

## 平成25年度 大阪観光局事業計画(案)

## 1 戦略的な観光局事業の推進

## 観光局事業の推進基盤づくり

## ① マーケティングリサーチ

より戦略的に事業を展開するため、来阪外国人の属性や目的、滞在数、消費額、満足度などを関西国際空港や観光案内所などでの対面による聞き取り調査を実施し、ニーズと現状を把握したうえで、戦略につなげていく。また、毎年実施することによって各市場の動向を把握する。

実施時期:4月～7月

## ② 大阪キャンペーンの実施

「Asian Gateway OSAKA(アジアの玄関 大阪)」などのキャッチコピーを多言語でポスターなどの印刷物、web、PR用DVD等、さまざまな媒体・国内外の公的機関などを通じ継続的に発信する。

## 2 大阪の発信力・認知度の向上

## 大阪発信で認知を高めるイベントづくり(イベントの活用による集客の仕掛け)

「大阪・光の饗宴」など、大阪で毎年実施している既存のイベントを活用し、旅行商品造成のしかけ等によるインバウンド誘致や広報連携によって大阪の認知度・イメージアップにつなげる。

また、新たに国際的な集客イベントを毎年継続的に開催することによって、「名物化」を推進するとともに、大阪のイメージアップに努める。

- ・ 大阪城西の丸広場での光の祭典の開催
  - ・ 国連のインターナショナル・ジャズ・デイの誘致とプレコンサート開催
- クールジャパンをテーマにした集客イベントの開催

## インターネット戦略

## ① 効果的なインターネット戦略

## i) インターネット活用による国内外への情報発信強化

インターネットを利用した国内外への情報発信力を強化する。大阪の都市魅力、面白さを伝える情報の充実とともに、海外からの視点に立ち、よりわかりやすく情報を提供できるようにホームページを順次リニューアルする。

## ii) ソーシャルネットワークを活用した口コミ情報の発信

口コミ情報を活用した SNS(ソーシャルネットワーキングサービス)を多言語で運営し、発信相手国のニーズに合わせた大阪の魅力をリアルタイムで発信する。

## iii) 携帯端末による観光情報の提供

スマートフォンを利用した観光情報を発信し、利便性の向上、大阪での滞在充実、周遊促進を図る。

## iv) 大阪観光サポーター向けメールマガジンの充実

大阪を継続的に応援してくれる「大阪観光サポーター」に向け、魅力的でタイムリーな大阪観光情報を定期的に発信するとともに、サポーターへのアンケート実施、情報交換の場として活用し、双方向で大阪観光のパワーアップをめざす。

## ② 大阪観光特使制度

大阪の魅力を実際に体感している在阪留学生等に、「大阪観光特使」として外国人から見た大阪の魅力をSNS等で発信してもらい、潜在的観光客の来阪動機につなげるようにする。

## ③ Wi-Fi 環境の整備

訪日外国人の間で携帯情報端末等でインターネット接続できる環境へのニーズは大変高い。個人観光客の占める割合がますます増加するうえ、インターネットから情報を取る人が増える一方の現状では、外国人来阪者の無料 WiFi 環境を整備することは急務である。そのため、官民の関係先と連携して主要な観光スポットや交通ターミナルなどでの無料 WiFi 化を推進していく。

### 魅力的なプロモーションツールの作成

来阪ビジター特に個人旅行客の視点に立って、府域の主要観光エリアだけでなく、京都や神戸などの近隣都市の情報も盛り込んだコンパクトで見やすいガイドブックを多言語で制作し、国内外で配布することによって、来阪ビジターの利便性と周遊性を向上させるとともに、大阪の認知度を向上させる。

また、外国人により具体的に大阪のイメージを持ってもらうため、大阪の観光地のみならず、大阪人のライフスタイルなどをも紹介したDVDを作成し、プロモーションに活用していく。

### フィルムコミッション事業の推進

映画等のロケ誘致、エキストラの手配などの支援を行うフィルムカウンスル事業を推進する。

また、ロケ地や作品を活用した観光プロモーションを展開し、観光客誘致につなげる。

## 3 プロモーションの強化

### トラベルミッションの推進

#### ① メディアファムトリップの実施

外国人の視点から大阪の魅力を紹介することを目的に、アジアを中心に世界各国トップ10のメディア(ブロガー含む)を大阪に招聘するファムトリップを実施する。実施にあたっては、各メディアの顧客ターゲットにあわせた記事の掲載を義務づけ、実施後のフォロー調査を徹底する。

#### ② トレードファムトリップの実施

アジアを中心に対象市場国のトップ5~10のエージェントを大阪に招聘するファムトリップを実施する。招聘したエージェントに対してはパッケージツアーの造成と半年間程度を目安に送客実績を出すことを義務づけ、事業効果を検証しながら実施する。

