

大阪・関西万博、IR開業に向けたSDGsの機運醸成及び取組みの推進 ユニバーサルツーリズム



ユニバーサルツーリズムの対象者（国内）

高齢者	3,621万人	約28.9%
障害者手帳保持者	964.7万人	約7.7%
妊産婦・ベビーカーユーザー	343.4万人	約2.7%
LGBT、性的マイノリティ	推計1,004万人	約8%
直接を聞いた推計値		
約5,220万人		日本人口の約41.6%

※1 令和4年度「高齢社会白書」より出典
 ※2 令和4年度「障害者白書」より出典
 ※3 厚生労働省「平成30年～令和3年人口動態統計（確定数）」の概況より算出
 ※4 働き方と暮らしの多様性と共生研究チーム
 2019年「大阪市民の働き方と暮らしの多様性と共生にかんするアンケート」より出典

**誰もが安心して楽しむ
ことができる都市・大阪**



《2022年度の実績》

- 「大阪ユニバーサルツーリズム推進協議会」の発足・運営
- モデルコース3本造成（大阪城～梅田コース、大阪港～USJコース、難波～新世界コース）
- ユニバーサルツーリズム推進セミナーを開催し、観光関連事業者等約70名が参加（2023年2月14日）
- 大阪いらっしやいキャンペーン2022においてユニバーサルツーリズムのサイトを構築。造成した3つのモデルコースを掲載し、アクセス数90,968PVを達成（2022年10月～3月）

2023年度の取組方針

- 車いすの方でも楽しめる観光情報をOSAKA-INFO等で発信
 - ・モデルコースを追加で2本造成（9月予定）
 - ・Webサイトや関連SNSでの情報発信
- 大阪府域における「心のバリアフリー認定施設」の増加（目標：新規認定施設9件）
 - ・セミナー開催による制度の理解促進及び認知拡大
 - ・観光案内所の当該認定取得
- 観光関連事業者におけるユニバーサルツーリズム推進の機運醸成
 - ・「大阪ユニバーサルツーリズム推進協議会」の開催（2024年1月～2月開催予定）

	2022年	2023年	2024年	2025年以降
--	-------	-------	-------	---------

取組方針	2022年12月発足 「大阪ユニバーサルツーリズム推進協議会」の運営				 <p>万博で得た知見を元に全国へ展開</p> 				
	設立趣旨	「ユニバーサルツーリズム」の普及促進や環境整備に取り組み、高齢や障害等の有無にかかわらず、すべての人が気兼ねなく観光を楽しめる街・大阪の実現をめざす							
	今後の運営方針	<ul style="list-style-type: none"> ・交通、宿泊などユニバーサルツーリズムに関連する分野ごとに分科会を設置 ・各分科会において課題抽出及び対応策検討 							
	UT関連情報発信	2	モデルコース 新規3本造成	2	心のバリアフリー施設 新規認定9件	2	心のバリアフリー施設 新規認定18件	2	心のバリアフリー施設 認定施設40件以上
	心のバリアフリー機運醸成	0		0		0		0	
	モデルコース・プログラム開発	2		2	モデルコース 新規2本造成	4	モデルコース 新規3本造成	5	モデルコースWebサイト 掲載10本以上

取組内容	  <p>ユニバーサルツーリズム推進セミナー モデルコース例</p>	情報発信	・大阪観光局Webサイト内UT専用ページにおいて、観光施設や交通機関などのバリアフリー対応情報などを掲載
		受入機運醸成	・セミナー及び研修の開催 ※年度内に各々2回程度開催予定
		モデルコース/プログラム開発	<ul style="list-style-type: none"> ・モデルコース既存3本+新規2本造成 ・鉄道、宿泊、旅行事業者と連携したUTプログラム開発（1～2本）

LGBTQツーリズム



《2022年度の実績》

- 受入環境整備
 - ・IGLTA世界総会2024年誘致の準備会議⇒他都市のコンベンションビューロー等16名が参加し、全国での機運醸成を検討
 - ・在阪の観光関連事業者等へのLGBTQセミナー⇒LGBTQツーリズムに関する認知や理解の深化
- 情報発信・プロモーション
 - ・IGLTA世界総会2022ミラノでの大阪に関するセミナー
 - ・ITBベルリンでの記者等とのネットワーク構築
 - ・Webサイト「Visit Gay Osaka」の更新
- コンテンツ造成
 - ・メディア向けモニターツアー実施⇒NHK Worldで放映（2022年7月9日）
 - ・IGLTAボードメンバーのFAMトリップ⇒BIDの精度を上げることで、大阪誘致が決定

2023年度の取組方針

- 受入環境整備
 - ・「IGLTA世界総会2024」推進協議会の運営
 - ・在阪の観光関連事業者等へのセミナー
- 情報発信・プロモーション
 - ・Webサイト「Visit Gay Osaka」の更新
 - ・メディアの取材対応
 - ・IGLTA2024総会大阪開催決定の記者会見実施
- コンテンツ造成
 - ・造成商品の磨き上げ
 - ・IGLTA開催の機運醸成イベントの開催



