

# 平成25年度 事業報告・実績

## 大阪観光局

第3回 大阪観光局運営推進協議会 資料  
(平成26年7月7日)

# 1. 2013年の数値実績

事業目標指標	2013年目標	2013年実績	備考
来阪外国人旅行者数	260万人	262万人	達成 前年比+29.4%(全国は+24.0%) ※大阪府による推計
外国人延べ宿泊者数	350万人	431万人	達成 前年比+41.0%(全国は+27.4%) ※観光庁「宿泊旅行統計調査」
延べ宿泊者数	2,400万人	2,388万人	前年比+2.3% (全国は+6.3%) ※観光庁「宿泊旅行統計調査」
国際会議開催件数	295件	318件	達成見込 ※INTO「国際会議統計」
MICE外国人参加者数	21,500人	23,785人	達成見込 ※INTO「国際会議統計」ならびに大阪観光局による集計
自主財源確保	3,000万円	3,130万円	達成 ※大阪観光局による集計

2013年は過去最高の来阪客数を達成し、目標指標を各項目で上回り、複数の項目で日本全国の平均値を上回る伸びを示した。

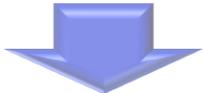
【参考】活動目標	2013年目標	2013年実績	備考
外国人旅行者による観光収入	1,796億円	1,851億円	※大阪観光局「外国人動向調査」より推計
外国人旅行者の満足度	96.7%	95.6%	※大阪観光局「外国人動向調査」より推計
MICE重要ターゲット開催件数	70件	81件	※大阪観光局による「医薬・工学系」MICE開催実績集計
MICE商品開発件数	20件	20件	※大阪観光局による集計

## 2. 取り組み内容①（インバウンドマーケティング・プロモーション強化）

関西国際空港において、独自に「外国人動向調査」を実施し、外国人旅行者のニーズを詳細に把握



- 年4回(4-7月、9月、11月、1-2月)にわたり、関西国際空港から帰国する外国人旅客に聞き取り調査を実施 約8,200件のサンプルを回収
- 食事やショッピング等の消費動向を中心に調査し、データを分析



市場分担をより明確にし、ターゲットに応じたアプローチを実施

### 中華圏(中国・台湾・香港)

- ・個人旅行者をターゲット
- ・リピーター確保を狙い、日本文化の探求
- ・企業インセンティブツアー誘致

### 韓国

- ・個人旅行、グループ旅行者をターゲット
- ・航空会社と連携したプロモーション
- ・「大阪の温泉」のPR

### 新規市場など

- <インド>
- ・インド映画のロケ誘致、支援による観光誘客



### <教育旅行>

- ・韓国、台湾を中心に世界各国からの教育旅行受け入れ、学校交流をアレンジ(年間約3,000名)
- ・アジア、米国、豪州などの現地日本語教員などに対し、プロモーションを実施



### 東南アジア

- ・現地旅行会社へのセールス
- ・ニュースレターの発行による情報発信強化
- ・ムスリム対応

### 欧米・豪州

- ・個人旅行をターゲット
- ・「日本文化」「COOL Japan」の発信
- ・各種海外メディアを活用した情報発信

### 3. 取り組み内容②（MICE誘致）

「大阪MICEビジネスアライアンス」を設立し、産学官一体となってMICEを誘致

#### ● MICE商品の開発

MICE誘致、開催支援に利用できる「大阪ならではの」のコンテンツを開発、商品化

- ・テーマパーティー
- ・ユニークベニュー
- ・チームビルディング
- ・お土産、お弁当 など



#### ● 大阪MICEデスティネーション・ショーケースの開催

MICE開催地としての大阪の魅力を首都圏、関西圏等のMICE主催者にPR。

商談会やセミナーのみならず、テーマパーティーや市内視察ツアー等も交え、大阪の魅力を肌で感じてもらうイベントに。



#### ● インセンティブツアー誘致

関係先への情報収集を行い、台湾、香港、韓国などの東アジアを中心に、企業インセンティブツアーを誘致

【参考：インセンティブツアー、国際会議実績】

	インセンティブツアー		国際会議		外客数合計
	件数	外客数	件数	外客数	
2012年	30	7,620	281	12,246	19,866
2013年	43	10,170	318	13,615	23,785

