

# 泉南市観光振興ビジョン



平成 28 年 8 月

泉 南 市

## 目次

はじめに .....	2
<b>第1章 基本的な考え方</b> .....	<b>3</b>
1.ビジョン策定の目的	
2.観光を取り巻く背景と状況	
3.アンケート結果からみる泉南市の現状と課題	
<b>第2章 基本理念</b> .....	<b>9</b>
1.ビジョンの基本理念	
2.計画期間と目標	
3.基本的方向性と基本戦略	
<b>第3章 基本戦略の推進に向けた取組</b> .....	<b>12</b>
1.基本的方向性に沿った5つの取組	
2.機動力を高める観光協会の自立に向けた取組	
3.シビックプライドの醸成を目指す市民活動の活性化に向けた取組	
4.他の地域との差別化を確立するシティブランド構築に向けた取組	
5.長期展望を見据えた観光プラットフォーム(日本版DMO)構築に向けた取組	
6.強みを活かし弱みを補完する広域連携に向けた取組	
<b>第4章 泉南市の主な観光資源</b> .....	<b>16</b>
1.レジャー	
2.貴重な動植物	
3.歴史・文化・伝統行事	
4.特産品	
<b>第5章 ビジョン実現に向けてのアクション</b> .....	<b>23</b>
1.各主体の役割と期待	
2.各主体と連携する重点取組	

## はじめに

国土交通省・観光庁によると、平成 27 年（2015 年）の訪日外国人旅行者（以下「インバウンド」といいます。）は、当初の予想を遥かに上回る 1,974 万人と報告されています。これは、国が観光立国実現という理念を掲げて、世界に「日本」を発信し続けた成果であり、平成 28 年（2016 年）3 月、政府はインバウンドの目標人数を倍増させ、平成 32 年（2020 年）に 4,000 万人、平成 42 年（2030 年）に 6,000 万人と決定しました。

この動きは、地方創生の主役である地方自治体への大きな一助となることは間違いなく、関西国際空港を市域に有する泉南市においても、関西国際空港のインバウンドをはじめ多くの方に来訪してもらうため、「行って観てみたい」、「直接体験してみたい」と感じていただくことができる、魅力ある泉南市を創っていくことが重要です。

泉南市の魅力を創るためには、まず、市民一人ひとりが観光客をおもてなしする一員であると自覚し、自分が普段暮らし、活動している泉南市に対して誇りや愛着を感じる「シビックプライド」を育むことが肝要です。そして、当事者として自発的にまちの魅力づくりに参画すること、そしてまちの魅力を効果的に発信していくことが、地域資源を磨き輝かせるための推進力になります。

泉南市観光振興ビジョン（以下「ビジョン」といいます。）は、シビックプライドのもと、多くの人が集う活気ある泉南市を実現するための道しるべとして、泉南市の観光施策に関する基本理念と基本的方向性を明らかにするものです。



# 第1章 基本的な考え方

## 1.ビジョン策定の目的

近年、日本は世界においてポップカルチャーの側面から「クールジャパン」として認知され、またユネスコ無形文化遺産に平成25年(2013年)「和食 日本人の伝統的な食文化」が、平成26年(2014年)「和紙 日本の手漉和紙技術」が登録されるなど、日本という国への評価と興味が再び高まりつつあります。これは、国が観光を成長戦略の柱と位置付け、平成20年(2008年)に観光庁を設立し、「観光立国」の実現に向け進めてきた成果です。



関西国際空港に臨む泉南市においては、泉南市観光協会(以下「観光協会」といいます。)の設立から4年が経過し、これまで既存の地域資源を活用した取組を展開してきました。

今後、東京オリンピック・パラリンピック及び関西ワールドマスタースゲームズなどの世界的なビッグイベントの開催に向けて、関西国際空港のインバウンドが急増することが予想される中、泉南市における観光基盤を強化するため、おもてなしの機運の醸成、観光人材の育成は急務となっています。

ビジョンは、泉南市が観光協会と連携して戦略的に観光施策を展開していくための基本理念と基本的方向性を明確にし、それをまちづくりの主体である市民と共有することによって、「シビックプライド」を醸成し、効果的な着地型観光を展開することによって泉南市を訪れる交流人口を増加させることを目的とします。

### 用語の解説

#### 「シビックプライド」

市民が自分の住んでいる、働いている都市に対して「誇り」や「愛着」を持って、自らもこの都市を形成している1人であるという認識を持つこと。日本人が古来より持っている「郷土愛」とは意味合いが異なり、より積極的に都市に関わっているという意識を持つことをいう。

#### 「発地型観光」「着地型観光」

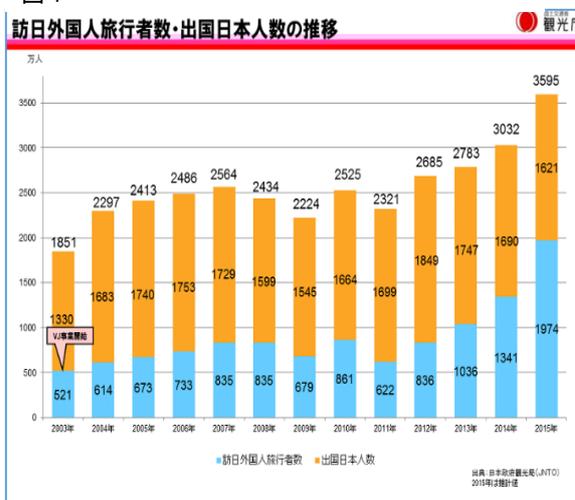
発地型観光とは、出発地の旅行者が企画して参加者を目的地へ連れて行く従来型の観光形態。一方で、着地型観光とは、観光客の受入先が地元ならではのプログラムを企画し、参加者が現地集合・現地解散するような新しい観光形態をいい、発地型観光と比べて地域の振興につながると期待されている。

## 2.観光を取り巻く背景と状況

### (1) 国

平成 19 年（2007 年）に制定された「観光立国推進基本法」に基づき、平成 24 年（2012 年）に「観光立国推進基本計画」を閣議決定し、その中で今後の方向性として「観光の裾野の拡大」と「観光の質の向上」を掲げています。その後、観光を成長戦略の一つとして、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム 2015」を策定し、インバウンド対策、観光産業の強化、地方創生に資する観光地域づくり等を推し進めた結果、平成 27 年（2015 年）のインバウンドは 1,974 万人を記録しました（図 1）。政府は、インバウンドの数値目標を倍増させるなど、世界が訪れたくなる日本・観光先進国の実現という新たな高みを目指しています。

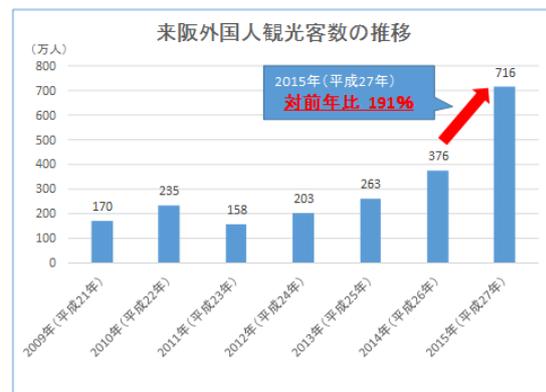
図 1



### (2) 大阪府

平成 25 年（2013 年）に大阪観光局を設立し、大阪府、大阪市が連携して「大阪観光」を展開しています。大阪へのインバウンド観光客は平成 26 年（2014 年）には 376 万人、平成 27 年（2015 年）716 万人と増加し、前年度の 2 倍近い伸びとなっており（図 2）、来阪した観光客の 9 割以上が大阪観光について「満足」、「また来たい」とのアンケート結果が出ています。

