

目次

①	事業の概要	P.3
②	宿泊施設や地元飲食店に対する事前調査	P.6
	1. 調査の概要	P.7
	2. 調査結果および結果分析	P.11
③	泊食分離事業の設計	P.13
	1. 期間限定店舗の設計、メニュー等概要	P.14
	2. 運営報告	P.20
	3. 利用者アンケートの概要及び結果・分析	P.27
	4. プロモーションの概要及び結果・分析	P.32
④	地域活性化策の検討（事例調査）	P.38
	1. 調査の概要	P.39
	2. 調査結果	P.41
⑤	宿泊施設や地元飲食店に対する事後調査	P.56
	1. 調査の概要	P.57
	2. 調査結果および結果分析	P.64
⑥	セミナーの実施	P.79
	1. セミナーの実施	P.80
⑦	総評	P.86

① 事業の概要

本事業では吉野町をフィールドとして、実証事業を通じた泊食分離の効果検証、および課題や懸念事項の整理、地域理解に向けた機運醸成に取り組めます

本事業の目的

本事業は奈良県吉野町において、飲食店での夕食提供の実証事業を行うことで、下記目的の達成を目指します



1 泊食分離の効果検証

泊食分離を行うことで宿泊施設の負担軽減にどれくらい寄与するのか、宿泊客の満足度等はどれほど変化するのか、どれくらいの宿泊客が飲食店を利用すれば飲食店の経営が成り立つのか等を客観的なデータに基づきながら検証します



2 泊食分離推進にあたっての課題や懸念事項の整理

泊食分離の推進は旅館業務の効率化や地域経済の活性化などのメリットがあるとともに、旅館の特徴や魅力の低下、旅館の部屋食といった伝統的な体験の喪失、観光客の手間や費用の増加などデメリットも想定されます。本事業ではそういった課題や懸念事項についても体系的に整理します



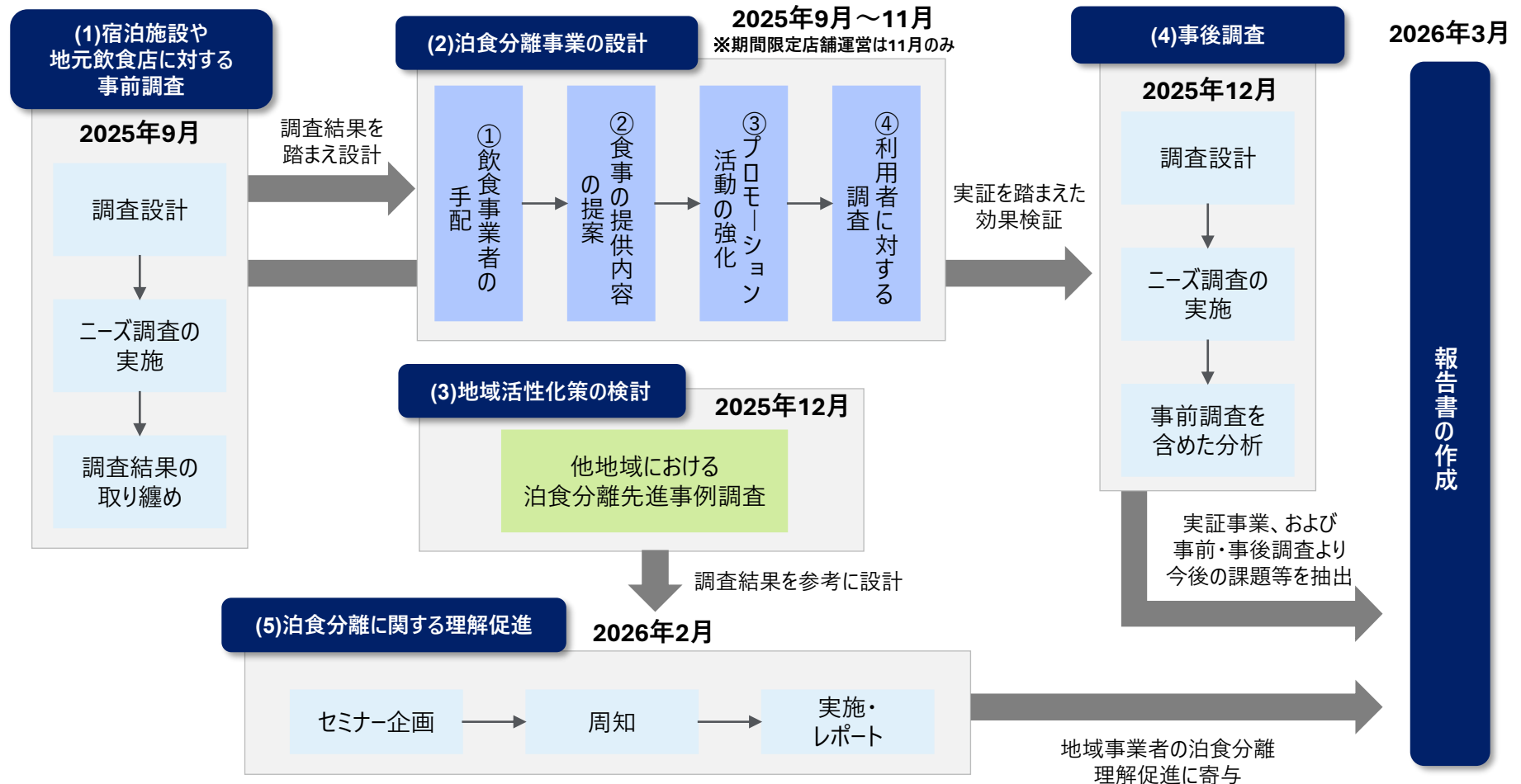
3 泊食分離についての地域理解の促進や推進体制の検討

泊食分離は地域の宿泊事業者と飲食店が連携し、地域が一体となって取り組まなければ本当の効果は発現しない事業です。本実証事業をきっかけとして、地域の事業者等の泊食分離への理解を深め、推進体制検討の機運醸成を図ります

事前調査と事後調査で泊食分離に対する地域事業者の意向を確認した上でセミナーを行うことで、泊食分離の認知向上と推進における機運醸成を図りました

業務の全体像

■ 業務全体のスケジュール：2025年8月29日～2026年3月13日



② 宿泊施設や地元飲食店に対する事前調査

1. 調査の概要

事前調査は8月29日～9月10日にて、WEB・紙媒体を通じて実施しました

実施概要

目的	泊食分離の推進にあたり、地元関係者の関心度・実施ニーズについて把握を行う
調査手法	<ul style="list-style-type: none">• WEB（Microsoft Forms）による回答• 質問票（Excel版）による回答• 質問用紙配布・郵送返却による回答
調査期間	2025/8/29～2025/9/10
調査対象	吉野町内の宿泊事業者・飲食事業者
回収数	宿泊事業者：16件（山上事業者7件、山下事業者9件） 飲食事業者：12件（山上事業者11件、山下事業者1件） 計28件

事前調査では、回答事業者の基本情報や利用者の属性、泊食分離推進に対する意向などを確認しました

質問一覧

宿泊施設・飲食店共通	宿泊施設のみ	飲食施設のみ
施設名、回答者情報	部屋数	サービス提供時間ごとの年間利用者割合
収容人数	エリアごとの年間利用者割合	サービス提供時間帯ごとの平均利用価格
従業員数	年代ごとの年間利用者割合	夜営業を行っていない理由
臨時雇用有無・人数	旅行形態ごとの年間利用者割合	
サービス提供にあたり抱えている課題	宿泊プランごとの利用者割合	
泊食分離に対する関心度	宿泊プラン別の時期ごとの提供価格帯	
泊食分離推進に対する意向	滞在日数割合	
吉野町における泊食分離推進の賛否		
泊食分離に期待できる点		
泊食分離に懸念する点		
行政やDMOに求める支援		

事前アンケートはExcelとforms、郵送の3パターンで事業者へ発出を行いました

調査票イメージ

【Excel版調査票】

吉野町 泊食分離に関するアンケート調査
 宿泊事業者向け

有限責任監査法人トーマツ
 (公益事業顧問事業受託事業者)

この表、公益事業顧問「泊食分離による宿泊業の生産性向上事業」において、吉野町内での泊食分離の可能性を検証すべく実態把握調査を実施することとなりました。
 本アンケートでは、吉野町内の宿泊・飲食事業者を対象に、「現在のサービス提供状況」、「泊食分離に対する関心度」、「泊食分離に関するニーズ」についてお伺いいたします。
 ご多用のところ恐入りますが、何卒ご協力をお願いします。なお、回答結果は個人が特定されない形にて加工して使用いたします。
 ※回答いただいた情報は第三者に対して同意なく提供することはありません。また、調査事業が終了次第、適切に処分いたします。

① 基礎情報

1 施設名をご記載ください。

2 回答者氏名をご記載ください
 (例：株式会社)

3 回答者の役職をご記載ください。
 (例：代表)

② 現在のサービス提供状況について
 本アンケートではサービスの提供体制や、提供プランについてお伺いします。
 ※サービス提供していない場合は質問の箇所には回答をお願いします。
 ※割合を知らない場合は回答が合計が100%でない場合がありますが、ご回答をお願いします。

No.3-6は、**泊食分離点での状況**についてご回答ください

4 貴施設の部屋数・収容可能な人数を教えてください

部屋数	<input type="text"/>	名
収容可能な人数	<input type="text"/>	名

5 貴施設の従業員数を教えてください

従業員数	<input type="text"/>	名
------	----------------------	---

6 従業員の雇用形態についてお答えください

正社員	<input type="text"/>	名
契約社員	<input type="text"/>	名
パート・アルバイト	<input type="text"/>	名
派遣社員	<input type="text"/>	名
その他(業務委託等)	<input type="text"/>	名

No.7以降は、**昨年までの1年間の状況**についてご回答ください

【forms版調査票】

来訪者の要素別割合について

本セクションでは貴施設の年間来訪者の属性、利用プラン別の割合についてお伺いいたします。
 昨年度の一年間の状況についてご回答ください。
 データを取得されていない場合は概ねの値でのご回答で構いません。

15. 年間来訪者のエリア別の割合をお答えください*

	0%	~20%	~40%	~60%	~80%	~100%
近畿二府四県	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
国内遠方地方	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
国外	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16. 年間来訪者の年代別の割合をお答えください*

	0%	~20%	~40%	~60%	~80%	~100%
20歳未満	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
20~30代	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
40~50代	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
60代以上	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. 調査結果および分析結果

集計結果より、吉野宿泊者が現状どのように夕食を確保しているのかや、今後の検討にあたって事業者の巻き込みの進め方や提供価格をどのように設定すべきかが見えてきました

調査結果

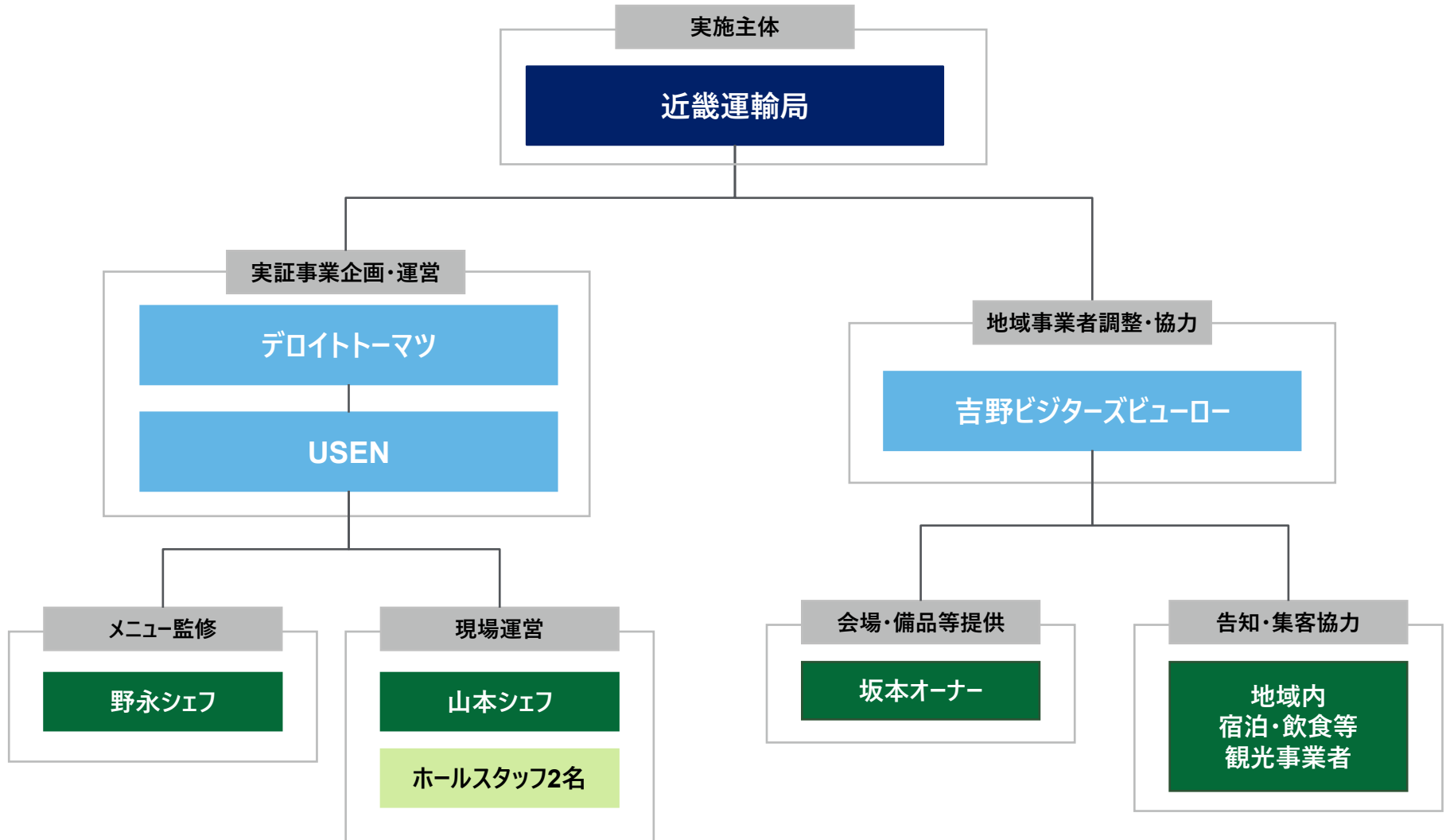
観点	調査結果	示唆
現状の吉野宿泊者の夕食確保状況	<ul style="list-style-type: none"> 山下では約8割が素泊まり、山上では約6割が一泊二食付プランでの提供となっている 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 山下の宿泊客に関してはほとんどが、山上の宿泊者に関しても4割程度は夕食を自分で手配している状況
地域の事業者の巻き込み	<ul style="list-style-type: none"> 宿泊・飲食施設共に人手不足が悩みの上位に上がり、特に飲食店で顕著である 飲食施設は自らの参入にはあまり前向きでない 「地域内で連携できる事業者の不足」を指摘する回答が多い 山下では積極的に取組みたいと答える事業者が多い一方で、山上においては一部後ろ向きな回答が見られる 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 宿泊・飲食施設共に人的課題を抱えながら運営を行っている状況が改めて浮き彫りとなった ✓ 一部前向きな事業者を巻き込みながらも、地域事業者だけで完結する仕組みではなく、外部からの参入を前提とした仕組みとすることが求められる ✓ 夕食の提供を行う施設が多い山上では自施設の影響を懸念する事業者が多いものと考えられる
提供価格の設定	<ul style="list-style-type: none"> 飲食施設のディナー提供価格帯は5000円以下となっている 山下は10000円未満での素泊まりプラン提供が半数を占めているのに対し、山上は二食付きで15000円～25000円がボリュームゾーンとなっている 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 飲食単体での提供価格は5000円以下であるものの、宿泊客に施設外で夕食を取ってもらうという泊食分離の趣旨を踏まえると、5000円以上であっても条件により受け入れられる可能性があるのではないかと ✓ 山上と山下ではメインで販売しているプランの単価から客層そのものが大きく異なることが分かる
今後のアプローチ	<ul style="list-style-type: none"> 宿泊・飲食施設共に夜の飲食・街歩きを楽しむ場ができることには前向きな回答が多いほか、宿泊施設では積極的に自身が取組みたいという回答も多い 地域活性化に期待を寄せる声が多くある 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 今後の推進にあたっては、まずは宿泊施設（特に素泊まり客の多い施設、前向きな施設）を中心に巻き込み、送客が可能な客数の試算を行うのが良いと考えられる ✓ それらをもって外部連携の見込みを立てつつ、飲食店への夜営業打診を進め、機運醸成に努める必要がある

③ 泊食分離事業の設計

1. 期間限定店舗の設計、メニュー等概要

実証事業ではシェフの他にもDMO・地域事業者と連携し、事業が円滑に運用できるよう各種調整と集客を行いました

実証事業の実施体制



2025年11月にMUJI room SAKAMOTOYA内の飲食スペースにて「宵の膳 吉野山」として営業を行いました

実証事業の実施概要

奈良・吉野の味覚を愉しむ、夜だけのお食事処

宵の膳 吉野山
Yoshinoyama

2025年 11/1(土) - 11/30(日)
[17:00 ~ 20:00] (L.O.19:30)
期間限定オープン!

