

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和 6 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・ <u>地域連携DMO</u> ・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	7 人【常勤 7 人（正職員 4 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） 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（CM O：チーフ・マーケ ティング・オフィサ ー	（氏名） 榊元 政明「専従」 （出身組織名） 南海電気鉄道（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。また鉄道の統計等各種調 査及び複数のグループ会社の社長経験等により、 マーケティングに基づくマネジメントの経験と知 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） 高崎 尚之「専従」 （出身組織名） 南海電気鉄道（株）	本 DMO において予算・決算の総括ほか組織全体の 統括を次長職として担っている。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 市町及び関西エアポートとの負担 金・支援金の交渉窓口となっているほか、銀行か らの借入業務なども担当している。
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。

連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	<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 ・高石市総合政策部まち未来戦略室地域創生課 ・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 ・忠岡町産業住民部産業建築課 ・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
連携する事業者名及び役割	<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（各市町商工会議所、商工会、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、イベント連携） ・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（ガイド派遣）
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>【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（株）、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、観光事業関係者、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、当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、総会のほか研修及び情報連携の場を設置。</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>○2023 年 7 月 「インバウンド再始動 関西国際空港と泉州地域のニューツーリズム」テーマに、ANA 総合研修所首席研究員及び関西エアポート株式会社社員を講師としてセミナーを開催。</p> <p>○2023 年 7 月 「ツーリズム産業の復活！『ニューノーマルな観光』と『観光DX化』の進展」をテーマに、大阪観光大学観光学部教授を講師として講演会を開催。</p> <p>○2023 年 9 月 「SNS 中国へのマーケティング手法」をテーマに、株式会社 Isea 代表取締役を講師としてセミナーを開催。</p> <p>○2023 年 12 月 「なぜ、観光地経営にデータの活用が必要なのか？『データを使って体験してみよう』」をテーマに、株式会社地域創生 C o デザイン研究所研究主任を講師として、セミナー及びワークショップを開催</p> <p>○2024 年 3 月 「泉州の『食』について学ぶ」をテーマに、料理研究家の田中 愛子先生を講師として、国の登録有形文化財である泉佐野市の「新井家住宅」においてセミナーを開催。</p>

法人のこれまでの活動実績

【活動の概要】

事業	実施概要
情報発信・プロモーション	<div>○多言語 Web サイト・SNS での一元的な情報発信<ul style="list-style-type: none">・Web サイト：日本語・英語・繁体字・簡体字・韓国語・Facebook：日本語・Instagram：日本語</div> <div>○台湾市場向け泉州エリア情報発信</div> <div>SNS や訪日観光メディアを活用し、「来日旅行の最終日の泉州での楽しみ方」をテーマに、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。</div>
受入環境の整備	<div>○外国人旅行者の消費動向について、クレジットカードデータを取得し、泉州地域全体及び 13 市町個別データを分析のうえ、市町に対して報告・説明会を実施。その後の質問等に対応し、各市町のマーケティング推進の一助とした。</div> <div>○「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。</div>
観光資源の磨き上げ	<div>○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。</div> <div>○大阪府のガストロノミーツーリズム実証事業に参画し、泉州地域の食について、その歴史、風土を学び、生産者及び飲食事業者の思いを理解したうえで楽しむツアーを造成し、モニターツアーを実施。</div> <div>○「泉州と和歌山を周遊するサイクルスタンプラリー」を和歌山市との連携のもと開催。24 の観光スポットをめぐる 4 コースを設定のうえ、訪れた先で飲食や買い物の楽しんでもらえるような情報をシステム上で発信し、経済波及効果を演出。</div> <div>○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「泉州人 vol. 3」を発行。地域の歴史に築かれた泉州文化と食に関するこのシリーズが完結。</div>

【定量的な評価】

○日本語版ウェブサイト

(2023 年 4 月 1 日～2024 年 3 月 31 日)

年間 51.0 万 PV年間 25.7 万 UU

(2022 年 4 月 1 日～2023 年 3 月 31 日)

年間 39.2 万 PV年間 18.7 万 UU

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】

○（一社）KIX 泉州ツーリズムビューロー理事会

13 市町的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。当法人の事業方針、計画、予算・決算の議論・決定を行う機関（概ね年 4 回程度開催）

