

KANSAI

関西ツーリズムグランドデザイン2025

TOURISM

GRAND

DESIGN

2025

The Origin of Japan, KANSAI

GLOBAL
TOURISM
DESTINATION
“KANSAI”

はじめに

“KANSAI”を グローバル・ツーリズム・ デスティネーションへ



一般財団法人関西観光本部
理事長 松本 正義

関西のインバウンド観光は、円安やビザ発給緩和、関西国際空港へのLCC増便等を背景に、2011年以降、急激に増加し、2019年の訪関西外国人数約1,300万人、消費額約1.2兆円を記録するなど関西経済の成長に大きく貢献して参りました。

しかしながら、今日、新型コロナウイルスによる国際往来の制約が続いており、未だ本格的な再開を見通すことができない状況にあります。このことは、経済社会に大きな影響を及ぼしており、特に、観光については甚大なものとなっています。観光関係事業に携わる皆様は、塗炭の苦しみの中で、事業の継続に多大なご努力をされており、心から感謝と敬意を表するものであります。このご努力を将来につなげるため、我々は、多くの旅行者が関西を訪れる日が再び来ることを確信し、関西観光が以前より更に発展することを目指して、目標を定めて歩みを続けていく必要があります。

今後、関西では、文化庁京都移転、うめきた2期地区先行まちびらき、北陸新幹線金沢～敦賀開業等の大規模プロジェクトが実現し、関西国際空港のターミナルのリニューアルも完成します。さらに2025年にはナショナルイベントである大阪・関西万博の開催地となります。この好機を活かし、関西を世界の旅行者に選ばれるデスティネーション“KANSAI”に育て上げていきましょう。

この「関西ツーリズムグランドデザイン2025」(以下、本GD)は、そのための基本的な考え方を関西の観光に携わる多くの皆様とともにまとめたものです。これが、行政・地域・企業等の皆様に広く共有・共感され、ONE関西の旗印の下、連携・協働を旨に着実に取り組みが進められることを心より期待いたします。

なお、本GDの案の策定にあたり、国際的な視点、日本全体の視点、観光の潮流の把握等、多角的な観点から関西観光を捉え直すため、高い見識を持つ有識者の方々にお集まりいただき「関西のインバウンド観光に関する提言」としてとりまとめていただきました。本GDは、これを基盤としています。改めて心より御礼申し上げます。

2025年の大阪・関西万博開催まで、残すところ3年となりました。取り組みを集中させ、加速していくことが求められます。他方、広域観光の実現には敷かれた道はありません。道なきところに道を築いて進んでいく必要があります。これを契機に、皆様の力を結集し関西が一丸となって、未来につながる関西観光づくりを新たにスタートいたしましょう。

Our Vision

1 目指す姿

Our Purpose

2 目的

KPI

3 成果指標

Our Strategies

4 基本戦略

Our Actions

5 アクション

Members

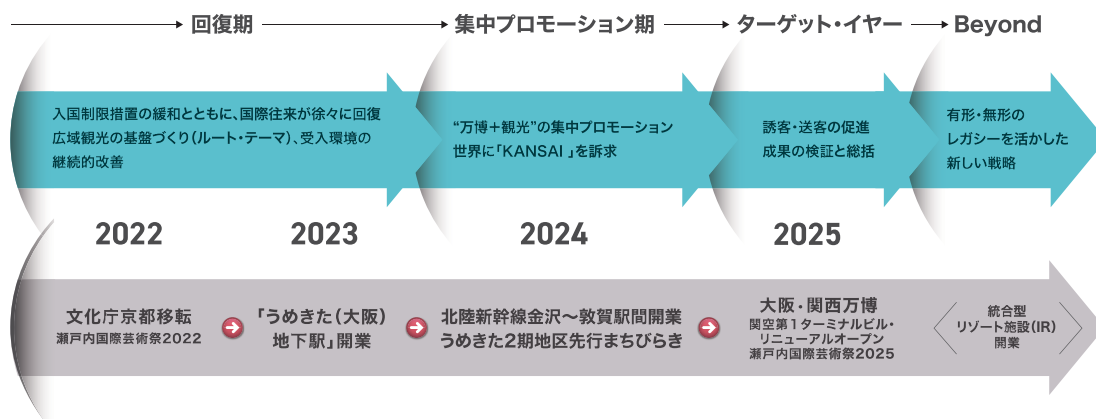
6 メンバー

我々は「関西一円に海外旅行者が訪れ、地域が賑わい潤う姿」、すなわち、世界の人々に旅行の目的地として選ばれ、関西観光の価値が共感される「グローバル・ツーリズム・デスティネーション」を目指す。

● グローバル・ツーリズム・デスティネーション



関西は、日本の原点につながる歴史・伝統・文化、そしてこれらと溶け合った自然がある。また、複数の国際都市が近接し、多彩な都市・地域により構成される特色ある圏域であり、伝統産業と最先端産業、暮らしやすい生活文化と親しみやすい気質の人々等、世界の旅行者を惹きつける魅力に富んでいる。この関西の観光資源を磨き、つなげることで、旅行者に満足いただける**広域観光圏“KANSAI”**を構築し、“グローバル・ツーリズム・デスティネーション”として、近隣諸国のみならず、欧米豪をはじめとして世界の旅行者が訪れる圏域となることを目指す。これにより、訪関西旅行者増、リピーター増、滞在日数増を実現する。



このグランドデザインの期間(2022年度～2025年度)は、大規模プロジェクトが控えている。そして、2025年には、関西の玄関口である関西国際空港のターミナルビルの能力が増強され、ナショナルイベントである大阪・関西万博が大阪・夢洲で開催される。その先には、統合型リゾート施設(IR)の開業が期待される。このような機会をとらえて、関西一円に海外旅行者が訪れ地域が賑わい潤う姿を実現することは、関西経済の発展に貢献するのみならず、観光立国の実現にも寄与することから、その期待は大きい。このような認識の下、万博開催により、世界中に“OSAKA,KANSAI”が発信されるこの機会に、行政、DMO、地域、企業等の関係者が一丸となって、関西観光の目指す方向を共有し、このグランドデザインの期間において集中的な取り組みを推進する。

