様式１

観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年８月１日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	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	（一社）泉佐野シティプロモーション推進協議会	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	大阪府泉佐野市	
所在地	大阪府泉佐野市上町３―８－１２　泉佐野まち処２階	
設立時期	２０１５年３月２３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	２１人【常勤２１人（正職員１８人・出向等３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） 河原　千晶 （犬鳴山温泉不動口館）	犬鳴山温泉の温泉旅館「不動口館」の経営者とともに、泉佐野市内において、観光による地域活性化に大きく尽力。

※必ず記入すること		
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 ※必ず記入すること	（氏名） 吉本　竜介【専従】 （出身組織名） ホテル日航関西空港	これまでホテル業界において長年にわたり、インバウンド営業に従事してまいりました。蓄積してきた知識や実務経験を活かし、地域の観光事業者と積極的にコミュニケーションを図りながら、相互にメリットのある関係性を構築。訪日外国人旅行者向けの着地型商品（地域発体験・ツアー等）の企画・開発に注力してまいりました。今後は、地域資源と観光をつなぐハブ的な役割を担い、より広い視点でインバウンド振興に貢献できるポジションを目指す。
財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー） ※必ず記入すること	（氏名） 森川　　武	広報・ＩＲ業務に長年にわたり従事してきたことから、ＤＭＯのＣＦＯとして適任。また、自主財源確保について多方面での関係者との調整力を有する。
各部門（例：プロモーション）の責任者（専門人材） ※各部門責任	（氏名） 吉本　竜介【専従】 （出身組織名） ホテル日航関西空港	これまでホテル業界において長年にわたり、インバウンド営業に従事してまいりました。蓄積してきた知識や実務経験を活かし、地域の観光事業者と積極的にコミュニケーションを図りながら、相互にメリットのある関係性を構築。訪日外国人旅行者向けの着地型商品（地域発体験・ツアー等）の企画・開発に注力してまいりました。今後は、地域資源と観光をつなぐハブ的な役割を担い、より広い視点でインバウンド振興に貢献できるポジションを目指す。

者のうち専従の者については、氏名の右横に「専従」と記入すること		
各部門（例：旅行商品の造成･販売）の責任者（専門人材）	（氏名） 吉本　竜介 （出身組織名） （株）ホテル日航関西空港	これまでホテル業界において長年にわたり、インバウンド営業に従事してまいりました。蓄積してきた知識や実務経験を活かし、地域の観光事業者と積極的にコミュニケーションを図りながら、相互にメリットのある関係性を構築。訪日外国人旅行者向けの着地型商品（地域発体験・ツアー等）の企画・開発に注力してまいりました。今後は、地域資源と観光をつなぐハブ的な役割を担い、より広い視点でインバウンド振興に貢献できるポジションを目指す。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	大阪府泉佐野市 生活産業部まちの活性課（泉佐野市観光協会） 成長戦略室おもてなし課	
連携する事業者名及び役割	泉佐野市、泉佐野市観光協会　（公財）大阪観光局 KIX 泉州ツーリズムビューロー、関西国際空港宿泊事業者ネットワーク、 田辺熊野ツーリズムビューロー 泉佐野商工会議所、泉佐野青年会議所 泉佐野漁業協同組合、大阪泉州農業協同組合、大阪タオル工業組合 関西エアポート㈱、大阪観光大学、南海電気鉄道㈱	
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	（一社）泉佐野シティプロモーション推進協議会は、大阪府泉佐野市のツーリズムを担う宿泊、交通、観光、商業に関連する事業者会員組織を基盤に、泉佐野市職員を事務局に加えた形で、官民共同の DMO として登録を受けた。その合意形成プロセスにおいては、様々な会議体を適宜開催しており、以下が主な会議体である。 1.　三役会：当協議会の理事である会長、副会長による会議体で、理事会議案の検討を行う。原則毎月開催。 2.　理事会：宿泊、交通、観光、商業事業者の理事による会議体。 原則毎月開催。 3.　事業部会：各事業部の副会長理事が主催し会員が参加する会議体。 原則毎月開催。　MICE 誘致、観光誘客、シビックモールの 3 事業部がある。	

様式１

<table>
<tr><td>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</td><td>泉佐野市および泉佐野シティプロモーション推進協議会では、地域住民の観光地域づくりへの理解と主体的な参画を促すことを目的に、さまざまな事業を展開してきた。

具体的には、地元食材を活かした「ちぬうみ丼スタンプラリー」や「ガストロノミーウォーキング」などのフードツーリズム事業を通じて、地域の飲食店や農漁業者と連携し、市民が地域資源の魅力を再認識する機会を創出。また、「泉州オープンファクトリー」への参画により、地域産業の現場を広く公開し、市内事業者と住民との接点を増やすことで、地域産業への理解と誇りの醸成を図った。

さらに、「鉄道のまち泉佐野」ふるさと納税返礼品ツアーや「やきそば・シーフードEXPO」など、地元資源を活かしたイベントの企画・運営においても、市民ボランティアや関係事業者の積極的な関与を得ながら、地域ぐるみでの観光振興の実践に努めた。

加えて、クラウドファンディングにより地域住民の協力を得て導入したキッチンカーでは、泉佐野のキャラクター「イヌナキン」を活用したベビーカステラの販売を行い、地域一体となった情報発信とブランディングにも取り組んでいる。

これら一連の取組により、観光を「外からの誘客」だけでなく、「地域住民による地域の魅力再発見・発信」として位置づける機運が高まりつつあり、今後も持続可能な観光地域づくりに向けた市民参加型の仕組みづくりが求められる。</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td>【活動の概要】
<table>
<tr><th>事業</th><th>実施概要</th></tr>
<tr><td>情報発信･プロモーション</td><td>・VISIT JAPAN トラベル&MICE マート 2024
世界 35 カ国・地域の旅行事業者 280 社に対し、泉佐野の体験商品（越智泉部屋、いちご狩り、護摩祈祷体験、居合道体験、和菓子・茶道体験をプロモーション
・フードツーリズム事業（ちぬうみ丼スタンプラリー、ガストロノミーウォーキング）地元食材を活かし、来訪機会創出・認知拡大を狙った観光 PR
・やきそば・シーフード EXPO 開催
地域食材を前面に打ち出したイベントによる特産品 PR
・クラウドファンディングによるキッチンカー導入
イヌナキン型ベビーカステラなど、泉佐野のブランディングと話題性を活用した情報発信</td></tr>
<tr><td>受入環境の整備</td><td>泉佐野市より観光案内所運営業務を受託。</td></tr>
<tr><td>観光資源の磨き上げ</td><td>･ニューツーリズム創出・流通促進事業
空港立地を活かした短時間観光商品を造成し、以下の体験を提供
・icp トラベル商品造成とブラッシュアップ
いちご狩りや相撲、侍体験など、ニーズに応じた商品改良と多言語対応プロモーションを実施。欧米豪・東アジア市場別に人気コンテンツを強化</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

