

## 泉佐野市 ナイトタイムエコノミー活性化に関する取組基本方針（案）

2020年3月

## 1.はじめに

※本基本方針の執筆時点（2020年3月）で、「新型コロナウイルスの流行」に伴い訪日旅行状況は大きく影響を受けているが、この報告書では、その影響については、いったん除外し執筆する。

訪日外国人旅行者は、順調に増加し、2020年の政府目標4,000万人達成に向けた活動が続いている。また、国連世界観光機関（UNWTO）の推計による世界の海外旅行者数は、2018年に14億人（前年比105.4%）に達し、今後も大きな伸びが予測されている（2030年18億人）。中でも、アジア・太平洋地域に関しては、現在のシェア26%よりも、伸び率が大きくなりシェアも拡大すると予測されている。

一方、訪日外国人の消費額は、2017年に年間4兆円を超え、その後も増加傾向にある<sup>1</sup>が、2020年の政府目標8兆円には届かないことが予測される。各地では、訪日外国人の消費額拡大に向けた様々な取り組みが行われている。その取り組みは、訪日外国人一人当たり消費単価の拡大を目指し、「消費時間の拡大（ナイトタイムエコノミー、滞在期間の延長など）」「高額消費（高級品の販売、体験メニュー等の高付加価値商品の投入など）」である。訪日外国人客による地域への経済効果を高めるためにも、今後一層の地域での消費拡大への取り組みが望まれる。

本業務では、泉佐野市においてナイトタイムエコノミーを推進する場合の基本方針を策定する。基本方針の策定に関しては、市の特性を踏まえた上で、地元をはじめとする国内の方々や国別のインバウンドの宿泊や訪問者等の分析も加味しながら、国や民間等のナレッジ集を参考に分析・調査を実施し、泉佐野市に相応しいだけでなく、自走可能なナイトタイムエコノミーを積極的に推進する方針の策定を目指す。

---

<sup>1</sup>2017年4兆4,162億円、2018年4兆5,189億円

## 2.取組の背景

### (1) ナイトタイムエコノミーの定義や概要

基本方針策定の前提として、「ナイトタイムエコノミー」の定義について、先行事例を整理し、本基本方針での定義を策定する。

ナイトタイムエコノミーの定義については、以下のように、観光庁をはじめ、各種団体等が様々な視点から定義している。特徴を見ていくと、「夜だけではなく、早朝までを含む」もの、「文化や体験を含む多様な楽しみ方を含む概念」ものであることがわかる。

#### [主な団体のナイトタイムエコノミーの定義]

- ・「夜間（一般には、日没から日の出まで）の経済活動のこと」（JTB 総研）
- ・「18時から翌日6時までの活動」「地域の状況に応じた夜間の楽しみ方を拡充し、夜ならではの消費活動や魅力を創出することで、経済効果を高めることを目標とする」（観光庁）
- ・「居酒屋やナイトクラブなど、一般的に夜遊びをイメージするものだけでなく、夜間医療や24時間体制で私たちの生活を支えるインフラなど、日没から翌朝までに行われる経済活動の総称のこと」  
(国際カジノ研究所所長・木曾崇氏の定義)
- ・「夜間の時間におこなわれる様々な活動を通じて地域の文化創生や発展、国内外の人々への魅力訴求、消費拡大などにつなげる考え方」  
(トラベルボイス)
- ・「地域の多様な資源を活用し、文化と経済に資する新しい夜の価値を創出」、「日本の各地域に存在する、新旧の多様な文化コンテンツは観光資源として大きなポテンシャルを持っています。リピーターが増え、旅行スタイルもモノ消費からコト消費にシフトする中で、これら地域資源を体験型観光に戦略的に活用し、旅行消費額を伸ばし経済効果を上げていく。さらには世界との交流によって日本文化を磨きアップデートしていく。…大都市だけでなく地方部においても、宿泊を伴う観光目的地に進化する上で重要な役割を担

うテーマであり、観光・文化による地方創生の切り札とも言えます」  
 (一般社団法人ナイトタイムエコノミー推進協議会)

このような各団体の定義や特徴を踏まえ。本基本方針では、ナイトタイムエコノミーについて、「泉佐野市の地域の魅力を開拓し、来訪者に、夜間~早朝（18時~8時）の体験を楽しんでもらうことで、地域内での消費促進し、泉佐野市の地域振興に資する経済活動」と定義する。

## (2) 国内での官民等の取り組み状況

観光庁や地域観光関係団体等が中心になったナイトタイムエコノミーがはじまっている。下表は、国内の主な取り組みである。ナイトタイムエコノミーは、訪日外国人観光では、比較的新しい分野であるため、観光庁による推進策検討や事例紹介、議員連盟や経済界やコンサルティング会社がつくる団体からの提言など、事業の方向性を示そうとするものが多い。また、試験的に実施しようとする各地域への取り組みを支援する事業も行われている。

関西地域では、(公財)大阪観光局により、大阪市内のナイトクラブや夜のイベントと連携した取り組みや、着地型ツアーの中で夜のツアーの実施なども始まっている。また、高野山では、宿坊の宿泊者を対象にした「奥の院ナイトツアー」が実施されており、外国人に人気がある。

表 国内での官民の取り組み状況

主体	業務名/取組の概要
観光庁	『楽しい国 日本』の実現に向けた観光資源活性化に関する検討会議 ・ナイトタイムエコノミー推進を含む各種施策の検討
観光庁	「ナイトタイムエコノミー推進に向けたナレッジ集」 ・概要解説、推進方策立案のためのナレッジ整理、事例紹介
観光庁	「最先端観光コンテンツ インキュベーター事業」 ・ナイトタイムエコノミーを含む地域や民間の取り組みに対する展開への補助。 ・ナイトタイムエコノミー分野は、全国で13件選定。
時間市場創出推進議員連盟 (ナイトタイムエコノミー議連)	・提言、海外先進事例の紹介、24hour Japan推進協議会構想など
(一社) ナイトタイムエコノミー推進協議会	・政策立案をサポートし、様々な地域で民間実装していくためのプラットフォーム、提言、セミナー等
(公財) 大阪観光局	・ナイトクラブと連携した「OSKAKA Night Out」事業の実施 ・冬季の「大阪・光の饗宴」及び連携プログラムの実施 ・HPでのナイトライフ紹介頁開設 ・「DeepExperience」(着地型ツアー)でのナイトライフ系特別アクティビティの企画・販売など。
高野山	・宿坊の宿泊者を対象とした「奥の院ナイトツアー」実施。(外国人に人気)

観光庁が、2018年度から実施している「最先端観光コンテンツ インキュベーター事業」では、「文化や自然等の地域固有の観光資源や夜間の時間帯等を活用した体験型観光コンテンツを充実させ、より深い楽しみを旅行者に提供すること」を目標とした地域の取り組みを募集し、2019年度では6つの分野<sup>2</sup>を中心に34件を選定している。この6分野の中で「ナイトタイムエコノミーの推進」は下表の13件が選定され事業が行われている。

選定されている事業は、東京都内大都市部での取組が多いが、富士吉田市、宮津市、別府市など地方都市での事業や大阪での取組も選定されている。これらの案件は泉佐野市のナイトタイムエコノミーの取り組みを考えるにあたり参考になる部分もあると思われるので、第4章（先行事例研究）でその内容を検討する。

