



# 国際観光文化都市・大阪をめざして

2024年1月15日  
公益財団法人 大阪観光局

世界が憧れる「住んでよし」「働いてよし」「学んでよし」「訪れてよし」の

## 世界最高水準、アジアNo.1の国際観光文化都市

「国際観光文化都市」のイメージを表す「8つのキーワード」

### ① 体験・感動

- 多様な食事、エンタメ、歴史、文化・芸術、レジャー等が楽しめるアミューズメント都市
- 様々なプロスポーツ観戦が楽しめる都市
- 世界中の芸術家等が集まる文化・芸術都市
- 面白いイベントを行う人が集うイベント都市
- 世界中の富裕層を楽しませる特別な体験を提供する都市

### ② 元気・活力

- 緑や花がそばにある、癒しのある都市
- スポーツが盛んで、健康と生きがいを楽しめる健康増進都市
- 世界中から優秀な人材が集まり、事業を起こし、雇用と富が生まれるビジネス都市

### ③ 夢・希望

- 世界水準のMICE施設を持ち、多数のMICEが開催され、人・モノ・情報が集まり、イノベーションと新しいビジネスが生まれる都市
- 持続的かつ健全な経済発展があり、多くの人が余暇を楽しめる都市
- 再チャレンジを受け入れる都市

### ④ 多様性・共生・平等

- 様々な価値観を受容し、共存共栄する都市
- 旅行者、留学生など来訪者を歓迎し、彼らが快適に滞在できる都市
- 弱者を助け、共に支えあう都市
- 日本中の各地方都市に送客し、地方都市とともに栄える都市

### ⑤ 復活・対応力

- 困難から迅速に復活し、変化に柔軟に対応する人々が集まる都市

### ⑥ 安全・安心・清潔・防災

- 身の危険や感染症のリスクが低く、快適に過ごせる都市

### ⑦ 分散

- 特定の時期や場所に集中しない、多様な休暇の取り方とコンテンツが享受できる都市

### ⑧ 環境・みどり

- ゼロカーボン社会を実現する都市
- 地球温暖化の抑制をめざす都市
- 生態系多様性の維持をめざす都市

## 1. 大阪観光局の役割

① **オーガナイザー**(organizer)  
全体をプロデュースする役割

② **プロモーター** (promoter)  
熱を生み出す役割

③ **アクセラレーター** (accelerator)  
取組みを加速させる役割

## 2. 大阪観光局のミッション (2017年11月DMO法人登録)

大阪観光推進のプラットフォームとして、大阪への経済効果を最大化する

① **数を増やす**  
大阪が目的地として選ばれる取組み

② **質を上げる**  
着地後消費を最大化させる取組み

③ **波及させる**  
経済効果を持続・波及させる取組み

→ **量から質への転換を加速**

## 3. 事業展開における3つのコンセプト

24時間観光都市  
Anytime

関西・日本観光のハブ  
Anywhere

多様性あふれる街  
Anybody

## 4. 万博・IRを見据えた活動目標

- ① **日本観光の「ショーケース」** 日本 of 新しい「玄関」大阪から全国の魅力を発信し、送客。
- ② **日本観光の「トップランナー」** 各分野のプロ集団となり、全国の関係者のモデルに。
- ③ **成長戦略の「起爆剤」** 新しいビジネスや価値を生み出し、持続的な経済発展に貢献。
- ④ **高付加価値MICE都市** 参加者に高い満足度、経済効果を広く長く波及させるMICE都市に。

## 世界に選ばれる新しい観光スタイルの実践 大阪観光の本格始動

2023年

- コロナ禍からの反転攻勢
- 海外プロモーションの再開
- 中国市場を除き、市場全体がコロナ前の水準に回復
- 万博に向けた飛躍への挑戦

【量・質ともに上昇】

消費単価2019年 7.3万円 ▶ 2023年9.4万円 (7~9月期) ※観光庁：訪日外国人消費動向調査  
インバウンド来阪者数：2019年実績1,231万人 ▶ 2023年見込1,000万人以上 (見込)

2023年	
目標	実績 (見込)
1,300万人	1,000万人以上

2024年

- 来阪外国人客数をコロナ前の水準以上に戻す
- インバウンド来阪者数 目標1,400万人
- オーバーツーリズム対策の推進
- 人手不足への対応 (DX推進 (AI及びロボット活用等)、留学生の活用、ライドシェアなど)

2024年目標

1,400万人

2025年

- 大阪・関西万博
- インバウンド来阪者数 目標1,500万人  
訪日外国人旅行者数 3,200万人 (2019年水準) 超え  
(観光庁「新時代のインバウンド拡大アクションプラン」)

2025年目標

1,500万人

2026年  
以降

- 《インバウンド動向を踏まえた大阪観光局の今後の動き》
- 大阪・関西万博後における継続的な観光需要の創出
  - IR開業 (2030年想定)

2030年目標

2,000万人

HOP

STEP

JUMP

# 【アジアNo.1の国際観光文化都市】へのロードマップ<sup>°</sup> (想定含む)



区分	2023年	2024年	2025年	2026年以降	2030年以降
フェーズ	HOP		STEP!		JUMP!!
	<p>万博での飛躍を狙い、各事業で具体的活動の実行を重ね、成長を加速させる</p> <p>万博の機運醸成</p> <p>●ラグビーW杯 (フランス)      ●夏オリパラ(パリ)</p> <p>万博での成果を土台に、IR誘致を見据え総仕上げを行う</p> <p>アジアNo.1の国際観光文化都市の実現へ</p>				
大規模イベント等	 未来モノづくり国際EXPO 2023  G7 2023 HIROSHIMA SUMMIT Peace Museum's Vision for OSAKA-SAKAI	IGLTA世界総会大阪大会 Japan MICE EXPO 2024 RED-U35 大阪プレDC 第19回食育推進全国大会	 EXPO 2025 大阪DC	Velo-city (2029年想定)  KANSAI WORLD MASTERS GAMES 2021 (2027年) 第35回日本医学会総会(2027年想定)	ISPO (IR開業時想定)
インフラ関係	北大阪急行延伸開通	うめきた2期まちびらき 中之島未来医療国際拠点オープン	大阪公立大学森之宮キャンパス開設 淀屋橋地区再開発	富裕層受入環境の整備(想定) 例) ヘリポート・スーパーヨットなど 淀川左岸線2期一般供用開始(2027年)	IR 施設開業 (2030年以降) 新大阪駅再開発 (2030年) なにわ筋線 開通 (2031年) リニア中央新幹線(2039年)
来阪外国人 (単位: 万人) ※観光局想定	1,300	1,400	1,500(万博での飛躍)	→	2,000
		【参考】 ・府市戦略 入国規制解除から2年後 1152.5	【参考】 ・観光庁: 2025年 3,200超え (全国)		【参考】 ・観光庁: 2025年 6,000万人 (全国)

# 大阪観光局が取り組む主な事業



2024年は、万博での大きなステップアップに向けあらゆる取組みの成果にコミットする1年に

大阪観光局キャッチコピー「Downtown of Japan」

2024年のテーマ「Discover Osaka, Japan」

多様な人材

スタートアップの育成

投資を呼び込む

新たな魅力の発見



## SDGsの達成に向けた各取組み

「量から質へ」「安全・安心」「ストレスフリー」「シームレス」「オーバーツーリズム対策」「災害・緊急時対応」「人手不足対応」

★ = 重点的に取り組む事業

受入環境整備  
規制緩和

ラグジュアリー  
ホテル誘致支援

### ラグジュアリー対策

コンシェルジュ育成

富裕層向けサービスの提供

### 大阪のSDGs

- ★ エバーグリーン
- ★ スポーツツーリズム (サイクリング)
- ★ ハットツーリズム
- ★ 留学生支援 教育交流
- ★ 緑化・環境への取組み
- ★ 食のSDGs
- ★ GBTQツーリズム

### 国内プロモーション

- ★ 旅行博・商談会
- ★ 大阪プレDC

### 日本の観光ショーケース

- ★ 文化芸術観光
- ★ 食・ブランディング
- ★ ナイトタイムエコノミーの推進
- ★ 重要コンテンツ
- ★ 伝統行事・祭り
- ★ テーマコンテンツ開発
- ★ 水都事業の推進
- ★ スポーツツーリズム (プロスポーツ連携)
- ★ 広域連携 (周遊)・府域周遊・大阪市内の取組み
- ★ 広域連携 (周遊)
- ★ 府域周遊の促進
- ★ 市内エリアゾーニング

