



# KANSAI TOURISM GRAND DESIGN 2025

関西ツーリズムグランドデザイン2025



## ONE関西で挑戦 「関西ツーリズム グランドデザイン2025」

コロナ禍で大きな打撃を受けたわが国のインバウンド観光。ようやくこの6月から限定的ではあるが海外からの旅行者の受け入れも始まり、にぎわい復活への期待も高まっている。

そして2025年にナショナルイベントである大阪・関西万博の開催を控える関西。好機を生かし、「世界の旅行者に選ばれる destinations “KANSAI”」の地位を確立すべく、この2年間、関西観光本部を中心に中長期的な観光の再生・発展の戦略を検討してきた。

今年3月に策定された「関西ツーリズムグランドデザイン2025（以下、グランドデザイン）」は、その成果の一つである。今後、このグランドデザインを軸に、ONE関西となって取り組みを進めていく。

### 関西観光本部、 コロナ収束後を見据え グランドデザインを策定

**新** 新型コロナウイルスの感染拡大の影響により国際往来が制限され、世界的にインバウンド観光は大きな打撃を受けた。関西も例外ではなく、2017年4月の発足以来、広域連携DMO\*1としてインバウンド振興に取り組んできた関西観光本部（理事長：松本正義 関経連会長）も活動の制限を余儀なくされた。そうしたなかでも、関西観光本部は歩みを止めることなく、コロナ収束後を見据え、再び世界中から多くの人びとを関西に迎えるための準備・検討を始めた。こうした活動の大きな柱の一つがグランドデザインの策定である。

2022年3月に策定されたグランドデザインは、関西観光本部を中心に、有識者および官民の観光

に携わる関係者が一体となって作り上げたものである。「世界の人びとに旅行の目的地として選ばれる関西」をめざす姿に掲げ、事業期間中(2022～2025年度)に開催される2025年大阪・関西万博という好機をインバウンド観光においても最大限生かすべく、めざす姿とその実現に向けた取り組みの基本的な方向性や考え方がまとめられている。そこには、関係者で思いを共有し、ONE関西で推進していきたいとの思いが込められている。

\*1 Destination Management/Marketing Organizationの略。観光地域づくりのかじ取り役を担う法人。

## 「関西ツーリズム グランドデザイン2025」とは

めざすは「グローバル・ツーリズム・デスティネーション」として選ばれる  
広域観光圏 “KANSAI”

関西に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、京都、奈良、大阪、神戸など世界的にも名前が知られた都市が複数近接し、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人々の気質等、世界の旅行者を引きつける魅力に富んでいる。

グランドデザインでは、こうした関西の観光資源を磨き、つなげることで、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”として世界中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めざすことを打ち出している。具体的には、京都や大阪といった大都市だけでなく、関西を広域的に観光できるよう、交通インフラの整備なども含めて広域観光ルートを構築することにより、“KANSAI” 全域に人が訪れる姿を実現していく(図1)。

### グランドデザインの目的 ～広域観光圏 “KANSAI” の構築で 関西に貢献

なぜ、広域観光圏 “KANSAI” の構築をめざすのか。グランドデザインでは、その目的として「地域の豊かな暮らしへの貢献」と「関西経済への貢献」をあげている。

コロナ禍前には、オーバーツーリズムが課題となっていた地域もあったが、本来、にぎわいや潤いが増えることは地域にとってよいことである。そこで、「地域の豊かな暮らしへの貢献」に関しては、観光地の景観や観光資源の適切な保全、さらには住民の地域への誇りにも配慮する形で「住んでよし」「訪れてよし」の持続可能な観光地づくりを実現し、将来にわたり地域の創生に貢献することが盛り込まれた。

図1 グローバル・ツーリズム・デスティネーションの概要

## ● グローバル・ツーリズム・デスティネーション



出所：「関西ツーリズムグランドデザイン2025」



一方、「関西経済への貢献」については、観光を関西経済の柱の一つとするべく、インバウンド観光の経済効果に焦点を当て、旅行者数や滞在日数の増加、消費額の増大をはかることがうたわれている。例えば、2025年の旅行消費額の目標を2019年(約1.2兆円)の1.5倍である約1.8兆円とするなど、具体的な数値目標も掲げている。この目標を含め、グランドデザインでは、取り組みの成果を測るため、10の指標が設定されている。

**ONE関西で取り組む！  
戦略とアクション  
～ターゲットイヤー2025年に向けて～**

成果指標を達成し、めざす姿を実現する方策として、グランドデザインには、3つの戦略(表)と具体的な4つのアクションも示されている。各アクションの内容は次のとおり。

**《アクションⅠ》日本屈指の広域観光圏“KANSAI”を世界に発信**

京都や大阪といった都市名と比較すると、“KANSAI”の世界的な認知度はまだまだ低い。そこでコアコンセプトとキャッチコピーを掲げ、大阪・関西万博が世界に向けて発信される機会を最大限に活用しながら関西の魅力をわかりやすく発信するなどプロモーション活動を行い、まずは

