

SDGSへの貢献と 持続可能な観光戦略

~生物多様性を守り・育て・ 活かす箕面の観光とは~

大阪観光局

マーケティング事業部観光コンテンツ開発担当

梶浦 愛子



2022年10月23日

## 大阪観光局の沿革





#### 社大阪観光協会

(財)大阪コンベンション・ ビューロー

大阪府

大阪市

大阪商工会議所

□平成15年4月 統合



## 財団法人大阪観光コンベンション協会

大阪府・大阪市・経済界によるオール大阪体制で一層効果的・効率的に観光集客を取り組むための中心的役割を担う組織として設立。

平成24年12月 大阪府・市が策定した「大阪の観光戦略」の中で、戦略的な観光振興を目的として「大阪観光局」発足の方向性 平成25年 2月 大阪府・市・経済界からなる「大阪の観光魅力創造にかかるトップ会議」にて、「(公財)大阪観光コンベンション協会」を母体として 大阪観光局が事業を行う旨、合意

□平成25年4月 発足



#### 公益財団法人大阪観光コンベンション協会 大阪観光局

法人としての「(公財)大阪観光コンベンション協会」は存続。事業実施にあたり「大阪観光局」の名称を使用。

平成27年 3月 大阪府・市・経済界トップの会合において、責任と権限の一元化、明確化を図る旨、合意

□平成27年4月 体制·名称変更



### 公益財団法人大阪観光局

観光誘致や受入体制の整備等、大阪の観光振興ならびにコンベンションの誘致を行うことにより、地域経済の活性化を図る。

#### **DMO**

## 関連産業との連携による観光地域づくり

OSAKA \* No. No. No. No.

観光局内外のノウハウを取り込みつつ、多様な関係者と連携した組織づくり

## □大阪観光局の役割

- ①多様な関係者の合意形成
- ②各種データの継続的な収集・分析に 基づく戦略の策定
- ③関係者が実施する観光関連事業と戦略の整合性に関する調整・仕組みづくり

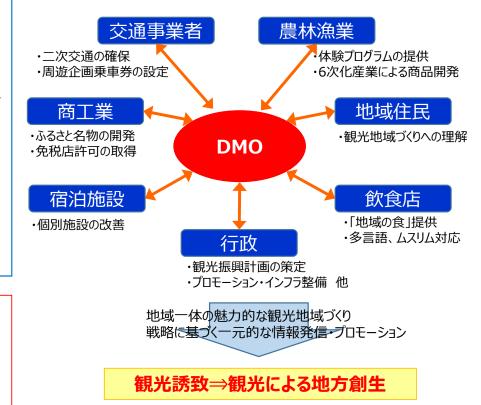


- ④観光地域づくりの一主体として実施する 個別事業
  - ・観光資源の磨き上げ、プロモーション
  - ・受入環境整備、ワンストップ窓口
  - ·人材育成

#### 観光地を戦略的にマネジメントする

- 「大阪版DMO」として機能強化を図る
- ・自己評価による事業の取捨選択
- ・組織体制の見直し
- ・安定した法人運営

## □関係者との連携イメージ



※DMO・・・Destination Marketing/Management Organization 観光客を誘致するための戦略策定をはじめ、マーケティングやプロモーション、品質官営などを行う事業組織。

## 大阪観光局がめざす都市像と8つのキーワード

世界が憧れる「住んで良し」「働いて良し」「学んで良し」「訪れて良し」の

# 世界最高水準、アジアNo.1の国際観光文化都市

## 「国際観光文化都市」のイメージを表す「8つのキーワード」

#### ① 体験・感動

- 多様な食事、エンタメ、歴史、文化・芸術、 レジャー等が楽しめるアミューズメント都市
- 様々なプロスポーツ観戦が楽しめる都市
- 世界中の芸術家等が集まる文化・芸術都市
- 面白いイベントを行う人が集うイベント都市
- 世界中の富裕層を楽しませる特別な体験を提供 する都市

#### ② 元気・活力

- 緑や花がそばにある、癒しのある都市
- スポーツが盛んで、健康と生きがいを享受できる 健康増進都市
- 世界中から優秀な人材が集まり、事業を起こし、 雇用と富が生まれるビジネス都市

### ③ 夢・希望

- 世界水準のMICE施設を持ち、多数のMICEが開催され、人・モノ・情報が集まり、イノベーションと新しいビジネスが生まれる都市
- 持続的かつ健全な経済発展があり、多くの人が余暇を楽しめる都市
- 再チャレンジを受け入れる都市

### ④ 多様性・共生・平等

- 様々な価値観を受容し、共存共栄する都市
- 旅行者、留学生など来訪者を歓迎し、 彼らが快適に滞在できる都市
- 弱者を助け、共に支えあう都市
- 日本中の各地方都市に送客し、地方都市とともに 栄える都市

#### ⑤ 復活・対応力

● 困難から迅速に復活し、変化に柔軟に対応する 人々が集まる都市

### ⑥ 安全・安心・清潔・健康

● 身の危険や感染症のリスクが低く、快適に過ごせる都市

### ⑦ 分散

● 特定の時期や場所に集中しない、多様な休暇の取り方とコンテンツが享受できる都市

### ⑧ 環境・みどり

- ゼロカーボン社会の実現
- 地球温暖化の抑制
- 生態系多様性の維持



## 大阪観光局・取組みの方向性



- 1. 大阪観光局の役割
  - ① **オーガナイザー**(organizer) 全体をプロデュースする役割
- ② プロモーター(promoter)熱を牛み出す役割
- ③ アクセラレーター(accelerator) 取組みを加速させる役割
- 2. 大阪観光局のミッション (平成29年11月DMO法人登録)

