

件名	堺市インバウンド推進プラン（案）の策定について																																			
経過・現状 政策課題	<p>【インバウンド推進の理念】 外国からの来訪（インバウンド）を促進することで、まちの賑わいの創出、域内消費の拡大などの経済波及、国際相互理解の増進、地域活性化などの効果を発揮し、持続可能なまちづくりに繋げる。</p> <p>【これまでの経過】 平成18年9月 堺市文化観光再生戦略プランの策定 平成22年11月24日 第1回堺市インバウンド振興研究会の開催 平成23年度 韓国、中国それぞれのワーキング会議を計4回開催 平成24年8月16日 第3回堺市インバウンド振興研究会の開催</p> <p>【堺市の現状】 ○外国人宿泊者数は平成17年度から増加傾向にあったが、平成20年秋のリーマンショック以降は減少局面となっている。 ≪参考：堺市内ホテルにおける宿泊者数≫</p> <table border="1" data-bbox="359 824 1428 898"> <thead> <tr> <th>H17年度</th> <th>H18年度</th> <th>H19年度</th> <th>H20年度</th> <th>H21年度</th> <th>H22年度</th> <th>H23年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>49,577人</td> <td>58,863人</td> <td>67,416人</td> <td>46,781人</td> <td>32,556人</td> <td>49,587人</td> <td>32,401人</td> </tr> </tbody> </table> <p>○宿泊者の国・地域別の割合ではアジアからの宿泊者が多く、特に台湾、韓国、中国が多くを占めている。 ≪参考：平成23年度外国人宿泊者国・地域別内訳≫</p> <table border="1" data-bbox="435 1003 1428 1144"> <thead> <tr> <th></th> <th>台湾</th> <th>中国</th> <th>韓国</th> <th>香港</th> <th>その他アジア</th> <th>アジア計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>宿泊者数</td> <td>6,195人</td> <td>4,845人</td> <td>3,030人</td> <td>36人</td> <td>11,260人</td> <td>25,366人</td> </tr> <tr> <td>割合</td> <td>19.1%</td> <td>15.0%</td> <td>9.4%</td> <td>0.1%</td> <td>34.7%</td> <td>78.3%</td> </tr> </tbody> </table> <p>【戦略（インバウンド推進における検討課題）】 堺市との歴史的な繋がりや宿泊者数の状況などを踏まえつつ、今後著しい成長が期待されるアジア（特に中国、韓国、台湾、香港、アセアン諸国）をターゲットとして、以下の課題を解決していく</p> <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px;"> <ul style="list-style-type: none"> ○外国人視点から見た訴求力のある観光魅力の創出（マーケティング） ○市場における効果的な情報発信、プロモーションによる堺の知名度の向上 ○旅行目的を充足し、快適な市内周遊を促進する受入体制の整備 </div>	H17年度	H18年度	H19年度	H20年度	H21年度	H22年度	H23年度	49,577人	58,863人	67,416人	46,781人	32,556人	49,587人	32,401人		台湾	中国	韓国	香港	その他アジア	アジア計	宿泊者数	6,195人	4,845人	3,030人	36人	11,260人	25,366人	割合	19.1%	15.0%	9.4%	0.1%	34.7%	78.3%
H17年度	H18年度	H19年度	H20年度	H21年度	H22年度	H23年度																														
49,577人	58,863人	67,416人	46,781人	32,556人	49,587人	32,401人																														
	台湾	中国	韓国	香港	その他アジア	アジア計																														
宿泊者数	6,195人	4,845人	3,030人	36人	11,260人	25,366人																														
割合	19.1%	15.0%	9.4%	0.1%	34.7%	78.3%																														
対応方針 今後の取組（案）	<p>【戦術（インバウンド推進に向けた対応方針）】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○戦術1：現地市場の声を反映したブランドやイメージの構築などによる他都市との差別化の実施 ○戦術2：現地市場と密着した情報収集や情報発信を行う仕組みの構築、団体や個人など市場に対応したプロモーションの実施 ○戦術3：外国人の利便性向上を図るなかで、「金融」、「交通」、「食事」、「情報」にストレスなく対応できるための施策の展開 <p>【具体的な取組み】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ガイドファミトリップ（帯同ガイドを対象とした現地視察・研修）の実施 ○関西圏の府県、政令市と連携した現地プロモーション等の実施 ○ブログやフェイスブックなどSNS（人と人との繋がりをサポートするコミュニティ型のウェブサイト）による情報発信の仕掛けづくり ○国・地域別の旅行特性に応じたモデルコースづくり ○フィルムコミッション（堺フィルムオフィス）を活用した映画・ドラマのロケ誘致などのシンボル事業の実施 																																			
効果の想定	外国人ビジターの増加による地域の活性化																																			
関係局との政策連携	市長公室、産業振興局、建築都市局、教育委員会事務局																																			

堺市インバウンド推進プラン（案）の概要

インバウンド推進に係る堺市の現状

■堺市内ホテルにおける外国人宿泊者数（人）

H17年度	H18年度	H19年度	H20年度	H21年度	H22年度	H23年度
49,577	58,863	67,416	46,781	32,556	49,587	32,401

