

大阪観光局

平成25年度 事業計画と事業目標

大阪観光局運営推進協議会 評価委員会資料

平成25年6月11日(火)

「大阪の観光戦略」における方向性を踏まえ、 民間ノウハウを最大限に活かして展開

- ◆ 具体的なデータに基づくマーケティング
- ◆ 総花的な取組みではなく、ターゲットを明確にした取組みへ
- ◆ 費用対効果を考え、柔軟な事業展開へ
- ◆ 観光分野でのビジネスチャンスを意識



2 ターゲットを狙ったプロモーション

中国・台湾・香港地区

個人旅行をターゲット
日本文化の探求
インセンティブツアー誘致
旅行博の出展・商談



東南アジア地区

インドネシア: 関空直行便就航を機にアウトバウンド
エージェントへのWELCOMEプロモーション
タイ: アウトバウンドエージェントへの
PRと委託による宣伝強化
インド: フィルムセッション
シンガポール: メディア戦略



市場別 4ターゲット

韓国地区

個人旅行・グループ旅行を
ターゲット
BUSAN観光公社とのツーリズム
とMICEに関する覚書に基づく協力



ヨーロッパ・アメリカ地区

個人旅行を強力に誘致
メディアファムを活用し
ブロッガーをつくる



H25年度事業

・メディアファムトリップ、トレードファムトリップ、教育
旅行誘致、ニューツーリズム推進、国内市場の開拓
など

・来阪外国人旅行者による観光収入 1,726億円
(大阪での消費額×来阪外国人数)

・外国人旅行者満足度 94.1%

3. インターネット戦略（Wi-Fi環境の整備）

■ 目的

便利で分かりやすい大阪情報の提供

■ サービス提供



大阪観光局が提供するWi-FiをONした場合同じ条件で使える
※観光客にやさしい



①【Wi-Fi整備】⇒観光来阪者数UP
(大阪経済効果UP)

②【専用サイト構築】⇒回遊率UP
(観光局賛助会員売上UP)

このほかのH25年度事業

- ・ソーシャルネットワークを活用した口コミ情報の発信
- ・携帯端末による観光情報の提供
- ・大阪観光サポーター向けメールマガジンの充実
- ・大阪観光特使制度
- ・DVDや公式ガイドブック、マップの構築 など

4.大阪ならではの魅力を活かした集客

御堂筋イルミネーション

(御堂筋エリア)

H24実績 147万人



OSAKA光のルネサンス

(中之島エリア)

H24実績 301万人



エリアプログラム

大阪市中心部において民間が主導して展開される光のプログラム

大阪・光の饗宴2013

=大阪発・光が文化になる季節=

展開テーマ:大阪の夜を彩る光のミュージアム

まちあるきプログラム

歩いて楽しむ大阪を満喫いただくためのプログラム

大阪城

イルミネーション

(西の丸庭園での光の祭典)

- ・ステージイベント
- ・飲食ブース (有料)

来場者数目標40万人



ASIAN GATEWAY
OSAKA
PROJECT

このほかのH25年度事業

- ・ASIAN YOUTH ORCHESTRA
- ・DANCE DELIGHT
- ・OSAKA MUSIC AWARD
- ・天神祭
- ・クールジャパン

ツアーパッケージを開発し、海外への売り込み

5.MICEをビジネスチャンスに(MICE誘致)

昨年度開催の国際会議例

Sibos2012大阪

- ・2008年 OCTBから大阪開催提案
- ・2011年 Sibos2012大阪協力推進委員会発足
- ・2012年10月開催

参加者:6,241人

経済波及効果:約122億円

(観光庁測定モデルによる算出額)

交通アクセス

- ・世界27カ国・地域73都市から週850便(2013夏期スケジュール)
- ・関空から大阪市内中心部まで鉄道・リムジンバスで約30分から1時間

主要コンベンション施設

- ・梅田地区(コングレコンベンションC等)
- ・中之島地区(大阪府立国際会議場等)
- ・なんば地区(大阪府立体育館等)
- ・大阪西地区(京セラドーム)
- ・大阪城地区(大阪城ホール等)
- ・南港地区(インテックス大阪等) など

宿泊施設

- ・351施設(51,142室)
- ・梅田地区(ヒルトン大阪、インターコンチネンタルホテル、リッツカールトンホテル等)
- ・中之島地区(リーガロイヤルホテル等)
- ・なんば地区(スイスホテル南海、ホテル日航大阪等)
- ・大阪城地区(ホテルニューオータニ、帝国ホテル大阪等)
- ・南港地区(ハイアットリージェンシー大阪等)

MICE誘致をビジネスチャンスと捉え、
観光局がMICE産業の牽引役となって大阪のMICE誘致を戦略的に実施

◆ 大阪MICEビジネス・アライアンスの設置

コンベンション施設・ホテル・旅行者・企画会社・設営会社・大商・府・市13
団体で準備会を開催(5月23日)

◆ 大阪MICEディスティネーションショーケース

◆ MICE誘致活動の強化

- ・大阪の学術機関が優位性を持つ分野の国際会議(先端医薬・工学)の開催件数
目標:70件
- ・MICE商品開発件数
目標:20件

6 大阪観光局 事業評価指標について(案)

★ 2013年 活動目標

指標名	2012年	2013年	備考
来阪外国人旅行者による観光収入	—	1,726億円	※大阪観光局による集計 (大阪での消費額×来阪外国人旅行者数) 【参考】4月～5月 一人当たり消費額 66,400 円
来阪外国人旅行者の満足度(満足の割合)	—	94.1%	※大阪観光局による集計 4月～5月 満足の割合 94.1%
MICE重要ターゲット(医薬・工学)誘致件数	※重要ターゲット開催件数 50件	70件	※大阪観光局による集計
MICE商品開発件数	※SIBOS提供MICE商品数 7件	20件	※大阪観光局による集計

★ 2013年 指標

指標名	2011年	2013年	2016年	備考
来阪外国人延べ宿泊者数	237万人	350万人	600万人	観光庁「宿泊旅行統計調査」
延べ宿泊者数	2,176万人	2350万人	2,650万人	観光庁「宿泊旅行統計調査」
国際会議開催件数	135件	180件	230件	日本政府観光局「国際会議統計」
MICE 外国人参加者数	6,865人	18,000人	23,000人	日本政府観光局「国際会議統計」(C:国際会議) ※大阪観光局による集計(I:インセンティブツアー)
自主財源の確保	*	3,000万円	6,000万円	※大阪観光局による集計

来阪外国人旅行者を260万人に！(2013年)