

2024年度 事業報告書

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

目次

1. はじめに	3
2. EXPO2025 関西観光推進協議会	5
2.1 EXPO 関西旅行商品造成.....	5
2.2 リアルプロモーション	6
2.3 デジタルプロモーション	7
2.4 旅ナカ・安心サポート	8
2.5 関西広域観光情報ゲートウェイ	9
3. 日本屈指の広域観光圏 “KANSAI”を世界に発信	10
3.1 関西観光情報発信サイト「The KANSAI Guide」を通じた発信強化	10
3.2 SNS による関西各地域の魅力発信	10
3.3 台湾大商談会を開催	11
3.4 タイ商談会を開催	11
3.5 関西広域連合主催のトッププロモーションへの協力（シンガポール）	11
3.6 関西財界訪中代表団主催「大阪・関西万博 P R イベント in 北京」へのブース出展（中国）	12
4. 地域を磨く・つなぐ.....	13
4.1 広域観光「ルート」づくり“THE EXCITING KANSAI”の推進	13
4.2 西日本の拠点としての“KANSAI”の形成（4 DMO 連携）	15
5. 新たな魅力を創る	17
5.1 サステナブル・ツーリズム事業	17
5.2 産業ツーリズム	17
5.3 御食国事業	19
5.4 酒蔵ツーリズム事業	21
6. 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	22
6.1 デジタル基盤の強化	22
6.2 訪関西意向率調査の継続実施	22
6.3 観光人材の強化（関西広域連合との連携事業）	22
6.4 地域と通訳案内士が連携した旅行商品開発（山陰/熊野ジオパーク、丹波篠山）	24
6.5 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）	25
7. 事業推進のための基盤整備.....	26
7.1 会員への情報発信	26
7.2 インバウンド情報誌「KANSAI OFFICIAL TOURIST GUIDE」	26
7.3 「KANSAI ONE PASS」の運営	26
7.4 「関西インバウンド交流会」の開催	27
8. 各種事業.....	28
8.1 伝統文化親子教室事業（地域展開型）「関西キッズ伝統文化プログラム」（文化庁連携）	28
8.2 関西文化の日（関西広域連合・関西元気文化圏推進協議会との共催）	28
8.3 関西元気文化圏賞	28
9. 管理運営活動（理事会・評議員会・運営会議）	30
9.1 理事会.....	30
9.2 評議員会	30
9.3 運営会議.....	30
10. 会員・構成団体・オブザーバー関係（2025 年 3 月 31 日現在）	31
10.1 会員	31

1 0.2 構成団体	31
1 0.3 オブザーバー	31

1.はじめに

日本政府観光局（JNTO）が発表した 2024 年の年間訪日外国人旅行者数は 約 3,687 万人と、前年比では 47%増加、コロナ禍前の 2019 年比では約 500 万人上回り、年間過去最高を更新した。

国連世界観光機関(UN Tourism)の 2024 年の国際観光客到着数は、コロナ禍前とほぼ同じ水準の約 14 億人と推定され、2025 年もアジア・太平洋地域の回復が続き、その他地域でも堅調な伸びが見込まれると仮定すると、2024 年比で 3%~5%の増加が予想されている。

観光庁では「明日の日本を支える観光ビジョン」における 2030 年の目標数値として、訪日外国人旅行者数 6,000 万人、旅行消費額 15 兆円を掲げており、『観光立国推進基本計画（第 4 次）』では、「持続可能な観光」、「消費額拡大」、「地方誘客促進」をキーワードに、高付加価値化による観光消費額の増加や地方部での宿泊数の増加等のための施策が重点的に実施されている。

そうした中、2025 年 4 月 13 日から 10 月 13 日まで大阪の夢洲において開催される EXPO2025 大阪・関西万博では、半年間にわたり国内外から多くの来場者が見込まれている。そのため、特別プロジェクトを推進するための「EXPO2025 関西観光推進協議会」（以下、「協議会」という。）が、自治体 2 府 8 県 4 政令市のほか交通・観光等の民間企業、政府機関、2025 年日本国際博覧会協会など 44 団体の参画のもと、2023 年 3 月に設立された。関西観光本部（以下、「当本部」という。）はその事務局を務めている。

協議会事業としての「万博プラス関西観光推進事業」では、万博を契機とした関西広域観光を促進するため、関西各地の魅力的な観光コンテンツを収集・タリフ化（計 774）し、旅行会社等における旅行商品化（計 277）につなげるための取組を行った。

海外旅行博への出展や商談会、セールスコールの積極的な展開を行い、デジタルでは「万博プラス関西観光特集」ページの内容充実と流入促進を行った。万博期間中の「旅ナカ・安心サポート」として人的サポート体制を充実させるとともに、ガイドブックやマップなど情報媒体を制作した。

当本部では、2022 年 3 月に策定した「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。）のアクション計画に沿って、各種事業に取り組んでいる。

「広域観光圏“KANSAI”を世界に発信」に係る取り組みとしては、当本部の関西観光情報発信サイト「The KANSAI Guide」をリニューアルし、「The Gate to KANSAI」として運用を開始、情報発信力を強化した。

また、重点市場等に向けた海外プロモーションとして、第 11 回目となる「台湾大商談会」を 2 月に台北・台中で開催したほか、タイ・バンコクにおける商談会を初開催した。

関西広域連合主催のシンガポール・トッププロモーションへの協力、セールスコールも実施し、関西財界訪中代表団主催の「大阪・関西万博 PR イベント in 北京」でのブース出展も行っている。

「地域を磨く・つなぐ」としては、「大阪・兵庫・徳島をつなぐ滞在型地域周遊ルート造成」事業として、コアエリアである大阪を起点とした広域観光ルートを 3 コース造成し、旅行商品として販売を開始した。

西日本の拠点としての“KANSAI”の形成を図るため、山陰・せとうち・四国との 4DMO 連携を行い、「Greater WEST JAPAN」の共通ランディングページを構築し、西日本広域観光モデルコース（5 コース）を掲載した。

「新たな魅力を創る」では、テーマツーリズムの推進として「関西のサステナブル・ツーリズム事業」に加え、新たに「産業観光等のテーマツーリズム」に取り組んだ。工場見学や伝統工芸・アート、食に触れるモニターツアー 4 コースを実施し、魅力を伝える記事を「The Gate to KANSAI」に掲載し、OTA での販売を行った。

既存の広域観光ルートの磨き上げとしては、「御食国（みけつくに）」事業について、京都府・兵庫県（淡

路県民局)・福井県・三重県とともに、ストーリー・ブランド発信の強化や国内 OTA での宿泊プランの販売に取り組んだ。

酒蔵ツーリズムについては、協議会事業としてファムツアーの実施やモデルコースの造成などを行っており、“酒蔵訪問ツアー”5 コースを販売している。

「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」では、デジタル基盤の強化としてウェブページの検索機能の強化を行い、マーケティングダッシュボードの活用によるデータ分析及びプロモーション効果の可視化を推進した。また、観光人材の強化として通訳案内士の活動増に向けたセミナー・研修を実施するとともに、地域と通訳案内士の連携による商品開発も行った。

また、関西広域連合と連携し、文化観光促進のための基盤づくりとして関西の主要な博物館や美術館の常設展をお得に巡ることができる「ミュージアムぐるっとパス・関西」のデジタル版の販売を開始し、販売促進に取り組んだ。

その他、事業推進のための基盤整備等として、「KANSAI OFFICIAL TOURIST GUIDE」改訂版の発刊や会員への情報発信、インバウンド交流会の開催などを行った。

また継続事業として、「関西文化の日」事業や「関西元気文化圏賞」事業についても取り組んだ。

本事業報告書は、2024 年度に当本部が行ったこれらの取組みについて報告するものである。

2.EXPO2025 関西観光推進協議会

国内外から2,820万人の来場が見込まれる2025年大阪・関西万博は、関西において広域観光を推進する絶好の機会である。そのため、関西の14府県市、交通・観光等に関わる民間企業、各種団体、政府機関の参画により「EXPO2025 関西観光推進協議会」が2023年3月に設立（当本部が事務局）され、2025年度までの3年間に於いて「万博プラス関西観光推進事業」を実施することとした。

「万博プラス関西観光推進事業」では、関西各地の魅力的な観光コンテンツの開発と旅行会社等への提案による旅行商品化や、リアル・デジタル両面のプロモーションを通じた販売促進により、関西広域への誘客を促進するとともに、万博期間中の来訪者に対する観光案内力の向上など人的サポート体制の充実や、デジタル上で必要な情報をワンストップで提供する情報ゲートウェイの整備により、安全・安心な旅の提供を目指すこととした。

2.1 EXPO 関西旅行商品造成

協議会の参画団体より万博プラス関西観光の推進に資する付加価値の高いコンテンツ、魅力あるコンテンツを提供いただいた。これら関西一円の観光コンテンツ情報はタリフとして統一的な様式で整理し、多言語への翻訳、冊子の作成やWeb上でのデジタル化を行い、旅行会社が利用しやすい形で提供した。

