

令和 7 年度実施事業 について 資料②

【アクションプランの体系】

基本方針	具体的な手法	シート 番号	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1：プロモーション強化	①岸和田の観光資源を知ってもらう基本的な観光情報の発信の強化	国内	◎		○	○		○	○	○	○	○	○	
		海外	○			◎	○							
	②観光コンテンツに興味をもってもらうキャンペーンや民間媒体の活用	国内	○	◎				○	○	○	○		○	
	③多様な主体との連携強化	国内			◎			○	○	○	○	○	○	
		海外					◎							
2：観光コンテンツの充実	①だんじり文化を活かした通年観光の促進の強化			○	○	○		◎						○
	②豊富な特産品を活かした「食」観光の推進			○	○	○			◎					
	③豊かな歴史資源を活用した体験型コンテンツの開発と発信			○	○	○	○	○		◎				○
	④観光コンテンツの周遊促進の強化			○	○	○			○		◎			
3：受入体制の整備・充実	①市民や事業者等が一体となって観光振興に取り組む機運醸成						○	○		○	○	◎	○	○
	②生活にも配慮した観光地としての基盤整備		○										◎	
	③歴史や文化を次世代に継承するための調査研究や市民への講座							○		○		○		◎

基本方針	1：プロモーション強化
具体的な手法	①岸和田の観光資源を知ってもらう基本的な観光情報の発信の強化【国内】
他に該当する基本方針と具体的な手法	基本方針1-国内②海外① 基本方針3-②

A：現状と課題（計画より）	B：今年度の取組み内容（事業概要・ターゲット・めざす成果など）
<p>観光創造ビジョン・岸和田の課題①・②・③に記載のとおり、観光地としての認知度、観光情報及び観光情報発信、ターゲットに応じた観光戦略、観光コンテンツの開発と魅力の発信が不足している。</p> <p>市内外の方に本市の観光資源を知ってもらうため、基本的な発信の強化が必要。あわせて、SNS等も活用した効果的な発信が必要。</p>	<p>(1) 「岸ぶら」の掲載情報の充実化</p> <p>(2) 本市ウェブサイト、SNS、観光振興協会SNS等の活用</p> <p>【事業概要】</p> <p>(1) 岸ぶらの長所であり、岸ぶらでしかできない、“岸和田のコア情報”を活かした発信を行い、「旅ナカ」利用を促進する。また、過去の情報資産のブラッシュアップ、整理を行う。</p> <p>(2) 本市ウェブサイト、SNS、観光振興協会SNS等を積極的に活用した情報発信、SNSと連動したプロモーションを実施する。</p> <p>市SNS：インスタ→5,884人 X→4,252人 Facebook→3,721人 LINE→46,856人 (R7.6.9時点)</p> <p>協会インスタ：2,721人 (R7.6.17時点) 岸ぶらX：7,168人 (R7.6.17時点)</p> <p>【めざす成果】</p> <p>(1) トレンドを突いた記事の掲載や、「旅ナカ」観光客への情報提供によるインプレッションの増加から、「岸和田のコアな情報」へつなげることで、今後の新たな観光コンテンツの造成に向けた土台形成のためのニーズ把握を目指す。</p> <p>(2) SNSを積極的に活用した情報発信、SNSと連動したプロモーションを実施することで、SNSフォロワーの増加、閲覧数の増を目指す。</p> <p>【数値目標】</p> <p>(1) ブロガー新規投稿数：300→180、1日平均セッション数：1,500→1,104</p> <p>来訪者の岸ぶら閲覧率：12% (R5年度調査：9.6%) →7%</p>
C：取組みの進捗（R8.3.17現在）	
<p>(1) Googleマップとの連動（だんじり関連実施済、グルメ関連を検討）</p> <p>(2) イベント等の情報発信</p> <p>市SNS (2025.7 → 2026.1)</p> <p>インスタ 5,884人→7,396人 X 4,252人→4,314人</p> <p>Facebook 3,721人→3,998人 LINE 46,856人→48,303人</p> <p>YouTube 2,470人（追加）</p> <p>観光振興協会インスタ 2,721人→3,037人 岸ぶらX 7,168人→7,097人</p> <p>ちきりくんInstagram(新規)→179人</p>	

■ 総評 ○：概ね達成

- “岸和田のコア情報”を活かした発信をした
- 1年を通じて、イベント時にはSNSを活用したプロモーションを行った
- SNSフォロワーを増やすことができた
- 過去記事のうち古い情報ページについては、非公開とした（20件程度）

■ 課題分析（施策の状況評価等）

- リンク切れのページもあり、誤った情報と受け取られる懸念がある。
- 新たな「岸和田のコア情報」件数を発信することが必要
- 平均滞在時間(平均エンゲージメント時間)を延ばす工夫が必要 現在：42秒
- ターゲットやニーズに応じて情報を収集・整理し、露出する必要がある。
- 情報発信と来訪の因果関係を把握する必要がある。

