

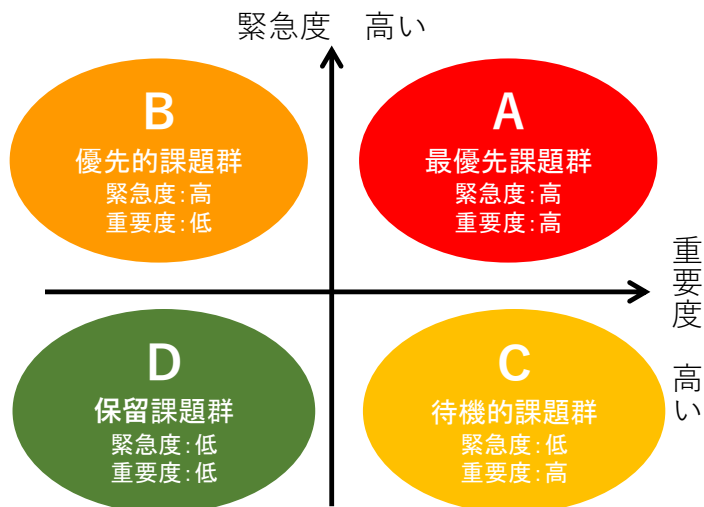
第2次岸和田市観光振興計画
第1期行動計画の検証と第2期行動計画の検討資料

第一次計画における課題解決の方向性を踏まえ、実施された行動計画の進捗について、委員会においてお示してまいりましたが、第2期行動計画を進めるうえで、これらを評価検証し、現実的な行動指針を決めるために「選択集中の優先度」を仕分けします。事務局案として記載した1～4の評価分類を試みておりますが、推進委員会の皆様方のお考えを反映し、これを取りまとめたいと考えております。

行動計画 仕分けのイメージ

「緊急度」を最優先する
ABCDの評価について

課題の「緊急度」、「重要度」について
それぞれ事務局にて数値化、合算したうえで、
個別課題をA～Dに仕分けして
最終的に「選択集中の優先度」を測ります。
令和2年度初頭に告示を予定。



これまでの状況における実施主体について

実施主体の凡例(マーク)

市 岸和田市の取り組み

団 商工会議所、観光振興協会など
公共的団体の取り組み

民 市民や市民団体の取り組み

企 企業による取り組み(空港、鉄道なども含む)

ほか その他、教育機関など

行動計画の仕分けについて

個別 行動計画名、第1次計画での方向性など

緊急度	重要度	実施主体
①・2・3・4	①・2・3・4	市 団 民 企 ほか

【凡例:緊急度】

- 1:概ね令和2年度中に取組を行う
- 2:概ね令和2年度以降に取組を行う
- 3:手法と効果性を踏まえ、緊急度を検討
- 4:保留

【凡例:重要度】

- 1:最優先で取組が必要
- 2:取組が必要
- 3:行動計画自体の妥当性を検討
- 4:保留

【凡例:実施主体】 中心的な役割を担うべきと思う組織にマル印を入れる

※対象となる組織の分類が不明な場合は、事務局へご相談ください。

(1) 総合課題「ターゲットに対応した戦略ができていない」に対する方向性

ターゲットの分類を基に課題に対応するため、基本方針は7年間という長期視点で設定しますが、第1期行動計画は定期的な調査、検証によって、傾向、動態に合わせて柔軟に対応するため3年間に設定します。

対象・属性が不明確である点やインバウンドに対し立地条件を活かせていない点などに対応するための方向性として、ターゲットの明確化を行い、ターゲットを把握したうえで個別課題に対応していきます。〈第2次計画本文より〉

ターゲット基本方針

ターゲット属性の仮説を立て、行動計画に反映

日帰り立ち寄り観光が大半とすると、関西圏への旅行者、また京阪神の在住者が推測される。インバウンドでは訪日観光客数の多い中国や韓国、リピーターや訪日意欲が高いとされる台湾、香港などを中心に、ターゲット対象国として想定し仮説検証を行う。

