

大阪府における都市魅力創造・ 観光振興の取組み

【資料一覧】

- ㊦ 「大阪都市魅力創造戦略」の策定 P.1
- ㊦ 「大阪の観光戦略」の策定 P.2
- ㊦ 大阪における都市魅力創造の取組み P.3
- ㊦ 大阪観光局による観光振興の取組み P.5

「大阪都市魅力創造戦略」(大阪府・大阪市)の策定

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

戦略について

- 世界的な創造都市に向けた観光・国際交流・文化・スポーツの各施策の上位概念となる大阪府、大阪市共通の戦略として、平成24年12月に策定。
- 「民が主役、行政はサポート役」との基本的な考え方のもと、世界が憧れる都市魅力を創造し、世界中から人、モノ、投資等を呼び込むことをめざす。
 - ◆ 計画期間：平成24(2012)年度～平成27(2015)年度

基本的な考え方

- Ⅰ 民が主役(都市魅力創造を牽引)
- Ⅰ 行政は民間の活動を最大限にサポート(規制緩和、インセンティブ、活躍の場づくり等)
- Ⅰ 既存の都市魅力資源を最大限活用
- Ⅰ 観光・国際交流・文化・スポーツ各戦略において、ターゲット・目標を明確化し、それを踏まえ、総合的な大阪都市魅力創造戦略の目標を設定

取組みの方向性

- n 民間が稼ぎ、都市魅力創造に再投資するサイクルを創出
- n 「グランドデザイン・大阪」との一体的推進
- n 実施効果を絶えず検証し、徹底したPDCAを実施
- n 文化創造、観光集客、クリエイティブ産業等の産業育成や雇用促進につなげる

具体的取組み

- ⊍ 3つの重点取組み：水と光のまちづくり推進体制の構築、大阪アーツカウンシルの設置、大阪観光局の設立
- ⊍ 重点エリアのマネジメント(世界第一級の文化観光拠点の形成)：大阪城・大手前・森之宮地区、中之島ミュージアムアイランド構想、天王寺・阿倍野地区、御堂筋フェスティバルモール化、築港・ベイエリア地区等
- ⊍ 府域全体の都市魅力の向上：大阪ミュージアム構想の推進や、百舌鳥・古市古墳群の世界文化遺産登録に向けた取組みの推進など、府域における重点的な取組みを推進

世界の都市間競争に打ち勝つ都市魅力を創造・発信。2015年のシンボルイヤーに向け、大阪を世界へアピール

「大阪の観光戦略」(大阪府・大阪市)の策定

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

戦略について

- 大阪府市の観光施策展開のマスタープランとして、事業展開の方向性を定める。
- 府内市町村との連携や、オール大阪での取組みを促進
- 大阪観光局の取組みにより、戦略をバージョンアップ
 - ◆ 計画期間：2012年(平成24)～2020年(平成32年)

戦略の展開

- 大阪観光局は、観光戦略をベースに事業計画及び事業目標などの組織目標を設定し、情報発信、プロモーション、MICE誘致などの事業を推進

戦略のねらい

関西のインバウンド拠点「大阪」

- 来訪者数、宿泊者数の増加による経済効果
- 新たな観光関連産業の振興と地域の活性化
- 交流を通じたにぎわいづくりによる府民生活の質的向上

数値目標

年	来阪外国人旅行者数	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

消費効果

- 大阪における外国人宿泊者による消費額 2020年 1,820億円

※訪日外国人消費動向調査(観光庁)H23年次報告書
(大阪府に宿泊する外国人の一人一泊あたり旅行消費単価 20,209円×900万人=1,820億円)

大阪における都市魅力創造の取組み（平成27年度の取組み）

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

◎これまで取り組んできた都市魅力創造施策を結集し、2015年は都市魅力創造戦略の計画期間最終年度にふさわしい取組みを集中的に実施

2015シンボライヤーについて

◎さらに、オリンピック・パラリンピックが東京で開催される2020年は、日本が世界から注目され、大阪にとっても国際社会の中でのプレゼンスを高める好機であることから、2015年を2020年に向けたキックオフの年としても位置づけ、大阪府・大阪市・府内市町村・経済界が連携して、府域全体で2020年につながる様々な取組みを実施【H26.7.7 知事・大阪市長・経済界トップ合意】

