

# ご説明資料

令和4年11月

# 1. ヒアリング結果（土壌、防災・減災対策関係）

## ヒアリング結果(土壌、防災・減災対策関係)

- 11月15日に大阪に対しヒアリング(土壌、防災・減災対策関係)を実施。
- 主なヒアリング項目については下記のとおり。

### ○液状化

- ・マグニチュードの設定根拠
- ・排砂管の位置

### ○地盤沈下関係

- ・地盤沈下予測の分析詳細
- ・地盤沈下計測データ
- ・埋設インフラの地盤沈下対策
- ・護岸構造物の地震時安定性評価 など

### ○土壌汚染

- ・想定される有害物質の種類
- ・調査地点

### ○津波・高潮

- ・大阪府の高潮ハザードマップ

### ○避難計画

- ・自主電源、備蓄の確保
- ・夢洲島外への避難

## 2. 要求基準の取扱いについて

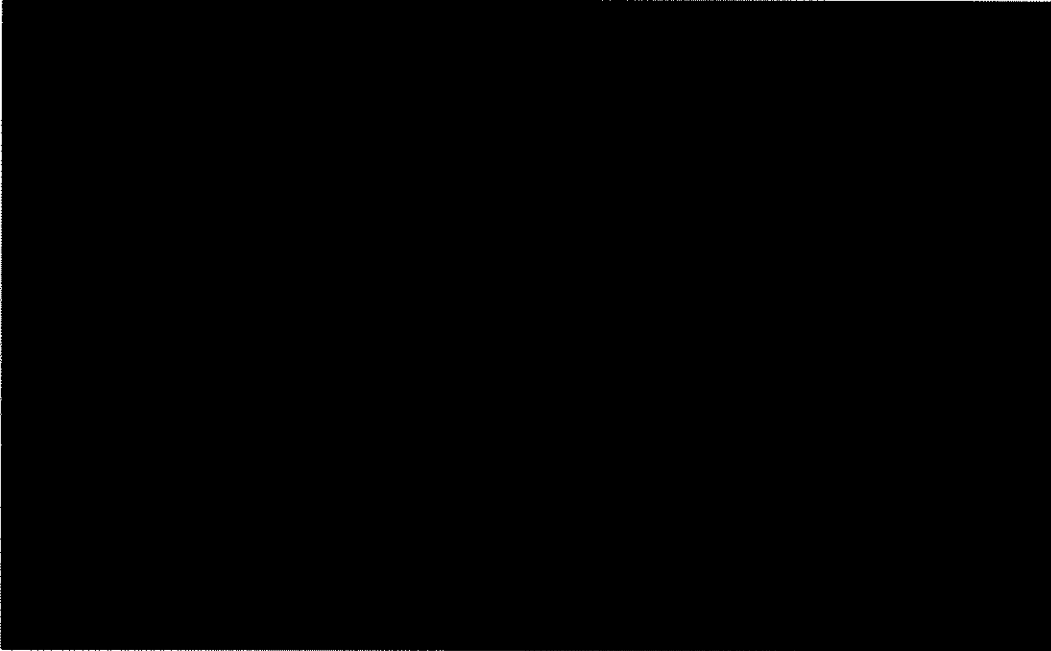
---

# 資料4-2 参照

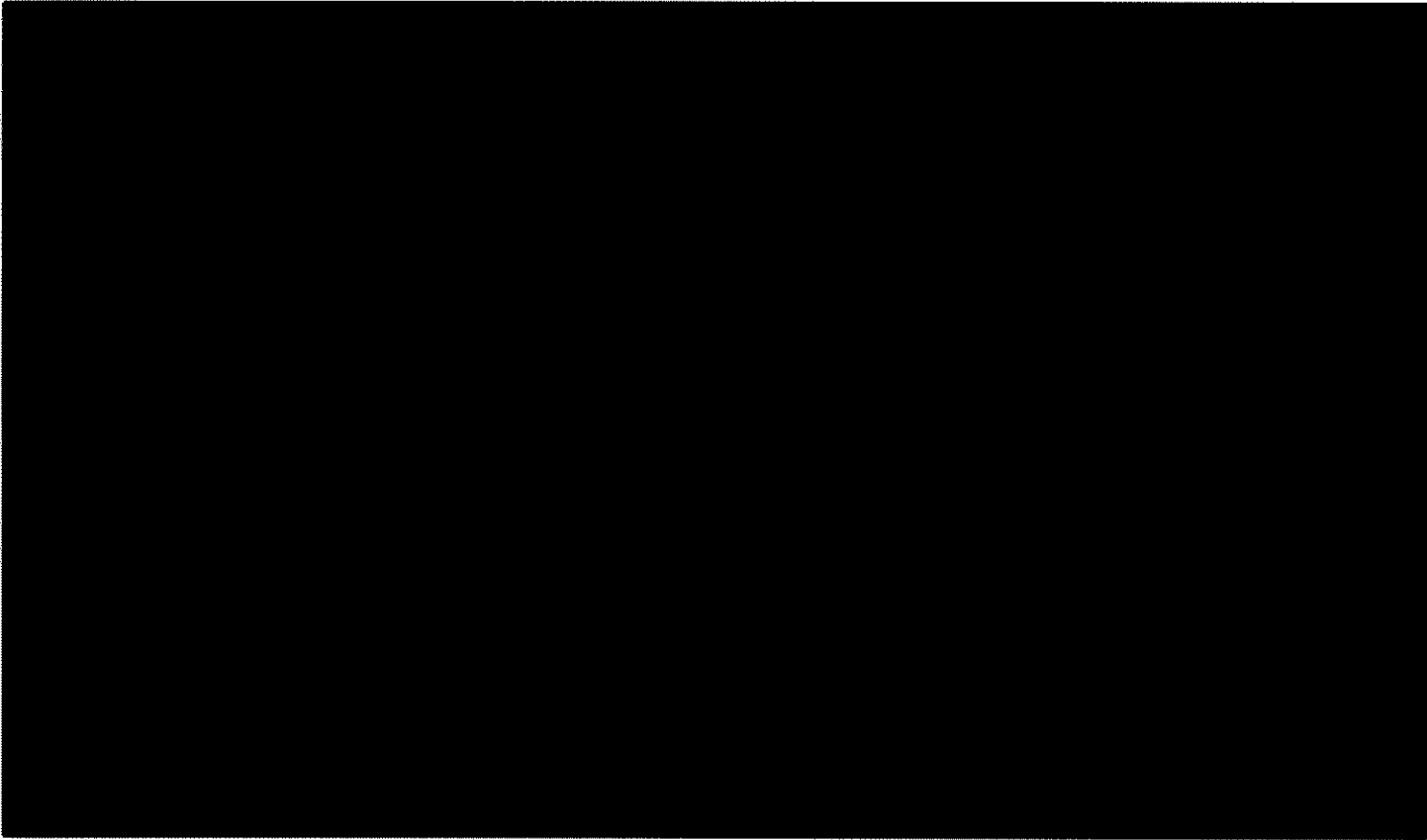
## 第4回質問回答に対する再質問(案)(大阪府)

番号	1
質問の内容	「共通バックヤードと2号施設(国際会議場施設)のバックヤードの住み分けについて、改めて図面を精査した結果、一部表記が正確でない部分がありました」との記載があるが、他の施設についても表記が正確でない部分がないか、説明を頂きたい。
回答 (1/18)	<p>改めて図面を確認したところ、以下の通り※、色分けや赤枠の表記について、一部厳密・正確でない部分がありましたので、修正した図面を添付します。なお、区域整備計画に記載の各面積のレンジ値や暫定計画値に変更はありません。</p> <p>※ 回答文章内に挿入している図は、添付書類として提出した平面図に、吹き出しで補足説明を行ったものです。</p> <p><b>1. MICE施設</b></p> <p>(1) 国際会議場施設: 修正はありません。</p> <p>(2) 展示等施設: 修正はありません。</p>

## 第4回質問回答に対する再質問(案)(大阪府)

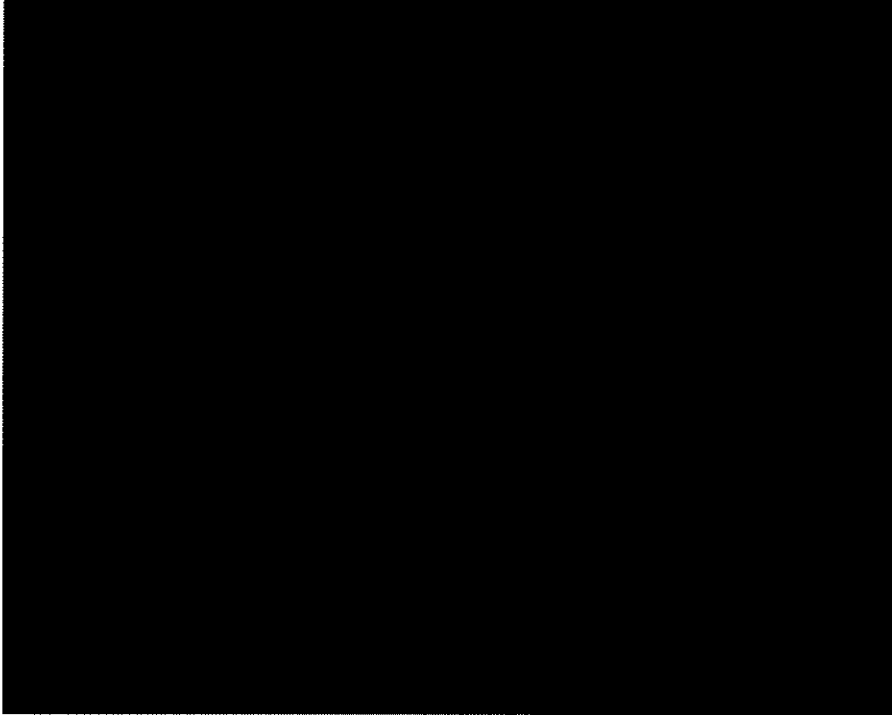
番号	1
回答 (2/18)	<p><b>2. 魅力増進施設</b></p> <p>(1) 関西アート&amp;カルチャーミュージアム: 修正はありません。</p> <p>(2) ジャパン・フードパビリオン: 要求基準1・評価基準8のジャパン・フードパビリオンの2階及び3階平面図の左下方に表記されているエレベーター(1台)について、着彩無し(白色)となっていました。正しくは、ジャパン・フードパビリオンの一部を構成するエレベーターであるため、魅力増進施設の表記(濃い桃色の着彩)となります。【他施設の図面には影響無し】</p>  <p>正確な表記については、別紙「要求基準1・評価基準8魅力増進施設(ジャパン・フードパビリオン)平面図」を参照ください。</p> <p>(3) ガーデンシアター: 修正はありません。</p> <p>(4) 関西ジャパンハウス: 修正はありません。</p> <p>(5) 三道体験スタジオ: 修正はありません。</p>

## 第4回質問回答に対する再質問(案)(大阪府)

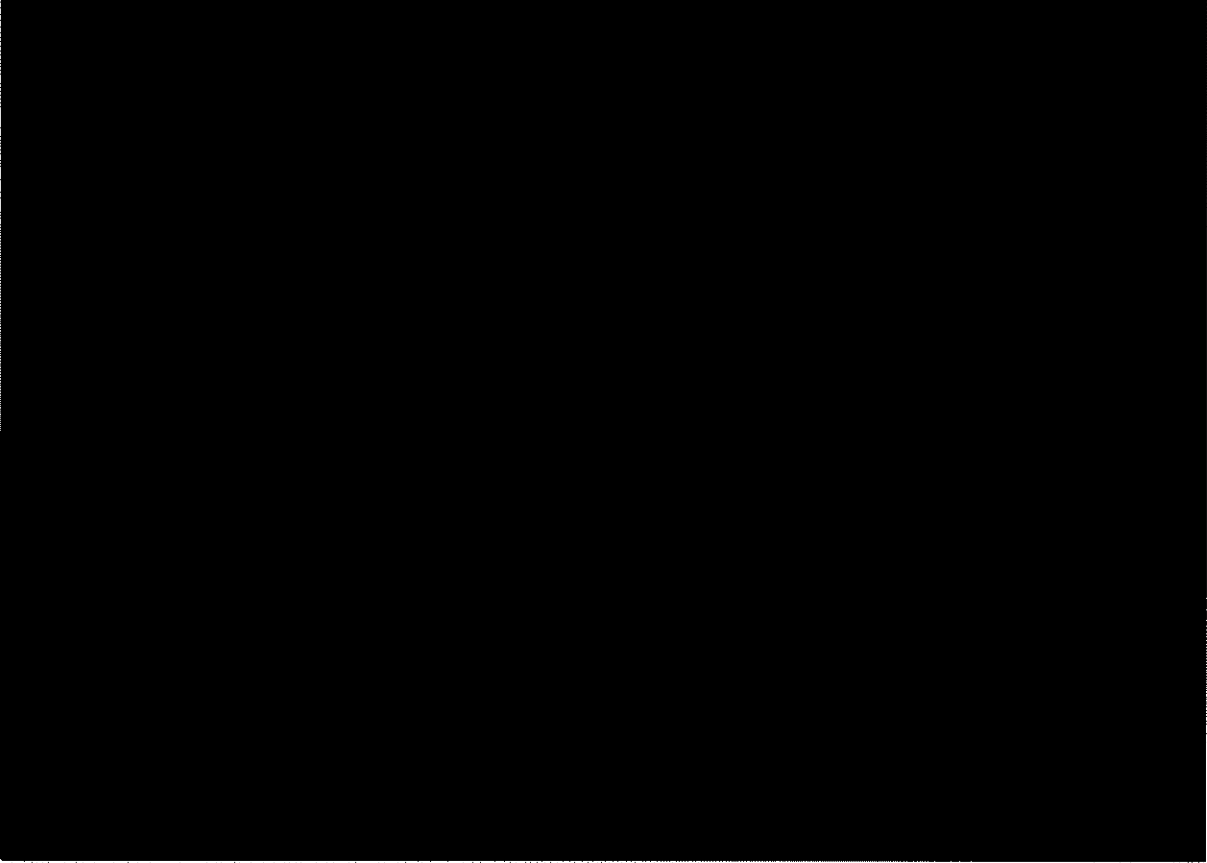
番号	1
回答 (3/18)	<p><b>3. 送客施設</b></p> <p>(1) 関西ツーリズムセンター: 修正はありません。</p> <p>(2) バスターミナル:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ 要求基準1・評価基準9のバスターミナルの1階平面図で、地下鉄出口から、バスターミナル及び西側地上へ続く屋根付き通路(薄黄色の着彩)ですが、十分に外気に開放され、かつ、屋内的用途に供しないエリアであり、建築基準法上の床面積には算入されない想定としているため、正しくは、着彩無し(白色)となります。 【他施設の図面には影響無し】</li></ul> 




## 第4回質問回答に対する再質問(案)(大阪府)

番号	1
回答 (4/18)	<p data-bbox="389 245 2141 331">➤ 要求基準1・評価基準9のバスターミナルの2階平面図のエレベーターについて、バスターミナルの一部であるにも関わらず、赤枠の囲い漏れがあるため、赤枠内に追加します。</p>  <p data-bbox="344 1077 2078 1120">※正確な表記については、別紙「要求基準1・評価基準9 送客施設(バスターミナル)平面図」を参照ください。</p>

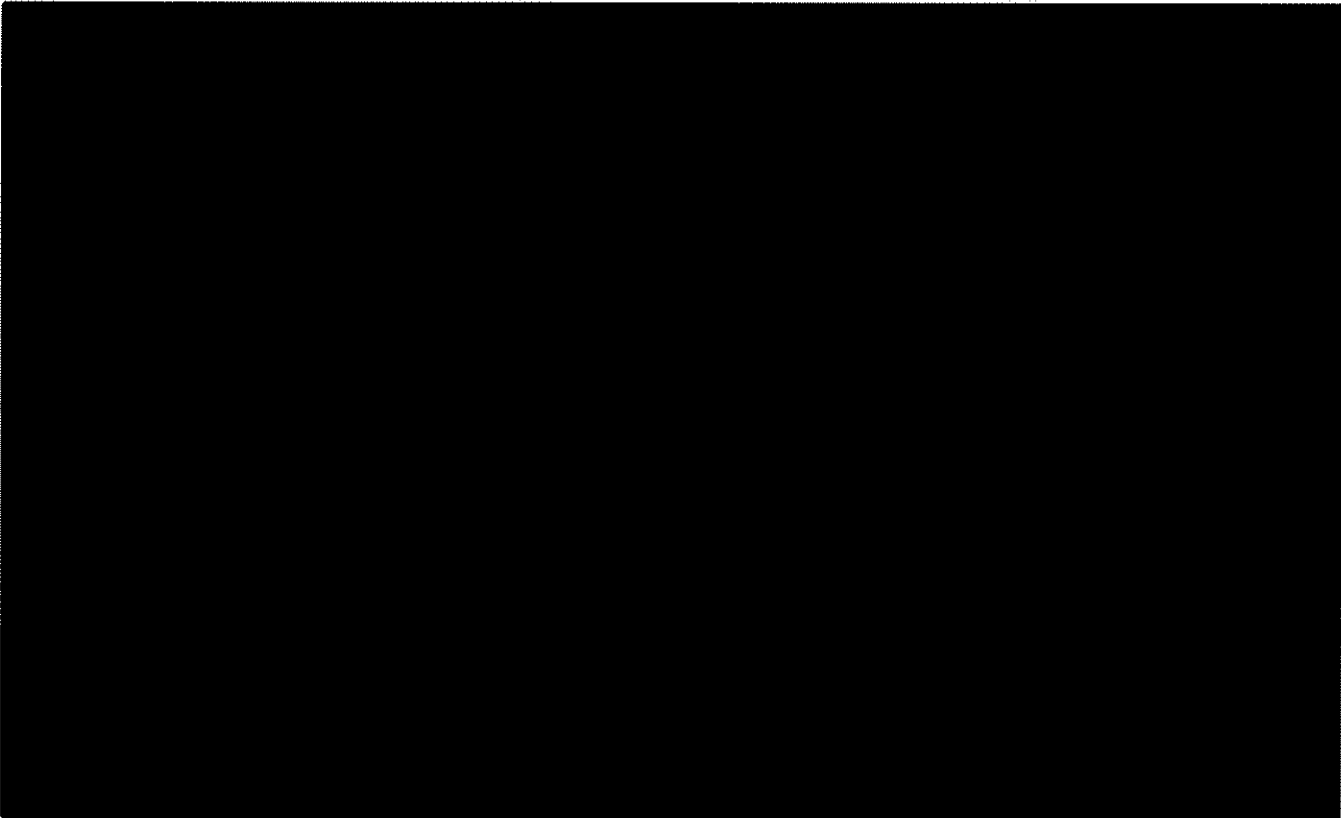
## 第4回質問回答に対する再質問(案)(大阪府)

番号	1
回答 (5/18)	<p>(3) フェリーターミナル:要求基準1・評価基準9のフェリーターミナルの平面図(地下2階、地下1階及び1階)に関して、浮棧橋からフェリーターミナルへ続く通路のエスカレーター及びエレベーター(ともに黄色の着彩)については、IR区域外であるため、着彩無し(白色)とし、赤枠から除外します。また、フェリーターミナル脇の1階から2階デッキへ続くエスカレーター(黄色の着彩)は、屋根が無く、建築基準法上の床面積には算入されないため、着彩無し(白色)で赤枠から除外となります。【他施設の図面には影響無し】</p>  <p>※正確な表記については、別紙「要求基準1・評価基準9 送客施設(フェリーターミナル)平面図」を参照ください。</p>

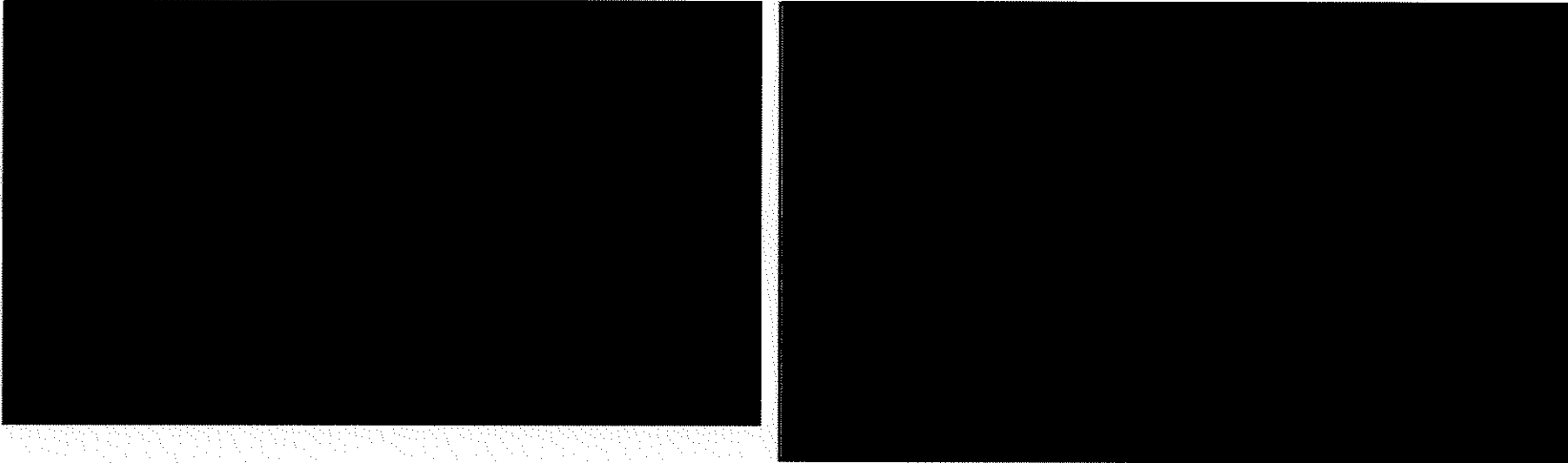
## 第4回質問回答に対する再質問(案)(大阪府)

番号	1
回答 (6/18)	<p><b>4. 宿泊施設</b></p> <p>(1) MGM大阪:</p> <p>➤ 評価基準13の駐車場の平面図上(MGM大阪の地下1階)に表記されているとおり、地下1階に、MGM大阪に含まれるエレベーター(薄い紫色の着彩)が存在しますが、MGM大阪の図面には表記がありませんでした。正しくはMGM大阪の一部として赤枠に追加(駐車場からは除外)となります。【駐車場の図面に影響】</p> 

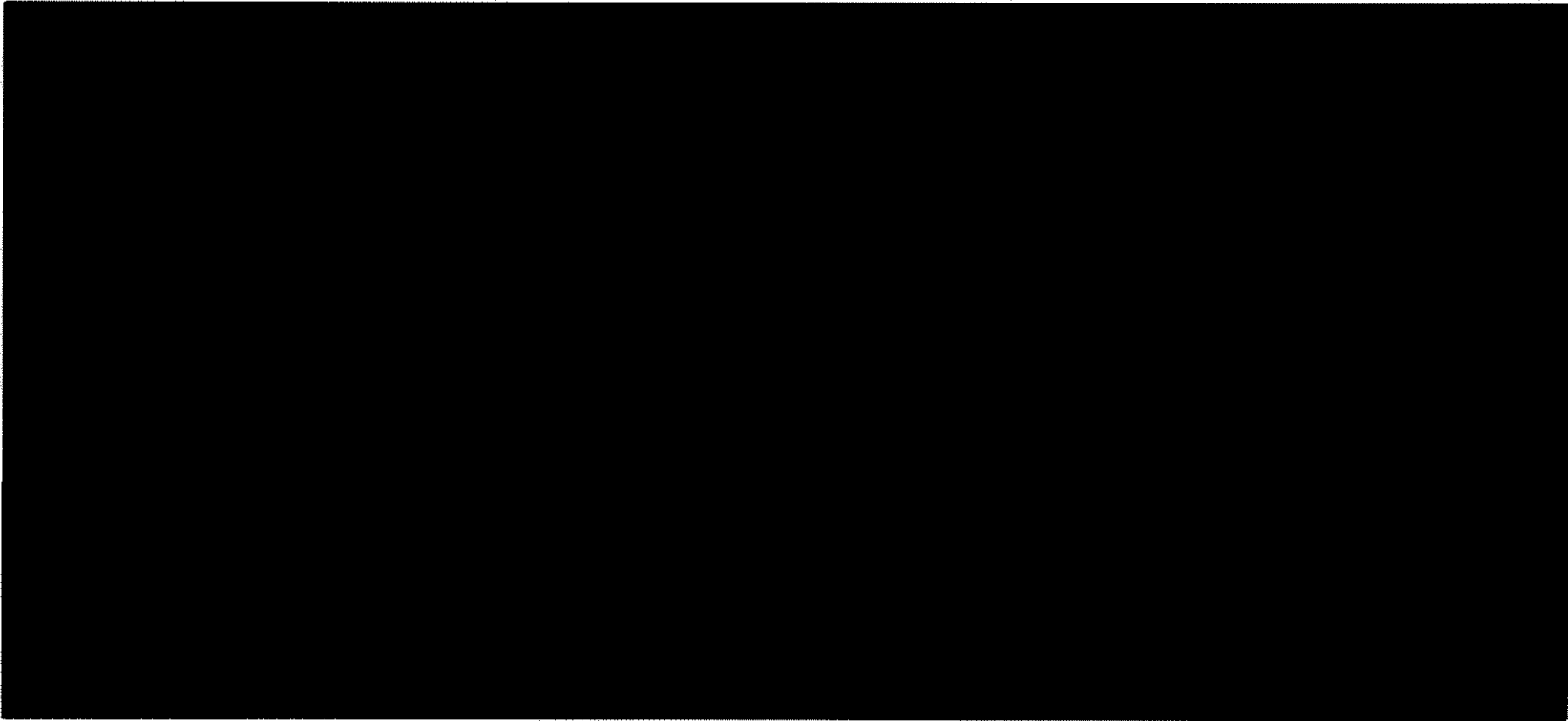
## 第4回質問回答に対する再質問(案)(大阪府)

番号	1
回答 (7/18)	<p>➤ 要求基準1・評価基準10のMGM大阪の1階平面図面上の赤枠内に、Luxuryリテールの一部であるEV(薄いオレンジの着彩)が2か所含まれており、正しくは赤枠から除外(Luxuryリテールに追加)となります。【Luxuryリテールの図面に影響】</p>  <p>※正確な表記については、別紙「要求基準1・評価基準10宿泊施設(MGM大阪)平面図」を参照ください。</p>


## 第4回質問回答に対する再質問(案)(大阪府)

番号	1
回答 (8/18)	<p>(2) MGM大阪ヴィラ: 要求基準1・評価基準10のMGM大阪ヴィラの5及び6階平面図上の赤枠内にバックヤード/機械室(薄いグレーの着彩)が含まれていましたが、これらはMGM大阪ヴィラの一部では無く、正しくは、MGM大阪の一部であり、赤枠から除外(MGM大阪に追加)となります。また、MGM大阪ヴィラのメゾネットタイプの客室は、一部に吹抜け空間を設ける予定としており、詳細は今後の設計の中で決定していきます。当該吹抜け部分については、床面積の対象外となります。【MGM大阪の図面に影響】</p>  <p>※正確な表記については、別紙「要求基準1・評価基準10宿泊施設(MGM大阪ヴィラ)平面図」を参照ください。</p>

