２０１８年度

事 業 報 告 書

(概要版)

自　　２０１８年　４月　１日

至　　２０１９年　３月３１日

一般財団法人 関西観光本部

はじめに

2018 年（1 月～12 月）の日本を訪れた訪日外国人旅行者数が前年比 8.7%増の推計 3,119 万人となりはじめて 3,000 万人を超えた。訪日外国人旅行者の消費額は前年比 2%増の 4.5 兆円となり 2 年連続で 4 兆円を超えたが、一人当たり消費額は前年比微減の 15 万 3,029 円となった。また、訪日外国人旅行者は大阪市、京都市への二極集中状態にあり、東アジアからの訪日外国人旅行者に偏ることなどから、関西全域へ欧米豪からの誘客促進が課題となっている。

関西観光本部では、2017 年 4 月の発足から、国・自治体・ＤＭＯ・事業者などから信頼される組織を目指し、従来から取り組んでいる「海外向け観光プロモーション」「訪日外国人旅行者の受け入れ環境整備」を進めるとともに、当本部では、広域連携 DMO として、関西で観光振興に関わる主体（民間事業者、行政、DMO 等）とともに目指していく観光振興の将来ビジョンや取組テーマについてまとめた「関西ツーリズムグランドデザイン 2021 -The Exciting Journey, KANSAI-」を策定した。

海外向け観光プロモーションでは、戦略市場として位置付ける欧米豪市場でのプロモーションを強化してきた。また、ブロガーやエージェントを招聘するファムトリップを実施し、増加する個人旅行（FIT）への情報発信を行うとともに関西各府県市の取組を支援した。

訪日外国人旅行者受け入れ環境整備では、関西全域への回遊性･快適性を高める取組として、引き続き事業を実施した。

また、関西を訪れる訪日外国人旅行者の概況についてのマーケティング調査を実施し、新たな情報発信ツールとしての関西観光ポータルサイト「The KANSAI Guide」を開設し、「訪日検討者に対する訪関西意向率向上」に取り組んだ。

最後に、2018 年 9 月に発生した台風 21 号の影響による関西のインバウンド危機的状況を回避するために観光庁が掲げた「関西インバウンドリバイバルプラン」の中心的役割を果たし、「関空、驚異の復旧」動画の作成と SNS 等を通して動画の拡散を行うなど一定の成果を得て、当本部の存在感を高めることができたと考える。

本事業報告書は、2018 年度に当本部が行ったこれらの取組みについて、主要な結果ならびにその成果を報告するものである。

Ⅰ　トピックス

（1）「関西ツーリズムグランドデザイン」の策定

当本部では、広域連携 DMO として、関西で観光振興に関わる主体（民間事業者、行政、DMO 等）とともに目指していく観光振興の将来ビジョンや取組テーマについてまとめた「関西ツーリズムグランドデザイン 2021 -The Exciting Journey, KANSAI-」を策定した。

策定にあたっては、関西の観光振興を担う主体の代表者（民間事業者団体、国の地方支分部局、学識経験者、DMO、総領事館等）による「グランドデザイン策定会議」（座長：松本正義理事長）を設置。5 月、7 月、9 月の 3 回開催した。

2019 年度から「ワールドマスターズゲームズ関西」（WMG）が開催される 2021 年までの概ね 3 年間で実施すべき事柄をまとめている。

関西として目指す姿を「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）と置き、5 つの重点テーマ（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、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）を実行することにより、特に欧米豪からの訪関西意向率を高めていくこととしている。

また、このグランドデザインに基づき実施する 2019 年度「行動計画」を策定した。当本部の年度毎の「事業計画」もこの行動計画に紐づく形で進めていく。

（2）「関西インバウンド観光リバイバルプラン」への取り組み

2018 年 9 月 4 日に近畿地方を直撃した台風 21 号により、関西の玄関口である関西国際空港が閉鎖を余儀なくされるなど、好調であった関西へのインバウンドに甚大な影響を及ぼす懸念が広がった。この状況を踏まえ、観光庁では 9 月 21 日に関西への風評被害の拡大防止、誘客促進を目的とした「関西インバウンド観光リバイバルプラン」を発表。当本部も同プランに全面協力し、中心的に施策を推進した。

9 月 21 日の同プランの発表日午前に首相官邸にて開催された、国の「観光戦略実行推進会議」には、当本部の松本正義理事長が招聘され、出席。安倍晋三首相はじめ各閣僚に対し、関西の被災状況および当本部としての対応策を報告した。

【「関西インバウンド観光リバイバルプラン」に対する協力内容】

①PR 動画「『関空、驚異の復旧』の全貌」の公開

被災直後から 9 月 21 日のターミナル全体の再開に至るまでの関西国際空港の復旧のドキュメントをまとめた PR 動画を在阪放送局の報道映像の提供を受け、当本部にて緊急制作。台風によって甚大な被害を受けた関空が、日本が誇る高い技術力と情熱によって驚異的なスピードで復旧していく過程、そして関西全体で旅行客を歓迎している思いを 2 分の動画に凝縮した。動画は、当本部の WEB サイトからも自由にダウンロードできるようにしたほか、会員企業各社や公的機関、首長が持つ SNS を通しても拡散。特に、関西への来訪が多い東アジア・東南アジアに対しては、在外メディア約 14,000 社にも動画配信を要請、428 社から動画配信があった。加えて、在阪鉄道各社（西日本旅客鉄道㈱、南海電気鉄道㈱、近鉄グループホールディングス㈱、阪急阪神ホールディングス㈱、京阪ホールディングス㈱）の協力により、各線の駅構内や車内のデジタルサイネージを通して、関西を訪れる旅行者に対する直接的な訴求も行った。

