

岸和田市観光まちづくり提案書

令和6年度 関西観光まちづくりコンサルティング事業

2025年3月12日

関西観光まちづくりアドバイザー会議

はじめに

関西観光まちづくりアドバイザー会議では今年度、重点支援地域として大阪府岸和田市を選定し、現地視察や会議および、地域側検討会を通じて、岸和田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、全国的な知名度を誇る「だんじり祭り」をはじめ岸和田市が多彩かつ豊富な観光コンテンツを有していることに感銘を受けました。それぞれのコンテンツ間の連携が弱く、周遊性が乏しいという課題はあるものの、現地視察や地域側検討会を通じて課題を補って余りある市民・市内事業者の皆さん（岸和田人）の存在に観光まちづくりの方向性を見い出しました。

そこで、現地意見交換会や地域側検討会に参加いただいた皆さんを岸和田市観光まちづくりを推進する担い手と想定し、本提案書を作成しました。

ただ、本提案書は観光まちづくりの考え方、捉え方をお示ししたもので、実際には岸和田市の皆様がさらに考察を加え実行していただくしかありません。もちろん我々もお手伝いはさせていただきますが、本提案書が岸和田市の観光まちづくりへの端緒になることを願ってやみません。

現地視察報告

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（★★★＝歓喜！、★★＝可能性大、★＝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しました

①岸和田だんじり会館 ★ 1.85ポイント

プラス点 = ◆ホンモノを展示、体験できること
◆岸和田だんじり祭りを知り得る施設
◆インバウンド・団体が受け入れ可能なこと

改善点 = ◆だんじりの情熱や躍動感、熱気が感じられない
◆だんじりの背景（歴史・風土）が不足
◆展示動線に要工夫

⇒・シアターを最初に見せるなど動線の工夫
・ARやVRを使った体験コーナーの演出
・だんじりを支える市民との交流施設／市内観光の拠点化



現地視察報告

1. 地域資源の評価(2)

②天性寺／紀州街道・本町の町並み ★ 1.54ポイント

- プラス点 = ・住職の絵巻解説のユニークさ
・駅近にもかかわらず歴史的建造物が多く見応えあり
- 改善点 = ・説明者（住職）がいない時の対応
・本町の賑わい不足

⇒・域内コラボレーション

- ・絵解き法話や蛸料理（願かけの人のぞく）の企画
- ・古民家カフェなど町並みで消費を促す仕組みづくり



③杉江能楽堂 ★ 2.62ポイント（最高点）

- プラス点 = ・能舞台と食事と体験…唯一無二のユニークさ
= ・活用方法に可能性を感じる
- 改善点 = ・堂内の説明版（当主不在時の対応）

⇒・体験（能装束、能面）プログラムの充実

- ・インバウンドを含めたMICEユニークベニューとしての活用
- ・ランチ&カフェの時間制限性など受入態勢の整備
- ・インスタグラムなどSNSを活用した情報発信



現地視察報告

1. 地域資源の評価(3)

④岸和田城

★ 1.62ポイント

- プラス点 = ・ 天守からの眺望
・ 岸和田のランドマーク、観光拠点
- 改善点 = ・ 歴史的価値の欠如、展示内容
・ インバウンド対応の不足

⇒ ・ 甲冑試着体験、ライトアップなどコンテンツ開発
・ バリアフリー（ユニバーサルデザイン）化
・ 大阪に2つしかない城の価値を情報発信



⑤五風荘（庭園）

★ 2.38ポイント

- プラス点 = ・ 庭園と食事が楽しめる迎賓館的な存在
・ 女将の存在
- 改善点 = ・ 女将（説明者）不在時の対応
・ 敷居の高いイメージ

⇒ ・ 茶室を活用した茶懐石、茶道（ティーツーリズム）などの充実
・ 城や能楽堂など施設連携と、地ビール地酒とのマリアージュ



現地視察報告

1. 地域資源の評価(4)

⑥レストラン日本

★ 1.69ポイント

- プラス点 = ・ 黒鯛、タマネギなど地元の食材を用い美味
・ 地元愛を感じる料理説明
・ 個人、団体ともに対応可能
- 改善点 = ・ 女性には量が多い
・ レト口感が乏しい

