

# 大阪都市魅力創造戦略 2025

令和3年3月

大阪府・大阪市

# 目次

|                   |           |
|-------------------|-----------|
| はじめに              | <b>1</b>  |
| めざす姿と基本的な考え方      | <b>3</b>  |
| めざすべき都市像          | <b>6</b>  |
| 都市像ごとの施策項目及び主な施策  | <b>7</b>  |
| 重点取組み             | <b>12</b> |
| フェーズに応じた取組み推進の考え方 | <b>13</b> |
| 戦略の進捗管理           | <b>14</b> |
| 【参考資料】            | <b>18</b> |

# はじめに

## 【これまでの取組み】

- 大阪府・市では、世界的な創造都市の実現に向けた観光・国際交流・文化・スポーツ各施策の上位概念となる府市共通の戦略として「大阪都市魅力創造戦略（計画期間：2012～2015年度）」を策定し、世界の都市間競争に打ち勝つ都市魅力の創造・発信などに取り組んできた。
- 後継計画である「大阪都市魅力創造戦略2020（計画期間：2016～2020年度）」においては、「世界的な創造都市、国際エンターテインメント都市へ加速」に向け、10のめざすべき都市像や各々のK P Iを定め、P D C Aサイクルを実行しながら各種プロジェクトを着実に推進し、2019年の来阪外国人旅行者数は過去最高を達成するなど、好調なインバウンド需要を取り込むことで、大阪の賑わいを創出してきた。
- また、2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）の開催決定をはじめ、G20大阪サミット（2019年6月）の成功、百舌鳥・古市古墳群の世界遺産登録の決定（2019年7月）、ラグビーワールドカップ日本大会の開催（2019年9月～11月）などのビッグプロジェクトが進展し、国内外における大阪の存在感は確実に高まってきている。
- この流れをさらに加速させ、活力に満ちた国際都市として、大阪を新たなステージへと飛躍させるため、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。

## 【取り巻く環境の変化への対応】

- 2020年、新型コロナウイルス感染症の世界的な感染拡大により、人の移動や集客が制限され、インバウンド需要がほぼ消失し、宿泊、飲食等を中心に売上げが大幅に減少するなど、観光をはじめあらゆる分野において多大な影響を受けている。
- 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なか、観光分野においても地域の魅力再発見につながるマイクロツーリズムやアウトドア志向、旅の個人化・分散化、ワーケーションの進展による旅の長期化など、旅行者のニーズが変容しており、こうした潮流を捉えた施策が求められている。
- また、新たな感染症や自然災害をはじめとする様々な危機事象等の発生は今後も想定され、それらに柔軟に対応し復活できる力、いわゆる都市の「レジリエンス」を高めることが重要であり、しなやかで力強い大阪の実現に向けた取組みも重要である。
- これまでの歴史を振り返ると、パンデミックは人類に大禍をもたらすだけでなく、新たな価値の創造や技術革新の進展、文化・芸術の復興といった社会変革をもたらすきっかけともなってきた。コロナ禍という誰もが体験したことのない事態を乗り越えたとともに来るべき時に備えて、府民・市民をはじめとするあらゆるステークホルダーとともに大阪の都市魅力や賑わいを創っていくという考えのもと、数々のイノベーションを起こしてきた進取の気風や創造性、多様な人々を受け入れる風土など、大阪ならではの強みを存分に発揮し、新たな価値・魅力の創出や受入環境の整備、文化・芸術活動を支え花開かせる取組みといった未来への投資を行いながら、立ち止まることなく前向きにチャレンジし続けていく必要がある。

## 【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万博後に向けて、国際都市大阪に相応しい新たな賑わいを創り出し、活力を高めていくため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

# めざす姿と基本的な考え方

## 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のできる、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。

## 基本的な考え方

本戦略では、次の3つの基本的な考え方のもと、**10**のめざすべき都市像を定め各種施策を推進する。  
また、本戦略に基づく各種施策について、持続可能な開発目標（SDGs）の達成に貢献する視点をもって推進していく。

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

## ▶ 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

2025年4月から開催が予定されている大阪・関西万博は、大阪・関西の魅力を世界に発信する絶好のチャンスであり、大阪の再生・成長に向けた推進力となるビッグイベントである。2,800万人を見込む来場者が大阪の魅力の堪能できるよう、ICTなども活用しながら新たな都市魅力を創出するとともに、大阪・関西万博の開催により、さらに高まる大阪の知名度を生かして強力に発信していく。

## ▶ 安全・安心で持続可能な魅力ある都市の実現

自然災害をはじめとするあらゆる危機的事態に直面しても、柔軟かつ機動的に対応し、その影響を最小限にとどめ、復活できる力（レジリエンス）が都市ブランドとして評価される時代を迎えている。都市魅力の分野においても、レジリエンスの視点は重要であり、その基礎となる安全・安心に滞在できる都市を実現していくため、ウィズコロナに対応した非接触などの受入環境整備や情報発信などをはじめ、各種施策を推進していく。

また、新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から、人の移動や集客が制限される中、オンラインの活用などによる事業展開が進められており、コロナ禍で生まれた新たな手法や価値観等による都市魅力を創出する。

## ▶ 多様な主体が連携し、大阪全体を活性化

都市魅力の創出は、行政・経済界・地域団体など様々な主体がその担い手となり、それぞれの強みを最大限に発揮していくことが必要である。施策の推進にあたり、行政として、民間の活力を最大限に引き出すとともに、多様な主体をつなぐ役割や、総合プロデュース、旗振り役を担い、府内市町村や大阪観光局をはじめとする各主体と一体となって都市魅力の向上に向けた取組みを展開し、大阪全体の活性化を図る。

第20回副首都推進本部会議（2020年1月22日）における合意に基づき、大阪府・大阪市・堺市は、本戦略における観光施策の方向性を共有し、連携して関連施策を推進することにより、さらなる誘客や府域周遊の促進など事業効果を相乗的に高め、大阪全体としてのメリットにつなげる「新しい好循環」を実現する。

### ■ SDGsの取組み



SDGsは、2015年9月の国連サミットにおいて採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」で設定された2030年を年限とする国際目標であり、誰一人取り残さない持続可能な社会の実現のため、17の目標と169のターゲットが定められている。大阪は、万博の開催都市として、世界の先頭に立ってSDGsに貢献する「SDGs先進都市」をめざし、様々なステークホルダーと連携のもと取組みを進めている。本戦略に基づく施策についても、関係機関等と連携しつつ、SDGsの観点を踏まえながら取組みを進めていく。

# めざすべき都市像

都市の賑わいや活力を創出し、高めていくため10のめざすべき都市像を設定し、その実現に向けてベクトルをあわせて施策の実施に取り組む。

|    |                                    |  |
|----|------------------------------------|--|
| 1  | 安全で安心して滞在できる<br><b>24時間おもてなし都市</b> | 大阪を訪れる人々が昼夜を問わず快適に、安全で安心して滞在できるおもてなし都市をめざす。  |
| 2  | 大阪ならではの<br><b>賑わいを創出する都市</b>       | 大阪の人々が誇りや愛着を感じ自慢できる、大阪ならではの賑わいを創出する都市をめざす。   |
| 3  | 多様な楽しみ方ができる<br><b>周遊・観光都市</b>      | 国内外を問わず幅広い国・地域から多彩な人々が訪れ、集い、府内各地を周遊し多様な楽しみ方ができる都市をめざす。   |
| 4  | 世界水準の<br><b>MICE都市</b>             | IR誘致に伴う世界水準のMICE施設の整備を見据え、国内外の都市に伍する競争力を備えたMICE都市をめざす。   |
| 5  | 大阪が誇る<br><b>文化力を活用した魅力あふれる都市</b>   | 国内外から芸術家等が集い、様々な文化芸術が交流し、新たなつながりや創造が促進されることにより、大阪の文化力や都市の魅力のさらなる向上につながる都市をめざす。                         |
| 6  | あらゆる人々が<br><b>文化を享受できる都市</b>       | 府民・市民の自主性、創造性が発揮されることはもとより、あらゆる人々が等しく、文化芸術を鑑賞、参加、創造できるような環境が整備され、次世代へと継承されている都市をめざす。                   |
| 7  | 世界に誇れる<br><b>スポーツ推進都市</b>          | 世界的なトップアスリートのパフォーマンスを「みる」機会を創出し、夢や希望、活力を生み出すとともに、スポーツの魅力を活用した様々な形のスポーツツーリズムの推進等により、世界に誇れるスポーツ推進都市をめざす。 |
| 8  | 健康と生きがい創出する<br><b>スポーツに親しめる都市</b>  | 大阪・関西万博に向けた「10歳若返り」を見据え、年間を通じて様々なスポーツを「する」「ささえる」健康で活力のある都市をめざす。  |
| 9  | 大阪の成長を担う<br><b>グローバル人材が活躍する都市</b>  | 大阪の成長・発展につながる国内外の高度人材が育成され、活躍できる国際都市をめざす。  |
| 10 | 出会いが新しい価値を生む<br><b>多様性都市</b>       | 外国人が安心・快適に暮らせる環境を整えることで、多様な人材や企業を惹きつけ、新しい価値を生み出す都市をめざす。  |



