資料２

大阪都市魅力創造戦略2020

～世界的な創造都市、国際エンターテイメント都市へ加速～

平成２８年１１月

大阪府・大阪市

|  |
| --- |
| １. 戦略策定の背景 |

|  |
| --- |
| 大阪府市のこれまでの取組み |
| ○大阪都市魅力創造戦略に基づく施策推進（平成24年度～平成27年度）　・世界的な創造都市に向けた観光・国際交流・文化・スポーツの各施策の上位概念となる府市共通の戦略「大阪都市魅力創造戦略（計画期間：平成24年度～平成27年度）」を策定し、「民が主役、行政はサポート役」との基本的な考え方のもと、3つの重点取組（水と光のまちづくり推進体制の構築、大阪アーツカウンシルの設置、大阪観光局の設置）、重点エリアのマネジメント、2015年シンボルイヤー、大阪ミュージアム構想などを推進してきた。 |
| 大阪の都市魅力創造の現状と課題 |
| ○世界における大阪のプレゼンスの向上　・大阪は、日本の第二の都市として、国内では一定の存在感を持っているが、世界の中での存在感はまだまだ薄い。（世界の都市総合力ランキング2016で42都市中22位、アジアで7位）　・人口減少の加速が予測されている中で、世界で通用するグローバル人材の育成や外国人留学生の受入環境の充実・強化に取り組むとともに、世界の都市間競争に打勝つためにも、多様な人材が交流し新しい価値を創造する都市として、国際都市・大阪のプレゼンスを高めていく必要がある。○都市魅力創造の好循環の実現　・水と光のまちづくりや文化・観光分野においては、それぞれ総合プロデュースを担う推進体制を構築し、取組みを進めており、これまでの取組状況を踏まえ、行政と民間の役割と負担のあり方をより一層明確にし、民間主体の取組みについては、集客促進⇒消費喚起・民間等からの投資拡大⇒取組みの充実・発展といった好循環につなげていく必要がある。 | ○国内外からの注目の高まりを捉えたさらなる魅力向上　・大阪における平成27年の延べ宿泊者数は、3,037万人（うち外国人897万人）、来阪外国人旅行者数は年間716万人、関空の国際線を利用する外国人旅客数も初めて年間1千万人を超え、ホテル等の客室稼働率も2年連続全国1位と好調であり、国内外からの観光客受入環境の充実とさらなる魅力向上を図っていく必要がある。　・ラグビーワールドカップ2019や2020年オリンピック・パラリンピック、さらには関西ワールドマスターズゲームズ2021の三大スポーツイベントの開催などにより、国内外からさらに多くの方が大阪・関西を訪れる絶好の機会であり、効果的なプロモーションを展開する必要がある。○大阪観光局の機能強化（大阪版DMO※）　・大阪観光局については、平成28年4月22日、地域連携DMOとして登録され、平成28年度地方創生推進交付金の交付対象となるなど、観光事業推進の司令塔として、さらなる進化・機能強化が求められる。※DMOとは…「Destination Management/Marketing Organization」の略。地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を確実に実施するための調整機能を備えた法人 |
| 2020年に向けた大阪の都市魅力創造 |
| 《世界的な創造都市、国際エンターテイメント都市へ加速》～2020年に向け、大阪を世界へアピール！～→10の都市像で施策展開■戦略目標：内外から人、モノ、投資等を呼び込む「強い大阪」の実現世界に存在感を示す「大阪」の実現文化・都市魅力の向上　　　　　　　　→　　　　　　　　　交流人口拡大　　　　　↑　好循環(経済性・生産性向上／持続性・自立性向上)　↓　まちの活性化　　　　　　　　　　　←　　　　　　　　　消費喚起、投資拡大 | 【基本的な考え方】◇国内及び世界に向けた大阪の魅力の発信◇これまで取り組んできた重点取組を発展・進化◇府域全体の発展に資する施策展開◇2020年度以降も見据えた仕組みづくり◇みんなで支える◇PDCAサイクルの徹底【計画期間】平成28（2016）年度～平成32（2020）年度 |

|  |
| --- |
| ２．１０の目指すべき都市像 |

施策の成果の先に都市魅力を高める上でどのような都市像の実現に寄与するのかをしっかりと見据え、施策分野ごとに「目指すべき都市像」と「施策の方向性」を設定し、その目指すべき都市像の実現に向けてベクトルをあわせて施策の実施に取組みます。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 観光・都市魅力 | 世界に誇れる自慢の都市 | お勧めできる観光地や魅力的なスポットを創出し、大阪の人々が積極的にアピールできる自慢の都市を目指します。 |
| 安全で安心して楽しめる24時間おもてなし都市 | 観光客が昼夜を問わずまちに魅力を感じ、安全で安心して旅行を楽しめる都市を目指します。 |
| 多様な人材が集う観光・MICE都市 | 多彩な人が訪れ、集い、交流する活気あふれる都市を目指します。 |
| 多様な楽しみ方ができる周遊・滞在都市 | 観光客が大阪に滞在し、府内をはじめ各地を訪れ、多様な楽しみ方を体験できる都市を目指します。 |
| 文化 | 大阪が誇る文化力を活用した都市 | 大阪の文化を保存・継承し、国内外に情報発信していくことにより、大阪の魅力を高めるとともに、国内外からアーティストをはじめ多くの人々が大阪に集い、交流する都市を目指します。 |
| あらゆる人々が文化を享受できる都市 | あらゆる人々が、大阪の様々な場所において、これまで以上に創作活動に参加でき、鑑賞体験できる都市を目指します。 |
| スポーツ | アジアをリードする国際・プロスポーツ都市 | 世界的なトップアスリートのパフォーマンスを「みる」機会を創出し、府民･市民に夢と希望を与えることができる活力のある都市を目指します。 |
| 健康と生きがいを創出するスポーツに親しめる都市 | 年間を通じて様々なスポーツを「する」「ささえる」健康で活力のある都市を目指します。 |
| 国際化 | 世界で活躍できるグローバル人材育成都市 | 国内外の若者に学びの場を提供し、世界で活躍できる人材を育てる都市を目指します。 |
| 出会いが新しい価値を生む多様性都市 | 世界中から訪れる外国人が府民と変わりなく安心・快適に過ごせる環境を整えることで、多様な人材や企業を惹きつけ、新しい価値を生み出す都市を目指します。 |