- ⇒ ・ 仕出し、テイクアウトメニューの開発（市内各所で食べる）
・ 旅行会社と連携し団体、インバウンド誘致
・ 季節感を演出しSNSを活用した情報発信



⑦北海鉄工所（岸和田ビール）

★ 2.00ポイント

- プラス点 = ・ ビールづくりに至ったストーリー（SDGs事業）
・ その場で試飲できる楽しさ
- 改善点 = ・ 工場見学のやり方
・ ビールに合う料理の提案

- ⇒ ・ ビールに合う料理やおつまみ、ノンアルコールビールを提供
・ 地元飲食店との連携強化
・ オープンファクトリー化による教育旅行誘致



現地視察報告

1. 地域資源の評価(5)

⑧井坂酒造

★ 1.32ポイント

- プラス点 = ・昔ながらの酒造りを続ける希少性
・ガイド（社長）のユニークさ
- 改善点 = ・試飲の施設、演出の不足
・ここだけの来訪価値が不足

- ⇒ ・コラボレーションによる商品づくり（ビール&日本酒など）
・ミュージアム風展示（パネルなど）
・購買意欲を高める試飲場所の開設



現地視察報告

2. 岸和田市全体の評価

多くの委員が岸和田市の「プラス点」として「だんじり（祭りを支える文化）」「岸和田人」「観光資源が多様で、食資源が豊富」であることを評価しました。

一方、だんじりのイメージが強すぎることで、資源間をつなぐ回遊性が乏しいこと（特に南北間）、観光地としての情報発信が弱いことを指摘する委員も少なくありませんでした。

プラス点（強み）

- ☆だんじり（祭りを支える生活文化）
- ☆岸和田人（地元愛の強い住民の存在）
- ☆多様な観光資源・豊富な食資源

マイナス点（課題）

- ★だんじり（怖いなど負のイメージ）
- ★市内回遊性が乏しい（二次交通が弱い）
- ★情報発信（SNSが活用できていない）

現地視察の意見交換会から（抜粋）

【副市長】 第一級のスポンサーを点から線、面へ

- ◆岸和田を尖らせたい◆大阪DCがチャンス◆府下トップクラスの直売所◆海産物の水揚げ大阪一
- ◆岸和田人の情と力を発揮◆古民家を生かす◆夜市の開催◆だんじり小屋に立ち寄り、祭りで活性化

「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

だんじりの知名度と市民のパワーを生かす

人にクローズアップしたプロモーション戦略の確立

駅近に観光資源が集積している利点を国内外にアピール

現地視察報告

3. 岸和田市観光まちづくり進展の突破口（点から線、そして面へ）

観光まちづくりの突破口

連携する

- ☆点をつなぐのりしろをつくる
- ☆グレーター泉州
- ☆交通機関



突破口の方策

- ☆物語づくりによって連携を仕掛ける
- ☆特徴的な資源をつなぎ、関空～大京奈ルートに
- ☆阪神高速・南海・ＪＲの交通網を生かし、関空最寄りの立地を前面に

岸和田人を生かす

- ☆人を中心に据えたブランディング
- ☆人が人を呼ぶ
- ☆観光ガイド



- ☆「ツレのつれツーリズム（VFR：Visiting friends and relatives = 友人や親族の訪問を目的とした旅行）」で関係人口増
- ☆熱い岸和田人（高校生可）が案内、誘導
- ☆ガイド育成による線、面へ

仕掛ける

- ☆駅近からはじめる観光まちづくり
- ☆だんじりツーリズムの創出
- ☆だんじりに次ぐ名物イベント



- ☆古地図で城下町をまち歩き
- ☆だんじりの文化や活動、風習をコンテンツ化しストーリー化する
- ☆既存施設を用い五感で楽しめる全世代向けイベントの創出
- ☆面によるモデルコースで“過ごし方”提案

第3回会議概要

話題

- ・ だんじりを生かす
 - ⇒ だんじり会館＋だんじりを体感できるヒト、モノ、コトによる没入体験の創出
 - ⇒ だんじり文化を市内回遊性につながる
- ・ 岸和田人にフォーカスする
 - ⇒ 地域の人が親しい人を連れてくるVFR (Visiting friends and relatives)観光に可能性
 - ⇒ 市民との交流（岸和田弁講座、市民が観光まちづくりに参画する舞台をつくる）
 - ⇒ 地元愛の強い若い力を発揮する場づくり
- ・ ターゲットを絞る
 - ⇒ 地域としてどこの誰を呼びたいのか
 - ⇒ ペルソナ（来訪者の属性）を立てる
- ・ まちの立地を生かす
 - ⇒ 関西空港から出国前のインバウンド向けトランジットツアー
 - ⇒ 城下町周辺に海外ドラマのロケ誘致
- ・ 情報発信
 - ⇒ 観光客がSNSで発信したくなる仕掛け
 - ⇒ 多言語によるSNS発信

