

2024年度  
事業計画書

自 2024年 4月 1日

至 2025年 3月31日

一般財団法人関西観光本部

## I. 2024 年度の取組方針

### <背景>

訪日旅行需要に大きな影響を与えてきたコロナ禍は、2023年5月の5類感染症移行により収束を迎えることとなった。訪日外客数は、単月ではほぼコロナ前の水準まで回復してきた。

一方で、2023年3月に策定された観光庁の「第4次観光立国推進基本計画」（対象年度2023～25年度）では、観光立国の持続可能な形での復活に向け、観光の質的向上を象徴する「持続可能な観光」、「消費額拡大」、「地方誘客促進」の3つをキーワードに、持続可能な観光地域づくり、インバウンド回復、国内交流拡大の3つの戦略に取組むこととされた。

関西観光本部（以下「当本部」という。）は、2022年3月、関西2府8県の関係者が一堂に会しとりまとめた「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。）に基づき、事業に取組んできた。

具体的には、「広域観光圏“KANSAI”を世界に発信」するため、SNSの活用やSEO対策によるデジタルでの情報発信力を強化したほか、好評をいただいている台湾大商談会をはじめ、海外メディアやエージェント等の要請に基づくファミトリップの推進や関西広域連合トッププロモーションへの協力など、リアルでのプロモーションに取組んだ。「地域を磨く・つなぐ」については、和歌山県南部から三重県南部への紀伊半島・熊野古道ルートの商品造成により関西広域観光8ルートの造成を完了した。「新たな魅力を創る」取組みにおいては、サステナブル・ツーリズム事業を推進するとともに、当本部が事務局を務める御食国事業において食文化や歴史背景等をストーリー化しブランド化を行った。「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」に関する取組みでは、新たに開発、実装したマーケティングダッシュボードの活用による傾向分析やプロモーション効果の可視化を推進した。また、通訳案内士を対象としたセミナーやファミトリップなどの充実を図った。

一方、2025年の大阪・関西万博に向け、「万博プラス関西観光推進事業」を実施するために2023年3月に設立された「EXPO2025 関西観光推進協議会」（事務局：当本部）は、「EXPO 関西商品造成」「リアルプロモーション」「デジタルプロモーション」「旅ナカ・安心サポート」「関西広域観光推進ゲートウェイ」等の事業を推進し、構成団体が一丸となった「ONE 関西」の体制のもと、総合的かつ強力な事業展開を行った。

### <取組みの方針>

2024年度は、グランドデザインの2025年度ターゲット・イヤーの前年度にあたることから、より一層取組みを強化する。

「地域をつなぐ・磨く」においては、広域観光「8ルート」すべての商品造成が完了したことを踏まえ、コアエリアとの具体的な接続を含むコースの開発に新たに取り組む。また、2023年度から取組みを始めた広域連携DMO間の連携を、さらに拡大してゆく。「新たな魅力創り」としては、産業観光など新しいテーマへの取組みを含めたテーマツーリズムのさらなる深度化を図っていく。

「広域観光圏“KANSAI”を世界に発信」においては、要望の強い台湾大商談会、外部連携型のリアルプロモーションの実施やSNS等を通じたJNTOとの連携強化、海外に向けての幅広い情報発信を展開する。「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」においては、デジタルプロモーションの基盤強化・分析力向上、通訳案内士に係る事業等、受託事業の積極的な実施、事

業を通じた会員獲得の推進を進めていく。また、「事業推進のための基盤事業等」、「各種イベントの実施」にも、引き続き着実に取組んでいく。

一方、2023年3月から開始した「万博プラス関西観光推進事業」については、当本部は「EXPO2025 関西観光推進協議会」の事務局として、構成メンバーはもちろん、外部のコンテンツ事業者・リアルエージェント・OTA・ランドオペレーターなどとの連携により、各種事業を引き続き強力で推進していく。2024年度は、特に、2023年度に取組んだコンテンツの収集・蓄積、流通チャンネルとの関係構築、特集サイト等の開設等の基盤整備の進捗を土台として、EXPO 関西旅行商品の一層の造成と販売支援を強化するほか、会期を間近に控える中、旅ナカ・サポート事業をさらに加速させ、関西広域観光情報ゲートウェイの稼働を開始するなど、事業の仕上げと成果の創出を図っていく。

## Ⅱ. 2024年度の取組み事業

当本部の事業として、以下の事業に取り組む。

(※) 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 関西観光情報発信サイト「The KANSAI Guide」を通じた発信強化

- 訪日検討層の関西訪問意向を高め、関西広域に外国人観光客を送客するため、WEBサイト「The KANSAI Guide」の情報発信力を強化する。(特に、JNTO等外部サイトとの連携強化による流入促進、モバイル対応として、SNSでの発信に注力)
- インフルエンサー活用など、エンゲージメントを高める施策を実施する。

#### 1-2 重点市場等に向けた取組み

- 中国、台湾、タイ、シンガポール、米、英、仏、豪等の重点市場を中心に、引き続き市場の調査分析を進め、各種事業の企画・実施に活用する。
- 台湾市場の取り込み強化のため「台湾大商談会」を継続開催する(通算11回目)。
- 海外メディア、自治体等外部団体の要請に応じたファムトリップ、JNTO海外事務所との連携等を通じた海外での関西PRを実施する。

