

「I Rがもたらす大阪の未来」

2018年7月18日（水）
第8回IR推進会議

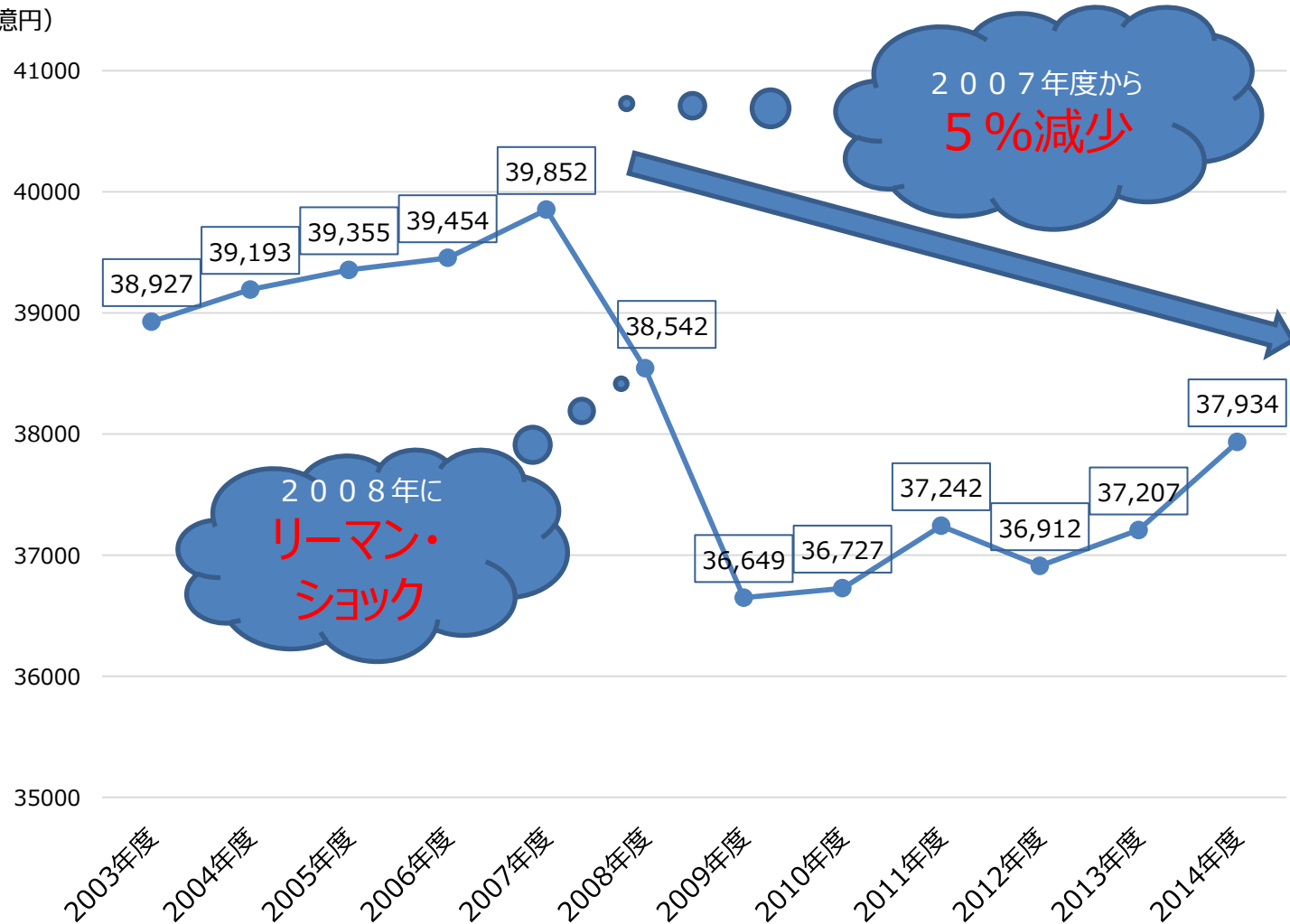
公益財団法人 大阪観光局理事長（大阪観光局長）
元観光庁長官 大阪府・大阪市 I R 推進会議座長

溝 畑 宏

大阪の現況

■大阪の総生産額の推移

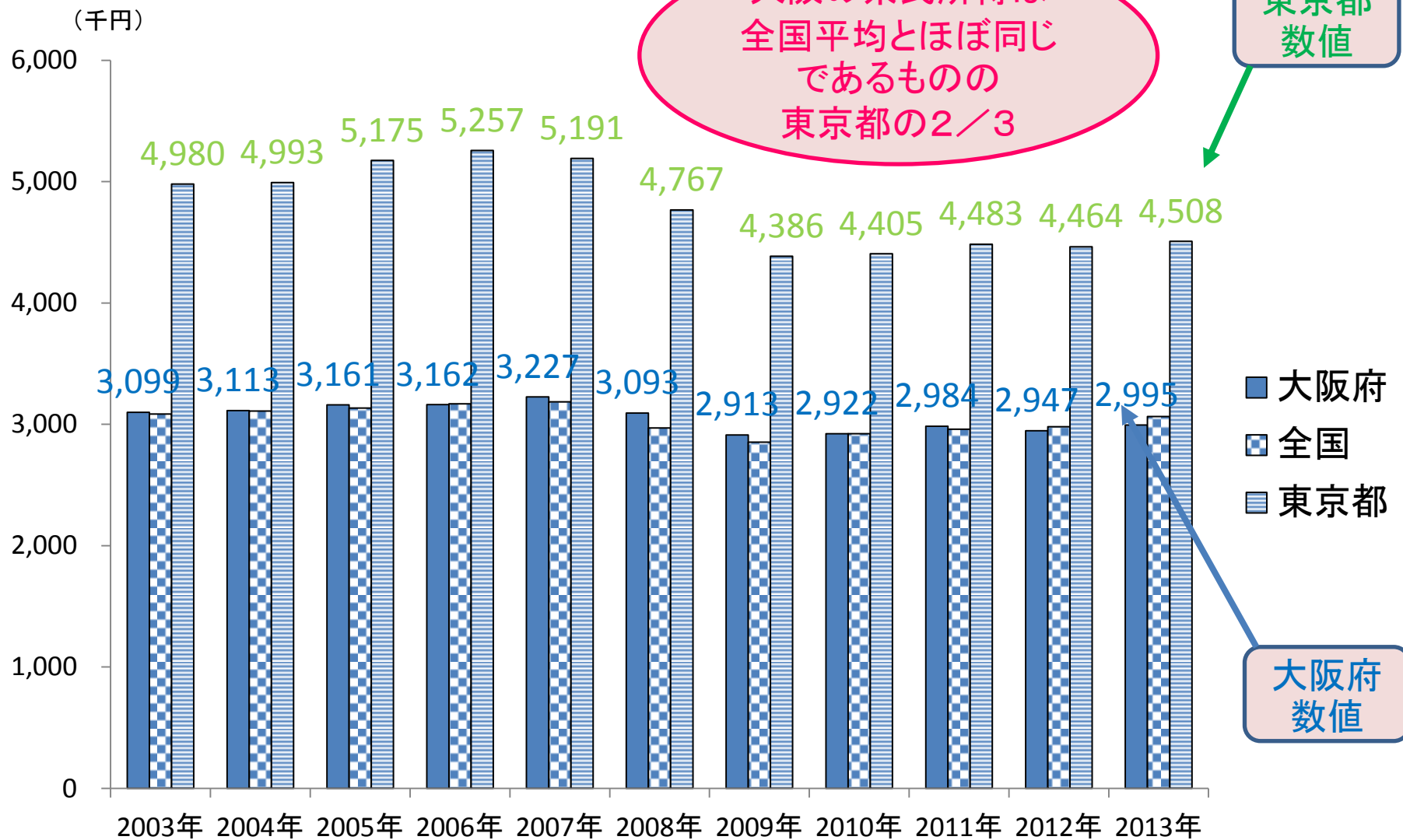
(単位：10億円)



(出典) 大阪府「2017年度版 なにわの経済データ」(平成29年10月)より作成

大阪の現況

■県民所得の推移



(出典)内閣府「県民経済計算」より作成

大阪に活気をもたらすものとは？

～名目GDP600兆円に向けた「官民戦略プロジェクト10」(仮称)～

(単位:兆円)

重点項目	(プロジェクト例)	市場規模	現状	2020	2025	2030
第4次産業革命	自動走行、FinTech、等			30		
最先端健康立国	医療へのIoTやロボット活用、等		16	26		
環境エネルギー	省エネ、再エネ、資源安全保障の強化、水素社会実現、等		18			28
スポーツの成長産業化	スポーツ施設の多機能化、IT・観光・ファッション等との融合、等		5.5		15	
既存住宅流通・リフォーム市場活性化	資産価値を評価する流通・金融の仕組構築、等		11		20	
サービス産業の生産性向上	トラック・旅館等7分野の生産性向上のための法的枠組み、等		343	410		
農業改革・輸出促進	スマート農業、産業界と農業界の連携体制構築、等		4.7	10		
観光立国	地域観光経営の推進、観光経営人材の育成、 広域観光周遊ルートの世界水準への改善、 国立公園のブランド化、文化財の活用促進、休暇改革、等		3.5	8		15
			(外国人旅行消費額)			
	訪日外国人と日本人の旅行消費額の合計		25	29		37
オリパラに向けた各施策	PFI等による公的サービス・資産の民間開放拡大、等			12		
計 (観光立国は日本人消費額との合計額を使用、数字空欄の項目は従前の数字を使用)			499	623.3	643.8	661.8

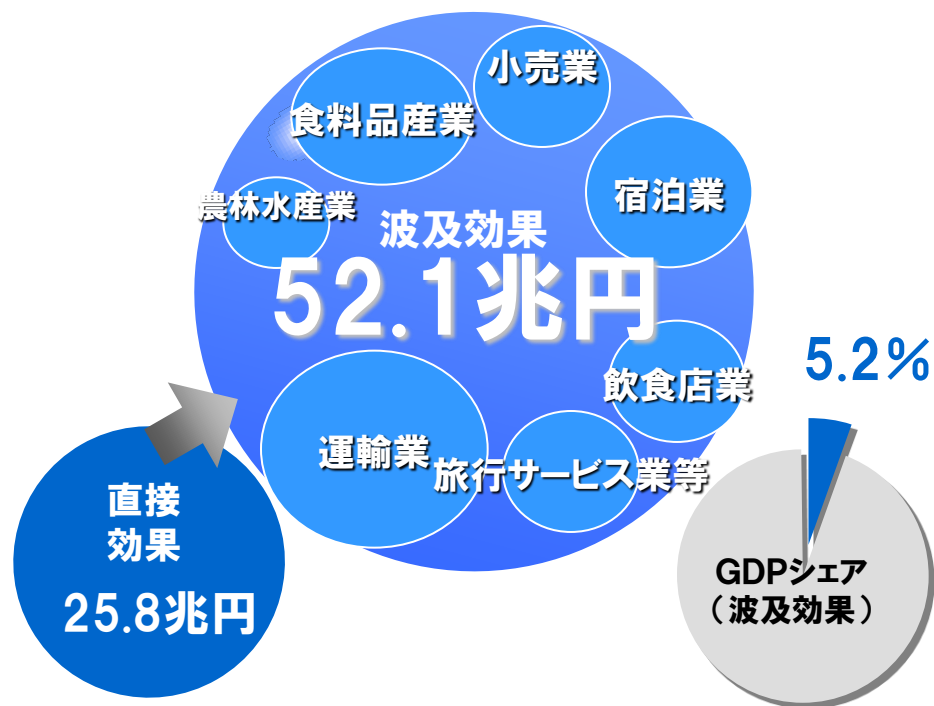
内閣府の発表数字
(重点項目以外の産業も含む)

産業競争力会議(第26回)「資料1」より

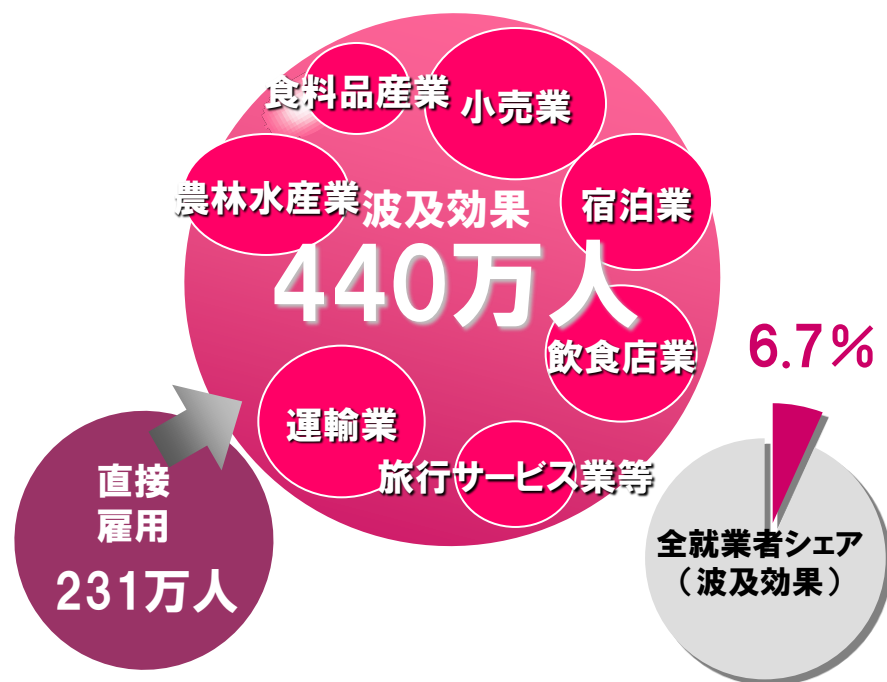
ツーリズム産業の経済効果

地域経済に直結している！

日本における観光・旅行消費額



日本における雇用誘発効果

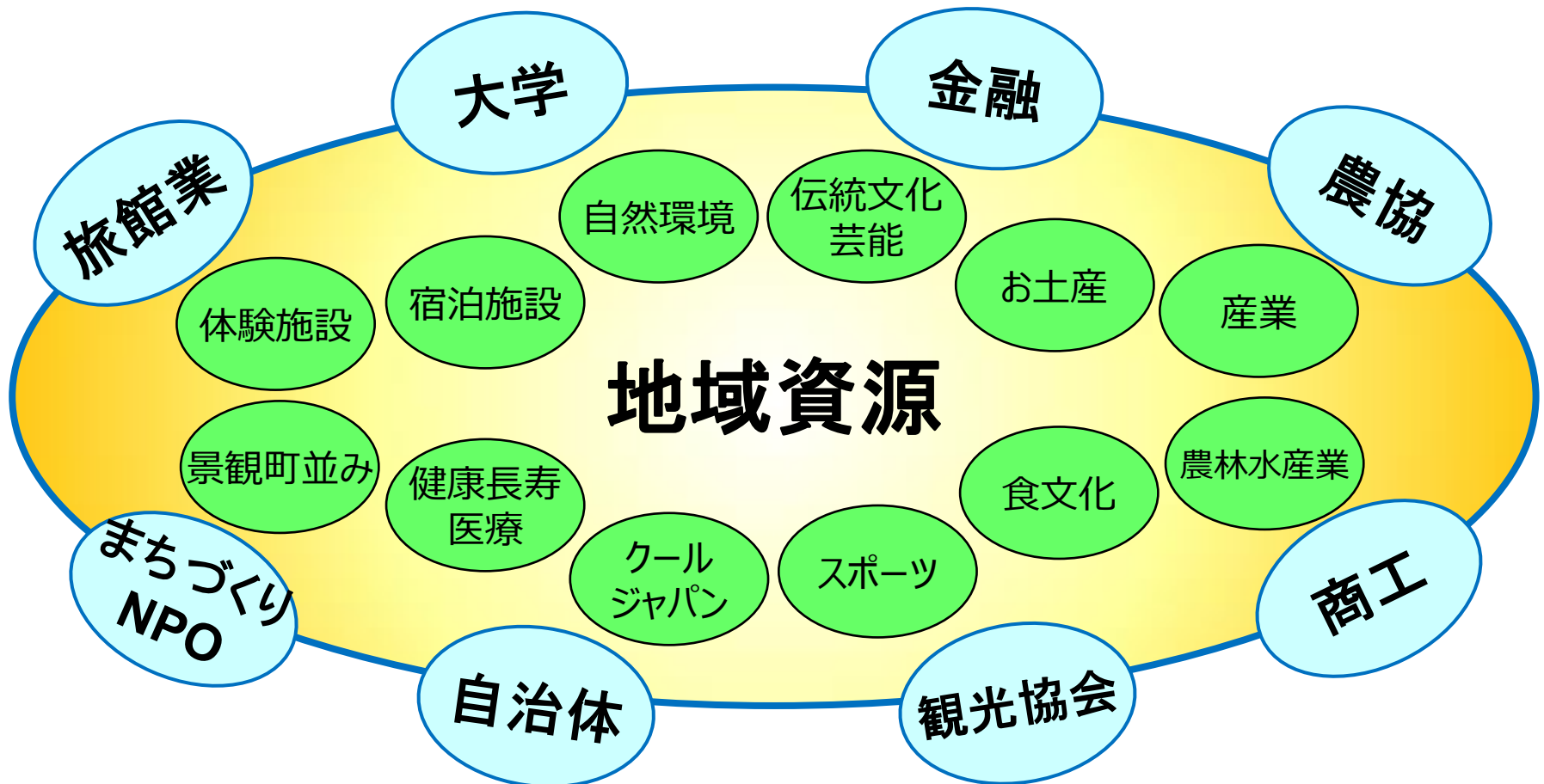


※2015年度 観光庁DATA

世界的に見るとツーリズム産業はGDPシェアの9～10%を占めるので、まだ伸びしろがある

観光は地域の総合的戦略産業

観光は、各地域の取組により、地域独自の資源を掘り起こし、それに付加価値を加え、広報や広告等により、全国、世界に通用するものをつくり、その結果、地域外（国内外）からヒト、モノ、カネを集めることにより、地域にとって持続可能な社会をつくる総合的戦略産業である。



大阪の多彩な魅力・多様性



大阪が今後目指す都市像

<大阪都市魅力創造戦略2020>

- ・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**」
- ・多様な人材が集う「**観光・MICE都市**」
- ・多様な楽しみ方が出来る「**周遊・滞在都市**」
- ・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**」
- ・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**」
- ・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**」



大阪府民が誇り・自信を持てる、世界に誇れる国際観光都市へ
大阪の多種多様な魅力あるコンテンツを、「OSAKA」ブランドとして磨き上げを図る

府内市町村観光関連施策等（例）

高山右近没後400年（豊能町）

能勢の浄瑠璃（浄るリシアター）

淀川舟運（枚方市）

河内音頭（八尾市ほか）



百舌鳥・古市古墳群（堺市、羽曳野市、藤井寺市）

ラーメン博物館（池田市）

利晶の杜（堺市）



箕面の滝（箕面市）

エキスポシティ（吹田市）

堺泉北臨海工業地帯（高石市）

ガンバ大阪



狭山池築造1400年(大阪狭山市)



近つ飛鳥風土記の丘(太子町)



竹内街道(河南町)



富田林駅前観光案内所 (きらめきファクトリー)



楠公さん大河ドラマ誘致(河内長野市、千早赤坂村)



「楠公さん」大河ドラマ誘致について(要望)

日頃より、府内市町村行政の推進に格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

さて、「楠公さん」で広く知られる南北朝時代の武将・楠木正成・正行は、河内国(大阪府)南部の赤坂(千早赤坂村)が出生の地で、親子二代にわたって広い範囲で活躍し、古戦場やつながりの深い寺社など多くの史跡、ゆかりの地が存在します。このことから、大河ドラマが実現し、その舞台となる府内の地域にもたらされる経済効果は大いに期待できるものと考えます。

