

平成26年度 事業目標達成状況 自己評価書

大阪観光局作成

指標名	2014年 目標値	主な活動実績	活動実績からみた分析・評価
来阪外国人旅行者数	320万人	<p>◇組織体制の強化 インバウンドの誘客を目指し、ターゲット市場ごとに担当者を配置し、きめ細かなプロモーションを展開</p> <p>◇トラベルミッションの推進 ・中国台湾香港地区・・・プロモチームの派遣12回 観光展出展6回 ファムトリップ16回 ・韓国・・・企業タイアッププロモ4回 観光展出展2回 ファムトリップ10回 ・東南アジア・豪州・・・プロモチームの派遣10回 訪日旅行フェア10回 観光展出展5回 ファムトリップ10回 ・欧米・・・プロモチームの派遣3回 観光展出展3回 ファムトリップ6回</p> <p>◇大阪の認知度を高めるイベントづくり ・大阪城3Dマッピング・スーパーイルミネーションショーの開催 (入場者34.6万人) ・大阪国際音楽フェス開催(ジャズディ)の開催・ユネスコの国際行事である国際ナショナルジャズディの誘致開催(但し、多額の収支差額が発生した。)</p> <p>◇大阪の認知度アップを狙ったPR ・CNNでの大阪CM放映・・・26年11月から12月 192回(アジアパシフィック地区放映)</p> <p>◇海外メディア露出・・・19か国、13言語 ※国際ナショナル・ジャズデイ関連で、別途70か国程度の露出あり。</p> <p>◇ムスリム対応・・・ムスリム観光客受入セミナー開催</p> <p>◇MICEの戦略的誘致 ・「大阪におけるMICEの戦略的誘致に向けて」を策定し、中長期の目標を掲げ、目標達成に向けた取り組みを実施。 ・MICEアライアンス、MICEショーケースの開催 アライアンス 5回開催(延べ342人) ショーケース 8月東京開催 277人参加 12月大阪開催 429人参加</p> <p>◇データに基づくプロモーションの展開 ・「関空調査の実施」 延べ8,215人調査</p>	<p>○ 2014年の来阪外国人旅行者数は320万人の目標を大幅に超え、376万人となり目標を達成できた。 前年比 43.5%アップ (2013年262万人) 訪日全体の伸び率・・・29.4%</p> <p>(対前年伸び率: 中国 91.5% 韓国 27.0% 台湾 28.0% タイ 14.3% シンガポール 65.0% オーストラリア 70.4%)</p> <p>○メディアバリュー 12.7億円 ※国際ナショナル・ジャズデイ関連で別途約17億円と試算</p> <p>○地域活性化及び地域経済に対する貢献</p> <p>○大阪国際音楽フェス開催(ジャズデイ開催)による損失の発生と反省</p> <p>(外的要因) ・円安による日本全体の外客数増加 ・ビザの緩和によるアジアを中心とする観光客の増加 ・関西国際空港へのLCCの新規就航による地の利 ・USJハリリーポッターエリア開業による誘客</p> <p>(内的要因) ・大阪観光局の認知度をあげる広報活動(記者会見、報道資料提供) ・国内外向けのPR活動(CNN、メディアファム等旅行雑誌への掲載依頼) ・イベント開催を通じた大阪の都市魅力づくり ・海外プロモーション等の地道な活動</p> <p>(課題) ・外国旅行者の宿泊ホテルの不足 ・イベントの関与見直し ・企画提案力、情報発信力の強化</p> <p>(方向) ・アジア屈指のMICE都市・大阪の実現⇒IRの実現に向けた取り組み ・関西圏との連携</p>

