

平成18年度 事業計画

(財)大阪観光コンベンション協会は、観光とコンベンションの一体化による新組織として活動を開始して以来3年を経過した。統合4年目を迎える本年度は、これまでの活動の成果と昨今の観光への期待の高まりという潮流の下、新たな飛躍を目指していきたい。

そのため、観光ビジターやコンベンション、インセンティブツアーの誘致に当っては、ターゲットをより明確にし、大阪府・大阪市をはじめ各関係機関・団体との的確な役割分担のもとに、実効の上がる活動を展開し、着実な成果を目指す。本年度は、以下の重点事業を中心に、特に旅行商品開発、情報発信、プロモーション、受入れ態勢等、マーケティング活動の一体性を強め、相乗効果の発揮に努める。

.国内外からの宿泊ビジターの増加を目指し、効果的なプロモーション活動を展開する。

今後、観光客の誘致をめぐる国内外の他都市・地域との競争が益々激化していく中で、名実ともに大きな成果を上げることが求められている。そのため、とりわけ経済波及効果の大きい国内外からの宿泊ビジターの増加を目指し、即効性のある効果的なプロモーションを展開する。

とくに、海外ビジターの誘客については、訪日ビザの免除措置継続やアジア地域との交流拡大というフォローの風を受け、2007年度200万人達成への目途をつける。そのため、「日中観光交流年」を迎える中国をはじめ、リピーター客が増加している韓国、台湾、香港等の東アジアを重点ターゲットとし、各国・地域の特性をふまえた事業を展開する。

一方、国内ビジターの誘客については、市場規模の大きい首都圏をはじめ北海道・東北・中部・九州など全国の主要地域にアタックするとともに、地方新聞の記者招聘も対象地域を拡大して地元でのPRに努めるなど、大阪を訪れる個人・団体観光客等の増加を図る。

また、異文化の相互理解や将来の大阪のファンづくり等、多様な意義を持つ国内外からの修学旅行誘致についても重点的に取り組む。

.誘致活動の実を上げる「大阪ならではの」魅力の開発・旅行商品化や集客のための各種条件整備を加速する。

国内外からの誘致活動の成否は、いかに多くのビジターの共感や感動を呼ぶ仕掛けを構築するかにかかっている。そのため、それぞれの国・都市・地域のニーズをふまえ、他とは一味違う「大阪ならではの」魅力の開発・旅行商品化等を加速し、ビジターの評価を高めていく。

とくに、多様な観光資源、閑空の存在、関西圏の中核といった大阪の個性に磨きをかけた旅行商品づくり、インターネットや各種PRツールを通じたインパクトのある情報発信、ビジターの満足度を高めるきめ細かい受入れ態勢の整備を進める。

また、大阪が誇る貴重な観光魅力の一つである大阪城天守閣は、本年4月

から2年間、当協会が指定管理者として指定されたことを契機に、国内外からの集客機能の一層の強化を図り、当協会が運営する強みを発揮する。

・大規模コンベンションやインセンティブ・ツアーの誘致・開催支援を強力に進める。

コンベンションやインセンティブ・ツアーは、大阪に目に見える大きな成果をもたらす。そのため、会議施設、宿泊施設、観光資源等、大阪の優れたコンベンション環境を国内外に発信するとともに、体系的な情報分析による的確な誘致活動の展開や開催支援メニューの充実を図り、協会の総合力を発揮して、内外のコンベンションの誘致・開催支援を積極的に推進する。

また、平成18年度には、日本免疫学会、世界バラ会議、バイオジャパン2006、国際潰瘍学会等、多くの国内会議、国際会議が大阪で開催される。これらを契機として、海外、府外から訪れる参加者に、大阪の魅力を伝えるとともに、コンベンションの円滑な運営を促進するため、各種の支援サービスを実施する。同時に、平成19年4月開催の日本医学会総会に向け、組織をあげた取り組みも行う。

一方、近年の、アジア諸国からのインセンティブ・ツアーの増大に積極的に対応していくため、セールスプロモーター、府・市海外事務所、JNTO（国際観光振興機構）など関係先との連携の下、これまで形成してきた人的ネットワークを活かし、各地域の状況に即した誘致活動を展開する。

平成18年度は以上の3項目を戦略的な重点事業として進めるが、同時に日常の活動に遺漏なきを期すことはもとより、会員の皆様や関係機関等との連携強化、内部体制の整備など、将来の発展を視野に入れた組織基盤の整備にも精力的に取り組む。