そこで、昨年11月の大阪府市長会並びに大阪府町村長会におきまして、「楠公さん」ゆかりの地が連携を行いながら、交流人口の増加や産業振興、観光振興、文化財の活用などと運動した地域の活性化を図ることを目的に、大河ドラマ誘致を提案いたしました。

大阪府市長会並びに大阪府町村長会では、「オール大阪で大河ドラマ誘致に協力したい」旨賛同を得、「府内ゆかりの地」自治体が本年4月の協議会発足に向けて準備を進めているところです。

つきましては、下記項目について、大阪府にご協力していただくよう、お願い申し上げます。

記

- 1 「楠公さん」大河ドラマ誘致協議会への協力
- 2 日本放送協会に対する誘致活動への支援

平成30年1月17日

大阪府知事 松井 一郎 様

河内長野市長

島田 智明

千早赤坂村長

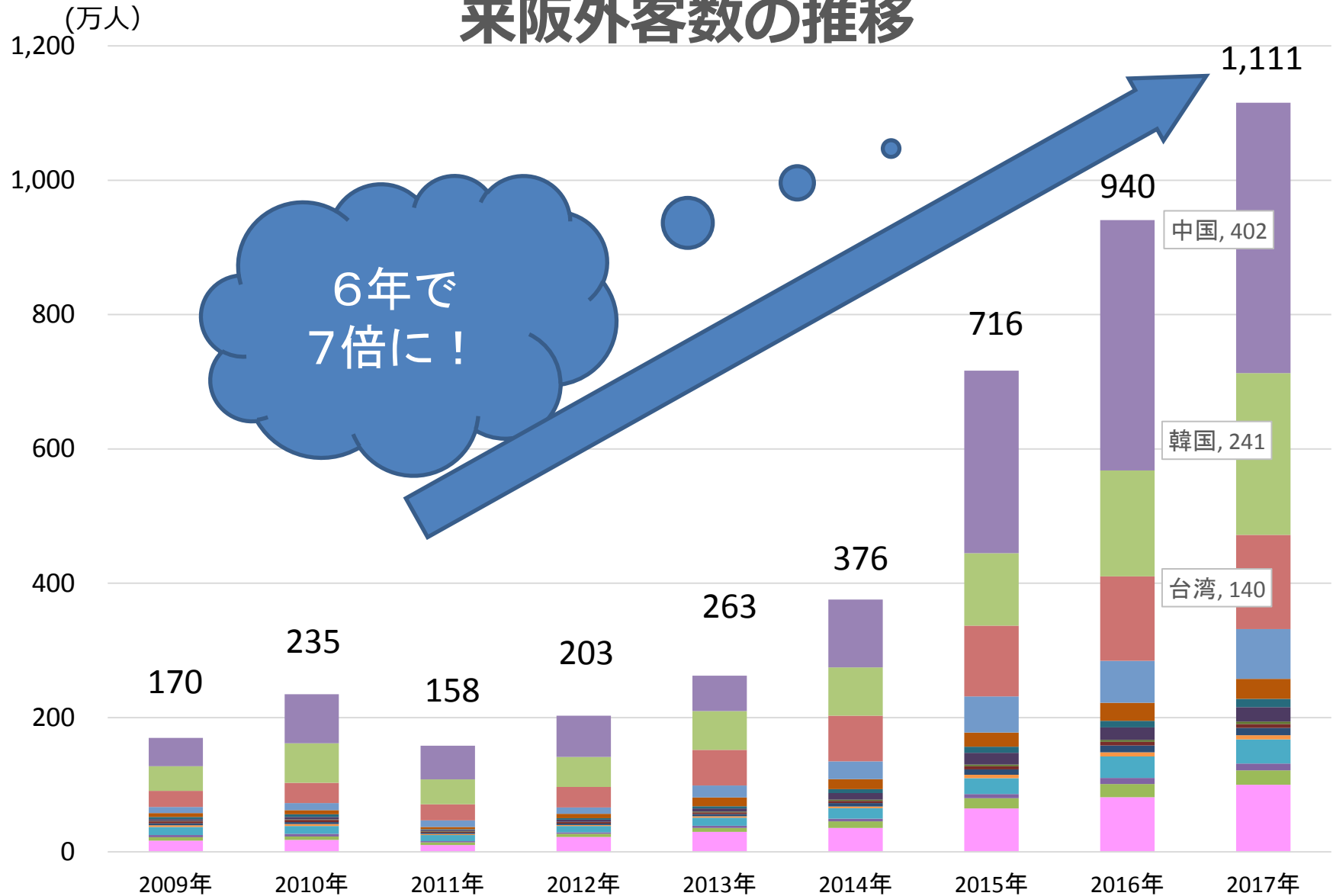
松本 昌親

泉州観光プロモーション推進協議会

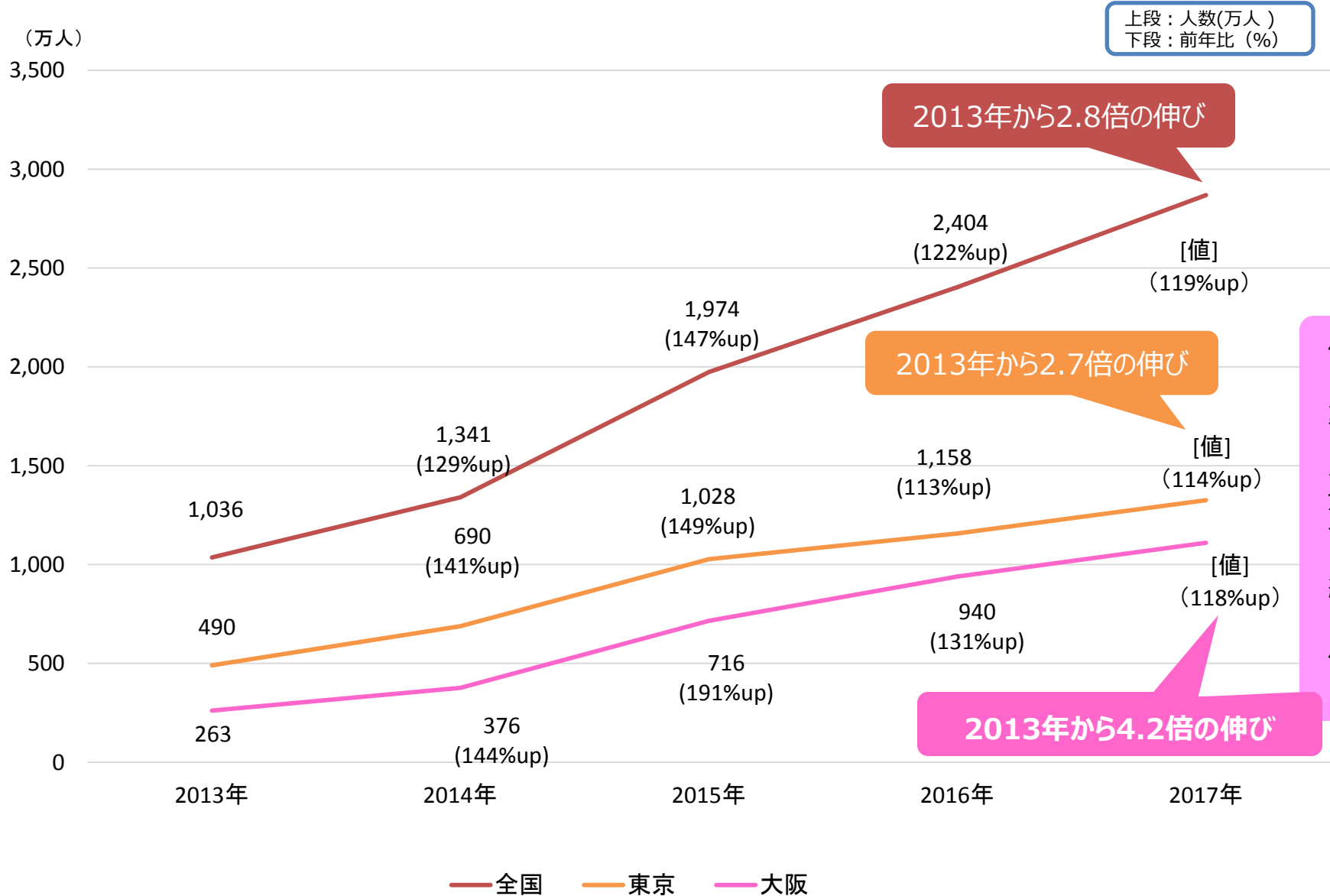


大阪に活気をもたらすものは？

来阪外客数の推移



訪日外国人客数の推移（2013年～2017年）



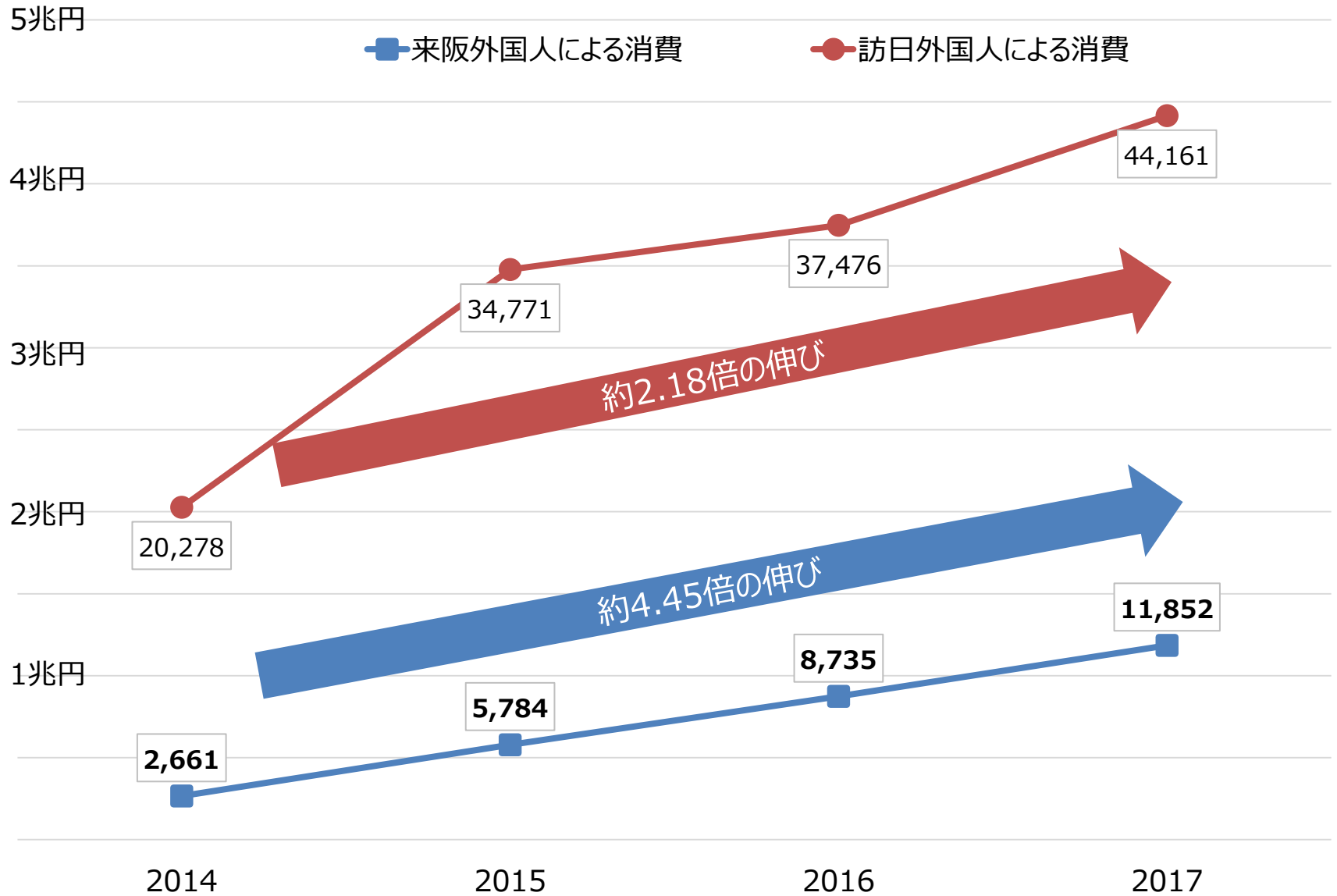
大阪に活気をもたらすものは？

■大阪を訪れる外国人観光客の内訳(主要国・地域)

	2014		2015		2016				2017			
	大阪	東京	大阪	東京	大阪	前年比	東京	前年比	大阪	前年比	東京	前年比
中国	100.9	162.4	271.6	345.2	372.9	137%	377.8	109%	402.4	108%	421.3	111%
韓国	72.1	79.7	108	112.3	157.7	146%	116.8	104%	241	153%	153.2	131%
台湾	67.9	110.2	105.4	133.7	125.6	119%	142.2	106%	140	112%	148.8	105%
香港	26.6	36.1	53.8	46.3	62.6	116%	61.8	133%	74.1	118%	73	118%
その他	108.3	301.4	177.6	390	222	125%	459.7	118%	253.9	114%	529.8	115%
合計	375.8	689.8	716.4	1,027.5	940.8	131%	1,158.3	113%	1,111.4	118%	1,326.1	114%

- ・日本を訪れる外国人観光客数上位4か国・地域（中国・韓国・台湾・香港）の合計では、2017年に大阪を訪れる外国人観光客は東京を上回る。
- ・東京は外国人観光客の増加が鈍化しているが、大阪は東京を上回る大幅な増加率を継続。

インバウンドによる消費額



関西のポテンシャル

スポーツ・健康

- ◆スポーツイベントツーリズム
 - ・スポーツ・文化ダボス（2017）
 - ・ラグビーワールドカップ（2019）
 - ・オリパラキャンプ（2020）
 - ・ワールドマスターズ（2021）
- ◆予防（先制）医療と連携した健康長寿
 - ・アンチエイジングな暮らしを支えるヘルスケア

文化力

- ◆文化イベント
 - ・スポーツ・文化ダボス（2017）
- ◆文化芸術創造都市（アーティスト・イン・レジデンス）
 - ・外国人芸術家を受け入れ
- ◆オリンピック・パラリンピックに向けた文化プログラム
- ◆食や伝統芸能の発信
- ◆観光インバウンドの促進（クールジャパンやおもてなしの魅力）

関西の強み

- ▶人口2000万人→数多の優れた人材を輩出
- ▶最先端イノベーション地域
 - ・東大阪を中心とするものづくり「まいど1号」等
 - ・創薬、医療機関、健康食品等の産業基盤と大学・研究機関の集積
- ▶世界遺産
 - ・古都京都・奈良の文化財
 - ・紀伊山地（熊野古道）
- ▶スポーツの聖地
 - ・甲子園球場・花園ラグビー場

科学技術イノベーション

- ◆ライフ・グリーンイノベーション
 - ・革新的創薬、医療機器開発
 - ・再生可能エネルギーやエネルギーマネジメントシステムの開発
- ◆関西から「リサーチ・イン・ジャパン」を発信
 - ・海外研究者の招聘

人材力

- ◆民間力の活用
 - ・国際バカロレア、理数、英語教育
- ◆グローバル化やICTへの対応
 - ・特別支援教育などの質の高い教育

関西元気文化圏

Spring・8.SACLA
播磨科学公園都市

古都京都
（世界遺産）

神戸医療産業都市
スパコン「京」

けいはんな学研都市

花園ラグビー場

関西国際空港

古都奈良
（世界遺産）

熊野古道
（世界遺産）

アジアへ
世界へ

北海道

東北

東京

東海

九州

日本全体の活力源

2020年に向けて、地球力を一致団結
関西発の夢ビジョン「KANSAI」

（世界に向けた競争力 いきいき関西から文化力）

関西のポテンシャル

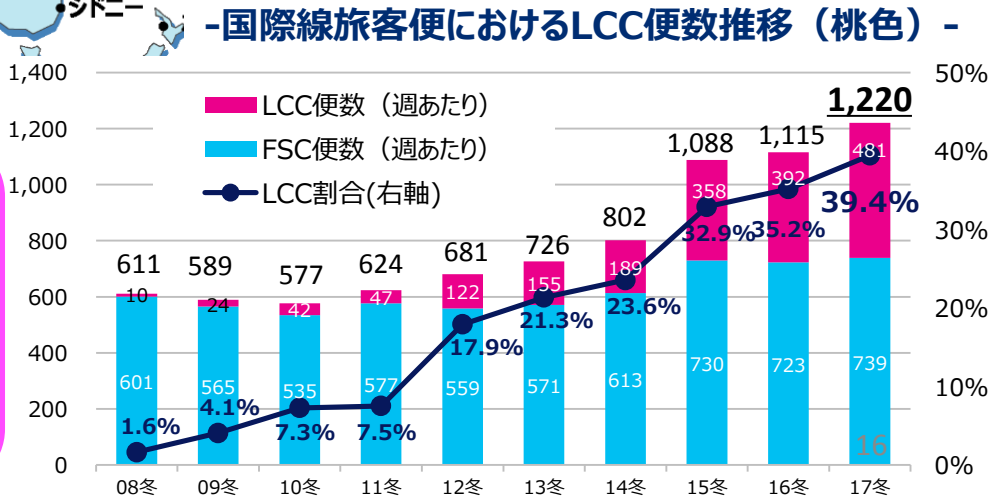
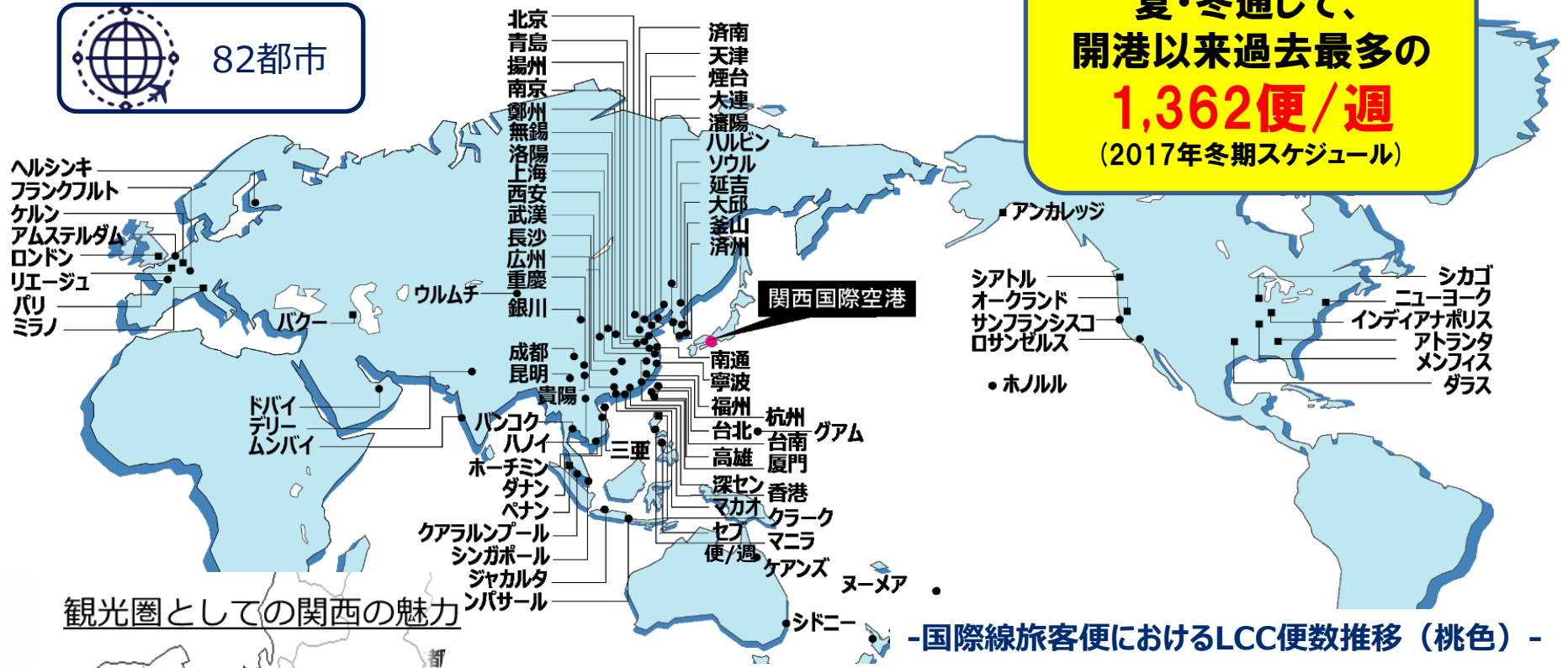
■瀬戸内との連携により相乗効果を誘発



