

観光地経営戦略

一般社団法人くらわんか観光マネジメント

地域DMO / マネジメント区域：大阪府枚方市

作成・更新年月日：令和8年7月21日

観光地のビジョン・重要目標達成指標

(ア) 将来的な観光地のビジョン

「楽しい」「おいしい」あふれる京阪奈のど真ん中。通過から滞在・消費へ。

(イ) 重要目標達成指標 (KGI)

指標	2023年	2024年	2025年	2026年	2027年	2028年	2029年	2030年
旅行消費額（千円）	16,226,175	18,827,067	24,670,535	25,904,062	28,494,468	29,919,191	31,415,151	32,985,908

2023年～2025年は実績、2026年以降は目標値です。

観光地域づくり法人の使命

枚方市の「観光施策に関する考え方」に基づき、枚方市の魅力向上 交流人口の増加 経済活性化
この3つを主軸に取り組んでいく。

DMO自ら事業実施を手掛け市内事業者を先導していくことで市民が誇れる持続可能な観光地域づくりを実現していく。

宿泊→通過 から 宿泊→周遊に転換 住宅都市ならではの豊富な市民向けサービスを訪問客向けに拡張
広域誘客を実現しているイベントの磨き上げ

本法人は、枚方市が推進する「くらわんかツーリズム」の推進・連携主体として、ひらかた万博で培った「共創」（市内企業・地域団体・大学等の連携）を継承し、地域資源のコンテンツ化と市内消費への誘導を担うことで、地域と観光が共存する持続可能な仕組みの構築を使命とする。

データの活用方針

指標	取得手法	取得主体
1人当たり旅行消費額	大阪観光局のDMPデータを活用	地方自治体
延べ宿泊者数	枚方市内の宿泊事業者から提供	地域内事業者
来訪者満足度	枚方市観光案内所でアンケート調査	DMO
持続可能な観光に対する住民満足度	行政が行う市民アンケート調査	地方自治体

指標	取得手法	取得主体
観光事業者の 平均給与額	観光事業者へのヒアリング	DMO、地域内 事業者、民間企業等
月別来訪者の 平準化率	大阪観光局のDMPデータを活用	地方自治体
外国人観光客数の日別の 推移把握のため	観光案内所来所者数	DMO

環境分析

(1) SWOT分析

	好影響	悪影響
内部環境	【強み】 アクセス：地理的優位（京阪中間） まち：枚方市駅～枚方公園駅の集客施設 （ひらかたパーク、枚方モール、枚方T-SITE） 地域資源（自然）：街中からすぐ（淀川、東部） 地域資源（歴史）：京街道の宿場町 地域資源（グルメ）：個性的な飲食店 地域資源（賑わい）：五六市、五六花火、水都くらわんか花火大会、淀川河川敷・王仁公園・山田池公園などの公園 政策連携：市の「くらわんかツーリズム」・地域資源コンテンツ化の推進 まちづくり：枚方市駅「ステーションヒル枚方」完成による駅前賑わい 空間：アウトドア拠点の整備（スケートボードパーク令和9年供用）	【弱み】 アクセス：通過される。滞在されない。 まち：資源の点在、ハブ機能の不存在 地域資源（自然）：体験化×誘客性 地域資源（歴史）：体験化×誘客性× 地域資源（グルメ）：誘客性× 地域資源（賑わい）：誘客性 頻度
外部環境	【機会】 枚方市駅直結カンデオホテルズへの来訪者の増加 旅行動向（国内）：マイクロツーリズムの再拡大 旅行動向（国外）：インバウンドの再拡大 DX：ソリューションツールの汎用化 インバウンド基盤：大阪・関西万博を契機とした誘客機会、在住外国人増加に伴う多文化共生・多言語対応の進展	【脅威】 天候：屋外イベントのぜい弱性 日常の誘客性の高い体験・場所が少ない。