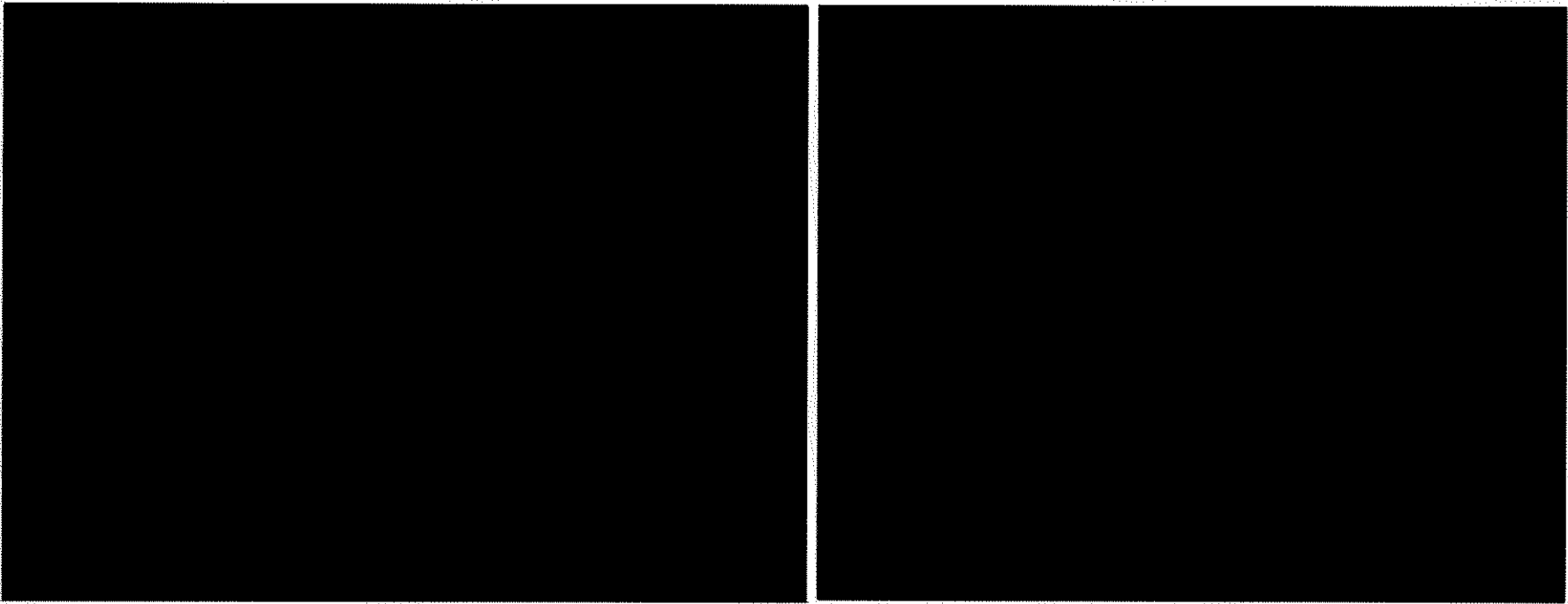
## 第4回質問回答に対する再質問(案)(大阪府)

番号	1
回答 (9/18)	<p>(3) MUSUBIホテル: 要求基準1・評価基準10のMUSUBIホテルの地下1階平面図のエレベーター(3か所)について、MUSUBIホテルの一部であるにも関わらず、赤枠の囲い漏れがあるため、赤枠内に追加します。【他施設の図面には影響無し】</p>  <p>※正確な表記については、別紙「要求基準1・評価基準10宿泊施設(MUSUBIホテル)平面図」を参照ください。</p> <p><b>5. カジノ施設</b> カジノ施設: 修正はありません。</p>

## 第4回質問回答に対する再質問(案)(大阪府)

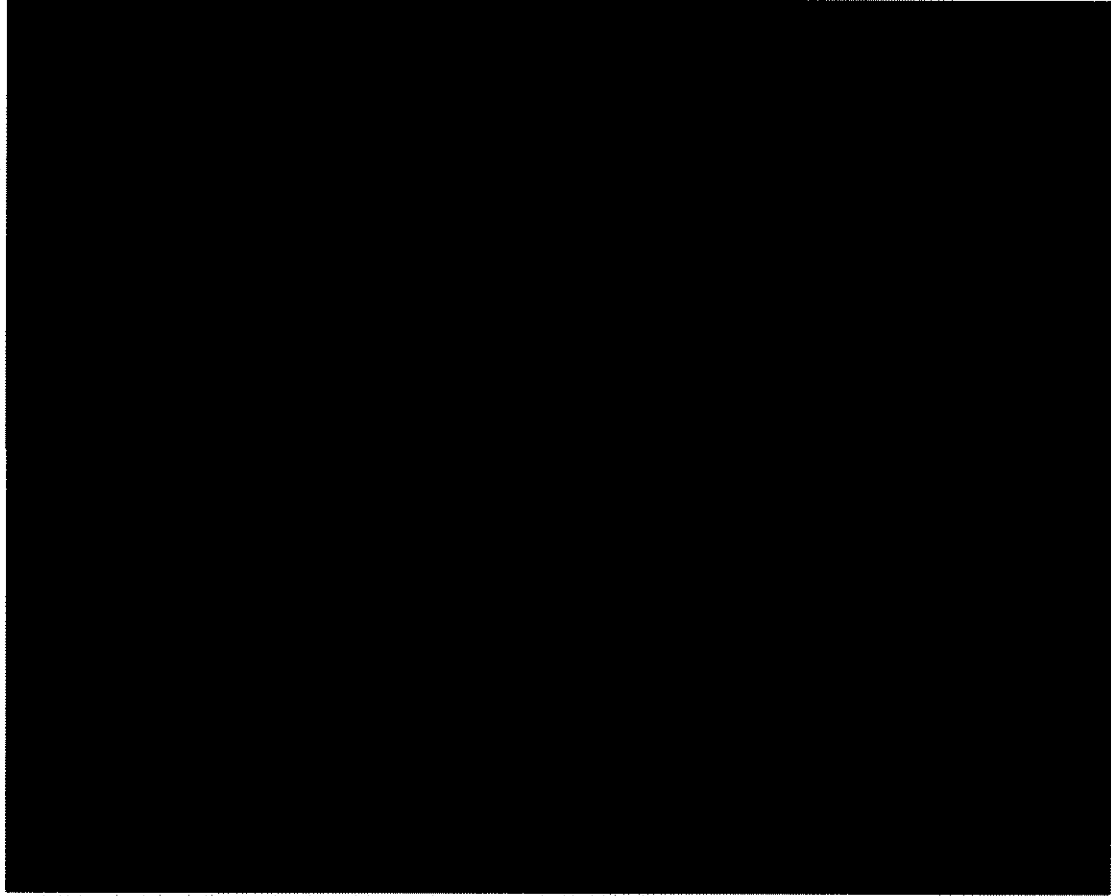
番号	1
回答 (10/18)	<p><b>6. 来訪及び滞在寄与施設</b></p> <p>(1) 夢洲シアター: 修正はありません。</p> <p>(2) Luxuryリテール:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Luxuryリテールの2階平面図にある万博方面(図面下方・南側への接続橋想定部分について、赤枠外で、薄い黄色の着彩になっていましたが、正しくはLuxuryリテールの一部(薄いオレンジの着彩で、赤枠の範囲内となります。【他施設の図面には影響無し】</li></ul> 

## 第4回質問回答に対する再質問(案)(大阪府)

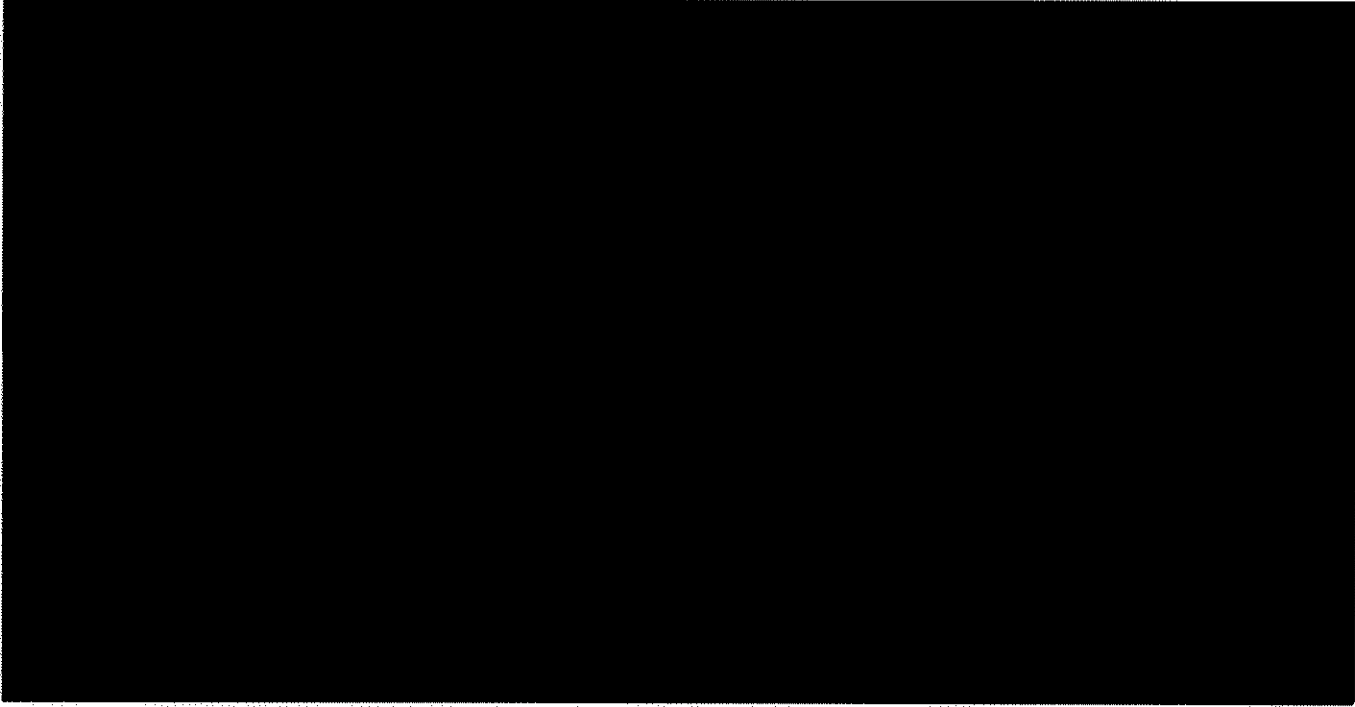
番号	1
回答 (11/18)	<p>➤ Luxuryリテールの下部の地下1階(評価基準13の駐車場の図面上)、及び1階・2階(評価基準13のLuxuryリテールの図面上)に、Luxuryリテールの一部であるにも関わらず、赤枠での囲い漏れがあるため、赤枠内に追加(地下1階の一部は駐車場から除外します。【駐車場の図面に影響】)</p> 




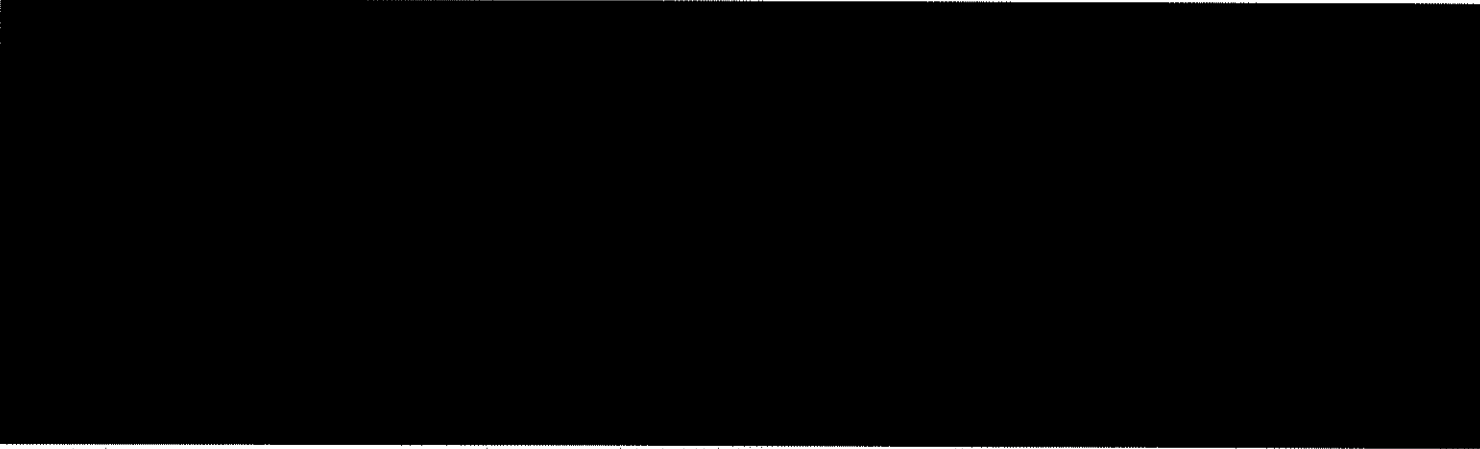
## 第4回質問回答に対する再質問(案)(大阪府)

番号	1
回答 (12/18)	 <p data-bbox="347 1168 1886 1216">※正確な表記については、別紙「評価基準13物販施設(Luxuryリテール)平面図」を参照ください。</p> <p data-bbox="347 1264 974 1305">(3) その他リテール:修正はありません。</p>

## 第4回質問回答に対する再質問(案)(大阪府)


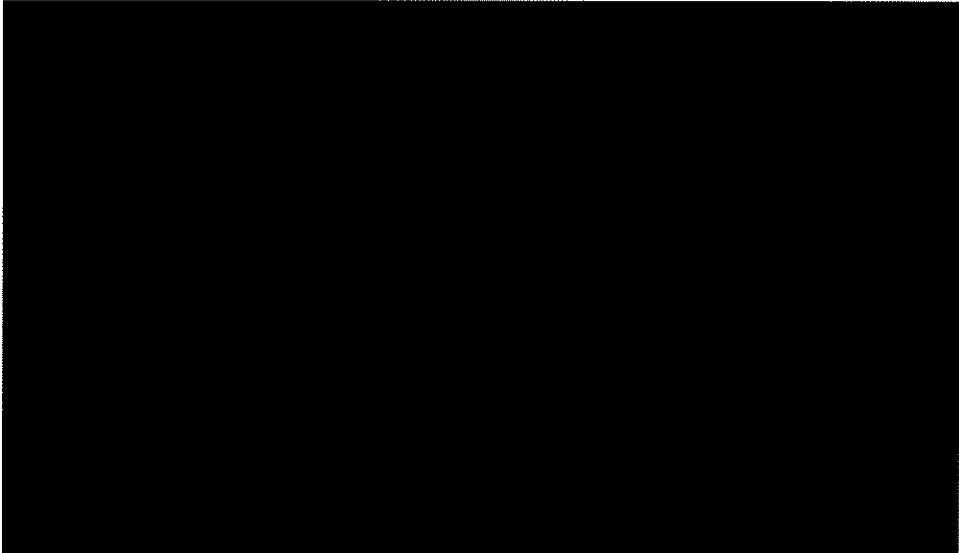
番号	1
回答 (13/18)	<p>(4) 飲食施設:</p> <p>➤ 評価基準13の飲食施設の23階の図面上に表記のある、飲食施設に隣接するバックヤード/機械室(2か所)について、赤枠で囲われていませんでしたが、正しくは、飲食施設に該当し、赤枠内に追加となります。【他施設の図面には影響無し】</p> 

## 第4回質問回答に対する再質問(案)(大阪府)

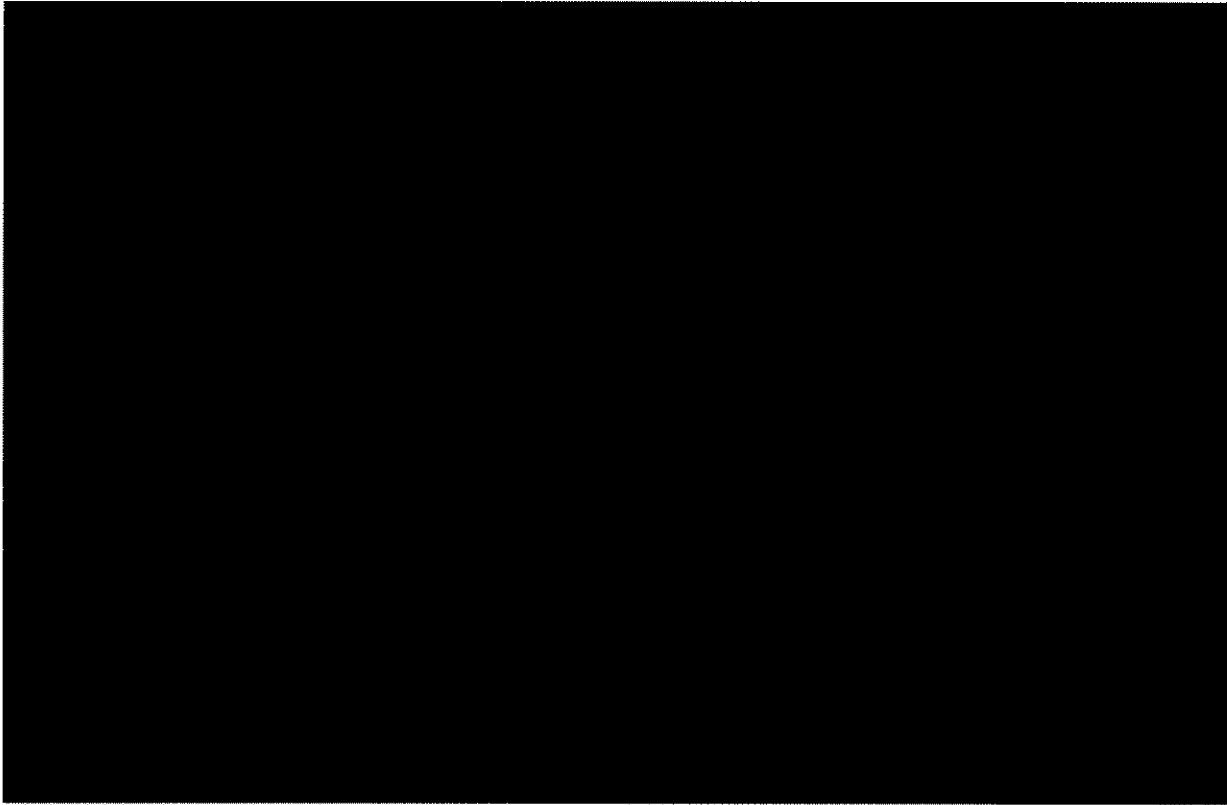
番号	1
回答 (14/18)	<p>➤ 評価基準13の飲食施設の1階及び2階平面図上にエレベーターが3か所あり、赤枠で囲われていませんが、正しくは、飲食施設の一部となり、赤枠内に追加となります。【他の施設には影響無し】</p> 
	<p>➤ 評価基準13の飲食施設の14階平面図のエレベーター(3か所)について、飲食施設の一部であるにも関わらず、赤枠の囲い漏れがあるため、赤枠内に追加します。【他施設の図面には影響無し】</p> 

※正確な表記については、別紙「評価基準13飲食施設平面図」を参照ください。

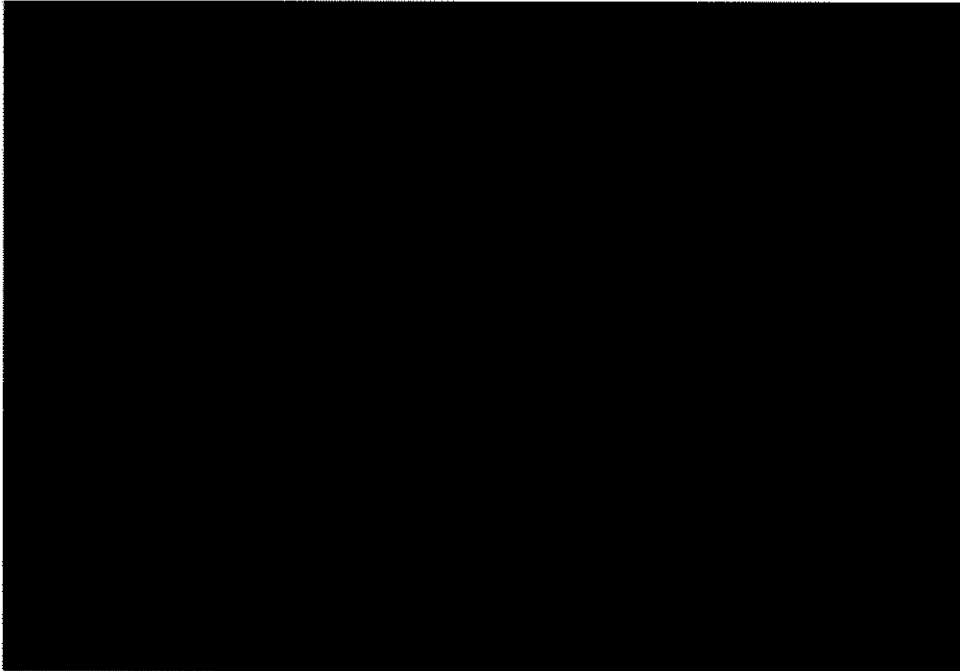
## 第4回質問回答に対する再質問(案)(大阪府)

番号	1
回答 (15/18)	<p>(5) 共通バックヤード:</p> <p>➤ 評価基準13の共通バックヤードの図面に関して、共同溝2か所(MUSUBIホテル地下1階及びバスターミナル地下1階)が共通バックヤードとしての表記(濃いグレーの着彩)になっていましたが、正しくは、床面積に該当しない構造空間(グレーの斜線の着彩)となります。【他施設の図面には影響無し】</p>  

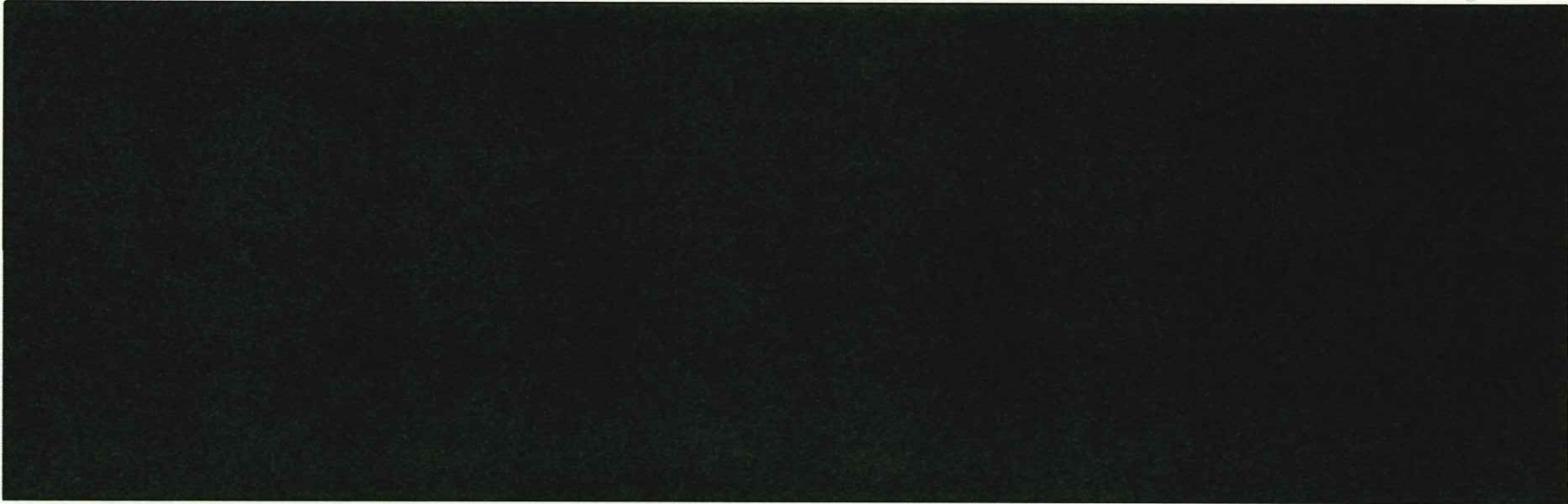
## 第4回質問回答に対する再質問(案)(大阪府)

番号	1
回答 (16/18)	<p>➤ 評価基準13の共通バックヤードの図面に関して、MGM大阪4階の図面が添付されていなかったため、追加します。【他施設の図面には影響無し】</p> <p>➤ 評価基準13の共通バックヤードの図面に関して、結びの庭南側1階の諸室の一部がバックヤード/機械室の表記(薄いグレーの着彩)となっていました。正しくは、共通バックヤード(濃いグレーの着彩)となります。【他施設の図面には影響無し】</p>  <p>➤ 評価基準13の共通バックヤードの図面に関して、結びの庭の3階の図面が添付されていなかったため、追加します。【他施設の図面には影響無し】</p> <p>正確な表記については、別紙「評価基準13その他施設(共通バックヤード)平面図」を参照ください。</p>

## 第4回質問回答に対する再質問(案)(大阪府)

番号	1
回答 (17/18)	<p>(6) 駐車場:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ 評価基準13の駐車場の図面に関して、MICE施設の南側及びMUSUBIホテルの東側に設置する駐車場について、屋根の無い通路も含めて駐車場敷地を赤枠で囲っていましたが、床面積が発生する部分のみに赤枠を修正します。【他施設の図面には影響無し】</li><li>➤ また、同図面に関して、MGM大阪下部の、地下1階に設置する駐車場について、一部は駐車場から除外が必要なエリアが含まれているため、赤枠から除外します。【一部はLuxuryリテールの図面に影響あり】</li><li>➤ 評価基準13の駐車場の図面に関して、MICE施設南側に位置する屋根が架かっているバス・タクシー乗り場及び歩行者通路について、バックヤード/機械室の表記(薄いグレーの着彩)となっていましたが、バス・タクシー乗降の用に供するエリア、及び駐車場利用者のための空間(通路に加え、屋根下にベンチを設置する等して通行以外の用途が発生)と想定しているため、正しくは、床面積の対象として、赤枠に該当する駐車場の表記(グレー斑点の着彩)となります。【他施設の図面には影響無し】</li></ul> 

## 第4回質問回答に対する再質問(案)(大阪府)

番号	1
<p>回答 (18/18)</p>	<p>▶ なお、屋外駐車場の通路部分については、多くの部分が車路を横断する計画となっており、車路として用途が発生する想定としているため、通路部分一体を床面積に算入しています。(本件については着彩の変更はありません)。</p>  <p>※正確な表記については、別紙「評価基準13その他施設(駐車場)平面図」を参照ください。</p> <p>(7) エネルギーセンター:修正はありません。</p>
<p>再質問しない。</p>	<p>(図面上において表記が正確でなかった部分も含め、各号施設のバックヤードと共通バックヤードのすみ分けの考え方(「IR整備法第2条第1項第1号から第5号までに掲げる施設の何れかの運営に特化して使用する部分は、同項第1号から第5号までに掲げる施設の一部と分類し」、「IR施設全体の運営のために共通で利用される部分は、同項第6号に掲げる施設の一部と分類」)について確認できた。)</p>

### 3. 審査講評案に向けた認識整理について

---



## 評価基準14:過去のコメント

### 個別審査

評価基準	評価コメント
⑭カジノ施設のデザイン・配置	<ul style="list-style-type: none"> <li>• カジノ施設の内観(添付資料)において、天井の一部から太陽光がカジノ施設内に射し込むイメージが示されており、開放的な空間を創出する工夫が見られ、諸外国のカジノ施設ではあまり見られない斬新なデザインとなっていると考えられる。</li> <li>• カジノ施設が、宿泊施設のMGM大阪と一体化した低層建物の内部に位置することから、外部から視認されることがなく、カジノを利用しないIR来訪者への工夫が見受けられる。また、低層建物内においても、目立たない配置とする方針であり、配慮がみられる。</li> <li>• カジノ施設の設置についてはMGMのカジノ開発・運営の実績とノウハウを最大限活用とされており、また、カジノ内の設計及びデザインは、MGMがカジノ運営において培ってきた経験を活かすとされているが、カジノ施設のデザイン・配置において、カジノを利用しないIR利用者への配慮を含め、どのようなMGMのノウハウが活かされているのか、考え方を確認したい。</li> </ul>

