



The Exciting Journey, KANSAI

関西ツーリズムグランドデザイン2021

2018.10



関西観光本部
KANSAI Tourism Bureau

「The Exciting Journey, KANSAI —関西ツーリズムグランドデザイン2021—」策定にあたって

「The Exciting Journey, KANSAI —関西ツーリズムグランドデザイン 2021—」(以下、本 GD)は、DMO(Destination Management/Marketing Organization=観光地域づくり法人)、行政機関、民間事業者等、関西広域において観光振興を担う主体が、適切な役割分担と協力の下、共通の「目指す姿」の実現に向けて取り組む事業のテーマ・方向性を取りまとめたものです。

第1版となる本 GD では、関西広域を会場とした国際的スポーツ大会「ワールドマスタースゲームズ関西」が開催される 2021 年までの期間で行なうべきことをまとめています。本 GD の策定の目的は次の3点です。

(1) 関西全体で共有すべき課題の明示

足下では、関西への旅行者、特に訪日外国人旅行者(インバウンド)の来訪は好調ですが、その約7割が東アジアからの旅行者で占められており、東南アジアや欧州、米国、豪州等からの来訪は相対的に少ない状況にあります。また、外国人旅行者の来訪・宿泊は京都市と大阪市への「二極集中」状態となっており、関西広域や周辺地域への波及は十分ではありません。このような課題について、本 GD にて関西全体で共有し、一体となって解決に向けた事業に取り組んでいきます。

(2) 関西観光本部の取組方針の明確化と事業活動の体系化

関西広域を対象とする、官民共同の広域連携 DMO として 2017 年 4 月に発足した「一般財団法人関西観光本部」は、発足以降、外国人旅行者向けの交通 IC パス「KANSAI ONE PASS」のレギュラー販売や、関西の自治体等が運営するフリー Wi-Fi へのワンタップ接続を可能とするアプリ「KANSAI Wi-Fi(Official)」の連携先の拡大、国立研究開発法人情報通信研究機構(NICT)が開発した音声自動翻訳システムを活用した「多言語コールセンター」の開設等、全国的にも先駆的な取組を実施してきました。

このほか、国土交通省近畿運輸局との包括連携協定の締結(国の機関と DMO の協定締結は全国初)、京都大学経営管理大学院経営研究センターとの協力協定の締結など、各界との協力関係の構築に努めてきました。

日本・関西への注目が集まる国際的な大規模イベントやプロジェクトが目白押しとなってくる 2019 年度以降を見据え、これまでの活動からさらに一歩前へ進め、中期的な視点で関西観光本部の骨太な事業の柱を体系的に再構築し、関西全体が効率的・効果的に事業展開を行なうためのプラットフォームとして能力を発揮できるようにします。

(3) 観光振興に取り組む主体の役割の明確化

関西への旅行者、特に訪日外国人旅行者(インバウンド)の来訪やそれによる経済活動を持続的に発展させていくためには、DMO、行政機関、民間事業者といったさまざまな取組主体との協力が不可欠です。

官民双方の代表者や有識者の皆様から多くのご意見をいただきながら進めてきた本GDの策定を通して、各取組主体と関西観光本部が共通の目標(目指す姿)を定め、適切な役割分担の下、それぞれの強みを発揮しながら効率的・効果的、かつ持続可能な形で事業を進めていきたいと考えています。

「The Exciting Journey, KANSAI」という本GDで掲げたテーマには、多様な魅力を持つ関西各地の観光資源ひとつひとつの力を結集して、世界中の皆様から「ドキドキ、ワクワクするような周遊を楽しめるエリア」として選んでいただきたい、という思いを込めています。

今年一年、関西は地震、豪雨、台風など大規模な自然災害にたびたび襲われ、この数年間極めて好調だった関西の観光振興は大変な試練の時を迎えています。

しかし、このような試練の時にこそ、私たちの真価が試されます。

今後も多くの旅行者の皆様に関西にお越しいただき、楽しんでいただけるよう、一丸となって取り組んでまいりたいと考えておりますので、皆様のより一層のご協力を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

2018年10月

一般財団法人 関西観光本部

理事長 松本 正義

I. 日本・関西の観光を取り巻く状況

- (1) 好調なインバウンドと多様化する旅行ニーズ
- (2) 関西が抱える課題
- (3) 日本・関西への注目が集まるチャンス到来

II. 何を実現するべきか ～力をひとつに集めて

- (1) 目指す姿
- (2) 各主体の役割

III. 広域連携DMO「関西観光本部」の役割

IV. 関西全体で取り組む5つの重点テーマ

- (1) Basic Research ～基礎的データのリサーチ
- (2) Plus Onetrip ～「二極集中」から広域周遊の拡大へ
- (3) Do Sports ～“する/みるスポーツ”の観光コンテンツ化
- (4) Smart & Comfortable ～すべての人に優しい旅行環境の整備
- (5) Next Promotion ～従来型にとらわれない、新たな情報発信

