

令和 6 年度 和歌山市稼げる観光コンテンツ創出支援事業

和歌の夕景を彩る極上ダイニング創造事業

成果報告資料

株式会社MANPA

2025.4.24

- ・エグゼクティブサマリー
- ・実施内容詳細
- ・当初の構想と結果のまとめ
- ・実施における成果
- ・実施における反省点
- ・今年度に向けて
- ・今年度提案事業紹介

WHY

景観活用と観光消費向上への挑戦

WHERE

和歌浦（蓬莱岩前 → MANPAテラス + えびすがお）

※天候問題で景色が見える場所に変更

WHAT

薪火ダイニングによる特別な食体験

WHO

地域連携チーム（MANPA × GypsyFireStream × 雨宮龍シェフ）

WHEN

2025年2月19日



結果

- ・ 参加49名
- ・ 売上765,000円
- ・ NPSスコア 85



WHY：景観活用と観光消費向上への挑戦

- ・和歌浦の絶景ロケーションを舞台に、五感で味わう薪火ダイニングという新しい体験価値を創出。
- ・観光地としての“記憶に残る食体験”を軸に、観光消費単価の引き上げ・宿泊動機の創出を目指した。
- ・地域資源を「風景×食体験」として再編集することにより、既存の観光導線とは異なるアプローチで高付加価値化を図った。

WHAT：薪火ダイニング体験

- ・雨宮シェフ監修による熊野牛などを薪火で調理
- ・地元産の野菜・魚介を用いたフルコース（6品）
- ・視覚・香り・味覚で五感に訴える演出を設計
- ・オリジナルの薪火調理による付加価値のある食体験



WHO：株式会社MANPA（主催） × GypsyFireStream（空間演出・運営） × 雨宮 龍 氏（料理監修）

- ・ MANPA = 開催場所・地域連携の中核として事業全体を統括
- ・ GypsyFireStream = 空間デザインに加え、**イベント全体の運営・現場管理を担当。**
天候急変に対応し、屋内外を融合させた設営を実施。
参加者動線の確保・照明・導線サイン・進行管理まで、包括的な体制構築を行った。
- ・ 雨宮 龍 氏 = SMOKE DOOR / SAAWAAN BISTROを手掛ける。
地元食材を活かした特別メニューを監修し、食文化の魅力化に貢献

WHERE：実施場所



（※当初：蓬萊岩前 → 実施：MANPAテラス + えびすがお）

- ・ 当初は蓬萊岩前ビーチにて完全屋外開催を予定していたが、開催直前に寒波・強風の影響で安全面を考慮し、急遽「MANPAテラス + 館内レストラン『えびすがお』」に変更。
- ・ アミューズ&ウェルカムドリンクはテラスで実施することによりロケーションを担保。
料理提供・サービスは館内の景観が良い場所にて対応。
- ・ 突発的な対応はあれど、体験の質をできるだけ下げずに実施、参加者満足度は高水準を維持。

WHEN : 2025年2月19日 (火) 17:00～

- ・ 冬季の夕景を最も美しく体感できる時間帯に開催。
- ・ 参加者は夕景の変化と共に料理を楽しむ「時間軸の演出」も体験。
- ・ 寒冷期ながら高い満足度（NPSスコア85）を獲得できた。
- ・ 今後は天候も配慮し時期は再検討。

結果

- ・ **総参加者：49名（目標30名、大幅に達成）**
 - ↳ 宿泊者：2名（宿泊付きプラン）
 - ↳ 日帰り：47名（ディナーのみ）
- ・ **売上高：765,000円（目標900,000円、若干未達）**
 - ↳ 当初は全員宿泊想定の宿泊30,000円に設定
 - ↳ 日帰り15,000円／宿泊30,000円に設定
- ・ **顧客満足度スコアNPS：85（目標33、大幅に達成）**
 - ↳ 推奨者：42名／中立：5名／批判者：2名



天候リスクにより、構想から変更を余儀なくされた点と、得られた成果を比較。

実績としては参加者数と顧客満足度はKPI以上の成果に。

項目	当初計画	実施結果
<u>会場</u>	蓬莱岩前ビーチ（屋外開催）	MANPAテラス（アミューズ） + えびすがお（室内）
<u>演出・構成</u>	屋外での薪火ダイニング一式	屋内で真備を活用した 特別コース料理を提供
<u>想定参加者数</u>	30名	49名（うち宿泊者2名）
<u>価格設定</u>	一律30,000円（宿泊込み）	日 帰 り 15,000 円 ／ 宿 泊 付 き 30,000円
<u>顧客満足度目標</u>	NPSスコア 33	実績：NPSスコア 85

