

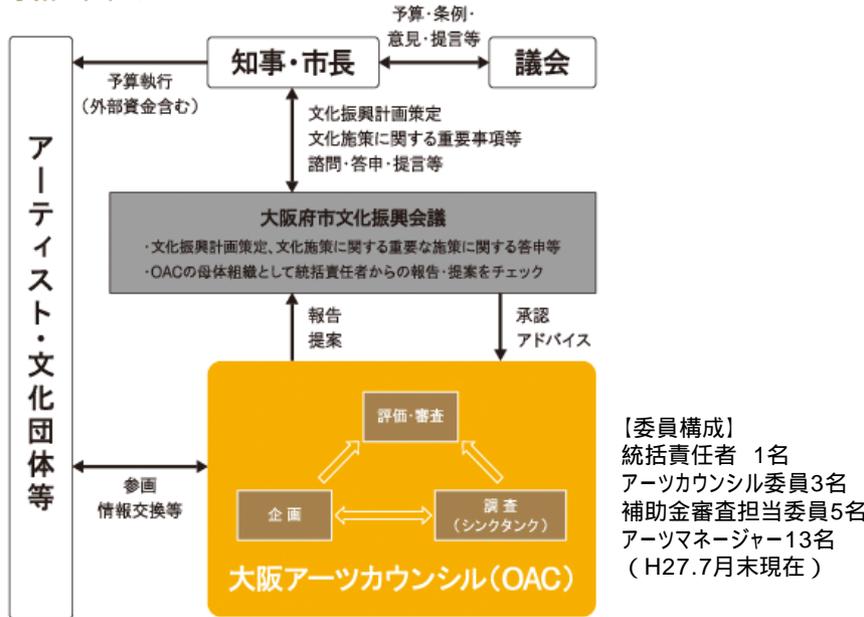
～大阪にふさわしい文化行政の展開～

<大阪アーツカウンシルの設置>

文化施策を推進する新たな仕組みとして、行政と一定の距離を保ち、芸術文化の専門家等による評価・審査等を行うアーツカウンシル部会（通称：「大阪アーツカウンシル」）を大阪府市文化振興会議の部会として平成25年度に設置。

評価機能（府市文化事業の検証・評価及び改善提案、補助事業採択の審査等）、企画機能（新たな事業やパイロット事業などの企画・立案等）、調査（シンクタンク）機能（情報の収集、分析、提供）によって府内の文化施策を推進。

事業の仕組み



【アーツカウンシルの取組みをもとにした文化施策推進の成果】

提言をもとにした新たな文化事業の実施 芸術文化魅力育成プロジェクトの実施(H27.10～11)
 アート、音楽、演劇等の大阪にある優れた文化事業を結集し、磨きをかけ、強力発信するため、府内の若手プロデューサーが果敢に挑戦して合同で作り出すプロジェクトを具体化(準備作業中)
 ・「知る」プログラム……上方伝統芸能のショーケース、ワールドミュージック公演等
 ・「体験する」プログラム……上方伝統芸能の体験ワークショップ、伝統芸能と現代アートのトーク
 ・「本物を見る」プログラム…伝統芸能と現代アートのコラボレーション公演、新作演劇の公演等

事業の検証評価をもとにした文化事業のPDCAサイクルの取組み
 提言やアドバイスに対して対応可能なものから直ちに具体化
 例)上方演芸資料館の直営による機能強化、補助金説明会の合同実施、個別事業の見直し等

アーツカウンシルによる情報発信の強化(ホームページアクセス件数の推移)

H26.4～H27.3 35,107件(月平均 @2,926件)
 H27.4～H27.7 17,969件(月平均 @4,492件)