参考表 観光庁「令和元年度 最先端観光コンテンツ インキュベーター事業」選定事業

《分野5：ナイトタイムエコノミーの推進 13件》		
応募団体名	事業名	実施予定地域
一般社団法人フード&エンターテインメント協会	インバウンド向けアフターミスによるナイトタイムエコノミーの活性化事業	東京都
DMO東京丸の内	ナイトタイムエコノミー創生事業「伝統×革新 江戸東京夜市」	東京都千代田区
合同会社オーディーシー(Funny Japan Project)	Funny Japan Project (Standup Comedy)	東京都台東区 浅草周辺
協同組合浅草おかみさん会	浅草ナイトタイムツアー「EDO IKI NIGHT(江戸粋ナイト)」創生事業	東京都台東区 浅草周辺
渋谷ミュージックナイトアウト協議会	音楽体験の夜間観光の資源化	東京都渋谷区
一般社団法人渋谷MICE協会	伝統芸能「能楽」「芸者」の外国人向けナイトタイム定期公演の実施と情報発信事業	東京都渋谷区
株式会社MONOLITH	SHIBUYA NIGHT MARKET	東京都 表参道周辺
一般財団法人ふじよしだ観光振興サービス	新たなナイトタイムエコノミーの担い手を呼び込む空き店舗活用事業	山梨県富士吉田市 周辺
一般社団法人京都府北部地域連携都市圏振興社（海の京都DMO）	「海の京都」の特性を生かしたインバウンド向けナイトコンテンツ創出事業	京都府宮津市
OSAKA RIVER GO ROUND実行委員会	OSAKA RIVER GO ROUND	大阪府大阪市
株式会社 新通	JAPAN RAINBOW NIGHT OUT（ジャパン・レインボー・ナイト・アウト）	大阪府大阪市、沖繩県那覇市
公益財団法人福岡コンベンションビューロー	地域資源を活かした新しいナイトコンテンツの創造による博多旧市街ナイトフェス（仮称）の実施	福岡県福岡市
一般社団法人別府市産業連携・協働プラットフォーム B-bizLINK	夜の地獄めぐりと地獄の夜市	大分県別府市

<sup>2</sup> 分野は①地域固有の自然を活用した体験型観光サービスの提供と充実、②ビーチエリアの活用・消費促進、③お祭りの訪日外国人向け観光コンテンツとしての活用、④癒し（Relaxation）をテーマとした観光コンテンツの造成、⑤ナイトタイムエコノミーの推進、⑥最先端ICTを活用した地方誘客／観光体験の高付加価値化

### (3) 訪日外国人の嗜好

外国人旅行者の旅行情報検索サイト上位のトリップアドバイザーの「インバウンドレポート 2019」によると、「日本体験・ツアー」の分野で、ナイトライフを含むものは、前年比（2018/2017）66%の伸びを見せている。

また、個別体験の人気ランキングでも、上位30位内で「ナイトライフ」を含むものが6個ランキングされている。

表 トリップアドバイザーのカテゴリー別予約数伸び率  
(訪日外国人旅行者、2018/2017)

順位	カテゴリー	前年比 予約増加率	順位	カテゴリー	前年比 予約増加率
1	文化&テーマ別ツアー	+132%	6	クルーズ、セーリング、ウォーターツアー	+72%
2	プライベートツアー	+98%	7	屋外アクティビティ	+71%
3	観光チケットとバス	+95%	8	グルメ、ワイン、ナイトライフ	+66%
4	宿泊付き長期ツアー	+90%	9	日帰りツアーや小旅行	+57%
5	ショッピングとファッション	+80%	10	ウォータースポーツ	+57%

\* 出典：TripAdvisor Experiences Internal Data from 2017 to 2018

表 訪日外国人に人気の日本の体験（2018年）

■ 外国人に人気の日本の体験・ツアーランキング 2019 トップ 30

順位	昨年	施設名	所在地	順位	昨年	施設名	所在地
1	2	アキバフクロウ	東京都千代田区	16	初	Samurai & Ninja Museum with Experience	京都府京都市
2	1	ストリートカート品川*	東京都品川区	17	5	Kimono Tea Ceremony Maikoya Osaka	大阪府大阪市
3	初	えびす屋 浅草店	東京都台東区	18	初	Japan Wonder Travel	京都府京都市
4	3	ユカズ ジャパニーズ クッキング	東京都荒川区	19	初	Escape Osaka - Dark Zen	大阪府大阪市
5	8	えびす屋 京都嵐山總本店	京都府京都市	20	12	Cooking School Yuka Mazda	東京都港区
6	4	英語通訳案内 まちタクシー	京都府京都市	21	18	トウキョウ アーバンアドベンチャーズ	東京都 23 区
7	初	ストリートカート (大阪)	大阪府大阪市	22	初	サムライアーマーフォーススタジオ	東京都渋谷区
8	6	Cycle Kyoto	京都府京都市	23	初	Initia Japanese Cooking Class	京都府京都市
9	初	Drink Osaka	大阪府大阪市	24	初	大阪バブクロール	大阪府大阪市
10	初	アキバカート大阪	大阪府大阪市	25	初	Backstreet Osaka Tours	大阪府大阪市
11	初	Osaka Free Walking Tour	大阪府大阪市	26	初	Ken's Tours Kyoto	京都府京都市
12	初	ストリートカート (沖縄)	沖縄県那覇市	27	初	Tokyo Localized - Free Walking Tour in Tokyo & More	東京都千代田区
13	28	Turismo Victoria	静岡県富士市	28	初	Tours By Locals	京都府京都市
14	7	マユコズ リトルキッチン ジャパニーズクッキングクラス	東京都渋谷区	29	初	カンサイハイク	大阪府大阪市
15	14	Ninja Food Tours	東京都新宿区	30	27	Cycle Osaka	大阪府大阪市

\* 同一アクティビティとして、複数の地域で展開されているものを統合

ナイトタイムでの活動を含むもの

※ 去年の順位で「初」は同ランキング初登場の施設

#### (4) 泉佐野市のインバウンド（宿泊、訪問者属性等の）状況

泉佐野市では、多数の関西空港利用者が宿泊のため訪問している。訪日外国人宿泊に限定すると近畿圏では、大阪市、京都市に次ぎ3位の宿泊数となっている。（観光庁「宿泊旅行統計調査」）大阪観光局の調査データを見ても、夜間（20時～4時）の外国人集積では、「リンクウタウン」が、大阪市内中心部以外での集積が確認できるエリアとなっている。

図 大阪観光局「OSAKA Night Out」実証実験効果検証資料 より



モーション施策が実施されている。（一社）泉佐野シティプロモーション推進協議会（地域DMO）の計画では、「泉佐野市には年間約100万人の延べ宿泊者があるが、LCC利用者が多く、早朝・深夜の到着、出発が多いため、市内での滞在時間が短く、宿泊施設から外出するとしても、コンビニでの買物など、短時間の消費が中心である。このため、宿泊者数の多さに比して、市の経済への波及効果は限定的なものになっている。」「また、宿泊客にとっても飲食や日用品、土産品などの需要はつ

ねにあり、飲食店や物販サービスが豊富な“まちなか”への誘引、周遊による消費の拡大を図ることが必要である」とされている。

泉佐野市の総合戦略（H27年泉佐野市まち・ひと・しごと創生総合戦略）では、「観光による交流人口拡充」の項目で、「関西国際空港の玄関都市「泉佐野市」において、観光客、特に訪日外国人旅行者の受入環境を整備、及び周遊性・回遊性の向上を促進することにより、交流人口を拡充し、さらには地域の消費拡大に取り組むことで、関西国際空港の利用促進と、地域資源を最大限活用した地域経済の活性化を推進」と位置付けられている。

人口10万人規模の中規模都市としての機能に加えて、飲食施設や宿泊施設の集積、中心市街地・山間部・沿岸部を併せ持つこと、大型商業施設や観光施設、産業施設などの集客施設、文化・伝統的な資源や祭・催事、各種イベントの開催等、ナイトタイムエコノミーの開拓をするための、基盤となる条件や機能は存在すると考えられる。