図 2



JNTO「訪日外客数」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」をもとに推計。2015年は速報値

平成 27 年（2015 年）のホテル等宿泊施設の年間稼働率が 85.2%で全国 1 位となり（図 3）、季節によっては、宿泊施設の供給が需要に追いつかない状況が発生しているため、宿泊施設の増加に向けた取組が急務となっており現在、特区による「民泊」制度構築への取組が進められています。

図 3：大阪府における外国人宿泊状況

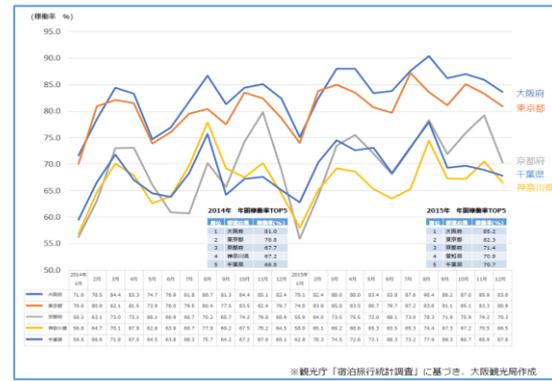
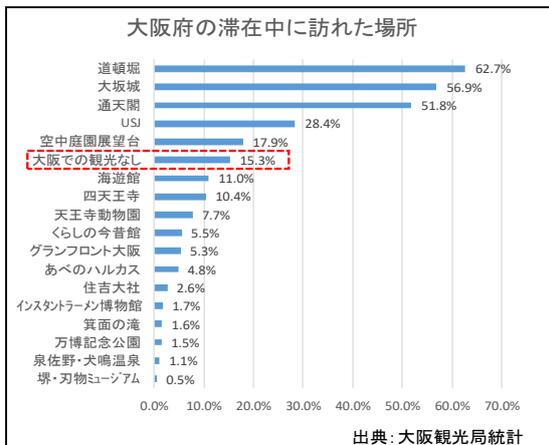


図 4



統計調査からインバウンドの訪問先をみると、まず大坂城、道頓堀、海遊館、USJ 等、大阪市内への訪問率が高く、大阪市以外への来客が少ないこと、次に、関西国際空港のインバウンドの約 15%が他の府県へと流れていることがわかります（図 4）。

この大きな二つ課題を解決するためには、大阪府と府内市町村が一体となった「大阪観光」の取組を進める必要があります。

### (3) 泉州地域

世界の玄関口を目指す関西国際空港は、円安の進行や LCC（Low Cost Carrier: 格安航空会社）ネットワークの充実を背景にして、平成 27 年（2015 年）にはインバウンドが開港以来最多を更新しており、現在も活況を呈しています。しかしながら、インバウンドの動向を見てみると、多くが大阪市内、また近隣の府県へと流れ、泉州地域への訪問が決して多くないことは明らかです。

インバウンドを泉州地域から北に流さず、泉州地域での滞留率を向上させるためには、泉州地域の市町が連携した地域全体の魅力の開発、国内外へのターゲットを絞った PR プロモーション、泉州地域の情報発信の高度化と機能強化、泉州の特産品 PR 活動等の取組を加速することが必要です。

## 3. アンケート結果からみる泉南市の現状と課題

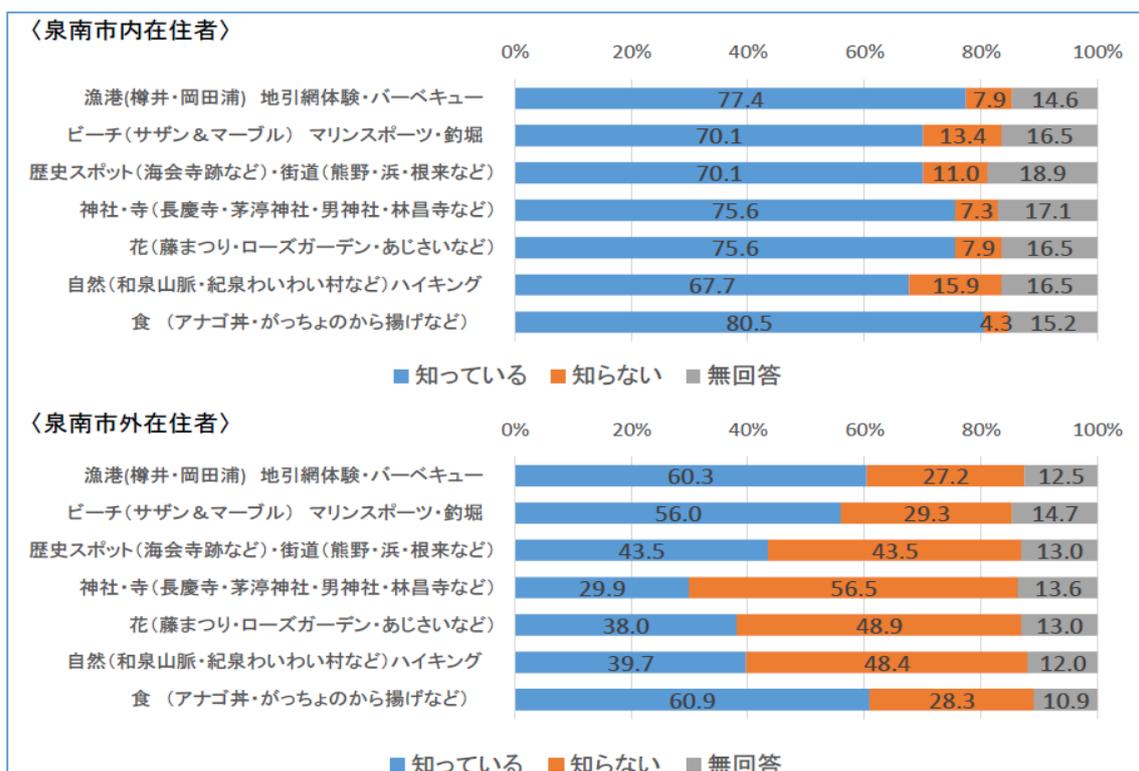
### (1) 認知度

泉南市及び各観光資源の認知度に関する調査では、全体的に市外在住者は、市民と比べ

て各項目とも認知度が低く（図 5）、この結果からこれまで市外への情報発信、P R活動が不足していたことがわかります。

さらに、それぞれの観光資源を見てみると、まず自然（山・海）関連については両者とも認知度は高く、今後も観光資源を活用した事業に取り組む価値があり、有機的に活用することが有効であると考えられます。