瀬戸内は、日本有数の自然景観を有し、瀬戸内クルーズや瀬戸内国際芸術祭など世界から人を集める潜在能力が高いエリア

関西のポテンシャル

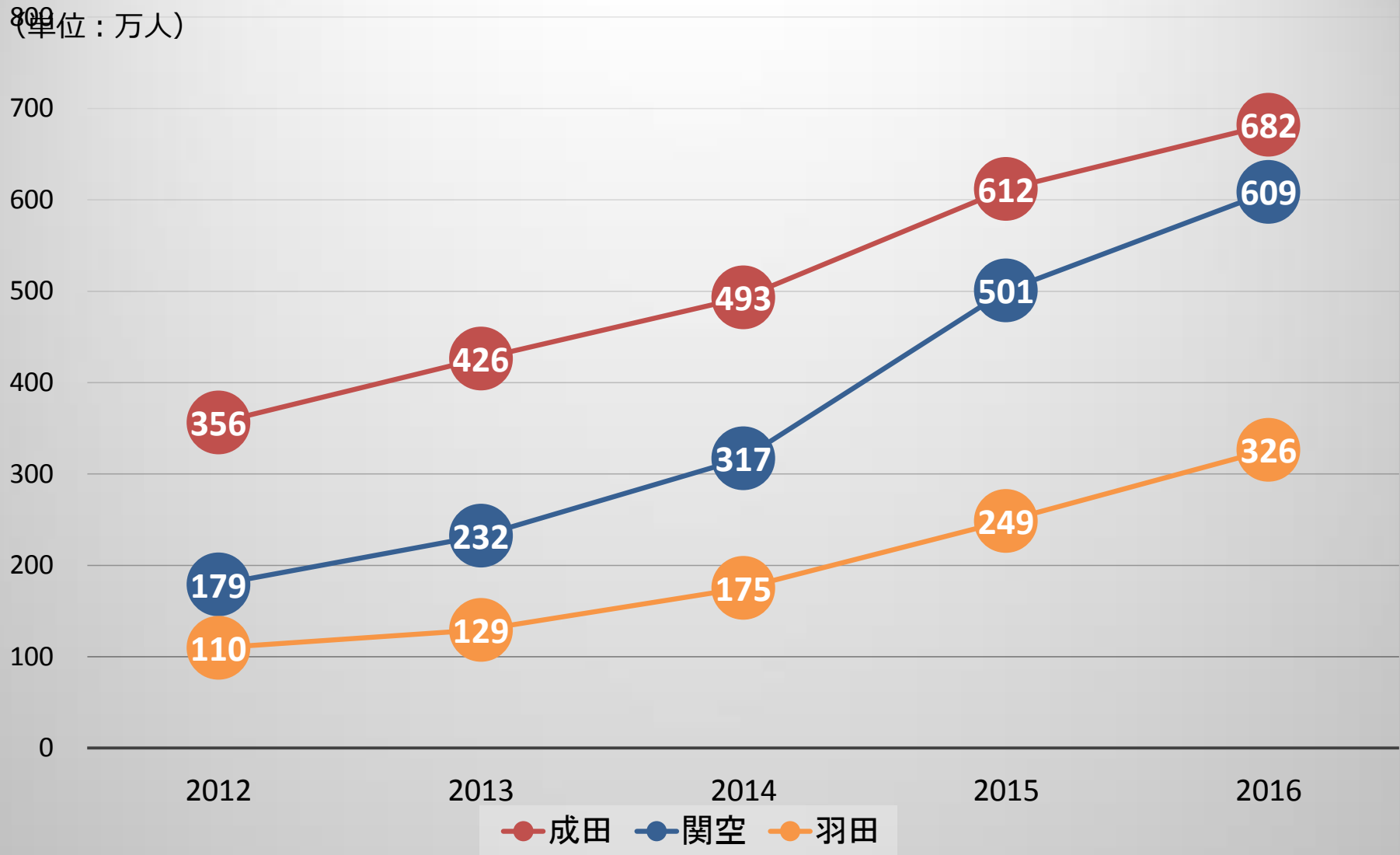
■ 関西国際空港の国際旅客便ネットワーク



関西のポテンシャル

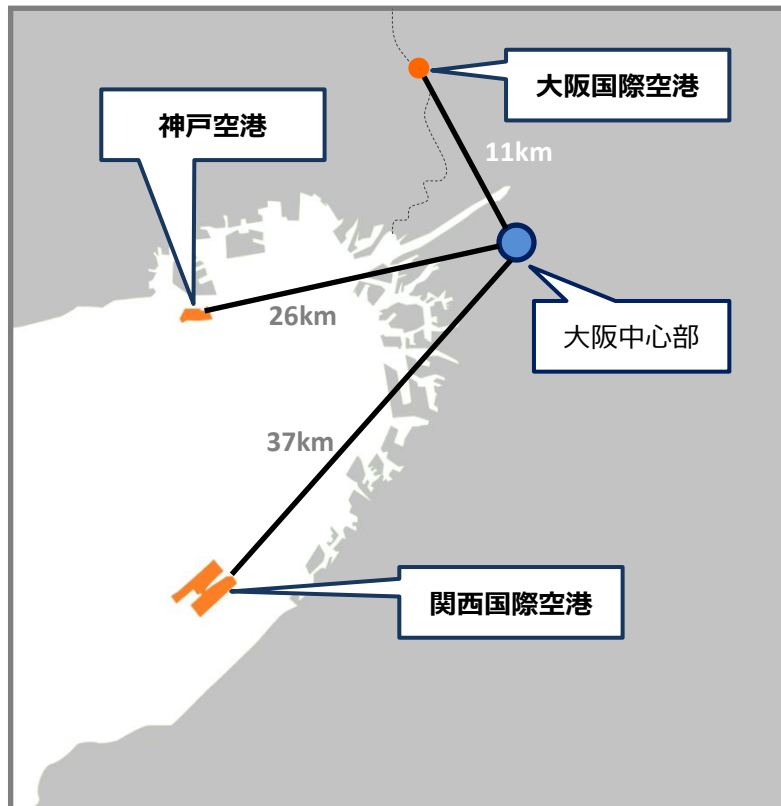
3空港 外国人入国者数

(単位：万人)



3空港の概要

関西三空港



	関西国際空港	大阪国際(伊丹)空港	神戸空港
設置・管理者 運営権者	新関西国際空港(株) 関西エアポート(株)	新関西国際空港(株) 関西エアポート(株)	神戸市
開港日	1994年9月4日	1958年3月18日※ ※「大阪空港」として開港	2006年2月16日
滑走路	3,500m×1本 4,000m×1本※	1,828m×1本 3,000m×1本※	2,500m×1本
2017年 総旅客数	2,799万人 国際 2,114万人 国内 685万人	1,560万人	311万人※
運用時間	24時間	7:00～21:00	7:00～22:00
発着制限	—	370回/日 (うちジェット枠 200回/日)	60回/日
役割分担 の考え方 (2005.11 関西3 空港懇談会にて航空 局より説明し了解)	- 西日本を中心とする国際拠点空港 - 関西圏の国内線の基幹空港 - 国際線は関西国際空港に限定	- 関西圏の国内線の基幹空港 - 環境と調和した都市型空港	神戸市及びその周辺の国内航空需要に対応する空港

※大阪航空局速報値資料より

世界の空港 旅客数ランキング (2016年)

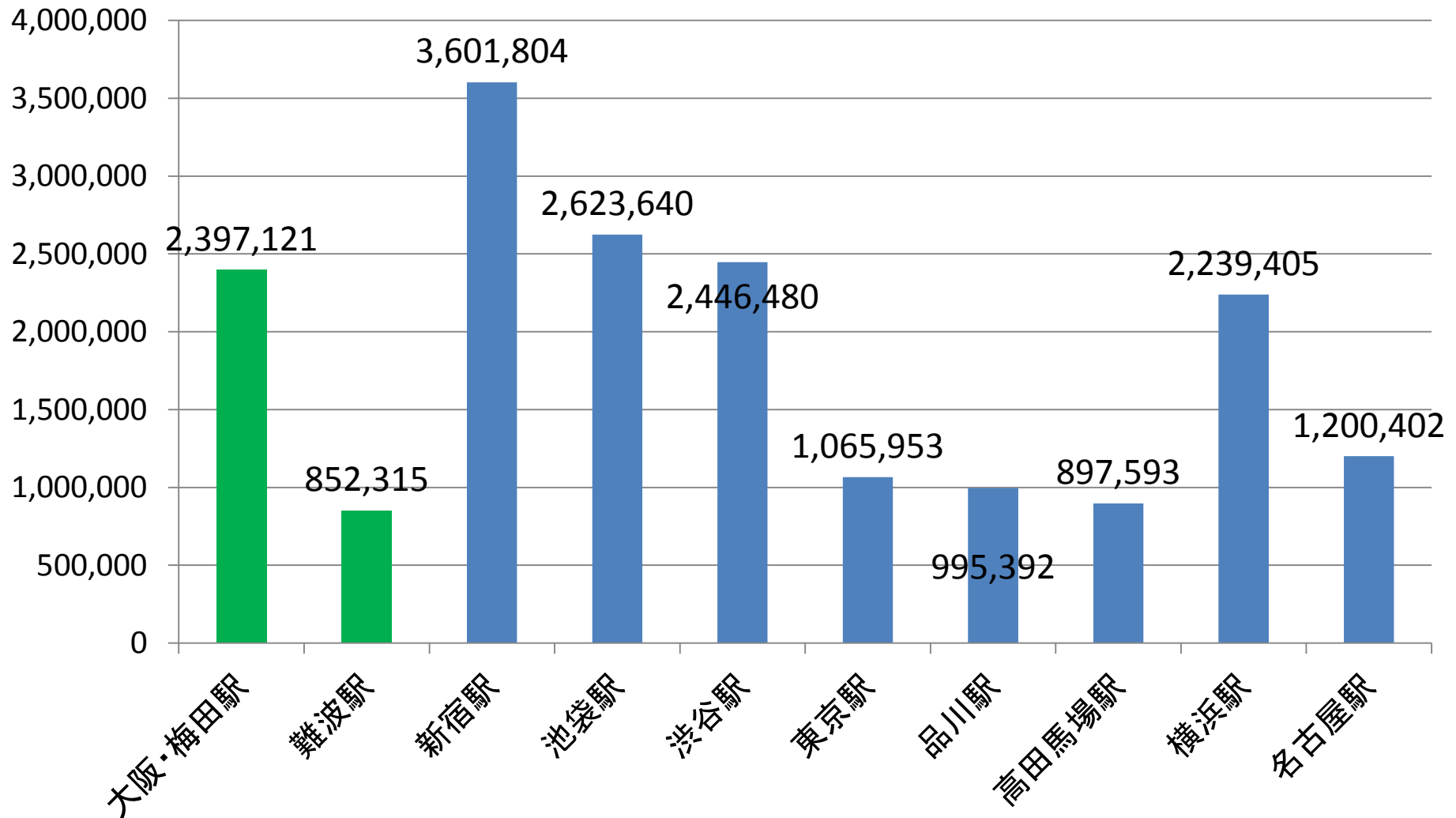
2018年度 3空港合算
5,000万人を目指す

順位	空港	旅客数 (人)	順位	空港	旅客数 (人)
1	アトランタ空港 (アメリカ)	104,171,935	16	ジョン・F・ケネディ空港 (アメリカ)	59,105,513
2	北京首都国際空港 (中国)	94,393,454	17	チャンギ国際空港(シンガポール)	58,698,000
3	ドバイ国際空港(アラブ首長国連邦)	83,654,250	18	デューラー国際空港(アメリカ)	58,266,515
4	ロサンゼルス国際空港(アメリカ)	80,921,527	19	スカルノ・ハッタ空港(インドネシア)	58,195,484
5	東京(羽田)国際空港 (日本)	79,699,762	20	仁川国際空港(韓国)	57,849,814
6	シカゴ・オヘア国際空港(アメリカ)	77,960,588	21	スワンポーム国際空港(タイ)	55,892,428
7	ロンドン・ヒースロー空港(イギリス)	75,715,474	22	インディラ・ガンディー国際空港(インド)	55,631,385
8	香港国際空港 (香港)	70,305,857	23	サンフランシスコ国際空港(アメリカ)	53,099,282
9	上海浦東国際空港 (中国)	66,002,414	24	クアラルンプール国際空港(マレーシア)	52,643,511
10	パリ＝シャルル・ド・ゴール空港(フランス)	65,933,145	25	アドルフ・スアレス・マトゥリード＝バラハス空港 (スペイン)	50,397,928
11	ダラス・フォートワース国際空港(アメリカ)	65,670,697			
12	アムステルダム・スチーヴ・ナール空港(オランダ)	63,625,534	48	成田国際空港(日本)	38,995,784
13	フランクフルト空港(ドイツ)	60,786,937	76	関西国際空港(日本)	25,236,705
14	アタナシオス・ドイリス国際空港(トルコ)	60,422,847	142	大阪国際(伊丹)空港(日本)	14,923,678
15	広州白雲国際空港(中国)	59,732,147	451	神戸空港	2,696,167

2017 ACI World Airport Traffic Report より作成

関西のポテンシャル

■主要駅一日乗降者数(2015年度)



➤ マスターカード「世界渡航先ランキング」における急成長渡航先として大阪が2年連続1位

クレジットカードの米マスターカードが9月末に発表した「2017年世界渡航先ランキング」における渡航者数の成長率を比較する「急成長渡航先ランキング」で大阪が1位に輝いた。大阪は2016年も1位にランキングされている。



➤ エコノミスト誌による「2017医療・健康環境の安全性」で世界1位

英経済誌エコノミストによる世界都市ランキングで、救急サービスや医療機関、ソーシャルケアをはじめとするヘルスケア・サービスの拡充といった医療・健康環境面で、大阪が1位に選ばれた。世界の都市安全性指数ランキングでも、大阪は東京、シンガポールに次いで世界3位に選ばれている。



➤ N Y タイムズ「今年行くべき世界の都市2017」に大阪がランクイン



世界的権威の新聞ニューヨーク・タイムズ紙が「52 Places to Go in 2017」として大阪を選定。大阪はくいだおれの都としての伝統が息づいており、ミシュラン星レストランも数多く存在することなどが選定理由。

➤ 英国の旅行ガイドブック「Rough Guides」に訪れたい都市トップ10に大阪がランクイン

米「Lonely Planet」と並ぶ英語圏で人気のRough Guidesが、2017年に必ず訪れたいトップ10都市を発表し、8番目に大阪が選ばれた。大阪の魅力として、大阪の人々の温かさや交流好きなのところなども記載。



国際会議件数に見る大阪のランキング

■アジア大洋州・中東地域の都市別国際会議開催件数 ランキング (ICCA 2015)

2015年 アジア大洋州・中東地域順位	2015年 世界順位	都 市	2015年 開催件数	2014年 開催件数	2013年 開催件数
1位	7位	シンガポール	156件	142件	175件
2位	13位	ソウル	117件	99件	125件
3位	15位	香港	112件	98件	89件
4位	16位	バンコク	103件	73件	93件
5位	19位	北京	95件	104件	105件
6位	22位	台北	90件	92件	78件
7位	25位	シドニー	86件	82件	93件
8位	28位	東京	80件	90件	79件
9位	32位	クアラルンプール	71件	79件	68件
10位	46位	ドバイ	56件	56件	37件
11位	47位	上海	55件	73件	72件
12位	49位	メルボルン	54件	61件	52件
13位	57位	京都	45件	47件	43件
14位	64位	マニラ	41件	22件	28件
		ニューデリー	41件	35件	35件
16位	68位	パリ	40件	38件	55件
17位	73位	アブダビ	35件	22件	23件
18位	77位	釜山	34件	35件	34件
		済州	34件	41件	45件
20位	85位	福岡	30件	15件	12件
21位	93位	オークランド	28件	19件	19件
		ブリスベン	28件	37件	25件
		マカオ	28件	23件	16件
24位	100位	杭州	27件	47件	17件
25位	115位	大阪	23件	10件	20件
26位	117位	横浜	22件	18件	17件
30位	139位	札幌	18件	19件	13件

近隣アジア諸国のMICE開催の比較

■大規模MICE開催に対応可能な施設の必要性

エリア	施設名	開業年	最大規模の 会議場 収容人数	展示面積	主要施設
大阪	大阪府立国際会議場	2000 年	2,800 名	2,600 m ²	会議場・展示場・ホール
	大阪国際交流センター	1987 年	1,000 名	165 m ²	会議場・ホール・ギャラリー・ホテル
	コングレ コンベンションセンター	2013 年	1,800 名	1,700 m ²	会議場・ホテル・商業施設
	インテックス大阪	1985 年	300 名	70,000 m ²	会議場・展示場
	ATC ホール	1994 年	150 名	5,600 m ²	会議場・展示場・商業施設
	マイドームおおさか	1987 年	150 名	4,800 m ²	会議場・展示場・ギャラリー・ホテル
東京	東京国際フォーラム	1997 年	5,000 名	5,000 m ²	会議場・展示場・ホール・ギャラリー ・ラウンジ
	東京ビッグサイト	1996 年	1,000 名	81,000 m ²	会議場・展示場
横浜	パシフィコ横浜	1991 年	5,000 名	20,000 m ²	会議場・展示場・ホール・ホテル
千葉	幕張メッセ	1989 年	1,700 名	75,000 m ²	会議場・展示場
シンガ ポール	シンガポールエキスポ	1999 年	8,000 名	100,000 m ²	会議場・展示場・ホール
	サンテックシンガポール	1995 年	12,000 名	23,000 m ²	会議場・展示場・ホール・商業施設
	マリーナベイサンズ	2010 年	11,000 名	39,000 m ²	会議場・展示場・ホール・ホテル ・カジノ・ショッピングモール・美術館
ソウル	COEX	1979 年	7,000 名	36,000 m ²	会議場・展示場・ホール・ホテル ・カジノ・ショッピングモール
	KINTEX	2005 年	6,000 名	100,000 m ²	会議場・展示場・ホール

大阪の都市魅力に資する大規模プロジェクト（2016～2025）

区 分	2016 （平成28）	2017 （平成29）	2018 （平成30）	2019 （平成31）	2020 （平成32）	2021 （平成33）	2022 （平成34）	2023 （平成35）	2024 （平成36）	2025 （平成37）
大規模 イベント等										
I R 【想定】	推進去成立	実施去成立							施設オープン	
国際博覧会 （BIE） 【想定】	誘致表明 閣議了解 参加申請	BIEの調査、 ヒヤリング	BIE総会での 開催地決定							開催
うめきた	MIPIM 開催	民間事業者の募集・決定、道路等の基盤整備工事、民間開発着手など						地下化・新路線開業 順次まちづくり		
関空	新会社による 空港運営 スタート（4月） 第3ターミナル 供用開始 （年度内）									
					※旅客数2015年度2,400万人 → 2066年度4,000万人					
USJ										
					※大型投資					
中之島西部	MICE機能の あり方検討					新美術館 オープン				
					MICE施設の充実・強化など					
交通体系			J Rおおさか東線 開通（年度末）	阪神高速大和川線 開通（年度末） 新名神 （高槻～神戸） 開通（年度末）	北大阪急行 延伸開通 （年度末）					