目的Ⅰ 地域の豊かな暮らしへの貢献

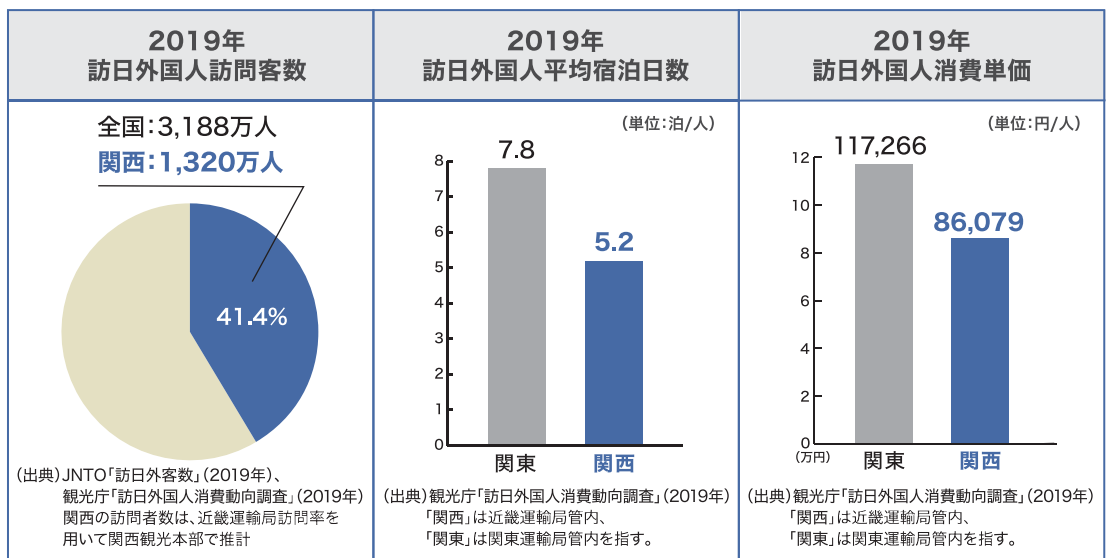
広域観光圏“KANSAI”の構築を進め、関西一円を舞台とする広域観光を促進することにより、地域の賑わいや潤いを創出する。すなわち、地域においては、観光地の景観や観光資源の適切な保全を図りつつ、持続可能な観光(※)の実現が重要な課題であるとの認識の下、その地域を住民が誇りに思い、友人・親戚等への訪問を含む旅行者や長期滞在者が満足する、「住んでよし」、「訪れてよし」の持続可能な観光地づくりを推進する。そして、このような地域をつなぐ広域観光を促進することにより、将来にわたり、賑わい、潤う地域の創生に貢献する。

(※)「持続可能な観光」：訪問客、業界、環境および訪問客を受け入れるコミュニティのニーズに対応しつつ、現在および将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光(国連世界観光機関(UNWTO)持続可能な観光の定義より)

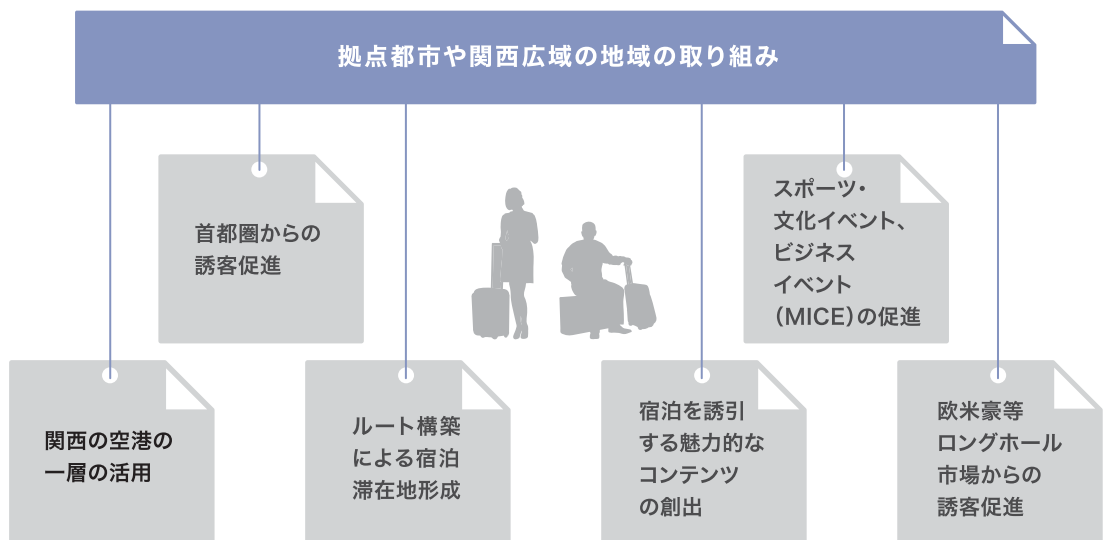
目的Ⅱ 関西経済への貢献

広域観光圏“KANSAI”の構築を進め、関西一円を舞台とする広域観光を促進することにより、訪関西旅行者増、リピーター増とともに、滞在日数増の実現を目指す。また、旅行者に提供する商品・サービスの付加価値を高めることにより消費単価増による消費額増を追求する。これらにより、地域経済の活性化、関西経済の発展に貢献する。

また、本格的な国際往來の再開が見通せない中、インバウンド観光の促進の取り組みとの共通性を活かして、国内旅行者への広域観光の促進にも取り組む。



●宿泊滞在日数増にむけた取り組み



関西一円に海外旅行者が訪れ、地域が賑わい潤う姿

広域観光圏“KANSAI”が、グローバル・ツーリズム・デスティネーションとして認知されるためには、関西のコンセプトやイメージを強力に発信する必要がある。その成果を測るため、関西の認知率、訪関西意向率や訪問率等の傾向的な上昇を指標とする（特に認知率が低い欧米豪を注視）。

