

令和 4(2022)年度事業報告

目次

I	令和4年度における大阪観光局事業の取組	3
II	各部による令和4年度重点事業の取組実績	3
1	営業推進部	3
2	広報・渉外室	4
3	企画・マーケティング戦略部	5
4	マーケティング事業部	10
5	MICE推進部	24
6	留学生支援推進室	29
III	その他事業	32
IV	総評	32

I 令和4年度における大阪観光局事業の取組

大阪観光局は、大阪観光推進のプラットフォームとして、大阪への経済効果を最大化するための取組(数を増やす・質を上げる・普及させる)をはじめ、コロナウイルス収束後の観光ニューノーマルへの対応、2025年の日本国際博覧会(大阪・関西万博)やIR開業を見据えた取組などを着実に進めることにより、「大阪」が、世界が憧れる「住んでよし」「働いてよし」「学んでよし」「訪れてよし」の「世界最高水準、アジアNo.1の国際文化観光都市」となることを目標としてきた。

そのため、観光ショーケース機能の強化やSDGs施策を重点事業として、広域連携の強化、マーケティングデータを活用した府内市町村との連携強化、The International LGBTQ+ Travel Association(=IGLTA)世界総会2024の誘致をはじめとするLGBTQツーリズムの推進、インバウンドの回復に伴う海外プロモーションの再開及び受入体制の再構築、来阪者に快適な旅行体験を提供するための観光アプリ開発などに注力した。

II 各部による令和4年度重点事業の取組実績

1 営業推進部

(1) 楽遊パス・周遊パス事業費

ア 大阪楽遊パス事業【予算総括表 I-3-(2)①】

(年度当初の計画)

- ・国内プロモーションの実施
- ・売上枚数18万枚達成

(実績・評価)

- ・「大阪元気×大阪楽遊パス Day」の実施

イベント・会議等実施内容【大阪楽遊パス事業】	
大阪元気×大阪楽遊パス Day	
①目的	大阪楽遊パスの認知度向上及び販売促進のため、オリックス・バファローズ対北海道日本ハムファイターズの公式戦の冠スポンサーを実施。冠スポンサーについての効果検証及び課題の把握を図る。
②開催日・会場	令和4年4月3日(日) @京セラドーム大阪
③イベント・会議等の概要	<ul style="list-style-type: none">・オリックス・バファローズ球団HPでの告知(3月29日から4月3日)・始球式・球場内外における看板掲出・場内コンコース13箇所へのポスター掲出・ビジョン放映(大阪元気:福田周平選手、大阪楽遊パス:NMB48)・販促品(パス紹介ページQRコード付き応援ボード兼カップホルダー)配布・PRブース(大阪元気ブース)設置・SNS投稿キャンペーン

④参加者

大阪元気ブースに 200 名超来場(観客数 22,525 名)

・販売枚数 17,820 枚

【大阪楽遊パス目標値未達理由】

- ・インバウンドの再開時期が遅れたことに伴い海外プロモーションの実施を見送ったことにより、楽遊パスの認知を高めることができなかったこと
- ・楽遊パスの主要な販売チャネルとなる観光アプリ「Discover OSAKA」の開発遅延
- ・キラーコンテンツ(大阪を代表する施設の参画など)の不足

イ 大阪周遊パス事業【予算総括表 I-3-(2)②】

(年度当初の計画)

・販売枚数 5,000 枚達成

(実績・評価)

・販売枚数約 261,377 枚

(2) 会員事業【予算総括表 I-4-(4)】

(年度当初の計画)

・賛助会員の獲得

・パートナーの新規獲得

(実績・評価)

・新規会員 49 社獲得(会員数 662 社)

・新たなパートナー4 社獲得(パートナー数 12 社)

2 広報・渉外室

(1) 海外プロモーションの推進

海外の誘致活動【予算総括表 I-1-(1)①】

(年度当初の計画)

・2022 年来阪外国人観光客数目標 350 万人の達成

・来訪者による大阪府域周遊を促進するための大阪の魅力コンテンツの情報発信

(実績・評価)

・台湾大商談会への参加(3 月)

・VJTM(Visit Japan Travel Mart)への参加(9 月)

・在京ランドオペレーターを大阪、関西へ招聘し魅力コンテンツを PR(1 月)

(2) 広報活動推進事業【予算総括表 I-4-(3)】

(年度当初の計画)

・大阪観光局公式サイト運営

- ・定例記者会見の開催やプレスリリース
- ・取材等のメディア対応及びその他広報活動
- ・大阪観光大使、大阪観光シンボルキャラクター及び大阪観光スペシャルサポーター等著名人を起用した企画立案

(実績・評価)

- ・大阪観光局公式サイト(B to B サイト)を多言語化(英語)
- ・日本電気株式会社(NEC)と連携協定及びゴールドパートナー契約締結(6月)
- ・シント=トロイデン VV と包括連携協定締結(10月)
- ・(公社)2025年日本国際博覧会協会と事業連携推進協定締結(3月)
 - ※その他、大阪公立大学、Airbnb、LIAN(株)、大阪市商店会総連盟及び忍びの里伊賀甲賀とも協定締結
- ・各自治体・関連機関主催イベント等での大阪観光スペシャルサポーターの活用を促進し、万博記念公園や造幣局桜の通り抜け、柏原市亀の瀬トンネル等のイベントに登壇
- ・「OSAKA Downtown of Japan No.03」(82,000部)を発行、府内宿泊施設等に配布

3 企画・マーケティング戦略部

(1) インターネット情報発信事業【予算総括表 I-4-(1)】

(年度当初の計画)

- ・大阪観光情報サイト「OSAKA-INFO」の運用
- ・大阪観光局公式 SNS の運用を通じた B to C マーケットのインバウンド誘致促進

(実績・評価)

- ・WEB サイトについては、日本国内における観光消費喚起事業(以下「大阪いらっしやいキャンペーン 2022」という。)サイトへのアクセス数が高く、目標値の 3,200 万 Page View(=PV)を大きく上回る 1 億 1,000 万 PV(推計)を達成
- ・日本語 SNS については、月平均 800 人以上のフォロワー増を達成。一方で、多言語 SNS については、日本政府による水際対策の緩和が見込みより遅くなったことを受け SNS 会員数の目標 80.3 万人は未達成(実績 80 万人)

(2) マーケティングリサーチの実施【予算総括表 I-4-(2)】

ア 国内調査の実施

(年度当初の計画)

- ・USJ との協働による大阪に関するアイデア調査

(実績・評価)

- ・国内の潜在的な来阪観光客が求める大阪のイメージについて調査を実施。調査の結果、回答者が最も来阪意欲が高まったと答えた大阪の「異世界」というテイストを全面に打ち出したプロモーションを実施

イ Data Management Platform(=DMP)運用

(年度当初の計画)

- ・大阪いらっしやいキャンペーン2022と連携したデータマーケティング及び府内市町村連携

(実績・評価)

- ・大阪いらっしやいキャンペーン2022の実施により得たデータの分析結果について説明会を実施。このうち 5 市については、令和 5 年度も有償で観光戦略策定支援を継続

イベント・会議等実施内容【DMP 運用】	
i	府内市町村向け「大阪いらっしやいキャンペーン2022」内市町村連携企画の説明会
	<p>①目的 「大阪いらっしやいキャンペーン2022」における府域周遊の促進及び大阪観光局 DMP を活用した府内市町村との連携強化</p> <p>②開催日・会場 令和4年4月14日(木) @オンライン会議(Microsoft Teams)</p> <p>③イベント・会議等の概要 ・「大阪いらっしやいキャンペーン2021」における府内市町村との連携企画内容及びキャンペーンを通じて得た成果及び獲得データについて説明 ・併せて、「大阪いらっしやいキャンペーン2022」で実施予定の新たな企画の説明を実施</p> <p>④参加者 27市町及び 1 団体合わせて 39 名、うち21市町が同キャンペーン内の企画に参画</p>
ii	府内市町村向け「大阪いらっしやいキャンペーン2022」(都道府県民割)のデータ分析説明会
	<p>①目的 「大阪いらっしやいキャンペーン2022」における府域周遊の促進及び大阪観光局 DMP を活用した府内市町村との連携強化</p> <p>②開催日・会場 令和4年 8 月 9 日(火) @オンライン会議(Microsoft Teams)</p> <p>③イベント・会議等の概要 ・「大阪いらっしやいキャンペーン2022」(都道府県民割)の利用者から取得した各種データ及び同データ分析に基づく府内各市町村による観光戦略策定支援にかかるコンサルティング事業の説明 ・「大阪いらっしやいキャンペーン2022」(全国旅行支援)における府内市町村との連携企画への参加募集</p> <p>④参加者 25市町1団体合わせて30名、①の 21 市町に加え新たに 4 市町が企画に参画</p>

ウ LGBTQ ツーリズムの推進(自主事業)

(年度当初の計画)

- ・IGLTA 世界総会の誘致に向けた取組み

・LGBTQ 受入機運醸成に向けたセミナー等の実施
(実績・評価)

