

大阪観光局

平成26年度 事業計画と事業目標
進捗状況(9月末現在)

大阪観光局 第9回評価委員会
平成26年10月29日(水)



「大阪の観光戦略」における方向性を踏まえ、民間ノウハウを最大限に活かして展開

◆具体的なデータに基づくマーケティング

⇒関西国際空港外国人動向調査

第1期調査 H26年5月28日～6月10日(1,167サンプル数)

第2期調査 H26年8月27日～9月9日(1,013サンプル数)

第3期調査 H26年11月26日～12月9日(予定)

第4期調査 H27年2月12日～2月25日(予定)



◆傾向

第一期: 中国 174(14.8%) / 台湾 162(13.8%) / アメリカ 99(8.4%)

第二期: 中国 186(18.4%) / 台湾 177(17.5%) / 韓国 106(10.5%)



- ・第1期(5月～6月)に比べて、第2期(8月～9月)の方が
 - USJの訪問率が向上 23.3%→27.0%
 - 道頓堀の訪問率が向上 46.4%→52.3%
- ・第2期で新たに質問項目に加えた、「公共交通機関利用の際に、どの表示を参考にしたか？」という質問(複数回答)では…
 - 73%が英語を参考にしたと答える一方、案内が理解できなかったと答えた割合はわずか0.7%
 - ピクトグラムは12.9%の人が参考にしている。
- ・大阪への再訪意欲(また大阪に来たい!)は、
 - 第1期が88.3%、第2期が89.4%と、以前として高水準。
 - 満足度(大変よい+よい)は
 - 第1期が85.9%、第2期が88.5%と向上 (「大変よい」だけでも53.8%→56.2%に向上)

2. ターゲットを狙ったプロモーション

中国・台湾・香港地区

- ・個人旅行をターゲット
- ・日本文化の探求
- ・インセンティブツアー誘致
- ・旅行博の出展・商談



豪州・東南アジア地区

- ・大阪滞在型旅行商品の造成促進
- ・インドネシア・マレーシア:ムスリム対応の環境整備
- ・ベトナム・フィリピン:ビザ発給緩和措置に旅行商品の造成促進



市場別 4ターゲット

韓国地区

- ・個人旅行をターゲット
- ・ソーシャルメディアなどを活用した情報発信。
- ・旅行博への出展



欧米地区

- ・個人旅行を強かに誘致
- ・メディアを活用した情報発信
- ・観光展出展での広報展開、ネットワークの構築



I 中国・台湾・香港地区



①観光プロモーション

- ・5/8～12 上海・杭州主要旅行会社等へのセールスコール(11社)
- ・6/16 香港主要旅行会社等へのセールスコール(5社)
- ・6/25～28 北京主要旅行会社等へのセールスコール(11社)
- ・9/2～6 オール関西 台湾商談会参加(高雄、台中、台北の主要旅行会社 148社商談)
- ・9/11～15 大阪市姉妹都市周年記念事業・40周年記念観光イベント(上海 280名参加)/
上海主要旅行会社へのセールスコール(4社)・メディア(1社)
- ・9/24～28 香港・深セン主要旅行会社へのセールスコール(7社)・ラジオ番組 ゲスト出演

②メディアファム

- ・4/26～5/1 香港・知出版ガイドブック取材協力
- ・5/14～15 雑誌1社・WEB1社・ラジオ2社 招請 ※中国・USJ共同ファムトリップ
- ・7/31～8/1 雑誌4社 招請 ※中国・USJ共同ファムトリップ
- ・7/23～25 香港メディア『nowTV』取材協力(天神祭関連)
- ・9/3～4 香港メディア『Weekend Weekly』取材協力(銭湯)



③トレードファム

- ・5/26 国際華商協会 商談会

④海外トレードフェア出展

- ・5/9～11 上海WTF出展(雑誌「行楽」とタイアップ 48,000名入場)
- ・6/12～15 香港ITE出展(大阪事業者6社とのタイアップ 85,000名入場)
- ・6/26～28 北京BITE出展(JR西日本とのタイアップ 143,660名入場)



Ⅱ 韓国

①観光プロモーション

- ・4/7～11 ソウル主要旅行会社等へのセールスコール(20社)
- ・4/14 東アジア商談会参加(5社商談)
- ・4/15 東京ランド会社へのセールスコール(3社)
- ・4/22～24 釜山・大邱主要旅行会社等へのセールスコール(11社)
- ・5/22,26～27 ソウル、光州、全州旅行会社セールスコール(6社)
- ・5/28 『2014 VISIT JAPAN 韓国市場商談会inソウル』(4社商談)
- ・9/11 『2014 VISIT JAPAN 韓国市場商談会in釜山』(14社商談)
- ・9/12 釜山主要旅行会社等へのセールスコール(3社)



