

世界の「くいだおれ都市・大阪」を実現する観光戦略

福田 昌弘

【目的】

人口減少社会に突入した我が国において成長を継続していくためには「集客観光」がキーポイントになる。我が国を訪れる外国人数は平成 24 年で世界 33 位、トップのフランスの 10 分の 1 程度であり、まだまだ拡大の余地が大きい。その訪日外国人の一番の期待は「食事」であり、「くいだおれのまち」といわれる大阪はこの点で大きなポテンシャルがあると考えられる。そこで、大阪の「食」の魅力について現状や内外の評価を把握したうえで、世界的な「くいだおれ都市」として内外から人を集客する活気あふれる大阪にするための「観光戦略」を検討し、具体的提言を行うことを目的とする。

【内容】

大阪は江戸時代から「くいだおれ」の地と称され、本格的な「料亭」や「割烹」の発祥地で名物料理も多数ありながら、ミシュランガイドや世界のグルメ都市ランキングでは必ずしも世界的な食の都市という評価を得ていない。そこで、在関西総領事館の皆さんや大阪府・神奈川県職員の協力を得て、大阪の「食」に関するアンケートを実施し、各国や国内での大阪の「食」に関する意識を把握するとともに、現地調査や関係者ヒアリング、参考文献の調査等を行い、どうすれば大阪が世界的な「くいだおれの都市」となれるのか、その方策を検討した。

【結果（今後の考察含む）】

アンケート等からは大阪が世界的な食の都市だとの認識は大阪在住者以外は希薄であること、大阪の食の強みは「なんでも・うまくて・コストパフォーマンスがよい」ところであること、「たこ焼き・お好み焼き」の知名度は抜群だが、大阪伝統の料理や大阪食材の料理は知られていないこと、「なべ料理」は外国人や大阪府外で意外と高い評価を得ていること、外国人は何といても多言語表記を切望していること、また急増しているイスラム教徒への対応の必要性などがわかった。これらを踏まえて、大阪が世界の「くいだおれ都市」としてにぎわうために以下の「10大提言」を提案する。

- ①「くいだおれ・OSAKA」で海外にも発信！
- ②戦略的に「大阪の食文化」を売れ！
- ③「なべ王国・大阪」を打ち出せ！
- ④個性豊かな「食のエリア」を発信せよ！
- ⑤大阪産料理を売り出せ！
- ⑥「水辺」と「歴史」を生かす！
- ⑦いつでも「食」を楽しめる「食祭都市」に！
- ⑧世界標準の環境整備と情報発信
- ⑨くいだおれ人材の育成（食育のススメ）
- ⑩関西全体で「世界 NO1 の美食ゾーン」に

「世界のくいだおれ都市・大阪」を実現する観光戦略
大阪検定客員研究員 福田昌弘

【目的】

- * 人口減少社会に突入した我が国において成長を継続していくためには「集客観光」がキーポイント。
- * 我が国を訪れる外国人数はフランスの10分の1程度であり、まだまだ拡大の余地が大きい。
- * 訪日外国人の一番の期待は「食事」であり、「くいだおれのまち」といわれる大阪はこの点で大きな可能性があるのではないかと。
- * そこで、大阪の「食」の魅力について現状や内外の評価を把握したうえで、世界的な「くいだおれ都市」として内外から人を集客する活気あふれる大阪を実現するための「観光戦略」を検討し、具体的提言を行うことを目的とする。

1

1. なぜ今「食」による観光戦略か

- * 人口減少社会の進展（国立社会保障・人口問題研究所/出生・死亡中位）
 - ・2010年（平成22年）から50年で日本人口は4,000万人以上減少の見込み
- * 成長継続のカギは「観光集客」、とりわけ「訪日外国人数」の増
 - ・2012年（平成24年）日本政府観光局調査では各国の来訪外国人数は1位フランス8,302万人・・・23位韓国1,114万人・・・33位日本836万人
 - ・2013年（平成25年）速報値では1,036万4千人（日本政府観光局）に増加し3.3兆円の経済効果、30万人の雇用があったと推計される（観光庁）
- * 訪日外国人観光客の最大の関心は「日本の食事」
 - ・観光客が訪日前に期待したことは「食事」が1位(62.5%)
 - 「食事」は2009年に初めて1位(58.5%)となり、2010年は一層増加（日本政府観光局 訪日外客訪問地調査2010）
 - ・さらに、2013年（平成25年）12月「和食」が世界無形文化遺産に

2

2. 大阪の「食」のポテンシャルについての考察(1)

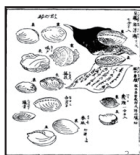
* 大阪は「くいだおれ」の地？

- ・都乃錦『元禄昔我物語』1702年（元禄15年）では「京は着て果、大坂は喰て果るとかや」の記述
- ・松葉軒東井『譬喩尽』1787年（天明7年）にも「京は着倒れ 大坂は喰ひ倒れ 堺は建倒れ」
- ・一方、江戸末期安政年間、大坂西町奉行・久須美祐雋『浪花の風』には「京の着倒れ、江戸の喰ひ倒れといふ如く、浪花の地も、京師と同様に衣類を殊に貯ふる風俗なり」との記述も
- ・1949年（昭和24年）道頓堀に「くいだおれ」が創業し、その後「くいだおれ」の呼称が浸透したといわれる



* 料亭、割烹の発祥も大阪から

- ・1600年後半に本格料亭の元祖 天王寺「浮瀬」が誕生
- 飲み干せば記帳した巨大鮑の貝杯（一升弱）で有名に
- ・1924年（大正13年）に大阪新町に「浜作」が誕生
- カウンター割烹の発祥 → 東京、京都へ広がる



2. 大阪の食のポテンシャルについての考察(2)

* 大阪には「名物料理」が多数存在する

うどんすき、はりはり鍋、しゃぶしゃぶ、魚すき、きつねうどん、オムライス、お好み焼き、たこ焼き、串カツ、焼肉、大阪飯・・・

* しかし、ミシュランガイドでは東京、京都が優勢（○は日本料理店(旅館を含む)）

	東京	京都	大阪
☆☆☆	14(5)	7(7)	4(3)
☆☆	55(24)	22(21)	16(7)
★	175(47)	75(52)	76(35)
計	244(76)	104(80)	96(45)

* 世界のグルメ都市ランキングでも大阪の評価は高くない

- ・2011『豪紙シドニー・モーニング・ヘラルド』
 - ①東京 ②北京 ③ニューヨーク ④ブエノスアイレス ⑤シンガポール
 - ・2011トリップアドバイザー・アジアランキング
 - ①バンコク ②香港 ③パリ(スミニャック) ④シンガポール ⑤札幌
 - ・・・⑦京都・・・⑨大阪
- 以上から、大阪の食の魅力に対する評価は必ずしも一様でない。

4

3. 食のアンケートから見た大阪(1)

- * そこで、在関西総領事館の皆さんに「大阪の食に関するアンケート」を実施
- 同じ内容で「大阪府職員」「神奈川県職員」に同時実施(2013.7)し、大阪の食の強みと弱みを調査した。(いずれも初の試み)

<アンケートⅠ> 在関西総領事館員 14ヶ国・77人(*男36人、女40人)
*性別記載なし1 大阪在住5年以上28人、5年未満48人

- ・韓国23
- ・中国・モンゴル9（中国5、モンゴル4）
- ・その他アジア27（タイ7、インドネシア11、フィリピン8、パキスタン1）
- ・欧米等18（アメリカ5、ドイツ2、イタリア2、オランダ3、ロシア3、オーストラリア2、パナマ1）

<アンケートⅡ> 大阪府・神奈川県職員 69人(男40人、女29人)
大阪府職員47人(男24人、女23人 大阪検定受験者多数)
神奈川県職員22人(男16人、女6人 大阪在住経験2人のみ)

→ 概要は以下のとおり。(アンケート内容及び結果詳細は別資料参照)

5

3. 食のアンケートから見た大阪(2)

* 大阪を「世界的な食の都市」と思うか

- ・総領事館で65%、大阪府で57%、神奈川県で14%（否定55%）
- ・肯定の「理由」としては

<総領事館>	<大阪府>
①コストパフォーマンスが高い	①料理の味がいい
②料理の味がいい	②コストパフォーマンスが高い
③昔から食い倒れのまちといわれている	③エリアごとに個性的な魅力

* 大阪で食べたもので好きなもの(好きなもの順に3つ)

- <総領事館> ①すし107P ②ラーメン88P ③焼肉80P
- <大阪府> ①お好み焼き107P ②うどん45P ③たこ焼き41P
- <神奈川県> ①たこ焼き46P ②串カツ40P ③お好み焼き36P

