

【①「積極的な広報展開」に関すること】

■取組みの経過と現状

- 地元の取組み
 - ・鉄道各社、企業・団体・地域と連携した広報展開
(例)ポスター・のぼり、デジタルサイネージ・音声放送、YouTube(再生100万回以上)
 - ・PRツールグッズの作成・配布
(例)車両用ステッカーの掲出(府内約5万台)、啓発ティッシュの主要駅での配布
 - ・シティドレッシングによる機運醸成
(例)カウントダウンボード設置(大阪市役所等)、バナーフラッグ掲出(御堂筋等)
 - ・マスメディアを活用した広報 (例)ラジオCM、新聞折り込みチラシ(ともに3月)
 - ・各種イベントを通じた周知 (例)150日前フォーラム(2/4)、100日前イベント(3/20)
- 国等の取組み
 - ・安倍総理が吉本新喜劇に出演し、交通規制への協力を呼びかけ(4/20)
 - ・マスメディアを活用した広報(調整中)

■今後の方向性

- 地元としてのさらなる広報展開
 - ・引き続き、SNS(FacebookやTwitter)を活用した随時の情報提供
 - ・府域でのクリーンアップ作戦の展開(5/28インテックス大阪でのキックオフイベント)
 - ・新たなポスター掲示(5月～)
 - ・首脳をお迎えする空港や会場周辺でのシティドレッシングの展開(直前期)
 - ・テレビやラジオのCM、新聞広告を活用した広報展開(5月～6月)

【②「住民生活・経済活動に配慮した規制」に関すること】

■取組みの経過と現状

- 国の取組み
 - ・規制内容の公表：阪神高速通行止め(4/23)
- 地元の取組み
 - ・規制への協力呼びかけ：
 - 住民や港湾関係事業者向け説明会の開催
 - ・交通総量抑制に向けた取組み：
 - 経済団体を通じた協力要請、事業者における休業措置、府立学校・大阪市立学校休業
 - ・荷主等へのアプローチ：
 - ネットサービスや食品物流業界の団体・事業者

■今後の方向性

- 地元としてのさらなる取組み
 - ・交通規制情報の周知、広報展開、各府県市発行の広報誌での周知(6月)
 - ・住民・事業者説明会の開催(5月下旬～)

【③「インバウンドへの情報発信」に関すること】

■取組みの経過と現状

- 協議会ホームページ、フェイスブック、ツイッター、インスタグラムによる情報発信
- 関係機関等を通じた情報発信
 - 大阪観光局、インバウンド専門(中国、台湾、韓国、タイ等)旅行手配会社(58社)、大阪府旅行業協会、日本旅行業協会関西支部、観光庁、日本政府観光局等

【④「大阪・関西の魅力の世界への発信」に関すること】

■取組みの経過と現状

- 昨年10/29地元産品や観光資源等の情報を推薦書として取りまとめ、外務省へ提出
- G20大阪サミット大阪産(もん)食材提案会(4/16)を開催
- 情報展示スペースにおいて、地元産品の展示と大阪・関西万博のPRを行う予定
- 外国メディア向けプレスツアーの実施及び予定(計3回)

【⑤「若者や子どもたちのサミットへの参画の機会の創出」に関すること】

■取組みの経過と現状

- 国と地元において、参画機会を調整中

【⑥「サミット開催のレガシーづくり」に関すること】

■取組みの経過と現状

- 国において、主要テーマを検討中
(例)デジタル商取引、海洋プラスチックごみ対策、SDGs