

効果検証 実施日	令和5年8月18日	検証組織	岸和田市外部アドバイザー会議	検証対象年度	R4年度
-------------	-----------	------	----------------	--------	------

★効果検証の流れ

Step1 担当課による説明

基本情報、事業概要、KPI、
前年度実施内容、自己評価
結果等を説明します。

Step2 アドバイザーの意見聴取

KPIの達成度を踏まえて、
様々な視点から意見を聴取
します。

Step3 外部評価のとりまとめ

前年度の事業内容がKPI
達成に有効であったか
どうか評価します。

※検証結果は事業担当課（実施主体）にフィードバックし、事業改善につなげます。

■基本情報

事業名	KIX泉州ツーリズムビューロー事業									
連携自治体	堺市、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									
実施 交付金	H30	○	R1	○	R2	○	R3	○	R4	○
総事業費	94,680千円		91,440千円		88,440千円		85,440千円		40,000千円	

■事業実施主体（市単独以外の場合）

実施主体 名称	一般社団法人 KIX泉州ツーリズムビューロー	設立時期	平成30年4月
構成メンバー	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、関西エアポート株式会社、南海電気鉄道株式会社、池田泉州銀行など		

■事業概要

目指す将来像 （地方創生の姿）	<p>泉州地域は大阪府南西部に位置しており、9市4町より形成されている地域である。平成29年7月に世界文化遺産の国内推薦候補に決定された百舌鳥・古市古墳群や岸和田城などの歴史・文化的資源やだんじり祭りなどの伝統的な祭り、KIX泉州国際マラソンなどのイベント等魅力ある地域資源が豊富な地域である。海や山等の自然が豊かで、食においても、穴子や泉だこなどの大阪湾の魚介類、水なすやたまねぎなどの地場の農産物をはじめとする食材が豊富で、新鮮でバラエティに富んだ個性的な食文化が存在する。</p> <p>また、関西国際空港に近接しており、鉄道と各市町が直結されていることから、観光客にとって容易なアクセスが可能である。</p> <p>これらを「泉州地域ならではの価値」として磨き上げてブランディングし、テーマを設定して外向きに発信するとともに回遊する仕組みを造成することにより、「泉州」の認知度向上、観光客数の増加および地域経済の活性化を図り、最終的には「泉州」という地域ブランドの確立をめざす。</p>
構造的な課題 （上記を阻む課題）	<p>泉州地域に近接する関西国際空港を利用する訪日旅行者数は順調に増加しているが、平成29年に関西国際空港で実施したアンケート調査結果によると、泉州地域の訪問率は15%にとどまっており、訪日旅行者の多くは泉州地域の近隣に存在する大阪市域や京都といった観光地を目的地とし、泉州地域を素通りしている。</p> <p>現在、泉州観光プロモーション推進協議会において訪日旅行者の誘客に関する取組を推進しているが、効果的な情報発信やPRができていないため、泉州地域は関西国際空港に近接しているにも関わらず、認知度が低く、滞在日数や地域内消費額も増加していない。</p>

事業概要	マーケティング調査結果を踏まえ、次の3つのコンセプトのもとに以下の事業を展開することにより、観光客数および地域内消費額の増加による地域経済の活性化を図る。また、観光客、特にインバウンド客のニーズに応えるため、アンケート調査を含むマーケティング調査を継続的に実施する。 (認知度向上)
	泉州地域には、大阪府内でありながら、海や山といった自然があり、また百舌鳥古墳群をはじめ、岸和田城やだんじり祭りといった歴史文化資産が存在している。食においても、大阪湾の魚介類や地場の農産物等の食材が豊富で、新鮮でバラエティに富んだ個性的な食文化がある。これらをより差別性のある「泉州ならではの価値」として磨き上げつつ、外向きに発信していくことで、「泉州」の認知度向上をめざす。
	(セカンド・デスティネーション) 現状では、泉州地域を主な目的地とするインバウンド客数は決して多くない。そのため、関西国際空港に近接する泉州地域の強みを最大限に発揮することが重要である。インバウンド客に対し、入国直後の旅行中に持ち運べる食品等の販売とそれによる認知、旅行中のおおきく大阪市内や京都における泉州PR、物販による出国直前の使いきり需要を掘り起こしのセカンド・デスティネーションを促す3つのパターンを想定し、「泉州」の認知度向上に貢献することをめざす。
	(体験型観光) 泉州地域で作られる豊富な食材・食品を観光資源として活かすため、“買う”、“食べる”、“作る”の魅力をパッケージ化する。泉州地域の食材は多様かつ豊富であるので、食材そのものを打ち出すのではなく、それを複合化した食文化として再構築しブランド化するとともに、関西国際空港に近接する立地を活かし、インバウンド客に向けたプロモーションを実施する。
	また、高野山や淡路島等で自転車ツーリングを楽しむ旅行者に対して、泉州サイクルルートを活用した地域資源のプロモーションや近隣府県と連携したサイクリングイベントの実施により誘客を図る。また、ワールドマスターズゲームズ2021関西では、関西国際空港から来日する自転車愛好家の増加が見込まれるため、その好機を生かして海外のサイクルツーリストの泉州地域への立ち寄りを促進する。 さらには、泉州地域に豊富に資源が存在する歴史文化や産業へとテーマを拡大し、さらなる誘客を図る。

