

# 平成 23 年度 事業計画

## 1. はじめに

### (1) 観光・MICE振興への期待

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・MICE振興の促進は国策と位置づけられている。

そのため、国の「新成長戦略」（平成 22 年 6 月閣議決定）において、持続的な成長のための長期的視点に立った戦略を描くにあたり、「観光立国・地域活性化戦略」が成長分野の 1 つにあげられ、国家戦略プロジェクトとして「訪日外国人 3, 0 0 0 万人プログラム」等が掲げられている。そして、その第一期目標、平成 2 5 年に 1, 5 0 0 万人の実現に向け、ビジット・ジャパン事業や訪日外国人旅行者の受入環境整備事業などが実施されている。

地元大阪においても、大阪のまちの、魅力向上、利便性・快適性の強化、情報発信強化、また中国からのインバウンド強化などを内容とする「大阪府観光戦略」、「大阪市観光振興戦略」、「大阪商工会議所・旅游都市化推進プロジェクト」などがそれぞれ打ち出され、今後、オール大阪で観光・MICE 振興が図られる。

#### 【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
- ・ 「新成長戦略」閣議決定(H22.6)  
「観光立国・地域活性化戦略」が成長分野の 1 つに挙げられる

#### 【大阪】

- ・ 「観光立国・関西の実現に向けて」(H22.4 関西経済同友会)  
観光立国・日本を牽引する関西

- ・「ライブ・エンターテインメントを活用した外国人旅行者の誘致策の提案」  
(H22.5 関西経済連合会)  
「旅游都市化推進プロジェクト」(H22.11 大商)  
アジア、特に中国からのインバウンド促進による経済活性化
- ・「大阪市観光振興戦略」(H23.3 大阪市)  
「もっと、もっと大阪に！」～大阪・関西の発展に向けて～
- ・「大阪府観光戦略」(H23.3 大阪府)  
関西の観光インバウンドの拠点化を推進、観光交流による豊かな都市環境づくり

## (2) 取り巻く環境の変化

平成22年は、世界各国の景気回復による外国旅行需要の拡大、訪日旅行の宣伝効果等によって、訪日外客数は過去最高を記録した。重点市場である、韓国、台湾、香港については、平成21年は、円高、新型インフルエンザ等で訪日客が激減したが、V字型で大幅に回復した。中国については、好調な経済成長、訪日旅行の宣伝効果等により、訪日客が過去最高を記録した。平成22年10月以降は中国漁船衝突事件の影響で減少傾向にあったが、平成23年1月には、前年同月比で、昨年9月以降4か月ぶりで増加に転じている。

また、大阪府・大阪市においては、観光振興等を重点施策と位置づけているが、地方財政の逼迫の中、その関係予算について、より効率的な執行の要請がある。賛助会員については、会員数は増加に転じたものの、会費収入は、景気の低迷などにより、依然減少傾向にある。

## 2. 基本的な考え方

大阪府、大阪市、大阪商工会議所から打ち出された観光戦略等は、大阪のまちの魅力向上、利便性・快適性の強化、情報発信強化など、また中国からのインバウンド強化など、基本的方向を同じくするものであり、当協会はそれらの戦略等の推進の一翼を担うと位置づけられている。

当協会は、大阪府・大阪市、経済界の協力で、大阪挙げて観光振興に取り組む要の組織として設立された全国でも例を見ない組織であり、厳しい財政状況にある今こそ、その強みを活かし、これらの戦略等の総合的・一体的推進に向けてのプラットフォーム（活動基盤）の役割を担っていく覚悟である。

今後の大阪の経済等の活性化にとって最も重要とも考えられる、これらの戦略等を推進する中核的な役割を担うにあたっては、当協会自身が他にはない、関係者に選ばれ、拠りどころとなるにふさわしい特性を強めていくことが必要であり、以下のような姿の協会を目指していく。