特に2024年度はOTA等の要望を踏まえ、タリフ記載内容の充実(写真や紹介文の追加、各コンテンツ事業者の窓口の明確化等)を進めた。

これらのコンテンツを活用した旅行商品造成促進のため、国内の旅行会社やランドオペレーターを対象とした商談会を東京及び大阪で開催した。また、海外の旅行会社に対し個別に働きかけを行い、海外発の旅行商品の造成を進めた。加えてOTA、日本国際博覧会協会観光ポータルサイト、関西MaaSでの観光コンテンツの商品化や情報掲載を進めた。

(1) コンテンツ収集・整理

- ・今年度283コンテンツ、累計774コンテンツを集約
 - ・コンテンツタリフのすべてを英語で翻訳するとともに、観光コンテンツの特性等に応じ多言語(繁体、簡体、タイ、仏)でも翻訳
 - ・WEB上でのデジタル版のタリフを制作し、8月2日以降各言語で公開
- また冊子版のタリフ(今年度Vol.3)は10月1日に制作
- ・これらのコンテンツタリフは、旅行商品造成、プロモーション等の事業全体にわたり活用

(旅行商品造成商談会、OTA連携、リアルプロモーション、デジタルプロモーション、関西広域観光情報ゲートウェイ 等)



(2) 旅行商品造成と販売促進

- ・東京及び大阪において旅行商品造成商談会を開催
2024 年 10 月 4 日 東京会場 バイヤー18 社 セラー30 団体
2024 年 10 月 11 日 大阪会場 バイヤー18 社 セラー63 団体



- ・海外の旅行会社に対し直接営業活動を行い、協議会コンテンツの旅行商品化を進めた。
5 ヶ国(タイ、シンガポール、オーストラリア、フランス、イギリス)の旅行会社 13 社
アメリカでは米国系航空会社と連携し、現地の旅行会社での商品化を働きかけた。



(3) OTA 等(日本国際博覧会協会ポータルサイト、関西 MaaS を含む)での商品化・販売

- ・コンテンツ事業者を対象とする説明会を 9 月に開催。海外 OTA の商慣行や OTA ごとの特徴を当協議会より説明するとともに、日本国際博覧会協会や関西 MaaS 協議会からもそれぞれの特徴や販売条件等を説明
- ・OTA 等各社と個々のコンテンツ事業者の契約締結をサポートするため、コンテンツ事業者に対し事前に OTA 活用意向や売りたい市場等を調査
- ・関西の中心部から距離のある観光コンテンツには、協議会参画の旅行会社の協力を得て国内客向けバスツアーとして造成し、交通とセットで海外 OTA に提携販売

(4) 酒蔵ツーリズムによる商品化と販売

- ・協議会参画各団体からの要望を踏まえ酒蔵をめぐるファミトリップ 6 コースを設定し、通訳案内士や旅行会社を対象に 7 月から 9 月にかけて現地を巡るツアーを実施した。

- 【1 班】 7 月(滋賀県～奈良県) 美富久酒造、琵琶湖ホテル、上田酒造
- 【2 班】 8 月(鳥取県～京都府) 千代むすび酒造、鳥取砂丘・砂の美術館
- 【3 班】 8 月(三重県～奈良県) 滝自慢酒造、見晴亭、旭酒造、芳村酒造、山本家
- 【4 班】 8 月(神戸市) 大関酒造、櫻宴、酒心館、白鹿・辰野本家酒造
- 【5 班】 9 月(兵庫県) 栄栗・老松酒造、稲見酒造
- 【6 班】 9 月(京都府) 長老酒造、橋立やまいち、TANGOYA 醸造所

2.2 リアルプロモーション

協議会参画団体と連携し、海外の大規模旅行博への出展や展示会、商談会への参加、これらの機会にあわせたセールスコールを行い、万博の PR 及び協議会の観光コンテンツの旅行商品化を促進した。

また、国内においても主要ターミナルでのプロモーションとして参画団体と連携した関西国際空港での観光 PR や、日本国際博覧会協会主催の万博参加者会議での協議会コンテンツの PR を行い、万博の機運醸成や広域観光の推進に向けた情報発信を行った。

(1) 海外旅行博、展示会、商談会への参加

・万博の PR および関西の観光コンテンツを訴求し、万博への機運醸成や関西への旅行動機の醸成に取り組んだ。また、海外の旅行会社に対し、海外発の関西への旅行商品造成を促した。

- ① 豪・シドニー商談会及びセールスコール(商談会 2024 年 8 月 26 日～27 日)
- ② タイ・セールスコール(2024 年 9 月 2 日～5 日)
- ③ 仏・パリ TOPRESA 及びセールスコール(2024 年 9 月 17 日～19 日)
- ④ VJTM 商談会(2024 年 9 月 26 日～28 日)
- ⑤ 英・ロンドン WTM 及びセールスコール(2024 年 11 月 5 日～7 日)
- ⑥ シンガポール・セールスコール(2024 年 11 月 13 日～15 日) ※関西広域連合と連携して実施
- ⑦ 米・ロサンゼルス LATAS(2025 年 2 月 22 日～23 日)



(2) 主要ターミナル等でのプロモーション

・協議会の参画団体である近畿運輸局、関西エアポート株式会社、一般社団法人関西イノベーションセンター(MUIC)との連携により、関西国際空港第 1 ターミナルにおいて「ファーストパビリオン・観光 PR ブース」を設置した。(参考 2024 年度の開催期間[2024 年 10 月 11 日～2025 年 3 月 30 日]の稼働率 89%)



(3) IPM2025(2025 年国際参加者会議)への観光 PR ブース出展

・日本国際博覧会協会主催の国際参加者会議が姫路市(アクリエ姫路)にて開催された。

約 160 ケ国の公式参加者約 600 名が一堂に会する場であることから、万博運営期間中の関西観光促進を念頭に、観光 PR ブースを設置した。

2.3 デジタルプロモーション

関西観光の情報提供サイト「The KANSAI Guide」内に「万博プラス関西観光特集」ページを設置し、参画団体から集約した観光コンテンツの動画や詳細情報を掲載するとともに、個別のコンテンツ情報から OTA 等への販売につながる Web 動線を整備した。また、同ページにおいて観光コンテンツ情報を旅の紀行文の形で記事掲載し、これらのデジタル広告や SNS 上での発信を通じて流入促進を図った。

(1) 「The KANSAI Guide」内の「万博プラス関西観光特集」ページの内容充実

・コンテンツタリフに今年度登録した観光コンテンツについて、「万博プラス関西観光特集」ページに情報掲載をするとともに、これらのコンテンツをつなぐモデルルート(10 コース)を設定。

【福井県】世界に誇る日本の“ものづくり”を体験する旅

【三重県】美しい伊勢志摩の海とともに息づく「海女文化」を体験する旅

- 【滋賀県】琵琶湖の暮らしや自然から、水とのかかわりを見直す旅
- 【京都府】京都で味わう和のガストロノミー
- 【大阪府】オオサカ・トラディショナルを体感する旅
- 【兵庫県】美酒を求めて旅する、日本を代表する酒どころ
- 【奈良県】古都奈良で育まれた「発酵文化」にふれる旅
- 【和歌山県】世界遺産、熊野三山をくまなく巡る旅
- 【鳥取県】ジオパークで雄大な自然に癒やされる旅
- 【徳島県】徳島の山間で、スローな暮らしを実感する旅

(2) 「万博プラス関西観光特集」ページの流入促進

- ・「万博プラス関西観光特集」ページへの流入促進策として、各コンテンツの写真等を活用した。デジタル広告を展開し、訪日検討層や万博検討層と想定されるセグメントへの効果的な広告実施により流入促進を図った。
- また SNS アカウントの運用を強化し、観光情報の投稿と特集ページへの流入を強化した。

(3) プロモーション動画の展開

- ・協議会コンテンツを活用し、昨年度撮影したプロモーション動画について、特集ページ及び YouTube にて放映した。また、これらへの新たな視聴者獲得に向け、YouTube 上での視聴促進広告を実施した。

2.4 旅ナカ・安心サポート

万博プラス関西観光の来訪者に観光情報や安全・安心情報等を提供し、快適な関西観光を体験していただくことを目的に、旅ナカにおける人的サポート体制のレベルアップやデジタル上の案内ツールである「広域観光デジタルマップ」の整備を進めた。

また、旅マエ・旅ナカでの情報提供の強化策として主要な立ち寄り地に設置する紙媒体を作成した。

(1) 関西観光における人的サポート体制の充実

- ・通訳案内士、ホテルコンシェルジュ及びホテルスタッフ、観光案内所スタッフ、ボランティアガイド等を対象としたオンラインでのセミナーを開催した。(11 講座 579 名応募、各講座で最大 250 名受講)
- ・協議会参画団体から要望のあったコンテンツを中心にコースを設定し、応募のあった通訳案内士、ホテルコンシェルジュを対象に計 8 回のファムトリップを実施した。
- (各回 10 名程度で計 79 名参加 訪問箇所：京都市、京都府、滋賀県、福井県、神戸市、兵庫県、鳥取県、徳島県、大阪市、三重県)