(2) クロスSWOT分析を踏まえた取組方針

	機会	脅威
強み	【S×Oの相乗効果を収穫【消費行動】に結び付ける】 ＜既存来訪客、宿泊客に対し周遊に結び付ける案内機能の強化を図る＞ アクセスの良さとまちづくりの進展が重なり、一定のビジネス客、インバウンド客の宿泊客が出てきている。その層に対して、周遊を促すマップをDXで提供するとともに、地域資源の訴求を図る。また、日々様々な主体によるイベントが開催されており、マイクロツーリズムの一環として賑わい創出による誘客を図るため、DXで情報の集約と再編集された情報の発信を強化する。	【S内部的な努力・ノウハウでTを打ち消し安定供給できる状態を作る】 ＜地域資源の実態に合わせてテーマ性を持ち差別化を図るとともに多チャンネル化で対応する＞ 駅近く街近くに資源を有する地理的特性を生かしながら、近隣市との差別化を図る。また、差別化されたプログラムを多様化させ、季節、天候等のバラエティに富み状況に合わせて選択できる状態を築く。
弱み	弱み	【Wを克服しOとつながる状態にする。】 ＜ターゲットを定めた磨き上げで刺さる商品開発を行い機会損失を防ぐ＞ 点在する資源の一元化、編集された情報発信を図る取り組みを進めながら、まちづくりの進展と旅行動向に起因する枚方への宿泊客を分析し、誘客にまで結びついていない地域資源の磨き上げを進めていく。

観光地域マーケティング戦略 / 地域のマーケティングミックス（4P）戦略

マーケティング戦略のコンセプト

ブランドメッセージ：「楽しい」「おいしい」あふれる京阪奈のど真ん中

「枚方の地域資源を生かす」「DMOとしての実績」をベースに・市民向けに日々提供している事業を再編集し誘客につなげる（磨き上げ）・市民向けかつイベント開催がメインとなっている事業は、さらなる誘客に向けた磨き上げと提供機会の拡張の両面を図る

・すでに誘客につながっている事業は拡充や拡張を図る（提供機会機会の増）

ターゲット ：近隣ファミリー層

ターゲット設定理由	枚方市内の商業活動の最大の顧客である市民層の延長として設定する。コンセプトは「休日の選択肢を作る」。週末の出掛ける先として、枚方で創られる「楽しみ」が選択され、市内事業者への経済循環を作る。
自地域の立ち位置・提供価値	大阪都市圏の30～60分圏に居住人口が集中し、短時間外出の近場志向が強い。枚方は鉄道アクセスが良好で、主要施設周辺に滞在・購買のポテンシャルがある。子連れでも回りがやすく、都市近接×自然×水辺で半日でも満足できる「今週末に気軽に行ける」を提供
プロダクト（商品やサービス）	「わざわざ来るツアー」ではなく「休日のプチお出かけ」を快適にする環境づくりを軸とする。淀川河川敷・王仁公園・山田池公園、五十六花火などのイベントを核に、くらわんか井や手ぶらで楽しめる短時間体験を組み合わせたコースを用意。子連れ向けアメニティ（授乳室・おむつ替え・ベビーカー）の情報をデジタルマップで可視化する。地域の事業者やまちづくり協議会、枚方市文化観光協会と連携してパッケージを作成
プライス（価格）	気軽に参加できる価格帯（体験・食は1人500～1,500円程度、家族で2,000～4,000円程度）とセット割を基本とする。無料で楽しめる公園・河川敷イベントを起点に、飲食・物販への「+αの消費」へ自然に誘導する。
プレイス（販路）	枚方市案内所と公式サイトに予約・購入を一本化し、現地にQR案内を設置。
プロモーション（認知獲得）	公式HP/SNSと地元メディアで今週末情報を定期発信

ターゲット ：府外からの宿泊者

ターゲット設定理由	消費単価が高く、かつ目の前にいるのに市内消費に結び付けられていないことから、ターゲット設定して取り組むことで、マクロの数値としては小さいかもしれないが着実に消費行動に結びつくような仕掛けを作る。 市内で保有する大型コンテンツ（水都くらわんか花火大会やひらかたパークなど）を目的に来訪する方もいるため、プラスアルファでの周遊や消費へつなげていく。
自地域の立ち位置・提供価値	カンデオホテルズやサンプラザホテルなど、大阪・京都へのアクセスの良さから枚方市内で宿泊のみで利用し、市内へは足を延ばさない層が一定数いることが分かっている。「枚方へ宿泊する」ことの付加価値化を図る。「せっかく枚方に泊まったんだから枚方もんを食べていこう」という動機を作る
プロダクト（商品やサービス）	宿泊者向けの枚方市駅周辺で楽しめる飲食店のデジタルマップの提供。 水都くらわんか花火大会の日に合わせた特別な宿泊プランの販売。

