

大阪府 御中

令和6年度 ガストロノミーツーリズム実現に向けたモデル事業 最終報告書

XPERISUS

To travel is to change your life.

Contents

目次

1. 事業運営・実施体制	・・・P 3
(1) 実施体制	・・・P 4
(2) スケジュール	・・・P 5
2. 委託内容について	・・・P 6
(1) 泉州地域・南河内地域を対象に、食を中心とするガストロノミーツーリズムの コンテンツ造成と商品化に向けた検証	・・・P 7
泉州コンテンツ①	・・・P 9
泉州コンテンツ②	・・・P18
南河内コンテンツ①	・・・P27
南河内コンテンツ②	・・・P36
南河内コンテンツ③	・・・P45
(2) ガストロノミーツーリズムの実施や海外富裕層等受け入れに対する泉州・南 河内地域の機運醸成	・・・P54
① 第1回ワークショップの実施実績	・・・P55
② 第2回ワークショップの実施実績	・・・P57
(3) 販売網の構築に資するプロモーションの実施	・・・P59
① 全国DMC・府内Luxury Hotelへのプロモーション	・・・P60
② 各コンテンツごとのWEBページの制作	・・・P61
③ セールスツールの作成	・・・P62
④ 販売体制の構築：事業者との販路構築	・・・P63
⑤ 海外旅行商談会での紹介	・・・P66
3. 総括	・・・P67
本事業における総括と来年度への提言	・・・P68

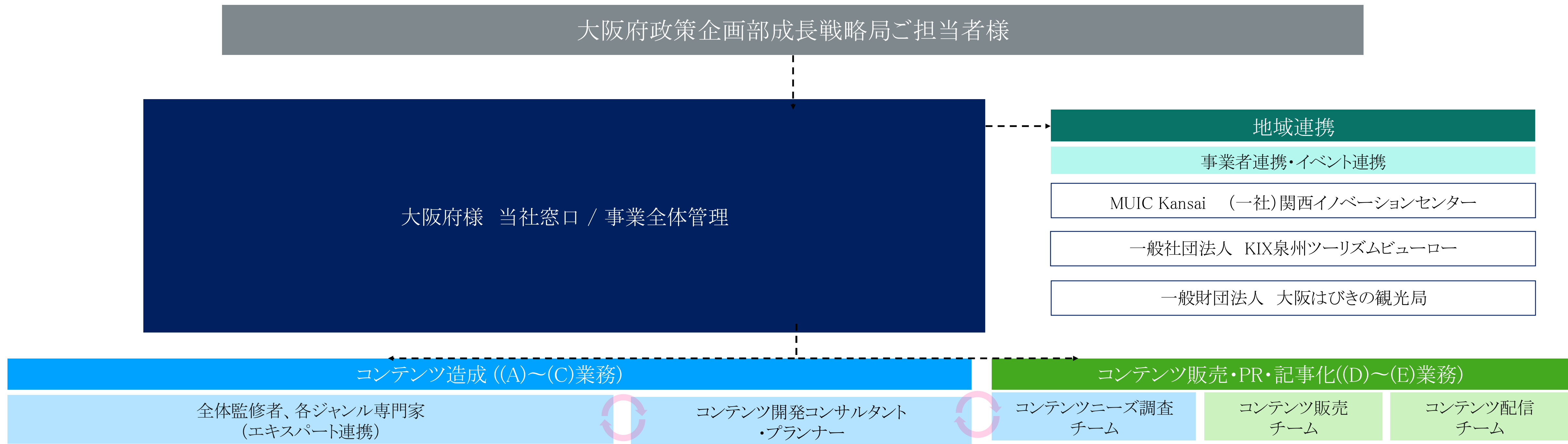
01. 事業運営・実施体制

.....

- (1) 実施体制
- (2) スケジュール

実施体制について

本業務実施において、全体を統括する「統括責任者」及び「統括責任者 補佐」を配置し、事業の進捗管理・実務実施等を円滑に推進。
また、当社内にコンテンツ造成・ニーズ調査・販売・配信チームを設置しつつ、エキスパートチーム、及び記事作成・取材チームと連携することで、より質の高い業務執行を実現。



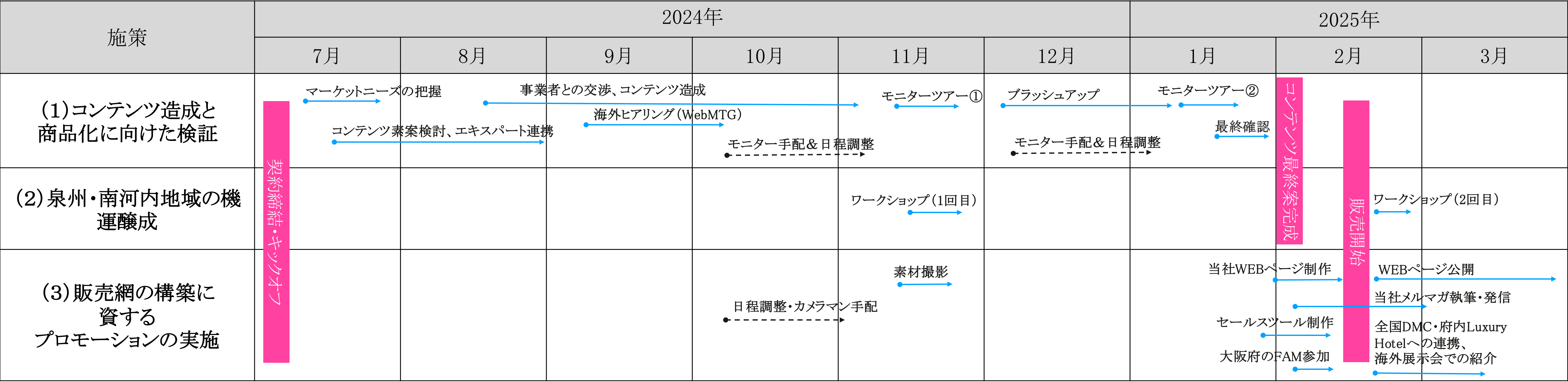
01. 事業運営・実施体制／(2)スケジュール

スケジュールについて

POINT1: ガントチャートを作成し、タスクとスケジュールを徹底管理

POINT2: 定例会議と議事録を徹底し、円滑・明確な合意形成を実現

POINT3: 海外販売事業部/ 海外パートナー企業との密な連携



02. 委託内容について

.....

- (1) 泉州地域・南河内地域を対象に、食を中心とするガストロノミーツーリズムのコンテンツ造成と商品化に向けた検証
- (2) ガストロノミーツーリズムの実施や海外富裕層等受け入れに対する泉州・南河内地域の機運醸成
- (3) 販売網の構築に資するプロモーションの実施

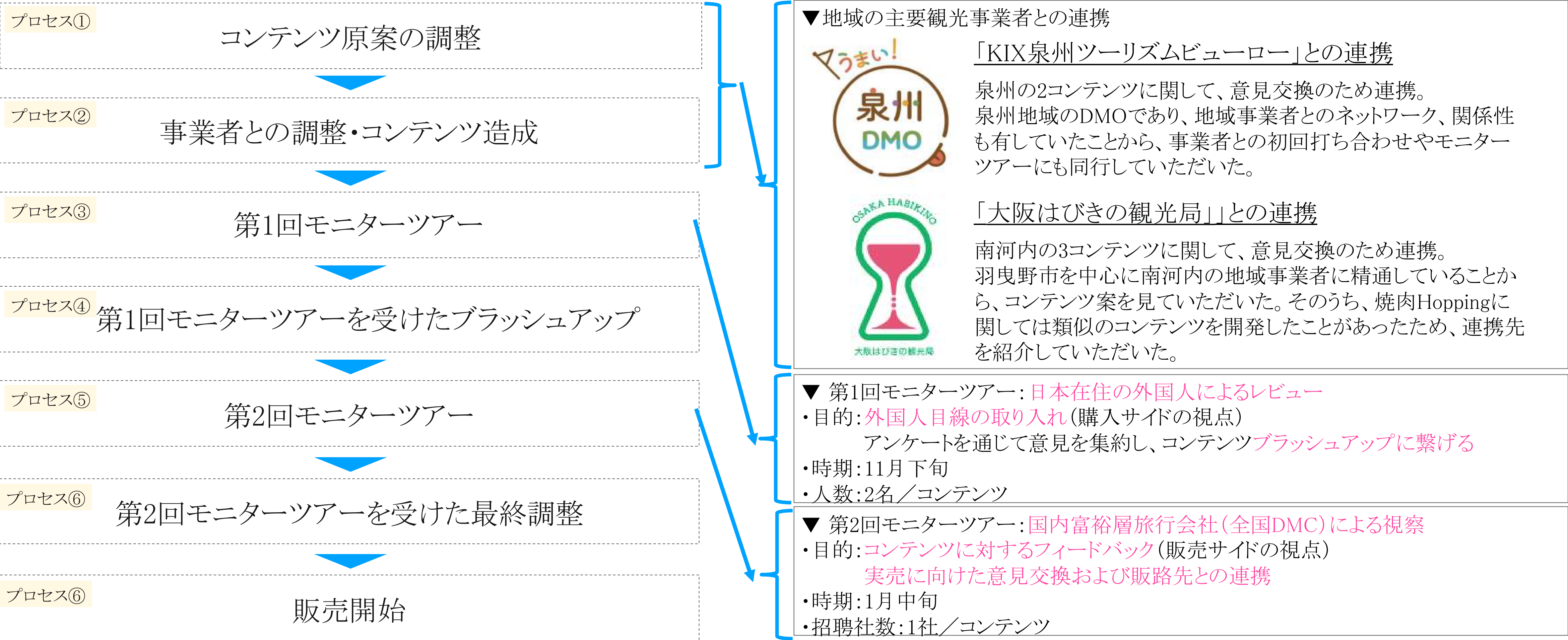
02. 委託内容について

.....

- (1) 泉州地域・南河内地域を対象に、食を中心とするガストロノミーツーリズムのコンテンツ造成と商品化に向けた検証
- コンテンツ造成の基本方針
- 泉州コンテンツ①
- 泉州コンテンツ②
- 南河内コンテンツ①
- 南河内コンテンツ②
- 南河内コンテンツ③

コンテンツ造成の基本方針

- 令和5年度事業との連続性も鑑み、**昨年度発掘された素材等も活かして**造成を進めた。
- 企画提案時点の原案をもとに、大阪府や地域DMO等とも協議の上、コンテンツ案を調整。
- ターゲットを分けてモニターツアーを2回実施し、それぞれのフィードバックを元にブラッシュアップを経て販売を開始した。



泉州コンテンツ①

.....

泉州コンテンツ①／原案

- ・岸和田市「ボン・ヴィラージュ・オゼ」オーナーシェフであり、若手シェフ登竜門であるRED-U35受賞者でもある西山シェフと連携
- ・酒造見学とテイスティング、鮮魚の目利き、農園見学や収穫体験を通じて泉州の食材を「体感」し、西山シェフのコースでいただくモデル



泉州エリアコンテンツ案①
RED-U35受賞 西山シェフによる地産地消×French

▼体験コンテンツのポイント

- ①. 2013年RED-U35ブロンズ賞を受賞した泉州を代表するシェフと連携
 - ・地産地消をベースとしたコース料理を既に提供。月一回の頻度でコースも変えている。
 - ・海外富裕層の細かいニーズ(アレルギー / 好き嫌い)にも対応可能な万能型シェフ。
- ②. 泉佐野漁港のセリ体験を通じて購入した食材を、鮮度が高い状態で提供する
 - ・水揚げから4時間以内で料理を提供。このスピード感こそ、現地でしか叶わない価値となる。
 - ・仕込みが難しいため、基本的には生魚をベースにした料理を提供予定(カルパッチョ等)。
- ③. 浪花酒造と連携し日本酒テイスティング後、購買して、コースに合わせるモデルを開発。
 - ・Michellin三ツ星のNARISAWAでは、フレンチコースで日本酒ペアリングを実施。
 - ・今回はコースに浪花酒造の日本酒を合わせる。(※日本酒に合わせて、コースを相談する事も想定)

▼行程案

13:30-14:20	・浪花酒造にて酒造見学と日本酒テイスティングを実施 / 好きな日本酒をご購入頂く
14:20-14:30	・移動(浪花酒造→藤左エ門)
14:30-15:15	・仲買人による目利きを通じた魚の選定
14:30-14:50	・夕食で提供する食材を仕入れ(食材のみ先んじてレストランへ輸送)
14:50-15:15	・西山シェフがその場で魚を捌いて簡単な調理をし、試食。
15:15-16:00	・移動(藤左エ門→季節に応じた農園)
16:00-17:30	・季節のフルーツや野菜の農園を見学(一部収穫体験)
16:00-16:45	・小川いちご農園／あさつゆぶどう園
16:45-17:30	・木下ファーム(ミニトマト)
17:30-18:00	・移動(季節に応じた農園→ボン・ヴィラージュ・オゼ)
18:00-20:30	・ボン・ヴィラージュ・オゼにて、お客様に向けた特別コースをご提供
20:30-21:00	・シャルパンティエマツイ／松井氏による、季節のフルーツを使ったパフェをご提供
21:00	・解散(ホテルまで送迎)
備考	・上記、行程はフレキシブルに対応可能

泉州コンテンツ①／第1回モニターツアー

・第1回モニターツアーでは、以下の行程でモニターツアーを実施。カメラマンによる撮影も同時に実施。

11/27(水)	泉州コンテンツ①		
参加モニター	イギリス出身、男性、33歳、アレルギーなし アメリカ出身、男性、35歳、アレルギーなし		
9:50	【集合】南海尾崎駅		
	移動（徒歩 6 分 or 車）		
10:00-10:55	浪花酒造での酒造見学・日本酒テイスティング		
	移動（ハイヤー：5 分）		
11：00-11：50	藤左エ門での魚の目利き・鯿職人による握り鯿の美食		
	移動（ハイヤー：40 分）		
12：30-14：20	ボン・ヴィラージュ・オゼでのフレンチコース		
	移動（ハイヤー：10 分）		
14：30-15：20	シャルパンティエ・マツイでのデザート		
	移動（ハイヤー：7 分）		
15:30	【解散】東岸和田駅		