評価基準	評価コメント
⑭カジノ施設のデザイン・配置	<ul style="list-style-type: none"> <li>• カジノ施設のデザインについて、添付資料から判断する限り、外観については周辺と調和し外から目立たない形になっておりカジノ施設を利用しない方への配慮がみられるが、内装については諸外国のカジノ施設とは異なるイメージ図であったことから計画上のカジノ施設来訪者が視覚的に空間を楽しむことができるデザインとなっているか、申請者に対し考え方を確認したい。</li> <li>• カジノ施設の配置について、外部から目立たないところに配置されている。また、周辺動線についてもカジノ施設の通過しなくても他の施設の行き来が可能であり、エントランスの本人確認区画をスクリーン壁によって隔て外部からは施設内が見えないようにされており、カジノ施設を利用しないIR利用者への配慮がみられる。</li> </ul>

## 評価基準14:過去のコメント

---

- 施設について、入退場者、カジノに関する監視、警備等の機能は十分に配慮されている。
- カジノ施設の配置は、目的と内容に応じて(恐らくは経験的な観点もあって)十分に考慮されている。
- 非カジノ利用者の動線は、カジノへのゲートの設置によって考慮されているが、他の施設との関係については、明確な記述が発見されなかった。
- 他の施設との関係、アクセスの整理などは十分検討されている。カジノ施設のデザインとしては、視覚的に非日常感を創出できているとまでは言えない。
- カジノ施設のデザイン・コンセプトとIR施設全体のデザイン・コンセプトとの連携、整合性に関する記述がほとんどない。
- 長期的にもカジノ事業への集中度が過度に高く、バランスが取れているとは言い難い。事業の初期においては民設民営の計画としてやむを得ない点は認められるものの、次回認定時までにはバランスの是正が求められる。

個別審査の質問回答

⑭カジノ施設のデザイン・配置

項目	記載内容
評価コメント	<p>カジノ施設の設置についてはMGMのカジノ開発・運営の実績とノウハウを最大限活用とされており、また、カジノ内の設計及びデザインは、MGMがカジノ運営において培ってきた経験を活かすとされているが、カジノ施設のデザイン・配置において、カジノを利用しないIR利用者への配慮を含め、どのようなMGMのノウハウが活かされているのか、考え方を確認したい。</p>
回答	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MGMは、来場者を満足させる質の高いカジノ施設を設計してきた実績を持ち、カジノのプレミアム顧客を含む多様な顧客層を惹きつけるカジノを運営しています。</li> <li>• 運営ノウハウの一例としては、わかりやすい動線、視認性の高い案内表示（外国人観光客のための多言語対応）や来訪者が快適に感じられる空間を演出する天井高などが挙げられます。また、飲食施設やトイレ、喫煙所、ラウンジなどを適切に配置し、来訪者が求めるサービスを円滑に提供できるよう配慮しています。</li> <li>• 効率的な運営のために、ケージやカウントールームといったカジノ運営の中核となる機能を近接させながらも、すべての顧客と業務の安全を確保できるように配置するなどの工夫においても、MGMのノウハウが発揮されます。</li> <li>• また、MGMは米国最大級のカジノを運営しており、そこでは、来訪者が快適にプレイを楽しめるよう、顧客嗜好を考慮して複数の種類のゲーミングを効率的に配置しています。現在のMGMの安定したIR運営施設数の実績は、こうしたノウハウの証と考えています。</li> <li>• カジノ施設を利用しないIR来訪者に配慮し、カジノへのエントランスを限定し、外部からはカジノ内が見えない構造とするだけでなく、カジノ施設の存在を感じさせない様に工夫した壁面デザインを計画します。また、IR施設内でカジノの場所をサインで明示すると共に、カジノ施設がIR来訪者に支障を及ぼさないよう、効率的にIR施設内を移動できる動線計画を行います。</li> </ul>

## 個別審査の質問回答

### ⑭カジノ施設のデザイン・配置

項目	記載内容
評価コメント	カジノ施設のデザインについて、添付資料から判断する限り、外観については周辺と調和し外から目立たない形になっておりカジノ施設を利用しない方への配慮がみられるが、内装については諸外国のカジノ施設に比べて控え目なイメージ図であったことから計画上のカジノ施設来訪者が視覚的に際立った非日常空間を楽しむことができるデザインとなっているか、申請者に対し考え方を確認したい。
回答	<ul style="list-style-type: none"><li>• 「来訪者が視覚的に空間を楽しむことができるデザイン」のコンセプトの要素としては以下のようなものが挙げられます。<ul style="list-style-type: none"><li>➤ 快適で開放的な環境を演出する高い天井高。</li><li>➤ 2階と3階を視覚的につなげることで、全体の活気や賑わいを効果的に見せる工夫。</li><li>➤ デザインやフロアレイアウトの視認性・魅力を高める照明計画。</li><li>➤ カジノ施設内にアート作品を効果的に配置。</li><li>➤ スロット台、ゲーミングチェア、テーブルゲームなど、趣向を凝らしたゲーミング機器。</li><li>➤ 来訪者が希望するゲーミングや主要なサポート施設を容易に見つけることができるレイアウト計画。</li></ul></li></ul>

## 【参考資料】評価基準14 カジノ施設のデザイン・配置

項目 (配点)	評価基準	具体的記載項目 (手引きより抜粋)	配点の 細分化	ベンチマーク				
14.カジノ施設のデザイン・配置 (20点)	IR区域全体のコンセプトと調和し、他の施設とバランスの取れた規模、デザイン及び配置となっていることが求められる。	①カジノ施設の種類、機能、配置、外観及び内装の特徴、設置及び運営の方針(カジノ施設周辺の動線、カジノ施設を利用しないIR利用者への配慮等を含む) ②カジノ施設の数、規模	なし	<p>・方針について、以下①、②で例示する観点など、IR区域全体のコンセプトとの調和や、他の施設とバランスの取れた規模、デザイン及び配置に関して十分に配慮された計画と考えられる場合、「優れている」以上の高い評価を与える。</p> <p>・評価に当たっては、国内外の事例を参考としつつ、IRの基本方針及びカジノ管理委員会施行規則の関連記述を参考とする。</p> <p>(評価の観点の例)</p> <table border="1" data-bbox="1218 738 2139 1007"> <thead> <tr> <th data-bbox="1218 738 1686 791">①カジノ施設のデザイン</th> <th data-bbox="1691 738 2139 791">②各施設の配置</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="1218 794 1686 1007">・カジノ施設が「IR区域全体のコンセプト(評価基準①)、IR区域内の建築物のデザイン(評価基準②)」と調和しており、華美なものとなっていない。</td> <td data-bbox="1691 794 2139 1007">・カジノ施設を経由せず各施設にアクセス可能な配置となっている。</td> </tr> </tbody> </table>	①カジノ施設のデザイン	②各施設の配置	・カジノ施設が「IR区域全体のコンセプト(評価基準①)、IR区域内の建築物のデザイン(評価基準②)」と調和しており、華美なものとなっていない。	・カジノ施設を経由せず各施設にアクセス可能な配置となっている。
①カジノ施設のデザイン	②各施設の配置							
・カジノ施設が「IR区域全体のコンセプト(評価基準①)、IR区域内の建築物のデザイン(評価基準②)」と調和しており、華美なものとなっていない。	・カジノ施設を経由せず各施設にアクセス可能な配置となっている。							

## 評価基準14: 審査講評案について

### < 審査講評案 >

評価基準	審査講評(イメージ)
⑭カジノ施設のデザイン・配置	<ul style="list-style-type: none"><li>• カジノ施設のデザインについて、外観においては、周辺と調和した目立たない外観にすることで、他のIR施設のデザインとの調和やカジノ施設を利用しない者への配慮が検討されている。また、内観においても、太陽光がカジノ施設内に射し込む開放的な空間を創出するといった、諸外国のカジノ施設ではあまり見られない斬新なデザインの工夫が見受けられる。</li><li>• 一方、内観においては、IR区域のコンセプト(新鮮な驚きや感動を提供する“WOW”体験)との整合性が読み取れず、非日常空間を創出する工夫が十分には見受けられなかった。</li><li>• カジノ施設の配置について、外部から視認されにくい場所への配置が検討されており、カジノ施設を通過せず、他の施設との行き来が可能となるよう動線を工夫するなど、カジノ施設を利用しない者への配慮が見受けられる。</li></ul>

## 評価基準8: 審査講評案について

### < 審査講評案 >

評価基準	審査講評(イメージ)
⑧魅力増進施設 < コンテンツ >	<ul style="list-style-type: none"> <li>劇場、伝統文化等の展示場、飲食施設、工芸体験・物販施設、美術館の5施設から構成されており、日本の魅力発信に向け、多様なコンテンツでの発信が期待できる。また、そこでしか体験できないものという観点からは、「大阪・関西の奥深い食文化の魅力を伝える」、「大阪・関西にゆかりが深い商品を取り扱う。」といった記載があり、一定の配慮が見受けられる。</li> <li>日本文化に興味を持つ訪日外国人旅行者、アジアや欧米の富裕層をはじめとしたVIP、国内のファミリー層など、誰でも楽しめる施設とする方針が見受けられるが、<b>ファミリー層への配慮については、十分に読み取れなかった。</b></li> <li><b>他方、地域(大阪・関西)の魅力発信と、日本全体の魅力発信のバランスについて、全体として大阪・関西の比重が大きく、日本全体の魅力発信の検討が不十分である。</b></li> </ul>
< 発信方法 >	<ul style="list-style-type: none"> <li>鑑賞、体験、飲食、販売など、発信方法に多様性が見受けられ、また、「季節の移り変わりに合わせて演出内容の更新を行い、プログラムや体験を変化させる。」、「定期的に工房に滞在する職人の入替えを行う。」など、リピート促進のための取組に工夫が見受けられる。</li> <li><b>他方、具体的な発信方法については、記載が乏しい。</b></li> </ul>
< 体制及びノウハウ >	<ul style="list-style-type: none"> <li>「米国やマカオで複数のシアター運営実績を有するMGMのノウハウを活用し、開業準備期間を通して、施設運営に携わるメンバーにこれらの知見の定着を図る。」、「ラスベガスでアートギャラリーを運営するMGMのアート&amp;カルチャー部門が有するネットワーク等を活用し、学芸員及び日本の芸術・文化に造詣が深い人材を国内外から確保する。」など、MGMの実績を活かした運営体制が構築されており、また、施設全体として、長期的な人材育成に向けた前向きな姿勢が見受けられる。</li> <li>「IR事業者に、魅力増進、MICE、飲食、物販等の中核機能ごとに、運営を担当する部署を設置するとともに、各部署の中にも魅力増進施設担当を設置する。魅力増進施設の運営を担当する部署と連携し、スムーズかつ効率的な運営を行う。」との記載があり、魅力増進施設以外の施設においても、魅力増進施設の集客等に向け注力している様子はいくつか見えるが、<b>施設間連携が十分であるようには見受けられなかった。</b></li> </ul>

## 評価基準24: 審査講評案について

### < 審査講評案 >

評価基準	審査講評(イメージ)
②4 カジノ事業の収益の活用	<ul style="list-style-type: none"><li>• カジノ事業の収益の活用方針について、「長期的・継続的にIR事業内容の向上とIR区域の魅力向上に取り組むため、大阪IR全体及び各IR施設の機能及び魅力の維持・向上に必要な投資を適切に行う。」とされており、カジノ事業収益の公益還元について、一過性の取組とせず、長期的・継続的に取り組む姿勢がうかがえる。</li><li>• 活用先について、施設の整備費や維持管理費に留まらず、IR施設で提供するコンテンツの更新、大阪府・市が実施する施策への協力を含むギャンブル等依存症対策、災害時等緊急時におけるIR区域外の避難者も対象にした避難場所の提供等、具体的な計画が見受けられる。</li><li>• 予算規模について、開業3年目においては、カジノ事業の収益から租税、納付金及び元利支払いを除いた金額の約10%に相当する年間150億円程度が想定されているが、中長期的な観点からは、カジノ収益に対する資本的支出の割合が必ずしも多くなく、IRの意義に照らして、開業後、一定期間が経過し、維持管理費が増加した場合でも、非カジノ事業への投資を含むカジノ収益の公益還元が十分であるようには見受けられなかった。</li></ul>



**以下、ご参考**

# 【参考資料】評価基準14 カジノ施設のデザイン・配置

(参考)シンガポールIRにおけるカジノ施設のデザイン

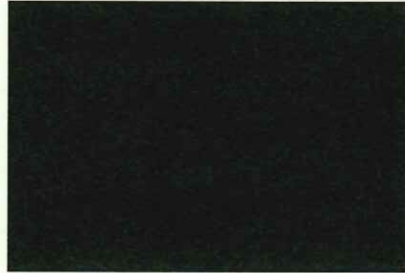
■マリーナベイサンズ

IR施設全体がビジネス客を意識したデザインであり、カジノ施設も華美ではないと考えられる。

(カジノ施設の入口、内観)



(出典) mustsharenews HP



(出典) just a short trip HP

(ホテルロビー)



(出典) IRF HP

(ショッピングモール)



(出典) Imagine Lab HP

(MICE施設)



(出典) Singapore Tourism Board HP

(IR施設全体)



(出典) Booking.com HP

(参考)シンガポールIRにおけるカジノ施設のデザイン

■リゾートワールドセントーサ

IR施設全体が家族向けビーチリゾートを意識したデザインであり、カジノ施設はリゾート感を演出しつつも、華美ではないと考えられる。

(カジノ施設の入口、内観)



(出典) todayonline HP



(出典) holiday HP

(ホテル外観)



(出典) 楽天トラベル HP

(ショッピングモール)



(出典) visit Singapore HP

(MICE施設)



(出典) Singapore Tourism Board

(IR施設全体)



(出典) ProUser.Me HP

## 【参考資料】評価基準14 カジノ施設のデザイン・配置

(参考)マカオIRIにおけるカジノ施設のデザイン

### ■グランドリスボア

- ・IR施設全体が華美なデザインと考えられる。
- ・IR施設全体が「儲かるように」との思いを込めた風水に基づく設計。入口(写真右上)は、食らいついたら離さない「サメの歯」をイメージしている。



(参考)米国ラスベガスIRIにおけるカジノ施設のデザイン

### ■フラミンゴ

- ・IR施設全体が華美なデザインと考えられる。



# 【参考資料】評価基準14 カジノ施設のデザイン・配置

(参考)シンガポールIRIにおけるカジノ施設の配置

## ■マリーナベイサンズ

カジノ施設は他の施設から独立しており、カジノ利用目的以外の来訪者の目にカジノ施設が入らないよう配慮されている。



各施設間(MICE施設-ホテル-シアター)の動線がカジノを通らないような配置。

## ■リゾートワールドセントーサ

- ・ カジノ施設及び入口はB1にあり、駐車場・バス停、ショッピングモール、MICE入口の導線から視認できる。
- ・ ユニバーサルスタジオ、水族館、プールは地上にあり、カジノ施設が視認できない。
- ・ 宿泊施設は、VIP向けホテル以外はカジノ施設から離れて配置。



## 【参考資料】評価基準14 カジノ施設のデザイン・配置

(参考) 米国ラスベガスIRにおけるカジノ施設の配置

### ■ベラージオ

カジノ施設を通らなければ、カジノ施設以外の施設に行けないよう配置されている。



(出典) BELLAGIO HPを基に事務局作成

ホテルロビー

カジノ施設



カジノ  
(スロットマシン)

フロントデスク



「ホテルロビー」から「客室エレベーター、劇場、飲食施設」へ行くには、カジノを通過する必要。

## 【参考資料】評価基準14 カジノ施設のデザイン・配置

カジノ施設 外観



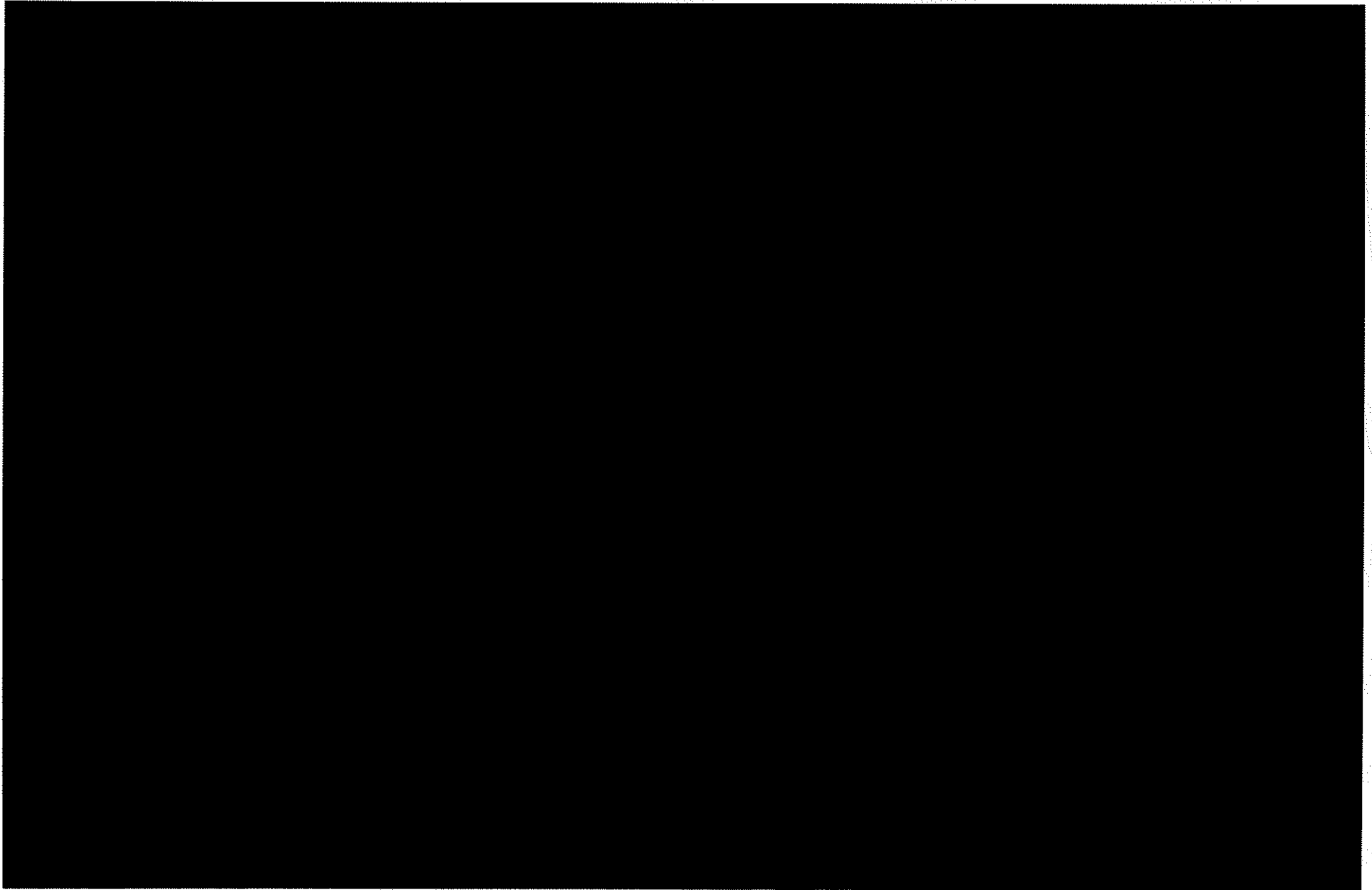
カジノ施設はMGM大阪と一体化した低層建物の内部に配置

※中央上部にある階段状の施設（MGM大阪）の山型形状の段数については、5段から4段に変更を行う計画。

## 【参考資料】評価基準14 カジノ施設のデザイン・配置

---

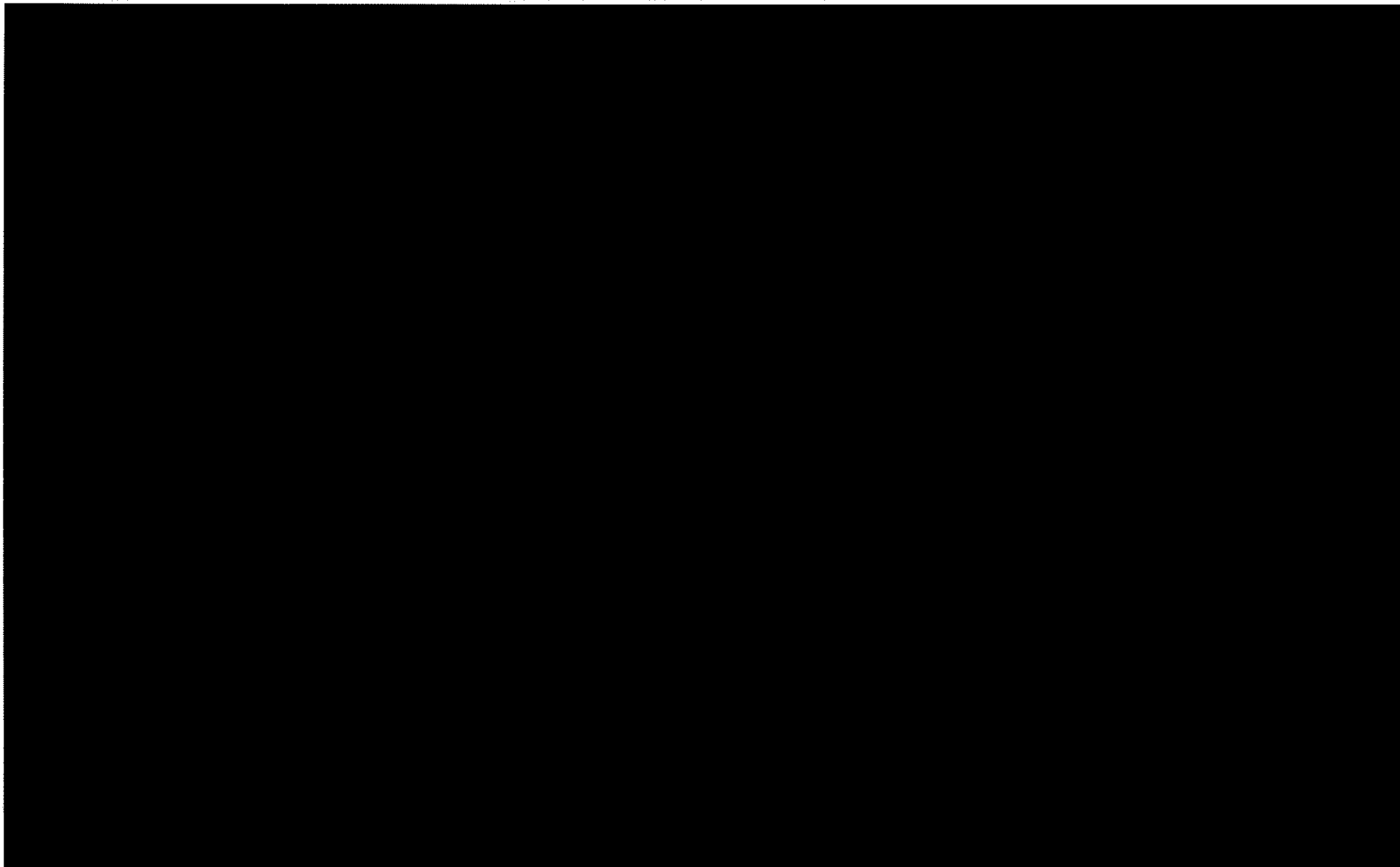
カジノ施設 内観



## 【参考資料】評価基準14 カジノ施設のデザイン・配置

---

カジノ施設 断面図



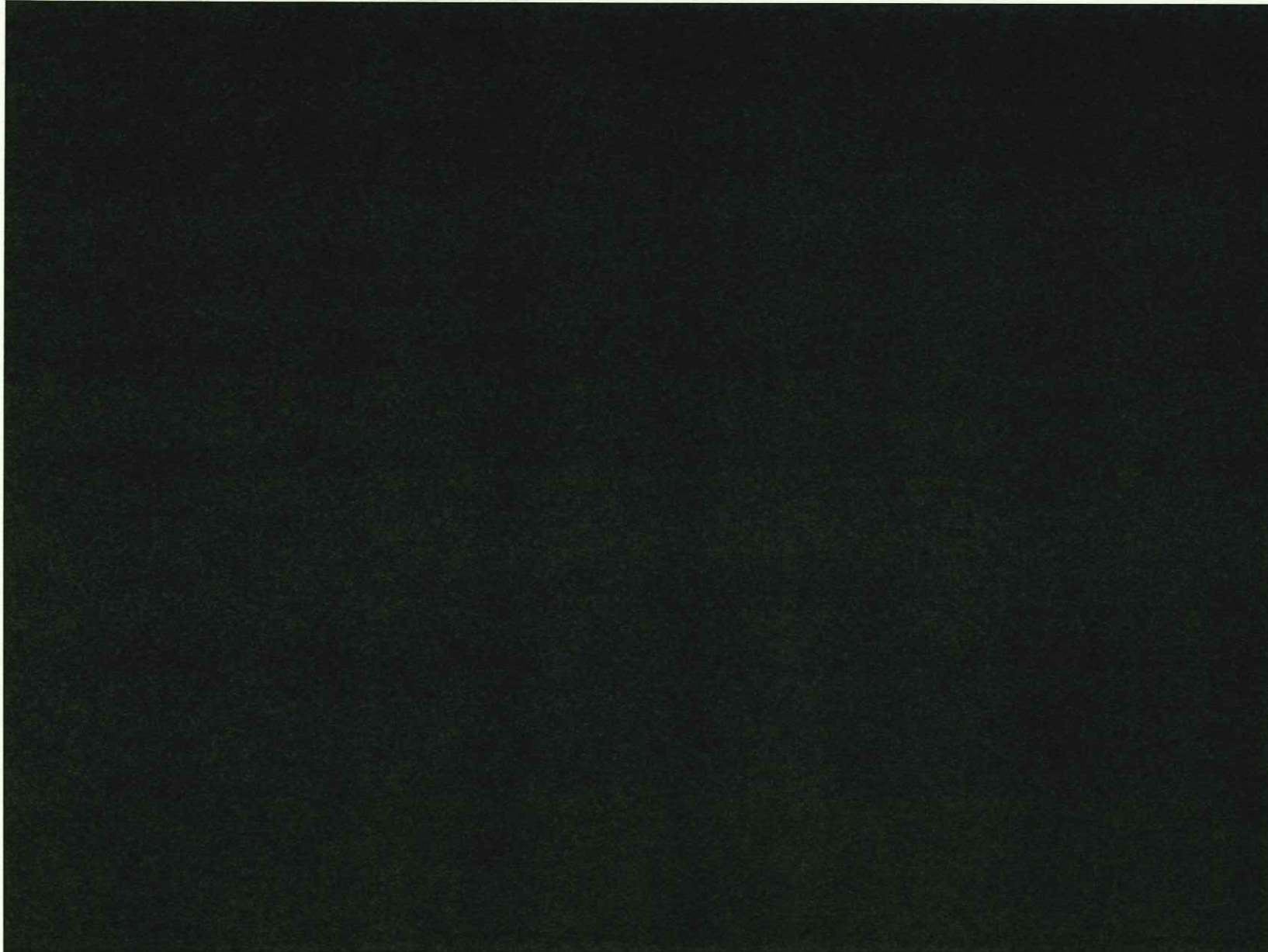


## 【参考資料】 評価基準14 カジノ施設のデザイン・配置

項目	大阪
カジノ施設の配置、外観及び内装の特徴	<p>3. カジノ施設の配置</p> <p>(1) カジノ施設を利用しないIR利用者への配慮として、カジノ施設への入退場ゲートを限定し、外部から目立たない配置・デザインとする。</p> <p>(2) カジノ施設内は、以下のとおり各顧客層(マス/プレミアム/VIP)の属性と嗜好に合わせた三層構造のフロア構成とした上で、エレベーター又はエスカレーター等によって全てのフロアを相互に接続するとともに、一体的に運営・維持管理を行い、全体として一のカジノ施設となる構造とする。</p> <p>a. マス・ゲーミング・フロア</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 低層階第1層は、マス顧客向けのフロアとし、ゲーミング消費額が比較的低い来訪者の属性に適したゲーム構成及びサービス機能を導入する。</li> </ul> <p>b. プレミア・ゲーミング・フロア</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 低層階第2層は、プレミアム顧客向けのフロアとし、ゲーミング消費額が比較的高い来訪者の属性に適したゲーム構成及びサービス機能を導入する。</li> </ul> <p>c. VIPゲーミング・フロア</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 低層階第2層と高層階の2つのフロアに設置するVIPゲーミング・フロアは、VIP顧客向けのフロアとし、ゲーミング消費額が最も高い来訪者の属性に適したゲーム構成及びサービス機能(より静かでプライバシーを保てるVIPサロン等)を導入する。</li> </ul> <p>4. カジノ施設の外観及び内装の特徴</p> <p>(1) 外観</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 景観の調和を実現するため、周辺施設のコンセプトやデザインに親和するデザインとする。</li> <li>・ カジノ施設のエントランスは8か所とし、カジノ施設が目立たない配置とするほか、本人確認区画をスクリーン壁によって隔て、外部からは本人確認区画等のカジノ施設内が見えない外観とする。</li> </ul> <p>(2) 内装</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 来訪者が視覚的に空間を楽しむことができるデザインを導入し、全ての来訪者に利便性と快適性を提供する設計とする。</li> <li>・ カジノ内の設計及びデザインは、MGMがカジノ運営において培ってきた経験を活かし、各顧客層のカジノ来訪者が最も快適に感じられる空間を創出するために最適な天井の高さ、照明、色調、カジノ関連機器(テーブルゲーム台、電子ゲーム等)のレイアウト等を採用する。</li> <li>・ 常に変化する顧客の嗜好や属性に対応するため、スムーズにレイアウト変更できる柔軟な設計とする。</li> </ul>