- 指標 1** 関西の認知率が傾向的に**上昇**↗（2019年：欧米豪51%、中国83%※）
- 指標 2** 訪関西意向率が傾向的に**上昇**↗（2019年：欧米豪32%、中国65%※）
※認知率および訪関西意向率は関西観光本部が実施する調査
- 指標 3** 関西一円の観光地における外国人訪問率が傾向的に**上昇**↗
- 指標 4** 関西観光本部の海外向け情報発信サイト「The KANSAI Guide」へのアクセス数**増**↗
（2021年16万UU/月→50万UU/月を目指す）※UU（ユニークユーザー：サイトにアクセスしたユーザー数）
- 指標 5** 関西観光についてのSNSにおける情報流通量が傾向的に**上昇**↗

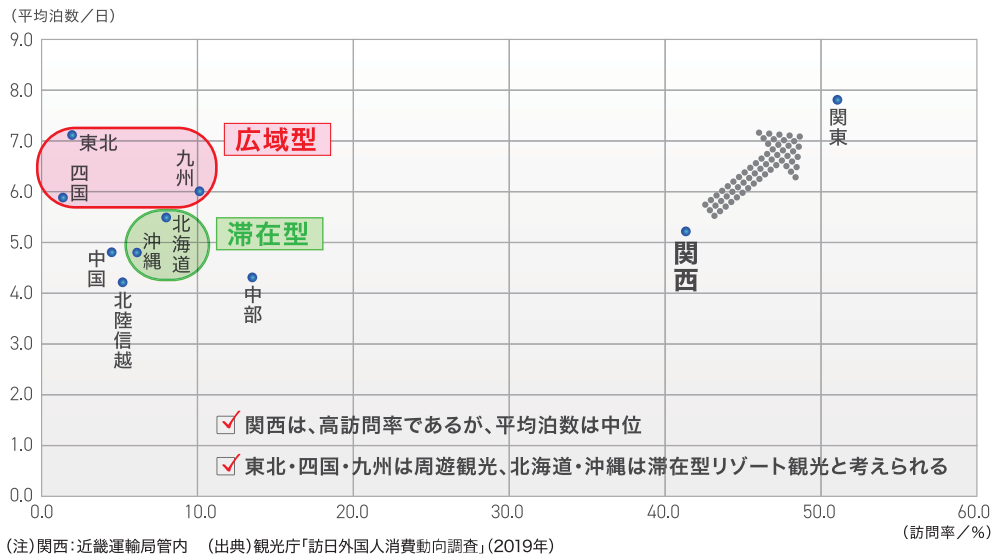
地域の豊かな暮らしへの貢献

- 指標 6** 観光地としての地域の幸福度の傾向的**上昇**↗
- 指標 7** 地域経済のプラス**成長**↗

関西経済への貢献

- 指標 8** 滞在日数増 **プラスワンナイト**（2019年：5.2日/人）
（出典）観光庁「訪日外国人消費動向調査」（2019年）近畿運輸局管内の訪日外国人の平均泊数
- 指標 9** 消費単価増 **首都圏との格差の縮小**（2019年：大阪府7.3万円/人、東京都10.9万円/人）
（出典）観光庁「訪日外国人消費動向調査」（2019年）
- 指標 10** 旅行消費額 **約1.8兆円**（2019年：約1.2兆円）（出典）観光庁「訪日外国人消費動向調査」（2019年）

● 訪日外国人の地方運輸局別訪問率及び平均泊数



● 関西旅行消費額への寄与

プラスワンナイトの効果

約2,200億円

（2019年の1泊当たりの消費額により算出）

大阪・関西万博への来場者増の効果

約3,600億円

（2019年の1人当たりの消費額により算出）

旅行消費額への寄与

約5,800億円増

（注）訪関西者数は、2019年：1,320万人＋
万博想定来場者数：350万人の約1,700万人と想定し、推計

戦略Ⅰ

広域観光圏“KANSAI”の構築へのチャレンジ

世界の旅行者に選ばれる観光地づくりを進め、地域をつなぐ「広域観光ルート」と多彩な「テーマツーリズム」を両輪として形成される広域観光圏の構築を促進する。また、大阪・関西万博（“OSAKA,KANSAI”）が世界に発信されるこの機会を最大限に活用し、関西が一丸となって“KANSAI”の認知度を高める取り組みを集中的に進める。これらにより、広域観光圏“KANSAI”のグローバル・ツーリズム・デスティネーション化を目指す。

戦略Ⅱ

スモールマスマーケット & ストーリーマーケティング^(※)による誘客促進

関西の魅力を「マスマーケット」に向けて総花的に発信するのではなく、多彩で豊富な魅力をツーリズム化することにより、「スモールマスマーケット」に向けて的確にアプローチする。その際、「ストーリーマーケティング」の考え方に基づいたツーリズム化を進めるとともに、with/afterコロナにおける旅行者の行動変容^(※)を十分に勘案する。これにより、関西旅行の満足度を高め、訪関西旅行者増、リピーター増、滞在日数増につなげる。国際往来の回復期は、関西の空港とのネットワークが充実している近隣諸国の状況に的確に対応しつつ、さらに欧米豪等のロングホール市場からの誘客を促進する。

※スモールマスマーケット：マス（多数）ではないが、一定の市場規模が見込める消費者の層や集団（スポーツ愛好家、歴史愛好家 等）

※ストーリーマーケティング：商品をストーリーとともに消費者に訴求し、共感してもらい、その行動を促すマーケティング手法。これは価格ではなく、目的による旅行を促すものであり、消費額増が期待できる。

※スモールマスマーケット&ストーリーマーケティングは、SIT(Special Interest Tour)層が多いと言われる欧米豪市場や個人旅行化が進むアジアのマーケットにも有効なアプローチ。

※with/afterコロナにおける旅行者の行動変容：コロナの経験により、「安全・安心・清潔」、「少人数・小規模化」、「三密回避」等、旅行形態が変化していると言われている。

戦略Ⅲ

万博に向けた活動との緊密な連携

ターゲットイヤーである2025年の大阪・関西万博の成功に向けて、万博のテーマと共鳴する観光プロモーションに取り組むとともに、万博のテーマと連動したツーリズムの創出を行う。