○ 協働を先導する協会

＜各事業分野において、事業効果を最大限発揮するため、率先して観光関連事業者等との協働のもと事業推進する協会＞

観光振興等は、行政をはじめ、観光施設、宿泊・飲食・物販・運輸等の観光関連事業者、さらにNPO、市民等、幅広い関係者の活動に支えられていることから、まさに、地域の総合力を発揮していくことが重要であり、協働を先導するプラットフォームとして事業展開を図る。

○ 企画提案力の強い協会

＜ビジターのニーズ・課題を発見・摘出し、それらに機動的に対応するなど、観光振興等についてより専門的なノウハウをベースに企画提案力の強い協会＞

協会がこれまで蓄積してきた人的ネットワークの継続・拡大や協会独自の情報源、情報収集力を発揮していくこと、また、協会のマンパワーを最大限発揮し、新たな事業分野の専門性を持つなど、専門機関としての基盤強化を図る。

平成 23 年度は、あるべき姿をめざす初年度として、以下の各分野を重点に取り組んでいく。

- (1) 中国市場など重点市場へのプロモーション活動の強化  
(「関西ダイヤモンドルート」(仮称)の開発、海外新規市場開拓など)
- (2) 「スクリーンツーリズム」の推進  
(海外ドラマのロケ誘致、「プリンセストヨトミ」などの作品を活用した観光プロモーションなど)
- (3) 大阪の新しい観光魅力の発見・開発  
(「水と光のまち」のブランド構築・情報発信等、「大阪あそ歩」、「関西メガセール」の展開など)
- (4) インターネット活用による国内外への情報発信強化  
(FACEBOOK, TWITTER 等のソーシャルネットワークの活用、「大阪観光サポーター」制度の創設など)
- (5) 市民・企業との協働によるホスピタリティーの向上  
(観光案内所のあり方検討、「大阪国パスポート」事業など)
- (6) M I C E 誘致の強化  
(施設・ホテル等との連携強化、大阪ならではの魅力ある誘致促進メニューの開発、「Sibos2012 大阪」開催協力など)
- (7) 組織運営力の強化  
(賛助会員の拡大・自主財源の増大等に向けた取組みを強化、部会活動・セミナーの積極開催、中期経営計画の策定、公益財団法人化、専門人材の育成など)

### 3. 事業内容

#### (1) 観光振興事業

##### ① 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」による相乗効果を生かした観光プロモーション、教育旅行をテーマにした観光プロモーション、映画、ドラマのロケ誘致や作品を活かした観光プロモーションなどを展開し観光都市としての大阪の知名度向上と誘客の促進を図る。

##### i) 中国をはじめとしたアジア重点市場のプロモーション活動の強化

- ・京阪神堺4都市の連携やKU(関西広域機構)などとの連携を活かし、広域での新しい観光ルートの開発(「関西ダイヤモンドルート(仮称)」)なども行い、関西における観光拠点都市としてのプロモーションを展開する。
- ・「大阪観光コンシェルジュ」(台北、上海に設置)による現地での情報発信と情報収集を行う

##### ii) 海外新規市場開拓

従来の韓国、中国(香港)、台湾の東アジア地域、シンガポール、タイ、マレーシアの東南アジア地域に加え、インドネシア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。また、都市間連携事業として欧米各国でのプロモーションを、自治体現地事務所や日本政府観光局(JNTO)と協働し実施する。

##### iii) 国内市場開拓事業

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を強化して推進すると共に、修学旅行誘致や首都圏開拓を継続して実施する。

##### iv) 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、大阪城天守閣が復興80周年、またUSJが開園10周年を迎えることから国内外へのプロモーション活動においてより一層の連携強化を図る。

##### v) 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、各地での観光展など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。

##### vi) 海外からの教育旅行誘致事業

訪日教育旅行の誘致において、専任の学校交流コーディネーターによる海外と大阪の学校との交流促進を図る、海外学校交流事業を継続して行う。社会情勢の影響で交流人数・校が減少していたが、その後、交流人数・校が再び増加