表 泉佐野市・田尻町 宿泊事業者リスト

分類	名称	住所1	住所2	総部屋数
1ホテル	ホテル日航関西空港	泉佐野市	泉州空港北	576
2ホテル	ファーストキャビン(FIRST CABIN)関西空港	泉佐野市	泉州空港北	153
3ホテル	ホテルニューユタカ	泉佐野市	中庄	69
4ホテル	ベルビューガーデンホテル 関西空港	泉佐野市	市場西	186
5ホテル	関空泉佐野ファーストホテル	泉佐野市	上町	113
6ホテル	泉佐野センターホテル	泉佐野市	高松東	187
7ホテル	関空温泉ホテルガーデンパレス	泉佐野市	中町	63
8ホテル	関空ジョイテルホテル	泉佐野市	日根野	286
9旅館	犬鳴山温泉 不動口館	泉佐野市	大木	10
10旅館	み奈美亭	泉佐野市	大木	15
11旅館	犬鳴山温泉 犬鳴山グランドホテル紀泉閣	泉佐野市	大木	48
12ホテル	ホテルアストンブラザ関西空港	泉佐野市	南中安松	148
13ホテル	THE PREMIUM HOTEL IN RINKU	泉佐野市	りんくう往来南	87
14ホテル	グランドウース 関西空港	泉佐野市	りんくう往来南	66
15ホテル	ハタゴイン関西空港	泉佐野市	りんくう往来北	100
16ホテル	変なホテル 関西空港	泉佐野市	りんくう往来北	98
17ホテル	オリエンタルスイーツエアポート大阪りんくう	泉佐野市	りんくう往来北	258
18ホテル	シティホテルエアポートインプリンス	泉佐野市	若宮町	78
19ホテル	ホテル シーガル	泉佐野市	下瓦屋	65
20ホテル	ホテルサンプラスユタカ	泉佐野市	湊	86
21ホテル	からくさスプリングホテル関西エアゲート	田尻町	嘉祥寺	139
22ホテル	ホテルユタカウイング	田尻町	嘉祥寺	54
23ホテル	N GATE HOTEL OSAKA	田尻町	りんくうポート北	90
24ホテル	HOTEL BAYGULLS	田尻町	りんくうポート北	240
25ホテル	スターゲイトホテル関西エアポート	泉佐野市	りんくう往来北	358
26ホテル	関西エアポートワシントンホテル	泉佐野市	りんくう往来北	504
合計				4,077



表 泉佐野市の小売店数・飲食店数

大型小売店/ 百貨店数	小売店数	飲食店数
22店	1079店	552店

ホームメイド「泉佐野市市場調査データ」より

### 3. ナイトタイムエコノミーに取り組む意義

#### (1) 泉佐野市がナイトタイムエコノミーに取り組む意義、目的の整理

前章のように、ナイトタイムエコノミーへの取り組みは、日本国内ではまだ始まったばかりであるが、訪日外国人客からの体験（購入）ニーズは高く、国等の支援策もある。また、泉佐野市は近畿圏内で有数の宿泊者数を誇ることで、中堅都市として小売、飲食をはじめとする諸機能の集積があることから、地域内回遊での消費が発生する基盤がすでに存在する。

泉佐野市がナイトタイムエコノミーに取り組む意義と目的は、日本有数を誇る「外国人宿泊者」の「街中への回遊」を促進することで、地域での消費を拡大することで、泉佐野市の地域活性化を促進することである。

#### (2) ナイトタイムエコノミー推進の波及効果

ナイトタイムエコノミーの推進は、地域への経済効果（夜間帯等の消費拡大による直接・間接的な経済効果）だけではなく、地域の観光事業環境に以下のような波及効果をもたらすと考えられる。

- ① 夜時間帯等での、地域資源の新たな魅力（活用）を開拓（発見）できる。
- ② （飲食店等）、従来は、ツーリストとの関係性が強くなかった層の観光事業への参画が促進される。

## 4. 先行事例の研究

本章では、2章（2）国内での官民等の取り組み状況で取り上げた、観光庁「「最先端観光コンテンツ インキュベーター事業」の「ナイトタイムエコノミーの推進」分野で選定された案件と関西地域での事例を先行事例として、その特徴等を把握するとともに、観光庁「ナイトタイムエコノミー推進に向けたナレッジ集」の中から、国内外で人気のナイトタイムエコノミーのコンテンツやその分類について把握する。

### （1）日本国内を中心とした先行事例のリリース

#### ① 富士吉田市（山梨県）の取り組み

- ・ 事業主体： 一般財団法人ふじよしだ観光振興サービス
- ・ 事業名称： 新たなナイトタイムエコノミーの担い手を呼び込む空き店舗活用事業
- ・ 特徴： 富士登山で人気の河口湖エリア、その周辺にある西裏という飲み屋街の外国人観光客に対する認知拡大に向けた取り組み。空き店舗を飲み屋として活用し、サイン看板の英語表記や、多言語メニューの用意をすることで外国人観光客を受け入れる体制を地域一帯で整えた。英語 HP でも紹介。
- ・ 考察： 従来からある「飲み屋街」を外国人にも利用しやすくするための施策や地域一体としての情報発信施策は、泉佐野市でも比較的容易に取り入れることが可能ではないかと考える。

column



### ノスタルジックな昭和の街ではしご酒

提灯の明かりや今では珍しい昔ながらの看板など昭和レトロな町並みが今なお残る、ノスタルジックな富士吉田の西裏地区。このエリアには、こだわりの光る老舗の名店からリノベーションしたおしゃれな店舗まで多彩なお店があり、営業時間も深夜までと、「はしご酒」を楽しむのに最適です！今回は初めての人でも入りやすく雰囲気の良いお店を中心に紹介します！

### 外国人観光客もわかりやすい！



富士山観光に訪れる外国人観光客が増え、富士吉田市内にはゲストハウスが次々とオープンしています。そこで、安心して夜の富士吉田を楽しむようにと、参加店の入り口に共通マークの表示とおすすめメニューの英語表記をしています。お店選びの参考になりますよ。

## ② 大阪市での事例A

- ・ 事業主体： OSAKA RIVER GO ROUND 実行委員会
- ・ 事業名称： OSAKA RIVER GO ROUND！
- ・ 特徴： インバウンド向けのナイトクルーズを実施。道頓堀から出ているクルーズ船を利用し、周辺のナイトスポットをパーティー船でご案内、提携店舗への誘導を実施。忍者姿のDJや「くノ一」ダンサーを使って、日本ならではの要素を盛り込み他の観光船との差別化を図ることで、外国人観光客の方にきたいと思わせるようなコンテンツづくりを行った。
- ・ 考察： この事例は都心部でのクルーズではあるが、ナイトクルーズ、パーティクルーズに、外国人向けの演出を加えるというスキームは、海沿いの地域である泉佐野市においても、検討する可能性と価値はあるのではないだろうか。



## ③ 大阪市での事例B

- ・ 事業主体： 公益財団法人大阪観光局
- ・ 事業名称： OSAKA Night Out (実証実験)
- ・ 特徴： アミューズメント、飲食、ナイトクラブ、エステ・サウナという夜間営業する異業種 19 店舗参加による回遊の可能性についての実証実験。21 時以降も営業する店舗で構成。クーポンにより回遊促進し、WiFi を活用し、外国人の回遊可能性等をリサーチした。
- ・ 考察： 夜間に営業する異業種間の連携という視点は参考になると考えられる。また、夜間の時間帯別によるモデルコースの提示という点も参考にできる。

## Osaka Night Out (実証実験) スタート



### 概要



★キタ・ミナミを中心に19店舗が参加  
(クラブ・バーレスク・バー・マッサージ・エステ・マジックバー・  
シュミレーションゴルフ・ラウンド1・焼肉)

### 期間

8月末まで

### 参加条件

毎月レポート提出(来客数・国別・売上等)  
Osaka Free Wi-Fi設置(動線分析)