大規模イベントによる大阪の元気発信

■大坂の陣400年天下一祭【H27予算額：50,000千円】

大坂の陣から400年の節目の年に、府内各地の歴史・文化を体感してもらえ、周遊事業や、食などの府内全域に広がる魅力を一堂に集めて発信する集客事業を開催し、国内外からの観光集客を図る。

- ・周遊事業⇒歴史再発見周遊イベント（歴史ウォーク：5コース程度実施）
- ・集客事業⇒食・歴史・文化等の魅力を集めて発信するイベント（2回）

■大阪都市魅力創造プロジェクト【H27予算額：30,000千円】

世界が注目するインパクトのあるイベントや大阪出身アーティストによるイベントを結集し、大阪の集客力と知名度を高め、大阪のパワーと可能性を内外に示す。併せて、府内市町村と連携した地域の魅力アピール事業を展開し、府内への誘客につなげる。

- 会場：大阪市中央公会堂他 開催時期：9月から11月に集中実施
- ・インパクトあるイベントや大阪が誇る伝統芸能公演等を誘致。
- ・府内各地域の魅力を中之島に結集し、広くアピール。

■御堂筋シンボライヤー特別プログラム（御堂筋開放イベント）

【H27予算額：26,871千円】

御堂筋を開放し、2015年シンボライヤースペシャルコンテンツとして、高い話題性が期待できる特別プログラムを実施し、大阪の魅力を発信する。

- ・世界のスーパーカーの集結イベント等⇒久太郎町3〜新橋間(約0.9km)
- ・路上を活用したプログラム⇒新橋〜難波西口間(約1km)

観光集客の推進

■大阪観光局による戦略的な観光集客【H27予算額：250,000千円】

- ・トップセールスなどトラベル・ミッションの推進
- ・MICE誘致の推進（MICE見本市の開催、大型インセンティブツアー誘致など）
- ・国内プロモーションの推進
- ・外国人受入環境の整備（Wi-Fi環境整備、ムスリム対応など）
- ・観光案内所の運営

■天王寺動物園夜間開園設備整備事業補助【H27予算額：25,000千円】

- ・シンボライヤーにスタートする企画事業として、ナイト・ゾーン実施のために必要となる照明・電気設備への整備を行う大阪府へ補助

■天保山客船ターミナル整備調査検討事業補助【H27予算額：2,000千円】

- ・ターミナルの整備運営にかかる民間需要調査等、広域的な観光集客につながるターミナル整備計画を検討する大阪府へ補助

■ツーリズムの推進（ゼロ予算）

- ・「桜のまちあるき 魅力満載大阪巡り」など、府内の回遊性を高める取組みを地域が民間と連携し、主体的に取り組めるよう府がコーディネート

■市町村・民間等とのネットワーク・連携強化（ゼロ予算）

- ・おおさか都市魅力・観光ネットワーク会議を通じて、2015シンボライヤーにおける府域連携や、オール大阪での集客魅力づくり等について、市町村、市町村観光協会、鉄道事業者、マスメディア、経済界等と情報共有し、連携等を促進

水と光のまちづくり

■水の回廊を中心に魅力・にぎわいづくりを展開【H27予算額：216,865千円】

◆水都大阪2015（85,000千円）...

3つのコアプログラムを中心に民間とも連携し、水の回廊全体で水辺のにぎわいを創出。

- （コアプログラム）・水の東西軸・水の回廊を回遊するプログラム
- ・ミナミ・道頓堀と中之島をつなぐプログラム
- ・中之島から水の回廊に広がるプログラム

（連携プログラム） 民間が実施する様々な企画と連携

◆水都大阪パートナーズによる取組み（36,500千円）...

- ・水都大阪の2大拠点（中之島公園・中之島GATE）のさらなる活性化（中之島公園）公共空間の利活用の幅を広げ、年間を通してにぎわいを創出（中之島GATE）誘致した民間事業者による施設を核としたにぎわいづくり⇒フィッシャー・マンズマーケット（H26年度末オープン予定）
- ・水の回廊における水辺の拠点・舟運の活性化

◆水辺の回遊性向上に向けた取組み（95,365千円）...

