

大阪観光局(DMO)の推進に関するトップ会議 議事概要

日 時：平成 29 年 12 月 26 日（火） 14:00～14:56

場 所：大阪商工会議所4階 401 会議室

出席者：松井 大阪府知事、吉村 大阪市長、尾崎 大阪商工会議所会頭、
松本 関西経済連合会会長、鈴木 関西経済同友会代表幹事、
福島 大阪観光局会長、溝畑 大阪観光局理事長

議題：国際観光都市・大阪をめざして

【挨拶】

■福島 大阪観光局会長

- ・年末のお忙しい中、トップ会議に参加いただき感謝。具体的な取組みは後ほど理事長から報告するので、私からはインバウンドと MICE の推進についてお話をさせていただきます。
- ・インバウンドについて、2017 年の来阪者は、初めて 1,000 万人を超えそうな状況で大阪の観光は元気という印象。官民挙げた取組みの結果であり、関係の皆様にご礼申し上げます。今後はこの勢いを継続したいが特に2つがポイントとなる。一つめは経済効果で、昨年は約 8,700 億円だが更なる最大化を図っていく。そのためには、量、旅行者の数の追求に加え、旅行の質、お客様の満足度を高めていく。一人当たり単価をいかに上げていくかということが重要になる。欧米を中心とした富裕層の誘客、後ほど出てくるが、夜の観光、ナイト経済の活性化にも取り組んでいければと思う。二つ目はマーケティングに磨きをかける。現在、モノ消費から体験をするコト消費へと変わられるように、お客様のニーズは変化というか多様化している。インバウンドのお客様を十把一絡げでなく、国籍・性別・年齢・趣味嗜好・宗教、こういったニーズを的確に捉えて対応していくことが必要。
- ・あわせて、これから一年半後からゴールデンスポーツイヤーがスタートする。関西の広域観光を担う関西観光本部という組織もスタート。これらとの連携も含めて取り組んでいければと思う。
- ・MICE については、経済効果が非常に大きく、大阪の都市格・ブランド向上に資するものであり、国内外の激しい誘致競争、俗に言う都市間競争が繰り広げられている。MICE のビジネスモデルはハードとソフトの二つがある。ハードは施設面で、世界の潮流は 10 万㎡の展示場と1万人収容の会議場に、ホテル、ショッピング等が併設されたオールインワンが世界のトレンド。こうした施設は現在大阪にはないが、是非 2024 年頃の夢洲 IR に期待している。当面は現有施設を最大限に活用して頑張りたい。ソフト面は、ユニークベニュー開発もあるが、大型の国際会議や展示会の戦略的な誘致をオール大阪で推進する体制と仕組みづくりが最も重要になる。アジアの行政会議やツーリズム EXPO ジャパン、こういったものがオール大阪の取組みで少しずつ実績が上がりつつある。現在、松井知事が力強いリーダーシップを発揮している G20、世界観光大臣フォーラム、日中韓の保健大臣会合等の誘致に取り組んでいるの

で、皆様のご支援、ご協力をよろしくお願いする。これらの取組みを通じて大阪をアジア有数の MICE 都市に発展させたいと思っている。

- ・最後に、万博について、大阪観光局もプロモーションに取り組んでいる。オール大阪、オール関西で誘致競争に打ち勝っていきたい。

【資料説明】

- 溝畑 大阪観光局理事長
(資料に沿って説明)

【出席者からの主な意見】

- 尾崎 大阪商工会議所会頭
 - ・インバウンドがすごい勢いで伸びているということ、色々な都市魅力のランキングにおいて大阪が上位に入っているということをうかがったが、これは大阪観光局の取組みがある意味で目に見える形で現れているということで、感謝。大阪のまち、広い意味で関西がインバウンドをそれほど問題なく受け入れられているということは、大阪地区にインフラとして十分余裕がある、また、人も余裕を持って接しているということで、関西がコスモポリタンのまちであるという証明だと思っている。
 - ・ただ、現状に満足せず、より深く、より幅広く観光客を受け入れる仕掛けを充実させていかなければならない。大阪・京都だけでなく、もっと広域で受け入れることによって、滞在日数や消費額も増え、観光という産業が重要な役割を担っていくことになると思う。
 - ・スポーツ、食、ウェルネスが今後の3大要素であることについては同感。食の都グランプリや食の都推進会議をやっているが、色々取り組んではいるものの、大阪の外や世界に対し、グランプリによって素晴らしい料理ができたということを発信し、そこに客を呼べるような焦点の当て方を考えていかなければならない。特に、料理そのものより、こんなすごい料理人がいるということに、大阪観光局と一緒に焦点を当てて、お客さん呼び込めるようにできたら良い。
 - ・プロモーションするにはそれだけのリソース、人・モノ・カネが必要。これについては自治体、経済界、大阪観光局を中心に考えていかなければならないと思っている。
 - ・スポーツについては、京都・大阪・神戸で「スポーツハブ関西」というものを立ち上げた。ビジネス向けプラットフォームで、スポーツに関連する色々なビジネス、今は関連しないと思われるが将来的に関連するかもしれないビジネスを巻き込んで、新しいスポーツビジネスを立ち上げようと思っている。スポーツそのものを魅力あるものにしていくことも大切だが、周辺からやっていくことで、スポーツが盛り上がると思う。
 - ・ウェルネスもそのとおりではあるが、とりあえず今来ていただいているインバウンドの皆さんの健康をどういうふうにケアするか。特に旅先で病気になったときに、どういうふうに病院や医者に連れて行くかということから、商工会議所としては引き続き

