

国際観光文化都市・大阪をめざして

2025年1月31日

公益財団法人 大阪観光局

世界が憧れる「住んで良し」「働いて良し」「学んで良し」「訪れて良し」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、伝統・伝承

- 1500年の歴史・文化を礎に、未来に継承する都市
- 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
- 人々を惹き寄せるイベントが盛り沢山のエンターテインメント都市
- 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
- 朝から晩まで一日中楽しめる24時間観光都市

② 健康

- 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
- 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む都市

③ 夢・挑戦

- 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
- スタートアップをバックアップし、再チャレンジを受け入れる都市
- 多様化・高度化する産業構造に対応し、大きな経済効果を上げる都市

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

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 (2017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」**

日本の新しい「玄関」大阪から全国の魅力を発信し、送客。

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都市に。

インバウンド観光客数及び観光消費額の推移

(2024年、2025年及び2030年の観光消費額は大阪観光局目標値)

2014年から2024年までの**10年間**で…

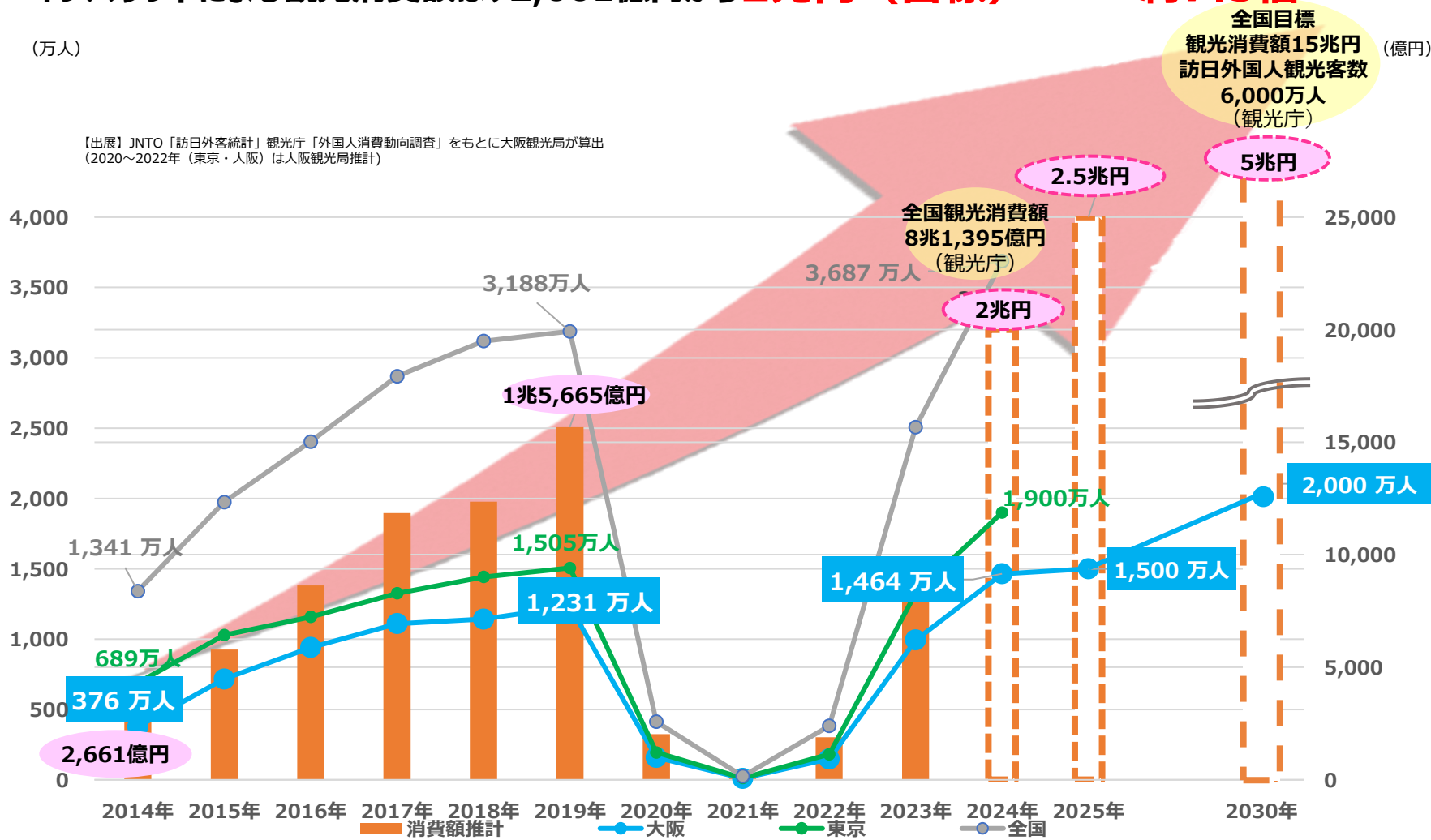
訪日外客数は 376万人から**1,464万人**へ ⇒ **約3.9倍**

【参考】東京 約2.8倍 全国 約2.7倍

インバウンドによる観光消費額は、2,661億円から**2兆円（目標）**へ ⇒ **約7.5倍**

(万人)

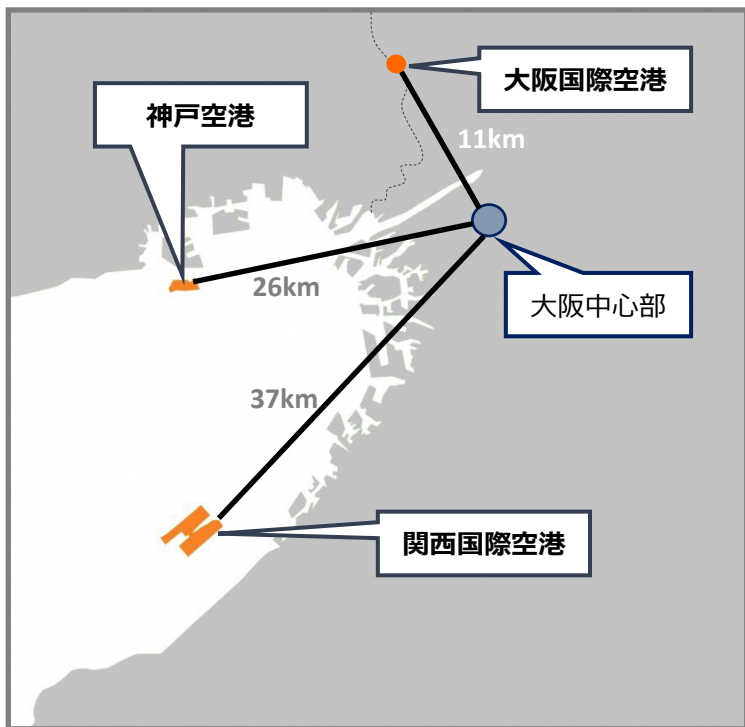
【出展】JNTO「訪日外客統計」観光庁「外国人消費動向調査」をもとに大阪観光局が算出
(2020～2022年（東京・大阪）は大阪観光局推計)



