＼ まちづくり目標 ／

4



産業・観光・にぎわい創出

魅力を磨き、
注目を集めるまち

CONTENTS

16 産業の振興

17 農林業の振興

18 雇用対策

19 移住・定住の促進

20 観光の振興

21 歴史遺産の保存と活用

22 まちの魅力の発信

施　策

16 産業の振興



めざすまちの姿

企業などの経営安定や創業などに資する支援策により、新たな雇用の創出と市内産業の活性化が進み、さらに、企業誘致施策の推進により、主要駅周辺や幹線道路沿線への進出や新規創業する企業などが増加し、市内企業の転出が減少し、新規雇用の創出や企業人材の確保が促進され、昼もにぎわうまちとなっています。

成果指標

指　標	現　状（令和３年度）	前期目標（令和８年度）	中期目標（令和13年度）	後期目標（令和18年度）
市内産業における付加価値額※（経済センサス）	141,848百万円	160,000百万円	180,000百万円	200,000百万円

※付加価値額＝売上高－（費用総額（売上原価＋販売費及び一般管理費））＋給与総額＋租税公課

主な現状と課題

■市内事業所数が減少傾向にあるとともに、人口減少により労働力が不足し、経済活力の低下が懸念されます。
■主要駅周辺の人口・人口密度ともに低下傾向にあり、空き店舗などが増加しています。
■都市計画道路泉州山手線の暫定供用開始を見据え、関西国際空港に近い地理的条件を活かし、幹線道路沿道への企業誘致の推進に取り組む必要があります。

関連する市民意見、統計資料

■製造業については、事業所数が減少しているものの、従業者数及び製造品出荷総額は増減を繰り返しながら推移しています。卸売業・小売業については、事業所数及び従業者数ともに減少傾向にあります。
■小中学生及び市民アンケート調査では、本市を好きではない・住み続けたくない理由について「商業施設が少ない」が高くなっています。また、小中学生アンケート調査では、「こうなったらいいな」と感じたこととして「商業施設・店・施設・建物が増えてほしい」との回答が多くなっています。
■市民アンケート調査では、産業振興・活性化のために力を入れるべきことについて「駅周辺などにぎわいを生む商店の活性化」「地場産業など市内企業の育成・支援」などが高くなっています。

若手職員が実現したい未来の取組み

■起業する若者のスタートアップの支援や、インフラ整備や税制優遇などのインセンティブを設けるとともに、トップセールスを展開し大企業を誘致できるような大きな取組みを行います。
■貝塚市内全店舗でのつげさんポイント導入や、まちづくりなどについて意見を交換することができる場の確保、民間企業が集まって、そのエリアをデザイン、ブランディングするなど、官民連携による産業振興を図ります。

主な取組み

1 市内産業の活性化

■各種補助制度・支援制度による積極的な支援により、市内産業の活性化を図ります。
■商工会議所など商工関係団体の事業の充実、組織強化を支援します。
■つげさんポイントを活用し、市内外の消費者の購買意欲を喚起することにより、市内店舗への誘客や積極的な利用を図るとともに、SNSなどを活用したPRの強化に努め、市内産業の活性化を支援します。
■市内企業等向けの様々なセミナーなどを定期的に開催し、企業などの経営に必要な知識の向上を促進します。
■市内での創業や雇用を積極的に支援し、新たな雇用の創出と市内産業の活性化を図ります。
■本市の玄関口となる主要駅周辺へ、誘導すべき企業などを重点的に誘導し、都市拠点、生活拠点の充実を図ります。

市の主な事業
★中小企業制度融資事業
★中小企業支援事業
★産業振興推進事業
★地域ポイントプレミアム事業
★地域活性化ビジネス創出事業

地域・民間の主な取組み
★市内企業などへの経営相談・支援
★商工関係団体の組織強化
★つげさんポイント加盟店への加入
★各種セミナーなどへの参加

KPI	現　状（令和７年度）	前期目標（令和11年度）	中期目標（令和15年度）	後期目標（令和19年度）
製造品出荷額など	3,004億円	3,100億円	3,200億円	3,300億円
加盟店での消費による つげさんポイント付与ポイント数	2,582万PT	2,700万PT	2,800万PT	2,900万PT

2 企業誘致の推進

■企業誘致のための奨励金制度や企業立地マッチング促進制度などにより誘致活動を促進するとともに、SNSを活用した市のPRに努め、企業誘致を推進します。
■企業や金融機関、宅建業協会、不動産業協会などとの情報交換などを通じ、企業ニーズや事業用地の取引状況の把握に努め、PR活動や企業面談を行い、企業誘致を推進します。
■駅周辺などにおいて、にぎわいを生む催しなどを開催し、将来的に空き店舗を活用した新規創業につながる取組みを推進します。

市の主な事業
★企業誘致推進事業
★企業立地促進奨励金事業
★企業立地マッチング促進事業
★ブランディング・シティプロモーション事業

地域・民間の主な取組み
★企業立地マッチング促進事業による事業用地などの情報提供

KPI	現　状（令和７年度）	前期目標（令和11年度）	中期目標（令和15年度）	後期目標（令和19年度）
企業誘致活動による進出企業数（累計）	0社	8社	16社	24社

