

# 貝塚市観光振興ビジョン

---

水間鉄道で結ぶ

ええとこ！うまいもん！おもてなし！

人が出会い巡り合うまち、かいづか

貝塚市 | 令和5年6月策定

## はじめに

観光には重要な3つのポイントがあります。

一つは“名所”、一つは“おいしいもの”、もう一つは“おもてなし”です。本市には水間寺をはじめ、願泉寺を中心とする寺内町などの歴史的建造物、白砂青松の二色の浜や天然記念物である和泉葛城山のブナ林、運転体験ができるローカル鉄道「水間鉄道」など名所が数多くあります。また豊かな自然環境で育った水ナスやタケノコをはじめとするおいしい食べ物があり、貝塚観光ボランティアガイド協会の皆様がおもてなしの心で来訪者のかたに市内の観光ガイドを行っています。



しかしながらこのようなポテンシャルのある地域資源や観光振興に係る活動が十分認知されず、観光客の滞在時間が短く経済効果が小さいことなどが課題となっています。

こうした状況の中、本市の魅力を磨き上げ、PRすることで、本市への来訪者を増やし、さらには本市を好きになってもらい、継続的に応援していただく人口を増やすため、観光施策の基本的理念と方向性を定める観光振興ビジョンを策定しました。

今後このビジョンを具体的に進めていく上でポイントとなる“名所”に関しては、現在、良好な景観形成を図るための景観計画の策定を予定しているほか、本市に所在する多数の文化財を観光にも積極的に活用するため、文化財保存活用地域計画を策定中であり、地域資源の価値に気付き、対外的にPRする仕組みを作り出そうとしているところです。

そして、“おいしいもの”に関しては、本市特産の食材を使い、工夫を凝らした加工品が農産物生産者自らの手によって数多く開発されているほか、調理製菓専門学校とタイアップし、食材の良さを引き立てるメニュー開発などに取り組んでいます。

さらには、心のこもった“おもてなし”で来訪者に貝塚を好きになっていただけるよう、貝塚商工会議所や貝塚青年会議所などと連携し、旅行商品の開発を進めてまいります。また、高齢のかた、障害のあるかたをはじめ、皆さんに気軽に来て楽しんで頂けるように観光と福祉の連携を打ち出していけないかと考えております。加えて、大阪・関西万博の開催を控え訪日外国人が移動や宿泊の際にストレスフリーで旅行が楽しめる環境整備について、鉄道事業者や本市観光施設と連携して取り組んでまいりたいと考えています。

今後ビジョンを着実に推進するためには、観光に携わる関係者が課題認識を共有し、それぞれの特性を活かした役割分担の中で取組みを進めることが重要です。そのうえで、本ビジョンに沿った計画的な観光振興により、交流・関係人口の増加に繋げてまいります。

結びに、策定委員会委員各位をはじめ、市民ワークショップ参加者の皆様や、各種ヒアリングやパブリックコメントにて貴重なご意見をお寄せいただきました皆様に心よりお礼申し上げます。

令和5年6月 貝塚市長 酒井 了

## 目次

第1章 貝塚市観光振興ビジョン策定の背景と目的.....	1
1. ビジョン策定の背景と目的.....	1
2. ビジョンの期間.....	2
3. 上位・関連計画との位置付け.....	2
4. ビジョン策定までの流れ.....	2
第2章 貝塚市の観光を取り巻く現状.....	3
1. 外部環境 .....	3
2. 内部環境 .....	11
第3章 貝塚市の観光の課題.....	19
1. SWOT分析 .....	19
2. 課題 .....	20
第4章 貝塚市の観光の将来像と戦略.....	21
1. 将来像 .....	21
2. ターゲット攻略のフェーズ想定.....	22
3. 将来像を実現するための4つの戦略.....	23
第5章 リーディングプロジェクト (LP) .....	25
第6章 推進管理体制.....	29
1. 推進体制 .....	29
2. 推進管理 .....	32
貝塚市観光振興ビジョン策定の経緯.....	33

# 第 1 章 貝塚市観光振興ビジョン策定の背景と目的

---

## 1. ビジョン策定の背景と目的

本市は、関西国際空港に近接する大阪府の南部に位置し、大阪市の中心部から約 30km、鉄道で約 30 分、関西国際空港から鉄道で約 15 分の場所に位置しています。市域には、願泉寺を中心に形成された寺内町の歴史的建造物の町並み、厄除けで賑わう名刹の水間寺や国宝の観音堂を有する孝恩寺や太鼓台祭り、だんじり祭りといった伝統行事など、数多くの歴史や文化が息づく地域資源が残されています。また、国の天然記念物であるブナ林を育む和泉葛城山や、紀貫之の土佐日記に記された白砂青松の砂浜の二色の浜、そして「日本の夕日百選」に認定されている二色の浜の夕日など、自然環境にも恵まれています。交通インフラは、大阪市内中心部から関西国際空港及び和歌山を結ぶ南海電鉄と JR 阪和線が横断しており、2025（令和 7）年に開業 100 周年を迎える水間鉄道が縦走しています。

本市は、1964（昭和 39）年の東京オリンピックで活躍した女子バレーボールチーム

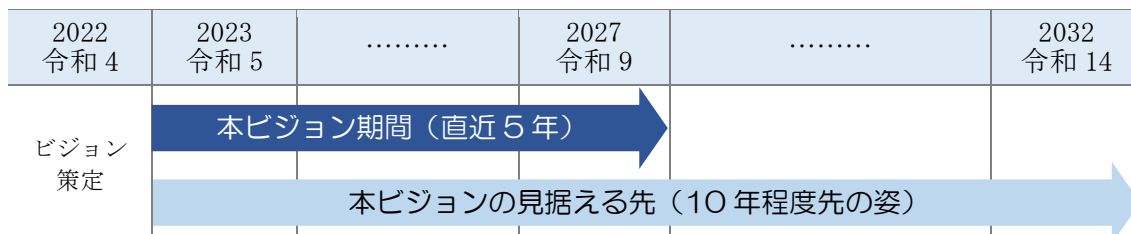
「東洋の魔女」で有名なニチボー貝塚に代表される繊維産業を中心に発展し、その後はベッドタウンとして人口が増加してきましたが、2009（平成 21）年をピークに減少に転じ、近年では減少のスピードも加速しており、今後、人口減少に伴う地域経済の縮小が危惧されています。

今後人口減少への対応や地域経済の維持・発展の対策として、交流人口・関係人口の増加に繋がる観光振興の取組が重要です。また、観光を通じてわが街の地域資源の価値を再発見することで、シビックプライドの醸成に繋がることが期待されています。

そこで本市では、「貝塚ならではのまちづくり」や「にぎわいのあるまちづくり」をめざすなか、その方策の一つとして観光振興を位置づけ、市民、事業者、関係団体、行政などが共通の認識を持ち、同じ方向で観光振興に取り組めるよう「貝塚市観光振興ビジョン（以下、ビジョン）」を取りまとめ、今後の本市の観光におけるめざすべき将来像などを示します。

## 2. ビジョンの期間

本ビジョンでは、貝塚市の観光のあり方について、概ね10年先の姿を見据えながら、まずは直近5年（2023（令和5）年度から2027（令和9）年度まで）のうちに取り組む目標と実施内容について策定しています。



## 3. 上位・関連計画との位置付け

本ビジョンは、「第5次貝塚市総合計画（2016（平成28）年度～2025（令和7）年度）」などの上位計画に即するもので、観光に関わる分野別計画として位置付けます。また、本市の土地利用や、都市計画の基本的方針を示す「貝塚市都市計画マスタープラン（2023（令和5）年度～2032（令和14）年度）」などの関連計画とも整合性を図ります。

## 4. ビジョン策定までの流れ

本ビジョン策定に当たっては、本市の観光に係る現状を把握するために、基礎調査として、観光に係る統計データや上位・関連計画などの整理、市内の観光関係者などを対象とした「ヒアリング調査」、また、市内に存在する埋もれた観光資源の可視化などを目的として、市民、事業者、関係団体などが参加する「市民ワークショップ」、さらに、めざすべき将来像や施策アイデア、リーディングプロジェクトなどを議論する場として、本市職員が参加する「ワーキンググループ」を開催しました。

ヒアリング調査や市民ワークショップ、ワーキンググループで聴取した意見などをもとに市民や事業者、観光関係者、有識者などで構成された「貝塚市観光振興ビジョン策定委員会（全4回）」で意見交換や合意形成を図り、本ビジョンの策定に至りました。



## 第2章 貝塚市の観光を取り巻く現状

### 1. 外部環境

#### (1) 社会動向

##### ① SDGs 達成に向けた機運の高まり

2015（平成 27）年の第 70 回国連総会において、「SDGs（持続可能な開発目標）」とともに、「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」が採択されました。SDGs では、17 の持続可能な開発目標と 169 の関連ターゲットから構成され、「地球上の誰一人として取り残さない」社会の実現をめざしています。



[出所] 国際連合広報センター ホームページ「SDGs のポスター・ロゴ・アイコンおよびガイドライン」

##### ② 気候変動問題への対応

2015（平成 27）年の第 21 回気候変動枠組条約締約国会議（COP21）で「パリ協定」が採択されました。同協定は気候変動問題に関する国際的な枠組みで、2020（令和 2）年以降の温室効果ガス削減に関する世界的な取り決めが示されました。日本においては、2050（令和 32）年までに温室効果ガス排出を実質ゼロにすることが掲げられています。

また、2021（令和 3）年の国連気候変動枠組条約第 26 回締約国会議（COP26）では「観光における気候変動対策に関するグラスゴー宣言」が発表されました。同宣言では、観光部門が気候変動対策を加速し、観光産業における CO2 排出量を 2030（令和 12）年までに半減、2050（令和 32）年までに実質ゼロにする「ネットゼロ・エミッション」が掲げられています。

##### ③ デジタル社会の実現に向けた取組の推進

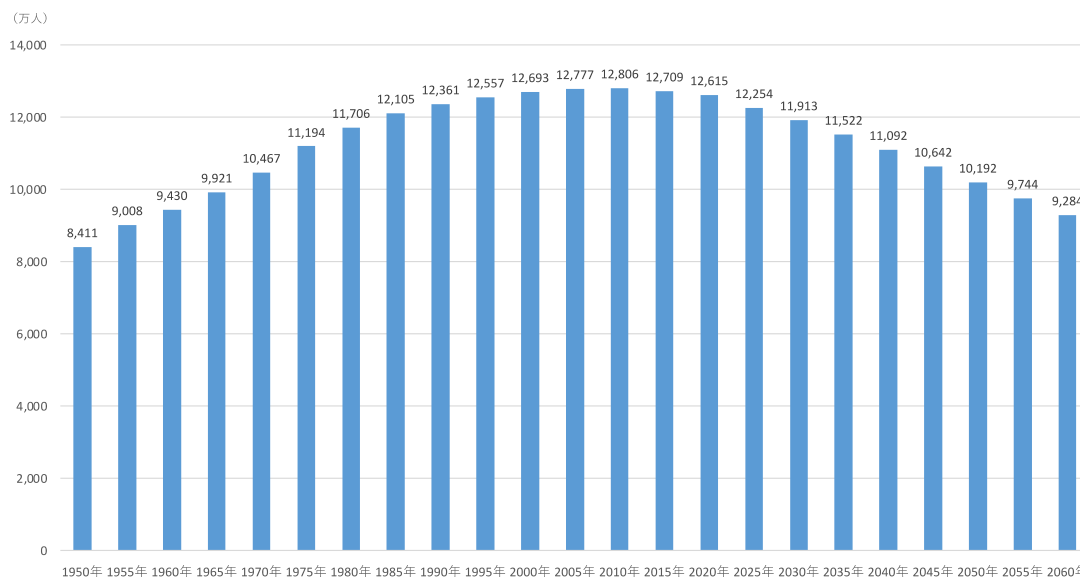
スマートフォンの普及や、AI や IoT 等のデジタルテクノロジーの浸透が進み、経済・社会のデジタル化が進展しています。政府においては、2021（令和 3）年に「デジタル田園都市国家構想」が発表され、「新しい資本主義」実現に向けた成長戦略として、デジタル社会の実現が重要な柱に位置付けられています。

