

大阪府政策企画部成長戦略局成長戦略担当 御中

# 国際的な食のイベント企画運営業務 実施報告書

株式会社 博報堂

---

## 目次

1. Osaka Culinary Immersion  
～天下の台所・大阪の食文化に没入する～
  - P.3 背景・目的
  - P.4 プロジェクト構成
  - P.5 招聘ゲスト一覧
  - P.7 エクスカーション
  - P.20 ワークショップ / ラウンドテーブル
  - P.38 シンポジウム
  - P.64 食における大阪府成長戦略アンバサダー任命式
  - P.65 メディアによる情報発信
  - P.72 パネリストによる発信
  - P.76 アンケート分析
  - P.94 まとめと今後の課題
2. 大阪の食と文化を楽しむ。体験型キャンペーン  
『Osaka Foodies Marathon/オオサカフードィーズマラソン』
  - P.101 事業目的
  - P.102 実施施策
  - P.104 参加者数
  - P.105 情報発信
  - P.127 参加者の声
  - P.128 参加店舗の声
  - P.129 アンケート結果の分析
  - P.134 本施策の結果
  - P.135 課題
  - P.136 得られた示唆と本施策の活用について
3. 事業の継続性・出口戦略について
  - P.138 来年度以降の将来プラン

# Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する

---

Osaka Culinary Immersion  
～天下の台所・大阪の食文化に没入する～

## 背景・目的

---

大阪は古来より日本各地の豊かな食材が行き交う場所であり、北前船で運ばれた北海道の昆布は日本料理を支える「出汁」となり、大阪の食文化の礎を築いた。瀬戸内海に面した豊かな漁場や「なにわ伝統野菜」、灘・池田・伊丹の銘酒など、地理的・歴史的条件が重なり「天下の台所」としての地位を確立した。

良質な素材を活かす薄味の出汁文化は大阪人の繊細な味覚を育み、料理人や職人が技を磨き続ける土壌を生んだ。伝統を守りながら革新を重ねる姿勢こそが、大阪の食文化の真髄である。

一方で、大阪の食は「たこ焼き」「お好み焼き」といったイメージに留まりがちである。しかしその実、ミシュラン掲載店舗数は世界4位を誇り、老舗から若手まで多彩な料理人や生産者が新しい挑戦を続けている。

本プロジェクトは、こうした大阪の食文化の奥行きと創造性を国際的な視点から再評価し、その魅力を国内外へ広く発信・周知することを目的に、世界のトップシェフやフードジャーナリストを招聘し、現場訪問と交流を通じて新たな価値と可能性を探るものである。

## プロジェクト構成

本プロジェクトは、海外から有識者を招聘し、

①エクスカージョン、②ワークショップ / ラウンドテーブル、③国際シンポジウム

の3つの取り組みで構成される国際交流を軸とした総合的な食文化発信プロジェクトである。

### 海外有識者招聘

海外トップシェフ招聘による国際的  
評価の獲得

世界で活躍する料理人やフード  
ジャーナリストを大阪に招聘し、現地  
の食文化を実際に体験・評価して  
もらうことで、大阪の食の価値を国際  
的視点から再発見した。

### エクスカージョン

生産現場との対話が生んだ信頼と  
発見

なにわ伝統野菜の農園、老舗調味  
料製造元、地酒蔵などを巡り、生  
産者と直接対話を実現。地域の  
“手仕事”に宿る誇りと革新の姿勢  
を共有した。

### ワークショップ/ラウンドテーブル

現場と世界を結ぶ小さなテーブルが  
生む新たな知

招聘ゲストと地元の生産者・シェフ・  
研究者が、テーマ別ラウンドテーブルで  
直接議論。国際的な課題意識を共  
有し、地域の食文化の未来像をとも  
に描いた。

### 国際シンポジウム

国際シンポジウムで食文化の未来を  
共有

海外の一流シェフや有識者が、大阪  
で得た体験と洞察をもとに、国際市  
場における大阪の食文化の発展可  
能性を議論した。

## 招聘ゲスト一覧

## Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する

### 招聘ゲスト#1



**アンドレ・チャン氏**  
(André Chiang)

アジアを代表するトップシェフ  
シンガポール「Restaurant André」で  
ミシュラン2つ星獲得（2016年）現在は  
2025年後半にRaffles Hotel Singapore  
で新レストランを準備中。



**ディラン・ワトソン・ブラウン氏**  
(Dylan Watson-Brawn)

ベルリン「Ernst Cave」オーナーシェフ「世界  
のベストレストラン50」選出（2023年）。  
ベルリン初の酒蔵を併設したレストランを  
運営。



**リーン・アル・ザーベン氏**  
(Leen Al Zaben)

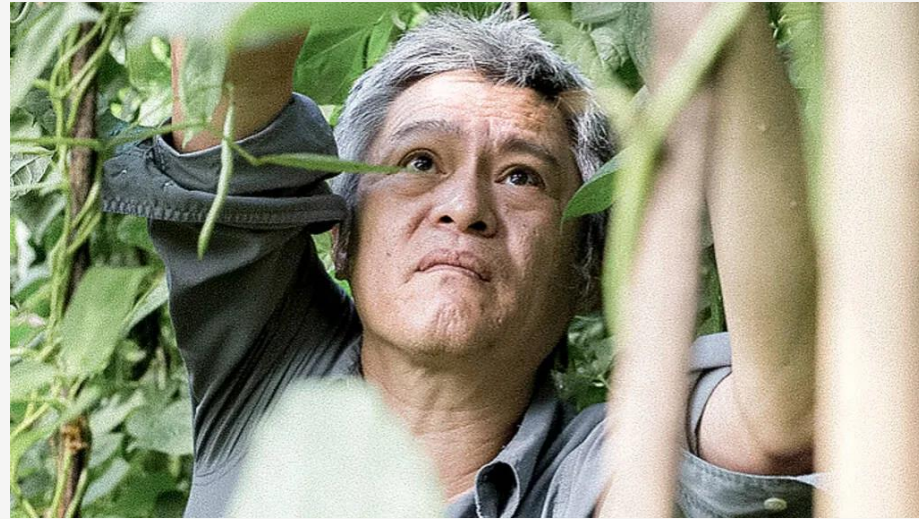
料理起業家。MENA版「世界のベストレ  
ストラン50」チエアマン。レバント地域の食  
文化発信を牽引。

## 招聘ゲスト一覧

## Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する

### 招聘ゲスト#2



**ピート・テオ氏**  
(Pete Teo)

マレーシアのマルチアーティスト。  
農園レストラン「a little farm on the hill」  
オーナー。映画『Ghost in the Shell』  
(2017年) 出演。



**高田裕介氏**  
(Yusuke Takada)

「La Cime」(大阪) オーナーシェフ。  
ミシュラン二つ星。大阪から唯一「世界の  
ベストレストラン50」選出。



**仲山今日子氏**  
(Kyoko Nakayama)

フードジャーナリスト。国内外レストランア  
ワード審査員。CNN、CHANNEL NEWS  
ASIAなどで解説。

## エクスカージョンの概要

Osaka Culinary Immersion  
天下の台所・大阪の食文化に没入する

Day 1：9月22日（月）

### 1. 北摂エリア

#### 平野ファーム

（吹田市／なにわ伝統野菜・100年以上の歴史）

#### 能勢 日本料理 新

（能勢町／地元野草とジビエの古民家レストラン）

#### 秋鹿酒造

（能勢町／無農薬自社米による純米酒）

#### 箕面ビール

（箕面市／革新的クラフトビール）

### 2. 南大阪エリア

#### カタシモワイナリー

（柏原市／聖武天皇時代から続くブドウ栽培）

#### Viteraska

（羽曳野市／世界遺産白鳥陵古墳を望む築150年の家屋）

#### 藤井刃物製作所

（堺市／明治創業4代続く刃物製造）

#### やまつ辻田

（堺市／絶滅危惧国産唐辛子）

#### なにわ料理 有

（大阪市／なにわ割烹の名店）

Day 2：9月23日（火・祝）

### こんぶ土居

（大阪市／1903年創業、世界のシェフが信頼する昆布専門店）

## エクスカーションの様子(南大阪)

## Osaka Culinary Immersion 天下の台所・大阪の食文化に没入する



### カタシモワイナリー

代表の高井氏による関西弁と英語を交えた活気あるストーリーは、即座に海外のゲストたちを魅了し、また100年守られてきたぶどうや、新しく開発されたばかりだという「虹の雫」など、多種多様なぶどうが植えられた畑では、一粒一粒味わいながら、感嘆の声が上がった。また、ワインのテイastingでは「大阪の人々にアピールするワイン」を作ることへの強い思いを高井氏から聞き、共感を表すとともに、出汁や味噌に合う軽めの赤ワイン醸造についても、強い興味を示した。伝統を守り継承するだけでなく、氷や炭酸飲料と混ぜて楽しむ新しいスタイルの開拓に対しアンドレ氏やリン氏も、幾つもの質問を投げかけていた。



### 理解

- 100年以上続く歴史的ぶどう栽培地域の価値
- 「大阪の人々にアピールするワイン」という地域密着型アプローチ
- 出汁や味噌に合う軽めの赤ワインという独自の開発方向
- 氷や炭酸飲料と混ぜる新しい楽しみ方の提案
- 4代にわたる家族経営の継承

### 課題

- 日本ワインの国際的認知度向上
- 大阪ワインの独自性の確立とブランディング
- 伝統的なワイン文化と新しい飲み方のバランス
- 都市化による栽培環境への影響

## エクスカージョンの様子(南大阪)

## Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する



### Viteraska

世界遺産の白鳥陵古墳を望む築150年の日本家屋は、元々塩野シェフの祖父の実家で、リン氏は「完璧なロケーション」だと感嘆の声をあげた。河内鴨や無花果など、多くの地元食材を使ったイタリアンは見た目も軽やかで美しく、幾つもの質問をシェフに投げかけながら味わっていた。特に、南大阪のソウルフードである「油かす」を、イタリアンのパスタにアレンジしたシェフのアイデアと技には大きく驚きを示した。塩野シェフは、世界的な食のプロフェッショナルを前にとっても緊張したが、大きな学びがあったと語っていた。



### 理解

- 築150年の日本家屋という歴史的建造物の活用
- 世界遺産（白鳥陵古墳）との一体的な地域価値の創出
- 地元食材（羽曳野産レーズン・イチジク、河南町アワビタケ、河内鴨）の創作イタリアンへの応用
- 歴史的環境と現代的料理の融合
- 地域の文化遺産と食体験の組み合わせ

### 課題

- 歴史的建造物の維持管理コスト
- 地元食材の安定供給体制
- アクセスと認知度の向上
- 伝統食材の新しい価値の国際的発信

## エクスカージョンの様子(南大阪)

## Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する



### 藤井刃物製作所

現在は4代目が代表をつとめる刃物の工房に、10代と20代の職人が多く働いていることに、驚きの声があがっていた。後継者不足に悩む事業者が多い中で、包丁を作る若い職人に、その経緯などを聞いていた。微妙な感覚に頼って完璧な仕上げを実現する様子を見学し、新聞紙を使ってその切れ味も実感した。どのように、堺の包丁の魅力を世界に発信するのが良いか、どのようなストーリーが有効か、アンドレ氏とリン氏の気づきが共有された場となった。

### 理解

- 1910年創業の伝統的包丁製造技術
- 職人の微妙な感覚に頼る熟練技術の価値
- 砥石やバフを使った刃先加工の芸術性
- 堺の包丁が世界的に評価される理由
- 手作業による高品質製品の優位性

### 課題

- 熟練職人の高齢化と技術継承
- 大量生産品との差別化とブランド価値の維持
- 海外市場への効果的なストーリーテリング
- 若手職人の育成と確保
- 伝統技術のデジタル記録と保存

## エクスカージョンの様子(南大阪)

## Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する



### やまつ辻田

店主の辻田氏は、英語教師として活躍した時期があり、流暢な英語を交えながら、詳しく山椒、柚子胡椒、七味などのスパイスの特徴と歴史を解説した。寿司、すき焼き、漬物、アイスクリームなどにスパイスを合わせた試食が複数用意されており、アンドレ氏もリン氏も、まずはその香りの鮮烈さに驚きの表情を見せた。和のスパイスの可能性について、アンドレ氏とリン氏は強い興味関心を示し、世界の料理においてもどのように活かせるか、様々なアイデアが生まれた場にもなった。

### 理解

- 1902年創業の和風香辛料専門店の歴史
- 堺鷹の爪など、絶滅危惧種の国産唐辛子の保護活動
- 山椒、柚子胡椒、七味などの日本スパイスの多様性
- 寿司からアイスクリームまで幅広い応用可能性
- 4代目による国産スパイスの伝道活動
- 伝統的スパイスの特徴と歴史の体系的な知識

### 課題

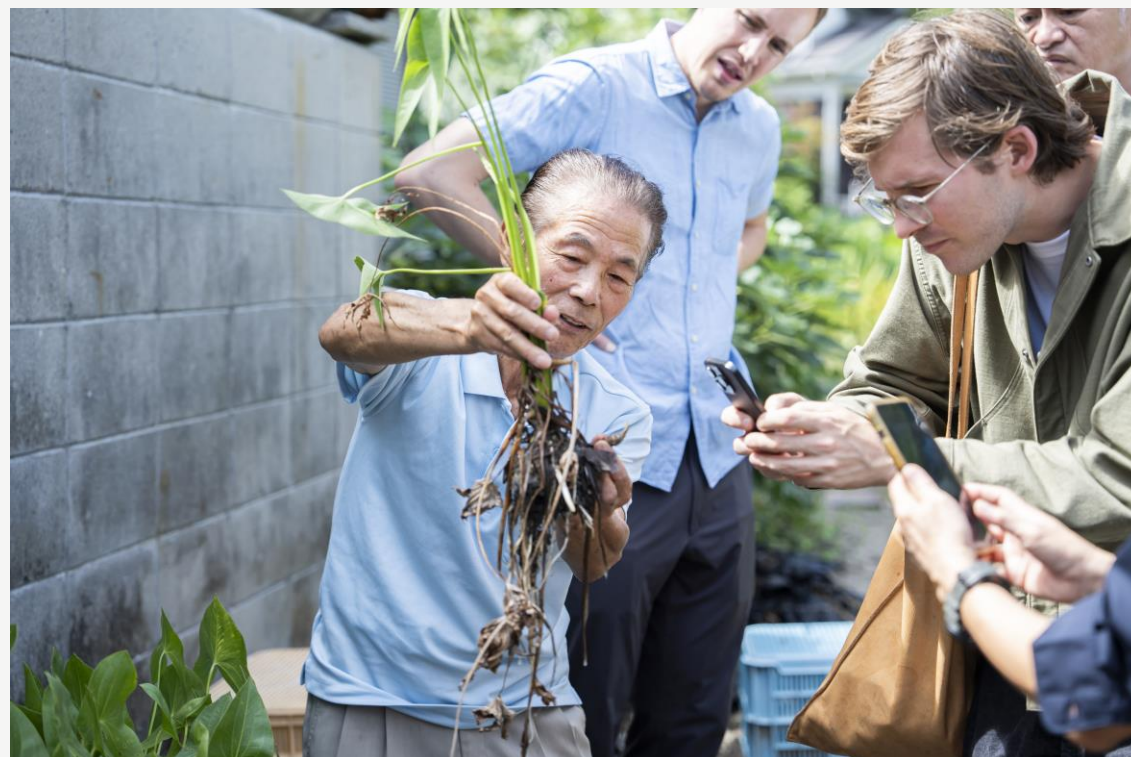
- 絶滅危惧種唐辛子の栽培継続と拡大
- 国産スパイスの生産コストと市場価格
- 日本産スパイスの国際的認知度向上
- 伝統的調合レシピの継承と革新のバランス
- 若い世代への日本スパイス文化の普及



## エクスカージョンの様子(北大阪)

## Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する



### 平野ファーム

平野ファームでは、農園レストランを展開しているピート氏および、ドイツで営業しているレストランで使う野菜を30ヶ所ほどの農園から送ってもらっているディラン氏が、大きな興味と共感を持って話を聞いた。

平野氏が学者や地方自治体と協力して、難波葱、金時人参、吹田くわいなどの伝統野菜を復活させた経緯を説明すると、ディラン氏は「地域農業を次世代に継承する努力」に大きく共鳴した。自身もドイツで農業中心のコミュニティ活動を組織している。

### 理解

- 100年以上続く伝統野菜の栽培技術と保存活動
- 学者や地方自治体との協働による在来種の復活
- 難波葱、金時人参、吹田くわいなどのなにわ伝統野菜の価値
- 複合的な農業（野菜、果樹、家禽）による持続可能な経営
- 農業遺産を次世代に継承する重要性
- 都市近郊でも伝統農業が可能であること

### 課題

- 都市化の進展の中での農地の維持
- 次世代への技術と知識の継承
- 伝統野菜の市場価値の向上
- 都市住民と農業のつながりの強化

## エクスカージョンの様子(北大阪)

## Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する



### 能勢 日本料理 新

中井健シェフのアプローチは、地域の豊富な食材（近隣の山で採取した季節の野菜、近くの川の鮎やスッポン）にスポットライトを当てており、ピート氏、ディラン氏は、シェフの哲学である直感を活かしつつ、地元食材を通じて、川や山、植物など能勢の風景を表現していることに、強く心を動かしていた。

### 理解

- 地域の食材を最大限に活かした料理の可能性
- 山菜、鮎、スッポンなど地域特有の食材の豊富さ
- 国際的経験を持つシェフによる地域食材の表現
- 直感を活かした料理アプローチ
- 田園風景と食の一体的な体験価値

### 課題

- 地域食材の安定供給と季節性への対応
- 都心部からのアクセスの改善
- 地域レストランの国際的認知度向上
- 地元食材のストーリーテリング強化

## エクスカージョンの様子(北大阪)

## Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する



### 秋鹿酒造

秋鹿酒造ではディラン氏とピート氏が酒造の方に詳しく酒造りについて聞いた。旨味の強い純米酒を専門とし、1886年から自社栽培米で農薬・化学物質を完全排除した自社栽培米で日本酒を醸造しており、また、酒造りの副産物を堆肥化し、13ヘクタールの水田の肥料に使用していることなどの説明を受けた。ピート氏は特に無農薬の米栽培、ディラン氏は麴の特徴や酒の搾り方について何度も質問し、深い興味関心を示した。ディラン氏はベルリン初の酒蔵を開業したこともあり、秋鹿酒造の全ラインナップを試飲した。

### 理解

- 1886年から続く自社栽培米による酒造りの哲学
- 農薬・化学物質を完全排除した持続可能な生産
- 酒造りの副産物を堆肥化する循環型農業
- 純米酒の強い旨味を引き出す伝統技術
- 7代にわたる家族経営の知識継承
- 何も無駄にしない生産システム

### 課題

- 伝統的酒造りの技術継承
- 国際市場での純米酒の認知度向上
- 農薬不使用栽培のコスト管理
- 海外市場への効果的な輸出体制

## エクスカージョンの様子(北大阪)

## Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する



### 箕面ビール

日本の地域におけるクラフトビールの先駆である箕面ビールは、クラフトビールの発展に寄与するだけでなく、地域にも大きく貢献している。ピート氏は、醸造所を経営されている姉妹に対し、販路や海外PRについて質問し、ビールの質を保つため、海外への販売は限定的で、クオリティファーストを徹底していることに感心していた。

### 理解

- 1994年の規制緩和を機にした地域クラフトビールの発展
- 家族経営から地域代表ブランドへの成長プロセス
- 年間50万リットル生産規模でも地域性を保つ経営
- 地域環境（柚子など）からインスピレーションを得た商品開発
- 創業者の娘たちによる事業継承の成功例
- 世界のビールファンを魅了する多様なラインナップ

### 課題

- 規模拡大と品質・地域性維持のバランス
- 国際市場でのブランド認知度向上
- 次世代への経営継承の持続
- 地域素材を活かした新商品開発の継続



## エクスカーションの様子(大阪市内)

## Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する



### なにわ料理 有

ラシームの高田裕介シェフを中心に、有の主人である古池氏との会話を楽しんだ。特にディラン氏にとっては割烹は初めての体験で、懐石スタイル以上に大阪の食文化を味わい、理解することができるという強い関心を示した。大阪の割烹は世界で広く楽しまれるオープンキッチンスタイルの先駆けであり、その点を強く世界に発信するべきだ、という発言が多くの参加者からあがった。

### 理解

- 伝統的懐石料理を親密でカジュアルな雰囲気を提供する割烹スタイル
- 21世紀向けに再構築された料理スタイルの可能性
- なにわ伝統野菜と大阪湾の海鮮の活用
- 正統派技術と想像力豊かなプレゼンテーションの融合
- 驚きの味の組み合わせによる新しい食体験
- カウンター越しのシェフとの対話の価値

### 課題

- 伝統と革新のバランス
- 国際的な客への対応（言語、文化的背景の説明）
- 大阪の割烹文化の国際的認知度向上
- 予約システムと海外からのアクセス改善

## エクスカージョンの様子(大阪市内)

## Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する



### こんぶ土居

大阪こんぶミュージアムで歴史を学んだ後、昆布や椎茸など、様々な種類の出汁を味わい、自分でブレンドして楽しむテイスティングでは、すべての参加者が時間をかけて、いくつものブレンドを熱心に試していた。出汁を核とした大阪の食文化のストーリーは、多くの外国人の心を掴むだろうと、全ての参加者の意見が一致した。

### 理解

- 1903年創業の昆布専門店の専門性
- 昆布が大阪の食文化に不可欠な存在である歴史
- 旨味豊富な海藻の多様な用途（屋台料理からオートクイジーまで）
- 大阪昆布ミュージアムによる教育的アプローチ
- 昆布出汁の繊細な味わいの違い
- 海外トップシェフが求める高品質昆布の供給拠点

### 課題

- 昆布文化の国際的理解促進
- 出汁文化の言語化と伝達の難しさ
- 若い世代への昆布・出汁文化の継承
- 持続可能な昆布漁と品質維持
- 海外市場への効果的な輸出とブランディング

## エクスカージョン 訪問先フィードバック(サマリー)

海外招聘ゲストの受入れについて回答者の100%が「非常に満足」と回答。7割以上が今回の交流によって「非常に多くの示唆を得た」としている。将来、同様の取り組みの際の受入れに関しても、回答者の100%が「はい」と答えるなど、エクスカージョンにより国際交流の機会を得たことに高い満足度が見られる。海外での事業展開についても非常に意欲的かつ具体的な意向が伺える結果となった。

### 具体的にどのような示唆や気づきがあったか

- ・今回の大阪キュリナリーイマージョンで料理を提供し、海外のゲストがまだ「寿司」や「天ぷら」といった表層的な日本料理しか知らないことを実感しました。日本の里山に息づく文化や風土、自然との共生から生まれる本質的な日本料理の奥深さは、まだ十分に伝わっていません。私たちは、こうした“見えない日本”を食を通して伝えることに可能性を感じています。また、私たちが掲げる「ネオローカル」という考え（土地の記憶と現代の感性を結ぶ新しい日本料理）が世界でも受け入れられる手応えを感じました。
- ・他の人に自慢したくなる体験、知見、人に伝えたい感動を持ち帰ってもらうことが大切
- ・日本の生産物に対する興味や意識。海外でのメイドインジャパンの認知度

## エクスカージョン 訪問先フィードバック(サマリー)

Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する

### 2025 年大阪・関西万博を契機とした食文化発信について、どのような取り組みに関心があるか？

- ・大阪には「粉もん」という親しみやすい食文化のイメージがありますが、海外の方にとってはすでに馴染み深く、見た目の新鮮さや特別感が伝わりにくいと感じます。
- ・日本の古くから伝わる食文化、発酵や調味料などに関心がある。日本の漁業や林業の抱える問題に向き合い、限りある資源と生産者を守っていく事が大切だと感じる。
- ・「地域ならではのグルメ発信」「未来志向・サステナブル」「多文化対応」「会場外連携イベント」などがありましたが、「地域ならではのグルメ発信」に関心があります。

### 海外展開を進める上で、国や大阪府・市からどのような支援があれば有益か

- ・海外展示会・見本市への出展支援, 資金援助・補助金, マーケティング支援・輸出手続き・規制に関する情報提供・多言語対応支援
- ・貿易相手国の日本や大阪のことが大好きな方で、信頼できて実践力があり、熱心な方を紹介してほしい。その方の実績を表彰してほしい。ワインの騎士のようなイメージ。

## ワークショップ / ラウンドテーブルの概要

Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する

日時：9月23日（火・祝）13:00-16:10

会場：ウォルドーフ・アストリア大阪 ギャラリー

### ラウンドテーブル#1

世界の食のプロフェッショナルが見た大阪の食文化

#### 登壇者

ディラン・ワトソン・ブラウン氏

ピート・テオ氏

中澤敏郎氏（トップトレーディング 代表取締役）

野上杏奈氏（フードビジネスストラテジスト）

乾裕佳氏（大阪伝統野菜の海老芋を育てる乾農園 代表）

尾藤環氏（辻調理師専門学校食環境マネジメント概論 講師）

イリ・サーリネン氏（タイムアウト東京 副編集長）

#### モデレーター

仲山今日子氏

### ラウンドテーブル#2

大阪の食文化が世界市場で輝くための条件

#### 登壇者

アンドレ・チャン氏

リーン・アル・ザーベン氏

高田裕介氏

中村孝則氏（世界ベストレストラン50 日本評議委員長）

ジョナサン・マルボー氏（Grand Alliance CEO、法律家、起業家）

田中嘉一氏（大阪観光局 MICE政策統括官 兼 万博・IR推進

統括官）

辻田浩之氏（大阪府堺市、創業明治35年の老舗七味屋

「やまつ辻田」4代目当主）

#### モデレーター

仲山今日子氏

# ワークショップ/ラウンドテーブルの様子 (セッション1)

## Osaka Culinary Immersion 天下の台所・大阪の食文化に没入する



## ワークショップ/ラウンドテーブル セッション1 議論のポイント

---

### 世界の食のプロフェッショナルが見た大阪の食文化

- 大阪の食材、レストラン、食文化が新しい顧客にアピールする方法
- 大阪のプロモーション活動における必要な調整
- 生産者の個人的なストーリーを中心としたブランディングとストーリーテリングのアプローチ（ピート・テオ提案）
- 大阪独自の食材や地元生産者の独特な歴史的系譜を強調する必要性
- 家族経営農場のビジネスモデル転換：ファームステイ、体験型観光、アウトドアダイニングイベント、レストラン 事業への拡大
- インフラの実践的改善：冷蔵・冷凍農産物の倉庫を備えた物流ハブの開発（国際食品輸出を劇的に促進）

### 大阪の強みの明確化

参加者の合意：

「大阪独自の食材や地元生産者の独特な歴史的系譜を強調する必要性」

大阪ならではの要素を前面に出すべき

### 家族経営農場のビジネスモデル転換

乾裕佳氏とディラン・ワトソン・ブラウン氏の発言：

ファームステイ、体験型観光、アウトドアダイニングイベント、レストラン事業への拡大という具体的な機会を提示

### インフラ整備の重要性

中澤敏郎氏と尾藤環氏の発言：

「冷蔵・冷凍農産物の倉庫を備えた物流ハブの開発」

これにより「国際食品輸出を劇的に促進できる」という実践的な提案

# ワークショップ/ラウンドテーブルの様子 (セッション2)

Osaka Culinary Immersion  
天下の台所・大阪の食文化に没入する



## ワークショップ/ラウンドテーブル セッション2 議論のポイント

### 大阪の食文化が世界市場で輝くための条件

- 大阪の食文化が世界のガストロノミー市場のシェアを獲得する方法
- 大阪の明るく、陽気で、親しみやすいホスピタリティ（強みとして評価）
- エクスカーション参加者が最初から家族のように扱われた経験
- 地元の人々の陽気な性格が強み、言語の壁と多言語情報不足は、改善が必要な分野
- 大阪の高級ダイニングシーンが国際的にほとんど知られていない現状
- 伝統的な割烹料理などを宣伝するための効果的なナラティブの開発が必要
- 「日本の台所」の食文化に内在する自由、寛大さ、多様性をプロモーションの中心に据えるべき
- 高価値消費者への対応の必要性を認識しつつ、大阪の食シーンの民主的な性格を強調
- 極めて幅広い食を誰にとっても楽しく手頃な価格で提供する大阪の姿勢への賞賛

### 大阪のホスピタリティの強み

国際ゲストの評価：大阪の明るく、陽気で、親しみやすいホスピタリティ

### 認知度の課題

田中嘉一氏（大阪観光局）の発言：

「大阪の高級ダイニングシーンが国際的にほとんど知られていない、また、伝統的な割烹料理などを宣伝するための効果的なナラティブの開発が必要」

### 大阪らしさの発信

中村孝則氏と高田裕介氏の発言：

「『日本の台所』の食文化に内在する自由、寛大さ、多様性をプロモーションの中心に据えるべき」

## ワークショップ/ラウンドテーブルを通して見えた、魅力と課題

### 食の魅力

- 100年以上続く事業が多く、長期的な視点での事業継承が成功している
- 地域食材と伝統技術への深い理解とリスペクト
- 持続可能な生産方法への早期からの取り組み
- 家族経営による知識と技術の世代間継承
- 地域コミュニティとの強い結びつき
- 伝統を守りながらも革新を恐れない姿勢
- 親しみやすく陽気な大阪のホスピタリティ

### 課題

- |              |                                  |
|--------------|----------------------------------|
| 後継者問題と技術継承   | ： 高齢化する職人・生産者の技術をいかに次世代に継承するか    |
| 国際的認知度の低さ    | ： 高品質な製品・サービスが国際的にほとんど知られていない    |
| 言語とコミュニケーション | ： 多言語対応と文化的背景の説明不足               |
| ストーリーテリング    | ： 優れた歴史や技術があるが、効果的に伝える仕組みが不足     |
| インフラ整備       | ： 物流ハブなど国際展開のための基盤が未整備           |
| 都市化の影響       | ： 農地や伝統的環境の維持が困難                 |
| ブランディング      | ： 個別の優れた取り組みを統合した「大阪」ブランドの確立が必要  |
| アクセスと認知      | ： 郊外の優れた生産者・事業者への物理的・情動的アクセスが限定的 |
| 価格とコスト       | ： 伝統的手法や高品質維持のコストと市場価格のバランス      |
| 教育と普及        | ： 若い世代や海外への文化・技術の教育機会が限定的        |

## ワークショップ/ラウンドテーブル参加者フィードバック（サマリー）

本事業における国際交流プログラムの実施後、招聘ゲストおよび関係参加者を対象としてアンケート調査を実施した。調査は、①海外招聘ゲスト、②エクスカーション訪問先、③ワークショップ登壇者の3区分で実施し、プログラムの運営評価、体験満足度、今後への提言等を把握することを目的とした。

### 最も印象に残ったポイント

- ・サプライヤーや商社など、多様な視点を取り入れることで、業界全体の構造的な課題を俯瞰的かつ深く理解することができた  
（生産者）
- ・何事にもストーリーが 大事であること  
（生産者）

### ワークショップの改善点

- ・会場設定, 真剣に聞いている方がいる一方で何名か寝ている方がいらっしゃり、残念でした  
（生産者）
- ・テーマ設定, 参加者の 構成  
（生産者）

### 今後、議論すべきテーマ

- ・実行可能なアクション プランにどう落としこむか  
（生産者）
- ・家庭の味が失われつつ ある若い世代に、大阪の 伝統野菜をどう伝えていくか。海外の料理が入って きている日本で、日本食の魅力を国内外にいかにつたえるか。  
（生産者）

## ワークショップ/ラウンドテーブル発言録

Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する

### ワークショップ/ラウンドテーブル セッション1

日時 : 2025年9月23日 13:00 - 14:15  
テーマ : 世界の食のプロフェッショナルが見た大阪の食文化  
会場 : ウォルdorf・アストリア大阪 ギャラリー

### 【参加者】

ディラン・ワトソン・ブラウン氏 (Dylan Watson-Brawn) : シェフ (ベルリン「Ernst」)  
ピート・テオ氏 (Pete Teo) : 農園レストランオーナー (マレーシア「A Little Farm on the Hill」)  
中澤 敏郎氏 : トップトレーディング株式会社 代表取締役  
野上 杏奈氏 : フードビジネスストラテジスト  
乾 裕佳氏 : 乾農園 代表 (海老芋農家)  
尾藤 環氏 : 辻調理師専門学校 講師 (食環境マネジメント概論)  
イリ・サーリネン氏 (Ili Saarinen) : タイムアウト東京 副編集長  
モデレーター : 仲山 今日子氏 (フードジャーナリスト)

## Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する

### 1. 自己紹介と導入

中澤 敏郎：トpptレーディングの中澤といいます。輸出入食品の商社をやっています。輸出に関しましては、主にヨーロッパへ日本のこだわりの食材や調味料類を輸出しており、青果のゆず玉や鰹節を日本から初めてヨーロッパに輸出しました。輸出先は日本食レストランではなく、現地のレストランやパティシエの方々に使っていただくことが多く、向こうの料理に日本の食材を取り入れてもらうことをメインに取り組んでいます。最近ではオーストラリアや北米、アジアにも輸出を始めました。よろしくお願いします。

仲山 今日子（モデレーター）：先ほど打ち合わせ室でも少しお話ししましたが、大阪発の食材で世界に輸出されているものがまだ少ないという現状があります。特に「大阪らしいキャラクター」がもう一つ足りず、売り方が難しいという面もあるようです。そのあたりについて、本日は杏奈さんやプロの方々のご意見を伺いながら、建設的な提案ができればと思っています。

野上 杏奈：フードストラテジストの野上杏奈です。食品・飲料と外食に関連する事業、およびマーケティングの分野において15年以上の専門的な経験を持っています。NYに住んでいたことがあるのですが、その時から培ってきた独自のグローバルネットワークを活かし、データと感性のバランスを保ちながら、クライアントのビジネスパートナーとして、日本企業の海外市場進出や事業拡大、サービス・商品開発など幅広いアドバイスや実行サポートを行っています。

仲山：現役の農家さんとして、農業の高齢化や担い手不足といった課題がある中で、行政やシェフ、貿易担当者にどのようなサポートを求めているかなど、現場の声をお聞かせいただければと思います。続いて、海外からの特別ゲストお二人にも自己紹介をお願いします。

ディラン・ワトソン・ブラウン：ディラン・ワトソン・ブラウンです。ドイツに住んで働いているカナダ人シェフです。料理のキャリアは日本で始めました。私がドイツで提供している料理の背景には、強い日本の哲学があります。日本の食材も使いますが、日本の哲学をヨーロッパの食材に適用することもしています。また、ヨーロッパの農家と一緒に日本の野菜や果物を育てる仕事もしています。昨年レストランを1軒閉めましたが、別のレストランを1軒持っており、ドイツ初の酒造所にも関わっています。近々、伝統的な日本の漬物の店も始める予定です。

ピート・テオ：皆さんこんにちは、ピート・テオです。私は非常に複雑な経歴を持っています。最初は教師、その後投資銀行家になり、人生の大部分はアーティスト、映画監督、ミュージシャンとして過ごしてきました。ミュージシャン時代にはパフォーマンスやメディア出演で頻りに日本を訪れていました。それが私の過去の人生です。ロックスターにはもう年を取りすぎましたので（笑）、約10年前から妻と有機農場を始めました。この農場には私が特に情熱を注いでいる専門分野があり、それは「レストランへの供給に特化している」ことです。それ以外のことは一切行わず、農場自体にもレストランを併設しています。この施設は「A Little Farm on the Hill（丘の上の小さな農場）」といいます。

## Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する

### 2. エクスカーションの振り返り：大阪の食文化の印象

仲山：お二人は大阪の北エリア、「平野ファーム」さん、能勢の「日本料理 新」さん、「秋鹿酒造」さん、そして「箕面ビール」さんを回り、夕食は「なにわ料理 有」さんへ行かれました。大阪の食文化を支える現場を回って、大阪の食に関するイメージは変わりましたか？

ディラン：正直に言うと、私は東京でも京都でも多くの時間を過ごしましたが、大阪は大都市ですね。だから、街のすぐ近くに素晴らしい農場があるのを見て驚きました。100年以上の伝統があり、大阪特有の野菜を作っている。私にとって、その地域独特のキャラクターや、京都とも東京とも違う食を見る素晴らしい機会でした。そして何より、とてもオープンな感じがありました。すごくフレンドリーで、情熱を持ってシェアしてくれることに興奮しました。これは日本の他の地域では必ずしも経験できなかったことです。

仲山：大阪はマーケティングやブランディングをあまりしない傾向があります。例えば、京都で食べられている海老芋も実は大阪で作られていたりしますが、あえて「大阪産」と名乗らないためにブランディングが難しい面もあります。今日はそのあたりのストーリーテリングも含めて解決策を探っていければと思います。ピートさんには、ご自身でアプリを開発し、少人数で効率的に収益を上げるファーム運営の視点から、大阪の農業の可能性と課題についてお聞きしたいです。

ピート：大阪は巨大です。今回初めてじっくり滞在できましたが、以前は公演のためだけで街の姿をほとんど見られませんでした。今回、普段なら行けない場所へ行き感じたのは「開放性（Openness）」です。ここの文化の開放性、食の重要性、人々の率直さ、そして温かく友好的な人柄。これは非常に特別で素晴らしいことです。私たちが場所や文化をプロモートする際、まず「人々（コミュニティ）」をプロモートします。

全てはコミュニティから生まれ、コミュニティの結果として現れるからです。コミュニティが活気に満ち、幸せで、食への意識が高い。そこから始めるべきです。特定の産品よりも、まず「人々の文化」です。この要素は、北海道や東京と比べて、大阪についてはまだ国際的に十分に発信されていないと感じます。

仲山：私も南エリアの視察に同行しましたが、大阪の方々のフレンドリーさにシェフたちが一瞬で打ち解けていました。これが大阪の財産だと強く感じます。レストランも料理の味だけでなく、サービスや人柄で「戻ってきたい」と思わせる部分があります。大阪には愉快なおもてなしの心が根付いているので、その文脈で街をプロモーションすべきですね。

## Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する

### 3. 生産現場の課題と解決策：専門化とサービス化

仲山：大阪の農家の方は、楽しくありながら非常に真剣に農業と向き合っていると思います。乾さん、普段どのように農業と向き合い、どのような課題を感じていますか？

乾：朝から晩まで、ひたすら天気を見ながら仕事をしています。1日のプログラムを立て、水やりや気温、台風対策など自然との闘いです。毎日仕事に追われていますが、なぜやっているかと言うと、昔おばあさんが作ってくれた海老芋の煮物が大好きだからです。一時期鹿児島に住んでいた際、向こうの里芋を食べた時に「自分が食べていた海老芋はこんなに美味しかったんだ」と気づき、これを絶対に残したいと思いました。一番の課題は後継者問題です。人手がなく、継ぎたいという人がなかなか出てきません。家族経営が多いので、やはりそこで育った子どもが継ぐのが一番、気持ちも手間もかけて美味しくできるのではないかと考えています。

仲山：ピートさんの農場では、ウェディングや宿泊施設、レストランを組み合わせたリ、働く人のシフトを工夫されたりしていますね。

ピート：妻と私はもともと農家ではありません。中年の危機で農家になったので視点が違います。小規模農家が生き残るのは世界的に見ても困難です。農産物はコモディティ価格（市場価格）で取引されるため、供給が増えれば価格が下がり、規模がないと苦しみます。世界で成功している小規模農家は、2つのことを実践しています。1つは「専門（Specialization）」です。私の農場はシェフへの供給に特化しています。通常の農場が一度に3～4種類の作物を作るところ、私たちは45種類作ります。量は少なくてもいいですが、シェフは多様性、品質、そして「サービス」を求めています。市場に出荷するのとは違い、適切に梱包し、配送します。例えば「25mmの葉」というような細かいオーダーにも対応します。

