

大阪観光局(DMO)の推進に関するトップ会議 議事概要

日 時：平成 31 年 1 月 15 日（火） 14:10～14:58

場 所：大阪商工会議所4階 401 会議室

出席者：松井 大阪府知事、吉村 大阪市長、尾崎 大阪商工会議所会頭、
松本 関西経済連合会会長、黒田 関西経済同友会代表幹事、
福島 大阪観光局会長、溝畑 大阪観光局理事長

議題： 国際観光都市・大阪をめざして

【挨拶】

■福島 大阪観光局会長

- ・万博開催決定おめでとうございます。世界中の人々がワクワクする万博を開催できるよう協力していきたい。
- ・観光局の課題認識については後ほど理事長より説明する。現在は多くの関係者の取り組みにより、観光が基幹産業に成長してきている。これからは量よりも質へと変えていきたい。
- ・大阪の魅力のブラッシュアップ、データに基づくマーケティング強化によるお客様の満足度向上。そのためには、食、スポーツ、ウェルネス、ナイトタイムエコノミーなど、コンテンツに磨きをかけるとともに、欧米豪露等の富裕層の取り込み、誘客を図り、旅行消費額単価の向上をいかに図っていくかだと思う。
- ・食の消費が低いので大商と「食の都大阪」のブランド再構築を図ってきたい。その他、キャッシュレス化、ムスリム対応、LGBT 対応、災害時情報発信などの受け入れ環境整備や、関西の広域観光推進では連携していきたい。
- ・二点目は MICE。ビジネス客中心で経済効果が大きく、都市格の向上に資するもの。大阪の都市魅力ランキングは向上しつつある。本年は G20 サミット、ラグビーワールドカップ、ツーリズム EXPO ジャパンなどの開催があり、今後も勢いを継続していきたい。
- ・一方、ハード面・ソフト面ともに強化すべきテーマがあり、ハード面では競争力の高い『オールインワン型の MICE 施設』の整備が必要、夢洲 IR での整備を要望している。ソフト面での誘致については、戦略的な組織のあり方、人材強化等についても議論いただければ。
- ・夢洲 IR は万博開催前の開業を希望。
- ・これらについては観光局だけでできるものではない、みなさんの支援・協力を得ながら、世界有数の国際都市大阪実現に向けて頑張っていきたい。

【資料説明】

- #### ■溝畑 大阪観光局理事長
- （資料に沿って説明）

【出席者からの主な意見】

■尾崎 大阪商工会議所会頭

- 観光局の努力が大きいと思う。プロモーションをしてくれてありがとう。G20、ワールドマスターズゲームズなど、大阪の知名度が上がるのは間違いない。これを利用し、魅力的な地域があることをPRしていくことが必要。
- 大阪が食の都ということ海外の人は思っていないのではないかと。レベルの高い富裕層がわざわざ食べに来るような店など、ブランドイメージを作っていかなければならないと思っている。これについては、大商と観光局とでいろいろな仕掛けをしていきたい。また、客だけでなく食を作る人を集めることも重要。「大阪へ行けばいい料理人になれる」というブランディングも重要ではないか。
- スポーツとウェルネスも大阪の強み、スポーツについては関経連に注力しているが、われわれは産業としてのスポーツを推進していきたい。例えば、Made in OSAKA のスポーツ用品でもブランディングが出来ると良い。
ウェルネスについても、大阪・関西では医療のレベルが高い上に、美味しいものが食べられ、スポーツができ、心の底から笑える、そういった健康にいいことがたくさんある、あるいは、それらを組み合わせることを模索していきたい。今年2月に梅田でイベントを行うが、これをきっかけとしていろいろな業態が集まることによる新たな産業の振興、あるいは強みを世界へ発信していくということ、大商と観光局とでやっていきたい。
- IRについてはMICEやコンベンションの関係で、地元の産業と協力できる仕組みを考えてもらえたら。例えば、医療関係のコンベンションを大阪にもってこることや、先日ラスベガスで行われたCESのような世界から認知されるようなコンベンションをいくつか作り上げていく、といったことを地元と一緒にやっていけたらよい。

■松本 関西経済連合会会長

- 観光局が日本のインバウンドのフロントランナーとして、先進的な取り組みをされていることについて敬意を表する。
- 資料に「大阪マラソン」が抜けている。「大阪マラソン」なくしては大阪のスポーツは語れない。130万人の観客、3万2千人が走る。もっとグローバルなものにしていけないといけない。
- インバウンド中期目標については、国は2030年までにインバウンド6,000万人、消費額15兆円を目標としている。中期的には2025年の万博、2030年に向け、関経連としても考えていきたい。
- 広域連携DMOである関西観光本部では、「関西ツーリズムグランドデザイン」を策定した。大阪観光局と、2府8県をエリアとする関西観光本部が力を合わせて効果的に事業を進めていくことが重要。関経連としても、まずは2020年に外国人観光客数1800万、消費額3兆円という関西目標を達成したいので、協力をお願いする。
- マーケティングについては、欧米豪からの観光客取り込みが重要。関西観光本部では

- 観光ポータルサイトの再構築、得られたデータを施策に反映させていく。お金をかけて魅力ある動画も作る、そこに広告を載せることも検討し、資金源にしていきたい。
- マーケティングのデータ収集については観光局と観光本部とで関西のスタジアムにてスポーツツーリズムに関する調査をした。こういった取り組みを継続していただき、関西広域に関わる基礎データの整備につなげていけたら。
 - 災害時の情報発信については、外国人観光客が災害時に情報収集していただけるリンク集を作ったが、大阪観光局と連携して、安全安心な旅行を提供する環境整備を進めていきたい。
 - IRは既存の MICE 施設との関係、特にインテックスの将来像が重要な課題。シンガポールなどは IR 開業に向け政府観光局が MICE 誘致部門をてこ入れしたと聞いている。IR 実現を見据え、大阪が他地域の先導役となって、誘致体制やツールの充実をお願いしたい。