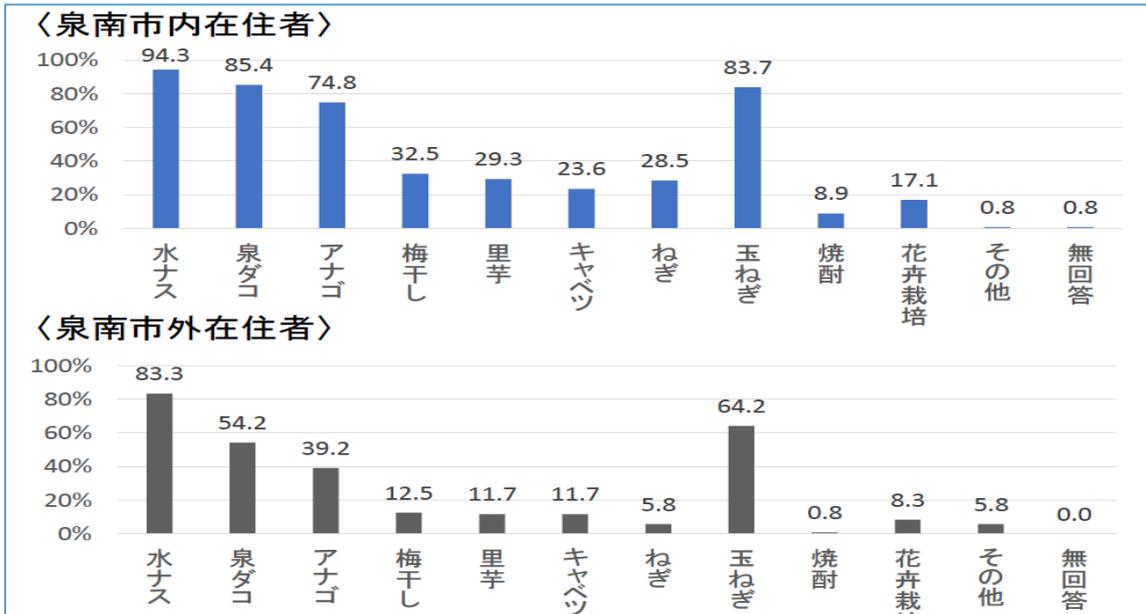
図 5：泉南市の観光資源の認知度



次に、特産品の認知度については「水なす」、「玉ねぎ」、「泉ダコ」「アナゴ」の順で高くなっており、それぞれの特産品を個別にP Rすることと併せ、農業協同組合や漁業協同組合と飲食店をマッチングした事業連携を企画し、生鮮野菜や海産物を使用するグルメ事業が効果的であると考えられます（図 6）。つまり、「地産地消」をキーワードとして、「食」の造成に向けた取組が必要です。



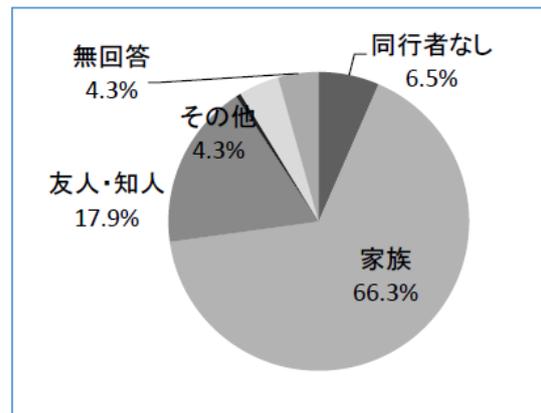
図6：泉南市の特産品の認知度



## (2) イベント来場者

事業（イベント）来場者及び同行者については、「家族」が市民・市外在住者とも多く（図7）、今後、来場者を増やすためには、ターゲットとして、引き続き家族層を対象とした事業を展開するとともに、次に回答が多かった知人・友人の誘引に注力していく必要があります。つまり、カップルや女性同士又は男性同士など、その嗜好や動向を分析し、小規模であっても特色があるコンテンツを開発していく必要があります。

図7：イベント来場者・同行者



## (3) 情報発信

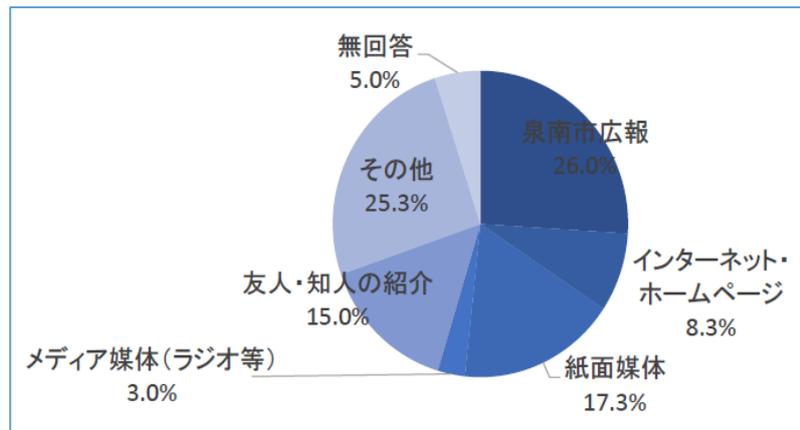
イベントにおける告知情報の入手方法を調べてみると、泉南市の広報紙からの情報入手による来場者が多くなっています。（図8）

泉南市の広報紙は、市民への情報発信媒体であるという性格上、市民に対しては誘客の大きな手段となりますが、その反面、市外在住者へ情報を伝えることができないという課題が明らかになっています。

市外在住者の誘引に向けて、情報を広く又は対象層へ指向性を持たせて発信するためには、泉南市及び観光協会のホームページ及びフェイスブックページをはじめとしたインターネット等の活用、新聞や広域情報誌など公衆メディアへの情報提供が有効です。加えて

情報を得た人からその友人、知人への「クチコミ」も大きなツールになると思われます。

図8：情報入手方法



## 第2章 基本理念

### 1.ビジョンの基本理念

泉南市は、**シビックプライド**に基づき魅力的なまちづくりを進める

市民がまちづくりの主体となって、泉南市の自然・文化・歴史・産業といった地域資源に光をあて、それらを磨き上げ、新たな観光資源として紡ぎ、泉南市の魅力へ付加していきます。

まず、観光協会が中心となり、対象者を絞った指向性をもったニューツーリズムなどのソフト事業を展開することによって、「今、ここでしか体験できない」機会の提供に努めていきます。さらに、行政と観光協会が連携し、泉南市にしかない魅力を作り上げ、他の地域との差別化を図り価値を付加する「シティブランド」を促進することによって、泉南市のファンを増やし、もってさらなる交流人口の増加に寄与することを目指します。

#### 用語の解説

##### 「シティブランド」

地方分権が進んだ都市間競争時代において、地域そのものを総合的なブランド化の対象として捉え、他の地域に対する自らの地域の優位性を確立すること。その効果を長く継続させていくためには、「讃岐うどん」や「関サバ」など「その地域から生まれた商品・サービスの個別ブランド」といった狭義の地域産品ブランドと影響を与えあうことによって地域全体の魅力を相乗的に高めていくことが重要。