これらを政府・JNTO、2025年日本国際博覧会協会等が展開する誘致活動や機運醸成活動、PR活動と密に連携して発信する。

Action I

「日本屈指の広域観光圏 “KANSAI”を世界に発信」

関西は、日本の原点につながる歴史・伝統・文化、そしてこれらと溶け合った自然、国際都市・多彩な都市・地域、様々な産業、暮らしやすい生活文化と親しみやすい気質の人々等の特徴があり、これらが重なり合って魅力を形成している。このような魅力をわかりやすく発信することにより、広域観光圏“KANSAI”の認知度を高め、訪関西機運の醸成を図る。

そのため、「大阪・関西万博」が世界に向けて発信されるこの機会に、コアコンセプトやキャッチコピーを用いて、あらゆる機会を活用し、“KANSAI”の認知度を高める取り組みを集中的に進める（特に、認知率が低い欧米豪に重点）。



コアコンセプト

『歴史・伝統・文化、そして未来に向けて多様に花開く日本の原点、関西』

キャッチコピー

The Origin of Japan, KANSAI

1	<p>“KANSAI”を観光プロモーション、各種イベントにおいて表示・発信 大阪・関西万博のロゴマーク表記方 (EXPO2025 OSAKA, KANSAI, JAPAN) と同様に、地域名/KANSAI等として表記</p> <p>(例) ● KYOTO/KANSAI, KOBE/KANSAI 等</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 各主体が独自で制作する動画、パンフレット、ポスター等の宣伝物に『地域名/KANSAI』等と表記 ● SNSによる発信の際の『#KANSAI』のタグ付け
2	<p>キャッチコピーを活用して、関西で開催されるイベント・祭等をはじめとする関西観光情報を発信</p> <p>(例) ○○○Festival ～The Origin of Japan, KANSAI～ ※文化関係イベント:約400件/年、祭関係イベント:約340件/年(関西観光本部調べ)</p>
3	<p>訪関西旅行者が旅マエ・旅ナカ・旅アトで“KANSAI”の情報発信を促す取組の推進</p> <p>(例) SNS等を活用した『#KANSAI』タグ付けキャンペーンの実施</p>
4	<p>政府、JNTO、海外メディア等とタイアップした海外発信</p> <p>(例) ● 政府の放送コンテンツ海外展開事業の活用、JNTOとの協働による情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 海外メディアの招聘 ● 本邦・関西乗り入れエアラインや海外の空港との連携

【推進主体】 関西観光本部が推進役となり進める。

Action II 「地域を磨く」(地域を磨く・つなぐ)

観光地の景観や観光資源を適切に保全しつつ、スモールマスマーケット&ストーリーマーケティングに基づき、旅行者に共感され、高額消費者層を惹きつける上質な観光地づくりを推進する(これにより、トレンドを追う多数の旅行者も誘引される)。また、世界的に取り組みが進むSDGs、GX(グリーントランスフォーメーション)等を観光地づくりに包摂することは、必要条件になりつつあり、観光地の競争力に影響する。これらのことを踏まえて、地域と観光が持続的に発展することを目指し、長期的な視野に立って観光地づくりを進める。