■ KPI（重要業績評価指標）

	指標名	単位	H29	H30	R1	R2	R3	R4	R4
			現状値	目標値 実績値	目標値 実績値	目標値 実績値	目標値 実績値	目標値 実績値	達成
①	泉州地域の訪日旅行者数	万人	159	241 197	277 392	318 未取得	365 未取得	420 23	×
②	泉州地域の来訪者満足度(訪日旅行者)	ポイント	5.2	5.7 6.2	6.0 6.5	6.3 6.2	6.6 6.2	7.0 6.2	×
③	泉州地域の延べ宿泊者数(訪日旅行者)	万人	68	104 137	119 152	137 35	157 調査中	180 調査中	○
④	泉州地域の旅行消費額(訪日旅行者)	億円	510	773 1788	888 1281	1,021 未取得	1,172 未取得	1,347 110	×

■ R4年度実施内容（事業経費ベース）

※事業経費は、事業実施主体における総事業経費。

1 プロモーション事業【事業経費：7,300千円】	
(1) 旅行博や食とアクティビティ、スポーツツーリズム及びサイクル等のイベントの実施、魅力発信	
<ul style="list-style-type: none"> ・留学生EXPO: 令和4年7月30日(土)・31日(日) マイドームおおさか 留学生の泉州ファン化を促進。アカウント取得数299件。 ・ツーリズムEXPOジャパン: 令和4年9月22日(木)～25日(日) (※商談2日間、一般2日間) 東京ビッグサイト 観光ビジネスに関わる情報と関係者が集結する総合観光イベントに出展。商談数 6件 ・泉州市町イベント参加 岸和田市(ばらサミット): ブース来場者数: 約450名(2日間) 田尻町(日曜昼市): ブース来場者数: 約500名 堺まつり: キッチンカー・販売ブース延べ利用者数: 2,280名、売上: 1,118,900円 泉大津市(80周年にぎわいフェスティバル): ブース来場者数: 約400名 	
(2) 関西国際空港の発着エアラインと発着地都市との泉州友好都市連携	
<ul style="list-style-type: none"> ・JALとの連携により村川学園学生によるコンテストを実施(ビューロー協力)。商品化が決定し、3月(期間限定)に五風荘(岸和田市)、そば善(阪南市)、山愛の里(和泉市)にて販売。 ・(一社)広島県観光連盟【HIT】と連携について協議。 	

