GREEN TEA:  
Becoming a Tea Master in Shizuoka

-静岡県 オリジナルブレンドティー体験・茶道体験ツアー -

## - 実施概要 -

日本一の緑茶生産地静岡県にて、匠の技術に触れるグリーンティーツーリズム。世界中から愛される「グリーンティ」の製造工程から、匠の指導を受けながらオリジナルのフレーバーティーづくりなどを楽しめます。  
<https://www.youtube.com/watch?v=siS-LRvmNhA>



## 【体験コンテンツ】

- ・お茶工場見学
- ・オリジナルブレンドティー体験
- ・茶道体験



## - 配信基本情報 -

- ・配信日時 2023年3月6日（月曜日）10：00～11：11
- ・掲載チャンネル：Japan byFood
- ・配信時間：11分 17秒
- ・事前予約登録者数：54
- ・リアルタイム最大視聴者数：128
- ・アーカイブ視聴回数：12,009回再生（3月17日18：00時点）

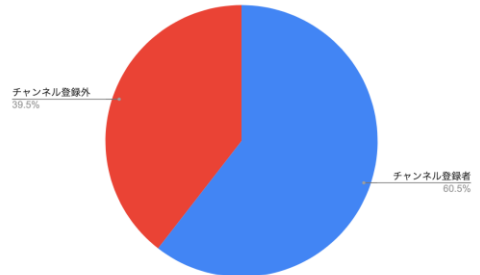
## バーチャルトリップ&lt;実施レポート&gt;

## - 視聴データ (Youtube)

- ・再生回数 12,009再生 (3月17日現在)
- ・インプレッション 153,600 (ユーザーに表示された回数)

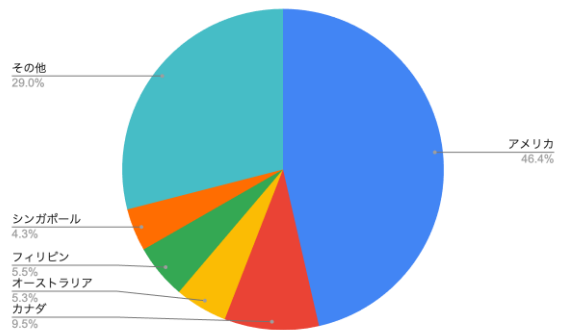
## -視聴者流入傾向-

-チャンネル登録者	60.5%
-チャンネル登録外	39.5%



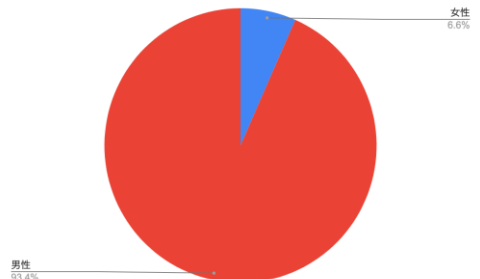
## -視聴者国籍-

アメリカ	46.4%
カナダ	9.5%
オーストラリア	5.3%
フィリピン	5.5%
シンガポール	4.3%
その他	29.0%



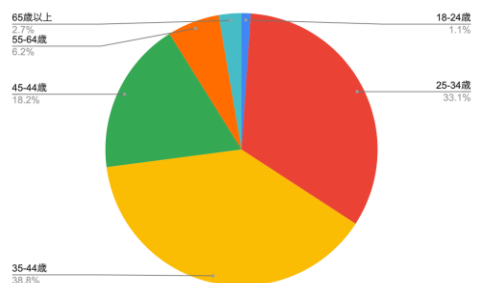
## -視聴者流入傾向-

-女性	6.6%
-男性	93.4%



## -視聴年代別傾向-

13-17歳	0.0%
18-24歳	1.1%
25-34歳	33.1%
35-44歳	38.8%
45-44歳	18.2%
55-64歳	6.2%
65歳以上	2.7%



## バーチャルトリップ&lt;実施レポート&gt;

## - 事前告知 (Instagram/Facebook3月3日公開)



Instagram (3月17日現在)  
URL:<https://www.instagram.com/p/CpU nvJkS6v-z>

・インプレッション数 697件  
・いいね数 75件



Facebook (3月17日現在)  
<https://www.facebook.com/photo?fbid=872372507174143&set=pcb.872372543840806>

・インプレッション数 345件  
・いいね 1件

## - 動画視聴者コメント (日本語訳)

- ・私は玄米茶が大好きです。15年前に初めて日本を訪れたとき、玄米茶に惚れました。今はサンフランシスコのジャパントウンの近くに住んでいて、月に一度、サンフランシスコのジャパントウンにある「茶陶」というお店で玄米茶を買っています。このビデオに出てくるサイトをブックマークして、20回目の来日時には必ずツアーに参加しようと思っています。これからもこのチャンネルの動画を見るのが楽しみです。
- ・素晴らしい内容ですね。私たち夫婦と息子、娘は7月にマレーシアの家族を訪問する予定ですが、空港近くの東京に2日ほど滞在する予定です。短い滞在ですが、食事やアクティビティについて何かアドバイスがあれば教えてください。ありがとうございました。

## - 視聴者傾向と配信結果まとめ

本配信の大きい傾向として「女性比率」が他の配信に比べ高いことでした。仮説として「お茶:Green tea」がテーマであることによる女性層のユーザが増えたことが考えられます。現在グリーンティー市場は世界的に拡大しつつあり、スターバックスやチョコレートなどでもグリーンティーは支持があります。そして「健康」の文脈や「カフェインレス」でも女性とも親和性があります。東京からアクセスのいい静岡県は、短期滞在の女性層に対しての価値提供ができる地域としての可能性があると思っております。

## バーチャルトリップ

## タイトル

## Fresh Oysters and Local Wine! Using Gastronomy to Rebuild Tohoku After the 2011 Tsunami

-宮城県 三陸エリア 牡蠣と日本ワインを味わい尽くすローカルツアー-

## - 実施概要 -

宮城県南三陸町 旬の牡蠣収穫体験から地元醸造のワインを味わい尽くすツアー。  
東日本大震災で被災に見舞われた南三陸が舞台。震災を乗り越え、大自然の恵を受けながら  
素晴らしい食材を育てる漁師さんや地域の特性を活かしたワイン作りをされてる職人さんから  
多くのことを学ばせていただきながら南三陸を味わい尽くします。

<https://www.youtube.com/watch?v=Sd5GUJvdTqU>



## 【体験コンテンツ】

- ・牡蠣漁体験
- ・南三陸ワイナリー見学
- ・牡蠣とワインのフルコース



## - 配信基本情報 -

- ・配信日時 2023年3月13日（月曜日）10：00～11：13
- ・掲載チャンネル：Japan byFood
- ・配信時間：13分 15秒
- ・事前予約登録数：86
- ・リアルタイム最大視聴者数：136
- ・アーカイブ視聴回数：7,755回再生（3月17日18：00時点）

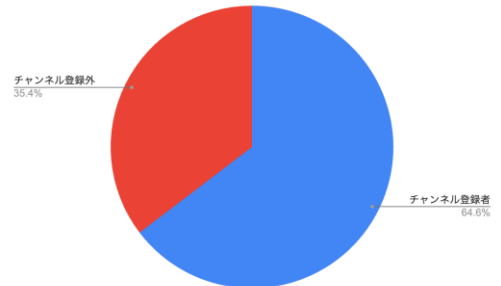
## バーチャルトリップ&lt;実施レポート&gt;

## - 視聴データ (Youtube)

- ・再生回数 7,550再生 (3月17日現在)
- ・インプレッション 155,600 (ユーザーに表示された回数)

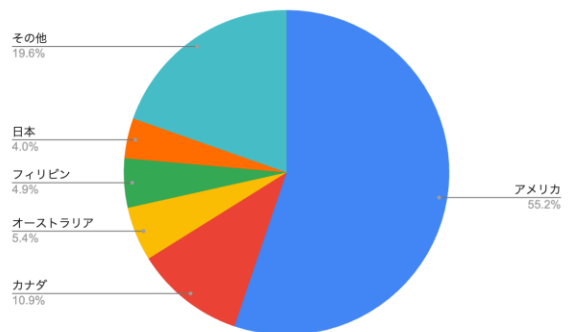
## -視聴者流入傾向-

-チャンネル登録者	64.6%
-チャンネル登録外	35.4%



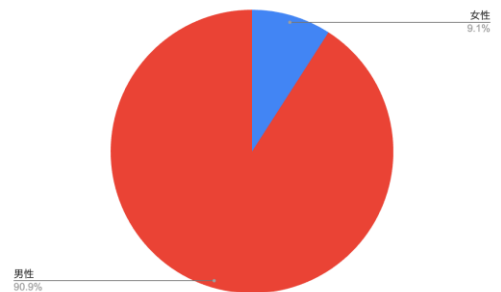
## -視聴者国籍-

アメリカ	55.2%
カナダ	10.9%
オーストラリア	5.4%
フィリピン	4.9%
日本	4.0%
その他	19.6%



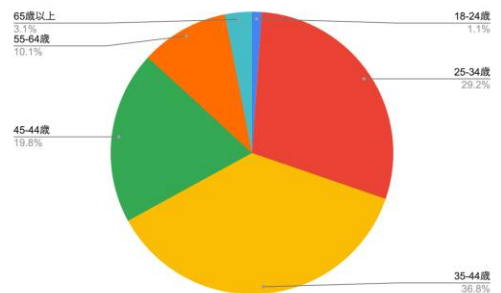
## -視聴者流入傾向-

-女性	9.1%
-男性	90.9%



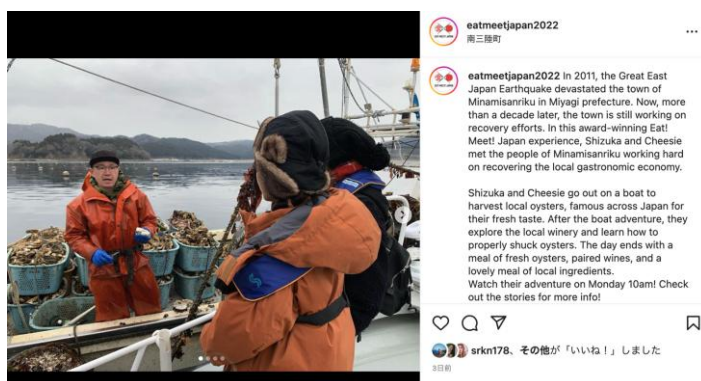
## -視聴年代別傾向-

13-17歳	0.0%
18-24歳	1.1%
25-34歳	29.2%
35-44歳	36.8%
45-44歳	19.8%
55-64歳	10.1%
65歳以上	3.1%



## バーチャルトリップ&lt;実施レポート&gt;

## - 事前告知 (Instagram/Facebook3月11日公開)



Instagram (3月17日現在)  
URL:<https://www.instagram.com/p/CpnGjHQSQzZ/>

・インプレッション数 1,451件  
・いいね数 36件



Facebook (3月17日現在)  
URL:<https://www.facebook.com/photo/?fbid=876569336754460&set=pcb.876567113421349>

・インプレッション数 456件  
・いいね 3件

## - 動画視聴者コメント (日本語訳)

- ・今回も素晴らしい配信です。過去の災害で大変な思いをした県を取材してくれるのは嬉しいですな
- ・チーシーがとても魅力的です。もっとチーシーと静香のコンビを増やしてください!
- ・牡蠣の収穫の仕方に驚きましたShizuka! そして、牡蠣もワインもとてもおいしそうでした。動画ありがとうございました
- ・Shizuka! さんの動画を楽しみました。数年前から拝見していますが、コメントは初めてです。登録者数10万人突破おめでとうございます! ご活躍をお祈りします。

