

関西の世界遺産



姫路城



法隆寺地域の仏教建造物



古都京都の文化財(写真は清水寺)



古都奈良の文化財(写真は春日大社)



紀伊山地の霊場と参詣道



関西広域観光戦略 ～官民で高める関西の魅力～

訪日外国人旅行者数は2013年に初めて1,000万人を突破した。政府は観光立国の実現に向け、2020年の訪日外国人を2,000万人に増やす目標を掲げており、日本全体として観光を成長産業にできるかがカギとなっている。こうしたなか、2019年の「ラグビーワールドカップ2019」、2020年の「東京オリンピック・パラリンピック」、2021年の「関西ワールドマスターズゲームズ2021」など、世界的なイベントが続くこの絶好の機会に、関西は観光振興にどのように取り組むべきか。今年1月に関経連が取りまとめた「関西広域観光戦略」を中心に、関西の取り組みを紹介する。

観光立国実現に向けた国の動き

地域活性化、雇用機会の増大などの効果が期待されている観光産業。特に人口減少が進むわが国においては、観光振興により外国人旅行者数を増やすことが必要である。政府では、2003年より「訪日旅行促進事業(ビジット・ジャパン事業)」を開始。観光立国推進基本法の施行(2007年)や観光庁の発足(2008年)を経て、2013年6月には観光立国推進閣僚会議(主宰：内閣総理大臣)において「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」が取りまとめられるなど、観光立国実現に向けた

取り組みが進められてきた。その結果、ビジット・ジャパン事業開始以来の政府目標であった訪日外国人旅行者数年間1,000万人を2013年に初めて達成することができた。

昨年6月には、観光立国のさらなる推進をはかるため、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」が改定された。東京オリンピック・パラリンピックが開催される2020年に向けて、訪日外国人旅行者数2,000万人の高みをめざすとし、ビザ要件の緩和や魅力ある観光地域づくり、受入環境の整備、外国人ビジネス客の取込みなど各種施策が推進されている。

「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」で掲げた6つの柱

- ①「2020年オリンピック・パラリンピック」を見据えた観光振興
- ②インバウンドの飛躍的拡大に向けた取り組み
- ③ビザ要件の緩和など訪日旅行の容易化
- ④世界に通用する魅力ある観光地域づくり
- ⑤外国人旅行者の受入環境整備
- ⑥MICEの誘致・開催促進と外国人ビジネス客の取込み

出所：観光立国推進閣僚会議「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」より引用

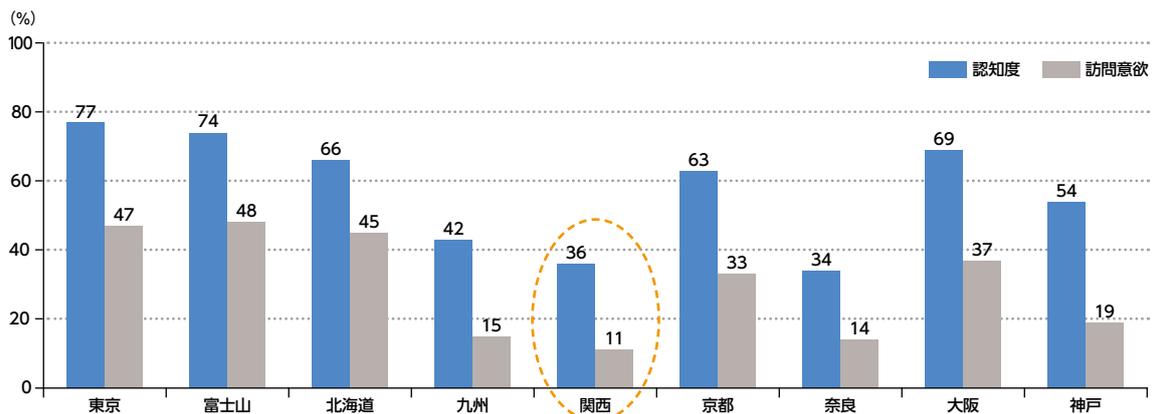
関西広域の視点に立った観光戦略の必要性

関西(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、徳島県の2府8県)には、全国にある世界遺産18カ所のうち5カ所、国宝1,092件のうち612件、重要文化財1万2,992件のうち6,199件(2014年12月1日現在)が集積するなど、観光資源が豊富に存在し、空港や鉄道など交通インフラも発達している。これらを結集することにより世界的な観光地としての飛躍が望めるが、関西全体としての戦略がなく、各地域がそれぞれ独自の取り組みを行っているため、関西の認知度は依然として低く、十分な成果を上げられていないのが現状である(図1、2)。

