

令和元年度 第1回・第2回

「知る、分かる、考える、統合型リゾート（IR）セミナー」講演2要旨

講演：「これからの大阪の観光について」

講師：溝畑 宏 氏

（公益財団法人大阪観光局理事長、大阪府・大阪市IR推進会議座長）

1. 大阪の現況

- 大阪の総生産は、リーマンショックにより落ち込んでいたが、今は、第四次産業革命とインバウンドがプラス要因として、おそらくリーマンショック前の40兆円を超している。
- ただし、40年前の大阪は、日本のGDPの約10分の1を占めていた。ということは当時と同じ経済力だとすれば、総生産は50兆円あってもおかしくない。また、大阪の一人当たり県民所得は、今から40年前は、東京の10分の9だった。今は東京の3分の2。経済の低迷は非常に大きな問題であり、このことで、いろいろなとこにしわ寄せが来ている。
- 例えば、製造業とか飲食業などの分野で、スキルの高い事業者でも後継者がおらず廃業してしまう。さらには、若くて優秀な、夢を持った人材が、東京、海外に流出してしまっている。
- 経済を復活させるためには、生産性と収益性を上げることが必要。自治体も国際競争の時代に入っている。大阪もどンドンねじを巻かないと、競争に負けてしまう。経済的な低迷から脱してはいるものの、まだまだ高い水準というところには行っていない。

2. 日本の経済成長戦略

- アジアの人口は2010年からの20年間で約8億人増え、2030年には、10人に3人が年収400万円以上のミドル層になる。このアジアの経済成長をどう取り込むか、これが今後の日本経済にとって大きな課題。
- 日本再興戦略「官民戦略プロジェクト10」の中では、大阪がこれからの経済をリードしていく分野が位置付けられている。第四次産業革命、最先端の健康立国、スポーツ、食、そして観光。いかに大阪が日本の成長戦略で重要な役割を担わないといけないことが分かる。
- この中で、観光が成長戦略に位置付けられている理由は二つある。一つは、非常に経済効果が大きい。25兆円の観光消費額の波及効果は倍の52兆円になり、さらに、1次2次3次全ての産業に波及する。もう一つは、大きな財政出動をしなくても、今あるものに付加価値をつけてブランディングして売り出すことで効果が得られる。
- しかも、日本の各地域ごとの特色を活かすことができ、今後の地方創生という意味でも大きな意義があることから、国を挙げて取り組んでいる。観光は、まず魅力ある地域を作り、地域の資源を掘り起こし付加価値を加え、人、物、金を集める仕組みを作っていく、地域の総合的戦略産業である。

3. 大阪・関西のポテンシャル

- 大阪からは、京都、奈良、神戸、滋賀にアクセスでき、世界遺産もたくさんあり、国宝、重

要文化財の半分が集積しており、文化としての厚みがある。さらには、スポーツ、健康の分野、科学技術、イノベーション、人材も集積しており、ポテンシャルがある。

- このポテンシャルをどう活かしていくか。関西の中心にある大阪のミッションは、関西のハブとして、牽引役を務める必要がある。さらには、瀬戸内、四国、北陸との連携していくことで、さらに大阪の厚みを増していく。
- また、なにわ筋線、JR桜島線、京阪中之島線、地下鉄中央線といった鉄道延伸プロジェクトが2020年以降続く。これはやはり、大阪自体が持つポテンシャルが高いからこそ、基盤整備が進む。さらには、リニア新幹線が2037年、北陸新幹線も2030年代。
- さらに、関西国際空港での出入国は、観光客では一番になっており、さらに入国者数は成田空港に肉薄している。便数は、昨年と比べると、この夏は166便増えている。一番増えているのは中国、次いで東南アジア。また、ロンドンとの直行便、シアトル便も再開した。
- このように鉄道、空港、全ての分野で整備され、人・物・金が集まってくる。それを運ぶ手段が充実していく。大阪をハブとして、色々なテーマ、ルート、ストーリーで各地と結ばれていく。

