

2020年度
事業報告書
(概要版)

自 2020年 4月 1日

至 2021年 3月31日

一般財団法人 関西観光本部

はじめに

新型コロナウイルスの世界的な感染が拡大し、収束が見られない中で、国際間の人の往来は厳しく制限されている。2019年に3,188万人を記録した訪日外国人旅行者は、2020年は前年比87.1%減の411万5,900人となり、政府目標である4,000万人の約1割にとどまった。これは、東日本大震災があった2011年の621万人も大幅に下回るものであり、1998年の410万人に並ぶ水準となった。国連世界観光機関(UNWTO)によると、2020年に世界の観光は史上最悪の年を迎え、国際観光客到着数は対前年比で10億人減少(同74%減)したとしている。国際観光の回復時期に関して、UNWTO 専門家委員会の最新の調査では、2022年になってようやく回復が始まるとの見方が50%を占め、ほとんどの専門家は、2023年より前には2019年の水準に戻らないとみている。

このような急激なインバウンド環境の悪化を受けて、関西観光本部(以下「当本部」という。)では、2020年度において、①インバウンドのモメンタムの維持を図りつつ、来るべき時期に備えて、②広域周遊ルート「THE EXCITING KANSAI」の形成推進、人的インフラの強化、③組織の基盤強化を活動の柱としつつ、弾力的に個別事業を見直した上で、適時適切な事業実施に傾注してきた。

具体的には、第一にインバウンドのモメンタムの維持については、各国・エリアがデスティネーションとしての魅力の発信を強める中、当本部も”Stay Home” 期間を狙い機運醸成動画配信を7月から開始するとともに、12月からは文化庁と連携し伝統文化を訴求した動画配信を開始し、双方合わせて視聴回数が1,100万回を超えた。また、台湾オンライン大商談会を主催し、10府県4政令市や関西の旅行事業者等と台湾の旅行事業者や教育旅行関係者等と1,020商談を実施した。さらに、米国でのデジタル旅行博への出展など、デジタルプロモーションも精力的に実施した。加えて、高級海外旅行誌を通じた訴求を初めて行い、「National Geographic Traveller UK」、「National Geographic Traveller UK Food」、「petit futé」関西版制作支援を行った。この他、ベトナム国営放送番組内CM枠への動画提供もメディアとの連携の下、実施した。

第二に、関西全域の広域周遊ルート「THE EXCITING KANSAI」の形成推進については、各ルートのテーマ、ストーリーの設定による「THE EXCITING KANSAI」のブランディング、商品造成の促進のため、(株)XPJP、(株)奥ジャパンとアライアンスを締結した。年間の継続的な活動を通じて地域の方々との協力が進み、3月末には関西全域の全8ルートのテーマとストーリー、基本ルートが概成した。また、観光の人的インフラである通訳案内士の育成、ホテルコンシェルジュのネットワークの構築に取り組んだ。

第三に、組織の基盤強化については、会員への情報発信強化を行うとともに、関西インバウンド交流会 on the WEB を開催するとともに、関西のDMOが一堂に会する会議を近畿運輸局及び(公社)日本観光振興協会とともに開催した。また、(公社)2025年日本国際博覧会協会との連携を具体化するための協定締結に向けた協議を行う他、会員のご協力を得て人員増強を行うとともに、組織体制の見直しなども行った。

この他、新たな試みとして、政府のGo To トラベル事業のスタートに合わせて、日本人の関西旅行の需要喚起に貢献するため、日本人向けの情報発信サイト「Enjoy 関西」を新設し、構成団体や会員企業のキャンペーン情報等を発信した。また、2021年のワールドマスターズゲームズ関西(WMG 関西)の開催をも睨んで、関西広域周遊ルートを国内向けに紹介するミニ番組を制作し、国内航空路線の機内で上映を行うなど新たな取組みも行った。

本事業報告書は、2020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。

1. インバウンドのモメンタムの維持

1) 訪関西機運醸成 動画プロモーション

新型コロナウイルス感染拡大の中、国際往来再開に向けての関西訪問意向を高めるため、「Dream online」企画を立案し、機運醸成動画を制作して訪日検討層に向けた動画配信プロモーションを行った。

企画第1弾は、海外旅行検討層の3大関心事“文化”、“自然”、“食”を訴求するため、4K映像と英語ナレーション、多言語化対応として繁体字・簡体字の文字スーパー処理を施した機運醸成動画を3種制作し、2020年7月から、JNTO海外拠点が運営するSNSや当本部が運営するYouTube、Facebookを通じて広く海外へ動画配信を行った。企画第2弾は、文化庁との初の連携事業として、関西広域に点在する「伝統文化資源」を映像素材に活用した4K動画“Spiritual KANSAI”を全7篇制作し、2020年10月から翌年3月まで訪日検討層に向けた動画配信プロモーションを展開した。

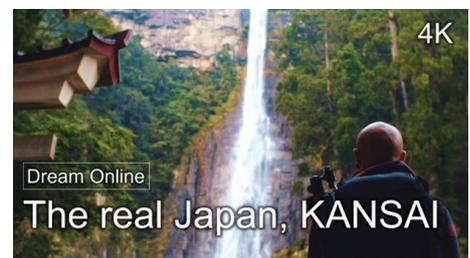
これらの動画配信プロモーションでは、想定を超える再生回数となり、関西への関心の高さが確認できた。また、制作した”Spiritual KANSAI”の動画で想起させる「文化観光」は、直近の欧米豪訪日検討層に対する観光テーマ需要調査（インターネット調査）において、海外旅行時に体験したい観光テーマのトップ（64.8%）に挙げられたものであり、今回の視聴結果からもそのトレンドが確認できた。コロナ禍による旅行に対する関心の変容にも的確に対応した動画配信プロモーションにより、コロナ禍において、国際往来再開に向けての関西訪問への機運醸成を効果的に展開することができた。

