

## 「関西観光・文化振興計画」(現計画)の総括表(案)

計画の目標	戦略テーマ	評価	成果と課題(◇:成果/▶:課題)
<b>①ブランド力のアップ</b>  ▶関西への 訪日外国人訪問率 33.3% (2013) →40.0% (2015) →41.4% (2019) →45.0% (目標)	戦略テーマⅠ 国際競技大会等を踏まえた観光の推進 ①大規模な国際競技大会に合わせた情報発信、おもてなしの向上 ②関西文化に親しむ文化プログラムの推進 ③広域スポーツ・ツーリズムの推進	○ ○ ○	◇海外プロモーションによるゴールデン・スポーツイヤーズのPR、関西の知名度向上、旅行商品の造成を展開。 ▶WVG2021の知名度向上及び大会開催中の関西訪問と域内周遊促進に向け、周遊ルートの開発と情報発信強化が必要。 ▶WVG2021による誘客効果の大阪・関西万博等への継承に向けた検証が必要。 ◇「関西文化の日」に合わせて「KANSAI NIGHT MUSEUM」を開催し、コロナ禍における誘客を促進。 ▶文化施設や舞台芸能等における地域住民を中心としたリピーター増加に向けた取組が必要。 ▶観光とスポーツなど、他分野との連携によるコンテンツの魅力向上と情報発信の強化が必要。
	戦略テーマⅡ 文化力の向上と文化観光の推進 ①「文化首都」としての関西文化の発信、文化庁との連携 ②文化芸術資源をテーマでつなぐ「文化の道」事業の展開 ③歴史的・文化的ストーリーの発掘・再構築による観光ルートの開発 ④活用可能な庭園や建築物等の観光資源化 ⑤新技術の活用等による「魅せる文化財」づくり ⑥関西文化の発信力強化による観光の充実	○ ○ ○ ○ ○ ○	◇世界遺産を始めとする歴史資源・遺産を活用した関西全域での観光・文化振興の取組を展開。 ▶歴史文化遺産等への興味関心の啓発と、文化施設等における国内外の方々への文化芸術理解を促進する取組が必要。 ◇首都圏での“はなやか関西「文化の道」フォーラム”の開催等、関西文化への関心や知名度向上への取組を展開。 ▶観光分野との連携による効果的な関西文化の魅力発信が必要。 ◇ICOM 京都大会への関西広域連合ブースの出展により、関西の文化施設の魅力を発信。 ▶観光分野との連携による見せる文化観光の推進が必要。 ▶文化施設の魅力発信の強化・推進に向けた内容の充実が必要。
	戦略テーマⅢ 外国人観光客の急増対策としてのインフラ整備の充実 ①「KANSAI ONE PASS」「KANSAI Wi-Fi (Official)」の利便性向上 ②関西国際空港の魅力向上、観光案内標識等の多言語化、ムスリム対応の拡大、安心・安全の確保、宿泊施設不足への対応 ③IoT・ビッグデータなどの新技術の活用	△ ○ △	◇関西への周遊を促進する「KANSAI ONE PASS」を官民一体で実施。 ▶今後、対象エリアの拡大など周遊力や滞在力の向上、低料金バスの提供など、周遊環境の整備が必要。 ▶官民連携によるトッププロモーションを継続し、関西国際空港の利便性等をPRしていくことが必要。 ◇関西への周遊を促進する「KANSAI Wi-Fi (Official)」を官民一体で実施。 ▶利便性向上による利用の促進とともに、ログから得られるビッグデータの活用等の検討が必要。 ◇位置情報アプリを活用した文化施設の多言語化を実施。 ▶更なる文化施設の多言語化推進とともに、位置情報アプリを活用した新たな事業展開の検討が必要。 ▶ムスリム対応の宿泊施設の紹介など、イスラム圏やアラブ諸国のラグジュアリー層の取り込みに向けた取組が必要。 ▶安心・安全に関する情報を外国人観光客へ正しく伝えるための情報収集及び発信が必要。 ▶観光客の関西各地への誘客・分散と、MaaSの活用も含めた周遊促進の環境整備の検討が必要。