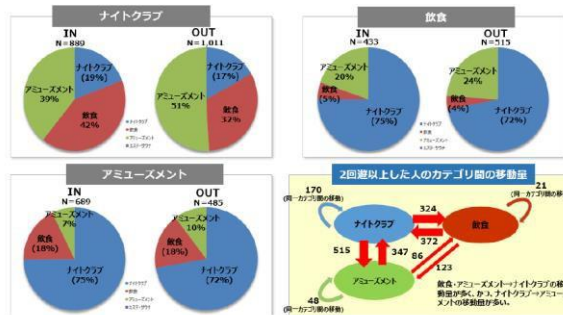
## 業種別結果



カテゴリ	クーポン(特典)	推定単価	集客	加盟店コメント	推定集客人数	推定売上
アミューズメント (5店舗)	セットメニュー割引, 1ドリンクサービス, 等	2,600~5,000円	概ね〇	概ね満足で、自力では集客できない観光客を集客できたことへの感謝等。期待はずれとのコメントも。	4,576	14,600千円
飲食 (6店舗)	セットメニュー割引, 1ドリンクサービス, 等	500~6,000円	店舗によって明確くつきり	効果を感じられなかったというコメントから、大変満足し、継続を強く望む声まで様々。	5,284	25,120千円
ナイトクラブ (5店舗)	1ドリンクサービス, 入場料割引, 等	1,000~3,000円	店舗によって明確あり	集客状況は店舗によるが、クーポンの使い方が難しかったようだ、という声が複数店舗から寄せられた。	26,947	72,191千円
エステ・サウナ (3店舗)	・特別価格30分3千円(ドリンク付)	3,000~6,000円	店舗によって明確くつきり	非常に満足したとのコメントから、集客の伸びが悪かったというコメントまで。	582 (Wi-Fi数値なし)	1,763千円

38

## ①回遊詳細



### 【結果】

「ナイトクラブ⇄飲食」「ナイトクラブ⇄アミューズメント」間の移動量が  
多く「ナイトクラブ」が周遊のハブになっている

35

#### ④ 大阪市での事例C

- ・ 事業主体： 公益財団法人大阪観光局
- ・ 事業名称： Deep Experience Osaka  
(ディーブエクスペリエンスOSAKA)
- ・ 特徴： 外国人観光客に大阪で参加できる体験やガイドツアーを専用の旅行体験情報サイトで紹介。  
大阪府内のよく知られている観光施設だけでなく、地元の人しか知らないような体験も多く掲載。サイトでは、英語、繁体字、簡体字、韓国語、日本語に対応し、全てネイティブスタッフが翻訳することで自然で正確な他言語情報を提供。
  - ◆大阪ならではの魅力的な体験やガイドツアーを掲載
  - ◆今すぐ予約できる体験や当日限定のお得なプランを掲載
  - ◆Deep Experience Osaka だけのコンテンツを掲載
- ・ 考察： HP 内で紹介されている、「案内人付きの飲み歩きツアー」という形態は、トリップアドバイザー等の人気体験にも入っていることから、泉佐野市でも実施可能性の検討も有効であろう。情報発信では、上記サイト等と連携するなどの手法が有効ではないかと考える。



#### ⑤ 京都府北部（海の京都エリア）での事例

- ・ 事業主体： 一般社団法人京都府北部地域連携都市圏振興社  
(通称：海の京都DMO)

- ・事業名称： 海の京都インバウンド向けナイトコンテンツ創出事業
- ・特徴： 地域の“夏の風物詩、である花火大会と併せて実施される「天橋立砂浜ライトアップ」に連携して展開。  
メニュー、スタッフ、ガイドの配置など外国人向けの「天橋立ビーチサイドBAR」(8/31～9/1)、天橋立ライトアップを船上から楽しめる「ナイトタイムクルーズ」(8/31・9/1)を実施。
- ・考察： 「花火大会」「ライトアップ」という既存の夜のイベントに併せて、国内外からの来訪者向けのサービスを付加することで、消費促進をはかる試みは参考になる。実施に際しては、既存イベント主催者が付帯イベントを実施する余力があるのか、別の実施主体が必要なのかという運営に関する検討も必要になるだろう。



#### ⑥ 高野山（和歌山県）での事例

- ・事業主体： 株式会社 AWESOME TOURS（2種旅行業）
- ・事業名称： KOYASAN OKUNOIN CEMETERY NIGHT TOUR  
（高野山奥ノ院ナイトツアー）
- ・特徴： 宿泊者を対象とした、ガイド付き「奥ノ院ツアー」。  
集合は19時に各自集合だが、復路は送迎バスを付加。  
宿坊に泊まっている外国人にも人気がある。
- ・考察： 単独では行きにくい場所をガイド付きで体験できるツアーの催行により体験可能にしている点が人気の要因である。  
「聖地」や「スピリチュアルな場所」への訪問ニーズは、多数あると想定されるため、泉佐野市内での可能性検討も有効であろう。



高野山奥之院ナイトツアー

NIGHT TOUR

OKUNOIN CEMETERY

KOYASAN

## 夕食後からご就寝までの間に、夜の奥之院へ 弘法大師・空海様に参拝しに行きませんか？

高野山在住の「金剛峯寺境内案内人有資格者」がガイド致します。  
昼間に奥之院に行かれた方も、日中とはまた違った幻想的な奥之院を見ることができます。

お大師様の話  
真言密教の話  
墓碑の説明  
奥之院の不思議な伝説  
お坊さんの生活  
高野山の歴史やお店  
などについてお話しします。

運が良ければムササビ、フクロウ、コウモリ、ホタルなども見ることが出来ます。



### 集合&終了場所

#### ツアー行程

##### 【集合/点呼】

恵光院 境内 / 19:00 出発 19:15

##### 【ツアー行程】

恵光院→(約2キロ徒歩)→奥之院・御廟→御供所でツアー終了

##### 【終了】

奥之院 御供所 20:30

☆復路バス送迎付きでお帰りに頂く必要がある宿泊施設(門限21時)にお泊まりの方は、ツアー終了後ガイドが御供所からバス停まで誘導、一緒にバスに乗り、降車するバス停までご案内します。

### 参加費

オンライン予約は簡単、2分で完了♪

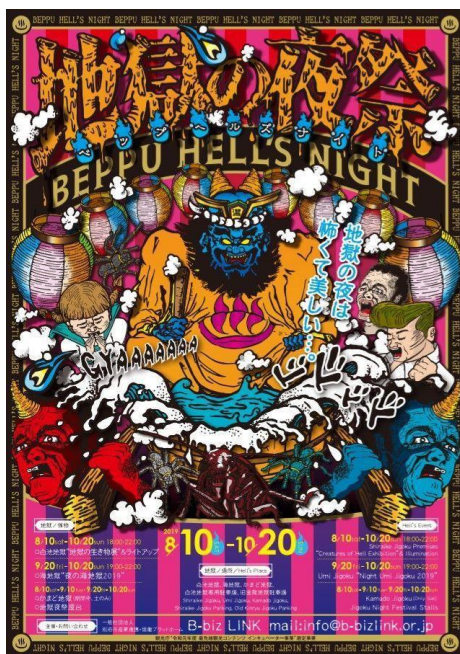
☆当日現金払い ¥2,500 (通常料金・復路バス送迎無料)

☆事前オンライン決済料金 ¥2,300 (割引料金・復路バス送迎無料)



⑦ 別府市の事例

- ・ 事業主体： 別府市
- ・ 事業名称： 夜の観光コンテンツ創出ナイトタイムエコノミー事業  
「地獄の夜祭 BEPPU HELL'S NIGHT」
- ・ 特徴： 過去4回、海地獄が独自に開催し、好評だった「夜の海地獄」を2020年も新たなストーリーで実施。国指定名勝「白池地獄」、「かまど地獄」を加える形で、夜の観光消費の増加ねらう。  
通常 17 時に閉園となる「地獄」を夜間帯に合わせた空間づくりをすることで、「地獄」本来が持つ幽玄美を更に引き立て、昼間では決して見ることができないコンテンツへと変貌させる。同時に園外では「地獄夜祭屋台」を出店。
- ・ 考察： 既存観光資源への入場時間延長（夜間ライトアップ）による、新たな消費の創出は、まったく新しい資源創出よりも制作ハードルは低いと考えられる。また、夜ならではの演出（付加価値）を加えることで、昼夜2回来場も狙っていることに着目したい。屋台出店による消費促進も参考になる。もちろん、夜間の観光資源へのアクセス手法についての検討は別途必要となる。