奈良ヤマトボーク 吉野の和風カレーライス... 1,800円
奈良大和肉鳥 吉野のパターチキンカレーライス... 1,800円
奈良大和肉鳥 吉野の味噌から揚げ... 2,500円
奈良大和肉鳥 吉野の鶏味噌漬り南蛮うどん... 2,500円
奈良ヤマトボーク 吉野の豆蔵もたっふりきのこのナゲ鍋... 2,000円
吉野の田舎あけと季節野菜の炊き合わせ 吉野葛あんかけ... 2,000円
シェフの気まぐれ 奈良・吉野の名物5品盛り合わせ... 1,500円
※各店舗は全て税込

「奈良吉野山」食のポップアップイベント
宵の膳 吉野山
期間：11月1日(土)～30日(日)
営業時間：17時～20時(19時30分L.O.)
定休日：火・水
会場：MUJI room SAKAMOTOYA
場所：奈良県吉野郡吉野町吉野山952
電話番号：0746-32-3051
※ご予約なしでご来店いただけます
※ご予約の場合は前日まで、営業時間中にお願いたします

日本橋ゆかり
三代目・野永喜三夫 監修
老舗名門店の三代目主人、「料理の鉄人 JAPAN CUP 2002」で総合優勝。2025年大阪万博で日本代表として伝統食文化を披露、テレビやYouTubeなどを通じて飲食を世界に発信し、幅広く活躍。

MAP
吉野山ロープウェイ
吉野山駅
吉水神社
金峯山寺
吉野山ロープウェイ「吉野山」駅より徒歩20分
近鉄吉野線「吉野」駅より車で15分
※駐車場は常設駐車場(無料)をご利用ください。

本会館は、宿泊業における業務効率化および地域経済の活性化を目的とし、近畿運輸局の「泊食分離による宿泊業の生産性向上事業」の一環として実証しています。

店舗名	宵の膳 吉野山
会場	MUJI room SAKAMOTOYA内
実施期間	2025年11月1日(土)～30日 (日)
定休日	火曜・水曜
営業時間	17:00～20:00 (19時30分ラストオーダー)
席数	20席
電話番号	0746-32-3051 ※予約番号共通
備考	<p>【騒音対策について】</p> <p>SAKAMOTOYA宿泊客への配慮として以下対策を講じた</p> <ul style="list-style-type: none"> ・営業時間は20時までとし夜遅くにならないよう設定 ・宿泊客への事前の案内を行い、飲食店がオープンしていることを周知 ・宿泊スペースへの立入を禁止する衝立を設置の上、貼紙にて案内

インバウンドを中心としたターゲット、地元名産食材を生かしたメニュー開発を念頭に、「和食」にて目玉メニューを考案できるシェフ、およびスタッフを手配しました

飲食店業者の手配

手配にあたっての考え方・条件

- インバウンドを含む観光客がターゲットとなり、地元名産食材を生かした目玉メニュー（コース）を開発するため、双方に一番相性良い料理ジャンルと想定される「和食」から選出。また、監修影響を高めるためメディア露出等一般知名度も高いトップシェフを選定基準とした。
- 地元飲食店の料理人・シェフが、今後の継続性を加味すると理想である一方で、夜間営業なし、週末営業のみ（平日夜に飲食客が少ないため）等の懸念点があり、協力へのハードルが高いため、県外からの招へいを第一案とした。（地元宿泊施設運営者へのヒアリングより）

メニュー監修／料理人・スタッフ手配



野永 喜三夫シェフ

日本料理

日本橋ゆかり

東京都中央区日本橋3-2-14

1972年東京生まれ。1991年【服部栄養専門学校】卒業後、村田吉弘氏の下「露庵 菊乃井」で修業。日本橋ゆかりは、親子3代にわたり宮内庁への出入りを許された老舗名門店。株式会社菊乃井で日本料理の修業を経てゆかりの三代目主人となる。2002年、料理の鉄人JAPAN CUP'02で総合優勝。NYタイムズ紙に日本を代表する若手料理人として選出され「世界の料理人」として認められた第一人者。様々なメディアや雑誌、海外での活動も多く、幅広い分野で活躍中。伝統を守りながらも、新しい日本料理を発信。相葉マナブ他、テレビ出演多数。

HP : <http://www.nihonbashi-yukari.com/index.html>

ミシュラン

-

ゴ・エ・ミヨ

13.5/20



- 野永シェフが目玉メニューを開発・監修し、調理指導された料理人1名 + 配膳等のスタッフ2名（合計3名体制）で夕食を提供した。
- 実際に実証事業内で1ヵ月間従事する料理人・配膳スタッフも、野永シェフの料理人ネットワークより手配した。（保険として、シェフ派遣サービスより「技術担保できるスタッフ調達」も事前確認済）

ベジタリアン対応メニューや日替わりメニューを含む全7種類の料理を提供しました

	パウチ200食	パウチ200食	現地仕込	現地仕込	現地仕込	パウチ200食	現地仕込
	メニュー①	メニュー②	メニュー③	メニュー④	メニュー⑤	メニュー⑥	メニュー⑦
ジャンル	—	—	—	—	—	精進メニュー	おつまみメニュー
ジャンル (英語)	—	—	—	—	—	Vegetarian Menu	Small Dishes Set
メニュー名	奈良 ヤマトポーク 吉野の和風カレーライス	奈良 大和肉鶏 吉野のバターチキン カレーライス	奈良 大和肉鶏 吉野の味噌から揚げ	奈良 大和肉鶏 吉野の鶏味噌漬け南蛮葛う どん	奈良 ヤマトポーク 吉野の豆腐とたっぷりきの このチゲ鍋	吉野の田舎あげと 季節野菜の炊き合わせ 吉野葛あんかけ	シェフの気まぐれ 奈良・吉野の名物5品盛合 わせ
料理イメージ写 真 (横向き)							
金額 (税込)	¥1,800	¥1,800	¥2,500	¥2,500	¥2,000	¥2,000	¥1,500
セット内容	吉野葛とろとろ味噌汁 小鉢1品 奈良のお漬物	吉野葛とろとろ味噌汁 小鉢1品 奈良のお漬物	奈良米のご飯 吉野葛とろとろ味噌汁 小鉢1品 奈良のお漬物	小鉢1品 奈良のお漬物	奈良米のご飯 小鉢1品 奈良のお漬物	奈良米のご飯 吉野葛とろとろ味噌汁 小鉢1品 奈良のお漬物	無し
セット内容 (英語)	Yoshino Kuzu Miso Soup Seasonal Small Side Dish Nara Pickles	Yoshino Kuzu Miso Soup Seasonal Small Side Dish Nara Pickles	Nara Rice Yoshino Kuzu Miso Soup Seasonal Small Side Dish Nara Pickles	Seasonal Small Side Dish Nara Pickles	Nara Rice Seasonal Small Side Dish Nara Pickles	Nara Rice Yoshino Kuzu Miso Soup Seasonal Small Side Dish Nara Pickles	無し
奈良食材	ヤマトポークのバラ 【オプション】 葛うどん ※店内黒板のみで案内	大和肉鶏のモモ	大和肉鶏 梅谷醸造元の吉野味噌	大和肉鶏 梅谷醸造元の吉野味噌 原木椎茸 葛うどん	ヤマトポーク 林とうふ店の豆腐 原木椎茸	林とうふ店の田舎揚げ 吉野葛粉 原木椎茸	①鮎佃煮 ②柿の葉寿司 or 小松菜きのおひたし ③原木しいたけ金山寺味噌和え ④吉野のお漬物 (奈良漬、きゅうりの桜味噌漬) ⑤ごま豆腐 (林豆腐店) をベースに5品は臨機応変対応 (日替わりで黒板に5品書く)

実証事業の取組浸透のため、地域事業者には無料招待券を配布しました 平日限定で事前予約必須という条件もありましたが、多くの事業者に来訪いただきました

地域事業者の利用について

地域事業者には、本事業の取組浸透のため1食無料招待券を配布した。

内容：指定メニュー※の1食無料券 ※カレー2種、野菜メニューの3種のうち1品選択可

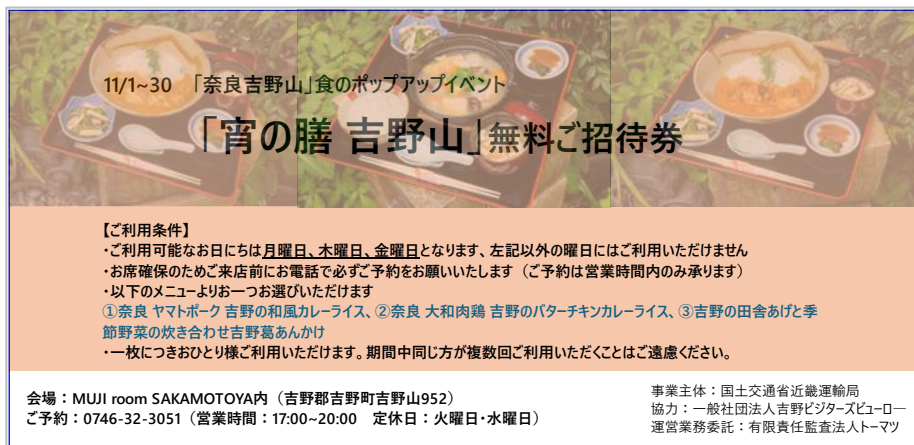
会計時、招待券利用の申し出があった場合、招待券裏面に利用者名を記名いただき回収の上、会計処理を行った。

【利用条件】

- ① 平日（月・木・金）のみ利用可、要事前予約
- ② 同一人物の複数回利用は不可（施設名・名前を記入し回収）

その他備考：招待券には事前アンケートのQRも記載し、未回答の事業者には回答するよう案内

実際に配布した招待券



※会計時、ご記入いただいたものを回収いたします。
※利用者アンケートの回答にもご協力をお願いいたします。

施設名

お名前


ご利用いただくメニューにチェックをお願いします

奈良 ヤマトポーク 吉野の和風カレーライス

奈良 大和肉鶏 吉野のバターチキンカレーライス

吉野の田舎あげと季節野菜の炊き合わせ吉野葛あんかけ

★8月にお配りしたアンケートについて
未回答の方はご協力をお願いします



管理No.1

2. 運営報告

1か月の営業において、地域内外含め300名程度の来客がありました また、価格重視ではなく地元の食材を味わえる等内容重視での注文が多くみられました

収入報告（来客・売上サマリ）

来客数・売上	期間	グループ数	人数	合計金額	一人当たり単価
	第一週(11/1～11/3)	20組	43名	¥122,300	¥2,844
	第二週(11/4～11/10)	25組	60名	¥134,300	¥2,238
	第三週(11/11～11/17)	16組	42名	¥104,000	¥2,476
	第四週(11/18～11/24)	33組	84名	¥189,200	¥2,307
	第五週(11/25～11/30)	23組	73名	¥123,600	¥1,693
	合計	117組	302名	¥673,400	¥2,245



1週目、4週目の3連休中日の来訪者数が多く、宿泊・観光客、地域の皆様と幅広くご来店いただきました
オープン直後の18時頃に来店が集中する傾向があり、滞在時間は1時間程度の方々が多数の状況でした

メニュー別 売上

- ✓ 奈良 ヤマトポーク 吉野の和風カレーライス（1800円）：29食
- ✓ 奈良 大和肉鶏 吉野のバターチキンカレーライス（1800円）：41食
- ✓ 奈良 大和肉鶏 吉野の味噌から揚げ（2500円）：69食
- ✓ 奈良 大和肉鶏 吉野の鶏味噌漬け南蛮葛うどん（2500円）：45食
- ✓ 奈良 ヤマトポーク 吉野の豆腐とたっぷりきのこのチゲ鍋（2000円）：52食
- ✓ 吉野の田舎あげと季節野菜の炊き合わせ 吉野葛あんかけ（2000円）：50食
- ✓ シェフの気まぐれ 奈良・吉野の名物5品盛合わせ（1500円）：28食
- ✓ その他ドリンクメニュー（ビール、日本酒3種、梅ジュース）



から揚げを注文される方が最も多く、多少価格が高くとともにボリュームで地元の食材を味わえる料理が好まれる傾向がありました
気温が下がるにつれ、チゲ鍋を注文される方が増えていきました

※詳細は後述の「【参考】来客状況 最終集計結果」をご確認ください

実証事業の収支としては支出が上回る着地となり、仮に地域事業者が継続的に運営を行う場合、特に食材費・備品関連費が店舗運営に係る費用になると想定されます

支出報告

支出項目	金額	詳細	備考
食材費			
食材仕入れに係る費用 ★	¥354,990	各メニューに使用する食材および調味料や飲料メニュー購入費を含む	期間限定店舗のためほとんどの食材に関して仕入れ値での調達となっている点、留意が必要
食材加工（パウチ化）に係る費用 ★	¥86,980	チキンカレー、ポークカレー、野菜炊き込み3種、計120食分を計上	今回の実証事業においては計600食をまとめて発注・加工していることに留意が必要
備品関連費			
消耗品等購入 ★	¥63,179	料理提供にあたり必要な固形燃料、おしぼり・箸やキッチン用品等含む	
人件費			
現場スタッフ人件費	¥1,200,000	料理人、給仕スタッフ2名 ※交通費等含む	店舗期間のみの限定雇用、提供クオリティのための人選が必要であった点、遠方からの手配であることに留意が必要
その他			
賃借料	¥250,000	光熱費、備品使用費用、レジ使用にあたっての謝金を含む	
合計	¥1,955,149		

※その他間接的な費用としてメニュー作成・ポスター等制作に係る販促費、店舗PRにあたっての広告費は本表より除外とする

地域事業者が運営を行う場合

➤ 人件費、賃借料を除いた経費（★マークの項目 = ¥505,149）が店舗運営に必要であると想定

計7種のメニューを提供した結果、平均原価率はおおよそ70%となり、継続にあたっては一部原価率の高いメニューの見直しや仕入れ面での工夫が必要であることが分かりました

各メニューにおける原価試算

目標（提案時）

- デイナーコース1種の提供として、売値8,000～10,000円/1名（原価率50%程度）での提供を想定
⇒地域の夕食提供の状況等を踏まえ、定食・アラカルト形式2000円台での提供を目標に再設計の上実施

結果（サマリ）

- 7種のメニューを定食形式で提供、売値1,500～2,500円/1食（原価率平均70%）での提供を実施
⇒収益担保の観点からは、提供メニュー・食材の見直しや仕入れ面でのルート構築など、一定の原価面での工夫が必要
おおよそ300～400円程度の原価削減が叶えば、より安定した収益が期待できるのではないかと考えられる

No	メニュー名	合計原価※	売値（税抜）	原価率	（売値を現状値として） 原価率50%とした場合の 目標原価	（原価を現状値として） 原価率を50%とした場合の 目標売値
1	奈良 ヤマトポーク 吉野の和風カレーライス	¥1,124	¥1,636	68.7%	¥818	¥2,249
2	奈良 大和肉鶏 吉野のバターチキンカレーライス	¥1,344	¥1,636	82.2%	¥818	¥2,689
3	奈良 大和肉鶏 吉野の味噌から揚げ	¥1,530	¥2,273	67.3%	¥1,136	¥3,061
4	奈良 大和肉鶏 吉野の鶏味噌漬け南蛮葛うどん	¥1,255	¥2,273	55.2%	¥1,136	¥2,509
5	奈良 ヤマトポーク 吉野の豆腐とたっぶりきのこのチゲ鍋	¥1,378	¥1,818	75.8%	¥909	¥2,756
6	吉野の田舎あげと季節野菜の炊き合わせ吉野本葛あんかけ	¥1,380	¥1,818	75.9%	¥909	¥2,760
7	シェフの気まぐれ 奈良・吉野の名物5品盛合わせ ※鮎佃煮、柿の葉寿司 & 吉野のお漬物、小松菜きのこおひたし、原木しいたけの金山寺味噌和え、ごま豆腐	¥941	¥1,364	69.0%	¥682	¥1,882

当初目標の原価率50%とした場合、各メニュー300～400円程度の原価圧縮を検討する必要があり、今回の提供価格を維持する場合、高級な使用食材の見直しやメニュー数の見直し、低価格での仕入れが可能なルート構築、原価率の良いドリンク等とのセット販売などの工夫が必要となる