|  |
| --- |
| ３．目指すべき都市像のＫＰＩの現状 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 目指すべき都市像 | ＫＰＩ（◎主指標、・副指標） | 策定時の数値 | 主指標の目標値 |
| 世界に誇れる自慢の都市 | ◎来阪外国人旅行者数・世界の都市総合力ランキング（分野：文化・交流ランキング）・自分の住んでいる地域に愛着を感じている府民の割合・大阪が楽しいまちだと思っている人の割合（全国） | H27H28H27H27 | 716万人27位74.2％36.7％ | 1,300万人 |
| 安全で安心して楽しめる24時間おもてなし都市 | ◎来阪外国人旅行消費額・Osaka Free Wi-Fi認証数・24時間営業店舗数、深夜営業店舗数 | H27H27H26 | 5,781億円4,873,259件2,369所 | 1兆1,900億円 |
| 多様な人材が集う観光・MICE都市 | ◎国際会議開催件数・MICE外国人参加者数・インセンティブツアーの誘致・開催件数・インテックス大阪における展示会延べ使用面積 | H26H26H27H27 | 253件27,360人51件225万㎡ | 340件 |
| 多様な楽しみ方ができる周遊・滞在都市 | ◎延べ宿泊者数・外国人旅行者平均宿泊日数・外国人旅行者リピーター数 | H27H27H27 | 3,037万人1.68日314万人 | 3,600万人 |
| 大阪が誇る文化力を活用した都市 | ◎府内外から人々が集まり、芸術活動が活発になっていると思う府民の割合・文楽、歌舞伎、演芸等、伝統芸能が保存・継承され、鑑賞の機会が充実していると思う府民の割合・海外や他県等と芸術文化の交流が活発であると思う府民の割合・芸術文化が都市の魅力づくりに貢献していると思う府民の割合 | H27H27H27H27 | 10.8％23.0％11.1％12.3％ | 40％ |
| あらゆる人々が文化を享受できる都市 | ◎文化的環境が整備されていると思う府民の割合・一年間に大阪で芸術鑑賞をしたことがある府民の割合・一年間で文化施設（美術館、音楽ホール、映画館など）を利用したことがある府民の割合・文化に関する情報ネットワークが充実していると思う府民の割合 | H27H27H27H27 | 9.8％22.4％64.9％23.2％ | 40％ |
| アジアをリードする国際・プロスポーツ都市 | ◎大阪にゆかりのあるプロスポーツチーム７チームの年間主催試合での観客者合計数・大阪マラソンの外国人参加エントリー数・ラグビーワールドカップ2019花園ラグビー場開催試合関連の集客数・機運醸成イベント参加者数 | H27H28 | 2,653,404人10,332人－－ | 360万人 |
| 健康と生きがいを創出するスポーツに親しめる都市 | ◎成人の週１回以上のスポーツ実施率（性別・年齢別）・運動やスポーツをすることが好きな小中学生の割合・大阪府障がい者スポーツ大会における参加者数・大阪府登録スポーツボランティアのスポーツ大会への延べ派遣者数 | H27H27H28H27 | 40.0％72.0％916人796人 | 50％ |
| 世界で活躍できるグローバル人材育成都市 | ・海外留学する生徒・学生数　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　◎大阪で学ぶ留学生数・留学生が就職する全国の日本企業等のうち、大阪の企業が占める割合・府内在留高度外国人材数 | H25H26H27H26H27 | 高校　 468人大学 2,678人15,280人10.4％14,106人 | 23,000人 |
| 出会いが新しい価値を生む多様性都市 | ◎大阪で働く外国人労働者数・府内外国人相談窓口常設市町村数 | H27H28 | 45,838人11市 | 61,000人 |

|  |
| --- |
| ４．目指すべき都市像と施策の方向性・主な取組み |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 世界に誇れる自慢の都市 |  | 安全で安心して楽しめる24時間おもてなし都市 |
| 1. 世界第一級の文化･観光拠点形成・発信

　・夢洲でのIRを含む国際観光拠点形成　・水都大阪、大阪市内の重点エリア（大阪城・大手前・森之宮地区、中之島地区、御堂筋地区、天王寺・阿倍野地区、築港・ベイエリア地区）、大阪駅周辺地区、難波周辺地区　・万博記念公園エリア、百舌鳥・古市古墳群エリアの魅力創出　　ほか②大阪ならではの魅力創出・発信　・世界の人々を惹きつけるキラーコンテンツの創出　・大阪が誇るスポーツ資源を活かしたスポーツツーリズムの推進③大阪の文化を満喫できる魅力創出・発信　・伝統的な祭りや食など、大阪の文化を満喫できるコンテンツの創出④魅力的な景観演出　・歴史的建築物や街並みを活用した景観演出の推進 |  | ①観光客受入環境の充実　・観光案内機能の充実、多言語対応の強化　・ICTに対応した環境整備（Wi-Fi環境の充実等）　・宿泊施設、観光施設等の受入環境強化②旅行者の安全・安心の確保　・医療機関、災害・事故等に関する情報の発信　・観光施設、宿泊施設等におけるスムーズな避難誘導　・災害等緊急時の相談対応の充実③旅行者ニーズに配慮した多様なサービスの提供　・日本文化を楽しめるナイトカルチャーの創出　・富裕層の受入に対応した環境整備やニーズに対応した魅力づくり |
|  |  |  |
| 多様な人材が集う観光・MICE都市 |  | 多様な楽しみ方ができる周遊・滞在都市 |
| ①ＭＩＣＥ誘致の推進　・官民が一体となった誘致体制の構築　・ターゲット等を明確にした方針に基づく戦略的な誘致活動の展開　・統合型リゾートも視野に入れたＭＩＣＥ受入体制の充実②観光マーケティング・リサーチの強化　・国内外における観光客のニーズ把握手法の確立　・宿泊施設や観光施設と連動した調査手法の検討③観光振興を支える人材等の育成　・DMOの推進、専門人材の育成　・ホスピタリティの向上・人材の育成 |  | ①効果的なプロモーションの強化　・マーケティングに基づく観光客のニーズやターゲットに応じた戦略的なプロモーションの展開　・大阪ミュージアムの推進②周遊性を高める利便性の向上　・地域資源を活用した着地型観光の促進　　・府内の観光スポット等を周遊できる仕組みの充実　・広域周遊観光ルートの発信・誘客促進　・大型バスの駐車場等の確保・充実　・自転車で周遊できる広域サイクルロードの活用③大阪に滞在したくなる仕掛けづくり　・観光客の目線で捉えた地域魅力の再評価と発信 |

