

# 関西観光・文化振興計画 個票(案)

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

戦略テーマ	評価	取組内容	成果・課題	備考
I 国際競技大会等を踏まえた観光の推進				
①国際的なスポーツイベントと連動した誘客の推進	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>・関西観光本部の旅行商談会や観光プロモーション、ファミトリップ(モニターツアー)等を通じて広域周遊ルート「美の伝説」を売り込むとともに、ラグビーワールドカップ2019や東京2020オリンピック・パラリンピック、ワールドマスターズゲームズ(WMG)2021など、日本でのビッグイベントに合わせて関西の魅力を発信した。</li> <li>・ラグビーワールドカップ2019の2会場の来場者が関西各地を周遊できるよう、関西観光本部のウェブサイトでラグビーワールドカップ会場と観光地をつなぐ広域周遊ルートを紹介。会場である大阪、神戸を起点としたモデルコースを関西観光本部が作成。海外の旅行会社へ売り込み、個人向けのモデルコースをWEB等で発信した。</li> <li>・令和元年度のトッププロモーションでは、欧州(フランス、イギリス)を訪問し、観光事業者だけでなく、アマチュアのスポーツ団体関係者を招いた観光プロモーションを実施し、WMG2021の参加や関西への誘客を行った。</li> <li>・令和元年度及び令和2年度のKANSAI国際YEAR事業において「ゴールデン・スポーツイヤーズ」をテーマとした情報発信(WEB、冊子の作成)を行い、スポーツツーリズムの推進を図った。</li> <li>・毎年実施している通訳案内士等を対象とした研修の中で、WMG2021を取り上げ、大会の魅力や海外から訪れる競技者へのおもてなしについて講義を行うなどWMG2021の開催に向けたガイドの育成を図った。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・関西観光本部を中心に旅行博への出展やファミトリップ等の海外プロモーションでWMG2021をはじめ、ゴールデン・スポーツイヤーズのPRを展開し、関西の知名度向上や旅行商品の造成(平成29年度5件、平成30年度3件、令和元年度15件)の旅行商品造成につながった。</li> <li>・WMG2021の開催については、海外での知名度も低く、競技大会事務局や構成府県市と連携し、同大会の知名度向上を図るとともに、東京オリンピック・パラリンピックやWMG2021の大会開催中に関西への訪問や関西域内の周遊促進を図るため、周遊ルートの開発や情報等を更に強化していく必要がある。</li> <li>・WMG2021を契機とした関西への誘客を一過性のものにするのではなく、大阪・関西万博など、その後の誘客につなげるための検証を行う必要がある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・美の伝説:日本の伝統美や自然美、精神文化、生活文化の美意識にふれる広域観光周遊ルート。平成27年6月に国土交通大臣から認定を受けた。</li> <li>・KANSAI国際YEAR事業:平成25年から毎年テーマを定め、関西の観光のPRに取り組む関西広域連合の事業。</li> </ul>
②関西文化に親しむ文化プログラムの推進	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「関西文化の日」の継続的開催</li> <li>・はなやか関西「文化の道」事業として、首都圏で文化イベントを実施</li> <li>・ICOM京都大会開催期間中に設置されたブースコーナーに関西広域連合としてブースを出展し、関西の文化施設の魅力を発信</li> <li>・アーティスト・イン・レジデンスを活用した地域の魅力発信や先進的な取組の共有化を図るため国際シンポジウムを開催</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「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促進につなげた。</li> <li>・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を増やす更なる取組が必要がある。</li> </ul>	
