

観光地域づくり法人形成・確立計画

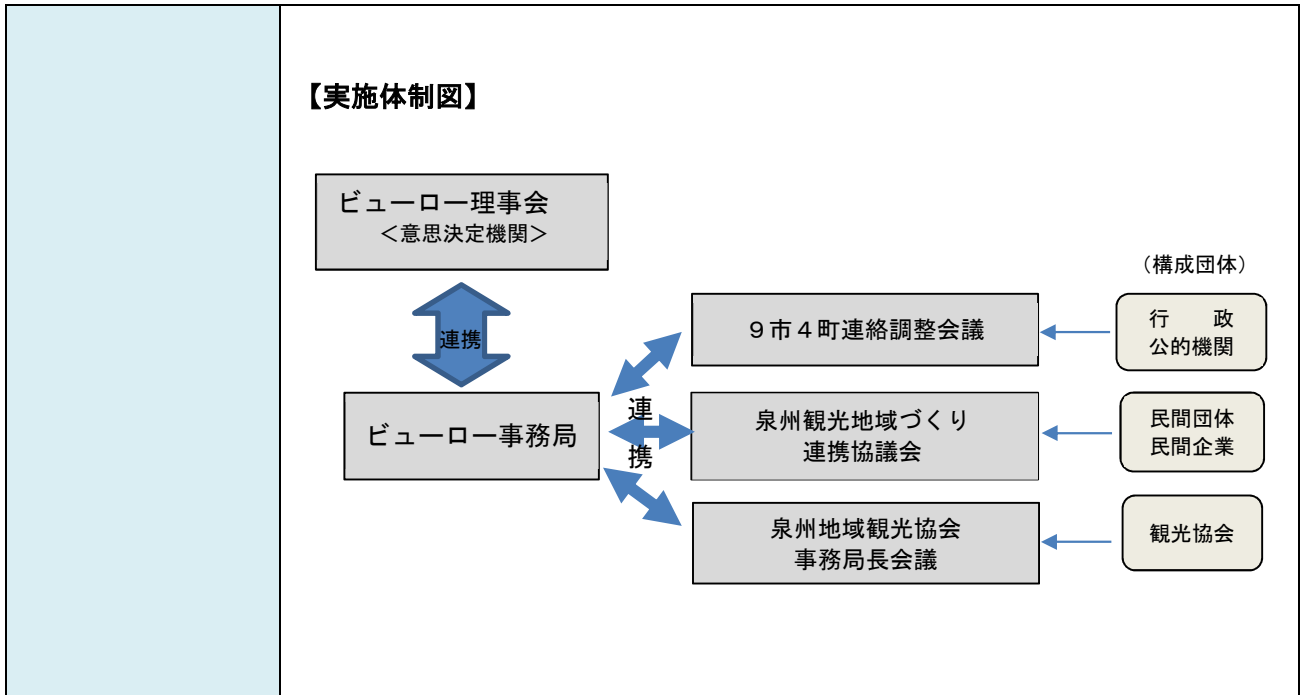
記入日：令和5年7月31日

1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを ○で囲むこと	広域連携DMO 地域連携DMO 地域DMO	
観光地域づくり法人の名称	一般社団法人 KIX 泉州ツーリズムビューロー	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	大阪府 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	
所在地	大阪府岸和田市宮本町 27-1	
設立時期	2018年4月1日	
事業年度	4月1日から翌年3月31日までの1年間	
職員数	8人【常勤8人（正職員6人・出向等2人）】	
代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者）	（氏名） 永野 耕平 （出身組織名） 岸和田市	現岸和田市長。泉州地区の特性に精通し、域内外に幅広い人脈を有するとともに、団体の理事長としてマネジメント力と最終決定権をもつ。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（CMO：チーフ・マーケティング・オフィサー）	（氏名） 榊元 政明 （出身組織名） 南海ゴルフマネジメント(株)	本DMOにおいて事務局長として組織全体のマネジメントを司るとともに、南海電気鉄道(株)に在籍時は、沿線での観光事業の企画を行うなど、泉州地域の実情にも詳しい。またその後、複数の関連会社取締役社長就任時には、マーケティングの視点で、マネジメントを進めた経験と知識を有している。
財務責任者（CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）	（氏名） 藤野 由美「専従」 （出身組織名） （一社）KIX 泉州ツーリズムビューロー	本DMOにおいて総務経理担当としてDMO設立後から専従として活動。総務省・観光庁など行政機関とのやり取りや理事長市である岸和田市はじめ構成する13市町との負担金・補助金の交渉や法人の会計・労務などの総務全般を担当している。
各部門プロモーションの責任者（専門人材）	（氏名） 武田 美恵子「専従」 （出身組織名） （一社）KIX 泉州ツーリズムビューロー	本DMOにおいてプロモーションを担当。広告代理店や大手出版社で長年の経験と実績を有し、Web・OOH・SNS等に関しても知識と経験を有する。また広告代理店時代の経験を活かしイベント等の企画・運営にも強みを発揮する。
各部門旅行商品の造成・販売の責任者（専門人材）	（氏名） 杉本 竜也「専従」 （出身組織名） 近畿日本ツーリスト(株)	本DMOにおいて旅行商品の造成・販売を担当。旅行業界で商品企画を長年担当しており、商品造成・販売に対するノウハウを有する。

