

「関西観光・文化振興計画」の主な改定箇所

【旧】現行計画（H28.8 一部改定）	【新】次期計画（最終案）
※国際観光と文化振興を融合し、項目順についても見直し 下線部が新規及び見直した部分	
【現状と課題】 (1)国際観光 ① 現状 国際観光の振興が、関西の経済活性化に不可欠なものと位置づけて取り組む必要がある。 (2)文化振興 ① 現状 関西から日本全体を元気にすることを目指した「文化力」を発信するための各種取組が幅広く展開されてきたものの、まだ緒に就いたところと言っても過言ではない。	
【現状と課題】 (1)現状 国際観光の振興が、関西の経済活性化に不可欠なものと位置づけて、今後開催されるラグビーワールドカップ 2019、東京 2020 オリンピック・パラリンピック、ワールドマスタースゲームズ 2021 関西などの大規模スポーツイベントを活用しながら取り組む必要がある。 文化庁の全面的な移転が決定し、平成 29（2017）年 4 月には文化庁地域文化創生本部が設置されたところであり、関西から日本全体を元気にすることを目指した「文化力」を発信するとともに、文化芸術基本法の基本理念を踏まえ、文化資源を活用した文化観光をはじめ、各分野と連携した新しい文化行政を推進する必要がある。 なお、急激に外国人観光客が増加する中で、外国人観光客の誘客促進には、多言語化対応をはじめとする受入環境が整っている必要があり、今後、旅行目的の多様化やF I Tの増加に伴う旅行の質の変化にも対応したインフラ整備等が必要である。	
(1)国際観光 ② 課題 国際観光の新しいステージを迎え、観光市場や旅行スタイルの変化などの課題に速やかに対応していくことが求められている。 【インバウンド市場の変化】 国や地域の特性も踏まえた対応や FIT 対策の強化等が必要。 【戦略的マーケティングの必要性】 訪日観光客が多い東アジア、今後の成長が期待できる東南アジア諸国等を重点マーケットとして対応していくことや、的確なマーケティングが必要。 【関西ブランドの構築と発信】 知名度が低い「KANSAI」を国際的なブランドとして確立していくことが必要。 【外国人観光客の受入体制の整備】 関西国際空港の利便性等を高めることや、多言語対応や通信環境の改善、交通の利便性向上、ムスリム旅行者への対応など、受入環境の整備が必要。 (2)文化振興 ② 課題 関西が文化力をさらに高めていくためには、時代を超えて受け継がれてきた様々な文化資源の輝きを守り、その魅力を一層向上させるとともに、内外に発信し、次世代に継承・発展させるなど文化の底上げを図ることが必要である。 (3)東京オリンピック・パラリンピック等に向けて 国の目標達成に向けては、外国人観光客を、いかに地方に分散させ、日本全体でもてなしていくかが重要。2020 年の東京オリンピック・パラリンピック等は関西にとっても絶好の機会であり、積極的な取組を進める必要がある。	(2)課題 観光客が急増する中、平成 31(2019)年から平成 33(2021)年の間に複数の大規模スポーツイベントの開催が決定し、これに対応していくことが急務となっている。計画の目標である入込客数の増加や観光を産業として発展させる旅行消費額の増加を念頭に、誘客推進や受入環境の整備をはじめ、関西の豊かな文化資源の活用や、観光市場・旅行スタイルの変化、新たなターゲット層の台頭、観光客の嗜好やニーズの多様化、インフラ整備などの課題に速やかに対応していくことが求められている。 また、文化芸術基本法の基本理念を踏まえた連携や文化財の保護から活用へ新しい文化行政が求められる中で、関西の観光戦略も検討していく必要があり、関西が文化力をさらに高め、時代を超えて受け継がれてきた様々な文化資源の輝きを守り、その魅力を一層向上させるとともに、国内外に発信し、その積極的活用を図っていく必要がある。 【解決に向けた方向性】 ●ラグビーワールドカップ 2019、東京 2020 オリンピック・パラリンピック、ワールドマスタースゲームズ 2021 関西に向けて ラグビーワールドカップ 2019 等は、スポーツを通じた観光誘客を進める大きな契機であり、誘客策や環境整備等を進めることが必要。 ●文化芸術資源の活用による観光と文化振興の相乗効果 文化資源を広域観光資源として誘客を進めるための魅力の発信等を行うこと、世界遺産等の文化の力を結集して活かすことが必要。 ●外国人観光客の受入体制の整備 「KANSAI ONE PASS」「KANSAI Free Wi-Fi(Official)」や、外国人観光客が安心・安全に観光を楽しむための整備が必要。 ●関西ブランドの構築と発信 知名度が低い「KANSAI」を国際的なブランドとして確立していくことが必要。国・地域の特性を踏まえた対応、FIT対策の強化が必要。 ●旅行消費額の拡大 旅行者を増やすだけでなく、関西全域で旅行消費額を拡大させることを念頭に置いた取組が必要。 ●戦略的マーケティングの必要性 関西観光本部の体制整備を一層進めていくこと、新たなターゲット層への対応、的確なマーケティングによる誘客等が必要。 【本計画の期間後の展開】 国の特定複合観光施設制度や構成府県市の動きを踏まえた検討が必要。観光文化振興との関わりで、これまでと異なる産業分野の展開等に対応できる人材育成が必要。