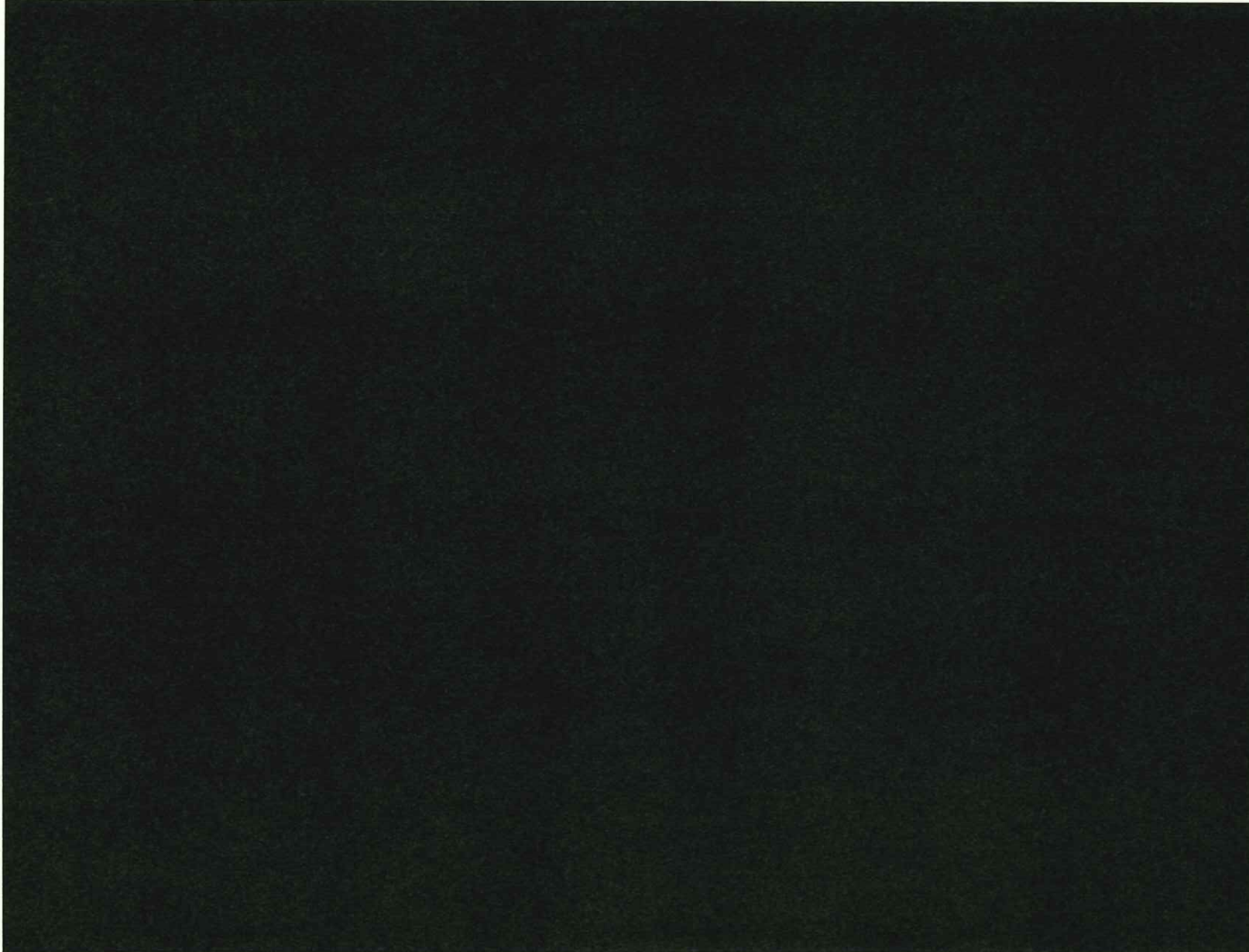
## カジノ施設の位置と周辺動線

### ■カジノ施設への動線 低層階第1層



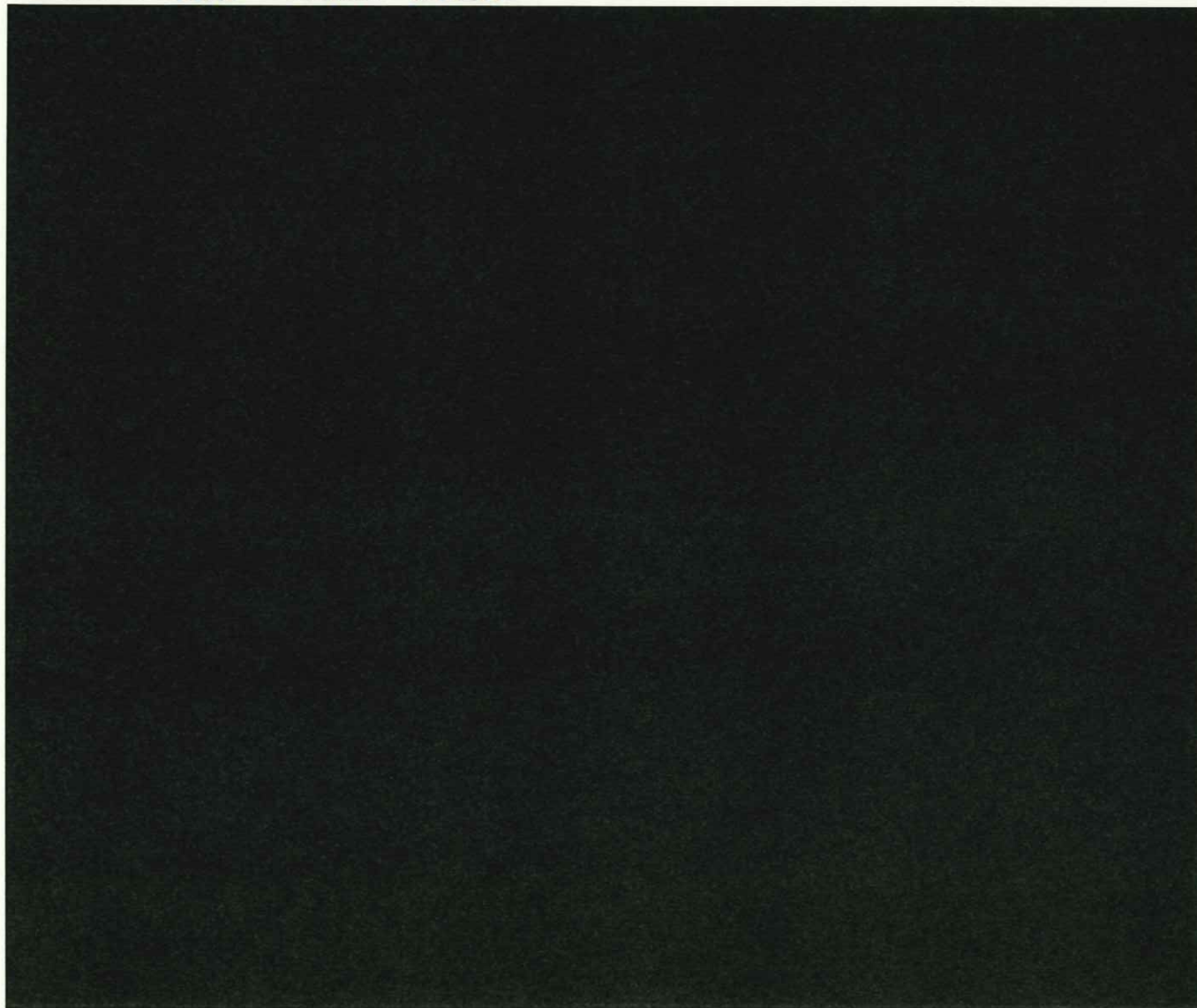
## カジノ施設の位置と周辺動線

### ■カジノ施設への動線 低層階第2層



## カジノ施設の位置と周辺動線

### ■カジノ施設への動線 高層階



【参考資料】 評価基準14 カジノ施設のデザイン・配置

項目	大阪																	
カジノ施設の数、規模	<p>② カジノ施設の数、規模</p>																	
	<p>1. カジノ施設の数 カジノ施設の数：1</p>																	
	<p>2. カジノ施設の規模</p>																	
	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="286 574 548 774" rowspan="2"></th> <th colspan="2" data-bbox="548 574 1534 630">床面積</th> <th colspan="2" data-bbox="1534 574 2116 630">収容人員</th> </tr> <tr> <th data-bbox="548 630 1041 774">施設全体</th> <th data-bbox="1041 630 1534 774">専らカジノ行為の用に供される部分 (ゲーミング区域<sup>※1</sup>)</th> <th data-bbox="1534 630 1814 774">収容人員 (実際利用シーン<sup>※2</sup>)</th> <th data-bbox="1814 630 2116 774">消防法収容人員</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="286 774 548 901">カジノ施設</td> <td data-bbox="548 774 1041 901">約58,600～71,700㎡ (暫定計画値65,166㎡)</td> <td data-bbox="1041 774 1534 901">約21,900～25,500㎡ (暫定計画値23,115㎡)</td> <td data-bbox="1534 774 1814 901">11,500人</td> <td data-bbox="1814 774 2116 901">11,955人</td> </tr> </tbody> </table>		床面積		収容人員		施設全体	専らカジノ行為の用に供される部分 (ゲーミング区域 <sup>※1</sup> )	収容人員 (実際利用シーン <sup>※2</sup> )	消防法収容人員	カジノ施設	約58,600～71,700㎡ (暫定計画値65,166㎡)	約21,900～25,500㎡ (暫定計画値23,115㎡)	11,500人	11,955人			
	床面積		収容人員															
	施設全体	専らカジノ行為の用に供される部分 (ゲーミング区域 <sup>※1</sup> )	収容人員 (実際利用シーン <sup>※2</sup> )	消防法収容人員														
カジノ施設	約58,600～71,700㎡ (暫定計画値65,166㎡)	約21,900～25,500㎡ (暫定計画値23,115㎡)	11,500人	11,955人														
<p>※1 設計・施工過程における計画調整により、IR施設の床面積に一定の変動が想定されるため、ゲーミング区域の床面積は、IR施設の床面積の合計の3%を超えない範囲で変更する場合がある。</p> <p>※2 実際の利用シーンにおける収容人員（実際にテーブルゲーム・電子ゲームでプレイするゲスト以外のノン・ゲーミングゲスト等も含む。）</p>																		

## カジノ施設の位置と周辺動線

■ カジノ施設の位置と周辺動線



## 評価基準8:過去のコメント

### 個別審査

評価基準	評価コメント
<p>⑧魅力増進施設</p> <p>①コンテンツ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>魅力増進施設は、劇場、伝統文化等の展示場、飲食施設、工芸体験・物販施設、美術館の5施設から構成されており、日本の魅力発信に向け、多様なコンテンツでの発信が期待される。</li> <li>コンテンツについて、そこでしか体験できないものという観点からは、 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ジャパン・フードパビリオンでは、「大阪・関西の奥深い食文化の魅力を伝える」</li> <li>・関西ジャパンハウスでは、「大阪・関西にゆかりが深い商品を取り扱う。」</li> </ul>                     といった記載があり、一定の配慮が見受けられる。一方で、魅力増進施設として、地域(大阪・関西)の魅力発信と、日本全体の魅力発信のバランスをどのように考えているのか、確認したい。                 </li> <li>魅力増進施設の各施設について、価格帯とその設定に関する現時点の考え方を確認したい。 (ガーデンシアター、三道体験スタジオ、関西ジャパンハウス、関西アート&amp;カルチャーミュージアムは入館料等、ジャパン・フードパビリオンは飲食料金等)</li> <li>コンテンツの提供方法について、 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ガーデンシアターでは、「テクノロジーを駆使した現代的かつ芸術的な表現手法を組み入れた、これまでにない革新的な舞台芸術作品の創出をめざす。」</li> <li>・三道体験スタジオでは、「日本の伝統的な芸道を、先進的なテクノロジー等を用いた演出によって、五感を通じた体験として提供する。」</li> </ul>                     といった最先端のテクノロジーを用いる旨の記述があり工夫がみられるが、どのようなイメージのものか、もう少し内容について確認したい。                 </li> <li>ガーデンシアターについて、座席数やその設定に関する現時点の考え方を確認したい。また、コンテンツ内容について、「伝統芸能を身近に体験できるプログラムや、伝統的な太鼓芸能集団と世界的に人気を博すパフォーマンス集団によるコラボレーション・ショー等の公演を企画する」とあるが、これら公演予定団体の知名度や実績が不明瞭な点もあり、現時点で想定される範囲内で構わないので想定されるコンテンツを確認したい。</li> <li>関西ジャパンハウスの訴求力の高さについて、「過去の工芸関連のイベントでは10日間で5万人以上が来場」という記載があるが、内容が不明瞭なため確認が必要。</li> </ul>

## 評価基準8:過去のコメント

### 個別審査

評価基準	評価コメント
<p>⑧魅力増進施設</p> <p>②発信方法</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 魅力増進施設の5施設(劇場、伝統文化等の展示場、飲食施設、工芸体験・物販施設、美術館)において、鑑賞、体験、飲食、販売など、発信方法に多様性が見受けられる。</li> <li>• 各施設のレポート促進のための取組として、             <ul style="list-style-type: none"> <li>・三道体験スタジオでは、「季節の移り変わりに合わせて演出内容の更新を行い、プログラムや体験を変化させる。」</li> <li>・関西ジャパンハウスでは、「定期的に工房に滞在する職人の入替えを行う。」</li> </ul>             など、何度もレポートしたいと思えるような工夫が見受けられる。           </li> <li>• 各施設におけるイベント等について、             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ガーデンシアターでは、「幅広い分野のアーティストやクリエイターとのコラボレーションによって、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没入感の高いショー、体験型のイベント等、誰もが楽しむことができる多彩なプログラムを提供する。」</li> <li>・三道体験スタジオでは、「特別企画として、各芸道の専門家等と連携し、ライブ・パフォーマンスや参加型のイベント開催を検討する。」</li> <li>・ジャパン・フードパビリオンでは、「食べ比べやオリジナルの食器づくり等の多様な食文化体験プログラムを提供する。」</li> <li>・関西ジャパンハウスでは、「…、工芸品の制作過程見学及び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する。」</li> <li>・関西アート&amp;カルチャーミュージアムでは、「国内外の文化機関と連携し、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する。」</li> </ul>             という記載が見受けられるが、各内容について、どのようなイメージのものか、もう少し内容について確認したい。また、それぞれのイベント等の開催頻度に関する現時点の考え方を確認したい。           </li> </ul>



## 評価基準8:過去のコメント

### 個別審査

評価基準	評価コメント
<p>⑧魅力増進施設</p> <p>③体制及びノウハウ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 業務の実施体制及び実施方法について、「IR事業者に、魅力増進、MICE、飲食、物販等の中核機能ごとに、運営を担当する部署を設置するとともに、各部署の中にも魅力増進施設担当部署を設置する。」と記載があり、魅力増進施設以外の施設においても、魅力増進施設の集客等に向け注力している様子がうかがえるが、施設間連携をどのように考えているか、現時点での考えを確認したい。</li> <li>・ 提供コンテンツの調達方法について、             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ ガーデンシアターでは、「伝統芸能をはじめとした舞台芸術における専門的な知見及び実績のある複数のパートナーとの連携」</li> <li>・ 三道体験スタジオでは、「各芸道の専門家から助言を受けつつ、類似イベントにおいて累計100万人以上の動員数を誇り、豊富なイベント開催実績を有する協力企業等とともにコンテンツの企画・制作に取り組む。」</li> <li>・ ジャパン・フードパビリオンでは、「有名シェフや、「食」に関わる大阪・関西の企業・団体と連携」</li> <li>・ 関西ジャパンハウスでは、「協力企業がこれまでに築き上げてきた職人との関係性をもとに全国の職人のネットワーク化を図り、職人を工房に誘致する体制を整備」</li> <li>・ 関西アート&amp;カルチャーミュージアムでは、「国内外のアーティスト及び文化機関等と連携」</li> </ul> </li> </ul> <p>という記載があり、一定の組織体制・実績のある者と連携して取り組む姿勢が見受けられるが、どのような者との連携を考えているか、現時点での考えを確認したい。 (特に、三道体験スタジオについては、どのようなコンテンツになるのか内容が不明瞭なため、累計100万人以上の動員数である類似イベントの詳細(主催者等の実施主体を含む)を確認したい。)</p>

## 評価基準8:過去のコメント

### 個別審査

評価基準	評価コメント
<p>⑧魅力増進施設</p> <p>①コンテンツ</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 地域とともに「日本の魅力の創造・発信」に取り組む計画とされており、日本の魅力を発信するため、体験プログラムの提供や、先進的なテクノロジー等を用いた演出、工芸品の販売など、幅広い方法が計画されている。</li><li>• コンシェルジュ機能を活用したチケット手配や、大阪・関西各地へつながる交通機能等を有する送客施設を効果的に活用するといった記述が見受けられるが、魅力増進施設と送客施設の連携の考え方について十分な記載が見受けられないため、確認が必要。</li><li>• 施設によってターゲットとする客層が分けられており、日本文化に興味を持つ訪日外国人旅行者、アジアや欧米の富裕層をはじめとしたVIP、国内のファミリー層など、誰でも楽しめる施設とする方針が見受けられる。</li><li>• 他方、訴求力の高さに関する客観的説明に用いられている観光庁「訪日外国人消費動向調査」に関して、日本食、日本の歴史・伝統文化体験、博物館・美術館など、来訪者の国籍によってコンテンツの関心が異なると考えられるが、施設構成に照らした訪日外国人旅行者のターゲットの全体像について伺いたい。</li><li>• ジャパンフードパビリオンについて、高級レストランからカジュアルなフードコートまでの多様性がうかがえるが、高級レストランへのVIP動線の確保や、各種のお店の利用者の動線の混在など、動線に係る考え方を確認したい。</li></ul>

## 評価基準8:過去のコメント

### 個別審査

評価基準	評価コメント
<p>⑧魅力増進施設</p> <p>②発信方法</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>発信方法に関し、三道体験スタジオでは伝統的な芸道を高精細な映像技術や立体音響技術等を用いて誰もが楽しめるコンテンツにする、関西アート&amp;カルチャーミュージアムでは展示作品の多言語対応や、先進技術を活用し、国籍や世代を超えてその魅力を体験することができる展示など、誰もが楽しめる内容への前向きな姿勢が見受けられる。その上で、現段階で想定されている国内来訪者向けの発信方法と、訪日外国人旅行者向けの発信方法について伺いたい。</li><li>ジャパン・フードパビリオンでは、「大阪産(もん)」をはじめとした食材や調理方法等のフードツーリズム推進が掲げられており、地域振興へ向けた配慮が見受けられる。</li></ul>

## 評価基準8:過去のコメント

### 個別審査

評価基準	評価コメント
<p>⑧魅力増進施設</p> <p>③体制及びノウハウ</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• ガーデンシアターでは、「米国やマカオで複数のシアター運営実績を有するMGMのノウハウを活用し、開業準備期間を通して、施設運営に携わるメンバーにこれらの知見の定着を図る。」、関西アート&amp;カルチャーミュージアムでは、「ラスベガスでアートギャラリーを運営するMGMのアート&amp;カルチャー部門が有するネットワーク等を活用し、学芸員及び日本の芸術・文化に造詣が深い人材を国内外から確保する。」など、MGMの実績を活かした取組が見受けられる。 他方、「学芸員及び日本の芸術・文化に造詣が深い人材」で、かつ、実際に集客可能な企画をして実施できる人の確保は容易ではないと見受けられるが、このような人材をどのように確保するのか方針を伺いたい。</li><li>• 例えば、ジャパン・フードパビリオンでは調理師学校や地域の複数の専門学校と連携し、長期的な観点で、人材発掘と育成を行う計画とするなど、施設全体として、長期的な人材育成に向けた前向きな姿勢が見受けられる。</li><li>• 「IR事業者は、魅力増進、MICE、飲食、物販等の中核機能ごとに、運営を担当する部署を設置するとともに、各部署の中にも魅力増進施設担当を設置する。魅力増進施設の運営を担当する部署と連携し、スムーズかつ効率的な運営を行う。」との記載があるが、魅力増進施設とMICEの誘致・開催とをどのように連携させるのか現段階での想定を伺いたい。</li></ul>

## 評価基準8:過去のコメント

---

### コンテンツ

- 多様な客層の人々が楽しめるよう、また、地域と共に日本の魅力の発信に取り組む内容となっている。ゆくゆくは、IR施設が日本人アーティストの活躍の舞台となり文化芸術振興にも役立つようになってほしいと思う。
- 施設・コンテンツに新味が感じられない。
- 悪くはないが、どこまでこれが頻繁に開かれ、常に賑わっている、という状況が生まれるかどうか、わからない。■■■■■などが何かイベントを開催している日がどれほどあるのか、による。

### 発信方法

- 多言語対応やDX活用が計画されており、また、レポートづくりへの配慮もされた発信方法が計画されている。
- 具体性に乏しい。

### 体制及びノウハウ

- MGM社の実績、能力は高評価が与えられる。
- MGMの実績を活用した運営体制で、また、長期的な人材確保への配慮も計画されている。
- MGMがどこまで力を入れるかによる。

個別審査の質問回答

⑧魅力増進施設

項目	記載内容
評価コメント	<p>コンテンツについて、そこでしか体験できないものという観点からは、</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ジャパン・フードパビリオンでは、「大阪・関西の奥深い食文化の魅力を伝える」</li> <li>・関西ジャパンハウスでは、「大阪・関西にゆかりが深い商品を取り扱う。」</li> </ul> <p>といった記載があり、一定の配慮が見受けられる。一方で、魅力増進施設として、地域(大阪・関西)の魅力発信と、日本全体の魅力発信のバランスをどのように考えているのか、確認したい。</p>
回答	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 各魅力増進施設においては、日本各地で育まれてきた伝統的な魅力から、現代において、国内外で人気を博している文化的・芸術的な魅力まで、幅広い魅力を発信します。</li> <li>・ また、大阪・関西に所縁の深いコンテンツを核としつつも、大阪・関西にとどまらない日本各地の魅力ある芸能、食、工芸、芸術などを紹介し、大阪IR全体として日本の観光魅力のショーケースとなることをめざします。</li> </ul> <p>例えば、以下のような観光魅力の増進・発信を想定しています。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ ガーデンシアター: 能・狂言や、大阪発祥の文楽といった伝統的な芸能から、2.5次元ミュージカルのような現代日本のサブカルチャーまで様々な舞台芸術等の公演。</li> <li>➤ 三道体験スタジオ: 古くから関西で親しまれてきた華道、茶道、香道といった伝統的な芸道と、現代の日本が誇る先進的なテクノロジーがコラボレーションした体験の提供。</li> <li>➤ ジャパン・フードパビリオン: 大阪・関西の奥深い食文化を発信する多様な飲食店舗を設置。また、大阪・関西に留まらず、広く日本の食の魅力を発信するイベントを企画。</li> <li>➤ 関西ジャパンハウス: 工房スペースには大阪・関西及び日本全国から職人を誘致し、各地の伝統工芸品の魅力を発信。</li> <li>➤ 関西アート&amp;カルチャーミュージアム: 大阪・関西に所縁の深いアーティストによる作品や、国内外で高い評価を受ける日本のメディアアーティスト等の作品を展示。</li> </ul>

個別審査の質問回答

⑧魅力増進施設

項目	記載内容
評価コメント	<p>コンシェルジュ機能を活用したチケット手配や、大阪・関西各地へつながる交通機能等を有する送客施設を効果的に活用するといった記述が見受けられるが、魅力増進施設と送客施設の連携の考え方について十分な記載が見受けられないため、確認が必要。</p>
回答	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 大阪IRを起点として周辺の劇場、美術館及びイベントなどの各施設や観光地をつなぐツアー（体験型のツアー）の組成や、交通チケット手配、店の予約・スケジューリング・交通機関のチケット予約をワンストップで提供するなど、送客施設と効果的に連携することで、大阪IRの魅力増進施設での体験をきっかけに、来訪者を周辺地域に送り出し、本物の観光魅力に触れる機会を提供します。</li> <li>• 例えば、三道体験スタジオでは、各芸道を体験できるのみならず、関西周辺において本物の各芸道の体験ができる施設へのツアーを送客施設と連携して企画・提案することを想定しています。</li> <li>• また、ジャパン・フードパビリオンでは、当該施設で出会った食や名店を本場で楽しむレストランツーリズム、食材の生産地を訪れるアグリツーリズム、調理器具などの製造現場を楽しむクラフトツーリズムなどの多様なフードツーリズムを送客施設と連携して企画・提案することを想定しています。</li> <li>• こういった魅力増進施設のコンテンツに関連した体験や観光地に関する情報を送客施設のショーケース機能で紹介するとともに、関連するオリジナルのツーリズム商品を送客施設のコンシェルジュが来訪者の属性や需要に合わせて紹介・提供することにより、魅力増進施設をきっかけにしたIR区域外へのツーリズムをシームレスに提供することを考えています。</li> <li>• また、魅力増進施設と送客施設それぞれの運営を担う事業部は、IR事業者の経営層によって一体的に管理され、部署横断の会議などの体制構築により、一体的な計画策定・実行を図ります。</li> </ul>