■ 次年度以降の改善・見直し

- 【情報の整理】
- 岸ぶら内（過去記事）の情報を整理する（信頼度の向上）
- 【ニーズの把握】
- 閲覧数の多い記事などを把握し、ニーズの把握に努め、よく読まれる情報（グルメ関連等）や目立たせたい記事を見やすく配置する。
- 【動画コンテンツの活用】
- 動画コンテンツを増やしていく。
- 【有用なサイトづくり】
- 検索バーは設置できたので、季節に応じた「良く検索されるワード」の表示など、タイムリーな情報を検索されるよう誘導する。
 - アンケート結果から因果関係を分析していく

基本方針	1：プロモーション強化
具体的な手法	②観光コンテンツに興味をもってもらうキャンペーンや民間媒体の活用【国内】
他に該当する基本方針と具体的な手法	基本方針2-①②③④

A：現状と課題（計画より）	B：今年度の取組み内容（事業概要・ターゲット・めざす成果など）
観光創造ビジョン・岸和田の課題①・②・③に記載のとおり、観光地としての認知度、観光情報及び観光情報発信、ターゲットに応じた観光戦略、観光コンテンツの開発と魅力の発信が不足している。 周遊イベントによる本市の認知度向上や、動画配信やマス媒体を活用した広域の発信が必要である。	<p>(1) 各事業のプレス発信 (2) 大阪市内など発地によるプロモーション (3) 交通機関等のプロモーション事業へ参画</p> <p>【事業概要】 (1) 今年度実施する事業に関して、発信内容とターゲットを精査し、効果的なプレス発信によるマス媒体を積極的に活用。 (2) 大阪市内のホテルや鉄道会社に対して、広報物の配架の協力依頼を実施。 (3) 電鉄や空港等での広告媒体を活用。</p> <p>【めざす成果】 (1) (2) (3) 実施事業の周知による、参加者等の増加を目指す。また、広域的な周知により本市が観光地ではないという印象の払しょくや、観光地としてのイメージアップ等認知度向上を目指し、次年度以降継続する事業等へ繋げる。</p>
C：取組みの進捗（R 8. 3. 17現在）	
<p>(1) 報道提供：ライドアラウンド、ファンミーティング (2) 大阪府内ホテルへの配架(お城まつり、桃バスツアー、だんじり小屋巡りウォーク、もみじまつり)</p>	
D：今後の予定	
(1) (2) (3) 随時情報発信	

■ 総評 △：一部達成

・積極的にプレス発信を実施、一部については、プレス後に問い合わせがあり、官庁速報などにも取り上げられた。

・お城まつりやもみじまつり等について、大阪市内のホテルへ広告物の配架協力を依頼したが、一定、認知の機会になったものの、実際の誘致に繋がったどうかの検証はできていない。

