

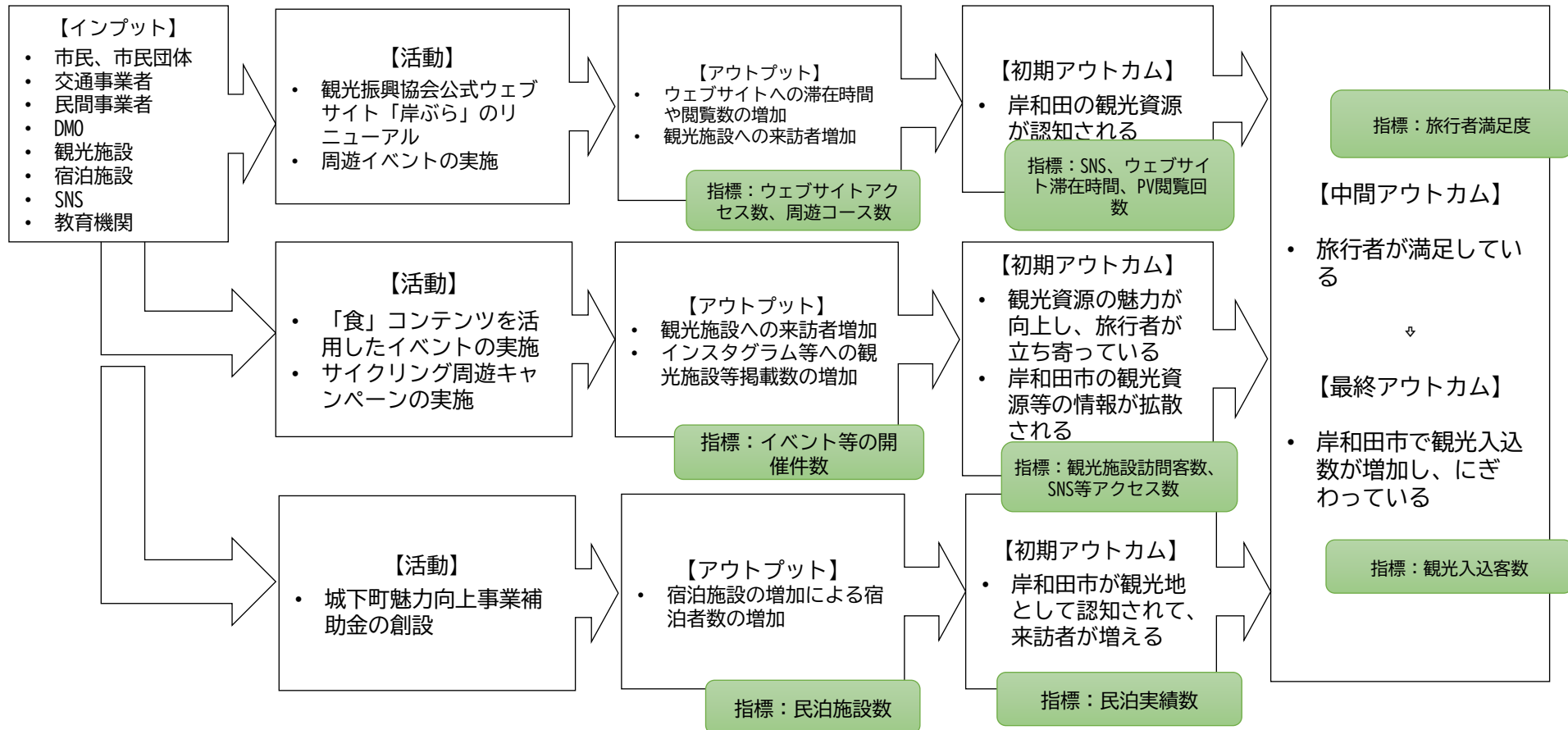
【R 6 年度】重点目標の取組・概要（岸和田城を中心とした観光コンテンツの醸成及び観光客の誘致[観光振興事業]）