また、観光分野においては、旅行者のキャッシュレス決済データを用いたマーケティング活動や、VR や AR 等の XR 技術を用いた観光コンテンツの形成、ビッグデータによる市場分析など、観光体験を豊かにする観光 DX の推進が必要とされています。

#### ④ 人口減少社会の到来

日本の総人口は、2008（平成20）年の約1.28億人をピークに減少を続け、2060（令和42）年は約9,284万人と予測されています。こうした本格的な人口減少社会の到来により、将来的には国内旅行需要の停滞の可能性が懸念されています。

日本の総人口の推移



[出所] 総務省「国勢調査」及び国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成29年集計）」

[注] 2025年以降は推計値

#### ⑤ 旅行スタイルの変化

新型コロナウイルス感染症の影響により、長距離移動の自粛が求められる中、近隣地域内での観光を楽しむ「マイクロツーリズム」が進展しました。

また、テレワークの普及により、新しい働き方として、観光地やリゾート地などで働く「ワーケーション」の関心が高まりつつあり、ワーケーションを活用した「働き方改革」と「地方創生」の動きも活発になっています。

#### ⑥ 大阪・関西万博の開催

2025（令和7）年4月13日～10月13日の184日間、「いのち輝く未来社会のデザイン」（Designing Future Society for Our Lives）をテーマに、2025年日本国際博覧会（略称：2025年大阪・関西万博）が開催されます。

大阪・関西万博は150カ国・地域及び国際機関25機関の参加を目標として、約2,800万人の入場者数が想定されており、大阪をはじめとした日本の魅力を世界に発信していく絶好の機会となります。



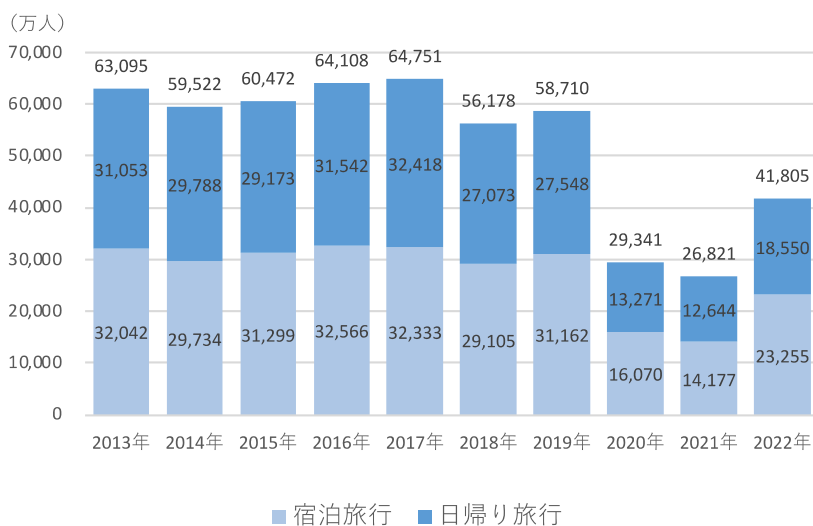


## ② 日本国内旅行者の動向

2019（令和元）年まで日本人国内旅行者数は約6億人前後で推移してきました。2020（令和2）年と2021（令和3）年は、新型コロナウイルス感染症の影響により、国内旅行者数は大きく減少しましたが、2022（令和4）年に入り、国内旅行者数は、約4.1億人を記録しており、観光需要が徐々に回復していることが伺えます。

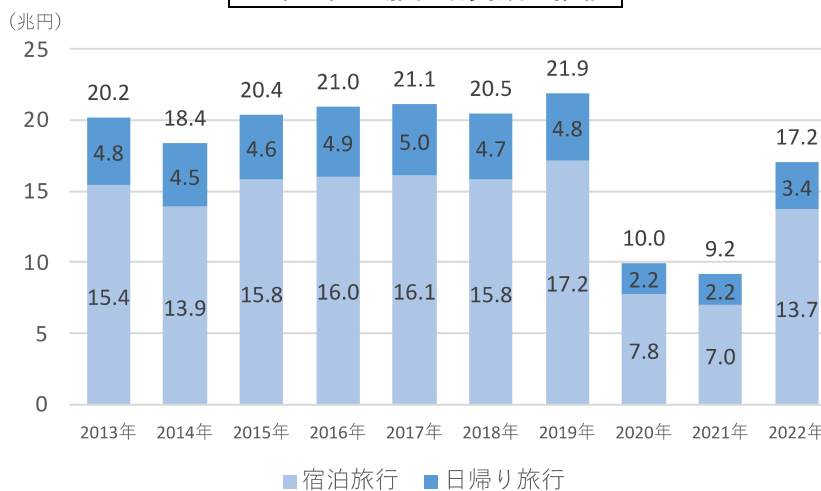
2019（令和元）年まで日本人国内旅行消費額は約20兆円で推移してきました。2020（令和2）年と2021（令和3）年は、新型コロナウイルス感染症の影響により、国内旅行者消費額は大きく減少しましたが、2022（令和4）年に入り、約17.2兆円を記録しており、こちらも同様に回復していることが伺えます。

日本人国内宿泊旅行延べ人数、国内日帰り旅行延べ人数の推移



[出所] 観光庁「旅行・観光消費動向調査」  
 [注] 2022年は速報値

日本人国内旅行消費額の推移



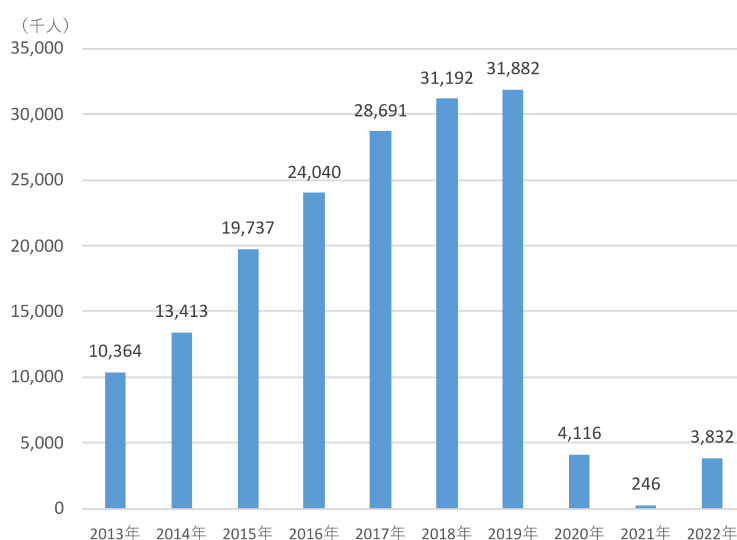
[出所] 観光庁「旅行・観光消費動向調査」  
 [注] 2022年は速報値

### ③ 訪日外国人旅行者の動向

訪日外国人旅行者数は、2019（令和元）年の約3,188万人をピークに、2020（令和2）年以降は、新型コロナウイルス感染症の影響により、訪日外国人旅行者数は大幅に減少しており、2022（令和4）年は約383万人を記録しています。

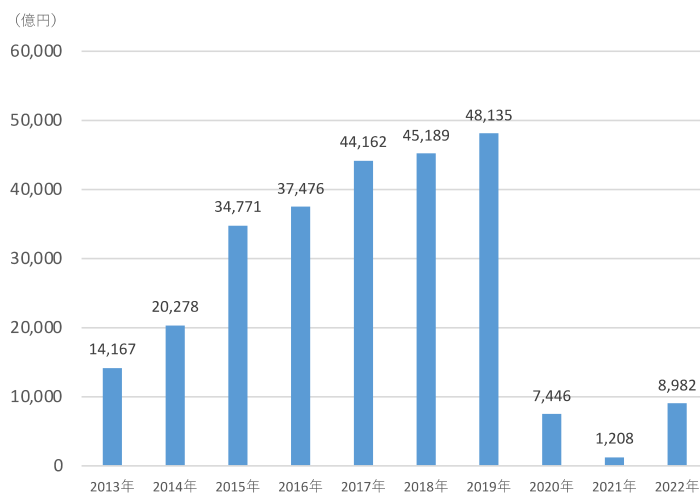
旅行消費額は、ピーク時の2019（令和元）年は約4.8兆円をピークに、2020（令和2）年以降は、新型コロナウイルス感染症の影響により、旅行消費額は大幅に減少しており、2022（令和4）年は約0.8兆円を記録しています。

訪日外国人旅行者数の推移



【出所】 日本政府観光局（JNTO）  
【注】 2022年は暫定値

訪日外国人旅行者による旅行消費額の推移



【出所】 観光庁「訪日外国人消費動向調査」  
【注】 2022年は、1-9月期（試算値）と10-12月期（1次速報値）の合算値

### (3) 大阪府の観光動向

#### ① 大阪府の観光政策

##### ■大阪府都市魅力創造戦略 2025（2022年3月）

大阪府では、新型コロナウイルス感染症の影響・状況を踏まえながら、観光需要を担う国内旅行の促進、インバウンド回復後に向けた基盤整備、さらには大阪・関西万博を見据えた大阪の新たな魅力を創出するために、「大阪都市魅力創造戦略 2025」を2022（令和4）年3月に策定しました。同戦略の計画期間は、2025（令和7）年度までで、内外からの誘客に関する数値目標などが定められています。

#### 内外からの誘客に関する数値目標

指標	目標値	達成をめざす時期
日本人延べ宿泊者数〔大阪〕	2,950万人泊 (2019年実績)	2025年
来阪外国人旅行者数	1,152.5万人 (2019年実績)	入国規制解除から2年後

〔出所〕大阪府「大阪都市魅力創造戦略 2025」

〔注1〕当面の間は、新型コロナウイルス感染症発生前の水準（2019年実績）を上回ることを目標としている

〔注2〕社会経済情勢等の変化に応じ、目標値、達成をめざす時期等については、柔軟に見直しを行う

##### ■大阪・関西万博に向けた関西観光アクションプラン（2022年6月）

近畿地方整備局・近畿運輸局・関西観光本部の3者は、55年ぶりに大阪で開催される「大阪・関西万博」を関西の観光・交通が復活する最大のチャンスと捉え、「大阪・関西万博に向けた関西観光アクションプラン」を2022（令和4）年6月に策定しました。

