

和泉市観光振興戦略プラン



平成28年2月

和泉市

目

次

はじめに	1
第1章 プラン策定の趣旨	2
第1節 プラン策定の背景と目的	2
第2節 プランの位置付け	3
第3節 プランの期間と構成	3
第2章 観光をとりまく状況	5
第1節 国内の観光動向	5
第2節 外国人観光客の動向	9
第3節 大阪府内の観光施策の動向	10
第4節 和泉市の現状	12
第3章 観光振興のめざす姿と戦略	33
第1節 和泉市の観光ブランドづくりに向けた観光魅力のあり方	33
第2節 (アクション1) 主要観光資源と重点魅力創出エリアの設定による 観光魅力の創出	34
第3節 (アクション2) 観光サービスに必須の「おもてなし基礎力」の充足	37
第4節 (アクション3) 観光資源の魅力を伝える情報発信の強化	40
第5節 (アクション4) ターゲットを意識した誘客策の実践	41
第6節 (アクション5) 観光魅力づくりの担い手育成、マネジメント	44
第4章 観光振興に向けた数値目標の設定	45
第1節 観光客数カウント方法の設定と観光客調査の経年実施	45
第2節 観光客確保数の到達年次目標と主要な取組	47
参考資料	
1. 市内15主要観光施設	48
2. 和泉市観光推進委員会名簿	49
3. 和泉市観光振興プラン及びモニターツアープラン策定業務プロジェクト チーム名簿	50

はじめに

本年、市制施行60周年を迎える本市は、「トリヴェール和泉」をはじめとする宅地開発に伴い、市制施行時からの人口と比較すると約3.6倍に増加したほか、泉北高速鉄道和泉中央駅（以下「和泉中央駅」という。）の開業、桃山学院大学やテクノステージ和泉を中心とした企業の誘致、JR阪和線和泉府中駅（以下「和泉府中駅」という。）前再開発事業等の都市基盤整備の進展、そして一昨年的大型商業施設の進出など、着実な進展を遂げてきました。

しかしながら、近年における本市の人口は概ね横ばいで推移していますが、「和泉市人口ビジョン（平成27年12月策定）」において、平成52年の人口は、179,000人から162,600人の間と見込んでおり、今後、本格的な少子高齢化・人口減少社会が到来するものと思われます。

このような中、人口減少の克服等を目的とする「地方創生」の取組みの一環として策定された「和泉市まち・ひと・しごと創生総合戦略」において、『定住志向の向上』と『交流人口の拡大』を「まちづくりの基本方針」としており、このことは、平成25年に策定した「和泉シティプロモーション戦略」の趣旨と合致するものであり、今後、本市への「来訪促進」を加速化させることにより、「ビジネス促進」や「定住促進」につなげることが必要であり、そのツールとして、観光振興は、必須の課題であると考えます。

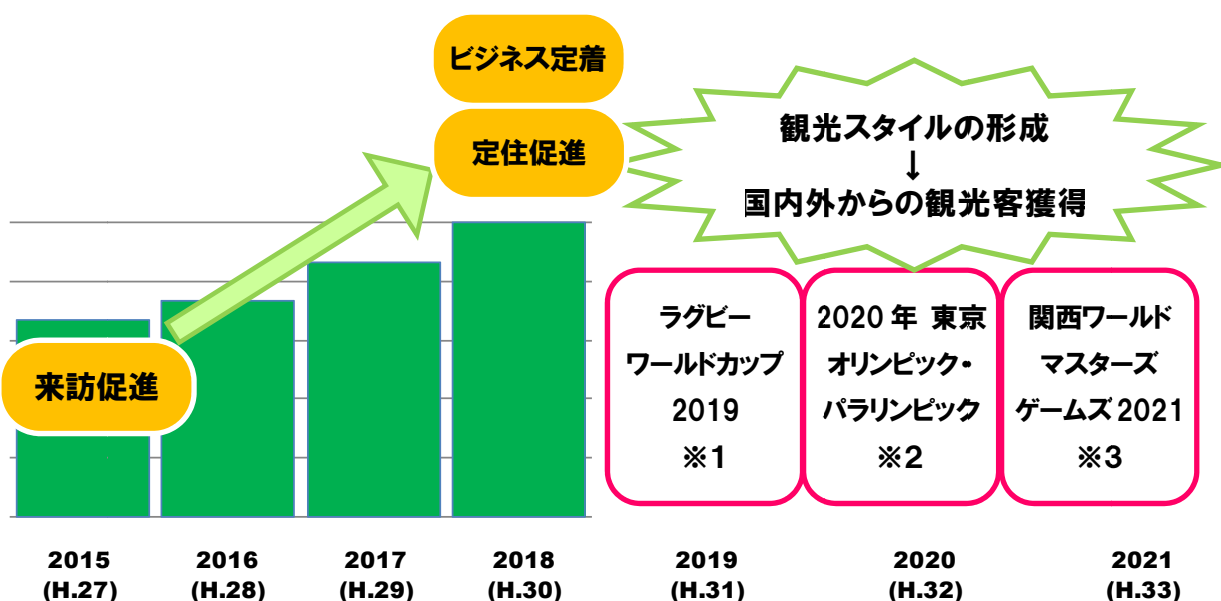
本市では、平成27年9月には「和泉市ホテル・旅館の誘致に関する条例」を施行し、宿泊施設誘致の早期実現に向けて取り組むほか、市が有する歴史、文化、自然、施設、伝統技術等のさまざまな固有資源を活用して、他地域と差別化した観光スタイルの形成を推進することにより、平成30年度までに『観光客（市内主要観光施設の利用者数）150万人』をめざしており、その実現に向けて戦略的に施策を展開することを目的として「和泉市観光戦略プラン」を策定しました。

第1章 プラン策定の趣旨

第1節 プラン策定の背景と目的

人口減少の克服等を目的として取り組む「地方創生」に基づき策定された「和泉市まち・ひと・しごと創生総合戦略（以下「総合戦略」という。）では、『定住志向の向上』と『交流人口の拡大』を「まちづくりの基本方針」としており、今後、本市への「来訪促進」を加速化させることにより、「ビジネス促進」や「定住促進」へ着実につなげることが必要であり、そのツールとして観光振興は必須の課題です。

国内では、訪日観光客が増加し続け、平成31年には大阪を中心にした「ラグビーワールドカップ2019」、平成32年には「2020年東京オリンピック・パラリンピック」、平成33年には生涯スポーツの世界大会である「関西ワールドマスタースゲームズ2021」など、相次いで大きな国際大会が開催されるもとで国内外からの人の流れが大きくなり、その人の獲得が求められ、確固とした本市の観光スタイルの形成が必要になっています。



※1 ラグビーワールドカップ2019

国際ラグビー評議会（IRB）が主催する、4年に1度開催されるラグビーのワールドカップ。2019年9～11月開催予定で、大阪府内では東大阪市花園ラグビー場にて開催される。

※2 2020年東京オリンピック・パラリンピック

国際オリンピック委員会（IOC）が主催する、4年に1度開催されるスポーツの祭典。2020年7～9月に東京都等で開催予定。

※3 関西ワールドマスタースゲームズ2021

国際マスタースゲームズ協会が主催する、4年に1度開催される成人・中高年のための生涯スポーツの世界最高峰の国際総合競技大会。30歳以上の一般アスリートであれば誰でも参加可能。2021年5月に関西各地で開催予定。

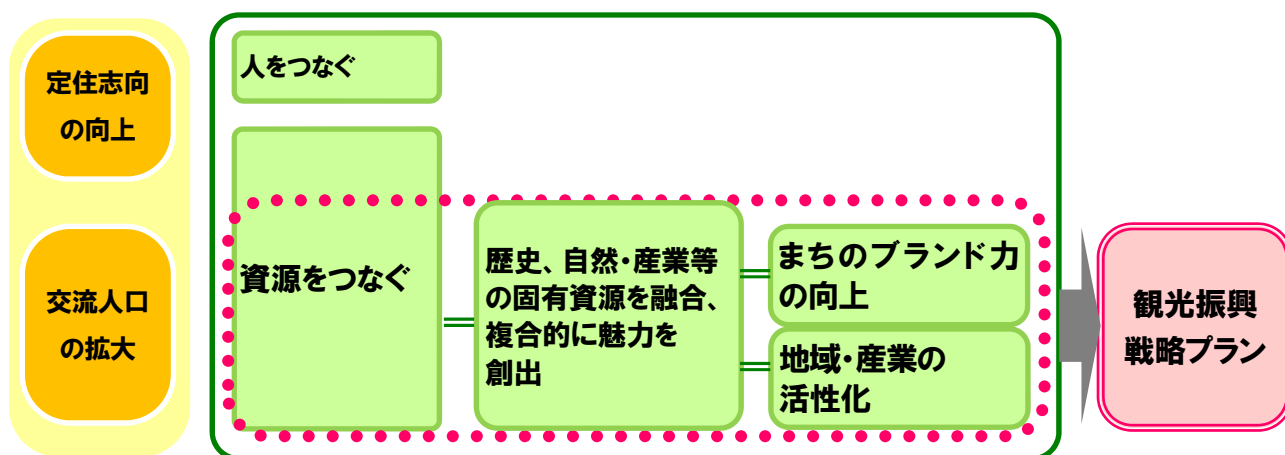
第2節 プランの位置付け

「総合戦略」では、まちづくりの基本方針として「交流人口の拡大」を掲げており、本市の自然・歴史・文化等の従来から存在する観光資源と新たな集客施設について、それぞれの魅力を融合した新たな魅力の創出により、市外の人が市内を巡回し、繰り返し訪れてきていただけるような取組を進め、昼間人口が増加する活力あるまちづくりに取り組むこととしています。

そして、まちづくりの視点として、「資源をつなぐ」ことで、市内の歴史、自然や産業等の固有資源を融合させ、複合的に魅力を創出する仕組みづくりに取り組み、市外からも人が活発に行き交うようになることで、「まちのブランド力向上」と「地域・産業の活性化」をめざすこととしています。その具体的戦略の1つとして、本プランがあります。

【総合戦略】

まちづくりの基本方針 → まちづくりの視点



第3節 プランの期間と構成

(1) プランの期間

本プランの計画期間は、平成 27 (2015) 年度から平成 31 (2019) 年度までの 5 年間とします。

(2) プランの構成

第 2 章では、観光客の動向を取りまとめ、15 の市内の観光施設等の動向調査、集客施設のマーケティング調査、モニターツアーなどから明らかになった消費者からの魅力・ニーズ・課題を抽出した上で、和泉市の「強み」と「弱み」をまとめるとともに、和泉市観光の特性と課題を明らかにしています。

第 3 章では、和泉市の観光ブランドづくりに向けた観光魅力のあり方を示し、「主要観光資源と重点魅力創出エリアの設定」「おもてなし基礎力の充足」「観光

資源の魅力を伝える情報発信の強化」「ターゲットを意識した誘客策の実践」「観光魅力づくりの担い手育成・マネジメント」という5つのアクションを戦略としています。

第4章では、観光振興に向けた数値目標を設定しています。

第2章 観光をとりまく状況

- 第1節 国内の観光動向
- 第2節 外国人観光客の動向
- 第3節 大阪府内の観光施策の動向
- 第4節 和泉市の現状
 - (1) 15の観光施設等の動向
 - (2) 和泉市への来訪者・観光客に影響を与える地域動向
 - (3) 市内集客施設の来訪者による市内観光の認知度・関心度
 - (4) モニターツアーから見える魅力・ニーズ・課題
 - (5) 「観光」の視点から見える和泉市の強みと弱み
 - (6) 和泉市観光の課題

第3章 観光振興のめざす姿と戦略

- 第1節 和泉市の観光ブランドづくりに向けた観光魅力のあり方
- 第2節 (アクションー1) 主要観光資源と重点魅力創出エリアの設定による観光魅力の創出
- 第3節 (アクションー2) 観光サービスに必須の「おもてなし基礎力」の充足
- 第4節 (アクションー3) 観光資源の魅力を伝える情報発信の強化
- 第5節 (アクションー4) ターゲットを意識した誘客策の実践
- 第6節 (アクションー5) 観光魅力づくりの担い手育成、マネジメント

第4章 観光振興に向けた数値目標の設定

- 第1節 観光客のカウント方法の設定と観光客調査の経年実施
- 第2節 観光客確保数の到達年次目標と主要な取組み

第2章 観光をとりまく状況

第1節 国内の観光動向

(1) 国の観光施策の動向

観光立国実現に向けた政府の推進体制として平成 25（2013）年 3 月に設置された「観光立国推進閣僚会議」により、平成 27（2015）年 6 月に「観光立国実現に向けたアクション・プログラム 2015」を決定しました。

このアクション・プログラムでは、年間の訪日外国人旅行者数 2,000 万人達成の早期実現や、観光による地方創生や質の高い観光立国に向けて、以下 6 つの柱を立てて、政府一丸、官民一体となった取り組みを進めていくことを定めています。

- ① インバウンド新時代に向けた戦略的取組
- ② 観光旅行消費の一層の拡大、幅広い産業の観光関連産業としての取り込み、観光産業の強化
- ③ 地方創生に資する観光地域づくり、国内観光の振興
- ④ 先手を打っての「攻め」の受入環境整備
- ⑤ 外国人ビジネス客等の積極的な取り込み、質の高い観光交流
- ⑥ 「リオデジャネイロ大会後」、「2020年オリンピック・パラリンピック」及び「その後」を見据えた観光振興の加速

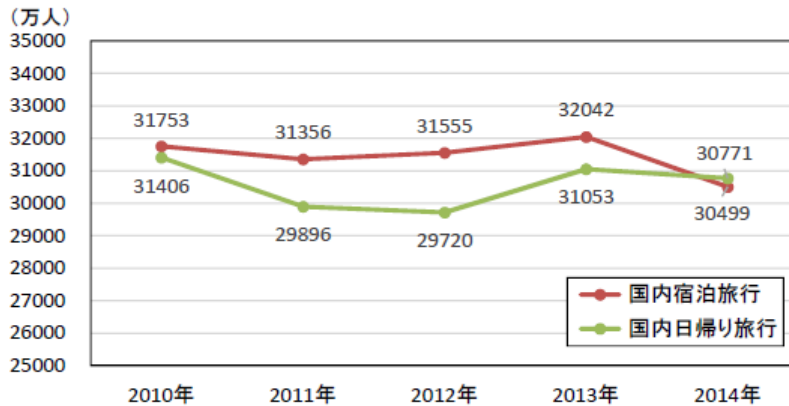
また、平成 27（2015）年 3 月には、東京五輪を地方の活性化、地方創生につなげる首長連合として、「2020 年東京オリンピック・パラリンピックを活用した地域活性化推進首長連合」が設立されました。

現在、本市を含む全国 350 の市町村が参加表明し、連携して行うことで相乗効果が期待できるプロジェクト事業の検討等を進めています。

(2) 国内旅行客の状況

国内宿泊観光旅行の延べ人数は、平成 23 (2011) 年から平成 25 (2013) 年までは増加しましたが、平成 26 (2014) 年は延べ 3 億 499 万人 (対前年比 4.8%減) となっています。また、国内日帰り旅行は延べ 3 億 771 万人 (対前年比 0.9%減) となっています。

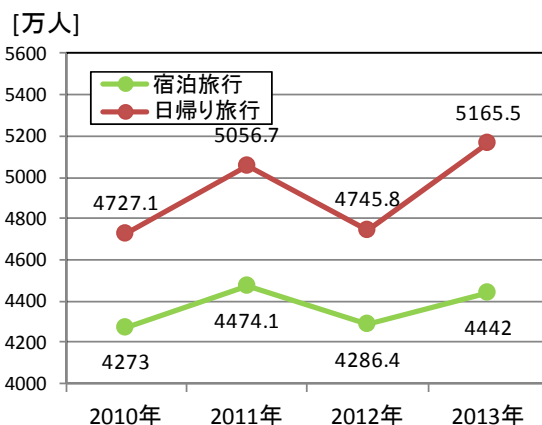
国内宿泊観光旅行延べ人数、国内日帰り観光旅行延べ人数の推移



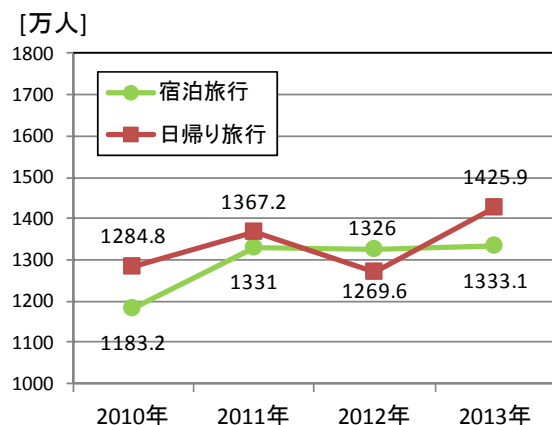
→観光庁「旅行・観光消費動向調査」による。
平成 26(2014)年は速報値。

また、関西地域及び大阪府内の旅行については、宿泊旅行及び国内日帰り旅行ともに、東日本大震災の影響もあり、平成 22 (2010) 年から平成 23 (2011) 年は増加しましたが、平成 23 (2011) 年から平成 24 (2012) 年は減少した後、平成 24 (2012) 年から平成 25 (2013) 年は再び増加しています。調査年によって旅行客数の変動が見られ、中でも日帰り旅行客数の変動が顕著になっています。

関西地域における宿泊観光旅行及び日帰り観光旅行延べ人数の推移



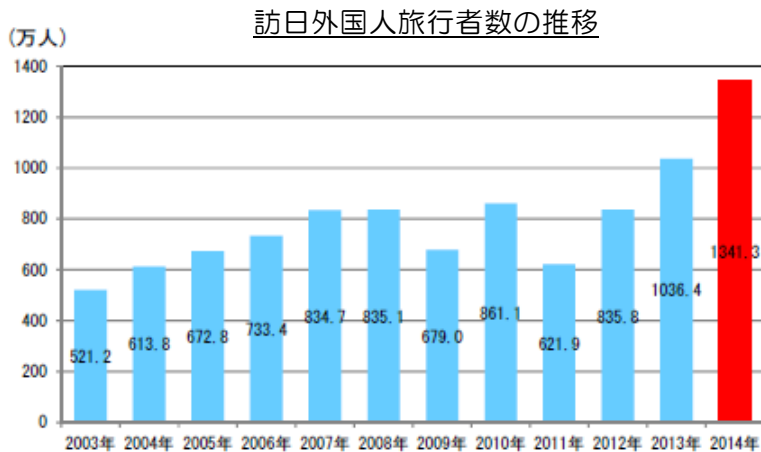
大阪府下における宿泊観光旅行及び日帰り観光旅行延べ人数の推移



→観光庁「旅行・観光消費動向調査」による。

(3) 訪日旅行客（インバウンド）の状況

平成 26 (2014) 年の訪日外国人旅行者数は、初めて年間 1000 万人を突破した前年を更に上回り、1341 万人 (対前年比 29.4%増) となり、2 年連続で過去最高を更新しています。