大阪観光局の主な取組み

大阪観光局のミッション

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

《数を増やす》

世界の中で大阪が目的地として
選ばれる取り組みを行う

《質を上げる》

着地後消費最大化を目指し、大阪の戦
略的な観光地域づくりを促進する

《波及させる》

観光産業をリードする存在として、
大阪への経済効果を持続・波及させる

DMO事業展開に当たっての3つのコンセプト

24時間観光都市 (Anytime)

・ナイトエンターテインメントコンテンツ
の充実

・観光インフラの充実

おもてなしステーション（仮称）、24時間多言語コールセンター、宿泊施設
の受入れ、多言語緊急対応事業（案内サイン見直し）等

・I R（カジノを含む統合型リゾート）の推進

高規格で質の高いサービスの提供、MICE施設の充実の観点から推進

・世界的に注目度が高い国際スポーツ大会への対応

2019年

ラグビーワールドカップ

2020年

東京オリンピック・パラリンピック

2021年

関西ワールドマスタースゲームズ

関西・西日本 観光におけるハブ (Anywhere)

・広域観光の推進
（大阪+αの滞在型旅行の提案）

多様性あふれる街 (Anybody)

・富裕層対策（高級ホテル誘致等）

・新たなMICE戦略推進

・世界に通用する観光資源の
ブランド化
（食、ショッピング、スポーツ、水都等）

マーケティングリサーチの結果やビッグデータなどを基に、上記に代表される取り組みと既存事業を
複合的、戦略的に推進

世界最高水準の受入環境整備に向けた課題

1 宿泊環境整備

- ・新規施設の誘致
- ・既存施設の増設、リニューアル
- ・特に、富裕層をにらんだ高級ホテル誘致
- ・良質（安心、安全）な民泊施設の整備
- ・新しい形態の宿泊施設の導入、検討（例：グランピング）
（合法民泊の推進）

2 観光案内所の整備

- ・観光案内所の整備促進
- ・各観光案内所の連携
- ・公共と民間と役割分担

3 表示の整備

- ・ターミナルその他観光関係施設におけるサインの充実、改善
- ・外国人観光客にもわかりやすいサイン（多言語表示）

4 Wi-Fi

- ・（主要拠点における整備） $\longleftrightarrow$ 目標整備箇所数、重点整備エリア等
- ・通信品質の向上
- ・関連サービスの充実
- ・関西広域連合による自治体無料Wi-Fiとの連携

5 安心、安全の確保

- ・災害時対応
- ・急患時の受入病院の確保

6 キャッシュレス、ATM

- ・海外クレジット対応施設、店舗の拡大
- ・外国人観光客利用可能なATMの整備

7 バス環境、タクシーサービスの充実

- ・バスの乗降場、駐車場整備
- ・海外発行のクレジットカード利用可能なATMの整備

8 食の受入環境の整備

- ・ハラール対応
- ・ベジタブル対応
- ・アレルギー対応

9 観光関連人材の確保

- ・良質な観光ガイド、通訳士の確保
- ・観光産業を担う人材の育成
（人手不足の解消、観光業界の魅力アップ）



グランピング



観光案内所



ムスリムフレンドリーマップ

10 財源の確保

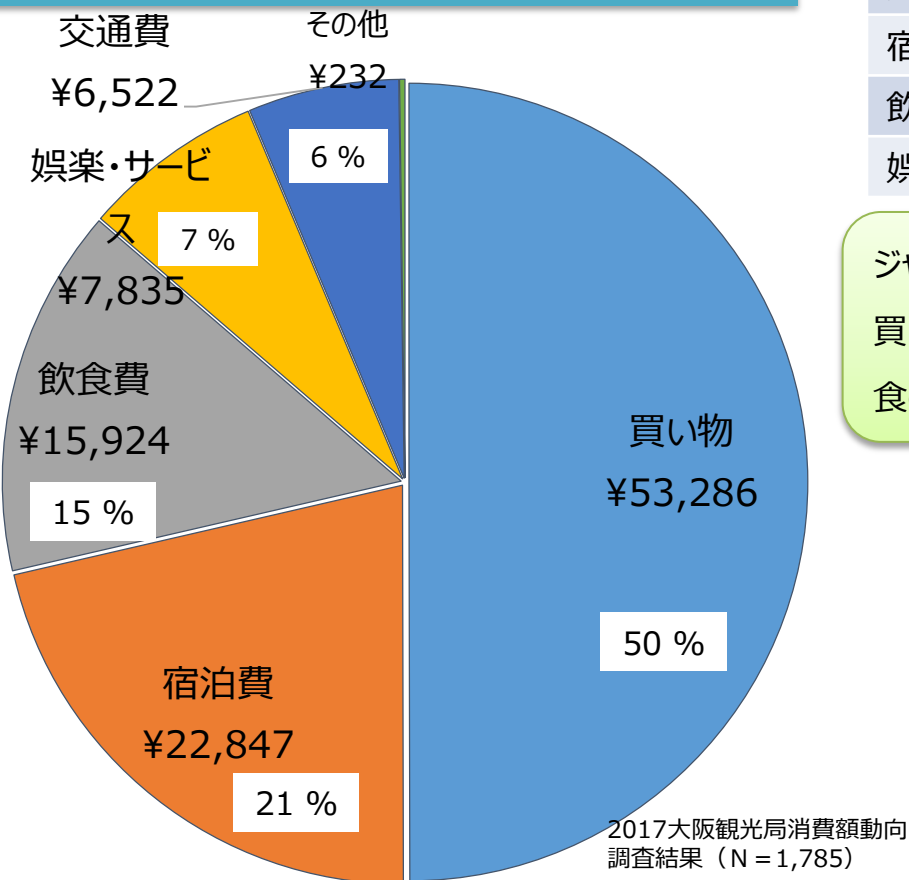
11 手ぶら観光の推進

12 トイレの確保、ゴミ・騒音対策

13 治安対策

■マーケティング詳細（消費額アンケートより）

大阪を訪れたインバウンドの総支出平均額
106,645円（1人当たり）

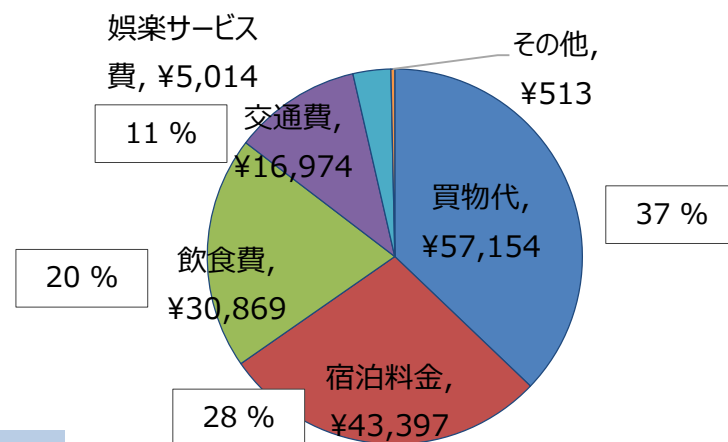


平均泊数：4.17泊 → **1人1日当たり平均支出額：25,574円**

1人1日当り消費額（円）	大阪	全国
買い物	12,778	6,281
宿泊	5,479	4,769
飲食	3,819	3,392
娯楽・サービス	1,879	551

ジャンル別1日当たり消費額は全国平均をすべて上回る。ただし、買い物費が突出しているほど飲食費は際立っていないため、大阪の食のポテンシャルから考えると、まだまだ伸びしろがあると想定される。

全国での総支出平均額：153,921円



観光庁2017年年間【訪日外国人消費動向調査】より
「訪日外国人旅行消費額の費目別構成比」
平均泊数：9.1泊 → **1人1日当たり16,914円**

大阪での消費の特徴（全国との比較）

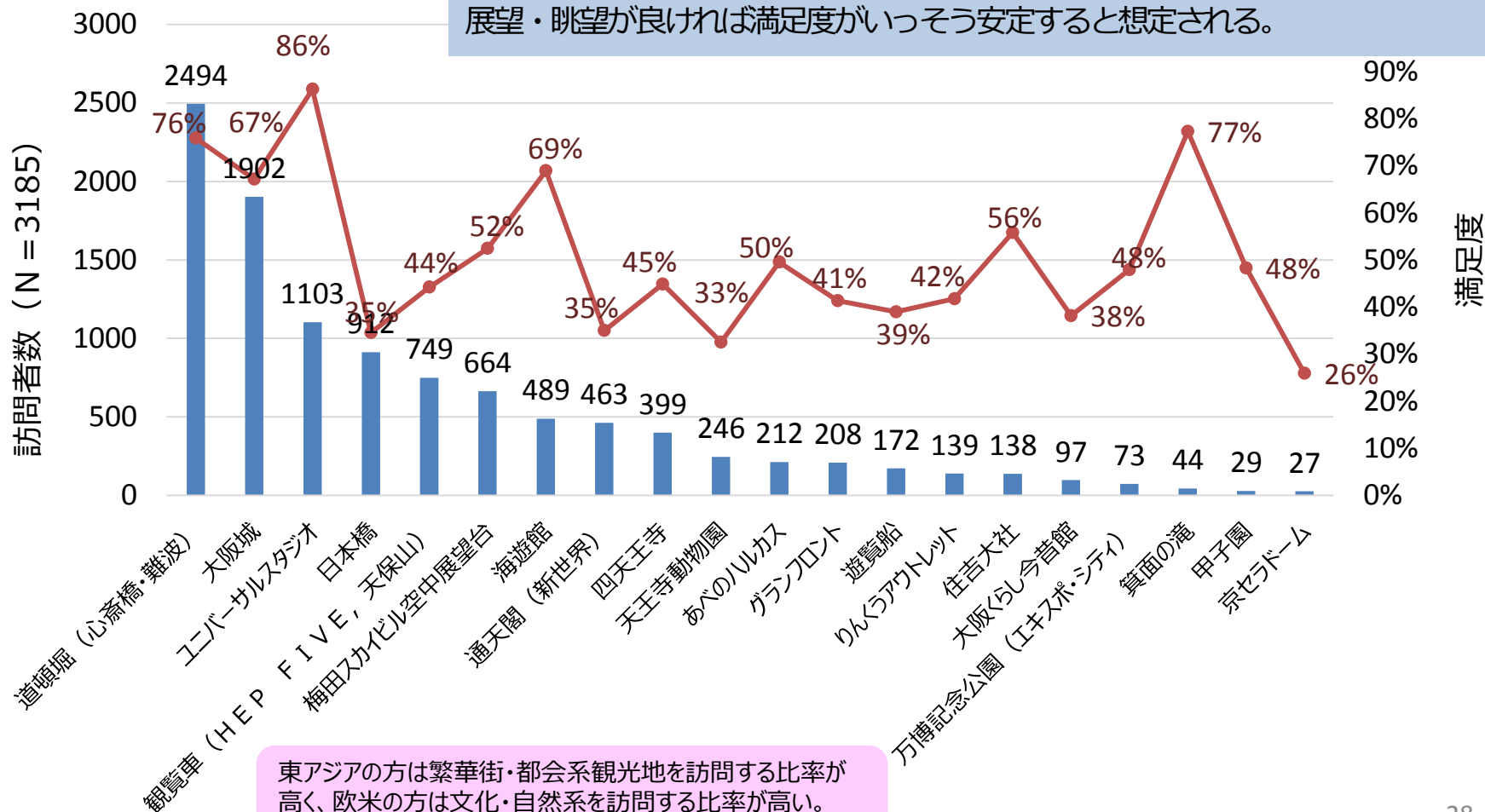
消費総額の50%が買い物消費で、全国調査割合37%より高い一方、飲食費割合は全国に比して低いため、飲食関係への更なる誘導が必要。また、宿泊費の割合も、全国に比してやや低い水準

■マーケティング詳細（関空アンケート(訪問先)より)

大阪の観光地

訪れた場所（青色棒グラフ）および訪れた結果お勧めしたいと思った率（オレンジ線グラフ）

訪問した場所のトップ3＝道頓堀・大阪城・U S Jは常に人気が高い。
満足度では、海遊館・ハレカス・住吉大社・箕面の滝なども安定して高評価を得ており、来阪観光客はシンボリックなスポットを訪問することで満足を感じ、さらに展望・眺望が良ければ満足度がいっそう安定すると想定される。

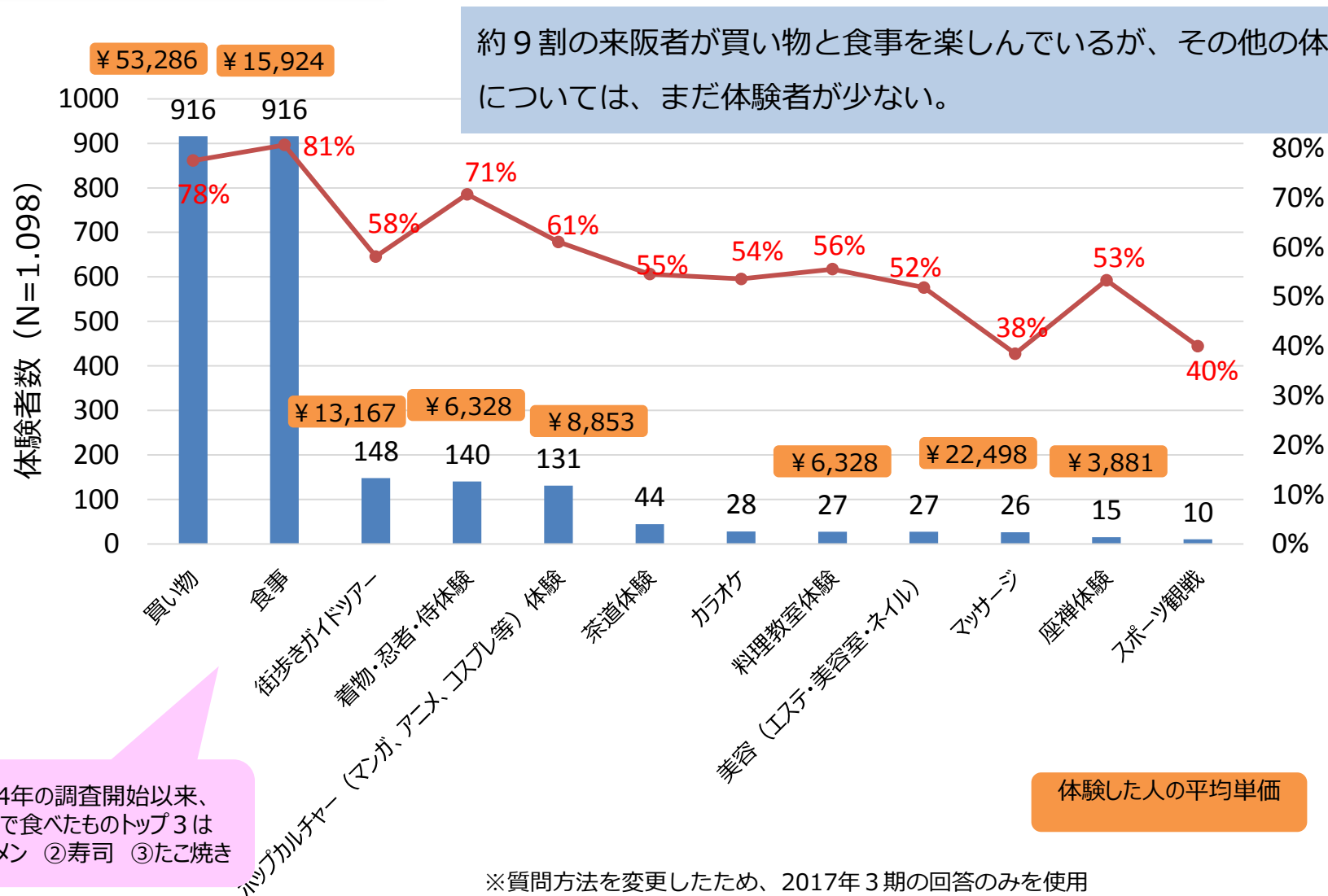


東アジアの方は繁華街・都会系観光地を訪問する比率が高く、欧米の方は文化・自然系を訪問する比率が高い。
東南アジアの方は訪問地の数が多い傾向がみられる。

■マーケティング詳細（関空アンケート(体験したこと)と消費額アンケートより)

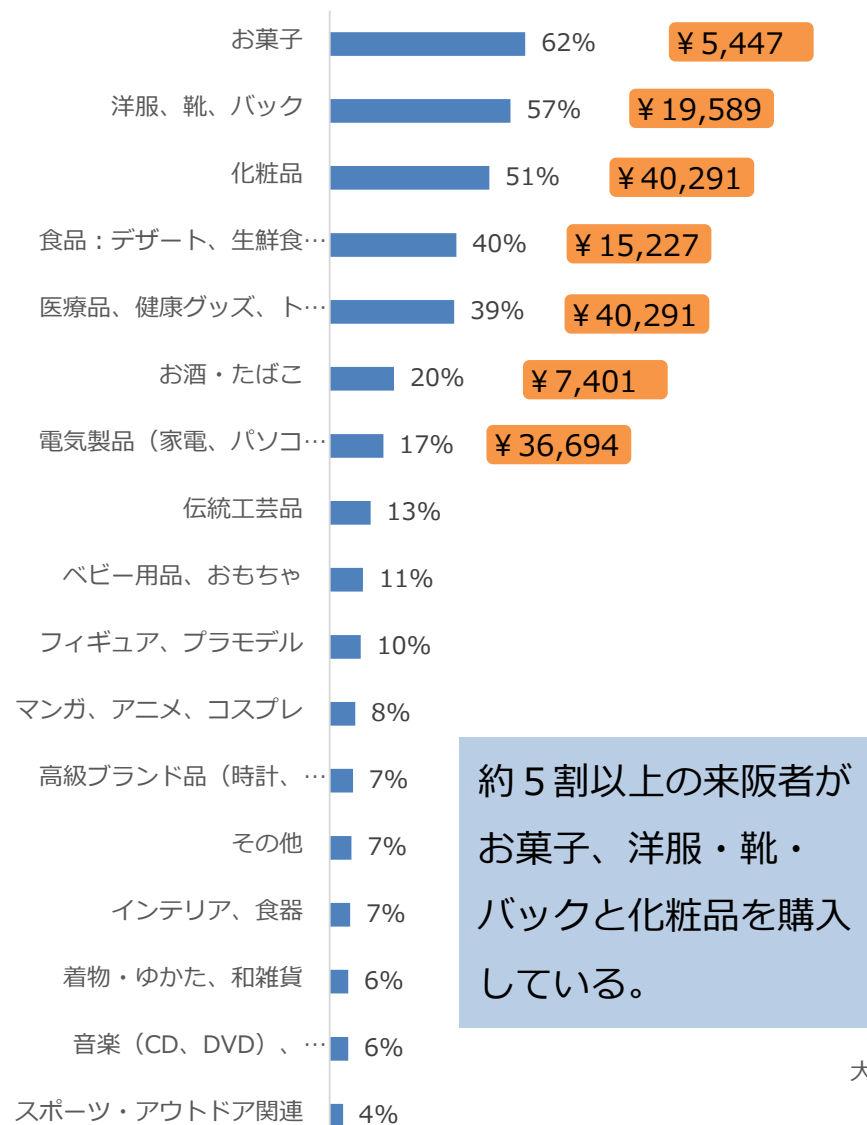
大阪で体験したこと

大阪で体験したこと（青色棒グラフ） および その結果お勧めしたいと思った率（オレンジ線グラフ）



■マーケティング詳細（関空アンケート(ショッピング・グルメへの関心詳細)

