

令和5年度

事業計画及び収支予算書

一般社団法人 あまがさき観光局

令和5年度事業計画 ～地域とともに観光推進を～

I 主旨

一般社団法人あまがさき観光局は、平成30年3月26日設立以降、地域の魅力と価値の向上や交流人口の増加、都市イメージの転換を目指し、地元関係者や観光関係者との連携関係を構築しつつ観光地域づくりの取組を進めてきたものの、令和2年2月以降、新型コロナウイルス感染症の影響により、思うような事業展開ができない期間が続いていたところである。

令和4年度は未だ新型コロナウイルス感染症の影響が残る中で、「地域とともに観光推進を」を事業テーマに掲げ、改めて、地元の市民や団体、事業者等との関係構築を主眼に置き、事業に取り組んできた。

令和5年度は、新型コロナウイルス感染症の影響が落ち着きつつある中、引き続き「地域とともに観光推進を」をテーマに、より一層、地域との連携を密にして、“あまがさき観光局ならではの”取組みを本格的に進めていく。また、阪神尼崎駅周辺のエリアマネジメントにおける関係者のハブ機能となるべく、阪神尼崎駅周辺公共施設の指定管理者と連携を密にし賑わいを創出するなど、当該地域の魅力的なまちづくりに貢献していくものとする。

1 実施事業会計

(1) 観光地経営事業

観光地域づくりの取組を戦略的に進めていくためには、多様な関係者の巻き込みや目的等の共有、科学的アプローチ、官民一体となった仕組みづくりなどが必要である。

そのために観光局が関係者からの信用・信頼を得て「地域観光推進の核」として地域全体の収益向上を図るべく、地域の消費傾向や行動傾向の把握、プラットフォームのさらなる展開などを進める。

また、引き続き、観光局自身も市からの補助金以外の運営資金の確保に向けた検討を行っていく。

① データマーケティングに基づく事業推進

ア オンラインによる効果的な情報発信、WEBマーケティングの実施

引き続き、公式HP、SNS（Twitter、Instagram）での情報発信に注力するとともに、その取組成果について、AIT（AI ツールズ）やGA（グーグルアナリティクス）を活用し、定期的に分析を行い、効果的なプロモーション施策を展開していく。また、オンライン施策（HPのPV（ビュー）数、SNSのリーチ数など）とオフライン施策（イベント参加数など）をつなげて分析することで、観光マーケティングの基盤を担う。

イ 観光動態調査等

一定規模の来尼者が見込まれる集客イベント開催時に、来尼者の属性、観光消費額、リピーター率、満足度、回遊性等を調査・把握するため、WEBやWi-Fiパケットセンサー解析システム等による観光動態調査を実施し、誘客に向けた来訪者の動向把握に取り組む。また阪神尼崎駅を中心としたエリアマネジメントの取組の効果検証として、Wi-Fiパケットセンサーで取得したデータ活用にも努める。

分析結果等については、商工会議所やエリアマネジメント事業者等とも情報を共有し、誘客や賑わい創出等の有効化を図る。

② 専門人材の確保等

専門人材の確保については、その求める業務・スキル（専門性）等を勘案し、一般的な雇用だけでなく、民間事業者や団体からの出向、有期での契約、外部委託等ニーズにあったあらゆる手法を活用する。

令和5年度は、民間採用の事業部長に加え、物販事業を拡大展開するため新たに短期間契約社員を確保する。

③ 地域の事業者や団体など関係者との連携強化

コロナ禍で活動をしばらく休止していた尼崎市観光地域づくり推進会議を運営する。

④ 土産物認証制度

尼崎へ観光・出張した時や尼崎から市外へ出張した時のお土産として、または家庭へのお土産としてお勧めする尼崎を代表する定番商品を「尼みやげ」として認証する制度を令和4年度からスタートした。初年度は加工食品をテーマに公募・選定を行い、19品目認証した。令和5年度以降地域に存在する「尼らしい」魅力ある土産物を広く発掘・発信するため、引き続き土産物認証制度に取り組む。

<予算>	経常収益	22,302 千円
	尼崎市補助金収入	22,302 千円
	経常費用	22,302 千円
	事業費	6,309 千円
	人件費	15,993 千円
	当期経常増減額	0 千円