2022（令和4）年度に実施された代表的な事業として、泉州地域（貝塚市と岬町）と和歌山市の鉄道路線を活用した看板商品の創出事業が挙げられており、水間鉄道等のローカル鉄道を活用しながら、観光コンテンツ造成や商品開発、販路開拓が行われています。

#### 泉州地域・和歌山市の鉄道路線を活用した看板商品の創出事業

【大阪府貝塚市、岬町、和歌山市】

多様な観光メニューのひとつにマニアーツリズムがある。大阪府泉州エリア～和歌山市エリアにかけては、鉄道ファンにアピールできる沿線の魅力あふれるローカル鉄道が複数あり国内外から熱い支持を受けている（特に台湾やリピーター等）。運転体験を実施している水間鉄道・わかやま電鐵貴志川線をキーコンテンツとし、近接の南海電鉄多奈川線・加太線など単独ではアピールが難しい路線も巻き込みつつ、大阪府泉州エリア～和歌山市エリアを運行するローカル路線4線と周辺地域の観光資源を連携させたコンテンツ造成、商品開発、販路開拓を行う。

- 実施主体：KIX泉州ツーリズムビューロー / 関西エアポート
- 活用事業：地域独自の観光資源を活用した地域の稼げる看板商品の創出



列車の到着風景



実車での運転体験

〔出所〕国土交通省近畿地方整備局「大阪・関西万博に向けた関西観光アクションプラン」

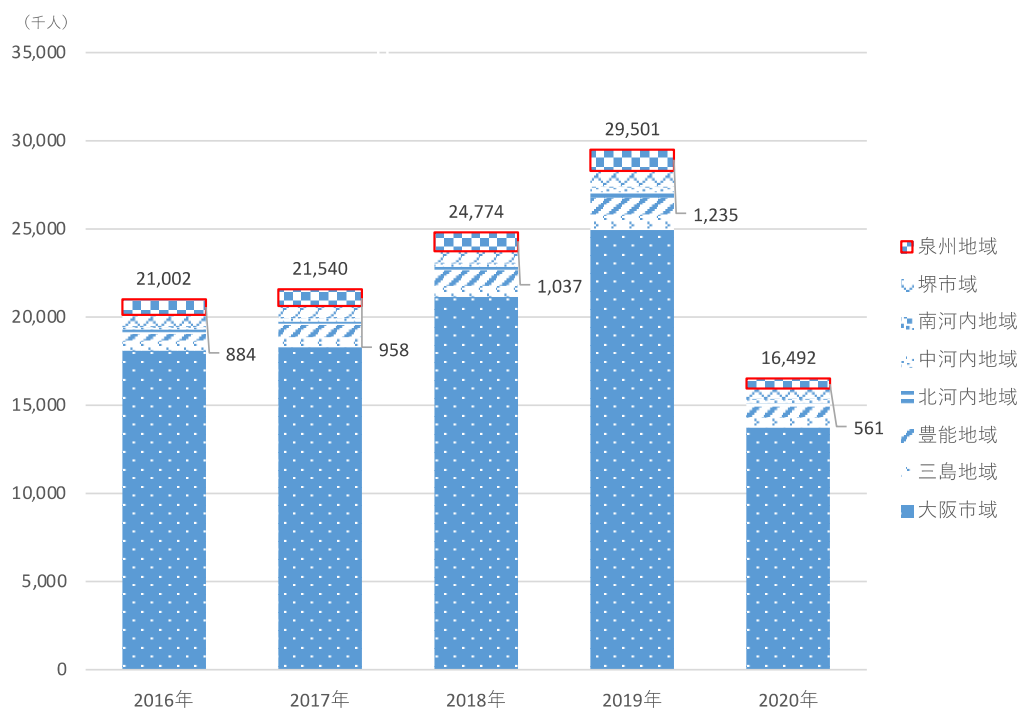
## ② 大阪府内旅行者の動向

### ■ 日本人宿泊者数

大阪府全体及び泉州地域における日本人宿泊者数は右肩上がりに推移し、2019（令和元）年は大阪府全体で約 2,950 万人、泉州地域で約 123 万人を記録しましたが、2020（令和 2）年は新型コロナウイルス感染症の影響により、大阪府全体で約 1,649 万人、泉州地域で約 56 万人まで減少しました。

大阪府全体からみた泉州地域の宿泊者数の割合は、2019（令和元）年で約 4.1%、2020（令和 2）年で約 3.4%となっており、いずれの年も大阪市域が大阪府の宿泊者数の大半を占めています。

大阪府地域別の日本人延べ宿泊者数の推移



[出所] 大阪府「観光統計調査」

[注] 三島地域：高槻市・茨木市・吹田市・摂津市・島本町

豊能地域：豊中市・池田市・箕面市・豊能町・能勢町

北河内地域：守口市・枚方市・寝屋川市・大東市・門真市・四條畷市・交野市

中河内地域：東大阪市・八尾市・柏原市

南河内地域：富田林市・河内長野市・羽曳野市・松原市・藤井寺市・大阪狭山市・太子町・河南町・千早赤阪村

泉州地域：泉大津市・和泉市・高石市・忠岡町・岸和田市・貝塚市・泉佐野市・泉南市・阪南市・熊取町・

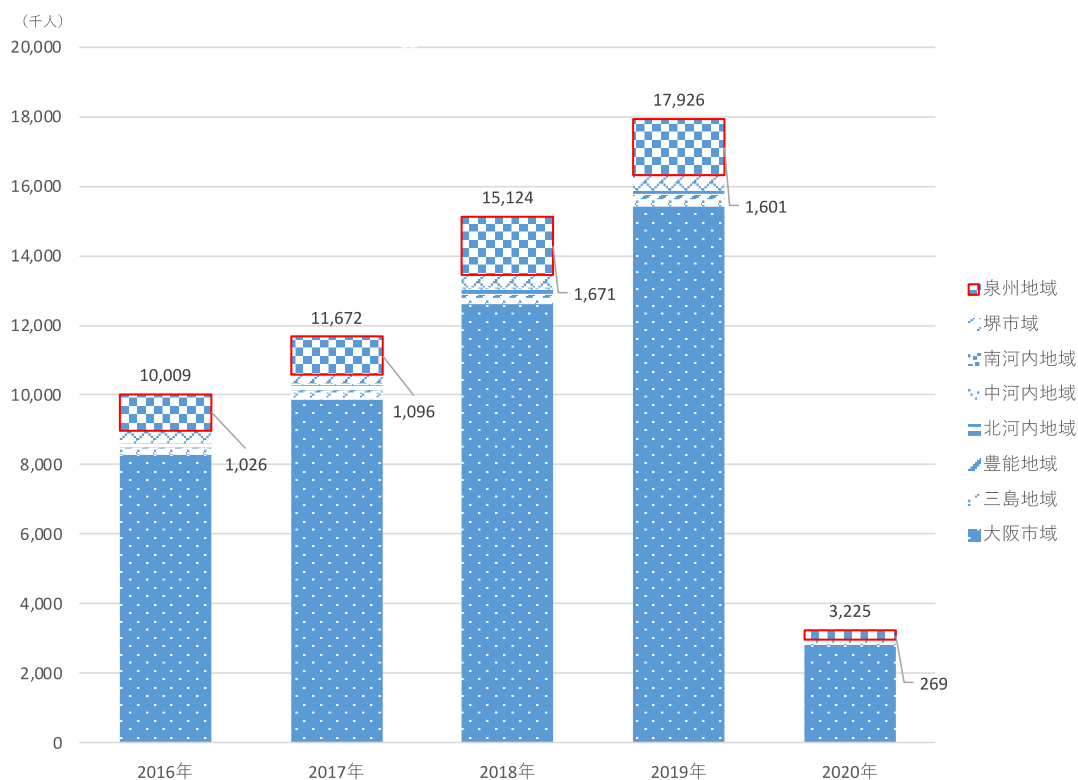
田尻町・岬町

## ■外国人宿泊者数

大阪府全体及び泉州地域における外国人宿泊者数は右肩上がりに推移し、2019（令和元）年は大阪府全体で約1,792万人、泉州地域で約160万人を記録しましたが、2020（令和2）年は新型コロナウイルス感染症の影響により、大阪府全体で約322万人、泉州地域で約26万人まで減少しました。

大阪府全体からみた泉州地域の宿泊者数の割合は、2019（令和元）年で約8.9%、2020（令和2）年で約8.3%となっており、いずれの年も大阪市域が大阪府の宿泊者数の大半を占めています。

大阪府地域別の外国人延べ宿泊者数の推移



[出所] 大阪府「観光統計調査」

[注] 三島地域：高槻市・茨木市・吹田市・摂津市・島本町  
 豊能地域：豊中市・池田市・箕面市・豊能町・能勢町  
 北河内地域：守口市・枚方市・寝屋川市・大東市・門真市・四條畷市・交野市  
 中河内地域：東大阪市・八尾市・柏原市  
 南河内地域：富田林市・河内長野市・羽曳野市・松原市・藤井寺市・大阪狭山市・太子町・河南町・千早赤阪村  
 泉州地域：泉大津市・和泉市・高石市・志岡町・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

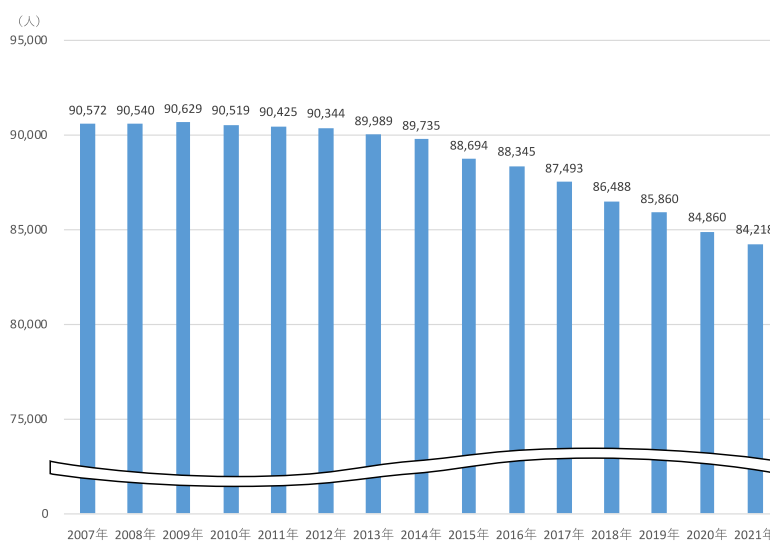
## 2. 内部環境

### (1) 貝塚市の概要

#### ① 人口推移

本市の人口は 2009（平成 21）年の 90,629 人をピークに、その後は減少に転じており、2013（平成 25）年は 9 万人、2020（令和 2）年は 8.5 万人を下回っています。