<主な取り組み内容>

評価機能

府市文化課所管事業の検証・評価等の実施

- ・府市文化課所管46事業（府18事業、市28事業）を中心に延べ約100件の現地調査を実施し、各事業の評価と提案内容を取りまとめ【H25】
- ・シンポジウム等参画21回、補助金採択審査会7回等を通じて府内の文化事業の現状を把握【H25】
- ・平成25年度の事業評価結果や、提案内容に対する取り組み状況を中心に府市文化課所管44事業（府19事業、市25事業）の評価と提案内容を取りまとめ【H26】
- ・上方演芸資料館の施設の方向性、文楽協会への補助のあり方等の個別課題の検討のため、現地調査や関係者ヒアリング等を実施し、提言を取りまとめ【H25、H26】

企画機能

府内の文化事業の現状分析をもとに、新たな文化事業の企画を提言【H26】

府内の文化事業の現状分析

大阪は、「文化資源は豊富だが、ジャンル間のつながり交流が薄い」。結果的に、文化力が「見えない」、「都市魅力」等に発展しないことが課題。事業を実施するプロデューサー等の人材不足は特に深刻。

課題解決のための提言

同じエリア、同じ時期に文化事業を結集し、大阪の文化力を「見せる」。まずは、文化的インフラの蓄積がある中之島界隈で事業を実施。実験、挑戦、成果を蓄積し、「新たな人材、新たな知恵、あらたな手法の開拓」にも取り組む。

事業実施に向けた機運の醸成

府内で活躍する40歳以下を中心とした若手プロデューサー等に呼びかけを行い、「U40ミーティング」を開催し、ジャンル間の交流や新規事業実施に向けたキックオフを実施。

調査機能、その他

事業評価の質の向上や評価する人材育成の取組み

- ・府市の文化事業を題材としたアーツマネージャー育成講座の実施【H27】
- ・新事業の調査、アーカイブ化に向けた取組み
- ・芸術文化魅力育成プロジェクトの調査・記録を通じて、事業スキームの検証及び共有化など【H27】

アーツカウンシルの情報発信強化の取組み

- ・アーツカウンシルホームページの開設【H26】
- ・アーツカウンシル出張ルームの設置（江之子島文化芸術創造センター内）【H26】

【課題】

- ・アーツカウンシルの体制整備と主な機能である、評価機能（府市文化事業の検証・評価及び改善提案、補助事業採択の審査）、企画機能（新たな事業やパイロット事業などの企画、立案等）、調査機能（情報の収集、分析、提供）の具体化
- ・府市文化事業のPDCAサイクルの確立と定着

【今後の方向性】

- ・アーツカウンシルによる評価・審査の内容や改善提案等について、府市として必要な予算の確保など、可能なものから具体化できるよう調整を進めるとともに、引き続きアーツカウンシルの機能の充実強化に取り組む、活動内容のアーカイブ化など基礎資料の整備を進める。

～大阪観光局を創設しスピード感ある戦略的・挑戦的な取組みを推進～

- ・大阪府市の共通戦略「大阪の観光戦略」に掲げる2020年外国人旅行者650万人達成に向け、戦略的に観光集客を促進するエンジン役として、平成25年4月に大阪観光局を設立。
- ・大阪観光局事業の実施主体は、(公財)大阪観光コンベンション協会とし、同協会内部に大阪観光局事業を管理統括する大阪観光局長のポストを設置。観光局長には民間の観光のプロを据え、権限と責任、裁量のもとで事業を実施。

<主な事業実績>

1. トラベルミッションの推進

トップセールスや市場別ニーズに応じたきめ細かいセールスを展開

中国・香港・台湾エリア

「個人旅行」をターゲットに、大規模な観光博等への出展や旅行代理店等へのセールス等を展開
(例)・香港国際旅遊展(約9万人参加)や台北国際旅行博(約34万人参加)への出展



韓国エリア

大規模な観光博への出展やLCC航空会社とのタイアップ事業によるファミトリップ等を実施
(例)・HANATOUR博覧会などの大規模な旅行博覧会への出展
・大手旅行社に「大阪周遊バス」35,000枚販売

