

2025年度
事業報告書

自 2025年 4月 1日

至 2026年 3月31日

一般財団法人 関西観光本部

目次

| | |
|--|-----------|
| 1. はじめに | 2 |
| 2. EXPO2025 関西観光推進協議会 | 4 |
| 2.1 EXPO 関西旅行商品造成..... | 4 |
| 2.2 リアルプロモーション..... | 5 |
| 2.3 デジタルプロモーション..... | 6 |
| 2.4 旅ナカ・安心サポート..... | 6 |
| 2.5 関西広域観光情報ゲートウェイ..... | 7 |
| 3. 日本屈指の広域観光圏 “KANSAI”を世界に発信 | 8 |
| 3.1 関西観光情報発信サイト「The Gate to KANSAI」を通じた発信強化..... | 8 |
| 3.2 SNS による関西各地域の魅力発信..... | 9 |
| 3.3 海外での旅行博への出展とセミナーの開催..... | 9 |
| 3.4 欧州でのプロモーションを実施..... | 10 |
| 3.5 台湾大商談会を開催..... | 10 |
| 3.6 ターキッシュエアラインズと連携協定を締結..... | 11 |
| 4. 地域を磨く・つなぐ | 12 |
| 4.1 広域観光「ルート」づくり“THE EXCITING KANSAI (TEK)”の推進..... | 12 |
| 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 | 16 |
| 5.1 城ツーリズム事業..... | 16 |
| 5.2 御食国事業..... | 17 |
| 5.3 酒蔵ツーリズム事業..... | 19 |
| 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 | 20 |
| 6.1 デジタル基盤の強化..... | 20 |
| 6.2 訪関西意向率調査の継続実施..... | 20 |
| 6.3 観光人材の強化（文化庁、関西広域連合との連携事業）..... | 21 |
| 6.4 地域と通訳案内士が連携した旅行商品開発（丹波篠山）..... | 22 |
| 7. 事業推進のための基盤整備 | 23 |
| 7.1 海外情報、活動報告、各種データ等を構成団体・会員向けに情報発信..... | 23 |
| 7.2 インバウンド情報誌「KANSAI OFFICIAL TOURIST GUIDE」の発行..... | 23 |
| 7.3 「関西インバウンド交流会」の開催..... | 23 |
| 8. 各種事業 | 25 |
| 8.1 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）..... | 25 |
| 8.2 関西元気文化圏賞..... | 25 |
| 9. 管理運営活動（理事会・評議員会・運営会議） | 26 |
| 9.1 理事会..... | 26 |
| 9.2 評議員会..... | 26 |
| 9.3 運営会議..... | 26 |
| 10. 会員・構成団体・オブザーバー関係（2026年3月31日現在） | 27 |
| 10.1 会員..... | 27 |
| 10.2 構成団体..... | 27 |
| 10.3 オブザーバー..... | 27 |

1.はじめに

日本政府観光局（JNTO）が発表した2025年の年間訪日外国人旅行者数は約4,268万人と、前年比では16%増加、過去最高であった2024年比では約580万人上回り、年間過去最高を更新した。

世界観光機関(UN Tourism)の2025年の国際観光客到着数（宿泊を伴う訪問者数）は、前年比4%増の約15億人と推定され、2026年もアジア・太平洋地域の回復が続き、地政学的紛争が激化しないと仮定すると、2025年比で3~4%増の増加が予想されている。

観光庁では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、26年3月策定の「観光立国推進計画（第5次）」では、「観光の持続的な発展」、「消費額拡大」、「地方誘客促進」等をキーワードに、地方部での宿泊者数の増加や地方誘客を進めるための広域的体制の整備等のための施策が重点的に実施されている。

2025年、大阪・関西万博が開催され、国内外から約2,558万人が来場した。関西においては、万博を契機とした特別プロジェクト「万博プラス関西観光推進事業」が3ヶ年にわたって実施された。事業推進母体である「EXPO2025 関西観光推進協議会」には、関西の自治体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団体が参画し、関西観光本部（以下、「当本部」という。）が事務局を務めた。

「万博プラス関西観光推進事業」では、関西各地の観光コンテンツを収集してタリフ化し、旅行会社やOTAでの旅行商品化につなげる取り組みが行われた。海外旅行展への出展や商談会の開催、セールスコールの実施など、販売促進策を講じた結果、販売人数16万7千人、販売額16億円の実績につながった。

一方、当本部事業としては、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。）のアクション計画の柱に沿った事業を行っている。

「広域観光圏“KANSAI”を世界に発信」として、当本部の関西観光情報発信サイト「The Gate to KANSAI」への流入促進を図るために記事コンテンツを充実したほか、欧米豪をターゲットとしたデジタル広告の実施やSNSでの情報発信強化を行った。

重点市場等に向けた海外プロモーションとしては、第12回目となる「台湾大商談会」を3月に高雄・台北・台中で開催した。欧米豪市場については、欧州3都市（イスタンブール、ロンドン、マドリッド）で「KANSAIセミナー」を実施し、米国「LATAS」等の旅行博等にも出展した。

「地域を磨く・つなぐ」としては、「京都・滋賀・兵庫をつなぐ滞在型地域周遊ルート造成」事業を行った。「水」を共通テーマとして、コアエリアである京都を起点に滋賀県北部や兵庫県北部をつなぎ、3泊4日の滞在型地域周遊ルート2コース、着地型商品8コンテンツを造成した。

西日本の拠点としての“KANSAI”の形成を図るため、西日本の4つの広域連携DMO（山陰・せとうち・四国・関西）が連携し、共同で運営するサイト「Greater WEST JAPAN」で5つのモデルコースを掲載したほか、シドニーでの旅行博（JAPAN Roadshow）に出展しPRを行った。