イベント・会議等実施内容【LGBTQ ツーリズムの推進(自主事業)】	
i	IGLTA 世界総会2024年誘致の準備会議
	<p>①目的 オール大阪で IGLTA 世界総会2024誘致体制を構築し、全国での機運醸成を図る。</p> <p>②開催日・会場 令和 4 年 5 月 20 日(金) @アットビジネスセンター心斎橋駅前</p> <p>③イベント・会議等の概要 (公社)北海道観光振興機構、(公財)東京観光財団、(公財)福岡観光コンベンションビューロー、(一財)沖縄観光コンベンションビューローが、IGLTA 世界総会 2024 の大阪誘致及び開催への協力、大阪・日本への LGBTQ 受入機運醸成を共に進めていくことを確認</p> <p>④参加者 上記 4 団体をはじめ、日本政府観光局(Japan National Tourism Organization=JNTO)、(公社)2025 年日本国際博覧会協会など 16 名参加(うちオンライン参加 7 名)</p>
ii	LGBTQ セミナー
	<p>①目的 W HOTEL OSAKA、大丸心斎橋店、心斎橋 PARCO の合同プロジェクトによる LGBTQ ツーリズム、アフターコロナを見据えた観光戦略の共有</p> <p>②開催日・会場 令和 4 年 9 月 27 日(火) @W HOTEL OSAKA</p> <p>③イベント・会議等の概要 心斎橋、ミナミエリア限定で、(株)アウト・ジャパンの小泉氏により、多様性の意識向上、消費性向が高いツーリストの受入機運醸成に関する講義を実施</p> <p>④参加者 22 名参加</p>
iii	ITB ベルリン
	<p>①目的 IGLTA 世界総会 2024 の開催地が発表される ITB ベルリン(世界最大級の展示会)への参加及びプレス対応、IGLTA ボードメンバーをはじめ世界各国の関係者とのネットワーク構築</p> <p>②開催日・会場 令和 5 年 3 月 7 日(火)~9 日(木) @Messe Berlin</p> <p>③イベント・会議等の概要 ・ITB ベルリン内の LGBTQ ブース内における IGLTA 世界総会2024の開催地発表セレモニーに立会ったのち、多くのメディアの前で 2024 年の大阪開催に向けた意気込み等を表明 ・その他、LGBTQ ツーリズム、ユニバーサルツーリズム、ペットツーリズム、メディカルツーリズム、Wi-Fi などベルリンの取組みについてベルリン観光局(Visit Berlin)やドイツ鉄道などにヒアリング実施</p> <p>参加者 メディアを含め約 50 名(IGLTA 世界総会2024開催地発表セレモニー参加者)</p>

エ ユニバーサルツーリズムの推進

(年度当初の計画)

・モデルコース造成、機運醸成、協議会の発足

(実績・評価)

- ・モデルコース 3 本造成(大阪城～梅田コース、大阪港～USJ コース、難波～新世界コース)
- ・大阪いらっしやいキャンペーン2022においてユニバーサルツーリズムのサイトを構築し、造成した 3 つのモデルコースを掲載し、アクセス数 90,968PV を達成(10月～3月)(参考:同ペットとおでかけ特集ページと同様の閲覧者数)
- ・「大阪ユニバーサルツーリズム推進協議会」の発足及び設立総会の開催
- ・行政、観光関連事業者等を対象に「ユニバーサルツーリズム推進セミナー」を開催

イベント・会議等実施内容【ユニバーサルツーリズムの推進】	
	大阪ユニバーサルツーリズム推進協議会 設立総会
i	<p><u>①目的</u> 大阪府・市、堺市をはじめ、鉄道、宿泊、旅行などの観光関連事業者と共に、大阪におけるユニバーサルツーリズムの推進体制を構築し、関係者間の連携を強化する。</p> <p><u>②開催日・会場</u> 令和4年12月9日(金) @大阪国際会議場</p> <p><u>③イベント・会議等の概要</u> 協議会委員の顔合わせ、各委員が考える課題等の共有、今後の方針などについて意見交換</p> <p><u>④参加者</u> 近畿運輸局、大阪府・市、堺市をはじめとする行政機関、鉄道、宿泊、旅行業界により構成される委員、大阪商工会議所、関西経済同友会などの経済団体をオブザーバー併せて24名参加</p>
	ユニバーサルツーリズム推進セミナー
ii	<p><u>①目的</u> ユニバーサルツーリズムの取組みの意義や、特に高齢・障がいのある方を大阪に迎えるために必要な配慮や事例を紹介し、機運醸成を図る。</p> <p><u>②開催日・会場</u> 令和5年2月14日(火) @大阪産業創造館</p> <p><u>③イベント・会議等の概要</u> 大阪府職員による心のバリアフリーに関する講義、(株)JTB 総研研究員による誰もが旅を楽しめる環境に関する講演、NPO 法人「D-SHiPS32」代表理事による障がいを持つ当事者としての立場・視点から健常者に向けた講演を実施</p> <p><u>④参加者</u> 行政、旅行、宿泊、運輸・交通業界を含む12業種約70名参加</p>

(4) 立地特性を積み重ねた街道づくりによる経済波及効果の拡大

街道の内容と連携したデジタルプラットフォーム【予算総括表 I-5-(1)⑤】

(年度当初の計画)

- ・観光体験予約や Extended Reality/Cross Reality(=XR)機能の搭載された観光アプリをリリース
- ・各事業と連携し、1つのプロモーション手段として活用

(実績・評価)

- ・OSAKA-INFO と連携したイベント情報等の提供、観光施設の予約・決済、楽遊パスの購入などトラベルテックの一部機能について開発を完了しサービス開始(3月)

- ・アプリ開発の委託先企業において XR 機能を活用したゲームの開発が遅延したことにより、ゲーム機能のみ令和 5 年度第一四半期中に搭載予定となったため、すべての機能を搭載した完全版のリリースは 7 月予定

(5) LGBTQ 誰もが楽しめる都市としての連携ネットワーク構築と、誘客・地域消費拡大

ア 受入環境整備プログラムブラッシュアップにかかる委託費

【予算総括表 I-5-(3)①】

(年度当初の計画)

- ・LGBTQ 関連商品の磨き上げのためのモニターツアー実施

(実績・評価)

イベント・会議等実施内容【LGBTQ 受入環境整備プログラムブラッシュアップ(DMO 事業)】
LGBTQ セミナー・モニターツアー
<p>①目的 LGBTQ ツーリズムに関する認知や理解の深化及び LGBTQ ツーリスト向け商品の磨き上げ</p> <p>②開催日・会場 令和 4 年 7 月 19 日(火) @スイスホテル南海大阪</p> <p>③イベント・会議等の概要 ・(株)アウト・ジャパンの小泉氏が、スイスホテル南海大阪がより LGBTQ フレンドリーホテルであるために必要な情報、サービス、案内、知識、大阪府内や全国の取組事例などについて講義。様々な価値観を受容し、あらゆる来阪者が安全かつ安心して大阪滞在を楽しんでいただくため、大阪が一致団結してアジア No.1 の国際観光文化都市に向けた取組みを進めていくことを確認 ・ドラッグクイーンを活用したインバウンド向け商品体験ツアー及びゲイバーツアーを実施し、同取組みについて NHK ワールドが放映</p> <p>④参加者 スイスホテル南海大阪のスタッフ 60 名参加</p>

イ 関連セミナー開催費【予算総括表 I-5-(3)②】

(年度当初の計画)

- ・IGLTA ミラノ総会での大阪(日本)に関するセミナー開催

(実績・評価)

イベント・会議等実施内容【LGBTQ 関連セミナー開催(DMO 事業)】
IGLTA 世界総会 2022 ミラノ
<p>①目的 IGLTA 世界総会 2024 の大阪誘致に向けた現地プロモーション</p> <p>②開催日・会場 令和 4 年 10 月 26 日(水)~29 日(土) @UNAHOTELS Expo Fiera Milano</p> <p>③イベント・会議等の概要 メディアネットワーク、商談会への参加、(株)アウト・ジャパン小泉氏によるセミナー開催、「Japan Hospitality Party」(IGLTA ボードメンバーをはじめ参加者を限定した大阪・日本の PR に資するイベント)及び「Voyage」(IGLTA 世界総会で毎年開催される寄付者限定のパーティー)の主催、キーカードスリーブ(ホテルのルームカードキー入れ)の制作及び IGLTA ボードメンバーへの配付など</p>

④参加者 550名(39カ国)

ウ LGBTQ 向けサイトのブラッシュアップ及び LGBTQ ツーリストが参加しやすい商品
造成委託とその情報発信【予算総括表 I-5-(3)③】

(年度当初の計画)

- ・Web サイト「Visit Gay Osaka」の更新

(実績・評価)

- ・より多くの対象に向け LGBTQ フレンドリー都市であること PR するために多様な性的志向に対応した情報を追加

エ 2024 年の IGLTA 世界総会誘致に向けたセミナー、FAM トリップ等の開催

【予算総括表 I-5-(3)④】

(年度当初の計画)

IGLTA 世界総会誘致に向けた FAM トリップの実施

(実績・評価)

