

第1期行動計画

- 調査** アンケートやヒアリングから傾向分析し実践に向けての準備を行います。
- 実践** 試行などの準備的活動も含め、実施します。
- 検証** 実施を続けながら、数値などを把握し、検証します。
- 継続** 検証に基づき、引き続き実施します。

方向性	基本方針	＜第1期行動計画＞	29年	30年	31年	第2期以降	＜第一期 進捗状況＞
総合課題: ターゲットの 明確化	1.ターゲット属性の仮設を立て、 行動計画に反映	ターゲット分析、動態調査 各方面のデータ、統計を集め、岸和田への観光客のターゲットを設定する。	調査	実践	実践	検証	主要観光施設に加え市民団体によるイベントや、祭礼時などの入込データを収集、作成中。
		宿泊施設 大阪府民泊条例(※)や岸和田市ホテル・旅館誘致条例(※)を含め経済効果の側面、動向や市場ニーズを見据えつつ調査研究を進める。	調査	実践	実践	継続	東岸和田に新設されるホテルに関する情報収集・提供、および周辺の既存施設への影響予測などが先行している。いよやかな郷では、観光施設として民営化するためのプロポーザルを実施した。
個別課題A: コンテンツの 充実	2.インバウンド観光の推進	インバウンド向けインフラについての調査研究 二次交通、Wi-Fi、手荷物預かりなどについての調査研究を進め、受入環境の整備を推進。	調査	実践	実践	継続	ローズバスの情報を観光アプリに反映し、観光利用の可能性を検証開始。大阪府、岸和田商工会議所においてWi-Fiを岸和田駅前通商店街に整備。
	3.体験交流型観光の推進	だんじり文化を活用した体験プログラムの開発 だんじり彫刻、ミニだんじり製作、鉦・太鼓などのだんじり囃子体験といったプログラムを開発する。	実践	検証	継続	継続	だんじりヘア写真展と連動した「編み込み教室」は好評。大工方体験の法被サイズ(子ども用など)を増強。小太鼓プチ製作教室なども新規開催。
		観光資源を活かした体験プログラムの開発 農作物の収穫体験やまち歩きなど、コンテンツを充実させる。	実践	検証	継続	継続	旅行事業者によって彩誉収穫体験、十月祭礼見学会などが実践され、すでに継続状態。岸和田城講座は毎回固定ファンを集めて追加開催をするまでになった。五風荘ではにぎり寿司体験、着付け体験が販売された。
	4. お土産、食などの充実と 地域活性化	岸和田ブランド(※)の活用 岸和田ブランドを観光資源として活用し、経済活性化へとつなげていく。	実践	検証	継続	継続	これまでの各種イベントでのブース出展・物販に加え、KIX泉州ツーリズムビューローなどとの連携にて、ハーフマラソンゴールとなる岸和田城、二の丸広場や阪神高速SAでの物販などを新規実施。
「岸和田ならではの」のお土産開発 だんじりグッズや地元ならではの菓子などをお土産として情報発信し、販売促進につなげる。		実践	検証	継続	継続	彩誉、包近の桃などの二次加工品が増えた。岸和田SAでは「だんじり弁当」などが登場。また同SAの「みかんパン」は予約しないと入手できない人気ぶり。だんじりグッズは内需が強く、外部発信が不可欠と考えられる。	
水産物・農産物の活用 岸和田発のにんじん「彩誉」、包近の桃、岸和田産シラスやイカナゴなどを観光情報に取り込み情報発信し、販売促進につなげる。		実践	検証	継続	継続	これらは「岸ぶら」を中心に発信され、実際アクセス数が多い。マスコミ取材も頻発することから、キラーコンテンツと推測できる。より来岸しての購入、周遊にどうつなげるかが課題か？	
スポーツツーリズムを意識した展開 2020(平成32年)東京オリンピック・パラリンピック、および関西ワールドマスターズゲームズ2021(※)を念頭に、本市ではBMX(※)などにおけるスポーツツーリズム(※)について研究しコンテンツに反映させる。		調査	調査	実践	検証	サイクルピア岸和田でのイベントは盛況、また、選手も育っており、レース時には他府県から選手も来る。今後、国際的なイベントが控えており、それを契機とした観光客誘致が求められている。	

