

# 大阪府の観光客受入環境整備の推進に関する 調査検討 最終報告

---

平成27年12月

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

# 目次

1	はじめに	1 ページ
2	大阪の観光の現状	
(1)	急増する観光客の状況	2 ページ
3	大阪の観光振興にかかる現状と課題	
(1)	観光客からの意見等に基づく課題の抽出	5 ページ
4	大阪の観光振興にかかる施策の方向性	
(1)	大阪の観光振興施策の方向性	8 ページ
(2)	大阪の観光振興にかかる施策の2つの柱	9 ページ
5	大阪の観光振興にかかる対応策及び役割分担	10 ページ
6	大阪の観光振興にかかる事業例・事業規模イメージ	
(1)	観光客と地域住民相互の目線に立った受入環境整備の推進	14 ページ
(2)	国内外から集客できる観光資源づくり及びプロモーションの推進	16 ページ
(3)	具体的施策の検討にあたっての観点	18 ページ
(4)	その他の視点	18 ページ
7	事業の実施に必要な財源確保のあり方	
(1)	大阪府の財政状況	19 ページ
(2)	国内の財源確保の事例	20 ページ
(3)	海外のホテル税等の事例	21 ページ
(4)	財源確保のあり方	22 ページ
8	まとめ	27 ページ
	<b>【参考】 検討会議について</b>	
(1)	委員名簿	28 ページ
(2)	関係条例等	28 ページ
(3)	開催実績	29 ページ
(4)	パブリックコメントの実施結果	30 ページ

# 1 はじめに

- ◆ 近年の円安傾向、LCCをはじめとする航空便の増便、査証免除、要件緩和などに加え、日本の歴史、伝統文化に対する評価の高まりや、日本での食事や買い物など旅行目的の多様化、また、安全・安心といった治安面における信頼感などから、昨年の訪日外客数は、過去最高の1,341万人を記録しました。本年に入っても、日本政府観光局（JNTO）が発表した1月から9月の訪日外客数は、1,449万人（推計値）となっており、累計で過去最高を更新するとともに、観光庁長官の記者会見では、2015年（平成27年）の年間予想が「1,900万人台に達する見込み」と報じられるなど、その勢いは増すばかりです。
- ◆ 大阪においても、昨年は約376万人もの外国人旅行者が来阪し、本年に入ってから、1月から9月の来阪外客数は、約525万人（推計値）となり、2020年に年間650万人とした目標値を達成する見通しとなっています。
- ◆ また、観光庁によると、2014年（平成26年）の訪日外国人の旅行消費額は、前年比約4割増の2兆278億円と過去最高となっています。また、2015年（平成27年）1月から9月期の訪日外国人の旅行消費額は、前年同期比77.0%増の2兆5,967億円で、2014年（平成26年）の年間値を既に超えています。
- ◆ 今後も、2019年のラグビーワールドカップ、2020年の東京オリンピック・パラリンピック、2021年のワールドマスタースゲームズなど、様々な国際的イベントを控え、ますます、来阪観光客は増加するものと予想されている状況のなか、こうした急増する観光客に対する受入環境整備などの対応は喫緊の課題であるとの認識のもと、本年5月に「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」が設置されました。
- ◆ 本検討会議では、これまで7回にわたり会議を開催し、大阪の観光の現状を踏まえた上で、受入環境の整備に関する課題分析や、観光振興にかかる対応策などについて議論を行いました。さらに、こうした議論をもとに、施策イメージや事業規模のシミュレーション、事業の実施に必要な財源確保のあり方などについて議論を重ね、今般最終報告のとりまとめを行いました。

平成27年12月

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  
会長 福島 伸一

## 2 大阪の観光の現状 ①

### (1) 急増する観光客の状況

- 近年、大阪における観光客、特に外国人観光客が急増しています。
- 訪日外客数の推移をみると、全国では2014年（平成26年）は約1,341万人を超え、2003年（平成15年）のビジットジャパン事業開始以来、過去最高となっています。さらに、2015年（平成27年）1-9月期においては、これまで過去最高だった2014年を上回り、1,449万人に達しています。
- 大阪においても、外客数は、全国と同じように2003年（平成15年）以来、過去最高となっており、2014年（平成26年）は約376万人となっています。2015年（平成27年）においては、1-9月期で約525万人となっており、外客数増加の勢いは増えています。
- また、前年との伸び率を比較すると、大阪は全国よりも格段に高く、2014年（平成26年）は前年比43.0%の伸びとなっており、さらに2015年（平成27年）1-9月期においては、前年同期と比べ、約96%の伸びとなっています。
- 関西の玄関口である関西国際空港においても、LCCの就航便の増加などにより、外国人入国者数が年々増加しており、2014年（平成26年）は、317万人となっており、前年の2013年（平成25年）と比べ、約37%も増加しており、さらに、2015年（平成27年）1-9月期では、前年同期と比べ、約61%の増加となっています。
- 来阪外客者の買い物消費単価の平均額においても、2013年度38,665円から2014年度51,989円と増加しており、大阪の経済にも大きな波及効果をもたらしています。

訪日・来阪外客者数の推移



関西国際空港外国人入国者数の推移



出典：JNTO（日本政府観光局）及び観光庁資料により作成  
※来阪外客数：訪日外客数に訪問率を乗じて算出  
※2015年1-9月期の数値は推計値

出典：「新関西国際空港（株）」

## 2 大阪の観光の現状 ②

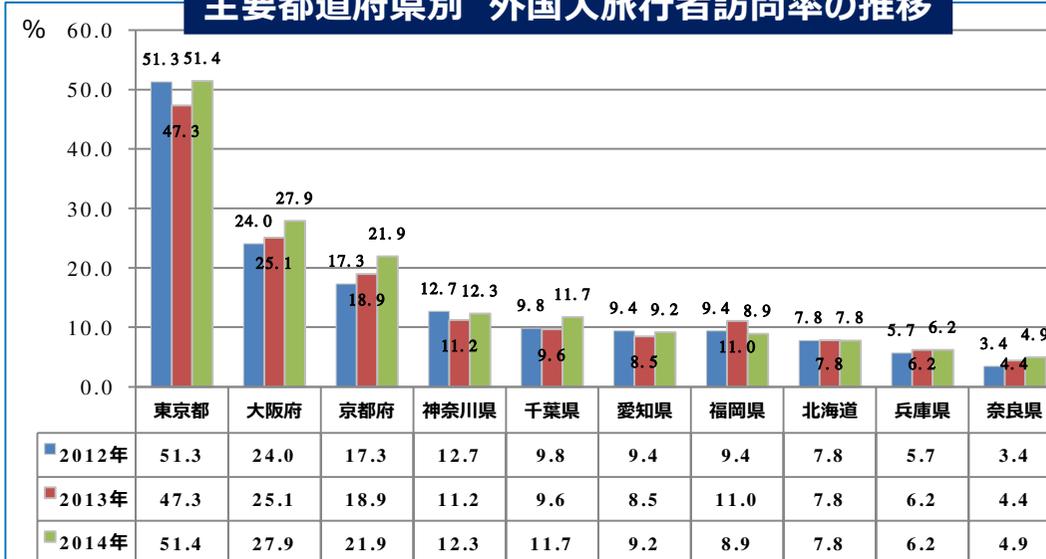
- 大阪における外国人旅行者の訪問率も東京都に次いで 2 番目（2014 年：27.9％）となっており、全体の約 3 割の外国人旅行者が大阪を訪問しています。
- また、外国人延べ宿泊者数についても、大阪は急増しており、ここ最近では 2 カ年連続で前年比 40％以上の伸びを記録し、2014 年（平成 26 年）は、620 万人を超えました。さらに、2015 年（平成 27 年）1-9 月期では約 689 万人と前年同期比 50％以上の伸びとなっており、既に前年実績を超えています。
- 2014 年（平成 26 年）における外国人延べ宿泊者数の国籍（出身地）別構成比では、①中国、②台湾、③韓国、④香港、⑤タイといったアジア地域が上位を占め、この 5 カ国で外国人宿泊者数全体の 7 割程度を占めています。

### 主要都道府県別 外国人延べ宿泊者数の推移

都道府県	2012年 (平成24年)		対前年比	2013年 (平成25年)		対前年比	2014年 (平成26年)		対前年比	2015年 1-9月期 (平成27年)		対前年同期比
	延べ宿泊者数	訪問率		延べ宿泊者数	訪問率		延べ宿泊者数	訪問率		延べ宿泊者数	訪問率	
全国	26,314,370		127.3%	33,495,730		118.6%	44,824,600		133.8%	49,162,990		151.7%
東京都	8,291,740		118.6%	9,830,950		118.6%	13,195,260		134.2%	13,152,730		138.6%
大阪府	3,060,850		141.0%	4,314,500		141.0%	6,200,160		143.7%	6,891,720		154.3%
京都府	2,305,170		113.9%	2,625,880		113.9%	3,291,010		125.3%	3,645,410		149.7%
神奈川県	924,550		115.5%	1,067,440		115.5%	1,432,500		134.2%	1,609,310		152.0%
千葉県	1,794,850		114.1%	2,048,240		114.1%	2,667,200		130.2%	2,723,710		137.3%
愛知県	944,640		121.5%	1,147,560		121.5%	1,489,680		129.8%	1,708,350		164.0%
福岡県	758,730		118.6%	900,040		118.6%	1,357,300		150.8%	1,722,680		187.7%
北海道	2,012,070		152.6%	3,069,750		152.6%	3,890,590		126.7%	4,048,910		142.3%
兵庫県	353,830		143.3%	507,030		143.3%	697,910		137.6%	893,220		175.8%
奈良県	104,300		157.8%	164,570		157.8%	145,260		88.3%	212,210		191.4%