東南アジア・豪州

訪日旅行フェアでのPRや、今後の伸びが期待されるムスリム受入対応のためのセミナー等を実施
(例)・タイで周遊バスのプロモーション等を実施し、4社と契約を締結
・東南アジア6カ国より旅行会社29社を招聘し、商談会を実施

欧米エリア

観光博において商品造成のためのPRやプロモーションを実施
(例) FITUR2015(スペイン、約22万人参加)への出展や西海岸(サンフランシスコ等)を中心に旅行会社等へのセールスを実施

【成果】

アジア市場別セールス訪問・商談件数(2014年の主な実績: 暫定件数)
中国エリア: 58件 - 重慶春秋航空等新規路線のツアー造成
東南アジア: 86件 - 「大阪周遊バス」タイで4社と購入契約
韓国エリア: 65件 - 大手旅行社に「大阪周遊バス」35,000枚販売

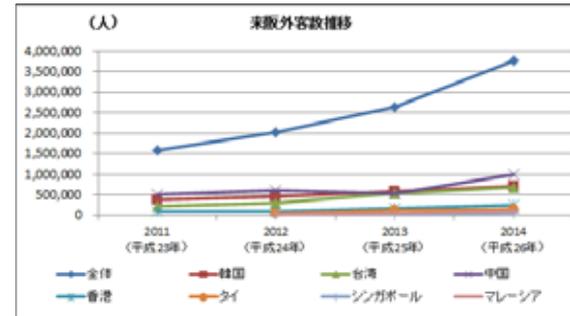
2014年来阪外国人旅行者数(数値は暫定値)

韓国: 721,286人(対前年比124.8%) タイ: 149,268人(対前年比114.3%)
台湾: 679,157人(対前年比128.0%) シンガポール: 56,535人(対前年比165.0%)
中国: 1,009,092人(対前年比190.8%) マレーシア: 98,311人(対前年比204.8%)
香港: 265,755人(対前年比151.6%)

来阪外客数

	2011 (平成23年)	2012 (平成24年)	対前年 伸び率	2013 (平成25年)	対前年 伸び率	2014 (平成26年)	対前年 伸び率	対2011年 伸び率
全体	1,582,670	2,028,292	128.2%	2,625,114	129.4%	3,757,592	143.1%	237.4%
韓国	370,224	447,910	121.0%	578,129	129.1%	721,286	124.8%	194.8%
台湾	240,542	304,877	126.8%	530,597	174.0%	679,157	128.0%	282.3%
中国	501,722	614,788	122.5%	528,969	86.0%	1,009,092	190.8%	201.1%
香港	97,419	93,925	96.4%	175,282	186.6%	265,755	151.6%	272.8%
タイ		63,075		130,649	207.1%	149,268	114.3%	※2 236.7%
シンガポール		23,605		34,260	145.1%	56,535	165.0%	※2 239.5%
マレーシア		30,984		48,014	155.0%	98,311	204.8%	※2 317.3%

※1 来阪外客数は、推計値。日本政府観光局(JNTO)の「訪日外客数」に、大阪府訪問率(観光庁「訪日外国人の消費動向」)を乗じて算出
※2 タイ、シンガポール、マレーシアについては対2012年の伸び率



【課題】

- ・宗教上の理由から戒律の厳しいイスラム圏からの観光客の受入環境整備
- ・2020年の目標である来阪外国人旅行者650万人に向けた受入環境の整備
- ・2020年の東京オリンピック・パラリンピックなどの大規模な国際大会を見据えたプロモーションの戦略的拡大
- 【今後の方向性】
- ・観光事業者を集めたムスリムセミナーの開催、多言語対応やハラール対応など受入環境の整備促進
- ・市場別にターゲットに応じたきめ細かいセールスの展開