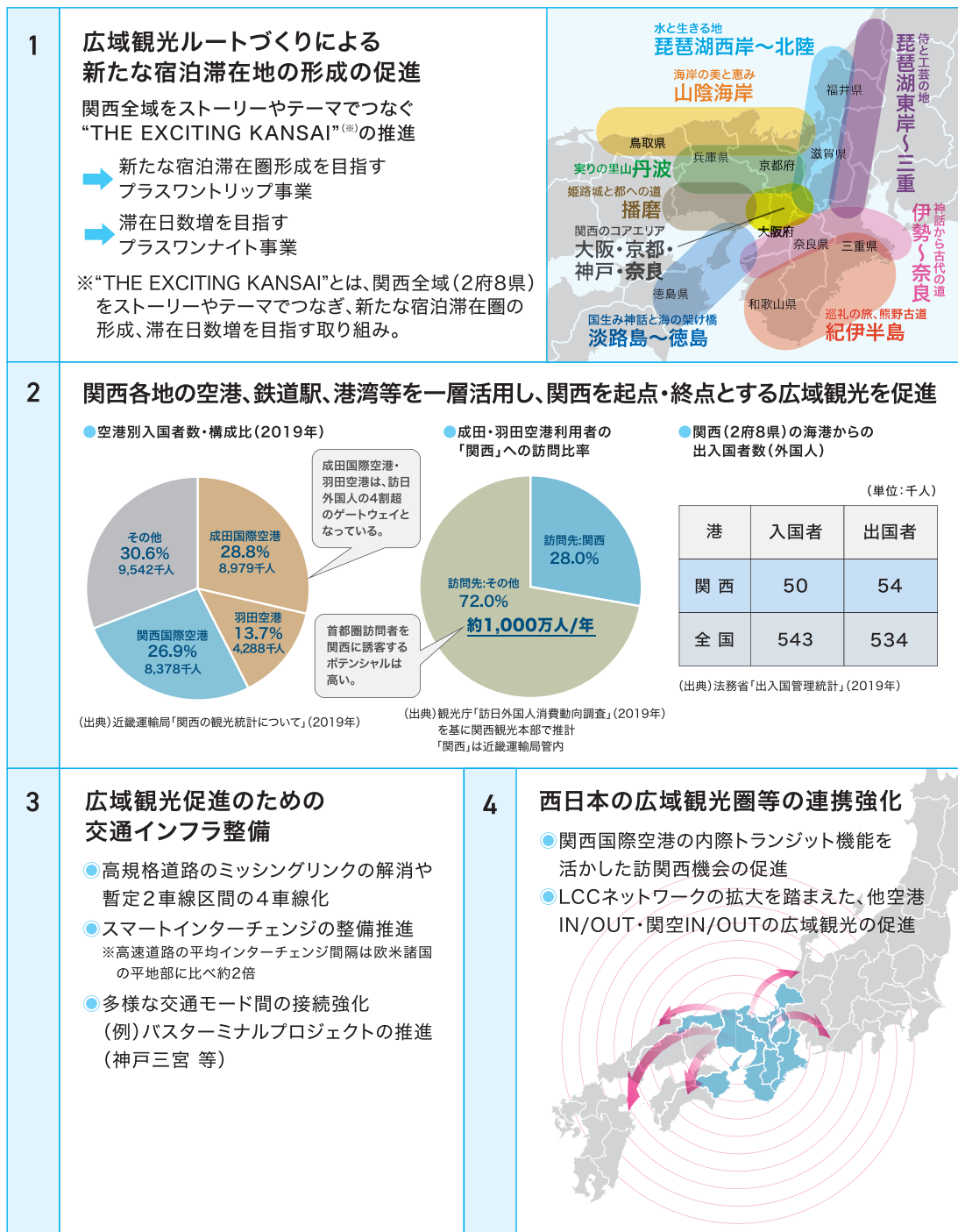


1	観光地づくりにおける観光地の景観、観光資源の保全の内包化 <ul style="list-style-type: none"> ●観光資源の維持・修復活動等の推進とその観光コンテンツ化 ●観光振興が観光資源の維持・保全につながる仕組みづくり ●廃屋、空き家等の除却による景観の保全
2	行政、DMO、観光・交通事業者を核として、地場産業、農業・漁業、地域金融機関等が連携した観光地づくり <ul style="list-style-type: none"> ●地域の歴史・伝統・文化コンテンツ、自然・景観のストーリー化 ●地域の資源の価値を深掘りしたコンテンツ開発 (例)農泊等の滞在型・体験型コンテンツ、食・食材、地域の芸能・工芸、過去の自然災害等を伝える施設や防災に関する知識や技術を学べる施設等を通じた学習・体験コンテンツ ●地域における観光のアンカーとしての商業施設、レジャー施設を核にした観光地づくり ●新たな旅のスタイルであるプレジャー、ワーケーションを取り入れた観光地づくり ●日本風景街道、ナショナルサイクルルート、道の駅等を核にした観光地づくり ●道路空間の利活用推進(オープンカフェ等) ●河川を軸に沿川地域のにぎわいを創出する河川ツーリズムの推進 (例)淀川河川舟運の推進
3	万博会場から地域へ誘う魅力づくり <ul style="list-style-type: none"> ●万博の目的やテーマ等と連動し、万博会場から地域へ誘う観光コンテンツの形成の促進 【2025大阪・関西万博の目的・テーマ等】 目 的:持続可能な開発目標(SDGs)達成への貢献、日本の国家戦略Society5.0の実現 テ ー マ:いのち輝く未来社会のデザイン サブテーマ: Saving Lives(いのちを救う)、Empowering Lives(いのちに力を与える)、Connecting Lives(いのちをつなぐ) コンセプト: People's Living Lab(未来社会の実験場) ●企業の取り組みをも含めたSDGs、GX等を包摂した観光地づくり
4	地域での滞在日数増のための取り組みの強化 <ul style="list-style-type: none"> ●着地型コンテンツの形成の促進 ●ナイトタイム/モーニングタイム・エコノミーの充実 (例)名所旧跡等の早朝・夜間の活用、建造物・街並み等のライトアップ、伝統芸能・エンターテインメントの夜間公演、夜景のコンテンツ化等
5	旅行者にとってストレスの少ない受入環境整備 <ul style="list-style-type: none"> ●防疫体制の強化、自然災害・事故災害時の情報伝達を含む安心・安全情報の提供の強化 ●外国人にわかりやすい案内板整備、多言語による観光情報提供、情報通信技術(ルート案内アプリ、音声翻訳アプリVoiceTra等)等を活用した受入環境の整備 ●ユニバーサル・ツーリズム(高齢者、障がい者、LGBTQ等)の促進、旅行者の食習慣・宗教等に応えるフードダイバーシティへの対応強化 ●観光地へのアクセス向上のための二次交通サービスの改善、消費の活性化につながるキャッシュレス化の推進 ●道の駅において、Wi-Fiの整備、外国人観光案内所認定の登録を促進 ●道の駅や観光施設等の地域の賑わい拠点と一体となった地域のバスターミナル等の交通拠点の整備推進

【推進主体】 観光地づくりは行政・DMOが推進役となり進める。地域横断的な課題については、関西観光本部が推進役となり進める。

Action II 「地域をつなぐ」(地域を磨く・つなぐ)

広域観光圏“KANSAI”を構築するため、観光地づくりを進める地域をストーリーでつなぐ広域観光ルートづくりを推進する。また、広域観光圏“KANSAI”の拠点地域である大阪・京都等は、ゲートウェイ都市として、その機能・魅力を一層高める。これらの広域観光ルートや拠点地域を関西各地の空港、鉄道駅、港湾等と効果的につなぐことにより、関西一円に海外旅行者が訪れ、地域が賑わい潤う姿の実現を目指す。さらに、国際拠点空港である関西国際空港を擁する広域観光圏“KANSAI”は、西日本の広域観光圏等と連携を強化することにより、グローバル・ツーリズム・デスティネーションとして我が国の観光拠点となることを目指す。