V. グランドデザイン策定会議メンバーリスト

1. 日本・関西の観光を取り巻く状況

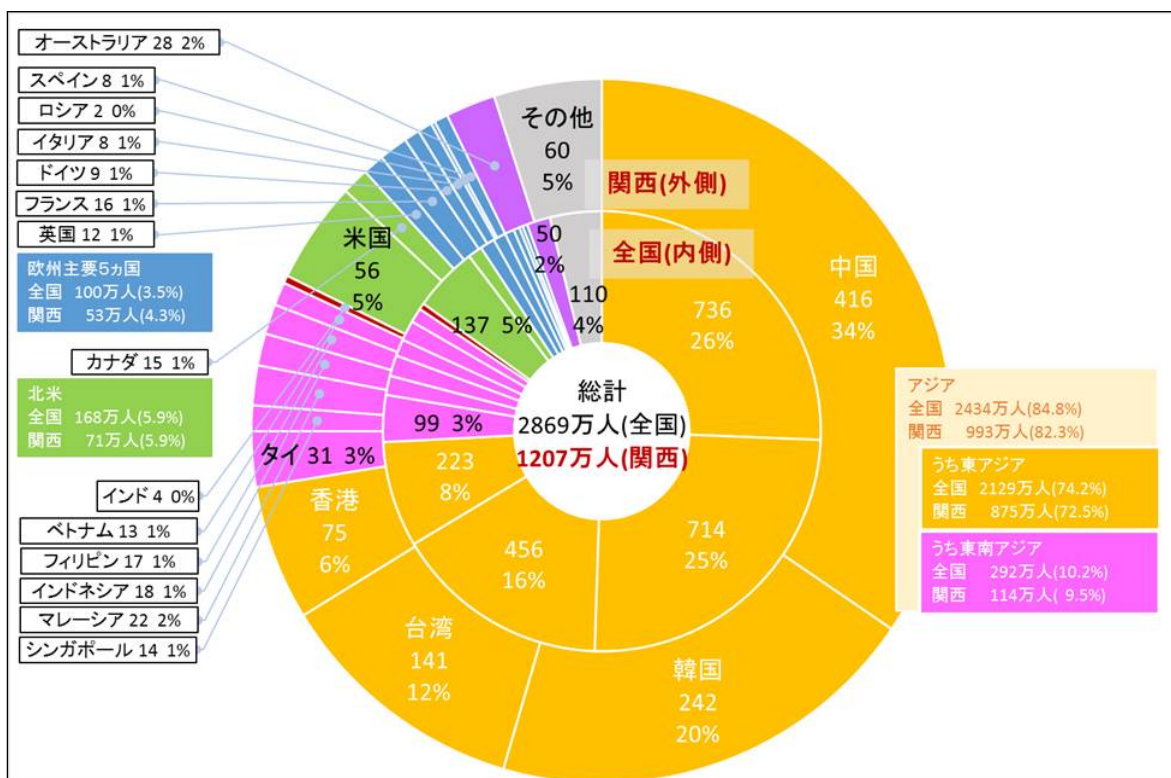
(1) 好調なインバウンドと多様化する旅行ニーズ

日本への訪日外国人旅行者(インバウンド)は増加の一途を辿っており、2017年は2,869万人と、2012年以降の5年間で3倍以上に増加している。

その中でも特に関西圏は人気の観光地となっており、訪日外国人旅行者の訪問率は今から5年前の2013年には33.3%だったものが、2017年には42.1%まで上昇、日本を訪れる外国人旅行者の約4割が関西を訪問している状況にある。国内トップである関東圏が5年前は53.7%であったものが2017年には50.8%まで下降していることを踏まえれば、関西の好調ぶりは顕著である。

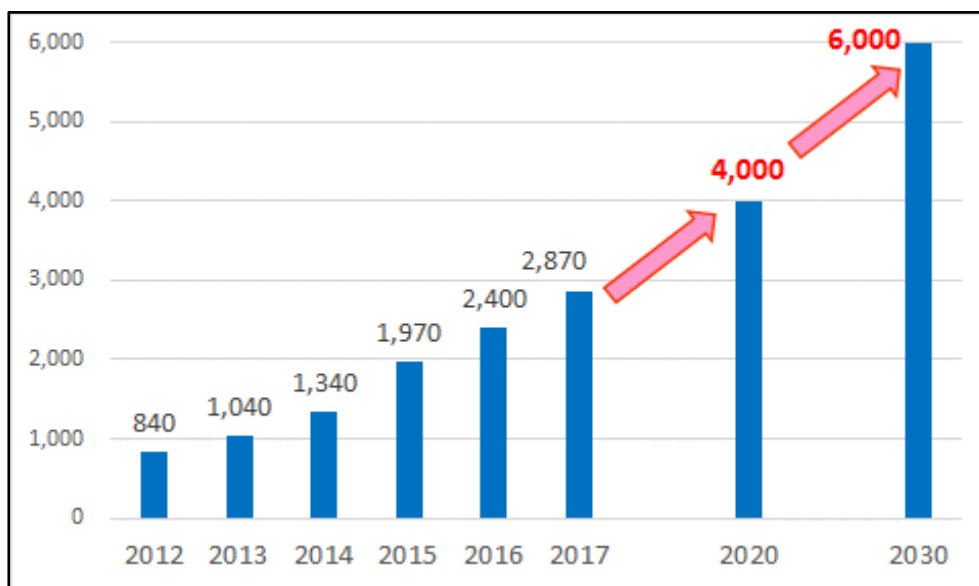
また、訪日旅行に求めるニーズも多様化してきており、従来のステレオタイプの発想にとらわれない“意外なもの”も含め、観光スポットの発掘と効果的な情報発信が急務である。

◆図表1 日本・関西への訪日外国人旅行者数と国籍(2017年) (単位:万人)