貝塚市の人口推移



[出所] 統計かいつか（令和 2 年度版より）

[注] 2021（令和 3）年の数値は、2021（令和 3）年 10 月 1 日の住民基本台帳の人口

#### ② 立地・交通アクセス

本市は、大阪市の中心部から南に約 30km、大阪市と和歌山市の間に位置しており、北は大阪湾、南は和泉葛城山を経て和歌山県紀の川市と接しています。市域面積は 43.93 km<sup>2</sup> であり、東西に約 4.8km、南北に約 16.0km の細長い地形を有しています。

交通面においては、関西国際空港に近接するとともに、南海線や JR 阪和線が横断しており、大阪市内の主要駅や空港とのアクセスが比較的良好であるといえます。また、市内の南北を走るローカル鉄道として「水間鉄道」が縦走しています。

府内駅から貝塚市までの交通アクセス

府内駅	路線	貝塚市内の駅	所要時間
なんば駅	南海線	貝塚駅	約 30 分
天王寺駅	JR 線	東貝塚駅	約 40 分
関西空港駅	南海線	貝塚駅	約 15 分
	JR 線	東貝塚駅	約 25 分

### ③ 鉄道乗降人員

下記に市内に停車する各社鉄道の日平均乗降人員を示します。鉄道乗降人員の市内の駅としては、南海線が2駅、JR 阪和線が2駅、水間鉄道が10駅となっています。なお、新型コロナウイルス感染症の影響により、2020年度以降の乗降人員数が減少しています。

一日平均乗降人員の推移

鉄道名	駅名	一日平均乗降人員（人）		
		2019年度	2020年度	2021年度
南海線	貝塚	20,079	16,088	16,206
	二色浜	4,489	3,525	3,573
JR 阪和線	東貝塚	5,050	4,160	4,234
	和泉橋本	6,424	5,194	5,340
水間鉄道	貝塚	3,334	2,694	2,796
	市役所前	231	185	213
	近義の里	231	180	191
	石才	433	354	361
	清見	1,252	999	961
	名越	423	348	345
	森	737	655	666
	三ツ松	418	334	327
	三ヶ山口	304	226	228
	水間観音	1,434	1,115	1,137

[出所] 貝塚市調べ



水間鉄道

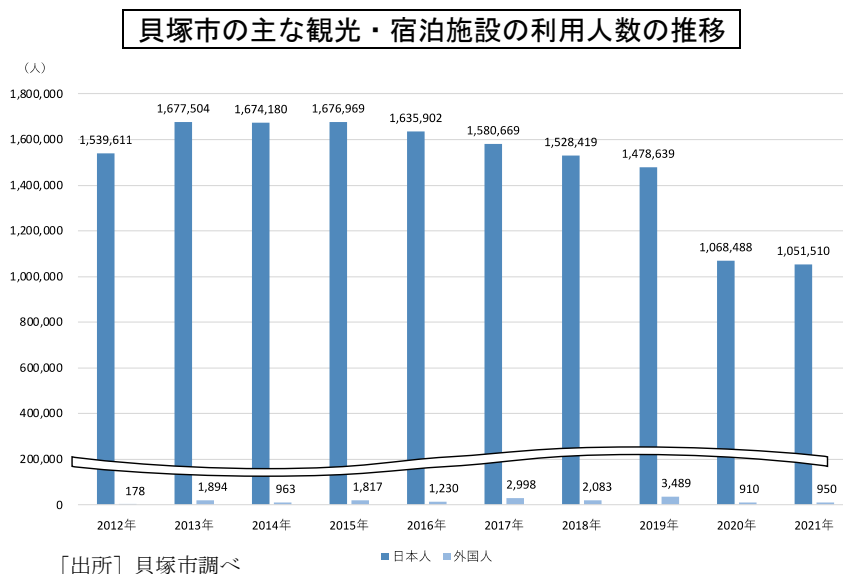


水間鉄道水間観音駅舎

## (2) 貝塚市の観光動向

### ① 観光入込客数

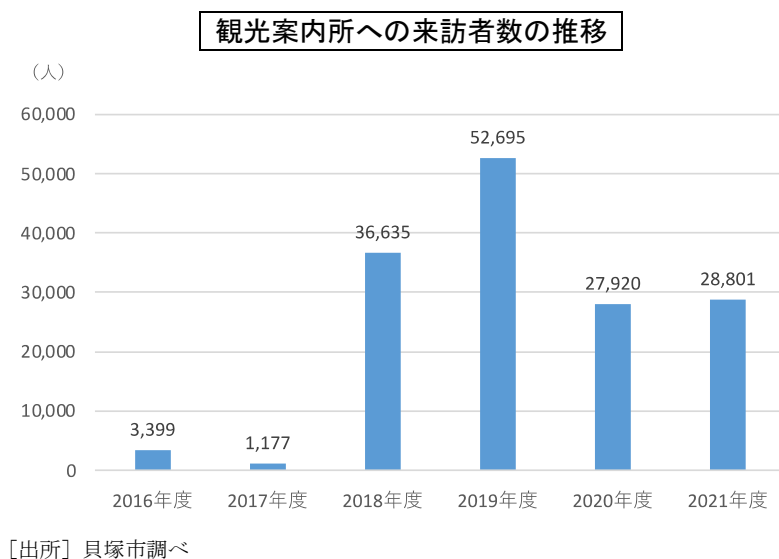
本市の観光・宿泊施設の延べ利用人数をみると、日本人の利用者は約 160 万人前後で推移してきましたが、市内には宿泊施設が僅かしかいないため、大部分が日帰り観光であると推察されます。一方、日本人に比べて外国人の利用者はほとんどなく、ピーク時の 2019 (令和元) 年でも約 3,500 人しかいない状況になっています。



### ② 観光案内所への来訪者数

2018 (平成 30) 年度に観光案内所は移転リニューアルをしており、「ぷらっと貝塚」から「まちの駅かいづか」へと名称が変わり、所在地も南海本線貝塚駅改札前に移転しました。

それに伴い、観光案内所への来訪者数も大幅に増加しており、2019 (令和元) 年度は約 5 万人を記録しましたが、新型コロナウイルスの影響により、2020 (令和 2) 年度と 2021 (令和 3) 年度は約 3 万人弱へと減少しています。

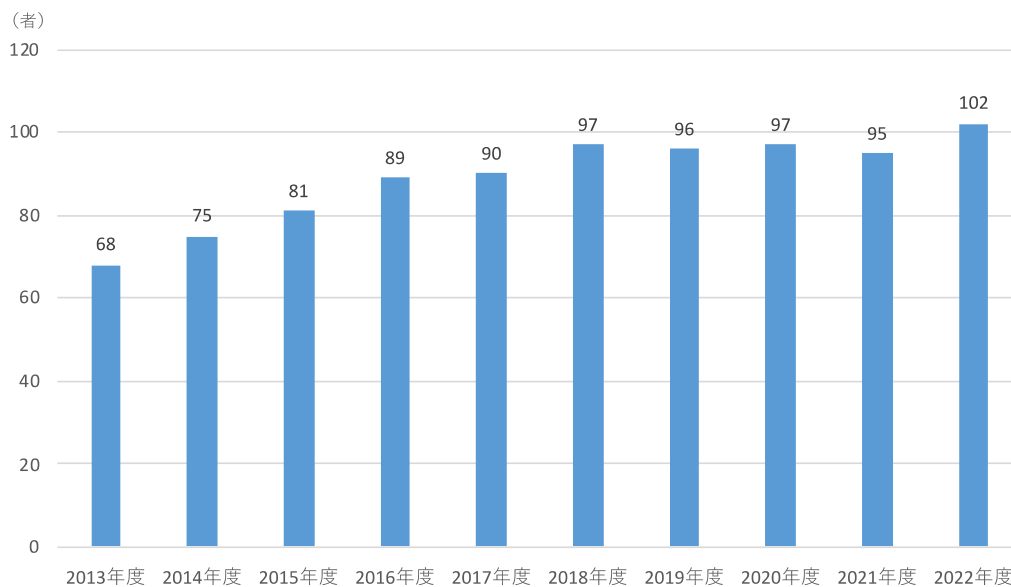




### ③ 観光協会の会員数

貝塚市観光協会の会員数は、2013（平成 25）年度の 68 者から増加傾向にあり、2022（令和 4）年度は 102 者となっています。

貝塚市観光協会の会員数の推移

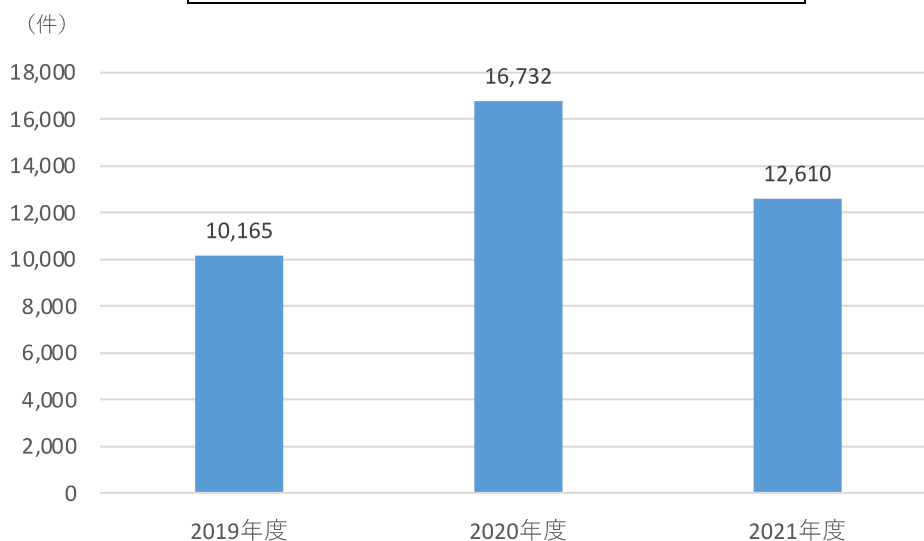


[出所] 貝塚市調べ

### ④ 観光専用ホームページへのアクセス件数

観光専用ホームページについては 2018（平成 30）年度にリニューアルしており、最も多い 2020（令和 2）年度のアクセス件数は約 1.6 万件となっています。