【定量的な評価】

Icp トラベルの販売実績として以下商品を 295 名（前年 55 名）に販売

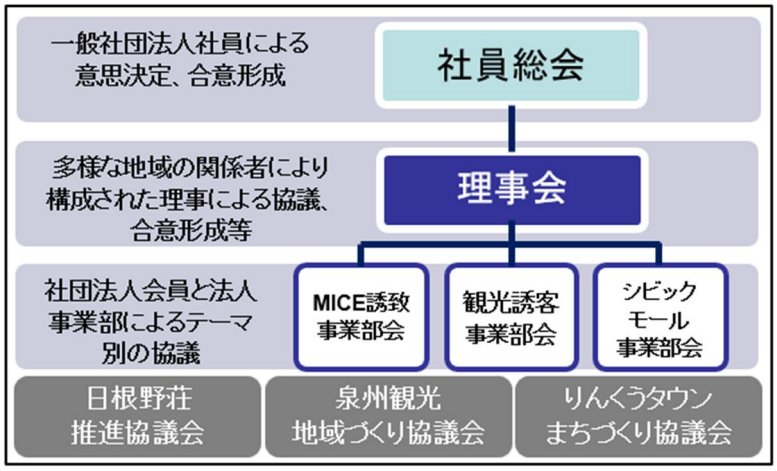
NO	ツアー名	販売チャネル	人数
1	The Ochiizumi Stable Sumo Show Experience in Osaka	Viator	139
2	All You Can Eat Strawberry Picking in Izumisano Osaka	Viator	106
3	Prayers of Flames, the Experience of Goma Prayers in Izumisano	Viator	17
4	An experience like no other Samurai at Cultural Property in Osaka	GetYourGuide	15
5	Osaka: Goma Prayer Experience and Onsen Hot Springs Entry	Viator	5
6	Mt. Inunaki Trekking and Hot Springs in Izumisano, Osaka	Viator	4
7	Exclusive Tea Ceremony and Wagashi Cooking in Osaka	Viator	4
8	Experience Japanese culture at Oyado Aburari in Izumisano Osaka	HP	3
9	Private Local Bar Hopping in Izumisano, opposite Kansai airport	Viator	2
	合計		295

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）。

【実施体制の概要】

国内外観光客と農工商を含む地域事業者や地元関係団体のつなぐ中間支援機能として、地域経済の活性課と地域への誇りや愛着を醸成するための観光マーケティングを推進する。

【実施体制図】



様式１

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】

●泉佐野市は、大阪市と和歌山市のほぼ中間に位置し、一部が金剛生駒和泉国定公園に指定された和泉山脈を擁し、美しい山河、緑あふれる恵まれた自然環境にある。

●商・工・農・漁業がバランスよく栄え、関西国際空港の開港に伴う人口の増加とともに、商業・サービス業が盛んになりつつある。

●面積は約 56.51 平方キロメートル、人口は約 10 万人。瀬戸内式気候に属し、気候は温暖で、比較的降水量は少ない。

●1994 年 9 月に開港した関西国際空港利用旅客数の拡大にあわせてインフラの整備がなされた。最近は LCC 乗り入れとコロナ禍からの回復により中国、韓国、台湾、香港をはじめとするインバウンド旅客の宿泊客は増えている。

●ホテルの新設が相次ぎ、大阪市に次ぐホテル数を有するなど、本市は世界と日本を結ぶ玄関都市として、21 世紀にふさわしい国際都市を目指した、まちづくりに取り組んでいる。

【区域設定の考え方】
市域は「山間部」「中心市街地」「沿岸部」の概ね3つの地区に分類される。

①山間部（犬鳴山～日根野）
・犬鳴山温泉は大阪府唯一の温泉郷であり、秘境ムードが漂う。世界に一番近い温泉。
・修験道発祥の地として知られる。
・犬鳴山は「葛城修験　里人とともに守り伝える修験道はじまりの地」として 2020 年に日本遺産に登録。
・大木地区の農村景観は「旅引付と二枚の絵図が伝えるまち−中世日根荘の風景−」として、2019 年に日本遺産として登録。
・国宝「慈眼院多宝塔」。
・泉州を代表する酒蔵の１つである「北庄司酒造」。
・アメリカ人僧侶在籍により、訪日外国人の受け入れ態勢も整っている

②中心市街地（南海電鉄泉佐野駅周辺）
・江戸時代廻船業をはじめとする商業で栄え、その面影を残す下町の風情が残っている。
・泉佐野駅西側（海側）に広がる「さの町場」は「北前船寄港地・船主集落」として 2020 年に「日本遺産」に登録。
・中心市街地の再生・活性化を目的にリノベーションのまちづくりを推進

③沿岸部（関西国際空港・りんくうタウンと佐野漁港）
・関西国際空港に近い立地上、ホテルなどの宿泊設備も急速に増え、国内外多数の宿泊者を迎えている。
・関西国際空港は、2024 年 3,179 万人と過去最高の旅客数となる。
・西日本最大級のショッピングエリアを形成する「りんくうタウン」。
・ランドマークである「りんくうゲートタワービル」は、あべのハルカスに次ぐ高さを誇る。
・国際外来が整備されている「りんくう総合医療センター」を核とした国際医療ツーリズムの拠点。
・ヨットやクルーズ船が係留された「いずみさの関空マリーナ」。
・国際規格のメインリンク、カーリング場、観客席を備えた「関空アイスアリーナ」。
・りんくうタウン駅近くの屋外イベント広場「りんくうアイスパーク」

様式１

【観光客の実態等】
・観光の目的地として訪れる人はまだ少ない中、多数の関西空港利用者が宿泊のため訪問している。
・インバウンドに限定すると観光庁宿泊旅行統計調査（2018 年 3 月）によれば、近畿圏では大阪市、京都市に次ぎ3位となっている。

