

大阪デスティネーションキャンペーン実施結果について

大阪デスティネーションキャンペーン推進協議会とJRグループでは、2025年大阪・関西万博の誘客促進を行うとともに、大阪の魅力を全国に広く発信し、大阪府内全域への周遊及び滞在促進を行うことを目的に、2025年4月から6月までの3ヵ月間、大阪デスティネーションキャンペーン（以下、大阪DC）を実施しました。

大阪DCでは、「食」、「エンターテインメント」「歴史」、「文化」、など大阪の豊富な観光資源の磨き上げを行い、期間中、大阪府内の各地でさまざまな特別企画やイベントを実施し、多くのお客様にお楽しみいただきました。

引き続き、大阪ならではの多彩な魅力をさらに磨き上げ、大阪への誘客、周遊及び滞在促進に取り組んでまいります。

1. 実施期間 2025年4月1日（火）～6月30日（月）
2. 展開エリア 大阪府全域
3. 実施主体 大阪デスティネーションキャンペーン推進協議会
4. キャッチコピー 来てな！オモロイがいっぱい大阪旅

【大阪DC実施結果のポイント】

- 大阪DC期間中の大阪府内延べ宿泊者数は約148万人泊、2024年比103.1%、日本人のみの延べ宿泊者数も103.5%と前年を上回り、いずれも全国より高い水準となりました。
- 山陽新幹線のご利用は2024年比108%、大阪を発着する在来特急5線区計のご利用は2024年比113%と前年を上回りました。
- 大阪DC専用旅行商品（個人型・団体型含む）の利用者は、2024年同月比の356%増となりました。
- 大阪DCWEBサイトのページビュー数は2024年比207.8%、アクティブユーザー数は2024年比335.4%といずれも上回りました。

※いずれも2024年、2025年4～6月の期間で算出

《お問い合わせ》

大阪デスティネーションキャンペーン推進協議会 事務局 電話 06-6210-9335
西日本旅客鉄道株式会社 近畿統括本部 経営企画部（広報） 電話 06-7661-3662

1 大阪府内宿泊者数

大阪 DC 期間中の大阪府内延べ宿泊者数は約 148 万人泊、2024 年比 103.1%、日本人のみの延べ宿泊者数も 103.5%と前年を上回り、いずれも全国より高い水準となりました。

(単位：人泊)

該当月		4 月	5 月	6 月	DC 期間計
大阪府	延べ宿泊者数	4,993,140	5,167,350	4,634,960	14,795,450
	2024 年比	103.2%	106.8%	99.4%	103.1%
	うち、日本人	95.3%	106.2%	108.9%	103.5%
全 国	延べ宿泊者数	53,045,240	55,635,350	49,445,780	158,126,370
	2024 年比	101.9%	102.3%	97.6%	100.6%
	うち、日本人	94.8%	97.6%	94.9%	95.8%

※DC 期間：4～6 月 ※延べ宿泊者数：日本人・外国人の合計

※2024 年比：上段は日本人・外国人の合計、下段は日本人のみ

参考：観光庁・宿泊旅行統計調査 第 2 次速報（2024 年比は 2024 年確定値を使用）

2 JR 利用状況

大阪 DC 期間中は、山陽新幹線のご利用は 2024 年比 108%、大阪を発着する在来特急 5 線区計のご利用は 2024 年比 113%と前年を大きく上回り、多くのお客様に大阪へお越しただけました。

ご利用状況	4 月	5 月	6 月	累計
山陽新幹線（新大阪～西明石）	105%	108%	110%	108%
在来特急 5 線区計（大阪発着）	106%	118%	115%	113%