担当課（内線）	観光課 増田（内線2805）	個別目標の方向性	地域経済の軸となる産業・観光の活性化
重点目標	経済・交流が活発な岸和田の実現	行政の役割	観光資源の磨き上げや新たな観光資源の創出を支援する

現状と課題	課題に対する取組の内容（めざす成果・期間・対象者・手法など）	
・歴史的・文化的価値のある建物はあるものの、観光客誘致に活かしていない。 ・だんじり祭は、非常に認知度が高いが、それ以外の観光コンテンツの認知度が低い。 ・本市への来訪者の訪問目的が、「観光」より、「買い物」や「遊び」となっている。	【中期的(4～5年後)にめざす成果】 主要な観光資源を活かして、岸和田の魅力を知ってもらい、誘客促進をめざす。 【成果に向けての各年度の進め方】 （仮称）観光創造ビジョン・岸和田アクションプランに基づき、①プロモーションの強化、②観光コンテンツの充実、③受入体制の整備・充実をR 6 年度からR 8 年度にかけて取り組む。 【R 6 年度の取組内容（期間・対象者・手法など）】 ①プロモーション強化 ・観光振興協会公式ウェブサイト「岸ぶら」のリニューアル及び各SNSでの情報発信の充実 ・ツーリズムEXP0への出展 ・観光コンテンツの魅力発信記事の掲載 ②観光コンテンツの周遊促進の強化 ・バスツアー等旅行商品の造成 ・フルーツ、スイーツ等の「食」コンテンツを活用したイベントの実施 ・サイクリング周遊イベントの実施 ・岸和田城再建70周年事業の実施 ③受入体制の整備・充実 ・城下町魅力向上事業補助金の創設 ・まち歩きマップ等の多言語化	
R 6 年度の事業費（内訳）		
①プロモーション強化 観光振興協会公式ウェブサイト「岸ぶら」システム改修等 7,500千円 ②プロモーション、周遊促進事業 観光振興事業委託料 36,000千円 ③受入体制の整備・充実 城下町魅力向上事業補助金 3,000千円		
R 7 年度以降の想定事業費（ランニング経費）	取組の進捗・成果を測る指標	成果・指標が未達成の場合の取扱い
・（R 7）観光振興事業委託料 10,000千円 城下町魅力向上事業補助金 3,000千円	・1年間の主要観光施設及びイベントへの観光入込客数 （R 4）2,623,242人 ➡（R 8）280万人 ・観光振興協会公式ウェブサイト「岸ぶら」への滞在時間 （R 4）1分56秒 ➡（R 8）2分1秒 ・「岸ぶら」への月平均閲覧回数（PV） （R 4）57,885PV ➡（R 8）200,000PV	※必ず縮小・廃止時期を記載すること 令和8年度に（仮称）観光創造ビジョン・岸和田アクションプランの中間精査を行い、検討を行う。

【R6年度】重点目標の取組・ロジックモデル (岸和田城を中心とした観光コンテンツの醸成及び観光客の誘致[観光振興事業])

