阪南市観光まちづくり提案書

令和4年度 近畿観光まちづくりコンサルティング事業

2023年3月

近畿観光まちづくりアドバイザリー会議

はじめに

近畿観光まちづくりアドバイザリー会議では今年度、重点支援地域として大阪府阪南市を選定し、現地視察や会議および、地域側検討会を通じて、阪南市の観光まちづくりの方向性を検討してまいりました。

そのなかで私たちは、阪南市のストロングポイントを3つ挙げました。一つは、市長も標ぼうしている「海と山が出会うまち」として里海・里山の観光資源が集積していること、関西のゲートウェイ・関西国際空港に近接していること、そして市長や市職員をはじめ熱意を感じられる人が多いことだと思いました。また、牡蠣など大阪湾の海産物やなにわ黒牛をはじめ地酒や月化粧といった食資源の豊富さ、ブルー・グリーンカーボン等SDGsにつながる産業観光や環境教育資源も数多くあります。

反面、豊富な資源を有しているにもかかわらず、まちの知名度や観光誘客といった点では発展途上であると言えます。

そこで、2025年の大阪・関西万博の開催を契機に阪南市全体をパビリオンと捉え、観光資源を「世界基準の観光アトラクション」としていくことを目指して、観光まちづくりの推進力を高めていくことを考えました。阪南市が現在取り組まれているSDGs、関空の目前に立地する強みも生かしながら、日本国内はもちろん世界から選ばれる観光まちづくりを念頭に据えました。

「世界から選ばれる阪南市」とは、まちのブランド力を高めることにほかならず、移住・定住人口の増加にもつながります。大阪・関西万博を控える今、世界基準の高い目標を掲げることで、目標に向けた持続可能な観光まちづくりが進展する好機と考えました。

本提案書がそのきっかけになれば幸いです

近畿観光まちづくりアドバイザリー会議 一同

1. 地域資源の評価

視察した地域資源について、観光資源としてなりうる可能性、旅行商品化に対応できるか否かを評価し星数によって表しました(3つ=歓喜!、2つ=可能性大、1つ=条件付で可能性あり、ゼロ=可能性なし)。以下のポイントは、委員の星数の総和を視察した人数で割り算出しました。黄色で囲んだ箇所は評価からの提案です

①阪南市役所テレワークプレース『サラダステーション』 1.00ポイント

プラス点=「明るく清潔」「おしゃれな施設」 「阪南市のイメージアップにつながる」 マイナス点=「市外からの誘致は難しい」

⇒観光利用、ワーケーション対応のための土日休日利用 市民や地元企業向けに認知度・利用率向上のための広報展開 プライベート感を意識した個別ブースとしての仕切り強化 ステーションにレンタサイクルがあれば、ワーケーションにつながるのでは



1. 地域資源の評価(2)

②西鳥取漁港 波有手(ぼうで)の牡蠣小屋 2.13ポイント

プラス点=「魅力的な体験型資源」「コミュニケーション観光」 「大阪市内から一番近い牡蠣小屋」「大阪湾で獲れた希少性」 マイナス点=「予約ができないこと」「駐車場の不足」

- ⇒・事前予約・平日営業(個人客対応)の検討
 - ・駐車場の整備などアクセス改善
 - ・近くの料亭やグランピング施設などとの提携
 - ・"関西初"である体験メニューの内容アピール、情報発信の強化
 - ・「地域ならでは」のブランディング浸透に向けた他地域との差別化、情報発信

③スカイドーム阪南

2.38ポイント (最高点)

プラス点=「関空や大阪湾の眺望」「充実した施設」「ペットと過ごせる」 マイナス点=「人丁物の印象」

- ⇒・星空観察会、キャンプミニ講義などのプログラム化
 - ・非日常性の付加価値を増すプランの検討
 - ・宿泊者同士のコミュニケーションを促す仕掛け
 - ・阪南市内の滞在時間増に向けた、他の体験コンテンツ との連携
 - ・ラグジュアリー感、こだわり食材提供可能であることの強調





1. 地域資源の評価(3)