### 〔アクションⅡ〕 地域を磨く・つなぐ

#### 2-1 広域観光「ルート」づくりの推進

- コアエリア(大阪)を起点に兵庫・徳島エリアを対象とした広域観光ルートを3コース造成するとともに、概成しているルートについて、テーマツーリズムの観点等も踏まえてコンテンツを拡充する。

## 2-2 西日本の拠点としての”KANSAI”の形成

- 山陰、せとうち、四国の広域連携 DMO との連携による万博も視野に入れた西日本広域観光を情報発信するとともに、「Greater WEST JAPAN」LPでの西日本広域観光モデルコースの策定や、Kansai WIDE Area Pass等の各種交通パスを使った旅の訴求を行う。
- 2024年3月開業の北陸新幹線敦賀延伸を活用した北陸エリアとの連携を検討する（※）

## 〔アクションⅢ〕 新たな魅力を創る

### 3-1 テーマツーリズムの推進

- 2023年度に引き続き、「KANSAI サステナブル・ツーリズム」事業として、地域の特色を生かしたテーマモニターツアーを実施（3コース）、2か年で6コース造成する（10府県を網羅）。
- 新たに産業ツーリズム事業を実施することとし、4コース造成に取り組む（※）。
- 京都、若狭、淡路島、伊勢志摩を対象エリアとする御食国事業として、2022・23年度の成果を踏まえ、御食国ブランドの強化及びツーリズム化の推進により、インバウンドも含めたさらなる地域誘客に向けて取り組む（関係府県市による協議会事務局として推進）。

## 〔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 デジタル基盤の強化

- “The KANSAI Guide”の閲覧性向上のため、検索機能を強化し、ユーザーニーズに合致したものをリコメンドすることでサイト内回遊性を向上させる等のシステム拡充を行う。
- マーケティングダッシュボードの活用による傾向分析とプロモーション効果の可視化を推進する。また、市場別のコンテンツ需要傾向分析を行い、地域の誘客戦略策定に貢献する。
- 重要な基礎データとして、経年でインバウンドの需要動向を把握するため、訪関西意向率調査を実施する。

### 4-2 観光人材の強化

- 通訳案内士の一層の活動増に向けたセミナー・研修を継続実施する（関西広域連合連携）。
- 地域と通訳案内士連携による商品開発を行う（山陰／熊野ジオパーク、丹波篠山）。
- 伝統芸能・工芸をテーマにした通訳案内士向け動画セミナーを実施するとともに、実地研修を開催する。

### 4-3 文化観光促進のための基盤づくり（関西広域連合との連携事業）

- 2024年4月に発行される「ミュージアムぐるっとパス・関西」について、関西の主要な博物館、美術館等と連携したプロモーションを実施する。
- 関西の文化情報サイトを通じた情報発信と内容の一層の拡充を行う。

## 〔アクションV〕 事業推進のための基盤事業等

### 5-1 構成団体・会員等に向けた活動

- 海外情報、活動報告、各種データ等、構成団体・会員向けに情報発信を行う。
- インバウンド情報誌「KANSAI OFFICIAL TOURIST GUIDE」を発刊する。
- 新規会員獲得のための活動を実施する。
- 関西インバウンド交流会の開催による当本部の活動方針の周知や、および会員相互間の交流促進を行う。

## 〔アクションVI〕 各種イベント等の実施

### 6-1 文化関連事業の実施

- 関西文化の日、関西元気文化圏賞事業を実施する。
- 伝統文化体験を子供たちに提供する「関西キッズ伝統文化プログラム」イベントを継続開催する。

## 参考：万博プラス関西観光推進事業

### 〔1〕 EXPO 関西旅行商品の造成

- EXPO2025 関西観光推進協議会参画団体から魅力ある観光コンテンツの収集とタリフ整備を継続する。
- 商談会を実施することにより商品化を目指すほか、個別の旅行会社や事業者と連携を進め、広域周遊性のある商品やテーマに基づく商品などを充実させる。
- OTA 各社、博覧会協会サイト、関西 MaaS 等での販売に向けた取組みを行うと同時に、OTA サイトへの特集ページ設定などの販売促進に取り組む。

### 〔2〕 リアルプロモーション

- 海外旅行博、展示会、販売に関する商談会を BtoB に重点化して実施すると同時に、セールスコールとその後のフォローを行う。
- 商品造成に意欲のあるリアルエージェントを、ファミトリップに招聘し商品化を促進する。
- 関西国際空港での「ファーストパビリオンブース（仮）」設置など、主要ターミナル等でのプロモーションを実施する。

### 〔3〕 デジタルプロモーション

- OTA への販売動線を整備や、モデルコース記事の掲載など、「万博プラス関西観光特集」ページの内容を充実させる。

- SNS の活用、外部サイトとの連携、広告の実施により、「万博プラス関西観光特集」ページへの流入を促進する。

#### 〔4〕旅ナカ・安心サポート

- 対象者を通訳案内士やホテルコンシェルジュはもちろん観光案内所やボランティアガイドも加えてセミナーやファムトリップを実施することにより、人的サポート体制を整備する。
- 関西広域観光デジタルマップの整備をさらに推進し、マップ数を拡大する。
- 旅マエ・旅ナカ情報をコンパクトにまとめたハンドアウト媒体を作成し、情報提供を強化する。

#### 〔5〕関西広域観光情報ゲートウェイ

- 2024 年度第 4 四半期の公開を目指し、外部サイトとの連携による関西広域観光情報ゲートウェイを公開する。

以 上