仮に現原価を維持した状態で提供価格の調整を行う場合、定食形式のメニューとしてはやや高価な価格帯となり、ターゲット層のニーズともずれることが分かる

※1～6のメニューはご飯、味噌汁、小鉢、漬物がセットとなっており、それらの原価も含む
※原価詳細は別添資料をご確認ください

天候の影響も多少ありましたが、集客は週末偏重ではなく、平日にも一定以上の需要が見られました

日別来客数・支払方法別売上

来客状況の集計

週	日	曜日	グループ数	人数	現金支払	カード支払い	QR払い	売上合計※	一人当たり単価
1	2025/11/1	土	5	8	¥11,300	¥7,900	¥0	¥19,200	¥2,400
	2025/11/2	日	6	12	¥19,700	¥5,200	¥10,900	¥35,800	¥2,983
	2025/11/3	月	9	23	¥26,100	¥27,900	¥13,300	¥67,300	¥2,926
1週目小計			20	43	¥57,100	¥41,000	¥24,200	¥122,300	¥2,844
2	2025/11/6	木	6	19	¥30,600	¥4,300	¥0	¥34,900	¥1,837
	2025/11/7	金	3	4	¥2,000	¥2,500	¥3,600	¥8,100	¥2,025
	2025/11/8	土	7	14	¥22,200	¥11,700	¥0	¥33,900	¥2,421
	2025/11/9	日	5	12	¥28,700	¥4,000	¥0	¥32,700	¥2,725
	2025/11/10	月	4	11	¥19,700	¥5,000	¥0	¥24,700	¥2,245
2週目小計			25	60	¥103,200	¥27,500	¥3,600	¥134,300	¥2,238
3	2025/11/13	木	2	4	¥7,000	¥0	¥0	¥7,000	¥1,750
	2025/11/14	金	3	10	¥26,900	¥0	¥0	¥26,900	¥2,690
	2025/11/15	土	3	10	¥22,300	¥0	¥0	¥22,300	¥2,230
	2025/11/16	日	3	5	¥9,300	¥0	¥3,800	¥13,100	¥2,620
	2025/11/17	月	5	13	¥25,200	¥9,500	¥0	¥34,700	¥2,669
3週目小計			16	42	¥90,700	¥9,500	¥3,800	¥104,000	¥2,476
4	2025/11/20	木	8	20	¥43,200	¥5,000	¥0	¥48,200	¥2,410
	2025/11/21	金	6	14	¥31,600	¥0	¥0	¥31,600	¥2,257
	2025/11/22	土	6	16	¥20,500	¥2,300	¥14,900	¥37,700	¥2,356
	2025/11/23	日	10	25	¥34,700	¥13,300	¥6,500	¥54,500	¥2,180
	2025/11/24	月	5	9	¥17,100	¥4,100	¥0	¥21,200	¥2,356
4週目小計			35	84	¥147,100	¥24,700	¥21,400	¥193,200	¥2,300
5	2025/11/27	木	3	10	¥9,500	¥0	¥5,000	¥14,500	¥1,450
	2025/11/28	金	5	22	¥13,200	¥0	¥2,000	¥15,200	¥691
	2025/11/29	土	9	25	¥45,000	¥2,500	¥9,000	¥56,500	¥2,260
	2025/11/30	日	6	16	¥31,600	¥0	¥5,800	¥37,400	¥2,338
5週目小計			23	73	¥99,300	¥2,500	¥21,800	¥123,600	¥1,693
合計			119	302	¥497,400	¥105,200	¥74,800	¥677,400	¥2,243

料理は味噌から揚げ、ドリンクはビールが最も多く注文されました

商品別販売数・売上

来客状況の集計

週	日	曜日	和風カレー	バターチキンカレー	味噌から揚げ	味噌南蛮葛うどん	豆腐きのこチゲ鍋	野菜炊き合わせ	名物5品盛り合わせ	合計	ビール	狸々	花巴	やたがらす	梅ジュース	合計
			¥1,800	¥1,800	¥2,500	¥2,500	¥2,000	¥2,000	¥1,500		¥700	¥800	¥800	¥800	¥500	
1	2025/11/1	土	2	0	1	1	2	1	1	8	0	0	2	0	3	5
	2025/11/2	日	2	0	3	4	1	3	1	14	3	0	1	1	3	8
	2025/11/3	月	2	2	7	2	6	4	5	28	8	1	2	2	1	14
1週目小計			6	2	11	7	9	8	7	50	11	1	5	3	7	27
2	2025/11/6	木	2	2	2	3	3	4	2	18	1	0	1	0	1	3
	2025/11/7	金	1	1	0	1	0	1	0	4	0	0	0	0	0	0
	2025/11/8	土	2	3	5	1	0	1	3	15	0	1	1	1	2	5
	2025/11/9	日	0	2	3	2	2	2	2	13	8	0	0	0	0	8
	2025/11/10	月	1	0	1	2	4	3	0	11	2	0	0	0	0	2
2週目小計			6	8	11	9	9	11	7	61	11	1	2	1	3	18
3	2025/11/13	木	0	0	0	2	1	1	0	4	0	0	0	0	0	0
	2025/11/14	金	0	2	2	3	2	0	2	11	2	0	2	1	0	5
	2025/11/15	土	1	4	1	1	2	1	1	11	0	0	1	0	0	1
	2025/11/16	日	0	2	0	1	2	0	1	6	1	1	0	0	0	2
	2025/11/17	月	1	2	3	2	4	2	1	15	4	0	0	0	1	5
3週目小計			2	10	6	9	11	4	5	47	7	1	3	1	1	13
4	2025/11/20	木	1	3	6	3	4	4	1	22	4	0	0	0	0	4
	2025/11/21	金	1	0	6	1	2	3	1	14	2	3	0	0	2	7
	2025/11/22	土	0	2	3	1	2	4	3	15	9	1	0	0	1	11
	2025/11/23	日	2	6	6	3	5	2	1	25	3	0	0	0	0	3
	2025/11/24	月	1	1	3	1	2	1	0	9	0	2	0	0	0	2
4週目小計			5	12	24	9	15	14	6	85	18	6	0	0	3	27
5	2025/11/27	木	3	0	3	0	0	4	0	10	2	0	0	0	0	2
	2025/11/28	金	7	5	2	0	2	6	0	22	4	0	2	0	0	6
	2025/11/29	土	0	2	6	7	5	3	2	25	2	0	0	0	0	2
	2025/11/30	日	0	2	6	4	1	2	1	16	0	0	0	1	1	2
5週目小計			10	9	17	11	8	15	3	73	8	0	2	1	1	12
合計			29	41	69	45	52	52	28	316	55	9	12	6	15	97
構成比			9%	13%	22%	14%	16%	16%	9%	100%	57%	9%	12%	6%	15%	100%
売上金額			¥34,200	¥66,600	¥172,500	¥112,500	¥104,000	¥78,000	¥42,000	¥609,800	¥38,500	¥7,200	¥9,600	¥4,800	¥7,500	¥67,600

年間を通した運営について、総合的にはプラス収益が想定されるものの、月単位では十分に利益が確保できない可能性が高く、段階的な営業拡大が理想的だと考えられます

【参考】実証事業を踏まえた今後の運営可能性について

年間を通した運営可能性

- ▶ 11月の実証結果を軸に各月の利益見込みについて推計を行ったところ、年間¥1,000,000強の利益が見込まれるのではないかと想定される
 - ✓ ただし、4月、11月以外は¥100,000／月を割る収益となることが想定され、十分に利益が確保できるとはいえない状況
 - ✓ また、来客は休日に偏る可能性が高いと考えられ、店舗のキャパシティによっては収容しきれない可能性がある
 - ✓ さらに、推計によると4月は800名を超える来客が見込まれるものの、同じく店舗のキャパシティによっては収容しきれない可能性もあり、実際の売上は見込を下回る可能性もあることに留意が必要 ※仮に今回と同じく20名の席数であった場合、営業時間内に1～2回転を実現する必要がある
- ▶ 以上より、地域事業者が追加的に夜営業を行った場合、年間ではプラスの収益になる見込みが立つものの、月ごとでは成り立たない可能性が高い
 - ✓ 初動としては、例えば高収益が見込まれる休日のみ、春・秋のみなど、段階的な営業拡大が理想的と考えられる

月別観光客数（人） ※1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL
	19,922	9,090	29,052	162,165	26,448	17,016	21,867	21,296	17,230	20,323	60,801	15,186	420,396
対11月比	32.8%	15.0%	47.8%	266.7%	43.5%	28.0%	36.0%	35.0%	28.3%	33.4%	100.0%	25.0%	-
来客数見込（人）※2	99	45	144	805	131	85	109	106	86	101	302	75	2088
売上見込 ※3	¥222,150	¥101,362	¥323,958	¥1,808,297	¥294,921	¥189,745	¥243,838	¥237,471	¥192,131	¥226,621	¥673,400	¥169,339	¥4,683,232
支出見込 ※4	¥165,517	¥75,522	¥241,371	¥1,347,305	¥219,736	¥141,373	¥181,676	¥176,932	¥143,151	¥168,848	¥505,149	¥126,169	¥3,492,749
粗利益見込	¥56,633	¥25,840	¥82,587	¥460,992	¥75,185	¥48,372	¥62,162	¥60,539	¥48,980	¥57,773	¥168,251	¥43,170	¥1,190,484

※1 デジタル観光統計オープンデータ／公益社団法人日本観光振興協会（2025）を使用

※2 11月の実来客数に観光客比率を乗算

※3 来客数見込に実証事業における一人当たり単価（¥2,245）を乗算

※4 11月の実支出（前頁★マーク＝¥505,149）に観光客比率を乗算

3. 利用者アンケートの概要及び結果・分析

利用者向けアンケートは日本語版と英語版を用意しました 利用者の属性や料理に対する感想、吉野町の夕食に求めるイメージなどを確認しました

利用者アンケートの設計

実施概要

目的：泊食分離事業におけるユーザー満足度、ニーズの把握

手法：質問用紙配布による現地アンケート

対象者：期間限定飲食店利用者（全員）

【アンケート協力者へのインセンティブ】

吉野名産品（吉野産杉を使用した割り箸セット/500個）

設問案

- あなたの性別を教えてください
- あなたの年代を教えてください
- お住まいの地域を教えてください
- 今回のイベントはどこで知りましたか
- 吉野町への来訪は何回目ですか
- 今回の旅の主要な目的を教えてください
- 今回召し上がったディナーの満足度を教えてください
- 宿泊先と食事場所が異なることについてどのように感じられますか
- 今回のように、吉野町に宿泊先とは別に夜の飲食・街歩きを楽しめる場があれば、また利用したいと思いますか
- 吉野町の夕食で食べてみたいジャンルやメニューを教えてください
- 吉野町で夕食をとる場合、一人あたりにかけられる予算を教えてください
- 改善点やご意見・ご感想があればお聞かせください

28 泊食分離による宿泊業の生産性向上事業

お客様アンケート

今後の参考にいたしますので、皆様の忌憚のないご意見をぜひお聞かせください

- あなたの性別を教えてください
男性 女性 答えたくない
- あなたの年代を教えてください
10代以下 10代 20代 30代 40代 50代 60代 70代以上
- お住まいの地域を教えてください
北海道 東北 関東 中部 近畿 中国 四国 九州 その他（ ）
- 今回のイベントはどこで知りましたか
インターネット チラシ SNS 知人の口コミ 宿泊先からの案内 その他（ ）
- 吉野町への来訪は何回目ですか
初めて 2回目 3回目 4回目 5回目以上 町内在住
- 今回の旅の主要な目的を教えてください
観光名所 自然景観 グルメ 宿泊 買い物 体験・アクティビティ ビジネス
その他（ ）

7. 今回召し上がったディナーの満足度を教えてください（あてはまるものに○をつけてください）

	大変満足	満足	普通	不満	大変不満
味					
量					
価格					
サービス					
総合満足度					

- 宿泊先と食事場所が異なることについてどのように感じられますか（複数回答可）
宿泊先が食事を提供していないため助かる 宿泊先とはタイプの異なるメニューを食べられるため有難い
宿泊先で食事つきプランを予約するよりも安価で済むため有難い 予約や宿泊先への移動の手間が発生するため不便である
宿ならではの会席料理を楽しむことができず不満である 吉野町で宿泊はせず食事のみの利用のため該当しない
その他（ ）
- 今回のように、吉野町に宿泊先とは別に夜の飲食・街歩きを楽しめる場があれば、また利用したいと思いますか
ぜひ利用したい どちらかという利用したい どちらでも良い どちらかという利用したくない 利用したくない
- 吉野町の夕食で食べてみたいジャンルやメニューを教えてください
和食 洋食 イタリアン フレンチ 中華料理 韓国料理 その他（ ）
- 吉野町で夕食をとる場合、一人あたりにかけられる予算を教えてください
1,000円～2,000円 2,000円～3,000円 3,000円～4,000円 4,000円～5,000円 5,000円以上
- 改善点やご意見・ご感想があればお聞かせください（例：宿泊先と食事場所間の送迎がほしい、テイクアウト対応してほしい）

ご回答ありがとうございました

実証期間中、来客者数302名のうち180名がアンケートに回答し回収率は6割となりました イベントの満足度は高く、多くの方に肯定的に受け入れられた様子が見受けられました

利用者アンケート集計結果（1/3）

実施概要	回収期間	2025年11月1日（土）～11月30日（日）
	回収枚数	日本語版：166枚、英語版：14枚
	回収率	60%（来客数302名に対し、180枚の回収）

集計結果（要点のみ）

観点

結果

回答者属性 （日本語版）

- 回答者は女性のほうが割合として多く、**50代がボリュームゾーン、近畿圏からの来訪がほとんど**を占める
- 知人の口コミ、チラシを通して今回のイベントを知ったという回答が多い結果となった
- 来訪頻度については**町内在住が4割程度、町外の方が6割程度**となっており、**町外来訪者においては多くが5回以上吉野町を訪れるリピーターが多い**状況
- 町外利用者のうち、**日帰り利用客はおおよそ2割程度**と考えられる

イベントの満足度

- **総合満足度として9割の方々**が「**大変満足～満足**」と回答している状況であり、多くの方に肯定的に受け入れられた様子が見受けられる
- 味に対する満足度が非常に高い一方、価格については、その他項目に比べると「**大変満足**」の割合が低くなっている
- **地域内・外を比較すると、地域外の方のほうが全体的に満足度が高い傾向**が見受けられる
また、価格に関しても地域外の方のほうが満足度は高い傾向にあり、日常利用としてはやや高め感じられるが、観光利用としては一定受容される金額であったのではないかと考えられる

町内外問わず多くの方が夜の飲食街歩きを楽しむ場があれば利用したいと回答しており、店のジャンルとして地域の方は居酒屋を、町外の方は和食を求める傾向にありました

利用者アンケート集計結果 (2/3)

観点	調査結果
泊食分離に対する感想	<ul style="list-style-type: none">➢ 町外利用者の方々からは「宿泊先が食事を提供していないため助かる」、「宿泊先とはタイプの異なるメニューを食べられるため有り難い」といった肯定的な回答が多く見受けられた➢ 「宿泊先で食事つきプランを予約するよりも安価で済むため有り難い」を選んだ方は割合少なく、金額の面でプラスに感じる方はあまり多くない状況がみられた
再来意向度について	<ul style="list-style-type: none">➢ 再来意向度では、8割を超える方が「ぜひ利用したい〜どちらかという利用したい」と回答しており、町内外問わず、多くの方が夜の飲食街歩きを楽しむ場があれば利用したいと考えている様子が伺えた➢ 地域内・外の比較では地域外の方のほうが10%程度再来意向度が高い状況であった
今後求めるジャンルと夕食にかけられる予算	<ul style="list-style-type: none">➢ 全体としては「和食」が好まれる傾向にあったが、地域内・外を比較すると、地域内の方は日常利用できる「居酒屋」をジャンルとして求める傾向があり、地域外の方は地域の食材等の魅力を味わいやすい「和食」を求める傾向が見られた➢ 夕食にかけられる予算としては「2,000～3,000円」がボリュームゾーンとなっており、予算に関して地域内・外での大きな差は見られなかった
その他ご意見・ご感想	<ul style="list-style-type: none">➢ (一部抜粋・サマリ) 地場の食材が食べられる点が良い、デザートやお酒などの選択肢がもう少し広いと良い、宿泊施設と飲食施設間の送迎やテイクアウト対応があればなお良い、営業時間がもう少し長いと良い、営業場所や駐車場が分かりづらい、一人旅にとっては利用しやすく便利であった、等

回答者の年代以外に海外の利用者特有の傾向は見られず、国内外問わず大変好評で合った様子が伺えます

利用者アンケート集計結果 (3/3)

観点	調査結果
回答者属性 (英語版)	<ul style="list-style-type: none">➤ 男女の割合に大きな差はなく、国内と異なり20～30代がメインとなっており、ヨーロッパからの旅行者が多い状況であった➤ アンケート回答者は全員が今回初めて吉野への来訪であり、ネットで情報を得て訪れた方が最も多い状況であった
イベントの満足度 再来意向度について	<ul style="list-style-type: none">➤ 全ての項目において「大変満足」と答える方がほとんどの状況であり、大変好評であった様子が伺える➤ 「ぜひ利用したい～どちらかという利用したい」と答える方が多い状況
泊食分離に 対する感想	<ul style="list-style-type: none">➤ 得られた回答の中では「宿泊先とはタイプの異なるメニューを食べられるため有り難い」と答える方が最も多い状況
今後求めるジャンルと 夕食にかけられる予算	<ul style="list-style-type: none">➤ 海外旅行者においても求めるジャンルとしては「和食」の回答が最も多く、かけられる予算は「2,000円～3000円」の回答が多い結果となった
その他 ご意見・ご感想	<ul style="list-style-type: none">➤ (サマリ) 地元の食材を味わえる点が良い、地酒の選択肢があると嬉しく購入までできるとなお良い、宿以外での食事の選択肢があるのはありがたい、もっと遅くまで開いていければなお良い、等

4. プロモーションの概要及び結果・分析

国内観光客、インバウンド観光客それぞれに向けて施策を展開、旅マエ・旅ナカ両者において実証事業の周知を実施しました

実施プロモーションの全体像



- 旅ナカ施策は販促チラシを活用した吉野町内宿泊・飲食施設での周知を主軸に実施、観光客のみならず地域住民への事業周知にも寄与した
- 旅マエ施策は国内観光客に向けたヒトサラムAGAZINE、インバウンド観光客に向けたSAVOR JAPANでの発信を主軸に発信を行った結果、目標PV数を上回る形で着地、多くの観光客の目に触れる機会を創出した
- 各種SNS展開では上記媒体公式SNSを中心として日本語・外国語での発信を行い、観光客とのさらなる接点強化に寄与した

全施策総PV数：31,433

吉野町を訪れた観光客への旅ナカにおける周知、地元住民への周知施策としてチラシの設置・配布を実施しました

実施プロモーションの詳細 (1/4)

1 販促チラシ

実施の狙い

宿泊施設や昼間利用飲食店等にて利用客への配布を中心として使用、観光客への「旅ナカ」での利用促進、地元住民への周知、口コミでの伝搬効果を狙う

掲載内容 (右図参照)

- 開催期間やアクセス等の基本情報
- メニューを視覚的に伝える写真の一覧、およびリーズナブルな価格設定での提供をアピール
- トップシェフ監修による限定感の訴求

主な配布先

- 吉野町内の宿泊・観光施設での設置・配布
- 観光協会等関連施設での設置・配布

※宿泊施設においては、素泊まり客を中心にチェックイン時等に本チラシを元に夕食として本店舗を紹介いただくなどのプロモーションを実施

奈良・吉野の味覚を愉しむ、夜だけのお食事処

宵の膳 吉野山
Yoshinoyama

2025年 11/1(土) - 11/30(日)
[17:00 ~ 20:00] (L.O.19:30)

期間限定オープン!