**白池地獄：(1)白池ライトアップ (2)地獄の生き物展**  
 期間：令和元年8月10日(土)~10月20日(日) 18時00分~22時00分  
 入館料：大人900円、高校生以下500円、未就学児無料  
 再入場(昼チケット持参)500円、高校生以下300円

**海地獄：夜の海地獄2019**  
 期間：令和元年9月20日(金)~10月20日(日) 19時00分から22時00分  
 入館料：大人900円、高校生以下600円、未就学児無料  
 再入場(昼チケット持参)400円

**かまど地獄：営業時間延長**  
 期間：令和元年8月10日(土)~9月10日(火)、9月20日(金)~10月20日(日)  
 上記期間の毎週土曜日 営業時間~20時00分  
 入館料：大人400円、高校生300円、中学生250円、小学生200円  
 共通観覧券も利用可

**地獄夜祭屋台**  
 白池地獄北駐車場、旧金龍地獄駐車場にて飲食物や縁日のな屋台など  
 期間：令和元年8月10日(土)~9月10日(火)、9月20日(金)~10月20日(日)  
 8時00分~22時00分

## (2) 国のナレッジ集の把握

観光庁「ナイトタイムエコノミー推進に向けたナレッジ集」（2020年）の中では、国内外で人気のナイトタイムエコノミーのコンテンツやその分類についてレポートがされている。

「整備すべきコンテンツ3体系」として、A：（世界の）どのまちでもナイトタイムに活用される主要コンテンツ＝共通コンテンツ、B：日本及びまち特有の観光資源を活用したコンテンツ＝固有コンテンツ、C：官民及び事業者同士の連携により、まち自体のプロモーション効果による活性化をはかるコンテンツ＝イベント型コンテンツの3つとその例示が下表のようにあげられている。

また、「訪日外国人の4つの観点」として、「日本の固有性」「地域との交流」「親近感」「最先端」とその具体例が、下表のようにあげられている。

整備すべきコンテンツの中では「共通コンテンツ」「固有コンテンツ」、訪日外国人の観点の中では、「日本固有性」「地域との交流」「親近感」については、泉佐野市内においても、すでに存在するコンテンツであると考えられる。

表 整備すべきコンテンツ3体系

体系	体系の概要
<b>A</b> 共通 コンテンツ	どのまちでもナイトタイムに活用される主要なコンテンツ > 訪日外国人の母国でも認知され慣れ親しんでいるコンテンツ > 体験時に言語の壁が低く、気軽に楽しめるコンテンツ (例) パブ・バー、ショー、ナイトクラブなど
<b>B</b> 固有 コンテンツ	日本およびまち特有の観光資源を活用したコンテンツ (例) 美術館・博物館の夜間営業や夜間活用など
<b>C</b> イベント型 コンテンツ	官民および事業者同士の連携により、まち自体のプロモーション効果による活性化を図るコンテンツ (例) まち全体のプロジェクションマッピングイベントやナイトマーケットなど

表 訪日外国人の4つの観点

観点	説明	具体例
 日本固有性	日本固有の文化を感じることができる	 ポップカルチャー  日本食
 地域との交流	日本の地域住民や従業員との交流ができる	 おまつり  ツアー・クルーズ
 親近感	自国にも存在するコンテンツで親しみを感じることができる	 バー・パブ  カフェ
 最先端	最先端テクノロジーや建築などを体験できる	 アトラクション  最先端建築

## (3) ナイトタイムエコノミーの分類

観光庁「ナイトタイムエコノミー推進に向けたナレッジ集」（2020年）では、下表のように分類し、「文化資源や自然資源など、各まちが保有する観光資源を最大限

利活用することが、訪日外国人が求める日本ならではのナイトタイムコンテンツを整備するうえで効果的」であるとしている。

泉佐野市においても、今後ナイトタイムコンテンツの具体化を進める上では、下表のような分類で、活用できる観光資源の棚卸し、整理が望まれる。

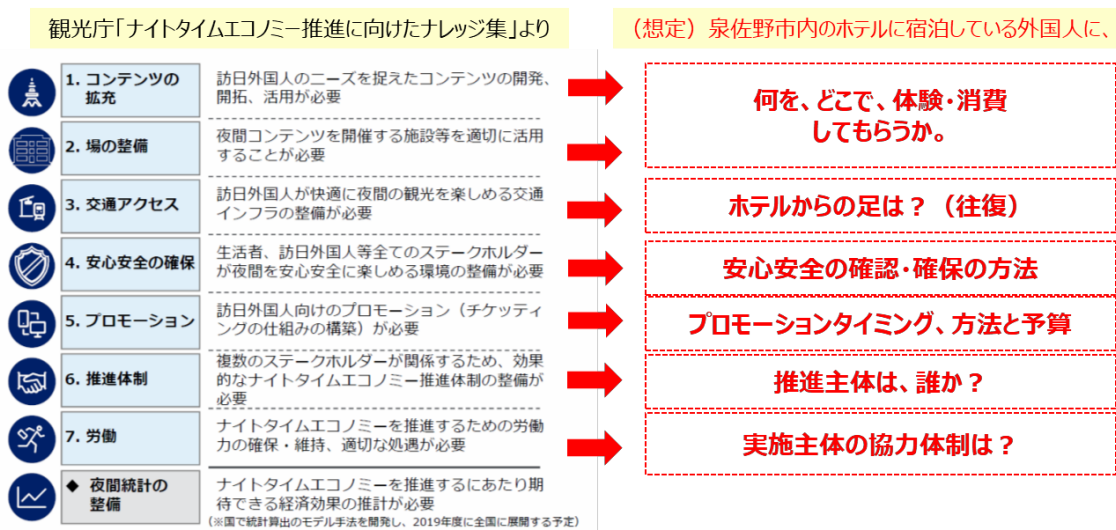
表 ナイトタイムコンテンツに活用できる資源の分類

観光資源		資源例（日本）
文化資源	最先端トレンド	テクノロジー・建築・食 等
	アミューズメント施設	テーマパーク・水族館 等
	歴史的建造物	城・神社・仏閣・庭園 等
	文化施設	美術館・博物館 等
	エンターテインメントショー	芸能・興行・イベント 等
	グルメ・ショッピング	日本食・土産 等
自然資源	ロケーション	海・湖・川・滝・山・森 等
	自然現象	雪・紅葉 等
	生物	動物・植物 等

(4) ナイトタイムエコノミー推進に向けた課題

観光庁「ナイトタイムエコノミー推進に向けたナレッジ集」（2020年）では、ナイトタイムエコノミー推進に向けた課題について、以下の7分類と夜間統計の整備であるとしている。仮に、泉佐野市内のホテルに宿泊している外国人を対象に、課題を整理してみると、下表右部分のような課題となる。

図 ナイトタイムエコノミー推進に向けた課題



## 5.本実証実験や泉佐野市内調査（宿泊、飲食業）の結果

本章では、2020年9月に実施した「夜市」来場者のアンケート調査、泉佐野市内のホテルへのヒアリング、飲食店へのアンケート調査結果について説明する。

### (1) 夜市来場者アンケート

#### ① 夜市の開催概要

- ・実施日時： 2020年9月7日（土） 18：00～22：00
- ・会場： 泉佐野駅上名店街アーケード
- ・概要： 外国人旅行者と地域の住民が交流できる街づくりを目的に開催。 出店数 20店舗 来場者数 2,827名  
アーケードを泉州のタオルで飾り付けをし、地域の住民はじめ、外国人旅行者にも日本の縁日や文化を感じてもらう。浴衣着付け体験や、折り紙体験、地域物産ブースや露店などなど。子供無料縁日ブース（小学生以下）もあり。