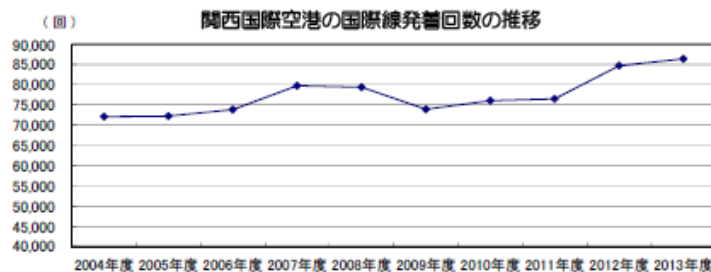
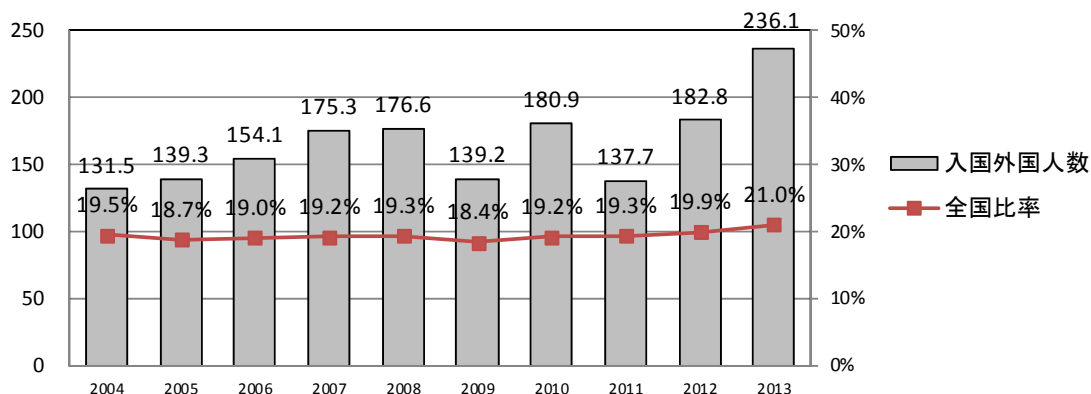


→引用元 平成 27 年版観光白書

また、関西地域においても、入国外国人数が増加傾向にあり、全国比も最近 10 年間は初めて 20%以上を超えるようになっていきます。関西地域への外国人の来訪者増加の一因としては、関西国際空港の国際線の発着数増加や、U S J への観光客の大幅な増加※1 などがあげられます。

民間調査会社※2 によると、平成 27 (2015) 年における近畿 2 府 4 県を訪れる訪日観光客は、前年比 52.3%増の 730 万人、消費総額については前年比 67.9%増の 6948 億円に達するものと推計されています。

[万人] **関西における最近10年間の入国外国人数及び全国比の推移**



→引用元 (グラフ2点とも)
近畿経済産業局「関西国際関連
情報ファイル 2014」

※1 2014 年度の U S J 入場者数は、前年度比約 2 割増で、過去最高の 1 2 7 0 万人。今年度上半期 (4～9 月) は、さらに昨年度を約 2 割上回る勢いで推移している。

(2015 年 11 月 2 日 産経WEST HP)

※2 三菱UFJリサーチ&コンサルティング 調査レポート (2015 年 8 月 26 日)
「近畿地域におけるインバウンド消費の現状と見通し」 p.17～19

(4) 体験型観光の成熟、多様化

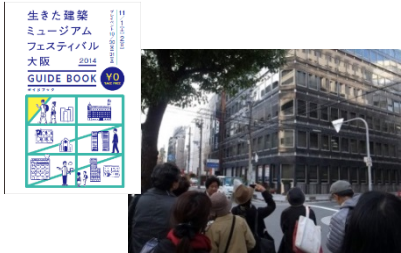
平成 16 (2004) 年に日本商工会議所が「地域における『ニュー・ツーリズム』展開に関する提言」を行い、その頃から、従来型の物見遊山的な観光旅行ではなく、地域固有の資源を新たに活用し、体験型・交流型の要素を取り入れた体験型観光が増えてきました。

【成功事例として良く紹介される体験型観光の例】

(株) 南信州観光公社 ○長野県飯田市内及び周辺地域において、地域の特性を活かした 160 の体験型観光プログラムの発掘・商品化に取り組んでいる営利組織。教育旅行も多数誘致している。  引用元：(株) 南信州観光公社 HP 内	長崎さるく博 06 ○「いまある施設で参加型イベントを実施しよう！」とのコンセプトで、長崎市全域を対象としたまち歩き博覧会。コースは 100 以上で、期間中は 723 万人がまち歩きを行った。(長崎県長崎市)  (現地にて 05 年 [プレイベント時] に撮影)	和歌山ほんまもん体験 ○地域住民等が観光インストラクターとなり、観光客に地域でのなりわいや生活を体験させる観光商品を開発。教育旅行を中心に、観光客の多数獲得に成功。(和歌山県)  引用元：わかやま観光情報 HP 内
--	--	--

また、近年では、歴史的建築物の再発見、サイクリング、移住体験など、テーマ性の高いツーリズムも増えており、体験型観光の取組が多様化し成熟しつづけると考えられます。

【多様化する体験型観光の例】

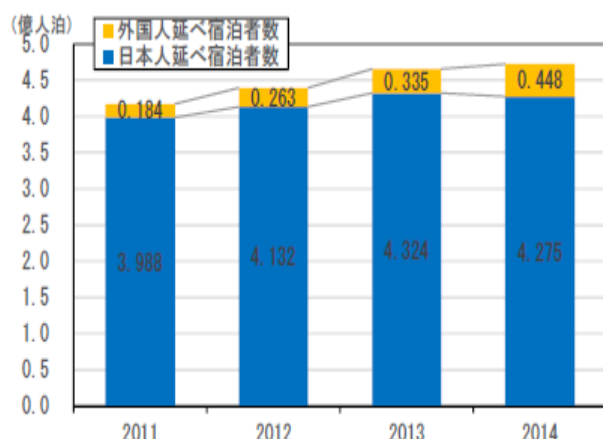
歴史的建築物の再発見イベント ○「生きた建築ミュージアムフェスティバル」(大阪市)  引用元：生きた建築ミュージアムフェスティバルHP 内	サイクリングガイドツアー ○「ガイドと水めぐりサイクリングツアー」。水路を辿りながら、ガイドが水と密接に結びつきながら工業が発展したまちを案内。(愛媛県西条市)  引用元：西条市観光協会 HP 内	縁側カフェ ○「沢楽の道 縁側カフェ」。まちあるきの中で週末だけ縁側や庭でカフェを開く農家数軒を訪問し、自家製の漬物やお茶漬け等を楽しむ。(山梨県甲府市)  引用元：富士の国やまなり観光ネット HP 内
移住体験プラン ○移住を検討している人を対象に、田舎暮らし体験ができる滞在プランを設定。(長崎県上天草市)  引用元：「上天草移住情報サイト 上天草に住もう」 HP 内	トレイルランニング、マラニック ○「港 KOBE・Mt. 六甲トレイルランニングレース」。2011 年から毎年開催される六甲山系の地形を利用したトレイルラン大会。毎年約 600 名が参加。(神戸市)  引用元：同大会HP 内	

第2節 外国人観光客の動向

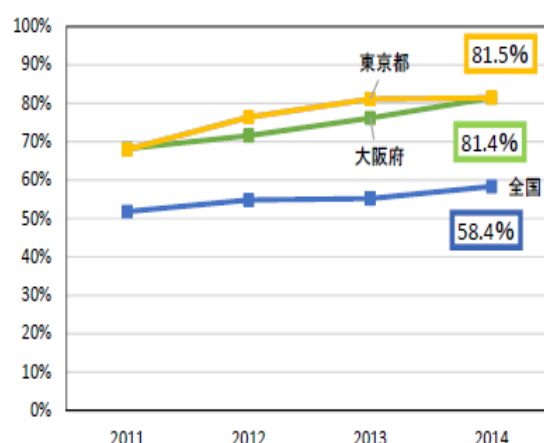
「平成 27 年版 観光白書」によると、平成 26（2014）年の日本における延べ宿泊者数について、日本人延べ宿泊者数は 4 億 2750 万人泊（前年比 1.1%減）である一方、外国人延べ宿泊者数は 4482 万人泊（前年比 33.8%増）と大幅に増加することで、日本人延べ宿泊者数の減少を補う形になっています。

このうち、大阪府における客室稼働率の上昇は、平成 23（2011）年の 68.2%から平成 26（2014）年には 81.4%と 80%を超える水準と東京都と共に顕著になっており、全国平均をはるかに超えています。

日本人・外国人の延べ宿泊者数の推移



客室稼働率の推移



→引用元 2点とも、観光庁「宿泊旅行統計調査」による。

近年、中国からの訪日客数が大幅に増加しており、平成 26(2014)年は約 241 万人で前年比 83.3%増と、首位の台湾人客や 2 位の韓国人客に迫りつつあります。

また、国籍・地域別の訪日外国人旅行消費額を見ると、中国人は 5583 億円で第 1 位であり、1 人あたりの旅行消費額も 23 万 1753 円で全体平均を大きく上回り※、買物消費が大きいものと考えられます。

さらに、国籍・地域別の 1 人あたりの飲食費を見ると、ベトナム人が欧米諸国や中国を抑えて第 1 位であり、飲食店での消費が大きいものと考えられます。

2014年 訪日外国人客数の内訳

順位	国籍・地域	訪日客数 [万人]	前年度伸び率 [%]
	総数	1,341	29.4
1	台湾	283	28.0
2	韓国	276	12.2
3	中国	241	83.3
4	香港	93	24.1
5	米国	89	11.6
6	タイ	66	45.0
7	オーストラリア	30	23.8

→引用元 観光庁

2014年 国籍・地域別訪日外国人旅行消費額

順位	国籍・地域	旅行消費額 [億円]	前年度伸び率 [%]	1人当消費額 [円]
	全体	20,278	43.1	151,174
1	中国	5,583	102.4	231,753
2	台湾	3,544	43.2	125,248
3	韓国	2,090	5.7	75,852
4	米国	1,475	8.3	165,381
5	香港	1,370	29.9	147,958
6	タイ	960	66.8	146,029

→引用元 観光庁

1人当たりの国籍・地域別 飲食費

順位	国籍・地域	飲食費 [円]
1	ベトナム	54,361
2	オーストラリア	52,308
3	インド	47,536
4	英国	46,360
5	フランス	45,677
6	米国	42,343
7	カナダ	40,963
8	ロシア	40,296
9	中国	39,483

→引用元 観光庁

※日本経済新聞 裏読みWAVE「中国人客の大量買い インバウンド消費を読み解く」(2015.5.1)

さらに、SNS※の普及により、これまで全く観光地でない所や飲食店が訪日観光客で賑わうという状況が生まれています。

【インバウンド客が訪問する観光スポットについて】

- * 最近では、SNSや口コミ旅行サイトで投稿された写真や動画から、多くの訪日観光客で賑わう観光地や、これまでにあまり観光客が訪れなかったお店などのスポットが増えています。
- * この傾向は韓国が顕著で、大阪でも、店主が何も知らないうちに、韓国のSNSで投稿された写真や動画から口コミで大勢の韓国人が集まるようになったお店が沢山あります。（観光プロデューサー・オダギリサトシ氏の意見）

※ SNS 登録された利用者同士が交流できる Web サイトの会員制サービスを示す。
Social Networking Service（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）の略。

第3節 大阪府内の観光施策の動向

（1）広域的な観光推進の取組

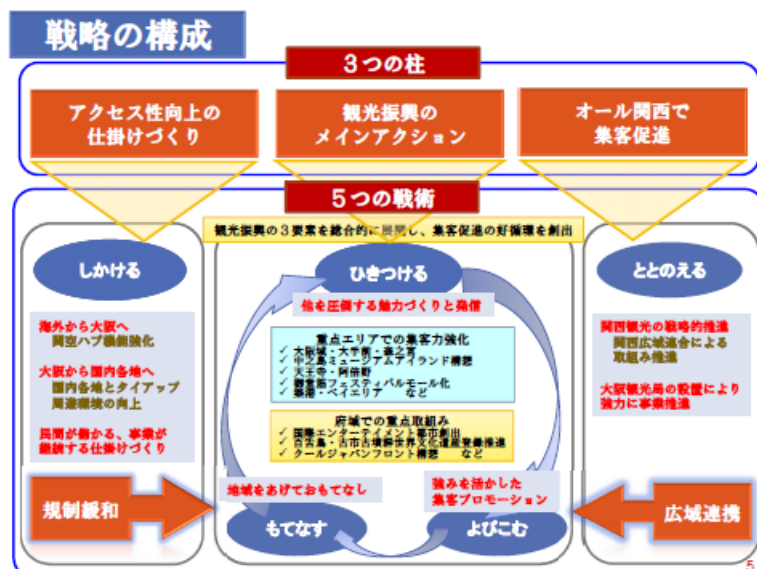
関西経済連合会が主体となり、近畿運輸局、近畿地方整備局を含めた官民の関係機関により、平成 27(2015) 年 1 月に「関西広域観光戦略」が取りまとめられています。

同戦略では、2020 年における関西への訪日外国人旅行者数 800 万人、外国人延べ宿泊者数 2000 万人泊、訪日外国人旅行消費額 1 兆円をめざすべき数値目標に設定し、目標達成に向けて、「関西への誘客のための情報発信」と「魅力的な関西観光圏の整備推進」の大きく 2 つの観点から、関西一丸となって取組を進めていくこととされています。



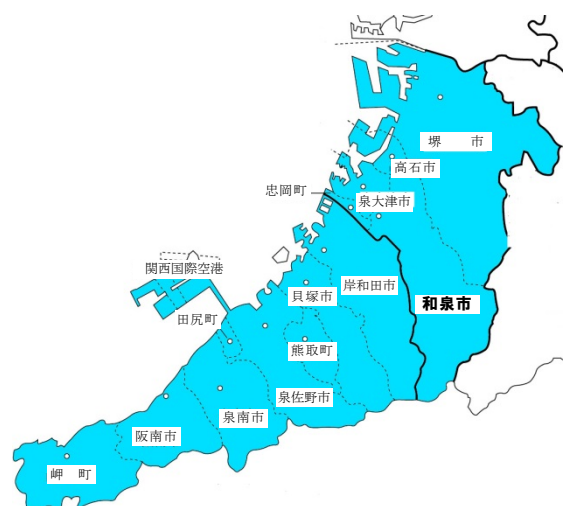
「はなやか関西」シンボルマーク
（関西経済連合会HPより）

また、大阪府及び大阪市では、アジア等の外国人旅行者を大阪・関西に呼び込み、経済活性化を図るとともに、豊かな都市環境を創造していくため、戦略を一本化するため、2012 年 12 月に「大阪の観光戦略」を策定しています。



さらに、泉州観光プロモーション推進協議会は、泉州地域の9市4町※と新関西国際空港株式会社が一体となって、泉州の地域資源や特性を生かした関空イン・関空アウトのインバウンド（外国人観光客誘致）による観光振興及び泉州地域のプロモーションを推進し、関西国際空港や泉州地域の活性化、国内外における泉州ブランドの確立に寄与することを目的に活動を行っています。

※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



「泉州観光プロモーション推進協議会」参加自治体

（２）和泉市内及び周辺地域における観光推進の取組

和泉市では、各種観光マップやパンフレットの発行、観光ボランティアによる観光ガイドの実施、観光案内所（和泉府中駅、和泉中央駅）である和泉市いずみの国観光おもてなし処の設置などの各種観光の取組や、和泉シティプロモーション事業を展開しています。

●各種マップの作成（市内特大マップ、ルートマップなど）

●各種パンフレットの作成（名産品、地場産業、各施設）

●和泉市いずみの国観光おもてなし処

（和泉府中駅前、和泉中央駅前）

●和泉市イメージキャラクター コダイくん・ロマンちゃん

●いずみの国 和泉市観光大使（2700、ケラケラなど）

●和泉観光ボランティアクラブの活動

●いずみの国ファンクラブ（会員向け商店の割引サービス）

●和泉シティプロモーション事業（20～40代女性をターゲットにしたシティプロモーション）



また、和泉市の周辺地域では、堺市及び岸和田市において、観光振興のあり方を示すプランが策定されています。

●「堺市文化観光再生戦略プラン」

2006年策定。堺が有する歴史伝統・文化などの資源を有効活用した観光振興施策のあり方を示すプラン。

〈1〉集客観光地としての新たな魅力創造、〈2〉受入れ体制、ホスピタリティの充実、〈3〉情報発信・PR活動、の3つに大別し、早急に実施すべき具体的な観光振興施策を整理。

●「岸和田市観光振興計画」

2007年策定。2016年度までの10年間にソフト面の拡充と観光資源の発信を行うことを目標に、まちづくりサイン設置、観光人材の育成、食文化発信と飲食サービス開発、体系的な情報発信手法と岸和田ファンの育成などの具体計画を整理。

2013年に、観光振興計画の進捗状況の把握や情報共有、今後の観光振興事業の進め方などを話し合う「岸和田市観光振興推進会議」を設置し、意見交換した内容を提言として整理している。

第4節 和泉市の現状

(1) 15の観光施設等の動向

※ 和泉市内の以下15の観光施設等を対象にアンケート調査を実施し、各施設の年間の観光客数やその受け入れ体制の整備・取組状況等の現状を把握しています。

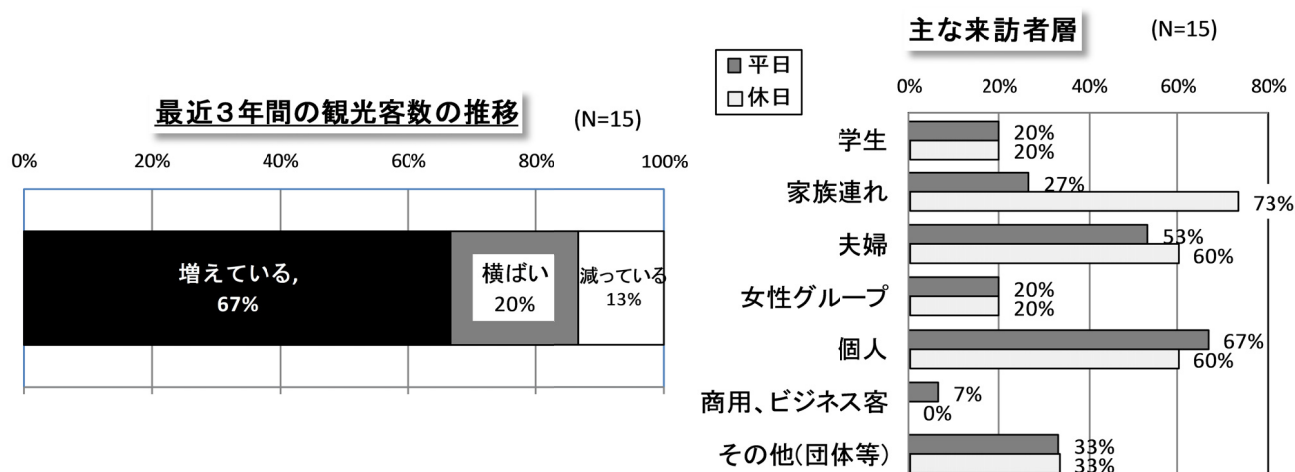
(平成27年7～8月実施。p.48の15の主要観光施設とは異なるものもあります)

信太森葛葉稲荷神社／信太の森ふるさと館／弥生の里温泉／池上曾根史跡公園／大阪府立弥生文化博物館／大阪市立信太山野外活動センター／和泉市いずみの国観光おもてなし処／和泉市久保惣記念美術館／和泉市いずみの国歴史館／和泉リサイクル環境公園／大阪府立産業技術総合研究所／松尾寺／槇尾山施福寺／和泉市青少年の家／いずみふれあい農の里