イベント・会議等実施内容【LGBTQ IGLTA 世界総会誘致に向けたセミナー、FAM トリップ等の開催(DMO 事業)】
IGLTA ボードメンバーFAM トリップ
①目的 IGLTA 世界総会2024の BID に関する意見交換及びベニュー視察
②開催日・会場 令和4年9月7日(水)~14日(水) @大阪府内
③イベント・会議等の概要 IGLTA ボードメンバー1名(Felipe Cardenas 議長)及び(株)アウト・ジャパンから2名招請し、府内のホテル及びベニュー、大阪の観光スポット等を視察するとともに、BID ペーパーの内容に関する意見交換を実施
④参加者 IGLTA ボードメンバー1名、(株)アウト・ジャパン2名参加

4 マーケティング事業部

(1) 海外プロモーションの推進

ラグジュアリー事業【予算総括表 I-1-(1)-④】

(年度当初の計画)

- ・受入環境整備にかかる調査
- ・ラグジュアリーネットワークの構築
- ・既存コンテンツの整理

(実績・評価)

- ・入国時の CIQ(税関・出入国管理・検疫)などについて法務省出入国管理局との打合せ、大阪府港湾局との大阪港現地視察の実施
- ・大阪観光局が今後予定している既存コンテンツの整理にかかるラグジュアリー・アドバイザー委員会の委員への説明・相談

- ・既存コンテンツの整理について、対象となる施設における新型コロナウイルス感染症への対応状況などの影響により、条件面の調整が滞ったことにより令和 5 年度に持ち越し

(2) 国内プロモーションの推進

ア 国内の誘致活動【予算総括表 I-1-(2)①】

(年度当初の計画)

- ・他の観光団体や民間事業者と連携した魅力的な観光コンテンツの開発及び誘客プロモーション

(実績・評価)

- ・(公社)日本観光振興協会との連携による関西への誘客プロモーション(関西ガイドマップ制作、台湾向け SNS 情報発信等)の実施
- ・近畿6府県首都圏観光連絡協議会が主催する観光情報交換会(東京)への参加

近畿6府県首都圏観光情報交換会	
①目的	在京の観光関連メディアや旅行会社を対象に、近畿 6 府県の観光担当者や観光団体による地域の観光情報の PR
②開催日・会場	令和 4 年 6 月 1 日(水)、10 月 5 日(水)、令和 5 年 2 月 1 日(水) @都道府県会館
③イベント・会議等の概要	各回では以下の内容をプレゼンテーション (第 85 回) 大阪のおすすめスポット(通天閣、USJ、チームラボボタニカルガーデン等)、文化芸術イベント (第 86 回) 光の饗宴、大阪来てな！キャンペーン、文化芸術イベント (第 87 回) 日本遺産のまち河内長野(河内長野市職員より説明)、水都大阪の取組み
④参加者	(第 85 回)37 名、(第 86 回)27 名、(第 87 回)33 名参加

- ・京阪神3市、観光団体及び JR 西日本で構成する京都・大阪・神戸観光推進協議会が実施する「三都スペシャルキャンペーン」において、京阪神で使えるクーポン付きのお得な宿泊旅行商品を期間限定で販売。JR 西日本発行の情報誌・情報サイト「西 Navi」において情報発信(12月～3月)
- ・関西エアポート株式会社及び国内線航空会社が実施する誘客イベントへの参加

イベント・会議等実施内容【国内の誘致活動】	
	「飛行機で関西に行こうやん！」
ii	<p>①目的 首都圏から関西エリアへの旅行需要喚起及び関西国際空港の認知向上・利用促進</p> <p>②開催日・会場 令和4年7月9日(土) @池袋サンシャインシティ</p> <p>③イベント・会議等の概要 関西国際空港で国内線を運航する航空会社5社(JAL、ANA、Peach、ジェットスター、スターフライヤー)に加え、イベント主催者である関西エアポート(株)及び(公財)大阪観光局がブース出展し、大阪観光及び関西国際空港のPRやグッズ販売、航空会社によるPR、ステージでのキャラクターグリーティングや景品抽選会などを実施</p> <p>④参加者 多数(池袋サンシャインシティ入館者(約7万人))</p>

イ 旅行博への出展【予算総括表 I-1-(2)②】

(年度当初の計画)

・「ツーリズム EXPO ジャパン 2022」(9月 @東京ビッグサイト)出展

・第2回日本観光ショーケース in 大阪・関西への参画

(実績・評価)

イベント・会議等実施内容【国内の誘致活動】	
	ツーリズム EXPO ジャパン2022
iii	<p>①目的 世界最大級の旅行展示会への大阪ブース出展による大阪観光のPRと大阪・関西万博の機運醸成</p> <p>②開催日・会場 令和4年9月22日(木)・23日(金)・24日(土)・25日(日) @東京ビッグサイト ※22日・23日は業界対象、24日・25日は一般客対象</p> <p>③イベント・会議等の概要 ・水都大阪コンソーシアム、(一社)KIX 泉州ツーリズムビューロー、関西エアポート(株)及び(公財)大阪観光局の共同出資により「大阪元気」をテーマにしたブース(8コマ相当)出展 ・大阪観光及び各団体のPRのほか、業界日には旅行会社等17社との商談、一般日はWebアンケート回答者を対象としたガチャ抽選会の開催やブース横に設置したフォトスポットで写真を撮影しSNS投稿した方を対象としたキャンペーンなどを実施 ・2023年開催地である大阪への引継ぎセレモニーにおいて(公財)大阪観光局福島会長及びミヤクミヤクが登壇し、大阪・関西万博の機運を醸成</p> <p>④参加者 ガチャ抽選会 1,710名、SNS投稿キャンペーン 512名参加(総来場者数 124,074名)</p> <p>⑤備考 ・ブース訪問者へのアンケートでは、以下のような回答を得た(回答数 1,737)。 関西の行きたい場所:大阪 258名、USJ243名、京都 208名 旅行目的(複数回答):グルメ 900名、博物館・美術館 744名、テーマパーク 674名 大阪楽遊パスを知っている:300名 大阪楽遊パスを使ってみたい:1,454名</p>

	水都大阪を知っている:300名
	第2回日本観光ショーケース in 大阪・関西
iv	<p>①目的 日本観光に特化した旅行展示会における大阪観光のPR</p> <p>②開催日・会場 令和5年3月24日(金)・25日(土)・26日(日)・27日(月) @インテックス大阪 ※24日・25日は業界対象、26日・27日は一般客対象</p> <p>③イベント・会議等の概要 特別協力として同イベントに参画し、特設ブースを出展(マーケティング事業部及び営業推進部から1名ずつ配置)するとともに、来場した企業・団体等47社に対し大阪観光のPRを実施</p> <p>④参加者 来場者数計3,343名</p>

(3) 新たなプロモーション手法の確立

ア 連携重点テーマの魅力開発【予算総括表 I-1-(3)①】

(年度当初の計画)

- ・OSAKA-INFO 内ポップカルチャー紹介ページの更新、SNS 等を活用したポップカルチャーコンテンツの発信

(実績・評価)

- ・OSAKA-INFO に存在するクールジャパンコンテンツ掲載ページを更新。観光消費喚起事業により大阪の観光に関する検索が増えたことなどにより、同ページのページビュー数が昨年度から約78%増加(2021年107,889PV→2022年191,950PV)

イ 食のブランディング【予算総括表 I-1-(3)②】

(年度当初の計画)

- ・南大阪・泉州エリアの食魅力紹介サイト制作、食体験メニューの造成、SNS での食コンテンツ情報発信、食関連イベントへの出展等

(実績・評価)

- ・食のSDGs 体験モデルコース(3コース)、食のSDGsに関する各種セミナーの紹介などの内容を盛り込んだ南大阪・泉州エリアを中心としたガストロノミーツーリズムサイトを制作
- ・食の体験プログラムである「あじわい大阪」のコンテンツ造成(3本)及びDeep Experienceでの販売
- ・上記3コンテンツについて大阪観光局公式SNSアカウント(Twitter、Facebook Instagram)において日本語、英語、中国語で20回以上発信
- ・FOODEX JAPAN in 関西2022、道頓堀リバーフェスティバル2022、おおさかもん祭り2022におけるブース出展及び大阪の食に関する情報発信、プロモーションの実施