やっていかないといけないと考えている。

■松本 関西経済連合会会長

- 大阪が世界のメディアに取り上げられる等、大阪観光局の取組みが、国際都市のプレゼンス向上に結びつき、しっかりと成果を上げていると実感。今後も、食、スポーツ、ウェルネスを通じた情報発信、大阪・梅田駅の案内表示の改善など、精力的な取組みを進めていくことを、関経連としても心強く思っている。
- スポーツについては4つのポイントがあると思っている。スポーツを通じて、どういうポリシーを持ってスポーツに親しむかということ。スポーツをやりたいと思う人を増やすため、トップアスリートをどういうふうに育てるのかということ。ワールドマスタースターズゲームズという良い機会があるが、一般市民がスポーツに親しむ、そして健康寿命を延ばしていく仕組みを経済界としても考えていく必要がある。それと、スポーツビジネスでは、関西はスポーツというビジネスフレームの中で色々な製品を作っている。それをどのようにレベルアップしていくのか。世界の企業（ナイキ）と比べるとまだまだ小さい。また、スポーツ産業は、モノを作るだけでなく、スポーツそのものを振興させるためのプランニング、オーガナイズする機能を持っていないとスポーツインダストリーは大きくなる。今度ポートランドに行って、（ナイキの）状況を見てこようと思っているが、一歩先を行っている感じがする。観光、スポーツツーリズムとあわせて、コンセプトにスポーツインダストリーも組み込んで欲しい。また、興行や世界の大会を大阪に呼び込んでくる。そのために中期的なプランニングを組んで、世界の協会にアプローチしていくためのグループが必要だと思う。この4つをベースに、関経連も大阪府・市とタイアップして、ミディウムタームのプランニングを進めているところ。
- ウェルネスについては、その意味は色々あるだろうが、これはこれで良いと思う。
- 関経連は関西全体を見ているので、大阪だけではないが、大阪の人はすごくアイデアが良いのでそれを広めていくために、大阪観光局とはコミュニケーションをとりながらやらせてもらいたいと思う。
- 大阪・関西のインバウンドは引き続き好調を維持し、訪問者は順調に伸びているが、宿泊の問題や消費額については大きな課題だと思っている。また、中国・韓国・香港・台湾で77%くらいを占めている。うち中国は680万人。もし何かあると700万人がドカンと落ちる。韓国の例もあるので、ちょっと頭の片隅に置いておかないと、このままずっといくとは思っていない。
- もう一つ、観光について、ボーダリング（bordering：国境を越えた）なツーリズムを我々も頭に入れておかないといけない。ベニスでもあまりに観光客が増えて、人口を超えている。ベニスの良さを崩さないようにどのようなプランニングができるかを考えていかなければいけない。京都や奈良など関西でもリソースは豊富にあるが、これだけ来たら耐え得るのか。インフラだけではダメ。この辺りは観光のポリシーを作る人は頭に入れておかないといけない。日本の良さを崩してまでも膨張させるのか。これは世界でも問題になってきている。こういうこともインバウンドを語る時には、頭に入れておかなければならないと思っている。

