

2019年度
事業計画書
(概要版)

自 2019年 4月 1日

至 2020年 3月31日

一般財団法人関西観光本部

I. 2019 年度の取り組み方針

2018 年、訪日外国人旅行者は初めて年間 3,000 万人を突破、関西を訪れる外国人旅行者も順調に増加を続けた。9 月には台風 21 号が近畿地方を直撃し、関西国際空港が閉鎖を余儀なくされるなど、自然災害による旅行者数の減少も心配されたが、当本部も参画し、中心的に活動した「関西インバウンド観光リバイバルプラン」等の官民あげた必死の取組により、影響は最小限に食い止められた。

他方、外国人旅行者による消費は好調であるものの伸び悩んでおり、関西全体では 2017 年度並みに留まる見込みである。また、訪問先についても依然大阪市・京都市への“二極集中”状態が続いている。

当本部では、この先 3 年程度を見据え、観光振興に関わる多様なプレイヤーが力を合わせて、関西全体で目指していく姿と、その実現に向けた取組テーマをまとめた「関西ツーリズムグランドデザイン 2021 -The Exciting Journey, KANSAI-」を 2018 年 10 月に策定。2019 年度は、このグランドデザインとそれを実行に移すための行動計画に於いて定められた「5つの重点テーマ」に基づき、さまざまなプレイヤーと協働しながら事業を展開する。これにより、関西広域への周遊拡大、滞在期間の延長、消費機会の増加等、関西全体が抱える課題の解決にあたりたい。

また、新ウェブサイト「The KANSAI Guide」(仮称)を開設し、デジタルプロモーション&マーケティングにもチャレンジ、欧米豪を中心に、これまで手の届かなかった層へのアプローチも行うなど、従来の現場型プロモーションとのベストミックスを構築し、グランドデザインで掲げた「訪関西意向率」の向上を目指す。

本年、2019 年は G20 大阪サミット、ラグビーワールドカップ、ツーリズム EXPO ジャパンが開催され、さらには 2021 年のワールドマスターズゲームズ関西、2025 年の日本国際博覧会(大阪・関西万博)などの大規模国際イベントの開催が続き、日本・関西のプレゼンスを高める絶好に機会がいよいよ始まる。

当本部では、グランドデザインに基づき、この絶好のチャンスをとらえ、着実にアクションを起こしていきたい。

Ⅱ. 2019年度の事業

1. 関西広域への周遊拡大に向けた情報発信

1-1 新ウェブサイト「The KANSAI Guide」を活用したデジタルプロモーション&マーケティング

関西広域の観光資源の情報発信およびデジタルマーケティングを可能とする新ウェブサイト「The KANSAI Guide」（仮称）を構築。関西各地のDMOや自治体等の協力の下、関西の多彩な観光資源を効果的に発信するとともに、コンテンツへのアクセス状況等の解析による関西広域の強み・弱みの把握も行い、「訪関西意向率」の向上に寄与するためのフォーマットとする。

特に、大阪市・京都市以外への「プラスワントリップ」を促進できるようなコンテンツ構成とする。

- ・ 関西広域への周遊意向を高めるコンテンツの発信
- ・ 関西各地の情報の集約・発信による「プラスワントリップ」の促進
- ・ ラグビーワールドカップ、ワールドマスターズゲームズはじめ関西広域の「する／みるスポーツ」の観光資源に関する情報発信
- ・ 歴史・文化資源等の外国人旅行客向けの情報発信

1-2-1 プラスワントリップを促す海外エージェント・メディア等に対する直接的なプロモーション

海外で開催される旅行博覧会・商談会や関西で実施するファムトリップやプレスツアー等の手段を用いて、海外のエージェント、メディア、ブロガー等に対して、関西の広域周遊を促す、旅行商品造成や情報発信を働きかける。ターゲット市場ごとに「The KANSAI Guide」によるデジタルプロモーションと組み合わせ、広域周遊の観点からのプロモーションを展開する。

1-2-2 プラスワントリップ・キャンペーンの展開

関係機関と連携し、関西各地のエリア単位で重点的なプロモーション（プラスワントリップキャンペーン）を行い、広域への送客に結び付ける取り組みを実施する。今年度は東アジア、東南アジアを対象に取り組む。