- ・木津川遊歩道整備の推進
- ・企業寄付を活用した水辺緑化事業（中之島にぎわいの森づくり）の推進

■大阪・光の饗宴2015【H27予算額：370,613千円】

大阪のシンボルである御堂筋のイチョウをイルミネーションで装飾することにより、世界に類を見ない景観を創出し、美しい光のまちとして、国内外の人々をひきつけ賑わいをつくり出し、大阪全体の活性化を図る。27年度は、シンボライヤー特別プログラムとして次の取組を追加して実施。

- ・梅田地区まで延伸⇒大阪駅前から難波西口交差点（約4km）
- ・御堂筋イルミネーションを楽しむスペシャルデー（御堂筋の夜間一部開放）を実施

スポーツ振興

■第5回大阪マラソン【H27予算額：90,000千円】

- ・10/25（日）開催・大阪マラソンEXPO 10/23（金）〜25（日）

■ラグビーワールドカップ2019招致事業【H27予算額：4,069千円】

- ・ラグビーワールドカップの東大阪市花園ラグビー場での開催誘致
- ・東大阪市と連携し、誘致及び開催に向けた関係機関との調整、PR等

■プロスポーツチームと連携した都市魅力発信及びスポーツ振興（ゼロ予算）

- ・野球・サッカーのプロチームと連携し、大阪の魅力をPR ほか

大阪ミュージアム構想の推進

■大阪ミュージアム基金を活用したまちの魅力づくり支援事業

【H27予算額：15,000千円】

- ・地域が主体となったまちの魅力づくりを財政支援：5地区程度

■府内各地の魅力発信【H27予算額：3,117千円】

- ・ホームページ、動画等を活用して、地域魅力のPRを実施

■府民参加による地域の魅力発信（ゼロ予算）

- ・OSAKA LOVERS CMコンテスト2015（仮称）
- ・大阪ミュージアムフォトコンテストなど、民間の協力を得て企画・実施

文化施策の推進

■大阪アーツカウンシルの取組み【H27予算額：13,712千円】

文化施策を推進する新たな仕組みとして、行政と一定の距離を保ち、芸術文化の専門家等による評価・審査等を行うアーツカウンシルを設置運営。

- ・府市文化事業の継続的な検証・評価
- ・府の現状等を踏まえた新事業等の企画・提案
- ・新たな芸術文化の情報収集、分析、提供等

■U40(アゲ-40)文化魅力育成プロジェクト【H27予算額：45,000千円】

アート、音楽、演劇等のジャンルを超えた新たな魅力を引き出すため、40歳以下を中心とする若手プロデューサーが果敢に挑戦して合同でつくり出す文化プログラム。アーツカウンシルの提案を具体化する取組み。

- 会場：大阪市中央公会堂他 開催時期：10月の週末のうち10日間程度
- ・事業内容を若手プロデューサーが企画⇒新しいアイデアの文化プログラムを実現

■おおさかカンヴァス推進事業の実施【H27予算額：51,808千円】

大阪を代表するシンボリック公共空間を活用して作品を展示発表。祝祭性・芸術性を高めて、都市の力を見せつける起爆剤にし、都市全体で人を呼び込む仕組みづくりを推進する。

- ・中之島・御堂筋・道頓堀の“1軸”を中心に作品募集・展示、府域にも拡大
- ・わがまちカンヴァス事業で市町村の課題解決をサポート

■江之子島文化芸術創造センターの運営【H27予算額：79,080千円】

「社会課題をアート・デザイン視点から解決を試みる拠点化」の事業方針のもと、各分野の専門家によるマンツーマン相談、クリエイター・NPO・まちづくり事業等との連携、アート・デザインを活用するプラットフォーム形成支援など

■上方演芸資料館の運営【H27予算額：48,771千円】

上方演芸を後世に伝えていくため、資料の収集・保存・整理を行い、ライブリーでの閲覧に供するとともに、館外展示、学術研究などに活用するなど、その魅力を十分引出せる資料館として運営する。

国際エンターテインメント都市の創出

■万博記念公園活性化の取組み【H27予算額：4,164,983千円】

- ・「太陽の塔」耐震工事及び内部公開にむけた取組みの推進
- ・南側ゾーン活性化事業の推進（H27秋施設開業予定）

■百舌鳥・古市古墳群世界遺産登録に向けた取組み

【H27予算額：23,538千円】

- ・平成27年度国内推薦、29年度世界遺産登録に向けた学術検討や推薦書の作成、府内の機運醸成の推進

■IR（統合型リゾート）の立地プロモーション推進

【H27予算額：2,012千円】

- ・国等の状況を踏まえつつ、IRに対する府民の理解を進めるための取組みを行うとともに、大阪立地へのプロモーション活動を進める。
- ※ 具体的な立地関連予算は、IR関連法案成立後に対応