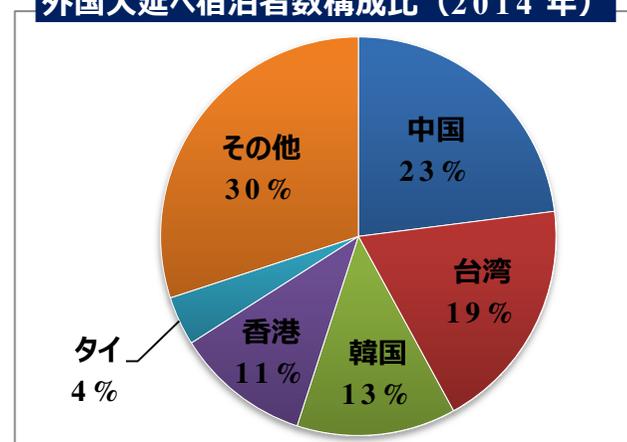
※主要都道府県：2014 年における外国人旅行者数の訪問率が高い上位 10 都道府県

### 主要都道府県別 外国人旅行者訪問率の推移



出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

### 大阪における 国籍（出身地）別 外国人延べ宿泊者数構成比（2014 年）



出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

## 2 大阪の観光の現状 ③

- 日本人延べ宿泊者数については、大阪では、2013年（平成25年）は減少したものの、2014年（平成26年）は、前年比13.3%増と回復しています。
- 観光客の急増に伴い、大阪では年々、宿泊施設の客室稼働率が上昇し続けています。2014年（平成26年）は81.0%と東京を追い抜き全国1位の高さとなっており、2015年（平成27年）1-9月期では85.0%とさらに上昇しています。
- 宿泊施設のタイプ別の客室稼働率をみると、リゾートホテルをはじめ、2014年以降ホテルは全てのタイプで80%を超えており、2015年（平成27年）1-9月期では90%を超えるタイプもでてきています。その一方で、旅館の稼働率は5割程度となっているなど、旅館とホテルの稼働率に差が見られます。

### 主要都道府県別 日本人延べ宿泊者数の推移

都道府県	2012年 (平成24年)	2013年 (平成25年)		2014年 (平成26年)	
			対前年比		対前年比
全国	413,180,780	432,397,640	104.7%	428,677,350	99.1%
東京都	40,898,130	42,993,110	105.1%	41,063,520	95.5%
<b>大阪府</b>	<b>20,282,770</b>	<b>19,566,930</b>	<b>96.5%</b>	<b>22,169,090</b>	<b>113.3%</b>
京都府	13,935,580	17,461,630	125.3%	13,695,750	78.4%
神奈川県	16,310,550	15,773,390	96.7%	17,768,270	112.6%
千葉県	17,527,110	18,350,340	104.7%	18,534,040	101.0%
愛知県	12,481,590	13,505,670	108.2%	13,905,730	103.0%
福岡県	12,915,390	13,086,530	101.3%	13,874,860	106.0%
北海道	26,579,800	27,900,720	105.0%	27,088,480	97.1%
兵庫県	11,999,290	12,719,050	106.0%	13,061,300	102.7%
奈良県	2,126,260	2,315,650	108.9%	2,124,910	91.8%

※主要都道府県：2014年における外国人旅行者数の訪問率が高い上位10都道府県

### 主要都道府県別 客室稼働率の推移

都道府県	2012年	2013年		2014年		2015年1-9月期	
			対前年比		対前年比		対前年同期比
全国	54.8%	55.2%	+0.4%	57.4%	+2.2%	60.4%	+3.7%
東京都	76.4%	81.1%	+4.7%	78.8%	+2.3%	82.1%	+4.1%
<b>大阪府</b>	<b>71.6%</b>	<b>76.2%</b>	<b>+4.6%</b>	<b>81.0%</b>	<b>+4.8%</b>	<b>85.0%</b>	<b>+5.1%</b>
京都府	64.9%	68.3%	+3.4%	67.7%	+0.6%	70.2%	+4.8%
神奈川県	65.2%	62.5%	+2.7%	67.2%	+4.7%	66.3%	+0.7%
千葉県	61.2%	65.2%	+4.0%	66.8%	+1.6%	71.3%	+4.5%
愛知県	60.2%	62.1%	+1.9%	66.4%	+4.3%	70.0%	+4.8%
福岡県	55.0%	62.2%	+7.2%	66.7%	+4.5%	67.8%	+2.4%
北海道	54.3%	56.3%	+2.0%	57.8%	+1.5%	62.6%	+4.3%
兵庫県	54.8%	52.1%	+2.7%	54.9%	+2.8%	58.3%	+4.4%
奈良県	41.1%	44.6%	+3.5%	42.8%	+1.8%	46.8%	+4.6%

### 宿泊施設タイプ別客室稼働率の推移（大阪）

宿泊施設タイプ	2012年	2013年		2014年		2015年1-9月期	
			対前年比		対前年比		対前年同期比
旅館	29.2%	40.1%	+10.9%	43.1%	+3.0%	50.9%	+11.4%
リゾートホテル	72.4%	79.5%	+7.1%	85.8%	+6.3%	<b>93.1%</b>	+10.2%
ビジネスホテル	73.9%	78.6%	+4.7%	83.2%	+4.6%	<b>87.8%</b>	+6.3%
シティホテル	81.1%	82.5%	+1.4%	85.5%	+3.0%	<b>87.3%</b>	+3.3%

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

### 3 大阪の観光振興にかかる現状と課題 ①

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

#### (1) 観光客からの意見等に基づく課題の抽出

▶ 観光客へのアンケート調査や新聞などのマスコミ報道、さらに事業関係者からの意見等に基づき、現状の観光客の受入環境整備に対する意見や要望等を下記1～6の項目別に仕分けを行い、課題の抽出を行いました。

#### 1 観光客受入のための基盤整備（主な意見）

受入環境における課題	受入環境に対する観光客の意見等	現状の主な取組み
交通機関における多言語対応が不十分	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 駅構内・周辺での多言語標記が少ない</li> <li>● 電車の乗換表示がわかりにくく、複雑</li> <li>● 主要駅や商業施設、ホテルでの外国語対応が不十分</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 主要駅、主要電車を中心とした多言語による案内サイン・アナウンスの整備</li> <li>■ 主要駅や商業施設等における外国語対応スタッフの配置</li> </ul>
観光ガイドブックやホームページ等における多言語対応が不十分	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 多言語対応が不十分</li> <li>● 英語等でのイベント情報が少なく、掲載時期が遅い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 大阪の観光ガイドブックを5言語で作成・配付（26年度：50万部発行）《大阪観光局》</li> <li>■ ホームページによる6言語での情報発信《大阪観光局》</li> </ul>
情報通信にかかる環境整備が不十分	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 無料 Wi-Fi の利用環境が不十分</li> <li>● 利用手続きが面倒、利用手続きがまちまち</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Osaka Free Wi-Fi の整備（設置拠点数：2,614 箇所【H27.7 月末時点】）《大阪観光局》</li> <li>■ 地方自治体、事業者における整備が拡大</li> </ul>
観光案内機能が不十分	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 観光案内所が少ない</li> <li>● 年齢層、ニーズに応じた案内をしてほしい</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ JNTO 認定外国人観光案内所（大阪府内 17 箇所（全国 8 位【H27.3 現在】））</li> <li>■ 民間による店舗併設型観光案内所の増加</li> </ul>
外国語対応のできる人材が不足	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 通訳案内士、ボランティアガイド等が不足</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 通訳案内士、特区ガイド（泉佐野市）の活用</li> <li>■ ボランティアガイドの活用</li> </ul>
商業施設での買い物の際の不便	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 営業終了時間が早い</li> <li>● 多言語対応できるスタッフを配置してほしい</li> <li>● 免税店を増やしてほしい、免税手続きをもっと簡単にしてほしい</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 商業施設等における外国語対応スタッフの配置</li> <li>■ 免税店の拡大、免税手続きの簡素化</li> </ul>
飲食店における外国人観光客に対する対応が不十分	<ul style="list-style-type: none"> <li>● メニューなどの多言語対応が遅れている</li> <li>● 来日前に事前予約できるシステムを整備してほしい</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 飲食店における多言語対応等（多言語 HP、食品模型、写真入りメニュー・案内板、外国語対応スタッフの配置等）</li> <li>■ 外国人向けネット予約システムの導入（民間事業者導入済み）</li> </ul>
トイレ整備が不十分	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 公衆トイレが少ない</li> <li>● 洋式トイレが少ない</li> <li>● トイレが狭い</li> <li>● 公園のトイレが汚い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 市営地下鉄において各駅 1 か所以上のトイレを順次リニューアル中（H27 年度末までに今里筋線を除く地下鉄 112 駅）</li> </ul>
両替・クレジットカードの利用が不便	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 海外発行のクレジットカードでキャッシングできる ATM が少ない</li> <li>● 両替所が少ない、両替所がどこにあるかの情報がほしい</li> <li>● クレジットカードが利用できない施設が多い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 一部の銀行（ゆうちょ銀行、セブン銀行等）で海外発行クレジットカードでキャッシングが可能</li> <li>■ メガバンク 3 行（みずほ、三菱東京 UFJ、三井住友）における ATM 設置対応のほか、経済産業省・観光庁においてサービスの拡大を検討</li> </ul>

### 3 大阪の観光振興にかかる現状と課題 ②

#### 《続き》 1 観光客受入のための基盤整備（主な意見）

受入環境における課題	受入環境に対する観光客の意見等	現状の主な取組み
宿泊施設の不足等	<ul style="list-style-type: none"> <li>●大型団体の受入ができる施設が不足</li> <li>●大阪市内の宿泊施設の予約が取りづらく、価格も上昇傾向</li> <li>●客室の質（狭さ等）、従業員の多言語対応が不十分</li> <li>●街なか、宿泊施設、観光スポットへのアクセスにおけるバリアフリーの対応が不十分</li> <li>●バリアフリーの情報が少ない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■事業者等において順次整備</li> </ul>
観光バス駐車場の不足等	<ul style="list-style-type: none"> <li>●観光バス駐車場が不足</li> <li>●観光バスの増加に伴う交通渋滞の発生</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■観光バス用駐車場の整備（大阪城公園、50 台）</li> <li>■観光バス乗降場所の設置（堺筋の日本橋周辺路上、5 台）</li> </ul>