泉州コンテンツ①／第1回モニターツアーの結果

施設名等	よかった点	改善点	ブラッシュアップ内容
全体	<ul style="list-style-type: none">・<u>オーナーやシェフ、醸造家と彼らのプライベートな空間で直接お会いできた点は素晴らしかった。</u>・普段は公開されていない場所にアクセスできたり、一般には体験できない特別な内容が含まれていると、大変特別で楽しいと感じた。このような着地型観光は、<u>地元DMCがワンストップで手配できることが重要で、今回はKIX泉州ツーリズムビューローが役割を果たしていた。</u>DMCが地元事業者と関係構築し、ゲストのニーズにあわせてカスタマイズできれば良いと思う。	<ul style="list-style-type: none">・それぞれの場所は個別に素晴らしかったのが、<u>全体としてつながりが薄い。</u>・「味の比較」をコンセプトに取り入れてはどうか。例えば、日本酒では複数の種類を比較し、<u>寿司では同じ種類の魚の異なる部位やグレードを比較することで、寿司の奥深さを理解できる。</u>レストランでは日本産ワインを使用し、日本のワイン市場についての現状を説明するのも良いと思う。・<u>施設面、説明・アテンド、サービスレベルでは、改善の余地はあると感じた。</u>	<ul style="list-style-type: none">・全体でのブラッシュアップ内容はなし。
浪花酒造	<ul style="list-style-type: none">・成子様にお会いできたことはとても素晴らしい体験。<u>酒蔵を見学し、他の従業員の方々とお話ししながら、醸造工程のさまざまな部分を見学できたことは非常に興味深かった。</u>特に、異なるタンクを使った酒造りの工程や、しぼり方の違いを見せていただけたことは非常に印象的で、醸造の多様性や技術の奥深さを実感した。・建物の古いプライベートな部分を拝見できたことが印象的。成子様がピアノや琴を演奏された場面は非常に特別で、<u>まるで友人の家に訪れているかのような親しみやすさを感じた。</u>・酒粕を味わった。日本酒が醸造される前の基本的な味わいを理解するのに役立った。・試飲した3種類の日本酒もすべて美味しかった。	<ul style="list-style-type: none">・可能であれば、<u>茶室やピアノのあるサロンで、正式なお猪口や徳利を使用して提供していただけると、さらに特別感や高級感が増す。</u>プラスチックのカップは少し簡易的な印象を与えてしまう。・各工程がどのように味に影響を与えるのかを学べるとさらに良い。特に、異なるタンクで醸造されているお酒の味がどのように変化するのか、その理由を説明してもらえると貴重な知識となる。・持ち帰れる記念品として日本酒の杯を提供するのも素敵だと思う。・案内・プレゼンテーションの演出も工夫できると思う。（下駄箱・スリッパ・酒造工程が詳しく記載されたパネル[日英併記]・お酒の特長を示すパネルやパンフ、入り口周辺の片付け）	<ul style="list-style-type: none">・体験の流れの再構築 ①自宅棟で紹介ビデオ(7分程度)を視聴(英語対応もあり) ②成子社長による酒造案内(20-30分) ③自宅棟案内(洋室・和室)　④試飲　⑤ショップでお買い物・試飲について 場所は、自宅棟の和室にて実施(特別感演出) ➤アテとして成子社長オススメのカマンベールチーズを提供・プラスチックカップではなく、ガラスのお猪口を使用 貸切予約を徹底 ➤オーナーによる説明を強化(お米、お酒、作り方について) ➤お土産を用意(試飲で使用したのと同じグラスのお猪口(新品)&ミニボトルのセットを用意(浪花酒造特製の巾着付き))
藤左エ門	<ul style="list-style-type: none">・説明は非常に分かりやすい。また、<u>鮭職人の技術を間近で見ることができたのは非常に特別。</u>・魚の目利きに関する解説も、専門性が高く魅力的で、普段知ることができない深い知識を得た。・ホスピタリティも素晴らしく、質問にも丁寧に答えていただき、満足度が高い。・卸業者の社長が、<u>魚の目利きの説明をいただけるのは貴重な体験。</u>特に地元でとれる魚に特化し、自社店舗の店長が寿司を握っていただけるのは特別感がある。・普段料理を提供している場所ではないところで特別にサービスしてくれているという特別感。	<ul style="list-style-type: none">・<u>部屋の配置によって、職人さんと若干距離がある形になり、直接的な交流が少し制限された。</u>・<u>似た種類の魚を食べ比べる体験にするか、旬の魚を強調してはどうか。</u>・<u>西洋ではたこの知能の高さ(4歳児に匹敵すると言われる)に注目が集まっており、タコは非常に複雑な話題。</u>・握り寿司を作っている間に、例えば米の温度やわさびを魚の下に置く理由、特定の魚に塩を使う理由などを説明してもらえたら良かった。また、3種類の異なる魚を試すよりも、似た種類の魚の味を比較する方が良いと思う。高級なものより、あまり市場に出回らないようなものの方がウケるか。・<u>手で食べるのを勧めるのであればお手拭き(食べる前、食べた後)がほしい。</u>(後から出してくれたが)	<ul style="list-style-type: none">・寿司ネタの選定(時期による／外国人にタコはNG／白身魚中心)・オゼと同じお魚の「食べ比べ」にする(生で食べるのと調理して食べるので、味わいの違いを感じていただく)・寿司or刺身は選べるようにする(刺身の場合は目の前で捌く)・立ち位置の工夫・鮭の場合:握り方や食べ方のポイントの説明(コメの温度や醤油・塩の違いなど)・お手拭きの準備

泉州コンテンツ①／第1回モニターツアーの結果

施設名等	よかった点	改善点	ブラッシュアップ内容
ボンヴィ ラージュ・ オゼ	<ul style="list-style-type: none">すべての料理が美味しく、美しく盛り付けられ、最高品質の食材が使用されていた。特に、浪花酒造の日本酒を使ったみかんとスパークリングウォーターとの最初のペアリングは絶品で、各スポットを繋ぐストーリー性を感じさせる素晴らしい工夫だった。ソムリエの説明も非常にわかりやすい。大阪産のメルローも特別な体験だった。日本でワインが生産されていること、ましてや大阪で作られていることを知っている外国人は非常に少ないため、この点は非常にユニーク。シェフ自らが登場し、メイン料理について説明してくださったことは、とても感動的。紅葉をシェフ自身が先日採取されたという話も、個人的な温かみを感じられ、大変特別な印象を受けた。	<ul style="list-style-type: none">ソムリエがワインの風味やペアリングの理由を詳しく説明してくれると良い。また、ビーフに合わせるワインとして新しいものを提供してほしかった。(メルローも素晴らしかったが、さらに多様な味わいを試したかった。) 日本産ワインに焦点を当て、ワイン産業の現状を説明するとよい。シェフが更に前面にでてきていただき、シェフの経歴やトレーニング・料理の説明をいただければ料理の背景が理解しやすくなると思う。料理の説明が最小限の印象で物足りなかった。メニューは日本語とフランス語だった。説明が少なめなら英語メニューがほしい。量が多い。(パンは3つも食べれない、松井さんとセットのときはデザートはなくてもいいのでは)	<ul style="list-style-type: none">全般的に課題は少ないが、ボリュームが多すぎたため調整(デザートは松井シェフに任せる／一皿一皿の量も上品に)食前酒に浪花酒造のお酒を使ったカクテルを用意するのは継続大阪産メルローなどの、大阪産ワインも引き続き提供西山シェフの登場・経歴紹介・料理等の説明を増やすソムリエによる解説
シャルパン ティエマツ イ	<ul style="list-style-type: none">パティシエの松井さんの説明は丁寧で、ホスピタリティの高さが印象的だった。私たちが大切にされていると感じられる時間を過ごすことができた。7種類のいちごの種類について学び、それぞれの異なる味わいを食べ比べできたことは、非常にユニークで興味深い体験だった。いちごの味わいの違いを知ることで、素材への理解が深まり、楽しさが倍増した。イチゴの食べ比べ体験は、(美味しく種類が豊富な)日本ではかできないと思う。またケーキとイチゴ大福にどのイチゴを使用しているかのプレゼンテーションも良かった。紅茶の種類が豊富で楽しめた。紅茶は、香りを嗅ぎながら、特徴やおすすめを聞きながら、好みのものを選ばせてもらえてよかった。デザートとの相性を考え抜かれたペアリングが楽しめた点も素晴らしかった。	<ul style="list-style-type: none">ツアー全体で提供された料理の量が非常に多く、この段階ではすでに満腹感が強くなっていた。オゼの会場と統合する形でデザートを提供できないか。松井さんが「ゲストシェフ」としてオゼの場でデザートを作り、移動の負担を減らし、統一感と高級感をさらに高めることができると思う。いちごの1つ1つ説明いただき順に食べていく演出が良いと思う。また紅茶の種類が豊富ですので複数テイスティングできればなお良い。可能であるなら、西山シェフとのつながりがわかる話などあった方がストーリー性がある？	<ul style="list-style-type: none">いちごの食べ比べ○→季節ごとに変える紅茶のセレクションは継続ボリューム調整(ケーキは重いので軽めに)オゼの後の移動がゲストに負担感があるため、松井シェフに出張してもらい、オゼで提供してもらう(ゲスト)デザート時間には店内で席移動をして雰囲気を変える「餅匠しづく」という和菓子屋の石田氏も新たに加え、大福をゲストの前で包んで出来立てを食べてもらうという特別感を追加(3人のシェフのコラボ)



泉州コンテンツ①／第2回モニターツアー

・以下の行程でモニターツアーを実施。

☆ 1/23(木) 泉州コンテンツ①

- 13:10 新大阪駅集合
- 13:20-14:30 移動（新大阪－浪花酒造）
- 14:30-15:50 浪花酒造（酒蔵見学＆テイスティング）
- 15:55-16:00 移動
- 16:00-16:45 藤左エ門（鮮魚刺身の食べ比べ（天然／養殖）
- 16:45-17:30 移動
- 17:30-19:15 ボン・ヴィラージュ・オゼ（ディナー）
- 19:30-21:00 シャルパンティエマツイ（松井様）×しづく（石田様）の
共演デザート @オゼ
- 21:00-21:15 移動（オゼ－ルートイン大阪岸和田）
- 宿泊@ホテルルートイン大阪岸和田



泉州コンテンツ①／第2回モニターツアーの結果

モニターツアーの総合満足度	8（10段階評価）	コンテンツのコンセプト・ストーリー性	8（10段階評価）
海外旅行会社に勧められるか	7（10段階評価）	価格は妥当か	やや安い
コンテンツ全体のコンセプトメイクに関して良かったポイント	自然と文化のバランスが良い。いいものが(金によって)集まる中心部と異なり、いいものが獲れる <u>土地そのものを活かしたコンテンツは代え</u> <u>難しいものでとても価値がある</u> 。地域内の仲の良さや <u>連携し合える関係性</u> が、素晴らしいコラボレーションを実現した。ほとんど全てのメニュー に地のもが使用されているコースメニューは、豊かな土地でしか成し得ないことなので、メニューを見るだけで楽しい。 <u>聞けば詳細に説明</u> <u>してくれる現地の方々もホスピタリティが高い</u> と感じた。		
コンテンツ全体のコンセプトメイクに関して改善が必要なポイント	食材すべてに魅力があるが、それについて十分な説明を得られなかったのが改善点。フレンチコースでは全て地のものを使った料理であつ たが、シェフは忙しくつきっきりでの説明は難しいと思うので、食材に関して説明できる人材がほしいと感じた。 <u>(実際のツアーではガイドがそ</u> <u>の役割を担うべき)</u>		
浪速酒造(酒造見学&自宅棟でのテイス ティング)	歴史ある酒蔵に加え、趣向を凝らした自宅棟を訪問できる価値。大正時代の建物は各地にあるものの、細部へのこだわりや希少価値の高 い材料を使用した家屋はおしゃれで印象的。 素敵な建物だけに、それがどういう意図で施された意匠なのか説明があると嬉しい。		
藤左エ門(卸業者の目利きと刺身試食)	実際に魚を捌く様子を見られたり、養殖と天然の違いを食べ比べたり、魚市場でもなかなかできない体験がよかった。 漁港の名前を教えてくれたが、それがどこにあり、店舗とどういう位置関係にあるのかわからなかった。ガイドが必要かと。		
ボン・ヴィラージュ・オゼ(ディナー)	食材が豊かで、それぞれを生かした料理を提供してくれた。 やはり量が多すぎて食べきれない。後半の食材が味わえずもったいない。海外の方は日本人より食べる量が多いとはいえ、一品一品の量 は通常のフレンチコースに比べかなり多い方かと感じる。		
シャルパンティエマツイ／松井氏×餅匠 しづく／石田氏による共演デザート	目の前でデモンストレーションを行ってもらえるのは特別感があってよい。 大福作りは実際に体験もできると楽しそう。いちご食べ比べ、デザートプレート、大福と、少々過剰な気がする。		
どんなポイントをアピールすれば売り出し やすくなるか	泉州に行かなければ味わえないものは？なぜ泉州なのか？(鮮度の問題で泉州でしか食べられないもの？)		
どんなポイントを改善すれば売り出しや すくなるか	泉州にあるものの魅力とは？他の地域の酒蔵やレストランとの違いは？泉州には名物が多いことはわかったが、興味関心はひとそれぞれだ ろうが、疑問に対して十分に説明できる環境(ガイド)が必要と感じた。		



02. 委託内容／(1) 泉州地域・南河内地域を対象に、食を中心とするガストロノミーツーリズムのコンテンツ造成と商品化に向けた検証

泉州コンテンツ① ／完成コンテンツ



大阪府・泉州エリア

日本最大級の料理人コンペティションRED U-35受賞シェフによる泉州Gastronomy French

大阪府岸和田市のフレンチレストランのオーナーシェフと連携し、仕入れ食材から体感するガストロノミーコンテンツです。大阪最古の歴史を誇る酒造見学と日本酒テイasting、プロによる鮮魚の目利きを通じて泉州の食材を「発見」し、シェフがそれらの食材を贅沢に使ってフレンチとして提供。食後には、泉州の和菓子職人・洋菓子職人によるデザートをお楽しみください。

スケジュール例	内容、訪問箇所はアレンジ可能。以下は一例。
	14:30～16:00 集合/大阪最古の酒造見学と日本酒テイasting
	16:00～16:45 魚の目利きのプロ直伝 鮮魚食べ比べ(寿司or刺身)
	16:45～17:30 移動
	17:30～19:30 フレンチレストランでのシェフによる地産地消ディナー
	19:30～21:00 泉州の和菓子職人、洋菓子職人によるデザート
	21:00 レストランにて解散(ホテルまで送迎)



泉州コンテンツ②

.....

