

大阪府 御中

令和7年度 ガストロノミーツーリズム促進事業
最終報告書

XPERISUS

To travel is to change your life.

Contents

目次

1. 事業運営スケジュール	・・・P 3
2. 委託内容について	・・・P 5
(1) 海外富裕旅行マーケットへの販売促進	・・・P 6
(A) 実施概要	・・・P 7
(B) FAMトリップの実施	・・・P 8
(C) 海外現地イベントの実施	・・・P17
(D) 販路概要	・・・P21
(E) 販売計画	・・・P22
(2) コンテンツの販売促進、対象地域への誘客を通じた、地域の事業者のモチベーションを起する取組み	・・・P24
(A) 地域事業者の機運醸成施策	・・・P25
(B) ガイド育成施策・地域リーダー育成施策	・・・P30
3. 総括	・・・P36

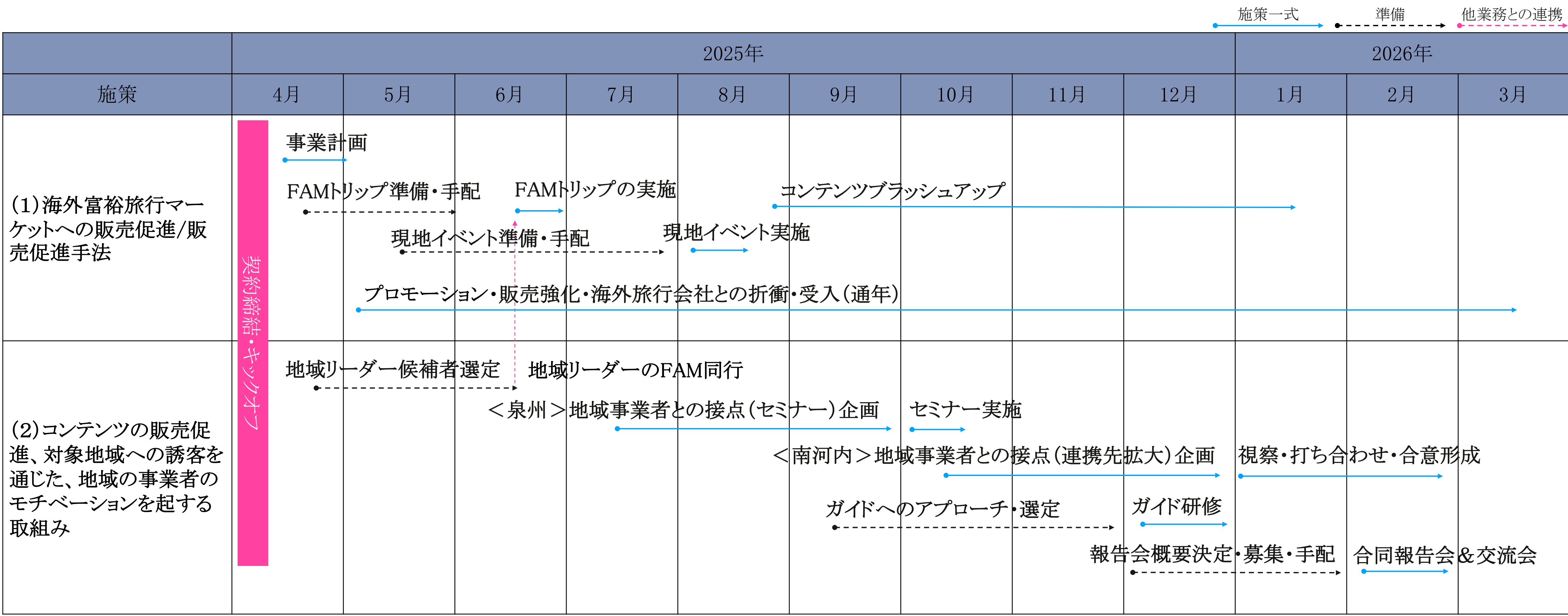
01. 事業運営スケジュール

.....

01. 事業運営スケジュール

スケジュールについて

- 以下のスケジュールにて事業を運営。期中の送客を実現するため、海外富裕旅行マーケットへのプロモーション関連の業務 (FAMトリップ、現地イベント) は上半期に実施し、対象地域の事業者の機運醸成施策については、年間を通じて運営。



02. 委託内容について

.....

- (1) 海外富裕旅行マーケットへの販売促進
- (2) コンテンツの販売促進、対象地域への誘客を通じた、地域の事業者のモチベーションを起す取組み

02. 委託内容について

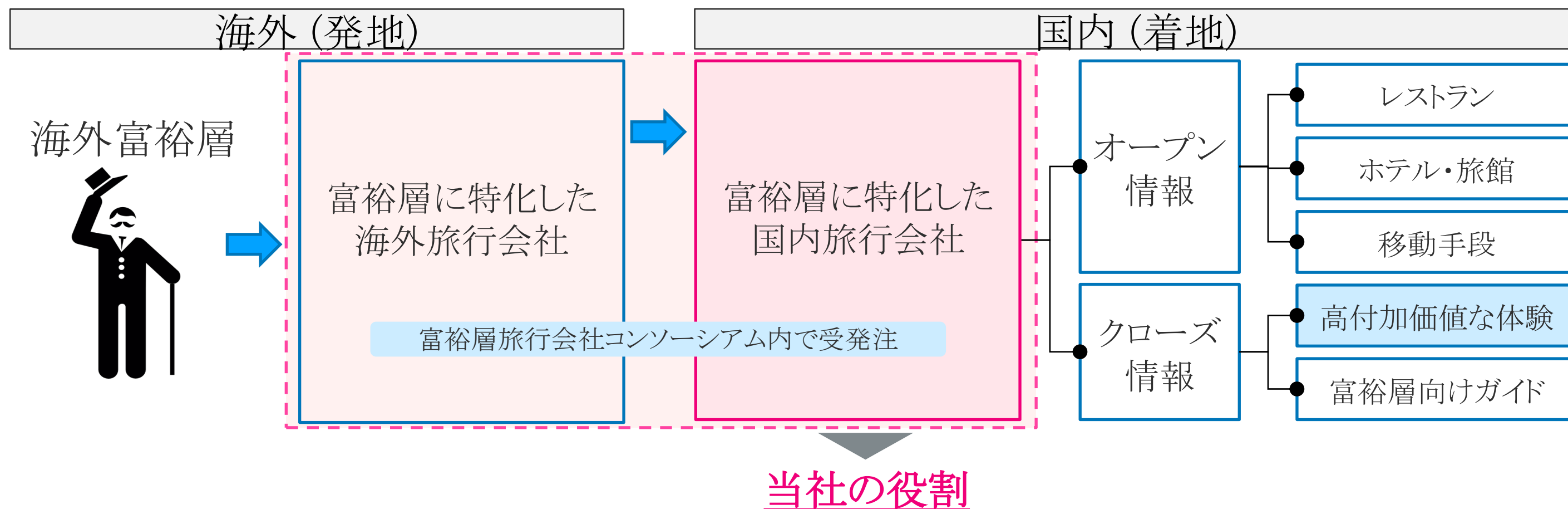
.....

- (1) 海外富裕旅行マーケットへの販売促進
 - (A) 実施概要
 - (B) FAMトリップの実施
 - (C) 海外現地イベントの実施
 - (D) 販売計画

事業実施概要

- 海外富裕層旅行の発注フローと当社の販売網を踏まえ、戦略的に海外エージェントに対して以下アプローチを実施。

施策	時期	概要
FAMトリップの実施	2025/6/24～26	2泊3日(前後泊除く)での5コンテンツのFAMトリップ 招聘エージェント:4社(各社1名以上、欧州2社、北米2社) 最終日には当社の海外事業部とエージェントとの懇親会も実施
海外現地イベントを通じたPR	2025/8/5	現地エージェントを招請した現地イベント(立食形式でのレセプションパーティー) コンテンツの説明、関係性強化が狙い 訪日旅行のポテンシャルが高いアメリカ西海岸(ロサンゼルス)にて実施
当社参加の海外富裕層旅行会社向けの商談会におけるプロモーション	通年	大阪府のガストロノミーコンテンツに関心を寄せたエージェントに対する 展示会でのコンテンツ紹介および商談後の情報提供(コンテンツタリフのメール送付)
旅行提案時における販売促進	通年	大阪来訪前後のスケジュールや訪問箇所・体験内容を踏まえたエージェントへの旅程提案 (5つのガストロノミーコンテンツの中で、最適なものを提案)



▼当社の販売促進提案におけるPOINT

海外富裕層旅行の最も一般的な販路は左図の通り。当社知見およびノウハウから、地域への誘客の確度を高める上で最も効果的なのは「**海外の富裕層旅行会社との連携強化**」(左図の 部分)。FAMや海外現地イベント、展示会等の施策により、エージェントと直接的かつ濃厚な繋がりの中で、大阪コンテンツをPRする。

FAMトリップの実施

- 海外富裕層旅行会社(エージェント)は、自分の顧客である富裕層に対して、詳細説明・推薦ができるコンテンツを販売する傾向が強い。
- そこで、大阪・関西万博の開催期間内に、海外エージェントをFAMトリップに招聘し、昨年造成した5つのガストロノミーコンテンツを実際に体験する機会を提供。
- さらに、FAMトリップ参加後の実売に向けて、最終日にエージェントとの意見交換会(懇親会)も実施。

