

令和 6 年度 第 1 回 岸和田市観光振興計画推進委員会

1 日時 令和 6 年 7 月 8 日（月）午前 10 時～午前 11 時

2 場所 岸和田市役所新館 4 階第 2 委員会室

3 出席者

【学識経験者】石田信博、徳山美津恵

【公共的団体の代表者】阪口寿子、西村令子、中井秀樹、山本義治、藤浪勝三

【関係団体の代表者】塩見正成、田邊真、藤原岳典、杉田精教

【市民公募】西崎玲圭

【オブザーバー】小嶺大輔、兒嶋一裕

【欠席者】佐野楓

【事務局】船橋魅力創造部長、井上観光課長、有留担当主幹、竹川主任、藪内担当員、出口担当員

【傍聴者】 2 名

次第

1 開 会

（1）部長挨拶

2 議 事

（1）令和 5 年度本市の入込数について

（2）令和 6 年度実施事業について

（3）委員会スケジュールについて

（4）その他

3 閉 会

配布資料

○次第

○配席図（資料①）

○観光振興計画推進委員会委員名簿（資料②）

○観光振興計画推進委員会規則（資料③）

○観光客入込数（資料④）

○令和 6 年度実施事業（資料⑤）

○意見聴取シート取りまとめ（資料⑤－1）

○令和 6 年度観光振興計画推進委員会スケジュール（資料⑥）

1 開会

- ・委員長、副委員長の選任

2 議事

(1) 令和5年度本市の入込数について

・資料④をもとに、令和5年度本市の入込数について報告。お城まつりの統計データについて人流データを用いた集計に統一することを報告。また、前期最終年度の令和8年度に目標入込数についての見直し等も予定している。

●委員長

- ・意見はあるか

(意見なし)

(2) 令和6年度実施事業について

●事務局

・観光創造ビジョンの概要の説明、資料⑤のシートの目的の説明及び今年度事業について説明。その後、資料⑤－1をもとに事前意見聴取シートに対する回答を事務局より報告。

●委員(D)

・だんじり会館のトイレの水洗化について、岸和田のトイレは汚いイメージ。トイレの水洗化だけでなく、持続的にきれいにする取組みが必要。防災の観点からも水とトイレが清潔であることが必要。だんじり祭においても、仮設トイレを設置しているが、最近の若者は和式対応ができない。本市としてはトイレの問題はあるかと考えるので、整備するだけでなく、持続させなければならない。トイレの整備は観光問題と切り離しても整備が必要。トイレの整備を全面に出すのが市のイメージアップに繋がるのではないか。

●委員(E)

・水洗化ではなく、ウォシュレットのことではないか。岸和田城や隅櫓のトイレ等も含めて観光施設の整備は必要と考えるため検討いただきたい。

●委員（C）

- ・もう少し事業を絞ってはどうか。あまりに分散しているような気がする。関西エアポートや南海、JR においてサイネージで発信するような事業も実施している。それらも意見聴取して参考にしてはどうか。

●事務局

- ・サイネージについては、各事業者に対して意見聴取する。トイレの整備について本市として遅れているのは事実。財源確保や維持管理も含めて今後検討していきたい。

●委員（E）

- ・だんじり会館のリニューアル後について、人気が悪い。マルチスクリーンは祭礼について映像でわかりやすかったのに、なくなったことに対する意見も多い。祭礼の日頃の様子がわかるようにすべきではなかったか。前までは紙屋町のだんじりに提灯がついて夜のイメージがなくなったことで、夜のイメージが伝わらない。心技館が耐震化されていないことで廃案となった件について、城と心技館はセットで考えるべき。城の耐震化についてもいつ実施するのか。

●事務局

- ・計画に基づき令和 11 年に実施して、令和 12 年にリニューアル予定。中の展示物の移行等も含めてこのような計画としている。だんじり会館のマルチスクリーンについては維持管理の観点等から、別の形として4階にある3面シアターにリニューアルしたため、そちらを案内いただきたい。

●委員（E）

- ・マルチスクリーンと3面シアターは別物と考えるので、非常に残念。観光交流センターについて、平日のお昼の時間帯について、市の職員が昼食を食べに来ており、場所を確保している状態と他のガイドから伺った。来場者が利用できない状況であるため、一度観光課職員に確認いただきたい。