多様性を尊重し、認め合う
都市・大阪の実現

	2022年	2023年	2024年	2025年以降
取組方針	ドラッグクイーン商品等の開発・販売	大阪府民も参加できるイベントの開催	万博との連携	IRとの誘客関係強化
				
取組内容	IGLTA世界総会誘致のための委員会構築	「IGLTA世界総会2024」推進協議会の設立（2023年4月14日） （協議会委員） 大阪府・大阪市・堺市、（公社）関経連、 （公社）北海道観光振興機構、（公財） 東京観光財団、（公財）福岡観光CB、 （一財）沖縄観光CB、（株）アウト・ジャパン、 （株）JTB、（公財）大阪観光局	IGLTA世界総会 Pre/Postファム	IGLTAネットワークを通して IR事業者との関係構築
	IGLTA世界総会BID提出 （2023年2月10日）	LGBTQ商品（C向け）等の 開発・販売	北海道観光振興機構、東京観光財団、 福岡観光CB、沖縄観光CBと連携した ファムトリップの開催	IGLTAと連携した 情報発信
	 大阪・日本プロモーション @IGLTAミラノ総会 （2022年10月26～29日）	IGLTA開会式（2023年10月4～7日） ホスト@アエルトリコ	↓ 全国に展開	

大阪・関西万博に向けたSDGsの機運醸成及び取組みの推進 ペットツーリズム



《2022年度の実績》

- ペットと一緒に1泊2日で観光できるモデルコースを3本造成(箕面～池田、中之島～船場、新今宮～天王寺)
- 大阪いっしょいキャンペーン2022Webサイトでモデルコース掲載 (2022年10月～) (実績: 94,171PV)
- ペット宿泊施設15施設を現場確認し、中之島、天王寺などペット同伴に理解のある公園やペット連れに人気の箕面公園などについても現場調査を実施
- 大阪観光局賛助会員の宿泊施設160件に電話調査を実施



2023年度の取組方針

- モデルコース (泉南エリア) の新規造成
- ペット関連のMICE (イベントなど) の出展や支援
- 万博でのペット同伴入場に向けた調整・基準整備・スポンサー営業など
- ペット同伴者検討委員会 (有識者会議) の立ち上げ、運営

「人とペットが共に生きる街・大阪」
をめざす！

《ペット同伴者検討委員会メンバー (事務局含む)》

- ・日本国際博覧会協会
- ・日本獣医師会
- ・大阪公立大学
- ・大阪府、大阪市獣医師会
- ・東洋大学副学長
- ・株式会社ぐらんぱう
- ・大阪府・大阪市万博推進局 など

	2022年	2023年	2024年	2025年以降
取組方針	コンテンツ造成 2022年・・・天王寺周辺、中之島・心齋橋、箕面の3コース造成 2023年・・・泉南地域1コース造成 (予定)		サイト拡充・情報発信・プロモーション	
	《ペットツーリズムを推進する意義》 ◆国内観光の起爆剤になり得る ◆健康効果と精神的な癒し効果 ◆ユニバーサルツーリズムの推進		受入環境整備	
取組内容			コンテンツ造成 <ul style="list-style-type: none"> ・モデルコースの追加造成 ・ペットの聖地づくり 	
			情報発信 <ul style="list-style-type: none"> ・ペットホームページの充実 ・展示会「インターペット」出展 ・大規模イベントの開催誘致 	
			受入環境整備 <ul style="list-style-type: none"> ・ペット同伴での万博パビリオンへの入場に向けたルール策定等準備と支援 	

ペットフレンドリーな街・大阪の実現

「大阪＝日本の観光ショーケース」に向けた取組みの推進 重要コンテンツ ナイトカルチャー

《2022年度の実績》

- ホテル冊子の配布再開（2022年4月～）
- Osaka Night Out Pass実証実験の実施（2022年4月18日～7月18日）⇒実証実験を踏まえたコンテンツの磨き上げを実施
- 大阪光の饗宴2022の海外プロモーション
 - ・台湾・香港向け日本の観光情報サイト最大手「樂吃購（ラーチャーゴー）」で発信（SNS広告及びWebサイト記事掲載合わせて約11万PV）
 - ・JNTOと連携し、JNTOから海外メディア向けに配信するニュースレター・Webサイトにおいて情報発信
 - ・ランタンフェスティバルin台北と連携し、SNS発信やブース無料出展などを実施（台北市公式SNSアカウントへの総リーチ数52,182回）

2023年度の取組方針

- 「大阪楽遊パスプレミアム」の販売開始
- ホテル冊子（OSAKA DownTown of Japan）の配布
- 光の饗宴の海外プロモーション事業
- 美術館、博物館等の夜間営業の実現に向けた働きかけ
- 道頓堀川水門の閉門時間延長による「水都大阪」推進

ナイトコンテンツを
大阪のストロングポイントに！

1 ホテル冊子：OSAKA DownTown of Japan



発行部数：82,000部

発行：公益財団法人大阪観光局
発行時期：年に1度
配布先：大阪府内約400施設の宿泊施設や観光案内所
言語：日本語、英語、簡体字

3 その他の取組み

- 御堂筋イルミネーションの取組みへの協力
- インバウンドの中心地・ミナミの復興に向けた取組み
 - ① 「道頓堀ナイトパーク」化に向けた実証実験開始・「Pivot BASE」開設
 - ② 大阪・道頓堀の魅力発信