#### 2 府域における交通アクセス等の容易化・円滑化（主な意見）

受入環境における課題	受入環境に対する観光客の意見等	現状の主な取組み
搭乗・入国手続きに時間がかかる	<ul style="list-style-type: none"> <li>●出入国手続きに時間がかかる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■国際線チェックインシステムの統一・共用化、出入国審査場自動化ゲートの増設等（関西国際空港）</li> </ul>
観光スポットを巡るバス等の運行がない	<ul style="list-style-type: none"> <li>●交通機関が複雑で乗り換えが難しい</li> <li>●空港から主要ホテルを巡回するバスがない</li> <li>●大阪には東京のはとバスのような簡単・手軽に複数の観光施設を巡ることのできる定期観光バスがない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■車中見学のみのオープンデッキバスの運行（H26.7～、大阪市内）</li> </ul>
交通機関の利用の際の不便	<ul style="list-style-type: none"> <li>●1 枚の鉄道パスで全部の鉄道が利用できないので不便</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■関西統一交通パスの創設に向け、検討中（関西経済連合会を中心に）</li> </ul>

#### 3 文化・生活習慣に配慮した対応（主な意見）

受入環境における課題	受入環境に対する観光客の意見等	現状の主な取組み
ムスリム旅行者等への対応が不十分	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ハラール対応等をしているレストランが少ない</li> <li>●ハラール対応のレストランがどこにあるかの情報の入手が困難</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ムスリムフレンドリーマップの作成・配付（H26：2 万部）《大阪観光局》</li> <li>■祈祷室の設置（関空、大阪ステーションシティ、なんば CITY）</li> <li>■飲食店におけるハラール対応</li> </ul>
文化・生活習慣の違いについての観光客及び受入側の相互理解が不足	<ul style="list-style-type: none"> <li>●外国人旅行者に温泉での入浴マナー等を理解してもらうのが困難</li> <li>●日本の文化や習慣、マナー理解のため、マニュアル等を作成し、バスや空港等で配布してほしい</li> <li>●受入側も、海外の文化や生活習慣等の教育を充実することが必要</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■英語のできるスタッフの配置や、入浴マナーを解説したポスターの張り出し（温泉旅館施設）</li> <li>■トイレの使用方法的な解説図の設置（関空等）</li> </ul>

### 3 大阪の観光振興にかかると課題 ③

#### 4 安心・安全の確保（主な意見）

受入環境における課題	受入環境に対する観光客の意見等	現状の主な取組み
医療機関、災害・事故等に関する情報が不足	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 病院、薬局等での多言語による表記や説明が不十分</li> <li>● 病気になった際に受入先の情報が不足</li> <li>● 多言語による災害情報、対策が不足</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 行政 HP による防災関係情報等の多言語発信</li> <li>■ Osaka Free Wi-Fi による外国語対応可能病院等の情報提供&lt;大阪観光局&gt;</li> </ul>
災害時受入施設等の対策が不十分	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 観光客避難誘導対策が不十分</li> </ul>	

#### 5 魅力あられる観光資源づくり（主な意見）

受入環境における課題	受入環境に対する観光客の意見等	現状の主な取組み
既存の魅力資源の整備・活用が不十分	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 大阪はみるものが少ない</li> <li>● 神社仏閣をもっと PR すべき</li> <li>● 日本風のまちなみの整備</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 大阪ミュージアム構想の推進（基金を活用したまちの魅力づくり支援、HP・動画等を活用した府内各地の魅力発信等）</li> <li>■ 水の回廊を中心とした魅力・賑わいづくり（緑化推進、橋梁等ライトアップ、遊歩道整備等）</li> <li>■ 文化施策の推進（おおさかカンヴァス推進事業等）</li> <li>■ 百舌鳥・古市古墳群世界遺産登録に向けた取組み</li> </ul>
国内外から集客できる魅力づくりをもっと推進すべき	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 外国人好みの商品やサービス開発が必要</li> <li>● 夜のエンターテインメントが少ない</li> <li>● 観光周遊バスがない</li> <li>● まち歩きツアーの充実</li> <li>● 英語でのイベント情報が少ない</li> <li>● イベントの認知度が低い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 大阪・光の饗宴（御堂筋イルミネーション等、大阪市内中心部の光のプログラムを一体的に発信）</li> <li>■ 万博記念公園活性化の取組み</li> <li>■ スポーツイベント（大阪マラソン等）</li> <li>■ 大坂の陣 400 年天下一祭（大阪城公園と府内各地での歴史文化体感周遊事業、府域魅力発信事業等）</li> </ul>

#### 6 効果的な誘客促進（主な意見）

受入環境における課題	受入環境に対する観光客の意見等	現状の主な取組み
戦略的なプロモーションをもっと推進すべき	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 大阪だけでなく関西としてのプロモーションも推進すべき</li> <li>● 経済効果の大きい M I C E 誘致も推進すべき</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 大阪観光局による戦略的な観光集客の推進（海外トラベルミッション、MICE 誘致、国内プロモーション等）</li> </ul>

## 4 大阪の観光振興にかかる施策の方向性 ①

### (1) 大阪の観光振興施策の方向性

- 訪日・来阪外客数が過去最高を記録するなど、観光客が増加の一途をたどっている状況に加え、今後、2020年東京オリンピック・パラリンピックなど、国際的なイベントの開催を控え、観光客の受入環境を含めた観光振興の取組みは、喫緊の課題となっています。
- 課題に対して、迅速かつ的確に対応するためには、大阪の観光振興にかかる取組みについて、まず、施策の方向性を定めることが必要です。
- 施策の方向性としては、「受入」と「誘客」の両面からの取組みを進めていくことが必要であり、そのため大阪の観光振興に係る施策の柱として、観光客と地域住民相互の目線に立った受入環境整備の推進と魅力づくり及び戦略的なプロモーションの推進の2本柱としました。
- まず一つ目の柱として、「受入」の面からは、観光地における利便性・快適性並びに地域住民との調和など、相互の満足度向上のための施策が必要とし、二つ目の柱として、「誘客」の面からは、魅力溢れる観光資源づくり、並びに効果的な誘客促進のための施策が必要としました。
- また、施策の推進にあたっては、行政、民間、中間組織（大阪観光局）といった各主体における役割分担の整理が必要です。
- 大阪府の役割としては、国のガイドライン等を受け、府内の統一した取組み方針の提示や、市町村や民間の取組みに対する支援といった役割に加え、府域全体の魅力資源の発信など、広域行政としての役割を果たしていくべきです。



## 4 大阪の観光振興にかかる施策の方向性 ②

### (2) 大阪の観光振興にかかる施策の2つの柱

- ▶ 現状、大阪における観光客は増加し続けていますが、大阪が今後も観光都市として、安定的に観光客を呼び込んでいくためには、世界の都市間競争に打ち勝っていく必要があります。そのためには、下記の2つを施策の柱として、観光振興を推進していくことが必要です。
- ▶ 1つは、観光客が大阪で安心かつ快適に楽しく滞在していただくことで、リピーターが増えていくといった好循環を生み出していくことが必要であり、そのためには先に抽出した課題に対応した観光客受入のための環境整備を推進していくことが必要です。
- ▶ 2つ目は、地域住民自らが地域の歴史や文化を再認識するとともに、行政、府民、民間が一体となって、大阪の魅力を高め、磨いていくといった魅力づくりや、観光客のニーズ等を踏まえ、大阪の魅力を積極的に発信するなどの効果的なプロモーションの取組みが重要です。
- ▶ この2つを柱に観光振興を推進していくことで、大阪への観光客の安定的な誘客に結び付き、観光が大阪の成長産業としていくことが必要です。

### 大阪の観光振興にかかる施策の柱

#### 観光客と地域住民相互の目線に立った 受入環境整備の推進

##### 観光客受入のための基盤整備

- 多言語対応の強化
- 観光客が手軽に、欲しい情報入手できる情報通信にかかる環境整備
- 観光案内機能の充実
- 設備等の国際標準サービスの提供
- 宿泊施設の整備
- ホスピタリティの向上・人材の育成
- 両替、決済環境の改善
- 観光バス等の駐車場の整備
- 観光施設等のバリアフリー化

##### 府域における交通アクセス等の容易化・円滑化

- 搭乗・入国手続きの時間短縮
- 観光スポットをめぐるバスの運行

##### 文化・生活習慣に配慮した対応

- ムスリム旅行者をはじめとした対応の促進
- 文化・生活習慣の違いについての観光客・受入側の相互の理解促進

##### 安心・安全の確保

- 医療機関、災害・事故等に関する情報の発信
- 災害発生時の避難誘導対応 等

#### 魅力づくり及び戦略的なプロモーション の推進

##### 魅力溢れる観光資源づくり

- 既存の魅力資源の整備・活用
- 国内外から集客できる魅力づくりの推進
- 民間による観光集客施設の新設・魅力拡大

##### 効果的な誘客促進

- 観光振興に繋がる団体、プロフェッショナルの育成
- 国内外から人を呼び込むためのプロモーションの推進
- 積極的な大阪の魅力の情報発信
- 観光マーケティング・リサーチの強化
- MICE 誘致の推進

## 5 大阪の観光振興にかかる対応策及び役割分担 ①

- 第3章の大阪の観光振興にかかる現状と課題の中から、官民の役割分担や主体別役割等を踏まえ、大阪府が主体的に取組んではどうかと考えられる課題を抽出し、その課題に対応するための受入環境整備の内容、それを実現するための具体的な対応策、及び想定される実施主体を整理しました。
- 大阪府の役割として、課題の改善、解消に向けた対応策について、他の都道府県の取組み事例を参考にしながら事業例を示し、◆印は事務的な経費で対応が可能と考えられる事業、◇印は新規、拡大、拡充のための事業費として新たに財源措置が必要と考えられる事業として分類しました。

### 1 観光客受入のための基盤整備

- 来阪観光客からのニーズや要望等が非常に多く、観光都市としての魅力向上の観点からも、幅広い取組みが望まれることから、今後は他の地方自治体の例も参考にしながら、大阪独自のオリジナリティ溢れる施策も含め、これら受入のための基盤整備に積極的に取組む必要があります。