【大阪で買ったもの】

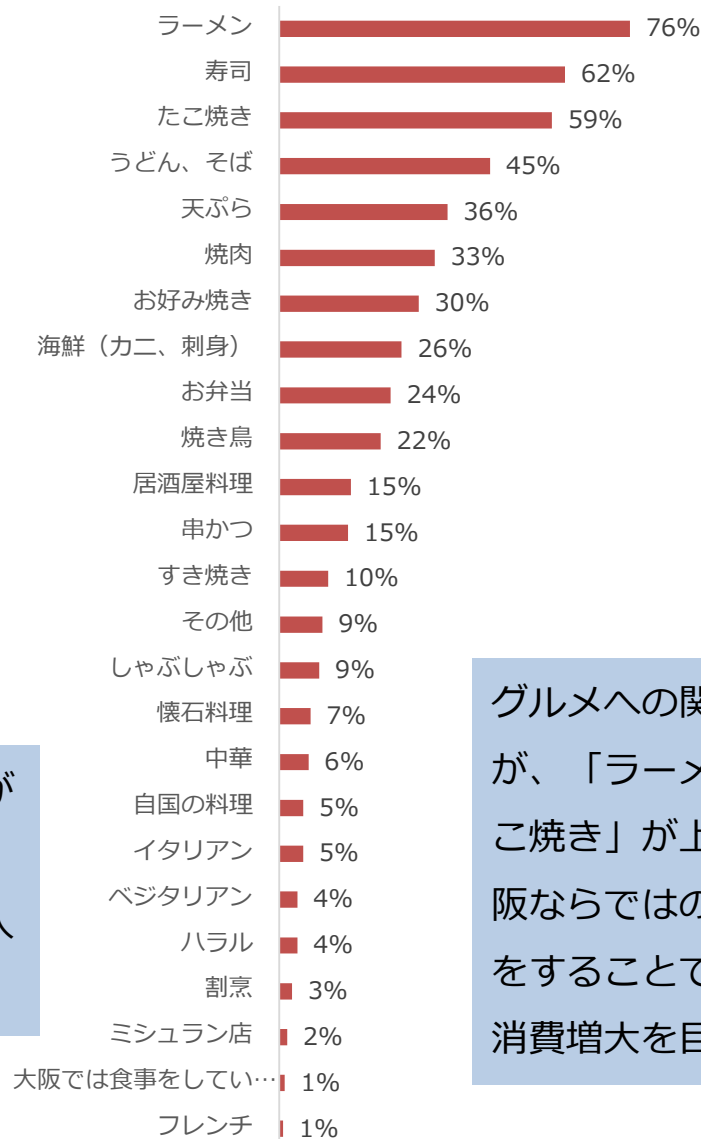


約 5 割以上の来阪者が
お菓子、洋服・靴・
バックと化粧品を購入
している。

(N4,101)

※いずれも複数回答

【大阪で食べたもの】



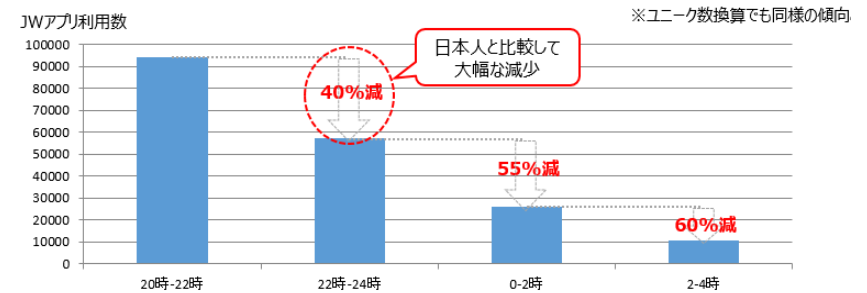
グルメへの関心には高い
が、「ラーメン・寿司・た
こ焼き」が上位を占め、大
阪ならではの食のアピール
をすることで、更なる食の
消費増大を目指す。

ナイトタイムエコノミー GPSを活用した実態分析

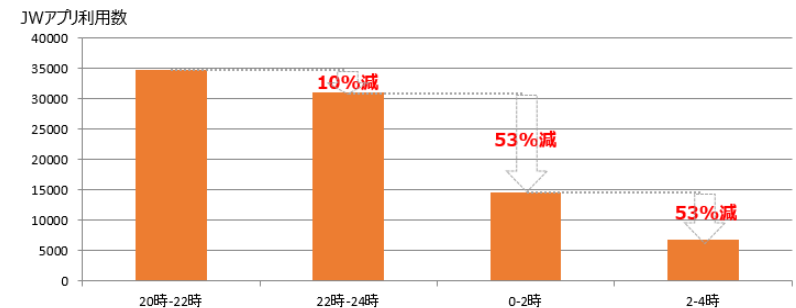
OSAKA CONVENTION & TOURISM BUREAU



外国人



日本人



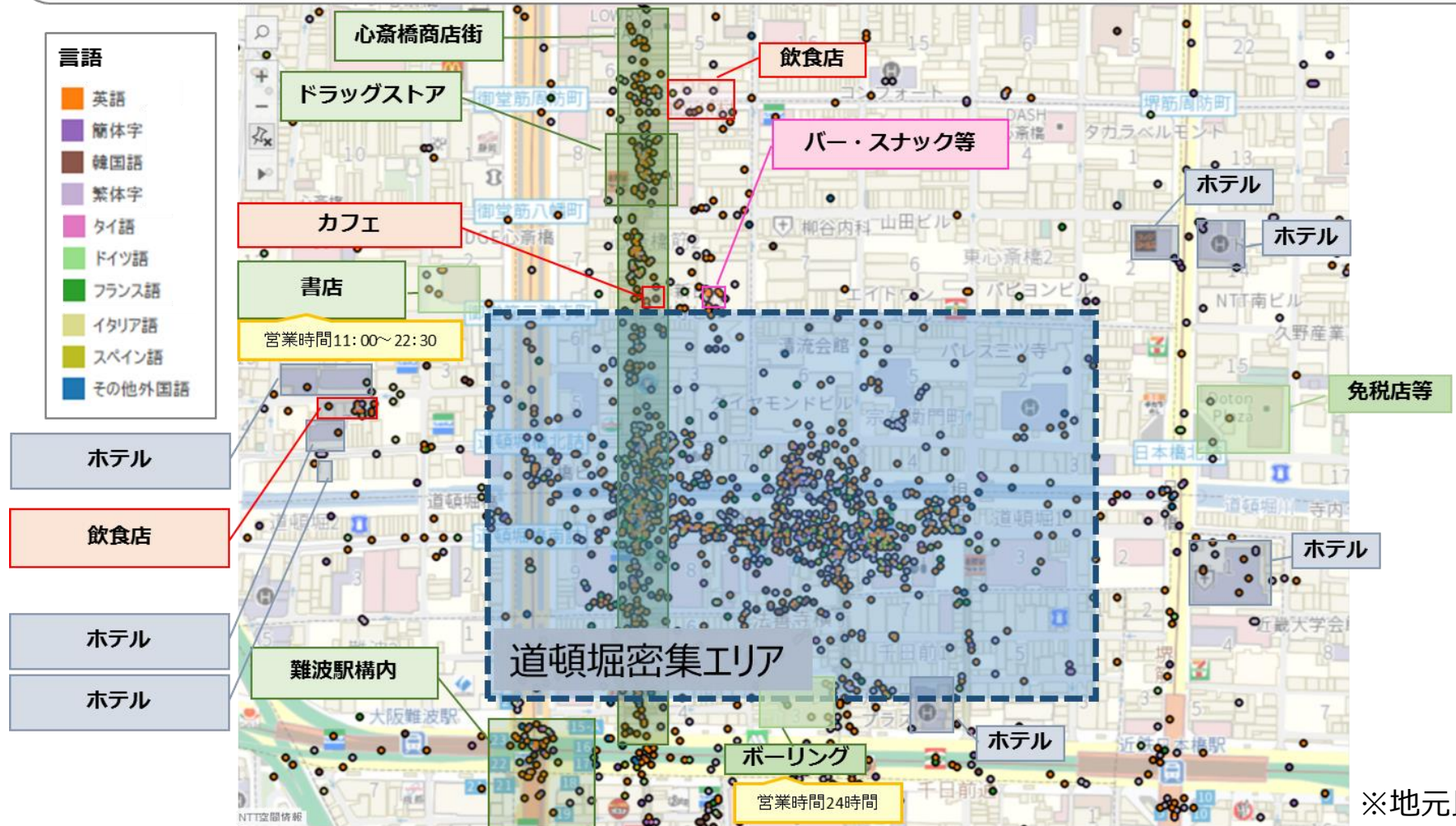
※地元民除き
(9日以内の滞在者のみ)

※外国人観光客は22時にホテルに帰ることが判明

スマートフォン等のGPSログを活用（日本人観光客と比較）

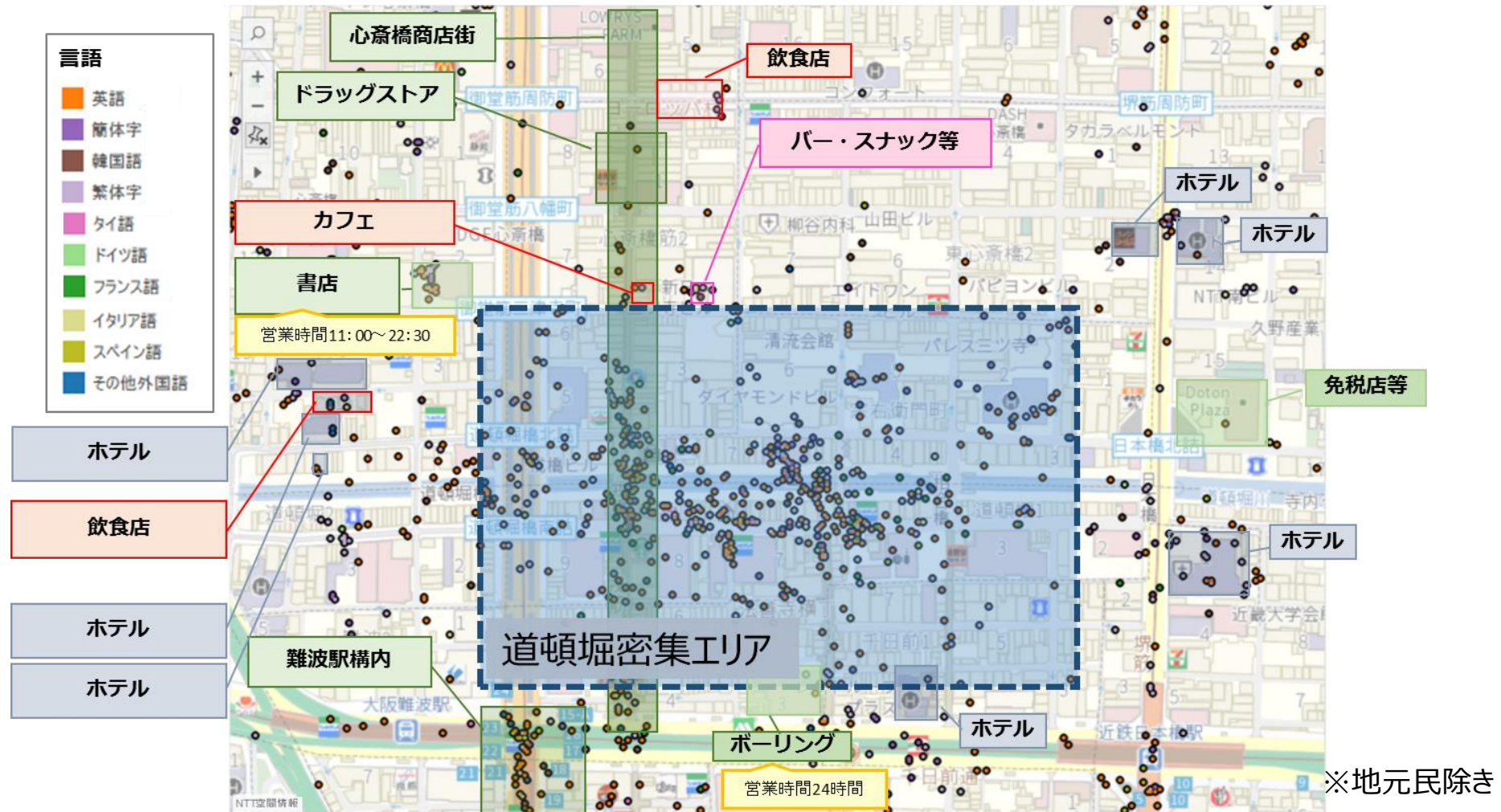
■道頓堀エリア(20時～22時)

- ▶ [事象] 20時～22時の時間帯は、「心斎橋筋商店街」と「道頓堀商店街」に密集して滞在が見受けられる(道頓堀密集エリアは別途集計)。道頓堀の密集地の他には、「なんば駅構内」「ドラッグストア」「免税店」「飲食店」「バー・スナック」「宿泊施設」に滞在が見受けられる。



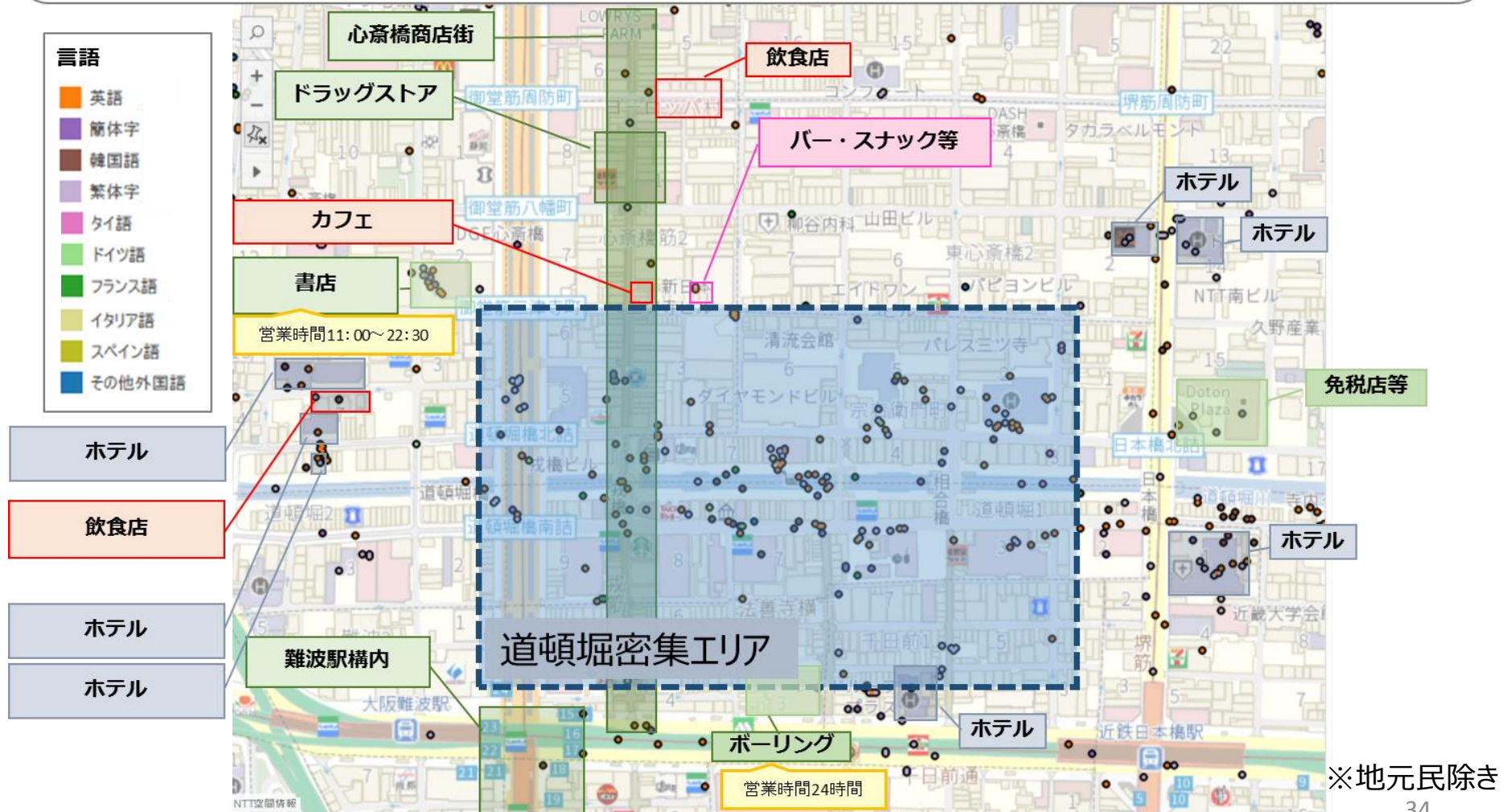
■道頓堀エリア(22時～0時)

- 【事象】22時～24時の時間帯は、「心齋橋筋商店街」と「道頓堀商店街」に滞在が見受けられる(道頓堀密集エリアは別途集計)。道頓堀の密集地の他には、「なんば駅構内」「飲食店」「宿泊施設」に滞在が見受けられる。
- 【事象】この時間帯になると、全体的に滞在数が減少し、特に「ドラッグストア」等の滞在数が減少する傾向にある。



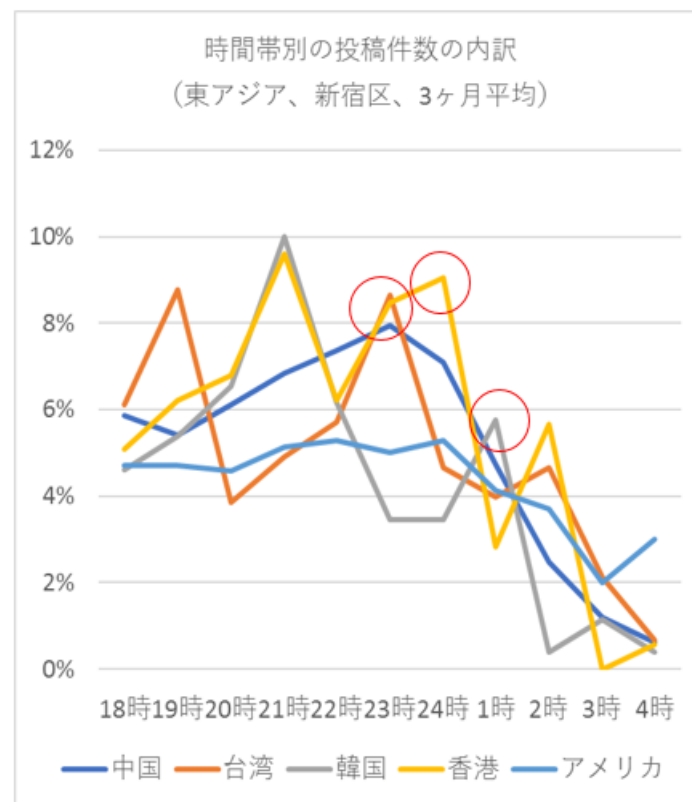
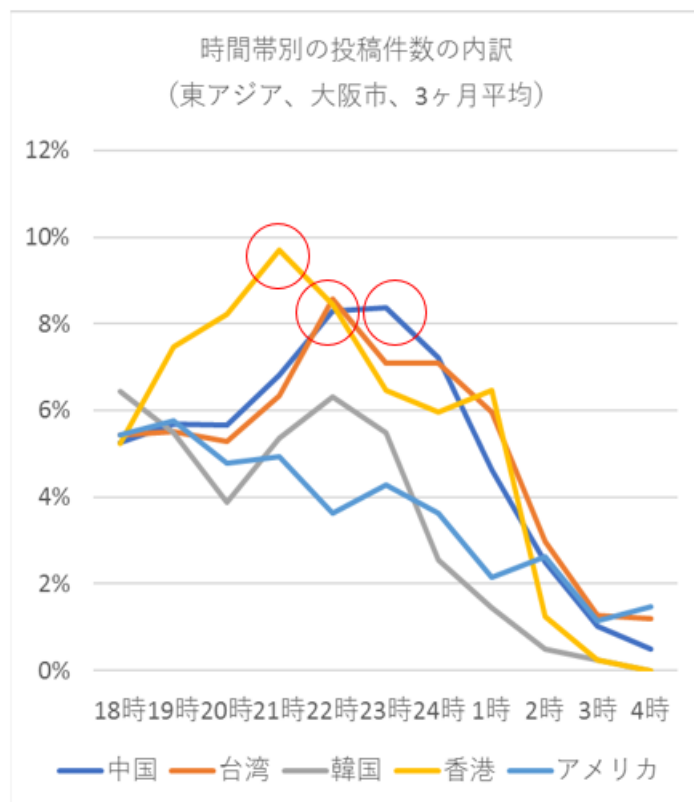
■道頓堀エリア(0時～2時)