②メディアファム

- ・5/13～17 ソーシャルコマース『Ticket Monster』動画/静止画取材 招請
- ・6/11～14 パワーブロガー4名 招請 ※Web tourタイアップ
- ・6/24～27 雑誌『Patissier』記者招請
- ・9/13 新聞『文化日報』記者取材協力
- ・9/25～27 パワーブロガー8名 招請 ※エア釜山タイアップ

③トレードファム

- ・4/16～18 釜山等主要ランド会社招請(16社) ※パンスターライン タイアップ
- ・7/5～8 MODE TOUR職員(1名) 招請



④海外トレードフェアー出展

- ・5/23～25 ハナツアー博覧会出展 (速報値 87,111名入場)

Ⅲ 東南アジア・豪州・その他



①観光プロモーション

- ・6/18～27 フィリピン・マレーシア・シンガポール主要旅行会社へのセールスコール
(フィリピン5社、マレーシア7社、シンガポール5社)
- ・8/6～10 タイ 観光庁、観光協会、JNTO訪問
パタヤにてクロスカントリー会場での大阪プロモーション

②メディアファム

- ・4/7 ベトナムメディア テレビ1社・新聞社1社招請 ※関西地域振興財団タイアップ
- ・4/7～9 インドブLOGGER 2社招請
- ・7/31～8/1 マレーシア 新聞社2社、web1社 招請 ※USJとの共同ファムトリップ
- ・8/31 フィリピンTV(GMA) 協力(9/10放送済)
- ・9/29 インドネシアメディア 3社招請

③海外トレードフェアー出展

- ・6/3～4 JAPAN ASEAN+INDIA トラベルマート出展(20社商談)
- ・7/24～27 タイ FITフェア(42,000人 入場)
- ・9/5～7 マレーシア MATTA出展(90,000人 入場)
- ・9/12～14 インドネシア ガルーダトラベルフェア出展

④セミナー開催

- ・5/19 イスラム圏からの観光客受入にあたってのポイントについてマレーシア
旅行会社・Koh社長より講演
観光関連施設・業者120名参加

IV 欧米地区

①観光プロモーション

- ・9/20-9/28 大阪市姉妹都市周年記念事業大阪観光プロモーション
(ドイツ/ハンブルグ:メディア・旅行者・現地企業・
ハンブルグ観光局関係者など 60名
ロシア/サンクト・ペテルブルグ:メディア・エージェント
サンクトペテルブルグ市観光課など 40名)



②メディアファム

- ・5/8～5/15 スペイン国営テレビ・メディア協力
- ・6/3～6/7 カナダ民放テレビ・メディア協力
- ・6/29 ドイツメディアファム協力
- ・7月 Web系旅行会社「Expedia」大阪取材協力
- ・8/21～8/23 イギリス・トラベル雑誌、大阪グルメ記事取材協力



③海外トレードフェアー出展

- ・11月(予定) ロンドンWTM出展



・海外からの教育旅行誘致数

(韓国・台湾・香港・東南アジア・欧米・オセアニア)

☆26年度の海外からの教育旅行誘致件数 64件 (4月～9月)

<昨年度同時期66件>

* 韓国の船舶事故の影響で減少 (韓国: 昨年の3分の1以下)

* 東南アジアの増加 (タイから新規 9件)



H26年度 学校交流・学校視察 月別受入状況

	4月		5月		6月		7月		8月		9月		合計	
	H25	H26	H25	H26	H25	H26	H25	H26	H25	H26	H25	H26	H25	H26
韓国	5	2	11	2	9	4	9	2	6	2	3	1	43	13
台湾	6	8	9	9	-	-	1	2	-	1	1	2	17	22
香港	-	-	-	1	-	1	-	1	-	2			0	5
東南アジア	-	1	1	1	1	5	-	5	-	-		2	2	14
欧米	-	-	-	-	-	-	3	-	-	-		4	3	4
オセアニア	-	1	-	-	-	-	-	2	-	-	1	3	1	6
合計	11	12	21	13	10	10	13	12	6	5	5	12	66	64

2-6 ターゲットを狙ったプロモーション



・ムスリム対応の環境整備

- ☆ムスリムセミナーの開催(5/19 観光関連事業者120名参加)
- ☆ムスリムフレンドリーマップ作成(20,000部)