- ・総領事館はどの地域でも「すし」が1位、「ラーメン」はその他アジアで人気
- 「お好み焼き」は4位(インドネシアは0)、「たこ焼き」は6位
- ・「焼肉」は韓国よりも「その他アジア」や「欧米等」で人気
- ・大阪では「お好み焼き」がダントツ、神奈川は「串カツ」も人気

6

3. 食のアンケートから見た大阪(3)

* 大阪の名物料理で知っているもの、すすめたいもの (×知らないもの)

<総領事館>

・知っているもの (× はりはり鍋、関東炊き、大阪産食材)

①たこ焼き ②お好み焼き ③焼肉 ④しゃぶしゃぶ ⑤すき焼き

・自国人にすすめたいもの

①お好み焼き ②たこ焼き ③しゃぶしゃぶ ④焼肉 ⑤すき焼き

<大阪府>

・知っているもの (×河内鴨)

①お好み焼き ①たこ焼き ③串カツ ③水ナス ⑤大阪ずし

・外国人にすすめたいもの

①お好み焼き ②たこ焼き ③串カツ ④カウンター割烹 ⑤きつねうどん

<神奈川県>

・知っているもの (×水ナス以外のお土産産食材、カウンター割烹)

①お好み焼き ①たこ焼き ③串カツ ④てっちり ⑤きつねうどん

・外国人にすすめたいもの

①たこ焼き ②お好み焼き ③串カツ ④きつねうどん

⑤てっちり、しゃぶしゃぶ、すき焼き

7

3. 食のアンケートから見た大阪(4)

* 大阪の食のエリア、施設で知っているもの、すすめたいもの (×知らないもの)

<総領事館>

・知っているもの (×あべのハルカス、大正、福島など)

①ミナミ ②鶴橋・生野 ③グランフロント ④天神橋筋商店街 ⑤新世界

⑤コナモンミュージアム

・自国人にすすめたいもの

①ミナミ ②鶴橋・生野 ③コナモンミュージアム ④グランフロント ⑤新世界

<大阪府>

・知っているもの

①鶴橋・生野 ②新世界 ③法善寺横丁 ④北新地・ミナミ・天神橋筋商店街

・外国人にすすめたいもの

①法善寺横丁 ②新世界 ③ミナミ ④黒門市場 ⑤インスタントラーメン記念館

<神奈川県>

・知っているもの (×福島、北浜テラス、中央市場、あべのハルカスなど)

①新世界 ①ミナミ ③法善寺横丁 ④北新地・鶴橋・生野

・外国人にすすめたいもの

①新世界 ②ミナミ ③鶴橋・生野 ④北新地 ⑤法善寺横丁・天神橋筋商店街

8

3. 食のアンケートから見た大阪(5)

* 食の魅力で海外から集客するための有効な取り組み

<総領事館>

①公的な多言語ガイドブック ②多言語表記等利用しやすさ
③夜景・水都を楽しめる水辺レストラン ④大阪城や歴史的建物の活用
⑤いけす料理などのエンタメ料理店

<大阪府>

①多言語表記等利用しやすさ ②食のコンシェルジュ ③大阪城や歴史的建物の活用
④公的な多言語ガイドブック ⑤夜景・水都を楽しめる水辺レストラン

<神奈川県>

①公的な多言語ガイドブック ①食のコンシェルジュ ③多言語表記等利用しやすさ
③大阪城や歴史的建物の活用 ⑤バリエーション・大阪食材の料理

* 大阪での食事の適当な価格(総領事館平均)

・欧米等はやや高いが、平均するとランチは約1000円、ディナーは約3000円
※参考 (大阪 ランチ1100円、ディナー3900円)
(神奈川 ランチ1000円、ディナー3300円)

9

3. 食のアンケートから見た大阪(総括)

* 大阪の「世界的な食の都市」としての評価は「内弁慶」

* 大阪の「食」の強みは・・・【なんでも】【うまくて】【コスパよし】

「多様性」、だし文化に支えられた「うまみ」、高級料理から大衆料理までコストパフォーマンスの高さ

* 大阪「たこ焼き」「お好み焼き」が浸透(しすぎ?)

大阪の上質な食文化、大阪産食材の魅力、法善寺横丁などの情緒、高さ日本一のハルカスなどの対外浸透はいまひとつ

* 大阪の「鍋もの」は府職員以外への評価が高い

* 各国総領事館員の共通の好物は「すし」、「ラーメン」

「大阪名物」ではないが「食」の魅力として欠かせない

* 在阪外国人が一番求めることは「多言語による情報提供」

* イスラム圏は「ハラール認証」の拡充を強く要請(以下ヒアリング概要)

10

3. 食のアンケートから見た大阪(インドネシア総領事館ヒアリング)

* インドネシアは国民の9割近くがイスラム教徒。食べ物も「ハラール」(イスラム法において合法なもの)であることが必須。

* 「お好み焼き」、「たこ焼き」を食べないのはソースにアルコール分が含まれていないか不安なことや、豚を調理した鉄板でお好み焼きを焼くことなどが理由。

* 魚貝類は原則ハラールで、「すし」は基本的にOKだが、回転ずしでは豚トロも使われていて、そういう店はダメ。フグは魚だが「毒」が怖くて食べない。

* 「そば」はそば粉からそのままつくられるので安全で人気。「うどん」も人気だが小麦粉からうどんを作る際の動物性油の使用が気になる。

* ハラール認証で「焼肉」や「鍋」、「お好み焼き」なども安心して食べられる。

→急増するインドネシア、マレーシアからの来日客取り込みには

「ハラール認証」の拡大と「安心情報」の発信が急務

(2012年インドネシア・マレーシア訪日客数約24万人・うち大阪約7万人)

4. その他の研究活動

* 大阪商工会議所でのヒアリング実施(6月)

・大阪食彩ブランドプロジェクトチーム報告書について
・「食の都・大阪」推進会議の活動について
「食の都・大阪スタイル宣言」「食の都・大阪グランプリ」

* 大阪府環境農林水産部でのヒアリングの実施(8月)

・「大阪産」食材の活用と課題について
・「食博覧会」の開催状況と毎年開催の可能性について

* 現地調査の実施(5月～12月)

北極星(オムライス)、たこ焼きミュージアム、ふぐ博物館、食博、中央卸売市場北船場バル、カタシモワイナリー、ウメビーフ・犬鳴パーク、鶴橋・生野コリアンタウン、なにわ伝統野菜の料理、河内鴨料理、大阪産居酒屋、島の内ワイナリー田尻漁港漁業体験と海鮮バーベキュー、北浜テラス、昭和町長屋レストラン大正リトル沖縄、新世界串カツ、魚すき、グランフロント大阪、あべのハルカス法善寺横丁、ミシュラン★レストラン、カウンター割烹体験・・・

* その他関連シンポジウムへの参加、参考文献による調査等を実施

12

5. 提言にあたって～「食」が地域の観光資源となる条件

- ①他地域にない「強み」があること(例 北海道「かに」、大間「まぐろ」・・・)
 - ・大阪は圧倒的な地域食材はない
 - ・また、京都、東京との棲み分けが必要
 - そこで、【なんでも】【うまくて】【コスパよし】の強みや「大阪名物料理」「個性的な食空間」、「独自の食文化」などを売りにすべき
- ②ストーリー性があること(例 下関フグ、佐世保バーガー・・・)
 - ・「くだおれ」の伝統、大阪発料理の由来、カウンター割烹発祥の地や「法善寺横丁」「お初天神」などの物語性を打ち出すべき
- ③地域住民の共感があること(例 讃岐うどん、喜多方ラーメン・・・)
 - ・大阪人自身の自覚や誇りを高めること、そのために「食育」が重要
- ④発信力があること
 - ・ネット、ロコミ、世界的食イベント、他の観光資源との組み合わせによる継続的な発信が必要

上記①～④の視点、アンケート結果などを踏まえ、以下10大提言を行う。

13

6. 大阪を世界的な食の都市にするための10大提言(1)

- ①「くだおれ・OSAKA」で海外にも発信！
 - ・江戸時代からの伝統、ストーリー性があり、総領事館にも浸透している
 - ・京都(ブランド和食)、東京(グルメ都市)との差別化ができる
 - ・ココロは【なんでも】【うまくて】【コスパよし】トコト「食」を楽しめるまち
- ②戦略的に「大阪の食文化」を売れ！
 - ・来阪誘導、団体客には「こなもん」、「串カツ」、「フードミュージアム」など
 - ・リピーター確保には「割烹体験」などより深みのある「食文化」体験を
 - ・外国人共通の好物「すし」「ラーメン」は大阪の強み・独自性を生かす
 - 安くて・うまい寿司+「二寸六分の懐石」の「箱ずし」等大阪鮮のPR
 - 「インスタントラーメン」発祥地の売り
 - 「大阪ラーメン」ブランドを本格ラーメンに拡充 など
 - ・各国、各地域の嗜好に合わせた「くだおれツアー」を拡充する