1-3 「スポーツ」によるテーマツーリズムの推進

既存のスポーツ観光資源（スタジアム、体験コース、競技大会等）の情報を集約、発信力あるスポーツレジェンド等を活用しながら、観光本部の新ウェブ等で重点的にPRする。

1-4 フリーペーパー「KANSAI Official Tourist Guide」の制作・配布

関西広域の観光情報、旅の基本情報（鉄道路線図、交通機関の使い方等）に加え、当本部会員企業が展開するサービスの紹介を掲載した、外国人旅行客向けフリーペーパーを制作。関西国際空港はじめ関西各地の観光案内所等で配布する。

1-5 歴史・文化資源を活用した関西全体の文化振興および広域周遊の推進

関西の有力な観光コンテンツのひとつである「文化資源」の持つ魅力を強く発信するため、幅広いジャンルの文化の担い手を表彰、PRする。また、「関西文化の日」の実施などを通じて、関西の文化資源を活用した広域周遊を促進する。

なお、2019年は国際博物館会議(ICOM)やラグビーワールドカップが開催されることを踏まえ、毎年実施している11月に加えて9月にも「関西文化の日プラス(仮称)」を実施する。

2. 関西広域への周遊拡大に向けた基礎的データのリサーチ

2-1 関西全体に係るマーケティング基礎データの収集・分析、各プレイヤーへの提供

関西全体のインバウンドの現状把握や将来予測を確実にを行い、各取組主体の効率的・効果的な戦略立案につなげられるように、関西全体で活用できる定量・定性調査（外国人旅行客の動態調査）を実施する。UNWTO や観光庁の統計調査、「The KANSAI Guide」によるデジタルマーケティングの調査等も適宜活用する。

2-2 アジア太平洋研究所(APIR)の協力による各種統計データの加工・分析

APIRと協力し、日本・関西のインバウンドに関する各種統計データを収集・加工・分析、月次の「インバウンドレポート」として会員等関係先に情報提供する。

2-3 「関西プロモーションオフィス」(KPO)による現地レポート調査

当本部がソウル、北京、上海、香港に設置しているKPOから、現地における訪関西旅行に関する情報を定期的にレポート調査、会員等関係先に情報提供する。

3. 関西広域への周遊拡大に向けた環境整備支援

3-1 外国人旅行客の回遊性・快適性向上支援

外国人旅行客の関西域内での快適な回遊を促進するための各種支援策を実施する。（「KANSAI ONE PASS」および「KANSAI Wi-Fi」の運営、多言語コールセン

ターの運営、通訳案内士スキルアップ研修等)

3-2 日本・関西のインバウンド振興に向けた適時適切な政策要望

日本・関西へのインバウンド促進のために必要な政策、税制、規制緩和等について、関西広域連合、経済団体、他地域の広域連携 DMO 等と意見交換の上、要望し、反映を図る。

3-3 インバウンドの諸課題に対する関西全体への啓発・意識向上

関西のインバウンド振興に関わるプレイヤーが一堂に会する「関西インバウンド交流会」(年1回)や各種セミナーの開催等を通して、インバウンド振興に関する当面の諸課題の解決策について啓発、関西全体の意識向上を図る。

あわせて、「関西ツーリズムグランドデザイン」の普及啓発を行い、より多くのプレイヤーの協力を得るための活動を行う。

3-4 関西全体でのキャッシュレス支払環境整備に向けた啓発

(「関西インバウンド交流会」を通じた国・民間事業者の取組共有)

外国人旅行客の関西全体での消費機会の増大、キャッシュレス決済データを通じたデータ活用等を推進するため、国や民間事業者のキャッシュレス環境整備支援に向けた取組を広く情報共有する。

4. その他(今後の関西を見据えて)

4-1 メディア等に対する適時適切な情報提供(プレス対応)

関西広域のインバウンドの“知恵袋”として、時節に応じたエピソード(政治・統計の動き、春節等)を常にメディアに提供していく。当本部の取り組みについても積極的に適時適切に発信する。

4-2 今後の関西を見据えた各種会議体への参画および検討等

今後の関西を見据えた議論に参画するとともに、具体的に実施されるイベント・会議体等に参画する。

- ・「G20 大阪サミット」「ツーリズム EXPO ジャパン 2019 大阪」への協力
- ・「関西スポーツ振興推進協議会」への参画
- ・「大阪・関西万博」をキーとした関西広域プロモーションの検討