これにより、私たちはコモディティ価格に従う必要がなくなり、より高い価格設定が可能になります。それは単なる生産ではなく「サービス」を提供しているからです。2つ目は「付加価値」をつけることです。大根1kgが0.5ドルだとしても、シェフが料理にすれば25ドルの価値になります。小規模農家はこの2点を考えるべきです。先日、日本の農林水産省の研究者が視察に来て「なぜこの小規模農場が繁栄しているのか」と聞かれました。私たちは極めて精密に、ディランのような特別なニーズを持つ人々に集中してサービスを提供しています。「10月にはキュウリがない」と6月の時点で伝えることが彼らにとって役立つのなら、そうします。私たちは作物のライフサイクルデータを収集・管理し、いつ収穫でき、いつ枯れるかを正確に予測して顧客に伝えています。かつての農家は生産のことだけを考えていましたが、今は「サービス」について考え始める必要があります。「どうすれば顧客を助けられるか」。これが重要です。

ディラン：ピートさんが言ったように、シェフと農家との関係性は大切です。それによって私もシェフとして大きく変わりました。信頼関係が築かれるからです。ベルリンには日本のような数百年続く農業の歴史やユニークな作物はありません。日本には何世代にもわたる種や伝統があります。これは当たり前のことではなく、絶対に守っていただきたいです。ヨーロッパでは絶滅した作物を取り戻そうと必死です。私は農家とコラボレーションし、多様な野菜を作ってもらっています。また、一般の人は野菜がどう育つかを見たことがないので、農園で料理を作るイベントを行っています。食べる人と農家を繋げ、ストーリーを共有する。新鮮で栄養があり、特別で珍しいものを「贅沢」だと再定義するのです。

## Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する

イリ・サーリネン：特に若い世代の間で、自分の仕事がコミュニティや地球全体にどう良い影響を与えるかを考える傾向が強まっています。有機農業に関心がある場合、単に収益性だけでなく、シェフや地域社会との連携など、広い視点での影響を考えています。これは素晴らしいことです。自分のストーリーを魅力的に、人々の興味を引く形で提示できれば、正しい方向に進めると思います。

#### 4. 輸出戦略とストーリーテリング

仲山：お二人は輸出業に関わっていらっしゃいますが、大阪の食材を海外で売るための良い切り口やストーリーについてアドバイスをいただけますか？

野上 杏奈：日本の食材は素晴らしいですが、「寡黙にいいものを作っていれば誰かが見つけてくれる」という姿勢だけではビジネスに繋がりません。ピートさんがおっしゃったようにデータを分析し、市場を理解し、誰に向けてどんなメッセージを伝えるかという戦略が必要です。

中澤：私が輸出する際は、3つの視点を重要視しています。「日本由来の固有種」「日本の伝統的な製法」「日本の最新技術」です。

美味しくて、かつこれらを兼ね備えているものは海外にありません。海外にあるものを日本から持っていても、コスト高で勝負になりません。「なぜこれを買うのか」という理由付けが必要です。例えば日本のゆずはスペイン産にはない香りがあるから選ばれます。大阪に関しては、正直に言うと魅力が伝わってこないため、ほとんど輸出していません。

情報が薄いのです。ピートさんやディランさんのような方に利点を見つけてもらい、「乾さんの海老芋が欲しい」という声を増やしていく必要があります。

ディラン：私にとって重要なのは常に「ストーリー」です。なぜこの製品がここでしか手に入らないのか。大阪は歴史的に食材の交差点であり、開放性があります。これを活かして物語を創るべきです。技術は輸出できても、伝統は輸出できません。冷蔵庫で麴を作る21歳の若者より、7代続く老舗の味噌蔵を選びます。知識と伝統の積み重ねこそが競争力です。私たちが訪れた7代続く酒蔵のように、歴史と家族の物語こそが日本文化の真の価値であり、他国が模倣できない強みです。

ピート：全く同感です。乾さんの話を聞いて、私は彼女の物語をメモしました。それが最も重要な要素です。酒蔵も、箕面ビールの姉妹の話も、昆布店の4代目の話も、技術は学べても物語は代えられません。現代では誰も広告を信じませんが、物語は信じます。製品の素晴らしさをコミュニティや人々と繋げるのは「真実の物語」です。「ゴミを磨いても光らない」と言いますが、日本の製品は既に品質が良い。だからこそ、どう物語を語るかが重要です。乾さんが話した時、真実の感覚が溢れていました。それを使うべきです。

## Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する

### 5. 今後のアクション：コミュニティの接続とインフラ

仲山：固有種や伝統品種の復活、そしてそれをトップシェフに繋げてブランド化していく流れが重要ですね。

野上：日本と海外ではマーケティングの手法も考え方も違います。どの国、どの層に向けて何を刺していくのか、コンセプトメイキングが重要です。1社だけでなく、皆で協力して取り組む場が必要だと思います。

尾藤：ピートさんの言う「コミュニティ」の重要性は、スペック（仕様）重視の技術者にはハードルが高いかもしれません。そこでヒントになるのが「アグリツーリズム」や「教育」との連動です。アメリカの生産者のように教育の分野に入り込み、価値を伝えることが有効だと思います。

乾：昨年、観光バスでツアーリストを受け入れ、海老芋の収穫体験を企画しましたが、参加者が少なく中止になりました。土に触れる体験は魅力だと思いますが、集客が課題です。

ディラン：農業単体やレストラン単体ではなく、様々なグループが協力し合うことが重要です。私も農場とイベントを共催しています。レストランで私が食材の産地を説明することで、お客様がその農家の直接の顧客になります。また、若者に野菜の育て方を教える教育的な側面も重要です。

ピート：マーケティングだけでなく、リアルな人間関係の構築が大切です。私の農場では新潟の農場とスタッフ交換プログラムを行っています。お互いに1名ずつ2週間派遣し合い、文化や農法を学びます。そうやって真の友情が生まれ、体験が広がり、友人を招待できるようになります。全ての小規模農家ができることです。広告よりも、友情や個人的な関係の方が強力です。

仲山：IRや万博を機に大阪が国際化していく中で、食はどう対応すべきでしょうか？

尾藤：IRはカジノだけでなく、国際会議場（MICE）の機能が重要です。アジアのハブとして情報が集まり、サステナブルな食の解決策が大阪で見えるようになることが期待されます。観光、環境、農業、レストランが一体となった戦略が必要です。

中澤：情報はスタート地点ですが、実際に物が動く必要があります。物流拠点、例えば冷蔵・冷凍機能を持つ倉庫を備えたハブができれば、そこから世界へ直送できます。情報とともに物も流れる場所になるべきです。

イリ：情報を届けるためには、相手のニーズに合わせてストーリーを適応させることが第一歩です。そして、実際に買いたい人が現れた時にすぐに販売できる準備（枠組み、説明、価格設定）をしておくことです。大阪のプロフィールは国際的に向上しています。ここから「食」を核としたメッセージを説得力のある形で伝えていくことが、進むべき道だと思います。

仲山：皆さん、貴重なお話をありがとうございました。大阪の人のポテンシャル、農産物、物語には豊かな可能性があります。アグリツーリズムや人材交流など、できることから始め、具体的な落としどころを見据えて動くことが重要だと感じました。本日はありがとうございました。

## ワークショップ/ラウンドテーブル発言録

Osaka Culinary Immersion  
天下の台所・大阪の食文化に没入する

### ワークショップ/ラウンドテーブル セッション2

日時 : 2025年9月23日 14:50 - 16:10  
テーマ : 大阪の食文化が世界市場で輝くための条件  
会場 : ウォルdorf・アストリア大阪 ギャラリー

#### 【参加者】

アンドレ・チャン氏 (André Chiang) : シェフ (台湾/元「Restaurant André」)  
リーン・アル・ザーベン氏 (Leen Al Zaben) : フード起業家、「MENA's 50 Best Restaurants」チエアマン (UAE)  
高田 裕介氏 : 「La Cime」オーナーシェフ  
中村 孝則氏 : コラムニスト、「The World's 50 Best Restaurants」日本評議委員長  
ジョナサン・マルボー氏 (Jonathan Malveaux) : Grand Alliance CEO、東京観光大使  
田中 嘉一氏 : 大阪観光局 MICE政策統括官 兼 万博・IR推進統括官  
辻田 浩之氏 : 「やまつ辻田」4代目当主  
モデレーター : 仲山 今日子氏 (フードジャーナリスト)

## Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する

### 1. 自己紹介と導入

リーン・アル・ザーベン： リーンと申します。ドバイに住んでいます。15年前から食品業界のコンサルティングを始め、観光、文化、ストーリーテリングに関するコンサルティングを行っています。また、「MENA's 50 Best Restaurants（中東・北アフリカのベストレストラン50）」のアカデミーチェアも務めています。

仲山 今日子（モデレーター）： 今回はガストロノミーについてお話しますが、「50 Best」のチェアがお2人も、そしてランクインされているシェフもいらっしゃるという非常にスペシャルな場となりました。

田中 嘉一： 大阪観光局の統括官、田中と申します。私は食の専門家ではありませんが、MICE（大型ビジネスイベント）の専門家です。現在開催中の大阪・関西万博、そして2030年のIR（統合型リゾート）の双方に関連する事業の責任者を務めています。本日は皆様から学ばせていただきたいと思います。

辻田 浩之： 堺の西高野街道という1300年の歴史ある道で、120年ほど「鷹の爪」という品種を守り、お店を営んでおります。日本の香辛料の香りが大好きで、世界で一番香りがいい七味唐辛子を作りたいと願い、7つの原料を1つずつ調合する仕事をしています。

中村 孝則： 中村孝則です。「世界のベストレストラン50」の日本評議委員長を長年務めています。基本的にはジャーナリストとして、食や旅、カルチャーを様々なメディアで発信しています。また、辻田先生がいらっしゃいますが、私も剣道を50年続けており、日本の武道の魅力を世界に発信することもライフワークにしています。

高田 裕介： 大阪のレストラン「La Cime」の高田です。料理人を30年続け、大阪で約15年料理に携わっています。今回このような機会に参加できて嬉しく思います。

ジョナサン・マルポー： 皆さん、こんにちは。ジョナサン・マルポーです。ニューヨーク出身の起業家です。約30年前の1993年に初めて日本に来て、当初数年間大阪に滞在し、ここ3、4年も大阪にいました。プエルトリコ系の家族で育ち、食は人生の大きな部分を占めています。東京観光大使も務めていますが、大阪に戻れて嬉しいです。

アンドレ・チャン： 皆さん、こんにちは。台湾出身のアンドレです。台湾で生まれ、日本で2年、フランスで16年過ごし、その後シンガポールに戻りました。現在は7つのレストランを経営しており、来年からは台湾でアカデミーを立ち上げる予定です。日本の様々な都市や観光局とも深い繋がりがあり、過去8年間は青森市の観光大使も務めています。

## Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する

### 2. エクスカーションの振り返り：大阪の「率直さ」と「温かさ」

仲山：昨日は南大阪の4カ所（カタシモワイナリー、藤井刃物製作所、やまつ辻田、Viteraska）を回り、夜は「なにわ料理 有」さんで食事をしました。大阪の食文化について印象に残ったことや、見方が変わった点がありますか？

リン：昨日は本当に楽しかったです。私は以前東京に住んでおり、日本の印象といえば東京でした。今回大阪を知ることができましたが、雰囲気は全く違いますね。温かみがあり、とてもオープンでフレンドリーです。特に辻田さんのお店への訪問は楽しかったです。日本を愛する理由は、専門性が高く情熱的な人々がいることですが、辻田さんはそれに加えて大きな個性（Big Personality）と楽しさを持ち合わせています。他の場所ほど控えめではなく、オープンなコミュニケーションを感じました。

アンドレ：日本のどの都市でも職人技（Craftsmanship）への強い信念が見られますが、大阪で特に気づいたのは、人々の「表現意欲の強さ」と「率直さ（Directness）」です。最後の夕食でも、料理が非常にストレートで、飾り立てず、誠実（Honest）でした。この特性は、大阪という街の性格や人々の個性を反映していると思います。第一印象は「非常に率直でユニーク」です。

仲山：大阪のおもてなしは明るく陽気で親近感がありますね。高田シェフは、お店や料理を通して「大阪らしさ」をどう表現されていますか？

高田：僕は奄美大島出身で外から来た人間なので「大阪らしさ」の定義は難しいですが、30年住んでみて、人の付き合い方や明るさ、コミュニケーションの取り方には自然なコンテツツがあると感じます。サービススタッフにも大阪出身者がいて、海外のお客様への解説などがフレンドリーで良かったという声をいただきます。格式張ったサービスより、そういった自然な感じが大阪らしいのかなと思います。

### 3. 伝統品種の保存と経済原理：三方良しの仕組み

仲山：辻田さんは、途絶えかけた伝統的な唐辛子品種を守っていらっしゃいますが、一番大変だったことは何でしょうか？

辻田：経済原理、つまり農家がやってくれないことです。鷹の爪は小さくて香りが良く、辛さもある素晴らしい品種ですが、1kg収穫するのに5000～6000個を摘む必要があり、3時間もかかります。だから日本から消えていったのです。一番のポイントは、農家の人々が苦しまない、誰でもやれる方法を見つけ出すことでした。鷹の爪を愛しているので「絶対に続ける」という信念のもと、農家が嫌がらない時期やサイクルを研究しました。苗を用意して、農繁期が終わった頃に少し作業すれば済むようにする。そして、外国産とは圧倒的な差が出る完璧な品質を確保し、良心的な価格で、買う人も嬉しい状態を作る。その積み重ねでした。

仲山：まさに「三方よし」ですね。中村さん、世界的に見ても、こうした「固有種」や「伝統品種」の価値は高まっていますか？

中村：もちろんです。「世界のベストレストラン50」の活動でも、今まで知られていなかった国や地域のレストランを見つけるのが大きな喜びです。その際、地域の特色となる食材や食文化は最大の武器になります。土着品種や固有種を見直し、育てていこうというのは世界的なトレンドであり、大きな動きの一つになっています。

## Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する

### 4. 大阪の食文化発信の課題と戦略

仲山： 行政としては、こうしたトレンドをどうサポートしていくお考えでしょうか？

田中： 大阪には優れた生産者や、思いを持った料理人がたくさんいますが、それらを「塊（かたまり）」として世界にどう発信していくかが課題です。特に2030年のIR開業に向けて、富裕層をターゲットにする必要があります。大阪は「粉もん」のような大衆的な食のイメージが強いですが、実は高品質で深い食文化があります。「なにわ割烹」のように、作り手と食べ手が侃侃諤諤（かんかんがくがく）やり取りしながら美味しいものを作る、日本食のエッセンスが詰まった文化をもっと伝えていきたいです。

ジョナサン： 一步引いて見ると、大阪は東京でも京都でもなく、独自のものを持っています。大都市でありながら、東京のようなメディアや金融の中心地とは異なる魅力で人を惹きつけます。大阪の食は観光客や超富裕層向けに作られたものではなく、地元の人々のためのものです。5ドルでも500ドルでも素晴らしくなければならぬ。人々は目が肥えていて、気取っていません。大阪は「世界の民主的な食の都（Democratic Food Capital）」を目指せると思います。どんな価格帯でも素晴らしいものが食べられる。これは他の都市には真似できません。提案したいのは、まず英語でアクセスしやすい「大阪フードガイド」を作ること。そして、韓国のようにコンテンツやシェフの輸出を支援することです。Netflixで辻田さんのドキュメンタリーを見られたら素晴らしいですね。また、ニューヨークに「大阪ハウス」のような拠点を置き、厳選された食材や文化を体験できる場所を作るのも一案です。重要なのは、東京と競争せず、大阪独自のレーンを走ることです。

アンドレ： ジョナサンに賛成です。歴史的に見ても、大阪はマラッカや上海のような「貿易港（Merchant City）」です。東京や京都と競うのではなく、その歴史的背景をポジショニングに活かすべきです。また、タイの「王室プロジェクト」のように、政府が

トップダウンでユニークな職人や食材（ワインやスパイスなど）を支援し、産業界全体で盛り上げる手法も参考になります。そして「ニュー・ローカリティ（新しい地域性）」という視点も重要です。大阪出身でなくても、あるいはフレンチを作っていても、大阪の精神や食材を取り入れているなら、それは新しい大阪料理として評価すべきです。

### 5. ラグジュアリー市場へのアプローチ：体験とストーリー

仲山： ラグジュアリー市場がガストロノミーに求めるものについて、リンさん、いかがでしょうか？

リン： 人々は日本を「一生に一度の、準備が必要な遠い目的地」と思いがちですが、実際はもっと簡単にアクセスが可能です。大阪の「食い倒れ」のように、食に対して真剣であるという姿勢をもっと伝えるべきです。高級店だけでなく、カジュアルな場所でも食への真剣さは同じです。スポットライトを当てるべき生産者や職人を見つけ、彼らのストーリーを体験（Experience）や旅（Journey）として翻訳することが重要です。

アンドレ： 現在関わっている「オリエント急行」のプロジェクトでは、マレーシアを「スパイスの旅路」として表現しています。単にマレーシア料理とは何かを説明するのではなく、スパイスを起点に各地を巡ることで、なぜそこに最高級の胡椒があるのかという物語が伝わります。大阪でも、特定のレストランだけでなく、「朝のスパイス体験」や「出汁の体験」といったハイエンドな体験を提供することで、知識や体験を求めて人々が訪れるようになると思います。

## Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する

中村：物語（Narrative）を作ることが非常に重要です。美味しいものは世界中にあります。富裕層が求めているのは「そこでしか味わえないストーリー」です。北欧の美食ブームも、「北欧には美味しいものがない」という定説を覆すストーリーを作ったことから始まりました。大阪も、北前船で食材が集まり、多様な文化が生まれた歴史を掘り下げ、独自のストーリーを見つけることが鍵になります。

### 6. 今後のアクションと大阪食文化の定義

高田：現場の意見として、海外のお客様から「どこかいい店はないか」と聞かれた時に、案内できる英語のプラットフォームがないのが課題です。また、日本のファインダイニングの現状として、SNS映えや予約困難さばかりが重視され、オリジナリティが薄れていると感じます。だからこそ、大阪の文化やカルチャーを掘り下げ、アップデートしていくことが重要です。

仲山：最後に、大阪の食を一言で表すキーワードをいただけますか？

高田：「面白さ（Funny）」と「シリアスさ」のバランス。

中村：「フリースタイル」。多様性と楽しさを受け入れる武器。

辻田：「歴史とレシピ」。古いものを残すために、現代で一番美味しい食べ方を提案すること。

リーン：「美味しさ（Deliciousness）」。高級店でも屋台でも、とにかく美味しいものを食べるために来る場所。

アンドレ：「出汁（Dashi）と余韻（Aftertaste）」。大阪は貿易港としてあらゆる食材が集まる「出汁」のような存在。表面的でなく、旅の後に思い返すような深い余韻がある。

ジョナサン：「民主的（Democratic）」。学生から富裕層まで、誰でもポケットのお金で最高に美味しいものが食べられる、許容範囲の広い街。

仲山：フリースタイルでありながら、出汁のように底流にあるもの、そして人柄の温かさによる余韻。本日は多角的な視点から大阪の魅力を深掘りできました。ありがとうございました。

## シンポジウムの概要

---

### Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する

日時：9月23日（火・祝） 17:00-18:40

会場：ウォルdorf・アストリア大阪 パークボールルーム

パネルディスカッション形式

テーマ：大阪の食文化の未来と世界への発信

#### 登壇者

アンドレ・チャン氏（André Chiang）

ディラン・ワトソン・ブラウン氏（Dylan Watson-Brawn）

リーン・アル・ザーベン氏（Leen Al Zablen）

ピート・テオ氏（Pete Teo）

高田裕介氏

#### モデレーター

仲山今日子氏

#### 特別登壇

吉村洋文 大阪府知事

オープニングメッセージ マット・グールドイング氏（ビデオ出演）

## シンポジウムの概要

会場 参加者（招待制）：52名

オンライン配信：ライブ配信を実施（以下アーカイブより視聴可能）

日本語 <https://youtu.be/CAEL6KO0GUk>

英語 <https://youtu.be/iVcHKmMUEBk>

参加者（一部抜粋）

ジャーナリストの方々

中村孝則氏（世界のベストレストラン日本チェアマン）

松尾修平氏（Meets編集長）

大阪のつくり手の方々

乾裕佳氏（乾農園）

川崎佑子氏（七彩（なないろ）ファーム）

多田雅典氏（多田製茶）

小山鐘平氏（神宗）

八田亨氏（陶芸家）

岩崎龍二氏（陶芸家）

シェフの方々

塩野裕祐氏（Viteraska）

中井健氏（能勢新）

そのほか、企業の方々など

尾藤環氏（辻調理師専門学校 食環境マネジメント概論 講師）

永井めぐみ氏（ヤンマーマルシェ株式会社）

久米一郎氏（関経連）

## オープニングメッセージ

Osaka Culinary Immersion  
天下の台所・大阪の食文化に没入する



### ■ マット・ゴールドディング氏

アメリカ出身、現在はスペインを拠点とするジャーナリスト／プロデューサー  
2024年3月、大阪の食の魅力を世界に発信するため、  
食分野における「大阪府成長戦略アンバサダー」に任命

### ビデオメッセージ全文和訳：

こんにちは。マット・ゴールドディングです。私はライターで、シェフで、そして、何よりも大阪を深く愛して信じる者です。また私は、大阪府と市の食のアンバサダーでもあり、その役割を真剣に考えています。カリフォルニアで生まれた私が想像もしていなかったような役割で、とても光栄に思っています。そして、Osaka Culinary Immersionが、大阪にとって特別な年に開催されることはとてもエキサイティングです。

私が大阪を愛し、信じている理由をお伝えしましょう。私の日本の最初の体験は、2008年です。日本を訪れるたくさんの方がそうであるように、首都でありモダンな東京と、かつては都であり歴史ある京都の二都市に興味がありました。それから5年ほどして、日本の食について書いた「Rice, Noodle, Fish」という本の取材のために、日本に戻ってきて、初めて大阪に行きました。そこで出会ったのが、大阪で活躍するフードエキスパートの鈴木裕子さんです。彼女はとっておきの大阪での食体験に連れ出してくれました。

## オープニングメッセージ

### Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する

(マット・グールドィング氏 ビデオメッセージ全文和訳続き)

ホルモンから始まり、12人ほどが座れるカウンターのお店で旬の食材を使ったメニューが次々とシェフから直接、自分の皿にサーブされるのを体験し、素晴らしい調理技術があり、とても居心地の良い雰囲気があることを楽しみました。そして最後は大阪で最も有名な料理であろう、たこ焼きとお好み焼きで締めるのですが、それも普通の食べ方ではなく、シャンパンや素晴らしい日本酒と合わせました。これが、私と大阪の最初の関係で、ここからさらに関係が深まります。

大阪の食材のクオリティーは非常に高く、それは今に始まったことではなく、歴史があります。美味しく食すことへの情熱が感じられます。日本語では食い倒れと言いますね。まさに、私が最初に大阪に訪れた日に体験したことです。ただ量が多いということではないのです。大阪に来るといつも新しい友達を作ります。大阪のレストランやバーは、とてもフレンドリーで、知らない人でも一緒にディナーや酒を共にするような雰囲気があります。言葉が違って、コミュニケーションが生まれます。そして、この都市のフレンドリーさは本当に素晴らしく、それは世界で最もまた行きたいと思わせる理由の一つでしょう。そして、大阪が世界で最も美味しい街の一つであるということは否定できないでしょう。なぜならここには全てがあるのです。ミシュランの星付きの天ぷらや、裏路地に隠れた名店、ご夫婦が営む小さなお店が人生を変えたり...

Osaka Culinary Immersionは大阪の長い食の歴史の新しいチャプターです。大阪の食への情熱は、大阪ローカルはもちろんですが、日本ではよく知られており、そして、世界も知り始めています。私たちは、誇りを持ってそれを大きな声で伝え続けます。今回は会場で、そして大阪で豊かな食の魅力を体験できないことが残念ですが、皆さんはとても良い体験をしていることでしょう。

さて、新しいチャプターです。Osaka Culinary Immersionが今、始まります。

## 来賓 ご挨拶

## Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する



### ■西 経子氏

農林水産省大臣官房審議官

### メッセージ全文：

皆様、こんばんは。ただいま御紹介賜りました、農林水産省大臣官房審議官の西経子と申します。  
本日は、このように素晴らしいシンポジウム「Osaka Culinary Immersion／天下の台所・大阪の食文化に没入する」にお招きいただきまして、大変光栄に存じます。  
主催者の大阪府はじめ、今回の開催に当たりご尽力された皆様に、心から敬意を表します。

さて、私は現在、自然資本から成る産業である農林水産業の営みが、気候変動によってさまざまな影響を受け、また逆に影響を与えている中で、環境と調和して、生産力と持続性の両立を実現するために、農林水産行政を環境という切り口で見ていく仕事をしております。  
そのような私が本日ここにお招きいただけましたのは、農林水産省で過去、和食室長を10か月、食文化・市場開拓課長を3年務めたおかげかなと思っています。

## 来賓 ご挨拶

## Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する

### （西 経子氏 ご挨拶続き）

政策に4年弱従事し、以降、食文化を通じて日本の価値を高めて発信していくことは、私のライフワークになっています。皆様ご案内のとおり、2013年に「和食；日本人の伝統的な食文化－正月を例として－」（“Washoku, traditional dietary cultures of the Japanese, notably for the celebration of New Year”）がユネスコ無形文化遺産に登録されました。

ユネスコに登録された日本の食文化は、寿司とか天ぷらとかお好み焼きとか、具体的なメニューではありません。「自然を尊重する」という精神性に基づいた、日本人の食に関する習わし、でございます。そして、日本食が世界で人気を博しているから登録されたわけではありません。その地域の歴史や人々の生活に根差した貴重な文化的な価値について、世界を見渡してずっと残したいものであるから、その国の政府はあらゆる手を尽くして、その文化を保護・継承し、未来永劫、世界の人々が享受できるものにしなさい、という責務が政府に課されるのが、ユネスコ無形文化遺産になるということです。

和食文化の登録を受け、その責務を果たす組織として、農林水産省に食文化・市場開拓課の新設と、その課内には和食室が創設されました。私は、3代目の和食室長、2代目の食文化課長でした。今は、組織名が変わって、外食・食文化課と食文化室になっています。和食文化の保護・継承として、農水省は、日本の食文化に関する様々な情報を、各地域の特徴を示しつつ比較できるような形で編纂し、ウェブサイトなどを通じ分かりやすく発信しています。また、育児から義務教育課程、そして大人になってからも各世代の皆さんの生活の中で、和食文化を取り入れていただけるような人材育成活動などを行っています。こうした取組の一環として、全国47の各都道府県において選定された郷土料理の歴史やレシピ、郷土料理を生んだ地域の背景等をデータベース化し、「うちの郷土料理」（Our Regional Cuisines）と題して、農水省のホームページで公表しています。

## 来賓 ご挨拶

## Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する

### (西 経子氏 ご挨拶続き)

大阪府についても、30の料理が選定され、「エリア・ストーリー」として紹介されています。せっかくの機会なので、少しご紹介します。エリア・ストーリーの最初の見出しは、「全国の特産品が集まる「天下の台所」で花開いた豊かな食文化」。

中央には肥沃な平野が広がり、西には瀬戸内海（大阪湾）、そして北・東・南の県境は山地に囲まれた大阪府。1年を通しておだやかな気候で、海の幸、山の幸に恵まれている。16世紀の終わり、天下統一を果たした豊臣秀吉が本拠地と定めたのが大阪（当時の表記は「大坂」）であった。

少し省略して、引き続いてウェブサイトには、このように紹介されています。

『江戸時代になり政治の中心が江戸に移ってからも、陸海交通が発達した大阪は変わらず経済・商業の一大拠点であった。全国の年貢米や特産品が大阪の蔵屋敷に集められ、商人たちによって売りさばかれて、また全国各地へと送られた。各地の食材が頻りに売買される大阪はいつしか「天下の台所」と呼ばれるようになり、選りすぐりの食材を使った多種多様な料理が楽しまれてきた。食材を大切にし、無駄を出さず、極力捨てることをしない「始末の精神」と、食への熱い情熱によって、「食い倒れのまち」といわれるほど豊かな食文化が育まれていった。

一方、山や海など自然あふれる周辺部では、それぞれの土地の食材を活用した郷土料理も受け継がれてきた。大阪湾はかつて「魚庭（なにわ）」と呼ばれるほど魚がよく獲れたため、沿岸地域には魚を利用した郷土料理が豊富である。また、平野や山村地域には、古くから栽培されてきた伝統野菜を用いた品も多い。ただし、近年は伝統野菜が姿を消しつつあるため、大阪府は100年以上前から府内で栽培されてきた品種を「なにわの伝統野菜」として認証するなど、その復活や普及に力を入れている。さて、ここで次の見出し、「昆布をベースとした「だし文化」が発達」。

## 来賓 ご挨拶

## Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する

### (西 経子氏 ご挨拶続き)

大阪人はだしの味を大切にします。汁物はもちろん、たこ焼きやお好み焼きなどの「粉もの」にもだしが入る。関東ではかつおを使っただしがよく用いられるが、大阪地域によるだしの味の違いには、歴史的・地理的な背景が要因として考えられる。

海上交通がさかんだった江戸時代、昆布の産地である北海道から日本海を通過して大阪へとつながる西まわり航路が確立すると、大阪に大量の昆布が運び込まれるようになった。このルートは現在では「昆布ロード」と呼ばれることもある。加えて、大阪の水は軟水で、昆布からおいしいだしをひく条件が整っていたため、昆布だしが普及したともいわれる。そこに、和歌山、高知、鹿児島で揚がるカツオを加工したカツオ節が出合い、合わせだしが生まれた。ちなみに関西でも、大阪では濃厚なだしが味わえる真昆布が主に使われるが、京都ではあっさりした利尻昆布が好まれるという違いがあるのも面白いところだ。さて、だしの味をそのまま楽しめるのがうどんである。うどん料理の中でも大阪府民が最も愛するのが、甘辛く煮付けた油揚げをのせた「きつねうどん」。だし、うどん、具材の調和が楽しめる、シンプルながら完成された一品である。ここでは大阪府を、大阪市内、北摂地域、河内・南河内地域、泉州地域の4つのエリアに分けて、それぞれの食文化を紹介する。』

以降、ウェブサイトでは、大阪府内エリアごとの食文化をご紹介します。皆様ご関心がありましたら、是非「うちの郷土料理」で検索してみてください。

また、農林水産省として、インバウンドの皆様には、旅行中に楽しんでいただいた日本が誇る多様な食を帰国後も、母国で楽しんでいただけるよう、日本産農林水産物の輸出促進のほか、世界各国の料理人の皆様への日本料理の技術や文化の研修や技能認定制度、料理コンテストなどに取り組んでいます。輸出促進については、昨年2024年に1.5兆円となり、5年後の2030年には5兆円とすることを目標としています。

## 来賓 ご挨拶

## Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する

### (西 経子氏 ご挨拶続き)

大阪・関西万博においては農林水産省も、6月に「RELAY THE FOOD～未来につなぐ食と風土～」と題して出展し、日本の食文化の特徴魅力、そしてそれを生み出す、日本の豊かな農山漁村と農林水産業の歴史と今を、国内外の皆様が発信したところです。

本日は、このように素晴らしいシェフ、料理専門家の皆様が目、口、耳、全身のすべての感覚を通じて関わられた、大阪の食を支える素材を生み出す環境、歴史、人々、そしてお皿に乗ったお料理と、大阪の食について、これまで気づけなかった新しい価値を私たちにお伝えくださるものと存じます。この後のお話を想像するだけで、お腹がすいてきます。私も一参加者として、大変楽しみにしております。

結びに、ここ大阪における食文化のますますのご発展と、本日お集りの皆様の御健勝・御活躍を心より祈念申し上げ、私の挨拶とさせていただきます。  
本日の開催、まことにありがとうございます。



### ■吉村洋文 大阪府知事

大阪府知事の吉村です。

今日は、大阪の食のシンポジウムが盛大に開催されまして、本当に嬉しいな、と思います。

大阪といえば、食の都ですから、そして皆さんご承知の通り、大阪関西万博を開催中ですけれども、

ここでも大阪の食が楽しめ、国内外に発信をしています。

そして、大阪ですから、「宴～UTAGE～」という、大阪の食のパビリオンを出すくらい、やはり大阪は食ということを大切にしています。

食はもちろん一つ一つの食が美味しく楽しむだけではなく、やはり人と人をつなげるものだと思うんです。

その空間を共にして、人と人がつながり、そしてそこで新たなものが生まれてくる。

食の可能性、食の力を僕はものすごく素晴らしいものがあるという風に信じています。

## 大阪府知事ご挨拶

## Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する

(吉村知事ご挨拶続き)

大阪の皆さんは食を本当に大切にしています。  
これは一朝一夕にできたものではなくて、江戸時代から「天下の台所」と言われています。  
大阪にはいろんな日本中の食材が集まり、そしてその食材を大切に、大阪の食の文化は生まれました。  
出汁の文化もそうですし、粉ものの文化もそうですし、決して一日でできたものではない。  
そして、大阪の皆さんのオープンマインドが食にもつながり、大阪の魅力を発信していると思います。

食というのは人を惹きつける力があります。  
皆さんも海外に行かれたり、いろんなところに行かれた時、色々な思い出があると思うんですが、  
食の思い出というのは忘れられないものになります。  
食のために人は移動する、ということも普通にあります。すごい魅力的なものが食だと思っています。

大阪は食材も非常に豊富です。食材を大切にする。食文化を大切にする。  
そういう大阪であり、そしてそういった大阪の街づくりをこれからも続けていきたいと思っています。

今日は本当にありがとうございます。

# シンポジウムの様子

## Osaka Culinary Immersion 天下の台所・大阪の食文化に没入する



# シンポジウムの様子

## Osaka Culinary Immersion 天下の台所・大阪の食文化に没入する



## 提言コメント

## Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する

### ■ アンドレ・チャン氏 (台湾／アジアを代表するトップシェフ)

一言で大阪の食文化を表すのは、出汁の重要性。おそらく、いつかこの出汁が世界中のどのような料理にも使われるようになるのではないかと、そういったメッセージが世界に伝えられると良いと思っています。また、さまざまな食文化が大阪に集まっていて、お互いに影響を与え合っている。大阪は日本の中でもとてもオープンな都市で、非常にポテンシャルが大きいと思います。

### ■ ピート・テオ氏 (マレーシア／シェフ・マルチアーティスト)

大阪は他の都市とは違うと思っています。私はコミュニケーションの部分でお手伝いをしたいと考えています。今回は大阪にご招待を受けましたので、たくさんの方にマレーシアにも来てほしい。海老芋農家の乾裕佳さんとはラウンドテーブルで出会いましたが、ファーム同士が人材を交換したりするのも良いのではないかと、言う話になりました。裕佳さんにもぜひ来てほしいと思っています。

### ■ ディラン・ワトソン・ブラウン氏 (ドイツ／ヨーロッパを代表する若手シェフ)

大阪の未来はとても明るいと思います、本物の人たちと文化があり、歴史があって、オープンである。この4つの要素で、素晴らしい経験ができると思います。今回の私の経験からすると、色々な人に会える、心温まる経験ができるのが大阪。とてもユニークな体験だと思います。京都も東京も好きですが、大阪で新たな体験ができ、すぐに帰ってきたいと思いました。

### ■ リーン・アル・ザーベン氏 (UAE／フード起業家・メディアプロデューサー)

伝統、本物、オープンでフレンドリー、それが大阪流だと思います。食材の使い方にも、伝統的なスタイルとフリーなスタイルがあり、魅力的です。私は2022年に初めて、ロンドンで高田裕介シェフに会いました。個性的なメガネをかけていて、非常に個性が強く、忘れられない存在です。それこそが大阪流なのだと思います。伝統プラス楽しい、ということ。みんなが興味を持って、世界にはこういう存在がいるのだ、と思わせるのが大阪の特色だと思います。

## ■ 吉村洋文 大阪府知事

(4名の識者のコメントを受けて)

本当に嬉しいです、大阪の多様性、オープンマインド、フレンドリーさ、そういったものを大切にしていきたいと思っています。食文化もそうですが、新しいものにチャレンジする街であり続けたいと思います。

大阪の食の魅力は、食材が素晴らしいこと。出汁の話もありましたが、出汁の文化は簡単には真似ができないし、奥深さを感じています。海外で食事をすると奥深さを物足りなく感じることもありますが、出汁であったり、裏打ちされている歴史の深さであったり、そういったものが重要だと思っています。そして、オープンマインドで大阪らしさを発揮したい。

まだまだ大阪の食の魅力を発信することが、僕も含めて弱いと思っています。皆様のお力も借りながら、大阪にはこんなに素晴らしい食の魅力があるんだ、そういったものをこれからさらに強く発信していければと思います。

例えば食材で言うと、堺の鷹の爪や、食材を大切にする街でありたいと思いますし、大阪の一人一人のオープンな心。万博を開催しているのにもそういった理由があります。2回目ですから。花博を含めると3回目ですね。世界の人たちと繋がって、オープンマインドで広がっていきたいと言うのが、大阪の皆さんの根底にあるので、それをこれからも広げていけたらと思っています。

## 海外招聘ゲストフィードバック（サマリー）

海外招聘ゲストの今回のプログラムについての満足度は非常に高い。エクサカーションでの地元の生産者らとの交流では、「生産者との直接的な交流を通じ、農園や生産現場の実態を体感し、その背後にある歴史的・文化的背景への理解を深めた」と評価された。また、「日本料理の発展を支えた大阪の歴史的役割」や大阪の「温かさと親しみやすさ」を知る機会となった。再訪意欲は高く、自身のSNS等での発信も前向きである。

### ■ ピート・テオ氏 Pete Teo （マレーシア／シェフ・マルチアーティスト）

#### 大阪の印象

人々の温かさや誠実さが印象的であり、食の背後にある人間関係の深さを感じた。

#### 食文化の特徴

料理だけでなく、「もてなし（hospitality）」そのものが文化として根付いている。

#### 提言・今後への期待

より多様な会場や体験の選定、プログラム期間の拡充により、参加者がさらに深く地域と関われる機会を増やしてほしい。

*"Thank you for everything. I learned a lot and met many wonderful people."*

「すべてに感謝している。多くを学び、素晴らしい人々に  
出会うことができた。」

### ■ リーン・アル・ザーベン氏 Leen Al Zaben （UAE／フード起業家・メディアプロデューサー）

#### 大阪の印象

街全体が「食の都」として機能しており、どの場所でも食が生活の中心にあることを実感した。

#### 食文化の特徴

多様で奥行きがあり、質の高い食体験が誰にでもアクセス可能である点に感銘を受けた。

#### 提言・今後への期待

より多様な食の体験や交通手段の改善により、参加者が地方地域にもアクセスできるようになることを望む。

*"Enjoyed it tremendously. Would love to see more variety of food experiences next time."*

「大変充実した体験であった。次回はさらに多様な食の体験を  
期待したい。」

## 海外招聘ゲストフィードバック（サマリー）

## Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する

### ■ アンドレ・チャン氏 André Chiang （台湾／アジアを代表するトップシェフ）

#### 大阪の印象

日本の他の都市と比べて、寛大でオープンマインドな気質に気づかされた。

#### 食文化の特徴

爽やかな雰囲気、豊かな多様性、幸せな街、そして大阪の素晴らしい人々が良い。

#### 提言・今後への期待

プログラムの期間、食体験の質、食体験の多様性を再度検討してほしい。

*“Interaction with food producers, Food tastings, Discussions with local chefs were valuable”*