【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	2023年	2024年	2025年	2026年以降	2030年以降
フェーズ	HOPSTEP!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				
大規模イベント等	万博の機運醸成				
	●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開業を見据え総仕上げ を行う		アジアNo.1の 国際観光文化都市 の実現へ
インフラ関係	 未来モノづくり 国際EXPO 2023 	IGLTA世界総会 大阪大会 Japan MICE EXPO 2024 RED U-35 大阪プレDC 大阪来てな キャンペーン 第19回食育推進 全国大会	 大阪DC 	 Connections Luxury Asia&Pacific (2026～2028年想定) 大阪アフターDC (2026年)  (2027年) 第35回日本医学会 総会(2027年想定)	ISPO (IR開業時想定)
	北大阪急行 延伸開通	うめきた2期 まちびらき 中之島未来医療 国際拠点オープン 夢洲新駅開業	大阪公立大学 森之宮キャンパス 開設 神戸空港：国際チャーター便就航 関西空港：新規ルート運航開始 淀屋橋地区 再開発	富裕層受入環境の 整備(想定) 例) スーパーヨット等 淀川左岸線 2期 一般供用開始 (2027年)	大阪城東部地区開発 (2028年以降) IR 施設開業 (2030年秋頃) 新大阪駅再開発 (2030年) なにわ筋線 開通 (2031年)
来阪外国人 (単位：万人) ※観光局想定	1,300 【参考】2023年実績 986万人	1,400 【参考】2024年実績 1,464万人	1,500(万博での飛躍)	→	2,000 5 【参考】2030年 6,000万人(全国) 観光庁

3空港の概要



アジアの主要空港の容量拡大

●インチョン空港（韓国）

- ・2024年第4滑走路と第2旅客ターミナルビル拡張が完了
- ・受入キャパシティは、**約10,600万人**

●チャンギ空港（シンガポール）

- ・2030年中旬 第5旅客ターミナルビル完成予定
- ・受入キャパシティは、**約13,500万人**

■2019年 航空旅客数（アジア地域）

世界順位	2位	5位	8位	11位	13位	14位	17位	18位	19位	21位	24位	25位	26位	50位	69位	—	—
空港名 (都市名)	北京	羽田	上海	広州	香港	仁川	德里	シンガ ポール	バンコク	クラム プール	成都	ジャカル タ	深圳	成田	関西	伊丹	神戸
利用者数	10,001	8,551	7,615	7,339	7,142	7,120	6,849	6,828	6,542	6,234	5,586	5,450	5,293	4,429	3,191	1,650	336

羽田・成田 計 12,980万人

関西・伊丹・神戸 計 5,177万人

※単位：万人 「ACI Annual World Airport Traffic Report」（国際空港評議会）資料より 6

	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)	関西エアポート神戸(株)
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
2019年 総旅客数	3,191万人 国際 2,493万人 国内 698万人	1,650万人	336万人
運用時間	24時間	7:00～21:00	7:00～23:00
年間発着枠	23万回	13.5万回（370回/日）	2.9万回(80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
今後の方向性 (第12～14回「関西3 空港懇談会にて取りまと め」)	・2030年代前半を目途に、 年間発着回数30万回の 実現を目指す ・1時間あたりの航空機処理 能力を、2025年までに概 ね60回への引き上げを目 指す ・淡路島上空新規ルート (2025年3月から)	—	・新たな国内線ターミナル運 用開始時を目途に、国内 線は最大発着回数を120 回/日に拡大する ・2030年前後を目途に、最 大40回/日の国際定期便 の運用を目指す ・国際チャーター便は2025 年万博時から運用可能に ・淡路島上空新規ルート (2025年3月から)



関西国際空港
年間発着回数30万回
(2030年代前半予想)

神戸空港国際化
(2030年前後予想)

出典：神戸市ホームページ

大阪IR
(2030年以降)

大阪IR
(2030年以降)

大阪・関西万博
(2025年)

出典：2025年日本国際博覧会協会

ユニバーサル・スタジオ・ジャパン
「スーパー・ニンテンドー・ワールド」
エリア拡張
(2024年12月11日)

天保山客船ターミナル
(2024年5月～)

出典：大阪市ホームページ

スーパーヨット等誘致

画像提供：©SYLジャパン株式会社

Premium Jewelry Dome Osaka
(仮称・2025年3月開業予定)



夢洲第2期 開発
(万博跡地)

グリーン
テラスゾーン

第1期区域

夢洲駅

物流ゾーン

第2期区域

第3期区域

画像提供：大阪都市計画局

画像提供：大阪都市計画局

2025年は、大阪・関西万博での成功を礎に未来に向けて大きくステップを踏む1年に

大阪観光局キャッチコピー「Downtown of Japan」

2025年のテーマ「Dream NEXT 100」

多様な人材

スタートアップの育成

投資を呼び込む

新たな魅力の発見



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」「社会課題対策」「災害・緊急時対応」「人手不足対応」

受入環境整備
規制緩和

ラグジュアリー
ホテル誘致支援

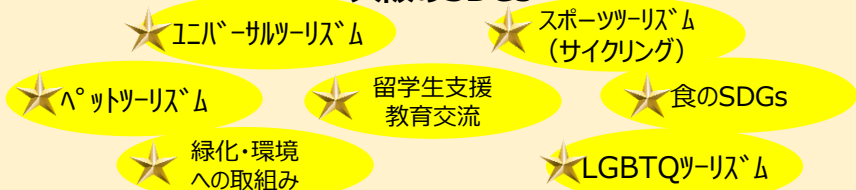
ラグジュアリー対策

コンシェルジュ育成

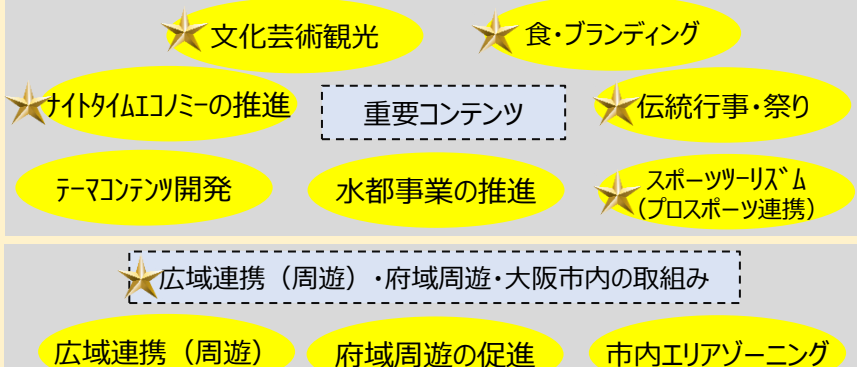
富裕層向けサービスの提供

★ = 重点的に取り組む事業

大阪のSDGs



日本の観光ショーケース



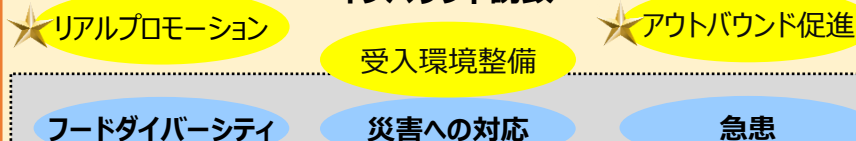
観光DX・マーケティングリサーチ



国内プロモーション

旅行博・商談会
大阪DC

インバウンド誘致



社会課題対策

混雑回避
旅のお困りごと対応
分散

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

大阪楽遊パス(Eチケット)
ライセンス・広告
賛助会員
オフィシャルパートナー

観光関連事業者支援

飲食事業者応援事業

2025年 大きな節目を迎える大阪

■ 世界では・・・

グローバルな協力体制が弱体化し、米中のブロック化が進むなど、「**分断・対立**」状態

2000年代、途上国の経済成長率が逡減したことによる富裕国と貧困国の「**格差拡大**」

平和産業である観光によって、「**協調**」、「**DE&I (Diversity, Equity, Inclusion)**」を推進し、「観光で平和を希求」することが提唱されている

■ 2025年は・・・大阪の成長にとって極めて重要な節目となる1年

市民のシビックプライドが横溢した“大大阪”時代から100年
激動の時代であった昭和から100年
多くの悲劇を生んだ第2次世界大戦の終結から80年
阪神・淡路大震災から30年

そして...