<第1期行動計画>

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。

●状況●

統一の質問票を作成し、第二期にかけて下記のチャンネルごとの調査を検討し実施開始。

- 1) 主要観光施設(全体的な動向/量を優先)
- 2) イベント型(祭礼ほか個別動向/量を優先)
- 3) ホテル型(別納郵便で返送/質を優先) ほか



●第2期行動計画の試案●

アンケート調査を通じて、市内宿泊施設や観光施設などにおける観光客の動向を把握分析することで、ターゲットに応じた観光施策を検証し実施する。

●選択集中の優先度

<委員会案>

緊急度	重要度	実施主体
4	4	市 団 民 企 ほか

評価:A

<第1期行動計画>

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。

●状況●

施設利用者数(宿泊/日帰り)

●牛滝温泉

平成29年度 宿泊者数 20,750人 (全体利用者数156,854人)

平成30年度 宿泊者数 19,062人 (全体利用者数127,617人)

●ほか4社のシティーホテルには情報提供を依頼、現在検討中



●第2期行動計画の試案●

東岸和田駅周辺でのホテルの開業や、牛滝地区の温泉・宿泊施設が民間運営になるなど、岸和田市内における宿泊施設に変化があった。引き続き、民泊を含めた宿泊施設も考慮しつつターゲットの明確化に向けて調査研究を進める。

●選択集中の優先度

<委員会案>

緊急度	重要度	実施主体
3.5	3.9	市 団 民 企 ほか

評価:A

(2) 個別課題A「コンテンツの利活用が不十分」に対する方向性

本市には、岸和田城、国指定名勝岸和田城庭園(八陣の庭)、世界かんがい施設遺産久米田池などを代表として優れた地域資源が存在しますが、身近にある観光資源や地域資源など、コンテンツの再発見・新規開拓や利活用が不十分です。

そこで、本市の地域資源に触れ、学び、体験できる機会、仕組みを作り出すことが重要であり、今後の観光客への提供を前提として情報発信やまち歩きのを増強、そして着地型観光商品として体験できるプログラムの開発などが必要です。

本市の代名詞であるだんじり、祭礼に関するプログラム、独自の食文化や収穫体験をセットにした買い物ツアーなどは観光客が望むニーズであると推測できます。だんじり曳行など運営に関わる分野ではなく、2次的利活用(文化的発信や土産物作成など)を図るべきと考えられます。

コンテンツ基本方針①

インバウンド観光の推進

関西国際空港に近いという立地を活かした立ち寄り観光を検証。

受入環境の整備などを推進。

<第1期行動計画>

インバウンド向けインフラについての調査研究

<第1期> 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。

●状況●

●Wi-Fi設置

平成30年3月 岸和田駅前通商店街

令和2年3月 岸和田城、岸和田だんじり会館、きしわだ自然資料館



●岸和田祭外国人向けインフォメーション利用者数

平成29年度 28か国 143人

平成30年度 33か国 249人

令和元年度 44か国 402人



●インバウンド誘致事業入込目標

<KIX泉州ツーリズムビューローでの実施事業>

・プロモーション事業 現地プロモーション・セールスコールの実施

ウォークイベントの実施

大阪観光局実施の大阪観光フェアにブース出展

・情報発信事業 大阪泉州まるわかり屋における泉州地域の特産品展示・販売

観光ガイドブック・ショートトリップマップの配布

ホームページ・インスタグラムの活用

・受入環境事業 泉州サイクルルートの整備

泉州周遊クーポンの制作

通信事業者と連携した外国人旅行客の動向調査



<岸和田市 実施事業>

岸和田城周辺インバウンド観光推進に係る調査及び検証等業務の実施

●第2期行動計画の試案●

岸和田城周辺(岸和田城、岸和田だんじり会館、きしわだ自然資料館)においてWi-Fiが整備された。引き続きWi-Fi設置のニーズを調査研究する。

Wi-Fi環境や手ぶら観光、多言語の案内サインの整備等、受け入れ環境を整備することにより、外国人観光客の利便性や周遊性の向上を図る。

岸和田城では歴史展示や兜・陣羽織試着体験などの取り組みを実施し、外国人観光客集客実現に向けての施策を進めている。サムライ・忍者といった外国人観光客に人気のあるキーワードに結び付けることができる城の活用を推進する。

