

- 大阪府市の共通戦略「大阪の観光戦略」に掲げる2020年外国人旅行者650万人達成に向け、戦略的に観光集客を促進するエンジン役として、平成25年4月に大阪観光局を設立。
- （公財）大阪観光局における権限と責任、裁量のもとで、民間のノウハウを最大限に活かし事業を実施。

<主な事業実績>

1. トラベルミッションの推進

- 国・地域別のターゲットや市場別ニーズに応じたきめ細かいセールスを展開
- ファムトリップの実施や現地での大規模旅行展への出展等、アジアを中心としたプロモーションを実施し、大阪への誘客を促進

【H27実績】

◆中国エリア（中国・香港・台湾）

- 中国における新規就航・増便都市（天津、成都、杭州等）や台湾での航空会社へのセールスコールの実施
- 周遊パス取扱エージェントの獲得

◆韓国エリア

- 大阪への新規就航の大邱へのセールスコールやパワーブロッガーなどのファムトリップの受入

◆東南アジア

- ベトナムでの訪日イベント（来場者約10万人）やタイでのFITフェア（来場者約5万人）などの旅行展等へ出展

◆欧米

- ミラノ万博（大阪イベント来場者約10万人）やロサンゼルス旅行博などへの出展や商談会の実施



【成果】

■2015年来阪外国人旅行者数（数値は暫定値）

韓国：1,080,566人（対前年比149.8%）	タイ：207,150人（対前年比138.8%）
台湾：1,055,321人（対前年比155.4%）	シンガポール：92,017人（対前年比162.8%）
中国：2,716,567人（対前年比269.2%）	マレーシア：175,327人（対前年比178.3%）
香港：538,075人（対前年比202.5%）	

【大阪の観光戦略（平成24年12月策定）】

	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

2015年（平成27年）の「来阪外国人旅行者数」は716万人、「外国人延べ宿泊者数」は934万人と、いずれも2020年の数値目標を前倒しで達成

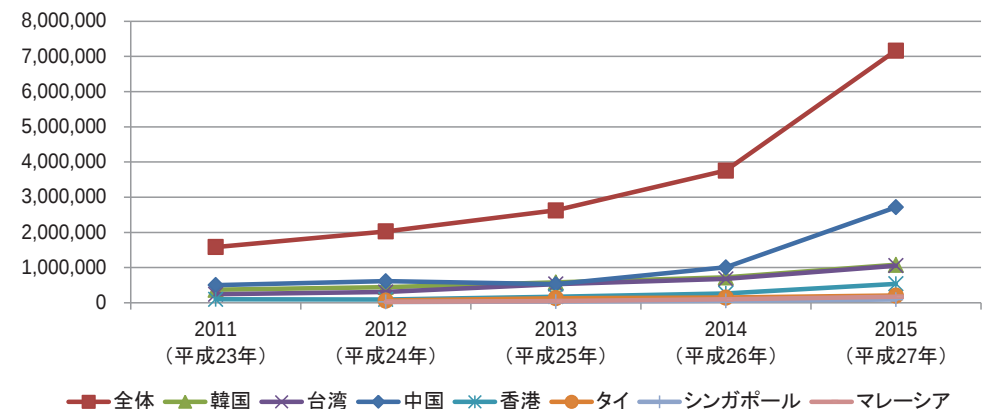
来阪外国人旅行者数	2011 （平成23年）	2012 （平成24年）	対前年比	2013 （平成25年）	対前年比	2014 （平成26年）	対前年比	2015 （平成27年）	対前年比	対2011年比
全体	1,582,670	2,028,292	128.2%	2,625,114	129.4%	3,757,592	143.1%	7,164,679	190.7%	452.7%
韓国	370,224	447,910	121.0%	578,129	129.1%	721,286	124.8%	1,080,566	149.8%	291.9%
台湾	240,542	304,877	126.8%	530,597	174.0%	679,157	128.0%	1,055,321	155.4%	438.7%
中国	501,722	614,788	122.5%	528,969	86.0%	1,009,092	190.8%	2,716,567	269.2%	541.4%
香港	97,419	93,925	96.4%	175,282	186.6%	265,755	151.6%	538,075	202.5%	552.3%
タイ		63,075		130,649	207.1%	149,268	114.3%	207,150	138.8%	328.4%
シンガポール		23,605		34,260	145.1%	56,535	165.0%	92,017	162.8%	389.8%
マレーシア		30,984		48,014	155.0%	98,311	204.8%	175,327	178.3%	565.9%

