

日本版DMO形成・確立計画

1. 日本版DMOの組織

申請区分	広域連携DMO	
日本版DMO候補法人の名称	一般財団法人関西観光本部	
マーケティング・マネジメント対象とする区域	福井県、三重県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県、鳥取県、徳島県	
所在地	大阪府大阪市北区中之島2丁目2番2号 大阪中之島ビル7階	
設立時期	2017年4月1日	
職員数	28名	
代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者）※必ず記入すること	（氏名） 松本 正義 （出身組織名） （公社）関西経済連合会 会長、住友電気工業株式会社 会長	関西に於いて経済活動を展開している企業、団体、学校法人等で構成される総合経済団体、「関西経済連合会」（関経連）のトップとして、日本経済・関西経済の活性化に向けた多様な事業活動、政策提言、情報発信等を行っており、多方面で成果を挙げている。当本部の理事長を務める。
各種データの分析・収集等（マーケティング）の責任者（専門人材）※必ず記入すること	（氏名） 桑原 宗久（専従） （出身組織名） （株）電通	（株）電通に31年間勤務。コミュニケーション領域に関わる幅広い知見と、データドリブンマーケティングを基軸としたプロモーションプランニング、アイデア創出の能力を持つ。
各部門（プロモーション）の責任者（専門人材）	（氏名） 吉永 和浩（専従） （出身組織名） 近鉄グループホールディングス株式会社	近畿日本鉄道株式会社に長年勤務し、鉄道、不動産、イベント、内部監査等の業務に従事。観光や交通に関する事業全般に幅広い知識と経験を持つ。2019年4月に関西観光本部のプロモーション部長に就任。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	<ul style="list-style-type: none"> ・ 関西広域連合 広域観光・文化・スポーツ振興局（全般） （※関西広域連合には滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県、鳥取県、徳島県、京都市、大阪市、堺市、神戸市が加盟） ・ 福井県 観光営業部 観光振興課（全般） ・ 三重県 雇用経済部 観光局 海外誘客課（全般） 	
連携する事業者名及び役割	<ul style="list-style-type: none"> ・ 当本部会員企業196社 ・ 関西経済連合会 ・ 関西経済同友会 ・ 京都経済同友会 ・ 神戸経済同友会 ・ 大阪商工会議所 ・ 京都商工会議所 ・ 神戸商工会議所 ・ 堺商工会議所 ・ 京都府商工会議所連合会 ・ 大阪府商工会議所連合会 ・ 兵庫県商工会議所連合会 ・ 滋賀県商工会議所連合会 ・ 奈良県商工会議所連合会 ・ 和歌山県商工会議所連合会 ・ 鳥取県商工会議所連合会 ・ 徳島県商工会議所連合会 ・ 福井県商工会議所連合会 ・ 三重県商工会議所連合会 ・ 日本旅行業協会関西支部 ・ 日本観光振興協会関西支部 ・ 関西エアポート株式会社、 ・ びわこビジターズビューロー ・ 京都府観光連盟 ・ 大阪観光局 ・ ひょうごツーリズム協会 ・ 奈良県ビジターズビューロー 	

