

来阪外国人旅行者数を2012年203万人から、2016年450万人へ

2013年の目標値 203万人 → 260万人(+57万人)

民間ノウハウを最大限に活かして展開



- ◆ 具体的なデータに基づくマーケティング
- ◆ 総花的な取り組みではなく、ターゲットを明確にした取り組みへ
- ◆ 費用対効果を考え、柔軟な事業展開へ

関西国際空港での 外国人動向調査

- ◆ アジアからの旅行者67%
- ◆ 旅行目的は、
レジャー72%、ビジネス14%
- ◆ 平均滞在日数 4.6日
- ◆ 滞在に満足 96%

調査期間：H25.4.15～7.15
調査時間：9:00～17:00
調査サンプル数：4,656人
調査方法：聞き取り調査

事業進捗状況

- ◆ 海外プロモーション展開
 - ・情報提供型⇒顧客本位・提案型のプロモーションへ
 - ・中国・台湾・香港地区、韓国地区、東南アジア地区、欧米・豪州地区の4つのエリアをターゲットに、市場別担当チームをおいて取り組み強化
- ◆ 大阪の魅力を活かした集客
 - ・天神祭など大阪の魅力を活かした旅行商品化の働きかけ
 - ・大阪城スーパーイルミネーションショーなど集客・旅行商品化のための新たな観光コンテンツの創出
- ◆ インターネット戦略
 - ・外国人から不満の多いWi-Fi環境の整備推進をはじめ、多様な情報発信を実施
- ◆ MICE誘致
 - ・大阪MICEビジネスアライアンス(仮称)の設置、MICE見本市開催準備