

関西広域連合 関西観光・文化振興計画の改定(中間案)について

平成 26 年 12 月 20 日
広域観光・文化振興局

1 策定・改定の経緯

関西の国際観光・文化振興の戦略的取組の方向と重点的な施策の取組を明記した「関西観光・文化振興計画」の策定(H24.3)以降、下記を踏まえて、今回、計画の改定を実施。

- ・ビザの緩和やLCCの拡大等による訪日外国人旅行者の大幅な増加と多様化。
〔訪日外国人旅行者 2012年 約 836 万人→2013年 約 1,036 万人〕
〔タイ・マレーシアからの訪日旅行者 約 50%増 (2014. 1~10)〕
- ・国の「観光立国実現に向けたアクション・プログラム 2014」及び訪日外国人旅行者数目標 2,000 万人の決定(H26.6)
- ・東京オリンピック・パラリンピック、関西ワールドマスタースゲームズ 2021 の開催決定など、関西の国際観光・文化振興を取り巻く情勢の変化
- ・平成 25 年度に文化振興指針「『文化首都・関西』ビジョン」の策定(H25.9)

2 改定(中間案)のポイント

東京オリンピック・パラリンピック等の開催を、関西の魅力ある多様な観光・文化資源に触れてもらう絶好の機会として捉え、2020 年をターゲットイヤーとして、関西への訪日外国人旅行者数 800 万人等を目指す『2020 年(フレフレ) 関西! 800 万人作戦』を新たな目標に、国際観光・文化振興の新たなステージへの戦略的な取組の方向を明記。

(1) 新たな目標の設定

広域観光圏関西のブランド力、周遊力、滞在力をさらに高めていくため、①関西により多くの外国人観光客に訪れてもらう、②関西により長く滞在してもらう、③関西の文化に触れてもらう、ことで関西ファンの拡大を目指す『2020 年(フレフレ) 関西! 800 万人作戦』を新たな目標に設定。

『2020 年(フレフレ) 関西! 800 万人作戦』で目指す数値目標

(ブランド力のアップ)

- ・2020 年の関西への訪日外国人訪問率 40% (2013 年 約 33%)
- ・2020 年の関西への訪日外国人旅行者数 800 万人 (2013 年 約 345 万人)

(周遊力、滞在力のアップ)

- ・2020 年の関西での外国人延べ宿泊者数 2,000 万人 (2013 年 約 793 万人)
- ・2020 年の関西での訪日外国人旅行消費額 約 1 兆円 (2013 年 約 4,700 億円)

(文化体験のアップ)

- ・関西での文化体験(文化施設訪問や生活文化体験など)の機会を増やす

(2) 目標達成のための戦略

(KANSAI を世界に売り込む)

- ・「はなやか関西」をコア・コンセプトに、関西ブランドをオール関西で世界に発信
- ・歴史・文化遺産など、関西の魅力あるオリジナルの観光・文化資源をマーケットインの視点で組み合わせた滞在日数等に応じたツアールートや、北陸新幹線の開通など他の観光圏からの外国人観光客を関空アウトに誘導する新たな流れをつくり出す広域ツアールートの確立 など

(新しいインバンド市場への対応)

- ・外国人観光客に人気の高い産地グルメ、ショッピング、歴史、温泉、和のしつらえなどを積極的に PR するとともに、花見や紅葉、地域の祭りなど季節感あふれる関西の見どころをタイムリーに発信し、新たな誘客とリピーター化を促進 など
- ・交通の至便性やホスピタリティの高さをアピールし、関西が FIT (個人旅行者) のメッカになるようファミトリップ等を実施 など

(的確なマーケティング戦略による誘客)

- ・関西観光WEB等を活用し、外国人観光客の動向等を反映した効果的な誘客の取組 など

(安心して楽しめるインフラ整備の充実)

- ・WI-FI 環境や観光案内表示、決済環境の整備、ムスリム対応の促進 など

(関西文化の魅力発信)

- ・「関西文化.com」の多言語化や掲載情報の充実
- ・「関西文化の日」の施設拡大や「関西元気文化圏推進フォーラム」の関西各地での開催
- ・世界遺産・世界遺産暫定リスト登録遺産等を含めた観光周遊ルートの確立 など

(東京オリンピック・パラリンピック等に向けて)

- ・国とも連携した関西文化プログラムの実施
- ・関西の歴史的周年事業をつなぎ発信する関西文化首都年事業の関西各地での実施
- ・関西ワールドマスターズゲームズ 2021 などと連携したスポーツ観光の促進
- ・世界に通用する観光地としてトイレ等既存施設の国際化対応 など

3 今後の予定

- 26年 12月 パブリックコメント
- 27年 1月 第3回検討委員会で計画案を審議
- 1月 最終案作成
- 3月 連合議会に上程