

堺観光戦略＜概要版＞

◆前戦略の振り返り

■前戦略の内容

- 「人々を魅了し続ける屋根のないミュージアム"SACAY"」をめざす姿とし、歴史文化資源を活用した観光を推進
※期間は、2021（令和3）年度～2025（令和7）年度の5年間

「人々を魅了し続ける屋根のないミュージアム"SACAY"」の考え方

- ・歴史文化資源を活用し質の高いサービスを提供することにより、来訪者にとっての観光魅力と市民や事業者のおもてなしの心を創出し、歴史文化資源を後世へ継承する

■KPI実績

- 新型コロナウイルス感染症の影響が長く、インバウンドの受入対応及び世界遺産効果の向上に十分に取り組めないまま大阪・関西万博への準備期間を迎えた

- KPIは、①重点エリアへの来訪者数、②リピート率、③観光消費額単価（国内来訪者）を設定

→①は、新型コロナウイルス感染症の影響により減少し、コロナ禍前の水準まで回復していない

また③は、令和元年度をピークに大きく減少

- 最大の好機であった大阪・関西万博の会期を含む2025（令和7）年4月～8月13日の状況は以下のとおり

・重点エリアへの来訪者数（前年同期比）は、大仙公園エリアは139%、環濠エリアは99%で横ばい

・観光消費額単価は、前年度比で約125%（4～7月に来訪した方の暫定数値）



◆めざす姿の実現に向けた戦略

■今後の観光振興に必要な基本戦略

基本戦略1 ターゲットを明確にした取組の強化

- ・観光資源の魅力を強く訴求するため、優先的に取り組む観光資源及びターゲット層を決定
- ・重点的な取組を展開することにより、新規来訪者及びリピーターを獲得

→百舌鳥古墳群を眺望できる気球の運行開始を好機と捉え、まずは世界遺産 仁徳天皇陵古墳をブランディング

基本戦略2 観光資源と消費活動の機会を繋ぐ取組の強化

- ・消費を最大化するため、地元事業者等と本市のめざす姿を共有
- ・情報発信や環境整備等を協力・連携して実施し、消費の機会を創出、来訪者の受入体制を強化

■重点的に取り組むエリア

- 観光プロモーションにおける訴求しやすさを重視し、来訪者にとって分かりやすい名称を設定

- 前戦略の重点エリアである世界遺産エリア（前戦略の大仙公園エリアと同じ）及び環濠エリアにガシエリアと堺ベイエリアを加えた4エリアを位置づけ

- Ⓐ 世界遺産エリア -1600年の悠久の歴史を体感-
- Ⓑ 環濠エリア -中世に繁栄を極めた地でホンモノ体験-
- Ⓒ ガシエリア -地域から愛される街で"ローカル"を楽しむ-
- Ⓓ 堀ベイエリア -海辺をキーに、堺の"歴史"と"今"を体感-

→世界遺産エリアから他の重点エリアへ、また重点エリアから市内全域へと観光誘客の効果を波及



◆持続可能な堺観光の実現に向けて

■観光振興の必要性（定住人口の減少）

- 堺市の人口は2045（令和27）年に70万人を下回る見込み

- 都市の活力を維持、向上させるため、交流人口の増加が必要



引き続き、観光に取り組む必要

＜戦略策定の考え方＞

■位置づけ及び対象期間

- 次期堺市基本計画等の方針に沿って、展開すべき観光の方向性を提示

- 対象期間は2026（令和8）年度から2030（令和12）年度までの5年間

■目的

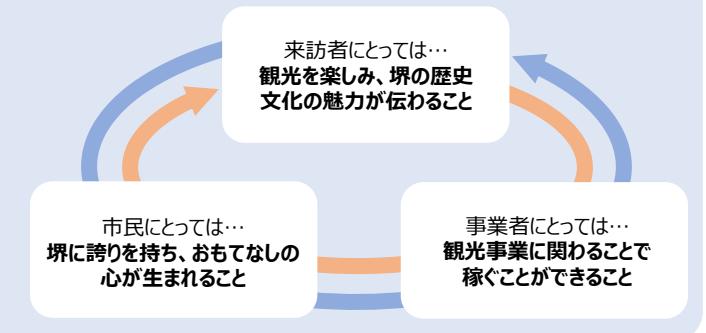
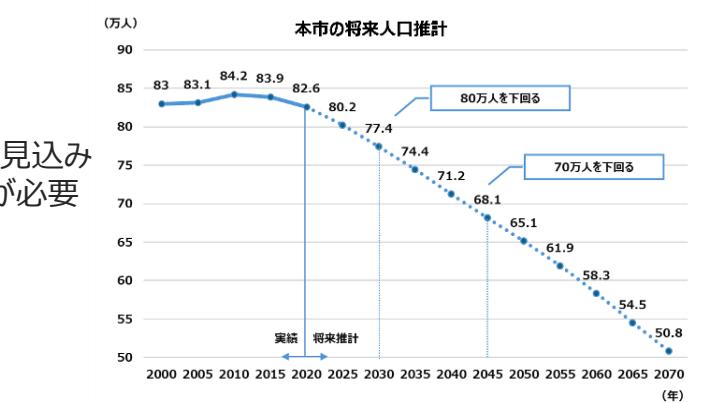
- 歴史文化資源の継承

- 地域経済の活性化

■目的達成のためにめざす姿

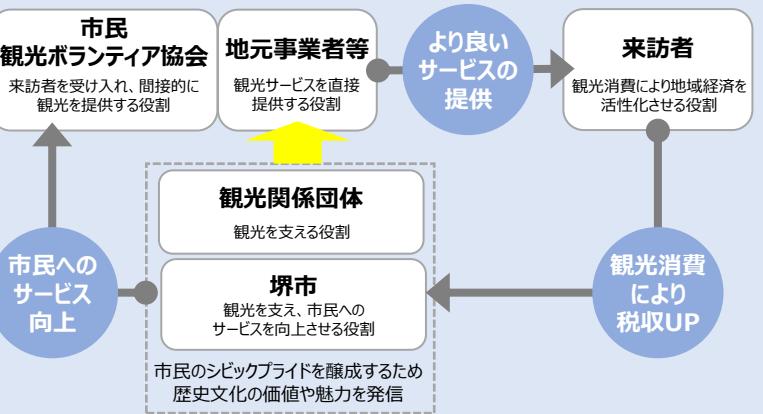
- 観光の効果（来訪者の増加・消費の拡大）により、好循環（※）を創出

※来訪者による消費が地域経済を活性化させ、利益が投資に繋がり、さらに魅力が向上する等、互いに良い影響を与えていくこと



■実施体制と好機

○実施体制



○今後迎える好機

2025（令和7）年度	・堺旧港の飲食・物販施設の開業
2026（令和8）年度	・気球運行の通年化（予定） ・関西国際空港T1リノベーション完了
2027（令和9）年度	・ワールドマスターズゲームズ開催
2030（令和12）年度	・大阪IR開業
2031（令和13）年度以降	・なにわ筋線開業 ・（仮称）堺ミュージアム整備

◆成果目標

■KGI・KPI

重要目標達成指標 KGI	観光消費の拡大
重要業績評価指標 KPI	<p>重点エリアへの国内来訪者数 2024（令和6）年度 848万人 2030（令和12）年度 1200万人</p> <p>市内消費額単価 2024（令和6）年度 10,046円 2030（令和12）年度 20,000円</p>

※その他、参考指標としてインバウンドの来訪者数や来訪者満足度等の推移も確認