### インバウンド誘致

- ★ リアルプロモーション
- ★ 受入環境整備
- ★ アウトバウンド促進
- ★ フードダイバーシティ
- ★ 災害への対応
- ★ 急患

### オーバーツーリズム対策

- ★ 混雑回
- ★ 旅のマナー啓発等
- ★ 分散

### MICE

- ★ 誘致・創出
- ★ SDGs for MICE
- ★ スポーツMICE

### 観光インフラ

- ★ Osaka Free Wi-Fi
- ★ 案内所の運営管理
- ★ コールセンターチャットボットの運営

### 自主財源

- ★ 大阪楽遊パス(Eチケット)
- ★ ライセンス・広告
- ★ 賛助会員
- ★ オフィシャルパートナー

### 観光DX・マーケティングリサーチ

- ★ 観光データベース (DMP)構築
- ★ 閑空調査
- ★ MaaSの推進
- ★ 観光アプリ
- ★ OSAKA-INFO SNS運用

### 観光関連事業者支援

- ★ 飲食事業者応援事業

# 量から質への転換 「高付加価値な観光施策の推進」 ①



## ラグジュアリー層の受入れ促進による観光消費の増加

⇒ 量より質を重視した取組みにより着地後消費を最大化

### 主な高付加価値観光の取組み



ナイトタイムエコノミーの創出



高付加価値コンテンツ整備等



メディカル&ヘルスツーリズム

#### ■ VISA冊子の制作・配布

府下ホテル6万室以上に8万2千部配布



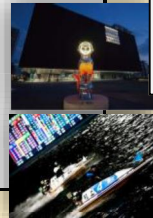
#### ■ 大阪楽遊ナイトパスの造成・販売

府内の人気施設を新たに加え、ナイト施設の入場無料券+タクシー500円無料券がセット



#### ■ 中之島美術館プライベートナイトミュージアム

学芸員による解説等が付いた夜間貸し切りプランを期間限定で販売（英語・中国語対応）  
※2024.2.10～3.24までの指定された5日間のみ



#### ■ ナイトコンテンツ造成（MUIC関西）

住之江競艇場を活用し、インバウンド向け高付加価値コンテンツの検討・造成

#### ■ ヘリコプター付観光送迎プラン販売に向けた実証実験の実施

大阪市内（舞洲）～和歌山マリーナシティ間のデモ飛行による実証実験

#### ■ 大阪湾～瀬戸内周航ルート開発

瀬戸内の舟運事業者と連携したプレミアムな旅客船による周遊プランの開発

#### ■ 富裕層受入全般に対応するプラットフォーム検討

#### ■ 高付加価値な食体験コンテンツ造成

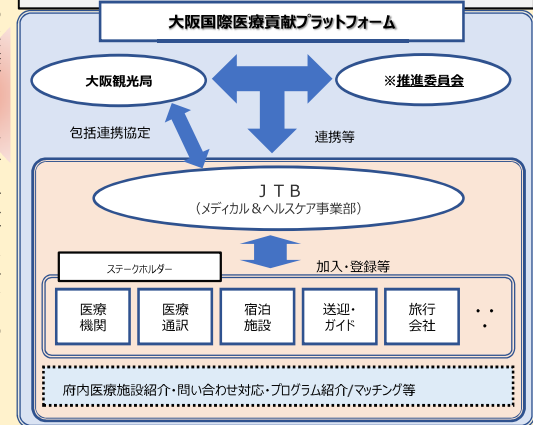
「あじわい大阪」での高付加価値食コンテンツ造成・販売



受診者及びその家族等による高付加価値コンテンツの利

#### ■ 大阪国際医療貢献プラットフォームの確立

- ・2024.2 予約・手配業務開始
- ・2024.3 高度医療Webサイト開設



高付加価値MICE



#### ■ IGLTA世界総会の大阪開催に向けた取組み

- ・IGLTAボードメンバーを迎えたセミナー開催
- ・総会（2024.10）に先立つIGLTAボードメンバーによるFAMトリップ実施

#### ■ 産業系、食、金融系の高付加価値MICE案件の誘致活動

高い経済効果又は大阪のプレゼンス向上に繋がるMICE主催者への誘致活動

# 量から質への転換 「高付加価値な観光施策の推進」 ②

関係者と連携したラグジュアリー層の受入環境や情報発信の充実

⇒ **ラグジュアリー層の受入環境及びホスピタリティの充実により大阪を目的地に！**

## ラグジュアリー対策の構成要素

### 受入環境整備・規制緩和



チャーター機入国時の規制緩和に向けた取組協力



スーパーヨット受入港湾整備計画への関与

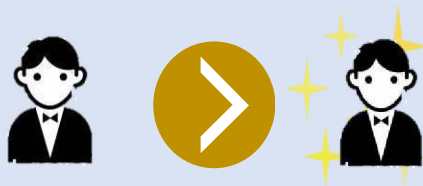
### ラグジュアリーホテル誘致支援



○今後開業予定のラグジュアリーホテル

- ・フォーシーズンズホテル大阪（堂島） 2024年
- ・ウォルドーフ・アストリア大阪（梅田） 2025年
- ・パティーナ大阪（大阪城） 2025年 等

### コンシェルジュ育成



富裕層ニーズへの細やかな対応  
が可能な事業者の発掘・育成

### 富裕層向け情報発信



クローズドマーケットへのPR



# 2024年度大阪観光局事業の5つの柱



- **観光DXの推進及びマーケティング活動の更なる強化**
  - ・各種マーケティングデータの取得及びコンサルティング機能の強化
  - ・大阪観光局アプリや府域ブランディングサイトの機能拡充、高精度なデジタルプロモーション
- **国内外プロモーションの積極的な展開**
  - ・国際情勢等を踏まえた海外プロモーションの継続実施
  - ・府域市町との連携による全国的なイベント及びキャンペーンを契機とした国内来阪需要喚起
- **大阪・関西万博、IR開業に向けたSDGsの機運醸成及び取組みの推進**
  - ・持続可能な観光実現のための機運醸成及びオーバーツーリズム対策
  - ・大阪・関西万博のレガシーを引き継ぐ永続的な観光需要の創出に向けた取組み
- **「大阪＝日本の観光ショーケース」の実現に向けた高付加価値コンテンツの充実**
  - ・来阪観光客にとって魅力的な全国各地の高付加価値コンテンツを活用した商品造成
  - ・観光コンシェルジュの育成・養成及び観光コンシェルジュ機能の向上
- **万博を契機とした国内外からのMICE誘致の更なる促進**
  - ・主催者に選ばれるMICE開催地としての魅力向上
  - ・関係事業者と一体となった大阪の発展に寄与するMICEの誘致

# 観光DXの推進及びマーケティング活動の更なる強化



観光客の利便性向上とデータに基づく観光施策の展開による誘客及び府域周遊促進  
 ⇒ **大阪全域でのストレスフリー、シームレスかつ快適な観光体験を提供**

## データに基づく観光戦略策定

客観的データに基づく観光戦略の策定を通じた  
 PDCAサイクルの確立



## 府内市町村との連携事業

データに基づいた市町村のマーケティング、観光戦略の策定支援及びPDCAサイクルの確立



連携市町のデータ分析 ▶ コンテンツの磨き上げ ▶ プロモーション

**観光アプリ**      3.2万DL  
 (1月10日時点)

インバウンド観光客のお困りごとのうち、決済手段や公共交通の利用に関する課題の解決

充実させたアプリ機能を活用したDL促進及びストレスフリーな観光体験の提供



府域コンテンツの新たなプロモーション手法  
 ⇒ **大阪観光局新ブランディングサイトの制作**

- ☆知られざる大阪をユーザー目線に立って紹介
  - ☆大阪市を含む連携市町から随時記事及びページ制作
- 例) 羽曳野市  
 ■テーマ: 肉



# 国内外プロモーションの積極的な展開



府内市町村と連携した国内観光客向け誘客プロモーション、世界各国、各地域の動向を踏まえた海外プロモーションの実施 ⇒ **世界から選ばれる都市 = 大阪の実現**

高い観光消費が見込まれる（欧米豪・中東等）との関係性を強化し、東アジアに次ぐ新たな来阪ニーズを創出

## 海外市場

### トッププロモーション



アゼルバイジャン、パリ等

### セールスコール



東アジア・東南アジア等

### 商談会・旅行博出展



ロンドン、ベルリン、ロサンゼルス等

## リアル

### 国内向け



展示会・旅行博への出展

### 大阪プレDC

**来てな!**

オモロイがいっぱい大阪旅  
大阪デスティネーションキャンペーン

## 国内市場

海外現地法人や大使館等出先機関と連携したネットワーク構築

連携強化による相互送客促進

20か国以上に500以上の商

各国旅行会社へのセールスコール

観光関連事業者や観光客へのPR・ネットワーク構築

会員制商談会等、クローズドマーケットに向けたPR

万博の機運醸成

定期的な効果検証による精度を高めたプロモーション

## SNS



6言語による多彩な情報発信  
約88万人のフォロワー

## WEB



新ブランディングサイト OSAKA-INFO

## アプリ



Discover OSAKA

## デジタル



# 大阪・関西万博、IR開業に向けたSDGsの機運醸成及び取組みの推進



大阪・関西万博以降も、持続可能な観光を推進し都市魅力の向上を図るため、大阪の未来に繋がる観光事業を推進 ⇒ **万博に向けSDGsの達成のための取組みを積極的に推進**

