

資料6 第1回・第2回会議での主な意見及び対応（案）

カテゴリー		委員からのご発言概要	考え方
戦略	戦略の位置づけ	戦略が誰に向かって、何をするのかを明確にすることが重要	○「大阪都市魅力創造戦略」は、世界的な創造都市の実現に向けた観光・国際交流・文化・スポーツ各施策の上位概念となる府市共通の戦略として策定するものです。 ○本戦略により、これらの施策分野にかかる府市の施策の方向性等を広くお示し、府民・市民や民間事業者、関連団体等との効果的な連携・協働を促進し、都市の魅力向上を図ってまいります。 ○このため、次期戦略についても、観光・国際交流・文化・スポーツにかかる、大阪の強みを活かした都市魅力のさらなる向上や、大阪を訪れる人々の快適な環境の充実等に資する施策の方向性を示すものとして策定したいと考えております。 ○次期戦略（案）では、「基本方針」に基づく取組を着実に実施することで「人々があこがれ、府民・市民が誇りや愛着を持つ、世界に誇る魅力あふれる都市・大阪の実現」をめざすこととし、都市プレゼンスの向上により、府民・市民が大阪のまちに誇りや愛着を感じるシビックプライドの醸成を図ってまいりたいと考えています。
		住んで良し、働いて良し、来て良しが世界の共通ワード。現在の案では、来て良しでとどまっている。戦略のゴールが非常に曖昧になっているので、そこを決めた方がよいのではないか。	
		都市魅力戦略においては、規制緩和や手続きの煩雑さの緩和などを実現できるような議論が必要ではないか。	
		地元で培われてきた文化芸術、あるいは、それ以外の大阪府下のリソース（文化資源）に対して、自分たちの持っているものの良さを認識してもらうようなことを教育現場から立ち上げられないか。	
	シビックプライド	「来たい」から「住みたい」という段階に押し上げていくことが大事	
		都市魅力向上には、観光だけではなく住みたいと思えることが重要。	
		基本方針の持続可能な都市の部分は、観光だけではなく定住や移住を含めてサステナブルな形としても良いのではないか	
		地元の方が自分の都市の魅力をどんどん発信できるインナーブランディングが大事であり、住民のシビックプライドの観点が重要ではないか。	
		大阪に住んでいる人たちが愛着を持てる、あるいは価値があると思える物を作っていくことが大切ではないか。	
		住民が自分の住んでいるところに自信をもつことが大事で、そのためには、住民が自ら自分のまちの価値を高めるためにまちづくり活動に参加していくことが非常に重要。	
		観光客だけでなく、地元の人々、特に若者の満足度を高めることも重要ではないか。	
	計画期間	計画期間を5年とすることは良いが、IR開業を踏まえた10年後の都市像を見据えた戦略とすべき。	
		富裕層向けのハードの不足について短期では対応できないことがあるため、IR開業を見据えた中長期的な視点で検討が必要。	
	スロ	「経済・環境・健康・交流・ローカルブランド」というこの5つのバリューに基づいてしっかりKPIを立てるべきではないか	
		目標として、外国人の旅行者や宿泊者がエンジョイできているか、受入側の住民の方がどのように関わっていくのかの指標、関わる態度や資質の養成、啓蒙、そういった視点も大切かと思う。	

