

# 平成 22 年度 事業計画

## 1. はじめに

### (1) 観光・コンベンション振興の期待

観光は宿泊、運輸、飲食という直接関連する業種だけでなく、地域全般に波及効果がある経済発展のリーディング産業であり、国際相互理解の増進や雇用機会の創出にも寄与する側面も有していることから、観光・コンベンション振興の促進は国策と位置づけられている。

観光庁は、昨年秋にはこれまでの“ビジット・ジャパン・キャンペーン”(VJC)事業を訪日外客 3000 万人プログラムとして その第一期目標、平成25年 1500 万人の目標実現にむけ また、本年を「Visit Japan Year」「Japan MICE Year」とするなど 国として本格的な観光・コンベンション振興に乗り出している。

#### 【国】

- ・ 観光立国推進基本法(H18.12)  
観光を 21 世紀の日本の重要な政策の柱として明確に位置付け
- ・ 「観光立国推進基本計画」(H19.6)
- ・ 観光庁の設立(H20.10)
- ・ MICE 推進アクションプラン (H21.7)
- ・ 観光立国推進本部の設置 (H21.12)  
今後の成長戦略の柱である観光立国実現に向けた推進体制の強化

#### 【大阪】

- ・ 大阪市芸術文化創造・観光振興行動計画 (H18.4 大阪市)  
芸術文化創造と観光振興の一体的取り組みを宣言
- ・ 「大阪賑わい創出プラン」第2次アクションプラン (H19.12 大商)  
ツーリズム産業は地域経済を牽引するエンジン産業
- ・ 「将来ビジョン・大阪」 (H20.12 大阪府)
- ・ 「元気な大阪」をめざす政策推進ビジョン (H21.2 大阪市)  
「文化・観光」などの分野を重点的に取り組む施策・事業としての 3 カ年計画

### (2) 取り巻く環境の変化

平成20年秋以降の未曾有の経済不況や円高の進行、それに加えて、新型インフルエンザの影響は、訪日外国人客が大幅に減少するなど観光産業に打撃を与えた。平

成 21 年末に底をうった感があるものの、なお厳しい状況にある。

また、地方財政の逼迫の中、大阪府・大阪市の観光振興及びコンベンション誘致予算は、昨年と同様に、効率的な予算執行の要請がある。

当協会が指定管理者として運営していた大阪城天守閣運営事業は、協会運営において貴重な財源であったが、平成22年4月より管理者が他団体へ移行する。

公益法人制度改革については、平成25年11月末をもって移行期間が終了するため、本格的な取組みが求められている。

## 2. 基本的な考え方

厳しい経済環境の中ではあるが、「オール大阪」による観光振興・コンベンション誘致を効果的に推進するという当協会設立の趣旨を踏まえ、魅力あふれる大都市大阪の創造と経済活性化をめざして、今年度も「元気・大阪！」のもと、活動していく覚悟である。

平成 22 年度は、事業分野も拡大するなど、新たな取組みを着実に進めていくことなども加え、以下の基本的な考え方に基づき各分野の事業に取り組む。

- (1) 新しい大阪のイメージを定着させ、イメージアップを推進し、認知度を高める。
- (2) コミュニティ・ツーリズム推進事業などの展開により、大阪ならではの魅力開発を推進する。
- (3) 中国等重点市場を中心に内外からの観光客誘致にむけてプロモーションを展開する。
- (4) コンベンションの誘致について、そのターゲットを絞り観光庁・政府観光局等との連携強化により効率的な誘致を実施する。
- (5) 「(仮称)水都大阪推進委員会事務局」や「大阪ロケーションサービス協議会」などの事業を府・市・経済界と連携して実施する。
- (6) 組織強化のために、賛助会員の維持・拡充への取組みを強化するとともに、機動的弾力的な協会運営、人材の育成強化を図る。
- (7) 「公益法人制度改革」について、平成23年度中の申請をめざし準備を進める。

## 3. 観光振興事業

### (1) 認知度アップ、イメージアップの推進

「国際観光都市・大阪」の新たな観光イメージの定着と知名度の向上に努める目的でスタートした大阪プロデュース事業を今年度も継続して実施する。

#### ① 大阪プロデュース事業

大阪の様々な魅力を探り、発信することで新しい大阪のイメージを定着させるために以下の事業を実施する。

##### i) 大阪イメージアップキャンペーンの実施

新しい大阪の魅力を発掘し発信するため、若者の視点にたった事業「大阪旋

風プロジェクト」を官・民・学が協働で行うと共に、「Cocodoco? キャンペーン」事業を実施する。

- ii) ロケーション誘致・支援ならびにロケ地活用によるイメージアップの推進  
知名度向上や観光客誘致に効果が期待できる映画やTVドラマなどの映像制作のロケ誘致やロケ地を活用したPR事業を推進するとともに、大阪ロケーションサービス協議会の事務局機能を担い円滑に事業を実施する。
- iii) 「大阪観光大使」の三倉茉奈さん・佳奈さん(マナカナ)による情報発信
- iv) 「大阪観光コンシェルジュ」(台北、上海に設置)による情報発信と収集