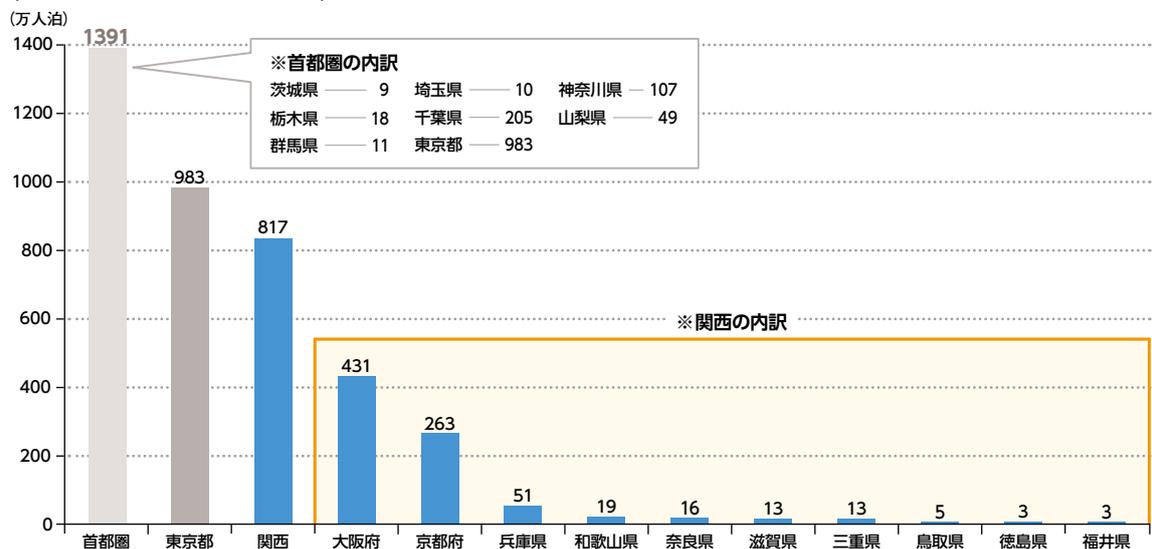
2019年から2021年にかけて、「ラグビーワールドカップ2019」「東京オリンピック・パラリンピック」「関西ワールドマスタースゲームズ2021」と、世界的なイベントが続く絶好の機会に、関西広域の視点に立った観光戦略のもと、関西一丸となって観光振興に取り組んでいくことが必要である。

〈図1 日本の観光地の認知度と訪問意欲〉



出所：日本政策投資銀行「アジア8地域・訪日外国人旅行者の意向調査(平成25年版)」より作成

〈図2 外国人延べ宿泊者数〉



出所：国土交通省観光庁「宿泊旅行統計調査(平成25年1月~12月)」より作成(ビジネス客数を含む)

2020年 関西への外国人旅行者数800万人をめざして ～数値目標の設定とその実現に向けた具体的な取り組み～

「関西広域観光戦略」の策定

このような国の動きや関西の状況をふまえ、当会では、2013年11月に都市創造・文化観光委員会(委員長:角和夫・阪急電鉄会長)のもとに、「広域観光研究会(座長:福島伸一・新関西国際空港会長)」を設置。研究会では、2021年まで続く世界的なイベントを中期的なターゲットとして、関西広域の視点に立ち、官民一体となって取り組む「関西広域観光戦略」(以下、観光戦略)の策定に向けた検討を行い、今年1月に取りまとめた。

〈広域観光研究会 体制〉

設置: 2013年11月～

座長: 福島伸一 新関西国際空港会長

メンバー:

アートコーポレーション、オリックス不動産、がんこフードサービス、関西広域連合、関西地域振興財団、関西電力、KNT-CTホールディングス、JTB西日本、新関西国際空港、竹中工務店、電通、西日本旅客鉄道、博報堂、阪急阪神ホールディングス、三井住友銀行

オブザーバー:

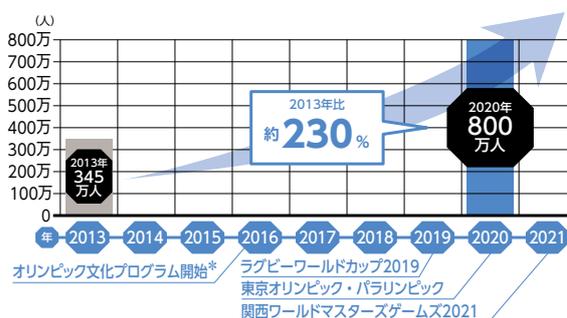
経済産業省近畿経済産業局、国土交通省近畿地方整備局、国土交通省近畿運輸局、京都市、堺市、神戸市、京商、大商、神商、京都市観光協会、大阪観光局、歴史街道推進協議会