## - 視聴者傾向と配信結果まとめ

本配信は、東日本大震災のあった3月11日の近日であったことと取材地が被災地であったことから、日本国内のユーザーの視聴も一定数ありました。合わせて本配信が「酒 (ワイン)」がテーマの一つであったため、35歳以上の層に強い支持がありました。地域性やコンテンツなどにより視聴者層の変化を推測することができます。コメント欄を見るに、「牡蠣」は世界でも愛される食材でありワインとのリアージュは国境を越えた支持があります。このような世界で共通する食材や旅先だからその食べ方の提案が、世界中の方々に受け入れられやすい体験造成になりうるのではと考えられます。

## インバウンドを活用した輸出促進

## インバウンドを活用した輸出促進

## ● トライアルの概要

これまで実施してきた食かけるプロジェクトの取組を踏まえ、インバウンドから輸出へ、さらに輸出からインバウンドへという好循環の形成を促進していくため、仕様書の第4留意事項10の規定により農林水産省と協議の上、仕様書に明記されていない事業として、食かけるプロジェクトの新たな展開となる食体験に関連する商品の輸出促進に向けたテストマーケティングを実施した。

プロジェクト の名称	インバウンドを活用した輸出促進
商品の受付 期間	2022年9月1日（木）～9月30日（金）
商品の 受付数	10 商品程度
商品の登録 要件	<p><b>下記の登録要件を満たした商品から選定いたします。</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・日本食文化を発信する農林水産物・食品（以下、「食品」という）であること。</li> <li>・日本食文化の魅力を発信するため、複数の商品が組み合わされている（セットとなっている）ことが望ましい。 （※セット商品の例：冷凍寿司と日本茶セット、日本酒と地域の伝統食品のセット）</li> <li>・日本産の食品であること。</li> <li>・通販サイトに適した食品であること。</li> <li>・当該事業に参画する通販事業者（全部又はいずれか）の掲載条件に適合すること。</li> <li>・掲載販売するために必要な対策を講じること（栄養成分検査、菌検査など）。</li> <li>・売上拡大に繋がる販売促進活動に、積極的に協力すること。</li> </ul>
トライアルの 内容	<p>① 専門家によるECサイト掲載商品の磨き上げ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・日本食文化を発信する商品ストーリーの構築</li> <li>・シンガポールでのテストマーケティング（B to C向け）</li> <li>・商品掲載のサポート</li> </ul> <p>② テストマーケティングを踏まえたEC商品ポイントについて発表</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・食かけるプライズ2022の表彰式の同日、同会場にて</li> </ul>
EC掲載に向けた 意見交換参加 事業者	<p>● <b>byFood.com</b></p> <p>運営会社 株式会社テーブルクロス URL <a href="https://www.byfood.com/">https://www.byfood.com/</a> 主なターゲット 個人輸出で、欧米</p> <p>● <b>YAiCHI</b></p> <p>運営会社 株式会社NEXT81 URL <a href="https://yaichi.co/tc/home">https://yaichi.co/tc/home</a> 主なターゲット 香港</p> <p>● <b>Oisix、等</b></p> <p>運営会社 オイシックス・ラ・大地株式会社 URL <a href="https://www.oisix.com">https://www.oisix.com</a> 主なターゲット 香港</p> <p>● <b>BB Checkout</b></p> <p>運営会社 比比昂株式会社 URL <a href="https://www.bibian.co.jp/">https://www.bibian.co.jp/</a> 主なターゲット 台湾</p>



## インバウンドを活用した輸出促進

## ● トライアルのスケジュール

2022年	9月	出品事業者		「登録申込書」及び「商品情報シート」に、必要事項を記載し、事務局へメールで提出	
	10月	産省 農林水	事務局	提出された「登録申込書」及び「商品情報シート」について、専門家の意見を聞きながら順次精査し、商品を選定	
	11月	出品事業者	事務局	専門家による選定された食製品の“磨き上げ”を実施（※）	
	12月			磨き上げの専門家が食製品の“磨き上げ”を行います。	
2023年	1月	出品事業者	事務局	各ECサイトの掲載準備（※） 事務局・ECサイト運営会社とやり取りを行っていただき、掲載に向けた準備を開始いたします。	
	2月	掲載商品の発表			各ECサイトへ掲載開始（※） ご準備が整った食製品から掲載開始となります。
	3月				↓

磨き上げの終了、各ECサイトの掲載準備及び掲載開始の時期は延びる場合があります。

## インバウンドを活用した輸出促進

### ● 越境ECサイトの概要



ECサイト名 : byFood.com

運営会社 : 株式会社テーブルクロス

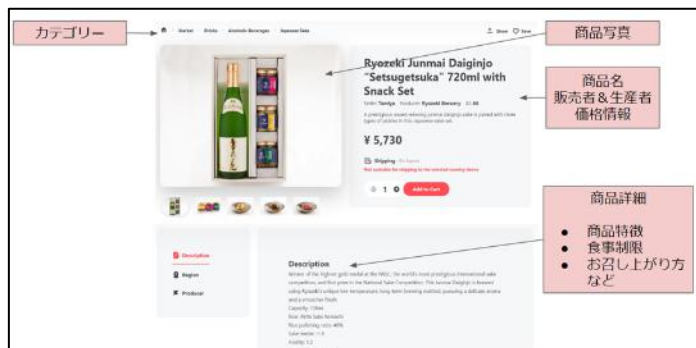
URL : <https://www.byfood.com>

主なターゲット : 個人輸出で、欧米

### 事業紹介

株式会社テーブルクロスが運営する訪日外国人観光客に向けた日本国内の特別な食と体験商品を提供するグルメプラットフォーム。当プラットフォームでは、ブログ・YouTubeなどのメディアで「訪日前の情報収集」、450商品を超える日本各地の食体験の予約やレストラン予約サービスを通じて「日本滞在中の食体験」、そして今回オープンするEコマースで「滞在後、自国での食体験」を提供し、「日本の食はbyFoodを見たら問題ない！」と感じていただけるようなワンストップサービスを目指しています。

### 掲載フォーマット



- ・カテゴリ
- ・商品写真
- ・商品詳細  
(商品特徴、食事制限、お召し上がり方など)
- ・産地情報
- ・生産者情報、等



### 掲載条件

食品はもちろん、酒類などの飲料や食器・テーブルウェアなどの小物まで、「日本の食」に関する商品を取り揃えています。

- 常温輸送が可能であること。
- 賞味期限が2か月以上の商品。
- アルコール類など、商品によっては各国の規制に従い販売国を制限する必要があります。

## インバウンドを活用した輸出促進

## ●越境ECサイトの概要



ECサイト名 : YAiCHI

運営会社 : 株式会社NEXT81

URL : <https://yaichi.co/tc/home>

主なターゲット : 香港

## 事業紹介

“YAiCHI”は、香港の居住者、訪日旅行者が利用する「正規日本製品の販売に特化」したショッピングサイトです。2020年、日本の農林水産物の最大輸出先は香港でした。香港にしながら、日本中を旅行しながら、お客様が“YAiCHI”で商品を見ながら購入することが可能です。香港へ輸送する際、面倒な輸出手続きも“YAiCHI”が全て代行します。

今後、日本への往来再開アナウンスが入ると、会員数の急増が予想されています。

## 掲載フォーマット



## 掲載条件

現在、掲載NGとなる食品はございません。

※輸入検疫上NGなもの以外は特に問題ございません。



## インバウンドを活用した輸出促進

## ● 越境ECサイトの概要



ECサイト名 : BB Checkout

運営会社 : 比比昂株式会社

URL : <https://www.bibian.co.jp/>

主なターゲット : 台湾

## 事業紹介

BB Checkoutは、PChomeグループのBibianが運営しています。台湾ECにおける最大手上場企業であり、会員数は1,200万人、取り扱い商品は500万以上にもなります。日本国内販売と同じ流れで越境ECできるサービスです。

## 掲載フォーマット

## 【明記必須項目】

1. 商品の特徴
2. 成分および産地
3. 賞味期限
4. 最大購入数
5. 納期
6. 商品画像

## 【希望明記項目】

1. 通販サイト



## 掲載条件

## 【1. 輸入禁止リスト】

- A. すべての植物/果物/野菜  
種子（にんにく、アスパラ、米、小麦、豆製品、木や葉などの植物）  
加工後のものは可能（茶、黒ニンニクなど）
- B. 生鮮食品または冷凍食品  
生鮮食品、生肉、その他の肉製品、ペットフード（原材料に肉が含まれているものは不可）
- C. 食品生産地における規制  
福島県・栃木県・茨城県・群馬県・千葉県との5つの地域で生産した飲食品

## 【2. 賞味期限】

1ヶ月以上

## 【3. 卸販売対応不可】

台湾のお客様から注文を頂いたら、代理購入させて頂く仕組みとなります

## 【4. 希望ジャンル】

お菓子 ・ 缶詰め ・ ご当地インスタントラーメン ・ 洋菓子/和菓子/スイーツ手土産

## インバウンドを活用した輸出促進

## ●インバウンドを活用した輸出促進 意見交換

2022年8月12日

関係各位

食かけるプロジェクト運営事務局  
株式会社 J T Bインバウンドを活用した輸出促進 意見交換  
(次 第)

## ■ご挨拶（農林水産省）

## ■参加者のご紹介（通販による輸出の取り組み）

- ・株式会社テーブルクロス
- ・YAiCHi（株式会社NEXT81）
- ・オイシックス・ラ・大地株式会社
- ・比比昂株式会社（PChome Bibian Inc）

## ■事業概要

## ■今後の推進スケジュール

食かけるプロジェクト商品（事業者）の発掘、開発（9月～2月）

- ・参加される越境E Cサイト事業者の掲載のための条件整理  
商品カテゴリー、商品スペック、供給量、歩率等

↓

- ・条件に合った商品の発掘、開発（10商品程度）  
食かけるプロジェクトプライズ受賞事業者・運営事務局（J T B）からの推薦事業者  
参加される越境E C事業者等から

↓

- ・サイト掲載（販売開始時期）10月～2月
- ・B to C向けP R／B to B向けP R（10月～2月）
- ・「食かけるプライズ」等での公表（2月）

以上

インバウンドを活用した輸出促進 意見交換  
参加者一覧

## ■参加者のご紹介

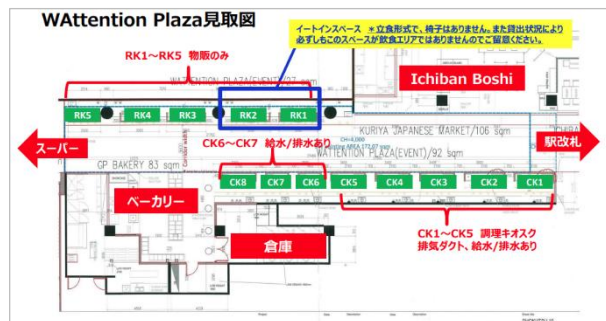
- 株式会社テーブルクロス 城宝社長・上野様
- YAiCHi:株式会社NEXT81 特別顧問／株式会社霆馭 取締役 森川 様
- オイシックス・ラ・大地株式会社 関谷副事業部長 様・武正副事業部長 様・  
高橋 様
- 比比昂株式会社（PChome Bibian Inc） 高橋 様

