

# 令和4年度 事業計画書

《初めに》

補助金が前年72%の1,700万円となった理由としては「ふるさと納税事業」の手数料収入の拡大があります。

シャープ株式会社様の参入でトータル17,050件もの取扱いをさせて頂き、これは定期監査でも指摘のあった「自主財源の確保」を目指す事を、現実のものとして致しました。

本事業に関しましては、決して棚から牡丹餅ではなく、事務的業務を含め、事業者、寄附者との交渉、対応を日夜求められるもので、手数料収入の獲得は、事業としての成果と自負しております。

一方、ふるさと納税事業のために「観光協会が存在するのではない」というご指摘は従来よりございます。実際、件数が増すにつれ、日々の業務ウエイトも比例する訳で、我々は観光振興とふるさと納税事業の両立、均衡を保ち、協会存続のため、バランスのよい運営を目指さなければなりません。

つまり「観光振興」拡大の為の「ふるさと納税事業推進」という目標を持ち、八尾市のものづくり基盤を有効に活用した観光振興策で成果を上げて参ります。

## 1 「観光案内所」施設運営の方向性

### 【1】施設の管理運営を行う上での基本方針

- ①年間307日間の観光案内所の管理、設備運営
- ②「観光案内所内」やおサイクリングステーションの管理、設備運営

### 【2】施設の有効利用と活性化のための施策

- ① レンタサイクル活用による来訪者拡大と観光振興
  - ・マイクロツーリズムメニューの拡大
  - ・サイクリングマップの拡大と利用促進
- ② 情報発信基地としての観光案内所の役割を明確化する
- ③ 観光案内所定義を改めて認識する
  - ～観光地や空港、駅などに設置される無償で観光情報を提供する場所～
  - ・地域と来訪者との窓口
  - ・市内にある観光地、公共交通機関、イベントなどの情報提供

- ・市内マップ、ガイドマップ、公共施設案内書などの無償提供
- ・協会会員を中心とした事業の広報活動（宣伝印刷物提供）
- ・独自観光ツアーの開催案内~参加者募集
- ・オリジナルフリーペーパーの提供
- ・SNS発信の対応（取材）
- ・レンタサイクル業務
- ・土産物の販売 等

すなわち「立地・機能・サービス」の三本柱があっこそ「観光案内所」といえる

### 【3】観光案内所運営の為にスタッフ体制整備

- ① 週5勤をスタッフ4名で「機動力が低下しない」シフト体制の確立
- ② 体験プログラム満足度向上のため、案内人のおもてなし、魅力発信向上の為に人材育成
- ③ 観光地域づくり法人（DMO）登録を見据えたスキルアップ

### 【4】SNSの使い分けで効果的な情報発信

～公式ツイッターを3月10日からスタートしました～

仲間どうしの情報交換「Facebook」、写真投稿でアピール出来る「Instagram」。それぞれの特徴を生かした発信方法を実施しているが、リアルタイムに情報を広域に拡散出来る「Twitter」は、八尾市のものづくり、ふるさと納税事業推進に最適の手段と捉えた。

☆3/10～28 WEB表示回数 13万1897人

■令和4年度来館者目標 =18,000人 月平均 1,500人

2014年（平成26年）	4月～3月総合計	13,799人	月平均1,150人
2015年（平成27年）	4月～3月総合計	14,341人	月平均1,195人
2016年（平成28年）	4月～3月総合計	12,090人	月平均1,209人
2017年（平成29年）	4月～3月総合計	11,635人	月平均821人
2018年（平成30年）	4月～3月総合計	25,581人	月平均2,131人
2019年（平成31年）	4月～3月総合計	27,762人	月平均2,313人
2020年（令和2年）	4月～3月総合計	15,444人	月平均1,404人
2021年（令和3年）	4月～3月総合計	15,964人	月平均1,330人

■令和4年度ホームページ目標アクセス数 =165,000人 月平均13,750人

2014年(平成26年)4月～3月総合計	51,625人	月平均4,302人
2015年(平成27年)4月～3月総合計	83,546人	月平均6,962人
2016年(平成28年)4月～3月総合計	112,530人	月平均9,378人
2017年(平成29年)4月～3月総合計	155,858人	月平均12,988人
2018年(平成30年)4月～3月総合計	167,051人	月平均13,920人
2019年(平成31年)4月～3月総合計	184,958人	月平均15,413人
2020年(令和2年)4月～3月総合計	165,979人	月平均13,832人
2021年(令和3年)4月～2月総合計	154,753人	月平均14,068人