観光専用ホームページへのアクセス件数の推移



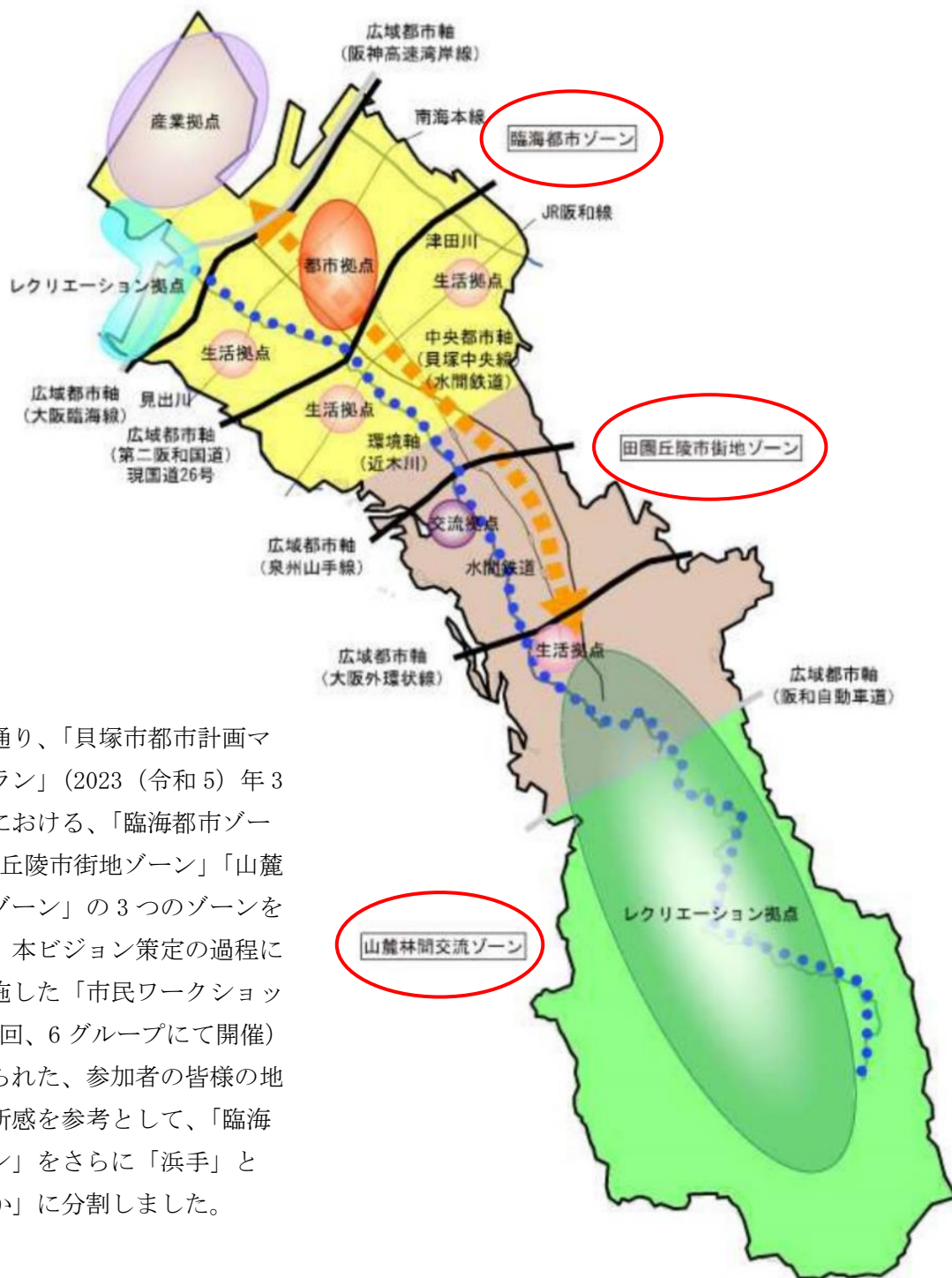
[出所] 貝塚市調べ

### (3) 貝塚市の観光資源

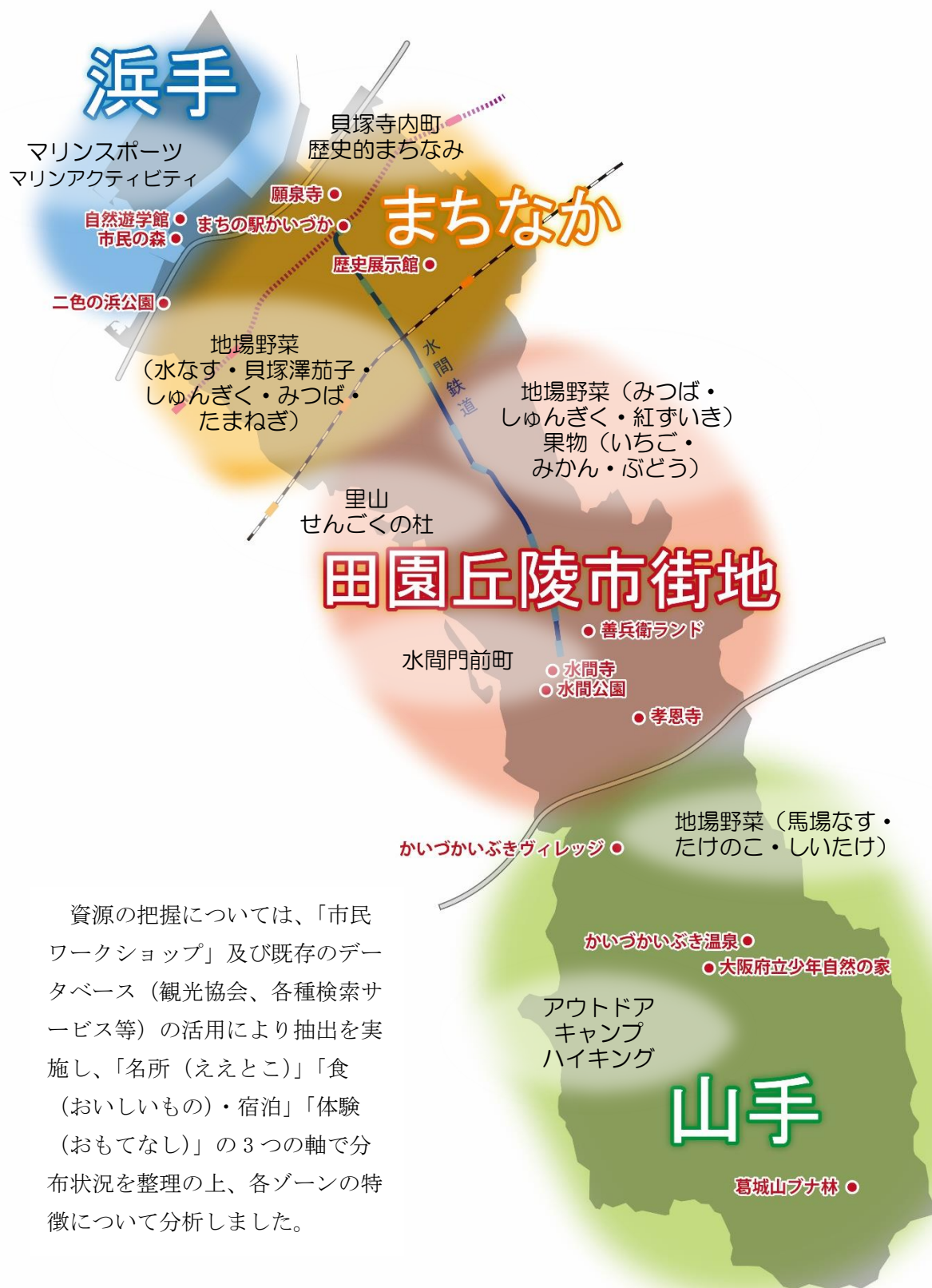
#### 資源把握の考え方

本市の観光資源の把握に当たり、上位計画、関連計画との連動を図るため、それらの計画において定められたゾーニングに基づく整理を実施しました。

#### 観光資源の把握に係るゾーニングの考え方



右図の通り、「貝塚市都市計画マスタープラン」(2023(令和5)年3月改定)における、「臨海都市ゾーン」「田園丘陵市街地ゾーン」「山麓林間交流ゾーン」の3つのゾーンを基本とし、本ビジョン策定の過程において実施した「市民ワークショップ」(全3回、6グループにて開催)の中で得られた、参加者の皆様の地域に係る所感を参考として、「臨海都市ゾーン」をさらに「浜手」と「まちなか」に分割しました。



資源の把握については、「市民ワークショップ」及び既存のデータベース（観光協会、各種検索サービス等）の活用により抽出を実施し、「名所（ええとこ）」「食（おいしいもの）・宿泊」「体験（おもてなし）」の3つの軸で分布状況を整理の上、各ゾーンの特徴について分析しました。

## (4) 貝塚市の観光に係る取組

### ① 貝塚寺内町

寺内町においては、貝塚寺内町に残る歴史的遺産の保存活用を進め、合わせて地域の活性化を図ることを目的として、2020（令和2）年に一般社団法人貝塚寺内町保存活用事業団が設立されました。同事業団は、まちの歴史や出来事などに関する情報発信、歴史資源を活用したイベントの開催、使われていない町家の利活用等、各種事業に取り組まれています。また地元有志を中心とした民間事業者により、失われつつある町家と町並みの保存活用を図る町家再生事業の取組が行われています。



願泉寺



廣海家住宅

### ② 二色の浜

白砂青松で知られる二色の浜では、遠浅の砂浜を活かして、二色の浜観光協会により、春は潮干狩り、夏は海水浴場が開設され、例年多くの方でにぎわいます。2023（令和5）年から市内企業を中心とする二色の浜リバイバル・プロジェクトグループが府営二色浜公園の指定管理者に選定され、二色の浜公園の賑わいづくりに向けて、地元企業や農家・飲食店、観光協会などと連携した公園運営が展開されています。



潮干狩り



二色の浜海水浴場



### ③水間鉄道沿線

水間鉄道沿線の地域資源（もの）や地域住民（ひと）の魅力を紡ぎ、その魅力を全国に発信することで地域の活性化を図ることを目的として、鉄道沿線の地域住民や水間寺、水間鉄道、本市などで構成される「すいてつ沿線魅力はっしん委員会」が2017(平成29)年に発足しました。毎年、水間寺周辺を会場としたイベント「貝塚みずま春フェスタ」を実施するとともに、YouTubeドラマの作成や沿線歴史セミナーなど多彩な活動を行っています。



かいづか歴史文化セミナー



貝塚みずま春フェスタ

### ④貝塚観光ボランティアガイド協会

貝塚の歴史と文化を広く来訪者に伝えることにより、貝塚への内外の理解と愛着を増進させ、あわせて貝塚市の発展に寄与することを目的に2003(平成15)年に設立され、現在約40名の会員により、おもてなしの心で来訪者のガイドを行っています。寺内町周辺と水間寺周辺の2つのコースを基本とし、街道を巡る歴史ウォーキングなど、その時々に応じた特別ガイドを行い多くの方に利用されています。