	<p>(3) 泉州地域近郊での泉州PR</p> <ul style="list-style-type: none"> ・手土産マルシェ: 令和4年8月10日(水)～15日(月) ららぽーと和泉3店舗出店 夏季売上: 980,077円(6日間)
2	<p>情報発信事業【事業経費:11,570千円】</p>
	<p>(1) 大阪泉州まるわかり屋の運営</p> <ul style="list-style-type: none"> ・当該コーナーは令和4年度末をもって閉鎖 ・令和4年10月26日(水)オープンの関西空港ターミナル1「関西旅日記」の泉州土産コーナーにてデジタルサイネージによる泉州13市町のPR動画を放映
	<p>(2) 「食」に特化したキラコンテンツの推進及び情報発信、特産品販売</p> <ul style="list-style-type: none"> ・SDGsグルメ万博 令和4年10月22日(土)・23日(日) りんくうプレミアム・アウトレット 泉州の強みである「食」をテーマに、SDGsの啓発やB級C級の農作物直売、売れ残り加工食品販売、泉州食材を使用したフード販売等の実施 キッチンカー及びブース来場者数: 2,507人 ・「泉州美食EXPO」村川学院とガストロミーツーリズムの領域協定を締結 泉州食材の拡販・レシピ開発(松花堂弁当(9品)、チヌ料理、みかんスイーツ等開発) ・うまい! 泉州～大阪泉州食の総合サイト～ 大阪公立大学、大阪府農と緑の総合事務所、大阪府環境農林水産総合研究所共同のもと、泉州の「食」に特化したキュレーションサイトの制作(情報発信コンテンツ(3月末現在):17)
	<p>(3) ホームページ、フェイスブック等のSNS運用(多言語化対応)及びメディアミックスの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ホームページ運用 多言語化(英語、中国語(繁体字・簡体字)、韓国語) モデルコース(泉南市、阪南市、岬町、貝塚市)の充実 特集ページの設置(春の泉州桜めぐり、泉州果物狩り、泉州銘菓) : 日本語PV(3月末): 392,969 ・SNS運用 Facebook 4言語(日・英・繁・韓) フォロワー数 R4.3(14,557名)→R5.3(22,389名) Instagram 3言語(日・繁・韓) フォロワー数 R4.3(6,327名)→R5.3(13,864名) ・「泉州人」発行: 岬、阪南、田尻、泉南エリア 5,000部製作・各所配布 食の歴史をゾーニングし、食文脈に結び付けた小冊子の発行
	<p>(4) 台湾・韓国・中国マーケット攻略の準備及び情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ・台湾市場向け泉州エリア情報発信事業 泉州の認知度の定着を目的として、SNSや訪日観光メディアを活用し台湾人の嗜好等に沿った情報発信の実施 ウェブ記事2本: 18,309PV、Facebook投稿2回:122,098リーチ

• 羽

- ・消費額：カードデータよりインバウンドの泉州地域における消費額を算出
令和4年1～12月までを集計、2019年(コロナ前)と比較分析実施
- ・満足度、リピーター率：Web調査により実施

- ・総会及び講演会:令和4年12月16日(金) 参加者49名
「官民共創による『大阪・関西万博』と地域の関わり」 講師:大日本印刷(株)
- ・研修会:令和5年2月22日(水) 加太視察 参加者16名
- ・インバウンド受入のための情報発信セミナー 令和5年3月7日(火)、8日(水) 参加者28名
講師:㈱ライブブリッジ

- ・羽衣国際大学連携 地域住民向けのセミナー 令和5年1月27日(金) 熊取交流センターコットンホール
会場参加者24人 WEB 22人
- ・全国通訳案内士を講師とし住民向けおもてなしセミナー 令和5年3月28日(火) 岸和田市立公民館
参加者 午後の部:23人 夜間の部:13人

・ガイド講座(英語/中国語・韓国語)
基礎編 Web講座含む各3回 12月10日(土)～1月15日(日)計61名(英:39名、中韓:22名)
実践編 Web講座含む各5回 1月6日(金)～2月16日(木)計42名(英:27名、中韓:15名)

・ツアー造成 3コース
「大阪・泉州の地場産業に触れる旅」「修験道を体感する旅」
「泉州の海に恋するサイクリングツアー」の造成

・泉州地域の観光振興施策のひとつであるサイクリング事業を、泉州と隣接する和歌山市と連携してイベントを実施
実施期間:令和4年10月7日(金)～12月12日(月)
イベント参加者数 和歌山・岬コース 146名、泉州コース 163名

- ・とっとパークつり体験事業
日帰りバスツアー：11月11日（金） 参加者 30名
釣果コンテスト：11月28日（月）～12月1日（木） 参加者 143名
- ・大学連携：コンテンツツーリズムの発掘
泉州地域の観光映像を学生が制作・発信することで、若者のコンテンツツーリズムを促進
和歌山大学及び南大阪コンソーシアムと観光映像の大学講義を令和5年度に開講予定