大阪・関西万博の開催年

大阪・関西万博を起爆剤として、大阪が世界有数の国際観光文化都市に成長すべく、SDGsの達成に向けた「**質の高い成長**」、「**持続可能な成長**」を進め、大阪が未来にわたって発展するための礎となる1年に

(参考) シンクタンク等による大阪のポジション分析

世界で最も住みやすい都市ランキング 2024 ※英誌「エコノミスト」	世界の都市総合力ランキング 2024 ※森記念財団 都市戦略研究所	世界の観光都市ランキング 2024 ※英調査会社ユーロモニターインターナショナル	2025年に行くべき52カ所 ※米誌「ニューヨーク・タイムズ」																																																																																																				
・安定性、医療、インフラにおいて高評価である一方、文化・環境分野の評価が低い (対象は世界173都市)	・大阪は総合では35位で、居住分野は7位、研究・開発分野は18位と高評価だが、経済分野は38位、環境分野39位と評価が低い (対象は世界48都市)	・経済・ビジネスの実績、観光実績、観光政策と魅力度、観光インフラ、衛生・安全、持続可能性の観点から観光都市としての魅力を総合評価 (対象は世界100都市)	・「グラングリーン大阪」プロジェクトやLGBTQ+への取組みなどを通じ、「日本で最も先進的な都市」と評価。大阪・関西万博も話題に																																																																																																				
<table><tr><th>順位</th><th>都 市</th></tr><tr><td>1 位</td><td>ウィーン</td></tr><tr><td>2 位</td><td>コペンハーゲン</td></tr><tr><td>3 位</td><td>チューリッヒ</td></tr><tr><td>4 位</td><td>メルボルン</td></tr><tr><td>5 位</td><td>カルガリー</td></tr><tr><td>5 位</td><td>ジュネーブ</td></tr><tr><td>7 位</td><td>バンクーバー</td></tr><tr><td>7 位</td><td>シドニー</td></tr><tr><td>9 位</td><td>大阪</td></tr><tr><td>9 位</td><td>オークランド</td></tr></table>	順位	都 市	1 位	ウィーン	2 位	コペンハーゲン	3 位	チューリッヒ	4 位	メルボルン	5 位	カルガリー	5 位	ジュネーブ	7 位	バンクーバー	7 位	シドニー	9 位	大阪	9 位	オークランド	<table><tr><th>順位</th><th>都 市</th></tr><tr><td>1 位</td><td>ロンドン</td></tr><tr><td>2 位</td><td>ニューヨーク</td></tr><tr><td>3 位</td><td>東京</td></tr><tr><td>4 位</td><td>パリ</td></tr><tr><td>5 位</td><td>シンガポール</td></tr><tr><td>6 位</td><td>ソウル</td></tr><tr><td>7 位</td><td>アムステルダム</td></tr><tr><td>8 位</td><td>ドバイ</td></tr><tr><td>9 位</td><td>ベルリン</td></tr><tr><td>10位</td><td>マドリード</td></tr><tr><td>⋮</td><td>⋮</td></tr><tr><td>35位</td><td>大阪</td></tr></table>	順位	都 市	1 位	ロンドン	2 位	ニューヨーク	3 位	東京	4 位	パリ	5 位	シンガポール	6 位	ソウル	7 位	アムステルダム	8 位	ドバイ	9 位	ベルリン	10位	マドリード	⋮	⋮	35位	大阪	<table><tr><th>順位</th><th>都 市</th></tr><tr><td>1 位</td><td>パリ (フランス)</td></tr><tr><td>2 位</td><td>マドリード (スペイン)</td></tr><tr><td>3 位</td><td>東京</td></tr><tr><td>4 位</td><td>ローマ (イタリア)</td></tr><tr><td>5 位</td><td>ミラノ (イタリア)</td></tr><tr><td>6 位</td><td>ニューヨーク (アメリカ)</td></tr><tr><td>7 位</td><td>アムステルダム (オランダ)</td></tr><tr><td>8 位</td><td>シドニー (オーストラリア)</td></tr><tr><td>9 位</td><td>シンガポール</td></tr><tr><td>10位</td><td>バルセロナ (スペイン)</td></tr><tr><td>⋮</td><td>⋮</td></tr><tr><td>16位</td><td>大阪</td></tr></table>	順位	都 市	1 位	パリ (フランス)	2 位	マドリード (スペイン)	3 位	東京	4 位	ローマ (イタリア)	5 位	ミラノ (イタリア)	6 位	ニューヨーク (アメリカ)	7 位	アムステルダム (オランダ)	8 位	シドニー (オーストラリア)	9 位	シンガポール	10位	バルセロナ (スペイン)	⋮	⋮	16位	大阪	<table><tr><th>No.</th><th>場 所</th></tr><tr><td>1</td><td>ジェーン・オースティン (イングランド)</td></tr><tr><td>2</td><td>ガラパゴス諸島 (エクアドル)</td></tr><tr><td>3</td><td>ニューヨーク市の美術館</td></tr><tr><td>4</td><td>アッサム州 (インド)</td></tr><tr><td>5</td><td>ホワイートルータス (タイ)</td></tr><tr><td>6</td><td>グリーンランド</td></tr><tr><td>7</td><td>エクサンプロヴァンス (フランス)</td></tr><tr><td>8</td><td>アイダホ州サンバレー</td></tr><tr><td>9</td><td>ルンビニ (ネパール)</td></tr><tr><td>10</td><td>シドニー (オーストラリア)</td></tr><tr><td>30</td><td>富山県</td></tr><tr><td>38</td><td>大阪市</td></tr></table>	No.	場 所	1	ジェーン・オースティン (イングランド)	2	ガラパゴス諸島 (エクアドル)	3	ニューヨーク市の美術館	4	アッサム州 (インド)	5	ホワイートルータス (タイ)	6	グリーンランド	7	エクサンプロヴァンス (フランス)	8	アイダホ州サンバレー	9	ルンビニ (ネパール)	10	シドニー (オーストラリア)	30	富山県	38	大阪市
順位	都 市																																																																																																						
1 位	ウィーン																																																																																																						
2 位	コペンハーゲン																																																																																																						
3 位	チューリッヒ																																																																																																						
4 位	メルボルン																																																																																																						
5 位	カルガリー																																																																																																						
5 位	ジュネーブ																																																																																																						
7 位	バンクーバー																																																																																																						
7 位	シドニー																																																																																																						
9 位	大阪																																																																																																						
9 位	オークランド																																																																																																						
順位	都 市																																																																																																						
1 位	ロンドン																																																																																																						
2 位	ニューヨーク																																																																																																						
3 位	東京																																																																																																						
4 位	パリ																																																																																																						
5 位	シンガポール																																																																																																						
6 位	ソウル																																																																																																						
7 位	アムステルダム																																																																																																						
8 位	ドバイ																																																																																																						
9 位	ベルリン																																																																																																						
10位	マドリード																																																																																																						
⋮	⋮																																																																																																						
35位	大阪																																																																																																						
順位	都 市																																																																																																						
1 位	パリ (フランス)																																																																																																						
2 位	マドリード (スペイン)																																																																																																						
3 位	東京																																																																																																						
4 位	ローマ (イタリア)																																																																																																						
5 位	ミラノ (イタリア)																																																																																																						
6 位	ニューヨーク (アメリカ)																																																																																																						
7 位	アムステルダム (オランダ)																																																																																																						
8 位	シドニー (オーストラリア)																																																																																																						
9 位	シンガポール																																																																																																						
10位	バルセロナ (スペイン)																																																																																																						
⋮	⋮																																																																																																						
16位	大阪																																																																																																						
No.	場 所																																																																																																						
1	ジェーン・オースティン (イングランド)																																																																																																						
2	ガラパゴス諸島 (エクアドル)																																																																																																						
3	ニューヨーク市の美術館																																																																																																						
4	アッサム州 (インド)																																																																																																						
5	ホワイートルータス (タイ)																																																																																																						
6	グリーンランド																																																																																																						
7	エクサンプロヴァンス (フランス)																																																																																																						
8	アイダホ州サンバレー																																																																																																						
9	ルンビニ (ネパール)																																																																																																						
10	シドニー (オーストラリア)																																																																																																						
30	富山県																																																																																																						
38	大阪市																																																																																																						