※1 日本政府観光局（JNTO）の「訪日外客数」に、大阪府訪問率（観光庁「訪日外国人の消費動向」）を乗じて算出

※2 2015（平成27）年の数値は暫定値

※3 「対2011年比」のうち、タイ、シンガポール、マレーシアについては、対2012年比

来阪外国人旅行者数推移



2. MICE誘致の推進

関連事業者による「大阪MICEビジネスアライアンス」を中心とした、コンベンションやインセンティブ・ツアーの誘致・支援など、MICE誘致の取組みを推進

【H27実績】

- ◆大阪MICEディスティネーション・ショーケースの実施
東京（9/3）と大阪（12/3、4）で開催
（参加者数572名、出展企業数81社）



ディスティネーション・ショーケース

- ◆インセンティブツアーの誘致：
51件、参加者数18,246名

- ◆大阪開催決定：25件



インセンティブツアー

国際会議開催件数

	2011年 （H23）	2012年 （H24）	2013年 （H25）	2014年 （H26）	対2011年 比
大阪府	135	281	314	253	187.4%
全国順位	5	3	2	3	—

出典：日本政府観光局（JNTO）「国際会議統計」

インセンティブツアーの誘致・開催件数

	2011年 （H23）	2012年 （H24）	2013年 （H25）	2014年 （H26）	対2011年 比
件数	14	25	37	43	307.1%
参加者数（人）	2,078	8,725	6,997	19,416	934.4%

出典：公益財団法人大阪観光局事業報告

大阪観光局を設立し、スピード感のある戦略的・挑戦的な取組みを推進（その2）

3. 外国人受入環境の整備

◆Osaka Free Wi-Fiの整備拡大

6言語対応の無料Wi-Fiサービスを提供(H26.1.29～)するなど、観光客の利便性向上に向け、Wi-Fi環境の整備を推進
(H27実績: 設置箇所 4,326箇所【H28.2月末現在】)



◆観光案内所の運営

H27.4月より梅田と難波の2ヶ所において、国内外の観光客に対し、広域的な観光情報を提供
(H27実績: 案内件数 梅田534,040件、難波400,195件)



5. プロモーションツールの作成・情報発信

◆公式ガイドブック等の作成・配布

5言語対応の作成、案内所や海外プロモーション等で配布
(H27発行数: ガイドブック 47万部)



◆ムスリムフレンドリーマップの作成・配付

ムスリム観光客向けにハラール対応のレストラン等を紹介
(H27発行数: 2万部)



◆インバウンド向け新たな大阪の魅力を情報提供

インスタントラーメンづくりや茶道体験などができる施設の案内や、ナイトエンターテインメントを紹介する冊子を作成・配付
【H27実績】

- ・「Do-Fun OSAKA」(体験型施設案内: 英) 2万部
- ・ナイトエンターテインメント紹介冊子(英) 1万6千部



◆ホームページ等による情報発信

5ヶ国語(日・英・中【繁・簡】・韓・タイ)により、大阪の魅力をリアルタイムで発信



4. 国内プロモーションの推進

◆国内市場の開拓

京都などの周辺都市や府内市町村との連携プロモーション、JRとの連携による首都圏でのプロモーション等の実施

【H27実績】

東京駅をはじめとするJR東海の主要駅に 共同制作による大阪誘客のポスターを掲出(掲出期間: H27.12.3～H28.1.31)



大阪誘客のポスター

◆伝統行事等を活用した誘客促進

天神祭等の伝統行事のPRの実施 (H27実績 観覧席・奉拝船席の販売数: 2,639席)

来阪外国人旅行者数

(単位: 人)