受入環境整備の課題	受入環境整備の内容	対応策	実施主体	大阪府の役割
案内表示や情報発信等における多言語対応が不十分	多言語対応の強化 ・交通機関における案内サイン・アナウンスの充実	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 多言語案内表示のガイドラインの策定</li> <li>● 駅等における多言語案内サイン・アナウンスの整備・充実</li> </ul>	● 行政、民間	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 多言語案内表示に係るガイドラインの策定</li> <li>◆ 事業者への働きかけ等</li> </ul>
	・観光ガイドブックの作成・配布	● 多言語対応の促進	● 行政、大阪観光局、民間等、ガイドブックの作成主体	◇ 多言語ガイドブックの拡充・強化
	・ホームページ等での情報発信	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 多言語対応の促進</li> <li>● 掲載情報の充実</li> <li>● わかりやすい、ターゲット、ニーズに応じた発信の工夫</li> </ul>	● 行政、大阪観光局、民間等、HPの運営主体	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ HPでの多言語対応の方針策定</li> <li>◇ 多言語による掲載情報の拡充</li> <li>◇ 発信方法の新たな取組み</li> </ul>
情報通信にかかる環境整備が不十分	観光客が気軽に欲しい情報通信にかかる環境整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 無料 Wi-Fi の利用環境整備の拡大</li> <li>● 利用手続きの簡素化・一元化</li> </ul>	● 行政、大阪観光局、民間等	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 無料 Wi-Fi の利用環境整備の拡充・強化に向けた支援</li> <li>◆ 利用手続きの簡素化や一元化に向けた検討</li> </ul>
観光案内機能が不十分	観光案内機能の充実	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 観光案内所の新設や機能の強化（多言語対応、他地域の案内所との連携等）</li> <li>● 観光案内板の整備</li> <li>● 観光ボランティアガイドの育成、活動の場の拡大</li> </ul>	● 行政、大阪観光局、民間等	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 観光案内所の拡充・機能強化支援</li> <li>◇ 観光案内板の新規整備支援</li> <li>◇ 観光・通訳ボランティアガイドのスキルアップ・活動支援</li> </ul>

## 5 大阪の観光振興にかかる対応策及び役割分担 ②

受入環境整備の課題	受入環境整備の内容	対応策	実施主体	大阪府の役割
外国語対応のできる人材が不足	おもてなしの向上・人材育成	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 主要駅等における多言語対応のできる人材の配置・人材育成</li> <li>● 観光・通訳ボランティアガイドの育成、活用</li> <li>● I C Tの活用</li> </ul>	● 行政、民間	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 観光・通訳ボランティアガイドのスキルアップ・活動強化支援</li> <li>◇ I C Tを活用したおもてなし対応支援</li> </ul>
飲食店における外国人観光客に対する対応が不十分	飲食店における利便性の向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 飲食店における多言語対応の拡充</li> </ul>	● 行政、民間	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 飲食店における多言語対応への支援</li> <li>◆ 業界団体への働きかけ等</li> </ul>
トイレ整備が不十分	トイレの整備 (ユニバーサルデザイン化)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 観光地等のトイレ美化</li> <li>● 国際標準のトイレ整備 (ユニバーサルデザイン化)</li> </ul>	● 行政、民間	◇ 観光地トイレの美化支援等
宿泊施設の不足等	宿泊施設の整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 宿泊施設の受入能力拡充</li> <li>● 旅館等での観光客の受入促進</li> <li>● 多言語スタッフの配置</li> </ul>	● 行政、民間	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 宿泊施設の受入拡充のための支援</li> <li>◆ 旅館関係団体等への外国人観光客受入協力の働きかけ</li> </ul>
駐車場の不足等	駐車場の確保等	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 観光バス駐車場確保対策等の検討</li> </ul>	● 行政、民間	◇ 市町村や民間事業者、及び警察と連携した観光バス駐車場確保方策等への支援

### 2 府域における交通アクセス等の容易化・円滑化

- 下記の他には搭乗・入国手続きの時間短縮、交通機関における利便性の向上、及びバリアフリー化などについては、いずれも国や民間が主体となった取り組みではありますが、来阪観光客のニーズや要望が高く、問題も表面化してきていることから、早急な対応が望まれます。

受入環境整備の課題	受入環境整備の内容	対応策	実施主体	大阪府の役割
観光スポットを巡るバス等の運行がない	観光スポットをめぐるバスの運行	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 観光スポットをめぐる定期観光バスやループバスの運行</li> </ul>	● 行政、民間	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 事業者への働きかけ等</li> <li>◇ 定期観光バス等の運行への支援</li> </ul>

## 5 大阪の観光振興にかかる対応策及び役割分担 ③

### 3 文化・生活習慣に配慮した対応

▶ 大阪観光局において、ムスリムフレンドリーマップの作成、配布や、民間において祈祷室の設置、飲食店でのハラール対応など取組まれていますが、今後、ますますムスリム旅行者等の増加も予想されますので、官、民が一体となった早急な取組みが必要です。

受入環境整備の課題	受入環境整備の内容	対応策	実施主体	大阪府の役割
ムスリム旅行者等への対応が不十分	ムスリム旅行者をはじめとした対応の促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ハラール対応等、飲食店における対応の拡充</li> <li>●H P等におけるハラール対応やアレルギー対応等が可能な飲食店等の紹介</li> </ul>	●行政、大阪観光局、民間	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ ハラール対応等についての関係業界・集客施設等への理解促進・働きかけ</li> <li>◇ H P等でのハラール対応やアレルギー対応等が可能な飲食店等の紹介</li> </ul>
文化・生活習慣の違いについての観光客及び受入側の相互理解が不足	文化・生活習慣の違いについての観光客及び受入側の相互理解の促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>●H P等における日本での生活習慣、マナー等の解説、周知</li> <li>●温泉施設等における多言語対応のできるスタッフの配置</li> <li>●マナー違反発見時の適切な対応</li> <li>●府民のおもてなし意識の向上</li> </ul>	●行政、大阪観光局、民間	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ H P等での日本の文化・生活習慣の紹介</li> <li>◇ 府民のおもてなし意識の向上</li> </ul>

### 4 安心・安全の確保

▶ 来阪観光客の安心・安全の確保については、行政の本来的役割としての人の生命、財産を守るという観点や、観光客が安全で快適に過ごしてもらうことによる、リピーターの確保に資するという両面からも、今後、大阪府として、積極的に取組む必要があります。

受入環境整備の課題	受入環境整備の内容	対応策	実施主体	大阪府の役割
医療機関、災害・事故等に関する情報が不足	医療機関、災害・事故等に関する情報の発信	●多言語による医療機関、避難場所等の防災関係情報の発信	●行政、大阪観光局	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ H P等で多言語による医療機関や避難場所等の関係情報の発信</li> <li>◇ 24時間コールセンターの設置</li> </ul>
災害時受入施設等の対策が不十分	災害発生時の避難誘導対応	●観光客避難誘導対策の検討	●行政、民間	◆ 観光客避難誘導対策の検討
	災害時受入施設の確保 (宿泊施設等の耐震補強等)	<ul style="list-style-type: none"> <li>●耐震基準を満たす施設の拡充</li> <li>●災害時、観光客の受入施設の確保</li> </ul>	●行政、民間	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 施設の耐震補強への支援</li> <li>◆ 観光客の避難場所確保に向けた事業者等との協定締結</li> </ul>

## 5 大阪の観光振興にかかる対応策及び役割分担 ④

### 5 魅力あふれる観光資源づくり

➤ 一度来阪した観光客が、何度も大阪を訪れたいと思ってもらい、大阪に来るたびに新鮮さを感じてもらうためにも、これら魅力あふれる観光資源づくりについては、今後も、引き続き、関係機関等と連携を図りながら、積極的に取り組む必要があります。

受入環境整備の課題	受入環境整備の内容	対応策	実施主体	大阪府の役割
既存の魅力資源の更なる整備・活用	既存の魅力資源の更なる整備・活用	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 地域の観光資源の掘り起こし</li> <li>● 大阪ならではの景観整備</li> <li>● 魅力的な観光施設の立地</li> <li>● 夜のエンターテインメントの充実</li> <li>● 魅力的な旅行商品の開発</li> </ul>	● 行政、大阪観光局、民間	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 地域団体や民間等と連携した魅力づくりの支援</li> <li>◇ 大阪ならではの景観の整備</li> <li>◇ 民間と連携した魅力的な旅行商品の開発</li> </ul>
国内外から集客できる魅力づくりの推進	効果的なイベントの実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>● インパクトのある名物イベントの開発</li> <li>● イベント等への外国人の参加促進</li> <li>● HP等における多言語でのイベント情報の拡充</li> </ul>	● 行政、民間	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 国内外に発信できるインパクトのある名物イベント（コンテンツ）の開発</li> <li>◇ 多言語によるHP等での参加の呼びかけ、掲載情報の充実</li> </ul>

### 6 効果的な誘客推進

➤ 現状、来阪観光客は増加の一途を辿っていますが、将来的には増加の伸びが鈍化することも見据え、観光振興に繋がる団体やプロフェッショナルの育成、観光マーケティング・リサーチの強化なども、今後の取り組みとして中長期的な視点から検討する必要があります。

受入環境整備の課題	受入環境整備の内容	対応策	実施主体	大阪府の役割
戦略的なプロモーションの更なる推進	国内外から人を呼び込むためのプロモーションの推進	● 広域的観光プロモーションの推進	● 行政、大阪観光局	◇ 他府県との連携等による戦略的な観光プロモーションの推進
	積極的な大阪の魅力の情報発信	● 大阪への誘客を目的とした魅力発信・PR	● 行政、大阪観光局	◇ 多様な情報媒体を活用した情報発信の強化
	観光マーケティング・リサーチの強化	● 観光マーケティング・リサーチの実施	● 行政、大阪観光局、民間	◇ 効果的なマーケティング手法の検討
	MICE 誘致の推進	● M I C E の戦略的誘致の推進	● 行政、大阪観光局、民間	◇ MICE 開催経費の支援