◎大阪市内のホテル・新関西国際空港・ムスリム圏での旅行博で配布



・ SNS推移

		H25	H26	昨年度比率
Since 2009/09	日本 Twitter	65,125	98,867	152%
Since 2010/10	繁体字 facebook	325,914	512,067	157%
Since 2011/02	中国 Qq weibo	890,735	904,968	101%
Since 2011/06	中国 Sina weibo	86,863	151,877	175%
Since 2011/10	日本語・英語 Café de Osaka facebook	41,529	72,123	174%
Since 2011/10	韓国語 Café NAVER	10,129	11,831	117%
Since 2011/10	韓国語 me2day	2,110	706	-
Since 2012/09	タイ語 facebook	92,972	231,043	249%
Since 2013/06	大阪観光局活動報告 facebook (日本語)	794	3,438	433%

・大阪認知度アップを狙ったCNNの広告

- ◎放映時期:H26年11月~12月 2ヶ月間(予定)
- ◎放送エリア: 全てのアジア・パシフィックエリア
- ◎放映回数 : 15秒版: 期間中128スポット
30秒版: 期間中 64スポット



3-1 インターネット戦略(Wi-Fi環境の整備) <大阪モデルの普及>

■内容



	接続間隔	利用制限
Osaka Free Wi-Fi	30分ごとにリセット	無制限
Osaka Free Wi-Fi Lite	15分ごとにリセット	4回/日(合計1時間) <small>購入済みのメールアドレスにのみ、合計1時間利用可能</small>

■26年9月末設置実績

	設置拠点数	アクセスポイント数
Osaka Free Wi-Fi	98	417
Osaka Free Wi-Fi Lite	1,152	1,152
合計	1,250	1,569

1日アクセス数
(ユーザー)

5,000

■26年9月末利用ランキング

<公共交通機関>

利用ベスト3の駅	利用回数(1か月)
関西国際空港	18,162 (605回/日)
南海 なんば駅	16,094 (536回/日)
地下鉄 梅田駅	6,420 (214回/日)

<店舗・観光施設等>

利用ベスト3の施設	利用回数(1か月)
TSUTAYA 戎橋	5,882 (196回/日)
梅田庭園展望台	4,019 (133回/日)
ドン・キホーテ 道頓堀店	2,981 (99回/日)

※利用者の2~3割が外国人、日本人の利用の割合が多い。

3-2 ホスピタリティの向上・フィルムコミッションの推進

・梅田 & 難波観光案内所外国人利用者数(上半期前年比較)

	人数		件数	
	2013年	2014年	2013年	2014年
2013.4月	13,881	18,466	47,659	52,323
5月	10,902	14,680	38,953	40,357
6月	12,219	14,294	40,807	39,873
7月	13,336	16,931	44,308	47,473
8月	12,396	17,140	41,156	48,716
9月	10,302	14,133	35,190	42,674
合計	73,036	95,644	248,073	271,416



・映画「円卓」 スクリーンツアーリズム化

大東市・堺市・吹田市・池田市・大阪市西成区と共同で
主に6月中旬から約1か月間、

- ロケ地小学校(大東市)の公開ツアー
 - メイキングシーン等のパネル展
 - 大阪府下ロケ地マップ・ポスターの制作
 - 地元での親子試写会
- 等を開催

(小学校ツアーは6時間で360名が参加。
福岡県や愛知県からも来阪者を創出)



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様々なイベントに参加。
市町村・観光事業者と連携し、全国各地で大阪をPRするほか、
各都市に出向き、エージェントにセールスを実施。



第32回上田真田まつり 4/26～27 入場者数63,000人

夏たびフェアin岡山 7/19～20 来場者数24,000人(JRと連携)



はこだてグルメサーカス 9/6～7 入場者数 169,000人(南泉州・事業者と連携)

ツーリズムエキスポ 入場者数 157,589人(関空と連携)

4.大阪ならではの魅力を活かした集客 ＜集客・旅行商品化のための観光コンテンツの強化＞

ツアーパッケージを開発し、
海外への売り込み

大阪の認知度アップ
都市魅力の創造



ASIAN GATEWAY
OSAKA
PROJECT

天神祭

開催日:7月25日
事業内容:観覧席の設置
陸渡御:200席 船渡御:1,200席
特別観覧席(OMM):300席

ASIAN YOUTH ORCHESTRA

公演日:8月25日・26日
場所:ザ・シンフォニーホール
来場者:1,170人



大阪城3Dマッピングスーパーイルミネーション

期間:H26年12月13日～H27年3月1日(予定)
場所:大阪城西の丸庭園
来場者目標数:70万人



International Jazz Day 2014 OSAKA

開催日:H26年4月30日
場所:大阪城西の丸庭園
来場者数:7,000人



- ・DANCE DELIGHT:8月31日@大阪市中央体育館
来場者数:8,000人
- ・大阪国際紅白歌合戦:11月22日(予定)
@吹田市メイシアター



5 水都大阪

水都大阪の魅力を各言語でPR・水上バスとコラボレーション

OSAKA AMAZING PASS 2014
 Enjoying all night Osaka's best

Guidebook with coupons

1 day pass 2,300yen
 Available from April 1 to October 31, 2014

2 day pass 3,000yen
 Available from April 1 to October 31, 2014

MIDDLE COURSE
 Plenty of fun and great deal! Enjoy Osaka fully with this course!

