

地方創生推進交付金等対象事業 効果検証シート（外部有識者評価用）

効果検証 実施日	令和3年8月4日	検証組織	岸和田市総合戦略 アドバイザー会議	検証対象年度	R2年度
-------------	----------	------	----------------------	--------	------

★効果検証の流れ

Step1 担当課による説明

基本情報、事業概要、KPI、
前年度実施内容、自己評価
結果等を説明します。

Step2 アドバイザーの意見聴取

KPIの達成度を踏まえて、
様々な視点から意見を聴取
します。

Step3 外部評価のとりまとめ

前年度の事業内容がKPI
達成に有効であったか
どうか評価します。

※検証結果は事業担当課（実施主体）にフィードバックし、事業改善につなげます。

■基本情報

事業名	KIX泉州ツーリズムビューロー事業									
連携自治体	堺市、泉大津市、貝塚市、泉佐野市、和泉市、高石市、 泉南市、阪南市、忠岡町、熊取町、田尻町、岬町									
実施 交付金	H30	○ 推進	R1	○ 推進	R2	○ 推進	R3	○ 推進	R4	予定 推進
総事業費	94,680千円		91,440千円		88,440千円		85,440千円			

■事業実施主体（市単独以外の場合）

実施主体 名称	一般社団法人 KIX泉州ツーリズムビューロー	設立時期	平成30年4月
構成メンバー	堺市、岸和田市、泉大津市、貝塚市、泉佐野市、和泉市、高石市、泉南市、阪南市、 忠岡町、熊取町、田尻町、岬町、関西エアポート株式会社、南海電気鉄道株式会社、池田泉州銀行など		

■事業概要

目指す将来像 （地方創生の姿）	泉州地域は大阪府南西部に位置しており、9市4町より形成されている地域である。平成29年7月に世界文化遺産の国内推薦候補に決定された百舌鳥・古市古墳群や岸和田城などの歴史・文化的資源やだんじり祭りなどの伝統的な祭り、KIX泉州国際マラソンなどのイベント等魅力ある地域資源が豊富な地域である。海や山等の自然が豊かで、食においても、穴子や泉だこなどの大阪湾の魚介類、水なすやたまねぎなどの地場の農産物をはじめとする食材が豊富で、新鮮でバリエティに富んだ個性的な食文化が存在する。 また、関西国際空港に近接しており、鉄道と各市町が直結されていることから、観光客にとって容易なアクセスが可能である。 これらを「泉州地域ならではの価値」として磨き上げてブランディングし、テーマを設定して外向きに発信するとともに回遊する仕組みを造成することにより、「泉州」の認知度向上、観光客数の増加および地域経済の活性化を図り、最終的には「泉州」という地域ブランドの確立をめざす。
構造的な課題 （上記を阻む課題）	泉州地域に近接する関西国際空港を利用する訪日旅行者数は順調に増加しているが、平成29年に関西国際空港で実施したアンケート調査結果によると、泉州地域の訪問率は15%にとどまっており、訪日旅行者の多くは泉州地域の近隣に存在する大阪市域や京都といった観光地を目的地とし、泉州地域を素通りしている。 現在、泉州観光プロモーション推進協議会において訪日旅行者の誘客に関する取組を推進しているが、効果的な情報発信やPRができていないため、泉州地域は関西国際空港に近接しているにも関わらず、認知度が低く、滞在日数や地域内消費額も増加していない。

事業概要	マーケティング調査結果を踏まえ、次の3つのコンセプトのもとに以下の事業を展開することにより、観光客数および地域内消費額の増加による地域経済の活性化を図る。また、観光客、特にインバウンド客のニーズに応えるため、アンケート調査を含むマーケティング調査を継続的に実施する。 (認知度向上)
	泉州地域には、大阪府内でありながら、海や山といった自然があり、また百舌鳥古墳群をはじめ、岸和田城やだんじり祭りといった歴史文化資産が存在している。食においても、大阪湾の魚介類や地場の農産物等の食材が豊富で、新鮮でバラエティに富んだ個性的な食文化がある。これらをより差別性のある「泉州ならではの価値」として磨き上げつつ、外向きに発信していくことで、「泉州」の認知度向上をめざす。 (セカンド・デスティネーション)
	現状では、泉州地域を主な目的地とするインバウンド客数は決して多くない。そのため、関西国際空港に近接する泉州地域の強みを最大限に発揮することが重要である。インバウンド客に対し、入国直後の旅行中に持ち運べる食品等の販売とそれによる認知、旅行中のお市内や京都における泉州PR、物販による出国直前の使いきり需要を掘り起こしのセカンド・デスティネーションを促す3つのパターンを想定し、「泉州」の認知度向上に貢献することをめざす。 (体験型観光)
	泉州地域で作られる豊富な食材・食品を観光資源として活かすため、「買う」、「食べる」、「作る」の魅力をパッケージ化する。泉州地域の食材は多様かつ豊富であるので、食材そのものを打ち出すのではなく、それを複合化した食文化として再構築しブランド化するとともに、関西国際空港に近接する立地を活かし、インバウンド客に向けたプロモーションを実施する。
	また、高野山や淡路島等で自転車ツーリングを楽しむ旅行者に対して、泉州サイクルルートを活用した地域資源のプロモーションや近隣府県と連携したサイクリングイベントの実施により誘客を図る。また、ワールドマスターズゲームズ2021関西では、関西国際空港から来日する自転車愛好家の増加が見込まれるため、その好機を生かして海外のサイクルツーリストの泉州地域への立ち寄りを促進する。 さらには、泉州地域に豊富に資源が存在する歴史文化や産業へとテーマを拡大し、さらなる誘客を図る。