奈良 ヤマトボーク 吉野の和風カレーライス...1,800円
奈良 大和肉鳥 吉野のバターチキンカレーライス...1,800円
奈良 大和肉鳥 吉野の味噌から揚げ...2,500円
奈良 大和肉鳥 吉野の鶏味噌漬け南蛮葛うどん...2,500円
奈良 ヤマトボーク 吉野の豆腐とたっぷりきのこのチヂミ...2,000円
吉野の田舎あげと季節野菜の炊き合わせ 吉野葛あんかけ...2,000円
シェフの気まぐれ 奈良・吉野の名物5品盛り合わせ...1,500円

※表示価格は全て税込

「奈良吉野山」食のポップアップイベント

宵の膳 吉野山

期間：11月1日(土)～30日(日)
営業時間：17時～20時(19時30分 L.O.)
定休日：火・水
会場：MUJI room SAKAMOTOYA
場所：奈良県吉野郡吉野町吉野山952
電話番号：0746-32-3051
※ご予約なしでご来店いただけます
※ご予約の場合は前日まで、営業時間中にお問い合わせください

【お車でお越しの場合】
大阪駅より約1時間30分、
京都駅より約2時間(有料道路を経由)
【公共交通機関でお越しの場合】
吉野山ロープウェイ「吉野山」駅より徒歩20分

日本橋ゆかり
三代目・野永喜三夫 監修

老舗名門店の三代目主人、「料理の鉄人 JAPAN CUP 2002」で総合優勝。2025年大阪万博で日本代表として伝統食文化を披露。テレビや YouTube などを通じて和食を世界に発信し、幅広く活躍。

MAP
吉野山ロープウェイ
吉野山駅
吉永神社
金峯山寺
勝手神社
近鉄吉野線「吉野」駅より車で15分
※駐車場は宮保駐車場(無料)をご利用ください。

本企画は、宿泊客における業務効率化および地域経済の活性化を目的とした、近畿運輸局の「泊食分離による宿泊業の生産性向上事業」の一環として実施しています。

国内観光客に向けて、グルメメディア「ヒトサラMAGAZINE」を活用し、旅ナカのみならず旅マエにおける実証事業の周知を行いました

実施プロモーションの詳細 (2/4)

2

ヒトサラMAGAZINE

実施の狙い

日本有数のグルメメディアであるヒトサラMAGAZINEにおいて、日本国内の観光客への周知を実施
旅ナカでの飲食店検索時はもちろん、旅マエにおけるアプローチとしても機能させ、旅行先の選択肢として吉野町が候補にあがることも狙いとしました

実施内容

- ▶ ヒトサラMAGAZINEへの記事掲載 (5000PV保証)
- ▶ 上記をランディングページとした広告配信

実施の成果

PV数：9,046
(10月22日～11月30日)

The screenshot shows a multi-column article on the HitoSara Magazine website. The main headline is '旅マエに「ヒトサラ」が活躍! 旅マエに「ヒトサラ」が活躍! 旅マエに「ヒトサラ」が活躍!'. The article features several images: a chef in a white uniform, a traditional Japanese building, a scenic view of cherry blossoms, and various dishes including 'Hitosara' (a bowl of rice with soup and toppings) and 'Yoshino' (a scenic view of cherry blossoms). The text describes the restaurant's location in Yoshino, Nara, and highlights its traditional Japanese cuisine. The article also includes a 'この記事をシェアする' (Share this article) section with social media icons for LINE and X, and a 'この記事に関連するエリア・タグ' (Related areas and tags) section.

<https://magazine.hitosara.com/article/4816/>

インバウンド観光客へのリーチが可能な「SAVOR JAPAN」を通して、 実証事業の周知はもちろん、吉野町の魅力を認知してもらう機会とすることを狙いました

実施プロモーションの詳細 (3/4)

3 SAVOR JAPAN

実施の狙い

ヒトサマMAGAZINEの海外版的立ち位置であるSAVOR JAPANにおいて、インバウンド観光客の周知を実施
吉野町来訪時の食事先の候補として表示させることはもちろん、まだ吉野町を知らない海外観光客への認知を広げる機会とすることを狙う

実施内容

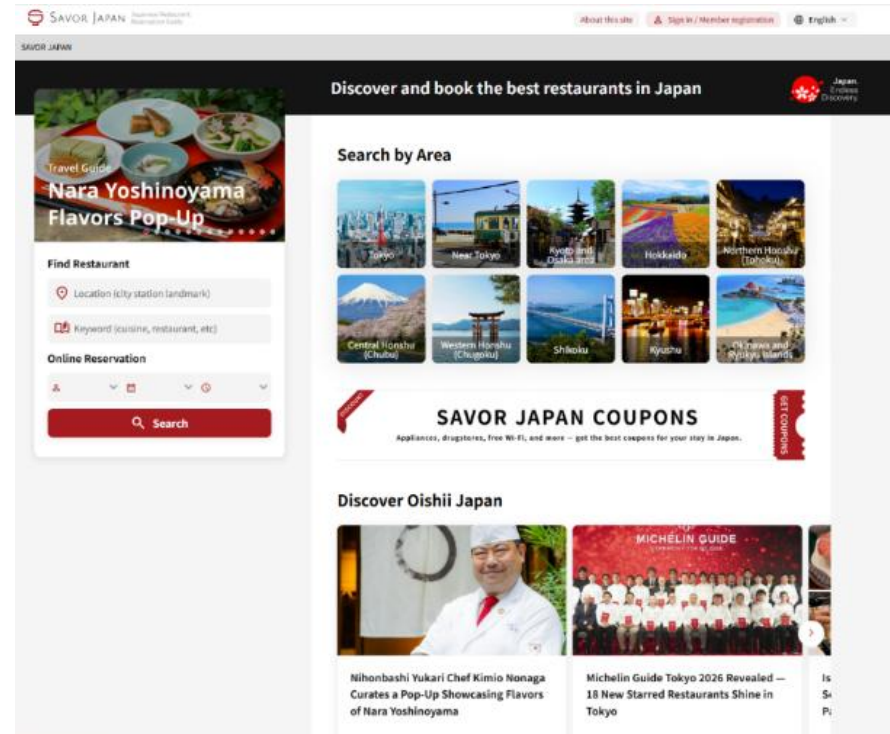
- SAVOR JAPANへの記事掲載（計10,000PV保証）
※ヒトサマMAGAZINE記事を4言語翻訳
- 上記をランディングページとした広告配信

実施の成果

PV数：15,885
（10月22日～11月30日）

【内訳】

- ・英語：4,425
- ・繁体字：2,605
- ・簡体字：6,194
- ・韓国語：2,661



●英語

<https://savorjapan.com/contents/discover-oishii-japan/nara-yoshino-pop-up-menu-chef-nonaga-nihonbashi-yukari>

●繁体字

<https://tw.savorjapan.com/contents/discover-oishii-japan/nara-yoshino-pop-up-menu-chef-nonaga-nihonbashi-yukari>

●簡体字

<https://cn.savorjapan.com/contents/discover-oishii-japan/nara-yoshino-pop-up-menu-chef-nonaga-nihonbashi-yukari>

●韓国語

<https://kr.savorjapan.com/contents/discover-oishii-japan/nara-yoshino-pop-up-menu-chef-nonaga-nihonbashi-yukari>

国内およびインバウンド観光客とのさらなる接点強化のため、ヒトサラMAGAZINE、SAVOR JAPAN SNSを中心に各種SNSでの発信を実施しました

実施プロモーションの詳細 (4/4)

4

各種SNS・HPでの発信

国内およびインバウンド観光客との接点強化のため、各種SNS・HPでの発信を実施

実施内容

- ヒトサラMAGAZINE SNS (Instagram、X、FaceBook)
- SAVOR JAPAN SNS (Instagram、X、FaceBook)
- GoogleMapビジネスプロフィールの作成
- 監修シェフ (野永氏) Instagram
- 運輸局、地元事業者HP
- 吉野町、地元事業者SNS

●ヒトサラMAGAZINE 公式FB



PV : 832

●ヒトサラMAGAZINE 公式X



PV : 1100

掲載イメージ (一部抜粋)

1. 【11月限定】奈良県吉野町で泊食分離の新しい体験を。
奈良・吉野山の歴史を堪能できる食のポップアップイベントを期間限定で開催中です！

お楽しみメニューは、食の歴史を学ぶことを目的とし、地元産品を堪能しています。
このほか、その一環として奈良県吉野町の歴史を学ぶため、11月限定で有名なシェフの監修による特別な食を体験する取り組みを実施しています。



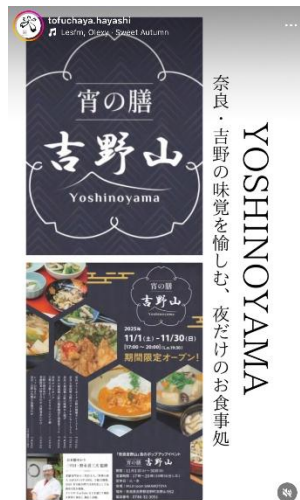
宿泊の穴はあちこち、日帰り旅行の方も、歴史が楽しく食べられる吉野山で特別なひとときをお楽しみください！

●近畿運輸局 公式note



期間：令和7年11月1日(土)～30日(日)
営業時間：17:00～20:00 (19:30 L.O.)
定休日：火・水
会場：MJR room SAKAMOTOYA
場所：奈良県吉野郡吉野町吉野山562
電話番号：0746-32-3051
※ご予約なしでも来店いただけます。
※ご予約の場合は前日まで、営業時間中にお願いたします。

●地元事業者 IG (フィード)



●ヒトサラMAGAZINE 公式IG (ストーリーズ)



PV : 1521

●GoogleMap ビジネスプロフィール



●全体閲覧人数 231
●インタラクション※ : 59

※インタラクションとは、店への電話、ルート検索、ウェブサイトクリック等のアクションを指す

※PV数は店舗運営期間における数値

④ 地域活性化策の検討（事例調査）

1. 調査の概要

下記の選定基準をもとに、調査対象として相差町、和倉温泉、湯田中温泉の3つをピックアップしました

調査における前提整理

- 当初早朝夜間のコンテンツの企画を想定していたが、地域のまとまりや機運が高まり切っておらず、事例紹介で他の地域の好事例を紹介しつつ機運醸成を図った方が今後の協力体制につながりやすいと判断されたため、運輸局と相談の上類似調査を実施することとした。

吉野町が抱える課題

桜、吉野山や金峯山寺、吉水神社といったネームバリューの強い観光資源を有し、春・秋を中心に安定した観光客を獲得している。一方で、年間を通じた需要創出に改善の余地があり、閑散期には営業を行っていない店舗や宿が目立つ状況。また、人手や町内の2次交通が不足しており、うまく周遊を促せていない点が課題視されている。

選定基準

- ✓ 観光資源に恵まれている地域であること（ビジネス利用ではなくあくまで観光目的の利用者が多い地域であること）
- ✓ 交通アクセスの選択肢が限定されている地域であること（特に夜間のエリア内での交通手段が少ない地域）
- ✓ 人口減に伴い、観光事業の規模が縮小しつつある地域であること

調査対象

エリア	三重県 鳥羽市相差町	石川県 和倉温泉	長野県 湯田中温泉
特徴	町内の宿泊施設のほとんどが家族経営の民宿であり、最寄駅から車で20分とアクセス面での課題が大きい。実証事業の内容を含め、吉野町と最も近い状況の自治体として選定。	旅館・飲食店各10軒以上に協力を仰ぎ、町全体として泊食分離を推進した事例として選定。観光施設が市内に点在している点も吉野町と類似。	ハード面の整備に注力した観光業の活性化・泊食分離の推進事例として選定。アクセスが良いため日帰り客が多い点が吉野町の課題感と一致。

2. 調査結果

三重県相差町では泊食分離の実証事業として、コロナ禍に期間限定でセントラルダイニングをオープンしました

三重県鳥羽市相差町

基本情報

人口・面積	1,056人（2025年3月末時点）・107km ²
宿泊者数	207,098人（2020年） 182,825人（2021年） 245,824人（2022年） ※2023年以降は公表されていません
うちインパウンド 宿泊者数	29人（2020年） 30人（2021年） 326人（2022年） ※2023年以降は公表されていません
表彰等取得履歴	<ul style="list-style-type: none">ミシュラングリーンガイド星一つ「鳥羽・志摩の海女漁の技術」が国の重要無形民族文化財に指定「海女（Ama）に出逢えるまち 鳥羽志摩～素潜り漁に生きる女性たち」で日本遺産に認定
主要な 観光資源	<ul style="list-style-type: none">海女文化神明神社春雨展望台
目指す姿・ ビジョン	日本一現役海女が多いまち、色濃く残る海女文化を体感できるまち



相差海女文化資料館



春雨展望台



神明神社（石神さん）

取組内容サマリ

取組の背景

- 相差地域内の宿泊施設は**家族経営の民宿が中心**であり、新鮮な魚介類を一泊二食付きで提供する宿泊プランが主流である
- かつては100軒ほどあった宿泊施設が経営者の高齢化や後継者不在の影響を受け、近年では50軒程度にまで減少。地域全体として海女・従業員の高齢化による観光業の衰退を問題視していた
- 町内に夕食を取れる施設が不足しているため、**民宿の調理担当が不在の場合に料理を提供することができず宿泊客が受け入れられなくなる**という現状を打破するべく、泊食分離推進の検討が開始された

実施時期

2020年12月14日～2021年3月13日
※三重県事業の一部として実施

取組内容

- ①**セントラルダイニングの構築・運営**
夕食提供施設としてセントラルダイニングを整備。食が強みの宿泊施設については宿泊は別の宿で、夕食のみを提供するプランを販売
- ②**共同バスと周遊バスの運行**
地域共同交通の実証実験では、鳥羽駅と相差地域をつなぐ共同バスと、宿泊施設とセントラルダイニングを行き来する周遊バスの2系統を運行

取組主体

地域経済活性化支援機構（REVIC）の支援を受け、鳥羽商工会議所が運営支援する相差DMO（一般社団法人相差海女文化運営協議会）の下部組織（OMI）が実施主体

期間限定で飲食店を1店舗営業するという点で吉野町での実証事業と共通していますが、メニューや金額設定には大きな相違がありました

事業のポイント

ターゲット・コンセプト設定

① 営業時間

- 営業時間は**17:30～21:30**と一般的な旅館の夕食提供時間よりも長めに設定
- 旅行者の観光プランに合わせた時間に夕食を取ることが可能

② メニュー

- 宿泊施設での夕食と差別化を図るため、相違町内の宿泊施設では提供していない**フレンチコース**で提供（1種類）
- 相違町では**海鮮をメインとした和会席料理**の提供が主流

③ 金額設定

- コースの金額は**12,000円**とエリア内でも高額な設定
- 民宿の高齢化により、漁に出られなくなり食材の調達が難しくなった場合のことを考慮した原価計算と付加価値を検討

実証事業概要



オウサツダイニング・前の浜
(海女小屋 相違かまど 前の浜)

営業日 火～土
営業時間 17:30～21:30
完全予約制

提供メニュー ジャンル カジュアルフレンチ



宿泊施設「刻（トキ）」総料理長監修フレンチメニュー
メインシェフ 辻調理師学校 山本浩氏

基本料理価格 12,000円税抜き
伊勢海老・松茸牛・あわび・地元魚介類を使ったカジュアルフレンチ

MENU
お茶
アミューズ4種
お母の会 カルパッチョ
とほこしゅう
スープ
アイヤベース 伊勢海老
お母の会 ロースト
お母の会 天婦羅 フォーエウアラ
お母の会
AMAリゾット 照り焼き
デザート
とこあふん きなこ



詳細・予約はこちらへ <https://osatsu.org/miepj2020/>
一般社団法人 相違海女文化運営協議会 ℡0599-33-7453



一般社団法人 相違海女文化運営協議会 相違未来委員会 (相違DMO OMI) 2020三重県プロジェクト

ポイント

- ✓ 近隣の夕食を提供する宿泊施設と集客ターゲットが完全に被らないようメニュー・価格帯等を設計し、名物である和を基本とした海鮮料理ではなくフランス料理をコースで提供
- ✓ コース料金は12,000円と高額だったが評判は上々、**地域住民や連泊客の新たなニーズ創出**につながった

実証事業の一環として宿泊施設の負担を軽減させる2系統のバスの運行を行いました

事業のポイント

交通アクセス難への対策

- 相模町は最寄の鳥羽駅から車で20分の距離にあるため、各施設がマイクロバス等で駅から宿泊施設への送迎を実施しており、駅への送迎が少なからず宿泊施設の負担になっていた
- 相模町内には観光施設が点在しており、夜間はタクシーの台数も少なく宿泊施設からの外出が困難であった

