

# 令和 5(2023)年度事業計画

## I 大阪観光局のミッション及び事業コンセプト

### 1 3つのミッション

大阪観光局は、大阪の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、次の3つのミッションを負っている。

#### ①数を増やす

世界の中で大阪が目的地として選ばれる取組みを行う。

#### ②質を上げる

着地後の消費最大化及び満足度の向上を実現し、大阪の戦略的な観光地域づくりを促進する。

#### ③波及させる

観光産業をリードする存在として、大阪経済全体の拡大・維持、生活の質の向上を図る。

なお、今後は、上記ミッションについて、数を増やしつつ、質を上げていくという「数から質への転換」を図っていく。

これらのミッションを軸に、取組みによる経済効果を、観光産業のみならずその周辺産業へ波及させ、ひいては、関西経済全体への拡大をめざしている。

さらに、大阪観光局は、平成 29(2017)年に日本版 DMO(Destination-Management/Marketing Organization)法人(地域連携)に登録されたのち、地方創生推進交付金(いわゆる DMO 交付金)の交付を受け、平成 28(2016)年度から令和 2(2020)年度までの第 I 期において DMO 事業戦略の策定、マーケティング、自主財源の強化などに取り組み DMO 法人として着実に組織体制を整え、令和 3 年(2021)年度から 3 年目を迎える令和 5(2023)年度までの第 II 期においては、新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けながらも、令和 7(2025)年の大阪・関西万博を見据え、オーバーツーリズム対策をはじめとする SDGs の取組みやストレスフリーな大阪観光の提供に向けた観光 DX の取組みなどを着実に進めてきた。

なお、国から受領している第 II 期の DMO 事業費は、総額 179,450 千円(うち国からの交付金額 89,725 千円)である。

### 2 3つの事業コンセプト

併せて、大阪観光局は、次の3つのコンセプトのもとに事業を展開している。

#### (1) 24 時間観光都市「大阪」

24 時間利用可能である関西国際空港や全国屈指の繁華街である大阪キタ・ミナミエリアを有する利点を活かし、日本のゲートウェイとして、国内外から観光客を呼び込む。

(2) 関西・西日本観光におけるハブ「大阪」

歴史・文化・自然などの観光資源の宝庫である関西の中心に立地し、大阪から放射状に伸びる発達した交通機関を有しているという優位性を活かし、大阪をゲートウェイとした滞在型観光を提案することにより、観光客を関西、瀬戸内、北陸、中部等全国へと送客・周遊させる。

(3) 多様性あふれる街「大阪」

「スポーツ」、「食」、「文化芸術」、「伝統産業」、「世界遺産」をはじめとする豊富な観光資源を活用し、魅力的なコンテンツを開発、発信することにより、「様々な立場の方が楽しめる街、大阪」をめざす。

## II 大阪の観光の現状

観光立国を掲げる我が国への訪日外国人旅行者数は、後述のとおり令和 2(2020)年の 1 月以降激減した。令和 4(2022)年 10 月 11 日、日本政府による水際対策の大幅な緩和以降、来阪外国人旅行者数は、東アジア、特に韓国からの入国者にけん引され徐々に回復傾向にあるが、令和元(2019)年には東アジア全体の約 60%を占めていた中国からの旅行者数が、同国のいわゆる“ゼロコロナ政策”が長期化したことにより約 10%に留まったため、令和 4(2022)年の来阪外国人旅行者数は、概ね 150 万人(大阪観光局推計)となった。

一方で、国内旅行では、12 月の来阪日本人延べ宿泊者数は約 370 万人(年間累計約 2,790 万人)に達するなど着実に回復しており、令和 5 年度は、海外向けのプロモーションのみならず、引き続き国内向けの効果的なプロモーションを実施し、大阪府域の周遊を促進することで、確実にリピーター層を獲得する必要がある。

## III 大阪での都市魅力に資する大規模プロジェクト

大阪・関西を取り巻く状況として、2025 年日本国際博覧会(大阪・関西万博)の開催により大阪・関西の認知度向上の絶好の機会を迎える。

さらに、2029 年を予定している統合型リゾート(Integrated Resort=IR)施設の誘致に注目が集まるなど、大阪の観光産業が地域の総合的成長産業として、益々、重要性を増している。