プライス (価格)	ホテル近隣の飲食店で消費。3000円～10000円の価格帯。宿泊者の「ついで消費」を狙うため高額ではない価格設定 宿泊プランはカンデオホテルズで販売、1室40,000円～
プレイス (販路)	ホテルフロント(チェックイン時販売)や客室内POP・QRでのアプローチをメイン。ホテルの予約時オプションでも選べるように設定。 ホテル予約サイトでプランを掲載
プロモーション (認知獲得)	ホテルとの共同キャンペーン、ホテルの客室のモニターでの動画やスライドの放映。枚方市観光案内所でのチラシ設置。 カンデオホテルズ、水都くらわんか花火大会の公式HPやSNSで発信。

ターゲット ： 枚方市に来訪したインバウンド客

ターゲット設定理由	外国人からも人気の高い世界的な観光地「大阪」「京都」へ来訪するインバウンドに向けた商品化に引き続き取り組む。まずは、旅中(もっというなら枚方に来ている人＝まずは宿泊者)へのプロモーションを大前提とし、刺さるコンテンツを実験的に作っていく。
自地域の立ち位置・提供価値	大阪・京都滞在者の近郊マイクロトリップ需要があり、当日予約への反応が高い。時間がある方へは造成したツアーなど枚方市の歴史を感じられる非日常の体験を提供。 時間がない方へは枚方市駅周辺の枚方宿の京街道など歴史を感じられるスポットの提供。
プロダクト (商品やサービス)	・大阪観光局と連携して造成したツアー。(宿場町と味噌と淀川を楽しむ枚方サイクリングツアー、里山での収穫体験やランチツアーなど) ・枚方市駅周辺で観光したい方へは京街道や、枚方市鍵屋資料館での歴史体験
プライス (価格)	・オールインのシンプル価格(10000円～) ・枚方市鍵屋資料館 入館200円、随時開催する体験やイベントの案内 勾玉制作体験、など(600円)
プレイス (販路)	ホテルとの連携も行う。公式直販+主要OTAに在庫連携し、地図から即予約や現地QRに対応。 枚方市観光案内所ではチラシ設置やイベント案内。
プロモーション (認知獲得)	SNS/口コミ/地図で見つけてすぐ予約の導線を発信する。ホテルと連携し、客室での案内、POPでアプローチ。

マネジメント区域における受入環境整備の方針

基礎的なインバウンド受入環境整備の方針	枚方市が開設する外国人市民等の多言語一元相談窓口と役割分担し、観光案内所「Syuku56」を旅行者向けの多言語ハブ（多言語パンフレットの常備・手ぶら観光カウンター）として整備する。主要拠点（枚方市駅・枚方宿）の案内サイン・マップにQRを設置し、英語・繁体字・簡体字・韓国語で解説を提供する。 今後は枚方市観光案内所Syuku56で手ぶら観光カウンター及び手荷物の預かりサービスの導入を目指す。
二次交通の課題解決及び確保の方針	市域では路線バスの減便・廃止の可能性が示されており、枚方市は都市計画マスタープラン改定（コンパクト・プラス・ネットワーク）のもと、新たな移動手段の導入可能性を検討している。DMOはこの検討と連携し、シェアサイクル等のラストワンマイル手段と「枚方市駅 淀川河川敷 枚方宿」の回遊動線・情報の一元発信を担う。
ガイドの確保及び育成の方針	地域一体型「ローカルガイド」の育成 関西外国語大学（枚方市内）など其他大学の留学生や語学専攻の学生と連携し、外国人目線で魅力を語れる若手ガイドとして育成・登用します。 受入事業者向けの異文化理解・語学研修 飲食事業者やワークショップを行う事業者向けに、DMOが主導して「簡単な接客英語」や「宗教・食文化（ハラールやベジタリアン等）への対応」に関する勉強会を開催します。
その他の方針	安全・安心の防災体制（やさしい日本語と多言語化） 万が一の災害時に備え、滞在中の外国人観光客へ避難情報などをまとめた冊子を、市と連携して整えます。 データの蓄積とフィードバック 宿泊施設や市内の飲食店と連携し、来訪した方の属性や消費額などをデータ化する。