「食の生産者との交流、試食、地元シェフとの意見交換が貴重だった」

### ■ デイラン・ワトソン・ブラウン氏 Dylan Watson-Brawn （ドイツ／「Ernst Cave」オーナーシェフ。 「世界のベストレストラン50」選出）

#### 大阪の印象

一番驚いたのは、大阪の人々の人懐っこさです。

#### 食文化の特徴

今回初めて、割烹は大阪の文化であること。シェフとの直接的な交流があり、懐石などよりポテンシャルがあると感じている。

#### 提言・今後への期待

ナイトタイムの体験など、もう少し自由度の高いプランがあるとさらに大阪の多様な魅力を理解できたと思う。

*“Osaka has a more casual approach to food. I think if it's shared correctly, it's very appealing,”*

「大阪は食に対してよりカジュアルなアプローチを持っている。それを正しく伝えることができれば、魅力的だと思う」

## シンポジウム参加者フィードバック（サマリー）

大阪で活躍するシェフ、大阪を代表するプロダクトである海老芋や無花果などを育てる農家の方々、食に関係するジャーナリストなどが参加。イベント開催後のアンケートにて、多くのゲストが、本イベントは一回きりで終わらせるのではなく、複数年にわたり継続的に開催し、議論を深めていくべきだと回答している。

### 具体的にどのような示唆や気づきがあったか

・質の高い素晴らしい式典でした。世界の食のエキスパートが口を揃えた通り、食い倒れの街、天下の台所たる大阪には食に纏わるありとあらゆる歴史、文化、伝統、人材、食材が存在する。上方と言われるように、お高くとまっているところがあり、情報発信不足である。

エキスパートが言った「大阪人はオープンマインドだ。」には異を唱えたい。

言葉の定義次第の面もあるが、大阪人が「カジュアルかつスーパー・フレンドリー」なことは認めるが、オープンマインドとは言うよりも、クローズマインド、閉鎖的なカルチャーだと思う。単発イベントではなく、継続的に開催してもらいたいイベントです。

・粉もん、B級グルメなど大阪の食文化は街を歩けば出会えたりイベントも開催されていて全国的に有名ではあるものの、伝統的な（研究された）大阪の食文化やコミュニティは発信・言語化されておらず、感じる（体験）シーンがほぼない状況でした。

もしかしたら自分たちで語るのが苦手なのかもしれません。今回のシンポジウムで来訪されたシェフの方々の発信によって、第三者の視点で本当の大阪の食文化の良さを感じることができ、改めて身近な食文化の理解を進めたいと思いました。語られた話はまとめて府民に理解していただき、大阪人のスピリットとして残せれば素敵です。

## シンポジウム参加者フィードバック（サマリー）

---

- ・有識者が集う「場の質」について ジャーナリストや各界の有識者が一堂に会した点は、非常に有意義だったと感じます。単なるトークセッションにとどまらず、大阪の食のポテンシャルを多角的に議論できたことは、このプロジェクトの大きな成果ではないでしょうか。
- ・広報と「場の開き方」への課題があったと思います。メディア露出が限定的だった点は少し惜しまれます。終了後に他のメディア関係者から「そんなイベントがあるなら行きたかった」という声を複数耳にしました。あえてクローズドにする戦略もあったかとは思いますが、大阪の魅力をより広く波及させるためには、もう少し公に開かれた（あるいは周知された）形であっても良かったのではないかと感じています。
- ・持続性と汎用性の検証 今回の取り組みが「点」で終わってしまうのか、それとも「線」として広がるのか、その汎用性については非常に注目しています。特に、La Cimeの高田シェフの起用は素晴らしいキャスティングでした。彼の持つクリエイティビティを、一過性のイベントで終わらせるのではなく、今後どのように地域や業界に還元し、展開していくのか。その「次の一手」こそが、このプロジェクトの真の評価に繋がるはずです。
- ・イベントの「可能性」「大阪」の解釈のアップデート： これまでの「安くて旨い」という大阪のパブリックイメージから、高田さんのようなトップシェフを介して「ガストロノミーとしての大阪」を再定義しようとする試みは、非常に現代的で戦略的だと感じました。アーカイブの重要性メディア露出が少なかったからこそ、今回集まった有識者の知見や高田シェフのクリエイションを、いかにデジタルアーカイブ（映像やレポート）として二次利用し、世界へ発信していくかが、投資対効果を高める鍵になるはずです。

## シンポジウム発言録

Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する

### シンポジウム

日時 : 2025年9月23日 17:00 - 18:45  
テーマ : 大阪の食文化の未来と世界への発信  
会場 : ウォルdorf・アストリア大阪 パークボールルーム

#### 【登壇者】

アンドレ・チャン氏 (André Chiang) : シェフ (台湾 / 元「Restaurant André」)  
ディラン・ワトソン・ブラウン氏 (Dylan Watson-Brawn) : シェフ (ベルリン「Ernst」)  
リーン・アル・ザーベン氏 (Leen Al Zablen) : フード起業家 (UAE)  
ピート・テオ氏 (Pete Teo) : シェフ・マルチアーティスト (マレーシア)  
高田 裕介氏 : 「La Cime」オーナーシェフ  
吉村 洋文氏 : 大阪府知事 (特別登壇)  
西 経子氏 : 農林水産省 大臣官房審議官 (来賓)  
マット・グールドイング氏 (Matt Goulding) : 大阪府成長戦略アンバサダー (ビデオ出演)  
モデレーター : 仲山 今日子氏

## Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する

### 1. オープニング・来賓挨拶

仲山 今日子（モデレーター）： 本日は「大阪キュリナリーイマージョン 国際シンポジウム」にお越しくださいます。ありがとうございます。まず初めに、食分野における大阪府成長戦略アンバサダー、マット・グールドイング氏からのメッセージをご覧ください。

マット・グールドイング（ビデオメッセージ）： こんにちは、大阪。私はライターであり、シェフであり、何よりも大阪を深く愛し、信じる者です。今回、大阪府と市の食のアンバサダーという、カリフォルニア生まれの私が想像もしていなかった役割をいただき、大変光栄に思っています。私が大阪を愛する理由は、2008年の初来日後、5年ほど経って「Rice, Noodle, Fish」という本の取材で大阪を訪れた体験にあります。その時、フードエキスパートの鈴木裕子さんに連れられ、ホルモン焼きからカウンター割烹、そして最後はシャンパンと日本酒で楽しむお好み焼きまで、人生で最高の食体験の一つを味わいました。これが私と大阪の恋愛関係の始まりでした。大阪の食材の質が高いことは議論の余地がありませんが、それ以上のものがあります。それは「食い倒れ」への情熱です。これは単なる暴食や量のことではなく、愛について、そして食を通じて人々が繋がることへの献身です。大阪のレストランやバーでは、言葉が通じなくてもコミュニケーションが生まれ、新しい友達ができます。この伝説的なホスピタリティとフレンドリーさが、大阪を世界で最もエキサイティングな場所にしています。ここにはミシュランの星付きの殿堂から、裏路地の小さなお店まで全てがあります。「Osaka Culinary Immersion」は、この長い食の歴史の新しいチャプターです。私は誇りを持ってこの物語を世界に伝え続けます。

西 経子（農林水産省）： 本日は、このような素晴らしいシンポジウムにお招きいただき大変光栄に存じます。私は現在、農林水産行政を環境という切り口で見る仕事をしておりますが、過去には和食室長や食文化・市場開拓課長を務め、食文化を通じて日本の価値を高めることをライフワークとしてまいりました。2013年に「和食」がユネスコ無形文化遺産に登録されましたが、これは具体的なメニューではなく、「自然を尊重する」という精神性に基づいた日本人の食の習わしが登録されたものです。政府には、その文化を保護・継承し、未来永劫世界の人々が享受できるようにする責務があります。農水省では「うちの郷土料理」というデータベースを公開しており、大阪府についても「天下の台所」の歴史や、昆布ロードを経て発展した「だし文化」、「始末の精神」などが紹介されています。本日は、素晴らしいシェフや専門家の皆様が、五感を通じて関わられた大阪の食について、これまで気づかなかった新しい価値を伝えてくださるものと期待しております。

## Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する

### 2. 第1部：発見（Discovery）～エクスカージョンの振り返り～

仲山：ここからはパネルディスカッションです。第1部のテーマは「発見」。  
昨日、ゲストの皆様は大阪の北と南のエリアを巡られましたが、どのような感想を持たれましたか？

ディラン・ワトソン・ブラウン：日本には長年通い、様々な場所に行きましたが、大阪で一番驚いたのは人々の「開放性（Openness）」と「フレンドリーさ」です。  
他の地域では、伝統や特別な食材について必ずしも喜んでシェアしてくれないこともありますが、大阪の方々是非常にオープンで、情熱を持って教えてくれました。  
大都市のすぐ近くに素晴らしい農場や田園風景があり、美しい地元の食材を使ったレストランがあることにも感動しました。

ピート・テオ：私は大阪に来るのは3回目ですが、今回が最も記憶に残る滞在となりました。ディランが言ったように、大阪がいかにオープンで、直接的で、温かい場所かを理解しました。特に印象的だったのは、出会った人々の「物語」です。能勢のレストラン「新」での素晴らしい料理とその背景、箕面ビールを代々継承する姉妹の話、そして今朝お会いした「こんぶ土居」の話など、コミュニティに息づく物語に触れ、非常に心を動かされましたし、もっと知りたいと思いました。

リン・アル・ザーベン：私は日本に住んだ経験がありますが、大阪をきちんと訪れるのは初めてです。おもてなしの心には驚きませんでした。美しく感じたのは、昨日出会った「大きな個性（Big Characters）」を持った方々の存在です。彼らは自分の商品や技術について深い知識と本物（Authentic）の質を持ちながら、同時に非常にフレンドリーで、相手を武装解除させるような人柄でした。「深み」と「親しみやすさ」のこの組み合わせは本当に素敵で、もっとその人のストーリーを知りたい、会話をしたいと思わせる魅力がありました。

アンドレ・チャン：私は大阪の友人が多いので大阪のことは知っているつもりでしたが、今回の体験で、歴史的・地理的に大阪が「貿易港」であったことが、人々の気質に反映されていると感じました。港があらゆる文化や商品を受け入れるように、大阪の人々も多様な文化を受け入れ、それがユニークな個性となっています。この「受容性」こそが大阪の魅力であり、今後さらにどのような都市になっていくのか議論するのが楽しみです。

高田 裕介：僕自身の目線と海外のシェフたちの目線は違うので、今回彼らを感じた意見は、大阪の魅力を再発見する上で重要なヒントになると思います。

## Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する

### 3. 第2部：対話（Dialogue）～大阪の食の未来～

仲山：大阪の食が世界で輝くために必要なキーワードやアイデアについてお聞かせください。

アンドレ：「オープンマインドな食文化」をさらに広げていくべきです。大阪は貿易港として、東京や京都とは異なり、多様なものを受け入れ、独自の味を作ってきました。世界中から訪れた人々が、それぞれの経験を通して「大阪フレーバー」を定義できるような、多様性を受け入れる姿勢こそが大阪の強みです。ここでしかできない体験が毎日見つかるはずですよ。

リン：「港町としてのメルティングポット（坩堝）」、そして「伝統とフリースタイルの融合」です。本格的な伝統料理もありながら、新しい動きもあり、ファインダイニングからストリートフードまであらゆる食体験が可能です。そして、そのどれもが「美味しい（Deliciousness）」という点に真剣であること。その背景にあるストーリーを学びたいと思わせる奥深さが大阪の特色だと思います。

ピート：歴史や技術も重要ですが、それらは「コミュニティ」と「人々」の物語があって初めて意味を持ちます。例えば、高田シェフに初めて会った時、彼が「面白い人（Funny guy）」だから彼の料理も楽しいだろうと感じました。その人の背後にある人間味や、大阪の人々が何を面白いと感じ、何を温かいと感じるのか。そういったコミュニティの文脈を理解し、発信することが重要です。

ディラン：昨日学んだことの一つは、「割烹」が大阪発祥だということです。割烹は伝統的な懐石よりも親しみやすく、シェフと直接コミュニケーションが取れ、エネルギーに満ちています。これは特に、東京や京都を少し堅苦しい、冷たいと感じるかもしれない欧米人にとって、非常に魅力的なポテンシャルを持っています。大阪には、食に対してよりカジュアルで温かいアプローチが組み込まれており、それを正しく世界に共有できれば、初めて日本に来る人々にとって素晴らしい「入り口」になると思います。

高田：現状として、アワードなどで海外に出ている大阪のレストランはまだ少なく、世界的な認知度が低いのが課題です。僕自身ももっと勉強して、大阪の食材や歴史をお客様に伝え、PRしていきたいと考えています。

仲山：ここで、サステナビリティや農業の課題、ラグジュアリー市場へのアプローチについてもお聞きしたいです。ピートさんはご自身で農園を運営されていますが、都市型農業や小規模農家が生き残るためのアドバイスはありますか？

ピート（農業の視点）：まず、農業がいかに大変で難しいか、都市の人々は理解する必要があります。小規模農家が生き残るのは世界的に見ても困難です。価格が安すぎて生活が成り立たないからです。私たちが成功している秘訣は、市場価格ではなく、独自の高い価格設定で、ファインダイニングのシェフ向けに特化した「サービス」を提供しているからです。マレーシアでは、シェフが小規模農家を支えるために、売れ残った野菜を「予算を決めて全て買い取る」というコラボレーションも生まれています。クリエイティブなシェフなら何でも料理にできるからです。作る人と料理する人の関係性を築き、コミュニティ全体で農家をリスペクトし支援することが不可欠です。

ディラン（農家との連携）：ピートに同感です。シェフと農家の信頼関係がすべてを変えます。ベルリンには日本のような数百年続く農業の歴史や固有種がありません。日本には何世代にもわたる種や伝統がありますが、これは当たり前ではなく、絶対に守るべきものです。私は農家と協力して多様性を生み出し、農園で料理イベントを行っています。一般の人はナスやキュウリがどう育つかを見たことがありません。食べる人と農業を繋げ、「新鮮で栄養があり、特別な野菜こそが贅沢（Luxury）である」という新しい価値観を提案しています。

## Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する

リーン（伝統の継承）：若い世代は、伝統的な家業を継ぐことに興味を失いつつあります。これを防ぐためには、コミュニティを作り、伝統を「再びカッコいいもの（Cool again）」にする必要があります。「Noma」が採集（Foraging）をクールにしたように、伝統を現代的に再解釈し、カッコよく見せること。そして失われつつある歴史を記録（ドキュメント）し、若い世代が継承したくなるような魅力を提示することが重要です。

アンドレ（ラグジュアリーの定義）：ラグジュアリーの定義は変わってきています。物理的な豪華さや目的地（Destination）ではなく、「プロセス」や「体験」にこそ価値があります。現在関わっている「オリエント急行」のプロジェクトでは、列車が停車するごとの村や森、湖から食材を積み込み、その土地の文化を料理で表現しています。大阪でも同様に、単に食べるだけでなく、生産現場や文化そのものに触れ、その背景にある歴史を理解する「旅路（Journey）」全体をデザインすることが、現代における最高の贅沢な食体験になるでしょう。

#### 4. 会場との質疑応答

仲山：会場からご質問はありますか？

ジョナサン・マルポー（会場参加者）：非常に学びの多い数日間でしたが、これが一過性のイベントで終わらないために、どうすれば継続的な架け橋を作れるでしょうか？大阪側ができることは何でしょうか？

ディラン：コミュニケーションの問題だと思います。京都や東京は発信が明確ですが、大阪の人々は自分たちが持っているものに満足していて、あえて世界に「大阪の食文化はこんなに素晴らしい」と叫ぼうとしないように見えます。すべての要素を集めてアイデンティティを提示し、それを人々に伝えていくことが鍵でしょう。

ピート：全く同感です。大阪は特別ですが、外から見るとその「楽しさ」や「クレイジーさ（良い意味で）」が十分に伝わっていません。阪神タイガースが勝つと川に飛び込むような街は他にありません（笑）。そうした人間味や温かさをもっと発信すべきです。そして、橋渡しについては、私たちのような「ヒーロー」に頼るのではなく、コミュニティ同士のリアルな繋がりを作ることです。例えば、私が今回出会った海老芋農家の乾さんをマレーシアに招待し、交流する。そうすれば、今度は彼女が私を大阪に招いてくれるでしょう。こうした草の根の友情と交流こそが、本当の意味での架け橋になります。

#### 5. 第3部：提言（Declaration）とアンバサダー任命

仲山：ここで吉村知事にご登壇いただきます。知事、皆様へ一言ご挨拶をお願いいたします。

吉村 洋文（大阪府知事）：大阪府知事の吉村です。今日は大阪の食のシンポジウムが盛大に開催されまして、本当に嬉しいなと思います。大阪といえば食の都です。そして皆さんご承知の通り、大阪関西万博を開催中ですが、ここでも「宴～UTAGE～」という食のパビリオンを出すくらい、やはり大阪は食というものを大切にしています。食は、美味しく楽しむだけでなく、人と人をつなげるものだと思います。その空間を共にして、人と人がつながり、そこから新たなものが生まれてくる。食の可能性、食の力にはものすごく素晴らしいものがあると信じています。大阪の食文化は一朝一夕にできたものではなく、江戸時代から「天下の台所」と言われ、日本中の食材が集まり、それを大切に生かされました。出汁の文化も、粉ものの文化も、決して1日でできたものではありません。そして、大阪の皆さんのオープンマインドが食にもつながり、大阪の魅力を発信していると思います。食というのは人を惹きつける力があります。食の思い出は忘れられないものになり、食のために人は移動します。大阪には食材も非常に豊富です。食材を大切にする、食文化を大切にする。そういう大阪であり、そういった大阪の街づくりをこれからも続けていきたいと思っています。今日は本当にありがとうございます。

## Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する

仲山： それではここからは、パネリストの皆様から大阪への「提言」をお願いしたいと思います。

アンドレ： キーワードは「出汁（Dashi）」です。大阪にとって、また日本料理にとって出汁がいかに重要かを知っています。いつかこの「出汁」の精神が世界中のあらゆる料理に応用されるようになる、そんなメッセージを世界に発信してください。そして、大阪のオープンマインドな姿勢で、さらに多様な食文化を受け入れ、お互いに影響を与え合ってください。非常にポテンシャルが大きいと思います。

リーン： 「The Osaka Way（大阪流）」です。伝統と本物、そしてオープンでフレンドリーな楽しさを兼ね備えていること。高田シェフのように、確かな技術を持ちながら、個性的なメガネをかけて楽しませるようなスタイルこそが大阪の魅力です。「自分らしく、自分のやり方でやる」、それが大阪を地図に載せる方法だと思います。

ピート： 大阪に大きな恩義を感じています。私の日本での最初のマネージャーが大阪出身で、彼女が私のキャリアを助けてくれたからです。大阪の人々は彼女のように非常に「直接的（Direct）」で、私はそこが好きです。提言としては、「これが大阪だ、私たちは大阪であることを誇りに思う」ともっと発信すべきだと思います。大阪は間違いなく他の都市とは違うからです。私はその「コミュニケーション」をお手伝いしたい。具体的には、今回出会った生産者の皆さん（海老芋農家の乾さんなど）をマレーシアに招待したいです。そうすれば、今度は彼らが私をまた大阪に招いてくれるでしょう。そうやって戻ってくる理由を作りたいのです。

ディラン： 「本物（Authentic）、文化、歴史、そしてオープンさ」です。京都や東京も素晴らしいですが、大阪には温かい人間関係と楽しい体験があります。今回の新しい経験は、私に「すぐに帰ってきたい」と思わせるものでした。それが最も重要な部分だと思います。

仲山： ありがとうございます。吉村知事、皆様の提言を聞かれていかがでしたか？

吉村知事： 本当に嬉しいですね。大阪の多様性とか、オープンマインドとか、フレンドリーさとか、そういったものを大切にしていきたいなと思います。それから新しいものにどんどんチャレンジする、そういった街であり続けたいと思います。やはり大阪の食の魅力、食材は非常に素晴らしいと思います。挨拶でも触れましたが、やはり出汁の文化は簡単には真似できないし、その奥深さというのを本当に感じています。僕も海外へ行った時に食事をしますが、奥深さが物足りなく感じる事が実はよくあって、やはりこれは出汁であったり、裏打ちされている歴史の深さであったり、そういったものが本当に重要だと思うので、大切にしていきたいです。そして、オープンマインドで大阪らしさを発揮したい。ただ、まだまだ大阪の食の魅力の発信というのが、僕も含めて弱いと思っています。皆様の方も借りながら、大阪にはこんな素晴らしい食があるんだ、と強く発信していけたらなと思います。万博も、2度目（花博を入れると3度目）ですが、世界の人たちとつながって、オープンマインドで広がっていききたいというのが大阪の皆さんの根底にあるので、それをこれからも広げていけたらと思っています。

仲山： ここで知事からお知らせがあるとお伺いしています。

吉村知事： やっぱり食の魅力をさらに発信していくにあたって、食のアドバイザー、応援大使をお願いしたいなと思っています。万博のメガネまでかけていただいた、高田さんにぜひお願いしたいと思います。

（任命書の授与）

吉村知事： 任命書、高田裕介様。あなたを大阪府成長戦略アンバサダーに任命します。令和7年9月23日 大阪府知事 吉村洋文。よろしく申し上げます。

## Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する

---

高田： 僕が任命されて良いのかと思いますが、できる限りのことをやりたい。もっともっと大阪を食で盛り上げたいと思っています。よろしくお願いします。

吉村知事： 本日は本当にありがとうございました。大阪府はこれからも食を大切にしていきたいと思っています。今日は議会からも議員が来られていますが、やはり大阪府を挙げて、我々が持っている素晴らしい食の魅力を発信していけたらと思います。ただ、発信力がまだちょっと弱いところがありますから、僕らも一生懸命頑張りますけど、高田さん、責任は重大です。今、任命書をお渡ししましたので、ぜひまた皆さんと一緒に大阪の食の魅力を発信していけたらなと。もう世界に誇るものがあることは間違いないので、ぜひ一緒に広げていきたいと思っています。

仲山： 最後に、大阪府からのお知らせです。万博終了後の10月27日から、「オオサカフーディーズマラソン」が開催されます。大阪の食を3時間単位で巡る体験型イベントです。ぜひご参加ください。本日は誠にありがとうございました。

## 食における大阪府成長戦略アンバサダー任命式

Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する



### 高田裕介氏プロフィール

奄美大島出身の1977年生まれ。フランスや大阪での修行を経て、2010年に大阪で自身のレストラン「La Cime」を開業。ミシュラン2つ星、大阪から唯一「世界のベストレストラン50」（2025年）に選出され、日本でも指折りのガストロノミーとしてその地位を確立している。

### 高田裕介氏コメント：

僕が任命されて良いのかと思いますが、できる限りのことをやりたい。もっともっと大阪を食で盛り上げたいと思っています。大阪の魅力は、海外の識者の方々の意見はヒントになると思います。僕の場合は知っている情報はいつもお客さまに伝えていますが、もっと、大阪の食材や歴史のPR、普及、広げることはできる。これを機にもっと掘り下げてやっていきたいと思っています。（イベント中のコメント）

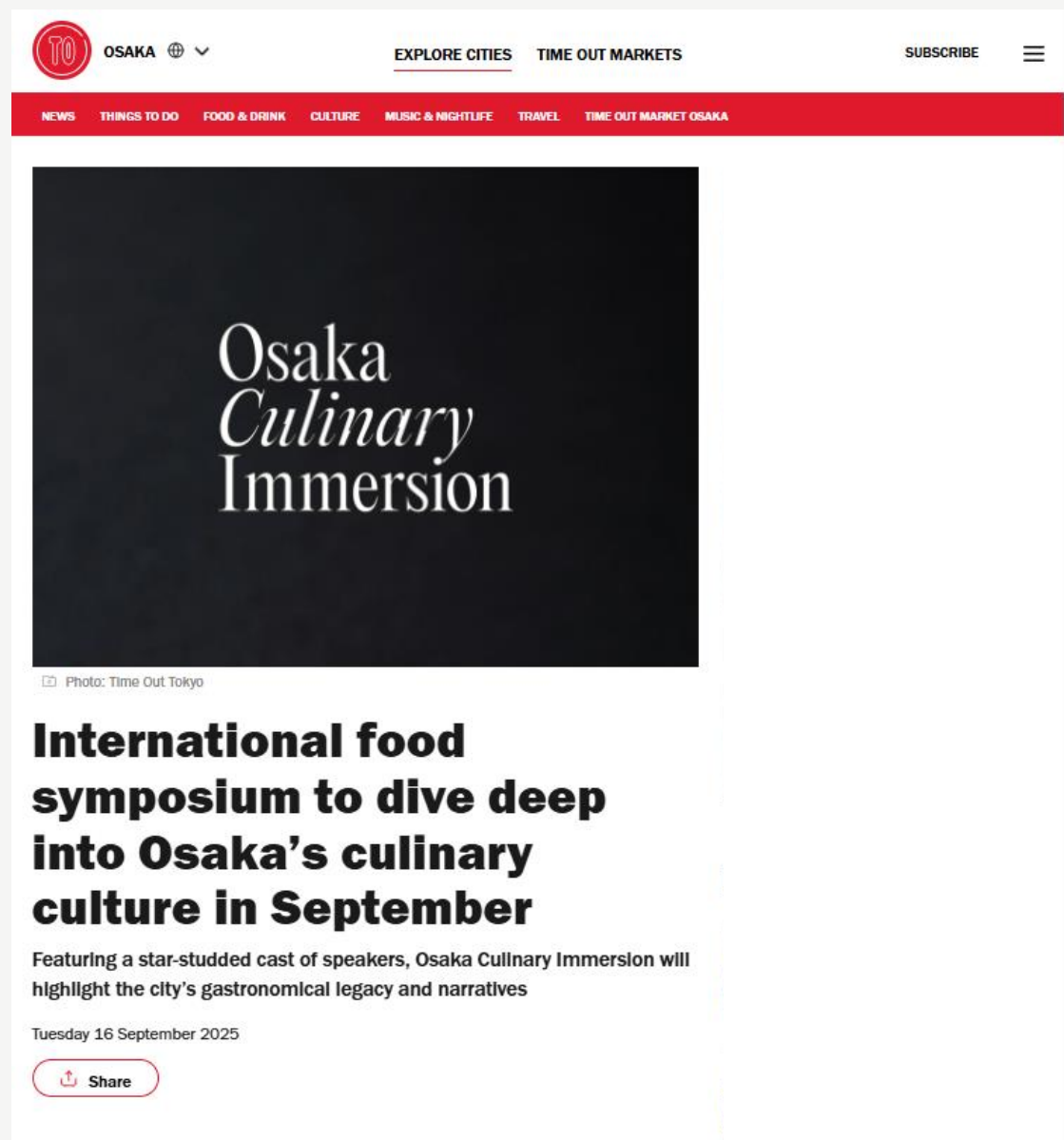
# メディアによる情報発信

## Osaka Culinary Immersion 天下の台所・大阪の食文化に没入する

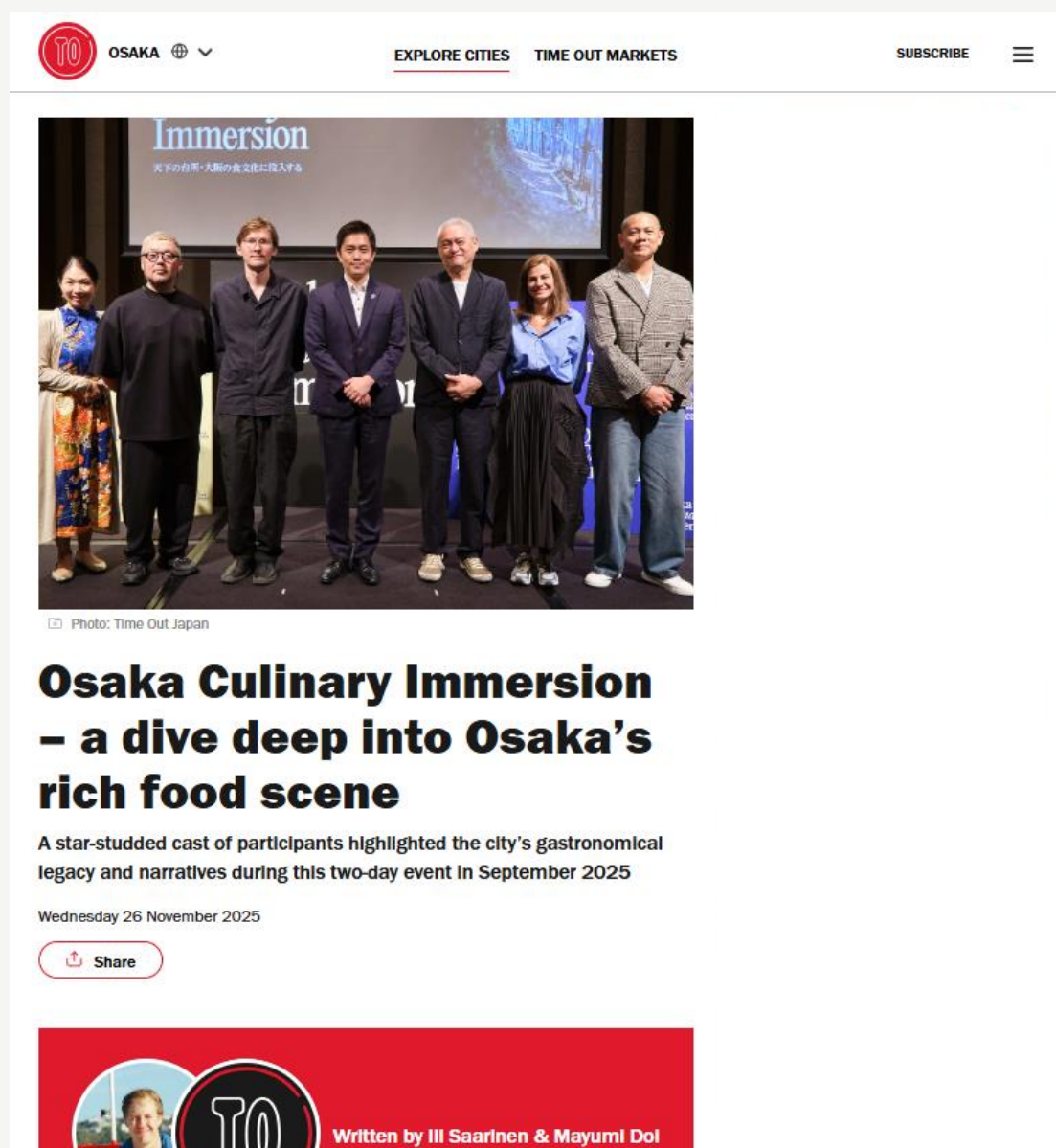
### Time Out (英語版) 2025年9月16日 OCI告知

### Time Out (英語版) 2025年11月26日 OCIREポート

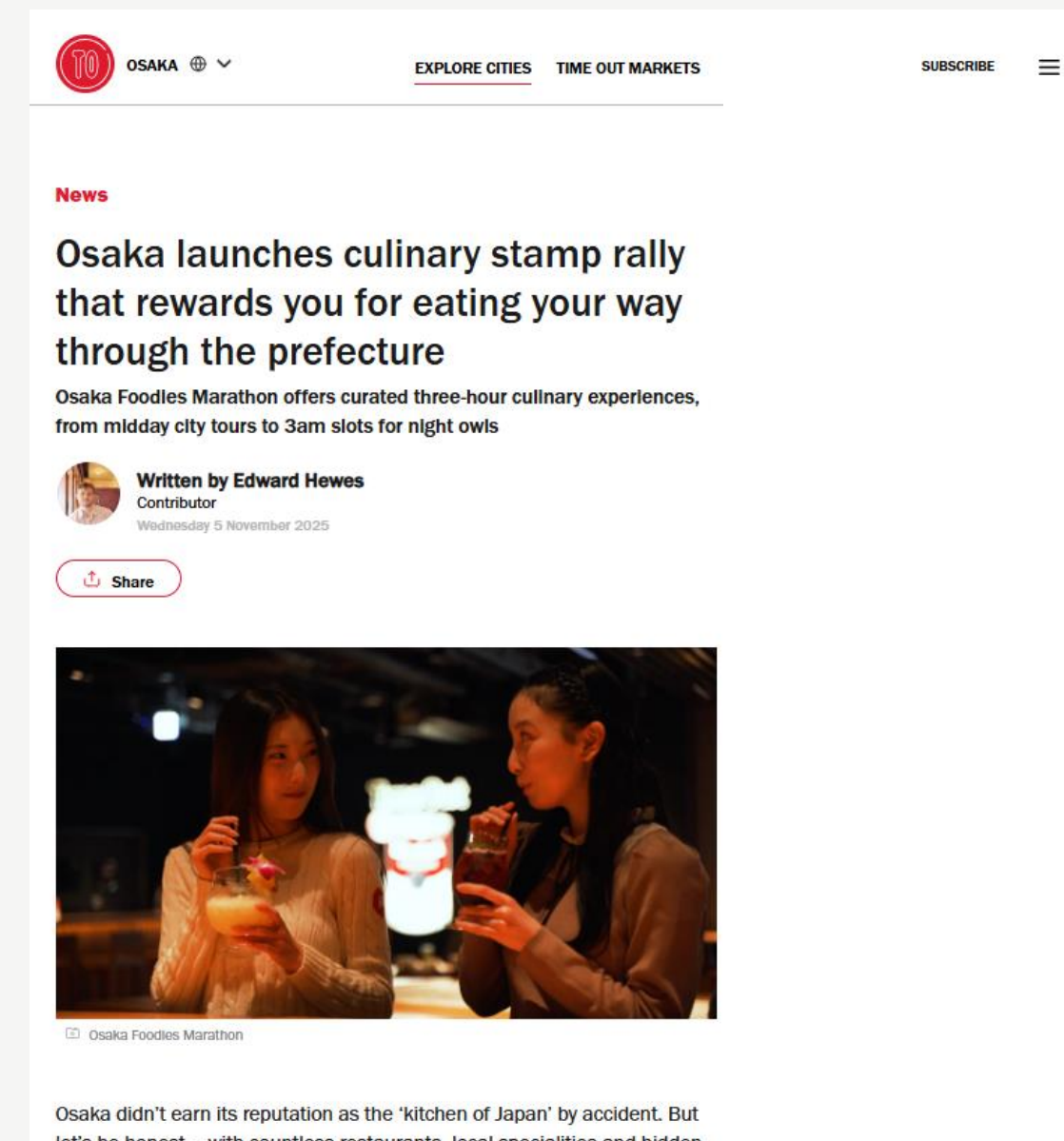
### Time Out (英語版) 2025年11月5日 OFM告知



<https://www.timeout.com/osaka/restaurants/international-food-symposium-osaka-culinary-immersion>



<https://www.timeout.com/osaka/restaurants/osaka-culinary-immersion-report>



<https://www.timeout.com/osaka/news/osaka-launches-culinary-stamp-rally-that-rewards-you-for-eating-your-way-through-the-prefecture-110525>

## メディアによる情報発信

Osaka Culinary Immersion  
天下の台所・大阪の食文化に没入する

### Time Out（日本語版） 2025年9月16日 OCI告知



<https://www.timeout.jp/osaka/ja/things-to-do/osaka-culinary-immersion>

### Time Out（日本語版） 2025年11月6日 OFM告知



<https://www.timeout.jp/osaka/ja/news/osaka-foodies-marathon-110525>

## メディアによる情報発信

## Osaka Culinary Immersion 天下の台所・大阪の食文化に没入する



## Time Out Osaka (instagram)



[https://www.instagram.com/p/DOuoVD5kqXZ/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/DOuoVD5kqXZ/?img_index=1)



<https://www.instagram.com/p/DRL-omxkghv/>



<https://www.instagram.com/p/DUVgx6HjR2m/>

## メディアによる情報発信

## Osaka Culinary Immersion 天下の台所・大阪の食文化に没入する



### Time Out Tokyo (X)



<https://x.com/TimeOutTokyoJP/status/1967907612189417745>



<https://x.com/TimeOutTokyoJP/status/1987445152504315976>



<https://x.com/TimeOutTokyo/status/1987845258915328330>

## 海外での情報発信

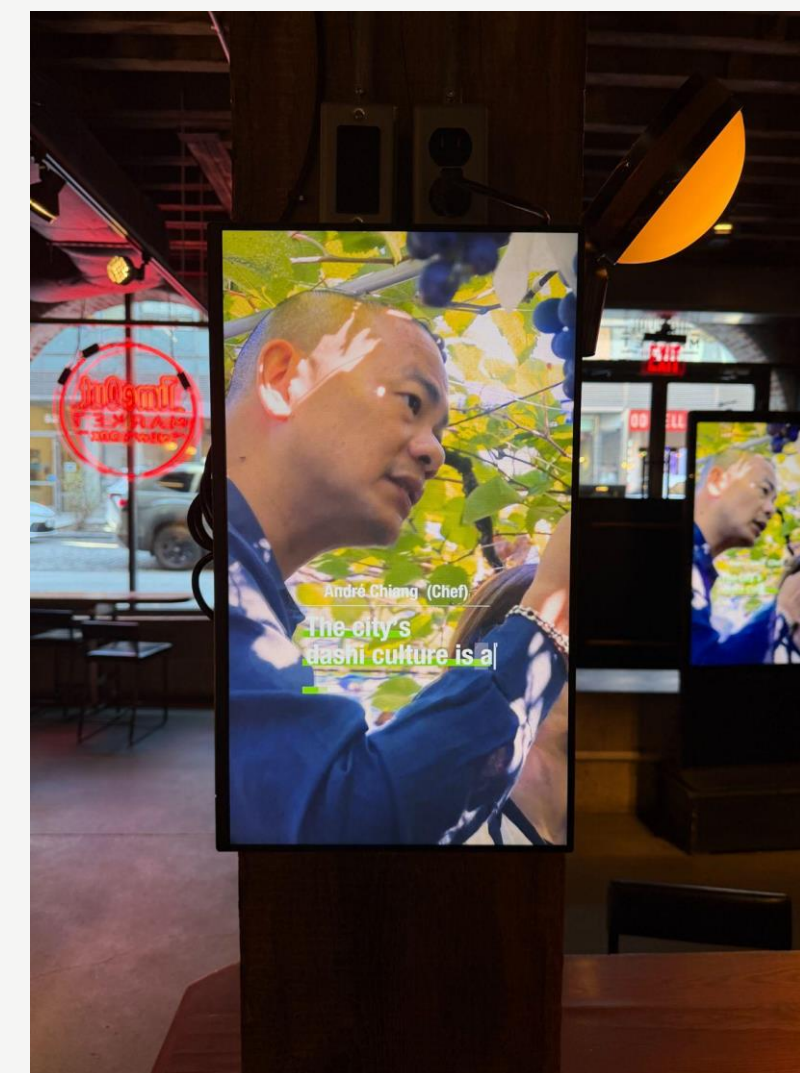
## Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する

Time Out Market New York店内デジタルサイネージにて動画配信。

期間：2026年3月24日～3月31日

imp数：約330,000



## 海外での情報発信

## Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する

アメリカ、イギリス、オーストラリア、シンガポールにて、食関連のYouTube動画を見ているユーザーに対して、動画配信。

配信期間：2025/11/25～2025/12/12

imp数：129,961



# メディアによる情報発信

読売新聞  
2025年9月25日 朝刊

大阪の食文化について議論されたシンポジウム (大阪市北区で)



## 大阪の食「安くて美味」以外も

府主催シンポ 多面的魅力議論

大阪の食の魅力を世界に発信する府主催のシンポジウムが23日、大阪市北区のホテルで開かれた。「安くておいしい」だけでなく大阪の食文化の多面的な魅力を探ろうと企画。「大阪の食文化の国際市場での可能性と食と地域の持続可能性」をテーマに、世界的に知られるシェフら6人が議論した。

府内の日本料理店を訪れたカナダ出身のシェフ、ドイツ人シェフ、イラン・ワトソン・プラウソンさんは「シェフが色々なものを見せて話しながら料理を提供する大阪発の割烹はホテリシヤルがある」と評価。「カジュアルでフレンドリーな食への向き合い

方を海外観光客とも共有してほしい」と話した。

また、台湾出身のシェフ、アンドレ・チャンさんは「大阪には様々な食文化が集まり、お互いに影響を与えている。オープンな都市であるから」と述べた。

この日、登壇した吉村知事は大阪が天下の台所と呼ばれた歴史に触れ、「食は人と人をつなげる力がある。オープンマインドで世界に発信していきたい」と意気込んだ。

◆読売新聞オンライン  
読者会員登録で大阪本社版朝刊の各地域版が無料で見られます。ご購読ください。

# パネリストによる発信

# Osaka Culinary Immersion 天下の台所・大阪の食文化に没入する

## アンドレ・チャン氏 (André Chiang)



**andrechiang\_sg**  ...  
Andre Chiang  
投稿2263件 フォロワー13.9万人 フォロー中0人

Creative director: Restaurant ANDRE/ RAW/ Burnt ends/ Bincho/ MeatSmith/ Porte 12/ The Bridge/ Zen/ Sichuan moon/ Eastern... 続きを読む  
[www.andre-chiang.com](http://www.andre-chiang.com) @andrechiang\_sg



andrechiang\_sg • フォロー

andrechiang\_sg  At the round table discussion, someone asked: "How would you describe Osaka in one sentence? (It was such a big, tough question)"

On my flight back, swiping through the photos from these past days... old friends I've known for 15, 20 years, new friends I just met last night... people, food, nature, craftsmanship... what do they all have in common?