3 公民連携事業の推進

■民間企業や大学、社会貢献活動を行う団体などと連携し、市民サービスの向上や地域課題の解決、地域の活性化などに取り組み、市内産業の振興につなげます。
■オープンファクトリーなど、企業などが実施するビジネス創出事業を支援し、市内産業の活性化に取り組みます。

市の主な事業
★地域活性化ビジネス創出事業

地域・民間の主な取組み
★公民連携による地域活性化と魅力向上につながる取組み

KPI	現　状（令和７年度）	前期目標（令和11年度）	中期目標（令和15年度）	後期目標（令和19年度）
産官学の共創・連携事業数（累計）	202件	210件	220件	230件

関連する分野別計画　地域未来投資促進法に基づく基本計画／貝塚市立地適正化計画

施　策

17 農林業の振興

めざすまちの姿

認定農業者や新規就農者などの農林業を営む経営体を育成しつつ、都市近郊という立地を活かして、みつばや春菊、水なすなどの高収益野菜を大都市に供給し続けられる持続的かつ発展的な農業が営まれています。適切な森林整備を実施し、森林の持つ公益的機能が十分に発揮されています。



成果指標

指　標	現　状（令和５年度）	前期目標（令和９年度）	中期目標（令和13年度）	後期目標（令和17年度）
農業産出額	22.3 億円	23.4 億円	24.5 億円	25.6 億円

主な現状と課題

■都市近郊の立地を活かした、みつばや春菊といった軟弱野菜をはじめとした新鮮な農産物が大都市に供給されています。また、「なにわの伝統野菜」に認証された「馬場なす」や「貝塚澤茄子」をはじめとして、「木積産たけのこ」など、ブランド化された農産物も生産されています。
■農業従事者、林業従事者の高齢化に伴い、担い手不足や後継者不足が進み、農地・農業用施設及び山林・林道の維持が困難となっています。
■不作地や耕作放棄地が増加傾向にあり、産業として魅力ある農林業の構築、担い手の確保と後継者の育成・支援を行っていく必要があります。

関連する市民意見、統計資料

■総農家数・耕作地面積ともに減少傾向で推移していますが、農業人口一人あたりの耕作地面積は増加傾向にあります。
■農業産出額は20億円を超えて推移しており、その８割以上を野菜が占めています。令和４年（2022年）の野菜の産出額は約18億円で大阪府内トップとなっています。
■市民アンケート調査では、本市のことをあまり知らない人に紹介するとき、どのようなことを話題にするかについて「水なすや木積のたけのこなどの農産物」が高くなっています。また職員アンケート調査でも、市が誇れるもの・魅力として「水なすや木積のたけのこなどの農産物」が多く挙げられています。

若手職員が実現したい未来の取組み

■農業を始めたいが土地がない人とのマッチングや、資金面だけでない経営面の支援、農業を行いやすい土地の整備、農業を始めたい人が技術を身につけるための場の確保を支援します。
■デジタル技術を活用したスマート農業を促進し、農業従事者の負担を軽減します。また、新規就農者が参入しやすい環境を整えます。

関連する分野別計画	農業経営基盤の強化の促進に関する基本的な構想／貝塚市鳥獣被害防止計画／地域計画／貝塚市における６次産業化及び地産地消を推進するための戦略／貝塚市森林整備計画／貝塚市水田収益力強化ビジョン

主な取組み

1 魅力ある農林業の構築

■水なすなどの地域特産物のPRや６次産業化を推進することにより、農業の高収益化を図ります。
■農業祭などのイベントを通じて本市農林業に触れる機会を提供するとともに、農林業の魅力や本市の農作物を広く発信することにより、市内外の方の理解と関心を深めます。
■エコ農産物などの高付加価値のある農産物を提供します。
■担い手への農地の集積を図ります。
■地域がめざすべき将来像を描く「地域計画」の実現に向け、必要な支援を実施します。
■農業生産基盤の強化に努めます。
■市内産木材の利用促進を図り、林業の振興に取り組みます。

市の主な事業
★農業振興事業
★経営所得安定対策事業
★林業活性化事業
★農業者育成事業

地域・民間の主な取組み
★体験農園などを通じた、市民に農体験を継続的に触れてもらう機会の創出
★高品質・付加価値の高い農産物を提供
★地元の新鮮野菜を食材とした飲食施設によるにぎわい創出
★貝塚産木材が利活用されることに伴う木材自給率の向上

KPI	現　状（令和７年度）	前期目標（令和11年度）	中期目標（令和15年度）	後期目標（令和19年度）
担い手※への農地集積率	19.5%	28.6%	37.7%	40.0%

※ここでは、認定農業者（国版）を担い手としている

2 農業担い手の確保・育成

■SNSなどを活用して農業の魅力を発信することにより、新たな担い手の就農につなげます。
■就農希望者の受入体制の構築など、多様な担い手の確保・育成を行います。
■就農希望者に対して、技術習得や農業機械などの初期投資費用を支援します。
■有害鳥獣被害対策を実施し、農業従事者が耕作しやすい環境づくりを図ります。