14

6. 大阪を世界的な食の都市にするための10大提言(2)

- ③「なべ王国・大阪」を打ち出せ！
 - ・総領事館、他府県でも大阪の「なべ」は人気(特に肉系なべ)
 - ・大阪料理の原点、「だしのこだわり」「始末の精神」にも合致
 - ・「大阪6大鍋」を重点に売り込みを
 - 「てっちり」(ふぐ消費6割)、「しゃぶしゃぶ」(スエヒロ発祥)
 - 「魚すき」(丸萬発祥)、「うどんすき」(美々卯発祥)
 - 「すき焼き」(「焼き」のこだわり)、「はりはり鍋」(西玉水発祥)
- ④個性豊かな「食のエリア」を発信せよ！
 - ・「ミナミ」、「キタ」、焼肉の「鶴橋」、串カツの「新世界」、うまい寿司屋等が集まる
 - 「天神橋筋商店街」、「天満屋台エリア」、「路地裏グルメ福島」、「大正リトル沖繩」、「ウラなんば」、「黒門市場」、「空堀商店街」、「レトロ長屋の「中崎町」
 - 「昭和町」、「あべのハルカス」、「グランフロント大阪」、「河内ワイナリー」
 - ・・・しかし「ミナミ」や「新世界」、「鶴橋」などのほかは知名度が低い

→「エリア」としての発信、エリアをめぐる「着地型フードツアー」の拡充を



15

6. 大阪を世界的な食の都市にするための10大提言(3)

- ⑤大阪産(もん)料理を売り出せ！
 - ・世界で一番都心に近いワイナリー「河内ワイン」
 - ・ユニークな肉料理「犬鳴ボーク」・「うめビーフ」・「河内鴨」
 - ・新鮮な伝統野菜、果実「天王寺蕪」、「田辺大根」、「勝間南瓜」
 - 「毛馬胡瓜」、「服部越瓜」、「鳥飼茄子」、「大阪いちじく」等
 - ・活けの水産物「淀川ウナギ」、「幻の魚アコウ」、「ガッチョ」、「泉ダコ」等
- ⑥「水辺」と「歴史」を生かす！
 - ・水辺レストラン増設、「カキ船」の復活、道頓堀川「巨大いけす」の創設
 - ・大阪城天守閣、西の丸迎賓館、旧市博物館、中之島図書館などの活用
 - ・近代建築ビルを活用したレストラン
 - ・法善寺横丁、お初天神通りなど情緒ストーリーの売り出し
 - ・黒門市場など各市場界隈の売り出し
 - ・住吉大社、四天王寺門前、堺旧市街、富田林寺内町などの歴史的エリアでの食の発信



16

6. 大阪を世界的な食の都市にするための10大提言(4)

- ⑦いつでも「食」を楽しめる【食祭都市】に
 - ・年中バルを楽しめる都市に
 - ・卸売市場の「オープン化」や地域ごとの「フード・ツーリズム」充実
 - ・4年に1度の「食博」を毎年定期開催に
 - ・「食の都・大阪グランプリ」作品の普及(デリス・レストランウィーク拡充)
- ⑧世界標準の環境整備と情報発信
 - ・多言語による「公的ガイドブック」や「くだおれマップ」の作成
 - ・各国のガイドブックへの記載売り込み
 - ・観光客の投票による大阪観光局認定「大阪くだおれ48」
 - ・各国総領事館「くだおれ特別大使」の委嘱
 - ・ドラマ、映画による発信
 - ・有名プロガー、ネットロコミ発信
 - ・メニューや店内案内の多言語化、図示、写真展示
 - ・ボランティア案内人、コンシェルジュの養成、ガイドツアーの充実
 - ・無料Wi-Fi環境の整備、翻訳アプリの普及
 - ・ハラル認証の拡大

17

6. 大阪を世界的な食の都市にするための10大提言(5)

- ⑨くだおれ人材の育成(食育のススメ)
 - ・「大阪産食材」や「大阪名物料理」を学校給食に
 - ・大阪府立大学、大阪市立大学で「くだおれ学」を
 - ・大阪を世界的なフードコンテストの都市に
 - (「食の甲子園」実現、食の都大阪グランプリの拡大)
 - ・「大阪料理」修行の留学生の呼び込み(特区)
 - ・「食の海外留学促進奨学金」の創設
- ⑩関西全体で「世界NO1の美食ゾーン」に
 - ・「伝統和食」の京都、「神戸ビーフと洋菓子」の神戸とのタイアップ
 - ・さらには「鮮魚と果実」の和歌山、「近江牛、米、淡水魚」の滋賀、「伝統郷土料理」の奈良とも連携し、「関西美食ゾーン」を売りに！
- *最後に
 - ・大阪の「食」は底力があるが、まだ魅力が十分浸透していない。まず、大阪の人自身が食の魅力を見つめなおし、発信することが大事。もちろん「食」のみで集客はできない。他の観光資源も組み合わせ、内外から多くの人を呼び込み、「にぎわう大阪」を地域が一体となり目指していくことが必要である。
 - 今回の研究、提言がその一助になれば幸いである。



18

大阪の「食」に関するアンケート I (在関西総領事館) H25. 7

<調査概要>

在関西総領事館館員に対してH25年7～8月に「食」のアンケートを実施
 有効回答数(77)を基に、男女別、地域別の属性について分析
 地域別については、韓国(23)、中国(5)、モンゴル(4)、タイ(7)、インドネシア(11)
 フィリピン(8)、オーストラリア(2)、パキスタン(1)、パナマ(1・性別不記載)
 アメリカ(5)、ドイツ(2)、ロシア(3)、イタリア(2)、オランダ(3)
 * 以下「その他アジア」はタイ、インドネシア、フィリピン、パキスタン
 「欧米等」はアメリカ、ドイツ、ロシア、イタリア、オランダ、オーストラリア、パナマ

【Q1】大阪を世界的な「食の都市」だと思うか

		①思う	②思わない	③どちらともいえない	計
性別	男	25(69%)	6(17%)	5(14%)	36
	女	24(60%)	7(18%)	9(23%)	
日本滞在	10年以上	12(52%)	4(17%)	7(30%)	23
	10年未満	38(70%)	9(17%)	7(13%)	54
大阪滞在	5年以上	14(50%)	6(21%)	8(29%)	28
	5年未満	36(73%)	7(15%)	6(13%)	49
計		50(65%)	13(17%)	14(18%)	77
韓国		10(43%)	5(22%)	8(35%)	23
中国・モンゴル		8(89%)	1(11%)	0(0%)	9
その他アジア		23(85%)	2(7%)	2(7%)	27
欧米等		9(50%)	5(28%)	4(22%)	18

- ・トータルでは65%が肯定(府職員57%より高い)
- ・男女別ではやや女性の評価が厳しい
- ・日本や大阪での滞在年数別では滞在期間の長い人の方が評価は厳しい
- ・地域別では「中国・モンゴル」や「その他アジア」で肯定の比率が高い

【Q1-2】大阪を世界的な「食の都市」だと思う理由

<総計>

- 1位 35 コストパフォーマンスが高い
- 2位 31 料理の味がおいしい
- 3位 26 昔から「食い倒れのまち」といわれている
- 4位 21 伝統的割烹料理などの和食が魅力的
- 5位 19 世界各国のバラエティーに富んだ料理

<韓国>

- 1位 5 コストパフォーマンスが高い
- 1位 5 料理の味がおいしい
- 1位 5 世界各国のバラエティーに富んだ料理

<中国・モンゴル>

- 1位 7 コストパフォーマンスが高い
- 1位 7 昔から「食い倒れのまち」
- 3位 6 料理の味がおいしい

<その他アジア>

- 1位 17 コストパフォーマンスが高い
- 2位 15 料理の味がおいしい
- 3位 13 昔から「食い倒れのまち」

<欧米等>

- 1位 6 コストパフォーマンスが高い
- 2位 5 料理の味がおいしい
- 2位 5 エリアごとに個性的魅力

- ・コストパフォーマンスは全地域でトップ。「味」「食い倒れ」も浸透している
- ・割烹料理等と和食の魅力は中国、韓国の評価は低い、フィリピンは8人全員が支持
- ・欧米等では「エリアごとに個性的魅力」が第3位に

【Q2】世界的な「食の都市」と思うところはどこか(*注1)