の傾向にある。国際相互理解の促進と将来の来阪リピーター確保をめざし、継続して取り組む。

vii) 修学旅行誘致事業

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。

viii) 「スクリーンツーリズム」の推進

大阪の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・支援や作品を活用した観光プロモーション(「スクリーンツーリズム」)を展開する。

ix) 留学生ネットワークの活用

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「アンバサダー」などの仕組みづくりを進める。

x) 関西メガセール推進事業

大阪の経済波及効果をねらう「関西メガセール事業」は、地域商店街や各種施設との協働で特定の期間を設定し特典セールを実施する。当協会では、海外からの誘客において、対象国に対し積極的なプロモーション活動を展開する。

## ② 魅力発見、魅力開発の推進

大阪の観光魅力の向上のため、観光資源の活用や魅力ある観光素材を開発する事業を展開し、大阪への誘客へ繋げる。

i) 「大阪(OSAKA)」都市ブランド確立の推進

・「水の都 大阪」ブランドの確立

「水の都 大阪」ブランドの確立に向けて、大阪府・大阪市・経済界や舟運事業者、水辺のにぎわい活性化に取り組む活動団体との協働により魅力向上のコンテンツ作りや情報発信など、積極的な事業展開を行う。また水辺のにぎわい活動や企画に対し助成金などの支援を行う。さらに水都大阪推進委員会の「水と光のまちづくり構想」を推進し、「水の都 大阪」のブランド確立の為に更なるPRに取り組む。

・「光のまち 大阪」ブランドの確立

冬の風物詩となった「OSAKA 光のルネサンス」事業への参画と事務局の移行への段階的な体制強化を行い「光のまちづくり」を推進する。また水都大阪推進委員会の「水と光のまちづくり構想」を推進し、「光のまち 大阪」のブランド確立の為に更なるPRに取り組む。

・「食の都 大阪」ブランドの確立

「食の都 大阪」のPRのため、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。

ii) 「関西メガセール」、「大阪国パスポート」事業の推進

「関西メガセール」や、ICT を活用した共通ポイントシステムを観光・宿泊施設、飲食・物販店舗等へ導入するなど内容を「大阪国パスポート」事業等を展開することで、「ショッピングのまち 大阪」のより一層の魅力向上を図る。

iii) 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)にて以下の事業を推進する。

・「大阪あそ歩」事業の推進

大阪市の重点事業としての最終年度であり、今後も持続可能な事務局体制の構築を図る。

1. まち歩きの拡大を目的とした「関西あそ歩」との連携企画の継続・発展
2. 自主財源を確立させる方策としての「大阪あそ歩マップ集」の拡大販売
3. 今後の旅行商品化も視野に入れた参加者のフリープランのまち歩きを  
通年実施する軸となる「オーダーあそ歩」の実施・運営
4. 今後の運営に重要な役割を担う「大阪あそ歩ガイド」の質の維持向上

・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」の配信継続に加え、インバウンド振興の具体策として音声ガイドをダウンロードし、初めてでも大阪市内観光を楽しめる海外ビジター向け音声ガイドプログラム「VISITING OSAKA2」のエリア拡大を行う。(英語・中国語・韓国語に対応)

・夜の観光魅力のPR

大阪商工会議所等と連携し、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。

iv) 「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、民間の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。平成 23 年度は規定型と自由型の2ジャンルを公募対象とし、「大阪への受入環境整備の促進」を規程型のテーマとする。

v) 天神祭等伝統行事の活用

・日本三大祭のひとつ天神祭を広くPRするためポスターやガイドブックを作成する。また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天神祭陸渡御、船渡御の観覧席の設営や船渡御での奉拝船の運航など、天神祭関係先と連携して、大阪への集客を図る。