資料6 第1回・第2回会議での主な意見及び対応（案）

カテゴリー		委員からのご発言概要	考え方
戦略	進捗管理	計画について、議論して、作って終わりというのではなく、具体的な施策に落とし込んでいただきたい。	○次期戦略（案）の作成にあたり、各委員からいただいたご意見をどう反映させていただくかお示ししながら進めてまいります。
		目標に向けて施策それぞれの指標がどのように関係するか、ツリーのように適時レビューを行い、必要に応じて戦略を変更する運用も検討してはどうか。	○今後、都市像ごとの施策項目をまとめることも含め、検討してまいります。
	住民の意見の聴取	若い世代に夢を語ってもらえるような機会を積極的に設けるべき。	○次期戦略の策定にあたっては、とりまとめた案を広く府民・市民の皆様に公表し、ご意見をお寄せいただくパブリック・コメントの実施等により、さまざまなご意見を参考にさせていただく予定です。 ○なお、若者に特化した意見聴取方法については、委員とご相談をさせていただきたいと考えております。
		戦略策定にあたっては、若い人だけの視点だけではなくて、シニア層の視点も重要。	
		戦略の検討にあたっては、若い世代も入れて、将来の都市像について議論をしたほうが良いのではないかと。	
		アンダー40などの若い方たちの意見を吸い上げるミーティングみたいなものを実施して、もっと大阪の良さをいろんな側面からアピールしていくプラットフォームが作れないか。	
		若い方にも意見を聞くような場を作っていただきたい。	
	その他	エキサイティングは昭和のノリ。どちらかという今は、ごちゃごちゃ熱いよりも、ちょっとクールになって、安心、安全、防災、やさしいイメージ。世界の求めている大阪のイメージはここではないと思う。	○「めざすべき都市像」などは、当会議における基本的な考え方や方向性のご意見等を踏まえながら、検討させていただきたいと考えております。 ○今後の状況を注視したいと考えております。
		めざすべき都市像の中でもあまりノイズのある言葉がない。計画策定にあたっては、綺麗にさっと流れるよりも、なにか引っかかるものがあった方がいいのではないかと。	
		大阪は、観光だけの画やアクションプランがないと思うので、将来的には検討しても良いのかもしれない	