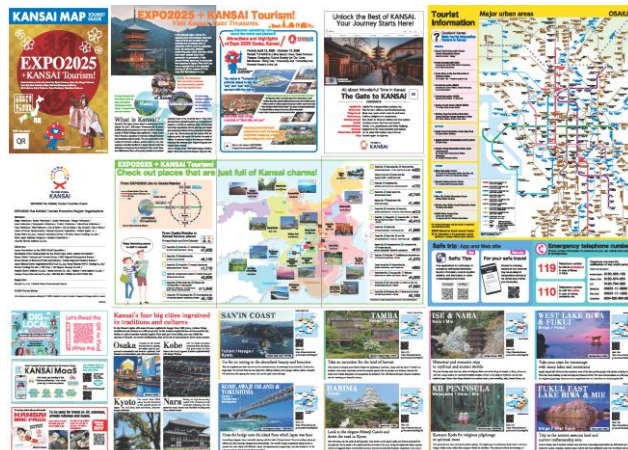
(2) 広域観光デジタルマップの構築

- ・一般社団法人関西イノベーションセンター(MUIC)と連携し、協議会参画団体から観光マップの提供を受け広域観光デジタルマップを制作した。2024 年度までの累計で 84 エリアの観光マップを収録した。
- この利用促進策として、関西国際空港観光 PR ブースでの展示や万博特集ページでの掲載等を行った。



(3) 旅マエ・旅ナカ情報提供の強化

- ・万博期間の来訪客の立ち寄り地等において手に取っていただける情報媒体の制作準備を進めた。
万博に関する情報に加え、関西各エリアへの交通アクセスや観光情報、安全・安心情報等を掲載。
(2025 年 3 月制作)



2.5 関西広域観光情報ゲートウェイ

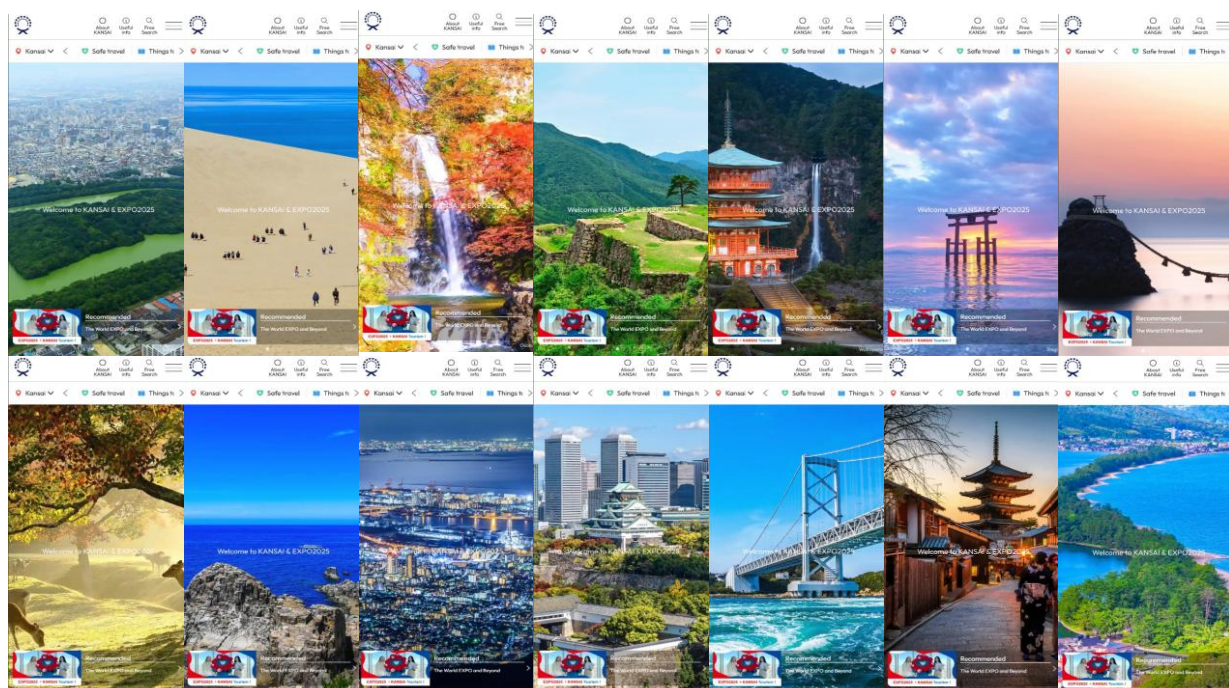
万博プラス関西観光の来訪者に対し、観光情報に加え安全や安心など旅行者に必要なさまざまな情報をワンストップで提供することを目指し、関西広域観光情報ゲートウェイ構築の準備を進めた。

2023 年度より検討を開始し、2025 年 1 月末より公開を開始した。

(1) 「The Gate to KANSAI(G2K)」の構築

- ・海外旅行検討層や訪日観光客に必要な情報を一元的に提供するために、観光スポットや関連旅行商品の情報に加え交通情報、宿泊施設情報、飲食体験情報、お土産情報、天候・災害情報等を有する外部事業者と連携し情報提供の体制を構築した。

2025 年 1 月 31 日より「The Gate to KANSAI(G2K)」を公開し運用を開始した。



3.日本屈指の広域観光圏 “KANSAI”を世界に発信

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

今日、旅行の様々なシーンでデジタル情報を提供することが極めて重要となっており、その内容や質が旅行動機の醸成にも大きな影響を与えている。そのような中、“The KANSAI Guide”は、関西の広域観光情報を海外に発信する web サイトとして成長してきており、基本情報から各地域の魅力発信など、年々コンテンツの充実強化を図ってきた。2024 年度においては、各地域に根付いた様々な体験コンテンツ情報や旅行トレンドを踏まえたテーマツーリズム特集を制作・掲載すると共に、検索機能の向上など web サイトの全面リニューアルを行い、2025 年 1 月末より“The Gate to KANSAI (G2K)”として新たに公開した。

また、サイト訪問者数およびページ閲覧数を増やすべく、SEO 対策※の強化や JNTO による広域連携 DMO 支援事業を活用した結果、その効果が顕著に表れている。

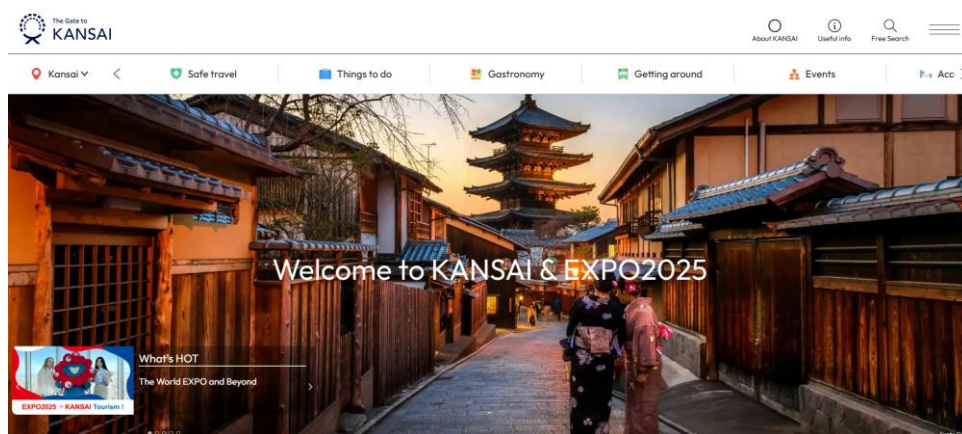
※ Search Engine Optimization 対策 : Google 等の検索エンジンの検索上位にサイトが表示されるようサイト内容を最適化すること

【サイトコンテンツ拡充】

- ・万博プラス関西観光関連コンテンツ拡充：約 700 ページ
- ・万博プラス各府県への誘客となるモデルルート記事：10 ページ
- ・文化コンテンツ／日本酒酒蔵紹介など：700 ページ以上
- ・サステナブル・ツーリズム／サステナブルトリップルート記事：3 ページ
- ・JNTO 支援事業によるワンダーア라운드関西／記事追加：1 ページ

【2024 年度実績】

- ・サイト訪問者数 (UU 数) 1,256,301 (前年 1,327,412、▲5.4%)
- ・内オーガニック検索流入数 975,018 (前年 587,150、+66.1%)
- ・ページ閲覧数 (PV 数) 3,665,771 (前年 3,145,156、+16.6%)



リニューアル後の関西観光情報発信サイト「The Gate to KANSAI (G2K)」トップページ

【リニューアル後の G2K 実績】

- ・サイト訪問者数 (UU 数) 300,536
- ・ページ閲覧数 (PV 数) 459,759

3.2 SNS による関西各地域の魅力発信

当本部が運営する SNS メディアに関しては、2024 年 9 月より外部事業者运用到委託し、Facebook・Instagram の双方において各地域の体験コンテンツを中心に頻度を上げて発信を行ってきた。また、外国人インスタグラマーによる取材を通じて、投稿する記事やリール動画の質を向上させた結果、フォロワー数の増

加にも寄与した（Facebook 23,901 人、Instagram 3,625 人）。



Facebook <https://www.facebook.com/truekansai>



Instagram <https://www.instagram.com/realjapankansai/>

3.3 台湾大商談会を開催

2025 年 2 月 12 日・13 日に 11 回目となる「台湾大商談会」を台湾の主要 2 都市（台中・台北）において開催した。関西 10 府県 4 政令市や DMO、観光関連事業者が一体となって台湾の旅行事業者を対象とした商談会（個別相談会）を実施することで、関西広域の観光に関する情報発信を行い、販路拡大を図った。