「新たな魅力を創る」では、新たなテーマツーリズムを造成した。「関西の城たび」をテーマに、広域周遊観光ルートを4コース造成し、ストーリーや魅力を発信するWEBページを構築した。また、インフルエンサーによるSNSでの情報拡散や海外での販路開拓を行った。

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・福井県・三重県とともに、これまでに構築したブランド・ストーリーに基づくPR動画を用いたプロモーションや資材の作成を行った。さらに、フランス・カンヌにおける富裕向け旅行商談会（ILTM）に出展

し、海外旅行会社等を対象に「御食国ツーリズム」の提案やヒアリングを行った。

「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」では、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継続した。2025年度は、関西広域連合と連携し、関西各地域の主な観光案内所（17箇所）、万博会場のブース及び関空PRブースにタブレットを設置し、関西の広域観光案内に資する取り組みを行った。また、APIR（一般財団法人アジア太平洋研究所）と連携し、訪日検討層に対する旅マエ調査と、関西を訪れている訪日外国人観光客に対する旅ナカ調査を実施し、マーケティング戦略策定のための調査事業を行った。

また、観光人材の強化につながる事業として、関西広域連合と連携して通訳案内士の更なる活動増に向けたセミナー・研修を実施するとともに、動画セミナーとして、文化資源に関する3テーマの動画を制作し、配信を行った。

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、関西インバウンド交流会の開催などを行った。

また各種イベントとして、「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、2025年度に当本部が行ったこれらの取り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

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となった。関西においては、14府県市、交通・観光等に関わる民間企業、各種団体、政府機関が参画した「EXPO2025 関西観光推進協議会」(事務局：関西観光本部)を2023年3月に設立し、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を収集してタリフ化し、海外旅行会社やOTAに提案することで旅行商品化につなげた。デジタルプロモーションとしては、訪日旅行検討層に必要な情報(観光スポット・関連旅行商品のほか、外部連携による宿泊施設情報・飲食体験情報・お土産情報・交通情報・気候/災害情報等)を一元的に提供するためのポータルサイト、「The Gate to KANSAI」を構築し、訪日検討層及び万博期間中の訪日観光客に対する情報発信を行った。

この事業による成果(販売実績等)は、以下の通りである。

- ・旅行商品造成数 380商品
- ・上記商品の販売人数 167千人
- ・上記商品の販売額 16億円

2.1 EXPO 関西旅行商品造成

EXPO2025 関西観光推進協議会(以下、「協議会」という。)の参画団体から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。関西一円から集められた観光コンテンツ情報は、統一的な様式でタリフとして整理し、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、旅行会社やOTA等が利用しやすい形で提供を行った。

これらのコンテンツを活用した旅行商品造成を促進するため、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やファムトリップを開催した。また、海外の旅行会社等に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や日本国際博覧会協会の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) EXPO 関西旅行商品のブラッシュアップ

- ・協議会事業では、3年間で累計774コンテンツをタリフに登録した。
- ・2025年度は、デジタルタリフにおける検索性を高める機能向上を実施し、コンテンツの所在地(市町村別)やキーワード、シーズン等で旅行会社等が即座に必要なコンテンツを検索できるようにした。
- ・コンテンツタリフは、万博プラス関西観光推進事業において多岐にわたり活用した。

(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) 旅行商品の販売促進支援

- ・海外の旅行会社やインフルエンサー、国内のランドオペレーター等を対象に、コンテンツの商品化や販売に向けた商談会やファミトリップを開催した。

国内商談会（大阪） 6月18日 バイヤー52社 セラー39団体
ファミトリップ 4月15日～21日及び6月15日～22日 各国のAGTを対象に実施
5月11日～15日フランスのインフルエンサーを対象に実施

- ・特に重要な市場では、航空会社等と連携したインセンティブを設定し、重点的な販売を実施した。

対象市場 米国、香港、中国、タイ、シンガポール、英国、オランダ、ドイツ、フランス
連携会社 航空会社、旅行会社

(3) OTA に対する販売促進支援

- ・OTA に対する商品造成及び販売の働きかけを実施。特に関西外縁部のコンテンツの商品化と販売を重点的に行った。
- ・万博期間中の販売強化策として、OTA 各社の WEB サイトで万博に関連した特別ページを設定いただき、万博入場券とあわせて関西各府県のおすすめ観光コンテンツの販売につながる取り組みを行った。

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関西国際空港での観光 PR を行った。日本国際博覧会協会主催の万博参加者会議では、協議会コンテンツの PR とともに、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

- ・商品設定から旅行までのリードタイムが短く需要が大きいアジア市場において、万博期間中の販売促進策を実施した。

- ①中国（上海） 商談会及びセールスコール実施（5月27日～29日）
- ②タイ（バンコク） 商談会を開催（7月9日）
- ③愛知県国際展示場 VISIT JAPAN トラベル&MICE マートに出展（9月25日～27日）

(2) 主要ターミナルや航空会社等のプロモーション

- ・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)と連携し、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。観光地を映像・音声・触覚によって体感する「バイブロスケープ」に加え、万博期間中は音や映像とともに触覚、振動を送りあう「ふれあう伝話」を NTT と連携し設置し万博会場とつないだ。
- ・国内航空会社2社と連携し、機内誌への記事掲載や公式 SNS・機内エンタメでの動画公開などの関西観光のプロモーションを実施した。



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 Gate to KANSAI」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。

「The Gate to KANSAI」内の「万博プラス関西観光特集」ページへのWEB記事拡充とSNS強化

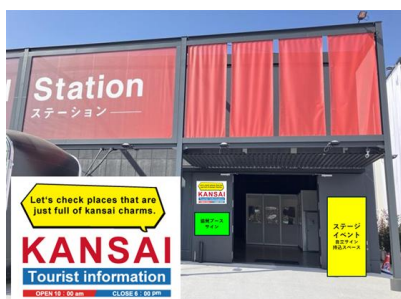
- ・特別ページ内に「府県市おすすめ体験5選」ブログ記事を掲載した。各記事から当該コンテンツ紹介ページへの誘導を強化した。加えて特集ページへの流入促進広告を実施した。