イベント・会議等実施内容【食(ガストロノミー・ツーリズム) 食のブランディング(自主事業)】	
i	第14回ホテル・レストランショー&FOODEX JAPAN in 関西 2022
	①目的 大阪・関西万博を見据え、食の MICE である同イベントに参画し、食のまち・大阪、大阪の食の魅力発信する
	②開催日・会場 令和4年7月27日(水)～29日(金) @インテックス大阪4号館
	③イベント・会議等の概要 ・特設ブース「食のまち・OSAKA(大阪・食の魅力情報局)」を設置し、大阪府内各地域の特産・名産品の魅力発信を実施 ・大阪府流通対策室と連携し大阪産(もん)ブース&キッチンステージを設置し、大阪産(もん)の取扱業者10社及び料理人による大阪産(もん)メニューの実演・試食会を実施
④参加者 来場者数計 3,546 名	
ii	道頓堀リバーフェスティバル2022
	①目的 大阪・ミナミエリアを中心とした賑わい創出
	②開催日・会場 令和4年11月12日(土)・13日(日) @なんば駅前広場 ほか
	③イベント・会議等の概要 ・これまでのリバーフェスティバルのメイン会場である湊川リバープレイスからなんば駅前広場に変更し、過去最大の規模で開催 ・道頓堀川沿いステージ、湊川リバープレイス、なんば駅前広場の3会場で様々な催しを展開 ・大阪商工会議所と共同でブース出展し、最新の観光情報を発信したほか、大阪楽遊パス、ゴールドステッカー飲食店応援事業プレミアム食事券の 프로모ーションを実施
④参加者 参加者・来場者数計 94,150 名	
iii	Welcoming アベノ・天王寺 おおさかもん祭り2022
	①目的 ・大阪・関西万博を見据え、大阪産(もん)及び大阪産(もん)名品を手に取り味わう機会を創出し、認知度向上、販路拡大及び地産地消を推進 ・CO ₂ 削減をはじめ環境配慮に関する取組みを普及啓発し、持続可能なライフスタイルの確立に向け地産地消及び脱炭素化を推進
	②開催日・会場 令和4年11月12日(土)・13日(日) @てんしば
	③イベント・会議等の概要 ・大阪産(もん)のプロモーション、販売、大阪産(もん)を使った料理の提供、大阪産(もん)名品の体験、大阪産(もん)名品新規認証商品のお披露目 ・(公財)大阪観光局ブース及び特設ステージ上で大阪産(もん)のPRを実施
	④参加者 来場者数計 49,443 名
⑤備考 主催団体による満足度調査では、回答者の約9割が「満足」と回答	

ウ スポーツツーリズムの推進【予算総括表 I-1-(3)③】

(年度当初の計画)

- ・都市近郊のロングトレイルルート造成及び同ルートの PR 動画(英語版)制作、アドベンチャーツーリズム専用サイト(英語版)の制作
- ・サイクリング、モデルコースを 5 コース造成、専用 Web サイト「CYCLING-OSAKA」の閲覧数1万(PV)の達成

(実績・評価)

- ・ロングトレイルルート(生駒山系)1ルート造成、同ルートの英語版の PR 動画を2本(1分 ver.及び3分 ver.)制作、アドベンチャーツーリズム専用サイト(英語版)の制作
- ・大阪におけるサイクリングツーリズムの普及・推進について連携するシマノスクエアとともにサイクリングコースを2本造成(堺・河内長野)しWebサイトに掲載。ページ閲覧者数 8,516PV (2022年5月20日~2023年3月31日)を獲得

(4) フィルムコミッションの推進

ア ロケ推進活動【予算総括表 I-1-(4)①】

(年度当初の計画)

- ・大阪を舞台にした映画・ドラマ等の撮影誘致のほか、府内のロケ地紹介、ボランティアのエキストラ募集等の撮影支援

(実績・評価)

- ・ロケ誘致件数は、ワクチン接種機会の増(2回→3回ないし4回)や、行動制限の緩和、海外からの入国制限緩和などにより、2021年度実績 168 件から32件増加し 200 件達成
- ・映画『嘘八百 なにわ夢の陣』舞台挨拶試写会への参加

イベント・会議等実施内容【ロケ推進活動】	
映画『嘘八百 なにわ夢の陣』舞台挨拶試写会	
①目的	映画『嘘八百 なにわ夢の陣』の普及促進、大阪の魅力発信
②開催日・会場	令和4年11月21日(月) @ミライザ大阪城
③イベント・会議等の概要	中井貴一氏、佐々木蔵之介をはじめとする映画のキャスト陣による舞台挨拶ののち、松井一郎大阪市長も登壇。映画キャスト陣と対談し、大阪の魅力を発信
④参加者	試写会一般参加者約 50 名、メディア関係者 25 社(TV7 社、新聞 5 社、Web13社)

(5) 都市魅力の創造推進

ア 案内所運営事業【予算総括表 I-3-(1)①】

(年度当初の計画)

- ・大阪、難波観光案内所の運営

(実績・評価)

- ・日本政府による水際対策の大幅な緩和により、10月以降は営業時間を通常化(7時～22時:1時間減)したため、来阪外国人観光客の来所が再開。以降は来所者の50%が外国人となった(前年度外国人比率5%)。
- ・観光案内所全体の利用者満足度は96%と目標値(94%)を上回った。

【大阪・難波観光案内所営業実績】

・大阪観光案内所

(営業時間)下記期間については無休で営業

4/1～6/30 …9時から20時

7/1～10/15 …8時から20時

10/16～3/31 …7時から22時

(来所者数)203,887人(おもてなしステーション総合相談を含む。)

うち日本人136,223人、外国人67,664人

・難波観光案内所

(営業時間)1月1日・2日を除き無休で営業

4/1～3/31 …9時から19時

(来所者数)101,581人

うち日本人8,242人、外国人93,339人

イ 新大阪観光案内所運営事業【予算総括表 I-3-(1)②】

(年度当初の計画)

- ・新大阪観光案内所の運営

(実績・評価)

- ・日本政府による水際対策の大幅な緩和により、10月以降は営業時間を通常化(8時～22時)
- ・11月には日本人の来所者が過去最高を更新し、外国人の来所者数も2019年同月並みに到達

【新大阪観光案内所営業実績】

・新大阪観光案内所

(営業時間)下記期間については無休で営業

4/1～6/30 …9時から20時

7/1～10/15 …8時から20時

10/16～3/31 …7時から22時

(来所者数)50,152人

うち日本人32,369人、外国人17,783人

ウ おもてなしステーション総合相談事業【予算総括表 I-3-(1)③】

(年度当初の計画)

・おもてなしステーション総合相談の運営

(実績・評価)

- ・通常は 7 時から23時まで無休で運営だが、新型コロナウイルス感染症の影響により大阪駅のみどりの窓口の営業時間変更の影響を受けおもてなしステーション周辺が22時で閉鎖されることから1時間営業時間を短縮
- ・年度内の営業時間、来所者数については上記「大阪観光案内所」参照

工 府内周遊促進事業【予算総括表 I-3-(1)④】

(年度当初の計画)

- ・大阪ならではの体感・体験型観光コンテンツの造成
- ・府内市町村との連携強化及び行政・観光関連事業者とのマッチング

(実績・評価)

- ・業務提携先の旅行会社を通じて、テーマ別(食、ナイトカルチャー等)やルート別(コリアタウン)の体験コンテンツ(12件)を商品化、オンライン等での販売を実施
- ・府内市町村と旅行会社等とのビジネスマッチング機会の創出に資する大阪観光素材意見交換会の開催

イベント・会議等実施内容【府域周遊促進事業】	
	大阪観光素材意見交換会
i	<p><u>①目的</u> 大阪府及び府内市町村観光担当者と旅行会社等による地域の観光素材の旅行商品化に向けた意見交換及びネットワーク構築</p> <p><u>②開催日・会場</u> 2022年11月18日(金) @ハートンホール日生御堂筋ビル</p> <p><u>③イベント・会議等の概要</u> 府内市町村観光担当者と旅行会社等による地域の観光資源の活用をテーマとした商談の実施</p> <p><u>④参加者</u> 大阪府及び府内市町村36名(21団体)、旅行会社等24名(15事業者)</p> <p><u>⑤備考</u> 参加者へのアンケート結果では、回答のあった自治体 22 名中 20 名、旅行会社等 13 名中 13 名全員が「満足」と回答</p>

- ・大阪府都市整備部、茨木市と連携して安威川ダムと周辺地域の視察ツアーを開催

イベント・会議等実施内容【府域周遊促進事業】	
	安威川ダムといばきた(茨木市北部エリア)視察ツアー
ii	<p><u>①目的</u> 大阪府内の新たなインフラ施設や知られざる観光資源の旅行商品化</p> <p><u>②開催日・会場</u> 2022年12月23日(金) @安威川ダム及び茨木市北部エリア</p> <p><u>③イベント・会議等の概要</u> ・大阪府及び茨木市の協力のもと、旅行会社及び(公財)大阪観光局が建設中の安威川ダムの見学、いばきたエリアの観光資源(竜川峡、竜天山荘、見山の郷等)の視察を実施</p>

	<p>④参加者 大阪府 1 名、茨木市 3 名、(公財)大阪観光局 2 名、旅行会社 5 名</p> <p>⑤備考 満足度調査に回答した 5 名(大阪観光局を除く)のうち、4 名が「満足」と回答</p>
--	---

オ 他地域連携魅力創造事業【予算総括表 I-3-(1)⑤】

(年度当初の計画)

- ・北陸新幹線を活用した訪日外国人向けの新たなゴールデンルートの形成を目的とした「グランドサークルプロジェクト(大阪～北陸～東京までの 12 都道府県と JR 西日本及び JR 東日本による連携)」を通じた広域周遊ルート構築、全国組織「日本みどりのプロジェクト」参画