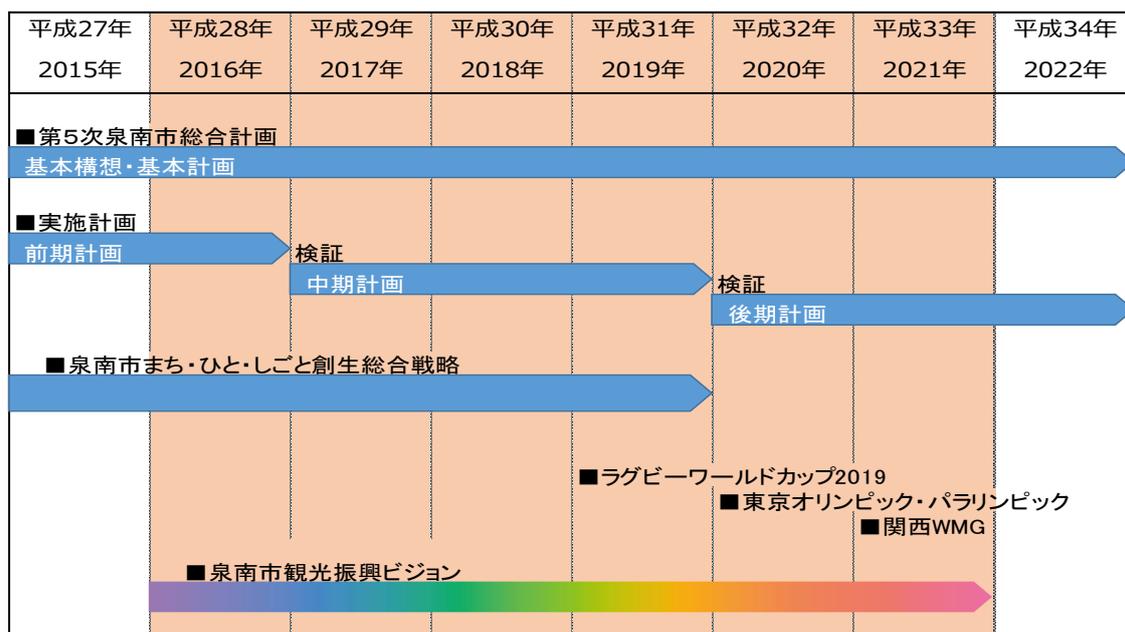
### 2.計画期間と目標

#### (1) 計画期間

第5次泉南市総合計画の目標年次が平成34年(2022年)、泉南市ひと・まち・しごと創生総合戦略の目標年次が平成32年(2020年)となっており、ビジョンについては、両計画との整合性を図り、両目標の達成に寄与する必要があること、また、平成31年(2019年)にラグビー・ワールドカップ2019、平成32年(2020年)に東京オリンピック・パラリンピック、そして平成33年(2021年)に関西ワールドマスターズゲームズ2021など、訪日する外国人が急増すると予想される世界的なビッグイベントの開催が連続することから、ビジョンの計画期間は、次のとおりとします。

平成28年(2016年)から平成33年(2021年)までの**6年間**

<各計画の期間及び世界イベント等との関係>



(2) 目標

泉南市は、観光に関する基本理念と基本的方向性を明らかにすることによって、行政と観光協会が目指すべきビジョンとスケジュール感を共有し、「おもてなし」環境の整備と機運の醸成を効果的かつ効率的に推進することによって、下記のとおり交流人口の拡大を目指します。

**休日滞在人口率 (RESAS) : 平成 26 年 (2014 年) 2.02→2.50**

用語の解説

**「RESAS」**

RESAS (リーサス) とは、地域経済分析システムの略称で、地方自治体の様々な取組を情報面から支援するために、まち・ひと・しごと創生本部事務局が提供する、産業構造や人口動態、人の流れなどの官民が保有するビッグデータを集約し、可視化するシステム

3.基本的方向性と基本戦略

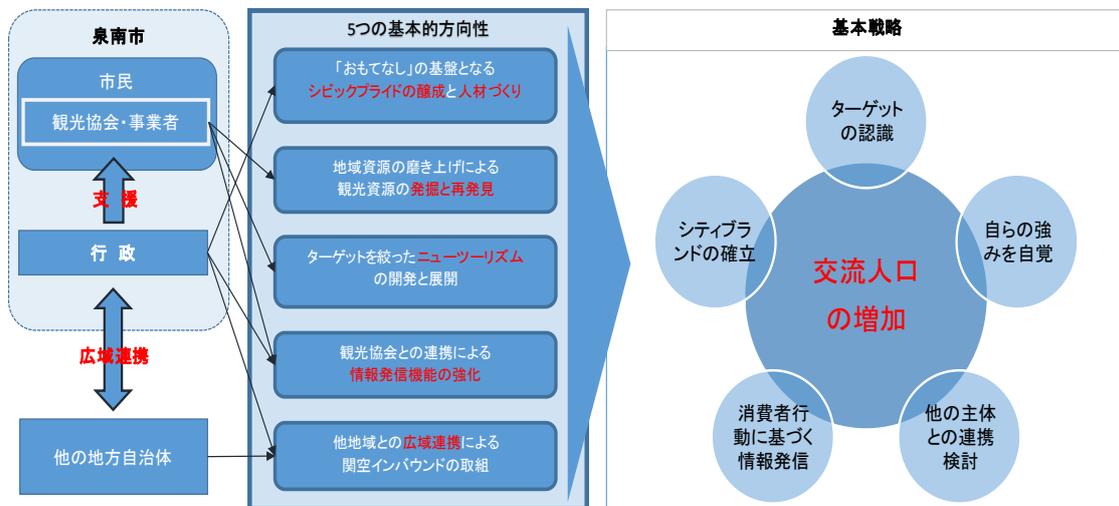
泉南市の観光施策は端緒についたところであり、まずは基本的な方向性を定め、それに沿って戦略を立てていきます。事業を効果的かつ効率的に展開するため、下記の 5 つを基本方針として確立し、実施主体がそれぞれの強みを活かした戦略を展開していきます。

## (1) 基本的方向性

- ①「おもてなし」の基盤となるシビックプライドの醸成と人材づくり
- ②地域資源の磨き上げによる観光資源の発掘と再発見
- ③ターゲットを絞ったニューツーリズムの開発と展開
- ④観光協会との連携による情報発信機能の強化
- ⑤他地域との広域連携による関空インバウンドの取込み

## (2) 基本戦略

- ①各主体がターゲットを明確に認識
- ②まず自らの強みを自覚して、次に他の主体の強みと自らの役割を認識
- ③自らできることは積極的に実践し、できないことは他の実施主体との連携を検討
- ④情報発信・拡散の際には、SIPS理論に基づく消費者行動モデルに沿った誘客を展開
- ⑤その過程の中で常に「シビックプライド」を意識し、他の地域に対する泉南市の優位性を確立（シティブランドの確立）
- ⑥市域の交流人口の増加