○9 市 4 町連携調整会議

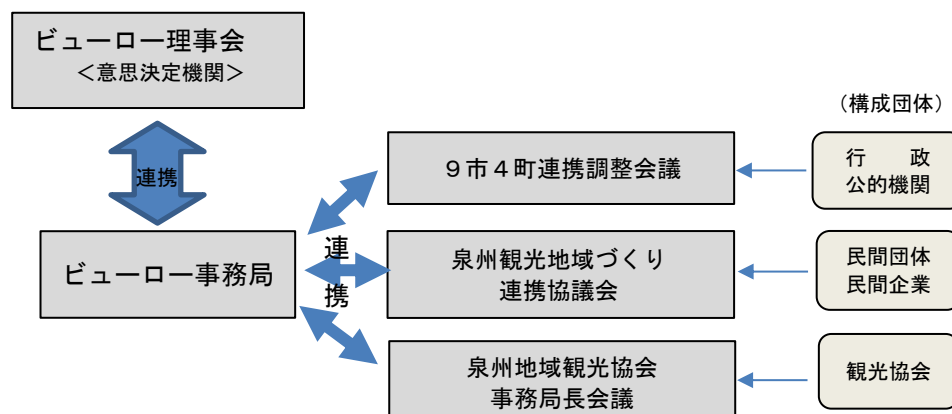
構成 13 市町や関西エアポート(株)、大阪府、大阪観光局などの関係機関の実務担当者による情報連携及び協議の場（概ね月 1 回開催）

○泉州観光地域づくり連携協議会

行政、観光協会、商工会、交通事業者、ガイド協会、宿泊事業者、飲食小売事業者、農業・漁業生産者など多様な関係者が参画し、観光事業に関する研修の実施や情報交換の場とするほか、将来的には部会ごとの事業展開の母体への成長をめざす。（年 4 回程度開催）

○泉州地域観光協会事務局長会議

各市町の観光協会等の連携を目的に、情報・意見交換の場として開催。これらの連携のもとに「大阪泉州牡蠣フェス」を 12 月～翌 3 月にかけて開催。昨年度は開催エリアが前年度の 2 市 1 町から 6 市 4 町に拡大。

【実施体制図】

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、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り組みを開始。
- 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、空港から出入国される外国人旅行者に通過されてしまうことのないよう、観光ブランド力を磨き上げるによりこの地域を周遊していただき、宿泊、飲食、ショッピング等により消費額を拡大し、地域に経済波及効果をもたらす。
- 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、事業者、住民が一体となり、泉州らしい観光地域づくり及び観光地経営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地域を区域設定としている。

【観光客の実態等】

- 泉州地域の訪日旅行者数は、2022 年度 23 万人、2023 年度 342 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）。
2023 年度データによる外国人旅行者の消費動向を見ても、新型コロナウイルス禍からの回復基調は顕著である。ただ、訪問する地域は泉佐野市に集中しており、空港近くでの宿泊が主な目的であると推察できる。一方で、アウトレットモールを中心とするショッピング需要やゴルフ場を中心とするレジャー需要は伸びつつあり、これらの経済波及を地域全体へ広げていくことが求められる。

【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」を支えてきた伝統的な農水産物が豊かな産地。生産地と消費地が近いことから「新鮮な」食材の宝庫で、「地」の食材を活かした飲食店も数多い。
- ・だんじり祭り、ふとん太鼓、やぐらなど多様で地域性のある祭礼関連の伝統文化が全域で伝承。
- ・長い歴史に支えられた堺の打ち刃物、線香、泉大津の毛布、岸和田の桐箆笥、貝塚のつげ櫛、阪南市の大阪最古の酒蔵等の日本酒、泉州タオル等などストーリー性のある地場産業。
- ・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、「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する独特の地形・景観とそれに基づく風土。
- ・訪日旅行者に人気のショッピングモール「りんくうプレミアム・アウトレット」。
- ・関西国際空港に隣接するりんくうタウンエリアの宿泊中心のホテル集積。
- ・貝塚市の奥水間、泉佐野市の犬鳴山温泉ほか上質な泉質の閑静な温泉街。
- ・畳作り体験が可能なゲストハウスや一棟貸し古民家宿など多種多様な宿泊施設。
- ・地形や景観を活かした低価格帯から高価格帯までの多種多様なゴルフ場。

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 黄庵、シマノ自転車博物館、堺伝匠館	堺市
	専称寺・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
祭り	田尻歴史館	田尻町
	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 糸えじゃないか祭り	泉佐野市
食文化	秋祭り・やぐら	阪南市・泉南市
	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、黒鯛、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