(参考) 2015年シンボルイヤーにおける魅力創造・発信事業スケジュール

年間を通し、大阪が一体となって魅力ある様々なイベントを実施。
大阪観光局を通じて積極的なプロモーションを展開し、国内外からの集客に結び付けていく。

2015年の集客目標

来阪外国人旅行者数：380万人 延べ宿泊者数：2,600万人（うち外国人510万人）

事業項目	事業概要	春			夏			秋			冬		
		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
～大坂の陣をテーマに府内の魅力を結び付けて発信～ 大坂の陣400年天下一祭	■夏の陣2015 ◇ 大阪城公園において、大阪市が中心となってイベント実施し、府内市町村もステージイベント出展による魅力PRや、各地において関連イベントを実施	←————→											
	■集客事業 <府域で実施> ◇ 大阪の食・歴史・文化等の魅力を一堂に集めて発信する集客イベントを市町村・マスコミと連携して実施	★											
	■周遊事業 <府域で実施> ◇ 市町村、新聞社等と連携し、大坂の陣ゆかりの史跡や歴史・文化資源を結んだ「歴史再発見周遊イベント（歴史ウォーク）」実施	————→											
～水の都・大阪の魅力を国内外に発信～ 水都大阪2015	■水の東西軸・水の回廊を“回遊する”プログラム ◇ 水辺の魅力を満喫する謎解き宝探し、ステージイベント等	 ←————→											
	■ミナミ・道頓堀と中之島を“つなぐ”プログラム ◇ 大規模ファッションイベントやメジャーwebコンテンツとのタイアップによる水都の魅力を発信	————→											
	■中之島公園を中心に水の回廊に“拡がる”プログラム ◇ 「水とinochiのフォーラム」と屋外イベントの融合、水辺を活用した映像パフォーマンス、水の回廊を周遊する水都大阪PRポート運航等	————→											
□水都大阪パートナーズ等による民間主体の取組み		中之島公園：オープンテラス、グリーンマーケット等 中之島GATE：フィッシャーマンズマーケット 他											
～大阪をテーマとした魅力あるイベントを結集し国内外に発信～ 大阪都市魅力創造プロジェクト	■中央公会堂及び中之島周辺を活用した突き抜けたイベント ◇ 世界が注目するインパクトあるイベントや大阪ゆかりのアーティスト凱旋イベントを誘致・実施	 ←————→											
	◇ 府内各地の伝統芸能や魅力を集結してアピール												
～大阪のシンボル御堂筋を国内外に発信～ 御堂筋シンボルイヤー特別プログラム等	■御堂筋シンボルイヤー特別プログラム（御堂筋開放イベント） ◇ 世界のスーパーカー集結イベント等（久太郎町3～新橋間（約0.9km）） ◇ 路上を活用したプログラム（新橋～難波西口間（約1km））	 (開催時期調整中)											
	■大阪・光の饗宴2015 ◇ ギネス世界記録®に認定された御堂筋イルミネーションについて、シンボルイヤー特別プログラムとして延伸 [大阪駅前から難波西口交差点（約4km）] ◇ スペシャルデー（御堂筋の夜間一部開放）の実施	 ←————→ ★											
U40（アゲ-40）文化魅力育成プロジェクト	■若手プロデューサーが2020年に向けたカルチュラルオリエンタールの文化プログラムにつながる新たな文化を創出 ◇ 府内の優れた文化事業を短編プログラム鑑賞、体験セミナー、ワークショップを実施し、新たに創出したプログラムの公演	←————→ ★★ ★											
スポーツによる都市魅力の発信	■第5回大阪マラソン ◇ 10/28(日)開催・大阪マラソンEXPO 10/23(金)～25(日)	★											
	■ラグビーワールドカップ2019招致事業 ◇ 東大阪市と連携し、花園ラグビー場での開催誘致及び開催に向けた関係機関との調整、PR等	←————→											
	■プロスポーツチームと連携した都市魅力発信及びスポーツ振興 ◇ 野球・サッカーのプロチームと連携し、大阪の魅力をPR（ほか）	←————→											