## 6 大阪の観光振興にかかる事業例・事業規模イメージ ①

### (1) 観光客と地域住民相互の目線に立った受入環境整備の推進

- ▶ 観光客の受入環境の整備に関し、大阪府が前章で整理した「大阪府の役割」に基づくと多種多様な事業を実施する必要がありますが、事業のイメージを掴むために、他の地方自治体で実施されている様々な取組みを、下記の1)~4)の項目ごとにとりまとめました。
- ▶ また、事業例に基づく大阪府での事業規模を把握するため、他の地方自治体の事業規模に一定の補正処理（延べ宿泊者数比率、人口比率等）を行った上で大阪府規模に置き換えて算出したところ、年間16億円程度の費用がかかる想定となりました。これは、今後の事業化にあたっての一定の目安として計算したものであり、大阪府がここに記載の事業をすべて実施すべしという趣旨ではありません。

#### 《事業例》

#### 1) 観光客受入のための基盤整備

施策例	事業例		
		他府県等の取組み	事業規模 (単位:百万円)
案内表示や情報発信等における多言語対応の強化	▶ 多言語案内表示ガイドラインの策定	【東京都】国内外旅行者のためのわかりやすい案内サイン標準化指針	-
	▶ 多言語ガイドブックの作成・充実 (8言語対応)	【東京都】ウエルカムカード(ルビィ・カイト・ルビィマップ)作成等事業	108
観光客が手軽に、欲しい情報を入手できる情報通信にかかる環境整備	▶ Wi-Fiの設置拡充	【山梨県】やまなしFree Wi-Fiプロジェクト事業	13
	▶ デジタルサイネージの整備	【東京都】デジタルサイネージを活用した観光情報提供事業	100
観光案内機能の充実	▶ 観光案内所の運営補助	【京都市】京都市総合観光案内所運営事業(1箇所)	70
	▶ 観光案内所の整備	【東京都】新たな観光情報センターの整備	100
	▶ 多言語表示観光案内板整備補助	【愛知県】多言語表示観光案内板整備事業費補助金	25
設備等の国際標準サービスの提供	▶ 多言語メニュー作成支援システムの導入	【東京都】多言語メニュー作成支援ウェブサイト	50
	▶ 観光公衆トイレ整備補助	【和歌山県】おもてなしトイレ大作戦	500
	▶ 観光地トイレの維持管理費用助成	【京都市】観光地トイレのおもてなし向上プロジェクト〔協力者に水道代等を補助〕	4
宿泊施設の整備	▶ 簡易宿泊所設備改善補助	【大阪市】西成区簡易宿所設備改善助成事業	20
	▶ 宿泊施設への融資制度創設	【奈良県】宿泊施設への制度融資	10
ホスピタリティの向上・人材の育成	▶ ボランティアガイドの人材育成	【東京都】観光ボランティアの活用事業	100
	▶ 宿泊施設等における24時間通訳コールセンター業務	【京都市】24時間多言語コールセンター事業 【京都府】24時間多言語コールセンター事業	1
観光バス等の駐車場の整備	▶ 観光バス駐車場の確保・支援	【大阪市】観光バス駐車場整備事業	54
観光施設等のバリアフリー化	▶ 宿泊施設バリアフリー化補助	【東京都】宿泊施設バリアフリー化助成金	150

## 6 大阪の観光振興にかかる事業例・事業規模イメージ ②

### 2) 府域における交通アクセス等の容易化・円滑化

施策例	事業例		
		他府県等の取り組み	事業規模 (単位:百万円)
観光スポットをめぐるバスの運行	➤ 定期観光バスの運行補助	【堺市】堺まち旅ループ	15

### 3) 文化・生活習慣に配慮した対応

施策例	事業例		
		他府県等の取り組み	事業規模 (単位:百万円)
文化・生活習慣の違いについての観光客・受入側の相互の理解促進	➤ おもてなしハンドブックの作成	【福井県】外国人観光客へのおもてなしハンドブック(1,000部)	0.2

### 4) 安心・安全の確保

施策例	事業例		
		他府県等の取り組み	事業規模 (単位:百万円)
災害発生時の避難誘導対応等	➤ 宿泊施設の耐震化補助 (診断・設計・改修)	【京都府】旅館等耐震化緊急支援事業費補助	55
	➤ 観光客避難誘導計画の策定	【京都市】帰宅困難観光客避難誘導計画	-

## 6 大阪の観光振興にかかると事業例・事業規模イメージ ③

### (2) 国内外から集客できる観光資源づくり及びプロモーションの推進

▶ 大阪府が、前章で整理した「大阪府の役割」に基づき、国内外から集客できる観光資源づくり及びプロモーションの推進に取組む場合の事業イメージを表すために、他府県等の取組み並びに大阪府の既存の取組みをもとに下記の1)~2)の項目ごとにとりまとめました。

#### 《事業例》

#### 1) 魅力溢れる観光資源づくり

施策例	事業例	
	他府県等の取組み	大阪府の取組み
既存の魅力資源の整備・活用	<p>▶ <b>地域団体や民間等と連携した魅力づくりの支援</b></p> <p>【茨城県】いばらきツーリズム推進プロジェクト（地域資源の価値や魅力の再発見、新たな観光資源、観光サービスの創造により茨城ならではの特色溢れる新たな旅行を提案） 【兵庫県】ふるさと魅力づくり支援事業（テーマに即した観光資源の発掘や地域の魅力づくりを支援し、多様化する旅行者のニーズに的確に応える地域づくりを推進）</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大阪ミュージアム構想推進事業（大阪のまち全体を「ミュージアム」としてとらえ、魅力あるまちなみや自然、祭り、イベント等を「展示品」や「館内催し」に見立て、その魅力を内外に発信）</li> <li>・水と光とみどりのまちづくり推進事業（シンボル空間を中心とした水辺拠点づくりや、舟運活性化等による陸や川の回遊性の向上などによる水辺魅力の創出と発信）</li> <li>・大坂の陣400年天下一祭推進事業（大坂の陣から400年にあたることから、府市が中心となって大阪の魅力を内外に発信）</li> </ul>
国内外から集客できる魅力づくりの推進	<p>▶ <b>インパクトのある名物イベントの開発・実施</b></p> <p>【岐阜県】スポーツイベントの開催（高橋尚子杯ぎふ清流ハーフマラソン） 【広島県・愛媛県】瀬戸内しまなみ海道・国際サイクリング大会「サイクリングしまなみ」（瀬戸内しまなみ海道を舞台に、日本最大級の国際サイクリング大会を開催） 【香川県】瀬戸内国際芸術祭推進事業（世界に発信「アートのある香川」プロジェクト事業として「瀬戸内国際芸術祭」を開催）</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大阪都市魅力創造プロジェクト事業（大阪の知名度を高めるイベントや国内外で活躍する大阪にゆかりのあるアーティスト等の凱旋イベントなどを中之島に結集）</li> <li>・水都大阪2015開催事業（水都大阪の魅力を国内外に発信するとともに、これまでにない水面利用や水辺での新たな取り組みを行うイベントを展開）</li> <li>・御堂筋シンボルイヤー特別プログラム事業（大阪のシンボルである御堂筋を開放し、シンボライヤーにふさわしい特別プログラムを実施）</li> <li>・大阪・光の饗宴（御堂筋イルミネーション）事業（世界屈指の光の祭典、仏リヨン市のリュミエール祭を目標に、「水と光の首都大阪」を世界へ発信）</li> <li>・大阪マラソン開催（「みんなでかける虹」をスローガンにH23より実施）</li> <li>・おおさかカンヴァス推進事業（まち全体をアーティストの発表の場として「カンヴァス」に見立て、公共空間とアートのコラボレーションによって、都市や地域の新たな魅力を発見、発信）</li> <li>・百舌鳥・古市古墳群世界遺産登録に向けた取組み</li> <li>・ラグビーワールドカップ開催に向けた取組み</li> <li>・プロスポーツチームとの連携事業</li> <li>・関西広域連合との連携事業</li> </ul>

## 6 大阪の観光振興にかかる事業例・事業規模イメージ ④

### 2) 効果的な誘客促進

#### 《事業例》

施策例	事業例		
		他府県等の取り組み	大阪府の取り組み
国内外から人を呼び込むためのプロモーションの推進	<p>➢ <b>インバウンドを中心としたプロモーションの実施</b></p>	<p>【東京都】海外観光レップによる現地でのプロモーション（現地旅行事業者等に対して、セールス活動やツアー造成サポート、ニーズ収集等を実施）</p> <p>【鳥取県・島根県】日本版DMOの設立（両県共同で広域周遊ルートの策定等）</p> <p>【香川県】おもてなし運動県民会議の設立（行政、観光関連団体、経済団体、住民団体が一体となって誘客活動を実施）</p>	<p>・大阪観光局事業（国内プロモーションとしてJR等と連携した首都圏でのプロモーションや京都、神戸などの周辺都市と連携した旅行会社などに対するセールスの実施、関西国際空港などにおいて来阪外国人に対し、属性や目的、滞在日数、消費額、満足度などの動向調査を実施、</p> <p>また、そのマーケティング結果に基づいたそれぞれの国のニーズに応じ、現地旅行社等に情報提供をしていく戦略的な海外プロモーションの実施、大阪の観光魅力の情報発信や認知度向上のため、国際観光展や旅行展への出展、強力な発信力をもつ世界各国のメディアを招聘し大阪の魅力を紹介するメディアファムトリップの実施、在阪留学生がリアルタイムで感じた大阪の魅力をSNSで発信する「大阪観光特使」の認定、ホームページ等をはじめとするインターネットを活用した多言語での情報発信、映画やドラマなどによる誘客効果につなげるため、映画等のロケ地誘致の実施、MICE開催地としての大阪の魅力を認知してもらうため、大阪府内の宿泊施設やアトラクション関係事業者を含むMICE関連事業者等と連携して開催する展示会やセミナーに国内外のMICE主催者やキーパーソンを招聘する大阪MICEディスティネーション・ショーケースの実施等）</p>
積極的な大阪の魅力の情報発信	<p>➢ <b>大阪への誘客を目的とした魅力発信・PR</b></p>	<p>【宮城県】【山形県】【奈良県】JAFとの間で観光協定を締結（観光スポットやドライブコースをJAFのHP等に掲載）</p> <p>【東京都】ICTの活用による情報発信（新聞・雑誌、ウェブサイトのほかツイッター、フェイスブックなどのSNSを活用し観光情報を発信）</p> <p>【三重県】旅行口コミサイト「トリップアドバイザー」との連携（観光施設等で観光客に同サイトへの投稿を促すカードを配布し、満足度の高い口コミ獲得につなげる）</p> <p>【和歌山県】写真共有サービス「インスタグラム」を活用した情報発信（観光名所や特産品を写真に投稿し、国内外のユーザーに魅力をアピール）</p> <p>【高知県】「高知家ピンバッジの製作（バッジの配布により県をPR）</p>	
観光マーケティング・リサーチの強化	<p>➢ <b>観光マーケティング・リサーチの実施</b></p>	<p>【東京都】市場・旅行者層の特性を捉えたマーケティング（新たな市場の開拓につなげるため、国・地域ごとの市場調査や有望旅行者層の行動特性をきめ細かく調査）</p>	
MICE誘致の推進	<p>➢ <b>MICE誘致の推進</b></p>	<p>【東京都】【千葉県】【愛知県】国際会議の開催支援（開催経費の補助）</p> <p>【東京都】開発支援プログラム（観光ツアーの提供等、支援プログラムの提供）</p> <p>【東京都】ユニークベニューの開発に向けた取組みの推進（協議会を設置し、規制緩和や利用手続きの簡素化等の検討）</p>	