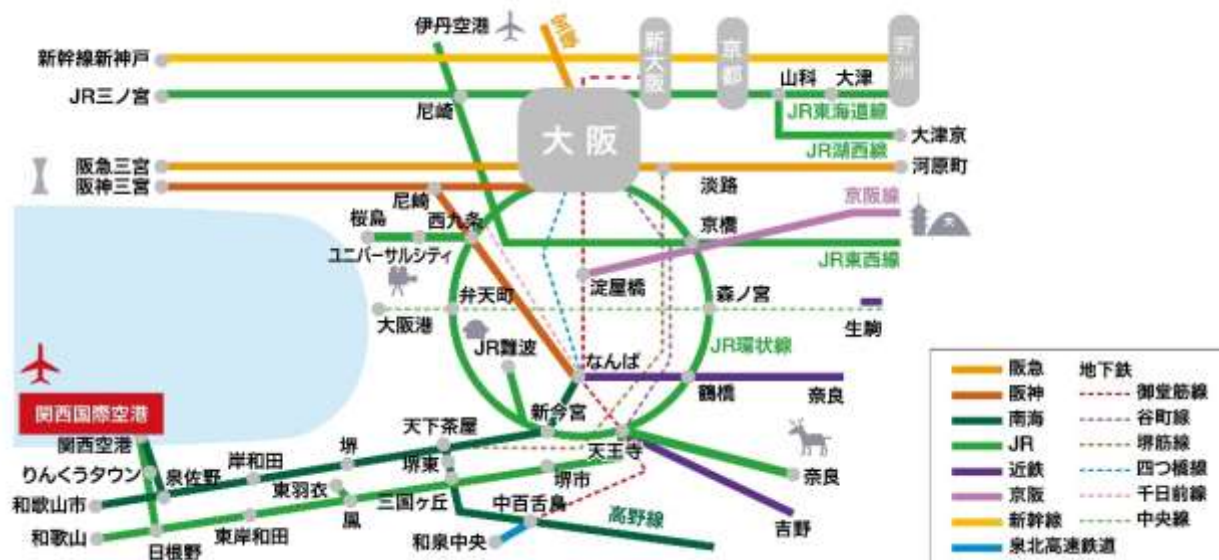
海水浴場	二色の浜海水浴場（国際環境認証「ブルーフラッグ」取得）	貝塚市
	タルイサザンビーチ（りんくう南浜海水浴場）	泉南市
	箱作海水浴場（びちびちビーチ）	阪南市
	淡輪ときめきビーチ	岬町
自然体験	ハーベストの丘、観光農園 南楽園、フラワー農園コスモス館	堺市
	かいづかいぶきヴィレッジ、奥水間アスレチックスポーツ	貝塚市
	こーたり～な	泉佐野市
	いずみふれあい農の里	和泉市
	岸和田観光農園	岸和田市
	紀泉わいわい村、花咲きファーム、海上釣り堀サザン	泉南市
	山中溪の桜並木、まち並み、わんぱく王国	阪南市
	地引網体験	泉南市、阪南市
	潮干狩り	貝塚市、阪南市、岬町
	奥山雨山自然公園・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、海釣りぽーと田尻	田尻町
	海釣り公園とっとパーク小島	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
	犬鳴山温泉	泉佐野市
	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	りんくうプレミアム・アウトレット	泉佐野市
	SENNAN LONG PARK（グランピング等複合施設）、イオンモールりんくう泉南	泉南市
	ららぽーと和泉	和泉市
	月化粧ファクトリー（工場見学）	阪南市
ゴルフ場	泉ヶ丘カントリークラブ	堺市
	岸和田カントリークラブ	岸和田市
	泉佐野カントリークラブ	泉佐野市
	関西空港ゴルフ倶楽部	和泉市
	泉南カンツリークラブ	泉南市
	大阪ゴルフクラブ	岬町

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

- 2022 年度末で、旅館・ホテル 1,572 施設（客室数 122,729）、簡易宿所 746 施設となっている。（政府統計の総合窓口（e-Stat）（衛生行政報告例）より）
- 関西空港隣接のりんくうタウンエリアでは、外資系ほかホテルが集積しているが宿泊特化型ホテルが中心。その他、外国人旅行者をターゲットとした民泊施設も増加している。
- その他のエリアでは JR や南海電鉄の駅前等にホテルが進出しているが、主なターゲットは出張等のビジネス需要であり、一部、訪日団体旅行者の大阪市内・京都・奈良・和歌山への中継需要を取り込んでいるケースもある。