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、万博会場内に観光ブース「KANSAI Tourist Information」を設置した。

(1) 万博会場内に観光ブース「KANSAI Tourist Information」を設置

- ・博覧会協会や観光庁と連携し、万博会場内に観光ブースを設置した。専任の係員を配置し、デジタルマップ等のツールを活用して当来場者に関西観光の案内を行うとともに、来訪者にアンケート調査等も行った。期間中11万人に案内業務を実施した。
- ・協議会参画団体の参画により万博会場中に当ブースにおいて観光PRを実施した。33団体で計60回のPRを実施した。



(2) 関西観光促進プログラムの展開

- ・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提供があった観光マップを使い、広域観光デジタルマップを制作した。2025年度までの累計で94エリアの観光マップを収録し、関西国際空港観光PRブースでの展示や「The Gate to KANSAI」内の万博特集ページでの掲載等を行った。
- ・「行ってよかった！おきにりの関西フォトコンテスト」として、訪日客を対象に関西で訪れた観光スポットのSNS投稿を募集した。7,747件の応募があり、14府県市ごとに優秀作品を選定し、万博会場で展示を行った。



(3) EXPO2025+KANSAI Tourism！情報キットの提供

- ・万博期間中の訪日観光客に手に取っていただける情報媒体を制作した。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・安心情報等を掲載した。



| 【配架部数等】 | |
|------------|-------------|
| ○ ガイドブック | ； 20,000 部 |
| ○ 折り畳み MAP | ； 30,000 部 |
| ○ デジタル版 | ； 13,500 PV |
| ○ QR カード | ； 30,000 枚 |

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様々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を構築した。

(1) 「The Gate to KANSAI (G2K)」の運用

- ・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。



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 Gate to KANSAI」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 Gate to KANSAI”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。2025年度は、この新プラットフォームを最大限に活用し、各地域の深掘りした魅力や最新の体験コンテンツ、多様化する旅行ニーズに応じたテーマツーリズム特集などの記事を追加し、関西広域観光について発信した。

また、SEO 対策※の継続的な最適化に加え、JNTO（日本政府観光局）の支援事業等を通じた戦略的なプロモーションを展開し、関西広域におけるデジタルマーケティングの基盤として着実な成果を上げている。 ※ 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 400 ページ追加
- ・万博プラス各府県への誘客となるテーマ記事：4 ページ追加
- ・文化コンテンツ/日本酒酒蔵紹介など：700 ページ以上
- ・エキサイティング KANSAI：コンテンツ/ルート拡充
- ・キャッスルツーリズム：特集追加・コンテンツ拡充

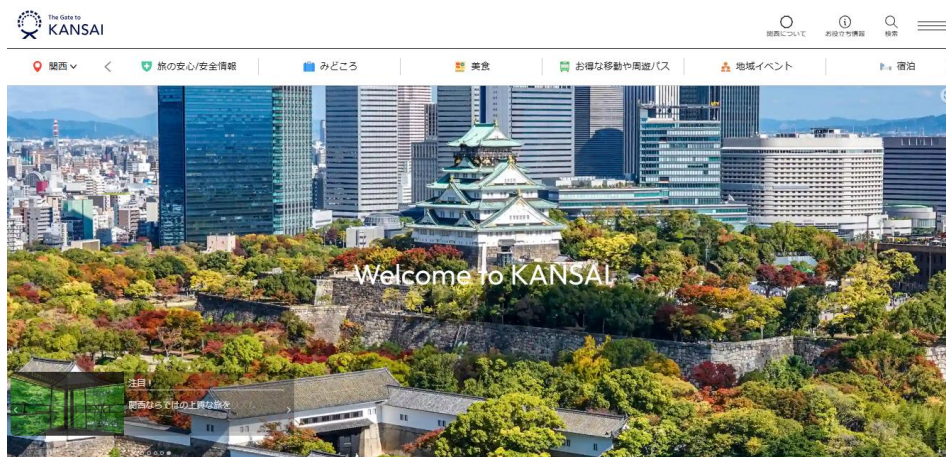
【2025 年度実績】

- ・サイト訪問者数（UU 数） 3,951,252 (前年 1,256,301、314.5%)
- ・内オーガニック検索流入数 556,748 (前年 975,018、▲42.9%)
- ・ページ閲覧数（PV 数） 5,920,766 (前年 3,665,771、161.5%)

※2025 年度は、不明な BOT 系アクセスが大量発生しており、上記はそれらを含む数値

(参考) 不明 BOT を除いた想定数値

- ・サイト訪問者数（UU 数） 約 930,000
- ・内オーガニック検索流入数 約 550,000
- ・ページ閲覧数（PV 数） 約 3,340,000



「The Gate to KANSAI (G2K)」トップページ

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、2025 年 9 月より外部事業者に運用を委託し、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 25,962 人※前年 23,901 人、Instagram 6,745 人※前年 3,625 人)。



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



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

3.3 海外での旅行博への出展と関西セミナーの開催

関西の多様な観光コンテンツの魅力伝えるため、海外での旅行博への出展等に合わせて、訪日旅行を取り扱う旅行会社、インフルエンサー等に向けた関西セミナーを現地で開催した。セミナーでは関西の観光に関する情報の紹介、殺陣の演武やお茶立ての実演及び体験を実施し、コンテンツの魅力に直接触れていただいた。