## 多様性の尊重



ペットツーリズム



留学生支援



ユニバーサルツーリズム



LGBTQツーリズム

ダイバーシティ推進!

## ゼロ・カーボン社会の実現



みどりのプロジェクト



グリーンツーリズム



サイクリングツーリズム

持続可能な観光実現!

## 万博の機運醸成・プロモーション



フォーラム開催



海外でのPRイベント



大阪観光大使等の活用



世界から大阪へ!



周遊促進!

## オーバーツーリズム対策

R6年度の予定



上期:奈良方面



下期:兵庫方面



分散を促す情報発信

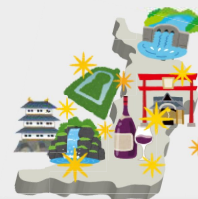
府域周遊の促進

広域周遊の促進

持続的な観光需要の創出!

## レガシー活用

アフター万博を見据えた  
観光コンテンツの造成



▶ **万博**を契機に注目を浴びる大阪において、**オール大阪・関西**で**SDGs**な取組みを推進!

# 大阪・関西万博、IR開業に向けたSDGsの機運醸成及び取組みの推進



## 多様性の尊重

さまざまな立場、状況、考えに対し寛容かつ充実した取組みを推進

### ユニバーサルツーリズム

日本人口の約41.6%  
(5,220万人)

誰もが安心して楽しむことができる都市・大阪の実現

#### 万博に向けた取組み



- 万博に“簡単に行けない方”の参加を実現するプロジェクトとの連携
- 新規モデルコース2本造成、情報発信
- 心のバリアフリー施設認定新規9件

#### 機運醸成



- ユニバーサルツーリズム推進協議会の運営
- 車いす体験ワークショップの開催

#### 課題

・造成コースの検証⇒改善⇒利用促進

【モデルコース造成数】  
2022年3本  
2023年2本  
2024年3本  
2025年 計10本

### LGBTQツーリズム

人口の約10%  
世界の観光消費額の16%

IGLTA世界総会や大阪・関西万博を契機とした多様性あふれるまちの実現

「大阪＝LGBTQツーリズムの目的地」としての認知度を高めるための取組み

IGLTA世界総会誘致  
(2024.10開催予定)

LGBTQ受入機運醸成



IGLTA世界総会  
プエルトリコ大会



IGLTA世界総会大阪開催

「IGLTA世界総会2024」推進協議会の設立(2023年4月14日)  
(協議会委員)  
大阪府・大阪市・堺市、(公社)関経連、(公社)北海道観光振興機構、(公財)東京観光財団、(公財)福岡観光CB、(一財)沖縄観光CB、(株)アウト・ジャパン、(株)JTB、(公財)大阪観光局  
9団体2民間事業者



FAMトリップ

### ペットツーリズム

市場規模16,242億円  
犬猫飼育延べ1,230万世帯

「人とペットが共に生きる街・大阪」を目指す！

万博に向けた大阪におけるペット受入環境整備

#### 万博のペット同伴実現

万博に向けた調整実施



WEBサイト

#### ペット受入機運醸成

ペット博覧会出展

2022年・・・天王寺周辺、中之島・心斎橋、箕面の3コース造成  
2023年・・・泉南地域1コース造成

#### 課題

造成コースの検証⇒改善⇒利用促

#### モデルコースの情報発信

モデルコース1件造成

### 留学生

経済波及効果  
約893億円

「学んでよし」・「住んでよし」・「働いてよし」のアジアNo.1の留学生都市の実現

留学生満足度向上・留学生数増加・就業率の向上

留学生数：2022年3.5万人 ⇒ 2030年5万人に

#### 誘致

海外からでも家探し可



STUDY IN OSAKA  
ポータルサイト

#### 支援

3年目の外国人留学生EXPO



外国人留学生EXPO

#### 活用

年間50回以上のイベント



万博での留学生ボランティア  
に向けた検討

#### 就労

就職イベントの紹介



## ゼロ・カーボン社会の実現

### 大阪の未来に繋がる観光事業を推進

#### GO GREEN OSAKA

自然に触れ、学ぶ「豊かな自然と共生する新たなライフスタイルに適した観光」の推進

○大阪における一人あたりの緑地面積  
⇒ 世界主要都市最下位クラスの **5㎡** (東京11㎡、台北50㎡、香港105㎡)  
(出典：Siemens+EIU「The Green City Index」2011年)

生活空間にみどりを取り入れ、地域環境の保全と人々のQOL向上をめざす



30自治体、10団体  
27企業と連携して推進



植林イベント



シンポジウムの開催

- ・自然体験
- ・果物狩り
- ・自然公園
- ・ワーケーションなどの特集

アフター万博を見据え、SDGsの達成に貢献するための次世代に継承できる場づくりを推進



提供：2025年日本国際博覧会協会

会場各施設木質化への提言、再利用・リサイクルの提言  
木造リングや各パビリオンでの催事・イベントなど空間や時間の獲得に向けた調

#### サイクリングツーリズム

自転車で大阪・関西万博会場へ！ゼロカーボン社会の実現

○万博と連携した自転車を活用したまちづくり

大阪・関西万博に向け、夢舞大橋を活用し、全国各地のサイクルルートと大阪府内のサイクルルートの連携を深める



WEBサイト



MICEや観光ショーケースと連動させたテーマコンテンツとしてのサイクリングツーリズムを推進

2029年Velo-city誘致へ！



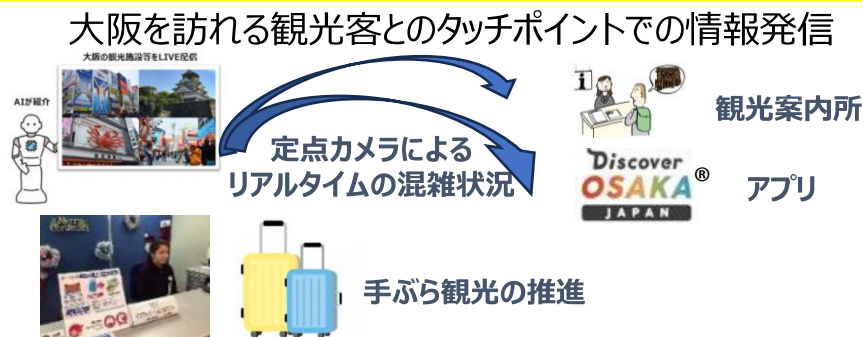
提供：2025年日本国際博覧会協会

## オーバーツーリズム対策

### 安全・安心、清潔で快適な旅行環境の整備

#### 混雑回避を目的とした受入環境整備推進

混雑しているエリア等の受入環境整備による分散を促進



#### 大阪市内・府域の魅力コンテンツ造成・販売

大阪市内及び府域周遊の促進による場所の分散を促進



#### 旅のマナー啓発・トイレマップ等

観光客・住民・観光事業者にとって快適な環境の整備

情報発信等によるマナー啓発・混雑緩和に向けた協議

トイレ位置情報発信 旅のマナー啓発 スマートゴミ箱 旅のお困りごと対応



治安

騒音

#### ナイトコンテンツの造成

夜間コンテンツの造成を通して時間軸での分散を促進

大阪を訪れる観光客とのタッチポイントでの情報発信

美術館の夜間開館 ナイトコンテンツ造成 ナイトコンテンツ冊子制 水門の開門時間延長



# 大阪・関西万博、IR開業に向けたSDGsの機運醸成及び取組みの推進



## 大阪・関西万博の機運醸成・プロモーション

### 世界から大阪へ誘客するための大阪・関西万博の認知拡大に向けたプロモーション

#### 大阪観光大使等の活用

##### 大阪観光大使等の影響力を活用したPRへの協力

###### 2023年実績

- ・イベントでの「NMB48」をはじめとしたアイドルの起用サポート
- ・シント＝トロイデンVVのPRパートナー就任協力
- ・世界的ダンサー「ケント・モリ」や球団「オリックス・バファローズ」等とのイベントにおけるPR協力



