

国際観光文化都市・大阪をめざして

2023年1月16日

公益財団法人大阪観光局

大阪観光局がめざす都市像 と 8つのキーワード

世界が憧れる「住んでよし」「働いてよし」「学んでよし」「訪れてよし」の

世界最高水準、アジアNo.1の国際観光文化都市

「国際観光文化都市」のイメージを表す「8つのキーワード」

① 体験・感動

- 多様な食事、エンタメ、歴史、文化・芸術、レジャー等が楽しめるアミューズメント都市
- 様々なプロスポーツ観戦が楽しめる都市
- 世界中の芸術家等が集まる文化・芸術都市
- 面白いイベントを行う人が集うイベント都市
- 世界中の富裕層を楽しませる特別な体験を提供する都市

② 元気・活力

- 緑や花がそばにある、癒しのある都市
- スポーツが盛んで、健康と生きがいを楽しめる健康増進都市
- 世界中から優秀な人材が集まり、事業を起こし、雇用と富が生まれるビジネス都市

③ 夢・希望

- 世界水準のMICE施設を持ち、多数のMICEが開催され、人・モノ・情報が集まり、イノベーションと新しいビジネスが生まれる都市
- 持続的かつ健全な経済発展があり、多くの人が余暇を楽しめる都市
- 再チャレンジを受け入れる都市

④ 多様性・共生・平等

- 様々な価値観を受容し、共存共栄する都市
- 旅行者、留学生など来訪者を歓迎し、彼らが快適に滞在できる都市
- 弱者を助け、共に支えあう都市
- 日本中の各地方都市に送客し、地方都市とともに栄える都市

⑤ 復活・対応力

- 困難から迅速に復活し、変化に柔軟に対応する人々が集まる都市

⑥ 安全・安心・清潔・防災

- 身の危険や感染症のリスクが低く、快適に過ごせる都市

⑦ 分散

- 特定の時期や場所に集中しない、多様な休暇の取り方とコンテンツが享受できる都市

⑧ 環境・みどり

- ゼロカーボン社会を実現する都市
- 地球温暖化の抑制をめざす都市
- 生態系多様性の維持をめざす都市

大阪観光局 取組みの方向性

1. 大阪観光局の役割

- ① **オーガナイザー**(organizer)
全体をプロデュースする役割
- ② **プロモーター** (promoter)
熱を生み出す役割
- ③ **アクセラレーター** (accelerator)
取組みを加速させる役割

2. 大阪観光局のミッション (平成29年11月DMO法人登録)

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

- ① **数を増やす**
大阪が目的地として選ばれる取組み
- ② **質を上げる**
着地後消費を最大化させる取組み
- ③ **波及させる**
経済効果を持続・波及させる取組み

➡ 量から質への転換を加速

3. 事業展開における3つのコンセプト

24時間観光都市
Anytime

関西・日本観光のハブ
Anywhere

多様性あふれる街
Anybody

4. 万博・IRを見据えた活動目標

- ① **日本観光の「ショーケース」** 日本新しい「玄関」大阪から全国の魅力を発信し、送客する。
- ② **日本観光の「トップランナー」** 各分野のプロ集団となり、全国の関係者のモデルに。
- ③ **成長戦略の「起爆剤」** 新しいビジネスや価値を生み出し、持続的な経済発展に貢献。
- ④ **高付加価値MICE都市** 参加者に高い満足度、経済効果を広く長く波及させるMICE都市となる。

観光業界の概況と課題

人手不足やコスト上昇などの課題はあるものの、全国旅行支援などにより 観光業界は順調に回復基調

1. 観光業界の概況

《国内観光》

◆旅行会社

- ・コロナ禍という認識が薄まってきており、急速な円安など別の企業を取り巻く環境変化への対応が必要
- ・コロナ禍前（3兆7,504億円）と比べると約6割（62.7%）まで回復
（2022年 出典：東京商工リサーチ）

◆航空会社・鉄道会社

- ・来年度はJR西日本のうめきた新駅の開業が控えており、など広域観光の利便性向上が期待される（出典：JR西日本公式WEBサイト）

◆ホテル・旅館

- ・全国旅行支援の利用実績は月平均727,966件(2022年10/11～12/27)（出典：いらっしやいキャンペーンクーポン発行実績）
参考：ブロック割利用実績は月平均262,863件 2.77倍（2022年6/1～7/14、9/12～10/10）
- ・全国旅行支援事業などにより2022年10月の**日本人延べ宿泊者数回復率は113%**（2019年同月比）（出典：観光庁 宿泊旅行統計調査）

《インバウンド》

◆航空会社・鉄道会社

- ・関西国際空港の国際線発着回数回復率（対2019年同月比）は33%まで回復



コロナ禍からの復活が見えてきたものの、引き続き、ウクライナ情勢や原油価格の上昇等の影響が懸念される

2. 課題と要望（事業者からの声）

①事業者（特に中小企業・小規模事業者）の多くは支援策を評価

- ⇒・**全国旅行支援やゴールデンウィーク-飲食店応援事業の継続へ**
 - ・「平均滞在時間・日数」と「1日当たり平均消費額」の上昇を図るための**広域周遊型観光の促進**
 - ・資金繰り支援について事業者に寄り添った**きめ細かな支援の徹底**

②業界全体で「人手不足」が顕著化しており、一旦失われた人的資源をマーケットが再開した時にどのように回復させるか

- ⇒・人材確保・育成の為に支援策



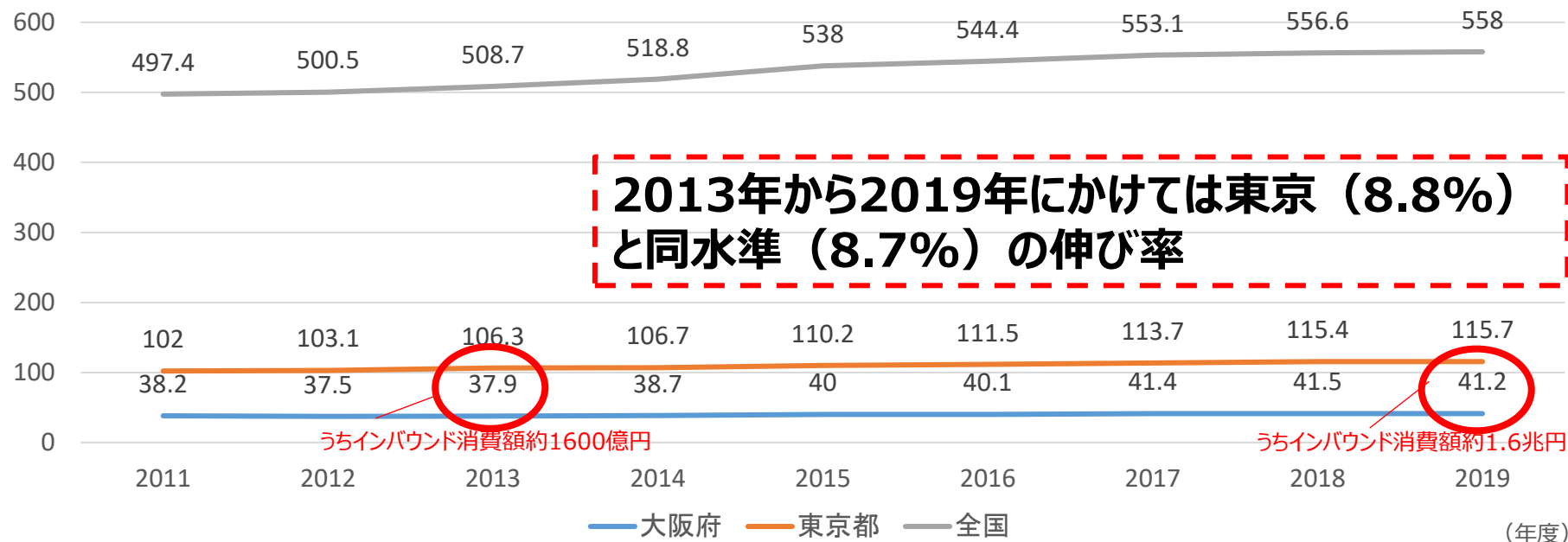
グローバルスタンダードに沿った対応で感染対策と経済を動かすことに両軸を置きながら、
経済再生に向けて進めていくことが重要

経済の低迷からの脱却

大阪府の状況

(兆円)

全国都道府県別県内総生産



対前年比伸び率(%)	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
大阪府	△1.8	1.1	2.1	3.3	0.4	3.3	0.3	△0.8
東京都	1.1	3.2	0.3	3.3	1.1	2.0	1.5	0.3
全国	0.6	1.6	2.0	3.7	1.2	1.6	0.6	0.2

◆インバウンドにより大阪及び日本の経済が支えられてきた。
⇒ 観光の復活による大阪及び日本経済の復活が必要

大阪 観光復興ロードマップ①（直近の状況・想定含む）

インバウンド回復状況

東アジア

韓国

- ・2023年1月13日～ アシアナ航空 ソウル（金浦）直行便復便
- ・パンスターフェリー（釜山～南港間）は週3復便済
- ・2023年4月以降、新興LCC 韓国地方空港発新規就航予定