泉州コンテンツ②／原案

- ・貝塚市の老舗料亭「古の木」と連携。お客さまの好みを事前にヒアリングし、好みに合わせた料理をカスタマイズでご提供。
- ・泉州エリアの文化として「だんじり」に触れていただき、お食事前に、古の木のお部屋にだんじりの彫師や横笛演奏者を招聘。



泉州エリアコンテンツ案②
老舗料亭×地産地消の食材×だんじり文化体験

▼体験コンテンツのポイント

- ①伝統的な日本家屋の「料亭古の木」と連携。料亭だからこそできる好みに合わせた料理の提供。
- ・貝塚市にある老舗料亭。お客さまの好みを事前にヒアリングし、カスタマイズしてご提供。
 - ・地産地消の食材を活用。泉州産の水茄子や渡り蟹など、季節に応じた食材を「泉州懐石」として提供。
- ②. 水茄子「北野農園」やミニトマト「キノシタファーム」と連携。フレッシュな食材の農園を見学。
- ・「北野農園」ではとれたての水茄子を、その場で試食。（季節限定）
 - ・「キノシタファーム」のミニトマトは「アマメイト」というブランドで、コンラッドやリッツカールトン、高島屋にも出荷しており、通年で収穫体験が可能。
- ③. 泉州の代表的な祭りである「だんじり」に触れていただき、食前には職人等と文化体験を実施。
- ・岸和田だんじり会館にて、だんじり文化について学んでいただく。
 - ・食前には、古の木の趣ある日本家屋の個室に、だんじり関連の職人（だんじりの彫師や横笛演奏者）を招き、だんじり文化の体験をしていただく。

▼行程案

15:00-15:45	・北野農園／キノシタファームいずれかにて食材のご案内・収穫体験・試食
15:45-16:00	・移動（岸和田だんじり会館へ）
16:00-17:00	・岸和田だんじり会館の見学
17:00-17:10	・移動（千野屋へ）
17:10-17:20	・千野屋でのお土産購入（だんじりグッズ）
17:20-17:30	・移動（古の木へ）
17:30-18:00	・料亭古の木
17:45-18:15	・貝塚出身の篠笛奏者Hikaru氏による演奏&和太鼓体験によるセッション
18:15-18:30	・懐石料理開始 / 序盤で農園から持参した野菜を活用した料理を提供
18:30-20:30	・特別カスタマイズコース（お客さまの好みに合わせた泉州懐石）
20:30-21:00	・料理終了 / 解散（ホテルまで送迎）
備考	・渡り蟹（季節限定）、すき焼き（なにわ黒牛やその他ブランド牛）の対応も可能

02. 委託内容／（1）泉州地域・南河内地域を対象に、食を中心とするガストロノミーツーリズムのコンテンツ造成と商品化に向けた検証

泉州コンテンツ②／第1回モニターツアー

・以下の行程でモニターツアーを実施。カメラマンによる撮影も同時に実施。

11/28(木)	泉州コンテンツ②
参加モニター	ベトナム出身、女性、20 歳、アレルギーなし 韓国出身、女性、51 歳、アレルギーなし
14:15	【集合】東岸和田駅
	移動（ハイヤー25 分）
14：45-15：30	キノシタファームでのトマト狩り
	移動（ハイヤー30 分）
16：00-17：00	岸和田だんじり会館の見学(16:00 前に入場)
	移動（ハイヤー6 分）
17：10-17：30	千野屋(17:10-17:30)
	移動（ハイヤー12 分）
18：00-18：30	篠笛奏者 Hikaru さんによる篠笛コンサート&和太鼓体験(30 分間)
18：30-21：00	古の木での食事(18:30-21:00) 食事：泉州の食材を使った懐石と、すき鍋
21:00	【解散】古の木（or 貝塚駅） ※駅近のため現地解散



泉州コンテンツ②／第1回モニターツアーの結果

施設名等	よかった点	改善点	ブラッシュアップ内容
全体	<ul style="list-style-type: none">トマト狩りや古の木さんの食、<u>和太鼓と篠笛の演奏や体験などはとても良かった。</u>田舎でスタッフの皆さんとお会いし、日本の文化を体験できて本当に楽しい時間を過ごした。観光地以外の日本の穏やかな一面を見られたことも嬉しかった。食べ物もとても美味しかった。	<ul style="list-style-type: none">だんじり会館については<u>だんじりに対する知識が十分ではないため物足りない感じで残念</u>だった。しかし、だんじりの彫刻などはとても見ごたえがあり、どのように接近していくかが問題になると思った。しかし、岸和田と言えばだんじりなので、ぜひインバウンドの方達にも楽しんでもらいたいと思った。だんじりは岸和田城とセットにした方が良いのでは？日本の方にはだんじり祭は有名で馴染はあるが、<u>外国の方にはピンと来ないので、せっかくの伝統文化をお伝えする機会</u>なので、もう少し余韻を残し、伝えきれなかっただんじりの魅力をお伝えできる何かがあれば良さそう。<u>法被を見るだけではだんじりの全体像が分かりづらい</u>。今回のツアーを全体で考えるのではなく、個別で見るととても魅力的だと思う。全体で見ると、まとまりが無いように感じた。	<p>今回季節外につき訪問していないスポットについては以下の通り。</p> <p>小川いちご農園(シーズン:冬～春) 体験の流れ ①いちごハウス(生産者＝飯阪様)の前に車をつけて下車 ②挨拶&簡単な注意事項 ③ハウスにていちご狩り(ゴミ袋、ハサミ、練乳、トレー使用) ④キッチンカー(農園Cafe苺果(いちか))にていちごドリンク&デザートを提供(ホットいちごみるく&いちごチーズケーキ) ⑤おみやげお渡し(ジャムorクランチチョコ)</p> <p>あさつゆ愛のぶどう園(シーズン:夏～秋) ぶどう狩り&冷凍ぶどうのお土産</p> <p>北野農園(シーズン:春～夏) 水なす、澤なすの収穫体験&試食</p>
キノシタファーム	<ul style="list-style-type: none">何よりも美味しかった。果物(イチゴやぶどうなど)はそれほど沢山食べる事は難しいが、トマトがあんなに沢山食べられるとは思わなかった。<u>社長の説明もわかり易く、ブランド力がある</u>のも良かった。トマト狩りや、新鮮な食材を農場でそのまま食べる体験をととても楽しんだ。オーナーの方がとても気さくで親切に接してくださり、とても温かく迎えられたと感じた。トマト狩りができるのは府内でも2か所、オリジナル品種「アマメイド」はここだけ。トマトが苦手でも食べられる甘さ。レストランやピザ屋さんに出荷。ハウス栽培で1年中収穫可。<u>おいしいミニトマトの選び方や、生産のこだわりについてのエピソードは興味深い。</u>	<ul style="list-style-type: none">その場でお腹いっぱい食べるのが正解ではあるが、<u>3つ4つくらいのお土産的なものがあれば嬉しい</u>。(お持ち帰り用のお土産が別売りであっても嬉しい、トマトならホテルでも食べることができる)入場前に農場の歴史や体験できるアクティビティ、トマトの種類について説明したリーフレットを配布することで、訪れる方々が体験の全体像をより明確に理解し、より楽しむことができるようになると思う。<u>手を洗う場所の案内、摘む用のはさみのようなものがあってもいい。</u>トマトを古の木での料理に使うなどできないか。	<ul style="list-style-type: none">お土産を追加(ミニトマトで作ったトマトジュースハサミは使用不可だが、希望があればゴム手袋はお渡し可能開始時&終了時に手洗いを案レストランでのミニトマト提供
岸和田だんじり会館	<ul style="list-style-type: none">彫刻の細部までゆっくり見ることができて良かった。体験コーナーが良かった。英語の翻訳があったので、歴史を理解することができ、ツアーガイドの方も親切だった。<u>伝統的な衣装を着たり、太鼓を叩いたりする体験もでき、とても楽しかった。</u>	<ul style="list-style-type: none">岸和田だんじり祭りを全く知らない人には、彫刻がすごかったね～で終わっちゃいそうで少し残念だった。<u>そもそもだんじり祭りがわかっていないようだったのではじめにお祭りの説明か、映像を見せるのが簡単</u>にあればいいなと思った。	<ul style="list-style-type: none">「だんじりに興味のある人」のみが訪問する形にする(オプション扱い)

泉州コンテンツ②／第1回モニターツアーの結果

施設名等	よかった点	改善点	ブラッシュアップ内容
千野屋	<ul style="list-style-type: none">• お店のオーナーと話すのがとても楽しかった。<u>多世代にわたるビジネスを目の当たりにできて、素晴らしかった。</u>• 一般の店舗でないところにお邪魔している特別感があつた。• 法被や纏を触ったり持ったりできるのは興味のある人は面白いかな。<u>伝統工芸品的なものに興味のある人は好きだ</u>と思う。	<ul style="list-style-type: none">• 何をどのように見れば良いのか分からなかった。目的がないと難しいのではないかなと思う。ただふらっと千野屋さんに見学、だけではなく目的が欲しい。• ビジネスや衣服について説明したリーフレットをいただけると良いと思う。多くの外国人はこの伝統的なビジネスについて聞いたことがないかもしれないので。• <u>はっぴを着て纏を持つなど、映える写真が撮れる体験にすると、体験価値があがるかも</u>	<ul style="list-style-type: none">• 「だんじりに興味のある人」のみが訪問する形にする(オプション扱い)• 説明を強化する• お土産を用意する
篠笛&和太鼓演奏	<ul style="list-style-type: none">• <u>古の木さんの雰囲気と和楽がピッタリで、体験も楽しかった。</u>• 没入感があり、二人の若いアーティストが<u>太鼓を叩く体験をさせてくれたことで、さらに意味深いものになった。</u>• お座敷で聞くので迫力大。レクチャーを受けられるのも良い。• 日本らしい体験で良いと思った。• 体験はテンポ良く、よかった。	<ul style="list-style-type: none">• 特にない。説明も難しくなく、とてもスッキリとわかりやすかった。• 笛や太鼓、曲の説明があるとなお良いかも。• 「新しい」、「若い」印象があつたので、そのあたりをHikaruさん自身から説明があつたらより伝わったかなと思う。• <u>ストーリー性があんまりわからなかった。(だんじり会館で演奏とか、だんじりの音楽との違い?とか説明があつたら面白い?)</u>	<ul style="list-style-type: none">• Hikaruさんたちの説明を冒頭で入れる• だんじりや他の笛との違いの説明する• プログラム構成の調整(Hikaruさんたちの紹介→Hikaruさんによる独奏(2曲メドレー)→和太鼓独奏→篠笛&和太鼓のセッション→和太鼓体験(レッスン形式)→全員でセッション))
古の木	<ul style="list-style-type: none">• 仲居のお姉さんたちが味があつてとても良かった。• お料理もきれいで味も美味しい。• これは私が初めて食べた懐石料理で、とても気に入った。• 食材は新鮮で、スタッフはとても親切だった。食べながら一つ一つ食材の説明をしてくれた。とても満腹になった。• <u>地域産品を使ったメニューを特別対応いただいた。</u>• 掘りごたつは過ごしやすかった。	<ul style="list-style-type: none">• 何もありません、本当に楽しめました。• メニューを英語で書いてくれていたが、伝わっているのか?というところもあった。<u>仲居さんが説明してくれて訳す形の方が良いか。</u>• もう少しメニューの説明が口頭であつてもいい。• ミニトマトが調理されて出てくると一貫性が出る。	<ul style="list-style-type: none">• 英語メニュー表記をブラッシュアップする• 回ったスポットの食材を使用する(キノシタファームのミニトマトなど)

泉州コンテンツ②／第2回モニターツアー

・以下の行程でモニターツアーを実施。

☆ 1/24(金) 泉州コンテンツ②

- 10:40 チェックアウト&ホテルピックアップ
- 10:40-10:55 移動 (ホテルー古の木)
- 11:00-11:30 篠笛&和太鼓演奏 (Hikaru さん&滝さん)
- 11:30-13:30 古の木でランチ
- 13:30-14:15 移動
- 14:15-15:00 小川いちご農園 いちご狩り&いちごスイーツ
- 15:00-15:15 移動
- 15:15-16:00 キノシタファーム トマト狩り
- 16:00-17:00 移動 (キノシタファームー新大阪)
- 17:00 新大阪駅で解散



泉州コンテンツ②／第2回モニターツアーの結果

モニターツアーの総合満足度	7（10段階評価）	コンテンツのコンセプト・ストーリー性	6（10段階評価）
海外旅行会社に勧められるか	7（10段階評価）	価格は妥当か	やや安い
コンテンツ全体のコンセプトメイクに関して良かったポイント	どこもホスピタリティは高く、美味しいものであった。時間があまりない中で良さを伝えようとする気持ちが感じられた。 <u>地元の幅広い年齢層の方と触れ合えるのはとてもよかった。特に若い方の活躍を見られるのは楽しい。</u>		
コンテンツ全体のコンセプトメイクに関して改善が必要なポイント	<u>なぜこの料亭で食べるのか</u> （日本料理料亭がほかにもあまりないからという消極的な理由ではなくポジティブな理由）、「老舗」ならではの歴史やエピソードが知りたい。まずは、 <u>この土地がどういう土地で、どのような文化があり、どのような特徴があるのか</u> 知りたい。		
篠笛＆和太鼓体験（Hikaru氏、滝氏）	生演奏を聴くだけでなく、実際に和太鼓体験ができるのがよかった。 お話や演奏を聴く間、お茶か何か出せたら。和太鼓体験後は少し喉も渴くので飲み物の用意があると嬉しい。 和太鼓体験は、床が滑るので足を開いて踏ん張れない。個人的には裸足でしたい（すぐ脱げる格好でくるよう事前に案内が必要）。 普段どんな活動をしているのかももう少しお知らせしてもいいかもしれない（QRコード等）。篠笛を間近で見る機会もほしかった。		
料亭古の木（ランチ）	坪庭の景色と美味しい料理を楽しめた。スタッフの方も優しく楽しい会話できた。 メインであるなにお黒牛について説明がほしかった。 コートに匂いがつくので、別の場所で保管するか、ビニールなどで覆ってほしい。		
小川いちご農園（いちご狩り＆スイーツ）	何種類ものいちごを食べ比べできるのがよい。そのままのいちごと、それを加工したスイーツとを食べられるのも嬉しい。飲み物を選択できるのがあるがたい。 種類による味の違いだけでなく、育て方の違いや何が違うのかも説明があると嬉しい。（スイーツは、どのいちごのどんな特徴を利用して作っているのか？どうしてここでいちご栽培を行っているのか？）		
キノシタファーム（トマト狩り）	すきやきで食べた食材を、実際に自分の手で採って食べる体験。トマトジュースのお土産も嬉しい。 「リッツカールトン等で使用されている」といった「結果」を推すだけではなく、「なぜこの土地でこんなに美味しいものができるのか」「なぜ選ばれたのか」という「理由」を知りたくなるような見せ方があるといい。		
どんなポイントをアピールすれば売り出しやすくなるか	わざわざここに来たくなるような理由。牛肉、いちご、ミニトマト、どれも大阪の名物というイメージがないので、なぜ大阪で、しかも中心部から離れたところまで来て食す必要があるのか、食事だけでなく文化も含めたその土地の魅力全体を発する。または、文化よりも食を前面に押し出したい場合は、『食い倒れの街と言われる大阪で、実は「食材」の宝庫はこのエリアである』など、大阪にきたらここまで来なければもったいないと思わせる。		
どんなポイントを改善すれば売り出しやすくなるか	すべてにおいて理由に対するしっかりとした説明が必要。馴染みのない土地に名物かどうかもわからないものを食べに行く人はほとんどいないので、なぜここまでくる必要があるのか？のストーリー性を明確に説明する必要があると感じた。		