市の主な事業
★新規就農総合支援事業
★農業者育成事業
★有害鳥獣捕獲対策事業

地域・民間の主な取組み
★電柵などによる有害鳥獣対策

KPI	現　状（令和７年度）	前期目標（令和11年度）	中期目標（令和15年度）	後期目標（令和19年度）
認定農業者数（国版）	82 人	82 人	82 人	82 人
新規就農者数（累計） ※平成26年（2014年度）度以降	18 人	22 人	26 人	30 人

3 農地及び農林業用施設の維持・保全

■農地や土地改良施設の維持管理を支援します。
■農地パトロールにより、農地の利用状況及び農地所有者の意向把握に努め、遊休農地所有者に対しては、農地の適正利用のための指導を図ります。
■農業水利施設の機能が保全され、農業用水が安定的に供給されるよう支援します。
■洪水防止をはじめとした、農地が有する多面的な機能の重要性について、より多くの市民に認識いただき、地域農林業を継続的に維持・発展させながら、都市と農の共生を図ります。
■森林の保全と整備により、水源涵養や土砂災害防止などの多面的機能を高めるとともに、豊かな森林資源の有効活用により林業振興を図ります。

市の主な事業
★土地改良施設整備事業
★土地改良施設維持管理事業
★ため池総合減災事業
★多面的機能支払交付金事業
★森林環境整備事業
★林道維持管理事業

地域・民間の主な取組み
★農業者中心で農空間を守り、地域農業の持続・発展への取組み
★担い手への農地の集積・集約化

KPI	現　状（令和７年度）	前期目標（令和11年度）	中期目標（令和15年度）	後期目標（令和19年度）
遊休農地面積	8.5ha	6.5ha	4.5ha	2.5ha

施　策

18 雇用対策



めざすまちの姿

少子高齢化に伴う労働力不足の解消をめざし、各種支援制度の充実により、雇用の場が確保され、働きやすい職場環境が整っています。また、企業誘致の推進により新規雇用の創出につながり、昼もにぎわうまちへと成長しています。

成果指標

指　標	現　状（令和３年度）	前期目標（令和８年度）	中期目標（令和13年度）	後期目標（令和18年度）
市内従業者数（経済センサス）	32,730 人	33,000 人	34,000 人	35,000 人

主な現状と課題

■少子高齢化による労働人口の減少が続いており、人材確保や安定雇用への取組みが必要です。
■就職面接会などの開催によりマッチングに対する支援を行っていますが、企業などと求職者の希望条件の相違により成立しないケースが多く、労働需給のミスマッチ解消への取組みが必要です。
■若年労働者の減少などによる人材不足に苦慮する市内企業が多く、高齢者や外国人労働者の活用など幅広い人材確保策が必要です。

関連する市民意見、統計資料

■本市における産業別の就業人口比率を見ると、令和２年（2020年）は平成17年（2005年）と比較して、第２次産業が低下し、第３次産業が上昇しています。また、大阪府と比較すると、令和２年（2020年）において、第１次産業、第２次産業では本市が、第３次産業では府が高い比率になっています。
■企業などと求職者のマッチング事業の活用による就業や、創業支援などを実施していますが、目標としていた数値の達成には至っていません。
■子育て世代ワークショップからは、「儲かる農業」の取組みとして、地域雇用を創出し、転入促進にもつなげられるのではとのアイデアが挙げられています。

若手職員が実現したい未来の取組み

■外国人向けの就活セミナーや、デジタル技術による言語が違ってもスムーズな会話ができる取組みなど、国の動向を注視しながら外国人人材の活用を促進します。
■学生向けオープンファクトリーを充実させ、学生に企業理解の機会を提供するとともに企業認知度を高め、地元で就職を希望する若者の増加につなげます。
■公務員も含め、副業を促進することにより、働き手の確保につなげます。

主な取組み

1 人材の確保

■市内企業への就職を促進し人材確保に寄与する補助制度などにより、若い世代の定住促進を図ります。
■就職面接会やセミナー開催、シニア向け仕事説明会などにより企業人材の確保を支援し、企業などと求職者のマッチングに取り組みます。
■労働セミナーなどを開催し、雇用や労働に関する法令や問題発生時の解決に向けた方策、労働市場の現状などについて情報提供します。
■小中学生を対象とした職業体験やキャリア教育など、若年世代へ市内企業の魅力などを周知することにより、市内企業への愛着を高め、将来的な人材確保につなげます。

市の主な事業
★企業人材確保奨学金返還支援事業
★企業人材確保新規就職者支援補助事業
★就職面接会の実施
★労働セミナーの実施

地域・民間の主な取組み
★人材確保への取組み
★快適な職場環境づくり
★労働意欲向上のための人材育成

KPI	現　状（令和７年度）	前期目標（令和11年度）	中期目標（令和15年度）	後期目標（令和19年度）
セミナー・面接会等行事の延べ参加者数	186 人	204 人	222 人	240 人
市内企業と連携した小中学生の職業体験などの取組み実施回数	23 回	30 回	40 回	50 回

