

2020年度
事業計画書

自 2020年 4月 1日

至 2021年 3月31日

一般財団法人関西観光本部

I. 2020 年度の取り組み方針

2019 年の訪日外国人旅行客は前年比 2.2%増の 3,188 万人となり、8 年連続で増加し、関西空港からの訪日外国人入国者も前年比 9.5%増と増加を続けた。外交情勢の影響等もあり韓国からの訪日旅行者が減少したことや、台風 19 号等による大規模な自然災害などがあったが、中国や東南アジアからの訪日旅行客の増加や、ラグビーワールドカップ 2019 の観戦のための外国人旅行客の増加などにより、これらのマイナスの影響は最小限に食い止められた。

また、外国人旅行客による消費は前年比 6.5%増の 4 兆 8,113 億円と 7 年連続で過去最高を更新したが、一人当たり消費額は前年比 3.5%増の 15 万円 8 千円となり、好調であるものの伸び悩んでおり、関西全体の消費額は推計で 1 兆 9,800 億円（前年比約 10%増）となる見込みである。

他方、2020 年に入って中国で発生が確認された新型コロナウイルスが世界的に急速に広がり、感染拡大している。これにより、外国人旅行客の訪日が激減し、観光産業はもとより、我が国の経済・社会活動に深刻な影響が及んでいる。

このような状況を踏まえ、2020 年度においては、新型コロナウイルスによるインバウンド減を早期に回復させるため、適切な時期に、関係事業者及び地域と連携して、関西が一丸となった海外向けの集中キャンペーンを実施する。

広域観光・周遊については、2025 日本国際博覧会（以下、「大阪・関西万博」という。）を見据えて、着実に取り組みを進める。その中核的事業として、関西を訪れる外国人旅行客が集中する大阪市及び京都市の外客誘致力を活用し、関西全域への広域周遊に導く、プラスワントリップ事業を地域との連携の下、本格的に実施する。この事業を通じて、新たな滞在圏の形成を促進し、関西全体にインバウンド効果を波及させることを目指す。

また、東京オリンピック・パラリンピック（以下、「東京オリ・パラ」という。）、関西全域で開催されるワールドマスターズゲームズ 2021 関西（以下、「WMG」という。）を関西の広域観光・周遊の実現のためのステップと捉え、関西の魅力を集中的に発信するとともに、広域観光や広域周遊ルートの訴求を効果的に実施する。

さらに、諸情勢の変化を踏まえた上で、2021 年度が最終年次となる「関西ツーリズムグランドデザイン 2021」（2018 年策定）に続く、今後の関西を見据えた次期グランドデザインの策定作業に着手する。

Ⅱ. 2020 年度の取組事業

◎印は新規事業

1. インバウンドV字回復キャンペーンの実施 (◎)

1-1 関西が一丸となった集中キャンペーン

2020 年に入って中国で発生が確認された新型コロナウイルスが世界的に急速に広がり、感染拡大している。これにより、外国人旅行客の訪日が激減し、観光産業はもとより、我が国の経済・社会活動に深刻な影響が及んでいる。関西の観光地も甚大は影響が継続しており、インバウンド需要に支えられてきたセクターにおいては、危機的な状況にある。そのため、関西を訪問する外国人客を早期に回復させるため、事態の終息の後、速やかに関係機関、地域及び事業者などが強力で連携して、関西が一丸となった海外に対する集中キャンペーンを実施する。

- 政府の緊急対策と連動し、政府機関と一体となったプロモーションの実施
- 海外でのプロモーションイベントや商談会の前倒しあるいは特別実施
- 空港会社やエアラインなどの関係事業者及び地域と連携し、関西の広域観光・周遊や関西への誘客策の多角化を念頭に置いたファミトリップ及びメディアツアーの積極的な呼びかけと実施
- リアルプロモーションとデジタルプロモーションの双方の長所を生かした戦略的なプロモーションの実施

2. 広域観光・周遊の推進

2-1 「プラスワントリップ事業」の本格実施

関西における広域観光・周遊の実現のため、大阪市・京都市の外客誘致力を生かして、地域連携による広域周遊ルートづくりを推進する。これを通じて関西における新たな滞在圏の形成を目指す。

この事業では、地域連携、観光地づくり、広域周遊ルート作り、特定テーマに基づくルート作り、プロモーション、予約及び決済までを一貫して実施することとし、統一ブランド(” THE EXCITING KANSAI”)の下、新しいロゴを用いて、統一感と訴求力のある事業として推進する。

- 地域特性を踏まえた地域連携による訴求テーマを設定した広域周遊ルート形成を呼びかけ(地理的ルート)、参画する地域の観光地づくりのサポート
- 形成が進んだルートについては、本部と地域が一体となって継続的なプロモーションを実施。また、本部の外国人向け情報発信サイト” The KANSAI Guide”にOTA(Online Travel Agent)機能を導入し、訴求・予約・決済が一貫して行えるサービスを提供

- また、富裕層獲得も視野に、SIT (Special Interest Tour) に焦点を当て、外国人が求めるスポーツ、祭、城、文化・歴史、ガストロノミー、アニメなどのテーマ毎の地域・施設連携を呼びかけ、テーマルートづくりを推進
- 海外の高級・ポピュラー旅行誌への情報掲載と結果の評価、海外コンサル等外国人専門家の活用による外国人専門家の視点からの外国人に訴求するコンテンツ・テーマづくり
- 関西在住の外国人による、外国人旅行客の視点からの観光地の評価と観光地の魅力を SNS により発信する関西コネクションリーダー事業 (KCL) の本格実施