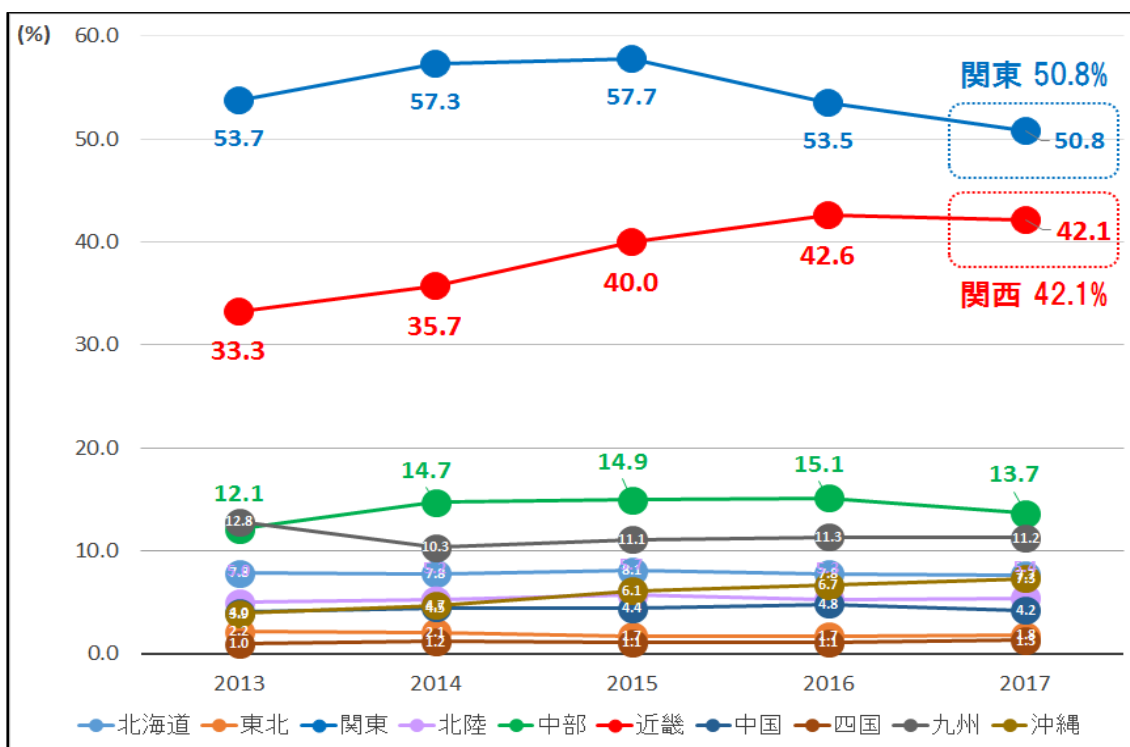
※全国の数値は日本政府観光局(JNTO)資料より作成
 関西の実績は観光庁「訪日外国人消費動向調査」を用いた推計値。
 本データでの「関西」は近畿運輸局管内の2府4県を指す。

◆図表2 日本への外国人旅行者(インバウンド)増加の政府目標 (単位:万人)



(出所) 日本政府観光局「訪日外客数の動向」より関西観光本部にて作成

◆図表3 訪日外国人旅行者の訪問率の推移



(出所) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」(2017年)
本データでの「関西」は近畿運輸局管内の2府4県を指す。

◆図表4 訪日外国人旅行者数の推移（運輸局別）（単位：万人）

	2013	2014	2015	2016	2017
北海道	81	105	158	187	220
東北	23	28	33	41	51
関東	558	768	1,137	1,296	1,457
北陸信越	52	70	112	127	154
中部	126	197	294	362	392
関西	346	478	788	1,022	1,207
中国	42	60	87	115	121
四国	10	16	22	26	37
九州	133	138	219	271	322
沖縄	41	63	120	161	210
全国合計	1,040	1,340	1,970	2,400	2,869

（出所）観光庁「訪日外国人消費動向調査」（2017年）から関西観光本部にて推計
 本データでは近畿運輸局管内の2府4県を「関西」としている。
 ※訪日客数総数（全国）は日本政府観光局（JNTO）「訪日外客数の動向」に拠る。

◆図表5 訪日外国人旅行消費額の推移（運輸局別）（単位：兆円）

	2013	2014	2015	2016	2017
北海道	0.11	0.16	0.28	0.30	0.34
東北	0.03	0.04	0.06	0.06	0.08
関東	0.75	1.15	2.02	1.98	2.24
北陸信越	0.07	0.10	0.19	0.19	0.24
中部	0.17	0.29	0.52	0.56	0.60
関西	0.47	0.71	1.40	1.58	1.86
中国	0.06	0.09	0.15	0.18	0.19
四国	0.01	0.02	0.04	0.04	0.06
九州	0.18	0.21	0.39	0.42	0.50
沖縄	0.05	0.09	0.21	0.25	0.32
全国合計	1.4	2.0	3.5	3.7	4.4

（出所）観光庁「訪日外国人消費動向調査」（2017年）から関西観光本部にて推計
 本データでは近畿運輸局管内の2府4県を「関西」としている。
 ※旅行消費額…訪日外国人が日本滞在中に消費した金額(事前に払ったフライト代やツアー代は含まない)