4. これからの観光戦略

- これからのミッションは、観光を経済政策の重要な起爆剤として位置づけ、来る方の数を増やし、質を上げ、全ての産業に波及させ、大阪全体の経済を浮揚させること。質を上げるための一つのテーマが24時間。消費の単価が上がり、外国人観光客が求めている、夜に楽しみたいというニーズを満たす。二つ目が関西・西日本のハブ、三つ目が多様性。
- これらをしっかりと頭に入れながら、2019年、まずG20。今後、国際会議、展示会を誘致するにあたって非常に有利になる。いろんなイベントや、あるいはビジネスを競争して取りに行くときに、やっぱり箔がつく。さらには、百舌鳥・古市古墳群の世界遺産認定、ワールドカップラグビー、ツーリズムEXPOジャパンもある。
- さらには、2020年東京オリンピック、パラリンピック。オリンピックに来る観光客の4割から5割は関西に来ると思う。2021年には関西ワールドマスターズゲーム、中之島新美術館、2023年には中之島未来医療国際拠点、うめきた2期のまちびらき、2024年IRのオープン。そして2025年が万博。
- これだけ世界に大阪の認知度を高めるイベントが続く。そういう意味では、これからの3年間で勝負。ここを乗り越れば一気に2025年から2030年と加速していく。
- そこで、大阪がめざすべきは日本の観光のショーケース、トップランナーとなり、成長戦略の起爆剤になること。そしてさらに、大阪の皆さんの努力の賜物として、大阪は、世界で住みやすい都市ランキング世界3位、世界の人気トップ8都市にランクイン、インバウンドの増加率は世界の大都市では一番。そして、これだけの世界的なイベントが続く。世界水準に陸、海、空、交通体系が進んでいく。これによって、世界最高水準の住んでよし、訪れてよし、働いてよしの国際観光都市をめざしていくということは十分可能。
- 大阪を訪れる外国人観光客は、7年間で約7倍に増加。また、大阪の宿泊客数は、日本人、外国人ともに増加しているが、東京では日本人の宿泊客数が減っている。これは偶然ではなく官民挙げて取り組んだ結果。宿泊施設の整備や違法民泊の取締りにより、安心、安全、快

適な宿泊環境をいの一で整備したのが大阪。

- さらには、インバウンドによる消費額について、全国はこの4年間で2.2倍増加したのに対し、大阪は4.64倍増加。4年間で1兆円増えている。
- 大阪では、1人あたり何に、どれだけお金を使ったのか、満足したのか、こういったことを全てデータを取り、傾向を分析して手を打っている。大阪では、一人1日25,000円と全国平均の約1.5倍お金を使っている。
- ショッピングにはお金を使っているが、飲食の単価が安い。大阪で外国人が使う1日あたりの飲食は3,700円、全国平均は3,300円。ちなみに、ブリュッセルは1日8,800円、パリは7,000円。もっと飲食にお金を使っていただけの余地がある。また、体験型の消費、例えば、カラオケ、マッサージ、美容、エステなど、満足度が高いがあまり参加されていない。
- 大阪の夜の観光動態は9時～11時がピークであるが、東京では0時、1時でもまだまだ外で遊んでいる。そこで、夜遅い時間帯のコンテンツをしっかりと伝えるため、「Osaka Night Out」として、夜に楽しめるコンテンツをSNSと、Wi-Fiを使って外国人がダイレクトにどんどん情報にアクセスできる仕組みを作った。
- ほかにも、マーケティングに基づく取組みとして、1000円単位でいい食をハシゴできる店舗をリストアップした「KANPAI Osaka」、ゲイバーを30店舗リストアップした「Visit Gay Osaka」、歌舞伎のメイクをして衣装を着る、あるいは忍者、侍の衣装を着る、お茶の体験をするなどの体験ツアーを提供する「Deep Experience Osaka」にも取り組んでいる。
- 関西の魅力を活かしたテーマ別の広域観光として、スポーツ、食、ウェルネス、ポップカルチャー、忍者・侍・城、産業観光に取り組んでいく。
- スポーツは、見る、する、楽しむのコンテンツをどれだけ充実させていくか、ワールドカップラグビーにおいても、試合がなくてもいかに滞在してもらうか、大阪の認知度を高めていくか、これに取り組んでいきたいと思っている。
- 食については、これだけの量、質があるにもかかわらず、消費はまだまだ促されていない。そこで、ボリュームゾーンを増やすため、カテゴリーごとにきめ細かに発信する。また、単価を上げるため、世界のメディアで大阪の食の価値を上げていくことに取り組んでいく。
- さらに、ウェルネス。消費効果が高い分野であるが、この健康、美容、癒し、こういう分野に繋がっていくコンテンツをコンパクトにまとめ売り込んでいく。
- さらに、認定民泊の推進、観光案内所や表示の整備、Wi-Fiなど、様々な分野で官民一体となって受入れ環境の整備に取り組んできた。また、民泊が増えたことに伴う弊害や交通渋滞、あるいは多言語、ゴミ問題、トイレ問題騒音、治安、防災の問題にも先進的に取り組んでいる。

