

# 【計画名：屋根のないミュージアム 堺】

## ①計画目標の達成状況

目標項目名（単位）	R2			R3			R4		R5		R6	
	目標	実績	達成率	目標	実績	達成率	目標	実績	目標	実績	目標	実績
来訪者の満足度（日本人）（％）	78	96	123%	80	94	118%	82		84		85	
来訪者の満足度（外国人）（％）	78	96	123%	80	94	118%	82		84		85	
来訪者数（日本人）（千人）	2,940	—	—	8,820	—	—	9,200		9,800		10,600	
来訪者数（外国人）（千人）	15	—	—	60	—	—	120		150		180	
再訪希望（％）	80	86	107%	70	82	118%	60		65		70	

## ②計画目標の達成状況に関する分析・評価

<p>(分析)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>新型コロナウイルス感染拡大防止による長期閉館などの影響により、市内観光関連施設の利用者数は大きく減少</li> <li>海外からの入国制限を含め、遠方からの市内来訪者数も大きく減少</li> <li>来訪者の満足度及び再訪希望は、感染防止対策の徹底や、自転車を活用した密を避けた観光周遊により、高くなったと考える。</li> </ul> <p>計画目標である全地域の来訪者数について、新型コロナウイルス感染症の拡大により、当初予定の対面調査の実施を見合わせた。なお、令和3年度からビッグデータを活用した計画区域の来訪者推計を集計しており、その状況は以下のとおり。</p> <p>R2（実績）1,904千人 R3（実績）1,951千人</p> <p>(評価)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>百舌鳥・古市古墳群の世界遺産登録（2019年）直後の市内来訪需要などの趨勢から、今後、市内来訪者数の回復が期待できる</li> <li>大仙公園内のガス気球、飲食・物販施設等の整備は、遅延しつつも事業は継続しており、今後の来訪者満足度の向上も期待できる。</li> </ul>
---

## ③計画で取り組んだ事業の進捗状況

事業番号	事業名	R2	R3	事業類型毎の実績額
事業1-①	百舌鳥古墳群の価値や魅力の発信	<ul style="list-style-type: none"> <li>世界遺産の価値や魅力の発信のため、百舌鳥古墳群デジタルセンターを開設</li> <li>古墳の認知度向上などに向けて「大阪古墳サミット」を開催</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>古墳のさらなる認知度向上のため「関西古墳サミット」を開催</li> <li>古墳を肌で感じてもらう学んでもらうため、百舌鳥古墳群の古墳に登り、出土品の実物展示するイベントの開催</li> </ul>	74.1百万円
事業1-②	堺市博物館の魅力向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>世界遺産の価値や魅力の発信のため、古墳や出土資料を紹介する常設展示エリアをリニューアル</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>所蔵作品のオンライン公開</li> <li>本市の歴史文化の発信のため、各種企画展を実施</li> </ul>	
事業1-③	体験型観光の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>中世の堺の賑わいを体感してもらえよう、VR型体験コンテンツの整備</li> <li>インバウンドを中心に増加するコト消費需要への対策として、伝統産業の体験メニューなどの着地型商品（刃物とぎ、和菓子づくり等）を販売</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>R2年度に整備したVR型体験コンテンツの運用</li> <li>増加傾向の個人旅行者も参加できる堺の伝統産業の見学・体験イベントを開催</li> <li>中世に栄えた環濠都市をテーマとしたイルミネーション、ナイトクルーズなどのイベントを開催</li> <li>地場産業の自転車をテーマとしたオ自転車タクシーオンラインツアーの開催、自転車周遊PR動画の制作</li> </ul>	
事業1-④	町家活用推進事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>伝統産業の歴史や魅力の発信のため、重要文化財や登録文化財の町家での季節ごとのしつらいや企画展の実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>R2年度の取組の継続</li> <li>環濠エリアから出土した陶磁器などの常設展示の実施</li> </ul>	
事業2-①	市内周遊の促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>拠点施設を中心とした市内全域への周遊促進に向けて、鉄道事業者などと連携した企画乗車券を販売</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>R2年度の取組を継続</li> </ul>	—
事業3-①	茶の湯文化の普及促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>茶の湯で重んじられているおもてなしの心を感じていただけるよう、茶室仲庵において呈茶を実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>民間事業者との連携により重点2エリア及び堺全域の観光デジタルイラストマップを作成</li> <li>R2年度の取組にさかい利品の杜を加え継続</li> </ul>	(27.5百万円) ※事業1の74.1百万円に含む
事業3-②	体験型観光の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>伝統産業の歴史文化を体験してもらえよう、堺伝統産業会館に体験スペースの設置</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>刃物以外の伝統産業を体験してもらえよう、体験スペースの設置</li> </ul>	
事業4-①	国内外のプロモーション事業の実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>海外に強い影響力を持つYouTuberによる市内観光動画の配信</li> <li>市内の魅力を再発見してもらえよう、市民対象の宿泊・観光キャンペーンを実施。</li> <li>アフターコロナにおいて、多くの誘客を期待し、大阪観光局等の関係団体と国内外へプロモーションを実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>堺打刃物がJNTO主催のLive配信事業に選定（令和4年度配信）</li> <li>マイクロツーリズムを促進するため、旅行会社へのセールスや商談会へ参加</li> <li>大阪府版県民割キャンペーンに堺市の周遊モデルコースを掲載</li> <li>R2年度の取組を継続（国内外プロモーション）</li> </ul>	—
事業5-①	鉄砲鍛冶屋敷の整備（再掲）	<ul style="list-style-type: none"> <li>国内に唯一現存する鉄砲鍛冶屋敷のオープンに向けた、改修工事の実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>R2年度の取組を継続</li> <li>大学と連携し、鉄砲鍛冶屋敷の魅力を知するシンポジウムの実施</li> </ul>	
事業5-②	ガス気球の整備（再掲）	<ul style="list-style-type: none"> <li>世界遺産の次代への継承と雄大さが体験できるよう、ガス気球を運行する事業者をプロポーザルで選定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>気球の運行に向け、基盤整備工事を実施</li> </ul>	—
事業5-③	堺ミュージアム構想の策定・設計	<ul style="list-style-type: none"> <li>歴史文化の発信や美術・芸術等の振興の中心となる、堺ミュージアムの在り方について検討</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>R2年度の取組を継続</li> </ul>	
各年度ごとの実績額→		59.5百万円	14.7百万円	74.1百万円