### 用語の解説

#### 「SIPS理論」

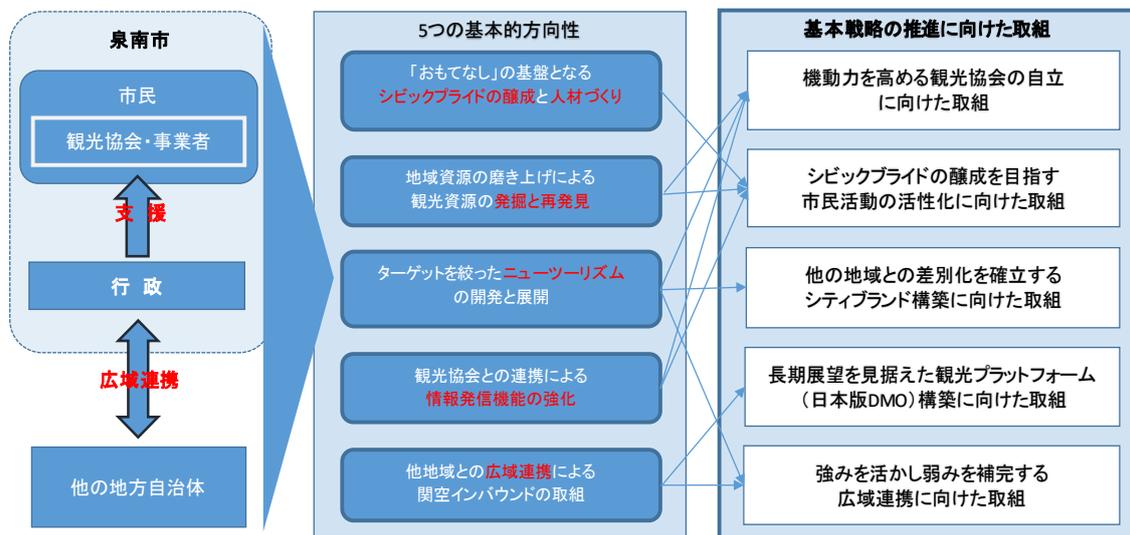
共感する (Sympathize) → 「確認する (Identify)」 → 「参加する (Participate)」 → 「共有・拡散する (Share & Spread)」の頭文字をとった、ソーシャルメディアを積極的に利用している生活者を考える上でのひとつの概念。ソーシャルメディアに対応して消費者の情報取得経路や消費の動機づけが変容している点に注目し、消費のあり方そのものや社会意識の変化も含めて、消費者の行動を「消費者視点」でより深く掘り下げる手法。

## 第3章 基本戦略の推進に向けた取組

### 1. 基本的方向性に沿った5つの取組

実施主体は、5つの基本的方向性に沿った基本戦略に基づき、具体的な取組を進めます。それぞれの実施主体がすべてに取り組む必要はなく、それぞれが分担して取り組み、相乗的に目標達成を目指します。

- ①機動力を高める観光協会の自立に向けた取組
- ②シビックプライドの醸成を目指す市民活動の活性化に向けた取組
- ③他の地域との差別化を確立するシティブランド構築に向けた取組
- ④長期展望を見据えた観光プラットフォーム構築に向けた取組
- ⑤強みを活かし弱みを補完する広域連携に向けた取組



### 2. 機動力を高める観光協会の自立に向けた取組

観光協会は、平成24年（2012年）に市民活動団体、事業者、賛同する企業、個人により結成され、観光案内所の設置、各種イベントによる泉南市のPRを積極的に展開するなど、泉南市観光振興の牽引役となっています。今後、力強く泉南市の観光を先導していくためには、まず「自主財源の確保によるさらなる進展」、そして「機動力があり、経験豊富な人材の育成と発掘」の2本の柱が中心となります。

#### (1) 自主財源の確保によるさらなる進展

観光の核となるべき観光協会は、泉南市からの補助金と会員からの会費が主な収入源となっていますが、観光協会の活動を安定させ発展させるためには、独自財源の確保が

不可欠です。収入を見込める魅力的なイベントの企画はもちろんのこと、その他の定期的かつ安定的な収入源の確保が必須となります。

そのため、特産品やお土産ものの開発及び販売、定期的収入が見込める事業の企画実施、地域資源の見直し、新たな資源開発等、みんなで知恵を出し合って売れる商品開発、自立に向けた取組を進めます。

## **(2) 機動力があり、経験豊富な人材の育成と発掘**

観光協会には、専門的なスキルを持つ個人会員、テーマコミュニティである市民活動団体、そして事業者・商工業団体・農林水産業団体が参画しています。会員は、観光の貴重な財産であり、これからは先進地視察や研修を通じて、それぞれの経験値のレベルアップを図り、併せて新たな人材の発掘、観光協会への加入促進を図ります。

## **3.シビックプライドの醸成を目指す市民活動の活性化に向けた取組**

泉南市には、豊かな自然、先人が培った歴史文化や産業等、誇るべき地域資源がたくさんあります。市民がそれを認識し、それらの大切な活用方法を未来に向けてともに考えていく必要があるため、市民が泉南市を愛し、市民であることの誇り「シビックプライド」に一層磨きをかけることができるように、市民を巻き込んだ活動を展開します。

## **4.他の地域との差別化を確立するシティブランド構築に向けた取組**

普段は気にすることが少ないけれど、改めて考えてみると泉南市にしかないもの、泉南市でしかできない体験等は非常に誘客要素となります。今後、それらを発掘・開発し、他の地域との差別化を図り、周囲から際立たせることが重要です。関西国際空港、季節を彩る草花、そして泉州でしか栽培できない水なす等、泉南市特有の地域資源を活用してシティブランドの構築を図ります。

## **5.長期展望を見据えた観光プラットフォーム（日本版 DMO）構築に向けた取組**

長期的に観光を進めていくためには、機動的で情報発信力を持ち、おもてなしの心が醸成された組織を継続的に運営していくことが必要です。今後、観光協会の法人化も検討し、自主財源の確保を進め、広域的な連携も見据えて観光プラットフォーム（日本版 DMO）への取組を進めます。

### **用語の解説**

#### **「日本版 DMO」**

日本版 DMO は、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協働しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人。

## 6.強みを活かし弱みを補完する広域連携に向けた取組

地域を訪れる観光客は、観光資源を繋いで旅程を計画するものであり、県境や市町村境を意識しません。そのため各市町村においては、それぞれの強みや弱みを補完し魅力的な地域を創生するため、広域的に連携して観光に取り組む必要があります。泉南市では、現在、いくつかの広域的な連携を実施しているため、それぞれの広域連携の特色、目的に応じて効果的に各広域連携を活用していきます。

### (1) 泉州観光プロモーション推進協議会

平成 25 年（2013 年）、泉州地域の 9 市 4 町（堺市、岸和田市、泉大津市、貝塚市、泉佐野市、和泉市、高石市、泉南市、阪南市、忠岡町、熊取町、田尻町、岬町）で結成されました。特に、関西国際空港のインバウンドによる観光振興、海外プロモーションを行い、関西国際空港と連携して「SENSHU ブランド」の確立に寄与することを目的としています。

### (2) 華やいで大阪・南泉州観光キャンペーン推進協議会

平成 6 年（1996 年）、南泉州地域の 5 市 3 町（岸和田市、貝塚市、泉佐野市、泉南市、阪南市、熊取町、田尻町、岬町）で結成され、主に国内向けのプロモーション活動、着地型観光イベント、泉州特産品の PR 活動を行っています。