街道を巡る歴史ウォーキング

## 第3章 貝塚市の観光の課題

### 1. SWOT 分析

本市の観光の「内部環境（強み・弱み）」と「外部環境（機会・脅威）」をまとめると、以下のとおりとなります。

	強み (Strengths)	弱み (Weaknesses)	
内部環境	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 大阪市内や関西国際空港からの利便性の高い交通アクセス</li> <li>● 南北に約 4.8km、東西に約 16.0km のコンパクトな市街地に海、まち、山などの豊富な地域資源が点在</li> <li>● 市民から“すいてつ”の愛称で親しまれる市内を東西に走る「水間鉄道」</li> <li>● 海水浴や潮干狩り、夕日鑑賞などの様々な体験ができる「二色の浜 海水浴場」</li> <li>● 歴史や文化が学べる願泉寺を中心とした寺内町</li> <li>● 乗馬体験や豊かな里山「せんごくの杜」</li> <li>● グランピングや収穫体験、アウトドア体験などが楽しめる</li> <li>● 善兵衛ランドや自然遊学館などの親子で楽しめる個性的な施設</li> <li>● 水ナスやタケノコ、つげ櫛などの泉州を代表する特産品</li> <li>● だんじり祭りや太鼓台祭りなどの祭礼文化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 近世以降に唯一の自治権が認められた寺内町を有しているにもかかわらず、市民のシビックプライドが不足している</li> <li>● 観光都市として発展してきたわけではないため、観光振興に係る市民・事業者は少なく、観光に対する市民意識が必ずしも高くない</li> <li>● 二色の浜などのネームバリューの高い観光資源が限られている</li> <li>● ポテンシャルのある観光資源が十分に活用されていない</li> <li>● 宿泊施設や飲食店、特産品を購入できる場所が少ない</li> <li>● 南海貝塚駅や JR 東貝塚駅などからの二次交通網が脆弱</li> <li>● 観光駐車場やトイレなどの観光地に必要なインフラが未整備</li> <li>● 泉州地域の広域連携による観光振興が発展途上</li> </ul>	
外部環境	<th>機会 (Opportunities)</th> <th>脅威 (Threats)</th>	機会 (Opportunities)	脅威 (Threats)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● アフターコロナにおけるインバウンド需要及び国内観光需要の再来</li> <li>● SDGs や気候変動問題などのサステナビリティに係る意識の高まり</li> <li>● デジタル技術の進展に伴う、観光 DX の機運上昇</li> <li>● マイクロツーリズムやワーケーションなど、観光に対するニーズや旅行スタイルの多様化</li> <li>● 約 2,800 万人の入場者が見込める大阪・関西万博の開催</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 少子高齢化や人口減少による国内観光マーケットの縮小</li> <li>● 南海トラフなどの大規模な自然災害の発生リスク</li> <li>● 物価上昇などに伴う原材料やエネルギー価格の増加</li> </ul>	

【注】 SWOT 分析…外部環境や内部環境を、強み (Strengths)、弱み (Weaknesses)、機会 (Opportunities)、脅威 (Threats) の 4 つの категория で要因分析し、事業環境の変化に対応した経営資源の最適活用を図る分析方法。

## 2. 課題

前述「内部環境（強み・弱み）」と「外部環境（機会・脅威）」の整理を踏まえ、本市の観光の課題を以下のように設定しました。

課題 1	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」「新たな魅力資源の創出」
------	--

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、魅力的な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で残っています。市民、事業者の主体的な取組により、既存の地域資源の磨き上げや新たな魅力資源を創出することが求められています。

課題 2	魅力資源に触れる「商品づくりと機会づくり」
------	-----------------------

魅力資源の創出と並行して、それらの資源を発見・体験してもらうための観光商品として流通を図ること、そして機会づくりが必要です。商品の組成に当たっては、資源単体に対する注力だけではなく、資源の特性や観光需要のトレンドに鑑みて、複数の資源を組み合わせることで新たな魅力を生み出すなど、柔軟なアプローチを行うことが求められています。

課題 3	公民連携による「観光インフラづくり」
------	--------------------

国内需要・インバウンド需要を問わず、今後の観光振興を進める上で必要不可欠な宿泊・飲食・小売施設など、公共と事業者が連携した来訪者の受入環境整備や、二次交通の拡充が必要です。また、公共的な価値を有する民有財産について、景観保全に向けた規制とセットで修景整備などに一定のインセンティブを設定するなど、本市の観光振興に係る機運を高める公民連携による取組が求められています。

課題 4	貝塚の隠れた魅力と新たな魅力を市内外に伝える公民連携による「情報発信・共有の体制づくり」
------	--

観光市場を取り巻く日々の変化に適切に対応するためには、市民・事業者のチカラを結集し、公民一体となって取り組むことが必要です。様々なプレイヤーのチカラを引き出すためには、プレイヤー同士が互いの状況を共有し、協力し合うための場づくりや、そこで生まれたアイデアやプロジェクトを実現化させていくための、体制づくりが不可欠です。

## 第4章 貝塚市の観光の将来像と戦略

### 1. 将来像

#### 【将来像】

#### 水間鉄道で結ぶ

ええとこ！うまいもん！おもてなし！

人が出会い巡り合うまち、かいづか

本市域は、大阪市内の中心部や関西国際空港との交通アクセスが比較的良好な場所に位置し、また、歴史が深く、自然が豊かでポテンシャルの高い地域資源が点在しています。

「海・まち・山」がコンパクトに近接しているため、多彩な自然やアクティビティ、地域の歴史や文化などをまとめて体験することができます。これは、本市の観光振興を進める上で最大の強みになると言えます。

さらに、海・まち・山を結ぶように、市内のみを走るローカル鉄道「水間鉄道」が縦走しており、「すいてつ」の愛称で親しまれています。すいてつは、市内の観光周遊を促進させる必要不可欠な交通インフラであり、大切な観光資源でもあります。

これらのまだあまり知られていない地域資源の魅力を磨き上げるとともに、プロモーションを行うなど今あるものを活かしながら、観光振興を図っていくことが求められています。

本市は近世以降、どの藩にも属さず、幕府の直轄地でもない、歴代の将軍から自治権が認められた寺内町を有しており、貝塚を愛し、誇りに思う市民のアイデンティティの一つになっています。今一度、市民自らが本市の知られざる魅力を再発見し、再認識することでシビックプライドの醸成を図り、地域への愛着と誇りが溢れた「貝塚」を次世代に紡いでいくことをめざします。また、多くの来訪者に本市の魅力を知っていただくことで、交流人口・関係人口の増大を図り、観光に係る地域経済の活性化を促すことはもとより、本市の知名度の向上及び地域価値の向上をめざします。

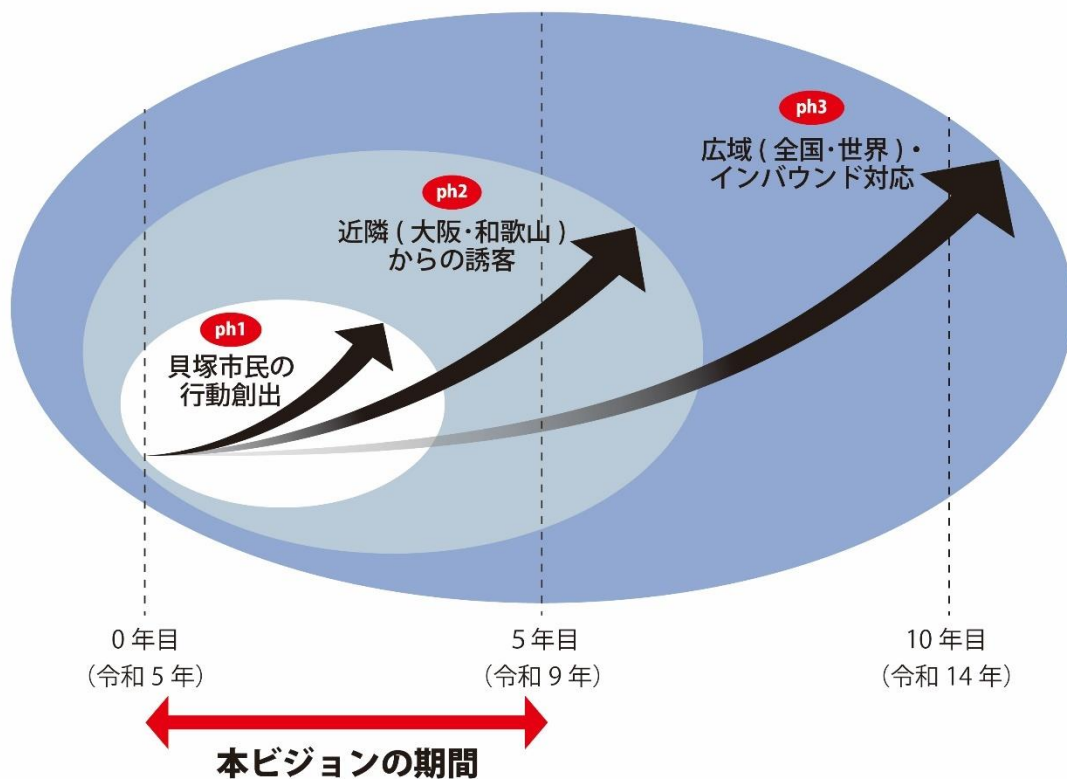


## 2. ターゲット攻略のフェーズ想定

近年、本市では観光に係る様々な動きが生まれていますが、観光振興を進めるにあたっては、関係者間で共通のターゲット意識を持ち、行動の足並みを揃えることが重要です。

本ビジョンにおいては、貝塚市民、近隣市町（大阪・和歌山）、広域（全国・世界）の3種のターゲットを設定し、また、各ターゲットの攻略に係る時間軸上の整理として、下記の通り、3つのフェーズを想定します。3つのフェーズはすべて本ビジョンの期間の中で着手し、10年先を見据えながら、並行して推進することを想定しています。

- フェーズ1：市民自ら本市の観光を楽しみ、理解を深めていくとともに、観光振興に向けた事業や取組など、市民の主体的な行動が顕在化していくことを想定。
- フェーズ2：新たな商品の造成などを通じ、近隣エリア（大阪府・和歌山県民）の顧客を獲得し、交流・関係人口を創出していくことを想定。
- フェーズ3：インバウンドを含めた広域エリアに向けた集客を拡大し、観光振興を通じた産業の活性化を図っていくことを想定。



### 3. 将来像を実現するための4つの戦略

将来像「水間鉄道で結ぶええとこ！うまいもん！おもてなし！人が出会い巡り合うまち、かいづか」を実現するために、以下の4つの戦略を設定します。

戦略1	<b>市民・事業者の主体的な取組によって新たなコンテンツを生み出す「チャレンジ戦略」</b>
-----	--

本市が観光地として「選ばれる場所」になるためには、既存の地域資源を活かしながら、近隣の観光地にはない「新たなコンテンツ」を創出することが必要です。

本戦略は「チャレンジ戦略」と題して、本市の観光振興を将来的に担うような市民・事業者の主体的な取組を創出し、事業化をも視野に入れた段階的なレベルアップを図るための仕組みづくりを推進します。市民・事業者の主体的な挑戦を促すことは、本市の魅力の再認識にも繋がり、シビックプライドの醸成に寄与することも期待されます。

#### 【想定される施策】

- ・ 市民や事業者の活動を支援し、新たな観光商品の開発を促すチャレンジプログラム
- ・ 空き家・空き店舗を活用したチャレンジショップ事業の推進
- ・ ビジネスコンテストの開催や既存コンテストへの参加促進 など

戦略2	<b>海・まち・山と水間鉄道を使いこなす「パッケージ化戦略」</b>
-----	------------------------------------

本市ならではの歴史や文化、自然、産業、食などのポテンシャルの高い地域資源を効果的に活用するには、個々の地域資源の魅力さをさらに磨き上げることはもとより、複数の地域資源を組み合わせ、本市でしか味わえない体験型観光を創出することが必要です。

本戦略は「パッケージ化戦略」と題して、観光施設、店舗、温泉、宿泊施設、及び水間鉄道や旅行会社などと連携し、誘客・観光周遊を促すための魅力的なテーマのパッケージツアー造成などの商品づくりを推進します。

