

動き出した関西観光本部 —2020年1,800万人の外国人旅行者数をめざして—

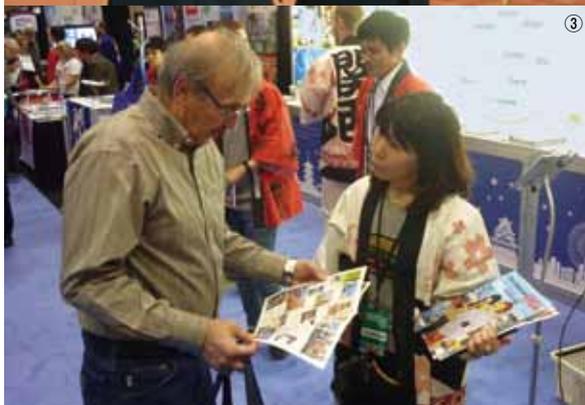
関西広域でのインバウンド誘致に取り組むため2016年3月に設立された「関西国際観光推進本部」は、2017年4月、その活動を加速させるべく「関西地域振興財団」を統合し、「一般財団法人 関西観光本部」として新たなスタートを切った。「KANSAI国際観光指針」で掲げた“2020年に関西への外国人旅行者数1,800万人”の目標達成に向け、推進体制を強化し、さらなるインバウンド誘致に取り組む。

広域連携DMO「関西観光本部」の設立

2016年3月24日、関西広域でのインバウンド誘致に向けて、「関西国際観光推進本部(以下、観光推進本部)」が設立された。

観光推進本部では、2016年～2018年までのおおむね3年間の訪日外国人誘客方策となる「KANSAI国際観光指針(以下、指針)」を2016年9月に策定。その中で、2020年における関西への外国人旅行者数を1,800万人にするなどの目標を掲げ、海外への

情報発信や外国人旅行者の受け入れ環境整備に取り組んできた。近年、訪日外国人旅行者は増加の一途をたどっており、関西でも2016年の外国人旅行者数が1,024万人(訪問率42.6%)と、初めて1,000万人を突破した。この順調な流れを維持・拡大するには、指針で打ち出した誘客施策を素早く実行に移す必要があるとして、観光推進本部の一層の強化が検討された。そして、2017年4月1日、観光推進本部の事務局機能を担っていた関西地域振興財団(一般財団法人 大阪湾ベイエリア開発推進機構)をより観光振興に特化する組織として観光推進本部と統合し、



①近畿運輸局と包括連携協定締結 ②オール関西台湾大商談会
③米国での旅行博出展 ④祇園祭での「関西おもてなしバッジ」PRイベント

「一般財団法人 関西観光本部」が発足。国が進めている「日本版DMO*」(広域連携DMO)として、関西全域の自治体、経済団体、観光推進団体や国の地方支分部局等と協働し、関西全域へのインバウンド誘客を戦略的、効率的に進めていく組織として新たなスタートを切った(図1、図2)。

* Destination Management/Marketing Organizationの略「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりのかじ取り役。2020年までに世界水準のDMOを100件設置するとの目標に向け、2015年より観光庁にて「候補法人」の登録を開始。

えることから」ということで、海外プロモーションを積極的に展開している。2016年度は旅行博への出展や商談会・展示会・PRイベントを13カ国で開催。海外のプロガーや旅行エージェントを招聘するファミトリップは計40回実施し、旅行商品の造成につなげた。今年度からは、アジア方面に加え、関西への旅行者数がまだ少ない欧州、米国、豪州へのプロモーションを強化している。

あの手この手で関西へ！ 関西観光本部の取り組み

関西観光本部では、指針に基づき多角的に事業を展開(P.5表)。海外へのプロモーションと、関西を訪れる外国人旅行者の受け入れ環境整備の2点を中心とした取り組みのほか、新たな事業にも着手している。