個別審査の質問回答

⑧魅力増進施設

項目	記載内容
評価コメント	<p>魅力増進施設の各施設について、価格帯とその設定に関する現時点の考え方を確認したい。                      (ガーデンシアター、三道体験スタジオ、関西ジャパンハウス、関西アート&amp;カルチャーミュージアムは入館料等、ジャパン・フードパビリオンは飲食料金等)</p>
回答	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 各魅力増進施設の価格帯については、国内の類似施設やMGMが運営するIR施設における事例を参考に、実際のコンテンツの種類や具体的なターゲット顧客に応じて個別に設定しますが、現時点では平均として、以下の価格帯を想定しています。</li> <li>• ガーデンシアター:コンテンツの種類やターゲットに応じてチケット価格は設定しますが、同規模の施設におけるイベントを参考に、平均■■■■程度を想定しています。</li> <li>• 三道体験スタジオ:プロジェクションマッピングやARなどのテクノロジーを用いて国内外の様々な空間において五感を通じたアート体験を提供しているクリエイティブカンパニーが開催したイベントを参考とし、大人1名あたり■■■■程度を想定しています。</li> <li>• 関西ジャパンハウス:より多くの来訪者に利用頂けるよう■■■■工芸品の展示及び販売を通じて、魅力を発信します。</li> <li>• 関西アート&amp;カルチャーミュージアム:国内の類似規模のアート関連施設の入館料等を参考に、多くの来訪者に利用されるようリーズナブルな設定、大人1名あたり■■■■程度を想定しています。</li> <li>• ジャパン・フードパビリオン:多くの来訪者が気軽に楽しめる■■■■程度のリーズナブルなものから、平均16,000円程度のより本格的な日本の食文化を楽しむことができるラグジュアリーなものまで、幅広い価格帯の食事の提供を予定し、1食当たりの平均単価は■■■■程度を想定しています。</li> </ul>



個別審査の質問回答

⑧魅力増進施設

項目	記載内容
評価コメント	<p>他方、訴求力の高さに関する客観的説明に用いられている観光庁「訪日外国人消費動向調査」に関して、日本食、日本の歴史・伝統文化体験、博物館・美術館など、来訪者の国籍によってコンテンツの関心が異なると考えられるが、施設構成に照らした訪日外国人旅行者のターゲットの全体像について伺いたい。</p>
回答	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 各魅力増進施設では、特定の国籍からの来訪者のみをターゲットとせず、中国や韓国などの東アジアからの来訪者から、欧米豪からの来訪者まで、幅広い来訪者が楽しめるコンテンツを提供します。観光庁「訪日外国人消費動向調査」も、一定割合のアジア圏及び欧米豪からの訪日外国人に対する調査となっているものと認識しています。</li> <li>• 但し、一年の中で、特定の時期における来訪者の属性や国籍の傾向を踏まえて、各施設で提供するコンテンツを調整するなどの工夫を想定しています。例えば、春節の時期には中国からの来訪者を惹きつけるようなイベントの開催などを検討します。</li> <li>• 「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(2019年度版)」によると、訪日旅行希望者が日本滞在中に利用してみたい現地発着型の体験ツアーとして、「日本文化体験・見学(例:和太鼓・茶道・相撲・折り紙・和装)」が中国や韓国を含むアジア及び欧米豪で1位あるいは上位に位置しており、「調理体験(例:寿司・そば・うどん・たこ焼き・弁当・菓子類の調理)」も上位に挙げられています。これらの調査結果からも、日本の伝統芸能や芸道、食への関心は総じて高く、大阪IR(特にガーデンシアター、三道体験スタジオ、ジャパン・フードパビリオン)の提供コンテンツは、幅広い国籍からの来訪者に訴求できるものと考えています。</li> <li>• 特に、三道体験スタジオでの連携を想定している██████は、国内だけでなく上海や台湾においても複数回にわたるイベント開催実績を有しており、大阪IRにおいても、多く見込まれるアジア圏からの来訪者を惹きつけられるものと考えています。</li> <li>• 関西ジャパンハウスでは、デザイン性が高く個性ある工芸品を中心に扱うことから、本物志向で、たとえ高額でも気に入った商品を手で購入する傾向のあるアジアや欧米の富裕層に対して、より魅力を訴求することができると考えています。</li> <li>• また、ミュージアムにおいては、特定のコレクションを持たず、日本の、あるいは日本に所縁のあるアーティストやテーマについて、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く取り扱う想定であり、国籍や世代を超えて魅力を訴求できるものと考えています。</li> </ul>

## 個別審査の質問回答

### ⑧魅力増進施設

項目	記載内容
評価コメント	<p>発信方法に関し、三道体験スタジオでは伝統的な芸道を高精細な映像技術や立体音響技術等を用いて誰もが楽しめるコンテンツにする、関西アート&amp;カルチャーミュージアムでは展示作品の多言語対応や、先進技術を活用し、国籍や世代を超えてその魅力を体験することができる展示など、誰もが楽しめる内容への前向きな姿勢が見受けられる。その上で、現段階で想定されている国内来訪者向けの発信方法と、訪日外国人旅行者向けの発信方法について伺いたい。</p>
回答	<ul style="list-style-type: none"><li>• 日本の観光魅力、特に伝統的な舞台芸術や芸道については、多くの日本人にとっても敷居が高い傾向にあるため、歌舞伎などの公演で用いられる楽器の演奏体験や、衣装の着付け体験など、身近に感じながら楽しむことができる体験型や参加型のプログラムやイベントによって発信することを想定しています。訪日外国人旅行者についても、上記の体験型や参加型のプログラム・イベントは有効な発信方法になると考えています。</li><li>• また、訪日外国人旅行者にとっては、言語や文化の違いが体験の障壁になり得るため、ノンバーバルや五感を通じたコンテンツが有効な発信手法になると考えています。たとえば、三道体験スタジオにおいては、ノンバーバルな演出を基本として、視覚や聴覚に訴えるような、エンターテインメント性や芸術性の高い表現を用いたり、テクノロジーを用いた演出によって魅力を効果的に伝えたりするといった方法を考えています。加えて、舞台芸術のセリフやアート作品の説明において、多言語での解説に対応することを検討しています。</li><li>• なお、テクノロジーを活用するなど、既存のコンテンツに新たな発信手法を加えることによって、すでに一定の知識や経験を有する国内来訪者にとっても、新たな魅力の発見につながるものと考えています。</li></ul>

## 個別審査の質問回答

### ⑧魅力増進施設

項目	記載内容
評価コメント	<p>コンテンツの提供方法について、</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ガーデンシアターでは、「テクノロジーを駆使した現代的かつ芸術的な表現手法を組み入れた、これまでにない革新的な舞台芸術作品の創出をめざす。」</li><li>・三道体験スタジオでは、「日本の伝統的な芸道を、先進的なテクノロジー等を用いた演出によって、五感を通じた体験として提供する。」</li></ul> <p>といった最先端のテクノロジーを用いる旨の記述があり工夫がみられるが、どのようなイメージのものか、もう少し内容について確認したい。</p>
回答	<ul style="list-style-type: none"><li>• [Redacted]</li><li>• [Redacted]</li></ul>

## 個別審査の質問回答

### ⑧魅力増進施設

項目	記載内容
評価コメント	ガーデンシアターについて、座席数やその設定に関する現時点の考え方を確認したい。
回答	<ul style="list-style-type: none"><li>• 能・狂言や文楽のような日本の伝統的な舞台芸術作品の公演においては、演者の動きや声が十分に認識できるよう、比較的小規模な劇場が適していると考えており、国内の類似施設を参考に、現時点では約400席を想定しています。</li> <li>• 以下のように、国内の類似施設も比較的小規模になっています。<ul style="list-style-type: none"><li>➤ 国立演劇場：300席</li><li>➤ 新国立劇場（小劇場）：394席</li><li>➤ 観世能楽堂：480席</li></ul></li> <li>• また、伝統芸能だけでなく、ダンスパフォーマンスや2.5次元ミュージカルなどの現代的な舞台芸術等を提供することや、大阪IRの多様な来訪者の需要に対応するため、座席は可動式のフレキシブルなものとし、一部または全部を平土間形式とすることで、多様な催事を可能とすることを想定しています。</li></ul>

個別審査の質問回答

⑧魅力増進施設

項目	記載内容
評価コメント	<p>また、コンテンツ内容について、「伝統芸能を身近に体験できるプログラムや、伝統的な太鼓芸能集団と世界的に人気を博すパフォーマンス集団によるコラボレーション・ショー等の公演を企画する」とあるが、これら公演予定団体の知名度や実績が不明瞭な点もあり、現時点で想定される範囲内で構わないので想定されるコンテンツを確認したい。</p>
回答 (1/2)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ガーデンシアターのコンテンツとして想定している本公演については、伝統的な太鼓芸能集団( )及び世界で活躍するパフォーマンスグループ( )から、大阪IRでの公演に関心を示すLOE (Letter of Endorsement)を取得しています(別紙「関心表明書の取得先(魅力増進施設:ガーデンシアター)」参照)。</li> <li>• 両者は、以下のとおり、国内外での長期にわたる豊富な実績を有しています。             <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 伝統的な太鼓芸能集団</li> <li>➢ 世界で活躍するパフォーマンスグループ</li> </ul> </li> <li>• なお、上述の二者は現時点で想定しているもののうち代表的な例であり、他にも様々なパートナーとの連携のもとコンテンツを企画する予定です。MGMがラスベガスで運営するIR施設では、100年以上にわたり日本の伝統芸能及びエンターテインメントの興行を手掛けてきた企業や、世界で注目を集めるアーティスト集団などとの連携の実績を有しており、大阪IRにおいてもこうした取組みをとおして幅広いコンテンツを提供することを想定しています。</li> </ul>

※「ガーデンシアター:質問番号12」

個別審査の質問回答

⑧魅力増進施設

項目	記載内容						
回答 (2/2)	<p data-bbox="871 293 1525 325">関心表明書の取得先（魅力増進施設：ガーデンシアター）</p> <table border="1" data-bbox="481 438 1926 1428"><thead><tr><th data-bbox="481 438 564 491">No.</th><th data-bbox="564 438 884 491">パートナー名</th><th data-bbox="884 438 1926 491">概要</th></tr></thead><tbody><tr><td colspan="3" data-bbox="481 491 1926 1428">[Redacted Content]</td></tr></tbody></table>	No.	パートナー名	概要	[Redacted Content]		
No.	パートナー名	概要					
[Redacted Content]							

※「ガーデンシアター：質問番号12」

## 個別審査の質問回答

### ⑧魅力増進施設

項目	記載内容
評価コメント	関西ジャパンハウスの訴求力の高さについて、「過去の工芸関連のイベントでは10日間で5万人以上が来場」という記載があるが、内容が不明瞭なため確認が必要。
回答	<ul style="list-style-type: none"><li>• イベントの来場者数のデータに関しては、関西ジャパンハウスの企画立案を担当した協力企業から、2019年に東京で開催された工芸関連のイベントの実績をヒアリングしたものです。当該イベントでは、次世代の伝統工芸をテーマにしたトークショーや、商品の販売等を実施しています。</li><li>• 上記以外にも、2018年に京都で開催された工芸関連のイベントでは、<span style="background-color: black; color: black;">XXXXXXXXXX</span>の来場者を動員しています。当該イベントでは、工芸職人とクリエイターやアーティストがコラボレーションして制作した工芸作品の展示やトークショー等を実施しています。</li><li>• 関西ジャパンハウスにおいても、デザイン、アート、インテリアの観点で優れた商品の販売・展示や施設に誘致する職人によるトークセッション等の企画を検討しており、より多くの来場者を誘致することができるようプロモーション活動にも取り組む予定です。</li></ul>

個別審査の質問回答

⑧魅力増進施設

項目	記載内容
<p>評価コメント</p>	<p>各施設におけるイベント等について、</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ガーデンシアターでは、「幅広い分野のアーティストやクリエイターとのコラボレーションによって、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没入感の高いショー、体験型のイベント等、誰もが楽しむことができる多彩なプログラムを提供する。」</li> <li>・三道体験スタジオでは、「特別企画として、各芸道の専門家等と連携し、ライブ・パフォーマンスや参加型のイベント開催を検討する。」</li> <li>・ジャパン・フードパビリオンでは、「食べ比べやオリジナルの食器づくり等の多様な食文化体験プログラムを提供する。」</li> <li>・関西ジャパンハウスでは、「…、工芸品の制作過程見学及び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する。」</li> <li>・関西アート&amp;カルチャーミュージアムでは、「国内外の文化機関と連携し、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する。」</li> </ul> <p>という記載が見受けられるが、各内容について、どのようなイメージのものか、もう少し内容について確認したい。また、それぞれのイベント等の開催頻度に関する現時点の考え方を確認したい。</p>
<p>回答 (1/2)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 各施設におけるイベントイメージは以下のとおりです。 <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ ガーデンシアター:最先端のテクノロジーによる演出を加えた伝統的な舞台芸術作品の公演や、客席と一体となったパフォーマンスなどを想定しています。また伝統芸能で用いる楽器の演奏や衣装の着付けなどの体験型イベントも想定しています。</li> <li>➤ 三道体験スタジオ:通常期には、来場者が好きなタイミングで訪れることができるよう、常設施設として運営します。また年間行事などに応じた特別企画として、華道、茶道、香道等の伝統的な芸道について、実際に花を生ける、お茶をたてるなどのパフォーマンスの公演や、それらを来訪者が体験するといったイベントを想定しています。</li> <li>➤ ジャパン・フードパビリオン:大阪・関西の食文化の幅広く奥深い魅力を実感してもらうことができるように、単なる飲食サービスの提供だけではなく、飲み比べ・食べ比べ、オリジナルな食器・道具づくり、及び調理体験といった体験型イベントを展開することを想定しています。</li> </ul> </li> </ul>



## 個別審査の質問回答

### ⑧魅力増進施設

項目	記載内容
回答 (2/2)	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ 関西ジャパンハウス:素材から工芸品が作り上げられる際の音や匂いを感じられる制作過程見学や、実際に自身の手で工芸品を制作することができるワークショップ等により五感を使って工芸品の価値を実感できる体験の提供を想定しています。</li><li>➤ 関西アート&amp;カルチャーミュージアム:日本の文化・芸術に焦点を当てた現代アート作品の企画展示や、アーティストによるトークイベントなどを想定しています。</li></ul> <p>• 各施設におけるイベントの開催頻度は現時点で未定ですが、多様な来訪者が複数回訪れても楽しむことができるよう、一定期間ごとに入れ替えるなど、年間を通じて様々なイベントを提供することを考えています。また、来訪者が複数の魅力増進施設を回遊して楽しむことができるなど、大阪IRにおける滞在体験を最大化できるよう、施設間で連携した1日のなかでの開催スケジュールの設定、連動したPRの実施といった工夫を行うことを想定しています。</p>

個別審査の質問回答

⑧魅力増進施設

項目	記載内容
評価コメント	<p>ジャパンフードパビリオンについて、高級レストランからカジュアルなフードコートまでの多様性がうかがえるが、高級レストランへのVIP動線の確保や、各種のお店の利用者の動線の混在など、動線に係る考え方を確認したい。</p>
回答	<ul style="list-style-type: none"> <li>• [redacted]利用者動線の混在を避けることを想定しています。</li> <li>• 現時点では、[redacted]接続する[redacted]を整備する予定であり、利用者動線の分散に配慮する方針です。</li> <li>• [redacted]動線の混在をできる限り避けるような工夫を検討していきます。</li> </ul>

## 個別審査の質問回答

### ⑧魅力増進施設

項目	記載内容
評価コメント	業務の実施体制及び実施方法について、「IR事業者は、魅力増進、MICE、飲食、物販等の中核機能ごとに、運営を担当する部署を設置するとともに、各部署の中にも魅力増進施設担当部署を設置する。」と記載があり、魅力増進施設以外の施設においても、魅力増進施設の集客等に向け注力している様子がうかがえるが、施設間連携をどのように考えているか、現時点での考えを確認したい。
回答	<ul style="list-style-type: none"><li>• 中核施設の運営を担当する各部署の中に、業務の一環として日本の魅力発信を担う魅力増進施設担当を配置することで、当該担当者を起点に、魅力増進施設との積極的な連携を推進します。</li><li>• 例えば、魅力増進施設以外の各施設の持つサービス(宿泊、飲食、物販など)の提供において、日本の伝統、文化及び芸術に関する魅力を付加し、新しい魅力的なサービスの創出に取り組むことを考えています。</li><li>• また、正月、お盆など、季節や時期に合わせて、各部署に配置された魅力増進施設担当が連携し、大阪IR全体でテーマに沿った顧客体験の提供・雰囲気づくりに取り組むなど、大阪IR全体での魅力発信にも取り組みます。</li></ul>

個別審査の質問回答

⑧魅力増進施設

項目	記載内容
評価コメント	<p>「IR事業者に、魅力増進、MICE、飲食、物販等の中核機能ごとに、運営を担当する部署を設置するとともに、各部署の中にも魅力増進施設担当を設置する。魅力増進施設の運営を担当する部署と連携し、スムーズかつ効率的な運営を行う。」との記載があるが、魅力増進施設とMICEの誘致・開催とをどのように連携させるのか現段階での想定を伺いたい。</p>
回答	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 質問番号16の回答に記載したとおり、MICE施設の運営を担当する事業部の中に、MICE開催における日本の魅力発信をテーマとした各種企画や、魅力増進施設との運営面での連携を担う担当者を配置する計画であり、当該担当者を中心として、以下の様な連携を行うことを想定しています。これら連携により、MICE参加者へ日本の魅力を訴求する機会を増加させます。             <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ MICE参加者への、魅力増進施設で提供する日本の食や日本のエンターテイメント・ショー等のコンテンツ利用の促進(特別コンテンツの提供や、会議イベント終了後の予約確保など)。</li> <li>➢ 関西ジャパンハウスなどの魅力増進施設で取扱う商品を活用した、MICE参加者向けのノベルティの提供。</li> <li>➢ 送客施設とも連携した、MICE参加者向けの観光ツアーの企画・提供。</li> <li>➢ 日本の観光魅力に関するMICEイベントの誘致・創出(例えば、大阪・関西が強みを有するものづくりの領域のMICEイベント等)。</li> </ul> </li> </ul>

個別審査の質問回答

⑧魅力増進施設

項目	記載内容
評価コメント	<p>提供コンテンツの調達方法について、</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ガーデンシアターでは、「伝統芸能をはじめとした舞台芸術における専門的な知見及び実績のある複数のパートナーとの連携」</li> <li>・三道体験スタジオでは、「各芸道の専門家から助言を受けつつ、類似イベントにおいて累計100万人以上の動員数を誇り、豊富なイベント開催実績を有する協力企業等とともにコンテンツの企画・制作に取り組む。」</li> <li>・ジャパン・フードパビリオンでは、「有名シェフや、「食」に関わる大阪・関西の企業・団体と連携」</li> <li>・関西ジャパンハウスでは、「協力企業がこれまでに築き上げてきた職人との関係性をもとに全国の職人のネットワーク化を図り、職人を工房に誘致する体制を整備」</li> <li>・関西アート&amp;カルチャーミュージアムでは、「国内外のアーティスト及び文化機関等と連携」</li> </ul> <p>という記載があり、一定の組織体制・実績のある者と連携して取り組む姿勢が見受けられるが、どのような者との連携を考えているか、現時点での考えを確認したい。</p> <p>(特に、三道体験スタジオについては、どのようなコンテンツになるのか内容が不明瞭なため、累計100万人以上の動員数である類似イベントの詳細(主催者等の実施主体を含む)を確認したい。)</p>
回答(1/2)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 現時点における想定は以下のとおりです。 <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ ガーデンシアター: 質問番号12の回答で記載したとおり、伝統的な太鼓芸能集団や世界で活躍するパフォーマンスグループのほか、日本の伝統芸能及びエンターテインメントを手掛ける企業や、世界で注目を集めるアーティスト集団との連携を想定しています。</li> <li>➢ 三道体験スタジオ: [REDACTED]との連携を想定しており、大阪IRでの取組みに関するLOS(Letter of Support)を取得しています(別紙「関心表明書の取得先(魅力増進施設: 三道体験スタジオ)」参照)。同社のイベント開催実績の一部を以下に記載します。</li> </ul> </li> </ul> <p>◇ [REDACTED]</p> <p>◇ [REDACTED]</p>

個別審査の質問回答

⑧魅力増進施設

項目	記載内容						
<p>回答(2/2)</p>	<p>別紙</p> <p>関心表明書の取得先（魅力増進施設：三道体験スタジオ）</p> <table border="1" data-bbox="367 916 2125 1299"> <thead> <tr> <th data-bbox="367 916 465 979">No.</th> <th data-bbox="465 916 855 979">パートナー名</th> <th data-bbox="855 916 2125 979">概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="3" data-bbox="367 979 2125 1299" style="background-color: black;">[Redacted Content]</td> </tr> </tbody> </table>	No.	パートナー名	概要	[Redacted Content]		
No.	パートナー名	概要					
[Redacted Content]							

個別審査の質問回答

⑧魅力増進施設

項目	記載内容
評価コメント	<p>ガーデンシアターでは、「米国やマカオで複数のシアター運営実績を有するMGMのノウハウを活用し、開業準備期間を通して、施設運営に携わるメンバーにこれらの知見の定着を図る。」、関西アート&amp;カルチャーミュージアムでは、「ラスベガスでアートギャラリーを運営するMGMのアート&amp;カルチャー部門が有するネットワーク等を活用し、学芸員及び日本の芸術・文化に造詣が深い人材を国内外から確保する。」など、MGMの実績を活かした取組が見受けられる。</p> <p>他方、「学芸員及び日本の芸術・文化に造詣が深い人材」で、かつ、実際に集客可能な企画をして実施できる人の確保は容易ではないと見受けられるが、このような人材をどのように確保するのか方針を伺いたい。</p>
回答	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 必ずしも、「学芸員及び日本の芸術・文化に造詣が深い人材」と、「集客可能な企画を検討・実施できる人材」が同一である必要はないと考えおり、それらの知見や能力を持つ複数の人材が補完し合い、各業務を分担・連携して遂行することで、総合的に実施体制を構築することが可能と考えています。</li> <li>• MGM・オリックスは、ミュージアムの企画や運営に関して、様々な企業やアーティストとのパートナーシップを構築してきました。例えば、国内各地の美術館、博物館、科学館などの文化施設において展示空間の企画・制作・運営を手掛けている企業や、展覧会などのイベントを主催するプロモーター、また大阪・関西を中心に国内外で活躍する現代アーティストとともに、大阪IRでの将来的な取組みについて協議を進めています。こうしたネットワークも活用し、適切な人材を確保することを想定しています。また、長期的には、施設の運営をとおして適切な人材を育成していきます。</li> <li>• なお、MGM・オリックスは以下のような文化・芸術施設の運営実績を有しており、これらの施設運営で得た知見も活かして業務を実施する予定です。             <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ MGMの実績：ラスベガスのベラージオ内で“Bellagio Gallery of Fine Art”を運営し、草間彌生氏などの日本人アーティストによる作品展示も開催</li> <li>➢ オリックスの実績：年間来場者数100万人を超える水族館や、関西アート&amp;カルチャーミュージアムと同規模の展示面積であるグランフロント大阪のイベントラボ(展示施設)を運営</li> </ul> </li> </ul>

## 【参考資料】評価基準8 魅力増進施設

項目 (配点)	評価基準	具体的記載項目 (手引きより抜粋)	配点の 細分化	ベンチマーク						
8. 魅力増進施設 (50点)	世界中の観光客を引き付けることのできる、国際的に最高水準のエンターテインメント性を有する公演、展示、イベント等を提供するとともに、これを通じて、日本の伝統、文化、芸術、先端技術、四季折々の自然などの様々な魅力を、幅広く又はより深く、これまでになくクオリティで発信することが求められる。また、計画された事業を実施するために必要な体制及びノウハウを備えていることが求められる。	①魅力増進施設の種類、機能、規模、外観及び内装の特徴、設置及び運営の方針 ②魅力増進施設の業務の実施体制及び実施方法	あり (コンテンツ) 20点 (発信方法) 20点 (体制及びノウハウ) 10点	<p>・方針について、以下①～③で例示する観点など、日本の魅力をこれまでにないクオリティで発信し、世界中の観光客を引き付けるために十分に配慮された計画と考えられる場合、「優れている」以上の高い評価を与える。</p> <p>・評価に当たっては、ミラノ国際博覧会日本館の事例を参考としつつ、どのような考え方で計画しているかを確認するものとする。 (評価の観点の例)</p> <table border="1" data-bbox="1128 715 2123 1506"> <thead> <tr> <th data-bbox="1128 715 1563 767">①コンテンツ</th> <th data-bbox="1563 715 1778 767">②発信方法</th> <th data-bbox="1778 715 2123 767">③体制及びノウハウ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="1128 767 1563 1506">           &lt;展示&gt;            ・展示品の知名度がある            ・制作者の知名度がある            &lt;鑑賞&gt;            ・公演予定団体の知名度がある            ・公演予定団体の実績がある            &lt;体験&gt;            ・そこでしか体験できないものになっている            ・理解が深まるようなストーリー性を有する            &lt;販売&gt;            ・幅広い商品を提供している            &lt;消費&gt;            ・幅広い商品を提供している            【共通】            ・日本人含め、誰でも楽しめるものとなっている(多言語対応、バリアフリー等)         </td> <td data-bbox="1563 767 1778 1506">           ・発信方法に多様性がある(展示、鑑賞、体験、販売、消費等の方法からいくつか選択している)            ・各発信方法について工夫されている            ・平日、休日を問わずに楽しめるようになっている            ・何度もリピートしたいと思えるような工夫がされている         </td> <td data-bbox="1778 767 2123 1506">           運営事業者において、            ・十分な組織体制が構築されている            ・これまでに同規模施設の運営実績がある            コンテンツ制作に携わる主要スタッフにおいて、            ・十分な組織体制が構築されている            ・これまでに同規模コンテンツの制作実績がある         </td> </tr> </tbody> </table>	①コンテンツ	②発信方法	③体制及びノウハウ	<展示> ・展示品の知名度がある ・制作者の知名度がある <鑑賞> ・公演予定団体の知名度がある ・公演予定団体の実績がある <体験> ・そこでしか体験できないものになっている ・理解が深まるようなストーリー性を有する <販売> ・幅広い商品を提供している <消費> ・幅広い商品を提供している 【共通】 ・日本人含め、誰でも楽しめるものとなっている(多言語対応、バリアフリー等)	・発信方法に多様性がある(展示、鑑賞、体験、販売、消費等の方法からいくつか選択している) ・各発信方法について工夫されている ・平日、休日を問わずに楽しめるようになっている ・何度もリピートしたいと思えるような工夫がされている	運営事業者において、 ・十分な組織体制が構築されている ・これまでに同規模施設の運営実績がある コンテンツ制作に携わる主要スタッフにおいて、 ・十分な組織体制が構築されている ・これまでに同規模コンテンツの制作実績がある
①コンテンツ	②発信方法	③体制及びノウハウ								
<展示> ・展示品の知名度がある ・制作者の知名度がある <鑑賞> ・公演予定団体の知名度がある ・公演予定団体の実績がある <体験> ・そこでしか体験できないものになっている ・理解が深まるようなストーリー性を有する <販売> ・幅広い商品を提供している <消費> ・幅広い商品を提供している 【共通】 ・日本人含め、誰でも楽しめるものとなっている(多言語対応、バリアフリー等)	・発信方法に多様性がある(展示、鑑賞、体験、販売、消費等の方法からいくつか選択している) ・各発信方法について工夫されている ・平日、休日を問わずに楽しめるようになっている ・何度もリピートしたいと思えるような工夫がされている	運営事業者において、 ・十分な組織体制が構築されている ・これまでに同規模施設の運営実績がある コンテンツ制作に携わる主要スタッフにおいて、 ・十分な組織体制が構築されている ・これまでに同規模コンテンツの制作実績がある								