【推進主体】 関西観光本部が推進役となり進める。なお、「3 広域観光促進のための交通インフラ整備」については関係行政機関が推進役となり進める。

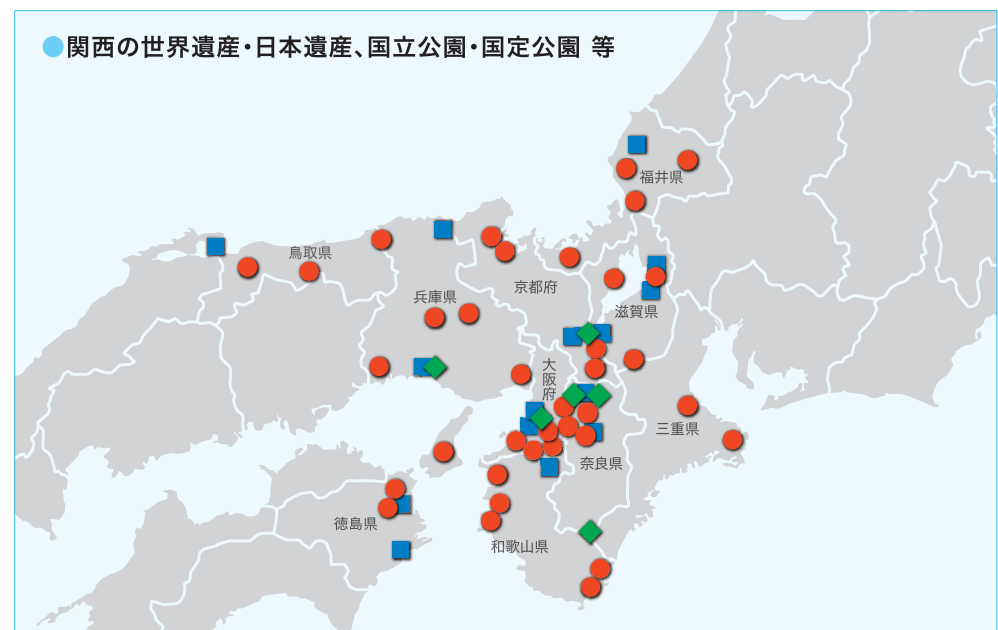
Action Ⅲ 「新たな魅力を創る」

広域観光圏「KANSAI」の構築のため、広域観光ルートとともに、魅力あるテーマツーリズムを提案する。テーマツーリズムは、強い関心・動機に基づく旅行であり、現地での体験や滞在を伴うことから、滞在日数増、旅行消費額増につながる。そのため、関西の多彩で豊富な観光資源をスモールマーケット&ストーリーマーケティングの考え方で発掘・再構成し、テーマツーリズムのラインアップを強化する。その際、関西の持つ観光資源の価値を最大限活かすため、「特別な体験」、「本物・唯一無二」等への関心の高さを踏まえた付加価値の高いツーリズムの創出を進める。

1 関西が持つ多彩で豊富な観光資源を活用したテーマツーリズムの創出

① 文化資源を活用したツーリズムの創出

- 「第2期関西観光・文化振興計画」(関西広域連合)が定める、文化・観光を通じた関西の将来像「新時代の文化・観光首都の創造」と連動したハード・ソフトの文化資源のツーリズム化
- 世界遺産・日本遺産、国立公園・国定公園等の歴史や価値を活かした滞在型ツーリズムの創出
- フードダイバーシティに対応しつつ関西の習慣・伝統・歴史に育まれた「食」のツーリズム化(「第7回 UNWTOガストロノミーツーリズム世界フォーラム」(奈良:2022年予定))



- ◆ 世界遺産(関西6件/全国25件)
- 日本遺産(関西36件/全国104件)
- 文化観光推進法認定計画(関西15計画/全国41計画)[※]

[※]「文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光の推進に関する法律」(文化観光推進法)に基づき、文化観光拠点施設を中心に、文化についての理解を深める機会の拡大と国内外からの観光客の来訪を促進させ、文化・観光の振興、地域の活性化の好循環を全国各地で創出。

国立公園(関西6箇所/全国34箇所)

- ①吉野熊野 ②山陰海岸 ③瀬戸内海 ④大山隠岐 ⑤伊勢志摩 ⑥白山

国定公園(関西15箇所/全国57箇所)

- ①越前加賀海岸 ②若狭湾 ③鈴鹿 ④室生赤目青山 ⑤琵琶湖
⑥丹後天橋立大江山 ⑦京都丹波高原 ⑧明治の森箕面 ⑨金剛生駒紀泉
⑩氷ノ山後山那岐山 ⑪大和青垣 ⑫高野龍神 ⑬比婆道後帝釈
⑭剣山 ⑮室戸阿南海岸

(2021年現在)

② 体験型ツーリズムの創出

- アドベンチャーツーリズム[※]、文化体験ツーリズム、農山漁村での体験ツーリズム、産業ツーリズム、ヘルスツーリズム等の推進

[※]アドベンチャーツーリズム:アクティビティ、自然、文化体験の3要素のうち、2つ以上で構成される旅行

③ 関西の「海」のツーリズムの創出

- 太平洋、日本海に面し、内海・内湾を擁する関西の地理的特徴を活かし、「海」のツーリズム化を推進
- 海に面する万博会場へのアクセスを勘案した淀川河川舟運を含む大阪湾の利活用の推進

2	<p>リピーター獲得につながる地域の特性を活かした各種「聖地」づくりや「KANSAIファン」づくり</p> <p>(例)</p> <ul style="list-style-type: none"> ●サイクリング等のスポーツの聖地、アニメや映画ロケ地等の趣味嗜好の聖地、巡礼地めぐりや禅等の精神文化の聖地 等 ●海外の青少年に関西の文化や人々との交流機会を提供する教育旅行の誘致の強化
3	<p>ビジネスイベント(MICE)、国際的なイベントの誘致活動の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ●関西として誘致したいMICEや国際的なイベントのための関係者間の連携の促進 ●MICE、国際的なイベントの誘致力の向上に貢献する関西の魅力の発信 ●MICE参加者・帯同する家族へのプレジャー促進のための関西一円の観光情報の提供
4	<p>万博のテーマと連動したツーリズムの創出</p> <ul style="list-style-type: none"> ●万博のテーマを地域で体験できるツーリズム(いのち、未来社会、SDGs、GX、ウェルネス 等)