なお、この動画は 9 月 21 日夜の NHK「ニュースチェック 11」の冒頭でも紹介されたほか、NHK 関西ニュース、新聞各紙でも紹介されるなど、メディアでも大きな反響があった。

②インスタグラムを活用した「Share the spirit of Kansai」の展開

実際に関西を訪れている外国人旅行客自ら関西の元気な姿を撮影してもらい、旅行者目線で発信してもらうことを目指し、ハッシュタグ「#welcomekansaijapan」を付けてインスタグラムに投稿することを促す「Share the spirit of Kansai」キャンペーンを実施。外国語（英語、韓国語、繁体字、簡体字）での PR チラシを制作、関西各地の観光案内所（約 40 ヶ所）にて配布を行った。各案内所にて本キャンペーンと連動して景品を渡す事例も生まれるなど、広がりを見せた。

③海外メディアを対象とした視察ツアーの開催

フォーリンプレスセンター（東京）所属の海外メディアの記者を対に、関空の驚異的な復旧の現場を、実際に作業に携わった鉄道や空港の技術者による解説を交えながら体感いただくとともに、大阪や京都の観光地の様子も視察してもらうツアーを 11 月 16 日(金)～17 日(土)に開催。中国、台湾、バングラデシュから 7 名の記者が参加し、関空の視察に加え、大阪（黒門市場、とんぼりクルーズ）、京都（伏見、京都駅ビル、京都タワー）も視察。結果、新華社の雑誌「環球」にて伏見の特集が組まれたのをはじめとして、各媒体でも状況が発信された。

その他、空港・鉄道等の交通情報、気象情報、NHK ワールドニュース等、有事の際に訪日外国人旅行者にとって役立つ情報へのリンクをまとめた「For your safe travel」を当本部 WEB サイトに開設。このサイトは NHK 大阪放送局により外国人向けに発信されるなど、広がりを見せた。

Ⅱ　関西地域に係る地域振興事業

1　観光事業

（1）プロモーション事業

①海外プロモーション、ファムトリップ、商談会等

重点的に訪日外国人旅行者誘致を目指すターゲット国に対して、観光庁の「ビジットジャパン事業」「広域周遊ルート形成事業」等を活用し、海外での旅行博や商談会には 20 カ国・地域を対象に 26 回出展したほか、メディア、ブロガー、エージェント等を対象にしたファムトリップについては 9 カ国・地域から招聘し、延べ 15 回実施した。

特に今年度は、旅行会社、航空会社、メディア等とのネットワーク構築を図るため、新規市場を中心にセールスコールを行ったほか内外での商談会にも積極的に参加、また、日本政府観光局(JNTO)とも積極的に連携を図り、効果的かつ多様な観光プロモーション事業を実施した。

戦　略　市　場

【オーストラリア】

○概況

豪州からの訪日外国人旅行者数は 552 千人、前年比 11%増と堅調である。また滞在日数が長く、消費額が 1 人あたり 232 千円と高い。カンタスの直行増便(週 3 便→4 便)で関心が高まるほか、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主要ターゲット国でもある重要なマーケットであり、近畿運輸局も重点マーケットとしている。この機会を捉え、昨年に続きシドニーでのトラベルエキスポに出展するとともに、効果的にキーパーソンへの浸透を図るためシドニーでのセミナーを行った。加えて、メルボルンにてカフェイベントを、シドニー・メルボルン並びにパースにおいてセールスコールを行うほか、旅行商品の造成支援及び旅行商品カタログへの広告出稿を実施した。

○実施事業内容

(1)旅行博等

京都府、兵庫県、大阪観光局、徳島県南部総合県民局、徳島県三好市、森の京都 DMO、東奈良名張 DMO、関西エアポート、鉄道各社(JR・南海・近鉄・阪急阪神)と共同でシドニーでの旅行博への出展ならびにセミナーを実施した。

また、口コミマーケットが有効で、カフェ文化の根付くメルボルン市内において、関西への興味喚起のためのカフェイベントを実施した。

更に関西への興味を実売に結び付けるため、全豪の大手旅行会社への日本関連旅行商品供給元である JTB オーストラリア社に旅程を提案し、旅行商品造成を行うとともに、当該商品掲載カタログに広告出稿を行った。

【米国】

○概況

2018 年の米国からの訪日外国人旅行者数は、152 万人となり、対前年比 10.9%増となった。欧米豪からの各国訪日外国人旅行者数比較で米国は第一位、英国 33 万人の 4.6 倍、豪州 55 万人の 2.7 倍となり、米国市場の重要度は明白である。訪日旅行形態は FIT 利用が 90%以上で直接的なアプローチは難しく、BtoB 個別相談会の機会を利用したメディア及びエージェントとの関係構築に重点を置いた。2018 年度は、米国東海岸（ニューヨーク）と西海岸（ロサンゼルス）の 2 都市の旅行博に出展し、西海岸では、別日の個別相談会にも参加した。

○実施事業内容

(1)旅行博等

・旅行博　「New York Times Travel Show(NYTTS)」出展

・旅行博　「Los Angeles Travel & Adventu Show (LATAS)」出展

【英国】

○概況

2018 年の英国からの訪日外国人旅行者数は 33 万人で、対前年比 7.6%増加した。このうち 75%以上が初訪日のため、周遊先はゴールデンルートが中心で 20～30 歳代がボリューム層である。また、FIT の比率が 9 割の市場である。また、ラグビーワールドカップ 2019 の日本開催による英国内での日本への話題性の高まりから、当本部は 2018 年 6 月の VISIT JAPAN RWC2019 セミナーに参加し、英国内でのチケット販売の構図とエージェントの動きや個人の動き等、情報収集を行った。別途関西プロモーションのための英国内エージェントを訪問及び、BtoC イベントに参加し、関西の情報を数多く提供した。その際のセールスコールからスコットランドの大手エージェントが日本行き商品の造成に乗り出す情報を得て、11 月にスコットランド関西ファムトリップを実施し、商品化を実現した。