大阪は観光都市としての評価は高まってきている一方で、

大阪は観光都市としての評価は高まってきている一方で、「経済」、「環境」分野における評価が低い

スタートアップ支援、都市緑化を含む環境への取組みを強化することが、都市の魅力を向上させ、“住んで良し”の都市としての認知につながる

- **大阪・関西万博を成功させ、大阪の未来につなげる**
 - ・大阪・関西万博の成功に寄与する取組みの推進
 - ・多くの来阪観光客にとって安全・安心、且つ快適な旅行が楽しめる環境の整備
- **2030年「国際観光文化都市・大阪」の実現に向けた取組みの推進**
 - ・世界有数の観光都市にふさわしい環境整備
 - ・富裕層の誘客促進
 - ・関西のハブ都市としての機能構築
- **大阪観光局DMPの活用による府域周遊の推進**
 - ・データに基づいた府域の魅力創造・発信
 - ・大阪の強みを活かしたインバウンドの誘客と国内プロモーション
- **国内外プロモーションの積極的な展開**
 - ・万博を契機とした効果的・効率的なプロモーションの推進
- **戦略的なMICE誘致**
 - ・大阪MICE誘致戦略の目標達成に向けた取組みの推進

大阪・関西万博を成功させ、大阪の未来につなげる

大阪・関西万博の成功に寄与する取組みの推進



万博会場

大阪・関西の魅力発信

- ・大阪の食文化の魅力発信



提供：(公社)大阪パビリオン

「観光ショーケース」事業

- ・日本全国の魅力発信事業

- ・相撲EXPO
相撲の伝統・文化の情報
発信、体験



SDGs関連事業

- ・「日本の自然のショーケース（仮）」
みどりをテーマにしたシンポジウム実施

- ・1万人の第九 EXPO2025
日本各地と連携したオープニングイ
ベントの機運醸成

- ・留学生による日本語プレゼンテーション

その他事業

- ・万博公式参加者への宿泊施設紹介

万博会場外

大阪・関西の魅力発信

- ・大阪デスティネーションキャンペーン

大阪の食関連事業 くも、万博。

- ・くうぞ、万博プロジェクトの推進

水都・ベイエリア関連事業

- ・スーパーヨット等受入環境整備
- ・中之島GATEサウスピアのPR

ナイトタイムエコノミー事業

- ・御堂筋イルミネーションと連動
した賑わいづくりに向けた調整

Osaka Free Wi-Fi事業

- ・OpenRoaming整備



社会課題対応

- ・手ぶら観光の促進支援
- ・高機能デジタルマップの制作

日本全国

大阪・関西の魅力発信

「観光ショーケース」事業



- ・温泉、健康・美・長寿、忍者、
相撲、サイクリングなどのテーマ
に沿った大阪から全国への周遊
促進

海外

大阪・関西の魅力発信

- ・海外での商談会・セールスコールで
情報発信（10カ国以上を予定）
- ・万博参加国へのPR

海外プロモーション事業



- ・東・東南アジア、欧米豪、中東
をはじめとする主要な市場に
おける万博PR



出典：2025年日本国際博覧会協会



会場だけでなく、会場以外の場所でも万博を盛り上げる！

大阪・関西万博を成功させ、大阪の未来につなげる

多くの来阪観光客にとって安全・安心、且つ快適な旅行が楽しめる環境の整備

安全・安心に 旅行ができる環境整備

災害時の対応

- 観光案内所、観光局SNS・Webサイトでの情報発信
- 大阪府市と連携した観光客対応
- 観光事業者向け「災害時初動対応マニュアル」の更新



急患時の対応

相談時における観光案内所や大阪コールセンターでの1次対応

→大阪メディカルネットの紹介（大阪府健康医療部）

安全・安心な観光地としての取り組み

商店街や飲食店からの情報収集、大阪府警察への情報提供、安全・安心な観光地維持のための意見交換

快適に

旅行ができる環境整備

ゴミ問題

「ポイ捨てごみ」の削減対策としてのスマートごみ箱の設置（道頓堀商店街会 ほか）

高機能マップ

トイレやバリアフリー情報が一元化された高機能なマップの検討・作成（大阪府・大阪観光局 ほか）

大型荷物問題

スマートコインロッカーや大型荷物用ロッカーの配備（西日本旅客鉄道㈱・大阪メトロ ほか）

手ぶら観光

空港でのホテル事前チェックインと手荷物配送サービス（日本電気㈱ ほか）



混雑の分散

時間の分散

ナイトタイムエコノミー（※）の推進

※ナイトタイムエコノミーの定義（観光庁）
⇒ 18時から翌日朝6時までの活動

- 観光客へのニーズ調査
- 人材不足、働き方の多様性など受入環境の状況把握
- ステーキホルダーを巻き込んだ推進体制の構築
- 大阪DCで造成した自然・文化・飲食にまつわるコンテンツのナイト利用を可能にするための事業者への働きかけ



早朝観光の魅力発信

- 早朝に楽しむことができるショッピング、アクティビティ等の情報発信



定点カメラによる混雑状況の可視化

- スムーズで快適な観光の提案
- 各施設の混雑予測情報の提供に向けた検討

エリアの分散

大阪市内・堺エリアゾーニング事業

各エリアの特性に応じた魅力の磨き上げによる混雑外エリアへの誘客



大阪市・北加賀屋エリア



堺・大仙公園エリア

府内市町村コンサル事業

知られざる大阪の魅力を活用した体験プログラムによる誘客



二次交通の利用促進

アクセスの向上による府域周遊促進

関西2府4県での連携

大阪と各地の魅力あるコンテンツを結んだ周遊促進

観光ショーケース事業

大阪を起点に、魅力的なテーマに沿った府外への送客によるゲートウェイ都市機能の構築



・住民、観光客、観光事業者にとって快適な環境の整備

・観光需要の分散によるオーバーツーリズム回避

大阪・関西万博を成功させ、大阪の未来につなげる

多くの来阪観光客にとって安全・安心、且つ快適な旅行が楽しめる環境の整備

大阪観光アプリ



観光情報や旅行中の
便利機能を集約



観光施設・体験の
予約・決済までを
シームレスに

2024年実績
16万DL

※2024年12月現在
(目標DL数15万)