02. 委託内容／(1) 泉州地域・南河内地域を対象に、食を中心とするガストロノミーツーリズムのコンテンツ造成と商品化に向けた検証

泉州コンテンツ② ／完成コンテンツ



大阪府・泉州エリア

五感で味わう大阪ガストロミー ～農園体験・和楽器演奏・地産地消すき焼き懐石～

季節に応じて、水茄子/イチゴ/ブドウ/ミニトマトなどの農園で日本ならではのフレッシュな野菜・フルーツを存分にお楽しみいただいた後は、貝塚市にある料亭にご案内いたします。伝統的な日本家屋の個室で、泉州出身の若手演奏家による篠笛・和太鼓の特別生演奏をお楽しみください。お食事は、1ヶ月に数頭しか出回らない大阪のブランド牛「なにわ黒牛」のすき焼きをメインとした地産地消の懐石料理で、五感で味わうガストロミーコンテンツです。

スケジュール例

内容、訪問箇所はアレンジ可能。以下は一例。
14:30～15:30 集合/関西国際空港(KIX)から移動
15:30～16:15 農園でのフレッシュな野菜・フルーツの収穫・試食(スケジュールはいちご狩り体験の場合で設定)
(季節に応じて、いちご狩り体験/水茄子収穫体験/ブドウ狩り体験のいずれか)
16:30～17:15 トマトし狩り体験
17:15～17:45 移動
17:45～18:30 篠笛奏者・和太鼓奏者による特別生演奏
18:30～21:30 料亭での希少な大阪ブランド牛のすき焼きをメインとした地産地消の懐石料理
21:00 料亭にて解散(ホテルまで送迎)



南河内コンテンツ①

.....

南河内コンテンツ① ／原案

- ・イタリアのレストラン格付け「ガンベロ・ロッソ」で最高峰のレストラン「ロカンダ・アル・ガンベロ・ロッソ」で修行した杉本シェフと連携
- ・富田林寺内町にある築150年以上の屋敷で、南河内で取れた食材、そしてワインが織りなす、南河内×地産地消のディナーを提供



▼体験コンテンツのポイント

- ①. イタリア・トラットリアのトレ・カンベレ(三ツ星)で修行した実力派若手イタリア料理人の店「oasi」
 - ・誰もが知る名店「ロカンダ・アル・ガンベロ・ロッソ」で修行後、2013年に帰国。「oasi」を立ち上げる
 - ・半径50kmの食材しか活用しない、まさに地産地消を体現するイタリアンレストラン
- ③. 半径50km圏内で取れた食材、のまもん農園と連携したマリアージュ。
 - ・半径50kmで取れた食材や太子町のぶどうを使用したワイン造りをてがけるのまもん農園産のワインをかけあわせたマリアージュをご堪能
 - ・食材からお酒まで全てを、「oasi」が一つのコースとしてまとめ上げる
- ②. 聖徳太子ゆかりの地や江戸時代の面影残す寺内町の散策も
 - ・聖徳太子ゆかりの地やのまもん農園への訪問や、江戸時代の面影残す寺内町の散策なども体験

▼行程案

13:00-15:00	・太子町エリア
13:00-14:00	・叡福寺の参拝。絵写経の体験。・聖徳太子などの下絵をもとに色付けを自分を見つめるマインドフルネスな体験や境内をガイドとともに参拝
14:15-15:00	・西方院の参拝。併設されたカフェや本堂で、住職が淹れたコーヒーでゆっくりしたひと時をお過ごしいただきます。
15:10-15:30	・移動
15:30-21:00	・富田林エリア
15:30-16:30	・Oasi到着後は寺内町の散策(ガイド付き)
16:40-17:30	・富田林に工房を構える世界的な著名な陶芸家・八田亨氏と岩崎龍二氏を訪問
17:40-19:00	・酒蔵をリノベーションしてビール醸造所+ビアホールとして復活した万里春でクラフトビールのアペリティフ。
19:00-21:00	・杉本氏の“Oasi”で太子町産のぶどうを使ったワインなどを使ったマリーアージュ体験
	・ワインを飲みながらのまもん農園の野間さんとのお話や、太子町のぶどうを使ったワインの試飲もお楽しみ。

02. 委託内容／（1）泉州地域・南河内地域を対象に、食を中心とするガストロノミーツーリズムのコンテンツ造成と商品化に向けた検証

南河内コンテンツ①／第1回モニターツアー

・以下の行程でモニターツアーを実施。カメラマンによる撮影も同時に実施。

11/26(火)	南河内コンテンツ①
参加モニター	イギリス出身、女性、アレルギーなし アメリカ出身、女性、アレルギーなし
13:10	【集合】喜志駅
	移動（ハイヤー10分）
13:20-14:30	叡福寺の参拝。絵写経の体験。
	移動（ハイヤー2分）
14:40-15:20	西方院の参拝。併設されたカフェや本堂。
	移動（ハイヤー11分）
15:35	富田林エリア(寺内町駐車場に停める（散策） ※富田林市営東駐車場 （富田林市富田林町 1-22）
15:40-17:00	到着後は寺内町の散策（ガイド付き）・駐車場に一旦戻り、移動
17:10	移動（ハイヤー15分）
17:30-18:10	喜志駅前・岩崎龍二氏工房見学・説明（富田林市喜志町 2-3-6 の松本八光堂仏壇店の脇の駐車場）
	移動（ハイヤー15分）
18:30-21:00	杉本氏の“Oasi”で太子町産のぶどうを使ったワインなどを使ったマリーアジュ体験
	ワインを飲みながらのまもん農園の野間さんとのお話や、太子町のぶどうを使ったワインの試飲もお楽しみ。
	移動（徒歩9分）
21:10	【解散】富田林西口駅



南河内コンテンツ①／第1回モニターツアーの結果

施設名等	よかった点	改善点	ブラッシュアップ内容
全体	<ul style="list-style-type: none">• <u>全体的には良い。ツアーのコンセプトやストーリーもとても魅力的。</u>歴史ある町を巡り、古民家を探索し、近代的な日本の建物で食事をする前に、寺院とその周辺地域の深い歴史について学ぶことができてとてもよかった。• 山、寺院、農地の素晴らしい景色を望む大阪の田園地帯について有益な情報を得ることができた。忙しい都会の生活からプライベートで静かな逃避先のように感じた。• 生産者と話すのも面白かった。• 使用した食べ物、ワイン、カトラリーもすべて地元のもので、とても特別な気分になった。• 外国人観光客が日本でイタリアンを食べることに戸惑うかもしれないが、<u>日本でしか食べられないイタリアンをポイントとして販売できそう。</u>食材以外、レストランそのものが和風なのも良い。	<ul style="list-style-type: none">• それぞれのスポットを鑑賞する時間がもっとあればよかった。• ツアー全体のコンセプトや、地域内や個人間のつながりなど、各部分の重要性について、もっと説明が必要だった（移動中など）。私は日本文化について知識を持っているので、個人的には楽しめたが、表面的な知識しか持っていない観光客のことを考えると、場所やアクティビティの重要性が十分に伝わっていない。• 充実したツアーで、美食の部分は予想よりも時間が短かった。シェフと話す時間がなかった。• <u>富裕層は一般的にユニークな特別な体験を求めることが多く、今回の食体験のように大阪でしか体験できない大阪産食材のイタリアン・大阪ワインを楽しめるというところを売りとしてもいいかと思う。</u>	<ul style="list-style-type: none">• 全体的にストーリー性を持たせる行程とする必要がある。ガストロノミーというテーマに合わせた行程を再検討する <p>次回モニターツアー時には下記体験を組み込む 八田亨氏の工房見学 Oasiで岩崎氏の作品と同様に使っている八田氏の工房見学も追加し、「陶芸×ガストロノミー」のコンセプトを強化する 窯の見学も入れる</p> <p>クラフトビール醸造所「万里春」 寺内町の散策の終点地に設定し、Oasi訪問前に、アペリティフを楽しむ時間として導入 醸造所の見学も入れる</p>
叡福寺（参拝・絵写経の体験）	<ul style="list-style-type: none">• 絵写経をするのは面白かった。寺院の敷地は美しく、境内のツアーは有益だった。• <u>日本語を書く経験がほとんどない私にとって、満足のいく経験だった。</u>非常に有益な寺院ツアーの後、経典を写すことは非常に平和だった。この経験は私に深い集中力とマインドフルネスを教えてくれた。また、畳の机に正座するのは初めてだったので、独特だった。• 接客も気持ち良く、お互いに気遣いができた。• 聖徳太子について色々勉強できてよかった。大阪府内でこのようなお寺があることに驚いた。	<ul style="list-style-type: none">• 完全な絵を描くには時間が足りなかった。• 実際の仏像ではなく、写真だけを見せられたのは非常に奇妙だと思った。大阪の太子町まで行ってお寺を見たい人は仏教について興味のある人・知識持っている人が多いと思うので、一般公開はしていなくても、VIPのお客様には公開した方がいい。• 写経の際の正しい筆の持ち方、動かし方を実演して見たかった。選ばれた聖句の意味についても簡単に説明していただきたい。• <u>絵写経について、写経は何なのか、なぜするかの説明があった方が勉強になる。終わってから完成品をどうすればいいかの説明も欲しかった。</u>• ボランティアガイドでは本当に日本文化が好きな人には物足りない。<u>テーマの一貫性に欠ける。</u>	<ul style="list-style-type: none">• 寺院に興味のある人には刺さるコンテンツ。逆にいうと、ニーズがニッチであり、ガストロノミーのコンテンツとしてはストーリー性の一貫性に欠けるため、オプション扱いとする。
西方院（本堂参拝・お茶）	<ul style="list-style-type: none">• 僧侶の関わりは良かった。彼の説明は寺院のさまざまな側面や仏像の背後にある物語を網羅していた。<u>堂内に直接入ることができ、仏像を間近で見ることができたのは良かった。</u>• 西方院の主室にあるカフェを訪れるのはとても特別な気分で、寺院のユニークな建築の廊下を歩き、日本庭園の景色を眺めるのは信じられないほど美しかった。<u>温かいコーヒーで元気を取り戻し、景色を眺めながら住職と話しながら食べた。</u>• 体験の質は高かった。仏像も近い距離から見ることができ、住職様の説明もわかりやすかった。また、天井の龍の絵はすごく迫力があり、こんなもの見たことない。	<ul style="list-style-type: none">• ツアーはかなり急ぎ足で、訪問と僧侶との会話を楽しむにはもっと時間が必要だった。• コーヒーを出されたとき、私たちが「カフェ」にいたことが理解できなかった。その点は明確にすべきで、おそらく寺院内のその部屋の本来の用途を説明するべき。• <u>テーマの一貫性に欠ける。</u>	

南河内コンテンツ①／第1回モニターツアーの結果

施設名等	よかった点	改善点	ブラッシュアップ内容
寺内町の散策(ガイド付き)	<ul style="list-style-type: none">ガイドさんは知識が豊富で、説明も的確だった。一緒に街を歩くのはとても楽しかった。私たちが見た建物や通りはとても興味深いものでした。ツアーガイドは面白くて、その地域の家について非常に知識が豊富だった。彼は私たちの質問にすべて答え、雨にもかかわらず農場と町のあらゆる面を見せてくれた。<u>彼は少し英語を話せたので、満足できた。私たちは博物館でかなりの時間を過ごし、明治時代前後の人々の生活について学んだ。</u>旧杉山家住宅の詳しい説明がすごくわかりやすかった。昔の人の暮らしについてや、家の作りについての知識をちゃんと持っているガイドさんでよかった。	<ul style="list-style-type: none">残念ながら雨のため、期待していたほど散歩を楽しんだり、その地域の雰囲気を感じたりすることができなかった。夕暮れ時の雨の中を歩くのは少し不便で、景色も少し見にくかった。博物館には、その上を歩くための温熱ブランケットがありましたが、床の上を歩くために保温靴下かスリッパを持っていればよかった。ツアーはやや長かった。旧杉山家住宅は観光地の一部であるため、施設として出来すぎている感覚が強かった。<u>ボランティアガイドでは、本当に日本文化が好きな人には物足りない。テーマの一貫性に欠ける。</u>	<ul style="list-style-type: none">天候に左右されるが、天候が良ければ建物内よりも寺内町の散策の時間を多く取る
岩崎龍二氏の工房	<ul style="list-style-type: none">美しい作品を見ることができ、オーセンティックな場で作家から直接話を聞ける、質問も可能。作品が巧みに配置されており、見とれる。細かく作品の作り方を教えてくれた。プロセスの写真と、例として灰の入った袋さえあった。窯の部屋も見せてけた。体験の質も高く、専門的な質問があっても詳しい説明をいただいた。<u>商品を購入できる(販売店、展示会でより安く手に入る?)</u>作品の力が圧倒的で、貴重なツアー訪問地になる。30分くらいの滞在時間が良いのでは。<u>oasiで料理が盛り付けられたのを見ると、感動ひとしお。</u>	<ul style="list-style-type: none"><u>アーティストが作品をデモンストレーションするのを見ることを期待していた。</u>作家自身の紹介、作品の説明を観光客に効果的にしてほしい。南大阪がテーマの場なので、作家、作品、買い手(今回はoasiというレストラン)と南大阪の関係性、関連について強調するものであればより印象に残るのでは。<u>キャッシュレスでの購入はもちろん、購入した商品を海外に送付できる仕組みも必要かも。</u>作品は別場で作成されているとのこと、実際訪問できればよいが、動画などがあれば。	<ul style="list-style-type: none">大きくは不変
Oasi	<ul style="list-style-type: none"><u>ディナーに使用された食材は素晴らしく、食材の産地や季節についての説明も嬉しかった。</u>ワインには驚いた。自然派ワインは日本では一般的ではなく、料理にとってもよく合った。ワイン生産者やどのように自然にワインを加工するかについて話し、楽しい雰囲気が漂った。<u>カトラリーも直前に訪問した岩崎氏の陶芸工房のもの。イメージができていたので感動へとつながる。</u>一品一品が美味しく、質が高いし、食材から使用された食器までストーリーがある。お店の雰囲気もアットホームで、キレイなお庭を見ながら食事できるのは極楽。ワインとのマリアージュはもちろん、提供者同士の関係性があり、この食事をする機会が生まれている。	<ul style="list-style-type: none">時間が短かったことと、シェフと話す時間がなかったこと。シェフの国際的な経験を考えると、あると良い。ワインの購入もできればもっと良かった。のまもん農園のワインは既に在庫切れになっているらしく、oasiで食体験して、ワインを購入したい場合、入手できない可能性が大。建物の説明を聞き、ルームツアーができればよかった(地域でどのような存在の建築物だったのか)食材の説明などもあれば日本のお料理を理解しやすい。期待感があがるのでは？<u>八田さんの作品も使われていたが、訪問していないなら説明をした方がよい。</u>	<ul style="list-style-type: none">野間夫妻の同席は継続。ワインの説明を聞きながら食事を楽しむ。(コンテンツに含める)杉本シェフにも登場していただく

