

令和5年度 事業計画書

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

「立地・機能・サービス」の三本柱があつてこそ「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

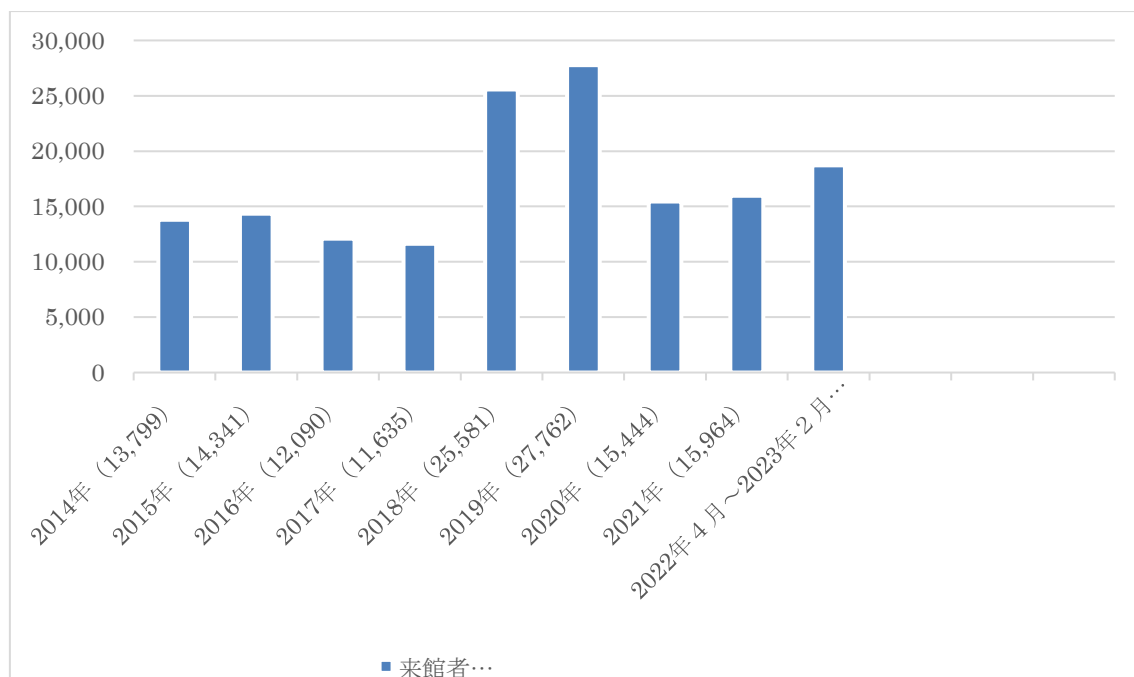
- ① 週5勤をスタッフ3名で「機動力が低下しない」シフト体制の確立
- ② イベント運営スキルアップ、外国語活用、魅力発信向上の為に人材育成
- ③ 観光地域づくり法人（DMO）登録を見据えた総合的スキルアップ

【4】SNSの使い分けで効果的な情報発信

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。また定期的に発信を継続するため、「SNS 魅力発信チーム」を発足し、チーム員には学生や主婦を公募して、彼らの日常、気付きなどを八尾の魅力と絡めてSNSでアップする活動をスタートさせる。

■令和5年度来館者目標 = 24,000人 月平均 2,000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 |
| 2022年(令和4年) | 4月～2月総合計 | 18,726人 | 月平均1,700人 |



■令和5年度ホームページ目標アクセス数 = 250,000人 月平均 20,800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～3月総合計 | 171,766人 | 月平均14,314人 |
| 2022年（令和4年） | 4月～2月総合計 | 229,730人 | 月平均20,884人 |

■令和5年度フェイスブック目標アクセス数 =350,000人 月平均29,200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～3月総合計 | 404,661人 | 月平均33,722人 |
| 2022年（令和4年） | 4月～2月総合計 | 297,409人 | 月平均27,037人 |

■令和5年度Instagram目標アクセス数=200,000人 月平均16,666人

| | | | |
|-------------|-------------|----------|------------|
| 2021年（令和3年） | 6月25日～3月総合計 | 83,823人 | 月平均9,313人 |
| 2022年（令和4年） | 4月～2月総合計 | 153,248人 | 月平均13,931人 |