	2011年 (H23)	2012年 (H24)	対前年比	2013年 (H25)	対前年比	2014年 (H26)	対前年比	2015年 (H27)	対前年比	対2011年 比
全 国	6,218,752	8,358,105	134.4%	10,363,904	124.0%	13,413,467	129.4%	19,737,409	147.1%	317.4%
大 阪	1,582,670	2,028,292	128.2%	2,625,114	129.4%	3,757,592	143.1%	7,164,679	190.7%	452.7%

【来阪外客数】訪日外客数(※1)×府訪問率(※2)による推計値(2015年は暫定値)

※1【訪日外客数】「訪日外客数の動向」(JNTO)より抜粋

※2【府訪問率】「訪日外国人の消費動向」(観光庁)より抜粋(H23年調査は4-12月期のみ)

延べ宿泊者数

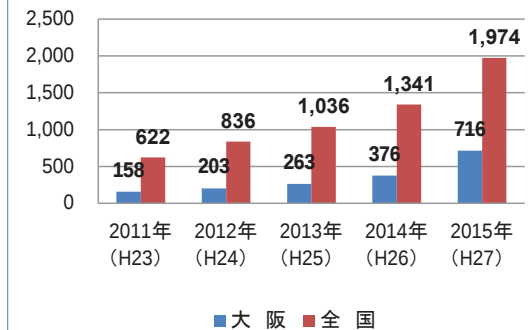
(単位: 人泊)

	2011年 (H23)	2012年 (H24)	対前年比	2013年 (H25)	対前年比	2014年 (H26)	対前年比	2015年 (H27)	対前年比	対2011年 比
延べ宿泊者数	21,764,630	23,343,620	107.3%	23,881,430	102.3%	28,369,250	118.8%	30,901,920	108.9%	142.0%
外国人延べ宿泊者数	2,365,390	3,060,850	129.4%	4,314,500	141.0%	6,200,160	143.7%	9,338,480	150.6%	394.8%
日本人延べ宿泊者数	19,399,240	20,282,770	104.6%	19,566,930	96.5%	22,169,090	113.3%	21,563,440	97.3%	111.2%

出典: 観光庁「宿泊旅行統計調査」(2015年は速報値)