キーワード

- 【連携】…①観光事業者と生産者、生産者と生産者、市民と観光客との交流が観光まちづくりを進展
②泉州全体の観光中核都市として広域エリアで観光誘客を考える
- 【だんじりツーリズム】…だんじりをフックに、岸和田観光を再構築する
- 【ツレのつれツーリズム】…市民の地元愛の強さをブランディング
- 【ソラチカ・マチチカ】…難波など大阪中心街、関西空港に近い利点を生かす
- 【これも岸和田】…岸和田の多様性をSNSで観光客が「#岸和田」として発信

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ることを目的に12月26日、観光まちづくりのステークホルダーの皆様にお集まりいただき検討会を開催しました。

【発言要旨】

- ◇資源が点のままでもったいない
- ◇岸和田城でここだけの体験。五風荘で茶室の本格体験
- ◇歴史的建造物めぐり、ワンちゃん連れの旅に可能性
- ◇だんじりを見学できる古民家の宿泊施設を本町に
- ◇民間が動かないと変わらない
- ◇北海鉄工所は本社工場見学とビール工場見学のセットへ
- ◇壁を真っ赤に塗って世界にここだけしかない岸和田城に
- ◇資源のブラッシュアップとストーリーが必要
- ◇口を出し合い、手を出し合う中核に法人化した観光振興協会
- ◇だんじり小屋と観光施設を結びつける
- ◇ストーリー性のある短時間ツアーで外国人を呼び込む
- ◇ターゲットを絞る
- ◇まち（商店街）の賑わいを復活させたい
- ◇教育旅行の誘致に力を入れたい
- ◇ガストロノミーツーリズムを推進
- ◇岸和田と言えばこれというお土産を

地域側検討会で現れたキーワード

「ターゲットの設定」「尖ったコンテンツ」「関空」

地域側検討会 出席者（敬称略）

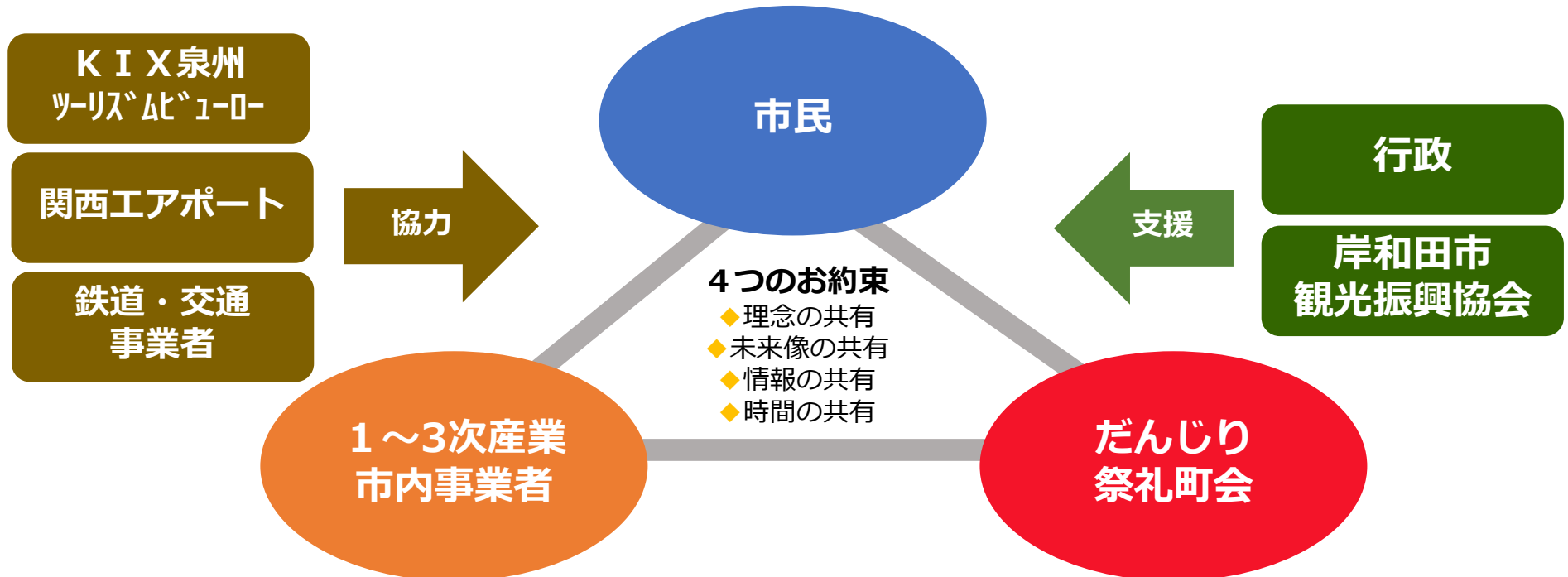
氏 名	所 属
永瀧 絢菜	岸和田商工会議所 企画業務部
榎元 政明	（一社）KIX泉州ツーリズムビューロー専務理事 事務局長
阪口 寿子	岸和田市観光振興協会 事務局長
池田 毅	岸和田漁業協同組合 代表理事組合長
中 武司	春木漁業協同組合 代表理事組合長
永谷 久倫	岸和田駅前通商店街振興組合 理事長
石田 信博	同志社大学 名誉教授
上田 貴司	南海電気鉄道(株) 執行役員 事業戦略グループ ツーリズム戦略部長
田邊 真	関西エアポート(株) 渉外本部 地域連携部長
富田 健介	(合) グルーン 代表
中原 啓尊	（一社）全国古民家再生協会大阪府連合会 事務局長
田辺 弘幸	（一社）岸和田シティプロモーション推進協議会
秦 昭司	(株)北海鉄工所 クラフトビール部 部長代理
田中 啓志	池田泉州銀行 地域共創イノベーション部 次長
谷口 信介	杉江能楽堂 堂主
木村 豊秋	岸和田ボランティアガイド 会長
阿児 和成	令和6年度祭礼町会連合会 会長
中村 佳博	同 副会長
波積 大樹	岸和田市 副市長
上東 束	同 魅力創造部 産業政策課長
高橋 正悟	同 同 農林水産課長
井上 江美	同 同 観光課長
有留 朋治	同 同 観光課 観光振興担当主幹
薮内 拓也	同 同 観光課 担当員