FAMトリップ概要

日時	2025年6月24日(火)～26日(木)
日数	2泊3日(+前後泊)
招聘社数	4社
内容	5コンテンツの要素を入れ込み、ストーリー性を理解してもらえる行程にて実施

意見交換会(懇親会)概要

実施日	2025年6月26日(木) 15時30分～17時 FAMトリップ最終日(ディナー前)
所要時間	90分間
実施場所	料亭の大広間貸切
内容	招聘エージェントと当社海外事業部社員による商談及び大阪のガストロノミーコンテンツのニーズ喚起

招聘した海外エージェント(4社4名)

- D社(40歳 / 男性)
アメリカの大手富裕層旅行会社。200名以上のトラベルエージェントを抱えている。Virtuoso加盟。日本行きへの関心度が高まっており、今後積極的に取り扱う意向。
- T社(32歳 / 男性)
カナダの富裕層エージェント。北米富裕層向け。XO Private加盟。今回招聘したのは日本担当で、来日歴複数回のフランス人エージェント。
- A社(57歳 / 女性)
ベルギーの富裕層エージェント。ベルギーを中心に、フランス語圏を幅広く対象としている。Seranpdians加盟。日本を中心にアジア地域を担当している方を招聘。
- N社(47歳 / 女性)
スウェーデンの富裕層旅行会社。ANAの直行便が開始したことで、より日本行きへの注目が高まっている。Seranpdians加盟。日本旅行も長年アレンジ。

※その他参加者

- ・大阪府関係者(大阪観光局、大阪商工会議所)
- ・地域関係者(KIX泉州ツーリズムビューロー、大阪はびきの観光局)
- ・通訳ガイド各日1名
- ・弊社:2名

02. 委託内容／(1)海外富裕旅行マーケットへの販売促進／(B)FAMトリップの実施

FAMトリップ実施行程

日程	時間帯	体験コンテンツ	内容	場所
1日目	11:00-11:30	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	【食体験】地元出身のシェフとめぐるジャパニーズ・マルシェ	道の駅かなん
	12:00-14:30		【ランチ】有形文化財での特別ランチ	山川草膳 久右衛門
	15:30-16:30	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	【体験】江戸時代の面影残す寺内町の散策(ガイド付き)	寺内町
	17:00-17:30		【体験】南河内に工房を構える陶芸家(岩崎龍二氏)の工房見学	岩崎龍二氏の工房
	19:00-22:00		【ディナー】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	Oasi
			宿泊:新大阪ステーションホテル	
2日目	AM		フリータイム	
	12:30-14:00	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	【ランチ】焼鳥&焼肉Hoppingの一部を体験	焼鳥幽霊
	14:30-15:45	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	【食体験】大阪最古の酒造見学と日本酒テイasting	浪花酒造
	16:00-16:45		【食体験】魚の目利きのプロ直伝 鮮魚食べ比べ	藤左エ門
	17:30-19:30		【ディナー】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	ボン・ヴィラージュ・オゼ
	19:30-21:00		【ディナー】泉州の和菓子職人、洋菓子職人によるデザート	ボン・ヴィラージュ・オゼ
	宿泊:大阪マリオット都ホテル集合			
3日目	AM		フリータイム	
	14:00-15:00	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～	【食体験】農園でのフレッシュな野菜の収穫(水茄子)	北野農園
	15:30-17:00		【食体験】農園でのフレッシュな野菜の試食(水茄子)	料亭 古の木
	17:30-18:00	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～	懇親会	料亭 古の木
	18:00-21:00		【体験】篠笛奏者・和太鼓奏者による特別生演奏	料亭 古の木
		【ディナー】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	料亭 古の木	
	宿泊: PATINA OSAKA			
4日目			関西国際空港(KIX)から各国へ帰国	





実施後アンケート(内容抜粋)

- コンテンツを通じて良かった点
 - 南大阪エリアの訪問が大きな驚きと感動につながり、「本物の日本を感じられる体験」として非常に高評価だった。大阪から近い距離で、昔ながらの街並みや素晴らしい食文化が体験できることが強い付加価値になると思う。
 - 質の高い食体験と地域探索の組み合わせは、今後も積極的に推していきたい。
 - 大阪市内からわずか45分～1時間で田園風景や自然にアクセスできる点が魅力的で、都市滞在と組み合わせた「小旅行」として提案しやすい。紀伊半島や高野山方面への広がりも含め、大阪府の奥行きを伝えられる商品性が高い。
 - 食・自然・手仕事・スローライフといった要素が揃っている点が、特に強い売りになる。すでに2026年の顧客提案にもつながっている。
 - 大阪は初訪問だったが、市内にパティナーのような新しい魅力的な宿泊施設が加わったことも、南大阪の価値を高める大きな資産と言える。
- 今後さらに良くするためのポイント
 - 体験の魅力をより深めるために、交流や料理体験など「その土地ならではの時間」を優先すると、より印象が強まる。食だけでなく大阪の人との関わりを軸にすると満足度がさらに上がりそう。
 - 市外の素晴らしい体験に加えて、短時間でも大阪市内の特色あるエリアを組み込めると、大阪全体の理解が深まり、将来のお客様への説明力も高まる。

02. 委託内容／(1)海外富裕旅行マーケットへの販売促進／(B)FAMトリップの実施

実施後アンケート(詳細版_1/4)

Company	T社	D社	A社	N社
Country	Canada	USA / FRANCE / ITALY	Belgium	Sweden
大阪全体_今回のFAMトリップの総合満足度	9	8	8	10
海外旅行会社やお客様にお勧めすることはできますか？	8	10	8	10
大阪全体_何が印象に残ったか	大きく変化し、都市は近年さらに活気づきました。県内のあまり知られていない地域を探索できたことは非常に価値がありました。市内にパティナーが加わったことも、都市にとって大きな資産です。	大阪は初めてで、特に訪問や体験の中で南大阪を訪れたことは大きな驚きでした。本当に本物の日本を感じられました。	本物の村や素晴らしい食事が大阪からこんなに近くにあるとは、本当に嬉しい驚きでした。あなたの提案がなければ、その地域にお客様を案内しようとは思わなかったでしょう。間違いなく大きな付加価値です！	雰囲気や体験が気に入りました。大阪市内を案内してもらえれば、将来のお客様にもっと詳しく説明できたのにとおもいます。
改善が必要なポイントがあれば教えてください。	初日のファーマーズマーケットはやや物足りない印象でした。シェフと一緒に簡単な料理を体験する時間を優先すれば、彼ともっと交流でき、彼の魅力をより感じられたと思います。ナス農場の訪問は、おそらく北米の顧客向けに工夫する必要があるかもしれません。長距離を移動して座学だけを受け、ナスを1つだけ収穫するという内容では魅力が薄いでしょう。	前にも述べたように、大阪の必見スポットや「秘密」のエリアを訪問できることを期待していました。	ガイドは素晴らしく、運転手や車両も同様に良かったです。提案としては、昼食と夕食の両方を含めるのではなく、どちらか一方の強い料理体験に絞ったほうが効果的かもしれません。村の探索に重点を置き、今回私たちが楽しんだような質の高い地元ランチと組み合わせることをお勧めします。その後、大阪に戻り、パティナーのような洗練された市内レストランで夕食を取ることで、完璧なバランスが生まれます。パティナーは、滞在中のお客様がきっと喜ぶ、質の高いアラカルトの食事体験を提供してくれます。	大阪という都市を半日ガイドツアーで体験できればよかったです。
大阪南部エリア全体_具体的にはどのようなポイントをアピールして売りだしていくのか	市街地を離れることは確かに魅力的です。大阪府は市内だけでなく、その外にも広がっており、市内の喧騒からわずか45分～1時間で美しい田園風景が広がっています。また、高野山や伊勢志摩国立公園といった名所を含む紀伊半島への素晴らしい小旅行にもなります。	食、自然、手仕事、スローライフ…	大阪のすぐ外側の地域を探訪する本当の価値は、その村々の本物らしさにあります。例えば、寺内町や天見の美しい旅館などです。	景色の変化や素晴らしい食の体験は、訪れる価値が間違いなくあります。
大阪主要エリアから車で30～60分の移動というのは、お客様に提案する上でどれほどネックになるか？	丸一日であれば問題ありません。本当に素晴らしい体験が待っているなら、お客様は移動をいとわないでしょう。運転時間だけでなく、その先のアクティビティが重要です。基本的には、移動に費やす時間よりも、体験に費やす時間のほうが大きくあるべきです。可能であれば、電車・船・車など複数の交通手段を組み合わせることで、全体の体験をより特別なものにできます。	まったく問題ありません。	お客様が大阪で十分な時間を過ごせる場合は、日帰りではなく1泊を含む1日の小旅行を強くお勧めします。理想的には、私が絶賛した焼き鳥ランチを含み、江戸時代の村を訪問して陶芸ワークショップを体験することで、バランスの取れた忘れられない体験になるでしょう。	大阪の主要エリアを体験した後、比較的静かなエリアに行く準備ができてからのほうが良いかもしれません。素晴らしいレストランと食事の選択肢があり、ガイドと一緒に歩いた時間もとても良かったです。