# 都市像ごとの施策項目及び主な施策

## 1 安全で安心して滞在できる24時間おもてなし都市

### ① 旅行者の安全・安心の確保

- 災害等に関する情報発信
- 世界基準の情報発信（安全・安心の見える化、アクセシビリティ等）
- 観光施設、宿泊施設等におけるスムーズな避難誘導
- 災害等緊急時の相談対応の充実
- 利便性向上に向けた取組みの推進

### ② ニューノーマルに適應した観光客受入環境の充実、ICTの活用・強化

- 感染対策の充実・強化（感染対策等認証制度の推進、顔認証技術の活用等）
- ICTの活用・強化（スマートモビリティ/MaaSの推進、キャッシュレス推進、オンライン活用等）
- 観光等の案内機能の充実、多言語対応強化
- 都市公園の滞在快適性向上・魅力向上
- 宿泊施設、観光施設等の受入環境の充実

### ③ 持続可能な観光都市の推進

- 観光客・地域住民の双方に配慮した観光地域づくりの推進
- 企業、地域事業者等と一体となったおもてなし機運醸成の取組み推進
- 観光地域づくり法人（DMO）の推進、専門人材の育成・活用
- 官民連携による大阪版TID制度の導入検討

## 2 大阪ならではの賑わいを創出する都市

### ① 世界第一級の文化・観光拠点の形成・発信

- 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
- I Rを契機とした夢洲における国際観光拠点の形成
- 世界遺産百舌鳥・古市古墳群エリアの賑わいづくり
- 大阪市内の重点エリア（大阪城・大手前・森之宮地区、中之島地区、御堂筋地区、天王寺・阿倍野地区、新今宮地区、築港・ベイエリア地区）、大阪駅周辺地区（うめきた2期など）、難波周辺地区等の魅力向上
- 水都大阪（水の回廊のさらなる活性化等）、光のまちづくりの推進（大阪・光の饗宴等）
- 万博記念公園の魅力向上（新たなビジョンの策定と推進、大規模アリーナを中核とした大阪・関西を代表する新たなスポーツ・文化の拠点づくり）

### ② 大阪の強みを生かした魅力創出・発信

- 世界の人々を惹きつけるキラーコンテンツの創出
- 大規模集客施設やエンターテインメントなどを活用した魅力発信
- 大阪の食の魅力の創出・発信
- 大阪が誇るスポーツ資源を生かしたスポーツツーリズムの推進（関連：都市像7②）
- 伝統的な祭りや大阪の歴史・文化資源を生かした地域魅力の発信
- 万博・I Rのインパクトを活用した大阪広域ベイエリアの活性化
- 歴史的な建築物や街並みなどを活用した魅力的な景観演出の推進

### 3 多様な楽しみ方ができる周遊・観光都市

#### ① 国内観光の推進

- 国内プロモーションの強化・推進
- マイクロツーリズムの定着・拡大に向けた取組み

#### ② 欧米豪をはじめ幅広い国・地域からの誘客促進

- 海外プロモーションの強化とニーズに対応した魅力づくり
- 生活習慣や文化の違い等に配慮した受入環境整備（LGBTQ、フードバリアフリー等）

#### ③ 周遊性を高めるコンテンツの磨き上げ

- 世界遺産百舌鳥・古市古墳群や万博記念公園をはじめとする府内の魅力的なコンテンツの発信、デジタル化の推進
- テクノロジーを駆使した新型エンタメ・街の演出
- 広域周遊コースの発信・誘客促進
- 地域資源を活用し魅力を深く体感・体験できる着地型観光の促進
- 大阪のプロスポーツチーム・トップアスリート等と連携した都市魅力の発信、観光振興につなげるための取組みの推進（関連：都市像7②）
- 自転車で周遊できるサイクルロードの整備・活用

#### ④ 自然を生かした都市魅力の創出

- 手軽に行ける大阪の自然を生かしたツーリズムの推進
- 都市公園の魅力向上

#### ⑤ 旅行者ニーズに配慮した多様なサービスの提供

- ナイトカルチャーの充実・強化
- 富裕層の受入拡大に向けた環境整備、ウェルネスや特別感・上質感のある体験など多様なニーズに対応した魅力づくり

#### ⑥ 効果的なプロモーションの強化

- 国内外の観光客ニーズ分析等マーケティングの強化、ニーズやターゲットに応じた戦略的プロモーションの実施

#### ⑦ 観光を支える人材等の育成

- 観光地域づくり法人（DMO）の推進、専門人材の育成・活用（関連：都市像1③）
- ホスピタリティの向上、人材の育成

### 4 世界水準のMICE都市

#### ① MICE戦略の策定

- 国内外のMICE誘致に向けた調査・研究
- 府・市・経済界が一体となった、ニューノーマルに対応した新たなMICE戦略の策定

#### ② MICE誘致の推進

- 関係機関等が連携し、官民が一体となった誘致活動の推進
- ターゲット等を明確にした新たな戦略に基づく誘致活動の展開
- Web等を活用した新たな展示会等の支援
- アフターコンベンションの充実・強化
- ユニークベニューの開発、利用促進
- IRを見据えたMICE受入体制の充実
- 府内MICE関連施設の連携促進

#### ③ 専門人材の育成

- MICE関連人材の育成

## 5 大阪が誇る文化力を活用した魅力あふれる都市

### ① 多彩な大阪文化を活用した都市魅力の向上や文化観光の推進

- 上方伝統芸能や上方演芸をはじめ、府内の様々な文化資源等を活用した都市魅力の向上
- 博物館や美術館などにおける文化についての理解を深める機会の拡大など、文化観光の推進
- 歴史と文化が集積するエリアからの芸術文化の情報発信
- 大阪中之島美術館の開館及び大阪市立美術館のリニューアルによる都市魅力の向上
- 大規模アリーナを中核とした大阪・関西を代表する新たなスポーツ・文化の拠点づくり（関連：都市像2①）

### ② 新たな文化の創造・国内外への発信、他文化への理解や交流の促進

- AI、VR、ARなど最先端技術を取り入れた新しい取組みの推進や、「新しい生活様式」を踏まえたICT技術を活用した文化芸術活動の普及
- 大阪と国内外の様々な文化や歴史、言語、習慣などが交流する機会の創出による他文化理解、異文化交流の促進

### ③ 文化芸術を創造し、支える人材の育成・支援

- 持続可能な文化芸術の振興に向けた担い手の育成・支援
- 他分野の質を高めるような文化芸術活動に対する支援の充実
- 新型コロナウイルス感染症の感染状況を踏まえた長期的・継続的な支援

## 6 あらゆる人々が文化を享受できる都市

### ① 文化芸術を鑑賞する機会等の充実

- あらゆる人々が文化芸術を鑑賞、参加、創造できる機会のさらなる充実
- 博物館・美術館施設を活用した、良質で多様な芸術文化に触れる機会の創出

### ② 文化芸術拠点の充実や機能強化

- 府立江之子島文化芸術創造センター（enoco）の機能強化
- 府立上方演芸資料館（ワッハ上方）の運営を通じた上方演芸の保存及び振興、親しむ場の提供
- 大規模アリーナを中核とした大阪・関西を代表する新たなスポーツ・文化の拠点づくり（関連：都市像2①）

### ③ 文化関係施設のネットワーク化と市町村連携

- 府内にある文化関係施設におけるネットワークの構築
- 府内市町村が文化芸術に関する情報の共有などを図る機会の創出、市町村相互の連携強化

### ④ 文化資源の保存、活用、継承

- 文化財・史跡の保存・活用を通じた文化芸術の社会的価値の醸成

## 7 世界に誇れるスポーツ推進都市

### ① 国際的なスポーツイベントの開催

- 集客力のある競技大会を誘致し、トップアスリートのパフォーマンスを「みる」機会の提供
- オリンピック・パラリンピック、ワールドマスターズゲームズ2021関西等に向けた機運醸成イベント等の展開
- 大規模アリーナを中核とした大阪・関西を代表する新たなスポーツ・文化の拠点づくり（関連：都市像2①）

### ② 大阪が誇るスポーツ資源を生かしたスポーツツーリズムの推進

- 大阪マラソンのさらなる進化・発展
- 大阪のブランド力を活用したスポーツイベントの誘致・開催
- 大阪のプロスポーツチーム・トップアスリート等と連携した都市魅力の発信、観光振興につなげるための取組みの推進
- スポーツツーリズム推進のための情報発信
- 手軽に行ける大阪の自然を生かしたツーリズムの推進（関連：都市像3④）

### ③ 大規模スポーツイベント開催を契機としたレガシーの形成

- オリンピック・パラリンピックを契機とした次世代の育成
- オリンピック・パラリンピック、ワールドマスターズゲームズ2021関西等を契機としたスポーツツーリズムの推進