2025年
目標DL数
25万DL

課題

■ アクティブユーザー（AU）が少ない

- ・アクティブユーザー（アプリを実際に利用する人）数 約2,600人/日
- ・来阪インバウンド観光客（約40,000人/日）における利用率約7%

■ 販売チャネルとしての機能が不十分

- ・2024年度12月現在の販売実績500万円

今後の対応

快適・便利・安心機能の充実

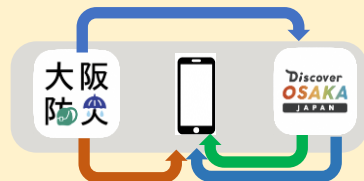
快適・便利機能の追加

顔認証決済・手ぶら観光お土産ECサービス・相乗りタクシーサービスを追加（2024年秋完了）

大阪防災アプリサーバからの通知

「大阪防災アプリ」 との連携

現在地のピンポイントな
災害情報が受信でき、
より安心して観光を
楽しむことが可能
(2025年連携開始)



(ダウンロード後)

・大阪の詳細な防災情報
(防災マップ・一時滞在施設
マップなど)

・気象庁からの情報
(既存機能)
・大阪防災アプリの
通知情報（概要）
・大阪防災アプリの
ダウンロードリンク

アプリの利用促進

利便性の向上

お得なクーポン発行

寄付も可能な飲食店で
利用できるデジタルクーポンの
発行



タイムリーなプッシュ通知

・観光客に鮮度の高い観光
情報をタイムリーに通知
・地域の事業者と連携した
お得な情報を発信

消費・周遊促進

販売コンテンツの充実

魅力的な体験プログラム

大阪府域の知られざる魅
力を掘り下げた体験プロ
グラムやアプリ限定の商品を充実

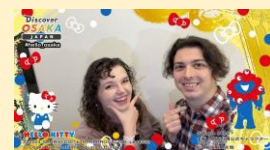


販売チャネルとしての
魅力の強化

プロモーション強化

万博を活用したプロ モーション

・万博会場でのプロモ
ーション
・大阪・関西万博公式
キャラクターのミャクミャク
を活用したXR体験によ
るダウンロード促進



ダウンロード促進

大阪・関西万博を成功させ、大阪の未来につなげる

多くの来阪観光客にとって安全・安心、且つ快適な旅行が楽しめる環境の整備

利用者のニーズに合った快適な案内を提供

三位一体の観光コンシェルジュ機能構築



観光案内所

マイクロツーリズムの発信・提案 情報収集機能

対面でしかなし得ない、より細かい、
ローカライズされた情報の収集・提供

コールセンター

コンシェルジュによる正確な案内

8言語以上での案内による
高品質なおもてなし



AIチャットボット

場所と時間を問わない 即時的な案内

20言語以上でのより高精度な
情報提供

多言語での情報発信・有人チャット相談受付

案内品質を落とすことなく効率的に運営



2024年（1～12月）実績

- 観光案内所来所者数
国内：187,062人
海外：459,252人
- コールセンター
利用件数 7,158
（日本語93%・多言語7%）
- AIチャットボット
利用件数 13,912
（日本語60%・多言語40%）



インターネット環境整備

「Osaka Free Wi-Fi Open Roaming」

Osaka Free Wi-Fiが安全でシームレスな認証基盤Open Roamingに対応

- ・大阪・関西万博で導入。関西国際空港と新大阪駅から万博会場をつなぐ主要動線上の鉄道駅等へ整備
- ・一度の設定で国内外で自動接続可能
- ・既存のOsaka Free Wi-Fiを順次切替え
- ・観光用Wi-Fiとしてだけでなく、災害用Wi-Fiとしても活用可能



大阪・関西万博を成功させ、大阪の未来につなげる

多くの来阪観光客にとって安全・安心、且つ快適な旅行が楽しめる環境の整備

LGBTQツーリズム

■ IGLTA世界総会2024大阪 実績と開催による効果

【参加人数】 51カ国 575名

【経済効果】 大阪約3.2億円
全国約 5億円

【その他効果】

(観光庁) MICE簡易測定ツールによる推計値

■ NYタイムズが評価

IGLTA世界総会2024の開催を踏まえ、「日本で最も進歩的な都市」と評価

■ フレンドリーパッケージ

申込件数増
総会誘致前比340%

■ 宿泊申込人数増

対前年度比357%
※LGBTQ向け旅行会社へのヒアリング



©Ghost Edits

IGLTA世界総会のレガシーを継承し、大阪が国内をリードする



フレンドリーな
宿泊施設
予約機能開発

2030年までに構築

新たな協議会による
国内の機運醸成

継続実施

IGLTA総会2025
(パームスプリングス)
開催への協力

継続連携

ユニバーサルツーリズム

・令和6年4月 改正障害者差別解消法の一部改正
⇒「合理的配慮」が義務化

・令和7年6月 国交省バリアフリー基準の見直し
⇒トイレ、駐車場及び劇場等の客席の設置数の拡充



より障がい者が
旅行しやすい環境に

■ ユニバーサルツーリズムの推進における課題

- ・施設等のバリアフリー対応は進んできたものの、障がい者の旅行を手配できる事業者が不在
- ・採算性が極めて悪い事業であるため、民間事業者の参入が困難
⇒ 行政による事業者の育成が不可欠

大阪版UTプラットフォームの構築の推進

- ・民間と連携し、さまざまな障がいを持つ方による大阪を目的地とした旅行を促すためのプラットフォーム案を作成・構築を推進
- ・ユニバーサルツーリズム先進都市である兵庫・神戸の事例研究

フードダイバーシティ

■ 推計訪日ベジタリアン等旅行者総数

2023年全訪日旅行者(約2,506万人)に占める訪日ベジタリアン等(約128万人)の構成比率は約5.1%

※出展：観光庁「ベジタリアン・ヴィーガン／ムスリム旅行者おもてなしガイド資料編」

大阪の多様な食の魅力を広く世界に発信

- ・世界的なベジタリアン・ヴィーガン向けサイトと連携した情報発信の拡充
- ・関西の食文化に精通したメディアと連携した大阪の食の多様性の魅力発信



SDGsの推進

ペットツーリズム

■ 国内のペット市場規模の推移

	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
市場規模(億円)	15,705	16,842	17,188	17,825	18,629
前年度比(%)	101.7	107.2	102.1	103.7	104.5

※出典：矢野経済研究所調べ(2023年は見込値)

ペットフレンドリーな都市であることを発信し、観光需要を喚起

ペットフレンドリー施設・スポットの拡大と情報発信

- ・OSAKA-INFO内のペット情報サイトの拡充
- ・認知拡大のプロモーション(プロスポーツ・エンタメ事業者との連携)など



世界有数の観光都市にふさわしい環境整備

大阪の都市緑化

大阪府域の森・里山の保全、公園などみどりのアクティビティスポットの利用を促進するとともに、都市魅力向上のため緑化を推進し、都市と自然環境との調和を目指す

- ・万博会場でレガシーを引き継ぐみどりをテーマとしたシンポジウムを開催
- ・御堂筋100周年ターゲットイヤー（2037年）に向け地域、大阪府市、道路管理団体、国と連携したみどりの空間創出の機運醸成
- ・事例調査、課題抽出、意見集約、緑化による都市魅力向上につながる提案