南河内コンテンツ①／第2回モニターツアー

・以下の行程でモニターツアーを実施。

☆ 1/22(水) 南河内コンテンツ①

- 13:40 天王寺駅集合
- 13:45-14:30 移動
- 14:30-15:30 陶芸家／八田氏の工房見学
- 15:30-16:00 移動
- 16:00-17:00 寺内町散策
- 17:00-17:15 徒歩移動
- 17:15-18:30 クラフトビール醸造所／万里春の見学とアペリティフ
- 18:30-18:40 徒歩移動
- 18:40-21:00 Oasi でディナー
- 21:00-21:40 移動（Oasi－天王寺駅）
- 21:40 天王寺駅解散



南河内コンテンツ①／第2回モニターツアーの結果

モニターツアーの総合満足度	10（10段階評価）	コンテンツのコンセプト・ストーリー性	10（10段階評価）
海外旅行会社に勧められるか	8（10段階評価）	価格は妥当か	妥当
コンテンツ全体のコンセプトメイクに関して良かったポイント	食材だけでなく、器やしつらえなど <u>全てにおいて「地元」にこだわりつつ上質</u> である点。 陶芸家、ワイン農家のご主人などその道のプロフェッショナルと <u>直接コミュニケーション</u> できる点。 とても良いコンテンツ。 <u>わざわざ出かける価値あるレストランを軸として、陶芸家・農家さんから直に色々話が聞ける</u> ことはお金には代えられない価値だと思う。		
コンテンツ全体のコンセプトメイクに関して改善が必要なポイント	Oasiにまつわる <u>何かをもう1つ</u> （例えばワインや食材を仕入れいている農家など） <u>訪問を含められると</u> 、最後レストランに行った時の感動が更に増すと思う。		
八田氏工房見学	八田さんの説明がとても分かりやすくて良かった。 作品を実際にその場で購入できるギャラリーがあるとよいと思った。テイストが気に入った人は必ずその場で購入したくなると思う。旅行者にとって「旅の記念となる品物の購入」は大事なポイントとしている人も多い。		
寺内町散策	家屋がとてもよく保存されている、また現在も人が住んでいるところが良い。 とても良いボランティアガイドでしたが、説明内容は日本人向け、通訳をつけるにしても内容的に少々 厳しいと思う。完全ボランティアではなく多少有料でもよいのでインバウンドを意識した内容の案内にしてもらえるとよいと思う。 今回は町並み散策のみであったが、家屋の中を見学できる「旧杉山家住宅」見学を入れたほうが良いと思う。外から家屋を見るだけでは理解が深まらないのと、家屋にまつわる日本文化は外国人も興味がある人が多いと思う。		
万里春	酒蔵の良いところを残しつつリノベーションしているところ、気軽に楽しめるところが良い。改善点は特になし。		
Oasi（ディナー）	全て地元産の食材を使っているところと1つずつ丁寧に工夫して提供しているところが良い。のまもん農園のご夫妻が同席し、色々お話ができた点も良い。 パスタを食べてみたかった。 話が盛り上がっていたことをご配慮いただいたのだと思いますが、品数に対して時間がちょっとかかり過ぎた気がする。		
どんなポイントをアピールすれば売り出しやすくなるか	Oasiさんの地元へのこだわりはコンテンツ最大のアピールポイント、Oasiさんでの食事をゴールとして内容全体をまとめアピールするとストーリー性と一貫性が生まれてよいと思う。 コンテンツ改善と言うよりも、寺内町は大阪府下にも重伝建地区があることをもっとアピールすべき。		
どんなポイントを改善すれば売り出しやすくなるか	お客様にお勧めしたいコンテンツではあるが、実際に予約となった場合、手配が全て揃うのか、そこが少々心配ではある。		



02. 委託内容／(1) 泉州地域・南河内地域を対象に、食を中心とするガストロノミーツーリズムのコンテンツ造成と商品化に向けた検証

南河内コンテンツ① ／完成コンテンツ



大阪府・南河内エリア

世界に通ずる職人、シェフ、食材、文化に触れる半径50km圏内のローカルガストロミー

大阪南部に位置する南河内。小さなコミュニティの中には、世界でも評価される陶芸家や日本の有名レストランや料亭で使われる食材・生産者、また歴史文化が揃っています。またその土地で収穫された食材や陶芸家の作品をひとつのガストロミーエクスペリエンスとして体现されているレストランもあります。シェフのコース料理や陶芸家の工房見学などをお楽しみください。

スケジュール例

内容、訪問箇所はアレンジ可能。以下は一例。
13:00～14:00 南河内に工房を構える陶芸家の工房見学(陶器)
14:00～14:45 移動
14:45～15:45 南河内に工房を構える陶芸家の工房見学(陶磁器)
16:00～17:00 江戸時代の面影残す寺内町の散策(ガイド付き)
17:15～18:30 ビアホールでクラフトビールのアペリティフと醸造所の見学
18:30～21:00 寺内町に佇むイタリアンレストランでの特別料理とワインのマリーアジュ体験



南河内コンテンツ②

.....

02. 委託内容／（1）泉州地域・南河内地域を対象に、食を中心とするガストロノミーツーリズムのコンテンツ造成と商品化に向けた検証

南河内コンテンツ② ／原案

- ・KIXから最も近い高級温泉宿であり、3000坪の庭園を誇る、国の有形文化財にも登録された和風旅館「南天苑」と連携
- ・南河内の食材を全面に押し出した、MAISON INCO縄手シェフによる胃腸に優しいWellnessディナーをご用意



▼体験コンテンツのポイント

①. KIXから最も近い高級温泉旅館「南天苑」。移動疲れを癒すのに最高の場所

- ・東京駅を建てた辰野金吾氏による設計。旅館自体が有形文化財であり、3000坪の敷地を誇る。
- ・KIXから車で50分程度。移動疲れを、ラジウム温泉に入ってゆっくと癒していただく。

②. 長時間フライトによる「胃腸疲れ」に配慮した食事をご提供

- ・MAISON INCO縄手シェフと連携し、南河内を中心とした食材、特に胃腸に優しい野菜を中心とした食事を提供。
- ・庄屋門のある古民家を改築した“南天苑の別邸・久右衛門”を通常オープンしていない夕食の時間帯に貸切利用。縄手シェフの特別ディナーをお楽しみいただく。

▼行程案(Daytime / NightTime)

15:00-16:00	・河南町・尾崎ストロベリーファームに移動、収穫体験（いちごの時期）
	・収穫したイチゴは、夕食時のデザートに。
16:10-17:00	・「道の駅かなん」に移動
	・MAISON INCO縄手シェフと夕食に使う食材の買い物体験
	ヒノヒカリ、きぬむすめ、ナス、キュウリ、里芋などの野菜や果樹・イチジクなど
17:30-20:00	・南天苑に移動、チェックイン
	・MAISON INCO縄手シェフと連携した夕食体験
	・夕食時は金剛山のクラフトビールやおすすめのワインなどもご提供
	・道の駅かなんで購入した食材を使用したイタリアンコース料理
	・夕食後は、ホテルで温泉などを満喫

02. 委託内容／(1) 泉州地域・南河内地域を対象に、食を中心とするガストロノミーツーリズムのコンテンツ造成と商品化に向けた検証

南河内コンテンツ②／第1回モニターツアー

・以下の行程でモニターツアーを実施。カメラマンによる撮影も同時に実施。

11/24（日）	南河内コンテンツ②
参加モニター	韓国出身、女性、40 歳、アレルギーなし オーストラリア出身、男性、62 歳、アレルギーなし
9:00	【集合】古市駅
	移動（古市駅→メゾンインコで縄手シェフピックアップ→道の駅かなん／ハイヤー30 分）
9:30-10:30	道の駅かなんで食材購入
	移動（ハイヤー25 分）
11:00-11:50	モニター：南天苑 見学
11:00-12:00	縄手シェフ：「山川草膳 久右衛門」にて料理準備（南天苑から車で 4 分）
11:50-12:00	モニター：移動（南天苑→山川草膳 久右衛門／ハイヤー4 分）
12:00-14:20	縄手シェフによる「山川草膳 久右衛門」でのランチ
	移動（ハイヤー3 分）
14:30	【解散】天見駅



南河内コンテンツ②／第1回モニターツアーの結果

施設名等	よかった点	改善点	ブラッシュアップ内容
全体	<ul style="list-style-type: none">大阪を含めて関西地方に結構長く住んでいるが、今回のツアーで訪れたところは聞いたこともなく、もちろん行ったこともないところだったので新鮮な経験だった。関西地方の旅行の経験が多くて有名な観光地はほとんど行ったことある観光客には日本の雰囲気を感じられるところになると思う。大阪の食に対してはポジティブなイメージを持っているが、特に高級な美食のイメージはなかった。今日体験した料理、<u>プレゼンテーション、セッティングは素晴らしいと思った。会場は静かで、隠れ家的で、特別だった。私はいつも特別な場所で特別な人と特別な料理を食べたい。このような食事体験は思い出となる。</u>	<ul style="list-style-type: none">テーブルセッティング(カトラリー)やグラスのセッティングがもっときちんと<u>準備され、もっと時間をかけてテーブルに運ばれてもよかったかもしれない</u>(ただし、シェフが皿を片付けて会話をしていたのはよかった)。電気ロウソクではなく、本物のロウソク。紙筒に入った砂糖やパックの牛乳(クリーム)ではなく、適当な鍋に入った本物の砂糖(九州産か奄美産か沖縄産か)、水差しに入ったクリーム。すべてが本物で、思いやりがあり、それぞれの部分に理由とストーリーがなければならない。パッケージされたものや、他で見かけるようなものは一切ない、一度きりの経験を。	<ul style="list-style-type: none">次回は尾崎ストロベリーファームも行程に組み込む予定
道の駅かなん(シェフとの食材購入)	<ul style="list-style-type: none"><u>小さい道の駅だったが、野菜の種類も多いし、近所ですぐ取れたものだからすごく新鮮だと感じた。</u><u>シェフといろいろ野菜について話しながら一緒に選べるのができて楽しかった。</u>地元のファーマーズマーケット：私はもともとそういう場所が大好きなので、シェフと一緒に自然の食材を選べるのが楽しい。農家、シェフ、野菜(食品)、キッチン、そして食卓のゲストの間に関係性をもたらすことは重要であり、そのようなことが体験できた。	<ul style="list-style-type: none">特に悪かったことはなかったが、時間が少し長かった。客が多くて混んでいた。<u>農家もそこにいて会えば、農家、シェフ、野菜(料理)、厨房、そして食卓を囲むゲストの関係性がより強く感じられると思う。</u>今は農薬や化学肥料を使わないことが前提になっている。農薬や化学肥料を使わないでほしい。	<ul style="list-style-type: none">第2回では、縄手シェフの料理に合うような、装飾のためのお花なども購入予定(テーブルにセッティングする)
南天苑(館内の見学)	<ul style="list-style-type: none">すごくキレイなところだった。紅葉が綺麗だと聞いたが、他の季節にもまだ行ってみたいと思う。入ってみた全ての部屋で素敵なお庭を見ることができてよかった。日本に住みながらも一回も見たことない「いろり」を見ることができてそれもいい経験だった。私は古い<u>日本風の建物や庭が大好きでよく行くが、とても良かった。とても清潔。外の庭はよく手入れされていた。</u>	<ul style="list-style-type: none">2階建ての建物だが、<u>古い建物だったのでバリアフリーの対応が全然なくて残念。</u>すごく静かでキレイなところだったが、本当にそれだけだったので、子ども連れの家族はもっと楽しめることあったらいいと思う。座ってモーニングティーやアフタヌーンティー、ワインを飲む場所があるといい。旅館でよく見かけることだが、<u>部屋はシンプルで素敵なのに、旅館の正面玄関ロビーはたくさんのチラシやポスター、地図などで散らかっている。</u>	

南河内コンテンツ②／第1回モニターツアーの結果

施設名等	よかった点	改善点	ブラッシュアップ内容
山川草膳 久右衛門 (MAISON INCO縄手シェフによる『山川草膳 久右衛門』でのランチ)	<ul style="list-style-type: none">・ <u>素敵な建物で、すごくキレイ。いろいろ日本雰囲気の飾り物があって見る楽しさもあった。</u>・ 食べ物はやり過ぎもなくシンプルでよかった。・ 油濃いものが全然なかったこともよかった。・ <u>道の駅で買った野菜が料理になったことも楽しかった。お酒はワインもビールもその地域だけで飲めるものを味わうことができてよかった。</u>・ 古い建物で寒いと思ったが、床暖房が入ってて暖かくて過ごせた。・ シェフがどのように料理を作ったか、他の食材をどのように調理したかをテーブルまで持ってきて説明してくれたのがとてもよかった。・ (INCO)シェフと長時間過ごすので特別感はある。・ (南天苑、久右衛門) 雰囲気は抜群。	<ul style="list-style-type: none">・ ここもバリアフリー対応がなかったことが残念だった。・ <u>テーブルセッティング(カトラリー)やグラスのセッティングをもっときちんと準備し、時間をかけてテーブルに運べばよかったと思う(ただし、シェフが皿を片付けて会話をしていたのはよかった)。</u>・ 使う全てのものにそれぞれ理由とストーリーがなければならない。・ (INCO) 違う場所で調理するので、オペレーションに難あり。お皿などのこだわりも出せない。	<p>準備について</p> <ul style="list-style-type: none">・ 縄手シェフの料理に合うように、メゾンインコから食器・カトラリー類を全て持参いただく・ 野菜の色や形が映えるような無地の焼き物が多い・ 白用・赤用のグラスのみ、南天苑のものを使用。最初から2つつテーブルにセットしておく。 <p>当日の設営について</p> <ul style="list-style-type: none">・ スタッフ＝縄手シェフ＆奥様＆南天苑スタッフ1名・ ホールスタッフとして、日頃メゾンインコと一緒に働かれている奥様にもお越しいただく・ 提供は3名で分担して素早く提供・ 料理の説明は全て縄手シェフ・ お皿の下げ:縄手シェフ以外の2名 <p>ドリンク</p> <ul style="list-style-type: none">・ ボトルは3名が常に気を配って適宜サーブ・ ボトル以外の注文は、南天苑のスタッフが担当・ 食後のドリンクは縄手シェフが提供・ ポット、カップもメゾンインコのものを持参 <p>その他</p> <ul style="list-style-type: none">・ 尾崎ストロベリーファームのいちご2Pをメイン料理に活用予定・ より「地元の食材」であると感じていただけるように、野菜を見せるかごを使ったり、生産者の顔写真を軽く見せたりする(縄手シェフからのご提案)・ 実際の販売を想定して、縄手シェフの移動はご自身でカーシェアを手配していただく