|  |
| --- |
| ４．目指すべき都市像と施策の方向性・主な取組み |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 大阪が誇る文化力を活用した都市 |  | あらゆる人々が文化を享受できる都市 |
| ①上方伝統芸能を活用した魅力発信　・上方伝統芸能の歴史的、文化的価値の理解、普及を図り、その保存・継承を支援するため、国内外に魅力を発信　・上方演芸の歴史を伝えるため、府立上方演芸資料館において、資料を体系的に整理し、展示や研究機関との連携等の推進　・国内外の人に、上方伝統芸能をはじめ、多様な大阪の文化を伝え、大阪文化のさらなる振興につながる取組みの検討②都市の魅力向上と新たな文化の創造　・府内のアートスポットの創造と掘り起こしによる魅力の発信（大阪の名所）　・大阪文化の海外サポーターにつなげるため、海外留学生に対し文化鑑賞機会の提供等　・新美術館の整備や市立美術館の大改修等による都市魅力の向上③文化プログラムの推進　・大阪ならではのリーディング事業の展開　・府内市町村が独自の文化プログラムを実施できるようサポート　・関西広域連合における文化プログラム事業との連携　・アーツカウンシルの機能強化 |  | ①芸術文化を創造し、支える人材の育成・支援の充実　・大阪の優れた文化事業を結集し、国内外に発信するとともに、芸術文化の担い手（若手プロデューサー等）を発掘、育成　・若手アーティストらが作品を発表し、情報を発信できる機会の提供　・府民に優れた芸術文化の鑑賞機会の提供　・障がい者の文化活動の推進②将来の社会の担い手となる青少年の育成　・子どもや青少年が、学校における授業や地域活動等を通じて、優れた芸術文化に触れ、豊かな感性や創造性を育むための機会の充実　・子どもや青少年が芸術文化活動に参加し、発表する機会の提供③芸術文化拠点の充実と府民意識の醸成等　・官民が適切な役割分担のもと、相互に協力しながら、劇場、ホール等の設置や立地を誘導　・府内の文化情報の発信等を通じた府民意識の醸成　・文化事業の内容に応じた資金獲得手法の研究、具体化　・文化財の適切な状態での保存・継承、府民が親しむ機会の充実 |
|  |  |  |
| アジアをリードする国際・プロスポーツ都市 |  | 健康と生きがいを創出するスポーツに親しめる都市 |
| ①国際的なスポーツイベントの開催　・人気の高い競技大会を誘致し、トップアスリートのパフォーマンスを見る機会の提供　・ラグビーワールドカップやオリ・パラ等機運醸成イベント等の展開　・市町村と連携した事前キャンプの誘致、ホストタウン登録の推進②スポーツ都市大阪の魅力発信　・大阪マラソンのさらなる進化発展　・ランドマークなど大阪のブランド力を活用したスポーツイベントの誘致・開催　・大阪にゆかりのあるプロスポーツチームと連携した都市魅力の発信、観光振興につなげるための取組みの推進③ラグビーワールドカップ、オリ・パラ、関西ワールドマスターズゲームズの開催を契機としたレガシーの形成　・オリンピック・パラリンピックムーブメント教育の推進　・産学官連携によるスポーツ人材の育成 |  | ①スポーツを「する」機会、「ささえる」力の拡充　・誰もが気軽にスポーツに取り組める機会の提供　　　　　　・トップアスリートの指導力などを活用した子どもたちの運動やスポーツに対する興味・関心の向上　・関西ワールドマスターズゲームズを契機とした府民のスポーツへの参加意欲の向上　・スポーツをささえる人材の育成②スポーツを通じた健康増進　・身近なコミュニティにおける気軽なスポーツ実践の場の拡充　・企業・大学等と連携した事業の展開　・スポーツ健康科学の推進 |
| ４．目指すべき都市像と施策の方向性・主な取組み |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 世界で活躍できるグローバル人材育成都市 |  | 出会いが新しい価値を生む多様性都市 |
| ①グローバル人材育成　・英語教育の充実　・グローバルリーダーの育成　・国際交流の推進　・国際バカロレア認証取得の推進②外国人留学生の受入と定着支援　・留学生の受入環境の充実および拡大　・留学生の活躍機会の拡充　・留学生の就職活動支援③企業における高度外国人材の積極的受入・活用　・外国人材の雇用を通じた企業のグローバル化 |  | ①国際都市にふさわしい安全安心の取組みの推進　・外国人多言語相談機能の充実　・災害時における支援体制の充実②地域のグローバル化　・ホスピタリティの向上　・オリンピック・パラリンピック等を契機とした国際理解の促進③国際競争力を有するビジネス拠点としての大阪の魅力向上　・成長分野での産業振興やイノベーション創出の推進　・中小企業の国際ビジネス交流の促進　・外国人の起業支援　・外資系企業の誘致、定着促進（外国人駐在員等への生活支援等）④大都市大阪の活力を統合した都市外交の推進　・大阪の魅力や強みの効果的な海外への発信　・府市それぞれの都市間ネットワーク・外交ノウハウを相互に活用した交流推進　・総領事館とのネットワークを活かした情報発信の強化　・地域特性を活かした国際協力　・成長著しいアジアとの交流や先端産業分野での欧米等との交流の促進を通じた相互利益の実現 |