## 6 大阪の観光振興にかかる事業例・事業規模イメージ ⑤

### (3) 具体的施策の検討にあたっての観点

- ▶ 大阪府として、今後、観光振興施策を具体的に検討するにあたっては、官民の役割分担、緊急性、及び安全・安心の観点などから十分に検証を行ったうえで、取り組むべき事業を精査していくことが必要と考えます。

### (4) その他の視点

- ▶ 大阪府として広域連携的な役割を担う視点や、大阪へ旅行したいと思った誰もが、より旅行しやすくなるといった視点も加味しながら、都市としての魅力づくりを含めた取組みを推進していくことが重要です。
- ▶ また、大阪府としては、主体的に観光振興施策に取り組む一方で、官民の役割分担の観点から、関係機関等と連携を図りながら、民間事業者等で実施可能な事業については、自助努力を促すとともに、例えば BID<sup>※</sup>などの共助の取組みについても推進されるよう、行政として一層の働きかけが必要です。

<sup>※</sup>BID…Business Improvement District。法律で定められた特別区制度の一種で、地域内の地権者に課される共同負担金（行政が税徴収と同様に徴収する）を原資とし、地域内の不動産価値を高めるために必要なサービス事業を行う組織を指す。

# 7 事業の実施に必要な財源確保のあり方 ①

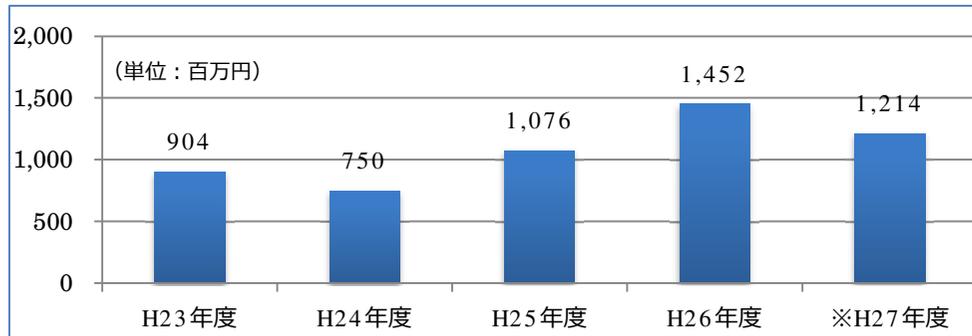
## (1) 大阪府の財政状況

### ① 観光関連予算

- 大阪府の観光関連予算は増加傾向にあるものの、イベントの実施状況等により、年度によって増減しています。
- 平成27年度の予算内訳によると、魅力づくりの推進やプロモーションの実施に関する予算が大半を占めており、観光客の受入環境の整備に関する予算額は僅かとなっています。

観光関連予算の推移

※ H27年度予算には、H26年度からの繰越予算として、地域活性化・地域住民生活等緊急支援交付金事業（一部）を含む

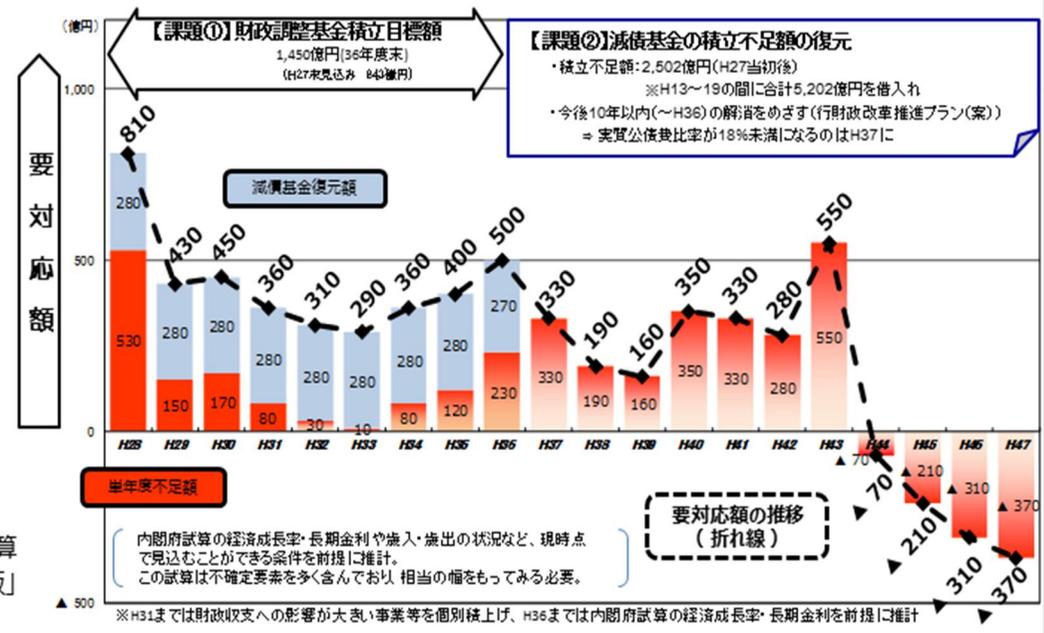


平成27年度の予算内訳

予算内容	予算額
受入環境の推進 (案内所の運営費用等)	41
魅力資源の整備・活用 (魅力資源を活用した事業)	236
魅力づくりの推進 (イベントの実施等)	722
プロモーション等による誘客促進	215
計	1,214

### ② 財政収支の見通し

- 大阪府の「財政状況に関する中長期試算(粗い試算)27年2月版」によりますと、平成28年度以降も、毎年、多額の収支不足が見込まれ、非常に厳しい状況となっています。



大阪府「財政状況に関する中長期試算  
(粗い試算)27年2月版」

## 7 事業の実施に必要な財源確保のあり方 ②

### (2) 国内の財源確保の事例

- 財源確保の取組みのひとつとして、課税自主権を活用して地方自治体の独自課税である法定外税（法定外普通税・法定外目的税）を創設し、特定の用途に活用している事例があります。
- また、受益者が特定される場合は、当該受益者から任意で協力金等を徴収し、特定の目的の達成のために活用している事例もあります。

#### ① 課税自主権の活用（法定外税の創設）

区 分	主 な 事 例	
法定外普通税	歴史と文化の環境税 (福岡県太宰府市)	<ul style="list-style-type: none"> <li>●納税義務者、及び税率                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 有料駐車場の利用者</li> <li>・ 50円（二輪車）～500円（乗車定員29人超の自動車）</li> </ul> </li> <li>●税収額                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 0.67億円（H25年度）</li> </ul> </li> <li>●用途                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 歴史的文化遺産及び観光資源等の保全や整備、観光客に対する様々な事業の実施</li> </ul> </li> </ul>
法定外目的税	宿泊税 (東京都)	<ul style="list-style-type: none"> <li>●納税義務者、及び税率                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ ホテル又は旅館の宿泊者</li> <li>・ 100円（宿泊料金が10千円以上15千円未満）～200円（15千円以上）</li> </ul> </li> <li>●税収額                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 13.15億円（H25年度）</li> </ul> </li> <li>●用途                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 国際都市東京の魅力を高めるとともに、観光の振興を図る施策に要する費用</li> </ul> </li> </ul>
	遊魚税 (山梨県富士河口湖町)	<ul style="list-style-type: none"> <li>●納税義務者、及び税率                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 河口湖で遊漁行為を行う者</li> <li>・ 1人1日 200円</li> </ul> </li> <li>●税収額                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 0.1億円（H24年度）</li> </ul> </li> <li>●用途                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 河口湖及びその周辺地域における環境の保全、環境の美化及び施設の整備（駐車場・公衆便所増設、湖畔清掃等）</li> </ul> </li> </ul>

#### ② 特定の受益者からの負担

名 称	内 容
富士山保全協力金 (山梨県、静岡県)	<ul style="list-style-type: none"> <li>●金額                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 基本1人1,000円</li> </ul> </li> <li>●用途                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ トイレの新設・改修などの富士山の環境保全や救護所の拡充など登山者の安全対策</li> </ul> </li> <li>●収入額                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 1.1億円（H26年度）</li> </ul> </li> </ul>
伊吹山入山協力金 (滋賀県)	<ul style="list-style-type: none"> <li>●金額                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 基本1人300円</li> </ul> </li> <li>●用途                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ トイレの維持管理、植生回復事業、登山道維持管理等</li> </ul> </li> <li>●収入額                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 0.24億円（H26.5～11月の試験期間の徴収額。H27.5～本格導入開始）</li> </ul> </li> </ul>