①バスを利用した二次交通対策

- 鳥羽駅～相模への輸送を担う「相模共同バスAMAグループ」、宿泊施設～セントラルダイニングの輸送を担う「相模周遊バスええやんCAR」を運行
相模共同バスAMAグループ：運行時間：7:00 - 17:00、乗降スポット3か所、定時運行
相模周遊バスええやんCAR：運行時間：17:00 - 23:00、乗降スポット11か所、オンデマンド運行
- 利用登録・配車予約が必要なものの、両者ともに観光客と地域住民が**無償で利用することが可能**

実証事業で実際に使用したバス



②AIによる運行ルートの決定

- NTTドコモの「AI運行バス」サービスを活用し、リアルタイムで発生する「乗降リクエスト」をAIが効率よく組み合わせて配車や運行ルートを決定
- 利用者の待ち時間を短縮し、無駄な配車を削減することにも成功

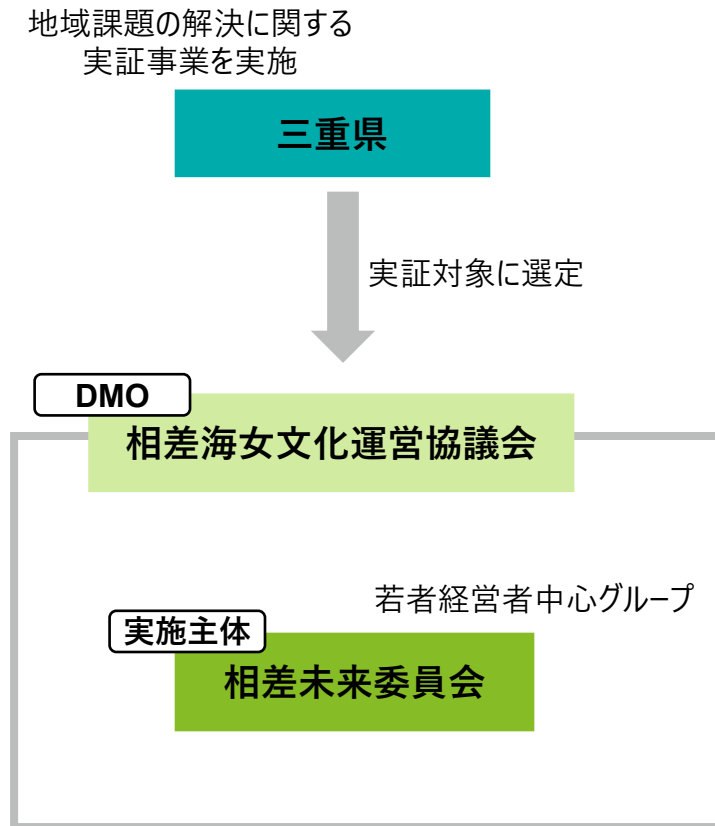
ポイント

- ✓ DMOが主体となって交通面のサポートを行い、従来から課題であった宿泊施設の送迎負担を大幅に軽減
- ✓ レストラン利用のハードルとなる利用者の移動手段を確保、**周遊性を担保することでレストラン外の立ち寄りにも貢献**
- ✓ 観光客だけでなく地域住民も利用可能な交通手段であり、地域住民の交通便の向上にも貢献、**地域住民・事業者にもメリットを与えることで泊食分離に対するイメージを前向きなものにすることに成功**

相模町の実証事業の実施主体となったのはDMO内での若手経営者を中心としたグループでした

三重県鳥羽市相模町

(参考)実証事業の経緯



【相模未来委員会構成員の声】

将来のことは若い人たちが考えて行動しなければ、
相模町の未来は切り開けない

地元に残りたい人たちが残れる町にしていかなないと、10年後、20年後、自分たちが高齢者になったときにこの町に住めなくなってしまうのではないかと

地元に残りたい人たちがや地元に戻ってきたい人たちを受け入れるには、観光産業を事業継続できる仕組み作りが必要

※インタビューより引用

和倉温泉では各10軒以上の宿泊施設・飲食事業者を巻き込み、町全体で泊食分離の推進を試みました

石川県七尾市和倉町/和倉温泉

基本情報

人口・面積	2,504人（2025年11月1日時点）・ 318.26km ²
観光入込客数 （国内+イパウト）	803,295人（2019年） 467,780人（2020年） 363,042人（2021年） 558,970人（2022年） 626,956人（2023年）
表彰等取得履歴	・「プロが選ぶ日本のホテル・旅館」36年連続総合日本1位（加賀屋）
主要な 観光資源	・ 和倉温泉 ・ 能登島ガラス美術館 ・ 七尾祇園祭

取組内容

取組の 背景・経緯

- 開湯1200年の歴史を持ち、地域内の宿泊施設のほとんどが自家源泉を持つ温泉旅館である
- 滞在中の食事はすべて施設内で提供する温泉旅館らしい傾向が強かったが、お客様の嗜好の多様化や働き方改革を受け、かつてのようにお客様のスタイルに合わせたサービスが困難になった
- 一方で、飲食店側では若手料理人を中心に能登の産物を美味しく提供したいという志向の飲食店が増加していた
- 和倉温泉全体としてより良いサービスを提供し地域の活性化を図るため、自施設での食事提供に拘るのではなく地域の飲食店と協力・連携し泊食分離を推進することを決意した

実施時期

2020年11月～2021年1月

取組内容

「まち食STAY」
11軒の旅館と13軒の飲食店と連携し、各旅館の宿泊プランに「まち食」を組み込み、宿泊客は好みや気分に合わせて店を選ぶことを可能にする取組を実施。旅館から飲食店への移動はタクシーで送迎し、タクシー代も宿泊料金に含んだ状態でプランを販売した

取組主体

一般社団法人「ななお・なかのとDMO」が主体となり、和倉温泉の旅館協同組合や観光協会、七尾街づくりセンターが協力



和倉温泉総湯



能登島ガラス美術館



七尾祇園祭



七尾祇園祭



七福神福福めぐり

パッケージ化したプランを事前予約にて販売することにより、利用者へ料金・提供内容を明確化すること、事業者の人員負担を軽減することに成功しています

事業のポイント

パッケージ化による販売戦略

料金・提供内容の明確化

- 宿泊代金 + 夕食料 + 宿泊施設～飲食店への往復タクシー代をパッケージ化してOTAで販売
- 選択する飲食店に応じて3つのプランを用意しそれぞれに販売価格を値段を設定（追加注文やドリンクについては当日現地で決済が必要）

交通面の課題のクリア

- 宿泊施設～飲食店への移動手段として地元タクシー会社と連携、料金をパッケージに組み込むことで夕食を外で取ることによる出費は発生せず利用者にも受け入れられやすい環境を創出
- タクシーの配車については、往路は宿泊施設、復路は飲食店にて手配することで利用者にとっての負担感を軽減



ポイント

- ✓ OTAで予約時にお店を選択するため、**飲食店側は来客数の予測を立てることが可能**
無駄な人員配置を防ぐことができ、宿泊施設だけでなく飲食店側のコストを削減できる点はパッケージ化のメリットと言える
- ✓ 宿泊施設～飲食店の往復タクシー代がパッケージに組み込まれており、**徒歩圏外の飲食店も気軽に利用することが可能**
これにより、限定された地域に留まらない町全体での観光業の活性化を実現

同じプランでも普段提供している夕食の単価にはばらつきがありますが、飲食店側はあえて普段よりも高額なメニューを用意し提供することで単価の向上を図ることができます

事業のポイント

パッケージ化による販売戦略

【参考】各プランの参加飲食店と参考価格帯

プラン	店名	ジャンル	参考単価
プレミアム	一本杉 川嶋	和食	20,000～30,000円
	villa della pace	イタリアン	30,000～40,000円
デラックス	レストランプロッサム	フレンチ	6,000～8,000円
	松乃鮨	鮨	3,000～3,999円
	旬彩旬魚あぐら	和食	4,000～6,000円
	信寿し	鮨	10,000～14,999円
	能登牛焼肉ひでくら	焼肉	4,000～5,000円
バリュー	福ちゃん	居酒屋	4,000～5,000円
	浜焼き能登風土	和食	2,000～3,000円
	炭火焼肉金むら	焼肉	7,000～8,000円
	まいもん処いしり亭	牡蠣	夕食に関する口コミがなく不明
	Epice	イタリアン	2,000～3,000円
	やきとり 鶏とまつば	焼鳥	4,000～5,000円



※食ベログ記載の単価、夕食の口コミの単価を記載

和倉温泉を中心としながらも広域で連携事業者を募り、利用者・宿泊事業者・飲食店3社それぞれにとってメリットのある設計となっている点がポイントです

事業のポイント

飲食事業者との広域な連携

- 計13の飲食店と連携、各飲食店が自身の無理のない範囲で本事業で提供できるコースを1種設定し、3つのプランに当てはめることで負担なく参加が可能となった
- 徒歩圏外の飲食店とも連携できたことで、和倉温泉エリアに留まらない地域の活性化を実現

【参考】

地域への来訪を盛り上げる夜間イベントも開催、プランの利用促進に寄与した



ポイント

- ✓ 和倉温泉を中心としながらもDMOを推進主体となりながら**広域で参加飲食店を募ることで、宿泊者側の気分に合わせて食事を選ぶ楽しさ**を提供
- ✓ ワンパターンではない食事を楽しむことができ連泊率の向上にも貢献、**地域全体の魅力発見の機会創出にもつながった**
- ✓ 飲食店はあくまで通常営業を行う中で本事業によりプラスの収益、新たな層の顧客獲得が叶い、宿泊事業者の生産性向上だけでなく飲食店にも**メリットのある設計**とした

飲食店はコースごとに提供内容・サービスを詳細に紹介することで購買意欲向上につなげ、宿泊施設の紹介は一覧での紹介+OTAへのリンクとし、予約を促進します

事業のポイント

飲食事業者との広域な連携

【参考】各飲食店の紹介

生まれ育った地産の原産品に思いを馳せる
一本杉 川嶋

おまかせコース
沢野ごぼうのくずし煮と熟成タニエの刺身
八寸
限定宇治抹茶アイス、京ルネージュ、赤りん、土佐産ジュレで【コース一振】
ご注文開始時間：18:30

所在地：石川県七尾市一本杉32-1
ご予約可能人数：最大16名様
定休日：不定休
お店からのお知らせ：
※10歳未満のお子様をお連れの際は、個室での受付内等、特別な配慮をお願いしております。場合によってはご予約をお断りする場合がございます。
※アレルギー、アレルギーのあるお客様は、事前にお申し出ください。当日ですと食材変更のご対応ができません。場合によってはご予約をお断りする場合がございます。

店主の
川嶋 孝さん

地元の昆布でとった出汁にこだわり。素材の持ち味を最大限に引き出すよう、シンプルな料理を心がけています。

職長の言葉が響く「一本杉通り」。地元の料理で料理長を継ぐ父と母のこの誇りを「食」で受けたいという川嶋さんの思い。京華や大塚で経験を積んだ後、地元七尾に帰郷。2020年7月に飲食店の営業を再開しました。
飲食士を駆け回って食材を調べるという川嶋さん。途中では焼いた雲山豆腐の無臭臭を体験した八寸など、その料理は季節感と情緒に満ち溢れています。人と人とのつながりを大事にしたいという思いから、食材はもちろん、調味料や器なども地元産にこだわります。それらを職人技によって美しく昇華させていくライブ感も、このお店の魅力です。

【参考】宿泊施設紹介ページ

多田屋

ゆけむりの宿 美津荘

日本の宿のと楽

ホテル海望

味な宿 宝仙閣

大正ロマンの宿 渡月庵

宿守屋寿庵

きまま、旅館ライブ 虹と海

加賀屋姉妹館 あえの風

加賀屋別邸 松乃巻

加賀屋

参照：まち食STAY HP (<https://stays.wakura.or.jp/>)

湯田中温泉は特別目的会社を介し、使用されていない既存物件のハード整備を行い、町全体の再生を目指しています

長野県山ノ内町湯田中渋温泉郷／湯田中温泉

基本情報

人口・面積	913人（2025年11月30日時点）・310km ²
観光入込客数	1,131,000人（2019年） 906,000人（2022年）1,004,500人（2023年）1,128,300人（2024年）
主要な観光資源	<ul style="list-style-type: none"> 果樹農園 スノーモンキー 竜王スキーパーク
インバウンドの上位3か国 ※山ノ内町	<ul style="list-style-type: none"> オーストラリア アメリカ 香港



りんご農園



スノーモンキー



竜王スキーパーク

取組内容

取組の背景

- スノーモンキーを目当てに多くの外国人が訪問する日本有数の温泉地
- 一方で、アクセスの良さが仇となり山ノ内町で宿泊せずに日帰りや他地域で宿泊する人が多く、宿泊者数が伸び悩んでいた
- 宿泊者数の低迷や人手不足・高齢化に伴い、廃業したものの取り壊しもされず建物だけが残っている宿泊施設が数多く存在
- 人手不足が深刻化する中でも、主に外国人客の長期宿泊と地域周遊を促すため、温泉街「かえで通り」内の物件をリノベーションして泊食分離を推進することになった

実施時期

2015年8月～現在

取組内容

空き物件のリノベーションによる町全体の再生

まちづくり会社としてのSPC特別目的会社が地域金融機関等と連携して資金調達を行い、不動産の改修や管理（賃貸等）を行うスキームを構築。かつて商店や旅館だった建物を、オーナーから賃借あるいは買い取って改装した。改装した建物は地域の若者や事業者に賃貸し、素泊まり型ホテルや夜遅くまで飲食できるビアバー・レストランとして活用
他にも営業を断念した旅館を調理場などオーナーの居住用部分を除き、客室部分を改装して新たな旅館として再オープンした

取組主体

長野県内の金融機関、政府系ファンド「地域経済活性化支援機構 (REVIC)」が共同で、観光産業の発展に向けた取り組みの支援を行う「ALL信州観光活性化ファンド」を設立して観光施策を実施
まちの再生を担う観光まちづくり会社「WAKUWAKUやまのうち」が主体となって取組を実施

湯田中温泉では地域活性化のため、まちづくりを推進するための会社とファンドを設立しています

事業のポイント

①地域活性化を目的とした会社の発足経緯

- ✓ 県内の観光産業活性化に向けて調査を行っていた地元の八十二銀行が地域と連携して観光振興へ取り組むことを参加者に提言。地元の事業者ら約10名の有志が集結し、まちの観光活性化に関する検討会が開かれるようになった
- ✓ 検討の過程でまちづくりを推進する組織として「合同会社WAKUWAKUやまのうち」が誕生。設立時のメンバーは地域の旅館や不動産会社勤務が多く、本業を抱えているためまちづくりに専念することが困難だった
- ✓ そこで、八十二銀行では地域経済活性化支援機構（REVIC）に支援を打診。REVIC初となる、観光を軸とした地域金融機関との連携協定を締結
- ✓ 協定締結後、八十二銀行とREVICは長野県に本店を有するすべての地域金融機関と「ALL信州観光活性化ファンド」を設立
- ✓ 観光まちづくりのモデルの実現に向け、ファンドを通じ、資金提供及び専門家によるハンズオン支援を提供する体制を整備

②ハード整備と運営の分業

- ✓ 所有と運営を分離したことで連鎖倒産を回避するだけでなく、新規事業者参入のハードルを下げること成功
- ✓ 改修した施設の中には外部の新規事業者に賃貸して運営を任せている施設もある