- ・インセンティブ数値は大阪観光局が誘致、支援に携わったもの。(1月～12月)
- ・国際会議数値はJNTO国際会議統計
- ・2013年の数値は大阪観光局からJNTOに報告した数値

# 4. 取り組み内容③ (国内観光客の誘致・フィルムコミッション推進)

## 国内観光客誘致のため、国内プロモーションも実施

- 北海道から九州まで、街頭でのサンプリングやイベントに参加し、全国各地で大阪をPR  
 仙台では地下鉄の広告ジャックも実施



九州新幹線で関西へ行こう！ 観光キャンペーン(鹿児島・熊本)



新潟「楽楽空旅博」



仙台「ソラ行け旅フェスタ」 車内広告

## 「ロケ地訪問」による地域活性化をねらい、「スクリーンツーリズム」も推進

- ロケーション支援  
 ドラマ「半沢直樹」をはじめ、年間142件のロケーション支援を行い、大阪各所の露出に貢献



ドラマ「半沢直樹」撮影風景(左:梅田スカイビル 右:道頓堀)



映画「円卓 こっこ、ひと夏のイマジン」  
 大東市、吹田市、大阪市西成区、堺市  
 などで撮影

# 5. 取り組み内容④ (集客向上のための観光コンテンツの強化)

## 大阪の認知度向上、旅行商品化のためのコンテンツとして、集客イベントを実施



- **大阪城3Dマッピング  
スーパーイルミネーションショー**  
(2013年12月14日～2014年2月16日)  
「プロジェクションマッピング」により、大阪城を新たな観光素材に(約59万人が来場)



- **ASIAN YOUTH ORCHESTRA**  
(2013年8月26日)  
アジア各国の若者で構成されたオーケストラによるコンサート(約1,000人が来場)



- **DANCE DELIGHT**  
(2013年9月1日)  
日本を含む6カ国から40チームが参加した、ストリートダンスのコンテスト(約8,000人が来場)



- **大阪国際音楽フェスティバル**  
2014年4月の「インターナショナル・ジャズデイ」誘致に向け、ジャズボーカルのコンペティションを実施

# 6. 取り組み内容⑤（知名度向上、情報発信強化）

## 大阪の知名度向上のために、各種ツールを活用したPRを実施

### ●キャッチコピー

「ASIAN GATEWAY OSAKA」をキャッチコピーとし、ロゴを作成  
大阪の知名度向上にむけ、様々な場面で活用



Asian Gateway Osaka  
ピンバッジ

### ●ホームページ

日本語を含む6言語で大阪の観光情報を発信。  
年間6,000万以上のページビューを記録  
また、FacebookなどのSNSツールでも各言語  
に応じたアカウントを作成し、情報発信



大阪観光局HP 年間ページビュー数 (万回)

	PV数	前年比
日本語	3,817	109%
英語	803	184%
中国語(繁体)	810	213%
中国語(簡体)	382	161%
韓国語	176	159%
タイ語	84	173%
(外国語計)	2,252	162%
全体計	<b>6,069</b>	129%

### ●CNNテレビでのCM放映

モデル アン・ミカさんを観光大使として起用し、観光PR用CMを作成  
アジア・パシフィックエリアのCNNテレビで放映。(11月～12月)



# 7. 取り組み内容⑥（お客様の受け入れ充実）



## ● 観光案内所の運営

梅田、なんば、新大阪、天王寺の観光案内所を運営

2013年度は年間約18万人の外国人観光客をご案内(対前年比22%増)

※新大阪、天王寺は2014年3月末で閉鎖



## ● 大阪周遊パスの活用

大阪市内の観光に便利な「大阪周遊パス」の販売を促進

1日券約18.3万枚(対前年+22%)

外国人観光客専用の2日券約11.1万枚(同+61%)を販売

## ● 快適なWi-Fi環境の整備

大阪府内の各所で共通のWi-Fiサービスを提供する「Osaka Free Wi-Fi」サービスを開始

交通機関や集客施設等、順次エリアを拡大中



## ● 大阪観光ガイドブック・マップ

観光情報に加え、外国のクレジットカードで現金が引き出せるATMの情報も掲載するなど、旅行者目線に立った内容に

日・英・中(繁・簡)・韓の5タイプを発行