<p>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・堺市文化観光局観光部観光企画課 ・岸和田市魅力創造部観光課 ・泉大津市政策推進部政策推進課、地域経済課 ・貝塚市総合政策部魅力づくり推進課 ・泉佐野市市長公室政策推進課、生活産業部まちの活性課 ・和泉市環境産業部産業振興室商工観光担当 ・高石市政策推進部総合政策課 ・泉南市成長戦略室プロモーション戦略課 ・阪南市未来創生部まちの活力創造課 ・忠岡町産業まちづくり部産業建築課 ・熊取町住民部産業振興課 ・田尻町事業部産業振興課 ・岬町まちづくり戦略室企画政策推進担当
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・関西エアポート（株）（プロモーション） ・（株）池田泉州銀行（会員拡大、泉州観光地域づくり連携協議会運営支援） ・泉州地域広域観光連携協議会（各市町商工会、商工会議所 商品造成） ・各市町観光協会（情報の一元化への協力、商品造成、ガイド養成） ・交通事業者（二次交通整備、MaaSに向けた取り組み） ・堺ホテル協会、りんくうホテル協議会（受入整備、品質保証制度の検討） ・飲食・小売事業者（受入整備、地元食材を使った商品の開発） ・農業・漁業事業者（受入整備、体験型旅行商品の造成協力） ・堺市観光ボランティア協会、泉佐野地域通訳案内士協会（ガイド養成）
<p>官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み</p>	<p>【該当する登録要件】①②</p> <p>①「理事会」において交通事業者である南海電気鉄道㈱、JR 西日本（株）が参画、また堺市で地域振興にも取り組む真生印刷（株）等が会員として参画し、意思決定に参加。</p> <p>②泉州地域 9 市 4 町の自治体の関連部課が参加し、各自治体と当法人の観光事業に対する実務者レベルでの調整・連携・共有・合意の会議体を設けている。事務局は当法人が担い、概ね月 1 回の会合を開催。</p> <p>また、観光業関係者、飲食・小売事業者、宿泊事業者、交通事業者、商工会、行政が参画し、本法人が事務局を務める「泉州観光地域づくり連携協議会」を 2020 年 10 月に設立し、研修及び情報交換の場を設置。</p>
<p>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</p>	<p>○2022 年 12 月 『官民共創による「大阪・関西万博」と、地域の関わり』をテーマに、大日本印刷株式会社 情報イノベーション事業部 EXP02025 プロジェクト スペシャリストを講師にセミナーを開催。</p> <p>○2023 年 1 月 泉州地域の魅力を住民自らが再認識し、新たな観光のあり方を考えるため「泉州地域の魅力再発見 泉州タオルのブランド戦略と地域活性化」をテーマにセミナーを開催。</p> <p>○2023 年 2 月 泉州地域における「観光とまちづくり」を考えるにあたり、加太観光協会協力のもと、加太視察研修会を開催し、観光コンテンツ体験や協会会長との意見交換会を実施する。</p> <p>○2023 年 3 月 泉州地域のインバウンド受入のための情報発信セミナーを実施。一般社団法人宮城創生 DMO 副会長・内閣府クールジャパン・プロデューサーを講師に、インバウンドの理解、SNS を活用した情報発信手法の講義、また実際の投稿研修及びフィードバック研修を開催。</p> <p>○2023 年 3 月 2025 年大阪・関西万博を見据え「訪日外国人観光客への『大阪泉州へのおもてなし』について考える」をテーマに、住民向けセミナーを開催。</p>

<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>【活動の概要】</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="432 264 619 315">事業</th> <th data-bbox="619 264 1409 315">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="432 315 619 645"> <p>情報発信・プロモーション</p> </td> <td data-bbox="619 315 1409 645"> <p>○多言語 Web サイト・SNS での一元的な情報発信 ・Web サイト：日本語・英語・繁体字・簡体字・韓国語 ・Facebook：日本語・英語・繁体字・韓国語 ・Instagram：日本語・繁体字・韓国語</p> <p>○台湾市場向け泉州エリア情報発信 SNS や訪日観光メディアを活用し、関空利用の多い台湾観光客の嗜好に沿った情報発信を行い、泉州の認知度を向上する。併せて OTA・予約サイト等へ誘導し泉州への誘客につなげる仕組みを構築。</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="432 645 619 898"> <p>受入環境の整備</p> </td> <td data-bbox="619 645 1409 898"> <p>○2022 年度ガイド養成及びツアー造成事業として、多言語対応、二次交通の課題を解決しつつ、泉州域内周遊を促進させるため、ガイド人材の育成並びに活躍の場となるツアー造成事業を実施。</p> <p>○「泉州観光地域づくり連携協議会」において、観光に関心を持つ地域企業等を対象に観光客の受入態勢の整備等について協議する総会及びワークショップを開催。</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="432 898 619 1261"> <p>観光資源の磨き上げ</p> </td> <td data-bbox="619 898 1409 1261"> <p>○泉州各市町の観光コンテンツを発掘、磨き上げを行い、継続的に販売できる体制を構築。国内はもとよりインバウンド向けに OTA 販売を開始。</p> <p>○水間鉄道、南海電鉄多奈川線・加太線、和歌山電鐵の鉄道と地域資源を活用し、運転体験を含むファミツアーを実施。</p> <p>○朝日放送系列の（株）ABC アークと連携し、「歴史人」の特別冊子として前年度に引き続き「泉州人 vol. 2」を発行。地域の歴史に築かれた泉州文化と食に関する新たな発見を目指す。</p> </td> </tr> </tbody> </table> <p>【定量的な評価】</p> <p>○日本語版ウェブサイト 年間 39.2 万 PV 年間 18.7 万 UU (2022 年 4 月 1 日～2023 年 3 月 31 日)</p>	事業	実施概要	<p>情報発信・プロモーション</p>	<p>○多言語 Web サイト・SNS での一元的な情報発信 ・Web サイト：日本語・英語・繁体字・簡体字・韓国語 ・Facebook：日本語・英語・繁体字・韓国語 ・Instagram：日本語・繁体字・韓国語</p> <p>○台湾市場向け泉州エリア情報発信 SNS や訪日観光メディアを活用し、関空利用の多い台湾観光客の嗜好に沿った情報発信を行い、泉州の認知度を向上する。併せて OTA・予約サイト等へ誘導し泉州への誘客につなげる仕組みを構築。</p>	<p>受入環境の整備</p>	<p>○2022 年度ガイド養成及びツアー造成事業として、多言語対応、二次交通の課題を解決しつつ、泉州域内周遊を促進させるため、ガイド人材の育成並びに活躍の場となるツアー造成事業を実施。</p> <p>○「泉州観光地域づくり連携協議会」において、観光に関心を持つ地域企業等を対象に観光客の受入態勢の整備等について協議する総会及びワークショップを開催。</p>	<p>観光資源の磨き上げ</p>	<p>○泉州各市町の観光コンテンツを発掘、磨き上げを行い、継続的に販売できる体制を構築。国内はもとよりインバウンド向けに OTA 販売を開始。</p> <p>○水間鉄道、南海電鉄多奈川線・加太線、和歌山電鐵の鉄道と地域資源を活用し、運転体験を含むファミツアーを実施。</p> <p>○朝日放送系列の（株）ABC アークと連携し、「歴史人」の特別冊子として前年度に引き続き「泉州人 vol. 2」を発行。地域の歴史に築かれた泉州文化と食に関する新たな発見を目指す。</p>
事業	実施概要								
<p>情報発信・プロモーション</p>	<p>○多言語 Web サイト・SNS での一元的な情報発信 ・Web サイト：日本語・英語・繁体字・簡体字・韓国語 ・Facebook：日本語・英語・繁体字・韓国語 ・Instagram：日本語・繁体字・韓国語</p> <p>○台湾市場向け泉州エリア情報発信 SNS や訪日観光メディアを活用し、関空利用の多い台湾観光客の嗜好に沿った情報発信を行い、泉州の認知度を向上する。併せて OTA・予約サイト等へ誘導し泉州への誘客につなげる仕組みを構築。</p>								
<p>受入環境の整備</p>	<p>○2022 年度ガイド養成及びツアー造成事業として、多言語対応、二次交通の課題を解決しつつ、泉州域内周遊を促進させるため、ガイド人材の育成並びに活躍の場となるツアー造成事業を実施。</p> <p>○「泉州観光地域づくり連携協議会」において、観光に関心を持つ地域企業等を対象に観光客の受入態勢の整備等について協議する総会及びワークショップを開催。</p>								
<p>観光資源の磨き上げ</p>	<p>○泉州各市町の観光コンテンツを発掘、磨き上げを行い、継続的に販売できる体制を構築。国内はもとよりインバウンド向けに OTA 販売を開始。</p> <p>○水間鉄道、南海電鉄多奈川線・加太線、和歌山電鐵の鉄道と地域資源を活用し、運転体験を含むファミツアーを実施。</p> <p>○朝日放送系列の（株）ABC アークと連携し、「歴史人」の特別冊子として前年度に引き続き「泉州人 vol. 2」を発行。地域の歴史に築かれた泉州文化と食に関する新たな発見を目指す。</p>								
<p>実施体制 ※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。</p>	<p>【実施体制の概要】</p> <p>○（一社）KIX 泉州ツーリズムビューロー理事会 13 市町の首長及び関西エアポート（株）、（株）池田泉州銀行などの民間企業から構成。当ビューローの事業方針、計画、予算・決算の議論・決定を行う機関（概ね年 3 回程度開催）</p> <p>○9 市 4 町連絡調整会議 構成 13 市町や大阪観光局などの関係機関の実務担当者による情報交換の場（概ね月 1 回開催）</p> <p>○泉州観光地域づくり連携協議会 行政、観光協会・商工会、ガイド協会、宿泊事業者、飲食・小売事業者、交通事業者、農業者・漁業者など多様な関係者が参画し、観光行政に関する研修の実施や情報交換の場とするほか、将来的には共同事業の母体への成長をめざす。（年 4 回程度開催）</p> <p>○泉州地域観光協会事務局長会議 13 市町所在の観光協会等の連携を目的に、意見交換の場として開催（概ね年 2 回程度）</p>								