【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。



出典：関西エアポート（株）

【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への対応が進みつつあるが、その他のエリアでは訪日旅行者が少ないため、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多言語表記」の整備を行っているが十分ではない。
- 飲食事業においては多言語表記やハラール・ビーガン等へ対応が未整備であるほか、外国人旅行者の受け入れマインドの醸成が急務な状況。
- 南北の鉄道網は発達しているが、東西の移動や鉄道駅から観光施設までの移動の手段がバス及びタクシーに限定され、その利便性を含め旅行者への移動サービスの整備が課題。

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。	泉州地域における外国人旅行者のクレジットカード決済データをもとに算出
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	大阪府の地域別延べ宿泊者数の推計値をベースに、観光庁の宿泊旅行統計調査の比率により算出
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。	関西国際空港第 1 ターミナル国際線出発エリアでのヒアリング調査により算出

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。	関西国際空港第1ターミナル国際線出発エリアでのヒアリング調査により算出
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 4 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。	泉州地域における外国人旅行者のクレジットカード決済データをもとに算出

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、「天下の台所 大阪」を支える食や農水産物の供給地であった。
- 江戸期から明治期にかけて「北前船」による日本海海運が発達し、米や木綿、菜種、タバコなどの生産が盛んになるとともに、蝦夷地からの昆布を食に活用する文化が定着したほか、堺では鉄砲鍛冶の技術を活かしてタバコや昆布の加工用の打ち刃物製造が発展した。
- 明治期から昭和期にかけては繊維産業が繁栄し、多数の紡績工場が新設されるなど豊かな地域経済が築かれた。また、重化学工業やエネルギー産業の拠点として、泉北地域で大阪湾が埋め立てられたが、その反面環境汚染に苦しんだ。
- 平成期には関西国際空港の建設用に土砂が採取された跡地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一部では人口が増加したものの、泉州地域全体としては繊維産業をはじめとする地場産業の衰退により人口が減少を続けるとともに高齢化が進んでいる。
- 泉州地域が歩んできた長い歴史から地域経済の現状をみると、農業、漁業、製造業等の地域経済の発展による貯蓄等の資産が根底にあり、住民の地域経済衰退に対する危機意識は低い。よって、行政主導で産業としての観光振興を進めているものの地域住民が外国人旅行者を迎え入れることへの抵抗感には根強いものがある。
- また、関西国際空港から出入国される外国人旅行者は、新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行して以降回復基調にあるものの、コロナ禍における空白期間の影響から、主要な動きは大阪市内、京都そして富士山、東京といったインバウンド需要が始まった頃の動きに一旦戻っている。よって、泉州地域は外国人旅行者が通過する状態であり、周遊いただけていないのが現状。
- 関西国際空港隣接のりんくうタウン地区のホテル集積地には相当数の外国人旅行者が宿泊されているものの、出国前のラスト1泊の利用が多く、泉州地域の周遊には至らず、同地区にあるアウトレットモールやコンビニエンスストアの利用に留まり、飲食業等への経済波及効果を及ぼせていないことが課題。
- 一方で、円安傾向の効果もあり、泉州地域のゴルフ場は東アジアの外国人旅行者を中心にインバウンド需要が広がっており、アウトレットモールのショッピングとゴルフ目的の来訪は着実に増加傾向にあり、一定の経済波及効果をもたらしている。
- 観光事業を地域経済の新たな柱として育成していくために、市町の境界にとらわれず、泉州地域全体で取り組みを進めていく必要がある。観光地域づくり法人（DMO）として、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	強み (Strengths) ○自地域で積極的に活用できる強みは何か？ <ul style="list-style-type: none"> ・ 関西国際空港との近接性及びその知名度 ・ 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 ・ 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 ・ だんじり祭りなど独特な伝統文化 ・ 生産地と消費地が近く、新鮮な海・山・里の食材が豊富 ・ 伝統工芸などストーリー性の高い独特な観光資源 	弱み (Weaknesses) ○自地域で改善を必要とする弱みは何か？ <ul style="list-style-type: none"> ・ 泉州域内を回遊するための鉄道駅からの二次交通が不足 ・ 多言語表記等のハード面での外国人旅行者の受入態勢が脆弱 ・ 地域における外国人旅行者を受け入れるマインドの不足 ・ 外国人旅行者に響くような強い観光コンテンツがない。 ・ 高級ホテルがなく、宿泊施設はりんくうタウン地区を除いて少ない。
外部環境	機会 (Opportunity) ○自地域にとって追い風となる要素は何か？ <ul style="list-style-type: none"> ・ コロナ禍からのインバウンド回復基調 ・ 泉州の強みである食への関心の高さ ・ 体験型コンテンツに対する関心の高さ ・ 関西国際空港の発着枠拡充 ・ 2025 関西・大阪万博、IR（統合型リゾート）の開業などの集客機会 	脅威 (Threat) ○自地域にとって逆風となる要素は何か？ <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 ・ 農漁業等の生産者の高齢化による減少