## 8 健康と生きがいを創出するスポーツに親しめる都市

### ① スポーツを「する」機会、「ささえる」力の拡充

- 誰もが気軽にスポーツに取り組める機会の提供
- トップアスリートの指導力などを活用した子どもたちの運動やスポーツに対する興味・関心の向上
- スポーツを支える人材の育成
- 大阪マラソンのさらなる進化・発展（関連：都市像7②）
- 大阪のプロスポーツチーム・トップアスリート等と連携した都市魅力の発信、観光振興につなげるための取組みの推進（関連：都市像7②）
- ワールドマスターズゲームズ2021関西等を契機とした生涯スポーツの推進

### ② スポーツを通じた健康増進

- 身近なコミュニティにおける気軽なスポーツ実践の場の拡充
- 企業・大学等と連携した事業の展開及びスポーツ健康科学の推進
- 新しい生活様式を踏まえた体づくり等の健康増進

## 9 大阪の成長を担うグローバル人材が活躍する都市

### ① グローバル人材育成

- 国際的な感覚とコミュニケーション力を有するグローバル人材の育成
- 海外の大学への進学支援等によるグローバル人材の育成及び大阪での活躍支援

### ② 高度外国人材の育成、活躍・定着支援

- 大学・企業と連携した大阪企業への就職支援
- 外国人留学生のビジネス日本語能力の向上・啓発
- 外国人留学生の地域での活躍機会の創出
- 外国人留学生等の起業支援

## 10 出会いが新しい価値を生む多様性都市

### ① 在住外国人が安全・安心に暮らせる環境づくり

- 外国人多言語相談・やさしい日本語を含めた情報発信の充実
- 災害時における多言語支援の強化
- 多文化理解の促進

### ② 国際競争力を有するビジネス拠点としての大阪の魅力向上

- 成長分野での産業振興やイノベーション創出の推進
- 中小企業の国際ビジネス交流の促進
- 外国人留学生等の起業支援（関連：都市像9②）
- 外国企業等の誘致、定着促進（外国人駐在員等への生活支援等）

### ③ 大阪の活力を生かした都市外交の推進

- 大阪の魅力や強みの効果的な海外への発信
- 都市間ネットワーク・外交ノウハウを相互に活用した交流推進
- 総領事館とのネットワークを生かした情報発信の強化
- 地域特性を生かした国際協力
- 成長著しいアジアとの交流や先端産業分野での欧米等との交流の促進を通じた相互利益の実現

# 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、都市魅力創造に向けた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、本戦略においては次の項目を重点的に取り組む。

## 世界第一級の文化・観光拠点の進化・発信

- ・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
- ・水都大阪、百舌鳥・古市古墳群、万博記念公園、大阪市内重点エリア等の魅力強化
- ・IR誘致、大阪中之島美術館開館や大阪市立美術館リニューアル、うめきた2期まちづくりの着実な推進 など

## 大阪の強みを生かした魅力創出・発信

- ・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
- ・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
- ・プロスポーツチーム・トップアスリート等と連携した魅力発信 など

## さらなる観光誘客に向けた取組み

- ・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
- ・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
- ・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
- ・ウェルネスや特別感・上質感ある体験などの多様なニーズへの対応 など

## 戦略的なMICE誘致の推進

- ・ガイドラインの順守を前提としたMICE開催支援
- ・WEB等を活用した新たな展示会等の支援
- ・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

## 文化・芸術を通じた都市ブランドの形成

- ・文化芸術活動の回復や賑わい創出の取組み
- ・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

## スポーツツーリズムの推進

- ・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
- ・大規模スポーツイベントの開催 など

## 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

- ・海外進学支援等によるグローバル人材育成、活躍促進
- ・外国人留学生の就職支援 など

## 最優先取組み

新型コロナウイルス感染症により多大な影響を受けた大阪の賑わいを取り戻すため、まずは、下記について優先的に取り組む。

- ▶ 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。

## **フェーズ1（ウイズコロナ）**

### **緊急対策期／反転攻勢準備期**

- u 感染防止対策を最大限に講じつつ、国内の観光需要の喚起等に向けた取組みを推進
- u ウイズコロナに対応した新たな都市魅力の創出、反転攻勢（インバウンド回復時）に向けた準備、基礎固め、受入環境整備等を着実に実施

## **フェーズ2（ポストコロナ）**

### **反転攻勢期**

- u ウイズコロナ期における取組みを土台に、国内に加え、インバウンドも対象とした誘客を促進するなど、**2025年**に向け取組みを加速度的に推進し、大阪の賑わいを創出

# 戦略の進捗管理

- 戦略に掲げるめざす姿や**10**の都市像の実現に向け、各種施策を着実に推進するとともに、本戦略の進捗を管理するため、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・検証を行う。
- 戦略の実効性や進捗度等を把握するための指標を設定し、指標全体の数値や内容、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、適切な状況の把握に努める。
- 新型コロナウイルスの感染状況などの変化に対応するため、戦略の評価・検証を踏まえ、具体的な取組内容等について適宜、追加・変更等を行うとともに、必要に応じ進捗管理の手法を含め戦略を柔軟に見直す。

## 内外からの誘客に関する数値目標

戦略の数値目標として、「内外からの誘客」に関し、「大阪の再生・成長に向けた新戦略（2020年12月）」と整合を図りつつ次のとおり設定する。なお、これらは、感染症の状況による変動要因が大きいため、当面の間、新型コロナウイルス感染症発生前の水準（2019年実績）を上回ることを目標とする。

※ 先行きが見通しづらい状況を踏まえ社会経済情勢等の変化に応じて、目標値、達成をめざす時期等について、適宜、追加・修正を行うなど、必要に応じて柔軟に見直しを行っていく。

| 指標            | 目標値(2019年実績)  | 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     | 1,152.5万人（※1） | 入国規制解除から2年後（※2） |

※1 「来阪外国人旅行者数」について、従来は「訪日外客数（JNTO）×訪問率（訪日外国人消費動向調査）」に基づき算出していたところ、2018年より、観光庁において全国値との整合性を有し地域間比較が可能な「訪日外国人消費動向調査（都道府県別集計）」が公表されたため、当該統計による把握を行う。

※2 入国規制措置が概ね解除され、国際的な人の往来について感染症拡大前の状況を取り戻した後2年を想定。具体の時期は改めて設定。



## 参考指標

戦略の実効性や進捗度等を適切に把握し、大阪府市都市魅力戦略推進会議での評価・検証に資するため、大阪にかかる指標を設定しモニタリングを行う。

|                          | 参考値  | 出典                                  |
|--------------------------|--|-------------------------------------|
| 日本人訪問者数                  | 2019年) 5,438万人   | 旅行・観光消費動向調査（観光庁）<br>【参考表】都道府県別集計    |
| 国籍別来阪外国人訪問率              | 2019年) 韓国28.8%、台湾26.1%、<br>中国58.8%、香港31.4%、<br>タイ28.4%、インド23.2%、<br>英国32.8%、米国28.3%、<br>カナダ41.6%、<br>オーストラリア45.0% など | 訪日外国人消費動向調査（観光庁）                    |
| 延べ宿泊者数                   | 2019年) 4,743万人泊  | 宿泊旅行統計調査（観光庁）                       |
| 来阪外国人消費単価                | 2019年) 127,292円  | 来阪インバウンド消費額調査（大阪観光局）                |
| 来阪日本人消費単価                | 2019年)<br>〈全目的〉 19,000円<br>〈観光・レクリエーション目的〉 21,000円   | 旅行・観光消費動向調査（観光庁）<br>【参考表】都道府県別集計    |
| 国際会議開催件数（JNTO基準）         | 2019年) 300件  | 国際会議統計（日本政府観光局（JNTO））               |
| 世界の都市総合ランキング             | 2020年)<br>〈総合〉 33位<br>〈文化・交流分野〉 21位  | 世界の都市総合ランキング<br>（（一財）森記念財団 都市戦略研究所） |
| 自分の住んでいる地域に愛着を感じている府民の割合 | 2019年度) 72.6%  | 将来ビジョン・大阪（全国・大阪府）に関する調査<br>（大阪府）    |

|  | 参考値                                   | 出典                                 |
|--|---------------------------------------|------------------------------------|
| 劇場、音楽堂等（府内の国公立施設）における多言語化の割合（※「対応している」「一部のみ対応している」の合計）             | 2019年度) 26.4%                         | 劇場、音楽堂等の活動状況に関する調査（文化庁）            |
| 大阪が楽しいまちだと思っている人の割合（全国）  | 2019年度) 43.3%                         | 将来ビジョン・大阪（全国・大阪府）に関する調査（大阪府）       |
| 舞台芸術・芸能公演数<br>（※地方公共団体が設置する劇場、音楽堂等で、座席数300以上のホールを有するものが主催又は共催するもの） | 2017年度) 743件                          | 平成30年度社会教育調査（文部科学省）                |
| 大阪にゆかりのあるプロスポーツ7チームの年間主催試合観客者数合計                                   | 2019年) 3,030,617人                     | 各チーム公表資料                           |
| 大阪マラソンの外国人エントリー数   | 2019年度) 15,082人                       | 第9回大阪マラソン実績                        |
| 成人の週1回以上のスポーツ実施率   | 2019年度) 56.2%                         | スポーツの実施状況等に関する世論調査（スポーツ庁）          |
| 大阪はスポーツが盛んなまちだと思っている府民の割合（府民）                                      | 2019年度) 45.1%                         | 将来ビジョン・大阪（全国・大阪府）に関する調査（大阪府）       |
| 海外留学する高校生数   | 2017年度) 455人                          | 高等学校等における国際交流等の状況について（文部科学省）       |
| 海外留学する大学生数（大阪府内の大学）<br>※3か月以上の留学                                   | 2018年度) 3,660人<br>（うち協定等に基づく留学3,045人） | 日本人学生留学状況調査（独立行政法人日本学生支援機構（JASSO）） |
| 府内高校生の英語力<br>CEFR A2レベル相当以上の英語力を取得または有すると思われる生徒数の割合（公立高等学校第3学年）    | 2019年) 43.7%<br>※2019.12.1時点          | 英語教育実施状況調査（文部科学省）                  |