|  |
| --- |
| ５．施策展開の考え方 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 都市魅力創造の好循環につながる施策展開　様々な角度から、都市としての魅力向上を図り、国内外の人々に大阪の魅力を発信し続けていくとともに、まちづくりや観光、文化、スポーツをはじめ、様々な分野の施策連携を図り、都市魅力の向上（都市魅力創造）⇒交流人口の拡大（集客効果）⇒消費喚起・投資拡大（経済効果）⇒まちの活性化（取組の充実・発展）の好循環に結びつく施策展開を図る。 | 行政・地域・民間の役割分担と施策展開　都市魅力創造は、民間、地域団体など、様々な主体がその担い手となり、行政としても、それぞれの主体を繋ぐ役割や、総合プロデュース、旗振り役を担う必要がある。　今後、観光地域づくりの舵取り役（DMO）となる大阪観光局とも連携を図りながら、これまで以上に、魅力あふれるまちづくりや観光資源づくり、効果的な府域への誘客を図るとともに、文化・スポーツによる都市魅力の向上の取組みなど、公と民のそれぞれが必要な役割を担いつつ、一体となって、都市の魅力を高める取組みを展開する。 | より効果的な施策展開　都市魅力施策の展開にあたっては、限られた財源を有効に活用し、最大の効果を発揮することが求められる。　新たに平成29年1月より導入する宿泊税についても、新たな行政需要として実施すべき事業に充当するという考え方のもと、観光客急増に伴う課題解決のための受入環境整備や、安定的な集客に向けたリピーター確保のための取組みなど、観光客が大阪での滞在を安全・快適かつ、楽しみ、満足いただくための観光振興施策に活かす。 |
| ６．重点取組 |

　施策分野ごとに「目指すべき都市像」と「施策の方向性」を設定し、施策の方向性に沿って、必要な施策に取り組んでいくこととし、その中でも、特に次の3つの視点から重点取組を設定し、2020年に向けて推進します。

|  |
| --- |
| 重点取組の視点と考え方 |
| 大阪全体の都市魅力の発展・進化・発信 | 文化・スポーツを活かした都市魅力の創出 | 世界有数の国際都市を目指した受入環境の整備 |
| →都心部における観光魅力のさらなる充実→府域全体での都市魅力向上策の展開 | →三大スポーツイベントに向けた機運醸成　→大阪が誇る文化・スポーツの強みを活かした都市魅力の創出と観光施策との連携 | 　→観光客と地域住民相互の目線に立った受入環境整備の推進 |
|  |  |  |
| 重点取組 | 重点取組 | 重点取組 |
| □世界第一級の文化・観光拠点形成・発信　・夢洲でのIRを含む国際観光拠点形成　・水と光のまちづくりの推進　・万博記念公園の魅力創出　・百舌鳥・古市古墳群の魅力創出　・ストーリー性をもたせた大阪魅力の再編集・発信　・大阪市内の重点エリア等の魅力向上□多様な観光資源の発掘・発信　・国内外の人々を惹きつけるキラーコンテンツ創出　・ナイトライフカルチャーの発掘・創出　・ランドマークのライトアップの時間延長・創出　・MICE誘致の推進□みんなで支える仕組みづくり　・都市魅力をみんなで支える人づくり・ネットワークづくり | □国際的なスポーツイベントの開催　・ラグビーワールドカップ2019の大阪開催　・国際的なスポーツイベントなどの誘致　・ホストタウンへの登録　・機運醸成イベントの展開□スポーツ都市大阪の魅力発信　・大阪マラソンの魅力向上　・スポーツツーリズムの推進□オリ・パラ等の開催を契機としたレガシーの形成　・オリンピック・パラリンピックムーブメント教育の推進□大阪の文化・食の魅力発信　・世界に発信する「大阪文化の祭典」　・文化魅力の情報発信　・アートスポットの魅力創出・発信　・大阪の食の魅力の創出・発信　・大阪らしい芸術文化の魅力の創出 | □旅行者の利便性向上　・Wi-Fi設置の拡充　・公共交通機関等と連携した受入環境の整備　・観光公衆トイレの整備促進　・宿泊施設における「おもてなし」環境の整備促進□観光案内機能の強化　・トラベルサービスセンター大阪の運営　・観光客への情報提供機能の充実　・観光案内板等の整備促進　・観光ボランティアの育成□インバウンド受入環境の整備　・多言語対応の強化　・外国人旅行者の災害時における安全確保□外国人留学生の受入と定着支援　・留学生受入･定着支援事業 |

|  |
| --- |
| ７．戦略に基づく施策のＰＤＣＡサイクル |

　戦略に基づく施策の展開にあたっては、個々の事業の進捗管理を徹底するとともに、施策が目指す都市像及び施策項目毎の達成度合いを評価管理することによってＰＤＣＡサイクルを実行する。

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| １ | 世界に誇れる自慢の都市 |  |

|  |
| --- |
|  |
| 戦略的施策展開（PDCA） |
|  |
| 事業計画の検討（Plan）・基本方針を踏まえた事業の企画･立案・プロジェクトごとにＫＰＩ（重要業績評価指標）を設定　（事業の撤退ルールも設定） |
| ↓ |
| 事業実施・推進（Do） |
| ↓ |
| 点検･評価（Check）・個々に設定した目標の達成度（アウトプット・アウトカム）・目指すべき都市像の実現度・施策項目ごとの達成度・戦略全体の評価（外部有識者による評価・助言） |
| ↓ |
| プロジェクトの見直し・改善・再構築（Act）・事業の拡充・継続・縮小・廃止、新たな事業展開・施策間の連携・融合　等・エリアを絞り込んだ集中的な取組み　等 |

 |  |
| ２ | 安全で安心して楽しめる24時間おもてなし都市 |  |  |
| ３ | 多様な人材が集う観光・MICE都市 |  | 年度ごとの見直しの繰り返し |
| ４ | 多様な楽しみ方ができる周遊・滞在都市 |  |
| ５ | 大阪が誇る文化力を活用した都市 |  |
| ６ | あらゆる人々が文化を享受できる都市 |  |
| ７ | アジアをリードする国際・プロスポーツ都市 |  |
| ８ | 健康と生きがいを創出するスポーツに親しめる都市 |  |
| ９ | 世界で活躍できるグローバル人材育成都市 |  |
| １０ | 出会いが新しい価値を生む多様性都市 |  |