顧客管理の方針

目的：枚方市観光案内所Syuku56での利用者アンケートによるメールアドレスの取得。自動配信で、再訪・紹介・直販CVを高める。

CVの定義： 体験予約、 飲食店予約、 宿泊予約（宿泊予約サイトまたは各ホテルとのパラメータ連携で計測）

今後の方針として、

会員機能（案）：観光案内所に簡易会員機能を設け、特典付与で購買・再訪につなげる。

チャネル：国内＝LINE / 学校＝メール / インバウンド＝多言語メール（JP/EN/ZH/KR）＋公式サイト。

運用：FAQテンプレを整備し、営業時間内は当日返信を目安とする。

これらのデータを元に常にPDCAを回しながら改善していく。

観光による受益を広く地域に行き渡らせる方針

域内調達：DMO・イベントの発注は域内事業者優先。

登録事業者の販路拡大：店舗掲載で露出を高め、観光案内所での物販、市内小売店への一括売り込み、ふるさと納税返礼品などで販路確保

定期的なイベントでの集客大規模イベントの磨き上げ：20万人以上が来場する水都くらわんか花火大会と協力し、地域の事業者への裨益を促進する。

枚方市の「稼ぐ力」強化策（ふるさと納税×クラウドファンディングを活用した新商品開発支援事業）や創業支援拠点「ひらつく」と連携し、域内事業者の商品開発・販路拡大を後押しする。農産物等の販路開拓も市・

関係機関と連携して支援する。

これらの取り組みを複合的に展開することで、宿泊などの直接的な観光産業だけでなく、域内の農林水産業（一次産業）や製造業（二次産業）、飲食・小売業へと観光消費の波及効果を面的に広げる。

戦略の重要成功要因（KSF）とKPI

（１）重要成功要因（KSF）とKPIの対応

KGI	KSF	KPI（地域全体の成果）
旅行消費額	消費単価の向上	1人あたり旅行消費額
	滞在日数の増加	延べ宿泊者数
	来訪者数の管理	来訪者満足度
	需要の平準化	月別来訪者数の平準化率
	環境歴史文化保全	持続可能な観光に対する住民満足度
	地域への裨益	観光事業者の平均給与額

KPI（DMOの活動による直接成果）は更新登録時に設定するため、本戦略では未設定です。

（２）KPIの目標値とその推移

KPI	単位	2023年	2024年	2025年	2026年	2027年	2028年	2029年	2030年
一人あたり旅行消費額	円	4,134	4,588	6,027	6,328	6,961	7,309	7,675	8,058
一人あたり旅行消費額 （インバウンド）	円	17,849	21,506	25,443	26,715	29,387	30,856	32,399	34,019
延べ宿泊者数	千人	726	759	812	853	938	985	1,034	1,086
延べ宿泊者数 （インバウンド）	千人	35	46	70	74	81	85	89	94
来訪者満足度	%	—	90	94	88	89	90	91	92
来訪者満足度 （インバウンド）	%	—	100	92	88	89	90	91	92
持続可能な観光に 対する住民満足度	%	—	69	—	70	71	72	73	74
月別来訪者数の 平準化率	%	96	92	92	93	93	94	94	94
観光事業者の 平均給与額	円	—	—	2,677,500	2,757,825	2,840,560	2,925,777	3,013,550	3,103,956
観光案内所来館者数	人	—	67,267	59,693	60,887	62,105	63,347	64,614	65,906
WEBサイトアクセス数	人	—	1,340	17,631	17,984	18,343	18,710	19,084	19,466