2. 観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

- 2012年9月、泉州地域（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、田尻町及び岬町）の自治体を構成員とする「泉州観光プロモーション推進協議会」が設立され、関西国際空港（KIX）の運営企業である関西エアポート(株)と連携しながら

ら、地域の観光資源の特性を生かし地域の活性化、国内外市場での泉州ブランドの確立のためインバウンドプロモーションをはじめとする取組を進めてきた。

- 泉州地域は、その温暖な気候と相まって海や山などの自然や農水産物に恵まれ、さらに、世界遺産である「百舌鳥・古市古墳群」をはじめとする歴史・文化的資源や地車（だんじり）、ふとん太鼓、やぐらなどの伝統的な祭りなど魅力ある観光資源が豊富な地域である。
- 関西国際空港の地元である泉州地域が、観光ブランド力を上げることにより関西・西日本旅行の拠点の一つとしての機能を果たし、外国人旅行者の滞在時間の増加を図ることができれば、必然的に関西における外国人旅行者の宿泊日数、消費額の拡大につながる。
- 多くのポテンシャルを秘めたこの地域の行政や企業、団体、住民が一体となり、泉州らしい観光地域づくりを進めていくことが、今後の地域経済の発展のために有効であることから、当該市町を区域設定とすることが適切と考える。

【観光客の実態等】

- 泉州地域の訪日旅行者数は、2018 年度 393 万人、2019 年度 392 万人。（観光庁データ、クレジットカードの消費額データを基に算出）。コロナ後、徐々に回復傾向となった 2022 年度データにおける消費動向分析からも、訪問されている地域のほとんどが泉佐野市となっており、空港近隣の宿泊が主目的であると推察できる。地域全体への経済波及を促すためには、泉州地域全域での回遊を促す仕組みの構築が必要である。

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

- 泉州地域の多彩な観光資源を周遊できるコンテンツに活用していく。
 - ・大阪産（もん）に代表される「天下の台所 大阪」を支える農産物や海産物の豊かな産地。
 - ・だんじり祭り、ふとん太鼓、やぐらなどの多様で地域性のある祭礼に見られる伝統文化。
 - ・長い歴史に支えられた堺の刃物、線香、貝塚のつけ櫛、泉大津の毛布、岸和田の桐箆笥、阪南市や岸和田市の酒蔵、泉州タオル等などストーリーのある地場産業。
 - ・岸和田城に代表される伝統的建造物と城下町の景観。
 - ・世界遺産である「百舌鳥・古市古墳群」に代表される歴史文化遺産群。
 - ・日本遺産「葛城修験」の地であり「修行の聖地」としての文化遺産。
 - ・大阪湾と和泉山脈に挟まれた海と山が近接した独特の景観。
 - ・訪日旅行者に人気の商業施設「りんくうプレミアム・アウトレット」。
 - ・関西空港に近接するりんくうエリアで新規開業するホテルと山手の閑静な温泉街の対比。
 - ・昼作り体験が可能な施設や Bar などを併設する古民家宿泊施設など多様な宿泊施設の開業。

テーマ	主な観光資源・スポット	地域
歴史文化 産業体験	さかい利晶の杜、堺市博物館、大仙公園日本庭園、水野鍛錬所、堺市茶室 伸庵、堺市茶室 黄梅庵、シマノ自転車博物館、堺伝匠館	堺市
	専稱寺・大阪ガス科学館・臨海スポーツセンター	高石市
	池上曾根弥生学習館	泉大津市
	和泉市久保惣記念美術館、道の駅いずみ山愛の里、いずみふれあい農の里	和泉市
	紀泉わいわい村	泉南市
	泉南市埋蔵文化財センター	泉南市
	煉瓦館（熊取交流センター）、中家住宅	熊取町
田尻歴史館	田尻町	
祭り	月見祭り（ふとん太鼓）	堺市