“KANSAI”の知名度を高める取り組みを集中的に進める。

**コアコンセプト**

『歴史・伝統・文化、そして未来に向けて多様に花開く日本の原点、関西』

**キャッチコピー**

The Origin of Japan, KANSAI

**具体的取り組み例**

- 地域名/KANSAIの表記の活用
- SNSでの『#KANSAI』タグづけ発信・旅行者によるタグづけ促進キャンペーンの実施
- 政府、日本政府観光局(JNTO)、海外メディア等とのタイアップによる海外への情報発信

**《アクションⅡ》地域を磨く・つなぐ**

**地域を磨く：**観光地の景観や観光資源を適切に保全しつつ、旅行者に共感される上質な観光地づくりを推進する。その際、地域と観光の双方が持続的に発展することをめざし、長期的な視野に立つて観光地づくりを進める。

**地域をつなぐ：**観光地づくりを進める地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を推進し(「THE EXCITING KANSAI」(図2)として先行取り組み中)、さらに拠点地域である京都や大阪はゲートウェイ都市としてその機能・魅力を一層高めていく。広域観光ルートや拠点地域を空港、鉄道駅、港湾等と効果的につなぐことにより、新たな宿泊滞在圏を形成し、関西一円に海

表 3つの戦略(概要)

<b>戦略Ⅰ</b>	<p><b>広域観光圏“KANSAI”の構築へのチャレンジ</b></p> <p>地域をつなぐ「広域観光ルート」と多彩な「テーマツーリズム」を両輪として形成される広域観光圏の構築を促進する。大阪・関西万博が世界に発信される機会を最大限に活用し、関西が一丸となって“KANSAI”の認知度を高める取り組みを集中的に進める。これらにより広域観光圏“KANSAI”のグローバル・ツーリズム・DESTINATION化をめざす。</p>
<b>戦略Ⅱ</b>	<p><b>スモールマスマーケット&amp;ストーリーマーケティングによる誘客促進</b></p> <p>関西の魅力を「マスマーケット」に向けて総花的に発信するのではなく、多彩で豊富な魅力をツーリズム化することにより「スモールマスマーケット」に向けて的確にアプローチする。その際には「ストーリーマーケティング」の考えに基づくツーリズム化や旅行者の行動変容を助成し、旅行者の満足度を高めて誘客促進につなげる。</p>
<b>戦略Ⅲ</b>	<p><b>万博に向けた活動との緊密な連携</b></p> <p>ターゲットイヤーである2025年に開催される大阪・関西万博の成功に向け、万博のテーマと共鳴する観光プロモーションや万博のテーマと連動したツーリズムの創出を行う。</p>

