

2017年度
事業計画書（概要版）

自 2017年 4月 1日

至 2018年 3月31日

一般財団法人 関西観光本部

一般財団法人 関西観光本部

2017年度事業計画

(2017年4月1日～2018年3月31日)

昨年は、日本経済は緩やかな回復基調にはあるものの、英国のEU離脱や米国大統領選挙後の政策転換など、世界の新たな動きの影響を受け、大きく揺り動かされた1年であった。

2016年にわが国を訪問した外国人は2,403万人(対前年比21.8%増)と過去最高を更新、訪日客の消費額も3兆7,476億円(対前年比7.8%増)と増加してきている。しかし、流行語ともなったいわゆる「爆買い」が沈静化しつつあり、「モノ」消費から体験型の「コト」消費へ関心が移ってきている。

観光は、地域の活性化や雇用の増大など裾野が広く、大きな経済波及効果が期待できる産業である。政府は、訪日外国人旅行者の一層の増加に向けて、広域観光周遊ルート認定や日本版DMO候補法人の募集など、新たな施策を打ち出すとともに、2016年3月30日には、訪日外国人旅行者数を2020年に4,000万人、2030年に6,000万人とするなど、新たな目標を掲げた。関西においても、関西広域連合や経済団体の動きと呼応し、関西国際観光推進本部において「KANSAI国際観光指針」を策定し、関西への訪日外国人の訪問率を従来の40%から2020年には45%とすることを決定し、これにより2020年の関西を訪問する訪日外国人旅行者数は1,800万人を目標とすることとした。

日本を訪れる外国人が大幅に増加する一方で、ホテルの不足や都市部と地方との格差、外国語でのコミュニケーション、手ぶら観光の推進など、インバウンドの拡大に伴う課題も顕在化している。これらの課題解決には、単独の自治体や経済団体、関係機関の取り組みだけでは難しいものもあり、今後ますますのインバウンド拡大にあたっては、関西の官民で文字通り一体となった取り組みを進めていかねばならない。

こうした中、関西広域連合をはじめとする自治体と関西の経済団体が合意し、2016年3月に「関西国際観光推進本部」を設立、当財団にその事務局を置き、本格稼働の準備を進めてきた。2016年12月には、同本部と当財団を統合し、財団の名称を「関西観光本部」に変更した上で、2017年度以降、広域連携DMOとして事業を進めていく旨の官民の意向をまとめることができた。

関西観光本部では、政府や関西広域連合の広域観光計画、自ら策定したKANSAI国際観光指針を踏まえ、関西を世界に売り込み、外国人観光客等の誘致を促進するとともに、各自治体・団体の取り組みを尊重しながら、広域連携DMOとして、広い見地から関西全域を牽引する役割を担っていく。さらには、各観光

組織等の施策の隙間を埋め、官民・府県の枠を超えた全体最適化を迅速に実施していく。

また、観光を支える文化については、古くから日本の都、また商都として栄え、信仰の聖地、学問の都など様々な顔を持つ関西には、多くの国宝、重要文化財が至るところに存在し、豊かな自然環境と歴史に裏打ちされた伝統芸能・祭礼から現在芸術に至るまで数多くの有形・無形の文化資源が集積している。さらに、2016年3月に政府は文化財が集積する京都へ文化庁を全面的に移転する方針を決定しており、内外に向けて関西が誇る文化芸術の一層の浸透を図ることとする。

あわせて、観光、文化を中心に関西の魅力やポテンシャルを国内外へ発信することとする。

I 関西地域に係る地域振興事業

1 観光事業

2016年9月に策定した「KANSAI 国際観光指針」に基づき、官民連携によるオール関西で、関西が有する多種多様な観光資源を発掘・活用し、「KANSAI ブランド」の浸透を図るとともに、快適な旅行環境を提供し、関西への誘客を図る。

誘客の対象市場については、東アジア、東南アジアに加え、欧米豪やインド、ロシア等新規市場にも積極的に取り組む。

(1) マーケティング事業

① マーケティング調査

関西統一交通パス「KANSAI ONE PASS」や無料公衆無線 LAN「KANSAI Free Wi-Fi (official)」を利用した外国人客の動向データを調査・分析し、対象市場の国、地域ごとの市場動向やトレンドを把握し、効果的な情報発信・プロモーションの実施に向けた戦略策定に活用する。