【改修前】青果店



【改修後】ビアバー・レストラン



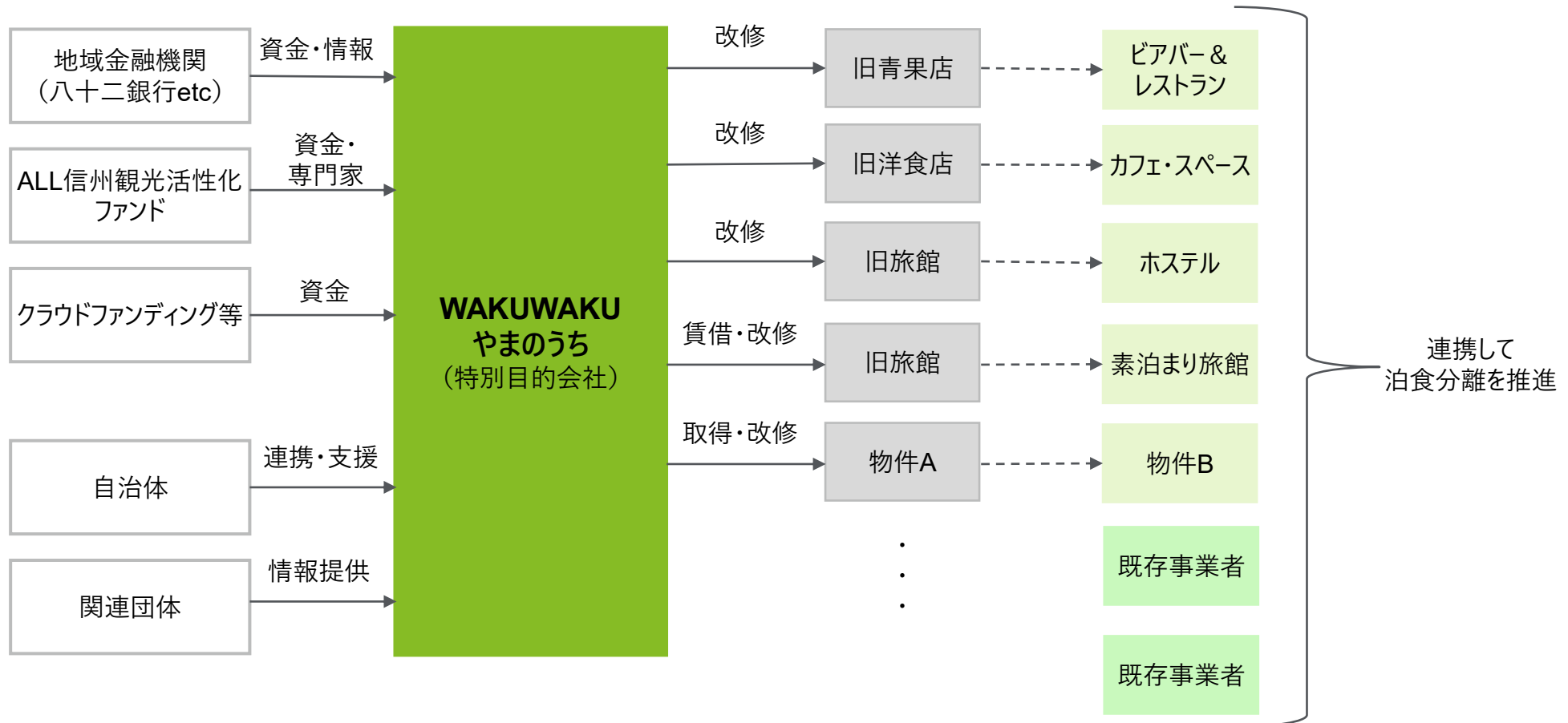
ポイント

- ✓ 行政やDMOではなく地域の金融機関が主体となり、金融機関同士の連携・ファンドの設立により安定した資金繰りのスキームを構築することに成功
- ✓ 使用されていない施設を泊食分離による宿泊・飲食提供に適した施設に再生し、活用することで街づくりに貢献
ハード面の環境整備を軸として、泊食分離を推進し、既存顧客の長期滞在、観光消費額のUPを実現した
- ✓ 一方で、地域の既存事業者からは一部反対の声もあった様子。まずは地域事業者の賛同を得ることが重要

WAKUWAKUやまのうちは地域の金融機関やファンドから幅広く資金を募り、各施設の改修を行っています

事業のポイント

不動産運営を軸としたスキームの設計



調査した3事例の中では、相模町の背景や取組内容が最も吉野町の現状に類似していると考えています

調査のまとめ

調査対象

エリア	三重県 鳥羽市相模町	石川県 和倉温泉	長野県 湯田中温泉
特徴	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 町内の宿泊施設のほとんどが家族経営の民宿であり、最寄駅から車で20分とアクセス面での課題が大きい ➤ 実証事業の内容を含め、吉野町と最も状況が近い自治体として選定 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 旅館・飲食店各10軒以上に協力を仰ぎ、町全体として泊食分離を推進した事例として選定 ➤ 観光施設が市内に点在している点も吉野町と類似 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ ハード面の整備に注力した観光業の活性化・泊食分離の推進事例として選定 ➤ アクセスが良かったため日帰り客が多い点が吉野町の課題感と一致
取組パターン	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 既存の飲食店を活用し夜営業の店を1店舗のみ期間限定でオープン、周辺飲食店と協力し周遊を促進 ✓ 駅～宿泊施設、宿泊施設～飲食店間でバスを運行 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 計13店舗の地域内飲食店と広域で連携し夜の周遊を促進 ✓ 宿泊代金＋食事代＋タクシー代でパッケージ化して販売 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 空き物件を泊食分離の形態に適した宿泊・飲食施設へリノベーションし夜の周遊を促進 ✓ 事業者は地域内の若手をメインに募集

(ご参考)熊本県黒川温泉

- 人手不足が原因で夕食を提供できない旅館が多数存在。旅館の負担を軽減した上で集客を確保するために泊食分離の推進を決意
- 複数の飲食店を一箇所に集めたレストラン街「Au Kurokawa」をオープン。2025年12月時点では計8棟のスペースのうち3棟が開業済み
- 事業ではあくまで**飲食店として活用できる”場所”のみを提供しており、出店希望者は地域内外を問わず公募で募集**とした

⑤ 宿泊施設や地元飲食店に対する事後調査

1. 調査の概要

事後調査は12月5日～12月18日にて、事前調査同様にWEBと紙媒体を通じて実施しました

アンケート調査の概要

目的	泊食分離の推進にあたり、地元関係者の関心度・実施ニーズの変化を測る
調査手法	吉野町内の宿泊事業者、飲食事業者へのアンケート調査 ※WEBを中心として質問票も用意
調査対象	①吉野町内の宿泊事業者（計16問） ②吉野町内の飲食事業者（計15問）
期間	2025/12/5～2025/12/18
回収数	宿泊事業者：15件（山上事業者8件、山下事業者7件） 飲食事業者：10件（山上事業者9件、匿名1件） 計25件

事後調査では、実証事業を経た泊食分離に対する意向の変遷と、泊食分離を推進することになった場合に必要となる支援の具体的な内容を確認しました

質問一覧

宿泊施設・飲食店共通	宿泊施設のみ	飲食施設のみ
施設名、回答者情報	実証事業中の宿泊客の反応	連携する宿泊施設に求めるサポート
実証事業の認知度	連携する飲食店に求めるサポート	飲食店側が提供できるサポート
吉野町における泊食分離推進の賛否	宿泊施設側が提供できるサポート	夜営業を行う場合のイメージ (営業時間、従業員数、単価)
実証事業中の自施設への影響		
サービス提供にあたり抱えている課題		
泊食分離推進に対する意向		
泊食分離に期待できる点		
泊食分離に懸念する点		
行政やDMOに求める支援		

事後アンケートはExcelとforms、郵送の3パターンで事業者へ発出を行いました

調査票イメージ

【Excel版調査票】

① 泊食分離の実証事業について
11/1～11/30にSAKAMOTOYA MUJI roomのスペースをお借りし、吉野町宿泊者・観光客に夕食をお楽しみいただける場所を提供する取り組みを試験的に実施いたしました。実証期間中に300名の方にご来店いただき大変状況となりました。（詳細は添付別紙参照）
こちらのパートではそちらの実証事業についてご質問いたします。

4 期間中、実証事業が実施されていることはご存知でしたか？

当てはまるものご	選択肢
ア.	事業の存在を知っていた
イ.	事業の存在を知らなかった

5 自施設が参加するか否かは問わず、今後、今回の実証事業のような「泊食分離」の取組が継続・拡大した場合、どのように感じますか？

当てはまるものご	選択肢
ア.	非常に良いと思う
イ.	どちらかというが良いと思う
ウ.	どちらでもない
エ.	どちらかというが良いとは思わない
オ.	全く良いと思わない

6 上記で「どちらかというが良いとは思わない」「全く良いと思わない」と答えた方のみご回答ください
良いと思わない理由をお教えてください

記述式（複数回答可）

7 吉野町内に期間限定の飲食店ができたことにより、貴施設や近隣地域に何か変化はありましたか？

当てはまるものご	選択肢
ア.	変化があった
イ.	変化はなかった
ウ.	わからない

8 上記で「変化があった」と答えた方のみご回答ください
具体的にどのような変化があったか教えてください（食事できる場所が増えたことにより夜に吉野町に人通りが増えた、口コミでこのような話を聞いた、など）

記述式（複数回答可）

【forms版調査票】

吉野町 泊食分離に関するアンケート調査（宿泊事業者向け・事後）

* 必須

泊食分離の実証事業

11/1～11/30にSAKAMOTOYA MUJI roomのスペースをお借りし、非宿泊者にも夕食を提供する取り組みを試験的に実施いたしました。実証期間中に300名の方にご来店いただき大変状況となりました。（詳細は添付別紙参照）
こちらのパートではそちらの実証事業についてご質問いたします。

4. 期間中、実証事業が実施されていることはご存知でしたか？ *

- 事業の存在を知っており、宿泊客にも案内していた
- 事業の存在は知っていたが、宿泊者への案内は行っていない
- 事業の存在そのものを知らなかった

5. 期間中に貴施設に宿泊されたお客様の中で、実証事業に関心を持たれている方はいましたか？ *

- 関心を持つお客様が多く、実際に事業を利用している人もいた
- 一部関心を持っているお客様がいた
- 関心を持っているお客様はいなかった
- 実証に関する案内を行っていない

戻る

次へ

ヒアリング調査では地域事業者側と出店側に分けて設問を用意し、それぞれの立場から泊食分離推進に対する意見を伺いました

ヒアリング調査の概要

目的	泊食分離の推進にあたり、実証実験を踏まえての地元関係者の関心度・実施ニーズの変化を測る
調査手法	①泊食分離の推進にあたり影響度の高いと考えられる事業者へのヒアリング調査 ②実証事業の場を提供した事業者へのヒアリング調査 ③調理・配膳スタッフへのヒアリング調査
調査対象	①山上事業者（宿泊施設）A、B ②実証事業協力事業者 ③実証事業に参加したシェフ・ホールスタッフ
期間	2025/12月上旬に個別調整

地域内での影響力が高い宿泊事業者2件にオンラインで個別ヒアリングを行い、実証事業を踏まえた上での泊食分離推進に対する反応と見解を確認しました

地域事業者へのヒアリング内容

地域宿泊事業者ヒアリング設問
自施設の基本情報、利用者の傾向
吉野町における観光業の課題
自施設独自の課題
夜の飲食店ができることによる宿泊事業者へのメリット・デメリット
実証期間中の自施設への影響や変化
自施設における泊食分離への参加意向
実証事業に対する感想
自施設が泊食分離推進に協力できること
自施設が泊食分離に協力する際のハードル
泊食分離推進に際し飲食店・行政に求める支援
自施設が泊食分離に協力する場合に見込める効果

【調査票イメージ】

■ 11月に実施した実証事業について

本事業の一環として、11月の1か月間、実証実験として期間限定の夜の飲食店をオープンいたしました。本項目ではそちらへのご意見・ご感想をお伺いします。（実証事業の詳細は別紙をご参考ください）

問4 実証事業のように夜の飲食店が吉野町にできた場合、宿泊業を営む皆様にとってメリットだと感じられる点がありますか

回答例) 調理業務が削減され人手不足が解消できる、連泊客が増え売上が上がる など

問5 上記とは反対に、宿泊業を営む皆様にとってデメリットだと感じられる点がありますか

回答例) 素泊まり客が増えることで宿泊単価が下がる、宿の料理目当てで利用していた層が離れてしまう など

問6 実証事業の実施期間において、貴施設の客数や客層、予約プランの観点で変化があれば教えてください

回答例) 実証事業目当ての若年層の来訪が増えた、普段は夕食付プランの予約が多いが実証期間中は素泊まり客が多かった など

実証事業に協力いただいた事業者や、実証事業内で調理・配膳を担当したスタッフにもヒアリングを行い、出店する飲食店側の課題について把握することができました

実証事業協力事業者、シェフ・スタッフへのヒアリング内容

実証事業協力事業者ヒアリング設問	シェフ・スタッフヒアリング設問
宿泊利用者の反応	利用客の属性・傾向
夜の飲食店ができることによる宿泊事業者へのメリット・デメリット	来店時間・滞在時間の傾向
実証期間中の自施設への影響や変化	利用者の交通手段
自施設のスペースを間貸しする際の改善点	従業員数の妥当性
自施設における泊食分離への参加意向	店舗周辺環境について
自施設が泊食分離推進に協力できること	労働環境についての感想 (アクセス・出勤日・労働時間等)
自施設が泊食分離に協力する際のハードル	吉野町で夜に飲食店を運営するメリット・デメリット
泊食分離推進に際し飲食店・行政に求める支援	吉野町で泊食分離を推進する場合に宿泊事業者・行政に求める支援
自施設が泊食分離に協力する場合に見込める効果	吉野町で飲食店を運営する場合に必要な最低単価と原価率
	吉野町で飲食店を運営する場合に事業者が留意すべき点
	吉野町で飲食店を運営する場合に課題になりうる点

2. 調査結果および分析結果

アンケート調査サマリ報告

集計結果からは、実証事業を通して一部事業者の考えが変化している様子や、宿泊施設と飲食施設ではアプローチを変えて賛同を得ていく必要があることが見えてきました

事後調査（単純集計）サマリ

観点	調査結果	示唆
<p>実証事業の影響</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 宿泊施設・飲食店のいずれも客数や売上が縮小したというような意見は見られなかった ・ 事前調査との比較において、山上の宿泊施設では事業実施前は自施設の泊食分離参画に対して消極的な意見が多く見られたが、事業実施後は前向きな意見が増えている ・ 宿泊施設が宿泊客へ事業の案内をしたところ、好感触な反応を示す宿泊客が多かった 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 今回の実証事業にて夕食を提供する飲食店が出現したことによる、集客・売上への悪影響はほとんどなかったことが分かった ✓ 実証での実際の店舗の様子も踏まえ、山上の宿泊事業者の泊食分離に対する理解が深まったと推察される ✓ 素泊まり・朝食のみの宿泊客からの反応も上々で、近隣地域に夕食を提供する場が増えることについて宿泊客側のマイナスの影響は少ないと思料
<p>泊食分離に対する意向</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 泊食分離の推進について、宿泊施設の9割弱が肯定的であるのに対し、飲食店の賛成は6割程度に留まっている ・ 自施設の泊食分離への取組に前向きな回答を示したのは宿泊施設が7割弱、山上・下ともに後ろ向きな回答はほとんど見られなかった ・ 自施設の泊食分離への取組に前向きな回答を示した飲食店は3割程度にとどまっている ・ 事前・事後ともに地域経済が活性化することを期待する一方で、地域内で連携できる事業者が不足していることを懸念する声が多かった 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 宿泊施設については自身が担い手として泊食分離を進めることにも一定賛同を得られる状況であることが伺える、具体的な参画方法について次項も踏まえ検討を進めていく必要がある ✓ 自身が夜営業を行い取組に参画することに対して前向きな飲食店は依然として少ない状況、テイクアウトを前提とした営業体制の設計や外部からの事業者の誘致も選択肢の一つとして検討する必要がある
<p>今後求められる支援・アプローチ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 宿泊施設では、素泊まり客への案内だけでなく飲食スペースの提供やセットプランの販売など幅広く提供できる可能性があるとの回答があった ・ 宿泊施設と飲食店間の送迎サービスや、テイクアウト・出前対応など、夜間のアクセス課題を解消する支援を求める声が多くみられた 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 地域の巻き込みに関しては、まずは宿泊施設から賛同の輪を広げていくことが必要、現行客への案内をベースにセットプラン販売や営業体制の見直しまで踏み込んで協力要請の余地があると考えられる ✓ 仮に行政・DMOにて支援を行う場合、アクセス課題を解決できる支援を行うことが最も効果的と考えられる

事業者ヒアリング報告

事業者Aが運営する施設では既に独自に泊食分離を実施しており、従業員の高齢化に備え、今後素泊まりメインの宿への切り替えも検討しています

事業者ヒアリング報告 (1/6)

地域事業者 A

分類	コメント概要
吉野町全体・施設の現状について	<p>【事業者Aの現状・課題】</p> <ul style="list-style-type: none">➤ 3年前から泊食分離を開始済み。現在は朝食の提供はしているが夕食を提供しておらず、宿泊者には外に食べに行ってもらうよう案内している。要望があった場合には夕食として大女将が作った弁当を提供している➤ 素泊まり客は近隣の飲食店を自分で予約いただくか、駅の弁当や柿の葉寿司を買ってくる人が多い➤ 他の旅館は繁忙期になると2名以上でなければ宿泊できないが、当施設は年間を通して1人での宿泊が可能である➤ 事業維持としては大旦那、大女将の高齢化が心配である。いずれは朝食の提供も難しくなるかもしれないことを考慮すると、素泊まりメインの宿に切り替えていかなければならないかもしれない <p>【吉野町における観光業の課題】</p> <ul style="list-style-type: none">➤ 夏の集客が圧倒的に少ないことが課題である➤ 近年は酷暑のため夏の山歩きも推奨できず、夏のターゲットを絞れていない。秋は御開帳があるためなんとか集客を確保できているが、今後御開帳がなくなったらどうなるのか不安である
実証事業について	<p>【実証事業に対する所感】</p> <ul style="list-style-type: none">➤ 吉野ビジターズビューローや観光協会が周知していたため、実証事業の存在自体は吉野山の事業者のほとんどが知っていたのではないかと➤ 当施設から実証事業の開催会場までは徒歩で行く人がほとんどだったため、アクセス面での問題は特に感じなかった。営業時間帯も20時までと吉野町内では遅く、助かった旅行者も多い

事業者Aでは夕食の提供廃止により単価は下がったものの、その分の人件費や材料費を削減できたことで利益率にはダメージがなく、泊食分離を推進したことに満足されていました

事業者ヒアリング報告 (2/6)

