様式１

観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年７月２８日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	広域連携ＤＭＯ･地域連携ＤＭＯ･地域ＤＭＯ	
観光地域づくり法人の名称	一般財団法人　関西観光本部	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	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	
事業年度	4 月 1 日から翌年 3 月 31 日までの 1 年間	
職員数	23 人【常勤 23 人（正職員 5 人・出向等 18 人）、非常勤 0 人】(R7.7.1 現在)	
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）	（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㈱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、情報発信等を行なっており、多方面で成果を挙げている。 当本部の理事長を務める。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（ＣＭＯ：チーフ・マーケティング・オフィサー	（氏名） 池成　昭典（専従） （出身組織名） 日本航空㈱	日本航空株式会社に勤務し、企業・旅行会社を対象に航空営業に従事。山陰支店に在籍中は、観光プロモーションも担当。2023 年 4 月から当本部に出向。これまでの知見と経験を活かし大阪・関西万博を控え、インバウンド誘客に向けたデジタルプロモーション及びデジタルマーケティング業務に従事。
財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）	（氏名） 西川　敬三（専従） （出身組織名） （公社）関西経済連合会	（公社）関西経済連合会に 29 年間勤務。2022 年 4 月に関西観光本部の総務部門所管の事務局次長に就任。持続可能な運営のため、運営収支や財源確保に関する検討を行う。
各部門（例：プロモーション）の責任者（専門人材） ※各部門責任者のうち専従の者については、氏名の右横に「専従」と記入すること	（氏名） 池本　昌平（専従） （出身組織名） 近鉄グループホールディングス㈱	近畿日本鉄道(株)、養老鉄道(株)及び近鉄グループホールディングス(株)に長年勤務し、鉄道事業及び同社グループの監査業務に従事。2024 年 11 月にプロモーション部長に就任し、展示会や大商談会などのリアルプロモーション活動を推進している。

様式１

連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	・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　交流文化部　インバウンド交流課（全般） ・三重県　観光部　海外誘客課（全般）
連携する事業者名及び役割	・当本部会員企業 268 社（R7.7.1 現在） ・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 ・ひょうご観光本部　・奈良県ビジターズビューロー ・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 ・神戸観光局　・歴史街道推進協議会 ・関西･大阪 21 世紀協会　（いずれも全般）
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	【該当する登録要件】 ①　取締役、理事など観光地域づくり法人の意思決定に関与できる立場で行政、文化、スポーツ、農林漁業、交通等の幅広い分野の関係団体の代表者が参画 （概要） ・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。 ・「観光ビジョン推進関西ブロック戦略会議」に加盟しており、関係団体との連絡調整も進められる。 ・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、その実効力が担保されている。 ・また、2022 年 3 月、2025 年大阪・関西万博に向けて、関西が一体となって取り組むための基本方針「関西ツーリズムグランドデザイン 2025」を策定し、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。
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	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」を開催し、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。
法人のこれまでの活動実績	【活動の概要】 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。 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。 2022 年 3 月には、行政・DMO・地域・企業等による連携協働体制「ONE 関西」の旗印の下、関西が一体となって取り組むための基本方針「関西ツーリズムグランドデザイン 2025」を策定。我々は「関西一円に海外旅行者が訪れ、地域が