# 【参考資料】 評価基準8 魅力増進施設

## ■ミラノ国際博覧会の日本館

### <ミラノ国際博覧会の概要>

- ・テーマ 「地球に食料を、生命にエネルギーを」(Feeding the Planet, Energy for Life)
- ・開催地 イタリア共和国ミラノ市郊外
- ・会期 2015年5月1日～2015年10月31日
- ・会場面積 110ha
- ・入場者数 2150万人
- ・参加国等 145ヶ国、3国際機関

### <日本館の概要>

- ・テーマ 「Harmonious Diversity ー共存する多様性ー」
- ・入場者数 228万人
- ・敷地面積 4,170平方メートル(万博参加国中最大規模)
- ・延床面積 4,390平方メートル
- ・受賞 「展示デザイン」部門で金賞を受賞した

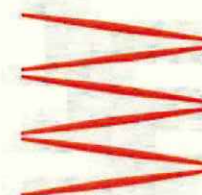
### <日本館の構成概要>

種類	内容
建築	<b>多様性のうつわ</b> 日本古来からの知恵と技を現代の日本の最先端技術を用いて応用し、伝統と革新が共存する木材等を活用した日本館を建築
展示	<b>食生活と農業生産の多様性</b> 自然と共生する「農林水産業」をベースに、深遠な知恵と技が凝縮された日本の「食」と「食文化」が、持続可能な未来社会を切り拓くことをアピール
レストラン	<b>理解を共感に変える、日本の食の体験</b> 展示の理解を共感に変えるため、だし等の日本の優れた食を体験できる場として展開。(高級日本食レストランとフードコートを設置)
催事	<b>多くの方々が参加・発信できる行催事の展開</b> 日本食や食文化の多様性を世界へアピールするため、全国の地方自治体や団体の参画を公募した結果、35自治体、20団体、3官公庁が出展



MILANO  
NUTRIRE IL PIANETA  
ENERGIA PER LA VITA

【ミラノ国際博覧会のマーク】  
(出典)農林水産省 資料



祝い箸をモチーフにし、  
EXPOの「E」の形を作っている。

JAPAN  
EXPO 2015 MILANO

【万博日本館のマーク】

(出典)農林水産省作成資料「ミラノ国際博覧会について」



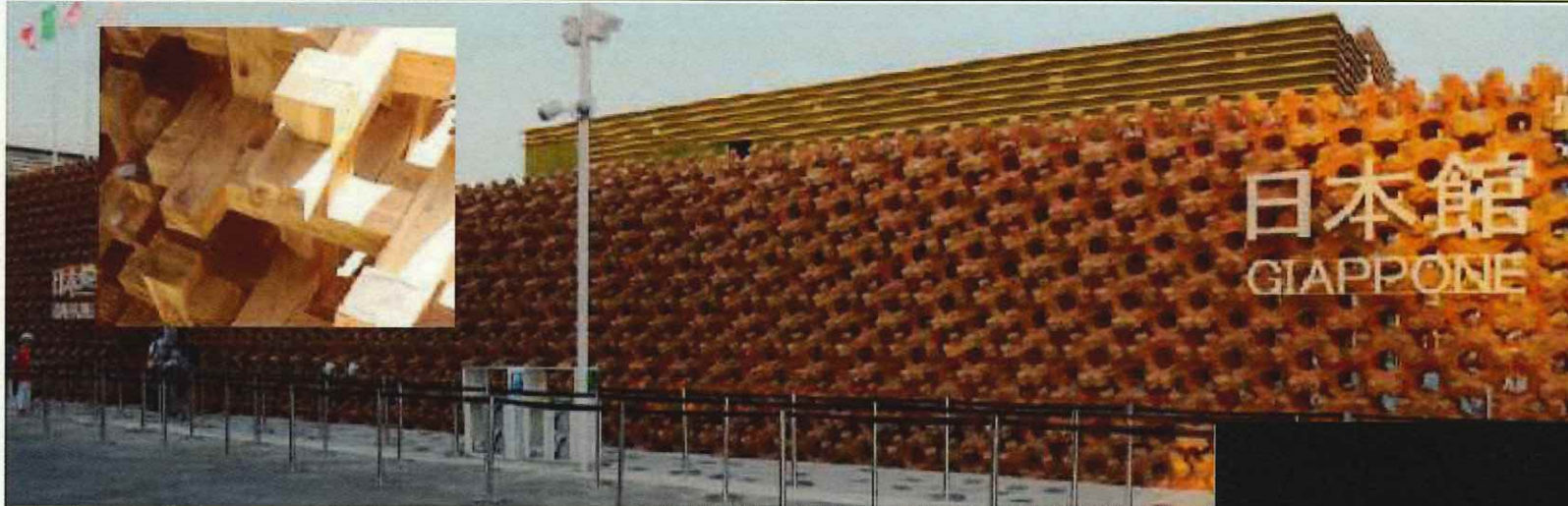
(出典)農林水産省作成資料「ミラノ国際博覧会について」

## 【参考資料】 評価基準8 魅力増進施設

### ■ミラノ国際博覧会の日本館

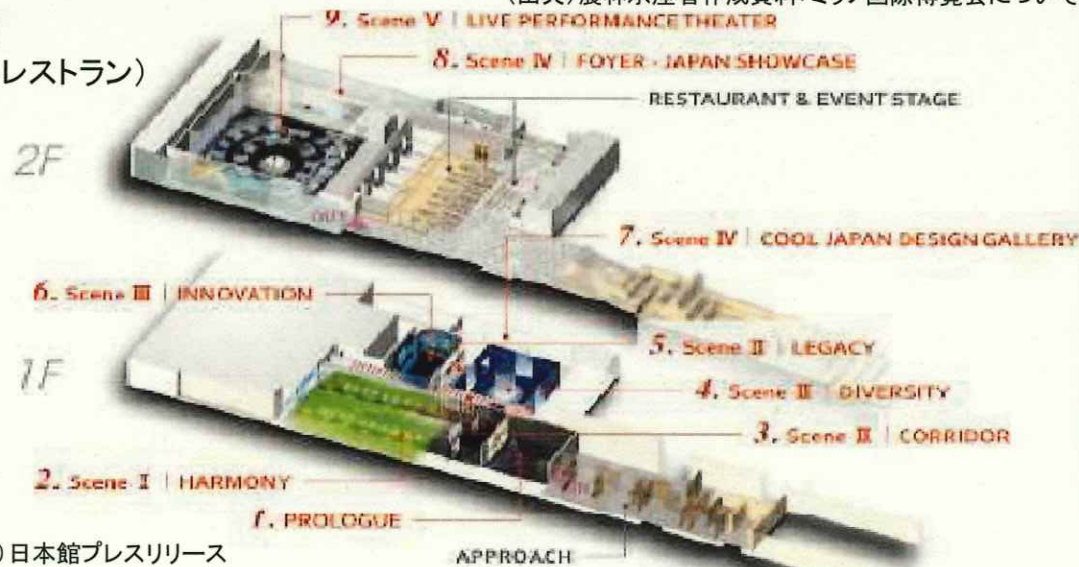
#### <日本館の建築概要>

- 日本館の外壁には、持続可能性を体現する建築素材として、日本の伝統的木造建築物と最先端の構造解析技術の融合である「立体木格子」を採用
- 木同士を組み合わせることで生まれる「めり込み作用」により、釘をほとんど使わずに耐震性に優れた構造体を実現
- 材料として、東日本大震災の被災地である岩手県産のカラマツ集成材470m<sup>3</sup>を使用
- 建築プロデューサーを務めたのは建築家の北川原温氏



(出典)農林水産省作成資料「ミラノ国際博覧会について」

#### 館内地図 (展示室・レストラン)



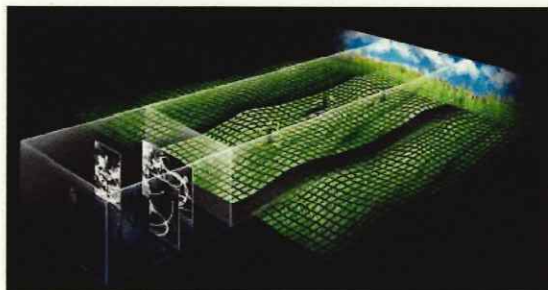
(出典)日本館プレスリリース

## 【参考資料】 評価基準8 魅力増進施設

### ■ミラノ国際博覧会の日本館<日本館の展示概要>

- 5つのシーン構成からなり、それぞれ一流の日本人クリエイターが演出を担当
- テーマは、「“Harmonious Diversity”を巡る旅」で、日本の農や食、食文化の多様性を表現
- 五感に訴える演出やインタラクティブな体験、ライブ・パフォーマンスショーを準備
- あらかじめスマートフォンにアプリをインストールしてもらい、展示ゾーンと連動させて楽しむことができる
- アプリをダウンロードすることで、多言語に対応したナレーションを聞くことができる

Scene1 HARMONY



(出典)日本貿易振興機構(ジェトロ)

日本の田園風景をチームラボによる最新のプロジェクション・マッピング技術により演出。

Scene2 DIVERSITY



(出典)日本貿易振興機構(ジェトロ)

チームラボにより手掛けられた「ダイバーシティの滝」。流れてくるコンテンツをアプリで読み込むことができる。

Scene2 LEGACY



(出典)日本貿易振興機構(ジェトロ)

日本食が食品サンプルになって展示されている。

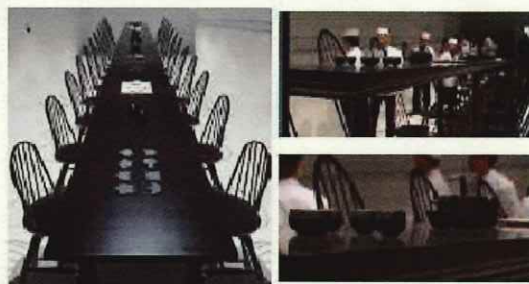
Scene3 INNOVATION



(出典)農林水産省作成資料「ミラノ国際博覧会について」

日本の最先端技術や国際貢献の取り組みを紹介。京都造形芸術大学教授の竹村真一氏とロボットの清水亮司氏が担当。

Scene4 COOL JAPAN DESIGN GALLERY



(出典)農林水産省作成資料「ミラノ国際博覧会について」

新進気鋭のアーティストの感性を匠のワザにより表現した和食器のほか、マンガ・アニメーション、ファッションなども紹介。米Newsweek誌「世界が尊敬する日本人100人」に選出された日本のトップデザイナー、nendoの佐藤ナオキ氏がトータルにデザインプロデュースを担当。

Scene5 LIVE PERFORMANCE THEATER



(出典)農林水産省作成資料「ミラノ国際博覧会について」

来館者はダイニングテーブル風の客席に着席して顧客参加型のショーを鑑賞する。ライゾマティクスの齋藤精一氏が担当。

## 【参考資料】 評価基準8 魅力増進施設

### ■ミラノ国際博覧会の日本館 <日本館のレストラン概要>

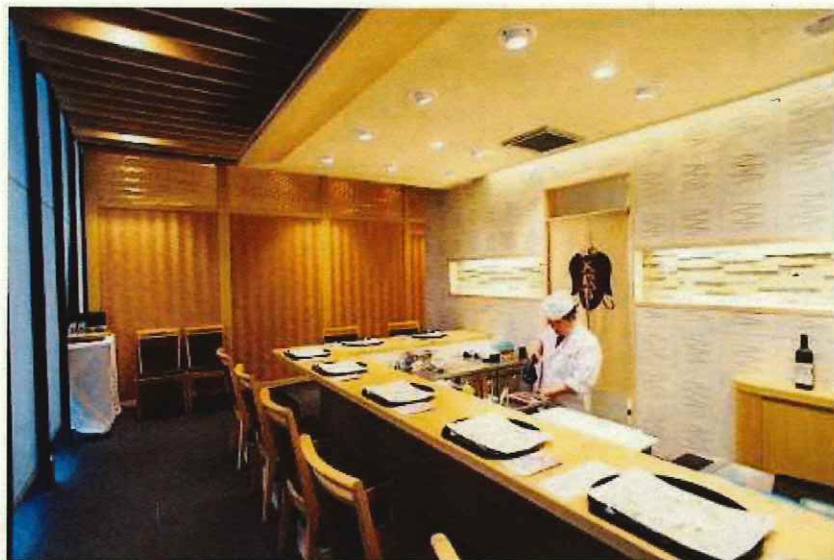
○展示で紹介した日本食文化を実際に体験してもらうため、「理解を共感に変える、日本の食の体験」をテーマに、一般社団法人日本フードサービス協会(JF)がレストラン事業を実施。

○日本の食材に触れていただくため、米・和牛・かつお節など主要な食材については日本産のものを活用。

場所	レストランゾーン全体約470平方メートル(建坪全体の20%以下の規則により)	会社と屋号	主なメニュー	主な使用食材
出展形態	日本食レストラン(美濃吉)→1店、フードコート内→4店 合計5店 客席160席	(株)美濃吉 「美濃吉」	懐石料理 昼夜ともコース料理 飲み物 国酒、ワイン、ビール	和牛、お米、マグロ、ブリ、お茶、ビール
営業時間	11:30~22:30	(株)柿安本店 「柿安」	和牛を使ったすき焼きとステーキの御膳 飲み物 ワイン、国酒、ビール	和牛、お米、ビール
参加企業	株式会社美濃吉、株式会社柿安本店、株式会社人形町今半、株式会社モスフードサービス、株式会社京樽、株式会社サガミチェーン、株式会社壺番屋	(株)人形町今半 「人形町今半」	和牛を使ったすき焼きとステーキのお重 飲み物 国酒、ビール	和牛、お米、ビール
		(株)モスフードサービス 「モスバーガー」	数種類のライスバーガーを中心にメニュー 飲み物 抹茶ドリンク	お米、小麦粉、和牛、抹茶
		(株)京樽 「京樽」	茶巾寿司や江戸前寿司を中心にお持ち帰り可能な詰め合わせ	マグロ、ブリ、鯛、お米、お茶
		(株)サガミチェーン 「サガミ」	天ぷらそばや天井を中心にメニュー 飲み物 ビール	そば粉、小麦粉、お米、マグロ、ビール
		(株)壺番屋 「カレーハウスCoCo壺番屋」	野菜カレーをベースとしてメニューを展開 国産豚肉を使ったとんかつ	カレー、お米、国産豚肉

## 【参考資料】 評価基準8 魅力増進施設

### ■ミラノ国際博覧会の日本館 <日本館のレストラン概要>



(出典)株式会社ヒューズ・エンタープライズ HP

#### ◀ 日本食レストラン(美濃吉)

昼は80ユーロ(約10,000円)のコースを提供

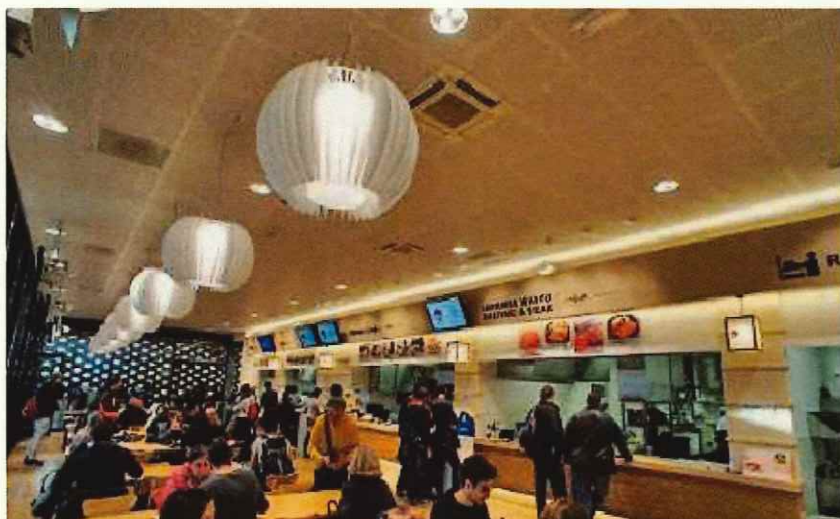
夜は110ユーロ(約14,000円)、160ユーロ(約20,000円)、220ユーロ(約28,000円)の3コース提供



(出典)株式会社ヒューズ・エンタープライズ HP



(出典)株式会社ヒューズ・エンタープライズ HP



(出典)株式会社ヒューズ・エンタープライズ HP

#### ◀ フードコート

だいたい20ユーロ(約2,500円)前後



#### ▲ 今半

(出典)日本館プレスリリース



#### ▲ 京樽

(出典)株式会社 京樽作成資料

「ミラノ国際博覧会 日本館出店について」

## 【参考資料】 評価基準8 魅力増進施設

### ■ミラノ国際博覧会の日本館 <日本館の催事概要>

- 万博出展にあたり、「地域の振興」や「インバウンドの増大」が重要であることから、食による「地域おこし」に取り組んでいる地方自治体関係者や様々な食に関する取組を行っている団体等が自分たちの活動をアピールできる場としてイベント広場を設置
- 自治体35組、団体20組、官公庁3組の計58組がイベントに参加
- イベント広場における催事は、万博開催中常に開催
- イベント広場での催事以外にも、「ジャパンデー」や「ジャパンサローネ」としてもイベントを開催

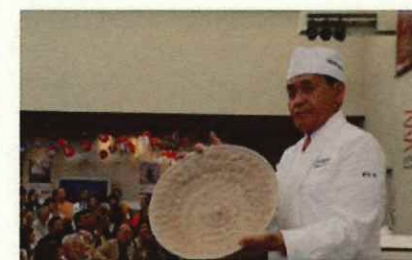
#### イベント広場参加自治体・団体と主な展示内容(抜粋)

参加期間	参加自治体、団体、官公庁	主な内容
7/1~4	三重県	食のおもてなし、三重ブランド(松阪牛等)のPR
7/5~7	和歌山県	和歌山県産品の試飲・試食
7/9~15	JAグループ	農業生産の多様性・食生活の多様性の展示
7/16~19	兵庫県	兵庫食材(神戸牛等)のPR
7/20~23	小浜市(福井県)	和食文化伝承教室、箸作り体験
7/24~27	2015年ミラノ国際博覧会・東北出展委員会(岩手県/宮城県/石巻市/(一社)東北経済連合会)	郷土料理教室、料理対決(東北産の水産物)
7/28~31	JTAAジャパンテーブルアーティスト協会	お雑煮・おせち料理についての展示

#### イベント広場の様子



茶の湯の紹介(裏千家)



ふぐ刺しの実演・試食イベント(山口県)



京都の伝統と革新を紹介(京都)



いしなばな実演(全国花き輸出拡大協議会/一般財団法人池坊華道会)



復興状況や食の安全を伝えるイベント(福島県)



餅つきパフォーマンス(JAグループ)

(出典)農林水産省作成資料「ミラノ国際博覧会について」

## 【参考資料】 評価基準8 魅力増進施設

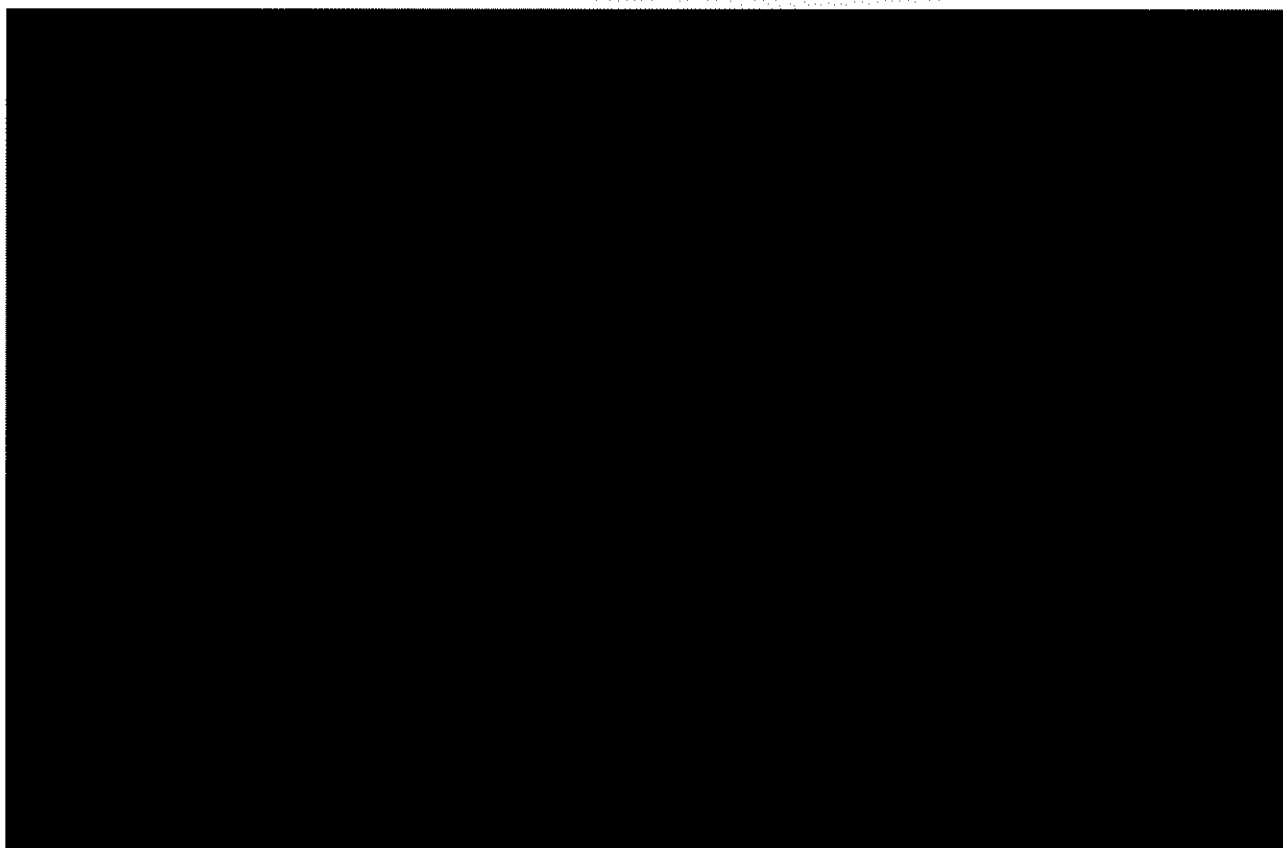
### ■魅力増進施設の種類、機能、規模、外観及び内装の特徴、設置及び運営の方針

項目	大阪				
魅力増進施設の種類、機能、規模	<p>1. 魅力増進施設の整備計画            コンテンツの種類・特性に合わせた5つの魅力増進施設を設置するとともに、これらの施設にとどまらず、大阪IR内の他施設や敷地全体を活用して、地域とともに「日本の魅力の創造・発信」に取り組む計画とする。また、コンシェルジュ機能を活用したチケット手配や、大阪・関西各地へつながらる交通機能等を有する送客施設を効果的に活用することで、来訪者の広域観光を促進する。</p>				
	<p>2. 魅力増進施設の種類、機能、規模</p>				
	施設名称	種類	機能	規模	
				延床面積 (計画値)	延床面積 (暫定計画値)
	ガーデンシアター	劇場	参加体験機能、イベント・プロモーション機能 主な設備：舞台・音響・照明等の演出用設備	約910～1,400㎡	1,018㎡
	三道体験スタジオ	その他の施設 (伝統文化等の展示場)	参加体験機能、イベント・プロモーション機能 主な設備：音響・照明・映像等の演出用設備	約460～680㎡	520㎡
	ジャパン・フードパビリオン	レストラン (飲食施設)	飲食機能、参加体験機能、イベント・プロモーション機能 主な設備：厨房設備	約7,300～9,100㎡	8,220㎡
関西ジャパンハウス	その他の施設 (工芸体験・物販施設)	リテール・カフェ機能、ワークショップ機能、情報発信機能 主な設備：工芸品制作用の工作機器	約450～660㎡	505㎡	
関西アート&カルチャーミュージアム	美術館	ギャラリー機能、物販機能 主な設備：吊り物等の展示用設備	約790～1,200㎡	887㎡	

## ガーデンシアター

種類	概要	機能	規模 延床面積 (暫定計画値)
劇場	日本の伝統文化からポップカルチャーにいたるまで、時代を問わない日本の魅力を発信する舞台芸術を提供する。	参加体験機能、イベント・プロモーション機能 主な設備：舞台・音響・照明等の演出用設備	1,018m <sup>2</sup>

### 内観

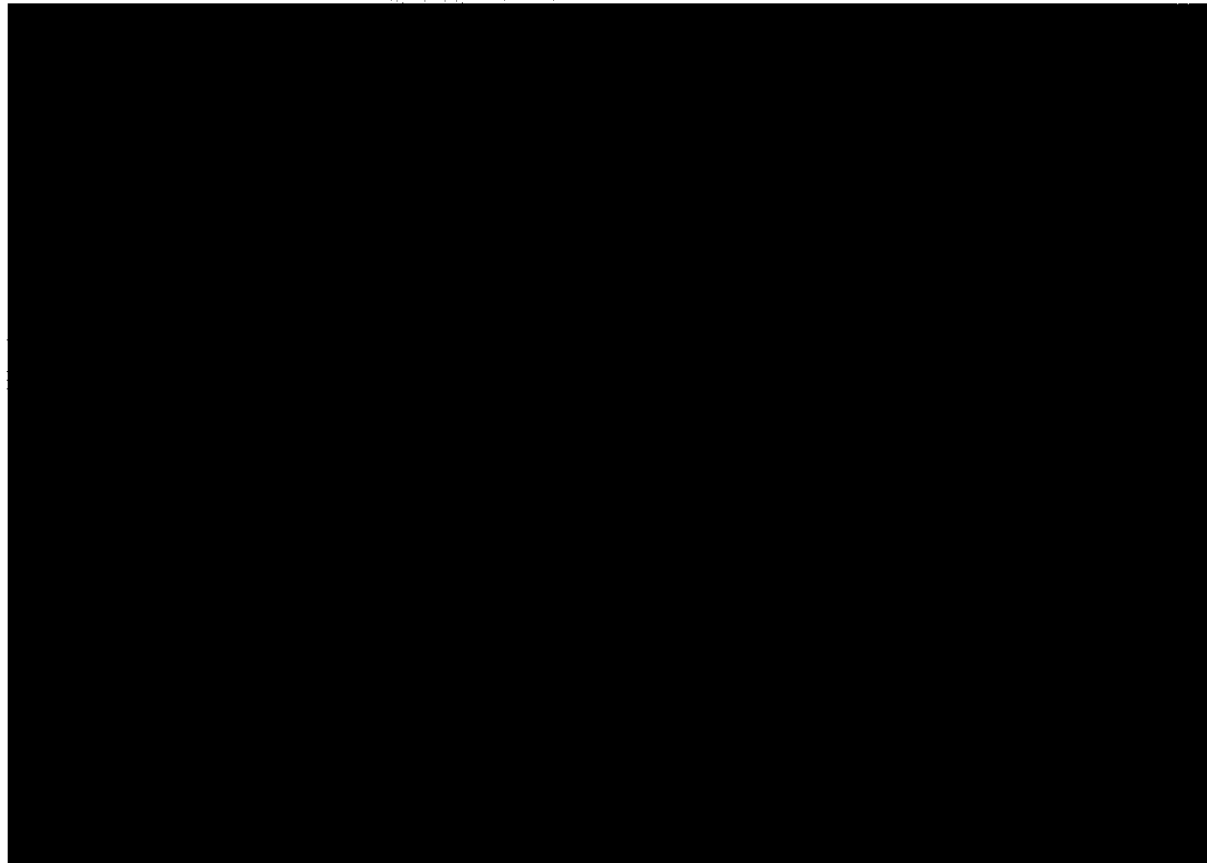




### 三道体験スタジオ

種類	概要	機能	規模 延床面積 (暫定計画値)
その他の施設 (伝統文化等の 展示場)	日本の伝統的な芸道を、先進的なテクノロジー等を用いた演出によって五感を通じた体験として提供する。	参加体験機能、イベント・プロモーション機能 主な設備：音響・照明・映像等の演出用設備	520m <sup>2</sup>