【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】

観光施設・スポット	商業施設	文化・歴史	スポーツ・イベント・体験	食・その他
泉佐野漁協青空市場	りんくうプレミアムアウトレットモール	3か所の日本遺産	泉州 YOSAKOI	泉州キャベツ
関空展望ホール「Sky View」		① 犬鳴山七宝龍寺	忞ぇじゃないか祭	水ナス
北庄司酒造	りんくうプレジャータウンシークル	② 大木地区	りんくう花火	泉州たまねぎ
犬鳴山温泉七宝瀧寺	いこらモール	③ さの町場	KIX 泉州国際マラソン	泉ダコ
りんくう公園（恋人の聖地 LOVE RINKu）	イオンモール日根野	蟻通神社	泉佐野郷土芸能の集い＆全国物産フェア	ガッチョ
大井関公園	JA 大阪泉州直売所こーたり～な	慈眼院　多宝塔	犬鳴山七宝龍寺での修験道体験	ワタリガニ
マーブルビーチ		泉佐野ふるさと町屋館		はも
関空アイスアリーナ		ちぬうみ創生神楽	泉佐野ﾌｰﾄﾞﾂｰﾘｽﾞﾑ	あなご
りんくうアイスパーク		衣通姫（そとおりひめ）新井家住宅	ちぬうみ丼ﾌﾟﾛｼﾞｪｸﾄ	鯛
		祭り	全国タオル筆で描く絵てがみコンクール	赤舌
		① まくら祭り	泉佐野フィルムフェス	犬鳴ポーク
		② 布団太鼓	カレーサミット	地場産業として
		③ 盆踊り	焼きそば・シーフード EXPO	泉州タオル
		④ たんじり・やぐら		

【観光施設】

●泉佐野漁業協同組合 青空市場

・泉佐野漁港に隣接し、大阪湾を中心に漁獲された新鮮な魚介類を小売りする市場・市民はもちろん車やバスによる遠方からの訪問者や最近ではインバウンドも増加し、連日にぎわっている。

●北庄司酒造店

・本市内唯一の酒蔵で「佳い酒を少しずつ」をモットーにした酒作りが特徴。
・南部杜氏伝承の技で醸した「荘の郷」は、“軽ろ味”が特徴。
・蔵2階にある蔵しっくホールは多目的に利用可能（有料）

●犬鳴山

・大木の奥山不動谷を中心とする渓谷と峰一帯を総称する地名。
・渓谷を中心に立地する寺院と修験道の施設の総称でもある。
・毎年ゴールデンウイークの期間には修験者の大祭が行われる。
・毎月第 3 日曜日に一日修行体験を実施しており、国内外から多くの参加者を迎えている。
・護摩祈祷や滝行体験等が好調

【商業施設】

●りんくうプレミアム・アウトレット

・りんくうタウン内に位置し、国内外のブランド約 250 店舗が揃う関西最大級のアウトレットセンター。
・JR・南海「りんくうタウン駅」から徒歩約 6 分の距離のため、車だけでなく電車でのアクセスが良好。

●りんくうプレジャータウンシークル

・関空の対岸 海を望む開放感にあふれた買い物も遊びも楽しめる複合商業施設。
・関西国際空港を望む高さ 85mの大観覧車がシンボル。
・ショッピングや飲食をはじめ温浴施設やボウリング場などのレジャー施設も充実。

【自然及び文化・歴史】

●りんくう公園

・眺望がよく、散歩やデートに最適なスポットとなっている。
・休憩所もあり白い大理石の玉石を敷き詰めたマーブルビーチは全長 2.8 キロメートル。
・ロックガーデン風散歩道や四季折々の花、サンセットが人気。
・太鼓橋リニューアル。
・インバウンド観光客や若者をターゲットとした SNS 映えするモニュメント「LOVE RINKU」を設置。

●日本遺産「日根荘大木の農村景観」

・大木地区は、領主の九条政基が 1501 年から 4 年間滞在。
・『政基公旅引付（まさもとこうたびひきつけ）』を記した舞台。
・現在の風景を構成するため池や水路、農地などは、その多くが中世の日根荘に由来している。
・豊かな景観が広がり、歴史的変遷をたどることができる重要な地域である。
・2013 年 10 月に大阪府初の「重要文化的景観」に選定。
・2019 年 5 月に「日本遺産」に認定された。

●さの町場と泉佐野ふるさと町屋館（旧新川家住宅）

・古くは熊野詣（くまのもうで）の街道町としてにぎわった。
・江戸時代には漁業、廻船業、醸造業、綿織物業などにより独自の町人文化を開花させた地域。
・泉佐野ふるさと町屋館は、江戸中期の町屋を保存され、当時の建築様式を伝える貴重な文化財。
・2020 年 6 月、『荒波を越えた男たちの夢が紡いだ異空間 ～北前船寄港地・船主集落～』として、「日本遺産」に追加認定された。

●犬鳴山七宝瀧寺
・犬鳴山にある真言宗犬鳴派大本山。
・役行者の開基と伝えられ、本尊は役行者の作と伝わる倶利伽羅不動明王。
・元山上とも呼ばれる葛城修験道の古い霊場で、斉明天皇のころに鎮護国家・五穀豊穣の祈願を修めるため役行者によって開かれたとされている。
・天正年間に焼失するものの、江戸時代には再建され、現在葛城 28 宿修験道場の根本道場として泉州地区一の霊場。 市指定美術工芸品など多くの修験道具が伝えられている。
・2020 年 6 月に『「葛城修験」ー里人とともに守り伝える修験道はじまりの地』として「日本遺産」に認定。

●蟻通(ありとおし)神社
・長滝地区にあり、『紀貫之集』『枕草子』などにも名前が見られる古社。
・社伝によると 158(孝元 57)年ごろの創建とあり、祭神は大巳貴命(おおなむちのみこと)、蟻通大明神で、春日神社のほか7社の末社を有している。
・かつては長滝北辺松屋にあり、熊野街道にそって鎮座していたが、1942(昭和 17)年に現在地に移転。
・本殿は一間社春日造、屋根は桧皮葺(ひわだぶき)、軒唐破風を持つ様式。
・慶長 12 年と刻まれた石灯籠(いしとうろう)や岡部侯献納の絵馬、三十六歌仙の額、舞殿などがある。
・紀貴之ゆかりの冠の淵や謡曲『蟻通』、棄老(きろう)にまつわる蟻通伝説でも知られる。
・近年「ありとほし薪能」が舞殿を活用して公演され、人気を博している。

●慈眼院　多宝塔(国宝)
・石山寺、高野山金剛三昧院と並ぶ日本三名塔の一つ。
・1271(文永 8)年に再建されたものといわれ、現存の多宝塔の中でも最小ながら優美な作として有名。
・国宝建築物に指定されている。
・3 間 2 層、高さ 10.5 メートル、下層の方形と上層の円形の対比がすぐれ、屋根は桧皮葺で相輪がたっている。