2 大阪楽遊パスプレミアム正式販売に向けた協議・調整



実証実験の結果、大阪ナイトアウトパスは

- ① 夜間の魅力コンテンツが不足している
 - ② 夜間の観光施設が楽遊バスと重複
- などの意見があったことから、商品造成の方針を見直し「1日中遊び放題」をコンセプトとした昼夜問わず楽しめる新たな商品「大阪楽遊パスプレミアム」を販売予定
- チケット販売開始：2023年夏頃（予定）
 - 販売場所：OTA、Pivot BASE、ホテルなど
- 来阪外国人観光客を主要ターゲットとした、大阪の比較的高価格帯の観光施設や夜に楽しめる施設を楽しむパス



万博開催の意義

2020年オリンピック・パラリンピック後も日本の成長を維持させることが重要

<大阪・関西の強み>

- 世界から先進的な知を集めるにふさわしい歴史的文化的な背景を有している。
 - 難波津のように、古代より遣隋使等の玄関口として広く世界に開かれてきた
- ライフサイエンス分野の集積、健康に密接に関係する「食」「スポーツ」「笑い」などの分野が多様かつ幅広く集積
 - 関西には、北大阪バイオクラスターや京都大学iPS細胞研究など研究機関、企業が集積

大阪・関西の強みを世界に発信、
成長の起爆剤に

万博 = 「SDGs + beyond」達成への飛躍の機会

- 2025年は、SDGsの目標年である2030年の5年前
- SDGs達成に向けた取組を加速させる絶好の機会
- 2030年のSDGs達成にとどまらず、+ beyond(2030年より先) に向けた目標が示されることが期待される

「持続可能な開発のための2030アジェンダ」(2015年9月 国連サミットで採択)



(健康や環境保護、貧困撲滅など17の目標を設定 - 「誰一人取り残さない」が標語)

万博の開催概要

- **テーマ**
「いのち輝く未来社会のデザイン」 ～Designing Future Society for Our Lives～
- **サブテーマ**
Saving Lives(いのちを救う) Empowering Lives(いのちに力を与える) Connecting Lives(いのちをつなぐ)
- **コンセプト**
People's Living Lab (未来社会の実験場)

- **開催期間** 2025年4月13日(日)～10月13日(月)
- **入場者想定規模** 約2820万人(内インバウンド約350万人)

- **開催場所**
 - ・ 夢洲(ゆめしま) 大阪市臨海部 約155ha

- **アクセス**
 - ・ 公共交通機関
 - ⇒ 鉄道主要駅及び空港からの直通シャトルバス運行
 - ⇒ 大阪メトロ中央線の延伸計画
 - ⇒ 会場外駐車場でバスに乗り換えるパークアンドライド方式
 - ・ その他
 - ⇒ 船やヘリコプター等海路及び空路でのアクセスの検討

- **開催経費**
 - ・ 会場建設費… 最大約1850億円程度
 - ・ 運営費… 約809億円程度



- **経済波及効果**
 - ・ 万博開催の**経済波及効果は約2兆円**と試算。
 - ・ この効果を日本全国へ波及させる
 - ・ 大阪・関西が東京とは異なる強みで、日本の成長をけん引。

万博の開催概要

■コンセプト：People's Living Lab（未来社会の実験場）

- 万博会場を新たな技術やシステムを実証する場と位置付け、多様なプレイヤーによるイノベーションを誘発し、それらを社会実装していくための巨大な装置としていく。
- 多彩な企業や大学、公的機関等との共創を通じて、「**Society5.0実現型会場**」を創造し、来場者に驚きと未来への展望を与える。



会場デザイン

パビリオンワールド Pavilion World

■ 公式参加パビリオン、テーマ館、大阪パビリオン、民間パビリオン等の施設が集まるにぎわいのエリア。また、中央には静けさの森があり、ゆっくりと休憩することができる。

ウォーターワールド Water World

■ 水景を活用した憩いのエリア。水辺に面して飲食施設を配置するとともに、会期中毎日開催される「スペクタクルショー」の舞台としても活用する。

グリーンワールド Green World

■ 会場の西側の海に面した緑地エリア。屋外イベント広場やモビリティエクスペリエンス（先進的なモビリティの体験エリア、フューチャーパークの一部）、交通ターミナル、エントランス広場等、大人数が滞留することのできる開けた空間とする。



屋外イベント会場イメージ



ウォーターワールドで開催されるスペクタクルショーのイメージ



提供：2025年日本国際博覧会協会

これまでの取り組みと今後のスケジュール



「TEAM EXPO 2025」プログラム

共創チャレンジ

本万博のテーマの実現、SDGs達成の貢献に向けた多様な活動

(活動例)

(645件 2022年8月末時点)

