

2017年度

事業報告書（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

はじめに

2017 年（1 月～12 月）の日本を訪れた訪日外国人旅行者数が前年比 19.3%増の推計 2,869 万人となり 6 年連続で前年を上回り過去最多を更新し、訪日外国人旅行者の消費額が前年比 17.8%増の 4 兆 4161 億円となり初めて 4 兆円を超えた。しかし、一人当たり消費額は前年比 1.3%減の 15 万 3921 円と落ち込んだ。また関西国際空港の LCC 増便などにより、大阪の訪日外国人旅行者数が初の 1000 万人を超え、大阪の消費額も 1 兆円を超えたが、関西全体でみると訪日外国人旅行者数と消費額は大阪、京都など大都市への偏りがあり、他県への誘客促進が課題となっている。

関西観光本部では、2017 年 4 月の発足から、国・自治体・DMO・事業者などから信頼される組織を目指し、従来の関西地域振興財団実施事業をベースに、見直しを加えつつ「海外向け観光プロモーション」「訪日外国人旅行者の受け入れ環境整備」の 2 点を中心に事業を実施し、関西全体の施策の“隙間を埋め、つなぐ”活動を進めてきた。その結果、多方面から大きな反響も得て、連携案件も増加した。

海外向け観光プロモーションでは、17 か国・地域 18 件の旅行博出展、商談会開催等を実施し、米国、豪州、ドイツ、スペイン、ドバイ、ロシア等アジア以外の新規市場へのルートを開拓と試行を行った。また、ブロガーやエージェントを招聘するファミトリップを 10 か国・地域対象に 11 回実施し関西各府県市を支援した。

外国人旅行客受け入れ環境整備では、関西全域での回遊性・快適性を高める先駆的取組として、多言語対応コールセンター、大手運輸業と連携した手ぶら観光の推進、多様な食習慣等への対応セミナー等を実施した。

本事業報告書は、2017 年度に当本部が行ったこれらの取組みについて、主要な結果ならびにその成果を報告するものである。

I 関西地域に係る地域振興事業

1 観光事業

(1) 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、重点的に訪日外国人旅行者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」等を活用し、海外での旅行博や商談会には 17 か国・地域を対象に 18 回出展したほか、メディア、ブロガー、エージェント等を対象にしたファミトリップについては 10 か国・地域から招聘し、延べ 11 回実施した。特に今年度は、旅行会社、航空会社、メディア等とのネットワーク構築を図るため、新規市場を中心にセールスコールを行ったほか内外での商談会にも積極的に参加、また、日本政府観光局 (JNTO)とも積極的に連携を図り、効果的かつ多様な観光プロモーション事業を実施した。

【オーストラリア】

○概況

オーストラリアからの訪日外国人旅行者数は年間 445 千人で前年比 18.4%増、4 年前の約 2 倍強に成長しており、併せて経済も好調であり、他国と比較して滞在日数が長く、滞在中の消費額が大きい有望なマーケットであることから、近畿運輸局、関西広域連合とともに今年度重要市場としてアプローチした。2017 年 12 月からはシドニー関空間の直行便も就航し、さらなる成長が期待できることから、シドニー、メルボルンにおいてもプロモーション活動を実施したほか、国内に向けても直行便の維持発展に向けた取り組みも行った。

○実施事業内容

(1) 関西広域連合と連携したプロモーションの実施

関西広域連合が実施したオーストラリアにおけるトッププロモーションと連動し、旅行会社を対象にセミナーを開催したほか、旅行会社、航空会社、メディア関係者などが参加した交流レセプションでは、東映太秦映画村によるサムライショーをはじめ関西の地酒の試飲など、関西の魅力訴求に努めた。また、シドニー市民に日本へ関心をもってもらいたいことを目的として、「サムライ路上パフォーマンス」や、ラジオ出演（国営 S B S ラジオ）を通して関西の様々な魅力を伝えた。



(2) シドニー・メルボルンでの集中プロモーション実施

12 月から関西国際空港－シドニー空港間に直行便が就航したことから、関西広域連合とも連携し、直行便の維持・発展に向けた働きかけを行うこととし、1 月末に関西広域連合や経済界による訪問団の派遣をはじめ、大阪観光局や在阪鉄道会社など総勢 16 名で、現地最大の旅行博「TRAVEL EXPO 2018 Sydney」に共同出展したほか、国内に向けてもテレビ番組、雑誌等による直行便就航に関する PR を行うなど国内外に向けて大々的なプロモーション活動を実施した。



【米国】

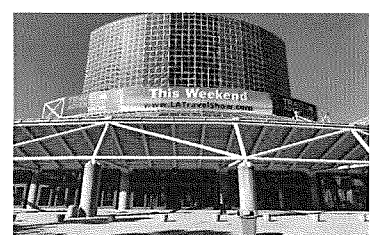
○概況

米国西海岸からは日本航空(ロサンゼルス)及びアメリカン航空(サンフランシスコ)から関西空港への直行便が就航しており、同路線を利用した訪日外国人旅行者も多く、重要なマーケットである。また、同国は嗜好が多様化、個別化が進んでいて、一般的なアプローチが困難なマーケットでもある。今年度、米国西海岸ロサンゼルスにおいて、同国の市場を踏まえ、関西の持つ多様性を中心に訴求するプロモーション活動を行った。