(実績・評価)

- ・忍者や俳句、伝統工芸などの世界に通じるオリジナリティの高いコンテンツを有する伊賀市・甲賀市、(一社)伊賀上野観光協会、(一社)甲賀市観光まちづくり協会及び信楽町観光協会と観光振興事業を推進するための連携協定を締結(2月22日)
- ・グランドサークルプロジェクトにおいて、大阪～石川～東京間の観光施設を OSAKA-INFO ならびに北陸新幹線沿線連携 Web サイト「New Golden Route - Tokyo-Osaka via Hokuriku」、東京観光財団ホームページで共同情報発信
- ・日本みどりのプロジェクト事務局として日本の自然の保全と森林の役割に関するシンポジウムと現地植樹体験等を実施

イベント・会議等実施内容【他地域連携魅力創造事業】	
日本みどりのプロジェクト(JPG)推進協議会第 3 回シンポジウム	
<u>①目的</u>	コロナ後の地方での新たな観光スタイルの確立や都市緑化への取組みなど、自然との共生・調和を前提とした社会・経済活動へのシフトを促し、「自然(みどり)」を核とした SDGs に向けた取組みを全国各地で加速化させることにより、日本の、さらには世界のゼロカーボン・脱炭素社会へ貢献する。
<u>②開催日・会場</u>	2022 年 11 月 10 日(木)・11日(金) @城西館(高知県高知市上町)
<u>③イベント・会議等の概要</u>	<ul style="list-style-type: none"> ・濱田省司高知県知事の基調講演、建築家で JPG アンバサダーの隈研吾氏の特別講演 ・会員自治体、企業からの事例発表 ・高知県梶原町で地元の木を活用した建築物等の視察、記念植樹、森林セラピー体験、四国カルスト視察など
<u>④参加者</u>	143 名(うちオンライン参加40名)

- ・(公社)2025日本万国博覧会協会、企業3社とともに万博シンポジウムを実施(12 月 @テラプロジェクトオフィス 約 40 名参加)

カ 日本観光ショーケース事業【予算総括表 I-3-(1)⑥】

(年度当初の計画)

・訪日外国人観光客のゲートウェイとなるための観光案内所における観光ショーケース事業

(実績・評価)

・長野県及び長野県観光機構(包括連携協定締結)と共に、来阪外国人旅行者に信州の魅力 PR するイベントを実施

イベント・会議等実施内容【日本観光ショーケース事業】
長野県及び長野県観光機構と連携した PR イベント
<p>①目的 来阪外国人旅行者に対する信州の魅力の PR</p> <p>②開催日・会場 2023年2月20日(月)～22日(水) @大阪・新大阪・難波観光案内所</p> <p>③イベント・会議等の概要 3案内所(大阪・新大阪・難波)に長野県の PR キャラクターである「アルクマ」を登場させ(1日3回)、来所する外国人観光客にパンフレットやノベルティを配付し信州の魅力 PR</p> <p>④参加者 多数</p>

キ 伝統行事の促進事業【予算総括表 I-3-(1)⑦】

(年度当初の計画)

・天神祭祭事(陸渡御・船渡御・鉾流神事、奉納花火(観覧席))の運営、情報発信、伝統行事への初穂料拠出

(実績・評価)

・天神祭関連事業(奉納花火観覧席、ポスター・ガイドブック制作、供奉船、天神祭及び水都祭への協賛など)及び天神祭渡御行事保存協賛会との連携業務は新型コロナウイルス感染防止の観点から昨年と同様に中止

・鉾流神事、陸渡御(感染症対策のため規模縮小)催行

・どんどこ船、御金幣船は中止となったため、天神祭及び奉納花火への協賛金支出、御金幣船貸切料の支出見送り

・大阪アメニティパークにおける天神祭の際のパネル展示協力などや大阪観光局公式 SNS アカウントにおける天神祭諸行事の発信を実施

・生國魂神社夏祭り、大阪天満宮初天神鶯替神事、天神祭太鼓台搦み式、杭全夏祭り、辛國神社秋祭り、難波八阪神社夏祭りをはじめ多くの行事が中止されたが、住吉大社御田植神事、大阪天満宮星愛七夕祭のみ初穂料拠出

ク 観光マネジメントの推進【予算総括表 I-3-(1)⑧】

(年度当初の計画)

・夜景スポット、ナイトクルーズ、ナイトクラブなど、夜の観光魅力を満喫できるパスの開発・発売、大阪光の饗宴事業への協力、インバウンドの中心地・ミナミの復興に向けた取組み

(実績・評価)

- ・大阪の夜景、エンタメ施設、BAR、ナイトクラブ等の約 30 施設割引利用に加え、500 円のタクシー割引クーポンを掛け合わせたナイトエンターテインメントパス「Osaka Night Out Pass」の国内利用者向け実証実験を行ったが、販売目標の 2,000 枚に対し実績が 266 枚(利用者数 176 名)に留まったことを受け、販売開始の予定を延期
- ・上記パス実証実験の結果を踏まえ、従来のナイトエンターテインメント商品という位置づけから大阪楽遊パスのナイト版「大阪楽遊ナイトパス」に変更し、インバウンド向け商品として 2023 年度早い時期での販売を目標に磨き上げを実施
- ・大阪光の饗宴 2022 において実施するイベント「御堂筋イルミネーション 2022」及び「OSAKA 光のルネサンス 2022」のプロモーションとして、大阪・光の饗宴実行委員会制作の動画 5 本(御堂筋イルミネーション 2022、OSAKA 光のルネサンス 2022 等)を使用し、台湾及び香港向け日本の観光情報サイト最大手である「樂吃購(ラーチーゴー)」で公式 Facebook アカウントにおける広告(2 回)、Web サイトへの記事掲載(1 回)を実施(SNS 広告及び Web サイト記事掲載合わせて約 11 万 PV)するとともに、JNTO と連携し、JNTO から海外メディア向けに配信するニュースレター及び Web サイトにおいて情報発信
- ・ランタンフェスティバル in 台北と連携し、大阪光の饗宴 2022 のプロモーション(SNS 発信やブース無料出展など)を実施(台北市公式 Facebook アカウントへのリーチ数 34,039 回、同市公式インスタグラムアカウントリーチ数 18,143 回)
- ・道頓堀ナイトカルチャー創造協議会が進める各種取組み(IoT ごみ箱を活用した実証実験、ナイトコンテンツの造成及びイベント開催、新たな観光交流拠点「PivotBASE」の開設)を推進

(6) 観光インフラの推進

ア プロモーションツール制作・管理【予算総括表 I-3-(3)①】

(年度当初の計画)

- ・ガイドブック・ガイドマップ・ポスターの製作

(実績・評価)

- ・ガイドマップのみ 31 万部制作

イ Wi-Fi 推進事業【予算総括表 I-3-(3)②】

(年度当初の計画)

- ・Osaka Free Wi-Fi(=OFW)整備計画委員会事務局運営

(実績・評価)

- ・OFW 整備計画委員会において、以下の項目について実施または方針決定

【実施または決定事項】

- ・大阪府内の公共施設を含む必要個所への設置継続

- ・NTTドコモのキャリア Wi-Fi 撤退を受け、鉄道駅におけるサービスを 2023 年 3 月末で終了
- ・施設向けアクセスポイントの値上げ金額の確定、委員及び施設への訪問・説明
- ・新 SSID「OFW_New」の導入開始(11 月)
- ・認証方式の変更によるセキュリティの向上

・また、2022 年度の認証数目標 3,000 万認証に対し、実績は目標を下回る 1,800 万認証(想定)となったことについては以下の理由によると推測

【OFW 目標値未達理由】

- ・日本政府による水際対策が長引いたことにより、来阪外国人旅行者による利用が年度当初の想定を大きく下回ったこと
- ・世界的な半導体供給不足の影響により、アクセスポイント設置を希望する施設に対し機器の納品が滞ったことによるアクセスポイント不足
- ・利用料金の改定、OFW Lite の新規受付またはサービス終了といった告知事項が多く、利用拡大に向けた積極的な PR ができなかったこと
- ・新型コロナウイルス感染拡大の影響による飲食店等の閉店や事業経費の見直しに伴う解約が相次いだこと
- ・認証方式の変更に伴うメールアドレス再登録手続きが敬遠されがちであること
- ・自動接続アプリの場合、サービス手順の変更により接続障害が生じること

(7) 観光案内窓口のワンストップ化の確立

ア 多言語案内【予算総括表 I-3-(4)①】

(年度当初の計画)

- ・災害時の案内機能も付与した多言語コールセンター(Osaka Call Center)運営

(実績・評価)

- ・日本政府による水際対策が長引いたことにより、総利用件数については、目標 7,600 件に対し実績 6,974 件と下回った。
- ・10 月以降の外国人観光客の増加に伴い外国人旅行者のコロナ陽性者からの問い合わせにも対応

イ 案内所機能充実(AI チャットボットの運営)【予算総括表 I-3-(4)②】

(年度当初の計画)