	賑わい潤う姿」、すなわち世界の人々に旅行の目的地として選ばれ、関西観光の価値が共感される「グローバル・ツーリズム・デスティネーション」を目指すため、4 つのアクションプランを活動の柱としつつ、コロナ情勢を見極めながら、関係者一丸となって各種事業を進めている。 ※活動実績については、「関西ツーリズムグランドデザイン 2025」（2022 年度～2025 年度）のアクションプランに基づき記載。 １．広域観光圏“KANSAI”を世界に発信 (1)当本部の関西観光総合情報ゲートウェイ「The Gate to KANSAI」を通じた発信強化 ・大阪・関西万博に向けて、関西インバウンド観光サイト「The KANSAI Guide」のコンテンツの充実や特集ページの制作、SNS での発信を進めるとともに、SEO 対策の強化を図り、関西観光総合情報ゲートウェイ「The Gate to KANSAI」として、サイトリニューアルを実施。 (2)重点市場における海外プロモーション ・イギリス・フランス・台湾・タイ・オーストラリア・シンガポールの 6 市場でのオンラインセミナー及び現地でのセールスコールを実施 ・米国旅行博「Los Angeles Travel & Adventure Show (LATAS)」への出展、台湾大商談会の開催 ・スペイン・イタリア・ドイツ・フランス・米国等の旅行会社・メディア、有力ランドオペレータを招きファムトリップを実施（福井・三重・滋賀・京都・大阪・兵庫・奈良・和歌山） ・タイ・韓国・シンガポールでの関西広域連合主催トッププロモーションへの協力 (3)国内の大規模イベントへの出展 ・「VISIT JAPAN Travel & MICE Mart」及び「ツーリズム EXPO ジャパン」への出展 ２．地域を磨く・つなぐ (1)広域観光ルート”THE EXCITING KANSAI”の推進 関西一円での共通のテーマやストーリーでつなぐ広域観光 8 ルートの整備が完了し、このルートに各地での体験型商品を集約した動画を制作し、Web サイト等を通じて情報発信。新たに観光客が集中する関西コアエリアから地方部へ接続する広域観光ルート造成に着手した。 (2)西日本の広域連携 DMO（四国・山陰・せとうち）間の連携事業の実施 当本部・山陰・せとうち・四国の 4 広域連携 DMO のマルチの連携協定を締結し、共通ウェブサイトの新規オープンにより 17 府県に及ぶ西日本広域周遊モデルルート等を情報発信 ３．新たな魅力を創る (1)「“KANSAI”の食のツーリズム化促進事業」の推進 食のテーマツーリズムとして、御食国(京都・福井・滋賀) SAKE&WINE(兵庫・徳島)・発酵食(奈良・和歌山) を選定し、地域とともに旅行商品を造成。 (2)大阪湾海上周遊ルートのツーリズム化（近畿運輸局等との連携事業） 海上観光コンテンツとして、万博会場へのアクセスも兼ねた周遊クルーズルートの可能性検証のため、関空等を起点に神戸、淡路島、徳島等を結ぶ 4 ルートで実証実験を実施。 (3)サステナブル・ツーリズム事業

自治体から推薦のあったサステナブル観光コンテンツについて、インバウンド専門家による選定、現地視察等を踏まえて各コンテンツの磨き上げポイントを整理し、地域へフィードバック。これらのコンテンツとJNTO サステナブルコンテンツ等を組み合わせたモデルコースを造成し、関西観光情報発信サイト「The KANSAI Guide」において紹介。

(4)産業ツーリズム

関西は日本を代表する産業の集積地であり、関西の企業・産業の魅力をインバウンド旅行者に伝えるべく産業ツーリズムモデルコースを造成し、関西観光情報発信サイト「The KANSAI Guide」において紹介。

(5)御食国ストーリー・ブランドの構築（関係地域連携事業）

ブランド構築に関する有識者等のスペシャリストチームを編成し、御食国のストーリー・ブランドを構築。御食国全体・地域ごとのストーリーをまとめ、国内外へ情報発信するプラットフォームを構築。ブランドコンセプト及びキャッチコピーを作成し、旅行商品化を図るなどツーリズムを推進。プロモーション動画を制作・発信し、OTA で御食国プランを販売。

(6)酒蔵ツーリズム事業

関西エリアの酒蔵ツーリズムの商品化を促進するため、旅行会社及び通訳案内士を対象とするファムトリップを実施し、モデルコース及び旅行商品を造成。酒蔵等の魅力を幅広く発信するため、訪日外国人旅行者向けの情報コンテンツを制作。

４．観光のパラダイムシフトへの対応と観光インフラの強化

(1)「The KANSAI Guide」を活用したマーケティングダッシュボードの開発・運用及び SEO 対策の強化

(2)文化観光の促進のための基盤づくり（関西広域連合との連携事業）

関西の文化関連サイト等を「The KANSAI Guide」に統合（関西のお祭り、関西ものがたり街道、関西人形浄瑠璃、日本遺産、関西文化の日、古墳を巡る祈りの旅）