#### 泉佐野夏日夜市

本次活动是由泉佐野公益社団法人、青年会议所主办。借此机会提高国际交流使更多的游客了解和感受泉佐野地域风情、节日气氛、美食风味。更使泉佐野市民有机会一展风采。互动互爱共创友好城市。  
活动项目有：浴衣体验服务、折纸、土特产、路边小摊等等。供您享受。泉州毛巾装饰的商城也是当天一大亮点。小朋友可有机会得到免费活动券。  
热情欢迎远近朋友参加泉佐野夏日夜市，泉佐野市民恭候大家光临。

#### 泉佐野夏日夜市

本次活動是由泉佐野公益社團法人、青年會議所主辦。藉此機會提高國際交流使更多的遊客了解和感受泉佐野地域風情、節日氣氛、美食風味。更使泉佐野市民有機會一展風采。互動互愛共創友好城市。  
活動項目有：浴衣體驗服務、摺紙、土特產、路邊小攤等等。供您享受。泉州毛巾裝飾的商城也是當天一大亮點。小朋友可有機會得到免費活動券。  
熱情歡迎遠近朋友參加泉佐野夏日夜市，泉佐野市民恭候大家光臨。

#### 이즈미사노의 밤이 뜨겁다!

풍익사단법인 이즈미사노 청년회의소는 외국인여행사와 지역 주민이 교류할 수 있는 도시 만들기를 목적으로 「야시장」을 개최합니다. 단일은 아게이드를 셀슈타일(셀슈지역에서 유명한 타월)로 장식하며 지역 주민은 물론 외국인여행사에게도 일본식 여름 축제나 문화를 체험해 줄 수 있습니다. 유카타 (여름에 입는 전통적인 옷) 입기나 종이접기, 지역물산 노점 등. 술문을 어린이 (초등학생 이하) 무료 노점도 있습니다. 여러분의 방문을 기다리고 있습니다.

② 夜市来場者へのアンケート調査

夜市来場者へのアンケートを実施した。（回答者数：53名）

表 夜市来場者アンケート（n=53）

回答者性別	男性	女性				
	47%	53%				
回答者年代	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上
	0%	19%	49%	21%	11%	0%
どこから来たか？	泉佐野市内	熊取町	田尻町	その他		
	81%	6%	4%	9%		
認知経路	チラシ・ポスター	友人・知人	SNS	その他		
	23%	15%	13%	49%		
興味あるブース	飲食ブース	子供・外国人ブース	地域物産ブース			
	22%	48%	30%			
満足度	とても満足	やや満足	どちらでもない	やや不満	不満	
	20%	70%	10%	0%	0%	

回答者属性と各設問への回答結果は、上表のようであるが、20~40代の男女層の来場があった。来場者の約8割は泉佐野市内からの参加となった。また、認知経路では、チラシ・ポスター、友人・知人、SNSの順となったが、いわゆる紙メディアと口コミ系メディア（友人・知人+SNS）で比べると、口コミ系メディアが、紙メディアを上回る結果となった。また、満足度では90%がやや満足以上の回答であり、「今後も夜市をもっと開催してほしい」

「スイーツや日本文化、地酒、りんご飴」等のブース追加希望があった。今回は、泉佐野市内からの参加者が多かったが、「夜市」というナイトコンテンツは、訪日外国人目線での「地域との交流」を具現化するコンテンツである。通常の参加者である地元からの参加者の満足度がアップすることは「地域住民が楽しんでいるまつりに参加できた」という感動を、訪日外国人旅行者にも与えることにつながると思われる。

## (2) ホテルヒアリング

訪日外国人の夜間の行動傾向を把握し、ナイトタイムエコノミー推進への可能性を発見するため、泉佐野駅周辺とりんくうタウン周辺にあるホテルに対して、宿泊する訪日外国人の傾向、チェックイン・チェックアウトの時間、可能性のありそうなナイトタイムエコノミーの時間帯やアクティビティについてヒアリングを実施した。

なお、ヒアリング期間が2020年2月前半となり、2019年夏より続く訪日韓国人の大幅な減少傾向、2020年1月下旬からの新型コロナウイルス流行の影響による中国人団体旅行客の減少の影響については、排除した内容をヒアリングした。(ヒアリング詳細は別紙参照)

また、ホテルヒアリングに関しては、基本方針策定のために、宿泊施設視点からの訪日外国人客のナイトタイムエコノミー獲得の方向性を確認するためであったので、5件のヒアリングとなっている。具体的な事業計画づくりのためには、市内各ホテルへのヒアリングが必要なものとする。

### ① 泉佐野市ナイトタイムエコノミー取組の方向性 (夜間)

[市内ホテルヒアリングより]

市内で外国人宿泊者の多いホテルにヒアリングした結果、「KIXからのゲスト(訪日初日泊)」、「KIXに翌日向かうゲスト(訪日最終日泊)」ともに、夕方から夜にかけてチェックインする傾向であった。22時以降などの極端に遅い時間ではないことがわかった。

また、「KIXからのゲスト(初日泊)」では、19時頃から、「KIXに翌日向かうゲスト(最終日泊)」では、17時頃からと、初日泊の方が少し遅めの時間のチェックインとなっている。

ナイトタイムのアクティビティ可能性のある時間のヒアリングでは、「22時~25時」「22時以降」「20時~25時」との意見であった。また、「まずは夕食の充実から」という意見や、「カラオケ店」「温浴施設」「焼肉店」のニーズがあるとの意見であった。「ホテルスタッフが収集した飲食店情報をMAPにして配っている」施設もあった。

[上記結果よりの考察]

19時前後からの「夕食」及び22時以降の「夜食」をターゲットにした、ナイトタイムエコノミー推進の取組が考えられる。宿泊する外国人の「夕食」「夜食」消費の獲得・拡大を目標として、既存市内飲食店と連携した、取組の推進が検討でき

る。(日本的な食べ物、地元食材を使った料理、焼き肉・ラーメン、夜食、特徴的な飲み物提供など)

この取り組みを推進するためには、既存店のインバウンド受入意向の確認、受入環境整備(多言語メニュー、コミュニケーション、決済)、プロモーションの支援(旅行・飲食店系検索サイトへの掲載支援、ホテルでの告知ツール配布等)が必要となると想定される。

夕方～深夜帯でのアクティビティをターゲットにした、ナイトタイムエコノミー推進の取組が考えられる(カラオケ、温浴施設等)。宿泊する外国人の「夜間アクティビティ」の消費獲得・拡大を目標として、既存の市内夜間営業施設等と連携した、取組の推進が検討できる。

この取り組みを推進するためには、飲食店と同様に、意向確認、受入環境整備、(顧客の層や嗜好に合わせた)プロモーション支援が必要となると想定される

## ② 泉佐野市ナイトタイムエコノミー取組の方向性(早朝)

[市内ホテルへのヒアリングより]

「KIXからのゲスト(訪日初日泊)」、[KIXに翌日向かうゲスト(訪日最終日泊)]とともに、7時～8時頃のチェックアウトが多いことが、ホテルへのヒアリングからわかった。

[上記結果よりの考察]

チェックアウト時間が、全体的に早めであるが、早朝～朝の外国人宿泊者の消費拡大の取組に際しては、市内の早朝～朝の対象資源の発掘が必要となる。また、その対象資源運営者側の受入意向の確認や受入環境整備も必要となる。ホテルよりのアクセス方法の検討が必要となる場合もありうる。

「KIXからのゲスト(訪日初日泊)」に関しては、ホテルチェックアウト後の朝～午前中の泉佐野滞在による消費獲得に関する検討も可能であろう。

### (3) 飲食店アンケート

ホテル事業者へのヒアリングより、最初に取り組みそうなものは、19時前後からの「夕食」及び22時以降の「夜食」をターゲットにした活動と想定されたので、実際にその受け皿となる飲食店等の意識や現状、課題等を把握するため、アンケート調査を実施した。