茶道や和菓子といった日本文化を活用するにあたり、他地域との差別化を図った岸和田らしさや特別感を演出することで外国人観光客の誘客に取り組む。

●選択集中の優先度

<委員会案>

緊急度	重要度	実施主体
3.3	3.4	市 団 民 企 ほか

評価:A

コンテンツ基本方針②

体験交流型観光の推進

岸和田の多様な観光資源に着目し、見るだけでなく体験し、人と交流することによって魅力向上につなげていく。

<第1期行動計画>

体験交流型観光の推進

岸和田の多様な観光資源に着目し、見るだけでなく体験し、人と交流することによって魅力向上につなげていく。

●状況●

●岸和田だんじり会館の定番イベント実績



<平成29年度 計10,917人>

ミニだんじり製作実演、ミニだんじり展、夏休みだんじりばやし教室、

夏休み親子で作るミニだんじり工作教室、お絵描き寺子屋「だんじりの絵」

タオル展、だんじり講談、だんじり祭ハイライト上映

親子で作るミニだんじり小屋とまめ地車組立教室、彫陽独創会

ミニだんじりケヤキ材チャリティーバザーとだんじり話の会、だんじりカット・ヘアスタイル展

<平成30年度 計9,032人>

ミニだんじり製作実演、ミニだんじり展、夏休みだんじりばやし教室、

夏休み親子で作るミニだんじり工作教室、お絵描き寺子屋「だんじりの絵」

タオル展、だんじり講談、だんじり祭ハイライト上映

親子で作るミニだんじり小屋とまめ地車組立教室、彫陽独創会

ミニだんじりケヤキ材チャリティーバザーとだんじり話の会、だんじりカット・ヘアスタイル展

天皇陛下御在位30年記念慶祝事業

●第2期行動計画の試案●

だんじり文化(彫刻・だんじり囃子など)を活用した様々な体験プログラムが開発・実施されている。世界に誇るだんじり文化を観光振興の観点でとらえ活用を続けていく。

農業や漁業に触れる機会の創出やまち歩きを通じた観光資源を活かした体験プログラムを充実させ、地域の活性化につなげる。

●選択集中の重要度

<委員会案>

緊急度	重要度	実施主体
2.8	3	市  民  ほか

評価:A

<第1期行動計画>

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。

●状況●

●岸和田城講座

平成29年度 計5日開催 195人

平成30年度 計5日開催 155人



●まちづくりの館イベント

平成29年度 彩誉蒸しパンづくり 20人

平成30年度 彩誉ドーナツづくり 20人



●彩誉収穫体験

平成29年度 読売新聞わいず倶楽部 50人

平成30年度 " 39人

平成31年度 " 36人



●サイクルピア岸和田 BMXビギナー教室

平成29年度 9人

平成30年度 25人



●中央公園岸和田フィッシングパーク開設



●第2期行動計画の試案●

自転車を活用したサイクルツーリズムや剣道・居合道を中心とした武道ツーリズムについて、商品化を検討していく。2021年のワールドマスターズゲームズに向け具体化させる。