3 大阪 DC 専用旅行商品

①大阪 DC 専用旅行商品の利用者

大阪 DC 専用旅行商品（個人型・団体型含む）の利用者は、2024 年同月比の 356% 増となりました。※2024 年比・期間：2025 年 4～6 月

②主な掲載パンフレット（個人型）

【JTB】



【JTB がイレック】



【日本旅行】



【近畿日本ツリスト】



【西鉄旅行】



4 主な観光施設、観光コンテンツの実績

(1) 主な観光施設の入込実績

施設名	2024 年比	施設名	2024 年比
大阪城天守閣（豊臣石垣館含む）	108.6%	堺市博物館	130.6%
海洋堂フィギュアミュージアムライオン大阪城	132.0%	万博記念公園	112.4%
梅田スカイビル 空中庭園展望台	102.8%	大阪府立近つ飛鳥博物館	122.6%
さかい利品の杜	112.7%	岸和田城	104.2%

※いずれも 2024 年、2025 年 4～6 月の期間で算出

(2) 主な観光コンテンツの参加者数

観光コンテンツ名	実績 (人)	期間・実施回数等
大阪城重要文化財 非公開櫓特別公開 (多聞櫓・千貫櫓・乾櫓)	19,420	4/1～5/6 : 3 櫓、5/7～6/29 : 土日のみ多聞櫓・千貫櫓
旧桜宮公会堂「明治の饗宴 特別コース」	1,293	4/21～6/30
さかい利品の杜 立礼呈茶	3,672	
堺のんびりクルーズ	967	
堺 アルフォンソ・ミュシャ館特別展「ミュシャ謎の絵画」	4,567	4/20～6/30
コンパクトミュージアム 金平糖づくり体験	2,227	
日本遺産「龍田古道・亀の瀬」光の旅路 (インフラ見学&プロジェクションマッピング鑑賞)	2,933	
カタシモワイナリー 見学ツアー	900	不定期
世界に一つだけ「オンリーワン埴輪」制作体験	584	
檜尾山観心寺 国宝御本尊如意輪観音像の御開帳	3,000	4/17, 18
岸和田市お城まつり	4,700	3/25～4/8

※期間：特段記載のない限り、2025 年 4～6 月の実績

5 観光 MaaS・きっぷ

大阪や堺をスムーズに周遊できる「QR コード」で 1 日乗り降り自由な QR 乗車券を発売しました。また、沿線を観光しながら謎解きゲームに挑める「城之内レイコのめっちゃおもろい大阪なぞガイド 2025」と合わせて、全国から沢山の方にご利用いただけました。※QR コードは株式会社デンソーウェブの登録商標です。

(1) 大阪スマートアクセスパス

Osaka Metro や JR 大阪環状線・JR ゆめ咲線が 1 日乗り放題の便利でお得な当社初の QR 乗車券を発売し、大阪 DC 期間中は約 5,400 名の方にご利用いただけました。

(2) 堺おでかけフリーパス

南海電鉄と JR 西日本の大阪・堺市エリア、南海バスの堺市内指定エリア及び阪堺電車全線が1日乗り放題の「堺おもてなしチケット（阪堺拡大版）」をセットにした商品を発売し、大阪 DC 期間中は約 1,600 名の方にご利用いただけました。



(3) JR 西日本リアル謎解きゲーム 城之内レイコのめっちゃおもしろい大阪なぞガイド 2025

参加者が JR 沿線で観光しながら仕掛けられた謎を解く体験型のリアル謎解きゲームイベントで、謎解きキット単体と、謎解きキットに JR 線自由周遊区間がセットになった便利でおトクな商品をそれぞれ発売しました。大阪 DC 期間中は約 2,400 名の方にご利用いただけました。



6 主なプロモーション施策の取り組み実績

(1) ガイドブック

- 様式：A4 冊子、48 ページ、オールカラー
- 発行部数：55 万部
- 配布先：JR グループ 6 社全国主要駅、
関西の鉄道事業者 6 社
(Osaka Metro・近鉄・京阪・南海・阪急・阪神)、
大阪府内市町村・観光協会、
首都圏・中部・関西・山陽・九州の主な観光案内所他