さらに、大阪・関西万博に向け、関西の官民で構成する「EXPO2025 関西観光推進協議会」を 2023 年 3 月に設立。当本部が事務局を務め、官民一丸の推進体制で万博及び関西観光への誘客のための一貫した事業を展開している。

【定量的な評価】

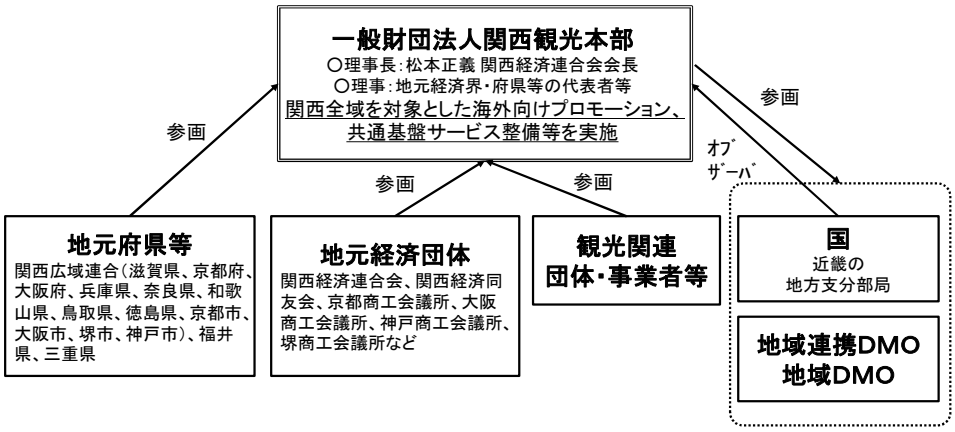
これまでの関西広域における外国人旅行客の動向は次のとおり。

	2018 年	2019 年	2020 年	2023 年	2024 年
外国人訪問率(%)	39.8	41.4	36.2	43.2	42.7
外国人旅行者数(万人)	1,241	1,321	149	1,083	1,574
外国人消費額(兆円)	1.80	1.99	0.27	2.29	3.47

（出所）観光庁「訪日外国人消費動向調査」をもとに関西観光本部で推計

※2020 年 4 月～2022 年 9 月まで、新型コロナウイルス感染症の影響により観光庁の調査が中止となった。

様式１

実施体制 ※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。	【実施体制の概要】 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。 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。 【実施体制図】  ※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。

２．観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】

様式１

【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、自然、歴史、文化の面からも緊密な関係を有しており、ONE 関西として継続したプロモーション活動や旅行商品の造成など連携した取組を実施している。

【観光客の実態等】

新型コロナ感染症が拡大する以前は関西への外国人旅行客は堅調に増加していた。

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客を獲得したい。

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)。

	2018 年	2019 年	2020 年	2023 年	2024 年
福井県	6	6	1	5	7
三重県	19	22	3	20	27
滋賀県	22	22	4	18	19
京都府	805	886	89	746	1,087
大阪府	1,142	1,231	138	992	1,459
兵庫県	187	191	23	149	195
奈良県	278	373	31	195	325
和歌山県	34	35	3	35	45
鳥取県	12	16	1	6	10
徳島県	9	10	2	6	9

(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

※2020 年 4 月～2022 年 9 月まで、新型コロナウイルス感染症の影響により観光庁の調査が中止となった。

【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。関西が持つ多彩で豊富な観光資源を活用し、関西全域をストーリーやテーマでつなぐ広域観光ルートづくり（「THE EXCITING KANSAI」）を推進するほか、テーマで関西一円を紹介するテーマツーリズムに取り組んでいる。

	エリア名	コンセプト	主な府県
1	紀伊半島	巡礼の道	和歌山県
2	山陰海岸	海岸の美と恵	京都府、兵庫県 鳥取県、福井県
3	播磨	名城と京への道	兵庫県
4	琵琶湖西岸 ～北陸	水と生きる地	滋賀県、福井県
5	淡路島～徳島	神話と海の架け橋	兵庫県、徳島県
6	丹波	実りの里山	兵庫県、京都府
7	伊勢～奈良	神話から古代の道	奈良県、三重県
8	琵琶湖東岸 ～岐阜～三重	侍と工芸の地	福井県、滋賀県 岐阜県、三重県