<総計>

(世界)			(日本国内)	
1位	19	フランス・パリ等	1位	31 大阪
2位	18	イタリア・ローマ等	2位	17 東京
3位	16	中国・香港等	3位	8 北海道
4位	13	タイ・バンコク等	4位	5 京都
5位	8	アメリカ・ニューヨーク等	4位	5 神戸

<韓国>

(世界)			(日本国内)	
1位	8	中国・香港等	1位	8 大阪
2位	6	フランス・パリ等	2位	4 北海道
3位	5	イタリア・ローマ等	3位	3 東京

<中国・モンゴル>

(世界)			(日本国内)	
1位	4	中国・北京等	1位	2 大阪
2位	3	イタリア	2位	1 東京・新潟
3位	1	バンコク・ウランバートル		

<その他アジア>

(世界)			(日本国内)	
1位	10	タイ・バンコク	1位	15 大阪
2位	6	フランス・パリ	2位	4 東京
3位	5	中国・香港	3位	2 北海道・神戸

<欧米等>

(世界)			(日本国内)	
1位	6	フランス・パリ	1位	9 東京
2位	5	アメリカ・ニューヨーク等	2位	6 大阪
3位	4	シンガポール	3位	3 京都・神戸

*注1 国名での回答が多かったため、原則国別総計で記載

*注2 Q1-2で大阪が世界的な食の都市と回答しているため、この欄の回答数は少ない

- ・世界ではパリを中心としたフランス、ローマ等のイタリア、香港・北京などの中国がベスト3
- ・その他アジアではタイ・バンコク、欧米ではニューヨーク、シンガポールの評価が高い
- ・在関西総領事館でのアンケートであるため、日本国内では大阪が圧倒している
- ・京都は全般的に予想よりすくなく、欧米等では国内トップが東京となった

【Q3】大阪で食べたもので好きな食べ物は（上位3つ 1位×5P、2位×3P、3位×1Pで算出）

＜総計＞

1位 184P すし
2位 88P ラーメン
3位 80P 焼肉
(4位 68P うどん)
(4位 68P お好み焼き *たこ焼きは6位35P)

＜韓国＞

1位 54P すし
2位 26P お好み焼き
3位 25P ラーメン

＜中国・モンゴル＞

1位 28P すし
2位 14P お好み焼き
3位 10P カニ

＜その他アジア＞

1位 64P すし
2位 49P ラーメン
3位 44P 焼肉

＜欧米等＞

1位 38P すし
2位 21P お好み焼き
3位 19P 焼肉

- ・「すし」は各地域ごとでも1位で、他を圧倒
- ・2位は「ラーメン」はアジア、とりわけタイ、フィリピンで人気
- ・3位「焼肉」はその他アジアや欧米等で支持が高く、本場韓国ではそれほど支持されていない
- ・4位「うどん」は韓国で22P、その他アジア(特にフィリピン)で30Pと評価されている
- ・大阪の代名詞「たこ焼き」は「おいしいもの」としては振るわず35P・6位
- ・「お好み焼き」は各地域で上位だが、その他アジアで支持が少なく、特にインドネシアは0
これは宗教上の制約の影響と考えられる(ソース、豚肉)

【Q4】大阪名物で知っているもの

<総計>

1位	65	たこ焼き
2位	64	お好み焼き
3位	57	焼肉
4位	50	しゃぶしゃぶ
5位	48	すき焼き

<韓国>

1位	21	たこ焼き
2位	19	お好み焼き
3位	17	豚まん
4位	16	串カツ
5位	12	きつねうどん

<中国・モンゴル>

1位	8	たこ焼き
2位	7	お好み焼き
3位	6	焼肉
3位	6	すき焼き
5位	5	きつねうどん
		しゃぶしゃぶ
		串カツ

<その他アジア>

1位	25	焼肉
2位	22	たこ焼き
2位	22	しゃぶしゃぶ
2位	22	すき焼き
4位	22	お好み焼き

<欧米等>

1位	16	お好み焼き
1位	16	しゃぶしゃぶ
3位	14	たこ焼き
4位	14	すき焼き
5位	13	焼肉

【Q4-2】大阪名物で食べたことがあるもの

<総計>

1位	56	たこ焼き
1位	56	お好み焼き
3位	55	焼肉
4位	52	しゃぶしゃぶ
5位	51	すき焼き

<韓国>

1位	21	お好み焼き
1位	21	串カツ
1位	21	豚まん
4位	20	たこ焼き
5位	19	きつねうどん

<中国・モンゴル>

1位	8	たこ焼き
1位	8	すき焼き
3位	7	お好み焼き
3位	7	焼肉
3位	7	きつねうどん

<その他アジア>

1位	18	焼肉
1位	18	しゃぶしゃぶ
3位	17	たこ焼き
3位	17	お好み焼き
5位	13	すき焼き

<欧米等>

1位	12	すき焼き
2位	11	たこ焼き
2位	11	お好み焼き
2位	11	しゃぶしゃぶ
5位	10	焼肉

- ・認知度、経験度とも定番の「たこ焼き」「お好み焼き」が上位を占め、大阪=コナモンが海外にも浸透しているが、両者とも認知度が経験度を上回っている
- ・「焼肉」は「おいしいもの」でもベスト3で認知度、経験度で3位に入ったが韓国では6位以下
- ・「しゃぶしゃぶ」、「すき焼き」といった「肉系鍋物」が認知度、経験度ともベスト5に入った
- ・認知度が1ケタと低いものは「はりはり鍋」「関東だき」や「犬鳴ポーク」「河内鴨」「河内ワイン」といった大阪産食材であった

【Q4-3】大阪名物で自国の人にすすめたいもの(1位5P、2位4P、3位3P、4位2P、5位1P)

<総計>

1位 150P お好み焼き
2位 139P たこ焼き
3位 97P しゃぶしゃぶ
4位 87P 焼肉
5位 72P すき焼き

<韓国>

1位 49P お好み焼き
2位 37P たこ焼き
3位 36P 串カツ
4位 23P すき焼き
5位 22P てっちり

<中国・モンゴル>

1位 21P たこ焼き
2位 17P お好み焼き
3位 15P 焼肉
4位 14P しゃぶしゃぶ
5位 12P てっちり

<その他アジア>

1位 62P たこ焼き
2位 44P お好み焼き
3位 43P しゃぶしゃぶ
4位 40P 焼肉
5位 30P すき焼き

<欧米等>

1位 40P お好み焼き
2位 30P しゃぶしゃぶ
3位 22P 串カツ
4位 19P たこ焼き
5位 18P 大阪ずし

- ・自国の人にすすめるものは「コナモン」の「お好み焼き」、「たこ焼き」が1位、2位
- ・地域別でも、「コナモン」は上位だが、韓国、欧米では「お好み焼き」、中国・モンゴル
その他アジアでは「たこ焼き」が1位となった
- ・韓国、中国・モンゴルでは「てっちり」が5位に、欧米等では「大阪ずし」が5位に入った
- ・「しゃぶしゃぶ」や「すき焼き」といった肉系鍋物も各地域でベスト5に入った
- ・一定認知されながらおすすめ度が低いのは「すっぽん鍋」「かやくごはん」であった

【Q5】大阪の食のエリア、施設で知っているところ

<総計>

1位	61	道頓堀・宗右衛門町・島之内(以下「ミナミ」)
2位	45	鶴橋焼肉・生野コリアンタウン(以下「鶴橋・生野」)
3位	40	グランフロント大阪
4位	35	天神橋筋商店街
5位	33	新世界 コナモンミュージアム

<韓国>

1位	22	鶴橋・生野
2位	21	新世界
3位	20	ミナミ
4位	19	法善寺横丁
5位	17	黒門市場

<中国・モンゴル>

1位	8	ミナミ
2位	6	コナモンミュージアム
3位	5	鶴橋・生野 天神橋筋商店街 グランフロント大阪

<その他アジア>

1位	26	ミナミ
2位	16	グランフロント大阪
2位	16	コナモンミュージアム
4位	15	鶴橋・生野
5位	14	たこ焼きミュージアム

<欧米等>

1位	11	グランフロント大阪
2位	7	ミナミ
3位	6	天神橋筋商店街
3位	6	コナモンミュージアム
5位	5	北新地 たこ焼きミュージアム

- ・総計では「ミナミ」がトップ 「北新地」は欧米等で5位だが、総計では7位にとどまる
- ・「ミナミ」はすべての地域でベスト3以上 韓国は「鶴橋・生野」が1位になった
- ・「グランフロント大阪」は総計で3位、欧米等で1位になったが、「あべのハルカス」は総計14位
- ・韓国では「法善寺横丁」や「黒門市場」がベスト5に入ったが、他地域では認知度は高くない
- ・道頓堀の「コナモンミュージアム」が総計の5位、3地域でベスト5入り、ユニバーサルシティーの「たこ焼きミュージアム」もその他アジアや欧米で5位に入った
- ・一方、天保山「なにわ食いしん坊横丁」は9位、池田「インスタントラーメン発明記念館」は15位
- ・認知度が1ケタは「大正リトル沖縄」「路地裏グルメ福島」「岸和田ふぐ博物館」であった