(1) 國際觀光

I 「KANSAI」を世界に売り込む

-
- ①関西の魅力あるオリジナルを世界に発信
「KANSAI」の世界への発信、他の観光圏と連携した広域ツアールートの確立、関西の放送コンテンツの発信
- ②関西文化を世界に売り込む
イベント情報・グルメツアーの発信、美術館等のガイドツアー等の推進
- ③「KANSAI 国際観光 YEAR」の展開
関西の多様な魅力の「KANSAI 国際観光 YEAR」を通じた展開
- ④世界水準の広域観光周遊ルートづくり
バリエーションのある周遊ルートづくり、体験プログラム等の情報発信
- ⑤文化財等の観光資源としての開花
文化財や公的施設の観光コンテンツとしての質の向上
- ⑥文化観光の推進
関西の文化の発信による文化観光の推進

Ⅱ 新しいインバウンド市場への対応

- ①観光需要の創出と展開
見どころのタイムリーな発信、生活の魅力のアピール、関西クールジャパンの展開、「地質の道」等の観光、統合型リゾート施設(IR)の検討
- ②MICE の取組強化
関西を一つのエリアとする、広域的な KANSAI MICE の誘致
- ③新しい市場への対応
FIT へのアピール、更なる増加が見込まれる国へのプロモーション等

Ⅲ 的確なマーケティング戦略による誘客

- ①国・地域別誘客
観光周遊型や歴史・生活文化体験型など、国・地域別の情報発信等
- ②関西の魅力分析からマーケットを創出
外国人旅行者の動向把握、マーケットへの対応強化
- ③KANSAI WEB 戦略
SNS 等、多様な発信手段による誘客、WEB の多言語化

IV 安心して楽しめるインフラ整備の充実

- ①関西国際空港の魅力向上
関西国際空港のアクセス向上、路線の拡大、到着時免税制度の導入
- ②おもてなし・利便性の向上
無料 Wi-Fi 利用エリアの拡大や認証手続きの簡略化、観光案内標識等の多言語対応、「KANSAI ONE PASS」の利用促進、ムスリム対応の拡大、免税店の拡大、クレジットなど決済環境の整備
- ③安心・安全の確保
外国人観光客の安心・安全確保の取組の推進
- ④人材育成
観光を支える人づくりの推進
- ⑤新たなゲートウェイからの誘客
地方空港やクルーズ船の寄港など、新たなゲートウェイからの誘客促進
- ⑥宿泊施設不足への対応
宿泊施設の誘致、外国人観光客の地方への誘導等による分散化

(2) 文化振興

I 関西文化の魅力発信

- ①「関西文化」の認知度とイメージの向上
 関西の文化芸術資源をテーマでつなぐ「文化の道」事業の展開、芸術文化情報の全国発信、関西ゆかりの日本文学の舞台の地からの発信
- ②連携交流による関西文化の一層の向上
 「関西文化の日」の実施、「関西元気文化圏推進フォーラム」の開催、無形文化遺産や記憶遺産等も含めた観光周遊ルートの確立

Ⅱ 関西文化の継承とプラットフォームづくり

- ①関西文化の次世代継承と人材育成
次世代継承・人材育成事業等の東京オリンピック・パラリンピック等に向けた取組の一環としての実施、アートマネージャー等の人材育成
- ②情報発信・連携交流支援・人づくりを支える環境(プラットフォーム)づくり
はなやか関西・文化戦略会議の一層の活用