2 雇用の安定

■市内中小企業に勤務する従業員の福利厚生の充実を図るため、中小企業勤労者福祉共済センターの事業内容の充実や会員拡大、中小企業退職金共済掛金補助制度など、長期雇用・安定就労につながる支援制度の充実により、企業などの離職防止や雇用の創出を支援します。
■企業などのニーズに応じて、労働力の拡大が期待される高齢者や外国人などを活用できるよう企業の人材確保や雇用継続を支援します。
■貝塚市と貝塚商工会議所の共催により、優秀な従業員の定着や勤労意欲の向上を図り、市全体の活性化につながることを目的として、貝塚市優良事業所・優良従業員表彰を実施します。

市の主な事業
★勤労者福祉共済事業
★中小企業支援事業
★貝塚市優良事業所・優良従業員表彰

地域・民間の主な取組み
★福祉共済センターへの加入
★中小企業退職金共済制度への加入
★かいづか国際交流協会「日本語サロン」などの外国人への支援

KPI	現　状（令和７年度）	前期目標（令和11年度）	中期目標（令和15年度）	後期目標（令和19年度）
貝塚市優良事業所・優良従業員表彰件数	89 件	100 件	110 件	120 件

施　策

19 移住・定住の促進

めざすまちの姿

本市ならではの地域資源を活用した積極的なシティプロモーションにより、貝塚市に関心を持っていただいた市内外の人が集まり、各所でにぎわいが創出されています。大都市に近い地の利を活かし、郊外での体験型レジャーや市民農園などを活用した週末農業など自然に恵まれた本市の魅力に何度も触れていただくことで、本市に関心を持った都市部に住む人たちが、本市で住みたいと考えるようになり、移住・定住する人が増えるまちとなっています。



成果指標

指　標	現　状（令和７年）	前期目標（令和 11 年）	中期目標（令和 15 年）	後期目標（令和 19 年）
人口の社会増減（直近５年累計）	△ 1,927 人	△ 500 人	△ 330 人	5 人

主な現状と課題

■本市の人口は平成21年（2009年）をピークに減少が続き、社会増減に関しては転出超過が続いていましたが、定住促進住宅取得及び結婚新生活支援補助事業などにより、令和５年（2023年）には外国人就労者の転入増もあり転入超過に転じており、この傾向を一時的なものではなく持続的なものにする取組みが必要です。
■持続可能なまちをめざし、定住人口を増加させるために、まずは本市の知名度を上げ、本市を訪れる交流人口を増やし、さらに継続的に本市を応援いただける関係人口を増やしていくことが必要です。
■本市に関心や関わりを持つ人口を増加させ、行ってみたい、住みたいと思われるまちをめざすため、本市の自然・歴史・文化などの地域資源を再発見、再構築、新たな魅力の造成と、積極的な情報発信が必要です。

関連する市民意見、統計資料

■男女とも移動が活発な10～20歳代において転出超過傾向となっています。
■本市の空き家数は令和５年（2023年）までの20年間で約1.4倍に増加しており、空き家率は14.8％となっています。若者ワークショップでは空き家の利活用に関する意見が多く挙げられました。
■若年世帯への住宅取得支援制度活用による市内定住・転入世帯数や、空き家バンク制度の活用による契約成立件数は、当初目標としていた数値を達成しています。
■市民アンケート調査・中学生アンケート調査ともに、本市に「住み続けたい」という回答が約６割となっています。理由としては「住み慣れており地域に愛着がある」「海や山などの自然環境に恵まれている」との回答が多く挙げられています。
■若者ワークショップでは、観光目的の来訪から交流人口の拡大を図り、定住につなげるアイデアが挙げられています。

若手職員が実現したい未来の取組み

■駅前への大規模保育園の設置などの子育て支援や教育力の向上、公共交通の充実、若年世帯の転入に対する補助の大幅な強化、安全・安心な地域としてのイメージアップなど、若者にとっての魅力を高めます。
■住宅地や大規模マンション開発など、移住・定住の受皿確保を促進します。

関連する分野別計画　貝塚市住生活基本計画／貝塚市観光振興ビジョン／貝塚市子ども・子育て支援計画

主な取組み

1 本市の知名度向上と魅力発信による関係人口の増大

■市民の関心をひくよう工夫を凝らして発信することにより、本市の魅力を再発見するとともに、市民の市への愛着（シビックプライド）を醸成します。
■市の魅力を継続して発信し、交流人口の増加につなげるとともに、市民が積極的かつ能動的にまちづくりに参画することにより、行ってみたい、住みたいと思われるまちづくりを進めます。外国人の方に向けた多言語による発信の充実を図ります。
■三大都市圏内でも身近に自然豊かな住環境を楽しめるまちとして、自然に恵まれた「住むのにちょうど良い」本市の魅力を積極的に発信し、継続的な来訪につなげることで関係人口の増加に努めます。