■外国人宿泊者国別内訳（H23）アジア 比率は総外国人宿泊者数 32,401 人に占める割合

	台湾	中国	韓国	香港	その他アジア	アジア計
宿泊者数	6,195	4,845	3,030	36	11,260	25,366
割合	19.1%	15.0%	9.4%	0.1%	34.7%	78.3%

■堺市の強みと弱み

強み	弱み
<ul style="list-style-type: none"> ○主要交通機関からのアクセスの優位性 ○外国人にも訴求する多種多様な観光資源 ⇒仁徳天皇陵、茶の湯・千利休、堺打刃物、自転車、最先端・環境産業 	<ul style="list-style-type: none"> ○海外での知名度 ⇒旅行魅力の創出、他都市との差別化 ○受入態勢の強化・充実

■その他

- ・関西圏の各自治体との効果的な連携と堺独自の取り組みの分担。

戦略

- ◎外国人視点から見た訴求力のある観光魅力の創出。(マーケティング)
- ◎市場における団体客、個人客双方を対象とした効果的な情報発信、プロモーションによる堺の知名度の向上。
- ◎旅行目的を充足し、快適に市内周遊を図る受入態勢の整備。

戦術

- 現地市場の声を反映したブランドやイメージの構築などによる他都市との差別化の実施
- 現地市場と密着した情報収集や情報発信を行う仕組みの構築、団体や個人など市場に対応したプロモーションの実施
- 外国人の利便性向上を図るなかで、「金融」、「交通」、「食事」、「情報」にストレスなく対応できるための施策の展開

具体的な取り組み

- ・ガイドファムトリップの実施
- ・関西圏の府県、政令市と連携した現地プロモーション等の実施
- ・ブログやフェイスブックなど、SNSによる情報発信の仕掛けづくり
- ・国・地域別の旅行特性に応じたモデルコースづくり
- ・フィルムコミッション（堺フィルムオフィス）を活用した映画・ドラマのロケ誘致 など

インバウンドの最近の潮流

- 団体旅行から個人旅行へ
⇒現状では、韓国は8割、台湾は5割、中国は2割が個人旅行。全体の傾向として個人旅行への移行が拡大
- 「名所・見学」の観光から「体験・交流」の観光へ
⇒現地の生活を体験し現地の人々と交流することが目的の主流に
- 「バリュー・フォー・マネー」の視点
⇒アジアからの旅行者は「本物であれば、ある程度高価であっても納得できる」という考えの富裕層も多い
- LCC（格安航空会社）の台頭
- 「クールジャパン」を観光資源に

ターゲット

中国、韓国、台湾、香港、アセアン諸国をターゲットとする

- ・地理的に近く、堺市と歴史的なつながりが強い
- ・堺市での宿泊者が多い
- ・今後著しい成長が期待される

- 団体旅行：修学旅行等の教育旅行 など
- 個人旅行：関西国際空港を利用する個人旅行者 など

素材

- 「仁徳天皇陵古墳のある街 堺」
世界最大面積の墳墓・仁徳天皇陵古墳に代表される百舌鳥古墳群
- 「環境モデル都市 堺」
日本最大級の「堺太陽光発電所」、「グリーンフロント堺」、サイクルセンター、自転車等
- 「茶道の聖地 堺」
茶の湯、千利休、千利休屋敷跡、茶室「伸庵」、南宗寺、和菓子
- 「匠のまち 堺」
堺伝統産業会館、事業所での見学・体験メニュー（刃物、線香、和晒）、先端産業、環境産業の企業群
- 「自由・自治都市 堺」
自治都市、なんばん、南宗寺、妙国寺、ザビエル公園、ルソン壺、中世の陶磁器、アジア諸国とのつながり
- 「郷愁のまち 堺」
チンチン電車や町家、旧堺燈台など、アジアの国々が経済発展の陰で急速に失いつつある懐古的な趣
その他「食」など

これまでの観光振興の取組み

- 「堺文化観光再生戦略プラン」
(H18)に基づく施策展開
- ・文化財特別公開事業
 - ・伝統行事PR事業
 - ・産業観光推進事業
 - ・観光ネットワーク形成事業など

(成果)

観光ビジター数(万人)
463.7(H17)→705.8(H22)

観光バスツアー数(件)
75(H18)→412(H22)

観光バスツアー参加者数(人)
3,233(H18)→12,267(H22)

(要請)

- ・観光ビジター数1,000万人(H27)

・マスタープラン

- ・歴史と文化を活かしたまちづくり
- ・観光インバウンドの振興

- ・域内経済波及効果の拡大
- ・一層の交流人口の拡大
- ・都市魅力の向上・発信

歴史文化をテーマとした観光振興とともに、市場を海外に求め、本格的なインバウンドを推進

今後の施策実施

ターゲットとしたアジア諸国の旅行特性(嗜好)と堺市が有する観光資源を分析し、各国・地域ごとのモデルコースを造成していく。
⇒【シンボル事業】としての重点的な取組み