

(仮称) 次期堺観光戦略策定にあたっての方向性

1-1.国内の現状

① 旅行者数

- ・ 2024 年の日本人国内旅行者数は 5.4 億人であり、2021 年以降は増加傾向にあるものの、新型コロナウイルスが流行する前の 2019 年の 5.9 億人と比較し 8.0%減少し、回復には至っていない。

② 消費額単価

- ・ 2024 年の日本人国内旅行 1 人 1 回当たりの消費額は、46,585 円（2019 年比 24.7%増）。宿泊と日帰りともに 1 人 1 回当たりの消費額は増加している。
- ・ 2024 年の国内の日帰り旅行者数は、2.5 億人（2019 年比 10.4%減）であり、全体の旅行者数の約 46%である。
- ・ 2024 年の国内の延べ宿泊者数は、2.9 億人（2019 年比 5.9%減）であり、全体の旅行者数の約 54%である。

③ インバウンド

- ・ 2024 年の訪日外国人旅行者数は 3,687 万人であり、過去最高の旅行者数を記録した。

1-2.堺市の現状

「○」全国と共通の状況、「＊」堺市特有の状況

① 来訪者

- ＊ 2024 年度の重点エリアの来訪者数（市外居住の 15 分以上の滞在者）は、大仙公園エリア 54.9 万人、環濠エリア 323.9 万人であり、国と同様にコロナ禍からの回復には至っておらず、回復度合い（2024 年度の 2019 年度比）は国よりも低い。
- ＊ 重点エリアに来訪する人の 80%以上が近畿圏内からであり、宿泊を伴う可能性が高い遠方からの来訪者が少ない。

② 消費額単価

- ＊ 消費額単価は、日帰り、宿泊、平均すべてにおいて減少している。
- ＊ 減少率では、娯楽サービス、飲食費の順番であるが、減少額では飲食費が最も大きく約 2,500 円減少している。
- ＊ 2024 年度の日帰り来訪者の割合は全体の 86.5%であり、2019 年度の 83.5%より上昇している。
- 2023 年の延べ宿泊者数は 1,060,081 人であり、2019 年に比べ 19.6%減少している。

③ インバウンド

- ＊ 水際対策の大幅緩和以降増加傾向にあるものの、大阪市には 2024 年で堺市の 300 倍以上もの外国人が来訪している状況である。

④ 認知度・興味度

- ＊ 堺市は世界遺産をはじめとする豊富な歴史文化資源を有するが、アンケートによると仁徳天皇陵古墳以外の認知度と興味度が低い結果である。

1-3.将来予測

- ・ 2024 年の日本人国内旅行者数は 2019 年から減っている一方で、日本人国内旅行消費額は 2024 年時点で過去最高を記録している。今後、少子化に伴う人口減少の影響により国内旅行者数は減少し、物価の変動により消費額は増減する可能性がある。

- ・ インバウンドについて、国は訪日外国人観光客数を 2030 年までに 6,000 万人（2024 年:3,686 万人）、大阪観光局は来阪外国人観光客数を 2030 年までに 2,000 万人（2024 年:1,463 万人）まで伸ばすことを目標としており、主要な観光地でのオーバーツーリズムが想定されることから、大阪市のオーバーツーリズム対策の受け皿としての機能が必要となる。
- ・ 堺市の 2040 年の将来人口推計では、総人口が 71.3 万人まで減少する見込みである。定住人口 1 人当たりの年間消費額（135 万円）は、旅行者の消費に換算すると外国人旅行者 6 人分、国内旅行者（宿泊）21 人分、国内旅行者（日帰り）71 人分にあたると推計されている。堺市においても、観光誘客により交流人口を増やし、市内消費を拡大させることの重要性が更に増す。

2-1.課題

① 観光地としての認知度が低い

- ・ 様々な観光コンテンツを創出してきたが、来訪者の増加につなげていない。国内の状況と同様の傾向にあるが、堺市内の施設やスポットの認知度・興味度が低いことも要因として考えられる。堺市が有する豊富な資源を活かして、優良な観光コンテンツを創出し、国内外へ広く効果的に発信する必要がある。

② 来訪者の市内消費額が低い

- ・ 国内の状況とは異なり、堺市の一人当たりの消費額が依然として低い状況である。国内旅行者に占める宿泊旅行者の割合は 54%であるのに対し、堺市の宿泊者の割合は 13.5%に留まっていること、また消費額単価に占める飲食の割合が減少していることが要因と考えられる。消費額単価増加に直結する宿泊、飲食等の経済活動の維持・向上に取り組むことが必要である。また、周遊促進により経済活動を行う機会を増やすことも重要である。

2-2.好機

① イベント

今後、以下のイベントが予定されており、更に多くの旅行者が大阪を訪れると考えられる。

- ・ 2027 年にワールドマスタースゲームズ
- ・ 2030 年に大阪 IR 開業
- ・ 2031 年なにわ筋線開業

② 大阪の状況

インバウンドが増加している状況、また大阪観光局の府内周遊促進により、大阪市のみならず堺市にも旅行者が訪れると考えられる。

3-1.堺市がめざす姿

- ① 認知度や満足度が向上し、観光目的地として選ばれる。
- ② 市内消費が拡大し、地域が活性化する。

3-2.戦略（取組）

- ① 目的地として選ばれる（認知度と満足度を上げ、来訪者を増やす）
 - ・ 大阪府で唯一の世界遺産「百舌鳥・古市古墳群」の魅力を効果的に発信
 - ・ 日本で唯一、都市部で体験できるガス気球を活用した誘客
 - ・ 刃物や茶の湯等市が誇る伝統文化の魅力を広く発信
 - ・ 相撲等の日本文化を体験できる観光コンテンツの造成
 - ・ 体験を含めた新たなコンテンツの創出と磨き上げ
 - ・ 関係団体の発信力を活かした国内外へのプロモーション
- ② 地域が活性化している（消費額単価を上げる）
 - ・ ナイトタイムコンテンツの充実
 - ・ ローカルな食の発掘や地元飲食店等と連携した定期的なイベント開催
 - ・ スタンプラリー等のイベント企画による周遊促進
 - ・ 広域自転車ルート等を活用した自転車による周遊促進
 - ・ 富裕層向けのラグジュアリーコンテンツの造成