③広域スポーツツーリズムの推進	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>・平成29年度に関西観光本部とともに、各地のサイクルロードを活かした誘客を行った。ロードレース、イベントなど関西各地のサイクリングに関する情報を集約し、関西観光本部が海外で実施するプロモーションや、関西観光本部のWEBで統一的に発信した。</li> <li>・平成30年度及び令和元年度には、関西のスポーツをテーマに野球や陸上、相撲、武道、カヌーなど各府県市の観光情報を集約して、関西観光本部のWEBにおいて発信した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・引き続き、様々なスポーツコンテンツ等を集約し、WEBや冊子等で情報発信していく必要がある。</li> <li>・観光セクション単独で実施するのではなく、スポーツセクションと共同でPR事業を展開するなど、他分野との連携を強化して取り組んで行く必要がある。</li> </ul>	
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	○	<p>【関西プレゼンツ「世界文化遺産」等発信事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・歴史文化遺産をテーマに文化庁地域文化創生本部等と連携したフォーラムを開催した。</li> <li>・歴史文化遺産リーフレットの多言語対応を実施した。(平成30年に日英版、令和元年に韓国語版)</li> <li>・日本遺産ウェブサイトを活用・随時更新。多言語化による発信を実施した。</li> <li>・百舌鳥・古市古墳群などの文化的資産や世界遺産、日本遺産等をPRするイベントを開催した。</li> </ul> <p>【はなやか関西文化の道】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・首都圏で、関西の文化的魅力を紹介するため、関西ならではの文化・芸能の実演を交えた「はなやか関西「文化の道」フォーラム」を開催した。(3か年)</li> </ul> <p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・関西観光本部が運営するインバウンド向け情報サイト「The KANSAI Guide」のコンテンツの1つとして、文化施設情報を多言語により発信した。(平成30年)</li> <li>・ICOM京都大会開催期間中に設置されたブースコーナーに関西広域連合としてブースを出展し、関西の文化施設の魅力を発信した。(令和元年)</li> </ul>	<p>【関西プレゼンツ「世界文化遺産」等発信事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・世界遺産や無形文化遺産、世界の記憶、ジオパーク、世界遺産暫定リスト登録遺産、日本遺産等も含めて、一体的に情報発信を行い、関西全域での観光・文化振興に取り組んでいる。</li> <li>・歴史文化遺産等への興味関心をさらに高めるための取組が必要がある。</li> <li>・文化施設等においても、多言語による情報発信や文化施設内の展示を分かりやすくするなど国内外の方々へ文化芸術の理解を促進する取組が必要がある。</li> </ul> <p>【はなやか関西文化の道】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・東京オリンピック・パラリンピックの開催をターゲットに、平成29年度から3年間、首都圏において、はなやか関西「文化の道」フォーラムを開催し、関西文化への関心の喚起や知名度向上に取り組んだ。</li> <li>・今後は観光分野と連携し、効果的に関西文化の魅力を発信する機会を創出する必要がある。</li> </ul> <p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ICOM京都大会の機会を捉え、関西広域連合ブースを出展し、関西の文化施設の魅力を発信することができた。(令和元年)</li> <li>・観光分野と連携を強化し、文化を見せる文化観光の取組を進める必要がある。</li> <li>・文化施設の魅力発信をより強化・推進するため、内容の一層の充実に取り組む必要がある。</li> </ul>	