02. 委託内容／(1)海外富裕旅行マーケットへの販売促進／(B)FAMトリップの実施

実施後アンケート(詳細版_2/4)

Company	T社	D社	A社	N社
シェフとのマルシェでの買い物&ランチ_体験の満足度	8	7	8	7
海外旅行会社やお客様にお勧めすることはできますか？	9	7	8	7
シェフとのマルシェでの買い物&ランチ_何が印象に残ったか	前にも述べた通り、ランチは本当に素晴らしく、集まるのに良い時間で、料理もシェフも最高でした。長距離移動の後だったため、市場はやや物足りない印象でした。	ランチの場所！最高でした。	市場訪問はあまり興味深く感じませんでしたが、ランチは素晴らしかったです。シェフの説明はとても分かりやすく、料理は本格的な雰囲気の中で提供され、まさに美食そのものでした。これは間違いなく体験のハイライトでした。	シェフの料理とそのロケーション。小さな市場は、より大きな市場に変えるか、プログラムから外しても良いと思います。
改善が必要なポイントがあれば教えてください。	シェフと過ごす時間をもっと増やし、料理を提供して質問に答えるだけではなく、より意味のある交流の機会があると素晴らしいと思います。簡単な料理体験があれば最高です。	市場での時間が少し長すぎるかもしれません。ヨーロッパの人々が市場に期待するものとは少し違う印象です。シェフが専属で予約されていたので、短時間の料理クラスを共有するのも良いかもしれません。	市場体験は省いて、代わりにランチの前にハイキングをするのも良いと思います。	上記と同じです。
寺内町でのローカルガストロミー(街歩き・陶芸家との交流・ディナー)_体験の満足度	9	10	9	10
海外旅行会社やお客様にお勧めすることはできますか？	10	10	9	10
寺内町でのローカルガストロミー(街歩き・陶芸家との交流・ディナー)_何が印象に残ったか	夕食は本当に特別で、素晴らしい料理と、地元の人々と分かち合える貴重な時間でした。	すべてが完璧でした。	この日は完璧でした - 美しい村と素晴らしいガイド、見事な陶芸(作業中の陶芸家の短いデモンストレーションが見られなかったのは残念でした)、そして親しみやすく興味深い人々とのとても楽しい夕食。本当に素晴らしい食の体験でした。	夕食で「地元の人々」と交流できたこと、そして会場もとても良かったです。また、お客様が直接購入したくなるであろう職人たちを事前に紹介しておくのも良いと思います。
改善が必要なポイントがあれば教えてください。	陶芸家の工房は探検するのに本当に素晴らしい場所でしたが、もう少し体験型の要素、例えば陶芸のワークショップや短期講座があれば、ただ案内されるよりもずっと良いと思います。せっかく彼のアトリエ全体がここにあるのだから、有効活用すべきです。	前にも述べた通り、町歩きの際に説明や人との交流があると良いと思います。	陶芸家訪問の際に実演を追加する、またはお客様が実際に作品を作る体験ができる工房を選ぶのも良いかもしれません。	上記と同じです。
焼肉&焼肉Hopping(焼鳥ランチ)_体験の満足度	10	10	10	10
海外旅行会社やお客様にお勧めすることはできますか？	10	10	10	10
焼肉&焼肉Hopping(焼鳥ランチ)_何が印象に残ったか	焼き鳥レストランでの体験はまさに100点満点でした。隠れ家的な場所で、特別な気分になれます。目の前で全ての料理が作られる様子を見られるだけでなく、一緒にいる仲間やお店のスタッフと会話や交流を楽しめます。スタッフはとても親切で、色々教えてくれました。焼肉部分は体験できませんでしたが、焼き鳥ランチだけで十分に完結していました。	全てが完璧でした。	これは素晴らしいランチでした！	会場も料理も最高でした。
改善が必要なポイントがあれば教えてください。	ありません！	ありません	ありません	何も思いつきません

02. 委託内容／(1)海外富裕旅行マーケットへの販売促進／(B)FAMトリップの実施
 実施後アンケート(詳細版_3/4)

Company	T社	D社	A社	N社
西山シェフが紡ぐマリージュ(地酒、鮮魚、ディナー、スイーツ)体験の満足度	6	10	7	7
海外旅行会社やお客様にお勧めすることはできますか?	5	10	7	7
西山シェフが紡ぐマリージュ_何が印象に残ったか	夕食の最後に出たスイーツと、シェフが目の前で作ってくれた大福が間違いなくハイライトでした。	全て良かったです。	酒蔵見学はとても楽しく、美しい伝統的な家屋での素晴らしいホストにも恵まれました。訪れる価値が間違いなくあります。鮮魚体験と酒蔵見学の順番は逆の方が良いかもしれません。また、レストランは料理は良かったものの、魅力に欠ける立地が全体の印象をやや弱めていました。その一方で、餅つきの実演を見るのは楽しく、デザートはまさに芸術品のようでした。	ジャパンスタイルのフレンチレストランでした。美味しかったです。
改善が必要なポイントがあれば教えてください。	超高級志向の欧米顧客にはやや合わないかもしれません。レストランと料理はクラシックなスタイルでした。フレンチでありながらも、「日本らしい」フレンチとしてフォーカスすべきです。立地は、一部のお客様にはやや不便に感じられるかもしれません。	フランス人が想像する「フレンチ」とは想像する内容が少し違うと思います。	鮮魚体験はゲストによって好みが変わりそうです。	「フレンチ」にフォーカスせず、別の表現に変えたほうが良いかもしれません。
茄子ファーム・和楽・すき焼き_体験の満足度	8	10	8	8
海外旅行会社やお客様にお勧めすることはできますか?	8	10	8	8
茄子ファーム・和楽・すき焼き_何が印象に残ったか	日本の音楽は素晴らしかったのですが、この夜の主演はすき焼きディナー、特に私たちのホステスたちでした。完璧な夜で、美味しい料理、グループで過ごす時間、地元の人々との深い交流が組み合わさり、本当に楽しい時間でした。まさに特別な夜という感じで、地元の人々の輪に入ったような気持ちになり、もっと長く続いてほしいと思わせるものでした。とても貴重な夜でした。	特に音楽と素晴らしいディナーが大好きな時間でした！絶対におすすめです。	ナス農場の訪問は特に楽しいものではありませんでしたが、おそらく天候が悪かったせいでしょう。人々はとても親切で、天候が良ければきっと素晴らしい体験になったと思います。その後のフィードバックセッションはとても興味深かったです。音楽の演奏は本当に楽しめましたし、ディナーも素晴らしかったです。素晴らしいホストたちのおかげで素敵な雰囲気でした。	音楽家が良かったです。ナスの体験は米農場訪問に変えても良いと思います。
改善が必要なポイントがあれば教えてください。	先ほどのアンケートでも述べましたが、ナスの体験はやや物足りないものでした。加えて雨も影響しました。1つのナスを収穫する前にプレゼンテーションを受けるために長距離を移動しましたが、その労力に見合うとは感じませんでした。ただし、ホストはとても親切で、彼の人生や仕事について紹介してもらえたことは嬉しかったです。	ナスマーケット、改善の余地あり。	なし	上記と同じです。

02. 委託内容／(1)海外富裕旅行マーケットへの販売促進／(B)FAMトリップの実施 実施後アンケート(詳細版_4/4)

Company	T社	D社	A社	N社
大阪マリオット都ホテル_宿泊の満足度	8	8	9	8
海外旅行会社やお客様にお勧めする上でコメントがあればください。	このホテルは間違いなく好立地にあり、市内を一望できる比類なき景色を楽しめます。ただし、全体的にやや古さを感じさせるため、今後の改装はホテルにとって大きなプラスになるでしょう。	なし	大きなホテルですが、とても快適で、立地と眺望は素晴らしいです。	パティナーよりも予算を抑えたいお客様には最適なホテルです。
PATINA OSAKA_宿泊の満足度	10	10	10	10
海外旅行会社やお客様にお勧めする上でコメントがあればください。	大阪では5泊してでもパティナー大阪に滞在したいと思えるほど、素晴らしいホテルです。客室は広く、最先端の設備が整っており、海外からの旅行者にも使いやすい設計です。大阪城を望む景色は市内で最高で(向かいの建物の工事が終わるまではシティビューの部屋はお勧めしません)、朝食は美味しく、カクテルも素晴らしいです。リスニングルームやスパも特別です。今回はランチやディナーをレストランでいただく機会はありませんでしたが、間違いなく素晴らしいと思います。初日はルームサービスを利用しましたが、料理は非常に美味しく、特に海外から到着したばかりのお客様にとっては大きな魅力です。スタッフは部屋での食事の準備も見事にこなしてくれました。	感動的！完璧なパティナー。	このホテルは全てのお客様に勧めます。	このホテルが大好きです。
DAY1のガイドについてご意見があればお願いします。	彼女は素晴らしく、熱意があり、活発でした！	完璧	完璧	素晴らしい！とても誠実で感じが良かったです。大阪のインフラや生活について、もう少し情報があればさらに良かったと思います。
DAY2のガイドについてご意見があればお願いします。	1日目とは異なるスタイルで、英語は完璧でした。ただし、アクティビティの内容が彼女の魅力や介入の機会を十分に引き出せなかったため、やや活躍の場が限られていたかもしれません。	完璧	完璧	とても良かったです。上記と同様に、より詳しいガイド情報があれば嬉しかったです。
DAY3のガイドについてご意見があればお願いします。	再び素晴らしいガイドで、非常に知識が豊富でダイナミックでした。	完璧	完璧	より多くの情報を共有してくれて、とても感謝しています。
FAM全体についてのフィードバックがございましたらご記入ください。	全体として素晴らしいFAMツアーでしたが、大阪市内のあまり知られていないエリアや特別な体験も期待していましたが、実際は市外での内容しかありませんでした。	この素晴らしい招待を本当にありがとうございます。すでに大阪を新しいお客様(2026年向け)に提案しました。すぐに最新情報をお知らせします。南部エリアは大きな感動があり、その地域全体をとっても気に入りました。お客様にぜひ予約してもらいたいです。再び訪れて、日本や秘境地域についてもっと発見するのが楽しみです。	「大阪市外でも楽しい小旅行ができることは大きな価値があると感じました。特に、江戸時代の村の本物らしさや食の機会を強調できるのが魅力です。以前にも述べた通り、時間があるお客様には、大阪市外で過ごす1日を提案します。」全体的にとっても良い体験でした。ありがとうございます！	とても良かったです！私たちは大阪を積極的に推しているのでも、市内も少し体験できればさらに良かったです。