|   | 参考値   | 出典  |
|---|---|---|
| 府内在留高度外国人材数（在留資格別含む）  | <b>2020年） 32,232人</b><br>うち 高度専門職 <b>677人</b><br>経営・管理 <b>2,830人</b><br>技術・人文知識・国際業務 <b>25,641人</b> 等<br>※ <b>2020.6.30</b> 時点  | 在留外国人統計 都道府県別在留資格別在留外国人数<br>（法務省）           |
| 留学生在職する全国の日本企業等のうち、大阪の企業が占める割合  | <b>2018年） 10.0%</b>   | 留学生の日本企業等への就職状況について<br>（出入国在留管理庁）           |
| 府内外国人のビジネス日本語（J2以上）取得者数   | <b>2019年度） 190人</b>   | <b>BJT</b> ビジネス日本語能力テスト<br>（（公財）日本漢字能力検定協会） |
| 大阪で働く外国人労働者数<br>（専門的・技術的分野の在留資格、特定技能、特定活動、技能実習、資格外活動、身分に基づく在留資格の内訳含む） | <b>2019年） 105,379人</b><br>うち 専門的・技術的分野 <b>25,816人</b><br>特定活動 <b>2,821人</b><br>技能実習 <b>20,838人</b><br>資格外活動 <b>31,220人</b><br>身分に基づく在留資格 <b>24,684人</b><br>※ <b>2019.10.31</b> 時点 | 「外国人雇用状況」の届出状況について<br>（厚生労働省）               |
| 大阪で学ぶ留学生数<br>（大学・短大、高専・専修等、日本語教育機関の内訳を含む）                             | <b>2019年） 26,257人</b><br>うち 大学・短大 <b>9,592人</b><br>高専・専修等 <b>8,742人</b><br>日本語教育機関 <b>7,923人</b><br>※ <b>2019.5.1</b> 時点  | 外国人留学生在籍状況調査<br>（独立行政法人日本学生支援機構（JASSO））     |
| 大阪外国企業誘致センター（O-BIC）による外国企業の誘致件数                                       | <b>2019年度） 35件</b>  | 大阪外国企業誘致センター（O-BIC）公表                       |

## 【参考資料】

## 【参考資料】重点事業例とフェーズごとの取組みイメージ

※重点事業は、年度ごとに効果を検証し、精査・見直し・追加等行う

| 施策名  | 概要   | 取組主体           | フェーズごとの取組み   |   |
|--|--|----------------|--|---|
|  |  |                | フェーズ1（ウイズコロナ）  | フェーズ2（ポストコロナ）   |
| <b>世界第一級の文化・観光拠点の進化・発信</b>                 |  |                |  |   |
| 2025年日本国際博覧会推進事業                           | 2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）の成功に向け、地元自治体として担うべき開催準備等を推進する。  | 大阪府・大阪市        | <ul style="list-style-type: none"> <li>・2025年日本国際博覧会協会や国、経済界などと協力のうえ、開催に向けた準備を実施</li> <li>・開催に向けた機運醸成</li> </ul>   |   |
| I Rの推進                                     | 夢洲において、大阪・関西の持続的な経済成長のエンジンとなる世界最高水準の成長型I Rの実現をめざす。   | 大阪府・大阪市・民間事業者  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・I R事業者の公募・選定<br/>2019年12月から実施している事業者公募を着実に実施</li> <li>・国への区域認定申請<br/>選定後、事業者と共同で区域整備計画を策定し、議会の議決等を経て、国へ申請<br/>区域認定以降、事業者がI R整備に着手</li> </ul> |   |
| 百舌鳥・古市古墳群世界遺産保存活用事業                        | 世界遺産「百舌鳥・古市古墳群」について、「世界遺産条約」に基づく義務を果たすため、資産の保護保存、活用の取組みや資産の価値と魅力を発信する取組みを、府、地元3市が一体となり進める。 | 大阪府・地元3市       | <ul style="list-style-type: none"> <li>・資産にかかるモニタリング（経過観察）等の継続実施</li> <li>・資産の価値と魅力を国内外に広く発信</li> </ul>  |   |
| 大阪市内の重点エリア等の魅力向上（大阪城・大手前・森之宮地区）            |  |                |  |   |
| 大阪城・大手前・森之宮地区の魅力向上（世界的観光拠点化：大阪城エリア観光拠点化事業） | 2015年度に導入した大阪城公園PMO事業を推進し、民間活力を活用した公園の新たな魅力を創出する。  | 大阪市・民間事業者      | <ul style="list-style-type: none"> <li>・感染症対策を最大限に講じつつ、民間活力を活用した公園の新たな魅力創出に向け、PMO事業を展開・推進</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・民間活力を活用した公園の新たな魅力創出に向け、PMO事業の展開・推進</li> </ul> |
| 歴史拠点の創出（大阪城観光拠点化事業、難波宮跡公園整備事業）             | 初代大坂城の石垣を掘り起こし、公開施設の整備、特別史跡大坂城跡保存管理計画の推進、文化財の整備・活用を行う。                                     | 大阪市            | <ul style="list-style-type: none"> <li>・豊臣石垣公開施設の整備</li> <li>・文化財の整備・活用計画策定</li> </ul>   |   |
|  | 難波宮跡公園のハード・ソフト両面からの魅力向上を行う。  | 大阪府・大阪市        | <ul style="list-style-type: none"> <li>・難波宮跡公園のハード・ソフト両面からの魅力向上</li> </ul>   |   |
| 大阪城東部地区のまちづくりの推進                           | 新大学を先導役にした、観光集客・健康医療・人材育成・居住機能等の集積により、多世代・多様な人が集い、交流する国際色あるまちの実現に向けたまちづくりを推進する。            | 大阪府・大阪市・民間事業者等 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・大学とともに成長するイノベーション・フィールドシティの形成</li> </ul>   |   |
| 大阪市内の重点エリア等の魅力向上（中之島地区）                    |  |                |  |   |
| 大阪中之島美術館の整備事業                              | 大阪中之島美術館の整備等を行う。   | 大阪市            | <ul style="list-style-type: none"> <li>・令和4年早春の開館に向け建設工事、開館準備業務を着実に実施</li> </ul>   |   |
| 大阪市内の重点エリア等の魅力向上（御堂筋地区）                    |  |                |  |   |
| 御堂筋活性化事業                                   | 御堂筋の賑わい創出、憩いや交流など都市魅力の向上や活性化を行う。   | 大阪市            | <ul style="list-style-type: none"> <li>・御堂筋の賑わい創出、憩いや交流など都市魅力の向上や活性化の推進</li> </ul>   |   |
| 御堂筋の空間再編                                   | 御堂筋の道路空間再編（側道歩行者空間化）を行う。   | 大阪市            | <ul style="list-style-type: none"> <li>・御堂筋の道路空間再編（側道歩行者空間化）向け基本設計、実施設計、工事等を実施</li> </ul>  |   |