地域事業者 A

分類	コメント概要
泊食分離の推進について	<p>【泊食分離推進への協力】</p> <ul style="list-style-type: none">▶ OTAで販売しているプランにも泊食分離プランとして取り入れることは可能。他にも宿泊客への案内やSNSでの告知など協力できる▶ いずれは調理スペースを貸し出すことについても検討可能だが、その場合は<u>飲食事業者との間で金銭面でのルールを明確にしておく必要がある</u>。仮に間貸しすることになったとしても施設側は極力関与せずに済むよう、<u>従業員は外から調達してもらうことが望ましい</u>▶ <u>今後当施設で夕食を提供するとなれば最低でも板前1名と仲居1~2名を雇用する必要があるのではないか</u>。通年の集客が見込めるのであれば人手も募れるかもしれないが、季節限定となるとツテを辿る以外に人手を集める方法がない
	<p>【吉野町における泊食分離の推進】</p> <ul style="list-style-type: none">▶ 送迎サービスを行っていない宿泊施設が多いため、宿泊施設から徒歩10分圏内であれば宿泊客にもすすめやすい▶ 吉野町の飲食店は17時閉店が多いが、16時頃から作業に入る店がほとんどである。<u>飲食店が1時間だけでも長く営業できるになれば、それだけでも人の流れが変わる</u>と感じる▶ <u>近隣の飲食店同士で当番制や曜日交代で順番に夜営業するのも一つの手段ではないか</u>▶ 飲食店も高齢化が進んでおり、後継者がおらず存続が難しい店も多い。今後キッチンが使用されなくなることを見越して、今からでも飲食店に泊食分離推進をアプローチしておき、シーズン外に使用可能かどうか打診すると良い▶ 夕食の提供を廃止したことにより、人件費や材料費が大幅に削減できた。総売上としてはダウンしているが、<u>トータルの利益率としてはそこまでダメージがない</u>。また、宿泊単価が下がったことで20代の宿泊客が増えた▶ <u>自施設で泊食分離を推進したことについては結果として非常に満足</u>しており、今後十分な人手と集客を確保できたとしても1泊2食付きに戻すつもりはない▶ 吉野町内の飲食店は減り続けているが、食の賑わいは人を動かす力があるため、今後注力していくべき事項である

1泊2食付プランをメインに提供している事業者Bにおいては、施設の老朽化と従業員の高齢化による現在の運営スタイルの継続可否に懸念があるようです

事業者ヒアリング報告 (3/6)

地域事業者 B

分類	コメント概要
吉野町全体・施設の現状について	<p>【事業者Bの現状・課題】</p> <ul style="list-style-type: none">➤ 当施設では1泊2食付と1泊朝食付プランを提供しており、素泊まりプランの販売はしていない。特にインバウンドは1泊朝食付のプランが多いため、実証期間中は期間限定店舗にぜひ足を運ぶよう案内していた➤ オフシーズンの利用客は部屋から出ずにゆっくりと過ごしていることが多い印象である➤ 当施設は築年数が古いため、老朽化が心配である。また、従業員の高齢化も懸念している <p>【吉野町における観光業の課題】</p> <ul style="list-style-type: none">➤ 世界遺産の桜や総本山など観光資源はあるものの、それらを十分に有効活用できていないと感じる。地元の事業者もどうすれば通年の集客が見込めるようになるのか分かっていない
実証事業について	<p>【実証事業に対する所感】</p> <ul style="list-style-type: none">➤ 実証事業は実際に利用済み。料理の内容には満足しているが、お酒を飲む人のことを考慮し、定食メニューのメインや小鉢をサイドメニューとして単品でも注文できれば尚良かった➤ 実証事業目当てで吉野町を訪れた人はほとんどいなかった。広報を行ってから間もなく実証事業がスタートしたため、事前に事業のことを認知することが難しかったのではないかと。今後も取組を継続していけば食事目当てで吉野町を訪れる人も増えてくるのではないかと

夕食を提供している宿泊施設として、泊食分離の推進で客室単価が下がることよりも稼働率が上がるメリットの方が大きいとお考えでした

事業者ヒアリング報告（4/6）

地域事業者 B

分類	コメント概要
泊食分離の推進について	<p>【泊食分離推進への協力】</p> <ul style="list-style-type: none">▶ 自施設のスペースを貸し出すことは難しいが、吉野町として泊食分離を推進する分には異論はない。<u>宿泊施設で夕食をとった後に行く場所がないため、食後にお酒を飲めたり地元のもの食べられる場所があれば有難い</u>▶ <u>泊食分離の推進により宿泊施設側の単価が多少下がったとしても稼働率を上げた方が総合的にはプラスになるのではない</u>か。1泊2食付きプランと1泊朝食付きプランの販売時期をずらしたり、宿泊施設側の工夫次第で泊食分離のデメリットを打ち消すことができる
	<p>【吉野町における泊食分離の推進】</p> <ul style="list-style-type: none">▶ 吉野町では泊食分離を推進するデメリットよりもメリットの方が大きい。<u>泊食分離を推進すると必然的に街歩きが増える。歩く人が増えると店を開けてくれるところも増えていくのではない</u>か▶ 飲食店が1店舗だけではお客様にとっても選択肢がなく面白みがないため、今後もっと増えていけば良い。<u>夜に営業している飲食店がないのは地元の事業者としても寂しい</u>▶ 飲食店目的の来訪者を増やしたいのであれば行政やDMOの広報面での協力が必要不可欠である

今回の実証事業を経て、自施設のスペースを貸し出すことについては、金銭面での取り決めができていれば特段の問題はないとの所感をお持ちでした

事業者ヒアリング報告 (5/6)

実証事業協力事業者

分類	コメント概要
実証事業について	<p>【来訪者の傾向】</p> <ul style="list-style-type: none">➤ <u>吉野町近辺からの来訪者が多かった印象だが、宿泊事業者からの声掛けもあり、近隣の宿泊施設から来た人も一定いた</u>➤ 近隣宿泊施設から徒歩で来る人が多かった。営業時間は既にロープウェイやバスがない時間帯だったため、車で来る人も多かった➤ ポップアップ目当ての人は17時の開店と同時に来店し、18時頃には退店する人が多かった
	<p>【宿泊者の反応・影響】</p> <ul style="list-style-type: none">➤ 実証事業の飲食スペースの真下が宿泊者用の客室になっているが、事前に事業の案内を行っていたこともあり、<u>宿泊者から騒音などのクレームは特になかった</u>➤ 実証期間中の宿泊者には予めポップアップイベントがある旨を案内しており、利用時間やメニューも事前に確認していたためスムーズに案内することができた。事業期間の途中からは来店が集中する時間帯が掴めてきたため、宿泊客にはピークが去った18時半以降をおすすめしていた
	<p>【調理スペースの間貸しについて】</p> <ul style="list-style-type: none">➤ <u>金銭面の部分は事前にルールを決めておくことが重要である。</u>今回の実証事業での金銭管理はすべて当施設側が行っていたため問題なかったが、外部から来た人に金銭面の管理まで任せるのは責任重大ではないか➤ 実証期間中は宿泊者に提供する食事を作る手間が省けたため楽だった。夕食が外注になることで多少利益が下がる点については仕方ない

夕食に対する考え方に変化が見える吉野町が奈良県の先駆けとなり泊食分離を推進することで、地域観光の発展が見込めるようになってお考えでした

事業者ヒアリング報告 (6/6)

実証事業協力事業者

分類	コメント概要
泊食分離の推進について	<p>【泊食分離推進への協力】</p> <ul style="list-style-type: none">➤ 宿泊者に対するアナウンスや飲食店への送迎などは協力できる➤ 金銭管理の取り決めができていれば今回のように<u>自施設内のスペースを有償で貸し出すことにも抵抗はない</u>
	<p>【吉野町における泊食分離の推進】</p> <ul style="list-style-type: none">➤ 夜間は交通手段が限られているため、<u>宿泊施設側が送迎を行うか、飲食店の近くに駐車スペースがなければ集客は見込めないのではないか</u>。当施設はエリアの中心地にあり近くに駐車場もあるため、アクセス面では実証事業に適していたと言える➤ 実証事業を行う中でテイクアウトのニーズがあると感じた➤ 吉野への宿泊者においても<u>宿での食事、夕食付での宿泊にこだわる人は減ってきている</u>ように感じている。また、宿泊施設側も宿で夕食を提供しない選択肢があることは理解しているように思う。この両者の考え方の変化を追い風にして、上手く泊食分離の取組に巻き込んでいけるとよいと感じる➤ 泊食分離を推進していかなければ吉野町の観光業は疲弊の一途を辿るばかりではないか。空き家を活用して質の高い飲食店をオープンさせたりなど、<u>奈良県内で先駆けとなるような事業を行うことで新たな事業者が吉野町に参入しやすくなる</u>

スタッフヒアリング報告

実際に接客を行ったスタッフによると、メニューの選択肢等で意見を伺ったとのことであり、利用者アンケートの結果とも大きくずれはないものと見られます

スタッフヒアリング報告（1/4）

シェフ・スタッフ

分類	コメント概要
来店された お客様の傾向	<p>【お客様に関する所感】</p> <ul style="list-style-type: none">➤ 女性2人組のほか地元の方と見られるご家族連れ等が多い印象であった、また車でのお来店が多い印象があった（スタッフ）➤ 18時から19時までの来店が多く、1時間以内で退店される方が多かった。吉野で宿泊している方に関しては2時間程度滞在する方も見られた（スタッフ）
	<p>【お客様から聞いた声】</p> <ul style="list-style-type: none">➤ 移住してきた方から、地域内で夕食を食べる所の選択肢が狭いためこのような店があると嬉しいという話を聞いた（スタッフ）➤ また、メニューの選択肢についても感想を聞いた。定食にプラスアルファして唐揚げなどの単品をシェアしたい。<u>単品で頼めるメニューや、大盛にできるオプションができたらい</u>と感じた、お酒の種類もたくさんあったらよかったとのことであった（スタッフ）

体制面では提供者のスキルによるものの、1~2名人員が追加で必要ではないかのご意見いただきました。また、店舗環境については一部周辺環境への懸念が見られました

スタッフヒアリング報告 (2/4)

シェフ・スタッフ

分類	コメント概要
営業体制について	<p>【人員配置について】</p> <ul style="list-style-type: none">➤ 今回は料理人経験、実務経験がある人間が入っていたため体制としては十分であったが、<u>提供者側のスキルによる部分が大きい</u>と感じる (シェフ)➤ キッチンとホールが知り合いでコミュニケーションが元から取れている状態であったため、今回の場合だとキッチン1名、ホール1名でも成り立っていたが、この規模感であれば<u>2名ずつ程度が適切ではないか</u>と感じる (スタッフ)<ul style="list-style-type: none">✓ 今回は1プレートでの提供ではなく小鉢が複数つく形での提供であり、洗い物が大変だった。このようなときにコミュニケーションがうまく取れないと混乱するのではないかと思う
	<p>【店舗の環境について】</p> <ul style="list-style-type: none">➤ 店舗周辺は夜の人通りが多くなく、街灯が少ないこともあり、<u>お店を営業していることに気づいてもらえないのではないかと感じる部分があった</u> (シェフ・スタッフ)➤ 人のキッチンを借りて提供を行うため気持ちの面で気を遣う部分は多かった。提供する料理によってはもともとある設備だけでは不十分であり、持ち込みを行う必要があると感じた (シェフ)➤ 通勤環境としては、自身が天川在住であり1時間以内の通勤となるため特に問題ないと感じた (スタッフ)➤ 17時 - 20時と限定した時間、固定の休みで動けたため労働環境としては特に不便はなかった (シェフ)

今後飲食店以外から必要なサポートとして、PR面での支援や、夜の滞在につながるイベント企画等での支援が望ましいのではないかという声がありました

スタッフヒアリング報告（3/4）

シェフ・スタッフ

分類	コメント概要
今後期待できる点・懸念すべき点 (1/2)	<p>【夜の飲食店を運営するメリット】</p> <ul style="list-style-type: none">▶ 今回のように地域の名物が食べられるメニューがあると吉野山で食事をしたい観光客の方にとっては良い場になると思う（スタッフ）▶ 夜に営業している店がほとんどない様子であったので観光客の方にはありがたがられるのではないかと感じた。また観光客だけでなく、地元の方の利用も多かったように思う。飲食店が町の賑わいを作る一つの拠点になるとよい（シェフ）
	<p>【宿泊事業者や行政・DMOから必要なサポート】</p> <ul style="list-style-type: none">▶ PRの面で全面的なサポートが必要。本格的に飲食店を一から経営しようと思うのであれば、半年、それ以上前からPRを行う必要がある。事業者だけではなく行政、各種組合等から支援があると良い（シェフ）<ul style="list-style-type: none">✓ 吉野山の場合、平日頃人がたくさんいる環境ではないことを考えるとPRはさながら、告知内容やその手前のターゲット設定・メニューやコンセプトの設計が肝要となるのではないか▶ 夜の集客にこだわるのであれば、飲食店が単体で努力するだけでは厳しい印象を受ける。星を見る会等の夜限定企画を行うなど、事業者や行政が連携して夜まで人をつなぎとめる努力が必要なのではないか（スタッフ）

今後仮に夜の飲食店を経営する場合、収益担保に向けては、ターゲットコンセプトの設計、提供メニューや単価など、諸条件の見直しが必要である点指摘をいただきました

スタッフヒアリング報告（4/4）

シェフ・スタッフ

分類	コメント概要
今後期待できる点・懸念すべき点 (2/2)	<p>【収益担保に向けた所感】</p> <ul style="list-style-type: none">➤ 今回は各種条件のもと実証として行ったという事は理解しているが、国の補助等がなく、今回と同じ内容で飲食店運営を行うと思うととてもではないが現状のままでは厳しいと感じる（シェフ）<ul style="list-style-type: none">✓ 特に、期間限定ではなく通年を通して運営する場合、季節による収益の差が激しい本地域では人件費が一番のネックになると考えられる✓ 一方で、食材の仕入れなど発注数によってはコストの見直しが可能な部分もあると考えられる➤ 今回のようにこだわりの食材を使用して料理を提供するのであれば、単価は高くしてしかるべきだと感じる。（シェフ）<ul style="list-style-type: none">✓ 仮に自分が吉野山でこのような飲食店を経営するのであれば、いきなりたくさんの人を集めるのではなく、まずは限られた人数に対して高単価・高品質な料理を提供し、実績を重ねていく方法を取るのではと感じる（シェフ）
	<p>【今後に向けた留意点、課題となりうる点について】</p> <ul style="list-style-type: none">➤ 今回は実証事業として、広く地域の魅力が伝わるようなメニュー提供を行ったと理解しているが、今後本格的に飲食店を経営するのであれば、もう少しターゲットやどのような体験を味わってほしいのかを明確にする必要があるのではないかと感じる。（シェフ）<ul style="list-style-type: none">✓ このようなターゲット・コンセプト設計が地域全体で統一されており、「吉野の夜は〇〇が楽しめる」というようなイメージが地域に浸透すると非常に強い魅力になると感じる➤ 夜の賑わい創出や、春・秋以外の観光客増加は地域全体の問題であり、地域性を踏まえても外部の事業者や一部の飲食店が努力するだけではうまくいかないように見受けられる。今回の取組を機会として、宿泊・飲食事業者が想いを一つとして行動できるかが一番のポイントとなるのではないかと感じる（シェフ）

⑥ セミナーの実施

1. セミナー実施報告

泊食分離事業の先進地域のキープレーヤーとして相差町DMOから講師を招き、吉野町内の関係者の泊食分離に対する理解促進・機運醸成を行いました

セミナー実施概要

目的	■ 吉野町の担当者やDMO・観光協会・宿泊事業者・観光関連事業者等が泊食分離についての理解を深め、本実証事業の結果を受けて、さらなる検討を進められるようになること				
日時	・ 2026年2月10日（火）14:00～16:00	形式	・ オフライン	場所	・ 吉野山ふるさとセンター
講師	・ 一般社団法人相差海女文化運営協議会 小崎則彦氏		対象	・ 吉野町内の宿泊事業者・観光関連事業者 ・ 吉野町、観光協会、旅館組合等	

プログラム

1部（20分） 本実証事業の 結果の共有	<ul style="list-style-type: none">✓ 本事業で実施した実証事業の概要のご説明✓ 実証事業の成果・利用者アンケートの結果、地域事業者に対する事前・事後調査の結果共有
2部（35分） 先進事例の 紹介	<ul style="list-style-type: none">✓ 事例調査対象地域から、環境や課題、実証事業の内容が最も吉野町に類似した地域として相差町を選定✓ 実証事業推進メンバーであった相差DMO・小崎氏から、実証事業の実態や効果・課題等について講演（質疑応答含む）
3部（50分） ワークショップ	<ul style="list-style-type: none">✓ 1部・2部の結果等を踏まえて、吉野町において泊食分離事業を進めていくためにはどのような取組や体制が必要になるかを実際に参加している関係者が自らワークショップ形式で考える✓ 参加者間のコミュニケーションを促し、今後の検討の足掛かりとする✓ 有意義なディスカッションとなるよう外部講師を交えてファシリテートを実施

セミナー当日は計15名の方にお越しいただき、各種講演を通して事業に対する理解促進、また、グループワークを通して地域の意見を収集することができました

セミナー参加者/当日の様子

属性	参加人数
宿泊施設	10名
行政・DMO	3名
その他事業会社	2名
計	15名



泊食分離にメリットを感じる一方で、飲食事業者との連携、アクセス、魅力ある料理・サービスの提供に課題・懸念を感じる声が多くみられました

ディスカッション内容サマリ (1/3)

泊食分離の ニーズ

- 吉野山内外を問わず、**泊食分離のニーズは高い**と感じる。(Aグループ)
 - 吉野山以外を中心にゲストハウスが増えてきており、食事なしで泊まっている客層は確実に存在し、夜の食事の需要はあると考えている。
 - 吉野山の宿泊施設においても、外で夕食をとってもらえれば労力削減ができることはもちろん、連泊客や食の選択肢増加により満足度向上につながると考えている。
 - 一方で飲食事業者の人手不足を考えると、町内の事業者に夜営業を行ってもらうのは現実的ではない。
- **泊食分離のニーズ自体はあると感じるが、懸念のほうが多い印象**である。(Cグループ)
 - 大半の飲食店の営業終了時間は17時であり、遅くても19時半までの営業となっている。吉野町全体として飲食事業者が少ないうえ、事業者の高齢化も進んでいるため、既存の飲食事業者が閉業する可能性も考えられる。