(別添) 様式 1

	<ul style="list-style-type: none"> ・和歌山県観光連盟 ・鳥取県観光連盟 ・徳島県観光協会 ・福井県観光連盟 ・三重県観光連盟 ・京都市観光協会 ・京都文化交流コンベンションビューロー ・堺観光コンベンション協会 ・神戸国際観光コンベンション協会 ・歴史街道推進協議会 ・関西・大阪 21 世紀協会 (いずれも全般) 																								
<p>官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み</p>	<p>(該当する要件) ①③④</p> <ul style="list-style-type: none"> ・当本部の理事には関西の経済団体、行政、民間事業者の代表者が就任しており、理事会、評議員会の場で合意を図りながら事業を進めている。 ・関西地域内のDMOとの意見交換会を近畿運輸局と共同で定期的を実施しており、地域連携DMO、地域DMOとの連携体制も整っている。また、「観光ビジョン推進関西ブロック戦略会議」にも加盟しており、関係団体との連絡調整も進められる。 ・加えて、近畿運輸局と当本部の間で、包括連携協定「はなやかKANSAI 観光推進パートナーシップ協定」を2017年4月に締結しており、その実効力も担保されている。 ・また、2018年10月には、関西のインバウンドに関わる産学官の多様なステイクホルダーで構成された会議体により、中期的な関西全体の戦略となる「関西ツーリズムグランドデザイン2021」を策定。合意を形成している。 ・その他、個別事業で官民・産業間・地域間の具体的な連携も進めている。 																								
<p>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</p>	<p>年1回、関西の自治体、観光関連事業者等を対象としたイベント「関西インバウンド交流会」を開催(2018年度は約1,400人が参加)。</p> <p>同交流会では観光地域づくりに寄与する施策、商品、サービス等を紹介するとともに、セミナーも実施、関西全体の意識底上げに貢献している。</p>																								
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>(活動の概要)</p> <p>当本部は2017年4月に(一財)大阪湾ベイエリア開発推進機構と関西国際観光推進本部が統合して発足、関西広域連合および関西経済連合会を中心に、官民が協働で関西広域への外国人旅行客の誘客、周遊促進に取り組んでいる。</p> <p>また、関西の文化振興事業(美術館や博物館等を無料開放する「関西文化の日」の実施や「関西元気文化圏賞」表彰等)にも取り組んでいる。</p> <p>2018年10月には、関西のインバウンドに関わる産官学の有識者で議論を行ない、関西全体の中期的なインバウンド戦略となる「関西ツーリズムグランドデザイン2021」を策定。目指す姿を「The Exciting Journey, KANSAI」(=ワクワク、ドキドキするような周遊を楽しめるエリア)とし、5つの重点テーマを設けて、オール関西で活動を進めている。</p> <p>(定量的な評価)</p> <p>これまでの関西広域における外国人旅行客の動向は次のとおり。</p> <table border="1" data-bbox="459 1653 1409 1794"> <thead> <tr> <th></th> <th>2013年</th> <th>2014年</th> <th>2015年</th> <th>2016年</th> <th>2017年</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>外国人訪問率(%)</td> <td>33.3</td> <td>35.7</td> <td>40.0</td> <td>42.6</td> <td>42.1</td> </tr> <tr> <td>外国人旅行者数(万人)</td> <td>346</td> <td>478</td> <td>788</td> <td>1,022</td> <td>1,207</td> </tr> <tr> <td>外国人消費額(兆円)</td> <td>0.47</td> <td>0.71</td> <td>1.40</td> <td>1.58</td> <td>1.86</td> </tr> </tbody> </table> <p>(出所) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」(2017年)をもとに関西観光本部で推計</p> <p>当本部による主な海外プロモーションの実績(2017年)は次のとおり。</p> <p>旅行博・商談会 21カ国・地域にて25回実施 ファムトリップ 9カ国・地域対象に13回実施</p>		2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	外国人訪問率(%)	33.3	35.7	40.0	42.6	42.1	外国人旅行者数(万人)	346	478	788	1,022	1,207	外国人消費額(兆円)	0.47	0.71	1.40	1.58	1.86
	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年																				
外国人訪問率(%)	33.3	35.7	40.0	42.6	42.1																				
外国人旅行者数(万人)	346	478	788	1,022	1,207																				
外国人消費額(兆円)	0.47	0.71	1.40	1.58	1.86																				

(別添) 様式 1

<p>実施体制</p>	<p>(実施体制の概要)</p> <p>当本部は関西経済連合会会長をトップ(理事長)に、関西の経済界、行政の代表者が役員(理事)に就任し、理事会、評議員会にて合意を図りながら官民一体で事業を進めている。</p> <p>また、各省庁の地方支分部局もオブザーバーとして参画しているほか、近畿運輸局と当本部が共同で実施しているDMO連絡会議にて、関西の地域連携DMO、地域DMOとも連携を密にしている。</p> <p>当本部の実際の事業を実施する事務局は鉄道会社、旅行会社、広告代理店等の民間企業出身者、経済団体出身者、行政出身者で構成されており、全体戦略の企画立案部門と海外プロモーションの実行部門を中心に活動を展開している。</p> <p>(実施体制図)</p> <pre> graph TD HQ["一般財団法人関西観光本部 ○理事長: 松本正義 関西経済連合会会長 ○理事: 地元経済界・府県等の代表者等 関西全域を対象とした海外向けプロモーション、 共通基盤サービス整備等を実施"] Pref["地元府県等 関西広域連合(滋賀県、京都府、 大阪府、兵庫県、奈良県、和歌 山県、鳥取県、徳島県、京都市、 大阪市、堺市、神戸市)、福井 県、三重県"] Econ["地元経済団体 関西経済連合会、関西経済同 友会、京都商工会議所、大阪 商工会議所、神戸商工会議所、 堺商工会議所など"] Tourism["観光関連 団体・事業者等"] National["国 近畿の 地方支分部局"] DMO["地域連携DMO 地域DMO"] Pref -- 参考 --> HQ Econ -- 参考 --> HQ Tourism -- 参考 --> HQ National -.- オブザーバー -.-> HQ DMO -.- オブザーバー -.-> HQ </pre> <p>※観光政策を所管する国土交通省近畿運輸局とは包括連携協定「はなやかKANSAI 観光推進パートナーシップ」を2017年4月から締結しているほか、京都大学経営管理大学院経営研究センター、和歌山大学国際観光学研究センターとも連携協定を締結している。</p>
-------------	--