|  |
| --- |
| ８．重点取組例・スケジュールイメージ　【参考資料】 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 重点取組例・概要 | 取組の主体 |
| 大阪全体の都市魅力の発展・進化・発信 | □世界第一級の文化・観光拠点形成・発信 |  |
|  | ◇夢洲でのIRを含む国際観光拠点形成・MICE機能や国際的なエンターテイメント機能を備えた統合型リゾート（IR）の誘致など、民間の創意・工夫や意見を取り入れながら、国際観光拠点の形成を目指す | 大阪市大阪府民間事業者大阪府大阪市経済団体大阪観光局民間事業者大阪府市町村経済団体民間事業者 |
| ◇水と光のまちづくりの推進　・「水と光の首都大阪」の実現を目指し、水の回廊を船が行き交い、内外の人々が水辺に集い憩う水都大阪の修景づくり、水辺の魅力創出に取り組む　・水都大阪ならではの魅力的な光の景観の創出に取り組む |
|  | →水辺の魅力空間づくり　・舟運をはじめ水辺も楽しめる観光メニューが集結するターミナルの整備　・水辺魅力の向上や、舟運活性化に資する空間・景観整備 |
| →舟運活性化　・舟運の共同運航体制の構築や係留環境の充実などによる旅行者ニーズに対応した観光メニューとしてのクルーズ商品の多様化促進 |
| →シンボルイベントの実施　・オリパライヤーに水辺を舞台にしたシンボルイベントを開催し、水都大阪の魅力を国内外へ発信、ブランディングと集客力を強化 |
| →水辺のランドマークの創出　・水の回廊ならではのランドマークやコンテンツを創出し、回廊全体の集客力アップや、クルーズをはじめとした観光メニューにおける新たな付加価値による魅力の向上 |
| →淀川の魅力創造　・淀川舟運の活性化に向けた沿川地域の魅力づくり |
| ◇万博記念公園の魅力創出　・｢太陽の塔｣の耐震化、塔内のオブジェ｢生命の樹｣の再生及び地下展示室の増設（｢地底の太陽｣再生）等 | 大阪府 |
| ◇百舌鳥・古市古墳群の魅力創出　・百舌鳥・古市古墳群世界文化遺産登録　・世界遺産登録後を見据えた来訪者対策計画策定・整備推進 | 大阪府市町村 |
| ◇ストーリー性をもたせた大阪魅力の再編集・発信　・大阪の魅力スポットやそれらを巡るルートを歴史や文化、地域性によってストーリー性をもたせて再編集し、効果的に発信　・地域における観光資源の磨き上げ・情報発信等の取組みを支援 | 大阪府市町村民間事業者 |
| ◇大阪市内の重点エリア等の魅力向上 |  |
|  | →大阪城・森之宮・大手前地区の魅力向上　歴史拠点の創出　・豊臣期に築かれた初代大坂城の石垣を掘り起こし、公開する施設を整備　・特別史跡大坂城跡保存管理計画を推進し、文化財を整備・活用　・大坂城をはじめ大坂の陣ゆかりの地を日本遺産として登録　・難波宮跡公園のハード・ソフト両面からの魅力向上　世界的観光拠点化　・平成27年度に導入した大阪城公園PMO事業(※)を推進し、民間活力を活用した公園の新たな魅力を創出 ※PMO（Park Management Organization）とは、公園全体をマネジメントする民主導の組織のこと | 大阪市大阪観光局 |
| →中之島地区の魅力向上　新しい美術館の整備　・大阪市が所蔵する第一級のコレクションを活用して、新たな魅力にあふれる美術館を、2021年度の開館を目指して整備 | 大阪市 |
| →御堂筋地区の魅力向上　御堂筋の空間再編　・側道を利活用した御堂筋の歩行者空間化に向けた道路空間の再編 | 大阪市民間事業者 |
| →天王寺・阿倍野地区の魅力向上　天王寺・阿倍野地区の魅力発信・集客促進　・天王寺公園・動物園を核に、周辺地域と連携し、天王寺・阿倍野地区の魅力発信・集客促進　天王寺公園・動物園の魅力向上　・天王寺公園・動物園において、ハード・ソフト両面からの魅力向上 | 大阪市 |
| →築港・ベイエリア地区の魅力向上　クルーズ客船の母港化　・クルーズ客船の母港化により内外集客力を強化　・新たなウォーターフロントのまちづくりに挑戦し、集客観光拠点化を図り、世界にアピール | 大阪市大阪観光局大阪市大阪府民間事業者 |
| →大阪駅周辺地区の魅力向上　うめきた2期まちづくりの推進　・世界の人々を惹きつける魅力を備えた「みどり」と、世界をリードする「イノベーション」の融合拠点形成に向けたプロモーションと整備 |
| →なんば駅周辺道路空間再整備　・なんば駅周辺道路空間を関西の観光インバウンド拠点として上質で居心地の良い空間とするため、車重視の空間から人重視の空間へ再整備 | 民間事業者経済団体大阪市大阪観光局大阪府 |
| □多様な観光資源の発掘・発信 |  |
|  | ◇国内外の人々を惹きつけるキラーコンテンツの創出　・話題を集め、国内外から多くの人を誘客する起爆剤となる事業を実施 | 大阪府 |
| ◇ナイトライフカルチャーの発掘・創出 |  |
|  | →文化、観光、商業施設等の開館・営業時間の延長　・美術館、水族館、ナイトクルーズ等 | 大阪府民間事業者 |
| →イベント・公演等の開演時間の繰り下げ　・レイトショー等 | 民間事業者 |
| →大阪・光の饗宴の魅力向上　・さらなるクオリティの向上等 | 大阪府大阪市民間事業者大阪観光局 |
| ◇ランドマークのライトアップの時間延長・創出　・ランドマークのライトアップの時間延長・創出による夜間のまち歩きの魅力向上 | 大阪府民間事業者 |
| ◇MICE誘致の推進　・官民が一体となって、ターゲット等を明確にした方針に基づき、戦略的にMICE誘致を展開するとともに、大阪におけるMICE受入体制を充実 | 大阪府大阪市大阪観光局経済団体民間事業者 |
| □みんなで支える仕組みづくり |  |
|  | ◇都市魅力をみんなで支える人づくり・ネットワークづくり　・行政、経済界、在阪メディア及び文化・都市魅力創造関係団体が連携し、観光、文化、スポーツ、国際化など様々な都市魅力活動を支える人材の育成、ネットワークづくりを推進 | 大阪府経済団体民間事業者 |
| 文化・スポーツを活かした都市魅力の創出 | □国際的なスポーツイベントの開催 |  |