2. MICE誘致の推進

MICE誘致の仕組みづくり・誘致活動

関連事業者による「大阪MICEビジネスマリアンス」を中心とした、展示商談会の開催や、コンベンションの誘致・支援など、MICE誘致の取組みを推進



- ・大阪MICEイニシアチブ・ショーケースの実施
- ・東京と大阪で開催(参加者数706名、出展企業数74社)
- ・インセンティブツアーの誘致: 11か国、43件(参加者数 19,416名)

国際会議開催件数

	2011年 (H23)	2012年 (H24)	2013年 (H25)	2014年 (H26)	対2011年 伸び率
大阪府	135	281	314	259	191.9%
全国順位	5	3	2		

出典: 日本政府観光局(JNTO)「国際会議統計」
但し、H26実績は大阪観光局の暫定数値

インセンティブツアーの誘致・開催件数

	2011年 (H23)	2012年 (H24)	2013年 (H25)	2014年 (H26)	対2011年 伸び率
件数	14	30	43	43	307.1%
参加者数(人)	2,078	7,620	10,170	19,416	934.4%

出典: 公益財団法人大阪観光局事業報告(H26の実績は暫定数値)

MICE外国人参加者数

	2011年 (H23)	2012年 (H24)	2013年 (H25)	2014年 (H26)	対2011年 伸び率
6,865人	19,866人	23,282人	25,442人	370.6%	

日本政府観光局(JNTO)「国際会議統計」の基準をもとに大阪観光局にて算出
(H26の実績は大阪観光局集計の暫定数値)

【成果】

(H26[2014]年)目標及び実績
・国際会議開催件数 310件 259件
・MICE外国人参加者数 23,000人 25,442人
実績は、大阪観光局集計の暫定数値

【課題】

- ・MICEマーケティング活動の促進
- ・MICEビジネス・アライアンスによる事業展開
- ・MICE開催支援の強化
- 【今後の方向性】
- ・MICEビジネス・アライアンスの機能強化やホテルや会場等の受入環境整備

～大阪観光局を創設しスピード感ある戦略的・挑戦的な取組みを推進～

3. 外国人受入環境の整備

観光案内所の機能充実

梅田と難波の2箇所で開催(H27.4～)。
 広域情報拠点とした、府域や近隣の観光情報を提供
 JNTO外国人観光案内所認定制度の最高ランク「カテゴリ-3*」を取得
 * 英語スタッフが常駐かつ英語以外の2言語対応が常時可能など



Osaka Free Wi-Fiの整備拡大

6言語対応の無料Wi-Fiサービスを提供(H26.1.29～)するなど、観光客の利便性向上に向け、Wi-Fi環境の整備を推進。
 ・ 府内アクセスポイント2,709箇所 (H27.3月末現在)

ムスリム対応の推進

観光施設・飲食店を対象に観光客受入セミナーの開催や、おもてなしガイドを発行

HP・SNS等による情報発信(6言語)

口コミ情報を活用したSNSを多言語で運営し、相手国ニーズに合わせた大阪の魅力をリアルタイムで発信
 ・ 27.3月末現在会員数 約40万人(前年度比129%)
 ホームページによる情報発信(アクセス数:約5,700万PV)

Osaka Free Wi-Fi設置状況

●アクセスポイント数 (平成27年3月末日現在)

	大阪市内	大阪市内以外					合計
		北大阪	東部大阪	南河内	泉州	小計	
Osaka Free Wi-Fi	548	0	15	18	49	82	630
Osaka Free Wi-Fi Lite	1,168	234	312	102	263	911	2,079
合計	1,716	234	327	120	312	993	2,709

出典:公益財団法人大阪観光局

4. 大阪の認知度向上

海外での大阪の知名度向上を目指した大型イベントの誘致やメディアを通じた認知度向上を推進

- ・「大阪光の饗宴」と連携した冬季集客イベントの誘致
- ・アジア・パシフィックエリアにおけるCNNでの大阪CM放映



5. 国内プロモーションの推進

国内向けセールス活動

- ・京都など周辺都市や府内市町村とした連携プロモーション
- ・JR西日本との連携による九州や北陸圏等でのプロモーションの開催

伝統行事等を活用した旅行商品の造成・PR

天神祭観覧席・奉拝船席の販売(2,226席販売)