# 関西観光・文化振興計画 個票(案)

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

戦略テーマ	評価	取組内容	成果・課題	備考
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	△	<p>【KANSAI ONE PASS】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・JR西日本の「ICOCA」をベースに、各観光スポットの優待特典も付加した外国人専用IC乗車券「KANSAI ONE PASS」を平成28年4月から販売を開始した。販売枚数は、平成28年約6万枚、平成29年約17.4万枚、平成30年約8.6万枚、令和元年約4.9万枚。令和元年度より運営・管理を行う事務局業務を関西経済連合会から関西観光本部が引き継ぎ運営を行っている。</li> </ul> <p>【KANSAI Wi-Fi (official)】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・一度の認証で関西各地のさまざまな無料Wi-Fiの利用が可能となるアプリ「KANSAI Wi-Fi (official)」の運用を平成28年10月に開始した。1年間でアクセスポイント数は24,000ヶ所から27,000ヶ所へ、アプリのダウンロード数は平成28年27,000DL、平成29年64,000DL、平成30年80,000DL、令和元年89,000DLと増加している。アプリのログデータを活用した訪日外国人旅行者の導線や滞在を可視化させたツール(ダッシュボード)を関西観光本部において、本格運用している。関空でのアプリの利用を呼びかける英語と中国語のポスター掲示やチラシの配布、特設ブースの設置でPRをした。また、WEB用のバナーをつくり、関西観光本部のWEBと連携した紹介も行った。</li> </ul>	<p>【KANSAI ONE PASS】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・関西への周遊を促進する取組として「KANSAI ONE PASS」を官民一体で実施できた。今後、外国人観光客の受け入れを拡大するため、「KANSAI ONE PASS」のエリアの拡大や関西国際空港への高速交通アクセスの向上など周遊力、滞在力を高める基盤整備を政府へ働きかけるとともに、関経連などとも連携し、より低料金での交通パスの提供を行うなど、一層の周遊環境の整備を進める必要がある。</li> </ul> <p>【KANSAI Wi-Fi (official)】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・関西への周遊を促進する取組として「KANSAI Wi-Fi(Official)」を官民一体で実施できた。「KANSAI Wi-Fi(Official)」が提供する公共無料Wi-Fiが、他の通信手段と併用して活用することで継続した通信環境の確保に効果があったが、運用開始から約4年が経過し、SIMの利用増加などにより、ダウンロード数は頭打ちになってきているため、更なる利便性の向上や、Wi-Fiのログから得られるビッグデータを活用した観光動向の分析やマーケティングなど更なる活用を検討していく必要がある。</li> </ul>	
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、安全・安心の確保、宿泊施設不足への対応	○	<p>【関西国際空港の魅力向上】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・関西国際空港の利便性や関西の魅力を海外の観光関係団体等へ売り込むトッププロモーション事業を関西エアポート等と連携して取り組んでいる。</li> </ul> <p>【観光案内標識等の多言語化】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・平成30年度及び令和元年度は、位置情報アプリを活用した関西各地の文化施設の多言語による紹介や、アニメキャラクターを活用した文化施設デジタルスタンプラリーを実施し、文化資源を活かした広域周遊観光の促進に努めた。</li> </ul> <p>【ムスリム対応】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・関西観光本部で、これまでにハラルやベジタリアンなど、多様な食習慣・食文化を持つ外国人旅行者の受入れ環境整備事業として、宿泊・飲食事業者を対象にセミナーを開催。平成30年度は「関西インバウンド交流会」の中で、観光関連事業者等を対象にセミナーを開催し、ムスリムに関する正しい知識と対応方法の普及に努めた。