|  | ◇ラグビーワールドカップ2019の大阪開催　・ラグビーワールドカップ2019大会準備推進組織を設置し、大会運営に係る関係機関との協議・調整や大会に向けた機運醸成を図るための取組みを展開 | 大阪府市町村 |
| ◇国際的なスポーツイベントなどの誘致　・大阪のスポーツ都市としてのブランド力を高めるため、注目度の高い国際的なスポーツイベントや合宿を誘致 | 大阪府大阪市市町村民間事業者 |
| ◇ホストタウンへの登録　・オリ・パラに参加する国・地域をホストタウンとして登録 | 大阪市市町村 |
| ◇機運醸成イベントの展開　・オリ・パラ開催に向けた事業の展開　　　オリンピアンを大阪から輩出するため、トップアスリートを育成する団体の支援や、障がいのある人もない人も誰もが楽しめる大規模なスポーツイベントの開催などによる機運醸成　・関西ワールドマスターズゲームズ開催に向けた事業の展開　　　大規模なスポーツ大会の開催時に合わせて、一般参加型のスポーツイベントの開催による機運醸成 | 大阪市 |
| □スポーツ都市大阪の魅力発信 |  |
|  | ◇大阪マラソンの魅力向上　・世界トップレベルの市民マラソンを目指すためのさらなる魅力づくりを目指すとともに、大会の国際化を推進 | 大阪府大阪市民間事業者 |
| ◇スポーツツーリズムの推進　・ランドマークなど大阪のブランド力を活用したスポーツイベントを誘致・開催　・プロスポーツチームと連携した都市魅力の発信、観光振興につながる取組みを推進 | 大阪府大阪市大阪観光局民間事業者 |
| □オリ・パラ等の開催を契機としたレガシーの形成 |  |
|  | ◇オリンピック・パラリンピックムーブメント教育の推進　・府内学校に、オリンピアンやパラリンピアンなどのトップアスリートを派遣し、オリ・パラ等の開催に向けた機運醸成やスポーツマンシップの普及 | 大阪府大阪市市町村 |
| □大阪の文化・食の魅力発信 |  |
|  | ◇世界に発信する「大阪文化の祭典」　・国内外のアーティストの招聘、上方伝統文化はじめ大阪の多様な文化事業との連携により大阪の文化の国内外への発信力の強化、文化を担う人材育成、さらなる文化振興につなげる事業を展開 | 大阪府 |
| ◇文化魅力の情報発信　・地域、文化団体、民間が府内各地で実施する日本の伝統文化や、大阪ならではの文化の公演、参加・体験イベントなど、様々な文化プログラムを発信 | 大阪府 |
| ◇アートスポットの魅力創出・発信　・公共空間等に“大阪の名所”として親しまれ根付くよう、新たなアート作品等の制作展示や、既に設置されているパブリックアートを掘り起こし、その魅力を発信 | 大阪府 |
| ◇大阪の食の魅力の創出・発信　・行政、経済界、食関連団体・教育機関、民間事業者等の連携・事業協力による大阪の食の魅力を創出、発信 | 大阪観光局民間事業者経済団体大阪府 |
| ◇大阪らしい芸術文化の魅力の創出　・オリ・パラに向けて、伝統芸能をはじめとした大阪の文化資源を活用した新たなプログラムの創出 | 大阪市 |
| 世界有数の国際都市を目指した受入環境の整備 | □旅行者の利便性向上 |  |
|  | ◇Wi-Fi設置の拡充　・大阪観光局において、Osaka Free Wi-Fiの整備を促進　・大阪府において、旅行者の利用の多い集客スポット等、集中的に取り組むべきエリアを限定し、Wi-Fi設置にかかる初期費用に対する補助を行うなど、設置拡充に向けた支援を実施 | 大阪府大阪市大阪観光局民間事業者市町村 |
| ◇公共交通機関等と連携した受入環境の整備　・乗継利便性の向上を図るため、乗継ぎ駅における案内モニターの設置や経路床面における表示等、旅行者の利便性向上に向けた環境整備を促進 | 大阪府民間事業者 |
| ◇観光公衆トイレの整備促進　・集中的に取り組むべきエリアを限定し、観光公衆トイレの快適性向上や美化促進を図るため、便器の洋式化・自動洗浄化等の整備を促進 | 大阪府民間事業者市町村 |
| ◇宿泊施設における「おもてなし」環境の整備促進　・宿泊施設において、利用者の利便性向上につながる施設整備を促進 | 大阪府民間事業者 |
| □観光案内機能の強化 |  |
|  | ◇「トラベルサービスセンター大阪」の運営　・旅行者の各種相談対応や観光・鉄道案内と、外貨両替等のサービスを一体的に提供する「トラベルサービスセンター大阪」を平成28年度内にJR大阪駅構内に開設・運営 | 大阪府大阪観光局民間事業者 |
| ◇観光客への情報提供機能の充実　・スマートフォンのＧＰＳ機能を活用した、プッシュ型による観光施設等の案内・乗換え案内サービスを構築　・観光ガイドマップの作成･充実 | 大阪府 |
| ◇観光案内板等の整備促進　・旅行客が安心して円滑に目的地に移動できるとともに、観光施設等の情報が得やすくなるよう、観光案内板等、施設間の移動ルートの案内表示の設置、改修を促進 | 大阪府市町村民間事業者 |
| ◇観光ボランティアの育成　・府内在住、在学の大学生、専門学生並びに留学生などを、まちかど観光ボランティアとして育成し、主要ターミナル駅や空港、バスターミナルなどで旅行者等を案内 | 大阪府民間事業者 |
| □インバウンド受入環境の整備 |  |
|  | ◇多言語対応の強化　・観光施設における多言語表示の案内板設置や、宿泊施設の多言語対応などの取組みを支援　・インターネットを使って多言語メニューが簡単に作成できるサイトを構築・配信　・多言語ガイドブックの拡充 | 大阪府民間事業者大阪観光局 |
| ◇外国人旅行者の災害時における安全確保　・外国人旅行者が災害発生時に必要な情報を入手できる環境の整備　・行政、観光施設・宿泊施設等、関係者の役割分担によるサポート体制の構築 | 大阪府市町村民間事業者 |
| □外国人留学生の受入と定着支援 |  |
|  | ◇留学生受入・定着支援事業　・留学生受入を実施・予定している大学や大学コンソーシアムと、公的賃貸住宅事業者の間で公的住宅をまとめて賃貸借契約し、大学側が留学生に安定的に住宅を提供　・企業における高度外国人材の積極的受入・活用や留学生の就職支援 | 大阪府民間事業者 |