市の主な事業
★市公式SNSを使った情報発信
★かいづか応援倶楽部
★「一般社団法人かいづかブランド推進機構」によるシティプロモーションにおける取組み
★居住継続などに係る市民意識調査

地域・民間の主な取組み
★古民家などを活用した店舗・宿泊施設などの整備
★イベントの開催（ふれあい市・春フェスタなど）

KPI	現　状（令和７年度）	前期目標（令和 11 年度）	中期目標（令和 15 年度）	後期目標（令和 19 年度）
住み続けたい方の割合	58.2%	60.0%	65.0%	70.0%
かいづか応援倶楽部会員数（累計）	798 人	1,200 人	2,000 人	3,000 人

2 既存住宅の利活用の促進

■本市への移住を検討する方に対して、空き家を活用した「お試し居住」の提案など、様々なニーズに対応できるよう空き家バンクに登録する物件の増加に努めます。
■空き家プラットフォームにより、官民連携で良質な既存住宅のPR強化・販売促進に取り組み、既存住宅の流通促進と空き家発生の予防を図ります。
■マンション管理計画認定制度の周知啓発に努め、マンションの適正管理を推進し、住宅の質の向上を図ります。

市の主な事業
★空き家バンク事業
★空き家プラットフォーム

地域・民間の主な取組み
★セミナー開催

KPI	現　状（令和７年度）	前期目標（令和 11 年度）	中期目標（令和 15 年度）	後期目標（令和 19 年度）
空き家プラットフォームによる成約件数（累計）	―	5 件	10 件	15 件

3 移住・定住支援の充実

■若年世帯などが本市に住宅を新築・購入する場合に一定の補助を行い、市内への転入と定住を促進します。また、働く環境を含め若年世代が暮らしやすいまちであるPRを積極的に行い、Uターンを含め若年世代の定住を促進します。
■多様化する市民ニーズを適切に把握し、時勢に合わせた定住支援制度を検討します。
■新婚家庭が本市で新生活を開始する場合に住居費などの一部を補助し、本市での結婚新生活と定住を促進します。
■子育て支援策、子どもの居場所づくりなどに取り組み、子育てを楽しめるまちとして積極的なシティプロモーションを実施し、子育て世帯の定住につながる取組みを進めます。

市の主な事業
★定住促進住宅取得補助事業
★結婚新生活支援補助事業
★子育て支援事業

地域・民間の主な取組み
★イベント開催（移住・定住フェアなど）
★不動産業者などによる本市補助事業と移住支援金（国補助金）の併用の周知

KPI	現　状（令和７年度）	前期目標（令和 11 年度）	中期目標（令和 15 年度）	後期目標（令和 19 年度）
定住促進住宅取得補助制度を活用し市内に転入・定住した世帯人数（直近４年累計）	1,064 人	1,080 人	1,100 人	1,120 人

施　策

20 観光の振興

めざすまちの姿

関西国際空港に近い立地であることに加え、国際環境認証ブルーフラッグの認証を受けた二色の浜、歴史ある寺内町や水間門前町、浜手と山手を結ぶ水間鉄道などの魅力ある地域資源の磨き上げと効果的なプロモーションを行うことで、本市の知名度及び地域価値が向上し、交流人口・関係人口が拡大しています。



成果指標

指　標	現　状（令和７年度）	前期目標（令和 11 年度）	中期目標（令和 15 年度）	後期目標（令和 19 年度）
観光消費額	2,580 百万円	2,970 百万円	3,500 百万円	5,400 百万円

主な現状と課題

■観光関連施策を通じて交流・関係人口を増やすためには、市民自身が本市の魅力に気づき、誇りが持てるまちをめざして、魅力ある地域資源を生み出すことが必要です。
■本市はコンパクトな市域にポテンシャルの高い地域資源が散見されるものの、観光資源としての開発は進んでおらず、多くの地域資源が手付かずのままです。
■市民自身がまちの魅力に気づきわがまちへの愛着や誇りを育むため主体的に取り組む「既存の地域資源の磨き上げ」「魅力ある新たな地域資源の創出」が必要です。
■魅力ある地域資源に触れる「商品づくりと機会づくり」が必要です。
■公民連携による「観光インフラづくり」や貝塚の隠れた魅力と新たな魅力を市内だけでなく、市外・国外に情報発信するための「体制づくり」が必要です。

関連する市民意見、 統計資料

■本市の観光・宿泊施設の延べ利用人数を見ると、コロナ禍以前の日本人の利用者は約160万人前後で推移していましたが、市内には宿泊施設が僅かしかないため、大部分が日帰り観光となっています。
■着地型観光ツアー（体験型プログラム）の造成に努めており、体験型メニューの参加者は目標値を上回っています。また、関西国際空港以南の市町と連携した観光ツアーの参加者数も同様に、目標値を上回っています。
■市民アンケート調査では、貝塚市を象徴するものとして「二色の浜（海水浴場）」「水なすや木積のたけのこなどの農産物」「水間寺や愛染堂（恋人の聖地）」が高くなっています。
■職員アンケート調査では、10年後の貝塚市の将来像について「観光客を呼び込むまち」という意見が多数挙げられています。