2. 日本版DMO候補法人がマーケティング・マネジメントする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



観光庁の「広域観光周遊ルート形成促進事業」にも認定されている以下の広域観光周遊ルート（美の伝説～THE FLOWER OF JAPAN, KANSAI～）における広域観光拠点地区や広域観光促進地域、五つの世界遺産、七つの絶景などの観光資源等を軸に観光資源の活用を図る。

広域観光拠点地区	
1.	古都奈良の文化財地区（春日大社、薬師寺、平城宮跡、奈良公園等）
2.	熊野地区（熊野古道、熊野三山、熊野本宮温泉郷、勝浦温泉、白浜温泉等）
3.	天橋立地区（元伊勢籠神社、傘松公園、智恩寺、智恵の輪灯籠、ビューランド展望台等）
4.	豊岡地区（城崎温泉、コウノトリの郷公園、玄武洞、城下町出石等）
5.	鳥取砂丘と山陰海岸ジオパーク地区（鳥取砂丘、浦富海岸、砂の美術館、岩井温泉、鳥取温泉、吉岡温泉、鹿野温泉、浜村温泉等）
6.	百舌鳥・古市古墳群周辺地区及び竹内街道地区（仁徳天皇陵古墳、応神天皇陵古墳、竹内街道、さかい利晶の杜、堺伝統産業会館等）
7.	彦根城と城下町地区（彦根城、玄宮楽々園、彦根城博物館、夢京橋キャッスルロード等）
8.	古都京都の文化財地区（清水寺、二条城等）
9.	大阪城エリア地区（大阪城公園等）
10.	六甲・有馬・北野地区（六甲山の1000万ドルの夜景、有馬温泉、北野等）
11.	鳴門・徳島地区（鳴門の渦潮、一番札所霊山寺、阿波おどり会館）
12.	小浜市、若狭町地区（熊川宿、瓜割の滝、若狭小浜食文化館）
広域観光促進地域	
1.	滋賀県（全域）
2.	京都府（全域）
3.	大阪府（全域）

(別添) 様式 1

4.	兵庫県 (全域)
5.	奈良県 (全域)
6.	和歌山県 (全域)
7.	鳥取県 (岩美町、鳥取市、八頭町、若桜町、三朝町、倉吉市)
8.	徳島県 (鳴門市、徳島市、松茂町、北島町、藍住町、板野町、上板町)
9.	福井県 (敦賀市、美浜町、若狭町、小浜市、おおい町、高浜町)
世界遺産	
1.	古都京都の文化財
2.	古都奈良の文化財
3.	法隆寺地域の仏教建造物
4.	姫路城
5.	紀伊山地の霊場と参詣道
絶景	
1.	天橋立
2.	大阪・神戸夜景
3.	鳥取砂丘
4.	彦根城
5.	三方五湖
6.	山陰海岸ジオパーク
7.	渦潮

主要観光地区・地域 (三重県)	
1.	伊勢・志摩地区 (伊勢神宮、おかげ横丁、ミキモト真珠島、鳥羽水族館、夫婦岩、英虞湾 等)
2.	伊賀上野・松阪地域

【区域設定の考え方】

2003年12月の関西国際観光推進センター（大阪湾ベイエリア開発推進機構の前身組織）の設立後、関西2府7県3政令市の連携体制で国際観光事業を長く実施しており、その後、堺市、鳥取県が加入し、2008年より現在の関西2府8県4政令市が連携した形での国際観光事業を実施している。本設定区域は互いに隣接した府県であり、自然、歴史、文化の面からも緊密な関係を有している。本設定区域については、関西として継続したプロモーション活動を展開しており、既に十分な連携実績を有している。

【観光客の実態等】

関西への外国人旅行者は堅調に増加している。

ただし、大阪市・京都市への「二極集中」状態が続いているため、周辺都市や関西域内の他県・市町村にも分散させ、関西が持つ多彩な観光資源の魅力をフル活用してさらに多くの外国人旅行者を獲得したい。

関西各府県への外国人旅客数の推移は次のとおり(単位：万人)。

	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
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

(別添) 様式 1

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) 日本政府観光局「訪日外客数」および観光庁「訪日外国人消費動向調査」より関西観光本部にて推計