## 7 事業の実施に必要な財源確保のあり方 ③

### (3) 海外のホテル税等の事例

- ▶ 海外では欧米諸国を中心に、ホテルの宿泊者から一定の税額を徴収し、観光プロモーションや観光開発等に活用している事例があります。

国名	アメリカ				イタリア	フランス	ドイツ
自治体名	ロサンゼルス市	サンディエゴ市	ニューヨーク市	ハワイ	ローマ	パリ	ベルリン
税名称	*TMD課税	TMD課税	ホテルユニットフィー	宿泊税	滞在税	滞在税	宿泊税
徴収対象	・ロサンゼルス市内の50室以上を有するホテルの宿泊者（*ロサンゼルスで50室以上あるホテルは約170件）	①サンディエゴ市内の30部屋以上の宿泊施設 ②サンディエゴ市内の上記以外の宿泊施設	・ニューヨーク市内のホテル宿泊者、もしくは仲介業者（宿泊者が仲介業者を通して予約した場合）	・宿泊施設等	・11歳以上のローマに宿泊する旅行者	・18歳以上 ・パリ20区内のホテルに滞在する旅行者	・ベルリンに宿泊する旅行者
税率等	宿泊料の1.5%	①宿泊料の2% ②宿泊料の0.55%	1室1泊につき 10ドル以上20ドル未満 : 0.5ドル 20ドル以上30ドル未満 : 1ドル 30ドル以上40ドル未満 : 1.5ドル 40ドル以上 : 2ドル  *1ドル=119.34円 (2015.9.7現在)	朝食代金等のサービス料を除いた室料の9.25%	1人1泊につき ◆ホテル 1～2つ星ホテル : 3ユーロ 3つ星ホテル : 4ユーロ 4つ星ホテル : 6ユーロ 5つ星ホテル : 7ユーロ ◆アグリトゥーリズム（農家民泊）、レジデンス（アパート） : 4ユーロ ◆B&B、バカンスハウス、部屋貸し : 3.5ユーロ ◆キャンプ場などの野外施設 : 2ユーロ  *1ユーロ=133.13円 (2015.9.7現在)	1人1泊につき 1つ星ホテル、B & B : 0.83ユーロ 2つ星ホテル : 0.99ユーロ 3つ星ホテル : 1.65ユーロ 4つ星ホテル : 2.48ユーロ 5つ星ホテル : 3.3ユーロ パレスホテル : 4.4ユーロ  *1ユーロ=133.13円 (2015.9.7現在)	朝食代金等のサービス料を除いた室料の5%
用途	ロサンゼルスTMDでのビジネス会議や観光旅行のためのプロモーション活動に利用	サンディエゴの観光プロモーションに活用	TMDの観光開発、プロモーション等	ハワイの観光機関「ハワイ・ツーリズム・オーソリティー」を通じ、ハワイ州の観光促進に活用	宿泊施設の維持、文化財及び景観の維持・再生、それに関連する地方公共サービスの維持・再生を含む観光業への財政的支援に活用	観光プロモーション等に活用	観光振興のため、税の一部が博物館や観光名所への支援に活用
出典	・ロサンゼルス観光局HP ・LATimes HP	・サンディエゴ市HP	・ニューヨーク市HP	・日本ツアーオペレーター協会HP ・ハワイ州税務局HP	・イタリア政府観光局HP ・H25文化庁「文化政策に充当する財源に関する調査研究」	・パリ観光局HP	・ベルリン市HP

※TMD・・・Tourism Marketing District. 観光マーケティング地区。地区のプロモーション活動の資金を捻出するため、地区内に立地するホテル売上額に課税する仕組み。

## 7 事業の実施に必要な財源確保のあり方 ④

### (4) 財源確保のあり方

#### ① 急増する観光客への対応

- 先にも述べたように、特に外国人観光客の急増に伴う様々な問題の顕在化への対応や、受入環境の整備など、大阪府として対応すべき行政需要の増大への取組みが喫緊の課題となっています。
- また、今後も、安定的に大阪に観光客を呼び込むには、リピーターの確保が重要であり、そのためには、大阪を訪れた観光客が、大阪での滞在を安全・快適に楽しく過ごしていただき、満足していただく取組みも必要です。
- 将来的に、大阪の観光が大阪の経済を牽引する成長産業として、大阪の活性化の原動力となるためには、観光振興の取組みを積極的に推進する必要があります。

#### ② 大阪府の観光関連予算の状況

- 大阪府の既存の観光関連予算については、受入環境の推進のための予算とイベントやプロモーションをはじめとする他の予算を全て合わせても、全体で12億円程度となっており、受入環境の推進に係る予算に着目すると、現状、4千万円程度の措置に留まっている状況です。
- 第6章で列挙した課題に対応する事業例のうち、(1)観光客と地域住民相互の目線に立った受入環境整備の推進については、その事業規模を他の地方自治体の事業予算を参考に大阪府規模に置き換えて算出したところ、受入環境の推進だけで、年間16億円程度の事業費となります。
- さらに、(2)の国内外から集客できる観光資源づくり及びプロモーションの推進についても、安定的なリピーター確保などに取組んでいくための事業費が必要となります。
- 一方、大阪府の財政状況については、当面の間、多額の収支不足が見込まれ、非常に厳しい状況が続く財政収支見通しとなっているような状況です。
- 今後大阪府が「受入」と「誘客」という2本柱の観光施策を推進していくために取組まなければならない事業は山積していますが、大阪府の財政状況を鑑みますと、早急な財源措置は困難といわざるを得ません。
- 以上のことから、観光振興に要する事業費を安定的かつ継続的に確保するためには、新たな財源確保の手法について検討する必要があります。

## 7 事業の実施に必要な財源確保のあり方 ⑤

### ③ 他の地方自治体、海外の事例

- 他の地方自治体に目を向けてみますと、観光振興施策にあたって特別な財源確保の手立てはしていないところもありますが、(2)の国内の財源確保の事例のとおり、一部の団体では、特定の行政目的を達成するために、課税自主権を活用した法定外税を創設したり、海外においては、観光振興を推進するためにホテル税等を宿泊者から徴収するなどの事例が見られます。

### ④ 財源確保のあり方

#### ■財源確保の手法について

- 財源確保の取組みとしては、課税自主権の活用としての法定外税（普通税・目的税）の創設と特定の受益者から協力金などを徴収するという2つの手法が考えられます。
- まず、一定規模以上の財源を継続的かつ安定的に確保するという観点からは、条例等に徴収根拠が規定されていない負担金、協力金、及び寄付金など、徴収が任意のものは財源の十分性、安定性から懸念がありますが、課税自主権の活用としての法定外税や条例等に徴収根拠が規定されている負担金などは、徴収に強制力があるので継続的、安定的かつ一定規模以上の財源を確保することができると考えます。
- 一方、受益者等の範囲、受益の程度の視点から、「受益者等の範囲が明確に限定されている場合は、受益者負担金が適当、受益者等の範囲がかなり広範囲にわたり、受益等の程度が評価しがたい場合には、目的税によって負担を求めることが適当」といった考え方<参考「地方税における目的税のあり方に関する調査研究委員会報告書」(財団法人自治総合センター)>があり、大阪全体の観光振興という目的のための財源確保の手法としては、受益者等の範囲がかなり広範囲にわたり、受益等の程度が評価しがたい場合として、目的税の手法が適当であると言えます。
- また、旅行者が予想をはるかに上回る勢いで急増している現下の大阪の状況においては、緊急避難的に受入環境を整備する必要性や、旅行者に対して、より快適に満足度向上に資するという受益者負担、並びに地域の環境維持、改善の面に資するという原因者負担の観点からも、広く旅行者に一定の負担を求めるという考え方もできると思います。
- 以上のことから、大阪府が今後、観光振興の取組みとして直面する課題等の対応にあたり、一定規模の財源を安定的、継続的に確保する手法として、課税自主権の活用としての「法定外税」のうち、観光振興を促進するという特定目的のために課す「法定外目的税」による財源確保の手法が適当であると考えます。

## 7 事業の実施に必要な財源確保のあり方 ⑥

### ■ 課税対象者と消費能力（担税力）について

- 税負担を求める際は、課税対象者に消費能力（担税力）があり、かつ、課税客体の把握が容易であるという観点 중요합니다。

#### ＜課税対象者の消費能力（担税力）＞

- まず、旅行者を宿泊客と日帰り客に分類して比較してみますと、宿泊客は宿泊代や飲食代など平均消費額が比較して高い傾向であり、日帰り客は、現地滞在時間が短く、平均消費額が低い傾向であることから、宿泊客の方がより高い消費能力（担税力）があると言えます。
- 次に、消費能力（担税力）に応じて課税するという応能課税の観点から、宿泊客の主な行為態様から担税力の見極めが可能かどうかの判断を検証してみますと、
  - ・ 宿泊行為は、宿泊単価に応じて消費能力（担税力）の見極めは可能
  - ・ 飲食行為は、飲食単価に応じて消費能力（担税力）の見極めは可能
  - ・ 買い物行為は、買い物単価に応じて消費能力（担税力）の見極めは可能
  - ・ 交通機関利用行為は、府域外からの利用者の場合、府域内の利用と府域外からの利用区分が不明瞭であることから、消費能力（担税力）の見極めは非常に困難ということが言えると思います。

参考) 国内旅行の旅行単価（2013年）

1) 日帰り旅行 15,383円

2) 宿泊旅行 48,094円 ※出典：観光庁「2013年旅行・観光消費動向調査」

#### ＜課税客体の把握＞

- 目的税としての課税客体を検討するうえで、その把握について比較をしてみますと、
  - ・ 宿泊行為は、宿泊場所が特定でき、宿泊という行為が明確であるので、目的税としての課税客体の把握が容易
  - ・ 飲食行為、買い物行為は、行為場所が特定でき、それぞれの行為は明確であるが、旅行者と一般客の区別が困難であり、また、多様な行為態様が存在することから、目的税としての課税客体の把握が非常に困難
  - ・ 交通機関利用行為は、行為自体が府域内か府域外に及ぶのか特定が困難であり、また、飲食行為、買い物行為と同様、旅行者と一般客の区別も困難であることから、目的税としての課税客体の把握がほぼ不可能