・国内外からの宿泊ビジターの増加を目指し、効果的なプロモーション活動を展開する。

1. 海外ビジターの誘致

(1) セールスプロモーターの活用

より現地に密着したセールス活動を実施するため、2005年度には従来の台湾・香港に加え、韓国（釜山）、中国（北京、上海、広州）にセールスプロモーターを配置した。2006年度はこれらの拠点のセールスプロモーターを十分に活用した誘客セールスを実施する。

(2) 国際観光展への出展

・北京国際観光展（BITE）	〔北京〕	2006年	6月
・ソウル国際観光展（KOTFA）	〔ソウル〕	2006年	6月
・釜山国際観光展（BITF）	〔釜山〕	2006年	9月
・上海世界旅遊資源博覧会（WTF）	〔上海〕	2007年	2月
・広州国際観光展（GITF）	〔広州〕	2007年	3月

(3) 海外プロモーションチームの派遣

会員の参加を得て下記の重点地域にプロモーションチームを派遣し、営業活動を展開する。

・ソウル ・香港 ・台北、高雄 ・上海 ・広州、深圳 ・大連、瀋陽

(4) VJC事業への積極的参画

国内他地域と連携し、V J C予算によるプロモーション活動にも積極的に取り組んでいく。

- ・インセンティブツアー誘致
- ・教育旅行・新婚旅行の広域ルートの開発〔対象：北京、上海〕（連携先：長崎県）
- ・京阪神エリアの新素材紹介〔対象：香港、台湾〕（連携先：京都市、神戸市）
- ・U S Jを含むTV番組の制作〔対象：タイ、広州〕（連携先：奈良市、滋賀県）

(5) インターネット販売、個人旅行商品への取り組み強化

増加の一途を辿るインターネット販売、個人旅行商品への取り組みを強化し、大阪の新しいデータの提供に努めると共に、「大阪周遊パス」や「スルッと関西」乗車券の現地販売を促進する。〔対象：台湾、韓国〕

2 . 国内ビジターの誘致

(1) 国内プロモーションチームの派遣

会員の参加を得て旅行代理店等にプロモーションチームを派遣し、パッケージ旅行や修学旅行の誘致を促進する。（派遣先：東京、札幌、金沢、広島、福岡）

(2) 旅行代理店へのセールス訪問

- ①商品企画部門のある旅行代理店に対し、協会職員によるセールス訪問を年2～3回実施する。（実施先：東京、名古屋、金沢、広島、福岡）
- ②府・市の東京事務所との連携を進め、首都圏での宣伝営業体制の充実強化を図る。

(3) 「旅フェア2006」(千葉県)への出展

4月に幕張メッセで開催される「旅フェア2006」に出展し、最大のマーケットである首都圏の旅行代理店や消費者に大阪の魅力をアピールする。

(4) 他地域との連携による共同事業の実施

下記の組織との連携による共同事業を実施する。

- ・京都市、神戸市との三都観光推進協議会
- ・岐阜県、岡山県との三府県連携会（GOOD連合）

3 . 修学旅行の誘致

(1) 海外からの修学旅行誘致

修学旅行誘致ミッションの派遣や海外の教育関係者を大阪に招聘する等、修学旅行のさらなる拡大と誘致促進を目指す。（対象：中国、韓国、台湾）

(2) 国内からの修学旅行誘致

学習素材や協会会員の資料を持参して各地の旅行代理店へのセールス訪問を実施する。（実施先：北海道、東北、上越、北陸、中四国、九州）

・誘致活動の実を上げる「大阪ならではの」魅力の開発・旅行商品化や集客のための各種条件整備を加速する。

1 . 旅行商品の開発

(1) 海外ビジター向け新規旅行商品の開発

①現地旅行代理店への情報提供強化と「関空OUT」旅行商品の造成

旅行代理店へのセールス活動を強化し、大阪の新しい素材やイベントを定期的に提供し、ニーズが多様化しつつある訪日客にとって魅力ある商品開発に繋げる。（対象：台湾、韓国、香港）

現在、「関空 IN」の旅行商品が多い中国については、より経済効果の大きい「関空 OUT」商品の造成を行い、現地旅行代理店と共同で新聞紙上での宣伝を実施する。

(対象：中国)

②オーサカン ティストメニューの開発

大阪が持つノウハウを活かした人間ドックツアー、ショッピングツアー、大阪の祭り・イベント活用ツアー、先進事例視察型ツアー、見本市ツアー等を組み入れた商品の開発を行う。(対象：中国)