## (2) 魅力発見、魅力開発の推進

### ① コミュニティ・ツーリズム推進事業の展開

大阪コミュニティ・ツーリズム推進連絡協議会(事務局:(財)大阪観光コンベンション協会)にて「大阪あそ歩」の名の下に、以下の事業を推進する。

#### i) 「大阪あそ歩」事業の推進

市民との協働により、「我がまち」の良さを発見・紹介する「まち歩き」や大阪の文化を堪能する「まち遊び」のコース開発、プログラム企画及び広報支援を大阪市内全24区において継続し展開する。平成22年度は150コースを目標にコース数を拡大するとともに、「大阪あそ歩」ガイドの質の向上をめざす。

#### ii) 音声ガイドプログラムの充実

音声ガイドプログラム「大阪まちあるき」の4コース(真田幸村と大坂の陣、レトロ浪漫中之島タイムトラベル、上方落語の舞台を歩く、文明開花 幕末維新人物伝)の配信継続に加え、インバウンド振興の具体策としてダウンロードが可能な海外ビジター向け音声ガイドプログラム「VISITING OSAKA」のエリア拡大を行う。(英語・中国語・韓国語に対応)

#### iii) 夜の観光魅力の充実

大阪商工会議所等と連携しながら夜の観光魅力の充実に努め、大阪が有する歴史的・文化的資源を活かした夜の観光メニュー(大大阪レトロナイト、上方伝統芸能ナイト)のPRに努める。

### ② 「大阪へ行こう! 大阪で遊ぼう! アイデアプラン支援事業」の実施

大阪の集客力とイメージを高めるため、民間との連携でアイデア溢れる事業提案を広く公募し、事業への助成金交付や広報PRなどの支援を行う。3年目の今年度は、より集客効果を高めるために公募・支援の方法を見直して実施する。

### ③ 「大阪周遊パス」の効果的な活用

「大阪周遊パス」は効果的な大阪観光ツールであり、国内はもとより海外での販売網拡充のためのプロモーションを強化する。

### ④ 天神祭等伝統行事の活用

日本を代表する祭りとして全国的にも有名な天神祭を大阪集客の大きな機会とと

らえ、広く祭りの感動を楽しんでもらえるよう、国内外の観光客向けに陸渡御・船渡御の観覧席を設ける。大阪天満宮や天神祭関係先とも連携し、奉拝船の運航、ガイドブックの作成なども行う。その他、だんじりなどの伝統行事の振興や後援にも力を入れ、大阪集客につなげる。

⑤ 参加体験型観光メニュー充実

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充実を図る。

⑥ 「水都大阪」等の取組みの推進

- ・「水の都大阪」というブランドを確立し、継続して発信していく「水都大阪」に大阪府・大阪市・経済界と連携して取り組む。協会は観光プロモーション、情報発信などのノウハウも活かしながら推進組織の事務局としての役割を果たしていく。また、「光のルネサンス」などの集客事業にも協会として連携・協力を進めていく。
- ・「食の都」としての大阪 PR のために、引き続き「グルメシティネットワーク」デリス“と連携を図り、食の魅力による観光 PR に取り組む。

⑦ 府域連携の推進

府域自治体・会員観光団体(例えば、南河内や南泉州観光キャンペーン推進協議会など)との連携のもと、大阪が持つ観光資源のブラッシュアップをともに図り魅力ある大阪づくりを推進する。

**(3) 効果的・効率的なプロモーション活動**

提携関係にある海外の都市や関西の他都市などとの「連携」による相乗効果を活かした観光プロモーションを展開する。

① 重点市場開拓事業

- ・海外では従来の韓国、中国(香港)、台湾の東アジア地域に加え、シンガポール、タイの東南アジア地域等の新規市場にターゲットを拡大してプロモーションを展開する。特に成長著しい中国市場には、重点的に観光プロモーションを展開し、観光客の大阪への誘客を図るとともに、京阪神堺の4政令市やKU(関西広域機構)などとの連携を活かし、関西の観光拠点都市としてのPRを行う。
- ・国内では「三都物語」(京都、大阪、神戸)など従来の周辺都市連携プロモーションに加え、修学旅行誘致や首都圏開拓を継続して実施する。

