

プラン名称：We Love Osaka Loop Line! ～やっば好きやねん 大阪環状線～

【本選出場】大阪観光局賞 受賞

チーム名	チーム TUES	対象地域	大阪ステージ
大学名	公立鳥取環境大学	テーマ	訪日外国人向け「観光まちづくりプラン」 1～3から軸となるテーマを選択（複数可・必須） ✓1) 大阪の食 □2) スポーツ ✓3) エンターテイメント
リーダー名	横江 将人		
指導教員名	新井 直樹		
メンバー名	川上 真奈、奥村 太一、山田 茄奈枝、田淵 慎也、貞利 亮太		

We Love Osaka Loop Line! 問題の解決策

～やっば好きやねん 大阪環状線～

提案プランにおける問題認識

東京に次ぎ外国人観光客が多く訪れる大阪だが、訪問先はミナミとキタを結ぶ南北の縦軸と大阪城とUSJを結ぶ東西の横軸に限定され、インバウンドの効果を受けるのは極めて限定した地域のみとなっている。

東西南北に限られた外国人観光客の導線をより大阪市全体に面的に拡大するには、身近な環状線・沿線地域において、インバウンド対応を進めることが重要なのではないと思われる。

また、アジアの航空会社を中心に日本のLCC就航数を誇る関西利用の外国人観光客の属性から、SNSを活用した新たな情報発信や地域の価値創出出来るのではないと思われる。

関西空港 国際線LCC 便数の推移



アジア地域では日本観光がブームである上に、関西地域が特に人気となってきている。そのため、大阪観光についても追い風が吹いている状態であり、有名観光地以外にも外国人観光客が訪れる機会が増加することが期待できる。

また、現在、大阪環状線において『大阪環状線改造プロジェクト』が進行中である。これにより、大阪環状線が今まで以上にインバウンドへの対応が可能となると同時に、より多くの外国人観光客が大阪市へ訪れやすくなるが見込まれる。

提案プランの新規性

JR大阪環状線・ICOCAの活用

→これまでスポットが当てられていなかった、鉄道を活かしたプランを提案。交通系ICカード「ICOCA」を活用することで、改札やコンビニでの会計のスムーズ化を図ることができる。

インバウンド効果を広範囲に波及

→一地域のみを絞ったプランではなく、大阪環状線の駅数である19の全駅で、インバウンドの効果が期待できる。また、局地的に集中している外国人観光客の分散化が期待できる。

着地型・次世代型観光を重視

→着地型観光で、外国人観光客が好みに合わせて自由に行動できるのと同時に、SNSを活用し、新たな観光情報や地域の価値創出を図る次世代型の観光にも対応する。

実現計画

指さしシートによる外国語対応

→大阪商工会議所が発行している指さしシートを多言語化することで、言葉の壁を取り払い、外国人が利用しやすくする。

周辺店舗の観光案内能力の強化

→駅ごとにマップを作成。駅周辺の店舗に置いてもらうことにより、買い物ついでに観光情報を得られるようにする。

フォトツーリズムについて

→駅ごとの撮影スポットを紹介しているパンフレットや小冊子の作成と配布をし、外国人観光客がSNSを活用して情報発信することを促進することを目的としている。

期待できる効果

インバウンドの効果拡大

→極めて限られた地域しか訪問しない外国人観光客を面的に拡大し、観光消費等、インバウンドの効果を大阪市全体に拡大

SNSを活用した情報発信、新たな価値創出

→観光客自身がSNSを活用して情報発信、地域の新たな価値を創出し、新たな観光行動を生む

ICOCAによる決算のスムーズ化

→タッチするだけで会計ができるため、駅の改札や店舗の会計時にスムーズな決算ができ、混雑の緩和が期待できる。