

令和8年度 事務事業評価シート（1）

[令和7年度事務事業]

一般会計					事務事業分類	A 一般事務事業	
事務事業名	観光戦略・広域連携事業				事業番号	008-004	
担当部署名	文化観光局	局	観光部	部	文化観光企画課	課	

I. 基本情報

事業の位置付け

1	堺市基本計画2025	施策との関連	有・無	戦略	1.堺の特色ある歴史文化 ～Legacy～	施策	(3)類稀な堺の歴史文化資源を活かした戦略的な観光誘客の推進	
			有	取組の方向性	①堺の歴史文化資源を活用した滞在、消費拡大促進			
		寄与するKPI	有・無	指標名	延べ宿泊者数			
			有	現状値	1,031,854人(2018年)	目標値	1,400,000人(2025年度)	
	堺市SDGs未来都市計画2021-2025	施策との関連	有・無	ゴール	ゴール(8)働きがいも経済成長も	ターゲット	8.9	
			有	取組	観光消費の促進をめざす戦略的な観光施策の推進			
		寄与するKPI	有・無	指標名	—			
			無	現状値	—	目標値	—	

2	関連計画	堺観光戦略		
3	事業開始年度	令和 一 年度	点検対象年度（個別計画）	令和 12 年度
4	実施根拠	—		

事業の概要

5	事業の実施主体	本庁、大阪観光局、KIX泉州ツーリズムビューロー、関西観光本部等					
6	事業の対象	国内外の観光客、堺市民				対象数	単位
						—	—
7	事業の目的	観光客をはじめとした来訪者に市内で周遊・宿泊してもらうことで、市内の賑わいの創出及び消費拡大を図る。					
8	事業内容	・位置情報ビッグデータやwebアンケート等を活用した市内在訪者数や消費額単価等についての市内観光動向の把握、分析 ・アンケート調査結果や口コミ情報、OTAデータを活用した観光スポットの認知度や評価、宿泊者データ等についての観光実態の把握、分析 ・大阪観光局との連携によるHPやSNSを通じた魅力発信及び大阪市内からの誘客プロモーション等の実施 ・KIX泉州ツーリズムビューロー等との連携によるプロモーションや周遊イベントの実施 ・関西の府県・政令市と連携した誘客プロモーションによる海外への情報発信					
	※国・府の基準より上回って実施した内容	—					
9	主な支出先	大阪観光局、KIX泉州ツーリズムビューロー など					
10	公民連携・協働事業	—					

II. 事業目的の達成状況

事業の成果や活動実績の測定

11	成果指標	単位		実績		目標	目標	
				令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和12年度	
	重点エリア来訪者数（世界遺産エリア、環濠エリア、堺東エリア、堺ベイエリア）	万人	目標値	—	—	936	1,200	
			実績値	848.1	870.9			
達成率			—	—				
当該指標を選定した理由		堺の魅力発信や誘客プロモーションを通じて観光客数が増加することは本事業の目的に寄与すると考えられるため。また、「堺市基本計画2025」及び「堺観光戦略」の計画期間が満了し、新たな計画等が策定されたため、KPIと本事業の成果指標を合わせるもの。						
目標値の設定根拠・算出方法		携帯電話事業者の位置情報ビッグデータに基づく全人口推計（拡大推計）						
12	活動指標	単位		実績		目標		
				令和6年度	令和7年度	令和8年度		
	関係団体と連携したプロモーション・情報発信回数	回	目標値	25	150	210		
			実績値	141	204			
			達成率	564%	136%			
	当該指標を選定した理由		他団体との連携による幅広いネットワーク活用やノウハウ共有を通じて、より効果的・効率的な情報発信が可能となり、来訪者数の増加に寄与と考えられるため。					
	目標値の設定根拠・算出方法		大阪観光局及びKIX泉州ツーリズムビューロー等と連携したプロモーション・情報発信の取組から算出					

令和8年度 事務事業評価シート（2）

事務事業名	観光戦略・広域連携事業	事業番号	008-004
-------	-------------	------	---------

Ⅲ. 投入量

事業コスト

※当初予算には、前年度からの繰越分を含む。（単位：千円）

	項 目	令和5年度	令和6年度	令和7年度		令和8年度
		決算	決算	当初予算	決算	当初予算
13	事業費（a）	108,003	111,017	108,946	108,881	98,354
	国支出金	0	0	0		0
	府支出金	0	0	0		0
	市債	0	0	0		0
	その他（基金・寄付金・利子収入）	3,476	3,522	2,234	2,239	36
	受益者負担金(使用料、手数料等)	0	0	0		0
	一般財源	104,527	107,495	106,712	106,642	98,318
14	人件費（b）	16,200	16,200	25,200	25,200	26,100
15	年間経費（c）=(a)+(b)	124,203	127,217	134,146	134,081	124,454

