

2022年度 事業計画書

自 2022年 4月 1日

至 2023年 3月31日

一般財団法人 関西観光本部

I. 2022 年度の取組方針

<背景>

一進一退を繰り返しながら長引くコロナ禍の中であって、国内観光は、受け入れ側・旅行者双方が防疫措置を講じながら近隣への観光が見られるようになってきたものの、国際観光は、入国制限措置が2年にわたり継続し、観光セクター全体が依然として厳しい状況に置かれている。

このような旅行環境の状況を踏まえ、観光セクターに対する行政等の支援が行われているところであり、国内観光需要の回復に注力しつつ、国際往来の再開に備えることが今日の政府の基本的な考え方となっている。

そのため、関西のインバウンドの促進を基本業務とする関西観光本部（以下「当本部」という。）においても、緊急事業として国内観光需要の回復を見据えた国内向けの関西の情報発信のため、「Premium 関西」を開設し、関西2府8県のキャンペーン情報とともに発信している。また、インバウンドについては、来るべき国際往来の再開に備えて、①訪関西の機運醸成として、当本部の海外向け Web サイトに集中した情報提供、各種 SNS を積極的に活用した発信、海外 TV への配信等を積極的に行っており、また、東京オリンピック・パラリンピック東京都メディアセンターでの PR ブース出展、ドバイ万博（日本館パビリオン）での関西情報の発信等、注目されるイベントに参画した。その他、台湾市場及び中国市場に対しオンライン大商談会の実施、海外メディアへの情報発信、FAM トリップの実施等のプロモーション活動にも取り組んだ。②受け入れ態勢整備については、引き続き、広域観光ルートの構築・旅行商品造成に取り組むとともに、テーマツーリズムの造成に着手し、関西の新たな魅力をツーリズム化する取り組みを進めている。

また、2025 年大阪・関西万博に向けて、関西の広域観光の促進のための基本的方向を示す「関西ツーリズムグランドデザイン 2025」（以下「グランドデザイン」という）を策定し、「関西一円に海外旅行者が訪れ、地域が賑わい潤う姿」の実現を目標に、“ONE 関西”の考え方で取り組みを進めることとした。

<取組の方針>

2022 年度の旅行環境については、新型コロナウイルスによる感染症の状況が見通せない中、安全安心を確保しつつ社会経済活動を再開するという政府の基本的な方針の下、国内観光については、政府の需要喚起策が準備されるなど、復活に向けての道筋が示されつつある。他方、国際観光については、海外での感染状況に左右されること等から、引き続き、厳しい制限措置下にあり、現時点で、本格的な国際往来再開を見通すことができない状況にある。

このような状況を踏まえ、当本部は、引き続き、国内観光に係る施策を行うとともに、2022 年度から、グランドデザインに基づき、着実に事業を企画立案し、各種補助金等を活用しながら、地域との連携を基本に事業を推進することとする。また、コロナによる社会経済活動の状況に的確に対応するため、事業の企画・立案・実施の各フェーズにおいて、事業の実施・延期・中止について臨機応変に対応するとともに、事業の選択と集中を進めるなどにより、効果的・効率的な事業実施を行う。具体的には、

第一に、国内観光需要の取り込み促進のため、国内向けの情報発信の内容を充実・強化する。

第二に、国際往来再開の先行きが見通せない中、デジタルでのマーケティングやプロモーションに軸を置き、Web サイト、SNS 等を最大限活用し、「訪関西機運醸成」を進める。また、国際

往来再開時を見据え、万博協会、JNTO 等の関係機関と連携しつつプロモーション・商談会に参画するとともに、海外メディアツアー、FAM トリップ等を着実に実施する。特に、2022 年度から、”KANSAI”の発信を地域と一体となって強力に進め、”The Origin of Japan, KANSAI”のフレーズとともに、関西の認知度アップのための取り組みを各種事業を通して進める。

第三に、受け入れ態勢整備として、2025 年大阪・関西万博を見据えつつ、より長期的な観点から、広域観光ルートの充実・強化に取り組むとともに、万博のテーマとの連動をも念頭に置いた広域観光につながるテーマツーリズムづくりを進める。このような「ルート」と「テーマ」の形成と訴求を通じて、旅行消費額増のための宿泊日数増（プラスワンナイト）につなげる。

第四に、観光のパラダイムシフトに的確に対応するため、デジタルの一層の活用その他、関西観光に関するデータを収集・分析・発信するデジタルマーケティングダッシュボードの構築のための取り組みを進める。また、観光インフラの強化を図るため、通訳案内士等の観光人材の育成に引き続き取り組む。

II. 2022 年度の取組事業

(※) 印は新たな取組

〔アクション I〕 広域観光圏“KANSAI”を世界に発信

1-1 当本部の関西観光情報発信サイト「The KANSAI Guide」(TKG)の充実強化

- 海外向けの関西の観光情報のゲートウェイとして構築している TKG について、その観光情報のみならず旅行商品情報を積極的に掲載する等、内容の充実強化を図るとともに、重点市場に対応した多言語化（仏・スペイン・繁体・簡体）を実現し、ユーザビリティの向上を図る（※）。
- 緊急事業として取り組んでいる国内向け関西観光情報サイト「Premium 関西」について、国内観光の再スタートを睨んで、地域の協力を得て、その内容の充実強化を進める。
- 日本政府観光局(JNTO)等との効果的なリンク設定によるサイトへの流入促進を図る(※)とともに、適時適切に SEO 対策を講じ、サイト訪問者数を継続的に拡大させる。