○実施事業内容

(1)旅行博等

・VISIT JAPAN RWC2019 セミナー（London）参加

・VISIT JAPAN RWC2019 セミナー（Cardiff）参加

・カーディフ市立博物館にて、BtoC イベント参加

(2)ファムトリップ等

エージェントファムトリップ（スコットランド）

【ロシア】

○概況

ロシアからの訪日外国人旅行者数はクリミア情勢からの反動、ビザ条件の一部緩和、相次ぐ直行便の就航などで前年比 20%を超える成長を見せている。昨年度極東ウラジオストクでの旅行博及びセールスコールを行ったが、今年度はヨーロッパロシアを中心に商談会へ参加することにより、関西への訪問意欲醸成を図った。

○実施事業内容

(1)旅行博等

商談会「ロシアサンクトペテルブルグ・モスクワ」へ参加し、中央ロシアでの市場動向把握、主要旅行会社・観光行政 (JNTO 含む)とのコネクション構築、及び関西の認知度向上を図った。

また、モスクワにおいて、ヨーロッパロシアのほか、極東、中央アジア、バルトの国々なども対象としたロシア最大級の富裕層向け商談会「Luxury Travel Mart (LTM)」にジャパンラウンジの一員として参加した。

(2)ファムトリップ等

JNTO が招請するロシア極東・ハバロフスク TV 局の FAM について、関西エリア部分のアレンジを行った。

【インド】

○概況

人口 13 億人のインドにおける GDP 成長率は年 7 %程度で推移し、アウトバウンド人口 22 百万人と、世界観光市場の中で急速な成長が続き、数年後には中国を抜き世界最大のアウトバウンド市場となるといわれている。インドからの訪日外国人旅行者数は 123 千人とまだ少ないが、日印政府が 2020 年までに交流人口 70 万人(2016 時点で 35 万人)を目指すことに合意するなど今後訪日旅行者拡大が見込まれる市場である。インドでの今後の成長に先駆け、キーパーソンへの正確な情報の提供、及び関西への関心を高めるために、デリー・ムンバイ・アーメダバードの 3 都市で関西セミナーを実施した。

○実施事業内容

(1)旅行博等

デリー、ムンバイ、アーメダバードでの関西セミナーを開催し、大阪観光局、和歌山県、関西エアポート㈱ほか、関西のホテルや観光事業者等により、3 都市で現地の旅行会社を対象に、関西を PR するプレゼンテーション、個別の商談会を行った。なお、各会場とも JNTO デリー所長に出席いただき、日本を PR するスピーチを行った。

【アラブ首長国連邦】

○概況

アラブ首長国連邦からの訪日外国人旅行者数は年間約 7,000 人程度にとどまる（入国管理統計による。多国籍の住民が居住する同国からの訪日外国人旅行者数は統計以上に多いと想定される）ものの、国民の 86%が観光旅行を行い、旅行費用は一人一日あたり 3,280 米ドルとの統計がある国であり、関西への訪問意向を高めることで関西での旅行消費額の向上が期待できる。エミレーツ航空の関西～ドバイ線の機材が大型化（A380）されるなか、関西国際空港全体構想促進協議会の主催する「「航空会社と連携した関西インバウンド促進共同事業」による UAE からの関西向けインバウンドプロモーション事業」に参加することで、積極的なプロモーションを行った。

○実施事業内容

(1)旅行博等

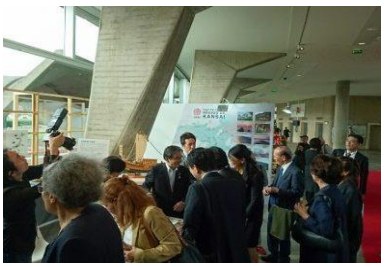
ドバイ・アブダビの 2 都市において開催される関西ワークショップに対し、中東に関心のある関西の観光関係事業者に参加を募るとともに、関西観光本部としても参加し、関西地域を紹介するプレゼンテーション並びに個別の商談を行った。

また、シャルジャで開催の国際図書展に出展している JNTO ブース及び日本ステージに参加し、現地での PR および市場のニーズの把握を行った。

【フランス】

○概況

フランスからの2018年の訪日外国人旅行者数は304,900 人となり過去最高を記録し、初めて年間で30 万人を超えた。フランス国内でのデモの発生等、社会情勢が不安定な部分もあったが、緩やかな景気回復を背景に、訪日外国人旅行者数は全ての月で前年同月を上回る等、好調に推移した。



日仏友好160周年を記念して、「ジャポニズム2018」が開催されていた中、ユネスコ本部（フランス/パリ）を会場に開催された「日本へのクリエイティブな旅展2018（主催：日本へのクリエイティブな旅展実行委員会（会長：松浦晃一郎・前ユネスコ事務局長））」に参加した。茶道、いけばなどの日本の伝統文化も披露される中、和食のルーツを多数持っている関西の魅力を紹介した。ユネスコ事務局長や各国代表部大使、ユネスコ関係者のほか、2019年に京都で開催されるICOM（国際博物館会議）の関係者も連日ブースに立ち寄られ、関西に関する資料に熱心に目を通されていた。ユネスコ関係者以外の方も多く来場され、ゴールデンルート以外の関西の魅力を積極的に紹介した。フランスをはじめ世界各地のインフルエンサーになり得る方に関西の魅力を訴求するプロモーション活動を行った。

○実施事業内容

(1)旅行博等

旅行博「日本へのクリエイティブな旅展 2018」出展

【スペイン】

○概況

スペインは好調な経済状況にも支えられ訪日外国人旅行者数が増加しており、2018 年は前年比 19.1%アップの 118,900 人に達っした。歴史や宗教に興味も高く、関西エリアが訪日旅行の目的になる可能性があり、訪日リピーター客の増加も期待されていることから、関西への訪問意欲を高めるため、昨年につづきプロモーション活動を行った。