資料6 第1回・第2回会議での主な意見及び対応（案）

カテゴリー		委員からのご発言概要	考え方
基本方針	全般	「基本方針」について、どこの県でも示されている範囲にとどまっている。大阪ならではの特色や将来に向けての方向性を書いた方が良いのではないか。	○記載内容については、当会議におけるご意見等を踏まえながら、検討させていただきたいと考えております。
	だれもが楽しめる持続可能な観光都市	「誰もが楽しめる持続可能な都市」が「基本方針」の1番目にくるのではないか。	○「誰もが楽しめる持続可能な観光地域づくり」を「基本方針」のひとつとして位置付けました。
		来阪者の満足度を上げるためにはDXの推進が重要。	○DXの推進については「基本方針：誰もが楽しめる持続可能な観光地域づくり」における「関連する取組」として位置付けました。
		障がい者スポーツを通じたDE&Iの実現という形で障がい者（パラ）スポーツ部門にも力をいれていっても良いのではないか。	○多様性や共生、平等、カーボンニュートラル、持続可能性、環境、ジェンダー平等といったSDGsに基づく視点は、本戦略に基づくあらゆる取組において、前提となる重要なものであると認識しています。
		スポーツイベントを活用して、単に障がい者だけでなく高齢者を含む、様々な世代の方がこのようなイベントに参画しつつもDE&Iが体现されるインクルーシブな社会を実現することが大事。	
		多様性・共生・平等といったSDGsの観点が観光にも求められている	
		カーボンニュートラルや都市緑化、サステナビリティや多様性を強調してもよいのではないか。特に、多様性は大阪の強みであると思っている。	
		持続可能性、カーボンニュートラル、ダイバーシティなどについて、ロンドンやニューヨーク、ミラノなど、世界のほとんどの大都市で成長戦略に位置付けている。この視点を持たないと世界では評価されない。	○このため、「基本方針：誰もが楽しめる持続可能な観光地域づくり」の「基本的な考え方」において「SDGs達成への貢献」を位置づけました。
		自然を守っていく私たちの生活がどうあるべきかを考えていく、大阪に住む私たちは、その重要性を理解した上で観光を推進しているという、知的さ、そのような面を発信していくべきではないか。	○なお、以下の施策分野については、各分野の施策の方向性等を示す計画を策定し、関連する取組を推進していきます。 ・カーボンニュートラル 「大阪府地球温暖化対策実行計画」「大阪市地球温暖化対策実行計画」 ・女性の雇用を含めた男女共同参画 「おおさか男女共同参画プラン」「大阪市男女きらめき計画」 ・障がいのある方の社会参加 「大阪府障がい者計画」「大阪市障がい者支援計画」
		今ある部分は伝統として大事にしつつ、変えていく部分は変える。それにより、新しいつながりや自然環境を守りながら、再生型観光のようなものが実現できれば良い。	
		レスポンスブルツーリズムの考え方をどのように観光客に伝えていくのがとても大事。大阪を理解してもらう努力を続けることで、大阪のファンになっていただけるし、住民に対しても同じことをやっていかなければいけない。	
		女性の収入が東京圏と比べると低いことについて、対応が必要ではないか。また、男女共同参画という観点で女性が働きやすい環境であるといった視点を大事にしていけば、さらに街の魅力が高まるのではないか。	
		男女共同参画を進めれば、子どもが増えるということが既に証明されているので、子どもにも着目をしていただきたい。	○「基本方針：誰もが楽しめる持続可能な観光地域づくり」の「基本的な考え方」として「来阪者が安全・安心で快適に滞在を楽しめるおもてなし都市」を位置付けました。関連する取組として、受入環境の充実に向けた取組を進めてまいりたいと考えています。
		安心安全なまちづくりの一つとして、スーツケースにかかる問題への対応が必要ではないか。	
		大阪人の親切心やユーモアを活かし、本物のホスピタリティを追求することが重要。	○なお、令和7年度から新たに「手ぶら観光」を推進する「スーツケース等輸送サービス利用促進事業」（府）を実施する予定です。
		大阪のソフト面（大阪人気質など）をうまく伝えることが必要。	○「基本方針：誰もが楽しめる持続可能な観光地域づくり」の「基本的な考え方」として「来阪者が安全・安心で快適に滞在を楽しめるおもてなし都市」を位置付けました。関連する取組として、受入環境の充実や観光人材の育成・確保などを進め、ホスピタリティの向上に努めてまいりたいと考えています。
		高度なサービスを提供する人材が大阪は非常に少ない。人材育成については、この会議において議論が必要になってくると思う。	