5. IRに取り組む意義

- 観光庁長官に就任後、リー・シェンロン首相からシンガポールがIRに取り組んだ理由について説明を受けた。それほど財政出動ができない中、高付加価値型のエンターテイメント施設、MICE施設を整備するために、IRという決断をした。カジノ導入によるマイナスはあるかもしれないが、プラスを引き出してチャレンジするという説明に決意と覚悟を感じた。
- 大阪でも、経済を活性化させるために、国際観光、しかも量から質へ。滞在型観光、できる

だけ長期間滞在していただいでお金を落としいただく。そして、富裕層を初め、できるだけ多くの質の高い観光を作っていく。そして、普通の観光客よりも単価が高く、長期滞在され、リピーターになる可能性が高く、都市のプレゼンスが上がる MICE に力を入れていく。こういったことを推進するために、今、IRに取り組んでいる。

- 国際会議場、展示場というのは採算性が厳しく、収益性を担保するために、IRにはカジノが一部入っている。そのことで懸念される方もいらっしゃると思うが、先ほどIR推進局より説明があったように、依存症対策にしっかりとコストをかけてやっていく。
- 国際観光、MICE、地域経済の活性化、これを最大化し、一方で、カジノがあることに伴う社会問題を最小化していく。これをしっかりとバランスをとって取り組むことが、IRを進めていく上での最大ミッション。
- 夢洲という場所は、大阪の中心部にあり、陸海空の交通体系の結節点として、また、非日常的な空間を提供する場所として、日本の観光のショーケースとしてふさわしい場所。
- さらには、単に施設だけにとどまらず、都市としての魅力を高めるために、スマートシティを作っていく。そして皆さんが心配している治安問題や依存症対策に対して、しっかりと安心して滞在できるまちを作っていく。これらに、しっかりと取り組むため、官民挙げてIR基本構想(案)をまとめ上げた。これからどう事業化するかというステージに来ている。
- 一つ申し上げておきたいのは、このIRというのは、点を線にしていくということ。IRの開業後、2期、3期という形で、国際観光拠点としての機能の拡充を図っていく、インパクトのあるプロジェクト。単に夢洲だけではなくて、舞洲、咲洲を入れた大阪ベイエリアをどうするかと、大きな都市の将来を描いていく、そういう起爆剤になる。

6. IRによる日本経済のさらなる成長に向けて

- 大阪のミッションとして、オリンピックが終わった後も切れ目なく成長し、観光先進国日本を作っていく、牽引役にならなければならない。
- 大阪から関西、瀬戸内、西日本、こういうエリアのショーケースとして、しっかりと送客していく。そういう意味でも果たす役割は非常に大きい。
- IRによる効果として、8.8万人の雇用創出効果が予測されているが、IRで求められる人材は、相当質の高いサービス提供が求められる。今、大阪でそれだけのサービスをできる人は、正直足りていない。そういう人材を育成、確保しなければならないが、逆に言うと、夢のある雇用が生まれてくる。
- また、国際会議や展示会の増加によりビジネスチャンス、産業のイノベーションが生まれ、世界のビジネス都市としての機能を果たしていく。そして、さらに、交通ネットワークが拡充されていく。
- IRは、中長期的に見て、大阪が関西・西日本のハブとして、都市政策、交通政策、経済政策、観光政策の一種の起爆剤として、大阪から世界の高みをめざすことにつながるものであるということを皆さんご理解いただけたらと思う。