#### ③ マーケティング結果に基づく事業展開

体制をターゲット市場ごとに分け、マーケティングリサーチによって、それぞれの市場旅行情報・形態・トレンドセッター等を把握し、戦略的なプロモーション活動を行う。

ターゲット市場としては、①中国・香港・台湾 ②韓国 ③東南アジア(フィリピン・タイ・マレーシア・シンガポール・ベトナム・インドネシア・インド等) ④アメリカ・ヨーロッパ(ロシア含む)とする。

また、「大阪観光コンシェルジュ」(台北、上海、英国、アメリカ等に設置)と緊密に連携し、現地での情報発信と情報収集を行う。

国際観光展や旅行博への出展によるB to BまたはB to Cへのアプローチも重層的に効果的に行う。

#### ④ 広域的な連携による取り組み

関西広域連合や近隣府県や京阪神堺4都市等との連携を活かし、関西広域における観光拠点都市としてのプロモーションを展開する。また、釜山・上海・大阪の3都市での共同プロモーションを実施し、都市相互間の交流とアジア全域からの誘客をめざす。

また、府域自治体・水都大阪パートナーズ、関係観光団体等との連携のもと、大阪が持つ観光資源のブラッシュアップを図り、魅力ある大阪づくりをともに推進する。

#### ⑤ 海外からの教育旅行誘致

訪日教育旅行の誘致において、近隣府県と連携し、中国、台湾、韓国、オーストラリアにおいてプロモーション・ファムトリップを実施する。また、専任の学校交流コーディネーターにより海外と大阪の学校との交流促進を図るとともに、海外から関西への教育旅行誘致促進を図る。

#### ⑥ その他のプロモーション(ニューツーリズム Asian Gateway OSAKA の推進)

大阪アジア映画祭や大阪マラソン、医療関係者との連携によるスクリーンツーリズムやスポーツツーリズム、メディカルツーリズムなどの推進に努める。

### 国内プロモーションの推進

#### ① 国内市場の開拓

京都、神戸などの周辺都市連携プロモーション、JR西日本等との連携による首都圏プロモーションや九州地区でのプロモーションも継続して実施する。

また、修学旅行誘致のため、教育旅行セミナーや旅行会社を個別訪問するセールスを行う。

#### ② 天神祭り等伝統行事の活用

日本三大祭のひとつ天神祭を広くPRするためにwebや印刷物による情報発信をするとともに、観覧席の設営や奉拝船の運航など、大阪への集客を図る。また旅行商品化に努めるほか、その他の伝統行事についてもPRや観光客誘致につながるように関係先と連携する。

## 4 MICE の戦略的な誘致の推進

### MICE 誘致促進事業

#### ① 大阪MICE戦略の推進

現在の大阪の国際会議開催件数は、大阪の持つポテンシャルに見合う実績となっていないため、平成25年3月策定の「大阪におけるMICEの戦略的誘致に向けてVer.1」の中に掲げた中長期の目標数値の達成にむけて推進していく。

#### ② 大阪MICEアライアンスの構築

大阪観光局内に官民一体でMICE事業を推進するワンストップサービスの事務局をおき、MICE事業参画会員を募り恒常的な情報交換、セミナー、共同プロモーション等を通じて大阪のMICE事業者全体の底上げを図る。

#### ③ 大阪MICEディスティネーション・ショーケースの実施

国内外のMICE主催者・キーパーソンを招聘し、大阪府下の宿泊施設やアトラクション関係も含むMICE関連事業者・団体と連携してMICE関連の展示会やセミナーを開催し、MICE開催地としての大阪の魅力を認知してもらい、MICE誘致につなげる。

#### ④ コンベンション誘致・支援事業

海外とのネットワークや過去の開催実績の分析、大阪国際会議場、在阪・在関西の大学等との連携・協働や、世界主要トレードショーへの参加、MICE 関連事業者への誘致セールス活動により、積極的な国際会議の誘致活動を展開する。

また、ユニーク・ベニユーや歓迎サービスメニュー等の拡充・新規開発、アフターコンベンション等の情報提供など、コンベンション主催者や参加者の利便性・満足度を高め、再度開催地として選択してもらえるように努める。

#### ⑤ インセンティブ・ツアーの誘致・支援事業

これまで蓄積したネットワークの活用に加え、企業の周年事業や過去に大阪で実施した大規模ツアーなどの情報を収集・分析し、ターゲットをしばった誘致セールス活動を展開する。海外における主要な観光展(MICE 見本市)、商談会への参

加や個別海外誘致営業、重点案件のキーパーソンの大阪視察受け入れや誘致・宣伝活動を実施する。

**⑥ダイレクトマーケティングの実施**

大阪に本社がある企業やゆかりのある企業と連携し、企業が参加する国際会議・学術会議の大阪誘致活動を展開する。