

大阪パワーアップ国際化戦略
~大阪プレゼンスの向上をめざして~

平成16(2004)年9月

大阪府

ごあいさつ

新たな世紀を迎え、国の内外において、かつてないめまぐるしい変化が生じています。EU 統合など国際協調の動きがある一方で、地域紛争やテロなど人々の平和を脅かす出来事も起こっています。

急速に変化を遂げる国際情勢のもと、世界の出来事を瞬時に知ることのできる情報社会で生活する府民の皆さんにとっては、「グローバル化」や「ボーダレス化」という言葉ですら古いと感じられているかもしれません。

ここ数年、日本から海外旅行に出かける人が増えていますが、日本を訪れる外国人、日本に住む外国人も着実に増加しており、その国籍も多様化しています。大阪も、昨年末時点で140か国、約21万人の外国人が住んでおられます。今や、多様な文化や背景をもった人々が国籍や民族等の違いを認め合い、共に暮らす共生社会を実現する時代となってまいりました。

大阪府においては、平成4(1992)年5月に策定した「大阪府国際化推進基本方針」に基づき、地球社会に貢献する大阪をめざして、都市の基盤整備や国際交流の推進など、さまざまな国際化施策を展開してきました。

しかし、国際情勢の大きな変化をふまえたスピーディかつ効果的な施策が求められるとともに、大阪を再生し、パワーアップを図っていくことが府政の最重要課題であり、国際化に関する機動的な行動指針が必要であるといえます。

このため、大阪府ではこのたび、「大阪パワーアップ国際化戦略」を策定いたしました。戦略では、大阪の国際化をめざして、「大阪のプレゼンス向上と世界への発信」「外国人が行動しやすい都市 大阪」という2つの重点方向を掲げました。

外国人が気軽に訪ね、その魅力を十分楽しむことのできる大阪を実現するため、今後、NPO や市町村とも手をつなぎながら、国際化の視点から「大阪の再生・パワーアップ」に向けて積極的に取り組んでまいります。皆様のご理解、ご協力をお願いいたします。

最後になりましたが、本戦略の策定にあたり、貴重なご意見をいただきました府民の皆さんや大阪府国際アドバイザーの皆様をはじめ関係者の方々に厚くお礼を申し上げます。

平成16(2004)年9月

大阪府知事 太田 房江

目 次

．本戦略策定の背景	
1．国際化の進展と今日の急激な変化	1
1) 国際情勢の変容	
・国際社会の動向	
・グローバル化の進展	
2) 大阪を取り巻く環境の変化	2
・大阪経済の回復、競争力強化に向けた取り組み	
・大阪のイメージアップの必要性	
・日本人海外旅行者や来阪外国人旅行者の増加	
・国際交流推進主体の拡大	
・I T（情報通信技術）社会の進展	
・危機管理意識の高まり	
2．大阪府の国際化施策	5
3．本戦略がめざすもの	5
．大阪の国際化にかかる今後の重点方向	
1．大阪のプレゼンス向上と世界への発信	7
1) 大阪がもつ魅力、ブランド資源を活用した発信力の強化	
2) I Tを活用した海外への情報発信	
3) 都市外交の推進による大阪プレゼンスの向上	
4) 観光プロモーションの展開	
5) 経済分野におけるターゲティング	
6) トップセールス等を通じた大阪の売り込み	
7) 交流ネットワークづくり	
2．外国人が行動しやすい都市 大阪	10
1) 関西国際空港の利用促進による集客力向上	
2) 外国人にわかりやすい表示・情報提供	
3) 大阪に滞在する外国人への多言語によるサポート推進	
4) 外国語教育、国際理解教育の推進によるコミュニケーション能力向上	
．多様な推進主体による国際化への取り組み	
1．広域連携による国際化の推進	12
2．大阪府の体制整備	12
3．府民、N P Oによる活動の促進	13

． 本戦略策定の背景

1. 国際化の進展と今日の急激な変化

21世紀を迎え、国際社会はかつてないスピードで日々刻々と変化している。国際化は、現象面ではボーダレス化やグローバル化と表すことができる。今日、人やモノ、カネ、情報などが地球規模で往来し、国際社会での出来事が瞬時に国内の各地にまで影響を及ぼすようになり、政治や経済、文化などが国境を越えて地球的規模にまで展開するようになった。