考えうる課題 (次ページへ続く)

- **アクセス課題が最も懸念**である。(A、B、Cグループ)
 - 吉野町の場合、土地に高低差があるため相対的に整備が難しいのではないかと懸念。実証事業も山下からでは遠く、実際に利用するにはハードルを感じた。
 - 地元のタクシー会社は台数が少なく、仮に協力を依頼できたとしても十分な台数を確保できる可能性は低い。
 - 現状ではほとんどの宿泊施設がサービスとして宿泊客を各所へ送迎している、飲酒した後の移動手段がないことも問題。

推進に向けたアイデアでは、食事だけでなく夜間に合わせて楽しめるイベント・コンテンツの企画、繁忙期以外にも集客が叶うコンテンツの造成があげられました

ディスカッション内容サマリ (2/3)

考える課題

- 吉野町は山エリアであることから、名産となる食材を打ち出しづらい。**海産物が豊富な相差地区に比べて特徴のある食事を提供しづらいのではないかと感じる。**また、食事の価格設定は慎重に検討する必要があると感じた。(Bグループ、Cグループ)
 - 食事を目的に来訪してもらうには、特徴をもったものを提供する、または特徴を持った店にすることが必要であると感じる
 - 飲食店を増やす取組が必要だと考える、他の地域から飲食事業者を誘致する必要があるのではないかと感じる。
 - 空き家等の活用も魅力的だが、観光事業者だけでは対応できないため行政とも連携する必要がある。事業の推進主体を明確にし、リードしていく人がいないと前に進みにくいのではないかと感じる。

泊食分離推進に向けたアイデア (次ページへ続く)

- **食事だけを目的に吉野へ訪れるというのはハードルが高いのではないかと感じる。**食事はあくまでプラス要素として、吉野山での観光 + 食事 で日帰り観光客が宿泊者になる、イベント + 食事 で夜まで吉野山にいてくれる環境を作ることができると理想である。(Aグループ、Bグループ、Cグループ)
 - そのためには春・秋以外のイベント企画が必要ではないかと感じる。夜間周遊が叶うコンテンツであればより良い。
 - 食事以外に夜間営業のエンタメ施設があれば宿泊日数も伸びるのではないかと感じる。観光客が歩いて楽しい町になってほしい。見学や体験など、食事以外でも楽しめるものがあれば良い。
 - 現在は春に集客が集中している。年間を通して集客が見込める目玉コンテンツがあれば理想である。

また、吉野町全体の宿泊施設が連携して提供するサービスを分散する取組が適しているのではないかといったアイデアも提案されました

ディスカッション内容サマリ (3/3)

泊食分離推進に向けたアイデア

- 飲食施設の現状を考えると、吉野町においては**宿泊事業者と飲食事業者の連携ではなく、宿泊施設同士の連携がキーになるのではないか。**（Aグループ）
 - 春の繁忙期は要相談であるが、吉野山の宿泊施設も常に満室というわけではなく、1組食事を用意するのであれば追加で数件食事提供が増えたとしてもさして困ることはない。宿泊施設同士が連携して食事の提供を行うというのがWin-Winな関係を築けるのではないか。
 - 例えば、吉野山外のゲストハウスから送客を担保し、吉野山の宿で食事をとってもらうなどできれば、一方は稼働率や売上が上がり、一方は人的負担を減らしながらユーザーの満足度が上がり、メリットがあるのではないか。
 - 実際に御所町では、入浴施設・宿・飲食（・アクティビティ）それぞれを別の施設が提供し、パッケージ化している例がある。このようなイメージで宿泊施設同士が連携できると良いのではないか。

⑦ 総評

今後、仮に吉野町で泊食分離を推進する場合、①ターゲットの再検討、②町内全体での基盤整備、③地域事業者のさらなる理解促進が求められるものと考えます

総評① - 実証事業を通じた吉野町における泊食分離ニーズ

現状

町内事業者目線

- ✓ 山下宿泊施設では約8割が、山上宿泊施設では約4割が素泊まりプランでの提供となっており、泊食分離に対する考え方にも差異が見られる
- ✓ 夜間に営業している飲食店は町内にはほとんど見られない
- ✓ 宿泊・飲食施設共に人手不足が悩みの上位であり、特に飲食店で顕著である
- ✓ 宿泊・飲食施設共に夜の飲食・街歩きを楽しむ場ができることには前向きな回答が多いものの、特に飲食店においては自施設の夜営業には消極的である

観光客目線

- ✓ 山下の宿泊客に関してはほとんどが、山上の宿泊者に関しても4割程度は夕食を自分で手配している状況。また、吉野来訪者の中にはリピーターも多く、夕食手配が困難であるという声も聞かれる
- ✓ 夜間は車以外に交通手段もなく、仮に営業を行っている飲食店があったとしても送迎等がなければ訪問が難しいケースが見られる

事業を通じた変化／今後求めるポイント

- ✓ 事業を通して**宿泊施設は山上・下ともに肯定的な意見が多くみられる**ようになり、自施設の夕食提供に対する負担が軽減することに期待を寄せる声が見られる。また**送客をはじめとした協力についても前向き**に考えている様子が伺える
- ✓ 一方で実証事業を踏まえてもなお、人手不足を主な理由として**飲食店においては自施設の参画には消極的**であり、テイクアウトを前提とした営業体制の設計や外部からの事業者の誘致も選択肢の一つとして検討する必要がある
- ✓ 収益性の観点では今回と同内容で展開をする場合、**原価削減の必要性**が感じられる結果となった。また、継続的な運営を行う場合、**通年を通じた利用客の確保、リピーターの確保**に向けた施策提案についても検討が必要である

- ✓ 夜間営業を行う飲食店があることに対しては全体的に好感触であり、味・価格・サービス共に**高い満足度を得られたほか、再来訪意向度も高かった**
- ✓ 利用者には4割程度地域住民・事業者の利用が見られた
- ✓ 今回利用者においては、**夕食にかけられる予算としては「2,000～3,000円」がボリュームゾーン**であり、今回同様和食のジャンルを求める声が多かった

求められるアクション

実証事業を通して、事業者側・観光客側ともに一定のニーズがあることが分かったものの、実現に向けては改善すべき点も見られる。今後、仮に吉野町で泊食分離を推進していく場合、求められるアクションとしては大きく以下3点到整理されるものと考え

🔗 提供内容・ターゲットの再検討

- 今回の来客層のニーズにはマッチしているものの、収益担保の観点で、一部原価面で提供内容の見直しが必要
- また、持続可能性を踏まえ継続的にマーケットが確保できるのかターゲットの再確認が必要

🔗 町内全体での基盤整備

- 飲食店において自施設の参画に消極的な意見が多い中、外部からの参入に関しては行政等の積極介入が必要であることが予想される
- また、アクセス課題の解消に関しても各施設単独の取組では限界があると予想される

💡 地域内事業者のさらなる理解促進

- 左記と連動して、泊食分離に協力的な事業者を増やしていく必要がある
- 夜営業可能な飲食施設や、調理場の提供が可能な宿泊施設など、実際にサービスが提供できる場を広げるアプローチが重要と考えられる

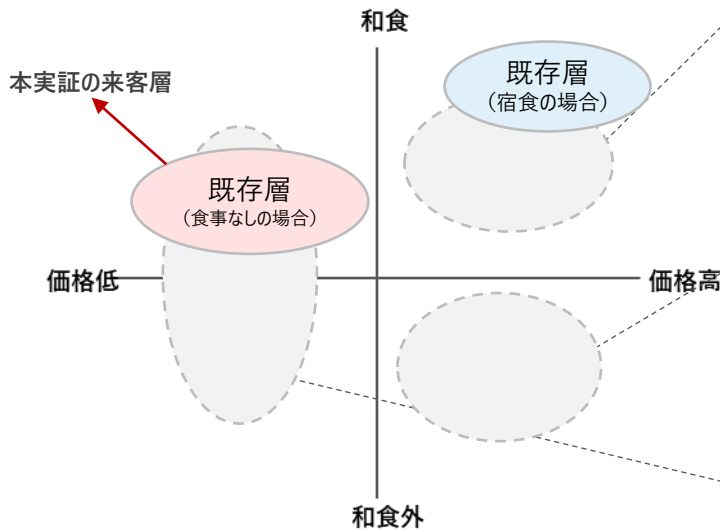
今後に向けては、提供価格帯やジャンルによってターゲットを想定し、既存層との競合関係、メリット・デメリットを考慮の上、マーケットの規模を見定める必要があります

総評② - 今後に向けた課題・懸念事項 (1/2)

提供内容・ターゲットの再検討

- 吉野に訪れる既存観光客は、夜営業を行う飲食店がないため、飲食店で夕食をとるという選択肢はほとんどなく、宿食が基本となる
- 仮に提供価格と提供ジャンルで分析を行った場合、想定されるターゲット層は例として以下のような層が想定され、既存層との競合関係や、期待できる点・懸念となる点を考慮の上、優先ターゲットを設定、マーケット規模が確保できるのかを確認する必要がある
- 将来的に町内で複数夕食をとれる場所を提供できるようになった場合には、店舗ごとにメインターゲットを設定しさらに集客ターゲットを広げられる可能性があるため、段階的に狙いを定める必要がある

想定されるターゲット層 (例)



【高価格帯×和食ジャンル】

既存の自然景観等を目的に吉野を訪れる観光客をベースに集客を想定、中でも余暇を楽しむシニア層や長期滞在をを考えるインバウンド層など、高付加価値を求める旅行者が想定される



- ✓ 観光客側からは地域の食を味わう特別な機会として新たな選択肢が創出され、観光消費額のアップにつながる etc



- ✓ 大規模旅館を中心に取組に前向きな施設は多いものの、一部夕食を提供する施設からの反感を買う恐れがある etc

【高価格帯×和食以外のジャンル】

これまでの観光客層とは異なり、自然景観等よりも食事をメインとして吉野を訪れる層が想定される近畿圏以外の旅行者やこれまで吉野を訪れたことがない旅行者などの新規開拓の可能性が考えられる



- ✓ これまでにないジャンルを町内で味わえることから新規顧客層の開拓につながる可能性がある etc



- ✓ 既存飲食店のみではサービス提供が難しく、これまでにないジャンルが故、店自体の知名度や集客力が求められる etc

【低価格帯×ALLジャンル】

食事にかかる費用を抑えたい旅行者、地域住民を含めた日常利用や、団体客の利用が想定される収益担保のためには集客人数と回転率を意識した運営が必要となる可能性が高い



- ✓ 日常的に利用しやすく短期リピーターがつく可能性がある etc



- ✓ より一層の原価削減が求められる、かつ、多くの人を呼び込むための集客施策や運営の人手が必要となる etc

複数想定される取組パターンのうち、どの程度行政・DMOによるサポート・支援を行うのかを検討し、取組みの方向性を明らかにしながら、地域の合意を得ていく必要があると考えます

総評② - 今後に向けた課題・懸念事項 (2/2)



町内全体での基盤整備



地域内事業者のさらなる理解促進

- 泊食分離の推進に当たっては事業者間のみでは解決しづらい課題も多くあることが見えてきた。事例調査等を通して様々な取組パターンが見えてきたが、行政・DMO等がどこまで踏み込んだサポート・支援を行うかにより取りうる手段が異なるため、自治体としてのスタンスを明確にする必要がある
- また取組パターンによって地域からの懸念の声も異なることが想定される。今後の理解促進に向けては取組パターンを考慮した働きかけが必要である

取組パターン (例)

少 ← 行政・DMO等によるサポート・支援 → 大

	宿泊施設同士での連携による泊・食の分散	既存事業者との連携による商品パッケージ化	外部からの飲食施設誘致	周遊促進に係るアクセス手段の提供	遊休不動産を活用した新たな場の創出
取組内容	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 宿同士が連携することにより宿泊・食事・入浴・アクティビティ等をそれぞれ別の場所で提供 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 宿泊 + 食事 + 交通でのパッケージ販売等を実施 ※販売や飲食店運営そのものは地域事業者が各自で対応 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 飲食店を運営できる場所のみを提供し、地域内の人的リソースのみを頼ることなく夜営業を行う 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 地域事業者の夜営業を基盤としつつ、主要駅～宿、宿～飲食店間の交通手段を提供 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 廃業した施設等を活用し、飲食店運営可能な場を新たに整備、夜営業を行う事業者を手配
求められる支援	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 宿泊施設を中心とした参画事業者の招集、および役割分担の整理・統括事務業務 ✓ 販売促進に寄与する夜間イベントの開催や広報活動 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 飲食施設の夜営業呼びかけ ✓ 参画事業者の招集、および統括事務業務 ✓ 販売促進に寄与する夜間イベントの開催や広報活動 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 地域外事業者の誘致 ✓ 地域内事業者との連携（調理場、施設の間貸し交渉等を含む） ✓ 集客に係る広報活動 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 交通事業者との協業・運営 ✓ 地域事業者との連携体制構築、夜営業の呼びかけ ✓ ルート構築、アクセスマップ作成等、周遊促進に係る支援 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ リノベーション等にあたっての資金援助、ハード整備の実施 ✓ 地域外事業者の誘致 ✓ 集客に係る広報活動
想定される懸念	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 各役割が平等に利益を享受できる設計（特に評価・満足度の面など） ✓ 宿泊施設に恩恵が偏ることによる他事業者からの不満 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 地域内のみでの参画事業者数の確保（特に飲食店） ✓ 全事業者平等にメリットを享受できる参画条件の確立 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 地域内・外事業者同士のハレーションに対する懸念 ✓ スペース貸にあたっての条件設定・交渉業務の所在 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 地域内のみでの参画事業者数の確保（特に飲食店） ✓ 宿を中心とした地域事業者が独自で行う送迎等との重複・調整 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 不動産資産の維持管理コスト ✓ 地域内・外事業者同士のハレーション ✓ 参画事業者数の確保
類似地域	<p>—</p> <p>※分散型ホテルの考え方が近いと考えられる</p>	石川県 和倉温泉	熊本県 黒川温泉	三重県 鳥羽市相差町	長野県 湯田中温泉

- 本報告書は、貴局と当法人との間で締結された、令和7年8月29日付け業務委託契約書に基づいて実施した泊食分離による宿泊業の生産性向上事業をご報告するものであり、保証業務として実施したものではありません。内容の採否や使用方法については貴局自らの責任で判断を行うものとします。
- また、本報告書は貴局内部での利用を前提に作成されておりますので、書面による事前の承諾なく全部または一部を第三者に開示されることのないようお願い申し上げます。

デロイトトーマツグループは、日本におけるデロイト アジア パシフィック リミテッドおよびデロイトネットワークのメンバーである合同会社デロイトトーマツグループならびにそのグループ法人（有限責任監査法人トーマツ、合同会社デロイトトーマツ、デロイトトーマツ税理士法人およびDT弁護士法人を含む）の総称です。デロイトトーマツグループは、日本で最大級のプロフェッショナルグループのひとつであり、各法人がそれぞれの適用法令に従いプロフェッショナルサービスを提供しています。また、国内30都市以上に2万人超の専門家を擁し、多国籍企業や主要な日本企業をクライアントとしています。詳細はデロイトトーマツグループWebサイト、www.deloitte.com/jpをご覧ください。

Deloitte（デロイト）とは、Deloitte Touche Tohmatsu Limited（“Deloitte Global”）、そのグローバルネットワーク組織を構成するメンバーファームおよびそれらの関係法人（総称して“デロイトネットワーク”）のひとつまたは複数を指します。Deloitte Globalならびに各メンバーファームおよび関係法人はそれぞれ法的に独立した別個の組織体であり、第三者に関して相互に義務を課しまたは拘束させることはありません。Deloitte Globalおよびその各メンバーファームならびに関係法人は、自らの作為および不作為についてのみ責任を負い、互いに他のファームまたは関係法人の作為および不作為について責任を負うものではありません。Deloitte Globalはクライアントへのサービス提供を行いません。詳細はwww.deloitte.com/jp/aboutをご覧ください。

デロイト アジア パシフィック リミテッドは保証有限責任会社であり、Deloitte Globalのメンバーファームです。デロイト アジア パシフィック リミテッドのメンバーおよびそれらの関係法人は、それぞれ法的に独立した別個の組織体であり、アジア パシフィックにおける100を超える都市（オークランド、バンコク、北京、ベンガルール、ハノイ、香港、ジャカルタ、クアラルンプール、マニラ、メルボルン、ムンバイ、ニューデリー、大阪、ソウル、上海、シンガポール、シドニー、台北、東京を含む）にてサービスを提供しています。

Deloitte（デロイト）は、最先端のプロフェッショナルサービスを、Fortune Global 500®の約9割の企業や多数のプライベート（非公開）企業を含むクライアントに提供しています。デロイトは、資本市場に対する社会的な信頼を高め、クライアントの変革と繁栄を促進することで、計測可能で継続性のある成果をもたらすプロフェッショナルの集団です。デロイトは、創設以来180年の歴史を有し、150を超える国・地域にわたって活動を展開しています。“Making an impact that matters”をパーパス（存在理由）として標榜するデロイトの約46万人の人材の活動の詳細については、www.deloitte.comをご覧ください。



IS/BCMSそれぞれの認証範囲はこちらをご覧ください
<http://www.bsigroup.com/clientDirectory>