- ・ 産官学が連携し、持続可能な地域づくりをめざす活動
- ・ 小中学生が子どもたちが、SDGs達成を目指すロボット制作を通じて世界の子どもと共創を進める活動
- ・ アート・デザインの力を活用したSDGsの発信、社会活動
- ・ 企業（ベンチャー企業、中小企業、大企業）がSDGs達成への貢献の元に進める新規事業活動
- ・ 万博の機運醸成に関する活動（学校、企業、団体、様々なレベルで）
- ・ その他、環境エネルギー、健康医療、観光など様々なテーマにおける活動



共創パートナー

多様な活動を創出・支援する企業・団体 (224件 2022年8月末時点)



人の支援



資金の支援



場・もの の支援



情報発信の支援

民間企業（金融、メディア、教育、メーカー等）、団体、
大学、国・自治体、社会起業家等

キーワード

SDGs Society5.0

共創（Co-Creation）
多様なセクターの参加

大阪府・大阪市が出展する「大阪パビリオン」の出展参加テーマ

REBORN (リボーン)

【テーマに込めた意味】

“「人」は生まれ変わる”

すべての「人」が自分らしい生き方を改めて見つめ直すことで自分自身の価値観や生きがいの発見・再認識、自己実現への意欲・意識の変革を促し、新たな自分への「生まれ変わり」に貢献する取組みを展開する。

“新たな一歩を踏み出す”

一人ひとりの意欲・意識の変革が具体的な行動変容へとつながり、より良い生活環境、暮らしやすい社会づくりに貢献し、「いのち輝く未来社会」に新たな一歩を踏み出すきっかけとなる。