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

関西には多種多様な観光施設、自然、文化等の観光資源が集積している（観光施設、自然、文化等の詳細については設定区域の表参照）。

大阪府、京都府、兵庫県を中心に多くの商業施設（大型小売店、専門店、商店街、市場等）も集積しており、ショッピングに対するニーズに応えることが可能である。

さらに、「ラグビーワールドカップ」（2019年）「ワールドマスターズゲームズ」（2021年）という世界的な大規模スポーツ大会の開催が予定されているほか、2025年には「日本国際博覧会」（大阪・関西万博）の開催も決定しており、これらの世界的イベントの観光資源としての活用が期待されている。

エリア内の百貨店一覧（日本百貨店協会加盟）

府県名	社名	店名
福井県	そごう・西武	西武福井店
三重県	近鉄百貨店	四日市店
	津松菱	
滋賀県	近鉄百貨店	草津店
	そごう・西武	西武大津店
京都府	ジェイアール 西日本伊勢丹	
	高島屋	京都店、洛西店
	大丸松坂屋 百貨店	大丸京都店、大丸山科店
	藤井大丸	
大阪府	近鉄百貨店	本店、上本町店、東大阪店、
	京阪百貨店	京橋店、くずは店、ひらかた店、守口店、すみのどう店
	大丸松坂屋 百貨店	大丸大阪・心斎橋店、大丸梅田店、松坂屋高槻店
	高島屋	大阪店、堺店、泉北店
	阪急阪神百貨店	阪急本店、阪神梅田本店、千里阪急
	エイチ・ツー・オー リテイリング	西武高槻店
兵庫県	大丸松坂屋 百貨店	大丸神戸店、大丸須磨店、大丸芦屋店
	エイチ・ツー・オー リテイリング	そごう神戸店
	そごう・西武	そごう西神店
	阪急阪神百貨店	西宮阪急、宝塚阪急、川西阪急、三田阪急、阪神・にしのみや、あまがさき阪神、阪神・御影
	山陽百貨店	

(別添) 様式 1

	加古川ヤマト ヤシキ	
奈良県	近鉄百貨店	奈良店、橿原店、生駒店
和歌山県	近鉄百貨店	和歌山店
鳥取県	鳥取大丸	
	米子高島屋	
	米子しんまち 天満屋	
徳島県	そごう・西武	そごう徳島店

(出所)日本百貨店協会 会員百貨店一覧 (2019年2月現在)

<スポーツ>

ラグビーワールドカップ (2019年) : 兵庫県神戸市、大阪府東大阪市

ワールドマスタースゲームズ関西 (2021年) : 関西全域

その他プロ野球、プロサッカー、プロバスケットボール等多数

<イベント>

日本国際博覧会(大阪・関西万博) (2025年) : 大阪府大阪市

その他文化、芸術、音楽等多数

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

府県名	府県別 宿泊施設タイプ別 宿泊施設数				会社・団体の 宿泊所
	旅館	リゾート ホテル	ビジネス ホテル	シティ ホテル	
福井県	470	10	70	10	20
三重県	450	80	240	10	140
滋賀県	150	30	90	10	50
京都府	580	30	140	60	70
大阪府	150	10	360	110	10
兵庫県	660	50	170	30	100
奈良県	140	0	20	10	20
和歌山県	310	30	70	0	20
鳥取県	170	10	90	30	20
徳島県	240	10	80	10	0
全区域合計	3,320	260	1,330	280	450

(出所)観光庁「宿泊旅行統計」(2018年12月)

【利便性：区域までの交通、域内交通】

海外から関西への玄関口として関西国際空港が整備されているほか、日本の大動脈である東海道・山陽新幹線の各駅も設置されており、国内他地域との往来も容易に可能である。

また、域内にはJR、私鉄、地下鉄が充実した路線網を持っているほか、バスも充実しており、容易な周遊が可能となっている。

なお、当本部では関西の鉄道9社局および関西経済連合会とともに、訪日外国人向けのIC乗車券「KANSAI ONE PASS」の販売を進めており、域内移動の快適性をより一層高められるよう努めている。

○区域までの交通

航空機(国際線)：関西国際空港、米子鬼太郎空港

船舶：大阪港、舞鶴港、神戸港、境港

鉄道(新幹線)：米原、京都、新大阪、新神戸、西明石、姫路、相生

○域内での交通

鉄道：大阪市高速電気軌道(Osaka Metro)、京都市営地下鉄、神戸市営地下鉄、西日本旅客鉄道、阪急電鉄、阪神電気鉄道、京阪電気鉄道、近畿日本鉄道、南海電気鉄道、山陽電気鉄道、神戸高速鉄道、北大阪急行電鉄、泉北高速鉄道 等