At the symposium we spoke about the big-heart and open-mind personality of Osakans, their sense of humor, and the unpolished punch of flavors that hit straight to the heart, without pretension.

It reminds me of 'family' - everything is straightforward and sincere, sometimes even harsh, yet always honest and unconditional. Even if you travel the world and don't see each other often, the love never fades.

Perhaps, Osaka is like a bowl of Dashi, Hajime's plate of vegetables, Hideto's skewer of chicken, or a dish from Kappo - it's like family itself: sometimes with a thousand things to say, but when the moment comes, it is expressed through just a few simple words, and maybe - that's Osaka.

#osakaculinaryimmersion @hajimeyonedo @takeda\_ichimatsu 21週間前 翻訳を見る

cava.tara 大抵、食い慣れ。 We live to eat period. Everything about us, arts, culture, relationship, music... and for me... like my father Food is medicine and food is love 21週間前 返信

ipohhengzai  21週間前

いいね! 524件  
2025年9月24日

コメントを追加... 投稿する



**Andre Chiang**  
フォロワー5万人・フォロー中46人

メッセージ フォローする 友達を追加



Andre Chiang  
2025年9月24日


いいね! コメントする シェア

まだコメントはありません  
最初のコメントを投稿しよう。


コメントを入力...




## 仲山今日子氏



**kyokonakayamatv** ...  
Kyoko NAKAYAMA  
投稿5891件 フォロワー1.5万人 フォロー中7500人

ジャーナリスト  
News anchor JP /  taster  
[@nikkei](#) [@michelinguide](#) [@tatlermagazine](#) [@businesstimesg](#)  
[@channelnewsasia](#) [@forbesjapan...](#) 続きを読む  
[amzn.asia/d/4CbsKIA](https://amzn.asia/d/4CbsKIA) [kyokonakayamatv](#)



kyokonakayamatv フォローする ...

kyokonakayamatv 編集済み・7週間前  
Happy New Year 🎉  
Wishing you a wonderful 2026 🌟🌟🌟

My 2025 was a bit hectic, but was memorable 🍷

🌟Video 1-6  
Selected as [@forbes](#) [@forbesjapan](#) x [@earthmart\\_official](#) [@expo2025japan](#) (by [@kundokoyama](#)) "25 Leaders Brightening the Future of Food" representing journalism sector! [https://forbesjapan.com/articles/detail/84102?read\\_more=1](https://forbesjapan.com/articles/detail/84102?read_more=1)

🌟Video 7  
My book "I live by Cooking" received a special award at [@gourmandcookbookaward](#) ( Thank you [@clangarcia](#) for the video!)

🍷 373 🗨️ 35 📌  
1月5日

コメントを追加...

# パネリストによる発信

# Osaka Culinary Immersion 天下の台所・大阪の食文化に没入する

## ジョナサン・マルボー氏 (Jonathan Malveaux)



**jonathanmalveaux** ●  
Jonathan Malveaux  
投稿29件 フォロワー4905人 フォロー中1276人

Tokyo Ambassador | Forbes Business Council  
Investor/strategist shaping ideas/partnerships  
Grand Alliance • ALTO •... 続きを読む

🌐 [www.grandalliance.co](http://www.grandalliance.co)と他4人  
📍 [jonathanmalveaux](https://www.instagram.com/jonathanmalveaux)

共同投稿者

- jonathanmalveaux** ●  
Jonathan Malveaux [フォロー](#)
- waldorfasteriaosaka** [フォロー](#)
- lacime\_japan** [フォロー](#)
- anna\_no73** [フォロー](#)

## 辻田浩之氏



**yamatsu\_tsujita** ●  
やまつ辻田  
投稿636件 フォロワー4097人 フォロー中141人

商品・サービス  
明治35年創業  
なにわの伝統野菜🍆鷹の爪純系品種『堺鷹の爪』  
・七味 山椒 柚子 和風香辛料専門店  
世界一の香り♥粉作りを目指します  
1300年の歴史の道🌿西高野街道からお届けいたします  
福田280番地, Sakai-shi, Osaka, Japan 5998241  
[www.yamatsu-tsujita.com](http://www.yamatsu-tsujita.com)



Jonathan Malveaux ● Honored to help organize the Osaka Culinary Immersion with the Osaka Prefecture Government and Osaka Governor Yoshimura @yoshimurahirofumi at the new Waldorf Astoria Osaka @waldorfasteriaosaka, uniting extraordinary voices to explore food, culture, and the future of culinary collaboration.

Osaka holds a special place in my journey. It's a city defined by creativity, craftsmanship, and a refreshing lack of pretense. It's gritty...more heart than hype, more substance than show. Over 30 years ago (just after Harvard) I lived and worked here as the only non-Japanese in my group at Panasonic headquarters, an experience that shaped how I understand authenticity and excellence. Now, as a Tokyo Ambassador, I'm proud to champion Osaka's well-deserved rise on the global stage.

Grateful to Anna Nogami @ann.nyanya for partnering to curate an incredible lineup. Special thanks to Kyoko Nakayama @kyokonakayamatv, Toshiro Nakazawa, and Chef Yusuke Takada @lacime\_japan, officially named an Ambassador of Osaka, a well-earned honor for his contribution to the city's culinary legacy.

Inspiring sessions with @andrechiang\_sg, @leenalzaben, @officedandynamakamura, @peteteo, @dylan1watson, and many others who shared their vision and passion.

Proud to support @timeoutosaka...and Osaka Prefecture in shaping the next chapter of culinary innovation.

#Osaka #TokyoAmbassador #JapanCulinaryScene #CulinaryInnovation #WaldorfAstoriaOsaka #GrandAlliance #Worlds50Best #TimeoutTokyo #CulinaryLeadership #FoodCulture

編集済み · 16週間前 翻訳を見る

いいね！ 383件  
2025年11月1日

共同投稿者

- jonathanmalveaux** ●  
Jonathan Malveaux [フォロー](#)
- waldorfasteriaosaka** [フォロー](#)
- lacime\_japan** [フォロー](#)
- anna\_no73** [フォロー](#)

共同投稿者

- jonathanmalveaux** ●  
Jonathan Malveaux [フォロー](#)
- waldorfasteriaosaka** [フォロー](#)
- lacime\_japan** [フォロー](#)
- anna\_no73** [フォロー](#)

共同投稿者

- jonathanmalveaux** ●  
Jonathan Malveaux [フォロー](#)
- waldorfasteriaosaka** [フォロー](#)
- lacime\_japan** [フォロー](#)
- anna\_no73** [フォロー](#)

共同投稿者

- jonathanmalveaux** ●  
Jonathan Malveaux [フォロー](#)
- waldorfasteriaosaka** [フォロー](#)
- lacime\_japan** [フォロー](#)
- anna\_no73** [フォロー](#)

共同投稿者

- jonathanmalveaux** ●  
Jonathan Malveaux [フォロー](#)
- waldorfasteriaosaka** [フォロー](#)
- lacime\_japan** [フォロー](#)
- anna\_no73** [フォロー](#)

共同投稿者

- jonathanmalveaux** ●  
Jonathan Malveaux [フォロー](#)
- waldorfasteriaosaka** [フォロー](#)
- lacime\_japan** [フォロー](#)
- anna\_no73** [フォロー](#)



# パネリストによる発信

# Osaka Culinary Immersion 天下の台所・大阪の食文化に没入する

## 田中嘉一氏

**yoshi8446** ...  
田中 嘉一  
投稿694件 フォロワー419人 フォロワー中313人

大阪観光局 統括官、展示会・見本市コンサルタント、地域活性化コンサルタント、アフターMICE・デザイナー、広報プランナー、スピーチライター。自治体等のMICE振興アドバイス、地域活性化の支援事業に力を注いでいます！  
[www.linkedin.com/in/tanayoshi](http://www.linkedin.com/in/tanayoshi) @ yoshi8446

「Osaka Culinary Immersion 天下の台所・大阪の食文化に没入する」ラウンドテーブルに参加しました。大阪の食の発展に貢献したいと、世界第一線で活躍する方との濃い議論を通して、たくさんキーワードとヒントを頂きました！どんなに時間が経っても、着実に積み上げ、接するさまざまなイメージを磨きたいと決意を新たにしました。

田中さん、お疲れ様でした！今回私たちが北摂コースで食事させていただきました！後のセッションでみなさまにお会いしました👏とても、素晴らしい経験をさせていただき本当に最高でした。

いいね！ 11件  
2025年9月24日

## 箕面ビール様

**minohbeer** ...  
minohbeer/箕面ビール  
投稿2224件 フォロワー3.3万人 フォロワー中1254人

【公式】箕面ビール  
クラシックなスタイルをスタンダードとしつつ、季節にあわせて様々なスタイルを醸造。  
箕面ビールにしかない個性を日々追求しています。また、地域に根差しローカルビールがデイリービールになる日を目指しています。  
牧落3-14-18, Mino-shi 562-0004  
[store.minoh-beer.jp](http://store.minoh-beer.jp)

フォロワー: erieripops, nomooo\_info

大阪で国際的な食のシンポジウムが開催され、世界からのゲストが箕面ビールの工場へ見学に来てくれました。そしてシンポジウム当日には、サブライムで取材記事も大阪のものづくりや食がもっと世界に知ってもらえたら嬉しいな。

\*箕面ビール #minohbeer #stout #百村知事と \*大阪の食 #localmeetsbest

Osaka Culinary Immersion

いいね！ 692件  
2025年9月24日

**箕面ビール**  
フォロワー2万人・フォロワー中157人

箕面ビール  
2025年9月24日

大阪で国際的な食のシンポジウムが開催され、世界からのゲストが箕面ビールの工場へ見学に来てくれました。... さらに表示

いいね！ 92  
いいね！ コメントする シェア

# パネリストによる発信

# Osaka Culinary Immersion 天下の台所・大阪の食文化に没入する

## 能勢 日本料理 新様

## 船井香緒里氏



**madame\_arata**  

Arata Osaka | 大阪能勢 日本料理 新

投稿693件 フォロワー6931人 フォロー中754人

日本料理店  
Serene, nature and harmony. Traditional and intuitive Japanese to your table. 送迎あり | お子様歓迎 | 季節の景色  
Chef @arata... 続きを読む

[www.tablecheck.com/ja/shops/nosearata/reserve](http://www.tablecheck.com/ja/shops/nosearata/reserve)と他2人

[madame\\_arata](#)

---



**madame\_arata**   Osaka Culinary Immersion

— 天下の台所・大阪の食文化に没入する

秋の始まりの大阪能勢町で。旬の野菜や果物、野草、川魚を各々に映しました。この土地の季節を表現し、地域の食材をただの食材としてではなく、日本料理の伝統文化を尊重しながら。

Osaka Culinary Immersion  
— Experiencing Tenka no Daidokoro, Osaka: The Nation's Kitchen

Osaka has long been called Tenka no Daidokoro—the "kitchen of the realm"—a historic center where rice and provisions from across Japan once gathered, giving birth to a rich culinary culture.

In the satoyama of Nose, at the dawn of autumn, we express this heritage through the season's harvest: vegetables, fruits, wild herbs, and river fish. Each ingredient is treated not as mere produce, but as a cultural expression, prepared with respect for the traditions of Japanese cuisine.

編集済み・21週間前 翻訳を見る

いいね！ 54件  
2025年9月24日

この投稿へのコメントは制限されています。



**madame\_arata**   大阪府主催 Osaka culinary immersion

「天下の台所・大阪の食文化に没入する」の北摂エクスカーションコースにて、レストランで料理提供をさせていただきました。

能勢町に開設して以来、この郊外の地から「大阪」という場所を築つてきました。立場が強いと言われることもありましたが、最近はその強さを、市内からたった40分程度で出会う大自然と静かな美しさにあふれる能勢町は、むしろ近く、とても魅力が溢れる土地だと思っていました。参加者は「何を求めて訪れるのか」ではないかと日々の営業を通じ、感じています。

この2年ほど、シェフは毎月とてもいい料理をしています。同じ季節に見ても、採れるものや出会う生産者によってメニューは変わります。より新鮮でおいしいです。お客様の期待に応えられるよう、その思いで続けてきました。

今回海外有識者へ提供したのは、今月実際に外出している「初秋の能勢」を表現したコース。シャインマスカット、白菊、吹き寄せ八寸の秋、豊後産の新鮮なちまき、あまの菊、すずらん、すずらん、活き鮎、焼きなすアヒスに蒸かしたアヒス、他。

当店を訪れてくださったピーターさん、リサさん、ディランさんからたくさんのお褒めの言葉をいただきました。後のレセプションでもトーク内で何度もご紹介いただき、シェフの料理を「感動した」と伝えてくださったことが、本当に嬉しかったです。

このイベントの目的は、大阪一帯の食文化だけではなく、京都や奈良とも異なる食文化や地域食材を発信すること。海外の有識者からは、大阪の食文化の魅力として「人のコミュニケーション能力の高さ」も挙げられていました。「日本を好きになる」ための、大切な一歩を踏み出せたのではないかと感じています。

いいね！ 224件  
2025年9月24日

この投稿へのコメントは制限されています。



**writer\_kaorin** 

船井 香緒里

投稿1129件 フォロワー5266人 フォロー中2948人

編集者  
旨いもんを求めて街と旅先を彷徨う、 Food Editor & Writer船井香緒里 (kaori funai) の日々。#Japan #jp #大阪 #osaka ★ウェブサイトはコチラから★  
[www.kaorifunai.com](http://www.kaorifunai.com)と他1人

---



**writer\_kaorin**   

編集済み・22週間前  
世界のトップシェフたちが大阪の食文化の深層に迫る2日間、ついに開催！

『Osaka Culinary Immersion / 天下の台所・大阪の食文化に没入する』  
(主催：大阪府)

9月22日(月)は、海外から招聘したトップシェフとともに巡るエクスカーションを「北摂」と「南大阪」に分けて実施。地域の歴史や食文化を深く知っていただく一日となりました。

そして本日、9月23日(火・祝)は「ウォルドルフ・アストリア大阪」にて

いいね！ 431  
コメント 5  
2025年9月23日

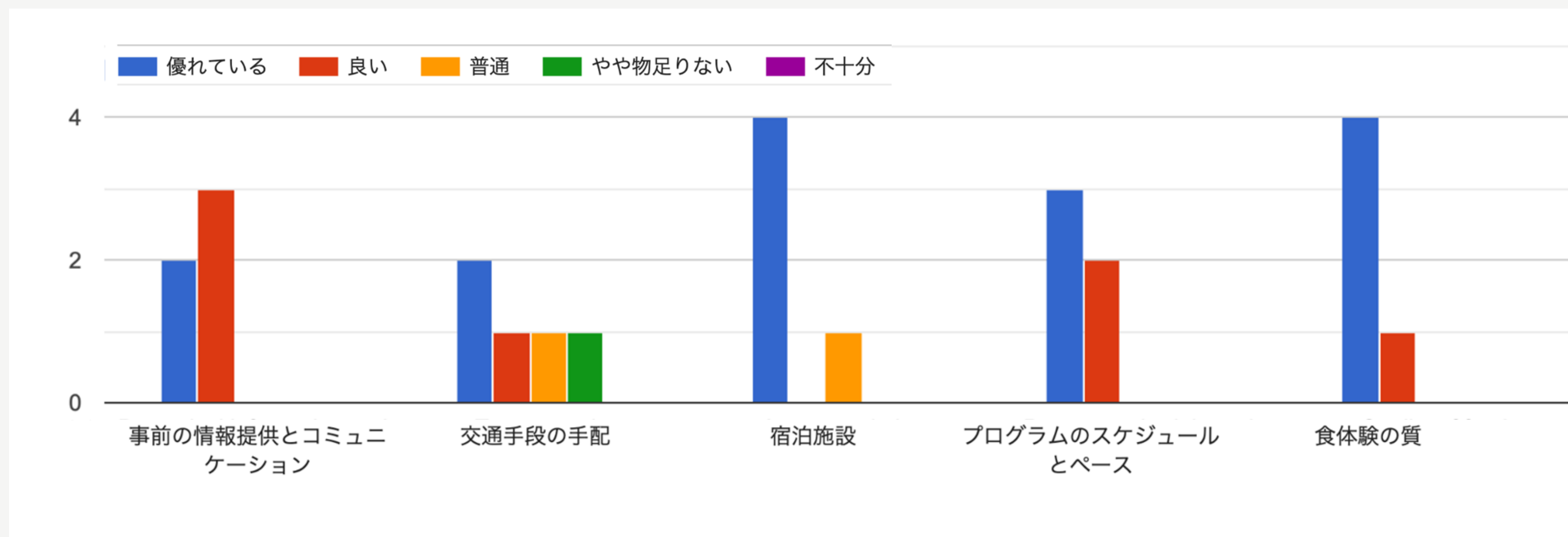
コメントを追加...

## アンケート分析 【海外ゲスト】

Osaka Culinary Immersion  
天下の台所・大阪の食文化に没入する

### ゲストスピーカー・全体評価について

様々な分野でトップクラスの評価を得ているシェフ、国内外の多くのレストランアワードの審査を行うフードジャーナリストなど、食のプロフェッショナルをゲストとして迎えた。



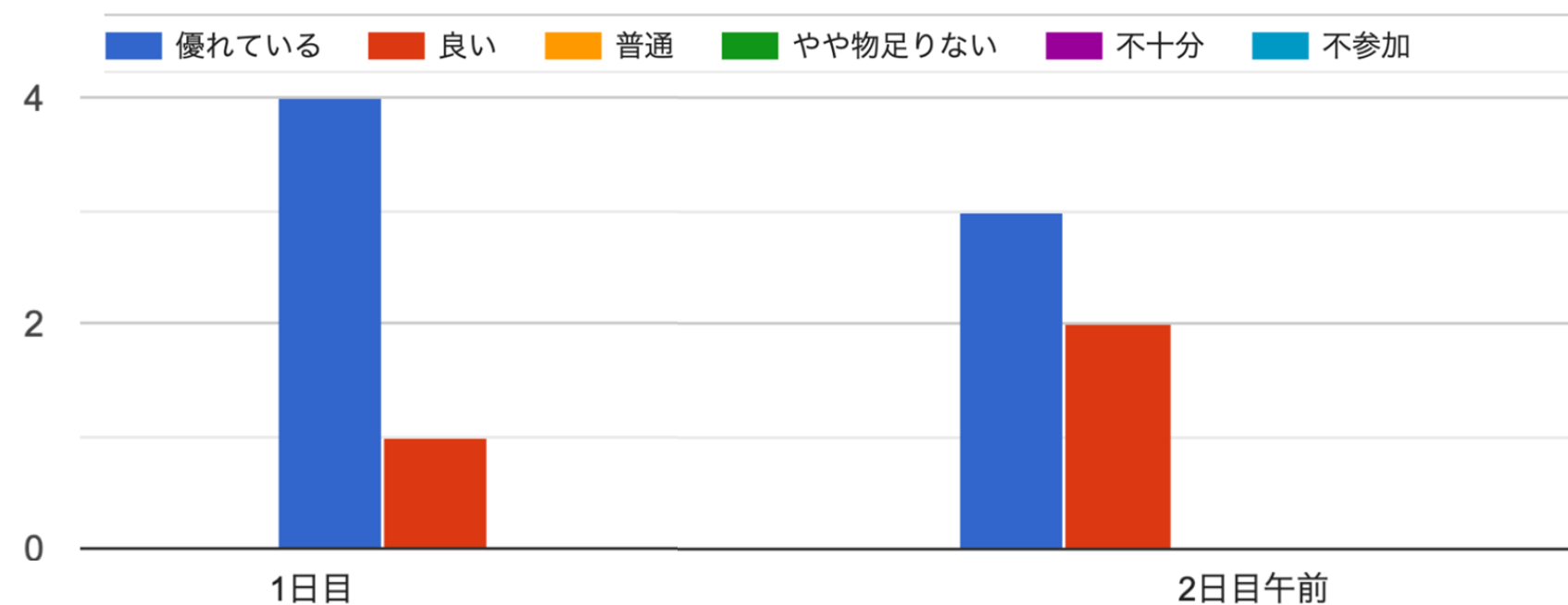
どの項目でも半数以上は「優れている」または「良い」と高評価の回答を得ている。

## アンケート分析 【海外ゲスト】

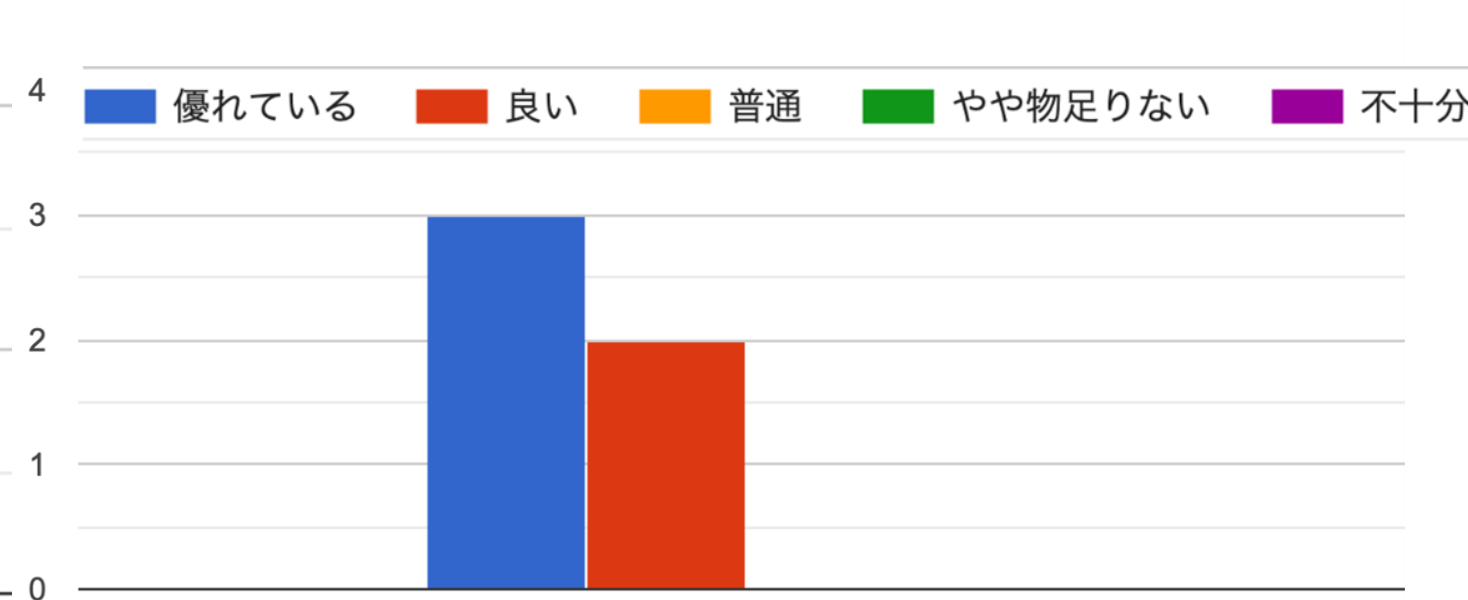
Osaka Culinary Immersion  
天下の台所・大阪の食文化に没入する

### エクスカーション/シンポジウムの評価について

エクスカーション全体評価



シンポジウム全体評価



エクスカーション及び、シンポジウムの全体評価について、半数以上が「優れている」または「良い」と回答。全体的に満足度が高い結果。

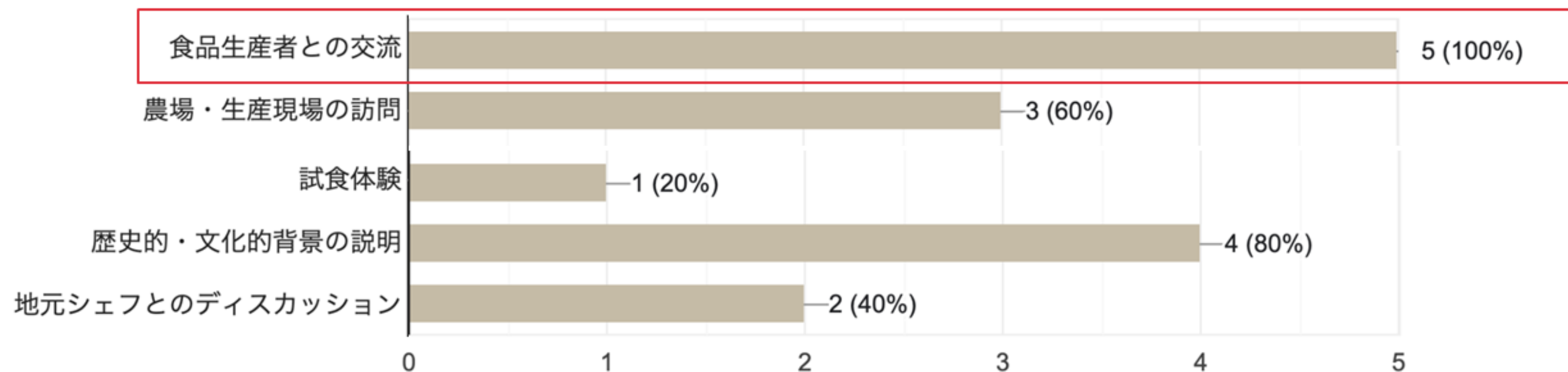
## アンケート分析 【海外ゲスト】

### Osaka Culinary Immersion

天下の台所・大阪の食文化に没入する

#### エクスカージョン評価について

エクスカージョンの中で最も価値があったと感じた側面は何ですか？ (最大3つまで選択してください)



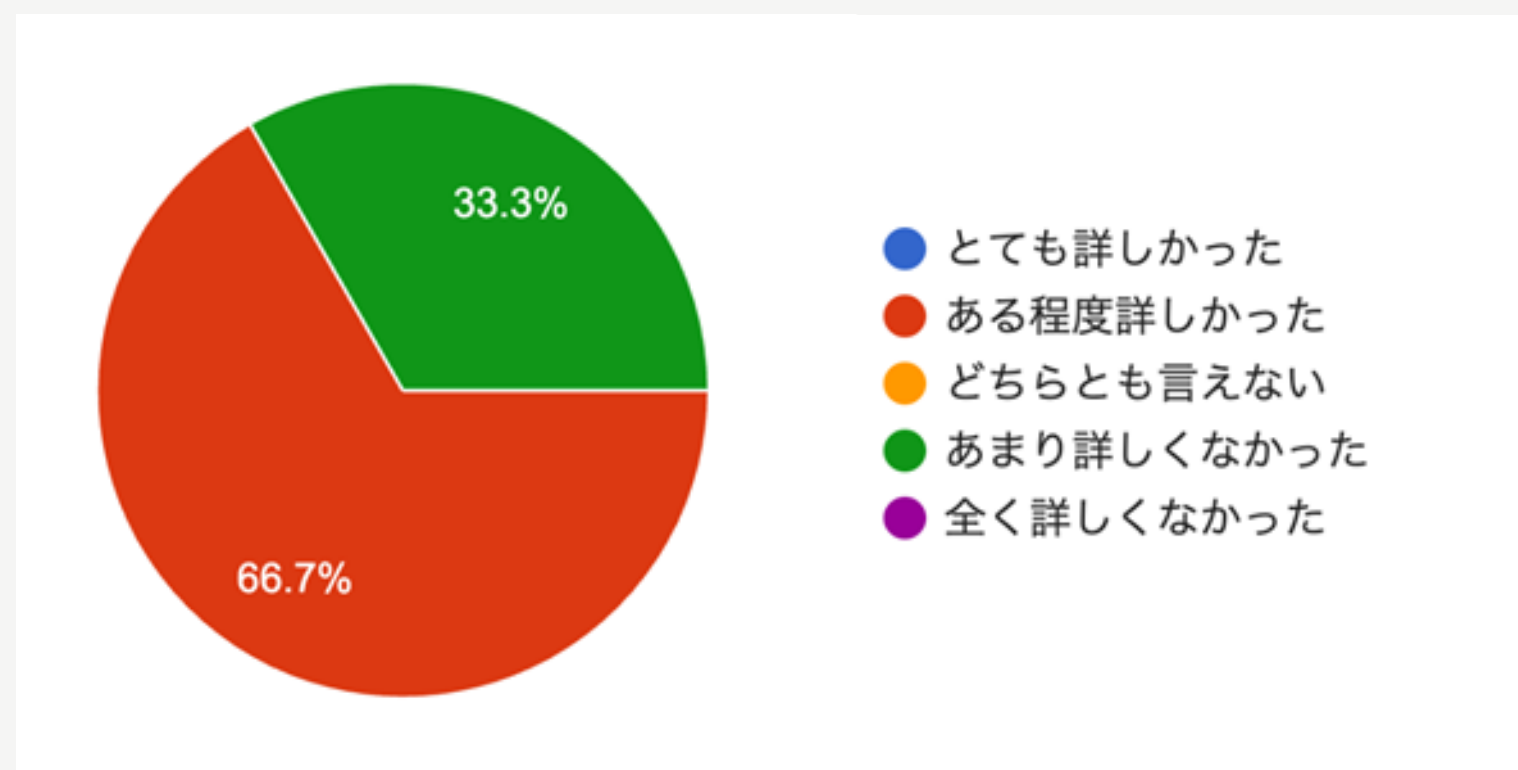
回答者全てが「食品生産者との交流」が最も価値があったと評価。ついで、「歴史的・文化的背景の説明」、「農場・生産現場の訪問」、「地元シェフとのディスカッション」の順となった。

## アンケート分析 【海外ゲスト】

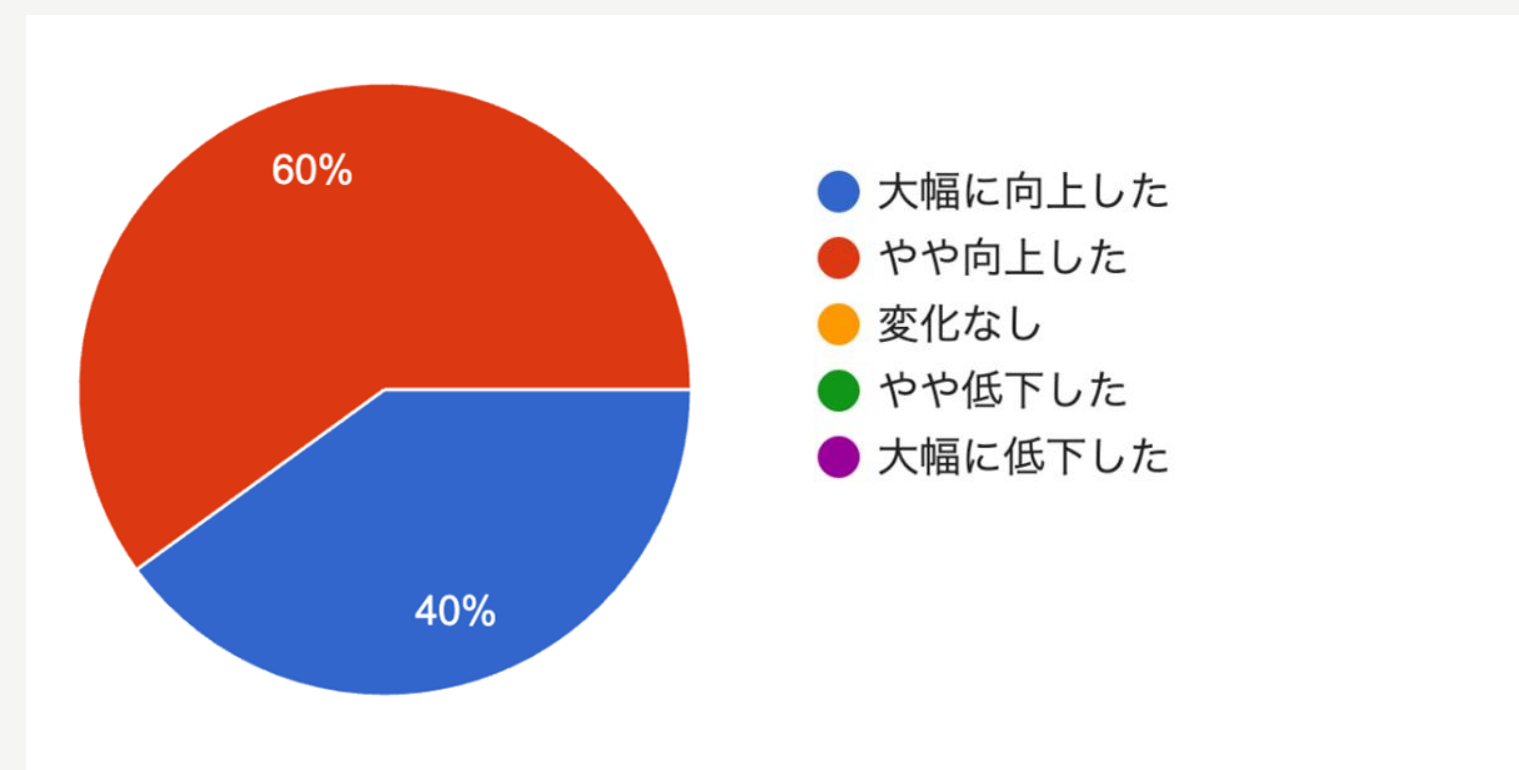
Osaka Culinary Immersion  
天下の台所・大阪の食文化に没入する

### 大阪の食文化について

この体験の前に、大阪の食文化にどの程度精通していましたか？



この体験の後、大阪の食文化への理解は変わりましたか？



➡ 体験後は全員が大阪の食文化への理解が向上したと回答。

大阪の食文化のどのような側面が最も驚きや感銘を与えましたか？

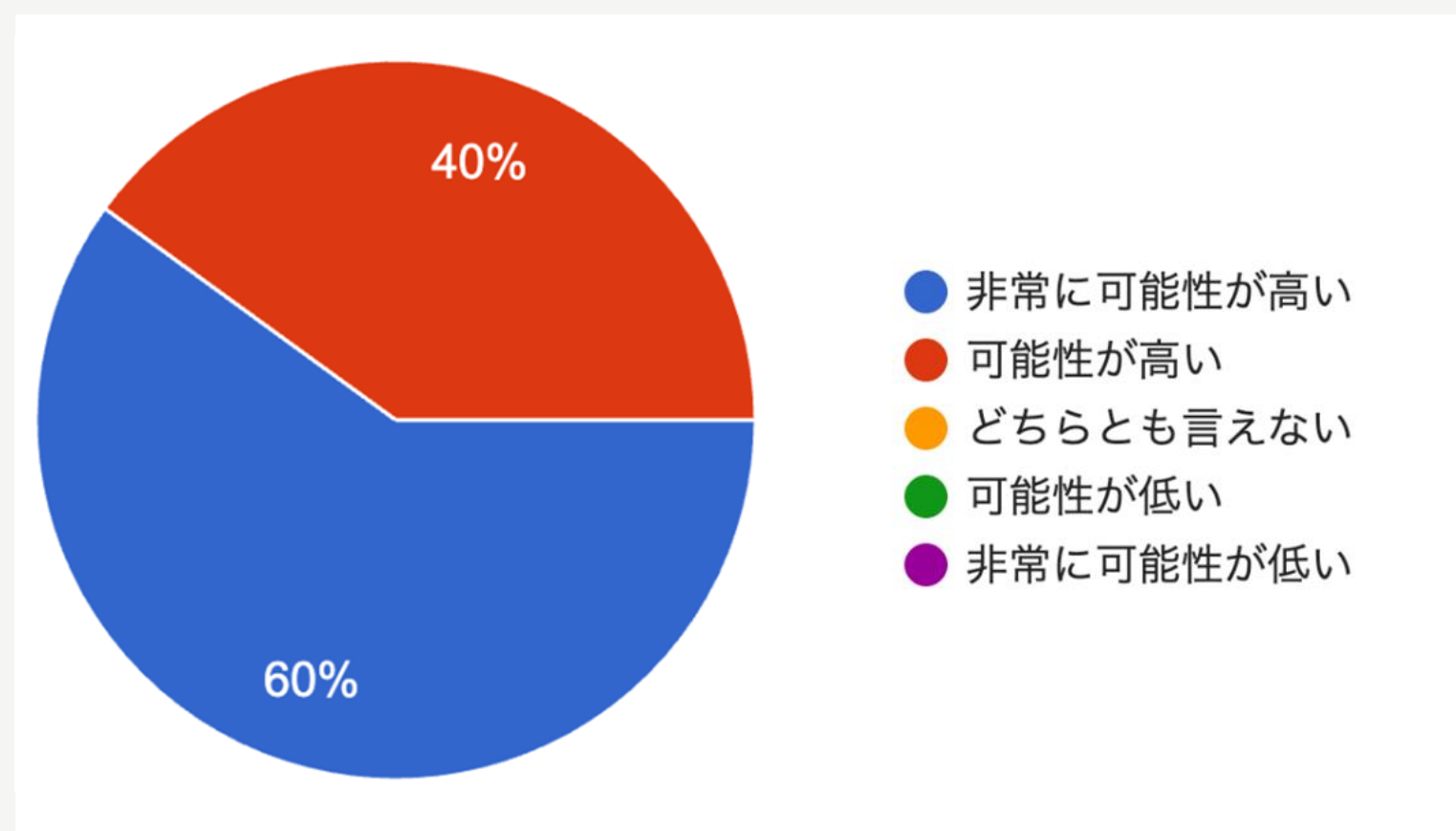
- ・天下の台所と言われてきたとは知っていたが、具体的にその姿が見えた。
- ・おもてなし、温かさと親しみやすさ。
- ・その寛大さとオープンマインドな精神は、日本の他の都市と比べても際立っている。
- ・日本料理の発展における大阪の歴史的重要性。