【Q6】大阪の食のエリア、施設で自国の人にすすめたいところ
(1位5P、2位4P、3位3P、4位2P、5位1P)

<総計>

- 1位 176P 道頓堀・宗右衛門町・島之内(以下「ミナミ」)
- 2位 97P 鶴橋焼肉・生野コリアンタウン(以下「鶴橋・生野」)
- 3位 69P コナモンミュージアム
- 4位 60P グランフロント大阪
- 5位 57P 新世界

<韓国>

- 1位 63P 鶴橋・生野
- 2位 33P 新世界
- 3位 32P ミナミ
- 4位 28P 黒門市場
- 5位 23P 法善寺横丁

<中国・モンゴル>

- 1位 29P ミナミ
- 2位 14P コナモンミュージアム
- 3位 12P グランフロント大阪
- 4位 9P 北浜テラス
- 5位 8P 鶴橋・生野

<その他アジア>

- 1位 96P ミナミ
- 2位 51P コナモンミュージアム
- 3位 26P 鶴橋・生野
- 4位 25P グランフロント大阪
- 5位 20P なにわ食いしん坊横丁

<欧米等>

- 1位 19P ミナミ
- 2位 15P たこ焼きミュージアム
- 3位 13P 北新地
- 4位 10P 新世界
天神橋筋商店街
グランフロント大阪

- ・総計順位はQ5「認知度」と大きく異ならないが、「コナモンミュージアム」は「おすすめ度」がやや高くなっている
- ・地域別では、韓国で「鶴橋・生野」が1位、その他の地域では「ミナミ」が1位であった
- ・韓国では「黒門市場」「法善寺横丁」、中国・モンゴルでは「北浜テラス」がベスト5に入ったが他地域では「認知度」が低く、「おすすめ度」も高くない
- ・「中国・モンゴル」「その他アジア」で「コナモンミュージアム」のおすすめ度が2位に 欧米等で「たこ焼きミュージアム」が2位、「なにわ食いしん坊横丁」が「その他アジア」で5位に入るなど食のミュージアムのおすすめ度が高い

【Q7】食の魅力で海外から集客するために有効な取り組み

<総計>

1位	56	公的な多言語ガイドブックの作成
2位	43	多言語表記等利用しやすい料理店
3位	42	夜景・水都を楽しめる水辺レストラン
4位	29	大阪城や歴史的建物の活用したレストラン
5位	25	いけす料理などのエンタメ料理店

<韓国>

1位	14	公的多言語ガイドブック
2位	11	水辺レストラン
3位	8	エンタメ料理店
3位	8	大阪城・歴史的建物活用
3位	8	バルイベント
3位	8	多言語表記

<中国・モンゴル>

1位	8	水辺レストラン
2位	7	公的多言語ガイドブック
2位	7	多言語表記
4位	5	総領事館ツアー
4位	5	地元産ワイン、酒

<その他アジア>

1位	23	公的多言語ガイドブック
2位	17	多言語表記
3位	12	大阪城・歴史的建物活用
4位	11	食情報のコンシェルジェ
5位	10	エンタメ料理店

<欧米等>

1位	14	水辺レストラン
2位	12	公的多言語ガイドブック
3位	11	多言語表記
4位	8	地元産ワイン、酒
5位	7	市場の見学ツアー

- ・総計では、1位に「公的な多言語ガイドブック」、2位に「多言語表記等の料理店」と多言語による情報提供が有効との意見が多かった
- ・総計3位の「水辺レストラン」は、地域別でも中国・モンゴルと欧米等で1位、韓国で2位に入った
- ・中国・モンゴルと欧米等では「地元産ワイン、酒」が4位に入った

【Q8】大阪での食事の適当な価格(平均額・1円未満四捨五入)

	ランチ	ディナー
韓国	943	2748
中国	960	3000
モンゴル	725	1263
フィリピン	943	1938
タイ	1279	3143
インドネシア	1184	3059
アメリカ	1400	4640
ドイツ	1500	3250
オランダ	1267	2533
イタリア	1400	3250
ロシア	467	833
オーストラリア	1250	4375

総平均 1081 2828
(総平均にはパキスタン1、パナマ1を含む)

- ・トータルではランチ1000円、ディナー3000円が相場
- ・地域的には欧米が高いが、タイ、インドネシアも比較的高い

国名	性別	日本在住年数	大阪在住年数	大阪が世界的な食の都市になるためにご意見があれば自由にお書きください。
韓国	男	13	11	南港という広い土地を活用する。大阪市や周辺のミュージアムなどの文化施設を南港に集合させ、1日のツアーが成立するくらいの生活圏を作り、食のミュージアムと融合させる。
韓国	女	8	4	韓国にないような海外有名レストランと日本料理が食べれるところがあればうれしいです。観光客だったらぜひ行ってみたいのではないのでしょうか。
韓国	男	6	6	価格の表示や初めての人、外国人も料理が分かるような絵や写真があれば良いと思います。
韓国	女	14	14	カタカナより英語そのもので書いた方がいいと思います。
韓国	女	48	48	メニューに写真などをつけて、言葉や字がわからなくても注文できるようにする。料理プラス何かしら楽しいイベントを考えて、知らない者同志でも、気軽にコミュニケーションできるようにすればいいかと思う。
韓国	女	13	13	最近、なんば(道頓堀)付近を歩くと観光客が多いですがその割にはインフォメーションが少ないと思います。インフォメーションを増やして、遊び(見る、体験するなど)ガイドブック、食べ歩きガイドブックなどを配るなど、大阪を訪問する人々が喜ぶようなことができれば世界中に大阪を知らせたいと思います。
韓国	男	25	25	多言語で書かれた料理案内ガイドブックを観光客に提供すれば、大阪自慢の料理が食べれて広報にもなると思う。川辺の景色をながめれる野外レストランをもっと増やしてほしい。
韓国	女	10	10	外国人へのびみょうな差別をなるべくなくした方がいいと思う。
フィリピン	男	2.5	2.5	集客のためには、日本や大阪の文化的なユニークさを薄めない工夫をしながら、より多くの英語を話せる人員をレストランに配置することや英語の標識やメニューを設置する必要がある。旅行者たちは日本らしい文化や歴史を楽しみたいと考えているが、やはり滞在中食べたいもの、買いたい物、どこへ行って何をしたいかを伝えられれば助かると考えているはず。旅行者たちはWiFiをいつも必要としているので、できれば無料でWiFiを提供すべき。もしWiFiアクセスがあれば、思った時にすぐSNSにチェックインして写真を投稿することができる。
フィリピン	男	14	14	大阪は美しく、交通の便も良く、人々は温かくて友好的で礼儀正しく、もうすでに旅行者にやさしい都市だと思う。よりよくするためにできる事は恐らく世界共通語(英語)でのコミュニケーションが図れるようになること。これは世界に名だたる“食の都”になる上で大きなプラスになると思う。
フィリピン	男	0.5	0.5	大阪と日本それぞれの最高な料理、ユニークな料理を紹介する食の大フェスティバルを催す。
フィリピン	女	3	3	いろいろな料理とバンドのライブ演奏が楽しめるエンターテインメントレストラン
インドネシア	男	3.8	3.8	より多くのガイドやインフォメーションを英語で、またいろいろな場所で利用できるようにする。
インドネシア	男	3	3	ムスリムのための特別メニュー(ハラールフード)があれば良いと思う。ハラールフードのマークがついたアルコールや豚肉などが無い。
インドネシア	女	4ヶ月	4ヶ月	世界中からの料理をもっと前面に押し出す。
インドネシア	女	20	17	大阪の食、食いだおれ文化の紹介をする。
インドネシア	女		2ヶ月	英語を理解し、話せるウェイターをもう少し増やしてください。そうすれば(外国人の)客がレストランにある素晴らしい料理をもっといろいろ楽しめるはずですよ。
インドネシア	男	2	2	メニューを英語や他の外国語で提供しているレストランが大阪には少ないので、外国人にとって注文が難しいものになっています。すべてのレストランに英語または外国語のメニューを設置することを提案します。
インドネシア	男	2.5	2.5	・もっと旅行者に親切なメニューを(日英併記) ・レストランに英語の話せるスタッフを ・もっとウェスタンスタイルの朝食を(大阪ではちょっと見つけにくい)
インドネシア	男	20	18	大阪(府または市)は食文化をもっと世界に発信すべき。“大阪フードフェア”というような催しがインドネシアで開かれたなどというのは聞いたことがない。インドネシアにある日本大使館/領事館と協力し、少なくとも中韓だけでなく東南アジアや西アジアなどの海外に売り込んでいくべきだと思う。幸運を祈ります。
インドネシア	女	4	4	大阪への旅行者や、すでに在住している外国人がもっと簡単に注文できるよう、メニューの英語化、多言語化を是非お願いしたいです。そうすれば大阪の素晴らしい食だけでなく“外国人に優しい”雰囲気知られるようになると思います。外国語メニューを作ることはそれほど難しいことではないと思います。すでにいくつかのレストランでは用意されているのを見たことがあります。その調子で頑張ってくださいと思います。ありがとう、大阪!