今回は、セラーとして関西から 72 団体・132 名が、バイヤーとして台中では 91 社・147 名、台北では 95 社・148 名、2 都市合計で 186 社・295 名の旅行事業者が参加し、日本側・台湾側とも参加事業者数は最近 3 年間で最多となった。



台中市での商談会の様子



台北市での商談会の様子

3.4 タイ商談会を開催

2024 年 9 月 4 日にタイでは初開催となる商談会を首都バンコクで開催し、セラーとして関西から DMO や観光関連事業者など 28 団体、バイヤーとして旅行事業者 43 社が参加した。また、9 月 3 日・5 日には現地旅行会社 5 社へのセールスコールを合わせて行い、関西広域観光に関する情報発信を行い、販路拡大を図った。



商談会の様子



セールスコールの様子

3.5 関西広域連合主催のトッププロモーションへの協力（シンガポール）

関西広域連合では、「EXPO 2025 大阪・関西万博」への来場と関西各地域への周遊を促すとともに、万博を

契機とした企業間交流や産業観光の促進など、シンガポールとの観光交流を推進するため、政府関係者や旅行関係団体等に対してトッププロモーションを実施し、当本部も参画した。

<参加団体>

関西広域連合、滋賀県、京都府、奈良県、鳥取県、京都市、近畿運輸局、公益社団法人2025年日本国際博覧会協会、関西エアポート株式会社、一般社団法人日本旅行業協会関西支部、一般財団法人関西観光本部

<主な行程>

11月13日(水)	シンガポール通商産業省との意見交換
	シンガポール航空との意見交換
	JETRO シンガポール事務所との意見交換
	観光レセプション
11月14日(木)	シンガポール日本商工会議所との意見交換
	GSTC2024 シンガポールにおける関西 PR
	シンガポール旅行業協会(NATAS)との意見交換



シンガポール通商産業省 表敬訪問



観光レセプション



NATAS との意見交換

3.6 関西財界訪中代表団主催「大阪・関西万博PRイベント in 北京」へのブース出展（中国）

2024年11月27日、関西経済連合会の松本会長等を団長とした関西財界訪中団主催による大阪・関西万博PRイベントが中国・北京で実施され、当本部も万博プラス関西観光をPRするブース出展をした。

このイベントでは、関西財界の訪中派遣に際し、中国の政府関係者（外交部、商務部、文化旅游部）、観光関係団体、旅行会社などを対象に大阪・関西万博をPR、中国からの万博参加を促すために開催し、中国旅行社22社、中国メディア11社を含む計103名が出席した。2025年日本国際博覧会協会や、中国パビリオン担当機関である中国国際貿易促進委員会から万博の見どころやチケットの購入方法などを紹介した。

また、万博公式キャラクター「ミャクミャク」との記念撮影や、万博関連グッズ等が当たる抽選会なども行い、盛況のうちに終了した。



4.地域を磨く・つなぐ

4.1 広域観光「ルート」づくり“THE EXCITING KANSAI”の推進

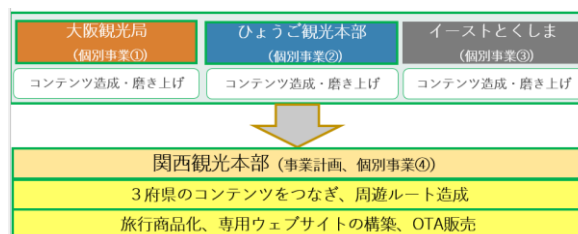
広域観光ルートは広域観光の基盤であることから、当本部は自治体、地域・地域連携 DMO や地域の企業などと連携して地域の価値やコンテンツを洗い出し、これらを巡る旅行商品の造成を進めてきた。そして、このルートに各地での体験型商品を集約して、旅行者の興味や関心を惹きつける動画等を制作し、Web サイト等を通じて情報発信を行っている。

2023 年度までに THE EXCITING KANSAI 8 エリアの広域観光ルートの整備を完了し、新たに関西コアエリアの広域観光ルートに着手した。本年度は大阪コアエリアルート（大阪府・兵庫県・徳島県連携）の 3 コース造成に取り組んだ。なお、2025 年度は京都コアエリアルート（京都府・京都市・滋賀県・兵庫県連携）にて 2 コース造成を予定している。

【THE EXCITING KANSAI エリア全体図】



【2024 年度 大阪コアエリアルートの概要】



① 大阪-兵庫-徳島ルート 食と自然豊かなリトリート体験で心と体をリフレッシュ

エリア	内容	事業者
1日目 大阪	箕面市 箕面公園×ヨガ	Deep Experience
1日目 兵庫	丹波市 里山の酒蔵・西山酒造場で酒造見学とテイasting	西山酒造所
2日目 兵庫	丹波篠山市(宿泊) 篠山山下町ホテル NIPPONIA	
2日目 兵庫	丹波篠山市 丹波篠山山下町ふらりあるきツアー	一般社団法人ロコノミ
2日目 兵庫	加東市 酒米の王様山田錦づくしのくいのみ作り体験	東条秋津斎
3日目 兵庫	淡路市(宿泊) 禅坊 禅家	
3日目 兵庫	淡路市 禅体験	禅坊 禅家
3日目 徳島	鳴門市 うずしお観潮船	鳴門海鏡 うずしお観光
3日目 徳島	鳴門市 味噌蔵見学と解説	井上味噌醤油



② 大阪-兵庫ルート 歴史を紡ぐ伝統的産業や文化を体験 ～天下の台所から歴史街道をたどる～

エリア	内容	事業者
1日目 大阪	大坂市 千利休の茶の湯文化を学ぶ～堺市でお茶体験～	Deep Experience
1日目 兵庫	堺市 大坂城・天守閣と御座船	伴ピーアール
2日目 大阪	大坂市(宿泊) ホテルロイヤルクラシック大坂	
2日目 兵庫	神戸市 塩屋まちあるき・フードホッピング	face to face
2日目 兵庫	姫路市 姫路城下町めぐりサイクリングツアー	株式会社あくと
3日目 兵庫	姫路市(宿泊) 夢乃井庵 タやけこやけ	
3日目 徳島	相生市 刀鍛冶が教えてくれる「小刀づくり体験」	結城幸光鍛冶場



③ 大阪-徳島ルート アグレッシブな2大祭りと共に歩む地域で 伝統と文化を学ぶ旅

エリア	内容	事業者
1日目 大阪	岸和田市 岸和田城リアル甲冑体験	Deep Experience
1日目 徳島	皇佐野市(宿泊) スターゲイトホテル関西エアポート	
2日目 大阪	南海フェリーで移動 和歌山港 8:25発～徳島港 10:30着	
2日目 徳島	徳島市 徳島市内サイクリング	株式会社ソラシド
2日目 徳島	徳島市 阿波おどり体験	阿波おどり会館
3日目 徳島	鳴門市 アオアナルリゾート	
3日目 徳島	鳴門市 湯の道見学	鳴門公園
3日目 徳島	徳島市 人形浄瑠璃 定期公演	阿波十郎兵衛屋敷
3日目 徳島	藍住町 藍染体験	藍の蔵



▼大阪コアエアリアルルート <https://www.the-kansai-guide.com/en/exciting/core-area/>

【参考：これまでに取り組んだ8エアリアルートの概要】

i) 紀伊半島エリア

和歌山県・奈良県・三重県…「心の原点への巡礼の旅」のエリア
巡礼の道、熊野古道は千年以上の時を経て日本の精神の原点を現代に残す。自分に向き合い高めるスピリチュアルな道。