【スポーツおよびイベント】
●泉州 YOSAKOI ゑぇじゃないか祭り(集客規模約7万人)
・地域活性化と新しい文化の創造、そして空港都市として各国の人々との交流に寄与することを目的。
・「人を元気に！地域を元気に！泉州から日本を元気に！」 がテーマの大規模なよさこいイベント。

●りんくう花火(集客規模約5万人)
・市民有志・若者の集まりから発生した地域の花火イベント。

●関空アイスアリーナ
・国際スケート連盟の基準を満たした縦 60m×横 30m の広々としたリンク。
・国際大会やアイススケート選手の練習場、MICE 施設(約 3,000 ㎡の無柱空間)としての利用も可能。

●りんくうアイスパーク
・豊かな緑とドッグランを擁した憩いの場(総面積 29,274 ㎡)。
・りんくう野外文化音楽堂(屋外ステージ)があり、年間通して様々なイベントが開催される。

●郷土芸能の集い＆全国物産フェア
・佐野くどきをはじめとする伝統芸能の体験、泉佐野市特産品と特産品相互取扱協定を結ぶ自治体の特産品の販売とPRを兼ねたイベント。

●e スタジアム
・泉州初の e スポーツ専用施設

様式 1

【宿泊施設:域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

●宿泊施設

・関西空港の発展・成長に伴い利用者の前後泊需要を取りこんできた。
・泉佐野市内には約 4,500 室のキャパシティを有している。
・和歌山県境の山側は、大阪府唯一の温泉郷(犬鳴山温泉)があり、近年は温泉を体験したいインバウンド旅客に人気が高い(以下代表施設のみ記述)。

●関西空港島内

1.ホテル日航関西空港(客室数 576)
2.ファーストキャビン関西空港(客室数 153)

●りんくうタウン沿岸部

3.スターゲイトホテル関西エアポート(客室数 358)
4.関西エアポートワシントンホテル(客室数 504)
5.ザ・プレミアムホテル in りんくう(客室数 87)
6.ハタゴイン関西空港(客室数 100)
7.EZHOTEL 関西空港 Seaside(客室数 62)
8.変なリゾート&スパ関西空港(客室数 98)
9.オディシススイーツ大阪エアポートホテル(客室数 258)
10.OMO 関西空港 by 星野リゾート (客室数 700)

●市中心部(泉佐野・日根野・井原の里)

11.ベルビューガーデンホテル関西空港(客室数 186)
12.関西泉佐野ファーストホテル(客室数 105)
13.泉佐野センターホテル(客室数 187)
14.シティホテル・エアポートインプリンス(客室数 78)
15.関空温泉ホテルガーデンパレス(客室数 65)
16.ホテルニューユタカ(客室数 58)
17.シティホテルユタカ(客室数 16)
18.関空ホテルサンプラスユタカ(客室数 86)
19.ホテルシーガル(客室数 63)
20.ホテルアストンプラザ関西空港(客室数 125)
21.レフ関空泉佐野 by ベッセルホテルズ (客室数 222)
22.R Hotel kansai Airport(客室数 48)
23.OSAKA KANSAI AIRPORT HOTEL(客室数 270)

犬鳴山温泉郷

24.み奈美亭(旅館)(客室数 15)
25.不動口館(旅館)(客室数 10)
26 犬鳴山グランドホテル 紀泉閣 (旅館) (客室数 58)

【利便性：区域までの交通、域内交通】
＜泉佐野市への鉄道でのアクセス＞

様式１

＜泉佐野市への車でのアクセス＞

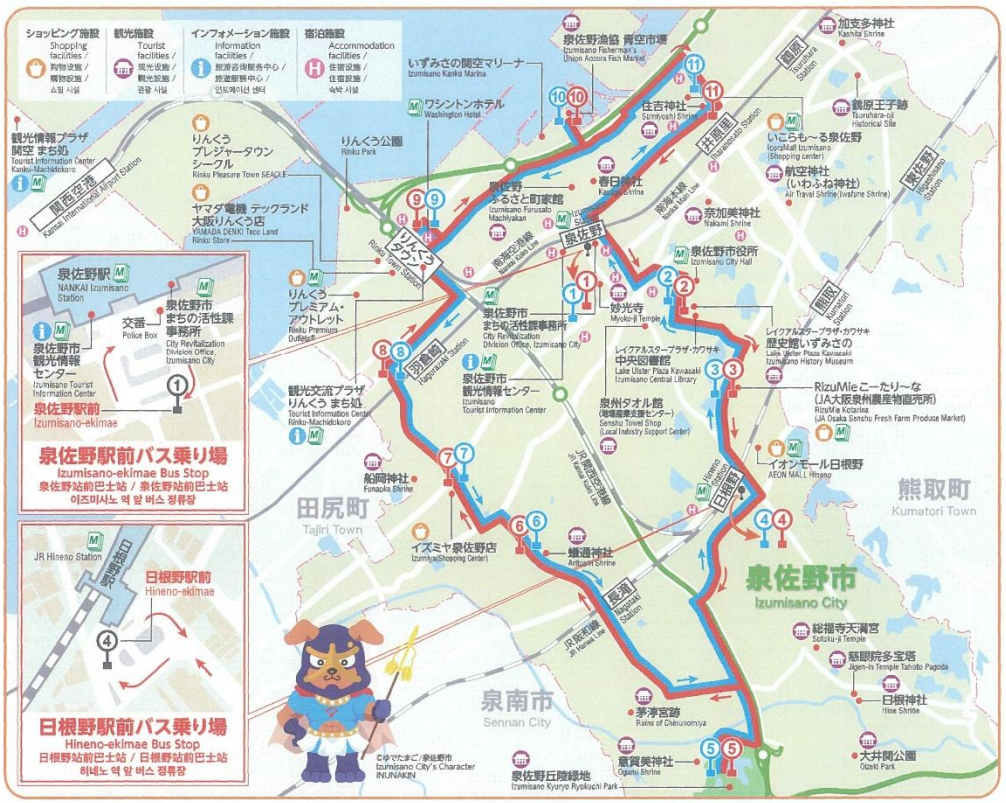
様式１

＜いずみさのコミュニティバス（月～土曜日運行＞

＜いずみさの観光周遊バス（日・祝日運行）＞

いずみさの観光周遊バスルートマップ

Izumisano Sightseeing Bus Route Map ／泉佐野观光周游巴士路线图
泉佐野觀光周遊巴士路線導覽圖／이즈미사노 관광 주유 버스 루트 맵