■ 課題分析（施策の状況評価等）

・事業のターゲットに応じて発信媒体を検討することが十分ではなかった。

・発信内容を取り上げてもらえるように事業の企画や発信内容の工夫が必要。

・広告媒体の配架のタイミングが遅れてしまい、周知期間が短くなった。

■ 次年度以降の改善・見直し

・企画ごとにターゲットを明確にし、ターゲットに届くように発信媒体を検討する。

・今後は新たな発信先も模索し、協力を求める。

・事業スケジュールとともに広報計画を作成し、十分なプロモーション期間を確保するための進捗管理を行う。

基本方針	1：プロモーション強化
具体的な手法	③多様な主体との連携強化【国内】
他に該当する基本方針と具体的な手法	基本方針1-国内① 基本方針2-①②③④

A：現状と課題（計画より）	B：今年度の取組み内容（事業概要・ターゲット・めざす成果など）
<p>観光創造ビジョン・岸和田の課題①・②・③に記載のとおり、観光地としての認知度、観光情報及び観光情報発信、ターゲットに応じた観光戦略、観光コンテンツの開発と魅力の発信が不足している。</p> <p>旅行事業者に旅行商品化を働きかけるため、魅力的な発信が必要。あわせて、情報番組等も活用した効果的な発信が必要。</p>	<p>(1) ロケ誘致の推進 (2) ツーリズムEXP0でのプロモーション (3) 大阪DCキャンペーンへの参画 (4) 万博ポータルサイトの活用 (5) サステナブルフードコートの出展 (6) デジタルトラベルゾーンの出展 (7) JR西日本主催事業 プラスワントリップ「関西もっと知りたいDAY!」</p> <p>【事業概要】 (1) 情報番組や映画等の撮影の対応・誘致、JFCが実施する事業への参加。 (2) 世界の観光・ツーリズムをリードする総合観光イベントとして、国内で行われる、最大規模の総合観光イベントにてプロモーションを実施。 (3) 大阪府内の自治体と観光事業者、JRグループ6社や旅行会社が一体となって行う大型観光キャンペーンに参画し、本市の観光コンテンツを販売する。 (4) ポータルサイト「Expo 2025 Official Experiential Travel Guides」にて、既存の体験型観光コンテンツ含め商品を掲載し、誘客促進を図る。 (5) 万博会場内サステナブルフードコート内にて、R6年度スイーツコンテストグランプリ事業者による物販出展。 (6) 万博会場内デジタルトラベルゾーン内にて、試食の提供及び観光PRを実施。 (7) 万博会期中、万博サテライト会場と位置づけられるJR大阪駅において、来場者へ向け近畿エリアの魅力をPRする。</p> <p>【めざす成果】 (1) 広く本市の観光情報を発信し、ロケ候補地としての認知度向上を目指す。 (2) (3) (4) (5) 「大阪・岸和田」の魅力はもとより、様々なコンテンツを紹介し、商品造成・誘客促進に結びつけ、より一層の消費拡大を図る。</p> <p>【数値目標】 (1) 制作会社等へ働きかけによる成約数：1件 ⇒ 0件 (2) 岸和田ブース商談数：28件/37名、岸和田ブースアンケート回答取得数：454名（実績） (3) 催行数：10件 ⇒ 7件（うち2件は悪天候により中止）（実績） (4) コンテンツ販売数：3件 ⇒ 3件/4名（実績） (5) 出展事業者数：4事業者、売上総額：319,288円（実績） (6) 岸和田市PRデー来場総数：1246名、LEDルーム（8/16-8/29）コンテンツ総再生回数：210回・総視聴者数：934名 (7) 缶バッジ作成体験数：108名（実績）</p>
C：取組みの進捗（R 8. 3. 17現在）	
<p>(1) 他自治体への視察（柏原市）、JFC入会、6/26・6/27 JFC総会参加、7/1・7/2 JFC認定研修参加、1/30 近畿ブロック研修参加、情報収集 (2) 9/25、9/26、9/27、9/28 岸和田市観光振興協会が出展済 (3) だんじり小屋巡りウォーク(DC版)等実施、市町村等合同説明会参加 (4) 既存の5商品の掲載申請 (5) 6/2、3、5出展済 (6) 8/23～25出展済 (7) JR大阪駅 時空の広場 7/12出展済</p>	

■ 総評 ○：概ね達成

・万博会場における各種ブース出展やJR西日本主催事業等への参画により、多彩な場所でのPRを実施し、岸和田市の認知度向上につながった。

・大阪DCキャンペーン及び万博ポータルサイトにおける販売目標は概ね達成でき、万博では市内事業者によるフードコート出展に関して連携した取り組みを行った。

■ 課題分析（施策の状況評価等）

・ロケ誘致について、候補地の発信ツールを十分活用できておらず、主体的な発信に至っていない。

・大阪市内を訪れたことはあるが、岸和田市まで足を延ばしてもらえておらず（TEJ岸和田ブースにおけるアンケート）、訪問先としての認知を高める必要がある。

■ 次年度以降の改善・見直し

・岸和田市や市内の観光コンテンツを知ってもらい、大阪市内から岸和田市へ足を延ばしてもらうために、広域共同ブース等効率的なPRと連携を継続しさらなる岸和田市の魅力を発信する。

・既存コンテンツをブラッシュアップし販売を継続することで、コンテンツの”認知”及び”育成”を目指す。

基本方針	1：プロモーション強化
具体的な手法	①岸和田の観光資源を知ってもらう基本的な観光情報の発信の強化【海外】
他に該当する基本方針と具体的な手法	基本方針1-国内① 基本方針2-①②③④

A：現状と課題（計画より）	B：今年度の取組み内容（事業概要・ターゲット・めざす成果など）
観光創造ビジョン・岸和田の課題①・②・③・④に記載のとおり、観光地としての認知度、観光情報及び観光情報発信、ターゲットに応じた観光戦略、観光コンテンツの開発と魅力の発信が不足している。 海外向けに本市の認知度を向上させるためには、様々な手法による情報発信が必要。	(1)南海電鉄なんば駅2階中央口スペースでのPRブース設置 【事業概要】 (1)大阪関西万博で盛り上がる大阪市内の主要駅である南海電鉄なんば駅において、PRブースを設置し、本市の観光コンテンツのPRを行い、本市への観光の動機に繋げる。 【めざす成果】 (1)大阪関西万博で盛り上がる大阪市内の主要駅であり、本市及び関西空港への始発駅である南海電鉄なんば駅において、本市の認知度及び周遊性の向上につながる効果的なプロモーションを実施し、本市の認知度向上による誘客促進を目指す。
C：取組みの進捗（R 8. 3. 17現在）	
(1) 令和7年8月30日（土）にPRブース設置	
D：今後の予定	

■ 総評 △：一部達成

・だんじり祭直前に、大阪関西万博に訪れた国内外の観光客に対して、本市の認知度向上と訪問を促すプロモーションを実施した。興味を持ってパンフレットを手にとられる方が多くいたものの、その後の効果を図ることができなかった。
※日本語版 200部、英語版50部、中国版40部、韓国版40部の計330部を配布。

■ 課題分析（施策の状況評価等）

- ・アンケートを取得しなかったため、本市の認知度の向上や来訪意欲の向上につながったどうかは測定できなかった。
- ・プロモーションの効果をどのように計測するかも含め、デジタル・リアルのプロモーション手法の検討が必要。