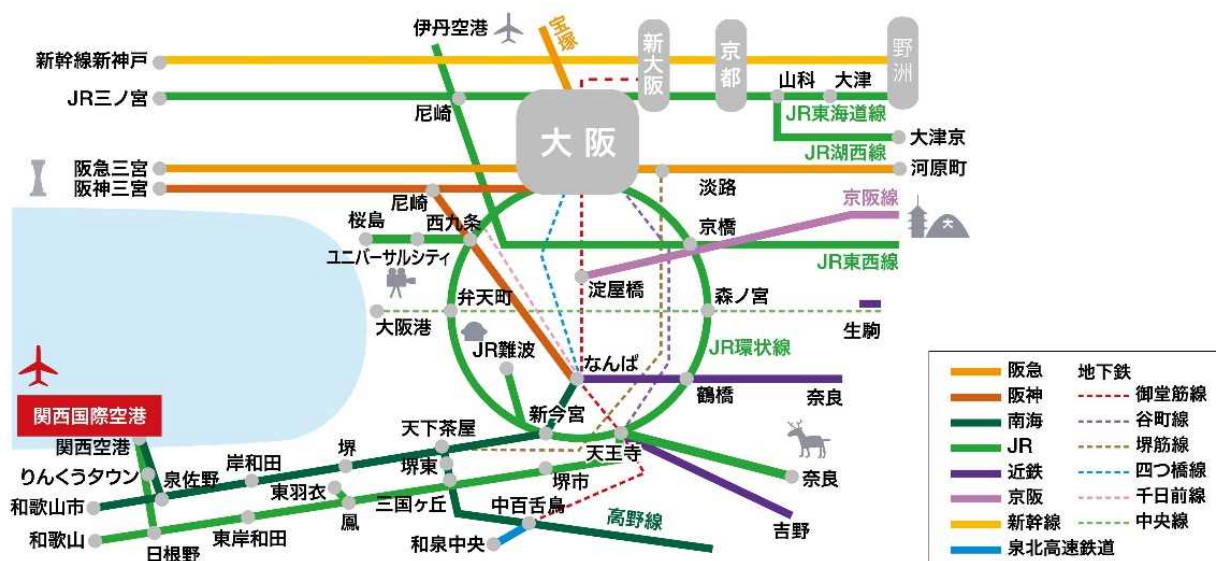
	だんじり祭り	泉州各実施地区
	太鼓台祭り	貝塚市
	泉州 YOSAKOI ゑえじゃないか祭り	泉佐野市
	秋祭り・やぐら	阪南市・泉南市
食文化	水なす、泉州たまねぎ、包近（かねちか）の桃、なにわ黒牛、しらす、アナゴ、泉だこ、サワラ、スズキ、牡蠣、和泉みかん	泉州地域 泉州海域
公園	浜寺公園	堺市・高石市
	和泉リサイクル環境公園	和泉市
	シーパスパーク	泉大津市
	二色の浜ブルーパーク	貝塚市
	SENNAN LONG PARK	泉南市
	りんくう公園（マーブルビーチ）	泉佐野市、泉南市、 田尻町
泉州の地酒	寺田酒造、井坂酒造場	岸和田市
	北庄司酒造	泉佐野市
	浪花酒造	阪南市
海水浴場	二色の浜	貝塚市
	タルイサザンビーチ	泉南市
	びちびちビーチ	阪南市
	ときめきビーチ	岬町
自然体験	ハーベストの丘、観光農園 南楽園、フラワー農園コスモス館	堺市
	かいづかいぶきヴィレッジ、奥水間アスレックスポーツ	貝塚市
	こーたり～な	泉佐野市
	いずみふれあい農の里	和泉市
	岸和田観光農園	岸和田市
	紀泉わいわい村、花咲きファーム、海上釣り堀サザン	泉南市
	山中溪の桜並木、まち並み、わんぱく王国	阪南市
	地引網体験	泉南市、阪南市
	潮干狩り	貝塚市、阪南市、 岬町
	奥山兩山自然公園・永楽ゆめの森公園、和田山 Berry Park	熊取町
	漁業体験&海鮮バーベキュー、海釣ぽーと田尻	田尻町
	海釣り公園とつとパーク小島	岬町
宿泊施設	牛滝温泉四季まつり	岸和田市
	奥水間温泉	貝塚市
	SORA RINKU、URBAN CAMP HOTEL Marble Beach	泉南市
	マリンロッジ海風館	岬町
商業施設	ららぽーと和泉	和泉市
	SENNAN LONG PARK（グランピングなど複合商業施設）	泉南市
	りんくうプレミアム・アウトレット	泉佐野市
	月化粧ファクトリー（工場見学）	阪南市

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

- 2018 年度末で、ホテル 30 施設（客室数 4,227）、旅館 193 施設（客室数 4,562）、簡易宿所 40 施設となっている。（大阪府環境衛生課提供データより）
- 関西空港対岸のりんくうエリアでは、外資系も含めホテルの投資が進む。あわせてこの地域では、主に訪日旅行者をターゲットとした民泊施設が急増している。
- りんくうエリア以外では、JR や南海電鉄の主要駅前にチェーン店のホテルが進出しているが、主なターゲットは地元の工場への出張需要であり、一部、訪日団体旅行者の大阪市内、京都市内行きの中継需要を取り込んでいるホテルもある。

【利便性：区域までの交通、域内交通】

- 関西空港エリアを拠点に大阪市内までの南北を JR、南海電鉄が貫き、空港リムジンバスが泉州北部、大阪市内他の各鉄道ターミナルと結んでいる。泉州域内の東西は、各鉄道駅から路線バス、タクシーが運行しているが、その役割は、主に生活路線としての位置づけである。



出典：関西エアポート㈱

【外国人観光客への対応】

- りんくうエリアや堺市内の施設では、訪日旅行者対応が進んでいるが、その他のエリアでは訪日旅行者がほとんど訪れていないため、一部の施設を除き対応が遅れている。
- 泉州地域 9 市 4 町の各自治体では、多くが「外国語観光パンフレット」の発行と「主要駅における観光案内板の外国語表記」の整備を行っている。
- 旅前、旅中においても泉州訪問への興味を持てるよう、地域の観光、グルメ、体験等を SNS において多言語での発信を継続している。
- 泉州一帯を受け地として訪日直後や帰国前の短時間、短期間で体験できる着地型旅行商品を造成し、泉州周遊への仕組みづくりを行っている。

3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
旅行消費額	訪日旅行者の消費傾向を分析し、商品造成への戦略につなげるため。	クレジットカードデータをベースにした加減乗除方式。

延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	大阪府府民文化部都市魅力創造局公開資料より取得。
来訪者満足度	訪日旅行者の満足度傾向を分析し、旅行商品造成の質の向上に繋げるため。	Web アンケート調査を来訪上位マーケット（台湾・韓国・中国・香港）に対し実施（2020 年度事業以降）。
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。	Web アンケート調査を来訪上位マーケット（台湾・韓国・中国・香港）に対し実施（2020 年度事業以降）。
WEBサイトのアクセス状況	泉州への関心度や施策の効果等を把握するため。	Google Analytics を活用して実施。
訪日旅行者数	エリア別、国籍別、季節性の抽出によるターゲット、戦略の策定するため。	クレジットカードデータをベースにした加減乗除方式。