※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

○第1ターゲット層 東アジア（韓国・台湾・香港・中国）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。
○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。 りんくうタウン地区のホテルに多くが宿泊している実態がある。
○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が集中している旅行者に地域全体を周遊していただくためにリピーターの旅行者をターゲットとする。 現状、りんくうタウン地区のホテルに多くが宿泊しているが、アウトレットモールやコンビニエンスストア、ディスカウストア、ドラッグストア、家電量販店等の利用に留まっているため、関西国際空港でのヒアリング調査結果を分析のうえ、情報発信や受入整備を戦略的に行なっていく。
○第2ターゲット層 東南アジア（タイ・ベトナム・インドネシア等）の関西圏を周遊する訪日リピーター 当法人ではこれを「戦略市場」と位置付けている。
○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る富裕層が多く、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、泉州地域でニーズにそった観光を提供できる。

ベトナムについては関西圏に留学している学生が多く、岬町にある技能実習生の研修施設で入国後の研修を受けている実習生も数多い。彼らが発信する SNS の情報を受けて訪日される旅行者が期待できる。

○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、JNT0、大阪観光局等の関係機関との連携や海外向け情報発信に強いメディア等を活用して旅マエの情報発信に取り組む。

また、ハラル等の「食の多様化」に向けてピクトグラム等を活用して対応を進めていく。

○第3ターゲット層

欧米豪の訪日リピーター

○選定の理由

日本の歴史・文化や食への関心が高く、体験コンテンツへの要望が強い。関東方面の観光コンテンツが豊富状態となり、関西以西の観光にシフトしており、関西では欧米豪の訪日旅行者が増加の傾向にある。通常、旅程が長期にわたるためその間に一定数の訪問が期待できる。

○取組方針

JNT0、大阪観光局等の関係機関との連携や海外向け情報発信に強いメディア等を活用して旅マエの情報発信に取り組む。また、現在、ガストロノミーツーリズムのコンテンツ開発に取り組んでおり、富裕層の顧客を持つ OTA 等と連携して販売態勢を確立する。

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	関西国際空港からの帰国前にぶらり立ち寄る「大阪泉州」
②コンセプトの考え方	帰国前のりんくうタウン地区や大阪市内の宿泊客をターゲットとして、市場分析をもとに泉州地域での「食」を中心とした周遊を促進する情報発信や受入態勢整備等を戦略的に行う。

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。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 理事会（概ね年4回）、総会（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4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. 当法人の意思決定機関。戦略、予算・決算、年度事業計画、事業の進捗、事業結果・分析などの共有、協議のうえ合意形成を図る。 2. 当法人の年度事業計画、事業・分析の結果、各市町の取り組み状況などを共有しながら、情報連携、議論のうえに合意形成を図る。

	<p>3. 当法人及び 13 市町を中心に、泉州地域の多様な団体・関係者が集まってセミナーやワークショップ等を行い、会員相互が連携を図る。</p> <p>4. DMO として泉州地域内の観光振興に向けた意見交換、情報交換等を行う。「大阪泉州牡蠣フェス」を共同事業として開催。</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>○消費額調査及び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。</p> <p>○空の玄関口である関西国際空港が域内にあるという特徴的なエリアである。観光の空白地帯と称された泉州地域の観光ブランド力を向上させ、関西・訪日旅行の「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持つことができるよう 9 市 4 町の連携を構築する。</p> <p>○泉州地域観光協会事務局長会議を中心に開催し、徐々に参加市町が拡大している「大阪泉州牡蠣フェス」のように、当法人が広報活動を含めたプラットフォームを構築し、各市町がそれぞれの判断で参画し、連携が拡大していくような取り組みを展開する。</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>○ホームページのリニューアル計画を進めており、日・英・韓・繁・簡の言語による一元的に情報発信。生成 AI を活用してホームページ内の滞在時間の拡大を図るほか、CRM を展開できるような機能を構築していく。</p> <p>○当法人の限られた経営資源を有効利用するため、SNS（Instagram、Facebook）については日本語で展開し、海外向け情報発信については JNTO、大阪観光局等の関係機関との連携や海外向け情報発信に強いメディア等を活用して取り組む。</p>