■ 次年度以降の改善・見直し

- ・プロモーションの効果として人の流入が分かるような手法を検討する。
- ・リアルでのプロモーションについては、訪問に繋がる可能性が高い場所と内容を検討し、紙媒体だけではなく、SNSフォローや動画なども含め実施する。
- ・施設アンケートを充実させ、訪問のきっかけ、動機を分析する。

基本方針	1：プロモーション強化
具体的な手法	③多様な主体との連携強化【海外】
他に該当する基本方針と具体的な手法	基本方針1-海外① 基本方針2-③ 基本方針3-①

A：現状と課題（計画より）

観光創造ビジョン・岸和田の課題①・②・③・④に記載のとおり、観光地としての認知度、観光情報及び観光情報発信、ターゲットに応じた観光戦略、観光コンテンツの開発と魅力の発信が不足している。
本市の認知度を向上させるためには、本市だけでなく、産学官の関係機関との連携を図り、多様な情報発信手法の構築が必要。

C：取組みの進捗（R8.3.17現在）

- (1) DMPの活用、マーケティングセミナーへの参加
9/1より海外OTA(kkday, Viator)に掲載し販売
Tripadvisorに販売促進のための広告配信
- (2) 万博来訪層を想定し英語ネイティブ翻訳を実施
(繁体字R6年度に実施済み)
ユーザー数の多いSNS (Facebook/Instagram) に広告配信
- (3) 関西国際空港 第1ターミナル1階到着フロアで実施 (7/30)

B：今年度の取組み内容（事業概要・ターゲット・めざす成果など）

- (1) 「データマーケティング推進事業」及び「販売促進プロモーション」
- (2) 大阪・関西万博に向けたデジタルプロモーション
- (3) 関西観光まちづくりコンサルティング事業20周年企画～みんなで観光PR～

【事業概要】

- (1) 大阪観光局が運営するデータマネジメントプラットフォーム(DMP)を活用し、同局と協働しながら本市のプロモーションや昨年度造成したインバウンド富裕層向け体験コンテンツを即時予約できるようブラッシュアップし、海外OTAへの商品掲載を行う。(和装・甲冑での岸和田散策、日本料理と岸和田の歴史・伝統に触れる体験ツアーを即時予約できるようにブラッシュアップ。即時予約には在庫管理が必要。)
- (2) 万博期間中に(1)で造成した商品に関する記事を海外で人気の高いSNS(Instagram・Facebook)で広告を配信する。位置情報により、関西に訪している外国人をターゲットとして広告アプローチを行う。
- (3) 「関西観光まちづくりコンサルティング事業」の20周年記念事業として、インバウンド需要等により賑わいを見せる関西国際空港で、自治体が合同で各地域の魅力を発信を行う。

【めざす成果】

- (1) 海外OTAへの商品掲載を行い、プロモーションの実施及び体験コンテンツの販売を通して、本市の認知度向上及び来訪後のリピーター化及び消費額の増加を目指す。
- (2) 万博を目的に来訪している外国人に向けてアプローチを行って認知度の向上を目指す。
- (3) パンフレットの配布に加え、地域産品の試飲・試食、映像等の活用、ノベルティ配付など様々な工夫を凝らしたPRを実施。

【数値目標】

- (1) 商品販売数:5件 ⇒ 4件6名(実績)
- (2) Facebook/Instagramにおける広告運用実績
【繁体字】広告インプレッション数:736,658回(対目標値147%) クリック数:6,112回(対目標値153%)
【英語】広告インプレッション数:1,344,031回(対目標値202%) クリック数:8,975回(対目標値224%)
- (3) 日本酒の試飲(720ml・4本)、和菓子の試食(150食分)、ガチャガチャによるノベルティくじ (実績)

■ 総評 ○：概ね達成

・令和6年度に造成した体験コンテンツ（リクエスト予約）を、事業者の協力により即時予約化し、海外OTAへ初めて掲載できた。旅マエ・旅ナカで体験コンテンツの予約が即時確定できるようになった。海外OTAであるViatorで掲載した「甲冑で巡る岸和田城！タイムスリップ体験ツアー」の販売実績が4件6名となった。

■ 課題分析（施策の状況評価等）

・即時予約化し海外OTAへ掲載することで売れるコンテンツとなったが、4件中3件は、予算を投入したディスカウント期間中に売れていることから、定価の適格性及び付加価値を高めていくために大阪観光局と協議・検討が必要。

■ 次年度以降の改善・見直し

・データマーケティングを習得することで、観光客の動向を常に把握し、事業のターゲット選定に活かしていく。
・造成した商品については、さらに売れるコンテンツとなるよう育てていくために、大阪観光局と協議する。

基本方針	2：観光コンテンツの充実
具体的な手法	①だんじり文化を活かした通年観光の促進の強化
他に該当する基本方針と具体的な手法	基本方針1-国内①②③、基本方針2-③、基本方針3-①③