参考事例：東京・大手町の緑化

水都・大阪、ベイエリア活性化に向けた取り組み

大阪・関西万博のインパクトをベイエリア及び「水の回廊」へと波及させるため、関係者と連携し「水都・大阪」としての魅力を高める

- ・「中之島GATEサウスピア」開業予定（2025年4月）海船と川舟の乗換ターミナルとにぎわい施設を水都・大阪の新たなスポットとしてPR
- ・スーパーヨット誘致
受入環境整備に向けた提案・協議・検討
- ・大阪を起点とした瀬戸内を周遊するクルーズ船の誘致
民間・行政と連携した誘致に向けた調整



資料提供:bid株式会社



イノベティブな
新事業創出

高度人材の
育成

地域社会
貢献

SDG s
貢献

都市格の 向上

雇用
創出

地域経済
活性

都市魅力の
向上

国際競争力の
向上

ダイバーシティ

高度人材を輩出する「グローバル人材のハブ大阪」の実現

**訪日教育
旅行誘致**
将来の旅行者・留学生としてもインバウンド促進効果が期待される

留学生の受入環境向上
・留学生アンバサダーネットワーク（OGSAN）の運営
・留学生交流イベントの実施
留学生の定着化支援
就職支援イベントの実施
学校機関との連携
留学生獲得のため受入後の質向上や定着支援で連携

世界で活躍できる
**高度人材育成
への貢献**



大阪府内における留学生による経済波及効果につなげる
（現在の波及効果は約450億円）

ナイトタイムエコノミー

アジアNo.1のナイト観光都市へ

2025年	2026～2029年	2030年
・万博時のナイト活性化に向けた情報発信 ・市場調査	・方向性の決定、実行 ・推進体制構築、推進	IR開業 
・ナイトタイムにおける動向、意識調査 ・御堂筋イルミネーションを活用したにぎわい創出 ・地域事業者と連携したプロモーションの実施 	・市場調査(継続) ・調査結果に基づく取組みの方向性の決定、実行 ・課題抽出 	大阪各地で多彩な 夜間観光の活性化を目指す 

世界有数の観光都市にふさわしい環境整備

大阪の都市緑化について

- ・大阪のシンボルストリート御堂筋のシンボルイヤー（2037年）に向けみどりの空間創出、価値向上を提唱
- ・ビジネスインキュベーションの場として多くの方が集う拠点創出に向けて提案
- ・住民、観光客にとって安全安心、快適な観光都市の実現へ

海外の都市緑化事例



段階的に緑あふれる空間へ
2037年なんばから心斎橋エリア
2050年心斎橋以北

「世界の都市総合ランキング2024」
大阪は総合ランキング35位
環境への取り組み39位

※森記念財団都市戦略研究所

緑地の充実度では42位 出展：2024年12月10日 日本経済新聞



2030年「国際観光文化都市・大阪」の実現に向けた取組みの推進

富裕層の誘客促進

Connections Luxury Asia Pacific2026~28の誘致



○Connections Luxury Asia Pacificとは
・「Jacobs Media Group」が主催する3日間の富裕層向け旅行商談イベント（大阪は3年連続開催）

誘致による効果

【1か年当たりの経済効果】
約1.2億円（参加者宿泊費等による消費） + α（その他消費）

【その他期待される効果（一例）】

- ・富裕層旅行の目的地としての認知拡大
- ・大阪市内におけるラグジュアリーホテルの開業促進
- ・大阪市外の観光資源の質的向上
- ・在阪事業者のラグジュアリーツーリズム市場への参画支援



海外富裕層商談会への参加（予定）

訪問都市	参加商談会・イベント ※変更可能性有	開催時期
シンガポール	ILTM Asia Pacific	2025/6/30~7/3
ロンドン	Connecitons Luxury UK&Ireland	2025/9/21~24
東京	Connecitons Luxury Asia Pacific	2025/10/5~8
ロサンゼルス	Connecitons Luxury Americas	2025/11/9~12
カンヌ	ILTM Cannes	2025/12/1~4