①観光客数の動向

最近3年間における観光施設等の観光客数について、67%が「増えている」と回答しており、多くの施設で増加傾向にあります。

また、主な観光客層としては、平日は「夫婦」「個人」が多く、休日は「家族連れ」が73%と最も多いほか、「夫婦」「個人」も多くなっています。一方、「女性グループ」「商用・ビジネス客」は、平日・休日ともに少なくなっています。

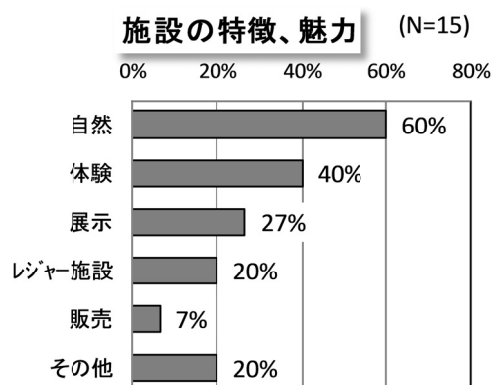


②観光施設等の特徴、魅力

観光施設等の特徴、魅力としては、「自然」(60%)と「体験」(40%)が多くなっています。

まず、「自然」としては、春夏秋冬の自然があげられており、市内観光施設のいずれかで楽しめる状況にあると考えられます。

また、「体験」としては、夫婦円満・縁結びのお願い、勾玉づくり体験、鋳造体験、自然体験、イチゴ狩りなどが見られます。

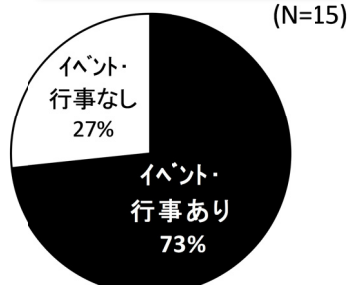


自然 庭園で、春は新緑、夏は睡蓮、秋は紅葉が楽しめる(和泉市久保惣記念美術館)
春は桜、夏は新緑やあじさい、秋の紅葉、冬の椿が楽しめる(松尾寺)
春は枝垂桜、秋は紅葉やドウダンつつじが楽しめる(槇尾山施福寺)
秋はどんぐり拾いができる(大阪市立信太山野外活動センター)
年間を通じて花を楽しみながら、自然の小動物にも出会える(和泉リサイクル環境公園)

体験 夫婦円満・縁結びのお願い(信太森葛葉稲荷神社)
勾玉づくり体験(池上曾根史跡公園)
勾玉づくり、鋳造体験(和泉市いずみの国歴史館)
関西最大級のいちご農園のイチゴ狩りが人気(いずみふれあい農の里)

また、73%の観光施設等において、イベント・行事を開催しているとの回答があり、開催時期については、季節開催（春、夏、秋、冬）のほか、月1～2回や毎月開催、隔月、年3～4回などの定期開催のものも多く挙げられています。

イベント・行事の有無



イベント・行事開催時期

(N=25)
※記載数

春開催 2				毎月 2		
夏開催 3	秋開催 3	冬開催 3	月1～2回 5		隔月 3	年3～4回 4

【観光施設等で開催されているイベント・行事】

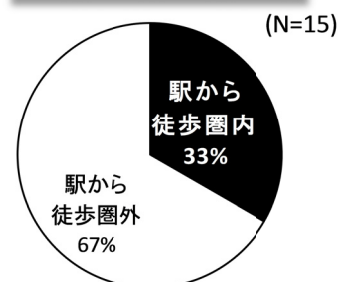
春開催	●3月上旬～5月末：いちご狩り【いずみふれあい農の里】 ●華とんぼ展【信太の森ふるさと館】
夏開催	●6月中・下旬：ラベンダーのお花からのオイル抽出体験【和泉リサイクル環境公園】 ●夏休み期間：夏休み流しソーメン体験【いずみふれあい農の里】 ●8月：府民開放事業【大阪府立産業技術総合研究所】
秋開催	●11月第2日曜日：信太山芸術祭。地域の子供達による歌舞伎の公演ほか【信太の森ふるさと館】 ●11月下旬：音・楽市コンサート【信太の森ふるさと館】 ●10月中旬：秋の味覚祭&黒豆祭り【いずみふれあい農の里】
冬開催	●正月【信太森葛葉稲荷神社】 ●2月3日：節分祭【信太森葛葉稲荷神社】 ●2月初旬の午の日：初午大祭（五穀豊穰・商売繁盛を願うお祭り）【信太森葛葉稲荷神社】
月数回	●山伏による採灯大護摩供【松尾寺】 ●ミュージアムコンサート【和泉市久保惣記念美術館】 ●展示解説【和泉市久保惣記念美術館】 ●やよいミュージアムコンサート【大阪府立弥生文化博物館】 ●特別展・企画展に沿った講演会、館長や副館長による講演会【大阪府立弥生文化博物館】
各月	●風呂の日（毎月26日に入浴大人1人100円引き&入浴回数券割引販売）【ケイエスピー弥生の里温泉】 ●「まきお山 オレンジファミリークラブ」を毎月開催【和泉市立青少年の家】
隔月	●2か月に1回、榎尾山周辺の自然の中で仲間といっしょに体験活動【和泉市立青少年の家】 ●特別展や企画展にともない各会期中に3回程度講演を開催【和泉市いずみの国歴史館】 ●まきお山ファミリーディキャンプ【和泉市立青少年の家】
年3～4回	●年に特別展2回・企画展1回程度【和泉市いずみの国歴史館】 ●常設展4回、特別陳列1回、特別展1回【和泉市久保惣記念美術館】 ●古文書講座【和泉市いずみの国歴史館】 ●特別展・企画展【大阪府立弥生文化博物館】

③観光インフラの提供状況

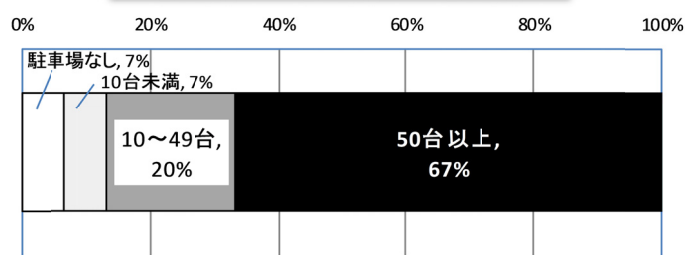
交通駅の徒歩圏内は 33%に止まることもあり、観光施設等の 93%が駐車場を有し、駐車台数 50 台以上が 67%に及びます。また、67%が大型バスの駐車が可能になっています。

これらのことから、和泉市内の観光施設等は、公共交通機関よりも車の方が便利なものが多いと考えられます。

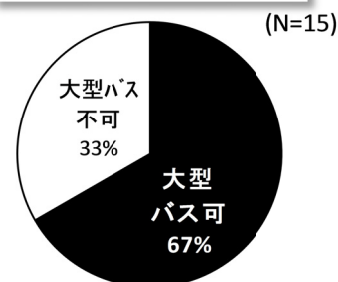
鉄道駅までのアクセス



観光（来訪）施設が有する駐車場台数

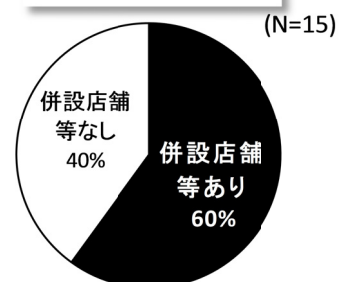


大型バスが駐車可能か



また、60%の観光施設等には併設店舗等があります。

併設店舗等の有無

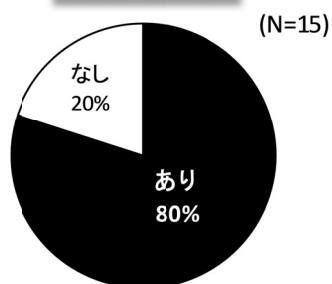


④情報発信等の状況

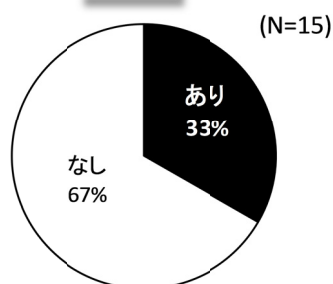
ホームページを作成している観光施設は 80%、ブログ、SNSを作成している観光施設はともに 33%となっている。

ウェブ上で自ら情報発信をしていない施設がある一方で、ホームページとブログ若しくはSNSで情報発信しているところもあり、ウェブ上での情報発信の実施状況には差が見られます。

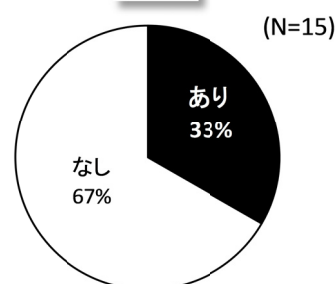
ホームページ



ブログ



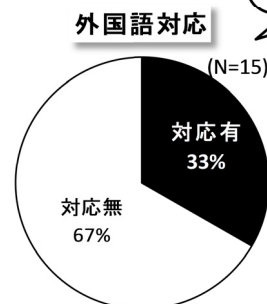
SNS



⑤外国人観光客の受入体制の整備状況

外国語対応が可能な観光施設等は33%と、3分の2は外国語対応を実施しておらず、中でも、現場でボランティア等の人材対応ができるのは1施設のみにとどまります。

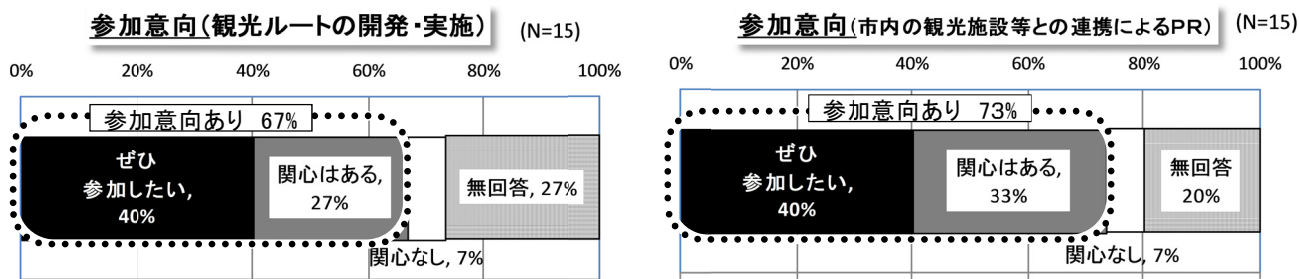
このことから、和泉市内の観光施設等では、外国人観光客の受入体制が十分整っていないものと考えられます。



現場でボランティア等の人材対応ができるのは1施設のみ

⑥観光客数の動向

市内全域での観光推進の取組について、「観光ルートの開発・実施」については67%が、「市内観光施設等との連携によるPR」については73%が、それぞれ参加意向があると回答しており、これらのことから7割前後の観光施設等は観光推進への取組に参加意向があると考えられます。



また、観光振興に向けての課題としては、「アクセス改善」について指摘する観光施設が6か所あり、最も多いほか、「設備面の向上」「周辺施設との連携」「情報発信」「外国人対応」が見られます。

【観光振興に向けての課題・主な回答内容】

アクセス改善 [6か所]	道路（歩道）の整備
	交通の便の悪さ。主要道路等への看板の設置
	大型バスが施設内に駐車できないので、付近に駐車してもらわないといけない
	集客時期には、施設設備等が不足中（待合所・駐車場他）
設備面の向上 [3か所]	施設の定員の少なさ、携帯の電波が繋がらない
	当施設の客室数のキャパが少なく、希望するお客様に対応しきれていない
周辺施設との 連携[2か所]	近辺に外国人が利用できる観光地や店舗が少ない
	施設内に食事ができる場所がない上、徒歩圏内で飲食店が少ない
情報発信	市内外への情報発信が不足
外国人対応	外国人の受入体制には、キャプションの表示など課題が残っている。入館数の増加は大きな命題だが、施設独自のPRだけでは増加の伸びしろが乏しくなっているように感じている

(2) 和泉市への来訪者・観光客に影響を与える地域動向

和泉市内では、和泉中央丘陵新住宅市街地開発事業「トリヴェール和泉」における住宅地開発により、市内人口が年々増加してきました。

最近では、平成 26(2014) 年にオープンした大型商業施設群や、平成 27(2015) 年に新造船が就航したフェリー（北九州～泉大津）及び泉大津港～和泉府中駅間を結ぶ路線バスの運行により、市内への流入人口が増加しています。また、平成 28 年度末に開通予定の和泉市～和歌山県伊都郡かつらぎ町間を結ぶ鍋谷峠道路の開通や、「和泉市ホテル・旅館の誘致に関する条例」に基づくホテル・旅館の誘致促進により、さらなる流入人口の増加が期待されます。

トリヴェール和泉

(独法)都市再生機構が実施した和泉中央丘陵新住宅市街地開発事業。
事業期間は昭和 59(1984)年から平成 26(2014)年 3 月で、施行面積が約 368.4 ヘクタール、計画目標人口 25000 人、計画戸数 7700 戸に及ぶ。



大型商業施設群

阪和自動車道の岸和田和泉インターチェンジ付近に、平成 26(2014) 年 6 月に店舗面積 6 万㎡を超える「コストコホールセール和泉倉庫店」（以下「コストコ和泉倉庫店」という）が、同 10 月には隣接敷地にファッション・雑貨・食品・飲食・アミューズメント・サービスなど約 220 店が出店する大型ショッピングモール「三井ショッピングパーク ららぽーと和泉」（以下「ららぽーと和泉」という）が、それぞれオープンした。



北九州～泉大津間 定期就航フェリー

北九州～泉大津間を結ぶ定期就航フェリーの新造船「いずみ／ひびき」が阪九フェリーにより 2015 年に就航。旅客 643 名、トラック 277 台、乗用車 188 台が収容可能。

毎日運航しており、北九州～泉大津間を約 10.5 時間で結ぶ。また、船の出港時間に合わせて、フェリーのりば～和泉府中駅前間の連絡バスも毎日運航している。



鍋谷峠道路の開通（和泉市～和歌山県伊都郡かつらぎ町間）

和泉市～和歌山県伊都郡かつらぎ町における、府県境をまたぐ延長 4.1km の区間におけるトンネル工事。災害による通行止め回避、安定的な交通機能の確保、幅員狭小区間や線形不良箇所の解消が主な目的で、平成 28 年度中に開通予定。



工事の様子



和泉市～和歌山県伊都郡かつらぎ町間の工事区間の位置図

和泉市ホテル・旅館の誘致に関する条例

宿泊施設を確保し、まちのにぎわいの創出及び都市機能の充実を図るため、ホテル・旅館事業者に対し優遇制度を設け、新規宿泊施設建設を誘致。平成 27 年 9 月に制定。

→引用元 三井不動産HP、阪九フェリーHP、浪速国道事務所HP

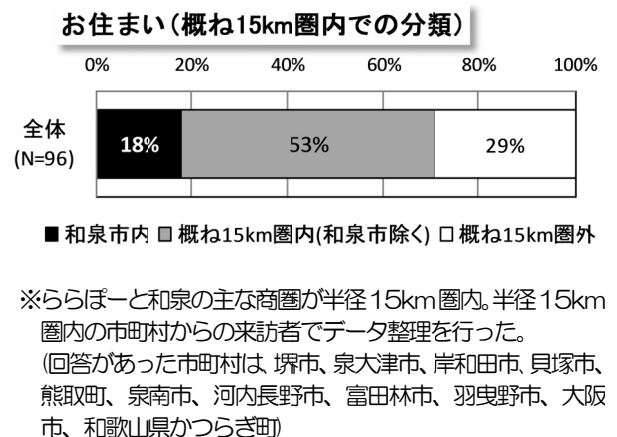
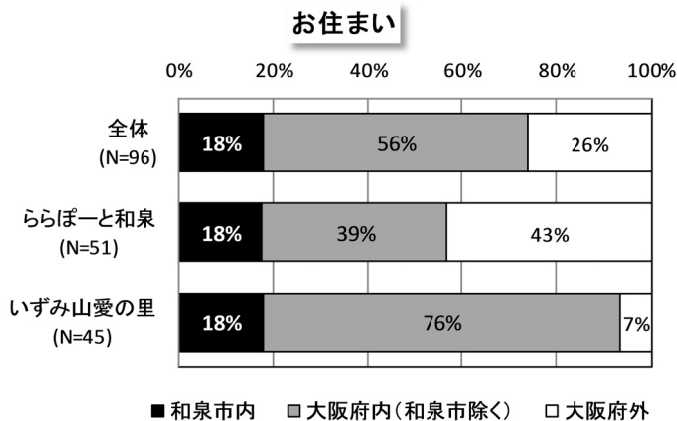
(3) 市内集客施設の来訪者による市内観光の認知度・関心度

※ 車利用者の来訪が多い市内集客施設2施設（ららぽーと和泉／コストコ和泉倉庫店、道の駅いずみ山愛の里（以下「いずみ山愛の里」という））において、利用者を対象に市内観光施設や観光行動に関するマーケティング調査を実施し、商圈や来訪者像、観光ニーズ、市内での観光行動を把握しています。（平成27年9月実施）

①訪問者の属性

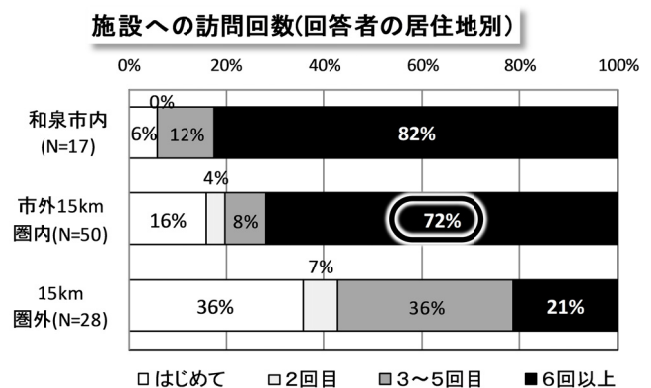
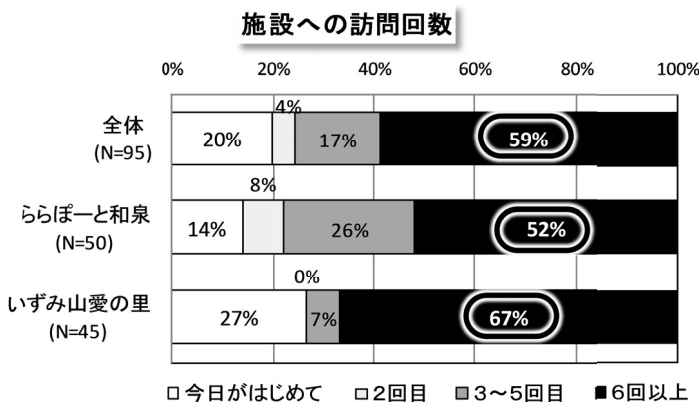
来訪者のお住まいとしては、ららぽーと和泉、いずみ山愛の里ともに、本市内の来訪者は18%であり、82%は本市外から集客施設にきています。

