

令和6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6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5年5月には、新型コロナウイルス感染症が5類感染症に見直され、ようやくまちなかのイベントなどの賑わいが戻ってきたところである。そうした中、令和5年度は「地域とともに観光推進を」をテーマに、「運河クルーズ」や「グルメ情報の発信」、「落第忍者乱太郎ゆかりの地名めぐりデジタルスタンプラリー」など尼崎市内の資源やコンテンツを活かした“あまがさき”ならではの取り組みを進めていくことができた。

令和6年度は、この流れを継承しつつ尼崎市と共に令和7年開催予定の「大阪・関西万博」を見据えた準備を進める。商店街など地域の事業者との連携を深めてインバウンド需要獲得のための対応に取り組んでいくほか、昨年開催し好評を得た「運河クルーズツアー」に関しては、事業主体である武庫川渡船との事業内容のブラッシュアップを進め、新たなファンの獲得と尼崎ならではのコンテンツとしての定着を目指し、万博終了後も尼崎市への来訪者を増やせるようなコンテンツを創出していく。

また、中・高校生の修学旅行など「教育旅行」の訪問先として、産業のまちとして発展してきた尼崎の企業集積を活かしたプログラムの策定を昨年から進めており、今年度は事業の実施年度として全国の学校に向けてセールス展開していく。

さらには、昨年度からあまがさき観光局の新たな機能として付加された文化観光推進事業により、地元尼崎市在住の尼子騷兵衛氏の作品である「落第忍者乱太郎」とコラボした事業の企画運営を推進するほか、文化・芸術をテーマとした企画を展開し、市内外からの来訪者獲得に取り組む。

このほか、阪神尼崎駅周辺のエリアマネジメント事業により、令和6年度は中央公園のリニューアル工事が始まるなど、まちづくりと一体となった賑わいの創出が求められており、駅前周辺公共施設の指定管理者と連携を密にしつつ、当該地域の魅力的なまちづくりに貢献し、あまがさき観光局としての役割を果たしていく。

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 オンラインツールを活用した効果的な情報発信およびWEBマーケティングの推進
アフターコロナを見据えて強化してきたあまがさき観光局の公式 SNS (Instagram、X=旧 Twitter) および公式 HP による情報発信が、順調に成果を上げてきている。引き続き PDCA サイクルを意識しながら情報発信に注力したい。加えて、AIT (AI for ツーリズム) やグーグルアナリティクス等を活用して分析を行い、効果的なプロモーション施策を展開していく。

イ 観光動態調査の実施等デジタルマーケティング機能の強化

従来活用してきた 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データに加え、デジタルマップの利用者から得られる回遊状況のデータや来訪者属性データ等、様々なデータを駆使しながら誘客に向けた来訪者の動向把握に取り組む。

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。

ウ 市民に対する観光関連意識調査の実施

観光施策に対する市民の満足度を知り、また市民の市内回遊性を高めるためにも市民の観光関連意識調査を行い、今後のプロモーション施策に反映していく。

② 専門人材の確保等

令和 6 年度は、現状の専門人材に加え、物販・経理事業を拡大展開するため短時間契約職員 2 名をフルタイムプロパー職員に登用するほか、情報発信およびマーケティング機能強化のためのプロパー職員を確保することで、観光局の安定的な組織運営を目指す。

③ 地域の事業者や団体など関係者との連携強化

ア 教育旅行の誘致

近年の教育旅行においては、ものづくりや SDGs に関連したプログラムが求められる中、尼崎にはそれらを学ぶには好適な事業者も多い。産業のまち尼崎ならではの誘客策として令和 5 年度よりプログラムの策定を進めており、令和 6 年度より全国の主に中学校・高等学校にむけてセールを展開する。

イ メールマガジン配信による事業者向け情報発信の強化

主に地域の事業者に向けて観光局の活動内容を報告するとともに、観光局が取得し

たマーケティングデータを適宜提供するなど、メールマガジン配信による事業者への情報発信を本格的に開始し、観光局が観光地域づくりにおける情報発信のハブとして機能するための基盤とする。