拡(2) にぎわい創出事業

重点取組地域である阪神尼崎駅周辺には、尼崎城をはじめ、歴史博物館、寺町や商店街、中央公園、文化発信拠点である総合文化センター等の多様な地域資源が存在する。その核となる尼崎城の魅力アップを図るとともに、周辺の地域資源を活かしての周遊性の向上や尼崎ならではの観光商品の開発などを行い、尼崎での滞在時間を延ばすとともに、これまで以上に消費の機会を創出する。

① 尼崎城・尼崎城址公園の魅力アップ・誘客促進の取り組み

- ・ 尼崎城の企画展等

 天守閣4階で城址公園でのイベントの企画展等入城場促進につながる施策を実施。
 城址公園でのイベントとタイアップした企画展や市やエリアマネジメント事業者と連携し、本市のシンボルである尼崎城の来城促進につながる取組を実施する。

② 賑わいをもたらすコンテンツや観光コースの創出・発掘

 JRDC(JR デスティネーション・キャンペーン) (2023 夏) や大阪・関西万博 (2025) に向けて、市や事業者と連携し、誘客を図ることのできる魅力あるコンテンツや観光コースを創出する。

- ・ デジタル化された古地図を活用した歴史歩き
- ・ フィールドミュージアムの活用
- ・ 城下町尼崎の歴史を生かしたプランの実施 (尼崎城御膳など)
- ・ 尼崎運河を生かしたプランの実施 (運河クルーズなど)

③ 地域や事業者と連携したにぎわい創出 (イベントコミッション)

 地域や事業者が中心となり、観光局と連携しながら、地域の魅力を継続的、定期的に発信し、かつ周遊を促すイベントの実施・実現に取り組む。

- ・ あまゾーンフェスティバル、フードイベント(#尼崎食堂の拡大)、忍たま30周年記念事業等

<予算>	経常収益	11,159 千円
	尼崎市補助金収入	11,159 千円
	経常費用	11,159 千円
	事業費	11,159 千円

(3) 観光情報発信事業

ユーザー側のさまざまなニーズに対応した効果的な情報発信を推進する。例えば、ユーザーがいかに早く、簡単に求める情報にたどり着けるか、誰にとって有益な情報か、いつ届ける情報かなど、媒体ごとの役割分担を明確にし、細かな施策を数多く展開することでユーザーの手元まで情報が届くことを強く意識した取組を展開する。

① 観光情報インフラの整備・保守

- ・ あまがさき観光局公式観光サイト（HP）、SNS の運営・保守
観光局ホームページについて、分析結果等に基づき、ユーザーの視点に立った分かりやすい情報発信に取り組む。
- ・ プロモーションに係る伴走支援

② 食をテーマとした情報発信

観光地ではない尼崎を訪れる目的の一つとして有力なコンテンツ「食」に関する PR を展開していく。

尼崎市全体が食堂であるとのコンセプトのもと、気軽に利用でき多様なジャンルの尼崎の食情報を「#尼崎食堂」として、令和3年度から HP や SNS（Instagram・Twitter）を通じて拡散を図ってきた。

令和5年度でも、引き続き飲食店の情報発信を行い HP、SNS を通じておこなっていく。また関西学院大学ゼミ生との協働事業としてグルメ情報を発信及びイベント開催など実施していく。

③ 多様な媒体の活用による情報発信

HP や SNS（Instagram・Twitter）を通じた情報発信のほか、交通広告や感度の高い雑誌への掲載などマスメディアの活用、各種パンフレット作成などターゲット層に的確に訴求できる媒体を活用して、周知 PR を効果的に行う。

- ・ 阪神電鉄の鉄道広告等の活用
- ・ 各種イベントや尼崎城等を PR するために、マスメディアを活用し効果的に周知を図る。（テレビ局、新聞社への取材依頼、WEB 広告等）

新④ 企業と連携したプロモーションの展開

大阪・関西万博を見据え、市内事業者や旅行業者等と連携し、教育旅行（修学旅行）向けのコンテンツ開発と誘致をはかる。

⑤ 施設や地域団体等との連携

総合文化センター、歴史博物館、尼信会館といった各施設に加え、尼崎商工会議所や（公財）尼崎地域産業活性化機構、（公財）尼崎緑化公園協会といった地域に根差した団体等と連携を密にすることにより、より効果的なプロモーションを展開する。

⑥ あまがさき観光案内所との連携

阪神尼崎駅北側の中央公園にあるあまがさき観光案内所（以下「観光案内所」という。）、JR 尼崎駅構内の観光案内コーナーの運営について、受託者エリアマネジメント事業者と連携しながら取り組む。