また、概ね半径15km圏内※で見ると、本市を除く概ね半径15km圏内が53%と過半数を占めています。



また、来訪者の訪問回数について、6回以上訪問したことがある人は、ららぽーと和泉（52%）、いずみ山愛の里（67%）ともに過半数を占めており、このことから、2つの集客施設におけるリピーターは多いものと考えられます。

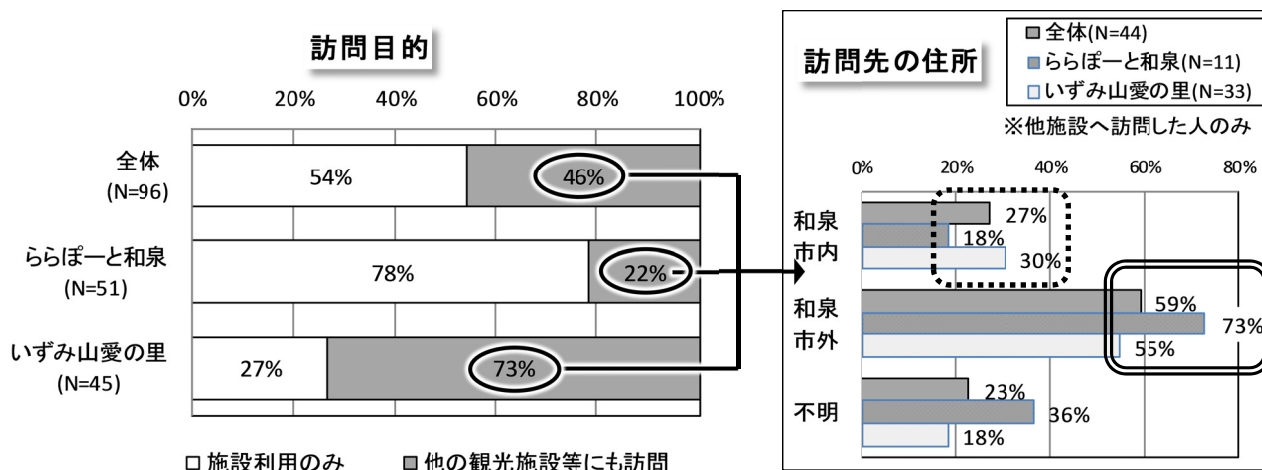
また、回答者の居住地別に見ると、本市を除く半径15km圏内の人は、6回以上訪問した人が72%と、半径15km圏外の人(21%)よりもはるかに多く、本市から半径15km圏内の人は市内集客施設のリピーターが多いものと考えられます。



②訪問目的、他に寄った観光施設等

他の観光施設等にも訪問したと回答した人は、ららぽーと和泉では22%に止まる一方、いずみ山愛の里では58%に及びます。

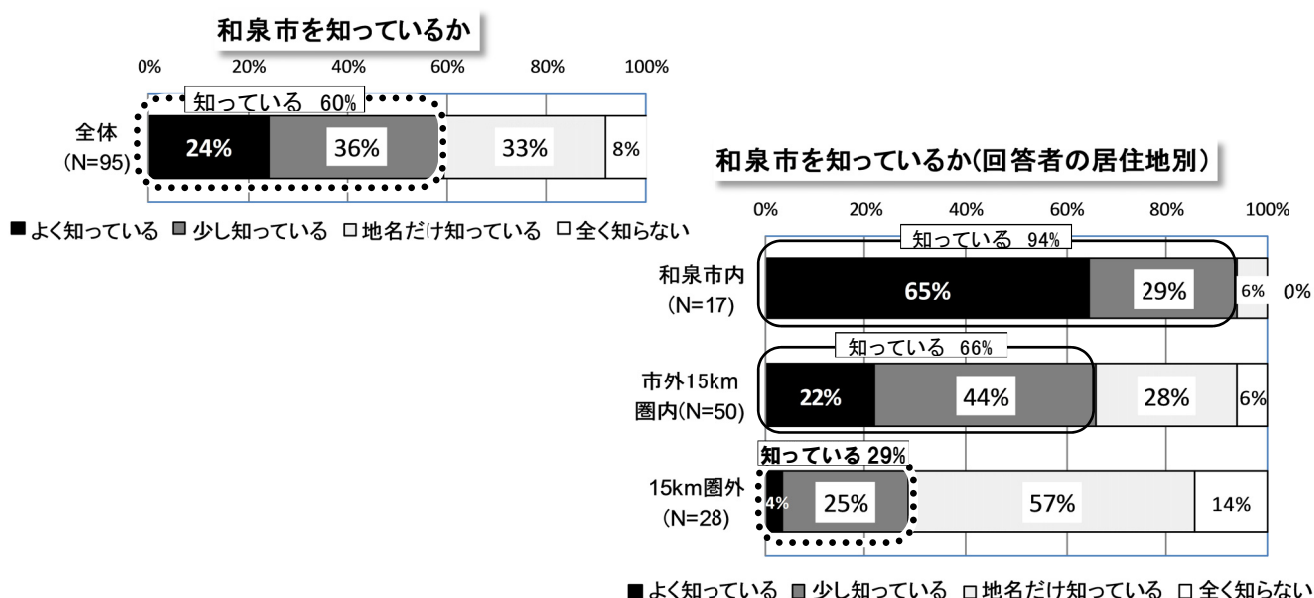
また、他に寄った観光施設等としては、ららぽーと和泉、いずみ山愛の里ともに、本市外をあげる人が多く、本市内の観光施設等に立ち寄る人は、他施設へ訪問した人のうち、ららぽーと和泉では18%、いずみ山愛の里では30%に止まります。これらのことから、市内集客施設に来る人の多くは本市内の観光施設等を訪問していないものと考えられます。



③和泉市の認知度、イメージ

本市について、「知っている」と回答した人は60%に及びます。

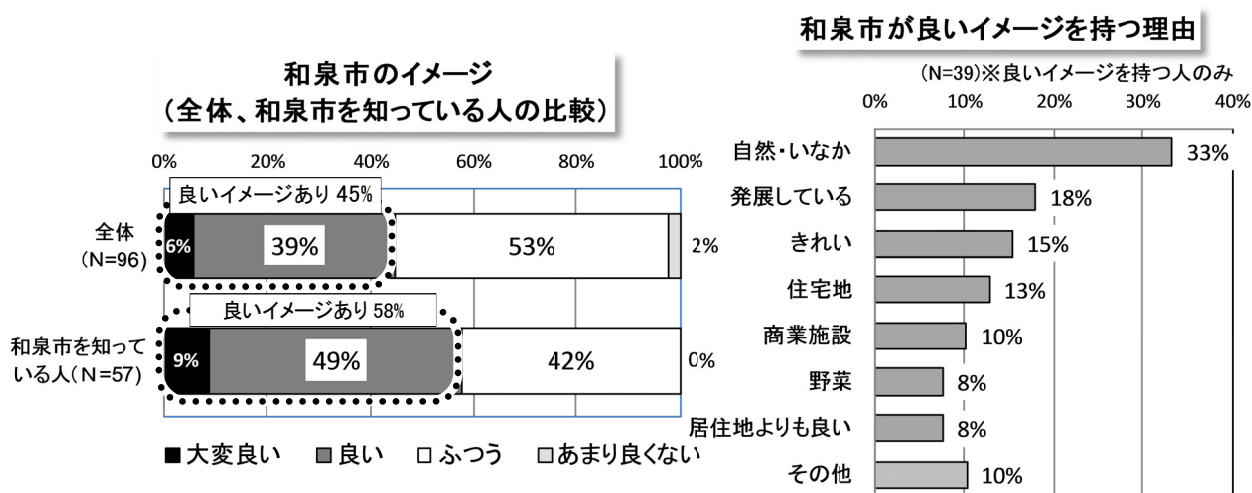
回答者の居住地別にみると、本市内から半径15km圏外になると、「知っている」と回答した人は29%に止まり、本市内（94%）及び本市内を除く半径15km圏内（66%）と比べて、本市内から半径15km圏外では本市について知っている人が少なくなっています。



また、本市のイメージについて、良いイメージを持つ人は 45%に及び、「あまり良くない」と回答した人が 2%であるのに比べて多く、全体的に良いイメージを持つ人が多いと考えられます。

本市を知っている人に限定すると、本市に良いイメージを持つ人は 58%と過半数を占める一方で、良くないイメージを持つ人はおらず、このことから、本市を知っている人には和泉市のイメージがかなり良いものと考えられます。

なお、本市の良いイメージを持つ理由としては、「自然、いなか」「住宅地」「発展している」「商業施設がある」「きれい」「野菜」などが見られます。



【良いイメージの理由：回答例】

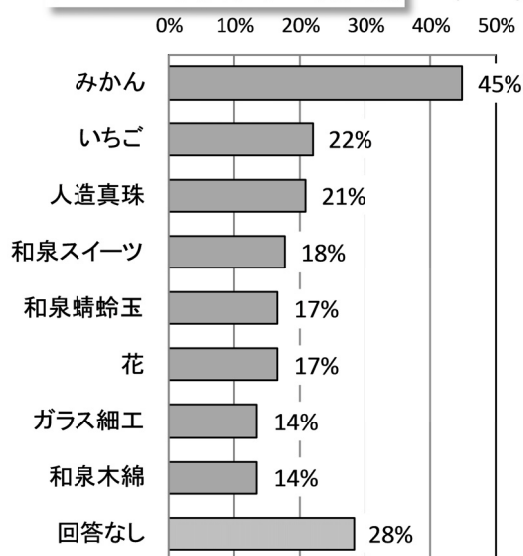
自然、いなか	・自然が多い（男・40代・堺市・いずみ山愛の里） ・いなかと便利なところが両方ある（女・30代・奈良県橿原市・ららぽーと和泉）
住宅地	・空気がきれい。住みやすい（男・70代以上・和泉市内・いずみ山愛の里） ・新しい家があって住みやすそう（女・40代・泉南市・ららぽーと和泉）
発展している	・新しいまち。発展してきている（女・50代・堺市・いずみ山愛の里） ・交通の便が良い。いろいろな施設がある（男・60代・岸和田市・ららぽーと和泉）
商業施設がある	・ららぽーと和泉、赤ちゃん本舗のイメージ（男・40代・和歌山市） ・大きな商業施設があって羨ましい（女・30代・和歌山県湯浅町）
きれい	・きれい、環境が良い、道が広い（男・50代・和泉市内・いずみ山愛の里）
野菜がある	・野菜が豊富（女・60代・河内長野市・いずみ山愛の里）

④和泉市の特産品、観光施設の認知度、印象

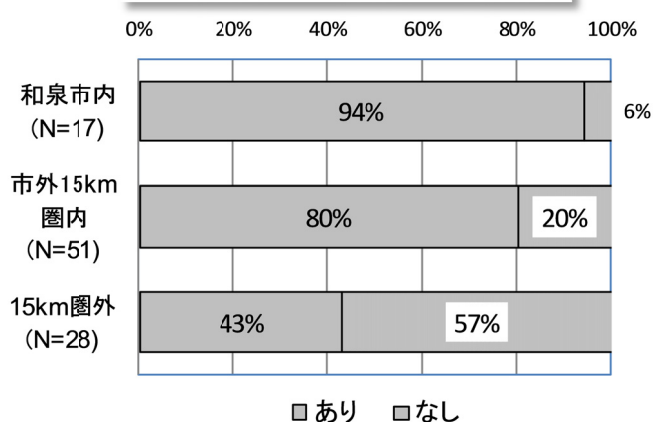
まず、本市の8つの特産品で知っているものは、「みかん」が45%と最も多く、次いで「いちご」(22%)、「人造真珠」(21%)、「和泉スイーツ」(18%)と続きます。

回答者の居住地別にみると、本市の特産品として、知っているとは回答したものがあるのは、本市内から半径15km圏外になると43%に止まり、本市内(94%)及び本市内を除く半径15km圏内(80%)と比べて少なくなっています。

知っている和泉市の特産品 (N=96)



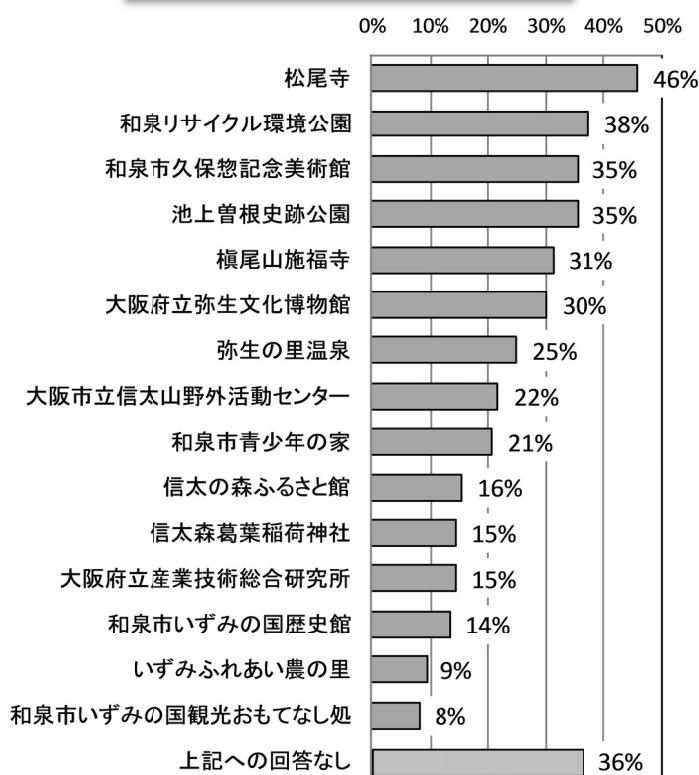
知っている和泉市の特産品の有無 (回答者の居住地別)



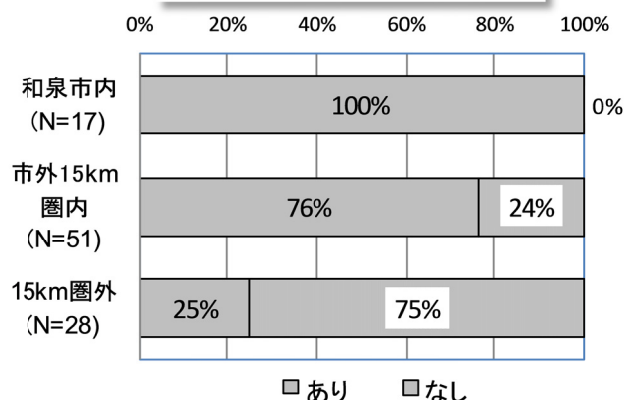
また、知っている本市内の15の観光施設等としては、「松尾寺」が46%と最も多く、次いで「和泉リサイクル環境公園」(38%)、「和泉市久保惣記念美術館」(35%)、「池上曽根史跡公園」(35%)、「槇尾山施福寺」(31%)と続きます。

回答者の居住地別にみると、知っている本市内の観光施設があると回答した人は、本市内から半径15km圏外になると25%に止まり、本市内(100%)及び本市内を除く半径15km圏内(76%)と比べて少なくなっています。

知っている和泉市内の観光施設等 (N=96)



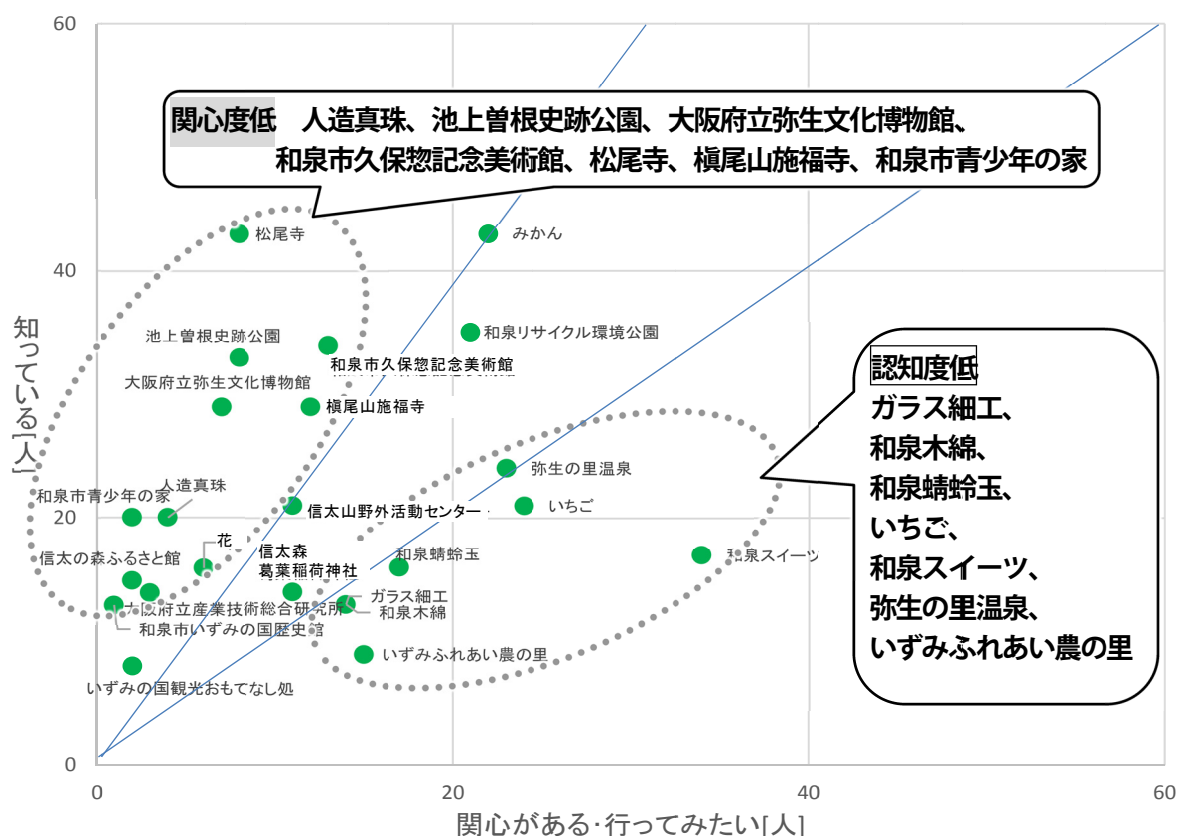
知っている観光施設等の有無 (回答者の居住地別)



さらに、特産品、観光施設の認知度・関心度について、縦軸を「知っている」と回答した人数、横軸を「関心がある／行ってみたい」と回答した人数で整理すると、認知度が比較的高いものの、「行ってみたい」「関心がある」と思われていない観光施設等が多いという傾向が見られます。（「関心度低」）

