

3つの重点取組みの進捗状況 ～大阪観光局を創設しスピード感ある戦略的・挑戦的な取組みを推進～ 資料1-3

- 大阪府市の共通戦略「大阪の観光戦略」に掲げる2020年外国人旅行者650万人達成に向け、戦略的に観光集客を促進するエンジン役として、平成25年4月に大阪観光局を設立。
- 大阪観光局事業の実施主体は、(公財)大阪観光コンベンション協会とし、同協会内部に大阪観光局事業を管理統括する大阪観光局長のポストを設置。観光局長には民間の観光のプロを据え、権限と責任、裁量のもとで事業を実施。

<主な事業実績>

1. トラベルミッションの推進

トップセールスや市場別ニーズに応じたきめ細かいセールスを展開

◆中国・香港・台湾エリア

「個人旅行」をターゲットに、大規模な観光博等への出展や旅行代理店等へのセールス等を展開
 ②(例)・香港国際旅展(約9万人参加)や台北国際旅行博(約34万人参加)への出展



◆韓国エリア

大規模な観光博への出展やLCC航空会社とのタイアップ事業によるファミトリップ等を実施



②(例)・HANATOUR博覧会などの大規模な旅行博覧会への出展

・大手旅行社に「大阪周遊バス」35,000枚販売

◆東南アジア・豪州

訪日旅行フェアでのPRや、今後の伸びが期待されるムスリム受入対応のためのセミナー等を実施



②(例)・タイで周遊バスのプロモーション等を実施し、4社と契約を締結

・東南アジア6カ国より旅行会社29社を招聘し、商談会を実施

◆欧米エリア

観光博において商品造成のためのPRやプロモーションを実施

②(例)FITUR2015(スペイン、約22万人参加)への出展や、西海岸(サンフランシスコ等)を中心に旅行会社等へのセールスを実施

2. MICE誘致の推進

◆MICE誘致の仕組みづくり・誘致活動

関連事業者による「大阪MICEビジネスアライアンス」を中心とした、展示商談会の開催や、コンベンションの誘致・支援など、MICE誘致の取組みを推進



②(例)・大阪MICEデスティネーション・ショーケースの実施
 東京と大阪で開催(参加者数706名、出展企業数74社)
 ・インセンティブツアーの誘致: 11か国、43件(参加者数 19,416名)

3. 外国人受入環境の整備

◆観光案内所の機能充実

梅田と難波の2箇所で開催(H27.4～)。広域情報拠点とした、府域や近隣の観光情報を提供
 JNTO外国人観光案内所認定制度の最高ランク「カテゴリ-3*」を取得
 *英語スタッフが常駐かつ英語以外の2言語対応が常時可能など



◆Osaka Free Wi-Fiの整備拡大

6言語対応の無料Wi-Fiサービスを提供(H26.1.29～)するなど、観光客の利便性向上に向け、Wi-Fi環境の整備を推進。

②(例)府内アクセスポイント2,709箇所(H27.3月末現在)

◆ムスリム対応の推進

観光施設・飲食店を対象に観光客受入セミナーの開催や、おもてなしガイドを発行

◆HP・SNS等による情報発信(6言語)

口コミ情報を活用したSNSを多言語で運営し、相手国ニーズに合わせた大阪の魅力をリアルタイムで発信

②(例)27.3月末現在会員数 約40万人(前年度比129%)

ホームページによる情報発信(②)アクセス数:約5,700万PV)

4. 大阪の認知度向上

海外での大阪の知名度向上を目指した大型イベントの誘致やメディアを通じた認知度向上を推進

・「大阪光の饗宴」と連携した冬季集客イベントの誘致
 ・アジア・パシフィックエリアにおけるCNNでの大阪CM放映



5. 国内プロモーションの推進

◆国内向けセールス活動

・京都など周辺都市や府内市町村とした連携プロモーション
 ・JR西日本との連携による九州や北陸圏等でのプロモーションの開催



◆伝統行事等を活用した旅行商品の造成・PR

天神祭観覧席・奉拝船席の販売(②)2,226席販売)