○実施事業内容

(1)旅行博等

旅行博「Fitur2019」出展

【イタリア】

○概況

イタリアの経済は若干上向きであるが失業率は 10%を超えているにも関わらず、訪日旅行熱は高い。2018 年は前年比 19.2%増の 15 万人を達成。歴史や宗教に興味も高く、訪日リピーター客数の増加も期待されていることから、関西への訪問意欲を高めるため、初めてプロモーション活動を行った。

○実施事業内容

(1) 旅行博等

旅行博「Japan Roadshow 2018-2019」出展

(2)ファムトリップ等

旅番組「Donnavventura」の誘致

【ドイツ】

○概況

ドイツの年間海外旅行者数 9,100 万人で中国に次ぎ世界第 2 位の数にも拘わらず、2018 年の訪日者数は年間 21.5 万人と、英国 33.4 万人、仏国 30.4 万人と比べてまだ少ないことから、今後の可能性を秘めているドイツ市場において、同国のエージェント及び一般消費者に対して関西の PR を行い同市場における訪日旅行需要の拡大を図ることを目的にプロモーション活動を行った。

○実施事業内容

(1)旅行博等

旅行博「ITB ベルリン 2019」出展

(2)ファムトリップ等

メディアファム（ドイツ人ブロガーを招請）の実施

【全体市場】

○実施事業内容

(1)旅行博等

東京で開催された「VISIT JAPAN トラベル&MICE マート 2018」（会場：東京ビックサイト）へ参加し、海外旅行会社・メディア等とのネットワーク構築を図った。

また、神戸で開催された「VISIT JAPAN トラベル&MICE マート ASEAN+INDIA 2018」へ参加し、東南アジア・インドの旅行会社・メディア等とのネットワーク構築を図った。

成　　長　　市　　場

【シンガポール】

○概況

2018 年の訪日外国人旅行者数は、43.7 万人となり過去最高を記録したが、リピーター層が 7 割近く、旅行形態も個人旅行が 9 割という成熟市場である。日本への訪問目的や訪問場所も多様化しており、四季の自然鑑賞、日本食・日本文化・旅館の体験、ショッピング等多岐に渡る観光を行っている。

○実施事業内容

(1)旅行博等

商談会「ITB Asia 2018（アジア国際ツーリズム・マーケット展）」出展

【タイ】

○概況

2018 年の訪日外国人旅行者数は、113.2 万人となり、これまで旅行者数を順調に伸ばしてきて初めて 100 万人を突破した。リピーター層は 7 割近く、旅行形態も個人旅行が 7 割を超え、市場として成熟化しつつある。これに伴いゴールデンルートにある京都、大阪の訪問から新たな訪問地を探す動きに変わってきており、関西広域にタイ人観光客が訪問している。またレンタカーを利用する旅行スタイルも生まれてきている。

○実施事業内容

(1)旅行博等

・旅行博「Visit Japan FIT Fair 2018（第 12 回 FIT フェア）」参加

・旅行博　「Thai International Travel Fair（第 24 回 TITF）」出展

・インバウンドビジネスミッション in タイ
タイ政府観光庁の取組みの講義や現地の旅行会社との意見交換、タイの異文化対応の実態把握のフィールドワーク調査を実施

【マレーシア】

○概況

2018 年の訪日外国人旅客数は、43.7 万人となり過去最高を記録。昨年初めて 40 万人を超え、更に伸長を続けている。これに伴いリピーターも増加し、その割合は 5 割近くに、また旅行形態も個人旅行が 7 割を超えた。更にムスリム層の訪日需要も高まっており、食事等の受入環境が整えば更に訪日数の増加が期待できる。

○実施事業内容

(1)旅行博等

旅行博「MATTA Fair Kuala Lumpur 2018」出展

(2)ファムトリップ等

ブロガー等ファムトリップ（インドネシアと合同実施）

【フィリピン】

○概況

フィリピン市場では、査証発給要件の緩和拡大や日本行き直行便の増加などで、2014 年度以降、訪日外国人旅客数の増加が継続し、2018 年度は 50 万人を突破。東南アジアではタイに次ぐ第 2 位にまで成長した。旅行形態も、個人旅行（FIT/個人旅行パッケージ）が 9 割を超えていることから、関西の多様な魅力を訴求するプロモーション活動を BtoC、及び BtoB 向けに実施した。

○実施事業内容

(1)旅行博等

・旅行博　「Travel Tour Expo2019(TTE)」出展

・セミナー商談会　マニラ・セブ参加

【ベトナム】

○概況

訪日観光旅行は査証申請の必要性から旅行形態は団体旅行（パッケージ含む）が 7~8 割を占め、そのうち旅行会社経由の予約が大半を占める。
また、2018 年秋以降、ベトナム～日本の直行便が増加増便されたことも後押しとなり、2019 年も訪日外国人旅行者数は増加が予想される。リピーター率はまだ低く、ゴールデンルートが主流であるため、関西広域の認知度向上に取り組んだ。

○実施事業内容

(1)旅行博等

旅行博　「International Trabel Expo(ITE)2018」出展

【インドネシア】

○概況

2018 年の訪日旅客数は、39.6 万人と前年比 12.7%の増加率を示した。これは日本～インドネシア間の航空便の増加、各種プロモーションの成果等が要因となっている。旅行形態は、個人手配がより進み、トラベルフェア等で航空券だけを購入し、残りは自己手配する割合が最も高い。またムスリム層の旅行需要も盛んになっており、受入れ環境の整備がより進めば、更に訪日客が増加することが予想される。