来阪外国人旅行者数推移

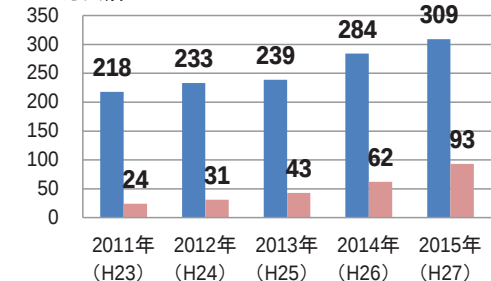
万人



■大 阪 ■全 国

延べ宿泊者推移

10万人泊



■延べ宿泊者数 ■外国人延べ宿泊者数

大阪の観光振興にかかる課題及び対応策（平成27年度 大阪府観光客受入環境整備の推進に関する調査検討会議からの最終報告）

項目	観光客、関係団体等からの意見 ※	観光振興に係る課題
観光客受入のための基盤整備	● 駅構内・周辺での多言語標記が少ない ● 駅や商業施設等における多言語対応が不十分 ● 観光ガイドブック等における多言語対応が不十分	● 案内表示や情報発信等における多言語対応が不十分
	● 無料Wi-Fiの利用環境が不十分 ● 利用手続きが面倒、手続きがまちまち	● 情報通信にかかる環境整備が不十分
	● 観光案内所が少ない ● 両替所が少ない ● 海外発行のクレジットカードでキャッシングできるATMが少ない ● 年齢層、ニーズに応じた案内をしてほしい	● 観光案内機能が不十分
	● 観光・通訳ボランティアガイドが不足	● 外国語対応のできる人材が不足
府域における交通アクセス等の容易化・円滑化	● メニューなどの多言語対応が遅れている ● 来日前に事前予約できるシステムを整備してほしい ● 公衆トイレが少ない ● 洋式トイレが少ない ● トイレが狭い	● 飲食店における外国人観光客に対する対応が不十分 ● トイレ整備が不十分
	● 大阪市内の宿泊施設の予約が取りづらく、価格も上昇傾向 ● 宿泊施設等へのアクセスにおけるバリアフリーの対応が不十分 ● バリアフリーの情報が少ない	● 宿泊施設の不足及び施設整備が不十分
	● 観光バス駐車場が不足 ● 観光バスの増加に伴い交通渋滞が発生	● 観光バス駐車場の不足等
	● 交通機関が複雑で乗り換えが難しい ● 空港から主要ホテルを巡回するバスがない ● 簡単・手軽に複数の観光施設を巡る定期観光バスがない	● 観光スポットをめぐるバス等の運行がない
生活習慣に配慮した対応	● ハラル対応等をしているレストランが少ない ● ハラル対応のレストランリストがどこにあるかの情報の入手が困難 ● 日本の文化・マナー理解のため、マニュアル等を作成し、バスや空港等で配布してほしい ● 受入側も海外の文化や生活習慣等の教育を充実することが必要	● ムスリム旅行者等への対応が不十分 ● 文化・生活習慣の違いについての観光客及び受入側の相互理解が不足
安心・安全の確保	● 病院、薬局等での多言語標記や説明が不十分 ● 多言語による災害情報・対策が不足	● 医療機関、災害・事故等に関する情報の発信 ● 観光客避難誘導対策が不十分
魅力溢れる観光資源づくり	● 大阪はみるものが少ない ● 神社仏閣をもっとPRすべき ● 外国人好みの商品やサービス開発が必要 ● 夜のエンターテインメントが少ない ● 英語でのイベント情報が少ない ● イベントの知名度が低い	● 既存の魅力資源の整備・活用が不十分 ● 国内外から集客できる魅力づくりをもっと推進すべき
効果的な誘客促進	● 大阪だけでなく、関西としてのプロモーションも推進すべき ● 経済効果の大きいMICE誘致を推進すべき	● 戦略的なプロモーションをもっと推進すべき

※

- JNTO（日本政府観光局）海外事務所や認定外国人観光案内所等からの指摘事項
- 大阪観光局による関西国際空港での外国人アンケート
- その他 民間による調査結果、新聞報道等 に基づき、意見を集約

観光振興に係る施策の柱	事業例
旅行者への観光案内、情報提供の充実・強化	多言語対応の強化 ● 多言語案内表示ガイドラインの策定 ● 多言語ガイドブックの作成・充実 ● 多言語案内マップの作成・充実
	観光客が手軽に欲しい情報を入手できる情報通信にかかる環境整備 ● Wi-Fiの設置拡充 ● デジタルサイネージの整備
	観光案内機能の充実 ● 観光案内所の運営及び整備 ● 多言語表示観光案内板整備
	ホスピタリティの向上・人材の育成 ● ボランティアガイドの人材育成 ● 24時間通訳コールセンターの整備
大阪での滞在時間を快適に過ごすための取組み	設備等の国際標準サービスの提供 ● 多言語メニュー作成支援システム ● 観光公衆トイレ整備補助
	宿泊施設の整備 ● 宿泊施設の多言語化・設備改善支援 ● 宿泊施設への融資制度 ● 宿泊施設バリアフリー化補助
	観光バス等の駐車場の整備 ● 観光バス駐車場の確保・支援
	観光スポット等を巡るバスの運行 ● 定期観光バスの運行支援
旅行者の安全・安心の確保	文化・生活習慣の違いについての観光客・受入側の相互理解促進 ● マナーハンドブックの作成 ● ハラル対応の促進・支援
	災害発生時の避難誘導対策の強化 ● 旅行者への緊急時に役立つ情報提供の充実 ● 観光客避難誘導計画の策定 ● 24時間コールセンターの整備 ● 宿泊施設の耐震化補助
魅力溢れる観光資源づくり	既存の魅力資源の更なる整備・活用 ● 地域団体や民間等と連携した地域の観光魅力づくり
	効果的なイベントの実施 ● インバウトのある名物イベントの開発・実施
効果的な誘客促進	国内外から人を呼び込むためのプロモーションの推進 ● インバウンドを中心としたプロモーションの実施
	積極的な大阪の魅力の情報発信 ● 大阪への誘客を目的とした魅力発信・PR
	観光マーケティング・リサーチの強化 ● 観光マーケティング・リサーチの実施
	MICE誘致の推進 ● MICE誘致の推進