ロジックモデル【事業立案時点】



その他（財源、他団体の状況、行政サービスとしての適正性について など）

■ 中期的にめざす成果に対する達成度



- 主要な観光資源を活かして、岸和田の魅力を知ってもらい、誘客促進をめざす。

■ R 6 年度における達成度（当初の実施予定に対する達成度）



- プロモーション強化
- 観光コンテンツの周遊促進の強化
- 受入体制の整備・充実

■ R 6 年度において実施・実現できたこと

- 岸ぶらのリニューアル。
- 事業イベント等の情報発信。
市SNS ：インスタ3605人→5380人、X 3761人→4199人（2023.7 → 2025.3）
観光振興協会インスタ：2163人（2024.3）→2570人（2025.1）
岸ぶらX→7284名（2024.3）→7217人（2025.1）
- ツーリズムEXPOへブース出展（東京ビッグサイト）→商談数13件
- 岸和田城時代体験ツアーを香港、台湾向けに販売。
- 日帰りバスツアー造成及び催行業務→桃ツアー2件、マスカットツアー2件、イチゴツアー2件
- きしわだスイーツ総選挙&デジタルスタンプラリー実施。スイーツマップ作成。
- 復興天守70年記念お城談義、岸和田城がふるえる、夜間貸切の岸和田城での新能鑑賞特別な空間で幽玄なひとときを、武者行列を季節ごとに実施。
- 自転車での周遊促進を図る事業を実施。岸和田競輪場でのサイクルイベントの開催、サイクルモデルルートを設定。サイクリングツアー商品を造成。
- 岸和田市民泊施設整備促進事業補助金を創設。→2件
- まち歩きマップやだんじり会館のマップの多言語化→日本語、中国語（簡体字、繁体字）、英語、韓国語の作成。

■ 主な「取組の進捗・成果を測る指標」の状況

測定有無	指 標 名	単位	基準値（年次）	目標値（年次）	R 6 年度実績値
	1 年間の主要観光施設及びイベントへの観光入込客数	人	2,623,242（R4）	2,800,000（R8）	3,090,446（R6）
	観光振興協会公式ウェブサイト「岸ぶら」への滞在時間	秒	116（R4）	121（R8）	50（R6）
	「岸ぶら」への月平均閲覧回数	PV	57,885（R4）	200,000（R4）	35,265（R6）

■ R6年度において実施・実現できなかったこと

- 令和6年度の記載した取り組み内容については実施できた。

■ 課題分析

- 実施はできたものの成果が芳しくなかったものがあった。
※大阪観光局による岸和田城時代体験ツアーを香港、台湾向けに販売したが売れていない。
※バスツアーは商品によって人気・不人気が分かれた。

■ ロジックモデルの振り返り

- 活動としては実施できた。
- 岸ぶらのWEB滞在時間は令和6年度 約50秒
- 令和6年のセッション数（ページビュー）←令和5年7月より指標の算出方法が変更
月あたり、35,265イベント
1日あたり、1,163イベント
- サイクリング周遊イベント
参加者数：800人⇒556人（目標→実績）
来場者数：1,700人⇒709人（目標→実績）
ツアー造成数：2、サイクルルートの設定：2
※人数の目標には達しなかった。
- きしわだスイーツ総選挙&デジタルスタンプラリー
協力事業者数：20店舗⇒26店舗（目標→実績）
参加者数：2,400人⇒2,007人（目標→実績）
一人当たり消費額：1,500円⇒925円（目標→実績）
※事業者数はクリアしたが、参加者数や消費額の目標には達しなかった。
- 民泊施設整備促進事業補助実績は2件だが、問い合わせが多くまだまだ需要が多い。
※今後認知されて来訪者が増えることを期待するが、宿泊施設の情報発信が課題である。

■ 次年度以降の予定・改善内容

- 岸ぶら内（過去記事）の情報を整理する（信頼度の向上）
- 閲覧数の多い記事などを把握し、ニーズの把握に努める
- 滞在時間を延ばす工夫として動画コンテンツを活用する
- 効果的なプロモーションを行う。
- 単年度の事業ではなく、継続して取り組むことで定着化とブランド化を目指す。また、事業者とも協力し、団体客のオペレーションについても協議し受入体制の課題の解消を目指す。
- 宿泊施設や飲食店と連携し、観光消費額・滞在時間の向上を目指した事業運営を行う。
- イベント情報などの広告・告知を出すエリアの見直し。
- サイクリスト以外の方にも興味をもってもらえるようなイベントを検討。
- 宿泊施設参入事業者を増やすため、補助上限額の見直しを検討し、補助申請に係る周知の強化を図る。
- 観光素材の整理を行い、商品造成に結び付くコンテンツを選定し、働きかける。