■ KPI（重要業績評価指標）

	指標名	単位	H29	H30	R1	R2	R3	R4	R2
			現状値	目標値 実績値	目標値 実績値	目標値 実績値	目標値 実績値	目標値 実績値	達成
①	泉州地域の訪日旅行者数	万人	159	241 197	277 392	318 未取得	365	420	-
②	泉州地域の来訪者満足度(訪日旅行者)	ポイント	5.2	5.7 6.2	6.0 6.5	6.3 6.2	6.6	7.0	×
③	泉州地域の延べ宿泊者数(訪日旅行者)	万人	68	104 137	119 152	137 調査中	157	180	-
④	泉州地域の旅行消費額(訪日旅行者)	億円	510	773 1788	888 1281	1,021 未取得	1,172	1,347	-

■ R2年度実施内容（事業経費ベース）

※事業経費は、事業実施主体における総事業経費。

1 プロモーション事業【事業経費:7,991千円】	
(1) 海外旅行者との商談セールスツールとしてデジタルパンフレットを制作	外国人旅行者の嗜好の分析に基づき海外旅行者との商談用セールスツールとしてのデジタルパンフレット制作
(2) JAL新JAPANPROJECTの一環事業「日本博」で、泉州地域の魅力発信	JAL新JAPAN PROJECTの一環事業「日本博」で「明治神宮の杜芸術祝祭」においてブース出展し、世界遺産「百舌鳥・古市古墳群」のVR体験や泉州地域の各市町の魅力発信(令和2年10月)
(3) 泉州地域広域観光連携協議会との連携によるオンラインツアー	オンラインによる泉州の食及び伝統産業を体感するツアーを泉州地域広域観光連携協議会と連携して実施(令和2年12月)

2 情報発信事業【事業経費:25,181千円】
(1)外国人向けホームページ(英語版)を制作
イギリス人、アメリカ人のネイティブな外国人目線で周遊する5つのサイクルルートや8つのテーマに基づく記事を掲載する外国人向けホームページ(英語版)の制作(令和3年1月サイトオープン) https://visitsenshu.com
(2)外国人向けFacebook(英語版)を開設
ビューロー公式Facebookアカウント(英語版)を開設し、カナダ人、アメリカ人、イギリス人のライターによる泉州の魅力的な観光コンテンツの情報発信(令和3年1月投稿開始) https://www.facebook.com/visitsenshu
(3)JAL機内誌に泉州特集を掲載
JAL国内線、国際線の機内誌10月号に泉州特集を掲載(機内ビデオ、「GUIDE TO JAPAN」掲載含む)
(4)泉州観光地域づくり連携協議会の設立
泉州地域の様々な観光事業関係者からなる泉州観光地域づくり連携協議会の設立(令和2年10月)加入団体数 31団体
3 受入環境事業【事業経費:16,094千円】
(1)外国人観光客向け広域サイクルルートの開発とコース設定
レジャーサイクリストを対象に、りんくう公園を起点とした広域サイクルルートの開発とコース設定。コース数は5コース(奈良・京都・高野山・熊野・広島方面)
(2)着地型体験旅行商品の造成
自転車と自然、農業、漁業、伝統文化を活用した着地型体験旅行商品の造成 泉州の9市4町それぞれに旅行商品を造成(計13商品)
(3)データマーケティング
DMO登録に向けたデータマーケティング(KPI必須データ)
4 DMOの専門人材人件費【事業経費:30,217千円】
(1)観光分野の専門人材の雇用(継続)
泉州地域の魅力の掘り起こしや各種プロモーション活動などでの助言を得るため、旅行代理店など観光分野での経験が豊富な人材を6人雇用。
5 その他取組
・アクティビティと泉州の食(水ナス)との融合によるビジネスマッチング及び体験型商品の開発(令和2年9月、3回の調理試食体験実施)