プロモーションの推進
魅力づくり及び戦略的な

【具体的施策の検討にあたっての観点】

大阪府として、今後、観光振興施策を具体的に検討するにあたっては、官民の役割分担、緊急性及び安全・安心の観点などから十分に検証を行ったうえで、取り組むべき事業を精査していくことが必要

大阪ミュージアムの主な取組み（その1）



基本理念

大阪は、まち全体がミュージアム。

まち全体を屋根のない「ミュージアム」に見立て、府内各地において、魅力的な地域資源を発掘・再発見し、磨き・際立たせ、結びつけることにより、大阪のまちの魅力を内外に発信

■大阪ミュージアム登録物 登録件数 1,275件（H28.4.1現在）

【内訳】

〔展示品〕 建物・まちなみ 591件、みどり・自然 234件、食・生活 124件、芸能・娯楽 34件、その他85件〔小計 1,068件〕
〔館内催し〕 祭り・イベント 271件

* 複数のジャンルにまたがる登録物があるため、内訳の合計と登録件数は一致しない。

◆大阪ミュージアム事業推進方針◆

■これまでの事業取組み方針

魅力ある都市イメージの創出	地域社会の文化的価値の向上	地域経済への波及
元気で笑顔あふれる大阪を実現し、大阪といえば「ミュージアム」と言われる魅力ある都市イメージを創出する。	府民とともに地域資源を再発見し、磨き上げ、地域社会の文化的価値を高める。	観光等に関するビジネスチャンスを生み出し、直接、間接的な経済効果を生み出し府内全体の産業の活性化につなげる。

※大阪ミュージアム戦略プラン（平成23年3月策定、改訂版 平成24年3月策定）



■H28年度以降の事業取組み方針

これまでの大阪ミュージアム構想の取組みで築いたノウハウや成果を活かし、今後は、具体的に府域へ集客を図る取組みに重点化

＜事業推進方策＞

府域への集客・回遊性を図るためには、市町村との連携強化による事業実施が必須

市町村や観光振興に関わる様々な主体との連携を強化

- ◎効果的な情報発信
- ◎登録物をつなぎ活用
- ◎地域の魅力づくりの促進

<目標>

府域への回遊性、集客性の向上

大阪ミュージアム ～地域が主体となった魅力づくりの推進～

【概要】

広域的な観点に立ったまちの魅力づくりを推進するとともに、地域が主体となって取り組む恒常的なまちの魅力向上及び景観形成並びにまちの魅力発信を支援する補助事業。大阪ミュージアム基金を活用



◇補助対象事業：歴史的な街道や複数の市町村にまたがる広域的なエリア、又は一つの市町村内であっても寺内町や歴史的建造物群、広大な棚田など内外に誇れる地区や地域のシンボルとなるような特定エリアにおいて、地域が主体となって実施する、1～2全てに該当する事業

1. 大阪ミュージアム登録物を活用し、又は今後登録されるものを利用すると見込まれる事業
 2. 次の（１）又は（２）に該当する事業
 - （１）恒常的なまちの魅力向上・景観形成事業
 - （２）まちの魅力発信・集客事業…新たに又は既存事業から大幅な見直しを行い、特定の期日又は期間を限定して実施する取組で、複数年にわたって継続的に実施し、集客効果が期待できるいずれかの事業
- （ア）ツーリズム推進、（イ）水と光の魅力づくり推進、（ウ）食を通じた魅力づくり推進

◇補助額：（１）⇒補助対象事業費の2／3以内、補助上限額 3,000千円
（２）⇒補助対象事業費の1／2以内、補助上限額 1,500千円

【取組状況】

- ・まちの魅力づくり支援事業として実施⇒採択数：10団体（H24年度）
- ・恒常的なまちの魅力向上支援事業として実施⇒採択数：18団体（H25年度～H27年度）