</li> <li>・ムスリムは宗派や地域等によって教義への解釈や実践方法が異なるため、ムスリムに関する正しい知識と対応方法の普及のため、観光関連事業者等を対象としたセミナー開催や、祈祷室設置や食事への配慮等、ムスリム向けの対応を行っている施設等について、関西観光本部のWEBで一元的に情報を提供した。</li> </ul> <p>【安全・安心の確保】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・関西観光本部のWEBにおいて、交通機関をはじめとした災害に関する情報のリンクを貼るなど、多言語で情報発信を行っている。</li> <li>・広域防災局が中心となり「関西広域帰宅困難者対策ガイドライン」を策定。その中で外国人観光客への情報伝達や一時避難対応など災害時における対応策を取りまとめるガイドラインを平成30年9月に策定した。</li> <li>・関西観光本部で、①災害時における、多言語のWEBへの各交通機関の運航情報や地震、台風、洪水等の災害情報のリンク、②平常時には、観光庁で制作の災害時情報アプリを海外の旅行博でPRするなどの取組を実施した。</li> <li>・平成30年度は日本のルールやマナーを丁寧に解説し、入国後の外国人観光客の障壁の解消と相互理解が深まることを目的とした動画を関西観光本部と連携して作成、関西観光本部のWEBや動画サイト等で公開した。各地の自治体・DMO・観光協会等で活用し、外国人観光客と受け入れ側の双方が気持ちよく過ごせる旅行環境づくりと、持続可能な観光に向けたマナー向上に取り組んだ。</li> <li>・令和2年度は、新型コロナウイルスに感染拡大を踏まえ、関西の安全・安心を訴求する広域観光PR動画の制作に取り組むとともに、各府県市の新型コロナウイルス感染防止対策に関するお知らせ等を一元化して関西観光本部のWEB等で発信している。</li> </ul>	<p>【関西国際空港の魅力向上】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・引き続き官民連携によるトッププロモーションを実施し、関西の玄関口である関西国際空港の利便性等をPRしていく必要である。</li> </ul> <p>【観光案内標識等の多言語化】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>位置情報アプリを活用した関西各地の文化施設の多言語化を図ることができた。今後、更なる文化施設の多言語化を進めるとともに、この位置情報アプリを活用した新たな事業展開を検討して行く必要がある。</li> </ul> <p>【ムスリム対応】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・インドネシアなど人口の多いイスラム圏の国やアラブ諸国のラグジュアリー層の観光客を取り組んで行くため、ムスリムに対応した関西の宿泊施設の紹介など、更なる情報発信に取り組んで行く必要がある。</li> </ul> <p>【安全・安心の確保】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・広域防災局や関西観光本部と連携し、安全・安心に関する様々な情報を外国人観光客等へ正しく伝えられるよう、情報収集とその発信に努めて行く必要がある。</li> </ul> <p>【宿泊施設不足への対応】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・稼働率に余裕のある旅館への宿泊や、都市部から地方部への分散など、広域的な観光ルートの提案により、関西各地への誘客に力を入れる必要がある。</li> </ul>	
③IoT・ビッグデータなどの新技術の活用	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>・令和元年度は関西観光本部において大手通信会社と連携し、「KANSAI Wi-Fi(Official)」のデータを活用した外国人観光客の動向調査を試行的に実施した。</li> <li>・「KANSAI ONE PASS」などの移動支援の取組の利便性向上を図るとともに、MaaS(ICTを活用したサービスとしての移動)の「先行モデル事業」の成果や国などの動向を注視しつつ、関西の経済界とも連携を図りながら、圏域内のスムーズな移動を支援するための方策について引き続き検討する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「KANSAI Wi-Fi(Official)」を活用し、観光動態の分析やマーケティングなど観光ビッグデータの活用を進めていくことが必要である。</li> <li>・MaaSなど国や民間の動きに注視しつつ、経済界とも連携し、MaaSの活用も含めた今後の周遊促進に向けた環境整備を検討していく必要がある。</li> </ul>	