香港

- ・2023年1月20日～ ピーチ航空 香港直行便復便

中国

- ・1月8日から入国時隔離撤廃及び出国の正常化をめざす方針
- ・1月4日、岸田総理は中国からの入国者に対し水際措置を強化する方針を発表

東南アジア

タイ

- ・ピーチ航空が2022年12月27日よりバンコク直行便新規就航
- ・ベトジェットエアがチェンマイ直行便新規就航予定

欧米

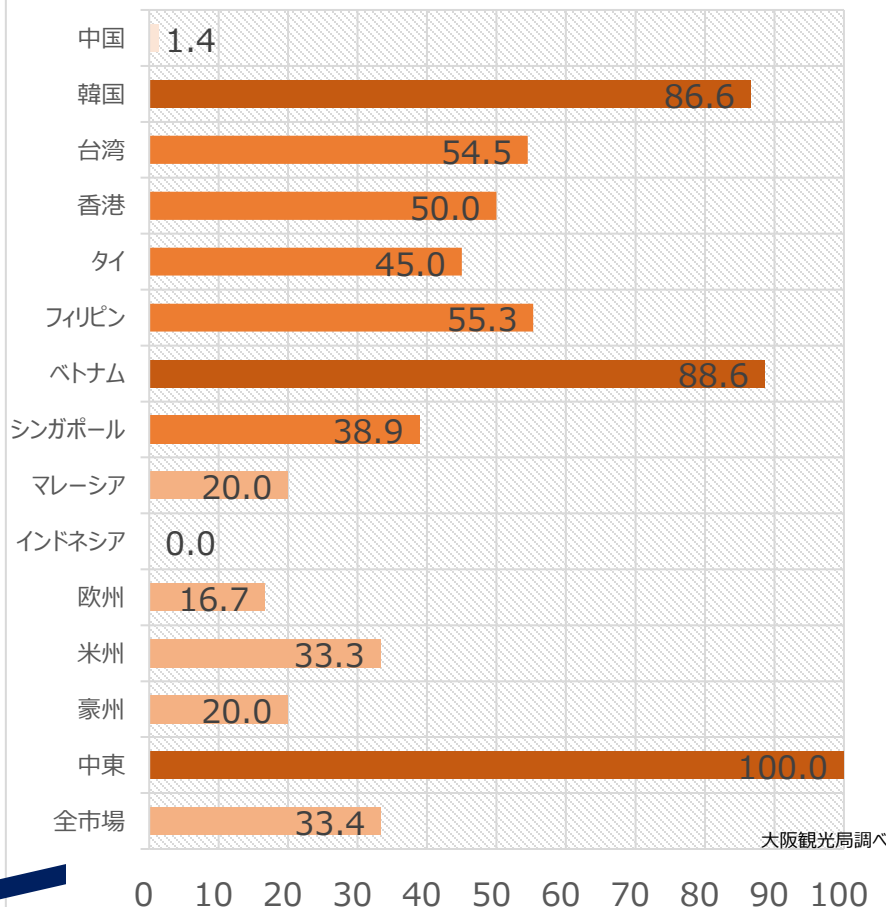
欧州

- ・2023年3月26日～ エールフランス航空 パリ直行便増便
- ・2023年3月26日～ フィンエアール ヘルシンキ直行便復便

米州

- ・2023年1月6日～ ユナイテッド航空 サンフランシスコ直行便復便
- ・2023年6月2日～ エアカナダ バンクーバー直行便復便

市場別関西空港直行便運航率（2022年冬期/2019年冬期）
2023年1月1日時点



・2022年10月11日から12月末までの約3か月間で、150万人前後（※）のインバウンドが来阪

※大阪出入国在留管理局関西空港支局の2022年12月速報値から大阪観光局が推計

・関西直行便については、韓国・ベトナムは約9割、台湾・香港・タイは約5割を達成

アフターコロナを見据え、世界に選ばれる新しい観光スタイルの実践

大阪観光新時代を実現

2022年

- コロナ禍からの反転攻勢
- 観光関連事業者の経営維持支援
- インバウンドは国の方向性を見ながら段階的に戻す
（インバウンド来阪者数は、コロナ前の3割水準（350万人）への回復をめざす）
インバウンド来阪者数 2019年 1,231万人 ▶ 2020年当初目標 1,300万人
- 観光案内所におけるインバウンド受入環境の整備
（JNTOの感染症対策ガイドラインに沿った環境整備、多言語対応の充実、営業時間の延長など）
- 海外プロモーションの再開
- 国内旅行を重点的に強化

2023年

- 来阪外国人客数をコロナ前の水準に戻す
- インバウンド来阪者数 目標1,300万人

2025年

- 大阪・関西万博
- インバウンド来阪者数 目標1,500万人

2025年
以降

- IR開業（2029年想定）

《インバウンド動向を踏まえた大阪観光局の今後の動き》

- ・海外リアルプロモーションの再開（東南アジアなどを中心に想定）
- ・東南アジアLand Operator招請関西Fam Tripの実施

HOP

STEP

JUMP

【アジアNo.1の国際観光文化都市】へのロードマップ（想定含む）

区 分	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年以降	2030年以降
フェーズ	HOP			STEP!		JUMP!!
	万博での飛躍を狙い、各事業で具体的活動の 実行を重ね、成長を加速させる 万博の機運醸成 ●インバウンド再開 ●冬オリパラ(北京) ●FIFA W杯 (カタール) ●ラグビーW杯 (フランス) ●夏オリパラ(パリ) 万博での成果を土台に、 IR誘致を見据え総仕上げ を行う アジアNo.1の 国際観光文化都市 の実現へ					
大規模 イベント等	 第1回 日本観光 ショーケース in 大阪・関西 1st Japan Tourism Showcase in Osaka・Kansai 空気のみらい EXPO	 Tourism Expo Japan 未来モノづくり 国際EXPO 2023	 IGLTA LGBTQツーリズム 国際サミット開催 (想定)	 EXPO 2025 食博覧会・大阪2025	Veb-city (2026年想定)  KANSAI WORLD MASTERS GAMES 2021 (2027年) 第35回日本医学会 総会(2027年想定) ISPO (IR開業時想定)	
インフラ関係	中之島新美術館 オープン 大阪公立大学 開学	北大阪急行 延伸開通	うめきた2期 まちづくり 中之島未来医療 国際拠点オープン	大阪公立大学 森之宮キャンパス 開設 淀屋橋地区 再開発	IR施設開業 (想定) 富裕層受入環境の 整備(想定) 例) ヘルポート・ スーパーヨットなど 淀川左岸線2期 一般供用開始(2027)	新大阪駅再開発 (2030) なにわ筋線開通 (2031) リニア中央 新幹線(2037) 北陸新幹線乗入れ (2046国の想定)
来阪外国人 (単位：万人) ※観光局想定	150 (12月現在の推計値)	1,300 【参考】 ・府市戦略：2024年 1152.5 ・観光庁：2020年 4000 (全国)	1,400	1,500 (万博での飛躍)	→	2,000 (全国6,000)

大阪観光局が取り組む事業一覧

2023年は、アフターコロナを見据えた取組みに積極的にチャレンジし、万博開催地・大阪を世界に示すべく飛躍する年

大阪観光新時代 スローガン「飛躍への挑戦」

多様な人材

スタートアップの育成

投資を呼び込む

新しい魅力の
再発見



SDGsの達成に向けた各取組み

「量から質へ」

「安全・安心」

「ストレスフリー」

「シームレス」

SDGs

ハラル対応

★ ハットツーリズム

★ スポーツツーリズム
(サイクリング)

★ユニバーサルツーリズム

★ 留学生支援
教育交流

★ 緑化・環境
への取組み

★ 食のSDGs

★ LGBTQツーリズム

日本観光のショーケース

★ 文化・芸術

★ ラグジュアリー

★ 食・ブランディング

★ ナイトカルチャーの推進

重要コンテンツ

伝統行事・祭り

テーマコンテンツ開発

水都事業の推進

★ スポーツツーリズム
(プロスポーツ連携)

★ 広域連携（周遊）・府域周遊・大阪市の取組み

広域連携（周遊）

府域周遊の促進

市域
エリアゾーニング

観光DX・マーケティングリサーチ

★ 観光データベース
(DMP)構築

関空調査

★ MaaSの推進

★ 観光アプリ

OSAKA-INFO
SNS運用

MICE

★ 誘致・創出

★ SDGs for MICE

★ スポーツMICE

観光インフラ

Osaka Free Wi-Fi

案内所の運営管理

コールセンター
チャットボットの運営

自主財源

賛助会員

大阪楽遊パス(Eチケット)

ライセンス・広告

オフィシャルパートナー

喚起支援事業

観光事業者
応援事業

★ = 重点的に取組みむ事業

2023年度大阪観光局事業の5つの柱

● 観光DXの推進

- ・来阪観光客にストレスフリーかつシームレスな旅を提供するため、観光分野のONE認証化を進めるとともに、マーケティング分析に基づく府内周遊を促進

● 海外プロモーションの再開・国内プロモーションの効率化

- ・インバウンドの本格再開に向け、リアルプロモーションを段階的に再開するとともに、ターゲット国の事情に応じた情報発信の強化
- ・マーケティングデータに基づいた効率的・効果的な国内プロモーションを実施

● 大阪・関西万博、IR開業に向けたSDGsの機運醸成及び取組みの推進

- ・万博開催まで2年という節目であり、万博に向けた取組みや万博と連携した取組みを進めるとともに、2029年を予定するIR開業を見据えた準備を進めていく

● 「大阪＝日本の観光ショーケース」に向けた取組みの推進

- ・大阪が日本の観光ショーケースとして世界に認知されるために進める様々な取組みの推進

● 高付加価値MICE都市の実現

- ・参加者に高い満足度及び経済効果を長期的に波及させる取組みを推進

データに基づく観光戦略の策定（5市のDMP展開など）

国内外のデータを保有し、根拠に基づくプロモーション施策を企画・展開

国内旅行者データを大幅にアップデートし、国内外ともにデータドリブンで施策を創造
⇒「府内周遊促進」「観光消費の増加」「エリア全体のマーケティング力の向上」に寄与

2022年度
取組み
実績

- ・国内調査（USJ協働）
→大阪の「異世界感」が訴求力高⇒CPNで検証
- ・観光動態・消費データの収集（旅行支援）
- ・府域にマーケティングレポートを提供
- ・自治体、民間向けマーケティングセミナー

・CPN広告閲覧者データを蓄積
・来阪意欲の高い方の抽出

↓

効果的な広告の実施

▶

OSAKA-INFO内
いらっしやいCPN特設サイト

970万PV（※令和4年12月度）

国内外データの保有による具体的効果

≡

各事業のKPI設定による事業効果の可視化
広告効果の対前年15%アップを実現

大阪府内市町村に対し、コンサルティングを実施
5市との協働プロモーションを予定

精度の高いプロモーションで各地と連携強化
福岡市、高知県等随時追加予定

2023年度
取組み
予定

- ・関空アンケート調査の再開（年間4回）
- ・保有データを活用したコンサルティング
- ・支援メニューの創出/有償・無償
- ・自治体、民間向けマーケティングセミナー

・府内市町村とのデータ連携やデータを活用したプロモーションの連携

・BtoB、BtoC、インバウンド、MICE向けなど目的に応じたプロモーションの実施

・大阪観光局が保有又は調達したデータによる府域の独自広告セグメントの作成

・大阪の「異世界感」をベースとしたプロモーションの検討



めざすべき方向性

- 大阪観光局事業を客観的に評価し、着実に目標を達成
- 連携する府内市町村における観光戦略策定を支援

観光DXの推進② 観光アプリ

●大阪観光アプリ



●メタバース



- ①XR機能(観光スポットで人気キャラクターと記念撮影)によりDLを促進
- ②トラベルテック機能(観光施設・体験予約、決済)による観光体験の充実
- ③宿泊・飲食・交通・物販も含めたONE認証によるストレスフリーな観光体験の提供
- ④アプリ取得データとORDENビッグデータの連携によりエビデンスに基づく観光戦略を樹立
※大阪府スマートシティ戦略部と連携に向けて意見交換
- ⑤「メタバース」でリアルとバーチャルを融合した新しい経済効果を生み出す仕組みをめざす
※メタバース推進協議会と連携