また、地球温暖化などの環境問題のように、地球規模での課題が地域や人々の日常生活と密接な関係を持ち、一人ひとりの取り組みが国際社会への参画につながっていく時代となってきた。

1) 国際情勢の変容

・ 国際社会の動向

平成元(1989)年のベルリンの壁崩壊、平成3(1991)年のソビエト連邦の瓦解から十数年を経て、本年5月、EU(欧州連合)は、新たに中東欧諸国等10か国の加盟を得て25か国、域内人口4億5千万人にのぼる規模に拡大した。ヨーロッパにおける政治・経済統合が進展する一方で、各地で頻発する地域紛争やテロ活動、あるいはイラク戦争などを巡り、世界各国の立場の相違が政治問題化するなど、世界情勢は協調と対立が混在する、混沌とした時代を迎えている。

アジアに目を向けると、日本と韓国がワールドカップ・サッカー大会を共催した平成14(2002)年以降、文化・スポーツなど多方面で日韓の交流が急速に拡大している。特に今年に入って第4次日本大衆文化開放が実施され、音楽をはじめとする日本の大衆文化の開放が韓国で進展する一方で、韓国の映画やドラマなどの韓国文化も日本に浸透するようになり、日韓の親近感が増している。さらに、日韓国交正常化40周年にあたる来年は、「日韓友情年2005」として学術・観光等の分野を中心に幅広い交流事業が予定されている。

また、日本と中国との間においても、平成14(2002)年の日中国交正常化30周年、平成15(2003)年の日中平和友好条約締結25周年には、日中両国において「日本年」「中国年」を記念する数多くの行事が開催され、両国の相互理解がさらに深まりを見せている。

このように、日本を取り巻く国際情勢はその動きを加速しており、これまで以上に世界各国、とりわけ近隣諸国との協力関係の重要性が増している。

- ・ グローバル化の進展

今日の世界経済は、グローバル化の傾向を強めている。平成9（1997）年に発生したアジア通貨・金融危機に際し、アジアの一部の国々が連鎖的に深刻な経済的打撃を受けたが、平成11（1999）年以降回復の端緒をつかみ、平成14（2002）年には本格的な景気回復が見られるようになった。

また、世界貿易機関(WTO)を中心とする多角的自由貿易体制を補完・強化するため、各国間で自由貿易協定(FTA)締結の動きが活発化するほか、国境を越えた都市間競争も激しさを増しており、特に経済力をつけつつあるアジアの主要都市の台頭が著しい。

平成15（2003）年には、重症急性呼吸器症候群(SARS)がアジア諸国で猛威を振った。このように、新たな感染症が発生すると瞬く間に世界各地まで伝播する危険性があり、感染予防に向けた国際的な協力体制が不可欠となっている。

2) 大阪を取り巻く環境の変化

- ・ 大阪経済の回復、競争力強化に向けた取り組み

バブル経済崩壊後、全国的に景気が低迷状態を続ける中、大阪においても情報発信機能や経済中枢機能の東京への集中、生産拠点の海外移転などの要因も加わり、景気回復の糸口をなかなか見出せない状況にあった。

こうした間にも、企業においては、経営合理化の努力や技術力の一層の向上に向けた取り組みが着実に進められ、デジタル家電等に代表されるヒット商品の創出などに結実し、今日の大阪経済の本格的な回復への足がかりとなっている。

大阪には、独自の製品や技術をもとに特定の市場において高いシェアを持つオンリーワン企業が数多く存在するなど、ものづくり分野において世界に誇る傑出した技術力と、裾野の広い企業ネットワークの集積がある。

また、大阪には高い研究レベルを誇る大学・研究機関の集積もあり、バイオテクノロジーやナノテクノロジーなどの分野において、大学発のベンチャービジネスが、成長を遂げつつある。