② 関西プロモーションオフィスによる情報収集

関西プロモーションオフィス（KPO 事務所）6ヶ所（ソウル、台北、北京、上海、香港、バンコク）を活用し、現地で販売される旅行商品の現況・分析結果、現地メディアの報道、訪日旅行関連の特記事項等の情報を調査する。あわせて、関係団体への情報提供を行う。

(2) プロモーション事業

① 海外プロモーション、ファミトリップ、商談会等

「KANSAI 国際観光指針」で定めた、重点的に訪日客誘致を目指すターゲット国に対して、観光庁の「ビジットジャパン事業」「広域周遊ルート形成事業」等のほか、他省庁のインバウンド事業も活用し幅広いプロモーションを実施する。具体的には、海外旅行博等への出展をはじめ、メディア、エージェント、ブロガー、教育旅行等を対象にファミトリップ、商談会等のほか、海外に向けてタイムリーかつ的確に情報発信を行うなど、多様な観光プロモーション事業を実施、関西への誘客を促進する。併せて、広域観光周遊ルート「美の伝説」についても地域との連携を図り、効果的なプロモーションを実施する。

特に海外に向けた情報発信、ファミトリップなどの実施にあたっては、日本政府観光局(JNTO)や関西以外のエリアとも連携した効果的な事業展開を行う。

②域内旅行商品造成・販売

訪日旅行のスタイルが団体旅行から個人旅行(FIT)に急速に変化していることから、関西を訪問した外国人旅行者が「体験もの」や「短時間周遊」等の滞在型コンテンツをセレクトし、オリジナルな滞在プランを組み立てられるように、着地型・滞在型の観光素材を再整理し、販売に向けた検討を行う。

③トリップアドバイザーの活用

関西全域において観光資源を掘り起こすためのツールとして、世界最大の旅行サイト「トリップアドバイザー」を活用することとし、これによる情報発信を行うための活用促進PRと広報を実施、関西の情報を世界に発信する。

(3) 共通基盤サービスの提供事業

①KANSAI Free Wi-Fi (official)

関西エリア内での自治体無料Wi-Fiの認証手続きが一度でできる共通認証アプリ「KANSAI Free Wi-Fi (official)」のPRを戦略的に展開する。

②KANSAI ONE PASS

訪日外国人旅行者向けの関西統一交通パス「KANSAI ONE PASS」の販売拡大により周遊性を向上させる。

※「KANSAI ONE PASS」は、JR西日本の「ICOCA」をベースとしたチャージ式交通ICカード。ショッピング施設や観光スポットにおいて利用できる優待特典も付加。

③おもてなしバッジ

その人が話せる言葉を示す「おもてなしバッジ(仮称)」を作成し、関西を訪れた外国人観光客の方が言葉の壁で困った際、一目で見分けることができるようにする。バッジは経済団体等を通して配布し、外国人が言葉の壁に困らない環境づくりを行なう。

④手ぶら観光の普及

「宅配サービス」を利用する外国人を増やし、関西エリア内の宿泊施設から空港、次の宿泊施設への移動の利便性を劇的に改善する。具体的には宅配サービスの普及啓発と宿泊地の参画により地方への誘客を促す。

⑤多様な食文化、食習慣(ムスリム、グルテンフリー等)の受入環境向上

マレーシア、インドネシアからの訪日旅行者数が年々増加する中、多様な食文化、食習慣等を有する外国人旅行者にも安心して旅行を楽しんでいただけるよう、関西各地で事業者向けセミナーを開催し、あわせて、食の対応状況を可視化し、受入環境の向上を図る。