エキサイティングで
ストレスフリーな
大阪観光を実現！



年齢や性別、国籍障がい等の有無にかかわらず、誰もが安心して楽しむことができる「持続可能な観光都市づくり」を！

ユニバーサルツーリズムの対象者（国内）

高齢者	3,621万人	約28.9% ※1
障害者手帳保持者	964.7万人	約 7.7% ※2
妊産婦・ベビーカーユーザー	343.4万人	約 2.7% ※3
LGBT、性的マイノリティー	推計 1,004万人	約 8 % ※4
重複を除いた推計値		
約 5,220万人		日本人口の 約 41.6 %

※1 令和4年度「高齢社会白書」より出典
※2 令和4年度「障害者白書」より出典
※3 厚生労働省「平成30年～令和3年人口動態統計（確定数）の概況」より算出
※4 働き方と暮らしの多様性と共生研究チーム
2019年「大阪市民の働き方と暮らしの多様性と共生にかんするアンケート」より出典

区 分	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年以降
フェーズ	設立準備会議	大阪ユニバーサルツーリズム 推進協議会の運営 2022年12月発足				
	設立趣旨	「ユニバーサルツーリズム」の普及促進や環境整備に取り組み、 高齢や障害等の有無にかかわらずすべての人が気兼ねなく観光を 楽しめる街・大阪の実現をめざす				
	UT対応 状況調査		① UT関連 情報発信		●大阪観光局WEBサイト内に専用ページの開設 ●観光施設・交通関連など対応情報を掲載 ●観光関連事業者からの発信を促す	
	(大阪府内) ●宿泊施設 ●観光施設 ●主要アクセス (海外) ●ドイツ等先進事例 ●ドバイ万博		② 心のバリアフリー 受入機運の醸成		●セミナー・研修の開催 *2022年度セミナー 2月14日開催 ●正しい知識と機会の提供	
			③ モデルコース・プログラム開発		●2022年度「大阪いっしょにキャンペーン2022」と連動した UT情報ページを開設	



大阪・関西万博に向けたSDGsの機運醸成及び取組みの推進② LGBTQツーリズム



《LGBTQツーリズムを推進する意義》

◆多様性あふれる街・大阪の実現

大阪観光局の掲げる3つのコンセプト（24時間、観光のハブ、**多様性**）の1つ

◆観光消費額の高さ

観光消費額は世界で**約28兆円**、人口の約10%を占めるLGBTQの観光消費額全体の16%

◆欧米豪対策

情報訴求の波及効果が高いLGBTQ間のネットワークを形成 出典：Out Now Consulting（2018年）、WTTC調べ



**2024年、アジア初となるIGLTA総会を大阪に誘致し、
大阪＝アジアNo.1のLGBTQフレンドリー都市へ！**



■ 留学生支援

多くの留学生が大阪に集う「グローバル人材のハブ 大阪」の実現！

《留学生支援の意義》

- **インバウンド促進に効果的** ⇒ 留学生は地域に根差した安定的なインバウンド収入源
- **留学生は強力なアンバサダー** ⇒ 大阪に住み、より深く大阪の魅力を理解した留学生が発信する情報は、将来のインバウンド増加に大きく貢献
- **グローバル人材の育成** ⇒ 多数の留学生が大阪で学び、働き、大阪経済の発展に貢献し、日本中、世界中に人材を多数輩出する「グローバル人材のハブ・大阪」の実現に繋げる
- **経済効果への波及** ⇒ 大阪府内における留学生による「経済効果」への波及に繋げる（現在の経済波及効果は約440億円）

1. 産官学民の連携組織「留学生支援コンソーシアム大阪」を設立し、活動中

2021年2月、府内留学生にアンケート調査を実施、1,000人から回答を得て、留学生の課題を分析

⇒ 経済面・進路面への不安といった課題解決のため、**4部門（誘致・支援・活用・就労）計16のアクションプランを推進中**

2. 今後の目標

2030年度までに、府内の・留学生満足度 **90%** ・留学生数 **5万人**（※1）（経済波及効果（※2）：約890億円） ・留学生就職率 **80%**

※1 令和4年12月現在 およそ3万3千人 ※2 出典：平成27年大阪府産業連関表 経済波及効果推計ツールで推計



《2022年度メディア掲載・取組み紹介》



外国人留学生EXPO（7/30～7/31 NHK、読売テレビ、関西テレビ）



留学生ウィーク（12/12～12/20 読売新聞）



World Tea meet up in SAKAI（11/13）

■ 教育旅行誘致

大阪から大阪・関西万博の魅力を発信する「SDGs型教育旅行」の推進

1. インバウンドの再開から大阪・関西万博に向けた取組み

- ① **新たな教育旅行プログラムの構築**・・・「まいど！大阪」EXPOプログラム、「大阪B&S」大阪・関西万博バージョン
- ② **教育旅行プログラムの広報強化**・・・旅行業者セミナー開催、大阪観光情報サイト「OSAKA-INFO」バージョンアップによる発信力強化
- ③ **海外向け教育旅行プロモーション強化**・・・海外教育関係者向けセミナー開催（台湾）
- ④ **教育旅行商品「商人（あきんど）体験」の実施体制強化**・・・関西5府県連携オンラインセミナー、音楽交流、FAMの実施

2. 今後の取組み（予定）

- 「大阪B&S」「まいど！大阪EXPOプログラム」の更なる開発・推進による実施件数増加へ）
- これまで徴収していなかった商人体験や海外からの教育旅行（学校交流・視察）の有料化



2022年11月インドネシアの学校の訪日教育旅行

大阪・関西万博に向けたSDGsの機運醸成及び取組みの推進④

大阪みどりの取組み



「日本みどりのプロジェクト」（「5つのプロジェクト」）を推進し、大阪の環境・観光誘致へ還元する。

- 2025年大阪・関西万博に向け、ゲートウェイ構想を進める上で、ジャンルとして必要な環境・ウェルネス・健康など大阪での環境対策事例を拡大する。
- 環境を取り巻く国・自治体・施設、地域の活動に関わることで、大阪への実例を拡大し、支援する。
- 御堂筋の魅力づくり化に寄与するため、道路管理団体と連携して緑化を中心とした取組みを行う。

ゼロカーボン社会の実現による大阪の都市魅力の向上をめざす！

① 大阪・関西万博「日本の自然のショーケース」実現プロジェクト

日本各地の自然や木材の活用及び「日本の自然のショーケース」としての情報発信

- 2025年万博での、森林資源の重要性を広く **世界に発信**

2025年大阪・関西万博会場での全長約2km円周大回廊木質化と静けさの森に関与

② Green Recovery プロジェクト

産官学連携により、コロナ禍からの経済回復と環境問題解決を同時に推進

- 木質化推進や国産材利活用による **持続可能な林業**や **地域循環・自然共生社会の実現**
全国公共・民間施設の木質化の推進のためのマッチングプラットフォーム形成

③ Go Green プロジェクト

自然（みどり）を核にアフターコロナを見据えた新たな旅を提案

- Afterコロナを見据えた環境に配慮した、 **新たな旅の提案**や **カーボンオフセット旅行の普及**
「サステナブル・ツーリズム」の推進、環境学習旅行プログラムの開発など

④ One Green プロジェクト

植樹や都市緑化の取組みを推進、みどりの素晴らしい生活空間を創造

- 生活空間にみどりを取り入れ、地域環境と **QOL向上**をめざす
QOLを向上させる市民活動の推進、エリアへのみどりの導入推進など

⑤ National Park プロジェクト

国立・国定公園等における保護と利用の推進

- **自然保護と公園の利活用**を推進。 **規制緩和**で利用促進
国立（・国定）公園をはじめとする自然公園への観光客誘致及び自然資源活用など



提供：2025年日本国際博覧会協会



ペットツーリズム



《ペットツーリズムを推進する意義》

◆国内観光の起爆剤になり得る

ペット関連市場規模は毎年拡大しており、各家庭でペットにかかる支出は増加

◆健康効果と精神的な癒し効果

- ①運動量の増加（ペットと散歩に行くことで運動量が確保できる）
 - ②心の健康への影響（動物と触れ合うことで緊張やストレスを緩和するなど、精神面への働きかけを行う）
 - ③社会との接点（散歩仲間ができることで地域社会との繋がりを持ち、コミュニケーションを増やすきっかけに）
- ⇒健康寿命の延伸

◆ユニバーサルツーリズムの推進

ペットと共に暮らしやすい街の実現へ
⇒「多様性あふれる街・大阪」の実現

大阪・関西万博の
テーマと連携



ペットフレンドリーな街になることが
観光客増、観光消費額増に繋がり生活を豊かにする

	2019年	2020年
市場規模	15,705億円	16,242億円
飼育世帯数(犬)	715万世帯	680万世帯
飼育世帯数(猫)	552万世帯	550万世帯

※出典：公益財団法人日本交通公社「JTBF旅行意識調査」

海外	●アメリカでは全体の75%の宿泊施設がペットフレンドリー（2020年 全米ホテル&ロジング協会調査） ●世界では2,500万人以上の旅行者がペットフレンドリーホテルに宿泊（ブッキングドットコム調査）
日本	●宿泊施設（ホテル・旅館）の中で、ペットフレンドリーな施設は2%以下（ブッキングドットコム調査） ●需要が無いのではなく、交通・宿泊先がペットフレンドリーで無いため、連れて行きたくても連れて行けない

《今後のスケジュール（想定）》

- 2022年～ ペットと過ごせる観光地等において積極的な情報発信
- 2023年 大阪ペットホームページの充実やペットと周れるルートの構築
- 2024年 大規模イベント（イヌリンピックなど）の開催誘致
- 2025年 大阪・関西万博でのペット同伴可のパビリオン（サテライト）の実現に向けた支援