START
 Osaka Museum of History

GOAL
 Osaka Castle Museum

4,780 yen
2,300 yen

ABOUT OSAKA/AMAZING PASS OF OSAKA AMAZING PASS

Validity of the transportation information

Contents for transportation information

Fully Enjoy "Aqua Metropolis" at Waterfront in Osaka.

A port was first built in Osaka around the 11th century. By the Middle Ages, Osaka had already been developed as a harbor for both home routes and waterways. This town along the water's edge was further developed by Toyotomi Hideyoshi. In the Edo era, cargo vessels transported the Honshu canals that were arranged in every direction, and Osaka became known as "Tenryū no Daidokoro" (The Rivers' Kitchen). Such a culture was strongly supported by the local merchants who have long had a tradition for festivals and an entertaining spirit. Over time, the waterfront has been for leisure and pleasure. There are not nurseries, cafes and amusement facilities, etc. in the urban areas around the waterways.

Japanese first commercial operation!
 Visit Amphibious bus tours available! Let's try it!

水都大阪
 WATERFRONT OSAKA

イベント情報 - EVENTS

お知らせ - WHAT'S NEW

OSAKA-INFO

(River Boat Dining Riparius) 開始運航

予約状況: 予約可能 / 予約済み / 予約完了

予約料: 1,000円 (税別)

予約期間: 2014年4月1日 - 2014年10月31日

訪問大阪 II
 2 水都・大阪

AUTO PLAY

HOME **Area Map** **DOWNLOAD AUDIO** **MAP**

大阪府中之島駅前

大阪府中之島駅前には、かつての大阪、水都の繁華を再現した「水都大阪」が誕生しました。ここでは、大阪の歴史と文化を堪能できる「水都大阪」が誕生しました。

5 MICEをビジネスチャンスに(MICE誘致)

＜産学官一体となった誘致支援体制の構築＞

大阪MICEアライアンスの設置・活動

4月15日	大阪MICEアライアンス第一回定例会(大阪城ホール)
6月12日	大阪MICEアライアンス第二回定例会(ホテルモントレグラスミア) 初
8月21日	大阪MICEデスティネーションショーケースin東京(JPタワー)
9月25日	大阪MICEアライアンス第三回定例会
12月	大阪MICEアライアンス総会(予定)
	大阪MICEアライアンス部会活動・ MICEアライアンスショーケース同時記者発表
12月3日～4日	大阪MICEデスティネーション・ショーケース(ATCホール)

大阪MICEデスティネーション ショーケースの概要

MICE開催地としての大阪の魅力
首都圏及び関西圏の主催者へ発信
するイベント。
商談会、セミナー、大阪ならではの
テーマパーティー、大阪市内視察
ツアーで構成

MICE誘致の取組

MICEに係る情報収集・連携

- ◆ ICCA(国際会議連盟)総会
- ◆ 台湾において世界最大規模の
インセンティブツアー誘致・情報収集
- ◆ 東南アジア・香港へのインセンティブ誘致

MICE誘致活動の推進

- ◆ トレードショー参画
IMEX(フランクフルト)
IMEX America(ラスベガス)
AIME(メルボルン)

MICE商品の開発

大阪ならではのMICE誘致
及び支援に利用できる
コンテンツの開発、商品化
(現在開発中のメニュー)

- ・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
- ・MICE参加者向けの大阪ならではの
お土産
- ・MICE参加者向けのお弁当
- ・アトラクション



事業目標指標
来阪外国人旅行者数
外国人延べ宿泊者数
延べ宿泊者数
国際会議開催件数
MICE外国人参加者数

2014年目標
320万人
430万人
2,500万人
310件
23,000人



市場別目標(単位:万人)		前年実績比
成熟市場 (韓国・台湾・香港)	160	+10
成長市場 (東南アジア)	35	+7
新興市場 (インドネシア・インド)	9	+3
中国市場 (中国本土)	59	+19
その他 (欧米豪など)	57	+18
合計	320	+58

【参考】活動目標
外国人旅行者による観光収入
外国人旅行者の満足度
MICE重要ターゲット開催件数
MICE商品開発件数

2014年目標
2,260億円
96.7%以上
80件
40件

→大阪観光局調べ 2013年関空調査結果 70,637円×320万人

→大阪観光局調べ 2013年関空調査結果