Aコース バス時刻表

Route A : Bus Timetable　A路線巴士时刻表　A코스 버스 시각표

	第1便 1st-round service 第一班 첫번째 운행	第2便 2nd-round service 第二班 두번째 운행	第3便 3rd-round service 第三班 세번째 운행	第4便 4th-round service 第四班 네번째 운행	第5便 5th-round service 第五班 다섯번째 운행
① 泉佐野駅前 / Izumisano-ekimae / 泉佐野站前 / 泉佐野站前 / 이즈미사노 역 앞	9:00	10:20	12:40	14:00	15:30
② 総合文化センター / Sogo Bunka Center / 综合文化中心 / 綜合文化中心 / 종합 문화 센터	9:06	10:26	12:46	14:06	15:36
③ こーたりーな / Kotarina / Kotarina / 코타리나	9:10	10:30	12:50	14:10	15:40
④ 日根野駅前 / Hineno-ekimae / 日根野站前 / 日根野站前 / 히네노 역 앞	9:16	10:36	12:56	14:16	15:46
⑤ 泉佐野丘陵緑地パークセンター / Izumisano Kyuryo Ryokuchi Park Center / 泉佐野丘陵緑地公园中心 / 泉佐野丘陵緑地公園中心 / 이즈미사노 큐료 녹지 파크 센터	9:25	10:45	13:05	14:25	15:55
⑥ 蟻通神社前 / Aritoshi Jinja-mae / 蚁通神社前 / 蟻通神社前 / 아리토오시 신사 앞	9:33	10:53	13:13	14:33	16:03
⑦ 安松（イズミヤ前） / Yasumatsu (Izumiya-mae) / 安松 (Izumiya前) / 安松 (Izumiya前) / 야스마츠(이즈미야 앞)	9:37	10:57	13:17	14:37	16:07
⑧ 羽倉崎駅前 / Hagurazaki-ekimae / 羽仓崎站前 / 羽倉崎站前 / 하구라자키 역 앞	9:41	11:01	13:21	14:41	16:11
⑨ ワシントンホテル / Washington Hotel / 华盛顿酒店 / 華盛頓酒店 / 워싱턴 호텔	9:49	11:09	13:29	14:49	16:19
⑩ 青空市場 / Aozora Ichiba / 青空市场 / 青空市場 / 아오조라 시장	9:54	11:14	13:34	14:54	16:24
⑪ 井原の里駅前 / Iharanosato-ekisuji / 井原之里站前 / 井原之里站前 / 이하라노사토 역 소지	10:00	11:20	13:40	15:00	16:30
① 泉佐野駅前 / Izumisano-ekimae / 泉佐野站前 / 泉佐野站前 / 이즈미사노 역 앞	10:10(着) (Arrival/到达/도착)	11:30(着) (Arrival/到达/도착)	13:50(着) (Arrival/到达/도착)	15:10(着) (Arrival/到达/도착)	16:40(着) (Arrival/到达/도착)

Bコース バス時刻表

Route B : Bus Timetable　B路線巴士时刻表　B코스 버스 시각표

	第1便 1st-round service 第一班 첫번째 운행	第2便 2nd-round service 第二班 두번째 운행	第3便 3rd-round service 第三班 세번째 운행	第4便 4th-round service 第四班 네번째 운행	第5便 5th-round service 第五班 다섯번째 운행
① 泉佐野駅前 / Izumisano-ekimae / 泉佐野站前 / 泉佐野站前 / 이즈미사노 역 앞	9:40	11:00	13:20	14:40	16:10
⑪ いこらも～る泉佐野 / IcoraMall Izumisano (Shopping center) / Icora Mall 泉佐野 / Icora Mall 泉佐野 / 이코라몰 이즈미사노	9:47	11:07	13:27	14:47	16:17
⑩ 青空市場 / Aozora Ichiba / 青空市场 / 青空市場 / 아오조라 시장	9:52	11:12	13:32	14:52	16:22
⑨ ワシントンホテル / Washington Hotel / 华盛顿酒店 / 華盛頓酒店 / 워싱턴 호텔	9:57	11:17	13:37	14:57	16:27
⑧ 羽倉崎駅前 / Hagurazaki-ekimae / 羽仓崎站前 / 羽倉崎站前 / 하구라자키 역 앞	10:05	11:25	13:45	15:05	16:35
⑦ 安松（イズミヤ前） / Yasumatsu (Izumiya-mae) / 安松 (Izumiya前) / 安松 (Izumiya前) / 야스마츠(이즈미야 앞)	10:09	11:29	13:49	15:09	16:39
⑥ 蟻通神社前 / Aritoshi Jinja-mae / 蚁通神社前 / 蟻通神社前 / 아리토오시 신사 앞	10:13	11:33	13:53	15:13	16:43
⑤ 泉佐野丘陵緑地パークセンター / Izumisano Kyuryo Ryokuchi Park Center / 泉佐野丘陵緑地公园中心 / 泉佐野丘陵緑地公園中心 / 이즈미사노 큐료 녹지 파크 센터	10:21	11:41	14:01	15:21	16:51
④ 日根野駅前 / Hineno-ekimae / 日根野站前 / 日根野站前 / 히네노 역 앞	10:30	11:50	14:10	15:30	17:00
③ こーたりーな / Kotarina / Kotarina / Kotarina / 코타리나	10:36	11:56	14:16	15:36	17:06
② 総合文化センター / Sogo Bunka Center / 综合文化中心 / 綜合文化中心 / 종합 문화 센터	10:40	12:00	14:20	15:40	17:10
① 泉佐野駅前 / Izumisano-ekimae / 泉佐野站前 / 泉佐野站前 / 이즈미사노 역 앞	10:50(着) (Arrival/到达/도착)	12:10(着) (Arrival/到达/도착)	14:30(着) (Arrival/到达/도착)	15:50(着) (Arrival/到达/도착)	17:20(着) (Arrival/到达/도착)

●日曜、祝日のみの運行です / The bus service is available on Sundays and National holidays only. / 限于周日及国定节假日行驶。/ 限於週日及國定節假日行駛。/ 일요일·공휴일만 운행합니다.