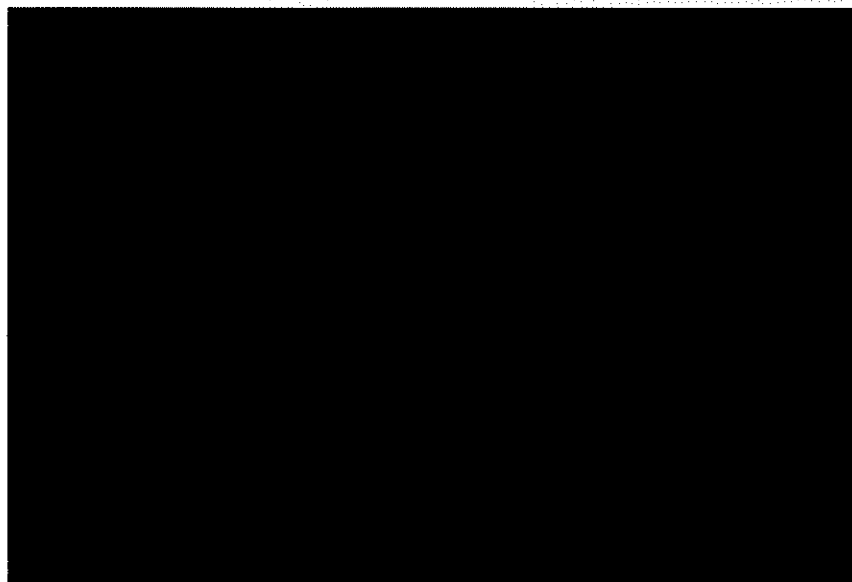
#### 内観



## ジャパン・フードパビリオン

種類	概要	機能	規模 延床面積 (暫定計画値)
レストラン (飲食施設)	フードホールから高級店にいたるまでの多様な飲食施設を配置し、大阪・関西の幅広く奥深い食文化の魅力を伝える。	飲食機能、参加体験機能、イベント・プロモーション機能 主な設備: 厨房設備	8,220m <sup>2</sup>

### 外観



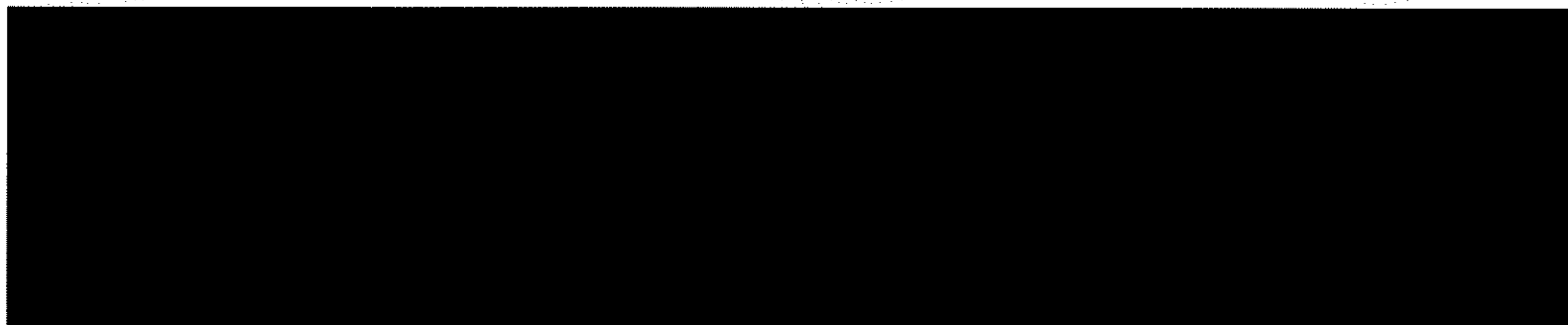
### 内観



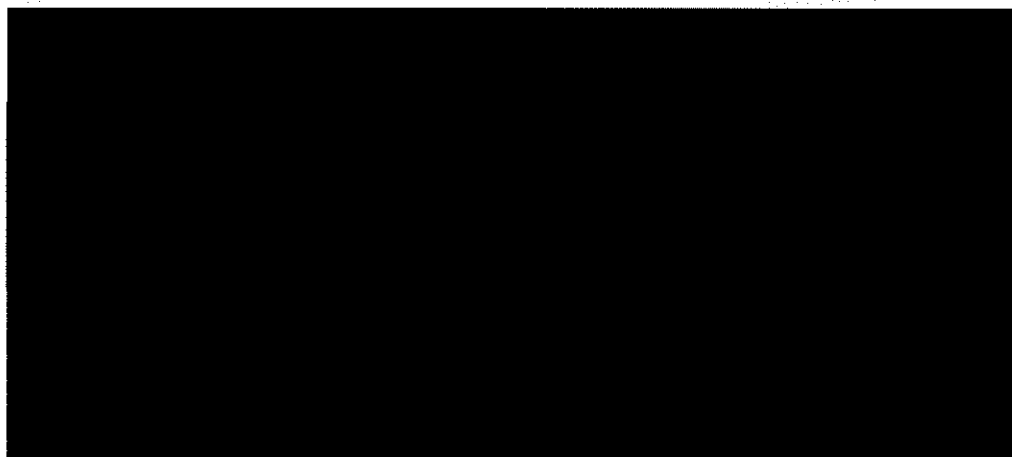
## 関西ジャパンハウス

種類	概要	機能	規模 延床面積 (暫定計画値)
その他の施設 (工芸体験・物販 施設)	工芸品の販売にとどまらず、制作過程 見学等の工芸文化の魅力に触れる機 会を提供する。	リテール・カフェ機能、ワークショップ機能、 情報発信機能 主な設備:工芸品制作用の工作機器	505m <sup>2</sup>

### 外観



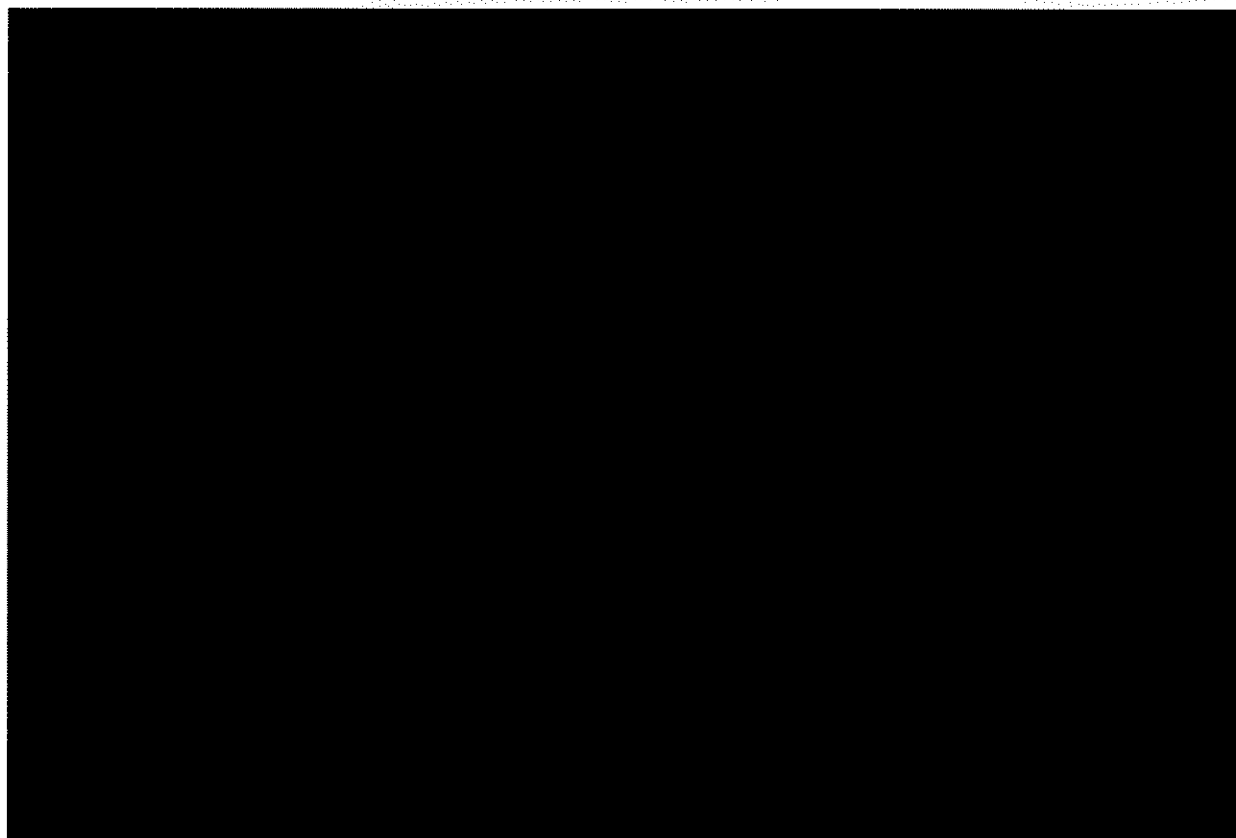
### 内観



## 関西アート&カルチャーミュージアム

種類	概要	機能	規模 延床面積 (暫定計画値)
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、文化体験の機会を提供する。	ギャラリー機能、物販機能 主な設備: 吊り物等の展示用設備	887m <sup>2</sup>

### 内観



※内観イメージ（類似施設の写真）

## コンテンツ

	コンテンツ内容	ターゲットとする客層	訴求力の高さに関する客観的説明	動線(来訪者動線、搬出入動線、サービス動線)
ガーデンシアター	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本の伝統文化から現代的なポップカルチャーにいたるまで、時代を問わない日本の魅力を発信する。</li> <li>テクノロジーを駆使した現代的かつ芸術的な表現手法を組み入れた、これまでにない革新的な舞台芸術作品の創出をめざす。</li> <li>伝統芸能を身近に体験できるプログラムや、伝統的な太鼓芸能集団と世界的に人気を博すパフォーマンス集団によるコラボレーション・ショー等の公演を企画する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本の伝統、文化及び芸術に興味・関心がある海外からの来訪者をメインターゲットとする。また、国内外を問わず、芸術祭やオペラ、クラシック等を好む本物志向の観客層からファミリー層、地域住民まで、あらゆる人々を惹きつける。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>『訪日外国人の消費動向 2019年 年次報告書』(国土交通省観光庁)によると、「次回したいこと」として25.8%が「日本の歴史・伝統文化体験」を挙げており、関心が高いことが分かる。本施設が提供するコンテンツは、歴史や伝統に裏打ちされた幅広い文化・芸術のコンテンツを体験しやすい形で提供することを通じて、こうしたニーズに応えることが期待できる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>視認性が高くアクセス性に優れた来訪者動線とする。</li> <li>搬出入動線・サービス動線を来訪者動線と分離する等、観客と運営関係者の動線ができるだけ交錯しないよう配慮する。</li> </ul>
三道体験スタジオ	<ul style="list-style-type: none"> <li>華道・茶道・香道等の日本の伝統的な芸道を、先進的なテクノロジー等を用いた演出によって、五感を通じた体験として提供する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本文化に興味を持つ訪日外国人旅行者をメインターゲット、国内のファミリー層や若い世代の来訪者をサブターゲットとする。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>『訪日外国人の消費動向 2019年 年次報告書』(国土交通省観光庁)の「今回したこと」において、「日本の歴史・伝統文化体験」は、23.3%(2014年)から28.7%(2019年)へ増加しており、本施設は日本の代表的な伝統文化である芸道を気軽に体験できる機会を提供することで、こうしたニーズに応えることが期待できる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>宿泊施設内に設置し、送客施設やIR敷地の中心に配置するオープンスペースからの良好なアクセスを確保することで、多くの人々を呼び込む来訪者動線とする。</li> <li>搬出入動線及びサービス動線は、バックヤードからの適切な経路を確保する。</li> </ul>

## コンテンツ

	コンテンツ内容	ターゲットとする客層	訴求力の高さに関する客観的説明	動線(来訪者動線、搬出入動線、サービス動線)
<p>ジャパン・フード・パビリオン</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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いたるまでの多様な飲食施設を配置する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>訪日外国人旅行者、ファミリー、富裕層を含む大阪IRの全ての来訪者をターゲットとする。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>『訪日外国人の消費動向 2019年 年次報告書』(国土交通省観光庁)の「外国人の訪日時に期待すること」として「日本食を食べること」が69.7%(複数回答)と最も高い結果となっており、訪日外国人旅行者を含め多くの集客を期待できる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>主要宿泊施設の下層かつ「結びの庭」に面した場所に位置し、IR施設各所からの来訪がスムーズな来訪者動線とする。</li> <li>搬出入動線は、施設の下層階に設置されるサービスヤードからとする。</li> <li>サービス動線は、各店舗区画内キッチンのほか、施設の下層階に設置する専用のキッチンからとする。</li> </ul>
<p>関西ジャパンハウス</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>来訪者が工芸文化に触れることができる空間で、大阪・関西にゆかりが深い商品を取り扱う。</li> <li>工芸職人が実際の仕事場として活用し、工芸品そのものだけでなく、制作技術や歴史を発信する工房スペースを設置する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>アジアや欧米の富裕層をはじめとした、旅先ならではの体験を求めるVIPを含む訪日外国人旅行者をターゲットとする。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>過去の工芸関連のイベントでは10日間で5万人以上が来場する等、日本の工芸文化への関心は高く、本施設では工芸品の制作過程見学や制作体験プログラム等の幅広い体験機会を提供することで、工芸文化への関心を持つ人のニーズに応えることが期待できる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>送客施設に併設し、多くの来訪者が最初に訪れる来訪者動線とする。</li> <li>搬出入動線は、宿泊施設に設置されるサービスヤードからとする。</li> <li>サービス動線は、送客施設のバックヤードからとする。</li> </ul>

## コンテンツ

	コンテンツ内容	ターゲットとする客層	訴求力の高さに関する客観的説明	動線(来訪者動線、搬出入動線、サービス動線)
関西アート&カルチャーミュージアム	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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う。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・文化・芸術に関心の高い人々のみでなく、ファミリー層等の国内外の幅広い来訪者をターゲットとする。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・『訪日外国人の消費動向 2019年 年次報告書』(国土交通省観光庁)によると、「博物館・美術館等へ来訪した人」の割合は、2014年の16.3%から2019年には29.3%まで増加している。また、2018年にMGMがラスベガスで開催した草間彌生の展示会では約10万8千人を動員するなど、外国人の日本の文化・芸術への注目度は高く、本施設は幅広い分野の日本の文化・芸術体験の機会の提供により、こうしたニーズに応えることが期待できる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「結びの庭」へとつながる位置にメインエントランスを設け、敷地内の様々な屋外空間にもアート作品を設置することで回遊性を生み出す来訪者動線とする。</li> <li>・搬出入動線、サービス動線を来訪者動線と分離する等、来館者や歩行者と運営関係者の動線が交錯しないよう配慮する。</li> </ul>

## 発信方法

	発信方法	リピート促進のための取組み	魅力の幅広い・より深い発信
ガーデンシアター	<ul style="list-style-type: none"> <li>幅広い分野のアーティストやクリエイターとのコラボレーションによって、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没入感の高いショー、体験型のイベント等、誰もが楽しむことができる多彩なプログラムを提供する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本の伝統的及び現代的な要素を取り入れた新しいコンテンツの創造に継続的に取り組み、その時々ニーズやトレンドに合わせた最適なコンテンツを提供する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本の伝統芸能を身近に楽しむことができる体験等を盛り込んだプログラムによって、伝統の魅力を国内外の人々に分かりやすく発信する。</li> </ul>
三道体験スタジオ	<ul style="list-style-type: none"> <li>通常期には、施設内の様々な演出を順路に沿って展開する。特別企画として、各芸道の専門家等と連携し、ライブ・パフォーマンスや参加型のイベント開催を検討する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>季節の移り変わりに合わせて演出内容の更新を行い、プログラムや体験を変化させる。再訪時には前回とは異なる体験ができるよう工夫を行う。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>伝統的な芸道を、高精細な映像技術や立体音響技術等を用いて誰もが楽しめるコンテンツへと昇華させることで、訪日外国人旅行者に加え、普段こうした文化に触れる機会の少ない国内居住者にもその魅力を発信する。</li> </ul>
ジャパン・フードパビリオン	<ul style="list-style-type: none"> <li>国内外の有名シェフ、「食」に関わる団体と連携しプロモーションを実施する。</li> <li>食べ比べやオリジナルの食器づくり等の多様な食文化体験プログラムを提供する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>地元のシェフやレストラン、企業と連携した大小様々なイベントの実施及び次世代の料理人の発掘・継続的な育成による新たなコンテンツの創造を通して、「食」における新たな体験価値を地域とともに継続的に創出する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>レストランや食事そのものに限らず、「大阪産(もん)」をはじめとした食材や調理方法、調理器具等にいたるまで、様々な「食」の魅力を体験できるフードツーリズムを推進し、奥深い大阪・関西の食文化への理解を促進する。</li> </ul>



## 発信方法

	発信方法	リピート促進のための取組み	魅力の幅広い・より深い発信
関西ジャパンハウス	<ul style="list-style-type: none"> <li>・工芸品の販売だけにとどまらず、工芸品の制作過程見学及び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する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・定期的に工房に滞在する職人の入替えを行う。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・各地の工芸職人とのネットワークを活用した、工芸の本場を巡るクラフトツーリズムを推進し、日本のものづくりの文化の奥深い魅力を発信する。</li> </ul>
関西アート&カルチャーミュージアム	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・企画展の開催に加えて、ワークショップ等の参加型のプログラム等、多彩な体験でリピーターの来館を促す。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・展示作品の芸術的・文化的背景の解説における多言語対応や、先進技術を活用し、国籍や世代を超えてその魅力を体験することができるノンバーバルな演出を加えた作品の展示を検討する。</li> </ul>

## 体制及びノウハウ

IR事業者が全体のコンテンツを統合管理しつつ直接運営するものと、専門的な知識やノウハウを有するパートナーに運営を委託するもの  
の両方を想定している。IR事業者に、魅力増進、MICE、飲食、物販等の中核機能ごとに、運営を担当する部署を設置するとともに、各部署  
の中にも魅力増進施設担当を設置する。魅力増進施設の運営を担当する部署と連携し、スムーズかつ効率的な運営を行う。

	運営体制、参画企業と実績	従業員の確保・育成	提供コンテンツの調達方法、役割分担、実績
ガーデンシアター	<ul style="list-style-type: none"> <li>IR事業者による直接運営を想定している。魅力増進施設担当を中心として、世界が注目するアーティスト集団や伝統的な太鼓芸能集団等とともに、魅力的なコンテンツの創出・公演を行う。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>大学や職業訓練プログラム、人材エージェント等と連携し、IR事業者で雇用する。</li> <li>米国やマカオで複数のシアター運営実績を有するMGMのノウハウを活用し、開業準備期間を通して、施設運営に携わるメンバーにこれらの知見の定着を図る。開業後には、実際の運営を通じて日本の魅力の増進及び発信に精通した人材を長期的に育成することで、持続的な運営体制を構築する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>魅力増進施設担当を中心に年間カレンダーを計画し、伝統芸能をはじめとした舞台芸術における専門的な知見及び実績のある複数のパートナーとの連携により、コンテンツ制作や公演誘致を行う。</li> </ul>
三道体験スタジオ	<ul style="list-style-type: none"> <li>IR事業者による直接運営、または類似イベントにおいて累計100万人以上の動員数を誇り、豊富なイベント開催実績を有する企業等への運営委託或いはリースを実施する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>IR事業者で雇用する従業員を、適性に応じて配置する。</li> <li>IR事業者内に運営担当者を配置し、国内外で類似の施設及びイベントの運営実績を有する企業等の協力のもと、開業準備期間における研修を通してIR事業者内にこれらの知見の定着を図る。また実際の運営を通じて、イベントを含むコンテンツの企画・運営における専門性の高い人材を長期的に育成する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>各芸道の専門家から助言を受けつつ、類似イベントにおいて累計100万人以上の動員数を誇り、豊富なイベント開催実績を有する協力企業等とともにコンテンツの企画・制作に取り組む。</li> </ul>

## 体制及びノウハウ

	運営体制、参画企業と実績	従業員の確保・育成	提供コンテンツの調達方法、役割分担、実績
ジャパン・フードパ ビリオン	<ul style="list-style-type: none"> <li>IR事業者が直接運営することを想定している。一部区画においては、地元のシェフやレストランとの連携、国内における飲食施設運営実績と衛生基準等の品質管理ノウハウを有する企業等へのリースや運営委託を導入する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>熟練度を要する調理工程には、国内外より高度技術を有した人材を確保する。同時に、セントラルキッチン方式を採用し調理工程を効率化することで、熟練度に関係なく幅広い人材を確保する。熟練度が高い人材によるOJT※を通じて、熟練度の浅い人材の育成を推進する。</li> <li>また、調理師学校や地域の複数の専門学校・大学と連携し、長期的な観点で、人材発掘と育成に取り組む。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>有名シェフや、「食」に関わる大阪・関西の企業・団体と連携した様々な企画を創出する。</li> </ul>
関西ジャパンハウ ス	<ul style="list-style-type: none"> <li>IR事業者が全体の運営方針を決定し、IRの他の施設と一体的に運営する。一部実務に関しては、必要に応じて、富裕層向けビジネスや工芸・アートビジネス・コンテンツビジネス等に専門的知見を有する企業に委託する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>施設内の工房で働く職人に関しては、全国各地の工房から誘致し、施設のマネジメントを行う人材については、芸術性や実用性に優れる工芸品を見極め、その魅力を発信できる人材を外部から確保する。また、工芸に関心のある若い人材を採用し、施設内でのOJTや各地の工房での現場体験を通じて長期的に育成する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>協力企業がこれまでに築き上げてきた職人との関係性をもとに全国の職人のネットワーク化を図り、職人を工房に誘致する体制を整備する。</li> </ul>

※OJT: On-The-Job Trainingの略称であり、職務現場においての業務を通して行う教育訓練のことを指す。

## 体制及びノウハウ

	運営体制、参画企業と実績	従業員の確保・育成	提供コンテンツの調達方法、役割分担、実績
<p>関西アート&amp;カルチャーミュージアム</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>IR事業者による直接運営を想定している。展示会の企画や作品収集等を行う学芸員をはじめ、年間スケジュールの管理及び決定を行う管理職等を配置する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>IR事業者による雇用を想定している。大学や職業訓練プログラム、人材エージェント等と連携し、人材発掘に取り組む。</li> <li>ラスベガスでアートギャラリーを運営するMGMのアート&amp;カルチャー部門が有するネットワーク等を活用し、学芸員及び日本の芸術・文化に造詣が深い人材を国内外から確保する。</li> <li>MGMが施設運営の経験に基づいて作成したガイドラインをIR事業者に提供し、美術品の取扱い等に関する専門的な研修を通じて長期的な人材育成を行う。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>国内外のアーティスト及び文化機関等と連携し、本施設の学芸員を中心として提供コンテンツの企画検討を行う。</li> </ul>

## 評価基準24: 過去のコメント

### 個別審査

評価基準	評価コメント
②④カジノ事業の収益の活用	<ul style="list-style-type: none"> <li>• カジノ事業の収益の活用方針について、「長期的・継続的にIR事業内容の向上とIR区域の魅力向上に取り組むため、大阪IR全体及び各IR施設の機能及び魅力の維持・向上に必要となる投資を適切に行う。」とされており、カジノ事業収益の公益還元について、一過性の取組とせず、長期的・継続的に取り組む姿勢がうかがえる。</li> <li>• カジノ事業の収益の活用について、開業3年目では年間150億円程度とされており、IR事業の事業内容の向上として、魅力増進施設における定期的なコンテンツ入替え、宿泊施設において季節ごとにテーマを変えた展示物やイベント等を実施するなど、魅力向上に向けた継続的な取組が検討されている。また、災害時等緊急時において、大阪IR区域外の避難者に対しても安全に避難できる場所を提供する経費にカジノ事業の収益を充てる計画となっており、IR来訪者以外の者への配慮が見受けられる。</li> </ul>

評価基準	評価コメント
②④カジノ事業の収益の活用	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 大阪IR開業後のカジノ収益の活用の金額は、開業3年目においては、カジノ事業の収益から租税、納付金及び元利支払いを除いた金額の約10%に相当する年間150億円程度を想定しており、その用途は、施設の整備費や維持管理費に留まらず、開業後にIR施設で提供するコンテンツの更新等や、ギャンブル等依存症対策等に充てられる計画となっていることから、カジノ収益の公益還元の観点から前向きに検討されていることがうかがえる。</li> <li>• 中長期的に、カジノ事業とそれ以外の事業に関しどのような投資計画か、またカジノ事業の収益をどのように公益還元する方針か、考え方を確認したい。その際、施設開業後、一定期間が経過し、維持管理費の金額が増えてきた場合においても、カジノ事業の収益の活用内容として、長期的に世界中の観光客を引き付けることのできる取組が可能であるか、確認したい。</li> </ul>

## 評価基準24:過去のコメント

---

- 全体に事業の成立安定性と収益の活用についてのバランスが取れていると考える。
- 収益等の活用先については十分な説明があり、理解できるが、カジノ事業その他事業の収益の詳細とその事業先への配分についての記述がほとんど見られない(収益については評価基準21の箇所に記述はあるが、本評価基準においては支出先についての収益の配分方法についてバランスのとれた記載が欲しい)。
- カジノ事業を中心とする事業構造を長期的にも維持する計画を前提として、維持更新投資は適切に計画されているものの、公益還元(非カジノ事業)のための投資水準は、カジノ事業の高い収益性に照らして見れば高いとは言い難く、非カジノ事業の長期的な成長は見劣りする。

⑭カジノ事業の収益の活用

項目	記載内容
評価コメント	<p>中長期的に、カジノ事業とそれ以外の事業に関しどのような投資計画か、またカジノ事業の収益をどのように公益還元する方針か、考え方を確認したい。その際、施設開業後、一定期間が経過し、維持管理費の金額が増えてきた場合においても、カジノ事業の収益の活用内容として、長期的に世界中の観光客を引き付けることのできる取組が可能であるか、確認したい。</p>
回答 (1/2)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 大阪府・市及びIR事業者は、事業期間35年間に於いて大阪IRが長期的にめざす姿として、2022年2月に「大阪IR長期構想」をとりまとめ、IR事業者は、カジノ事業の収益等の活用により、開業後も長期的・継続的にIR事業内容の向上とIR区域の魅力向上に取り組み、大阪IRの持続的な成長を図ることとしています。</li> <li>• 当該構想では、カジノ事業の収益等の活用による中長期の取組みとして、展示等施設の拡張整備、宿泊施設の拡張整備、IR区域の拡張整備等を想定しており、これらを含め、事業期間35年間に於けるカジノ事業の収益等の還元として約8,000億円程度を見込んでいます(但し、当初事業計画に基づく想定見込み額であり、実際金額は実際の事業状況に応じて変動します。)。※ 事業期間35年間に於いて大阪IRが長期的にめざす姿については、別紙「大阪IR長期構想(2022年2月16日大阪府、大阪市、大阪IR株式会社)」を参照ください。</li> <li>• カジノ事業とそれ以外の事業に関する投資計画について、開業後3年目までの計画は要求基準16及び評価基準24のとおりです。  <div style="background-color: black; width: 100%; height: 1em; margin-bottom: 5px;"></div>                     カジノ事業とそれ以外の事業共に十分な投資額を確保することを見込んでいます。</li> <li>• 公益還元の観点から実施する、カジノ事業の収益を活用したIR施設の整備その他IR事業の事業内容の向上や、都道府県等が行う認定区域整備計画に関する施策への協力へも、開業後3年目までの計画と同様の対応を、開業後4年目以降も想定しています。</li> <li>• また、施設開業後、一定期間が経過した場合であっても、施設の魅力を維持するために、開業からの期間に応じて維持管理及び設備投資(資本的支出)を適切に実施します。  <div style="background-color: black; width: 100%; height: 1em; margin-bottom: 5px;"></div></li> </ul>