①動画プロモーション第1弾（2020年7月15日～9月30日）

動画シリーズ（本編150秒・短編3シリーズ各30秒、繁体・簡体字幕）

動画再生回数：624,490回

サイト流入数：164,079ユーザー

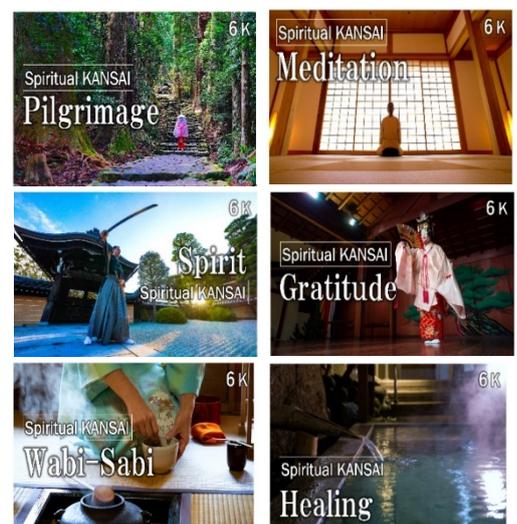


②動画プロモーション第2弾（2020年10月28日～2021年3月31日）

動画全7シリーズ（各本編150秒・短篇30秒、英語・繁体字・簡体字の3タイプ）

動画再生回数：2,954,671回

サイト流入数：527,124ユーザー



③YouTube 広告プロモーション（2020年12月28日～2021年1月5日）

YouTube 広告を活用して、Spiritual KANSAI 動画総集編の視聴促進

動画再生数：5,086,972回



④制作した動画を JNTO 海外事務所へ積極プロモート

JNTO 北京、インドネシア、スペインの等の公式 SNS に掲載
動画再生回数

北京：4,170,000回 インドネシア：4,003回 スペイン：1,920回

⑤訪関西機運醸成 動画プロモーション 全体結果

動画層再生回数：1,292万超 サイト流入数：99万ユーザー

態度変容醸成数：34,509件（動画や広告に対する「いいね」や高評価、コメント数の合計値）

2）第3回日本国際観光映像祭（注1）にて当本部の動画が国内外3賞受賞

当本部の Dream online 動画「The real Japan, KANSAI (4K)」は、第3回日本国際観光映画祭国内部門の Tourism Destinations-Regions カテゴリーの優秀賞と、120本の中から1本だけが選ばれる栄誉のある審査員特別賞を受賞した。さらに、国際部門の Tourism Destinations - Regions の2位を受賞し、CIFFT（注2）が年間で運営管理する Ranking of the Best Videos in Tourism Destinations Regions の2位（2021年3月現在）に位置付けられている。

因みにランキングトップの南アフリカの作品が国際部門のグランプリに輝いた。特に、国際部門の2位に関しては、オーストラリアに次ぐ評価を頂き、名だたる世界のデスティネーションの中で、KANSAI が大きく評価された。

Rank	Video Title	Points
1	South Australia: hear it, touch it, see it to believe it	13
2	The real Japan, KANSAI (4K)	7
3	Chasing Lines	7
4	Feelin' Yulin - A Wide-eyed Wanderer in Taiwan	2
5	There's always one more degree in Pangtong	2
6	Stay at home, for now.	2



（注1）日本国際観光映像祭

2019年に創設された日本国際観光映像祭は、2020年11月24日には、国連世界観光機関（UNWTO）が認定する国際観光映像祭ネットワーク CIFFT の正式メンバーとなり、2021年3月2日～3日に開催された第3回日本国際観光映像祭が正式加盟後初の開催となる。

第3回の応募総数は国内120本、国際1,207本の総数1,327本で過去最大となり、それぞれ Tourism Destinations - Cities、Tourism Destinations - Regions、Tourism Product、Tourism

Service、Vlog、City Promotion、旅ムービー等のカテゴリで審査が行われ、映像祭の2日目に各部門賞、そして最優秀賞・優秀賞が選出された。

(注2) CIFFT (The International Committee of Tourism Film Festivals)

1989年にオーストリアで設立され、4大陸で開催されている14の観光映像祭から成る。2020年度より日本国際観光映像祭もその一員と認められ、合計15の国際観光映像祭のネットワークで、世界で大きな影響力を持つ。

3) 台湾カルフル「日本週 関西特展」への協賛

2020年10月6日から10月20日まで、台湾の大型ショッピングモール「台湾家樂福」(台湾カルフル)にて「鉄道で巡る関西」をテーマとした関西の紹介展示及び物産展を開催した。

開催期間中15日間で全69店舗中、関西の観光や鉄道、空港等の特設のテーマ展示を行った10店舗には、合計延べ約65万人が来店した。「早く関西に行きたい。」「関西に行けないので、いつもより多く日本の物を購入した。」等、関西への旅の再開を期待している声が多く寄せられた。



4) 台湾オンライン大商談会

例年9月に現地に出向き、リアルで開催していた台湾大商談会をオンライン形式に変更し、2021年1月28日～29日、2月1日～4日に台湾オンライン大商談会として開催した。また、「関西5府県教育旅行誘致商談会」もあわせて開催(同年2月3日～5日)した。

この商談会には、台湾の旅行会社59社、関西の宿泊/飲食/観光施設・鉄道会社・DMO・観光協会等53団体、台湾の学校関係19校、関西10府県4政令市全ての観光担当者や関西教育旅行誘致委員会が参加した。各府県政令市による防疫対策を含む観光セミナー及び事前マッチングシステムを採用し、オンラインでは国内最大級となる1,020商談が行われた。また、往来再開後の訪関西機運向上のため、動画「カンサイ・ジーン」「Spiritual KANSAI」を放映した。世界的なコロナ禍で先が見通せない日台双方の旅行会社や観光関連事業者、自治体や教育旅行関係者にとって「日台往来再開後の希望につながる」など、例年以上の満足度との高評価が寄せられた。