## 7 事業の実施に必要な財源確保のあり方 ⑦

### ■ 結論 — 宿泊客を課税対象者とするについて —

- 本来一定の担税力を持った旅行者から広く課税することが望ましいものの、旅行者の行為態様（宿泊だけでなく、飲食、買い物、交通機関利用など）や担税力は千差万別であり、「旅行者」という一般的なくくりでは、その把握も現実的には不可能と考えざるを得ません。
- これらの観点を踏まえると、東京都の宿泊税や海外のホテル税等については、課税対象者である宿泊客はホテル等に宿泊して、一定の宿泊料金を支払うことで消費能力があり、また、客体把握も容易であるとして、制度化されたものと考えます。
- 以上のことから、旅行者のうち、宿泊客を課税対象者とするについては、消費能力（担税力）の見極め及び課税客体の把握が可能であると考えられ、公平・適正な課税処分を確保するという観点からも、宿泊客を課税対象者とするのが望ましいと考えます。
- 宿泊客を課税対象者とする場合、東京都の「宿泊税」と同様、徴収の実効性の確保や便宜上、宿泊料金と併せて税を徴収する方法が最も効果的であると考えられることから、宿泊施設事業者を特別徴収義務者とする特別徴収の方法によるのが適当と考えます。
- なお、宿泊客のうち、日本人旅行者と外国人旅行者を区別することについては、等しい負担能力のある人には等しい負担を求めるという水平的公平の観点から、区別することは適当ではないと考えます。
- さらに、宿泊客以外にいわゆる爆買いと称される消費行動など、観光客の増加によりより大きな利益を得ている百貨店、家電量販店等の事業者に対して税金を課したらどうかという意見については、事業者が大きな利益を得ていることは、当然に相応の法人税や所得税が課されており、同時に住民税も負担していることを鑑みる必要があります。これに対し、地方公共団体が百貨店、家電量販店等事業者を対象にした新たな税制度を創設とした場合、事業者に税負担を求める正当性や、根拠、目的、課税客体の把握、消費能力（担税力）などの観点から、現実的には制度構築はかなり困難であると考えます。

## 7 事業の実施に必要な財源確保のあり方 ⑧

### 財源確保のあり方に関する結論

大阪府として、観光の現状における喫緊の課題に速やかに対応するとともに、継続的に観光振興の取組みを推進していくためには、今後、安定的かつ一定規模以上の財源確保は必須であることから、東京都の「宿泊税」を参考に、法定外目的税として、大阪府内の宿泊施設に一定以上の室料価格で宿泊する者に対し、課税する制度の創設についての検討を提言する。

#### ■ 法定外目的税創設の検討にあたり — 付記 —

- 財源確保のあり方に関する議論等の中で、委員から出された意見を踏まえ、以下の点について付記させていただくので、大阪府において法定外目的税創設の検討にあたっては留意願いたい。
  - 税額（税率）や課税免除額については、総合的かつ慎重に判断されたい。
  - 事業の取組み実績を踏まえた目的の達成度、今後の行政需要など総合的に判断し、税制度の継続の必要性について、一定の期間ごとに慎重に検証されたい。
  - 納税者（宿泊客）や特別徴収義務者（宿泊施設事業者）に対しては、税の趣旨、制度について十分な理解を得るよう丁寧な説明を行うとともに、税の徴収開始時期については、各方面に対する周知はもちろんのこと、宿泊施設事業者の会計システムなどの準備や旅行者の商品造成サイクルなども斟酌し、必要な期間を確保のうえ、現場で混乱が起らないようにされたい。
  - 法定外目的税の使途の検討にあたっては、使途に対する正当性、合理性、使途に対する周りからの信頼あるいはそれに対する納得と同意が得られるよう精査されたい。
  - 法定外目的税は、新たな行政需要に対応する必要から徴収するものである。従って、具体的な施策への財源充実にあたっては、その導入趣旨に十分鑑み、これまで取組んできた事業へ財源を振替えるのではなく、大阪の観光振興に係る施策の柱に基づき、状況に応じた優先度をよく検討のうえ、必要と判断された事業に充当されたい。既存事業については、拡充や新たな展開を図ることなどによって、より一層の効果や成果が期待できる事業のみを対象とされたい。また、事業の展開にあたっては、できる限り府域全域を視野に入れた取組みをお願いしたい。
  - 納税者（宿泊客）に対する説明責任として、法定外目的税がどのような事業に充当されたのかなど、使途の透明性の観点から十分な説明に努められたい。

## 8 まとめ ～世界有数の観光都市を目指して～

- 大阪が将来に向け、世界有数の観光都市としてさらなる発展を遂げるためには、国内旅行者の呼び込みや旺盛なインバウンドのリピーター確保が不可欠であり、大阪が持つ観光の潜在ポテンシャルを最大限に引き出し、発揮する取組みが求められています。そのためには、これまで以上に、観光客の受入環境の整備や、魅力溢れる観光資源づくり、効果的な誘客などの取組みを官民が一体となり、迅速に対応、強力に推進していく必要があります。
- 本検討会議としては、大阪が今後、観光客と地域住民相互の満足度をいかに向上させ、安定的に観光客にきていただくためにはどうすれば良いのか、現状における課題や問題点等を、事業関係者からの意見聴取を行うなど整理をした上で、増大する行政需要に対応する取組み方策などを、他の地方自治体の取組み例を参考にしながら、議論を行いました。
- その結果、今後、大阪府が観光振興施策を積極的に取り組んでいくためには、一定規模の財源を安定的、継続的に確保する必要があるとの認識にたち、そのための財源確保のあり方について、他の地方自治体や諸外国の取組みなどを参考に議論を重ね、東京都の「宿泊税」を参考にした法定外目的税の創設についての検討を提言するという結論にいたりました。
- 大阪府におかれては、本検討会議における提案を踏まえ、関係者等の意見を尊重のうえ、関係部局が連携し、将来に向けた大阪の観光振興に資するための良き結論を導きだしていただくよう、慎重かつ丁寧な検討をお願いします。

## 【参考】 検討会議について ①

### (1) 委員名簿

氏名	職	備考
福島 伸一	公益財団法人大阪観光局 会長	会長
佐藤 友美子	追手門学院大学地域創造学部 教授	
角倉 洋介	一般社団法人日本旅行業協会 関西事務局長	
高橋 一夫	近畿大学経営学部 教授	
武内 紀子	株式会社コングレ 代表取締役社長	
田中 治	同志社大学法学部 教授	
玉岡 かおる	作家	

### (2) 関係条例等

#### (趣旨) ◆ 大阪府附属機関条例（昭和27年12月22日大阪府条例第39号）（抄）

第一条 この条例は、法律若しくはこれに基づく政令又は他の条例に定めるもののほか、府が設置する執行機関の附属機関について、地方自治法(昭和22年法律第67号)第138条の4第3項、第202条の3第1項及び第203条の2第4項の規定に基づき、その設置、担任する事務、委員その他の構成員(以下「委員等」という。)の報酬及び費用弁償並びにその支給方法その他附属機関に関し必要な事項を定めるものとする。

(設置)

第二条 執行機関の附属機関として、別表第一に掲げる附属機関を置く。

名称	担任する事務
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	観光客の受入れのための環境整備に係る行政需要への対応及びその財源に係る負担の在り方についての調査審議に関する事務

#### ◆ 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規則

- 大阪府附属機関条例の規定に基づき、本会議の組織、委員の報酬及び費用弁償の額その他検討会議に必要な事項を規定。

### (3) 開催実績

回	開催日	議 題
第1回	平成27年 5月 8日	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 国内外からの旅行者の状況</li> <li>● これまで府が取り組んできた観光振興の取組み</li> <li>● 大阪における観光客受入環境の現状と課題</li> </ul>
第2回	平成27年 7月 1日	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 観光客の受入環境整備にかかる施策の方向性</li> <li>● 観光客の受入環境整備にかかる対応策及び大阪府の役割</li> </ul>
第3回	平成27年 7月27日	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 観光客の受入環境整備にかかる施策の方向性</li> <li>● 観光客の受入環境整備にかかる事業イメージ</li> </ul>
第4回	平成27年 8月18日	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 大阪の観光振興にかかる施策の方向性</li> <li>● <u>事業関係者の意見聴取（次ページのとおり）</u></li> <li>● 観光客の受入環境整備にかかる事業及び事業規模イメージ</li> <li>● 事業の実施に必要な財源確保のあり方</li> </ul>
第5回	平成27年 9月 9日	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 大阪府観光客受入環境整備の推進に関する調査検討の中間とりまとめ</li> </ul>
第6回	平成27年11月11日	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <u>パブリックコメント等の結果について（次ページのとおり）</u></li> <li>● 「中間とりまとめ」における財源確保のあり方に関する検討について</li> <li>● 魅力づくり・戦略的なプロモーションにかかる事業例について</li> <li>● 大阪らしさを生かした観光振興の取組みについて</li> </ul>
第7回	平成27年12月18日	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 大阪府観光客受入環境整備の推進に関する調査検討の最終報告とりまとめ</li> </ul>

## 【参考】 検討会議について ③

### (3) 開催実績

#### (参考) 事業関係者の意見聴取

聴取日：第4回 平成27年8月18日

- 一般社団法人 日本ホテル協会 大阪兵庫支部 推薦  
リーガロイヤルホテル セールス統括部 MICE 担当支配人 南方 幸蔵 氏
- 大阪府旅館ホテル生活衛生同業組合 理事長  
日本旅館協会関西支部連合会副会長兼専務理事 (大阪府支部長)  
不死王閣 代表取締役 社長 岡本 厚 氏
- 日本政府観光局善意通訳組織化団体  
大阪SGGクラブ 会長 芳賀 直美 氏

### (4) パブリックコメントの実施結果

- 募集期間  
平成27年9月30日から平成27年10月29日(木)まで
- 募集方法  
大阪府パブリックコメント手続実施要綱に基づき、郵便・ファックス・インターネットにより募集
- 募集結果  
1名の方から1件の意見(ただし、内容が「民泊」に関するもの)