○実施事業内容

(1) 旅行博等

自治体や交通事業者、関西エアポート株式会社と連携して、2018 年 2 月 22 日(木)～2 月 26 日(月)の間、現地最大の旅行博「Los Angeles



Travel & Adventure Show (LATAS)」への出展を中心としたプロモーション活動を実施した。

(2) ファムトリップ等

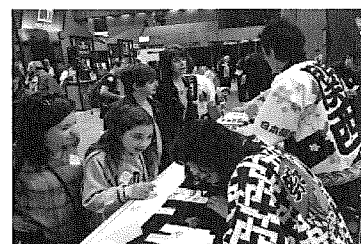
手荷物預かりや配送サービス等を実際に活用した関西を周遊する観光を体験することにより手ぶら観光の普及と関西の多様な魅力を発信した。



【カナダ】

○概況

カナダからの米国を除いた海外出国者数は 1000 万人以上に達しているが、2017 年度の訪日外国人旅行者数は 30.6 万人、対前年比 11.9% も増加しているものの約 3% に過ぎず、訪日旅行の需要が期待できることから、関西の知名度を継続的に高めるため、プロモーション活動を行った。



○実施事業内容

(1) 旅行博等

旅行博覧会「Salon International Tourisme Voyages (SITV)」出展

(2) ファムトリップ等

カナダエージェントファムトリップ



【ロシア】

○概況

中央ロシアと極東ロシアは全く異なる市場であるが、極東からは 2 時間強で行ける訪問地であるものの、旅行先として韓国や中国に劣後、タイや香港と競合している状況である。今年度、S 7 航空の関西空港就航の機を捉え、関西の認知度向上のプロモーション活動を行った。



○実施事業内容

山陰インバウンド機構の協力のもと、旅行博「太平洋国際旅行博

(PITE)」に出展することで、極東エリアの市場動向把握、及び関西地域の認知度向上を図った。



【UAE】

○概況

アラブ首長国連邦(UAE)からの訪日旅客数は約 7 千人と少ないものの、一人あたりの消費額は平均 1 人 1 日当たり約 3,000 ドルとも言われており、有望なマーケットであり、同国から注目すべきデステイネーションとして日本が紹介されるなど訪日気運は高まっている。しかしながら、富裕層の受入れ、食の環境整備、宗教的な受入れなどの不安が払しょくできていない現状にある。今年度、関西の多様性や



ムスリム対応可能な着地などを同国で訴求することで、関西への訪問意欲を高めるためのプロモーション活動を行った。

○実施事業内容

関西空港全体構想促進協議会及びエミレーツ航空の事業と連携し、ドバイはじめ UAE(アラブ首長国連邦) 3 都市において関西地域の認知度向上ならびに商品造成、販売促進を目的としたセミナーに参加した。

【スペイン】

○概況

スペインは好調な経済状況にも支えられ訪日外国人旅行者数が増加しており、2017 年度は前年比 8%アップの 10 万人を達成。まだ初めての訪日外国人旅行者が多くゴールデンルート観光がメインだが、歴史や宗教に対する興味が高く、関西エリアが訪日旅行先になる可能性並びにリピーター客になることも期待されていることから、関西への訪問意欲を高めるため、プロモーション活動を行った。

○実施事業内容

(1)旅行博等

旅行博「Fitur2018」出展



【ドイツ】

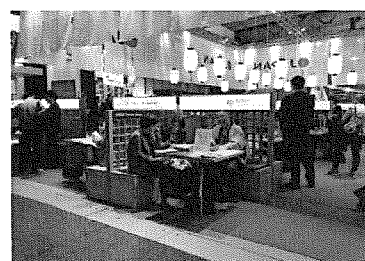
○概況

海外旅行者数、1 人当たりの海外旅行支出とも世界トップレベルに位置するドイツだが、訪日外国人旅行者数は英、仏よりもまだ少ない 20 万人／年弱に留まっており、訪問先も東京、京都、広島等のゴールデンルートがメインとなっているため、関西広域への訪問意欲を高めるため、プロモーション活動を行った。

○実施事業内容

(1)旅行博等

旅行博 「ITB ベルリン 2018」出展



【全体市場】

(1)新規市場調査

欧米等新規市場でのコネクション構築、当該市場におけるキーパーソンへの関西情報提供、当該市場の動向、有効なプロモーション手法等の知見獲得を目的とし市場調査を行った。

調査先：ニューヨーク（米国）、マドリード（スペイン）、フランクフルト（ドイツ）、モスクワ（ロシア）、ドバイ（アラブ首長国連



邦)、ニューデリー（インド）

(2)商談会等

VISIT JAPAN トラベル&MICE マート 2017（会場：東京ビックサイト）



成 長 市 場

【シンガポール】

○概況

2017年の訪日旅行者数は、404,100人となり過去最高を記録、初めて40万人を超えた。リピーター層が7割近く、旅行形態も個人旅行が9割に上る完全な成熟市場である。よって日本への訪問目的や訪問場所も多様化しており、四季の自然鑑賞、日本食・日本文化・旅館の体験、ショッピング等多岐に渡る観光を行っている。