経済のグローバル化が進展する中、こうした大阪が有する豊富なポテンシャルを活用し、新技術・新製品の開発、新産業の創造により、大阪の企業の国際競争力を一層強化することが求められている。

- ・ 大阪のイメージアップの必要性

大阪のイメージは、さまざまな媒体によって報じられてはいるが、必ずしも良いものばかりではない。また、意識的に既成のイメージで大阪が取り上げられることも多く、イメージの固定化も見られている。このため、もともと大阪がもっている良さを再認識し、その魅力を引き出していく必要性が指摘されている。

世界の各都市が、互いに競争しあう時代には、大阪の街が持っている多面的な魅力、言い換えれば、本物の大阪をもっと府の内外にアピールし、大阪を訪れたい人、大阪ファンを増やしていくことが不可欠であり、大阪のイメージアップを図ることが求められている。

- ・ 日本人海外旅行者や来阪外国人旅行者の増加

平成4（1992）年に1,200万人弱であった日本人海外旅行者数は、平成15（2003）年は重症急性呼吸器症候群（SARS）などの影響により1,320万人台となったが、前年の平成14（2002）年には1,650万人以上に増えている。

一方、平成4（1992）年に358万人であった訪日外国人旅行者数も、平成15（2003）年には521万人と、増加の傾向を示している。

平成15（2003）年の訪日外国人旅行者の国・地域としては、韓国が約146万人で最も多く、台湾、アメリカ、中国と続いており、ここ数年は韓国からの旅行者の増加がめざましく、中国からの旅行者も増加傾向にある。

また、平成10（1998）年度に94万人ほどであった、大阪を訪れた外国人旅行者数（推計値）も、平成14（2002）年度には約148万人へと50%を超える増加を見せている。

- ・ 国際交流推進主体の拡大

府内市町村の国際化への取り組みも進展している。平成4（1992）年における友好姉妹都市提携数は33であったが、平成16（2004）年には50に増加している。また、民間の国際交流団体も増加しており、地域のニーズや関心に応じてその活動範囲も幅広い分野に広がっている。

平成10（1998）年には、特定非営利活動促進法が公布され、NPOも法人格を有することが可能となり、民間団体による活動がさらに活発化する環境が整備された。

平成15（2003）年には、大阪府における国際協力に関するNPO法人数は、200を超えている。このように、国際協力・国際交流を担う主体も多様化しており、行政が先導する時代から、海外との独自のパートナーシップ

を活用するなど、民間団体による先駆的で柔軟性のある取り組みが、大きな役割を果たす時代となってきた。

- ・ IT（情報通信技術）社会の進展

今日、IT（情報通信技術）の飛躍的な向上に伴うパソコン・携帯電話の普及、インターネットやブロードバンドの進展、テレビ放送のデジタル化などによって日常生活の利便性が高くなってきている。

また、新たな技術を活用した取り組みは、さまざまな分野で広がりを見せている。貴重な学術資料や美術品等をデジタル映像化し、データベースを構築するデジタルアーカイブは、全国の博物館・美術館において急速に取り組みが進められている。一方、翻訳や通訳に関して、マルチリンガルサービス（多言語による翻訳・通訳機能）など民間による研究も進められている。

国際化を進めるうえでも、多様な技術や機能を利用するなど、IT化の進展により生じてきた利便性や諸機能を活用することによって、広報やプロモーションを効果的に進める重要性が増している。

- ・ 危機管理意識の高まり

平成15（2003）年に重症急性呼吸器症候群（SARS）の感染者が関西、大阪を訪れた際には、府民の健康に影響を及ぼさないよう、関係機関が連携して感染防止対策を講じた。同年、米国で牛海綿状脳症（BSE）が発生した際にも、国の輸入禁止措置に伴い、各自治体も牛肉など食の安全確保に向けた対策を進めた。

このように、国境を越えて府民生活にさまざまな影響を及ぼす事象への備えをはじめとして、府民の危機管理意識が高まってきたことに伴い、SARS蔓延を予防するための医療体制の整備など、府民の生命・健康の維持への取り組みが重要となってきた。