## シンガポールテストマーケティング

## ●シンガポール テストマーケティング

食かけるプロジェクトご関係者に告知し、ご応募頂いた商品の中から8セットの商品を選定。それらの商品を、シンガポールのショッピングセンター「Jurong Point」内、「Wattention Plaza」で5日間のテストマーケティングを実施し、売上やアンケート調査を元に、現地一般消費者のニーズや嗜好性といった「生の声」を把握し、今後の海外向け商品の改良や現地における販路開拓に繋げました。

期 間	2022年12月22日～26日
場 所	Jurong West Central 2, Jurong Point, シンガポール
実施内容	販売員による試食PR / 消費者調査（8パッケージ商品の評価）
アンケート回答数	329件
出品商品	8 SET（右記）



## 【WAttention Plaza】

日本関連の物産展や即売会、試食試飲会や各種プロモーションなどの催事を運営できる常設のテストマーケティング場です。場所は、シンガポール西部、Boonlay駅直結の西部地区では最大規模のショッピングセンター「Jurong Point」内の一角となります。

## 実施風景



## シンガポールテストマーケティング

## セット商品一覧

No	商品名	価格 (シンガポール\$)	アンケート 回答数
1	京都抹茶とスイーツセット (試食あり) 	\$70	<b>74 件</b>
2	おでんと日本酒の缶セット (試食なし) 	\$30	<b>53 件</b>
3	日本直送！刺身 4 種盛り合わせセット (試食なし) 	\$80	<b>15 件</b>
4	冷凍押しずしとお茶セット (試食あり) 	\$60	<b>41 件</b>
5	京茶漬けセット (試食なし) 	\$110	<b>20 件</b>
6	北海道美瑛産おにぎりなど詰め合わせセット (試食あり) 	\$35	<b>46 件</b>
7	京野菜のおばんざいセット (試食あり) 	\$70	<b>39 件</b>
8	山柿庵やま柿 (試食なし) 	\$35	<b>41 件</b>

## シンガポールテストマーケティング

## 販売実績（小分け売り）

商品名	価格 (シンガポール\$)	売上個数	売上金額 (シンガポール\$)
抹茶スターロール	\$ 29.10	2	\$ 58.20
宇治抹茶グリーンティ 150g	\$ 7.70	3	\$ 23.10
有機宇治抹茶 30g	\$ 12.00	3	\$ 36.00
一合缶 純米吟醸 ケトハレ（銘柄：麩と霽れ）	\$ 14.60	7	\$ 102.20
一合缶 純米吟醸 富士錦（銘柄：富士錦）	\$ 14.60	6	\$ 87.60
長良（ながら）	\$ 12.00	1	\$ 12.00
冷凍押し寿司（焼サバ）	\$ 25.70	1	\$ 25.70
冷凍押し寿司（エビ）	\$ 25.70	3	\$ 77.10
冷凍押し寿司（うなぎ）	\$ 38.60	3	\$ 115.80
びえいの丘めし 五目ごはん（アルファ米）	\$ 10.30	1	\$ 10.30
びえいの丘めし ドライカレー（アルファ米）	\$ 10.30	1	\$ 10.30
びえいの丘めし おにぎり 鮭（アルファ米）	\$ 6.90	4	\$ 27.60
丘のおかし あずき（フリーズドライ）	\$ 7.70	2	\$ 15.40
<b>売上総合計</b>	—	<b>37</b>	<b>\$ 601.30</b>

## シンガポールテストマーケティング アンケート結果

## No1.京都抹茶とスイーツセット

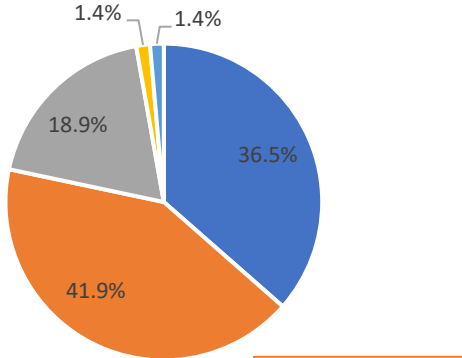


試食：あり

回答数：74件

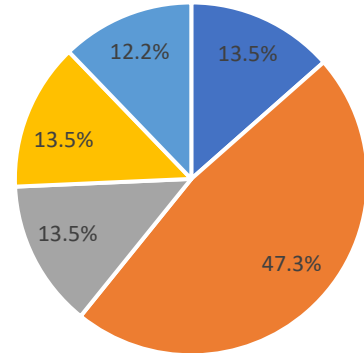
販売価格：\$70

お召し上がりになられた食品の「味」について5段階でご評価ください。  
 (※5：とても美味しい / 1：美味しくない)



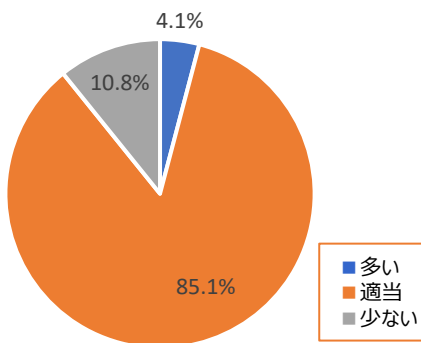
■ 5 (とても美味しい)  
 ■ 4  
 ■ 3  
 ■ 2  
 ■ 1 (美味しくない)

このパッケージ商品にお茶と日本酒をセットにした場合、購入したいですか？



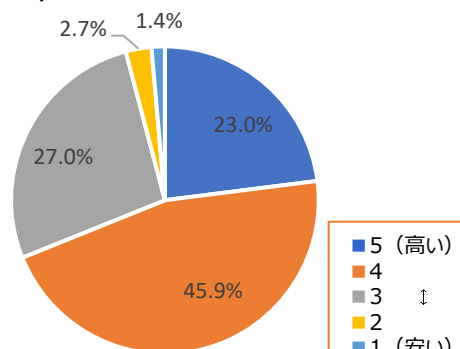
■ お茶・日本酒共にセットで購入したい  
 ■ お茶とセットで購入したい  
 ■ 日本酒とセットで購入したい  
 ■ お茶・日本酒共にセットで購入したくない  
 ■ どちらともいえない

お召し上がりになられた食品の「内容量」について3段階でご評価ください。



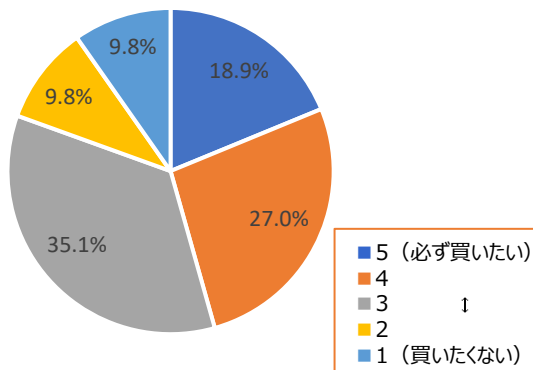
■ 多い  
 ■ 適当  
 ■ 少ない

お召し上がりになられた食品の「価格」について5段階でご評価ください。  
 (※5：高い / 1：安い)



■ 5 (高い)  
 ■ 4  
 ■ 3  
 ■ 2  
 ■ 1 (安い)

通販サイトにて購入したいと思いますか？  
 (※5：必ず買いたい / 1：買いたくない)



■ 5 (必ず買いたい)  
 ■ 4  
 ■ 3  
 ■ 2  
 ■ 1 (買いたくない)

ご感想や、お気づきな点があれば、ご記入ください。

- 少し高価です。\$20くらいが妥当でしょう。
- ケーキはあっさりですが、ほうじ茶の味がしません。抹茶が強い様に思います。
- ほうじ茶はあまり味わえませんでした。抹茶ロールケーキも抹茶も美味しいです。
- 抹茶はとても良いです。
- 美味しいケーキです。
- ほうじ茶ロールの味はあまり強くなく、抹茶ロールは風味豊かで美味しいです。
- 日本の食べものは美味しく、そして健康的です

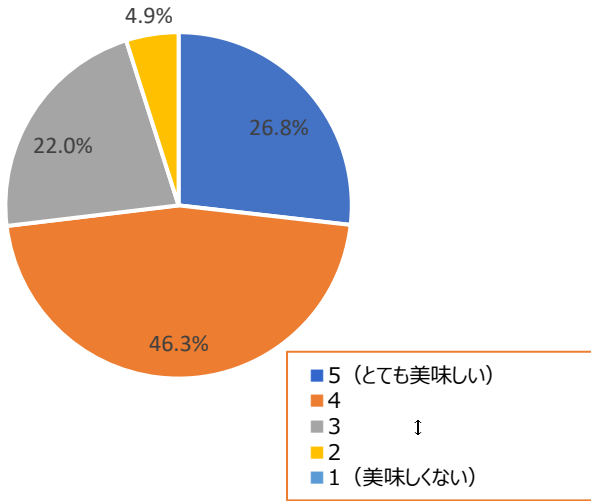
シンガポールテストマーケティング アンケート結果

No2.おでんと日本酒の缶セット

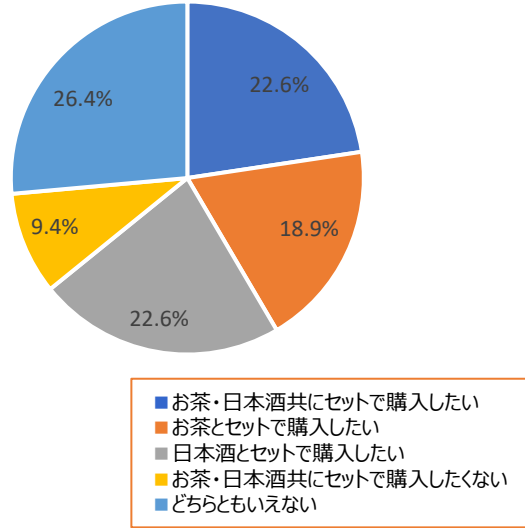


試食：あり  
回答数：53件  
販売価格：\$30

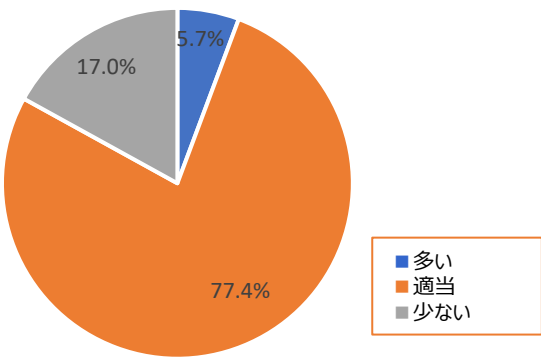
お召し上がりになられた食品の「味」について5段階でご評価ください。  
(※5：とても美味しい / 1：美味しくない)