◆図表6 多様化する訪日旅行へのニーズ

地域	旅行需要、訴求ポイント
東アジア	<ul style="list-style-type: none"> ・「日本食」「温泉」「四季」等の日本の代表的な魅力 ・「ポップカルチャー」「季節性のあるイベント」等個人の趣向に合った日本の魅力 ・日本文化や技術の体験、日本人との交流、学校交流 ・癒やし（美しい自然景観、花、小動物とのふれあい） ・ドライブ旅行 ・鉄道旅行 ・ウエディングツーリズム（美しい自然景観の中での写真撮影等）
東南アジア	<ul style="list-style-type: none"> ・ハイクラスな体験（グルメ、温泉） ・子どもを喜ばせる体験（果物狩り、雪遊び等） ・日本の最新文化（ファッション、都市観光、ショッピング、ポップ）

	<ul style="list-style-type: none"> カルチャー等) •日本の多様性体験(冬を中心とした四季の美しい自然、地方観光) •日本の日常生活体験、自然・農漁村体験 •家族で楽しめる新たな観光地巡り(花畑、寺社仏閣、雪遊び等) •日本人との交流(文化体験、工場見学、学校交流、先端技術等) •鉄道旅行
豪州	<ul style="list-style-type: none"> •異文化体験 •アウトドア体験(サイクリング、ウォーキング等) •パウダースノー、温泉 •上質な施設・サービス(高級ホテル等)
北米	<ul style="list-style-type: none"> •伝統文化(祭り等)、食(居酒屋・ラーメン等)、芸術 •米国と異なる日本の景観(建築、日本庭園、田園風景等) •ハイテク •ポップカルチャー •アニメ •茶道や座禅体験 •スキー、スノーボード
欧州	<ul style="list-style-type: none"> •現代文化と伝統文化のコントラスト(寺社仏閣等の歴史的建造物と高層ビル等の都市景観の対比) •伝統文化と現代文化(近代的都市景観、ハイテク)の融合 •高級旅館での滞在や上質な和食文化の体験等、「質」を重視した日本体験 •パウダースノー •温泉 •若年層(18~24歳)及び高齢者層(65歳以上)のパッケージツアー •クルーズ •アニメ、マンガ、ファッション等若者層に人気のコンテンツ •ハネムーン、夫婦やカップルでの訪日

(出所) JNTO「インバウンド旅行振興フォーラム」(2017年)資料より作成

(2) 関西が抱える課題

関西へのインバウンドの来訪は増えているものの、その多くが京都市・大阪市への「二極集中」状態となっている。

また、外国人旅行客の国籍も約7割が中国、韓国、台湾、香港といった東アジアからの来訪客となっており、極端な「東アジア偏重」状態となっている。

国際的にも知名度の高い京都や大阪のブランド力を活用しつつ、「二極集中」から「関西広域への回遊」へと外国人旅行客を誘導する必要がある。あわせて、東アジアからの来訪客をリピーター化して維持しつつ、東南アジア市場の深掘りや欧米豪などへの新規開拓が喫緊の課題である。

◆図表7 訪日外国人旅客数（府県別）

（単位：万人）

	2013	2014	2015	2016	2017
福井県	2	3	2	5	5
三重県	10	9	4	17	17
滋賀県	7	11	14	14	18
京都府	197	293	480	660	742
大阪府	261	374	715	938	1,111
兵庫県	65	83	128	149	158
奈良県	46	66	102	166	209
和歌山県	14	20	24	29	34
鳥取県	2	3	4	7	6
徳島県	2	3	6	2	8