(3) 東京オリンピック・パラリンピック等に向けて

- ①国とも連携した関西文化プログラムの実施
新しい関西文化の創造の検討、関西文化首都年事業の実施、古典楽劇のゆかりの地での上演、統一的な名称を冠した各地の催しの発信
- ②戦略的誘客
関西ワールドマスタースゲームズ 2021 組織委員会と連携した PR
- ③オリンピック後にも活かせる環境の整備
既存施設の国際化対応
- ④人材育成
観光プロデューサー等の人材やボランティアの育成

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
イベントに合わせた誘客、WMG組織委員会との連携、国際博の誘致
- ② 文化プログラムの推進
関西文化の創造、関西文化に親しむ機会の提供、伝統芸能の活用
- ③ スポーツ・ツーリズムの推進
スポーツ・アクティビティの掘り起こし、情報発信、施設の多言語対応

Ⅱ 文化力の向上と文化観光の推進

- ①「文化首都」関西の世界への発信
アジアの文化首都のイメージの発信、文化庁と連携した取組の推進
- ②文化力の向上
「文化の道」事業の展開による関西文化の認知度向上
- ③歴史的な観光ルートを開発
文化遺産を結ぶ歴史的・文化的ストーリーの発掘等によるルートの開発
- ④文化的価値の再発見等による観光資源化の推進
活用可能な庭園・建築物や伝統文化体験等の観光資源化の推進
- ⑤文化財等の観光資源としての磨き上げ
ARなど新技術を活用した多言語解説等の「魅せる文化財」づくり
- ⑥発信力の強化
美術館や博物館、伝統芸能の舞台等の外国人が鑑賞しやすい環境整備

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観光インフラのさらなる整備
「KANSAI ONE PASS」「KANSAI Free Wi-Fi (Official)」の利便性向上
- ②関西国際空港の魅力向上
関西国際空港のアクセス向上、新規路線の開設・拡大
- ③おもてなし・利便性の向上
観光案内標識等の多言語対応の強化、ムスリム対応の拡大
- ④安心・安全の確保
外国人観光客の安心・安全確保の取組の推進
- ⑤新たなゲートウェイからの誘客
地方空港やクルーズ船など、新たなゲートウェイからの誘客促進
- ⑥宿泊施設不足への対応
地方、旅館等への誘導等による分散化、優良な民泊の情報発信等
- ⑦新技術を活用した安全体制確立の検討
IoT やビッグデータなどの活用方法の検討
- ⑧規制改革・権限移譲等
新しいビジネスの成長につながる規制緩和等の国への要望

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
文化財の活用等による周遊ルートづくり、体験プログラムの充実等
- ② 関西全体の魅力あるオリジナルを世界に発信
「KANSAI」の世界への発信
- ③ 「KANSAI 国際観光 YEAR」の展開
関西の多様な魅力の「KANSAI 国際観光 YEAR」を通じた展開
- ④ 観光需要の創出と展開
見どころのタイムリーな発信、「地質の道」など新たな観光スタイルの確立
- ⑤ 新しい市場への対応
FIT へのアピール、増加が見込まれる国等へのプロモーション等

V 旅行消費拡大に向けた取組

- ①旅行消費単価の上昇
滞コト消費のアピール強化、夜間営業施設等の情報発信
- ②決済環境の整備
免税店の拡大、決済環境の変化に対応した整備

VI 関西観光本部を中心とした推進体制の確立

- ① 関西観光本部によるマネジメント
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 マーケットの創出
外国人旅行者の動向把握
- ③ 文化に親しむ機会の充実
「関西文化の日」を通じた誘客促進
- ④ 国・地域別誘客戦略の推進
把握したマーケットの動向による、国・地域別戦略の推進
- ⑤ KANSAI WEB 戦略
多様な発信手段を用いた誘客、芸術文化情報の発信

VII 今後のさらなる展開

- ① 特定複合観光施設制度について
IR実施法の内容等を踏まえた広域的な観光・MICEの連携
- ② 2025 年国際博覧会との連携
大阪誘致の取組、開催決定後の連携した誘客促進
- ③ 国際的なスポーツイベントでの取組の継続
観光誘客のノウハウなどの取組のレガシーとしての継続・発展
- ④ 次世代を担うプロデューサーの育成
プロデューサー等、若手の人材が活躍できる環境づくり
- ⑤ 教育機関との連携
観光学部 の 学生等、観光産業で活躍できる人材の育成
- ⑥ 通訳案内士やボランティアの育成
通訳案内士のスキルアップ研修、WMGに向けたボランティアの育成