

# <概要版> 大阪都市魅力創造戦略2025

## めざす姿

## 魅力共創都市・大阪 ～新たな時代を切り拓き、さらに前へ～

難局の先にある新たな時代を切り拓くため、住民・企業をはじめ、あらゆるステークホルダーとともに、大阪が持つ豊かな歴史・文化や人々の多様な魅力、都市のポテンシャルを生かし、チャレンジし続けることにより、大阪を元気にし、府民・市民が誇りや愛着を感じることで、世界に誇る魅力あふれる都市を創り上げることをめざす。

### 【策定の背景】

- 大阪府・市では、2012年より、世界的な創造都市の実現に向けた観光・国際交流・文化・スポーツ分野の共通の戦略として「大阪都市魅力創造戦略」を策定し、一体となって各種プロジェクトを着実に推進することにより、好調なインバウンド需要を取り込み、大阪の賑わいを創出してきた。
- 2025年の大阪・関西万博に向けて高まる発信力やインパクトを生かして、都市魅力のさらなる向上や世界への発信をオール大阪で進めていく必要がある。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、新たな生活様式の浸透や消費行動、働き方が変化している中、観光分野においても旅行者のニーズが変容しており、こうした潮流をとらえた施策が求められている。

### 【本戦略の位置づけ】

新型コロナウイルス感染症の影響・状況を踏まえ、観光需要の回復を担う国内旅行の促進や新たな潮流に対応した魅力の創出・強化、インバウンド回復後を見据えた基盤整備などを着実に推進するとともに、大阪・関西万博の開催さらには開催後に向けて、国際都市大阪の新たな大阪の賑わいを創り出し、活力を高めていくための施策の方向性を示すものである。

### ◆計画期間◆ 2021 (R3) ～2025 (R7) 年度

※ 新型コロナウイルスの感染状況等を踏まえ、計画期間中においても必要に応じて柔軟に戦略を見直す。

### ◆基本的な考え方◆

大阪・関西万博のインパクトを生かした都市魅力の創造・発信

安全・安心で持続可能な魅力ある都市の実現

多様な主体が連携し、大阪全体を活性化

持続可能な開発目標 (SDGs) 達成への貢献

### 10の都市像で施策展開

### ◆めざすべき都市像◆

- |                           |                           |
|---------------------------|---------------------------|
| 1 安全で安心して滞在できる24時間おもてなし都市 | 2 大阪ならではの賑わいを創出する都市       |
| 3 多様な楽しみ方ができる周遊・観光都市      | 4 世界水準のMICE都市             |
| 5 大阪が誇る文化力を活用した魅力あふれる都市   | 6 あらゆる人々が文化を享受できる都市       |
| 7 世界に誇れるスポーツ推進都市          | 8 健康と生きがいを創出するスポーツに親しめる都市 |
| 9 大阪の成長を担うグローバル人材が活躍する都市  | 10 出会いが新しい価値を生む多様性都市      |

### ◆重点取組み◆

大阪・関西万博を見据えた魅力づくり、新型コロナウイルス感染症による影響、これまでの取組みにより明らかになった課題への対応などの観点から、次の項目について重点的に取組む。

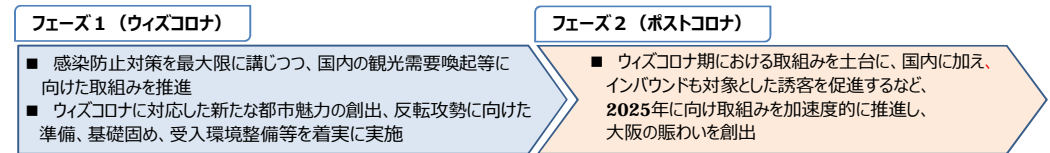
世界第一級の文化・観光拠点の進化・発信	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大阪・関西万博を契機とした世界に向けた大阪の魅力発信</li> <li>・水都大阪、百舌鳥・古市古墳群、万博記念公園等の魅力強化</li> <li>・IR誘致、大阪中之島美術館や市立美術館リニューアルの推進 など</li> </ul>
大阪の強みを生かした魅力創出・発信	<ul style="list-style-type: none"> <li>・食、歴史、文化芸術、エンタメなど大阪の強みを生かした魅力の磨き上げ・発信</li> <li>・博物館や美術館の文化資源の鑑賞・体験など文化観光の推進 など</li> </ul>
さらなる観光誘客に向けた取組み	<ul style="list-style-type: none"> <li>・AI、ICT等を活用した新たな観光コンテンツの開発・発信や受入環境整備</li> <li>・国内観光の需要喚起、マイクロツーリズム・府域周遊の促進</li> <li>・欧米豪をはじめ幅広い国・地域からの誘客、プロモーション展開</li> <li>・ウェルネスや特別感・上質感ある体験など多様なニーズへの対応 など</li> </ul>
戦略的なMICE誘致の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>・MICE開催支援、WEB等を活用した新たな展示会等の支援</li> <li>・ニューノーマルに対応した新たなMICE戦略の策定、官民一体の誘致 など</li> </ul>
文化・芸術を通じた都市ブランドの形成	<ul style="list-style-type: none"> <li>・文化芸術活動の回復や賑わい創出の取組み</li> <li>・文化芸術の担い手や支える人材の育成、鑑賞機会の創出 など</li> </ul>
スポーツツーリズムの推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>・在阪スポーツチームとの連携等によるスポーツツーリズムの推進</li> <li>・大規模スポーツイベントの開催 など</li> </ul>
大阪の成長・発展につながる国内外の高度人材の活躍推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>・海外進学支援等によるグローバル人材育成や活躍促進</li> <li>・外国人留学生の就職支援 など</li> </ul>

### 最優先取組み

- ▶ 食、歴史、文化芸術、エンタメなど大阪の強みを生かした新しい時代に相応しい価値や魅力の創出
- ▶ マイクロツーリズムを起点とする国内からの誘客強化
- ▶ 来阪外国人の75%を占める東アジアからの旅行者をコロナ前の水準に戻すための施策展開

### ◆フェーズに応じた取組み推進の考え方◆

※ 本戦略に基づく取組みは、新型コロナウイルスによる社会への影響に鑑み、計画期間中においてフェーズ1、フェーズ2という段階に分けて、状況に応じ推進していく。



### ◆戦略の進捗管理◆

内外からの誘客に関する数値目標 感染症発生前の水準(2019年実績)を上回ることを当面の目標として設定

指標	目標値	達成をめざす時期
日本人延べ宿泊者数(大阪)	2,950万人泊	2022年
来阪外国人旅行者数	1152.5万人	入国規制解除から2年後

○ 大阪府市都市魅力戦略推進会議において年度ごとに評価・検証を実施  
○ 参考指標を設定、その内容や個々の施策の達成状況、社会経済情勢等を総合的に判断し状況を把握

※ 社会経済情勢等の変化に応じ、目標値、達成をめざす時期等について、必要に応じて柔軟に見直しを行う