米国での現地イベントの実施概要

- コンテンツの販売促進のターゲットとなる「富裕層に特化した海外旅行会社(=エージェント)」からの受注を増やすためには、エージェントへの直接訴求と連携強化が最も効果的。
- そこで、本事業においては、FAMトリップに加え、訪日旅行のポテンシャルが高いアメリカ西海岸にて、現地エージェントを招請して現地イベントを実施。コンテンツを説明するとともに、関係性を強化。

▼海外現地イベント概要

日時	2025年8月5日 18時～20時30分(現地時間)
場所	ロサンゼルスのレストラン
招聘社数	8社
内容	<ul style="list-style-type: none"> • 着席形式でのディナーイベント • 大阪の酒や日本食を振る舞いつつ、大阪府(泉州・南河内地域)の概要とコンテンツをプレゼンテーション • 大阪の日本酒を乾杯で提供 (ノベルティとして最後にお猪口を配布) • 大阪観光の概要(主要な観光スポットやラグジュアリーホテル)および大阪ガストロミーコンテンツの紹介



米国での現地イベントの実施後アンケート(内容抜粋)

- 今回紹介された体験は全体的に非常に厳選されており、ローカルでありながら確実にラグジュアリーさを感じられる内容だった。
- 単なる観光ではなく「特別な大阪」を体験できる点が良い。
- 全て非常に印象的でパーソナルな体験であった。
- 食の体験への関心が非常に強く、すき焼き会席と和楽器演奏、太鼓の演出などは、伝統的な日本家屋での滞在に音楽や美食といった要素が組み合わさっていて、世代を問わず提案できる。動画からも引き込まれる楽しさが伝わり、大きな魅力がある。
- 陶芸家と夕食を共にする体験も特別感があり、クラフトと食を組み合わせた大阪らしい文化体験として評価できる。
- 日本酒の提供も印象に残っており、関心の高いゲストにとって強い訴求ポイントになる。
- レストランホッピングのような贅沢な食の提案も良いアイデアとして受け止められている。
- 「道頓堀だけではない大阪」を知れたことも大きな収穫で、落ち着いた雰囲気 of 食体験を提案できる点が新しい価値になる。

米国での現地イベントの実施後アンケート(1/2)

Company	Office Area	ディナーイベントの満足度	日本へ年間どのくらいのお客様を送客しているか？	そのうち大阪に行く割合は？	大抵大阪に何泊するか？	道頓堀や難波、大阪城といった主要な観光スポット以外に、旅行者はよりディープなローカル体験を魅力的に感じるか？	私たちがご紹介した大阪での体験を、お客様にご推薦いただけるか？
P社	North of Los Angeles	9	2200 pax	5-10%	2 nights	10	9
A社	Los Angeles	10	100	60%	3 nights or more	4	8
M社	Westlake Village	10	25	75%	3 nights or more	10	10
P社	Los Angeles	10	15	50%	2 nights	8	10
C社	Los Angeles	10	わからないがたくさん	わからないほどたくさん	2 nights	10	10
Z社	Los Angeles	10	around 50 a year (expected)	80%	2 nights	8	10
I社	Los Angeles	10	30	85%	3 nights or more	4	10
J社	Los angeles	10	500	75%	1 night	10	10

02. 委託内容／(1)海外富裕旅行マーケットへの販売促進／(C)海外現地イベントの実施

米国での現地イベントの実施後アンケート(2/2)

Company	大阪での体験で、最も印象に残ったことは何か？	ご要望	追加のフィードバック
P社	大阪イマージョンでの体験はどれも非常に厳選されていて、ローカルでありながら間違いなくラグジュアリーだと感じました。中でも最も魅力的に思えたのは“五感の体験”です。伝統的な日本家屋での滞在に加え、音楽や美食が組み合わさることで、非常に印象的でパーソナルな体験になると思います。市場ツアーとその後のランチも魅力的ではありますが、フランス料理の技法や北欧のフレーバーよりも、日本の技法や味わいを楽しみたいと感じました。	ありません。	当社は80か国を扱うツアーオペレーターとして、各デスティネーションで提携するDMCの数をあえて制限しています。そうしないと、関係構築や支払い、契約の管理が煩雑になりすぎてしまうからです。ですが、間違いなくXperisusは問い合わせ先の一つです。
A社	陶芸家と一緒に夕食を楽しむことは素晴らしい体験です。	より若い層にアピールすることが重要です。最も関心が集まっているのはその世代だからです。	素晴らしい対応をしてくれました。
M社	すき焼きと太鼓の体験は本当に素晴らしそうでした。動画からもとても楽しくて引き込まれる雰囲気伝わってきました。あらゆる世代の方におすすめできると思います。	今のところありません。	
P社	振る舞われた日本酒はとても美味しかったです。日本酒は私が強い関心を持つ体験の一つなので、今回紹介していただけ嬉しかったです。贅沢なレストランホッピング体験も良いアイデアだと思います。	旅行アドバイザーや日本行きを手配する人たちに向けて、もっと広告を出すべきです。	夕食はとても素晴らしかったです。
C社	伝統的な和楽器の演奏とすき焼き会席の体験	ありません。	御社のDMCを私たちの全スタッフに紹介し、日本での公式DMCとして御社を位置づけられるよう、どなたかご連絡いただけますでしょうか。
Z社	美食や食の要素ですね！それから、少し定番から外れた体験も魅力的です。道頓堀より落ち着いた雰囲気でのディナーを楽しみたい人には、プレゼンテーションで紹介されたように、焼鳥を提案するのが良いと思います。	4つ星クラスの体験もご提案ください。	素晴らしい夜を過ごせました。ぜひ一緒にお仕事させていただきたいです！
I社	フードツアーズ	今のところはありません。	
J社	私個人としては、道頓堀のイメージしか持っていませんでしたが、知識が深まりました。	FAMトリップが良いかもしれません。	とても有意義な夜でした。特に、食に焦点を当てたツアーに興味があります。

送客実績

- 2025年3月末に販売を開始。
- 当社に問い合わせが来る海外富裕層旅行のリードタイムが一般的に3ヶ月～1年であるため、販売開始直後の第1四半期はコンテンツの認知拡大フェーズの受注はなかったが、6月に実施したFAM、8月に実施したLAでの現地イベントの効果もあり、第2四半期より徐々に受注が増加。
- 事業期間内(～26/3まで)における受注済みの案件は24件。85名のゲストが泉州・南河内地域を訪問する実績となった。(26/4以降の実施分も含む。)

25年度	第1四半期 (4-6月)	第2四半期 (7-9月)	第3四半期 (10-12月)	第4四半期 (1-3月)	26年度以降 (4月～)	合計
受注数	0件	2件	5件	9件	8件	24件
送客人数	0人	12人	10人	36人	27人	85人

※事業終了時点の実績。事業終了後も継続的に販売予定。

※お客様のリクエストに合わせて、コンテンツをカスタマイズしてご提案している。

02. 委託内容について

.....