## 関西観光・文化振興計画 個票(案)

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

戦略テーマ	評価	取組内容	成果・課題	備考
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	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>・関西観光本部と連携した周遊ルートの造成や観光プロモーション等による関西各地のPR、関西各地の魅力をWEB等で多言語による情報発信等、外国人観光客に関西一円への周遊を促す取組を実施した。</li> <li>・関西観光本部では「美の伝説」プロモーション事業として、中国、アメリカ、カナダ等の旅行会社、メディア、出版社等を招請して、ファムトリップを実施するほか、既存のWEB「KANSAI Window」やコンテンツを有効活用し、「美の伝説」関連情報を多言語で発信している。</li> <li>・関西観光本部では、訪日外国人旅行者の周遊促進のための宿泊滞在圏を形成する取組「プラスワントリップ・キャンペーン」事業を令和元年度より本格実施しており、第1弾として和歌山県、奈良県、三重県にまたがる「紀伊半島」エリアの魅力を紹介する特集を「The KANSAI Guide」に開設した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・これまでに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、平成29年度5件、平成30年度3件、令和元年度15件の旅行商品造成に繋がった。</li> <li>・一方で訪日外国人訪問率は、構成府県の格差が大きいため、更なる周遊促進に向けた取組を進めていく必要がある。</li> </ul>	
②「KANSAI」の世界への発信	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「関西」をさらに魅力ある観光圏としてアピールするため、近畿運輸局や関西経済界、旅行業団体等との連携のもと、海外へのトッププロモーションをこれまで13回実施した。</li> <li>・関西観光本部の旅行商談会や観光プロモーション、ファムトリップ(モニターツアー)等を通じて、関西の魅力発信に取り組んでいる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・トッププロモーションでは、外国の政府要人等ヘトプセールを行い、平成29年度のオーストラリアでのカンタス航空の新規就航や、平成30年度の中国での四川航空便の増便等につながった。</li> <li>・令和元年度のトッププロモーションでは、フランスのユネスコで関西の世界遺産のPRや文化資源の活用等について意見交換を行っており、観光だけでなく文化についても世界に発信することができた。</li> </ul>	
③「KANSAI国際観光YEAR」の展開	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>・令和元年度から令和3年度まで「ゴールデンスポーツィヤーズ」をテーマにしており、「ワールドマスターズゲームズ2021関西」や関西のスポーツ情報をはじめ、関西が世界に誇る魅力的な観光資源を紹介するガイドブックを作成し、トッププロモーションや関西観光本部が出展する旅行商談会等で配布した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・引き続き、世界にアピールできる関西の多様な魅力をオール関西で取り組み、KANSAIブランドを世界に売り込む必要がある。</li> </ul>	
④観光需要の創出と展開	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>・関西観光本部のWEBにおいて、関西の豊かな自然、世界遺産や日本遺産、国宝、重要文化財、伝統芸能・祭礼、食や文化体験など多彩な観光情報を発信するとともに、「プラスワントリップ・キャンペーン」事業をはじめ、観光プロモーションを展開するなど、関西の観光需要の創出に取り組んでいる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・これまでに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、平成29年度5件、平成30年度3件、令和元年度15件の旅行商品造成に繋がった。</li> <li>・引き続き、関西観光本部を中心に海外旅行博への出展やファムトリップなど関西ブランドを売り込み、観光需要の創出につなげていく必要がある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・プラスワントリップキャンペーン:関西観光本部が実施するインバウンド効果をオール関西で享受するため、外国人旅行者が滞在できるエリアを地域(自治体・DMO等)と関西観光本部が共同で磨き、発信し、誘客につなげる事業。</li> </ul>
V 旅行消費額拡大に向けた取組				
「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	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>・関西観光本部と連携した周遊ルートの造成や観光プロモーション等による関西各地のPR、関西各地の魅力をWEB等で多言語による情報発信等、外国人観光客に関西一円への周遊を促す取組を実施している。(再掲)</li> <li>・令和2年度は「KANSAI NIGHT MUSEUM」として、11月の「関西文化の日」に合わせた取組を推進した。</li> <li>・関西観光本部において一般社団法人キャッシュレス推進協議会の団体会員に加盟。令和元年度はキャッシュレス化に関する情報を関西インバウンド交流会や全国通訳案内士等の研修を通じて周知した。キャッシュレス決済に関するセミナーを開催するなどキャッシュレス支払環境の推進を図っている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・関西観光本部のWEB「The KANSAI Guide」を令和元年度に開設し、観光地だけでなく文化体験やアクティビティ、グルメなど幅広い関西の魅力を発信しており、関西の魅力を紹介する動画発信では、1,000万件を超える高いアクセス数になっている。</li> <li>・キャッシュレス化の推進に向けた機運の醸成や観光事業者への啓発に関する取組を進めていく必要がある。</li> </ul>	