	戦略テーマⅣ 「KANSAI」のさらなる知名度アップ ①世界水準の広域観光周遊ルートの推進 ②「KANSAI」の世界への発信 ③「KANSAI 国際観光 YEAR」の展開 ④観光需要の創出と展開	○ ○ ○ ○	◇関西観光本部のプロモーションや旅行商談会等を通じ、旅行商品造成を展開。 ▶訪日外国人訪問率の構成府県格差が大きく、周遊促進に向けた取組が必要。 ◇トップセールにより国際便新規就航や増便を実現。ユネスコにおける世界遺産PR等、文化の世界への発信も実現。 ▶オール関西によるKANSAIブランドの世界への売り込みを継続することが必要。 ◇関西観光本部のプロモーションや旅行商談会等を通じて旅行商品造成を展開。 ▶関西観光本部を中心とした関西ブランドの売り込みの継続による、観光需要の創出が必要。
<b>②周遊力、滞在のアップ</b>  ▶関西での 外国人延べ宿泊者数 793万人泊 (2013) →1,592万人泊 (2015) →2,772万人泊 (2019) →3,700万人泊 (目標)	戦略テーマⅤ 旅行消費額拡大に向けた取組 ①「モノ消費」「コト消費」を促す情報発信強化、滞在期間長期化促進、夜間営業を行う施設等の情報発信、決済環境の変化に対応した整備	△	◇WEB「The KANSAI Guide」を開設(令和元年度)し、幅広い関西の魅力を発信。 ▶滞在力を高める観光コンテンツ作りを地域と連携して取り組むことが必要。 ▶キャッシュレス化への機運の醸成や観光事業者への啓発が必要。
	戦略テーマⅥ 関西観光本部を中心とした推進体制の確立 ①関西観光本部のマネジメントによるビジネス視点での観光・文化振興 ②旅行者の動向把握等によるマーケットの創出 ③「関西文化の日」などを通じた文化に親しむ機会の充実 ④国・地域別での誘客戦略の推進 ⑤SNS等の多様な発信手段によるKANSAIWEB戦略	○ ○ ○ ○ ○	◇各地域のDMOとの連携による関西への誘客と周遊観光を推進。 ▶「プラスワントリップ・キャンペーン」事業をはじめ、各自治体やDMO等との連携強化が必要。 ▶観光客の動向分析やマーケティングへの「KANSAI Wi-Fi (Official)」「KANSAI ONE PASS」データの活用が必要。 ◇「関西文化の日」や「関西文化の日プラス」により、博物館・美術館に親しむ機会を提供。 ▶文化施設へのリピーター拡充への取組が必要 ▶多言語による情報発信や展示の工夫など、国内外の方々に文化芸術の理解を促進する取組が必要。 ▶オール関西による海外向け観光プロモーション・マーケティング等の継続と、国・地域別誘客戦略の検討が必要。
	戦略テーマⅦ 今後のさらなる展開 ①IR法等を見据えた観光・MICEの連携 ②2025年国際博覧会の誘致と、連携した誘客 ③国際的スポーツイベントを契機とした取組のレガシーとしての継続 ④観光や文化で活躍できる人材等の育成 ⑤通訳案内士等の研修、外国人観光客向けボランティア等の育成	○ ○ ○ ○ ○	◇大阪・関西万博の開催が博覧会国際事務局(BIE)の総会で決定(平成30年度)。 ▶IR設置のメリットを最大限に活かせる施策を検討していくことが必要。 ▶ゴールデン・スポーツイヤーズの取組やレガシーの大阪・関西万博への継承と周遊促進の環境整備が必要。 ▶延期となったWVG2021や東京オリンピック・パラリンピックに向け、スポーツツーリズムの推進継続が必要。 ▶関西の魅力発信等でスポーツ分野との連携強化が必要。 ◇通訳案内士などガイドの質の向上とともに、通訳案内士と旅行会社・観光客のマッチングの仕組みづくりを推進。 ▶登録通訳案内士の活用と、観光や文化で活躍できる地域芸能の担い手や芸術文化の若手人材の育成が必要。

(評価/○:実施済又は一部実施済で今後も継続的に取り組む施策、△:実施済又は一部実施済で今後見直しが必要な施策、×:未実施又は目標達成のため、今後取り組む必要がない施策)