【主要観光素材】熊野三山、高野山、熊野古道、伊勢神宮、吉野、十津川



ii) 播磨エリア

兵庫県…「名城と侍文化、海の道」のエリア

都と西国を結ぶ要衝にあって、世界遺産 姫路城を中心に今でも残る戦国・侍文化。現代に至るまで多様な文化を受け入れながら発展している。

【主要観光素材】姫路城及び播磨エリアの城郭、圓教寺、赤穂、有馬温泉、神戸灘の酒蔵



iii) 琵琶湖西岸～北陸エリア

滋賀県・福井県…「水がはぐくむ文化と信仰」のエリア

日本最大の湖・琵琶湖。後背地の山々の豊かな雪解け水は田畑を潤し、水郷を形成しながら暮らしや信仰に息づいている。

【主要観光素材】琵琶湖、比叡山延暦寺、永平寺



iv) 福井～琵琶湖東岸エリア

滋賀県・福井県・三重県…「戦国文化とクラフト」のエリア

多くの武士が往来し武家文化・忍者文化が栄えたこのエリアは、千年以上続く伝統工芸から現代的なものまで「クラフト」のエリアでもあり、多くの匠を育ててきた。

【主要観光素材】越前漆器、越前打刃物、信楽焼、彦根城



v) 神戸～淡路島～徳島エリア

兵庫県・徳島県・和歌山県…「パノラミックな国生みの海」のエリア

内海ゆえの島影や渦巻く潮流など穏やかで広大で変化に富んだ海。ゆっくり滞在すると海に日が昇り、沈み、そこに生まれた国生みの神話や生活者の文化も見えてくる。

【主要観光素材】明石海峡大橋、鳴門の渦潮、人形浄瑠璃、藍染め



vi) 山陰海岸エリア

京都府・兵庫県・鳥取県…「海岸美と恵み」のエリア

奇岩や断崖の岬と漁村が交互に続く独特の地形は、息をのむ景色と豊かな漁場、穏やかな人々の営みを形成している。

【主要観光素材】天橋立、伊根の舟屋、城崎温泉、浦富海岸、鳥取砂丘



vii) 奈良～伊勢エリア

奈良県・三重県…「神話から古代へ、日本の原点」のエリア

神話時代までさかのぼる日本の原点。政治・文化のオリジンはここにあり、いくつもの時代の足跡が多重に折り重なる。

【主要観光素材】伊勢神宮、海女文化、斑鳩、飛鳥、吉野



viii) 丹波エリア

京都府・兵庫県…「実りの里山」のエリア

京都と兵庫にまたがる「丹波国」は独自の作物が実る、豊穡の里山。そこに街道の要衝となる城下町や、都の食材を支えた町など個性が光る暮らしがある。

【主要観光素材】丹波篠山の城下町、丹波焼、美山、丹波の食材



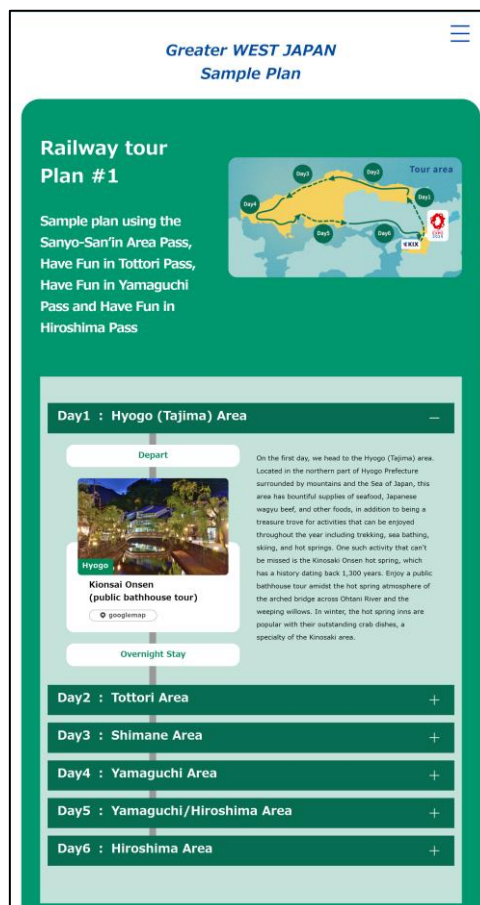
4.2 西日本の拠点としての“KANSAI”の形成（4 DMO 連携）

2023年5月9日、一般財団法人関西観光本部、一般社団法人山陰インバウンド機構、一般社団法人四国ツーリズム創造機構及び一般社団法人せとうち観光推進機構の4つの広域連携DMOは、日本で初めてマルチの連携協定を締結した。

その連携協定に基づく取組みとして、2024年3月27日、4広域連携DMO共通のウェブサイト（英語版）

をオープンした。2024年度は、ウェブサイトのモデルコースや商品内容を充実させた。また、大阪・関西万博の開催を控え、日本国際博覧会協会が収集した万博関連のコンテンツへの導線を整備した。

今後も、デスティネーションとしての西日本「Greater WEST JAPAN」を海外に向けアピールしていく。



5.新たな魅力を創る

5.1 サステナブル・ツーリズム事業

昨今トレンドとなっているサステナブル・ツーリズムについては、2022 年度から 3 年間取り組んでおり、本年度までに計 5 コースを造成し、関西 2 府 8 県を網羅した。”The KANSAI Guide”において、専用ページを設置し、関西のサステナブル・ツーリズム 5 つのモデルコース及び関西一円のサステナブルコンテンツ 20 件を紹介している。

【事業内容】

(1) これまでの取り組みと今年度事業

2022 年度 調査戦略策定事業において関西一円のコンテンツ 20 件を選定

2023 年度 選定したコンテンツと JNTO サステナブルコンテンツ 12 件や周辺エリアの観光資源と組み合わせたモデルコースを 3 コース造成

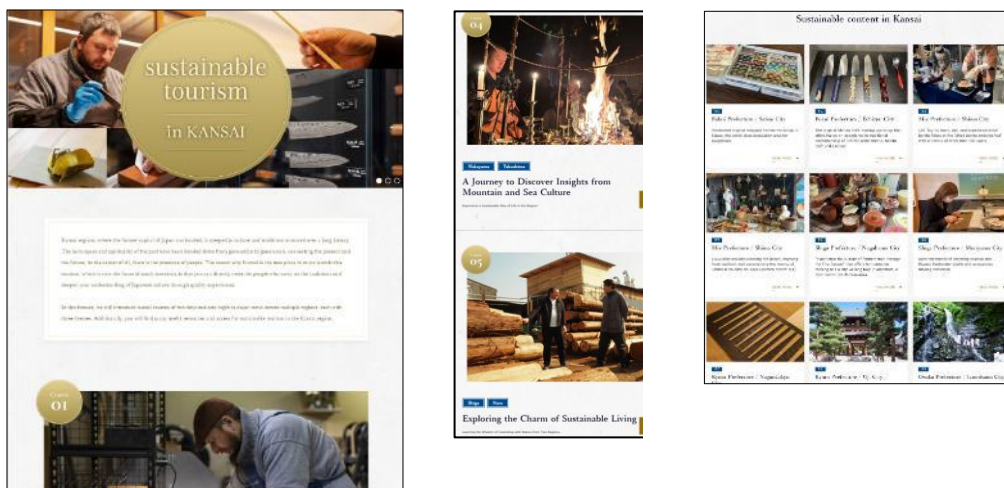
2024 年度 モデルコースを 2 コース造成し、関西 2 府 8 県のサステナブル・ツーリズムを網羅

(2) 関西のサステナブル・ツーリズムモデルコース（5 コース）：

1. 京都～福井～滋賀（職人・進化し続ける伝統工芸）
2. 大阪～奈良～三重（地域の食を味わう・御食国など海女文化）
3. 兵庫～鳥取（日本ならではの温泉・地域の暮らしや人と触れ合う）
4. 滋賀～奈良（地域に伝わる伝統とサステナブルな暮らしの魅力を探る旅）※2024 年度追加
5. 和歌山～徳島（山と海が繋ぐサステナブル・ツーリズム）※2024 年度追加

(3) 関西のサステナブル・ツーリズム WEB ページ構築（The KANSAI Guide）

(4) 関西のサステナブルコンテンツをインバウンド OTA（Viator 等）で販売



▼KANSAI サステナブル・ツーリズム <https://www.the-kansai-guide.com/en/sustainable-tourism-kansai/>

5.2 産業ツーリズム

関西は日本を代表する産業の集積地であり、テーマツーリズムの新テーマとして、関西の企業・産業の魅力をインバウンド旅行者に伝えるべく産業ツーリズムの造成に取り組んだ。

【事業概要】

(1) 関西の産業ツーリズムモデルコース（4コース）：

1. 大人向け産業ミュージアム・工場見学 伝統と革新が交差する～日本の技と産業の進化をたどる旅～
2. ファミリー向け産業ミュージアム・工場見学 ものづくりの魅力発見！～親子で学ぶ工場見学ツアー～
3. 伝統工芸・アート 時を超えた伝統～職人技と伝統産業をめぐる旅～
4. 食産業 時を超えた文化～関西の食産業を見て、食べて、触れる旅～

(2) 関西の産業ツーリズム WEB ページ構築（The KANSAI Guide）

(3) 関西の産業コンテンツをインバウンド OTA（Viator 等）で販売・各施設への紹介リンクを設置



▼KANSAI 産業ツーリズム <https://www.the-kansai-guide.com/en/industrial-tourism-kansai/>

【関西の産業ツーリズム紹介】

コース① 大人向け産業ミュージアム・工場見学

伝統と革新が交差する～日本の技と産業の進化をたどる旅～
掲載先産業施設の紹介（一部抜粋）

- ・大阪商工会議所 大阪企業家ミュージアム（大阪府大阪市）
- ・アサヒビールミュージアム吹田工場（大阪府吹田市）
- ・アサヒグループ大山崎山荘美術館（京都府乙訓郡）
- ・シマノ自転車博物館（大阪府堺市）
- ・神戸ビーフ館（兵庫県神戸市）
- ・竹中大工道具館（兵庫県神戸市）



コース② ファミリー向け産業ミュージアム・工場見学

ものづくりの魅力発見！～親子で学ぶ工場見学ツアー～
掲載先産業施設の紹介（一部抜粋）

- ・ヤンマーミュージアム（滋賀県長浜市）



- ・カップヌードルミュージアム大阪池田（大阪府池田市）
- ・キッザニア甲子園（兵庫県西宮市）
- ・神戸海洋博物館（兵庫県神戸市）
- ・カワサキワールド（兵庫県神戸市）等