4. 戦略

（1）地域における観光を取り巻く背景

※地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくりの背景

- 泉州地域は、古墳築造にみられるように、日本の歴史上非常に古くから経済文化の栄えた地域であった。平安期以降は、熊野詣の道程であった紀州街道が南北に貫き、多くの人々の旅を支えてきた地域でもあり、商いのまち大阪を支える食や物の供給地であった。
- 明治期以降は、繊維産業が繁栄した時代であり泉州地域には多数の紡績工場が存在し、豊かな地域経済を築いていた。その後、大阪湾の埋め立てにより、重化学工業やエネルギー産業の拠点として産業が発展したが、その反面環境汚染に苦しんだ時期もあった。
- 関西国際空港の建設に際し、山側の土砂が採掘されるのと同時に多くの住宅が建設され、大阪市内への通勤のベッドタウンとして人口が急増したものの、その後の人口減少と地場産業を支える人々の高齢化やモータリゼーションの進展により、大阪市内を対極とするストロー現象が起り、地元での消費活動の低迷が続いている。
- 泉州という地域が歩んできた長い歴史を産業という視点から俯瞰してみると、農業、漁業、製造業によって地域経済が発展してきたことから、行政主導で観光振興を進めているものの地域住民が観光客を迎え入れることによる経済活性化に大きな期待を有していない傾向にある。
- しかし、関西国際空港の地元であり、今後、新型コロナウイルス感染症の流行が一定落ち着き、インバウンド観光が再開された場合、従前の観光地だけではなく新たな「日本」の観光資源が要求されるものと想定され、多様な地域資源を有しながら観光空白地帯であった泉州地域が多くポテンシャルを有する地域として見直される可能性が高いものと考えられる。
- 今後、観光産業を新たな地域経済の柱として育成するためには、市町の境界にとらわれず、地域住民や地域企業の理解を求めながら意識改革を図る必要がある。こうした状況に対し、観光地域づくり法人（DMO）である当法人が核となり、市町の境界を越えた視点から泉州地域が誇る観光資源を活用した広域観光の仕組みづくりを進めることが重要。泉州地域全体でのインバウンドを含む観光客の誘致を図り、外貨の獲得、事業者支援、新たな雇用の創出や担い手不足の解消を図るなど地域経済や地域住民生活の向上など観光による恩恵を享受できる環境づくりをめざす。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p>強み (Strengths) ○自地域で積極的に活用できる強みは何か？</p> <ul style="list-style-type: none"> ・空の玄関口である関西との近接性 ・大阪市内、京都、奈良、和歌山などの観光ブランド力の高い地域との近接性 ・だんじり祭りなど独特な伝統文化 ・百舌鳥古墳群、岸和田城、寺社仏閣など、歴史・文化的観光資源 ・関西の食を支える海・里・山の幸等の観光資源 ・伝統工芸などストーリー性の高い独特な観光資源 ・都心からそう遠くない地域で体験可能な漁業、農業資源 	<p>弱み (Weaknesses) ○自地域で改善を必要とする弱みは何か？</p> <ul style="list-style-type: none"> ・泉州域内を回遊するための二次交通手段の不足 ・訪日旅行者を誘客し、回遊を促す仕組みの発信力の不足 ・地域が訪日旅行者を受け入れていく積極的なマインド・体制・人材（外国語対応など）の不足
外部環境	<p>機会 (Opportunity) ○自地域にとって追い風となる要素は何か？</p> <ul style="list-style-type: none"> ・全国を上回る関西圏の訪日旅行者の伸び ・泉州の強みである食への関心の高さ ・ローカル観光に対する関心の高さ ・関西国際空港の路線拡充 ・ワールドマスターズゲームズ 2027 関西、2025 関西・大阪万博、IR（統合型リゾート）などの集客機会 	<p>脅威 (Threat) ○自地域にとって逆風となる要素は何か？</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光コンテンツや旅行者の消費先となりうる事業者の減少 ・他地域による訪日旅行者誘客への取組強化による地域間競争の激化

※上記に加え、PEST分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入（様式自由）。

(3) ターゲット

<p>○第1ターゲット層 東アジア（韓国・台湾・香港・中国・ベトナム）の関西圏を周遊する訪日リピーター 当法人では、これを「重点市場」と位置付けている。</p> <hr/> <p>○選定の理由 泉州地域に近接する関西国際空港から入国する外国人のうち、約7割を東アジアからの来訪者が占めており、コンスタントに集客が見込める市場である。</p> <p>○取組方針 入国、帰国の前後泊や、旅行最終日における商業施設来訪に集中している旅行者を地域全体に回遊させるために、比較的旅行日数に余裕がある旅行者をターゲットとする。 現状、泉州地域に存在する観光施設の多くが「通過」されてしまっているが、泉州での留客の促進のため、どの施設が訴求できるのか満足度調査を市場別に分析をしたうえで、情報発信や受入整備を戦略的に行なっていく。ベトナムについては、関西圏の留学生5.6万人のうち半数近くがベトナム人留学生と言われており、VFR（Visit friend and Relative）として活用を図る。</p>
<p>○第2ターゲット層 欧米豪の訪日リピーター 当法人ではこれを「戦略市場」と位置付けている。</p>

<p>○選定の理由 日本文化やローカルの体験コンテンツに対する関心が高く、かつ旅行日数に余裕があるため、泉州は彼らのニーズに応えられるポテンシャルをもつと考えられる。</p> <p>○取組方針 SNS や Web サイトを通じた定期的な情報発信を通じて、観光地としての泉州を訴求し続けることが具体的な取組である。だんじり祭りなどの祭礼資源のほか、犬鳴山七宝瀧寺を核とした葛城修験道体験などの、ターゲットのニーズに合った日本の歴史と伝統文化を体験するコンテンツを活用する。</p>
<p>○第3ターゲット層 東南アジアの関西圏を周遊する訪日リピーター</p> <p>○選定の理由 関西への訪問率が大きく伸長している市場である。東アジアと比べても旅行日数に余裕があり、都市部や既存の観光ルートに飽きた層がローカルエリアへの観光へ移行していることから、泉州地域で彼らのニーズにそった観光を提供できると考える。</p> <p>○取組方針 限られた経営資源を有効利用するという視点から、まずは第一ターゲットへ経営資源を集中的に投下していく方針であるが、既旅行商品の販売においては門戸を広げていく。</p>

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	「関西国際空港」から観光目的地となる大阪泉州
②コンセプトの考え方	<p>関西国際空港が立地する地域として、単に大阪市内や京都・奈良などの観光地に向かう際の通過地域や一次宿泊場所であることがデータ分析で明らかになっている。</p> <p>しかし、空港や大都市に近接する地域でありながら、海・山・里の自然、そして食や祭り、地場産業などの観光資源の魅力を発信することにより、新たな日本文化体験や自然体の日本を求めるインバウンド観光客の誘客が可能であると考えている。</p>

5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
<p>戦略の多様な関係者との共有 ※頻度が分かるよう記入すること。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 理事会（概ね年2回）、総会（概ね年1回） 2. 9市4町連絡調整会議（概ね月1回） 3. 泉州観光地域づくり連携協議会（概ね年3回） 4. 泉州地域観光協会事務局長会議（概ね年2回）
	<ol style="list-style-type: none"> 1. 当法人の意思決定主体。戦略、予算、年度事業計画、事業の進捗、事業結果・分析、決算などの共有と協議、合意形成を図る。 2. 当法人の年度事業計画、事業結果・分析などを共有しながら、ビジョン構築、戦略のブラッシュアップを図っていく。