指標名	2014年 目標値	主な活動実績	活動実績からみた分析・評価
来阪外国人延べ宿泊者数	430万人	<p>◇ファミトリップの実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中華地区(香港、台湾、中国)16回 ・東南アジア・豪州地区10回 ・欧米地区6回 ・韓国10回 <p>◇プロモーションの実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中華地区(香港、台湾、中国)18回 ・東南アジア・豪州地区25回 ・欧米地区6回 ・韓国6回 <p>◇イベントによるインバウンド誘客</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大阪国際音楽フェスティバル ・アジアユースオーケストラ ・アジア映画祭と連携したイベント <p>◇Wi-Fi環境の整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・無料使用できるOsaka Free Wi-Fiの推進(2209施設、2775AP機)・・・ライトを含む <p>◇CNNの大阪CM放映・・・アジアオセアニア中心に11月から12月かけて120回放映</p> <p>◇ムスリム対応・・・ムスリム受入セミナーの開催</p>	<p>○ 2014年の来阪外国人延べ宿泊者数は620万人で430万人の目標を達成できた。 前年比 43.7%アップ (前年431万人) (観光庁「宿泊旅行統計調査」に基づく)</p> <p>・大阪周遊パス海外販路の拡大(新規) 中華地区4社 韓国地区7社 東南アジア・豪州地区5社 欧米地区1社 販売枚数増加数 1日券 4659枚(+182.5%) 2日券 66,850枚(+154.5%)</p> <p>(課題)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・宿泊につなげる魅力(夜の観光スポット、温泉、和室)づくり ・旅館への誘客と旅館側の理解促進 ・Wi-Fi(Liteを含む)の管理運営経費
延べ宿泊者数	2,500万人	<p>◇国内プロモーションの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・西日本を中心として地道なプロモーション活動 九州地区を中心に現地説明会の開催、マスコミ向け説明会開催 ・旅行エージェンツへのセールス活動 全国の旅行代理店(10都市、68社)へのセールス ・大阪修学旅行研修会の開催・・・全国修学旅行エージェンツ16名 ・観光PRイベント出展 5イベント5都市 ・天神祭等伝統行事の活用 陸渡御 船渡御の観覧席の設置、奉拝船の運航 <p>◇インターネット、ガイドブックのリニューアル作成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・インターネット(6言語発信)・・・ホームページの全面刷新 ・マップ・・・全面改訂大量発行28万部 (日本語10万部、英語10万部、中国(簡体2万部、繁体3万部)、韓国語3万部) ・ブック・・・全面改訂大量発行42.5万部 (日本語13.5万部、英語10万部、中国(簡体5万部、繁体7万部)、韓国語7万部) <p>◇周遊パス2日券の外国人限定販売廃止</p> <p>◇案内所の運営・・・約 36万人の利用</p>	<p>○ 2014年の来阪延べ宿泊者数は2,837万人で2,500万人の目標を達成できた。 前年比 18.8%アップ (前年 2,388万人) (観光庁「宿泊旅行統計調査」に基づく)</p> <p>(外的要因)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・景気回復による旅行者の増加 ・円安による日本全体の外客数増加 ・関西国際空港へのLCCの新規就航による地の利 ・国内旅行の活発化 <p>(内的要因)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大阪の認知度をあげる広報活動(記者会見、報道資料提供) ・国内向けのPR活動(国内メディア等との連携、旅行雑誌への掲載依頼) ・国内プロモーション等の地道な活動 ・インターネット 5700万PV(日本語 3600万PV 外国語 2100万PV) ・周遊パス 1日券約 22万枚 2日券約 21万枚 ・案内所利用者 約 36万人の利用(昨年度4案内所で46万人) <p>(課題)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ホテル不足 ・案内所の運営及び体制検討 ・年間10万人～12万人のバックパッカーズの受入

指標名	2014年 目標値	主な活動実績	活動実績からみた分析・評価
国際会議開催件数	310件 うち中・大型 20件	<p>* 278件(大阪観光局集計・暫定数値、うち中・大型は29件)</p> <p>@内訳 ・大阪市 146件 ・千里地区 112件 ・堺市 9件 ・東大阪市 6件 ・池田市 1件 ・寝屋川市 1件 ・羽曳野市 1件 ・八尾市 1件 ・柏原市 1件</p> <p>◇大阪MICEアライアンス事業の推進 ・定例会議の実施及び協力体制の強化 定例会 5回開催(参加者のべ342名)</p> <p>◇MICEショーケースの開催 ・MICE関連の展示会・セミナーを開催し、MICE開催地としての大阪の魅力をアピール。26年は東京及び大阪にて開催。</p> <p>◇MICE関連国際展示会等への出展 ・26年5月ドイツ・フランクフルト「IMEX2014」、26年10月「IMEX2014」アメリカ・ラスベガス、27年2月オーストラリア・メルボルン「AIME2015」</p> <p>◇MICE開催支援 ・観光案内地図・ガイドブックや大阪名産品の提供、福娘や和太鼓演奏者等の派遣</p> <p>◇韓国、台湾、中国、東南アジア、欧州、米国での個別セールスの実施</p> <p>◇26年度開催決定した国際会議 26年度開催 4件 27年度開催 9件 28年度開催 2件 29年開催 2件</p>	<p>・2014年の国際会議開催件数は、278件(うち中・大型会議については29件)と目標数値を下回った。* 大阪観光局集計による暫定値である。</p> <p>(外的要因) ・関西圏の競合(中小規模会議) ・MICE施設のインフラ不足</p> <p>(内的要因) ・誘致専任職員の不足 ・支援の比重が拡大</p> <p>(課題) ・誘致ターゲットの見直し(大型会議→中小規模会議) ・誘致先MICE施設の見直し(大阪国際会議場、インテックス大阪以外の施設との連携強化)</p>
MICE外国人参加者数	23,000人	<p>* 30,036人(大阪観光局集計)</p> <p>@内訳 ・国際会議 278件 12,916名(暫定) ・インセンティブツアー 39件 17,120名</p> <p>(再掲) ◇MICE関連国際展示会等への出展 ・26年5月ドイツ・フランクフルト「IMEX2014」、26年10月「IMEX2014」アメリカ・ラスベガス、27年2月 オーストラリア・メルボルン「AIME2015」</p> <p>◇MICE開催支援 ・観光案内地図・ガイドブックや大阪名産品の提供、福娘や和太鼓演奏者の派遣</p> <p>◇韓国、台湾、中国、東南アジア、欧州、米国での個別セールスの実施</p>	<p>・2014年のMICE外国人参加者数は、30,036人と目標数値を達成できた。 * 大阪観光局集計による暫定値である。</p> <p>・30,036名内訳 ・国際会議 278件 12,916名 ・インセンティブツアー 39件 17,120名</p> <p>(外的要因) ・円安によるインセンティブツアー参加者の急増 ・タイ、マレーシア等のビザ解禁による同方面からのインセンティブツアーの急増</p> <p>(内的要因) ・東南アジア方面へのインセンティブツアーの誘致活動の実施 ・海外MICE商談会におけるセールス活動</p> <p>(課題) ・インセンティブツアー受け入れホテルの客室数不足 ・大型MICE施設のインフラ不足 ・ユニークベニュー等の開発促進 ・大阪ならではのMICE商品の開発</p>

