令和８年度実施事業について

資料③

【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②③海外①③　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。
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。

C：取組みの進捗（Ｒ８.10.７現在）

（１）岸和田だんじり祭位置情報（Google Maps）
　　（３日間閲覧数：日本語版4579回、英語版2439回）
（２）イベント等の情報発信

D：今後の予定

（１）動画コンテンツ作成
（２）随時情報発信

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）「岸ぶら」の掲載情報の充実化　（２）本市ウェブサイト、SNS、観光振興協会SNS等の活用

【事業概要】
（１）岸ぶらの長所であり、岸ぶらでしかできない、“岸和田のコア情報発信”を活かした情報発信を行い、「旅ナカ」利用を促進する。Googleマップとの連動を強化。また、過去の情報資産のブラッシュアップ、整理を行い、随時最新の情報へ修正する。
（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。
　市SNS　インスタ：9,992人　X：4,355人　Facebook：4,223人　LINE：50,363人（Ｒ８．９.29時点）
（市SNS　インスタ：7,396人　X：4,314人　Facebook：3,998人　LINE：48,303人　Ｒ８年３.17時点）
　協会インスタ：3,707人　岸ぶらX：7,025人（Ｒ８.9.30時点）
（協会インスタ：3,037人　岸ぶらX：7,097人　Ｒ８．３.17時点）

【めざす成果】
（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。
（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。

【数値目標】
（１）ブロガー新規投稿数など：300、１日平均セッション数：1,500
　　（R7年度ブロガー新規投稿数など：240、１日平均セッション数：1,011）
　　来訪者の岸ぶら閲覧率：12%（R5年度調査：9.6%）

■ 総評

■ 課題分析（施策の状況評価等）

■ 次年度以降の改善・見直し

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１-国内③海外①　基本方針２-①②③④

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。

C：取組みの進捗（Ｒ８.10.７現在）

（１）ちきりくんとローソン・ユナイテッドシネマ岸和田4ＤＸがコラボ（7/7）、スポットツアー（7/28）、CYCLE　EXPOライドアラウンドin岸和田（9/28）、岸和田Kahoot!クイズ及び岸和田2026謎解きウオークラリー（9/28）
（２）大阪府内ホテルへの配架、大阪観光局、関空近辺ホテルへチラシ配架等を随時実施
（３）随時実施

D：今後の予定

（１）（２）（３）随時情報発信

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）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

【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。（西ナビ、Natts等）

【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拭や、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。

■ 総評

■ 課題分析（施策の状況評価等）

■ 次年度以降の改善・見直し

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①②　基本方針２-①②③④　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。
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。

C：取組みの進捗（Ｒ８.10.７現在）

（１）全国ロケーションデータベース（JL-DB）へのロケ地登録、カンヌ映画祭情報誌へ掲載（岸和田城）、6/18JFC総会参加、7/21・7/22JFC認定研修参加、専用サイト公開
（２）出展済（9/24・25：業界日、9/26・27：一般日）
（３）だんじり小屋巡りウォーク実施（5/24・5/31・6/6・6/7実施）
（４）既存の６商品を掲載中（５）8/8・8/9出展済

D：今後の予定

（１）ロケ地登録へ向けた各所調整
（４）進捗確認

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）KISHIWADAフィルムコミッションの推進　（２）ツーリズムEXPOでのプロモーション
（３）アフターDCへの参画　（４）着地コンテンツ造成運営業務
（５）大阪お城フェスへ出展

【事業概要】
（１）情報番組や映画等の撮影の対応・誘致、JFCが実施する研修への参加。
（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）大阪デスティネーションキャンペーン推進協議会（事務局：大阪府、大阪市、堺市、公益財団法人大阪観光局）と西日本旅客鉄道株式会社では、令和8年4月から6月まで「大阪デスティネーションキャンペーンアフターキャンペーン」（「大阪アフターDC」）を実施。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）「JTB BOKUN」を活用し、公益財団法人大阪観光局の「DiscoverOsaka」や一般社団法人KIX泉州ツーリズムビューローのポータルサイトにて、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）グランフロント大阪内にて、岸和田城のPRを実施。

【めざす成果】
（１）本市のロケ地やロケ支援情報等を発信し、ロケ候補地としての認知度向上を目指す。
（２）（３）（４）「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。
（５）岸和田市及び岸和田城の認知度向上を目指す。