●選択集中の優先度

<委員会案>

緊急度	重要度	実施主体
4	3.8	

評価:A

コンテンツ基本方針③

お土産、食などの充実と地域活性化

岸和田ならではの「お土産」や「食」を充実させ、地域・経済の活性化につなげる。

<第1期行動計画>

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。

●状況●

●岸和田ブランドPRイベントなど実績

イベント出展でのPR

- ・高松宮杯記念競輪 来場者13,969人(平成29年度)
来場者14,160人(平成30年度)
- ・産業フェア出展 来場者約7,000人(平成29.30年度)
- ・コープフェスタ岸和田in浪切ホール出展 来場者数約4,500人(平成29年度)
来場者数約4,850人(平成30年度)

市 団

団 民

企 民

岸和田ブランド周知ツアーの開催

- ・工場見学ツアー開催(田中家具製作所、林キルティング、大下工務店、井坂酒造場)
参加者24人(平成29年度)、参加者23人(平成30年度)、参加者42人(令和元年度)

団 企

●第2期行動計画の試案●

継続

●選択集中の優先度

<委員会案>

緊急度	重要度	実施主体
2.6	2.6	市 団 民 企 ほか

評価:A

コンテンツ基本方針③

お土産、食などの充実と地域活性化

岸和田ならではの「お土産」や「食」を充実させ、地域・経済の活性化につなげる。

<第1期行動計画>

「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。

●状況●

●新規商品と確認できた商品



平成29年度

台湾風かき氷、T.YOKOGAWA、スコーン、苺大福、マスカット大福、みかん大福、
泉州よさこいソーラン

平成30年度

夢想丸かすてら、冷やしきつね、スペシャルナシゴレン、生シラス丼、彩誉タオル、泉だこ天丼
令和元年度

くずアイスバー、シラス丼ハーフ&ハーフ、彩誉ピクルス、彩誉ジュース、タコノママ、
みそこんぶもん、ムラミス

●第2期行動計画の試案●

継続

●選択集中の優先度

<委員会案>

緊急度	重要度	実施主体
2.6	3.1	市 団 民 企 ほか

評価:A

コンテンツ基本方針③

お土産、食などの充実と地域活性化

岸和田ならではの「お土産」や「食」を充実させ、地域・経済の活性化につなげる。

<第1期行動計画>

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。

●状況●

●メディアなど露出実績



平成30年度

- ・市公式インスタでちきりくんとシラス丼PR
- ・韓国人向けインスタ(自治体国際化協会)での食のPR
- ・「原田伸郎のこの街ええなあ」包近の桃 等

令和元年度

- ・朝日放送番組名ココイロ(しらす丼・塩こんぶ紹介)
- ・毎日新聞 イチジク出荷の記事
その他イベントの際に地酒の試飲など食とつなげた観光PRを行った
- ・岸和田のシラス漁、漁業組合の取り組みを読売新聞、朝日新聞などが発信

●第2期行動計画の試案●

継続。それぞれに地元ならではの料理の仕方、食べ方を情報発信する。

●選択集中の優先度

<委員会案>

緊急度	重要度	実施主体
2.5	2.7	市 団 民 企 ほか

評価:C

スポーツツーリズムを意識した展開 <新規>

<第1期行動計画>

スポーツツーリズムを意識した展開

<第1期>東京オリンピック・パラリンピック2020、およびワールドマスターズゲームズ2021関西を念頭に、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。

●状況●

●KIX泉州国際マラソン実績

平成29年度	フルマラソン	5,244人(うち外国人63人)
	10kmマラソン	255人(うち外国人20人)
平成30年度	フルマラソン	5,155人(うち外国人75人)
	ハーフマラソン	1,051人(うち外国人49人)
令和元年度	フルマラソン	4,848人(うち外国人84人)
	チャレンジラン	1,062人(うち外国人35人)



●サイクルピア岸和田BMX保険加入者総数

平成29年度	570人(市内:92人 府内:280人 府外198人)
平成30年度	551人(市内:144人 府内:245人 府外162人)



