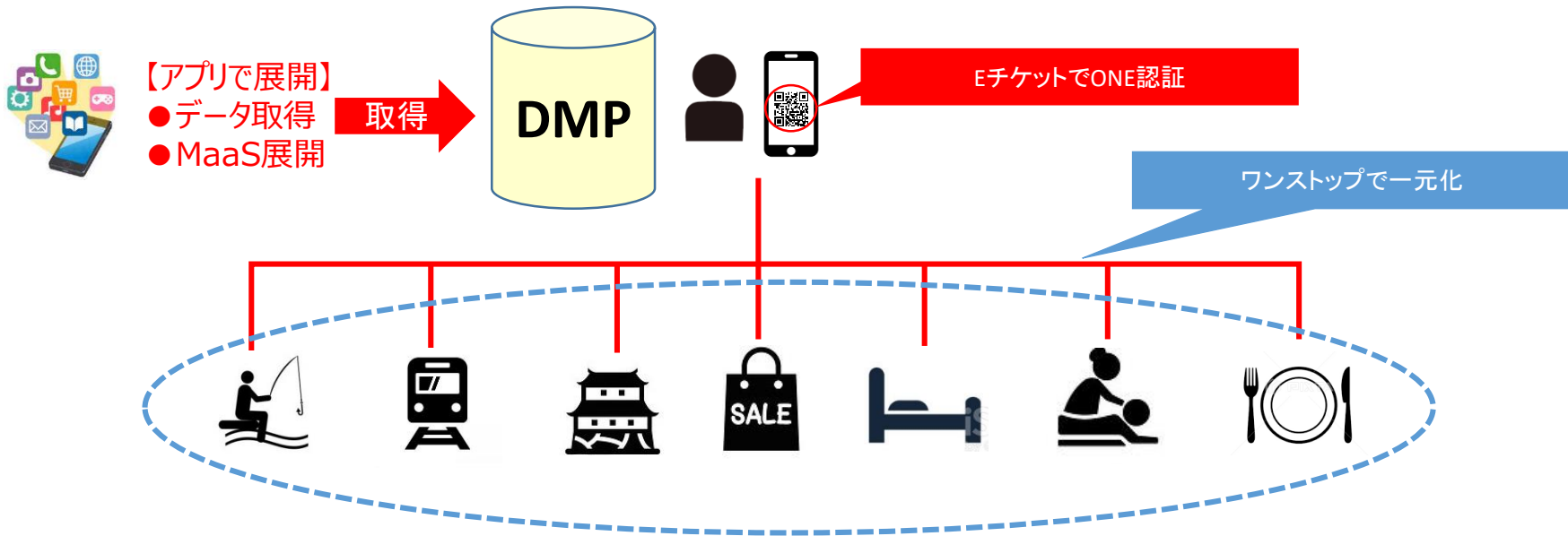


「万博を見据えた 大阪経済発展について」

2022年8月

公益財団法人 大阪観光局理事長（大阪観光局長）

溝 畑 宏



日本のショーケース

万博・IRに来た来販者に日本の情報を提供
⇒大阪をハブにして全国に送客



提供：2025年日本国際博覧会協会

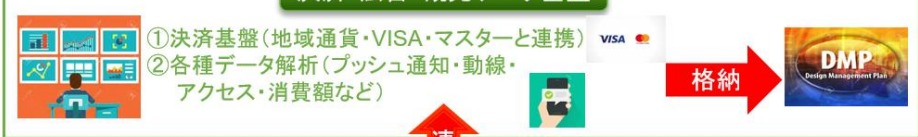


万博・I Rを見据えて

●大阪観光アプリ



決済・広告・観光データ基盤



●スーパーシティ構想



●メタバース



- ①「MaaS」で交通のストレスフリーを目指す
※近畿運輸局・鉄道各社と意見交換
- ②「観光DX」で観光全体のストレスフリーを目指す
※体験・観光施設・飲食・物販・宿泊事業者と意見交換
- ③「スーパーシティ」でビッグデータを取得して観光戦略に落とし込む(都市OS「ORDEN」と連携協議)
※大阪府スマートシティ戦略部と連携に向けて意見交換
- ④「メタバース」でリアルとバーチャルでの新しい経済効果を出す仕組みを目指す
※博覧会協会・メタバース推進協議会と意見交換