【数値目標】
（１）制作会社等へ働きかけによる成約数：１件（Ｒ７年度実績：０件）
（２）実績　事業者とのコンタクト数：業界日2日間で40件
　　インスタグラムフォロワー数　（出展前）579名→（出展後）915名
（３）催行数：10件（Ｒ７年度実績：７件うち２件は悪天候により中止）
　⇒催行数：7件・うち１件申込者なしのため中止
（４）コンテンツ販売数：５件（Ｒ７年度実績：３件/４名）
（５）実績　インスタグラムフォロワー数　（出展前）310名→（出展後）542名

■ 総評

■ 課題分析（施策の状況評価等）

■ 次年度以降の改善・見直し

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海外③　基本方針２-①②③④　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。
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。

C：取組みの進捗（Ｒ８.10.７現在）

（１）株式会社アド南海と調整中
　　お城まつりについてPR予定。エール学園協力。

D：今後の予定

（１）Ｒ９.３月　ブース設置
　　※お城まつり前に本市をPR

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)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。また、インバウンド観光客への対応を踏まえて、今年度は、留学生と協力し、留学生ならではの視点活かし、本市のさらなるPRに繋げることを検討する。

【めざす成果】
(1) 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。

■ 総評

■ 課題分析（施策の状況評価等）

■ 次年度以降の改善・見直し

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

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、産学官等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（Ｒ８.10.７現在）

（１）・販売商品のブラッシュアップを実施
・プロモーション用撮影を実施（7/24）
・Discover OSAKAサイトへ販売商品掲載済み（8/末）
・海外OTAへ販売商品掲載済み（9/中）、各広告配信

Ｄ：今後の予定

（１）海外OTAへ商品掲載継続、広告の配信

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、デジタルプロモーション推進事業、プロモーション協働事業

【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職員の育成及び本市のプロモーションを展開する。一昨年度に造成し、昨年度のブラッシュアップにより即時予約可を図ったインバウンド富裕層向け体験コンテンツを引き続き海外OTAへ掲載し、販売促進を行う。（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）
造成コンテンツに関する昨年度記事を活用し、海外で人気の高いSNS（Instagram、Facebook等）で広告を配信することで、本市の認知度向上を図る。位置情報により、関西圏に来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。
【販売商品のブラシュアップ実施概要】
　散策エリア：従来の岸和田城に加え、岸和田城堀端、岸城神社まで散策可能エリアを拡大
　体験できる装い：従来の甲冑に加え、女性用和装を追加

【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。関西圏の観光を目的に来訪している外国人に向けてアプローチを行ことで認知度の向上を目指す。

【数値目標】
(1)商品販売数:5件（R7年度実績:4件6名）
　R.10.7時点販売実績 ： 甲冑や着物で巡る岸和田城！タイムスリップ体験フォトツアー　1件
　甲冑で巡る岸和田城！タイムスリップ体験ツアー　1件

■ 総評

■ 課題分析（施策の状況評価等）

■ 次年度以降の改善・見直し

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）

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。
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。

C：取組みの進捗（Ｒ８.10.７現在）

（１）9/5（土）全２コース実施
（２）GW彫師コラボイベント　うちわWS（5月3日）
　　豊臣兄弟！だんじり彫り物写真展（6月～8月）
　　蔵出し展示会（8月～10月）実施中
　　だんじり絵画コンクール（10/1～応募受付開始）

D：今後の予定

（２）だんじりを楽しむ感謝祭（3月）
　　その他、だんじり関連の講座や展示を実施予定

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）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

【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
※今年度受け入れ側との調整の結果、コースを絞って１コース当たりの参加者数を増やすこととなった。
（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。

【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。

【数値目標】
（１）10人×７コースの70人（R7年度実績 53人）→２コース　35名参加
（２）R8/8末のだんじり会館入館者数：14,584人（R7同時期：15,624人）

■ 総評

■ 課題分析（施策の状況評価等）

■ 次年度以降の改善・見直し

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　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・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。
「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。

C：取組みの進捗（Ｒ８.10.７現在）

（１）設定日（６/27・台風のため中止（11名）、
７/７催行（11名）、７/12催行（12名））
（２）実施に向けて調整中
（３）実施日（11/8・11/14予定）