ガイドブック

(2) 5連ポスター、JR ポスター

① 5連ポスター

○様式：B1 サイズ、オールカラー、5種類

○発行枚数：各 1,500 枚

○配布先：JR グループ 6 社全国主要駅、大阪府内市町村・観光協会 他



大阪城

大阪市中央公会堂

万博記念公園

さかい利晶の杜

難波八阪神社

② JR グループによるポスター

関西在住・ゆかりのあるフォトグラファーと大阪の各スポットの究極の 1 枚を撮影・厳選したポスターを制作し、全国の JR や関西の鉄道事業者の主な駅や列車内に掲出しました。

○B0、B1 ポスター



大阪城

ニサンザイ古墳

通天閣

太陽の塔

○車内ポスター



カタシモワイナリー/大阪の食

(3) PR 動画

ヒップホップグループ「梅田サイファー」の書き下ろし楽曲「キテナオオサカ」に合わせ、大阪発のダンスグループ「アバンギャルディ」がダンスを披露。大阪各地の魅力を歌、踊り、映像で発信しました。また全国の FamilyMart 店舗や大阪駅大型モニターでも放映しました。※YouTube 約 496 万回再生（9月8日時点）



アバンギャルディ動画

(4) WEB サイト

2024 年のプレキャンペーンからリニューアルし、お気に入り機能を実装した他、大阪府内の観光スポットや体験コンテンツ、イベント、モデルコースの充実を図りました。新着情報の発信やガイドブック等での PR を積極的に行い、前年度よりも多くの方々にご覧いただきました。



WEB サイトトップページ

	4 月		5 月		6 月		合計	
	今年	2024 年比	今年	2024 年比	今年	2024 年比	今年	2024 年比
PV 数	84,986	220.5%	49,141	209.4%	28,266	193.5%	181,183	207.8%
AU 数	41,353	455.7%	31,179	308.8%	16,473	241.6%	98,225	335.4%

※PV 数：ページビュー数、表示されたページの閲覧数

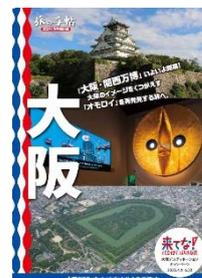
※AU 数：アクティブユーザー数、サイトにアクセスしたユーザー数

(5) 月刊旅の手帖（交通新聞社）

① 4 月号特別小冊子

大阪府内の観光スポットや体験コンテンツを掲載した 100 ページの特別小冊子を制作しました。

- 様式：本誌（A4 変）、小冊子（B5）
- 価格：1,100 円（税込）
- 部数：10 万 5,000 部
- 発売日：2025 年 3 月 10 月（月）
- 発売箇所：全国の主な書店、電子書籍



特別小冊子「大阪」



旅の手帖 4 月号

②5月号特集

「大阪の匠に聞く 大阪のココがオモロイ！」をテーマに、歴史・落語・刃物・コナモン・ワインの匠に登場いただき、インタビューしました。

- 様式：A4 変
- 価格：880 円（税込）
- 部数：10 万 5,000 部
- 発売日：2025 年 4 月 10 月（木）
- 発売箇所：全国の主な書店、電子書籍