② 主要プロジェクトとタイアップしたプロモーション事業

国内外で開催される主要なイベント等に合わせて効果的なプロモーションを実施し、大阪への誘客と宿泊数の増加を図る。

今年度は上海にて開催される「中国 2010 年上海万国博覧会」を活用し、拡大基調にある中国市場の取り込みを図る。また、近畿府県との連携プロモーションの中で、平城遷都 1300 年祭にあわせた効果的なPRを行う。

③ アジア観光都市連携事業 (旧「ゴールデン・トライアングル推進事業」を含む)

釜山・上海・大阪の3都市での共同プロモーションを、上海万博などの国際的なイベント機会を活用して展開し、都市相互間の交流とアジア全域からの誘客を図る。

④ 海外学校交流事業

海外と大阪の学校との交流を促進する海外学校交流事業は、平成21年度は、新型インフルエンザなどの影響により、平成20年度に比べて交流人数が減少する厳しい状況であったが、国際相互理解の促進と将来のリピーター確保につながる有意義な事業であり、引き続き積極的に推進していく。

⑤ 修学旅行の誘致

大阪への修学旅行・教育旅行の誘致を図るため、引き続き各地で教育旅行セミナーや旅行会社を個別訪問するセールスを行う。

また、宿泊・観光施設等で構成するVISIT OSAKA 推進委員会・修学旅行部会において、受け入れ態勢の整備及びセールス活動時に活用するPRツールを制作する。

⑥ 留学生ネットワークの形成

大阪で学ぶ各国からの留学生に帰国後も「観光地としての大阪」を広く伝えてもらう仕組みづくりを進める。

**(4) 受け入れ態勢の整備**

大阪を訪れる観光客をホスピタリティ豊かに迎えることができるように、受け入れ態勢の整備・充実とともに、市民のホスピタリティの醸成・向上も図る。

① 観光案内所での充実した情報提供

② まちなか観光案内所(OSAKA?たびナビ)事業の運営

- ・平成21年度のモデル実施の成果を踏まえ、100ヶ所で本格実施する。

③ マップ、ガイドブックの充実

- ・市内全域地図、大阪府全図など、来阪ビジターの利便性を向上させるため、マップの内容充実を図る。
- ・誘致、PR用の総合ガイドブック、および周遊促進・滞在延長を図るための来阪ビジター用のガイドブックを訪日外国人観光客(特に個人旅行者)向けに多言語化を図る。

④ 飲食店メニュー等の多言語表記支援の拡大

- ・「e-menu」や「外国人観光客への接客虎の巻」の普及促進を図る。

⑤ 観光ボランティアの活動支援や連携

- ・大阪あそ歩ガイドの活動支援を行う。
- ・大阪観光ボランティアガイドの運営支援を行う。
- ・大阪 SGG クラブ(善意通訳ボランティア)などとの連携を行う。

## (5) 効果的な情報発信

マス媒体からインターネットへ、人々の情報源が大きく変化しているなか、インターネットでのより効果的な観光情報の発信を図る。

- ① インターネット活用による国内外への情報発信強化
  - ・ インターネットを利用した国内及び海外への情報発信力を強化する。タイムリーで魅力的な情報の充実とともに、英語・韓国語・中国語(簡体字<中国本土>・繁体字<香港、台湾>・タイ語でのニーズに見合った特集ページを作成する。
  - ・ 海外の現地ブロガーによる口コミ情報を活用した効果的な情報発信を行う。
  - ・ 中国国内から観光情報HP(Osaka-info)へのアクセス環境向上のため、中国国内にサーバーを設置し、現地でダイレクトに情報発信を行う基盤整備を実施する。
- ② メールマガジン「大阪ファンクラブ」による情報発信の強化
  - ・ 観光情報HP(Osaka-info)との連動により、情報発信の相乗効果を図る。
  - ・ 海外向けHPの充実に伴い、メールマガジンの外国人登録者増加をめざす。
- ③ 国内及び海外の現地メディアへの効果的なプレス発表
- ④ 携帯端末による観光情報を提供

## 4. コンベンション、インセンティブ・ツアー誘致促進事業

コンベンション、インセンティブ・ツアーをはじめ、MICE(国際会議、国際的なミーティング、インセンティブ・ツアー、イベント・展示会)の振興は、国際貢献、経済効果、世界に向けた情報発信だけでなく、インバウンドを通じた地域の振興・発展に大きな意義をもっている。当協会としては、コンベンション、インセンティブ・ツアーの誘致に努めるとともに、関係団体等との連携をさらに強め、MICE全般の振興に寄与していく。

