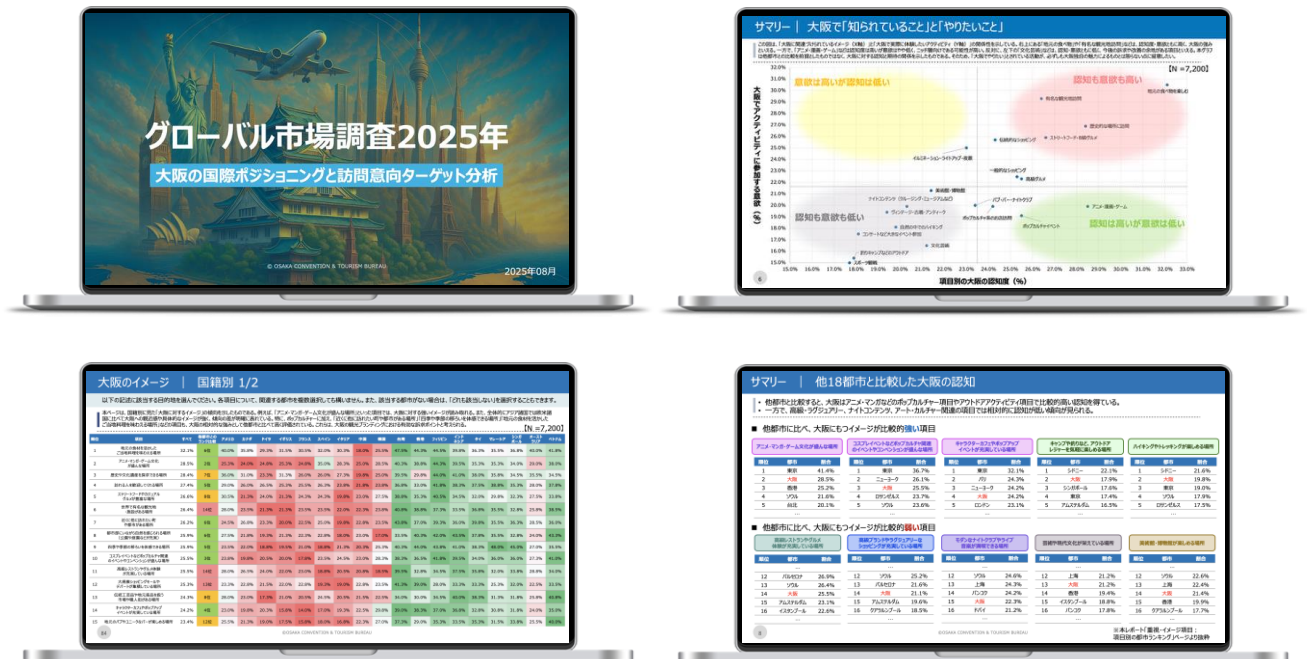


令和 7 年 8 月 2 9 日
公益財団法人大阪観光局

大阪と世界の都市を比較したグローバル市場調査を発表

公益財団法人大阪観光局（理事長：溝畑宏 以下：大阪観光局）は、世界18カ国・地域の旅行者7,200名を対象に実施した「グローバル市場調査2025」の結果を発表しました。本調査は、大阪の国際的な認知度や訪問意欲、テーマ別の都市間比較を通じて、今後の観光戦略の方向性を明らかにするものです。

【調査レポートイメージ】



調査の背景

大阪は2025年に大阪・関西万博を迎え、その後のIR開業を控えるなど、アジア屈指の国際観光文化都市としての飛躍が期待されています。こうした中で、多様化する訪日外国人旅行者のニーズに応え、世界主要都市と比較した大阪の強みや課題を明らかにすることが重要となっています。

調査の目的

本調査は、大阪の国際的な認知度や訪問意欲を把握するとともに、世界の主要都市と比較することで、大阪の強みと課題を明らかにすることを目的としています。特にポップカルチャーや食、ショッピング、ナイトコンテンツ、アウトドアといった重点分野に焦点を当て、旅行者の関心が訪問意向にどのような影響を及ぼしているのかを明確にし、今後の観光施策やプロモーション戦略に役立てることを目指しています。

主な調査結果

- **大阪の訪問意向は世界で6位**
特に香港・台湾・東南アジア市場からの支持が高く、リピーター需要が裏付けられました。
- **ポップカルチャーが訪問動機に直結**
「アニメ・マンガ・ゲーム文化が盛んな場所」で東京に次ぐ2位を獲得。ポップカルチャー関連体験は訪問意欲を約1.2倍高める効果が確認されました。
- **食コンテンツの圧倒的強み**
「地元の食を楽しみたい」との回答は30.5%と高水準。B級グルメやストリートフードが強みです。ただし「高級グルメが楽しめる」というイメージは低い結果で課題もある。
- **アウトドア・自然体験が新たな成長分野**
「ハイキング・トレッキング」「釣り・キャンプ」などアウトドア項目で都市型観光19都市中の2位。新たな成長分野として注目されます。

大阪観光局は、本調査で得られたデータをもとに、エビデンスに基づく観光戦略を推進します。特にポップカルチャーや食といった大阪の強みを活かした誘客プロモーションを強化するとともに、アウトドアや参加型文化体験など新たな成長分野の開発にも取り組み、施策実行と効果検証を繰り返すPDCAサイクルに組み込みながら、アジアNo1の国際観光文化都市を目指します。

(※) 2025年グローバル市場調査概要

対象国・地域：世界18カ国（関西空港出口調査・観光庁統計に基づき選定）

サンプル数：各国400サンプル、合計7,200サンプル

実施期間：2025年4月28日～5月9日

調査方法：オンライン調査（インターネットパネル方式）

調査条件：18歳～69歳の男女（性別・年代を均等に配分）

・過去5年以内に国際旅行経験がある、または今後2年以内に海外旅行予定がある人

・「大阪」という地名を認知している人

データ補正：国連の海外旅行者数データ（2019年）を基準にウェイト調整を実施

レポート格納先：<https://octb.osaka-info.jp/business/b27.html>

【問い合わせ】

公益財団法人 大阪観光局 マーケティング戦略部

担当：森口、藤村、ヒルズ

電話：06-6282-5909 メールアドレス：marketing@octb.jp