また、平成7（1995）年の阪神淡路大震災を契機に防災への関心が高まっており、外国人も含めた府民に対する災害への備えを進めていくことが求められている。

2．大阪府の国際化施策

大阪府においては、平成4（1992）年に策定した「大阪府国際化推進基本指針」に基づき、次の4つの目標を掲げて各施策に取り組んできた。

- （1）地球社会を代表するにふさわしい拠点都市大阪の実現
国際都市としての条件整備及び機能強化
- （2）“交流の時代”をリードする世界の交流結節拠点大阪の実現
国際交流機能の一層の拡大
- （3）世界とともに生き、世界とともに発展する都市大阪の実現
地球社会への積極的な貢献
- （4）異文化を理解するところの豊かな人々の集う都市大阪の実現
世界に開かれた豊かなところの涵養と人材の養成

この間、平成6（1994）年の関西国際空港開港、平成12（2000）年の大阪国際会議場開設など、国際都市としての基盤整備を進めるとともに、8か国9地域にわたる友好交流提携先との事業の推進に努めてきた。また、海外から技術研修員を受け入れ、土木、農業、金属機械工業、貿易・サービスなどの研修を実施するなど、発展途上国及びこれに準ずる地域の社会・経済発展に貢献してきた。「内なる国際化」についても「大阪府在日外国人施策に関する指針」を平成14（2002）年に策定し、総合的な外国人施策を推進している。

大阪が国際都市として発展していくためには、外国人も含めた府民の人権が尊重される都市であることが必要であり、引き続きこの点をふまえた取り組みを進めていく。

「大阪府国際化推進基本指針」が掲げた4つの目標に係る各施策については、これまでに一定の進展と成果が見られる。今後とも引き続き、国際化推進に向けた中・長期的なビジョンである基本指針をもとに時代情勢の変化に応じた取り組みを進めていく。

3．本戦略がめざすもの

（本戦略の目的）

ボーダレス化やグローバル化の流れを都市の活力や府民生活の豊かさにつなげることにより、大阪の再生とパワーアップを図ることが今日の課題の一つである。一方、国際情勢や社会の急速な変化に迅速に対応できるよう、大阪の国際化を進めることも求められている。本戦略は、喫緊の課題に機動的かつ柔軟に対応できるよう、今後概ね3年間の大阪の国際化に関する“方向性”をさし示すものである。

（本戦略の観点）

基本指針のめざす4つの目標の実現に向けて、大阪府においてはこれまで、インフラ整備など大阪が国際都市として発展する基礎を築いてきた。大阪が国際都市として今後さらに発展していくためには、世界の人々が大阪を訪れ、ビジネス、観光、留学、学術研究、文化交流などさまざまな活動を通して、経済をはじめ、大阪が都市としての活力を一層増していくことが重要である。人々が活発に「交流」する都市となるよう、大阪の魅力を高め、いかに世界から人々を引き寄せていくことができるかが鍵となり、大阪のプレゼンスの向上を大阪の国際化を進めるうえでの重点施策として位置づけて、戦略的な取り組みを展開する。

（重点方向の基本的考え方）

大阪のプレゼンスの向上を図るためには、大阪における「交流」を一層推進していく必要がある、「大阪を訪れたい」「大阪に住みたい」と考える人を増やし、大阪に親しみを持つ外国人を府の内外で増やしていくことが求められる。このため、本戦略の重点方向の1つの柱として「大阪のプレゼンス向上と世界への発信」を掲げ、今日、大阪が持つさまざまなブランドを再発見しつつ、外国人をもっと大阪に引き寄せていくなど、プロモーション機能を強化していく。

外国人が多数訪れるようにするためには、外国人が大阪のさまざまな魅力を楽しむことができるよう大阪の都市としての機能や利便性を高めていくことも必要である。大阪には、大阪国際会議場などの国際交流施設のほか、平成15（2003）年にユネスコの世界無形文化遺産の宣言を受けた人形浄瑠璃文楽、江戸時代からの京都や大阪で継承されてきた上方歌舞伎といった伝統芸能がある。また、ハリウッド映画を体験できるユニバーサル・スタジオ・ジャパン（USJ）などのテーマパークもあり、食いだおれの街として食文化を楽しむこともできる。