バス：大阪シティバス、京都市営バス、神戸市営バス、西日本JRバス、阪急バス、阪神バス、京阪バス、近鉄バス、南海バス、関西空港交通 等

【外国人観光客への対応】

当本部では、関西を訪れる外国人観光客の快適性・回遊性を高めるため、関西全域を対象とした共通基盤サービスの整備に取り組んでいる。

(具体例)

○ポータルサイト「The KANSAI Guide」(2019年3月～)

海外へのマーケティング調査をもとに構築したコンテンツ、ハイクオリティな観光動画、AIチャットボットによるコンシェルジュ機能等を搭載した、関西広域への周遊を促進するための訪日外国人旅行客向けポータルサイト。関西の観光情報を総合的に掲載。

○「KANSAI ONE PASS」の販売(2016年4月～)

JR西日本の「ICOCA」をベースに、関西各地の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。各私鉄、JR、地下鉄の駅等で販売。

○「KANSAI Wi-Fi」(2016年10月～)

一度の認証で、関西の自治体や鉄道会社等が整備している無料Wi-Fiにボタン一つで簡単に接続、無料でインターネット環境の利用が可能になるアプリ(Android版/iPhone版)。

○「おもてなしバッジ」の配布(2017年7月～)

自身が話せる言語を示したバッジを配布。街角で言葉が分からずに困っている外国人をボランティア的にサポートするしくみ。

○「多言語対応コールセンター」の設置(2017年10月～)

関西域内の観光事業者等が緊急的な通訳が必要な際に電話できる「多言語対応コールセンター」を設置。一部機械翻訳システムを導入し、シンプルかつ低コストに運営。

○「手ぶら観光」の普及(2017年11月～)

外国人向けに多言語での「宅配便利用マニュアル」を整備し、関西の宿泊施設等に配布。移動時の宅配便利用を促進し、外国人観光客の快適な移動をサポート。

○多様な食文化・食習慣の受け入れ環境の向上(2017年7月～)

ムスリムの方やグルテンフリーを必要とされる方等、多様な食文化・食習慣を持つ外国人観光客に対して適切な対応ができるよう、関西の観光事業者や飲食事業者向けのセミナーや啓発ツールの整備等を実施。

3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
関西地域の観光の統計に関するデータ（訪日外客数、外国人宿泊者数、空港・港別出入国者数、都道府県別訪問率等）	関西への外国人旅行者の来訪に関する全体像の把握	国および関係機関の公表データを収集、民間シンクタンクの協力の下、分析。
WEBサイト（The KANSAI Guide）へのアクセス状況	関西の持つ観光コンテンツによる海外からの訪関西意向に与える影響の把握	WEBサイトへの海外からのアクセスを解析。
「KANSAI Wi-Fi」のデータ	関西に於ける外国人旅行者の動態の把握	当本部、関西広域連合、関西経済連合会が進める「KANSAI Wi-Fi」アプリの使用データを収集。特に代表的な観光エリアについては時間帯別の行動等について、民間シンクタンクの協力の下、分析。
訪日外国人旅行者に対するヒアリング調査	関西に於ける外国人旅行者の動態、趣向の把握	各府県の観光地数ヶ所にて、実際に当地を訪問している外国人旅行者への対面ヒアリングを実施。行動パターン等、民間シンクタンクの協力の下、分析。
主要訪日市場に於ける関西関連の旅行商品データ	各国市場に於ける関西関連旅行商品の動向把握	当本部が海外に設置している拠点「関西プロモーションオフィス」(KPO)による情報収集
関西の観光資源に対する認知状況、要望事項等	関西に関する外国人旅行者の関心事項や各観光資源の認知度、課題等の把握	旅行博出展時、ファミトリップ実施時に参加者にアンケート調査を行ない収集