	<p>3. DMO を中心に、泉州の観光地域づくりを多様な関係者と推進する上で、セミナーやワークショップ等を行い、観光振興における課題分析等を行っている。</p> <p>4. DMO として泉州地域内の観光協会と意見交換、情報交換等を行う。</p>
<p>観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 満足度調査における調査・分析結果を泉州市町にフィードバックし、受入の質の向上につなげる。 ○ 泉州は、空の玄関口である関西空港を抱える全国でも数少ない特徴的なエリアである。今まで観光に関して空白地帯と称されていた泉州観光のブランド力が向上し、大阪、関西、日本旅行の「はじめの一步」「最後の一步」としての観光圏としての機能をもてば、旅行者が感じる価値は大きく向上すると思われる。 ○ 泉州という直径 50Km の範囲には、長い歴史を受け継ぐ堺の包丁づくりや、大阪では珍しい酒造などの伝統産業が息づき、泉州独自のだんじり祭り、ふとん太鼓などの伝統文化には独自のストーリーが存在する。西に目を向ければ、大阪湾を介し六甲山系や淡路島、四国が望め、東に目を向ければ奈良、和歌山と接する和泉山脈がそびえる。その近さが独特の自然景観を形成し、大阪という都市に近いにも関わらず自然を活用したアクティビティが可能である。また、大阪は天下の台所と言われてきたが、大阪産（もん）といわれる農産物、海産物のほとんどは、ここ泉州で産まれる。これらの多様で、かつ独自性のある観光コンテンツを磨き、地域一体で外国人観光客を受け入れる整備を行えば、その機能を果たすことができるポテンシャルは十分あると考える。
<p>観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 一元的な情報を発信するための仕組みとして、SNS の刷新を行った。Facebook を 4 言語（英語、繁体字、韓国語、日本語）、Instagram を 3 言語（繁体字、韓国語、日本語）、中国市場に強いウェイボー及び馬蜂窩の合計 9 つの SNS を運用し、各国市場にあわせた情報発信を行なっている。 ○ ホームページもリニューアルを予定しており、日・英・韓・繁・簡の言語で、一元的な情報発信をする仕組みを構築。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

6. KPI（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後3年間における明確な数値目標を記入すること。

※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去3年間の実績も記入すること。

（1）必須KPI

指標項目		2020	2021	2022	2023	2024	2025
		(R2) 年度	(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度	(R6) 年度	(R7) 年度
●旅行消費額 (億円)	目標	- (1,021)	- (1,172)	- (1,347)			
	実績	- (調査不可)	- (調査不可)	- (110)			
●延べ宿泊者数 (万人)	目標	- (137)	- (157)	- (180)			
	実績	- (35)	- (調査中)	- (調査中)			
●来訪者満足度 (ポイント) (7段階評価)	目標	- (6.3)	- (6.6)	- (7.0)			
	実績	- (6.2)	- (6.2)	- (6.2)			
●リピーター率 (%)	目標	- (50)	- (50)	- (50)			
	実績	- (43)	- (42)	- (35)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

2017年に泉州地域で独自に実施した統計調査及び関西空港におけるアンケート調査の結果をもとに、2015年及び2016年の実績値を算出。それを元に泉州地域へ主に関西空港からの訪日旅行客を誘客することを鑑み、関西広域連合や大阪観光局の計画における目標値を参酌し、関西及び大阪府における目標設定と同じ伸び率での目標値を設定していた。

コロナ禍により、実質2020年度、2021年度はインバウンドがほぼ0となったため、回復傾向となった2022年度を境として、2023年度を2020年度ベースに戻し、以降を以前と同じ伸び率で目標を設定。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

『関西観光・文化振興計画』における目標値を参考に、2020年対2015年比で200%の水準、中間年は伸び率一定での成長で目標値を設定していた。経緯記載と同じく、2023年度目標を2020年度ベースに戻し、以降を以前と同じ伸び率で目標を設定。

●延べ宿泊者数

過去実績を踏まえ、同じ比率で毎年増加するように目標を設定。経緯記載と同じく、2023年度目標を2020年度ベースに戻し、以降を以前と同じ伸び率で目標を設定。

●来訪者満足度

『関西観光・文化振興計画』における目標値を参考に、2020 年に対 2015 年比で 200%の水準、中間年は伸び率一定での成長で目標値設定していた。経緯記載と同じく、2023 年度目標を 2020 年度ベースに戻し、以降については、これまでの調査により、満足度を高めるための受入環境の整備から浸透まで時間を要することが推察されることから伸び率の水準を見直した。

●リピーター率

泉州地域の認知度向上をめざすため、大阪観光局の目標値も参考に現状維持の約 50% の目標値を設定した。

(2) その他の目標

指標項目		2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度
●訪日旅行者数 (万人)	目標	- (277)	- (318)	- (365)	- (277)	- (318)	- (365)
	実績	- (調査不可)	- (調査不可)	- (23)			
●一人当たりの 訪日旅行消費額 (千円)	目標	- (32.0)	- (32.5)	- (33.0)	- (34.5)	- (35.0)	- (35.5)
	実績	- (調査不可)	- (調査不可)	- (48.0)			
●Web サイトア クセス数 (千pv)	目標	116 (-)	125 (-)	134 (-)	392 (-)	401 (-)	410 (-)
	実績	185 ()	222 ()	392 ()			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

※各指標項目の単位を記入すること。

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

実績値については、これまで泉州 9 市 4 町で観光施策に取り組んできた当法人の前身である。「泉州観光プロモーション推進協議会」で実施している事業の実績、また、2017 年に泉州地域で独自に実施した統計調査及び関西国際空港におけるアンケート調査の結果をもとに、2015 年及び 2016 年の実績値を算出し、泉州地域へ主に関西国際空港からの訪日旅行客を誘客することを鑑み、関西広域連合や大阪観光局の計画における目標値を参酌し、関西及び大阪府における目標設定と同じ伸び率での目標値を設定していた。

コロナ禍により、実質 2020 年度、2021 年度はインバウンドがほぼ 0 となったため、回復傾向となった 2022 年度を境として、2023 年度を 2020 年度ベースに戻し、以降を以前と同じ伸び率で目標を設定。

【設定にあたっての考え方】

●訪日旅行者数

『関西観光・文化振興計画』における目標値を参考に、2020 年に対 2015 年比で 200%の水準、中間年は伸び率一定での成長で目標値設定していた。経緯記載と同じく、2023 年度目標を 2020 年度ベースに戻し、以降を以前と同じ伸び率で目標を設定。

●一人当たりの訪日旅行消費額

「泉州地域の旅行消費額（外国人）」の目標値を「泉州地域の訪日旅行者数」の目標値で除して、目標値を設定していた。令和4年度実績数値を見ると大きく目標を上回っている。コロナ禍後の消費欲が開放されたと考えられるところはあるが、消費単価も上昇傾向にあることも踏まえ、2023年度目標を2025年度目標の数字とし、以降は以前と同じ伸び率で目標を設定。

●WEB サイトアクセス数

『大阪泉州観光ガイド』のWEBアクセス数について、「泉州地域の訪日旅行者数」の目標値を参考に、2020年に対2015年比で200%の水準で目標値を設定していた。コロナ禍においては、情報発信に注力し、大きく目標を上回った結果を踏まえ、目標を上方修正。2022年度実績から伸び率を加え設定。

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後3年間について、計画年度毎に（1）収入、（2）支出を記入すること。