●泉州地域広域観光連携協議会 着地型観光推進委員会稼働



●第2期行動計画の試案●

個別課題A:コンテンツの充実 3.体験交流型観光の推進に記載

●選択集中の優先度

<委員会案>

緊急度	重要度	実施主体
3. 2	3. 4	市 団 民 企 ほか

評価:A

(3) 個別課題B「プロモーションが不十分」に対する方向性

本市の主たる観光資源である岸和田城を知らない人が多いことや、関西国際空港に近接し、立地条件として有利であると見られているにもかかわらず、外国人の来訪の大きな伸びが実感できないことなどから、ターゲットに合わせた情報発信や発地(※)におけるプロモーションが不十分であると考えられます。

身近なターミナル拠点である関西国際空港をはじめ、ターゲット属性にあわせて南海電鉄難波駅やJR大阪駅などでの積極的なプロモーションが必要です。

広域連携事業での取り組みと並行しながら、発地への情報発信など、集客パターンを構築せねばなりません。第1期では、ターゲットにあわせて、いくつかの代表的な集客パターンの構築を検討します。

プロモーション基本方針①

観光情報発信の強化

市内外からの誘客を図るためには、適切な観光情報を発信し、本市への誘客につなげていく必要がある。

<第1期行動計画>

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。

●状況●



●新規設置ページ

平成30年度「GW2018」、「おとなの遠足」、「独創会7」、「岸和田SEARCH」ほか
令和元年「おすすめ岸和田グルメ・ランチまとめ」、「塩田千春展」、「光秀肖像画」ほか

●アクセス数(一日平均/年間)

平成29年度 2,309人 / 843,130人

平成30年度 2,824人 / 1,031,071人

●第2期行動計画の試案●

継続。SNSを最大限に活用し、国内外からの観光客誘致に取り組む。

●選択集中の優先度

<委員会案>

緊急度	重要度	実施主体
3.7	3.9	市 団 民 企 ほか

評価:A

<第1期行動計画>

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。

●状況●

●ご当地キャラクター活用

市

・ちきりくんによる観光スポットの紹介

市公式インスタ 平成30年度7回(ポルタリング、岸和田城、しらす井、観光交流センター等紹介)
令和元年度3回(四季まつり、五風荘、浜工業公園紹介)

・ちきりくん 着ぐるみ貸し出し数

平成29年度39件 平成30年度48件

・ちきりくん イラスト利用件数

平成29年度37件 平成30年度31件

●第2期行動計画の試案●

継続

●選択集中の優先度

<委員会案>

緊急度	重要度	実施主体
0.9	0.9	市 団 民 企 ほか

評価:D

<第1期行動計画>

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。

●状況●

●岸和田だんじり会館の団体利用者数

市 団

平成29年度 4,332人

平成30年度 4,167人

●岸和田祭時のカンカン駐車場の団体利用者数

市 団

平成29年度 82台

平成30年度 78台

令和元年度 34台

●特急型団体臨時列車で行く10月祭禮ツアー

令和元年度 23人

市 団 民

●「泉州魅力体験モニターツアー」

令和元年度 209人

団

●第2期行動計画の試案●

岸和田観光の商品化の実現を目指す。

●選択集中の優先度

<委員会案>

緊急度	重要度	実施主体
3	3.1	市 団 民 企 ほか

評価:A

<第1期行動計画>

フィルムコミッションの推進 <新規>

●状況●

●『G.I.ジョー 漆黒のスネークアイズ』 岸和田城周辺ロケ



推定関係者数 2,100人(15日間)

●『テレビ東京 緊急SOS! 池の水ぜんぶ抜く大作戦』 岸和田城堀端ロケ

推定関係者数 60人(4日間)

●『NHK 逆転人生』 北中学校ロケ

推定関係者数 40人(1日間)