## ④事業の進捗状況に関する分析・評価

<p>(分析)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>新型コロナウイルス感染症の影響により、誘客の取組みは、事業規模の縮小やマイクロツーリズムを対象とし、実施した。また、ウィズコロナ・アフターコロナを見据え、関係団体と連携し、HPやSNS等、多様なツールを活用し、積極的な情報発信を行った。</li> <li>その中でも、個別事業の満足度や効果は高かった。</li> <li>事業1-①は、古墳のある自治体の首長を招いたシンポジウムをエリアを広げて実施したことで、効果的な古墳魅力の発信となった。</li> <li>事業1-②は、博物館内とオンラインのどちらも活用し、多くの人が楽しめる取組となった。</li> <li>事業1-③のVR型体験コンテンツ、堺の伝統産業の見学・体験ができるイベントは利用者アンケート結果から満足度は高かった。</li> <li>事業1-③のR3、自転車タクシーオンラインツアーのアンケート結果も同様に満足度は高かった。</li> <li>事業1-④の町家での企画展は、エリア間の周遊を促進する取組として効果的であった。</li> <li>事業3-②で設置した刃物体験のアンケートでも、利用者の満足度は高かった。</li> </ul> <p>(評価)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>新型コロナウイルス感染症の影響により、当初予定のイベントが中止となるなど、予定どおりの実施が難しい状況が続いているが、実施したハード事業及びソフト事業はともに、高い効果が出た。</li> <li>ソフト事業については、コロナ禍の中でも、多くの方の来場があり、本市の歴史文化の魅力は高い。また、海外向けの情報発信でも本市の伝統産業が取り上げられる等、海外から魅力の高いコンテンツがあると考えている。</li> <li>また、現在、百舌鳥エリアで整備を進めているガス気球事業については、旅行会社やマスコミ等からの問い合わせも多く、運行開始となった際には、多くの方の来訪が期待される。</li> <li>事業1-③のR3、堺の伝統産業の見学・体験ができるイベントに約5,000人の来場。</li> <li>事業1-③のR3、環濠都市をテーマとしたイベントは約3,400人の来場。</li> <li>事業1-③のR3、自転車タクシーオンラインツアーや自転車周遊PR動画の製作よりレンタサイクル利用者数は対前年比103%の1,953件。</li> <li>事業4-①で、JNTO主催の取組で、堺の打刃物が選定。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>ハード事業については、コロナに影響を受けた事業もあるが、概ね予定通り実施できた。</li> <li>事業1-①のR2、百舌鳥デジタルセンターの開設。</li> <li>事業3-②のR2、堺伝統産業会館の刃物体験スペースの設置等は、予定どおり実施できた。</li> <li>現在、ガス気球事業の運行準備や、(仮称)鉄砲鍛冶ミュージアムの改修といった、本市の文化観光の目玉となるものを整備中であり、また、この間、国内外へプロモーションも行っており、アフターコロナにおいて多くの方の来訪が期待される。</li> </ul>