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

6. K P I（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K P I

指標項目		2021 (R 3) 年度	2022 (R 4) 年度	2023 (R 5) 年度	2024 (R 6) 年度	2025 (R 7) 年度	2026 (R 8) 年度
●旅行消費額 (億円)	目標	- (1,172)	- (1,347)	- (1,021)	(1,200)	(1,200)	(1,500)
	実績	- (調査不可)	- (110)	- (788)			
●延べ宿泊者数 (万人)	目標	- (157)	- (180)	- (137)	(250)	(250)	(300)
	実績	- (4)	- (26)	- (226)			
●来訪者満足度 (ポイント) (7段階評価)	目標	- (6.6)	- (7.0)	- (6.3)	(6.5)	(6.5)	(6.5)
	実績	- (6.2)	- (6.2)	- (6.5)			
●リピーター率 (%)	目標	- (50)	- (50)	- (50)	(15)	(20)	(25)
	実績	- (42)	- (35)	- (6.7)			

※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】

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実績値を算出。目標値については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目標設定を行った。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

実績値については泉州地域における外国人旅行者のクレジットカード決済データをもとに算出。目標値については経緯記載と同じく、コロナ禍前の2019年度をベースに他団体等を参考に設定。

●延べ宿泊者数

実績値については大阪府の地域別延べ宿泊者数の推計値をベースに、観光庁の宿泊旅行統計調査の比率により算出。

目標値については経緯記載と同じく、コロナ禍前の2019年度をベースに他団体等を参考に設定。

●来訪者満足度

実績値については関西国際空港第1ターミナル国際線出発エリアでのヒアリング調査により算出。目標値については経緯記載と同じく、コロナ禍前の2019年度をベースに他団体等を参考に設定。

●リピーター率

実績値については関西国際空港第1ターミナル国際線出発エリアでのヒアリング調査により算出。
目標値については経緯記載と同じく、コロナ禍前の2019年度をベースに他団体等を参考に設定。

(2) その他の目標

指標項目		2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度
●訪日旅行者数 (万人)	目標	- (318)	- (365)	- (277)	- (365)	- (365)	- (440)
	実績	- (調査不可)	- (23)	- (342)			
●一人当たりの 訪日旅行消費額 (千円)	目標	- (32.5)	- (33.0)	- (34.5)	- (35.0)	- (35.0)	- (38.0)
	実績	- (調査不可)	- (48.0)	- (23.1)			
●Web サイトア クセス数 (千pv)	目標	125 (-)	134 (-)	392 (-)	600 (-)	700 (-)	750 (-)
	実績	222 (-)	392 (-)	510 (-)			

※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】

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実績値を算出。目標値については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目標設定を行った。

【設定にあたっての考え方】

●訪日旅行者数

実績値については泉州地域における外国人旅行者のクレジットカード決済データをもとに算出。
目標値については経緯記載と同じく、コロナ禍前の2019年度をベースに他団体等を参考に設定。

●一人当たりの訪日旅行消費額

実績値については泉州地域における外国人旅行者のクレジットカード決済データをもとに算出。
目標値については経緯記載と同じく、コロナ禍前の2019年度をベースに他団体等を参考に設定。

●WEB サイトアクセス数

『大阪泉州観光ガイド』のWEBアクセス数の実績値を表記。

目標値については過去の伸び率及びリニューアル計画等を踏まえて設定。

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。

(2) 支出

年 (年度)	総支出	内訳 (具体的に記入すること)	
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	119,468,699 (円)	事業費 33,830,674 (円)	*プロモーション費 *受入整備費
		補助金事業費 24,956,957 (円)	
		管理費 60,611,068 (円)	*人件費・事務所費
2024 (R6) 年度	109,700,000 (円) (見込み)	事業費 44,200,000 (円)	*プロモーション費 *受入整備費
		補助金事業費 27,500,000 (円)	
		管理費 38,000,000 (円)	*人件費・事務所費
2025 (R7) 年度	104,195,000 (円) (見込み)	事業費 43,195,000 (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 38,000,000 (円)	*人件費・事務所費
2026 (R8) 年度	104,195,000 (円) (見込み)	事業費 43,195,000 (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 38,000,000 (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 支出金による活動支援
- 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
 - ・着地型旅行商品の開発・販売による事業収益
- 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、田尻及び岬町）は、泉州地域の観光地域づくり及び 13 市町連携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、地域の事業者の協力も得ながら一体となって泉州の観光地域づくりを進めています。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ています。