このような状況の中、大阪観光局は、「大阪都市魅力創造戦略 2025」と連携しながら、しっかりとした観光地マネジメントを行い、「国際観光文化都市・大阪」の実現をめざし、着実に事業を進めていく。

## IV 課題

### 1 訪日外国人旅行者数の推移

平成 26(2014)年ごろから平成 30(2019)年にかけて順調に訪日外国人旅行者数が増加したが、その内訳は、中国、韓国、台湾、香港からの旅行者数が全体の約 75%(令和元(2019)年)を占めており、欧米や豪州など、一人当たりの消費額単価が高い国の需要を取り込めていないことが課題であった。

令和 2(2020)年 1 月、日本国内における初の新型コロナウイルス感染症の感染事例が報告された時期を境に世界各国で爆発的に感染者が増加し、我が国を含む世界各国は、自国における感染拡大防止のため水際対策を強化した。この措置により、大阪をはじめ国内への外国人旅行者数が激減し、この年に開催する予定であった東京オリンピック/パラリンピックも翌年の令和 3(2021)年に延期となった。

世界の至る所で感染拡大(爆発)と収束を繰り返すなか、我が国では、令和 3(2021)年 11 月 8 日に水際対策を緩和し、入国者の待機期間を 3 日に短縮するほか、ビジネス、留学及び技能実習を目的とした一部の外国人の新規入国を再開したが、同月下旬に南アフリカで新たな変異株である「オミクロン株」が発見され、瞬く間に世界中で感染が拡大したことにより、同月 30 日には、再び全世界からの外国人の新規入国を原則停止した。

これらのことから、大阪への外国人旅行者は、令和 2(2020)年には 159 万人、令和 3(2021)年には 9 万人(いずれの数値も大阪観光局推計)まで減少した。

そのようななか、我が国では、令和 4(2022)年 6 月 10 日から少人数の添乗員付きツアー限定での入国受入れ、10 月 11 日には短期滞在ビザの免除及び個人旅行の受入解禁など水際対策を大幅に緩和したことにより、同年内には 150 万人(大阪観光局推計値)に達する見込みとなった。

### 2 観光消費額

平成 25(2013)年から平成 29(2017)年までの平均 10%を超える伸びが続いた期間に比べると、平成 30(2018)年は前年に比して逡増にとどまっている。観光消費額の伸び率の逡減は、リピーター客が増えたことにより、いわゆる「爆買い」が沈静化したことなどが考えられる。

令和 2(2020)年から急速に広まった新型コロナウイルス感染拡大の影響により、同年の観光消費額は、ピークであった令和元(2019)年から約 1 兆 3,600 億円を超える減少となる約 2,000 億円、さらに翌年の令和 3(2021)年には 115 億円まで落ち込んだ(いずれも大阪観光局推計値)。

令和 4(2022)年 10 月 11 日のインバウンド再開以降、より一層府域周遊を促進し、訪日外国人旅行者が大阪に滞在する時間を増加させ大阪における消費を拡大しなければならない。引き続き、多様なニーズを的確にとらえ、都心部のみならず都心から離れた地域での高付加価値な体験型コンテンツなど多様な選択肢を提供

していく必要がある。

## V 令和 5(2023)年度の取組方針

来阪外国人客数 1,300 万人を達成するだけでなく、世界から多くの人々を大阪に迎え入れ、大阪・関西万博がその後の大阪ひいては日本観光にとってのレガシーとなるよう 2025 年に向け取組効果を最大化させていく必要がある。そのため、令和 5(2023)年度から、大阪観光局が取り組んでいるすべての事業を主要な方針ごとに分類し「柱」と位置づけ、特にこの5つの柱に関連する取組みを中心に強力かつ着実に進めていく。