5) デジタル旅行博・オンラインセミナー・商談会

①米国デジタル旅行博 (VTAS)

例年参加している米国の大規模B to C旅行博である「Los Angeles Travel & Adventure Show」が、米国バーチャル旅行博(VTAS)として開催(2020年12月17日)されたことから、デジタル旅行博への初めての試みとして、これに出展した。



デジタルによる関西情報の総合的な発信の試みであることから、関西 14 府県市に新たに作成いただいたデータでの誘客 PR 資料、当本部の取組みである「THE EXCITING KANSAI」に関連するプロモーション資料、動画、SNS サイト情報等をデジタルブースに掲載したほか、米国旅行会社 51 社向けのウェビナーでのプレゼンテーションを実施した。結果、同ブースへの訪問件数は 2,648 件、府県市資料ダウンロード数 438 件、動画 4 本の総再生回数は計 1,422 回となるなど、重点市場の一つである米国におけるプロモーションとして一定の成果を得ることができた。



②オンラインセミナー・商談会

・ロシア (LTM オンライン商談会)

2020 年 8 月 17 日～9 月 17 日(開催期間:1 か月) Luxury Travel Mart Moscow のアジア対象オンライン商談会「ASIAN WORKSHOP」に初めて参加した。現地側は業界関係者及びメディア約 250 社、出展者は日本を含むアジア諸国から 50 団体にのぼり、チャットによる自由商談形式で、当本部出展ページ訪問者数は 172 社、そのうち、商談数は 29 社であった。



当本部として初めて参加したオンライン商談であったが、ロシアにおける訪日、訪関西意欲の強さ、オンライン上でも有用な情報交換が可能であることを確認できた。



・マレーシア (オンライン VJTT ミーティング)

2021 年 1 月 13 日に開催されたオンライン訪日旅行セミナー・商談会「FY2020 Online Visit Japan Travel Trade Meet」(クアラルンプール)に参加した。商談は事前マッチング方式で行われ、当本部は固定枠 8 枠とフリー枠 1 枠使って精力的に取り組んだ。9 枠の中には同市場最大手である Apple Vacations、JAPAN TRAVEL BUREAU (MALAYSIA)、HIS TRAVEL なども含まれ、商談した旅行会社には、新たな観光コースを求めている社も多かったことから、当本部で現在取り組んでいる「THE EXCITING KANSAI」に定めた 8 コースをメインで紹介した。また、商談会に先立って設定された WEB プレゼンテーション枠にも参加し、関西観光の魅力の訴求に努めた。

・マドリード (CEV オンラインセミナー)

2021 年 1 月 13 日、日本政府観光局 (JNTO) マドリード事務所主催のスペイン現地旅行会社向けセミナーに参加した。同セミナーは「家族で楽しむ訪日旅行」をテーマに行われたことから、ユニバーサル・スタジオ・ジャパン、東映太秦映画村、六甲山観光、パソナグループの協力のもと、関西の基本情報と家族で過ごせる施設を紹介した。



当本部の 30 分間のプレゼンテーションにはスペイン側から約 200 名が視聴・参加し、スペイン語で対応可能な旅行会社の照会、アクセス方法など、多くの質問をいただき、関西への関心の高さを確認した。

・フィリピン（オンライン Japan Fiesta2021）

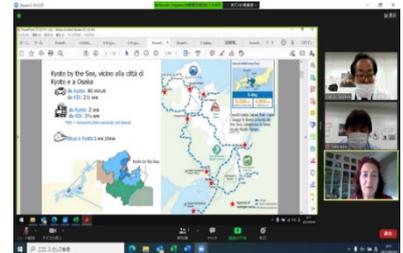
2021年1月18日～24日、日本政府観光局（JNTO）マニラ事務所主催のオンライン旅行博 Japan Fiesta 2021に参加し、当本部が制作したデジタルパンフレットの掲載や4Kプロモーション動画の配信、フィリピン市場に向けた陽気なオリジナルメッセージ動画を制作・配信するなど、デジタルによるBtoC向けプロモーションを実施した（会期中のサイト訪問者数は13,045名）。



・ローマ（JAPAN ONLINE TOURISM ROADSHOW）

2021年3月4日、日本政府観光局（JNTO）ローマ事務所主催の現地リテラー（旅行会社、11社参加）向けWEB商談会に参加し、主に「THE EXCITING KANSAI」の8ルートのプロモーションを行った。

現地旅行会社は、京都・奈良発の新しいコースや特別な体験情報に興味を持ち、また、コロナ禍を背景に「都市部より郊外を」「ホテルよりもコテージやグランピングを」という旅行に対する関心の変容も確認できた。中にはハネムーンやSITに特化した旅行会社もあり、予想以上の成果を得ることができた。関係府県市作成の商談資料を共有していただいたこともあり、関西広域のプロモーションを効果的に実施することができた。



6) 高級海外旅行誌を通じた訴求

①National Geographic Traveller UK・Travelへの掲載

英国及び英語圏で強い影響力のある旅行誌「National Geographic Traveller UK・Travel (NGT・UK・Travel)」に「THE EXCITING KANSAI」の紹介記事を掲載(2021年2月4日に英国で発刊)した。

今回は、和歌山県・奈良県・姫路市・赤穂観光協会の協力の下、「THE EXCITING KANSAI」で設定している関西8エリアのうち、「熊野古道（日本の心の原点への巡礼の旅）」と「姫路城・海の道（武士道、播磨灘・京への道）」の2テーマ（エリア）の紹介を行った。本誌での記事掲載は、今回初めての試みであったが、会員企業等各方面からの反響が多く寄せられたこともあり、今後もテーマ（エリア）を変えつつ、地域の協力の下、可能な限り継続する予定である。