●第2期行動計画の試案●

テレビや映画の製作会社への撮影支援を行い、岸和田城などの観光資源をロケ地として活用した魅力発信を行う。

●選択集中の優先度

<委員会案>

緊急度	重要度	実施主体
3. 1	3. 7	

評価:A

プロモーション基本方針②

ターゲット発地でのプロモーション

関西国際空港や南海電鉄難波駅などをはじめ、関係団体との連携を活かした積極的なプロモーションの必要がある。

<第1期行動計画>

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。

●状況●

●イベントなどのプロモーション機会など実績

- ・平成29年度 関空夏祭り出展
大阪グランフロント、なんばマッチ出展～祭礼等プロモーション

市 団

- ・おおた商い観光展
平成29年度 9,125人、平成30年度 11,265人
お城EXPO、平成29年度 19,100人 平成30年度 20,170人ほか

企

●その他、企業などとの連携など

- ・「伊藤園 岸和田PR自販機設置」ほか岸和田祭礼時の清掃協力など

●第2期行動計画の試案●

継続。

●選択集中の優先度

緊急度	重要度	実施主体
2.5	3	市 団 民 企 ほか

評価:C

<第1期行動計画>

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。

●状況●

●華やいで大阪・南泉州観光キャンペーン推進協議会実績 市 団

平成29年度

・函館グルメサーカス、南泉州物産フェアin北摂、ほんまにええとこ関西観光展in横浜、大阪観光&物産フェアin博多

●泉州観光プロモーション推進協議会

平成29年度 台湾・韓国での現地プロモーション及びセールス 市 団

●泉州サイクルルート事業

外国人観光客にも広くPRできるように多言語化への取り組みを進めている。 団
 情報・通信事業者と連携した「周遊スタンプラリー」をしまなみ海道や淡路島、琵琶湖などと共同開催し、各地区のサイクルツーリズムを活性化させる。

●KIX泉州国際マラソン

平成29年度 りんくうのブース会場にてだんじりグッズ・和菓子・甘酒等の販売

平成30年度 二の丸広場において物産展を開催 市 団 民

令和元年度 二の丸広場において物産展を開催

●その他

令和元年度 新大阪～博多間ハローキティ新幹線での観光PR 市 団 企

●第2期行動計画の試案●

平成30年度に設立されたKIX泉州ツーリズムビューローなどと連携し、広範な発地でのプロモーションを図る。

●選択集中の優先度

<委員会案>

緊急度	重要度	実施主体
2.5	3	市 団 民 企 ほか

評価:C

広域連携の推進

本市だけでなく近隣市町と連携を図り、エリアとしての相乗効果にて誘客を図る。

<第1期行動計画>

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。

●状況● 同上

●第2期行動計画の試案●

継続。近隣市町と連携し、大阪関西万博を見据えた観光客の誘客に取り組む。



●選択集中の優先度

<委員会案>

緊急度	重要度	実施主体
1. 7	2. 3	

評価：D

<第1期行動計画>

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。

●状況● 同上



●第2期行動計画の試案●

KIX泉州ツーリズムビューローのDMO化に向けて連携・協力をしていく。

●選択集中の優先度

<委員会案>

緊急度	重要度	実施主体
1. 9	2. 3	

評価：D

(4) 個別課題C「受け入れ体制が不十分」に対する方向性

岸和田市シティセールスプランにおいて「岸和田市の資源や魅力」である「温かみのある人々」が挙げられていますが、前計画及び提言書で推進した「人しるべ」事業を引き続き本計画でも推進していく必要があります。

また、土産などの開発だけでなく、売るための仕掛けが必要であり、商店街が11か所もある本市の特性も活かし、歩いて楽しめる仕組みづくりが必要です。

受け入れ体制基本方針①

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。

<第1期行動計画>

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。

●状況●



●市職員対象研修会実績

平成29年度 14人
平成30年度 19人

●第2期行動計画の試案●

継続。

●選択集中の優先度

<委員会案>

緊急度	重要度	実施主体
2.2	3.6	

評価：C

<第1期行動計画>

講演会、ワークショップなどを通じての人材育成

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。

●状況●

●市民活動と連動したイベントなどのプロモーションなど実績

・岸和田シティプロモーション推進協議会(kcp)活動実績

平成29年度

kishiwada X 3000人～

第2回サイクルパーティー2017 3000人～

岸和田市とパートナーシップ締結

平成30年度

岸和田Life 体験ツアー(岸和田市)

