

令和7年度 ガストロノミーツーリズム 促進事業

報告資料(暫定版)

Contents

目次

(1) 海外富裕旅行マーケットへの販売促進	P 3
(A) FAMトリップの実施	P 4
(B) 海外現地イベントの実施	P 9
(C) 販売計画	P 11
(2) コンテンツの販売促進、対象地域への誘客を通じた、 地域の実業者のモチベーションを起す取組	P 12
(A) 地域実業者の機運醸成施策	P 13
(B) ガイド育成施策・地域リーダー育成施策	P 14

(1) 海外富裕旅行マーケットへの販売促進

.....

- (A) FAMトリップの実施
- (B) 海外現地イベントの実施
- (C) 販売実績

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

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

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

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

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、大阪観光局、大阪商工会議所
- ・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
- ・当社:2名

(A) FAMトリップの実施

FAMトリップの実施 タイムスケジュール

日程	時間帯	内容	体験コンテンツ
2025/6/24 (1日目)	11:00-11:30	【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	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 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
	12:30-15:15	【ランチ】有形文化財での特別ランチ(&周辺散策(自由))	
	16:00-17:15	【体験】江戸時代の面影残す寺内町の散策(ガイド付き) (散策1時間+駐車場への移動+バッファ)	
	17:30-18:15	【体験】南河内に工房を構える陶芸家の工房見学	
	19:00-22:00	【ディナー】寺内町に佇むレストランでの特別料理とワインのマリーアージュ体験	
		【宿泊】新大阪ステーションホテル	
2025/6/25 (2日目)	～10:55	フリータイム	
	11:30-13:15	【ランチ】焼鳥&焼肉Hoppingの一部を体験	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
	14:15-15:50	【食体験】大阪最古の酒造見学と日本酒テイasting	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
	16:00-16:40	【食体験】魚の目利きのプロ直伝 鮮魚食べ比べ	
	18:00-20:00	【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	
	20:00-21:00	【ディナー】泉州の和菓子職人、洋菓子職人によるデザート	
		【宿泊】大阪マリオット都ホテル	
2025/6/26 (3日目)	11:00-12:00	【ホテルインスペクション】大阪マリオット都ホテル	
	12:20-13:20	【ホテルインスペクション】PATINA OSAKA	
	14:00-14:40	【食体験】農園でのフレッシュな野菜の収穫(水茄子)	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～
	14:50-15:20	【食体験】農園でのフレッシュな野菜の試食(水茄子)	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～
	17:15-18:00	【体験】篠笛奏者・和太鼓奏者による特別生演奏	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～
	18:00-21:00	【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	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～
			【宿泊】PATINA OSAKA





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、市内にパティオ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。

(B) 現地イベントの実施

ロサンゼルスでの現地イベント

- 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(ロサンゼルス)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	ロサンゼルス日本食レストラン
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ノミーコンテンツの紹介



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。

当社からの送客実績

- 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。
- 現時点で、21件、72名 + α のゲストが泉州・南河内地域を訪れている。

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	3件 (+2件は 受注確定)	19件 (+2件)
送客人数	0人	12人	10人	36人	14人 (+ α)	72人 (+ α)

※1月末時点。

※お客様のリクエストに合わせ、コンテンツをカスタマイズしてご提案している。

(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



地域全体のビジネス化促進のためのガイド育成施策・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名以上を選定し、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	・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。