A：現状と課題（計画より）	B：今年度の取組み内容（事業概要・ターゲット・めざす成果など）
<p>観光創造ビジョン・岸和田の課題④・⑤に記載のとおり、観光コンテンツの開発と魅力の発信、事業者と一体となって観光振興に取り組むための働きかけが不足している。</p> <p>だんじり会館を拠点として、だんじり祭当日だけでなく、1年を通してだんじり文化を体感・体験できるコンテンツの開発が必要。</p>	<p>(1) きしわだ地車小屋巡りウォーク (2) だんじり会館企画提案事業</p> <p>【事業概要】 (1) だんじり祭を前に、主に市外の観光客を対象とした各町のだんじり小屋や観光施設を巡るイベントを開催 (2) だんじり会館の指定管理者による、だんじり祭を広く紹介するような事業の実施。</p> <p>【めざす成果】 (1) (2) 市外に対しても積極的に情報発信を行い、だんじり祭当日以外でだんじりに触れ合う機会を提供することで、本市の認知度向上、誘客促進及び来訪後のリピーター化を目指す。</p> <p>【数値目標】 (1) 10人×7コースの70人 ⇒53人（実績） (2) だんじり会館企画提案事業参加人数等 だんじり木札ワークショップ：29名（ケヤキの廃材を利用、型抜きした板に色付け）</p>
C：取組みの進捗（R 8. 3. 17現在）	
<p>(1) 全7コース（8/29（金）2コース、8/30（土）、8/31（日）、9/5（金）2コース、9/6（土） (2) だんじり木札ワークショップ（7/27） 蔵出し展示会（8/19～9/28） 連合若頭連絡協議会ごみ啓発ポスター掲示（8/19～9/28）</p>	

■ 総評 ○：概ね達成

・だんじり文化を体感できるコンテンツを実施したことで、祭礼時以外にもだんじり祭を身近に体感いただいた。
アンケートでは、参加者の94%が「満足」という回答であった。

■ 課題分析（施策の状況評価等）

・地車小屋巡りウォークについて、参加者の54%が、改善点として「歩く距離」や「イベント時間」と答えた。
ニーズに応じた商品となるようにブラッシュアップが必要。

■ 次年度以降の改善・見直し

・祭礼関係者のご協力のもと、今、ここですが体験できないコンテンツに磨き上げ、参加者の満足度をさらに向上させる。より付加価値の高い商品として提供し、だんじり文化の通年観光化を目指していく。

基本方針	2：観光コンテンツの充実
具体的な手法	②豊富な特産品を活かした「食」観光の推進
他に該当する基本方針と具体的な手法	基本方針1-国内①②③ 基本方針2-④

A：現状と課題（計画より）	B：今年度の取組み内容（事業概要・ターゲット・めざす成果など）
<p>観光創造ビジョン・岸和田の課題①・④・⑤に記載のとおり、観光地としての認知度、観光コンテンツの開発と魅力の発信、事業者と一体となって観光振興に取り組むための働きかけが不足している。</p> <p>「食」は観光の大きな目的であるものの、本市の豊富な特産品活かしたコンテンツやメニューが十分とは言えないため、新たな「食」観光の推進が必要。</p>	<p>(1) 桃を活用した日帰りバスツアー造成及び催行業務 (2) 大阪泉州牡蠣フェス in 岸和田 (3) きしわだソウルフードコンテスト</p> <p>【事業概要】 (1) 令和6年度に実施した大阪市内及び京阪神を起点とした、岸和田産の果樹を中心としたバスツアーを継続実施。ブランド化を目指し桃のツアーにフォーカスを当てる。 (2) 泉州地域の牡蠣をブランド化し、観光客誘致並びに地産地消の推進を目的とし牡蠣フェスを開催。 (3) 岸和田の名産を使ったきしわだグルメと市民自らが地域のソウルフードとを感じるグルメを「きしわだソウルフード」として広く周知し、観光動機として重要な「食」を観光コンテンツとして捉え、本市への誘客と周遊促進を図る。</p> <p>【めざす成果】 (1) (2) (3) 岸和田市の食の認知度を向上させるとともに誘客促進を図り、観光地ではないという印象の払しょくや、観光地としてのイメージアップを目指す。 また、将来的には本市の「食」コンテンツの認知度を高めることで、旅行会社による商品造成の組込みを目指し、「食」の通年観光を図る。</p> <p>【数値目標】 (1) 設定数：3 催行数：2 参加者数：60名 満足度：85% 再訪意欲：85% (2) 満足度：85%（KIX取りまとめより、R6年度81.2%） (3) 協力事業者数：20店舗 参加者数：800人 一人当たり消費額：1,500円</p>
C：取組みの進捗（R 8. 3. 17現在）	
<p>(1) 6/22（20名）、7/13（30名）催行 (2) 2/14. 15実施 (3) 協力事業者数：18店舗</p>	

■ 総評 ○：概ね達成

- (1)
・バスツアーでの満足度や来訪意欲は非常に高い結果となった。
・(株)阪急交通社から包近の桃のコンテンツをバスツアーに組み込みたい旨の問い合わせがあり、現在、実施について、協議中。
- (3)市民や市内事業者と一緒に本市の食について考える機会となり、連携して食観光を推進する基盤が整った。