・「住吉大社御鎮座 1800年」をはじめ、大阪ならではの伝統行事や文化を活用し、地域と連携して誘客を図る。

vi) フィルムコミッション事業の推進

映画、ドラマ等のロケ地としての大阪のPR、ロケ誘致、あるいはロケ等の際のエキストラの手配などの支援を行うフィルムコミッション事業を推進する。

vii) 参加体験型観光メニューの充実

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充実を図る。

viii) 府域連携の推進

府域自治体・会員観光団体(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、また個人旅行者が増加する中、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。

i) 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、各国のニーズに合った特集ページを作成する。
- ・ 中国市場への情報発信の強化をめざし、現地のニーズを把握し大阪への誘致につながる企画や、情報掲載を行う。
- ・ 海外の現地ブロガーによる口コミ情報を活用した情報発信を行う。
- ・ 引き続き Facebook、Twitter などのソーシャルネットワークを活用し、大阪の魅力を実感のある、よりタイムリーな情報発信を行う。

ii) 国内・海外現地メディアへの効果的なプレス発表

iii) 携帯端末による観光情報の提供

スマートフォンを利用した観光情報を発信し、利便性の向上、大阪での滞在充実、周遊促進を図る。

iv) 大阪観光サポーター制度の開始

大阪の観光魅力の発信やホスピタリティーの向上など、大阪を継続的に応援してくれるファンの確保をめざし、「大阪観光サポーター(仮称)」制度事業を開始する。サポーターは、インターネットを利用した観光アンケートへの協力、サポーター間での意見交換や交流、イベント時のサポートなどの活動を行う。サポーターへの定期的な情報提供や情報交換の場として、メールマガジンやHP、コミュニティーサイトなどを活用する。

#### ④ ホスピタリティーの向上

大阪を訪れる観光客をホスピタリティー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、大阪のホスピタリティーの醸成・向上を図る。

- i) 観光案内所での充実した情報提供と機能強化に向けた観光案内所あり方検討  
これまでの観光案内所での情報提供に加え、新しい JR 大阪駅施設内で鉄道・観光案内所など市内 4 箇所の観光案内所について「新しい運営にかかる準備会（仮称）」を立ち上げ、設置主体・収益事業や、よりきめ細やかな案内等についての検討を行う。
- ii) まちなか観光案内所(OSAKA?たびナビ)事業の運営  
市内105箇所の商業施設、コンビニエンスストア、集客施設などと連携し、国内外の個人旅行者に観光情報や周辺案内の提供、マップの配布を行う「まちなか観光案内所」を運営する。平成23年度はミナミエリアを中心に拡充する。
- iii) マップ、ガイドブックの充実
  - ・ 市内全域および主要観光エリアなどを見やすく掲載し、来阪ビジターの利便性と周遊性を向上させるマップを制作・配布する。
  - ・ 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）向けに多言語で制作する。
- iv) 「大阪周遊パス」の効果的な活用  
市内の電車・バス乗り放題と20以上の観光施設の入場がセットになった「大阪周遊パス」は、効果的な大阪観光ツールとして、順調に販売枚数を伸ばしている（20年度約9万、21年度約10万、22年度見込み13万）。今後も国内はもとより海外での販売網を拡充していく。
- v) 飲食店メニュー等の多言語表記支援  
「e-menu」や「外国人観光客への接客虎の巻」の普及促進を図る。
- vi) 観光ボランティアの活動支援や連携  
大阪観光ボランティアガイド協会の運営支援、大阪SGGクラブ（善意の通訳ボランティア）との連携、大阪あそ歩ガイドの活動支援を行い、大阪を訪れる観光客が大阪を楽しめるように、各ガイド団体へ支援や連携を行う。
- vii) 「大阪国パスポート」事業の推進(再掲)  
前掲の共通ポイントシステムに、観光ガイドシステムや多言語コールセンターサービスを付加した「大阪国パスポート」事業を推進し、ホスピタリティーの向上を図る。
- viii) 関西メガセール推進事業(再掲)

## (2) 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。当協会では、情報収集力を高めると共に、施設・ホテル等関係機関との連携・協働により、大型コンベンション・インセンティブツアーの一層の誘致・促進に努め、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

確度の高いMICE情報の収集、分析をベースに、主催者・キーパーソンとの日常的接触を強める。さらに、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。