③ファッション、グルメ等を活用した旅行商品の造成

大阪の都市魅力を創出しているファッションやグルメ等を活用した旅行商品の造成に向けた商品開発を実施する。(対象：台湾、香港)

④ファッション雑誌等とのタイアップ事業

韓国・台湾・香港で人気の現地ファッション雑誌とのタイアップにより大阪の情報を発信する。(対象：韓国、台湾、香港)

⑤北海道と大阪を組み合わせた旅行商品の造成

北海道と大阪を組み合わせた旅行商品の造成に向けたマスコミ、旅行代理店対象の研修旅行を招聘する。(対象：台湾)

⑥大阪・釜山・上海との連携によるゴールデン・トライアングルの開発

協会が友好提携を締結している釜山広域市観光協会、上海市旅遊事業管理委員会と共同で、大阪、釜山、上海の3都市を巡るツアールート（ゴールデン・トライアングル）の商品開発や関西観光サミット開催のサポートを行う。

⑦韓国～大阪・関西周遊ツアーの開発

中国発の韓国～大阪・関西周遊ツアー商品を韓国と連携して造成し、中国からの誘客を促進する。

(2)国内ビジター向け新規旅行商品の開発

①旅行代理店への働きかけによる新規旅行商品の造成・支援

- ・大阪での宿泊を伴う国内の新規旅行商品の造成を働きかけ、年2回実施の企画商品コンテストに当選した新規商品に金銭的支援を行う。
- ・歴史・文化を活用した、テーマとストーリーを持った観光メニュー・ルートを開発し、商品の造成を行う。
- ・付加価値の高いメニューやルートを開発し、商品化に向けて旅行エージェントの招請を行うなど高付加価値型観光商品を造成する。

②新しい水上観光ルートづくり

多くの観光客にとってより利便性の高い水上観光ルートを開発し、商品化を図る。（「八軒家浜」の船着場の活用、河川空間における親水性の向上、栈橋利用のワンストップ化に向けた取り組みを支援していく。）

(3)夜の観光メニューづくり

①大阪泊まらナイト計画---伝統芸能を活用した夜の観光メニューづくり

主に海外ビジターに大阪の伝統芸能を手軽に見てもらうため、演目、演者、主催者、会場等をコーディネートできるシステムを構築し、魅力ある旅行商品を造成する。

②大阪泊まらナイト計画---ナイトライフの充実を目指した夜の観光メニューづくり

主に国内の宿泊ビジターに対し、大阪のナイトライフを充実させるため、旅行エージェントや民間企業等と連携して夜の観光メニューの旅行商品を開発する。

また、大阪商工会議所が推進しているナイトカルチャー事業と連動した旅行商品の創出につなげる。

(4) 海外修学旅行受入れ態勢の充実・強化

- ①海外からの修学旅行の学校交流を担当するコーディネーターの配置
今後ますます増加が見込まれる学校間の交流事業を効果的に実施できるようコーディネーターを配置する。
- ②修学旅行用の素材開発とガイドブックの作成
大阪の歴史・文化、体験学習など修学旅行用のメニューを開発し、現地への情報提供を実施すると共に、学校交流、観光施設、宿泊施設の紹介も兼ねた専用のガイドブックの改定・配布をする。
- ③教育旅行受入れ態勢の整備
学校交流やホームステイの受入れ態勢の整備を行い、青少年の来阪促進を図る。
- ④海外教育関係者の視察招聘
中国、韓国、台湾の教育関係者の視察招聘を行う。

(5) ものづくり観光の充実・強化

- ①メニューの充実や運用システムの強化
ものづくり産業の集積を活かしたメニューの充実や運用システムの強化を図る。
- ②多言語による専門ホームページの充実
英語、中国語（簡体・繁体）、韓国語による専用ホームページの充実を図る。
- ③テクニカルビジット客の受入れ強化
中国からの訪日客の8割以上を占める商務査証客の受入れ強化のため、大阪の行政機関を中心に訪問希望先への取次ぎを拡大する。

(6) 既存観光メニューの魅力向上

- ①公共施設等を活用した参加体験型メニューの充実
地域魅力の創出と観光客、修学旅行生の受入れを図るため、参加体験型メニューの開発および既存メニューの充実を図る。
- ②天神祭等伝統行事の振興
 - ・天神祭の助成、観覧席の設置・販売等を行う。
 - ・その他の伝統行事の振興、後援等を行う。
- ③四季のイベント月間創出事業との連携
四季のイベントとの連携を促進し、集客に結びつける観光商品の開発を行う。
 - ・「さくら船」水上栈敷席の販売等。