●委員（F）

- ・観光創造ビジョン岸和田の今後の在り方について、大きな観点での意見となるが資料④に戻るが、大阪関西万博の来場者数目標値は2820万人であり、そのうち9割は国内観光客。ビジョンの目標である280万人は必ず目指すべき数値。
資料⑤について、シートで取りまとめてわかりやすくなっている。数値目標を設置した点について、この目標がどうアクションプランに寄与するのか。どのような効果があるのかまで考えていくべきではないか。入込数について五風荘は本市の観光施設でも大きな割

合を占めていると考えるが、R1 より大きく下がっている点について、検討が必要と考える。

●委員（C）

- ・五風荘については、経営主体が変わったことにより知名度等の問題が考えられる。南海や JR、ビューローと連携した事業展開を予定している。今後の観光のさらなる展開について期待したい。先ほどのトイレと同じく全体的に本市が遅れている印象。より重点的にどのように取り組んでいくかについて、本委員会に出席の専門の方の意見をいただきたい。

●委員（F）

- ・インバウンドの観点となると荷物の問題がある。大阪全体で手ぶら観光についてすすめている。関空からの、岸和田だけでなく、泉州全体として経済的な効果が出るようにしていきたい。

●事務局

- ・外国人の恩恵について、本計画を策定して感じた。観光を通じて、本市を盛り上げたい一心である。なれないインバウンドに対して、地域の方にも理解いただけるよう検討。適正な目標値を設定して、そこを目指したい。達成できなければ改めて見直し PDCA サイクルをまわしたい。

●委員（B）

- ・五風荘の入込数の集計について、庭の入込数を取っているのか。お城まつりについて集計方法を変更したとのことだが、他の施設等で今後集計方法変更予定はあるのか。

●事務局

- ・五風荘は飲食店となっているため、飲食店利用者数となっている。お城まつりについては、お城や二の丸広場を含めた範囲に設定して集計している。なお、交流センターについては入口のカウンターで集計しており、統計として手法が頻繁に変わってはいけないと考えるため、本計画からの R5 実績より統一した集計とする。

●委員（G）

- ・目標値の設定について、280 万人という目標だけでなく、各施設やイベントごとの目標設定も必要。

●副委員長

- ・観光の観点であれば目標指数は人数ではなく、消費額が必要であるとする。今後の目標

設定については、産業として消費額等の視点をいれるべき。

●事務局

- ・消費額について DMP より 2019 年は約 2000 円/1 人。消費額をあげていくことで地域の活性化にもつながる事はビジョンの中でも考えている。消費額の設定等については、専門家の意見を踏まえて設定したいと考える。

●委員 (I)

- ・消費額について、こういったものを購入してもらって消費額を増やすのか。岸和田産のものを購入してもらうのか。購入する人が日本人なのか、外国人なのか、それぞれ求めるものは異なり、それによりアピールの方法も変わると考える。
本市にきた友人によると、思うような観光ができなかったと伺っており、より効果的な宣伝も可能と考える。JR としては PR の観点で協力は可能。西ナビという広報誌もあるので検討いただきたい。

●事務局

- ・基本的な観光情報発信ができていないと考える。飲食店等も増えてはいるが、それを発信できておらず、昨年度計画において課題を決めたので、岸ぶらリニューアルなど正しく観光情報発信できるようにしたいと考える。PR についても是非お願いしたい。

●委員 (H)

- ・インバウンドについては重要。入込数についてインバウンドの数を取って目標値化するのはどうか。施策を考えていくうえで重要と考える。また、来てもらうだけでなく、消費額の観点も必要。高付加価値商品で打ち出して単価もあげてみてはどうか。例えば包近の桃をもう少しブランド化するなどはどうか。南海として泉州地域や和歌山にもっていくかを課題としているため、協力したいと考える。

●事務局

- ・インバウンドの数については、次回委員会にてビジョンに基づき報告する。高付加価値商品について、国内向けではあるが包近の桃を使った大阪市内発のツアー造成をした。アンケート等も実施しこれをブラッシュアップして、インバウンドに向けた施策等も検討したい。また、外国人の方へのヒアリングも大事だと考えており、それらを踏まえて今年度 TEJ2024 に初めて出展し、本市の魅力を発信したい。

●委員 (B)