## アンケート分析 【海外ゲスト】

### 今後の訪問と推薦について

将来、大阪に再訪する可能性はどのくらいですか？

あなたのフォロワー/オーディエンスに大阪を食の目的地として推薦する可能性はどのくらいですか？



全員が、自分自身が大阪へ再訪問する可能性が高いと回答し、自身のソーシャルメディア内のフォロワー・オーディエンスへも推薦すると回答。

大阪の食文化のどのような側面を他の人に最も推薦する可能性がありますか？

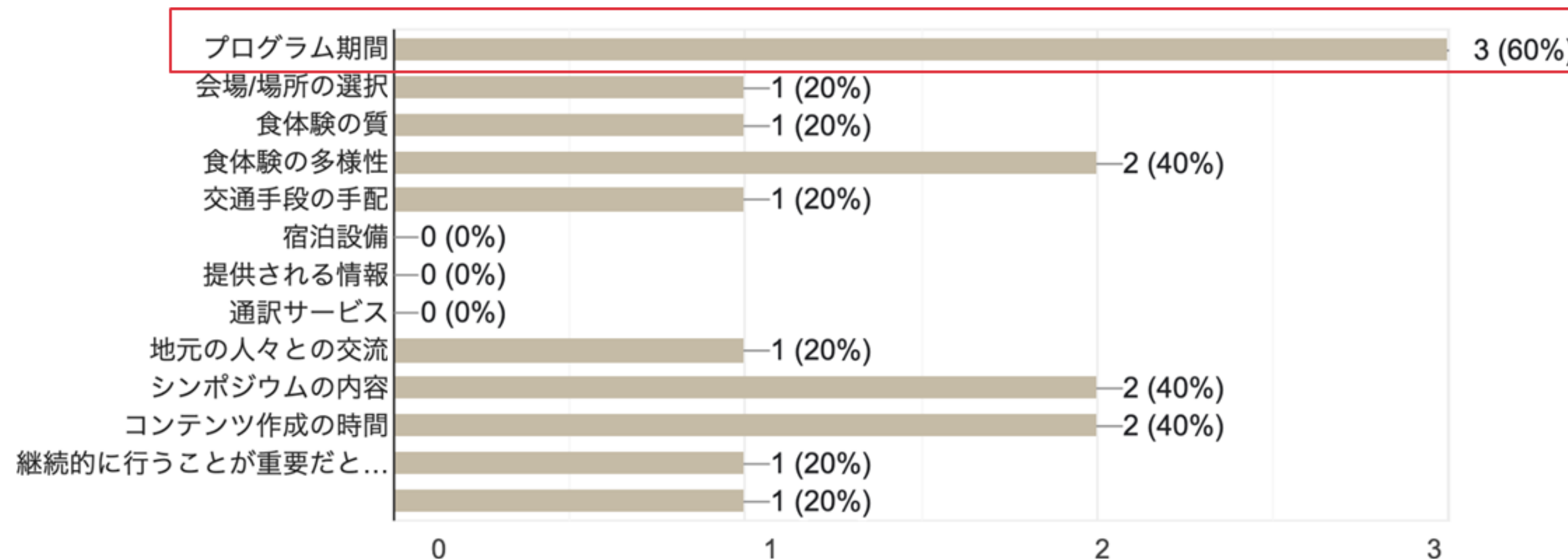
- ・深みと多様性、そしてそのアクセスの良さ。
- ・爽やかな雰囲気、多彩な品揃え、活気ある街と美しい人々。
- ・隠れた名所。
- ・人々の心温まるおもてなしが最も印象的。食を通じて人と人をつなぎたいという想いが伝わってきた。

## アンケート分析 【海外ゲスト】

Osaka Culinary Immersion  
天下の台所・大阪の食文化に没入する

### 改善のための提案

プログラムのどのような側面が改善できると思いますか？(複数選択可)



(一部抜粋)

- ・他の参加者や生産者の方々と交流する時間をもっと増やしてほしい。
- ・参加者全員が観光ではなく、シンポジウムでの議論に積極的に貢献すべきだ。
- ・ブランディングの視点が重要だと考える。
- ・大阪の食文化をより深く体験するためにもう少し長い期間を設け、多様な体験を実感できたなら良かったと思う。
- ・主催者から政府関係者、食品生産者、シェフに至るまで、現地参加者との気軽で非公式な交流の時間をもっと設けてほしい。そうした場で築かれる関係こそが、大阪の海外での存在感を高める基盤になると確信している。

## アンケート分析 【海外ゲスト】

---

### まとめ

エクスカーション、シンポジウムの評価は半数以上が「優れている」または「良い」と回答。  
参加後に大阪の食文化への理解が高まったという回答も見られ、全体的に満足度が高い結果となった。

最も価値があったと感じた側面に対して、回答者全員が「食品生産者との交流」と回答。  
シェフが料理を提供するためには、食材を供給する生産者の存在が不可欠である。  
料理は生産者によって育てられた食材によって成り立つため、両者は相互に支え合う関係にあるといえる。  
そのため、シェフと生産者の交流は、最も価値があると評価されたと推測する。

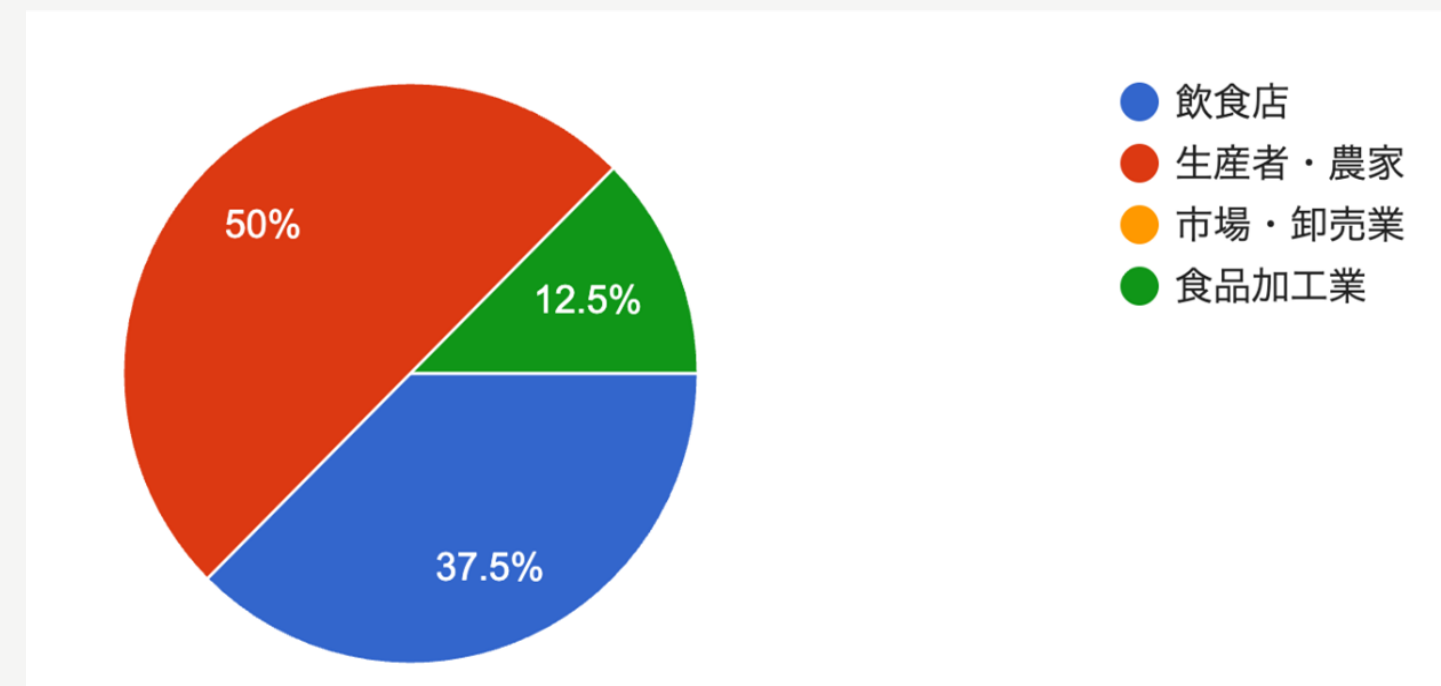
改善点としては、「プログラムの期間」の回答が目立った。  
2日と短い期間であったため、より長い期間を設け「海外」と「大阪の食に関わる関係者」との交流を図ることが重要と考える。

## アンケート分析 【エクスカーショント訪問先】

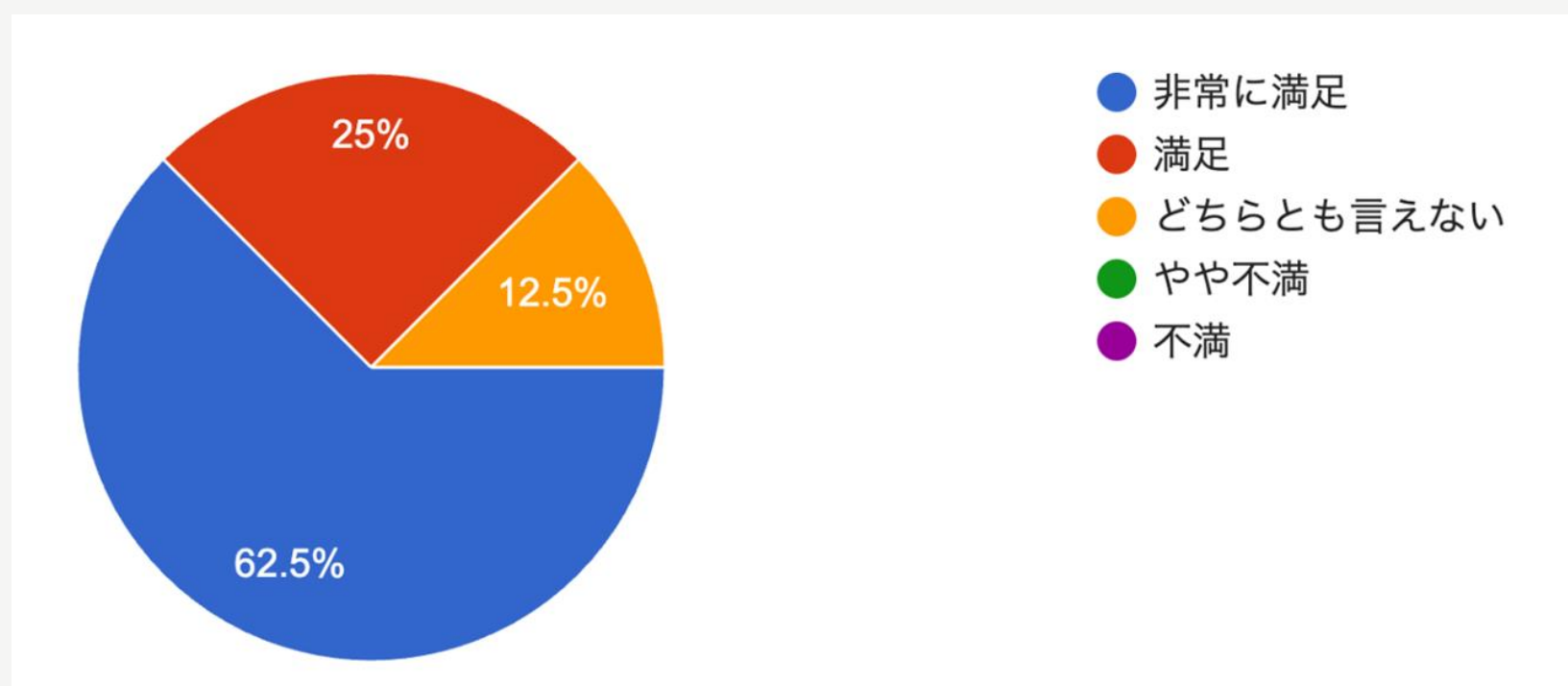
Osaka Culinary Immersion  
天下の台所・大阪の食文化に没入する

### 対象者・エクスカーショント評価について

飲食店、生産者・農家、食品加工業者などを対象とした、海外ゲストの受け入れ体験や今後の海外展開、2025年の大阪・関西万博に向けた食文化発信に関するアンケート結果である。

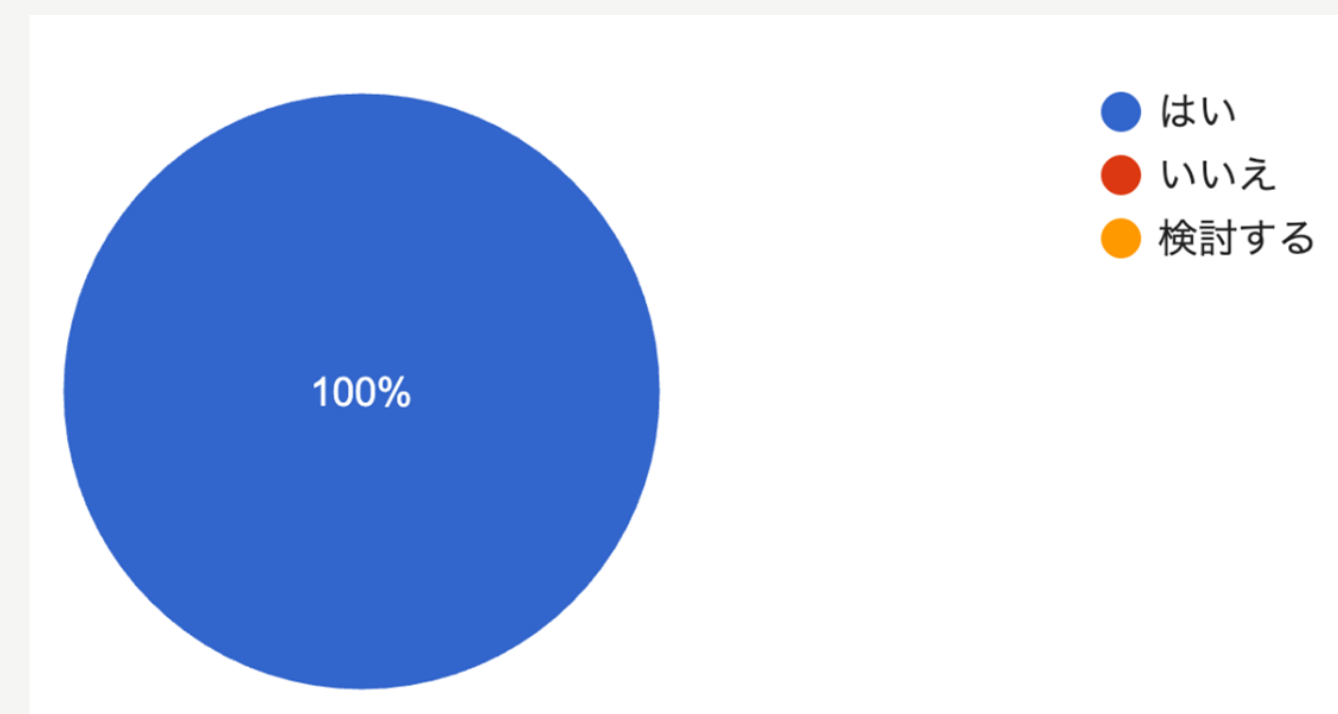


海外ゲストの訪問受け入れについて、全体的な満足度をお聞かせください。



→ 全体の87.5%が満足と回答。

次回機会があれば、再び海外ゲストの受け入れに協力したいと思いますか？

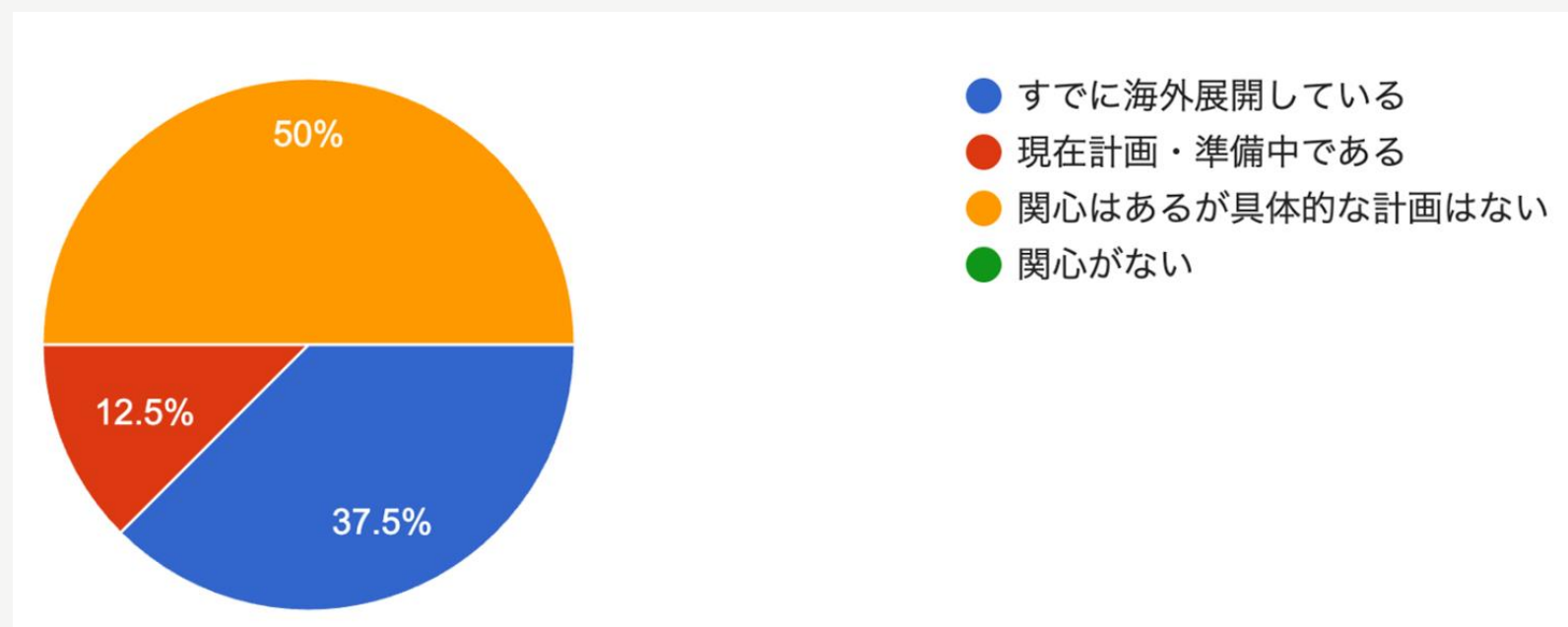


→ 全体の100%が受け入れに協力したいと回答。

## アンケート分析 【エクスカーショント訪問先】

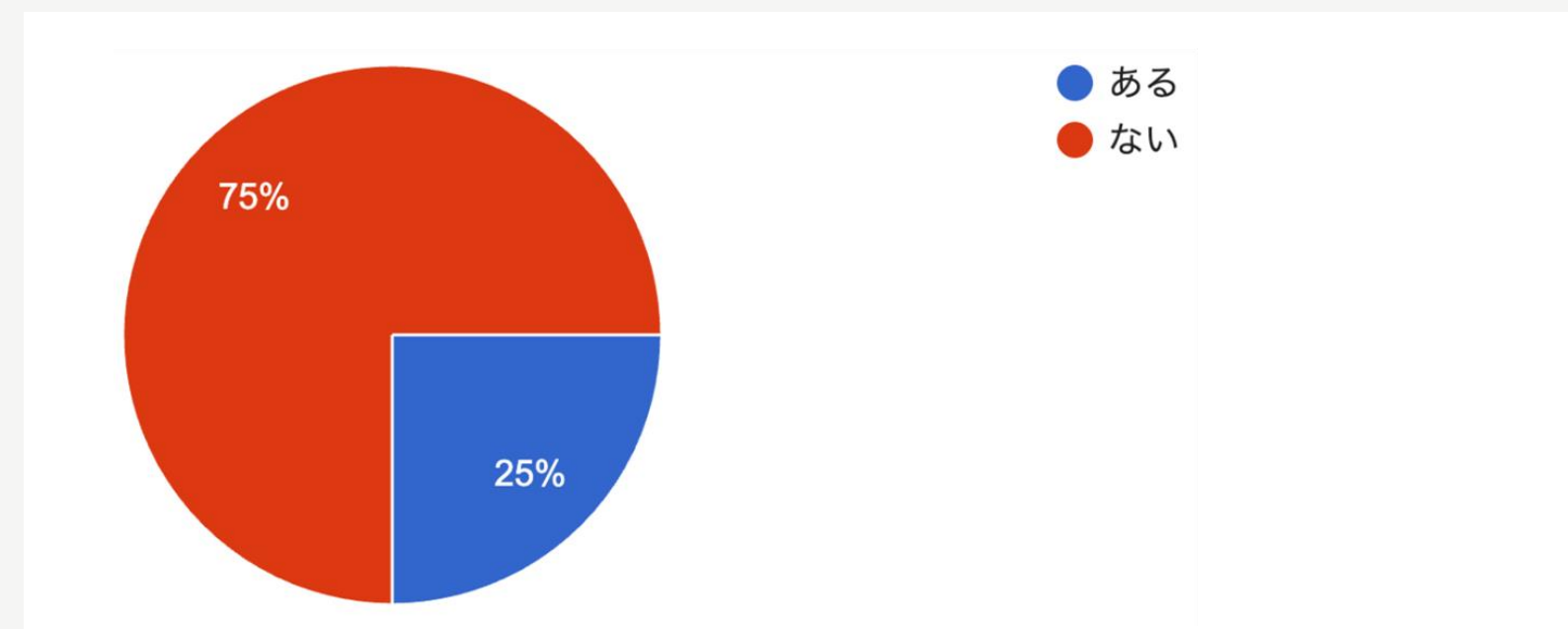
### 海外市場への取り組み

貴社の商品・サービスの海外展開について、現在の状況をお聞かせください。



➡ 全体の約40%弱が海外展開済。半数以上が未出展の状況。

過去に海外市場向けの取り組みをされたことがありますか？



➡ 全体の1/4が取り組み実施経験があると回答。

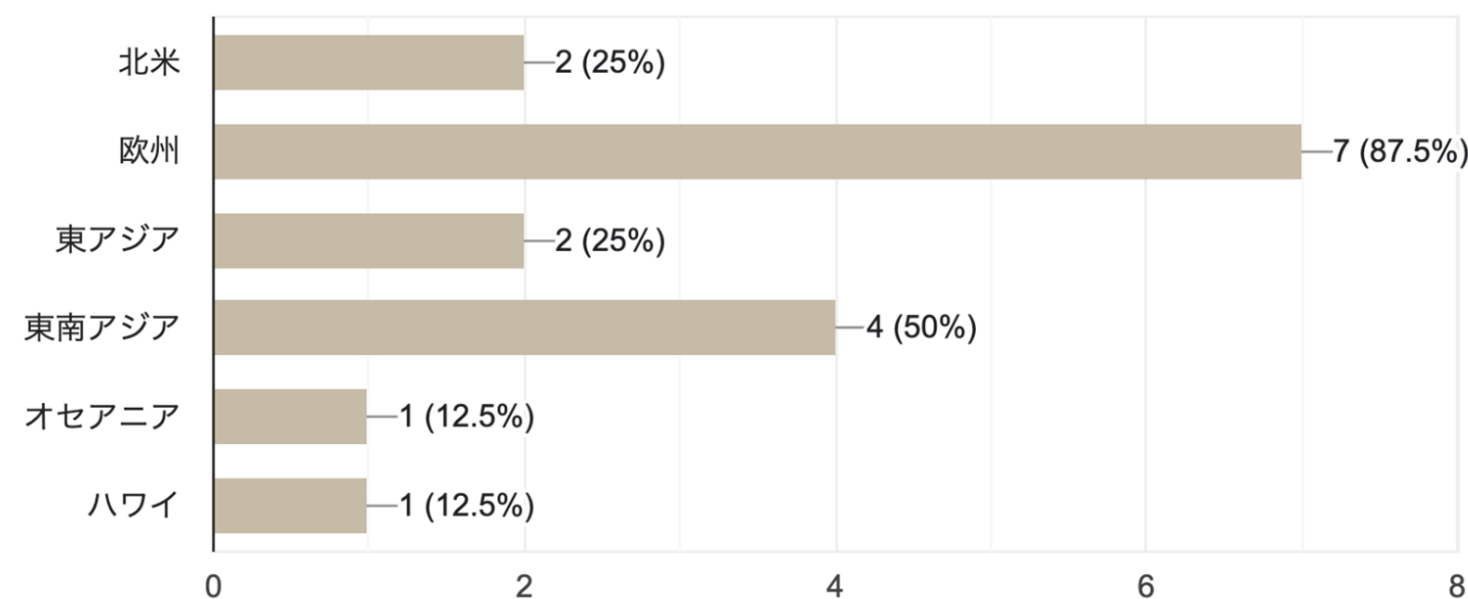
「ある」と答えた方のみ：どのような取り組みでしたか？また、その成果はいかがでしたか？

- ・マレーシアトップセールスへの同行。
- ・ドイツの展示会への出品。
- ・シンガポールでのイベント。
- ・上海でのワイン会。
- ・他の日本ワインと一緒に海外プロモーションの機会があれば出品。
- ・海外のレストランやスーパーマーケットに商社を通じて販売。

## アンケート分析 【エクスカーショント訪問先】

### 海外市場への取り組み

今後展開してみたい、または関心のある海外市場はありますか？ (複数選択可)



欧州への展開が一番大きい結果について、東南アジア、北米、東アジア。暖かい諸国の多いオセアニア・ハワイでの展開は少ない印象。

海外向けに特に展開したい商品・サービスがあれば教えてください。

(一部抜粋)

・「Neo-Local Japanese Cuisine」海外ポップアップ

大阪・日本の食材・器・哲学を持ち込み、現地の旬素材と掛け合わせた限定コースを提供。  
→日本の「里山」文化を再構築した“新しい郷土性”を発信。

・「Culinary Residency Program for Chefs」

海外シェフ向け短期研修（海外ジャーナリスト、料理研究家、料理学校なども）1～2週間の大阪滞在＋料理体験＋文化講義。  
→出汁、煎茶、発酵、道具、農家訪問などの総合体験。

・「SATOYAMA Pairing Salon」日本酒 × 植物蒸留の体験会

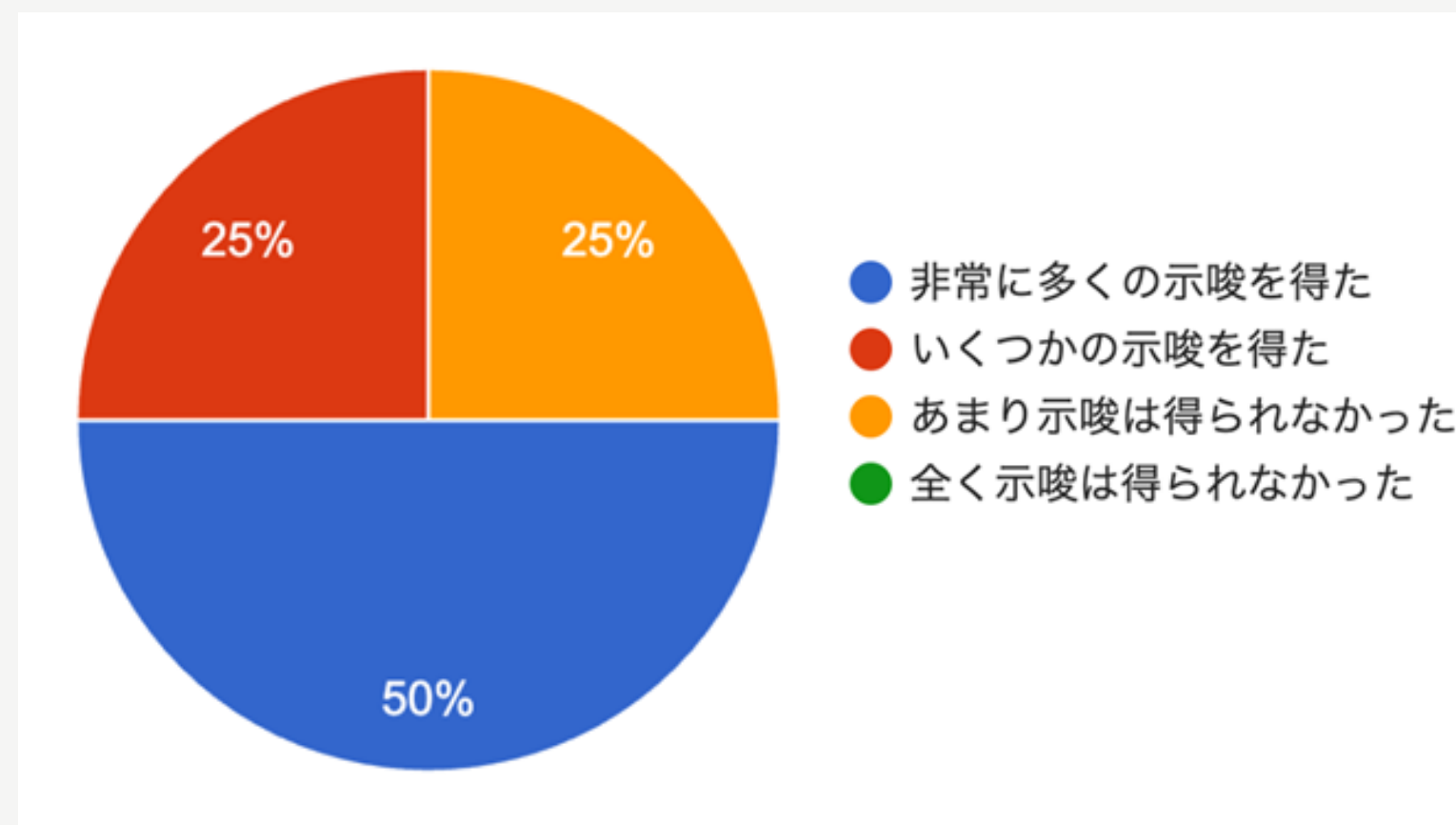
→日本酒を「テロワール」視点で紹介（GI東条など）、柿の葉茶やハーブ蒸留ジュースなど、日本里山の“飲む風景”体験。

・甘口ワイン、ひやしあめ、ひやしあめ&ラムの販売。

## アンケート分析 【エクスカーショント訪問先】

### 海外ゲストとの対話から得た示唆

今回の海外ゲストとの対話から、ビジネスに活かせる示唆や新たな気づきはありましたか？



半数以上の参加者が海外ゲストの対話から多くの示唆を得たと回答。

具体的にどのような示唆や気づきがありましたか？

(一部抜粋)

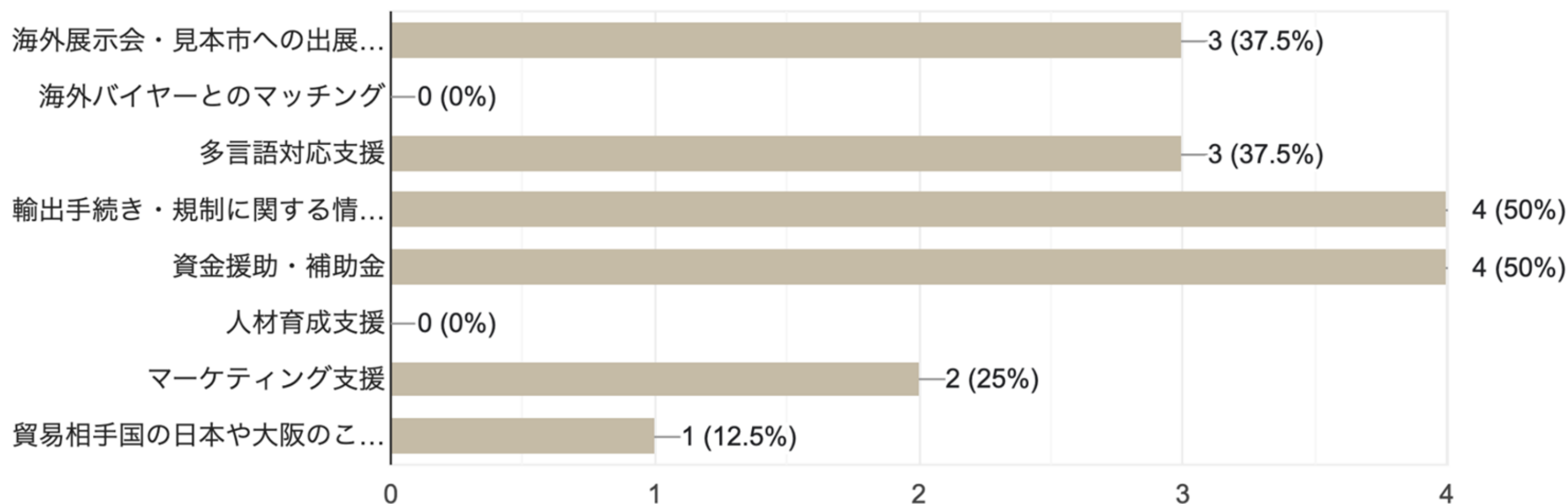
- ・海外のゲストがまだ「寿司」や「天ぷら」といった表層的な日本料理しか知らないことを実感した。こうした“見えない日本”を食を通して伝えることに可能性を感じた。また、私たちが掲げる「ネオローカル」という考え（土地の記憶と現代の感性を結ぶ新しい日本料理）が世界でも受け入れられる手応えを感じた。
- ・他の人に自慢したくなる体験、知見、人に伝えたい感動を持ち帰ってもらうことが大切。
- ・地元の生産者さん達や自治体の方々ともっと密にタッグを組んで、この地方の魅力を伝えていかないといけないと思った。

## アンケート分析 【エクスカーション訪問先】

Osaka Culinary Immersion  
天下の台所・大阪の食文化に没入する

### 行政支援ニーズ

海外展開を進める上で、国や大阪府・市からどのような支援があれば有益ですか？（複数選択可）



海外展開するにおいて、「輸出手続き・規制に関する情報提供」「資金援助・補助金」が同率で、ニーズが多く感じられる。その他、実際に現場での進行に必要な「多言語対応支援」「海外展示会・見本市への出展支援」にニーズが高くみられた。

## アンケート分析 【エクスカーショント訪問先】

### 行政支援ニーズ

#### 2025 年大阪・関西万博を契機とした食文化発信について、どのような取り組みに関心がありますか？

- ・大阪には「粉もん」という親しみやすい食文化のイメージがありますが、海外の方にとってはすでに馴染み深く、見た目の新鮮さや特別感が伝わりにくいと感じます。だからこそ、大阪を“ガストロノミーの都市”として再定義し、自然や季節、人の感性を融合させた「ネオローカル」という新しい日本料理の形を発信したいです。大阪の里山文化を背景に、食を通じて日本の本質的な美意識や土地の記憶を世界に伝える取り組みに関心があります。そのようなプロモーションがあれば積極的に参加し、全力で協力したいと思っています。
- ・「日本の古くから伝わる食文化」発酵や調味料などに関心がある。
- ・日本の漁業や林業の抱える問題に向き合い、限りある資源と生産者を守っていく事が大切だと感じる。

## アンケート分析 【エクスカーショント訪問先】

---

### まとめ

エクスカーショント訪問先企業からの全体的な満足度は「非常に満足」「満足」が大部分を占め、次回の受け入れに対する意欲も総じて非常に高い結果となった。

企業と海外ゲストとの対話を通じて得られた最大の気づきは、海外ゲストの日本食に対する認識が未だ「寿司」や「天ぷら」といった表層的なものにとどまっているという現状と、そこに「里山文化」や「発酵」といった本質的で奥深い、日本の食文化を伝える大きなポテンシャルが、存在しているという点であった。

海外展開の現状については、すでに進出済みで関心のある企業から、未計画の企業まで、フェーズは様々だが、欧州やアジア、北米を中心に高い意欲が示された。

海外進出を進める上では、海外展示会への出展支援、資金援助、多言語対応、輸出手続きに関する情報提供といった公的支援への強いニーズが確認されたほか、現地で実践力のある信頼できるパートナーとのマッチングを求める声も上がった。