(7) 広域的な取り組みの充実・強化

- ①広域観光ルートの商品開発
関西の中心である大阪の立地を強調しながら、マーケットニーズに基づいた地域魅力の開発を進めるとともに、近隣地域の観光資源を活用し、広域型観光ルート開発・商品化に取り組む。
- ②府内市町村等の観光振興支援
府内市町村等と連携して、外国人案内機能の強化や観光商品の開発、プロモーション等の事業を支援するとともに、観光振興推進者育成のための研修会を開催する。
- ③NPO法人との連携
NPO法人「南大阪地域大学コンソーシアム」等と連携し、南大阪の観光ルート開発や善意通訳コーディネート事業等の支援を行う。

2. 情報発信

(1) 海外ビジター向け情報発信の強化

- ①インターネットによる情報発信の強化

- ・ホームページの充実・強化（韓国、中国<繁体・簡体>、英語のリニューアルと海外サイトでの「大阪ブランド」の周知徹底）
 - ・各国の観光事情に合わせたコンテンツの見直し
特に中国向けは、情報を絞り込み、エリア情報（キタ・ミナミ）、ショッピング、ナイトアミューズメントに集中
 - ・大阪ファンクラブ（メルマガ）による大阪情報発信先の拡大
 - ・E-Menu 導入店のホームページでの紹介
 - ・コンベンション、協会ホームページのリニューアル（日・英）
- ②PRツールによる情報発信の強化
- ・オール大阪の観光ガイドの多言語化
 - ・中国向け簡易ガイドの制作（上海で制作）
 - ・大阪滞在時活用ツールの多言語化（大阪街遊本、大阪旬街、大阪ウォーキングMAP等）
 - ・新・大阪紹介DVDの制作

(2)国内ビジター向け情報発信の強化

- ①インターネットによる情報発信の強化
- ・新・大阪観光ホームページのリニューアルを契機としたコンテンツ拡充（食、ショッピング等のテーマ別、エリア別特集や動画を取り入れたコンテンツの開発等）
 - ・「くいだおれどっとCOM」のリニューアル
 - ・携帯端末情報提供の強化（QRコード<カメラ付携帯電話での読み取りシステム>等の採用検討）
 - ・広告事業の開始
- ②PRツールによる情報発信の強化
- ・QRコード<カメラ付携帯電話での読み取りシステム>等、新媒体への対応の検討
 - ・イベントガイド装丁のフルカラー化

(3)観光写真の貸し出し

- ・フォト ライブラリー新設による写真データの貸し出し
- ・写真のデジタルアーカイブ化

3.受入れ態勢の整備

(1)きめ細かい観光情報の提供

- ①市内5ヶ所のビジターズインフォメーションセンター（梅田、新大阪、天王寺、難波、USJ）で、きめ細かい観光情報の提供を行う。また、案内・誘導表示の改善や多言語案内機能の強化等、ホスピタリティの向上を図る。
- ②府域の観光案内所における外国人旅行者向けの案内機能強化を支援する。
- ③ビジターズインフォメーションセンターを訪れたビジターの要望、苦情等、生の声を集約し、今後の観光施策に反映させる。

(2)飲食店メニューの多言語表記支援の拡大

2005年度に飲食店が容易に多言語メニューを作成できるシステム(E-Menu)構築が完了した。2006年度はその拡充を図るとともに、利用店の拡大に努める。

(3)外国語対応自己認定制度

多言語対応ができる飲食店等のPRツールや指差し会話集を作成する。

(4)善意通訳制度の充実

通訳、案内技術の向上を図るための研修を実施する。

(5) 観光ボランティア活動の支援

観光ボランティアの組織強化と活動内容の拡充に向け、ボランティア活動の自主運営を支援する。また、「大阪検定」(仮称)の導入について、関係機関とともに協議を進める。

(6) 観光タクシー制度の支援

観光タクシー制度の充実強化を支援する。

4. 大阪城天守閣の集客機能強化と売店売上高の増大

(1) プロモーション事業

東アジア諸都市に対し、天守閣を大阪観光のスポットとして、海外プロモーション事業の機会を捉えて、誘客増加に努める。

(2) 魅力開発事業

東アジアや国内の学校に対し、大阪の歴史をテーマとした修学旅行の誘致に努めるのはじめ、次のような各種イベントも活用しながら集客魅力を開発する。

- ・緑化フェア(3月～5月)
- ・春のイベント<メチャハッピー祭 in 大阪城、大阪城ファミリーフェスティバル等>(5月)
- ・夏のイベント<オーサカキング>(7月～8月)
- ・秋のイベント<再発見クイズ>(10月～11月)
- ・写生画展、お年玉プレゼント(1月)など。