- (2) コンテンツの販売促進、対象地域への誘客を通じた、地域の事業者のモチベーションを起す取組み
 - (A) 地域事業者の機運醸成施策
 - (B) ガイド育成施策・地域リーダー育成施策

泉州地域・南河内地域それぞれでの取り組み

- 泉州・南河内地域それぞれの事業者様と連携し、エリア別の実態や特色を踏まえた上で、効果的と思われる機運醸成施策をそれぞれ実施。より地域に密着した施策を実施。



▼「KIX泉州ツーリズムビューロー」との連携施策

泉州の20以上の事業者が加盟している「泉州観光地域づくり連携協議会」のメンバーを対象に、当DMOと共同で海外富裕層旅行や受入環境に関する勉強会を開催。



▼「大阪はびきの観光局」との連携施策

これまで接点のなかった南河内エリアの事業者（農家さん）と今年度新たに連携をし、造成したコンテンツの派生バージョンとして、販売を開始。縄手シェフの食事と農園体験のコラボ。

▼実施日時

日時	2025年10月1日(水) 14:00-16:00
場所	南海浪切ホール 1階 多目的ホール
参加者	事業者20名 + 市町関係者5名
内容	泉州の魅力を磨く！高付加価値旅行者の誘客セミナー

▼タイムライン

- 14:00-14:05 開会
- 14:05-14:50 講演・受託事業者会社紹介
- 14:50-14:55 質疑応答、机椅子移動
- 14:55-15:25 ワークショップ
- 15:25-15:40 全体発表(4グループ発表と講評)
- 15:40-15:45 事務連絡・閉会



「KIX泉州ツーリズムビューロー」との連携施策／セミナー実施後アンケート

	よかった点	課題感
全体	<ul style="list-style-type: none"> 参加者同士の顔が見える規模感で、意見交換しやすい雰囲気だった。 「観光コンテンツ造成→販売→誘客」の流れを俯瞰でき、各事業者が自社の立ち位置を整理しやすかった。 行政・事業者の間で“方向性の共通理解”が生まれた点大きい(今後の連携の土台づくり)。 富裕層向けの視点(価値の作り方／磨き上げ)を知る機会が少ない中で、学びの機会として希少性があった。 単なる講義に留まらず、次のアクションにつながるヒント(磨き上げ・連携の切り口)が得られた。 	<ul style="list-style-type: none"> 泉州地域での各事業者の課題抽出が必要だと感じた。 参加者の属性(業種・規模・提供できる価値)が幅広いため、テーマ別に議論の場を分けるとより深まりそう 地域としての重点テーマ(誰に／何を／どの季節に)をもう少し言語化できると、議論が具体化しやすい。 成功事例だけでなく、失敗事例や注意点(価格設定・クレーム・受入体制)も共有できると現場で活かしやすい。
講演パート(前半)	<ul style="list-style-type: none"> 富裕層ニーズの“解像度”が上がった(求めるのはモノより背景・物語・特別感という理解)。 インバウンドの動向を、現場感のある言葉で把握できた(販売現場のリアリティが伝わった)。 「磨き上げ＝高額化」ではなく、価値の設計(体験導線・説明・サービス品質)で単価が上がる点が参考になった。 販売の仕組み(どう届けるか／どのチャネルが効くか)まで触れられたのが実務的だった。 地域資源を“商品”にする際の見せ方・言語化の重要性を再認識できた。 	<ul style="list-style-type: none"> 富裕層向けで求められる受入基準(英語対応、決済、衛生・安全、移動、トラブル対応)の整理があるとより良い。 地域特性(泉州ならではの強み)に当てはめた“活用例”があると、参加者のイメージが揃いやすい。 販売先(旅行会社／DMC／ホテルコンシェルジュ等)との接点づくりが必要。
ワークショップパート(後半)	<ul style="list-style-type: none"> 自社の資源を“商品目線”で捉え直すきっかけになった(誰に何を提供するかを考える時間) 他事業者の視点が入ることで、自分たちだけでは気づかない改善点が見えた。 連携の可能性(組み合わせで価値が上がる)が見え、地域としての面づくりに繋がる感触があった。 実際の造成を想定した議論ができたのが良かった。 「磨き上げポイント」を共有でき、共通言語ができた。 	<ul style="list-style-type: none"> 参加者ごとの情報(自社の提供可能枠、価格帯、対応言語、受入条件など)があるとより議論が具体化する。

「大阪はびきの観光局」との連携施策／新たに連携した農家

- 昨年造成したコンテンツ(主に、南河内コンテンツ②「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」との連携・派生を意識して、地域に根ざした農家との新規連携を実現。
- 2事業者を中心として、シェフ(MAISON INCO／縄手氏)によるランチもしくはディナーの前に、実際に農園を訪れ、地元食材を体感するという内容で、オプションとして販売を開始。
- 上記2事業者以外にも、シャインマスカット農家やイチゴ農家との今後のさらなる連携も見据え、訪問・視察・意見交換を実施済み。

農作物名	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
フルーツトマト												
いちじく												
白トウモロコシ												
人参(彩管、紫、黄)												
セロリ												
ナバナ(2025年度はなし)												
河内一寸そら豆												
ズッキーニ												
ミニトマト												
いちじく												

泉州地域・南河内地域 合同での取り組み／最終報告会&交流会

- 昨年度に続き、今年度もエリアを跨いだ機運醸成施策として、泉州地域・南河内地域の合同でのイベントを実施。
- 3ヵ年事業の集大成として、地域の事業者に対する最終報告を実施するとともに、交流を促進した。

「ガストロミーツーリズムに関する最終報告会&交流会」実施概要

実施日	2026年2月9日(月) 15時00分～16時30分
所要時間	90分間
実施場所	都シティ 大阪天王寺 当麻の間(バンケット)
内容	昨年造成したコンテンツの成果や課題の報告 それを踏まえたワークショップ・事業者交流
参加者	地域事業者および民間企業(DMO、旅行会社、一次産業事業者、レストラン等)、自治体関係者、通訳ガイド
タイムライン	15:00-15:05 開会のご挨拶 15:05-15:25 今年度事業のご報告 15:25-15:45 受入事業者パネルディスカッション 15:45-16:00 意見交換&質疑応答 16:00-16:25 事業者交流会 16:25-16:30 アンケート回答・閉会のご挨拶



泉州地域・南河内地域 合同での取り組み／実施後アンケート

- 全体を通じて良かった点
 - インバウンド対応の具体的な話を聞いて参考になった。
 - 南河内と泉州の意見交換の場になった。
 - 事業者や関係者の方々と名刺交換やお話しできる時間が設けられていて良かった。
 - 成果数値と現場の事業者の方の登壇時間があり、食と人の魅力が海外に評価されている点や今後の方向性が整理できる報告会だった。
 - FAMトリップの内容など、次年度の参考になった。
 - サプライヤーの意欲をととても感じた。
 - 泉州での取り組みを実践している点にととても関心した、事例紹介・ディスカッションで参考情報が多かった。
 - その時期ならではの食材価値やサステナブルの視点がインバウンドに刺さる点を理解できた。
- 今後さらに良くするためのポイント
 - 参加者数がより多いければ良いと思う。

ガイド育成施策・地域リーダー育成施策

- 短期的には、海外富裕層の受入体制整備の観点で、「ガイド」の確保・育成が最重要であり、ガイド育成施策を推進。
- 同時に、中長期的な地域全体のビジネス化の促進を見据え、「地域リーダー」と呼べる存在を育成。

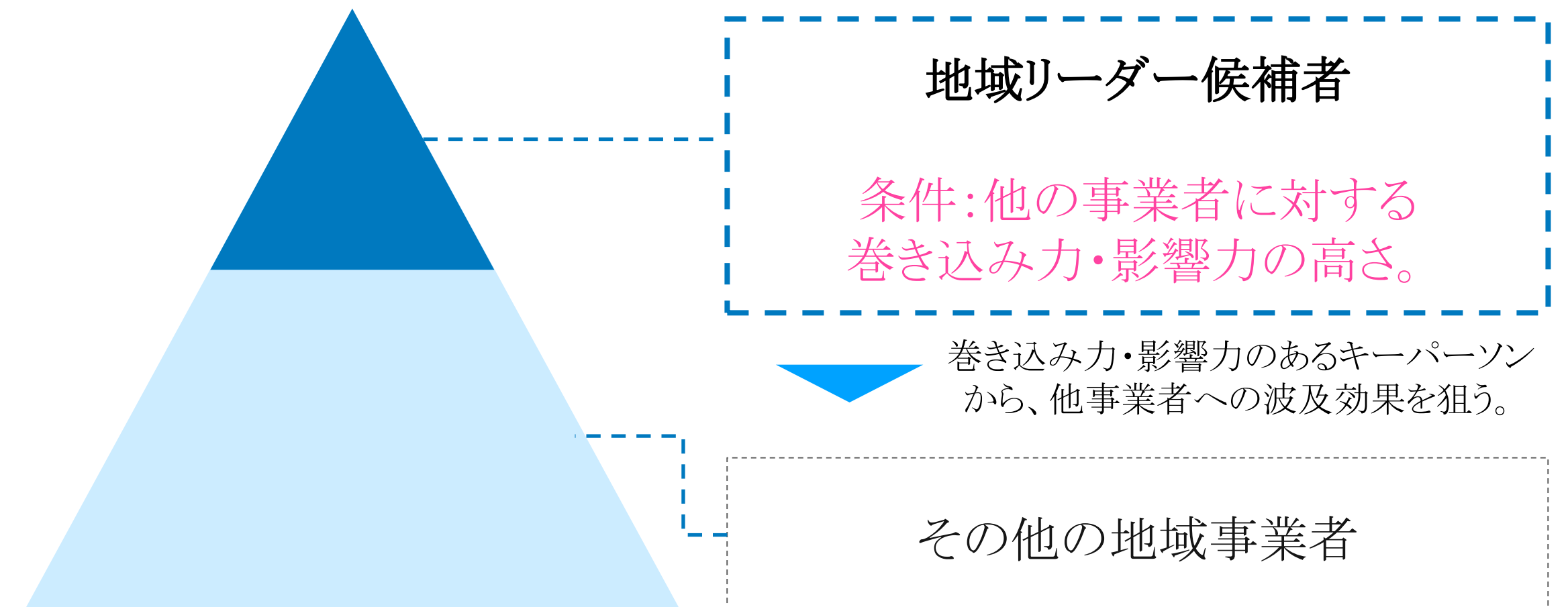
▼ガイド育成施策:ガイドへのアプローチと泉州・南河内ガイド研修

- 実際に富裕層にコンテンツを説明する立場となる「ガイド」は、コンテンツの満足度に直結する。
- 今期コンテンツを販売するにあたってはガイドの「数」と「質」を担保することが非常に重要。
- 当社基準にて、大阪で富裕層向け対応が可能なガイドに声掛けを実施して5名以上を選定。過去実績・英語力にて判断、必要に応じて面談実施。
- その方々向けに「泉州・南河内ガイド研修」を実施。