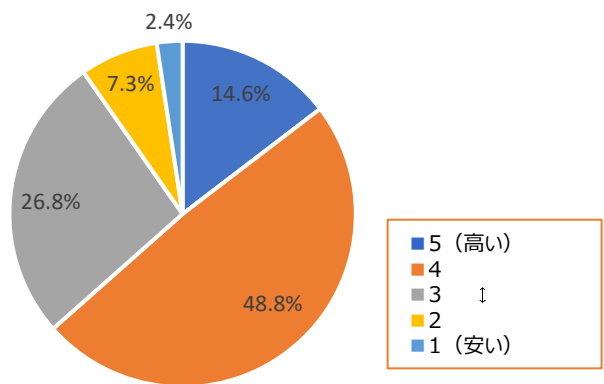
このパッケージ商品にお茶と日本酒をセットにした場合、購入したいですか？



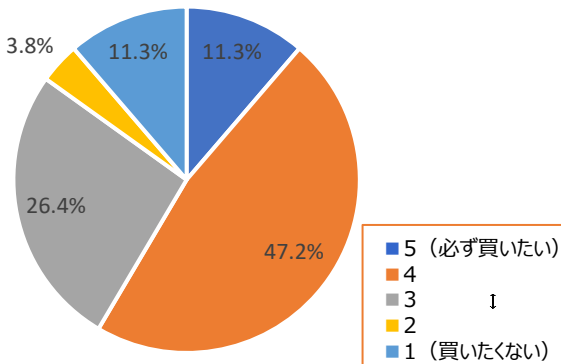
お召し上がりになられた食品の「内容量」について3段階でご評価ください。



お召し上がりになられた食品の「価格」について5段階でご評価ください。  
(※5：高い / 1：安い)



通販サイトにて購入したいと思いますか？  
(※5：必ず買いたい / 1：買いたくない)



ご感想や、お気づきな点があれば、ご記入ください。

- パッケージが更にデザイン的であれば良いと思います。
- 缶のデザインを改善する必要があります。あまり印象的ではないと思います。
- 興味深いコンセプトでした。
- 小皿料理とお酒を合わせるのもいいですね。
- 酒だけを試しました。美味しいけどあまり量は飲めません。友達と共有します。
- 値段が合えば購入します。

## シンガポールテストマーケティング アンケート結果

## No3.日本直送！刺身 4 種盛り合わせセット

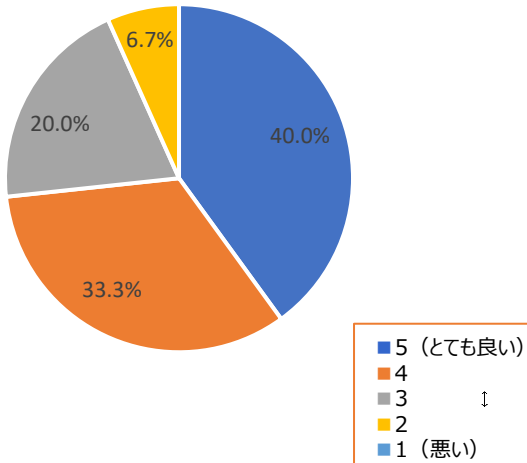


試食：なし

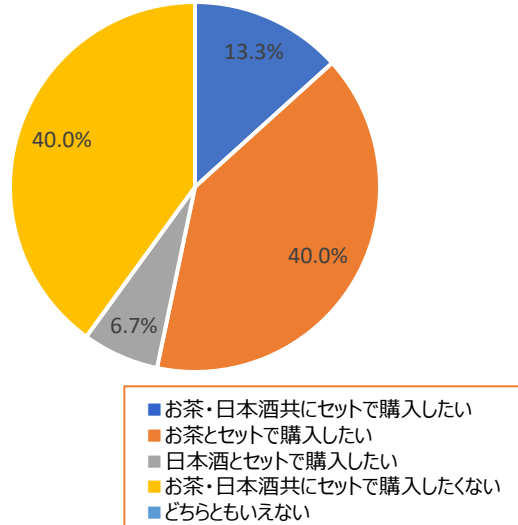
回答数：15件

販売価格：\$80

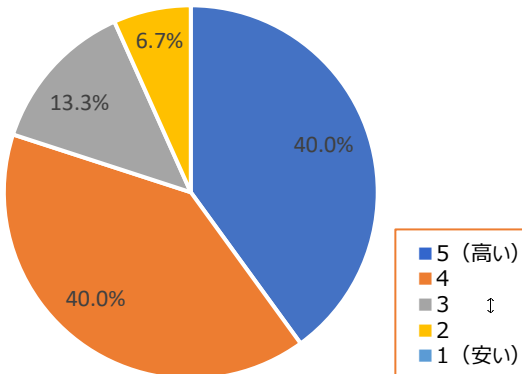
商品パッケージの「見た目」について5段階でご評価ください。  
(※5：とても良い / 1：悪い)



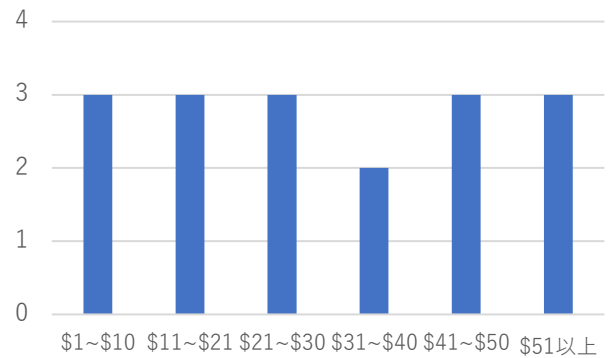
このパッケージ商品にお茶と日本酒をセットにした場合、購入したいですか？



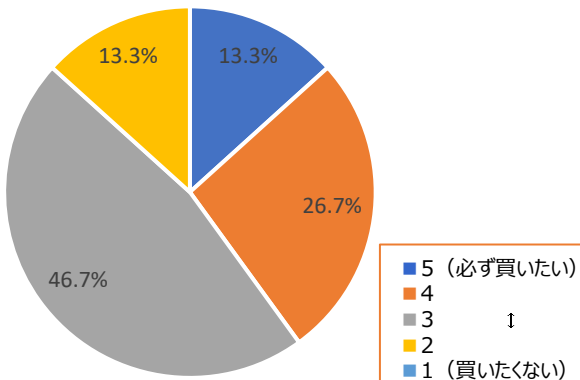
食品の「価格」について5段階でご評価ください。  
(※5：高い / 1：安い)



どのくらいの価格で購入したいと思いますか？ (SGD通貨でお答えください)



通販サイトにて購入したいと思いますか？  
(※5：必ず買いたい / 1：買いたくない)



ご感想や、お気づきな点があれば、ご記入ください。

- 良い食べ物です。
- ここには食べ物の刺身がたくさんありますので、冷凍の刺身を買う意味はありません。

## シンガポールテストマーケティング アンケート結果

## No4.冷凍押し寿司とお茶セット

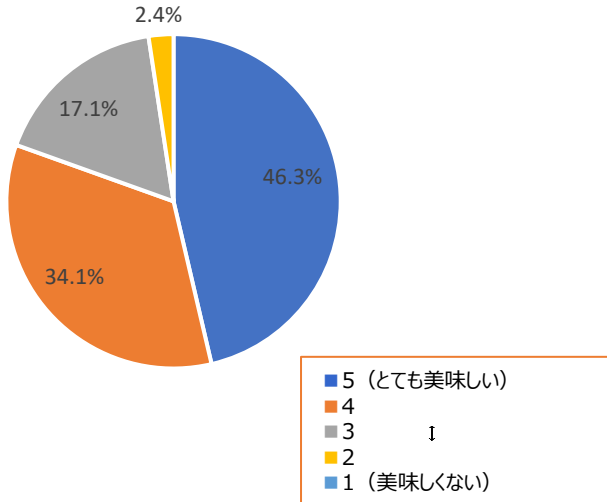


試食：あり

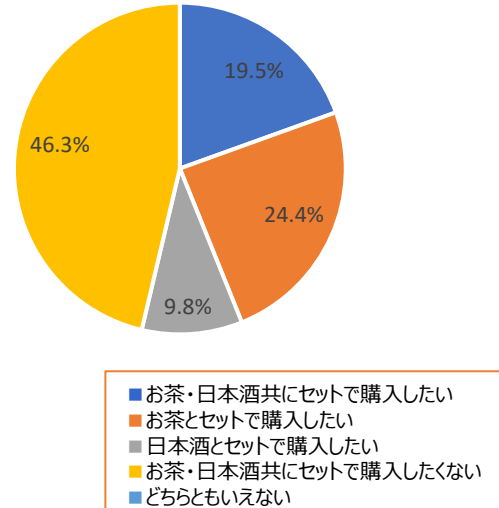
回答数：41件

販売価格：\$60

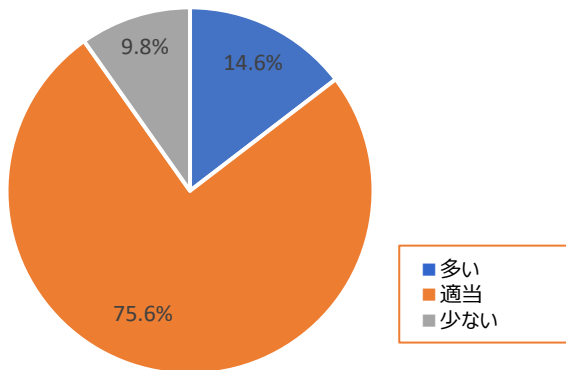
お召し上がりになられた食品の「味」について5段階でご評価ください。  
(※5：とても美味しい / 1：美味しくない)



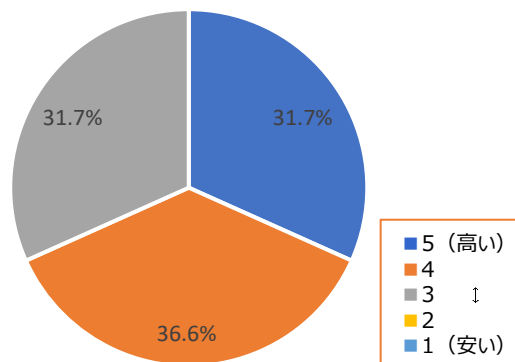
このパッケージ商品にお茶と日本酒をセットにした場合、購入したいですか？



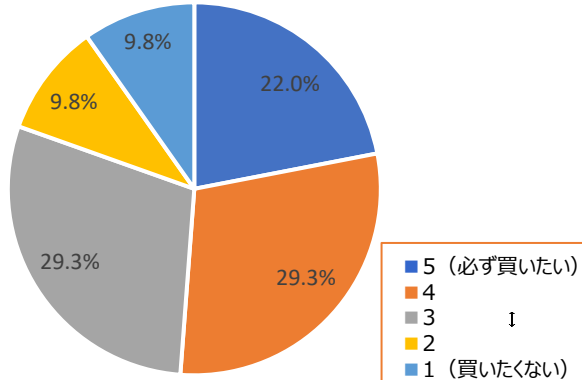
お召し上がりになられた食品の「内容量」について3段階でご評価ください。



お召し上がりになられた食品の「価格」について5段階でご評価ください。  
(※5：高い / 1：安い)



通販サイトにて購入したいと思いますか？  
(※5：必ず買いたい / 1：買いたくない)



ご感想や、お気づきな点があれば、ご記入ください。

- 価格が安くなることを願っています。
- 容器が透けて、中の食べ物が見えると良いと思います。購入の参考になります。
- 冷凍寿司は本当に美味しいです。ポーションサイズを増やしてもいいかもしれません。
- 具材よりお米が多めなのかもしれませんが、とても香ばしくて美味しかったです！
- ウナギとサバは良いと思いますが、サーモンとエビは競争力を維持するために大幅に改善する必要があるように思いました。
- 鯖寿司はとても美味しかったです。
- おいしい！味が好きです。