＜観光資源＞

世界遺産：古都京都の文化財（京都府・滋賀県）、古都奈良の文化財（奈良県）
法隆寺地域の仏教建造物（奈良県）、姫路城（兵庫県）
紀伊山地の霊場と参詣道（三重県・奈良県・和歌山県）
百舌鳥・古市古墳群（大阪府）

さらに、2025 年「日本国際博覧会」（大阪･関西万博）が開催されるほか、2027 年には「ワールドマスターズゲームズ」という世界的な大規模スポーツ大会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。

＜スポーツ＞

ワールドマスターズゲームズ関西（2027 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】

府県別　宿泊施設タイプ別　宿泊施設数

府県名	旅館	リゾート ホテル	ビジネス ホテル	シティ ホテル	会社・団体 の宿泊所
福井県	460	20	60	10	10
三重県	550	70	110	10	60
滋賀県	140	30	120	10	20
京都府	600	40	300	170	20
大阪府	170	20	550	120	20
兵庫県	650	110	290	30	40
奈良県	170	30	30	10	－
和歌山県	420	30	120	0	0

鳥取県	180	20	50	10	20
徳島県	290	0	90	10	0
全区域合計	3,630	370	1,720	380	190

（出所）観光庁「宿泊旅行統計」（2024 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・山陽新幹線の各駅や、2024 年 3 月には北陸新幹線が敦賀まで延伸され、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 10 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。

〇区域までの交通

航空機（国際線）：関西国際空港、神戸空港、米子鬼太郎空港、徳島阿波おどり空港
船舶：大阪港、京都舞鶴港、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、敦賀、越前たけふ、福井、芦原温泉

〇域内での交通

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、奈良交通、三重交通等

【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）

〇「KANSAI ONE PASS」の運営（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。

〇観光インバウンドサイト「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。

〇関西観光総合情報ゲートウェイ「The Gate to KANSAI」（2025 年 1 月～）
「The KANSAI Guide」をリニューアルし、関西の広域観光を促進する総合観光情報オフィシャルサイトとして、コンテンツを充実させ、発信を強化。

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	関西への外国人旅行客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・分析

人宿泊者数、空港･港別出入国者数、都道府県別訪問率等）		
観光インバウンドサイト（The KANSAI Guide）への行動履歴データ等	地域コンテンツ等への需要またはトレンドの把握	観光インバウンドサイト（The KANSAI Guide）に蓄積される行動履歴データ等をグーグルアナリティクスで収集し、マーケティングダッシュボードで分析
「KANSAI ONE PASS」のデータ	関西に於ける外国人旅行客の動態の把握	当本部、関西経済連合会、関西の電鉄等 10 社局で運用する統一交通 IC カード「KANSAI ONE PASS」の使用データ（移動動態・利用状況等）を収集・分析
欧米豪訪日検討層に対する調査データ	関西の認知度、来訪意向率の推移を把握	インターネット調査を実施
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客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、ファムトリップ実施時に参加者にアンケート調査を実施

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

関西への訪日外国人旅行者が大阪市・京都市に集中している現状から、関西全体で「インバウンド効果」を最大限享受するためには、訪日外国人旅行者の宿泊滞在圏を形成し、関西の広い地域への周遊を促進していくことが重要である。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	**強み（Strengths）** 〇有形･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。 〇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。 〇東京～関西のいわゆる「ゴールデンルート」が確立しており、初めての訪日客への訴求力が高い。	**弱み（Weaknesses）** 〇観光客、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ことが必要。 〇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) 〇東アジア、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。 〇消費額の伸びが鈍化しており、消費機会の拡大が必要。

様式１

外部環境	**機会（Opportunity）** 〇2025 年「大阪･関西万博」、2027 年「ワールドマスターズゲームズ」の開催による日本・関西の世界的な露出度増と集客訴求力の高まり。 〇ポストコロナにおけるインバウンド需要の回復	**脅威（Threat）** 〇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）。 〇為替動向による訪日旅行条件の悪化。 〇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。 〇バス、ホテル等の不足（人材含む）による機会損失。 〇新型コロナウイルス感染症の再拡大等