様式１

【りんくうタウン整備計画】

ホテル建設計画　１カ所

【外国人観光客への対応】

本市では、訪日外国人受入環境整備の重要性を鑑み、以下の観光案内所を運営している。
インバウンド顧客を中心に、観光情報の発信や地域の物産品販売を展開。
（2018 年 7 月より、当協議会が泉佐野市受託事業として下記 2 カ所を運営）

①　観光交流プラザ「りんくう まち処(どころ)」

観光等の情報発信と外国人旅行者との交流の拠点として、また特産品や地場産品のPR・販売を行うため、2012 年 12 月 1 日にオープン。

・場　　所 ： 南海・JR りんくうタウン駅改札前
・開館時間 ： 9:00～20:00
・休 館 日 ： 年中無休（施設点検日を除く）
・電話番号 ： 072-474-2056
・そ の 他 ： JNTO カテゴリー2 認定

②　観光おもてなしプラザ 「泉佐野 まち処」

2017 年 3 月、泉佐野駅上町商店街にオープン。増加するインバウンド観光客へのおもてなしと、地域内観光消費の向上を図っている。インバウンド対応の観光案内や、本市および特産品相互取扱協定締結都市等の特産品を販売。

・場　　所 ： 泉佐野市上町 3 丁目 8－12
・開館時間 ： 11:00～19:00
・休 館 日 ： 年末年始
・電話番号 ： 072-469-0724
・そ の 他 ： JNTO カテゴリー2 認定

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	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため DMO 必須 KPI	関西国際空港、観光案内所のまち処と市内宿泊施設にてアンケート調査を実施
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため DMO 必須 KPI	泉佐野市のデータを活用
来訪者満足度	来訪者の満足（不満足）に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため　DMO 必須 KPI	観光案内所のまち処と市内宿泊施設にてアンケート調査を実施
リピーター率	DMO 必須 KPI	観光案内所のまち処と市内宿泊施設にてアンケート調査を実施
ＷＥＢサイトのアクセス状況	自社商品の閲覧数と販売チャネルである HP の実力把握のため	Google Analytics, viator accelerate を月次定点観測
観光案内所利用者数	市内にある２つの観光案内所である「まち処」の来店者データ蓄積	来店者数を日次観測

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

泉佐野市では、アフターコロナ後、円安等による関西国際空港からの入国者も好調でインバウント来訪者は過去最高となっている。今後は、国内外の旅行客が安心して観光を楽しむことが出来るよう、地域が一体となって受け入れ環境の整備を行っていくことが重要と考えている。当市の観光産業の持続可能な発展に向けて注力すべき観点は、①観光を担う組織体制の強化、②コンテンツやプロダクトの整備、③観光人材の育成、④情報発信・プロモーションの強化が挙げられる。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み（Strengths） ・海と山があり、自然を楽しめる環境 ・関西空港の対岸という地の利とアクセスの良さ ・大型商業施設が空港近接地にある ・ホテル数が大阪市内に次いで２番目に多い ・３つの日本遺産：「中世日根野荘の風景」「北前船寄港地」「葛城修験」 ・市民活動が活発で住民が積極的 ・事業者連携により街全体の盛り上げが可能	弱み（Weaknesses） ・関西空港対岸都市としての認知度不足 ・観光スポットの認知度不足 ・タビナカでの情報提供手段が少ない ・日帰りや通過が中心の来訪者 ・宿泊客を取り切れていない ・Web マーケティング力 ・HP の訴求力 ・Web 上の観光情報が分散し一元化されていない ・二次交通が脆弱
外部環境	機会（Opportunity） ・国内外旅行者の需要回復 ・EXPO2025 大阪・関西万博（2025 年 4～10 月） ・MICE 機能を備えた宿泊施設とその収容能力 ・一部インバウンド旅行者のオーバーツーリズム観光地忌避傾向 ・大阪（なんば）より、電車で３０分 ・空港離発着便は、東アジアが多い	脅威（Threat） ・大阪市内や有名観光地の魅力 ・日本各都市プロモーションとの差別化 ・地域事業者の高齢化 ・次世代の担い手不足 ・国際情勢や為替変動、災害などの外的要因による観光客減少リスク ・大阪（なんば）より、電車で３０分

（３）ターゲット

○第１ターゲット層 訪日インバウンド旅行者 １．アジア地域： 台湾、香港、中国、シンガポール、タイ、インドネシア、フィリピンのファミリー層 ２．欧米豪： 日本の伝統や文化、知らない土地や地方の日常生活に関心を持つカップルや一人旅層
○選定の理由 ①は、泉佐野市は、関西国際空港から来訪される訪日旅行者の動線エリアにあり、インバウンドの流入が多いためまた、泉佐野駅、りんくうタウン駅、関西空港駅、日根野駅（犬鳴山温泉）に至近の宿泊施設も多数存在し、収容能力も大きい。宿泊者数の増加が地域観光消費額に大きく貢献できると考えるため。 ②販売している日本文化体験参加者にインタビューやアンケートによると、欧米豪の参加者が多い。 ○取組方針 自社で収集した顧客データを分析し、国籍ニーズにあった商品提供やおもてなしプランを企画し、提供していく。
○ターゲット層 MICE ニーズのある国内外法人顧客
○選定の理由 泉佐野市が MICE 誘致を重要戦略と掲げているため。 ○取組方針 市内での MICE 開催を支援する開催助成金の設定 「IZUMISANO やきそば・シーフード EXPO」等の受託イベントの運営による MICE 運営リテラシーの獲得
○ターゲット層 泉佐野市民を中心とした関西圏居住者
○選定の理由 泉佐野市から地域ポイント運営事業を受託 DMO の観光地マーケティングの目指すところが、地域のステークホルダーが潤うこと。 ○取組方針 地域通貨ポイント「さのぽ」の運営事業による地域消費拡大への貢献

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	泉佐野市が観光で目指す姿 「どこよりも触れ合い、認め合い、繋がり合えるまち」 日本一体温のある国際都市
②コンセプトの考え方	関西国際空港のある泉佐野市は訪日旅行のゲート都市であり、自ずと多くの外国人が集まります。泉佐野市は、お互いに違う価値観を認識するだけでなく、触れ合い、認め合い、繋がり合える街づくりを目指す、本当の意味での「多様性」と「可能性」があふれる街です。その出会いは、旅行者にこの町の素晴らしさを伝え、地域住民には世界の広さ、深さと面白さ、そして自分たちの広がる可能性を教えてくれます。 １＋１が１０にも１００にもなることを信じて、泉佐野市の観光はもう一度、はじめの一歩を踏み出します。