国名	性別	日本在住年数	大阪在住年数	大阪が世界的な食の都市になるためにご意見があれば自由にお書きください。
パキスタン			0.5	・観光推進 ・旅行者へのピザ緩和 ・言語の壁を最小限に。英語を話すことで世界の人たちを大阪に来たい気持ちにさせる。
中国	女	1	1	おいしくて、正統派のスパイシーな中華料理レストランができることを望みます。
モンゴル	女	6	3	伝統的な日本料理の料亭などはすべてのメニューと説明が日本語のみで書かれている。そうだと選択肢が非常に狭められてしまうので、少なくともメインの料理には簡潔な説明をつけることを提案したい。
アメリカ	女	1	1	英語を話す(常連)客のための1週間(またはそれ以上)設けるなどして欲しい。ハッピーアワーもあれば。
アメリカ	女	3	2	英語のメニューを設置すべきです。フードブロガーを招待して大阪の食について書いてもらうなども。ただ、何よりも重要なのは英語メニュー。基本的に皆無です！
アメリカ	男	6	1	ウェブサイトからの情報をすべて引き出せるスマホアプリ。および注目レストランのディスカウントクーポン。アプリで魅力やレストランについてのアンケート。海外のすし店で“大阪寿司”の周知を図るのはどうか。たとえば(海外の)ステーキハウスでは“神戸ビーフ”、ピザ屋では“シカゴスタイル・ディーブディッシュ・ピザ”などの宣伝がある。
オランダ	男	1	1	大阪は遊びも食も豊富で、質の高い街。しかしながら、もっとも外国人訪問者が利用しやすくすべき。レストランがどこにあるか分からない時もあり、またレストランでもどんな料理が提供されているのかも不明瞭。レストランの従業員のほとんどが英語を話せない。冒険好きな人にとって大阪の食を楽しむ機会はあるそうだが、旅行者のほとんどにはその良さを十分に引き出せず、本当の意味で楽しめていないと思う。
イタリア	男	5ヶ月	5ヶ月	観光産業における英語能力の低さが問題。
イタリア	男	2	2	私の観点からすれば、一番大切なのはウェイターが英語を話すべきであるということ。そうすれば様々な料理について、日本語のわからない客に説明ができる。誰も英語が話せない、英語のメニューもない…ストレス溜まります！！
オーストラリア	女	16	16	・海外の旅行番組で大阪を扱ってもらえるよう手配する。 ・資格のある海外のジャーナリストを招聘して大阪らしいユニークなガイドツアーに参加してもらう。 ・海外のグルメ番組でも大阪を紹介してもらうようにする。
パナマ	男	2.5		外国からの旅行者(に)友好的なレストラン。多言語のメニュー。複数言語の話せるスタッフ。

大阪の「食」に関するアンケートⅡ(国内) H25. 7

* 調査対象

大阪府職員 47人(男24人、女23人 大阪検定受験者多数)
 大阪府在住0~56年 大阪府在職1~34年
 神奈川県職員 22人(男16人 女6人)
 大阪府在住18年1人、2年1人、その他在住経験なし

【Q1】大阪は世界的な「食」の都市か？

<大阪府>

		①	②	③	計
性別	男 24	12 (50%)	4 (17%)	8 (33%)	24
	女 23	15 (65%)	4 (17%)	4 (17%)	23
計		27 (57%)	8 (17%)	12 (26%)	47
大阪在住・ 在職期間	5年以上	26	7	12	45
	5年未満	1	1	0	2

<神奈川県>

		①	②	③	計
性別	男 16	3 (19%)	10 (63%)	3 (19%)	16
	女 6	0 (0%)	2 (33%)	4 (67%)	6
計		3 (14%)	12 (55%)	7 (32%)	22
大阪在住・ 在職期間	2年以上	0	1	1	2
	2年未満	1	21	21	22

- ・大阪府では57%が肯定しているが、神奈川県では肯定は14%、否定が55%と過半数を超えた。
- ・男女区分では大阪府では女性のほうが肯定の比率が高い
- ・大阪在住・在職の期間による差異は明確ではないが、神奈川県の調査対象者はほとんどが大阪在住・在職の経験はなかった。

【Q1-2】大阪を世界的な食の都市と思う理由

<大阪>

総計

1位	21	料理の味がおいしい
2位	18	コストパフォーマンスが高い
3位	15	エリアごとに個性的な魅力
4位	12	昔から「食い倒れの街」
5位	9	世界各国バラエティー豊富
5位	9	割烹料理等和食の魅力

男

1位	9	料理の味がおいしい
1位	9	エリアごとに個性的な魅力
3位	7	コストパフォーマンスが高い
4位	5	世界各国バラエティー豊富
4位	5	昔から「食い倒れの街」

女

1位	12	料理の味がおいしい
2位	11	コストパフォーマンスが高い
3位	7	昔から「食い倒れの街」
4位	6	割烹料理等和食の魅力
4位	6	エリアごとに個性的な魅力

- ・男女とも1位は「料理の味がおいしい」
- ・総合2位には「高級料理から庶民的な料理までコストパフォーマンスが高い」が選ばれた
- ・総合3位は「エリアごとに個性的な食の魅力がある」点が評価されている
- ・女性では4位に「割烹料理等和食の魅力」が入った

<神奈川> 対象数が少なく、参考数値

1位	2	昔から「食い倒れの街」
2位	1	エリアごとに個性的な魅力
2位	1	お店の人の雰囲気・対応がいい
2位	1	大阪でしか味わえないものがある
2位	1	大阪名物と言われる食べ物が多い

【Q2】世界的な食の都市と思うのはどこか

<大阪>

(世界)		(日本国内)	
1位 19	パリ	1位 25	東京
2位 6	ローマ	2位 17	北海道(札幌・函館)
2位 6	上海	3位 15	京都
4位 5	北京	4位 12	福岡(博多)
4位 5	香港	5位 5	名古屋
4位 5	台湾		

- ・世界ではパリがダントツ うち女性は12と圧倒的支持
- ・イタリアはローマのほかにもナポリ4、ミラノ3など支持が多い
- ・中国系は台湾も含むと国別でイタリアと同数の2位 男性の支持が多い
- ・日本国内では男女とも東京が圧倒
- ・北海道(含む札幌・函館)は男性の支持が多く、京都は女性の支持が多い

<神奈川>

(世界)		(日本国内)	
1位 8	パリ	1位 12	東京
2位 5	北京	2位 11	北海道(札幌・函館)
3位 4	上海	3位 6	京都
3位 4	ニューヨーク	4位 3	名古屋
5位 2	リヨン	5位 2	福岡・博多
	台湾		神戸
			横浜

- ・世界では大阪同様パリが1位
- ・中国系の支持が多く、国別では中国がフランスを抑えて1位
- ・国内ではやはり東京がダントツ 地元横浜は2票にとどまる

【Q3】大阪で食べたもので好きなもの (1位×5P、2位×3P、3位×1P)

<大阪>

1位 107P	お好み焼き
2位 45P	うどん
3位 41P	たこ焼き
4位 34P	すし
5位 29P	焼き肉

<神奈川>

1位 46P	たこ焼き
2位 40P	串カツ
3位 36P	お好み焼き
4位 10P	うどん
5位 3P	割烹等和食

- ・大阪は男女とも「お好み焼き」がダントツ 「うどん」が2位で、「たこ焼き」は3位
- ・7位だが「割烹等和食」に20Pが入るなど、大阪の和食も一定評価
- ・神奈川では定番の「たこ焼き」「串カツ」「お好み焼き」がベスト3に
- ・神奈川で2位の「串カツ」は大阪では21Pで6位