4大槻寿し 1.38ポイント

プラス点 = 「美味」「イス対応などの設え」 マイナス点 = 「地域色が感じられない」「大型バスでの来店が難しい」

⇒団体受け入れを積極的にしたい 地域色豊かなメニュー開発 牡蠣小屋との連携



⑤月化粧ファクトリー

2.22ポイント

プラス点=「わかりやすい説明・個人団体ともに受入体制が充実」 「菓子づくり体験などメニューが豊富」 マイナス点=「大人には物足りない印象」

- ⇒・関西空港からの訪日客を狙った多言語対応の検討
 - ・「この場所でだけ」での体験メニュー、オリジナル商品などの充実
 - ・旅行会社との連携、送客コミッションの検討
 - ・お得感をアピールする団体客への車内販売など
 - ・親子連れに向けたお菓子作りの体験メニュー
 - ・訪問客へのSNS投稿誘導



1. 地域資源の評価(4)

⑥浪花酒造 2.11ポイント

プラス点=「成子邸の文化財的価値」「社長自らの案内」 「大阪を代表する酒蔵」 マイナス点=「アクセス」

- ⇒・成子邸の歴史、建物のうんちくや豊かな地下水の特徴など、他地域(灘、 伏見等)との違いのプロモーション強化
 - ・単なる見学のみに留まらず、ガイド役による説明・要所要所での 案内板の 設置など、建物に対しての造詣を深める仕掛けの整備
 - ・様々な種類のお酒の試飲、飲み比べなど来訪意欲につなげる
 - ・酒造りの説明から試飲、販売へとつなげる仕組みづくり
 - ・ラベルをその場で作成するプライベートブランドの試み
 - ・市内の食事施設とのコラボ、イベント開催による販売機会の増加



2. 阪南市全体の評価

委員が挙げた阪南市全体に対する評価の「プラス点」「マイナス点」をそれぞれ3点に絞った

プラス点(強み)

- ☆海と山の近さ(多様なコンテンツの存在)
- ☆関西国際空港に近い
- ☆地元の熱意

マイナス点 (課題)

- ★認知度の低さ(阪南市の知名度不足)
- ★観光インフラ(受入体制)の未整備
- ★ストーリーがぜい弱(資源単体からの脱却)



「プラス点」をさらに伸ばし、「マイナス点」の洗い出しと改善策の検討=方向性

- ・**関空との近さを生かす** インバウンドの「日本最後の訪問地」として着地コンテンツのアトラウクション化
- ・コンテンツとターゲットをマッチングさせたファンづくり
- ・市内外の観光資源を連携、つなぐ仕組み 観光資源をつなぐためのストーリーの創造 観光ブランディング



観光まちづくりの突破口

- ◇環境文化・SDG s
- ◇ブランディング
- ◇受け入れ整備



観光まちづくりの方策

- ◇環境先進都市を前面に打ち出す
- ◇観光コンテンツの磨き上げと先鋭化
- ◇インバウンドを見据えた体制づくり

地域側検討会

地域側検討会の概要

現地調査、会議等の結果を共有し、地域の意見を収集のうえ本提案書に反映させたことから12月22日に検討会を開催した

【現地出席者】 松下芳伸(阪南市未来創生部長)、高倉直樹(まちの活力創造課課長)、根来昌美(同主事)、楠本祥平(同主事)、津秋真一(阪南市観光協会局長)、出口尚暢(阪南市商工会局長) = 以上、敬称略

事業者への聞き取り

現地視察報告を受けて、委員コメントに対しての対応

資源(事業者名)	コメント(抜粋)
波有手の牡蠣小屋	試験的に完全予約制で日中の団体利用、夜間の貸切営業を開始。すだて漁体験、牡蠣の種付け体験なども観光協会と連携し販売
スカイドーム阪南	今後は関東圏、インバウンドの受け入れを進める。他施設との連携についても積極的に進めていく 意向
月化粧ファクトリー	サインの多言語化等を進め、月化粧を大阪土産から関西土産、日本土産に
浪花酒造	自宅部分の活用を念頭に、関空のトランジット客を対象にした飲食パーティーを委員各社とともに 開催していきたい