◆フィルムコミッションの推進

大阪の魅力を発信するため、ロケ誘致や支援活動、ロケ地を活用した観光PRを実施

②(例)邦画「円卓」では、舞台となった府内市町村と共同でロケ地を巡るスクリーンツーリズムを実施

6. プロモーションツールの作成

◆大阪観光ガイドブックの作成・配付

5言語で作成、案内所や海外旅行博等で配布
 (②)作成部数ガイドブック:約43万部、マップ:28万部)

◆ムスリムフレンドリーマップの作成

ムスリム観光客向けにホテルやレストランを紹介したガイドマップを会員企業と作成、空港やホテル、海外旅行博等で配布(②)2万部作成)



H23年⇒H26実績

	H23(2011)年	H26(2014)年
◆来阪外国人旅行者数	158万人	⇒ 376万人(※暫定値)
◆外国人延べ宿泊者数	237万人	⇒ 584万人(※ ")
◆延べ宿泊者数	2,176万人	⇒ 2,678万人(※ ")
◆国際会議開催件数	135件	⇒ 集計中(参考 H25: 314件)
◆MICE外国人参加者数	6,865人	⇒ 集計中(参考 H25: 23,282人)

<ガバナンス強化に向けた組織の変更>

ガバナンス強化のため平成27年4月より下記の組織変更等を実施。

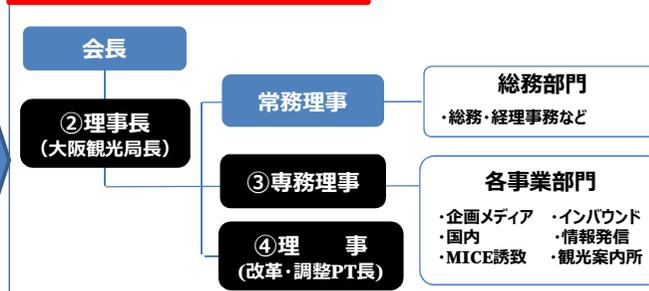
n 大阪観光局事業の権限と責任を明確化するため、①「公益財団法人 大阪観光コンベンション協会」を「公益財団法人 大阪観光局」とするとともに、②理事長の職と大阪観光局長の職を一元化。

n 事業部門の執行体制の強化のため、③新たに民間からの事業担当理事(専務理事)を設置するとともに、④コンプライアンス強化のため、改革・調整担当の理事を設置。

公益財団法人 大阪観光コンベンション協会 ◆～H27.3.31



①公益財団法人 大阪観光局 ◆H27.4.1～



3つの重点取組みの進捗状況 ~大阪観光局を創設しスピード感ある戦略的・挑戦的な取組みを推進~ 資料1-3

- 大阪府市の共通戦略「大阪の観光戦略」に掲げる2020年外国人旅行者650万人達成に向け、戦略的に観光集客を促進するエンジン役として、平成25年4月に大阪観光局を設立。
- 大阪観光局事業の実施主体は、(公財)大阪観光コンベンション協会とし、同協会内部に大阪観光局事業を管理統括する大阪観光局長のポストを設置。観光局長には民間の観光のプロを据え、権限と責任、裁量のもとで事業を実施。

<主な事業実績>

1. トラベルミッションの推進

トップセールスや市場別ニーズに応じたきめ細かいセールスを展開

◆中国・香港・台湾エリア

「個人旅行」をターゲットに、大規模な観光博等への出展や旅行代理店等へのセールス等を展開
 ②(例)・香港国際旅展(約9万人参加)や台北国際旅行博(約34万人参加)への出展



◆韓国エリア

大規模な観光博への出展やLCC航空会社とのタイアップ事業によるファミトリップ等を実施



②(例)・HANATOUR博覧会などの大規模な旅行博覧会への出展

・大手旅行社に「大阪周遊バス」35,000枚販売

◆東南アジア・豪州

訪日旅行フェアでのPRや、今後の伸びが期待されるムスリム受入対応のためのセミナー等を実施



②(例)・タイで周遊バスのプロモーション等を実施し、4社と契約を締結

・東南アジア6カ国より旅行会社29社を招聘し、商談会を実施

◆欧米エリア

観光博において商品造成のためのPRやプロモーションを実施

②(例)FITUR2015(スペイン、約22万人参加)への出展や、西海岸(サンフランシスコ等)を中心に旅行会社等へのセールスを実施

2. MICE誘致の推進

◆MICE誘致の仕組みづくり・誘致活動

関連事業者による「大阪MICEビジネスアライアンス」を中心とした、展示商談会の開催や、コンベンションの誘致・支援など、MICE誘致の取組みを推進



②(例)・大阪MICEデスティネーション・ショーケースの実施
 東京と大阪で開催(参加者数706名、出展企業数74社)
 ・インセンティブツアーの誘致: 11か国、43件(参加者数 19,416名)