【推進主体】 行政、DMO、地域、企業、関西観光本部がテーマに応じて推進役となり進める。

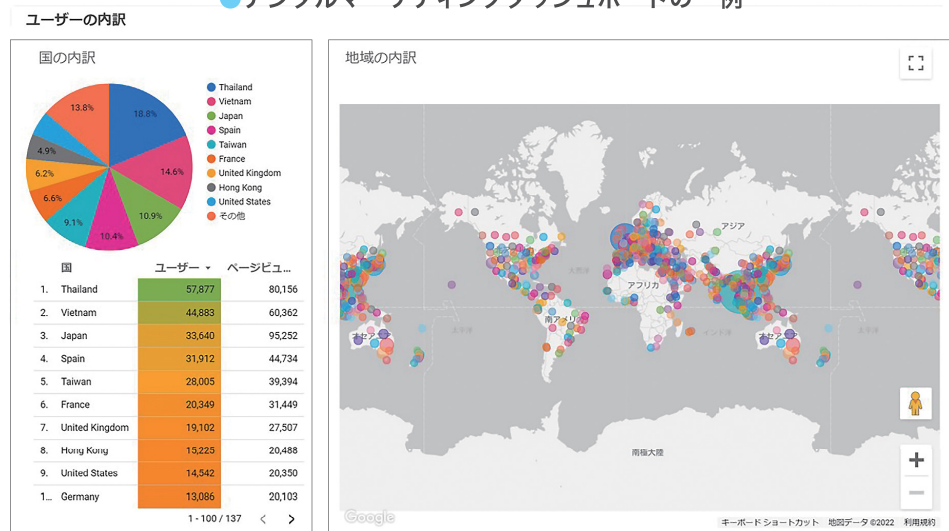
「観光のパラダイムシフトへの対応と観光インフラの強化」

新たな観光コンテンツ・価値を生み出し、観光サービスの変革と新たな観光需要を創出するため、デジタル技術を複合的に活用した観光DX(デジタルトランスフォーメーション)を推進する。また、SDGs、GX等の社会経済の変化のトレンドを取り入れ、観光のパラダイムシフトに的確に対応するとともに、観光インフラの基盤強化を引き続き進める。

1 DXの推進

- ① デジタル技術の一層の活用による効率的かつ効果的な観光プロモーションの促進
(例) SNS等を活用した発信、オンライン商談会等のデジタルプロモーションの推進
- ② データに基づく観光施策の企画、データの分析と共有のためのインフラとして、関西の観光データを収集、分析し、共通データとして提供するデジタルマーケティングダッシュボードの拡張・強化
- ③ オウンサイト、SNS等により収集されるデータの分析によるプロモーション効果の可視化
- ④ 関西の鉄道会社が一体となって構築が進む「関西MaaS」と連携した関西の観光情報の提供
- ⑤ デジタル化された情報を活用し、関西の観光情報を提供する様々な発信主体との連携を強化
(観光案内所、インバウンド向け官民一体アプリTravel Contents APP 等)
- ⑥ デジタル技術を活用した新しい観光サービスの実用化支援
(例) ITベンダー等と観光をつなぐためのマッチング支援 等

デジタルマーケティングダッシュボードの一例



2 SDGs、GX等の社会経済の変化のトレンドのビルトイン

- ① 万博のテーマと連動した企業や地域のSDGs、GX等についての先進的な取り組みを広域観光圏“KANSAI”のコアコンセプトを構成するものとして発信
(例) カーボンニュートラル、ゼロエミッション、ライフサイエンス 等
- ② SDGs、GX等を包摂した先進的な取り組みを観光コンテンツとして訴求
(例) クリーンエネルギーを活用した新たなモビリティ、循環型コミュニティ、スマートシティ 等

3 観光人材の育成と観光交流の促進

- ① 観光人材の強化(通訳案内士の育成、ホテルコンシェルジュネットワークの構築 等)
- ② 広くインバウンドに携わる方々の知識・スキルのボトムアップ(接遇に関する研修の開催 等)
- ③ 将来の観光人材の養成・確保等に向けた大学等教育研究機関との連携強化
- ④ 留学生のインボルブメントの推進(KANSAIファンの醸成、情報発信者としての参画 等)
- ⑤ 関西経済連合会が推進するABCプラットフォーム等を活用した多国間・二国間のハイレベルの観光交流の推進

【推進主体】 行政、DMO、地域、企業、関西観光本部がテーマに応じて推進役となり進める。

ONE関西で挑戦

このグランドデザインは、関西の広域観光の目指す姿と連携協働した取り組みを進めるための基本的な方向や考え方を示すものである。

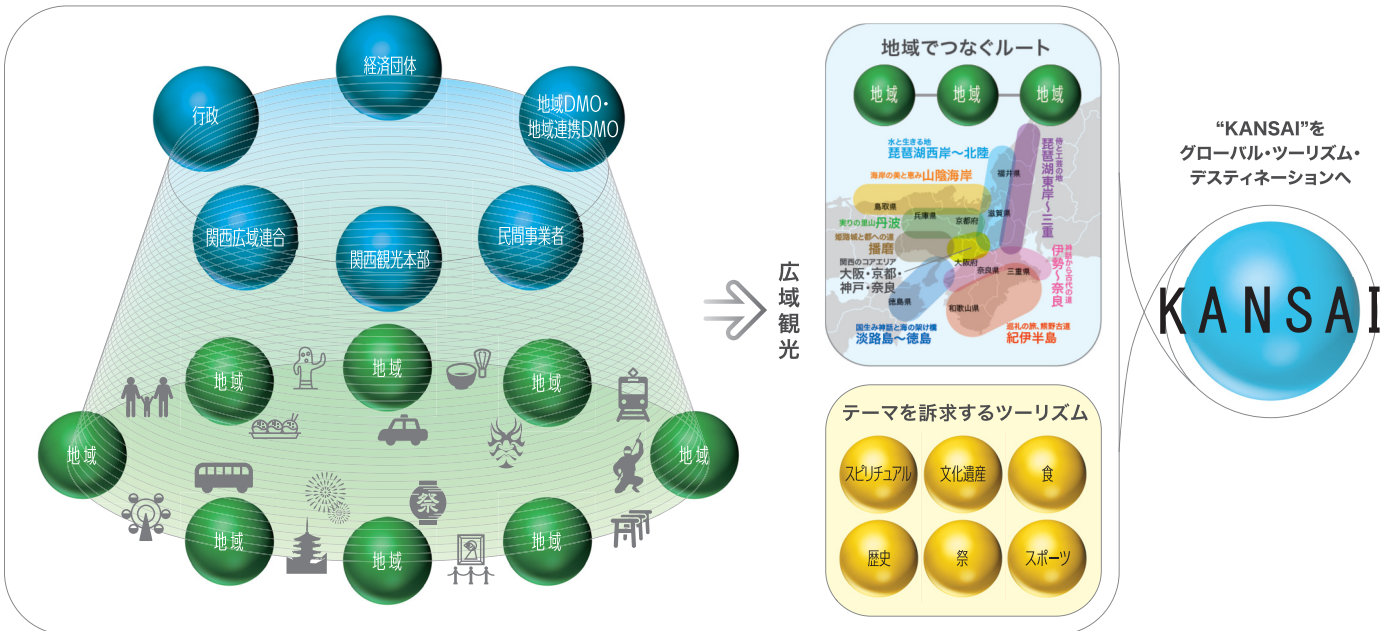
今日、我が国は「観光立国の実現」を目標としており、海外においても観光が地域や国の発展のための重要な柱として位置づけられていることから、地域間、各国間の誘客競争が激化している。同時に、経済社会や人々の関心の変化に伴い、観光の目的も変化・深化し、携わる主体の裾野が広がっている。