■令和4年度Facebook目標アクセス数 =390,000人 月平均32,500人

2014年(平成26年)4月～3月総合計	247,227人	月平均20,602人
2015年(平成27年)4月～3月総合計	383,046人	月平均31,920人
2016年(平成28年)4月～3月総合計	532,297人	月平均44,358人
2017年(平成29年)4月～3月総合計	420,540人	月平均35,045人
2018年(平成30年)4月～3月総合計	433,201人	月平均36,100人
2019年(平成31年)4月～3月総合計	486,528人	月平均40,554人
2020年(令和2年)4月～3月総合計	355,146人	月平均29,596人
2021年(令和3年)4月～2月総合計	374,602人	月平均34,055人

■令和4年度Instagram目標アクセス数=180,000人 月平均15,000人

2021年(令和3年)6月25日～2月総合計 72,073人 月平均9,009人

## 2 観光に関する事業内容

### 【1】 八尾物語 事業

五感を楽しむプログラムとして前期より、近場観光、マイクロツーリズムに特化した「八尾物語」を展開してきたが、前半は近隣来訪者向けに広報宣伝を強化し、4月～10月迄のスケジュールを掲載した「八尾物語総合パンフレット」を作成し「都市体験型観光」事業の拡大を目指す。

更に後半は、ヤオマニアと連携した独自の付加価値を創造する為、市内事業者と積極的なコラボ活動を展開し、一部始終を動画撮影、YouTubeで配信する。

なお本プログラムを通年化していくための取組みとしてデジタルを強化し、事前決済から顧客管理、インバウンドを見据えた多言語翻訳機能等を備えた「八尾物語」専用予約サイトの立ち上げ・サイト内決済システムの構築等が最優先される。

## 【2】八尾自転車物語 事業

前期は、YouTubeチャンネルを中心に「自転車のまち やお」の認知拡大に努めたが、やはり実走してみたいとお声も多く頂戴した。ついでには今秋に、大和川サイクルロードを活用した企画をヤオマニア読者のアンケート結果から抽出し、実現させたい。また自転車を活用した「スポーツ観戦」や文化芸術と関連付けた企画も立案したい。

ヤオマニア特別号「八尾カレー本」掲載店を自転車で巡る  
(近日中撮影予定)

## 【3】八尾市観光協会プレゼンツ「お仕事場参上」ツアー 事業

“ものづくりやお”の魅力を体験できるツアー企画する。八尾物語、八尾自転車物語で培ったノウハウを生かして、「親子で思い出づくり」を目的とする。具体的には、ふるさと納税エントリー事業者の協力を得て、「工場見学&ものづくり」を親子で体験頂くという内容とする。

- |    |                        |     |        |
|----|------------------------|-----|--------|
| 1. | 世界で「ふたつのフライパン物語」企画運営   | ※協力 | 藤田金属様  |
| 2. | 世界で「ふたつのミキハウス物語」企画運営   | ※協力 | 三起商工様  |
| 3. | 世界で「ふたつのフエキくん物語」企画運営   | ※協力 | 不易糊工業様 |
| 4. | 世界で「ふたつの旭ポンズ物語」企画運営    | ※協力 | 旭食品様   |
| 5. | 世界で「ふたつの大阪プチバナナ物語」企画運営 | ※協力 | 瓢月堂様   |

## 【4】八尾物語 手土産 オリジナル自動販売機 導入事業

観光案内所非対面での「八尾の魅力～手土産」の販売を継続する為に、事業者の全面協力で、魅力的な商品を開発する。

(参考) 河内庵 八尾のカレー 季節限定 (若ごぼう使用) 1つ600円

## 【5】インスタスポット in 「映画のまち・やお」事業

「映画のまち・やお」として、市内に溢れている自然や街並み、歴史遺産等の地域資源を、映画やドラマ等の撮影場所として誘致し、撮影に使用された場所やものの魅力を全国に発信する市の取組みの中で、特にインスタ映えするスポットに焦点をあてる。

また近年、映画やTVドラマより、ゲームやアニメといったロケ地が、観光や誘客への効果が高い傾向がある。そうした背景から、八尾市の認知度向上、誘客拡大に向けてのフィルムコミッション機能の情報を探り、総合的に検証していく。