わくわく岸和田ロゲイニング 参加者数168人

第3回サイクルパーティー2018 4000人～

「語らナイト」高校生なども参加 300人～

令和元年度

第4回サイクルパーティー2019 3000人～

「語らナイト」高校生なども参加 300人～

・岸和田バリアブレイクプロジェクト活動実績

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

試験曳き「俄歩き」車いす見学

・平成29年度 KISHIWADA ウォーターフェス(岸和田青年会議所)

・岸和田ブックフェスタ2019 4/21～5/19 119人

10/27～12/15 117人



●第2期行動計画の試案●

継続。高校生など次世代との交流機会を意識する。

●選択集中の優先度

<委員会案>

緊急度	重要度	実施主体
1. 4	3. 2	

評価:C

<第1期行動計画>

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。

●状況●

●ボランティアガイド受入れ人数／登録者数

平成29年度 4,585人／33人

平成30年度 4,565人／35人



●ボランティアガイド養成講座

平成29年度 6人

令和元年度 9人

●ボランティアガイド市外視察研修

平成29年11月7日 五條市視察

平成30年11月13日 千早赤阪城、富田林寺内町視察

令和元年11月13日 大津市視察 勝龍寺城(長岡京市)視察

●ボランティアガイド新規増設コース

・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」

●第2期行動計画の試案●

継続。外国人観光客をはじめとする観光客のニーズの多様化に対応し、観光客へのおもてなしの機運を醸成することで、観光の魅力向上や観光客の満足度の向上に取り組む。

●選択集中の優先度

<委員会案>

緊急度	重要度	実施主体
2.8	3.4	    

評価:A

<第1期行動計画>

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。

●状況●

●観光振興協会主催イベント

・寒づくりの宴 参加者数

平成29年度 171人

平成30年度 184人

令和元年度 149人

・フィルムカウンスル ブースPR

平成29年度 1回

令和元年度 1回

・サイクルパーティー ブースPR 令和元年6月実施

・10月祭礼東岸和田地区 ブースPR 通年実施

・「お城で名月鑑賞会」(荒天のため中止)

●第2期行動計画の試案●

継続。協会独自の事業展開を図ることにより人材育成に取り組む。

●選択集中の優先度

<委員会案>

緊急度	重要度	実施主体
2.8	3.2	市 団 民 企 ほか

評価:A

<第1期行動計画>

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。

●状況●

●大学ほかの連携事業

・大阪観光大学:祭礼時

市 ほか

平成29年度 15人

平成30年度 8人

令和元年度 12人

市 ほか

・祭礼時の清掃活動に加えて、令和元年度においては、岸和田駅及び
だんじり会館にて、アンケート調査及び観光案内業務を実施している。

・岸和田市立産業高等学校、大阪府立岸和田高等学校において独自の特産品開発が継続中。

市 ほか

●第2期行動計画の試案●

継続。留学生などを活用したフィールドワーク等を通じて市場性の把握に努める。

●選択集中の優先度

<委員会案>

緊急度	重要度	実施主体
1.5	1.9	市 団 民 企 ほか

評価:D

<第1期行動計画>

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。

●状況●

統一の質問票を作成し、第二期にかけて下記のチャンネルごとの調査を検討中。

1) 主要観光施設(全体的な動向/量を優先)



2) イベント型(祭礼ほか個別動向/量を優先)

3) ホテル型(別納郵便で返送/質を優先) ほか

●第2期行動計画の試案●

継続。国内外からの観光客を受け入れるプラットフォームとして、案内所機能の充実を図る。

●選択集中の優先度

<委員会案>

緊急度	重要度	実施主体
3.4	3.9	市 団 民 企 ほか

評価:A