○実施事業内容

(1)ファムトリップ等

ブロガー等ファムトリップ（マレーシアの項に記載）

【東南アジア共通】

○概況

2018 年の訪日外国人旅行者数は、主要市場であるタイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、インドすべてにおいても過去最高を記録した。これは旅行博及びセミナー・商談会等の開催、セールスコール・ファムトリップの実施等積極的なプロモーション活動が功を奏したものが一因と考えられる。この訪日需要の高まりに応える形で各市場航空路線の新規就航、増便等の充実が、今後の更なる伸びが予想させる。

○実施事業内容

(1)ファムトリップ等

東南アジア等ランドオペレーターファムトリップ及び商談会

・㈱アティックツアーズ他ランドオペレーター12 社

2018 年 10 月 2 日（火）～4 日（木）実施

・㈱トライアングル他ランドオペレーター13 社

2019 年 1 月 15 日（火）～17 日（木）実施

再　訪　市　場

【中国】

○概況

中国からの訪日外国人旅行者数は、2018 年、台風や地震の影響があったものの、過去最高の 838 万人となり、2017 年に引続き国・地域別で第 1 位であった。以前ほどの伸び率は収まったものの対前年比 14%増で、引続き高い数値を維持している。旅行形態では団体旅行にプラスして個人旅行の比率が増加（2017 年は 62%）し、またリピーター比率も急速に増加（2017 年は 40%）しており、内容も以前のショッピング主体から体験やテーマ性のある旅行にシフトする動きを見せていることから、これらを重視したプロモーション活動を実施した。また、経済発展が著しく関西空港直行便が就航している中国内陸都市に対して、関西広域のプロモーション活動を行った。

○実施事業内容

(1)旅行博等

・旅行博　「2018 上海世界旅行博覧会（World Travel Fare 2018 / SWTF 2018)」出展

SWTF は、15 回目を迎える中国の代表的な旅行博で、例年 6 万人近くの来場者を誇る。夏休み・国慶節の旅行を計画する方に関西広域の多様な観光情報を提供した。

・中国内陸都市現地プロモーション

関西エアポート㈱が実施する西安・成都でのプロモーションに参加。関西空港の利用促進と併せて富裕層・余裕層の関西広域・閑散期への誘客を図った。

・中国内陸都市現地トッププロモーション

京都府・西脇知事を団長とする関西広域連合主催のトッププロモーションに参加した。西安では観光セミナー・観光プロモーションが開催され、関西エアポート㈱が主催した商談会も同時開催となり、効果的なプロモーションを実施した。

(2)ファムトリップ等

・メディアファムトリップ

中国内陸都市現地プロモーション、トッププロモーションに続いて、陝西省が推薦する西安の新聞・雑誌記者を招請。ファムトリップを実施した。

【韓国】

○概況

韓国からの訪日外国人旅行者数は 2018 年度 753 万人となり、前年対比 5.6%増加した。台風・地震の影響から前年の増加率である 40.3%と比較して伸び率は低下した。2018 年は、HANATOUR 博に出展すると同時に、年間でブロガーファム 2 本、動画発信ファム 1 本の計 3 本のファムを実施、体験を中心に韓国内において、SNS での発信を実施し、関西の PR を行った。

○実施事業内容

(1)旅行博等

・旅行博　「ハナツアー旅行博覧会」出展

韓国最大の旅行博である「ハナツアー旅行博覧会」に昨年に引き続き出展し、大阪・京都エリア旅行ブームを維持しつつ、この地域から一歩進むと新たな関西の魅力が見えるというテーマで、広域関西の魅力の PR 活動を行った。

(2)ファムトリップ等

・ファムトリップ　「韓国ブロガーファムトリップ」10 月実施

京都市内と天橋立、伊根湾観光、滋賀の琵琶イチを含め、大阪や京都から追加の 1 泊想定での人気の周遊ポイントを訪問、ブログ発信による認知度向上をめざしたプロモーションを実施した。

・ファムトリップ　「韓国動画発信者によるファムトリップ」3 月実施
旅行動画発信の得意な 2 名を招請

・ファムトリップ　「韓国ブロガーファムトリップ」3 月実施
食と体験を中心に自然、景勝地、伝統文化等を紹介し、ブログを効果的に活用して情報発信を行った。

・ブロガーファムトリップ　(KANSAI ONE PASS 利用促進)
KANSAI ONE PASS 利用促進のため、関西鉄道各社局を利用した観光を提案した。

【台湾】

○概況

台湾からの訪日外国人旅行者数は 475 万人となり、前年対比 4.2%増加した。台湾において欧州（ロンドン、パリ）路線の新規路線開設や中東路線の経由便の安価な LCC もあり、日本行き旅行の割高感があり、前年の増加率である 9.5%と比較して伸び率は低下した。当本部は、関西への誘致強化を図るため、日本からの事業者と台湾の旅行会社とのマッチングによる「セミナー・個別相談会」を今年度も実施した。今年は、関西の最新情報や、地域の新しいイベント情報に重点をおく提案を日本側事業者から提供して頂くことができ、台湾側事業者（3 都市の各旅行会社）に訴求をすることで、新たな誘客促進を図ることができた。

○実施事業内容

(1)旅行博等

・台湾 3 都市におけるセミナー・個別相談会
関西に向けた商品造成と販売促進、情報拡散を図るため、台湾の主要 3 都市(台北・台中・高雄)において、関西の自治体、観光事業者等を当本部が取りまとめ、旅行会社・航空会社等を対象とした個別相談会を実施した。別途、商談会前の待ち時間を利用して 3 都市で関西観光本部セミナーを実施し、富裕層対応の関西情報を提供、かつワールドマスターズゲームズの PR も実施した。