事業費の内訳

（単位：千円）

	項 目	年度		事業費	うち一般財源	項 目	年度		事業費	うち一般財源
		R7	決算				R7	決算		
16	観光動向調査経費	R7	決算	880	880	万博シアタールーム上映（広告料）	R7	決算	2,200	0
		R8	予算	880	880		R8	予算	0	0
	位置情報ビッグデータ等分析ツール使用料	R7	決算	6,622	6,622	その他	R7	決算	323	284
		R8	予算	3,432	3,432		R8	予算	186	150
	KIX泉州ツーリズムビューロー負担金	R7	決算	13,856	13,856		R7	決算		
		R8	予算	13,856	13,856		R8	予算		
	大阪観光局負担金	R7	決算	80,000	80,000		R7	決算		
		R8	予算	80,000	80,000		R8	予算		
	EXPO2025関西観光推進協議会負担金	R7	決算	5,000	5,000		R7	決算		
		R8	予算	0	0		R8	予算		

Ⅳ. 事業の効率性

単位当たり経費

		区 分		単位	令和6年度	令和7年度
		①	②			
17	重点エリア来訪者数（大仙公園エリア+環濠エリア）			万人	2,077,000	2,126,000
	上記①にかかる年間経費			千円	127,217	134,081
	単位当たり経費（②÷①×1,000円）			円/単位	61	63
	算出についての説明等					

Ⅴ. 評価

費用対効果に係る所見

18	令和7年度は大阪・関西万博の開催を契機に、大阪観光局をはじめとする観光関係団体と連携し、万博会場を訪れる国内外の来訪者に対するプロモーションなど、堺への誘客促進に積極的に取り組んだ。その結果、令和7年度の成果指標として設定していた前「堺観光戦略」のKPIである重点エリア（大仙公園エリア・環濠エリア）の来訪者数は、大仙公園エリアが前年同期比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。また、事業費については、R6年度に実施した単年度事業（新たな観光戦略策定に向けた取組）に係る予算が無くなったことから、前年度比で10%減少した。
----	---

KPI等への寄与（基本計画等のKPI・取組の方向性や事業の目的の達成にどのように寄与したか）

19	令和7年度は、万博会場内で開催された「SUMO EXPO2025」や「関西広域連合WEEK」、「デジタルトラベルゾーンプロジェクト」などのイベントに参加し、本市PR動画の上映や観光案内等を実施した。これにより、世界遺産をはじめとした堺の類いまれな歴史文化、伝統産業、茶の湯文化の魅力や価値を来場者に発信し、10月より運行開始した気球のプロモーションを行った。そのほか、万博閉幕後も誘客効果を持続させるため、国内外へ影響力のある関係団体の強みを活かした情報発信として、「ツーリズムEXPOジャパン」への出展や東南アジアや欧州などでの現地プロモーション、ファミトリップなどにも取り組んだ。 また、「堺市基本計画2025」と同様に最終年度を迎えた「堺観光戦略」について対象期間の取組や事業進捗の検証・分析を実施したうえで、令和8年3月に「堺観光戦略」を新たに策定。令和8年度はこの「堺観光戦略」に基づき、気球や世界遺産などの資源を活用した観光誘客及び周遊促進に取り組み、KPIである来訪者数の増加や消費額の拡充につなげる。
----	---

令和3年度からの実績等を踏まえた事業の必要性・有効性に係る所見（前年度の事務事業評価で点検対象年度を令和7年度とした事業のみ記載）

20	必要性	■ 高い □ 低い	成果指標に設定している重点エリアへの来訪者数は新型コロナウイルス感染症の影響により減少したが、コロナ禍にはアフターコロナやインバウンド需要回復を見込んだ旅行商品の造成や情報発信に注力し、アフターコロナには大阪・関西万博の波及効果を最大化するための誘客プロモーションを進めてきたことで、本市への来訪者数は回復傾向にある。定住人口が減少する中、交流人口の増加と市内消費の拡大による地域経済の活性化は一層重要性を高めており、市内誘客により賑わい創出及び消費拡大を図る当事業は、必要であるとする。
	有効性	■ 高い □ 低い	