コース③ 伝統工芸・アート

時を超えた伝統～職人技と伝統産業をめぐる旅～

掲載先産業施設の紹介（一部抜粋）

- ・千總本店・ギャラリー（京都府京都市）
- ・鶴屋吉信 本店（京都府京都市）
- ・おはりばこ（京都府京都市）
- ・タケフナイフビレッジ（福井県越前市）
- ・柳瀬良三製紙所（福井県越前市）
- ・うるしの里会館（福井県鯖江市）
- ・漆琳堂（福井県鯖江市）等



コース④ 食産業

時を超えた文化～関西の食産業を見て、食べて、触れる旅～

掲載先産業施設の紹介（一部抜粋）

- ・翠華園谷村弥三郎商店（奈良県生駒市）「高山茶筌」
- ・ほうせき箱（奈良県奈良市）「柿の葉茶」
- ・NIPPONIA 田原本マルト醤油（奈良県磯城郡）
- ・梅乃宿酒造株式会社（奈良県葛城市）
- ・糺屋雨風（大阪府堺市）
- ・さかい利晶の杜（大阪府堺市）
- ・堺伝匠館（大阪府堺市）
- ・馬場刃物製作所（大阪府堺市）等



5.3 御食国事業

御食国（みけつくに）は、日本古代から平安時代まで、皇室・朝廷に海水産物を中心とした御食料（穀類以外の副食物）を貢いだと推定される国を指す。この御食国の歴史的・文化的価値を活かして、京都府・兵庫県・福井県・三重県の連携事業としてキャンペーン活動等が行われてきたが、これを継承・発展させるため、2022年度から当本部が事務局として参画し、テーマツーリズム化を推進している。

2024年度においては、国内外に向けた御食国ブランド・ストーリーのプロモーション動画の制作・発信や宿泊施設の商品力・販売力強化の支援等に取り組んだ。

【事業内容】

(1) 御食国ブランド・ストーリー発信強化事業

旅行者等へ向けて、「Royal Food of MIKETSUKUNI」の世界観を表現し、京都と御食国地域をつなぐスト

ーリーや御食国の魅力を視覚的に伝える動画を制作し発信した。

(2) 御食国ツーリズム商品力・販売力強化事業

宿泊施設等を対象に、富裕層インバウンド旅行者の満足度が上がるポイントを理解し、高単価・高満足度での販売を目指すため、オンライン勉強会や専門家による宿泊施設への個別フォローを実施した。

(3) 御食国ツーリズム造成・プロモーション事業

OTA（じゃらん）で「御食国プラン」を販売（累計販売額：約3億円※3月時点）するとともにインバウンド向けプロモーションとして、JNTO「JAPAN Monthly Web Magazine」での記事掲載等を実施した。

<会議等：実行委員会(2回)、担当者会議(4回)、事業報告会(1回)>

(1) 御食国ブランドストーリー 発信の強化事業	01 消費者に伝わるコンセプト動画づくり 旅行者、そして旅行商品を造成する旅行会社等へのセールスツールとして御食国の魅力や京都と御食国地域をつなぐストーリーを視覚的に伝える動画を制作する
(2) 御食国ツーリズムの 商品力・販売力強化事業	02 商品力強化のための勉強会の実施 商品力強化のための事業者向け勉強会や専門家の現地訪問での助言等を通じ、御食国宿泊プラン造成施設（宿泊施設）の受け入れ体制整備や高付加価値化を支援する取組を実施する 03 専門家による個別フォローの実施 推奨店や「御食国」宿泊プラン掲載中の宿泊施設向けに、希望者に個別のフォローにて販売整備を実施
(3) 御食国ツーリズム造成・ プロモーション実施事業	04 国内旅行者向け ツーリズム造成・プロモーション 国内OTA じゃらんnet内『旅トビ』へ御食国特集の掲載等を通年で実施 05 訪日外国人旅行者向け ツーリズム造成・プロモーション JNTO「JAPAN Monthly Web Magazine」記事広告にて記事を掲載

【プロモーション動画】

食材や料理はもちろん、 それらを生み出す人や環境を 魅力的に表現	インバウンド観光客の視点に立ち、 リアルな日本の魅力を表現	「フードツーリズム」の観点で 編集。見るだけでなく 「体験」「鑑賞」できる動画に
・完成された料理だけでなく、携わった方々や生産地を見せることで一つの食に対する想いや努力、技術を目の当たりに。 ・その料理に込められた背景やストーリーを感じ、親しみや期待感が向上する。 ・安心して楽しむことができ、料理の味が一層美味しく感じられる。 	・お箸、瓦屋根、路地など、日本人の「あたりまえ」をあえて表現。 ・翻訳版に日本語を残すことで、より日本らしさを感じさせるものに。 ・日常をのぞいているような飾りすぎない映像で 	・単に観光地を巡るだけでなく、食を通じたその地域の歴史や文化を伝える。 ・旅人視点のアングルやカメラワーク、テロップデザインを工夫することで没入感を感じ、説明的にならず、画的にも美しく感じる作品に。 

※ 動画は4言語（日本語・英語・簡体字・繁体字）でロング版・ショート版を作成

また、各自治体用エリア版として、日本語・英語の2言語で作成

5.4 酒蔵ツーリズム事業

日本酒は、「伝統的酒造り」のユネスコ無形文化遺産に登録されたことも相まって、訪日外国人旅行者の注目度ますます高まっている。当本部は、国税庁の「酒蔵ツーリズム」支援事業を活用して、継続的にツーリズム化を進めている。2024年度は、大阪・関西万博の前年でもあり、ファムトリップの実施による酒蔵コンテンツ、モデルコース、旅行商品造成を幅広く行う事業を展開した。

【ファムトリップの実施】

希望団体（蔵数：35蔵、コンテンツ数：12）から6コースを設定

- 【1班】 7月31日(水)（滋賀県～奈良県）美富久酒造、琵琶湖ホテル、上田酒造
- 【2班】 8月7日(水)～8日(木)（鳥取県～京都府）千代むすび酒造、鳥取砂丘・砂の美術館、京都府：ハクレイ酒造、丹後王国ブルワリー
- 【3班】 8月21日(水)～22日(木)（三重県～奈良県）滝自慢酒造、見晴亭、旭酒造、芳村酒造、百楽荘、山本本家
- 【4班】 8月28日(水)（神戸市）大関酒造、櫻宴、酒心館、白鹿・辰野本家酒造
- 【5班】 9月9日(月)（兵庫県）宍粟・老松酒造、稲見酒造
- 【6班】 9月11日(水)（京都府）長老酒造、橋立やまいち、TANGOYA醸造所

【コンテンツ、モデルコース、ツアーの造成】

- ・ 訪問の酒蔵 16 コンテンツを制作し、関西広域観光情報ゲートウェイに格納・掲載
- ・ 8エリア対象のモデルコースの造成と関西広域観光情報ゲートウェイに格納・掲載
 - 千代むすび酒造訪問 1泊2日 ○滝自慢酒造訪問日帰り ○長老酒造訪問日帰り
 - 老松酒造訪問日帰り ○櫻宴・白鹿訪問日帰り ○神戸酒心館訪問日帰り
 - 美富久酒造訪問日帰り ○山本本家訪問日帰り
- ・ 5コースの酒蔵訪問ツアーを造成し、販売中

Hakurei Sake Brewery



Photo ©ikogi

Established in 1832, Hakurei Sake Brewery is located in Miyazu City, Kyoto Prefecture, nestled between Mount Yuragatake and Sea of Japan in the Kyotango region. The extremely soft water used for brewing is drawn from a waterfall in the mountains behind the brewery, which is also a local energy spot. Hakurei produces a wide range of products, from dry to sweet sake, so that everyone can find a flavor to enjoy. Committed to serving our community, we offer brewery tours and tasting experiences by appointment only.

コンテンツ例

日付	時間	スケジュール	宿泊先	食事		
				朝食	昼食	夕食
	10:00	ホテル発				
		---移動90分---				
	11:30	赤目四十八滝(45分)				
	12:15	---移動15分---				
	12:30	お食事処「忍者屋敷」(90分)				
	14:00	---移動15分---				
	14:15	滝自慢酒造(60分)				
	15:15	---移動90分---				
	16:45	ホテル着				

お食事処「忍者屋敷」 入浴可能

モデルコース例

6.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

6.1 デジタル基盤の強化

関西観光の関心度を把握し、関西の観光戦略策定に活用するため、関西観光情報発信サイト”The KANSAI Guide”の閲覧者のアクセスデータを用いて、旅行者の嗜好、プロモーション事業の効果等を分析するツールとして、「マーケティングダッシュボード」を開発し、2023 年度より運用を開始した。