海外富裕層商談会参加の目的

- ・クローズドマーケット内でのネットワーク構築
- ・富裕層旅行の目的地としての認知向上



海外富裕層をターゲットとした事業

メディカル&ヘルスツーリズム

【メディカル&ヘルスツーリズムの目的】

- ・大阪の医療受入体制の認知拡大
- ・富裕層による利用促進
- ・高付加価値コンテンツの利用促進

取組方針

訪日外国人サービス

- ・海外市場（利用者）への情報発信
- ・富裕層による利用促進
- ・特別体験プログラムの造成



LGBTQツーリズム

【LGBTQツーリズムのポテンシャル】

- ・対象者による観光消費は世界で約23兆円
- ・消費単価が高い（観光消費全体の約16%）
⇒ 対象者は旅行者全体の約10%

取組方針

IGLTA世界総会開催レガシーの継承

- ・フレンドリー宿泊施設予約機能開発
- ・国内機運醸成（国内における都市間連携）
- ・IGLTAを活用したプロモーション



スーパーヨット等受入環境整備

【スーパーヨットのポテンシャル】

- ・76億7千万米ドル（2023年）
- ・2032年には173億3千万米ドルに拡大の見込み
⇒直接的な消費額は1艘あたり1日約200万円

取組方針

スーパーヨット等誘致に向けた大阪港湾局との継続した協議・検討

F1を含むモータースポーツの誘致

取組方針

モータースポーツについての理解促進と誘致に向けた機運醸成について、「大阪モータースポーツ推進協議会」委員の助言を踏まえながら推進



2030年「国際観光文化都市・大阪」の実現に向けた取り組みの推進

関西のハブ都市としての機能構築

大阪市内・堺周遊促進

大阪市内エリアゾーニング



大阪市・中之島～大阪城エリア



大阪市・北加賀屋エリア

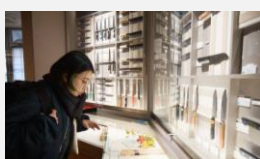


大阪コリアタウンエリア

堺エリアゾーニング



堺・大仙公園エリア



堺・環濠エリア

各エリアの特性に
応じた魅力の磨き上げ
による周遊促進

府域周遊促進

多様なプロモーション

来てな!
オモロイがいっぱい大阪旅

大阪DC

知られざる大阪の魅力を
発見、体験できる
記事やプログラムの
制作と強力なプロモーション

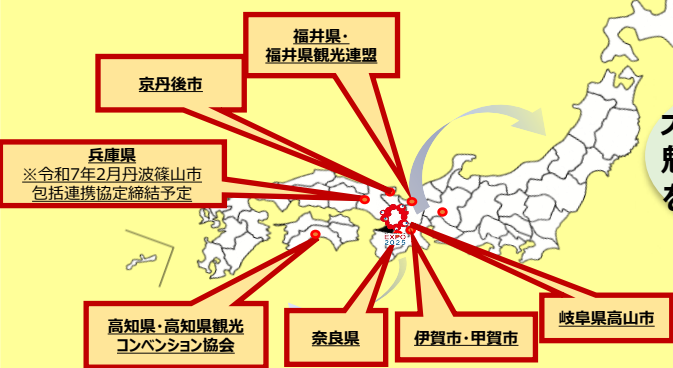


市町村コンサル事業

日本の観光ショーケース事業

関西の周遊促進

関西近郊での連携状況



大阪と関西各地の
魅力あるコンテンツ
を繋いだ周遊促進

万博以降、全国へ

全国への送客



大阪観光局DMPの活用による府域周遊の推進

データに基づいた府域の魅力創造・発信

マーケティングリサーチ



府域のマーケティング支援メニュー創出（有償・無償）

効果的な情報発信

取得データの活用と還元

観光DX



決済・広告・観光データ基盤



しっとんか大阪



市町村コンサル事業

2024年度のお取り組み

市町村	造成したコンテンツ	対応
堺市	大仙公園内茶室（仲庵）や利晶の杜での茶道体験	情報発信（記事1本）+ OTA販売（1本）
枚方市	枚方宿と淀川を楽しむサイクリング体験 ほかに3コンテンツ	情報発信（記事1本）+ OTA販売（4本）
羽曳野市	河内ワインと美食体験	情報発信（記事1本）+ OTA販売（1本）
松原市	パワースポット（六社）参りと食（河内鴨）体験	情報発信（記事1本）+ OTA販売（1本）
岸和田市	甲冑体験と公胤庵での文化+食体験	情報発信（記事1本）+ OTA販売（1本）
泉佐野市	居合道と相撲体験+食	情報発信（記事1本）
岬町	マリナクティビティとBBQ体験	情報発信（記事1本）+ OTA販売（1本）
池田市	盆栽体験	情報発信（記事1本）+ OTA販売（1本）
箕面市	箕面公園での森林ヨガ体験	情報発信（記事1本）+ OTA販売（1本）
東大阪市	石切神社と参道商店街巡り体験	情報発信（記事2本）
茨木市	ダムパークいばきたでのアウトドアアクティビティ体験	情報発信（記事1本）
八尾市	河内音頭をはじめとした八尾の文化+食体験	情報発信（記事1本）

重点地域 堺の取組み



2023年 環濠エリア
和包丁づくりと日本料理体験

2024年 大仙公園エリア 茶道体験



さまざまなクリエイターによるエッジの効いた記事掲載

知られざる大阪の魅力にスポットを当てる

他にはないコンテンツの予約販売チャネルとしてプロモーション

大阪観光局DMPの活用による府域周遊の推進

大阪の強みを活かしたインバウンドの誘客と国内プロモーション

インバウンドをメインターゲットとしたプロモーション

大阪の食

- 【目的】
・「食の都・大阪」の認知向上
・食の消費単価拡大

取組内容

- **万博での情報発信**
・「くうぞ、万博プロジェクト」(※)での情報発信・府域周遊促進
※大阪商工会議所・ORAとの連携
- **ガストロノミー・ツーリズム、食の多様性の情報発信**



スポーツ・ツーリズム

- 【目的】
都市型アウトドア・ツーリズム
目的地としての大阪の認知拡大

取組内容

- **新たな都市型アウトドアイベントによる大阪アウトドアの認知拡大**
- **大手在阪企業との連携**
・有名自転車部品メーカーSHIMANOと連携したサイクリングモデルコースの造成



ポップカルチャー

- 【目的】
若年層訪日外国人の
来阪促進

取組内容

- **ポップカルチャーを楽しめる大阪の認知拡大**
・世界最大級のジャパンカルチャーイベントを活用した情報発信
・ポップカルチャーイベントやスポットの紹介



文化芸術観光

- 【目的】
文化芸術観光需要の喚起

取組内容

- **文化芸術観光ネットワーク大阪の運営**
- **伝統文化やアートイベントなどの情報発信**



国内をターゲットとしたプロモーション

万博を契機とした効果的な国内プロモーション

大阪の観光資源を広く発信し万博会場から大阪府内全体への周遊促進につなげる

- ・大阪デスティネーションキャンペーン(大阪DC)による全国に向けたプロモーション
- ・首都圏に向けた大阪楽遊パス販売促進キャンペーン
- ・大阪府内の知られざる魅力を紹介するサイト「しっとんか大阪」による情報発信

大阪DCの実施及びレガシーを継承した国内プロモーション

大阪DCで造成した旅行商品のブラッシュアップと継続した商品販売

- ・ツーリズムエキスポジャパン
- ・府内自治体・旅行会社観光素材意見交換会
- ・近畿6府県首都圏観光情報交換会

来てな!
オモイがいっぱい大阪旅



万博以降も繋がる大阪ファン・リピーター創造へ

大阪観光局DMPの活用による府域周遊の推進

大阪の強みを活かしたインバウンドの誘客と国内プロモーション

インバウンドをメインターゲットとしたプロモーション

大阪の食

- 【目的】
・「食の都・大阪」の認知向上
・食の消費単価拡大

取組内容

- **万博での情報発信**
・「くうぞ、万博プロジェクト」(※)での情報発信・府域周遊促進
※大阪商工会議所・ORAとの連携
- **ガストロノミー・ツーリズム、食の多様性の情報発信**



スポーツ・ツーリズム

- 【目的】
都市型アウトドア・ツーリズム
目的地としての大阪の認知拡大

取組内容

- **新たな都市型アウトドアイベントによる大阪アウトドアの認知拡大**
- **大手在阪企業との連携**
・有名自転車部品メーカーSHIMANOと連携したサイクリングモデルコースの造成



ポップカルチャー

- 【目的】
若年層訪日外国人の
来阪促進

取組内容

- **ポップカルチャーを楽しめる大阪の認知拡大**
・世界最大級のジャパンカルチャーイベントを活用した情報発信
・ポップカルチャーイベントやスポットの紹介



文化芸術観光

- 【目的】
文化芸術観光需要の喚起

取組内容

- **文化芸術観光ネットワーク大阪の運営**
- **伝統文化やアートイベントなどの情報発信**



国内をターゲットとしたプロモーション

万博を契機とした効果的な国内プロモーション

大阪の観光資源を広く発信し万博会場から大阪府内全体への周遊促進につなげる

- ・大阪デスティネーションキャンペーン(大阪DC)による全国に向けたプロモーション
- ・首都圏に向けた大阪楽遊パス販売促進キャンペーン
- ・大阪府内の知られざる魅力を紹介するサイト「しっとんか大阪」による情報発信

大阪DCの実施及びレガシーを継承した国内プロモーション

大阪DCで造成した旅行商品のブラッシュアップと継続した商品販売

- ・ツーリズムエキスポジャパン
- ・府内自治体・旅行会社観光素材意見交換会
- ・近畿6府県首都圏観光情報交換会

来てな!
オモイがいっぱい大阪旅



万博以降も繋がる大阪ファン・リピーター創造へ

国内外プロモーションの積極的な展開

万博を契機とした効果的・効率的なプロモーションの推進

高い観光消費が見込まれる（欧米豪・中東等）
との関係性を強化し、東アジアに次ぐ新たな来阪
ニーズを創出

トッププロモーション



台湾、韓国、ベルギー等

セールスコール



東アジア・東南アジア等

商談会・旅行博出展



ロンドン、ベルリン、ロサンゼルス等

リアル

国内向け



展示会・旅行博への出展

海外市場

海外現地法人や大使
館等出先機関と連携
したネットワーク構築

連携強化による
相互送客促進

各国旅行会社への
セールスコール

観光関連事業者や
観光客へのPR・
ネットワーク構築

会員制商談会など
クローズドマーケットに向けたPR

定期的な効果検証
による精度を高めた
プロモーション

万博への誘客

大阪DC

来てな!