4. 戦略

(1) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p>強み (Strengths)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○有形・無形の国宝・重要文化財の約6割、日本の世界文化遺産の約5割が集中するなど、豊富な歴史・文化遺産を有する。 ○区域内に多様な観光資源(伝統・文化、食、自然、ショッピング、エンターテインメント等)が凝縮して存在し、かつ、四季それぞれの多様な表情を見せられることから、あらゆる観光のニーズに対応できる。 ○東京～関西のいわゆる「ゴールドルート」が確立しており、初めての訪日客への訴求力が高い。 	<p>弱み (Weaknesses)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○観光客、宿泊客の多くが大阪市・京都市に集中しており、関西域内の他府県市への回遊性を高める必要がある。 ○外国人観光客の急増にインフラが十分対応できていない(多言語への対応、交通機関でのトラブル等) ○東アジア、東南アジア方面からの外国人観光客が多く、欧州、米国、豪州等への新規開拓が十分できていない。 ○消費額の伸びが鈍化しており、消費機会の拡大が必要。
外部環境	<p>機会 (Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○関西国際空港におけるLCC等の就航拡大。 ○「G20大阪サミット」、「ラグビーワールドカップ」、「ワールドマスターズゲームズ」の開催、2025年「大阪・関西万博」の開催決定による日本・関西の世界的な露出度増と集客訴求力の高まり。 	<p>脅威 (Threat)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○地政学的リスクによる観光客への影響(中国、韓国からの来訪客の割合が高い)。 ○為替動向による訪日旅行条件の悪化。 ○人気のある都市への過度な集中による住民との摩擦、旅行者からの敬遠 ○バス、ホテル等の不足による機会損失。

(2) ターゲット

○第1ターゲット層 「戦略強化市場」 英国、ドイツ、フランス、イタリア、スペイン、北米(米国・カナダ)、オーストラリア
○選定の理由、○取組方針 欧州およびオーストラリアについては、滞在日数が長期となる傾向があること、又、欧米諸国の中で唯一100万人以上が来日している米国およびカナダについてもさらなる訪問客の拡大を図るため、「戦略強化市場」と位置づけ、最優先のターゲットとする。 2019年3月末から開設する新ポータルサイト「The KANSAI Guide」に於いても、この「戦略強化市場」へのモニター調査で明らかになった、訪日検討客の趣向をもとにコンテンツを構成し、この層の関西への引き込みを強化する。
○第2ターゲット層 「成長市場」 タイ、マレーシア、シンガポール、インドネシア、ベトナム、フィリピン、インド、ロシア
○選定の理由、○取組方針 近年、訪問客の増加が著しい東南アジア諸国等の国々を「成長市場」と位置づけ、ターゲットとする。 市場の嗜好に応じた観光コンテンツを中心に関西の魅力を発信し、新ポータルサイトによるデジタルプロモーションに加え、旅行博、ファミトリップ等のリアルプロモーションも合わせて活用し、関西の露出を増やしていく。
○第3ターゲット層 「再訪市場」韓国、中国、台湾、香港

(別添) 様式 1

<p>○選定の理由、○取組方針</p> <p>日本・関西から近い東アジアの韓国、中国、台湾、香港については、リピーターを増やしていく「再訪市場」と位置づけ、ターゲットとする。</p> <p>最新かつ多彩な関西の情報を常に発信してリピーター化、関西広域への周遊を促す。</p>

(3) コンセプト

<p>①コンセプト</p>	<p>The Exciting Journey, KANSAI</p>
<p>②コンセプトの考え方</p>	<p>「The Exciting Journey, KANSAI」とは、「ドキドキ、ワクワクするような周遊を楽しめるエリア」を意味する。具体的には、</p> <ul style="list-style-type: none">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 <p>の3点を指す。</p> <p>関西10府県には、海外での認知が高い京都市や大阪市をはじめとして、訪日客の多様な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とから、このポテンシャルとチャンスを最大限に活かさなければならない。</p> <p>当本部では、「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」という大目標を掲げ、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、概ね3年毎に「重点取組テーマ」を設定して取組を進める。</p> <p><2019～2021年の重点取組テーマ></p> <ul style="list-style-type: none">①基礎的データのリサーチ②京都市・大阪市への「二極集中」から広域周遊の拡大へ③“する/みるスポーツ”の観光コンテンツ化④すべての人に優しい旅行環境の整備⑤従来型にとらわれない、新たな情報発信

5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有	<p>当本部が掲げる戦略「関西ツーリズムグランドデザイン」は関西広域連合、関西経済連合会をはじめとする、関西広域の産学官の多様な関係者との合意の下で策定、共有されている（3年毎に見直し予定）。</p> <p>また、当本部の運営にも関西広域連合や関経連等が参画しており、戦略の実現にあたっては歩調を合わせて進めている。</p> <p>また、近畿運輸局等が主催し、定期的開催されている「観光ビジョン推進関西ブロック戦略会議」にも参画しており、各省庁の近畿地方支分部局や地域連携DMO、地域DMOとも共有している。</p>
観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築	<p>当本部では関西広域で外国人旅行客の受け入れ環境整備を進めるため、旅行客に寄与できる行政の施策、民間事業者の商品・サービスを集め、自治体や観光事業者等に広く周知する「関西インバウンド交流会」を年1回開催（2018年度開催分は約1,430名参加）、さらなる維持、向上を進めている。</p> <p>その他、統一交通ICカード「KANSAI ONE PASS」や「KANSAI Wi-Fi」、「多言語コールセンター」「おもてなしバッジ」等、当本部独自のサービスについても継続して実施している。</p>
一元的な情報発信・プロモーション	<p>「関西ツーリズムグランドデザイン2021」に基づき、域内の府県・市町村、観光事業者等と一体となって情報発信・プロモーションを実施している。2019年3月末には、インバウンド向けの新たな関西広域観光ポータルサイト「The KANSAI Guide」を開設。関西広域への周遊を促す動画等のコンテンツ、AIチャットボットの導入によるコンシェルジュ機能など、デジタルプロモーションにも新たに取り組む。</p>