③ 土産物認証制度

観光・出張などで尼崎を訪問した際や、尼崎から市外へ行く際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。現在45品目を認証しているが、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。また市内外のイベント等でも市の魅力発信ツールとして、「尼みやげ」を活用したPR活動を展開する。

＜予算＞	経常収益	30,652千円
	尼崎市補助金収入	30,652千円
	経常費用	30,652千円
	事業費	9,134千円
	人件費	21,518千円
	当期経常増減額	0千円

(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。大阪・関西万博の開催を契機に訪日外国人観光客を対象とするだけでなく万博終了後も、多様な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 賑わいをもたらすコンテンツや観光コースの創出・発掘

令和5年夏開催のJRDC(JR デスティネーションキャンペーン)に引き続いてアフターDC(令和6年夏)や大阪・関西万博(令和7年)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。

- ・ 城下町尼崎の歴史を生かしたコースや商店街巡りなど、多様なテーマ設定による周遊促進と消費拡大の推進

② 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。

- ・ コーヒーフェスティバル、アマワールドフェス等

＜予算＞	経常収益	1,620千円
	尼崎市補助金収入	1,620千円

経常費用	1,620 千円
事業費	1,620 千円
当期経常増減額	0 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、ユーザーがいかにか早く、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

HP、SNS とともに観光局の貴重なオウンドメディアとして、情報発信力を高め、媒体としての価値を向上させることが重要である。

観光局ホームページについて、SEO 対策(検索エンジンの最適化)を行い効果検証する等、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ことでより多くのターゲット層にリーチする。また SNS についても、発信ごとの反応を検証することで、安定的なフォロワー獲得を目指す。

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6年度も、引き続き HP や SNS を通じて市内飲食店の情報発信を積極的に行っていく。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。

さらにインバウンドを受け入れ環境の整備として、重点的取組地域内の飲食店において多言語でのメニュー表記等を支援し、インバウンド対応可能な店舗を紹介するパンフレットを作成。HP 等オンラインでも PR 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、Web 広告や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。

- ・ 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)

④ 大阪・関西万博を意識したプロモーションの展開

JRDC からアフターDC、大阪・関西万博を見据え、JR 西日本を中心に鉄道開業 150 周年

(令和6年)に関連したイベントを実施。市およびJR西日本、日本旅行等と連携し、誘客を図る。

MUICI Kansai(ミュージック関西：三菱UFJ銀行などが観光産業を主軸に設立した課題解決型のイノベーション創出拠点)および関西観光本部を中心として万博に向けて取り組む「関西広域デジタルマップ」プロジェクトに参加。デジタル版「ぶらり尼さんぽ」をベースに重点取組地域内の飲食店情報を中心に掲載したマップを作成。誘客に繋げるとともに閲覧状況等のデータを他の観光施策にも反映させていく。

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、地域金融機関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、指定管理者(エリアマネジメント事業者)と連携しながら取り組む。

⑦ インバウンド向け施策

- ・ 訪日外国人向けの Web マガジンへの掲載や、大阪観光局管轄の観光案内所での多言語パンフレットの配架等、大阪に滞在中、もしくは滞在予定の外国人に対する誘客を促進する。
- ・ 尼崎に滞在中の訪日外国人向けに、重点取組地域を中心とした店舗情報付きの観光マップを作成。観光案内所やホテル等で配布し、周遊の促進と消費額向上を図る。

＜予算＞	経常収益	6,395 千円
	尼崎市補助金収入	6,395 千円
	経常費用	6,395 千円
	事業費	6,395 千円
	当期経常増減額	0 千円

(4) 文化観光推進事業

① 全国からの集客

・尼崎城を中心とした重点取組地域を周回することで、尼崎の歴史・文化、商店街、町並み、さらにはサブカルチャーなど様々な魅力を感じてもらい、それを発信してもらうため、昨年度のデジタルスタンプラリーに続き、尼崎市在住の尼子騷兵衛氏の作品である「落第忍者乱太郎」を活用した謎解きイベントを、尼崎城指定管理者と共同で企画し、実施する。