- ① 豪・シドニー商談会出展、関西セミナーの開催及びセールスコールの実施 (8 月 25 日～26 日)
JNTO シドニー事務所が開催した豪州の現地旅行会社等を対象とした訪日旅行商談会「Japan Roadshow 2025」に出展し 13 社の旅行会社と商談を行った。また同日に 29 社を集めて関西セミナーを開催した。翌日には旅行会社等 4 社を訪問してセールスコールを実施した。
商談等を行った旅行会社から、これまでに 55 人 60 泊分の関西の送客を得た。
- ② シンガポールでの関西セミナー及びセールスコールの実施、商談会の開催 (12 月 2 日～3 日)
在シンガポール日本大使館関連施設「ジャパン・クリエイティブ・センター (JCC)」と共催で関西セミナーを開催し、旅行会社、航空会社、インフルエンサーなど計 87 名が来場した。また同日、主要旅行会社等 8 社にセールスコールを実施した。翌日にはシンガポール市内のホテルにて商談会を開催し、日本側からは 18 者のセラーが参加、シンガポールから 25 社、マレーシアから 12 社の計 37 社の旅行会社を迎え、旅行商品の造成に向けた活発な商談が行われた。
- ③ 米・ロサンゼルス旅行博出展、関西セミナーの開催及びセールスコールの実施 (3 月 6 日～8 日)
米国西海岸最大級の旅行博覧会旅行博 LATAS (Los Angeles Travel & Adventure Show) に出展した。なお、今年度の LATAS には、旅行会社、メディア、一般来場者等約 2 万人が来場した。また、同日に 41 社 58 名を集めて関西セミナーを開催するとともに、前日には旅行会社 2 社を訪問してセールスコールを実施した。



各地での関西セミナーの様子

3.4 欧州でのプロモーションを実施

トルコ・イスタンブール、英・ロンドン、スペイン・マドリードの3都市で旅行会社向けの観光セミナーを開催して関西に向けた旅行商品の造成、販売の促進を行った。関西各地の観光コンテンツのPRしたほか、和食料理のシェフを関西から同行させ関西ゆかりの食材を用いた料理や日本酒を現地で振る舞い、関西観光への関心を高めた。(1月12日・14日・16日)

各市場の特性に応じた関西セミナーを開催した。英国(ロンドン)では欧州最大規模の富裕層FITマーケットに向けて、スペイン(マドリード)は訪日団体旅行の需要に向けて、トルコ(イスタンブール)では中東地域で最も成長著しい新興市場への先行アプローチを行った。日本政府観光局(JNTO)とも連携してロンドン42社、マドリード40社、イスタンブール21社の計103社の旅行会社等が参加した。



各地でのプロモーションの様子

3.5 台湾大商談会を開催

第12回目となる「台湾大商談会」を主要3都市(高雄・台北・台中)において開催した。関西の自治体や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。(3月2日～4日)

今回は開催都市を昨年度の2都市から3都市に増やし、セラーとして関西から63団体、バイヤーとして3都市合計で191社・306名(高雄46社・64名、台北84社・135名、台中61社・107名)の旅行事業者が参加した。商談会開催後、セラー参加者には主要旅行会社より2026年度上半期を中心とした具体的な宿泊需要を多数獲得した。

○団体予約・引き合い実績

夏季募集団体として6～8月に計21本(630名)の宿泊依頼を確定、中長期案件として4～9月に計19本(1,140名)の大型送客を継続する。また、インセンティブツアーとして60名～80名規模の案件に加え、DMC経由で250名規模の大型打診を受理している。

○シリーズツアーとして、年間を通じた安定的な送客ルートの設定を継続・確保

- ・高雄エリア：5～10月にかけて計40本を進行中
- ・台北エリア：5～12月にかけて毎月10本ペースの設定を維持

これらの実績はアンケート回答を得られた一部のセラーによる報告内容であり、未回答の施設や宿泊事業者以外のセラーにおいても、同様に多くの具体的な引き合いが発生しているものと推察される。



各会場の様子(左：高雄、中：台北、右：台中)

3.6 ターキッシュエアラインズと連携協定を締結

トルコの国営航空会社であるターキッシュエアラインズと連携協定を締結した。(3月11日) 同社はトルコ・イスタンブール国際空港をハブ空港として世界各地への路線を持ち、関西国際空港へも毎日1往復を運航している。同社とはこれまでもファムツアーの招請や、前記の欧州でのプロモーション等で相互協力を重ねてきたが、今回の連携協定の締結により、欧州各地から関西への誘客をさらに促進する戦略的パートナーとして協力体制を構築する。



4.地域を磨く・つなぐ

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

広域観光ルートの造成は、広域観光の基盤となることから、当本部では自治体や地域のDMO、民間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、複数の府県をまたぐ広域観光ルートの旅行商品化を進めてきた。また、造成した広域観光ルートの魅力を発信し、訪日検討層や旅行者の興味や関心を惹きつけるために、各地域での体験型コンテンツを紹介する動画を制作し、Webサイト等を通じて情報発信を行っている。

“THE EXCITING KANSAI” 8 エリアの広域観光ルートの整備については、2023 年度までに完了し、2024 年度は、大阪をコアエリアとした広域観光ルート（大阪府・兵庫県・徳島県）を3 コース造成した。2025 年度は、京都をコアエリアとした広域観光ルート（京都府・京都市・滋賀県・兵庫県）の2 コース造成に取り組んだ。

【THE EXCITING KANSAI エリア全体図】



| | | |
|-----|--------------|--------------|
| (1) | 紀伊半島エリア | 和歌山県・奈良県・三重県 |
| (2) | 播磨エリア | 兵庫県 |
| (3) | 琵琶湖西岸～北陸エリア | 滋賀県・福井県 |
| (4) | 福井～琵琶湖東岸エリア | 滋賀県・福井県・三重県 |
| (5) | 神戸～淡路島～徳島エリア | 兵庫県・徳島県・和歌山県 |
| (6) | 山陰海岸エリア | 京都府・兵庫県・鳥取県 |
| (7) | 奈良～伊勢エリア | 奈良県・三重県 |
| (8) | 丹波エリア | 京都府・兵庫県 |