（出所）観光庁「訪日外国人消費動向調査」より関西観光本部にて推計

※関西への外国人旅行者の国籍については図表1を参照のこと。

（3）日本・関西への注目が集まるチャンス到来

2019年にはG20大阪サミットが開催され、大阪・関西の国際的な認知度は大きく向上するものと考えられる。

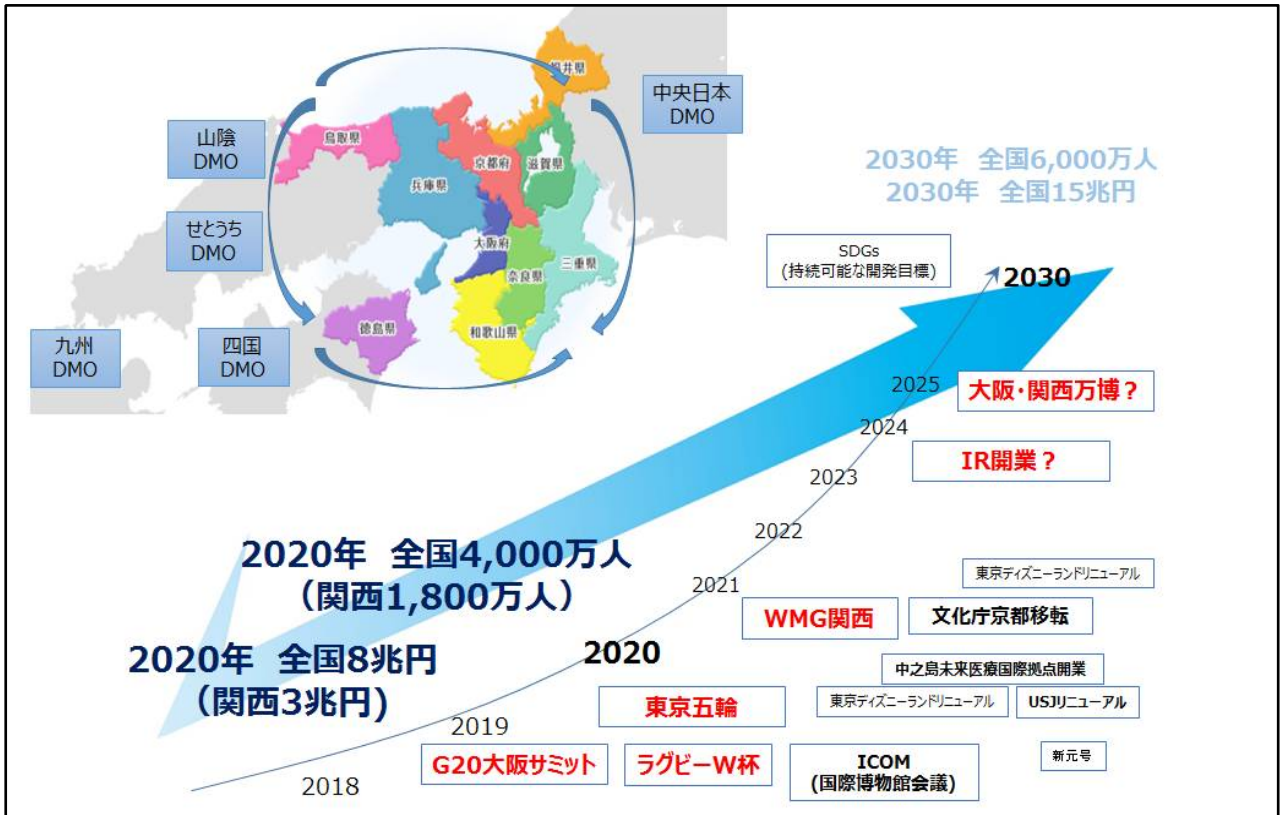
加えて、ラグビーワールドカップ(2019年)、東京オリンピック・パラリンピック(2020年)、ワールドマスターズゲームズ関西(2021年)といった、日本・関西が会場となる国際的なスポーツイベントが続くいわゆる“ゴールデン・スポーツ・イヤーズ”が始まり、スポーツを通じた国際的な認知度の向上、ツーリズムの拡大等が期待される。

また、ICOM(国際博物館会議)の京都開催(2019年)、文化庁の京都移転(2021年)など、歴史・文化振興の先進地としての関西を加速させる動きもある。

さらに、IR(統合型リゾート)の誘致や、2025年国際博覧会(万博)の誘致等、関西への国際的な認知度や集客力の一層の向上に資する取り組みが続く。

このような絶好の機会をフルに活用し、関西の観光振興を新たなステージへ引き上げていかなければならない。

◆図表8 関西のインバウンド成長曲線



II. 何を実現すべきか ～力をひとつに集めて

(1) 目指す姿

関西 10 府県には、海外での認知の高い京都や大阪をはじめとして、旅行客の多様な旅行ニーズに応えられる観光資源が凝縮されている。

加えて、2019 年度以降、世界的イベントの開催による日本・関西の露出度が向上する機会が続々とやってくる。

このポテンシャルとチャンスを最大限に活かすため、関西全体で共通の「目指す姿」を定め、この実現に向けてそれぞれの主体が持つ力をひとつに集めたい。

【関西全体として目指す姿】(大目標)

“The Exciting Journey, KANSAI”

1. 多様な観光資源が凝縮している強みを活かし、世界の幅広い旅行ニーズに応えられる。
2. 最先端の「旅行客受け入れ環境」が整備されている。
3. 地域・官民が協力し、それぞれの強みを最大限発揮して、観光による経済成長を実現している。

2019～2021年の重点取組テーマ:「アジアの観光・文化・スポーツ No.1 エリア」

「長い旅」や「周遊」という意味を持つ“Journey”というキーワードを盛り込んだ「The Exciting Journey, KANSAI」という大目標の下に、多様な魅力を持つ関西各地の観光資源ひとつひとつの力を結集して、世界中の皆様から「ドキドキ、ワクワクするような周遊を楽しめるエリア」として選んでいただけるように、今後も概ね 3 年ごとに時節に応じた重点取組テーマを設定して取組を進めていきたい。

なお、当面の数値目標として、関西広域連合および関西経済連合会とともに合意した次の官民共通の数値を目標とする。

ただし、この数値は今後の状況によって適宜修正を加えていくものとする。出来る限り前倒し・上方修正を加えていきたい。

【2020年時点を目指した関西全体の数値目標】

外国人旅行消費額	3 兆円 (1.86 兆円)
外国人旅行者数	1,800 万人 (1,200 万人)
外国人延べ宿泊者数	3,700 万人泊 (1,970 万人泊)
外国人訪問率	45% (42.1%)

※ () 内は 2017 年の実績値

また、関西観光本部では、後述する新たなポータルサイトの開設等、適切な情報発信、プロモーションの取組により、従来のアジアからの訪問客は維持・拡大しつつ、新規開拓が特に必要な欧米豪からの「関西」訪問への意向率を次のとおり引き上げることを新たな指標として設定する。