②National Geographic Traveller UK・Food 誌 への掲載

英国及び英語圏で強い影響力のある旅行誌「National Geographic Traveller UK・Food (NGT・UK・Food)」に、英国で関心の高い「食」について、関西特集記事を掲載(2021年2月11日に英国で発刊)した。

伊勢志摩ビューロー・京都府・お茶の京都DMO・福井県・海の京都DMO・ひょうご観光本部・淡路島観光協会・和歌山県の協力の下、「THE EXCITING KANSAI」のエリア内の^{みけつくに}御食国(志摩・若狭・淡路島)、日本酒、抹茶、醤油、精進料理というテーマに沿った取材に基づき、質の高い記事が掲載された。本誌は、デジタル版の発信もされており、NGT・UK・Travel 同様、コロナ禍におけるデジタルコンテンツを活用した訪関西機運醸成プロモーションとして大きな役割を果たした。

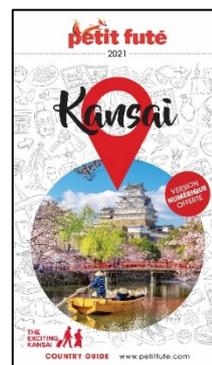


③petit futé Kansai ガイドブック作成

フランスで43年の歴史ある旅行誌の出版社である petit futé 社の企画による初のフランス語関西ガイドブック「petit futé Kansai」の出版を支援した。

三重県、奈良県、和歌山県、兵庫県、鳥取県、福井県、滋賀県、堺市、海の京都DMOの協力の下、東京在住のフランス人ジャーナリストが「THE EXCITING KANSAI」の8エリアを含む関西各地域を24日かけて取材し、また、フランス人で京都在住の関西観光大使シルヴァン・ル・グエン (Sylvain Le Guen) 氏にも9日間の取材に同行いただき、フランス人によるフランス人向けの336頁に及ぶ本格的な関西ガイドブックが作成された。これには、関西広域連合との連携により地域における良質な工芸品等の紹介も行われている。

このガイドブックは、2021年3月24日にフランスで出版され、JNTOパリ事務所の協力の下、在フランス日本大使館、クレアパリ事務所、エアライン、旅行会社、現地メディア等に紹介・配布した。



7) ベトナム国営放送を通じたプロモーション

①ベトナム国営放送の番組内における動画CM放映

関西テレビとベトナム国営放送局 VOV が共同制作するバラエティ番組内で、当本部の動画をCMとして放映した。また、連携する放送局 VOV の公式 YouTube チャンネルをはじめとする SNS にて見逃し配信が実施され、番組は延べ約 62 万人が視聴するとともに SNS にて約 49 万のアクセスを記録した。なお、この事業は、総務省「放送コンテンツ海外展開強化」事業として制作されたものである。



②関西を紹介するミニ番組をベトナム国営放送で放映

「THE EXCITING KANSAI」の8ルートを中心とした「姫路城」、「有馬温泉」、「天橋立」をはじめとする関西の観光資源を紹介する60秒のミニ番組を関西テレビとベトナム国営放送局VOVが共同制作し、全12話をベトナム国営放送及びSNSで放映、発信した。この番組は、ベトナム国内で累計約835万人が視聴した。なお、この事業は、総務省「放送コンテンツを活用した海外への情報発信」事業として実施されたものである。



8) 「THE EXCITING KANSAI」を紹介するミニ旅番組制作

2021年のWMG 関西等を睨んだ関西広域の魅力の発信、更にはコロナ下における国内旅行需要に対する関西広域の魅力の訴求のため、関西の上質な魅力をコンパクトに紹介するためのミニ番組を制作した。

これは、関西での広域周遊観光を推し進める当本部の「THE EXCITING KANSAI」の魅力を、番組ナビゲーターが実際に8つのエリアを旅した内容で構成される24分の旅番組であり、今後、様々な場面で関西広域の魅力の発信に活用することとしている。この番組は、ANAの関西キャンペーンの付帯サービスとして国内線において機内上映が行われた(注1)ほか、国際線での機内プログラムとしても活用された(注2)。



(注1) 「Tastes of JAPAN by ANA」-Explore the regions 関西特集 (2020年12月~2021年5月) として、滋賀・京都・大阪・兵庫・奈良・和歌山の関西を8つの地域ごと6ヶ月期間で特集し、まだ知られていない地域の魅力や資源などを国内外に発信。日本各地の多様な魅力を全国、また、海外のお客様にご紹介することにより、訪日旅客の増加及び地域活性化に貢献することを目的としている。

(注2) 上映便：国内線SKY VISION (2021年3月)、国内線Wi-Fi プログラム (2021年4-5月)、国際線スカイチャンネル (2021年3-4月)

9) 韓国LCCジンエアー国際遊覧飛行事業に参画

韓国LCCジンエアーが実施した大阪・関西旅行をテーマにした国際遊覧飛行事業に参画し、関西の魅力を機内で訴求した。この企画は、新型コロナの影響により海外旅行ができない状況の中、韓国では国際遊覧飛行の関心が高いことから、同社が、関西をテーマとした遊覧飛行を企画・実施したものである。

この企画は、夕刻に仁川国際空港を出発し、大邱、釜山、日本の上空を飛行し、夜には仁川国際空港に戻るという行程で実施され、機内では関西にまつわる音楽会やクイズイベントが行われ、約90名のお客様に東の間の関西の旅をお楽しみいただいた。



10) 留学生による情報発信

在日ベトナム・中国人留学生と日本人学生を対象に、(公社)びわこビジターズビューロー、(一社)淡路島観光協会の全面的な協力のもと、各4名、1泊2日のファムトリップを実施(2020年8月25日~26日/訪問先:琵琶湖周辺、淡路島)した。