2020年

東京オリンピック・パラリンピック・大阪万博50周年などを見据え
シンボルイヤーのムーブメントを2020年に向けて継承・発展

平成26年度の取組実績

◆大阪観光局事業 26年度予算額： 549,264千円
(うち、大阪府・大阪市からの負担金：計500,000千円)

1. トラベルミッションの推進

トップセールスや市場別ニーズに応じたきめ細かいセールスを展開

◆中国エリア

「個人旅行客層」に向け、旅行博覧会等において、プロモーションを展開

㊤セールス訪問・商談件数：197件
(例)・重慶春秋航空新規路線のツアー造成



◆東南アジア

「団体旅行客」に向け、旅行会社へのセールス・商談会を強化



㊤セールス訪問・商談件数：135件
(例)・8カ国のエージェントを招聘し、大阪等の観光事業者100名との商談会を実施。タイ・マレーシアで個人旅行向け商品を造成。

◆韓国エリア

㊤セールス訪問・商談件数：66件
(例)・大手旅行社に「大阪周遊パス」35,000枚販売



2. MICE誘致の推進

◆MICE誘致の仕組みづくり・誘致活動

関連事業者による「大阪MICEアライアンス」を中心に、バイヤー向け「MICE見本市」の開催。大阪独自のMICE商品を開発するなどMICE誘致を推進



㊤・大阪MICEディスティネーション・ショーケースの実施
東京と大阪で開催。(参加者数706名、出展企業数74社)
・インセンティブツアーの誘致：11か国、43件(参加者数19416名)

3. 外国人受入環境の整備

◆観光案内所の機能充実

梅田と難波の2箇所で開催。府域や近隣観光の観光情報の提供を強化し広域情報拠点として充実

㊤外国人観光案内所認定制度
最高ランク「カテゴリ-3*」を取得
*英語スタッフが常駐かつ英語以外の2言語対応が常時可能など



◆Osaka Free Wi-Fiの開始

接続エリアの拡大。平成26年1月28日から6言語対応の無料Wi-Fiサービスを提供中。
・㊤府内アクセスポイント2,709箇所 で稼働



◆ムスリム対応の推進

ムスリムフレンドリーマップの作成、観光事業者向けセミナー開催

◆SNS等による情報発信(6言語)

口コミ情報を活用したSNSを多言語で運営し、相手国ニーズに合わせた大阪の魅力をリアルタイムで発信
・㊤12月末現在、海外会員数 37万人(前年同期比129%)

ホームページによる情報発信

・㊤年間6,000万以上のページビューを記録

4. 大阪の認知度向上

海外での大阪の知名度向上を目指した大型イベントの誘致やメディアを通じた認知度向上を推進



◆「大阪光の饗宴」と連携した冬季集客イベントの誘致

◆アジア・パシフィックエリアにおけるCNNでの大阪CM放映

5. 国内プロモーションの推進

◆国内向けセールス活動

・シンボルイヤー事業と連動した旅行商品化と国内外旅行会社へのセールス・情報発信を強化
・京都など周辺都市や府内市町村とした連携プロモーション
・JR西日本との連携による九州・北陸圏でのプロモーションの開催



◆伝統行事等を活用した旅行商品の造成・売込み

天神祭観覧席・奉拝船席の販売(㊤ 1,700席販売)

◆フィルムコミッションの推進

大阪の魅力発信のためロケ誘致やロケ支援活動を展開

・㊤邦画「円卓」では、舞台となった府内市町村と共同で、ロケ地を巡るスクリーンツーリズムを実施

6. プロモーションツールの作成

◆大阪観光ガイドブック

5言語で作成、案内所や海外で配布(㊤ 50万部作成)

◆ムスリムフレンドリーマップ

ムスリム観光客向けにホテルやレストランを紹介したガイドマップを作成、空港やホテル、海外で配布(㊤ 2万部作成)



2020年の来阪外国人旅行者数650万人達成に向け、2015年の目標は380万人に設定

指標名	2013年実績	2014年目標	2014年実績	2015年目標
来阪外国人旅行者数	262万人	320万人	376万人	380万人 (上方修正検討中)
外国人延べ宿泊者数	431万人	430万人	584万人	510万人
延べ宿泊者数	2,388万人	2,500万人	2,678万人	2,600万人
国際会議開催件数 (下段：内数「中・大型」会議の開催件数)	314件 29件	310件 20件	集計中	325件 21件
MICE外国人参加者数	23,282人	23,000人	集計中	24,500人