【2021年時点に向けた指標】

欧米豪からの訪関西意向率	25%以上（4%）
--------------	-----------

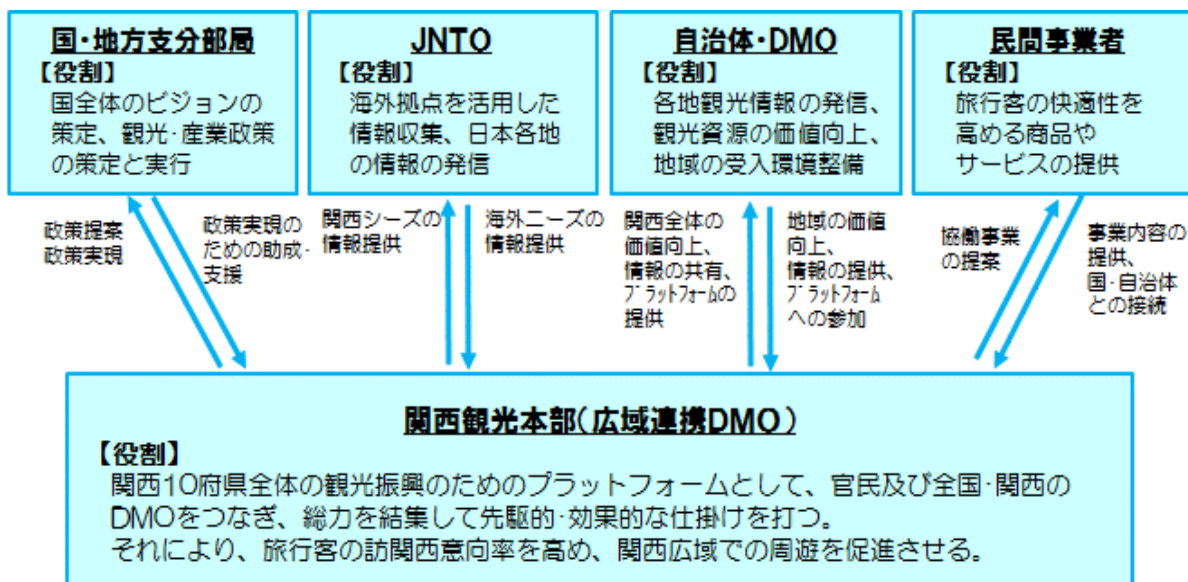
※（ ）内は 2017 年の実績値

※訪問意向率は株式会社日本政策投資銀行および公益財団法人日本交通公社が12カ国・地域対象に実施しているインターネット調査「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査」を使用。

(2) 各主体の役割

「目指す姿」の実現に向け、国、日本政府観光局（JNTO）、関西各地の自治体・DMO、民間事業者および広域連携 DMO である関西観光本部がそれぞれの強みを発揮し、役割を分担して協働していく。

◆図表 9 関西の観光振興を担う主体と主な役割



Ⅲ. 広域連携DMO「関西観光本部」の役割

関西全体での観光振興の中核となるべき広域連携 DMO の関西観光本部は、府県や官民の枠にとらわれない組織として、その自由度と広域性を発揮し、具体的に次の役割を担うこととする。

- (1) 市場動向に基づく施策の方向性の提示（マーケティング&ターゲティング）
- (2) 関西全域の細やかな情報の受信及び海外への発信（情報発信）
- (3) 訪日外国人旅行客の受け入れ基盤整備支援（回遊性・快適性向上支援）
- (4) 関西全体での観光振興のための体制づくり（観光振興の体制づくり）

その中で、関西の官民共通の数値目標の達成に向け、2021 年までの 3 年間は次の 4 点に注力する。

- ①「消費額の向上」に寄与するターゲット層に対する取組強化
- ②京都市・大阪市に集中する需要を各地域に拡大する「プラスワン・トリップ」戦略
- ③スポーツイベントを活用したツーリズム振興
- ④持続可能な体制づくり