■ 課題分析（施策の状況評価等）

- ・アンケート結果より、ツアーやイベントでは食べる・買うという事を重視されていることが分かったので、ニーズに応じたツアー内容等の見直しが必要。

■ 次年度以降の改善・見直し

【受け入れ強化】
「この時期にあればこれが食べられる」等のコンテンツの整理及び季節を問わず食べられる機会（産品）の提供が必要。

【連携体制の強化】
地域の事業者等と観光振興についての考えを共有し、アイデアを出し合い、同じ方向を向いて食観光の推進の推進に取り組む。

基本方針	2：観光コンテンツの充実
具体的な手法	③豊かな歴史資源を活用した体験型コンテンツの開発と発信
他に該当する基本方針と具体的な手法	基本方針1-国内①②③ 基本方針3-①③

A：現状と課題（計画より）	B：今年度の取組み内容（事業概要・ターゲット・めざす成果など）
観光創造ビジョン・岸和田の課題①・③・④に記載のとおり、観光地としての認知度、ターゲットに応じた観光戦略、観光コンテンツの開発と魅力の発信が不足している。 岸和田城や城下町等の豊富な歴史資源を活用し、岸和田だからこそできる体験型コンテンツの開発とその情報発信が必要。	<p>(1) 岸和田城・二の丸広場観光交流センター企画提案事業 (2) 全日本忍者手裏剣打選手権大会の実施 (3) 日本忍者フェスティバルへの参加</p> <p>【事業概要】 (1) 指定管理者による、岸和田市の歴史文化を活用した事業の実施。 (2) 全日本手裏剣打選手権大会を開催し、伊賀、甲賀につぐ忍者ゆかりの地岸和田として全国にPRする。 (3) 日本忍者協議会が主催する日本忍者フェスティバルへの参加(大阪関西万博)</p> <p>【めざす成果】 (1) 岸和田城(天守閣・八陣の庭)の認知度向上、リピーター化や、岸和田城に隣接する、国・市有形文化財の認知度向上により、インバウンド含む訪問客増、滞在時間増、消費額増を目指す。 (2) 「大阪・岸和田」の魅力はもとより、様々なコンテンツを紹介し、商品造成・誘客促進に結びつけ、より一層の消費拡大を図る。 (3) 伊賀、甲賀につぐ忍者ゆかりの地岸和田として認知してもらう。</p> <p>【数値目標】 (1) 岸和田城入城者数：50,000人/年 ⇒ R8/1/E現在 42,252人 (2) 一般来場者数：30名 ⇒ 70名 (3) 来場者への缶バッジ配布数：119個(紙媒体配布不可 忍者缶バッジを配布)</p>
C：取組みの進捗（R 8. 3. 17現在）	
<p>(1) 水なす漬け体験（7月から毎週土曜日） ニンニンニン！！手裏剣道場（2月22日） (2) 一般来場者数：70名 (3) 8/7 実施済み</p>	

■ 総評 ○：概ね達成

・新しいコンテンツと歴史資源を組み合わせたツアーを実施するなど、新たなブランドの可能性を示すことができた。

■ 課題分析（施策の状況評価等）

・コンテンツとしての認知度はまだまだ低い。

■ 次年度以降の改善・見直し

【プロモーションの強化】
歴史的背景やストーリー性を含めたPRを継続的に実施し、イメージの定着と観光資源化を目指す。

基本方針	2：観光コンテンツの充実
具体的な手法	④観光コンテンツの周遊促進の強化
他に該当する基本方針と具体的な手法	基本方針1-国内①②③ 基本方針3-①

A：現状と課題（計画より）	B：今年度の取組み内容（事業概要・ターゲット・めざす成果など）
<p>観光創造ビジョン・岸和田の課題①・④に記載のとおり、観光地としての認知度、観光コンテンツの開発と魅力の発信が不足している。</p> <p>本市は豊富な歴史資源が海から山まで点在しているが、二次交通が不足しており、周遊がされていない現状にある。</p> <p>点在している観光地を繋ぐ面的な観光の実現が必要。</p>	<p>(1)ライドア라운드 in 岸和田 2025 ～岸和田 CYCLE EXPO ～ (2)岸和田サイクルイベント(CYCLE MODE 岸和田 FAN MEETING)</p> <p>【事業概要】 (1)市内の歴史・文化施設や景観、飲食店など最大100スポットを設定し、期間中に専用アプリを用いて自転車で街を巡り、スポットを訪れたり、グルメを楽しむことでポイントを獲得するイベント。上位入賞者や参加者には岸和田の特産品などの贈呈を予定。自転車での周遊促進を図る事業。 (2)毎年 東京・大阪で開催し、4日間で累計3万人以上を動員するサイクルモードの派生イベントとして、岸和田競輪場を会場としたサイクルイベントを開催。</p> <p>【めざす成果】 (1)点在する観光地を周遊する手段として自転車を活用する人が増え、面的な意味での観光が実現しているまちを目指す。また、遠方からの参加者受け入れ体制を整えるなどし、長期的な周遊による観光消費額の増加・滞在時間の向上を目指す。 (2)市内観光スポットの認知度向上。今年度は事前申込は無しとし、物産やステージイベントも実施。サイクリストではない市内の方も気軽に参加できるイベントを目指す。</p> <p>【数値目標】 (1)参加者数:800人→416人 1人あたりの観光消費額:6,000円→5,196円 (R6:4,400円) (2)参加者数:1,000人→2,000人</p>
C：取組みの進捗（R8.3.17現在）	
<p>(1)実施期間(10/4～12/3) オープニングDAYイベント(10/4) (2)実施日(11/8)</p>	