※現に活動している法人にあっては、過去3年間の実績も記入すること。

（1）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）	
2020（R2） 年度	184,693,274（円）	受取会費 2,680,000（円） 事業収益 7,864,800（円） 受取補助金 64,313,570（円）	*正会員・賛助会員費 *泉州マラソン参加費 *関空利用促進支出金 *公益信託泉州基金 *泉州マラソン協賛金 *市町負担金
		受取負担金 109,270,000（円） 雑収入 564,904（円）	
2021（R3） 年度	199,892,404（円）	受取会費 2,770,000（円） 事業収益 5,221,400（円） 受取補助金 66,429,263（円）	*正会員・賛助会員費 *泉州マラソン （オンライン）参加費 *関空利用促進支出金 *泉州マラソン協賛金 *国からの補助金 *市町負担金
		受取負担金 101,265,000（円） その他収入 1,568（円） 前期繰越金 24,195,173（円）	
2022（R4） 年度	311,453,003（円）	受取会費 2,790,000（円） 事業収入 64,489,000（円） 17,373,718（円） 受取補助金 69,790,150（円）	*正会員・賛助会員費 *泉州マラソン参加費 *収益事業 *関空利用促進支出金 *国からの補助金 *事業協賛金 *市町負担金 *引継ぎ分繰り入れ
		受取協賛金 23,811,338（円） 受取負担金 78,545,000（円） マラソン基金 8,484,000（円） その他収入 2,873（円） 前期繰越金 46,166,924（円）	
2023（R5） 年度	104,195,000（円） （見込み）	受取会費 3,500,000（円） 事業収入 5,000,000（円） 受取補助金 47,850,000（円）	*正会員・賛助会員費 *収益事業 *関空利用促進支出金 *国からの補助金 *市町負担金
		受取負担金 37,845,000（円）	

		前期繰越金 10,000,000 (円) ※マラソン事業は R5 年度以降他団体に移管
2024 (R6) 年度	104,195,000 (円) (見込み)	受取会費 2,790,000 (円) *正会員・賛助会員費 事業収入 5,000,000 (円) *収益事業 受取補助金 47,850,000 (円) *関空利用促進支出金 *国からの補助金 受取負担金 37,845,000 (円) *市町負担金 前期繰越金 10,000,000 (円)
2025 (R7) 年度	104,195,000 (円) (見込み)	事業収入 5,000,000 (円) *収益事業 受取補助金 47,850,000 (円) *関空利用促進支出金 *国からの補助金 受取負担金 37,845,000 (円) *市町負担金 前期繰越金 10,000,000 (円)

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳(具体的に記入すること)	
2020 (R2) 年度	162,751,032 (円)	事業費 77,631,301 (円) *プロモーション費 *受入整備費 *マラソン(オンライン) 事業費 管理費 85,119,731 (円) *人件費・事務所費	
2021 (R3) 年度	153,725,480 (円)	事業費 60,653,690 (円) *プロモーション費 *受入整備費 *マラソン(オンライン) 事業費 補助金事業費 4,906,165 (円) 管理費 88,165,625 (円) *人件費・事務所費	
2022 (R4) 年度	272,921,698 (円)	事業費 190,239,889 (円) *プロモーション費 *受入整備費 *マラソン事業費 補助金事業費 25,410,175 (円) 管理費 57,271,634 (円) *人件費・事務所費	
2023 (R5) 年度	104,195,000 (円) (見込み)	事業費 20,195,000 (円) *プロモーション費 *受入整備費 補助金事業費 23,000,000 (円) 管理費 61,000,000 (円) *人件費・事務所費	
2024 (R6) 年度	104,195,000 (円) (見込み)	事業費 20,195,000 (円) *プロモーション費 *受入整備費 補助金事業費 23,000,000 (円) 管理費 61,000,000 (円) *人件費・事務所費	
2025 (R7) 年度	104,195,000 (円) (見込み)	事業費 20,195,000 (円) *プロモーション費 *受入整備費 補助金事業費 23,000,000 (円) 管理費 61,000,000 (円) *人件費・事務所費	

(3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

- 行政（泉州地域 9 市 4 町）からの負担金による活動支援
- 関西エアポート株式会社からの関空利用促進・PR 支出金による活動
- 以下の事業を実施し、一定の収益を確保
 - ・会員拡大による会費収入の安定的確保
 - ・物産展等における特産品の販売・出展料収入
- 旅行業登録による自主財源の確保(2023 年度申請準備中)
- 行政（大阪府、泉州 9 市 4 町など）からの事業受託
- 公益信託泉州地域振興基金の活用検討
- 観光庁等補助金事業、会員からの受託事業による収入の拡充

8. 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

泉州地域 9 市 4 町（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）は、泉州地域の観光地域づくりのかじ取り役としてその役割を一般社団法人 KIX 泉州ツーリズムビューローに託し、行政ならびに地域の事業者が一体となり、泉州の観光地域づくりに協力しています。よって同圏域における観光地域づくり法人として登録されることに同意します。

9. マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携 DMO（県単位以外）や地域 DMO と重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

【他の地域連携 DMO や地域 DMO との間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】

エリアが重複する地域 DMO として泉佐野シティプロモーション推進協議会（以下「ICP」）がある。必要に応じて当法人職員が ICP の理事会への参加などを通じて連携を図るとともに、泉州観光地域づくり連携協議会に参画いただいている。

構成市町にある観光協会とは、観光協会事務局長会議の開催を通じて情報交換や事業連携を進めている。

【区域が重複する背景】

ICP は泉佐野市が中心となって作り、KIX 泉州ツーリズムビューローは 9 市 4 町が連携することで成立していた泉州観光プロモーション推進協議会がその前身となって成立したため。

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】

KIX 泉州ツーリズムビューローが泉佐野エリアで観光事業をする場合には、一部協力を要請している。具体的には、飲食店やホテルといった観光施設情報の共有や各種イベントの告知協力である。

また、当ビューローは広域対象であるので、泉州地域で開催されるイベントや主催イベントにあつては 13 市町の観光 PR をベースにするほか、市町の境界にとらわれない旅行商品開発などを行う役割を担っている。

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

明確な文書規定は存在しないが、各種の会議等で情報交換や事業分担を進めている。今後は協定の提携等も視野に入れながら、連携を深める必要がある。

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	高崎 尚之
担当部署名（役職）	事務局次長
郵便番号	596-0054
所在地	大阪府岸和田市宮本町 27-1 泉州ビル 8F
電話番号（直通）	072-436-3440
F A X 番号	072-423-4741
E - m a i l	kix-senshu@kstb.jp

11. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	大阪府堺市
担当者氏名	池田 晶子
担当部署名（役職）	文化観光局 観光部 観光企画課 主幹兼戦略係長
郵便番号	590-0078
所在地	堺市堺区南瓦町 3-1
電話番号（直通）	072-228-7493
F A X 番号	072-228-7342
E - m a i l	kanki@city.sakai.lg.jp

都道府県・市町村名	大阪府岸和田市
担当者氏名	井上 江美
担当部署名（役職）	魅力創造部 観光課 課長
郵便番号	596-8510
所在地	岸和田市岸城町 7-1
電話番号（直通）	072-423-9501
F A X 番号	072-423-2384
E - m a i l	kankou-k@city.kishiwada.osaka.jp

