

## 外国人観光客がショッピング・グルメ・エンターテインメントを満喫できるまち



東アジア各国に大阪(ミナミ)がグルメやショッピングを満喫できる訪問地であることが浸透するとともに、観光客に人気の高い化粧品や電化製品をはじめアニメキャラクター、100円均一など多彩な商品を扱う店舗がコンパクトに集積し、エリア内には行き交う人が多く、賑わいのある街並みを創出。

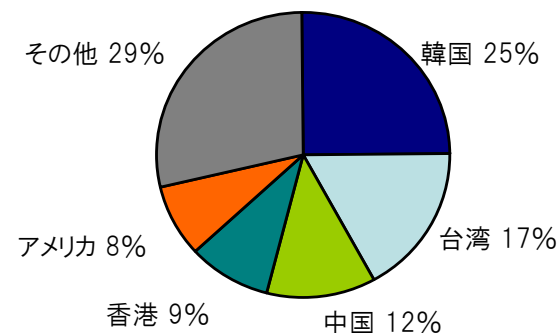


賑わう心斎橋筋商店街

### 宿泊者数

大阪市観光動向調査

平成14年(2002)	59万人
平成15年(2003)	68万人
平成16年(2004)	77万人
平成17年(2005)	89万人
平成18年(2006)	99万人



### 魅力

まちめぐり・まち景観

体験・イベント

### 多様なショッピングニーズを満たす道頓堀・心斎橋

外国人旅行者の第一の訪日目的であるショッピングニーズを満たす。老舗からドラッグストア、大型電気店、キャラクターショップなど多種多様なショッピングを実現。



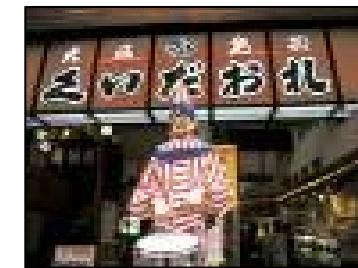
道頓堀と看板



心斎橋筋商店街

### 外国人に人気の高いグルメ

くいだおれの街にふさわしい賑わいを見せる繁華街。ユニークな大看板、店の入口で太鼓を叩く人形などが名物。



大阪名物「くいだおれ」



戎橋筋商店街



宗右衛門町

### 取組

PR・誘致活動

人材育成

### 商店街や住民の取り組み

心斎橋筋商店街などが、中国銀聯カードなどで共同で取り組む中国人観光客受け入れプロジェクトなどの効果で、ショッピングディステーションとしての知名度がアジアに浸透(おいでやすプロジェクト、英・中国語の歓迎放送、バナー掲示)。



大阪の学校を訪れた韓国の学生たち

### 旅行コストの割高感を軽減

公共交通機関の切符を買う手間が省けることから、2~3日乗り放題の定期カード「スルットKANSAI」が韓国や台湾、香港などに人気。

平成18年度の外国人向けカードの販売数は、全体の3割で同年対比で67%増(6.6万枚)。アジア各地での地道なPRが効果に。



各種・格安周遊券

### ホスピタリティの向上

外国人観光客を受け入れる事業者に役立ててもらうため、接客のヒントを網羅したマニュアルや飲食店でメニューを多言語表記する際に役立つ手引きをネット上に掲載するとともに、「おもてなし講座」を開催し、人材の育成に努めている。

大阪府観光交流局観光振興課  
URL: <http://www.pref.osaka.jp/kanko/index.html>

外国人で賑わうまち