

I 計画策定の趣旨・計画期間

関西の観光・文化は、2022年の文化庁の本格移転、2025年の「大阪・関西万博」の好機をとらえつつ、ウィズコロナ・アフターコロナ、持続可能な開発目標（SDGs）、DXなどの時代の変化に対応する必要がある。関西広域連合では、関西が持つ独自の個性と魅力を活かして、目指すべきインバウンド観光及び文化振興の将来像とその戦略を策定し、関西が一丸となって新たなステージへと成長する道筋を明らかにする。

なお、計画期間は、令和4（2022）年4月から令和9（2027）年3月までの5年間とする。

II 関西の観光・文化をとりまく現状と課題

1 関西広域連合による前計画期間（2012年4月から2022年3月）の主な取組

- (1) 広域観光の展開による関西への誘客
- (2) 官民が一体となった広域連携 DMO の取組の推進
- (3) 戦略的なプロモーションの展開
- (4) 外国人観光客等の受入を拡大するための観光基盤の整備
- (5) 関西文化の振興と国内外への魅力発信及び連携交流による関西文化の向上
- (6) 関西文化の次世代継承
- (7) 情報発信・連携交流支援・人づくりを支えるプラットフォームの活用
- (8) 文化庁の本格移転を見据えた新たな関西文化の振興
- (9) その他の取組

2 観光・文化を取り巻く現状

- (1) インバウンド観光の好調な推移と関西への訪問率の伸び悩み・訪問率格差
- (2) 文化財等の文化資源の集積とコンテンツ文化の多様化の進行
- (3) 文化庁の本格移転を契機とした文化資源のより一層の活用の推進
- (4) 大規模イベント及び「大阪・関西万博」の開催
- (5) 「持続可能な観光」の必要性、デジタル技術の進歩

3 新型コロナウイルス感染症の影響

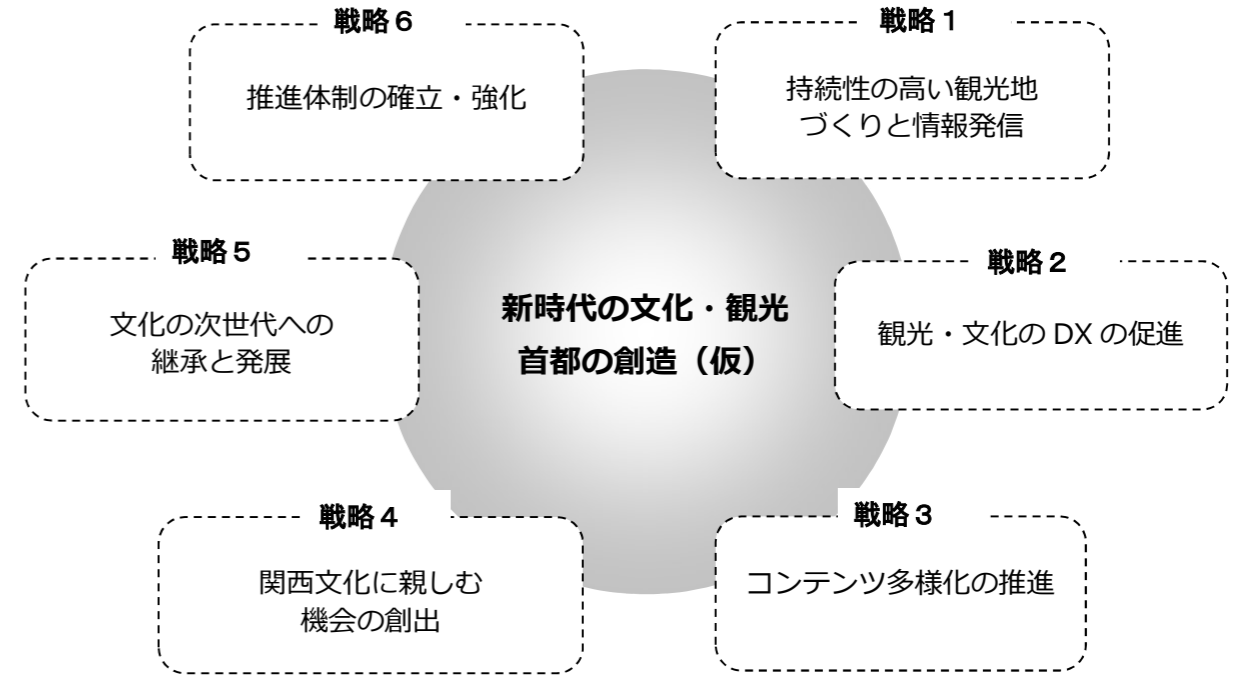
- (1) インバウンド観光の需要消滅、それに伴う産業への打撃
- (2) 文化芸術の発表・鑑賞機会の減少、それに伴う文化芸術関係者の収入減少
- (3) コロナ禍における人々の意識変化



4 課題

- (1) 関西を輝かせる持続性の高い観光の推進
- (2) 関西の観光・文化の魅力の更なる向上と発信のための DX の促進
- (3) 誰もが安心・安全に旅行できる受入環境整備及びニーズ変化に対応する観光コンテンツの多様化
- (4) 関西の強みである観光と連携させた文化観光等の一層の推進
- (5) 魅力発信・交流により文化力を向上させ、文化に親しむ機会を創出
- (6) 文化体験による次代の担い手の育みと文化団体への支援等を通じて、次世代への継承と発展を実現

III 観光・文化を通じた関西の将来像



IV 将来像実現のための戦略<例>

- 戦略1 持続性の高い観光地づくりと情報発信**
～文化庁の本格移転を契機とした文化観光の推進～
文化を活用した関西ブランド力の向上と情報発信、文化財・生活文化等の観光資源化、広域周遊観光ルートの開発・強化、人材育成と人的資源の活用、安心・安全の確保
- 戦略2 観光・文化のDX（ICT活用・コンテンツ造成・旅行環境整備）の促進**
効果的なマーケティングの実施、新技術の活用、交通アクセス等の利便性向上
- 戦略3 コンテンツ多様化の推進**
生活習慣や文化の違い等に配慮した受入環境整備、多様なニーズへの対応強化
大阪・関西万博のレガシーの継続・発展
- 戦略4 関西文化に親しむ機会の創出**
関西文化の振興と連携促進、連携交流による関西文化の一層の向上
- 戦略5 文化の次世代への継承と発展**
関西文化の次世代継承と人材育成、関西の文化活動への支援
- 戦略6 推進体制の確立・強化**
関西広域の国際観光推進、関西文化を支えるプラットフォームの活用、
関西広域連合の他分野及び構成府縣市との連携

■インバウンド復活戦略■

国内の観光需要喚起、感染対策の情報発信の強化、インバウンドの反転攻勢