都道府県・市町村名	大阪府泉大津市
担当者氏名	檜 光優
担当部署名（役職）	政策推進部 地域経済課 課長
郵便番号	595-8686
所在地	泉大津市東雲町 9-12
電話番号（直通）	072-551-7651
F A X 番号	072-532-6000
E - m a i l	keizai@city.izumiotsu.osaka.jp

都道府県・市町村名	大阪府貝塚市
担当者氏名	小野 味矢
担当部署名（役職）	総合政策部 魅力づくり推進課 主査
郵便番号	597-8585
所在地	貝塚市畠中 1-17-1
電話番号（直通）	072-433-7192
F A X 番号	072-433-7233
E - m a i l	miryoku@city.kaizuka.lg.jp

都道府県・市町村名	大阪府泉佐野市
担当者氏名	上野 達也
担当部署名（役職）	生活産業部 まちの活性課 係長
郵便番号	598-0007
所在地	泉佐野市上町 3-11-48
電話番号（直通）	072-469-3131
F A X 番号	072-463-1827
E - m a i l	kankou@city.izumisano.lg.jp

都道府県・市町村名	大阪府和泉市
担当者氏名	松下 翔
担当部署名（役職）	環境産業部 産業振興室 商工観光担当 総括主査
郵便番号	594-8501
所在地	和泉市府中町 2-7-5
電話番号（直通）	0725-99-8123
F A X 番号	0725-45-9352
E - m a i l	shoukan@city.osaka-izumi.lg.jp

都道府県・市町村名	大阪府高石市
担当者氏名	神林 孝幸
担当部署名（役職）	政策推進部 総合政策課 次長兼課長
郵便番号	592-8585
所在地	高石市加茂 4-1-1
電話番号（直通）	072-275-6138
F A X 番号	072-275-6481
E - m a i l	ti-sei@city.takaishi.lg.jp

都道府県・市町村名	大阪府泉南市
担当者氏名	城野 博文
担当部署名（役職）	成長戦略室 プロモーション戦略課 課長
郵便番号	590-0592
所在地	泉南市樽井 1-1-1
電話番号（直通）	072-447-8811
F A X 番号	072-483-0325
E - m a i l	promotion@city.sennan.lg.jp

都道府県・市町村名	大阪府阪南市
担当者氏名	高倉 直樹
担当部署名（役職）	未来創生部 まちの活力創造課 課長
郵便番号	599-0292
所在地	阪南市尾崎町 35-1
電話番号（直通）	072-489-4508
F A X 番号	072-473-3504
E - m a i l	m-katsu@city.hannan.lg.jp

都道府県・市町村名	大阪府忠岡町
担当者氏名	林 淳貴
担当部署名（役職）	産業まちづくり部 産業建築課 主事
郵便番号	595-0805
所在地	泉北郡忠岡町忠岡東 1-34-1
電話番号（直通）	072-522-1122
F A X 番号	072-532-7805
E - m a i l	tadaokasangyou@town-tadaoka.jp

都道府県・市町村名	大阪府熊取町
担当者氏名	箕原 大祐
担当部署名（役職）	住民部 産業振興課 課長
郵便番号	590-0495
所在地	泉南郡熊取町野田 1-1-1
電話番号（直通）	072-452-6085
F A X 番号	072-452-7103
E - m a i l	sangyou@town.kumatori.lg.jp

都道府県・市町村名	大阪府田尻町
担当者氏名	加藤 寛昭
担当部署名（役職）	事業部 産業振興課 課長
郵便番号	598-8588
所在地	泉南郡田尻町嘉祥寺 375-1
電話番号（直通）	072-466-5008
F A X 番号	072-466-5025
E - m a i l	sanshin@town.tajiri.osaka.jp

都道府県・市町村名	大阪府岬町
担当者氏名	川島 大樹
担当部署名（役職）	まちづくり戦略室 課長
郵便番号	599-0392
所在地	泉南郡岬町深日 2000-1
電話番号（直通）	072-492-2725
F A X 番号	072-492-5814
E - m a i l	kouro@town.osaka-misaki.lg.jp

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

大阪府泉州13地域(堺市・高石市・和泉市・泉大津市・岸和田市・貝塚市
泉佐野市・泉南市・阪南市・忠岡町・熊取町・田尻町・岬町)

【設立時期】 H30年4月1日

【設立経緯】 ①区域に観光協会があるが、役割分担等をした上でDMO新設

【代表者】 理事長 永野 耕平

【マーケティング責任者(CMO)】 榎元 政明

【財務責任者(CFO)】 藤野 由美

【職員数】 8人(常勤8人(正職員6人・出向2人))

【主な収入】(4年度決算)

収益・受託事業17百万円、マラソン参加費64百万円
市町負担金 78百万円、会費収入 2百万円

【総支出】(4年度決算)

事業費 190百万円、補助金事業 25百万円、一般管理費 57百万円

【連携する主な事業者】

関西エアポート(株)、(株)池田泉州銀行
南海電気鉄道(株)、西日本旅客鉄道(株) 他

KPI(実績・目標)

記入日: 令和5年7月31日

※()内は外国人に関するもの。

項目		2020 (R2) 年	2021 (R3) 年	2022 (R4) 年	2023 (R5) 年	2024 (R6) 年	2025 (R7) 年
旅行消費額 (億円)	目標	(1,021)	(1,172)	(1,347)	(1,021)	(1,172)	(1,347)
	実績	(調査不可)	(調査不可)	(110)	—	—	—
延べ 宿泊者数 (万人)	目標	(137)	(157)	(180)	(137)	(157)	(180)
	実績	(35)	(調査中)	(調査中)	—	—	—
来訪者 満足度 (ポイント)	目標	(6.3)	(6.6)	(7.0)	(6.3)	(6.4)	(6.5)
	実績	(6.2)	(6.2)	(6.2)	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	(50)	(50)	(50)	(50)	(50)	(50)
	実績	(43)	(42)	(35)	—	—	—

戦略

【主なターゲット】

重点市場
台湾・韓国・中国・ベトナム等東アジア

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

入国・帰国の前後泊を狙い、満足度調査での市場分析をもとに泉州での留客の促進を進め情報発信や受入整備を戦略的に行う。

全般ノゾニングによる地域プロモーション

【観光地域づくりのコンセプト】

「関西国際空港」から
観光目的地となる大阪泉州

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

- 鉄道と地域資源を活用し、運転体験を含むファミツアーを実施
- 泉州文化と食に関する新たな発見を目指し、「泉州人」を発行

【受入環境整備】

- ガイド人材の育成並びにツアー造成
- 観光客の受入態勢の整備等について協議するワークショップ等を開催

【情報発信・プロモーション】

- 多言語Webサイト・SNSでの一元的な情報発信(英・繁・簡・韓)
- 台湾市場向け泉州エリア情報発信
- 【観光地域づくり意識啓発】
- <セミナー開催>
- 「大阪・関西万博」と地域の関わり
- 泉州魅力発見
- SNS情報発信手法 など
- <研修>
- 「観光とまちづくり」をテーマに視察研修

「台湾向け情報発信」



「インバウンドガイド育成」