資料6 第1回・第2回会議での主な意見及び対応（案）

カテゴリー		委員からのご発言概要	考え方
基本方針	大阪ならではの魅力の創出・発信	インバウンドを取り込むことが大阪の成長戦略にとって極めて重要である。	○現行戦略に基づき、大阪・関西万博開催を契機とした国内外からの誘客強化を図っているところですが、次期戦略においても、引き続き、国内外からの誘客に取り組んでまいりたいと考えています。
		安心安全に関することから大阪の賑わい創出、食、イベント、水都、大阪DC、大阪きてなキャンペーンなどさまざまな取り組みをされていると思うが、この路線はぜひとも繋いでいくべき。	○「大阪ならではの魅力の創出・発信」を「基本方針」のひとつとして位置付けました。
		大阪の食についてブランド化、グローバル化の促進に、熱心に力を入れてこられ、食のまち大阪のブランドが輝いてきた。この方向でさらに進めてほしい。	○現行戦略に基づき、万博開催を契機とし、大阪が持つ食や歴史、文化・芸術などの強みの磨き上げによる魅力の創出・発信に取り組んでいるところですが、次期戦略においても、さらなる磨き上げに取り組み、都市ブランドの確立に努めてまいりたいと考えています。
		大阪のストロングポイントは何か、という時に、エンターテインメント、食、スポーツなどを打ち出すべきではないか	
		現計画（都市魅力創造戦略2025）ではめざすべき都市像に設定されている「にぎわいを創出する都市」はもっと上位の概念ではないか。	○「大阪ならではの魅力の創出・発信」を「基本方針」のひとつとして位置付けました。
		地元住民や地元企業とプロスポーツチームとの連携・協働といった地元との融和の観点も重要ではないか。	○現行戦略に基づき、大阪に拠点を置くスポーツチームと連携し、一元的な情報発信や体験イベントの実施などに取り組んでいます。次期戦略においても「めざすべき都市像」のひとつに「スポーツによる活力にあふれる都市」を掲げ、スポーツを活かした都市魅力の創出・発信にかかる取組を進めたいと考えています。
		海外からスポーツのチケットなどを入手できるようなプラットフォームが求められているのではないか。	○なお、チケットについては民間事業者の取扱となりますが、引き続き、スポーツチームとの連携による様々な取組を進めてまいります。
	大阪の魅力の多様化	基本的な考え方という、大きな柱を考える必要があるが、高付加価値化は手段に過ぎず、基本的な考え方にはなりえない。	○高付加価値化については、「基本方針：大阪の魅力の多様化」に関連する取組として「高い観光消費が見込める上質な体験の提供」と位置付けました。
		量から質への転換が必要ではないか	
		ナイトタイムエコノミーやスーパーヨット、クルーズなどの誘致など、質に着目した取組が求められるのではないか。	○現行戦略においては、KPIとして「内外からの誘客に関する数値目標（日本人延べ宿泊者数、来阪外国人旅行者数）」を設定し、主として、大阪・関西万博開催を契機とした国内外からの誘客強化を図っているところです。
		ミュージアムについて、週末の金土日などだけでも開館時間を延長して、色々なところに行ける、楽しめるというような日を設けることも重要ではないか。	○次期戦略においては、大阪・関西万博を契機とした取組をレガシーとして活用・定着するとともに、大阪が持つ資源の価値やポテンシャルを活かした新しい魅力や多様な楽しみ方の創出にも取り組みたいと考えています。
		リピーター客について、2回目なら他の体験をしたいとなるので、体験することにシフトさせる視点が求められるのではないか。	○このため、「基本方針」のひとつとして「大阪の魅力の多様化」を位置づけました。
		長期で滞在される方に、学びの機会も含め、体験、コンテンツを提供できるのかということも考えていかないといけない。	○次期戦略（案）のKPI設定にあたっては、量的な視点に加え、質的な視点に立った設定が可能か検討してまいります。
		ロンジェビティ、健康で長生きすること。今研究が進んでおり、世界の富裕層を取り込むには大阪がそういうものに対してどう先駆けて取り組む必要がある。	
		大阪市に集中しているのを大阪府域に流す分散する必要がある。みどりや人々の生活、文化、歴史といったものをもっと発信していかないと、大阪の個性が出てこない。	
		オーバーツーリズムを解消する観点から供給と需要のバランスをとるために、大阪が府域の周遊を先導する必要がある。	○「基本方針：大阪の魅力の多様化」に関連する取組として「府内誘客・周遊の促進」を位置づけました。
		分散を考えると大阪市内だけでなく、大阪のいろいろな地域に観光客に行ってもらう取組みが必要。また、オーバーツーリズム対策も考えなければならない。	