|  |
| --- |
| ９．主要プロジェクト例とスケジュールイメージ【参考資料】 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 主要プロジェクト名 | プロジェクトの主体 |
| 世界に誇れる自慢の都市 | ① | ◇夢洲でのIRを含む国際観光拠点形成【重点】 | 大阪市大阪府民間事業者大阪府大阪市経済団体大阪観光局民間事業者大阪府市町村経済団体民間事業者 |
| ◇水と光のまちづくりの推進【重点】 |
|  | →水辺の魅力空間づくり【重点】 |
| →舟運活性化【重点】 |
| →シンボルイベントの実施【重点】 |
| →水辺のランドマークの創出【重点】 |
| →淀川の魅力創造【重点】 |
| →大阪光のまちづくり2020構想の推進 | 経済団体民間事業者大阪府大阪市 |
| ◇万博記念公園の魅力創出【重点】 | 大阪府 |
| ◇百舌鳥・古市古墳群の魅力創出【重点】 | 大阪府市町村 |
| ◇ストーリー性をもたせた大阪魅力の再編集・発信【重点】 | 大阪府市町村民間事業者 |
| ◇大阪城・森之宮・大手前地区の魅力向上 |  |
|  | →歴史拠点の創出【重点】 | 大阪市大阪観光局 |
| →世界的観光拠点化【重点】 |
| ◇中之島地区の魅力向上 |  |
|  | →新しい美術館の整備【重点】 | 大阪市 |
| →大阪市中央公会堂100周年を契機とした魅力発信 | 大阪市 |
| ◇御堂筋地区の魅力向上 |  |
|  | →御堂筋の空間再編【重点】 | 大阪市民間事業者 |
| →御堂筋活性化事業 | 大阪市大阪府民間事業者 |
| →クオリティの高いにぎわい空間や官民協同によるブランドの創出 | 大阪市民間事業者 |
| ◇天王寺・阿倍野地区の魅力向上 |  |
|  | →天王寺・阿倍野地区の魅力発信・集客促進【重点】 | 大阪市 |
| →天王寺公園・動物園の魅力向上【重点】 | 大阪市 |
| →大阪市立美術館の魅力向上 | 大阪市 |
| ◇築港・ベイエリア地区の魅力向上 |  |
|  | →クルーズ客船の母港化【重点】 | 大阪市大阪観光局 |
| →大阪港開港150年記念事業 | 大阪市大阪観光局 |
| ◇大阪駅周辺地区の魅力向上【重点】 | 大阪市大阪府民間事業者民間事業者経済団体大阪市大阪観光局大阪府 |
| ◇なんば駅周辺道路空間再整備【重点】 |
| ② | ◇国内外の人々を惹きつけるキラーコンテンツの創出【重点】 | 大阪府 |
| ◇大阪・光の饗宴の魅力向上【重点】 | 大阪府大阪市民間事業者大阪観光局 |
| ◇御堂筋活性化事業≪再掲≫ | 大阪市大阪府民間事業者 |
| ◇大阪マラソンの魅力向上【重点】 | 大阪府大阪市民間事業者 |
| ◇スポーツツーリズムの推進【重点】 | 大阪府大阪市大阪観光局民間事業者 |
| ③ | ◇大阪の食の魅力の創出・発信【重点】 | 大阪観光局民間事業者経済団体大阪府 |
|  | →民間との連携による食の魅力発信 | 大阪市民間事業者 |
|  | ◇天満・天神橋地域の魅力発信 | 大阪市 |
| ④ | ◇観光魅力向上のための歴史・文化的まちなみ創出事業 | 大阪市 |
| ◇恒常的なまちの魅力向上支援事業補助金 | 大阪府 |
| 安全で安心して楽しめる２４時間おもてなし都市 |  | ◇Wi-Fi設置の拡充【重点】 | 大阪府大阪市大阪観光局民間事業者市町村 |
| ◇公共交通機関等と連携した受入環境の整備【重点】 | 大阪府民間事業者 |
| ◇観光公衆トイレの整備促進【重点】 | 大阪府民間事業者市町村 |
| ◇宿泊施設における「おもてなし」環境の整備事業【重点】 | 大阪府民間事業者 |
| ◇歩行者案内標識整備 | 大阪市 |
| ◇「トラベルサービスセンター大阪」の運営【重点】 | 大阪府大阪観光局民間事業者 |
| ◇観光案内所の運営 | 大阪府大阪市大阪観光局民間事業者市町村 |
| ◇観光客への情報提供機能の充実【重点】 | 大阪府 |
| ◇観光案内版等の整備促進【重点】 | 大阪府大阪市民間事業者 |
| ◇観光案内板等の掲載情報の更新等 | 大阪市 |
| ◇観光ボランティアの育成【重点】 | 大阪府民間事業者 |
| ◇観光ボランティアガイドとの連携 | 大阪市 |
| ◇なんば駅周辺道路空間再整備【重点】≪再掲≫ | 民間事業者経済団体大阪市大阪観光局大阪府 |
| 多言語対応の強化【重点】 | 大阪府民間事業者大阪観光局 |
| ◇観光バス乗降場環境整備 | 大阪市 |
|  | ◇外国人旅行者の災害時における安全確保【重点】 | 大阪府市町村民間事業者 |
|  | ◇文化、観光、商業施設等の開館・営業時間の延長【重点】 | 大阪府民間事業者 |
| ◇イベント・公演等の開演時間の繰り下げ【重点】 | 民間事業者 |
| ◇大阪・光の饗宴の魅力向上【重点】≪再掲≫ | 大阪府大阪市民間事業者大阪観光局 |
| ◇ランドマークのライトアップの時間延長・創出【重点】 | 大阪府民間事業者 |
| 多様な人材が集う観光・МＩＣＥ都市 |  | ◇MICE誘致の推進【重点】 | 大阪府大阪市大阪観光局経済団体民間事業者 |
| ◇夢洲でのIRを含む国際観光拠点形成【重点】≪再掲≫ | 大阪市大阪府民間事業者 |