また、ふるさと納税の返礼品や、関西の空の玄関口である関西国際空港における積極的なプロモーションなどの機会づくりを併せて推進します。

#### 【想定される施策】

- ・ 教育、歴史、自然体験をはじめとする多彩なテーマのパッケージツアーを造成
- ・ 水間鉄道＋沿線資源の一体型チケットの企画・販売
- ・ 関西国際空港やふるさと納税の返礼品などでの積極的なプロモーション など

### 戦略3

## 観光振興に必要な不可欠な環境整備に向け、公民連携で取組む「インフラ戦略」

本戦略は「インフラ戦略」と題して、公民連携により二次交通や観光・交流拠点の拡充・整備を推進します。レンタサイクルなどによる市内周遊観光の促進を図り、さらに、トイレ、駐車場などの観光インフラの確保に努めます。

観光案内機能や交流機能、情報発信機能を持った「まちの駅かいつか（貝塚市観光案内所）」の機能強化や新たな休憩所の設置・運営や、歴史の感じられる地域における修景整備の検討にも着手します。

#### 【想定される施策】

- ・ 公民連携による観光インフラ（トイレ、駐車場など）確保に向けた取組
- ・ レンタサイクルによる周遊促進、観光商品の拡大
- ・ 水間公園や水間寺周辺における観光拠点の整備・運営
- ・ 南海二色浜駅から府営二色の浜公園までの賑わいの創出
- ・ 水間鉄道を基軸としたバスなど二次交通網の再構築
- ・ ポテンシャルのある民有財産の景観保全に向けた規制と支援策の検討 など

### 戦略4

## 市民・事業者との協力・連携に向けた「プラットフォーム戦略」

戦略1～3を推進するためには、市民、事業者、関係団体などとの協力・連携が不可欠であり、定期的に情報を共有する場が必要です。

本戦略は「プラットフォーム戦略」と題して、市民、事業者、関係団体などが事業や取組の推進に向けた意見交換や協議を行う場を作り、観光振興やまちづくりに係る各種の取組が自然発生的に生まれてくる苗床になることを理想とします。

さらに、このような場の運営や情報共有、並びに生み出された事業や取組のアイデアの実現にあたり、実務的な機能を担う組織として観光地域づくり法人の設立をめざします。



#### 【想定される施策】

- ・ 事業や取組の推進に向けた市民や事業者同士の意見交換や協議を行う場の運営
- ・ 地域ブランディングなどミッションを持った実行部隊の設置
- ・ 市内外に向けた情報発信の強化（広域連携組織とも適宜協力） など

## 第5章 リーディングプロジェクト（LP）

戦略1に  
基づくLP

新たなコンテンツの創出を支援する  
「チャレンジプログラム」

本市の観光資源の創出や観光プレーヤーの発掘・育成に向けて、市民や事業者の主体的かつ公共性のある取組（プロジェクト）を支援します。

プロジェクトは、HOP・STEP・JUMPの考え方で、事業化をも視野に入れたレベルアップを促進します。まずはプロジェクトを生み出し（HOP）、有力なプロジェクトには次年度以降も継続して更なるブラッシュアップを図り（STEP）、事業化可能性のあるプロジェクトには、より踏み込んだ支援を検討し（JUMP）、公民一体となって“立ち上げ”についての支援に取り組むことをめざします。

プロジェクトの誘発・活性化に向けては、外部コンテストへの参加の促進などの施策も検討しつつ、戦略4のリーディングプロジェクトで創出する場を中心に、抽出・形成することを基本とします。プロジェクトについては、積極的に情報発信し、市内全体の機運醸成にも繋げていきます。



### 【数値目標】

・プロジェクトの創出数

など

[注] リーディングプロジェクト…事業全体を進める上で核となり、先導的な役割を果たす事業を指す。

## テーマで巡る「貝塚ええもん・ええとこツアー」

海、まち、山に連なる資源が水間鉄道によって結ばれる本市ならではの強みを最大限活かし、市内の企業と連携して、本市ならではのお得感のあるツアーの創出やプラットフォーム内で出たアイデアなどをもとにテーマ別周遊観光ツアー（下記イメージ参照）を造成するとともに、旅行会社などと連携して本市の積極的なプロモーションなどの機会づくりを推進します。



### ツアーイメージ例 「生物学習と善兵衛ランド」



(コース例) 自然遊学館→せんごくの杜→イタリアンレストランランチ→善兵衛ランド



### ツアーイメージ例 「寺内町町家を拠点とし、鉄道で巡る寺社巡り・歴史探訪」



(コース例) 寺内町→水間鉄道沿線（稚子塚、稲荷神社…）→水間寺→孝恩寺



### ツアーイメージ例 「海と山のグルメツアー」



(コース例) 二色の浜→水ナス農園→いちごの収穫体験→アウトドアでBBQ

#### ◎関連取組

#### ブランディング・シティプロモーション事業(令和5年度)

本市のシティ・プロモーションの一環として、既存資源のPRと磨き上げに繋がる取組を実施します。旅行会社と連携した体験型観光の企画、観光周遊の仕掛けづくり、善兵衛ランドのPR(伊能忠敬記念館との連携)などを実施する予定です。

#### 伊能忠敬記念館×善兵衛ランド 連携企画



伊能忠敬が愛用した善兵衛作の望遠鏡

#### 【数値目標】

・ツアーの造成・開催数、入込客数

など

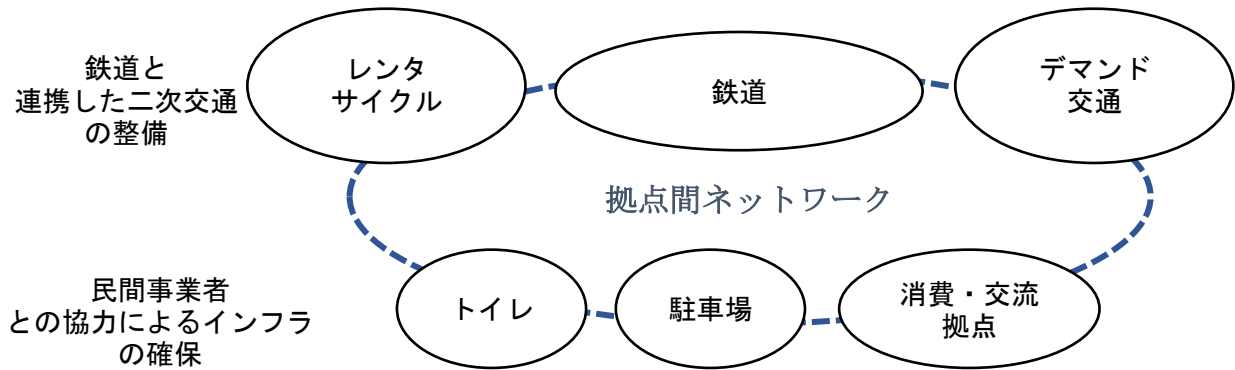


市内の観光周遊の利便性向上にも資するよう、2023年（令和5）年度には地域公共交通計画を策定し、市内の交通環境の整備を進めていきます。また、南海二色浜駅及び、水間鉄道水間観音駅に、レンタサイクルを設置し、観光周遊の手段の一翼を担うことをめざします。南海二色浜駅については、府営二色の浜公園までの府道沿いのにぎわい創出に向けた取組を検討します。水間観音駅については、旧水間街道沿いと水間寺駐車場横に観光拠点となりうる休憩や交流ができる施設を設置したところです。これら施設を起点とした周辺の空き家や空き店舗への出店誘致や、水間寺門前町の修景整備の検討を進めていきます。

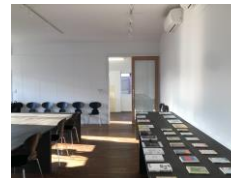
二次交通の整備に加え、トイレや駐車場等の観光インフラの確保についても、関係者協議のもと市民や観光客が民間施設を利用可能とする制度の導入を検討します。

これら市民と一体となってインフラ整備を行っていくための基盤として、戦略4のリーディングプロジェクトで創出する場が重要であると位置づけています。

官民共創で紡ぐ「拠点間ネットワーク」のイメージ



◎関連取組  
地域ブランディング事業（令和5年度）  
水間観音駅から水間寺の旧水間街道沿いにある旧工場を改修し、チャレンジショップの出店、及び、休憩や交流ができる施設を設置しました。また、水間寺駐車場の旧水間会館を休憩所に改修しました。



【数値目標】

- ・ レンタサイクルの稼働数
- ・ 「観光・交流拠点」への入込客数、売上高、滞在時間の増加量 など

戦略1～3の円滑な運営、並びに本観光振興ビジョンの達成に向けて、プラットフォームを創設し、全体の推進力としていきます。

プラットフォームは、本市において創設し、観光に関連する事業者や関係団体だけではなく、本観光振興ビジョンの策定時に開催した市民ワークショップに参加していただいた方をはじめ、学生や一般市民など多様な方の参加を求めます。

また、各戦略を推進していくために、定期的に意見交換会やワークショップなどを開催し、多様なアイデアの創出の場とします。

プラットフォームから生まれたアイデアやプロジェクトの実現にあたっては、実際に事業化できるよう「実行部隊」の体制を整備します。

意見交換会、ワークショップなどの「場」のイメージ



#### 【数値目標】

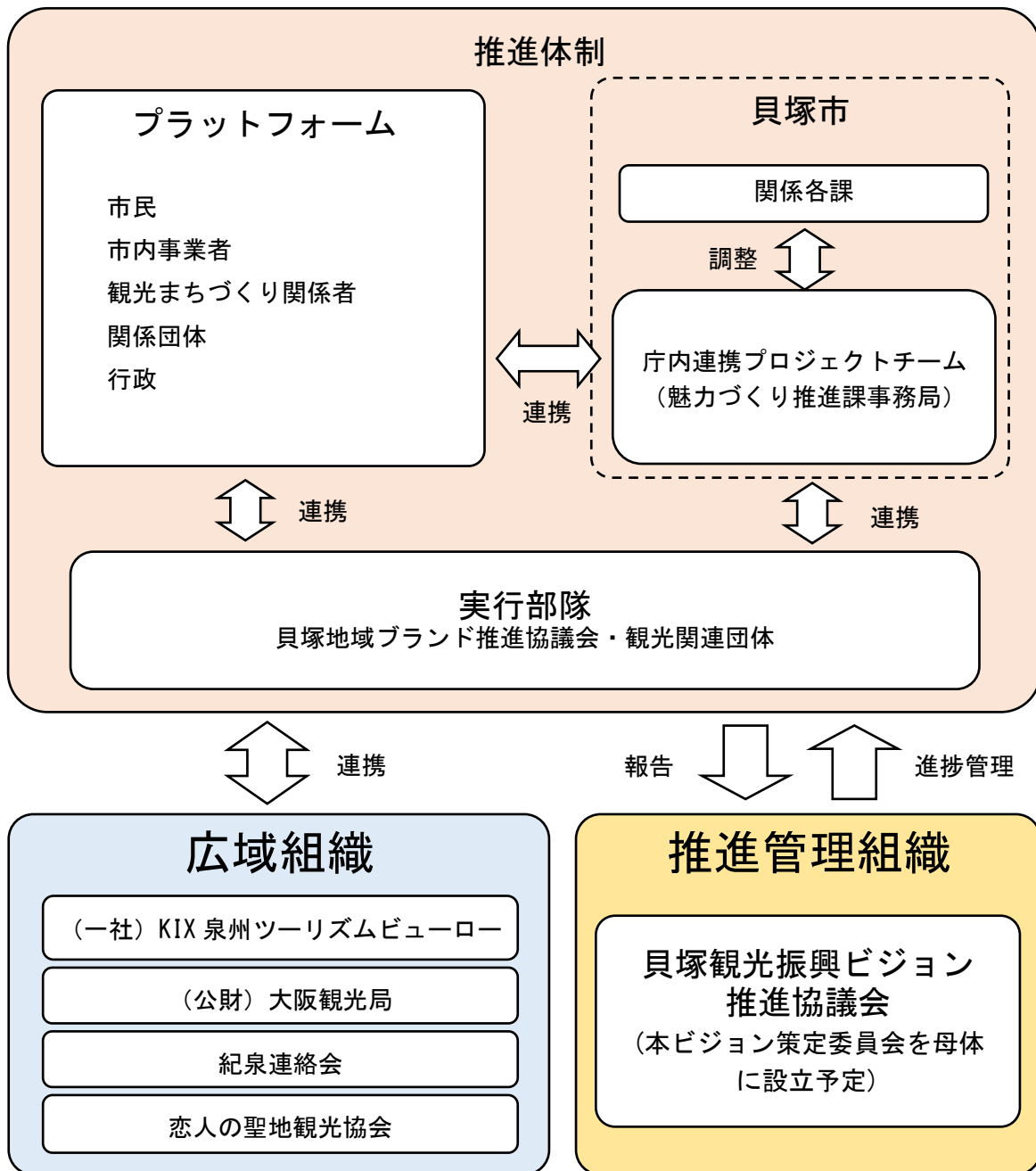
- ・プラットフォームにおける意見交換会やワークショップの開催回数・参加者数
- ・プラットフォームから生まれたアイデアやプロジェクトの実現数