IV. 関西全体で取り組む5つの重点テーマ

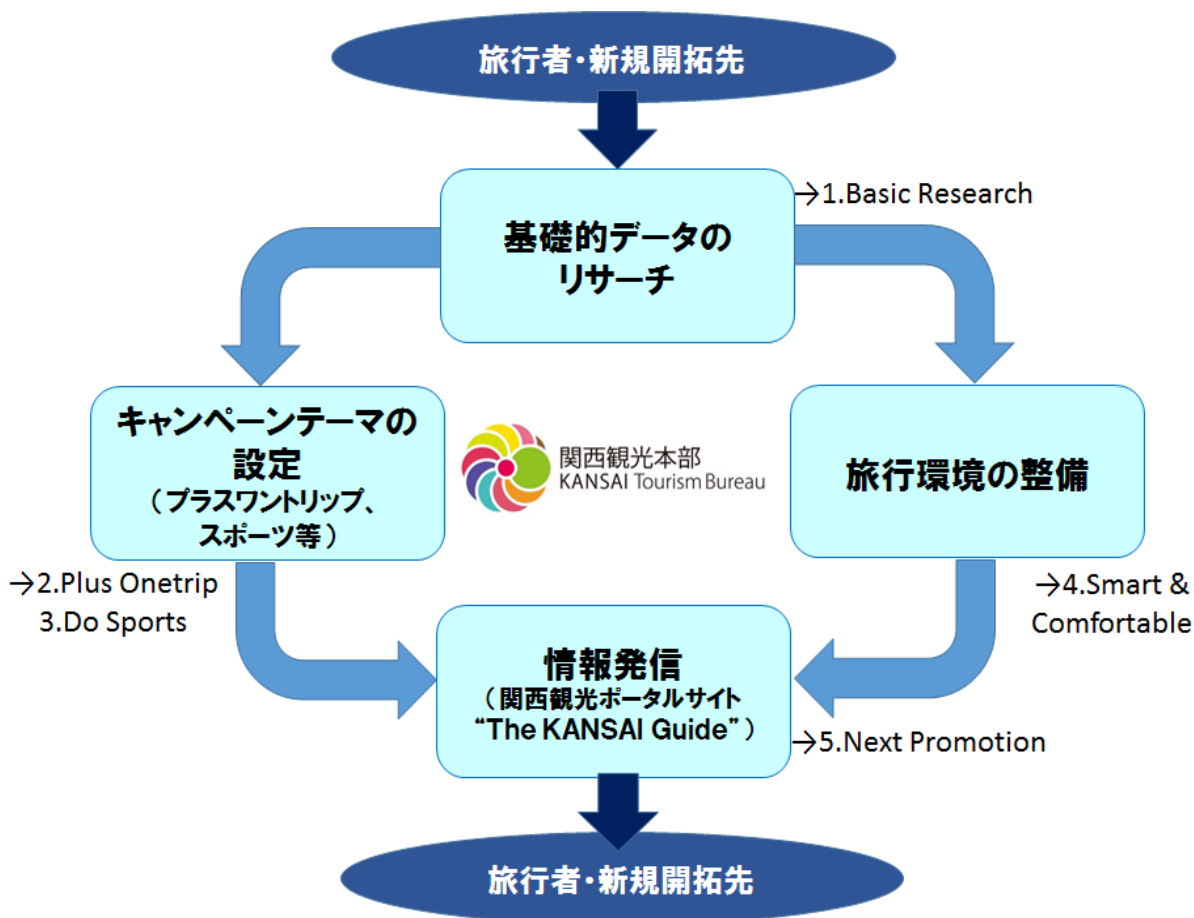
「目指す姿」の実現に向け、概ね 2021 年までの期間で、次の 5 つの「重点テーマ」に各主体が役割分担して取り組むこととする。

次に示す取組項目のうち、「◎印」のついたものは取組全体の根幹を成すものであり、優先度が高いことから、2019 年度に実施する（本 GD の策定後速やかに着手する）こととし、◎印以外の項目については、2021 年度までに順次着手するものとする。

なお、実施にあたっては、年度毎に「行動計画」を別途策定し、共同実施する機関の合意の下、到達目標を明確にした上で実行することとする。

特に、広域連携 DMO である関西観光本部は、各取組主体と協働して事業を進める、全体のプラットフォームとなり、重点テーマの確実な実施のために各所との適切な情報受発信、企画・調整機能を果たしていくこととする。

◆図表 10 関西観光本部をプラットフォームとして好循環を創出



1. Basic Research ～基礎的データのリサーチ

関西全域のインバウンドの現状把握や将来予測を確実にしない、各取組主体の効率的・効果的な戦略立案につなげられるように、関西全域で活用できる定量調査および定性調査を実施する。

【主な取組事業】

◎関西全体に係るマーケティング基礎データの基盤整備および統計分析

- ・海外の旅行エージェントや JNTO、経済界、関係省庁等を活用した現地の情報収集
- ・B/S、P/L の考え方を活用した地域の観光資源の棚卸し
- ・日本で災害・事故等が発生した際の風評被害対策（情報伝播ルートの把握）
- ・多様な旅行客の受け入れに必要な環境の調査（旅行客・住民双方の視点から）
- ・専門家派遣制度による各地へのアドバイザーの派遣

2. Plus Onetrip ～「二極集中」から広域周遊の拡大へ

関西に凝縮している多様な観光資源（歴史、文化、アクティビティ等）の活用や新たな観光テーマの設定により、京都市・大阪市への「二極集中」状態から、関西各地や西日本広域へ周遊する“プラスワン・トリップ”を拡大するための取組を推進する。

【主な取組事業】

◎関西内で選抜した特定エリアを重点的にプロモーションし、送客に結び付ける「プラスワントリップ・キャンペーン」(仮称)の実施

- ・「世界遺産」や「歴史街道」をはじめとする歴史・文化資源、国立公園やジオパーク等の自然資源の外国人旅行客向けの活用
- ・万博・IR をキーコンテンツとした関西広域での観光プロモーション方針の策定
- ・関西への MICE 集積の促進支援
- ・インダストリアルツアー、エデュケーショナルツアーの実践
- ・国内他地域との相互送客、成田/羽田 IN の旅行客の関西への引き込み