一方、食関連の特産品や観光施設、ガラス細工や和泉木綿は、魅力的に思う人が比較的多いものの認知度が低くなっています。（「認知度低」）

和泉市の観光施設等、特産品の認知度、関心度など（街頭アンケートなど）



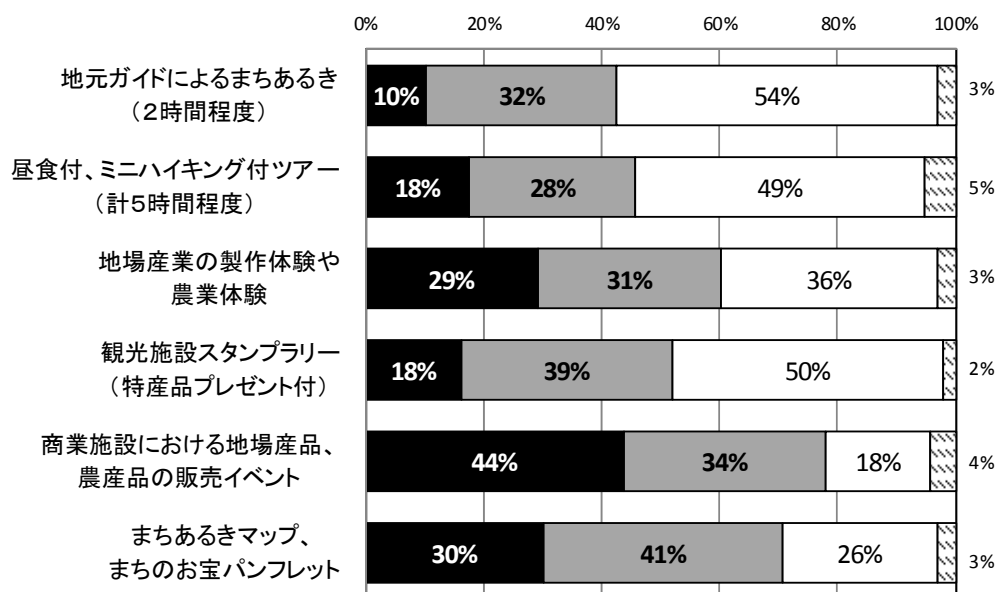
⑤和泉市内で参加してみたいと思う取組やイベント等

本市内で参加してみたいと思う取組やイベント等として、「商業施設における地場産品、農産品の販売イベント」「まちあるきマップ、まちのお宝パンフレット」の2点で参加及び利用の意向が高くなっています。また、その他項目も42%～60%の参加及び利用の意向がみられ、本市内での観光イベントや取組は全般的にニーズがあると考えられます。

また、年代別にみると、10～30歳代は「地場産業の製作体験や農業体験」「観光施設スタンプラリー（特産品プレゼント付）」が、40・50歳代は「地元ガイドによるまちあるき（2時間程度）」「昼食付、ミニハイキング付ツアー（計5時間程度）」といったツアープログラムや、「まちあるきマップ、まちのお宝パンフレット」が、それぞれ回答者全体よりも参加及び利用の意向が高い傾向が見られ、それぞれニーズが高いと考えられます。

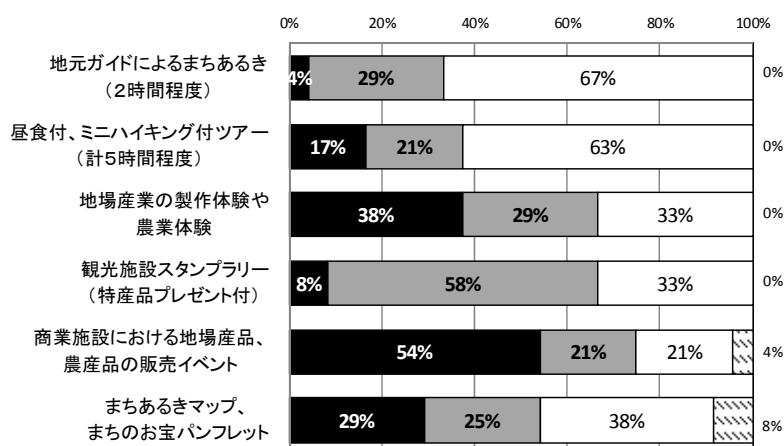
和泉市内で参加したい・利用したいと思うイベントや取組

(N=96)



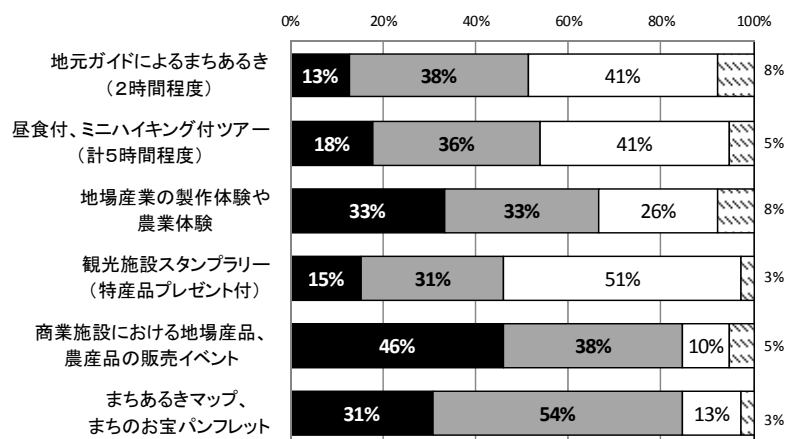
■ 参加・利用したい □ 少し関心はある □ 関心がない □ 分からない

和泉市内で参加したい・利用したいと思うイベントや取組(10～30代) (N=24)



■ 参加・利用したい □ 少し関心はある □ 関心がない □ 分からない

和泉市内で参加したい・利用したいと思うイベントや取組(40・50代) (N=39)



■ 参加・利用したい □ 少し関心はある □ 関心がない □ 分からない

(4) モニターツアーから見える魅力・ニーズ・課題

3タイプのモニターツアー（ららぽーと和泉版利用者向け、阪九フェリー版利用者向け、インバウンド版[韓国ガイド]向け）の各参加者にアンケート調査を実施し、ツアーコースの感想や買物動向、立ち寄った観光施設の満足度、和泉市の観光ニーズ等を把握しています。

ツアー行程1：市内大型商業施設への買物客向け

開催日時	平成 27 年 11 月 11 日（水） 10：00 ～ 16：00	天気：晴
	平成 27 年 11 月 18 日（水） 10：00 ～ 16：00	天気：曇り時々雨
	平成 27 年 11 月 25 日（水） 10：00 ～ 16：00	天気：曇り時々雨
参加者	11 月 11 日（水） 32 名（和歌山方面からの買物客）	
	11 月 18 日（水） 34 名（大阪市内、周辺地域からの買物客）	
	11 月 25 日（水） 37 名（大阪市内、周辺地域からの買物客）	
参加費	1,000 円	
ルート	（和泉市内のみ）	
	===== 信太森葛葉稲荷神社（散策） =====	
	===== ※日本人造真珠硝子細貨工業組合（リアーナ）（アクセサリ製作体験、買物） =====	
	===== 本家さぬきや【和食】又はうお健【中華料理】（昼食） =====	
	===== 和泉環境リサイクル公園（散策、園長によるガイド） =====	
	===== いずみ山愛の里（買物） ===== ららぽーと和泉	

ツアー行程2：船などでの来阪客向け

開催日時	平成 27 年 11 月 17 日（火） 9：20 ～ 16：45	天気：曇り時々雨
	平成 27 年 11 月 27 日（金） 9：20 ～ 16：45	天気：曇り時々雨
参加者	11 月 17 日（火） 44 名（北九州方面からの観光客）	
	11 月 27 日（金） 44 名（北九州方面からの観光客）	
参加費	3,000 円	
ルート	（1日目） 門司港～（阪九フェリー船中泊）～	
	（2日目） 神戸港着～	
	松尾寺（和泉観光ボランティアガイドが案内）===== 和泉市久保惣記念美術館（観賞） =====	
	===== テクノステージ和泉（車中） ===== いずみ山愛の里（買物） =====	
	===== 本家さぬきや【和食】（昼食） ===== 信太森葛葉稲荷神社（散策） =====	
	===== 日本人造真珠硝子細貨工業組合（リアーナ・アクセサリ製作体験、買物） =====	
	===== 池上曾根史跡公園（散策） ===== 泉大津港着	
	（3日目） 新門司港着	

ツアー行程3：インバウンド向け

開催日時	平成 27 年 11 月 12 日（木） 9：00 ～ 15：00	天気：晴
	→和泉市内（11/11 に和歌山方面を観光し本市内で宿泊）	
参加者	10 名（日本で観光ガイドを行う韓国人女性）	
参加費	無料	
ルート	（和泉市内のみ）	
	弥生の里温泉 ===== 和泉池上曾根遺跡（車窓） ===	
	===== 日本人造真珠硝子細貨工業組合（リアーナ・アクセサリ製作体験、買物） =====	
	===== 和泉市毛布歴史資料館（見学） ===== 心庵【和食】（昼食） ===== 松尾寺（散策） =====	
	===== 和泉市久保惣記念美術館（学芸員による案内、観賞） ===== 関西空港	

※ 次ページ以降は「リアーナ（体験）」という

①モニターツアーの評価からみる、和泉市の核となる観光施設、情報発信の必要性

3種類全てのモニターツアーともに全体評価は高くなっています。

【回答例】

※平均スコアは全て5点満点中

●ららぽーと和泉版

- ・ツアーコース満足度 平均スコア 4.3点
- ・「盛り沢山だった」「期待していたよりもっと良かった」「知人にも薦めたい」等のコメント

●インバウンド版

- ・ツアーコース満足度 平均スコア 5.0点
- ・「思っていたのよりずっとずっと良かった」「子どもを連れてきたい」「ルートをツアーに組んでみては」等のコメント

●阪九フェリー版

- ・ツアーコース満足度 平均スコア 4.2点
- ・「普通のツアーよりも内容があった」と評価するコメントがある一方、「メインの品物がなく残念」と指摘するコメントも見られた。

また、観光施設のうち、「リアーナ(体験)」と「和泉市久保惣記念美術館」については、複数のモニターツアーにおいて5点満点での参加後評価が高く、なおかつ再訪したい観光施設として多く回答されており、モニターツアーが好評であった要因の1つになったものと考えられます。

そのため、これら2施設については、和泉市の核となる観光施設として、取組を充実させることが有効であると考えられます。

【回答例】

※平均スコアは全て5点満点中

●リアーナ(体験)

- ・ららぽーと和泉版：満足度 4.6点[訪問施設で第1位]。参加前より0.6ポイント増。
最もよかった施設と回答した人が43%。

- ・インバウンド版：満足度 5.0点[訪問施設で第1位]。参加前より0.6ポイント増。
- ・阪九フェリー版：満足度 4.4点[訪問施設で第2位]。参加前より0.81ポイント増。

●和泉市久保惣記念美術館

- ・インバウンド版：満足度 4.9点[訪問施設で第2位]。最もよかった施設と回答した人が80%。
- ・阪九フェリー版：満足度 4.5点[訪問施設で第1位]。参加前より0.55ポイント増。
最もよかった施設と回答した人が52%。

一方、上記2施設については、参加前と比べて参加後の評価得点が大幅にアップし、また「あまり知らなかったが、大変良かった」「期待以上の満足度であった」と言うコメントが複数見られるなど、和泉市の観光魅力が知られていないことが明らかとなりました。

さらに、「情報発信するべき」という意見も多く見られ、情報発信のニーズが高いことが明らかとなりました。

【回答例・情報発信を求める参加者の回答例】

●タブレットで調べてみると、今日の場所は1か所しかナビに出てこなかった。もう少しPRし全国版にしては

●人造真珠をもっとアピールするべきでは

【上記2件：阪九フェリー版】

●まだ和泉市について知らない人が多いと思います。まずは和泉市をお知らせするのが一番だと思います。(日本らしい雰囲気のところ、特産物など)

【インバウンド版】

② ツアー参加者の属性により異なる観光施設の印象や観光行動の嗜好の傾向

観光施設等に行っても、ららぽーと和泉の利用者と阪九フェリーでの来訪者とは、評価が分かれる点が多く見られています。

【回答例】

※平均スコアは全て5点満点中

● 信太森葛葉稲荷神社

- ・ららぽーと和泉版：満足度 3.7 点[訪問施設で第 3 位]。参加前より 0.7 ポイント増。
「思っていたより立派な神社」「また子どもたちも連れてきたい」等のコメント
- ・阪九フェリー版：満足度 3.3 点[訪問施設で第 6 位]。「由緒ある神社」とのコメントがある一方で、「大して良くない」とのコメントも

● 昼食

- ・ららぽーと和泉版：満足度 4.6 点[訪問施設で第 1 位]。「あっさりした味付けが良い」等のコメント
- ・阪九フェリー版：満足度 4.2 点[訪問施設で第 3 位]。「味が自分好み」とのコメントがある一方で、「あまり特色がない」「九州は味が濃いのでもう少し濃い物を」とのコメントも

● 全体評価

- ・ららぽーと和泉版：「また色々な事を知りたい」「何度でも来てみたい」等のコメント多数
- ・阪九フェリー版：評価するコメントもある一方、「観光地らしい施設が少ない」「観光で生き抜くのは無理では」等のコメントも複数

また、参加者属性により、観光施設における嗜好や行動、和泉市内で楽しみたい観光ニーズについて違いが見られ、これらのことから、ターゲットの嗜好や属性に沿ったプログラム開発が望まれているものと考えられます。

【回答例】

● リアーナ

- ・ららぽーと和泉版：リアーナでの購入商品を回答したのは 50%。薄いピンク等の淡い色などパステル系、パールの粒の小さいものが多く売れる
- ・インバウンド版：黒色若しくははっきりした色味と大ぶりのアクセサリーが多く売れる
- ・阪九フェリー版：リアーナでの購入商品を回答したのは 28%に止まる

● いすみ山愛の里

- ・ららぽーと和泉版：みかんパンのほか、小分けの野菜などが売れる
- ・阪九フェリー版：「近所で買えるものが多い」「お土産物があまりなかった」「商品の数が少ない」「宅配サービスがない」などのコメントが複数

● 観光の楽しみ方

- ・ららぽーと和泉版：「子どもと来たい」など市内のみ再訪するコメントが複数
- ・インバウンド版：「出張でリアーナの体験販売があると良い」「韓国では堺については教科書でよく紹介されているのでなじみがある」などのコメントあり
- ・阪九フェリー版：「岸和田や高野山、和歌山の温泉等とのタイアップ」「フェリー近くに観光施設がほしい」「他県との共催で組み合わせが良い」など、他都市と一緒に楽しみたいというコメントが複数

各観光施設等において、良い評価を得た点と、改善点の指摘、評価されなかった点を整理すると以下の通りになっています。

観光施設等	良い評価	改善点の指摘、評価されなかった点
リアーナ	・体験プログラムは高得点（ららぽーと和泉 4.7 点、インバウンド 5.0 点、阪九フェリー 4.4 点） ・体験については、属性問わず「体験が楽しい」「アドバイスが丁寧で親切」「自分で作ったものが持ち帰られるのが良い」などのコメント ・買物については、「手頃な値段で購入できるのが良い」「思ったより製品が良い」などのコメント	・各参加者とも、参加前の評価点が低い ・体験の指摘として、「完成見本があるとやりやすい」「老眼で苦労した」などのコメントあり ・買物する場所での指摘として、「質が良くみえない」「時間がない」「色数が少ない」「売場が狭い」「鏡が少ない」などのコメントあり ・「観光でわざわざここまで来ない」とのコメント（インバウンド版） ・「休日も開館すべき」とのコメント複数
信太森 葛葉稲荷神社 ※ららぽーと和泉版、阪九フェリー版のみ	・「歴史を感じる」「宮司さんの説明が良い」「楠木が立派」「特別に抱き石に触れられてよかった」などのコメント	・阪九フェリー版参加者の評価点が低い（3.5 点） ・「道幅が狭い」「説明をゆっくりして」などの指摘 ・雨天での参加者からは「対応が不十分」とのコメント複数（雨の日を見据えた対応策が必要?） ・授与品の購入者が少ない
道の駅いずみ山 愛の里 ※ららぽーと和泉版、阪九フェリー版のみ	・「安い」「新鮮」「地元産が豊富」などのコメント	・他施設と比べると満足度の評価点が低く、期待度から評価点を下げている（ららぽーと和泉 3.3 点、阪九フェリー 3.2 点） ・阪九フェリー版参加者から、「お土産類が足りない」「宅配サービスあることを分かりやすく表示すべき」のコメント複数 ・他の道の駅と比べて小さい。逆にそれを活かしたもの ・その他、「特徴が見られない」「商品の数が少ない」「惣菜類があまりない」「近所でも買える」
屋食（さぬきや） ※ららぽーと和泉版、阪九フェリー版のみ	・各参加者とも参加前の評価や期待度が高い ・「味が良い」「古代米の団子が美味しい」「うどんが美味しい」などのコメント	・「量が多過ぎる」のコメント多数 ・その他、「うどんが冷めていた」「うどんか鍋のどちらかで良い」などのコメント
屋食（心庵） ※インバウンド版のみ	・高得点（インバウンド版 4.9 点） ・料理の味や見た目に加えて、店内の内装・外観、地産地消であることも高評価を得ている	・情報発信強化のニーズあり（例えば、堺のホテルなどからのアクセスなど）
屋食（うお健） ※ららぽーと和泉版のみ	・高得点 ・料理の味、地産地消であることに高評価を得ている	・「料理を出すタイミングが遅い」「同じテーブルの人と料理を取り皿に分けるスタイルが良くない」のコメント多数

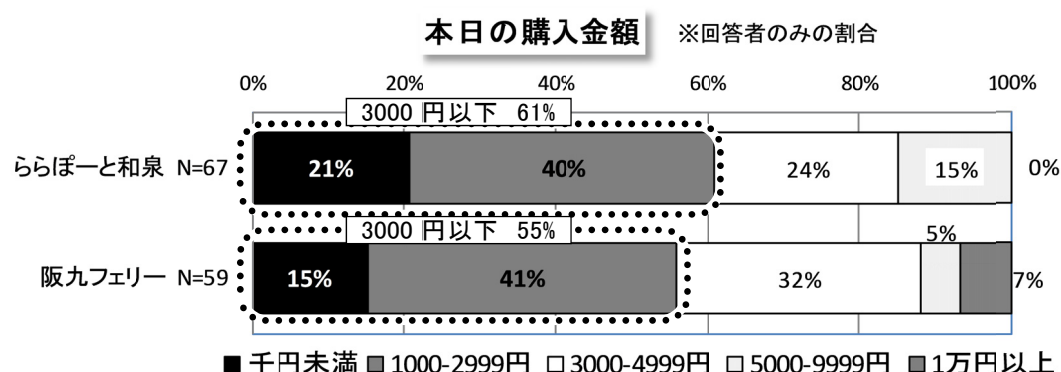
* 屋食メニューについては、さぬきや、心庵は和食、うお健は中華料理を提供

観光施設等	良い評価	改善点の指摘、評価されなかった点
和泉市久保惣記念美術館 ※インバウンド版、阪九フェリー版のみ	・ <u>高得点</u> （インバウンド版 4.9 点、阪九フェリー版 4.5 点） ・展示品、建物、庭園、学芸員による説明、喫茶コーナーなど、総合的に高評価	・「 <u>時間が足りない</u> 」とのコメント多数 ・ <u>情報発信強化のニーズ</u> あり。また、作品が難解など作品の分かりづらさの指摘も ・アクセスの悪さの指摘あり
和泉リサイクル環境公園 ※ららぽーと和泉版のみ	・「 <u>コスモスがきれい</u> 」「 <u>花の咲いている時期に再訪したい</u> 」「 <u>環境について考えた</u> 」などのコメント	・「 <u>お花が終わっていて残念</u> 」とのコメント複数
松尾寺 ※インバウンド版、阪九フェリー版のみ	・「 <u>紅葉がきれい</u> 」「 <u>散歩には良い</u> 」「 <u>日本らしい庭園が綺麗</u> 」「 <u>楠木が立派</u> 」「 <u>ガイドの説明が良かった</u> 」などのコメント	・「 <u>紅葉が進んでいなくて残念</u> 」とのコメント複数 ・「 <u>境内に向かう階段がしんどい</u> 」との指摘あり ・「 <u>ただのお寺</u> 」の印象、という指摘あり
ららぽーと和泉 ※ららぽーと和泉版のみ	・ <u>30・40 歳代より「良く来ている」「楽しかった</u> 」などのコメント	・ <u>年配の方より「広すぎて購入しづらい</u> 」とのコメント複数