## シンガポールテストマーケティング アンケート結果

## No5.京茶漬けセット

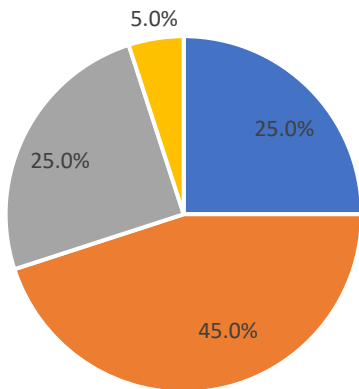


試食：なし

回答数：20件

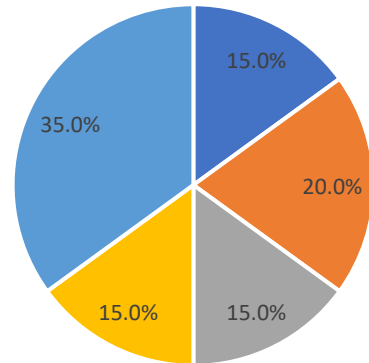
販売価格：\$110

商品パッケージの「見た目」について5段階でご評価ください。  
(※5：とても良い / 1：悪い)



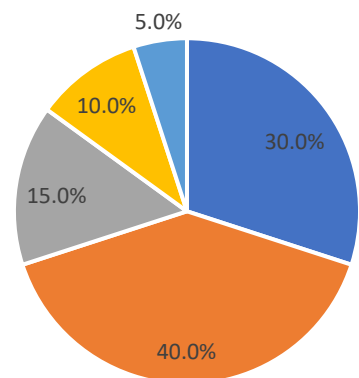
■ 5 (とても良い)  
■ 4  
■ 3 ↓  
■ 2  
■ 1 (悪い)

このパッケージ商品にお茶と日本酒をセットにした場合、購入したいですか？



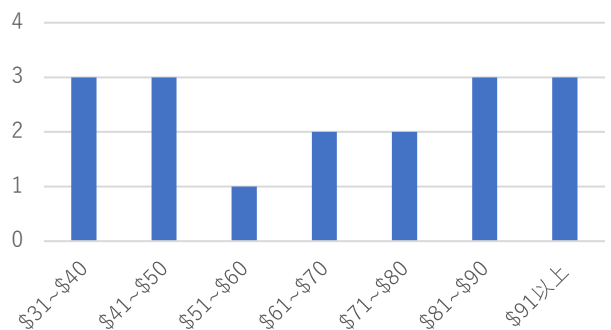
■ お茶・日本酒共にセットで購入したい  
■ お茶とセットで購入したい  
■ 日本酒とセットで購入したい  
■ お茶・日本酒共にセットで購入したくない  
■ どちらともいえない

食品の「価格」について5段階でご評価ください。  
(※5：高い / 1：安い)

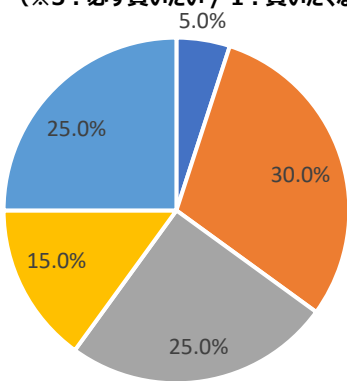


■ 5 (高い)  
■ 4  
■ 3 ↓  
■ 2  
■ 1 (安い)

どのくらいの価格で購入したいと思いますか？ (SGD通貨でお答えください)



通販サイトにて購入したいと思いますか？  
(※5：必ず買いたい / 1：買いたくない)



■ 5 (必ず買いたい)  
■ 4  
■ 3 ↓  
■ 2  
■ 1 (買いたくない)

ご感想や、お気づきな点があれば、ご記入ください。

- とても素敵なパッケージですが、価格が少し高すぎます

## シンガポールテストマーケティング アンケート結果

## No6.北海道美瑛産おにぎりなど詰め合わせセット

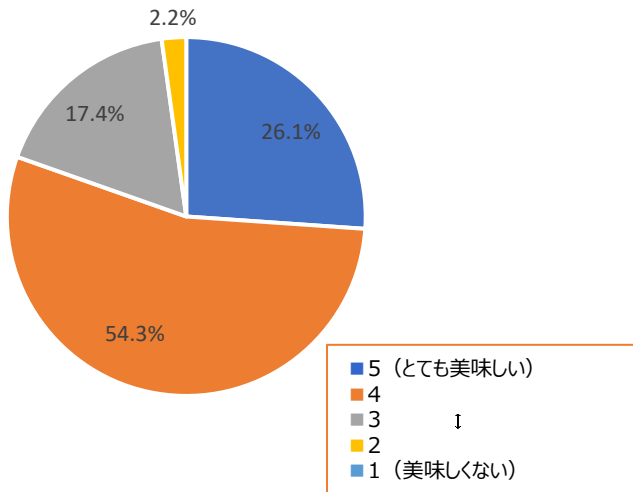


試食：あり

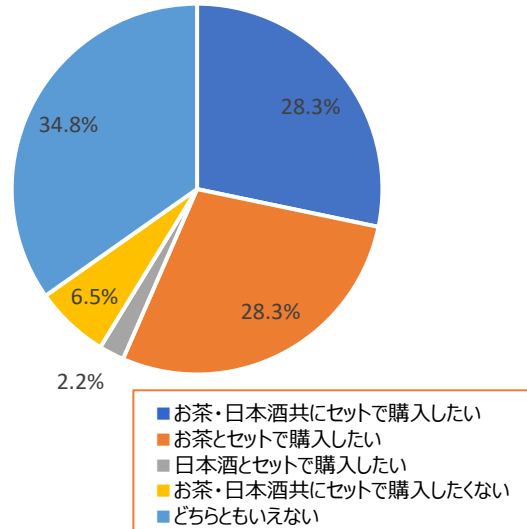
回答数：46件

販売価格：\$35

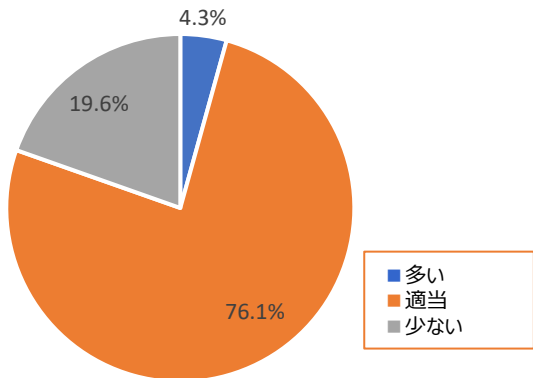
お召し上がりになられた食品の「味」について5段階でご評価ください。  
(※5：とても美味しい / 1：美味しくない)



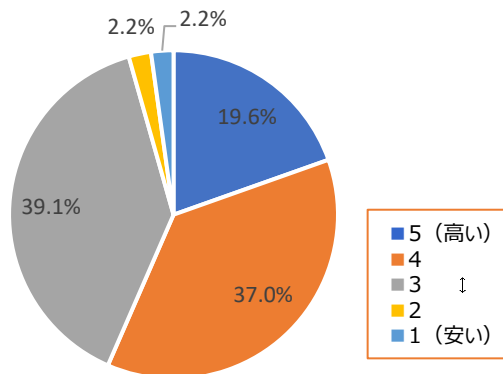
このパッケージ商品にお茶と日本酒をセットにした場合、購入したいですか？



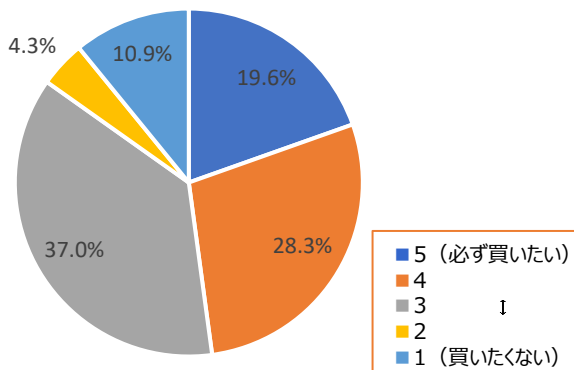
お召し上がりになられた食品の「内容量」について3段階でご評価ください。



お召し上がりになられた食品の「価格」について5段階でご評価ください。  
(※5：高い / 1：安い)



通販サイトにて購入したいと思いますか？  
(※5：必ず買いたい / 1：買いたくない)



- 美味しいです！
- ありがとうございます。

## シンガポールテストマーケティング アンケート結果

## No7.京野菜のおばんざいセット

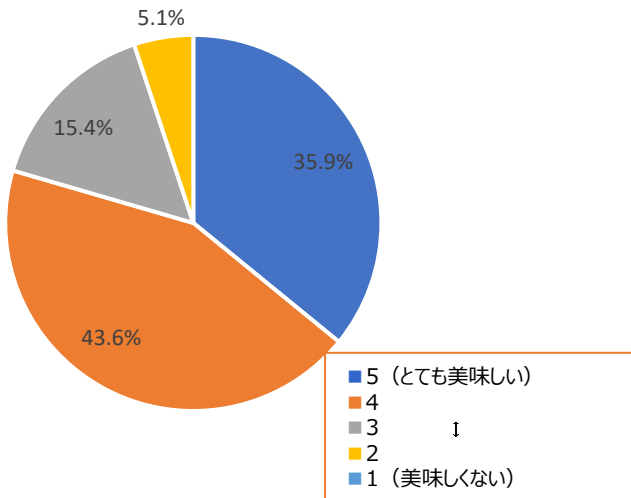


試食：あり

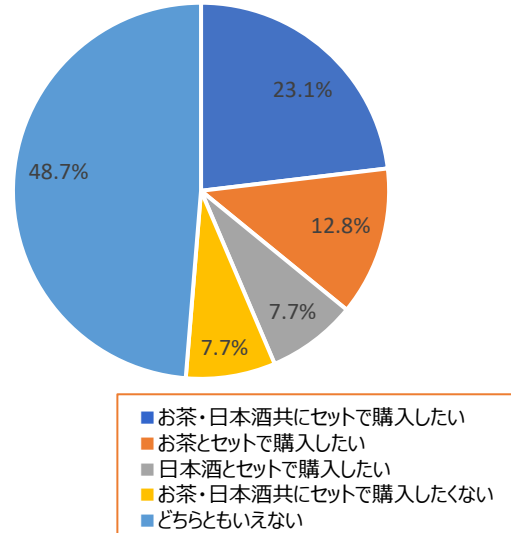
回答数：39件

販売価格：\$70

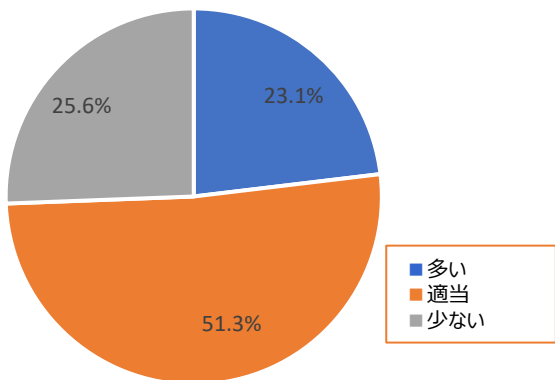
お召し上がりになられた食品の「味」について5段階でご評価ください。  
(※5：とても美味しい / 1：美味しくない)