観光まちづくりの方向性を考える phase I

私たちは、現地視察や地域側検討会、会議等を経て、だんじり祭りという唯一無二の文化をまちぐるみで支え、岸和田市に暮らす皆さん、岸和田市で事業に取り組む皆さん（現地視察の意見交換会や地域側検討会ご出席者）の存在こそが岸和田市観光まちづくりの推進力だと確信するに至りました。

岸和田市観光まちづくりワーキンググループ（仮称、以下WG）として下記のイメージ図を作成しました。

岸和田市観光まちづくりワーキンググループ（WG）



観光まちづくりの方向性を考える phase I

岸和田市観光まちづくりワーキンググループ（WG）のお約束

何のために…理念の共有

- ・岸和田市観光まちづくりは、まちの価値向上につながり、誰もが参画でき、誰もが連携し永続する観光まちづくでなければなりません。そのためには「〇〇のために」観光まちづくりを行い、取り組む皆さんが同じベクトルで進んでいくことが不可欠ではないでしょうか。また、時には悩んだり停滞したりした時に、つねに原点へ立ち返られる理念を掲げることは非常に大切です。
- ・観光まちづくりの理念は、市民や市内の事業者の皆さんのためにあるものです。近年話題になっているオーバーツーリズムによる市民生活への影響が出るようなことは避けなければなりません。観光客を温かく迎え、岸和田人も一緒に楽しめなくてはならないと考えます。

※参考 アドバイザリー会議で出た理念・キャッチコピー

- ・「ツレの連れツーリズム」
- ・「だんじりツーリズム」
- ・「ソラチカ・マチチカ」
- ・「ダイナミックシティ岸和田」
- ・「だんじり市」
- ・「岸和田つれ回し（遣りまわし）旅」



観光まちづくりの方向性を考える phase I

岸和田市観光まちづくりワーキンググループ（WG）のお約束

目指す姿…未来の共有

- ・岸和田市観光まちづくりによって、近未来の岸和田市の目指す姿を皆さんで共有することも、前頁の理念とともに不可欠だと考えます。数値目標に限らず、地域側検討会で話題に上ったことなども含まれます。地域側検討会で発言があった「口も出す。手も出す」精神で岸和田観光の未来を切り拓き、例えば「100年後もだんじり祭りが盛況であるために」といった未来像を掲げるのも一つです。