④土産物開発の必要性

ららぽーと和泉版、阪九フェリー版の参加者は、購入金額を回答した人の中では、3000 円以下がともに半数以上を占めており、購入額が少なくなっています。

特に、阪九フェリー版の参加者からは「思っていた土産物等の購入ができなかった」という指摘が多く見られており、観光推進に向けて土産物の開発や販売方法が課題であることが明らかとなりました。

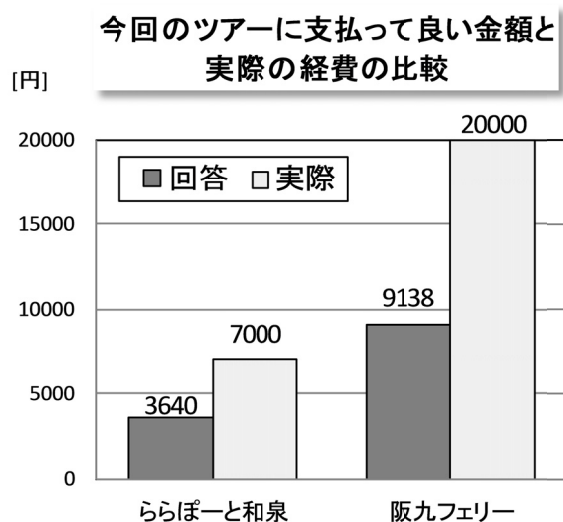


【阪九フェリー版の参加者からの土産物に関する回答例】

- お土産屋さんが少ない
- 全ての施設で土産所が少ない
- 他県にも持って行ける銘菓を作るべき
- お土産物（お菓子、名産品）を増やしてほしい
- 子どもや孫への土産がない
- 買うものがなかった
- 和泉市の土産物として「これ」というものを教えてもらいたかった

モニターツアーに支払える金額としては、ららぽーと和泉版、阪九フェリー版については、定価の5割程度に止まる安価な評価となっており、このことから、それらのモニターツアーは、観光商品として評価されたとは言い難い状況にあるものと考えられます。

また、観光商品として評価されるためには、和泉市が観光を楽しめる地域であることの認知度アップに向けた情報発信や、各観光施設におけるクレームへの対応等による観光資源の魅力度アップなど様々な課題があり、それら課題への対応に向けて、段階を踏んだ観光振興プログラムの開発が必要であると考えられます。



(5) 観光の視点から見える和泉市の強みと弱み

観光の視点から見える本市の強みと弱みとして、各種調査や本市の観光を取り巻く状況、プロジェクトチームでの意見等より以下のようにまとめられます。

① 観光の視点から見える和泉市の強み

多種多様な観光資源があり、中には唯一無二なものもある

市内集客施設でのマーケティング調査において、本市内に来訪する人の多くは様々な特産品や観光施設等に対し、関心を持っていることが分かりました。

また、モニターツアーにおいては、真珠とガラスのアクセサリーづくり体験と、和泉市久保惣記念美術館については、参加後の評価が高く、なおかつ再訪したい観光施設として多く回答されており、本市の核となる観光施設として、取組を充実させることが有効であると考えられます。

市内への来訪者が増加している

平成26(2014)年にオープンしたららぽーと和泉及びコストコ和泉倉庫店により、車で市内へ来訪する人が大幅に増えるようになりました。

また、観光施設等のアンケートにおいて、67%が最近3年間で観光客数は増加傾向にあります。

市内施設や周辺環境などにおいて、観光振興の機運が高まりつつある

本市内全域での観光推進の取組について、観光施設等の67%が「観光ルートの開発・実施」について、同73%が「市内観光施設等との連携によるPR」について、それぞれ参加意向があると回答しており、7割前後の観光施設等は観光推進への取組に参加意向があると考えられます。

また、関西地域におけるインバウンドを含む観光客の増加や、宿泊客の増加による大阪府内の客室稼働率の大幅アップとなっており、本市周辺に観光客が集まってくる傾向が見られます。

和泉市のイメージは比較的良好である

本市について、良くないイメージを持っている人は少なく、良いイメージを持つ人は45%に及び、中でも本市を知っている人に限定すると、58%と過半数が良いイメージを持っています。(参照：19 ページ左上表)

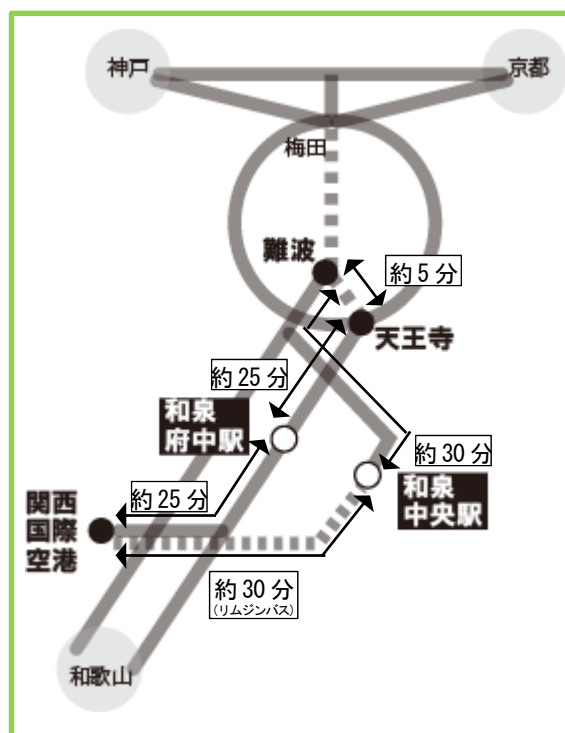
良いイメージを持つ理由としては、「自然、いなか」「住宅地」「発展している」「商業施設がある」「きれい」「野菜」などがあげられています。

大阪都心部の集客エリアや交通ターミナル等へのアクセスが良好である

本市の北西部にある和泉府中駅からは、関西各地を結ぶターミナル駅でもあり、大勢の観光客が集まる難波（ミナミ）及び天王寺の界限と、日本及び世界各地を結ぶ空のターミナルである関西国際空港には、それぞれ電車により30分前後でアクセスできます。

また、15の観光施設等では、大型バスの駐車可能な施設及び50台以上の車が駐車可能な施設はともに67%に及び、車でのアクセスが便利であると考えられます。

さらに、平成28年度末の鍋谷峠道路の開通により、柿・桃・ぶどうをはじめとする多種多様な果物が特産品であるかつらぎ町や、欧米系の外国人に人気が高い高野山方面との連携による観光プログラムの開発等も期待できます。



②観光の視点から見える和泉市の弱み

集客力の高い観光資源が少ない

15 の観光施設等の中で最も年間観光客数が多いのは和泉リサイクル環境公園の35万人で、第2位以降は10万人前後かそれ以下に止まり、年間観光客数150万人をめざす本市としては、集客力を牽引する観光資源が弱い状況にあります。

主要観光施設の年間観光客数〔人・上位5位〕

350,000	和泉リサイクル環境公園
111,790	池上曾根史跡公園
90,000	槇尾山 施福寺
65,000	大阪市立信太山野外活動センター
61,041	大阪府立弥生文化博物館

独自性の高い土産物、グルメが少ない

15 の観光施設等の60%に併設店舗等を有するものの、それら施設を中心にツアールートに組み込んだモニターツアーでは、「土産物が少ない」「買い物ができなかった」といった意見が多く、土産物の開発や販売促進が求められています。

また、モニターツアーにおいては、いずみ山愛の里での農産品・加工品に対しては「買って帰りたいものがない」と言うコメントが、昼食においては「独自性を感じられなかった」というコメントがそれぞれ見られ、例えば、写真撮影してSNSに掲載したくなるような、観光客にインパクトを与える独自のグルメの発掘・開発が求められています。

観光施設等における「おもてなし」体制が整っていない

モニターツアーにおいて、観光施設等の提供サービス等に対し、参加者や関西を拠点に活動する観光プロデューサーから様々な不満や問題点に関する指摘があり、観光施設等における観光客の立場に立った「おもてなし」体制づくりが求められています。

【モニターツアーにおける「おもてなし」体制について】

- * モニターツアーに同行した際には、観光客に対する細かな配慮が欠けているように感じました。例えば、カバンの置く場所や、コートを掛ける場所、食事の時の食べ物が出てくるタイミングなどが挙げられます。
- * 「おもてなし」の心構えとして、それぞれの観光施設が最低限のマナー・対応は必要です。観光客に、それぞれの観光施設のファンになってもらわないと、継続して観光客が来るまちにはならないものです。
- * そのためには、まずは人気の観光地がどんな「おもてなし」を実践しているのか、観光客の立場になって見に行くと、何をやるべきかが見えてくるはずです。
(観光プロデューサー・オダギリサトシ氏の意見)

観光インフラが不十分

本市内の宿泊施設はビジネスホテル等の大型施設がなく、本市内に観光で訪れた人は周辺地域などで宿泊せざるを得ない状況です。

また、モニターツアーにおいて、トイレや飲食店の駐車場、標識等についての問題などの指摘がみられ、観光に関するインフラ整備が求められています。

観光施設等が知られていない

本市内の集客施設において、市内から概ね半径 15km 圏外の都市からの来訪者では、本市について知っている人は 25%に、特産品について知っている人は 43%に、観光施設等について知っている人は 25%にそれぞれ止まっています。

また、モニターツアーにおいて、本市の地域を知っていたと回答した人は、らぼーと和泉の利用者等で 34%、九州方面からの来訪者で 23%、韓国からの来訪者で 20%にそれぞれ止まり、本市や市内の観光施設等についてはあまり知られていないことが明らかとなりました。

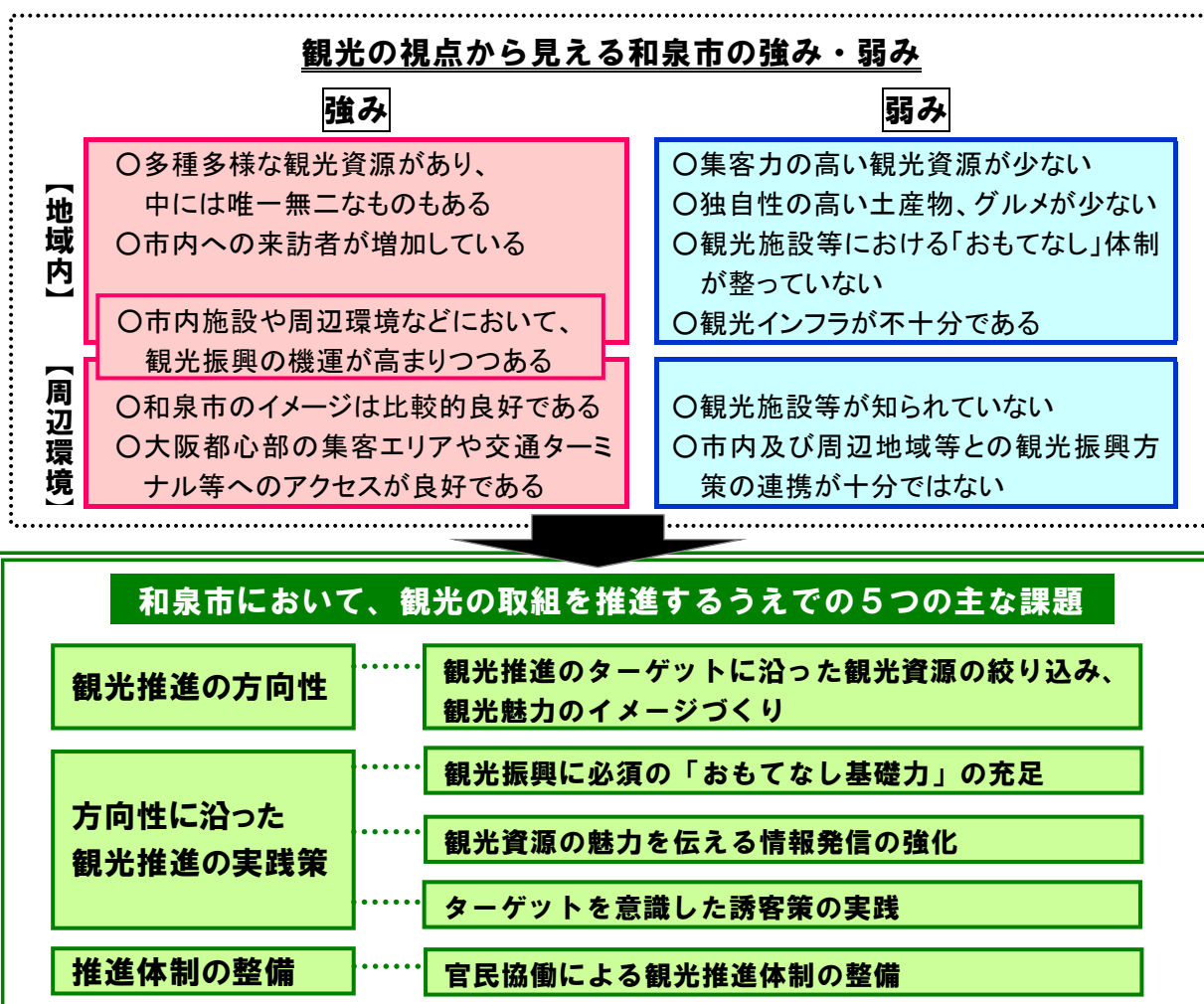
市内及び周辺地域等との観光振興方策の連携が十分ではない

市内集客施設への来訪者のうち、本市内の観光施設に立ち寄る人は 30%に満たず、集客施設と観光施設との連携が不足しているものと考えられます。

また、モニターツアーにおいて、九州方面及び韓国からの来訪者については、「大阪府下の周辺地域と一緒に観光を楽しみたい」という声が多く、周辺地域等との観光振興方策の連携が求められています。

(6) 和泉市観光の課題

(5) で整理した強み・弱みから、主に 5 つの課題にまとめました。



観光推進のターゲットに沿った観光資源の絞り込み、観光魅力のイメージづくり

人造真珠やガラス細工、和泉市久保惣記念美術館をはじめ、本市内には多種多様な観光資源があるものの、多くの観光資源は認知度が低く、集客力があまり高くない状況から、「和泉市の観光魅力とは何か」というイメージを明確に打ち出せていないという課題があります。

観光推進の方向性を明確にするためにも、和泉市内の観光資源について、均一に紹介・情報発信していくのではなく、どんな観光客に来てもらいたいのかというターゲット設定と、それらターゲットに対して特に売り出したい観光資源を絞り込むなどして、イメージづくりを行うこと、すなわち「和泉市の観光スタイル」を形成することが必要です。

観光サービスに必須の「おもてなし基礎力」の充足

観光客に喜ばれる観光サービスを提供する体制や、宿泊施設やトイレや飲食店の駐車場、標識等の観光インフラの提供が十分ではない状況から、観光サービスに必須である「おもてなし基礎力」を充足するという課題があります。

また、観光客に喜ばれる地域独自の土産物やグルメが少なく、開発・販売促進も必要です。

観光資源の魅力を伝える情報発信の強化

和泉市内及び周辺への来訪者が増えているという地域の強みを活かし、すでに来ている人に地域の観光魅力を知ってもらうために、来訪者の特性やニーズに沿った手法を選択し、情報発信を強化することが課題となります。

一方で、「和泉市の観光魅力とは何か」を知ってもらうためには、主要な観光魅力を中心に、パンフレットやインターネット等、各種メディアなどあらゆる媒体を活用して、PRすることも必要となります。

ターゲットを意識した誘客策の実践

集客エリアや交通ターミナル等とのアクセスが良好であるという強みを活かし、「いつも来る人」や「和泉市内／付近を通過する人」を意識して、以下のようなターゲットに絞って、いろんな観光魅力を発見・体感してもらうための誘客策を実践していく必要があります。

- ららぽーと和泉、コストコ和泉倉庫店、いずみ山愛の里などの市内商業施設の利用者
- 周辺の都市・地域への来訪者
(大阪市内～大阪南部、和歌山県北部の観光地など)
- 外国人観光客（関西国際空港からの訪日客、難波や天王寺への来訪者）

官民協働による観光推進体制の整備

観光振興の機運が高まりつつある市内施設や周辺観光の状況を活かし、市内の観光等施設や地域住民、さらには周辺で観光施策を展開している都市等と連携しながら、多くの主体で観光を盛り上げていく体制づくりが必要です。

第3章 観光振興のめざす姿と戦略

第1節 和泉市の観光ブランドづくりに向けた観光魅力のあり方

(1) 和泉市における観光振興の将来像、方向性

第2章で整理した本市における観光の視点から見える強み・弱み、観光振興の課題より、観光振興の将来像としては、以下の通りです。

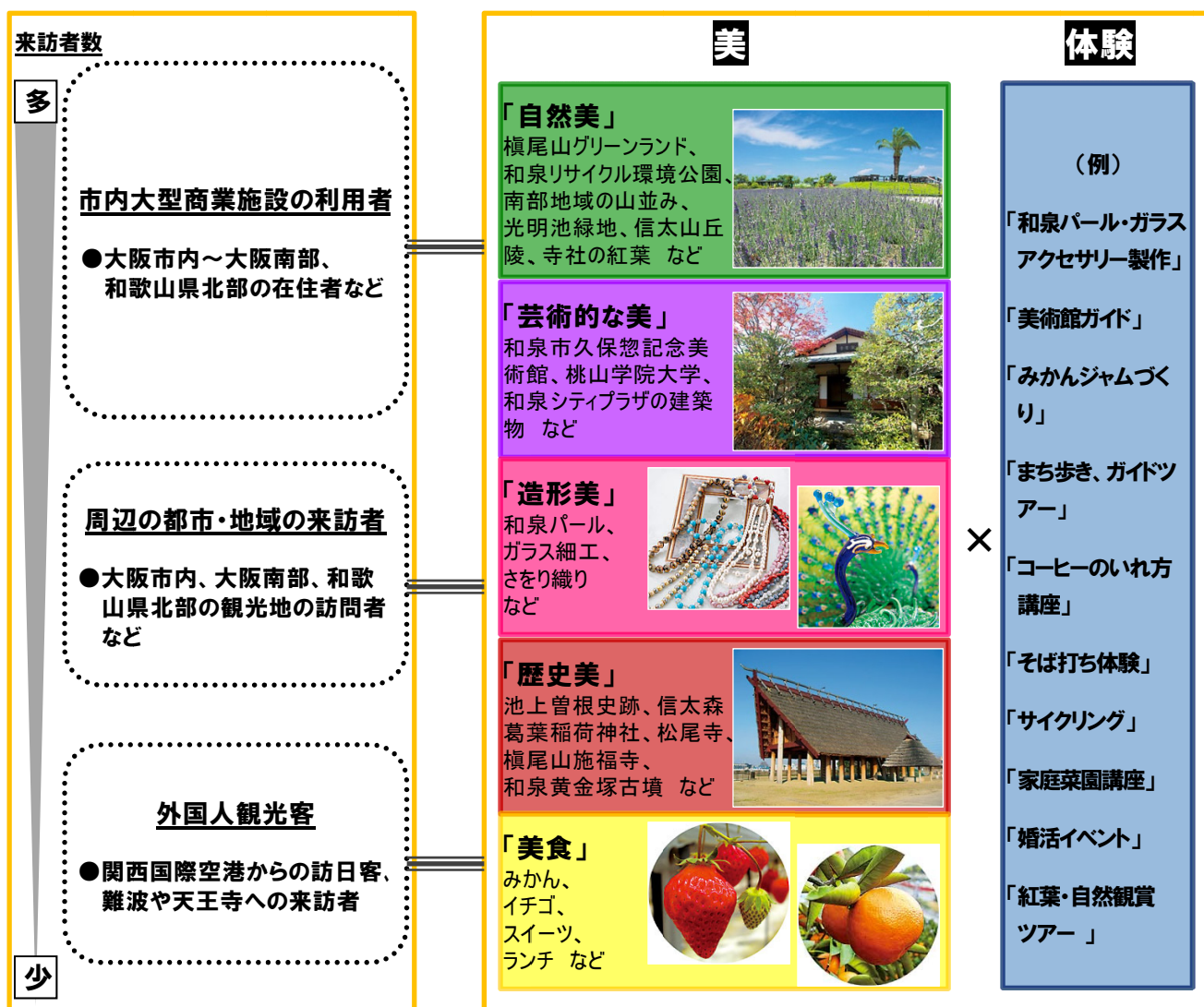
「和泉市で楽しめる観光スタイル」のイメージ

「和泉市久保惣記念美術館」「和泉パール・ガラス」の2点を観光の主要資源として、いつも来る人や和泉市内／付近を通過する人を意識しつつ、さまざまな「美」と「体験」を提供します。