■ 総評 ○：概ね達成

岸和田サイクルイベントでは、昨年からの改善として、サイクリスト以外の方も楽しめるよう市民向けのイベントも追加したことにより参加者が増加。
ライドア라운드については、宿泊に繋がる施策も取り入れたことで一人当たりの観光消費額が向上した。

■ 課題分析（施策の状況評価等）

・ライドアハウンドの満足度が95%と高いが、参加者数が思うように伸びず、イベントとしての周知に課題がある。新規層へリーチするための新たな話題づくりや露出が十分ではなかった。

■ 次年度以降の改善・見直し

【コンテンツと情報発信の見直し】
・告知期間を十分に確保。
・さらに地域事業者へ協力を依頼し、観光消費額の向上を目指す。

基本方針	3：受入体制の整備・充実
具体的な手法	①市民や事業者等が一体となって観光振興に取り組む機運醸成
他に該当する基本方針と具体的な手法	基本方針1-国内①③ 基本方針3-③

A：現状と課題（計画より）	B：今年度の取組み内容（事業概要・ターゲット・めざす成果など）
<p>観光創造ビジョン・岸和田の課題⑤・⑥に記載のとおり、事業者と一体となって観光振興に取り組むための働きかけ、観光客に対する受入体制が不足している。講座の開催、産学官の連携、市民への啓発、おもてなし観光、人材育成の推進を行い、事業者に観光振興への協力を求めていくことが必要。</p>	<p>(1) 関西大学連携事業 (2) 関西観光まちづくりコンサルティングに基づく分科会</p> <p>【事業概要】 (1) 関西大学外国語学部の学生と連携し、市内の観光PR動画を制作。英語のナレーションや多言語の字幕を作成し、外国語での情報発信。また、InstagramやTikTokを用いての情報発信予定。 (2) 計画に基づいた今後の本市の事業実施等について、地域の方との意見交換を実施。</p> <p>【めざす成果】 (1) 大学生との連携により、若年層の観光ニーズを把握することと、大学生目線の新たな観光資源の掘り起こしにより、新たな事業者の観光振興への機運醸成につなげる。 (2) 地域の方からの意見等を集約し、今後の事業展開へ繋げるとともに、この取り組みを継続することで、本市として市民や事業者等が一体となって観光振興に取り組む体制を作る</p> <p>【数値目標】 (1) Instagramフォロワー：1,000人(R7.5.3：545人)→675人 TikTok：総いいね数15,000獲得、再生数10万回以上の動画を5本作成、平均再生数3万回 PR動画視聴回数：3,000回 →TikTok：総いいね数5,540獲得、再生数10万回以上の動画0本、 平均再生数24,934回 PR動画視聴回数：349回</p>
C：取組みの進捗（R8.3.17現在）	
<p>(1) 観光PR動画納品 (2) 観光の力で地域を盛り上げる！講演×フィールドワーク×ワークショップの学びプログラムの開催 フィールドワーク・ワークショップ（各2回） （実施日11/4、17、18） 延べ参加者数（個人：33人 事業者：39者）</p>	

■ 総評 ○：概ね達成

- ・ (1) TikTokでは市民の関心を集めており、市への誇りや魅力の再確認に繋がった。また、学生による英語ナレーション付きのPR動画を制作。今後の活用が期待される。
- ・ (2) 関心のある事業者の掘り起こしと、観光に関する意見を聴取することができた。

■ 課題分析（施策の状況評価等）

- ・ (2) 観光に関心の高い事業者が多いことは分かったが、どうすれば良いか分からない事業者が多かった。事業者の抱える悩みの聞き取りと、市と一緒に課題解決に取り組む必要がある。

■ 次年度以降の改善・見直し

【事業者への働きかけ】

- ・ 事業者間の自主的な横展開のきっかけになる事業や、サポートする機会をつくる。

基本方針	3：受入体制の整備・充実
具体的な手法	②生活にも配慮した観光地としての基盤整備
他に該当する基本方針と具体的な手法	基本方針1-国内①②③ 基本方針3-①