2020年における数値目標

観光戦略では、2020年における関西の数値目標を設定している。まず現在、日本全体の外国人旅行者数に対して約33%を占める関西への訪問率を40%まで伸ばし、800万人の旅行者数をめざすとした。また、経済効果の観点から、外国人延べ宿泊者数を2,000万人泊に、訪日外国人旅行消費額を1兆円に、さらに、関西ブランド発信の観点から、海外における関西の認知度を50%、訪問意欲を30%にするとの目標も掲げ、関西がわが国の観光振興をリードし、観

光立国の実現に寄与していくとしている(図3)。

〈図3 関西がめざす外国人旅行者数の数値目標〉



*オリンピック憲章で規定された、音楽・演劇をはじめとする多角的な文化や魅力を紹介するプログラム。東京オリンピック・パラリンピックに向けて開催される。

目標を達成するための取り組み

これらの目標を達成するため、「関西への誘客のための情報発信」と「魅力的な関西観光圏の整備推進」の大きく2つの観点から取り組みを進めていく(図4)。「関西への誘客のための情報発信」については、海外における関西の認知度・訪問意欲を高め、関西に来るきっかけづくりとして、シンボルマーク(6頁を参照)を活用した関西ブランドの強化・発信、観光ポータルサイトの創設、関西を紹介するテレビ番組の海外放送、プロモーションなどを行う。また、同様の取り組みを国内他地域でも展開することにより、他地域経由の旅行者数の増加もはかる。

「魅力的な関西観光圏の整備推進」については、無料 Wi-Fi 利用環境の整備や関西統一交通パスの創設など、旅行者にとって利便性の高い受入環境を整備する。加えて、旅行者が楽しめるコンテンツやプログラムを増やすことで、より長く関西に滞在し、より多くの観光地を訪問してもらい、延べ宿泊者数や旅行消費額の増加につなげる。また、マーケティングデータを整備することで、旅行者のニーズを正確に把握、各施策にフィードバックし、観光地としての魅力をさらに高める。これらの取り組みに

より、旅行者の満足度を高め、リピーター客の増加にもつなげる好循環を生み出していく。

推進体制

広域観光振興に向けては、広域かつさまざまな組織との連携が重要である。現在、関西の広域観光振興については、2011年度より関西地域振興財団が国際観光をはじめとする官民連携事業を軸とし中心的な役割を担っている。しかし、当事業は2017年度をもって終了することが決まっていることから、早急に推進体制を確立する必要がある。

そこでまず、関西広域連合、関西地域振興財団、関経連を中心にプラットフォームを立ち上げ、各地

域の自治体・観光振興団体・経済団体、企業などとともに緩やかに連携し、情報発信や環境整備など各地域が共通して取り組める事業を推進していく。

そして、2015年度中には推進体制のあり方を取りまとめ、準備会合の実施や関係機関による連携事業の強化など準備を進めていく。また、2016年度からは、本格的に新体制への移行に取りかかり、速やかに体制確立へとつなげる。

「関西広域観光戦略」に明記した取り組みの中には、すでに具体的に動き始めている事業もある。これらの取り組みを次頁以降に紹介する。

〈図4 「関西広域観光戦略」で推進する取り組み〉

1 関西への誘客のための情報発信

1 関西ブランドの強化・発信

- 「はなやか関西」シンボルマークの活用

(活用例) 国内外のイベントでの使用、
関空・駅・ホテル等の
大型ビジョンでの動画放映、
各企業・自治体HPへの掲載、
ノベルティの開発・活用等



2 観光に関する情報の編集・発信

- 観光ポータルサイトの創設「i-KANSAI(仮称)」
- 文化財等のデジタルアーカイブ化の推進



3 海外のメディアを活用した情報発信

- 関西を紹介するテレビ番組の海外放送



4 情報収集とプロモーションの展開

- SNSなどを通じた情報収集
- 海外プロモーション
- ファムトリップ
- 関西ワールドマスターズゲームズ2021プロモーション



2 魅力的な関西観光圏の整備推進

1 受入環境の整備

- 無料Wi-Fi利用環境の整備
「KANSAI Free Wi-Fi(仮称)」
- 関西統一交通パスの創設
「KANSAI One Pass(仮称)」
- ムスリム対応の推進
- エアライン・クルーズの誘致
- 関西国際空港アクセスの改善
- 多言語対応の充実
- 魅力ある拠点の整備・連携
- エリアマネジメントの推進
- ホテル等の供給体制の検討