○実施事業内容

(1)旅行博等

旅行博 「NATAS Holidays 2017」 出展

(2)ファムトリップ等

ブロガーファム（タイ、マレーシアと合同実施）



【タイ】

○概況

2017年の訪日旅行者数は、987,100人となり、10月末のプミボン前国王葬儀による一部自粛の影響を受けたにも拘らず、過去最高を記録した。リピーター層は6割を超え、旅行形態も個人旅行が7割を超えており、新たな訪問地やテーマを取入れた旅行を求めるスタイルに移行しつつある。

○実施事業内容

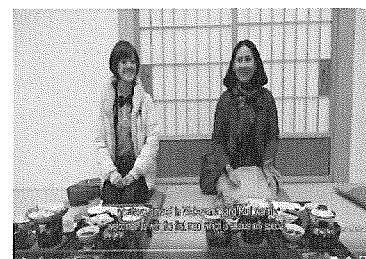
(1)旅行博等

旅行博 「Thai International Travel Fair #22 (TITF)」 出展

(2)ファムトリップ等

手荷物預かりや配送サービス等を実際に活用した関西を周遊する観光を体験することにより、手ぶら観光の普及と関西の多様な魅力を発信した。

また、タイの地上波テレビ番組で一番の長寿を誇る旅番組で関西の魅力を発信するため、いちご狩り、スキー、相撲パフォーマンス等のユニークな体験ものを中心に取材を行った。



【マレーシア】

○概況

2017年の訪日外国人旅行者数は、439,500人となり過去最高を記録。初めて40万人を超えた。これに伴いリピーターも増加傾向にあり、その割合は半数近くになった。旅行形態は、個人旅行が7割を超えている。

○実施事業内容

(1)旅行博等

旅行博 「MATTA Fair Kuala Lumpur」 出展



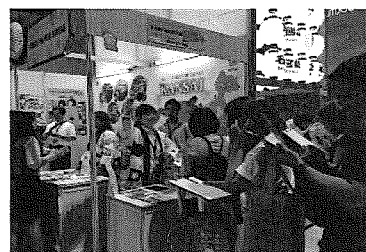
【フィリピン】

○概況

フィリピン市場は、人口増加と経済成長が見込まれ、ASEANの中ではインドネシアの2億5000万人に次ぐ人口を有するという背景があり、査証発給要件の緩和や日本行きLCC便の増加などで、2014年度以降、訪日外国人旅行者数の伸び率が急成長しており、リピーターも増加している。旅行形態も、個人旅行が9割を超えている。

○実施事業内容

旅行博 「Travel Tour Expo2018(TTE)」 出展



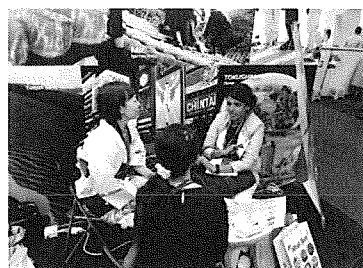
【ベトナム】

○概況

ビザの関係から旅行形態は団体旅行（パッケージ含む）が70~80%を占めているが、日本ーホーチミン線が増便されたことも後押しとなり、訪日外国人旅行者数は前年比を大幅増となっている。訪問先は主としてゴールデンルートがメインという状況である。関西エアポート株式会社の出展にあわせて関西広域の認知度向上に取り組んだ。

○実施事業内容

旅行博 「The 13th International Travel Expo,Ho Chi Minh City」
参加



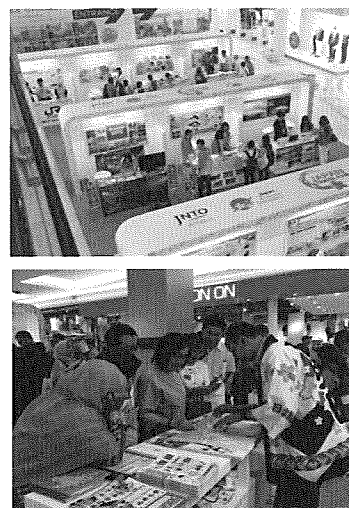
【インドネシア】

○概況

インドネシア市場では、日本ーインドネシア間の LCC 便の増加、インドネシア国内開催の旅行フェア増の影響により、前年比を大きく伸長している。訪日外国人旅行者数は年々若年化の傾向にあり、FIT 旅行者の増加が加速しているほか、ムスリムの訪日外国人旅行者数も増加している。

○事業内容

旅行博 「Japan Travel Fair 2018」 出展



【東南アジア共通】

○実施事業内容

東南アジアランドオペレーターファムトリップ及び商談会

再 訪 市 場

【中国】

○概況

中国からの訪日外国人旅行者数は 2017 年に約 735 万 5 千人となり、2016 年に引続き国・地域別で第 1 位であった。以前ほどの伸び率は収まったものの対前年比 28%増で、引続き高い数値を維持している。また旅行形態も団体旅行にプラスして個人旅行も増えており、内容も以前のショッピング主体から観光や体験ものにシフトする動きを見せていることから、「体験」を重視したプロモーション活動を実施した。併せて関西エアポート株式会社の出展にあわせて内陸都市でも関西の魅力訴求を図った。