海外へのプロモーション

「関西への旅行者を増やすには、まずは魅力を伝

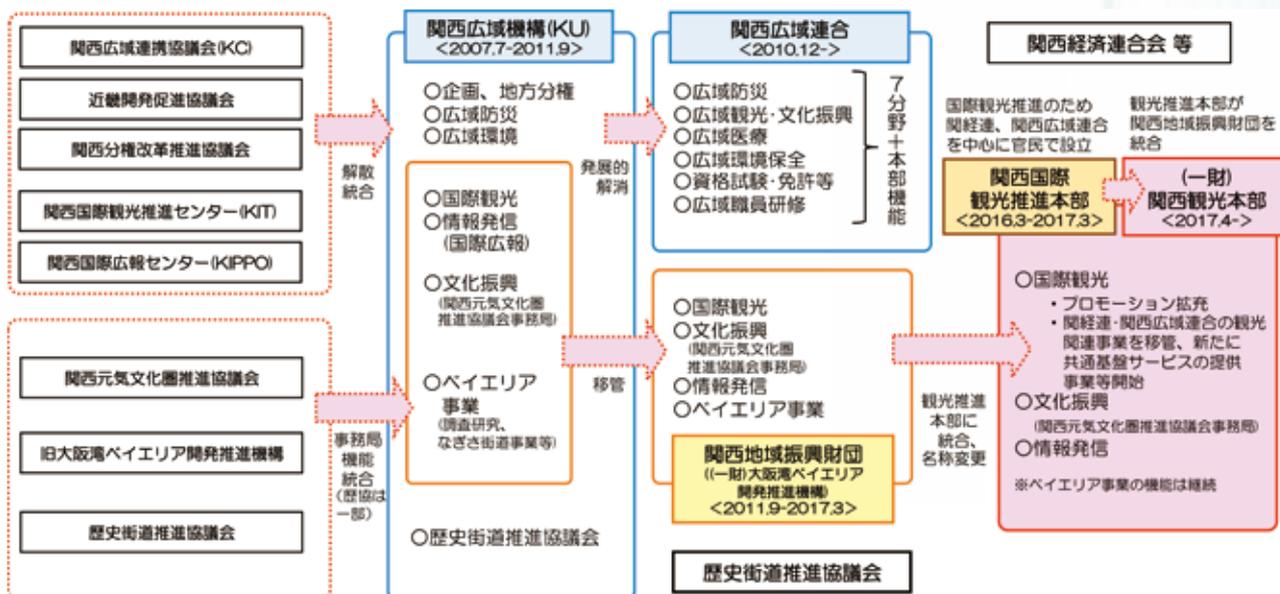


ロシア・ウラジオストクでの旅行博で関西をPR(2017年5月)

図1 関西観光本部の体制



図2 関西観光本部設立までの変遷



■ 「KANSAI ONE PASS」のレギュラー販売化

昨年4月から約1年間の試験販売を行っていた、訪日外国人旅行者向け関西統一交通パス「KANSAI ONE PASS」の販売数は約6万枚に上り、利用者からの評価も高かった。そこで好評の声に応え、今年4月17日からは、レギュラー販売に移行。より気軽に購入してもらえるよう、発売額をこれまでの3,000円から2,000円に変更し、2017年度は9万枚の販売をめざしている。



「KANSAI ONE PASS」2,000円券 ©Tezuka Productions

また、訪日客のリアルな動態を知り、今後の事業の参考とするため、2016年度の利用実績などのデータ分析を実施。ICカードならではの特性を生かした全国でも先進的な取り組みとして、その結果とともに注目を集めた。

データ分析結果のポイント

「KANSAI ONE PASS」が広域周遊観光を誘発していることが明らかに

- アンケート回答者の52%が「KANSAI ONE PASS」により訪問観光地数が増えたと回答。平均で2.9カ所増加。
- 関西2府4県内で3府県以上を訪問した利用者は約40%。府県間移動では「大阪—京都」間が最多。
- 府県別の滞在時間は大阪府が約63時間で最長、奈良県が約5時間で最短。
- 神戸市や奈良市を訪れた利用者の多くが、その日は大阪府で最終降車しており、同府内で宿泊したと推測される。
- 現時点では、特定の地域、スポット(大阪の難波、USJ、京都の伏見稲荷大社等)に訪日客が集中する現象もまだ見られるが、今後、他の地域に関する情報提供を強化すれば、周遊拡大のポテンシャルはあると考えられる。(対応策の一つとして、2017年3月から「食」に関する観光情報を専用WEBサイトに追加掲載)

■ 「外国語話せます！関西おもてなしバッジ」事業スタート

外国を旅行する際、多くの人困るのが「言葉」。困ったとき、自分がわかる言語を話せる現地の人に助けてもらえれば、旅の安心感と満足度が断然違うことを経験的にご存じの方も多はず。関西を訪れる外国人旅行者にそんなちょっとしたサービスを提供しようと今年7月からスタートさせたのが「外国語話せます！関西おもてなしバッジ」事業である。資格の有無にかかわらず、外国語を話せる関西在住の方々に自分が話せる言語の「バッジ」を着用していただき、ボランティアとして外国人旅行者をサポートしてもらう。バッジは、中国語、英語、韓国語の3言語版+無地タイプ(自身が話せる言語を記入)を用意。関西観光本部の構成団体や関経連の会員企業等の希望者へ配るとともに、関西観光本部のホームページにて一般の方からの申し込みも受け付けている。

祇園祭(7月14日、15日)、天神祭(7月24日)では関西の大学生や社会人ボランティアの協力によりPRイベントを実施(P.2写真④)。祭りを訪れた外国人旅行者に対し、道案内や簡単な観光案内などを行った。旅行者からは「シンプルだけど分かりやすい、素晴らしい取り組みだ」といった感想が寄せられ、評判は上々だった。



関西おもてなしバッジ



関西おもてなしバッジ着用例

全国初、国と包括連携協定を締結

政府が進める「明日の日本を支える観光ビジョン」および関西観光本部の指針を実現し、関西を国内随一の国際観光先進地域とするため、観光政策を所管する近畿運輸局と関西観光本部は、2017年4月14日に「はなやかKANSAI 観光推進パートナーシップ協定」を締結。官民一体で観光政策の立案から実行までを迅速かつ強力に推進していくことを確認した。国と広域観光推進組織（広域連携DMO）がこ