## 【6】多言語ガイド、多言語マップ等の製作

中国語サイクリングマップに引き続き、訪日外国人向けのガイドブックを制作する。

1. 中国語ガイドマップ制作
2. 英語・韓国語ガイドマップ製作
3. 観光案内所多言語サイン、看板製作

## 【7】広告PR品 広報宣伝物

協会運営（会員対応）関連、または「八尾物語土産事業」拡大の為の広報宣伝物及び八尾自転車物語ツアー参加者向けPR品製作を継続して行う。

## 【8】八尾市観光ボランティアガイドの会 支援事業

ボランティアガイド事業を支援する。

## 【9】ホームページ管理、および更新事業

観光協会ホームページ管理、及びフレーム変更およびデータ編集の更新を継続的に  
行うが、10年目を迎えるにあたり、HPを刷新、その前段階に取り組んでゆく。

## 【10】河内家菊水丸様 トークイベント関連事業

開催出来ない場合は、多言語ガイドブック等の製作費に移行する。

## 【11】八尾市文化財課 書籍販売事業 ～取り扱い書籍～

- ・物語 八尾の歴史
- ・やおの文化財 ～いにしへの煌めき～
- ・埋蔵文化財分布図
- ・国指定史跡 心合寺山古墳
- ・八尾市文化財課紀要14～16 高安千塚シンポジウム記録集
- ・八尾市文化財課紀要17 20周年記録集
- ・新版 八尾の市史 近世資料編1
- ・新版 八尾市史 考古編1
- ・由義寺跡 調査報告書
- ・幻の由義寺 シンポジウム記録集
- ・新版八尾市史 古代・中世史料編
- ・新版八尾市史 民族編

### 3 ヤオマニア発行事業

#### フリーマガジン「ネクスト ヤオマニア」事業

新型コロナウイルス感染症の影響による来訪者の減少からの回復を図る為、八尾市内の飲食事業者等と共に、「誘客プラン造成＝ヤオマニア企画」立案することで、縮小傾向の市内消費需要の回復を図り、観光産業の活性化を目指す。

具体的には八尾市内の飲食店、物販店、2次交通を中心とした小売店で利用できるクーポンなどと連動し、“回遊ヤオマニア”をスローガンに「八尾物語」のブランディング活動に包括する。

1. 名称：新 ネクスト ヤオマニア
2. 仕様：18ページ
3. 発刊：夏号7月末、秋号10月末、冬号12月末、春号3月末
4. 発行数：年間4号 1号あたり8,000部
5. 特徴：八尾物語と連携連動

#### 《今後の展開》

2022年 4月～「Next Yaomania」

2023年 4月～「Yaomania Season10」

2024年 4月～「Expo2025 Yaomania」

### 4 受託事業の実施

がんばれ八尾応援寄附金 記念品調達・送付等関係業務委託につきましては、

取扱いサイト増や、ヒット商品、シャープ株式会社様の家電エントリーの影響で、寄附件数は、上昇傾向であるが、社会的要因に影響を受けやすい本事業で「自主財源を確保」してゆくには、それなりの戦略が必要である。

前期の実績が今期も得られる保証はどこにも無いため、観光庁の補助金事業にエントリーすることはもとより、支出面では無駄を排し、効果的、効率的な運営を更に目指したい。

1. 1事業者あたりの出品数を現在の「15品目」から「30品目」へ拡大する
2. シャープ株式会社様の記念品を「ふるさとチョイス」にも掲載する
3. 「寄附サイト」を増やす

以上3点を八尾市財政課債権管理室に要望してゆく。

■令和4年度 目標件数：13,000件

2016年（平成28年） 393件  
2017年（平成29年）1,900件  
2018年（平成30年）2,501件  
2019年（平成31年）4,008件  
2020年（令和2年）7,883件  
2021年（令和3年）17,050件

## 5 会員拡大

～がんばれ八尾応援寄附金 記念品提供事業者登録を利用する～

■会員目標 法人会員130 個人会員55 賛助15 合計 200

新規事業者をリストアップ、キャラバン隊を結成して、早期エントリーに繋げる

## 6 大阪関西万博「TEAM EXPO 2025」共創チャレンジ企画

「いのち輝く未来社会のデザイン」を実現するため、自らが主体となって未来に向けて行動を起こしている、または行動を起こそうとしているチームを結成し、共創チャレンジに登録する為の活動を継続しつつ、大阪観光局に、大阪市内を訪問した訪日旅行者へのアプローチとして「八尾物語」の広報をお願いする。また、大阪観光局が行っているWeb戦略に便乗し、効果的な魅力発信を実施する。

## 7 八尾市文化会館オープニングイベントとの連動

現在、改修工事中の文化会館（プリズムホール）は、7月からプレオープン、8月2日には、リニューアルオープンを迎える。

オープニングプログラムは、大規模な「賑わい創出事業」も予定されており、八尾市の新しいシンボリックを一目見ようと他市からの来訪者の拡大が期待出来る。

中でも有名アーティストによるクラシックコンサートや、天童よしみコンサート2022、ウルトラマン NEW GENERATION THE LIVE STAGE などのビッグコンテンツについては、観光協会ブースを出店し、来場者に様々な八尾の魅力を紹介してゆきたい。