1 和歌浦のブランド価値向上

- 熊野牛や灰干し技法を用いた地域性の高い特別メニューを提供
- 監修シェフによるハイクオリティな演出により、満足度は非常に高く、**NPSスコア85**を記録
- SNSや口コミで「和歌浦＝特別な食体験」のイメージを確立し、地域ブランド発信に寄与

2 観光客の滞在と消費拡大

- 価格設定を見直し、**日帰り15,000円／宿泊付き30,000円**の2プランで提供
- 参加者49名／売上765,000円を達成（目標900,000円に対し85%）
- 宿泊付きは2名と少数 → 次回以降に向けて宿泊とのパッケージ化・県外誘客を強化予定

3 地域経済の活性化

- 伊勢屋（精肉）との熊野牛調達・PR連携
- ベイサイド朝市での出店・参加者動員に活用
- 地域旅館へレシピ・技法を紹介し、食文化全体の底上げに寄与



◆売上高

765,000円（47名×15,000円＋2名×30,000円）

◆NPS

スコア 85（達成率 258%）

当日の悪天候という“突発的な課題”に対し、体験の一貫性・会場構成・演出の再現性といった面で、あらかじめ備えておくべきだった課題も浮き彫りに。これらを次年度の設計にしっかり活かし、より完成度の高いイベント構成に繋げたい。

1. 天候リスクによる会場変更

- 予定した蓬萊岩前ビーチでの完全屋外開催は、絶景と薪火演出を同時に実現できる魅力的なロケーションであった
- 当日、強風・寒波により屋外使用が困難に → 安全を最優先し、場所をMANPA館内に変更
- 屋外での薪火演出はMANPAテラスで一部実施
- メインディナーは屋内「えびすがお」にて提供
- イベント全体の動線、照明、演出構成を短時間で再設計する必要が発生

改善策

- 今後は初期設計段階から屋内・屋外の両立構成を前提にプランニング
- 開催時期を秋に変更し気候リスクを軽減（次年度計画では11月開催を想定）

2. 会場構成と誘導・動線の複雑化

- テラス（屋外）と館内レストラン（屋内）の2箇所を跨いだ運営となったため、参加者への導線説明、係員の配置、誘導サイン等の対応が急ごしらえになった

影響

- 「空間全体で一貫した体験価値を提供する」設計が一部崩れ、来場者の一部にやや分断された印象を与えた可能性あり

改善策

- 今後は「複数会場構成時の動線設計」「サイン計画」「体験の連続性」を準備



本事業「和歌の夕景を彩る極上ダイニング創造事業」は、一定の成果を創出。

成果と反省点を踏まえ、今年度はより多層的な体験を通じて、
地域の経済・観光に持続的なインパクトを生む仕組みへと進化を進める。

<改善すべき課題>

- ①**時期** 冬季の天候リスク → 開催時期・設備の見直し
- ②**宿泊需要** 日帰りが多すぎる → 滞在コンテンツの強化が必要
- ③**インバウンド** 接点の不足 → 多言語対応や昼間体験の新設が求められる

<アップデート方針>

■前提

+

高評価を得た体験型薪火ダイニングを“仕組み”として継続する！

- ①**時期** 冬季開催のリスク回避とより多くの集客を狙い、秋開催＋地域イベントとの連動
- ②**宿泊需要** デイナーだけではない追加施策を造成し泊まる意味を作る
- ③**インバウンド** インバウンドが興味を持つ体験をフックに、ディナーから宿泊までもパッケージに

今年は、地域の魅力を“旅の導線”へ変える1年に！

WAKAYAMA FOOD GATE ～しらす祭から広がる食の旅体験～

<キーワードは「入口＝食」>

食という身近な入口に興味を持ってもらうフックにする。

集客が見込めるしらす祭とタイミングを合わせ、体験＋ディナー＋宿泊のパッケージを造成。

<企画の核となる3コンテンツ>

①和歌山ラーメン作り体験（しらす祭場内）

- インバウンドにも刺さる体験コンテンツとして造成
- 英語・中国語の手順書、ストーリー性、SNS映え演出つき
- OTA連携により事前予約＆広域拡散可能な通年商品へ展開予定

②熊野牛薪火ポップアップ（しらす祭場内）

- 熊野牛のブランド発信、広域周遊促進のトリガーに
- 出店＆ツーリズム資料配布による“食を起点とした旅の提案”

③プレミアムダイニング（夕景×しらす×薪火）

- 和歌浦の夕景と薪火演出を生かした本格コース料理体験
- 前回同様、プロシェフ・地域連携・非日常空間の三位一体演出

※基本は宿泊含めたパッケージとして販売を想定

