

項目	主な取組観点と実績	成果および課題(大阪観光局による記載)
海外プロモーション	<p>・各市場ごとにターゲットを狙った効果的なプロモーション 中国・現地派遣12回 観光展出展6回 ファム10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10回 東南アジア・豪州・現地派遣10回 フェアール10回 観光展出展5回 ファム10回 欧米・現地派遣3回 観光展出展3回 ファム6回</p> <p>・集客につながる新規ツアー造成への働きかけ 中国・現地セールス商談197件 韓国・現地セールス商談66件 東南アジア・豪州・現地セールス商談135件 欧米・閑空ロス便の復活に伴うセールス</p> <p>・大阪の都市魅力であるコンテンツや府域の観光資源、府市の様々な事業等と連携し効果的な情報発信に取り組み CNN放映 192回 海外メディア露出19か国、13言語 (インターナショナルジャズ除く)</p>	<p>【成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 来阪外国人旅行者数 376万人</li> <li>○ 前年比:43.5%アップ(全国の伸び:29.4%アップ)</li> <li>○ 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%</li> <li>○ メディアバリュー 12.7億円 (インターナショナルジャズ約17億円別途)</li> </ul> <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ ホテル不足問題 海外プロモーション時に大阪でホテルがとりにくいという苦情を聞く。 このままでは、大阪に宿泊するツアーを造成しなくなる(造成したくてもできない。)</li> </ul>
国内プロモーション	<p>・市町村や観光関連事業者等と連携し、効果的なプロモーションを実施 大阪府内各市町村、観光協議会と連携し、プロモ実施・通年実施 大阪都市魅力ネットワーク会議等との連携 府内観光施設と交通事業者の企画券「大阪周遊パス」の販売</p> <p>・大阪の都市魅力であるコンテンツや府域の観光資源、府市の様々な事業等と連携し効果的な情報発信に取り組み 公式ガイドブック・日本語13.5万部 英語10万部 簡体字5万部 繁体字7万部 韓国語7万部 公式マップ ・日本語10万部 英語10万部 簡体字2万部 繁体字3万部 韓国語3万部</p> <p>・国内市場向けプロモーションの取り組み 三都物語など周辺都市との連携 ・金沢キャラバン 北陸エージェンツ大阪招致説明会(20社39名参加) 大阪観光PR展出展5回 修学旅行向け研修会の実施(16人参加)</p>	<p>【成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 延べ宿泊者 2,837万人</li> <li>○ 前年比:18.8%アップ</li> <li>○ インターネットPV数:5700万PV</li> <li>○ 周遊パス 1日券22万枚 2日券21万枚</li> </ul> <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ ホテル不足問題 旅館等との情報交換及び対応案の検討を早急に進める必要がある。</li> <li>○ 観光バスの問題 ルートバス実現に向けた民間企業への働きかけやバス駐車場の必要性の周知等を実施する必要がある。</li> </ul>
MICEの戦略的な誘致の推進	<p>・学会事務局等会議主催者やPCOへのセールス・情報収集等の取り組み MICEアライアンスの開催:5回(参加者延べ342人) MICEショーケースの実施:8月東京 12月大阪</p> <p>・MICE大阪誘致につなげる取り組み 国際展示会出展:ドイツ1回 アメリカ 2回 オーストラリア1回 個別セールス マレーシア シンガポール</p> <p>・関連事業者との誘致情報共有、ユニークベニュー等のMICE商品の企画開発 コンベンションニュースの配信 MICEのHPの運営 ユニークベニュー等の企画開発</p>	<p>【成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 国際会議開催件数 278件</li> <li>○ MICEショーケース:東京初開催</li> </ul> <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ IR構想の推進 ホテルと国際会議場等の一体的複合施設の誘致</li> <li>○ ホテル不足問題 ホテルの建て替え等情報の収集と対応検討</li> </ul>
外国人受入環境整備	<p>・Wi-Fi APポイントの拡大やアクセス数の増加及び市町村との連携 拠点数:2209 AP数:2775 (Wi-Fi Liteを含む)</p> <p>・多言語表記やムスリム対応など受入環境整備に関する取り組み ムスリム受入セミナーの開催 ムスリムフレンドリーマップの作成2万部</p> <p>・案内所の円滑な運営 36万人(外国人20万人)</p>	<p>【成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ AP数の増加 2775 (昨年度末AP数209)</li> <li>○ 観光案内所 カテゴリー3</li> <li>○ 大阪観光局HP外国語ページビュー数:約2168万PV</li> </ul> <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ ホテル不足</li> <li>○ 案内所の運営</li> </ul>
観光局事業の運営管理	<p>・効果的な事業展開 民間企業とのコラボ(例:USJ、航空会社等)</p> <p>・事業拡大につながる自主財源の確保や一段の経費削減 MICEショーケース 各種商談会展示会参加費徴収</p> <p>・イベントについては経済波及等の効果検証しているか ジャズイベントの経済波及効果検証実施</p>	<p>【成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 経済波及効果の測定 ジャズイベント経済効果 3.5億円</li> <li>○ 自主財源確保 MICEショーケース 各種商談会展示会参加費 約1100万円増収</li> </ul> <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ リスク回避策の脆弱性のため、ジャズイベントで多額の損失負担</li> </ul>