日時	2025年12月18日(木)～19日(金)
参加ガイド	5名
内容	<ul style="list-style-type: none"> • コンテンツ内容の事前共有 • 5コンテンツに関わるほとんどの事業者・関係者を網羅的に視察していただける行程でのFAM実施 • 事業者への質疑応答

▼地域リーダー育成施策:泉州・南河内エリア合同 報告会&交流会

- 地域事業者の中でも、今後、継続的に泉州・南河内エリアの盛り上げを牽引していく意向の高い「KIX泉州ツーリズムビューロー」と「大阪はびきの観光局」のスタッフの方に、海外エージェント向けのFAMトリップに同行してもらい、富裕層向けコンテンツの内容や工夫ポイント、ストーリー性の組み立て方などを直接吸収していただいた。
- さらに、最終日の海外エージェントとの商談にも参加していただき、直接交流を図った。



02. 委託内容／(2)コンテンツの販売促進、対象地域への誘客を通じた、地域の事業者のモチベーションを起す取り組み(B)ガイド育成施策・地域リーダー育成施策

ガイドFAM実施行程 (Day1 12/18(木))

日程	時間帯	内容	体験コンテンツ	FAM内容
2025/12/18(木) (1日目)	9:00	集合 @新大阪駅		
	9:00-10:30	移動 (新大阪駅ー山川草膳 久右衛門)		
	10:30-11:00	山川草膳 久右衛門 見学	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	【ランチ場所確認】有形文化財での特別ランチ
	11:00-11:30	移動 (南天苑一道の駅かなん)		
	11:30-11:50	道の駅かなん 見学	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	【見学】地元出身のシェフとめぐるジャパニーズ・マルシェ
	11:50-12:00	移動 (道の駅かなんーOasi)		
	12:00-14:30	ランチ：Oasi	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	【ディナー場所確認】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
	14:30-15:30	寺内町散策 (ボランティアガイド付き)	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	【体験】江戸時代の面影残す寺内町の散策 (ガイド付き) (散策+駐車場への移動)
	15:30-15:45	移動 (寺内町ー岩崎さん工房)		
	15:45-16:30	岩崎さん工房見学	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	【見学】南河内に工房を構える陶芸家(岩崎龍二氏)の工房見学
	16:30-16:45	移動 (岩崎さん工房ーMAISON INCO)		
	16:45-17:00	MAISON INCO 縄手シェフ 顔合わせ	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	【顔合わせ】有形文化財での特別ランチ (&周辺散策 (自由))
	17:00-17:10	移動 (MAISON INCOー焼肉 牛王)		
	17:10-17:10	牛王 場所確認	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	【場所確認】焼鳥&焼肉Hoppingの一部
	17:10-17:20	移動 (牛王ー焼鳥 幽霊)		
	17:20-17:40	焼鳥 幽霊 顔合わせ	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	【場所確認&顔合わせ】焼鳥&焼肉Hoppingの一部を体験
17:40-18:20	移動 (焼鳥. 幽霊ー新大阪駅)			
18:30	Day1解散@新大阪駅			

02. 委託内容／(2)コンテンツの販売促進、対象地域への誘客を通じた、地域の事業者のモチベーションを起す取り組み(B)ガイド育成施策・地域リーダー育成施策

ガイドFAM実施工程 (Day2 12/19(金))

日程	時間帯	内容	体験コンテンツ	FAM内容
2025/12/19(金) (2日目)	9:00	集合 @新大阪駅		
	9:00-10:30	移動 (新大阪駅ー浪花酒造)		
	10:30-11:00	浪花酒造見学	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	【体験】大阪最古の酒造見学 (と日本酒テイスティング)
	11:00-11:05	移動 (浪花酒造ー藤左エ門)		
	11:05-11:15	藤左エ門 顔合わせ	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	【顔合わせ】魚の目利きのプロ直伝 鮮魚食べ比べ
	11:15-11:45	移動 (藤左エ門ー料亭古の木)		
	11:45-13:45	ランチ：料亭古の木 (Hikaruさん体験についてご説明)	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～	【ディナー場所確認】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 (【体験】篠笛奏者・和太鼓奏者による特別生演奏)
	13:45-14:00	移動 (料亭古の木ー北野農園)		
	14:00-14:30	北野農園 見学	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～	【場所確認】農園でのフレッシュな野菜の収穫 (水茄子)
	14:30-15:00	移動 (北野農園ーボン・ヴィラージュ・オゼ)		
	15:00-15:15	ボン・ヴィラージュ・オゼ 西山シェフ顔合わせ	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	【顔合わせ】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
	15:15-15:45	移動 (オゼー八田さん工房)		
	15:45-16:30	八田さん工房 見学	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	【見学】南河内に工房を構える陶芸家(八田亨氏)の工房見学
	16:30-17:30	移動 (八田さん工房ー新大阪駅)		
17:30	Day2解散@新大阪駅			

02. 委託内容／(2)コンテンツの販売促進、対象地域への誘客を通じた、地域の事業者のモチベーションを起す取り組み(B)ガイド育成施策・地域リーダー育成施策

ガイドFAM実施後のアンケート (1/3)

お名前	K様	M様	I様	A様	K様
ガイドFAM全体の総合満足度	5	5	4	5	5
ガイドFAM全体の内容について、良かった点/改善点をご記入ください。	<p>場所、食事内容、工房、その地域の雰囲気、それぞれ魅力的だったが、何よりも人の魅力をお客様に伝えたいと思った。ガイドやホテルやレストランのスタッフ以外でお客様が日本人に触れる機会は少ないが、この体験コンテンツの中で出会える方々が素晴らしい方ばかりだったので、思いやお人柄まで余すところなく伝え、またそこに戻ってきたいと思える場所になれば良いと思う。</p> <p>改善点としては、お客様が滞在されるホテルからの距離。行程次第で工夫できると思うが、その地域が訪問するに値するかどうかをお客様はすごく気にされるので、訪問先を複数にして、土地の特色、信仰や智慧、風習などにも触れながら食につながるストーリーがあれば更に良いものになるのではないかと思う。</p>	<p>実際にガイドとして業務に入る前に、色々なコンテンツの事業者さん、また開催場所などを見せて頂き、私の中でしっかりとイメージを抱けることが出来たのが本当に良かったです。また御社のそれぞれのコンテンツに対する思いや意図、事業者さんの情熱など、ガイドとしてそれぞれの業務に関わらせて頂く際の、私の中でのストーリー作りがしっかりと出来ました。</p>	<p>事業者様に直接お会いすることができ、取り組みや熱意を知ることができたこと。自身で下見が難しい場所に行くことができ、場所を確認できたこと。事業者様の人柄を知れたこと。ツアーのイメージを持つことができたこと。</p>	<p>コンテンツの中の自分ではなかなか下見に行けないような場所を回っていた、シェフや料亭、旅館の女将さん、農家や陶芸家の方たちを直接お会いして、お話を伺えたことで、皆さんの仕事への想いを伺い感じる事ができて、気持ちを込めてご案内ができると感じております。また、お食事も頂き、おいしいお料理をゲストの皆様にも楽しんで頂くのが楽しみになりました。</p> <p>一方、たくさんの場所を回ったため、少し頭の中で混乱しているところもあります。ツアーの詳細行程が決まりましたら、もう一度自分の中でもストーリーを確かめて確認しようと思います。</p>	<p>今回ご紹介いただいたコンテンツは、美食家のお客様には、十分魅力を感じられるものだと感じました。海外向けに、どのように紹介されているか分かりませんが、食とセットにされているアクティビティの内容が、とてもよいと思いました。特に道の駅かなんは、ローカル感が強く、素晴らしかったです。</p> <p>改善点といえますか、何か所かで道が狭くてとおれなかったり、引き返したところがありましたので、実際に、ご依頼いただく際は、ドライバーさんへのメモなどをシェアしていただけるとスムーズにご案内できると感じました。</p>
①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 (山川草膳 久右衛門(南天苑)/メゾンインコ 縄手シェフ)	<p>日本に古くからある発酵をもっと前面に出しても良いのではないかと思った。日本でなぜ発酵が食文化の中に根付いているのかより知ること、それを使った料理を食した時により料理の味に敏感になったり、発酵が生み出すうま味に気付いて頂き、日本食への理解を深めて頂けるかと思う。</p>	<p>メニューのメインテーマ、お料理を通じてお客様に是非体験して頂きたいこと、また素材のリストなどを事前に頂けると大変助かります。</p>	<p>南天苑/ 大切にされていること、自信をもっていらっしゃる事が伝わってきたこと。宿泊の場合、和室+ベッドの部屋があればと思いました。</p> <p>メゾンインコ/ 自家製の発酵調味料を見せていただくことができたこと。</p> <p>あつたら助かるもの・こと/ その日に使う旬の食材で日本・地元にはしかないものの名称(日本語名、英訳(できれば))</p>	<p>南天苑さんはその素敵な建物や、ご主人のこだわりや、温泉など、日本人も行ってみたいと思える場所でした</p> <p>お客様もおかみさんに聞きたい事もあると思いますし、お話をすることで益々満足度が上がるように思います。</p> <p>道の駅は本当に地元の方が来る場所、お野菜も安く、地元の食文化が分かる場所でしたので、喜ばれると思います。お客様がお買い物されたい時は、現金が必要だと思えます。</p>	<p>★久右衛門さん:美しい里山に抱かれたロケーションと、建物が素晴らしいので、建築物がお好きで、時間に余裕のあるお客様には大いに喜ばれると感じました。天見は日本に残る多くの限界集落を活性化させる好例であると感じられ、そういったお話に関心のあるお客様にはさらに喜んでいただけたと感じました。</p> <p>★道の駅かなんさん:道の駅は、場所によっては観光地化しすぎていて郷土感薄めのところもありますが、かなんさんは、売られているお野菜の種類も豊富で、お客様に喜ばれると思いました。</p> <p>★メゾンインコさん:シェフと、お野菜のお買い物をしたり、食べる前に、お野菜のプレゼンをしてもらえるなど、食に興味のあるお客様には、垂涎ものの贅沢な内容だと感じました。フレンチであっても、日本の伝統食としてのお味噌やすんきなど、健康によいものを取り入れていらっしゃるところが、面白かったです。あまり一般的ではない特殊な食材を使われる予定がある場合は、情報共有をお願いしたいです。</p>
良かった点/気になった点をご記入ください。ガイドングの際に、あつたら助かるもの・ことなどもあればご記載ください。					