⑦ カメラ女子ツアー

「カメラ女子」の発信力や影響力を活かして、「写真撮影」が来尼の目的の一つに加わるよう、またカメラ女子による SNS 等の投稿を見て尼崎へ訪問したい人が増える、尼崎の認知度が向上するなど尼崎のイメージアップを狙う。

⑧ 尼崎城への誘客に効果的な PR

- ・ 城郭関係都市との広域連携
お城 EXP02023 へのブース出展
- ・ ストリートミュージアムの運営
VR を活用した尼崎城や城下町の閲覧、城内ガイドへの活用
古地図を活用した周辺歴史スポット周遊

＜予算＞	経常収益	14,678 千円
	尼崎市補助金収入	14,678 千円
	経常費用	14,678 千円
	事業費	14,678 千円
	当期経常増減額	0 千円

2 その他会計

(1) 物産品等卸売販売事業

「尼らしさ」を軸とした商品を尼崎の魅力発信ツールと位置づけ、尼みやげ認証商品やメイドイン尼崎などを積極的にPRし販売促進につなげ、市内経済の活性化を図る。

<予算>	経常収益	3,018 千円
	自主事業収入	3,018 千円 (物産品等卸売販売収入)
	経常費用	3,018 千円
	商品仕入・外注費	2,249 千円
	事業費	57 千円 (イベント開催費・消耗品)
	人件費	712 千円
	当期経常増減額	0 千円

(2) 自転車駐車場事業

阪神尼崎駅周辺の不法駐輪対策や環境浄化活動として、路上自転車駐車場(自転車用 499 台、原付用 18 台、自動二輪車用 16 台)を運営している。今後も阪神尼崎駅周辺の不法駐輪対策や環境浄化活動に積極的に寄与するとともに、来街者等への利便性・快適性の向上に努める。

<予算>	経常収益	3,769 千円
	自主事業収入	3,769 千円 (自転車駐車場利用料収入)
	経常費用	3,769 千円
	賃借料	1,446 千円 (道路占用料)
	事業費	188 千円 (消耗品)
	人件費	2,135 千円
	当期経常増減額	0 千円

新(3) 開明庁舎管理事業

令和5年度から開明庁舎の管理業務を市から受託する。

<予算>	経常収益	3,410 千円
	自主事業収入	3,410 千円 (開明庁舎管理事業収入)
	経常費用	3,410 千円
	管理費	480 千円 (事務所運営経費)
	人件費	2,930 千円

当期経常増減額

0千円

3 法人会計

(1) 法人運営事業

当法人の活動が、市内外からの来訪者や消費需要を呼び込み、市内事業者の事業活動へ繋ぎ経済波及効果をもたらし、地域の稼ぐ力を高めていくための取組となるよう、関係団体との連携を図り、円滑な事業運営に努める。

また、観光局機能を最大限に発揮できる人材の充実を図り、地域に信頼される組織を目指す。

< 予算 >	経常収益	14,039千円
	尼崎市補助金収入	14,038千円
	雑収益	1千円（預金利息）
	経常費用	14,039千円
	管理費	5,409千円（事務所運営経費）
	人件費	8,630千円
	当期経常増減額	0千円

収支予算書（令和5年4月1日から令和6年3月31日まで）

（単位：円）

科 目	金 額
I 一般正味財産増減の部	
1 経常増減の部	
(1) 経常収益	72,375,000
i 事業収入	10,197,000
自主事業収入	6,787,000
尼崎市受託事業収入	3,410,000
ii 補助金収入	62,177,000
尼崎市補助金収入	62,177,000
iii 雑収益	1,000
受取利息	1,000
(2) 経常費用	72,375,000
i 事業費	58,336,000
ii 管理費支出	14,039,000
当期経常増減額	0
2 経常外増減の部	
(1) 経常外収益	0
(2) 経常外費用	0
当期経常外増減額	0
当期一般正味財産増減額	0
一般正味財産期首残高	3,325,433
一般正味財産期末残高	3,325,433
II 指定正味財産増減の部	
当期指定正味財産増減額	0
指定正味財産期首残高	0
指定正味財産期首残高	0
III 基金増減の部	
基金受入額	0
当期基金増減額	0
基金期首残高	10,000,000
基金期末残高	10,000,000
IV 正味財産期末残高	13,325,433