※上記に加え、PEST 分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入（様式自由）。

（３）ターゲット

〇第１ターゲット
欧米豪市場
（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）

〇選定の理由
近畿運輸局の「広域周遊観光促進関西ブロック地域方針」に基づき選定
・欧米豪は構成府県（2 府 8 県）からの要望が強く、ロングホール市場として旅行消費額増に貢献することから第１ターゲットとしている。

〇取組方針
すでに欧州から多くの旅行者が訪れている京都、奈良、高野山などの観光資源の特性から、日本独自の伝統(神社仏閣、歴史・文化、芸術)、旅館や日本食等の日本特有の体験、桜、紅葉など季節ごとの自然風景の変化、地方の生活、祭りなど、欧州とは異なる日本の文化などを中心に観光コンテンツの発掘・磨き上げを行う。

〇第２ターゲット
東南アジア市場
（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）

〇選定の理由
近畿運輸局の「広域周遊観光促進関西ブロック地域方針」に基づき選定
・東南アジア市場は、新興国として今後成長が期待できることから第２ターゲットとしている。

〇取組方針
タイでは、初訪日する旅行者も多く、夫婦･家族旅行を好む傾向があり、四季への関心が強く、冬場の自然･温泉等、その市場では得られない観光資源への関心が高い。
また、マレーシアでは、日本食やショッピング、四季が好まれており、健康志向の高まりからスポーツ愛好者も増加している。
シンガポールでは、観光･レジャー目的の FIT が主流でありリピーター率が高く、マラソン、自転車ツーリングやハイキング、スポーツ観戦も含めたスポーツイベントと観光とを組み合わせた旅行への関心、インドネシア・ベトナム・インドでは、富裕層を中心に関西にある伝統(歴史建築、日本庭園、神社仏閣等）と現代の融合、コントラスト、自然や四季(桜、紅葉)、日本食などに関心があるなど、市場の嗜好に応じた観光コンテンツの発掘・磨き上げを行い、関西の魅力を発信する。

〇第３ターゲット
東アジア市場（韓国・中国・台湾・香港）

〇選定の理由
近畿運輸局の「広域周遊観光促進関西ブロック地域方針」に基づき選定
・東アジア市場は、すでに多くの観光客が訪れているが、更なるリピーターの確保とともに、高付加価値旅行者層を深掘りしていくことが必要と考え第３ターゲットとしている。

〇取組方針

LCC の充実や短時間で移動できる利便性のある市場であり、9 割以上が滞在日数 3 日以内および 4 日から 6 日以内の旅行者である。四季折々の関西の魅力体験、健康・美容、趣味・嗜好など、特定のテーマを設定した 3 泊程度の旅行に関心が高いため、これら特定のテーマに資する観光コンテンツの発掘・磨き上げを行い、リピーターを中心に関西各エリアに取り込むとともに関西の流行を常に発信し続ける。

また、訪日教育旅行等を通じ、生徒や児童に関西の魅力を印象付け、次世代の関西旅行リピーターや関西ファンを育成する。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	我々は「関西一円に海外旅行者が訪れ、地域が賑わい潤う姿」、すなわち世界の人々に旅行の目的地として選ばれ、関西観光の価値が共感される「グローバル・ツーリズム・デスティネーション」を目指す。
②コンセプトの考え方	関西は、日本の原点につながる歴史・伝統・文化、そしてこれらと溶け合った自然がある。また、複数の国際都市が近接し、伝統産業と最先端産業、暮らしやすい生活文化と親しみやすい気質の人々等、世界の旅行者を惹きつける魅力に富んでいる。 当本部は関西広域連合、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 2022 年 3 月「関西ツーリズムグランドデザイン」を策定し、共有している。 このグランドデザインに基づき関西の観光資源を磨き、つなげることで、旅行者に満足いただける広域観光圏“KANSAI”を構築し、“グローバル・ツーリズム・デスティネーション”として、近隣諸国のみならず、欧米豪をはじめとして世界の人々に旅行の目的地として選ばれ、関西観光の価値が共感される姿を目指す。「関西一円に海外旅行者が訪れ、地域が賑わい潤う姿」を関係者間で共有し、2025 年大阪・関西万博に向けて、行動計画・プロジェクトを定め、取組を進める。