若手職員が実現したい未来の取組み

■観光型MaaSによる交通の利便性の向上や宿泊施設の拡大、大手アウトドアブランドによるキャンプ場・販売の複合施設の整備など、観光資源の充実を図ります。
■水鉄を移動手段として沿線の周辺エリアを巡り、食を全面的に押し出した観光PRなど観光メニューの充実を図るとともに、PRを仕事とするコーディネーターの確保を図ります。

主な取組み

1 観光客誘致の強化

■観光案内所（まちの駅かいづか）において、多言語での観光案内を行うとともに、特産品の販売や休憩スペースの提供を通じ、市内外の来訪者が立ち寄りやすい観光拠点としての機能を強化します。
■地域の観光・ビジネス・産業の活性化の取組みを盛り上げ、昼もにぎわうまちをめざす一般社団法人かいづかブランド推進機構や貝塚観光ボランティアガイド協会との連携を強化します。
■関西国際空港との近接性という地理的特性を活かし、本市の魅力ある地域資源を国際的な視点から発信し、より広域的な誘客の可能性を高める取組みを推進します。
■大都市圏にありながらも海と山を有する本市の特性を活かし、海から山までの観光を楽しんでいただけるよう、空港や周辺自治体、関係機関などとの連携のもと、来訪者が本市へ自然に足を運びたくなるような導線や拠点の構築など、回遊性を意識した観光の受入環境の向上に取り組みます。
■市内回遊観光に関する情報発信を強化し、訪問観光客がより多くの場所に足を運び、観光消費額が拡大するように取り組みます。
■増加するインバウンドへ向けた情報発信の充実・強化及び啓発に取り組みます。

市の主な事業
★観光振興事業
★ブランディングシティープロモーション事業

地域・民間の主な取組み
★ボランティアガイドの育成と活用による観光案内サポート
★地元事業者の店舗内での外国語表示などの受入体制の強化
★一般社団法人かいづかブランド推進機構によるインバウンド向けの情報発信の充実・強化

KPI	現　状（令和７年度）	前期目標（令和 11 年度）	中期目標（令和 15 年度）	後期目標（令和 19 年度）
本市を訪問した延べ観光客数	860 千人	900 千人	1,000 千人	1,500 千人
本市を訪問した観光客の一人あたりの観光消費額	3,000 円	3,300 円	3,500 円	3,600 円

2 観光関係団体との連携による地域一体型の観光振興

■貝塚市観光協会、一般社団法人かいづかブランド推進機構、貝塚観光ボランティアガイド協会、KIX泉州ツーリズムビューローなどと連携し、地域資源の魅力を高める取組みを通じて効果的な誘客を推進します。
■観光施設や事業者の自発的な取組みを促進するための調整・支援を行い、地域全体での観光受入体制を整備します。

市の主な事業
★貝塚市観光協会の組織強化
★推進体制の構築と外部連携・進捗管理

地域・民間の主な取組み
★各団体によるツアーやモデルコースなどの造成・発信
★オープンファクトリーを通じた産業観光の振興

KPI	現　状（令和７年度）	前期目標（令和 11 年度）	中期目標（令和 15 年度）	後期目標（令和 19 年度）
一般社団法人かいづかブランド推進機構が実施する着地型観光ツアー延べ参加者数	265 人	300 人	400 人	500 人

関連する分野別計画　貝塚市観光振興ビジョン

施　策

21 歴史遺産の保存と活用

めざすまちの姿

本市の貴重な歴史遺産の保存と活用に、行政、所有者、地域住民・団体などが協力して取り組んでいます。この取組みを通じて郷土への愛着や誇りが育まれ、地域コミュニティが活性化するとともに、本市の歴史・文化がまちの魅力として内外に広がり、多くの人でにぎわっています。



成果指標

指　標	現　状（令和７年度）	前期目標（令和 11 年度）	中期目標（令和 15 年度）	後期目標（令和 19 年度）
歴史や文化の継承と活用に関する施策の満足度（満足・やや満足）	14.1%	20.0%	25.0%	30.0%

主な現状と課題

■本市は豊かな歴史・文化に恵まれ、貴重な歴史遺産が数多く遺されていますが、市民には十分知られていません。
■歴史遺産を通じて、郷土への愛着や誇りを育むとともに、地域の魅力向上や活性化を図るため、自然遊学館や善兵衛ランドなどの関係文化施設とも連携し、普及啓発の取組みを進めることが必要です。
■生活様式の変化や少子高齢化、人口減少によって、これまで歴史遺産を守り伝えてきた所有者や地域コミュニティの後継者不足が深刻となっています。本市の歴史遺産をこれからも守り伝えるために、歴史遺産の保存と活用のための人づくり、仕組みづくりに取り組むことが必要です。
■市内には、まだ知られていない歴史遺産が多く遺されていると考えられます。こうした歴史遺産が人知れず失われることがないよう、調査によって掘り起こしを行い、その価値と魅力を明らかにするとともに、重要なものについては文化財として指定・登録を行うことで保存を図る必要があります。