○実施事業内容

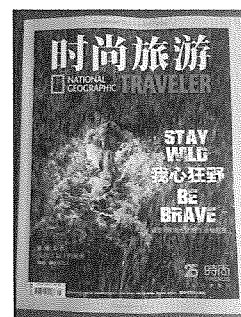
(1)旅行博等

旅行博 「2017 上海世界旅游博覧会 (World Travel Fare 2017 / SWTF 2017)」
出展

旅行博 「成都国際旅游博 (CITE2017)」 参加

(2)ファムトリップ等

メディアファム～中国の旅行雑誌「时尚旅游」の記者・カメラマンを招請



【韓国】

○概況

韓国からの訪日外国人旅行者数は 2017 年には 700 万人を超え、714 万人（対前年比 40%増）と大幅増加となった。日本は韓国からの身近な旅行先として定着し、さらに成長している。また、

個人のブログやSNSを活用した情報収集を行い、ネット上で旅行手配・決済が完結し、さらなる情報拡散につながるサイクルが出来上がった市場である。

○実施事業内容

(1)旅行博等

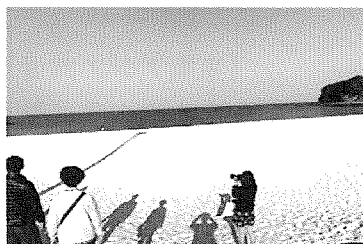
旅行博 「2017 ハナツアー旅行博覧会」 出展

韓国最大の旅行会社であるハナツアーの旅行博覧会で「私のための唯一の旅！」をテーマに行なわれたことから、「一人旅族」という韓国のトレンドに最も相応しい関西旅行をPRした。併せて関西公式ブログのPRも行い、旅行博覧会の終了後にも継続的に関西の旅行情報発信ができるようになった。



(2)ファムトリップ等

韓国で断トツのシェアを誇るポータルサイト「NAVER」のモバイル版トップページで「여행+ (旅行プラス)」を編集する毎日経済新聞社と連携し、記者を招請した取材旅行を実施。個性あふれる関西の鉄道紀行を通じ、大阪・京都から一足伸ばす旅の提案を行った。



また、「NEVER」で公募し選出された女性ブロガーや発信力のあるブロガーを招聘して、「食」、「自然」、「景勝地」、「伝統文化」等を紹介するファムトリップを二回実施した。

【台湾】

○概況

台湾からの訪日外国人旅行者数は、2017年に約456万4千人となり、2016年の416万8千人から大きく伸びており、旅行形態は個人旅行にシフトしているものの、4割弱が団体旅行である。

○実施事業内容

(1)商談会等

関西に向けた商品造成と販売促進、情報拡散を図るため、台湾の主要3都市（台北・台中・高雄）において、関西の自治体、観光事業者等を当本部が取りまとめ、旅行会社・航空会社等を対象とした商談会を実施した。



また、台湾大商談会終了後に初めての試みとして台湾の有名ブロガー及びそのフォロワーに対して、関西各地の自治体、観光事業者が直接、それぞれの地域、観光資源を紹介し、情報の拡散による認知度向上を図った。

(2)ファムトリップ等

・メディアファム（映像制作）

訪日外国人旅行者の80%以上がリピーターであり、「体験もの」「その場所でしかできないこと」が求められていることから、台湾の有力テレビ局三立電視台のメディアを活用し、関西広域の魅力ある体験等、オリジナル・コンテンツを取材・映像化し、発信した。



・ブロガーファム（～手ぶら観光の普及をめざして～）

手荷物預かりや配送サービス等を実際に活用した関西を周遊する観光を体験することにより手ぶら観光の普及と関西の多様な魅力を発信した。

【香港】

○概況

2017 年の訪日外国人旅行者は年間 200 万人突破（前年比 21%増）と大幅増。2013 年度以降 LCC の就航が活発化しているほか、定期便未就航都市へのチャーター便も活発化し、リピーター客も多く、訪日旅行者が更に増加していることから、集客力の高いイベントへの出展や旅行ガイドブックを通じて関西の魅力を消費者へ直接訴求した。



○実施事業内容

(1)旅行博等

「Hong Kong Book Fair」出展

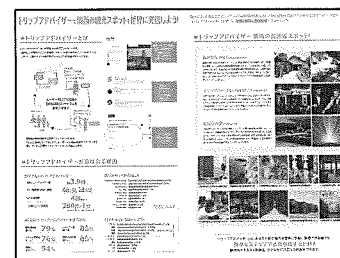
(2)ファムトリップ等

メディアファム～長空出版～



②「トリップアドバイザー」の活用

世界最大の旅行口コミサイト「トリップアドバイザー」(TA)を運営するトリップアドバイザー株式会社および関西国際空港全体構想促進協議会と共同で、TA の活用による関西各地の観光資源の掘り起こしと情報発信を促進するリーフレットを製作した。本リーフレットは関西の各市町村および DMO を通して、各地の公共施設、観光スポット、宿泊・飲食事業者等に配布することを想定。これまでに約 8,300 枚を配布している。



(2) 外国人旅行者受け入れ環境整備事業

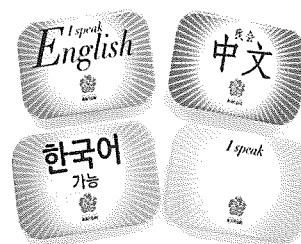
①多言語コールセンター

公的なコールセンターサービスの対象とならない、或いは Wi-Fi 等の通信環境やスマホ等の通信機器を持たない観光事業者が手軽に利用できる「KANSAI SOS 多言語コールセンター」を 9 月末より国の実証事業として開設。公衆電話回線で利用可能、国立研究開発法人情報通信研究機構 (NICT) 開発の VoiceTra のシステムをベースにした音声自動翻訳システムを基本に、有オペレーターをバックアップとして配備した。英語・中国語・韓国語・タイ語・インドネシア語に対応、観光事業者を対象に 24 時間 365 日無料で(電話料金除く)利用可能とした。