【地域側検討会／会議で出た未来像の一例】

- ◆365日だんじり祭り…だんじり小屋にQRコードを設置し常時映像や音楽を楽しめる
- ◆宿泊拠点化…紀州街道の古民家を改築して民泊施設に（連泊して満喫する泉州・岸和田）
- ◆宿泊拠点化することで商店街、本町の町並みにかつての賑わいを復活させる
- ◆岸和田城とだんじりが同時に撮影できるスポットや温浴施設の開業
- ◆閑空からトランジットのインバウンドが気軽に訪れられるようにする
- ◆豊富な食資源を飲食店だけでなく市内各所で食べ吞めるように



**大風呂敷を広げて
未来と夢を共有する！**

観光まちづくりの方向性を考える phase I

岸和田市観光まちづくりワーキンググループ（WG）のお約束

どうやって…戦略戦術・情報の共有

- ・岸和田市観光まちづくりを進める上で、WGで戦略戦術を開示し情報を共有することは大切です。
- ・情報には、皆さん一人ひとりがお客さんから聞いたこと（褒め言葉、苦情、注文などなど）も含まれます。まち全体で情報を受信し、皆で共有することで次の一手、戦略戦術の構築にも役立てられると考えます。

いつまでに…まちづくり時間の共有

- ・岸和田市観光まちづくりを進めていく中で、いつまでにやるのかといった時間（スケジュール）を共有することも大切だと考えます。お互いのまちづくりのスケジュール感を共有しているとイベント等の開催にもつながるでしょうし、効果的な情報を発信できるのではないかと考えます。また、まちづくり観光につながる案件の選択と集中にもつながると思われます。



**これらのお約束は、まちづくり観光で必要と思われるものですが、
実際には皆さんで決めていただき実行いただければと存じます**

観光まちづくりの方向性を考える phase II

現地視察や地域側検討会、会議等を踏まえて、岸和田市観光まちづくりの戦術と戦略の方向性を下記に示します。

ターゲットの設定

- ◇誰に来てもらうかを定めないと、観光まちづくりはデザインできません。
ターゲットは多種多様です。どこの人（近隣、遠方、インバウンド…）、どんな人（個人、カップル、友人・知人グループ、団体…）などなど多岐に渡ります。
- ◇ターゲットを具体化すると、そのターゲット層に合った観光コンテンツを提示し、観光アトラクションの開発につなげていくことができます。さらに加えると、ターゲットが明確になることで、一見ばらばらだった観光資源に相関関係を見出すことができ、その人たちが好むストーリー（ものがたり）が生じると考えます。



ストーリー性が生じる

- ◇戦国史好きな人にターゲットを仮定すると岸和田城や天性寺、泉光寺などが戦国期の岸和田というストーリーでつながられます。
- ◇新鮮な食材を求めている人は、地蔵浜みなとマルシェと愛彩ランドが「産直」というストーリーでつながります。



情報発信の手段・方法が定まる

- ◇ターゲット、ストーリーが定まると、その対象に有効な情報発信の手段、方法が決まり効果的に伝えられます。

観光まちづくりの方向性を考える phase II

「点から線、そして面へ」というのは岸和田市観光まちづくりの大きなテーマですが、その解決策を二次交通の整備に求めてしまうと、なかなか光明が見い出せません。そのため前頁のように、ターゲット設定によるストーリーの醸成によって来訪者が能動的に市内を回遊するよう仕掛けることを考えました。その萌芽は、岸和田市のシンボル「だんじり祭り」にすでに垣間見られます。

だんじり祭りの深化

- ◇だんじり祭りの全国的な知名度を生かす。だんじり会館、だんじり小屋めぐりによるだんじり祭りの常態化。
- ◇だんじり祭りを支える岸和田人の暮らしや文化を見える化し365日だんじり祭り。



だんじり祭りに関連する資源をつなぐ

- ◇だんじり祭りを支える「木工細工匠の技」「繊維産業」「食」「しきたり・教え」「歴史」「地域文化」を棚卸し、観光コンテンツ化する。



だんじりツーリズムの具現化

- ◇だんじり祭りの躍動感とは対照的なまちの佇まいを感じさせるガストロノミーツーリズムや教育旅行などの実現。

大阪・関西万博で「だんじり祭り」が紹介される機会を生かす

観光まちづくりの方向性を考える phase II

2024年に過去最高の3800万人もの訪日外国人旅行者を記録するなど、インバウンド市場はたいへん活況を呈しています。訪日旅行の一大ゲートウェイ関西国際空港の至近に立地する優位性を岸和田市観光まちづくりに生かさない手はありません。