### 【令和5(2023)年度 大阪観光局事業の5つの柱】

#### ①観光 DX の推進

来阪観光客にストレスフリーかつシームレスな旅を提供するため、観光分野の ONE 認証化を進めるとともに、マーケティング分析に基づく府内周遊を促進

#### ②海外プロモーションの再開・国内プロモーションの効率化

インバウンドの本格再開に向け、リアルプロモーションを段階的に再開するとともに、ターゲット国の事情に応じた情報発信の強化

マーケティングデータに基づいた効率的かつ効果的な国内プロモーションを実施

#### ③大阪・関西万博、IR 開業に向けた SDGs の機運醸成及び取組みの推進

大阪・関西万博開催まで2年という節目であり、万博に向けた、あるいは万博と連携した取組みを進めるとともに、2029年を予定する IR 開業を見据えた準備を進めていく

#### ④「大阪＝日本の観光ショーケース」に向けた取組みの推進

大阪が日本の観光ショーケースと世界に認知されるための様々な取組みを推進

#### ⑤高付加価値 MICE 都市の実現

参加者に高い満足度及び経済効果を長期的に波及させる取組みを推進

## 1 5つの柱に関連する事業

### (1) 観光 DX の推進

#### ア 観光アプリの運用・機能拡充

【予算総括表 I -5-(1)-⑤:計 15,000 千円】

令和 3(2021)年度から開発に着手し、令和4(2022)年度に初期仕様版としてリリースした大阪観光アプリ『(仮称)Discover Osaka』の XR 機能を活用したダウンロードの促進とトラベルテック機能によるストレスフリーな観光体験の提供、府域周遊の促進

#### イ マーケティングリサーチの強化

【予算総括表 I -4-(2):18,200 千円】

- ①関空アンケート調査の再開(2019年以来3年振り。関西国際空港・大阪駅・新大阪駅にて実施予定)
- ②大阪観光局保有のデータ基盤『ユニバーサルDMP』を活用した府内市町村における観光戦略策定の支援
- ③大阪観光局事業の効果測定に基づいた効果的な目標設定の実現

## (2) 海外プロモーションの再開・国内プロモーションの効率化

### ア 効果的なプロモーション

【予算総括表 I-1-(1)-①:17,568千円の一部、I-4-(1):57,359千円の一部】

- ①コロナ禍において関係性が希薄となった東アジア市場(韓国、中国、台湾、香港)のエージェントとの関係再構築
- ②主要な来阪層である東アジア市場及びノービザで来阪可能な東南アジア市場(タイ、マレーシア、シンガポール)への SNS を活用した大阪の最新の観光情報の提供
- ③来阪に際しビザが必要な東南アジア市場(フィリピン、ベトナム、インドネシア)エージェントへのリアルプロモーション
- ④英語圏(特に欧米豪市場)への SNS を活用した日本らしい四季や文化を想起させる魅力スポット情報の提供

### イ 海外リアルプロモーションの再開

【予算総括表 I-1-(1)-① 17,568千円の一部】

- ①東アジア市場へのセールスコール、インフルエンサー招聘
- ②東南アジア市場(タイ、ベトナム、マレーシア、インドネシア)へのセールスコール、インフルエンサー招聘、JNTO 主催商談会参加
- ③欧州市場へのセールスコール、JNTO 主催商談会参加
- ④ツーリズム EXPO ジャパン 2023 と同時開催される Visit Japan Travel Mart への参加

### ウ 国内プロモーションの効率化による府域周遊の促進

【予算総括表 I-1-(2)-①:6,782千円、I-3-(1)-⑤⑥⑦:計 18,721千円、I-4-(1):57,359千円の一部】

- ①マーケティング分析に基づき大阪府域の豊富かつ魅力的なコンテンツをテーマ別に分かりやすく紹介する Web サイトの構築
- ②大阪市内の様々なエリアを目的とした来訪を促すため、エリアの魅力を最大限に活かした商品を造成
- ③G7 貿易大臣会合の開催地となる堺を令和5(2023)年度の重点エリアと位置づけ、堺打刃物、お茶・和菓子、古墳、自転車といった堺の魅力を活用した取組みを堺市と連携して実施