・旅行商品造成、SNS情報発信、多言語化、マーケティング等に係る専門人材4名

- ・岸和田城及び周辺施設宿泊イベント実施業務：8月20日（日）、21日（月）に城下町泊イベントを実施
- ・岸和田市着地型観体験プログラムの開発：コンテンツを含む7コース（食事コース別など）の着地型体験プログラム造成
- ・広域ベイエリアまちづくり推進業務：10月15日（土）～12月12日（月）に岸和田市周辺エリアにてシェアサイクル、サイクルツアー、サイクルスタンプラリーを実施
- ・岬町観光協会 ガイド養成研修：「観光ガイドの心構え・基本」2月8日（水）

■事業実施主体による検証（自己評価）

<p>1 KPIの振り返り(達成または未達成の要因・原因)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・訪日旅行者数、旅行消費額 令和4年度については、コロナ禍の影響によりデータの取れなかった令和2年度、3年度に比べると徐々にインバウンドも回復傾向にあることが見て取れるが、コロナ禍前に目標としていた数値にはまだ届いていない結果となった。 ・延べ宿泊者数 大阪府の公開データ待ち(令和5年1月には公表予定であった令和3年度データも遅れている旨確認済 ※公表予定とのこと) ・満足度 前年度同様、新型コロナウイルスの影響により、来訪者へのヒアリング(アンケート)が不可能であったため、泉州への来訪上位4か国(韓国・中国・香港・台湾)へのWEBアンケートを定量的、定性的の両面から実施した。不満足要因として、「外国語での接客対応」を筆頭に、「外国語」が依然高い傾向がみられる。一方で、「景観」や「宿泊」の満足度は高いことから、接客対応含め、外国での案内やアクセス表示等、受入環境の未整備箇所が多いことが要因と考えられる。
<p>2 事業実施における課題</p> <ul style="list-style-type: none"> ・運営費の主な財源は、市町などからの負担金となっている。観光庁等、国からの補助金等を活用するとともに、団体として自主財源を得る仕組みを構築していく必要がある。
<p>3 今年度以降の改善内容</p> <p>＜KIX泉州ツーリズムビューロー 3つの戦略＞</p> <p>戦略Ⅰ「何度この地を訪れたい」と思わせる多様な観光資源の整備</p> <p>戦略Ⅱ 特別感のある旅行商品での誘客とSNSを通じた情報提供</p> <p>戦略Ⅲ 自主財源の確保と地域への利益還元を行う持続可能な体制の構築</p> <p>令和5年度事業に係る重点取り組み</p> <p>重点1:G7大阪・堺貿易大臣会合、ACI(※)会合を契機としたプロモーション活動(※Airports Council International)</p> <p>重点2:2025年大阪・関西万国博覧会に向けた観光コンテンツの旅行商品化</p> <p>【プロモーション事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・収益業務構築のための旅行業者との商談会(ツアーEXPOへの参加等) ・プロモーション活動(市町関連イベント等への参加) <p>【情報発信事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・泉州観光ガイド(HP)多言語化 ・SNS運用 ・台湾に強いユーチューバー・ブロガーによる配信業務 <p>【受入整備事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「泉州観光地域づくり連携協議会」の運営 ・観光地域づくりについての地域住民向け意識啓発 ・KPIデータ収集分析業務 ・旅行商品造成とOTAを中心とした販売体制の整備 <p>【商品企画・開発事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・旅行業登録 ・各団体との誘客連携企画調整 ・世界会議等出席者対象エクスカージョンツアー造成 ・大学・留学生や大使館・領事館と連携した泉州PR

■外部有識者・アドバイザーによる検証

意見・アドバイス	<p>＜意見・アドバイスの視点＞</p> <ul style="list-style-type: none">●主に「実施内容（取組）がKPI指標の達成・進展に寄与したかどうか」という視点で評価をしてください。●実施内容の良かった点、悪かった点、改善へのアドバイスなどを具体的に助言してください。●実施主体による自己評価についての意見、とくに実施主体自らが気づけない客観的な視点での課題等について助言してください。●その他、自由かつ多角的な視点で助言してください。●以上を踏まえ、実施内容がKPI達成に有効であったかどうか判断をしてください。
評価結果	地方版総合戦略のKPI達成に 有効であった ・ 有効とは言えない

■参考資料