6. KPI (実績・目標)

(1) 必須KPI

指標項目	単位	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
●旅行消費額 (外国人)	億円	13,908	15,964	18,592	23,000	26,500	30,000
●延べ宿泊者数 (外国人)	万人	1,592	1,745	1,766	2,700	3,200	3,700
●来訪者満足度 (外国人)	%	92.6	93.1	92.7	95.0	95.0	95.0
●リピーター率 (外国人)	%	46.3	45.3	46.8	48.0	49.0	50.0

※年次及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

関西経済連合会「関西広域観光戦略」(2015年2月)および、関西広域連合「関西観光・文化振興計画」(2018年3月改訂)で示された、関西の官民共通の数値目標(2020年)をそのまま踏襲。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

2015年の実績(約1兆3,900億円)に、想定している関西への訪日外国人旅行客数の伸び率(1,800万人/790万人)を乗じた数値。

●延べ宿泊者数

2015年の実績(1,592万人泊)に、想定している関西への訪日外国人旅行客数の伸び率(1,800万人/790万人)を乗じた数値。

●来訪者満足度

観光庁「訪日外国人消費動向調査」において、日本を来訪した外国人旅行客のうち(全目的)、「大変満足」または「満足」と回答した旅客の割合。

●リピーター率

観光庁「訪日外国人消費動向調査」において、関西を来訪した外国人旅行客のうち(全目的)、日本への来訪回数が2回目以上の旅客の割合。

(別添) 様式 1

(2) その他の目標

指標項目	単位	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
●関西への外国人訪問率	%	40.0	42.6	42.1	43.5	44.0	45.0
●関西への外国人旅行者数	万人	788	1,022	1,208	1,400	1,600	1,800

※項目及び年次・目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

<p>【検討の経緯】 関西経済連合会「関西広域観光戦略」(2015年2月)および、関西広域連合「関西観光・文化振興計画」(2018年3月改訂)で示された、関西の官民共通の数値目標(2020年)をそのまま踏襲。</p> <p>【設定にあたっての考え方】</p> <p>●関西への外国人訪問率 足下の状況を踏まえ、想定される伸びから目標値を置いたもの。</p> <p>●関西への外国人旅行者数 国の「明日の日本を支える観光ビジョン」(2016年3月発表)で示された、2020年時点の国全体の訪日外国人旅行者数の目標「4,000万人」に対して、目標とする訪問率45.0%を乗じたもの。</p>
--

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

(1) 収入

年度	総収入(円)	内訳
2016年度	20,936,925	【構成団体からの負担金】15,637,976 【事業収益】190,000 【利息等】5,108,949
2017年度	104,605,930	【構成団体からの負担金】74,095,820 【会費】22,309,000 【事業収益】2,374,600 【利息等】5,826,510
2018年度	253,000,000	【負担金・会費】111,000,000 【補助金】125,000,000 【雑収入等】17,000,000
2019年度	258,000,000	【負担金・会費】95,000,000 【補助金】120,000,000 【協賛金】35,000,000 【雑収入等】8,000,000
2020年度	330,000,000	【負担金・会費】97,000,000 【補助金】150,000,000 【協賛金】60,000,000 【雑収入等】23,000,000

(別添) 様式 1

(2) 支出

年度	総支出	内訳
2016年度	161,203,427	【事業費】117,349,938 【一般管理費】43,853,489
2017年度	169,028,447	【事業費】124,042,629 【一般管理費】44,985,818
2018年度	309,000,000	【事業費】249,000,000 【一般管理費】60,000,000
2019年度	345,000,000	【事業費】280,000,000 【一般管理費】65,000,000
2020年度	417,000,000	【事業費】352,000,000 【一般管理費】65,000,000

(3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

2018年度までは構成団体からの負担金と会員からの会費、国からの補助金の獲得に取り組んできた。2019年度以降は、これらに加え、事業ごとに企業等からの協賛金を得る取組も行なう。