### (3) 根来街道グリーンツーリズム推進協議会

平成 15 年（2003 年）、大阪府、和歌山県、泉南市、岩出市及び両市の観光に関わる活動団体により結成され、主に泉南市と岩出市とを繋ぐ根来街道の沿道にある歴史、文化、自然、農林水産業、伝統行事等の観光資源を活かした「グリーンツーリズム」の推進に向けて事業を展開しています。

#### 用語の解説

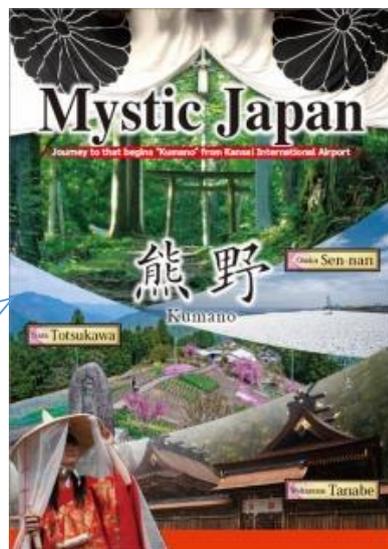
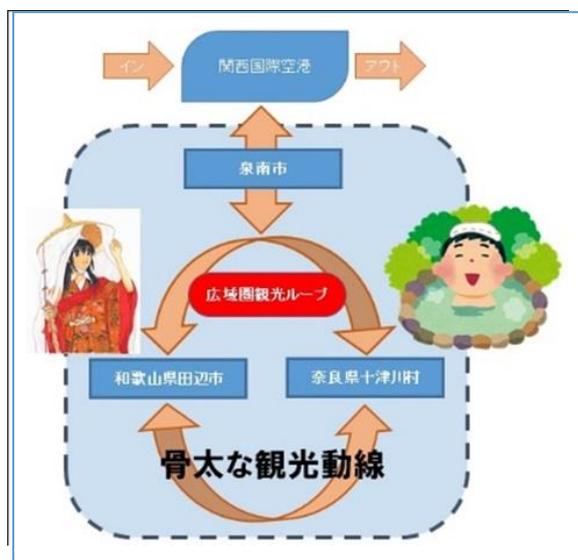
##### 「グリーンツーリズム」

緑豊かな農山漁村でゆっくりと滞在し、訪れた地域の人々との交流を通じて、その自然、文化、生活、人々の魅力に触れ、農山漁村でさまざまな体験などを楽しむ余暇活動のこと。特に、漁村や海に関連した余暇活動のことを「ブルーツーリズム」ともいう。

### (4) 超広域連携観光圏協議会

国が進める地方創生事業の一環として、1 府 2 県に跨る遠距離の泉南市、和歌山県田辺市及び奈良県十津川村が連携して、新たな広域観光圏を創設し、泉南市から和歌山県へ向う新たな関空のインバウンドの流れを創出することを目的としています。

聖地・熊野で日本らしさを体感したのち再び泉南市へ戻って関空から出国する、新たな「関空イン関空アウト」の観光ルートの創設に向けて、全国プロモーション活動や海外のメディアを招聘するファミトリップを活用します。



#### 用語の解説

##### 「ファミトリップ」

「Familiarization Trip」を略して「ファミトリップ」と言う。海外からの招聘者に、訪日旅行商品の造成可能性が高いコースを中心に視察してもらい、観光地等の情報を提供するとともに、地元意見交換会等を開催し、訪日旅行商品の造成を促す国内視察旅行をいう。

## 第4章 泉南市の主な観光資源

泉南市には、豊かな自然、古くからの歴史文化、伝統的な行事、農水産物といった特産品があります。観光施策を推進していくうえで、これらの観光資源の特長を再認識するとともに、貴重な観光資源として積極的に活用していきます。

### 1. レジャー

#### (1) 海浜部

##### ① タルイサザンビーチ・マーブルビーチ

タルイサザンビーチは、関西国際空港に臨む人工砂浜で、夏場には海水浴場として賑わいます。平成7年（1995年）、11年（1999年）、22年（2010年）、26年（2014年）には、アカウミガメが産卵に訪れ、孵化も確認されています。また、マーブルビーチは大理石の玉石を敷き詰めた美しい親水海岸で、恋人の聖地にも選定されています。



##### ② 泉南市総合交流拠点

泉南市総合交流拠点は、マーブルビーチに隣接するにぎわい創出の拠点として開設されました。

施設内にある「サザンぴあ」では、地場の新鮮な野菜や花卉、特産品が販売されており、泉南市産業の交流拠点としても期待されています。



##### ③ 岡田漁港

毎週日曜日に開催される日曜朝市では、新鮮な魚介類をはじめとする特産品が販売されています。また、団体客向けに地曳網やバーベキュー、関空クルージングなどの事業も展開しており、春から秋にかけては予約が困難になるほど人気を博しています。



#### ④樽井漁港

樽井漁港に隣接する海上釣り堀サザンは、タライサザンビーチに隣接する海上に設置された釣り堀で、大阪湾で手軽に釣りが楽しめるレジャースポットです。休日にはタイやハマチなど、大物の魚を狙って多く釣り人や家族連れが訪れます。



### (2) 山間部

#### ①和泉山脈ハイキングコース

比較的標高の低い和泉山脈は、登山の入門者に適しており、お菊山や、ボンデン山、四ツ石山などを結ぶルートがあります。また、和泉山脈の大部分は「金剛生駒紀泉国定公園」に指定されているため、貴重な自然環境としても価値を有しています。

#### ②紀泉わいわい村

金剛生駒紀泉国定公園の中に位置する里山の生活が体験できる施設で、敷地内を流れる堀河川には、ゲンジボタルをはじめ、絶滅が危惧される貴重な魚類、鳥類が確認されています。

施設が有する田んぼでは、田植えや稲刈りなどの体験ができ、また、宿泊棟では、囲炉裏、五右衛門風呂、へっついさん（かまど）など、日本の古き良き生活が体験できます。



#### ③金熊寺梅林

信達金熊寺地区は、江戸時代からの梅の産地で、2月中旬から霞みがかかったように梅の花が咲き乱れ、あたり一面甘いにおいが漂い、3月には梅まつりが催されます。そこで収穫される金熊寺梅は、小粒で柔らかく、その実を使った梅干しが泉南市の特産品となっています。



#### ④花咲きファーム（イングリッシュ・ローズガーデン）

本場イギリスのバラが楽しめる日本有数のローズガーデンで、広い丘陵地では多くの珍しい種類のバラが育成・販売されています。

春と秋には、ローズフェスティバルが開催され、全国から多くのバラの愛好家たちが訪れます。



#### ⑤堀河ダム

山間部にある堀河ダムの桜は、「大阪みどりの百選」に選ばれるほど、豊かな緑が体験できるスポットです。春には、ダム湖の沿道にソメイヨシノが咲き乱れ、多くの人々が花見に訪れます。