<取組み例>



竹内街道・駒ヶ谷地区 歴史景観保全事業
実施主体：羽曳野市駒ヶ谷区町会



花折街道沿道の魅力向上事業
実施主体：豊能町吉川自治会



門真象鼻杯と蓮根料理レシピコンテスト
実施主体：飲食店元気塾



奥貝塚・水間まち並みづくり事業
実施主体：奥貝塚・水間まち並みづくり協議会



でかつ！羊イルミネーション大作戦
実施主体：いずみおおつ元気会



大東市スマイルミネーションイベント
実施主体：大東市イルミネーションイベント実行委員会

大阪ミュージアムの主な取組み（その2）

大阪ミュージアム ～府民参加による地域の魅力発信～

【取組状況】

<OSAKA LOVERS CM コンテスト>

■ CMコンテスト…平成23～25年度の3年間、大阪府主催で実施

平成23年度：学生の部・一般の部・外国人の部・ダンスの部の4部門／応募数106作品／入賞20作品

平成24年度：学生の部・一般の部の2部門／応募数64作品／入賞20作品

平成25年度：世界へアピール部門・ご当地自慢部門の2部門／応募数67作品／入賞20作品

平成26年度：(株)ケイ・オプティコムがスポンサーとして資金提供、官民連携による実行委員会が主催

・私の大好きな大阪部門・ケイ・オプティコム部門の2部門／応募数40作品／入賞14作品

平成27年度：(株)ケイ・オプティコムがスポンサーとして資金提供、官民連携による実行委員会が主催

・テーマ「ええやん！大阪」（大阪産賞・もずやん賞含む）／応募数52作品／入賞16作品



2011(H23)



2012(H24)



2013(H25)



2014(H26)



2015(H27)

<フォト コンテスト>

・府内のイルミネーションを対象とするイルミネーションフォトコンテスト（H23年度～ 民間の協力を得て実施）

※応募件数 H23:727件、H24:459件、H25:524件、H26:549件、H27:586件

・四季のテーマを設定し公募する大阪ミュージアムフォトコンテスト（H25～27年度 民間の協力を得て実施）

※応募件数 ①99件 ②112件 ③127件 ④232件 ⑤158件 ⑥131件 ⑦331件 ⑧219件



大阪ミュージアム ～ツーリズムの推進～

【取組状況】

①テーマや季節・エリアなどで広域的に魅力をつなぎ・発信

・京街道ジャズライン（京阪電鉄及び沿線市連携イベントの展開）（H21年度～毎年9月～12月実施）

・石畳と淡い街灯のまちづくり6地区を巡るフォトコンテスト「ぶらっとおおさかフォトコンテスト」（H24年度実施）

・竹内街道・横大路（大道）1400年関連イベントの展開及び情報発信（H25.3月～11月実施）

・大阪割烹をテーマに大阪の食文化のイメージアップを図る「大阪割烹体験」（H26年1月～毎年2回開催）

・民間によるバスツアー「ええとこ見つけた！『大阪魅力再発見の旅』」（H26年3月～5月実施）

・地域と民間協働による「桜のまちあるき 桜とグルメの大阪巡り」（H26年・H27年春に実施）



②大阪ミュージアムモバイルガイドシステム（平成23年12月14日運用開始）

・四季のテーマ毎の府内各地のイベント情報を取りまとめ、HP等と併せてモバイルガイドシステムでも発信

・平成24～26年度、秋の府内イベント情報発信と併せ、モバイルガイドシステムを活用した電子スタンプラリーを実施

【システムの概要】



大阪ミュージアムモバイルガイドシステムは、スマートフォン等のモバイル機器に府内各地の観光・魅力スポットを写真とコメントで表示するシステム。

アプリケーションソフト「ぶらっと案内」と連携することで、GPS機能と連動し、利用者の現在地とその周辺の魅力スポット情報が表示される。一般の方が、写真やコメントを投稿できる機能も搭載。

多言語表示〔日・英・中（繁体字・簡体字）・韓〕