世界最高水準の受入れ環境整備 – ユニバーサルツーリズム –

～多様性あふれる街 大阪を目指して～

《ユニバーサルツーリズムを推進する意義》

◆環境認識：コロナ禍で変化した市場

ニューノーマルに対応した「持続可能な観光都市づくり」に注力する必要性

◆年齢や性別、国籍障がい等の有無に関わらず、誰もが安心して楽しむことができる

「持続可能な観光都市づくり」

少子・超高齢社会の日本で持続可能な観光都市を目指すには、誰もが安心して訪れることができる

受入環境整備が重要

今後、急速な高齢化を迎えるインバウンドマーケットにおいても同様の課題がある（特に東南アジア諸国）

◆大阪が目指すべき姿

「大阪都市魅力創造戦略2025」の達成と大阪・関西万博に向けた「誰もが安心して楽しむことができる世界的な魅力ある都市」 **（SDGsの達成）**

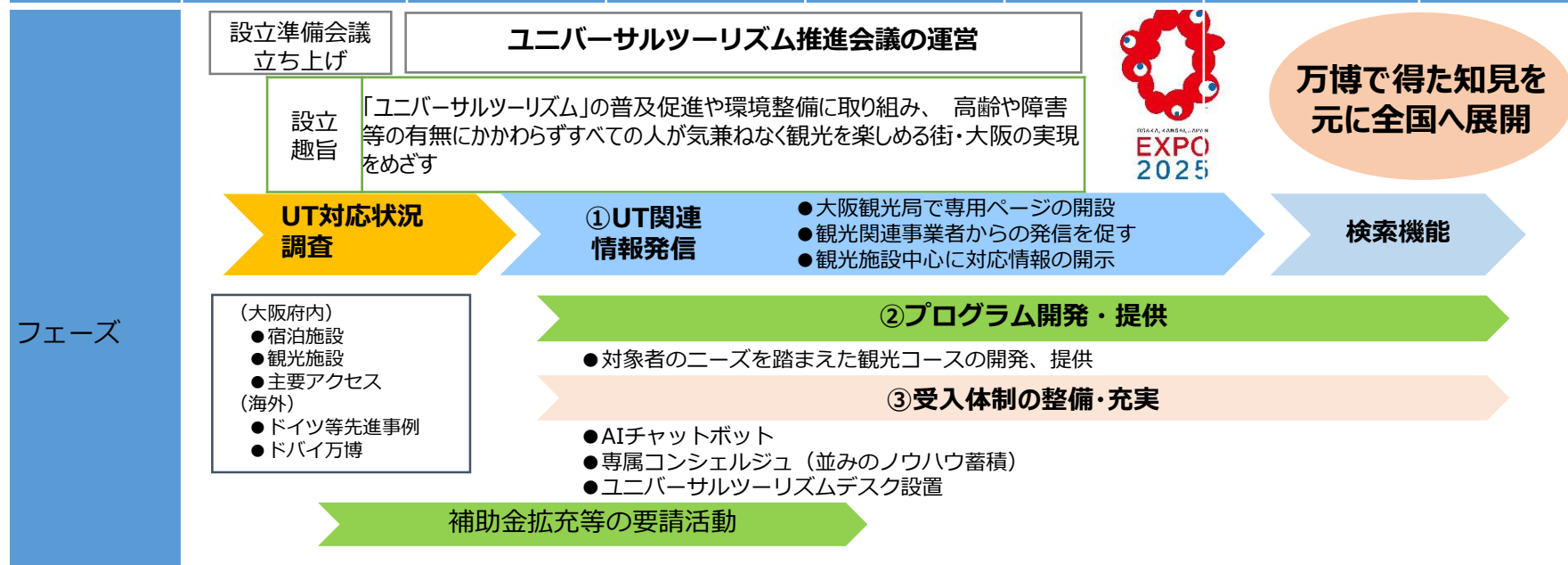
ユニバーサルツーリズムの対象者

日本人口の約**57%**

高齢者	約29%
障害者手帳保持者	約7%
手帳を保持しない発達障害のある方	約10%
妊産婦・ベビーカーユーザー	約3%
LGBT、性的マイノリティー	約8%

出典：2017年JNTO資料を元にJTB総合研究所作成

区分	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年以降	2030年以降
----	-------	-------	-------	-------	-------	---------	---------