02. 委託内容／(1) 泉州地域・南河内地域を対象に、食を中心とするガストロノミーツーリズムのコンテンツ造成と商品化に向けた検証

南河内コンテンツ②／第2回モニターツアー

・以下の行程でモニターツアーを実施。

- ◇ 1/19(日) 南河内コンテンツ②
- 14:30 新大阪駅新幹線口改札前集合
 - 14:30-16:00 レンタカー移動（新大阪ー南天苑）
 - 16:00 南天苑チェックイン
 - 16:00-17:00 山崎女将による南天苑の案内
 - 17:00-18:00 フリータイム
 - 18:00-20:00 南天苑で夕食
 - 20:00 温泉等でゆっくりお過ごしください
 - 宿泊@南天苑

- ◇ 1/20(月)
- 07:30-08:15 南天苑で朝食
 - 09:00 チェックアウト
 - 09:00-09:30 移動
 - 09:30-10:15 道の駅かなんで食材のお買い物
 - 10:15:-10:30 移動
 - 10:30-11: 20 尾崎ストロベリーファーム いちご狩り
 - 11:20-12:00 移動
 - 12:00-14:30 山川草膳久右衛門で縄手シェフによるランチ
 - 14:30-14:40 移動（久右衛門→天見駅）
 - 14:40 天見駅にて解散（以降は目安時間）



南河内コンテンツ②／第2回モニターツアーの結果

モニターツアーの総合満足度	7（10段階評価）	コンテンツのコンセプト・ストーリー性	6（10段階評価）
海外旅行会社に勧められるか	7（10段階評価）	価格は妥当か	やや高い
コンテンツ全体のコンセプトメイクに関して良かったポイント	南天苑のスタッフのホスピタリティーや施設内のファシリティーの質は高かったので、 <u>ここを拠点として様々な体験を組み込むというコンセプトは素晴らしい</u> 。また、古民家を貸し切ったの食事は <u>特別感がある</u> 。地元食材と発酵食品を組み合わせた特別な料理は、ただ食するだけでなく、 <u>ゲストとシェフとのコミュニケーションのフック</u> となり、また <u>地元への興味関心を喚起する</u> するきっかけともなるので好ましいと思った。		
コンテンツ全体のコンセプトメイクに関して改善が必要なポイント	いきなりKIXから南天苑に行くケースより、まずは京都や大阪の名所を楽しんだ後、都会の喧騒を離れてゆっくりと日本らしいところで過ごす、という流れが多そう。田舎の純日本式の文化財の宿で逗留し、そろそろ <u>日本食にも飽きたころに</u> 、地元食材を使った料理でお腹も心も満たす体験はかけがいのないものとなると思う。ただし、時間をかけてまでイチゴ狩りや道の駅に連れていくよりは、南天苑周辺のウォーキングやサイクリングのツアーを提供して、 <u>もっと都会からのリモート感、ローカルとの触れ合いを体験してもらう方がwellnessにつながるのではないか</u> 。		
南天苑(宿泊)	スタッフのホスピタリティ。皆笑顔が素敵で、よく気が配られていた。フロントスタッフが全員英語対応ができる(レベルの差はあるらしいが)のはインバウンドにとってはありがたい。夕食や朝食のポーションも丁度よく、フードロスはありませんように感じた。 夕食の食材の説明がほとんどなく、質問しても答えられない場面があった。(細かい指摘で、かつ他の旅館でもありがちだが)ゲスト用のスリッパがやや古く、しかも滑りやすい。もう少しクオリティの高いものにかえた方が良い。		
道の駅かなん(シェフとの食材購入)	地元の食材の種類が豊富だった。 当該エリアの農作物の説明が足りなかった。1年を通してどんな作物ができるのか、地元でしか食べられない食材があるのか、その理由(気候風土や地理的条件)、地元の人とはどんな風に食べているのか、等。インバウンドを迎えるにあたっては、もう少し丁寧な説明が必要。		
尾崎ストロベリーファーム	美味しかったが、南天苑からの移動時間が遠く、オプションにすべき。		
山川草膳久右衛門(縄手シェフによるランチ)	何よりも全て美味しくいただいたこと、盛り付けの美しさと適切なポーション。シェフによる食材のプレゼンテーション、生産者の紹介。 食事が始まる前に、もう少しコース全体のコンセプトやシェフの自己紹介の時間が欲しかった。例えば、(事前にXPERISUS様から聞いていたが)発酵食をベースにした食事へのこだわり、地産地消へのこだわりなど。せっかく貸切にするのであれば、特に外国人の場合は、もっとゲストとのエンゲージメントに繋がるコミュニケーションをとる必要がありそう。		
どんなポイントをアピールすれば売り出しやすくなるか	"wellness"を打ち出すのであれば、なぜこのコンテンツが"wellness"につながるのか、明確な説明が必要。確かに南天苑は純日本式建物で昔ながらのおもてなしでリラックスできるが、日本各地で似たような体験はできる(建物が文化財ではなくても)。縄手シェフとのコラボが差別化できるポイントであれば、何故縄手シェフなのか、をもっと前面に出すべき。		
どんなポイントを改善すれば売り出しやすくなるか	南天苑の外国人スタッフが周辺まち歩きツアーを実施しているとのこと。イチゴ狩りや道の駅での買い物を詰め込むのではなく、南天苑周辺をのんびりと歩いたりサイクリングして、地元の人々とのふれあいを体験してもらう方がいいのでは。それがリトリートにもつながるような気がする。ツアー催行にあたっては、通訳ガイドは訪問地の地理歴史の事前リサーチ、食材や料理に関する知識が必要。		



02. 委託内容／(1) 泉州地域・南河内地域を対象に、食を中心とするガストロノミーツーリズムのコンテンツ造成と商品化に向けた検証

南河内コンテンツ② ／完成コンテンツ



大阪府・南河内エリア

地元出身のシェフとめぐるジャパニーズ・マルシェと有形文化財での特別ランチ

地元出身のシェフ同行で、地元の生産者による野菜や果物を買うことができる道の駅（日本版マルシェ）へおでかけ。シェフと一緒にランチに使用する旬の食材を購入します。ランチは古民家を改築したカフェを貸切。フレンチをベースに北欧の発酵を掛け合わせた、南河内の自然を味わうローカルガストロノミーをお楽しみください。

スケジュール例

内容、訪問箇所はアレンジ可能。以下は一例。
10:45-11:30 道の駅で食材のお買い物
11:30-12:00 移動
12:00-14:30 貸切カフェにてシェフによるランチ



南河内コンテンツ③

.....

南河内コンテンツ③ ／原案

- ・食肉産業で140年の歴史を誇る羽曳野市。食肉の聖地と言われる場所で、最高峰の肉を食べる、Gastronomy Hoppingをご提案
- ・羽曳野にある「焼肉こじま本店」「一心」「焼肉牛王」の焼肉、そして藤井寺にある名店「焼鳥幽霊」などを巡る



▼行程案(Daytime / NightTime)

16:00-17:00	・藤井寺市到着。焼き鳥屋(焼鳥幽霊) HOPPING開始
17:00-18:00	・羽曳野市へ移動。
18:00-19:00	・焼肉こじま本店にて「ハンバーグ」「上はらみ」を提供(※移動時間含む)
19:00-20:00	・焼肉一心にて「赤身ユッケ」「箱盛り」を提供(※移動時間含む)
20:00-21:00	・焼肉牛王にて「厚切&焼きすきロース肉」「肉寿司」を提供(※移動時間含む)
21:00	・解散 / 大阪市内のホテルへ
備考	・Dinnerのみ

▼体験コンテンツのポイント

- ①. 140年の歴史を誇る食肉の聖地「羽曳野」を舞台としたGastronomy Hopping
 - ・美味しい食肉が数多く集まる「羽曳野市」にて、少量の焼肉を食べながらお店を巡る体験を提供
 - ・また藤井寺市には焼き鳥の名店も数多くあり、連携することで更に高付加価値化を実現する
- ②. 羽曳野市×焼肉:肉の専門家、食肉卸業者も通う名店を巡る(複数店舗の中から選択・調整)
 - ・昭和53年創業の老舗「焼肉こじま本店」の「レアハンバーグ」「上はらみ」を堪能
 - ・「焼肉一心」では「赤身ユッケ」「箱盛り」、焼肉牛王では「厚切&焼きすきロース肉」「肉寿司」を食べ歩く
 - ・その他、「我流焼肉宗左エ門」も選択可能
- ③. 藤井寺×焼き鳥:予約殺到。大阪府民も唸る焼き鳥屋を巡る
 - ・名店の「焼鳥幽霊」にて、通常行っていない貸切営業を提供
 - ・藤井寺の焼き鳥店からスタートして羽曳野市の焼肉店まで、まさに肉三昧の体験を提供

02. 委託内容／（1）泉州地域・南河内地域を対象に、食を中心とするガストロノミーツーリズムのコンテンツ造成と商品化に向けた検証

南河内コンテンツ③ ／第1回モニターツアー

・以下の行程でモニターツアーを実施。カメラマンによる撮影も同時に実施。

11/27（水）	南河内コンテンツ③
参加モニター	中国出身、女性、32 歳、キウイフルーツアレルギー 韓国出身、女性、51 歳、アレルギーなし
15:45	【集合】藤井寺駅 改札口前
	移動（徒歩 6 分）
16:00-17:00	焼鳥幽霊
	移動（焼鳥幽霊→焼肉こじま／ハイヤー12 分）
17:30-18:30	焼肉こじま
	移動（焼肉こじま→我流焼肉 宗左エ門／ハイヤー17 分）
19:00-20:00	我流焼肉 宗左エ門
	移動（ハイヤー／30 分）
20:30	【解散】天王寺駅



02. 委託内容／（1）泉州地域・南河内地域を対象に、食を中心とするガストロノミーツーリズムのコンテンツ造成と商品化に向けた検証

南河内コンテンツ③ ／第1回モニターツアーの結果

施設名等	よかった点	改善点	ブラッシュアップ内容
全体	<ul style="list-style-type: none">• どのお店も料理が本当に美味しく、焼き鳥は外はパリッと、中はジューシーで絶妙な焼き加減。焼肉は肉質が素晴らしく、肉本来の旨味をしっかり味わうことができた。特にタレや塩の味付けが絶品。• <u>店員さんの接客がとても親切で、お店の雰囲気もアットホームで、リラックスして食事ができた。後ろからの2件は地元の人たちも利用している。</u>• 地域の有名な店で現地のガイドの話を聞きながらおすすめの絶品の料理を食べる事が出来て、非常によかった。• <u>3箇所の店がそれぞれの特徴があり、味も非常に良く、今回紹介された店は外海から日本に旅行に来た人が行くのもコストの面も、美味しさに置いてとてもいい、素晴らしい良い店だと思った。</u>	<ul style="list-style-type: none">• 全体のテンポはよかったが、個人的に少し地産野菜や果物なども食べたい。3軒とも肉食の店になるとヘルシー志向や家族で参加される方々に少きつい。• <u>匂いが気になる場合は消臭剤もハイヤーなどに常備するとよい。</u>• 個人的に食材や炭などのこだわり、地域の特徴や物語に興味はあるが、備長炭など日本人のなかで当たり前のように認識されている【こだわり】ポイントについても、海外からの観光客には知らない情報かもしれないので、<u>もう少し丁寧に説明を追加していただきたい。</u>• 羽曳野の肉が新鮮である理由をガイドさんから聞きながら食の体験出来るから、より深く味を楽しむことができる	
焼鳥幽霊	<ul style="list-style-type: none">• 目の前で調理している様子も見えて楽しい。日本語が分かれば店の方たちと直接話ができる。• <u>カウンターから料理する姿が全部ほぼ見えて、食べる前に期待感が上がり、鳥をさばきながら、料理を準備することが、とても焼き鳥の専門店である事に感じられた。</u>• まずは説明を聞くことで、料理に対する理解を持って食べられてよかった。• 炭火で焼いた焼き鳥は一つ一つ丁寧に炭火の匂いがしっかり入ってて、風味があった。• 目の前で調理は体験価値あり。店主の人柄、ホスピタリティもあり。	<ul style="list-style-type: none">• 用意されていた一味などの調味料に関して、それらは何だったのか、どのタイミングに使うと味変えによかったかなど、冒頭に説明があると良い。苦手な調味料なども聞いてくださると嬉しい。• <u>生の鳥一匹が目の前で解体するのをみて新鮮な体験でしたが怖いとも感じる</u>• 塩焼の時は塩の量の先に聞いて味の調節が出来たらいいと思いました。濃口、薄口。• せっかくなので、ドリンクにもこだわってもらいたい(こだわりを語ってもらいたい)。• ボトルキープの数は常連の多さの証だと思うので、どこかでアピールできないか。• タレの串を出した上に塩の串を出すのが気になった。• 調理時に店主が後ろを向いてしまうところが話しかけにくく感じてしまう。	<p>店主とのコミュニケーション</p> <ul style="list-style-type: none">• より「楽しんで」いただけるよう、店主・辻野様との会話を増やす <p>ドリンク提供</p> <ul style="list-style-type: none">• お好みに合わせてお店側からも案内&オススメをしていく（ファーストドリンクのタイミング） <p>提供メニュー</p> <ul style="list-style-type: none">• タレと塩の皿は分ける