【2025 年度 京都コアエリアルート事業の概要】

「水」を共通テーマとして、当本部と京都府、京都市、びわこビジターズビューロー、ひょうご観光本部が連携し、3泊4日の広域観光2ルートを造成した。また、各地域の着地型商品について8コンテンツを販売につなげた。

《ターゲット》 東南アジア・欧米市場、上質さと個性を重視する富裕層、体験を好むアクティブ層

《商品訴求》 川の京都（京都市）、もうひとつの京都（京都府）、テロワール(兵庫県)、シガリズム（滋賀県）を通して感じる豊かな恵み、地域とのつながり

= 食・文化・体験を感じる五感の訴求

■ “水”の本質を感じる、上質な関西の旅

① 京都市内 ～ 京都府域 ～ 兵庫県（但馬、丹波）



② 京都市内 ～ 滋賀県（大津市、高島市、長浜市、米原市）



【参考：THE EXCITING KANSAI(TEK) 8 エリアルートの概要】

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



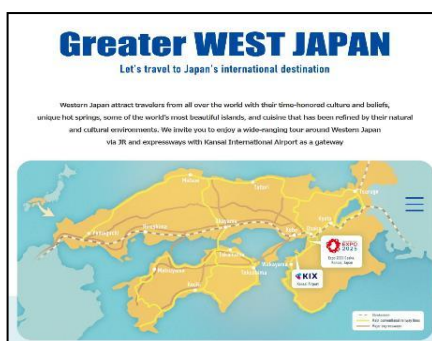
4.2 西日本の拠点としての“KANSAI”の形成（4 DMO 連携事業）

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、2023年5月に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、4広域連携 DMO 共通のウェブサイト（英語版）の運営を行っており、モデルコースや商品内容など情報を充実させた。また2026年2月にシドニーで行われた旅行博「JAPAN Roadshow」に4DMOとして共同で参加し、西日本広域観光の魅力や周遊パスなどについてプロモーションを行った。

大阪・関西万博の開催に合わせて、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

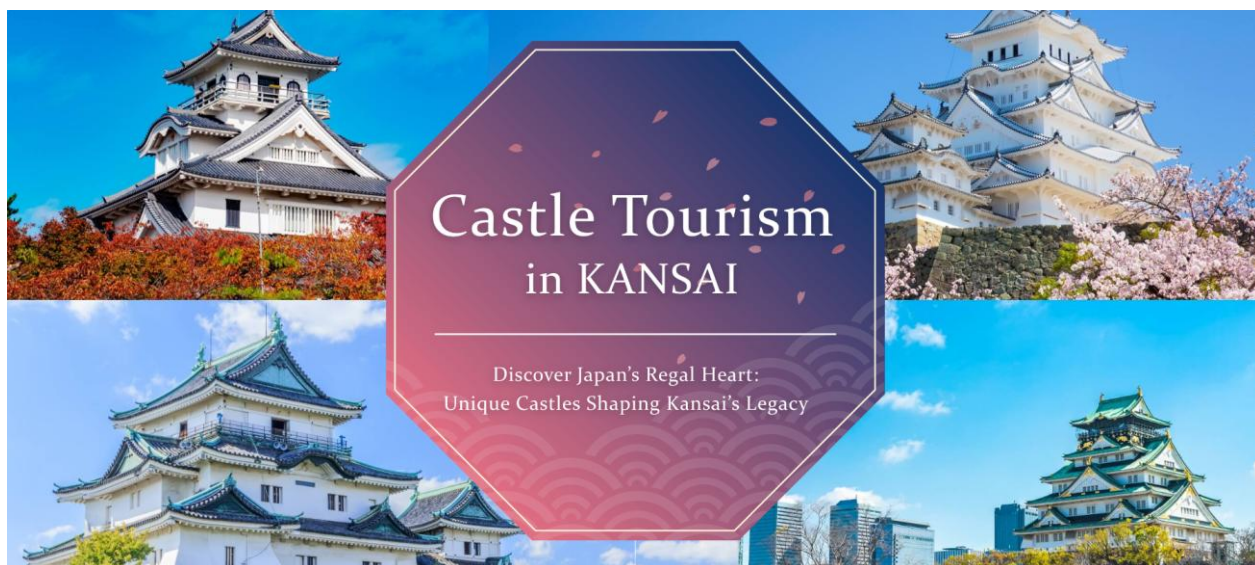
5.1 城ツーリズム事業

FIT 層と言われる個人旅行や少人数のグループでの観光スタイルが増加する中、特定の興味や関心に基づき旅行先を決めるテーマツーリズムが注目されている。

当本部では、これまで「食」や「産業」「サステナブル」に関するツーリズム開発に取り組んでおり、2025 年は新テーマとして「関西の城たび」のツーリズム造成に取り組んだ。関西は、日本を代表する歴史、文化遺産の集積地であり、歴史の舞台となった城や特色ある城郭建築が多数ある。各地域を代表する城や城下町、武家文化での体験を盛り込んだ4 コースを造成した。

【事業概要】

- ① 関西の城たびモデルコース(4 コース)：
 1. 二条城起点～京都・奈良・三重・滋賀・福井(2泊3日)～
 2. 大阪城起点～大阪・兵庫・徳島・和歌山(2泊3日)～
 3. 姫路城起点～兵庫・京都(1泊2日)～
 4. 姫路城起点(列車利用)～兵庫・鳥取(1泊2日)～
- ② 「The Gate to KANSAI」での WEB ページ構築とインフルエンサーによる情報拡散(SNS 活用)
- ③ 販路開拓(BtoB によるメインターゲット国への営業活動：米国、中国、台湾、タイ、シンガポール、インドネシア)