大阪パビリオン全体を「未来の都市生活」として描き、来場者を未来都市に生きる生活者としてコンテンツや体験を設計し演出。



「ミライへのゲート（ブリーフィングスペース）」



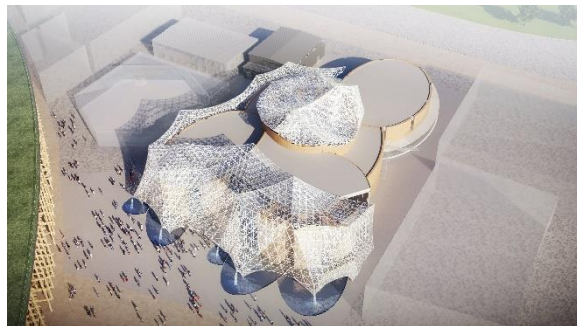
「ミライへのフードスタンド」



「ミライのヘルスケア」



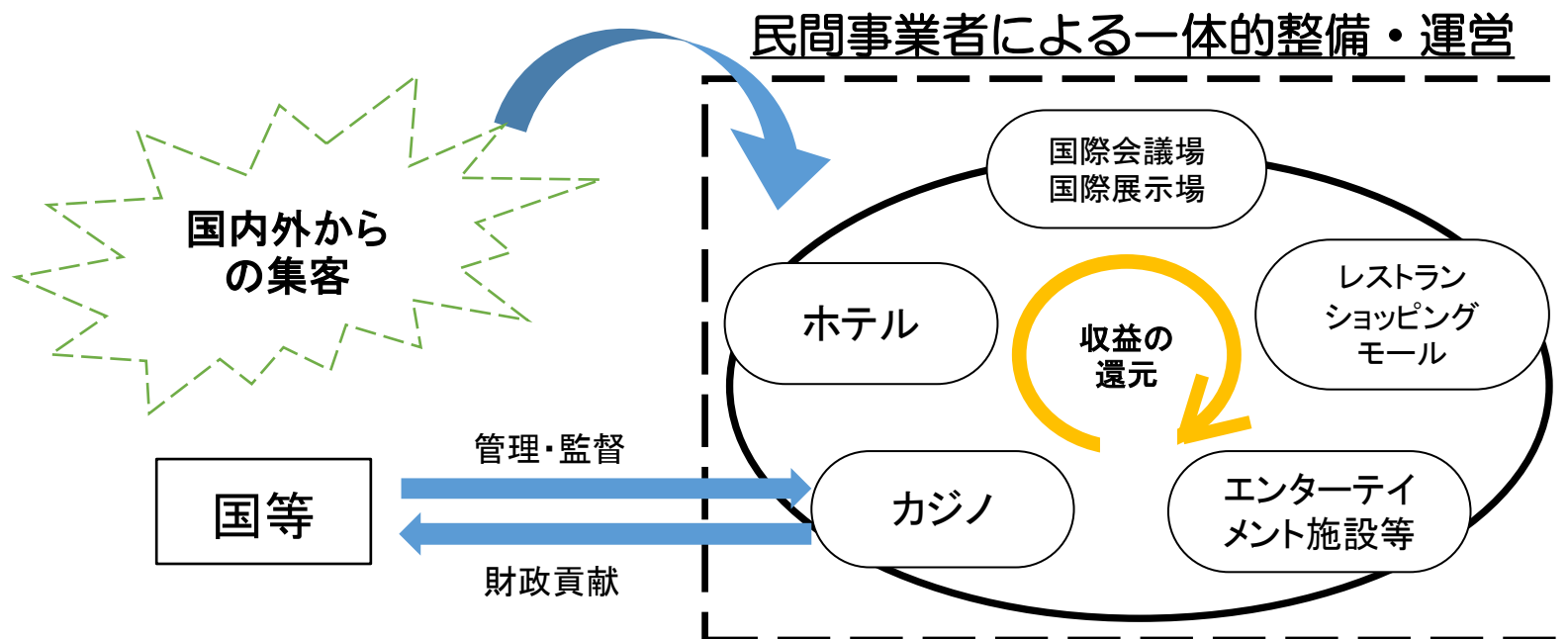
「大阪パビリオン外観パース」



「中小企業ゾーン」

IR（統合型リゾート）とは？

- 「カジノ施設」と「観光振興に寄与する諸施設」が一体となっている施設群
- カジノの収益により、大規模な投資を伴う施設の採算性を担保
- 民間事業者の投資による
 - ・集客及び収益を通じた観光地域振興
 - ・新たな財政への貢献



(出典)「第1回特定複合観光施設区域整備推進会議」資料よりIR推進局作成

【「特定複合観光施設区域の整備の推進に関する法律」における定義】

カジノ施設及び会議場施設、レクリエーション施設、展示施設、宿泊施設その他の観光の振興に寄与すると認められる施設が一体となっている施設であって、民間事業者が設置及び運営をするもの

夢洲まちづくりの方向性 ～国際観光拠点の形成に向けて～

夢洲まちづくりのイメージ

○ 土地利用の方針

【第1期 (70ha)】

統合型リゾート (IR) を中心としたまちづくり

魅力的なエンターテインメントの集積、国際競争力を有するMICE施設の整備やICT等最先端技術を活用したスマートなまちづくりによる国際観光拠点の形成

【導入施設】 - 国際会議場および展示施設

- 魅力増進施設 (注1)
- 送客施設 (注2)
- 宿泊施設 等

【注1】 - 及びその観光の環境に資する劇場、美術館、音楽堂、劇場、映画館、博物館、美術館、レストランその他の施設

【注2】 - 各期の様々な観光環境の提供や来訪者の要望に応じた旅行の手配などを行う施設

【第2期 (60ha)】

万博の理念を継承したまちづくり

万博の理念を継承し、最先端の取り組みなどを進めるとともに、大規模なエンターテインメント・レクリエーション機能導入、第1期において創出されたにぎわいの継承などによりまちづくりを進めることで、第1期のまちづくりと合わせて国際観光拠点機能の更なる強化を図る。

【導入機能例】 - 最先端技術・研究などの実験・実証、情報発信機能
- 宿泊機能
- 大規模エンタメ・レクリエーション機能 等

【第3期 (40ha)】

第1・2期の取り組みを活かした 長期滞在型のまちづくり

第1、2期で創出・醸成されたエンターテインメントや最先端技術等により、健康や長寿につながる長期滞在型の上級なリゾート空間の形成

【導入機能例】 - 第1期及び第2期に導入される機能 (エンターテインメント、商業・ビジネスなど) の拡充
- 長期滞在型リゾート機能
- ウェルネスツーリズム 等