観光協会の取り組み

地域資源のコンテンツ化=15の着地コンテンツをHPで販売 イベントによる磨き上げ(新酒お披露目会、カキフェスタ) 【課題】

情報発信=HP、SNSからマスメディア、DMOの活用

商工会の取り組み

物産館・産業ミュージアムの常設化へ「定期市」の実証試験 中心市街地への回遊を高める

美食ブランド「Kuu」を中心に、岸和田以南で「美食EXPO」の開催を検討

阪南市が目指す観光まちづくりとは…

現地視察、会議、地域側検討会での意見交換等を経て、阪南市が目指すべき観光まちづくりについて考えてみました

SDGsを観光まちづくりに生かす

- ➤ SDGs未来都市・自治体モデル事業に選定されている阪南市の価値を前面に、既存の地域資源、伊藤園やセブンイレブン等の企業や大学との連携を最大化することを阪南市型の観光まちづくりと捉えます
- ➤ SDG s をベースとした阪南市型の観光まちづくりは「市民誰もが豊かに暮らし続けられる」持続可能な取り組みであり、住民のための観光を指向します

市民も国内外の誰もが豊かなになれる観光まちづくり

企業や教育機関との連携協定の多さ(阪南ファンの素地)

日本の魅力を凝縮(港町、酒蔵、桜、グルメ…)

関西空港に近接(世界に開かれた立地)

多種多様な産業と暮らしの生業(多様性)

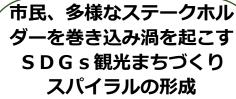
海・山・里の幸が豊富(高自給率)

海と山が出会うまち(自然環境)

阪南市SDGS観光まちづくり









観光まちづくりスパイラルを起こすために

来訪価値をつくる

▶ 数多くある地域の中から、わざわざ阪南市を選んでもらうためには「来訪価値」を創出しなければなりません。 そのため、阪南市の価値が伝わりそうな対象を絞り込みます。それは、エリアや属性などに基づくターゲットではなく、より具体化したペルソナ像を想定してみました。



【国内のペルソナ(例)】

- ◇大阪市在住の家族
- ◇子育てや家族の時間を大事に考え、普段の食事やライフスタイルにこだわりがある
- ◇子どもにいろいろな体験をさせたい
- ◇環境への意識が高くマイカーを持たないので、近場で家族が楽しめる場所を探している



【国外のペルソナ(例)】

- ◇関空アウトの外国人観光客、SDG s の意識の高い欧米人
- ◇関空連絡橋から見た海に触れてみたい(環境への意識が比較的高い)
 - → サステナブルツーリズム(アマモ、お茶植樹体験等)
- ◇フライトまでの時間を有意義に使いたい
- ◇日本の最後の昼餉を楽しみ、日本を感じられる体験にも意欲的

ペルソナの来訪意欲を高めるストーリー化を伴った資源の磨き上げ

ペルソナに応える観光資源の着地アトラクション化

観光まちづくりスパイラルを起こすために

来訪価値をつくる

▶ 阪南市の立地、観光コンテンツ、SDGs等の取り組みを「来訪価値」を最大化する方策として、環境教育や企業連携、食資源の豊かさをフックとして本事業を通じて関係性が高まった委員・旅行会社のネットワークを活用し、国内外を問わず団体・グループの誘致についても想定してみます



【団体・グループ客で平準化】

- ・個人客は週末に集中
- ・団体客は二ーズが合えば平日 も誘致可能
- ⇒ 平準化による雇用創出も
- ・団体やグループの来訪により 市民の意識が変化
- ⇒ 観光のまち阪南の気運

【団体・グループのペルソナ(例)】

- ◇旅行会社が顧客に持つ大阪および近郊の団体・グループ
- ◇美食に関心がある団体・グループ
- ◇SDGsなど環境への意識が高い団体・グループ
- ◇ワーケーション、リモートワークを志向する法人団体・グループ
- ◇関西国際空港近辺でアトラクションを志向する団体

立ち寄り先としての受け入れ体制の整備

- ・団体予約対応のワンストップ化(例えば観光協会で)
- ・航空便の出発待ち時間を利用したプログラム(後述)