- [事象] 0時～2時の時間帯は、「宿泊施設」に滞在が見受けられる。
- [事象] 20時～24時に滞在が密集していた道頓堀密集地については、滞在数は減少しているものの、滞在が見受けられる(道頓堀密集エリアは別途集計)。



ナイトタイムエコノミー SNSを活用した実態分析

OSAKA CONVENTION & TOURISM BUREAU



※同じ国籍の外国人観光客でも大阪では22時にホテルに帰ることが判明

観光客SNS投稿ログを活用（東京新宿と比較）

ナイトタイムエコノミー Osaka Night Out

OSAKA CONVENTION & TOURISM BUREAU

来阪インバウンド向け実証実験「Osaka Night Out」

○期間

2018年2月28日（水）～ 8月31日（金）

○概要

大阪市内19店舗が、来阪インバウンド（20歳以上）が夜21時以降に使える特典付きクーポンを発行。大阪観光局がWeb周知、チラシ配布等で周知に努める。実施前と実施後で夜間消費の伸びを検証し、結果が良ければ更に多くの店舗による取り組みへと規模を拡大する。

なお、参加店舗の店頭には、「Osaka Night Out」ステッカーを貼付する。

ATTENTION

- Please be sure to carry your passport in order to use the above services.
- Depending on the store, there may be a dress code (casuals prohibited, etc.), so please check before going.
- Some stores do not accept credit cards, so be sure to use cash.
- Please observe the rules and regulations of each store.
- Because there is no service available late at night, please use a taxi or other similar service.
- Because we serve alcoholic beverages, those under the age of 20 are not permitted.
- For those customers who drink to the limit, we will not sell alcoholic beverages to you. (Passengers are welcome to drink).
- Please guard your valuables. We are not responsible for any loss or stolen items.
- It is prohibited to record videos or audio without authorization in order of the shop in order to protect the privacy of our guests as well as the artist's right of image.
- We may refuse customers with have reported tattoos (including necks, forearms, and legs).
- Family sitting on other customers, including other guests, and/or talking too loudly, etc., are prohibited.
- There are shops that prohibit bringing in outside foods and drinks, so it is prohibited.
- It is strictly prohibited to use or bring drugs, regardless of whether it is prohibited by law or not. If discovered, we will immediately report any violation to the local police.
- Days and hours of operation vary by store. Please check the web for the specifics.
- We request that you refrain from any behavior that might lead to a complaint.

OSAKA MAP

CALL CENTER
English
Korean

HOW TO

When you are ready, let's go out and enjoy the city of Osaka!

Go out with your passport and cash!

Load the QR code and check the location of the store.

Present your passport to store staff and red them you spent too use.

Then just enjoy your night!

ATTENTION PLEASE!

This is a coupon available for use only from 21:00 until 24:00. 21:00-24:00にのみ利用可能なクーポンです。

You can play at regular rates even after 24:00. 24:00以降も通常料金でプレイが可能です。

Because it is a store offering alcoholic beverages, people under the age of 20 are not permitted. 未成年者は飲酒が禁止されています。20歳未満の方の入場はできません。

INTRODUCTION: English

Osaka is a city of attractive spots in Osaka that cannot fit into one page. Osaka Night Out introduces these spots. We are offering a special coupon to Osaka Night Out at participating stores. Please check the coupon on our website. Now, bring your passport and play to your heart's content in Osaka!

INTRODUCTION: Korean

오사카는 한 페이지에 담지 못할 만큼 매력적인 곳입니다. 오사카 야간 외출은 이러한 매력적인 오사카의 명소들을 소개합니다. 저희는 오사카 야간 외출을 소개하기 위해 오사카 야간 외출 쿠폰을 발행했습니다. 저희 웹사이트에서 쿠폰을 확인하고 오사카 야간 외출을 즐기세요. 이제, 여권을 들고 오사카에서 마음껏 즐기세요!

SHOP LIST

Store Name	Address	Phone	Website
Berlesque OSAKA	1-1-1, Nishi-Shinjyo, Nishi-Ku, Osaka	06-6661-1111	berlesque-osaka.com
YAKINIKU ICHI	1-1-1, Nishi-Shinjyo, Nishi-Ku, Osaka	06-6661-1111	yakiniku-ichi.com
BLISSON	1-1-1, Nishi-Shinjyo, Nishi-Ku, Osaka	06-6661-1111	blisson.com
CABANA	1-1-1, Nishi-Shinjyo, Nishi-Ku, Osaka	06-6661-1111	cabana.com
M's CLUB	1-1-1, Nishi-Shinjyo, Nishi-Ku, Osaka	06-6661-1111	msclub.com
Lady's Sauna	1-1-1, Nishi-Shinjyo, Nishi-Ku, Osaka	06-6661-1111	ladyssauna.com
Circus Osaka	1-1-1, Nishi-Shinjyo, Nishi-Ku, Osaka	06-6661-1111	circusosaka.com
ADAM Lounge	1-1-1, Nishi-Shinjyo, Nishi-Ku, Osaka	06-6661-1111	adamlounge.com
CATS	1-1-1, Nishi-Shinjyo, Nishi-Ku, Osaka	06-6661-1111	cats.com
ROOFTOP BAR OO	1-1-1, Nishi-Shinjyo, Nishi-Ku, Osaka	06-6661-1111	rooftopbaroo.com
ALZAP OSAKA	1-1-1, Nishi-Shinjyo, Nishi-Ku, Osaka	06-6661-1111	alzaposaka.com
FLANHEARTS	1-1-1, Nishi-Shinjyo, Nishi-Ku, Osaka	06-6661-1111	flanhearts.com
3ebar	1-1-1, Nishi-Shinjyo, Nishi-Ku, Osaka	06-6661-1111	3ebar.com
Françoise Morice	1-1-1, Nishi-Shinjyo, Nishi-Ku, Osaka	06-6661-1111	francoisemorice.com

SHOP LIST

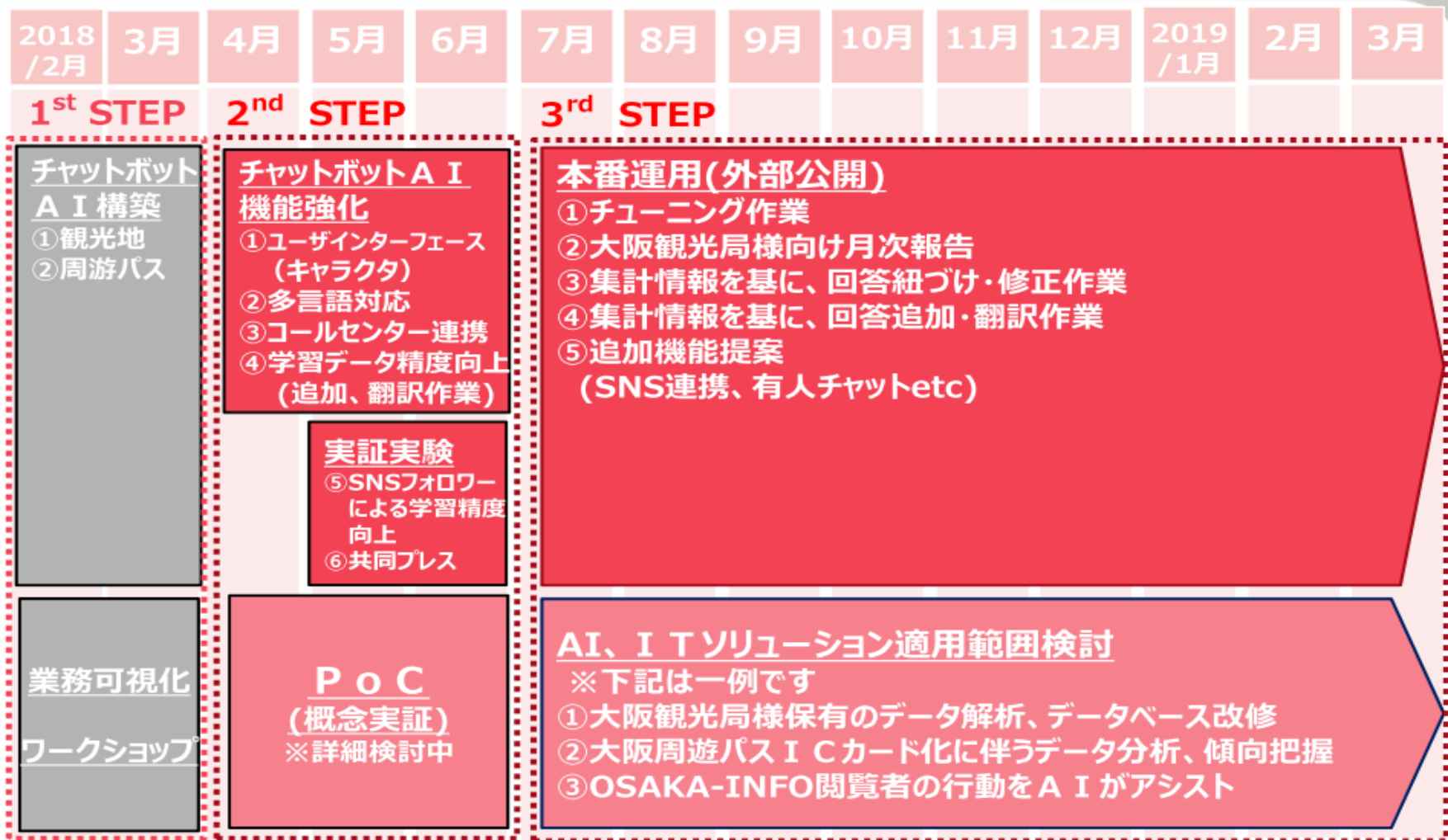
Store Name	Address	Phone	Website
Berlesque OSAKA	1-1-1, Nishi-Shinjyo, Nishi-Ku, Osaka	06-6661-1111	berlesque-osaka.com
YAKINIKU ICHI	1-1-1, Nishi-Shinjyo, Nishi-Ku, Osaka	06-6661-1111	yakiniku-ichi.com
BLISSON	1-1-1, Nishi-Shinjyo, Nishi-Ku, Osaka	06-6661-1111	blisson.com
CABANA	1-1-1, Nishi-Shinjyo, Nishi-Ku, Osaka	06-6661-1111	cabana.com
M's CLUB	1-1-1, Nishi-Shinjyo, Nishi-Ku, Osaka	06-6661-1111	msclub.com
Lady's Sauna	1-1-1, Nishi-Shinjyo, Nishi-Ku, Osaka	06-6661-1111	ladyssauna.com
Circus Osaka	1-1-1, Nishi-Shinjyo, Nishi-Ku, Osaka	06-6661-1111	circusosaka.com
ADAM Lounge	1-1-1, Nishi-Shinjyo, Nishi-Ku, Osaka	06-6661-1111	adamlounge.com
CATS	1-1-1, Nishi-Shinjyo, Nishi-Ku, Osaka	06-6661-1111	cats.com
ROOFTOP BAR OO	1-1-1, Nishi-Shinjyo, Nishi-Ku, Osaka	06-6661-1111	rooftopbaroo.com
ALZAP OSAKA	1-1-1, Nishi-Shinjyo, Nishi-Ku, Osaka	06-6661-1111	alzaposaka.com
FLANHEARTS	1-1-1, Nishi-Shinjyo, Nishi-Ku, Osaka	06-6661-1111	flanhearts.com
3ebar	1-1-1, Nishi-Shinjyo, Nishi-Ku, Osaka	06-6661-1111	3ebar.com
Françoise Morice	1-1-1, Nishi-Shinjyo, Nishi-Ku, Osaka	06-6661-1111	francoisemorice.com

ICON INFORMATION

OPENING HOURS & REGULAR HOURS

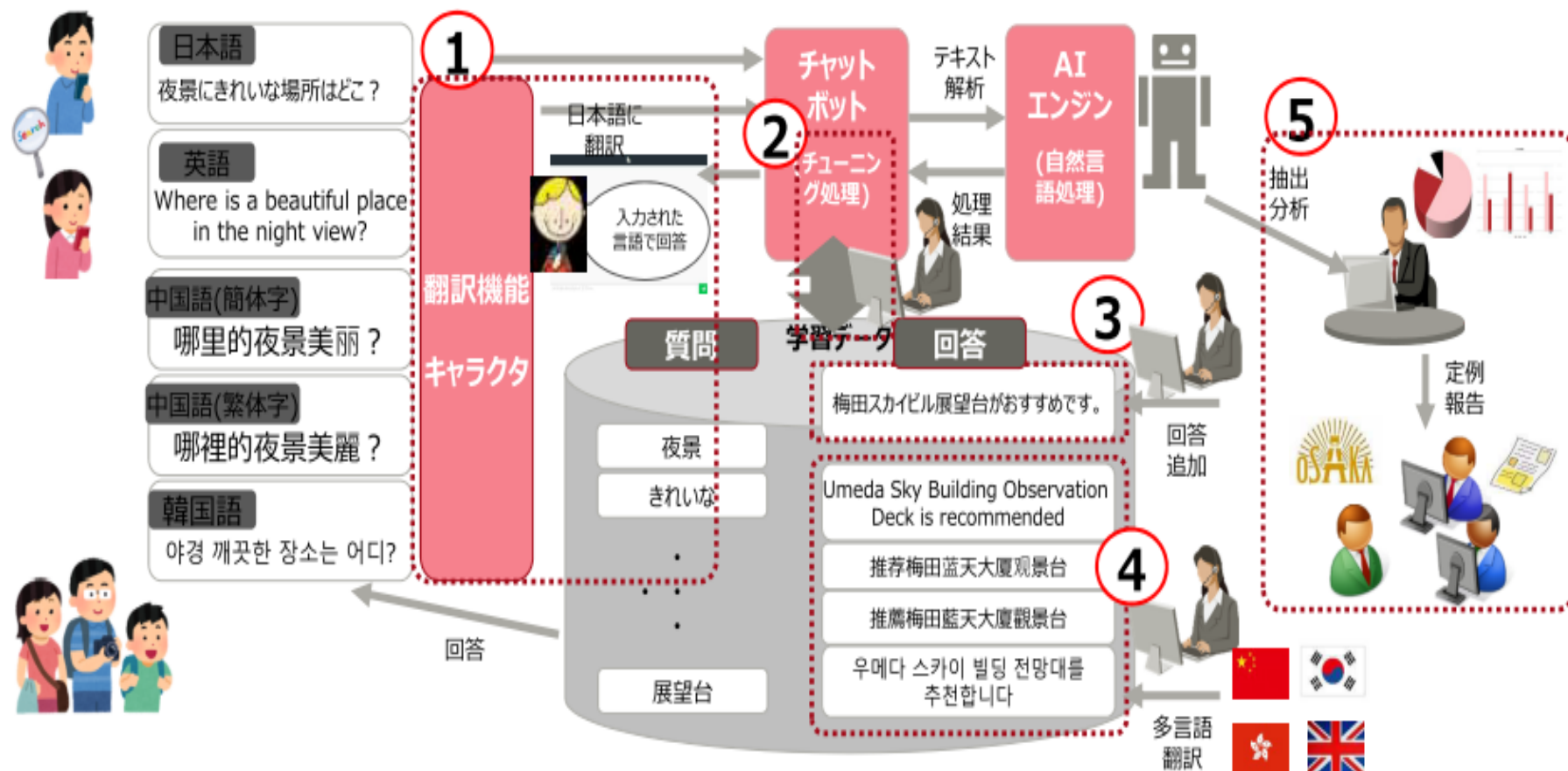
チャットボットAI システム構築（今後のAIスケジュール案）

OSAKA CONVENTION & TOURISM BUREAU



チャットボットAI 活用検討

OSAKA CONVENTION & TOURISM BUREAU



観光案内所利用者満足度調査

OSAKA CONVENTION & TOURISM BUREAU

□満足率(大変満足 + やや満足)

	大変満足	やや満足	合計
大阪	76.0%	17.0%	93.0%
日本人	62.3%	15.6%	77.9%
外国人	78.1%	17.6%	95.7%
難波	77.0%	15.0%	92.0%
日本人	57.1%	24.7%	81.8%
外国人	82.4%	14.0%	96.4%
全体	76.0%	16.0%	92.0%
日本人	54.1%	18.2%	72.4%
外国人	80.4%	15.7%	96.1%

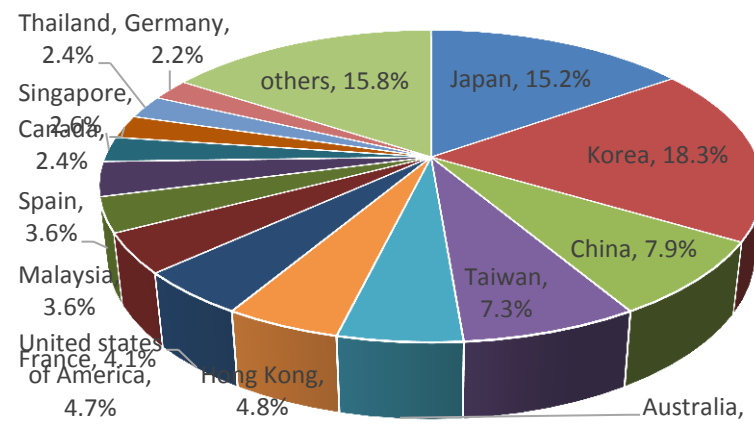
◎全体満足率 92%

◎大阪・難波ともに外国人観光客から高い評価
満足率： 大阪観光案内所 95.7%
難波観光案内所 96.4%

□アンケート結果

	大変満足	やや満足	普通	やや不満	不満	合計
大阪	390	89	30	4	2	515
日本人	48	12	12	4	1	77
外国人	342	77	18	0	1	438
難波	462	90	41	5	2	600
日本人	44	19	25	3	2	93
外国人	418	71	16	2	0	507
全体	852	179	71	9	4	1115
日本人	92	31	37	7	3	170
外国人	760	148	34	2	1	945