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 ※頻度が分かるよう記入すること。	当本部の運営に関西広域連合や関西経済連合会等が参画しており、戦略の実現にあたっても歩調を合わせて進めている。 また、近畿運輸局等が主催し、定期的に開催されている「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。 さらに、2022 年度には、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い甚大な影響を受けた関西の観光・交通の回復に向けて、大阪・関西万博を最大の好機と捉え、近畿地方整備局・近畿運輸局・当本部の 3 者で「大阪・関西万博に向けた関西観光アクションプラン」を策定、共有されている。
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	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・サービスの情報を集め、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 回開催し、さらなる維持、向上を進めている。 その他、統一交通 IC カード「KANSAI ONE PASS」の運営事務局を継続的に実施している。

観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信･プロモーション	2022 年度から「関西ツーリズムグランドデザイン 2025」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。 2 府 8 県に点在していた魅力的な観光資源情報を「KANSAI」というフレームに統合した観光インバウンドサイト「The KANSAI Guide」において、関西広域への周遊を促す動画等のコンテンツ掲載によるデジタルプロモーションも実施している。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

６．ＫＰＩ（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後３年間における明確な数値目標を記入すること。
※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去３年間の実績も記入すること。

（１）必須ＫＰＩ

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●旅行消費額（億円）	目標	―	―	―	―	―	―
		(約 18,000)	(約 18,000)	(約 18,000)	(約 18,000)	―	―
	実績	―	―	―			
		(―)※1	(22,924)	(34,697)			
●延べ宿泊者数（万人）	目標	―	―	―	―	―	―
		(3,700)	(3,700)	(3,700)	(4,645)	―	―
	実績	―	―	―			
		(391)	(3,351)	(4,599)			
●来訪者満足度（%）	目標	―	―	―	―	―	―
		(95.0)	(97.7)	(97.7)	(97.7)	―	―
	実績	―	―	―			
		(96.7)	(96.6)	(96.9)			
●リピーター率（%）	目標	―	―	―	―	―	―
		(78.2)	(78.2)	(78.2)	(78.2)	―	―
	実績	―	―	―			
		(74.7)	(68.0)	(65.7)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値
出典
「旅行消費額」: 訪日外国人消費動向調査（観光庁）
「延べ宿泊者数」: 宿泊旅行統計調査（観光庁）
「来訪者満足度」: 訪日外国人消費動向調査（観光庁）
「リピーター率」: 訪日外国人消費動向調査（観光庁）
※1　新型コロナウイルスの影響により、観光庁「訪日外国人消費動向調査」が中止されたため、集計できず

様式１

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】

2022 年度から 2026 年度までの新たな計画、関西広域連合「第 2 期関西観光・文化振興計画」（2022 年 3 月改訂）が示されたが、指標及び目標値については、新型コロナウイルス感染症の影響やインバウンド観光の回復時期等が見通せないため、今後計画の見直しを行う際に設定することとなった。そのため関西広域連合が当該計画を見直し、目標を設定した際には、その数値を踏襲することとするが、暫定的に、2020 年度時点の目標値のうち、未達のものはその目標値、達成した項目は、その 10%増（10%増とすることで 100%を越える項目は 1%増）を目指すこととする。

＜参考＞

当本部では「関西ツーリズムグランドデザイン 2025」策定時に、2025 年の目標数値として、2019 年の実績、万博入場者予測を基に、「旅行消費額」を約 1 兆 8,000 億円と設定している。

（２）その他の目標

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●訪日外国人訪問率(関西)（%）	目標	―	―	―	―	―	―
		(45.0)	(45.0)	(45.0)	(45.0)	―	―
	実績	―	―	―			
		(―) ※1	(43.2)	(42.7)			
●訪日外国人旅行者数(関西)（万人）	目標	―	―	―	―	―	―
		(1,800)	(1,800)	(1,800)	(1,800)	―	―
	実績	―	―	―			
		(―) ※1	(1,083)	(1,574)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