## 第6章 推進管理体制

### 1. 推進体制

本ビジョンを推進していくためには、公民連携、政策間連携、広域連携など、様々な連携が必要です。また、観光に係る社会情勢や地域事情の変化は激しく、それに応じて柔軟に対応していくことも求められます。

そこで、下記に示す推進体制及び推進管理組織を構築し、外部組織との連携を含む様々な連携を円滑に進めるとともに、進捗を管理していくこととします。





## ●観光地域づくり法人（DMO）の登録を見据えた実行部隊の設立

本観光振興ビジョンに基づく取組みを円滑に推進し、継続的に事業展開を図るには、観光マーケティングの視点で事業化・商品化する必要があります。また、観光施設運営者、宿泊施設運営者、交通事業者、商工業者、農林漁業者、文化財所有者や旅行会社などのステークホルダーとの連携が必要であり、これらの機能を担う「実行部隊」となる公民連携の組織が必要です。

そこで、本市では、ビジネスサポートなどのノウハウを持ち、市内事業者のネットワークを持つ貝塚商工会議所とともに「貝塚地域ブランド推進協議会」を立ち上げ、観光マーケティングの視点での事業展開を図ります。

また、観光施設運営者、宿泊施設運営者、交通事業者などの観光ビジネスを行う事業者に対しても協議会への参画を促すとともに、観光庁の認定する観光地域づくり法人である地域DMOへの登録をめざします。

観光地域づくり法人（DMO）概念図



[出所] 観光庁

### ●市内連携プロジェクトチームの設置

本ビジョン実現のための観光地域づくりは、商工業、農林漁業、公園、宿泊施設、飲食店、地域住民、交通事業者、アクティビティ、文化財などに関わる地域の多様な関係者を巻き込んでいく公民連携が必要です。また、景観保全や道路などのインフラ整備や観光教育、交通政策などとの調整も必要です。

そこで、プロジェクトチームの設置等に関する規程（平成22年貝塚市訓令第6号）に基づき、本ビジョンの実現をめざすための組織を立ち上げ、魅力づくり推進課が中心となり円滑な市内連携を図っていきます。

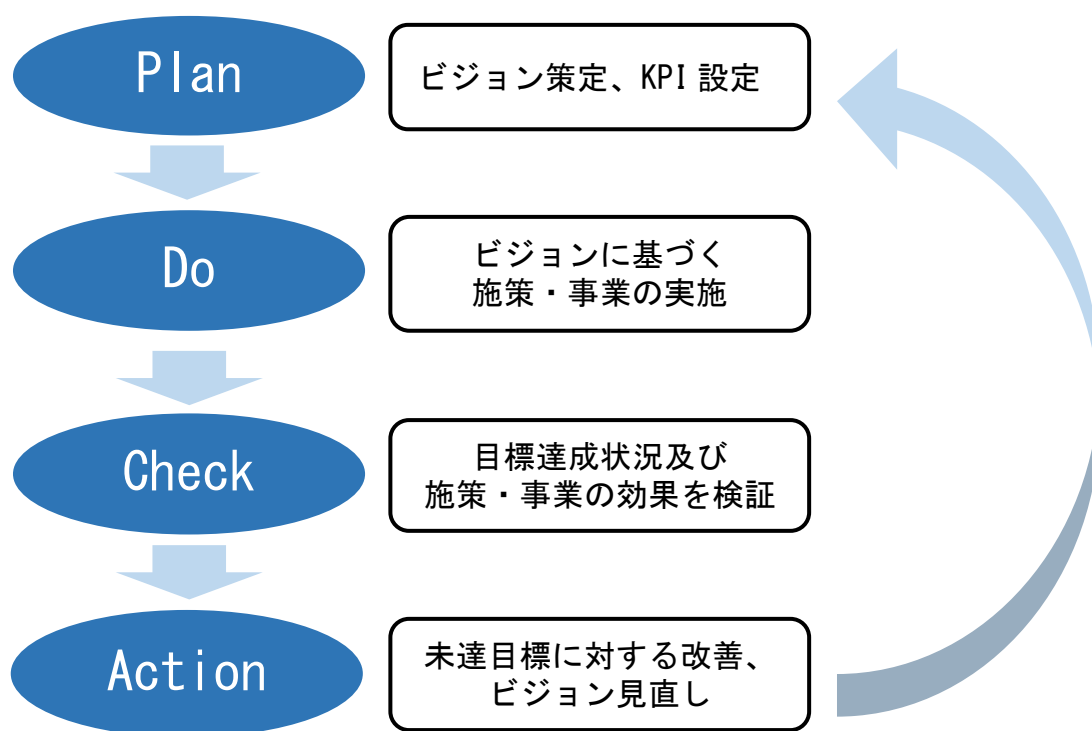
### ●広域連携体制の積極的な活用

観光振興については、広域で推進することが有意義であることから、積極的に広域連携を推進していきます。本市を含む泉州地域9市4町と民間企業で組織する一般社団法人KIX泉州ツーリズムビューローとの連携や公益財団法人大阪観光局などと積極的に連携していきます。また、本市以南の南泉州地域の4市3町と和歌山市、紀の川市、岩出市で構成する紀泉連絡会や全国の恋人の聖地を有する市町村や観光施設運営者で構成する恋人の聖地観光協会との連携体制も積極的に活用していきます。

## 2. 推進管理

本ビジョンの推進管理にあたっては、本ビジョンの策定委員会を母体とする、「貝塚観光振興ビジョン推進協議会」を設立し、定期的かつ客観的な評価と検証を実施します。また、社会情勢の変化や上位計画の動向など、外部要因によるビジョンの見直しや、後継ビジョンに対する検討も、本協議会において実施します。

推進管理の進め方



進行管理スケジュール

	2023 令和 5	2024 令和 6	2025 令和 7	2026 令和 8	2027 令和 9
事業報告	実施	実施	実施	実施	実施
達成状況 評価	報告と併せ 簡易実施	報告と併せ 簡易実施	報告と併せ 簡易実施	3年目までの 状況を基に実施	—
次期 ビジョン	—	—	—	—	策定

# 貝塚市観光振興ビジョン策定の経緯

## 1. 策定委員会等の経緯

### (1) 貝塚市観光振興ビジョン策定委員会の開催

第1回	日 時：令和4年11月2日（水）16時00分～17時30分 場 所：貝塚市役所3階 公房会議室 内 容：貝塚市観光振興ビジョン策定の趣旨説明
第2回	日 時：令和5年1月24日（火）10時00分～12時00分 場 所：貝塚市役所3階 公房会議室 内 容：基礎調査、市民・庁内ワークショップの結果報告 課題、目標設定、戦略の協議
第3回	日 時：令和5年3月6日（月）15時00分～17時00分 場 所：貝塚市役所3階 公房会議室 内 容：将来像と戦略の協議 戦略ごとの取組やリーディングプロジェクトの協議 推進体制や目標設定（KPI）の協議
第4回	日 時：令和5年3月28日（火）15時00分～12時00分 場 所：貝塚市役所3階 公房会議室 内 容：貝塚市観光振興ビジョン（最終案）の協議

### (2) 市民ワークショップの開催

第1回	日 時：令和4年12月13日（火）10時00分～12時00分 場 所：貝塚市役所 市民福祉センター4階 会議室 内 容：資源の棚卸しと観光事業アイデア出しのワークショップ
第2回	日 時：令和4年12月22日（木）10時00分～12時00分 場 所：貝塚市役所 市民福祉センター4階 会議室 内 容：第1回と同じ
第3回	日 時：令和4年12月22日（木）18時30分～20時30分 場 所：貝塚市役所 市民福祉センター 多目的ホール 内 容：第1回と同じ

### (3) 庁内ワークショップの開催

第1回	日 時：令和4年12月13日（火）13時00分～14時30分 場 所：貝塚市役所 コスモシアター3階 青少年センター講座室 内 容：本市観光の将来像、目標設定（KPI）、取組むべき施策に関するワークショップ
第2回	日 時：令和5年2月9日（木）13時00分～15時00分 場 所：貝塚市役所 市民福祉センター4階 会議室 内 容：戦略ごとの取組やリーディングプロジェクトに関するワークショップ

## 2. 貝塚市観光振興ビジョン策定委員会 委員名簿

令和5年3月31日現在

役 職	氏 名	所 属
委員長	増田 昇	大阪府立大学名誉教授
副委員長	東村 一夫	貝塚市観光協会
	森山 正	大阪観光大学
委員	大浦 由美	和歌山大学
	小北 佳照	すいてつ沿線魅力はっしん委員会
	高崎 尚之	KIX 泉州ツーリズムビューロー
	山本 八重子	貝塚観光ボランティアガイド協会
	ト半 颯	一般社団法人貝塚寺内町保存活用事業団
	石原 常雄	株式会社二色の浜観光協会
	藤本 昌信	株式会社水間鉄道
	櫻井 敏明	南海電気鉄道株式会社
	兒嶋 一裕	西日本旅客鉄道株式会社
	戸村 竜也	大阪府府民文化部都市魅力創造局
	河野 雅子	副市長
	茶谷 幸典	都市政策部長

※順不同、敬称略



貝塚市観光振興ビジョン  
令和5年6月  
貝塚市総合政策部 魅力づくり推進課