#### 海外プロモーション

##### 世界各国での万博認知向上のためのプロモーション

###### 2023年実績



アゼルバイジャン



マレーシア



台湾



スペイン

#### TEAM EXPOへの協力

##### 共創パートナーとして、共創チャレンジを支援

###### 公益財団法人大阪観光局

共創パートナー 2021.07.06

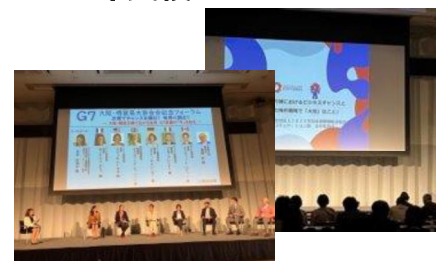
###### 「次世代の観光」創出プロジェクト



#### メディアプロモーション

##### 情報発信力が高い国際的イベントでのプロモーション

###### 2023年実績



G7での記念フォーラム開催



G7で留学生が海外メディアへPR



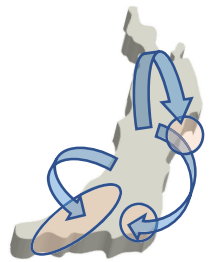
# 「大阪 = 日本の観光ショーケース」の実現に向けた高付加価値コンテンツの充実

大阪が世界から選ばれるゲートウェイ都市として、西日本をはじめ全国のハブ機能を有し、大阪から各地域への送客を促進 ⇒ 「大阪 = 日本の観光ショーケース」へ

大阪市内・府域魅力  
コンテンツの造成・販売

大阪を起点に  
全国へ送客

広域周遊の実現



市内及び府域の周遊促

大阪市内及び府域各エリア  
への周遊の実現



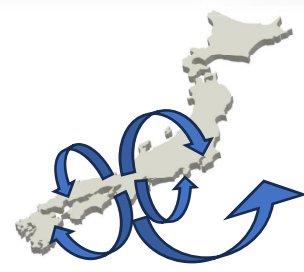
全国・府内の魅力コンテンツ発掘



磨き上げ



情報発信・商品造成・販売

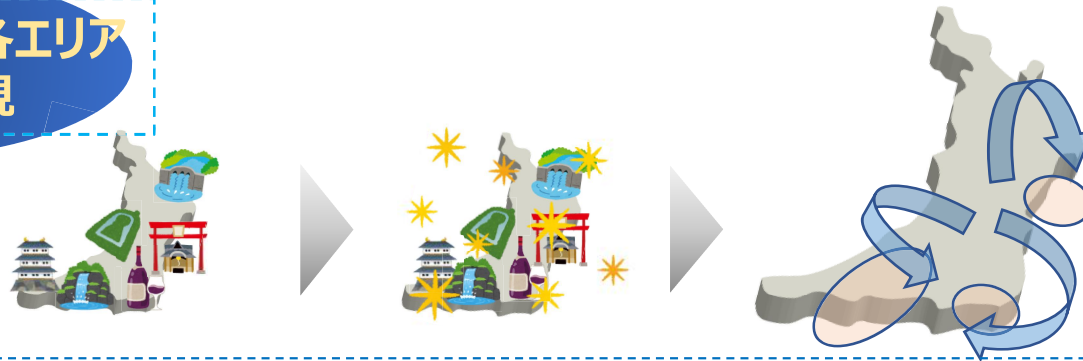


広域周遊の促進

経済波及効果の創出

# 「大阪＝日本の観光ショーケース」の実現に向けた高付加価値コンテンツの充実

## 大阪市内及び府域各エリアへの周遊の実現



### ■ 大阪市内・府域の魅力コンテンツの発掘 ⇒ 情報発信 ⇒ ユーザーのニーズに合った高付加価値商品造成・販売

大阪市内の各エリアの磨き上げ、ここにしかない高付加価値なコンテンツとして造成・販売  
府域の未だ知られざる魅力を発掘し磨き上げ、高付加価値なコンテンツとして造成、販売及びプロモーション

## 経済波及効果の創



### ■ 全国の魅力コンテンツの発掘 ⇒ 情報発信 ⇒ ユーザーのニーズに合った高付加価値商品造成・販売

全国の温泉、絶景、祭り、食などのテーマに沿った各地のキラコンテンツ、知られざる魅力などを発掘  
自治体等と連携して磨き上げ、今までにない“上質”コンテンツを造成

# 「大阪＝日本の観光ショーケース」の実現に向けた高付加価値コンテンツの充実



## 経済波及効果の創出



### ■ 大阪の食の取組み、大阪での食のイベント開催とレガシー継承の取組み

- ・世界における「食のまち・大阪」のブランディング強化
- ・食育推進全国大会などを通じた食のSDGs推進
- ・高付加価値食体験コンテンツの造成などによる食の消費単価増
- ・RED U-35の大阪誘致による世界に通用する料理人の発掘
- ・ORA（大阪外食産業協会）が出席する食博覧会（「宴～UTAGE」）パビリオンとの連携による食のプロモーション展開



#### 観るスポーツ



#### するスポーツ

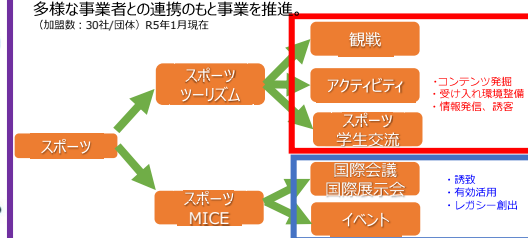


#### スポーツ/ウェルネス メーカー



#### ◆ 大阪観光局のスポーツ関連事業

※大阪・関西スポーツツーリズム&MICE推進協議会（SECOK）を設立し、多様な事業者との連携のもと事業を推進（加盟数：30社/団体）R5年1月現在



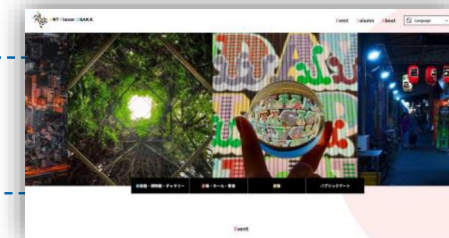
### ■ スポーツツーリズムの推進

観るスポーツ、するスポーツなどプロスポーツとの連携取組み、アドベンチャーツーリズムの情報発信

アドベンチャーツーリズムのWEBサイト公

### ■ 文化芸術観光の推進

大阪の最新情報の発信による誘客促進



# 「大阪＝日本の観光ショーケース」の実現に向けた高付加価値コンテンツの充実 ～大阪市内エリアゾーニング・大阪ベイエリア（咲州・築港・舞洲・夢洲）の活性化～



神戸空港国際化  
2030年前後(予想)



スポーツ・レクリエーション  
の需要に対応したまちづくり

ユニバーサル・スタジオ・  
ジャパン「スーパー・  
ニンテンドー・ワールド」  
エリア拡張 (2024年)

大阪IR  
(2030年以降)



出典：大阪IR株式会社

大阪・関西万博  
(2025年)