・「関西 旅の交流会」
台湾大商談会終了後に 2 回目の試みとして台湾の有名ブロガー及びそのフォロワーに対して、関西各地の自治体、観光事業者が直接、それぞれの地域、観光資源を紹介し、情報の拡散による認知度向上を図った。今年は 2 回目として日本側からも、たくさんのインスタ映えツール等を持参し、SNS 発信をブロガー及びそのフォロアーに訴求した。

(2)ファムトリップ等

・メディアファム（映像制作）
訪日客の 80%以上がリピーターで、個人旅行が 60%を越える台湾市場において、FIT 化への対応、閑散期対策、大阪市、京都市以外の周辺部への誘客を図るため、台湾で人気のテレビ番組「秘境不思溢Ⅳ」(60 分番組）の撮影・取材クルーを招請し、関西広域の魅力ある体験等、オリジナル・コンテンツを取材、映像化し、発信した。

・ブロガーファム（～関西大丈夫キャンペーン～）

2018 年台風第 21 号は、9 月 4 日に「非常に強い」勢力で日本に上陸し、特に関西に大きな被害を与え、その結果、大阪市内では訪日外国人旅行者が大きく減少し、黒門市場の店舗を中心に売り上げが 10%程度まで落ちこんだ。関西空港復活後も台湾からの訪日外国人旅行者の戻りが悪かったため、台湾市場の復活が急務と考え、「関西大丈夫！」キャンペーンを台湾ユーチューバ―目線で行った。

【香港】

○概況

2018 年の訪日外国人旅行者は 221 万人となり、前年対比 1.1%の減となった。これは台風・地震等の自然災害の影響を受けたものだが、12 月には前年同月数を上回るまで回復した。香港市場における訪日需要は健在で、定期直行便の新規就航は今後も続く見通しである。旅行形態も 9 割以上が個人旅行でリピーター率も 8 割を超える成熟市場である。

○実施事業内容

(1)旅行博等

旅行博　「Hong Kong Book Fair」出展

【マカオ】

○概況

マカオからの訪日外国人旅行者数は 10 万 8 千人となっており、今後も増加が期待されている。マカオ政府観光局からの招請を受け旅行博に出展し、エージェント及びメディア等とネットワークを構築や誘客を行うためにプロモーション活動を行った。

○実施事業内容

(1)旅行博等

旅行博　「Macao International Travel Expo」出展

（２）外国人旅行者受け入れ環境整備事業

①関西インバウンドお役立ちビデオ制作

外国人旅行者の急増によりマナーをめぐるトラブルが増加してきていることを受け、外国人旅行者に日本の文化や慣習を理解してもらう目的と、受け入れ側である日本人にも、基本的なマナーの見直しやおもてなしの心を醸成する契機となること目指し実施した。具体的には、「お参り」「銭湯」「お寿司屋」などの１０本の動画を英語、韓国語、中国語（簡体・繁体）の４か国語版で制作し、当本部のホームページだけでなく、ウェブ広告の展開も行い広く周知啓発を行った。結果として、全国紙の新聞や海外メディアでの掲載や、外務省の SNS でも取り上げられた。また、自治体と民間企業のホームページ等でも活用され、国内外問わず多くの人へ啓発を行い、受入環境整備の一つとして役立てることとなった。

②多言語コールセンター

関西の観光事業者における外国人旅行者の受け入れ体制向上のため、各事業者が公衆電話回線で手軽に利用できる多言語コールセンター、「KANSAI　多言語コールセンター」を設置し、関西 2 府 8 県の観光関係事業者に 24 時間 365 日無料で(電話料金除く)利用可能とした。同コールセンターは音声自動翻訳システムの機能を活用しており、音声自動翻訳システムによる翻訳が困難な場合は、バックアップとしてバイリンガル通訳者での通訳（有人オペレーター）を提供するもの。

対応言語は、英語、中国語、韓国語、タイ語、インドネシア語で、2018 年 8 月から 2019 年 3 月までで 133 件の利用があった。言語別では英語が 92 件で最多だった。

③おもてなしバッジ

昨年度に引き続き、外国人旅行者をサポートするツールとして、自身が話せる言語を示した「外国語話せます！関西おもてなしバッジ」を作成、配布を実施した。バッジ利用の普及拡大に向け、既存の 3 言語（英語、中国語、韓国語）・無地に加え、新たにフランス語 500 個、スペイン語 300 個及びタイ語 500 個のバッジを製作。また、既存言語 3,700 個を追加製作した。（言語内訳は、英語 1200 個、中国語 1,000 個、韓国語 300 個、無地 1,200 個）

さらに普及促進を図るため、1.在日外国人留学生への WEB 広告掲載（2019 年 1 月～3 月）及びダイレクトメール配信（2019 年 1 月から各月 1 回）　2.チラシ・ポスターを製作し、府県市外国人センター、ボランティアガイド団体および大学専門学校等への配架　3.その他、通訳案内士セミナーや会員企業への配布・告知等を実施した。2019 年 3 月末時点で、5,180 個配布済み。2017 年度～2018 年度 2 か年で 10,320 個の配布を行った。

④手ぶら観光の普及

KANSAI OFFICIAL TOURIST GUIDE2019」に掲載し、広く PR を行うとともに、宅配便利用による「手ぶら観光」の利用拡大を図るため、宅配事業者(ヤマト運輸(株)・日本郵便(株))の外国人利用者向け利用マニュアル（英・繁・簡・仏）を国内の宿泊施設や観光案内所に配架と配布を実施した。

⑤KANSAI Wi-Fi (official)

訪日外国人旅行者の受入環境整備の取組として、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当アプリの運用を 2016 年 10 月にスタートさせ展開している。本年度は、本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させた。さらに本サービスについて、構成府県市での導入促進を目的とした研修会の実施や期間限定でのデモ版の提供、当本部主催のインバウンドセミナーにおける本サービスの周知啓発など、当アプリのデータが関西における各地域の発展に資する観光施策の立案やマーケティングのツールとして有用性のある手段であることについて構成府県市等へ PR を行った。アプリダウンロード数は 64,000DL から 80,000DL へと増加した。