関西エアポート、近隣の旅館ホテルとの連携・プロモーション

アドバイザリー委員・旅行会社への売り込み

旅行会社の顧客を"阪南ファン"に

観光まちづくりスパイラルを起こすために

市内調達率を高め観光消費額を増やす

▶ 牡蠣やワカメ、サワラなど海の幸が豊富であることはもちろん、酒やお茶、野菜、なにわ黒牛、月化粧に至るまで里山の幸も数多くあります。加えて「阪南ブランド十四匠」に代表されるように産業も盛んです。言ってみれば、食事など多くのものが市内で調達できうる素地があります。持続可能な観光まちづくりが掲げるものの一つとして、地域全体に観光消費が波及する「市内調達率」を高めた観光スタイルの定着を考えてみました。

すだて漁など海の体験コンテンツ

お茶の植樹など里の体験コンテンツ

浪花酒造の新酒お披露目会

牡蠣小屋(カキフェスティバル)

市内飲食店、生産者との連携

周辺部を含めた宿泊施設との連携

食をテーマにしたイベント、コンテンツ開発の実績を生かし「連携」の気運を高める

「海と山が出会うまち」ならではの食関連イベントの全市的な展開

阪南市ガストロノミーツーリズムの検討

【阪南市ガストロノミーツーリズム(案)】

- ◇栽培・収穫・生産から消費の場面までを「見える化」(6次産業化)
- ◇「グルメEXPO」の恒常化(産業クラスターによる地産地消のイノベーション)
- ◇ワーケーションの効率化を促すメニュー、住民が考える酒の肴(既存資源の高付加価値化)
- ◇食品残渣の利活用の「見える化」(環境プログラムの開発等)
- ◇ペットガストロノミー(ペットが健康になれるフード、プログラムの開発)

- ★食資源を活用した観光入込客 平準化を図る
- ・牡蠣、サワラ…阪南の「旬」 を前面にシリーズ化
- ・阪南食のファンづくり。ふる さと納税、関係人口につなぐ

観光まちづくりスパイラルを起こすために

関西国際空港を生かす

- ▶ 日本のゲートウェイ関西国際空港に近接している価値を最大化
- ▶ 関空発着の小団体向けマイクロツーリズムの造成 = 「旅の締め地」の定着
 - ・浪花酒造成子邸での日本最後の晩さんパーティー
 - ・山中渓の桜と前頁のガストロノミーツーリズム等
 - ・アウトレットモール、大規模ショッピングセンターとの連携
- ▶ アマモ、お茶植樹による航空機のカーボンニュートラルの啓蒙



観光DX化の進展

▶ 国の予算等を活用して「看板商品」が持続し、リピートするよう観光DX化を考えました。

関空エアポートの位置情報システム



阪南市独自アプリ

【阪南市独自アプリ(案)】

- ◇外国人観光客(英語)や日本人観光客はもちろん市民も使える会員制アプリ
- ◇アプリを提示して環境保全活動、市内での体験や飲食等の消費に対してポイントを付与
- ◇関空から南海・泉佐野乗り換えで来市するとポイントを付与
- ◇ポイントはサービス特典のほか、牡蠣・ワカメオーナーになれる権利
- ◆アプリ利用で収集したデータからマーケティングを行い、食・体験コンテンツを開発

観光まちづくりスパイラルを起こすために

企業等との連携を情報発信に生かす

=		
令和2年6月16日	大塚製薬株式会社	0
令和2年8月18日	株式会社伊藤園	0
令和2年8月19日	国立大学法人 和歌山大学	
令和2年10月2日	株式会社アールビーズ	0
令和2年12月15日	永和証券株式会社	
令和2年12月24日	産経新聞箱作販売所	
令和3年2月1日	三井住友海上火災保険株式会社	0
令和3年2月1日	小林製薬株式会社	
令和3年2月19日	学校法人千代田学園 大阪千代田短期大学	0
令和3年3月29日	学校法人村川学園	
令和3年4月9日	日本郵便株式会社	0
令和3年10月19日	学校法人上田学園 上田安子服飾専門学校	0
令和3年10月21日	株式会社モンベル	0
令和3年10月22日	大阪信用金庫	
令和4年3月23日	第一生命保険株式会社	
令和4年3月28日	公益財団法人 関西・大阪二十一世紀協会	
令和4年5月12日	株式会社漁師鮮度/NPO法人大阪湾沿岸域環境創造センター	0
令和4年6月10日	株式会社カープスジャパン	
令和4年8月19日	アデコ株式会社/Modis株式会社/株式会社IRODORI	0

令和4年8月末時点、〇印は包括協定

▶ 阪南市では左表のように数多くの企業・団体と連携しています。このネットワークを観光まちづくりに生かすことを考えました

企業と阪南市の両得の確立

企業団体が望むこと?

