

## 重要取組シート

取組項目	市内誘客と消費の促進
現状・課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 令和 7 年度の観光誘客の状況として、旧堺観光戦略の重点エリアへの来訪者数は、大阪・関西万博の効果もあり、大仙公園エリアで前年同期比 127%の 28.4 万人、環濠エリアは前年同期比 99%の 184.2 万人となったが、いずれもコロナ前の水準まで回復していない。</li> <li>○ その課題として「仁徳天皇陵古墳以外の観光資源の認知度が低い」、「他地域との差別化ができておらず選ばれる理由が弱い」、「来訪者の約 9 割が日帰り」等が挙げられる。</li> <li>○ 気球の運行開始により、本市への注目が高まっている好機を捉え、まずは注目度の高い気球や百舌鳥古墳群をフックとした観光誘客に取り組み、そこから来訪者の市内周遊を促進し、滞在時間を長期化することで、消費額の増加等につなげることが必要である。</li> </ul>
取組の内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 令和 8 年 3 月に新たに策定した堺観光戦略に沿い、気球や百舌鳥古墳群等に魅力を感じる具体的なターゲット層を決定し、重点的な取組を展開する。</li> <li>○ また、庁内関係部局をはじめ、堺観光コンベンション協会、大阪観光局等の観光関係団体や民間事業者と方向性を共有し、各々の強みを活かした役割分担のもと、市内誘客や周遊のための取組を総合的に推進する。</li> <li>○ 世界遺産の構成資産である仁徳天皇陵古墳の認知度や興味・関心が高いこと等を踏まえ、世界遺産エリアから他の重点エリア等へ周遊を促進し、滞在時間を長期化することで、消費額の増加等の観光誘客の効果を波及させる。</li> <li>○ 施策の推進に当たっては来訪者及び消費額の増を念頭に、①優良なコンテンツの創出・磨き上げ、②市内周遊の促進、③ターゲットに応じたプロモーションの展開という 3 つの視点を基本として取り組む。</li> <li>○ また、令和 9 年度以降の観光施策の立案に向け、市内の観光データの収集・分析を行い、改善を図りながら事業を進める。</li> </ul> <p>〔主な取組〕</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>① 優良なコンテンツの創出・磨き上げ <ul style="list-style-type: none"> <li>・環濠エリアのイベント開催経費の補助</li> <li>・宿坊開設の機運を高める取組</li> <li>・大屋根リングを活用した展示物やノベルティを制作し誘客を促進【万博レガシーの活用】</li> <li>・移動式茶室を活用する等伝統と革新が融合した茶会の実施、現代アーティスト茶器を活用したアート茶会のツアー化、堺市茶室「伸庵」、「さかい待庵」等の茶室の活用</li> <li>・「ワールドマスタースゲームズ 2027 関西」や大規模スポーツイベントとの連携、スポーツ施設（J-GREEN 堺、大浜だいしんアリーナ、くら寿司スタジアム堺、大浜公園相撲場等）の活用</li> </ul> </li> <li>② 市内周遊の促進 <ul style="list-style-type: none"> <li>・気球のりば観光案内所の運営や世界遺産・気球シャトルバスの運行</li> <li>・堺ベイエリアや堺東エリア等の魅力あるコンテンツの活用</li> <li>・教育旅行や市外からの団体ツアーの誘致促進</li> <li>・市内宿泊施設等の観光関連事業者との情報共有・連携</li> </ul> </li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>・堺観光ボランティア協会との連携強化</li> <li>③ ターゲットに応じたプロモーションの展開</li> <li>・観光関連団体<sup>*</sup>や市内観光関連事業者と連携した広域的なプロモーション</li> <li>・高級ホテルのコンシェルジュと連携したインバウンド富裕層向け PR</li> <li>・情報発信サイトである堺観光ガイドのリニューアル</li> </ul> <p>※観光関連団体 大阪観光局、関西広域連合、関西観光本部、KIX 泉州ツーリズムビューロー、堺観光コンベンション協会、大阪デスティネーションキャンペーン推進協議会 等</p>
スケジュール	前期 (～9月)	<input type="checkbox"/> 【気球】堺観光ツアー支援や教育旅行への助成による誘致（通年） <input type="checkbox"/> 【気球】世界遺産・気球シャトルバスの運行（通年） <input type="checkbox"/> 【気球】気球のりば観光案内所の運営、こども気球体験の実施（通年） <input type="checkbox"/> 教育旅行や市外からの団体ツアーの誘致（通年） <input type="checkbox"/> EBPM のためのデータ収集・分析（通年） <input type="checkbox"/> 市内宿泊施設等の観光関連事業者との情報共有等（通年） <input type="checkbox"/> 【大阪観光局】気球や刃物、相撲などを活かしたコンテンツ造成等（通年） <input type="checkbox"/> 【大阪観光局、KIX 泉州ツーリズムビューロー】定例会議、事業確認（毎月） <input type="checkbox"/> 観光戦略に沿った具体的なターゲットを決定（4月） <input type="checkbox"/> 大阪デスティネーションキャンペーン（4～6月） <input type="checkbox"/> 鉄道事業者と連携した市内観光スポットを巡るスタンプラリー（5月以降） <input type="checkbox"/> 宿坊セミナー（6月） <input type="checkbox"/> 堺大魚夜市（7月） <input type="checkbox"/> 誘客促進に向けた新たな取組の予算要求（9月～） <input type="checkbox"/> 【広域観光関係団体】令和8年度上期事業確認（9月）
	後期 (～3月)	<input type="checkbox"/> 堺まつり（10月） <input type="checkbox"/> 紅葉プロモーション（11月） <input type="checkbox"/> 大屋根リングを活用した展示物の展示、ノベルティ配布（秋頃） <input type="checkbox"/> 【広域観光関係団体】令和8年度事業確認、翌年度事業への反映（2月） <input type="checkbox"/> 紐とけば堺（3月） <input type="checkbox"/> 桜プロモーション（3月） <input type="checkbox"/> 堺観光ガイドのリニューアル（3月）
	次年度 以降	<input type="checkbox"/> ターゲット層やデータ分析を踏まえた政策立案 <input type="checkbox"/> インバウンド需要等を取り込むためのコンテンツ造成や受入環境整備
進捗の状況	前期 (～9月)	
	後期 (～3月)	

2030 堺市基本計画	該当する 施策	1- (1) 類いまれな歴史文化資源の継承と観光地としての魅力の向上 1- (2) 戦略的な観光誘客による地域の活性化	
	寄与する KPI	世界遺産・大仙公園エリア、環濠エリア、堺東駅及び堺駅・堺日港周辺の来訪者数 [現状値：848万人 (2024年度)、870万人 (2025年度)] 1人当たりの市内観光消費額 [現状値：10,046円 (2024年度)、12,314円 (2025年度暫定)]	目標値 (2030年度) 1- (1) 1200万人 1- (2) 20,000円
未来都市計画 堺市SDGs	最も貢献する SDGsのゴール	ゴール番号 8	働きがいも 経済成長も
	寄与する KPI	— —	