D：今後の予定

（２）（３）実施日に向けた調整

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）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）食のナイトタイムイベント（岸和田城下町 秋のうまいもんフェスタと城あかり）

【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）秋の海づくり大会に合わせて、きしわだソウルフードに認定された店舗などが集まったイベント開催。

【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拭や、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。

【数値目標】
（１）設定数：３　催行数：２　参加者数：60名　満足度：大変満足65%　再訪意欲：強く思う25%
⇒設定数：３　催行数：２　参加者数：23名　満足度：大変満足50%　再訪意欲：強く思う15%
（参考　満足度：満足45%　再訪意欲：思う70%）
（２）満足度：大変満足60%　一人あたり消費額：2000円（KIX取りまとめより、R7年度大変満足52.9%、満足47.1%　一人当たり消費額：約2,221円）
（３）満足度：85%　一人あたり消費額：1500円

■ 総評

■ 課題分析（施策の状況評価等）

■ 次年度以降の改善・見直し

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）

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。

Ｃ：取組みの進捗（Ｒ８.10.７現在）

（１）岸和田のお米で作るお菓子（4/4,4/5）
　　岸和田墨絵イベント(4/5)、城下町マルシェ（5/4,5/5）
　　岸和田ブランド特産品フェア（7/25,7/26）
　　法被でショット！（9/19,9/20）
　　祭礼スタンプラリー（9/末～実施中）
（２）実施日確定：1/23・岸和田製鋼マドカホール
（３）（５）11月頃～１月頃にかけて実施予定
（４）実施日確定：1/10・岸和田製鋼マドカホール

Ｄ：今後の予定

（１）市の歴史講座や体験等、市の歴史文化・食文化を活用した事業の実施
（２）（３）（４）（５）実施日の確定・内容について協議

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）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・忍者ツアーの実施
（３）能のモニターツアー企画の実施
（４）岸和田将棋発信！事業実施運営業務　　（５）豊臣の足跡を巡る！岸和田歴史ツアー

【事業概要】
（１）指定管理者による、岸和田市の歴史・食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）岸和田城と能を活用した1日城主プランと、その他周辺で通常体験できない特別プランを実施する。
（４）公開対局や指導対局等の将棋イベントを実施する。
（５）関西圏在住の歴史好きをターゲットに大河ドラマ「豊臣兄弟！」所縁の地を巡るツアーを実施する。

【めざす成果】
（１）岸和田城の認知度向上とリピーター化のほか、食文化のプロモーションにより、訪問客増、滞在時間増、消費額増を目指す。
（２）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）高付加価値旅行者層やインバウンド誘致を目指し、商品造成に繋げる
（４）将棋文化の普及による子どもたちへの「考える機会」の提供と消費拡大
（５）岸和田市の歴史資源の認知向上と新たな資源掘り起こし

【数値目標】
（１）岸和田城入城者数：53,000人/年（R7年度実績：50,729人）　R8/8末の入城者数：24,067人（R7同時期：22,739人）
（２）一般来場者数：100名（R7年度一般来場者数：約70名）
（４）将棋イベント参加者数：250名
（５）ツアー参加者数：30名

■ 総評

■ 課題分析（施策の状況評価等）

■ 次年度以降の改善・見直し

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）

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。
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。点在している観光地を繋ぐ面的な観光の実現が必要。

C：取組みの進捗（Ｒ８.10.７現在）

（１）実施中（10/３～12/３）
（２）だんじり小屋巡りデジタルスタンプラリー
岸和田地区（8/1～9/30）・春木地区（9/1～9/30）実施済
10月祭礼実施地区（10/1～10/31）実施中

D：今後の予定

（２）観光モデルコース等のルート設定

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）ライドアラウンド in 岸和田　2026
（２）スマホアプリ「SpotTour」を活用したデジタルスタンプラリー

【事業概要】
（１）市内の歴史･文化施設や景観、飲食店など95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。
クイズラリーはアプリのクイズモードを活用。岸和田市の歴史や文化などをテーマにしたクイズが出題され、自転車で周遊しながら歴史等も学ぶことができるイベント。クイズラリー編（全3コース）を開催。
（２）アプリに掲載されている各ツアーのスポット付近で、位置情報を利用してデジタルスタンプを取得する。スポットの情報や、訪れた順路や時間なども確認できる。