## 2. 貴重な動植物

泉南市は、海と山に囲まれた自然環境が豊かな地域であるため、それぞれの地域には生態系に準じた様々な動植物が息づいています。その中には、全国でも泉南市を含め数か所しか確認できない貴重な動植物も含まれます。

### (1) 海浜植物

ハマゴウ、ハマボウフウ、ハマエンドウをはじめとする絶滅が危惧される海浜植物が岡田浦の自然海浜を中心に残っています。

貴重な植物を守るため、浜辺の清掃など地元の人々が積極的な保全活動を実施しています。



### (2) 海の生き物

タライサザンビーチ及び岡田浦の海岸では、美しい砂浜にしか生息できないウミホタルが生息しています。また、人口海水浴場であるタライサザンビーチでは、アカウミガメの産卵孵化が平成7年（1995年）以降4回確認されています。関西国際空港付近では、大阪湾唯一の哺乳類でイルカの仲間であるスナメリの繁殖が確認されています。



### (3) 干潟の生き物

大阪湾に残る唯一の自然干潟である男里川干潟には、ハクセンシオマネキやトビハゼといった珍しい干潟生物が生息しています。

豊かな自然環境が保全されており、多くの渡り鳥が訪れる野鳥の楽園でもあります。



### (4) 山の動植物

和泉山脈には、ササユリをはじめ保全すべき貴重な植物や絶滅の危機に瀕している魚類などが確認されています。

溪流にはゲンジボタルやカワセミなど、環境の変化に敏感な動物が生息しています。



### (5) 森の動植物

男神社や、林昌寺の森では、ヒメボタルが観察できます。青少年の森には、希少植物である食虫植物であるモウセンゴケの群落が観察できます。

## 3. 歴史・文化・伝統行事

泉南市は、古くからの街道沿いに発展した街です。市内を熊野街道、浜街道、根来街道といった古来より続く街道が通っており、宿場町として栄え、かつての賑わいを思い起こさせる建築物や石碑などが数多く残っています。また、市内各地には、伝統的な行事も息づいています。



### (1) 熊野街道

熊野街道は、平安時代の熊野詣から続く歴史の道です。江戸時代には、紀州藩が参勤交代に使用したルートで紀州街道とも呼ばれます。徳川吉宗公も宿泊した本陣跡、泉南市唯一の有形文化財山田家住宅など、築百年を超える貴重な住宅も点在しています。

### ①野田藤（熊野街道信達宿のふじまつり）

信達宿の一つである熊野街道沿いの屋敷の庭一面に広がる野田藤は、毎年4月の開花期には4万～5万の花房を付けます。その見事な花房を見るため、日本全国から多くの方が来訪され、満開の季節には熊野街道沿道を中心に市民が主体となって行われる藤を愛でるイベント「熊野街道信達宿のふじまつり」が開催されます。



### ②歴史的建築物

熊野街道沿いには、往生院、長慶寺、林昌寺などといった古刹がたくさんあります。その歴史を辿ると、古くは白鳳時代に遡り、戦国期には和歌山県岩出市の根来寺との強い繋がりを持った寺院が今も多く残っています。



### ③国史跡海会寺跡

海会寺（かいえじ）は、白鳳期の古代寺院で、法隆寺式の伽藍配置が確認され、現在、国の史跡となっています。回廊跡、塔の基壇跡が復元されて、現在は公園として整備されており、またその際に出土した遺物は、重要文化財の指定を受け、隣接する泉南市埋蔵文化財センターで保管、展示されています。



## (2) 浜街道

浜街道は、大阪から和歌山に向う海沿いに発展した街道です。街道沿いの集落は、宿場町、港町として栄え、熊野街道と同様に別名を紀州街道、孝子越えの街道とも言われます。なお、南海本線は、日本初の私鉄として浜街道に沿って敷設されました。

### ①街並み

浜街道の沿道は、熊野街道と同じく古い街並みで、江戸時代に海産物を商う豪商の街として栄えました。往時の風景を思い起こさせる、歴史ある重厚な屋敷の街並みが現在でも色濃く残っている風情がある場所です。



### ②男神社

市内唯一の延喜式内神社で、その社叢は荘厳で「大阪府みどりの百選」にも選ばれています。社叢には、府内最大の「むくろじ」の木が残り、5月にはヒメボタルが飛び交います。



## (3) 根来街道

根来街道は、泉南市樽井を起点とし和泉山脈の風吹峠を越え、戦国期に栄えた和歌山県岩出市の根来寺とを結ぶ街道です。戦国期、泉南市域の一部は信達荘として、根来寺の寺領となっていました。

### ①信達神社

泉南市の山間部に位置する東信達地区には、里山の雰囲気を残す集落が点在しており、とりわけ信達金熊寺地区にある信達神社は、信達荘の産土神として信仰の拠り所となっており、その境内には天然記念物のナギの巨木が御神木として残っています。隣接する金熊寺梅林が「大阪みどりの百選」にも選ばれており、金熊寺の梅林を核としたにぎわいづくりが進んでいます。



## (4) 秋祭り

秋には市内で、秋の収穫を祝う秋祭りが開催されています。泉州地域の秋祭りは、各地で「やぐら」又は「だんじり」の曳航が行われ、泉南市では市内各所で太鼓の響きとともに「やぐら」がねり歩き、「だんじり」とは違った趣を醸し出します。



## 4. 特産品

### (1) 農産物

大都市近郊型農業として、高収益型の農業が盛んです。泉州特産の水なす、玉ねぎをはじめ、里芋、キャベツなどの栽培が行われています。また、近年は特に花卉栽培が盛んとなり、市場では泉南の花としてブランド化され、輸出もされています。



### (2) 魚介類

大阪湾は、豊饒の「茅渟の海」として古くから漁業の盛んな地域でした。泉南市には、岡田浦、樽井と二つの漁港があり、そこではアナゴ、タコ、カレイ、タチウオなど新鮮な魚介類が水揚げされています。とりわけ、泉州沖で採れるタコは「泉ダコ」と称して地域ブランドとしての取組が展開されています。また、減少が著しいアナゴは、養殖、栽培漁業の確立に向けての取組が始まっています。



### (3) 伝統的な食品

豊かで新鮮な農水産物を活かした郷土料理が豊富にあり、特に水なすの浅漬は有名で、全国的に消費されるようになりました。

また、水なすとジャコ（小エビ）をつかったジャコゴウコ、イカナゴの釘煮、秋祭りには欠かせない押し寿司（箱寿司）など、伝統的な食文化が残っています。



### (4) その他

泉南市をはじめ泉州地域は繊維業が集積し、特に綿織物やタオルの一大産地として栄えましたが、国の産業が重工業へと変革するなか、時代の流れと共に、昭和40年代頃から衰退の一途を辿ってきました。

しかし、近年、メイドインジャパンとして日本製品が見直されつつあり、高い技術をもった市内業者が新製品を開発するなど、繊維業の再生に向けて取り組んでいます。

## 第5章 ビジョン実現に向けてのアクション

### 1. 各主体の役割と期待

観光協会が平成24年（2012年）に発足して、泉南市における観光の取組が本格的に始まりました。観光客が訪れたいと感じる魅力あるまちづくりを進めるためには、行政、観光協会、事業者、市民活動団体及び市民が目的とビジョンを共有して、一丸となって取り組んでいかなければなりません。そのためには、それぞれの主体が専門分野を活かして有機的に連携して、観光客の受入主体となる市民の「シビックプライド」と「おもてなしの心」を醸成し、観光客を温かく受け入れることができるまちづくりを進めていきます。