大阪観光推進の<u>プラットフォーム</u>として、大阪への<u>経済効果を最大化</u>する

数を増やす
大阪が目的地として選ばれる取組み

② **質を上げる** 着地後消費を最大化させる取組み

経済効果を持続・波及させる取組み

③ 波及させる

量から質への転換を加速

3. 事業展開における3つのコンセプト

24時間観光都市 Anytime 関西・日本観光のハブ Anywhere 多様性あふれる街 Anybody

- 4. 万博・IRを見据えた活動目標
  - ① 日本観光の「ショーケース」 日本の新しい「玄関」大阪から全国の魅力を発信し、送客する。
  - ② **日本観光の「トップランナー**」 各分野のプロ集団となり、全国の関係者のモデルに。
  - ③ 成長戦略の「起爆剤」 新しいビジネスや価値を生み出し、持続的な経済発展に貢献。
  - ④ 高付加価値MICE都市 参加者に高い満足度、経済効果を広く長く波及させるMICE都市となる。

# なぜいま 持続可能な観光戦略 なのか?

- ・従来型の観光(大量輸送、大量消費型)の 問題点と反省
- ・コロナ禍を受け、旅行スタイルが変化
- → マイクロツーリズム
- ・EXPO2025大阪・関西万博がめざす

「持続可能な開発目標(SDGs)達成への貢献」







## **箕面国定公園** 大阪府民にとって貴重な自然資本



およそ1,300種の植物、3,500種の昆虫、数多くの 野鳥、哺乳動物、両生・爬虫類、魚類などの生息 する自然の宝庫。

年間200万人以上が訪れる北摂屈指の観光地。



OSAKA INFOより転載

# 生物多様性の保全 自然資本の持続可能な利用モデル としての箕面



箕面公園昆虫館 オルタナの森・Minoh



# 自然とふれあう生活 地域の宝として身近な自然を守り育てる生活



# WITHコロナ時代における「グリーンリカバリー」による 地方創生・社会経済モデルの転換

・異常気象やコロナ禍の中、自然との共生・調和、生態系の維持 を前提とした社会・経済活動が模索されている

テレワークにより人々の生活拠点が都市→地方に移る流れができつつある

自然豊かな「箕面」でのしごとの創出実現

感染症や災害への対応力を持つ強靭かつしなやかな社会・経済モデルへ移行し、

脱炭素社会、SDG s 推進を加速させる

## 参画する民間企業/団体との連携 ~ 産業の創出へ

- ■連携・交流から生まれる、地方の活性化や新たな街づくりのスキーム構築
- ■新産業の創造、ESG投資も視野に入れた雇用創出と経済の活性化
- ■社会経済システムの新たなイノベーティブな事業の創造

#### 旅行

国立・国定公園ツアー、 新ツーリズム(グリーン・エコ・サス ティナブル)

#### 健康(ウェルネス)

ヨガ、温泉、入浴剤、森林浴、 化粧品、香料、山菜、きのこ採り

#### 食品・飲料

水・日本酒、ワイン、ウィスキー、 ジビエ、魚、きのこ類、農産物

#### まちづくり

建設・建設関係、家屋・エネルギー 関連、交通関係、通信関係 スポーツ・アクティビティ 登山・ウォーキング、バイク、 ラフティング、スキー

### <u>日本みどりの</u> プロジェクト

参加都道府県 (市町村・DMO)

文化・歴史・アニメ・伝説神、妖怪、精霊、忍者、山伏、鬼

#### レジヤー

キャンプ、スイミング、風景写真、 フィッシング、昆虫採取

#### 教育(学生・社会人)

環境保全、生物多様性保全、植林、バードウオッチング、農業林業体験

#### SDG s

商社、金融、製造業、サービス業、 マスコミ関係

#### 林業・農業・小売・ホビー

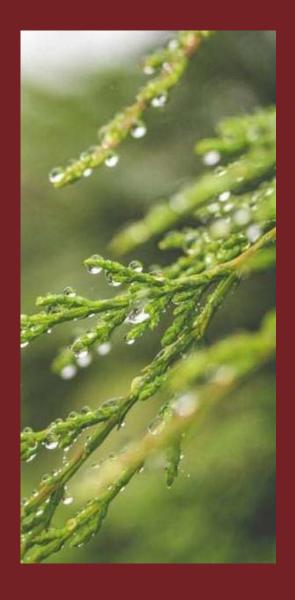
木材、花、葉っぱビジネス、 自然薯、きのこ、薬草、石、流木

#### 都道府県の課題・要望を共有

- ■災害対策森林整備、環境整備 ■1次産業の活用(林業、農業など) ■観光素材提供
- ■過疎地域の活用 ■環境教育の場所提供 ■脱炭素化事業推進 ■各県独自案件提案

政府・関連機関:関係事業分野に関する指導・助言





ご清 聴 ありがとうございました



大阪公式観光情報 OSAKA-INFO 大阪観光局公式サイト (osaka-info.jp)