02. 委託内容／(2)コンテンツの販売促進、対象地域への誘客を通じた、地域の事業者のモチベーションを起す取り組み(B)ガイド育成施策・地域リーダー育成施策

ガイドFAM実施後のアンケート (2/3)

お名前	K様	M様	I様	A様	K様
<p>②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 (Oasi/富田林寺内町散策/岩崎さん工房/八田さん工房)</p> <p>良かった点/気になった点をご記入ください。ガイドングの際に、あったら助かるもの・ことなどもあればご記載ください。</p>	<p>寺内町はとても雰囲気が良いので、曜日や時間帯にもよるが、そこにあるお店へもいくつか訪問できればより楽しめる。また、工房はOasiでの食事前にぜひ訪問したい。事前に訪問することで、料理が盛られた一皿を見た時、また料理を食べて器全体が見えた時の感動がまったく変わってくると思う。完成品を見るのも良いが、制作過程を見ることで、器に対する愛着が湧いたり、購入も考えられるお客様も多いと思う。</p>	<p>非常に興味深く、現地のガイドさんの情熱も素晴らしかったのですが、少し辛口な意見で申し上げますと、全体の流れが少し長いかなと感じました。一つ一つのインパクトが強く、次に行くと、先のを忘れてしまう・もう少し全体がコンパクトにつながればよりいいかなと感じました。</p>	<p>Oasi/ 実際のお食事とサービスの体験。その日に使う旬の食材で日本・地元にはないものの名称(日本語、英語(できれば))。シェフにお会いできなかった点。 富田林寺内町散策/ 素晴らしい町が残っていること。ボランティアガイドさんの熱意。説明が日本人向きで詳しすぎるため、外国人用に変える必要があると感じました。自分で下見に行きたい。 岩崎さん工房/ 実際の創作行程を分かりやすくご説明いただけたこと。 八田さん工房/ 同上。それぞれの作風の違い、陶磁器の幅広さを改めて感じることができたこと。短時間でも温かいお人柄が伝わってきました。</p>	<p>Oasiで頂いたお料理は野菜本来の美味しさを引き出して、また器とのコラボレーションがお料理をアート作品にしているようでした。こちらでもシェフとお話もできると良いかと思いました。 寺内町はとても素敵な雰囲気の町でした。結構広く、また同じような景色が続くため、ガイドするときに注意が必要だとおもいます。 岩崎さんと八田さんの工房はそれぞれ異なる志向の焼き物で、焼き物がお好きな方は両方を訪問するのも面白いと思いました。海外発送を可能にして頂けたら有難いです。</p>	<p>★Oasiさん:落ち着いた町屋の空間で、お食事ができるだけで十分すぎるほどでしたが、お野菜が感動的においしかったので、旅行で野菜不足になりがちなお客様には特に喜んでいただけたと思います。 ★富田林寺内町:想像していた以上に広く、保存状態もよく、見ごたえがあり、hidden gemだと思いました。建物や、町の成り立ちが面白いので、建築好きの方、歴史好きの方には、わざわざ行く価値があると感じられました。 寺内町の簡略化された年表。1時間ルート、2時間ルートなど、時間によって違うルートをたどっていただく上で、周るポイントの情報が、一覧になっている資料があると助かります(できれば解説つきで)。 ★岩崎さんの工房:作品がよく映える展示のされ方をしていたので、お客様も気分があがるのではと思いました。 灰釉のお話も、色彩の変化の面白さに加え、エコでもあるので、意識の高いお客様の心をくすぐるストーリーであると感じました。 ★八田さんの工房:時間の関係で伺えませんでした。Oasiさんで使われていたお皿が、使いやすそうでした。</p>
<p>③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 (焼鳥幽霊/牛王)</p> <p>良かった点/気になった点をご記入ください。ガイドングの際に、あったら助かるもの・ことなどもあればご記載ください。</p>	<p>幽霊は、本当に雰囲気が良かった。この場所で焼き鳥を食べて語りたいと思える場所。どのようなメニューが提供されるのかはわからないが、様々な部位を食べられるのであれば、鶏を余すところなく食べる日本の文化などもお伝えしたい。</p>	<p>両方とも素晴らしく美味しいお店です。ツアーが楽しみです。</p>	<p>焼肉幽霊/ お店の内部を見せていただいたこと。なんだかユニークなお人柄。その日に使う旬の食材で日本・地元にはないものの名称(日本語、英語(できれば))。</p>	<p>ご一緒したガイドの村上さんが「幽霊の焼き鳥はとても美味しい。」と仰っていました。カウンターだけのお席で、目の前で作っていただく焼き鳥は喜ばれると思います。幽霊のシェフとお話できたのが良かったです。ホッピング時の満腹度を考慮しないといけないと思いました。3店舗はやはり、大食漢のお客様向けと感じました。(2店舗牛王も少し中を拝見できればより良かったかと思います。</p>	<p>★幽霊さん:店名のインパクトとともに、ライブ感のあるキッチン、こぢんまりしたプライベート感のある店内が、良かったと思います。それと辻野さんがご先祖を大事にされているところで、日本人の精神性に、関心があるお客様にはさらにうけがよいだろうと感じました。 ★実際にご案内された経験のある村上さんのお話を聞いて、3店舗はやはり、大食漢のお客様向けと感じました。(2店舗牛王も少し中を拝見できればより良かったかと思いますが。)</p>

02. 委託内容／(2)コンテンツの販売促進、対象地域への誘客を通じた、地域の事業者のモチベーションを起する取り組み(B)ガイド育成施策・地域リーダー育成施策

ガイドFAM実施後のアンケート (3/3)