#### i) コンベンション誘致事業

- ・ ICCA等の国際会議情報に基づき、誘致対象会議を分析、把握し、キーパーソンに対して大阪立候補の促進など国際会議の誘致活動を展開する。
- ・ 在阪・在関西の大学等を日常的に訪問しキーパーソンへの連携を強め協働で国際会議の誘致活動を推進する。
- ・ 学会・協会等の集中する首都圏において誘致活動を推進する。
- ・ IMEX(ドイツ・フランクフルト開催)やIME(国際ミーティングエキスポ)、日本政府観光局主催のMeet Japan 事業など、内外主要トレードショー、商談会に参加し、有力海外キーパーソンの招請など誘致セールス活動を展開する。

#### ii) コンベンション支援事業

- ・ 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メニュー拡充に努めるとともに、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。
- ・ 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。
- ・ 開催助成金や準備資金貸付事業の効果的な運用を図る。

#### iii) コンベンション誘致に関する広報・調査事業

- ・ MICE都市大阪を内外にアピールするため、ホームページの一層の充実を図る。
- ・ 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。
- ・ 蓄積した誘致情報を活用し、国内外会議のマーケット分析を行う

#### iv) 大阪ならではの特色ある誘致支援メニューの開発

- ・ ユニーク・ベニュー(特別感のある会議・パーティー会場)の開発
- ・ 支援メニューの開発

## ② インセンティブ・ツアーの誘致・支援事業

インセンティブ・ツアーは参加者の消費意欲が高く、地域への経済効果が大きい。当協会では、アジア地域を主要ターゲットとして誘致活動を展開する。

### i) インセンティブ・ツアー誘致事業

- ・ これまで蓄積したネットワークを活かし、韓国、中国、台湾をはじめタイ・マレーシア・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誘致セールス活動を展開する。
- ・ 海外における主要な観光展(MICE 見本市)、商談会への参加や日本政府観光局等による招請事業などを活用して、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。

### ii) 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。

## ③ 「Sibos2012 大阪」開催協力

世界最大の国際金融コンベンション「Sibos2012 大阪」への協力支援活動を本格化させる。このため大阪府・大阪市・インテックス大阪など関係団体により同大会協力推進委員会(仮称)を設置し、トロント大会(平成 23 年 9 月開催)での大阪のPRなど、開催協力等の円滑な推進を図る。また、開催協力の効果的推進のため、金融・経済界に精通し幅広い人脈を有する専門家を SIBOS2012 大阪大会シニアアドバイザーとして委嘱する。

## (3) 組織運営に関して

### ① 賛助会員拡大への取組みの強化

「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。

#### i) 会員維持増強活動の強化

- ・ 銀聯カード代理店との提携  
マップ制作会社、イベント会社を通じての会員勧誘活動
- ・ 大口会員を中心とした会員維持・増強に向け、当協会幹部による訪問活動の強化

- ii) 会員相互交流の促進
  - ・ 講演会等を通じての会員相互の交流
  - ・ ビジネスマッチングの機会創出等
- iii) 部会活動・セミナーの積極的な開催

## ② 自主財源の増大に向けた取り組みの強化

HP、印刷物を活用した収益事業を拡大するほか、物販事業の検討を行うなど、自主財源の増大に向けた取り組みを強化する。

## ③ 中期経営計画の策定

協会の現状、ビジョン、ビジョンを踏まえた経営目標、組織体制、収支計画等を内容とする、今後5年間の経営計画（案）を、6月末を目処に策定する。

## ④ 組織運営力の強化

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。機動的・弾力的な組織運営を図っていく。

### i) 人事評価制度等の継続実施

平成21年度から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継続実施し、人事評価結果をより一層反映した給与制度の改定などにより職員のモチベーションと組織の業績向上を図る。

### ii) 専門人材の育成

MICE誘致研修への参加やリーダー研修などを通じて専門知識やマネジメント能力等の向上を図り、専門人材を育成するとともに職員のスキルアップを図る。

## ⑤ 公益法人制度改革への取り組み（公益財団法人への移行・申請）

### （第5号議案の了承を得た後、記載）

平成22年度に当協会の事業内容、財務状況等を検討した結果、公益財団法人の認定基準をクリアできるものと考えられる。当協会は観光・コンベンション振興を通じて地域社会の健全な発展を目的とする公益目的事業を実施する公益財団法人への移行を進めることとし、平成23年度中に認定申請を行う。