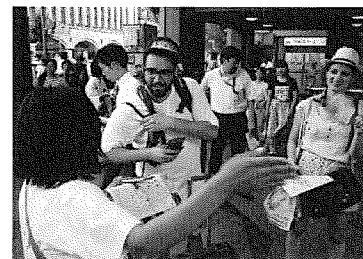
11 月～12 月には事前登録不要の「お試しキャンペーン」も実施、3 月末までの利用状況は登録事業者数 301、入電状況 191 件（うちオペレーターへは 7 件）。

②おもてなしバッジ

言葉の壁で困っている外国人観光客をボランティア的にサポートするツールとして、自身が話せる言語を示したバッジ、「外国語話せます！ 関西おもてなしバッジ」を作成、配布。



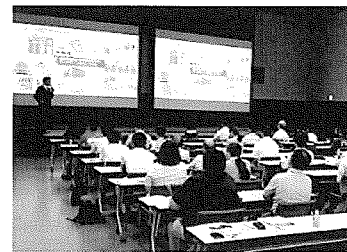
縦 44mm×横 70mm の角丸長方形クリップタイプ缶バッジで英語・中国語・韓国語・無地（言語名自由記載）の 4 種類を先ず 3,000 個製作、7 月 6 日より希望者に無料配布を開始した。その後 6,100 個を追加製作（計 9,100 個）、3 月末現在 5,140 個配布済み。言語別内訳は 英語：2,311 個、中国語：1,167 個、韓国語：731 個、無地：931 個。また PR イベントとして「関西おもてなし隊」派遣イベント実施。社会人と留学生語学ボランティアを祇園祭及び天神祭に派遣、T シャツ着用で外国人観光客への言語サポートを実施、メディアへの露出に繋げた。派遣したボランティアは 7/14 の祇園祭宵宵宵山 13 名、7/15 の同宵宵山 15 名、7/24 の天神祭宵宮 9 名。



③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

ハラルやベジタリアンなど、多様な食習慣・食文化を持つ外国人旅行客の受入れ環境整備事業として、セミナーを開催した。関西エリア各府県市と共催（一部近畿運輸局も含む）で「関西インバウンドセミナー」と銘打って 8 月よりスタート、当本部のパートとして「多様な食文化・食習慣を持ったゲストへのおもてなし」という演目で、主に宿泊・飲食事業者を対象に実施した。

開催地は、8/29 徳島市、9/13 和歌山県田辺市、9/14 和歌山市、10/20 滋賀県彦根市、11/1 鳥取県米子市、11/16 京都市（府・市）、11/20 福井県敦賀市、2/1 泉大津市（堺市）、2/16 兵庫県姫路市（県・神戸市）、3/20 大阪市（大阪観光局）、3/26 三重県津市の 11 か所、合計 582 名が参加。



④手ぶら観光の普及

宅配便利用による「手ぶら観光」を推進すべく、既存大手宅配事業者（ヤマト運輸・日本郵便）と連携、外国人旅行者向け利用マニュアルを多言語（英・繁・簡・仏）で作成、宿泊施設や観光案内所に配架する。ステッカー、ポスター、チラシ等で PR、「Kansai Tourism」ウェブサイト内でも告知した。ツールは 2,650 施設に配布実施。

⑤KANSAI Wi-Fi (official)

一度の認証で関西各地のさまざまな無料 Wi-Fi の利用が可能となる当アプリの運用は 2016 年 10 月にスタートしたが、本年度、当本部では本アプリの PR を実施した。海外旅行博でのチラシ配布を行った。また 10/27～30 に関西空港で開催された「関西産業観光博覧会」出展ブースでは Wi-Fi をメインに PR を展開した。



その他、「Kansai Tourism」ウェブサイトや「KANSAI OFFICIAL TOURIST GUIDE 2018」でも PR を実施。その結果、この 1 年間でアクセスポイント数は 24,000 ヶ所から 27,000 ヶ所へ、アプリダウンロード数は 27,000dl から 64,000dl へと増加している。

なお、2018 年 1 月 15 日より「KANSAI Wi-Fi (official)」に名称を変更した。

⑥KANSAI ONE PASS

JR 西日本の「ICOCA」をベースに、各観光スポットの優待特典も付加した外国人専用 IC 乗車券。今年度より価格を 3000 円から 2000 円に値下げして販売した。当本部ではこの統一交通パスの PR

を実施した。海外旅行博でのチラシ配布、「Kansai Tourism」ウェブサイトや「KANSAI OFFICIAL TOURIST GUIDE 2018」でのPR告知を実施。結果、2017年度の販売枚数は、2016年度の約6万枚から17.4万枚へ増加した。