「ちょっと足を延ばせば新しい発見・思い出ができるトカイナカ 和泉」

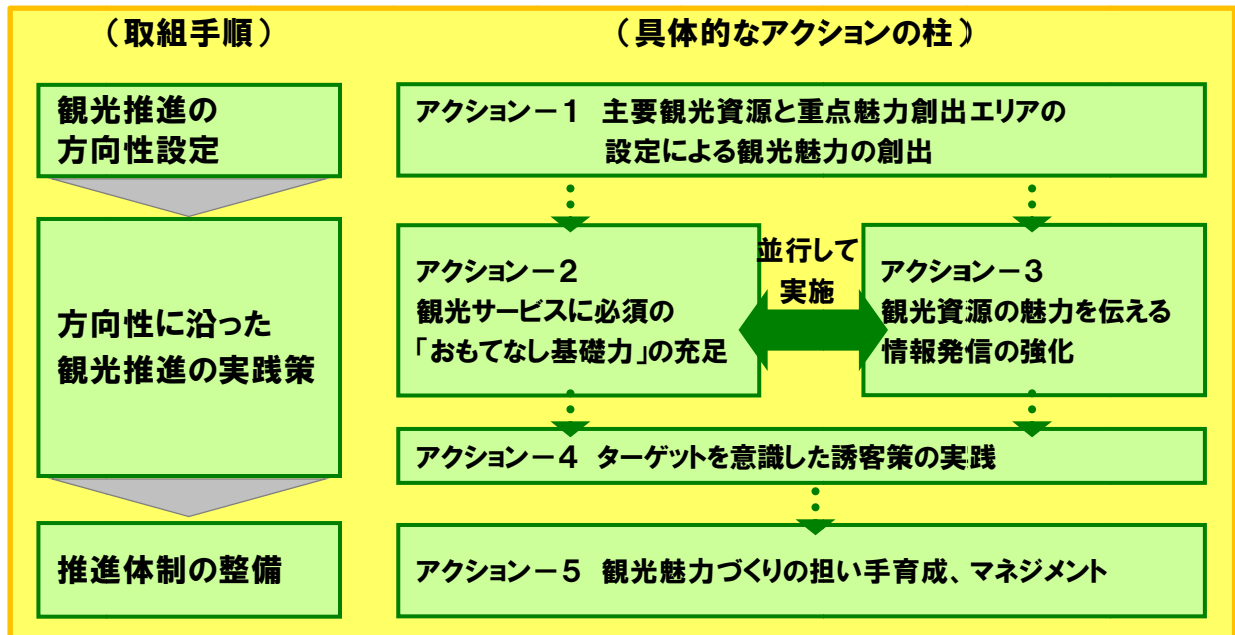
【誘客ターゲット】

【提供する観光魅力】



（２）観光振興の基本的な考え方

本市の観光ブランドづくりに向けて、取組手順を持って以下の５点のアクションを行います。



第２節（アクションー１）主要観光資源と重点魅力創出エリアの設定による 観光魅力の創出

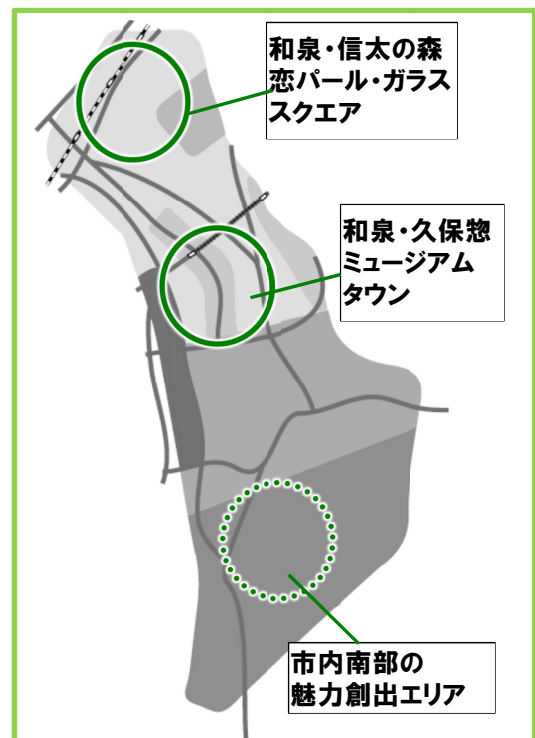
（１）主要観光資源と重点戦略エリアの設定

モニターツアー参加者をはじめとする、利用者からの評価が高い「和泉市久保惣記念美術館」と「和泉パール・ガラス細工」を和泉市観光の主要資源に設定し、重点的に魅力の創出・発信を行います。

また、それら２つの主要資源に関する施設が立地し、観光資源が集積するエリアを魅力創出エリアに設定し、２つのエリアにおいて、エリア全体をミュージアムと捉えます。各エリアでは、春夏秋冬の季節ごとに訪れて楽しめるような各施設における体験プログラムやイベント等の仕掛け、エリア内を回遊しやすくするための様々な取組を行います。

２つのエリアにおける年間観光客数として、５０万人（約１３７０人／日）達成をめざします。

さらに、将来的には、槇尾川ダムの跡地を拠点として、自然豊かでなおかつ農産物が収穫される市内南部の魅力創出エリアの形成も視野に入れて、２つの魅力創出エリアの観光客増加に向けた魅力創出に努めます。

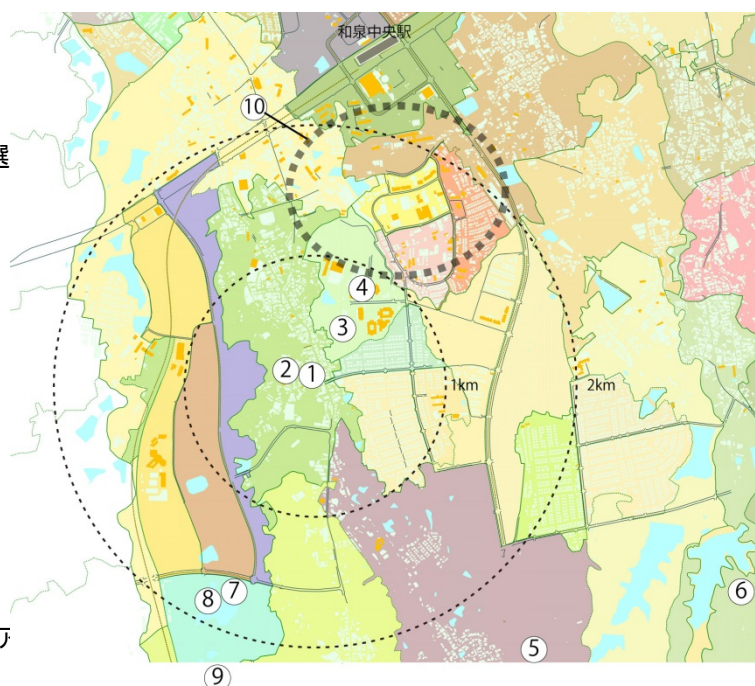


2つのエリアに集積する観光施設

第1のエリア「和泉・久保惣ミュージアムタウン」

和泉市久保惣記念美術館を中心に概ね半径2kmの地域

- ①和泉市久保惣記念美術館
- ②ひつじ公園
(遊歩道は大阪府クールスポット100選)
- ③和泉市いずみの国歴史館
- ④桃山学院大学
- ⑤松尾寺(クスは大阪府天然記念物)
- ⑥和泉リサイクル環境公園
- ⑦ららぽーと和泉
- ⑧コストコ和泉倉庫店
- ⑨テクノステージ和泉
(南大阪最大級のものづくり産業集積地域)
- ⑩のぞみ野、はつが野の飲食店・雑貨店等
□企業等によりホテルの誘致活動がエリア内で進展



第2のエリア「和泉・信太の森恋パールガラススクエア」

J R 阪和線信太山駅を中心に
概ね半径2kmの地域

- ①リアーナ
(和泉パール、ガラス細工)
- ②佐竹ガラス
(歴史的な工場は国の登録有形文化財)
- ③信太森葛葉稲荷神社
(陰陽師・安倍晴明「葛葉伝説」の舞台)
- ④池上曾根史跡公園(国指定史跡)
- ⑤大阪府立弥生文化博物館
(日本唯一の弥生時代をテーマにした博物館)
- ⑥弥生の里温泉(市内で唯一の温泉)
- ⑦信太の森ふるさと館(信太の森周辺の伝統や文化、自然を紹介)



市内南部の魅力創出エリア

- 榎尾山、榎尾山グリーンランド、ダイヤモンド・トレール、満願の滝
- 寺社(榎尾山施福寺、阿弥陀寺、鳳林寺)
- いずみふれあい農の里、いちご・みかん狩りサービスを行っている農家など
- 郊外にある人気店舗(パン屋、ガラス工芸店、国華園、葉菜の森 など)
- サイクリングコース

※地図2枚は、基盤地図情報(国土地理院)を加工して作成

（２）年間を通じた体験プログラムや集客イベントの開催

●エリアマップの作成・配布

２つの拠点エリアにおける魅力やまちあるきルートを記載したエリアマップを作成します。マップには、地域のストーリーを伝えられる記事を加えるなど、マップの利用者に親しみを持ってもらいやすい誌面工夫を行います。

作成したマップは、エリア内の観光施設や集客施設等に設置するほか、インターネットでダウンロードできるようにすることで、多くの人に手に取ってもらえるような工夫を行います。

●エリア内の観光施設における、体験プログラムなどの仕掛けづくり

エリア内の各観光施設において、「体験」「観賞」などのミュージアム機能を高めるため、エリア内を中心に、商店等も含め、市内各地で多種多様な体験プログラムや各種講座が実施できるよう、企画検討や各施設への働きかけなどを行います。

また、リアーナと和泉市久保惣記念美術館をメイン会場として、これらの体験プログラムや各種講座を一斉に実施する期間「(仮)いずみ観光WEEK」を設けるなど、工夫した仕掛けづくりを行います。

[具体的な取組例]

- ・リアーナでのアクセサリ製作体験会の定期開催
- ・和泉市久保惣記念美術館での学芸員による週末ガイドの定期開催
- ・みかんジャムづくり体験
- ・重点魅力エリアでの定期的なガイドツアーの実施
- ・人気カフェでのコーヒーのいれ方講座
- ・そば打ち体験
- ・山間部を含め、市内各地を巡るサイクリング・イベント
- ・野菜農家での家庭菜園講座
- ・南部の古民家を活用した民泊体験 など

●季節ごとのエリアイベント等の企画・開催

春夏秋冬のいずれの季節に訪れても楽しめるよう、流行のプログラム等も取り入れながら、様々なエリアイベント開催に向けた取組を行います。

[具体的な取組例]

- ・信太森葛葉稻荷神社でのお参りを含めた婚活イベント[第２のエリア]
- ・秋の紅葉・自然観賞ツアー [第１のエリア] など

（３）重点戦略エリアの回遊性向上に向けた取組

●市内パーキングマップの作成

主要な観光施設や民間駐車場との提携により、本市内の駐車場をプロットしたパーキングマップを作成し、市内及び周辺地域における大規模商業施設や道の駅、高速道路のＳＡやＰＡに配架に向けた取組を行います。

●民間駐車場等との提携によるカーシェアリング形式のレンタカーの運行

民間駐車場等との提携により、本市内の駐車場で乗り捨て可能なカーシェアリング形式のレンタカーを運行するなど、公共交通機関で本市内や周辺地域を訪れる観光客やインバウンド客の回遊性向上に向けた取組を行います。

●超小型観光レンタカーの導入

自動車メーカーや地域の販売事業所等と連携し、エリア内を回遊できる最新型の超小型電気自動車のレンタカーの導入に向けた取組を行います。

●レンタルサイクルの活用

細街路が多く、車の交通量が少ない第2のエリアには、レンタルサイクルで回遊しやすいよう、エリア内の主要な観光施設に専用駐輪場を設置するなど、活用の充実にに向けた取組を行います。

●エリアでの統一サインの表示

レンタカーやレンタルサイクルのほか、自家用車等で2つのエリアに訪れる人が観光施設の位置関係や各施設の魅力を把握しやすいよう、各エリアでオリジナルの統一サイン表示を設置に向けた取組を行います。

サインには、海外からの観光客も内容が理解できるよう、各施設の名称や見どころ、エリア内の位置図、周辺施設との距離などを、日・英・中・韓の4か国語で表記します。

第3節（アクションー2）観光サービスに必須の「おもてなし基礎力」の充足

（1）サービス・スキルの向上

●観光施設を対象とした「おもてなしセミナー」の開催

本市内の観光施設の受付担当者や管理者、飲食店等の店舗スタッフなどを対象に、観光サービス業界で実績をあげている専門家や接客マナーのインストラクター、フリーアナウンサーなどを講師に迎え入れて、「おもてなし」について学ぶ連続講座「おもてなしセミナー」を開催し、観光施設として望ましい接客の仕方について学ぶ機会を設けます。

また、市内の各種事業者の特に新入社員などの若手社員を対象に、「おもてなしセミナー」を開催することで、地域全体の「おもてなし基礎力」の向上を図ります。

●観光施設を対象とした「観光マーケティングセミナー」の開催

観光プロデューサーやマーケティングの専門家等を講師に迎え入れて、魅力的な体験プログラムや見せ方の開発など、多くの観光客が施設に来訪する仕掛けづくりを身に付けていただく演習型の連続講座「マーケティングセミナー」を、毎年開催に向けて取組を行います。

●観光サービス提供者向け「(仮)いずみ観光サービス手引書」の作成

観光施設の受付担当者や管理者、和泉観光ボランティアガイド、観光サービスの提供に関心がある事業者などを対象に、観光サービスを提供する上で必要な取組・工夫や、和泉市の観光に関する必須情報を網羅した「(仮)いずみ観光サービス手引書」を作成し、各種観光サービス講習の際などに配布します。

また、初年度の「おもてなしセミナー」の際に、チェックシートを作成するワークショップを実施することで、市民協働で手引書作成に努めます。

[「(仮)いずみ観光サービス手引書」掲載内容例]

- ・和泉市の主要観光施設、観光魅力
- ・観光サービス チェックシート（最低限の取組）
- ・満足度の高い観光サービスを提供する上での有効な工夫・アイデア事例
- ・各種相談窓口 など

●モニターツアーによる実践訓練など

本市内の観光魅力を発信するモニターツアーの開催時などに、観光プロデューサー等の協力を得て、「(仮)いずみ観光サービス手引書」のチェックシートを用いてサービスの質に対する評価を行い、指導することで、観光施設の提供サービスや、観光に携わる人たちの人材育成を行います。

（２）インフラ整備

●観光施設内での観光インフラ整備

観光客が気持ちよく観光を楽しめるよう、ユニバーサルトイレや駐車スペースの確保に努めます。

また、インフラに必須の設備や消耗品の充足、清潔感の担保に向けて、観光施設が活用しやすいチェックシート（ひな型）を作成します。

●交通アクセスの改善

本市内の観光施設は公共交通機関でのアクセスが便利ではないものが多いため、観光客の多いシーズンや曜日には、バス会社やタクシー会社等との提携により、アクセス改善に努めます。

- 例．・和泉中央駅周辺ルート
・寺社、歴史めぐりルート

●各種パンフレット・チラシの作成

2つの魅力創出エリアのマップのほかに、観光客が市内の観光施設やイベント等へ訪問しやすくなるような、各種パンフレット及びチラシを作成します。

また、海外からの観光客に利用してもらうよう、日・英・中・韓の4か国語で作成に努めます。

[具体的な取組例]

- ・和泉のおみやげ 購入スポットマップ

- ・体験プログラムが提供できる観光施設マップ
- ・サイクリング／トレイル、ドライブなどのルートマップ

●観光サービスの充足に向けた観光施設への支援

各観光施設等が満足度の高い観光サービスを提供できるよう、施設タイプごとに必要な観光サービスをリストアップし、充足するよう施設に働きかけます。

[具体的な取組例]

- ・買い物客向けの宅配サービスの提供、情報発信
- ・駐車場のない施設での周辺事業所等の駐車場の利用提携・コーディネート

(3) 土産物・ご当地グルメの開発・販売促進

●産品開発のコーディネータ等との土産物の開発・販促

特産品の事業者を対象に、特産品開発を実践している地域内外のデザイナーやプロデューサーを迎え入れ、新しい特産品の開発を行います。

また、観光客が写真に撮りたくなるような、また、土産物が持ち帰りやすい商品づくりに向けて、ユニークな外観の商品・メニューの開発やパッケージデザインへの配慮等により、商品のオリジナリティ創出を重視し、多くの観光客に関心を持ってもらえるような土産物の開発・販売促進に努めます。

●主要観光施設等における販売コーナー設置

2つの魅力創出エリアの観光施設や、主要観光施設（p.48）、駅前や郊外の大規模商業施設などにおいて、市内の特産品の販売コーナーを設置し、特産品が気軽に購入できる環境を提供します。

また、観光客が購入しやすいよう、地域の土産物や特産品の販売を行う民間業者に委託して、人気の特産品や季節商品等を中心とした品揃えや、買いやすい空間・しつらえの工夫、販売実績が把握・分析できるシステムの構築などに努めます。

●土産物のカタログ・ウェブの作成、インターネット販売の強化

本市内の特産品や人気商品の魅力を分かりやすく・広く伝えるため、本市の土産物を紹介するカタログを作成し、市内の観光施設や鉄道駅、大規模商業施設等に配架するほか、ホームページ上でも確認できるようにします。