関連する市民意見、 統計資料

■本市は自然遊学館、善兵衛ランド、コスモスシアター、市民図書館、教育研究センターなどの生涯学習施設や文化施設、教育施設を有しています。また、本市には国・府・市指定などの文化財が153件あり、まだ指定されていない文化財は現在把握しているだけで6,600件以上となっています。
■「貝塚学」受講者数は令和６年度（2024年度）で約4,300人であり、目標を上回っています。
■小中学生アンケート調査では、市のことをあまり知らない人に貝塚のことを説明するとき、どんなことを話題にするかについて「だんじり」「水間寺」などの本市の歴史・文化に関する割合が高くなっています。
■小中学生アンケート調査では、貝塚市が好きな理由について「だんじり／太鼓台／祭り」が多く挙げられています。

若手職員が実現したい未来の取組み

■寺内町、水間門前町の活性化を図るとともに、フォトコンテストなどを開催し歴史的価値を発信することにより、歴史に興味のない人も簡単に知ることができるようにします。

主な取組み

1 歴史遺産を守る取組みの推進

■本市の歴史遺産を掘り起こし、その価値と魅力を明らかにするための調査を継続的に実施します。
■重要な価値が認められた歴史遺産について、所有者や地元団体などと連携して文化財指定や登録を進め、確実な保存を図ります。
■本市の歴史遺産を市民に向けて広く発信することにより、市民自らが歴史遺産を地域の宝として認識し、継承する機運を醸成します。

市の主な事業
★歴史遺産の調査と情報発信
★保存のための所有者などへの支援
★文化財指定・登録の推進

地域・民間の主な取組み
★調査・保存への協力
★伝統行事をはじめとする地域の歴史遺産の継承

KPI	現　状（令和７年度）	前期目標（令和 11 年度）	中期目標（令和 15 年度）	後期目標（令和 19 年度）
文化財指定・登録の件数（累計）	153 件	161 件	169 件	177 件

2 歴史遺産の保存・活用のための人づくり・仕組みづくりの推進

■あらゆる世代の方に歴史遺産の保存と活用の担い手となっていただけるよう、本市の歴史・文化に触れる取組みを進めます。
■行政、所有者・管理者、関係団体などが連携し、地域総がかりで歴史遺産の保存と活用に取り組む仕組みをつくります。

市の主な事業
★展示会、講演会、講師派遣
★貝塚学こども講座、小学校巡回展示
★行政、所有者・管理者、関係団体などによる協議会の設立

地域・民間の主な取組み
★歴史遺産の後継者の育成

KPI	現　状（令和７年度）	前期目標（令和 11 年度）	中期目標（令和 15 年度）	後期目標（令和 19 年度）
歴史遺産の保存と活用の延べ担い手数（所有者・管理者、伝統行事の保存会会員など）	2,101 人	2,200 人	2,350 人	2,500 人

3 歴史遺産を活用したまちづくりの推進

■歴史遺産の所有者・管理者や文化財の保存活用に取り組む団体、だんじりや太鼓台をはじめとする伝統的な祭礼の保存団体などと連携し、文化の振興による地域コミュニティの強化や市外との交流を支援します。
■歴史遺産を活用し、本市の歴史・文化を地域の魅力として広く発信することによって、にぎわいを創出します。
■歴史遺産の活用に協力くださる所有者・管理者、団体などの取組みを、人手の確保や各種補助金・助成金などの獲得支援、広報活動によってサポートします。

市の主な事業
★地域の歴史遺産をいかしたまちづくりや地域振興のためのイベントなどの支援
★本市の歴史・文化の情報発信
★歴史遺産の活用に協力いただける所有者・管理者、団体などの取組み支援

地域・民間の主な取組み
★町家などの歴史的建造物の活用
★地域の歴史遺産をいかしたまちづくりや地域振興のためのイベントなどの開催

KPI	現　状（令和７年度）	前期目標（令和 11 年度）	中期目標（令和 15 年度）	後期目標（令和 19 年度）
歴史遺産を活用したまちづくり・地域振興イベントなどの件数	3 件	8 件	12 件	15 件

関連する分野別計画　貝塚市教育大綱／貝塚市文化財保存活用地域計画／貝塚市観光振興ビジョン／貝塚市景観計画

施　策

22 まちの魅力の発信

めざすまちの姿

貝塚市の自然・歴史・文化などの魅力が広まり、観光客が気軽に立ち寄ってもらえる、魅力あふれる都市ブランドが確立されています。

市民自身が本市の魅力に気づき、誇りが持てるまちとなり、市民や事業者の主体的な取組みにより、既存の地域資源の磨き上げや新たな魅力資源の創出が行われています。



成果指標

指　標	現　状（令和７年度）	前期目標（令和 11 年度）	中期目標（令和 15 年度）	後期目標（令和 19 年度）
市公式 SNS のフォロワー数（累計）	24,839 人	26,000 人	28,000 人	30,000 人