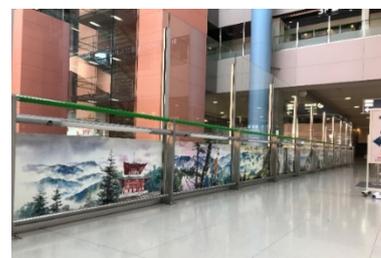


参加留学生は、関西国際大学で国際ツーリズムを専攻し、日本人学生とともにコンテンツ制作や情報発信の意味・手法・効果等を学んでいる方々であり、日本在住の外国人目線で若い感性を生かして、新たに発見した関西の魅力・感動や本イベントでの訪問先の情報をYouTubeやグループチャット、並びに日本最大の在日ベトナム人サイト(SENPAI)や韓国で長年視聴されている「関西ブログ」に積極的に掲載していただいた。国際往来再開後のベトナム・中国・韓国からの若年層観光客誘致につながる事業となった。

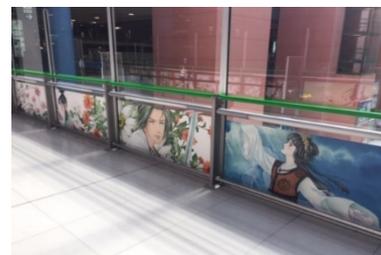
11) 文化庁による文化発信プロジェクトを関西エアポート(株)と連携して実施

- 「CULTURE GATE to JAPAN」の関西国際空港での展示を開催-

文化庁による新たなかたちの文化発信プロジェクト「CULTURE GATE to JAPAN」の関西国際空港での展示を、関西エアポート(株)とともに、2021年3月20日から実施した(2022年5月末まで(予定))。



本展示では、「LIFE」をテーマに、当本部が提案する関西の新たな8つの広域周遊観光エリア「THE EXCITING KANSAI」を、「巡礼の道(紀伊半島)」、「職人の道(播磨)」、「水の道(琵琶湖・北陸)」、「岬の道(山陰海岸)」、「神話の道(伊勢・奈良)」、「海の道(淡路島・徳島)」、「実りの道(丹波)」、「工芸の道(福井・琵琶湖東岸・三重)」の8つの道として捉え、8人の人気マンガ家(五十嵐大介氏、漆原友紀氏、雁須磨子氏、里中満智子氏、せきねゆき氏、安彦良和氏、山田芳裕氏、横山裕一氏(五十音順))により、それぞれのエリアの自然と文化、人々の暮らしが描かれている。各作品は、関西国際空港第1ターミナルビル2階キャニオンブリッジ(2階入口からターミナルへの吹き抜け通路)8カ所に展示している。



12) 酒蔵ツーリズム

国税庁の支援事業として、関西の酒蔵を日本酒造りの一連の工程とともに日本酒の奥深さを体験できる拠点として観光コンテンツに磨き上げ、観光と販売を一体的に提供する企画である「酒蔵ツーリズム」の開発を進めた。

具体的には、「仕組み構築と実証実験」と「情報発信」に取り組んだ。仕組み構築と実証実験については、ジャパンショッピングツーリズム協会と連携し、酒蔵訪問時における日本酒販売で海外別送の課題である「インボイス作成の煩わしさ」、「破損リスク」、「国別通関事業の分かりにくさ」を解決する簡便な仕組み「Kansai Beaver Delivery」を開発するとともに、2回のオンライン酒蔵訪問ツアーと5回の海外別送による実証実験(香港及びシンガポール)により課題解決状況を確認した。また、この仕組みの導入を促進するマニュアルを作成した。情報発信については、関西エリア10府県にわたる20の酒蔵を対象にしたそれぞれの特徴に基づく酒蔵ストーリーを編集・作成し、当本部のwebサイト「The Kansai Guide」に特集ページとして掲載した。

また、海外の有力旅行雑誌「National Geographic Traveller UK・Travel」に2ページの特集記事を掲載するとともに、在日外国人の目線で地域の観光資源を評価する当本部組織「関西コネクションリーダー」（後述）による取材(5カ所)、SNS投稿(15本)、動画制作(5本)を実施した。

2. 広域周遊ルート「THE EXCITING KANSAI」の形成推進、人的インフラの強化

-各ルートのテーマ、ストーリーの設定によるブランディング、商品造成の促進-

1) 概要

関西への訪日外国人旅行客は、京都市、大阪市に集中する一方で、「その他の地域への波及が少ない」「旅行消費額が関東エリアに劣る」といった課題が顕在化している。また、関西のインバウンドの主要市場の関係者からは「リピーターが満足できるルート・コンテンツを提案して欲しい」との声が多く寄せられている。

これらの課題に対応し、訪日外国人旅行客に関西一円を旅行していただくことを目的として、当本部では、地域と強い連携の下、京都市、大阪市をコアとなる拠点としながら、関西一円を「周遊し」「宿泊する」広域観光周遊ルートの形成、新しい滞在圏の構築に取り組み、これを統一ブランド「THE EXCITING KANSAI」として、訴求している。

これまで、自治体、地域づくり法人、企業等とそれぞれの地域の価値や地域の持つコンテンツを洗い出し、8つのコンセプトに基づくルート作りを進め、モデルコースや旅行商品、旅行者の興味や関心を惹きつける動画やメッセージ性のある文書などによる情報発信を行った。「THE EXCITING KANSAI」で推進する8つのエリアは以下のとおりである。



①紀伊半島エリア

和歌山県・奈良県・三重県…「心の原点への巡礼の旅」のエリア
巡礼の道、熊野古道は千年以上の時を経て日本の精神の原点を現代に残す。自分に向き合い高めるスピリチュアルな道。