3. 外国人受入環境の整備

◆観光案内所の機能充実

梅田と難波の2箇所で開催(H27.4~)。広域情報拠点とした、府域や近隣の観光情報を提供
 JNTO外国人観光案内所認定制度の最高ランク「カテゴリ-3*」を取得 *英語スタッフが常駐かつ英語以外の2言語対応が常時可能など



◆Osaka Free Wi-Fiの整備拡大

6言語対応の無料Wi-Fiサービスを提供(H26.1.29~)するなど、観光客の利便性向上に向け、Wi-Fi環境の整備を推進。

②(例)府内アクセスポイント2,709箇所(H27.3月末現在)

◆ムスリム対応の推進

観光施設・飲食店を対象に観光客受入セミナーの開催や、おもてなしガイドを発行

◆HP・SNS等による情報発信(6言語)

口コミ情報を活用したSNSを多言語で運営し、相手国ニーズに合わせた大阪の魅力をリアルタイムで発信

②(例)27.3月末現在会員数 約40万人(前年度比129%)

ホームページによる情報発信(②)アクセス数:約5,700万PV)

4. 大阪の認知度向上

海外での大阪の知名度向上を目指した大型イベントの誘致やメディアを通じた認知度向上を推進

・「大阪光の饗宴」と連携した冬季集客イベントの誘致
 ・アジア・パシフィックエリアにおけるCNNでの大阪CM放映



5. 国内プロモーションの推進

◆国内向けセールス活動

・京都など周辺都市や府内市町村とした連携プロモーション
 ・JR西日本との連携による九州や北陸圏等でのプロモーションの開催



◆伝統行事等を活用した旅行商品の造成・PR

天神祭観覧席・奉拝船席の販売(②)2,226席販売)

◆フィルムコミッションの推進

大阪の魅力を発信するため、ロケ誘致や支援活動、ロケ地を活用した観光PRを実施

②(例)邦画「円卓」では、舞台となった府内市町村と共同でロケ地を巡るスクリーンツーリズムを実施

6. プロモーションツールの作成

◆大阪観光ガイドブックの作成・配付

5言語で作成、案内所や海外旅行博等で配布
 (②)作成部数ガイドブック:約43万部、マップ:28万部)

◆ムスリムフレンドリーマップの作成

ムスリム観光客向けにホテルやレストランを紹介したガイドマップを会員企業と作成、空港やホテル、海外旅行博等で配布 (②)2万部作成)



H23年⇒H26実績

	H23(2011)年	H26(2014)年
◆来阪外国人旅行者数	158万人	⇒ 376万人(※暫定値)
◆外国人延べ宿泊者数	237万人	⇒ 584万人(※ ")
◆延べ宿泊者数	2,176万人	⇒ 2,678万人(※ ")
◆国際会議開催件数	135件	⇒ 集計中(参考 H25: 314件)
◆MICE外国人参加者数	6,865人	⇒ 集計中(参考 H25: 23,282人)

<ガバナンス強化に向けた組織の変更>

ガバナンス強化のため平成27年4月より下記の組織変更等を実施。

n 大阪観光局事業の権限と責任を明確化するため、①「公益財団法人 大阪観光コンベンション協会」を「公益財団法人 大阪観光局」とするとともに、②理事長の職と大阪観光局長の職を一元化。

n 事業部門の執行体制の強化のため、③新たに民間からの事業担当理事(専務理事)を設置するとともに、④コンプライアンス強化のため、改革・調整担当の理事を設置。

公益財団法人 大阪観光コンベンション協会 ◆~H27.3.31



①公益財団法人 大阪観光局 ◆H27.4.1~