また、民間業者等による特産品のインターネット販売の導入に向けた支援を行います。

●市内外の商業施設における物産展・催事販売

本市内外の大型ショッピングセンターや百貨店において、本市の特産品や人気商品を販売し、本市内の観光魅力を情報発信する物産展・催事販売を企画・実施するよう、催事販売会社や商業施設への働きかけを行います。

第4節（アクションー3）観光資源の魅力を伝える情報発信の強化

（1）主要観光施設等の重点的なPR展開

●主要観光施設等を紹介するホームページの再構築

主要な観光施設やおみやげ、体験プログラムの魅力や、飲食店やイベント・見どころスポットの紹介、交通アクセスや施設等の緊急情報の発信を総合的に紹介するホームページの再構築を行います。

中でも、主要資源である「和泉市久保惣記念美術館」「和泉パール」など、独自性の高い観光資源については、魅力を発掘し詳しく伝えるための特設ページを設けるなどにより、魅力発信に努めます。

ホームページ構成案

→観光施設の紹介

→グルメ情報、お土産情報の紹介

→各種体験プログラムの紹介

→市内で開催されるイベント情報、旬の見どころスポットの紹介

→交通アクセス、周遊交通の紹介

→緊急情報等のお知らせ（臨時休館、交通機関の乱れなど）

和泉市独自の観光魅力を伝える特設ページの例

→和泉パール、ガラス工芸の各業者・作家の事業内容、作品を紹介するページ

→和泉市久保惣記念美術館における所蔵品や特別展の魅力、展示解説の開催結果や市内小・中学生向け課外事業など各種活動を伝えるページ

→市内みかん農家の作付け工夫や味のこだわりを紹介するページ

●和泉市久保惣記念美術館の市内商業施設等での出張講座・出前展示など

主要施設である「和泉市久保惣記念美術館」の魅力を広く情報発信できるよう、市内の商業施設や物産展・催事イベントの会場において、同館学芸員による出張講座などを行います。

●「和泉パール」などアクセサリー製作体験の定期開催、製造現場見学会の開催

和泉パールやガラスを材料にしたアクセサリー製作体験をリアーナにて毎週開催することで、「和泉パール」の魅力を体感できる常設の場を設定します。

また、より深く製品魅力を伝える場として、和泉パールの製造所やガラス工芸のアトリエ等の協力を得て、市内の製造現場での見学・ミニ体験会を行うイベントを開催します。

（２）関連事業者・マスメディアと連携した情報発信

●多様な情報発信主体への営業展開

できるだけ多くの人に本市内の観光情報が届くようにするため、多様な情報発信主体への営業展開を行います。営業展開を行う際には、各主体の情報リリースに向けた準備スケジュール等を把握し、タイミング良く営業展開を進めます。

例・大手旅行会社（半期に１回、年４回のパンフレット発行に合わせて、４～９か月前から準備）

・テレビ局（放送日の約１週間～数日前に、旬の情報を準備）

●フィルム・コミッションの設立

年間観光客数 150 万人の目標達成に向けて、フィルム・コミッションを設置し、「大阪フィルムカウンスル」など周辺地域のフィルム・コミッション組織との連携を図りつつ、戦略的な撮影支援やロケ誘致活動を行い、作品を通じた本市の魅力発信に加えて、市内での観光・消費を中心とした集客及び地域経済の活性化をめざします。

第５節（アクションー４）ターゲットを意識した誘客策の実践

（１）車利用者向けの誘客策

●ららぽーと和泉等と連携した取組

平成 26 年にオープンしたららぽーと和泉やコストコ和泉倉庫店には、主に大阪府内の中・南部～和歌山県北部の居住者で、30・40 代のファミリーを中心とした幅広い年代が多数来訪されます。

また、同大型商業施設群の約 2km 南東には市内の農産品・特産品の販売所「いずみ山愛の里」があり、大阪府内の中・南部の 60～70 代を中心に来訪されます。

いずれの施設ともにリピーターが多く、市内屈指の集客施設となっています。

それら施設の来訪者に対し、本市の魅力を少しでも体感してもらい、繰り返し訪問してもらえるよう、ららぽーと和泉を中心に観光プロモーションを継続的に実施します。

[具体的な取組例]

・ららぽーと和泉、いずみ山愛の里での「(仮)いずみ臨時観光おもてなし処」の設置

（施設内インフォメーションセンターでの間借り、和泉市情報発信コーナーでの特設などにより、来訪者の多い週末に観光案内サービスを提供）

・ららぽーとイベント広場での本市の観光魅力を紹介するイベントの開催

（物産展、アクセサリ製作ワークショップ、和泉市の春夏秋冬 写真展など）

・ららぽーと和泉を拠点とした車利用者向けスタンプラリーの開催

●SA、PAにおけるプロモーション展開

車での利用者に本市の観光魅力のアピールに向けて、周辺地域のサービスエリア（SA）やパーキングエリア（PA）において、情報発信や土産物販売等を行うよう、各施設の運営管理機関等へ働きかけていきます。

[具体的な取組例]

- ・岸和田SA内（運営管理機関：NEXCO西日本）
（観光関連のマップ・パンフレットの配架、特産品の店舗販売、レストランでの本市の特産品メニューの提案、地域物産展コーナーでの物産展開催）
- ・泉大津パーキングエリア内（運営管理機関：阪神高速）
（観光関連のマップ・パンフレットの配架、特産品の店舗販売、レストランでの本市の特産品メニューの提案）
- ・SA、PAに設置される会報誌・情報誌への地域情報の掲載
（JAF「JAF MATE」、NEXCO西日本「遊・悠・West」などにおける本市内の観光魅力に関する特集ページや各種イベント紹介等）

（２）周辺の都市・地域への来訪者の誘客に向けた、広域観光の推進

●和歌山県紀北地域との連携による周遊観光プログラムの開発

平成28年度末に開通予定の国道480号鍋谷峠道路は、本市～和歌山県伊都郡かつらぎ町（以下、「かつらぎ町」という）間をトンネルが開通することによって、京奈和自動車道との接続もスムーズにする効果があります。

そのため、南横山・横山校区の南部地域について、京都府や奈良県、和歌山県方面からの新たな玄関口や、関西国際空港及び泉大津港から本市～和歌山県紀北方面を訪れる観光客の新たな玄関口として位置付け、友好姉妹都市であるかつらぎ町を中心に紀北地域との広域観光を進めていきます。

具体的な取組としては、本市の南部地域にある観光資源と、かつらぎ町と本市の南部地域を一つの魅力創出エリアとし、観光資源を効果的に活用し誘客を行うプログラムを開発し、将来的には、他の紀北地域（高野町、九度山町、橋本市、紀ノ川市など）への拡大を図ります。

[具体的な取組例]

- ・「(仮)和泉市／かつらぎ町 観光周遊マップ」の作成
- ・共通資源※をテーマとした観光イベントの開催
（フルーツ食べ放題ツアー、歴史巡礼ツアーなど。大型商業施設を拠点に）
- ・広域観光バス等の運行検討（和泉府中駅～和歌山県紀北地域）

※本市とかつらぎ町の共通資源

フルーツ、道の駅、温泉、巨樹、弘法大師（空海）、西国33札所寺院、貧女の一燈お照の墓

※本市特有の資源

美術館（和泉市久保惣記念美術館）、大型商業施設、国内屈指のシェアを誇る地場産業（和泉パール）

●泉州地域における観光連携

泉州地域で行う協働イベント時や地域の魅力発信において、和泉市観光の魅力情報を発信します。

また、「泉州観光プロモーション推進協議会」での連携体制を活かし、周辺地域との連携による観光プログラムの開発や誘致活動の推進を行います。

[具体的な取組例]

- ・堺市～本市～泉大津市での古代歴史ツアー
(大仙陵古墳をはじめとする堺市～本市の古墳群、池上曾根遺跡など)

(3) 外国人向け誘客策

●ターゲットとする国・地域の設定と、ターゲットを意識した誘客策

本市における外国人観光客のターゲットとしては、観光施設等から訪問者が多いとされる「韓国・中国・台湾」(特に女性が多い)を設定し、観光ターゲットのニーズに沿った取組を企画し、日本国内及び韓国の旅行業者等へ働きかけていきます。

[具体的な取組例]

- ・韓国女性向けツアープログラムの企画・運行
(「和」「美」をテーマに、和泉市久保惣記念美術館を中心とした高級感を感じさせるプログラムを作成)
- ・大阪市内を巡る定番の観光ルートでの和泉パール等のアクセサリ製作体験ワークショップ、出張即売会の開催
- ・韓国人が閲覧する観光口コミサイトへの戦略的な情報発信 など

●外国人観光客を迎え入れるための基礎的な外国人向け観光サービスの充実

基礎的な外国人向け観光サービスを充足し、本市を訪れる外国人が気持ちよく観光を楽しめるよう努めます。

[具体的な取組例]

- ・パンフレット・チラシ、ホームページの主要ページ、観光施設内の案内表示、魅力創出エリアの多言語表記(英・中・韓)
- ・観光施設・飲食店など、受入事業者を対象とした外国人向け研修の開催
- ・関西国際空港、大阪市内の観光案内所及びホテルでのパンフレット・チラシなど情報発信ツールの配架
- ・「泉州観光プロモーション推進協議会」によるインバウンドの観光振興策の検討、実践(外国語のパンフレット作成、ホームページ開設 など)
- ・観光施設、飲食店などのフリーWi-Fiの設置

第6節（アクションー5） 観光魅力づくりの担い手育成、マネジメント

（１）観光施設による連絡協議会組織の設置

- 「(仮称)いずみ観光施設連絡協議会」における市内観光施設等の人材・情報交流
本市内の観光施設、市の観光振興に協力的な飲食店等店舗により構成する連携組織「(仮称)いずみ観光施設連絡協議会」を設立し、会合開催などを行います。

[具体的な取組例]

- ・いずみ観光施設連絡協議会の会合開催（年２回程度。取組状況等を共有）
- ・２つの魅力創出エリアにおける部会の開催
- ・市内観光施設の管理者・従業員向け「和泉市内魅力満喫ツアー」の実施

（２）「おもてなし」力を備える観光ボランティア等の育成

- 和泉観光ボランティアガイド等の観光人材の育成

ターゲットとする観光客への満足度の高いガイドサービスの提供に向けて、全国各地で活躍している観光ガイドの達人による現地指導やガイド評価を行います。

また、「公益社団法人日本観光振興協会」で開催している全国から現役のボランティアガイドが交流する「観光ボランティアガイドリーダー研修会」への参加や、同協会が実施する「観光ボランティアガイド人材育成研修支援」を活用した研修会の開催により、観光ボランティアガイドの育成を行います。

（３）地域内外のサポーターづくり

- 和泉市ファンクラブのサービス拡充

現在実施中の和泉市ファンクラブについて、より多くの人に利用いただき、満足度の高い取組となるよう、サービスを拡充します。

[具体的な取組例]

- ・和泉市ファンクラブ対象の会員割引サービスの充実（店舗、観光施設など）

第4章 観光振興に向けた数値目標の設定

第1節 観光客数カウント方法の設定と観光客調査の経年実施

(1) 観光客、主要観光施設の定義

正確な観光客の把握に向けて、和泉市における観光客及び主要観光施設について、下記の通りに定義します。

【和泉市における観光客の定義】

「名所・旧跡めぐり、行楽、飲食、ショッピング、工場見学、市外からの参加者が多いイベント、校外学習、宿泊などの目的で、和泉市内の主要観光施設及び行祭事・イベントを訪れた人」

※観光庁における定義

観光庁では、「観光入込客」を「日常生活圏以外の場所へ旅行し、そこでの滞在が報酬を得ることを目的としない者（中略）観光地点及び行祭事・イベントを訪れた者（後略）」と定義しています。

【和泉市の主要観光施設の定義】

「観覧・見学、遊覧、レクリエーションなどの目的で、日常生活圏以外からの高い集客が見込まれる施設・場所」

※観光庁における定義

観光庁では、「観光地点」を「観光・ビジネスの目的を問わず、観光客を集客する力のある施設又はツーリズム等の観光活動の拠点となる地点を意味し、日常的な利用、通過型の利用がほとんどを占めると考えられる地点は対象としない」と定義しています。

※本市の場合、以下の施設は除外しています。

- ・買い物の主たる利用目的となっている施設

また、上記定義に従い、15の主要観光施設について、観光施設等（p.12）よりp.48の通り更新※します。

※観光の有識者・観光プロデューサー・観光施設の代表者で構成される「和泉市観光振興戦略プラン策定プロジェクトチーム」（p.50）などからの意見をもとに更新。

○追加した以下2施設については、モニターツアー（p.23～28）の設定ルートに含んでおり、参加者へのアンケート調査において一定の評価を得たことと、本プランにおいて今後積極的に誘客する施設として記載している。

- ・ 日本人造真珠硝子細貨工業組合展示場（リアーナ）
- ・ 道の駅いずみ山愛の里

○一方、以下2施設については、以下の理由により除外している。

- ・ いずみの国観光おもてなし処（あくまでも観光案内の入口であり、観光集客施設ではない）
- ・ 大阪府産業技術総合研究所（常時、一般的な観光客の受入をしていない）

(2) カウント方法のルール設定

正確な観光客の把握に向けて、以下のカウントルールを設定します。

【和泉市における観光客数のカウント方法】

①有料施設、入口が限定される施設：

チケット等の販売人数もしくは入口でのカウント数の聞き取り

②宿泊施設：宿泊施設からの宿泊数の聞き取り

③イベント等：主催者発表もしくは主催者からの聞き取り

④入口での把握が困難な観光地

◇駐車場の利用車両数からの換算

$$\text{車両台数} \times \frac{1}{2} (\text{車両往復}) \times 3 (\text{人※})$$

※車両の往路・復路のカウントを避ける。

また、車種ごとの平均乗車人数を乗ずる（大型バスの場合はその人数を別途換算）

◇敷地内の一定範囲でのカウントによる換算（年4回※開催）

$$\text{実施時間(40分)} \times 1.5 \text{ で1時間当たりの観光客数を算出し換算}$$

※観光庁 観光入込客統計に準ずる

第2節 観光客確保数の到達年次目標と主要な取組

第3章に記載した各アクションについて、「平成30年度までに主要観光施設への観光客を150万人にする」という目標の達成に向けて、今後の取組目標と、目標に見合う取組み内容をまとめます。

		平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度	平成 31 年度
	各年度の取組目標		観光商品づくり、 商品を広く発信する ための体制づくり	実験的試行、商品販 売の試行・検証、取 組拡大	取組実践、周辺地域 との連携推進	
アクションー１ 主要観光資源と重点魅力創出エリアの設定による観光魅力の創出						
	(１)主要観光資源と重点戦略 エリアの設定	設定 ○	地域内外への浸透に向けた取組推進			
	(２)年間を通じた体験プログラム や集客イベントの開催		プログラム開発等準備	開催		
	(３)重点戦略エリアの 回遊性向上に向けた取組		取組準備	試験的運行	事業化	
アクションー２ 観光サービスに必須の「おもてなし基礎力」の充足						
	(１)サービス・スキルの向上		企画準備	定期的に講習会を開催		
			手引書作成	配布・講習会等での活用		
	(２)インフラ整備		要求度の高いものから随時実施			
	(３)土産物・ご当地グルメの 開発・販売促進		取組準備	試験的運行	事業化	
			HP構築	カタログ等の作成	配布等情報発信	
			催事等の働きかけ	開催		
アクションー３ 観光資源の魅力を伝える情報発信の強化						
	(１)主要観光施設等の 重点的なPR展開		HP構築	開設		
			主要施設企画準備	実施		
	(２)関連事業者・マスメディアと 連携した情報発信		各機関への継続的な働きかけ			
アクションー４ ターゲットを意識した誘客策の実践						
	(１)車利用者向けの誘客策		働きかけ	実施可能なものから随時実施		
	(２)周辺の都市・地域への来訪者 誘客に向けた広域観光の推進		周辺の都市・地域への働きかけ	実施可能なものから随時実施		
	(３)外国人向け誘客策		旅行業者等への働きかけ	実施可能なものから随時実施		
アクションー５ 観光魅力づくりの担い手育成、マネジメント						
	(１)観光施設による連絡協議会 組織の設置		設置準備	会合の開催 など		
	(２)「おもてなし」力を備える 観光ボランティア等の育成		改善策検討	実施		
	(３)地域内外のサポーターづくり		既存制度の改善・拡充			

参考資料

1. 市内15主要観光施設（更新）

1	葛葉稻荷神社
2	日本人造真珠硝子細貨工業組合展示場（リアーナ）
3	信太の森ふるさと館
4	弥生の里温泉
5	池上曾根史跡公園
6	大阪府立弥生文化博物館
7	大阪市立信太山野外活動センター
8	和泉市久保惣記念美術館
9	和泉市いずみの国歴史館
10	和泉リサイクル環境公園
11	松尾寺
12	道の駅いずみ山愛の里
13	槇尾山施福寺
14	和泉市青少年の家
15	いずみふれあい農の里

2. 和泉市観光推進委員会名簿

[平成28年1月現在]

氏 名	職 名 等
立石 元義	和泉市観光推進委員会 会長
米田 豊	(株)エバース 日本人造真珠硝子細貨工業組合 顧問
西岡 渥美	和泉市商店連合会 顧問
植野 和雄	泉州織物工業協同組合 理事長
岡田 雅子	有限会社いずみの里 代表取締役
大宅 照夫	和泉商工会議所 副会頭
井阪 浩明	日本人造真珠硝子細貨工業組合 理事長
小林 誠	泉北高速鉄道株式会社 経営企画室課長
岩崎 賢司	西日本旅客鉄道株式会社和泉府中駅 駅長
宇野 紀史	(株)ジェイコムウエスト堺局和泉・泉大津局南大阪局 和泉・泉大津センター長
井上 接雄	南海バス株式会社 光明池営業所 所長
谷川 正幸	大栄環境株式会社和泉リサイクル環境公園 園長
東川 環	和泉観光ボランティアクラブ 会長
奥村 康生	和泉市観光推進委員会 副会長 和泉青年会議所 理事長
中尾 清	和泉市観光推進委員会 副会長 大阪観光大学 名誉教授
角谷 嘉則	桃山学院大学経済学部 准教授

3. 和泉市観光振興プラン及びモニターツアープラン策定業務
プロジェクトチーム名簿

[平成28年1月現在]

氏 名	職 名 等
中尾 清	大阪観光大学 名誉教授(元・観光学部長)
オダギリ サトシ	株式会社インプリージョン 代表取締役(旅行業登録)
井上 接雄	南海バス株式会社 光明池営業所 所長
岡田 雅子	有限会社いずみの里 代表取締役
谷川 正幸	大栄環境株式会社 和泉リサイクル環境公園 園長
東川 環	和泉観光ボランティアクラブ 会長

和泉市観光振興戦略プラン

平成 28 年 2 月

発行

和泉市 市長公室 いずみアピール課

〒594-8501 大阪府和泉市府中町二丁目 7 番 5 号

電話（0725）99-8101



【表紙イラストの説明】

- ①和泉パールを中心としたエリアと、和泉市久保惣記念美術館を中心としたエリア、南部の3つのエリアで観光振興を展開します。各観光スポットにおいては、独自に体験プログラムを企画します。
- ②車で市内集客施設への買い物客、電車で来られる人、関空からのインバウンドをターゲットにします。