お名前	K様	M様	I様	A様	K様
<p>④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 (ボン・ヴィラージュ・オゼ 西山シェフ/浪花酒造/藤左エ門)</p> <p>良かった点/気になった点をご記入ください。ガイドングの際に、あったら助かるもの・ことなどもあればご記載ください。</p>	<p>浪花酒造では、ただ酒造りの現場を見るだけではなく、日本の古い家屋に入れ、今は少なくなった表面が波打つような窓ガラスを見れたりするのは魅力的。藤左エ門では、本当に目からウロコの話が聞け、シェフの方などにとってはとても面白いのではないかと思う。西山シェフは、シェフご自身の魅力がすごい。お客様をお連れした際、他のお客様もいらっしゃるとのことなので、どれだけの時間シェフと会話できるのかはわからないが、ぜひ会話しながら食事を楽しみたいと思える方だった。</p>	<p>全ての方々の情熱、お人柄が素晴らしかったです。ツアーが大変楽しみです。</p>	<p>ボン・ヴィラージュ・オゼ 西山シェフ/シェフのお話を聞けたこと。その日に使う旬の食材で日本・地元にはしかないものの名称(日本語、英語(できれば)) 浪花酒造/ 屋内、酒蔵を見せていただけたこと。ご主人が楽器演奏をくださったこと。お手洗いの中が小さかったこと(外国人のお客様には狭い?)。酒造りのこだわりをもっと聞きたかった。藤左エ門/ 店内を見せていただけたこと。コンテンツ(魚の提供)のイメージを知れたこと。</p>	<p>浪速酒造は素敵なお屋敷でテイスティングもあるとのことで、特別な体験だと思えます。西山シェフとのお話ではその明るいお人柄が分かり、ゲストとのお話も弾むと思えます。何人もの人がこだわりを持って携わってきた食材がシェフによって料理され、頂くというストーリーはとても素晴らしい体験だと思えます。サステナブルの視点からも、日本の酒文化、発酵文化のお話をご紹介します、更にこのツアーを楽しんで頂きたいと思えます。</p>	<p>★ボン・ヴィラージュ・オゼさん:申し訳ございませんが、時間の都合で伺えませんでした。 ★浪花酒造さん:大阪一古いことも、蔵も家屋も文化財であることも、非常にインパクトがありました。会長が直接、案内してくださって、お琴やピアノを弾いてくださったことも大阪らしいユーモア感が感じられて大変よかったです。 ★藤左エ門さん:お魚の尾で、天然と養殖を見分ける方法や丸さで食べごろかを知る方法などシーフード好きのお客様、釣り好きのお客様には大変、うけがよさそうだと思います。すでに触れられていましたが、お魚のにおいについては、気にされるお客様もいらっしゃるので、事前のお伝えは必須と感じました。</p>
<p>⑤五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～ (料亭古の木/北野農園)</p> <p>良かった点/気になった点をご記入ください。ガイドングの際に、あったら助かるもの・ことなどもあればご記載ください。</p>	<p>農家さんのお話もとても面白かった。季節的に叶わなかったが、水ナスを丸かじりできるというのは、お客様もチャレンジな体験になり楽しめるのではないかと。和楽器やすき焼きは、料亭の雰囲気も合わさって、間違いなくお客様に喜んで頂けそう。</p>	<p>とてもユニークな切り口でどんな流れのツアーになるのかと楽しみにしております。現段階では、想像しかできませんので、よかった点などはツアーを担当させて頂いた際に、もっと詳しくお伝えすることができるとは思います。</p>	<p>料亭古の木/ 店内を見せていただけたこと。実際のお食事とサービスの体験。懐石料理の場合、日本語名、英訳(できれば)。北野農園/ 実際に事業者様のお話しを聞くことができたこと。</p>	<p>料亭古の木さんがとてもフレンドリーで、歴史のある料亭でありながら、大阪の良さも味わえると思えました。和太鼓の体験と共に、すき焼き懐石は満足される事確実です。その価値を高めるために、今回伺った予備知識と共に、バックグラウンドのお話もご用意したいと思えました。</p>	<p>★料亭古の木さん:器やお庭が大変美しかったです。加えて、ちーちゃんさんに、お肉を焼いてもらいながら、交流も楽しめるのが、よいと思えました。名物の仲居さんや人物がいて、楽しませてくれるところは浪花酒造さんとともに、大阪らしい人情をより感じられるので、非常によいと思えました。また和楽器演奏+太鼓の体験ができるのも、特にファミリーには喜ばれると思えました。</p>
<p>その他、ご感想・ご意見等ございましたら、コンテンツの質向上及びガイドFAM改善のために是非ご記入をお願いいたします。この度は、ガイドFAMにご参加いただきありがとうございました。引き続き何卒よろしくお願い申し上げます。</p>	<p>レストランや農園の場所など、ドライバーさんも初めて行かれる方もいらっしゃるかと思うので、細いので回避すべき道なども記した詳しい地図をご用意頂けると助かります。この度は、貴重な体験をさせて頂き、ありがとうございました。大阪城や道頓堀だけではなく大阪、本当にお客様に味わって頂きたい体験ばかりです。</p>	<p>今回このような貴重な体験をさせて頂き本当にありがとうございます。私自身、何代にもわたる大阪市民でありながら、大阪のことをあまり知らなかったなあと反省すると同時に、大阪のすばらしさ、人情味あふれる方々との流し、皆様の地元への愛と情熱に触れさせて頂き、改めて、自身の大阪愛がふつふつと熱いものになりました。大阪の深い豊かな芸術、文化、自然、食を海外の方々にご紹介させて頂けるとのを大変楽しみにしております。ありがとうございました。</p>	<p>今回の企画にお声がけいただき、ありがとうございました。またお手伝いする機会がありましたら、ぜひお声がけください。今後ともどうぞよろしく願いいたします。</p>	<p>この度は、ガイドのためにFAMツアーを企画して頂きありがとうございました。2点、お伝えいたします。 ①ツアーで入る道がどこもとても細く一方通行もある事から、ドライバー様に詳細情報をお渡し頂きたいと思えます ②寺内町散策ルートについて、私はまだ地図と場所が一致していないため、また大きな車が入れない場所もあったので、大まかなルートと訪問場所を決めて頂いてドライバーさんにもルートを共有して頂ければツアーがスムーズに進むかと思えます。</p>	<p>今回のようなガイドFAMをやっただけですと、お客様をご案内するときに、より詳しい説明ができますので、非常に役立ちます。準備や調整も大変だったことと思いますが、感謝しております。ありがとうございました。</p>

03. 総括

.....

本事業における総括(実績)

- 本事業は3ヵ年事計画業の最終年度。初年度はガストロミーツーリズムに関する地域資源の調査が主。2年目は実際に富裕層旅行者を泉州地域・南河内地域に誘客するためのガストロミーコンテンツを5つ造成し、2025年3月末に販売を開始。そして最終年度である今年度事業においては、「海外富裕旅行マーケットへの販売促進」「地域事業者の機運醸成」を実施した。
- 再掲となるが、送客実績は以下の通り。(当社に問い合わせが来る海外富裕層旅行のリードタイムが一般的に3ヶ月～1年であるため、販売開始直後の第1四半期はコンテンツの認知拡大フェーズの受注はなかったが、6月に実施したFAM、8月に実施したLAでの現地イベントの効果もあり、第2四半期より徐々に受注が増加。)
- 事業期間内(～26/3まで)における受注済みの案件は24件。85名のゲストが泉州・南河内地域を訪問する実績となった。(26/4以降の実施分も含む。)
- 事業開始前は、富裕層送客実績が把握できる範囲ではゼロであったことを踏まえると、泉州地域・南河内地域の誘客施策は成功したと言える。
- 事業終了後も継続的に販売予定。さらに誘客を進めていくことで、泉州地域・南河内地域の「食」の魅力発信が期待できる。

25年度	第1四半期 (4-6月)	第2四半期 (7-9月)	第3四半期 (10-12月)	第4四半期 (1-3月)	26年度以降 (4月～)	合計
受注数	0件	2件	5件	9件	8件	24件
送客人数	0人	12人	10人	36人	27人	85人

本事業における総括(受入事業者の声)

受入事業者の声は以下の通り。(2026年2月9日実施の最終報告会&交流会での登壇発言より。)
本事業を通じて非常に前向きなコメントをいただいております、今後の継続的な受け入れに対しても積極的である。

- 日本のお客様も海外のお客様も、大切なお客様として丁寧に対応させていただいている。英語でのコミュニケーションが難しい部分もあるが、仲居がいつも日本人の方にするのと同じように接することで、かえって喜んでいただける部分もある。インバウンドについても勉強させていただいている。今後もよろしく願いいたします。
- 受け入れのタイミングごとに、演奏する演目や自己紹介、体験のパートを工夫してブラッシュアップしている。英語は勉強中だが、身振り手振りでも楽しんでいただけている。ただ和楽器に触れて楽しんでいただくだけでなく、地域の歴史や楽器の違いについてなど、学びを持ち帰ってもらえると嬉しい。
- 泉州に来てフレンチを食べていただく上で、食材やお酒など、「泉州らしさ」を散りばめることには非常に拘っている。また、泉州のシェフである自分自身をしっかりとアピールするようにしている。海外の方はリアクションも大きく、来ていただくと自分としても楽しい。
- 海外の富裕層の方に食べていただく上で、何が正解かわからない中で、おもてなしの心を込めて対応している。喜んでいただけているか不安はあるが、後から温かい感想をいただけると安心する。
- 道の駅での食材の買い物は、コミュニケーションをとりながら、楽しんでいただいている。食事は特別な空間(南天苑の古民家カフェ)で出させていただいております、なるべく地元の食材をシンプルに味わっていただけるようにと考えている。
- 海外の富裕層の方に藤井寺に来ていただくこのような機会そのものが大変ありがたく、日々どうやったら喜んでもらえるかを考えながら、勉強させていただいている。カウンターとキッチンの近さで、ライブ感やコミュニケーションを喜んでいただけることが多い。
- インバウンドで陶芸に興味を持ってもらえる方が増えている。富田林のOasiでの食事も含め、楽しんでいただきたい。個人で問い合わせをしてくる方も増えているので、体験として特別感を持たせて今後も受け入れていきたい。