(3) アフターコンベンション等

コンベンション誘致の際に、アフターコンベンションの訪問地として活用し、また、海外優良企業のインセンティブツアーの会場として活用するなど、大阪の魅力として発信する。

(4) 歴史資産の活用

大阪城内にある櫓・蔵の公開や大阪城に関する歴史シンポジウムやセミナーを開催することによる誘致宣伝を行なう。

- ・櫓、蔵の公開<乾櫓、焔硝蔵(3月～4月)、六番櫓、金蔵(7月～8月、2月予定)、千貫櫓、多聞櫓(10月～11月予定)>
- ・《大阪上町春めぐり2006》GW特別企画<『大阪歴史の夢舞台「功名が辻」の巻』ツアー(5月)など。

(5) 運営管理

すべての観覧者が年間を通じて安全かつ快適に利用できるように、案内表示やガイドを充実させる。

(6) 土産品の開発

天守閣収蔵品や大阪城に関するミュージアムグッズの開発に取り組むとともに、これらのインターネット販売の導入を図る。

大規模コンベンションやインセンティブ・ツアーの誘致・開催支援を強力に進める。

1. コンベンション誘致・支援事業の展開

(1) コンベンション誘致事業

- ① コンベンション関連情報の体系的分析に基づき、関西を中心として、内外の有力なコンベンション主催者・関係団体等(学会、大学、団体事務局、関係機関、企業等)に対し、効果的な誘致及びPR活動を継続的・反復的に展開する。

また、コンベンション関係者が集中する首都圏での誘致活動を推進する。

- ②国内外の主要なトレードショー（IME〈東京〉等）及び商談会に参加するとともに、北米地域を中心に国際会議キーパーソンに対する海外誘致セールス活動を展開する。
- ③国際会議に関する有力な海外キーパーソンを大阪に招請し、会議・宿泊施設、パーティ会場等の視察を実施するとともに、具体的な個別案件に対応した誘致活動を行う。

(2) コンベンション支援事業

- ①コンベンションに対する開催準備資金貸し付け事業や国際コンベンション等開催助成金事業の機動的、弾力的な運用を図り、より一層効果的な誘致を進める。
- ②大阪観光案内地図などアフターコンベンションのための情報提供を行い、観光への波及効果を高める。
- ③国際会議のレセプションや総会などへ、希望に応じて、大阪名産品の提供や今宮戎神社の福娘等による歓迎サービスを斡旋する。
- ④会議開催のプレスリリース代行・支援、国際会議参加者用のパソコン提供、フォトCD（大阪の風景スライド集）の貸出しを行う。
- ⑤平成18年度には、日本免疫学会、世界バラ会議、バイोजパン2006、国際潰瘍学会、日本眼科学会、日本東洋医学会、国際コンピュータ支援放射線医学・外科学会議、International Airline Technical Pool 総会、AAPA（アジア太平洋航空会社協会）社長会、日本不妊学会、動物臨床医学会年次大会等多くの国内会議、国際会議が大阪で開催される。これらを契機として、海外、府外から訪れる参加者に、大阪の魅力を伝えるとともに、コンベンションの円滑な運営を促進するため、各種の支援サービスを実施する。
- ⑥日本医学会総会（会議3万人以上、展示30万人以上：平成19年3月31日～4月8日）に向け、準備、広報その他の面での支援・協力を万全を期す。

2. コンベンション誘致に関する広報・調査等事業

- ①コンベンション都市・大阪の魅力を国内外に発信するため、多言語によるホームページを活用するとともに、パンフレット、ビデオ、CD-ROM、スライド、写真等のPRツールをコンベンション主催者等に提供し、最新の会議施設や観光情報等を紹介する。
- ②季刊誌「大阪コンベンションニュース」を会議主催者等に配布し、コンベンション都市・大阪の多様な魅力をアピールする。
また、大阪で開催される会議、見本市等の予定を掲載した「コンベンション・エキジビションカレンダー」を発行し、関係者に配布する。
- ③コンベンション開催アンケート調査を実施する。また、効果的な誘致活動推進の基礎として ICCA（国際会議協会）、JNTO（国際観光振興機構）、府市海外事務所等を通じて国内外の中大型会議情報の体系的な収集、分析を行なう。
- ④ICCA（国際会議協会）、JNTO（国際観光振興機構）、JCCB（日本コンgres・コンベンション・ビューロー）等、関係団体との連携を強化し、当該団体の各種会議に参加し国内外コンベンション事情の情報交換を行う。