- 関経連として、2020年に関西を訪れる外国人を1,800万人にするという高い目標を達成するために、関西一円にどういうふうにスプレッドアウトしていくかということを考えている。大阪の強みに磨きをかけるのか。今、関西には関西観光本部があり、私は理事長をやっているが、私自身、ミディアム・ロングタームの両面において、もう少し喝を入れないといけないと思っている。大阪とも相談しながら、ミディアムタームだけでもいいからしっかり作っていく必要がある。来年はやっていきたい。
- MICEに関しては、IR実施法の成立が待たれているところ。万博とIRは将来の大阪を決する非常に大きなイベントであるという認識は、経済界として統一している。大阪の展示場をさらに充実させていく。世界レベルのMICE施設が実現するまでの間に、大阪・関西一円でのMICE推進に向けた機運醸成、都市間の連携について一緒に考えていきたいので、皆さんよろしく願います。
- 万博の誘致に関して、関経連の中に誘致チームを作り、パリに行かせることを考えている。あと10ヶ月しかないなので、是非やりたい。次にIR、早くやってもらわないと万博とぶつかると大変なことになる。工事を途中でやめないといけなくなる。IRについては、大阪の官民を挙げて、政府にお願いに行かないといけない。
- 関経連も大阪を中心に、関西全体の活性化をやっていくのでよろしく願います。

■鈴木 関西経済同友会代表幹事

- 今年の7月に西日本の18経済同友会の代表者が大阪に集まった。その時のテーマは、「インバウンド4,000万人時代、観光立国、日本の課題」。溝畑理事長にも講演いただいた。夢洲を案内し、万博とIRの構想等を説明し、必ずしもこれは大阪・関西だけではなく、西日本全体への回遊も見込め、各地域と色々な意味で関係が深いという話をした。逆に各地からも、溝畑理事長に講演のお願いの声がかかっていると聞いている。大阪はそういう意味で、西日本から見れば、観光に関する取組み、大阪観光局の動きが、非常に評価されている。
- 代表者の会議で、内外から多くの観光客を呼び込むには、民間企業が各地域の魅力の発掘に積極的に参加するとともに、地域観光の新たな担い手として、女性、シニア、留学生など色々な人材活用・育成に取り組むべきという共同アピールを出した。経済界はもちろん行政も、こうした視点に立って多くの国から観光客が来るよう、色々な人材の活用・育成を検討いただきたい。
- 先ほど大阪のブランディング構想の中で、ウェルネスの話が出た。同友会でも今年の8月に提言の中で、夢洲エリアをライフログデータの活用特区にしてもらいたいという提案をしている。個人情報であるライフログを提供する人々にとっては、公的な組織がデータを収集する、あるいは活用するという仕組みでないと信頼されないので、行政のバックアップを考えていただきたい。
- 12月7日に、在関西のスポーツメーカー、スポーツチームと産官学によって、「大阪・関西スポーツツーリズム&MICE推進協議会」が設立された。同友会も密接に関わる「スポーツコミッション関西」、これはワールドマスターズゲームズの招致にも関係した組織だが、既に5年間活動してきている。新しくできた組織とうまく連携し、スポーツを通じたインバウンド推進に取り組みたいと考えている。

■吉村 大阪市長

- インバウンドの数はここ5年で5倍、1,100万人達成見込み、東京より伸び率は高いという状況。こういった状況となっていることについて、大阪観光局に感謝申し上げたい。世界的に見ても大阪・関西が高く評価されている結果。何が足りないのかというところはプレゼンにもあったが、色々なツーリズムに力を入れていくことも一つだが、もう一つはナイトエンターテイメントだと思う。今回の数字を見ても、夜の消費が東京より少ない。裏を返せば、夜の消費が少ないにもかかわらず、大阪が伸びているということは、ポテンシャルがまだまだ高いのがこのエリアだと思う。ここに力を入れれば量も質も伸びる。役所としても、大阪には伝統芸能、文化や面白い興行があることから、劇場とかホールの整備にこれからさらに力を入れていきたい。まずはプラットフォームを整備し、役所が誘導していくということをこれから進めていきたい。
- MICEに関して、ナイトエンターテイメントにも関わるIRは、ものすごく大きな起爆剤となる。両方に大きな効果があるので、世界最高水準のものを誘致できるよう、府・市・経済界、様々な皆さんと協力しながら、国に対して要請し、実現したいと思っている。G20については、知事とともに誘致について、まだ決まっている状況ではないので引き続き力を入れていく。僕自身、G20は今年ハンブルクに行ってきた。ハンブルグメッセで国際会議をやったわけだが、そこで話を聞くと、G20のような国際会議を自治体が誘致し、それを実現するには大きな課題があって、安全性等高い水準が求められる。ただ、それを実現するとどうなるかということ、MICE市場において、最高レベル、世界最高の安全性が求められる会議を実現した都市だという評価が得られる。会場となったメッセ自体も評価され、MICEの引き合いが非常に増えたという。そういう意味からもG20を実現したい。大阪のMICE機能を高めることは重要だと思っている。
- スポーツツーリズムは今後伸びる分野と思っている。大阪マラソンは自分も出場したが、海外の方もたくさんいらっしゃっていて、今はセントラルフィニッシュにしようかと協議をしているが、大阪の魅力を走っている間存分に感じて、自身が母国語でツイートして宣伝マンになってくれている。大阪マラソンもしかり、大阪城のトライアスロンもしかり、力を入れていきたい。今回はアジアカップとして開催したが、ワールドカップに格上げすると、選手層も数も違うということで、格上げに向けて力を入れていきたい。お堀でやるということは維持したい。大阪の魅力を、スポーツを通じて世界に発信して、大阪に招待するということも進めていく。舞洲においてもサッカー、野球、バスケットのプロチームが集まっている。大阪観光局で商品を開発しているということなので、是非引き続きやっていってほしい。
- 大阪・梅田のサインについては、大阪観光局から重要という意見をいただいたが、そうだと思うので、協議会を立ち上げて整備方針を定めていくことが大事だと思う。
- これからも大阪の魅力、大阪だけでなく、大阪に行って、京都に行って、奈良に行って、神戸に行ってと関西に来たとき、大阪を中心とした関西の潜在力は非常に高いと思っているので、面として捉えながら、大阪の観光がどうあるのがベターなのかについて、大阪観光局でも是非考えていただきたい。役所としても一緒になって進めてい