■事業実施主体による検証（自己評価）

1 KPIの振り返り(達成または未達成の要因・原因) *訪日旅行者数、旅行消費額 新型コロナウイルスの影響により、外国人旅行者の来訪がほとんどないと想定されたため、通常コストをかけて取得している当データの取得は、適切な分析が不能であることも鑑み行わなかった。 *延べ宿泊者数 大阪府の公開データ待ち *満足度 新型コロナウイルスの影響により、来訪者へのヒアリング(アンケート)が不可能であったため、泉州へに来訪上位4か国(韓国・中国・香港・台湾)へのWEBアンケートを定量的、定性的の両面から実施した。来訪者へのヒアリングに比べ、良い印象が若干低位に評価される傾向にあるが、最も多く指摘のあった不満足要因として、箱もの施設(美術館、博物館など)を中心とする外国語対応の未整備があげられ今後の課題として明らかとなった。
2 事業実施における課題 ・団体運営費の主な財源は、市町などからの負担金となっており、団体として自主財源を得る仕組みを構築していく必要がある。 ・観光事業に注力するため、KIX泉州国際マラソン事業の実施体制を整理する必要がある。
3 今年度以降の改善内容 【プロモーション事業】 泉州の強みである「食」「アクティビティ」「産業観光」等の魅力発信を行う。 ・国際商談会や旅行博等での体験旅行商品のPR ・泉州地域広域観光連携協議会との協業による産業観光オンラインツアーの実施 ・泉州の食をアピールするイベントもしくは公園などを活用したアウトドアイベントの実施 【情報発信事業】 ホームページ・Facebook等のSNSを通じた情報発信に努めていく中で特に多言語化を強化していく。 ・ホームページ・Facebook等での繁体・簡体・ハングル語での情報発信 ・市町のイベント等の情報発信等ホームページの運用管理 ・観光誘客に向け、無料で登録できるGoogleMap(Googleマイビジネス)の活用促進 ・泉州地域の食・伝統産業の販路拡大に資する店舗を目指し、「大阪泉州まるわかり屋」の見直し 【受入整備事業】 アフターコロナを見据えた観光客受入環境整備を図る。 ・観光客の受入体制の整備等について協議するワークショップの実施(観光地域づくり連携協議会) ・地域住民への観光地域づくりの意識啓発を目的としたセミナーの実施 ・KPIデータの取得・分析 ・Google社と共に観光DX化。Grow with Google(無料研修プログラム)等を事業者及び市町へ提供。 ・観光資源のデータベース化 ・財源確保に向けた賛助会員メニューの開発 【商品企画・開発事業】 泉州スペシャリスト通訳案内士・ガイドの育成、泉州ガイドツアーの造成支援を行う。 【その他】 KIX泉州国際マラソンの今後のあり方について検討を行うための組織を立ち上げる。

■外部有識者・アドバイザーによる検証

意見・アドバイザー	・コロナ禍でインバウンドの受入れが止まっている。一方で、この期間に種まきをしておき、コロナ収束後に結びつけられればよいのではないか。 ・アフターコロナに向けてどう展開していくかという考え方でよいと思う。一方で、開催しているワークショップには、民間の人がもっと入ってもいいのではないかと。人数よりも割合に配慮が必要である。また、マラソンについても今のうちに整理を行い、今後の組織の方向性を決めれば良い。その他、DMOとして自主財源を確保できるよう、DMOを生かした事業実施を期待したい。 ・「アフターコロナ」という言葉を使うと、コロナ収束後、これまでに戻ると意識が生まれてしまうが、アフターではなく「ポストコロナ」の観点が必要ではないか。必要のないところに人々は足を運ばなくなるため、これまで以上に素材を生かした資源が必要になってくる。泉州地域を訪れたいという動機作りの種まきは、継続が必要である。 ・また、その方向の種まきに加え、内向きの種まきも必要。つまり、インバウンドに地域資源を紹介できる人材の育成や、新しい資源の開発が求められる。そして、地域資源を連携し、ストーリー性を持って繋げていくことが重要である。よくインバウンドに泉州地域を素通りされるというが、隙間の時間を活用できる資源の開発など、うまく戦略を持って進めていくことが今後の課題ではないか。ビューローでは、新しく実績のある事務局長を迎えており、今後の展開を期待している。
評価結果	地方版総合戦略のKPI達成に有効であった

■参考資料

特になし