このような大阪の魅力を外国からの訪問者が存分に楽しむことができるよう、本戦略の重点方向の2つ目の柱として、「外国人が行動しやすい都市 大阪」を掲げ、海外からの玄関口である関西国際空港の利用促進はもちろん、さまざまな観光スポットを外国人が自由に行き来し、楽しむことができる大阪の実現に向けて取り組む。

． 大阪の国際化にかかる今後の重点方向

1 ． 大阪のプレゼンス向上と世界への発信

1) 大阪がもつ魅力、ブランド資源を活用した発信力の強化

大阪は、特定の市場において高いシェアを持つオンリーワン企業など国内外に競争力を持つものづくり企業が多く集積するとともに、日本を代表する文化財に恵まれ、音楽・芸能・経済・学術など幅広い分野に傑出した人材を多数輩出するなど、高いポテンシャルを有する都市でもある。

グローバル化が進展する中、大阪が世界の中で独自の存在感を示し、世界的な都市間競争に勝ち残っていくためには、大阪がさまざまな分野で築いてきたポテンシャルを、都市魅力を構成する資産として再認識しつつ、大阪の魅力向上に資する新たなブランドイメージを確立し、これを世界の人々に認識してもらうことが不可欠である。

このため、行政、経済界をはじめ、さまざまな団体、個人の力を結集したオール大阪による「大阪ブランドコミッティ」の活動などを通じて、大阪の魅力に磨きをかけ、各種の媒体を効果的に活用してブランド資源を普及・発信する「大阪ブランド戦略」を展開していく。英字新聞“Brand New Osaka”により海外に直接発信するなど、広報ツールの開発・拡大にも努め、情報発信力を強化する。

2) I Tを活用した海外への情報発信

I Tが発達した今日、大阪府だけでなく、市町村や国際交流団体などさまざまな推進主体がホームページやEメールを用いて魅力ある情報を海外に発信しているが、発信している情報の内容や量を他国と比較すると、まだまだ十分とはいえない状況にある。

現在、大阪府においては、大阪の観光情報や最新のトピックなどを紹介する“Global E-net Osaka”や大阪ビジネスの最新情報を伝える“Osaka Business Now”などEメールを活用した大阪からの情報発信の充実に努めている。

また、関西国際広報センター（K I P P O）においては、関西から世界に向けての情報発信を目的に、ビジネス、観光、イベント情報から人物紹介に至るまで幅広い情報の提供を複数の言語により行っている。

海外から気軽に、大阪に関する情報へアクセスできるよう、各分野、各機関からの情報発信の充実に努める。英語のみならず、中国語や韓国・朝鮮語など、内容に応じて多言語による情報発信の展開を進める。

3) 都市外交の推進による大阪プレゼンスの向上

大阪のプレゼンスを高め、その存在感を世界にアピールしていくには、大阪が海外の都市とイコールパートナーとしての都市外交を進めていくことも重要である。大阪府は、外国賓客や各国大使等の要人による表敬訪問や関係行事への出席などを年間100件以上行っており、大阪と各都市との友好関係の強化に努めている。

大阪には、サミット級の国際会議も開催可能な大阪国際会議場をはじめ、ホテルやイベント会場などさまざまな施設の集積がある。APEC'95大阪会議や平成14(2002)年の国際エネルギーフォーラム、日本初の開催となったOPEC(石油輸出国機構)総会、あるいは、ライオンズクラブやロータリークラブの国際大会など、大阪は数多くの国際会議・イベントの開催実績を有し、コンベンション都市として既に確固たる地位を占めている。

さらに、外国公館をはじめ、観光、経済、文化交流等の促進に係る海外の機関の集積も高い。国際会議の開催や国際機関の立地は、大阪から世界に向けた情報発信の機会を増やす観点からも有効であり、経済界等との連携も図りながら、国際会議や国際機関の誘致活動を積極的に進める。