### (1) コンベンションの誘致・支援事業

観光庁、日本政府観光局(JNTO)等とのより緊密な連携や、関係機関の施策等を最大限に活用して効果的な誘致活動を展開する。

- ① コンベンション誘致事業
  - ・ 国内外のコンベンション主催者・関係団体等に対するPR機会である JCCB(日本コンGRESS・コンベンション・ビューロー)主催の IME(国際ミーティングエキスポ)、政府観光局主催の Meet Japan 事業等に参画するなど、会議開催キーパーソンへのPR活動を展開する。
  - ・ IMEX(ドイツ・フランクフルト開催)など、海外主要トレードショー、商談会に参加し、キーパーソン等に対する海外誘致セールス活動を展開する。
  - ・ 有力海外キーパーソンを招請し、会議・宿泊施設等の視察を実施する。

- ・ ICCA(国際会議協会)のデータベース等を活用し、大規模国際会議の個別誘致活動を展開する。
- ② コンベンション支援事業
  - ・ 開催準備資金貸付事業の効果的な運用を図る。
  - ・ 観光情報など、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。
  - ・ 鏡割りや今宮戎神社福娘による大阪ならではの歓迎サービスを斡旋するほか、プレスリリース代行、観光素材フォトCD、DVDの貸し出しなどを行う。
- ③ コンベンション誘致に関する広報・調査事業
  - ・ ホームページの一層の充実を図り会議主催者へのアピールを強化する。
  - ・ コンベンションニュース、コンベンションカレンダーのインターネット配信を行う。
  - ・ 国内外会議情報の収集・分析を行う。

## (2)インセンティブ・ツアーの誘致・支援事業

参加者の消費意欲が高く、経済効果が大きいインセンティブ・ツアーについてはアジア地域を主要ターゲットとして効果的な機会をとらえ、誘致活動を展開する。

- ① インセンティブ・ツアー誘致事業
  - ・ 台湾、韓国、中国をはじめタイ・シンガポールなどアジア諸国を中心にインセンティブ・ツアー情報を収集し、各国市場の状況に即した海外誘致セールス活動を展開する。
  - ・ 日本政府観光局等による招請事業及び商談会などを活用して、キーパーソンの大阪視察受け入れや誘致・宣伝活動を実施する。
  - ・ 海外における主要なトレードショー及び商談会に参加する。
- ② インセンティブ・ツアー支援事業
  - ・ 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、DVDなどのPRツールによる情報提供を行う。
  - ・ 鏡割りや今宮戎神社の福娘派遣など大阪ならではの歓迎サービスの斡旋や様々なアトラクションの紹介を行う。

## 5. 賛助会員制度等への取組み

### (1) 会員制度への取組みの強化

「観光振興は、関係者の総合力で実施し、協会と会員とが連携して観光振興を推進する」との会員制度の趣旨と「賛助会費は、当協会活動の基盤を支える重要なものである」との認識のもと、以下の取組みを実施する。

- ① 会員サービスメニューの充実
- ② タイムリーなメールマガジン発行や会員専用ホームページの充実

③ 会員維持増強活動の強化

賛助会員の増強に向けて組織的な勧誘活動を行う。また大口会員を中心とした会員維持のために当協会幹部による訪問活動を引き続き実施し、当協会活動への理解促進を図るとともに要望をお聴きする。

④ 会員相互交流の促進

懇談会や講演会等を通じて特定テーマや課題についての勉強会や交流機会の場を提供し、会員相互の交流を図る。

⑤ 会員制度の検討

より多くの会員加入が図られる入会促進策などの検討をする。

(2) 国庫補助事業等の導入検討

観光庁はじめ国関連予算等について確保に向け取り組む。

## 6 組織運営の強化

(1) 効率的・弾力的な組織運営

限られた人員と財源の中で協会が取り組むべき事業を効率的に推進するために、各担当間の相互連携や協力がますます重要となっている。協会が培ってきたノウハウを活かした取り組みが期待されている「水都大阪」や「大阪ロケーション・サービス協議会」などの事業を円滑に遂行していくためにも、効率的・弾力的な組織運営を図っていく。

(2) 人事評価制度等の継続実施

平成21年度に導入した人事評価制度や自己申告制度、業務改善に向けた提案募集などを引き続き実施し、職員のモチベーションと組織の業績向上を図る。

(3) 研修の充実

各種の研修機会を有効に活用し、専門知識やマネジメント能力など職員のスキルアップを図る。

## 7 公益法人制度改革への対応

公益法人制度改革への対応について、専門家の意見、他都市観光関連団体の状況など幅広く情報収集に努める。公益財団への移行、一般財団への移行に対するメリット、デメリットを慎重に見極め、平成22年度中に方向性を定め、平成23年度における申請を目指す。