- ④ツーリズム EXPO ジャパン 2023 の大阪開催にかかる大阪ブース出展
- ⑤令和 3(2021)年度から開発に着手し、令和4(2022)年度に初期仕様版としてリリースした大阪観光アプリ『(仮称)Discover Osaka』の XR 機能を活用したアプリのダウンロード及び同機能を活用した府域周遊の促進(※再掲)
- ⑥大阪観光局保有データ『ユニバーサル DMP』を活用した府内市町村ごとの観光戦略策定の支援(※再掲)
- ⑦ゴールドステッカー飲食店応援事業の後継となる新たな観光関連事業者支援の取組み
- ⑧民間企業との連携による LINE アカウント『Desika:大阪でしか』を活用した観光情報発信

### (3) 大阪・関西万博、IR 開業に向けた SDGs の機運醸成及び取組みの推進

#### ア ユニバーサルツーリズム

【予算総括表 I-1-(3)-③:4,000 千円】

- ①大阪観光局公式 Web サイト内に専用ページを開設し、観光施設や交通に関する情報を掲載
- ②行政、交通事業者、宿泊事業者、旅行事業者で構成する「大阪ユニバーサルツーリズム推進協議会」の運営により、ユニバーサルツーリズムの普及促進及び環境整備を推進
- ③心のバリアフリーに関するセミナー開催による受入機運の醸成モデルコース及びプログラム開発

#### イ LGBTQ ツーリズム

【予算総括表 I-1-(3)-④:25,875 千円、I-5-(3)-①②③④:計 6,000 千円】

- ①大阪＝アジア No.1 の LGBTQ フレンドリー都市としての認知向上及び受入機運醸成に向けた宿泊施設等へのセミナー開催
- ②大阪での LGBTQ ツーリズムの同期付けとなる商品の磨き上げ及び新規開発
- ③商品のプロモーション・磨き上げのための FAMトリップの実施

#### ウ 留学生支援

【予算総括表 I-1-(1)-②:7,941 千円の一部、I-5-(2)-①②③:計 4,000 千円】

経済面や進路面への不安といった留学生が抱える課題を解決するための「誘致」「支援」「活用」「就労」という 4 分野にわたる16のアクションプランに基づきグループチャットツール「Spatial Chat」を活用した留学生誘致「EduOsaka」の実施(「誘致」関係)、第3回外国人留学生 EXPO、留学生ウィークの開催(「支援」関係)をはじめ、留学生を活用したボランティア活動と

いった取組み(「活用」関係)、上記イベントや専用 Web サイト『STUDY IN OSAKA』における企業と留学生のマッチング支援、就職支援セミナーの開催、インターンシップによる観光人材の育成(「就労」関係)などを実施

#### エ 教育旅行誘致

【予算総括表 I-1-(1)-②:7,941 千円の一部】

- ①体験型教育旅行商品である『大阪 B&S プログラム』新規コース造成(3 本以上)及び同コースのガイド育成(国内向け)
- ②『まいど!大阪 EXPO プログラム』の磨き上げ(国内向け)
- ③5府県連携による共同プロモーション、学校交流の実施(海外向け)

#### オ 大阪みどりの取組み

- ①大阪・関西万博に向けゲートウェイ構想を進める上で必要な環境、ウェルネス、など大阪での環境対策事例の発信
- ②環境に関する国、地方自治体、施設などの活動に関与し、大阪での活動事例を拡大・支援
- ③御堂筋の魅力向上に向け、道路管理者と連携した道路などの緑化検討

#### カ ペットツーリズム

【予算総括表 I-1-(3)-⑤:1,000 千円】

- ①専用 Web サイトの掲載情報拡充
- ②ペットと共に周遊できるモデルコースの構築
- ③ペットイベントへの出展
- ④ペット冊子の制作

### (4) 「大阪＝日本の観光ショーケース」に向けた取組みの推進

#### ア スポーツツーリズム

【予算総括表 I-1-(3)-②:2,000 千円】

- ①「大阪・関西スポーツツーリズム&MICE 推進協議会」の運営
- ②大阪を本拠とするプロスポーツチームと連携したプロモーション
- ③全国のサイクルルートと大阪府内のサイクルルートの連携を深め、サイクリストが堺を經由して自転車で万博会場に向かうための課題整理及び調査
- ④堺をはじめ府内市町村における自転車イベントや自転車部品製造技術の発展などに関する情報発信
- ⑤留学生による自転車を活用した堺市内の周遊及び情報発信