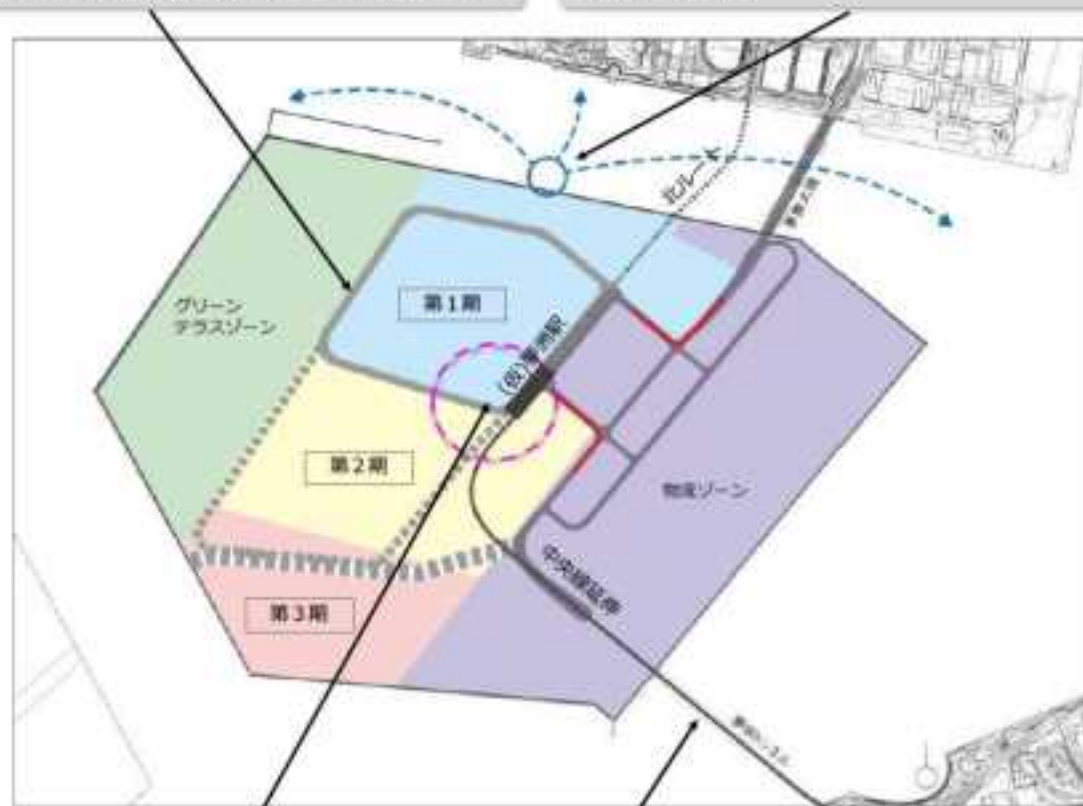
○ インフラ等の整備方針

【道路】

観光ゾーンの外縁部に整備することとし、第1期においては、北側の水際線 (臨港緑地) と建築物等による親水性の高い空間形成を可能とする位置に配属する。第2期以降については、開発時期に合わせ段階的に整備することとする。

【海上アクセス拠点】

開港はもとより、多くの他のエリアからのアプローチを可能とする海上アクセス拠点を、臨港緑地との一体性に配慮しながら北側水際線に整備し、来訪者の利便性の向上及び集客力の強化を図る。



【駅前空間 (駅前広場)】

夢洲の玄関口となる駅前広場を地下駅との連続性や夢洲内外からのアクセス拠点となること等に配慮するとともに、にぎわい交流の場として、アメニティの高い空間を整備する。

【鉄道】

港湾機能や国際観光拠点などを支える鉄道網の整備により、交通負荷の分散に寄与し、周辺道路交通等を与える影響の軽減を図る。※北ルートについては、第2期以降の段階的な土地利用の状況に応じ検討

大阪 I R の機能・施設

大阪 I R が有すべき機能・施設

成長の方向性

夢と未来を
創造する I R

ひろがり・つながりを
生み出す I R

「夢洲」を
活かす I R

1 世界水準のオールインワン MICE 拠点の形成

＜国際会議場施設
及び展示等施設＞

- ① 世界水準の競争力を備えたオールインワン M I C E 拠点
- ② 日本最大の複合 M I C E 施設の整備
- ③ オール大阪での M I C E 推進・誘致体制の強化

2 魅力の創造・発信拠点の形成

＜魅力増進施設＞

- ① 大阪・関西・日本が誇る魅力を効果的な手法で発信
- ② 大阪 I R 発、大阪・関西・日本のコンテンツの発展・創造

3 日本観光のゲートウェイの形成

＜送客施設＞

- ① 大阪・関西・西日本をはじめ、日本各地との連携による観光客の送り出し
- ② 大阪・関西の強みを活かしたニューツーリズムの創出

4 利用者需要の高度化・多様化に対応した宿泊施設の整備

＜宿泊施設＞

- ① 世界水準の規模と質を有する宿泊施設 客室数：3千室以上
- ② 多様な宿泊ニーズに対応できる施設・サービスの提供

5 オンリーワンのエンターテインメント拠点、リゾート空間の創出

＜来訪及び滞在寄与施設＞

- ① 夢洲でしか体験できないエンターテインメントの提供
- ② 長期滞在を楽しめる都市型のリゾート空間、上質な施設サービスの提供
- ③ 大阪の新たなランドマークとなるインパクトのある空間の形成

大阪 I R の区域整備計画概要

施設概要

(数値は概数)

施設種別	延床面積	施設構成・規模
国際会議場施設	約3.7万㎡	最大会議室 6,000人以上収容
展示等施設	約3.1万㎡	展示面積 2万㎡ 関西イノベーション・ラボ
魅力増進施設	約1.1万㎡	ガーデンシアター 関西ジャパンハウス 三道体験スタジオ ジャパン・フードパビリオン 関西アート&カルチャーミュージアム
送客施設	約1.3万㎡	関西ツーリズムセンター バスターミナル、フェリーターミナル
宿泊施設	約28.9万㎡	客室 約2,500室 レストラン、プール、フィットネス 大浴場、バンケット 等
エンターテインメント施設	約1.3万㎡	夢洲シアター 約3,500席
飲食・物販・サービス等施設	約31.0万㎡	飲食施設、物販施設 駐車場、エネルギーセンター 等
カジノ施設	約6.5万㎡	※うち、カジノ行為区画は総延床面積の3%以内
総延床面積	約77万㎡	

<イメージパース：MICE施設>



<イメージパース：ジャパン・フードパビリオン、関西ツーリズムセンター>



<イメージパース：宿泊施設（MGM大阪、MUSUBI ホテル）>



大阪 I R の魅力増進施設・送客施設

魅力増進施設

◆ 日本の魅力の創造・発信

- コンテンツの種類・特性に合わせた5つの魅力増進施設の設置
- I R 内の他施設や敷地全体を活用した日本の魅力の創造・発信
- 送客施設と連携した効果的な広域観光振興の促進



【イメージバース：ジャパン・フードパビリオン】

魅力増進施設と送客施設の連携により
大阪 I R から日本各地に観光客を送り出す

送客施設

◆ 日本観光のゲートウェイの形成

- 最新の観光情報を紹介する質の高いショーケース機能
- 旅行の企画・提案・手配をワンストップサービスで提供するコンシェルジュ機能
- 夢洲から大阪内外へのアクセスを強化する交通機能