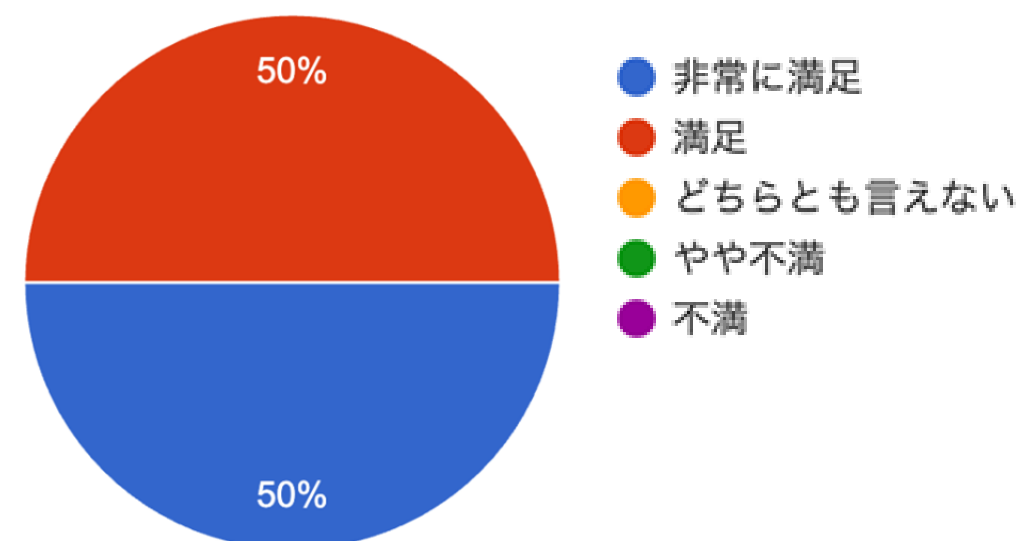
## アンケート分析 【ワークショップ参加者】

Osaka Culinary Immersion  
天下の台所・大阪の食文化に没入する

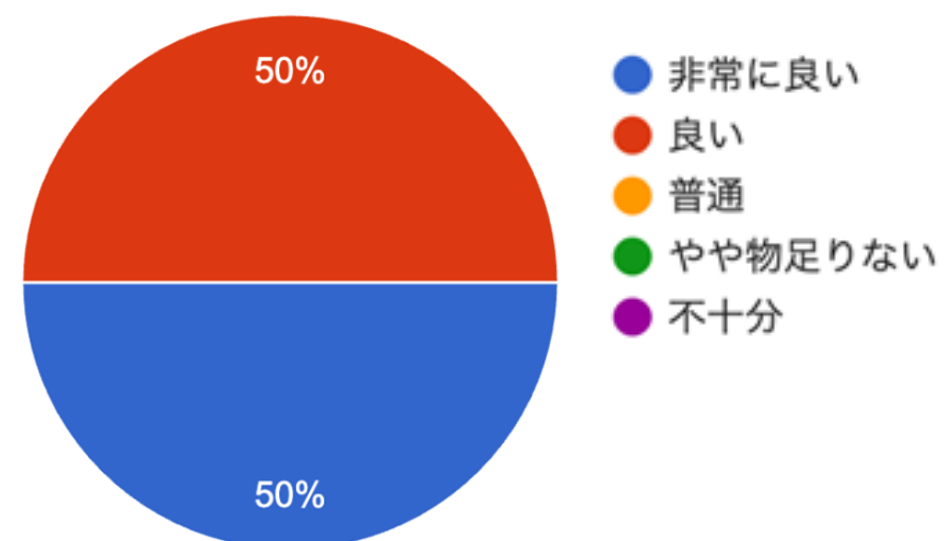
### ワークショップ評価

全体的にどの質問でも「満足」の回答の結果。

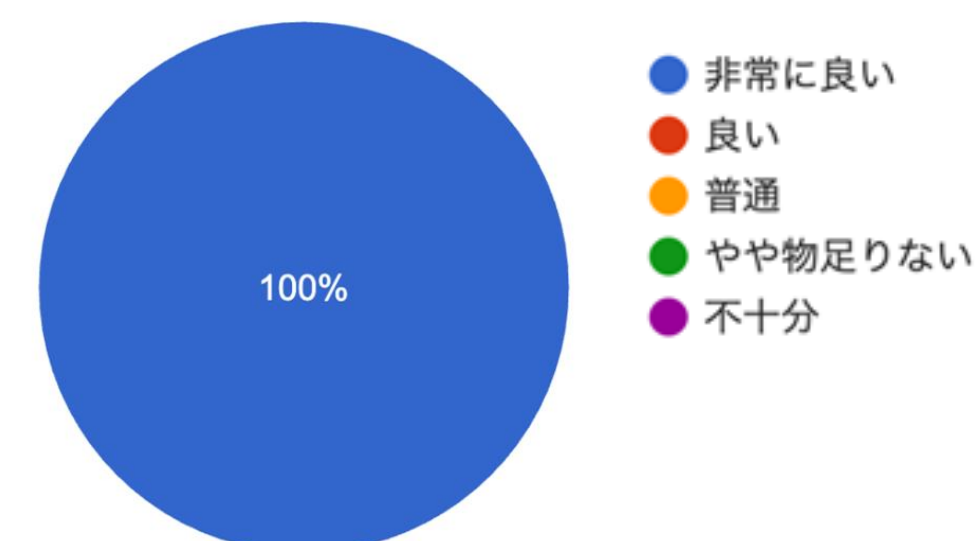
ワークショップ全体の満足度をお聞かせください。



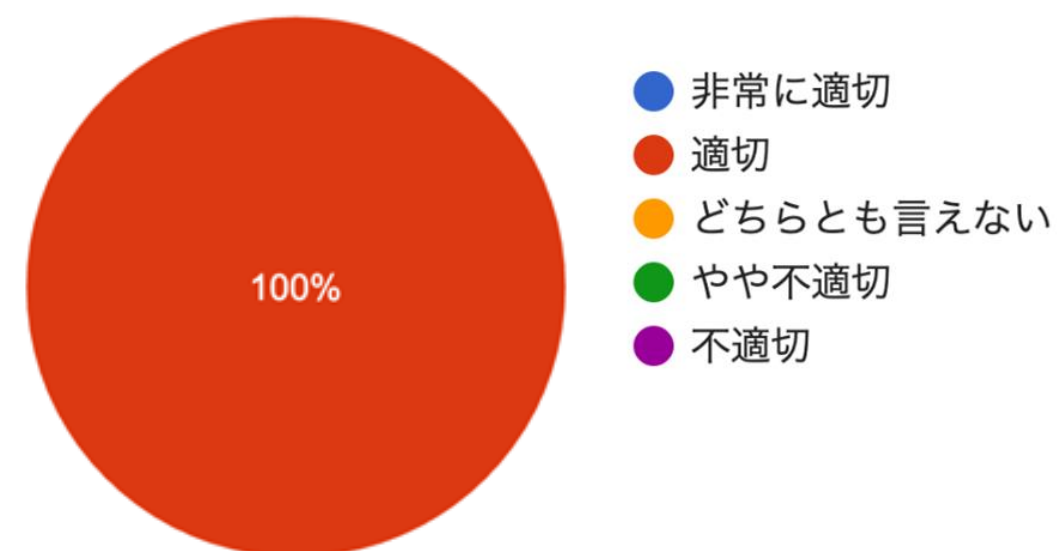
議論の深さや質はいかがでしたか？



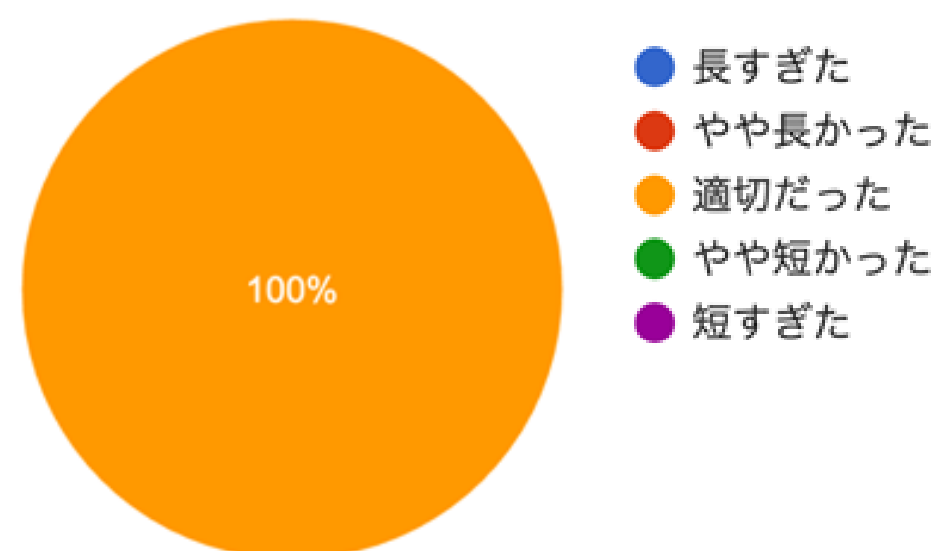
ファシリテーターの進行はいかがでしたか？



ディスカッションのテーマは適切でしたか？



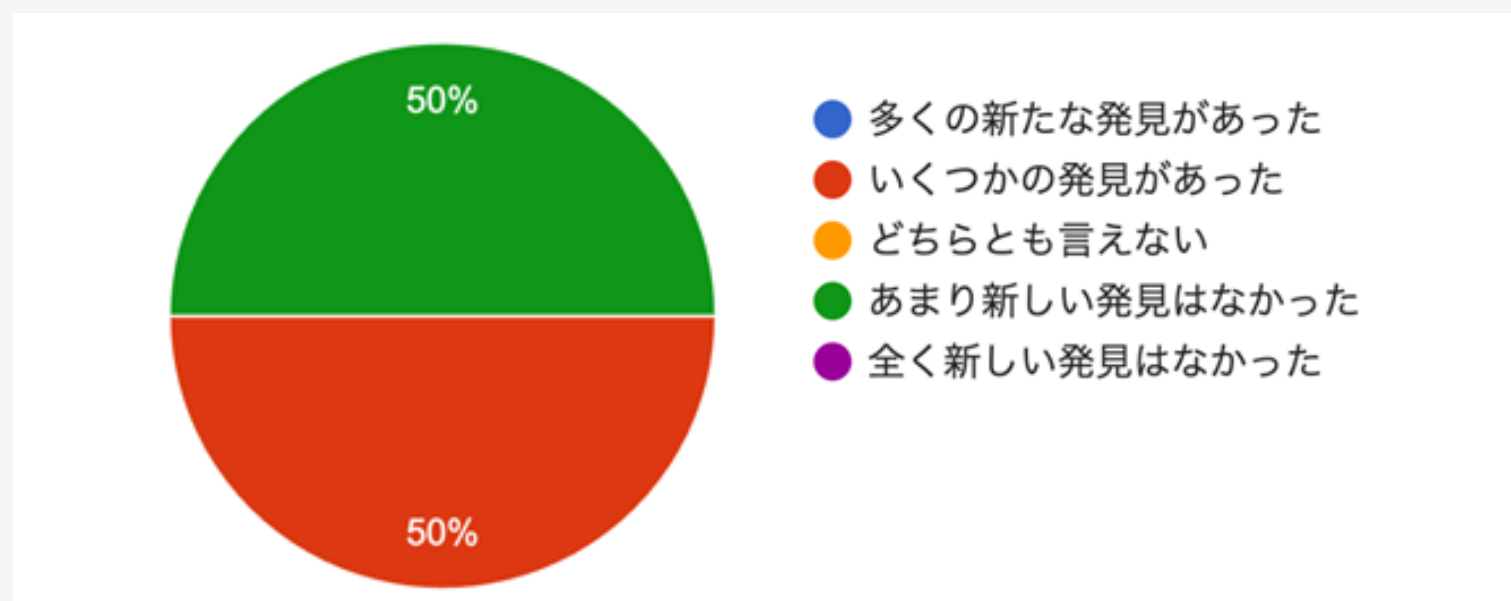
ワークショップの時間配分は適切でしたか？



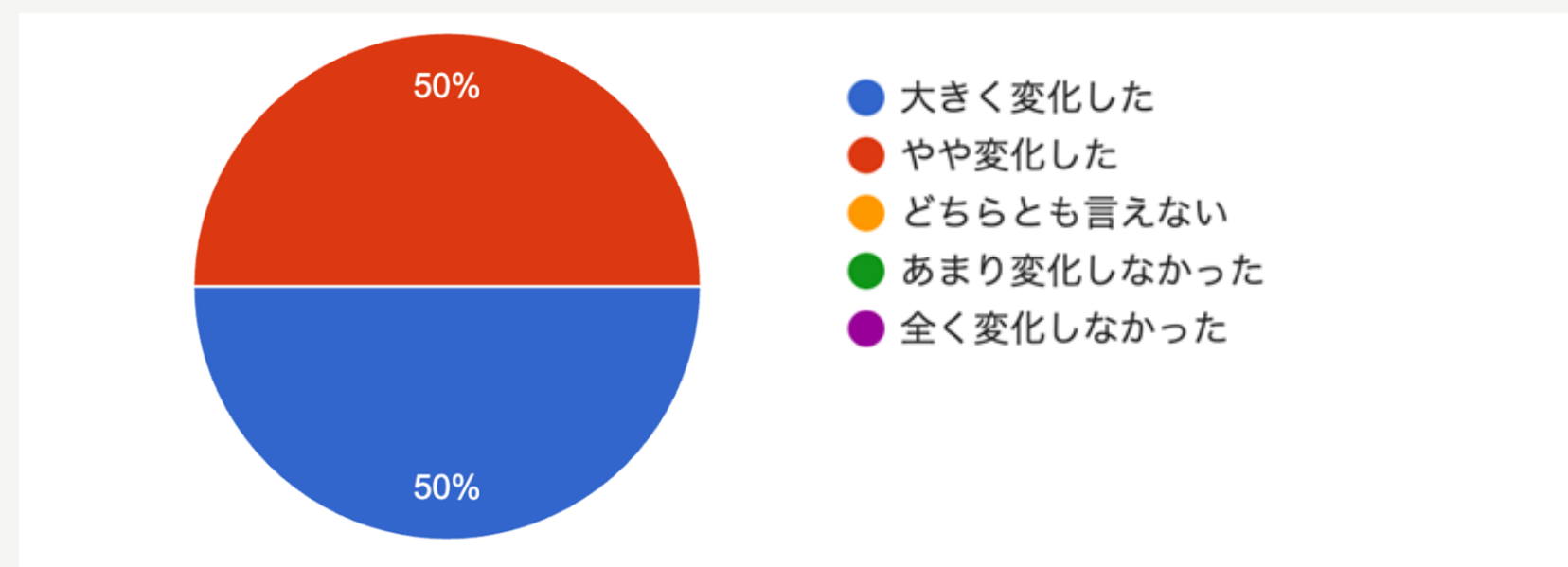
## アンケート分析 【ワークショップ参加者】

### 内容と学び

ワークショップを通じて、大阪の食文化について新たな発見や理解はありましたか？



地元参加者とのディスカッションを通じて、ご自身の視点や考えに変化はありましたか？



最も印象に残ったディスカッションのポイントは何か？

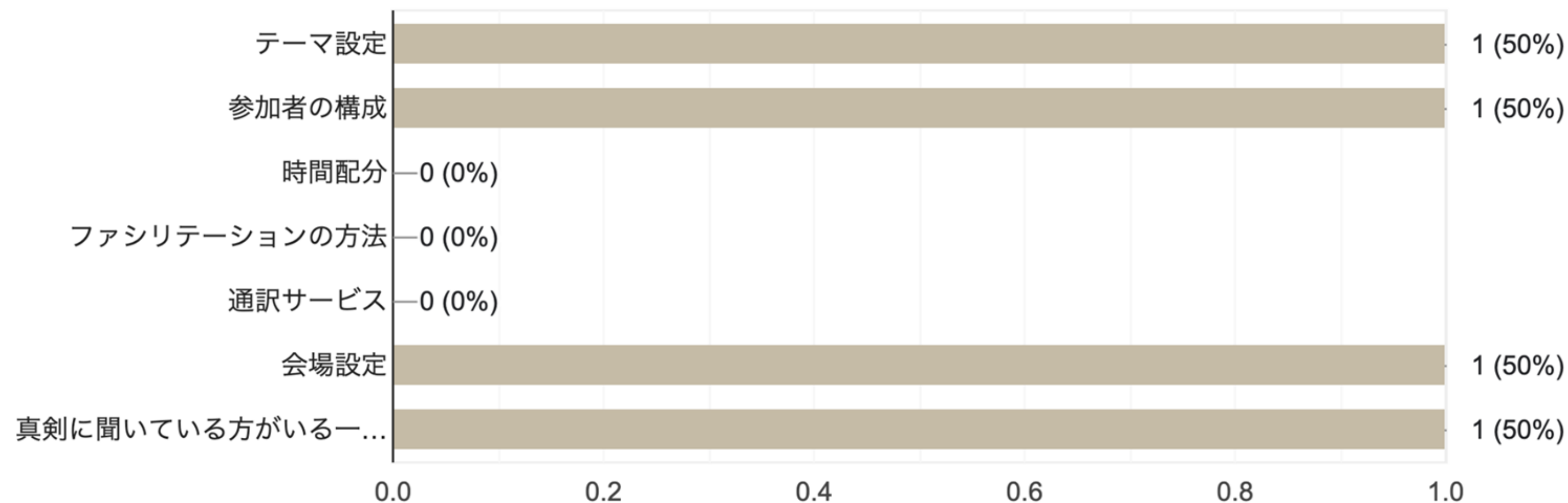
- ・何事にもストーリーが大事であること。
- ・サプライヤーや商社など、多様な視点を取り入れることで、業界全体の構造的な課題を俯瞰的かつ深く理解することができた。

## アンケート分析 【ワークショップ参加者】

Osaka Culinary Immersion  
天下の台所・大阪の食文化に没入する

### 改善点と今後

ワークショップの改善点があれば教えてください？(複数選択可)



今後、大阪の食文化に関連して議論すべきテーマがあれば教えてください。



- ・家庭の味が失われつつある若い世代に、大阪の伝統野菜をどう伝えていくか。
- ・海外の料理が入ってきている日本で、日本食の魅力をいかに伝えるか。（日本人、外国人両方向けに）
- ・実行可能なアクションプランにどう落とすか。

## アンケート分析 【ワークショップ参加者】

---

### まとめ

本ワークショップにおける招聘ゲストからのフィードバックは、全体の満足度は非常に高く、テーマ設定から議論の深さ、ファシリテーターの進行に至るまで多角的に高い評価を得た。

地元参加者とのディスカッションを通じ、ゲスト自身の視点や考え方にも明確な変化が見られたことから、双方向の有意義な交流が実現できたと考える。

一方、改善点としてテーマ設定および参加者構成の見直しの必要性が指摘された。

大阪の食文化に関連して、今後議論を深めるべきテーマは以下が挙げられた。

- ・これまでの議論を「実行可能なアクションプランにどう落とし込むか」という実践的なフェーズへの移行。
- ・家庭の味が失われつつある若い世代に対する「大阪の伝統野菜の継承」。
- ・海外の食文化が浸透する日本において、日本人と外国人の双方に向けて「日本食の魅力をいかに伝えていくか」。

今後は、アクションへの具体化とともに、次世代への継承や多角的な情報発信が重要な議論の柱となることが期待される。

## まとめと今後の課題

---

### 本プロジェクトの概要

大阪府が主催した「Osaka Culinary Immersion」は、海外トップシェフやフードジャーナリストを大阪に招聘し、大阪の食文化を国際的視点から再評価するプロジェクトである。エクスカージョン（現場訪問）、ワークショップ、ラウンドテーブル、国際シンポジウムの3本柱で構成され、2025年大阪・関西万博の開催を背景に実施された。

### 1. どのような観点から、こういった課題と解決の方向性が示唆されたか

#### 観点① 国際的認知度とブランディング

##### 課題：

大阪の食は「たこ焼き」「お好み焼き」のイメージに留まりがちで、ミシュラン掲載店舗数が世界4位という高級ダイニングシーンの実力が国際的にほとんど知られていない。割烹文化をはじめとする大阪独自の食体験の存在が伝わっていない。

##### 解決の方向性：

「天下の台所」の食文化に内在する自由、寛大さ、多様性をプロモーションの中心に据える

（中村孝則氏・高田裕介氏の提言）

生産者の個人的なストーリーを軸としたブランディングとストーリーテリングの強化

（ピート・テオ氏の提案）

大阪独自の食材や地元生産者の歴史的系譜を前面に出す統合的な「大阪」ブランドの確立

## まとめと今後の課題

---

### 観点② 伝統技術・食材の継承と持続可能性

#### 課題：

堺の刃物職人、伝統野菜の農家、老舗酒蔵など、100年以上の歴史を持つ事業者が多い一方、熟練職人の高齢化、後継者不足、都市化による農地減少が深刻化している。絶滅危惧種の国産唐辛子（堺鷹の爪など）の栽培継続も難しい状況にある。

#### 解決の方向性：

伝統技術のデジタル記録・保存による知識の世代間継承

若手職人の育成・確保のための支援体制の整備

都市近郊農業や在来種復活に向けた学者・自治体との協働（平野ファームの事例）

循環型農業の実践（秋鹿酒造の副産物堆肥化モデル）

## まとめと今後の課題

---

### 観点③ インフラと物流の国際対応

#### 課題：

高品質な食材や製品があっても、国際展開のための物流基盤が未整備。郊外の優れた生産者・事業者への物理的・情動的アクセスも限定的。

#### 解決の方向性：

冷蔵・冷凍農産物の倉庫を備えた物流ハブの開発（中澤敏郎氏・尾藤環氏の提案）

これにより国際食品輸出を劇的に促進できるとされる郊外の生産現場への交通アクセスの改善  
海外市場への効果的な輸出体制の構築

### 観点④ 言語・コミュニケーションの壁

#### 課題：

地元の人々の陽気でフレンドリーな性格は大きな強みだが、多言語対応や文化的背景の説明が不足しており、外国人ゲストが大阪の食文化の深さを理解しにくい状態にある。

#### 解決の方向性：

多言語での情報発信・予約システムの整備

食文化の歴史や技術を「言語化」し、国際的に伝えるためのナラティブの開発

海外メディアやフードジャーナリストとの継続的な連携による第三者視点での発信

## まとめと今後の課題

---

### 観点⑤ ビジネスモデルの転換と経済的持続性

#### 課題：

伝統的手法や高品質維持のためのコストと市場価格のバランスが取りにくく、家族経営の生産者にとって経営の持続が課題となっている。

#### 解決の方向性：

ファームステイ、体験型観光、アウトドアダイニングイベント、レストラン事業への拡大  
(乾裕佳氏・ディラン・ワトソン・ブラウン氏の提案)

高価値消費者への対応と、大阪の食シーンの民主的な性格（幅広い食を手頃に楽しめる姿勢）の両立  
海外展示会・見本市への出展支援、補助金、マーケティング支援など行政の後押し

### 観点⑥ 出汁文化の世界的可能性

#### 課題：

大阪の食文化の根幹をなす出汁（だし）文化は、その繊細さと奥深さゆえに国際的な理解が進みにくい。

#### 解決の方向性：

出汁が世界中のあらゆる料理に応用されうるという可能性の発信（アンドレ・チャン氏の提言）  
昆布ミュージアムのような教育的アプローチによる体系的な理解促進  
出汁文化の「言語化」と体験プログラムの開発

### 2. 今後どのような展望につなげていくのか

#### 短期的展望（次年度）

報告書は、本事業を「初動段階」と位置づけ、次年度以降の継続と深化を明確に打ち出している。多くの参加者が「単発イベントではなく、複数年にわたり継続的に開催し議論を深めるべき」と回答しており、継続性への要望が非常に強い。

具体的には、今回構築された国内外のネットワークを活用し、食を軸とした国際的な交流と共同発信をさらに深化させること、そしてラウンドテーブルで出た議論を実行可能なアクションプランに落とし込むことが次の段階として示されている。

## まとめと今後の課題

---

### 中長期的展望

3つの分野横断的な取り組みを今後の柱として掲げる。

#### ①海外メディアや食関連機関との連携強化

今回招聘したトップシェフや有識者との関係を継続し、彼らのSNS等を通じた自発的な発信を促すことで、第三者の視点から大阪の食文化の価値を広める仕組みを作る。

#### ②地域生産者・料理人の国際発信支援

高田裕介氏が「食における大阪府成長戦略アンバサダー」に任命されたことに象徴されるように、大阪を拠点に世界で活躍する料理人を旗振り役とし、生産者も含めた海外展開を後押しする体制を構築する。

#### ③食文化教育や観光・MICE分野への展開

万博を契機に高まる国際的関心を一過性で終わらせず、大阪の食文化を都市ブランド戦略の中核に位置づける。産学官連携による継続的なプラットフォームを構築し、地域経済の活性化と文化的価値の創出の双方を実現することが目指されている。

### 根底にある理念

海外ゲストが共通して指摘した大阪の最大の強みは、「オープンマインド」「フレンドリーさ」「伝統と革新の共存」である。この大阪固有の気質を食文化の発信においても最大の武器とし、世界のどの都市にも真似できない唯一無二の「食の都・大阪」像を確立していくことが、本プロジェクトの描く未来像である。

## Osaka Foodies Marathon / オオサカフーディーズマラソン

---

大阪の食と文化の魅力を楽しむ。体験型キャンペーン  
『Osaka Foodies Marathon / オオサカフーディーズマラソン』

## 事業目的

## Osaka Foodies Marathon / オオサカフーディーズマラソン

---

### 大阪の食と文化の魅力を楽しむ。体験型キャンペーン『Osaka Foodies Marathon / オオサカフーディーズマラソン』

#### 目的

- ①国内外の食好きにステレオタイプに留まらない大阪の多様な食と文化を体験してもらうこと
- ②持続可能な大阪の食文化の推進と地域活性化

#### 日程:

令和7年10月27日～令和8年3月13日。

#### ターゲット

- ①大阪府民②日本人観光客③外国人観光客

#### 想定参加者数

5万人

## 実施施策

## Osaka Foodies Marathon / オオサカフーディーズマラソン

コース	エリア	スタート	時間	距離	特徴
A◎	大阪市	大阪市	6AM-9AM	ALL	4.7km

うどん、台湾朝食、日本一長い商店街

UDON, Taiwanese Breakfast, and Japan's Longest Shopping Street

食い倒れのまち、大阪は早朝から元気がいい！出汁にこだわったうどんを目を覚まし、たくさん食べたら台湾朝食でエネルギー満点。日本一長い商店街に到着した時には、人気店のシャッターが開き始める……？

In Osaka, the food marathon kicks off at dawn! Wake up with umami-packed udon, fuel up again with a hearty Taiwanese breakfast, then stroll toward Japan's longest shopping street—just in time to catch its famous shops rolling up their shutters.

**1 谷町ふる里** Tanimachi Furusato  
うどん Udon

24時間年中無休の老舗店 Long-Established UDON Eatery Open 24 Hours  
大阪府大阪市中央区高津3-2-30 / 営業時間 24時間 / 3-2-30 Koyu, Chuo Ward / Open 24 hours / Open daily 24 hours 無休

**2 wanna manna** ワナマナ  
台湾朝食 Taiwanese Breakfast

Stamp Here

様々なメニューが一度に楽しめる台湾朝食専門店  
Unique spot specializing in Taiwanese breakfast

大阪府大阪市北区天神橋1-10-13 / 営業時間 7AM-5:30PM / 定休日 日  
1-10-13 Tenjinbashi, Kita Ward, Osaka-shi / Opening hours 7AM-5:30PM / Closed on Sun

**3 天神橋筋商店街** Tenjinbashi-suji Shopping Street  
商店街 Shopping Street

日本一長い商店街で有名 Famous Japan's longest shopping street  
大阪府大阪市北区天神橋1丁目 AROUND Tenjinbashi, Kita Ward, Osaka-shi

- ・大阪での3時間の過ごし方を記載した「3 HOURS CARD」を102種制作
- ・オオサカフーディーズマラソン公式LINEアカウントを開設し、デジタルスタンプラリーの機能を実装
- ・コレクションしたくなるようなアナログカードも印刷、大阪府内の観光ハブスポットに設置。
- ・キャンペーンに参加したくなる特典を用意

### 第1弾：～1/12までの参加者特典

- 4コースクリア：ドリンク1杯チケット（抽選で100名様）
- 8コースクリア：5,000円分の利用券（抽選で50名様）
- 完走者（42.195km達成）：10,000円分の利用券（抽選で10名様）

### 第2弾：～3/13までの参加者特典

- 4コースクリア：お食事券（抽選で10名様）リンベル「選べる体験ギフト【食に寛ぐ（くつろぐ）ひととき】」
- 8コースクリア：デジタル旅行券（抽選で5名様）近畿日本ツーリスト「フリーセレクション（デジタル旅行券）50,000円相当」

## 実施施策

## Osaka Foodies Marathon / オオサカフードィーズマラソン

### オオサカフードィーズマラソン参加方法

#### STEP1

OSAKA FOODIES MARATHON  
公式LINEをお友達登録

#### STEP2

①MAP②LOCATION③TIMEより、  
行ってみたいコース（カード）を探す

#### STEP3

店舗を訪れ、設置されているポップの  
QRコードをよみこむとカードクリア

#### 公式LINE



#### 店舗に設置されているQR POP



## 参加者数

## Osaka Foodies Marathon / オオサカフーディーズマラソン

- LINEお友達総数：44,732



- オオサカフーディーズマラソン公式サイト PV数：26,122

OSAKA FOODIES MARATHON  
오사카 푸디스 마라톤

2025.10.27 MON  
START!!!!  
OSAKA, KANSAI, JAPAN

3時間の過ごし方を集めて  
24時間大阪を満喫する体験型キャンペーン

LINEから参加する

大阪府

- 3 Hours Card の体験参加者数

デジタルカード：23,233人

アナログカード：5,496人

カードクリア：5,742人

※アナログカードの参加者は、カードクリア人数に合算していない。

9PM ~ 12AM

大阪市 | Osaka City  
2.8km

梅田周辺で  
おしゃれに夜遊びする3時間  
3 Hours of Stylish Nightlife Adventures  
Around Umeda

気持ちよく歩ける中之島エリアを通過して、向かう先は食文化発信拠点「タイムアウトマーケット大阪」。17の飲食店と2つのバーが集まり、多彩なディナーが楽しめます。まだ遊び足りない人はスポーツバーへ！

Stroll through the pleasant Nakanoshima area to reach Time Out Market Osaka, a hub of food culture with 17 eateries and 2 bars. Enjoy a variety of dinners, and if the night still calls, head to a lively sports bar to keep the fun going.

コース	エリア	市町村	時間	年齢	移動距離
A◎	大阪市	大阪市	6AM-9AM	ALL	4.7km

うどん、台湾朝食、  
日本一長い商店街

UDON, Taiwanese Breakfast,  
and Japan's Longest  
Shopping Street

1 谷町ふる里 Tarimechi Furusato  
うどん Udon

24時間年中無休の老舗店 Long-Established UDON Eatery Open 24 Hours  
大阪府大阪市中央区高津1-2-30 / 営業時間 24時間 / 5-2-30 Kusu, Chuo Ward / Open 24 hours / Open daily  
定休日 無休

2 wanna manna ワナマナ  
台湾朝食 Taiwanese Breakfast

Stamp Here

様々なメニューが一度に楽しめる  
台湾朝食専門店  
Unique spot specializing in  
Taiwanese breakfast

大阪府大阪市北区天神橋1-10-13 / 営業時間  
7AM-3:30PM / 定休日 日  
1-10-13 Tenjinbashi, Kita Ward, Osaka-shi / Opening  
Hours 7AM-3:30PM / Closed on Sun

3 天神橋筋商店街 Tenjinbashi-suji Shopping Street  
商店街 Shopping Street

日本一長い商店街で有名。Famous Japan's longest shopping street.  
大阪府大阪市北区天神橋1-13 Around Tenjinbashi Kita Ward, Osaka-shi



## PR発表会を実施

実施日程：2025年10月27日（月）  
実施場所：タイムアウトマーケット大阪  
登壇者：  
MC meme（FM COCOLO DJ）  
ゲスト① ハイヒールモモコ氏  
ゲスト② 伏谷博之氏  
ゲスト③ 船井香緒里氏



## オオサカフードーズマラソンの体験動画を公開

実際にオオサカフードーズマラソンを楽しんでいるモデルの様子を動画にし、キャンペーンの魅力を直感的に訴求する動画を展開

## 情報発信

## Osaka Foodies Marathon / オオサカフーディーズマラソン

## PR発表会/出席者リスト

参加媒体数  
参加人数

9 媒体  
9 人

会社名	媒体名
スポーツニッポン新聞社	スポニチ
デイリースポーツ	デイリースポーツ
日刊スポーツ新聞西日本	日刊スポーツ
クリエテ関西	あまから手帖
(株)食料醸界新聞社	食料醸界新聞
関西テレビ	-
時事通信社	時事通信
日本経済新聞社	日本経済新聞
読売テレビ	ZIP! かんさい

## 情報発信

## Osaka Foodies Marathon / オオサカフードーズマラソン

## PR発表会/露出数\_広告換算額

広告換算額 総計 ¥9,191,200 (30件)

■TV							
NO	掲載日	番組名	放送局	タイトル	URL	秒数	広告換算額
1	2025/10/27	newsランナー	関西テレビ放送	24時間食べつくせ「オオサカフードーズマラソン」はじまる 3時間コースでグルメ三昧 くだおれ文化を体験	<a href="https://drive.google.com/file/d/1pk3t2J_fnBq">https://drive.google.com/file/d/1pk3t2J_fnBq</a>	186秒	¥3,720,000
■紙							
NO	掲載日	媒体名	媒体社名	タイトル	URL	サイズ	広告換算額
1	2025/10/28	デイリースポーツ	株式会社デイリースポーツ	◆ハイヒール・モモコ	<a href="https://drive.google.com/file/d/1xVJsFBVE0E">https://drive.google.com/file/d/1xVJsFBVE0E</a>	6cm	¥156,000
■WEB							
NO	掲載日	媒体名	媒体社名	タイトル	URL	広告換算額	
1	2025/10/26	ゆいのブログ	-	大阪フードーズマラソン完全ガイド   参加方法・見どころ・地域の魅力を徹底解説	<a href="https://yui3.hatenadiary.com/entry/2025/10/">https://yui3.hatenadiary.com/entry/2025/10/</a>	-	
2	2025/10/27	日刊スポーツ	株式会社日刊スポーツNEWS	ハイヒールモモコが職権乱用で夫のちゃんこ鍋店PR「今でも1人前2000円でやってる」	<a href="https://www.nikkansports.com/entertainment">https://www.nikkansports.com/entertainment</a>	¥198,900	Yahoo!トップ掲出
3	2025/10/27	mixiニュース	株式会社MIXI	ハイヒールモモコが職権乱用で夫のちゃんこ鍋店PR「今でも1人前2000円でやってる」	<a href="https://news.mixi.jp/view_news.pl?id=853297">https://news.mixi.jp/view_news.pl?id=853297</a>	¥136,500	
4	2025/10/28	StartHome (スタートホーム)	キングソフト株式会社	ハイヒールモモコが職権乱用で夫のちゃんこ鍋店PR「今でも1人前2000円でやってる」	<a href="https://home.kingsoft.jp/news/ent/nikkanspo">https://home.kingsoft.jp/news/ent/nikkanspo</a>	¥106,100	
5	2025/10/28	dメニューニュース	株式会社NTTドコモ	ハイヒールモモコが職権乱用で夫のちゃんこ鍋店PR「今でも1人前2000円でやってる」	<a href="https://topics.smt.docomo.ne.jp/article/nikka">https://topics.smt.docomo.ne.jp/article/nikka</a>	¥3,000	
6	2025/10/28	Yahoo!ニュース	LINEヤフー株式会社	ハイヒールモモコが職権乱用で夫のちゃんこ鍋店PR「今でも1人前2000円でやってる」	<a href="https://news.yahoo.co.jp/articles/d1e636112">https://news.yahoo.co.jp/articles/d1e636112</a>	¥81,500	
7	2025/10/27	Infoseek ニュース (インフォシークニュー)	楽天グループ株式会社	ハイヒールモモコが職権乱用で夫のちゃんこ鍋店PR「今でも1人前2000円でやってる」	<a href="https://news.infoseek.co.jp/article/nikkanspo">https://news.infoseek.co.jp/article/nikkanspo</a>	¥259,900	
8	2025/10/27	ライブドアニュース (livedoor ニュース)	株式会社ライブドア	ハイヒールモモコが職権乱用で夫のちゃんこ鍋店PR「今でも1人前2000円でやってる」	<a href="https://news.livedoor.com/article/detail/2986">https://news.livedoor.com/article/detail/2986</a>	¥326,800	
9	2025/10/27	StartHome (スタートホーム)	キングソフト株式会社	ハイヒールモモコが職権乱用で夫のちゃんこ鍋店PR「今でも1人前2000円でやってる」	<a href="https://home.kingsoft.jp/wrapup/ent/nikkans">https://home.kingsoft.jp/wrapup/ent/nikkans</a>	¥106,100	
10	2025/10/27	関西テレビ放送	関西テレビ放送株式会社	24時間食べつくせ「オオサカフードーズマラソン」はじまる 3時間コースでグルメ三昧 くだおれ文化を体験	<a href="https://www.ktv.jp/news/articles/?id=22950">https://www.ktv.jp/news/articles/?id=22950</a>	¥140,200	Yahoo!トップ掲出
11	2025/10/27	dメニューニュース	株式会社NTTドコモ	24時間食べつくせ「オオサカフードーズマラソン」はじまる 3時間コースでグルメ三昧 くだおれ文化を体験	<a href="https://topics.smt.docomo.ne.jp/article/ktv_r">https://topics.smt.docomo.ne.jp/article/ktv_r</a>	¥3,000	
12	2025/10/27	FNNプライムオンライン	株式会社フジテレビジョン	24時間食べつくせ「オオサカフードーズマラソン」はじまる 3時間コースでグルメ三昧 くだおれ文化を体験	<a href="https://www.fnn.jp/articles/-/951552">https://www.fnn.jp/articles/-/951552</a>	¥297,300	
13	2025/10/27	dメニューニュース	株式会社NTTドコモ	24時間食べつくせ「オオサカフードーズマラソン」はじまる 3時間コースでグルメ三昧スタンプラリー- “くだおれ文化”体験	<a href="https://topics.smt.docomo.ne.jp/article/fnn/l">https://topics.smt.docomo.ne.jp/article/fnn/l</a>	¥3,000	
14	2025/10/27	Yahoo!ニュース	LINEヤフー株式会社	24時間食べつくせ「オオサカフードーズマラソン」はじまる 3時間コースでグルメ三昧スタンプラリー- “くだおれ文化”体験	<a href="https://news.yahoo.co.jp/articles/f922a5b8a6">https://news.yahoo.co.jp/articles/f922a5b8a6</a>	¥81,500	
15	2025/10/27	FNNプライムオンライン	株式会社フジテレビジョン	24時間食べつくせ「オオサカフードーズマラソン」はじまる 3時間コースでグルメ三昧スタンプラリー- “くだおれ文化”体験	<a href="https://www.fnn.jp/articles/-/951583">https://www.fnn.jp/articles/-/951583</a>	¥297,300	
16	2025/10/27	日本経済新聞	株式会社日本経済新聞社	大阪府、インパウンドに「食」発信 飲食店めぐるスタンプラリー-	<a href="https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUF2">https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUF2</a>	¥432,500	
17	2025/10/27	デイリースポーツニュース online	株式会社デイリースポーツ	ハイヒールモモコ 地元愛爆発 & 職権乱用 大阪府イベントで「旦那」経営のちゃんこ屋をちゃっかり宣伝	<a href="https://www.daily.co.jp/gossip/2025/10/27/0">https://www.daily.co.jp/gossip/2025/10/27/0</a>	¥319,400	Yahoo!トップ掲出
18	2025/10/27	modelpress (モデルプレス)	株式会社ネットネイティブ	ハイヒールモモコ 地元愛爆発 & 職権乱用 大阪府イベントで「旦那」経営のちゃんこ屋をちゃっかり宣伝	<a href="https://mdpr.jp/other/4669674">https://mdpr.jp/other/4669674</a>	¥297,900	
19	2025/10/27	ライブドアニュース (livedoor ニュース)	株式会社ライブドア	ハイヒールモモコ 地元愛爆発 & 職権乱用 大阪府イベントで「旦那」経営のちゃんこ屋をちゃっかり宣伝	<a href="https://news.livedoor.com/article/detail/2986">https://news.livedoor.com/article/detail/2986</a>	¥326,800	
20	2025/10/27	エキサイトニュース	エキサイト株式会社	ハイヒールモモコ 地元愛爆発 & 職権乱用 大阪府イベントで「旦那」経営のちゃんこ屋をちゃっかり宣伝	<a href="https://www.excite.co.jp/news/article/Daily_1">https://www.excite.co.jp/news/article/Daily_1</a>	¥296,000	
21	2025/10/27	dメニューニュース	株式会社NTTドコモ	ハイヒールモモコ 地元愛爆発 & 職権乱用 大阪府イベントで「旦那」経営のちゃんこ屋をちゃっかり宣伝	<a href="https://topics.smt.docomo.ne.jp/article/daily">https://topics.smt.docomo.ne.jp/article/daily</a>	¥3,000	
22	2025/10/27	Yahoo!ニュース	LINEヤフー株式会社	ハイヒールモモコ 地元愛爆発 & 職権乱用 大阪府イベントで「旦那」経営のちゃんこ屋をちゃっかり宣伝	<a href="https://news.yahoo.co.jp/articles/e92f0104a0">https://news.yahoo.co.jp/articles/e92f0104a0</a>	¥81,500	
23	2025/10/27	スポニチ Sponichi Annex	株式会社スポーツニッポン新聞社	“なにわのグルメ女帝” ハイヒールモモコが阿倍野・天王寺界隈をPR	<a href="https://www.sponichi.co.jp/entertainment/ne">https://www.sponichi.co.jp/entertainment/ne</a>	¥305,000	Yahoo!トップ掲出
24	2025/10/27	毎日新聞デジタル	株式会社毎日新聞社	“なにわのグルメ女帝” ハイヒールモモコが阿倍野・天王寺界隈をPR	<a href="https://mainichi.jp/articles/20251027/spp/sp">https://mainichi.jp/articles/20251027/spp/sp</a>	¥540,800	
25	2025/10/27	Infoseek ニュース (インフォシークニュー)	楽天グループ株式会社	“なにわのグルメ女帝” ハイヒールモモコが阿倍野・天王寺界隈をPR	<a href="https://news.infoseek.co.jp/article/sponichin">https://news.infoseek.co.jp/article/sponichin</a>	¥259,900	
26	2025/10/27	dメニューニュース	株式会社NTTドコモ	“なにわのグルメ女帝” ハイヒールモモコが阿倍野・天王寺界隈をPR	<a href="https://topics.smt.docomo.ne.jp/article/spon">https://topics.smt.docomo.ne.jp/article/spon</a>	¥3,000	
27	2025/10/27	Yahoo!ニュース	LINEヤフー株式会社	“なにわのグルメ女帝” ハイヒールモモコが阿倍野・天王寺界隈をPR	<a href="https://news.yahoo.co.jp/articles/bbd0e98a4">https://news.yahoo.co.jp/articles/bbd0e98a4</a>	¥81,500	
28	2025/10/27	ライブドアニュース (livedoor ニュース)	株式会社ライブドア	“なにわのグルメ女帝” ハイヒールモモコが阿倍野・天王寺界隈をPR “なにわのグルメ女帝” ハイヒールモモコが阿倍野・天王寺界隈をPR	<a href="https://news.livedoor.com/article/detail/2986">https://news.livedoor.com/article/detail/2986</a>	¥326,800	

## 情報発信

## Osaka Foodies Marathon / オオサカフーディーズマラソン

### リリース配信

#### 大阪の多様な食の魅力をも3時間ごとと24時間で巡る新体験「オオサカ・フーディーズ・マラソン/Osaka Foodies Marathon」開催

大阪府の国際的な食のイベントの企画運営業務にORIGINAL Inc.がパートナーとして参画、公式LINEアプリをローンチ

ORIGINAL Inc. 2025年11月6日 14時00分



大阪府が推進する「国際的な食のイベント企画運営業務」のパートナーとして携わるORIGINAL Inc.（本社：東京都渋谷区、代表取締役：伏谷博之）は、大阪の多様な食の魅力をも3時間ごとに24時間で体験できる革新的なプログラムを採用したキャンペーン、「オオサカ・フーディーズ・マラソン/Osaka Foodies Marathon」の公式LINEアプリを2025年10月27日より提供いたしました。