フィルムコミッションの推進

- ・大阪の魅力を発信するため、ロケ誘致や支援活動、ロケ地を活用した観光PRを実施
- ・邦画「円卓」では、舞台となった府内市町村と共同でロケ地を巡るスクリーンツーリズムを実施



6. プロモーションツールの作成

大阪観光ガイドブックの作成・配付

5言語で作成、案内所や海外旅行博等で配布
 (作成部数 カイトブック:約43万部、マップ:28万部)

ムスリムフレンドリーマップの作成

ムスリム観光客向けにホテルやレストランを紹介したガイドマップを会員企業と作成、空港やホテル、海外旅行博等で配布(2万部作成)



H23年 H26実績

	H23(2011)年	H26(2014)年
来阪外国人旅行者数	158万人	376万人
外国人延べ宿泊者数	237万人	620万人
延べ宿泊者数	2,176万人	2,837万人
国際会議開催件数	135件	259件
MICE外国人参加者数	6,865人	25,442人

大阪観光局集計による暫定値

【課題】

- ・ 社会情勢の変化に対応できる組織・事務事業の見直しや、事業検証に基づく業務執行体制の見直し・強化
- ・ 外国人観光客の急激な増加への対応
- ・ 2020年の目標である来阪外国人旅行者650万人に向けた受入環境の整備

【今後の方向性】

- ・ 企画・マーケティング部門の強化等、社会情勢の変化に的確に対応した施策提案のできる組織への再構築や、コンプライアンス機能の強化
- ・ 行政や経済界等の関係者と連携・協力のもと、環境整備の課題解決に向けた対応の協議・検討

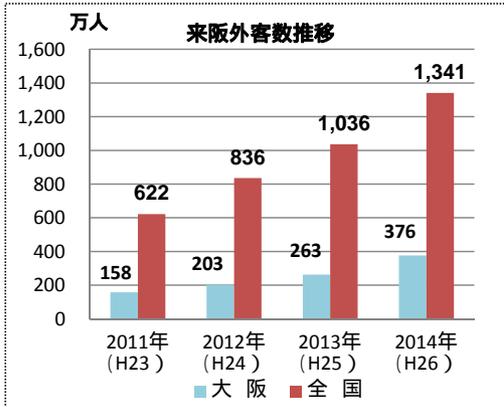
来阪外客数 (単位:人)

	2011年 (H23)	2012年 (H24)	2013年 (H25)		2014年 (H26)			
			対前年 伸び率	対前年 伸び率	対前年 伸び率	対2011年 伸び率		
全国	6,218,752	8,358,105	134.4%	10,363,904	124.0%	13,413,467	129.4%	215.7%
大阪	1,582,670	2,028,292	128.2%	2,625,114	129.4%	3,757,592	143.1%	237.4%

[来阪外客数] 訪日外客数(1) × 府訪問率(2) による推計値(府独自推計)

1[訪日外客数]「訪日外客数の動向」(JNTO)より抜粋(一部暫定値を含む)

2[府訪問率]「訪日外国人の消費動向」(観光庁)より抜粋(H23年調査は4-12月期のみ)



延べ宿泊者数 (単位:人泊)

	2011年 (H23)	2012年 (H24)	2013年 (H25)		2014年 (H26)			
			対前年 伸び率	対前年 伸び率	対前年 伸び率	対2011年 伸び率		
延べ宿泊者数	21,764,630	23,343,620	107.3%	23,881,430	102.3%	28,369,250	118.8%	130.3%
外国人延べ宿泊者数	2,365,390	3,060,850	129.4%	4,314,500	141.0%	6,200,160	143.7%	262.1%

出典:観光庁「宿泊旅行統計調査」