※各指標項目の単位を記入すること。

出典

訪日外国人訪問率（関西）：訪日外国人消費動向調査（観光庁）

訪日外国人旅行者数（関西）：訪日外客数調査（JNTO)、訪日外国人消費動向調査（観光庁）

※1　新型コロナウイルスの影響により、観光庁「訪日外国人消費動向調査」が中止されたため、集計できず

指標項目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】

2022 年度から 2026 年度までの新たな計画、関西広域連合「第 2 期関西観光・文化振興計画」（2022 年 3 月改訂）が示されたが、指標及び目標値については、新型コロナウイルス感染症の影響やインバウンド観光の回復時期等が見通せないため、今後計画の見直しを行う際に設定することとなった。そのため関西広域連合が当該計画を見直し、目標を設定した際には、その数値を踏襲することとしたい。

＜参考＞

当本部の海外向け情報発信サイト「The KANSAI Guide」へのアクセス数については、2025 年において月間 50 万 UU を目指している。また、地域の幸福度調査も試行している。

様式１

７．活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後３年間について、計画年度毎に（１）収入、（２）支出を記入すること。
※現に活動している法人にあっては、過去３年間の実績も記入すること。

（１）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４） 年度	（円） 247,053,000	（円） 【国からの補助】63,043,000 【負担金・協賛金等】71,535,000 【都道府県からの負担金】35,000,000 【会費】32,485,000 【雑収入等】1,293,000 【基金からの繰越】43,697,000
2023（Ｒ５） 年度	（円） 387,742,000	（円） 【国からの補助】94,968,000 【負担金・協賛金等】194,214,000 【都道府県からの負担金】35,000,000 【会費】35,620,000 【雑収入等】1,083,000 【基金からの繰越】26,857,000
2024（Ｒ６） 年度	（円） 376,472,000	（円） 【国からの補助】58,860,000 【負担金・協賛金等】245,442,000 【都道府県からの負担金】35,000,000 【会費】36,091,000 【雑収入等】1,079,000
2025（Ｒ７） 年度	（円） 181,787,000	（円） 【国からの補助】35,400,000 【負担金・協賛金等】36,423,000 【都道府県からの負担金】35,000,000 【会費】36,000,000 【雑収入等】16,993,000 【基金からの繰越】21,971,000
2026（Ｒ８） 年度	（円）	（円） 【国からの補助】35,400,000 【負担金・協賛金等】36,423,000 【都道府県からの負担金】35,000,000 【会費】36,000,000

	181,787,000	【雑収入等】16,993,000 【基金からの繰越】21,971,000
2027（Ｒ９） 年度	（円） 181,787,000	（円） 【国からの補助】35,400,000 【負担金・協賛金等】36,423,000 【都道府県からの負担金】35,000,000 【会費】36,000,000 【雑収入等】16,993,000 【基金からの繰越】21,971,000

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４） 年度	（円） 247,053,000	（円） 【一般管理費】14,676,000 【事業費】232,377,000
2023（Ｒ５） 年度	（円） 387,742,000	（円） 【一般管理費】21,151,000 【事業費】366,591,000
2024（Ｒ６） 年度	（円） 363,565,000	（円） 【一般管理費】16,423,000 【事業費】347,142,000
2025（Ｒ７） 年度	（円） 181,787,000	（円） 【一般管理費】8,212,000 【事業費】173,575,000
2026（Ｒ８） 年度	（円） 181,787,000	（円） 【一般管理費】8,212,000 【事業費】173,575,000
2027（Ｒ９） 年度	（円） 181,787,000	（円） 【一般管理費】8,212,000 【事業費】173,575,000

（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

自治体など構成団体からの負担金と会員企業・団体からの会費、国からの補助金、企業からの協賛金の獲得に取り組んでいる。

新たな会員の獲得に取り組むとともに、関西経済連合会、関西経済同友会とは定例的に会議を行い、安定的な財源確保について議論を行っている。

また、2025 年の大阪・関西万博開催をにらみ、関西広域連合及び関西経済連合会等と協議のうえ、2 府 8 県 4 政令市及び民間企業等に呼びかけ、官民で構成する「EXPO2025 関西観光推進協議会（事務局：関西観光本部）」を 2023 年 3 月に設立。当本部が事務局となり新たな負担金等を得て大阪・関西万博に向け関西が一丸となった「万博プラス関西観光推進事業」に取り組んでいる。

様式１

８．観光地域づくり法人形成・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 の構成団体として参画する。