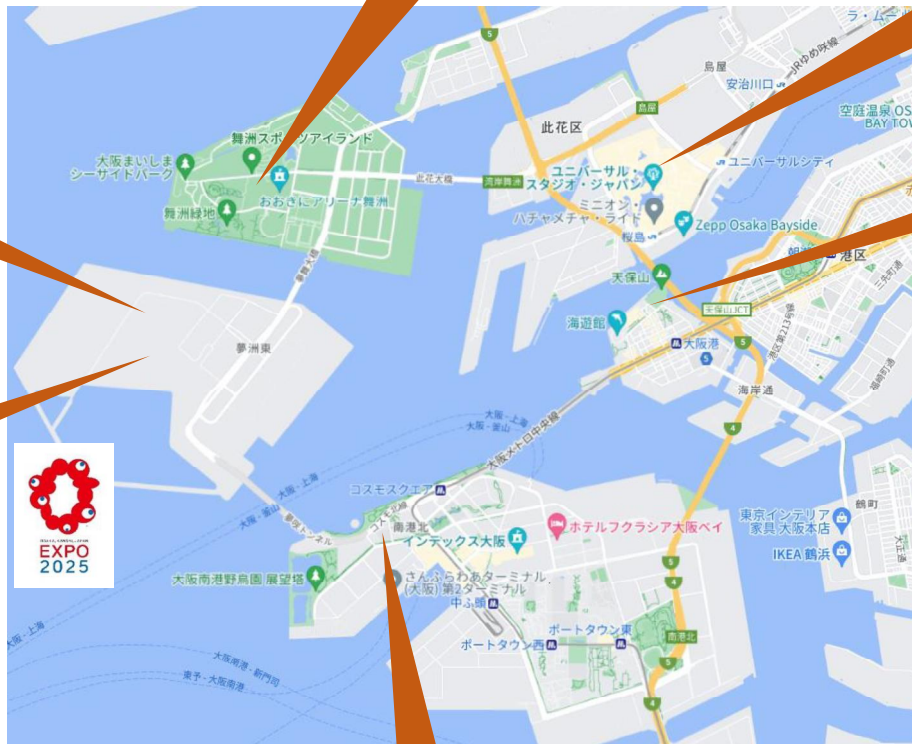


出典：2025年日本国際博覧会協会

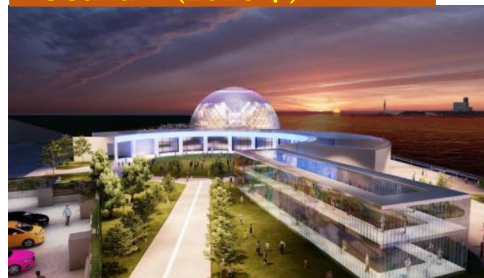
関西国際空港国際線エリア拡張  
(～2026年)



出典：関西エアポート株式会社



Premium Jewelry Dome  
Osaka (2025年)



出典：シンフォニックスリール株式会社

スーパーヨット誘致



天保山客船ターミナル  
(2024年)



出典：天保山ターミナルサービス株式会社

# 万博を契機とした国内外からのMICE誘致の更なる促進



アジアNo.1の国際観光文化都市に向け、関係事業者と一体となり、大阪の発展に寄与するMICEを誘致  
⇒2027年までにアジア・大洋州地域トップ10、2032年度までにトップ5の国際会議開催件数を  
目指す（大阪MICE誘致戦略）

※参考：2019年ICCA国際会議統計 アジア大洋州地域 5位：台北101件 10位：上海87件 22位：大阪32件

## 大阪MICE誘致戦略の目標達成に向けた取組みの推進



### ■「MICE開催の機運醸成」に全力投球（継続）

国内唯一のMICE総合国際展示会を大阪で開催⇒大阪をMICEの中心地に

### ■主催者に選ばれるための環境整備とブランディング

海外PRの強化、安全・安心・清潔でサステナブルな運営の推進、ユニークベニューやアフターMICE開発

### ■MICE主催者と「共創する」営業とそのための体制構築

関連事業者が総力を挙げて主催者に働きかけ⇒万博に関連したMICEの誘致・創出  
産業活性化や都市ブランド向上に資するMICEの優先誘致・創出

### ■IR事業を見据えた誘致体制強化策の推進

IR事業者との連携、開発計画に合わせた誘致活動  
既存の主要会場との連携・情報共有の基盤構築



## 地域を巻き込んだMICE誘致活



### ○大阪MICEビジネスアライアンス

MICE関連事業者の集まり  
222社524名が登録

【2023.9.29】  
堺でのビジネスアライアンスセミナーの様子（@フェニーチェ堺）



### ○大阪エリアMICE

府内の主要会場など事業者との連携・協力のもと、  
9つのエリア（北摂、梅田、中之島、大阪城、堺筋本町、ミナミ、ベイエリア、堺、KIX・りんくう）で、  
エリアの魅力発信、誘致力・ブランド力の向上を目指す

# 万博を契機とした国内外からのMICE誘致の更なる促進

## Team OSAKA MICE、梅田DMOの活動



### 参加企業・団体

- 株式会社コングレ
- 株式会社コンベンションリンクージ
- JTBグループ（株式会社JTB および 株式会社JTBコミュニケーションデザイン）
- 日本コンベンションサービス株式会社
- 公益財団法人 大阪観光局（Team OSAKA MICE事務局）

### ■ 2025年大阪・関西万博を契機とした大阪へのMICE誘致合同チーム

2025年大阪・関西万博を最大限に活かし、大阪におけるMICE誘致の促進を図るため、MICE施設、ホテルなど、大阪のMICE関連事業者が大阪観光局の元に団結し、オール大阪でMICE誘致

- ホテル ニューオータニ大阪（株式会社ニュー・オータニ）
- 株式会社コングレ
- CONVENTION LINKAGE
- JTB
- Jtb Communication Design
- JCS
- SHERATON Miyako Hotel Osaka
- グランキューブ大阪（株式会社 大阪国際会議場）
- インテックス大阪（一般財団法人 大阪国際経済振興センター）
- リーガロイヤルホテル（株式会社ロイヤルホテル）
- INTEX OSAKA
- Osaka International Convention Center
- The New Otani HOTEL NEW OTANI OSAKA
- RR リーガロイヤルホテル
- OSAKA
- シエラトン都ホテル（株式会社近鉄・都ホテルズ）



### 正会員・賛助会員・特別会員・協力会員

- |  |   |   |   |   |
|--|---|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>アロフト大阪堂島</li> <li>インターコンチネンタルホテル大阪</li> <li>ウェスティンホテル大阪</li> <li>梅田サウスホール</li> <li>HEP FIVE</li> <li>(株) JR西日本コミュニケーションズ</li> <li>阪急電鉄 (株)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>梅田センタービル</li> <li>MBSメディアホールディングス (SkyシアターMBS)</li> <li>大阪ステーションホテル、オートグラフ コレクション</li> <li>オーバルホール</li> <li>ホテルグランヴィア大阪</li> <li>(株) 日本旅行</li> <li>阪神電気鉄道 (株)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>グランフロント大阪 ショップ&amp;レストラン</li> <li>ザ・リッツ・カールトン大阪</li> <li>ナレッジキャピタル コングレコンベンションセンター</li> <li>NU茶屋町/NU茶屋町プラス</li> <li>ホテル阪急インターナショナル</li> <li>(株) 阪急交通社</li> <li>大阪市経済戦略局</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>ハービスPLAZA/PLAZA ENT</li> <li>ハービスHALL</li> <li>阪急三番街</li> <li>阪急百貨店 阪急うめだ本店</li> <li>ルクア大阪</li> <li>阪急阪神マーケティングソリューションズ (株)</li> <li>(公財) 大阪観光局</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>阪神百貨店 阪神梅田本店</li> <li>ヒルトン大阪</li> <li>ビルボードライブ大阪</li> <li>プリーゼタワー (株式会社サンケイビル)</li> <li>西日本旅客鉄道 (株)</li> </ul> |
|--|---|---|---|---|

### ■ 大阪梅田エリアの事業者連携により同エリアへのMICE誘致や受入支援を推進

大阪梅田エリアでMICE開催を検討する主催者に、会議・宿泊等の複数施設の情報を一元的に提供するワンストップ窓口サービス、MICEの参加者をエリア全体でおもてなしするコーディネートを実施。国際交流拠点としての大阪梅田エリアのブランド価値向上に貢献(2023.10.31発足)