特に世界的に有名な国際会議の開催は、都市としての認知度を高める上で、非常に効果的であり、その実現に向け努力する。

4) 観光プロモーションの展開

「観光ビッグバンの時代が到来する」とも表される今日、中国など、経済成長の著しい東アジアからの観光客の急増が予想されており、こうした中、国においては周辺国に対する査証発給制度の緩和措置を講じている。中国については、訪日団体観光査証の発給対象地域として、上海市、北京市、広東省に加え、天津市、江蘇省、遼寧省、山東省、浙江省が今年9月より新たに指定されることとなり、訪日団体観光査証を取得できる地域の人口は、約1億1千万人から約3億7千万人へと大幅に増加した。また、訪日修学旅行生については、今年3月から韓国からの訪日にあたり査証が免除されているほか、中国からの旅行生についても、今年9月から免除されることとなり、青少年の訪日を促進する環境整備も進んでいる。

こうした状況変化をふまえ、大阪府においても、平成19(2007)年度に大阪を訪れる外国人旅行者数を200万人程度に増やすことを目標に、東アジアを主なターゲットにした「VISIT OSAKA キャンペーン」を民間も含めたオール大阪で推進していく。

中でも、巨大な人口を抱え、経済成長が著しく、訪日団体観光査証の発給対象地域が拡大した中国に対して、積極的な観光プロモーションを展開してい

く。

5) 経済分野におけるターゲティング

経済分野における日中関係については、従来、安い労働力を求めて日本企業が中国に進出する、いわば「一方通行」であった。しかし、中国産業の発展に伴う「世界の工場」化とWTO加盟などにより13億人の市場開放の加速が想定されるなど、日中間での「新たなパートナーシップ」を構築する時代を迎えている。このため、大阪商工会議所などの経済団体や大阪外国企業誘致センター（O-BIC）（社）大阪国際ビジネス振興協会などとの連携を通じ、公民協同で、大阪企業の販路拡大や中国から大阪への投資、日中企業の連携促進に取り組んでいく。

また、大阪産業再生のための新たな産業のひとつであるバイオ関連分野においても、ターゲットを絞り込んだ取り組みを進める。とりわけ、従来から府海外事務所を有し、友好交流提携を行うなど、豊富なネットワークのある北米及び欧州地域には、バイオ関連分野の産業クラスターとして世界的な集積がある。このような観点から、海外各地域のバイオ振興機関や経済団体等とも連携しながら、製薬をはじめとする大阪のバイオ関連企業・研究者と海外各地域の企業・団体とのビジネスマッチングを進めるとともに、「彩都」を中心とした北大阪地域が国際的なバイオクラスターとなるよう取り組んでいく。

6) トップセールス等を通じた大阪の売り込み

トップセールス活動は、組織のトップ自らが率先してプロモーションを担うという点において、訪問先への印象も強く、非常に効果的な手法の一つである。

大阪府のトップとして、知事は、IT、バイオテクノロジー等の先端技術分野の連携強化や関西国際空港のポートセールスのため、これまでにアジア・ヨーロッパ諸国や米国を訪問し、大阪のプロモーション活動を展開している。今後も引き続き、トップセールスによる大阪のプロモーション活動の展開を進める。

また、世界5都市（上海、シンガポール、ロッテルダム、サンフランシスコ、シドニー）に設置している海外事務所のネットワーク網や、バイオテクノロジーやITなどの先端分野で豊富な人脈を有する海外アドバイザーなどを通じた大阪プロモーション活動についても、引き続き積極的に進める。

海外へのPRに加えて、大阪に居住・滞在する外国人や外国公館等に大阪の魅力を中心に周知し、理解を得ることは、大阪を訪問するリピーターや新たな外客誘致につながると期待されることから、そうした外国人への情報発信