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
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。	（一社）泉佐野シティプロモーション推進協議会は会長（代表理事）が理事会を主催し、副会長（理事）が以下の事業部会を主管している。 1.　MICE 誘致事業部（年６回） 2.　観光誘客事業部（年８回） 3.　シビックモール事業部（毎月） 事業部会により、戦略の構築や意思決定において、地域の多様な関係者が包含される仕組みが構築されている。 観光誘客事業部では、KPI の進捗確認とあわせて PDCA サイクルを回し、その時々の観光に関する課題について議論をしている。 DMO 戦略についての議論は当部会でとりまとめ、報告、協議、審議案件として、上位会議体である理事会に上程する流れとなっている。
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	現時点では、当協議会以外の事業者に向けたサービスについての維持・向上・評価する仕組みや体制はない。
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	・観光案内所のまち処運営 ・SNS 告知キャンペーンの実施 ・大阪観光局のアプリ「Discover OSAKA」を活用し、泉佐野市観光協会と当協議会の HP 上の掲載情報を整理する。 ・HP のプロモーションツールとして役割を明確にし、より効果的な Web マーケティングの実現が課題

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

様式１

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		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●旅行消費額（百万円）	目標		58,237	101,934	107,874	115,574	125,450
		(37,742)	(43,217)	(89,060)	(95,000)	(102,700)	(110,400)
	実績		68,845	106,030			
		(2,863)	43,740	(93,306)			
●延べ宿泊者数（万人泊）	目標	188	197	206	212	202	207
		(135)	(140)	(146)	(130)	(120)	(125)
	実績	92	189	174			
		(15)	(72)	(99)			
●来訪者満足度（%）	目標	83.0	86.1	89.3	95.0	95.0	95.0
		(83.0)	(86.1)	(89.3)	(95.0)	(95.0)	(95.0)
	実績	73.5	89.7	94.2			
		(73.5)	(89.7)	(94.2)			
●リピーター率（%）	目標	17.0	20.0	23.5	27.6	30.0	32.4
		(17.0)	(20.0)	(23.5)	(27.6)	(30.0)	(32.4)
	実績	67.7	19.4	19.4			
		(67.7)	(19.4)	(19.4)			

※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】
関西空港の対岸都市という地域特性から、来訪者満足度やリピーター率の必須ＫＰＩ数値は、訪日インバウンド旅行者データを基本と考える。

【設定にあたっての考え方】
●旅行消費額
2023 年度に入手できた、大阪府以外の居住者の観光関連消費の単価に延べ宿泊者数を乗じて算出。
訪日・国内旅行者全体の旅行消費額を算出

●延べ宿泊者数
泉佐野市の公開データを活用

●来訪者満足度
●リピーター率
必須 KPI かつ泉佐野市からの受託事業である観光案内所運営の仕様書にも含まれており、データの収集に努める。ただ、その集めたデータをどのように生かすかが観光地マーケティングにおいては最も重要。

様式１

（２）その他の目標

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●HP アクセス状況（回） ※下段（ ）は外国人ユーザー数（人）	目標	32,000	34,000	150,000	200,000	300,000	400,000
		（ ）	（ ）	(5,000)	(10,000)	(15,000)	(20,000)
	実績	104,747	122,781	92,982			
		(1,250)	(2,249)	(3,513)			
●MICE 開催回数（回）	目標	33	35	37	50	55	60
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	18	46	32			
		（ ）	（ ）	（ ）			
●観光案内所利用者数（人）	目標	170,000	175,000	176,000	181,000	186,000	186,000
		(140,000)	(150,000)	(90,000)	(95,000)	(100,000)	(100,000)
	実績	62,496	128,167	151,991			
		(13,738)	(84,943)	(99,597)			
●着地型ツアー参加人数（人）	目標	660	670	200	700	750	800
		(180)	(190)	(100)	(600)	(650)	(700)
	実績	239	206	375			
		（ 0)	(55)	(295)			

※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】
2021 年度の目標数値はコロナ禍以前に設定された目標数値であり、実績もその目標に対して大きく乖離した。2022 年度末に外国人入国者の水際規制が解除され、2023 年はコロナ前の数値に近づく実績が残せたので、その実績をベースとした 2024 年度以降の目標数値を再設定した。

【設定にあたっての考え方】
●HP アクセス状況・外国人ユーザー数
Web マーケティングの主要チャネルである自社 HP のページビュー数と訪日インバウンド顧客ターゲットになりうる外国人ユーザー数を把握する。Google Analytics を活用。

●MICE 開催回数
泉佐野市の主要戦略である MICE 誘致実績の把握

●観光案内所利用者数
リアルマーケティングデータの重要な取得場所である観光案内所にて、インバウンド顧客へのホスピタリティ提供、必須 KPI データの取得と合わせて収集する。

●着地型ツアー参加人数
2023 年度から viator や GetYourGuide といった OTA を通じて、インバウンド顧客向けの着地型体験ツアーの販売を開始した。自主事業と自主財源の確保のための重要戦略を KPI として設定

様式１

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）
2022（Ｒ４） 年度	147,929（千円）	【国からの補助金】 8,841 【市町村からの受託事業】 116,432 【市町村からの補助金】 558 【収益事業】 21,213 【会費】 885 （千円）
2023（Ｒ５） 年度	197,275（千円）	【国からの補助金】 7,737 【市町村からの受託事業】 154,132 【市町村からの補助金】 584 【収益事業】 34,022 【会費】 800 （千円）
2024（Ｒ６） 年度	201,751（千円）	【国からの補助金】 0 【市町村からの受託事業】 155,241 【市町村からの補助金】 578 【収益事業】 45,131 【会費】 800 （千円）
2025（Ｒ７） 年度	194,644（千円）	【国からの補助金】 0 【市町村からの受託事業】 160,420 【市町村からの補助金】 0 【収益事業】 33,364 【会費】 860 （千円）
2026（Ｒ８） 年度	176,000（千円）	【国からの補助金】 5,000 【市町村からの受託事業】 120,000 【市町村からの補助金】 0 【収益事業】 50,000 【会費】 1,000 （千円）
2027（Ｒ９） 年度	176,000（千円）	【国からの補助金】 5,000 【市町村からの受託事業】 120,000 【市町村からの補助金】 0 【収益事業】 50,000 【会費】 1,000 （千円）

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４） 年度	127,775（千円）	【事業原価】 19,697 【プロモーション】 8,204 【その他事費】 99,874　（千円）
2023（Ｒ５） 年度	169,744（千円）	【一般管理費】 1,946 【公益目的事業】 135,900 【自主収益事業】 22,297 【観光庁採択事業】 9,601　（千円）
2024（Ｒ６） 年度	168,663（千円）	【一般管理費】 710 【公益目的事業】 148,645 【自主収益事業】 19,308 【観光庁採択事業】 0　（千円）
2025（Ｒ７） 年度	179,843（千円）	【一般管理費】 3,522 【公益目的事業】 156,105 【自主収益事業】 20,216 【観光庁採択事業】 0　（千円）
2026（Ｒ８） 年度	133,000（千円）	【一般管理費】 3,000 【公益目的事業】 90,000 【自主収益事業】 35,000 【観光庁採択事業】 5,000　（千円）
2027（Ｒ９） 年度	133,000（千円）	【一般管理費】 3,000 【公益目的事業】 90,000 【自主収益事業】 40,000 【観光庁採択事業】 0　（千円）