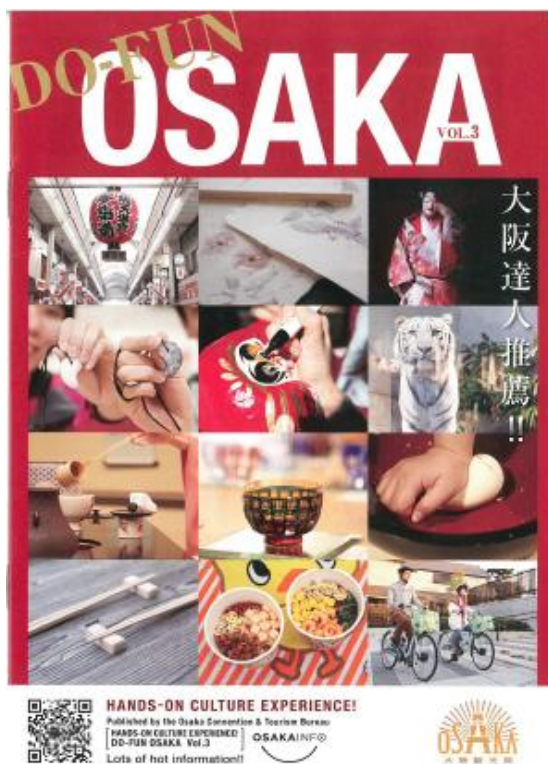
【アンケート回答者国籍】



地域素材開発事業

OSAKA CONVENTION & TOURISM BUREAU

ア. 体験プログラム「Do-Fun Osaka」冊子制作及び動画制作、Webサイト制作



イ. 大阪「食」本の制作
(繁体字、韓国語、英語、日本語)



ウ. 多言語メニュー表示ステッカー、ピクトグラム作成



インフラ整備事業 大阪府内市町村との連携事業

OSAKA CONVENTION & TOURISM BUREAU

(ア) 参加している協議会等

「華やいで大阪・南河内観光キャンペーン協議会」
「華やいで大阪・南泉州観光キャンペーン協議会」
「豊能地区広域観光推進協議会」
「西高野街道キャンペーン協議会」
「泉州観光プロモーション推進協議会」
「竹内街道・横大路（大道）活性化実行委員会」
「楠公ツーリズム推進協議会」（予定）

(ウ) 実施した事業等

ウォーキングイベント・体験イベントの実施
パンフレット・ポスター・マップ・ガイドブックの作成
共同 P R キャンペーンの実施
コンシェルジュを活用した目利きツアー
ホームページ・SNSによる情報発信
各団体等が実施する協議会事業のコーディネート及びサポート
他地域における大阪観光物産 P R の実施

(イ) 大阪府内の地域・地域連携DMOとの連携

第1回大阪府内DMO（候補法人）事業連絡会（2/26）

- ・大阪観光局
- ・（仮称）池田版DMO
- ・泉佐野シティプロモーション推進協議会
- ・大阪活性化事業実行委員会
- ・東大阪ツーリズム振興機構
- ・KIX泉州ツーリズムビューロー

H30.4～ 泉州観光プロモーション推進協議会、華やいで
大
阪・南河内観光キャンペーン協議会、泉州マラソン実行委員会
が一体となって発足。

観光案内所

OSAKA CONVENTION & TOURISM BUREAU

大阪観光案内所は開所時間およびスペースの拡大に加えて、認識されやすい場所に移転したため来所者が大幅に増加（前年比179%）。

(ア) 案内人数

	平成28年度 案内人数			平成29年度 案内人数			前年比		
	日本人	外国人	総数	日本人	外国人	総数	日本人	外国人	総数
大阪	83,213	95,489	178,702	152,386	167,197	319,583	183.1%	175.1%	178.8%
難波	37,999	159,222	197,221	37,378	158,781	196,159	98.4%	99.7%	99.5%
合計	121,212	254,711	375,923	189,764	325,978	515,742	156.6%	128.0%	137.2%

(イ) 案内件数

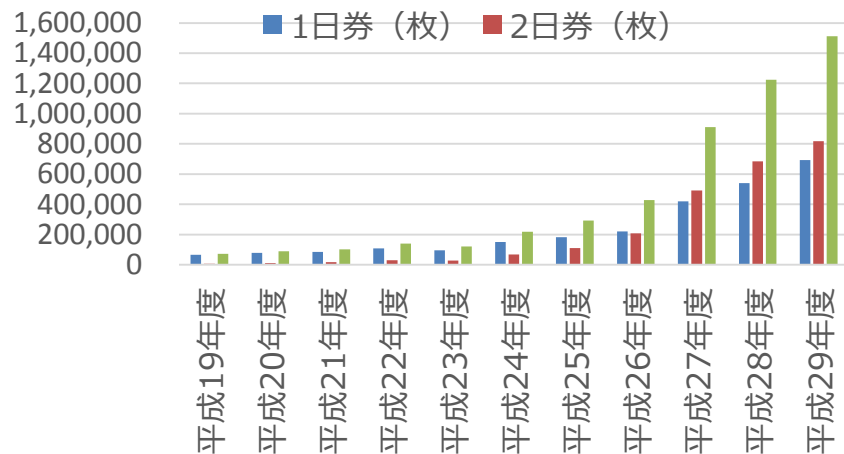
	平成28年度 案内件数			平成29年度 案内件数			前年比		
	日本人	外国人	総数	日本人	外国人	総数	日本人	外国人	総数
大阪	194,476	286,508	480,984	278,665	356,981	635,646	143.3%	124.6%	132.2%
難波	80,379	448,654	529,033	77,726	415,318	493,044	96.7%	92.6%	93.2%
合計	274,855	735,162	1,010,017	356,391	772,299	1,128,690	129.7%	105.1%	111.7%

大阪周遊パス事業

OSAKA CONVENTION & TOURISM BUREAU

(ア) 年度別販売枚数

平成29年度販売数：151万枚
前年比：123.8%



(ウ) 医療通訳サービスの実証実験（10月～3月）

需要については告知方法がホームページ上だけであったことなどから低調であった。また、保険の機能が付加されていなかったため、インバウンドの要求にこたえられなかった。

利用・問い合わせ件数 3件

但し、在大阪韓国総領事館から領事館のホームページにも掲載希望がよせられるなど、潜在的な需要はあると推察される。

(イ) 海外代理店販売枚数

市場	1日券 (枚)	前年比	2日券 (枚)	前年比	合計 (枚)	前年比
韓国	76,571	653%	353,790	132%	430,361	153%
中国	39,204	192%	59,787	161%	98,991	172%
台湾	4,390	12,543%	31,999	111%	36,389	126%
タイ	1,623	55%	14,045	124%	15,668	110%
香港	2,783	327%	11,967	208%	14,750	223%
インドネシア	169	56%	474	68%	643	64%
マレーシア	0	—	3,064	323%	3,064	323%
フィリピン	66	132%	298	44%	364	50%
シンガポール	100	新規取引	178	55%	278	86%
合計 (枚)	124,906	344%	475,602	134%	600,508	154%



※大阪案内所および難波案内所、関空案内所等の間接販売を除く。

関西の魅力を活かしたテーマ別広域観光

■ スポーツ



■ 食



■ ウェルネス

■ ポップカルチャー



■ 忍者、侍、城

■ 産業観光（ものづくり）



大阪・関西のスポーツに関する豊富な資源

観るスポーツ

サッカー



野球



ラグビー



相撲



Etc...

するスポーツ



サイクリング



ランニング



SUP



ハイキング



ゴルフ



マリンスポーツ

Etc...

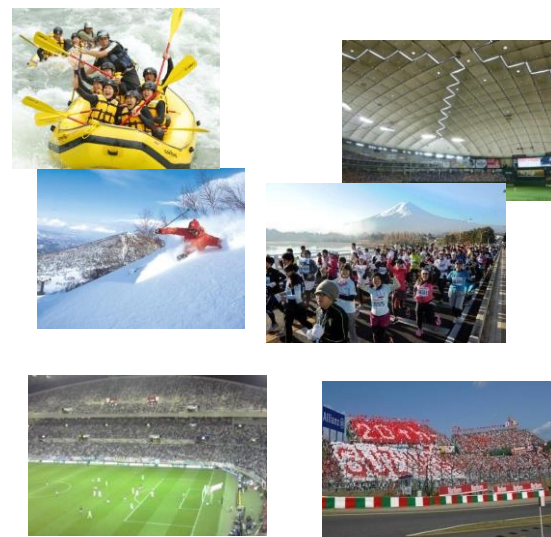
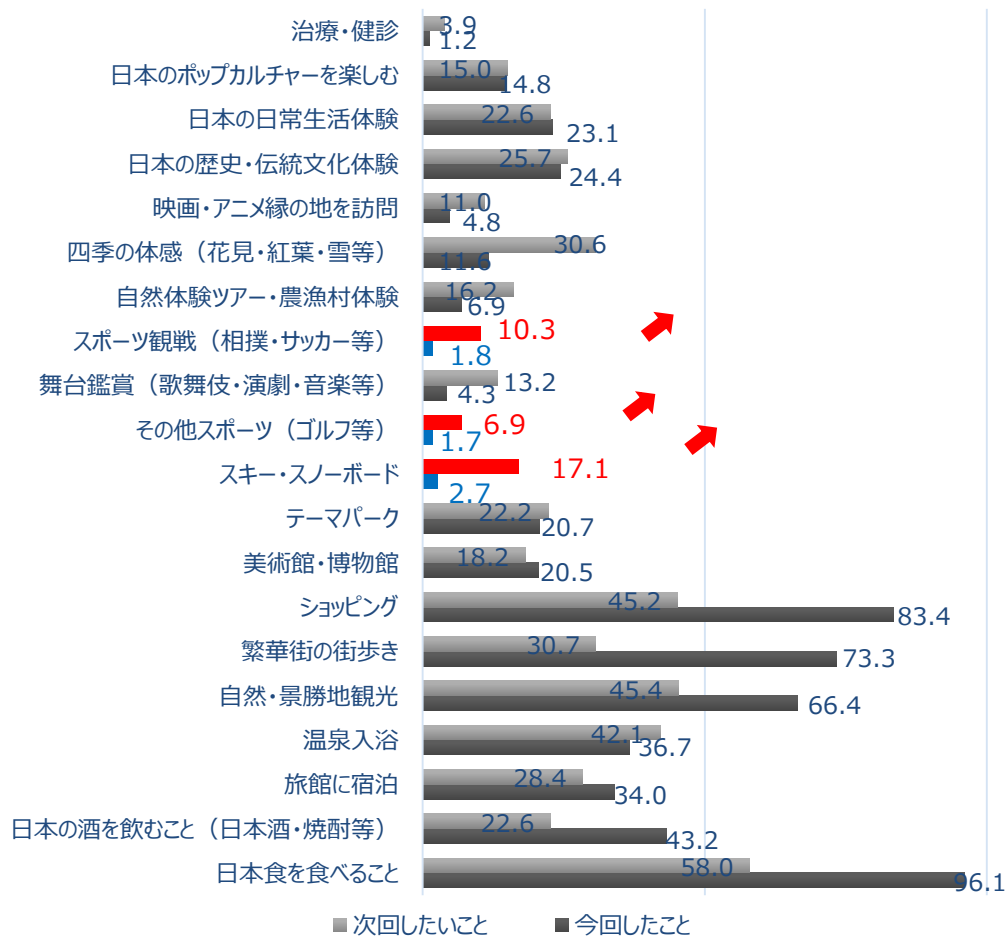
スポーツメーカー



Etc...

訪日外国人のスポーツに関する関心度

■ 訪日外国人の次回来日目的



外国人のスポーツを目的とした
来阪が今後更に期待できる

日本・大阪のアリーナの現状

◎日本のアリーナ

ランキング	施設名	所在地	最大収容人数
1	さいたまスーパーアリーナ	埼玉県	37,000人
2	ヤマダグリーンドーム前橋	群馬県	20,000人
3	横浜アリーナ	神奈川県	17,000人
4	大阪城ホール	大阪府	16,000人
5	マリンメッセ福岡	福岡県	15,000人
6	日本武道館	東京都	14,471人
7	代々木第一体育館	東京都	13,291人
	有明アリーナ	東京都	15,000人（予定）
	エディオンアリーナ	大阪府	8,000人
	丸善インテックスアリーナ	大阪府	10,000人
	舞洲アリーナ	大阪府	7,056人

大規模アリーナは首都圏に集中し豊富に存在（黄色背景）
大阪/関西では、大阪城ホールに集中し、数年先まで確保が困難。

+

イベントはコンサートが中心 固定式座席が影響？



様々なイベントに対応可能な大規模アリーナの整備が必要

日本・大阪のアリーナの現状

(例) イギリス O2アリーナ= 1つの会場でライブからスポーツイベントまで多様なイベントに対応



◆概要

- ・座席数 20,000席
- ・竣工 2007年 リニューアル
- ・使用目的：コンサート、スポーツイベント、展示会等
- ・商業施設、シネコンなどを複合
年間チケット売上は200万枚以上
ナイトクラブ、ホテルなどが集積



音楽ライブ メタリカ



テニス (ATPワールドツアーファイナル)



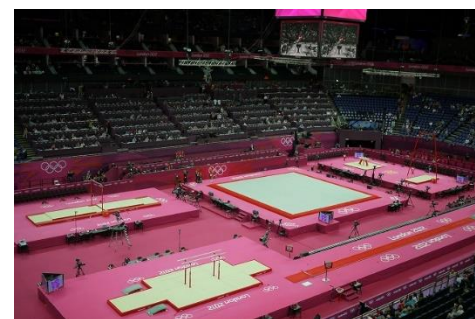
格闘技 (WWE)



イベント



アイスホッケー (NHL開幕戦)



体操 (ロンドン五輪)

大阪観光局のスポーツの取り組み

大阪・関西スポーツツーリズム&MICE推進協議会（2017年12月7日設立）

※大阪・関西のスポーツツーリズム活性化、スポーツ関連MICE誘致を通して、スポーツ産業振興を図るための産官学による一体的推進組織。

協議会メンバーが持つコンテンツ、ネットワーク、情報を駆使しつつ、短期的には2019年ラグビーワールドカップ、2020年

東京オリンピック・パラリンピック、2021年ワールドマスターズゲームズ関西、中長期的にはIRを見据え、大阪万博、MICE誘致、

スポーツツーリズムの市場調査、事業企画/実施、情報発信を連携して展開する。

1. 協議会の目標イメージ

スポーツMICEの誘致

スポーツ関連の国際会議、国際展示会、フォーラム
等を大阪・関西へ誘致

スポーツエンタテインメント （ツーリズム）の活性化

スポーツ観戦、するスポーツの活性化
観光資産を活かしたスポーツ機会の創出

スポーツの街としての広報/ ブランディング

スポーツの街としての情報発信/ブランディング

2. 構成メンバー 28団体・個人 オブザーバー 2団体

1. スポーツ関連メーカー	株式会社アシックス	美津濃株式会社
	ゼット株式会社	株式会社エスエスケイ
	サントリーホールディングス株式会社	パナソニック株式会社
	ロート製薬株式会社	
プロスポーツチーム	ガンバ大阪	セレッソ大阪
	オリックス・バファローズ	大阪エヴェッサ
	近鉄ライナーズ	N T T ドコモレッドハリケーンズ
金融機関	株式会社池田泉州銀行	
学識経験者	大阪経済大学人間科学学部 相原正道教授	大阪市立大学商学部 小林哲准教授
	和歌山大学観光学部 永井隼人講師	
行政関係	大阪府(府民文化部文化スポーツ室スポーツ振興課/都市魅力創造局企画・観光課)	大阪市(経済戦略局スポーツ部スポーツ課/観光部観光課/立地交流推進部)
	近畿運輸局	
経済団体等	関西経済連合会	大阪商工会議所
	関西経済同友会	スポーツコミッション関西
	一般財団法人神戸観光局	
オブザーバー	スポーツ庁	観光庁
事務局	公益財団法人大阪観光局	

大阪観光局のスポーツの取り組み

協議会の事業展開

将来誘致を目指す国際会議、国際展示会、インセンティブツアー



世界最大のスポーツ国際組織
(2017年総会 オーフス・デンマーク)



世界最大のスポーツメーカー展示会
(ミュンヘン・北京・上海)



RWC2019関連の
インセンティブツアー、国際会議の誘致

リサーチ



域内のスポーツツーリズムの
消費額リサーチ/継続調査

スポーツツーリズムの一体的な情報発信・新たな事業の開発

プロスポーツ



サッカー



相撲



YOGA



ボルダリン
グ



(参考:セレッソ大阪盆踊りイベント2017
年)

スポーツ×観光資源



(参考:大阪城トライアスロン2017年)



(参考:道頓堀SUP)

etc..
.

大阪観光局のスポーツの取り組み H30年度

◎国内外のスポーツイベント、国際会議、展示会の誘致を通じた活性化

①タイ発のユニークなグルメマラソンイベント「KILORUN」誘致
タイエアアジアおよびタイ現地大手イベント会社が企画するイベントを大阪に誘致。

- ◆開催日時：2018年9月30日（日）
- ◆会場：大阪城、および大阪城周辺
- ◆コンセプト：走る・食べる・観光する を一度に楽しめる
 - ・距離（KM）だけでなく、体重（KG）で記録を測定。
 - ・ウォーキング、ランニングしながら観光スポットをめぐる。
※大阪城→中ノ島→中央公会堂をルート設定
 - ・大阪の文化やライフスタイルに触れながらご当地グルメ（約10店舗）を回りながらゴールを目指す。
 - ・参加者数3,000人目標。半数（約1,500人）を海外からの誘致を目指す

②K-1 大阪ラウンド初開催 開催支援・連携
2018年12月8日@エディオンアリーナ



③スポーツビジネスジャパン2018
together with スタジアム&アリーナ2018
大阪開催誘致

会期：2018年8月30日(木)~31日(金)
会場：ナレッジキャピタル コングレコンベンションセンター
出展規模：50社・団体（予定）
来場者数：4,000名（予定）



④ウェルネスライフジャパン2018
健康・スポーツ産業総合展 開催支援・連携

会期：2018年11月14日（水）～16日（金）
会場：インテックス大阪
出展規模：300社・団体（予定）
来場者数：20,000名（予定）



スポーツのシリコンバレー実現に向けた課題

◎舞洲のスポーツのシリコンバレーの中心地化構想

新規開発余地エリア

※現在は事業者が一括賃借、又貸し等で管理。

望まれる施設

- ・国立スポーツ科学センター
- ・アリーナ
- ・メーカーの研究施設
- ・大学、学術関連の研究施設
- ・リハビリセンター
- ・スポーツホテル

など



物流エリア
※別エリアに
移設可能性

既存開発エリア

- ・サッカー場
- ・野球場
- ・アリーナ（バスケット）
- ・ホテル

など

スポーツのシリコンバレー実現に向けた課題

(Ⅴ) 関西 各地域のスポーツの拠点づくり

特色をもったスポーツクラスター都市と
知識・技術・施設の集積地としての舞洲



世界における日本食のポテンシャル

(参考) 世界で日本の「食」が注目されている

観光庁、JETROの調査において、日本の「食」への期待が高いことが示されている。

和食ブーム

- 外国人外国人旅行者が
「訪日前に期待すること」
1位「食事」(76.2%)

出典:観光庁「平成26年訪日外国人消費動向調査」(2015年)

- 外国人が好きな外国料理
**1位「日本料理」
(66.3%)**

出典:日本貿易振興機構調査(2014年3月)

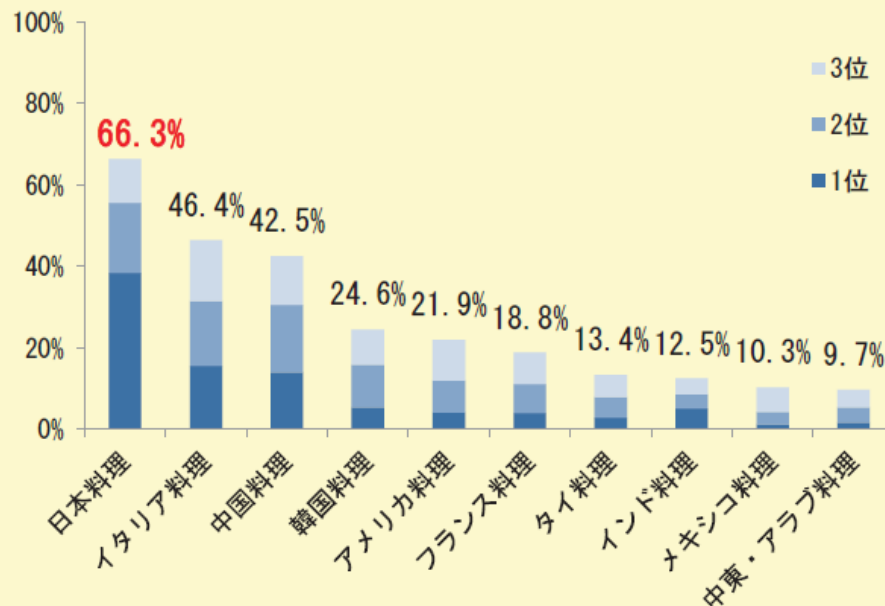
※複数回答可、回答者数に対する回答個数の割合
(自国の料理は選択肢から除外)