方向性	基本方針	＜第1期行動計画＞	29年	30年	31年	第2期以降	＜第一期 進捗状況＞
個別課題B: 効果的なプロモーションの実施	5.観光情報発信の強化	岸和田市観光振興協会公式サイト「岸ぶら」などのウェブサイト、SNSなどによる情報発信 岸和田観光のモデルコースやお土産などの情報充実と多言語化なども視野に入れ、宣伝活動を行う。	実践	検証	継続	継続	モデルコースやお土産ページの更新は未着手。岸和田城、八陣の庭、お城結婚式は英語化済み。Youtubeを活用した岸ぶら動画館ではだんじりに関する作品などを英語版字幕にして作成し、海外からアクセスが増加傾向にある。
		ご当地キャラクターを活用した動画等による情報発信 有効な活用方法を調査研究しながら、情報発信を展開する。	実践	継続	継続	継続	イベントなどへの登場の増強。Instagramの活用や、PR用の缶バッジの提供などによる情報発信を実施。市民による自主製作のグッズなども散見できる。
		旅行事業者などへの旅行商品化の働きかけ 本市の観光スポットや素材を提案し、旅行事業者などへのセールスを行う。	調査	実践	実践	検証	従来通りの対応にとどまる。旅行業ではないがフィルムコミッション活動を岸和田市観光振興協会が着手。
	6.ターゲット発地でのプロモーション	身近なターミナル拠点におけるプロモーション 関西国際空港や南海電鉄難波駅などで、ターゲット属性にあわせた積極的なプロモーションを検討、実施する。	調査	実践	実践	検証	関空関連イベントなど従来からのものは継続。それ以外は調査・研究中。朝ドラ舞台地ネットワークを活用した東京都大田区における観光展や、横浜市で開催された「お城EXPO」などに参加し、発地におけるプロモーションを実施。
		広域連携活動における発地でのプロモーション 泉州観光プロモーション推進協議会、華やいで大阪・南泉州観光キャンペーン推進協議会などの他団体との広域的な連携を活用し、より広範な発地でのプロモーションを図る。	継続	継続	継続	継続	泉州観光プロモーション推進協議会では、台湾及び韓国において現地プロモーションを実施。また、台湾及び韓国を対象としたファミトリップも実施した。 華やいで大阪・南泉州観光キャンペーン推進協議会では、函館や博多、横浜などにおいてプロモーションを実施した。
	7.広域連携の推進	近隣市町との連携 近隣市町と連携し、エリアとしての相乗効果にて誘客を図る。	継続	継続	継続	継続	KIX泉州ツーリズムビューロー事務所が岸和田市内に設置されたことにより綿密な連携を継続中。独自ホームページ(多言語)をはじめ、サイクルマップの作成発信など話題になった。現時点での最大の成果はKIX泉州国際マラソンにおける新規ハーフマラソンゴールを岸和田城に誘致できた点といえる。
		DMO研究 泉州観光プロモーション推進協議会において進められている平成30年度のDMO設立に向けた研究に対し、本市でも歩調を合わせる。	調査	実践	実践	検証	なお、岸和田商工会議所がリードし、泉州地域広域観光連携協議会を設立している。

方向性	基本方針	＜第1期行動計画＞	29年	30年	31年	第2期以降	＜第一期 進捗状況＞
個別課題C: 受け入れ体制の充実	8.観光人材の育成 市、観光振興協会、商工会議所だけでなく、産官学連携した観光人材の育成に取り組む。	職員向け研修の充実 現在も実施している「岸和田の魅力発見」等の受講者増を目指し、職員の人材育成を図る。	継続	継続	継続	継続	岸和田ボランティアガイドの協力のもと、市職員を対象とした研修を実施した。
		講演会、ワークショップなどを通じた人材育成 岸和田市の魅力に精通した講師を招くなど、人材発掘を意識したワークショップやまち歩きを開催し、人しるべとなる人材を育成する。	調査	実践	実践	検証	市民団体として岸和田シティープロモーション推進協議会が設立され、BMXやロゲイニング、ワークショップなどを定期開催し、盛況である。また、同じく市民団体である岸和田バリアブレイクプロジェクトにおいても「車いすユーザー&赤ちゃん連れにもやさしい岸和田祭見物マップ」を作成、また九月祭礼におけるだんじり見物ツアーなどが開催され、メディアにも大きく取り上げられている。
		ボランティアガイドのさらなる充実 基本的なスキルアップのために、ガイド人材、組織の充実、インバウンド対応について調査研究する。	調査	調査	実践	検証	ガイド養成講座の開催や、市内はもとより先進都市への視察を実施している。従来の城と城下町、久米田池の2コースに加え「旧寺田財閥と近代建築めぐり」、「和泉式部と泉光寺道コース」、「熊野街道めぐりコース」の3つのコースが新設された。インバウンド対応については検証中。
		岸和田市観光振興協会の独自事業の充実 岸和田だんじり会館、岸和田城などを活用し、岸和田市観光振興協会独自の事業展開を通じた人材育成を図る。	実践	検証	継続	継続	岸和田だんじり会館の新たな独自事業としては前出の「だんじりヘア写真展」、フィルムコミッション事業への着手などが挙げられる。岸和田城においては「明智光秀肖像画(レプリカ)」の展示、連続講座である「岸和田城講座」も開催された。また、台風災害によって中止となったが「お城で名月鑑賞会」も予定されていた。
		教育機関との連携 大学などの教育機関と連携し、多言語による情報発信や世代・地域を広げた市場調査などを行う。	実践	検証	継続	継続	従来からの公開講座開催、九月祭礼における清掃活動を除き、多言語情報発信や市場調査は展開されていない。留学生などを活用したフィールドワークとして城下町を選んでいただくことは、年に数校ある。
		観光客受け入れ体制の充実 おもてなしサービスの充実を図るべく、アンケート調査を行い質的向上や多言語対応を行う。	調査	実践	検証	継続	九月祭礼を中心に調査をはじめ、現在集計・分析中。設置協力をどのように拡充するか、さらに集計作業の簡易化が課題である。