■黒田 関西経済同友会代表幹事

- 大阪の平均経済成長率を見ると、2006 年から 2015 年の間にインバウンドが 21% 伸びている。製造業や工業卸がマイナス成長の中、観光インバウンドに我々がどれだけ力を入れないといけないかということの思いをしっかりと持つことが大事。
- データ解析をしていく中で、中国人の買い物傾向を踏まえてどう対応するか、観光客の滞在日数延ばすには、消費額を上げるためには、などいろいろ出てくると思うが、効果的なところに注力していくべき。
- 大阪経済をよくするためには、中小企業活性化や新産業、MICE、IR、夢洲開発などいろいろあるが、伸びてきた観光をどう成長させるか。府・市・経済界・観光局が何にウエイトを置いて一緒にやっていくべきか。夢洲 MICE や IR といった、大きなものを引っ張って来るには 5 年かかると言われており、仮に 2024 年に IR 開業するとすれば、1 万人規模のものを引っ張ってくるなら、今から準備しておかないと。IEEE やライフサイエンスといったもの引っ張ってくることを進める部隊をマネジメントし、戦略的に、関係者が連携して狙っていく動きが必要。
- やるべきことは決まってきたと思うので、どうウエイトを置いて誰がどう戦略的に動かしていくか、それが 1 年でどう効果を上げているか、大阪でインバウンドで稼ぐんだということに大阪・関西の人たちが思いを取って、お金を含めたエネルギーを集中していくことが重要と思っている。
- 世界から見たときに、「大阪は食」というのがほとんど意識されていない。世界から見たときの大阪の魅力がどこにあるのかということを見定めていかないといけないし、我々として魅力を上げていきたい要素はどこであるかを定めて、そこへどう効果を上げていくかだと思う。

■吉村 大阪市長

- 台風や地震といった災害が多かった中、来阪外国人旅行者数は前年を更新する見込みであり、大阪観光局の取組みに感謝する。
- 我々が、「観光客にはここに来てほしい」といった上から目線ではなく、観光客目線に

立ち、来ている人がなぜ大阪を選んでいるのか、行動パターンなど、マーケティングに注力し、観光客が求めているところが何かについて、考えていくことが重要。

- 今年 G20 で 3 万人を超えるメディアが来る、これらの発信力が高い人たちをうまく誘導して、どう大阪の観光につなげていくかというチャンスである。
- ラグビーワールドカップや、ツーリズム EXPO ジャパンといった大きなチャンスを、どう観光客につなげていくかということをやっているほしいし、観光局のノウハウを高めていくことで、2020 年オリ・パラやワールドマスターズゲームズなど、イベントをやった終わり、ではなく、どう観光客をキャッチするかということに注力してほしい。
- スポーツツーリズムについて、大阪マラソンのセントラルフィニッシュや、大阪城のお堀で泳ぐトライアスロンについてはワールドカップへの格上げを目指している中、入口のところ、どう顧客を増やしていくことにつなげていくか考えてほしい。
- MICE については、ハンブルクで聞いた話では G20 を開催したことで、「世界最高水準の会議ができるまち」と評価され、国際会議の問い合わせが増えた。大阪でもチャンスを逃すことなく、国際会議を増やすことに注力してほしい。
- 防災については、オリ・パラに向けた対策に取り組まれているということなので、安全に訪れてもらえるまちということを一層強めるためにも、今後とも力を入れてもらいたい。

■松井 大阪府知事

- 万博を目標として、ウェルネスツーリズムやメディカルツーリズムをどう具体化していくかがポイント。
- ウェルネスツーリズムやメディカルツーリズムは消費拡大につながるし、万博のテーマである「いのち輝く未来社会のデザイン」は 80 億人を健康にしていく、ということの準備として実績を積んでいくことが重要。今後の目玉であり、消費拡大していくところ。
- 今後は取り組んでくれる医療機関の発掘。現行制度上、すぐに実現するのは難しいだろうが、混合診療については歯科で行われている、歯科の技術については日本はレベルが高いところにあり、そういった部門から実現していく、参加してもらえるところの調査や声かけなどしてみたらどうか。
それらの積み上げが、「健康になる万博」につながる。
- 客への質の高いサービスの提供が必要だし、重要。客に対して、基本的な単価も医療機関と話す必要があると思う。オープン価格というのでは、非常識な価格だと客が離れてしまう。メニューや価格の例を発信していくことがポイントになる。
- また、観光客を府域全体へどう広げていくかのアイデアも出していく必要があると思う。

【自由討議】

■尾崎 大阪商工会議所会頭

- メディカルツーリズムはしっかりやらないといけないと思う。言葉の壁に加え、医療

機関へのかかり方が、健康保険制度がしっかりしている日本と諸外国では違うので、その中で、新たなサービスインダストリができる気もする。

- また、日本の医学の中にチャレンジ精神が生まれるのではないか。安全性も大切だが、新しいことに取り組んでいく、世界の医療マーケットを相手にすることも大事。

■吉村 大阪市長

- 富裕層の中でも上位クラス向けにするなど、突き抜けたものを考えるのも一つだと思う。

■溝畑 大阪観光局理事長

- ウェルネスツーリズムについては商品化が 10 個くらいできているが、今後、50 まで増やして、コンラッドホテルのコンシェルジュなどと連携して、実験を重ねながら質の高いものを目指していきたい。
- みなさまの意見を踏まえながら、今後とも頑張っていきたい。

以上