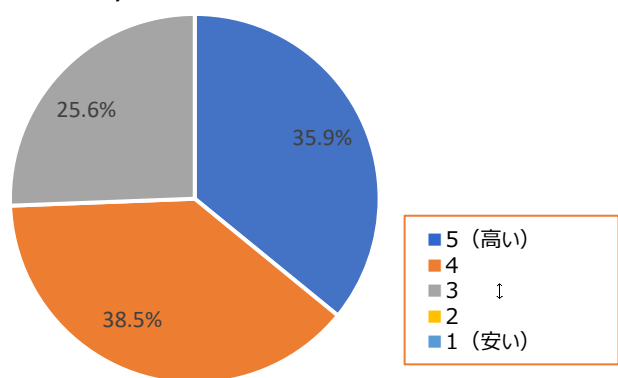
このパッケージ商品にお茶と日本酒をセットにした場合、購入したいですか？



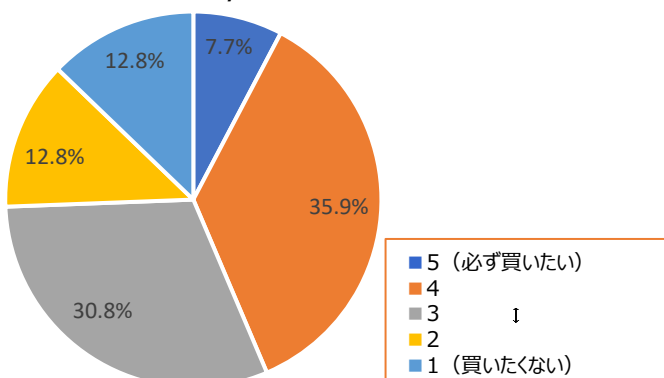
お召し上がりになられた食品の「内容量」について3段階でご評価ください。



お召し上がりになられた食品の「価格」について5段階でご評価ください。  
(※5：高い / 1：安い)



通販サイトにて購入したいと思いますか？  
(※5：必ず買いたい / 1：買いたくない)



ご感想や、お気づきな点があれば、ご記入ください。

- 少しよっぱいです。
- とても美味しいのですが、高すぎる気がします！
- とても良いです。
- 食べ物は美味しいので、適切な価格で購入を検討します。
- パッケージが4人で十分とした場合、70シンガポールドルが適正価格です。
- 京都は素敵な野菜で有名です。
- 高すぎるように思います。
- 価格が適正であれば、間違いなく商品を購入します。

## シンガポールテストマーケティング アンケート結果

## No8.山柿庵やま柿

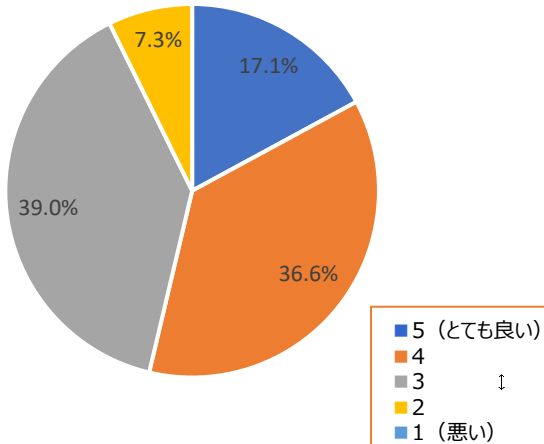


試食：なし

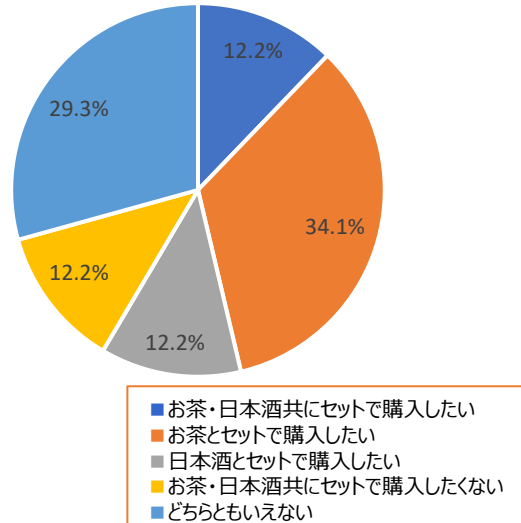
回答数：41件

販売価格：\$35

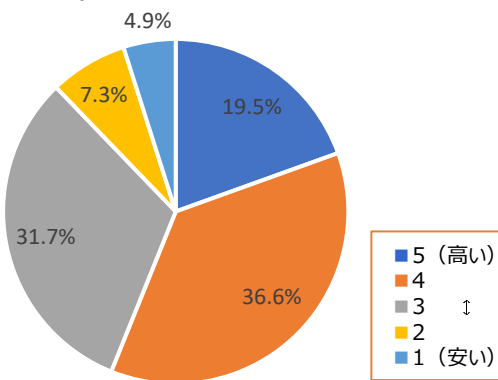
商品パッケージの「見た目」について5段階でご評価ください。  
(※5：とても良い / 1：悪い)



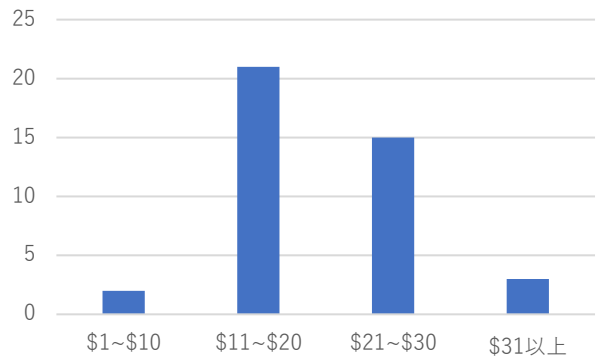
このパッケージ商品にお茶と日本酒をセットにした場合、購入したいですか？



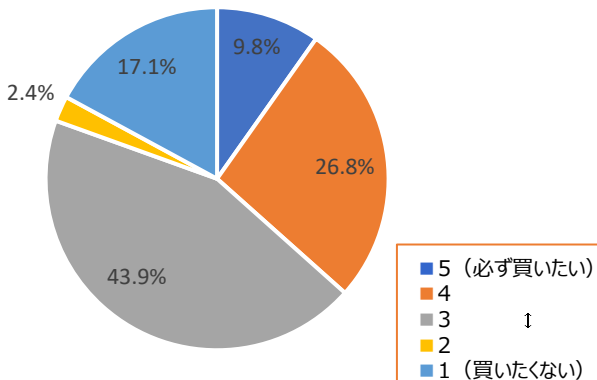
食品の「価格」について5段階でご評価ください。  
(※5：高い / 1：安い)



どのくらいの価格で購入したいと思いますか？ (SGD通貨でお答えください)



通販サイトにて購入したいと思いますか？  
(※5：必ず買いたい / 1：買いたくない)



ご感想や、お気づきな点があれば、ご記入ください。

- お茶は私にピッタリでした。
- 味については問題ありませんが、少し高いように思います。
- パッケージはさらに美しくできる様に思います。
- 柿が薄すぎます。厚みのあるスライスの方が食感と味に優れています。
- サイズが非常に小さく、シンガポール人に適しているはずですが
- 少し地味な様に感じました。
- パッケージは非常にシンプルに見えて、実は凝っているように思えました。
- 柿は薄切りです。

## 事後アンケート

# 食かけるプロジェクト2022

## 8ヶ国オンラインアンケート調査に関する報告書

～訪日旅行と日本食に関するアンケート～

2023年3月13日（月）

Fun Japan Communications

電話：03-4567-6329

メール：sales@fj-com.co.jp

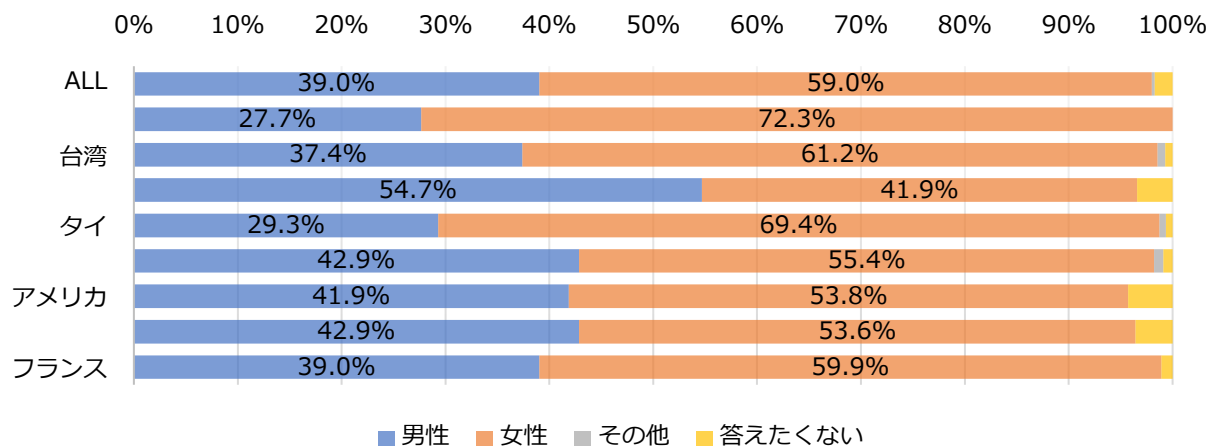
サンプル数：1053件

集計期間：2023年2月16日（木）～22日（水）

※全問必須回答のため、全ての質問の母数は同一

アメリカ	117	中国	112
タイ	157	台湾	139
豪州	112	香港	117
フランス	187	シンガポール	112

### Q1.回答者の性別



### Q2.回答者の年代

選択肢 (単一選択)	ALL (n=1053)	中国 (n=112)	台湾 (n=139)	香港 (n=117)	タイ (n=157)	シンガポール (n=112)	アメリカ (n=117)	オーストラリア (n=112)	フランス (n=187)
10代	0.4%	0.0%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.9%	1.1%
20代	2.9%	1.8%	1.4%	0.9%	2.5%	2.7%	3.4%	4.5%	5.3%
30代	18.1%	96.4%	7.2%	7.7%	5.7%	8.9%	7.7%	8.9%	13.9%
40代	19.4%	1.8%	33.1%	28.2%	16.6%	17.9%	10.3%	16.1%	25.1%
50代	27.4%	0.0%	33.8%	36.8%	40.1%	35.7%	25.6%	21.4%	21.9%
60代	23.8%	0.0%	19.4%	17.1%	30.6%	28.6%	32.5%	37.5%	23.5%
70代以上	6.2%	0.0%	2.9%	1.7%	4.5%	5.4%	17.9%	8.0%	8.6%
答えたくない	1.8%	0.0%	1.4%	7.7%	0.0%	0.9%	2.6%	2.7%	0.5%

## 事後アンケート&lt;オンラインアンケート&gt;

## Q3.過去の訪日回数

選択肢 (単一選択)	ALL (n=1053)	中国 (n=112)	台湾 (n=139)	香港 (n=117)	タイ (n=157)	シンガポール (n=112)	アメリカ (n=117)	オーストラリア (n=112)	フランス (n=187)
0回	18.7%	0.0%	3.6%	1.7%	12.1%	11.6%	47.0%	23.2%	41.2%
1回	11.5%	4.5%	4.3%	0.0%	8.9%	9.8%	16.2%	25.9%	19.8%
2回	12.3%	27.7%	3.6%	4.3%	10.2%	14.3%	12.8%	11.6%	15.5%
3回	9.8%	28.6%	9.4%	4.3%	10.8%	10.7%	3.4%	8.9%	5.3%
4回	6.0%	16.1%	1.4%	1.7%	12.7%	5.4%	4.3%	4.5%	2.7%
5回	6.3%	10.7%	9.4%	6.0%	8.3%	7.1%	1.7%	6.3%	2.1%
6回	4.6%	8.9%	6.5%	6.0%	3.8%	5.4%	1.7%	4.5%	1.6%
7回	2.8%	1.8%	3.6%	2.6%	4.5%	7.1%	0.9%	0.9%	1.6%
8回	3.0%	1.8%	2.9%	10.3%	3.2%	6.3%	0.0%	0.0%	1.1%
9回	1.2%	0.0%	2.2%	0.9%	3.2%	2.7%	0.0%	0.0%	0.5%
10回以上	23.7%	0.0%	53.2%	62.4%	22.3%	19.6%	12.0%	14.3%	8.6%