8. 日本版DMO形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

関西広域連合（滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県、鳥取県、徳島県、京都市、大阪市、堺市、神戸市）および福井県、三重県は、当該府県及び市町村における広域連携DMOとして構成団体として参画する。

9. 記入担当者連絡先

担当者氏名	壺井 秀一
担当部署名（役職）	戦略企画部 調査役(総括)
所在地	大阪市北区中之島2丁目2番2号 大阪中之島ビル7階
電話番号（直通）	06-6223-5400
FAX 番号	06-6223-7205
E-mail	tsuboi-shuichi@kansai.gr.jp

10. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	関西広域連合（滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県、鳥取県、徳島県、京都市、大阪市、堺市、神戸市）
担当者氏名	山本 太郎
担当部署名（役職）	広域観光・文化・スポーツ振興局 観光課長付参事
所在地	京都市上京区下立売通新町西入藪ノ内町
電話番号（直通）	075-411-0620
FAX 番号	075-411-0621
E-mail	t-yamamoto58@pref.kyoto.lg.jp

都道府県・市町村名	福井県
担当者氏名	島田 英夫
担当部署名（役職）	観光営業部広域誘客課 課長
所在地	福井市大手3丁目17番1号
電話番号（直通）	0776-20-0699
FAX 番号	0776-20-0381
E-mail	h-shimada-xq@pref.fukui.lg.jp

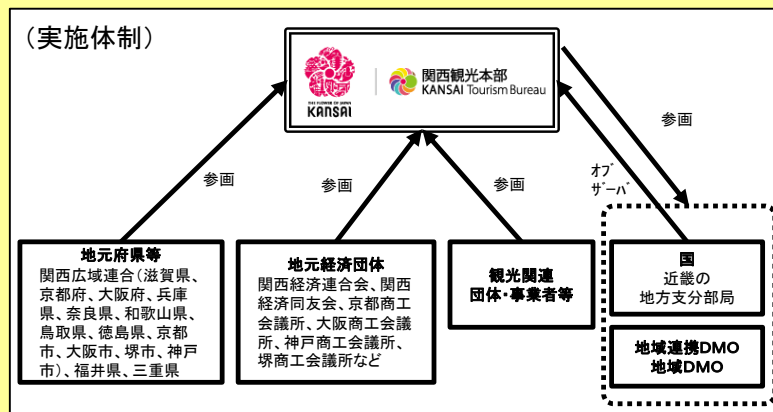
都道府県・市町村名	三重県
担当者氏名	谷 徳彦
担当部署名（役職）	観光局海外誘客課 主幹
所在地	津市広明町13番地
電話番号（直通）	059-224-2847
FAX 番号	059-224-2801
E-mail	tanin00@pref.mie.jp

The Exciting Journey, KANSAI

～ドキドキ、ワクワクするような周遊を楽しめるエリア～

(KPI(実績・目標)) ※訪日外国人旅行者のみを対象

	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
旅行消費額	15,964 億円	18,592 億円	23,000 億円	26,500 億円	30,000 億円
延べ宿泊者数	1,745 万人泊	1,766 万人泊	2,700 万人泊	3,200 万人泊	3,700 万人泊
来訪者満足度	93.1%	92.7%	95.0%	95.0%	95.0%
リピーター率	45.3%	46.8%	48.0%	49.0%	50.0%



【区域】
福井県、三重県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県、鳥取県、徳島県
【設立時期】 2017年4月1日
【代表者】 理事長 松本正義
(公益社団法人関西経済連合会 会長)
【マーケティング責任者】 プロモーション部長 桑原宗久
【職員数】 28名
【連携する主な事業者】
関西経済連合会、関西経済同友会、京都・大阪・神戸・堺の各商工会議所、会員企業196社

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行ない、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定量的・定性的調査を実施。

- 関西全体に係るマーケティング基礎データの基盤整備及び統計分析
- 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 など

「二極集中」から広域周遊の拡大

関西に凝縮している多様な観光資源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、関西広域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実施。

- 関西内で選定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」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者向けの活用
- 「大阪・関西万博」をキーコンテンツとした関西広域のプロモーション方針の策定 など



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実施。
○「スポーツ」によるテーマツーリズムの推進
○国際的スポーツイベント(RWC、WMG等)を起点とした広域周遊ルートの方策 など

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を整備。
○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
○災害時や救急時の外国人旅行者向けの適切な情報提供 など

従来型にとられない、新たな情報発信

関西広域の情報を総合したデジタルプロモーションの展開。
○新ポータルサイト「The KANSAI Guide」による、デジタルプロモーション＆マーケティング など