A：現状と課題（計画より）	B：今年度の取組み内容（事業概要・ターゲット・めざす成果など）
観光創造ビジョン・岸和田の課題⑤・⑥に記載のとおり、事業者と一体となって観光振興に取り組むための働きかけ、観光客に対する受入体制が不足している。観光地としての基盤を整えるため、観光客のニーズに応じたソフト面及びハード面の整備が必要。	<p>(1) 岸和田市民泊施設整備促進事業補助金の継続 (2) 岸和田城リニューアルプロジェクトクラウドファンディングの実施</p> <p>【事業概要】 (1) 市内の宿泊施設を増やすため、市内で宿泊サービスを提供しようとする事業者に対し施設の整備に活用できる補助制度を継続する。 (2) 岸和田城天守閣耐震対策基本計画に基づき、耐震補強及びバリアフリー化と同時に施設内の展示や内装のリニューアルを行うための財源確保を目的としてクラウドファンディングを実施する。企業版ふるさと納税についても働きかける。</p> <p>【めざす成果】 (1) 市内の宿泊施設が増えることにより、観光客の滞在時間増・消費額増を目指す。 (2) 財源確保はもちろんであるが、クラウドファンディング実施により、岸和田城の認知度向上を目指す。</p> <p>【数値目標】 (1) 補助金交付決定件数：3件、交付決定総額：3,000,000円（予算上限）（実績） (2) メディア掲載数：2件 ⇒ 1件（実績） ふるさと納税の寄附金使途に「岸和田城周辺等の観光のために」を追加（実績） 第2弾クラウドファンディング（R6年9月24日～R7年9月30日）：22件/507,000円（実績） 企業等からの寄付金額：16,580,000円/5社（者）（実績）</p>
C：取組みの進捗（R8.3.17現在）	
<p>(1) 補助金申請に対する交付決定（3件、別所町・尾生町、戎町） (2) 令和7年9月30日までクラウドファンディング実施 ふるさと納税の寄附金使途に「岸和田城周辺等の観光のために」を追加（9月）</p>	
D：今後の予定	
<p>(1) 実績報告書の受理後、補助金交付 (2) ふるさと納税で岸和田城リニューアルプロジェクトを応援できることのPR</p>	

■ 総評 ○：概ね達成

・岸和田市民泊施設整備促進事業補助金について、申請3件で予算上限に到達するなど、行政の支援として一定の受入れ体制の整備が完了した。問い合わせも多く、ニーズも高い。

・岸和田城リニューアルプロジェクトに賛同くださる事業者が増え、一定の連携体制が築けた。

■ 課題分析（施策の状況評価等）

・受入れ体制の充実のため、民間事業者とのさらなる連携体制の構築が必要。

■ 次年度以降の改善・見直し

・ふるさと納税の寄附金使途に「岸和田城周辺等の観光のために」があることを積極的にPRすることで、「岸和田城ファン」を増やせるようプロモーションを推進する。
・観光客の市内滞在時間の延伸につながるよう事業者との連携を図る。

基本方針	3：受入体制の整備・充実
具体的な手法	③歴史や文化を次世代に継承するための調査研究や市民への講座
他に該当する基本方針と具体的な手法	基本方針2-①③ 基本方針3-①

A：現状と課題（計画より）	B：今年度の取組み内容（事業概要・ターゲット・めざす成果など）
観光創造ビジョン・岸和田の課題⑤・⑥に記載のとおり、事業者と一体となって観光振興に取り組むための働きかけ、観光客に対する受入体制が不足している。講座の開催、産学官の連携、市民への啓発、おもてなし観光、人材育成の推進が必要。	<p>(1) だんじり講座 (2) まちづくりの館企画提案事業 (3) だんじり絵画コンクール</p> <p>【事業概要】 (1) 市民向けのだんじりの歴史や文化を学ぶ体験等を実施。 (2) 歴史・文化、まちなみに関する講座等を実施。郷土文化・風習等の知見を深める機会の提供。 (3) 市内在住・在学の小学生を対象に、「あなたが思うだんじり祭」をテーマに描くだんじり絵画コンクールを実施する。</p> <p>【めざす成果】 (1) だんじり会館以外においても、次世代の郷土愛を育むとともに、岸和田市の歴史・文化を発信する。次世代へのだんじり文化を継承する。 (2) 本市で育つこどもたちの郷土愛を育みつつ、本市の歴史文化に触れることで、観光振興に取り組む機運醸成、「人しるべ」の育成につなげる。 (3) だんじり文化や歴史に対する児童の関心を高め、だんじり文化を継承する次世代の育成につなげる。</p> <p>【数値目標】 (1) 参加者数：60名 (3) コンクール応募者数：100名 ⇒ 40名（実績）</p>
C：取組みの進捗（R 8. 3. 17現在）	
<p>(1) 事業実施に向けて調整中（3/22実施予定） (2) 岸和田城石垣に関する写真やパネルの展示など (3) 広報きしわだ8月号に募集のお知らせ掲載、岸ぶらに募集詳細を掲載、作品募集（10/1～12/7）、応募作品の展示（R8/1/24～2/23）、表彰式実施（2/17）</p>	
D：今後の予定	
<p>(1) 実施に向けて調整中（3/22実施予定）</p>	

■ 総評 ○：概ね達成

・コンクールには応募者思い思いの「だんじり祭」が描かれており、事業を通じて次世代のだんじり文化を担う子たちの郷土愛を深めることにつながった。

■ 課題分析（施策の状況評価等）

・単年度の取り組みではなく、将来も継続して次世代を育てていくためにも、継続した事業実施が必要。

■ 次年度以降の改善・見直し

・次年度以降も継続して事業を実施するとともに、次世代を担う児童がより参加しやすい環境を整える。