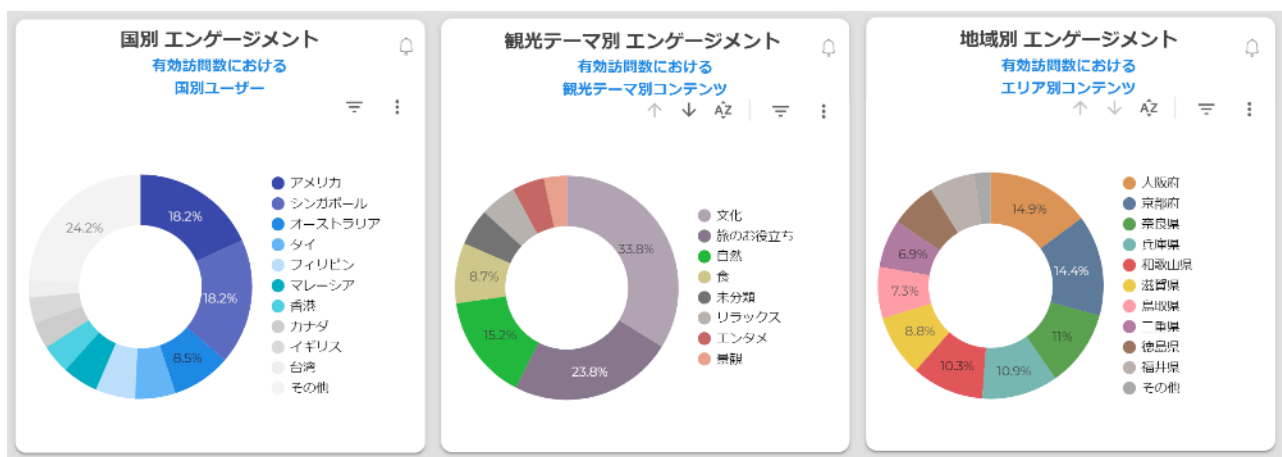
このツールは、”The KANSAI Guide”の閲覧者がアクセスする際に検索した「キーワード」、閲覧者のサイト内のコンテンツへのアクセス状況や滞在時間等が分かる「行動履歴」、「閲覧者の属性」等のデータを分析することにより、海外の方々の関西に対する関心度や嗜好などを把握するものである。

2024 年度は、主に、SEO 対策を強化したことにより流入が増加したグーグル検索経由でのユーザーの興味関心等を分析するとともに、その結果を踏まえ、訴求する体験コンテンツの選定等に活用した。

●2024 年度 サイトコンテンツの人気度を測る指標（※日本人及び広告流入除く）

総エンゲージメント率：42.4%

平均有効滞在時間：27.77 秒



マーケティングダッシュボード各種画面

6.2 訪関西意向率調査の継続実施

「訪関西意向率調査」は、2018 年度から継続して実施している調査であり、”KANSAI”の認知度と訪関西意向の推移を測る基礎的な調査である。

2024 年度の結果では、戦略ターゲットである欧米豪 6 か国（英・仏・独・米・加・豪）における未訪日の訪日検討層の「KANSAI」認知率は前年 62.9%から 70.7%と大幅に上昇し、来訪意向率は前年 51.7%から 56.3%と伸長した。特に、来訪意向率を全国各地と比べると 2018 年度から 2024 年度の伸長率は、関西が約 2 倍強に伸びており、全国でトップの上昇率となった。

今後、調査結果を活用し、関西の観光情報の内容や質を強化するとともに、世界の海外旅行検討層を”The Gate to KANSAI (G2K)”へ誘引し、関西の認知度、来訪意向等を高めていく。

6.3 観光人材の強化（関西広域連合との連携事業）

旅ナカで直接訪日外国人旅行者に接する通訳案内士は重要な観光人材であり、大阪・関西万博を前年に控え、その役割は更に高まっている。当本部では、通訳案内士に対するスキルアップ研修等の支援を関係団体と連携しながら継続的に実施している。

(1) 文化庁連携事業（文化資源をテーマとしたセミナー・実地研修）

2023 年度まで 3 年間、地域の伝統行事や祭礼などのお祭りをテーマとして通訳案内士の知見を高めてもらうことを目的に、動画撮影によるオンラインセミナーと実地研修を行う事業を文化庁連携のもと実施した。

2024 年度は「文化資源」にテーマを変更し、オンラインセミナー用動画を 7 本（伊勢木綿、丹波焼、能、茶道、雅楽）制作し専用サイトにて提供している。合わせて上記セミナー対象から 2 つの文化資源を対象に実地研修を開催した。（12 月 16 日山本能楽堂、1 月 24 日さかい利品の杜）



丹波焼動画の様子



12 月 16 日 山本能楽堂の様子

更に 2024 年度はここ数年の間で通訳案内士向けに制作したオンラインセミナー用動画を提供する視聴 WEB サイトをバージョンアップし、統一した ID & PW にて提供している。（計 57 本の動画）



(2) 関西広域連合連携事業

インバウンド市場の回復やコロナ禍を経た通訳案内士の就業状況の変化等、取り巻く環境が大きく変化する中、旅行会社、DMO 等において通訳ガイドの不足が課題となっており、今後もインバウンドの増加に伴い、通訳ガイドの需要増大が想定される。

上記の現状を踏まえ、通訳ガイド不足の解消の一助となるよう、これまでの通訳案内士研修の趣旨・目的を変え、通訳案内士の活動量の増進を図ることを目的としたセミナー・研修を昨年度に引き続き、関西広域連合と連携し実施した。

セミナーは、基礎的な就業方法や求められる通訳ガイド像などについて、活動中の通訳案内士等による実践的な内容として実施した。（9 月 13 日 2.5 時間、当日参加 104 名、後日アーカイブ視聴 203 名）

実地研修は、各班 40 名設定で 2 名の現役通訳案内士によるイヤホンガイドを使用するとともに、ランドオペレーター等にも参加いただき、交流を図るなど実践的な内容とし、募集を超える多くの応募があった。

（①奈良・大阪班：9 月 19 日、39 名参加 ②兵庫班：9 月 20 日、39 名参加）



実地研修（奈良・大阪班）



実地研修（兵庫班）

更に 2024 年度は関西在住の留学生など 5 名に協力を仰ぎ、実際にガイド業務を体験してもらう実務体験会も実施した。(9 月 30 日、5 名、奈良・大阪班同様のコースにて)

6.4 地域と通訳案内士が連携した旅行商品開発 (山陰/熊野ジオパーク、丹波篠山)

(1) ジオパーク周遊観光促進事業 (関西広域連合連携)

ジオパーク周遊観光促進事業については、これまで実施してきた通訳案内士及び旅行会社同行によるファムトリップによる旅行商品造成や販促活動とは異なり、大阪・関西万博前年ということで、山陰ジオパーク、南紀熊野ジオパークそれぞれに対する海外発の具体的な旅行商品造成・販売に絞った取り組みを実施した。

・山陰ジオパーク現地視察

期間： 5 月 20 ～23 日、視察者：日盟国際有限公司 代表 黄玉雲(Joy Huang) (敬称略)

行程：城崎温泉泊・玄武洞・神鍋溶岩流トレッキング・餘部鉄橋・浦富海岸海上遊覧・海と大地の自然館・湯村温泉・鳥取砂丘・砂の美術館・万博協会アポ及び視察



・山陰・南紀ジオパーク台湾旅行商品造成

山陰 2 コース 催行(確定含) 4 回 106 人

南紀 3 コース 催行(確定含) 12 回 564 人

合計 催行(確定分含) 16 回 670 人 ※1 月 27 日現在

・ジオパーク報告会実施

2 月 18 日 (火) 11 時～ (Zoom によるオンライン)、参加者：22 名

(2) 丹波篠山市旅行商品造成ファムトリップ (丹波篠山市連携)

兵庫県丹波篠山市と連携し、地域の持つ魅力を地元コーディネーターの案内のもと、今年度は例年の通訳案内士ではなく、旅ナカの有望人材であるホテルコンシェルジュと旅行会社の旅行造成担当者を対象にファムトリップを実施し、旅行商品化を図った。

・ファムトリップ (7 月 4 日～5 日、通訳案内士 2 名、旅行会社旅行造成担当者 1 名)

・ガイドツアーの造成 (日帰り 1 コース)



香道体験



陶芸体験



旅行会社によるガイドツアー

6.5 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）

関西広域連合と連携し、文化庁の京都移転や大阪・関西万博を契機に「文化・観光首都」の実現に向けて、関西の主要な博物館、美術館を巡る「ミュージアムぐるっとパス・関西」のデジタル化に取り組み、2024年4月1日から「デジタル・ぐるっとパス」の発売を開始した。

また、「デジタル・ぐるっとパス」の販売拡大のため、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した。

あわせて、ポータルサイト文化探訪「日本文化の原点、関西を訪ねる旅」の閲覧者をより増やすために、新たな文化関連コンテンツとして、「伝統工芸品」と「伝統芸能および行事」に関する 2 本の記事を掲載するとともに、ポータルサイト内の特集ページへのアクセスしやすい仕組みとした。

① 各媒体等プロモーション

- ・ポスター・チラシ掲出（8月29日～）
- ・リビング紙記事広告（122.4万部）
- ・Google 広告（約 740 万回表示、2.9 万回表示）

② デジタルスタンプラリー(2024年11月1日～2025年1月31日)