【イメージバース：関西ツーリズムセンター】

施設名称	種類	コンテンツ内容
ガーデンシアター	劇場	・伝統芸能に新たな表現手法を取り入れた革新的なコンテンツや体験型のイベントといった多彩なプログラムを提供
三道体験スタジオ	その他の施設 (伝統文化等の展示場)	・華道・茶道・香道等の日本の伝統芸道を先進的なテクノロジー等を用いた演出によって表現し、五感を通じた体験として提供
ジャパン・フードパビリオン	レストラン (飲食施設)	・大阪・関西の幅広く奥深い食文化の魅力を伝えるため、気軽に楽しめるフードホールから食の奥深さを味わえる高級店に至るまで多彩な飲食施設を配置
関西ジャパンハウス	その他の施設 (工芸体験・物販施設)	・工芸品の制作過程見学や工芸品の制作体験プログラム等、日本の伝統的な工芸文化の魅力に触れる機会を提供
関西アート&カルチャーミュージアム	美術館	・古典的な芸術作品からメディアアート等の現代的な作品まで幅広い作品を取り扱い、国内外の文化機関等と連携し、企画展やラーニング・プログラム等、幅広い文化体験の機会を提供

施設名称	機能	
関西ツーリズムセンター	ショーケース機能	<ul style="list-style-type: none"> ・映像型ショーケース (各地の魅力を伝える臨場感ある映像の投影) ・地域・テーマ別ショーケース (地域別・体験テーマ別の観光体験を紹介) ・ポップアップ型ショーケース (自治体・DMO向けポップアップスペースの提供) ・メディアウォール型ショーケース (観光情報に演出を施した画像や動画を配信)
	コンシェルジュ機能	<ul style="list-style-type: none"> ・A Iコンシェルジュ (A Iによる旅行相談端末) ・総合コンシェルジュ (対面型でサービスを提供する旅行相談窓口) ・プレミアムコンシェルジュ (VIP向けの旅行相談窓口)
その他	交通機能	<ul style="list-style-type: none"> ・バスターミナル(関西ツーリズムセンターに併設) ・フェリーターミナル(船着き場を併設)
	多言語対応	<ul style="list-style-type: none"> ・英語・中国語・韓国語を中心とした文字表記及び対人の多言語サービスの整備 ・ピクトグラムの表示、写真・動画の活用等による情報提供手法の工夫

大阪 I R 区域整備による経済的社会的効果

観光への効果

I R 区域への来訪者数	約2,000万人/年 国内：約1,400万人/年（約70%） 国外：約600万人/年（約30%）
国際会議の開催件数	約485件/年 （ICCA基準9件）
国際的規模の展示会等の開催回数	約46件/年 （ISO基準44件）
送客施設を活用した旅行者数	約4.3万人/年

地域経済への効果

※近畿圏

初期投資額	約1兆800億円
経済波及効果（建設時）※	約1兆5,800億円
経済波及効果（運営）※	約1兆1,400億円/年
雇用創出効果（建設時）※	約11.6万人
雇用創出効果（運営）※	約9.3万人/年
I R 区域来訪者による I R 区域滞在中の支出金額	約6,600億円/年
地元調達額（建設時）※	約8,800億円
地元調達額（運営）※	約2,600億円/年
雇用者数（I R 施設）	約1.5万人

効果を最大化するための主な取組み

MICE事業

- ◆ MICE の開催による産業強化
 - 大阪・関西が強みを有する10の産業領域を設定し、MGMの持つノウハウを活かして領域ごとに年間5件程度の国際的規模の展示会等の開催をめざす
- ◆ MICE 施設へのイノベーション促進施設の設置
 - イノベーション促進施設の設置により、ビジネス支援プログラムの誘致やビジネス交流機会の提供を行い、関西のベンチャーエコシステムの強化につなげることをめざす
- ◆ 戦略的マーケティング
 - 大阪観光局や地域のDMO等との緊密な連携、営業情報の提供、シティプロモーションの積極的な支援等、MICE デスティネーションとしての大阪・関西の振興に継続的に取り組む

送客機能

- ◆ 送客施設の設置・運営
 - 来訪者に対する日本観光への関心・興味の喚起、旅行の企画・提案・予約・手配の効率化、大阪 I R から広域への利便性の高い交通アクセスの構築等の工夫を行う

旅行消費

- ◆ ハイ 퀄ティ の施設やコンテンツの創出と都市魅力の向上
 - 高品質の宿泊施設、比類ないエンターテインメント、上質な飲食施設、スポーツイベント等の魅力的なコンテンツを誘致・創出する
 - 地域のDMO等の観光関係者と連携し、新たな観光ルートや観光資源の発掘・磨き上げを行い、都市の魅力・ブランド力を向上する