#### イ スポーツ MICE

【予算総括表 I-2-(1)-③:8,931 千円の一部】

- (ア) 令和5(2023)年に再誘致をめざす大会  
・「KILORUN OSAKA 2023(仮)」

- 「走る・食べる・観光する」を一度に楽しめるタイ発グルメマラソンイベント
- ・Red Bull 主催イベント
- アクションスポーツやモータースポーツ、ゲーミングなど Red Bull が関わるイベント

参考:「Red Bull Dance Your Style 2022」

「RED BULL BOX CART RACE OSAKA 2022」

(イ) 今後誘致をめざす国際大会または国際会議

【令和7(2025)年以降】

- ・第1回 全世界フルコンタクト空手道選手権大会(令和7(2025)年5月予定)
- ・世界バドミントン選手権大会(開催日未定)

【令和9(2027)年以降】

- ・Velo-city(サイクリングに関する世界最大の国際会議)

ウ 大阪の食の取組み

【予算総括表 I-1-(3)-⑥:1,000千円、I-5-(5)-①②:計1,450千円】

- ①学校法人村川学園が進める『泉州美食 EXPO』プロジェクトと連携した泉州地域の食文化をコンテンツとした gastroノミーツーリズム情報の発信
- ②大阪における高付加価値な食体験を体験予約サイト『DeepExperience』内で販売するコンテンツの開発(『あじわい大阪』と連携)
- ③南大阪・泉州地域を中心とした食のSDGsセミナー及びサステナブル体験の造成や商品化、プロモーションの実施
- ④大阪府内のハラル取扱店舗情報の発信

エ ラグジュアリー(受入環境整備)

【予算総括表 I-1-(1)-③:1,000千円】

- ①(仮称)ラグジュアリー協議会の運営
- ②大阪・関西万博開催を見据え、府内の空港やヘリポートなどに対し離発着場整備に向けた働きかけ など
- ③大阪湾ベイエリアの複数の港を係留地に設定するための働きかけ 例)天保山、夢洲や堺港など
- ④大人数でも楽しめる空間(スペース)や世界のトレンドとなっているコンテンツ情報を収集するためのネットワーク構築
- ⑤富裕層向けの上質コンテンツ整備を通じた関係者とのパートナーネットワーク構築 例)メディカル&ヘルス、大阪の食、文化芸術観光など
- ⑥旅行者のニーズへの即時対応にかかるコンシェルジュ機能の育成及び向上  
ラグジュアリー(メディカル&ヘルスツーリズム)

【予算総括表 I-3-(1)-④:6,713千円】

- ①メディカル&ヘルスツーリズムの関係事業者等が進めている同事業を府内で

さらに展開していくため、アドバイザー機関である「(仮称)大阪国際医療貢献推進委員会」を設置し、大阪観光局が事務局を運営

- ②大阪の医療関係者、旅行事業者と共に、事業推進にかかる意見または提言、海外市場へのPR、ステークホルダーの加入促進、富裕層向けコンテンツ開発などを実施

#### カ 文化芸術観光

【予算総括表 I-1-(3)-⑦:4,000 千円】

- ①文化芸術観光ネットワーク大阪『Art Flavor Osaka』の運営
- ②文化芸術コンテンツを重点的に発信し、新たな観光を創出するための情報ポータルサイトを開設
- ③Instagram アカウント『Art of Osaka』を活用し、文化芸術観光ネットワーク大阪の活動情報や大阪の文化芸術コンテンツの魅力を積極的に発信し、大阪ファンを拡大
- ④大阪府内で開催される誘客効果の高い文化芸術活動やイベントについて、誘致・後援及び大阪観光局の情報発信媒体を活用した後方支援を実施