指標名	2014年 目標値	主な活動実績	活動実績からみた分析・評価
(観光局活動目標) 来阪外国人旅行者による 観光収入	2,211億円	調査結果：来阪外国人旅行者消費額 2.661億円 ◇「関空調査の実施」 I期 26年 5月28日から 6月10日 (1,172人) II期 26年 8月27日から 9月 9日 (1,012人) III期 26年11月26日から12月 9日 (914人) IV期 27年 2月12日から 2月25日 (1,101人)	26年度前半は消費単価が低調(第1期:67,743円、第2期:64,314円)だったものの、免税対象品目が拡充された10月以降は改善(第3期:73,548円、第4期:77,423円)が見られ、年間平均での単価は前年並みの70,679円となり、来阪外国人旅行者の消費額(観光収入)は2,661億円となった。 ※ただし、第1期、第2期は消費単価が低い欧米国籍の比率が高かったことに留意(第1期:27%、第2期:26%、第3期:19%、第4期:11%)。 来阪外国人旅行者数実数 376万人×70,769円=2,661億円 (課題) ・欧米の旅行者の消費を促すため、欧米の旅行者に大阪での滞在を誘発するような、観光魅力発信が必要。
(観光局活動目標) 来阪外国人旅行者の満足度	96.7%	調査結果：満足度 93.2%【全期間平均】 ◇「関空調査の実施」 (再掲) I期 26年 5月28日から 6月10日 (1,172人) II期 26年 8月27日から 9月 9日 (1,012人) III期 26年11月26日から12月 9日 (914人) IV期 27年 2月12日から 2月25日 (1,101人)	昨年の通期の満足度、95.4%を2.2ポイント下回ったものの、90%以上の満足度を達成。 (課題) ・さらなる満足度向上のため、受入態勢の整備やホスピタリティーの充実に努める。
(観光局活動目標) MICE重要ターゲット(医薬・工学)開催件数	70件	94件 ・医学系国際会議 63件 ・工学系国際会議 31件 ・大阪大学、大阪府立府大学、大阪市立大学等を中心にしたセールス活動 ・IMEX(フランクフルト)、IMEX America(ラスベガス)、AIME(メルボルン)等のMICE関連商談会での商談の実施 ・韓国、台湾、中国、東南アジア、欧州、米国での個別セールスの実施 ・大阪MICEディスティネーションショーケースの実施を通じたプロモーション活動の実施	大学、学会のキーパーソンに対するプロモーション活動や海外MICE関連展示会での商談等を通じた、これまでの地道なセールス活動の結果、94件の開催件数となり、目標を達成した。 (外的要因) ・大阪大学を中心とした大学での開催の増加 (内的要因) ・大阪大学を中心とした学術関係機関への誘致活動 ・東京での誘致活動の実施 ・海外MICE商談会での誘致活動 ・開催支援メニューの充実 (課題) ・MICE施設のインフラ不足 ・継続性を持った誘致担当人材の不足 ・MICE施設との連携強化の必要性

指標名	2014年 目標値	主な活動実績	活動実績からみた分析・評価
(観光局活動目標) MICE商品開発件数	20件	22件 ・テーマパーティー(2種類) ・ユニークベニュー(4箇所) ・MICE土産品(4種類) ・MICEバッグ等(2種類) ・土産品パッケージ(1種類) ・チームビルディング(2種類) ・アトラクション(7種類) 事例:(ユニークベニュー) ・道頓堀貸切プラン ・山本能楽堂 ・大阪倶楽部	MICE開催地としての大阪の魅力としてのMICE商品の開発を多分野にわたって推進し、他地域との差別化を図る商品開発を行い、22件の商品開発を行った。 (外的要因) ・大阪MICEビジネスアライアンス会員による積極的な商品開発 ・商品開発成功事例のメディアを通じた露出 (内的要因) ・大阪MICEビジネスアライアンス会員を通じたMICE商品の開発 ・支援メニューに積極的にMICE商品を活用 (課題) ・美術館の利用促進 ・大阪ならではのMICE商品のさらなる多様化 ・大阪ならではのユニークベニューを活用した商品開発 ・大阪MICEビジネスアライアンスのWEBを通じた商品の広報