- ・ディズニー映画及び関西の鉄道7社等と連携して実施
- 参加者数 602 名



③ 関西文化ポータルサイト

英 語：<https://www.the-kansai-guide.com/en/cultural-expedition/>

日本語：<https://www.the-kansai-guide.com/ja/cultural-expedition/>



関西の伝統芸能&伝統行事



関西の伝統工芸品にふれる体験スポット

7.事業推進のための基盤整備

7.1 会員への情報発信

当本部の活動を支えていただいている構成団体・会員に対し、最新の観光情報や当本部の活動を伝えるための情報発信を行っている。

2024年度のインバウンド状況等に関する情報提供回数は131回（2023年度111回）で、内訳は「訪日外国人旅行動向データ／KPOレポート」24回、「海外の現地情報」47回、「会員からの告知」26回、「関西観光本部からのニュース」34回であった。

また、当本部コーポレートサイト内の会員の商品・サービス等の案内を掲載する「会員からのお知らせ」においては、メール配信情報のアーカイブやセミナー動画などのコンテンツを掲載した「会員専用ページ」を運用し、構成団体・会員に活用いただいている。



会員専用ページ

関西観光本部コーポレートサイト <http://kansai.or.jp/>

7.2 インバウンド情報誌「KANSAI OFFICIAL TOURIST GUIDE」

「KANSAI OFFICIAL TOURIST GUIDE」は、当本部がインバウンド向けに制作している情報誌であり、会員企業・構成団体の広告とともに、「THE EXCITING KANSAI」の8つのルートの魅力や旅行に役立つ関西の地図、交通路線図など、訪日外国人旅行者にとって役立つ情報を掲載している。

この情報誌は関西国際空港をはじめ関西の観光案内所など約60か所に配架し、JNTO海外事務所や海外での旅行博等でも活用している。

またデジタル版については、当本部が運営するWebサイト「The KANSAI Guide」にも掲載している。

▼KANSAI OFFICIAL TOURIST GUIDE https://kansai.or.jp/pdf/KANSAI_TOURIST_GUIDE_EN.pdf



7.3 「KANSAI ONE PASS」の運営

当本部が運営事務局を務める訪日外国人向けICカード型乗車券である「KANSAI ONE PASS」は、ICOCAが利用可能な関西などの主要鉄道会社・交通機関で利用できる。また、関西の観光施設や店舗など約90か所の施設や観光スポットで優待特典がついており、便利でお得なカードである。

2024年度は約62千枚が販売され、前年度に比べ約30%伸びるなど、大変好評を得ている。



7.4 「関西インバウンド交流会」の開催

当本部の活動をご支援頂いている自治体、経済団体、会員企業・団体、地域・地域連携 DMO 等の関係者にお集まりいただき、インバウンドをテーマとしたセミナーの実施ならびに参加者間の交流を図ることを目的に「関西インバウンド交流会」を開催した。

【開催日時】 2024 年 6 月 12 日(水) 15:00 ～ 18:30

【開催場所】 ホテルグランヴィア大阪 20 階 「名庭（なにわ）の間」

【参加者数】 第 1 部（セミナー） 165 名、第 2 部（交流会） 139 名 計 304 名



第 1 部 セミナー



第 2 部 交流会

8.各種事業

8.1 伝統文化親子教室事業（地域展開型）「関西キッズ伝統文化プログラム」（文化庁連携）

文化庁から当本部が受託している、「関西キッズ伝統文化プログラム」は、各地域の子供たちを対象に、リアルイベント開催により直接伝統文化を体験する機会を創出するとともに、Web上にて体験情報発信を行い、サステナブルな文化観光資源の活用促進につながることを目的とするものであり、今年で4年目を迎える。

2024年度は、大阪、京都の大型商業施設内のイベント会場にて伝統文化の体験イベントを開催した。各会場では、書道・将棋やいけばな等3種の地域色ある伝統文化による体験教室を計24コマ開催するとともに、各会場では、日頃体験する機会の少ない、書道、将棋、いけばな等に熱中する子供たちの姿が目立った。

なお、この事業については、過去のイベントの様子や伝統文化実演などをアーカイブして配信している。



関西キッズ伝統文化プログラム会場の様子

8.2 関西文化の日（関西広域連合・関西元気文化圏推進協議会との共催）

関西文化の日は、2024年11月16・17日を中心日として、関西2府8県4政令市の域内にある美術館・博物館などの文化施設の入館料（原則として常設展）を無料とする取組みである。

2024年度の参加施設数は、昨年度の430施設から微増加し、433施設となった。総入場者数は約24万人、累計入場者数は約720万人であった。実施に当たっては、ポスター約2,140枚、リーフレット約86,210部を、文化施設、鉄道主要駅、高速道路サービスエリアなどで配布・掲出した。また、プレスリリースにより、テレビ・新聞・情報誌・広報誌・マスコミ等のホームページ掲載などでの情報発信を行った。

なお、「関西文化の日」等に参加の文化施設の情報は、「The Kansai Guide」の「関西文化の日に関するパート」にて通年で公開している。



▼The Kansai Guide 関西文化の日 <https://www.the-kansai-guide.com/ja/kansaiabunka/>

8.3 関西元気文化圏賞

関西元気文化圏賞は、その年に文化・芸術活動やスポーツ等を通じて「関西から日本を明るく元気にすること」に貢献した幅広いジャンルの人物・団体を表彰する事業であり、関西元気文化圏推進協議会の事業として、2003年から実施されており、当本部はその事務局を務めている。

2024年の関西元気文化圏賞の贈呈式は、大阪市内のホテルにて2025年1月22日に実施し、同協議会の松本正義会長（関西観光本部理事長）から受賞者へ賞状およびトロフィーが授与された。

贈呈式に先立ち、2025年日本国際博覧会「大阪・関西万博」会場デザインプロデューサーの建築家 藤本壮介様から「万博の魅力・見どころと文化を切り口にした万博の接し方」をテーマに記念講演をいただいた。

■各賞受賞者（敬称略）

大 賞	グラングリーン大阪
特別賞	上地結衣（車いすプロテニス選手） 神戸須磨シーワールド
ニューパワー賞	宮島 未奈（小説家） 京都国際高等学校 硬式野球部 玉井 陸斗（飛込選手） 飯村 一輝（フェンシング選手）



贈呈式の様子

9.管理運営活動（理事会・評議員会・運営会議）

9.1 理事会

- 第1回臨時理事会(書面会議) 2024年4月28日（日）
第1号議案 臨時評議員会の開催及び目的である事項の承認の件
- 第1回理事会 2024年5月24日（金）
第1号議案：2023年度事業報告書(案)の承認の件
第2号議案：2023年度計算書類等(案)の承認の件
第3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4号議案：役員賠償責任保険契約継続の承認の件
- 第2回臨時理事会（書面会議） 2024年6月20日（木）
第1号議案：理事長の選定の件
第2号議案：副理事長の選定の件
第3号議案：事務局長の選定の件
- 第2回理事会 2025年3月12日（水）
第1号議案：2025年度事業計画書(案)の承認の件
第2号議案：2025年度収支予算書(案)の承認の件

9.2 評議員会

- 第1回臨時評議員会（書面会議） 2024年5月10日（金）
第1号議案：評議員、理事、監事退任に伴う候補者の選任(案)の件
- 第1回評議員会（書面会議） 2024年6月20日（木）
第1号議案：2023年度計算書類等(案)の承認の件
第2号議案：理事・監事候補者の選任(案)の件

9.3 運営会議

- 第1回 2024年5月13日（月）オンライン会議
- 第2回 2025年3月03日（火）オンライン会議

1 0.会員・構成団体・オブザーバー関係（2025 年 3 月 31 日現在）

1 0.1 会員

種別	会員数	備考
特別会員	37	前年同日比較 ±0
賛助会員	231	前年同日比較 +6
計	268	前年同日比較 +6

1 0.2 構成団体

種別	団体数	備考
自治体	14	関西広域連合（滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県、鳥取県、徳島県、京都市、大阪市、堺市、神戸市）、福井県、三重県
経済団体	18	関西経済連合会、関西経済同友会、京都経済同友会、神戸経済同友会、京都商工会議所、大阪商工会議所、神戸商工会議所、堺商工会議所、京都府商工会議所連合会、大阪府商工会議所連合会、兵庫県商工会議所連合会、滋賀県商工会議所連合会、奈良県商工会議所連合会、和歌山県商工会議所連合会、鳥取県商工会議所連合会、徳島県商工会議所、福井県商工会議所連合会、三重県商工会議所連合会
業界団体・事業者	3	日本旅行業協会関西支部、日本観光振興協会関西支部、関西エアポート株式会社
観光推進団体	14	びわこビジターズビューロー、京都府観光連盟、大阪観光局、ひょうご観光本部、奈良県ビジターズビューロー、和歌山県観光連盟、鳥取県観光連盟、徳島県観光協会、福井県観光連盟、三重県観光連盟、京都市観光協会、京都文化交流コンベンションビューロー、堺観光コンベンション協会、神戸観光局
その他の官民連携団体	2	歴史街道推進協議会、関西・大阪 21 世紀協会
計	51	

1 0.3 オブザーバー

種別	団体数	備考
省庁	9	近畿総合通信局、外務省大阪分室、近畿財務局、近畿農政局、近畿経済産業局、近畿地方整備局、近畿運輸局、近畿地方環境事務所、文化庁
独立行政法人	2	日本貿易振興機構大阪本部、中小企業基盤整備機構近畿本部
計	11	

以 上