## スポーツMICEの誘致活動

- ・モータースポーツ等スポーツ大会の誘致
- ・スポーツ競技団体/連盟の訪問、営業
- ・スポーツ関連MICEへの出展、プロモーション



## 海外MICE誘致活動



IMEX@ラスベガス



IBTM@バルセロナ

# その他事業等① 自主財源の強化



## 自主財源の安定的な確保による組織の運営効率向上

⇒ **持続可能な大阪観光局事業の展開の実現**

新規コンテンツ造成及び既存コンテンツの磨き上げ、  
販売促進のためのプロモーション等を実施

### パス事業収益

来阪観光客のストレスフリーな観光体験実現・周遊促進

来阪観光客の需要に応じたパス商品の開発・磨き上げ

大阪楽遊パス + 大阪楽遊パスプレミアム = 市内エリアコンテンツ

### 会員収入等

仕組みづくり等の制度面を充実させることによる会員数増

会員同士のネットワーク強化による満足度向上の取組み

獲得数	2022年	2023年	2024年	2025年以降
パートナー数 (ゴールド・シルバー・ブロンズ)	12社 (実績)	15社 (見込み)	18社 (目標)	20社 (目標)
賛助会員数 (101万円 50~)	662会員 (実績)	800会員 (見込み)	900会員 (目標)	1000会員 (目標)