【主要観光素材】熊野三山、高野山、熊野古道、吉野、十津川等



②播磨エリア

兵庫県…「名城と侍文化、海の道」のエリア

都と西国を結ぶ要衝にあつて、世界遺産姫路城を中心に今でも残る戦国・侍文化。現代に至るまで多様な文化を容れながら発展している。

【主要観光素材】姫路城及び播磨エリアの城郭、圓教寺、赤穂、有馬温泉、神戸灘の酒蔵等



③琵琶湖西岸～北陸エリア

滋賀県・福井県…「水がはぐくむ文化と信仰」のエリア
日本最大の湖琵琶湖。後背地の山々の豊かな雪解け水は田畑を潤し、水郷を形成しながら暮らしや信仰に息づいている。

【主要観光素材】琵琶湖、比叡山延暦寺、永平寺等



④福井～琵琶湖東岸エリア

滋賀県・福井県・三重県…「戦国文化とクラフト」のエリア
多くの武士が往来し武家文化・忍者文化が栄えたこのエリアは、千年以上続く伝統工芸から現代的なものまで「クラフト」のエリアでもあり、多くの匠を育ててきた。

【主要観光素材】越前漆器、越前打刃物、信楽焼、彦根城等



⑤神戸～淡路島～徳島エリア

兵庫県・徳島県・和歌山県…「パノラミックな国生みの海」のエリア

内海ゆえの島影や渦巻く潮流など穏やかで広大で変化に富んだ海。ゆっくり滞在すると海に日が昇り、沈み、そこに生まれた国生みの神話や生活者の文化も見えてくる。

【主要観光素材】明石海峡大橋、鳴門の渦潮、人形浄瑠璃、藍染め等



⑥山陰海岸エリア

京都府・兵庫県・鳥取県…「海岸美と恵み」のエリア
奇岩や断崖の岬と漁村が交互に続く独特の地形は、息をのむ景色と豊かな漁場、穏やかな人々の営みを形成している。

【主要観光素材】天橋立、伊根の舟屋、城崎温泉、浦富海岸、鳥取砂丘等



⑦奈良～伊勢エリア

奈良県・三重県…「神話から古代へ、日本の原点」のエリア
神話時代までさかのぼる日本の原点。政治・文化のオリジンはここにあり、いくつもの時代の足跡が多重に折り重なる。

【主要観光素材】伊勢神宮、海女文化、斑鳩、飛鳥、吉野等



⑧丹波エリア

京都府・兵庫県…「実りの里山」のエリア
京都と兵庫にまたがる「丹波国」は独自の作物が実る、豊穡の里山。そこに街道の要衝となる城下町や、都の食材を支えた町など個性が光る暮らしがある。

【主要観光素材】丹波篠山の城下町、丹波焼、美山、丹波ワイン、丹波の食材等



2) シンボル商品(セルフガイドツアー) 販売開始

各ルートのシンボリックなモデルコースを提案すべく、奥ジャパン(株)との連携により高額消費者層を対象とし、各エリアを象徴する高品質なセルフガイドツアー(注)を順次造成した。2021年4月現在「播磨」「山陰海岸」「琵琶湖西岸～北陸」の3つのエリアの商品が完成し、販売している。

(注)「セルフガイドツアー」とは、旅行行程・交通・宿泊事前手配し、専用マップ・ガイドブックを手に、旅行者自身のペースで観光・滞在を楽しむ欧米富裕層中心に広がりを見せている新しい旅の形。



▲セルフガイドツアーの例

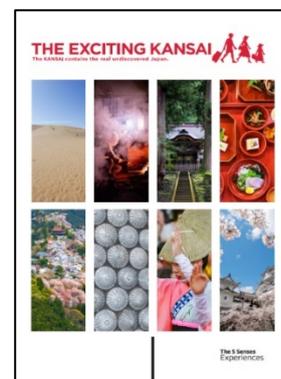
3) 「THE EXCITING KANSAI」専用サイトの開設

当本部のインバウンド向けポータルサイト「The KANSAI Guide」内に専用サイトを開設し、「THE EXCITING KANSAI」専用サイトを2021年2月9日にリリースした。「THE EXCITING KANSAI」専用サイトは、

- ・ 写真、映像、エディターそれぞれ精鋭の外国人スタッフを編成。徹底的な外国人目線で8つのエリアの魅力を新たに取材
- ・ 撮影した素材を中心に美しい写真や動画、音声で紹介
- ・ 地域の魅力を体験できるツアーや体験コンテンツ予約まで、サイト内で完結

といった最新の技術を用いた情報発信サイトである。

また、フランス人編集者を中心としたチームによる高質なデジタルパンフレットを掲載しており、このデジタルパンフレット2,000部を印刷し、観光案内所等に配布したほか、今後の商談会などのプロモーション活動に積極的に活用する。



4) 人的インフラの強化

①通訳案内士及びボランティアガイドのネットワーク・育成強化による受入環境整備

FIT (Foreign Independent Tour : 海外個人旅行) 化傾向が進むインバウンド市場において、高額消費者層を含め旅ナカで直接に訪日外国人旅行者に接する通訳案内士やボランティアガイドの重要性は高いものがあり、観光の重要な人的インフラとして支援を行っている。

2020年度は、2017年度から継続的に関西広域連合・関西観光本部共催で実施している「通訳案内士スキルアップ研修」に加え、オンラインセミナー、情報整備、ボランティアガイド向け汎用マニュアル(大阪プロガイドマネジメント協会監修)作成を実施した。

「通訳案内士スキルアップ研修」では2020年8月26日～27日に座学、同年12月9日に姫路にて姫路コンベンションビューローの協力を得て実地研修を行った。座学では、WMG 関西、日本庭園、ウィズコロナにおける旅行トレンド、アニメ、茶道、和食、雅楽など訪日外国人旅行者に人気の高いテーマによる講座を行い、参加者には修了書を発行した。

初の試みとなった「オンラインセミナー」は、2021年3月1日～26日に、合わせて実施した情報整備により抽出した約800名の通訳案内士に案内し、8講座(和食・道具、ワイン、日本酒、低山トレッキング、伝統工芸、ウェルネス、買い物)で延べ約1,400回の視聴を得た。