- 海外の日本食レストランの数

2013年 **2015年**
約5万5千店 → **約8万9千店**

(外務省調べ、農林水産省推計)

(参考) 好きな外国料理



※複数回答可、回答者数に対する回答個数の割合。(自国の料理は選択肢から除外)

出典:ジェトロ「日本食品に対する海外消費者意識アンケート調査」(2014年3月)を基に作成



「OSAKA」ブランディング構築のための事業展開 その1：食

☆世界の「食のまち」と並ぶ「食の都・大阪」ブランド構築に向けて☆

＜29年度国内外の「食のまち」調査から見えた大阪における課題と検討すべき事業展開＞

※スペイン・サンセバスチャン、フランス・リヨン、鶴岡(ユネスコ創造都市/ガストロノミー都市)

- ①世界に向けたマーケティング展開や徹底したメディア戦略、行政・民間一体となったプロモーション展開
- ②地元の食材、有名シェフ、有名店(ミシュラン星レストラン等)との連携、コンテンツを活用したプロモーション展開
- ③受入体制の整備



「食の都・大阪」を取り巻く現状と課題

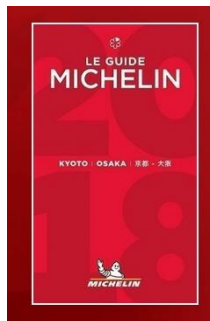
大阪は、かつて「天下の台所」と呼ばれ、「くだおれのまち」と言われてきた歴史がある。たこ焼き、お好み焼きから割烹、料亭、世界各国の料理まで、幅広く多様な食にあふれている。

大阪の「食」は、国内外の観光客を引き付ける重要な観光資源となっている。

アジアにおける認知度は向上しているが、大阪が持つ食、食文化、歴史がまだ世界には届いておらず、「食の都・大阪」ブランドの確立には工夫が必要。

世界のミシュラン星つきレストランの数
(2017年発刊版参考)

- 1位 東京
- 2位 パリ
- 3位 京都
- 4位 大阪
- 5位 ニューヨーク
- 6位 香港
- 7位 ロンドン
- 8位 サンフランシスコ



「食の都・大阪」ブランディング関連事業、関係者のプラットフォーム

「食の都・大阪」推進会議（事務局：大阪商工会議所）を中心に「世界に向けた」をキーワードに具体的な取組を推進

- ・「食の都・大阪」ロゴマークを使ったプロモーション展開
- ・「食の都・大阪」推進会議、ワーキングチームによる事業展開

「OSAKA」ブランディング構築のための事業展開 その1：食

「食の都・大阪」ブランディングに向けた事業展開（ガストロノミーツーリズムの推進）

①「食の都・大阪」を世界に発信、認知度向上のための事業展開

- ・海外、国内での「食の都・大阪」の認知度向上のためのメディアマーケティングやイベントの実施
- ・関係事業との連携による「食の都・大阪」ブランディング
- ・実力シェフと連携した「食の都・大阪」の発信
- ・食関連MICEの誘致や世界的な食イベントの誘致の検討など

②大阪の食の歴史や、食文化を背景に「食」のすそ野の拡大

- ・「天下の台所」「だし文化」など世界に誇る大阪の食の歴史の共有、次世代への継承
- ・「大阪産（もん）」PRとの連携した食・食文化の発信
- ・行政、民間事業者との連携による大阪の食の文化・歴史の認知度向上など

③「くいだおれのまち・大阪」を楽しむ受入環境の充実

- ・外国語メニューの設置普及
- ・「大阪割烹」の認証制度の推進
- ・「大阪の食」を楽しむ観光コンテンツの充実や「大阪の食を楽しむマップ、ガイド作成など



ラグビーW杯 東京オリ・パラ 関西ワールドマスタースゲームズ2021

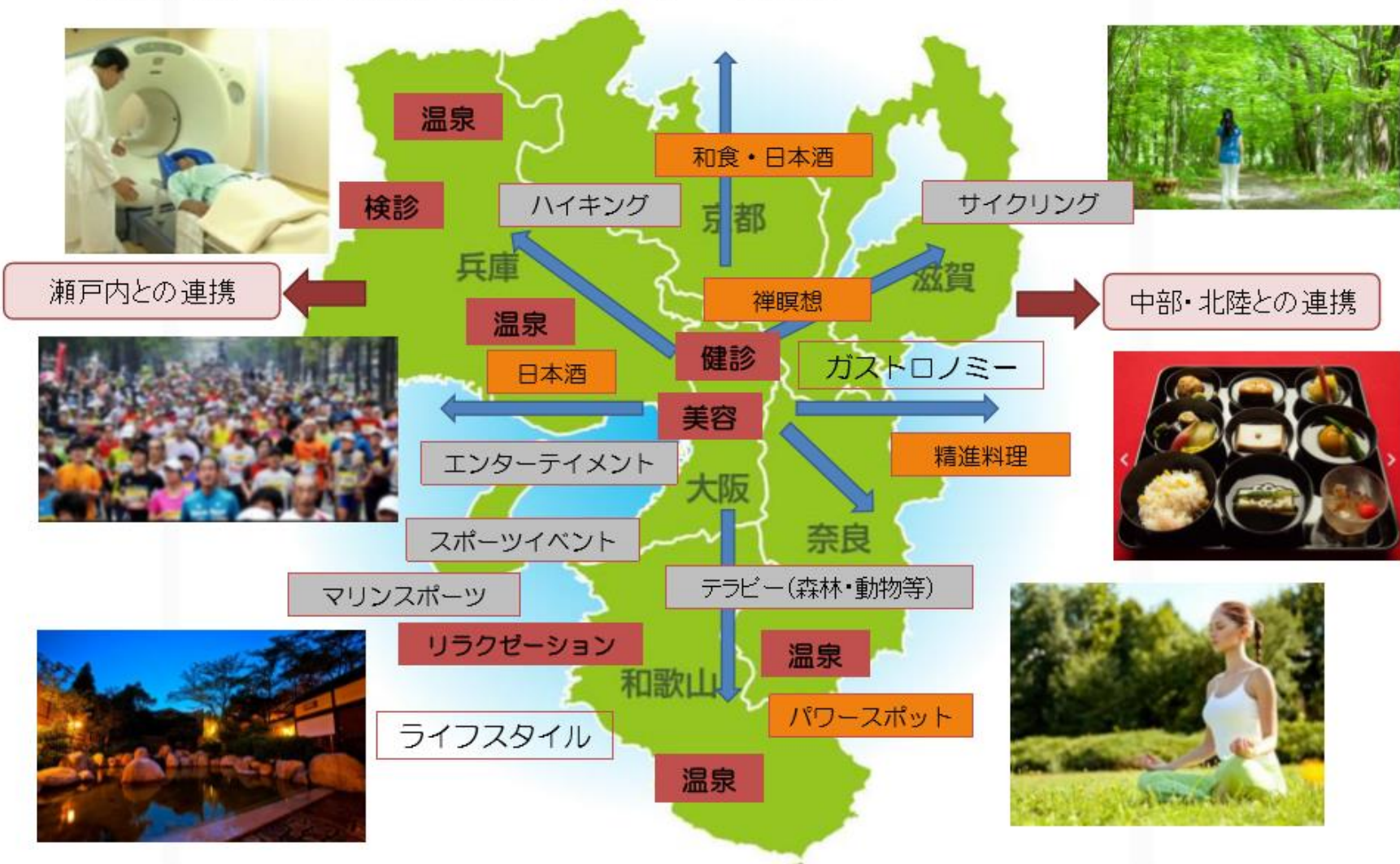
IR開業(予定) 大阪万博 2025(予定)

食博覧会2021

世界、アジアトップ50レストランアワードや世界料理学会など、食の大型MICEの将来的な誘致を検討していく。

IV. ウェルネスの国際交流プラットフォーム

関西全域へ広がる複合ウェルネス・ツーリズム



動き始めた大阪ウェルネス・ツーリズム【ラグジュアリー健診・ステイ】

関西なら1週間程度の滞在でも**自然や文化を満喫**しながら**ヘルスチェックと療養**ができるプランが可能です。

到着日



プライベートジェットで
関西国際空港に到着



りんくうタウンで
ヘルスチェック

最先端の医療技術による
疾病の早期発見



鉄道やリムジンでは時間のかかる場所へも
関西圏であればヘリで1時間以内



そのままヘリで和歌山の
長期滞在型療養施設へ

滞在療養



熊野古道散策で
メンタルヒーリング

ヘリの活用により和歌山から富士山まで1時間のエクスカーショ
ン



京都・奈良・伊勢へ
寺社巡り体験



伊賀で忍者屋敷体験



静岡駿府城でお花見



富士山を拝しながら和食

出発日



療養施設をヘリで出発



帰路、世界遺産の紀伊山地霊場や吉野千本桜・大阪城を空中周遊



出発までリラックス



大阪の産業観光

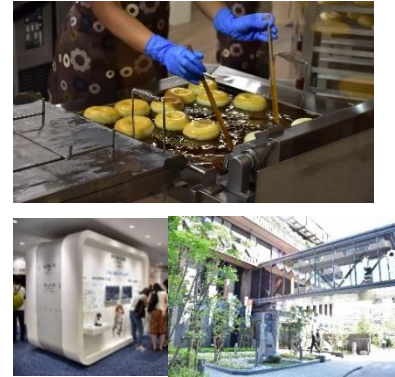
インスタントラーメン発明記念館(池田市)



水野鍛錬所(堺市)



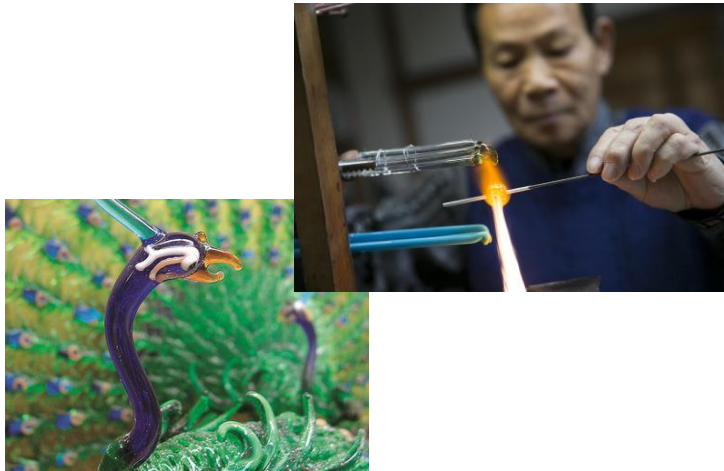
ダスキンミュージアム(吹田市)



ヤマト運輸ゲートウェイ(茨木)



いずみ硝子(和泉市)



サントリー山崎蒸留所(島本町)



パナソニックミュージアム/
松下幸之助歴史館・ものづくりイズム館(門真市)



51

世界最高水準の観光施設に向けて

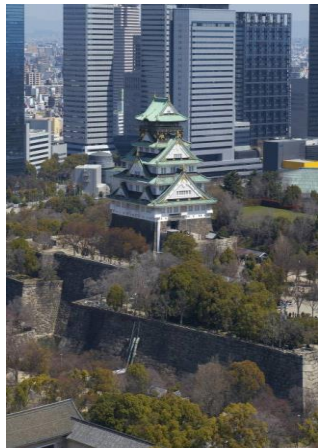
～大阪城の魅力向上～

世界最高水準の観光施設に向けては、世界のシンボリック観光施設について徹底的に研究する必要がある。

施設についての現在の評価や、さまざまな観点から世界の施設と比較や分析を行い、施設における付加価値を加えることでクオリティーを高め、集客による経済効果を高める必要がある。

大阪城 ～イベントによる魅力向上～

大阪城



大阪城ウォーターパーク



大阪城トライアスロン



薪能



レッドブルー
大阪城モトクロス大会



世界～ライトアップや 夜間開館などによる魅力向上～



関西にある魅力あるお城



①大阪城 ②姫路城 ③彦根城 ④和歌山城

水の都・大阪

○遊歩道、船着場などの水辺の基盤整備



《船着場整備》



○橋梁ライトアップなどの景観整備



《橋梁ライトアップ》



○魅力スポットの創出（水辺のレストランや川床など）

《水辺のレストラン等》



《川床レストラン》



○クルーズ船の増加

《定期のクルーズ》



《イベント等でのクルーズ》



世界に誇れる大阪の建築物



- ① 大阪市中央公会堂(1918年)
- ② 日本銀行(1903年/1980年)
(写真提供 日本銀行大阪支店)
- ③ 芝川ビル(1927年)
- ④ 大丸心齋橋店本館(1922～1933年)
- ⑤ 輸出繊維会館(1960年)
- ⑥ 大阪ガスビル(南館1933年・北館1966年)
- (③～⑥ 写真提供 大阪市(撮影:西岡潔))
- (③～⑥ 大阪市生きた建築ミュージアム・大阪セレクション)

大阪とポップカルチャー（クールジャパンコンテンツの活用）

大阪ポップカルチャー聖地宣言

(2015年11月14日)クールジャパンコンテンツでの大阪の魅力PR



マンガ、アニメのコンテンツを活用（大阪・京都/
マンガミュージアム・各地アニメ聖地など



世界でも最も人気のコンテンツ忍者やサムライなどコンテンツの活用と都市連携（大阪・和歌山・伊賀・甲賀など）



日本橋ストリートフェスタ（日本最大級のポップカルチャーイベントを世界へ）



IRの必要性

大阪・夢洲のポテンシャルを最大限活かして、課題を解決する新たな具体策が必要



- 世界的潮流であり、成長戦略の柱として、国を挙げて取組みを強化している「観光」に着目
- 観光産業は、裾野が広く地域における様々な産業に波及

大きなニーズと将来性があり、経済波及効果の大きい観光分野を基幹産業として位置づけ、国内外から人・モノ・投資を呼び込み、大阪・関西の持続的な経済成長に繋げていく



- 観光の基幹産業化に向けては、国内外からの集客力強化が不可欠
- そのためには、世界の厳しい都市間競争に打ち勝つ新たな国際観光拠点の形成により、都市魅力の向上を図ることが必要
- 厳しい財政に鑑み、税負担を最少限に抑制しながら、民間の知恵と工夫を最大限に活かすプロジェクトが効果的



統合型リゾート(IR)を核とする国際観光拠点の形成

大阪IRのめざす姿

■ 成長の方向性

時間軸に沿った成長・発展

常に世界水準の競争力と近未来を感じさせる魅力を備えることによる将来にわたっての持続的な成長・発展

- 世界に類を見ない新しいエンターテインメントを体感できる空間
- 人・モノ・情報・技術の交流拠点
- ニューツーリズムの創出
- シンボリックな都市景観
- ICT・IoTなど確かな技術に支えられたスマートなまちづくり
- など

空間軸に沿った成長・波及

大阪IRを訪れる世界中の人々と周辺地域をつなぐとともに、大阪・関西が誇る最先端技術の世界発信による広域への波及効果

- 世界中の人があこがれ、訪れる空間
- 大阪・関西・日本の歴史、文化、観光資源などの魅力発信
- 海外・国内からのゲートウェイとなる広域観光拠点
- 観光客の送り出し
- 最先端技術のショーケース
- など

夢と未来を
創造するIR

ひろがり・
つながりを
生み出すIR

「夢洲」を
活かすIR

ポテンシャルを活かした
価値創出

夢洲の立地特性をポテンシャルとして捉え、
それを活かすことによる新たな価値創出

- 広大な土地を活かしたゆとりある空間
- 最先端技術等の実践・実証
- 24時間快適に安心して楽しめる空間
- など

大阪IRのめざす姿

■ 4つの柱

① 大阪・関西・日本観光の要となる
独創性に富む国際的エンターテインメント
拠点の形成

② 世界水準の競争力を備えた
オールインワンMICE拠点の形成

③ 世界に類をみない魅力ある空間形成、最先端技術の活用による スマートリゾートの実現

④ 世界の先進事例を進化させた総合的な懸念事項対策

大阪IRのめざす姿

【世界に類を見ない新しいエンターテインメントの体感】



【大阪・関西・西日本の歴史・文化・観光資源】



【大阪・関西・西日本の連携による観光客の送り出し】



大阪・関西・日本の歴史・文化に触れ、観光地等の情報提供により、興味の醸成、現地訪問につなげる。



＜VR技術による
観光地案内(イメージ)＞

大阪IRのめざす姿



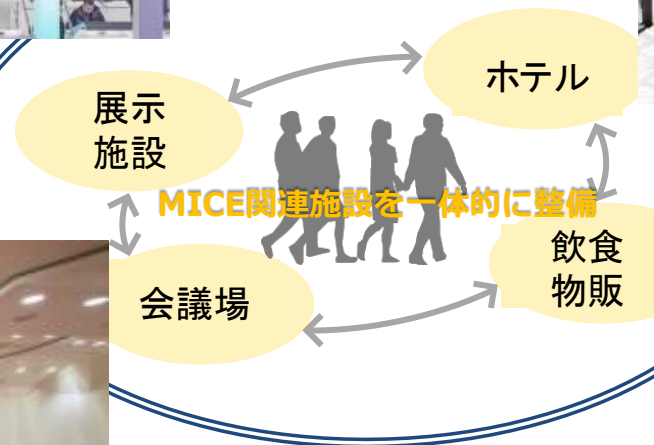
世界水準の質・規模の展示施設



上質なリゾートを体感できる宿泊施設



世界水準の質・規模の会議場



快適で楽しい雰囲気を感じられるショッピング空間

大阪IRのめざす姿

【大阪の新たなランドマークとなる都市景観／非日常を感じる空間デザイン】



ランドマーク性のある建築物



夜間景観



到着したときに強い印象
を与える空間

【広大な土地、水辺の魅力を感じられる上質で快適な都市空間】



○ 2020年五輪後も切れ目のない成長・「観光先進国」日本の実現をめざして

- 国際競争に勝つための世界水準MICE施設の実現
- インバウンド増加を確実に経済成長に取り込む観光戦略の確立

○ 政府目標の訪日外国人旅行者数（2020年：4,000万人、2030年：6,000万人）実現には大阪・関西がけん引役に

- 現状で訪日客の4割が来阪するなか、大阪、関西の果たすべき役割は大
 - ・ 新たな観光資源の創出 ⇒ I Rが必要

○ I Rによる効果

- I Rを核とした国際観光拠点が地域経済にもたらす様々な波及効果
 - ・ 毎年の経済効果6,900億円、雇用創出効果8.3万人（共に近畿圏）
- ビジネスチャンスの拡大、世界のビジネス都市へ
 - ・ 世界水準のMICE施設がビジネス基盤を強化し、イノベーションや新産業の創出につながるとともに、大阪・関西の強みを世界に発信
- 交通ネットワーク整備の誘発・促進
 - ・ 地下鉄中央線延伸、JR桜島線延伸、京阪中之島線延伸、なにわ筋線開通など
 - ・ 関西・伊丹・神戸の3空港の機能強化と連携拡大
 - ・ 大阪湾内高速艇や瀬戸内クルーズなど海路の整備促進

○ 最先端の都市政策

- 世界に通用する魅力ある都市基盤の整備
 - ・ 最先端のスマートシティの形成