1-2 重点的な海外プロモーション

- JNTO 等と連携し、国際往来の再開の時期等を見定めつつ、近畿運輸局が定める重点市場を中心に、海外プロモーション・商談会への参加を検討する（デジタル含む）。
- 広域観光ルートを訴求するため、インバウンド観光の状況を見極めながら、重点市場に対し、商談会の実施や FAM トリップ・海外メディアツアーの招聘を行う。
- 地域の協力を得て、高級旅行誌「National Geographic Traveller UK」(継続)等への広域観光ルートや「食」についての記事掲載を行う。
- 万博協会の PR 活動と連携したプロモーションを行う（※）。

1-3 新たなキャッチコピーを用いた“KANSAI”の露出の最大化

- ”The Origin of Japan, KANSAI”をプロモーション等に活用し、“KANSAI”への関心を高め、認知度向上を促進する（※）。
- 各種情報発信や関西各地が参画する海外におけるプロモーションイベントにおいて『地域名／KANSAI』と表記し、“KANSAI”の認知度向上を促進する（※）。

〔アクションⅡ〕 地域を磨く・つなぐ

2-1 地域と連携した「ルート」づくりの推進

- 広域観光ルートを象徴するコンセプト商品の造成を完成させる（2022 年度において、「伊勢～奈良」及び「北陸～琵琶湖東岸～三重」ルートのコンセプト商品を造成。これにより 8 ルートの商品ラインナップが完成。）
- 広域観光ルートの拡大・深化により、ルートの魅力の向上と、宿泊日数増（プラスワンナイト）につながるエリア商品を追加する（加太・徳島の海上ルート）（※）。
- 広域観光ルートやこれに係る着地型商品等を国内・海外に訴求し、海外からの送客を具体化するため、旅行商品の OTA 掲載による販売拡大等、旅行商品流通環境整備を進める（※）。

〔アクションⅢ〕 新たな魅力を創る

3-1 文化観光をはじめとする「テーマツーリズム」の構築等

- 関西の文化観光情報を一元的に発信するため、既存の関西の文化関連サイト（「関西文化.com」「関西祭.com」「ものがたり街道」「人形浄瑠璃街道」「関西の日本遺産」）の情報を整理・統合し、当本部の関西観光情報発信サイト「The KANSAI Guide」に掲載する（※）。
- 文化観光の促進のため、関西の博物館や美術館などの文化施設を巡るデジタルパスポートの仕組み構築に向けた検討を行う（※）。
- 関西の魅力の一つである「食」について、「御食国」のツーリズム化等、地域と一体となってツーリズム化の取り組みを進めるとともに、「関西の食」を発信する情報プラットフォームを構築する（※）。
- 国税庁、日本酒造組合中央会等との連携による「酒蔵ツーリズム」（酒米づくり、日本酒の製造、販売（海外託送を含む）、日本酒をテーマとする食事等のストーリー化による日本酒ツーリズム）を推進する。
- 地域産業関係者と連携した伝統工芸、地域特産品等の魅力や価値を発信する（※）。
- 広域文化事業を実施する（関西元気文化圏賞、関西文化の日、関西文化.com の運営）。

3-2 地域・企業と連携した関西の「海」のツーリズム化の具体化支援

- 地域・企業等が進める万博会場等と地域をつなぐクルーズ等について、地域等のイニシアチブの下、その旅行商品化を支援する（※）。

- 関西の「海」について、海上アクセスのみならず、クルーズ等の情報について発信する情報プラットフォームの構築の検討を進める（※）。

3-3 大阪・関西万博来場者の広域観光促進への取り組み

- 地域との連携による万博のテーマと連動する SDGs 等の観光コンテンツを集約・発信する（※）。
- 万博に向けた企業等のプロジェクト等との連携（情報発信等）に着手する（※）。

〔アクションⅣ〕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

4-1 観光DXへの対応

- 当本部が行うマーケティング事業及びプロモーション事業について、デジタルの活用を一層強化する。
- データに基づく観光施策の企画立案を支援するため、「The KANSAI Guide」等で収集される、国・地域別、コンテンツ別等の関西観光に対する海外の関心を分析し、分かりやすく提供するとともに、プロモーション効果の可視化に繋がるマーケティングダッシュボードを構築する（※）。

4-2 観光人材の育成・支援強化

- 通訳案内士について、ガイドの知識向上のための研修等を実施するとともに、高額消費者層等をターゲットとしたガイドツアー造成のための研修等の取り組みを進める。
- 旅ナカでの重要な情報提供者であり、「おもてなし」や「ホスピタリティ」の表現者でもあるホテル・コンシェルジュのネットワーク構築を進め、より高質なサービス提供を支援する。

事業推進のための基盤整備・その他

5-1 「関西ツーリズムグランドデザイン 2025」の推進

- グランドデザインに基づく広域観光促進を着実に推進するための推進体制の構築と推進基盤の強化を図る（※）。

5-2 構成団体・会員等に向けた活動

- 構成団体・会員等の活動や事業に役立つ、関西インバウンド交流会の開催、外国人向け情報誌「KANSAI OFFICIAL TOURIST GUIDE」の発刊、インバウンド施策の立案に資する各種情報発信を行う。
- SDGs 等、ツーリズムに関する世界的関心の変化をも踏まえて、新たな会員獲得のための活動を行う。

以 上