②ホテルコンシェルジュネットワーク構築

訪日外国人旅行者との接点が多く、特に旅ナカの高額消費者層に対して強い影響力を持つホテルコンシェルジュ等に対して、関西の高質な観光情報を提供することは旅行消費額増の観点からも重要である。そのため、近畿運輸局と連携し、FIT 層の多種多様なニーズに対応した観光情報を提供するためのネットワーク構築と、旅行者ニーズにマッチした対面での情報発信に向けた枠組みを形成し、旅行者に対する観光情報の多角的アプローチに寄与するためのネットワーク構築に新たに取り組んだ。

具体的には、ル・クレドールや日本コンシェルジュ協会に所属のホテルコンシェルジュを対象に2回の意見交換会を開催(2020年7月14日、11月9日)し、現場が求める観光情報や情報発信の手法、危機管理情報の提供手法などについて議論を重ねた。抽出された内容に基づき、有用な情報の整理・分析と今後のフィードバック・発信方などについて整理した。なお、ホテルコンシェルジュ側から要望の強かった観光素材提供者や信頼できる通訳案内士などとの合流については、コロナ禍の状況もあり実現に至らず、今後の取組み課題となった。

3. 組織の基盤強化

1) 関西インバウンド交流会 on the WEB、関西 DMO 会議

①関西インバウンド交流会 2021 on the WEB

2018年・2019年と過去2回開催した関西インバウンド交流会を、本年度はオンラインにより開催し、当本部の構成団体、会員及びDMO団体から約260名の参加を得て実施した。

この交流会では、観光庁及びJNTOの実務トップから国の政策やプロモーションの現状と今後について紹介いただくとともに、DXを用いたインバウンド戦略の第一人者による講演といった最新の情報を共有した。また、当本部職員による分野別セミナー及び参加者相互の連携・商談のためのオンラインステージの3部構成とし、セミナーでは当本部の事務所を基地局として各講演はリモートにて中継をつなぐ全く新しい試みで執り行い、盛況のうちに終了した。

開催日時	2021年3月18日(木) 13:00~18:30
開催形式	Zoom ウェビナー等によるライブ配信(オンライン視聴) ※一部、録画配信あり
参加者	会員・構成団体、DMO団体他限定 約260名
内容	講演:3テーマ(観光庁・JNTO・内閣府クールジャパン地域プロデューサー) 分野別セミナー:3分野別6テーマ(海外マーケット・プロモーション分科会、デジタルマーケティング分科会、広域観光インフラ分科会) 参加者相互の連携・商談のためのオンラインステージ: 会員9社登壇

②関西 DMO 会議

2021年3月18日、関西のDMOの連携強化を目的に、近畿運輸局観光部及び(公社)日本観光振興協会関西支部との共催により、域内DMOを対象とした意見交換会をオンラインで開催した。

「人材確保・育成」「運営資金」「地域間連携」などの各DMOが有する課題や活動状況を共有するとともに、当本部の今後の活動方針や、近畿運輸局・(公社)日本観光振興協会のDMO支援メニュー等について紹介した。

2) 会員への情報発信強化

コロナ禍による観光を取り巻く環境が激変する中、当本部の重要なパートナーとしての構成団体・会員との関係強化等を目的として、2020年4月から当本部にコミュニケーション・グループを設置し、情報発信の強化に着手した。結果、会員へのインバウンド情報等の提供回数は126件（対前年+63、200%）となり、内訳は「訪日外国人旅行客動向データ」13回、「新型コロナウイルス関連情報」58回（2020年6月より開始）、「研修および会員等からの告知」55件である。

また、当本部のコーポレートサイトの全面改修に着手し、同サイトを通じて構成団体・会員とのインタラクティブな関係を強化し、より効率的な活動を関係者との連携の下で推進するためのプラットフォームとしている。

3) WMG オリジナルワンプス製作協力

新型コロナウイルス感染拡大のためインバウンドの往来が途絶えたことにより、ワンプス販売枚数は、対前年比99%減となった。他方、(公財)ワールドマスターズゲームズ2021関西組織委員会に協力し、2022年5月に開催されるWMG関西のオリジナルワンプス30,000枚を製作した。大会受付時に参加証や大会キットと共に参加者に配布され、関西滞在中にスムーズな移動を体感していただき、関西広域での周遊を促す。



▲WMG オリジナルワンプスデザイン)

4) 万博協会との連携

2025年「大阪・関西万博」に向け、(公社)2025年日本国際博覧会協会と連携して広く海外に万博開催や関西観光の魅力を発信するため、具体的な企画を通じて実務協力に着手した。

4. 日本人向け関西観光情報の発信

1) Go To トラベル事業と連動した日本人向けの情報発信サイト「Enjoy 関西」を新設(7/1~)

2020年7月中旬より開始された観光庁のGo To トラベル事業を契機として、関西2府8県における独自キャンペーン等のお得な旅の情報、当本部会員が提供する旅行情報を一覧できるサイト「Enjoy 関西」特集を新設した。

国内旅行者向け情報便利サイトとして、政府のキャンペーン情報に加え、構成府県市の独自キャンペーン、会員企業のお得情報を広く募集し、次のカテゴリで関係情報を提供している。

①旅情報まとめ

新型コロナウイルスに対するマナーやお知らせ、Go To トラベルに関する情報など、旅に必要な情報を掲載

②関西のお得な旅情報

構成府県市や企業が実施している関西のお得な旅情報を、ユーザーが情報を探しやすいよう下記4つのカテゴリに分け掲載。

- ・ツアー (17件)
- ・グルメ (2件)
- ・イベント (13件)
- ・その他 (7件)