オモロイがいっぱい大阪旅

大阪デスティネーションキャンペーン

国内市場

SNS



6言語による多彩な情報発信
約100万人のフォロワー

Web



しつとんか大阪



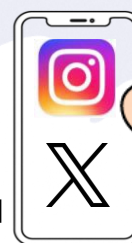
OSAKA-INFO

アプリ



「Discover OSAKA」

デジタル



日本語

戦略的なMICE誘致

大阪MICE誘致戦略の目標達成に向けた取組みの推進

2025年万博を契機としてMICE開催地大阪をアピールするとともに、IR開業に向けMICE関連事業者とともに大阪の発展に寄与するMICEを誘致

⇒2027年までにアジア・大洋州地域トップ10、2032年度までにトップ5の国際会議開催件数を目指す

(大阪MICE誘致戦略)

※参考：2023年ICCA国際会議統計 アジア大洋州地域 1位：シンガポール152件、3位：東京93件 10位：京都41件 22位：大阪21件

■「大阪MICE誘致戦略」に基づいた積極的なMICE誘致の促進・誘致体制の強化

大阪観光局がヘッドクォーターとなり、MICE関連事業者と総力を挙げて案件を発掘し、誘致活動を実施

オール大阪でのMICE誘致体制：通称「Team Osaka MICE」

MICE関連事業者と経済団体によるMICE誘致合同チーム通称「Team OSAKA MICE」による取組みを強化し、更なるMICE誘致を推進

構成団体：大阪のMICE主要施設、ホテル、PCO、大阪商工会議所、関西経済連合会、関西経済同友会

■主催者に選ばれるための環境整備とブランディング

サステナブルな運営の推進

- ・業界を横断したサステナブルガイドブックの利用促進
- ・日本初となる SDGs for MICE 評価制度の実施



ステークホルダーとの連携

- ・大阪MICEビジネスアライアンスメンバーとの関係構築、強化
- ・エリアMICEの取り組み強化（中之島、梅田、ベイエリア、KIXりんくうなど）



国内外PRの強化

- ・主催者が最新の情報を収集できるよう大阪観光局MICEサイトを随時アップデート
- ・大阪ならではのユニークベニューを継続開発中



■万博開催期間中、今後のMICE誘致に向けた営業活動

万博はMICE開催地大阪を売り込む最大のチャンス

大阪観光局が積極的に活動

- 主な万博パビリオンへの営業
- JAPAN MICE EXPO（商談会・プレゼンイベント）の継続開催
- MICE Professional Meeting(仮称・ネットワーキングイベント)を実施

MICE開催地としての大阪の認知度向上



自主財源を安定的に確保し組織の運営効率を向上

パス事業

確実に販売目標達成するための取組みの推進

旅行者のニーズに対応した
パス商品

大阪楽遊パス【2021年3月～】
(施設入場のみ)

2025年度目標
5.5万枚

2021年3月～発売
2024年4～12月末販売実績：
50,300枚

大阪楽遊パス【2025年2月～】
(デジタル乗車券付き)

2025年度目標
4万枚
※販売元目標値

QRコード乗車券付きパス
2025年2月～発売
2024年4～12月末販売実績：
29,000枚（磁気交通券付きパス）

その他の楽遊パス

2025年度目標
5千枚

楽遊パスプレミアム

2024年8月～発売
2024年4～12月末販売実績：60枚

府域版パス

万博公園エリアパス
2024年10月限定販売
販売実績：450枚

効果的な
販売計画

国内・首都圏向け

新幹線予約ネットサービスと連
携したキャンペーンの実施

中国市場向け

大手キャッシュレス決済会社と連
携したキャンペーンの実施

大阪滞在中観光客向け

・ホテルフロントでの販売
・大手ディスカウントストアと
連携した情報発信

その他

・国内外のリアルプロモーション
・クレジットカード会社と連携
したキャンペーンの実施



2025年度 販売目標10万枚
(収益5千万円)
2024年度販売見込枚数9.5万枚

オフィシャルパートナー・賛助会員事業

新規パートナー及び会員の獲得・維持

- ・万博を契機とした海外企業との結びつき強化
日本・大阪でビジネスを検討する海外企業との新規パートナー契約
- ・ラグジュアリーコンソーシアムイベント誘致を契機とした
賛助会員の獲得促進
富裕層向けビジネスで国内外のネットワーク構築を希望する事業者に
賛助会員制度を提案
- ・万博公式参加者等への情報提供
博覧会協会と連携した公式参加者等(各パビリオン運営スタッフ等)へ
賛助会員施設の案内
- ・ビジネスマッチングによる満足度向上の取組み
賛助会員同士、地域の事業者とのマッチングなど交流機会の提供

	2022年	2023年	2024年	2025年以降
オフィシャル パートナー	12社 (実績)	13社 (実績)	18社 (目標)	20社 (目標)
賛助会員	662会員 (実績)	700会員 (実績)	900会員 (目標)	1,000会員 (目標)

その他収益事業

大阪観光局のノウハウや影響力を活用した収入確保策

商品販売収入

コンサルティング収入

ライセンス収入

手数料収入

大阪観光局 2025年事業評価指標（案）



	単位	2021年実績値	2022年実績値	2023年実績値	2024年目標値	2024年推計値	目標達成率 (2024実績／2024目標)	2025年目標値
来阪外国人旅行者数 JNTO訪日外客数推計（クルーズ含む）×都道府県別訪問率（観光庁インバウンド消費動向調査（旧 訪日外国人消費動向調査））より ※2021年・2022年実績値は調査中止のため推計値	万人	9	148	993	1,400	1,464	105%	1,500
外国人旅行消費額 ※来阪外国人旅行者数×消費単価（大阪観光局関西国際空港訪日外国人動向調査実施結果を適用） ※2021年・2022年実績値は調査中止のため推計値	億円	121	1,883	9,873	13,920	精査中	-	25,000
来阪延べ宿泊者数 観光庁「宿泊旅行統計調査」より	万人泊	1,786	3,052	5,070	5,300	5,540	105%	6,300
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	万人泊	32	213	1,876	2,000	2,490	125%	2,900
うち 日本人延べ宿泊者数 観光庁「宿泊旅行統計調査」より	万人泊	1,754	2,839	3,195	3,300	3,050	92%	3,400
国際会議誘致開催件数 ※大阪MICE誘致戦略(2023.3 府市策定)に基づき、評価指標を変更 ICCA国際会議統計基準： 2027年までにアジア・大洋州地域トップ10、2032年度までにトップ5 (参考) 2023年の実績値： 2023年アジア大洋州地域 5位 台北（68件）10位 京都（41件）	順位 (件数)	非公表 (0)	24位 相当 (10)	22位 相当 (21)	2027年までに 10位	精査中	-	2027年までに 10位
(参考) 国際会議誘致開催件数 ※JNTO「国際会議統計」より (展示会誘致開催件数 ※出展：JETROより)	件	0 (15)	21 (136)	51 (126)	300 (140)	150 (137)	50% (98%)	300 (140)
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	0	6	11	50	35	70%	