- ◇企業価値を高める C R M活動
- ◇SDGsの取り組み
- ◇社員の福利厚生

阪南市が提供できること

- ◇ CRM、SDG s 活動の場の提供
- ◇ワーケーション、サテライトオフィス提供

観光まちづくりの課題は情報発信



企業ネットワークを活用した情報発信

企業別にPVを作成、配信

各企業の社員と家族=○万人(※正確な数は不明)

日本郵便=全国各地に窓口

モンベル=有料会員が全国に約50万人

観光まちづくりスパイラルを起こすために

SDGSを見える化する

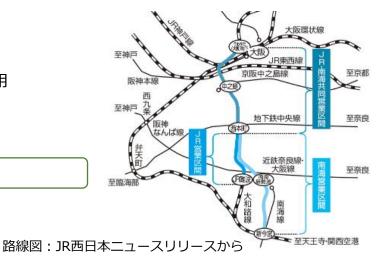
- ▶ 牡蠣殻の再利用 ⇒ シェルクラッシャーによる土壌改良 ⇒ お土産等としての利活用
- ▶ 漂着物の再利用 ⇒ 阪南アートフェスティバル(仮称) ⇒ お土産等としての利活用
- ▶ 産業廃棄物(食品残渣)の利活用 ⇒ 農畜産物ブランド化 ⇒ 新たな食メニュー、お 土産等としての利活用

SDGsのまち発メッセージ(支える観光商品)の開発

なにわ筋線開業を見据える

- ▶ うめきた(大阪)地下駅—JR難波駅・南海・新今宮駅
- ▶ 関西国際空港、新大阪駅へのアクセス向上、大阪の南北都市軸の強化活用
- ▶ 2031年開業予定 ⇒ 阪南市の商圏拡大につなげる

人流の変化、京阪神内でのポジショニング戦略



大阪・関西万博2025に向けて

世界から選ばれる阪南市



阪南市が一つのパビリオン

◇万博を阪南市観光まちづくりの推進力とするために…

人と環境にやさしい観光まちづくりの実践地

豊かな海と大地に育まれた地域食材の提供

地場産業の技術と生産文化の発信

EXPOの帰りに立ち寄るもう一つのパビリオン

阪南ビトの育成

▶ 持続可能な観光まちづくりに人材育成は欠かせません。



- ◇環境教育、海洋教育プログラムを生かしながら「観光まちづくり」の担い手に
- ◇市民に限らず、連携する企業や教育機関、市外からも人材登用
- ◇来訪者に「阪南ビト」の門戸を開く

阪南ビト像を明確化しプログラム開発

おわりに

まずはやってみる―。「あれも」「これも」と頭の中で反復していても観光まちづくりはなかなか進みません。やってみながらトライ&エラーで修正、改善を加えながら推進していく。阪南市に観光まちづくりのスパイラルを起こすためには、風を吹かし続けることが欠かせません。異日常に身を置く観光は、日常では体験できないことを試し、実験することが許されます。ぜひ、チャレンジを繰り返してください。

この1年弱、阪南市の資源の多様性、熱心に取り組む市民の皆さんの存在、そして関空の隣接地という優位性など、今後の阪南市に対して大いに可能性を感じています。

一方で、阪南市も課題として挙げている情報発信については、提案書に記した企業との連携のほか、我々アドバイザリー会議の各委員との関係を深化するとともに、JR西日本や南海電気鉄道の発信力も活用するなど、阪南市が有するネットワークをぜひ生かしていただければと存じます。

私たちは、今後も阪南市の観光まちづくりの進展にご協力していくことをお約束します。本提案書が、阪南市の観光まちづくりが少しでも進展する手助けになれば幸いです

近畿観光まちづくりアドバイザリー会議 一同