Osaka Foodies Marathon

#### オオサカ・フーディーズ・マラソンとは

「オオサカ・フーディーズ・マラソン」は、大阪府内の厳選された飲食店や食関連施設を3時間ごとに設定されたコースで巡る、これまでにない食の体験プログラムです。1日を8のスロットに分割し、3時間ごとに体験できるコンテンツがコースとして準備されています。大阪全域に渡って、多様な食の魅力と奥深さを味わうことができます。

このプログラムは、2025年9月に開催された国際シンポジウム「Osaka Culinary Immersion—天下の台所・大阪の食文化に没入する」において、世界的に著名なシェフや食のプロフェッショナルが来阪し、実際に体験したエクスカーションの店舗も含まれるなど、50種類以上の体験コースを用意しています。

また今回、「オオサカ・フーディーズ・マラソン」を開催するにあたっては、2022年夏から2023年春にかけて実施された「大阪来てな！キャンペーン」と連携した公式LINEアプリ「Desika：大阪でしか」のアカウントを、「OSAKA FOODIES MARATHON」へリニューアルしています。リニューアルでは、「オオサカ・フーディーズ・マラソン」を存分に楽しめるよう、時間枠別に体験コースを選んだり、また実際に体験コースを巡る際には地図上にルートを表示したり、コースごとに指定されたお店に設置のQRコードを読み込むことで体験完了の登録をすることが可能です。特典応募の申し込みも公式LINEアプリで行います。

#### LINEアプリの特徴

今回提供するLINEアプリは、参加者の体験を最大化するために以下の機能を搭載しています：

#### 主な機能

- 3時間で体験できるように組まれたテーマ別ルート情報の閲覧・選択
- 参加店舗の詳細情報・営業時間の確認
- スタンプ機能
- 多言語対応（日本語・英語）

#### 3時間の体験の例

1. 朝食からランチの楽しみ方
2. 大阪の伝統的な食文化探訪
3. 現代的な食のイノベーション
4. 食材の生産現場訪問
5. 職人技が光る専門店巡り

インフルエンサーが提案するコンテンツも11月中旬より用意される予定です。

#### 事業の背景と目的

大阪府は、2025年大阪・関西万博を見据え、大阪の食文化を国内外に発信する取り組みを強化しています。「オオサカ・フーディーズ・マラソン」は、従来の観光ガイドとは異なり、参加者自身が主体的に大阪の食を「体験」し「発見」することで、より深い理解と感動を得られることを目指しています。ORIGINAL Inc.代表取締役の伏谷博之は、「大阪は『天下の台所』として知られる食の都ですが、その魅力は一過性の訪問では味わいきれません。24時間という時間軸で大阪の食文化を体験することで、朝・昼・夜それぞれの顔を持つこの街の本当の魅力を発見していただけます。LINEという身近なプラットフォームを活用することで、国内外の食好きの方々に気軽に参加いただける仕組みを実現しました」と述べています。

#### サービス概要

サービス名：Osaka Foodies Marathon

提供開始日：2025年10月27日

利用方法：LINE公式アカウントから友だち登録

対応言語：日本語、英語

参加費用：アプリ利用無料（通信費、各店舗での飲食代は参加者が負担）

公式サイト：<https://osakafoodiesmarathon.com/>

## リリース配信

News Release


2025年12月19日  
OSAKA FOODIES MARATHON  
運営事務局

**【開催期間延長】LINEで参加！食の都・大阪を巡るデジタルスタンプラリー『オオサカ・フーディーズ・マラソン』2026年3月13日まで開催決定！～ホテル宿泊券やディナー券が当たるWチャンスキャンペーンを実施～**

オオサカフーディーズマラソン運営事務局は、大阪府内全域を舞台にした食の周遊プログラム『OSAKA FOODIES MARATHON(オオサカフーディーズマラソン)』について、開催期間を約2ヶ月延長し、2026年3月13日(金)まで開催することを決定いたしました。

本イベントは、大阪府内9エリア・約100のコースから好きなコースを選択し、スマートフォン(LINE)片手に飲食店や観光スポットを巡る参加費無料の「デジタルスタンプラリー」です。実際に走る必要はなく、観光の隙間時間や休日のお出かけに、手軽に大阪の知られざるグルメと文化をご堪能いただけます。

また、期間延長に伴い賞品キャンペーンを大幅に拡大。ホテル宿泊券や豪華ディナー券が当たる第2弾キャンペーンを開始するほか、早期参加者には「Wチャンス」も適用されます。冬の味覚から春の卒業旅行シーズンまで、よりお得に大阪の食文化をお楽しみください。



**■開催概要**

イベント名 : OSAKA FOODIES MARATHON(オオサカフーディーズマラソン)  
 開催期間 : [変更前] 2025年10月27日(月)～2026年1月12日(月・祝)まで  
 [変更後] 2025年10月27日(月)～2026年3月13日(金)まで  
 開催場所 : 大阪府全域(対象店舗・スポットは、LINEで確認可能)  
 参加費 : 無料 ※通信費・飲食代・施設体験料は実費  
 公式サイト : <https://osakafoodiesmarathon.com/>  
 主催 : 大阪府

**■豪華賞品が当たるキャンペーン！今なら「Wチャンス」**

	12/19(金)	1/12(月)	3/13(金)
<第1弾:2026年1月12日(月・祝)までにご参加の方> 「Time Out Market Osaka」で使える利用券などをプレゼント！	第1弾		
・4コースクリア: ドリンク1杯チケット(100名様) ・8コースクリア: 5,000円分の利用券(50名様) ・完走者(42.195km達成): 10,000円分の利用券(10名様)	Wチャンス		
<第2弾:2026年3月13日(金)までにご参加の方> 春の行楽シーズンに合わせた豪華体験をご用意！		第2弾	
・4コースクリア: ディナー券(ペア10組様) ・8コースクリア: ホテル宿泊券(ペア5組様)			

※2026年1月12日(月・祝)までに参加・条件達成で、両方の抽選対象となる「Wチャンス」が適用されます。

**■12/26(金)開始！先着1万名様に「PayPayポイント500円分」プレゼント**

期間延長を記念し、より多くの方に大阪の食体験を楽しんでいただくため、総額500万円規模のプレゼントキャンペーンを実施いたします。

- ・ キャンペーン開始: 2025年12月26日(金)～ ※なくなり次第終了
- ・ 特典内容: 条件達成者(先着10,000名様)に「PayPayポイント500円分」をプレゼント
- ・ 獲得条件: 以下の2ステップで獲得可能です。
  1. 本イベントの公式LINEアカウントを「友だち追加」する。
  2. いずれかのコースに参加し、対象店舗でQRコードを読み取って「スタンプを獲得」する。
 ※クーポンコードは順次LINEのメッセージにてお送りします。配布までにお時間をいただく場合がございます。  
 ※PayPayポイントコードで付与。  
 ※PayPayポイントに交換することで利用可能。出金・譲渡不可。  
 ※PayPay/PayPayカード公式ストアでも利用可能。

**■スマホひとつで大阪の「食」を冒険。約100種類のコースを自由に周遊**

『OSAKA FOODIES MARATHON』は、いつものLINEアプリを使って大阪の食と文化を楽しむデジタルスタンプラリーです。大阪府内9エリアに設定された約100種類の多彩なコースから、その日の気分や行きたい場所に合わせて自由に選択可能。短時間で回れるコース設計となっており、観光の隙間時間や休日のお出かけに、大阪の「知られざる魅力」を手軽に再発見していただけます。

【参加方法: アプリダウンロード不要、LINEで参加】

- 専用アプリのダウンロードは不要。いつものLINEアプリだけで完結します。
1. LINEで友達登録: 公式サイトやポスターのQRコードから公式アカウントを登録
  2. 気になる「3時間カード」を選択: メニュー画面から、今のご気分やエリアに合わせてカード(コース)を選択
  3. 対象店舗でスタンプを獲得: コースを巡りながら対象店舗へ移動し、設置されたQRコードを読み取ってスタンプを獲得

**■著名人が考案！特別コラボコースが解禁！**

大阪にゆかりのある著名人とコラボレーションした、特別コースが新たに登場。それぞれの視点でセレクトされた、個性豊かな『食と遊びの3時間』をお楽しみいただけます。

**Pickup ①: 「ハイヒール・モモコ」さんプロデュース**

コース名: ハイヒール・モモコさんが提案 ショッピングと食、どちらも欲張る3時間  
 ポイント: まずは都市にいながらいろいろな遊び場が楽しめて、ショッピングも展望台からの夜景も満喫できる名所へ。夕食は近くにある、味よしコスパ良しの本格ちゃんこはいかがですか？自慢の出汁が体と心を温めてくれます。

**Pickup ②: 「小橋賢児」さんプロデュース**

コース名: クリエイティブディレクター小橋賢児さんが提案 超個人的なお好み焼き店で大阪を堪能する3時間  
 ポイント: 巡るのは1スポットのみのレアカード！それでも「食を楽しむ3時間」が満喫できます。推薦者の小橋さんも「店主が明るいのでも楽しく、音楽も良い。料理もお好み焼きだけじゃなくバラエティ豊富」と太鼓判！

**Pickup ③: 「meme」さんプロデュース**

コース名: FM COCOLOラジオパーソナリティーmemeさんが提案 創業数百年！食の文化遺産を訪ねる3時間  
 ポイント: 堺の食文化を語るなら、1695年創業の「ちく満」、1532年創業の「本家小嶋」は外せません。「アルフォンソ・ミュシャ館」でアル・ヌーヴォーの芸術作品にも触れたら、気分はすっかりタイムトラベラー！

**■気分やスタイルに合わせた体験方法**

各自のスタイルに合わせてコースを自由に選択できます。ここでは、大阪の奥深さを効率よく、かつ濃厚に楽しむための基本的な楽しみ方をご紹介します。気分に合わせてセレクトから、賞品獲得のチャンスがある「クリア」まで、段階を追ってお楽しみください。

【楽しみ方】

1. 【選ぶ】今のご気分や「コース」を選ぶ: 「ガッツリ食べたい」「映えスポットに行きたい」「歴史を感じたい」など、その時の気分や場所に合わせた最適なコースを選択します。各コースは約3時間で楽しめる設計です。
2. 【歩く】大阪の「奥深く」を探る: コースは、有名な観光スポットだけでなく、地元の人が行く飲食店や商店街を通ることもあります。知られざる大阪の地を歩きながら、新たな風景との出会いをお楽しみください。
3. 【体験する】食べる・見る・遊ぶ: 行列のできる人気店から穴場の名店まで、多彩なジャンルの食事を堪能できます。コースによっては、神社の参拝、レトロ建築の見学、アミューズメント施設などが設定されています。食後の腹ごなしに最適なアクティビティもセットで楽しめます。
4. 【クリア】応募: コース内の店舗に設置されたQRコードを読み込んでスタンプを獲得すると「クリア」です。クリア条件を達成すると、自動で豪華賞品の抽選に参加となります。体力と時間に余裕があれば、そのまま次のコースへハシゴすることも可能です。



## インフルエンサーの活用

- ・海外人気の高いインフルエンサーや関西グルメ/トラベル系に特化したインフルエンサー、阪南大学の学生さんとコラボカードを作成（全26種）
- ・数千～数万のフォロワーを持つ全82名のインフルエンサーに、実際にオオサカフードーズマラソンを体験・SNSで発信してもらった（総フォロワー数約250万）
- ・PR発表会に出演したFM COCOROパーソナリティmemeが出演するラジオ番組「M's Groove Friday」で本施策を紹介

12PM ~ 3PM



大阪市 | Osaka City  
1.0km

**VERDYさんゆかりの新スポットを巡る3時間**  
3 Hours of Cultural Stroll Curated by Artist VERDY

大阪出身で、現在もこのまちのカルチャーを牽引するVERDYさんゆかりのスポットが集中する谷町・馬場町エリア。ピザを選ぶ前に、同じ建物内の「RISE ABOVE GALLERY」でアートに触れてみるのもおすすめです。

The Tanimachō-Banbachō area is home to many spots closely associated with VERDY, a Osaka-born artist who continues to shape the city's culture today. Before choosing your pizza, we recommend stopping by RISE ABOVE GALLERY, located in the same building, to take in some art.

9AM ~ 12PM



インフルエンサー あいこパンダ 考察コース！

大阪市 | Osaka City  
1.3km

**ヘルシーランチから市内散歩を始める3時間**  
A 3-hour city stroll that begins with a healthy lunch

大阪屈指の繁華街エリア「ミナミ」は見どころがたくさん。ヘルシー食材にこだわったアサイーボウルでエネルギーチャージして散歩に出かけましょう。デザートタイムは、異国の食文化が融合するユニークなスイーツへ！

Osaka's bustling Minami district is full of places to explore. Fuel up with a wholesome açai bowl made from carefully selected healthy ingredients, then head out for a leisurely walk. When it's time for dessert, try a unique sweet treat born from a fusion of global food cultures!

12PM ~ 3PM



インフルエンサー 大阪グルメ 考察コース！

Photo: Kisa Toyoshima


大阪市 | Osaka City  
4.5km

**大阪屈指の人気ラーメン店から始める3時間**  
3 Hours of Osaka Starting with Top Ramen

ラーメン好きなら、大阪でこのお店を外すことはできません。行列店なので早めの到着がおすすめです。食後はのんびり約1時間歩いて話題のフードマーケットへ。お腹の減り具合で、一品料理やデザートも選べます。

If you're a ramen lover, this Osaka favorite is a must-visit. It's known for its long lines, so arriving early is highly recommended. After your meal, take a leisurely one-hour stroll to a popular food market—perfect for sampling small bites or dessert, depending on your appetite.

9PM ~ 12AM



小橋賢児 考察コース！

大阪市 | Osaka City  
0km

**超個人的なお好み焼き店で大阪を堪能する3時間**  
3 Hours of Savoring Bold OKONOMIYAKI

巡るのは1スポットのみのレアカード！それでも「食を楽しむ3時間」が満喫できます。推薦者の小橋さんも「店主が明るいので店も楽しく、音楽も良い。料理もお好み焼きだけでなくバラエティ豊富」と太鼓判！

This rare card features just one destination—but it's all you need for three hours of pure culinary delight. Producer Kenji Kohashi highly recommends it, saying, "The owner's bright personality sets the vibe—great food, fun music, and much more than just OKONOMIYAKI!"

3PM ~ 6PM



世界的シティガイド Time Out TOKYO 考察コース！

大阪市 | Osaka City  
5.5km

**大阪の食文化の奥深さに触れる3時間**  
3 Hours to Explore Osaka's Food Culture

プロ御用達の料理包丁、串カツ、そして歴史ある純喫茶。大阪の食文化の奥深さを様々な角度から堪能できる、通好みの3スポットを集めました。ミナミからキタへと縦断し、これらがたった3時間で巡れるんです！

From professional-grade kitchen knives to KUSHIKATSU and a retro café with decades of history—this route lets you experience Osaka's rich food culture from every angle. Travel from Minami to Kita and discover all three of these gems in just three hours!

## 情報発信

## Osaka Foodies Marathon / オオサカフードーズマラソン

## インフルエンサーを活用した情報発信 実績

	総フォロワー数	いいね数
合計	2,469,360	17,623
平均	30,114	304

投稿手法	ユーザーネーム	投稿URL	フォロワー数	いいね数	動画尺(秒)
リール	osakagourmet4	<a href="https://www.instagram.com/p/DRwqSEngeAv/">https://www.instagram.com/p/DRwqSEngeAv/</a>	254,234	966	35
リール	yukaoo0oo	<a href="https://www.instagram.com/p/DRwiMK6iZ3c/">https://www.instagram.com/p/DRwiMK6iZ3c/</a>	100,037	216	44
リール	chobit_couple	<a href="https://www.instagram.com/p/DSudWZLkg2K/">https://www.instagram.com/p/DSudWZLkg2K/</a>	170,399	2,078	60
リール	aiko214	<a href="https://www.instagram.com/reel/DSo-7C0k3Yw/">https://www.instagram.com/reel/DSo-7C0k3Yw/</a>	112,271	513	54

## 情報発信

## Osaka Foodies Marathon / オオサカフーディーズマラソン

## インフルエンサーを活用した情報発信 実績

投稿手法	ユーザーネーム	投稿URL	フォロワー数	いいね数	動画尺(秒)
リール	ジェントルグルメ	<a href="https://www.instagram.com/p/DR_sDxQk2ft/">https://www.instagram.com/p/DR_sDxQk2ft/</a>	39,000	63	31
フィード	音羽 美香	<a href="https://www.instagram.com/p/DSmvlbigXYy/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DSmvlbigXYy/?img_index=1</a>	25,000	-	-
フィード	hia♥️【大阪グルメ】	<a href="https://www.instagram.com/p/DR9HP1biZQA/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DR9HP1biZQA/?img_index=1</a>	25,000	352	-
フィード	へタレサンバガラス。【大阪グルメ】	<a href="https://www.instagram.com/p/DSkHyR7E25x/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DSkHyR7E25x/?img_index=1</a>	32,000	122	-
フィード	pil ☆関西 大阪グルメ・お取り寄せ・美容☆	<a href="https://www.instagram.com/p/DR3AAmik-FN/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DR3AAmik-FN/?img_index=1</a>	21,000	358	-
リール	よこみん【大阪グルメ、大阪カフェ、美容】	<a href="https://www.instagram.com/p/DR6guAoiZA/">https://www.instagram.com/p/DR6guAoiZA/</a>	12,000	-	30
リール	まき   子連れ北摂グルメ	<a href="https://www.instagram.com/p/DSAGls0ErvD/">https://www.instagram.com/p/DSAGls0ErvD/</a>	24,000	341	45
フィード	すたすた🍷	<a href="https://www.instagram.com/p/DRV6eWXEe1m/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DRV6eWXEe1m/?img_index=1</a>	23,000	-	-

## 情報発信

## Osaka Foodies Marathon / オオサカフーディーズマラソン

## インフルエンサーを活用した情報発信 実績

投稿手法	ユーザーネーム	投稿URL	フォロワー数	いいね数	動画尺(秒)
フィード	ちえすか   DJ CHESCA 	<a href="https://www.instagram.com/p/DSjov61EtG9/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DSjov61EtG9/?img_index=1</a>	88,000	483	-
リール	絶対グルメ/大阪	<a href="https://www.instagram.com/p/DSlwbb6k-u5/">https://www.instagram.com/p/DSlwbb6k-u5/</a>	15,000	148	44
リール	八田 真理子/ 마리	<a href="https://www.instagram.com/p/DR6XeLgk66o/">https://www.instagram.com/p/DR6XeLgk66o/</a>	21,000	109	61
リール	ayaka kawaguchi	<a href="https://www.instagram.com/p/DR9CPv4j9Kz/">https://www.instagram.com/p/DR9CPv4j9Kz/</a>	147,000	-	58
フィード	まゆゆん	<a href="https://www.instagram.com/p/DR5hTaAk0Zt/">https://www.instagram.com/p/DR5hTaAk0Zt/</a>	75,000	538	-
リール	カワチビ**   大阪・南河内グルメ&おでかけ	<a href="https://www.instagram.com/p/DR9Q9N0EUIY/">https://www.instagram.com/p/DR9Q9N0EUIY/</a>	57,000	1,514	44
リール	大阪ごはん	<a href="https://www.instagram.com/p/DS8jFBukyac/">https://www.instagram.com/p/DS8jFBukyac/</a>	314,000	1,303	65
フィード	カレーの王子様	<a href="https://www.instagram.com/p/DSrluV2j03z/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DSrluV2j03z/?img_index=1</a>	12,000	168	-

## 情報発信

## Osaka Foodies Marathon / オオサカフーディーズマラソン

## インフルエンサーを活用した情報発信 実績

投稿手法	ユーザーネーム	投稿URL	フォロワー数	いいね数	動画尺(秒)
フィード	肉好きゴリラ 🍖【大阪、焼肉】	<a href="https://www.instagram.com/p/DSr1_CLEg8t/">https://www.instagram.com/p/DSr1_CLEg8t/</a>	14,000	75	-
フィード	だいち (はいはい、ラーメンの時間ですよ🍜の人)	<a href="https://www.instagram.com/p/DSplUEHkuhl/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DSplUEHkuhl/?img_index=1</a>	21,000	244	-
リール	グルメマスター/大人の贅沢	<a href="https://www.instagram.com/p/DSmtz45k2bM/">https://www.instagram.com/p/DSmtz45k2bM/</a>	29,000	-	44
フィード	こまま 🍡大阪枚方発🚗子連れおでかけ	<a href="https://www.instagram.com/p/DS121weknCh/">https://www.instagram.com/p/DS121weknCh/</a>	28,000	-	-
リール	ぐりー 〰️南大阪発の子連れおでかけの人🍡	<a href="https://www.instagram.com/p/DSpAg_EvQ/">https://www.instagram.com/p/DSpAg_EvQ/</a>	21,000	323	48
リール	あや   イヌマップ大阪🐶	<a href="https://www.instagram.com/reels/DURnrlzkt6/">https://www.instagram.com/reels/DURnrlzkt6/</a>	13,000	179	33
リール	ふう   大阪発 デート & おでかけ情報	<a href="https://www.instagram.com/reel/DTNB6W7Ebwy/">https://www.instagram.com/reel/DTNB6W7Ebwy/</a>	109,000	278	72
リール	大阪グルメ日記🍡	<a href="https://www.instagram.com/p/DSmZGFBEtrY/">https://www.instagram.com/p/DSmZGFBEtrY/</a>	29,000	138	82

## 情報発信

## Osaka Foodies Marathon / オオサカフーディーズマラソン

## インフルエンサーを活用した情報発信 実績

投稿手法	ユーザーネーム	投稿URL	フォロワー数	いいね数	動画尺(秒)
フィード	nagig <sup>^</sup> ... <sup>^</sup> 3大阪グルメ	<a href="https://www.instagram.com/p/DSr2kSziQy6/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DSr2kSziQy6/?img_index=1</a>	21,000	96	-
リール	前田 朝香	<a href="https://www.instagram.com/p/DSuRMeUkgIk/">https://www.instagram.com/p/DSuRMeUkgIk/</a>	35,218	-	9
フィード	ayaka♡	<a href="https://www.instagram.com/p/DSfBOarEjjh/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DSfBOarEjjh/?img_index=1</a>	32,000	-	-
リール	kitysaty ー関西食道ー	<a href="https://www.instagram.com/p/DShUOAHEi3Y/">https://www.instagram.com/p/DShUOAHEi3Y/</a>	32,685	557	22
フィード	*はるぽん*/関西グルメ旅する人	<a href="https://www.instagram.com/p/DSuNDLpE6fi/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DSuNDLpE6fi/?img_index=1</a>	22,401	449	-
リール	岩下 えみ	<a href="https://www.instagram.com/p/DSlgyaHk-hs/">https://www.instagram.com/p/DSlgyaHk-hs/</a>	20,386	-	53
フィード	りょーすたぐらむ	<a href="https://www.instagram.com/p/DSIWcBrk_2o/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DSIWcBrk_2o/?img_index=1</a>	31,149	313	-
フィード	あやか【大阪グルメ】	<a href="https://www.instagram.com/p/DSkBDorE7ml/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DSkBDorE7ml/?img_index=1</a>	22,189	-	-

## 情報発信

## Osaka Foodies Marathon / オオサカフーディーズマラソン

## インフルエンサーを活用した情報発信 実績

投稿手法	ユーザーネーム	投稿URL	フォロワー数	いいね数	動画尺(秒)
リール	大阪のさやちん	<a href="https://www.instagram.com/p/DSmaRBTktfi/">https://www.instagram.com/p/DSmaRBTktfi/</a>	18,175	-	39
リール	*akirin* 関西グルメ   カフェ	<a href="https://www.instagram.com/p/DSkBx1JEexY/">https://www.instagram.com/p/DSkBx1JEexY/</a>	25,887	693	30
フィード	大阪グルメ 【はらぺこなおやん】	<a href="https://www.instagram.com/p/DSjyAVskxjb/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DSjyAVskxjb/?img_index=1</a>	15,982	-	-
フィード	椎名 伊織	<a href="https://www.instagram.com/p/DSuTCOuEoKf/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DSuTCOuEoKf/?img_index=1</a>	92,257	-	-
フィード	ricco 《大阪⇄東京 パフェ カフェ グルメ旅🤩🍷》	<a href="https://www.instagram.com/p/DSuLFfoEspp/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DSuLFfoEspp/?img_index=1</a>	28,244	203	-
フィード	美食男dism🍷	<a href="https://www.instagram.com/p/DSm02K_D4sR/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DSm02K_D4sR/?img_index=1</a>	6,805	757	-
フィード	kiiro	<a href="https://www.instagram.com/p/DSmu5M5Ergn/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DSmu5M5Ergn/?img_index=1</a>	8,534	1,008	-
フィード	森永あうる	<a href="https://www.instagram.com/p/DSmethqEjcN/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DSmethqEjcN/?img_index=1</a>	6,435	145	-

## 情報発信

## Osaka Foodies Marathon / オオサカフーディーズマラソン

## インフルエンサーを活用した情報発信 実績

投稿手法	ユーザーネーム	投稿URL	フォロワー数	いいね数	動画尺(秒)
フィード	Seira	<a href="https://www.instagram.com/p/DTCC_jDEtX9/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DTCC_jDEtX9/?img_index=1</a>	1,027	-	-
フィード	frufruppのごはんメモ	<a href="https://www.instagram.com/p/DTX03dPjx7Y/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DTX03dPjx7Y/?img_index=1</a>	4,366	269	-
フィード	ゆうた【大阪グルメ】	<a href="https://www.instagram.com/p/DTWxJCeEq8o/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DTWxJCeEq8o/?img_index=1</a> <a href="https://www.instagram.com/p/DTWvVp1krnv/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DTWvVp1krnv/?img_index=1</a>	4,215	160	-
リール	人事のりさちゃん 🍷大阪グルメ🍷	<a href="https://www.instagram.com/p/DTtpmnXkpce/">https://www.instagram.com/p/DTtpmnXkpce/</a>	1,645	259	17
リール	めんすい   関西グルメと甘いもの	<a href="https://www.instagram.com/p/DTUudmbkwt/">https://www.instagram.com/p/DTUudmbkwt/</a> <a href="https://www.instagram.com/p/DTWTR2ukIAf/">https://www.instagram.com/p/DTWTR2ukIAf/</a>	3,284	305	51
リール	nana なな	<a href="https://www.instagram.com/p/DT0C5vdEqzt/">https://www.instagram.com/p/DT0C5vdEqzt/</a>	1,676	-	68
リール	MINA) ミナ	<a href="https://www.instagram.com/reel/DT97oUwgVs2/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==">https://www.instagram.com/reel/DT97oUwgVs2/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==</a>	4,080	-	31
フィード	まつり 🍷🍷🍷 ミセスなでしこ2025兵庫県代表	<a href="https://www.instagram.com/p/DTvWvX9EqYH/?igsh=MXVvcW0yODNxN2RzYQ%3D%3D">https://www.instagram.com/p/DTvWvX9EqYH/?igsh=MXVvcW0yODNxN2RzYQ%3D%3D</a>	2,226	30	-

## 情報発信

## Osaka Foodies Marathon / オオサカフーディーズマラソン

## インフルエンサーを活用した情報発信 実績

投稿手法	ユーザーネーム	投稿URL	フォロワー数	いいね数	動画尺(秒)
フィード	ゆきんこ ❄️ グルメな俳優	<a href="https://www.instagram.com/p/DUDg2xTEoXJ/?igsh=MWJqbGw0MWkxZDh6NQ==">https://www.instagram.com/p/DUDg2xTEoXJ/?igsh=MWJqbGw0MWkxZDh6NQ==</a>	16,000	-	-
フィード	🦋 E T S U K O 🦋	<a href="https://www.instagram.com/p/DUDf0hkrAc/?igsh=Y2EzYW42d2NvaDcz">https://www.instagram.com/p/DUDf0hkrAc/?igsh=Y2EzYW42d2NvaDcz</a>	14,000	213	-
リール	<b>TOUHON MINAMOTO</b> 🐾 🎀	<a href="https://www.instagram.com/p/DUDZgENeg3C/?igsh=MTJ6cHh1bjY5emhoZQ%3D%3D">https://www.instagram.com/p/DUDZgENeg3C/?igsh=MTJ6cHh1bjY5emhoZQ%3D%3D</a>	4,206	128	-
リール	みさき	<a href="https://www.instagram.com/reel/DUAwfdHkiUm/">https://www.instagram.com/reel/DUAwfdHkiUm/</a>	8,482	18	50
フィード	PhotoStudio D-One	<a href="https://www.instagram.com/p/DUHxqSjEULK/?img_index=9&amp;igsh=MW5pcmJmb2d0OG0xcw%3D%3D">https://www.instagram.com/p/DUHxqSjEULK/?img_index=9&amp;igsh=MW5pcmJmb2d0OG0xcw%3D%3D</a>	3,622	8	-
フィード	Yume   関西モデル	<a href="https://www.instagram.com/p/DUNK0ZCEyLz/?igsh=MXM0ZDFtbHQyemw4Zg%3D%3D">https://www.instagram.com/p/DUNK0ZCEyLz/?igsh=MXM0ZDFtbHQyemw4Zg%3D%3D</a>	6,421	39	-
フィード	たるちい	<a href="https://www.instagram.com/p/DUF7kDLi6th/?igsh=MWs2OTY2M25iYjFoYQ%3D%3D">https://www.instagram.com/p/DUF7kDLi6th/?igsh=MWs2OTY2M25iYjFoYQ%3D%3D</a>	7,528	37	-
フィード	宮本 文仁 ⑪ 【フットサルクラブ代表兼選手】	<a href="https://www.instagram.com/p/DT162l-E45l/?igsh=MXV1bzZwM3drNmp10Q%3D%3D&amp;img_index=10">https://www.instagram.com/p/DT162l-E45l/?igsh=MXV1bzZwM3drNmp10Q%3D%3D&amp;img_index=10</a>	4,962	32	-

## 情報発信

## Osaka Foodies Marathon / オオサカフーディーズマラソン

## インフルエンサーを活用した情報発信 実績

投稿手法	ユーザーネーム	投稿URL	フォロワー数	いいね数	動画尺(秒)
リール	関西モデル・俳優 ヒラコ  【広告モデル/関西役者/イベントMC】	<a href="https://www.instagram.com/reel/DUGSm0Ok7Q9/?igsh=eHoyazQ2ZWU3dDZv">https://www.instagram.com/reel/DUGSm0Ok7Q9/?igsh=eHoyazQ2ZWU3dDZv</a>	8,251	62	43
リール	Rie  フリーランスモデル関西 <del>←全国</del>  広告モデル 	<a href="https://www.instagram.com/reel/DT-LKimiRep/?igsh=OHN3c3F6dHhqbWQ2">https://www.instagram.com/reel/DT-LKimiRep/?igsh=OHN3c3F6dHhqbWQ2</a>	7,911	97	52
フィード	拓也	<a href="https://www.instagram.com/p/DT1LbPcErmO/?igsh=Z2FxbGU0OHFyOHVu">https://www.instagram.com/p/DT1LbPcErmO/?igsh=Z2FxbGU0OHFyOHVu</a>	4,330	37	-
フィード	cotochico 【京都グルメ/グルメ旅行】	<a href="https://www.instagram.com/p/DT0B47GEU6H/?igsh=MXZjYWxqOHg0anlxMA==">https://www.instagram.com/p/DT0B47GEU6H/?igsh=MXZjYWxqOHg0anlxMA==</a>	11,432	84	-
フィード	大阪のさやちゃん 《大阪グルメと美容情報》	<a href="https://www.instagram.com/p/DTugfAcgA_B/?igsh=OWpxMXR6OTJ6eDVp">https://www.instagram.com/p/DTugfAcgA_B/?igsh=OWpxMXR6OTJ6eDVp</a>	18,000	141	-
フィード	宙(sora) / ブルベ Bright Summer * Clear Winter	<a href="https://www.instagram.com/p/DUfMkxiEsp9/?igsh=MW0wZ2pocjNsdnp1dw%3D%3D">https://www.instagram.com/p/DUfMkxiEsp9/?igsh=MW0wZ2pocjNsdnp1dw%3D%3D</a>	1,000	14	-
フィード	ぼぶ   ワーママ (39歳)   大阪   美容・グルメ・ファッション	<a href="https://www.instagram.com/p/DUAilxogUf2/">https://www.instagram.com/p/DUAilxogUf2/</a>	4,700	244	-
フィード	るかりお	<a href="https://www.instagram.com/p/DUfrX8mDzMi/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=NTc4MTlwNjQ2YQ%3D%3D&amp;img_index=6">https://www.instagram.com/p/DUfrX8mDzMi/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=NTc4MTlwNjQ2YQ%3D%3D&amp;img_index=6</a>	1,603	10	-

## 情報発信

## Osaka Foodies Marathon / オオサカフーディーズマラソン

## インフルエンサーを活用した情報発信 実績

投稿手法	ユーザーネーム	投稿URL	フォロワー数	いいね数	動画尺(秒)
フィード	ゆみこ先生 🦷 / 美容情報をお届け📧	<a href="https://www.instagram.com/p/DUF4LYLD3Bm/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA%3D%3D&amp;img_index=4">https://www.instagram.com/p/DUF4LYLD3Bm/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA%3D%3D&amp;img_index=4</a>	3,190	100	-
フィード	ゆき 🐶 関西グルメ📧美容📧子連れでお出かけ📧	<a href="https://www.instagram.com/p/DUDbyYFD4-R/?igsh=MTIydjExdDRvcG5jbA%3D%3D">https://www.instagram.com/p/DUDbyYFD4-R/?igsh=MTIydjExdDRvcG5jbA%3D%3D</a>	10,000	195	-
フィード	♡Luka♡美容とグルメ大好き📱♡	<a href="https://www.instagram.com/p/DT-ZIMsE_H5/">https://www.instagram.com/p/DT-ZIMsE_H5/</a>	12,000	-	-
フィード	ハルナ♡LunaAnge	<a href="https://www.instagram.com/p/DT3spptk3Tt/">https://www.instagram.com/p/DT3spptk3Tt/</a>	6,619	-	-
フィード	あやピティ(ayapt)	<a href="https://www.instagram.com/p/DUGQmp_gWRc/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA%3D%3D">https://www.instagram.com/p/DUGQmp_gWRc/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA%3D%3D</a>	3,474	-	-
フィード	えーすちゃん📧(海外コスメ大好き女)	<a href="https://www.instagram.com/p/DT_dX0dgb7s/">https://www.instagram.com/p/DT_dX0dgb7s/</a>	4,513	-	-
フィード	📧marika 📧	<a href="https://www.instagram.com/p/DUA0i_SEyEf/">https://www.instagram.com/p/DUA0i_SEyEf/</a>	3,140	76	-
フィード	轟田桃萌(つるた ももえ)	<a href="https://www.instagram.com/p/DUAIhfEkuTe/">https://www.instagram.com/p/DUAIhfEkuTe/</a>	3,910	80	-

## 情報発信

## Osaka Foodies Marathon / オオサカフーディーズマラソン

## インフルエンサーを活用した情報発信 実績

投稿手法	ユーザーネーム	投稿URL	フォロワー数	いいね数	動画尺(秒)
フィード	nita 大人女子美容×物撮り	<a href="https://www.instagram.com/p/DT2P41aE1ID/">https://www.instagram.com/p/DT2P41aE1ID/</a>	14,000	161	-
フィード	くに 大人美容*ダイエット♡	<a href="https://www.instagram.com/p/DT1Lf76EmwU/">https://www.instagram.com/p/DT1Lf76EmwU/</a>	2,638	54	-
フィード	kyarin	<a href="https://www.instagram.com/p/DUDRNrnkjRL/">https://www.instagram.com/p/DUDRNrnkjRL/</a>	3,479	-	-
フィード	arichan	<a href="https://www.instagram.com/p/DUDT0lzE4IS/?img_index=5&amp;igsh=dzZ2bGNsYnZ2NDJs">https://www.instagram.com/p/DUDT0lzE4IS/?img_index=5&amp;igsh=dzZ2bGNsYnZ2NDJs</a>	2,607	40	-
フィード	Mちゃんグルメ	<a href="https://www.instagram.com/p/DUKrlnBkXOL/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DUKrlnBkXOL/?img_index=1</a>	3,125	-	-
フィード	Nipponグルメ	<a href="https://www.instagram.com/p/DUKXVpGD972/?img_index=1">https://www.instagram.com/p/DUKXVpGD972/?img_index=1</a>	1,410	-	-

## 情報発信

## Osaka Foodies Marathon / オオサカフードーズマラソン

### インフルエンサーを活用した情報発信 実績



[https://www.instagram.com/p/DRwqSEng\\_eAv/](https://www.instagram.com/p/DRwqSEng_eAv/)



<https://www.instagram.com/p/DRwiMK6iZ3c/>



[https://www.instagram.com/p/DSudWZLk\\_g2K/](https://www.instagram.com/p/DSudWZLk_g2K/)



<https://www.instagram.com/reel/DSo7C0k3Yw/>

## 情報発信

## Osaka Foodies Marathon / オオサカフードィーズマラソン

## イベントと連動したキャンペーンを実施

## ・PayPayキャンペーン

**PayPay ポイント**  
先着1万名様にもれなく  
**PayPay ポイント 500円分**  
プレゼント!

※スタンプゲット後、5営業日以内にクーポンコードをお送りします。  
※PayPayポイントコードで付与。※PayPayポイントに交換することで利用可能。出金・譲渡不可。  
※PayPay/PayPayカード公式ストアでも利用可能。

## ・タイムアウトマーケット大阪限定キャンペーン

**\タイムアウトマーケット大阪 限定/  
プレゼントキャンペーン実施中**

裏面に記載のQRを読み取るとその場で使える  
**200円OFFクーポン (先着5000名様)**

## ・南河内・泉州エリア限定キャンペーン

南河内・泉州エリア限定  
**X投稿キャンペーン**

南河内 Minamikawachi 泉北 Senboku 泉南 Sennan

3つのエリアの「3HOURS CARD」に参加して  
お店の写真を撮って投稿するだけで、抽選で100名様に

Amazonギフトカード **1,000円分**が当たる!

参加はこちら

**HOW TO JOIN**  
キャンペーン参加方法

- 1 公式LINEより南河内・泉北・泉南エリアのコースに参加。いずれかのカードを獲得ください
- 2 対象コースへご参加いただき、お店の写真(料理・内観・外観等)を撮影。
- 3 公式X @osaka\_foodiesM をフォロー。
- 4 1のLINEスクショ画像と2の写真、「#OFM投稿キャンペーン」とタグつけてXに投稿ください。
- 5 応募期間終了後、当選者の方へXのDMにて当選通知とクーポンコードをお送りします。

応募期間 2026.3.13 (金) 23:59 まで

※本キャンペーンはオオサカフードィーズマラソン運営事務局による提供です。本キャンペーンについてのお問い合わせはAmazonではお受けしておりません。オオサカフードィーズマラソン運営事務局 (osakafoodiesmarathon@gmail.com) までお問い合わせください。  
Amazon、Amazon.co.jp およびそれらのロゴは Amazon.com, Inc. またはその関連会社の商標です。

## ・TikTok投稿キャンペーン

**OSAKA FOODIES MARATHON**  
先着1,000名様限定!

12月22日(内) 3月13日(外)

**TikTok 投稿キャンペーン!**

**大阪グルメを撮って食べて投稿!!  
1,000円分のAmazonギフト券をゲット!**

まずはLINEで友達登録  
気になる「カード」を選択  
コースを巡って大阪グルメを満喫!  
TikTokに投稿!