## 【参考資料】重点事業例とフェーズごとの取組みイメージ

※重点事業は、年度ごとに効果を検証し、精査・見直し・追加等行う

| 施策名  | 概要  | 取組主体               | フェーズごとの取組み  |                                      |
|--|---|--------------------|---|--------------------------------------|
|  |   |                    | フェーズ1（ウイズコロナ）   | フェーズ2（ポストコロナ）                        |
| <b>世界第一級の文化・観光拠点の進化・発信</b>                   |   |                    |   |                                      |
| 大阪市内の重点エリア等の魅力向上（天王寺・阿倍野地区）                  |   |                    |   |                                      |
| 大阪市立美術館の魅力向上                                 | 美術館として必要な機能強化と利用者サービス向上のための抜本的改修を行う。  | 大阪市                | ・令和6年度中のリニューアルオープンに向け実施設計、工事等を着実に実施   |                                      |
| 天王寺公園・動物園の魅力向上（天王寺公園・動物園の魅力向上事業）             | 天王寺・阿倍野地区において、地区の核となる天王寺公園・動物園の官民連携等による魅力向上・活性化、ひいては天王寺・阿倍野地区全体の集客力・ブランド力の向上を図る。          | 大阪市・民間事業者          | ・感染症対策を最大限に講じつつ、天王寺公園・動物園の官民連携等による魅力向上・活性化に係る取組みを推進   | ・天王寺公園・動物園の官民連携等による魅力向上・活性化に係る取組みを推進 |
|  | 天王寺動物園の老朽獣舎リニューアル工事を行う。   | 大阪市                | ・令和3年度(令和4年1月完成)「ふれあい家畜・小動物舎」及び令和4年度(令和4年12月完成)「ペンギン・アンカ舎」各施設の完成・馴致後の開館に向け基本設計、実施設計、工事等を着実に実施 |                                      |
| 大阪市内の重点エリア等の魅力向上（新今宮地区）                      |   |                    |   |                                      |
| 新今宮エリアの賑わい創出・魅力発信（新今宮エリアブランド向上事業）            | 大阪ミナミの活性化をめざす民間事業者との連携のもと、大阪ミナミの新たな玄関口として「新今宮エリア」の歴史・文化・にぎわい等の魅力を発信し、「新今宮エリア」のブランディングを図る。 | 大阪市・民間事業者          | ・エリアブランド確立に向けた官民連携によるプロモーション活動  | ・民間主体によるエリアのさらなる魅力向上・発信              |
| 新今宮エリアの賑わい創出・魅力発信（新今宮駅北側まちづくりビジョンに基づく取組みの推進） | 「新今宮駅北側まちづくりビジョン」に示すまちづくりの方向性に基づき、快適な歩行者空間の創出や玄関口にふさわしいおもてなし環境づくり等、官民連携による取組みを推進する。       | 大阪市・民間事業者          | ・まちづくりビジョンに基づく取組みの実施  |                                      |
| 大阪市内の重点エリア等の魅力向上（築港・ベイエリア地区）                 |   |                    |   |                                      |
| 天保山客船ターミナル整備                                 | 老朽化・陳腐化が進む天保山客船ターミナルの建替えを行う。  | 大阪府・大阪市            | ・令和6年の供用開始に向け設計・工事を着実に実施  |                                      |
| 超大型クルーズ客船の係留に対応した天保山岸壁改良工事                   | 世界最大級のクルーズ客船（22万総トン級）の係留が可能になるよう天保山岸壁の施設整備を行う。  | 大阪市                | ・令和4年度の供用開始に向け工事を着実に実施  |                                      |
| クルーズ客船関係車両整理場改良整備                            | タクシー待機場として活用しているクルーズ客船関係車両整理場を、バス駐車場としても利用できるように改良整備を行う。                                  | 大阪市                | ・令和3年度中の供用開始に向け設計・工事を着実に実施  |                                      |
| クルーズ客船の誘致・受入れ業務                              | 大阪港のクルーズポートとしてのステイタスの向上を目指し、港の「にぎわいと経済効果」をもたらす客船を誘致し、誘致した客船の乗員乗客に満足していただける受入れを実施する。       | 大阪市                | ・オンラインツールの活用や国内外の船社訪問をはじめとする積極的な誘致活動  | ・感染症対策を徹底した安心・安全の受入れ                 |
| 大阪市内の重点エリア等の魅力向上（大阪駅周辺地区）                    |   |                    |   |                                      |
| うめきた2期みどりとイノベーションの融合拠点の形成                    | 世界の人々を惹きつける魅力を備えた「みどり」と世界をリードする「イノベーション」の融合拠点の実現に向けた取組みを行う。                               | 大阪府・大阪市・経済団体・民間事業者 | ・民間開発事業の推進及び2024年先行まちびらきの実現   | ・基盤整備事業の推進                           |
|  |   |                    | ・中核機能の実現に向けた官民連携による検討・取組みの推進  |                                      |

## 【参考資料】重点事業例とフェーズごとの取組みイメージ

※重点事業は、年度ごとに効果を検証し、精査・見直し・追加等行う

| 施策名                                  | 概要  | 取組主体                             | フェーズごとの取組み   |                         |
|--------------------------------------|---|----------------------------------|--|-------------------------|
|                                      |   |                                  | フェーズ1（ウイズコロナ）  | フェーズ2（ポストコロナ）           |
| <b>世界第一級の文化・観光拠点の進化・発信</b>           |   |                                  |  |                         |
| 大阪市内の重点エリア等の魅力向上（難波周辺地区）             |   |                                  |  |                         |
| なんば駅周辺における空間再編推進事業                   | なんば駅周辺の道路空間を、「車」中心の空間から「人」中心の空間へと再編し、世界を惹きつける観光拠点として上質で居心地の良い空間の創出を図る。                                      | 大阪市・民間事業者                        | ・なんば駅周辺の道路空間を、「車」中心から「人」中心の空間へと再編  |                         |
| 水都大阪                                 |   |                                  |  |                         |
| 水辺の魅力空間づくり（水辺の魅力向上（東横堀川等の水辺空間利用の促進）） | 舟運をはじめ水辺も楽しめる観光メニューが集結するターミナルの整備、水辺魅力の向上や、舟運活性化に資する空間・景観整備を行う。  | 大阪府・大阪市・民間事業者                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>・大阪城エリアにおいて、公共船着場等の令和4年度中の供用開始に向けた整備工事等を実施</li> <li>・中之島GATEエリアにおいて、川と海の結節点や観光名所への誘客拠点となるターミナルの整備に向け、測量・概略検討を実施</li> <li>・東横堀川の水辺空間整備について、本町橋から農人橋までの間等における調査、設計、工事等を実施</li> <li>・東横堀川及びび道頓堀川において、更なる水辺空間の利用促進、水辺魅力の向上への取組みを実施</li> </ul> |                         |
| 水都大阪コンソーシアム事業負担金（水と光のまちづくり推進事業）      | 「水と光の首都大阪」の実現に向けて、公民共通のプラットフォームである「水都大阪コンソーシアム」において、水辺魅力の創出や舟運活性化、ブランディング、観光、安全・安心を推進する。                    | 大阪府・大阪市・民間事業者                    | ・舟運の復活に向けた取組み支援を実施   | ・恒久的なにぎわい創出や新たな魅力づくりを実施 |
| 淀川大堰開門設置事業による淀川沿川まちづくりの促進            | 2025大阪・関西万博までに、国において、船舶で航行できるよう開門を設置するなど、万博来場者への魅力向上を図り、また、新たな舟運航路による沿川のにぎわいの創出や魅力向上を図り、淀川の広域連携型まちづくりを促進する。 | 大阪府・淀川沿川市町・国土交通省近畿地方整備局・民間事業者等   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・淀川大堰開門の令和6年度の完成に向け設計・工事の実施</li> <li>・淀川沿川のまちづくりの促進</li> </ul>  |                         |
| 大阪・光の饗宴事業                            | 「御堂筋イルミネーション」、「OSAKA光のルネサンス」、地域団体等が展開するエリアプログラムを一体的に展開して、都市魅力の創造・発信や都市ブランドの向上を図る。                           | 大阪府・大阪市・大阪観光局・経済団体・民間事業者         | <ul style="list-style-type: none"> <li>・光のコンテンツの魅力向上</li> <li>・国内外へのプロモーション強化</li> <li>・エリアプログラムとの連携推進</li> </ul>  |                         |
| 万博記念公園の魅力向上                          |   |                                  |  |                         |
| 将来ビジョン策定業務                           | 現行の将来ビジョンを見直し、万博記念公園の活性化に向けた新たなビジョンを策定する。   | 大阪府                              | ・新たなビジョンを策定し、事業を展開   |                         |
| 万博記念公園駅前周辺地区活性化事業                    | 大規模アリーナを中核とした大阪・関西を代表する新たなスポーツ・文化の拠点づくりを推進する。   | 大阪府・民間事業者                        | ・公募で選定された事業者の事業計画に基づき、事業を推進  |                         |
| <b>大阪の強みを生かした魅力創出・発信</b>             |   |                                  |  |                         |
| 国内外の人々を惹きつけるキラコンテンツの創出               |   |                                  |  |                         |
| 国内外の人々を惹きつけるキラコンテンツの創出               | 国内外の人々を惹きつけるキラコンテンツを実施し、大阪の魅力を全世界に強力に発信することで、多くの方々を大阪に誘客する起爆剤となる事業を実施する。                                    | 大阪府・大阪市・国土交通省近畿地方整備局・大阪観光局・経済団体等 | ・感染症対策を最大限に講じつつ、話題性のあるキラコンテンツを実施   | ・話題性のあるキラコンテンツを実施       |
| 御堂筋地区の魅力向上（御堂筋開放事業：御堂筋活性化事業）         | 大阪のシンボリストリートである御堂筋を歩行者に開放し、非日常的なイベントを実施。御堂筋・大阪の魅力を国内外に発信する。   | 大阪府・大阪市・国土交通省近畿地方整備局・大阪観光局・経済団体等 | ・感染症対策を最大限に講じつつ、御堂筋開放イベントを実施   | ・御堂筋開放イベントを実施           |