⑥KANSAI ONE PASS

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訪日外国人旅行者専用 IC 乗車券。より広域に周遊していただくため、価格を 2,000 円から 3,000 円にして関西の鉄道各社局にて販売した。当本部ではこの統一交通パスの PR を実施した。海外旅行博でのチラシ配布、ウェブサイトや「KANSAI OFFICIAL TOURIST GUIDE 2018」での PR 告知を実施。また、KANSAI ONE PASS 利用を促進するためのパワーブロガー招請事業を実施した。
価格変更の結果、鉄道各社局による販売数は昨年実績を下回り 86,000 枚となった。

（3）マーケティング事業

①マーケティング情報発信

アジア太平洋研究所（APIR）と提携し、関西への訪日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、会員、構成団体への送付を開始した。また、「KANSAI Wi-Fi」等で得られる訪日外国人旅行者の移動等の動向情報を発信した。

②関西プロモーションオフィスによる情報収集

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、会員、構成団体への送付を開始した。

③マーケティング調査

本年度は関西を訪れる訪日外国人旅行者の概況について、観光庁等の各種統計資料の定量的なデータを総合的に分析し、関西独自の現状を明らかにするとともに、新たな以下のマーケティング調査に取り組んだ。

(1)アンケート調査

広域観光拠点等において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し、各観光地の特性と訪日外国人旅行者の来訪状況の適合状況を調査することで、ミクロとマクロの両面から統合分析した。

（調査地：9 か所、調査期日：2018 年 11 月 16 日～2019 年 1 月 17 日、合計サンプル数：849 人）

(2)WEB 動画プロモーションに向けたフィジビリティ調査

・「観光コンテンツ需要調査（欧米豪訪日検討者の関心事の検証）」では、欧米豪 6 か国約 3,000 人の訪日検討者を対象に、WEB 調査を行い、関西の観光コンテンツに関する関心度合の基礎データを収集した。

・「ポータルサイトにおけるフィジビリティ調査（プラットフォームの利便性検証調査）」においては、外国人観光客の旅マエ・旅ナカでの情報収集時の検索行動や当本部のポータルサイトの有用性の検証を目的にインタビュー調査を実施した。

・「関西広域周遊促進のためのデジタルマーケティング調査（動画を活用した訪関西意向の変容検証）」では、新たに作成したプレミアム動画を活用し、その内容から関西への印象、訪問意向などについて訪日検討層を対象に、WEB 調査を実施した。

（４）人材育成事業

①全国の広域連携 DMO との連携

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」を当本部の呼びかけにより昨年度から立ち上げており、今年度は、6 月 8 日、7 月 19 日に東京にて開催した。

うち、7 月 19 日開催分については、国土交通省会議室にて行ない、観光庁観光地域振興課観光地域政策企画室の河田敦弥室長をはじめとする担当者各位、JNTO 地域連携部の各位にも参加いただき、国際観光旅客税の活用等、観光庁の進める施策の紹介、各 DMO との課題共有等を行った。

②2018 年度通訳案内士スキルアップ研修

訪日外国人旅行者の関西へのリピート率を高めるため、通訳案内士の人材育成・レベルアップが急務と考え、昨年に引き続き「通訳案内士スキルアップ研修」を関西広域連合主催・関西観光本部共催で、2019 年 2 月 19～21 日に座学（12 講座・6 府県市）、22 日には奈良市内の実地研修を行った。本年は関西で活躍する通訳案内士を対象にしたため、東京や広島からの参加もあり、地域より広域で活躍する通訳案内士対象となった。

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、今回の参加者には修了書を発行した。

2 月 26 日（火）～27（水）に開催した「関西インバウンド交流会」にて旅行会社 6 社と通訳案内士とのマッチングを行った。

２　文化振興事業

（１）関西文化の日

①第 16 回 関西文化の日（関西広域連合・関西元気文化圏推進協議会との共催）

2018 年 11 月 17 日 18 日を中心日として関西 2 府 8 県 4 政令市の地域内にある美術館・博物館など文化施設の入館料（原則として常設展）を無料とする取組。2018 年度の参加施設数は 655 施設であった。9 月の災害による施設の一時閉館なども影響し、前年 688 施設から 33 減少となったが、関西文化の日の主旨に賛同され、是非参加したいとの施設からの申し出を含め、新規参加施設は、43 施設となった。総入場者数は、過去 2 番目の記録で約 52 万人、累計入館者数は約 570 万人となった。

なお、アクティブシニア層の広報誌や子育て世代のお出かけ情報サイトでの情報発信などともに、東京の美術館や東京ビッグサイトで開催されたツーリズム EXPO ジャパン 2018 での PR など、関西域外での PR にも努めた。

（２）関西元気文化圏

①関西元気文化圏賞(文化庁との共同開催)

2003 年から開催の贈賞事業。2019 年 1 月 22 日に実施。その年に文化を通じて関西から日本を明るく元気にすることに貢献した幅広いジャンルの人 物・団体等を表彰。

【2018 年受賞者】

≪大 賞≫　本庶 佑　氏（京都大学高等研究院 副院長/特別教授、神戸医療産業都市推進機構 理事長）

≪特別賞≫　大阪桐蔭高等学校 硬式野球部 、アドベンチャーワールド

≪ニューパワー賞≫　同志社大学香里高等学校ダンス部、スーパーキッズ・オーケストラ、関西経済同友会 企業所有美術館展実行委員会

（３）「関西文化.com」「関西文化の日」ウェブサイト統合及び多言語対応

①閲覧者の利便性向上等

従来の「関西文化.com」及び「関西文化の日」の 2 つのサイトを統合し、マップやカレンダーの導入、モバイル対応、各文化施設のイベント情報とのリンク等により閲覧者の利便性を向上するとともに、システムの一元化により関西の文化情報発信の効率化を図った。