【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）各コンテンツごとにルートを設定し、点在する観光地等の周遊を促すとともに、本市の歴史や文化等の魅力の発信や認知度の向上を目指す。

【数値目標】
(１)参加者数:700人(R7年度ライドアラウンド実績:416人)
1人あたりの観光消費額:6,000円(R7年度ライドアラウンド実績:5,196円)
(2)ツアー参加者数実績:岸和田地区(中央コース432名、浜コース410名、天神コース381名)、春木地区176名

■ 総評

■ 課題分析（施策の状況評価等）

■ 次年度以降の改善・見直し

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①②③海外③　基本方針３-③

Ａ：現状と課題（計画より）

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。

Ｃ：取組みの進捗（Ｒ８.10.７現在）

（１）大阪観光大学：地域連携授業実施
　　関西大学：岸和田Kahoot!クイズ（10/1～11/13）
　　岸和田2026謎解きウオークラリー
　　（11/14～15・11/21～23）
　　エール学園：シート４と同じ
（２）実施に向けて調整中
（３）実績：乗船者数617人（大人519人、子ども98人）

Ｄ：今後の予定

（１）（２）実施に向けて調整

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）関西大学等との連携事業
（２）企業版ふるさと納税等を活用した企業との連携事業
（３）岸和田城舟遊び事業など岸和田城を活かした市内業者との連携事業

【事業概要】
（１）関西大学等の学生と連携し、市内の観光資源をPRする。
（２）企業版ふるさと納税について、広く募集を行うべく、本市の成長戦略課と連携していく。
（３）市と株式会社岸和田グランドホール様及び伴ピーアール株式会社との連携し、岸和田城のお堀を活用した舟遊び事業を通じて観光資源のさらなる魅力向上を目指す。

【めざす成果】
（１）大学生との連携により、様々な視点で観光資源を掘り起こし、観光振興への機運醸成につなげる。
（２）地域にかかわらず、広く募集を行うことで、様々な意見等を集約し、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
（３）舟遊び事業を通じた、新たな事業展開により地域活力の創出や城周辺地域の賑わいづくり及び観光振興の実現を目指す。

【数値目標】
（１）連携事業数：2件

■ 総評

■ 課題分析（施策の状況評価等）

■ 次年度以降の改善・見直し

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①②　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。

C：取組みの進捗（Ｒ８.10.７現在）

（１）中間検証における事業者アンケートへの協力依頼を実施済
（２）企業版ふるさと納税を募集中

D：今後の予定

（１）連携体制・情報共有体制の維持
（２）企業版ふるさと納税の幅広い募集

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）岸和田市民泊施設整備促進事業補助金にて整備された民泊施設を活用した受入れ体制の充実を目指した、民間事業者との連携体制の構築
（２）企業版ふるさと納税を活用した岸和田城リニューアルプロジェクトの推進

【事業概要】
（１）令和７年度までに整備された民泊施設の現状に関して、事業者とのヒアリングを行い、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。
（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成長戦略課と連携し、企業版ふるさと納税について広く働きかける。

【めざす成果】
（１）市内の宿泊施設の利用を促進する施策により、観光客の滞在時間増･消費額増を目指す。
（２）企業版ふるさと納税を通じて、岸和田城の認知度向上を目指す。

■ 総評

■ 課題分析（施策の状況評価等）

■ 次年度以降の改善・見直し

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）

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。

C：取組みの進捗（Ｒ８.10.７現在）

（１）事業実施に向けて調整中
（２）春の城下町めぐり参画（城下町サミット、３月25日～４月12日）、姉妹都市との交流及びパネル展示による文化の発信（文化・観光情報の発信、６月３日）、七夕飾り参画（城下町サミット、６月～７月）

D：今後の予定

（１）実施日の確定・内容について協議
（２）歴史・文化、まちなみに関する講座等の実施

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）だんじり講座
（２）まちづくりの館企画提案事業

【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。
【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。

【数値目標】
（１）参加者数：300名（Ｒ７年度実績：296名）

■ 総評

■ 課題分析（施策の状況評価等）

■ 次年度以降の改善・見直し