#### キ ナイトカルチャー

【予算総括表 I-3-(1)-⑨:7,500 千円】

- ①『大阪楽遊ナイトパス(Osaka Night e-Pass)』の販売開始
- ②美術館、博物館等の夜間営業(ナイトミュージアム)の実現に向けた検討
- ③インバウンドに好評な大阪のクルーズの営業時間拡大に向けた課題整理、働きかけ
- ④VISA と連携した冊子『Osaka DownTown of Japan』制作及び府内約400箇所の宿泊施設、観光案内所への配布

#### ク 広域連携の取組み

【予算総括表 I-3-(1)-⑤:3,371 千円の一部、I-5-(1)-①②③④:計 17,000 千円】

- ①関西広域連合が提唱する「ONE 関西」、兵庫県との連携をはじめ、「温泉」、「忍者」、「テーマパーク」や「夜景」といったテーマ別で日本全国の自治体やDMO と連携した魅力的なルートづくりを実施
- ②包括連携協定を締結している自治体やDMO との共同プロモーションなどの実施

#### ケ 府域周遊の取組み

【予算総括表 I-3-(1)-⑦:10,350 千円の一部、I-3-(1)-⑧:10,812 千円】

- ①市町村またはエリアにおけるテーマごとの取組み

市町村・エリア	テーマ	取組内容
北大阪・箕面	自然・歴史文化	みどり・自然(滝)、寺社(瀧安寺、西江寺、勝尾寺)など歴史・文化を活かしたコンテンツ開発
羽曳野・柏原	スポーツ・自然、食	サイクリングとワイン、ぶどう、梅酒といった食資源を合わせたコンテンツ開発
北河内・中河内地域 (門真・東大阪・八尾・柏原など)、堺	ものづくり	近隣連携産業観光「ファクトリズム」や東大阪町工場「こーぼへ行こう」など世界に誇るものづくりをテーマとしたコンテンツ開発
堺・羽曳野 藤井寺	世界遺産	百舌鳥・古市古墳群への周遊観光ルートづくりによる誘客促進(キャンペーンを活用した商品開発・プロモーションなど)、達人ガイドによるツアー商品化、ガス気球体験を含むコンテンツ開発
河内長野・泉佐野	日本遺産	竹内街道、中世文化遺産など日本遺産登録のブランドを活かした情報発信、誘客促進
泉州	食	食・食文化をテーマとした食のSDGsに関するセミナーの開催及び情報発信、モデルコースの造成、和泉市(農泊体験)、阪南市(なにわ黒牛、日本酒、漁業)、大阪産(もん)(水なす、泉州玉葱、海産物)などの情報発信
堺	歴史・文化	茶の湯文化、歴史文化、食文化、和菓子、伝統産業を軸としたコンテンツ開発
岸和田・泉州	歴史文化/食	岸和田城下町(城郭)を活用したコンテンツ開発、特産野菜の彩誉(あやほまれ)人参加穫ツアー、だんじり、黒鯛(チヌ)を使ったメニュー開発
箕面・四條畷	みどり	フォーラムの実施、自然を活かしたSDGsにもつながるコンテンツ開発
大阪・全域	まつり・伝統行事	天神祭、住吉祭、だんじり祭をはじめとする伝統行事、寺社、城郭等の文化財を活用した特別感のあるコンテンツ開発

②マーケティング分析に基づき大阪府域の豊富かつ魅力的なコンテンツをテーマ別に分かりやすく紹介する Web サイトの構築(※再掲)

- ③令和 3(2021)年度から開発に着手し、令和4(2022)年度に初期仕様版としてリリースした大阪観光アプリ『(仮称)Discover Osaka』の XR 機能を活用したアプリのダウンロード促進及び同機能を活用した府域周遊の促進(※再掲)
- ④大阪観光局保有データ『ユニバーサル DMP』を活用した府内市町村ごとの観光戦略策定の支援(※再掲)
- ⑤民間企業との連携による LINE アカウント『Desika:大阪でしか』を活用した観光情報発信(※再掲)
- ⑥府内市町村と旅行会社の意見交換会(ビジネスマッチング)の実施
- ⑦令和 5(2023)年度の特徴的な取組み