も進める。情報発信の効果を高めるためにも、外国企業向け、観光客向けというように、ターゲットを絞ったきめ細かい情報発信の強化に努める。

7) 交流ネットワークづくり

大阪府においては、中小企業へのビジネス機会の創出、各産業分野での連携、関空の活性化、文化交流促進などの観点から、中国上海市や米国カリフォルニア州などと友好交流提携を締結してきた。特に上海市については、来年、昭和55(1980)年の友好交流関係樹立から25周年という節目の年を迎える。また、平成14(2002)年には、大阪同様の中小企業の集積を有し、イタリア経済を牽引する地域である観光・ファッション産業が盛んなロンバルディア州や、「中東のシンガポール」と呼ばれる中東一の経済都市アラブ首長国連邦・ドバイ市と友好交流提携を締結している。このうち、ドバイ市との友好交流については、大阪府、大阪市、大阪商工会議所、関西経済連合会、関西国際空港株式会社の官民5者で構成する大阪・ドバイ交流促進協議会による経済交流を中心とした取り組みを進める。

今後こうした大阪の発展に寄与しうる友好交流の展開を進めていく。

2. 外国人が行動しやすい都市 大阪

1) 関西国際空港の利用促進による集客力向上

関西国際空港は開港10周年を迎え、我が国を代表する国際拠点空港としての役割を果たしてきた。現在、30以上の国や地域、70以上の都市とネットワークを結び、平成15(2003)年度の航空旅客数は、国際線と国内線を合わせて1300万人以上となり、国際線と国内線の乗り継ぎ利便性に優れるなど、日本へのゲートウェイにふさわしい機能を有している。

今や日本に入国する外国人の5人に1人は関西国際空港を利用しているが、さらに多くの外国人の関空利用を促すとともに、大阪を単なる経由地ではなく、観光やビジネスにおける滞在地とするための取り組みを進めていくことが必要である。

関西国際空港の機能面の強化に関しては、2本目の滑走路の平成19(2007)年供用を目指して進められている2期事業を着実に推進し、航空ネットワークを拡充していくことによって、積極的に需要を創出していく。

さらに、関西の利用促進を図るポートセールスとあわせて、海外事務所を活用した関西国際空港のゲートウェイとしての機能の紹介や、観光客誘致に向けたPRを実施していくことによって、より多くの外国人の関西国際空港の利用と大阪への訪問を増やしていく。

2) 外国人にわかりやすい表示・情報提供

外国人が大阪を楽しむためには、安心して街中を出歩き、観光などを楽しむことができるよう、案内表示の工夫が大切である。さまざまなサイン表示の多言語化やピクトグラム（絵文字標記）による案内表示を施設ごとに進めるとともに、市町村等とも連携して、地域ごとに多言語表示を進める。

また、関西国際空港や大阪市内の主要駅などに設置されている観光情報センターでは、英語による相談に応じ、各種観光イベントの情報を提供しているほか、公共交通機関や百貨店などにおいても多言語による情報提供が行われている。行政と民間が協働し、引き続き情報提供の充実を進めていく。

3) 大阪に滞在する外国人への多言語によるサポート推進

滞在中の外国人にとって不安に思うのは、病気や緊急時の言葉の壁である。このため、外国語対応が可能な医療機関の情報提供や多言語での生活情報の提供や相談体制の充実を図る。生活に身近な情報が多い市町村における多言語による情報提供を促進するとともに、多様なニーズに応えるため、外国人に対するさまざまな支援活動を行うNPOの取り組みへの支援を進める。

また、SARS等のように感染力が強く生命に危険が生じるような感染症が発生した際には、必要に応じて、在阪総領事館へ情報提供を行うなど外国人への情報提供等に努める。さらに、言葉の壁により災害等の発生時に迅速・的確な行動が取りにくい外国人のために、防災知識の普及啓発や避難誘導体制の整備にあたって配慮するとともに、災害発生時は、外国語での情報提供や、ボランティアを活用した多言語によるサポート体制の充実を図る。

4) 外国語教育、国際理解教育の推進によるコミュニケーション能力向上

府民が持っているホスピタリティを発揮するとともに、相互理解の促進を図るためには、母国語の異なる人々をつなぐ国際的共通語として、中心的な役割を果たしている英語をはじめとする外国語のコミュニケーション能力向上が不可欠である。このことは、わが国が世界から理解と信頼を得て国際的な地位を高め、一層発展していく観点からも極めて重要である。