## 【参考資料】重点事業例とフェーズごとの取組みイメージ

※重点事業は、年度ごとに効果を検証し、精査・見直し・追加等行う

| 施策名                             | 概要  | 取組主体  | フェーズごとの取組み  |  |
|---------------------------------|---|---|---|--|
|                                 |   |   | フェーズ1（ウイズコロナ）   | フェーズ2（ポストコロナ）  |
| <b>大阪の強みを生かした魅力創出・発信</b>        |   |   |   |  |
| 大阪の食の魅力発信                       |   |   |   |  |
| 「食」のブランディングに向けた取組み              | 魅力ある「食」コンテンツの掘り起こしや発信など、食に関する事業を通じて大阪の「食」ブランディングに向けた取組みを推進する。<br>大阪商工会議所と共に「食創造都市 大阪推進機構」の活動を通じて世界における「食のまち・大阪」を発信する。                 | 大阪府・大阪市・大阪観光局・経済団体  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・「食のまち・OSAKA」の発信</li> <li>・「食」の魅力づくりの継続的展開</li> <li>・「食」関連MICEの誘致活動</li> </ul>   |  |
| 大阪産（もん）グローバルブランド化促進事業           | 大阪産（もん）・大阪産（もん）名品等のPRや販路拡大、付加価値の高い商品等開発を促進し、ブランド力向上と購入機会の拡大を図るとともに、伝統や特徴のある一次産品・加工食品など「大阪の食」の魅力を発信する。                                 | 大阪府・農林水産省近畿農政局・大阪国税局・独立行政法人日本貿易振興機構・地方独立行政法人大阪府立環境農林水産総合研究所・民間事業者 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・大阪産（もん）・大阪産（もん）名品等の国内でのプロモーション、デジタル技術を活用した非対面での海外向けプロモーション</li> <li>・農林水産業の6次産業化など、付加価値の高い商品等の開発</li> <li>・SNS等による一次産品・加工食品などの魅力発信</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・大阪産（もん）・大阪産（もん）名品等の国内外でのプロモーション</li> </ul> |
| 民間との連携による食の魅力発信（食を活用した観光魅力開発事業） | 民間事業者等との連携により、大阪の食の魅力を活用した新たな大阪ならではの観光コンテンツを開発する。   | 大阪市・民間事業者   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・民間事業者との連携による国内の需要喚起に向けた食の魅力発信</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・民間事業者との連携による国内外の需要喚起に向けた食の魅力発信</li> </ul>  |
| 広域ベイエリアまちづくりの推進                 | 2050年を長期目標とした大阪広域ベイエリアの将来像や様々な主体の取組みの基本的な方向性等について、「大阪広域ベイエリアまちづくりビジョン（案）」をとりまとめ、その重点的な取組みとして、海上交通の活性化、広域サイクル連携及び堺旧港周辺まちづくり等の取組みを推進する。 | 大阪府・大阪市・堺市・沿岸市町・民間事業者等  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・「大阪広域ベイエリアまちづくりビジョン（案）」のとりまとめ（令和3年春目途）及び推進</li> </ul>   |  |
| 観光魅力向上のための歴史・文化的まちなみ創出事業        | 船場地区において、歴史的・文化的な建築資源周辺の無電柱化や周辺景観と調和した道路整備を実施するとともに、回遊性向上の取組み等を実施する。  | 大阪市・地元まちづくり団体等  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・周辺景観と調和した道路整備（令和3年度まで）</li> <li>・整備後の道路空間を活用した賑わい創出等</li> </ul>   |  |
| <b>さらなる観光誘客に向けた取組み</b>          |   |   |   |  |
| 災害時多言語支援事業（Osaka Safe Travels）  | 災害時に外国人が必要とする災害や交通等の情報を多言語で提供するウェブサイト・アプリの管理・運用を行うとともに、情報の充実や普及促進に取り組む。   | 大阪府・公益財団法人大阪府国際交流財団   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・Osaka Safe Travelsの運用、情報の充実、普及促進</li> </ul>   |  |
| 外国人旅行者安全確保事業費                   | 災害時等に外国人旅行者自らが身を守るために必要な情報を入手できる環境をつくとともに、ホテル等との災害時の連携協定締結を進めることにより、災害時に外国人旅行者等が一時避難できる環境を確保する。                                       | 大阪府・大阪市・民間事業者   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・外国人旅行者に対する情報発信に係る体制づくり</li> <li>・宿泊・観光施設等に対する外国人旅行者への支援方策等の周知・啓発</li> <li>・ホテル等への働きかけ及び協定締結（可能な施設から順次）</li> </ul>                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>・外国人旅行者に対する情報発信の強化</li> </ul>               |
| 公共交通機関等と連携した受入環境整備事業            | 乗継駅において、経路表示などの案内充実の取組みを行う事業者に対し、事業費の一部を補助する。   | 大阪府・民間事業者   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・補助事業の実施</li> </ul>  |  |
| 観光案内所運営                         | 多言語による観光案内、旅行時のトラブル等に関する総合相談など、観光客が必要とするサービスを提供する観光案内所（大阪、難波、新大阪）を運営する。（難波においては、観光案内のみ実施）   | 大阪府・大阪市・大阪観光局   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・開所時間の短縮など、新型コロナウイルス感染症の状況に応じて運営</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・通常どおりの運営を再開</li> </ul>                     |
| 観光案内表示板機能強化事業                   | 外国人を含む来阪観光客のニーズに対応し、周遊性の向上等を図るため、広告収入等による民間活力を活用し、観光情報や災害時の情報発信等、多言語に対応した多機能型を含む観光案内板を整備する。   | 大阪市・民間事業者   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・民間活力を活用した観光案内表示板の整備・運営</li> </ul>   |  |



## 【参考資料】重点事業例とフェーズごとの取組みイメージ

※重点事業は、年度ごとに効果を検証し、精査・見直し・追加等行う

| 施策名  | 概要  | 取組主体                | フェーズごとの取組み  |   |
|--|---|---------------------|---|---|
|  |   |                     | フェーズ1（ウイズコロナ）   | フェーズ2（ポストコロナ）   |
| <b>さらなる観光誘客に向けた取組み</b>                                       |   |                     |   |   |
| 宿泊施設おもてなし環境整備促進事業  | 宿泊施設（特区及び新法民泊施設を含む）における来阪旅行者のための環境整備に係る事業に対して、補助を行うことにより、おもてなし環境の向上を図る。   | 大阪府                 | ・宿泊施設等が実施する感染症対策を補助   | ・インバウンド回復後に向け、宿泊施設等が実施する、宿泊客の利便性や満足度向上に係る環境整備を補助                        |
| 市町村等観光振興支援事業   | 各市町村や公的団体等が実施する観光振興事業に対して補助を行うことで、観光施設等における受入環境の整備及び観光拠点の魅力向上や誘客促進を図る。  | 大阪府                 | ・各市町村や公的団体等が実施する観光振興に係る取組みを補助   |   |
| 大阪駅・梅田駅周辺案内表示整備事業費補助金  | 鉄道事業者や地下街管理者とともに、大阪駅・梅田駅周辺における案内表示（サイン）の統一化を図るため、協議会の運営を行うとともに、サイン整備に対する補助を行う。  | 大阪府・大阪市・大阪観光局・民間事業者 | ・協議会事務局の運営<br>・補助事業の実施（令和4年度まで実施予定）   |   |
| 歩行者案内標識整備  | 重点エリアにおいて、鉄道駅から主要集客施設までのルートの起点・分岐点に歩行者案内標識を整備することにより、旅行者をはじめとする来訪者への道案内を充実させる。  | 大阪市                 | ・重点エリアの歩行者案内標識の整備を着実に実施（令和6年3月までに完了予定）  |   |
| スマートシティ戦略推進事業<br>（大阪スマートシティパートナーズフォーラム・プロジェクト＜インバウンド・観光の再生＞） | 大阪府、府内市町村、企業、シビックテック、大学等が、「大阪モデル」のスマートシティ実現に向けて、「公民共同エコシステム」として設立した「大阪スマートシティパートナーズフォーラム」において、「インバウンド・観光の再生」をテーマの一つとして設定し、地域・社会課題を解決するためのプロジェクトに取り組む。 | 大阪府・市町村・民間事業者       | ・参画企業による市町村ヒアリング<br>・企業と市町村で展開プロジェクトを決定   | ・実証実験を経ながら順次展開  |
| おおさかプロモーション推進事業  | コロナ終息後を見据え、エンタメや食などの府内各地の観光魅力を、オリンピック・パラリンピックや万博のインパクトを生かしながら広くプロモーションし、国内外からの誘客、府内周遊の促進を図る。  | 大阪府                 | ・国内旅行者の誘客を進めるため、国内の幅広いエリアにおいてプロモーションを実施<br>・コロナ終息後のインバウンドの誘客につなげるため、国外に向け、SNS等を活用したプロモーションを実施 |   |
| 国内プロモーションの推進   | 大阪観光局において、マーケティングに基づき、観光客や市場ごとのターゲットに応じた効果的なプロモーション活動を展開し、国内からの誘客の促進を図る。  | 大阪府・大阪市・大阪観光局       | ・大阪の強みを生かした観光コンテンツを発信<br>・マイクロツーリズムへの取組み<br>・他都道府県・観光団体との連携強化<br>・伝統文化、祭りなどの魅力の深掘り            | ・既存コンテンツの価値を高めて消費拡大を促進<br>・大阪を目的とした教育旅行の誘致強化                            |
| 欧米豪をはじめ幅広い国・地域からの集客<br>（海外プロモーションの強化、多様なニーズに対応した魅力づくりなど）     | 大阪観光局において、インバウンドの量から質への転換をはかるべく、ターゲットを絞った海外プロモーションを実施するとともに、多様なニーズに対応した魅力づくりを行うことで経済効果の向上を図る。   | 大阪府・大阪市・大阪観光局       | ・PDCAサイクルを徹底した効果的なプロモーション<br>・3密を避けた郊外アウトドア観光資源の発掘<br>・安心・安全への取組みに関する情報発信強化<br>・富裕層向け受入環境整備   | ・近隣府県と連携した広域周遊ルートの構築<br>・ラグジュアリー＆ウェルネスなどコンテンツの充実<br>・幅広い国・地域に向けた大阪の魅力発信 |
| ナイトカルチャー魅力創出事業   | 外国人旅行者を対象としたナイトカルチャー事業の立ち上げや事業継続に向けた取組みを支援する。   | 大阪府                 | ・ナイトカルチャー事業を実施する事業者に対し、事業費の一部を補助  |   |
| 大阪周遊促進事業（連携事業）   | 多くの観光客が訪れる大阪市と、歴史的に魅力ある観光資源を有する堺市とをつなぐ観光周遊バスの実証事業を実施する。   | 大阪府・大阪市・堺市          | ・民間での事業化を見据えた観光周遊バスの実証事業の実施   | 民間による事業化への移行  |
| 大阪周遊促進事業<br>（百舌鳥・古市古墳群とその周辺地域を周遊するバスツアーの実証事業）                | 多様な客層が百舌鳥・古市古墳群とその周辺地域の魅力を満喫できるよう、バスツアーの実証事業を実施する。  | 大阪府                 | ・民間での事業化に向け、採算性が高くコロナ禍に対応した事業手法の実証事業を実施   | 民間による事業化への移行  |