全体では、8割の回答者が訪日経験が1回以上ある。訪日経験がない2割の内、国別に見ると、日本から地理的に遠いアメリカとフランスは訪日回数が0回の回答者が4割であった。一方、台湾と香港の回答者は、訪日回数10回以上が5割以上いた。

## Q4.新型コロナウイルス感染症拡大後、食に関する意識の変化

## 4. 新型コロナウイルス感染症拡大後、食に関する意識にどのような変化がありましたか？(最大3つまで)

選択肢 (複数選択)	ALL (n=1053)	中国 (n=112)	台湾 (n=139)	香港 (n=117)	タイ (n=157)	シンガポール (n=112)	アメリカ (n=117)	オーストラリア (n=112)	フランス (n=187)
食事の品質を重視するようになった	32.2%	49.1%	30.9%	35.9%	33.8%	34.8%	22.2%	21.4%	30.5%
健康的な食事を重視するようになった	30.4%	44.6%	19.4%	19.7%	35.0%	43.8%	33.3%	17.9%	30.5%
栄養の摂れる食事を重視するようになった	23.9%	48.2%	19.4%	21.4%	39.5%	28.6%	24.8%	11.6%	5.3%
食材・メニューの背景にある文化やストーリーを重視するようになった	20.3%	38.4%	20.1%	23.9%	12.1%	23.2%	14.5%	13.4%	20.3%
サステイナブル(環境や人々の暮らしに配慮した持続可能)な食事を志向するようになった	18.0%	27.7%	21.6%	20.5%	15.9%	20.5%	13.7%	16.1%	12.3%
食事にかかる予算を削減するようになった	11.7%	26.8%	2.9%	2.6%	10.8%	10.7%	16.2%	12.5%	12.8%
その他	2.0%	2.7%	2.2%	1.7%	1.3%	0.9%	4.3%	1.8%	1.6%
新型コロナウイルス前後で特に意識に変化はない	36.7%	1.8%	48.9%	43.6%	26.1%	31.3%	41.9%	52.7%	43.3%

「食事の品質」「健康的な食事」「食材・メニューの背景にある文化やストーリー」を重視するようになったという回答が多い一方で、食事にかかる予算を削減(節約志向)する回答者は少なかった。多くの国では半数近くが、特に意識に変化を感じていなかった。

## 事後アンケート&lt;オンラインアンケート&gt;

## Q5.日本食の魅力

5. あなたの考える日本食の魅力は何ですか？(最大3つまで)

選択肢(複数選択)	ALL (n=1053)	中国 (n=112)	台湾 (n=139)	香港 (n=117)	タイ (n=157)	シンガポール (n=112)	アメリカ (n=117)	オーストラリア (n=112)	フランス (n=187)
美味しい	50.8%	24.1%	43.2%	51.3%	45.2%	46.4%	67.5%	50.0%	69.5%
食材が新鮮	46.7%	38.4%	36.0%	71.8%	50.3%	58.9%	50.4%	49.1%	29.9%
地域の風土に根付いた郷土料理がある	46.0%	28.6%	57.6%	34.2%	38.9%	49.1%	43.6%	58.0%	53.5%
見た目・盛り付けが綺麗	38.8%	23.2%	41.7%	28.2%	23.6%	44.6%	53.8%	60.7%	39.6%
日本産の地域の食材	31.7%	33.9%	59.7%	68.4%	43.9%	26.8%	2.6%	8.9%	11.2%
栄養バランスが良い	20.8%	37.5%	5.0%	7.7%	28.0%	27.7%	27.4%	19.6%	17.1%
自国では食べられない目新しさがある	16.0%	28.6%	17.3%	14.5%	16.6%	11.6%	9.4%	9.8%	18.7%
サステナブル(環境や人々の暮らしに配慮した持続可能な食事)である	12.0%	33.0%	12.2%	6.8%	15.9%	8.9%	14.5%	8.9%	1.1%
その他	1.3%	0.9%	0.7%	0.0%	1.3%	1.8%	3.4%	1.8%	1.1%
日本食に特に魅力を感じていない	0.2%	0.0%	0.7%	0.0%	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

全体では「おいしい」「食材が新鮮」「郷土料理があること」へ魅力を感じる回答者が多かった。台湾・香港の回答者は他国と比べて「地域の食材」に魅力を感じている一方、「栄養バランスの良さ」は求めていない傾向が見られた。欧米豪は「地域の食材」へ魅力を感じている割合は低い「美味しさ」に特に魅力を感じている傾向が見られた。

## Q6.日本の食・食文化に関して今後知りたい情報

6. 日本の食・食文化に関して今後知りたい情報を教えてください。(最大3つまで)

選択肢(複数選択)	ALL (n=1053)	中国 (n=112)	台湾 (n=139)	香港 (n=117)	タイ (n=157)	シンガポール (n=112)	アメリカ (n=117)	オーストラリア (n=112)	フランス (n=187)
日本旅行中に食・食文化を楽しむモデルルート	43.6%	21.4%	58.3%	47.9%	69.4%	50.9%	24.8%	42.9%	29.4%
地域の郷土料理に関する情報(味、食材、食べ方等)	39.6%	25.0%	40.3%	33.3%	35.0%	40.2%	36.8%	42.9%	55.1%
地域の食文化・歴史、ストーリー	33.9%	32.1%	28.1%	28.2%	22.9%	41.1%	55.6%	43.8%	28.3%
日本で流行している料理、食事メニュー	26.7%	23.2%	33.8%	34.2%	30.6%	30.4%	34.2%	16.1%	15.0%
地域の人気店に関する情報	25.7%	20.5%	29.5%	29.9%	36.9%	29.5%	12.8%	23.2%	21.4%
地域の食・食文化体験コンテンツの情報	23.9%	23.2%	28.8%	26.5%	20.4%	25.0%	29.1%	24.1%	18.2%
季節や時節をとらえた旬な情報	22.4%	20.5%	16.5%	22.2%	24.2%	19.6%	23.9%	24.1%	26.2%
地域の食・食文化体験コンテンツの予約サイト情報	16.0%	19.6%	22.3%	39.3%	11.5%	10.7%	9.4%	8.9%	9.6%
地域の食品を購入できるECサイトの情報	15.1%	18.8%	13.7%	14.5%	10.2%	10.7%	16.2%	5.4%	26.2%
健康や栄養に関する情報	9.8%	24.1%	1.4%	3.4%	11.5%	12.5%	12.0%	7.1%	8.6%
日本の発酵食品に関する情報	8.2%	21.4%	6.5%	3.4%	1.3%	3.6%	8.5%	7.1%	13.4%
その他	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.8%	0.9%	0.9%	0.0%
特に知りたい情報はない	3.0%	0.0%	2.2%	0.9%	3.2%	1.8%	3.4%	8.9%	3.7%

「食・食文化を楽しむモデルルート」はアジア諸国の回答者に人気であった。アジア諸国では、同様の選択肢に回答が集める傾向にあるが、欧米豪では回答にユニークさが現れた。香港は他国と比較して「地域の食コンテンツの予約サイト情報」を知りたい回答者が多かった。

## 事後アンケート&lt;オンラインアンケート&gt;

## Q7. (2022年10月の訪日旅行再開を受け) 訪日旅行をする場合に行きたい・関心のある場所

7. (2022年10月の訪日旅行再開を受け、) あなたが今後訪日旅行をする場合、行きたい・関心のある場所を教えてください。(最大3つまで)

選択肢 (複数選択)	ALL (n=1053)	中国 (n=112)	台湾 (n=139)	香港 (n=117)	タイ (n=157)	シンガポール (n=112)	アメリカ (n=117)	オーストラリア (n=112)	フランス (n=187)
雪や花、海など、自然体験ができる都市	65.1%	42.0%	72.7%	82.1%	82.8%	64.3%	55.6%	50.9%	63.1%
城下町など古い日本の街並みが見られる都市	60.6%	31.3%	79.1%	73.5%	57.3%	63.4%	69.2%	65.2%	49.2%
東京、大阪、名古屋、京都など、ゴールデンルートの観光都市	49.2%	51.8%	38.1%	46.2%	45.2%	51.8%	56.4%	54.5%	51.9%
大都市ではない農山漁村地域	46.0%	36.6%	54.7%	41.0%	49.7%	50.9%	44.4%	52.7%	39.0%
テーマパークのある観光都市	13.0%	40.2%	7.2%	12.0%	11.5%	13.4%	4.3%	7.1%	11.8%
リゾートのある観光都市	11.0%	37.5%	10.1%	12.8%	9.6%	10.7%	4.3%	6.3%	3.2%
その他	6.6%	0.0%	5.0%	5.1%	3.8%	5.4%	12.8%	7.1%	11.2%

全体として「自然体験ができる都市」や「古い日本の街並みが見られる都市」に行きたい・関心のある回答者が多かった。「ゴールデンルート」と「農山漁村地域」への関心は同じ程度あり、特に台湾・タイでは農山漁村地域への関心の方が高かった。テーマパークやリゾートに関心がある回答者は全体的に少なかった。

## Q8. 訪日旅行の際、食事面で重視する点

8. あなたが今後、訪日旅行をする場合、食事面で重視する点を教えてください。(最大3つまで)

選択肢 (複数選択)	ALL (n=1053)	中国 (n=112)	台湾 (n=139)	香港 (n=117)	タイ (n=157)	シンガポール (n=112)	アメリカ (n=117)	オーストラリア (n=112)	フランス (n=187)
地域特有のメニューが提供されること	68.4%	46.4%	71.2%	65.8%	58.6%	79.5%	71.8%	75.0%	76.5%
地元の食材を利用していること	55.5%	27.7%	57.6%	65.8%	66.9%	43.8%	48.7%	64.3%	60.4%
旬の食材を利用していること	50.8%	26.8%	51.1%	66.7%	64.3%	46.4%	49.6%	55.4%	44.4%
安価であること	30.0%	21.4%	32.4%	33.3%	34.4%	40.2%	36.8%	24.1%	20.9%
日本特有の発酵食品が提供されること	13.8%	37.5%	6.5%	5.1%	5.1%	12.5%	10.3%	11.6%	21.9%
多様な食習慣 (ハラル、ビーガン、ベジタリアン、グルテンフリー等) に対応したメニューが提供されること	12.7%	33.9%	9.4%	6.8%	8.3%	8.0%	15.4%	17.9%	8.0%
希少価値の高い食材を利用していること	11.5%	41.1%	4.3%	10.3%	14.6%	8.9%	4.3%	3.6%	8.0%
その他	1.7%	0.0%	0.7%	0.0%	1.9%	1.8%	4.3%	3.6%	1.6%
訪日旅行中に食事面で特に重視する点はない	5.5%	0.9%	9.4%	9.4%	3.8%	7.1%	5.1%	3.6%	4.8%