- ・AI チャットボットの運営(OSAKA-INFO その他利用場所の拡大)、難波観光案内所のサイネージクラウド化

(実績・評価)

- ・日本政府による水際対策が長引いたことにより、チャットボット総利用件数は目標 25,400 件に対し 21,367 件と下回った。
- ・水際対策の大幅緩和後はコロナウイルスに関する問い合わせが増加した。

ウ 案内所機能充実(109 言語観光コンシェルジュ実証事業) ※観光庁「DX を活用した外国人観光案内所機能強化実証事業」【予算総括表 I-3-(4)②】

(事業採択当初の計画)

- ・宿泊施設向けに展開している109言語対応旅ナカ案内サイトを観光案内所用にカスタマイズし、案内所での利用シーンを想定した実証実験(2022年10月21日から2023年2月28日)を実施

(実績・評価)

- ・以下の5つの実証実験を実施

【実証実験内容】

- ・宿泊施設向けコミュニケーションツール「Kotozna In-room(KIR)」での109言語対応による情報発信
- ・109言語を駆使した観光コンシェルジュの実証
- ・多言語掲示板を活用した大阪ファン造成
- ・災害情報発信
- ・観光案内所間連携及びクーポンを利用した周遊

【実証実験の結果】

- ・KIR ページビュー数 1,779PV(目標 2,000PV)
- ・二次元バーコードによる KIR ダウンロード数 1,492DL(目標 1,000DL)
利用言語数 16言語(目標 30言語)
チャット利用数 20名(目標 300名)
→ 観光案内所でのリアルなコミュニケーションが機能していることからチャットを利用する機会が減少したと考えられる。
- ・KIR への投稿数(コメント数) 96 投稿(目標 100 投稿)
- ・悪天候による交通機関への影響が懸念される日のアクセス数及び閲覧時間がそうでない日に比べ増加傾向にあることが判明
- ・クーポン利用数 7名(目標 50名)
※その他、観光案内所に来所した外国人観光客及びOGSAN(留学生支援コンソーシアム大阪に登録されている大阪府内の大学・専門学校等に通う留学生)を対象に利用者アンケートを実施 アンケート回答数 141名(目標 100名) 満足度 91%(目標 80%)

(8) 立地特性を積み重ねた街道づくりによる経済波及効果の拡大

ア 大阪・関西、首都圏、瀬戸内開拓エリアにおけるコンテンツ開発、Web サイト掲載【予算総括表 I-5-(1)①・④】

(年度当初の計画)

- ・大阪～首都圏エリア(3 コース)、大阪～瀬戸内エリア(4 コース)、関西エリア(2 コース)のモデルコースを造成。他のコースとともに撮影、記事作成、翻訳(英)ののち、大阪観光局公式 Web サイト「OSAKA-INFO」内の専用ページに 2022 年度造成したモデルコースを追加掲載
- ・うち関西の 2 コースは、堺市、神戸市、信楽町など行政と連携し、特別体験メニューなどを含めたハイクラスな観光客向け商品として造成

イ 大阪・関西、首都圏、瀬戸内開拓エリアにおけるファム・研修費用

【予算総括表 I-5-(1)②】

(年度当初の計画)

- ・モデルコースの FAM トリップ実施

(実績・評価)

- ・大阪～首都圏(東京・日光)コース、瀬戸内(福山・尾道・しまなみ海道)コースで旅行会社や観光関連事業者、Forbes Japan 等メディア向けに FAM トリップ及びアンケートを実施
- ・コースの撮影と FAM トリップに参加したライターによる英文記事掲載

ウ 大阪・関西、首都圏、瀬戸内開拓エリアにおける商品販売

【予算総括表 I-5-(1)③】

(年度当初の計画)

- ・モデルコースの一般販売に向けた実証実験

(実績・評価)

- ・大阪～首都圏コース及び瀬戸内コースの一般販売前の実験販売(5 万円/人)を実施し、それぞれ 5 名、6 名が利用

(9) 食による SDGs 交流事業の構築

ア 受入環境整備コンテンツのブラッシュアップ費【予算総括表 I-5-(5)①】

(年度当初の計画)

- ・食の SDGs 体験プログラムのモデルコース造成

(実績・評価)

- ・泉州地域、河内地域において4コース造成するとともに、2021 年度造成したモデルコースの磨き上げのためのモデルツアーを実施。同ツアーにおいて食の SDGs 体験プログラムを販売し、韓国の学校が教育旅行として泉州地域の2つの体験プログラムを利用(123 名)

イ 関連セミナー開催費【予算総括表 I-5-(5)②】

(年度当初の計画)

- ・食の SDGs の啓発及び食コンテンツの商品化に向けたセミナー実施

(実績・評価)

イベント・会議等実施内容【食の SDGs 関連セミナー開催(DMO 事業)】	
i	大阪のサステナブルな食魅力の発掘・探求セミナー
	<p>①目的 大阪の食の魅力や食の SDGs に関する取組みの普及促進</p> <p>②開催日・会場 2023年1月20日(金) @ANA あきんど大阪支店会議室</p> <p>③イベント・会議等の概要 ANA あきんど(株)、(株)時事通信社と共催で教育旅行向けのオンラインセミナーを配信。今年度は、企画第2弾として、南大阪・河内地域の「100年先も続く食と地域づくり」と題し、代表となる生産者を招き「観光×食×SDGs」の実践をテーマとして開催</p> <p>④参加者 行政(国)8名、行政(自治体)31名、旅行会社30名、宿泊事業者3名、観光団体21名、その他団体3名、教育関係5名の計134名参加</p>
ii	大阪の食の SDGs の取組みの認知向上と商品造成に向けたセミナー
	<p>①目的 大阪の食の SDGs の取組みの認知向上と教育旅行体験プログラムのプロモーション</p> <p>②開催日・会場 2023年2月1日(水) @ANA あきんど札幌支店会議室 2023年2月2日(木) @TKP ガーデンシティ PREMIUM 仙台西口</p> <p>③イベント・会議等の概要 ANA あきんど(株)と共催で教育旅行体験プログラムの商品化に向けたセミナーを札幌及び仙台で開催。同プログラムのプロモーションも併せて実施</p> <p>④参加者 教育旅行関係者20名</p>

ウ 市町村との連携による国内を中心とした情報発信費、ファムトリップ

【予算総括表 I-5-(5)③】

(年度当初の計画)

・食の SDGs の認知向上、商品販売に向けた情報発信

(実績・評価)

・大阪府内外の若年層やファミリー層を中心としたアクティブに旅行を楽しむ傾向にある対象に向け、SNS 広告(LINE)による認知拡大及び11月に発売予定のバスツアーのプロモーションを実施

・台湾の教育旅行関係者や個人旅行層を対象としたオンラインセミナーを開催し、教育旅行を取り扱う旅行会社4社との商談を実施

5 MICE 推進部

(1) MICE 誘致の促進【予算総括表 I-2-(1)】

ア 国内誘致活動

(年度当初の計画)

・近畿圏セールス

・首都圏セールス

- ・TEJ2023開催地連絡協議会
- ・IME 出展、Meet Japan 出展
- ・アドバイザー委嘱
- ・今宮戎神社初穂料 など

(実績・評価)

イベント・会議等実施内容【国内誘致活動】	
i	<p style="text-align: center;">MICE EXPO in Kansai</p> <p>①目的 「MICE業界の再起動と活性化」をテーマに、ポストコロナ時代の新たな技術やツール、運営手法に関する MICE 業界全体に関わる展示会における大阪の PR 及び(公財)大阪観光局の MICE 支援取組みの発信</p> <p>②開催日・会場 2022年12月7日(水)・8日(木) @インテックス大阪</p> <p>③イベント・会議等の概要 ・新幹線「のぞみ」の貸切車両「MICE EXPO 号」を東京～新大阪間で運行させ、関東エリアからの展示会出展者や旅行会社、PCO などのバイヤーを招待 ・(公財)大阪観光局ブースを出展し、大阪の PR 及び大阪の MICE 支援の取組みを周知 ・SDGs 特別コーナーを設置し、出展企業・団体の SDGs に関する取組みをパネルと動画で紹介</p> <p>④参加者 出展者160社、参加者 6,000 名</p>
	<p style="text-align: center;">国際 MICE エキスポ (International MICE EXPO)</p> <p>①目的 JNTO と(一社)日本コンgres・コンベンションビューロー(JCCB)が共催する国内最大規模の MICE に関する商談会における大阪の MICE 誘致案件の獲得をめざす。</p> <p>②開催日・会場 2023年2月16日(木) @東京国際フォーラム</p> <p>③イベント・会議等の概要 ・(公財)大阪観光局ブースを出展し、MICE 支援の取組周知及び海外インセンティブ旅行の誘致営業を実施 ・各地の観光団体との MICE 開催状況に関する意見交換、大阪で開催された国際会議のプレゼンを実施。商談16件実施(海外インセンティブ旅行7件、展示会及びコンベンション9件)</p> <p>④参加者 セラー数88団体73ブース、バイヤー数289名(国内266名、海外23名、うちVIP31名) 全商談件数701件(うち事前アポ成立495件、ウォークイン商談数206件)</p>
ii	