・あまがさき観光アドバイザーである写真家・小林哲朗氏の新たなジャンルの写真集出版を記念して、(仮称)「大・小林哲朗展」を開催する。

② 近郊地域からの集客

・尼崎の魅力を参加者に見つけてもらい、それぞれが発信できる参加体験型フォトイベント(仮称)「あまトリ」。尼崎の秋の1週間に、場所、コト、モノ、ヒト、風景、自然など尼崎の魅力を感じる被写体をそれぞれの視点で探してもらう「あまがさきを楽しむ」イベントを開催する。応募いただいた作品は展覧会を開催するほか、尼崎の魅力を発信する観光資源として活用していく。

③ 文化観光アドバイザー事業の運営

・尼崎市在住で文化芸術の分野で全国的に知名度のある方をアドバイザーに迎え、本市の魅力の発信・PRや文化観光事業で協力をしていただく。

<予算>	経常収益	6,680千円
	尼崎市補助金収入	6,680千円
	経常費用	6,680千円
	事業費	6,680千円
	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	12,300千円
	自主事業収入	12,300千円（物産品等卸売販売収入）
	経常費用	12,300千円
	商品仕入等	9,800千円
	事業費	2,500千円（販売促進イベント開催費・消耗品）
	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	3,800千円
	自主事業収入	3,800千円（自転車駐車場利用料収入）
	経常費用	3,800千円
	賃借料	1,446千円（市道路占用料）
	人件費	2,354千円
	当期経常増減額	0千円

(3) てらまちプロジェクト事業

開明庁舎を活用した取り組み（ワークショップ等）を行うてらまちプロジェクト協議会を支援することで市内外から当施設へ訪れる人々を生み出し、また、てらまちプロジェクト協議会に「機会や場所」の提供を行うことによって、関係団体と共に観光地域づくりを推進する仕組みを創出する。

<予算>	経常収益	1,701千円
	自主事業収入	1,701千円（開明庁舎使用料収入）
	経常費用	1,701千円
	賃借料	1,701千円（市開明庁舎使用料）

当期経常増減額 0 千円

(4) 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。

<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 620 千円 (委託料、消耗品費)
人件費 2,790 千円

当期経常増減額 0 千円

(5) 市委託事業

- ① 万博後を見据えた体験コンテンツ開発事業 (体験コンテンツの充実) 3,500 千円
- ・ 尼崎運河クルーズのブラッシュアップと更なる周知拡大
 - ・ 運河クルーズに続く体験型コンテンツやPRツールの開発
 - ・ 周遊モデルルートの構築、訪日前の外国人観光客等へのPR
- ② インバウンド受け入れ環境整備支援事業 (食コンテンツの充実) 3,000 千円
- ・ 飲食店メニューのピクトグラム表示や音声翻訳機器導入補助の受付業務
 - ・ インバウンド対応している店のPRツールの開発(ガイドブックやHP等への掲載)
 - ・ 完成したPRツールを訪日外国人が閲覧する広報サイト MATCHA 等への掲載
- ③ 文化観光推進事業
- 文化観光関係事業に係る市からの運営委託業務 3,020 千円
- ・ 現代アートを活用した事業の展開
 - ・ 近代建築、工場夜景など文化資源を活用した尼崎オリジナルツアーの構築と実施

<予算> 経常収益 13,296 千円
自主事業収入 13,296 千円 (市委託事業収入)
経常費用 13,296 千円
事業費 9,520 千円
人件費 3,776 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	5,501 千円
	尼崎市補助金収入	5,500 千円
	雑収益	1 千円 (預金利息)
	経常費用	5,501 千円
	管理費	4,319 千円 (事務所運営経費)
	人件費	1,182 千円
	当期経常増減額	0 千円

収支予算書(令和6年4月1日から令和7年3月31日まで)

(単位:円)

科 目	金 額
I 一般正味財産増額の部	
1 経常増減の部	
(1) 経常収益	85,355,000
i 事業収入	34,507,000
自主事業収入	17,801,000
尼崎市受託事業収入	16,706,000
ii 補助金収入	50,847,000
尼崎市補助金収入	50,847,000
iii 雑収入	1,000
受取利息	1,000
(2) 経常費用	85,355,000
i 事業費	79,854,000
ii 管理費支出	5,501,000
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	6,140,787
一般正味財産期末残高	6,140,787
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	16,140,787