全対象国において、「地域特有のメニュー」、「地元の食材」、「旬の食材」を重視する傾向があった。中国においては「発酵商品」、「多様な食習慣への対応」、「希少価値の高いメニュー」が重視される傾向にある。また、アメリカ・オーストラリアにおいては「多様な食習慣に対応したメニュー」、香港・タイでは「希少価値の高い食材」がほかの国と比べて重視されている。

## 事後アンケート&lt;オンラインアンケート&gt;

## Q9. 訪日旅行の際、体験したい食関連の体験コンテンツ

9. あなたが今後、訪日旅行をする場合、体験したい食関連の体験コンテンツを教えてください。(最大3つまで)

選択肢 (複数選択)	ALL (n=1053)	中国 (n=112)	台湾 (n=139)	香港 (n=117)	タイ (n=157)	シンガポール (n=112)	アメリカ (n=117)	オーストラリア (n=112)	フランス (n=187)
日本料理の調理体験	47.2%	34.8%	46.8%	50.4%	58.6%	33.0%	42.7%	50.9%	52.4%
地域の食文化・歴史の説明をガイドから聞く	42.7%	24.1%	51.1%	41.9%	33.8%	50.9%	55.6%	53.6%	36.4%
農業体験 (農産物の収穫体験)	33.6%	37.5%	38.8%	32.5%	52.9%	54.5%	18.8%	18.8%	17.6%
茶道体験	32.0%	37.5%	18.7%	12.8%	31.2%	29.5%	44.4%	33.0%	44.4%
日本酒の酒蔵見学	29.2%	33.9%	33.1%	38.5%	12.1%	23.2%	29.9%	33.0%	33.2%
醤油蔵、味噌蔵見学	23.5%	20.5%	20.9%	29.1%	19.1%	22.3%	18.8%	22.3%	31.6%
ウイスキー、ビール、ワインなどの工場見学	19.8%	22.3%	18.0%	31.6%	13.4%	15.2%	17.1%	28.6%	16.6%
漁業体験 (魚釣り、エサやり体験)	16.5%	34.8%	16.5%	23.1%	14.6%	14.3%	12.8%	8.0%	11.8%
その他	3.4%	0.9%	2.9%	3.4%	2.5%	0.9%	7.7%	2.7%	5.3%
特になし	5.2%	0.0%	6.5%	4.3%	6.4%	7.1%	6.0%	6.3%	4.8%

全体の回答として国別にばらつきが見られるが、「日本料理の調理体験」「地域の食文化・歴史の説明をガイドから聞く」は全体的に人気の傾向が見られた。また「農業体験」はタイとシンガポールの回答者、「茶道体験」はアメリカとフランスの回答者により人気の傾向が見られた。「日本酒の酒蔵見学」は「ウイスキー、ビール、ワインの工場見学」よりも人気の傾向にある。

## Q10. 訪日旅行を計画する際にインターネット検索で最も参考にする情報

10. あなたが今後訪日旅行を計画する場合、インターネットで検索するときに最も参考にする情報は何か？(最大3つまで)

選択肢 (複数選択)	ALL (n=1053)	中国 (n=112)	台湾 (n=139)	香港 (n=117)	タイ (n=157)	シンガポール (n=112)	アメリカ (n=117)	オーストラリア (n=112)	フランス (n=187)
公式ホームページの動画、写真	51.6%	31.3%	54.7%	45.3%	51.0%	62.5%	50.4%	64.3%	52.4%
公式ホームページの文章での情報	50.7%	34.8%	59.7%	56.4%	57.3%	42.9%	41.0%	55.4%	52.4%
個人が投稿する口コミサイトの情報	37.8%	26.8%	35.3%	40.2%	47.8%	44.6%	34.2%	45.5%	29.9%
個人旅行者が撮影した動画、写真	37.4%	42.0%	36.7%	45.3%	43.3%	39.3%	30.8%	36.6%	28.9%
個人が発信するブログなどの文章での情報	28.1%	28.6%	37.4%	46.2%	23.6%	19.6%	16.2%	21.4%	29.9%
インフルエンサーが撮影した動画、写真	18.3%	38.4%	16.5%	11.1%	17.8%	22.3%	17.9%	10.7%	15.0%
インフルエンサーの発信する文章での情報	11.6%	35.7%	18.0%	10.3%	11.5%	7.1%	4.3%	1.8%	6.4%
その他	5.1%	0.0%	4.3%	4.3%	0.6%	1.8%	11.1%	8.9%	9.1%
特に参考にするサイトはない	5.0%	0.0%	2.9%	5.1%	4.5%	6.3%	10.3%	2.7%	7.5%

全体として「公式ホームページ」の情報を訪日旅行の計画時に参考にする傾向が見られた。「個人の口コミ」や「旅行者が撮影した動画・写真」も同様に参考に行っている傾向があり、台湾・香港では「個人のブログでの文章」も他国と比べ参考にされている。また、中国では「インフルエンサー」の情報を参考にする傾向がある。

## 考察

- 日本の食体験の訴求、訪日旅行中に体験したいコンテンツについて (Q6.Q8.Q9参考)

Q6 (知りたい情報) の回答でも、「日本の食文化」、「地域の郷土料理」、「歴史やストーリー」を知りたい回答者が多く、

Q9「調理体験」、「地域の食文化・歴史をガイドから聞く体験」といった**実際に日本の食文化を自分の手で体験できるコンテンツ**が、酒蔵見学などのコンテンツよりも人気の傾向であることがわかった。

Q8 (食事面で重視する点) においても「地域特有のメニュー」、「地元の食材」が重視されていることから、

外国人観光客が**訪日旅行中に、日本の食文化、郷土料理、歴史を体験・知ることのできるコンテンツの拡充や認知拡大が重要**と推察できる。

- 各国における日本食に関する情報発信について (Q10参考)

「個人のブログ」、「インフルエンサー」が発信する情報を参考にする際は、**動画・写真**が注目される傾向にあるが、「公式ホームページ」が発信する情報を参考にする際は、**動画・写真と文章、両方**の回答割合がほぼ均等であることがわかった。これにより、**情報を発信する媒体によって、情報発信の内容(方法)を工夫する必要がある**と推察できる。

今回のアンケートにより、訪日外国人観光客が日本食に求めることを理解するためのキーワードとして、「地域」、「地元食材」、「郷土料理」が挙げられる。王道のゴールデンルートと並び、「**農山漁村地域**」、「**自然**」、「**古い町並み**」が人気の傾向にあることから、今後の**訪日旅行の際、“前記のような地域へ訪問し、食コンテンツを楽しみたい”という訪日外国人観光客のニーズがある、**と推察できる。

全体でみられる傾向と合わせて、国ごとに興味関心の高いコンテンツならびに、参考とするメディアも細かくは異なるため、本アンケート結果を参考にした“食コンテンツの造成”や“情報発信”を行っていくことが重要になると考えられる。

パンフレット

## パンフレット

## 食かけるプロジェクト「EAT! MEET! JAPAN」

日本には、食×芸術、食×歴史など食を通して出会い、知り、深く共感することのできる食体験がたくさんあります。訪日する方々にそのような食体験を提供し、日本の食への関心を持っていただいた後も海外の日本食レストラン等で再体験できる環境を整備するプロジェクトです。

## 食かけるプライズ

日本各地の食の魅力伝える食と農業産物が組み合わされた食体験を募集・選定し、国内外に発信します。  
<令和4年度10事例選定>



食かけるプロジェクト公式ページ



## 食体験の磨き上げ

選定された事例について、付加価値を高め、持続可能な取組となるように、フードツーリズムの専門家によるアドバイスを行います。



農林水産省公式ページ



## 情報発信・食体験の提供

欧米向けのプロモーションの動画、パンフレット作成、英語のWEBサイトをはじめ、EAT! MEET! JAPANのアmbassadorと連携した情報発信を行い、認知拡大に向けた支援をします。



EAT! MEET! JAPAN 公式ページ

Google Arts and Culture  
農林水産省ページ

## 再体験の環境整備

訪日経験のある方々を中心に海外における日本食レストラン、日本産食材取扱店、植境ECサイト等の情報提供を実施します。

EAT! MEET! JAPAN  
公式インスタグラムFind your favorite  
Taste of Japan

EAT! MEET! JAPAN



授賞式の様子

授賞式の様子



海外向けプロモーション



受賞体験への参加

## 総評・来年度の取り組みについて

## 令和5年度の取組方針（案）

### 1 趣旨

- (1) 昨年10月にコロナ対策の水際措置が大幅に緩和されたこと、また、本年12月に「和食」のユネスコ無形文化遺産登録10周年を迎えることも踏まえ、政府が掲げるインバウンド消費5兆円超の速やかな達成を目指し、インバウンド誘致の促進に取り組む。
- (2) 昨年12月に改訂された「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」においても、インバウンド再開への対応も盛り込まれ、「インバウンド観光の再開を契機とした訪日外国人への日本の食や食文化の理解・普及を図ることにより、日本の農林水産物・食品の輸出市場とインバウンド消費を拡大する取組を支援する」ことが記載されている。
- (3) これらを踏まえ、本事業においては、引き続き、輸出につながり、かつ、訪日外国人が関心を持つような、日本の食と異分野が組み合わせられた魅力的な食体験を募集・選定し、磨き上げ・プロモーションを行うとともに、帰国後の再体験の提供に向けた取組への支援を行うこととする。

### 2 来年度の取組方針

- (1) 引き続き「食かけるプライズ」を実施し、ストーリー性があり魅力的で、かつ、輸出につながる食体験の掘り起こしとプロモーション、輸出に向けた支援を行う。
- (2) 訪日外国人の帰国後の再体験（輸出）の提供を促進するため、「商品（モノ）」に着目し、地域の食文化を伝える商品を募集し、輸出向けに磨き上げ支援を行う新たなプロジェクトを開始する。

## 来年度の取り組みについて

		全体スケジュール				食かけるプライズ			輸出商品化プロジェクト		農泊事業		
		推進委員会	情報発信	販売	効果検証	審査	磨き上げ	バーチャルトリップ	選定	輸出	情報発信		
2023年	4月		● SNS 情報発信			● 応募準備(4月上旬)			● 応募準備(4月上旬)				
	5月	● 委員会書面案内				● 応募要項作成・HP作成 [5月上旬～6月下旬]			● 応募期間 [4月下旬～6月下旬]			● SNS 投稿(週に1～2回)・月に1回レポート提出・投稿内容打ち合わせ	
	6月											● 動画制作(前半)	
	7月					● 1次審査 [7月上旬～7月下旬]			● 1次審査 [7月上旬～7月下旬]		● 輸出商談(商談会の参加)など支援		
	8月	● 委員会(最終審査会)	● WEBSITE作成				● 最終審査 [8月中旬]		● 最終審査 [8月中旬]		● 輸出に対する専門家の派遣		
	9月		● WEBSITE作成準備			● 結果発表プレスリリース [9月中旬]		● バーチャルトリップの実施	● 結果発表プレスリリース [9月中旬]				
	10月	● 授賞式・交流会	● 実制作	● 予約販売開始	● 受賞者との調整		● 磨き上げ					● 動画制作(後半)	
	11月						● 動画制作						
	12月		● 海外情報発信		● 予約販売システム調整・予約販売開始								
	2024年	1月				● 効果検証開始							
		2月	● 委員会										
		3月											

3月15日 事業終了

**【委託実施事業者】****会社名 : 株式会社JTB****【委託実施事業担当者】****会社名 : 株式会社JTB 霞が関事業部****住所 : 〒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****電話 : 03-6737-9263****F A X : 03-6737-9264****担当者 : 猪鼻 高志**