⑦旅行商品の企画・販売・催行等

広域連携DMOとして旅行商品企画などができるよう2017年10月18日付で第二種旅行業（大阪府知事登録旅行業 第2-2912号）登録を行った。

2018年に草創1300年を迎えた西国三十三所の巡礼について、関西広域連合と連携しPRを行うとともに、2月4日に「お坊さまと巡る「西国三十三所」巡礼の旅」（西国三十三所草創1300年記念事業）の旅行企画を行った。（参加人数26人）



（3）マーケティング事業

①マーケティング情報発信

アジア太平洋研究所（APIR）と提携し、関西への外国人旅行者の動向に関する統計情報を毎月・四半期毎にレポートとして取りまとめ、WEB上で発信した。

また、「KANSAI Wi-Fi」等で得られる外国人旅行者の移動等の動向情報を発信した。

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）4ヶ所（ソウル、北京、上海、香港）から、現地メディアの報道、現地での旅行関連の動向などの情報を毎月収集し、関西観光本部のホームページで「各地のKPOレポート」としては情報提供を行った。

③マーケティング調査

関西を訪れる外国人の動向を各種統計資料の調査分析によって把握し、観光客の観光ルートや消費実態に関する声を対面アンケート調査（関西国際空港：11月29日実施/回収数55、JR城崎温泉駅：11月22～23日実施/回収数52、JR紀伊田辺駅：11月27～28日実施/回収数18）によって明らかにし、外国人旅行者の観光ニーズの実態を分析した。また、関西の観光動向について宿泊旅行統計および消費動向調査を月次および四半期ごとに整理し、ウェブサイトにて公開した。

（4）人材育成事業

①全国の広域連携DMOとの連携

全国各地の広域連携DMO同士の連携を深め、課題の共有や共同での事業実施、政策要望等を目指す「広域観光振興団体ミーティング」を当本部の呼びかけにより立ち上げた。2018年1月16日に当本部が世話役となって日本観光振興協会会議室（東京・虎ノ門）にて第1回会合を開催し、下記団体が参加、各団体の最近の取組や課題について意見交換を行なった。来年度も定期的開催していく。

<参加団体>

公益社団法人北海道観光振興機構、一般社団法人東北観光推進機構、一般社団法人中央日本総合観光機構、一般社団法人せとうち観光推進機構、一般社団法人山陰インバウンド機構、四国ツーリズム創造機構、一般社団法人九州観光推進機構、一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー、一般財団法人関西観光本部

<オブザーバー>

公益社団法人日本観光振興協会、公益財団法人東京観光財団

②全国通訳案内士スキルアップ研修

関西広域連合と連携し、増え続ける訪日外国人観光客の満足度を高め、関西へのリピート率を高めるために、全国通訳案内士の人材育成・レベルアップが急務と考え、「通訳案内士スキルアップ研修」を実施した。2015年1月1日以降に関西2府8県で、通訳案内士法に基づく通訳案内士登録証を受けた方を対象にした未就業者向け研修と、就業者向け専門研修を2018年2月～3月にそれぞれ5回行い全国通訳案内士のレベルアップを実施した。また、3月20日に開催した「関西インバウンド交流会」にて観光関係者向けに全国通訳案内士の情報提供や交流を行い、活躍の場を広げる取り組みを行った。



2 文化振興事業

(1) 関西文化の日

①第15回 関西文化の日（関西広域連合との共催）

2017年11月18日19日を中心日として関西2府8県の地域内にある美術館・博物館など文化施設の入館料（原則として常設展）を無料とする取組。2017年度は過去最多の688施設が参加登録、期間中の総入館者数も過去最多となる約53万人となった。



(2) 関西元気文化圏

①関西元気文化圏賞(文化庁との共同開催)

2003年から開催の贈賞事業。2018年1月22日に実施。その年に関西から日本を明るく元気にすることに貢献した新旧の幅広いジャンルの人物・団体等を表彰。

【2017年受賞者】

- 〈大賞〉 桐生 祥秀（陸上選手）
- 〈特別賞〉 井山 裕太（囲碁棋士）、京都国立博物館
- 〈ニューパワー賞〉 大阪府立登美丘高等学校ダンス部、北村 陽（チェロ奏者）、竹本 織太夫（文楽太夫）



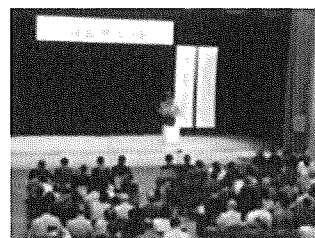
②関西元気文化圏推進フォーラム（関西広域連合との共催）

2013年より「文化芸術の再発見」を統一テーマに関西各地で年2回開催した。

【第9回】『神戸開港150年の歴史を辿る』	
開催日	2017年10月3日（火）
場所	神戸海洋博物館大ホール、神戸港にて開催
内容	【第1部】講演：テーマ：「神戸から吹いた貿易風」 講師：玉岡 かおる氏（小説家） 【第2部】神戸港クルージング



【第10回】『宣長サミット』	
開催日	2017年10月14日（土）
場所	三重県総合文化センターにて開催
内容	基調講演「現代に生きる宣長～伊勢サミットのレガシーとして～」 講師：寺島 実郎氏（（一財）日本総合研究所会長） パネルディスカッション「今、なぜ、宣長か」 コーディネーター：池田 雅延氏（元新潮社編集者） パネリスト：田中 康二氏（神戸大学大学院教授） ピーター・J・マクミラン氏（翻訳家） 森 瑞枝氏（國學院大學他兼任講師） 吉田 悦之氏（本居宣長記念館館長）