南河内コンテンツ③ ／第1回モニターツアーの結果

施設名等	よかった点	改善点	ブラッシュアップ内容
焼肉こじま	<ul style="list-style-type: none">肉はとても新鮮でハンバーグもジューシーでおいしかった。店の見た目から長く地域から愛され、用いられていると感じた。ガイドさんからこじまの人気メニューをすすめられて、こじまの出番の料理が食べられて地域の話も聞けてよかった。地元の肉食文化の説明があって面白かった。今まで食べてない形の半生状態のハンバーグを店の特徴のソースとお好みでやきながら食べることが可能だったのでよかった。ハンバーグの肉が新鮮でまるでユッケをたべるように感じた。ハラミの肉も新鮮。<u>炭焼きなので肉の味が一層、美味しく楽しめた。</u>	<ul style="list-style-type: none">地域の住民や肉屋さんも利用しているお店だという設定は事前に説明が欲しい。<u>座布団の席だからかもしれないが、席がすこし狭くて足も痛い。(外国人にあぐら難しい)</u>ハンバーグの量も、客に好みを聞いて50G～150G程度で調整できるといいのでは。ハンバーグは1つにつき1つの鉄板が良い。衛生的に。(そうすればタレの迫力も出るはず)ハンバーグの焼き加減を調節してあげる人を付けた方が良いのでは？付け合わせの野菜にもこだわってほしい。肉を挽くのを見せてあげるのも良いのでは。	焼肉Hopping ・一心&牛王にて実施 ガイド ・DEEP EXPERIENCEの英語ガイド同行をテスト(XPS手配の通訳ガイドは別途同行)
我流焼肉宗左エ門	<ul style="list-style-type: none">肉の質がよく味付けにトリュフなどの隠れ味があっておいしかった。3軒目でもおいしくいただけた。店の対応(私たちだけではなくほかのお客さんに対して)とてもよく、アットホームな温かい雰囲気の中で質のいい食事ができて本当にうれしかった。すき焼きの肉のクオリティーが高かった。特選の卵も新鮮で美味しかった。炭焼きなので肉の味をさらに美味しく感じた。てっちゃん鍋にホルモンがいっぱい入り満足があり、肉以外野菜なども入って肉を食べた後にバランスよく食べられた。<u>店の社長さんが料理を直接作っていらっしゃるので聞きたいことは聞けてよかった。</u>	<ul style="list-style-type: none">スプーン置き用のお茶碗を用意していただくか、スプーンの取っ手にもう少し隔热材を巻いていただきたい。うどん用のお箸もあれば助かる。<u>肉の質は高いがレストラン全体的には少し落ち着いてない雰囲気。</u>昭和なローカルの日本の焼肉体験がしたいならありか。	事前に期待値をコントロール ・「地元の人に愛される、良い食材を使ったローカルな焼肉」ということをご理解いただいた上で参加いただく

南河内コンテンツ③／第2回モニターツアー

・以下の行程でモニターツアーを実施。

◇ 1/22(水) 南河内コンテンツ①

- 13:40 天王寺駅集合
- 13:45-14:30 移動
- 14:30-15:30 陶芸家／八田氏の工房見学
- 15:30-16:00 移動
- 16:00-17:00 寺内町散策
- 17:00-17:15 徒歩移動
- 17:15-18:30 クラフトビール醸造所／万里春の見学とアペリティフ
- 18:30-18:40 徒歩移動
- 18:40-21:00 Oasi でディナー
- 21:00-21:40 移動（Oasi－天王寺駅）
- 21:40 天王寺駅解散



南河内コンテンツ③／第2回モニターツアーの結果

モニターツアーの総合満足度	10（10段階評価）	コンテンツのコンセプト・ストーリー性	10（10段階評価）
海外旅行会社に勧められるか	7（10段階評価）	価格は妥当か	やや高い
コンテンツ全体のコンセプトメイクに関して良かったポイント	ガストロノミーの中でも <u>コンセプトが「肉」と解りやすくブレていないこと。</u> <u>「肉」のクオリティが高いこと。</u>		
コンテンツ全体のコンセプトメイクに関して改善が必要なポイント	提供する食事の「量」、行程（お店の数、順番）。 <u>ガイドによる多言語での専門的な説明</u> 。改善というよりもこれらの点の良しあしがお客様の満足度に大きく左右すると思う。		
焼鳥幽霊	店主はじめスタッフのあたたかなおもてなし、鶏肉の質が良かった。 「ホッピング」前提であれば、メニュー内容をもう少し「焼き鳥」特化してもよいかもしれないと感じた。（海老芋、あんかけだし巻き玉子はおなかが膨れる、また最初にでてきたきゅうりのお漬物はどちらかというと最後に食すものだと思うので、いくら地元産でもいきなりはちょっと気になった。） 目の前で鳥をさばくことは、いくら内臓は取り除いていたとしても欧米人の中には嫌がる人がいるかもしれないので念のため、前もってお客様にアナウンスしておくとういかもしれない。		
焼肉一心	新鮮な牛肉をいろいろな部位ごとに楽しめる。リーズナブルな価格。 提供された色々な部位についてや焼き方についての説明があるとよい（できればお店のスタッフから）。		
焼肉牛王	肉寿司をはじめ、ロース肉の質が高かった。 地元ならではの、ローカルな雰囲気が良かった。 タレの違い、どうやって焼くとよいかの説明（スタッフはかなり忙しそうなので、同行ガイドでもよい）。		
どんなポイントをアピールすれば売り出しやすくなるか	大阪市内でもお金さえ払えば高いクオリティの肉を食べることができるので、わざわざそこまで行く「理由づけ」のアピールが重要だと思う。 「食」と「肉 Lover」のお客様に大阪市内から肉だけを食べに行くコンテンツとしての提案に加え、「食」をそこまで目的にしていないお客様に対して大阪府内の新たなデスティネーションの提案として大阪の南エリアを1日観光し、夕食を兼ねてこのホッピングを組み込むルート提案ができるとお勧めする裾野が広がるかもしれない。		
どんなポイントを改善すれば売り出しやすくなるか	いずれのお店も多言語対応が厳しそうなので、ガイドのスキルがポイントだと思う。単に焼肉を楽しく食べるだけならば、ここまで来なくてもよいと思うので、「肉を食べること」を目的としたお客様をご案内するならば、ガイドが相応の知識で対応できるとコンテンツの価値を高められると思う。		



02. 委託内容／(1) 泉州地域・南河内地域を対象に、食を中心とするガストロノミーツーリズムのコンテンツ造成と商品化に向けた検証

南河内コンテンツ③ ／完成コンテンツ



大阪府・南河内エリア

関西屈指の肉の聖地『羽曳野』の焼肉店と食通に話題の焼き鳥店の贅沢ホッピング

食肉産業で140年の歴史を誇る羽曳野市。食肉の聖地と言われる場所で、最高峰の肉を食べる、Gastronomy Hopping。市内に加工所があることで仕入れ先が近く、新鮮で良質な肉が味わうことができます。また食通も唸る焼き鳥屋の名店を旅行者のためだけに貸切営業。ゆっくりとお召し上がりください。

スケジュール例

内容、訪問箇所はアレンジ可能。以下は一例。
16:00～17:10 焼鳥HOPPING開始
17:10～17:30 移動
17:30～18:40 焼肉HOPPING開始。「赤身ユッケ」「箱盛り」を提供
18:40～19:00 移動
19:00～20:00 最後の焼肉店にて「厚切&焼きすきロース肉」「肉寿司」を提供



02. 委託内容について

.....

- (2) ガストロノミーツーリズムの実施や海外富裕層等受け入れに対する泉州・南河内地域の機運醸成
 - ① 第1回ワークショップの実施実績
 - ② 第2回ワークショップの実施実績

①第1回ワークショップの実施実績

- 第1回イベントは、日本ガストロノミー協会会長の柏原氏、および当社代表による講演をメインに実施し、後半ではワークショップを実施。
- 富裕層旅行マーケットとガストロノミーについての理解を深めていただくとともに、事業者同士の交流を促進した。

イベント名	ガストロノミーツーリズムに関するセミナー ～「食」をテーマとした高付加価値コンテンツ造成について～
実施日時	2024 年 11 月 25 日(月) 午後 3 時～5 時(2 時間)
実施場所	あべのハルカス貸会議室(対面開催) (〒545-6025 大阪市阿倍野区阿倍野筋 1-1-43 あべのハルカス 25F 天王寺駅直結)
対象者	大阪府内の「食」関連事業者、観光関係者など
参加者数	25名
実施概要	① 日本ガストロノミー協会会長／柏原光太郎氏による講演 「ガストロノミーツーリズムの考え方」(60 分) ② エクスペリサス株式会社代表／丸山智義による講演 「富裕層旅行を取り巻く環境・マーケットの理解とトレンドについて」(40 分) ③ ワークショップ「ガストロノミーツーリズムコンテンツの造成方法について」(20 分)



①第1回ワークショップの実施実績

- ・ 事後アンケートへの主な回答内容は以下の通り。

セミナー・ワークショップの内容に関するコメント

- ・ 経験が浅い私にも、ガストロノミーツーリズムについての現状や課題からご説明いただいたので、すごくわかりやすかった。
- ・ 富裕層やガストロノミーに関する知識が得られたことは非常に有意義であった。
- ・ ワークショップが良かった。我々では思いつかないようなポイントがあり、今後の事業の参考になった。
- ・ 富裕層海外旅行者の方の傾向を知ることができて良かった。
- ・ 具体事例を紹介いただいて参考になった。
- ・ セミナーが大変分かりやすく、学ぶことも多かった。
- ・ 富裕層の動向についてよく理解できた。
- ・ 富裕層向けの話が多かったので、富裕層向けではないターゲットに関する話が聞きたかった。
- ・ 富裕層以外のインバウンドをターゲットにしたコンテンツ造成や訴求ポイントについても学びたい。

事業者交流に関するコメント

- ・ 異業種の方と意見交換し、知り合う機会となった。／色々な職種の方とお話しできてとても参考になった。／参加者の方と名刺交換ができてよかった。
- ・ もう少し色々な方とお話しできるとさらによかった。／交流会でつながりを作る時間をもう少し長めにに設けていただけるともっと良かった。

その他コメント

- ・ 次回のイベントも、ガストロノミーツーリズムに関して大阪の様々な魅力ある事業者・施設・取組を知る機会としたい。
- ・ アクセスがよかった。

②第2回ワークショップの実施実績

- 第2回イベントは、今年度造成したコンテンツの紹介、富裕層向けサービスについてのインプットとワークショップ、事業者交流会を実施。
- 第1回よりもさらに実例に基づいたケーススタディををグループワークに取り入れた。

イベント名	ガストロノミー(「食」)ツーリズムに関するワークショップ&事業者交流会
実施日時	2025 年 2 月 17 日(月) 午後3時～5時(2時間)
実施場所	都シティ 大阪天王寺(対面開催) (〒545-0053 大阪市阿倍野区松崎町1-2-8 天王寺駅直結)
対象者	大阪府内の「食」関連事業者、観光関係者など
参加者数	22名
実施概要	①今年度造成したガストロノミーコンテンツのご紹介(30分、5コンテンツ) ②エクスペリサスが考える「富裕層向けサービスのポイント」(15分) ③グループワーク「テーマ: 富裕層向けサービスに取り組む」(45分) ④事業者交流会(自由歓談)(30分(+任意参加: 閉会后1時間))



②第2回ワークショップの実施実績

- ・ 事後アンケートへの主な回答内容は以下の通り。

コンテンツ紹介・ワークショップの内容に関するコメント

- ・ コンテンツに泉州と南河内の様々な魅力が盛り込まれていて良かった。
- ・ 富裕層向けのサービスなどを知ることができ良かった。
- ・ ワークショップにてみなさまの発想やプランニングが大変勉強になった。
- ・ 商品造成のコンセプト等が勉強になった。
- ・ 旅行会社さんのコンテンツの考え方のようなものを垣間見れて良かった。
- ・ 色々刺激を受けた。
- ・ 富裕層向けの商品造成する際の気にすべき(取り入れるべき)ポイントは参考になった。
- ・ 一方で、富裕層と一般人の感覚とはかけ離れているように感じたため、何が刺さるのかわからないという点で、商品造成のハードルが非常に高いと感じた。
- ・ 富裕層向けにはカスタマイズが必要という事をもっと知らせて欲しい。
- ・ 国別の食文化の違いまで触れていただけるとありがたかった。
- ・ 北摂や隣県にまたがるようなツアー造成のアイデアもご紹介いただけると有り難い。
- ・ ワークショップはもう少し時間が欲しかった。

事業者交流に関するコメント

- ・ 様々な関係者との交流ができて良かった。／他の事業者の方から様々な意見を聞けて参考になった。
- ・ 普段出会えない方々とお話させていただいて、大変刺激になった。生産者としてできることがあれば、もっと発展させていきたい。

その他コメント

- ・ 良いイベントだった。

02. 委託内容について

.....