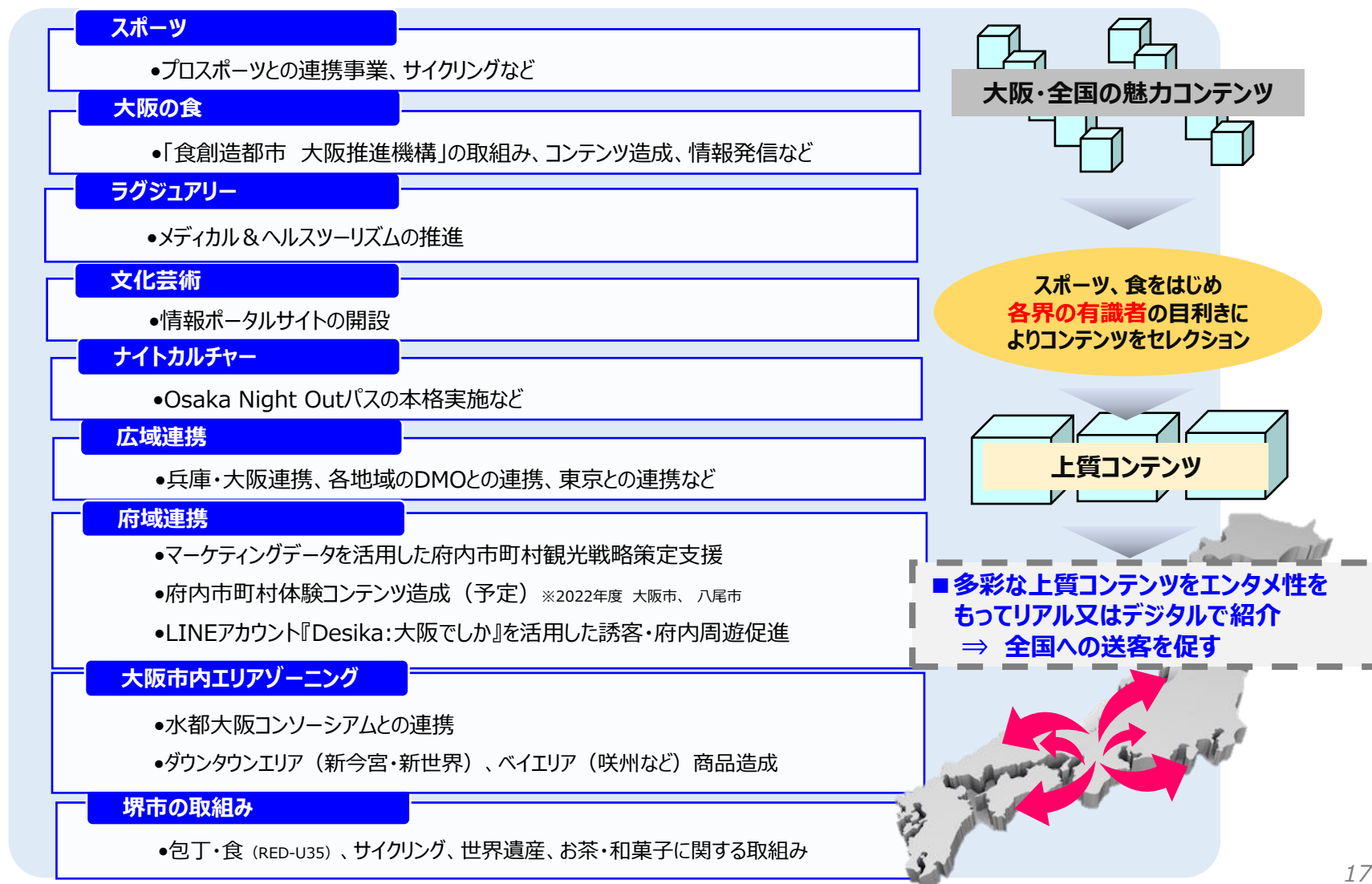
「人とペットが共に生きる街・大阪」をめざす！

「大阪＝日本の観光ショーケース」に向けた取組みの推進
大阪＝日本の観光ショーケースに向けた事業

《「日本の観光ショーケース機能」の実現》

大阪が世界から選ばれるゲートウェイ都市として、大阪観光局と民間DMCとの有機的な連携により、“上質”をコンセプトに、多彩なテーマやその地域ならではの旬でこだわりの情報とコンテンツをタイムリーに提供し、西日本をはじめ全国のハブ機能を果たし、大阪から各地域への送客を促進

大阪＝日本の観光ショーケースに向けた事業



「大阪＝日本の観光ショーケース」に向けた取組みの推進 重要コンテンツ①-1 スポーツツーリズム（プロスポーツ連携・サイクリング）

■ プロスポーツとの連携

観るスポーツ

するスポーツ

スポーツ/ウェルネス
メーカー

◆大阪観光局のスポーツ関連事業
※大阪・関西スポーツツーリズム&MICE推進協議会（SECOK）を設立し、多様な事業者との連携のもと事業を推進。
(加盟数：30社/団体) R5年1月現在

観戦

スポーツ
ツーリズム

スポーツ
学生交流

国際会議
国際展示会

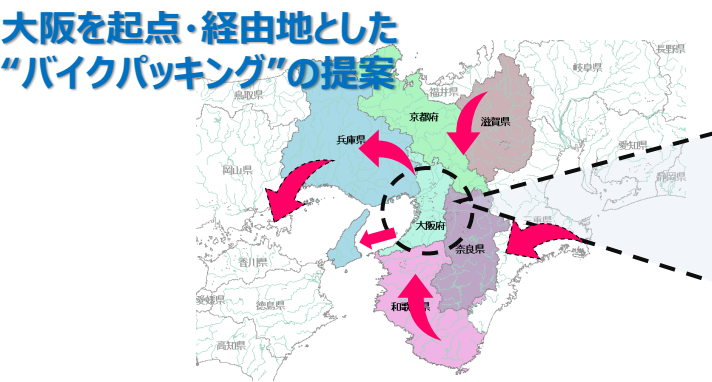
イベント

- ・コンテンツ発掘
- ・受け入れ環境整備
- ・情報発信、誘客
- ・誘致
- ・有効活用
- ・レガシー創出

■ サイクリング

自転車で大阪・関西万博会場へ！ゼロカーボン社会の実現

○大阪・堺を「自転車の聖地」に
大阪・関西万博に向け、全国各地のサイクルルートと大阪府内のサイクルルートの連携を深め、日本全国のサイクリストを堺市を経由して次のサイクルルートに向かわせるハブ機能を発揮



- 【参考：堺市かわまちづくり計画】
- 計画期間：平成31年3月から令和7年3月
 - 目的：広域自転車ルートとしての機能向上のため、連続した通行環境を確保すること
 - 実施内容：河川管理用通路の整備
魅力創出に向けた施設整備 等



- <導入を検討している賑わい拠点の機能>
- サイクルサポート
 - 休憩室・トイレ・シャワー室・更衣室・サイクルロッカー
 - 体験型自転車教育
 - カフェレストラン・サイクルショップ・駐車場 等

■スポーツ関連MICEの誘致

国際大会・国際会議誘致を積極的に進め、
スポーツエンターテインメントシティ 大阪・関西の実現へ！

(1) 大会、イベント

- 大阪マラソン2023～OSAKA MARATHON2023～
（「第11回大阪マラソン」）**開催支援**
開催日：2023年2月26日（日）
- 「ストライダーワールドカップ2023」**開催支援**
開催日：2023年5月27日（土）～28日（日）
場所：万博記念公園お祭り広場
参加予定者数：（2日間）800名うち海外参加者85（※）
※参加者予定者数は子どものみ
参加予定国：日本、タイ、シンガポール、台湾、アメリカ、ヨーロッパ等

(2) 展示会

- 「CYCLE MODE RIDE OSAKA 2023」**開催支援**
会期：2023年3月4日（土）～5日（日）
会場：万博記念公園 東の広場+お祭り広場
来場者数：（2022年）約11,000名



(3) 国際会議

- AIMS（国際マラソン・ディスタンスレース協会）第23回総会
実行委員会参加
開催日：2023年2月23日（木）～25日（土）
会場：大阪市内ホテルなど
参加者：国内外約500名



(5) 今後誘致を狙う国際大会・国際会議 <2025年以降>

- 第1回 全世界フルコンタクト空手道選手権大会
開催予定：2025年5月
会場：エディオンアリーナ大阪
参加者：世界100か国以上から約120名
競技人口：国内20万人 全世界2000万人
- 世界バドミントン選手権大会
過去実績：2022年東京開催（第27回大会）
東京大会開催日：2022年8月22日（月）～28日（日）



<2027年以降>

- Velo-city



(4) 再誘致を行うイベント

- KILORUN大阪2023(仮)
「走る・食べる・観光する」を一度に楽しめるタイ発のグルメマラソンイベント
主催：タイ Index CREATIVE VILLAGE社
入国制限緩和を受け、次年度以降開催に向けてIndex社と協議再開
- Red Bull主催イベント
経過：2022年はRed Bull主催イベントを2件
開催支援
次年度以降継続開催に向け協議中



団体名	会議/大会	周期	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
欧州サイクリスト連盟 (ECF)	Velo-city 国際会議	毎年	リスボン (ポルトガル)	リュブリャナ (スロベニア)	ライプツィヒ (ドイツ)	ゲント (ベルギー)	入札終了	BID前	大阪誘致を めざす
	Velo-city 2027誘致		会議Web参加	現地参加	現地参加予定	2027 入札開始予定	開催都市決 定	開催準備	大阪開催 (6月)

Velo-city誘致の効果（想定）

- ・脱炭素、健康長寿、住民のQOL向上 ⇒ SDGsに貢献
- ・“自転車のまち”として世界に認知 ⇒ 観光×サイクリングを楽しめる街として国内外の多くのサイクリストが来阪

大阪の食の取組み

「食のまち・OSAKA」事業推進組織「食創造都市 大阪推進機構」の取組み

「食創造都市 大阪推進機構」（事務局：大阪観光局・大阪商工会議所）の取組み

（目的）大阪の食のブランディング向上
多様な食の魅力の発信や食コンテンツへの消費拡大

ウェブサイト、SNSなどでの情報発信展開

食のSDGs取組み推進セミナーの実施

富裕層マーケティング事業

新しい食魅力のコンテンツ発掘、発信

食と連携した事業展開（食×テーマ事業の推進）

食の教育機関設立の検討

世界における「食のまち・OSAKA」認知度向上（コンテンツ開発、情報発信展開、イベント誘致）

世界屈指の食創造都市へ 観光客の消費額増と食文化の認知向上

2023年度の取組み（予定）

①「泉州美食EXPO」プロジェクトとの連携や南大阪/泉州地域の食コンテンツ開発

■大阪・関西万博開催に向けて、大阪調理製菓専門学校（学校法人村川学園）が取り組むプロジェクト
「泉州美食EXPO」と連携し、“泉州地域”の食・食文化をコンテンツとしたガストロノミー・ツーリズムを展開する。

②情報発信サイトでの「OSAKAガストロノミー・ツーリズム」の発信

南大阪・泉州エリアを中心に観光体験や旅行商品の紹介など、ガストロノミー・ツーリズムの情報発信

③食の体験コンテンツ開発と発信

大阪らしい食、食文化の体験プログラム「あじわい大阪」の実施

④食の多様性に関する取組み

大阪のハラルフード取扱い店舗の情報発信

2024年度の取組み（予定）

①「RED-U35」若手料理人育成イベントの誘致に向けた取組み

大阪・関西万博での食のまち・大阪のPRや機運醸成に向け、（株）ぐるなびが主催する若手料理人による食のコンテスト『RED-35』の大阪での開催誘致に向けた関係者との協議