（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

今年度から自主財源比率を定めて、主力の手荷物預かり事業のほかに、物産品販売事業、訪日インバウンド顧客向けサンプリング等のプロモーション事業、両替・トイカプセル・SIM カードの自動販売機事業、自社造成した着地型商品の販売事業の拡大に取り組んでいる。
それぞれの事業において、定量的目標と KPI を設定し PDCA を回している。その他、キッチンカー事業による売上の確保や自主ＭＩＣＥ案件や地域ポイントカード事業における運営資金確保手段も視野に入れ、市の受託事業に頼りきりにならない、自立と自走を目指した事業運営に取り組む。

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

泉佐野市は、地域ＤＭＯである一般社団法人泉佐野シティプロモーション推進協議会とともに、地域の観光振興に資する取組みを推進していく。
関西国際空港に近接し、インバウンドが数多く宿泊・行き来する本市の強みを活かし、当該ＤＭＯ法人とともにデータを駆使した観光地経営に取組んでいく。

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】

泉佐野市は、地域連携 DMO の「一般社団法人 KIX 泉州ツーリズムビューロー」が管轄する地域に含まれている。定期的な会議体は存在しないものの、日常業務の中で連携することは多々あり、DMO 間の連携は強化されている。

【区域が重複する背景】

大阪南部の「泉州」地域に、泉佐野市の地域 DMO と地域連携 DMO が存在するため

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】

泉佐野市の地域 DMO である当協議会が、商品販売やプロモーション等の顧客接点の第一線に立ち、地域周遊促進や後方支援的な役割として KIX 泉州ツーリズムビューローが、SNS や Web プロモーション等でサポートいただいている。

【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】

当協議会の着地型商品事業者を、フォロワー数の多い KIX 泉州がプロモーションしている。

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	吉本　竜介
担当部署名（役職）	事務局次長　兼観光誘客事業部マネージャー
郵便番号	598-0007
所在地	大阪府泉佐野市上町 3 丁目 8－12　泉佐野まち処 2 階
電話番号（直通）	072-461-0005
ＦＡＸ番号	072-461-0006
Ｅ－ｍａｉｌ	r_yoshimoto@icp-japan.or.jp

様式１

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	大阪府泉佐野市
担当者氏名	竹田　敏弘
担当部署名（役職）	まちの活性課　参事
郵便番号	598-0007
所在地	大阪府泉佐野市上町３丁目 11－48
電話番号（直通）	072-469-3131
	072-463-1827
Ｅ－ｍａｉｌ	t.takeda@izumisanokk.com

（登録）【地域DMO】 一般社団法人泉佐野シティプロモーション推進協議会

様式２

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】
大阪府泉佐野市
【設立時期】 2015年3月23日
【設立経緯】区域に観光協会があるが、役割分担等をした上でDMOを新設
【代表者】 河原　千晶（代表理事）
【マーケティング責任者（CMO）】 吉本　竜介
【財務責任者（CFO）】 森川　武
【職員数】 20人（常勤13人・パート7名（正職員10人・出向等3人）
【主な収入】
収益事業　45百万円、委託事業　155百万円 （令和6年度決算）
【総支出】
事業費　168百万円、一般管理費　70万円 （令和6年度決算）
【連携する主な事業者】
泉佐野市、泉佐野市観光協会 （公財）大阪観光局、
KIX泉州ツーリズムビューロー、田辺市熊野ツーリズムビューロー
関西国際空港宿泊事業者ネットワーク、 泉佐野商工会議所、
泉佐野青年会議所、泉佐野漁業協同組合、大阪泉州農業協同組合、
大阪タオル工業組合、関西エアポート㈱、大阪観光大学、南海電気鉄道

KPI（実績・目標）

記入日：令和7年（2025年）8月 1日

※（ ）内は外国人に関するもの。

項目		2022（R4）年	2023（R5）年	2024（R6）年	2025（R7）年	2026（R8）年	2027（R9）年
旅行消費額（百万円）	目標	(37,742)	58,237 (43,217)	101,934 (89,060)	107,874 (95,000)	115,574 (102,700)	125,450 (110,400)
	実績	19,384 (2,863)	86,845 (43,740)	106.030 (93,306)	—	—	—
延べ宿泊者数（万人泊）	目標	188 (135)	197 (140)	206 (146)	212 (130)	202 (120)	207 (125)
	実績	92 (15)	189 (72)	174 (99)	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	83.0 (83.0)	86.1 (86.1)	89.3 (89.3)	95.0 (95.0)	95.0 (95.0)	95.0 (95.0)
	実績	73.5 (73.5)	89.7 (89.7)	94.2 (94.2)	—	—	—
リピーター率（%）	目標	17.0 (17.0)	20.0 (20.0)	23.5 (23.5)	27.6 (27.6)	30.0 (30.0)	32.4 (32.4)
	実績	67.7 (67.7)	19.4 (19.4)	19.4 (19.4)	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
1. 訪日インバウンド旅行者
　主に、アジア地域、欧米豪地域
2. MICEニーズのある国内外法人顧客
3. 泉佐野市民を中心とした関西圏居住者

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
販売コンテンツの拡充による
自主事業拡大と自主財源の確保

【観光地域づくりのコンセプト】
どこよりも触れ合い、認め合い、
繋がり合えるまち
日本一体温のある国際都市

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・icpトラベルブランド（日本文化体験等）の商品企画
・宿泊施設と連携したプラン造成

【情報発信・プロモーション】
・OTA（viatorやGetyourguide）、旅行会社との連携
・VISIT JAPAN トラベル＆MICEマート2024商談会
・観光案内所（2か所）「まち処」を拠点として販売活動
・HP、SNSによる情報発信
・大阪観光局のアプリ「Discover OSAKA」を活用

【当協議会が取り組む事業内容】
・キッチンカー事業
・フードツーリズム事業
・ニューツーリズム創出・流通促進事業
・やきそば・シーフードEXPO
・泉州オープンファクトリー
・MICE誘客事業
・地域通貨ポイント「さのぽ」の運営事業