### ライセンス収入等

大阪観光局の公的ブランドを活かしビジネスを加速

越境EC

店舗紹介

ロゴ使用

	2022年(決算)	2023年(予算)	2024年(予算)
自主財源推移	2.6億円	2.9億円	3.2億円

### 他事業収入の強化

持続可能性を意識した事業展開による財源確保

各事業の収益化に向けたモデルの検討・構築

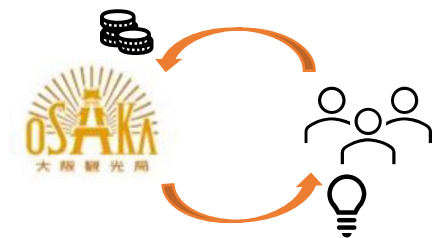
#### 商品販売収入

大阪観光局だからこそ  
造成できる商品を販売



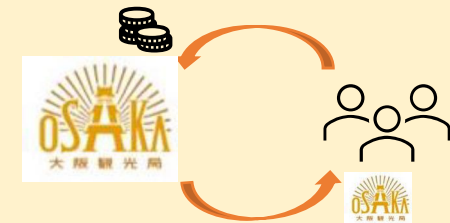
#### コンサルティング収入

大阪観光局のノウハウを  
提供



#### ライセンス収入

大阪観光局のブランドを  
活用したライセンスビジ  
ネスの展開

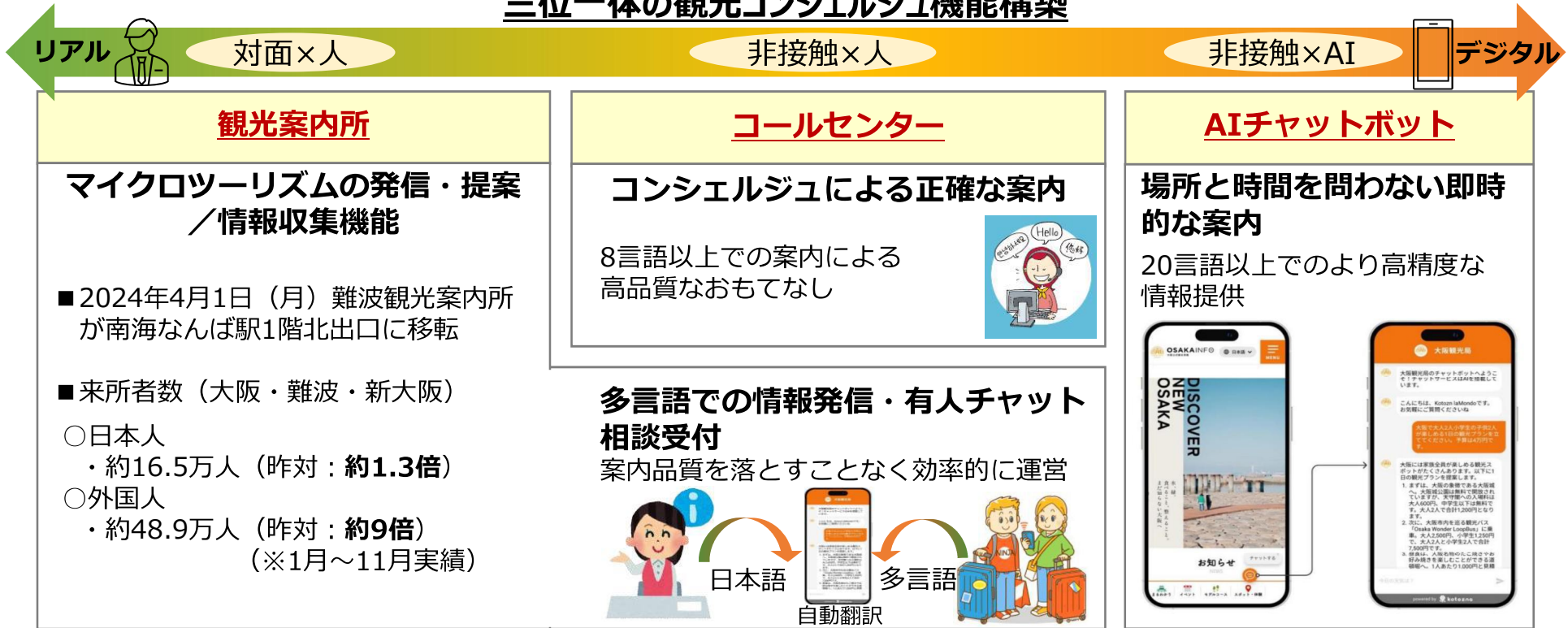


その他事業等②  
受入環境整備



観光コンシェルジュ機能構築により利用者のニーズに合った快適な案内を提供  
⇒ 大阪府域の周遊を促進し、観光案内所の新たな展開に繋げる

三位一体の観光コンシェルジュ機能構築



インターネット環境整備

新たな枠組みのデータローミング環境の整備により、ストレスフリーな観光環境を実現

**Osaka Free Wi-Fi** 通信キャリアのWi-Fi事業撤退により経費負担増  
2023年3月末：鉄道、空港など一部でのサービス終了  
観光施設等では引き続きサービス活用中

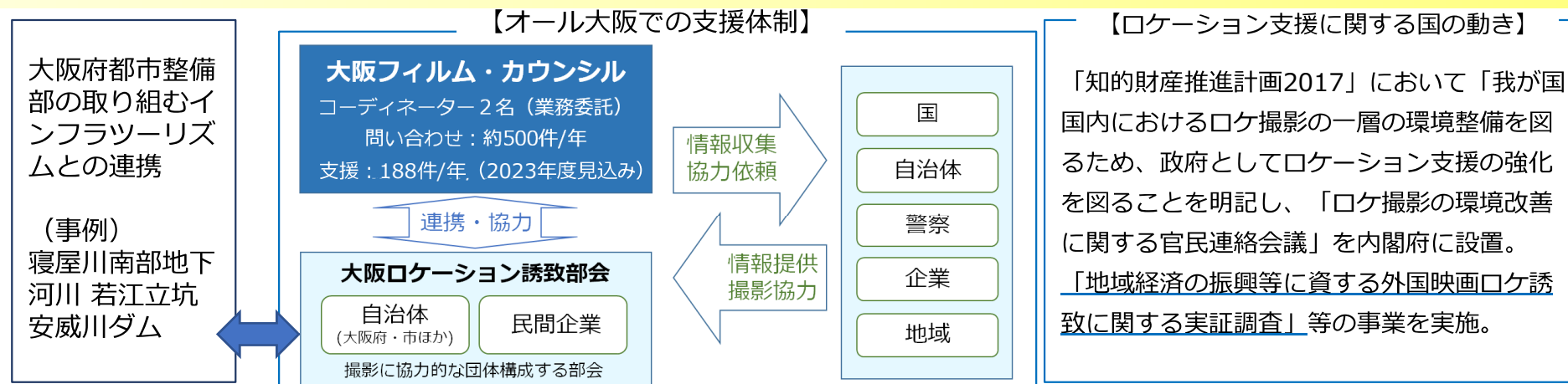
**オープンローミングの整備拡大**

- ・一度登録すれば国内外で自動接続
- ・安全性及び通信速度向上
- ・東京都施設、万博会場での導入をはじめ、世界各国で拡大中





- 国内外の映画やドラマ作品の誘致や支援活動の推進
- 情報発信やロケ地マップの作成などを通じたフィルムツーリズムの推



【近年の大阪FC支援作品】

作品名	ジヨゼと虎と魚たち	G.I.ジョー 漆黒のスネークアイズ	今際の国のアリス2	嘘八百 なにわ夢の陣	ジョン・ウィック
公開	2020.12.25	2021.10.22(世界公開)	2022.12.22(世界配信)	2023.1.6	2023.3.24(世界公開) 2023.9.23(日本公開)
主な大阪のロケ地	愛染坂、天王寺動物園 大阪大学吹田キャンパス 箕面市立中央図書館 海遊館、なんばパークス 毛馬桜ノ宮公園 HEP FIVE、道頓堀川 アメリカ村 ほか多数	寝屋川南部地下河川 若江立坑 岸和田城、五風荘 京橋駅周辺 大正区尻無川周辺 上方落語協会	心斎橋BIGCAT ヤンマースタジアム長居	大阪城天守閣、大阪城公園 ミライザ大阪城、読売テレビ JR環状線大阪城公園駅 狭山池博物館、浪切ホール 堺山之口商店街、堺市内 大阪芸術大学 ほか	道頓堀
備考	内閣府「地域経済の振興等に資する海外映画ロケ誘致に関する実証調査」事業対象作品。調査結果。 大阪への直接効果 393百万円 経済波及効果 第一次間接波及効果 1,179百万円		NETFLIX全世界配信ドラマ 主演：山崎賢人、土屋太鳳 第9回JFCアワード 優秀賞受賞。ロケ地マップの配布および、オンラインロケ地マップの作成に協力	大阪を舞台とした映画 出演：中井貴一、佐々木蔵之介、安田章大ほか 大阪城やミライザをはじめ大阪府内の多くのロケーションで撮影が行われた。	キアヌ・リーブス主演『ジョン・ウィック』シリーズの第4作目。ストーリーの4分の1が大坂が舞台となっており、道頓堀周辺で夜のネオンなどを撮影した。

2021年度	合計 168作品
2022年度	合計 200作品
2023年度 (見込み)	合計 188作品

【今後のプロモーション展開】

【国内】

Withコロナ、Afterコロナにおける、個人（少人数）でロケ地巡りを行うフィルム・ツーリズムのマイクロツーリズムとしての親和性、有効性のPR

【海外】

インバウンド誘客に有効なコンテンツであるアニメーション作品、外国制作作品の活用

## 1. おおさか観光消費喚起事業「大阪いらっしやいキャンペーン」(2023年度事業 府市との共同実施事業)

大阪府内の観光需要喚起のため、大阪府内を旅行する際に、旅行代金や宿泊サービスに対して割引及び土産物屋や観光関連施設等で使用可能なクーポン券を配布する事業

### 《概要》

- 実施期間：2023年4月1日～6月30日
- 補助額：①宿泊（7連泊まで）/日帰りプラン 20%割引  
※一人当たり上限：交通付き5,000円/泊  
その他3,000円/泊
- ②地域クーポン 平日2,000円・休日1,000円

### 《プロモーション》

- キャンペーン利用促進を図るため、下記プロモーションを実施。  
特にバスでの団体旅行や府域周遊を想起させる動画・ビジュアルを用いて訴求した。
- 鉄道広告（デジタルサイネージ）2023年6月5日～6月30日
  - 新聞広告 2023年6月13日及び6月14日
  - シネマアドバタイジング 2023年6月9日～6月29日

### 《2023年度実績》

※2023年11月末時点

- キャンペーン利用者数 約739,204人
- 延べ宿泊数 約915,174人
- 補助金額 3,809,463,000円

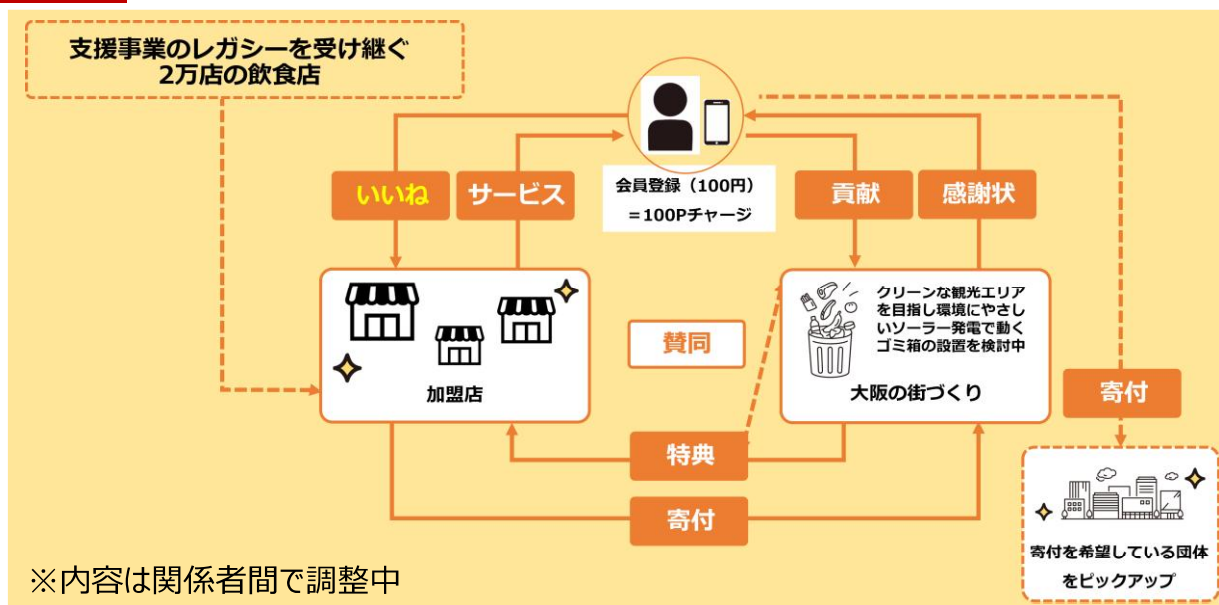


## 2. 新たな観光関連事業者支援の取組み

府内飲食店事業者のデータ  
宿泊事業者のデータ  
クーポン利用実績 など

活用

継続的な経済効果の創出



# 大阪観光局 2023年事業評価指標（案）



	単位	2021年 実績値	2022年 実績値	2023年 目標値	2023年 推計値	目標達成率 (2023実績/ 2023目標)	2024年 目標値
<b>来阪外国人旅行者数</b> <small>JNTO訪日外客数推計（クルーズ含む）×2019年都道府県別訪問率（観光庁「訪日外国人消費動向調査」）より                      ※実績値は推計値（調査中止のため）</small>	万人	9	148	1,300	1,000	77%	1,400
<b>来阪延べ宿泊者数</b> <small>観光庁「宿泊旅行統計調査」より                      ※2023年実績値は推計値</small>	万人	1,786	3,052	4,880	4,925	101%	5,200
<b>うち 来阪外国人延べ宿泊者数</b> <small>観光庁「宿泊旅行統計調査」より                      ※2023年実績値は推計値</small>	万人	32	213	1,880	1,821	97%	2,000
<b>うち 日本人延べ宿泊者数</b> <small>観光庁「宿泊旅行統計調査」より                      ※2023年実績値は推計値</small>	万人	1,754	2,839	3,000	3,104	103%	3,200
<b>国際会議誘致件数</b> <small>※大阪MICE誘致戦略(2023.3 府市策定)に基づき、評価指標を変更                      ICCA国際会議統計基準：2027年までにアジア・大洋州地域トップ10、                      2032年度までにトップ5                      (参考) 2023年の目標値(目安)：2019年アジア大洋州地域 5位 台北                      (101件) 10位 上海 (87件)</small>	件 (順位)	0 (非公表)	5 (62位)	2027年までに 10位	精査中	-	2027年までに 10位
<b>(参考) 国際会議誘致件数（展示会誘致件数）</b> <small>JNTO[国際会議統計]より                      ※2023年実績値は推計値</small>	件	0 (15)	21 (15)	200 (100)	130 (126)	65% (126%)	400 (140)
<b>うち 中大型会議</b> <small>(総参加者数300人以上うち                      外国人50人以上の会議)</small>	件	0	6	20	35	175%	50
<b>外国人旅行消費額</b> <small>※来阪外国人旅行者数×消費単価（大阪観光局「外国人                      動向調査」2019年実施結果を適用）                      ※（ ）内は2023年消費単価（上記調査の途中結果）を                      反映した参考値（中国市場未回復のため消費単価減）</small>	億円	121	1,883	16,550	12,729 (10,427)	77%	(14,878)