【令和5(2023)年度の重点エリアである堺市に関する取組み】

<p>・伝統産業関連 『RED-U35』(35歳以下の料理人による日本最大級のコンペティション)の大阪誘致、最終審査を堺で開催するための関係者間協議</p>
<p>・歴史文化関連 大阪観光アプリ『(仮称)Discover Osaka』の XR 機能を活用し、ガス気球ゴンドラ内または発着地にアニメキャラクターを表示して集客を促進</p>
<p>・自転車関連 全国のサイクルルートと大阪府内のサイクルルートの連携を深め、サイクリストが堺を經由して自転車で万博会場に向かうための課題整理及び調査(※再掲) 堺をはじめ府内市町村における自転車イベントや自転車部品製造技術の発展などに関する情報発信(※再掲) 留学生を活用したサイクリングで堺市内を周遊するイベント(※再掲) など</p>
<p>・茶の湯関連 府内の様々な魅力コンテンツをまとめた新たな Web サイト(※再掲)内に堺の特集ページの制作検討 お茶、和菓子に関する堺市の取組みを情報発信</p>

コ 大阪市内エリアゾーニング

【予算総括表 I-3-(1)-⑥:5,000千円】

- ①ダウンタウンエリア(新今宮・新世界)、ベイエリア(咲州・築港・舞洲・夢洲)の特色を活かしたコンテンツ開発
- ②船場・中之島エリア及び鶴橋コリアタウンのコンテンツ販売及び販促プロモーション
- ③大阪市内のエリアマップサイト構築

(5) 高付加価値 MICE 都市の実現

ア MICE 推進活動

【予算総括表 I-2-(1)(2)(3)(4):計 34,751 千円の一部、I-5-(4)-①②③④:計 5,000 千円】

- ①パンフレット、動画などの PR ツール刷新、海外発信の強化
- ②SDGs for MICE 評価制度の認知拡大及び推進
- ③Team OSAKA MICE による大阪・関西万博に関連した MICE 誘致・創出
- ④「大阪 MICE 誘致戦略」に基づいた MICE の推進

イ Team OSAKA MICE

【予算総括表 I-2-(1)(3):計 19,791 千円の一部】

主要な MICE 施設、ホテル、旅行会社、会議運営会社など、大阪の MICE 関連事業者とともに発足した「Team OSAKA MICE」により、大阪・関西万博の機運醸成及び万博期間中の MICE 誘致の促進

(6) その他事業等

ア 自主財源の獲得

【予算総括表 I-4-(4):2,800 千円】

- ①賛助会員限定イベント「会員の集い」の開催
- ②観光関連事業者支援の取組みを通じた新規会員の獲得
- ③オフィシャルパートナー事業
- ④ライセンスビジネス等の手数料収入等の拡大

イ 大阪観光局パス事業

【予算総括表 I-3-(1)-⑥:5,000 千円、I-3-(1)-⑨:7,500 千円、I-3-(2):計 64,914 千円、I-4-(1):計 57,359 千円の一部】

- ①大阪楽遊パスの販売及び販促プロモーション
- ②『大阪楽遊ナイトパス(Osaka Night e-Pass)』の販売開始

ウ フィルム・ツーリズムの推進

【予算総括表 I-1-(4)-①:10,735 千円】

「大阪フィルム・カウンシル」による SNS を活用した情報発信やロケ地観光マップの活用検討

エ 観光案内所運営事業

【予算総括表 I-3-(1)-①②③:計 117,149 千円】

難波、大阪、新大阪観光案内所の運営

オ 観光インフラの推進

【予算総括表 I-3-(3)-①②:32,306 千円】

『Osaka Free Wi-Fi』の環境整備、調査等

カ 観光案内窓口のワンストップ化の確立

【予算総括表 I-3-(4)-①②③:22,250 千円】

多言語コールセンター(Osaka Call Center)の運営

キ 広報活動の推進

【予算総括表 I-4-(3):5,208 千円】

記者会見、大阪観光大使等の活用、セールスツール制作など