②「農水省主催 食育全国大会」の開催誘致に向けた取組み

大阪・関西万博での食のまち・大阪のPRや機運醸成にむけて、農水省が主催する「食育全国大会2024」の大阪での開催誘致に向けた関係者との協議



ラグジュアリー① 受入環境整備

大阪・関西万博、IR開業に向け、消費額や多様性への拡大を目的に、

- ①ラグジュアリー向けコンテンツ拡大、地域・ターゲットの拡大、受入環境の整備
- ②IRに向けた「スーパーラグジュアリー」ネットワーク（超富裕層）の構築を開始

「世界中の富裕層を楽しませる特別な体験を提供する都市・大阪」をめざす！

1 受入環境整備の推進

- チャーター機（中・大型プライベート機）
 - ・空港における入国審査、専用レーンの柔軟な運用
- オーナー型ヨット（スーパーヨット）
 - ・受入港湾整備計画（専用ドック）への関与

規制緩和・整備

- VIP専用レーン設置
CIQ（入国管理・検疫・税関）一括対応
- 大阪市内発着のヘリポート整備（大阪市内発～近隣県）
 - ・5カ所（KIX・八尾空港・NHKヘリポート・府警ヘリポート・大阪ヘリポート）以外の都市中心部の離発着場整備が必要
例）大阪城など
 - ・伊丹空港（大阪府、兵庫県にまたがる）
⇒（空飛ぶタクシーやドローン飛行と一体的整備）
- スーパーヨット対応（スーパーラグジュアリー受入環境整備）
 - ・大阪湾ベイエリアに複数の係留地が必要
（天保山、夢洲や堺港など複数港が必要）
⇒ 一部入国やビザ問題は既に議員連盟で議論、対応済

■ ラグジュアリーネットワークの構築

- ・大人数のラグジュアリー層でも楽しめる空間（スペース）や世界トレンドのコンテンツを情報収集できるネットワーク構築を開始する

2（富裕層向け）コンテンツの整備

全国から上質なコンテンツを募集しテーマごとに特別体験を情報発信

- 文化芸術観光
- スポーツ
- 大阪の食
- メディカル&ヘルス

コンテンツ整備をととしてパートナーネットワーク構築開始

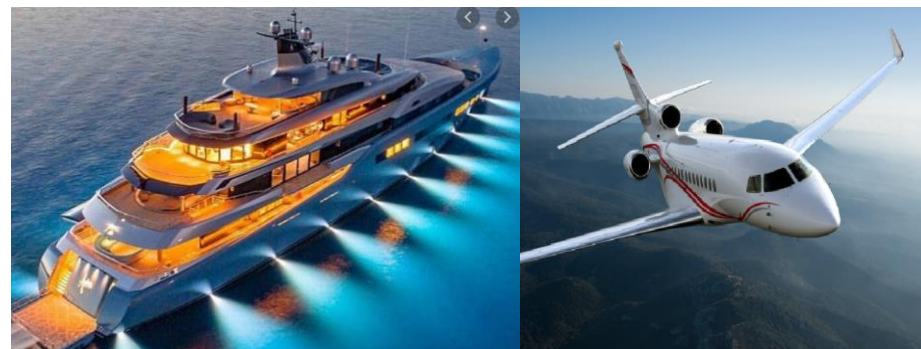


大阪ならではのこだわった取組で富裕層の訪問を促進

3 人材の確保・育成

■ コンシェルジュ機能の育成と向上

- ・旅行者のニーズや趣味嗜好に対し即時対応できる環境を整備



ラグジュアリー② メディカル&ヘルスツーリズム

大阪で医療を受けるために来阪する外国人患者等（インバウンド）の受入促進を図ることで、**大阪の国際医療貢献**を後押しするとともに**富裕層向けの観光コンテンツの開発・提供を通じた府内観光の消費拡大**を促す

「いのちと健康の未来都市・大阪」をめざす！

メディカル&ヘルスツーリズムの推進

■（仮称）大阪国際医療貢献プラットフォームの構築

（スキーム）

- ・大阪観光局とＪＴＢ間での包括連携協定の締結
- ・ＪＴＢメディカル&ヘルスケア事業部が実施する事業（メディカルツーリズムを目的とする問い合わせ先の明確化と顧客と医療機関、関連ステークホルダーとのマッチングなど）の府内展開の促進を図るため、アドバイザー機関を設置。

※（仮称）大阪国際医療貢献推進委員会

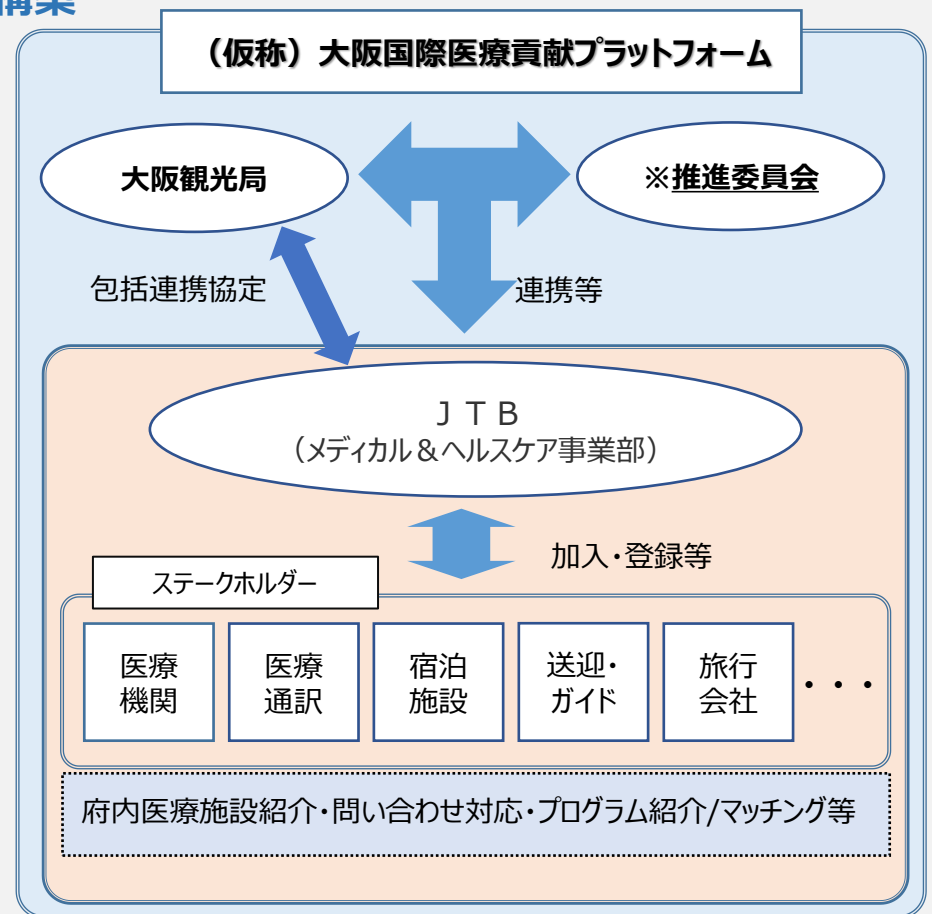
メンバー：大阪医療関係者、ＪＴＢ、大阪観光局（事務局）
役割：事業推進への意見・提言（海外市場へのＰＲ（ＨＰ等）、ステークホルダー加入促進・環境整備、富裕層向けコンテンツ開発など）

（事業効果・メリット）

- ・富裕層ネットワークの構築（リスト化）
- ・ニーズに応じた富裕層向け観光コンテンツの開発と提供
- ・府内観光の消費拡大による経済波及効果
- ・海外への府内観光情報等の発信強化
- ・大阪における医療・サービスの認知度向上
- ・府内医療機関の受入体制整備促進

（連携コンテンツ）

- ・大阪みどり、スポーツ（サイクリング）、大阪の食、ナイトカルチャー等



文化芸術観光

《文化芸術観光を推進する意義》
2025年大阪・関西万博に向け、文化芸術鑑賞を目的に、世界中から人が集まる大阪を創るプラットフォームを実現する。

文化芸術に触れる機会を創出し、大阪ファンを拡大

1. オール大阪での協力体制の形成

- 「文化芸術観光ネットワーク大阪 Art Flavor Osaka」結成

2. 文化芸術に特化した情報ポータルサイトの開設

- 多くの文化芸術の発祥地である大阪において、文化芸術観光コンテンツを重点的に推進し、新たな観光の創出につなげる
- 大阪を訪れた方が、自分の「今」いる場所からすぐ近くにある文化芸術施設を探すことができる使いやすいサイト

3. Instagramでの発信

- 活動情報や魅力をアクティブに発信、文化芸術に触れる機会を増やし、文化芸術および大阪ファンを拡大
- 特に若年層向けファン育成の場ととらえ、コンテンツ発信を行う

4. 文化芸術イベント誘致・広報支援

- 大阪の内外からの誘客効果が高い文化芸術活動やイベントを積極的に誘致・後援するとともに、大阪観光局の様々なメディアやネットワークを用いて広報支援を行う。



文化芸術観光ネットワーク大阪の取組

文化芸術観光ネットワーク大阪 組織図

2022年11月16日現在
(順不同、敬称略)

会長 鳥井 信吾 様 (サントリーホールディングス代表取締役副会長)

評議員 (副会長)

- 山本 雅弘 様 (株) 毎日放送 前・最高顧問
- 小池 秀夫 様 (日本放送協会 専務理事)
- 中岡 司 様 (文化庁機能強化特別アドバイザー)
- 堀元 利樹 様 (公財) 関西・大阪21世紀協会 理事長
- 大林 剛郎 様 (株) 大林組 会長
- 安藤 忠雄 様 (安藤忠雄建築研究所)
- 福島 伸一 様 (公財) 大阪観光局 会長
- 芝川 勉一 様 (千鳥土地 (株) 社長)
- 角 和夫 様 (阪急阪神ホールディングス (株) 会長)
- 塚山 秀一 様 (株) ロイヤルホテル 社長

オブザーバー

- 大阪商工会議所
- 関西経済連合会
- 関西経済同友会

企画委員

- 松本 啓 様 (株) メディアスブレッド 代表取締役
- 藤見 博光 様 (株) グローバルミックス 代表取締役
- 中立 公平 様 (有) PHI CEO
- 黒石 和宏 様 (ノスプロダクター (株) 代表取締役副社長)
- 澤田 充 様 (株) ケイオス 代表取締役
- 松原 利巳 様 (一社) アーティンテグレート 代表理事
- 鳥居 宇 様 (千日前一丁目通商會会長)
- 廣達 泰 様 (リュミエール オーナーシェフ)
- 田中 伸次郎 様 (株) 3Top 代表取締役
- 八藤 弘毅 様 (公財) 関西・大阪21世紀協会 常務理事
- 皆間由梨子 様 (現代アーティスト)
- 平沼 孝樹 様 (建築家)
- 大槻 裕一 様 (シタ方観世流楽師)
- 芳田 隆 様 (公財) 大阪観光局 常務理事
- 関 孝彦 様 (一社) コンサートプロモーターズ協会専務理事