関西は、日本屈指の観光圏であり、広域観光の促進を通じて、地域の活性化、関西の発展、ひいては観光立国の実現に寄与する大きなポテンシャルを有している。関西が持てる力を最大限に発揮するには、行政、DMO、地域、企業等の各主体が、このグランドデザインの下、その役割を果たすとともに、力を合わせていく必要がある。

関西は、このような共通認識の下、各主体が自発的かつ重層的に結び付く連携協働体制「ONE関西」で、2025年大阪・関西万博に向けて一丸となって挑戦していく。

そのため、このグランドデザインをONE関西で推進するための体制を構築することとし、その体制の下、行政、企業等の協力を得て推進基盤を強化し、具体的な行動計画・プロジェクトを定め、計画的かつ着実に取り組みを推進する。

広域観光推進のための「ONE関西」のイメージ



策定会議メンバー

(敬称略)

	氏名	組織名・役職
民間	遠北 光彦 岡本 厚 蔭山 秀一 北村 豪 塩川 耕士 高山 俊三 福島 純 福島 伸一 山谷 佳之	関西鉄道協会 会長／南海電気鉄道(株) 代表取締役社長兼CEO (一社)日本旅館協会関西支部連合会 会長／(株)伏尾の鮎茶屋 不死王閣 代表取締役社長 (一社)日本ホテル協会大阪兵庫支部 支部長／(株)ロイヤルホテル 代表取締役社長 (一社)日本旅行業協会関西支部 支部長／(株)JTB 執行役員西日本エリア広域代表 近畿バス団体協議会 会長／近鉄バス(株) 取締役社長 近畿百貨店協会 会長／(株)高島屋 常務取締役 西日本旅客鉄道(株) 理事 鉄道本部営業本部長 (株)大阪国際会議場 取締役社長 関西エアポート(株) 代表取締役社長
行政	淵江 淳 松代佳津美 門田 正雄 高田 行紀 大坪 正人 伊吹 英明 金井 昭彦 東川 直正 関根 達郎 野口 礼子	総務省近畿総合通信局 局長 外務省大阪分室 室長 国税庁大阪国税局 酒類監理官 文化庁地域文化創生本部 事務局長 農林水産省近畿農政局 局長 経済産業省近畿経済産業局 局長 国土交通省近畿運輸局 局長 国土交通省近畿地方整備局 局長 環境省近畿地方環境事務所 所長 関西広域連合 広域観光・文化・スポーツ振興局 局長
有識者	鈴木 宏子 高橋 一夫 八島 雄士	国連世界観光機関(UNWTO)駐日事務所 副代表 近畿大学経営学部 教授 和歌山大学観光学部 教授
地域	川戸 良幸 田中 誠二 溝畑 宏 高士 薫 荒井 正吾 寺本 雅哉 小谷 文夫 矢田 博嗣 山田 義彦 竹谷 賢一 村田 純一 隈元 英輔 尾山 基	(公社)びわこビジターズビューロー 会長 (公社)京都府観光連盟 会長／(公社)京都市観光協会 会長 (公財)大阪観光局 理事長 (公社)ひょうご観光本部 理事長 (一財)奈良県ビジターズビューロー 理事長 (公社)和歌山県観光連盟 会長 (公社)鳥取県観光連盟 会長 (一財)徳島県観光協会 理事長 (公社)福井県観光連盟 会長 (公社)三重県観光連盟 会長 (公財)京都文化交流コンベンションビューロー 理事長 (公社)堺観光コンベンション協会 会長 (一財)神戸観光局 会長
オブザーバー	小林 安弘 堺井 啓公	(公社)日本観光振興協会関西支部 事務局長 (公社)2025年日本国際博覧会協会 広報戦略局長
関西観光本部	松本 正義 仁坂 吉伸 西脇 隆俊 角 和夫	理 事 長／関西経済連合会 会長／住友電気工業(株) 取締役会長 副理事長／関西広域連合 広域連合長／和歌山県知事 副理事長／関西広域連合 副広域連合長(広域観光・文化・スポーツ振興担当)／京都府知事 副理事長／関西経済連合会 副会長／阪急電鉄(株) 代表取締役会長

有識者会議委員

(敬称略)

氏名	
伊藤 元重	経済学者 東京大学名誉教授 学習院大学国際社会科学部教授
ロバート キャンベル	早稲田大学特命教授 早稲田大学国際文学館顧問 東京大学名誉教授
小山 薫堂	放送作家、脚本家 京都芸術大学副学長 大阪・関西万博テーマ事業プロデューサー
清水 哲夫	東京都立大学都市環境学部教授
伊達 美和子	森トラスト(株) 代表取締役社長 森トラスト・ホテルズ&リゾート(株) 代表取締役社長
野田 由美子	ヴェオリア・ジャパン(株) 代表取締役会長
本保 芳明 [◎]	国連世界観光機関(UNWTO)駐日事務所 代表

◎座長

The **KANSAI** *Guide*

<https://www.the-kansai-guide.com/>



KANSAI Tourism Bureau
The Origin of Japan, KANSAI



THE FLOWER OF JAPAN
KANSAI

関西ツーリズムグランドデザイン2025

発行日:2022年 3月31日

発行所:一般財団法人関西観光本部

〒530-0005 大阪市北区中之島2-2-2大阪中之島ビル7F

電話06-6223-7200 <https://kansai.or.jp>