3. Do Sports ～“する/みるスポーツ”の観光コンテンツ化

国際的スポーツイベントを契機とした“する/みるスポーツ”の観光コンテンツ化や各地域の国内外への露出度向上に資する取組を展開する。

【主な取組事業】

◎“する/みるスポーツ”のニーズとシーズのマッチング（既存のスポーツ観光資源の集約と活用、スポーツ大会の活用、スポーツレジェンドの活用）

- ・国際的スポーツイベント（ラグビーワールドカップ、ワールドマスターズゲームズ等）を起点とした広域周遊ルートの策定

- 国内外に発信力のあるアンバサダーの活用
- スポーツイベントの招致（経済団体等と協働）
- 自然資源のアクティビティへの活用

4. Smart & Comfortable ~すべての人に優しい旅行環境の整備

外国人旅行者を含むすべての人が安全・快適に旅行することができる環境整備を進める。

【主な取組事業】

◎外国人旅行者向けのキャッシュレス支払環境の整備支援

- 食品ピクトグラム等の活用によるムスリム受け入れ可能事業者の拡大
- 障がいのある方への旅行情報の提供
- 災害時や救急時の外国人旅行者向けの適切な情報提供

5. Next Promotion ~従来型にとらわれない、新たな情報発信

◎「関西観光プラットフォーム」の構築

（ポータルサイト「The KANSAI Guide(仮称)」による情報の受発信）

- 海外 OTA（Online Travel Agent）との協働した情報発信
- B to B のキーパーソンをつなぐコネクションマップの確立

この他に、観光振興に重要な役割を果たす DMO のベースを確立するための取組として、

- DMO の持続可能な財源の確保（「国際観光旅客税」の活用(地方譲与税化も含む)、IR 財源、TID(=Tourism Improvement District=観光産業改善地区)の活用方策検討等) や、国としての DMO の役割・権限の明確化（法定組織化も視野）、観光振興に資する規制緩和等に関する政府への必要な要望活動
- 海外類似事例との比較
- DMO に関する国際会議の開催等による国際的なネットワークづくりなどに取り組むこととする。

以上

V. グランドデザイン策定会議メンバーリスト

策定会議

座長	松本 正義	一般財団法人関西観光本部	理事長／公益社団法人関西経済連合会	会長
副座長	井戸 敏三	一般財団法人関西観光本部	副理事長／関西広域連合	連合長
副座長	西脇 隆俊	一般財団法人関西観光本部	副理事長／関西広域連合	委員(広域観光・文化・スポーツ振興担当)
副座長	角 和夫	一般財団法人関西観光本部	副理事長／公益社団法人関西経済連合会	副会長

<民間事業者・団体>

杉山 健博	関西鉄道協会	会長／阪急阪神ホールディングス株式会社	社長
榊元 政明	近畿バス団体協議会	会長／南海バス株式会社	社長
好本 達也	近畿百貨店協会	会長／株式会社大丸松坂屋百貨店	社長
藤尾 政弘	一般社団法人日本フードサービス協会近畿ブロック協議会	会長	
	／株式会社フジオフードシステム	社長	
蔭山 秀一	一般社団法人日本ホテル協会大阪兵庫支部	支部長	
	／株式会社ロイヤルホテル	社長	
片岡 哲司	一般社団法人日本旅館協会関西支部連合会	会長／双葉荘	社長
山谷 佳之	関西エアポート株式会社	社長	
宇田川雄彦	株式会社JTB	常務執行役員関西広域代表	
室 博	西日本旅客鉄道株式会社	執行役員鉄道本部営業本部長	

<国地方支分部局>

大橋 秀行	総務省近畿総合通信局長
神山 修	農林水産省近畿農政局長
森 清	経済産業省近畿経済産業局長
黒川純一良	国土交通省近畿地方整備局長
八木 一夫	国土交通省近畿運輸局長
河本 晃利	環境省近畿地方環境事務所長
松坂 浩史	文化庁地域文化創生本部 事務局長

<学識経験者>

小林 潔司	京都大学経営管理大学院	教授
高橋 一夫	近畿大学経営学部	教授
八島 雄士	和歌山大学観光学部	教授

<有識者>

福島 伸一	株式会社大阪国際会議場	社長
西野 恭子	独立行政法人国際協力機構関西国際センター(JICA 関西)	所長
木下 博夫	ワールドマスタースゲームズ2021 関西組織委員会	事務総長 (国立京都国際会館 前館長)

<DMO>

溝畑 宏	公益財団法人大阪観光局	理事長
柏原 康夫	公益社団法人京都市観光協会	会長
尾山 基	公益財団法人神戸観光局	会長

<総領事館>

デイビッド・ローソン	在大阪オーストラリア総領事館	総領事
------------	----------------	-----

(2018年9月28日現在)

ワーキンググループ

野島 学	公益社団法人関西経済連合会	産業部長
徳田 龍裕	公益社団法人関西経済連合会	産業部 担当部長
南本 尚司	関西広域連合	広域観光・文化・スポーツ振興局長
山本 太郎	関西広域連合	広域観光・文化・スポーツ振興局 観光課長付参事
水田 雅博	西日本旅客鉄道株式会社	営業本部 副本部長
後藤 学	西日本旅客鉄道株式会社	総合企画本部 グループインバウンド推進室長
森 健夫	一般財団法人関西観光本部	事務局長
伊東 暁	一般財団法人関西観光本部	プロモーション部 主任調査役
壺井 秀一	一般財団法人関西観光本部	戦略企画部 調査役(総括)

(2018年9月28日現在)

会合開催実績

第1回	ワーキンググループ	2018年4月19日	於・関西経済連合会	会議室
第1回	策定会議	2018年5月18日	於・関西経済連合会	会議室
第2回	ワーキンググループ	2018年6月26日	於・関西観光本部	会議室
第2回	策定会議	2018年7月23日	於・関西経済連合会	会議室
第3回	策定会議	2018年9月28日	於・リーガロイヤルNCB「淀の間」	



The Exciting Journey, KANSAI 関西ツーリズムグランドデザイン 2021

発行日：2018年10月11日

発行所：一般財団法人関西観光本部

大阪市北区中之島2丁目2番2号 大阪中之島ビル7階

電話 06-6223-5400 (戦略企画部)

<http://kansai.gr.jp/>