（3）文化施設の多言語化促進に関する取組

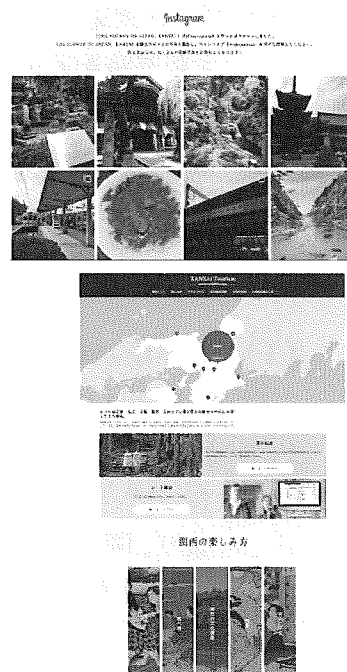
関西の文化施設の多言語化の進捗度を把握するために、「関西文化の日」参加施設（688施設）を対象に、アンケート調査を実施（回答 524 施設）した。自館が多言語化済と回答した施設は 243 施設（46%）。その内容はパンフレット作成が 80%、館内表示は 30%弱（複数回答）と、実質的な多言語化は進んでいないという結果が得られた。その結果を基に、関西広域連合と連携して文化施設の館内表示に関する多言語化の促進に係る試行調査を行った。この試行調査で得られた知見を活かし、次年度に文化施設への多言語化の促進に向けた積極的展開を行う予定である。

3 情報発信事業

（1）「KANSAI Tourism」ウェブサイトの開設

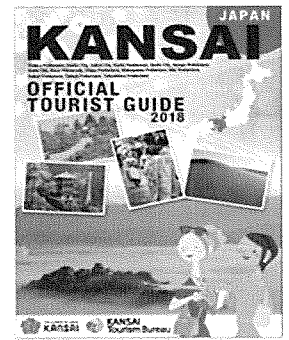
観光・文化・歴史等の関する主要イベントなどを Kansai Window の「関西各地のお知らせ」のコーナーにて日本語・英語・中国語（簡体字・繁体字）・韓国語により発信し、閲覧数は年間 372,903PV となった。

新たに、インバウンド観光に特化したウェブサイト「Kansai Tourism」（9月に第1弾として公開し、3月8日に全コンテンツを公開）を軸として、関西の広域観光周遊ルート「美の伝説」および広域周遊を促進するための「乗換案内」機能を搭載したウェブサイトを開設した。閲覧数は、年間 326,219PV となった。また、さまざまな関西の姿を発信することを目的に、Instagram "#truekansai"を開始した。



(2) 情報誌の発行

訪日外国人向け情報誌（KANSAI OFFICIAL TOURIST GUIDE 2018）を2017年12月に第1版発刊、2018年3月に第2版発刊した。関西域内の鉄道網、観光素材（観光地、体験施設、食文化）と訪日外国人にとってのお役立ち情報等を掲載。英語版、合計5万部発刊、旅行博にて配布と関西空港はじめ関西のインフォメーションセンター約50か所に配架している。



(3) 行事への参加

①「第2回関西産業観光博覧会」出展

10月27日～30日の4日間、関西国際空港駅コンコース及び第1ターミナルイベントスペースにて開催、そのうち前半の2日間（27,28日）コンコースPRブースへ出展した。NTT西日本の協力を得て、フォトサークルというイベントツールを活用したKansai FreeWi-FiのPRを中心に、関西観光案内各種パンフレットの配布を外国人旅行者対象に実施した。また、他の出展者に対して「おもてなしバッジ」「コールセンター」のPRや会員募集等を実施した。主催は中小機構近畿と近畿経済産業局。

②「ワールドマスターズゲームズ2021 関西」第3回総会

11月21日に帝国ホテル大阪にて開催された「ワールドマスターズゲームズ2021 関西」第3回総会にて、当本部による関西観光案内パンフレットや「おもてなしバッジ」の配布、多言語対応コールセンターの実演等のブース展示を行った。また、初めての試みとして、当本部ロゴ入り「瓦せんべい」を製作、来場者に配布してPRを行った。

(4) プレス対応

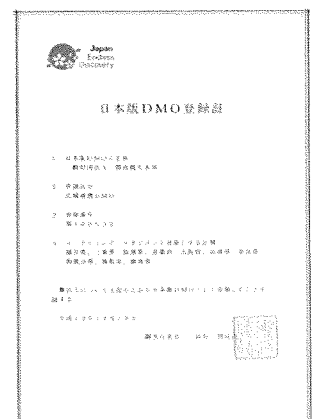
大阪経済記者クラブ等にてプレスリリースを行った。

積極的な露出や取材対応等を行ない、前年（関西国際観光本部）の17件に比べ、3倍以上の56件に増加させることができた。

Ⅱ 関西地域の振興に向けて

(1)「日本版DMO」への登録

当本部は前身の大阪湾ベイエリア開発推進機構時代の2016年2月に、国が進める「日本版DMO」の候補法人として登録していたが、2017年11月28日付けで、正式な「日本版DMO」（広域連携DMO）として登録された。これにより、国が進める日本版DMOを核とした観光地域づくりの一端を担っていくこととなり、当本部の果たすべき役割はより一層大きくなった。