地域経済

- ◆ 地元産品の調達、地元企業・中小企業の支援（ビジネスマッチング等）
 - 地域金融機関との連携による地元企業・中小企業への資金・情報面での支援の提供を通じて、I R との取引関係の裾野を広げるとともに、I R による継続的な調達を通じて、地元企業との持続的な取引を行い、その発展に寄与する
- ◆ 地域ブランディングの向上
 - 大阪・関西の豊かな食文化の紹介、消費促進及び産業団体や人材育成機関との連携を通じて、食に関するハイエンドのツーリズムや人材育成に取り組む

I R立地による効果

■ 関西・西日本をはじめ、日本各地への波及効果

- ◆ 大阪府域はもとより、関西・西日本をはじめ、日本各地への集客効果の波及
- ◆ 多彩な交通アクセスの誘発等による充実した交通ネットワークの形成



(参考：想定されるアクセス)

- ・ 鉄道各線の延伸
- ・ 関西国際空港・大阪国際空港・神戸空港の機能強化と連携の拡大
- ・ 大阪湾内の高速艇や瀬戸内クルーズなど海路の整備

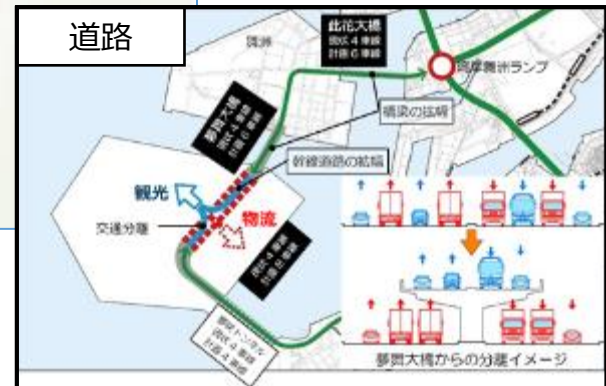
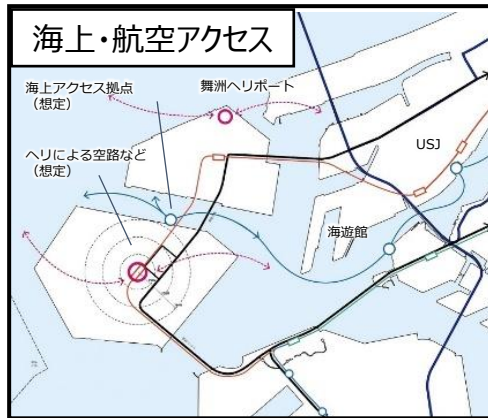
岡山・広島
中国方面

香川・徳島
四国方面



滋賀・金沢
北陸方面

伊勢・名古屋・中部方面



(出典) 夢洲まちづくり構想

(出典) 大阪府・大阪市IR推進局「大阪がめざすIRIについて」より

大阪にはない 奈良観光のポテンシャル



■奈良時代を中心とした生きた歴史文化の宝庫

- ・広大な平城宮跡（大極殿、朱雀門、東院庭園ほか）の復元、整備
- ・県の国宝数は206 東京/京都に次いで第三位
- ・日本初の世界遺産「法隆寺地域の仏教建造物」（1993年）
ほか「古都奈良の文化財」「紀伊山地の霊場と参詣道」が登録済み
現在、「飛鳥・藤原の宮都とその関連資産群」が暫定一覧に記載

■奈良県発祥の文化

- ・相撲・・・日本書紀において、奈良の「当麻蹴速」と出雲の「野見宿禰」が、桜井市にある「相撲神社」で力比べを行ったのが相撲の起源（諸説あり）
- ・清酒（日本酒）・・・奈良市「正暦寺」で、僧坊酒として1441年頃に製造されたのが最初とされる（諸説あり）

■自然の宝庫

- ・奈良公園・・・[大仏と緑と鹿]で代表される奈良の顔
- ・1つの国立公園（吉野熊野）と4つの国定公園（金剛生駒紀泉・高野龍神・大和青垣・室生赤目青山）を擁する

いかに五感に訴えるか・・・
コロナ後、関心が高まる傾向

課題と期待

■ 宿泊滞在客の誘引 / 宿泊施設、アクセスの増強 (特に県南)

- ・ラグジュアリー対応 (観光客数より消費額)
 - ～奈良でしかできない特別な体験 (なぜ奈良なのか?)
 - ～古民家、寺社等の宿泊施設への応用による体験価値向上
 - ～ナイトエンターテイメント、朝観光の充実

■ 奈良市は大阪・京都・名古屋のHUBであり南部へのゲートウェイ

- ・各地域のゾーニングとストーリー化で、エリア間移動の活性化

キーワード

■ マーケティングとDXの活用

- ・マーケティングデータに基づくターゲットの属性把握とコンテンツ開発

■ 伝統と伝承

- ・奈良であらゆる文化が育まれる歴史文化を本質的に見せる

■ 自然志向 アドベンチャーツーリズム = ラグジュアリー対策

- ・修験道文化体験 …山岳信仰 陀羅尼輔
- ・熊野古道 (トレッキング / 道普請…SDGs)
- ・サイクリング…京奈和自転車道の活用 (古墳巡り)
- ・温泉…村ごと源泉かけ流し温泉 [最も大きい村 十津川村]

リニア中央新幹線
延伸2040年前後??