【Q4】大阪名物で知っているもの

<大阪>

1位	47	お好み焼き
1位	47	たこ焼き
3位	45	串カツ
3位	45	水ナス
5位	43	大阪ずし

【Q4-2】名物料理で食べたことがあるもの

<大阪>

1位	47	お好み焼き
2位	47	たこ焼き
3位	45	水ナス
4位	44	串カツ
5位	41	豚まん

- ・大阪に関心のある対象者であるため、認知度・経験度も高く、定番の「お好み焼き」「たこ焼き」は全員が大阪名物と認知し、実際食べた経験がある
- ・全国ブランドになった「水ナス」は認知度、経験度ともに3位、伝統的な名物の「大阪ずし」が5位に入り、「河内ワイン」40Pや「なにわ伝統野菜」37Pなど「大阪産」の認知度も高いが「河内鴨」は19Pと認知度が低い
- ・経験度では「大阪ずし」に変わり「豚まん」が5位に入った

【Q4】大阪名物で知っているもの

<神奈川>

1位	22	お好み焼き
1位	22	たこ焼き
3位	17	串カツ
4位	14	てっちり
5位	10	きつねうどん

【Q4-2】名物料理で食べたことがあるもの

<神奈川>

1位	22	たこ焼き
2位	21	お好み焼き
3位	16	串カツ
4位	10	きつねうどん
5位	5	てっちり

- ・認知度では定番が上位を占めるが、「てっちり」が4位に入っている(大阪では6位)
- ・「水ナス」「大阪ずし」以外の大阪産食材、ワイン、カウンター割烹などはほとんど知られていない

【Q4-3】名物料理で外国人旅行者にすすめたいもの(1位5P,2位4P,3位3P,4位2P,5位1P)

<大阪>

1位	122P	お好み焼き
2位	108P	たこ焼き
3位	59P	串カツ
4位	41P	カウンター割烹
5位	37P	きつねうどん

<神奈川>

1位	61P	たこ焼き
2位	47P	お好み焼き
3位	45P	串カツ
4位	13P	きつねうどん
5位	12P	てっちり
		しゃぶしゃぶ
		すき焼き

- ・「お好み焼き」「たこ焼き」「串カツ」が上位を占めるが、大阪は「お好み焼き」が1位、神奈川は「たこ焼き」が1位となっている
- ・大阪では大阪発祥といわれる「カウンター割烹の料理」が4位に
- ・神奈川では5位に「てっちり」「しゃぶしゃぶ」「すき焼き」の鍋料理が入った

【Q5】大阪の食の集積地、食の施設で知っているもの

【Q6】大阪の食の集積地、食の施設で外国人旅行者におすすめするもの
(1位5P,2位4P,3位3P,4位2P,5位1P)

<大阪>

Q5知っているもの

1位 46 鶴橋・生野
1位 46 新世界
3位 43 法善寺横丁
4位 42 北新地
ミナミ
天神橋商店街

Q6すすめるもの

1位 125P 法善寺横丁
2位 108P 新世界
3位 59P ミナミ
4位 53P 黒門市場
5位 45P インスタントラーメン記念館

※「道頓堀・宗右衛門町・島之内」は「ミナミ」と表記

- ・「知っているもの」ではインパクトの強い鶴橋焼肉・生野コリアンタウン、新世界がともに1位
- ・「外国人へのおすすめ」は「法善寺横丁」が1位、4位に黒門市場、5位にインスタントラーメン記念館が入っており、認知度の順位とは異なっている
- ・大阪では「ふぐ博物館」以外は半数以上が認知されているが、「コナモンミュージアム」が28
「たこ焼きミュージアム」は25と意外に認知度が低い

<神奈川>

Q5知っているもの

1位 16 新世界
1位 16 ミナミ
3位 8 法善寺横丁
4位 7 北新地
鶴橋・生野

Q6すすめるもの

1位 41P 新世界
2位 30P ミナミ
3位 15P 鶴橋・生野
4位 12P 北新地
5位 8P 法善寺横丁
天神橋商店街

- ・神奈川では認知、おすすめともに「新世界」がNO1
- ・福島、北浜テラス、中央市場は認知者0、グランフロントやハルカスもほとんど認知されていない

【Q7】食の魅力で海外から集客するための有効な取り組み

<大阪>

1位	27	多言語表記等利用しやすさ
2位	25	食のコンシェルジェ
3位	24	大阪城、歴史的建物活用
4位	21	公的な多言語ガイドブック
5位	20	水辺レストラン

<神奈川>

1位	10	公的な多言語ガイドブック
1位	10	食のコンシェルジェ
3位	7	大阪城、歴史的建物活用
		多言語表記等利用しやすさ
5位	6	バルイベント
		大阪食材の料理

- ・大阪、神奈川とも、「多言語表記」や「ガイドブック」、「コンシェルジェ」など情報提供が上位に
- ・「大阪城や歴史的建物の活用」は共通だが、大阪では「水辺レストラン」、神奈川では「バル」や「大阪食材の料理」が上位に

【Q8】大阪での食事の適当な価格(平均額100円未満四捨五入)

<大阪>

ランチ	1100円
ディナー	3900円

<神奈川>

ランチ	1000円
ディナー	3300円

- ・「食」への支出金額は大阪がやや大きい

自由意見<大阪>

性別	大阪在住	大阪在職	自由意見概要
男	43	20	様々な観光ツールを駆使した魅力発信 人情味に触れてもらえる体験型ツアー
男	29	29	アニメキャラを活用し、大阪産レストランや割烹を巡る「萌えイベント」
男	32	11	集客できている観光地に食を提供できる場所を 例えば大阪城マルシェ
男	35	16	子供たちが大阪の食文化に触れる機会を増やす
男	36	12	奈良や京都など近隣都市と連携したツアー企画
男	32	7	常設の屋台村
男	37	11	食に関するイベント、外国人が利用しやすい多言語表示、ガイドブックの整備、バルイベントの活用
男	45	22	トータル目標を設定。府民一人一人が気持ち共有 マーケティングリサーチ
男	56	34	旅行ガイドや発信力のある人へのアプローチ、多言語ガイド・コンシェルジェ、歴史的建物・水辺活用、ロコミ
男	39	21	関空行国際便の機内食に大阪名物を だし文化の積極的発信
男	32	27	〇〇なら大阪というように東京との差別化を図る まず集客都市に
男	26	2	海外においても集客PRをすべき
男	11	23	地元の食材、国内のええもんを使用した伝統的日本料理の再興、世界のええもんの情報発信
男	29	29	食博覧会を毎年開催する 食のイベントで海外からの食も取り入れるとともにご当地グルメをPR
男	48	25	アジアチックな混沌・雑然とした雰囲気と洗練された場所のどちらもセレクトできる多様な街空間
男	42	24	世界的な観点で見た場合の情報発信
男	2	2	大阪独自の食べ物、文化を前面に 外国にない粉ものやソース文化、立体看板などの外観、食品サンプルなど
女	30	6	大阪名物料理のストリート、台湾の夜市のような屋台
女	42	21	まち全体としてフレンドリーに接する土台、食事のあとの楽しめる場所、遅くまで利用できる公共交通機関
女	31	9	海外特派員によるPR、海外で発売されているガイドブックへの掲載
女	24	1	店主とのコミュニケーションや人と話しながらの食事を楽しめるオープンな雰囲気、気軽に店に入れる仕組み
女	30	11	初めてでも入りやすい案内、ホテルからの予約、夜遅くても食事ができる店、観光スポットとの連携、参加型イベント、料理の持ち帰り、見た目で楽しめる料理、静かで落ち着く雰囲気
女	7	1	粉もんイメージの払しょく(高級で美味しいものがたくさんあることをPR)、他の観光資源との連携
女	-	25	伝統と歴史に根付いた食文化を身近に提供できるようにサポートの必要性あり
女	41	20	海外のガイドブックや検索サイトで大阪の食を発信
女	45	30	ガイドブック・WEB・ロコミサイトの活用、宿泊ホテルへの情報提供、英語メニュー・英語のわかる店員、歴史的建物の活用、製造過程の見学
女	0	1	世界の最先端料理店の呼び込み、若者だけが集まれる店、ドレスアップが必須の店、音楽を楽しめる店
女	48	29	お好み焼き、たこ焼き以外の伝統料理や技術をPR
女	45	25	台湾、香港の旅行者に情報提供 大阪居住のイスラム圏の人に知恵を借りて呼び込み 日本のラーメンは人気
女	34	9	B級C級グルメでなく、女性受けするおしゃれで美味しい、特別感を得られる店と町並みを増やす 汚い、臭い、治安が悪いイメージの払しょく
女	24	2	大阪城周辺や観光地の近くに「大阪の名物」が結集した施設を、欧米、アジアなど対象に合わせたアピールポイントを、大阪に日本初上陸のお店を
女	20	2	バルに参加して普段いけない割烹にも行けた 大阪は親しみやすさが売りなので気軽に味わえる数居の低さをアピール
女	26	26	庶民的な料理だけでなく世界的美食家を魅了する上質で伝統ある料理と革新的でおしゃれな料理・レストランの創造・PR
女	29	8	だし文化、大阪発祥の割烹料理を大阪人が魅力を知ったうえで府外、海外に広める。 たこ焼き・お好み焼きもすばらしい食文化
女	22	2	大阪は手ごろな値段で美味しいものと出会えるが「ブランド」を生み、育て、根付かせるのが遅れている 強いインパクト・興味を引く食がない