きたいと思う。

■松井 大阪府知事

- 大阪観光局を官民一体でスタートしたのが5年前。5年前は2020年で650万人というのがインバウンドの目標だったが、2017年に1,000万人を越えるということで大きく目標をクリアしている。今は2020年に1,300万人を目標としている。更なる高い目標へ向かって、大阪観光局と官民一体で努力を続けなければならないと思っている。
- そうした中で、さらにお客さんを増やし、一人ひとりの消費金額をもう少し上げていこうというキーワードがウェルネス。ただ、ウェルネスは諸刃のところがある。ウェルネスで信用を落とすと、健康になりに来たのにいかなものなのかとなったら大変。日本の場合は、医療機関や医療従事者の皆さんは、病気になったら治してあげたいということで、相手はお客さんという認識は持っていない。ウェルネスを提供する医療機関に、サービスというものを意識してもらうかが重要になる。大阪観光局でウェルネスをやる限りは、技術は日本の各医療機関は世界 No.1 なので、プラスおもてなしや施設の部分で、富裕層の方に満足していただけるように、ウェルネスを担ってもらって医療機関を絞り込む必要があると思う。具体的に大阪の医療機関の中で取り組んでもらえる、熱意のあるところ、一定の水準というものもこちらで示してあげないと厳しいと思う。もう一つ、デンタルクリニックを対象に入れていただきたい。
- G20について、メディアの拙速な観測記事、迷惑な報道が一昨日あたりからされている。いかにも大阪が最有力という形になっているが、全くそうではない。非常に迷惑。ああいう報道をされると、他のエリアから、我々も一生懸命やっているが、すごく巻き返しされている状況にある。全く油断できない、予断を許さない状況にあるので、年末年始、経済界の皆さんも影響力のある様々な方々に会うと思うが、是非お力添えをいただきたい。今のところ、フライング報道でマイナスになっている。我々も精一杯やるが、大阪も一枚岩でやっていきたいのでよろしくお願いします。

【自由討議】

■尾崎 大阪商工会議所会頭

- ウェルネスについて、知事からも発言もあったが、日本の病院で外国の方を受け入れるに当たって、その病院で全てを用意するのは、当面は無理だと思う。エージェントみたいなものを作って、そのエージェントが全て面倒を見る。旅行会社でも良いと思う。そういう仕組みから始めた方がスムーズに行くのではないか。色々なトラブルを全部病院で解決してとなると、病院も二の足を踏むことになると思う。そこらを大阪観光局で考えていただきたい。

■松本 関西経済連合会会長

- 大阪は今勝負どころ。政府が2020年にGDP600兆円という目標を掲げる中、かつて1970年前後は関西が日本のGDPの20%を占めていた。今後、経済界として

どうしたら良いか、ものすごく議論されている。この中でファイティングスピリットをスティミュレート（stimulate：刺激する）するのは、万博とIRとG20。これはやらないといけない。行政もキャパシティというものがあると思うが、無理をして取りに行くという感覚を経済界は持っている。是非一緒になって大阪に3つの星を呼び寄せることが重要。知事と一緒に努力する。皆が一致団結して3つをオーバーカミングすることに大阪の復興があると思っている。我々はやって欲しいと思っている。

■溝畑 大阪観光局理事長

- 本日は皆様から貴重な意見をいただいた。しっかりとそれを踏まえて、皆様と必死のバッチで国際観光都市・大阪を目指していきたい。