資料6 第1回・第2回会議での主な意見及び対応（案）

カテゴリー		委員からのご発言概要	考え方
基本的な考え方	大阪の魅力の多様化	施策間の連動性に少し課題がある。大阪の資源と新しい取組みをうまくつなげながら、いろんな他分野と組み合わせて進めていただきたい	○「基本方針」のひとつとして「 <u>大阪の魅力の多様化</u> 」を位置づけました。 ○大阪が持つ資源の価値やポテンシャルの最大化や新たな楽しみ方の創造・創出に向けた取組を進めてまいりたいと考えています。
		ハードとソフトの資源をクロスオーバーさせて、こういったことを体験できるのが大阪ですよと、立体的に魅力を伝える努力が大事。	
		大阪の人々のコミュニケーション能力が強みとなる時代になっている。時代性と大阪の持っているものを掛け合わせていくような取組が求められているのではないかと。	
		大阪は食や歴史や文化、スポーツ、エンターテインメント、本当にたくさんの魅力があると思う。今あるものに＋α、クロスさせる、大阪ならできるのではないかと思うので、ぜひそういうことをやってほしい。	
		大阪の博物館や美術館などの文化施設等について、点ではなく面で大阪にあるリソースを見せていくといった取り組みが求められるのではないかと。	
		大阪の伝統文化である能や文楽を、他の要素とクロスさせることで、若者や地元の人々の興味を引き出すことができるのではないかと。	
		点から点ではなく、連続性のあるつながりのあるまちづくりが必要ではないかと。	
	パブリックスペースやグリーン	パブリックスペースやグリーンの観点をより強調していければ良い。	○「基本方針」のひとつとして「 <u>大阪の魅力の多様化</u> 」を位置づけました。 ○大阪が持つ資源であるみどりや自然を活かした魅力の創出に向けた取組についても、検討してまいります。 ○なお、 <u>以下の施策分野については、各分野の施策の方向性等を示す計画を策定し、関連する取組を推進</u> しています。 ・都市緑化等の緑化施策 「みどりの大阪推進計画」（大阪府）／「新・大阪市緑の基本計画」（大阪市） など
		自然が大阪府を魅力的なエリアにしていくための一つの要素になっていくと思う。大阪府は、海、山、川、というのが近い距離にあるのが魅力としてあるのに、それがあまりアピールされていない、どうしても観光客が市内に集中してしまうので、自然をアピールするのは一つの要素。	
		大阪には色々なものがあり、楽しく元気になる反面、やすらぎや癒しなど人間本来の感覚を取り戻すために必要ものが求められているのではないかと。	
		グラングリーンや御堂筋の緑化を推進するなど、パリやロンドンで行っているような大胆なことをやるべきだと思う。	
	住環境や教育、みどりなどに力を入れないと、都市間競争に勝てない		

資料6 第1回・第2回会議での主な意見及び対応（案）

カテゴリー		委員からのご発言概要	考え方
その他	広域周遊	大阪はハブ的機能があるがゆえに需要供給のバランスが崩れてきている。需要供給を補うには、供給不足に対応するには、分散させる必要がある。	○現行戦略においては、KPIとして「内外からの誘客に関する数値目標（日本人延べ宿泊者数、来阪外国人旅行者数）」を設定し、主として、大阪・関西万博開催を契機とした国内外からの誘客強化を図っているところです。
		インバウンドの起点であり終点となる都市をめざしてはどうか。	
		大阪がハブ的機能を持っていることは、極めて重要。そこに着眼して顧客目線でみた時に、サプライヤーよりの方針になっているのではないか。	
		大阪で気づきを得て、次の都市に行ってみたくなるような役割も大阪府市は担っている。プラスワントリップをもっと仕掛けられるような都市になっていただきたい。	
		大阪とほかのエリアがテーマをもって連携するなど、地方と相互で行き来するような連携策をもう一歩進めていくことが必要ではないか。	
	国際	万博を機に、多国籍の人々が交流できる場を設け、新しい文化を創造する。国際都市・大阪ということで、人的交流、繋がれる場所になればよい。	○「基本方針：大阪ならではの魅力の創出・発信」に関連する取組として「 海外都市との交流推進、多様な交流が生まれる国際都市の実現に向けた取組の実施 」を位置づけました。
		インバウンドの人たちが、ボランティアとして活躍することで、まちの魅力や彼らが移住する時の動機付けなどにつながれば、新しい視点のボランティアレガシーが醸成されるのではないか。	
		インバウンドを推進するにあたり、長期に大阪に滞在、就学する留学生の受入れを強化することが、大阪の魅力の海外への情報発信、大阪の将来の高度人材の確保にも寄与することになると思う。	
	プロモーション	大阪として統一のブランドイメージを作り、国内外に発信することが重要。	○「基本方針」のひとつとして「 大阪ならではの魅力の創出・発信 」を位置づけました。 ○現行戦略に基づき、大阪・関西万博開催を契機とした取組を通じて、都市魅力のプロモーションを推進しているところですが、引き続き、大阪が持つ食や歴史、文化・芸術などの強みを活かした都市ブランドの確立に取り組んでまいりたいと考えています。
		多様性があるということを発信するだけではプロモーションにはならないのではないか。多様性ある中で、それを一人一人に刺さるような具体的なワーディングであったり、プロモーションであったり、そんなものが必要なのではないか。	
		プロモーションのあり方が少しいびつであったり、うまく伝わっていなかったり、回数が少なかったりするのではないか。どのようにプロモーションし、どう役立っているのか、評価軸にいれることも一つのあり方。	
		観光客にとっての入口出口である空港で、大阪の魅力をもっと発信し、惹きつけるような取組みを協力してできないのか。	
		大阪には、さまざまなコンテンツがあるので、仕掛けづくりを考えることが可能	
		大阪のいいところ百選のような新しいものをみんなから持ち寄って、どんどん投稿してもらい、海外にも発信していくことも可能ではないだろうか。	
		大阪のブランドを定めたいうえで、効果的なプロモーションを行うべきではないか。	
		持続可能な都市への認定にチャレンジするなど、世界から認められる都市であれば、観光客も大阪を評価してくれる。それが大阪のブランディングにも繋がるのではないか。	