主な現状と課題

■交流人口・関係人口・定住人口の増加に向けた自治体間競争が激化しており、まちの特徴や魅力に付加価値を見出す都市ブランドの確立や、それらを全国に発信するシティプロモーションの取組みが盛んになっています。
■本市では、イメージキャラクター「つげさん」を使って、市の魅力発信に努めています。
■一般社団法人かいづかブランド推進機構のInstagram「Discover Kaizuka」による多言語での観光情報の発信や、多言語化アプリの導入による広報紙などの多言語化、かいづか応援倶楽部の会員証のデジタル化が始まったところです。
■今後は、貝塚市の認知度をさらに高めるための取組みが必要です。
■市内の団体などとも連携して、市のにぎわいづくり、魅力を発信する取組みが必要です。

関連する市民意見、統計資料

■市民を含め、広くまちの魅力を認識いただけるよう、「KAIZUKA Glowing DRONE CUP」「デジタルアートフェスin水間観音」などの新たなイベントにも多機関との連携のもと取り組んでいます。ドローンフィールドは令和５年（2023年）で約200回の利用があり、当初目標を上回っています。
■小中学生アンケート調査では、市を象徴するものとして「つげさん」が高くなっています。
■アンケート調査では、全世代を通じて「だんじり」が重要かつ誇るべき伝統行事として認識されていることがうかがえます。
■まちの魅力の向上に向けて、若者ワークショップからは、空き家や今ある施設をリニューアルして、新たな交流の場や、子どもの遊び・学び・居場所につながる場をつくるアイデアが多く挙げられました。また、学生や若い世代がイベントや交流の場づくりに関わり、SNSなどを通じてPRを行うアイデアも挙げられており、市民がまちづくりに関わりながら市の魅力を再確認する機会の充実が求められます。

若手職員が実現したい未来の取組み

■SNS担当職員、部署の配置や、生成AIや時代に合わせた新しいSNSの活用など魅力発信の強化を図ります。

関連する分野別計画　貝塚市観光振興ビジョン

主な取組み

1 情報発信の強化

■市民だけでなく、市外や世界に向け、市の公式Instagramをはじめ、様々な媒体を使って、観光も含めた魅力的な市の情報を積極的に発信します。また、外部研修の受講などにより、職員の知識・能力の向上を図り、発信体制を強化します。
■市の公式InstagramなどSNSのフォロワー数を増やし、PRにも努めます。
■かいづか応援倶楽部を活用して、交流人口・関係人口の増加を図ります。
■ウェブサイトの多言語対応を進め、利便性を高めます。
■市外で開催される様々なイベントに積極的に出展し、特産物や観光PRなど、市の魅力を幅広く発信します。

市の主な事業
★Instagram・Facebook・YouTubeなどによる、観光も含めた市の情報の発信と多言語化
★観光振興事業
★ブランディングシティプロモーション事業

地域・民間の主な取組み
★市民カメラマン
★貝塚市観光大使・貝塚市PRアンバサダー

KPI	現　状（令和７年度）	前期目標（令和 11 年度）	中期目標（令和 15 年度）	後期目標（令和 19 年度）
市公式 Instagram・Facebook・YouTube 投稿数	717 本	800 本	900 本	1,000 本
市外イベント出展回数	23 回	30 回	35 回	40 回

2 知名度向上と応援者の拡大

■かいづか応援倶楽部の会員増加と機能の充実に取り組みます。情報の受け手側に対して、情報を知りたいと思わせ、本市の情報を検索してもらえるような取組みを進めます。
■応援者同士の交流など、本市を継続的に応援していただける取組みを進めます。
■貝塚市PRアンバサダーを通じた魅力発信に取り組みます。
■市民自身が本市の魅力に気づき、誇りを持って本市のことをＰＲしていただけるような仕組みづくりを進めます。

市の主な事業
★かいづか応援倶楽部
★市公式SNSのアカウントの活用

地域・民間の主な取組み
★つげさんポイントの活用
★かいづか応援倶楽部への加入
★民間事業者による貝塚市をPRする商品の開発

KPI	現　状（令和７年度）	前期目標（令和 11 年度）	中期目標（令和 15 年度）	後期目標（令和 19 年度）
かいづか応援倶楽部会員数（累計）	798 人	1,200 人	2,000 人	3,000 人
貝塚市 PR 協力者数（累計）	261 人	400 人	700 人	1,000 人

3 イメージキャラクター「つげさん」を活用した取組み

■市イメージキャラクター「つげさん」によるPR活動に取り組み、キャラクターを通じた愛着と市への誇りを育て、市政や地域の魅力への関心を高めます。「つげさん」による活動や発信を強化します。
■貝塚市まちづくり推進委員会や民間事業者によるつげさんグッズの作成・販売を強化します。

市の主な事業
★「つげさん」によるPR事業
★市主催行事などでの「つげさん」の出演

地域・民間の主な取組み
★地域行事での「つげさん」の活用
★つげさんグッズの販売

KPI	現　状（令和７年度）	前期目標（令和 11 年度）	中期目標（令和 15 年度）	後期目標（令和 19 年度）
「つげさん」が市のイメージキャラクターにふさわしいと考える方の割合	―	70.0%	80.0%	85.0%