“ソラチカ”を生かす

◇関西空港に近い立地を最大化するため、関空発着の外国人観光客を市内に誘致する。

城下町エリアから始める

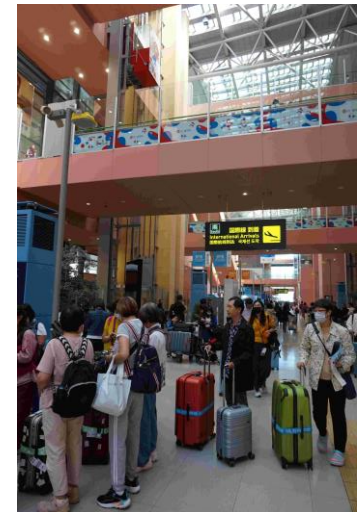
◇トランジット客や離日前の訪日客を対象に、岸和田城やだんじり会館、杉江能楽堂、五風荘、本町の町並みなど岸和田らしさを感じさせる資源のタリフづくり（料金、所要時間、受け入れ条件、多言語化の有無、キャッシュレス対応の可否などが一覧）。

◇岸和田駅等での手荷物預かり所の整備。

関空発ミニツアーの実現

- ◇K I X泉州ツーリズムビューローや旅行会社に協力を呼びかけ、3時間程度のミニツアーを商品化。
- ◇インバウンドもF I T化が進んでいるので、関空から電車移動またはジャンボタクシー移動を想定。
- ◇グルメ、和文化体験、町並み歩きなどテーマ型旅行を設定。ランドオペレーターにも売り込む。

ジャンボタクシー移動のミニツアーによって、二次交通の課題も解消され、市内各所でのツアー化が実現する



キャビンアテンダントを誘致して、CAおすすめ岸和田グルメも定番化！

観光まちづくりの方向性を考える phaseⅢ

私たちは一足飛びに岸和田市全域を“面”として捉えるのは難しいと考えました。そこで、市内を3エリアに大別し、それぞれのエリアで観光まちづくりマネジメントとマーケティングを考察してみました。

臨海エリア

【エリアの特性】

- ◇大阪府下で最大の水揚げを誇る漁港を有する。シラス漁でシラス丼、チヌ料理など新たな名物をつくる機運。みなとマルシェなど食イベントも実施。岸和田ビールがある。
- ◇工場が集積している。

【エリアのポテンシャル】

- ◇大阪のフィッシャーメンズワーフとして、魚介類のグルメ、ショッピングの一大スポットに。
- ◇オープンファクトリーで、ものづくりや環境保全などをテーマにした教育旅行の誘致。

想定されるターゲット例
近隣のグルメ通 教育旅行



観光まちづくりの方向性を考える phaseⅢ

城下町エリア

【エリアの特性】

- ◇交通至便でソラチカ（関空）・マチチカ（大阪中心街）。
- ◇岸和田城、だんじり会館、杉江能楽堂、五風荘、紀州街道、天性寺など観光スポットが集積している。
- ◇商店街をはじめ岸和田の暮らしを感じられる。

【エリアのポテンシャル】

- ◇城好き、歴史好き、建造物好き、カーネーション好きなどマニアに応えられるポテンシャルを持つ。
- ◇インバウンド受けする城と古い町並み（古地図をもった散策。デジタルスタンプラリー等）が楽しめる。
- ◇古民家を改装したカフェや民泊が開業し、商店街や本町界隈を生かしたまちまるごとホテル（アルベルコ・ディフーズ）の可能性。

想定されるターゲット例
インバウンド マニア



観光まちづくりの方向性を考える phaseⅢ

山手エリア

【エリアの特性】

- ◇蜻蛉池公園や神於山のトレッキングなどの自然体験、牛滝温泉、大威徳寺、古くから続く酒蔵など資源が重層的。
- ◇愛彩ランド、WHATAWONでショッピング観光が楽しめる。
- ◇古民家を改装した民泊、カフェなど観光まちづくりが進展し始めている。