外旅行者が訪れ、地域がにぎわい潤う姿の実現をめざす。

図2 THE EXCITING KANSAIルート図



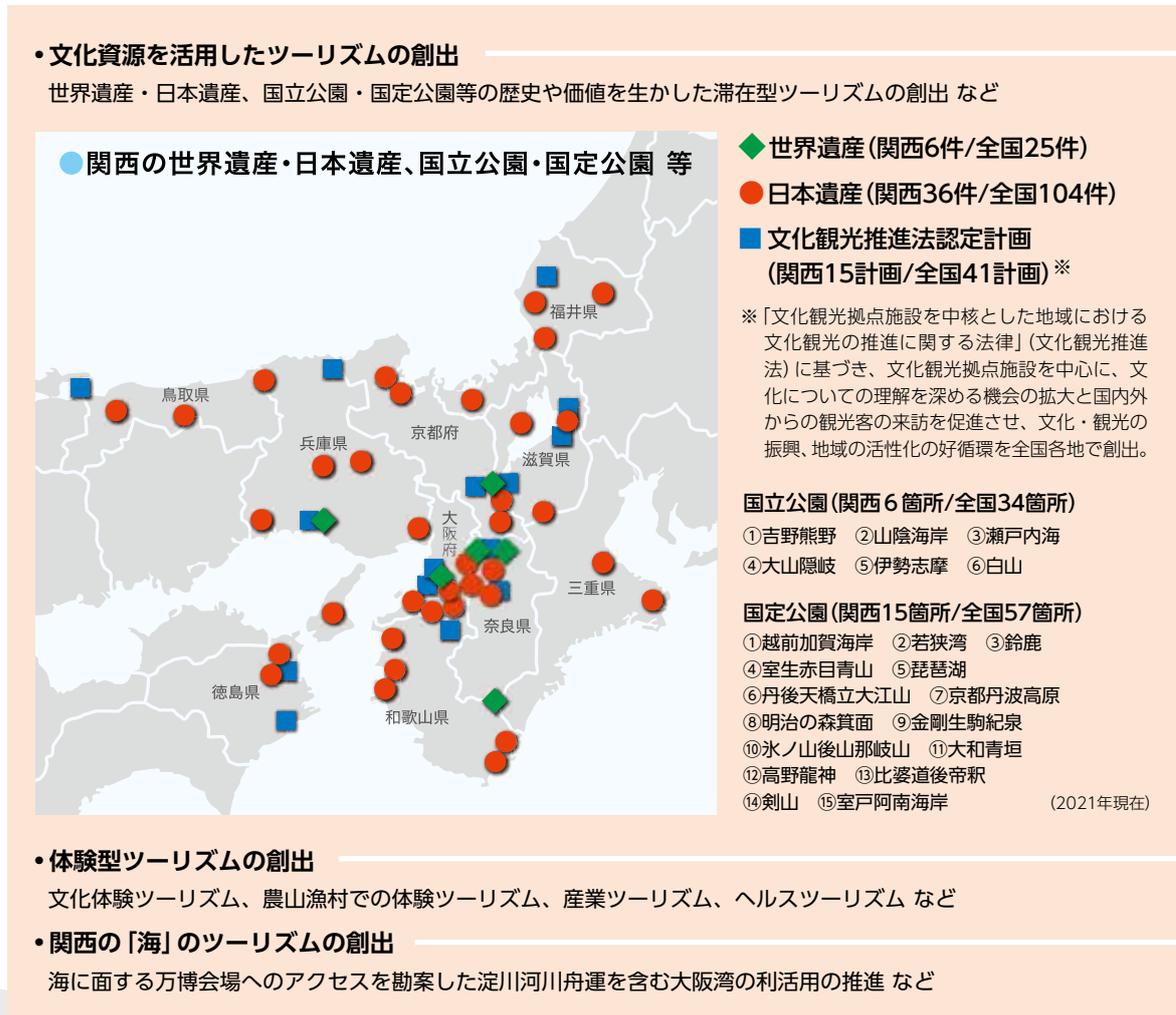
出所：「関西ツーリズムグランドデザイン2025」

### 《アクションⅢ》新たな魅力を創る

広域観光ルートとともに、魅力あるテーマツーリズムのラインナップを強化する。旅行者の関心は多様化・細分化しているが、関西には、そのような多様化・細分化されたニーズにも対応できる観光資源が豊富にある。こうしたポテンシャルを効果的にアピールするには、「マス」ではなく、一定の市場規模が見込める消費者層や集団、いわゆる「スモールマス」ごとにプロモーションを設定していく必要がある。

そこで、関西の強みを最大限生かした「文化」や「食」、さらには「海」などをテーマに、関西ならではの「特別な体験」「本物・唯一無二」など付加価値の高いツーリズムの創出を進める。そして、それらをストーリーとともに発信することで、旅行者の満足度を高め、リピーターの獲得や滞在日数の増加につなげる(図3)。

図3 テーマツーリズムの創出例



出所：「関西ツーリズムグランドデザイン2025」より作成



## 《アクションⅣ》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

新たな観光コンテンツの創出、効率的かつ効果的なプロモーション、新しい観光サービスの提供等に向け、関西の観光に関するデータの収集・分析を進めるなど、デジタル技術を複合的に活用した観光DXを推進する。こうした取り組みの一環として、関西MaaSの構築に向けた動き等への支援・連携を進める。

また、SDGs、GXをはじめとする社会経済の変化のトレンドを取り入れ、観光のパラダイムシフトに的確に対応するとともに、観光インフラの基盤強化を引き続き進める。

本グランドデザインでは、関西観光本部、行政、DMO、企業など各アクションの推進役がそれぞれ明記されている。前述の4つのアクションを、今後、各推進役が主体となり段階的に進めていくとともに、各主体が重層的に結びつく連携協働体制「ONE関西」としても、2025年度に向け一丸となって挑戦していく。

※グランドデザインの全文は  
<https://kansai.or.jp/guideline.html>を参照。

## ポストコロナに向けて —関西観光本部の 着実な取り組み—

**関** 西観光本部では、グランドデザインの策定以外にもコロナ収束後を見据えた取り組みを進めてきた。その主なものを紹介する。

### 広域観光ルート 「THE EXCITING KANSAI」の推進 およびテーマツーリズムの造成

前述の《アクションⅡ》地域をつなぐの取り組みの一つ、「広域観光ルートづくり」については、グランドデザイン策定以前から取り組みが進められていた。関西全体を8つのエリアに分け、自治体、地域づくり法人や企業などと協働して地域の価値やコンテンツを洗い出し、共通のテーマやス