▼関西の城たび <https://www.the-kansai-guide.com/ja/castle/>

【関西の城たび紹介】

コース①二条城起点～京都・奈良・三重・滋賀・福井
～京都から滋賀を経て福井へ、関西の城をめぐる3日間の旅～
<訪問先の紹介(一部抜粋)>

- ・元離宮二条城：京都の将軍たちが示した力と繊細さ(京都市)
- ・ならまち：生き続ける商人の町(奈良県奈良市)
- ・伊賀上野：侍と忍者の遺産(三重県伊賀市)
- ・近江八幡：運河沿いの商人の町(滋賀県近江八幡市)



- ・長浜：琵琶湖畔の城下町（滋賀県長浜市）
- ・永平寺：心を静める寺院（福井県永平寺町）
- ・越前大野城：天空の城（福井県大野市）
- ・彦根城と玄宮園（滋賀県彦根市）



コース②大阪城起点～大阪・兵庫・徳島・和歌山（2泊3日）

～大阪城から徳島の阿波おどりへ、3日で巡る関西・徳島の旅～

<訪問先の紹介（一部抜粋）>

- ・大阪城 — 武士の歴史を垣間見る（大阪府大阪市）
- ・有馬温泉 — 日本最古の温泉街（兵庫県神戸市）
- ・禅坊靖寧での瞑想ヨガ（兵庫県淡路市）
- ・いのたに本店 — 徳島ラーメン（徳島県徳島市）
- ・和田乃屋 本店 — 眉山の麓にある老舗和菓子店（徳島県徳島市）
- ・阿波おどり会館 — 歴史と踊る（徳島県徳島市）
- ・徳島—和歌山フェリーで黄金の海を渡って
- ・和歌山城 — 紀州徳川家の居城（和歌山県和歌山市）
- ・堺 — 茶の湯と職人文化と出会う街（大阪府堺市）



コース③姫路城起点～兵庫・京都(1泊2日)

～姫路から「天空の城」へ：関西の隠れた城下町をめぐる旅～

<訪問先の紹介（一部抜粋）>

- ・姫路城：日本の城の原点をたどる玄関口（兵庫県姫路市）
- ・好古園：姫路城の隣に佇む静寂のオアシス（兵庫県姫路市）
- ・書寫山圓教寺：雲の中の寺（兵庫県姫路市）
- ・夜明けの竹田城跡：空に浮かぶ要塞（兵庫県朝来市）
- ・福知山城と柳町エリア（京都府福知山市）



コース④姫路城起点（列車利用）～兵庫・鳥取（1泊2日）

～姫路から鳥取へ：隠れた城下町、温泉、そして妖怪ストリートの旅～

<訪問先の紹介（一部抜粋）>

- ・姫路城：白鷺が羽ばたく城（兵庫県姫路市）
- ・スーパーはくと：山と物語を越えて（兵庫県～鳥取県倉吉市）
- ・倉吉：白壁土蔵の町（鳥取県倉吉市）
- ・倉吉緋：山陰が誇る藍染の伝統（鳥取県倉吉市）
- ・皆生温泉：海辺に湧く癒しの湯（鳥取県米子市）
- ・日本の「妖怪ストリート」（鳥取県境港市）



5.2 御食国事業

御食国（みけつくに）とは、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、2022年度から当本部が事務局として参画し、事業を推進している。

2025年度は、これまでの御食国ブランド・ストーリー構築の成果やPR動画などを用いたプロモーション等を行い、海外旅行会社等を対象に「御食国ツーリズム」の提案等に取り組んだ。併せて、宿泊施設・飲食店等における「御食国」の理解を深めるために、支援ツールを作成するなどインバウンドマーケットへの販賣体制確立に努めた。

【事業内容】

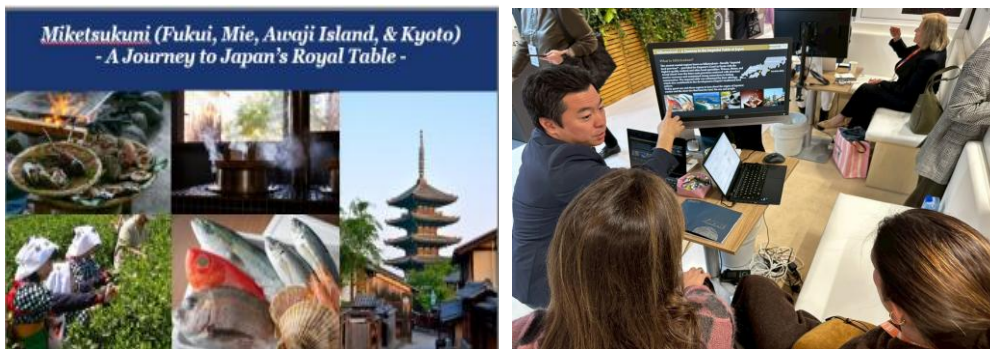
御食国ツーリズム造成・プロモーション事業

① 御食国ツーリズム造成・プロモーション事業

3つのモデルルート（※）についてモニターツアー等を行い、インバウンドマーケット向けに磨き上げを行った。また、富裕層向けBtoB旅行商談会（ILTM：カンヌ）への出展や、海外旅行会社向け販促（営業活動、メルマガ配信等）を実施した。

※モデルルート（①若狭⇨京都、②伊勢志摩⇨京都、③淡路⇨京都）

【プロモーション】 富裕層向け BtoB 旅行商談会（ILTM・カンヌ）出展（12月）



② 御食国ツーリズム理解度促進事業

旅行会社や宿泊・コンテンツ事業者等向けに「御食国ブランド・ストーリー」の理解を深めるための支援ツール「ブランド・ストーリー集」を作成した。また、「The Gate to KANSAI」に、御食国特集ページを設けてモデルコース等を掲載し、委託事業者のHPとも連携した。