3. インセンティブ・ツアー誘致事業

- ①海外インセンティブ関係者とのネットワークの活用や府・市海外事務所、セールスプロモーターとの連携を通じて、台湾、韓国、中国をはじめ東南アジア諸国におけるインセンティブ・ツアーに関する情報を収集し、各国市場の状況に即した誘致活動（海外セールス活動）を積極的に進める。

- ②台湾、韓国、中国等の企業や代理店を対象に、具体的な誘致・宣伝活動を実施する。
- ③海外における主要なトレードショー（IT&CMAなど）及び商談会に参加する。
- ④インセンティブ・ショーケース（キーパーソン招請事業及び商談会）などのVJC事業を積極的に活用してキーパーソンの大阪視察を実施するとともに、具体的な案件について個別の誘致活動を行う。

4 . インセンティブ・ツアー支援等事業

- ①インセンティブツアー目的地としての大阪の魅力を広くPRするため、多言語によるホームページの活用や、パンフレット、CD-ROMなどのツールによる情報提供を進める。
- ②大阪のホスピタリティを表現するものとして、ツアーのレセプションなどへ、希望に応じ、大阪名産品の提供や今宮戎神社の福娘等による歓迎サービスを斡旋する。
- ③来阪が決定したインセンティブ・ツアーの受け入れが円滑に進むよう、行政機関等との調整などの支援を行う。
- ④インセンティブ・ツアーの大阪経済への波及効果について調査を行う。

. 活動基盤の充実・強化を図る。

1 . 企画調査事業の実施

(1) 観光動向調査の実施

効果的・効率的な観光振興施策の立案・実施に資するため、観光動向調査を実施し、来阪ビジターのニーズ把握やビジター数の推計を行う。

(2) アドバイザーの委嘱

大阪の観光振興やコンベンション、インセンティブツアーの誘致に有効な施策・活動等について助言を受けるため、アドバイザーを委嘱する。

2 . 会員サービスの充実

(1) 「会員の集い」の開催

賛助会員間のネットワーク作りや協会の活動に対する理解促進を図るため、講演会・交流会等の「会員の集い」を開催する。

(2) 「会報」の発行

協会と賛助会員あるいは会員相互のコミュニケーションを図り、協会の活動への理解増進や会員の事業遂行に資するため、会報「OCT WAVE」を発行する。

(3) 賛助会員増強策の実施

会員サービスの向上を図り、現会員との関係強化を図るとともに、新規会員の加入や増口を促進する。

3 . 広報活動の強化

(1) マスコミへの情報提供

大阪府政記者会、大阪市政記者クラブ、大阪経済記者クラブ等のマスコミに対し、記事になる情報のタイムリーな提供に努め、マスコミ露出度の増大を図る。

- ・各事業のリリース発信強化
- ・リリース送付先の開拓（文化・観光担当の記者や関連雑誌等）
- ・ホームページ上でのマスコミ向け情報提供

(2) 旅行ペンクラブへの情報提供

旅行ペンクラブ会員に対し、効果的・効率的な情報の提供に努める。

4 . 関係団体・機関等との連携強化

(1)大阪ツーリズム促進協議会

協会は従来から宿泊業界の会員で組織する当協議会の事務局を務め、協会事業と連携を密にしながら活動を進めてきたが、広く会員との連携強化を図り、協会事業を効果的に推進する観点に立って今後の活動を進める。

(2)VISIT OSAKA推進委員会

協会内に設置している「VISIT OSAKA推進委員会」を通じ、関係者の力を結集して実践的な活動を推進する。

(3)大阪ロケーションサービス協議会

「大阪ロケーションサービス協議会」（事務局：大阪商工会議所）と連携を密にし、集客効果をあげる。

(4)外部の関係団体・機関等

J N T O（国際観光振興機構）、J A T A（日本旅行業協会）、U N W T O（世界観光機関）等との連携強化を図る。

5 . 大阪国際会議場への誘致・開催等の支援

①大阪への大規模コンベンションの誘致を積極的に推進するため、大阪国際会議場のコンベンション誘致機能の強化等に対する支援を行う。

②大阪国際会議場運営推進協議会の事務を行う。