- (3) 販売網の構築に資するプロモーションの実施
 - ① 全国DMC・府内Luxury Hotelへのプロモーション
 - ② 各コンテンツごとのWEBページの制作
 - ③ セールスツールの作成
 - ④ 当社提携先向けメールマガジンの配信
 - ⑤ 海外旅行商談会での紹介

①全国DMC・府内Luxury Hotelへのプロモーション

- 「旅マエ」「旅ナカ」の両面において、戦略に基づきプロモーションを実施できるよう、富裕層旅行会社(全国DMC)と府内のLuxury Hotelに対して、日本語／英語のセールスツールを送付してコンテンツを紹介した。

旅マエ: 富裕層の旅行手配方法に則った戦略

- 富裕層はトラベルデザイナーやコンシェルジュを通じて行程を決定
- 当社がネットワークを持つ国内富裕層旅行会社(全国DMC)にコンテンツの情報を連携する(＝セールスツールの配布)
- 全国DMC経由で海外トラベルデザイナー等にリーチ



8社の全国DMCに対してアプローチ

旅ナカ: 来日後の富裕層の動線を踏まえた戦略

- 富裕層が旅ナカで意思決定をするのはフリータイムを過ごす滞在先
- 購買促進が図れる可能性がある「Luxury Hotel」にコンテンツの情報を連携する(＝セールスツールの配布)
- Luxury Hotel経由でコンテンツを紹介



15社のLuxury Hotelに対してアプローチ

▼プロモーションに対する主な反応

- ・繁忙期を避けて是非コンテンツの視察に行きたいのでまたご連絡します。(DMC)
- ・都度ゲストにも提案して参りますので、その際はご相談に乗っていただけますと幸いです。(DMC)
- ・コンシェルジュチームで、早速情報共有をさせていただきます。もし何か不明点が出てきた際には、再度ご連絡させていただきます。(ホテル)
- ・お客様からは、ご到着後のご滞在中のご相談が多いので、なかなかお力にはなれないと思いますが、社内で共有させていただきます。(ホテル)

02. 委託内容／(3)販売網の構築に資するプロモーションの実施

②各コンテンツごとのWEBページ制作

- 各コンテンツごとに、ポイント／スケジュール(例)／プラン概要を掲載したWEBページを制作し、当社ECサイトに掲載した。

コンテンツ名
日本最大級の料理人コンペティションRED U-35受賞 西山シェフによる泉州Gastronomy French
五感で味わう大阪ガストロノミー ～農園体験・和楽器演奏・地産地消すき焼き懐石～
世界に通ずる職人、シェフ、食材、文化に触れる半径50km圏内のローカルガストロノミー
関西屈指の肉の聖地『羽曳野』の焼肉店と食通に話題の焼き鳥店の贅沢ホッピング
地元出身のシェフと巡るジャパニーズ・マルシェと有形文化財での特別ランチ



③セールスツールの作成

- 以下のようなセールスツールを各コンテンツごとに日本語／英語にて作成。
- 1ページ目には、エリア、コンテンツタイトル、体験概要を記載。具体的なイメージを視覚的に訴求できるように、カメラマンが撮影した画像を大きく配置。
- 2ページ目は、タリフとして必要な条件(スケジュール、催行人数、価格、キャンセルポリシー等)を記載。



Project	Content	Project Description	Area	Number of Participants	Terms and Conditions
Project 1	Project 1	Project 1	Project 1	Project 1	Project 1
Project 2	Project 2	Project 2	Project 2	Project 2	Project 2
Project 3	Project 3	Project 3	Project 3	Project 3	Project 3
Project 4	Project 4	Project 4	Project 4	Project 4	Project 4
Project 5	Project 5	Project 5	Project 5	Project 5	Project 5
Project 6	Project 6	Project 6	Project 6	Project 6	Project 6
Project 7	Project 7	Project 7	Project 7	Project 7	Project 7
Project 8	Project 8	Project 8	Project 8	Project 8	Project 8
Project 9	Project 9	Project 9	Project 9	Project 9	Project 9
Project 10	Project 10	Project 10	Project 10	Project 10	Project 10

④当社提携先向けメールマガジンの配信

- 「大阪ガストロノミー特集」の記事を作成し、当社のメールマガジンである“JapanVista”を通じて3,822社の海外旅行会社宛に配信し、プロモーションを図った。

提携先向けメールマガジン

当社メールマガジンは90ヶ国、約4,000社の“富裕層顧客を扱う旅行事業者”に対してメールを配信するサービス。本サービスを活用することで、プロモーションの強化を狙うことが可能。大阪ガストロノミー特集のメールマガジンを年明けに1本配信。

配信概要

配信日	配信タイトル
2025/2/20	Off-the-Beaten-Path Experiences: A Step Beyond the Big Cities

配信実績(データ)

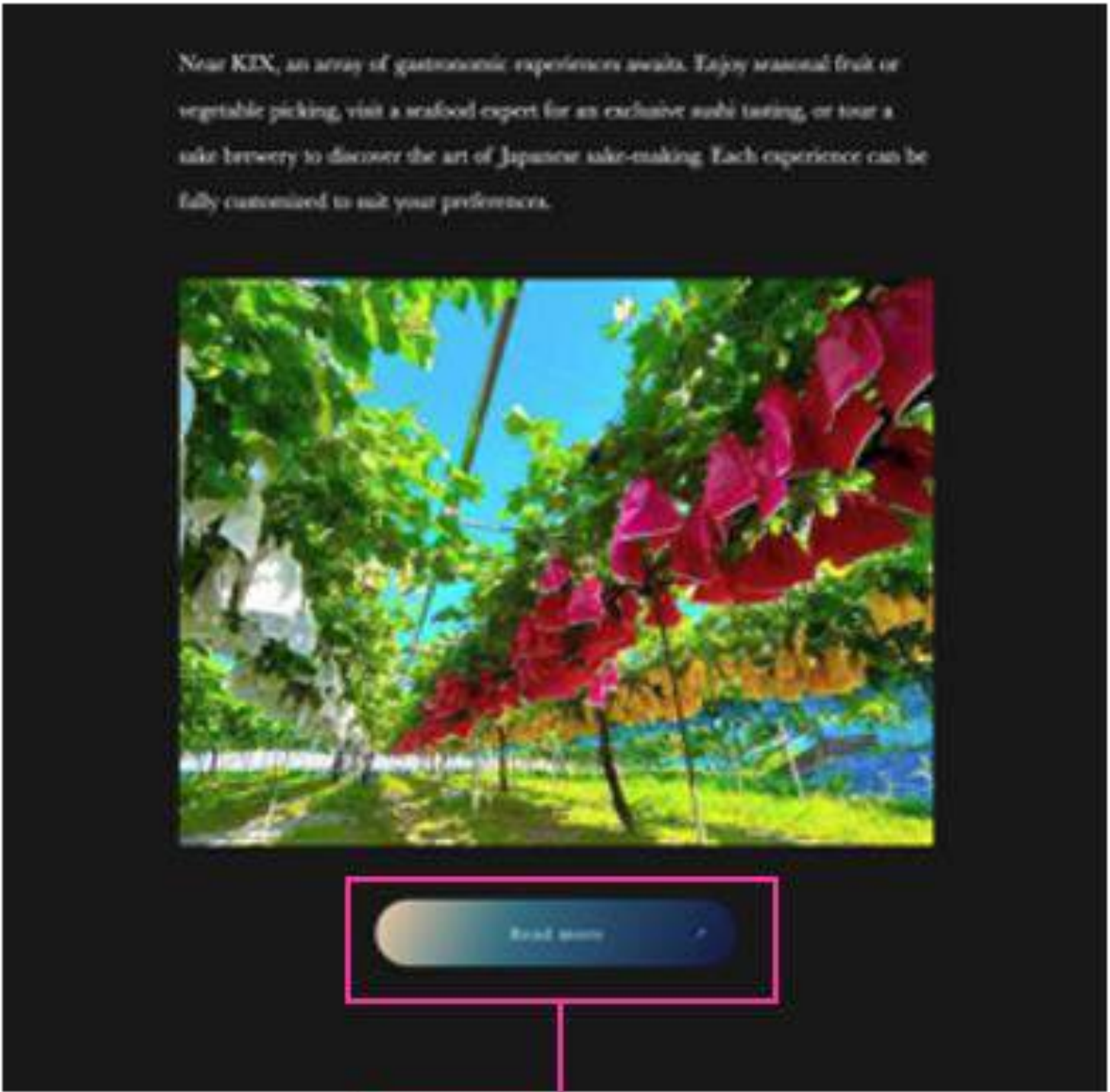
配信エリア	配信総件数	開封数	開封率
北米	1,053	577	54.80%
中南米	184	80	43.48%
アフリカ	20	11	55.00%
ヨーロッパ	1,319	551	41.77%
中東	201	66	32.84%
オセアニア	204	76	37.25%
アジア	841	269	31.99%
全体	3,822	1,630	42.65%

配信後の主な反応

開封率は高い水準。水茄子のファーマー体験、古の木での和楽器体験について、関心を持ったエージェントが検討。(いずれも行程の都合では受注までは至らず。)

④当社提携先向けメールマガジンの配信

実際に配信したメールマガジンは以下の通り。




「Read more」の遷移先は、大阪紹介のLP。(次頁参照)

LPからは、5コンテンツの弊社ECサイトへ遷移可能。

④当社提携先向けメールマガジンの配信

Discover OSAKA



道場へ来ているのは、まだ見ぬ景色や地域の人との出会い。そして土地の味覚。
日本の伝統文化や体験にこだわった特別な体験です。
日本に心で触れる旅に出よう。


大阪で味わう、多彩な文化と美食

大阪では、多様な文化・食をお楽しみいただけます。

<Access>
東京から
・飛行機の場合：東京国際空港（HND）から関西国際空港（KIX）まで約1時間
・新幹線の場合：東京から大阪まで約2時間30分

京都から
・新幹線の場合：京都から大阪まで約15分

体験コンテンツ



日本最大級の料理人コンペティションRED U-35受賞 西山シェフによる泉州Gastronomy French

大阪府堺市にある「赤い」ブランドシェフが、オーガニック食材を重視し、生入れ素材から提供するレストラン「RED U-35」は、フランス料理の巨匠である。大抵者としての歴史を誇る高級ホテルと日本酒の魅力を、プロによる最高の料理を通じて表現する。「赤い」は、西山シェフが手がける料理のテーマとしてフランス料理として発表。最終には、世界の料理家たち、料理人たちが一堂に集い、フランス料理のレベルを上げることが目的であり、その結果を待ちます。

[Learn more](#)

**五感で味わう大阪ガストロノミー
～観劇体験・相楽音楽祭・地産地消すき焼き旅行～**

季節に応じて、水菜、イモ、ブドウ、ミニトマトなどの農産物、日本酒やほかのフレッシュな野菜やフルーツを存分に活用したいという気持は、料理家である『有年』の方々に共通。伝統的な日本料理の監修者、食料品会社の大手流通業者による協賛と大阪府特別生産物も共賞しあいたい。近頃では、1ヶ月におよぶ期間限定の限定メニュー大賞のブランド「なにわ農産」のお土産品もメインに、地産地消の魅力を伝える機会が増えている。

各店が持つ、独自のガストロノミー体験をお楽しみください。

[Learn more](#)

世界に延びる職人、シェフ、食材、文化に触れる半信館内西側のローカルガストロノミー

大阪市内に広がる多岐多彩、さまざまなジャンルの料理は、世界的に評価される和食家や日本の有名なレストランやホテルで提供される食材・素材、そして豊かな歴史文化が結びついています。

そんな和食の文化が、海外にも広がっています。一つのガストロノミーエクスペリエンスとして提供するレストラン「Goto」、イタリア本土の名産「ロマンゴ・アル・カンパニョーロ」で和食を振る舞いシェフが手がけるコース料理とともに、和食の文化を伝えています。ここでは様々な種類の食材を使った料理をお楽しみください。

[Learn more](#)

関西圏の肉の聖地『羽曳野』の焼肉店と食通に話題の焼き鳥店の質料ホッピング

食肉産業の中心地としての地位を築き、食肉の量産と品質の高さを誇ることで、業界内外から注目を集める（Gochikimori Hopping）。

その中心地にあるため、地元の人々だけでなく、観光客や食通からも人気です。さらに、食肉を生かすための加工技術、調理法など、地元の人々の知恵と経験、これらすべてが、食肉を生かすための重要な要素となっています。

[Learn more](#)

地元出身のシェフと知るジャパニーズ・マルシェと有形文化財での特別ランチ

地元出身のシェフとともに、地元の生産者が育てた野菜や果物を購入できる市場（Goto Market）へお出かけ。シェフと一緒に、その日のランチに使う食材を選びます。

ランチは、市場で購入した食材を使い、「和食」「洋食」「和洋折衷」を得意とするシェフが手掛けます。北摂の食文化を堪能できる一方で、地元の生産者と直接やり取りしながら、地元の生産者を応援することもできます。

[Learn more](#)

⑤海外旅行商談会での紹介

- 販売開始後に当社が参加した商談会で商談を実施した61社宛に、大阪コンテンツのLP・ECサイトを送付した。
- 61社の国は以下の通り。

展示会	The Essence of Luxury Travel
開催時期	2025年3月
展示会詳細	Serandipiansが主催する欧州で最も影響力がある商談会の一つ

Country
Jordan
Spain
Belgium
United States of America
Netherlands
Georgia
India
Czech Republic
Netherlands
Slovakia
Brazil
France
India
Russian Federation
United States of America
Bulgaria
Germany
India
United Kingdom
Germany
Mexico
UAE
Singapore
Czech Republic

Country
France
Philippines
Netherlands
Brazil
Thailand
Singapore
Brazil
India
United States of America
India
Spain
Indonesia
Thailand
India
France
Germany
Italy
United Arab Emirates
India
Italy
Greece
Mexico
Croatia

Country
United Kingdom
Argentina
Belgium
United Kingdom
Russian Federation
India
United Kingdom
Russian Federation
Bahrain
France
Italy
United Kingdom
Turkiye
Finland

03. 総括

.....

本事業における総括と来年度への提言

【総括】

本事業では5つのコンテンツを開発した。モニターツアーの参加者および当社内でのプランナーからの評価を踏まえると、いずれも海外エージェントに自信を持って推奨できる体験コンテンツを問題なく開発できたと考える。しかしながら、以下の課題が残っているため、来年度の事業ではこれらを改善しながら進めることを提言する。

課題と打ち手①:海外エージェントに対する販売促進

本事業を通じて開発および販売開始したコンテンツを、来年度は適切にプロモーション・販売強化していくことが最重要。Modern Luxury層を顧客に持つ海外の旅行会社等（高付加価値旅行を取り扱う旅行会社等から成るコンソーシアムに加盟しているエージェントであれば尚望ましい）に対し、泉州・南河内地域のガストロノミーツーリズムの認知度向上を図り、地域への誘客につなげるための戦略的な販売促進を行う必要がある。海外エージェントを大阪に招請したFAMトリップや、クローズドな情報が好まれる富裕層旅行マーケットの特性を踏まえたクローズドサイトや商談会でのプロモーションが効果的と想定される。

課題と打ち手②:受入環境整備（通訳ガイド及びコミュニティリーダーの育成）

富裕層を迎え入れ、本事業で開発した体験コンテンツを提供するにあたって、その体験価値を最大限に伝えるためには、コンテンツの背景やストーリー性を把握しながら話すことができる通訳ガイドが必要不可欠。単に事業者やシェフの言葉を通訳し、話すのではなく、具体的に料理・食材の内容や施設の情報を主体的に語ることができるガイドを育成することが、より体験の満足度を引き上げることができると考えられる。来年度においては、ガイドの育成なども考慮した事業とすることを提言する。
また、今後この地域において体験コンテンツの持続的な販売および派生事業の創出を推進するためには、地域内で旗振り役となるリーダーの存在も重要。富裕層旅行者市場の特性や需要を理解し、各事業者を取りまとめることができる地域コミュニティリーダーの育成にも取り組むこと提言する。

課題と打ち手③:フレキシブルなコンテンツの設計

本事業で開発した一部コンテンツについては、体験時間が長いとの意見がDMC担当者より寄せられた。これらは、最終的なエンドユーザーへの販売を想定したうえでのフィードバックであると捉えられる。本事業を通じて、ニーズに応じて調整可能なコンテンツ設計が、販売促進に有効であることが明らかとなった。例えば、今回開発した農業体験と食事を組み合わせたコンテンツも、それぞれ単独で手配・販売できる設計とすることで、エージェントがより柔軟に組み込みやすい商品提案が可能となる。今後は、体験コンテンツとしての一貫性を維持しつつ、フレキシブルにパーツごとに分割可能なプログラム設計を取り入れることが、より柔軟かつ実用的な企画構築に不可欠であると考え。