(2) 国土交通省近畿運輸局との包括連携協定の締結

2017年3月に策定された国の「明日の日本を支える観光ビジョン」や、2016年9月に策定された「KANSAI 国際観光指針」の実現、ひいては地域経済のさらなる活性化に貢献していくことを目指し、国土交通省近畿運輸局と当本部の間で「はなやか KANSAI 観光推進パートナーシップ協定」



を締結した。国の機関と広域連携 DMO が連携協定を締結するのは全国初。2017 年 4 月 14 日には若林陽介近畿運輸局長と当本部の森詳介理事長が参加して協定書の締結式が行なわれ、多くの注目を集めた。



(3) 京都大学経営管理大学院経営研究センターとの協力協定の締結

2018 年 4 月より京都大学経営管理大学院にて開設される観光経営科学コース（観光 MBA コース）と協力して観光産業を担う革新的な人材の育成への協力や、広域連携 DMO の持続可能な経営と事業展開に向けた共同研究等の実施に向け、同センターと当本部の間で「共同事業・研究に関する協力協定書」を 2017 年 11 月 2 日付で締結した。



(4) 戦略策定委員会

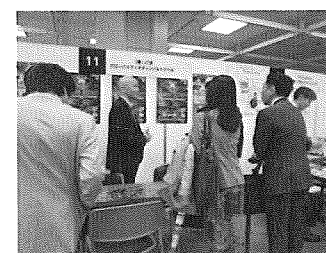
当本部の骨太の中期戦略を策定するため、「戦略策定委員会」を 2017 年 7 月に設置。広い分野の有識者の方々からご意見を伺うことを目的に三回会合を開催。会合にて文化資源の活用、地元の意識向上、新たな観光素材の創出、情報発信のあり方、文化・スポーツ、万博・IR との連携と関西観光本部のあり方などのご意見をいただいた。いただいたご意見を関西観光本部のグランドデザインに反映させるべく取り組んでいく。

- <委員> 委員長 福島 伸一氏（株式会社大阪国際会議場 代表取締役社長）
 委員 内海 紀雄氏（公益財団法人香雪美術館 館長）
 委員 坂上 英彦氏（嵯峨美術大学芸術学部デザイン学科 教授）
 委員 佐藤 友美子氏（追手門学院大学地域創造学部教授）
 委員 田中 宏幸氏（吉本興業株式会社 代表取締役副社長）

(5) 関西インバウンド交流会 2018

これからインバウンドビジネスに取り組む、または更なる拡大を計画している諸団体、事業者向けにワンストップで、このビジネスに必要かつ使える最新の情報やツールなどを提供する展示とリレーセミナーを行い関西インバウンド事業の底上げを図ることを目的に開催。

開催日時	2018 年 3 月 20 日（火）11:00～17:00
場 所	マイドームおおさか 2 階 C, D ホール
来場者数	585 人 内訳：参加者 365 人（自治体、DMO、事業者、全国通訳案内士他）、出展者 220 人
内 容	出展ブース 40 団体（行政関係、旅行業、IT・通信関係、メディア、通訳・翻訳 等） セミナー 5 テーマ（マーケティング、決済、多様な食文化対応、補助金、インバウンドで稼ぐ地域イノベーション） 資料展示 33 団体（自治体、DMO） 通訳案内士情報提供 83 名分情報提供
メディア露出	テレビ＝ABCニュース 新聞＝大阪日日新聞、共同通信配信



(6)「観光ビジョン推進関西ブロック推進会議」への参画

国の「明日の日本を支える観光ビジョン」の関西での実現を目指し、2017年5月に設置された「観光ビジョン推進関西ブロック戦略会議」に当本部が参画。地元自治体や経済団体、観光・交通関係団体、関係省庁の地方支分部局等とともに、観光産業促進や文化財の魅力向上等のワーキンググループに参加している。

Ⅲ 管理運営活動

1 理事会・評議員会等

(1)理事会

・第1回理事会

2017年5月19日（金） 於 リーガロイヤルNCB

第1号議案：2016年度事業報告書（案）の承認の件

第2号議案：2016年度計算書類等（案）の承認の件

第3号議案：2016公益目的支出計画実施報告書（案）の承認の件

第4号議案：評議員会の日時及び場所並びに目的である事項等（案）の承認の件

・第1回臨時理事会

2017年6月15日（木）

第1号議案：理事長の選定の件

・第2回理事会

2018年3月30日（金） 於 リーガロイヤルNCB

第1号議案：2018年度事業計画書（案）の承認の件

第2号議案：2018年度収支予算書（案）の承認の件

第3号議案：公益目的支出計画変更の承認の件

(2)評議員会

・第1回評議員会

2017年6月15日（木） 於 リーガロイヤルNCB

第1号議案：2016年度計算書類等（案）の承認の件

第2号議案：評議員の退任に伴う選任（案）の件

第3号議案：理事の退任に伴う選任（案）の件

(3)運営会議

・第1回 2017年5月10日（水） 於 当法人会議室

・第2回 2018年3月14日（水） 於 当法人会議室

2 会員関係

(1)会員数（2018年5月現在）

・特別会員 35社／事業者

・賛助会員 109社／事業者

以 上