⑥多言語コールセンター

国との連携により、宿泊施設、商業施設、観光施設、交通機関等においてワンストップで利用できる「多言語コールセンター」を設置し、外国人観光客の受入環境の向上を図る。

⑦旅行商品の企画・販売・催行等

旅行商品の企画・販売・催行等を開始するため、旅行業の登録を進め早期事業化を図る。

(4) 人材育成事業

①セミナー・見学会等の開催

関西エリア内の自治体、観光協会、観光関連事業者、観光関連事業への従事を希望する若者などを対象に、それぞれのニーズに応じたインバウンドに関するセミナーや見学会を開催する。

また、インバウンドビジネス展示会（仮称）を開催し、インバウンド支援サービス、インバウンド向け商品・サービスを紹介する。

②広域連携 DMO との連携

広域エリアを対象とする全国各地の DMO が一堂に会する会議等を開催し連携を強化するほか、関西エリア内の DMO の情報交換の場も作り、全体調整の役割を果たす。

2 文化振興事業

今年度は 2020 年東京オリンピック・パラリンピックや関西ワールドマスタースズゲームズ 2021 等に向けて、関西広域連合が設置する「はなやか関西・文化戦略会議」で検討される様々な取組と協働を図り、関西の有する文化力をさらに PR していく。更に増大する海外からの旅行客に対する文化施設側の円滑な対応を促すための多言語対応ツール等を含めて、国際観光と文化振興を密に関連付けることを目指す。

(1) 関西文化の日

今年度も関西 2 府 8 県の文化施設（美術館・博物館・資料館等）の協力のもと、関西エリア内の住民に広く美術作品や学術資料に接する機会を提供し、美術・学術愛好者の増大を図るため、文化施設を無料開放する「関西文化の日」を設定する。今後は、海外に向けても文化が息づく関西を広くアピール

する。

文化情報の発信や文化芸術の浸透をいっそう推進するため、本事業への参加施設を増やすとともに、東京オリンピック・パラリンピック等に向け、外国人の誘客の可能性も念頭に置きながら、参加施設との連携強化を図る。

(2) 関西元気文化圏

「文化」で関西から日本を元気にすることを目指す「関西元気文化圏」構想を文化庁と共に推進するため、この目的の達成に貢献した人々に「関西元気文化圏賞」を贈呈する。

また「関西芸術の再発見」を共通テーマとして実施する「関西元気文化圏推進フォーラム」については、昨年度に引き続き、若年層、次世代層など文化になじみの薄いと思われる方々の参加を促す取組を行う。

3 情報発信

さらに力強く観光と文化コンテンツを打ち出すことを目的として、関西のニュースやイベントなどタイムリーな情報をインターネット上に発信するポータルサイト「Kansai Window」と首都圏駐在の外国特派員を関西へ招聘する取材旅行「外国特派員プレスツアー」に取り組むこととする。

(1) Kansai Window

観光、文化・歴史、経済・産業活動、主要イベントなど関西についての総合的な情報を多言語（日本語、英語、中国語（簡体字と繁体字）、韓国語）でインターネット上に発信する。また、海外の多くの方に見てもらえるようJNTOや海外のパワーブロガーとも連携するとともに、観光促進に寄与するようタイムリーな情報掲出に注力する。

(2) 外国特派員プレスツアー

首都圏に駐在する外国特派員を関西に招聘し、首長によるプレゼンテーション、特色ある産業、地域の芸術・文化、世界に誇れるユニークな取組み、美しい自然、特産品などバラエティに富んだ関西の魅力を現地取材する機会を提供する。今年度、可能であれば有料実施を検討していく。

(3) 情報誌の発行

広告収入等により、関西の交通、旬の観光資源、グルメ、ショッピング等の情報を掲載した外国人観光客対象のフリーペーパー発行を検討する。

Ⅱ 関西地域の振興に向けて

関西観光本部は、官民が連携し、総力を挙げて関西が世界におけるアジアの観光・文化首都となることを目指している。

今年度は、当本部のスタートダッシュと、目に見える具体的な活動を展開していくことが重要である。2019年～2021年のゴールデン・スポーツ・イヤーズを見据え、関西が「世界におけるアジアの観光・文化首都」となる骨太の観光戦略（中期事業計画）を策定するため、「戦略策定委員会」を設置し、速やかに検討を始める。

以 上