2023年～2025年は実績、2026年以降は目標値です。「—」はデータ取得前または集計中の項目です。

実行計画

ターゲットに対するマーケティング（地域のマーケティングミックス（4P））

年度	主な取組	実施主体	予算（千円）
2026年度	【ひらかた井を核とした、食で稼ぐ・食でつながる観光地域づくり】 ・歴史的背景に深いインパクトをもつ「くらわんか茶碗」を井として復活させ、地域の飲食店と連携して魅力的な食文化体験を創出し、国内外からの誘客を促進。食を通じて地域経済を活性化し、人と人がつながる新たな観光地域づくりを目指します。	くらわんか観光マネジメント	3000
2027年度	【自然豊かな淀川河川敷を活用した安心・安全なアウトドアレジャー環境での取り組みの充実】 ・新たに完成したスケボーパークを核に、スポーツ体験やアウトドアイベントを充実させ、ファミリー層が安心して楽しめる環境を創出します。多彩なアクティビティを通じて地域の魅力を発信し、健康的で生き生きとした交流の場を提供することで、地域全体の活性化を目指します。	くらわんか観光マネジメント、行政、その他事業者など	50000
2028年度	【歴史薫る枚方宿を活用した魅力あふれる観光プランの創造】 ・枚方宿地区の幼児療育園跡地の活用をはじめ、淀川舟運と枚方宿をつなぐ歴史的な連動を取り入れることで、インバウンドにも強く訴求する観光プランを提供します。伝統と現代が織り成すストーリーを通じて訪れる人々に深い感動を与え、地域の魅力を国内外に発信し続ける新たな観光資源の創出を目指します。	くらわんか観光マネジメント、枚方市観光協会、その他事業者など	2000
2029年度	【宿泊を伴った市内周遊ツアーの拡充（IRも見据え）】 ・観光資源や地域資源、食文化を融合させた魅力あふれる周遊ツアーを造成し、効果的な広報で宿泊者の増加を目指します。特に、市内に点在する5か所のゴルフ場を活用するなど、裕福層の誘客を強化することで、高い経済効果を創出します。多様なニーズに対応したツアープランにより、市内観光の魅力を最大化し、滞在促進と地域経済の活性化を図ります。	くらわんか観光マネジメント、ホテル事業者、旅行会社、その他事業者など	1500
2030年度	【大阪IRに向けた戦略的な広報】 ・大阪IR運営会社や関西エアポートとの連携体制を構築するなど、空港やホテルを中心に効果的な広報活動を展開します。これにより、大阪IRの来阪者を枚方へ誘客し、地域の観光・経済活性化を促進します。多角的なプロモーションと連携を通じて、枚方の魅力を広く発信し、訪問者数の大幅な増加を目指します。	くらわんか観光マネジメント、行政など	3000

計画期間内における予算総額：59,500 千円

マネジメント区域における受入環境整備

年度	主な取組	実施主体	予算（千円）
2026年度	「枚方市バンケット会場付きホテル支援補助金制度」 枚方市観光案内所Syuku56の多言語化対応	行政 くらわんか観光マネジメント	25,000 110
2027年度	淀川河川敷スケートボードパークの整備 市内事業者への語学研修・勉強会	行政 くらわんか観光マネジメント	50,000 220
2028年度	新たな市の総合計画（第6次枚方市総合計画）に合わせ、観光の受け入れ環境整備を計画する 市内事業者への語学研修・勉強会	行政 くらわんか観光マネジメント	未定 220
2029年度	光善寺駅西地区再開発竣工 市内事業者への語学研修・勉強会	行政 くらわんか観光マネジメント	未定 220

年度	主な取組	実施主体	予算（千円）
2030年度	大阪ＩＲ開業にあわせ、誘客につながる環境整備を行う 市内事業者への語学研修・勉強会	行政 くらわんか観光マネジメント	未定 220

計画期間内における予算総額：集計中

顧客管理

年度	主な取組	実施主体	予算（千円）
2026年度	イベント情報集約システムを構築。集約したイベント情報をもとに、LINE公式アカウント（無料枠）で「今週末情報」を定期配信。Syuku56にQRの友だち登録導線を設置し会員基盤づくりを開始。	くらわんか観光マネジメント	500
2027年度	デジタル観光マップを構築(2カ年計画)。会員基盤（LINE/Googleログイン）・お気に入り・スポット情報を整備し、2026年度に蓄積したイベント情報を連携。	くらわんか観光マネジメント	1000
2028年度	デジタル観光マップを本格運用開始。電子クーポンで来店促進、体験チケットを外部予約サービスで販売開始（Syuku56でも対面販売）。予約への送客数（ＣＶ）計測を本格化。	くらわんか観光マネジメント	1200
2029年度	体験・物販のオンライン予約・決済を拡充。宿泊は各ホテルの予約サイトへ送客し、館内POP/QRで市内周遊・体験予約を促進。会員データでセグメント配信・再訪施策を実施。	くらわんか観光マネジメント	1500
2030年度	実績データに基づき配信・販売チャネルを最適化。再訪・紹介施策をPDCAで改善。	くらわんか観光マネジメント	1000