③関西の魅力紹介

関西の魅力的な観光や文化を映像で紹介し、国内旅行検討者に対して関西の魅力を訴求

5. 各種継続事業

1) 関西文化の日

①第18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）

関西文化の日は、2020年11月14日、15日を中心日として、関西2府8県4政令市の域内にある美術館・博物館などの文化施設の入館料（原則として常設展）を無料とする取組みである。

2020年度の参加施設数は、コロナ禍での実施となったため昨年度の632施設から減少し、424施設（新規参加32施設）、総入場者数は約15万5千人、累計入場者数は約637万人となった。実施に当たっては、ポスター約2,700枚、リーフレット約11万9千枚を各文化施設、鉄道主要駅、高速道路サービスエリアなどで配布・掲出した。また、各種ラジオ・情報誌・広報誌・マスコミ等のホームページ掲載などでの情報発信が行われた。



なお、「関西文化の日」等に参加の文化施設の情報は、Webサイト「関西文化.com」（<http://www.kansaibunka.com/>）にて通年で公開するとともに、各文化施設が任意で最新イベント情報の入力・更新ができる関西の芸術文化情報発信サイトとして展開している。

②KANSAI NIGHT MUSEUM（関西広域連合・関西元気文化圏推進協議会との共催）

ナイトタイムエコノミーの充実が求められる中、新たな取り組みとして、11月の関西文化の日に併せ、文化施設が開館時間を延長する日を設けてナイトタイムの活用を試みる「KANSAI NIGHT MUSEUM」事業を実施した。

③関西元気文化圏賞

関西元気文化圏賞は、その年に文化活動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・団体を表彰する事業であり、2003年から実施し18回目を迎えた。

今回は、コロナ禍の中での開催となり、また、同時に行われる文化庁事業が中止されたことから単独での開催となったが、2021年1月25日に関係者と報道機関のみの参加として贈呈式を開催し、テレビ、新聞等で大きく報道された。

【2020年度受賞者】（敬称略）

《大賞》

こども本の森 中之島 と 安藤忠雄（建築家）

《特別賞》

滋賀県立芸術劇場 びわ湖ホール

《ニューパワー賞》

ミルクボーイ（お笑いコンビ）

TEAM INARI（大阪・関西万博のロゴマークデザイン）

田中希実（陸上選手）

奈良県ろう学校 演劇部



4) 「KANSAI Wi-Fi」の運営

関西を訪れる外国人旅行者への受入環境整備事業の一環として、当本部では、関西広域連合及び関西経済連合会が創設した共通認証アプリケーションの運営を行っている。

これは、関西エリア内の各種主体が提供する無料Wi-Fi サービスを利用する際に、それぞれに求められる認証手続きを一度で行うスマートフォン等の端末向けのアプリケーション提供サービスであるが、近年、同様の機能で日本全国をカバーする民間のアプリケーションが提供されていること等から、ダウンロード数は限定的なものとなっている。

<ダウンロード累計数（各年）>

時期	Japan Connected-free Wi-Fi	タウンWi-Fi（※公表時点）	KANSAI Wi-Fi
2013年	0.8万DL		
2014年	42万DL		
2015年	126万DL		
2016年	230万DL	150万DL	1.6万DL
2017年	323万DL	200万DL	5.9万DL
2018年	377万DL	450万DL	7.6万DL
2019年	412万DL	600万DL	8.7万DL
2020年	425万DL	1000万DL	9万DL

5) 新しい関西ツーリズムグランドデザインの検討に着手

「関西ツーリズムグランドデザイン 2021」は、関西広域において観光振興を担う主体が目指す姿として、2018年に当本部がまとめたものであり、関西の各方面の関係者の参画の下、策定された。このグランドデザインの目標年次が2021年に到来することから、現下の状況を的確に反映した、新しいグランドデザインを策定する必要がある。新しいグランドデザインでは、2025大阪・関西万博の開催のインパクトを最大限生かして、また、これを節目として、更にその先を見据えたものとするべく、検討に着手している。

6. 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（書面会議）

2020年5月29日（金）

第1号議案：2019年度事業報告書(案)の承認の件

第2号議案：2019年度計算書類等(案)の承認の件

第3号議案：2019年度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（書面会議）

2020年6月26日（金）

第1号議案：理事長の選定の件

- 第2号議案：副理事長及び事務局長の選定の件
- ・第2回臨時理事会（書面会議）
2020年9月23日（水）
第1号議案：評議員退任に伴う評議員候補者の選任(案)の件
- ・第3回臨時理事会（書面会議）
2021年1月14日（木）
第1号議案：理事退任に伴う理事候補者の選任(案)の件
- ・第4回臨時理事会（書面会議）
2021年2月15日（月）
第1号議案：副理事長の選定の件
- ・第2回理事会
2021年3月29日(月) 於 NCB 会館
第1号議案：2021年度事業計画書(案)の承認の件
第2号議案：2021年度収支予算書(案)の承認の件

③ 評議員会

- ・第1回評議員会(書面会議)
2020年6月19日(金)
第1号議案：2019年度計算書類等(案)の承認の件
第2号議案：評議員候補者の選任(案)の件
第3号議案：監事及び監事候補者の選任(案)の件
- ・第1回臨時評議員会（書面会議）
2020年10月9日（金）
第1号議案：評議員退任に伴う評議員候補者の選任(案)の件
- ・第2回臨時評議員会（書面会議）
2021年1月29日（金）
第1号議案：理事退任に伴う理事候補者の選任(案)の件

④ 運営会議

- ・第1回 2020年5月15日（金）書面会議
- ・第2回 2021年2月25日（木）オンライン会議

7. 会員関係

1) 会員数（2021年3月31日現在）

・特別会員数（企業・団体等）	33	（前年同日比較 △4、△10.8%）
・賛助会員数（企業・団体等）	196	（前年同日比較 △3、△1.5%）
会員数計	229	（前年同日比較 △7、△3.0%）

以上