⑤拠点施設の要件に関する取組状況

要件	↓文化観光拠点施設名		
	堺市博物館	さかい利晶の杜	堺伝統産業会館
・文化資源の魅力に関する情報を適切に活用した解説・紹介	<ul style="list-style-type: none"> <li>特別展・企画展等の開催</li> <li>国際シンポジウム及び講演会等の開催</li> <li>セミナー・ワークショップ等の開催</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>茶道具の出土品等を活用した先人・千利休の実績や当時の時代背景等の解説、紹介</li> <li>茶道三千家と連携した茶の湯体験の実施</li> <li>ゆかりの実物資料等を活用した先人・与謝野晶子の実績や当時の時代背景等の解説、紹介</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>伝統産業製品の展示（堺刃物、線香及び注染和晒等）及び歴史などを解説</li> <li>実演・体験教室の開催（包丁の研ぎ方、和菓子づくり等の実演）</li> </ul>
・情報通信技術の活用を考慮した適切な方法を用いた解説・紹介	<ul style="list-style-type: none"> <li>「Google Arts &amp; Culture」やSNSを活用した所蔵資料の紹介</li> <li>百舌鳥・古市古墳群での出土品検索アプリの開発</li> <li>シンポジウムや講演会等のオンライン開催</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Youtube、SNSを活用した館内展示のPR</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Youtube、SNSを活用した伝統産業のPR</li> <li>会館パンフにQRコードを貼付け、詳細情報の発信</li> <li>包丁の研ぎ方講座のオンライン開催</li> </ul>
・外国人観光旅客の来訪の状況に応じて、適切に外国語を用いた解説・紹介	<ul style="list-style-type: none"> <li>4か国語（日、英、中、韓）対応の音声ガイドの貸出</li> <li>常設展示物の英語解説</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>4か国語（日、英、中、韓）による上記先人の実績等の解説、紹介</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>4か国語（日、英、中、韓）の伝統産業パンフレット及びQRコードを活用した情報発信</li> <li>展示スペースでの伝統産業の歴史の英語解説</li> </ul>
・文化観光の推進に関する多様な関係者との連携体制の構築	<ul style="list-style-type: none"> <li>アフターコロナを見据え、多くの誘客を期待し、大阪観光局やKIX泉州ツーリズムビューローと連携し、国内外への文化観光資源のPRや旅行会社への観光資源の紹介を行った</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>マイクロツーリズムの促進のため、交通事業者（南海電鉄、JR西日本等）と連携した堺観光、堺周遊に関するイベントの開催や企画乗車券の販売を行った。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業1-③の「堺の伝統産業（刃物や線香、和菓子等）の見学・体験ができるイベント」の実施に際し、行政や事業者等の関係者と連携し、事業を実施した。</li> </ul>
・文化観光の推進に関する各種データの収集・整理・分析	<ul style="list-style-type: none"> <li>通信事業者ビッグデータを活用した、施設周辺エリアの来訪者数の動向分析</li> <li>オリジナルグッズの購買データ等を活用した新たなグッズ開発</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>通信事業者ビッグデータを活用した、施設周辺エリアの来訪者数の動向分析</li> <li>販売商品の購買データや利用者アンケートを活用した販売促進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>通信事業者ビッグデータを活用した、施設周辺エリアの来訪者数の動向分析</li> <li>販売商品の購買データや利用者アンケートを活用した販売促進</li> </ul>
・文化観光の推進に関する事業の方針の策定及びKPIの設定・PDCAサイクルの確立	<ul style="list-style-type: none"> <li>上記データ等の収集、分析を通じた関係者との課題共有やそれに基づく事業計画の見直し</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>上記データ等の収集、分析を通じた関係者との課題共有やそれに基づく事業計画の見直し</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>上記データ等の収集、分析を通じた関係者との課題共有やそれに基づく事業計画の見直し</li> </ul>

⑥観光関係者（DMOなど）からの評価

・新型コロナウイルスの感染拡大により外出自粛を求められた結果、市内の宿泊、交通、飲食等の観光関連事業者は大きな影響を受けている。

・大仙エリアで整備を進めているガス気球や飲食・物販施設への期待の声も大きく、本計画推進による市内経済への効果も期待できる。（堺観光コンベンション協会及びKIX泉州ツーリズムビューロー）

⑦今後の改善の方向性

・新型コロナウイルス感染症の収束状況も見ながら、情報発信、環境整備中心であった取組を、徐々に実際の誘客へ寄与する取組にシフトしていく。

・また、2025年の大阪・関西万博に向けては、引き続き、インバウンドの誘客促進を見据えた広域プロモーションを拡充していく。

・令和5年度末の開設に向けて（仮称）鉄砲鍛冶屋敷ミュージアムの整備を進めており、本施設の機能強化や現行の拠点3施設との連携強化、それによる本計画の推進に向けた仕組みを検討していく。