<会議等：実行委員会(2回)、担当者会議(3回)、事業報告会(2回) 現地会議（4地域）>

【御食国ブランド・ストーリー集】



【「The Gate to KANSAI」御食国特集ページ】



5.3 酒蔵ツーリズム事業

関西の14府縣市エリア各1蔵計14箇所の酒蔵をチェックポイントとし、大阪・関西万博会場内の「KANSAI Tourist Information」のスタンプと合わせて取得することで酒蔵のお酒が当たるデジタル・スタンプラリー「KANSAI 酒蔵スタンプラリー」を実施した。(8月8日～10月13日、訪日外国人・日本人対象)

実施期間中に6,847名に専用カードを手交。万博スタンプを取得した方(2,751スタンプ)のうち27.6%が実際に各地の酒蔵を訪問(758スタンプ)しており、地方誘客の有効な手段の可能性を示した。キャンペーン参加者には「#TRUEKANSAI」などのSNS投稿も合わせて呼びかけた。



キャンペーン案内ボード



酒蔵別スタンプカード



会場での案内の様子

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 Gate to KANSAI”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。

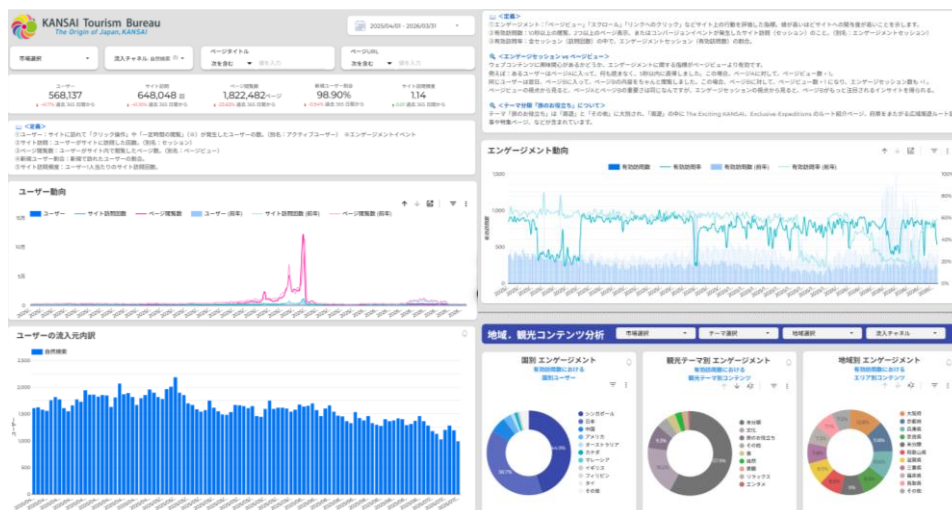
このツールは、”The Gate to KANSAI”の閲覧者がアクセスする際に検索した「キーワード」、閲覧者のサイト内のコンテンツへのアクセス状況や滞在時間等が分かる「行動履歴」、「閲覧者の属性」等のデータを分析することにより、海外の方々の関西に対する関心度や嗜好などを把握するものである。

2025年度は、主に、グーグル検索経由で「旅のお役立ち（How to travel）系の記事」が多く閲覧されたことが分かり、その結果を踏まえ、訴求するWEB記事の選定等に活用した。

●2025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：43.6%（vs 2024 42.4%）

平均有効滞在時間：33.19秒（vs 2024 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。

2025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70.7%から62.3%と減少、来訪意向率も前年56.3%から46.6%と減少した。来訪意向率を全国各地と比べると2018年度からの伸長率は、関西が約2倍に伸びており、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（文化庁、関西広域連合との連携事業）

(1) 文化庁連携事業（文化資源をテーマとしたセミナー動画視聴提供）

2024 年度に引き続き、「文化資源」に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用動画を 3 本（京竹、弓濱緋、阿波藍）制作し、専用サイトにて視聴提供している。



京竹セミナー動画の様子



弓濱緋セミナー動画の様子

2021 年度から毎年テーマを変えて、通訳案内士など旅ナカ人材向けにオンラインセミナー用動画を制作しており、計 60 本となった。専用の視聴 WEB サイトにて統一した ID&PW にて提供している。



視聴 WEB サイトのトップ画面

(2) 関西広域連合連携事業（活動量増進を目的として通訳案内士向けセミナー・実地研修）

インバウンド市場の急速な拡大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引き続き課題となっており、今後も通訳ガイドの需要増大が想定される。

これらの現状を踏まえ、通訳ガイド不足の解消の一助となるよう、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・研修を関西広域連合と連携して実施している。

3 年目を迎える本セミナーは、就業方法や求められる通訳ガイド像、ツーリストシップについてなどの基礎的な内容のほかに、実践で役立つ、関西にある 3 つのジオパークについての説明などを行い、WEB にて開催した。（1 月 19 日 2.5 時間、当日参加 84 名、後日アーカイブ視聴 163 名）

実地研修は、各班 40 名設定で 2 名の現役通訳案内士が講師となり実践的な内容とした。今回も募集を超える多くの応募があった。

①滋賀・長浜班：2月13日、39名参加

②和歌山・高野山班：2月16日、38名参加



長浜班研修の様子



高野山班研修の様子

6.4 地域と通訳案内士が連携した旅行商品開発（丹波篠山）

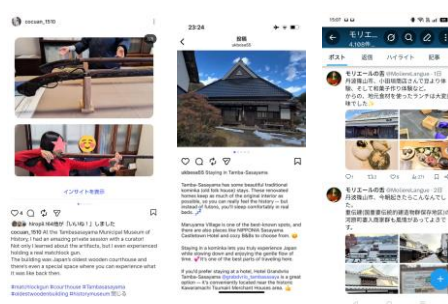
(1) 丹波篠山市連携事業（通訳案内士を対象とするファムトリップ）

兵庫県丹波篠山市と連携し、通訳案内士10名に対して「丹波篠山市通訳案内士ファムトリップ」を実施した。10名の通訳案内士は参加希望58名から抽選で選定され、それぞれのホームページやSNS等を通じて、丹波篠山の魅力を情報発信した。