府内の小中高等学校において、生徒の外国語による実践的なコミュニケーション能力の向上に向け、174名（平成16年度現在）の外国語指導助手（ALT）を活用した外国語授業が進められている。また、留学生や奨学生などを講師として招き、異文化理解を促進する国際理解教育も広がりを見せている。

府立高校においては現在、国際教養科設置校が9校あり、さらに、千里、住吉、泉北の各校を再編し、国際・科学高校として来年4月に新たに開校する予定である。また、夏休み等を利用して海外の学校を訪問するほか、海外からの

修学旅行生を受け入れ、交流を深めるなどの取り組みを進めている。今後とも、さまざまな文化や価値観を理解し、国際感覚に優れた人材の育成を図るため、こうした外国語教育や国際理解教育をさらに推進していく。

．多様な推進主体による国際化への取り組み

1．広域連携による国際化の推進

和歌山、三重、奈良にまたがる紀伊山地周辺が「紀伊山地の霊場と参詣道」として今年新たに世界遺産に登録されるなど、関西には、美しい自然に育まれた歴史や文化、あるいは進取に富む企業家精神などさまざまな魅力があふれている。大阪の国際化を進める際にも、関西という地域の総合力をもって取り組みを進めることが重要となる。

現在文化庁が進めている、関西の文化力により都市を元気にし、魅力を向上させていく「関西元気文化圏」構想をはじめとする広域的な取り組みも増えつつある。近畿ブロック知事会、関西広域連携協議会（ＫＣ）、関西国際広報センター（ＫＩＰＰＯ）、関西国際観光推進センター（ＫＩＴ－Ｃenter）、関西対日投資促進協議会（Ｋ－ＣＩＰ）など、各分野で広く関西を基盤とする組織を有効に活用し、国際化への取り組みを進める。

さらには、海外に独自のネットワークを持つ日本貿易機構（ＪＥＴＲＯ）、国際観光振興機構（ＪＮＴＯ）あるいは自治体のプロモーション拠点である自治体国際化協会（ＣＬＡＩＲ）などの関連機関と連携した情報の受発信機能の強化を図る。

また、世界の若手外交官が日本文化等の研修を受ける独立行政法人国際交流基金関西国際センターや、開発途上国への国際協力事業として技術研修員受け入れ研修を行う独立行政法人国際協力機構（ＪＩＣＡ）大阪国際センター、（財）海外技術者研修協会（ＡＯＴＳ）などの機関と連携し、人材育成を国際貢献活動のみならず、大阪のプロモーションの場としても位置づけ、活用を進める。

2．大阪府の体制整備

変化の激しい国際情勢の中でさまざまな問題に対応できるよう、大阪府においても、「国際化施策推進会議」を活用して各部局の国際化関連施策の情報を蓄積し、施策に反映するなどの取り組みを進めるとともに、府政に関連した海外の情報、最新の国際情勢、国内の動きなどの情報の共有化を進める。

また、観光集客施策の戦略的展開を図るための「大阪府観光・集客戦略推進会議」や大阪への企業立地を総合的に推進する「大阪府誘致推進協議会」など、庁内の総合調整・連携のための横断組織について、国際化推進の観点からも積極的な活用を進める。

3. 府民、NPOによる活動の促進

今日、国際交流は、多様な推進主体が担う時代になっており、府民やNPOの活動の裾野を広げることが重要である。(財)大阪府国際交流財団(OFIX)においては、国際交流関係のNPOが意見交換などの交流を通じて国際ボランティア活動の発展・振興に寄与するための「関西国際交流ボランティアネットワーク会議(KIV・NET)」の運営にも関わり、NPOのネットワークの強化やその活動の発展を側面的に支援している。

行政とNPOをつなぐOFIXの中間支援機能の一層の強化を図り、府民、NPOとともに大阪の国際化を進める。

また、各市町村や国際交流団体等においても同様の取り組みが促進されるよう、ネットワークの促進、情報提供などの支援に努める。

このように、本戦略に基づき、民間の国際交流団体をはじめ、大阪府や市町村、経済団体などそれぞれの推進主体が協調、協働する中、国際化をさらに推進し、魅力ある大阪の実現、大阪の再生・パワーアップに向けて取り組みを進める。