■令和5年度Twitter目標アクセス数=200,000人 月平均16,666人

| | | | |
|-------------|----------|----------|------------|
| 2022年（令和4年） | 4月～2月総合計 | 148,240人 | 月平均13,476人 |
|-------------|----------|----------|------------|

【5】デジタルツールで来館者拡大

アプリ不要、個人のスマホで簡単にエントリー出来るコンテンツを展開し、来館者拡大および観光振興に繋げる。

① デジタルスタンプラリー

案内所を起点としたコースを設定、コンプリートされた参加者にはデジタル抽選会で景品をゲットして貰う。

② デジタルクーポン券

市内飲食店とコラボ、デジタルなので印刷物は不要。もぎり機能で自動消込可能。

③ デジタルアンケート

市内の情報を取得、アクセスレポートによるピンポイントな観光振興をめざす。

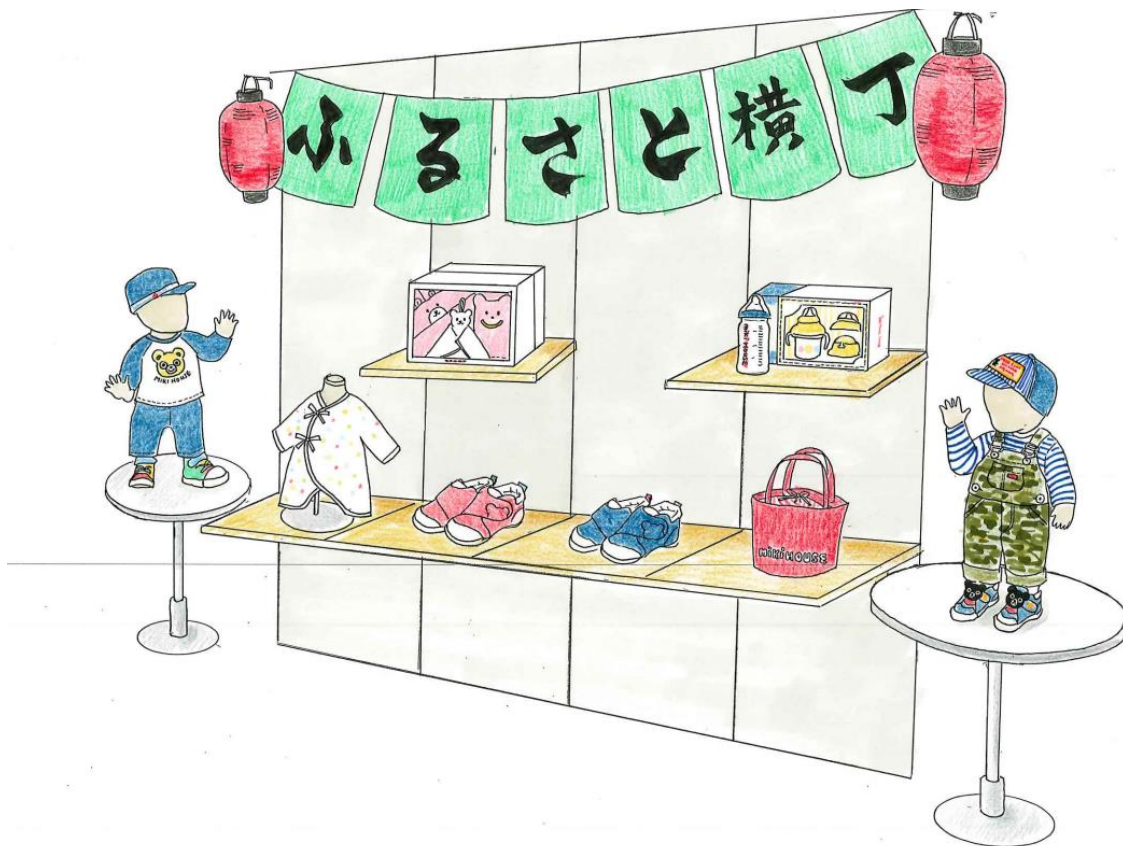
【6】ふるさと納税返礼品コーナーの設置

案内所は他市からの来館も多い事から、ふるさと納税返礼品コーナーを設け、八尾市ものづくりの魅力を発信し、寄附額拡大に努める。

■タイトル ～ふるさと横丁～

やおサイクリングステーション壁面を利用した返礼品コーナー。人気ランキングに基づく商品を事業者毎に展示し、一部商品の販売も実施する。

- ① 目的：来館者へ「八尾のものづくり」視認化を促進する。
- ② 効果：他市来訪者に「がんばれ八尾応援寄附金」制度を認知させる。
- ③ 販売：八尾市民に直接購入して頂く。
- ④ 手法：ランキング上位「商品群」または事業者別コーナーのローテーション。
- ⑤ イメージ：下図ご参照