資料6 第1回・第2回会議での主な意見及び対応（案）

カテゴリー		委員からのご発言概要	考え方
その他	交通等	都市魅力創造戦略の目標である「ヒト・モノ・カネ」を集めるためには、都市政策と交通政策などすべての政策を包含していなければならない。	○「大阪都市魅力創造戦略」は、世界的な創造都市の実現に向けた観光・国際交流・文化・スポーツ各施策の上位概念となる府市共通の戦略として策定するものです。 ○本戦略により、これらの分野にかかる府市の施策の方向性等を府民・市民や民間事業者、関連団体等に示し、効果的な連携・協働を促進し、都市の魅力向上につなげたいと考えています。 ○このため、本戦略では、これらの分野において、大阪の強みを活かした都市魅力のさらなる向上や、大阪を訪れる人々の快適な環境の充実等に資する施策について検討したいと考えております。 ○なお、以下の施策分野については、各分野の施策の方向性等を示す計画を策定し、関連する取組を推進しています。 ・将来ビジョン 「副首都ビジョン」 ・まちづくり 「グランドデザイン・大阪」 ・交通 「公共交通戦略」（大阪府）／「関西3空港懇談会」 など
		「大阪ならではの魅力の創出・発信」については、ハードとソフトの充実が重要。	
		大阪がアジアのハブ、アジアNo.1の国際観光文化都市になるためには、関西の3空港の機能強化が重要なテーマである。	
		バイエリアの鉄道網の整備も重要な課題	
		ヒト・モノ・カネを動かす仕組み、交通システムや情報システムとリンケージしてやっていかないといけないのではないかと	
		観光客を周遊させるためには、使いやすく、わかりやすい公共交通が整備される必要があるのではないかと。	
		異なる鉄道会社を使用するたびに料金が発生するため、MaaS的なものがあれば、より便利になると思う。	
	調査	世界の都市との競争において、大阪のどのような点が優位性があるか、それぞれの都市がどのような戦略を打ち出しているのか調べてほしい。 どのような方がリピーターになって、どのような点が大阪の魅力になるのか、リピーターになる転換点はどこなのかという点についてリサーチをし、良い部分を磨いていくことが重要	○観光施策に関する調査・マーケティングについては、引き続き、大阪観光局と連携して取り組んでまいります。