運営事務局

【事務総長】清瀬 宏 (大阪観光局 理事長)

【事務局長】田中 道一 (大阪観光局 MICE政策統括官)

【事務局次長】阿部 愛子 立石、石森、森村、ルーカス (大阪観光局)

運営事務局 大阪観光局

ポータルサイトイメージ

Instagram “Art of OSAKA”

Museums and exhibitions in Osaka

ART OSAKA 2021

大阪観光局

OSAKA Night Outの取組み

■ 2022年度の実施内容について

- 1 ホテル冊子の配布再開（2022年4月～）
- 2 Osaka Night Out Pass実証実験の実施（2022年4月18日～7月18日）
- 3 その他の取組み

1 ホテル冊子：Osaka: DOWNTOWN of Japan



発行：公益財団法人大阪観光局
発行時期：年に1度
配布先：大阪市内、約400施設の宿泊施設や観光案内所
言語：日本語、英語、簡体字

3 その他の取組み

- 御堂筋イルミネーションの取組みへの協力
- インバウンドの中心地・ミナミの復興に向けた取組み
- ①「道頓堀ナイトパーク」化に向けた実証実験開始・「Pivot BASE」開設 ②大阪・道頓堀の魅力発信

今後の取組み方針“ナイトタイムエコノミーの推進”

- Osaka Night Out Passの販売開始
- 美術館、博物館等の夜間営業の実現に向けた働きかけ
- 道頓堀川水門の閉門時間延長による「水都・大阪」の推進 など

ナイトコンテンツを大阪のストロングポイントに！

2 Osaka Night Out Pass実証実験の実施、正式販売に向けた協議・調整



新型コロナウイルス感染症により疲弊した施設の救済及び再活性化に寄与するため、感染対策を取り入れた「夜間帯需要の回復に向けた実証実験」を実施

⇒ インバウンド訪日客を主要ターゲットとした、ストレスフリーで大阪の夜を楽しむ魅力施設を集約したナイトアウトパスを2023年度から本格運用

- チケット販売開始：2023年4月（予定）
- 販売場所：公式サイト、OTA、Pivot BASE、ホテルなど

広域連携の取組み

日本のゲートウェイとして、大阪が「日本の観光のショーケース」となるコースを構築

テーマで各地を結ぶ
モデルコース

HPでの情報発信
(関西観光本部と連携)

ファムトリップと
検証



- 2022年度①大阪～瀬戸内（広島・岡山など）（海、島の景観・アート・食など）
②大阪～東京（ゲートウェイ機能を活かした双方向流動・地方への送客）
- 2023年度①大阪～近畿（奈良・和歌山など）（寺社仏閣・食など）
②大阪～福井（自然・食など）

- ★大阪と魅力あるコンテンツを持つ地域が連携補完
- ★世界を魅了する上質な回遊観光ルートを開発
 - ⇒ 国際観光文化都市 大阪の競争力強化
 - ⇒ ゲートウェイ 都市機能強化



兵庫県
兵庫大阪連携会議設置

石川県加賀市
包括連携協定締結済

予定：北海道エリア
(北海道観光推進機構ほか)

予定：東北エリア
(東北観光推進機構ほか)

グランドサークルプロジェクト
(北陸新幹線海外誘客広域連携)
関西・北信越・関東12都府県
情報発信、海外AGT向け商談等

長野県・長野県観光機構
包括連携協定締結済

東京観光財団
包括連携協定締結済

東京と連携した
プロモーション

高知県・高知県観光
コンベンション協会
包括連携協定締結済

予定：瀬戸内エリア
(瀬戸内DMOほか)

予定：九州エリア
(九州観光推進機構ほか)

世界から大阪へ！



「大阪＝日本の観光ショーケース」に向けた取組みの推進 広域・府域・市域の取組み①-2
広域連携の取組み

➤ 国際観光都市大阪 日本・アジアのゲートウェイとして大阪が「日本のショーケース」となる！

テーマ	ウェルネス・健康	食	スポーツ・アドベンチャー	美術館・博物館	忍者・サムライ	城郭・天守閣
詳細	健康・高原の空気 温泉・ヨガ・森林セラピーなど	食文化・各地の食材・食技術など	サイクリング・トレッキング・ハイキング スキー・ラフティング・グランピング キャンプなど	絵画・陶磁器・現代アート 漆器など	忍者、サムライ所縁の地・体験	世界遺産、文化財、甲冑 城下町、山城
ONE 関西	兵庫・大阪連携					
	観光メニューの充実					
関西の都市間の有機的な つながりによる関西全体の 総合力の向上		■ 広域周遊コースの開発 ■ 海上交通と連携した周遊コースの開発 ■ インバウンド向け教育旅行コース開発		■ 万博に向けたトッププロモーションの実施		海上交通など周遊観光の充実
■ 夢洲での旅客船事業者相互乗入等を検討 ■ インバウンド向け観光モデルツアーの商品化検討 ■ 兵庫・大阪市内間水上ルートでの周遊社会実験の実施 ■ 海上交通の充実に向けた規制緩和の共同提案						
北海道ルート		北前船 昆布：北前船の回遊 ルートで関西の食文化と強い結び 付き	各スキー場・釧路湿原 道内サイクリング			五稜郭・松前城
北陸・中越 ルート	加賀市：加賀温泉郷 長野県（山之内・飯山など）	北前船 昆布 各地の食材 北前船の回遊ルートで関西の食 文化と強い結び付き	石川県・長野県：ハイキング 長野県：サイクリング	石川県：近代美術、九谷焼 長野県：現代美術、北斎館	長野県：戸隠、上田	長野県：松本城（国宝） 福井県：丸岡城（国宝） 越前大野城
瀬戸内ルート	愛媛県：道後温泉	大阪～泉州～和歌山～淡路島 鮮魚、野菜などの食材宝庫や 食材（鮮魚）を状態良く保存す る食技術（活締めなど）	愛媛県：サイクリング （しまなみ海道）	瀬戸内国際芸術祭	村上水軍	岡山県：備中松山城（重文） 島根県：松江城（国宝） 愛媛県：松山城（重文） 香川県：丸亀城（重文）
九州ルート	大分県：別府、湯布院 黒川温泉 鹿児島：指宿温泉	鹿児島 枕崎 かつおぶし、だし文化 各地の有名な食材 北前船の回遊ルート	宮崎県：ゴルフ	福岡県：九州国立博物館 大分県：OPAM美術館	古事記・日本書紀エリア	

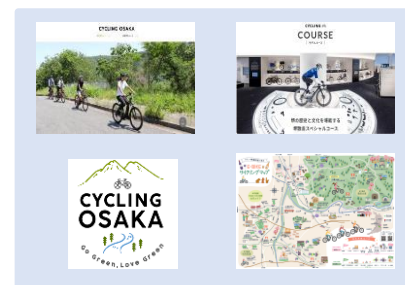


府域周遊の取組み

大阪・関西万博に向け、マーケティングデータに基づいた府域周遊の取組みを推進

【2022年度の取組み】

- 11月 観光素材意見交換会（商談会）の実施
（参加団体等）行政関係20団体、DMO3団体、民間事業者15社
- サイクリングコース設定
 - ・堺散走スペシャルコース
 - ・羽曳野市、柏原市サイクリングコース
- 大阪いらっしやいキャンペーン2022
 - ・市町村特集サイト構築「意外とええやん、大阪旅。」（6～7月実施）
 - 「まるで異世界 大阪」（10月～現在）
- 市町村向けマーケティングセミナーの開始（2023年度も継続）



2023年度の主な取組み（予定）

■ 2023年度の重点エリア：堺市に関する取組み

- 食関連
 - ・「RED-U35」（35歳以下の料理人による日本最大級のコンペティション）の堺市内での開催誘致
- お茶・和菓子関連
 - ・「食関連」取組みとの連携、堺市で実施する取組みの情報発信など
- 歴史文化遺産 百舌鳥古墳群関連
 - ・デジタル技術を活用した新たな古墳の取組み
- 自転車関連
 - ・大阪・関西万博に向け、堺市を中心とした全国のサイクルルートとの連携