９．マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携ＤＭＯ（県単位以外）や地域ＤＭＯと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	村上　雅彦
担当部署名（役職）	広域観光推進部　地域連携担当部長
郵便番号	〒530-0005
所在地	大阪市北区中之島 2-2-2 大阪中之島ビル 7F
電話番号（直通）	06-6223-7203
ＦＡＸ番号	06-6223-7205
Ｅ－ｍａｉｌ	murakami-masahiko@kansai.or.jp

１１．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	渋谷　五早代
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）
郵便番号	〒602-8570
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	i-shibutani21@pref.kyoto.lg.jp

様式１

都道府県･市町村名	福井県
担当者氏名	小坂　美由紀
担当部署名（役職）	交流文化部　インバウンド交流課（主任）
郵便番号	〒910-0004
所在地	福井市宝永２丁目４番10号　福井県宝永分庁舎
電話番号（直通）	0776-20-0699
ＦＡＸ番号	0776-20-0381
Ｅ－ｍａｉｌ	m-kosaka-9z@pref.fukui.lg.jp

都道府県･市町村名	三重県
担当者氏名	岡田　慎也
担当部署名（役職）	観光部 海外誘客課（係長）
郵便番号	〒514-8570
所在地	津市広明町13番地
電話番号（直通）	059-224-2847
ＡＸ番号	059-224-2801
Ｅ－ｍａｉｌ	inbound@pref.mie.lg.jp

（登録）【広域連携DMO】一般財団法人　関西観光本部

様式２

記入日：　令和7年7月28日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】
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
【設立時期】 2017年4月1日
【設立経緯】 ④その他
【代表者】 松本　正義（理事長）
【マーケティング責任者（CMO）】 池成　昭典
【財務責任者（CFO）】 西川　敬三
【職員数】 23人（常勤23人（正職員5人・出向等18人）、非常勤0人）
【主な収入】
負担金・会費、補助金等　　約376百万円（2024年度決算）
【総支出】
事業費　約347百万円、一般管理費　約16百万円（2024年度決算）
【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・堺の各商工会議所等、
その他会員企業268社

KPI（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

項目		2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年	2026 (R8)年	2027 (R9)年
旅行消費額（億円）	目標	(約18,000)	(約18,000)	(約18,000)	(約18,000)	－	－
	実績	(－)	(22,924)	(34,697)			
延べ宿泊者数（万人）	目標	(3,700)	(3,700)	(3,700)	(4,645)	－	－
	実績	(391)	(3,351)	(4,599)			
来訪者満足度（%）	目標	(95.0)	(97.7)	(97.7)	(97.7)	－	－
	実績	(96.7)	(96.6)	(96.9)			
リピーター率（%）	目標	(78.2)	(78.2)	(78.2)	(78.2)	－	－
	実績	(74.7)	(68.0)	(65.7)			

戦略

【主なターゲット】
●第１ターゲット層 :「欧米豪市場」
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
●第２ターゲット層 :「東南アジア市場」
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
●第３ターゲット層 :「東アジア市場」　韓国、中国、台湾、香港
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
各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。デジタルプロモーションとリアルプロモーションを効果的に融合し、訪関西意向率を高める。
【観光地域づくりのコンセプト】
我々は「関西一円に海外旅行者が訪れ、地域が賑わい潤う姿」、すなわち世界の人々に旅行の目的地として選ばれ、関西観光の価値が共感される「グローバル・ツーリズム・デスティネーション」を目指す。

具体的な取組

【広域観光圏“KANSAI”を世界に発信】
・関西観光総合情報ゲートウェイ
「The Gate to KANSAI」を通じた
発信強化
・重点市場における海外プロモーション
【地域を磨く・つなぐ】
・広域観光ルート
”THE EXCITING KANSAI”の推進
【新たな魅力を創る】
・「“KANSAI”の食のツーリズム化
促進事業」の推進
・サスティナブル・ツーリズム事業
【EXPO2025関西観光推進協議会の設立】
・官民で構成する協議会を2023年3月に設立し、万博
プラス関西観光推進事業を関西一丸となって
推進

【観光のパラダイムシフトへの対応と
観光インフラの強化】
・「The KANSAI Guide」を活用した
マーケティングダッシュボードの開発・運用
・文化観光の促進のための基盤づくり
（関西広域連合との連携事業）