自由意見<神奈川>

性別	大阪在住	自由意見概要
男	0	関空以外の国際空港に大阪料理を扱う専門店を出店 大衆食堂のイメージ・水が汚い印象をまず払しょくすること
男	0	串カツなど独特の食べ方、ルールがあるようなので観光客だけでは入りにくい
男	0	中之島公会堂の応接室、調度品、スタンドグラスも最高で「食」でも活用すべき
男	0	アンテナショップなどを活用した積極的広報
男	0	大衆酒場で食べた串カツは美味しく、雰囲気も庶民的でよい
男	0	世界に誇れる食文化がある。大阪独自のコテコテ感が洗練されると魅力が半減する
男	0	串カツは店の雰囲気も含め大阪に来たという特別感がある 大阪でないと食べられないものや雰囲気がモットあればよい
男	2	世界的な情報発信、関空行の便で大阪の名物料理を提供 世界各地での試食イベント、外国人向けに大阪の食べ物の歴史も含めた冊子を作る
男	0	大阪は安くておいしい印象はあるが、日本料理のイメージや高級な店の印象があまりない 目指すイメージを明確にしてアピールを
男	0	メディアに代表される大阪の偏った食のイメージからの脱却 独自性・多様性をプロモーションするためのイベントやガイドツアーの仕掛け
女	0	国内のデパート等での大阪物産展、各地方に大阪名物料理の店を出店するなどにより全国的に大阪の食が愛されること
女	0	食は文化。その土地で収穫された食材を使った食が一番。豊臣秀吉が催した茶会で供された料理を今風にアレンジした新しい懐石料理をつくる

(食アンケート調査 I)

- *国名 () *性別 男 ・ 女
*日本滞在年数 (年) *大阪滞在年数 (年)
(※国内は男女別、大阪在職年数、大阪在勤年数)

(問 1) あなたは大阪が世界的な「食の都市」だと思いますか？番号でお答え下さい。

- ① そう思う
② そう思わない
③ どちらともいえない

回答欄 ()

(問 1 - 2) 問 1 で①と答えた方にお聞きします。「そう思う」主な理由は何ですか？

番号でお答え下さい (複数解答可)

- ① 料理の味がおいしい
② 世界各国のバラエティーに富んだ料理を楽しめる
③ 高級料理から庶民的な料理まで、コストパフォーマンスが高い
④ 伝統的な割烹料理などの和食が魅力的
⑤ 歴史と伝統のある料亭が多い
⑥ 世界的に有名なレストランが多い
⑦ エリア毎に個性的な食の魅力がある
⑧ お店の人の雰囲気や対応がいい
⑨ 食のイベントが多い
⑩ 大阪でしか味わえない料理や食べ物がある (具体的に)
⑪ 昔から「食い倒れのまち」といわれている
⑫ その他 ()

回答欄 ()

(問 2) あなたが世界的な「食」の都市だと思うのはどこですか。また、その理由は何ですか？ (複数回答可)

全世界では：

- () 理由 ()
() 理由 ()
() 理由 ()

日本国内では：

- () 理由 ()

() 理由 ()

() 理由 ()

(問 3) あなたが大阪で食べたものの中で、好きな食べ物は何ですか。好きなもの順に3つあげてください。

(例 すし、うどん、ラーメン、イタリア料理、中華料理、焼肉、お好み焼き・・・)

① ()

② ()

③ ()

(問 4) 次の大阪の名物料理等で知っているものはどれですか？

番号でお答え下さい (複数回答可)。

① きつねうどん

② たこ焼き

③ お好み焼き

④ 焼き肉

⑤ てっちり

⑥ しゃぶしゃぶ

⑦ はりはり鍋

⑧ うどんすき

⑨ すっぽん鍋

⑩ すき焼き

⑪ 関東だき

⑫ 大阪ずし (箱寿司、バッテラ、雀ずし)

⑬ カウンター割烹の料理 (大阪発祥のスタイル)

⑭ 鰻まむし

⑮ オムライス

⑯ 串カツ

⑰ 豚まん

⑱ かやくごはん

⑲ うめビーフ

⑳ 犬鳴ポーク

㉑ 河内鴨

㉒ 水なす

㉓ なにわ伝統野菜 (天王寺蕪、田辺大根等)

㉔ 河内ワイン

㊸ 大阪地酒（呉春、秋鹿、浪花正宗、天野酒等）

㊹ その他知っている大阪の名物料理（ ）

回答欄（ ）

（問 4－2）問 4 の名物料理等の中で実際に食べたことのあるものはどれですか。番号でお答えください。（複数回答可）

回答欄（ ）

（問 4－3）問 4 の名物料理等の中で、自国の人（※国内は「外国人旅行者」）にすすめたいものがありますか？すすめたい順番でお答えください（解答数は自由）

- ①（ ） ④（ ）
②（ ） ⑤（ ）
③（ ）

（問 5）以下の大阪の「食の集積地」や「食の施設」等で知っているものを番号でお答え下さい。

- ① 鶴橋焼肉・生野コリアンタウン（韓国料理）
- ② 大正リトル沖縄（沖縄料理）
- ③ 法善寺横丁
- ④ 新世界（串カツ等）
- ⑤ 北新地
- ⑥ 道頓堀・宗右衛門町・島之内
- ⑦ 天神橋筋商店街（寿司等）
- ⑧ 路地裏グルメ福島
- ⑨ 北浜テラス（川床）
- ⑩ 黒門市場（てっちり等）
- ⑪ 大阪中央卸売市場・木津市場・東部市場（寿司、見学）
- ⑫ グランフロント大阪
- ⑬ あべのハルカス
- ⑭ 道頓堀・コナモンミュージアム
- ⑮ ユニバーサルシティ・たこ焼きミュージアム
- ⑯ 天保山・なにわ食いしんぼ横丁
- ⑰ 池田・インスタントラーメン発明記念館
- ⑱ 岸和田・ふぐ博物館

⑱ その他 ()

回答欄 ()

(問 6) 問5で知っている「食の集積地」や「食の施設」等で自国の方(※国内は「外国人旅行者」)におすすめるのはどれですか?おすすめの順番でお答えください
(複数解答可)

- ① ()
- ② ()
- ③ ()
- ④ ()
- ⑤ ()

(問 7) 大阪が「食の魅力」で海外から集客するためには、どのような仕掛けや取組みが有効だと思いますか?番号で答えてください。

- ① 公的機関が認証した多言語の「大阪の食のガイドブック」
- ② 街中やホテルで食の情報を提供してくれる「コンシェルジュ」
- ③ いけすの魚を目の前で料理するといった「エンタメ料理店」
- ④ 大阪城や歴史的建物を活用したレストラン
- ⑤ 船に乗りながら料理を楽しむ「グルメ船」
- ⑥ 夜景や水の都の景色を楽しめる「水辺レストラン」
- ⑦ いくつものお店を食べ歩きする「バルイベント」
- ⑧ 初めてでは入りにくい割烹名店の「ガイドツアー」
- ⑨ 多言語表記や、写真展示など外国人観光客が利用しやすい料理店
- ⑩ 自分の国の料理専門店
- ⑪ 宗教上の制約に対応した料理店
- ⑫ 世界各地の料理を味わえる食のイベント
- ⑬ 世界的な料理コンテスト
- ⑭ 市場の見学・試食ツアー
- ⑮ 各国総領事館員による見学・試食ツアー
- ⑯ 大阪の名物料理を集めたミュージアム
- ⑰ 地元大阪の食材を使った料理
- ⑱ 地元大阪産のワイン、お酒
- ⑲ 海外の有名レストランの誘致
- ⑳ その他 ()

回答欄 ()

(問 8) あなたが大阪で食事をするとき、どれくらいの価格が適当だと思いますか？

ランチ (円くらい)

ディナー (円くらい)

最後に、大阪が世界的な食の都市になるためにご意見があれば自由にお書きください。

(自由意見欄)

以上です。ご協力ありがとうございました。