■ マーケティングデータを活用した府内市町村における観光戦略策定支援

- 市町村コンサルティング事業
 - ・大阪観光局DMPを活用した連携市町村へのコンサルティング（5市町村）

■ 観光アプリ「Discover Osaka」を活用した取組み

- XR機能を活用した府内周遊促進
 - ・観光スポット等で人気アニメキャラクターとの記念撮影や、ゲームが楽しめる機能を搭載したアプリの運用



■ その他 観光誘客・府内周遊促進の取組み

- 民間との連携による観光誘客・府内周遊促進事業
 - ・観光情報発信LINEアカウント『Desika:大阪でしか』を活用した観光誘客・府内周遊促進



「大阪＝日本の観光ショーケース」に向けた取組みの推進 広域・府域・市域の取組み②-2

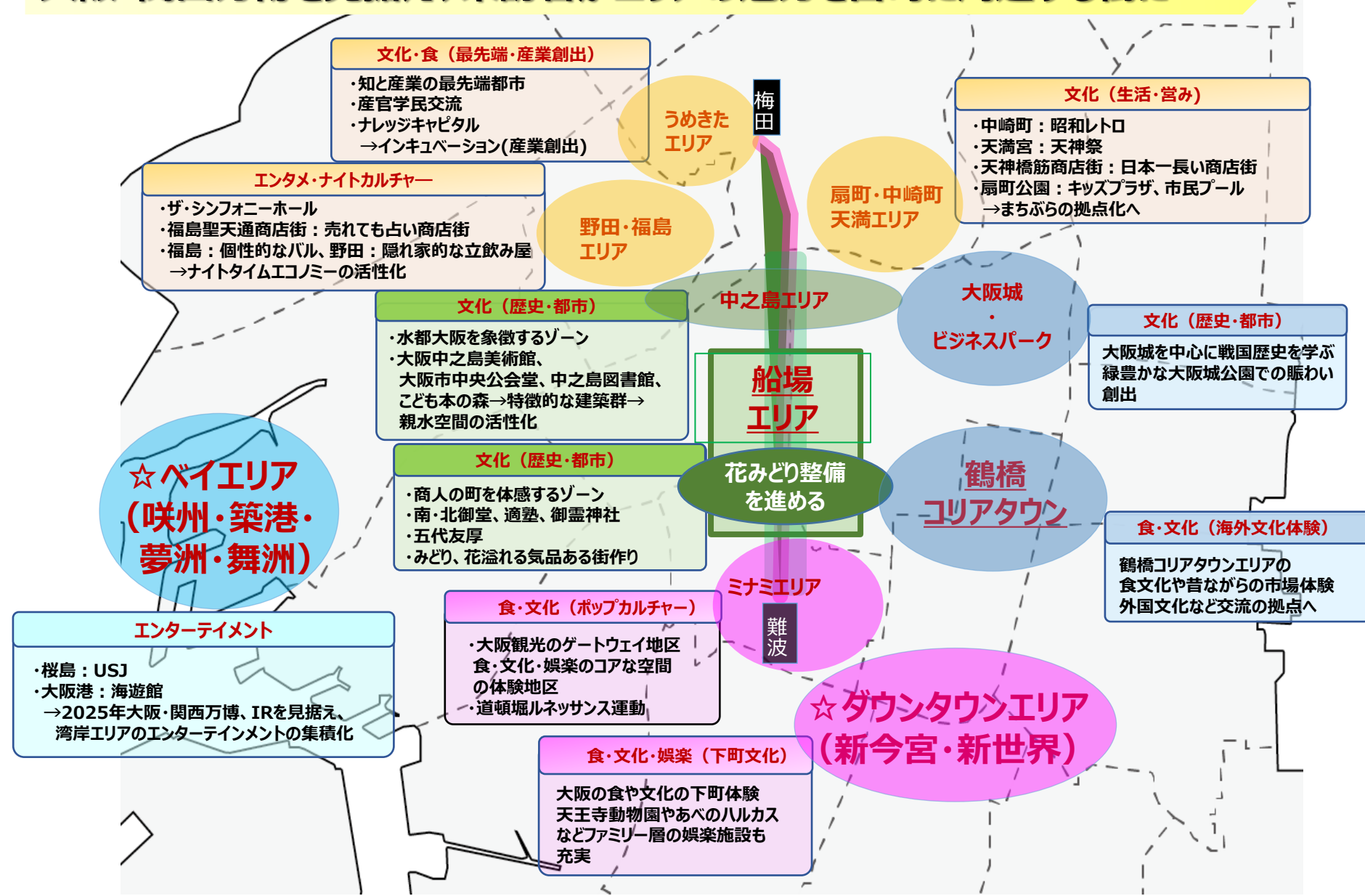
府域周遊の取組み

- ◆大阪の魅力を再発見、歴史文化の見直し（高付加価値・体験価値化）
- ◆大阪の魅力をテーマ別、ルート別に整理（ゾーニングとの連携）
- ◆積極的に観光振興に取り組む市町村に対して重点的に各種施策・支援を実施
- ◆近郊ワーケーション、都市型（大阪型）ワーケーションの検討
- ◆市町村のプロモーションから商品化・送客までを視野に入れて展開（鉄道会社との連携）
- ◆地域関連事業者、企業と旅行会社との情報交換会（マッチング）の実施

市町村・エリア	テーマ	令和5年度取組予定
北大阪・箕面	自然・歴史文化	みどり・自然(滝)、寺社(瀧安寺、西江寺、勝尾寺) など、歴史・文化を生かしたコンテンツ開発
羽曳野・柏原	スポーツ・自然、食	サイクリング観光のコンテンツ開発とワイン、ぶどう、梅酒といった食資源を合わせたコンテンツ開発
北河内・中河内地域(門真・東大阪・八尾・柏原等)・堺	ものづくり	近隣連携産業観光「ファクトリズム」や、東大阪町工場「こーばへ行こう」などとの連携を通じ、世界に誇るものづくりを活用したコンテンツ開発
堺・羽曳野・藤井寺	世界遺産	百舌鳥古墳群への周遊観光ルートづくりによる誘客促進(キャンペーンを活用した商品開発・プロモーション)、達人ガイドによるツアー商品化、古市古墳群周遊観光ルートづくり、気球体験を含むコンテンツの開発
河内長野・泉佐野	日本遺産	竹内街道、中世文化遺産など、日本遺産登録のブランドを活かした情報発信、誘客促進
泉州	食	食・食文化をテーマとした食のSDGsに関するセミナーの開催・情報発信・モデルコースの造成、和泉市(農泊体験)、阪南市(なにわ黒牛、日本酒、漁業)、大阪産(もん) 食材(水なす、泉州玉葱、海産物) などの情報発信
堺	歴史・文化	茶の湯文化、歴史文化、食文化、和菓子、伝統産業を軸としたコンテンツ開発
岸和田・泉州	歴史文化／食	岸和田城下町(城郭)を活用したコンテンツ開発、特産野菜(彩誉(あやほまれ) 人参収穫ツアー)、だんじり、海産物／漁港を活用したコンテンツ開発
箕面・四条畷	みどり	フォーラムの実施、自然を生かしたSDGsにもつながるコンテンツ開発
大阪・全域	まつり・伝統行事	天神祭、住吉祭、だんじり祭等をはじめとする伝統行事、寺社、城郭等の文化財を活用した特別感のあるコンテンツの開発

大阪市内エリアゾーニング

大阪・関西万博を見据え、来訪者がエリアの魅力を目的に周遊する街に



「大阪＝日本の観光ショーケース」に向けた取組みの推進 広域・府域・市域の取組み③-2

大阪市内エリアゾーニング

船場・中之島エリア

歴史ある間屋街・船場では、高層マンションの建設が進んだことにより夜間人口が増加傾向
高級ホテルの進出もすすみ、今後ますます注目される両エリアの付加価値と満足度向上に取り組む

- 心斎橋・本町・淀屋橋（中之島）エリア
- キーワード
 - ・ハイセンス・ファッション（ブランド街）
 - ・ビューティー、アンチエイジング
 - ・富裕層・みどり（花）
 - ・美術、博物館



鶴橋コリアタウンエリア

ピークの2019年には来訪者200万人を突破！
食文化や韓国化粧品やメイクアップ体験、韓国文化体験など、交流の拠点としての整備をすすめ、日本一のコリア・タウンをめざす

着地型体験ツアー造成 「鶴橋・大阪コリアタウン選べる満喫ツアー」

韓国メイク、チマチョリ体験と韓国ガイド付散策



NHK「ニュースはつと関西」、毎日新聞全国版の特集記事で紹介



5月3日「JEJUマルシェ2022in大阪コリアタウン」オープニングセレモニーへ溝畑理事長が出席。多くの人で賑わった

2023年度の取組み（予定）

ダウンタウンエリア（新今宮・新世界）

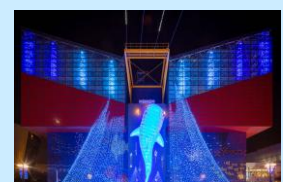
定番の大阪⇄新たな大阪を両方体験



- 大阪市内の中心地・新今宮の新たなランドマーク「OMO7」に宿泊し、食べて遊んで楽しめるエリア

ベイエリア（咲州・築港・舞洲・夢洲）

大阪・関西万博の玄関口となる魅力あるエリア



- インバウンドにも大変人気のアーバンリゾートホテル「ハイアットリージェンシー大阪」に宿泊し、ここにしかない体験ができるエリア

MICE推進活動

1. R4年度の活動報告

大阪にMICE開催のメリットをもたらすため対面開催を復活・加速させることが不可欠。
2025年大阪・関西万博を起爆剤と位置づけ以下の取組みを実施

① 引き続き、「リアルMICE開催の機運醸成」に全力投球（継続）

- ・ 大阪に日本全国のMICE関係者が集うMICE「MICE EXPO in Kansai」を大阪で創出し、大阪が名実ともにMICEの中心地となることをめざす
- ・ 大阪からMICE復活の狼煙をあげる

② 主催者に選ばれるための環境整備とブランディング

- ・ PR強化（ブローシャー・動画などPRツールの刷新、海外発信の強化）
- ・ 安全・安心・清潔とMICEのサステナブル運営の推進（SDGs for MICE 評価制度の推進）
- ・ ユニークベニューの開発（歴史的建造物にこだわらない、特別な空間。大阪登録文化財協会との連携）
- ・ 産業観光など、アフターMICEの開発

③ MICE案件を主催者と「共創する」営業とそのための体制構築

- ・ 万博に関連したMICEの誘致・創出（Team OSAKA MICE発足・活動）
- ・ 主催者への働きかけや官民連携による誘致・創出強化
- ・ 産業活性化や都市ブランド向上に資するMICEの優先誘致・創出

④ IR事業にかかる国の認定を見据えた誘致体制強化策の推進

- ・ IR事業者との連携、開発計画に合わせた誘致活動の実施
- ・ 大阪の機会損失を最小化するために、既存の主要会場との連携・情報共有を行うための基盤構築

2. R5年度の活動方針

上記を継続しながら、大阪府市と連携し新たな戦略に基づきMICE推進

Team OSAKA MICEの活動（2025年万博を契機とした大阪へのMICE誘致合同チーム）

2025年 大阪・関西万博の巨大な経済・社会インパクトを最大限に活用し、2025年万博期間中のMICEを多数誘致・創出することをめざすとともに、2025年万博の機運醸成に貢献するために、大阪におけるMICE誘致の促進を図るために、主要なMICE 施設、ホテル、旅行会社、会議運営会社など、大阪のMICE関連事業者が大阪観光局の元に団結し、オール大阪のMICE誘致体制「Team OSAKA MICE」を発足



参加企業・団体

- ・ 株式会社コングレ
- ・ 株式会社コンベンションリンケージ
- ・ JTBグループ（株式会社JTB および 株式会社JTBコミュニケーションデザイン）
- ・ 日本コンベンションサービス株式会社
- ・ インテックス大阪（一般社団法人 大阪国際経済振興センター）
- ・ グランキューブ大阪（株式会社 大阪国際会議場）
- ・ ホテル ニューオータニ大阪（株式会社ニュー・オータニ）
- ・ リーガロイヤルホテル（株式会社ロイヤルホテル）
- ・ 公益財団法人 大阪観光局（Team OSAKA MICE事務局）



活動内容

- ・ 各社から3名ずつ誘致スタッフが参加し、混成チームを8つ結成。東京、大阪を中心に全国的に営業活動
- ・ 共通の名刺、パンフレットを作成し、オール大阪大勢での営業を実施。参加企業からは「単独で動くよりも、公的な色彩が伝わりやすく、営業アポイントが取りやすい」という前向きな反応多数。
- ・ 各チームごと、約20案件を担当。
- ・ 2022年7月発足会、2022年9月に誘致活動開始、2023年1月中間報告会実施済。2023年3月に最終報告会を開催予定。
- ・ 当面の活動期間は2023年3月末。2023年4月以降も活動を継続する方向性で調整中。

自主財源の強化

- ・「大阪楽遊パス」については、主要ターゲットであるインバウンドの回復が期待されるため海外プロモーションの強化と海外OTA等との連携を強化するとともに、アプリやX R等デジタルを活用し販売の強化を行う。
- ・また、安定した組織運営を図るため、引き続き、オフィシャルパートナーや賛助会員の新規獲得に注力するとともに、新たな手数料や広告収入等の掘り起こしに努めるなど、自主財源の獲得を一層推進する。

