

大阪の観光戦略（素案）

大阪府府民文化部都市魅力創造局
大阪市ゆとりとみどり振興局

策定の背景

大阪府市統合本部における議論

- 都市魅力創造にかかる**府市戦略の一本化と事業の融合・統合**を図る
- 戦略と行動力あるトップが率いる観光プロ集団「**大阪観光局（仮称）**」の設立

戦略策定の考え方

- 大阪府市の観光施策展開のマスタープランとして、事業展開の方向性を定める
- 大阪府の観光戦略の理念・枠組みをベースとして、大阪市の観光振興戦略と融合
- 府内市町村との連携、オール大阪での取組みを促進
- 大阪観光局の取組みにより、戦略をバージョンアップ

策定の趣旨

◆大阪の良好なアクセス性や居心地の良さ、関西の豊富な観光資源を活かし、大阪を関西の観光インバウンド拠点とし、海外、とりわけアジアから観光客と投資を大阪に集めます！

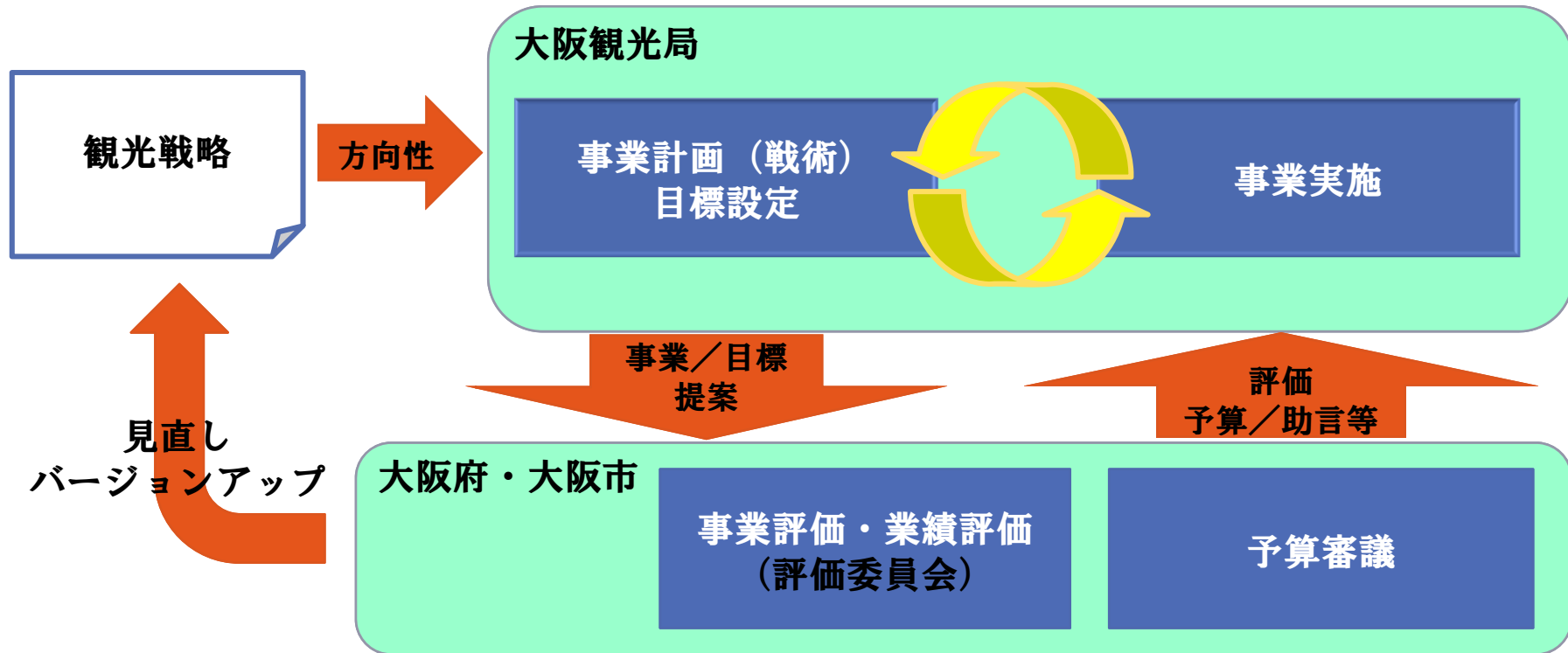
◆大阪の多様性や意外性など都市魅力に磨きをかけ、滞在魅力を向上させます！

◆観光交流による豊かな都市環境づくりで住民生活の質的向上を図ります！

➡ こうした取組みにより、「強い大阪」の実現をめざします！

戦略の展開

- ◆大阪観光局（仮称）は、大阪府市共通の本戦略をベースに事業計画（戦術）及び事業目標を含め、業績など組織目標を設定し、府市に提案
- ◆府市は、外部委員を含めた評価委員会において、提案内容を評価した上で、予算審議～予算化
- ◆大阪観光局において、情報発信、プロモーション、MICE誘致などの事業を推進
- ◆評価委員会において、大阪観光局の事業目標の達成度等を評価適宜、戦術や戦略の見直し・バージョンアップを行う



計画期間

2012年(平成24年)~2020年(平成32年)

数値目標

【指標】 来阪外国人旅行者数、外国人延べ宿泊者数

※本戦略では、大阪を関西の観光インバウンドの拠点とすることをめざし、主なターゲットとして海外、とりわけアジアからの観光客に絞り込んでいることから、その効果を図る代表的な2つの指標について数値目標を設定
今後、大阪観光局（仮称）において、さらに具体的な目標を検討

	来阪外国人旅行者数	外国人延べ宿泊者数
2011年(H23)	158万人	237万人
 中間 目標 2016年	 450万人	 600万人
2020年(H32)	650万人	900万人