#### ① 飲食店アンケート調査の概要

泉佐野市内飲食店に対して、夜間の営業時間、決済環境、外国人利用動向、受入れ意向、必要な支援策等を把握するため、アンケート（対面ヒアリング）調査を実施して、34軒の飲食店より回答を得た。

表 回答いただいた飲食店の業種 (n=34)

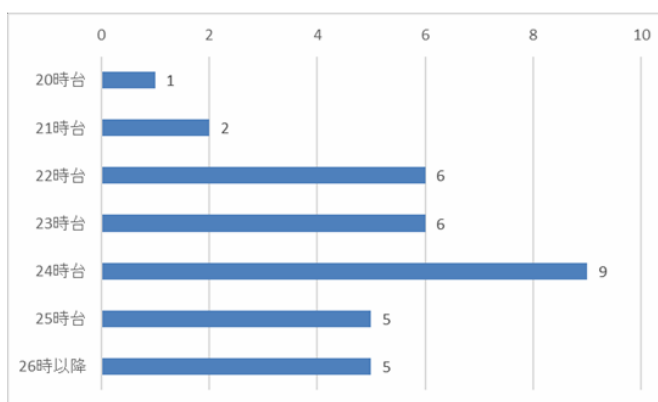
業種	N	%
複数回答		
居酒屋	12	35.3
和食	5	14.7
寿司	0	0.0
焼肉・ホルモン・鉄板焼き	5	14.7
イタリアン・フレンチ	3	8.8
バイキング(ビュッフェ)	0	0.0
カレー	0	0.0
ファミレス・ファーストフード	0	0.0
洋食・西洋料理	0	0.0
鍋	2	5.9
中華	2	5.9
バー・バル・ダイニングバー	7	20.6
ラーメン・つけ麺	2	5.9
アジア・エスニック料理	1	2.9
喫茶店・カフェ・スイーツ	1	2.9
その他	2	5.9
無回答	1	2.9
全体	34	100.0

#### ② アンケート結果

##### [夜間の営業時間]

回答のあった店舗の夜間営業終了時間帯は、24時台（24時終了を含む）が最も多い結果となった。25時台、26時以降の店舗も存在する結果となった。

図 夜の営業の終了時間 (n=34)





[外国人客の比率]

- ・通常期間の外国人客の比率の設問では、10%が最も多く（10店）、10%未満が続いた（7店）。1店ではあるが、60%との回答があった。（焼肉店）
- ・外国人の認知経路についての設問では、「ホテルからの紹介」が20.6%であったが、「その他」回答で、「通行客（店の前を通った客が入る）」が4店、「SNS」や「インスタグラム」が各1店、「ドリンク券配布」「添乗員が連れてくる」が各1店との回答であった。

図 通常の間期の外国人客比率 (n=34)

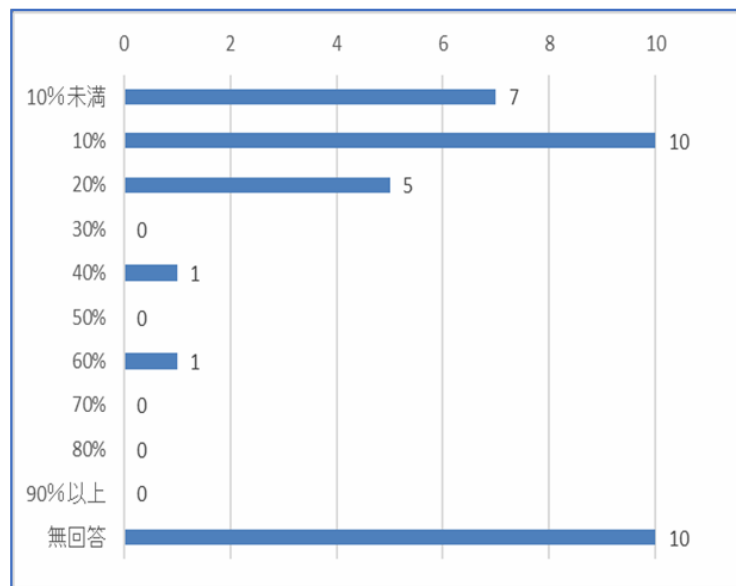


図 外国人の認知経路 (n=34)

外国人の認知経路	N	%
複数回答		
ホテルの紹介	7	20.6
パンフレット	0	0.0
口コミサイト	2	5.9
観光案内所	0	0.0
お店のHP	1	2.9
その他	8	23.5
無回答	21	61.8
全体	34	100.0

[受入環境の整備状況]

- ・メニューの多言語化が実施されている店舗は26.5%（9店）であった。整備されているとの回答の中では、英語、中国語の整備が8店、韓国語は3店であった。

- ・無料WiFiのある店舗は、23.5%（8店）であった。

・対応している決済環境では、「クレジットカード」が64.7%、「スマホ決済」35.3%、「ICカードの電子マネー（交通系、流通系）32.4%、の順であった。中国系の決済手法である「支付宝（アリペイ）」可能は、17.6%（6店）、「微信支付（We Chat ペイ）可能は、0店であった。

・トイレについては、「洋式トイレ」があると回答した店舗は、82.4%であった。

表 多言語表示

メニューに外国語表記はされていますか		
単一回答	N	%
有り	13	38.2
無し	21	61.8
全体	34	100.0

回答8で「有り」とお答えした方に質問です。どの言語に対応していますか。		
複数回答	N	%
英語	10	76.9
中国語	10	76.9
韓国語	5	38.5
その他	0	0.0
全体	13	100.0

表 決済環境

可能な決済手段(現金以外)を全て複数回答		
	N	%
クレジットカード	22	64.7
ICカードの電子マネー(交通系、流通系)	11	32.4
スマホ決済	12	35.3
デビットカード	3	8.8
その他	5	14.7
無回答	7	20.6
全体	34	100.0

中国系決済の可否を教えてください。		
複数回答	N	%
支付宝(ARI PAY)	6	17.6
微信支付(Wechat PAY)	0	0.0
無回答	28	82.4
全体	34	100.0

表 無料WiFi

無料WiFiの有無を教えてください。		
単一回答	N	%
有り	8	23.5
無し	26	76.5
全体	34	100.0

表 トイレ

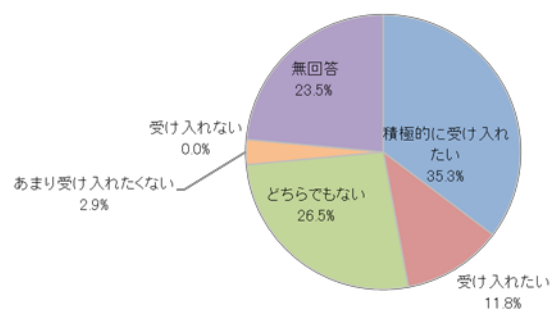
トイレの種類をお選びください。		
複数回答	N	%
洋式	28	82.4
和式	4	11.8
その他	1	2.9
無回答	3	8.8
全体	34	100.0

[今後の外国人受入れ意向]

・今後の外国人客受入れ意向に関しては、「積極的に受け入れたい」35.3%、「受け入れたい」11.8%、「どちらでもない」26.5%となった。受け入れたい派の計が47.1%に対して、「受け入れたくない」と「どちらでもない」の合計は29.4%となっている。