イ 海外誘致活動

(年度当初の計画)

- ・IMEX 出展
- ・IBTM 出展
- ・Velo-city 視察
- ・アジアインセンティブ商談会出展 など

(実績・評価)

イベント・会議等実施内容【海外誘致活動】	
i	IMEX Frankfurt 2022
	①目的 欧州最大級の規模を誇り、特にホステッド・バイヤープログラムの質の高さによって出展者からの高い支持を集めている同展示会に出展(JNTO が主体となる日本ブース傘下)し、MICE 誘致案件の獲得をめざす。
	②開催日・会場 2022年5月30日(火)～6月2日(木) @Messe Frankfurt(Hall8)
	③イベント・会議等の概要 JNTO、(公財)東京観光財団、(公財)横浜観光コンベンションビューロー、(公財)大阪観光局、(一財)神戸観光コンベンションビューロー、(公財)広島観光コンベンションビューロー、(株)西部・プリンスホテルズワールドワイド、ヒルトンホテルズ&リゾーツ、(株)阪急交通社が共同ブースを出展。(公財)大阪観光局は個別商談 22 件実施
④参加者 出展者 2,300 社、参加者 9,000 名	
ii	Velo-city2022
	①目的 自転車利用に関する世界唯一の国際会議を大阪に誘致し、自転車通行環境整備ならびに市民生活の QOL を上げる
	②開催日・会場 2022年6月14日(火)～6月17日(金) @リュブリャナエキシビジョン&コンベンションセンター(スロベニア)
	③イベント・会議等の概要 2027年の大阪誘致に向け、Velo-cityの各イベントの流れや開催にあたっての課題の把握、ECF本部(主催団体)への大阪PR、開催都市のコンベンションビューロー及び開催施設管理者との意見交換
④参加者 参加者 1,300 名	
iii	IBTM World 2022
	①目的 IMEX と並び欧州の二大見本市としての地位を確立し、欧州のバイヤーの参加割合が高くインセンティブ旅行または企業会議の誘致に強い同展示会に出展し、MICE 誘致案件の獲得をめざす。
	②開催日・会場 2022年11月29日(火)～12月1日(木) @Fira de Barcelona
	③イベント・会議等の概要 JNTO、(公財)東京観光財団、(公財)ちば国際コンベンションビューロー、(公財)横浜観光コンベンションビューロー、(公財)大阪観光局、(一財)神戸観光コンベンションビューロー、(公財)福岡観光コンベンションビューロー、(株)西部・プリンスホテルズワールドワイド、ヒルトンホテルズ&リゾーツ、シエラトンホテルズ&リゾーツ、(株)イベロ・ジャパン、(株)阪急交通社、(株)日本旅行が共同ブースを出展。(公財)大阪観光局は個別商談 33 件実施
④参加者 出展者 3,000 社、参加者 15,000 名	

・その他誘致事業については以下のとおり

【その他誘致実績等】

- ・タイ及びシンガポールへの出張、営業活動の実施(各 4 件)
- ・IEEE BIG DATA の誘致
- ・第 35 回国際小児外科研究シンポジウムの誘致
- ・未来モノづくり国際 EXPO の誘致
- ・東南アジアからのインセンティブツアー誘致
- ・公立大学大阪との間で連携協定を締結し、同大学関係者が主催する MICE 開催を支援
- ・Team OSAKA MICE を発足し、メンバーによるサステナブル・ブランド・ジャパン事務局や公益財団法人日本セーリング連盟などへの営業活動を実施(約 160 件)
- ・近畿経済産業局、MUIC(一般社団法人関西イノベーションセンター)と連携し、視察申込窓口を設置することで、産業視察等で来阪する外国人が視察先(工場やスポーツ施設等)や宿泊施設に連絡を取らずとも、旅行会社が手配をするワンストップサービスの仕組みを構築
- ・既存エリア(北摂、梅田、中之島、堺筋本町、ベイエリア、ミナミ、堺、りんくう)に加え新たに大阪城エリアを追加し活動
- ・ダイハツ・ヨネックスジャパンオープン(バドミントン)の誘致
- ・Redbull 主催イベントの誘致
- ・KILORUN 大阪2023 の誘致
- ・大会支援(大阪マラソン2023)
- ・展示会支援(CYCLE MODE RIDE OSAKA2023)
- ・国際会議実行委員会参加(AIMS 第23回総会)

(2) MICE 情報発信【予算総括表 I-2-(2)】

(年度当初の計画)

- ・MICE Web サイト改修による情報発信の強化
- ・ユニークベニュー カタログ(データのみ)制作及び新規開発
- ・文化芸術観光ポータルサイト構築

(実績・評価)

- ・MICE Web サイトに施設検索機能を追加、エリア MICE ページの参加施設の明確化とダイレクトに施設へ問い合わせできる機能を強化
- ・メルマガ、MICE サイト及び LinkedIn を週 2 回、年間 94 回の情報発信を実施し、2 年間で 1,200 人のフォロワー数
- ・ユニークベニューパンフレットデータの制作
- ・大阪府登録文化財所有者の会との連携によるユニークベニュー開発に向けた協議
- ・文化芸術観光ネットワーク大阪による文化芸術観光ポータルサイト構築作業の実施

(3) MICE 企画調査【予算総括表 I-2-(3)】

(年度当初の計画)

- ・府内で開催された国際会議データ収集

(実績・評価)

- ・府内で開催された国際会議の実績調査について JNTO に報告

(4) MICE SDGs 認証制度の構築【予算総括表 I-5-(4)①~④】

ア 専門家への制度運用にかかる委嘱費用【予算総括表 I-5-(4)①・②】

(年度当初の計画)

- ・認証制度の運用にかかる有識者へのアドバイザー委嘱
- ・SDGs for MICE 評価制度の設計、制度運用、制度 PR

(実績・評価)

- ・SDGs の取組みについて国内を代表する有識者である花村美保氏及び MICE 業界の SDGs 推進に詳しい松原努氏にアドバイザー委嘱
- ・SDGs 評価委員会の委員として公衆衛生専門家の加瀬氏、CSO ネットワーク理事の長谷川雅子氏の 2 名に同制度の評価委員を委嘱し、評価委員会を開催

イ 事業者参画推進活動費用(HP制作・セミナー開催)【予算総括表 I-5-(4)③】

(年度当初の計画)

- ・SDGs 評価制度啓発セミナーの開催
- ・SDGs for MICE ロゴマーク制作

(実績・評価)

- ・アジア太平洋トレードセンター株式会社や株式会社交通タイムズ社をはじめとする MICE 主催者を対象に SDGs 評価制度の利用促進にかかるセミナーを実施

イベント・会議等実施内容【SDGs for MICE 事業者参画推進活動(DMO 事業)】

SDGs for MICE 啓発セミナー ※計3回実施

①目的

- ・SDGs for MICE 評価制度の普及促進及び情報発信
- ・ビジネスアライアンスメンバー向け制度概要説明等

②開催日・会場

- (1回目)2022年 7月 26日(火) @コングレコンベンションセンター
- (2回目)2022年 11月 21日(月) @中之島美術館
- (3回目)2023年 3月 8日(水) @難波スカイオコンベンションホール

③イベント・会議等の概要

(1回目)

- ・インテックス大阪と共催し、(公財)大阪観光局 MICE ビジネスアライアンスメンバー各社を対象に開催
- (2回目)

- ・2022年 2月にオープンした中之島美術館において、ユニークビュー利用促進に向けた説明会を兼ねて開催

・同セミナー自体を SDGs for MICE 評価制度対象の案件として申請し、会場や施設におけるサステナブル運営の現状確認機会と位置づけ、専門家による助言を得ながら開催
 (3回目)
 (公社)2025年日本国際博覧会協会企画局持続可能性部により、万博会場運営におけるサステナブルな取組目標の講演を実施

④参加者
 (1回目)145名、(2回目)62名、(3回目)41名

- ・SDGs for MICE 認証制度の認知拡大のためロゴマークを制作
- ウ SDGs 貢献メニュー助成費用【予算総括表 I-5-(4)④】
 (年度当初の計画)
- ・認証制度申込者数の拡大に資するメニュー造成支援
 (実績・評価)
 - ・一般的に学会や展示会など MICE の現場で汎用性があり、環境負荷の低減など SDGs への配慮のため自然由来素材や再生素材を用いた制作物(トートバッグ、クリアファイル等)を制作。主催者向けに紹介し、主催者によるそれら製品の導入または新たな SDGs 貢献メニュー造成の支援を実施

6 留学生支援推進室

(1) 海外プロモーションの推進

- ア 留学生支援事業【予算総括表 I-1-(1)②】
 (年度当初の計画)
- ・留学生誘致事業、留学生支援・活用事業、留学生就労事業
 (実績・評価)
 - ・EduOsaka の実施(125カ国、1,319名参加)
 - ・外国人留学生 Expo の開催(来場者 681名、参加企業・団体 26社)