※ 評価基準21のカジノ収益の活用と同様の回答

⑭カジノ事業の収益の活用

評価基準	評価コメント
回答(2/2)	<ul style="list-style-type: none"><li>• さらに、以下のような施策を絶えず展開していくことで、継続的な顧客獲得と既存顧客の維持を図ります。<ul style="list-style-type: none"><li>➤ [Redacted]</li><li>➤ [Redacted]</li><li>➤ [Redacted]</li><li>➤ [Redacted]</li><li>➤ [Redacted]</li><li>➤ [Redacted]</li><li>➤ [Redacted]</li></ul></li></ul>



## 評価基準24 カジノ事業の収益の活用

項目 (配点)	評価基準	具体的記載項目 (手引きより抜粋)	配点の 細分化	ベンチマーク
24. カジノ事業の収益の活用 (50点)	<p>カジノ事業の収益を十分活用するとともに、その他の収益も活用して、IRの開業後も長期的に世界中の観光客を引き付けることのできる魅力的な施設やコンテンツを継続的に創り出すなど、IR施設の整備その他IR事業の事業内容の向上や都道府県等が実施する施策への協力等を行うことが求められる。</p>	<p>①カジノ事業の収益等を活用したIR事業の事業内容の向上 ②都道府県等が実施する区域整備計画に関する施策への協力 ③収支計画および資金計画との整合性</p>	なし	<p>・IRを構成するカジノ以外の施設の事業に着目し、各提案に係る予算規模を考慮しつつ、カジノ収益の公益還元の観点から十分に配慮された計画と考えられる場合、「優れている」以上の高い評価を与える。</p> <p>・評価に当たっては、再投資に係る国内外の事例にも留意する。</p>

(参考)IRの基本方針における関連記述

1 意義

(略)。また、こうした日本型IRの意義が十分に発揮されるためには、国だけではなく、都道府県等をはじめとする地域の関係者及びIR事業者が日本型IRの意義を理解し、及び共有した上で、

(1)観光や地域経済の振興、財政の改善への貢献を図る観点から、長期間にわたって、安定的で継続的なIRの運営が確保されるとともに、IRとしての機能が適切に発揮されるよう、IR区域及びIR施設に係る安全や健康・衛生が確保されること、

(2)民間事業者の活力と創意工夫が活かされるとともに、カジノ事業の収益の適切な公益還元の観点から、カジノ事業の収益を活用したIR施設の整備その他IR事業の事業内容の向上や、都府県等が行う認定区域整備計画に関する施策への協力が図られること、

(3)(略)

(4)(略)

が極めて重要な前提条件である。

## 【参考資料】 評価基準24 カジノ事業の収益の活用

■(大阪)カジノ事業の  
収益を活用した取組

区域整備計画(p.157-  
161)を基に作成

項目		億円(※)
IR施設の整備等(資本的支出)		
①IR施設の整備	開業までに投資を予定する費用 (大阪市が行う鉄道整備等のインフラ整備費用の一部 としての202億5千万円を含む)	10828
②IR施設・設備等への再投資	開業後の修繕・更新費等	27
IR施設の維持管理(収益的支出)		
③IR施設の維持管理	開業後の修理・維持管理費等	65
IR施設において提供するコンテンツの更新・追加費用等(収益的支出)		
④コンテンツの更新・追加費用等	開業後にIR施設で提供するコンテンツの更新費等	44.6
カジノ施設の設置及び運営に伴う有害な影響の排除を適切に行うために必要な措置		
⑤依存症対策費等	IR事業者により実施する取組	11
都道府県等が実施する区域整備計画に関する施策への協力		
⑥都道府県等への支出	イベントの協賛、依存症対策等への協力	15

約150億円

(※)①は総数。②～⑥は、開業3年日期の予算。

(収支計画及び資金計画との整合性) ※区域整備計画、p.161

- ・開業までに投資するIR施設の整備費は約1兆828億円であり、開業後のカジノ事業の収益を還元しながら、投資を回収していくこととなる。
- ・開業までに投資するIR施設の整備費のほかに、開業後のカジノ事業の収益等の活用として、IR施設の修繕・改修・更新等、運営・維持管理、IR施設において提供するコンテンツの更新・追加、カジノ施設の設置及び運営に伴う有害な影響の排除のための措置等に還元する予定である。これら**開業後のカジノ収益の活用金額は**、開業3年日期において、カジノ事業からの収益から租税(納付金を含む)及び元利支払いを除いた金額の約10%に相当する**年間約150億円を想定**している。

(まとめ)

- ・ **開業後のカジノ収益による再投資額は、年間150億円。**
- ・ これは、 **カジノネット売上(年間4200億円)の3.5%を占める。**

GGR=カジノ粗収益(顧客の賭金総額から払戻金を除いた額)

カジノ売上(ネット売上)=GGRからコンプ(顧客をカジノに誘因する物品提供等の行為)の金額を除いたもの

# 【参考資料】 評価基準24 カジノ事業の収益の活用

(参考)アジア近隣諸国をはじめとする世界各国のIRにおける経営戦略等及び再投資に関する事例調査報告書 抜粋(2019年2月、観光庁)

## 各国・地域における再投資の義務付け制度

### 調査趣旨

- IR整備法第15条第3項において「再投資」の努力義務が定められていることから、各国・地域において規制当局が定める再投資の義務付け制度を調査した。

### 調査結果

- 再投資を義務付ける制度が定められている国・地域がある。
- 免許申請時に再投資を含む事業計画等の提出を求めることが多く、毎年GGRの一定割合を充当する制度はMA州のみ。

### ■再投資義務付け制度の制定、方法、国・地域

再投資義務付け制度	具体的な義務付け方法	該当する国・地域
制度あり	毎年GGRの一定割合を再投資に充当	米国MA州
	事業計画で複数年度の達成金額を設定	シンガポール、マカオ、フィリピン
制度なし	事業者の判断に委ねられる	米国NV州、韓国、フランス、豪州

詳細

	シンガポール	マカオ	米国NV州	米国MA州	韓国	フィリピン	フランス	豪州
制度の有無	○	○	×	○	×	○	×	×
概略	カジノ免許の更新申請時に再投資計画を提出することが求められており、当該計画に基づき再投資を行うことがIR事業者に求められることになる。	政府と事業者が締結するコンセッション契約に投資計画が添付されており、当該計画に基づき投資を行うことがIR事業者に求められることになる。	義務付ける制度等はない。	毎年度GGRの3.5%以上を再投資することが求められている。ただし、規制当局に複数年度の再投資計画を提出して承認を受けた場合、複数年度の中で、GGRの3.5%を下回る金額の再投資を行う年度が含まれることも認められる。	義務付ける制度等はない。	カジノ免許取得時に規制当局から最低投資額の達成義務が課され、定められた期間内の履行を求められる。	義務付ける制度等はない。	義務付ける制度等はない。
補足	第三者機関の評価委員会に再投資計画の確認権限が与えられており、規制当局は第三者機関の評価を参考にカジノ免許の更新の判断を行っている。	上記に加え、マカオ政府が各IR事業者に対して非ゲーミング分野への注力を要請している。	規制当局からの監視・監督対象ではないが、IR事業者から業務報告の一種として規制当局に対して情報提供を行っている。	再投資計画の提出は年1回求められるが、2018年に最初の施設が開業したばかりであり、詳細な運用方法は今後定められるものと考えられる。	再投資計画を事前に規制当局へ提出することはなく、評価を受けることもない。	投資の履行状況を、規制当局が毎年審査する。	再投資計画を事前に規制当局へ提出することはなく、評価を受けることもない。	再投資計画を事前に規制当局へ提出することはなく、評価を受けることもない。

資本的支出(CAPEX)に再投資義務付け

## 【参考資料】 評価基準24 カジノ事業の収益の活用

(参考)アジア近隣諸国をはじめとする世界各国のIRにおける経営戦略等及び再投資に関する事例調査報告書 抜粋(2019年2月、観光庁)

### 事業者による再投資の状況

#### 調査趣旨

- IR整備法第15条第3項において「再投資」の努力義務が定められており、各国・地域においてIRを運営している事業者が実施している再投資の実態を調査した。

#### 調査結果

- 概ね、事業者は、規制当局の定める再投資制度の有無に関わらず、旺盛な需要に応えるべく自身の判断によって再投資を実施しており、またシンガポール及びマカオでは事業計画で定める目標値を上回る金額の再投資を行っていると考えられる。

	シンガポール	マカオ	米国NV州	米国MA州
再投資義務付け制度	○	○	×	○
ヒアリング調査の概要	<p>宿泊施設等への来訪者数は開業前の予測を上回ることから、ホテル客室の損耗に対する高頻度の修繕等の対応により、<u>当初計画の目標額を上回る再投資が実施されている。</u></p>	<p>マカオ政府は、観光客数の急増によるインフラや人手の不足等を懸念しているため、事業者に対して段階を分けて開発を進めるよう要請している。従って、事業者は政府方針と協調しながら、再投資による新たな施設の整備等を行っている。</p>	<p>カジノ免許の付与・更新時に、再投資に関する計画の提出は求められないが、ラスベガス・ストリップ沿いに各IR事業者の施設が立地しており、自社施設の競争優位性を保つためにIRの修繕だけでなく増改築が行われている。</p>	<p>2018年に開業して間もないこともあり、調整が進められている。 また、<u>複数年度の再投資計画を提出することによりGGR3.5%を下回る年を含まれることを認める規制当局の判断に、事業者からは歓迎する意見があった。</u></p>
規制当局等による評価・監督	<p>第三者機関である評価委員会は、KPIを設定してIRのパフォーマンスを評価しており、訪問客数や満足度の他、再投資の規模や頻度が含まれている。</p>	<p>投資計画に沿って投資を行わなくてはならないこととなっており、<u>非ゲーミング部分への投資も監視対象となっている。</u></p>	<p>評価を受けることはないが、経営戦略の根本的な考え方や、<u>一貫性等について規制当局から問われることはある。</u></p>	<p>詳細は未確定だが、単なるメンテナンス費用は再投資に含めず、<u>IRとして価値を向上させるような支出を再投資とみなす方向で規制当局は検討している。</u></p>

## 【参考資料】 評価基準24 カジノ事業の収益の活用

### マリーナベイサンズにおけるコンテンツの更新・追加等事例

#### 【宿泊施設】

##### ● 施設の更新

- ・ レストラン、ショッピングモールの店舗等の施設更新を定期的を実施

(マリーナベイサンズ以外の事例)

ベラージオ(ラスベガス)

- ・ 宿泊施設のロビー横に、屋内庭園を設け、植物を中心としたデコレーションの催しを実施
- ・ 季節やイベント(旧正月、クリスマス等)に合わせて定期的に更新



(出典)ベラージオ HP



(出典)ベラージオ HP



マリーナベイサンズにおけるコンテンツの更新・追加等事例

● サンズシアター(劇場)

- ・ 開業から2021年まで、90を超える演劇、オペラ、ミュージカル等の様々なジャンルを上演
- ・ 2011年のライオンキングは、35週間の開催で34万人を集客(シンガポールのミュージカルとしては当時最高興行を記録)

(開業後一年間の開催事例 \*開催当初は2つのシアターを運営)

時期	内容
2010年11月～	リバーダンス公演
2011年1月～	Jai Ho (アジアスター)公演
2011年3月～	ライオンキング公演
2011年5月～	スリラー公演
2011年6月～	シルク・エロイーズ公演
2011年6月～	ブエナ・ビスタ公演
2011年7月～	アンドルー・ロイド・ウェバー音楽公演

\*シアターの閉鎖とナイトクラブ等の追加

- ・ 2つのシアターのうち1つを2017年頃に閉鎖(需要が少なく周辺の劇場との顧客の奪い合いがあったためと説明)
- ・ シアターの跡地には、ナイトタイム消費向上のため、ナイトクラブやレストランを新設

## 【参考資料】 評価基準24 カジノ事業の収益の活用

### ■カジノ事業の収益等を活用したIR事業の事業内容の向上

項目	大阪
IR施設 の 整備等 (資本的 支出)  1 / 2	<p>(2) IR施設・設備等への再投資</p> <p>a. MICE施設(国際会議場施設及び展示等施設)【費用の見込み:約2億円/年】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>国際会議場施設と展示等施設は、オールインワンMICE施設として幅広く来訪者を呼び込む魅力的な国際観光拠点であり続けること、また、<b>催事のオンライン化やバーチャル化への対応も見据え、ITインフラやネット環境等について大容量通信への対応や通信設備の強化を図る等、時勢に応じ最先端で高利便な設備・機能を備えていくことが必要であり、経常的な施設の修繕に加えて、設備更新を含む様々な再投資を実施する。</b></li> <li>具体的には、施設空間や各種設備の修繕・更新等、内装、各種備品及びデジタルコンテンツ等の更新等を想定する。</li> </ul> <p>b. 魅力増進施設【費用の見込み:約1億円/年】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>各魅力増進施設(ガーデンシアター、三道体験スタジオ、ジャパン・フードパビリオン、関西ジャパンハウス、関西アート&amp;カルチャーミュージアム)が有する魅力及び機能を維持・向上し、継続的に日本の魅力の発信並びに大阪IRへの来訪及び滞在促進を図るため、施設及び設備への再投資(修繕・更新等)を実施する。</li> <li>具体的には、舞台等における演出装置及び客席設備等の鑑賞空間や飲食・物販等施設の修繕・更新等を想定する。</li> </ul> <p>c. 送客施設【費用の見込み:約0.1億円/年】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ショーケース機能、コンシェルジュ機能及び交通機能(バスターミナル及びフェリーターミナル)から構成される送客施設は、大阪IRを訪れる来訪者を最初に迎え入れる施設となり、大阪・関西の魅力を発信するショーケースでもあることから、来訪者を誘引できる魅力と新規性の維持が図られるよう、施設及びコンテンツへの再投資(修繕・更新等)を実施する。</li> <li>具体的には、施設の外観及び内装の修繕・更新等、設備機能やショーケース機能の更新等を想定する。</li> </ul> <p>d. 宿泊施設【費用の見込み:約8億円/年】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>宿泊施設は、大阪IRの施設の中でも最大規模のスケールを誇るとともに、多様な来訪者が滞在する拠点として、様々な付帯サービスを提供することから、客室や共用施設を含めて宿泊施設全体の魅力が維持できるよう、施設及び設備への再投資(修繕・更新等)を実施する。</li> <li>具体的には、宿泊施設客室の内装及び設備、共用施設等の修繕・更新等を想定する。</li> </ul>



## 【参考資料】 評価基準24 カジノ事業の収益の活用

### ■カジノ事業の収益等を活用したIR事業の事業内容の向上

項目	大阪
IR施設の整備等(資本的支出) 2 / 2	<p>e. 来訪及び滞在寄与施設【費用の見込み:約14億円/年】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ エンターテイメント施設、飲食施設、物販施設等は、驚きや感動に満ちた滞在体験を常に提供し、来訪者の滞在環境の向上が図られるよう、非日常のリゾート空間を創出する演出効果への投資を含め、施設及び設備への再投資(修繕・更新等)を実施する。</li> <li>・ 具体的には、エンターテイメント施設、飲食施設及び物販施設等の修繕・更新等を想定する。</li> <li>・ エネルギーセンター、屋外駐車場、「結びの庭」、公園・緑地、大阪IR全体を包括するITシステム等の事業共通施設等については、来訪者が快適にIR区域及び各IR施設に滞在し、各IR施設の魅力や機能を維持・補完・増強するために欠かせない施設であり、その機能が確実に維持されるよう定期的に施設及び設備等への再投資(修繕・更新等)を実施する。</li> <li>・ 具体的には、エネルギーセンターにおける省エネルギー化及び環境配慮のための設備の修繕・更新等、「結びの庭」及び公園における広場・緑地・水景等の修繕・更新等、大阪IRの全体イベントのための音響設備・IT設備等の更新等を想定する。</li> </ul> <p>f. カジノ施設【費用の見込み:約2億円/年】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ カジノ施設では、快適な空間を維持するとともに、来訪者が常に健全にカジノ行為を楽しめるよう、また、<b>日本国内、マカオ、シンガポール等周辺地域のカジノ施設との競争力が維持できるよう、継続的に施設及び設備への再投資(修繕・更新等)を実施する。</b></li> <li>・ 具体的には、<b>カジノ施設やカジノ関連機器の修繕・更新等、新しいテクノロジーの導入等</b>を想定する。</li> </ul>

## 【参考資料】 評価基準24 カジノ事業の収益の活用

### ■カジノ事業の収益等を活用したIR事業の事業内容の向上

項目	大阪
IR施設において提供するコンテンツの更新・追加等 1 / 2	<p>(1) MICE施設(国際会議場施設及び展示等施設)【費用の見込み:約4億円/年】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ オールインワンMICE拠点としての魅力や国際競争力を維持・向上するため、国際的な会議やイベント等を含め多様な催事が開催できるよう、事業者内でのセールス体制の構築、誘致プロモーション活動の実施、多様なサービスのパッケージ提案、大阪府・市、大阪観光局及び大阪産業局との連携等の様々な取組みを実施する。</li> <li>・ 国際会議や展示会の効果的な誘致実現に向け、誘致活動の初期段階から積極的に関与し、企画立案、MICEパートナー(旅行代理店・PCO・展示会オーガナイザー等)との連携、関係者との調整等を推進する。</li> <li>・ 協賛や共催の提案等を含め、大阪IRでの新たな展示会の創出をめざす。</li> </ul> <p>(2) 魅力増進施設【費用の見込み:約4億円/年】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「ガーデンシアター」、「三道体験スタジオ」、「関西アート&amp;カルチャーミュージアム」では、<b>各施設の魅力の維持・向上を図るための定期的なコンテンツ入替え</b>、さらに、期間限定のイベントや大阪IRの他施設と連携した取組み等、<b>新規性のあるコンテンツを継続的に創出する</b>。</li> <li>・ 日本最大級の規模を有する大阪・関西の食文化体験施設である「ジャパン・フードパビリオン」では、飲食体験にとどまらず、実演や食器づくり等のプログラム等を融合させた食文化体験を継続的に提供する。</li> <li>・ 伝統的な日本の工芸文化を発信する「関西ジャパンハウス」では、様々な方法で日本各地の工芸の魅力を発信するとともに、体験型のプログラム等や工芸文化の魅力に触れる機会を提供する。</li> </ul> <p>(3) 送客施設【費用の見込み:約4億円/年】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 大阪IRへの到着を印象的に演出するため、その機能を新たなものへと更新する。さらに、何度来訪しても飽きない体験を来訪者に提供するため、<b>継続的に施設内の機能・コンテンツの更新等を行う</b>。</li> <li>・ ICT等を活用したショーケース機能、コンシェルジュ機能、交通機能を含む大阪IR内外のコンテンツをシームレスかつ効率的に提供するために必要となる取組みを実施する。</li> </ul> <p>(4) 宿泊施設【費用の見込み:約0.2億円/年】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 宿泊施設では、何度訪れても飽きないよう、季節ごとにテーマを変えた展示物やイベント等を実施する。</li> <li>・ 大阪IR内の他施設と連携したファミリー層も楽しめるプログラムやアクティビティコンテンツ等の提供等を行う。</li> </ul> <p>(5) 来訪及び滞在寄与施設【費用の見込み:約0.4億円/年】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 来訪及び滞在寄与施設では、<b>新たなコンテンツの創出及び発展に継続的に取り組む</b>。</li> <li>・ エンターテイメント施設では、国内外で注目を集めるアーティストによるコンサートやライブパフォーマンス、ショー等を実現させるため、国内外のプロモーターと協力し、多様な年間公演プログラムの構築に向けた活動を行うとともに、国際的なイベント等の誘致や創出をめざす。</li> <li>・ 飲食施設及び物販施設では、<b>季節ごとに変化するコンテンツの創出等</b>を通じた多様な体験の提供を行うとともに、ワークショップ等の体験プログラムを通じた来訪者が様々な形で大阪・関西の食文化やものづくりを体験できる場の提供等を行う。</li> </ul>

## 【参考資料】 評価基準24 カジノ事業の収益の活用

### ■カジノ事業の収益等を活用したIR事業の事業内容の向上

項目	大阪
IR施設の更新・追加等 1 / 2 コンテンツ	<p>(6) <b>カジノ施設【費用の見込み:約5億円/年】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・電子ゲームについて、顧客需要を踏まえてプログラムの入替え(一部の機種はプログラムのアップデートで対応)や新規プログラムの導入を実施する。また、カジノ管理委員会から新たなカジノ行為の方法が許可された場合には、新しいカジノ行為(テーブルゲーム)の導入を検討する。</li> <li>・カジノ施設への来訪者が楽しめるよう、IR関係法令等の範囲内で、カジノ施設内における各種イベントを開催する。</li> </ul> <p>(7) <b>その他【費用の見込み:約27億円/年、各施設共有分を含む。】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・各IR施設の来訪者特性に応じて、多言語対応が可能な人材を適切に配置する。</li> <li>・IR区域全体や複数のIR施設を利用したイベントや地域と連携したイベントの開催を検討する。</li> <li>・大阪IR全体及び複数のIR施設のコンテンツを包括した効果的な広告・プロモーションを継続的に実施する。</li> </ul>

## 【参考資料】 評価基準24 カジノ事業の収益の活用

### ■カジノ事業の収益等を活用したIR事業の事業内容の向上

項目	大阪
カジノ施設の設置及び運営に伴う有害な影響の排除を適切に行うために必要な措置	<p>IR事業者は、カジノ施設の設置及び運営に伴う有害な影響の排除を適切に行うため、カジノ事業の収益等をハード・ソフトの両面において継続的に再投資することにより、以下のとおりギャンブル等依存症対策及び治安・地域風俗環境対策の取組みを強化する。</p> <p>(1) <b>ギャンブル等依存症対策</b>【費用の見込み：約9億円／年】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・カジノ施設の利用に伴うギャンブル等依存症の発生、進行及び再発を防止するため、最先端のICT技術等と、人と人とのふれあいを大切にする顧客サービスを組み合わせつつ、国内外の最新の知見・技術やベストプラクティス等を踏まえた依存防止対策の向上を図る。</li> <li>・リーフレットの作成、相談体制の構築、社員研修等の予防啓発活動を実施する。</li> <li>・個別的な施策は、評価基準25「カジノ施設の設置及び運営に伴う有害な影響の排除」において詳述するが、再投資を行う主な施策は以下のとおりである。               <ul style="list-style-type: none"> <li>◆健全なギャンブル行動を利用者に促すための、責任あるゲーミングに関する従業員教育を行う。</li> <li>◆大阪IRにおいて、責任あるゲーミングに特化した国際会議の開催をめざす。</li> </ul> </li> </ul> <p>(2) <b>治安・地域風俗環境対策</b>【費用の見込み：約2億円／年】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・犯罪の発生対策、善良の風俗及び清浄な風俗環境の保持、青少年の健全育成に万全を尽くすため、これらの実施のために必要な体制を整備するとともに、時勢に応じた先進的な技術の導入に努める。</li> <li>・セキュリティ人材の確保・教育、システム及びIT投資、総合防災センターの機能維持・向上等を実施する。</li> </ul>

## 【参考資料】 評価基準24 カジノ事業の収益の活用

### ■カジノ事業の収益等を活用したIR事業の事業内容の向上

項目	大阪
カジノ事業区域の整備計画をに活用するた施都策道へ府の県協等力が実施する	<p>大阪府・市が認定区域整備計画に関して実施する施策に積極的に協力するとともに、以下の取組みを行う。</p> <p><b>1. イベントの協賛【費用の見込み：約10億円／年】</b>            大阪府・市が企画するイベントに対して、大阪IRとして多様な形態で連携・協力を図っていく。</p> <p><b>2. カジノ施設の設置及び運営に伴う有害な影響の排除を適切に行うための措置への協力【費用の見込み：約2億円／年】</b>  <b>IR事業者は、カジノ施設の設置及び運営に伴う有害な影響の排除を適切に行うため、カジノ事業の収益等を活用することにより、必要な体制等を確保した上で、大阪府・市等が実施する「ギャンブル等依存症対策」及び「治安・地域風俗環境対策」への協力を、以下のとおり行う。</b></p> <p>(1) <b>ギャンブル等依存症対策</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「ギャンブル等依存症問題啓発週間」における普及啓発活動や、IR区域内において大阪府・市が作成するギャンブル等依存症に関するリーフレットの配架等、必要に応じて大阪府・市が実施する施策に協力する。</li> <li>・調査研究に必要なデータの提供など研究推進の取組みや、大阪・関西における専門人材育成に協力する。</li> </ul> <p>(2) <b>治安・地域風俗環境対策</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・犯罪の発生対策、善良の風俗及び清浄な風俗環境の保持、青少年の健全育成に万全を尽くすため、警察や自治体等の関係機関が行う防犯パトロール等の防犯活動や青少年健全育成活動を支援するほか、これらが実施する広報・啓発活動、キャンペーン、会合等への参加等を推進する。</li> </ul> <p><b>3. 災害等緊急時のサポート【費用の見込み：約3億円／年】</b>            災害等緊急時に夢洲内での一時退避等を行う必要が生じた場合は、大阪IRの敷地や施設を活用し、大阪IRへの来訪者に限らず、IR区域外の避難者に対しても安全に退避できる場所を提供する。</p>

## 【参考資料】 評価基準24 カジノ事業の収益の活用

### ■カジノ事業の収益等を活用したIR事業の事業内容の向上

項目	大阪
収支計画及び資金計画との整合性	<p>③収支計画及び資金計画との整合性</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 開業までに投資するIR施設の整備費は約1兆828億円であり、開業後のカジノ事業の収益を還元しながら、投資を回収していくこととなる。</li> <li>・ 上記の開業までに投資するIR施設の整備費のほかに、開業後のカジノ事業の収益等の活用として、IR施設の修繕・改修・更新等、運営・維持管理、IR施設において提供するコンテンツの更新・追加、カジノ施設の設置及び運営に伴う有害な影響の排除のための措置等に還元する予定である。これら開業後のカジノ収益の活用の金額は、開業3年目期において、カジノ事業からの収益から租税(納付金を含む。)及び元利支払いを除いた金額の約10%に相当する年間約150億円程度を想定している。</li> <li>・ 上記①②に記載したカジノ事業の収益の活用にかかる費用の見込み額は、収支計画及び資金計画に整合的に反映している。(評価基準21参照)</li> </ul>

## 4. 今後の審査の進め方について

---

## 今後の審査の進め方について

- 今後のスケジュール・議題については、現在行っている審議(要確認)事項についての整理状況などを踏まえ、検討。

### <本日以降のスケジュール>

(※以下の予定は、委員等のスケジュール等を勘案して仮置きしたものであり、今後の審査状況等に応じて随時変更がありうる。)

#### ●12/2

- ・ 重要事項審議

⋮

～以下、審査状況に応じて開催検討～

#### ●12/23