## 【参考資料】重点事業例とフェーズごとの取組みイメージ

※重点事業は、年度ごとに効果を検証し、精査・見直し・追加等行う

| 施策名                       | 概要  | 取組主体                               | フェーズごとの取組み   |  |
|---------------------------|---|------------------------------------|--|--|
|                           |   |                                    | フェーズ1（ウイズコロナ）  | フェーズ2（ポストコロナ）  |
| <b>さらなる観光誘客に向けた取組み</b>    |   |                                    |  |  |
| おおさか観光消費喚起事業              | 府内での宿泊を伴うツアーや府内の旅行者が造成するバスツアーの利用に対して特典を付与することにより、観光消費の促進を図るとともに府内の観光関連産業を幅広く支援する。   | 大阪府・大阪市                            | ・事業設計及び実施  |  |
| テーマ型魅力コンテンツの開発            | 大阪が誇る歴史文化などに再度注目して魅力掘り起こしを行い、テーマ型コンテンツとして広く発信することで、大阪市内のみならず府内各地域への回遊を促進させる。  | 大阪府・大阪市・市町村・大阪観光局                  | ・歴史文化など各テーマコンテンツの掘り起こし<br>・マイクロツーリズムを意識したコンテンツ開発                   | ・ITの活用や体験価値を付与したプレミアムコンテンツへの昇華<br>・テーマ周遊を意識した国内外への効果的な発信         |
| 広域サイクルルート連携事業             | 2025年の大阪・関西万博に向けて、内外から多くの人を呼び込み、さらに交流が促進されるよう、自転車を活用した広域連携型まちづくりを推進する。  | 大阪府・市町村・民間事業者等                     | ・自転車活用の情報発信等の充実  |  |
| <b>戦略的なMICE誘致の推進</b>      |   |                                    |  |  |
| 観光政策調査研究事業                | MICE等国際イベント誘致に関する調査研究を行うとともに、新たなMICE戦略を策定する。  | 大阪府・大阪市                            | ・ニューノーマルに対応した新たなMICE戦略を策定  |  |
| MICE推進に向けた取組み             | 官民が一体となって戦略的にMICE誘致を展開するとともに、大阪におけるMICE受入体制の充実を図る。  | 大阪府・大阪市・大阪観光局・経済団体                 | ・国内向け展示会や会議を中心に誘致・開催支援<br>・オンラインを活用したMICE開催支援<br>・MICEにおける感染症対策の徹底 | ・IR開業を見据え、会議と展示会が一体となった、大規模MICEなどの誘致を推進<br>・オール大阪の官民が一体となり、誘致の推進 |
| <b>文化・芸術を通じた都市ブランドの形成</b> |   |                                    |  |  |
| 大阪らしい芸術文化の魅力の創出           | 国が主導する文化プログラムの動きを踏まえた取組みとして、大阪の文化資源である伝統芸能を観光資源として活用するためのコンテンツ創造、並びに地域の魅力を発信する事業を実施する。  | 大阪市                                | ・モデルプログラムの実施、検証  | ・民間主導による伝統芸能プログラムの実施   |
| 美術館・博物館の魅力向上              | 『大阪市ミュージアムビジョン』に掲げる、①大阪の知を拓く、②大阪を元気にする、③学びと活動の拠点へを目標に、「都市のコアとしてのミュージアム」の実現に向け、都市魅力の向上と新たな文化・人材の創出に貢献する。   | 大阪市                                | ・感染防止対策を徹底し、事業実施   | ・事業実施  |
| 大阪文化芸術創出事業（文化芸術の魅力発信）     | 文化を核として大阪の都市魅力を創造し、広く国内外に発信していく事業として、大阪文化芸術フェスを実施する。府内のホールや劇場、公園において、大阪が誇る上方伝統芸能や上方演芸をはじめ、音楽や演劇等、多彩で豊かな文化資源を活用した様々なプログラムを実施し、多くの観光客を呼び込むことを目指す。 | 大阪府・大阪市・大阪観光局・大阪商工会議所・一般財団法人関西観光本部 | ・多彩で豊かな大阪の文化の魅力を発信<br>・国内からの誘客を促進するプロモーションの展開                      | ・世界に向けたプロモーションの展開  |
| 大阪文化芸術創出事業（公演機会の創出）       | 新型コロナウイルス感染症と共存しながら、文化芸術活動の回復に取り組みため、大阪府と連携して文化芸術プログラムを実施し、大阪ゆかりのアーティスト・演芸人や劇団・楽団等の公演・活動の場を創出するとともに、府民に文化芸術に触れる機会を提供する。                         | 大阪府・大阪市・大阪観光局・大阪商工会議所・一般財団法人関西観光本部 | ・文化芸術に関する公演・活動の場を創出し、府民等が文化芸術に触れる機会を提供                             |  |
| 大阪文化芸術創出事業（文化芸術活動の助成）     | 新型コロナウイルスの感染拡大により、舞台公演等の文化芸術活動に影響を受けているアーティストや文化芸術団体等の活動を支援するため、大阪府と連携し、公演実施にかかる会場使用料を補助する。   | 大阪府・大阪市・大阪観光局・大阪商工会議所・一般財団法人関西観光本部 | ・文化芸術活動の自粛を余儀なくされた団体等に対し、公演実施にかかる費用の一部を補助                          |  |
| <b>スポーツツーリズムの推進</b>       |   |                                    |  |  |
| 国際競技大会、イベント等の誘致・開催        | 大阪のブランド力を活用して国際競技大会などを誘致し、トップアスリートの競技を直接観戦し、スポーツの感動や興奮を体験できる機会を提供する。  | 大阪市                                | ・感染防止対策を徹底し、事業実施   | ・事業実施  |