旅の手帖5月号

(6) 新聞への掲載

各新聞媒体に対して、大阪・関西万博や大阪府内全域への周遊促進を目的にプロモーションを行いました。

【掲載新聞】

- ・産経新聞：4/12 朝刊、東京 23 区版（カラー・全 15 段）
- ・交通新聞：5/9
- ・その他（山陽新聞、和歌山新報、紀伊民報、熊野新聞等）



産経新聞朝刊一面（イメージ）

(7) TV などのメディア

テレビ大阪「おとな旅あるき旅」では、三田村邦彦氏が大阪のメジャーなスポットから穴場まで、大阪の魅力をくまなく発信しました。

- 2024 年度：11 月東大阪、2 月泉州、3 月吹田
- 2025 年度：4 月大阪城・大阪市立美術館、5 月堺、6 月茨木、羽曳野・藤井寺



(8) その他 JR 施策

駅や車内等で配布しているタブロイド紙等で大阪のおでかけ情報を掲載しました。

①西 Navi 4・5・6月号

- 様式：タブロイド
- 部数：各約 30 万部
- 配布先：JR 西日本の主な駅



西 Navi 4月号

②東海道・山陽新幹線車内誌「ひととき」4月号

- 様式：A4 変
- 部数：約 8 万部
- 配布先：東海道・山陽新幹線車内



「ひととき」4月号

③ジパング倶楽部会報誌5-6月号

- 様式：A4 変
- 部数：約 116 万部
- 配布先：ジパング倶楽部の会員



ジパング倶楽部会報誌

(9) 駅での宣伝

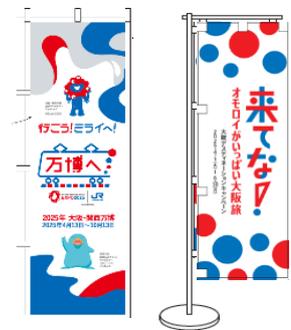
万博や大阪 DC に向けて、JR 西日本各地の駅係員が「大阪へようこそ」「行ってらっしゃい」の気持ちを込めたワッペンや法被を着用するおもてなしを実施しました。



ワッペン（着地/発地）



法被



のぼり・卓上のぼり

(10) イベントへの参加

大阪・関西万博や大阪府内の魅力を大阪府外でも発信するため、九州や広島などイベントに参加し、ガイドブックの配布やワインなどの特産品の試飲試食、グッズがあたる抽選会等を実施しました。

①KAB 駅前フェスタ 2025

- 日時：3月15日（土）・16日（日）10:00～17:00
- 場所：JR 熊本駅前アミュ広場
- 主催：KAB 熊本朝日放送 ほか
- 内容：大阪・関西万博&大阪 DC ブースとステージ
 - ・WEB アンケート抽選会
 - ・ワイン等の試飲試食、
 - ・ミヤクミヤク&ハニワ部長の登場、
 - ・中川家&ミヤクミヤク&ハニワ部長合同ステージ)
- 結果：全体延べ約 75,000 名（2日間）
※抽選会 1,100 個、試飲 900 杯（2日間）



②広島東洋カープ スポンサーゲーム

- 日時：5月15日（木） 15:00～18:00
広島東洋カープ VS 読売ジャイアンツ
- 場所：マツダスタジアム内 どうぶつ広場
- 主催：JR 西日本（スポンサーゲーム）
- 内容：大阪・関西万博&大阪 DC のブース出展
・ガラポン抽選会、パンフレット配布等
- 結果：抽選会：約 500 名



③上記以外の主なイベント参加 ※7月以降も含む

期日	エリア	タイトル
2/22, 23	博多	九州旅行博覧会
2/22, 23	大阪	大阪マラソン EXPO2025
5/25	大阪	大阪産マルシェ 2025（グラングリーン大阪）
5/31	大阪	OSAKA SAILING EXPO 2025
7/7-10	大阪	Kansai Tourist Information（大阪・関西万博）
7/12, 13	大阪	関西もっと知りたい DAY！（JR 大阪駅）
7/21, 22	東京	東京シティアイ大阪イベント（KITTE 丸の内）

(11) 首都圏での常設ブース展開

首都圏のお客様に対して、常設ブースを設置し、大阪・関西万博来場および大阪府内周遊の促進に向けた取り組みを実施しました。

【主な常設ブース展開】

エリア	場所
東京	全国観光 PR コーナー（東京都庁）
東京	東京シティ・エアターミナル (TCAT)
東京	東京シティアイ（KITTE 丸の内）
東京	旅の図書館
東京	中央区観光情報コーナー



東京都庁



TCAT



旅の図書館

7 大阪 DC での実施イベント・観光列車・企画

(1) 大阪 DC オープニングイベント

大阪にお越しいただいた方に、大阪府内の魅力を発信すべく、JR 大阪駅にてオープニングイベントを開催しました。ミヤクミヤクやアバンギャルディの登場ステージのほか、大阪府内の自治体・観光団体によるブース出展、JR 西日本オリジナル万博関連グッズなどがあたる巨大ガチャ抽選会等を実施しました。