自主財源の確保を一層進め、組織の運営効率を上げていく

1 賛助会員

新規会員 44社獲得（657社）

⇒ 2021年度の獲得数（22社）の2倍

2 オフィシャルパートナー

新たなパートナー4社獲得（12社）

⇒ パートナー収入4250万円（2021年度より1450万円増）

3 その他収入（手数料、広告料等）

**大阪観光局ロゴを活用した
ライセンスビジネス開始**

⇒ JAPAN NIGHTアプリ
ナイトタイム専用のエンターテインメント情報プラットフォーム

4 大阪観光局パス事業

■大阪周遊パス

⇒ インバウンド再開後は好調な売れ行き

■大阪楽遊パス

⇒ インバウンド再開後も販売数が伸び悩んでいる



2023年度の取組み（予定）

○更なる自主財源の獲得に向け

1 賛助会員

657→800会員をめざす！

2 オフィシャルパートナー

12社→15社（2025年までに20社）をめざす！

3 その他収入

年間手数料収入1000万円増をめざす！

4 パス事業

・大阪周遊パス

**事業スキームの見直しなど関係者間との調整のうえ
販売をめざす！**

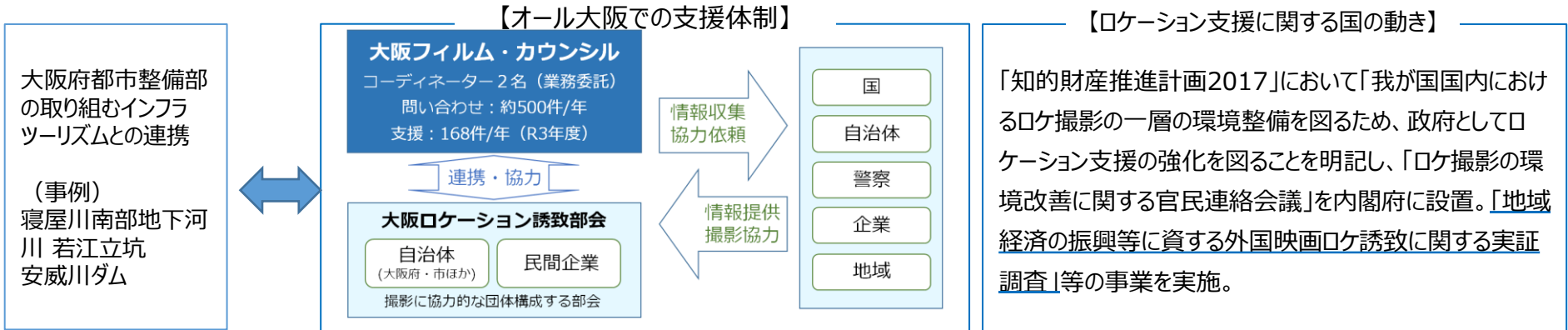
・大阪楽遊パス

アプリやXRを活用した効果的な国内外プロモーションなどにより販売数増をめざす！



その他事業等②
 大阪フィルム・カウンシル（フィルム・ツーリズム推進）

2000年に全国でいち早く設立された大阪のフィルムコミッション（大阪フィルム・カウンシル）は、これまでに国内外の映画やドラマ作品の誘致や支援活動に取り組んできた。また、支援した作品を活用し、フィルム・ツーリズムに繋がるようSNSを活用した情報発信やロケ地マップの作成など、全国の「フィルムコミッション」と比べても先進的な活動を行っている。



【近年の大阪FC支援作品】

作品名	嘘八百 なにわ夢の陣	今際の国のアリス Season 2	ブレット・トレイン おかしな奴、乗ってこええ	罪の声	G.I.ジョー 漆黒のスネークアイズ
公開	2023.1.6	2022.12.22(世界配信)	2022.9.1(世界公開)	2020.10.30	2021.10.22(世界公開)
主な大阪のロケ地	大阪城天守閣、大阪城公園 ミライザ大阪城、読売テレビ JR環状線大阪城公園駅 狭山池博物館、浪切ホール 堺山之口商店街、堺市内 大阪芸術大学 ほか	心斎橋BIGCAT ヤンマースタジアム長居	道頓堀 中之島 通天閣 ほか	大阪市役所 大阪弁護士会館 淀屋橋 道頓堀 新世界	寝屋川南部地下河川 若江立坑 岸和田城、五風荘 京橋駅周辺 大正区尻無川周辺 上方落語協会
備考	大阪を舞台とした映画 出演：中井貴一、佐々木 蔵之介、安田章大ほか 大阪城やミライザをはじめ 大阪府内の多くのロケー ションで撮影が行われた。	NETFLIX全世界配信ドラマ 主演：山崎賢人、土屋太鳳 咲くやこの花館でも撮影さ れたシーズン1は世界70カ 国でTOP10入りするなど各 国で大きな注目を集めた。	世界配給のハリウッド映画 主演：ブラッド・ピット コロナ過で出演者は来日で きなかったが、道頓堀川な どを中心に合成用の風景 の撮影が行われた。	内閣府「地域経済の振興等に資する海外映画ロケ誘致に関する 実証調査」事業対象作品。調査結果。 大阪への 経済波及効果 ・直接効果 393百万円 ・第一次間接波及効果 1,179百万円	米国作品 総製作費 102億円 ／日本国内製作費 20億円

映画	13 作品（うち海外作品 2 作品）
T V	6 0 作品（うち海外作品 3 作品）
C M	1 4 作品
ビデオ	3 9 作品
スクール	1 1 作品
合計	1 3 7 作品

【今後のプロモーション展開】

【国内】
 Withコロナ、Afterコロナにおける、個人（少人数）でロケ地巡りを行うフィルム・ツーリズムのマイクロツーリズムとしての親和性、有効性のPR

【海外】
 インバウンド誘客に有効なコンテンツであるアニメーション作品、外国制作作品の活用

観光事業者支援の取組み

1. おおさか観光消費喚起事業「大阪いらっしやいキャンペーン2022」

大阪府内の観光需要喚起のため、大阪府内を旅行する際に、旅行代金や宿泊サービスに対して割引及び土産物屋や観光関連施設等で使用可能なクーポン券を配布する事業



《ブロック割》

- 実施期間：2022年6月1日～7月14日、9月12日～10月10日
- 対象者：近畿2府4県に在住の方
- 補助額：①宿泊（2連泊まで）・日帰りプラン50%割引
※上限5,000円/人泊
②地域クーポン 最大2,000円(人泊)

《全国旅行支援》

- 実施期間：2022年10月11日～12月27日
- 対象者：日本国内居住者
- 補助額：①宿泊（7連泊まで）・日帰りプラン40%割引
※一人当たり上限：
交通付き8,000円/泊、その他5,000円/泊
②地域クーポン 平日3,000円・休日1,000円
- 実施期間：2023年 1月10日～3月30日
- 対象者：日本国内居住者
- 補助額：①宿泊（7連泊まで）・日帰りプラン 20%割引
※一人当たり上限：
交通付き5,000円/泊、その他3,000円/泊
②地域クーポン 平日2,000円・休日1,000円



いらっしやいキャンペーンとの連動キャンペーン及びプロモーション

《兵庫・大阪連携 観光共同プロモーション》

秋からの観光需要回復のタイミングに合わせ、兵庫・大阪を一体の「広域観光エリア」として首都圏を中心にPRし、兵庫・大阪エリアへの来訪者の増加と相互周遊の拡大を図った。

- 実施期間：2022年10月31日～11月14日
- 実施媒体：デジタルサイネージ・鉄道車内中吊り広告



《大阪来てな！キャンペーン 地域クーポン上乗せ》

- 実施期間：2023年 1月25日～2月28日
- 上乗せ額：平日3,000円、休日2,000円



2. ゴールドステッカー飲食店応援事業（事業終了）

農水省主催するGo to Eat大阪キャンペーン・プレミアム食事券事業を
ゴールドステッカー飲食店応援事業に名称を変更し事業を再開。
再開に合わせ大阪府独自の給付金の上乗せを行いプレミアム食事券の販売。
コロナ過で傷んだ大阪の飲食事業への経済波及を図った。



- プレミアム食事券（13,000円分）を10,000円で購入可能 ※プレミアム率30%
- 発行予定部数：約188万冊
- 発行実績：103万冊
- 実施期間：2022年10月12日～12月31日

（参考）GoToEat大阪キャンペーン・プレミアム食事券販売実績

- 発行予定総数 260万冊
- 2020年度 72万冊
- 2022年度 103万冊
- 販売数合計175万冊



3. 来年度以降の取組み方針

今年度事業によって得られたリソース

府内飲食店事業者のデータ
宿泊事業者のデータ
クーポン利用実績

など

来年度以降も利活用

多くの事業者との関係性を継続
するために新たな取組みを検討

継続的な経済効果の創出

1及び2をはじめこれまで実施されてきた観光関連事業者
支援事業のレガシーを継承するため、関係者と連携しな
がら大阪観光局が独自で支援事業を実施



	単位	2020年 実績値	2021年 実績値	2022年 目標値	2022年 実績値	目標達成率 (2022実績／ 2022目標)	2023年 目標値(案)
来阪外国人旅行者数 JNTO訪日外客数推計（クルーズ含む） ×2019年都道府県別訪問率 （観光庁「訪日外国人消費動向調査」）より ※実績値は推計値（調査中止のため）	万人	159	9	350	150	30%	1300
来阪延べ宿泊者数 観光庁「宿泊旅行統計調査」より ※2022年実績値は推計値	万人	1,972	1,812	3,500	2,942	84%	5000
うち 来阪外国人延べ宿泊者数 観光庁「宿泊旅行統計調査」より ※2022年実績値は推計値	万人	322	33	550	207	38%	1890
うち 日本人延べ宿泊者数 観光庁「宿泊旅行統計調査」より ※2022年実績値は推計値	万人	1,649	1,780	2,950	2,765	94%	3110
国際会議・展示会誘致件数 JNTO[国際会議統計]より ※2022年実績値未発表	件	23 ※大阪観光局が関与した 誘致件数データなし	0 (15※) ※大阪観光局が関与した 国際会議・展示会誘致件数	15※ ※大阪観光局が関与する 国際会議・展示会誘致目標	15※ ※大阪観光局が関与した 国際会議・展示会誘致件数	100%	20
うち 中大型会議 （総参加者数300人以上うち外国人50人以上の会議）	件	2	0	—	—	—	
外国人旅行者の観光収入 来阪外国人旅行者数×消費単価 （大阪観光局「外国人動向調査」）より ※実績値は推計値（調査中止のため）	億円	2,024	115	4,455	1,349	30%	16500