#### (1) 行政

泉南市のおもてなしの環境整備を進めるため、観光資源の保全・開発、インターネットの利用環境の整備など、主にハード面での支援を推進します。また、観光を面的に広げるとともにさらに深みを持たせるため、他の地域との広域連携及び産官学連携を推進します。

#### (2) 観光協会

観光協会は、泉南観光を推進する要であり、受入れ体制の検討、観光資源を活かすイベントの企画・立案・実施等、主にソフト面を担います。その経過の中で、将来的な自立・自主運営に向けて法人化の検討、自主財源の確保に向けた取組を進めます。

#### (3) 事業者

商工会、農業協同組合、漁業協同組合等の産業団体は、これまでそれぞれに積極的な活動を展開してきましたが、今後は、行政や観光協会とビジョンを共有し、観光を意識する必要があるため、同種事業者間の連携だけではなく、それぞれの特長を前面に押し出し、対象者に特化したコンテンツを提供できるよう連携を深めていきます。

#### (4) 市民

市民も観光客受け入れの主体を構成する一部であると認識し、市民全員で観光客をおもてなしする、という積極的な意識を持つ必要があります。そのためには、誇りを持って泉南市を紹介できるよう、まずは「シビックプライド」の機運の醸成に取り組みます。

## 2. 各主体と連携する重点取組

### (1) 農水産業と連携した観光【農業協同組合、漁業協同組合等】

これまでの取組例	<p>1.農業と連携した取組例</p> <p>(1) 特産農水産物 PR (泉州タマネギ、水なす、泉ダコ等)</p> <p>(2) 里芋焼酎の生産</p> <p>2.漁業と連携した取組例</p> <p>(1) りんくう海道ブルーツーリズム (海浜清掃、海浜植物の保全)</p> <p>(2) 漁港での集客事業 (タコカーニバル)</p> <p>(3) マリンスポーツイベント (ビーチラグビー、オープンウォータースイムレース)</p>	
重点取組	<p><b>1.農水産業における泉南ブランドの確立 (アナゴの養殖事業)</b></p> <p><b>2.農水産物を活用した商品の開発</b></p> <p><b>3.農水産ツーリズムの検討・開発</b></p>	

### (2) 商工業と連携した観光【商工会、青年会議所、各種商工団体等】

これまでの取組例	<p>1.商工業と連携した取組</p> <p>(1) 泉南マルシェ</p> <p>(2) 商工祭り</p>	
重点取組	<p><b>1.産業ツーリズムの検討</b></p> <p><b>2.泉南市キャラクターを活用した商品開発</b></p>	

### (3) 市民や市民活動団体の活動と連携した観光【観光協会、各種市民活動団体、市民等】

これまでの取組例	<p>1.市民活動団体等と連携した取組</p> <p>(1) 泉南にぎわい祭り (時代まつり、ABCまつり、熊野街道信達宿ふしまつり)</p> <p>(2) 市民と協働したハス・フェスティバル</p> <p>(3) 林昌寺四国八十八カ所めぐりミニ版</p>	
重点取組	<p><b>1.市民が主体となったイベントの支援</b></p> <p><b>2.観光レポーター「まち記者」の活用</b></p>	

### (4) 広域的な観光【泉州 9 市 4 町、和歌山県岩出市、田辺市、奈良県十津川村、関西国際空港】

これまでの取組例	<p>1.泉州地域観光プロモーション推進協議会 (堺市以南 9 市 4 町)</p> <p>2.華やいで大阪・南泉州観光キャンペーン推進協議会 (岸和田市以南 5 市 3 町)</p> <p>3.根来街道グリーンツーリズム推進協議会 (大阪府、和歌山県岩出市)</p> <p>4.超広域連携観光圏等創生事業 (和歌山県田辺市、奈良県十津川村)</p>	
重点取組	<p><b>1.泉州地域観光プロモーション推進協議会が行う関空の活性化と海外プロモーション</b></p> <p><b>2.華やいで大阪・南泉州観光キャンペーン推進協議会が行う特産品の国内PR活動</b></p> <p><b>3.根来街道グリーンツーリズム推進協議会を通じて行う根来街道の地域資源の発掘と街道の活性化</b></p> <p><b>4.超広域連携観光圏協議会が行う関空から和歌山へ向かう新たな人の流れの創出</b></p>	

**(5) 地域資源を活用した観光【観光協会、各種市民活動団体等】**

<p>これまでの取組例</p>	<p>1.テーマコミュニティと連携した取組                  (1) 熊野街道や浜街道などを核としたまちあるきツアー                  (2) お菊山や笠山をめぐるハイキング                  (3) 男里川干潟やウミホテル等の自然観察会                  2.地域コミュニティと連携した取組                  (1) せんなんフェスタ</p>	
<p>重点取組</p>	<p>1.魅力的なコンテンツの開発                  (1) まちあるき、ハイキング、自然観察会の新規開発及び充実                  2.新たな観光資源となりうる地域資源の発掘、再発見</p>	

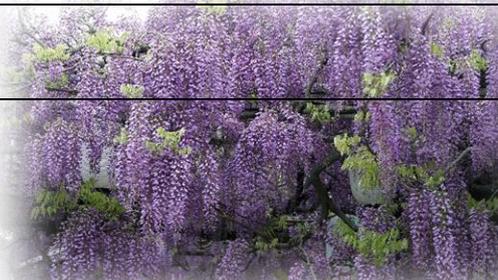
**(6) 受入環境の充実【観光協会、市民、市内事業者等】**

<p>これまでの取組例</p>	<p>1.観光協会の設立                  2.観光案内所の設置</p>	
<p>重点取組</p>	<p>1.観光案内所の機能強化                  (1) 観光案内板の多言語化                  (2) 公衆無線 LAN 環境の整備                  2.宿泊施設の誘致                  (1) 企業の誘致調査                  (2) 民泊の制度検討</p>	

**(7) 情報発信力の強化【観光協会、各種メディア等】**

<p>これまでの取組例</p>	<p>1.ホームページの運営                  2.フェイスブックページの開設</p>	
<p>重点取組</p>	<p>1.グルメマップの作成と活用                  2.フェイスブックページの情報発信量の増加                  3.観光レポーター「まち記者」の活用                  4.マスメディアとの連携強化</p>	

**(8) 推進体制の強化【観光協会、商工会、農業協同組合、漁業協同組合等】**

<p>これまでの取組例</p>	<p>1.観光協会の設立                  2.観光ワーキングチームの取組</p>	
<p>重点取組</p>	<p>1.観光協会専門部会の設置                  2.観光協会の会員増加                  3.観光協会の法人化検討                  4.観光協会の自主財源の確保</p>	

## 参考資料

- 1.泉南市観光動態調査に対するアンケート報告書
- 2.泉南市観光資源に対する受入調査報告書