【エリアのポテンシャル】

- ◇ワンちゃんにやさしいエリアを前面に、ペット連れ旅行の聖地になり得る。
- ◇広大な蜻蛉池公園を活用したテニスをはじめスポーツイベントを誘致し、分宿による合宿などスポーツツーリズムも。
- ◇日本遺産「葛城修験」のネットワークを生かした広域展開

想定されるターゲット例
近隣のペット好き スポーツ愛好家



観光まちづくりの方向性を考える phaseⅢ

3エリアをつなぐ

【現状】

- ◇各エリアに属する資源の個性が際立っている。
- ◇2次交通がぜい弱で、マイカーや貸切バス、サイクリング等でないとアクセスできない。
- ◇3エリアを回遊する必然性、ストーリー性がない。

【方向性】

- ◇大阪府下でも有数の食資源の生産地であり、新鮮な魚介類と農産物が購入でき、地酒や地ビールも有していることから、食をキーワードにしたエリア連携が可能。「何を食べるか？」ではなく「どこで食べるか？」の提案（おにぎり・お弁当ツーリズム＝ピクニックテラス＜ベンチや四阿を公園や街道、寺社境内、見晴らしの良い場所など＞を整備することで、受け入れの姿勢を示すことにもなる）で回遊を促す。
- ◇生産地（臨海・山手エリア）と消費地（城下町エリア）をつなぐ地酒・地ビールとのマリアージュ、教育旅行の実施。
- ◇ストーリーの確立による「だんじりツーリズム」「ガストロノミーツーリズム」「岸和田城ものがたりツーリズム」の実現につなげるモデルコースの策定。
- ◇各エリアの岸和田人によるワンエリア プラス ワン観光（ついで観光）を促す「おせっかいツーリズム」。

観光まちづくりの方向性を考える phaseⅢ

100年後も続く観光まちづくりのために

観光まちづくりにきっとゴールはありません。そのため観光まちづくりに人材育成は欠かせないと考えます。私たちは本提案書でお示してきた通り、観光まちづくりの担い手である「岸和田人」が岸和田にとって唯一無二の資源であり強みだと確信しています。

岸和田人の個性を生かす



ツレのつれツーリズムの実践

- ◇友人、知人を招き入れ岸和田（岸和田人）ファンを増やす。
- ◇岸和田人の個性を生かし観光客以上、住民未満の居心地を提供。関係性を深めて国内外の人を等しく迎え入れる。
- ◇岸和田弁講座の開講、だんじり祭り疑似体験など、来訪者に岸和田人になりきってもらう。
- ◇観光客と岸和田人が一緒に岸和田観光の楽しみを創りあげていくツーリズムの実践。



顔が見える岸和田観光の実現

- ◇「〇〇さん、また会いに来たよ～」と繰り返し訪れてもらうリピーターを増やす関係性の構築。
- ◇関係性を継続するために岸和田人を育てる。
- ◇岸和田っ子ガイド（バイリンガル）を育成し、若年から観光まちづくりに関わる仕組みを整える。
- ◇現状では住職、当主、女将らがいないと魅力が半減する属人的な観光資源を補完するガイドにとどまらない若い担い手を育てる

おわりに

だんじり祭りをはじめ一級の観光資源を有しているものの、「点」として存在しており「線」にも「面」にもなっていない…この解決を図るというテーマを掲げて、一年弱検討を重ねてきました。

しかし、一朝一夕に解決する術は見つけられず、私たちは「岸和田人」のマンパワーこそが点を線に、そして面にすることができるのではないかと考えました。地域側検討会で地元の皆様から、我々の現地視察報告に対して「岸和田城の評価が思った以上に低い」という声が何度か聞かれました。これは、地元の皆さんが思っている岸和田城の価値が私たちに伝わっていなかったことが大きかったとも言えます。観光という短時間で、すべての価値を感じるのは難しいことです。ここでもまた「岸和田人」パワーを発揮いただくことで単純には見出だせない価値を我々、外部から来た人間に示すことができるのではないかと考えました。

関西国際空港が目の前にある立地を生かし、例えば外国語が喋られなくても地元の皆様のコミュニケーション能力で何とかなるだろうし、きっと外国の人たちも「岸和田人」ファンになってしまっただろうな…そんなことを思いながら本提案書をまとめました。

私たちは、今後も岸和田市の観光まちづくりの進展に“伴走者”としてご協力していくことを約束します。

関西観光まちづくりアドバイザリー会議 一同