- ・ファムトリップ（1月29日～30日、通訳案内士10名）
- ・ホームページ・SNS情報発信（HP、Instagram、Threads、Facebook、X、YouTube、小紅書等、約27発信）



ファムトリップの様子



SNS情報発信の一部

7. 事業推進のための基盤整備

7.1 海外情報、活動報告、各種データ等を構成団体・会員向けに情報発信

当本部の活動を支えていただいている会員・構成団体の皆様に対し、最新の観光情報や当本部の活動をお伝えするための情報発信を行っている。

2025年度のインバウンド状況等に関する情報提供回数は90回で、内訳は「訪日外国人旅行動向データ/KPOレポート」24件、「海外の現地情報」47件、「会員からの告知」7件、「関西観光本部からのニュース」12件であった。

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・会員の皆様に活用いただいている。※今年度掲載60件（前年度29件）



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



会員専用ページ

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

「KANSAI OFFICIAL TOURIST GUIDE」は、当本部が海外インバウンド向けに制作している情報誌であり、会員企業の広告とともに「THE EXCITING KANSAI」の広域ルートや各テーマツアーリズム、関西各エリアの魅力あるコンテンツや各地へのアクセス等、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 Gate to KANSAI」でも掲載している。



7.3 「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会員企業・団体、各地域・DMO、近畿運輸局等の関係者にお集まりいただき、主にインバウンドをテーマとしたセミナーの実施並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 2025」を開催した。

【開催日時】 2025年7月10日(木) 14:30 ~ 18:00

【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） 133名、第2部（交流会） 117名 計 250名



第1部（セミナー）



第2部（交流会）

8.各種事業

8.1 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、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、2025年11月15・16日を中心日として開催した。

2025年度の参加施設数は、昨年度の433施設から微増加し、468施設となった。総入場者数は約27万人、2023年からの累計入場者数は約747万人となった。実施に当たっては、ポスター2,207枚、リーフレット91,050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。

「関西文化の日」等に参加の文化施設の情報は、「The Kansai Guide」において公開した。

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



8.2 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。

2025年の 関西元気文化圏賞の贈呈式は、2026年1月21日に大阪市内ホテルにて実施し、同協議会の松本正義会長（関西観光本部理事長）から、受賞者へ賞状及びトロフィーが授与された。

今回は、大賞、特別賞、ニューパワー賞のほか、EXPO2025 大阪・関西万博特別賞を設置した。

贈呈式に先立ち、浪曲師で重要無形文化財保持者人間国宝の京山幸枝若様から「関西を元気に 浪曲の継承と発展をめざして」と題した記念講演をいただいた。

贈呈式 2026年1月21日（水）
会場 リーガロイヤルホテル大阪



贈呈式の記念写真

■各賞受賞者（敬称略）

| | |
|---------------------|---|
| 大賞 | EXPO2025 大阪・関西万博と「ミャクミャク」 （公益社団法人2025年日本国際博覧会協会） |
| 特別賞 | 北川 進（京都大学理事・副学長、高等研究院特別教授） 坂口 志文（大阪大学免疫学フロンティア研究センター特別教授） 映画「国宝」制作チーム |
| EXPO2025 大阪・関西万博特別賞 | つじさん 大阪市高速電気軌道株式会社 |
| ニューパワー賞 | 伊与原 新（小説家） 久保 凜（陸上選手） 久末 航（ピアニスト） |

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回理事会 2025年5月29日
第1号議案：2024年度事業報告書（案）の承認
第2号議案：2024年度計算書類等（案）の承認
第3号議案：臨時評議員会の目的である事項（案）の承認
第4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
第5号議案：役員等賠償責任保険契約継続に関する承認
- 第1回臨時理事会（書面会議） 2025年6月30日
第1号議案 専務理事の選定の件
第2号議案 副理事長の選定の件
- 第2回臨時理事会（書面会議） 2025年10月31日
第1号議案：臨時評議員会の開催並びに目的である事項等（案）の承認の件
- 第3回臨時理事会（書面会議） 2025年12月31日
第1号議案：臨時評議員会の開催並びに目的である事項等（案）の承認の件
- 第4回臨時理事会（書面会議） 2025年12月31日
第1号議案 専務理事の選定の件
- 第5回臨時理事会（書面会議） 2026年3月16日
第1号議案：臨時評議員会の開催並びに目的である事項等（案）の承認の件
- 第2回理事会 2026年3月23日
第1号議案「関西ツーリズムグランドデザイン2030」（案）の承認の件
第2号議案：2026年度事業計画書（案）の承認の件
第3号議案：2026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） 2025年6月10日
第1号議案 評議員退任に伴う候補者の選任（案）の件
- 第1回評議員会（オンライン会議） 2025年6月17日
第1号議案：2024年度計算書類等（案）の承認の件
第2号議案：理事・評議員候補者の選任（案）の件
- 第2回臨時評議員会（書面会議） 2025年10月31日
第1号議案 理事退任に伴う候補者の選任（案）の件
- 第3回臨時評議員会（書面会議） 2025年12月31日
第1号議案 理事退任に伴う候補者の選任（案）の件
- 第4回臨時評議員会（書面会議） 2026年3月16日
第1号議案 理事退任に伴う候補者の選任（案）の件

9.3 運営会議

- 第1回 2025年5月15日 オンライン会議
- 第2回 2026年3月04日 オンライン会議

10. 会員・構成団体・オブザーバー関係（2026年3月31日現在）

10.1 会員

| 種別 | 会員数 | 備考 |
|------|-----|-----------|
| 特別会員 | 36 | 前年同日比較 -1 |
| 賛助会員 | 238 | 前年同日比較 +7 |
| 計 | 274 | 前年同日比較 +6 |

10.2 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 | |

10.3 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