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。必要に応じて連携を図るとともに、当法人が運営する「泉州観光地域づくり連携協議会」及び「観光協会事務局長会議」に参画いただいている。

【区域が重複する背景】

ICP は泉佐野市の観光振興組織が DMO 登録したものであり、当法人は泉州 9 市 4 町が連携して観光振興するために設立した泉州観光プロモーション推進協議会を前身に設立して DMO 登録したため。

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】

基本的には泉佐野市内の事業は ICP が、泉佐野市及び他の市町との連携事業については当法人が担当することによって重複を避けて展開している。

【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、各種の会議ほか常に情報連携を図り事業分担して重複を避け事業展開できており相乗効果があるものと判断している。

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@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.izumitsu.osaka.jp

都道府県・市町村名	大阪府貝塚市
担当者氏名	山本 健太
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	坂口 朋之
担当部署名（役職）	政策推進部 まちの未来戦略室 地域創生課 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	石本 みちる
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）	072-471-5678
F A X 番号	072-471-3504
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	奥村 光男
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	松田 修
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】

大阪府泉州地域13市町(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】 区域の自治体及び観光協会を繋ぐ広域連携DMOとして新設

【代表者】 理事長 永野 耕平

【マーケティング責任者(CMO)】 榊元 政明

【財務責任者(CFO)】 高崎 尚之

【職員数】 7人(常勤7人(正職員4人・出向3人))

【主な収入】(5年度決算)

会費・負担金・支援金・補助金 92百万円、事業収入12百万円

【総支出】(4年度決算)

119百万円(事業費 58百万円、管理費 61百万円)

【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6年7月31日

※()内は外国人に関するもの。

項目		2021 (R3) 年	2022 (R4) 年	2023 (R5) 年	2024 (R6) 年	2025 (R7) 年	2026 (R8) 年
旅行 消費額 (億円)	目標	(1,172)	(1,347)	(1,021)	(1,200)	(1,200)	(1,500)
	実績	(調査不可)	(110)	(788)	—	—	—
延べ 宿泊者数 (万人)	目標	(157)	(180)	(137)	(250)	(250)	(300)
	実績	(4)	(26)	(226)	—	—	—
来訪者 満足度 (ポイント)	目標	(6.6)	(7.0)	(6.3)	(6.5)	(6.5)	(6.5)
	実績	(6.2)	(6.2)	(6.5)	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	(50)	(50)	(50)	(15)	(20)	(25)
	実績	(42)	(35)	(6.7)	—	—	—

戦略

【主なターゲット】

重点市場
台湾・香港・韓国・中国等東アジア
タイ、ベトナム等の東南アジア

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

特に帰国前のりんくうタウン地区での宿泊客を
ターゲットとして、市場分析をもとに泉州地域での
「食」を中心とした周遊を促進する情報発信や受入
態勢整備等を戦略的に行う。

【観光地域づくりのコンセプト】

関西国際空港からの帰国前に
ぶらり立ち寄る街「大阪泉州」

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

○泉州の「食」を歴史、文化等の
背景を学びながら楽しむガストロ
ノミーツーリズムのコンテンツ開発
○日本遺産「葛城修験道」と「食・
温泉」を巡る広域周遊型コンテン
ツを開発

【受入環境整備】

○13市町と40団体が加盟の泉州
観光地域づくり連携協議会を運営
○体験、食、買い物を商品化し、
OTAを中心に販売

【情報発信・プロモーション】

○多言語Webサイト(英・繁・簡・韓)
やSNSでの情報発信
○台湾市場向け台湾人ライターによ
る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>

○関空と泉州のニューツーリズム
○ニューノーマル観光と観光DX化
○SNS 中国へのマーケティング手法
○データによるマーケティング体験
○泉州の「食」について学ぶ

「体験型コンテンツ」



日本遺産「葛城修験道」