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毎年、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、今期は予算計画上、2023年10月～2024年3月迄の期間に特化した「都市体験型観光」事業を展開する。

- ① 専任ナビゲーターの企画立案を尊重したプログラム内容の実施。
- ② 小規模から中規模イベントへの移行。
- ③ ピクチャーヤオマニアと連動した「公募」企画の展開。
- ④ 2025大阪関西万博を見据えた「TEAM YAOTONBO」ストーリー展開。
- ⑤ ものづくり八尾を起点とした市内事業者とのコラボ企画の実施。

更に八尾市独自の付加価値を創造する為、市外有識者や学生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の資源も準備する。

【2】 八尾自転車物語 事業

「自転車のまち やお」の認知拡大の為、普段より自転車を活用しているヘビーサイクリストを選出し、「生活・観光」の観点から魅力あるオリジナルコースを設定する。

また実走風景をYouTube動画におさめ、デジタルスタンプラリーと連動し、話題喚起に繋げてゆく。

ヘビーサイクリスト選定期間 令和5年 5月～10月

【3】 八尾市文化財課 書籍販売事業 ～最新 取り扱い書籍～

文化財ファンが「八尾市史」を求めてご来館されるケースが増えており、閲覧出来るコーナーも設置し、更に拡販に注力する。

| | | |
|----|------|----------|
| 新版 | 八尾市史 | 美術工芸編 |
| 新版 | 八尾市史 | 近代・現代史料編 |
| 新版 | 八尾市史 | 近世史料編 2 |
| 新版 | 八尾市史 | 考古編 2 |
| 新版 | 八尾市史 | 民俗編 |
| 新版 | 八尾市史 | 古代・中世史料編 |

3 ヤオマニア発行事業

フリーマガジン「ふたつの ヤオマニア」事業

読者参画型フリーマガジンで、年間400万～500万かかっていた経費を圧縮する。
特徴としては自由投稿型ではあるが、テーマを決めた「特集」にもチャレンジする。
背景としては、限定的な読者、年齢層からの脱却をはかる為、スマホひとつで参画できる本事業で裾野を広げ、八尾の魅力を広角化してゆきたい。

■名称：ページ ヤオマニア

- ・仕様：8ページ
- ・発刊：不定期
- ・発行数：1号あたり2,000部
- ・特徴：会員、市内事業者、各種団体 投稿参加型情報誌

■名称：ピクチャー ヤオマニア

- ・仕様：8ページ
- ・発刊：不定期
- ・発行数：1号あたり2,000部
- ・特徴：会員、市内事業者、各種団体 個人投稿参加型情報誌

《今後の展開予定》

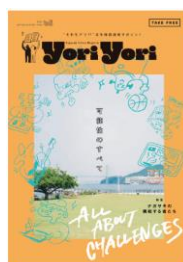
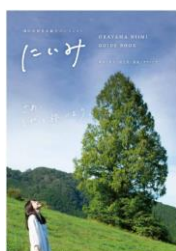
2023年 5月～「ページ Ya o m a n i a」投稿募集

2023年 7月～「ピクチャー Ya o m a n i a」投稿募集

2023年 11月～「ページ Ya o m a n i a」発行

2023年 12月～「ピクチャー Ya o m a n i a」発行

《イメージ》



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いては、八尾市が総務省から、るさと納税ガイドライン上、地場産品基準に該当しない商品が含まれると指摘を受けている。200数種の商品が削除された場合、3,500から4,000超の寄附件数が減少することが想定される。

■令和5年度 目標件数：18,000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 |
| 2022年（令和4年） | 22,062件 |

5 大阪関西万博「TEAM EXPO 2025」共創チャレンジ企画

八尾市観光協会のチャレンジテーマである「TEAM YAOTONBO」の目標を達成するため、大日程に基づいた活動計画を推進してゆく。