①概要

- 日時：3月30日（日） 10:30～18:00
- 場所：JR 大阪駅 5F 時空の広場、2F アトリウム広場、1F 暁の広場、旅立ちの広場
- 主催：大阪 DC 推進協議会、JR 西日本



②内容

- オープニングセレモニー @時空の広場
 - ・大阪府知事、大阪市長、堺市長、JR 西日本社長、阪奈支社長、ミヤクミヤク
 - ・アバンギャルディのオープニングアクト
- 来てな！オモロイがいっぱい大阪旅ステージ @時空の広場
 - ・鉄道トークショー
 - ・吉本お笑いショータイム
 - ・モノマネショータイム
 - ・アバンギャルディ ショータイム
- 鉄道コーナー @時空の広場
 - ・ジオラマ、制服体験
- 巨大ガチャ抽選会 @アトリウム広場
 - ・JR 西日本オリジナル万博関連グッズ、入場券ほか大阪府内市町村から提供いただいたご当地グッズや産品があたる抽選会
- 大阪府内市町村ブース出展 @アトリウム広場、暁の広場、旅立ちの広場
 - ・大阪市、堺市、北摂、北河内、中河内、南河内、泉州の各エリアから合計 32 団体（市町）が出展



③結果：各ブース出展（各広場）訪問数

- アトリウム広場：約 4,200 名
- 旅立ちの広場：約 2,800 名
- 暁の広場：約 2,450 名



(2) キリン協賛

「大阪 DC 公式ガイドブック」をご覧になった方を対象に、アンケートをご用意し、専用のアンケートフォームよりご回答いただいた方の中から抽選で「キリン生茶」「キリン氷結」どちらかを合計 416 名様にプレゼントしました。

(3) サロンカー-EXPO なにわ

5月24日から車中1泊で鉄道ファンに人気の「サロンカーなにわ」車両を「サロンカー-EXPO なにわ号」としてオリジナルヘッドマークを掲げて運行しました。沿線の皆様にも大阪 DC・万博を発信するとともに、車内放送でも大阪のオモロイ魅力を PR しました。



(4) JR 駅レンタカー&レンタサイクル

大阪・北摂エリアをレンタカーやレンタサイクルで楽々周遊でき、茨木市北部「ダムパークいばきた」内、日本最長の歩行者専用吊り橋エリア「GRAVITATE OSAKA」で使えるクーポン特典付きプランを発売しました。

(5) 551 蓬莱コラボ紙袋

2025年5月1日から期間限定で、大阪府内を中心とした近畿エリアの各店舗で、テイクアウト用紙袋を大阪 DC 限定デザインとして配布しました。株式会社 蓬莱様、JR 西日本及び関西の鉄道事業者が連携し、各社の車両イラストが描かれ大変好評でした。



(6) ホテルプラン

JR 西日本ホテルズによる大阪の食を味わうグルメフェアや、ホテルヴィスキオ大阪では大阪製ブランド認定製品を体感できる宿泊プランの販売、ホテルグランヴィア大阪ではラウンジでの展示を行いました。



(7) 駅長おすすめ駅プラン

日帰りの JR 往復きっぷと大阪のホテル等の昼食券がセットになった「まんぷく旅大阪」を発売し、西日本各地の多くのお客様にご利用いただきました。



パンフレット

(8) 駅弁

大阪環状線の駅名標ステッカーを付けた2種の駅弁を約12,000食販売しました。



榎淡路屋 世界一周大阪環状線弁当



まねき食品(株) なにわのkok旨みそだれ焼肉重

(9) Osaka Dream Tour なにワンダー ～なにわの夜の自由散策と夜景ツアー～

夜風がさわやかな2階建てオープントップバスで、ライトアップの美しい大阪市内の魅力的なスポットを巡る約3時間のツアーを発売しました。



(10) JRWEST TRADING CARD 大阪 DC シリーズ

(株)JR 西日本あいウィル制作の人気トレカ「JR WEST TRADINGCARD」から大阪 DC シリーズを発表、約4,000セット販売の人気商品となりました。