## 1/23 記者会見 発言メモ

KEY : MESSEGE 2023年インバウンド来阪人数は979.8万人(2019年比85%)の回復となったが、大阪での1人あたり消費単価が9.4万円(2019年比131%)となったため、大阪府内での消費額は9,210億円(2019年比111%)とコロナ前を上回った。

ポイント ①インバウンド来阪者数推定実績は2023年合計で979.8万人(2019年比85%)。

中国を除いた2023年推定実績は853.6万人(2019年比125.1%)。

2024年は中国を除いた1,067万人(2023年比125.1%)に加えて中国333万人(2019年比71%、2023年比264%)で1,400万人を目指す。

2019年との比較で国・地域別にみると

東アジア4ヶ国・地域の構成比が76%→2023年は63%に低下。韓国は149%、中国は27%

代わって東南アジア13%→17% 2019年比で伸びたのはシンガポール158%、インド140%

欧米豪12%→20% 2019年比伸びたのは米国169%、カタール143%、豪132%、独129%

②観光庁訪日外国人消費動向調査(7-9月)によると大阪府での消費額は9.4万円(131.2%)。

大阪府内の消費額 2019年： 1,152.5万人\*7.2万円=8,298億円

2023年： 979.8万人\*9.4万円=9,210億円(2019年比111.0%)

③関空入国外国人(12月) 72.2万人(前月比108.7%、2019年比110.2%)

関空便では今年度下期に中東(UAE、トルコ、カタール)便が随時増便される。

中東はもちろん、各地からの乗継でヨーロッパ各地からのインバウンド増加を期待

来阪観光客数の推移 (単位:万人)

2024/1/23

大阪観光局

	2018年			2019年						2023年(1~3月)			2023年(4~6月)			2023年(7~9月)			2023年(10~12月)			2023年TTL				大阪観光局		2019大阪	2023大阪	東アジア 4ヶ国・ 地域	東南アジ ア+イン ド	欧米豪											
	全国	大阪	東京	全国	前年同期比	大阪	前年比	東京	前年比	全国	大阪	東京	全国	大阪	東京	全国	大阪	東京	全国	2019年比	大阪	2019年比	東京	2019年比	2019年比	2023大阪																	
韓国	752.6	238.6	148.3	556.9	74%	160.4	67%	119.2	80%	160.1	57.0	41.1	151.7	54.0	39.0	176.6	59.3	41.3	206.0	69.2	48.2	694.4	125%	239.6	149%	169.7	142%	75.7%	62.8%														
中国	647.7	351.7	360.1	799.6	123%	470.2	134%	413.4	115%	14.3	7.4	8.5	44.8	23.1	26.5	98.9	53.4	61.0	78.3	42.3	48.3	236.3	30%	126.2	27%	144.3	35%						12.6%	17.2%									
台湾	448.7	115.3	141.4	460.9	103%	144.7	125%	135.0	96%	78.7	22.7	30.4	98.4	28.4	38.0	113.6	34.8	43.2	122.1	37.4	46.4	412.7	90%	123.3	85%	157.9	117%											11.8%	20.0%				
香港	216.5	70.4	71.0	225.2	104%	58.8	84%	72.7	102%	41.6	14.4	17.4	49.3	17.1	20.7	57.4	18.8	22.9	62.7	20.7	25.2	211.0	94%	71.0	121%	86.2	118%																2490.0
タイ	112.9	32.4	58.8	131.7	117%	37.4	115%	64.5	110%	24.5	8.4	13.8	25.3	8.7	14.2	13.3	4.3	7.2	36.4	11.7	19.8	99.5	76%	33.0	88%	55.0	85%	11.8%	20.0%														
シンガポール	43.5	15.7	28.5	49.0	113%	15.2	97%	30.0	105%	10.6	4.7	7.4	14.6	6.4	10.2	8.4	3.2	5.7	25.5	9.8	17.4	59.1	121%	24.1	158%	40.8	136%						11.8%	20.0%									
マレーシア	46.3	22.3	20.4	49.8	107%	19.8	89%	24.2	118%	9.8	5.2	6.3	9.6	5.1	6.2	6.4	3.4	2.9	15.7	8.2	7.2	41.5	83%	21.9	111%	22.6	93%											11.8%	20.0%				
インドネシア	39.4	18.5	33.2	41.0	104%	18.5	100%	33.4	100%	8.3	4.1	6.6	11.9	6.0	9.6	8.2	3.5	6.4	14.6	6.4	11.5	42.9	105%	20.0	108%	34.2	102%																11.8%
フィリピン	47.3	15.8	27.5	61.0	129%	22.9	145%	31.2	114%	11.0	4.3	6.9	16.7	6.5	10.4	13.3	4.5	8.2	21.2	7.2	13.0	62.2	102%	22.5	98%	38.4	123%	11.8%	20.0%														
ベトナム	38.7	15.6	24.9	49.4	128%	21.6	138%	31.0	125%	16.1	7.1	12.2	14.0	6.2	10.6	13.9	6.3	9.9	13.4	6.1	9.5	57.4	116%	25.8	119%	42.2	136%						11.8%	20.0%									
インド	15.2	3.8	10.0	17.4	114%	4.0	105%	12.7	127%	3.1	1.1	2.9	4.8	1.8	4.5	4.0	1.3	3.4	4.7	1.5	4.0	16.7	96%	5.6	140%	14.8	117%											11.8%	20.0%				
イギリス	32.5	5.9	30.8	41.3	127%	13.5	228%	35.4	115%	6.5	2.9	5.9	8.5	3.8	7.7	8.0	3.0	7.2	9.1	3.3	8.2	32.1	78%	13.0	96%	29.0	82%																11.8%
フランス	30.4	12.6	26.6	33.6	110%	13.7	109%	29.5	111%	4.2	2.4	3.9	7.9	4.4	7.2	7.9	4.4	7.3	7.6	4.3	7.0	27.6	82%	15.5	113%	25.3	86%	11.8%	20.0%														
ドイツ	21.3	7.5	17.4	22.9	108%	8.3	111%	18.9	109%	4.3	1.9	3.9	6.0	2.8	5.6	6.5	3.1	6.1	6.1	2.9	5.6	22.9	100%	10.7	129%	21.2	113%						11.8%	20.0%									
アメリカ	150.7	41.0	117.6	170.1	113%	48.1	117%	129.6	110%	37.8	15.8	34.8	59.4	24.8	54.7	49.4	18.8	44.9	58.0	22.0	52.7	204.5	120%	81.3	169%	187.2	144%											11.8%	20.0%				
カナダ	32.2	12.3	27.1	36.7	114%	15.3	124%	30.7	113%	7.4	4.1	6.7	10.9	6.1	9.9	11.5	5.5	9.0	12.7	6.1	9.9	42.6	116%	21.8	143%	35.5	115%																11.8%
オーストラリア	54.2	23.8	46.4	61.1	113%	27.5	116%	52.5	113%	13.5	8.5	12.4	13.9	8.7	12.8	12.7	7.2	11.4	21.1	11.9	18.9	61.3	100%	36.3	132%	55.4	105%	11.8%	20.0%														
合計	2,885.4	1,056.8	1,316.3	2,985.6	103%	1,152.5	109%	1,410.3	107%	478.7	191.6	265.7	590.3	236.1	327.6	657.8	259.8	341.4	763.1	292.2	396.0	2,490.0	83%	979.8	85%	1,330.8	94%						11.8%	20.0%									

<参考> \* 大阪府内の消費額 2019年: 1152.5 万人 \* 7.2 万円 = 8,298 億円  
 2023年: 979.8 万人 \* 9.4 万円 = 9,210 億円 (2019年比111.0%)

\* 大阪府訪問率(全方面) 2019年: (通年) 38.6 % 東京 47.2 %  
 (観光庁:訪日外国人消費動向調査) 2023年: (7-9月) 30.5 % 東京 51.9 %

JNTO「訪日外客数」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」の都道府県別訪問率をもとに推計。東京と大阪を両方訪問する方は両都市にてカウントされるため「東京+大阪>全国」となる可能性があります。2023年1-3月の数値は観光庁未集計。2023年4-6月の都道府県別訪問率と同数値を適用。2023年10-12月の数値は未発表な為、2023年7-9月の都道府県別訪問率と同数値を適用。四捨五入の関係で合計が合わないことがあります。