2 新たなコンテンツとプログラムの開発

- ニューツーリズムの創出
- 広域観光ルートの策定
「はなやか関西ルート(仮称)」
- オリンピック文化プログラムの開発
- MICE機能の整備、IRの活用



3 マーケティングデータの整備

- 観光統計データの整備
- 関西観光満足度調査の実施



「はなやか関西」シンボルマークの策定・活用

「関西への誘客のための情報発信」の取り組みとして、関西地域をPRする「はなやか関西」シンボルマークを策定し、昨年9月から活用を開始している。国内外のイベントでの使用や、関西国際空港の大型ビジョンでの動画放映、関西を紹介するテレビ番組の海外放送での使用、各企業のHPへの掲載、ピンバッジの着用など、さまざまなところでマークおよび関西のPRを進めている。

引き続き、関西が一体となってこのマークの普及に取り組み、関西の観光振興を進める機運を醸成するとともに、関西のイメージを共有し広げる活動を展開していく。海外では、プロモーションをはじめシンボルマーク自体を目にする機会を創出し、また国内では、実際に外国人旅行者が訪れる観光施設や店舗等に積極的にマークを活用してもらえよう働きかけていく。



関西国際空港の大型ビジョン

関西を紹介するテレビ番組の海外放送テストトライアルの実施

観光に関する情報は、さまざまなメディアで発信されているが、特に関西に関心を抱いてもらうには、関西からの能動的な情報発信が必要である。

そこで、関西を紹介するテレビ番組の海外放送について、2014年度にテストトライアルを実施。映像による情報発信はその魅力を強く伝えることができるが、なかでもテレビ番組は訴求力が高く、さまざまな情報を視聴者に伝えることができる。また、番組をとおして、関西の観光情報に関する話題づくり、さらには関連商品の販売といった産業創出につながることも期待できる。

総務省の「周辺産業との連携・地域活性化を目的とした放送コンテンツの海外展開に関するモデル事業」に申請し(代表申請者：博報堂)、昨年10月に採択され、今年の2～3月にタイと台湾にて放映を行うこととしている。

無料Wi-Fi利用環境の整備に関するWGの設置

外国人旅行者の受入れを考える際、無料Wi-Fi利用環境の整備は、広域エリアを観光する際の利便性を高めるために必要不可欠である。現在、自治体や事業者がそれぞれ独自で本格的な無料Wi-Fi整備を進めているが、エリアごとの認証手続きが必要となるため、旅行者にとっては使い勝手のよいも

タイ



番組名：「Spirit of Adventure」

放映チャンネル：地上波・チャンネル5

放映日時：2015年2～3月の木曜日
20:30～20:55(25分×4話)

内容：番組ナビゲーターが有名観光スポットに加え、蕎麦打ち・忍者・舞妓などの体験を通じて、関西の多様な魅力を紹介。

台湾



番組名：「美の関西」

放映チャンネル：地上波・台湾電視公司(TTV)

放映日時：2015年2月の土曜日
17:00～17:30(30分×4話)

内容：台湾のモデル・タレントが親孝行として自分の母親に美しくなってもらうために関西へ。エステ、グルメなどの体験を通じて、関西の魅力を紹介。

協力：EeLin Modeling Agency

のであるとはいえない。

そこで、関西の自治体と事業者が一体となって、無料Wi-Fi利用環境の整備を推進するための課題と具体策を検討するため、「訪日外国人旅行者向け無料Wi-Fi整備ワーキング・グループ」を設置。一度の認証で関西各地において利用可能となる「KANSAI Free Wi-Fi(仮称)」の実現に向け、検討を進めている。

関西統一交通パスの創設をめざすWGの設置

無料Wi-Fi利用環境の整備と同様、外国人旅行者を受け入れるにあたり、鉄道などの公共交通の利便性を高めることも重要である。

とりわけ関西においては、交通インフラが高度に発達しているものの、外国人旅行者にとっては乗り継ぎや乗車券の購入方法が複雑でわかりにくいも

のとなっている。この問題を解決するために、既存の交通カードをベースにした関西統一交通パス「KANSAI One Pass(仮称)」(鉄道、地下鉄、バス等を含む)の創設をめざし、「関西ワンパスワーキング・グループ」を設置した。将来的には、観光施設や各種イベント等とも連携し、広範かつ広域的なサービスにつながる交通パスへの展開をめざす。

このほか、関西の観光ポータルサイト「i-KANSAI(仮称)」の創設や、関西を広域に周遊し、多様な魅力を体験してもらおう観光ルート「はなやか関西ルート(仮称)」の策定、関西の観光統計をはじめとするマーケティングデータの整備、および推進体制の検討なども予定している。

今後も、関西へのインバウンドを飛躍的に増やすべく、関西一丸となって観光戦略に取り組んでいく。

(産業部 高橋保裕・中西康真)

〈図5 「関西広域観光戦略」で示した各事業のロードマップ〉