Follow Us +

↓ご応募はこちら↓

※下記のようなシーンを投稿ください  
お店の外観、看板、または特徴的な場所が分かるシーン  
食べている様子、体験している様子など「楽しんでいる瞬間」  
QRコードを読み込む様子、またはスタンプが増えた画面  
※詳細は応募フォーム内のガイドラインをご確認の上、ご応募ください

#OFM #オオサカフードィーズマラソン  
#OSAKAFOODIESMARATHON #sponsored

※必ず左記のいずれかのハッシュタグと「Sponsored」を必ず入力してください。

## 情報発信

## Osaka Foodies Marathon / オオサカフーディーズマラソン

### アウトドアメディア

#### ・タイムアウトマーケット大阪



## 情報発信

## Osaka Foodies Marathon / オオサカフーディーズマラソン

### ODM

#### < B 2 ポスター掲出箇所 >

阪急大阪梅田駅 2F西
阪急十三駅
阪急西宮北口駅
阪急豊中駅
阪急川西能勢口駅
阪急淡路駅 駅長室事務室
阪急高槻市駅
近鉄 約10駅



#### < カード設置箇所 >

大阪水上バス
Dotonbori Traveler's Lounge (GIRAFF Japan内)
KIX泉州ツーリズムビューロー
はびきの観光局
大阪観光局
Osaka JOINER
大阪観光案内所
新大阪観光案内所
難波観光案内所
大阪府庁
Time Out Market Osaka

コース	エリア	目的地	時間	年齢	移動距離
A②	大阪市	大阪市	6AM-9AM	ALL	4.7km

**うどん、台湾朝食、日本一長い商店街**

うどん、台湾朝食、日本一長い商店街

UDON, Taiwanese Breakfast, and Japan's Longest Shopping Street

白い朝のまち、大阪は早朝から活気がいっぱい！出陣にこだわったうどんを堪能し、たくさん歩いたらら朝朝食でエネルギー補給。日本一長い商店街に到着した時には、人気店のシャッターが開き始める……？

In Osaka, the food marathon kicks off at dawn! Wake up with umami-packed udon, fuel up again with a hearty Taiwanese breakfast, then stroll toward Japan's longest shopping street – get in time to catch its famous shops rolling up their shutters.

**1 谷町ふる里** Tarimachi Furusato  
うどん Udon

24時間年中無休の老舗店 Long-Established UDON Eatery Open 24 hours  
大阪府大阪市中央区南津子1-2-30 / 営業時間 24時間 / 042-2010000 (Kissu Chuo Ward) Open 24 hours / Open daily 24 hours 無料

**2 wanna manna** ワナマナ  
台湾朝食 Taiwanese Breakfast

様々なメニューが一度に楽しめる台湾朝食専門店  
Unique spot specializing in Taiwanese breakfast

大阪府大阪市北区天神橋1-10-11 / 営業時間 7AM-5:30PM / 定休日 日  
10-13 Tenjinbashi, Kita Ward, Osaka-ichi / Opening hours 7AM-5:30PM / Closed on Sun

**3 天神橋筋商店街** Tenjinbashi-suji Shopping Street  
商店街 Shopping Street

日本一長い商店街で有名 Famous as Japan's longest shopping street  
大阪府大阪市北区天神橋1丁目 Around Tenjinbashi, Kita Ward, Osaka-ichi

## 情報発信

## Osaka Foodies Marathon / オオサカフーディーズマラソン

## デジタル広告配信 (2025.12.26~2026.01.31)

配信開始当初 : LINE友だち数 : 29,894

終了後 2/2 11時 : LINE友だち数 : 37,637 (+7,743)

・X

OSAKA FOODIES MARATHON  
大阪の食と文化を巡る  
デジタルスタンプラリーに参加!

PayPay ポイント  
**500円分**  
先着1万名様限定!!プレゼント

参加方法

- 1 LINEのお友だち追加
- 2 気になるカードを選択
- 3 カードに記載の店舗でQRを読み込みスタンプをゲット!

Special Coupon Present Special Coupon Present Special Coupon Present Special Coupon Present

表示回数 : 6,642,182

クリック数 : 25,552

・LINE

OSAKA FOODIES MARATHON  
大阪の食と文化を巡る  
デジタルスタンプラリーに参加!

PayPay ポイント  
**500円分**  
先着1万名様限定!!プレゼント

参加方法

- 1 LINEのお友だち追加
- 2 気になるカードを選択
- 3 カードに記載の店舗でQRを読み込みスタンプをゲット!

Special Coupon Present Special Coupon Present Special Coupon Present Special Coupon Present

表示回数 : 7,138,879

クリック数 : 5,367

## 参加者の声

## Osaka Foodies Marathon / オオサカフーディーズマラソン

「新しい大阪」との出会いに高い満足度がある一方で、システム改善を求める声もあった。「キャンペーンがなければ行かなかった場所で美味しい食事を楽しめた」「地元近くにこんなお店があったのかと新発見があった」など、ステレオタイプではない大阪の「食の奥行き」を体験できたことへの喜びの声が多く寄せられた。親とのランチや観光のきっかけとして機能しており、単なる飲食店紹介を超えた「お出かけの動機付け」として高く評価されている。一方でLINEの操作性や、より直感的でストレスのないUIへの改善余地があることがわかる。また店舗側との連携強化も課題となった。



田尻歴史館で父母とランチしましたが、非常に喜んでもらいました！

万博記念公園を含むコースが楽しかった。太陽の塔に感動したし、ノイカフェのコーヒーがおいしかった。

久右衛門さんに行かせていただきました。この企画があったから、初めて訪れた場所で、とても美味しい食事を楽しませていただきました。お店の方に近隣の神社も教えていただき、改めて河内長野の魅力に気づけた気がします。ありがとうございました！

西洋茶館にずっと行こうと思っていたが、フーディーズマラソンをきっかけに、ようやく訪れることができた。

万博記念公園でイベントを知り、他のコースに参加したくなりました。大阪梅田辺りはランチもよくするので、是非利用したいです！

意外とおもしろかったので、告知をもっと増やしてほしい。

地元近くにもこんなお店あったんだ？と新しい発見がありました。



店頭でQRコードを読み込んだが、利用方法が分からない。先着PayPayポイントの配布は終了したのか？今後参加するメリットはあるのか？LINEのトーク画面では分かりづらかった。

- ・カード(お店)の検索がしにくい。
- ・画面をタップしても反応が遅い。
- ・何ヶ所クリアしたかが分かりにくい。
- ・アナログのスタンプカードのように、クリア数が目視できたら貯めたい意欲にかられると思う。

タイムアウトマーケット大阪を利用。支払いのあとにクーポンがあることに気付いたので、レジで声かけがあれば良かったです。

お店のスタッフでもイベントを知らない人がいたので周知不足に感じた。

LINEの文字が英語も出てくるので、煩わしく、日本語のみにしてほしい。

ビラをきっかけに参加。どういう趣旨のイベントでどういうお店が参加しているのか、分かりにくかった。大阪食文化の発信は是非取り組んでいただきたいので、魅せ方などもう少しキャッチーだと参加意欲が上がると思います。参加店も、レジ横に行かないと対象店かどうか分からなかったため、ポスターやのぼりが店頭にあると良いかも知れない。

## 参加店舗の声

## Osaka Foodies Marathon / オオサカフーディーズマラソン

事務局の伴走支援を評価する一方、オペレーションの浸透に課題があった。事務局による直接的なサポートやフォローアップが店舗の協力姿勢を引き出す鍵となった。現場における運用負荷と理解度の差があり、「繁忙期のため内容を把握しきれず、POPの組み立てや設置が後手に回った」「内容が分かりにくく設置を見送った」店舗もあり、多忙な飲食店に対するさらなる簡略化やメリット提示の必要性が浮き彫りになった。



カウンターの目立つところにPOPを設置。事務局スタッフが直接訪問してくれ、説明してくれた。コース参加者は少ないものの、常連客など興味を持って試そうとされている方は多いように思う。

事務局から送られてきた資料でキャンペーンの仕組みを勉強できた。店内が狭いためレジ横の1箇所だけにしか設置できないが、お店のInstagramでも宣伝していこうと思う。

3カ所に設置していたPOPにペイペイPOPも貼り付けて設置を7カ所に増やしてチラシと一緒に設置。100BOOKに掲載してもらえようお客様への声掛けを頑張ります！

ポップを4箇所を設置し、事務局の方からもらったポスターも店内に貼り付け。積極的に声掛けしていきたい。

新POP、PayPayスイングポップともレジ前に設置。  
PayPayキャンペーンについて、訪問された事務局の方に色々教えてもらった。100BOOKの冊子を追加で設置し、積極的にPRしていきたい。



POPは届いていたがよく理解しておらず組み立てずにレジ横に平置きしたままにしていた。事務局の人から設置の依頼と説明を受け、その後に設置しました。

OFMのことを把握されておらず、事務局の人が訪問されたが内容がよく分からないので出直しを依頼。同日の夕方に再度事務局の人が来店しキャンペーンの内容とPOP類の使い方について説明を受けた。常連客にはPayPayポイントがもらえるなどPRしていきたいと思うが、先着に達した場合は早急に連絡してほしい。

事務局からPOPが届いていたが内容が非常にわかりにくく、設置していない。

店内が狭いためポップはレジ横に1箇所だけ設置できず。  
現在はPayPay支払いを停止しており、通常の支払いをPayPayで出来るとお客様に誤解されたくないので今回のキャンペーンでの貼り付けを見送り。

## アンケート結果の分析

## Osaka Foodies Marathon / オオサカフーディーズマラソン

### 概要

- オオサカフーディーズマラソンのコースクリア者へ任意のアンケートを実施
- 回答：1631名
- 期間：2025年10/27（月）～2026年3/13（金）
- 実施手法：Webアンケート  
（LINE上でオンライン回答フォームの配信）
- 集計方法：クロス集計

### 質問項目

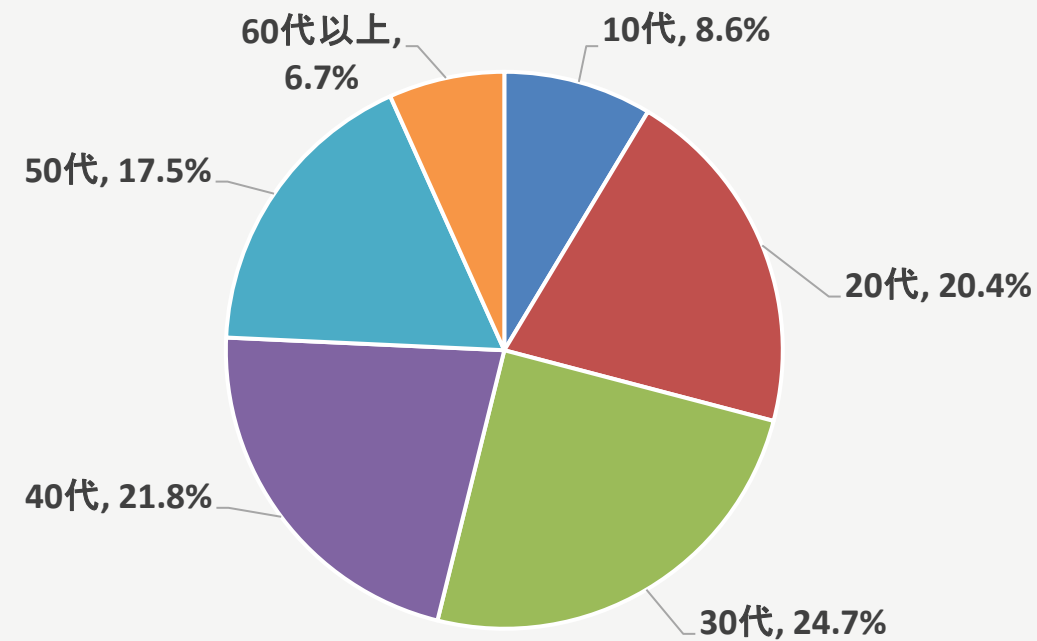
- 回答者プロフィール
- キャンペーンの認知経路
- キャンペーンの体験評価
  - ✓ 満足度、大阪の多様な食の魅力を伝達できたか
  - ✓ LINE・ウェブサイトの使いやすさ
- 推奨意向と今後の行動
  - ✓ 知人に勧めたいか
  - ✓ キャンペーンをきっかけに大阪を巡りたいと思ったか
- ご意見・ご要望

## アンケート結果の分析

## Osaka Foodies Marathon / オオサカフーディーズマラソン

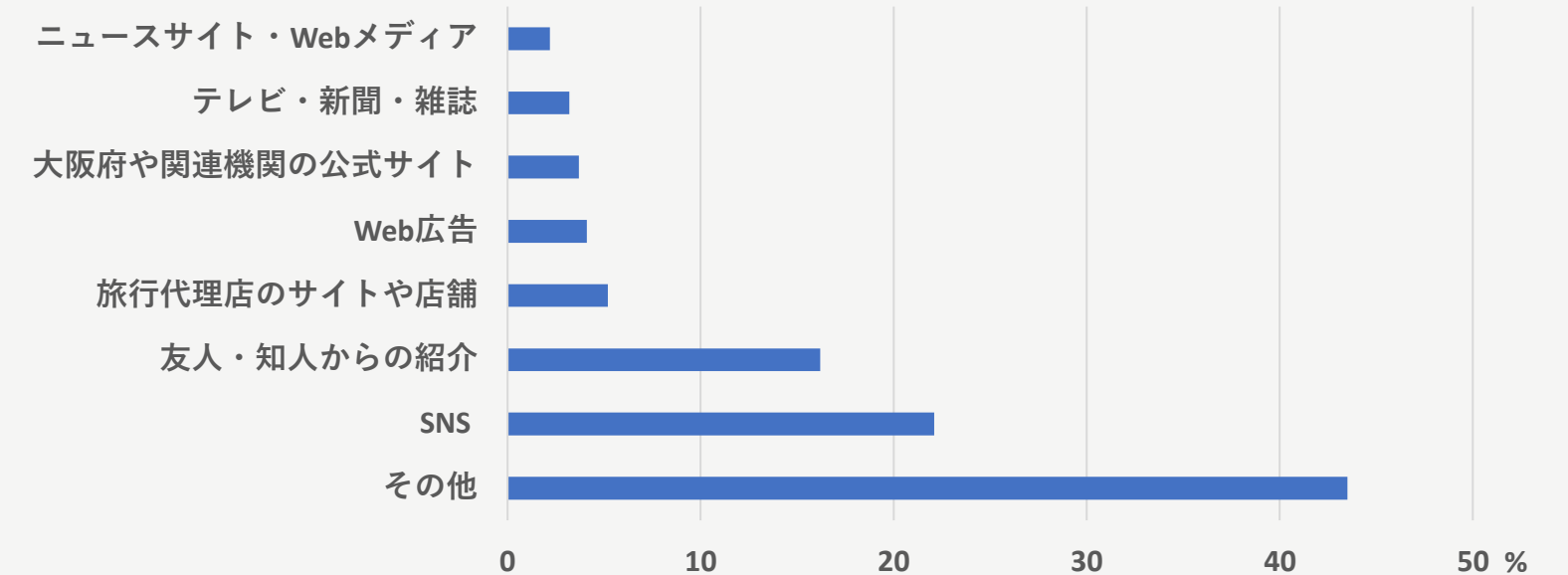
### ● 回答者プロフィール

30代が最も多く、全体の約1/4を占める。  
次いで40代、20代と続き、20代から50代で回答者の約85%を占めていた。  
アンケート回答者1631名中、海外からの参加者は2名だった。



### ● キャンペーンの認知経路

インフルエンサー投稿の効果もあり「SNS」が22.1%と最も高く、  
ついで、「友人・知人からの紹介」が16.2%。



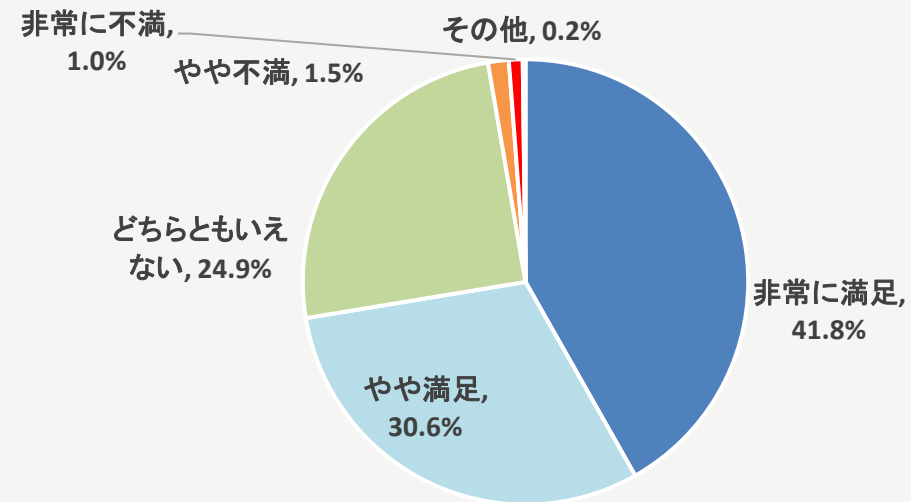
## アンケート結果の分析

## Osaka Foodies Marathon / オオサカフーディーズマラソン

### ● キャンペーンの体験評価

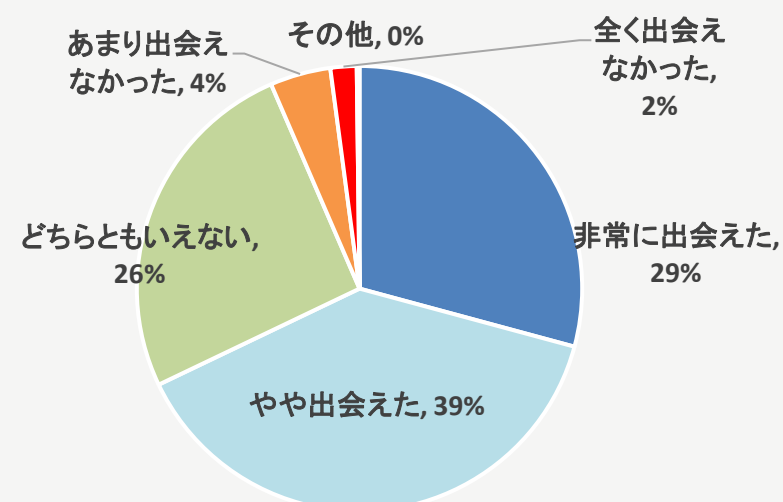
#### Q4. キャンペーン全体の満足度を教えてください。

「非常に満足 (41.8%)」と「やや満足 (30.6%)」を合わせると、72.4%がキャンペーンに満足しているという結果になった。



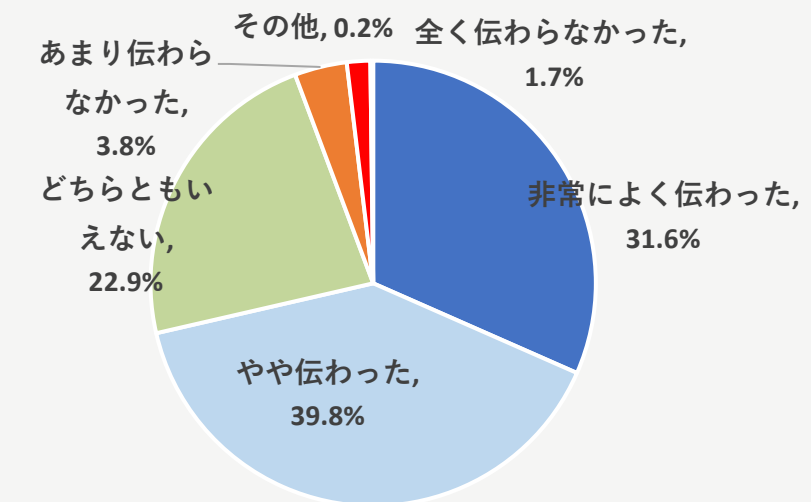
#### Q6. これまで知らなかった大阪の新しい一面に出会えましたか？

「非常に出会えた (29.2%)」と「やや出会えた (38.7%)」を合わせると、67.9%の参加者がこれまで知らなかった大阪の新しい一面に出会えたという回答。



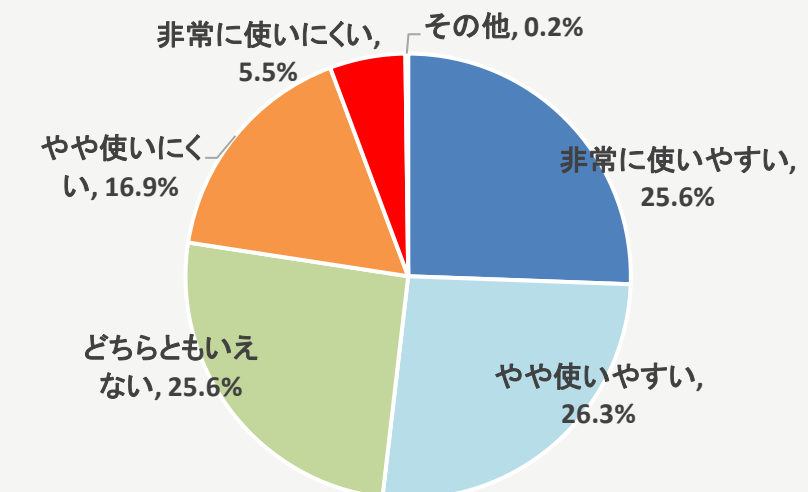
#### Q5. このキャンペーンを通じて、大阪の「多様な食の魅力」は伝わりましたか？

「非常によく伝わった (31.6%)」と「やや伝わった (39.8%)」を合わせると、71.4%の参加者が大阪の「多様な食の魅力」が伝わったと感じている。



#### Q7. LINE（アプリ）・ウェブサイトの使いやすさについてどう思いましたか？

「やや使いにくい」と「非常に使いにくい」を合わせると22.4%となり、改善の余地があることが示唆された。



## アンケート結果の分析

## Osaka Foodies Marathon / オオサカフーディーズマラソン

### ● 推奨意向と今後の行動

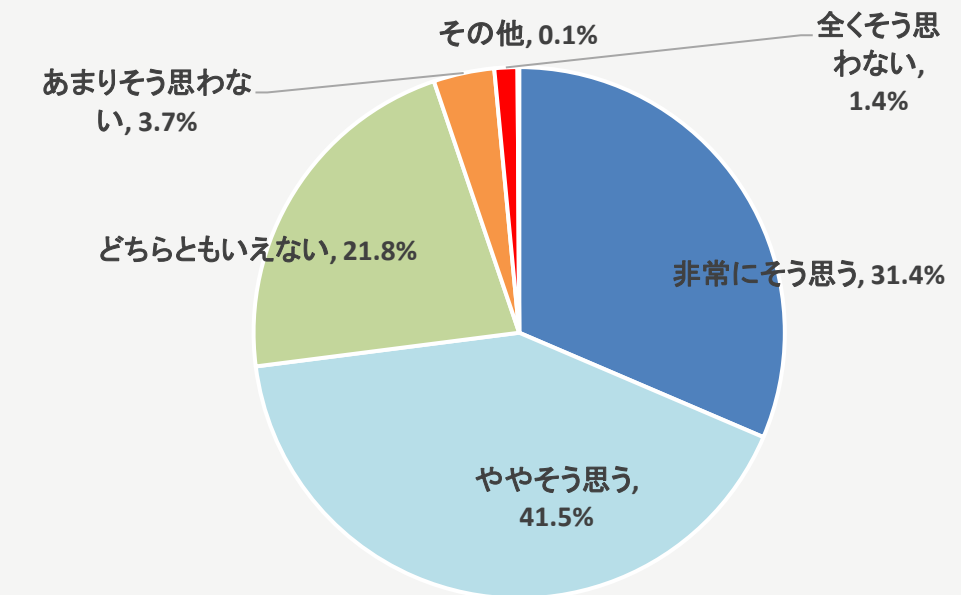
Q8.この『Osaka Foodies Marathon』を友人や同僚に勧める可能性はどのくらいありますか？ (0～10点)

5点という中央値が27%と最も高く、可もなく不可もないと感じた層が多かった。一方で、回答者の22%（10点：16%、9点：6%）が非常に高い推奨意向を示しており、一部の参加者には強く刺さっていたと推察。

スコア	回答数	割合
10	254	16%
9	97	6%
8	200	13%
7	178	11%
6	160	10%
5	430	27%
4	89	6%
3	89	6%
2	45	3%
1	45	3%
0	0	0%

Q9. 今後も大阪を訪れたい、あるいは大阪の他のエリアも巡ってみたいと思いませんか？

「非常にそう思う (31.4%)」と「ややそう思う (41.5%)」を合わせると、72.9%の参加者が、このキャンペーンをきっかけに今後も大阪を訪れたい・巡りたいと考えていることがわかる。Q4の満足度やQ5・Q6の発見と同様に高い意向を示しており、キャンペーンが来訪意欲の向上に貢献しているといえる。



## アンケート結果の分析

## Osaka Foodies Marathon / オオサカフーディーズマラソン

### ● まとめ

#### 食に関心の高いユーザー層の獲得に成功、課題点はUXの最適化

・食に関心の高い「現役世代」のユーザー層を獲得  
利用者の約85%が20代から50代の「現役世代」で構成され、中でも30代（24.7%）・40代（21.8%）という情報拡散力と消費意欲を兼ね備えた層が中心となった。SNSを通じた認知（22.1%）に加え、友人・知人からの紹介（16.2%）が大きな割合を占めていることから、単なる広告接触にとどまらず、実体験に基づいた質の高い口コミが能動的な参加を促したことが伺える。

・体験価値の深化による「再訪意欲」の醸成  
71.4%の参加者が「大阪の多様な食の魅力」を実感し、67.9%が「新しい大阪の一面」に出会えたと回答している。キャンペーン全体の満足度（72.4%）と連動するように、今後の来訪・周遊意向も72.9%と極めて高く、本施策が一時的なイベントを超え、継続的に大阪を巡る「動機付け」として機能した。

・「推奨層」への転換を阻むUXの課題  
一方で、知人への推奨意向では中央値である「5点」が27%と最大であり、体験はしているものの「他者に勧めるほどではない」と感じている中立層がボリュームゾーンとなっている。プラットフォーム（LINE/WEB）の使いやすさについては、22.4%が不満を感じており、参加者の声からも「検索のしにくさ」「現在値の不透明さ」といったストレスが、体験価値を削ぐ要因として具体的に指摘された。

ユーザーアセット（約4万人のLINE友だち）という強固なパイプを活かすためには、システムの最適化が必要。中立層を「推奨者」へと引き上げるためには、多言語対応の拡充やより直感的なUI設計、そして参加自体が楽しくなる「UXの最適化」を図ることが鍵となる。

## 本施策の結果

## Osaka Foodies Marathon / オオサカフーディーズマラソン

「単なるスタンプラリー」を超え、大阪の食の多様性を可視化することができた。

### ・「粉もん」以外の大阪の魅力の再発見

大阪の食文化は「たこ焼き」「お好み焼き」といったステレオタイプに留まりがちであるが、本施策ではミシュラン星付き店舗からディープな穴場まで、102種類の「3 HOURS CARD」を通じて多面的な魅力を提示。実際に参加したユーザーからは、普段の観光ルートでは辿り着けない大阪の「奥行き」を体験できたとの高い評価を得ることができた。

### ・デジタル接点の構築

公式LINEアカウントの友だち数は、デジタル広告配信などを通じて4万人に到達。

「食に関心を持つ4万人」という母集団は、万博後の継続的な施策において直接アプローチ可能な価値の高いマーケティング・アセットとなる。

### ・インフルエンサーによる大規模なリーチと資産化

全23種のコラボカード制作や、総フォロワー数240万規模のインフルエンサー活用により、SNS上での「大阪の食」の視覚的露出を最大化。

リール動画やフィード投稿として残された創作コンテンツは、キャンペーン期間終了後も“大阪の食のカタログ”として機能し続ける。

### ・PR発表会による高いメディア露出

ハイヒールモモコ氏らを招いたPR発表会により、地上波TVニュース（関西テレビ等）や日経新聞、Yahoo!ニュースなど、30件以上の媒体で露出を獲得。

広告換算額は約919万円に上り、大阪府の食の取り組みを広く社会へ周知することに成功。

## 課題

## Osaka Foodies Marathon / オオサカフーディーズマラソン

### 参加者数が伸び悩んだ課題点

#### ① ツール選定と多言語ユーザーへの到達性

##### ・インバウンド客に対する接点の限定化

公式LINEを活用したデジタルスタンプラリーは、アプリダウンロード不要という国内ユーザー向けの利点がある一方、LINE普及率が低い国の外国人観光客に対しては情報接触のハードルが高く、多言語での発信・利用環境の最適化が示唆された。

#### ② コンセプトである“3時間”の拘束

「3 HOURS CARD（3時間の過ごし方）」というコンセプトは、大阪の食と文化を楽しんでもらう新しい切り口だったものの、ユーザーに「3時間の確保」を強いる点が参加のハードルをあげる要因になった。

隙間時間を活用したい観光客にとって、1店舗単位のライトな紹介の方が参加しやすかったという可能性が示唆される。

#### ③ 参加動機の不足とユーザーメリットの希薄さ

##### ・わざわざ店舗に訪れる理由の不足

店舗情報がまとまっている利便性は認められたものの、「このキャンペーン期間に今このお店に行く」という強い動機（限定メニュー、大幅割引等）が不足。

#### ④ 店舗側の協力体制とオペレーションの難しさ

##### ・店舗の現場理解と優先順位

繁忙を極める人気店の店主にとって、施策の詳細を理解し、POPやチラシを適切に配置・案内することハードルが高かった。

店舗側にとっての直接的な売上増強やオペレーション軽減といったメリットが十分提示できず、店舗によって協力度合いに大きな差が生じた。

##### ・エリアによる温度差

中心部よりも遠方エリアの店舗の方が協力的な傾向だったが、物理的なアクセスの難しさが参加者数の伸び悩みに反映された。

## 得られた示唆と本施策の活用について（まとめ）

## Osaka Foodies Marathon / オオサカフーディーズマラソン

### ・デジタルアセットの継続的な活用とコミュニティの維持

本施策で得られた知見と獲得したユーザーアセットを活用し、キャンペーン終了後も“大阪の食の魅力を継続的に発信するプラットフォーム”として、民間のイニシアチブによる自走運営を行う。具体的には、民間が持つグローバルな視点と編集力を活かし、食のコンテンツを定期配信するなどして、質の高いコミュニティを維持する。行政主導の「点」の施策で終わらせず、事業者のアセットを活用した持続可能な「線」の取り組みへと昇華させることで、大阪の食文化振興と地域活性化に継続して寄与していく。

### ・民間の知見を活かした質の高い情報発信

示唆：「3時間」という特定のストーリーに基づいたコース提案自体には高い価値があり、単なる店舗情報（割引等）の羅列ではない、文脈を持った情報提供が求められている。

活用策：グローバルメディア事業で培った民間の編集力や、食のプロフェッショナルとのネットワークを最大限に活かす。ステレオタイプにとどまらない「大阪の食の奥行き」を伝えるコンテンツを発信し続けることで、アカウントのメディアとしての価値を高める。

### ・インバウンド客向けの利用環境の最適化と今後の展望

示唆：公式LINEをプラットフォームとしたことで、一部の外国人観光客（LINE非利用国）にとって参加の技術的ハードルとなった。

活用策：将来的なグローバル展開を見据え、ブラウザベースの多言語プラットフォームへの移行や、インバウンドに強い既存サービスとの連携など、情報到達性を最適化する仕組みづくりを継続的な検討課題とする。

---

## 事業の継続性・出口戦略について

## 来年度以降の将来プラン –大阪の食文化国際化 中長期構想 2026-2030–

---

本項は、国際的な食のイベント企画運営業務実施報告書の総括として、本事業で得られた成果と明らかになった課題を踏まえ、2030年の大阪IR開業をマイルストーンとした中長期の取り組みの方向性を示すものである。

### 1. 本事業の成果

2025年度に実施したOCIでは、海外トップシェフ・フードジャーナリスト・食文化研究者を大阪に招聘し、エクスカージョン（現場訪問）、ワークショップ／ラウンドテーブル、国際シンポジウムの3本柱で事業を展開した。大阪・関西万博の開催を背景に実施された本事業は、以下の具体的な成果をもたらした。

**国際ネットワークの構築：** 世界各国のトップシェフや有識者との直接的な関係が構築され、大阪の食文化に対する国際的な評価と関心を高める起点が生まれた。参加者のSNS等を通じた自発的な情報発信も始まっている。

**大阪の食文化の再発見：** 海外ゲストの視点を通じて、ミシュラン掲載店舗数が世界第4位である高級ダイニングシーンの実力、割烹文化の独自性、出汁文化の奥深さ、さらには堺の刃物職人や伝統野菜の農家、老舗 酒蔵など地域に根差した食の生態系の豊かさが、国際的に高く評価されることが実証された。

**大阪の固有の強みの言語化：** 海外ゲストが共通して指摘した大阪の最大の魅力は、「オープンマインド」「フレンドリーさ」「伝統と革新の共存」であった。これらは他の都市には容易に真似できない大阪固有の資産であり、今後の国際発信の核となり得ることが明確になった。

**継続への強い要望：** 参加者の多くが「単発イベントではなく、複数年にわたり継続的に開催し議論を深めるべき」と回答しており、本事業を中長期的な取り組みへと発展させる必然性が確認された。

## 来年度以降の将来プラン –大阪の食文化国際化 中長期構想 2026-2030–

---

### 2. 見えてきた課題

一方で、本事業を通じて以下の構造的課題も明らかになった。これらはいずれも単年度の取り組みでは解決が難しく、中長期的かつ横断的なアプローチが求められるものである。

**国際ブランド力の不足**：大阪の食は「たこ焼き」「お好み焼き」のイメージに留まりがちで、高級ダイニングや割烹文化の実力が国際的にほとんど認知されていない。「天下の台所」に内在する自由、寛大さ、多様性を軸とした統合的なブランド構築が必要である。

**人材育成・教育体制の未整備**：高度な調理技術を持つ料理人やホスピタリティ人材の体系的な育成体制が不足している。伝統技術を担う熟練職人の高齢化と後継者不足も深刻であり、技術の継承と新たな担い手の確保が急務となっている。

**国際展開を支えるインフラの不備**：高品質な食材や製品があっても、冷蔵・冷凍対応の物流ハブや海外市場への輸出体制が未整備であり、国際展開の障壁となっている。郊外の優れた生産現場へのアクセスも限定的である。

**言語・コミュニケーションの壁**：多言語対応や食文化の歴史的背景の説明が不足しており、外国人ゲストが大阪の食文化の深さを十分に理解できる環境が整っていない。

**生産者の経済的持続性**：家族経営の生産者にとって、伝統的手法や品質維持のコストと市場価格のバランスが取りにくく、経営の持続そのものが課題となっている。

## 来年度以降の将来プラン —大阪の食文化国際化 中長期構想 2026-2030—

---

### 3. 中期戦略の概要 — 2030年IR開業に向けて

基本的な考え方 上記の成果を更なるアウトカムにつなげ、課題を構造的に解決するために、本事業を2030年の大阪IR開業をゴールとした中期構想へと発展させる。

#### 食文化の国際会議（OCI）の年次開催

本事業で構築された国際ネットワークを基盤に、OCIを毎年開催する国際対話の場として定着させる。シンポジウム、エクスカージョン、ワークショップを通じて、世界のトップシェフ・ジャーナリスト・研究者と地元の料理人・生産者が、継続的に交流し、大阪の食文化に関する知見の蓄積と国際発信を行う。この国際会議は、海外メディアや食関連機関との連携を深め、第三者の視点から大阪の食文化の価値を世界に広めるPRエンジンとして機能する。同時に、会議で得られた議論や提言は、教育機関のカリキュラムや人材育成プログラムに直接フィードバックされる。

## 来年度以降の将来プラン –大阪の食文化国際化 中長期構想 2026-2030–

---

### 4. 次年度以降の具体的な取り組み

#### 2026年度（次年度）

##### 調査・研究事業の展開：

国際ブランド構築、人材育成モデル、物流基盤整備等について、具体的なアクションプランを策定するための、調査・研究を実施する。

##### 異業種・国際交流の拡大：

本事業で構築された国内外のネットワークを活用し、食分野にとどまらない異業種連携と国際交流を深化させる。タイムアウトなどのグローバルネットワークを持つ国際的な事業者との協働を具体化する。

##### アカデミック連携の設計：

大学・研究機関との連携モデルを構築し、将来的な教育・研究拠点機関の基盤づくりに着手する。食文化研究および人材育成カリキュラムの検討を開始する。

##### アンバサダー体制の強化：

「食における大阪府成長戦略アンバサダー」に任命された高田裕介氏を中心に、大阪を拠点に世界で活躍する料理人を旗振り役とした国際発信体制を整備する。

##### 生産者支援の具体化：

ファームステイ、体験型観光、アウトドアダイニング等の新たな収益モデルの開発を支援し、行政による海外展示会出展支援・補助金・マーケティング支援と合わせ、生産者の経営基盤強化に取り組む。

## 来年度以降の将来プラン –大阪の食文化国際化 中長期構想 2026-2030–

---

### 4. 次年度以降の具体的な取り組み

#### 2027–2029年度

OCI国際会議の年次開催を定着させるとともに、教育・研究拠点機関の設立準備を本格化させる。  
多言語での情報発信基盤や物流インフラの整備を段階的に進め、2030年のIR開業に向けた受け入れ体制を構築する。  
国際的な食のイベント誘致や食文化をテーマとした国際会議の準備も並行して推進する。

#### 2030年

大阪IR開業を迎え、本構想が本格的に始動する。  
国際会議・教育機関・IR施設の三位一体の運営体制を確立し、「発信→育成→実践」の好循環を実現する。

## 来年度以降の将来プラン –大阪の食文化国際化 中長期構想 2026-2030–

### 5. 大阪IR計画との親和性

大阪IRが2030年の開業に向けて掲げる食文化関連の方針と、本構想の取り組みは高い親和性を持つ。

分野	IRが掲げる方針	本構想との接続
食文化発信	ジャパンフードパビリオンの設置、食文化体験の提供	OCIが国際的なプロトタイプを実施済み。IR開業後は恒常的な発信拠点に
教育・人材育成	大学・地域連携による料理人・ホスピタリティ人材の育成	教育・研究拠点機関がIR施設でのOJT／人材育成と接続し、実践的な人材を輩出
国際会議・MICE	IR・万博・MICE連携による国際的な食イベントの定期開催	OCI国際会議がグローバルなMICEコンテンツを継続的に提供
地域連携	地元企業・生産者との連携によるエクスカージョン・現場訪問	OCIエクスカージョンの実績を活かし、体験型プログラムを恒常化
タイムライン	2025年万博 → 2030年IR開業への連続的な発展	万博のレガシーをIR開業へとつなげる中期構想として整合

本構想との連携により、大阪IRは単なる商業・娯楽施設を超えた「文化と教育の拠点」として、社会的価値と経済的価値の双方を持続的に創出できる。2030年の開業は、「世界に食文化で語られるIR」という新しいモデルの誕生につながる。

## 来年度以降の将来プラン **－大阪の食文化国際化 中長期構想 2026-2030－**

---

### 6. 推進体制

本構想は 産学官連携 による推進を基本とする

**行政： 大阪府・大阪市、観光・MICE関連機関**

**民間： 食品・ホスピタリティ・メディア・IR事業者**

**学術： 大学・調理師専門学校等の教育機関**

食文化を大阪の戦略的な都市資産として位置づけ、万博のレガシーを2030年のIR開業、そしてその先へとつなげていく。食を単なる観光資源としてではなく、文化的価値・経済的価値・国際的影響力を生み出す基盤として、産学官一体で推進する。

具体的には、「食における大阪府成長戦略アンバサダー」に任命された高田 裕介氏を中心に、各業界や事業者、自治体と協力して推進していく。