消費効果

大阪における外国人宿泊者による消費額 2020年 1,820億円

※訪日外国人消費動向調査（観光庁）H23年次報告書
（大阪府に宿泊する外国人の1人1泊あたり旅行消費単価20,209円×900万人=1,820億円）

戦略のねらい

関西の観光インバウンド拠点「大阪」

- 来訪者数、宿泊者数の増加による経済効果
- 新たな観光関連産業の振興と地域の活性化
- 交流を通じたにぎわいづくりによる府民生活の質的向上

大阪の強み

- 関西国際空港や大阪港など海外からの玄関口を有している
- 関西のほぼ中央に立地。周囲に観光魅力がコンパクトに集積している
- 観光に必要な宿泊施設や交通網などの都市基盤が整っている

観光拠点の要素

- 観光魅力、滞在アメニティ、情報発信機能
- 良好なアクセス性
- 周辺地域との連携機能

戦略の構成

3つの柱

アクセシビリティ向上の
仕掛けづくり

観光振興の
メインアクション

オール関西で
集客促進

5つの戦術

観光振興の3要素を総合的に展開し、集客促進の好循環を創出

しかける

海外から大阪へ
関空ハブ機能強化

大阪から国内各地へ
国内各地とタイアップ
周遊環境の向上

民間が儲かる、事業が
継続する仕掛けづくり

規制緩和

ひきつける

他を圧倒する魅力づくりと発信

重点エリアでの集客力強化
✓ 大阪城・大手前・森之宮
✓ 中之島ミュージアムアイランド構想
✓ 天王寺・阿倍野
✓ 御堂筋フェスティバルモール化
✓ 築港・ベイエリア など

府域での重点取り組み
✓ 国際エンターテインメント都市創出
✓ 百舌鳥・古市古墳群世界文化遺産登録推進
✓ クールジャパンフロント構想 など

地域をあげておもてなし

もてなす

強みを活かした
集客プロモーション

よびこむ

ととのえる

関西観光の戦略的推進
関西広域連合による
取組み推進

大阪観光局の設置により
強力で事業推進

広域連携

観光振興のメインアクション

★まちの魅力づくり、結びつけ、効果的に発信

水と光のまちづくり、大阪マラソン、食とショッピング、ナイトメニュー、ラグジュアリー層向けメニュー、クールジャパン、その他地域の魅力コンテンツ

★ロケ誘致による映像作品を通じた大阪の魅力発信

★統合型リゾートをはじめ国際的なエンターテインメント機能の創出

★国際医療観光、スポーツ観光など多様なツーリズムの開発

★大阪の都市魅力創造シンボルイヤー（2015年）に向けた取組み促進

ひきつける

他を圧倒する魅力づくりと発信

【大阪城・大手前・森之宮】世界的な観光拠点へ

【中之島】「文化芸術」と「水と光」の融合

【天王寺・阿倍野】動物園を核としたエリア形成

【御堂筋】クオリティの高いにぎわい空間へ

【築港・ベイエリア】クルーズ客船の母港化 など

重点エリア
での集客

府域の重点 取組み

- ・国際エンターテインメント都市創出
- ・百舌鳥・古市古墳群世界文化遺産登録推進
- ・クールジャパンフロント構想 など

★官民連携による国内外での大阪・関西プロモーションの実施

★地域特性・ニーズを踏まえ、アジアをターゲットとした戦略的なプロモーションの実施

★国際会議やインセンティブツアー、イベントなどMICEの魅力あるメニュー開発と戦略的誘致

★観光情報発信の集中管理、多言語ホームページやPRツールの充実

★アジアからのクルーズ客船誘致

よびこむ

強みを活かした集客プロモーション

★関空、主要ターミナルにおける観光案内サービスの充実

★民間による集客プラン支援を通じたおもてなし強化

★スマートフォン等モバイル端末を活用した便利で快適な周遊環境の整備

★交通パス・銀聯カードの普及促進や多言語案内表示による利便性向上

★観光ボランティア等との連携によるホスピタリティの向上

★海外からの教育旅行や視察旅行等の受入れ促進

もてなす

地域をあげておもてなし

アクセシビリティ向上の仕掛けづくり

しかける

【海外から大阪へ】

- ★関空の観光ハブ機能強化（特区や規制緩和等の大胆な推進）
- ★訪日ビザ発給要件の緩和、発給手続きの簡素化・迅速化

【大阪から関西・国内各地へ】

- ★周遊（移動）環境の向上（乗継ぎの円滑化、大阪周遊システムの運営・拡充）
- ★国内他地域との連携体制を構築、広域連携プロモーションの展開（大阪～沖縄連携など）

【民間が儲かり事業が継続する仕掛けづくり】

- ★民間の自主性・創造性を発揮すべく、観光事業者間の連携支援と総合的な情報発信で民をサポート

オール関西で集客促進

ととのえる

【関西観光の戦略的な推進】

- ★「関西観光・文化振興計画」に基づく関西広域連合の取組み推進

【大阪観光局（仮称）設立により強力に観光振興事業を推進】

- ★強力な大阪の観光振興のプラットフォームによる観光振興と都市魅力創造の一体的推進
- ★府内市町村における観光振興事業との連携、コンサルティング

※明確な目標設定・実施結果を評価、評価に基づくメリットシステム・結果責任制度の構築

【次世代の大阪観光を支える人材育成】

- ★大学等との連携による観光専門人材の育成

事業推進・評価

【マーケティングリサーチ】

- ★海外からの旅行者のニーズ、満足度をきめ細かく把握し、効果的な集客促進施策を持続的に展開
- ★定期的に観光事業者の意見や旅行者のニーズを把握するため、満足度調査を実施