2021年度の実績

○UT対応施設調査、ルート調査仕様決定、設立準備会議の立ち上げ（R4.1）

2022年度の取組方針

⇒ ユニバーサルツーリズム推進会議の運営、モデルルート等の関連情報発信に向けた取組を推進

世界最高水準の受入れ環境整備 - LGBTQツーリズムへの取組み -

～多様性あふれる街 大阪を目指して～

《LGBTQツーリズムを推進する意義》

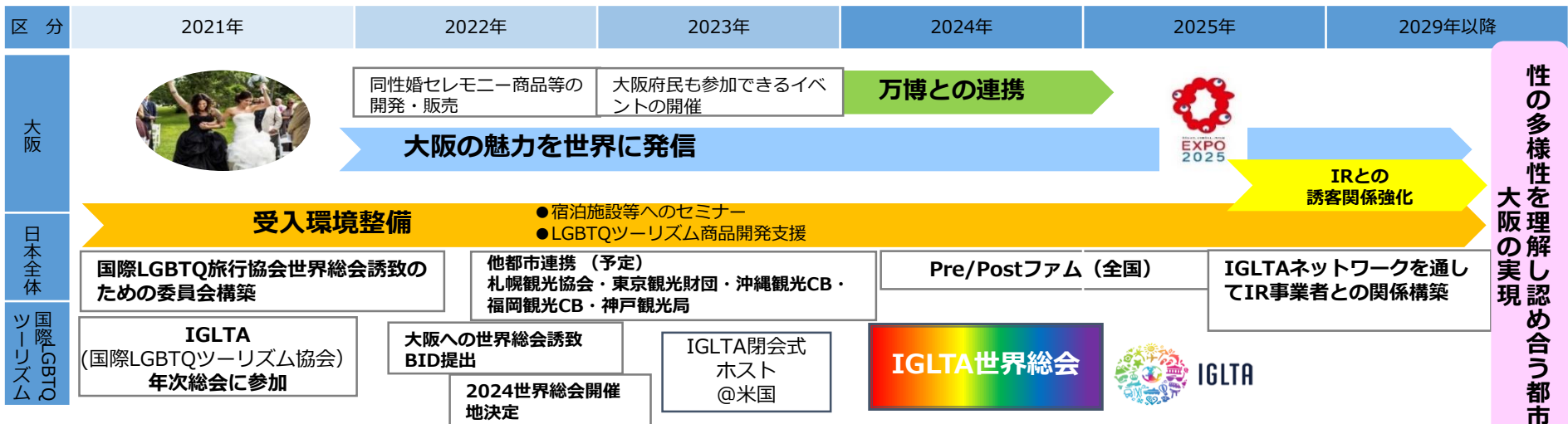
- ◆ **多様性あふれる街・大阪の実現** 大阪観光局の掲げる3つのコンセプト（24時間、観光のハブ、多様性）の1つ
- ◆ **観光消費額の高さ** 観光消費額は世界で約23兆円、人口の約10%を占めるLGBTQの観光消費額全体の16%
- ◆ **欧米豪対策** 情報訴求の波及効果が高いLGBTQ間のネットワークを形成

日本初のプライド月間イベントを開催

ドラッグクイーン × 既存の観光コンテンツを商品開発・販売

日本初のLGBTQツーリズム会議を開催

- Visit Gay Osakaの充実
- IGLTA経由での情報発信継続



性の多様性を理解し認め合う都市
大阪の実現

2021年度の実績

- IGLTA世界総会誘致に向けた機運醸成（セミナー開催等）・・・3回
賛助会員向けセミナー（多数参加）、W大阪プロジェクトトークセッション（約100名参加）、第1回日本観光ショーケースin大阪・関西でのセミナー（約20名参加）
- ドラッグクイーンとのコラボレーション商品開発・・・4商品造成

2022年度の取組方針

- ⇒ LGBTQフレンドリーな企業の拡大、誘致体制の立ち上げ（5/20）、BID作成
- ⇒ インバウンドの回復状況を踏まえて商品販売開始