| ② | ◇大阪観光局運営事業（大阪版DMO推進事業） | 大阪府大阪市大阪観光局経済団体民間事業者 |
| ③ |
| ◇観光ボランティア育成【重点】≪再掲≫ | 大阪府民間事業者 |
| ◇都市魅力をみんなで支える人づくり・ネットワークづくり【重点】多様な楽しみ方ができる周遊・滞在都市 | 大阪府経済団体民間事業者 |
|  |  | ◇国内外への戦略的なプロモーションの展開 | 大阪府大阪市大阪観光局 |
| ◇各種プロモーションツールを活用した大阪の情報発信の強化 | 大阪府大阪市大阪観光局 |
| ◇大阪ミュージアムの推進 | 大阪府市町村 |
| ◇大阪都市景観建築賞（大阪まちなみ賞） | 大阪府大阪市 |
| ◇フィルムカウンシル事業の充実 | 大阪府大阪市経済団体大阪観光局民間事業者 |
|  | ◇観光バス駐車場の確保・充実 | 大阪市 |
| ◇魅力資源の結びつけによる府内各地の周遊性向上事業 | 大阪府 |
| ③ | ◇ストーリー性をもたせた大阪魅力の再編集・発信【重点】《再掲》 | 大阪府市町村民間事業者 |
| 大阪が誇る文化力を活用した都市 | 1. １
 | ◇世界に発信する「大阪文化の祭典」【重点】 | 大阪府 |
|  | ◇アートスポットの魅力創出・発信【重点】 | 大阪府 |
| ◇大阪市中央公会堂100周年を契機とした魅力発信《再掲》 | 大阪市 |
| ◇新しい美術館の整備 【重点】《再掲》 | 大阪市 |
| ◇留学生への大阪文化の魅力発信 | 大阪府 |
| ◇美術館・博物館の魅力向上《一部再掲》 | 大阪市 |
| ③ | ◇文化魅力の情報発信【重点】 | 大阪府 |
| ◇大阪らしい芸術文化の魅力の創出 【重点】 | 大阪市 |
| ◇アーツカウンシルの機能強化 | 大阪府大阪市 |
| あらゆる人々が文化を享受できる都市 |  | ◇若手アーティストらの発表機会の提供 | 大阪府民間事業者 |
|  | ◇子ども・子育て世代芸術鑑賞機会の創出 | 大阪市 |
|  | ◇都市魅力をみんなで支える人づくり・ネットワークづくり【重点】≪再掲≫ | 大阪府経済団体民間事業者 |
| アジアをリードする国際・プロスポーツ都市 |  | ◇ラグビーワールドカップ2019の大阪開催【重点】 | 大阪府市町村 |
| ◇国際的なスポーツイベントなどの誘致【重点】 | 大阪府大阪市市町村民間事業者 |
| ◇オリ・パラ等事前キャンプ誘致の推進 | 大阪府大阪市市町村 |
| ◇ホストタウンへの登録【重点】 | 大阪市市町村 |
| ◇オリ・パラ開催に向けた事業の展開【重点】 | 大阪市 |
| ◇関西ワールドマスターズゲームズ開催に向けた事業の展開【重点】 | 大阪市 |
|  | ◇大阪マラソンの魅力向上【重点】≪再掲≫ | 大阪府大阪市民間事業者 |
| ◇スポーツツーリズムの推進【重点】≪再掲≫ | 大阪府大阪市大阪観光局民間事業者 |
| ◇プロスポーツとの連携事業 | 大阪府大阪市大阪観光局民間事業者 |
| ◇スポーツ情報ネットワークシステム推進事業 | 大阪府 |
| ③ | ◇オリンピック・パラリンピックムーブメント教育の推進　【重点】 | 大阪府大阪市市町村 |
| 健康と生きがいを創出するスポーツに親しめる都市 | ① | ◇関西ワールドマスターズゲームズ開催に向けた事業の展開【重点】≪再掲≫ | 大阪市 |
| ◇トップアスリート等との連携事業 | 大阪府市町村 |
| ◇スポーツボランティア養成及び派遣事業 | 大阪府 |
| ② | ◇府民スポーツ・レクリエーションフェスティバル | 大阪府 |
| 世界で活躍できるグローバル人材育成都市 | ① | ◇グローバル人材育成事業 | 大阪府 |
| ◇英語イノベーション事業 | 大阪市 |
| ◇公設民営学校（国際バカロレア等）の設置 | 大阪市 |
| ② | ◇留学生の住まい確保に向けた公的賃貸住宅事業者と大学連携事業　【重点】 | 大阪府民間事業者 |
| ◇外国人留学生との連携拡大及び起業支援 | 大阪市 |
| ③ | ◇企業における高度外国人材の積極的受入・活用や留学生の就職支援 【重点】 | 大阪府民間事業者 |
| 出会いが新しい価値を生む多様性都市 | ① | ◇外国人相談事業の充実 | 大阪府大阪市 |
| ◇災害時多言語支援センター設置･運営訓練 | 大阪府大阪市 |
| ◇府内大学連携型災害時多言語支援人材確保事業 | 大阪府 |
| ◇在住外国人に対する情報発信の充実 | 大阪市 |
| ② | ◇観光案内板等の整備促進【重点】≪再掲≫ | 大阪府市町村民間事業者 |
| ◇ホストタウンへの登録【重点】≪再掲≫ | 大阪市市町村 |
| ◇多文化共生施策の推進 | 大阪市 |
| ③ | ◇MICE誘致の推進【重点】≪再掲≫ | 大阪府大阪市大阪観光局経済団体民間事業者 |
| ◇グローバルイノベーション創出支援事業 | 大阪市 |
| ◇大阪トップランナー育成事業 | 大阪市 |
| ◇水・環境分野における大阪関西企業の海外展開支援 | 大阪市 |
| ◇ビジネスパートナー都市交流事業 | 大阪市 |
| ◇外国人留学生の起業支援≪一部再掲≫ | 大阪市 |
| ◇外国企業誘致推進事業 | 大阪府大阪市 |
| ④ | ◇トップセールスによる戦略的プロモーション | 大阪府大阪市大阪観光局経済団体 |
| ◇JICA（国際協力機構）との連携事業 | 大阪市 |