受け入れ積極層への働きかけももちろん重要だが、どちらでもないと回答した層への、働きかけによる積極派への移行策も検討することが必要であるかもしれない。

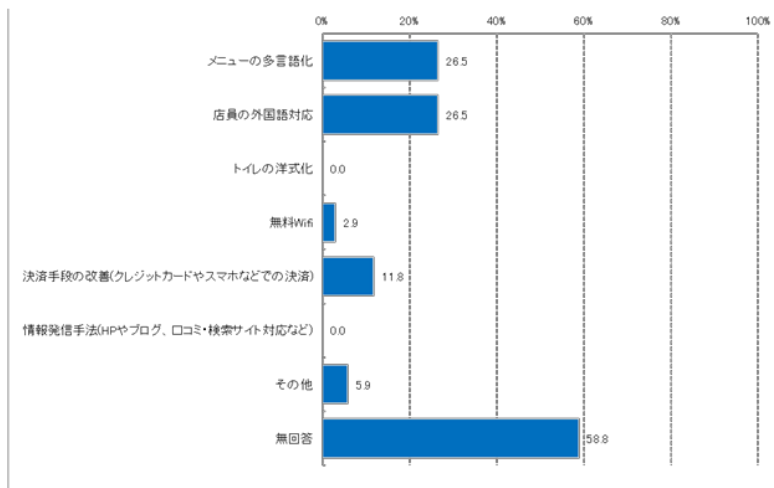
図表 今後の外国人客受入れ意向 (n=34)



今後外国人(旅行者)を受け入れたいか。		
単一回答	N	%
積極的に受け入れたい	12	35.3
受け入れたい	4	11.8
どちらでもない	9	26.5
あまり受け入れたくない	1	2.9
受け入れない	0	0.0
無回答	8	23.5
全体	34	100.0

・今後必要となる受入環境整備では、「メニューの多言語化」「店員の外国語対応」が、上位となった。フリー解答欄では、「ポケットークを購入したい」というコメントもあった。

図表 今後の必要な受入環境整備 (n=34)



貴店が、今後外国人客を受け入れる時に、必要と思う環境整備は、何でしょうか		
複数回答	N	%
メニューの多言語化	9	26.5
店員の外国語対応	9	26.5
トイレの洋式化	0	0.0
無料Wifi	1	2.9
決済手段の改善(クレジットカードやスマホなどでの決済)	4	11.8
情報発信手法(HPやブログ、ロコミ・検索サイト対応など)	0	0.0
その他	2	5.9
無回答	20	58.8
全体	34	100.0

### ③ 考察

一部の店舗を除き、外国人客比率の多くない飲食店が多いが、24時台まで営業している店舗も多数あり、宿泊客の夕食・夜食需要を獲得できる条件は揃っているものと推測される。今後は、外国人客受入れ意向の強い店舗を中心に、宿泊者へのアプローチ強化が、ナイトタイムエコノミー推進の第1歩ではないかと考える。また、夜の賑わいの創出の観点からは、外国人受入意向に「どちらでもない」と回答した店舗にも、態度兼用を促すような施策も必要となろう。

飲食店からは、訪日外国人客の受入環境整備について、外国語メニューや店員の外国語対応など、主にコミュニケーション分野の強化要望が強い結果となっているが、「決済」「情報発信」などの環境整備の重要性も合わせて啓発するような施策が望まれる。また、宿泊客のニーズ（問合せ）に直面しているホテルと飲食店との連携施策も必要であろう。

## 6. 泉佐野市として今後取り組むべきナイトタイムエコノミー事業の基本方針

前章までの各種検討、考察を踏まえ、泉佐野市の特性に合わせた基本方針を策定する。

### (1) 泉佐野市のナイトタイムエコノミーの定義

本基本方針では、ナイトタイムエコノミーについて、「泉佐野市の地域の魅力を開拓し、来訪者に、夜間~早朝（18時~8時）の体験を楽しんでもらうことで、地域内での消費促進し、泉佐野市の地域振興に資する経済活動」と定義する。

### (2) 泉佐野市のナイトタイムエコノミーへの取組みの指針

#### ① 泉佐野市内に宿泊している外国人旅行者を主対象にする。

関西有数の訪日外国人宿泊者がいる特性をいかして、泉佐野宿泊者の夜間~深夜、早朝の消費拡大を促進する。

#### ② 泉佐野市内の各種資源を活用する。

既存観光資源の夜間活用、既存観光資源ではない資源の発掘・整理、活用方法の検討、新たな付加価値の付与など、市内の各種資源を活用する。

#### ③ 持続可能な取組みとする

DMO や各種団体、民間企業、事業者、市民など各層の参画をはかるとともに、持続可能な取組みを目指す。

### (3) 事業推進のステップ

#### ① 取組可能なものから開始する。

前章で検討した、「19時前後からの「夕食」及び22時以降の「夜食」をターゲットにした、ナイトタイムエコノミー推進の取組」及び「夕方~深夜帯でのアクティビティをターゲットにした、ナイトタイムエコノミー推進の取組」について、開始する。

#### ② ナイトタイムエコノミーで開発可能な活動の抽出。

泉佐野市にある各種資源の中から、ナイトタイムエコノミーで開発可能な資源を抽出し、ナイトタイムの活動（アクティビティ）とするには、どんな形態がありうるのかを検討する。

③ 各活動の課題と解決策の検討

抽出した活動を実施するための課題と解決策を検討する。検討に際しては、持続可能性についても十分検討が必要である。

④ KPI 等の設定についての検討

各活動についての目標設定は必要であるが、泉佐野市全体としてのナイトタイムエコノミー推進のKPI 設定も重要となる。KPI については、定量的目標としての「夜間消費額」（現在の夜間消費額データが必要となるが）、定性的目標として「宿泊者の満足度」「市内事業者の満足度」などが想定できる。

[参考]

◆ ナイトタイムエコノミー活動（アクティビティ、コンテンツ）の抽出視点

※ 以下のような視点（切り口）から、どんなアクティビティがあるのか、可能なのかを抽出する。

- ・ 共通コンテンツ（どのまちでもナイトタイムに活用される）
- ・ 固有コンテンツ（日本・関西、泉佐野特有）
- ・ イベント型
- ・ 文化資源
- ・ 自然資源
- ・ 通年可能、季節毎、月毎の可能なアクティビティ
- ・ 既存の催事（祭り、イベント、歳時記）
- ・ 施設や資源（既存/新設）でのアクティビティ実施可能性検討
- ・ 外国人自主参加型、ナイトツアー型など参加形態別の検討  
（ナイトツアー型の場合は運営者も）

## ■事業アイデア

各種事業検討のアイデア出しのきっかけとするため、現状での事業アイデアを記す。（実現可能性、運営体制等は未検証）

- 飲食店（居酒屋、レストランなど）の夜間営業プロモーション  
（外国語メニュー、外国人歓迎サイン、店舗情報 MAP のホテルへの配布）
  
- 飲食店の情報の整理とインバウンド受入支援
  - ・来訪者に来て欲しい飲食店とそうでない飲食店（地元利用だけでよい）に区分けし、整理する。
  - ・インバウンドについては完全なメニュー作成支援、トリップアドバイザーやぐるなび掲載支援を手厚く行う。
  - ・決済やコミュニケーションに関するセミナーやツールの開発を行う
  
- 時間帯別 泉佐野夜遊び情報の編集
  
- 寺、紅葉、などのライトアップ
  
- 祭り、花火大会などで、外国人も楽しめるプログラムづくり
  
- 朝市（漁港など）
  
- ナイトタイムでのツアー や 早朝のツアー  
「大阪湾を一望、夜景観賞」
  - ・専用車で犬鳴山温泉へ、さらに林道を利用して犬鳴山七宝瀧寺へ到着、不動明王像のライトアップ行者の滝のライトアップ、  
（ライトアップはスタッフがその時だけスイッチを入れる）
  - ・その後さらに林道を上がり、粉河ハイランドパークへ、展望台にて夜景観賞
  - ・帰路は旅館ロビーでコーヒーと軽食で休憩（お買い物も少し）
  
- 「泉佐野パブクロール」
  - ・一人でも参加 OK 世界のビールを泉佐野でのみ歩く（パブクロール）

○早朝の街中散歩

- ・泉佐野ふるさと町屋館を早朝に訪れて、日本の建築文化を知る。

○駅から10分圏内にカラオケ（ボックス）店の誘致

○屋台スペースの創設