## 関西観光・文化振興計画 個票(案)

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

戦略テーマ	評価	取組内容	成果・課題	備考
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の観光・文化振興	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>平成29年4月に官民連携による組織として関西観光本部を設立した。</li> <li>平成30年10月に関西観光本部において、行政、民間事業者等、DMO等が連携して取り組むべき観光事業のテーマ・方向性を取りまとめた「関西ツーリズムグランドデザイン2021」を策定するとともに、自治体や地域DMOと連携し、誘客ターゲット国に合わせた広域周遊ルートの造成や、観光プロモーションなど「プラスワン・トリップキャンペーン」事業を展開し、関西広域への周遊促進を強化している。</li> <li>関西観光本部において、近畿運輸局との包括連携協定の締結やUNWTOへの加盟及びロシア総会への参加など、国内外の観光組織とのネットワークを構築した。</li> <li>令和元年度は「The KANSAI Guide」を開発し、デジタルプロモーションによる情報発信を強化した。</li> <li>また、全国各地の広域連携DMO同士の連携を深め、課題の共有や共同での事業実施、政策要望等を目指す「広域観光振興団体ミーティング」を立ち上げた。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>各地域のDMOとの連携を進め、各地域の取組をベースに関西への誘客と周遊観光に取り組んできた。</li> <li>「プラスワン・トリップ・キャンペーン」事業をはじめ、観光プロモーションや情報発信など様々な取組において、各自治体やDMO等との連携を進めていく。</li> </ul>	
②旅行者の動向把握によるマーケットの創出	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>アジア太平洋研究所(APIR)と提携し、関西への外国人旅行者の動向に関する統計情報を毎月・四半期毎にレポートとして取りまとめ、WEB上で発信。また、関西観光本部において「KANSAI Wi-Fi(Official)」等で得られる外国人旅行者の移動等の動向情報の分析に取り組んだ。</li> <li>関西プロモーションオフィス(KPO事務所)4ヶ所(ソウル、北京、上海、香港)から、現地メディアの報道、現地での旅行関連の動向などの情報を毎月収集し、関西観光本部のWEBで「各地のKPOLレポート」として情報提供を行った。</li> <li>オウンドメディアに蓄積されたデータの分析結果を会員を含めた関係者に提供した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「KANSAI Wi-Fi(Official)」及び「KANSAI ONE PASS」のデータを活用した外国人観光客の動向調査等、関西広域への周遊拡大に向けたマーケティング基礎データの収集・分析を行い、関西一円の周遊観光への取組に活かしていく。</li> </ul>	
③「関西文化の日」などを通じた文化に親しむ機会の充実	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>毎年11月に「関西文化の日」を実施するなど、関西文化に親しむ取組を継続してきた。</li> <li>令和元年は、9月に「関西文化の日プラス」として、11月の通常開催とは別に関西圏域の文化施設の入館料を無料とする取組を実施した。</li> <li>令和2年は「KANSAI NIGHT MUSEUM」として、11月の「関西文化の日」に合わせた取組を推進した。(再掲)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「関西文化の日」や「関西文化の日プラス」を実施し、関西の博物館・美術館に親しむ機会を提供することができた。</li> <li>文化施設におけるリピーターを増やす取組が必要</li> <li>多言語により情報発信や文化施設内の展示を分かりやすくするなど、国内外の方々に文化芸術への理解を促進する取組が必要</li> </ul>	
④国・地域別での誘客戦略の推進	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>関西を訪れる外国人の動向を各種統計資料の調査分析によって把握するとともに、観光客の観光ルートや消費実態に関する声を対面アンケート調査を行い、外国人旅行者の観光ニーズの実態を分析等、様々な調査へ活かしている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>関西観光本部を中心にオール関西で迅速的効果的に施策を推進し、海外向けの観光プロモーション、マーケティング、共通基盤サービスの提供、人材育成、さらには文化振興や情報発信を行なっており、引き続き、国・地域別の誘客戦略を検討していく必要がある。</li> </ul>	
⑤SNS等の多様な発信手段によるKANSAI WEB戦略	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>関西観光本部において、令和元年度に「The KANSAI Guide」を開発し、デジタルプロモーションによる情報発信を強化した。(再掲)</li> <li>「関西文化.com」やSNS等を通じて、関西の文化施設や自治体、文化団体等の催し等芸術文化情報を国内外に発信した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>平成30年度に関西広域連合の情報発信サイトを関西観光本部のWEBに統合し、情報発信の一元化を図った。</li> <li>今後WEBに蓄積されたデータの分析を行い、観光のマーケティングに活かしていく必要がある。</li> </ul>	