## 【参考資料】重点事業例とフェーズごとの取組みイメージ

※重点事業は、年度ごとに効果を検証し、精査・見直し・追加等行う

| 施策名                               | 概要   | 取組主体                   | フェーズごとの取組み  |  |
|-----------------------------------|--|------------------------|---|--|
|                                   |  |                        | フェーズ1（ウイズコロナ）   | フェーズ2（ポストコロナ）                                  |
| <b>スポーツツーリズムの推進</b>               |  |                        |   |  |
| 大阪マラソン開催事業                        | さらなる魅力づくりに取り組むとともに、大会の国際化を推進することにより、世界トップレベルの市民マラソンをめざす。   | 大阪府・大阪市・一般財団法人大阪陸上競技協会 | ・さらなる魅力向上に向けた施策検討   | ・幅広い国・地域からの参加促進に向けたプロモーションの展開                  |
| 舞洲スポーツ振興事業                        | 舞洲を拠点に活動するプロスポーツチームと大阪市が中心となり、情報発信、イベント、人材育成等のスポーツ振興事業を実施する。   | 大阪市・経済団体・民間事業者         | ・感染防止対策を徹底し、事業実施  | ・事業実施  |
| 大阪スポーツプロジェクト推進事業                  | スポーツによる都市魅力の向上につなげるため、在阪スポーツチームと一体となった組織を設立し、スポーツツーリズムを推進する。   | 大阪府・民間事業者              | ・大阪スポーツプロジェクト（仮称）の設立<br>・プロスポーツチーム等と連携した施策展開  |  |
| スポーツツーリズムモデル事業                    | アウトドアスポーツや武道を中心とした新たなスポーツツーリズムの需要を喚起するため、府内の観光資源と組み合わせた取組みをすすめる。   | 大阪府・民間事業者              | ・国内観光客を中心とした事業展開<br>・インバウンド向けニーズの把握及び企画検討   | ・インバウンドを含めた事業展開<br>・幅広い国・地域からの集客に向けたプロモーションの展開 |
| スポーツ情報発信事業                        | 大阪を訪れる国内外の観光客に対し、試合情報やスポーツ体験等のスポーツ情報を広く発信することでスポーツツーリズムにつなげる。  | 大阪府                    | ・令和2年度に新たに開設したスポーツ情報専門ホームページを活用し、国内外に向けて情報を発信<br>・スポーツツーリズムの促進につながるサイクリング・武道等の体験型スポーツコンテンツの開拓 |  |
| <b>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</b> |  |                        |   |  |
| 高校生等海外進学支援事業（おおさかグローバル塾）          | 海外の大学で学位取得をめざす高校生を対象に、英語力やコミュニケーション力等の強化を図るとともに、海外の大学への進路指導を行うなど、総合的な支援（通称：おおさかグローバル塾）を実施する。   | 大阪府                    | ・海外の大学への進学支援を通じたトップレベルのグローバル人材の育成<br>・海外進学中の学生への情報提供等の試行                                      | ・グローバル人材の大阪での活躍促進                              |
| 実践的英語体験活動推進事業（グローバル体験プログラム）       | 府内の高校生等を対象に、実践的英語体験（通称：グローバル体験プログラム）を実施し、海外への興味や英語でのコミュニケーションの必要性に気づかせることにより、将来のグローバル人材の裾野を広げる。                                      | 大阪府                    | ・国際的な感覚とコミュニケーション力を有するグローバル人材の育成  |  |
| 外国人留学生就職支援事業                      | 府内大学の外国人留学生を対象に、就職に関するセミナー等を実施し、大阪企業への就職を促進する。   | 大阪府・大学・経済団体等           | ・外国人留学生の大阪企業への就職支援<br>・高度外国人材の活躍分野、就職や起業に関する制度等の情報提供  | ・高度外国人材の活躍促進                                   |
| 外国人留学生との連携拡大及び起業支援                | 国際的な視点・能力をもつ留学生に、大阪市等が企画する協働・交流プログラム（ボランティアプログラム）に参加してもらい、地域の国際化・活性化を図るとともに、留学生の地域への愛着を醸成する。また、起業のきっかけとなるような支援セミナーを開催し、国際人材の定着を促進する。 | 大阪市                    | ・感染対策等を講じたうえで外国人留学生の地域での活躍機会の創出<br>・感染対策等を講じたうえで外国人留学生のための起業支援セミナーの開催                         | ・外国人留学生の地域での活躍機会の創出<br>・外国人留学生のための起業支援セミナーの開催  |
| 外国人受入環境整備事業                       | 外国人に生活・就労等に関する情報提供や相談対応を一元的に行う相談窓口を運営する（公財）大阪府国際交流財団に対し補助を行うとともに、多言語での情報発信を行う。   | 大阪府・公益財団法人大阪府国際交流財団    | ・オンライン等を活用した外国人への多言語相談対応、情報発信の充実  |  |

**2頁** 【マイクロツーリズム】

自宅から1時間圏内から2時間圏内の身近な場所の魅力を楽しむ旅行。

## 【ワーケーション】

**Work**(仕事)と**Vacation**(休暇)を組み合わせた造語。テレワーク等を活用し、リゾート地や温泉地、国立公園等、普段の職場とは異なる場所で余暇を楽しみつつ仕事を行うこと。休暇主体と仕事主体の2つのパターンがある。

## 【レジリエンス】

様々な困難なことからダメージを受けて落ち込むことがあっても粘り強くもとに戻りながら、以前よりもよりよく立ち直る力。レジリエントな都市とは、あらゆる困難をしなやかに、力強く乗り越え、将来にわたって魅力あふれるまち。

**4頁** 【ICT (Information and Communication Technology)】

情報や通信に関する技術の総称。コンピューター・インターネット・携帯電話などを使う情報処理や通信に関する技術。

**6頁** 【MICE】

企業等の会議 (**Meeting**)、企業等の行う報奨・研修旅行 (インセンティブ旅行 **Incentive Travel**)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議 (**Convention**)、展示会・見本市、イベント (**Exhibition/Event**) の頭文字のことであり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称。

## 【スポーツツーリズム】

旅行先での活動にスポーツ参加や観戦などのスポーツ要素が含まれる旅行のことであり、既存のスポーツ資源のほかにも地域資源がスポーツの力で観光資源となる可能性も秘めている。

## 【10歳若返り】

健康寿命の延伸に加え、健康状態に応じて、誰もが生涯を通じ自らの意思に基づき活動的に生活できること (大阪府が策定した「『いのち輝く未来社会』をめざすビジョン」に基づく考え方)。

**7頁 【アクセシビリティ】**

一般には、人々があるサービスを利用するにあたり、その入り口に入るまでのサービスへの到達しやすさをいう。ここでは、公共交通サービスの利便性などをいう。

**【スマートモビリティ】**

IoTやAIを活用し、人々の移動を効率化、最適化する新しい移動手段、輸送手段。

※IoT（**Internet of Things**）とは、ありとあらゆるモノがインターネットに接続され、センシング技術等を用いて、そのモノの使用に関するデータがクラウド上に蓄積され流通することによって、利用者により良いきめ細かなサービスが提供されるようになることを示した概念。

**【MaaS（Mobility as a Service）】**

利用者の多様なニーズに合わせ、交通手段、事業者の垣根なく、最適な交通手段、経路、魅力情報等が検索、予約、決済できる一元的なサービス。移動手段にとどまらず、交通や観光、医療など様々なサービスとの組み合わせも含まれる。

**【観光地域づくり法人（DMO：Destination Management/Marketing Organization）】**

地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協働しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人。

**【TID（Tourism Improvement District）】**

観光産業改善地区。地域内のTID参加企業が自らの収入に対して一定料率の賦課金を課し、かかる資金を原資とした地域の観光マーケティングやプロモーション活動などを通じて観光地域まちづくりに取り組む仕組みであり、米国において先進的に導入されている。

**【キラコンテンツ】**

ここでは、多くの人の興味・関心を惹く魅力的で非日常的なコンテンツのことをいう。

## 8頁 【LGBTQ】

**Lesbian**（レズビアン、同性を好きになる女性）、**Gay**（ゲイ、同性を好きになる男性）、**Bisexual**（バイセクシュアル、異性を好きになることや同性を好きになることもある人）、**Transgender**（トランスジェンダー、出生時に決定された性とは異なる性を自認する人）、それぞれの頭文字をとって「**LGBT**（エル・ジー・ビー・ティー）」と表現され、性的マイノリティーの総称として使われる。また、その他の性的マイノリティを総称する言葉として**Queer**（クイア）があり、「**LGBTQ**」と表現することや「**LGBTs**」と表現することもある。

## 【フードバリアフリー】

ベジタリアン、ヴィーガン、ムスリム（ハラル）などに対応した食事を提供したり、食材や加工方法をわかりやすく表示すること。

※ベジタリアンとは、肉類、家禽類及び魚介類を食べない、ないしは食べることを信条としない人で、人によっては卵やチーズなど動物由来のものも摂取せず、基本的に野菜、フルーツ、ナッツや穀物などをメインの食事とする。

※ヴィーガンとは、一般的に、様々な背景や目的（宗教、動物愛護、環境保護等）から食事上の制限を持ち、肉・魚介類などの動物性食品や、乳製品、卵などを食べない人を指す。

※ムスリムとは、イスラーム(イスラム教)を信仰している人々のこと。イスラームには冠婚葬祭の教えや食事・礼拝の決まり等、人間の生活全体に関する様々な規範があり、その一つにハラル(許された行為・物)とハラム(禁じられた行為・物)という考え方に基づく規範がある。

## 【ユニークベニュー】

歴史的建造物、文化施設や公的空間等で、会議・レセプションを開催することで特別感や地域特性を演出できる会場を指す。

## 9頁 【AI (Artificial Intelligence)】

人工知能。人間の脳が行っているように、ものを認識し、理解し、学習し、判断するなどのプロセスをコンピューターに行わせる技術。AIの技術によって、これまで人間の手で行ってきた仕事を、人工知能を搭載したロボットに行わせることが可能になる。

## 【VR (Virtual Reality)】

仮想現実。ゴーグルなどを装着することでユーザーの五感を刺激し、本物そっくりの仮想現実を体験できる。

## 【AR (Augmented Reality)】

拡張現実。スマートフォンなどを通じて、現実の風景の中にCGなどの視覚情報を重ねて表示したもの。