のような包括連携協定を結ぶのは全国初のことであり、インバウンド誘致のけん引役として、関西に寄せる期待の高さがうかがえる。

関西観光本部では、このほかにも宅配便を活用した「手ぶら観光」普及事業、多言語対応コールセンターの設置、事業者向けの食文化をテーマにしたセミナー、口コミサイトを活用した観光資源の掘り起こしなど、新しい事業へのチャレンジを続ける。こうしたさまざまな取り組みを通じ、2020年の目標達成をめざしていく。

（産業部 中西康真）

〈表 関西観光本部の2017年度事業〉

※赤字は今年度新規事業

カテゴリー	事業名	事業概要
マーケティング	マーケティング調査	「KANSAI ONE PASS」や「KANSAI Free Wi-Fi」を利用する外国人旅行者の動向調査・分析による、国・地域ごとの効果的な情報発信・プロモーション戦略の策定。
	関西プロモーションオフィス（KPO）による情報収集	KPO（ソウル、台北、北京、上海、香港、バンコク）を活用し、現地で販売している旅行商品や現地メディアの報道、訪日旅行関連の情報等を調査。関係団体への情報提供も実施。
プロモーション	海外旅行博への出展、ファミトリップ、商談会等の開催	「KANSAI 国際観光指針」で定めたターゲット国に対し、観光庁の「ビジット・ジャパン事業」〔広域観光周遊ルート形成促進事業〕等の他、他省庁のインバウンド関連事業も活用し、旅行博への出展、メディア・エージェンツ・ブロガー・教育旅行等を対象としたファミトリップ、商談会等のプロモーションを実施。あわせて、地域と連携した「美の伝説」ルートの効果的なプロモーションも実施。
	域内旅行商品の造成・販売	「美の伝説」ルートに関連した着地型商品等の紹介、販売に向けた検討。
	トリップアドバイザーの活用	トリップアドバイザーを活用した関西全域の観光資源の掘り起こしおよび情報発信の促進。
共通基盤サービスの提供	KANSAI Free Wi-Fi (official)	共通認証アプリ「KANSAI Free Wi-Fi (official)」を戦略的にPR。
	KANSAI ONE PASS	外国人旅行者向け関西統一交通パス「KANSAI ONE PASS」の販売拡大による周遊性の向上。各社局と利便性向上についても打合せを実施。
	関西おもてなしバッジの配布	会話可能な言語を示す「関西おもてなしバッジ」を製作。経済団体等を通して配布し、街で困っている外国人旅行者をボランティア的に助けられるような環境づくりを行う。
	多言語コールセンターの設置	国との連携により、観光事業者等が気軽にワンストップで利用できる「多言語対応コールセンター」（通訳センター）を設置。緊急的な通訳が必要な際の電話窓口とする。
	手ぶら観光の普及	関西域内の宿泊施設から空港への移動、次の宿泊施設への移動等の際の手ぶらで快適に移動してもらうため、既存の宅配サービスを外国人旅行者向けに普及・啓発。
	多様な食文化・食習慣（ムスリム、グルテンフリー等）の受け入れ環境の向上	多様な食文化、食習慣等を有する外国人旅行者が安心して旅行を楽しめるよう、関西各地での事業者向けセミナーの開催等。
人材育成	旅行商品の企画・販売・催行等	旅行商品の企画・販売・催行等に向けて旅行業の登録を行う。
	セミナー・見学会等の開催	関西域内の自治体、観光協会・事業者、観光関連事業への従事を希望する若者等を対象に、ニーズに応じたセミナー・見学会等を開催。また、「インバウンドビジネス展示会（仮称）」を開催し、インバウンド関連の商品やサービスを紹介。
文化振興	広域連携DMOとの連携	広域エリアを対象とする「広域連携DMO」が一堂に会する会議を開催し、連携を強化。また、関西域内のDMOの情報交換の場もつくり、全体調整の役割を担う。
	関西文化の日	関西域内の文化施設（美術館、博物館、資料館等）を無料開放する「関西文化の日」を設定。関西の住民が美術・学術に触れる機会を増やすほか、海外向けにも「文化が息づく関西」を広くPR。
情報発信	関西元気文化圏	「文化」で関西から日本を元気にする「関西元気文化圏」構想を文化庁とともに推進。貢献した人々に「関西元気文化圏賞」を贈呈。また、関西芸術の再発見をテーマとした「関西元気文化圏推進フォーラム」を開催。
	Kansai Windowでの情報発信	観光、文化・歴史、経済・産業、主要行事等、関西の総合的な情報を発信するWEBサイト「Kansai Window」を運営。日本政府観光局（JNTO）や海外のパワーブロガーとも連携し、観光促進に寄与するようなタイムリーな情報発信に注力。
	外国特派員プレスツアー	首都圏に駐在する外国特派員を関西に招聘。首長によるプレゼンテーション、各地の特色の紹介等、関西の多様な魅力を現地取材する機会を提供。
	情報誌の発行	関西の交通、旬な観光資源、グルメ、ショッピング等の情報を掲載した外国人旅行者向けフリーペーパーの発行。