イベント・会議等実施内容【留学生支援(自主事業・DMO事業)】	
	Edu Osaka 2022
i	①目的 日本留学に興味を持つ海外の学生に対する日本への留学や大阪の観光に関するバーチャル空間での展示会の開催及び情報発信
	②開催日・会場 (1回目)2022年7月14日(木) @SpatialChat(リアルに近いグループチャットツール)
	③イベント・会議等の概要 ・大阪大学、関西大学、大阪女学院大学、大阪観光大学、エール学園、修成建設専門学校、大阪バイオメディカル専門学校、大阪文化国際学校、ホツマインターナショナルスクールが同イベントに無料で仮想空間上にブース出展 ・バーチャル空間でのグループビデオチャットツールである SpatialChat を活用し、参加者である学生は各校のブースを自由に行き来し、リアルで開催する商談会と同様に質疑
	④参加者 125カ国 1,319名

第 2 回外国人留学生エキスポ	
ii	<p>①目的 (公財)大阪観光局が事務局を務める「留学生支援コンソーシアム大阪」が 2030 年までにアジア No.1 の留学生都市をめざすために策定した16のアクションプランに基づき、留学生の課題解決、情報収集、日本文化体験及び日本人学生や企業との国際交流などを支援する。</p> <p>②開催日・会場 2022年7月30日(土)・31日(日) @マイドームおおさか 3階</p> <p>③イベント・会議等の概要 ・外国人留学生エキスポ実行委員会が主催し、(公財)大阪観光局、(学)エール学園、森興産(株)の特別協力により運営する同イベントにおいて、観光団体、鉄道事業者、学校法人、民間企業等から約30のブースが出展 ・各ブース出展者は、「生活サポート」、「仕事・進学サポート」、「観光・文化体験サポート」分野に分かれて様々な相談に応じ、留学生の抱える悩みの解決を支援</p> <p>④参加者 出展者約 30 社、参加者 681 名(留学生 456 名、日本人学生 65 名、一般 106 名、外国人就労者 41 名、プレス 10 名)</p> <p>⑤備考 ・参加した留学生等へのアンケートでは、概ね 8 割が「満足」と回答 ・テレビ放映 3 件(NHK ニュース、関西テレビ、読売テレビ)</p>

- ・OGSAN、ONISE 関係イベントの実施(58 回実施、1,655 名参加)
- ・留学生のための就職関連事業への後援等
 (留学生に対する就職に関する説明会、セミナー等の紹介 11回実施)
- ・「SUCCESS-Osaka Future Design Project」への後援
 (留学生の参加 ペアインターンシップ 8 名、ビジネスコンテスト 8 名)

イ 教育旅行の誘致活動【予算総括表 I-1-(1)②】

(年度当初の計画)

- ・国内教育旅行誘致、訪日教育旅行誘致、教育セミナー、観光人材の育成

(実績・評価)

- ・大阪修学旅行サイト「Osaka-LOG」の視認性機能強化と大人数で飲食可能な場所リストの掲載によるアクセス数の増加(2021年10万PV ⇒ 2022年20万超PV)
- ・なにわ商人(あきんど)体験の実施体制強化(5つの商店街との連携強化)により府外の高校6校から177名を受入れ
- ・「まいど!大阪 EXPO プログラム」全6コース開設(6件、700名利用)
- ・訪日教育旅行の受入れ(37件、821名)
- ・関西 5 府県連携教育旅行誘致事業による北米オンラインプロモーション、オンライン音楽祭、台湾オンラインセミナー、日台教育旅行関係者意見交換会、台湾教育者対象ファムトリップの実施
- ・専門学校生(4校、16名)インターンシップの実施
- ・OGSAN(6名)インターンシップの実施

・専門学校出張セミナーの実施(2回実施、約120名参加)

(2) 学生交流を中心とした教育旅行、B&S、学生支援

ア 大阪 B&S プログラム【予算総括表 I-5-(2)②】

(年度当初の計画)

- ・新規コース開発
- ・旅行事業者向けセミナー及び B&S ナビゲーター育成のための講習会の実施

(実績・評価)

- ・堺コース等を追加し、全8コース開設(19件利用)
- ・全国の教育旅行セミナー(ハイブリット開催)の実施

イベント・会議等実施内容【教育旅行(DMO事業)】
旅行者向けセミナー
<p>①目的 大阪・関西万博に向け、(公財)大阪観光局が大手旅行業者と共同開発した新しい修学旅行プログラムや、大阪の郊外の魅力ある教育的プログラムの周知のため、全国の旅行業者に向けて発信する</p> <p>②開催日・会場 2022年6月22日(水) @アットビジネスセンター心斎橋駅</p> <p>③イベント・会議等の概要 「大阪 B&S プログラム」の紹介、来阪した修学旅行生が大阪ならではの体験から学ぶ「まいど！大阪プログラム」、(株)三井不動産が運営する e スポーツ施設「REDEE(レディー)」などエキスポシティに関する最新情報、堺観光コンベンション協会及び(一社)KIX 泉州ツーリズムビューローによる堺・泉州地域の新たな観光プログラム等の発信</p> <p>④参加者 117名(リアル参加37名、オンライン参加80名)</p> <p>⑤備考 参加者に対するアンケート調査では、参加者全員がセミナーの内容に「満足」と回答し、印象に残ったプログラムに関する質問(複数回答)では、大阪 B&S が73%、まいど！大阪が70%であった。</p>

- ・大阪 B&S ナビゲーター講習会の実施(2回実施、71名参加)

イ 留学生支援事業【予算総括表 I-5-(2)③】

(年度当初の計画)

- ・留学生支援ポータルサイト「Study in OSAKA」のリニューアル
- ・留学生を活用した動画制作
- ・SNS 広告及び YouTube 広告の実施

(実績・評価)

- ・Study in OSAKA を留学生支援に関するページを新設し、留学生と日本人学生のコミュニティメンバーの募集も含んだ WEB サイトへリニューアル
- ・大阪・関西万博に向けた留学生と巡る OSAKA ツアー「タビマエ教材」動画制作
- ・Edu Osaka Facebook 広告の実施
- ・Study in Osaka YouTube 及び Facebook 広告の実施

Ⅲ その他事業

国内プロモーションの推進

1 大阪いらっしやいキャンペーン 2022【予算総括表 I-1-(2)③】

(年度当初の計画)

・キャンペーンの利用促進にかかるプロモーション

(実績・評価)

・キャンペーン専用サイトの構築

・SNS 広告をはじめとするデジタルプロモーションの実施

・新聞広告、鉄道吊り広告等のオフラインプロモーションの実施

・キャンペーン利用者数 約 3,866 万人

・延べ宿泊数 約 4,833 万人

・クーポン利用金額 30,654,212,910 千円

2 ゴールドステッカー飲食店応援事業事務局【予算総括表 I-1-(1)④】

(年度当初の計画)

・プレミアム食事券の販売、プロモーション等

(実績・評価)

・発行予定部数:約 188 万冊

・発行実績:103 万冊

・実施期間:2022 年 10 月 12 日~12 月 31 日

Ⅳ 総評

2019 年度から続いた「コロナ禍」もようやく収束に向かい、10 月の日本政府による水際対策の大幅な緩和により日本観光再始動の機運が高まってきたなか、海外における潜在的な訪日観光需要もあり、2022 年における国内への外国人観光客数は、全国で約383万人、大阪で約 150 万人(推計)となった。2023 年 3 月現在、中国からの一般観光客の来日が一部再開していないが、大阪の街にも着実に外国人観光客が戻ってきたことが実感できる。

観光業界においても、観光庁による全国旅行支援事業などにより、2022 年の日本人延べ宿泊者数は、対 2019 年比 95%、関西国際空港外国人入国者数については、特に外国人旅客数の回復が進んだことにより、対 2019 年 3 月比約 62%まで回復するなど、インバウンドの復活に明るい兆しが見えてきたことをデータが示している。

大阪観光局では、2023 年、来阪外国人観光客数 1,300 万人をめざし、安全・安心に大阪観光を楽しんでいただけるよう受入環境を整備しつつ、海外に向けたプロモーションを再開し、さまざまな取組みを通じて目標達成することを最大のミッションと位置づけ、大阪への来訪及び府域の周遊を一層促進させる取組みとして、大阪市内各エリアのコンテンツや商品及び G7 貿易大臣会合の開催地である堺を紹介するページをはじめ、大阪府内の魅力コ

コンテンツを、洗練されたビジュアルかつ分かりやすい表現で構成する新たなサイトを構築し、大阪のブランド力を飛躍的に高めるとともに、2022年度末にリリースした観光アプリ『Discover OSAKA JAPAN』を国内外の多くの観光客に利用していただき、気軽に、快適に大阪観光を楽しめる機会や環境の提供に向けた取組みを着実に進めていく。

最後に、大阪・関西万博、その後の IR 開業を見据え、大阪観光局では、「令和 5(2023)年度取組方針」に従い、これまでの取組効果を最大化させ、日本観光の「ショーケース」機能を発揮し日本観光の「トップランナー」、成長戦略の「起爆剤」としての役割を果たすとともに、高付加価値 MICE 都市としての地位を確立するための取組みを推進していく。