- ・インバウンドについて、だんじり祭の際のインフォメーションセンターで 300 人近く来

訪しており、そこでアンケート協力などできるかと考える。

●事務局

- ・ぜひお願いしたい。今までインバウンドに対するアンケートを取ってなかったことから、これから実施したいと考える。

●委員（E）

- ・五風荘の入込数は庭の入込数を含んでいるのか。庭のみのガイドをすることもある。10年前と大きく下がっているのは管理者が変わったからか。桃のツアー造成についてどういう内容で考えているか教えていただきたい。

●事務局

- ・先ほどもお伝えしたよう、五風荘については飲食店利用者数となっている。
桃のバスツアーについては、6月23日と7月15日催行予定となっており、難波発着で岸和田城、だんじり会館を見学いただき杉江能楽堂で昼食を取り、その後に桃の選果場、愛彩ランドで買い物をしていただく内容となっている。

●委員（E）

- ・岸和田の特産として、たけのこも活用できるのではないか。

●委員（C）

- ・だんじり祭の多言語の本がない。本市はパンフレット程度であり、国際化についていけない。また、各町との兼合いもあるが、自分らの祭を維持管理していくためにも、国際化した取組みも検討が必要。

●委員（D）

- ・だんじり祭の認知度は高いのは事実。だんじり祭については、222年前から年番組織が運営しているが、継承されていく中で祭の考え方も変わってきており、祭の関係者としても観光に対しての考え方も変わってきているため、関係者に対して協力体制を築くことが必要と考える。

●委員（E）

- ・だんじり祭を説明するにはやはりだんじり会館のマルチスクリーンは必要。

●委員（A）

- ・ツアー造成等だけでなく、旅行事業者に対して投げかけて商品造成に繋げることが重要。

次のプラットフォームを作っていくにあたり、協力して参りたい。消費拡大の点については、観光交流センターにて昨年度岸和田ブランド認定品や事業者の協力のもと産直品含めて販売しており、この4月以降も継続販売しており、販売数も順調に伸びている。少しでも本市の土産等を周知し、事業者に対しても売れていることに対する実感もしていただけると考えるため、継続したいと考える。

●委員（I）

・観光素材として魅力は多いと考える。ふるさと納税を活用した手法も検討できるのではないか。

●事務局

・ふるさと納税については担当課と別途協議したいと考える。だんじりグッズなどもふるさと納税の返礼品として考えており、観光関連からもアプローチしたい。

●委員（J）

・外国人の観光客について、年齢層や性別も変わると考える。ターゲットに応じたコンテンツ開発や発信が必要と考えるがターゲットをどう考えているのか。アンケートを取るにしても、若年層はインターネット検索が主流であり、インバウンドの方もインターネットにて検索をすると考えるため、基盤整備が必要。だんじり祭だけでなく、桃のような食文化や本市の特産品についてもっとPRして受入体制を整備すべきではないかと考える。

●副委員長

・岸和田＝だんじり祭と市の認知度が高いことはいいことだが、気をつけないといけないのは、表層的なイメージで捉えられている可能性が高いため、情報発信の観点から、だんじり祭を正確に発信することが重要。若年層とインバウンドに対する分かりやすいだんじり祭の魅力発信が必要。

また、だんじり祭以外の岸和田のブランドイメージを発信し、体感してもらえると、自然と拡散してもらえると考える。

●事務局

・インバウンドのターゲットは関空の入込が多い東アジアを中心に考えている。ただ、欧米圏からの来訪が多いことも事実。東アジアは食、欧米圏は歴史文化など、ターゲットごとにニーズに応じた事業展開をしたいと考えている。

アンケートについても、インターネットの形式で回答しやすいような運用を検討している。情報発信という観点からは、本市としても課題であることから正しく発信できるようにする。様々な年代の方に何が刺さるのかニーズの調査等も実施したいと考えるため、手法等に

ついて皆様方より意見を頂戴したいと考える。特産品については、1つ1つ丁寧に発信していきたい。

●委員長

- ・その他に意見はあるか

(意見なし)

(3) 委員会スケジュールについて

●事務局

- ・資料⑥の説明。

●委員長

- ・意見はあるか。

(意見なし)

(4) その他

●委員長

- ・意見はあるか。

(意見なし)

3. 閉会

(1) 部長挨拶

●委員長

- ・本日の推進委員会を閉会する。