計画期間内における予算総額：5,200 千円

観光による受益を広く地域に行き渡らせる取組

年度	主な取組	実施主体	予算（千円）
2026年度	【５６花火】 毎月第3日曜日に淀川河川敷で56発の花火を打ち上げることで、「花火＝ひらかた」という強いイメージを地域に根付かせます。定期的な開催により地域の賑わいを創出し、観光誘客や市民の交流促進、枚方のブランド力向上を目指します。	水都くらわんか花火大会	6600
2027年度	【ディズニーパレードの誘致（市制施行８０周年）】 ・ディズニーパレードの誘致は、幅広い世代の集客と地域経済の活性化に大きく貢献します。地域の飲食店や小売店を含む多くの事業者に利益が波及し、枚方の観光地としての認知度向上にもつながります。また、地元住民や事業者が一体となって参加することで、地域の結束力と交流促進が期待できるため、観光受益を広く地域に行き渡らせる効果的な取り組みとなります。	くらわんか観光マネジメント、行政、その他事業者など	8000
2028年度	【５６花火と連動した取り組み】 ・定着した５６花火の次のステップとして、市内の飲食事業者などと連携し、花火観賞と食の魅力を融合させたイベントやキャンペーンを展開します。これにより地域全体の賑わいを一層高め、来訪者の滞在時間延長と消費拡大を図ります。	くらわんか観光マネジメント、行政、その他事業者など	6600
2029年度	【枚方市の新たな総合計画に合わせた取り組みの推進】 2028年度に策定される新たな枚方市総合計画に合わせ、観光による受益を地域全体に広く行き渡らせる取り組みを推進します。多様な観光資源や地域産業と連携し、交流人口の増加や地域経済の活性化を図るとともに、持続可能な観光振興の基盤づくりを目指します。	くらわんか観光マネジメント、行政、その他事業者など	未定

年度	主な取組	実施主体	予算（千円）
2030年度	【大阪IRにおける誘客の受け入れ環境の整備】 ・大阪IRの開業に向けては、地域全体を巻き込んだ包括的な連携体制の構築が不可欠です。IRからの来訪者を府内各地の観光資源や特産品、飲食店に誘導するため、環境整備や多様な周遊プランの開発を推進します。また、地元事業者との連携による地域特有の体験プログラムやイベントを多数企画し、経済効果を地域全体に波及させます。さらに、地元住民の理解と参画を深めるコミュニケーション施策も併せて推進し、IRを起点とした持続可能な地域活性化を目指します。	くらわんか観光マネジメント、行政、その他事業者など	未定

計画期間内における予算総額：21,200 千円

その他の取組

年度	主な取組	実施主体	予算（千円）
2026年度	・水都くらわんか花火大会のインバウンド受入体制強化。 ・市内事業者と連携した消費行動のデータ分析およびデータ共有	くらわんか観光マネジメント	200
2027年度	・水都くらわんか花火大会のインバウンド受入体制強化。 ・枚方市制80周年 ソフト事業を検討中。	行政 / くらわんか観光マネジメント	200
2028年度	・水都くらわんか花火大会のインバウンド受入体制強化。	くらわんか観光マネジメント	200
2029年度	・水都くらわんか花火大会のインバウンド受入体制強化。	くらわんか観光マネジメント	200
2030年度	・水都くらわんか花火大会のインバウンド受入体制強化。	くらわんか観光マネジメント	200

計画期間内における予算総額：1,000 千円

効果検証の体制とその方法

検証体制	枚方市観光戦略推進会議 （DMO / カンデオホテルズ大阪枚方 / 京阪ホールディングス / 枚方宿地区まちづくり協議会 / 水都くらわんか花火大会実行委員会 / 枚方市）
検証方法 （効果検証に活用するデータや頻度等）	年間2回 KPIダッシュボード共有→改善決定→広報