2-2 広域観光・周遊を促進する重点的・継続的プロモーションと訴求力の強化

リアルプロモーションを” THE EXCITING KANSAI” の訴求に重点化し、地域と一体となって継続的に実施する。その結果を PDCA を通じて魅力あるルート形成に生かす。また、欧米豪等からの誘客を促進するための FIT に向けた情報発信や一層の旅行消費を誘引するための体験観光等の情報発信を強化する。そのため、デジタルプロモーションを一層強化し、” The KANSAI Guide” において、統一感のあるコンテンツの充実を進めるとともに、サイトの機能を情報発信のみならず予約・決済機能を付加するなど、改革を進める。また、外国人旅行客が観光情報を取得する海外サイトとの連携や SNS の一層の活用を進める。

○リアルプロモーション

- ・” THE EXCITING KANSAI” のタイトルの下、海外の高級・ポピュラー旅行誌等への積極的かつ統一的な情報発信による関西の広域周遊ルートを訴求
- ・空港会社、エアライン等との連携による海外イベントの開催・参加、ファムトリップ、メディアツアーの呼びかけと効率的実施
- ・本部が主催する商談会の充実・強化 (台湾等の国・地域別、ランドオペレーター等の事業者向け等)
- ・ドバイ万博における万博協会と連携した関西の広域観光・周遊に関する情報発信
- ・欧米豪、東南アジアの旅行博出展等

○デジタルプロモーション

- ・” THE EXCITING KANSAI” に焦点を当てた、広域周遊ルート、テーマルート等を訴求する動画を、外国人スタッフを活用し制作、視聴を促し行動喚起を高める。
- ・「外国人ライター」の一層の活用で月間 20 万 PV を超えた “The KANSAI Guide”、フォロワー数 2 万弱を超えた Facebook を通じた多面的な情報発信の強化。
- ・今後の需要期に備えた旅行支援サイトとしての機能を強化すべく “The KANSAI Guide” と OTA を連携させることで、宿泊施設、観光施設等の予約・決済機能を付加し、外国人旅行客へのワンストップサービスの情報提供を可能にする。
- ・関西の魅力を多方向から訴求するため、観光情報に限らず、広く関西を理解いただくサイトとすることを目指し、企業からの広告メディアとしての活用を検討・実施。
- ・オウンドメディアに蓄積されたデータの分析と会員を含めた関係者への提供。

3. 2025年大阪・関西万博開催等を見据えた広域観光・周遊の訴求(◎)

東京オリ・パラ、WMGを大阪・関西万博を見据えた広域観光・周遊実現のためのステップと捉え、”THE EXCITING KANSAI”に焦点を当てたプロモーションを実施する。

3-1 東京オリ・パラにおける関西広域観光・周遊の訴求

関西の広域観光・周遊を訴求するため、東京オリ・パラの開催時期を見据え、東京オリ・パラ参加者、観戦者、外国メディア等を対象に東京オリ・パラ会場のメディアセンターでの”THE EXCITING KANSAI”のプロモーションや、海外メディアを対象としたファムトリップ等の準備を行う。

3-2 WMG開催地との連携による関西の広域観光・周遊の訴求

WMG事務局と連携し、WMG競技参加者、観戦者、サポーター等の海外からの来訪者に関西一円の広域観光・周遊を促すため、関西全域の観光情報や広域周遊ルートを”The KANSAI Guide”において分かりやすく紹介する。また、競技開催地の観光組織と連携し、これらの情報をいずれの開催地においても提供できるよう情報提供ネットワークを構築する。

4. 次期グランドデザインの検討に着手

4-1 今後の関西を見据えたグランドデザインの検討

2021年度が最終年度となる「関西ツーリズムグランドデザイン2021」に続く、今後の関西を見据えた次期グランドデザインについて、最新のインバウンドの状況、大阪・関西万博の開催、政府・自治体の最新の長期計画等を踏まえ、検討に着手する。その際、地域等の参画を求めるとともに、WMG開催後のレガシー作りについて、インバウンドの観点から検討を行う。

5. 継続事業

5-1 マーケティング基礎的データの収集・分析・提供

関西全体のインバウンドの現状把握や将来予測を継続して確実に行い、本部や構成団体・会員の効率的・効果的な戦略立案に寄与すべく、外国人旅行客の動態調査を実施する。また、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。

5-2 「KANSAI ONE PASS」「KANSAI Wi-Fi」の運営

訪日外国人旅行客の受入環境整備として、引き続き「KANSAI ONE PASS」、「KANSAI Wi-Fi (Official)」の運営を行う

5-3 通訳案内士に対する研修の実施

インバウンドの広域観光・周遊とリピーター増を図るため、影響力の強い通訳案内士のスキル向上を目的とした通訳案内士に対する研修を引き続き実施する。また、本研修をコンシェルジュなどに対する研修に拡大させていくことを検討する。

5-4 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）、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内容の充実を図りつつ作成し、空港はじめ関西各地の観光案内所等で配布するとともに、さらなる有効な配布場所・方法を検討する。

5-5 歴史・文化資源を活用した関西全体の文化振興及び広域周遊の推進

関西の文化の力を広く発信し、関西の魅力を向上させる。そのため、引き続き、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」の継続実施などを通じて、関西の文化資源を活用した広域観光・周遊を促進する。

5-6 構成団体、会員等とのパートナーシップの強化

構成団体、会員等に対し、インバウンドに関する情報（観光のトレンド、旅行者動向海外プロモーションの状況等）、本部の情報発信ツールの有効利用、インタラクティブな場の提供、問い合わせ、相談等に応える窓口の設置等を通じて、継続的に本部の支援をしていただけるための新しいパートナーシップの形成を図る。