②多言語対応

「関西文化.com」システムで文化施設担当者が直接入力・登録した文化施設情報（英語）を、関西を訪れようとする外国人がアクセスしやすいよう、関西観光本部のインバウンド向け観光ウェブサイト「The KANSAI Guide」へ繋げ、多言語で情報発信を可能にした。

３　情報発信事業

（１）「The KANSAI Guide」関西観光ポータルサイトの開設

グランドデザインの「新たな情報発信事業」を実施するために、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情報発信する関西観光ポータルサイトを 3 月 29 日に開設した。

掲げた KPI「訪日検討者に対する訪関西意向率向上」を達成させるべく、WEB 動画プロモーションを展開していく。ターゲット需要を意識し、制作した当本部初の観光動画は Youtube に公開後、欧米豪、東アジア、東南アジアを中心とした諸外国を含め視聴が 438 万回を超えた。

（２）情報誌の発行

訪日外国人旅行者向け情報誌（KANSAI OFFICIAL TURIST GUIDE 2019）を2018年12月に第1版発刊した。関西域内の鉄道網、観光素材（観光地、体験施設、食文化）と訪日外国人旅行者にとってのお役立ち情報等を掲載。英語版、合計5万部発刊、旅行博にて配布と関西空港はじめ関西のインフォメーションセンター約50か所に配架している。

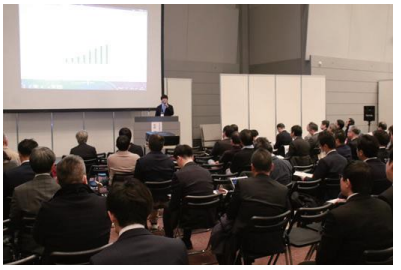
Ⅲ　関西地域の振興に向けて

（１）和歌山大学国際観光学研究センターとの協定締結

当本部と和歌山大学国際観光学研究センターの間で、「関西ツーリズムグランドデザイン」で示された関西の「目指す姿」の実現、さらには健全で持続可能な観光地域づくりに取り組んでいくため、2019年３月１日付けで連携に関する協定書を締結した。

（２）関西インバウンド交流会２０１９

関西のインバウンドビジネスのプラットフォームとして、更なる拡大を計画している諸団体、事業者向けにワンストップで、このビジネスに必要かつ使える最先端の情報やツール、人脈などを提供する展示と講演会、ネットワーキングを行い関西インバウンド事業の底上げを図ることを目的に開催した。



開催日時	2019年2月26日（火）12:00～27日（水）16:00
場　所	グランキューブ大阪（大阪府立国際会議場）
来場者数	2月26日782名・27日648名（合計1,430名）
内　容	出展ブース：64団体（行政関係、旅行業、ＩＴ・通信関係、メディア、通訳・翻訳　等） セミナー：7テーマ・述べ1,107名が受講 （地域創生・儲かるインバウンド・観光実態・マーケティング、キャッシュレス、ムスリム、多様な食文化対応、インバウンドで稼ぐ地域イノベーション） 通訳案内士コーナー：旅行代理店6社とのマッチング ＊通訳案内士83名分の名刺掲載 ネットワーキング：127名参加
メディア露出	テレビ大阪・観光経済新聞・訪日ラボ等

Ⅳ　管理運営活動

１ 理事会・評議員会等

（1）理事会

・第 1 回理事会

2018 年 6 月 1 日（金）　於 リーガロイヤル NCB

第 1 号議案：2017 年度事業報告書（案）の承認の件

第 2 号議案：2017 年度計算書類等（案）の承認の件

第 3 号議案：2017 公益目的支出計画実施報告書（案）の承認の件

第 4 号議案：評議員会の日時及び場所並びに目的である事項等（案）の承認の件

・第 1 回臨時理事会

2018 年 6 月 25 日（月）

第 1 号議案：理事長の選定の件

第 2 号議案　副理事長、専務理事及び事務局長の選定の件

・第 2 回臨時理事会

2019 年 2 月 15 日（金）

第 1 号議案：評議員会の日時及び場所並びに目的である事項等（案）の承認の件

・第 2 回理事会

2019 年 3 月 25 日（月）　於 リーガロイヤル NCB

第 1 号議案：2019 年度事業計画書(案）の承認の件

第 2 号議案：2019 年度収支予算書(案）の承認の件

（2）評議員会

・第 1 回評議員会

2018 年 6 月 25 日（月）　於 リーガロイヤル NCB

第 1 号議案：2017 年度計算書類等（案）の承認の件

第 2 号議案：定款の変更（案）の承認の件

第 3 号議案：理事及び監事候補者選任（案）の件

・第 1 回臨時評議員会

2019 年 3 月 15 日（金）

第 1 号議案：評議員、理事の辞任に伴う候補者選任（案）の件

（3）運営会議

・第 1 回　2018 年 5 月 25 日（金）　於 当法人会議室

・第 2 回　2019 年 2 月 25 日（月）　於 当法人会議室

２ 会員関係

（1）活動実績

2018 年 4 月に月次レポートを一新し「関西観光本部 NEWS」の配信開始。ここに「会員 NEWS」を設け、インバウンドに取り組む会員の最新情報を掲載。

また、8月には「連携推進部」を発足し、海外プロモーション活動や商談会、ファムトリップ等当本部活動への会員参画を促進するとともにマッチング等会員間の交流を進めた。

（2）会員数（2019年3月31日現在）

・特別会員数（企業・団体等）　　38（前年同日比較+5、+15.2%）

・賛助会員数（企業・団体等）　　160（前年同日比較+58、+56.9%）

以　上