## 関西観光・文化振興計画 個票(案)

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

戦略テーマ	評価	取組内容	成果・課題	備考
Ⅶ 今後のさらなる展開				
①IR法等を見据えた観光・MICEの連携	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>平成29年度からKANSAI統合型リゾート研究会(IR研究会)を再開した。観光客の増加による観光収入の増加や、雇用の増加など経済効果が期待できる反面、カジノの設置に伴うギャンブル依存症、青少年健全育成への影響、マネーロンダリングなどの不法行為、防犯面での懸念について研究し、その結果を受け、同年8月、関西広域連合として内閣官房等関係省庁に対し提言を行った。</li> <li>平成30年7月に特定複合観光施設区域整備法が成立したことから、同年11月に研究会を再開し、IR施設の持っている集客力を最大限に活かして効果を拡大するのか、デメリットとして懸念されているギャンブル依存症などについて、どう広域的にその対策を講じるかについて議論した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>IRの具体的な立地の動きや国の動きを見ながら、懸念されている影響を最小限に抑える一方で、関西一円への広域周遊を促し、設置のメリットを最大限に活かせるような具体的な施策について検討を深めて行く必要がある。</li> </ul>	
②2025年国際博覧会の誘致と、連携した誘客	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>関西観光本部を中心に、海外プロモーションや旅行博などの機会を通じて万博を前面に出した関西PRを展開する。ものづくり企業や研究機関などと協力をし、会場と企業等をつなぐ周遊ルートの造成や、豊かな文化資源を巡る広域周遊ルート「美の伝説」とを結ぶルートの造成等を行い、関西の強みや魅力を感じながら広域周遊をする準備を進めた。</li> <li>令和元年度は関西観光本部と連携し、観光プロモーションや旅行博、関西観光本部のWEB等を通じて、大阪・関西万博の情報発信をした。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>平成30年に大阪・関西万博の開催が博覧会国際事務局(BIE)の総会で決定した。</li> <li>大阪・関西万博で訪れた観光客が関西一円を周遊できるように、各構成府県市や組織委員会と連携し、関西の観光資源の掘り起こしや万博会場を核に各地域を周遊できるルートの開発、関西各地域の魅力が多言語で発信するなど、ゴールデンスポーツイヤーズからの取組を活かし、更なる周遊の促進に向けた環境整備に取り組む必要がある。</li> </ul>	
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	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>関西観光本部と連携し、ラグビーワールドカップ2019やWMG2021の開催決定を契機とした観光プロモーションを展開した。</li> <li>ラグビーワールドカップ2019の関西会場を結ぶ周遊ルートの紹介や、スポーツをテーマに各府県市のスポーツ施設、スポーツイベント等を取りまとめた冊子やWEBで情報発信を行うなど、関西のスポーツの認知向上と誘客促進に向けた取組を推進した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>新型コロナウイルスの影響で延期となったWMG2021や東京オリンピック・パラリンピックに向けて、引き続き、スポーツ・ツーリズムを推進する。</li> <li>スポーツ関係団体等のネットワークを活かした関西の魅力発信などスポーツ分野との連携を強化していく必要がある。</li> <li>今後、ゴールデン・スポーツイヤーズでの取組を検証し、大阪・関西万博へ繋げて行く必要がある。</li> </ul>	
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	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>全国通訳案内士のみならず、地域通訳案内士や資格を有しないガイドにも対象を拡大して研修を実施し、関西の通訳案内士のレベルアップを図った。また、通訳案内士法改正に基づき、無資格の通訳案内士も有料での業務が可能になったため、スキルの一つの指標となるよう、参加者に修了書を発行している。</li> <li>ジオパークの職員を研修会に派遣し、参加者にジオパークに関する知識を深めた。</li> <li>令和元年3月に関西観光本部のWEB上で、有資格者の積極的な活用を目的に外国人旅行者を対象に全国通訳案内士を紹介するサイトを構築した。</li> <li>通訳案内士の研修会において、令和元年度は能楽師、令和2年度は茶道の講師を招請するなど文化に関連する体験型の研修項目を強化し、令和2年度は、WMG2021をテーマとしたガイド研修を行った。</li> <li>令和2年度は関西観光本部において、富裕層の外国人観光客をターゲットに、通訳案内士の方々から直接ガイドツアーを造成・販売できるスキームを構築中である。</li> <li>「はなやか関西「文化の道」フォーラム」において、若手文化人材の発表の機会を提供した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>関西を訪れる外国人観光客が安心して観光を楽しめるよう、研修の実施などによる通訳案内士等のガイドの質の向上を図り、通訳案内士と旅行会社や外国人観光客とのマッチングの仕組みづくりを進めた。今後、関西広域連合で登録されている通訳案内士の活用を図るための取組が必要である。</li> <li>関西各地の地域芸能の担い手や芸術文化の若手を活用し、地域の子どもたちに生活文化や伝統文化の学習の場を提供するなど、観光や文化で活躍できる人材の育成を図る。</li> </ul>	