トーリーでつないだ広域のルートを巡る旅行商品や、各地での体験型商品の集約、旅行者の関心を引きつける情報発信等が実施されている。これまでに、6エリアでルート旅行商品が造成されており、2022年度は「伊勢～奈良」「琵琶湖東岸～三重」の旅行商品の造成が予定されている。

また、SDGsや食など、大阪・関西万博と連動したテーマツーリズムの造成も進められており、ルートとテーマの両輪で関西の魅力の訴求に取り組んでいる。

### ドバイ国際博覧会(万博)でのプロモーション

2021年10月～2022年3月に開催されたドバイ万博では、2025年日本国際博覧会協会(以下、博覧会協会)の協力のもと、日本館において次回の万博開催地「関西」のPRを行った。「THE EXCITING KANSAI」の8つのエリアを紹介するパネルの設置のほか、関西の魅力をまとめた動画の上映などを行った。



2020ドバイ国際博覧会日本館提供

### 海外旅行誌などへの記事掲載

2022年3月、近畿運輸局と連携し、英国および英語圏で強い影響力のある旅行誌「National Geographic Traveller UK・Travel\*2」に広域観光ルート「THE EXCITING KANSAI」の「山陰海岸」「琵琶湖西岸～北陸」や京都の都文化について紹介する記事を掲載した。また、同Food誌\*2にも関西で体験できる「食」についての特集記事を掲載し、広域観光圏“KANSAI”をアピールした。

\*2 旅行誌はいずれも2022年3月3日に英国で発刊。

さらに5月には、「ニューヨーク・タイムズ」に各府県の特別文化体験を目玉とする「Premium文化観光ツアー」が紹介された。こうした取り組みを通じて、訪関西機運の維持・醸成をはかっている。



「ニューヨーク・タイムズ」掲載

### オンライン大商談会(台湾および中国)の開催

2022年1月に台湾、3月には中国とオンライン大商談会を開催した(共催：近畿運輸局)。関西からは14府県市の観光担当者や観光関連の団体・企業が参加し、台湾および中国の旅行事業関係者と商談を行った。商談数は各回1,000件を超え、変わらぬ関西への関心の高さがうかがえた。

### 国内観光需要の取り込み促進

国際往来の再開が見通せないなか、国内観光需要の取り込みに資する活動も行った。

関西ならではの上質なステイ、美食、特別な文化鑑賞や体験、快適な移動体験を中心に新しい関西を訴求する国内向け観光情報サイト「Premium関西」の本格運用を2021年11月から開始した。

また、大手航空会社国内線の機内で広域観光ルート「THE EXCITING KANSAI」をPRするオリジナルミニ番組等を上映したほか、機内誌等で観光情報サイト「Premium関西」をPRした。

さらに、在留外国人向けの「Tokyo Weekender」の別冊版関西特集を関西広域連合や14府県市の協力を得て制作。各府県市の基本情報やテーマツーリズム、「THE EXCITING KANSAI」等を紹介した。訪関西への意向アップをねらい、冊子は各国大使館や外資系企業、高級旅館・ホテル等へ配布した。



「Premium関西」トップページイメージ

## 関経連の取り組み ～万博を見据えた活動を展開～

当 会でもコロナ収束後、そして大阪・関西万博を見据えた取り組みを行っている。2022年1月には都市・観光・文化委員会のもとに「大阪・関西万博に向けた観光振興検討会」を設置。グランドデザインの実現に向け、関西観光本部と一体となった取り組みを進めている。

また、万博アプリと連携したストレスフリーな移動と、観光情報の提供で広域周遊促進をめざすMaaSの実現に向け、「2025年大阪・関西万博アクションプラン」の要望事項として取りまとめた。

あわせて西日本全体の観光活性化をめざした取り組みも始めている。欧米豪も含めた訪日外国人旅行者の西日本周遊の促進をはかるべく、中部以西の6つの経済連合会で構成される「西日本経済協議会」の「広域観光分科会」において瀬戸内海を中心に西日本を視野に入れた広域観光振興について検討を進めている。

さらに、「アジア・ビジネス創出プラットフォーム(ABCプラットフォーム、2019年設立)」の「観光部会」でも国際観光について検討を重ねている。目下、昨年12月に立ち上げた「食の多様性推進ラウンドテーブル」にて、多様な人々が安心して関西・日本での食を楽しめる環境の整備について検討を行っている。

これまで述べてきたとおり、グランドデザインの実現、さらには、インバウンド観光振興には「ONE関西」、つまり関西一丸となった推進体制と推進基盤の強化が必要不可欠である。当会も関西観光本部はもとより、関西広域連合をはじめとする行政、地域、企業等すべての関係者との協力を密接に行い、関西広域の観光振興に寄与していく。  
(産業部 徳田龍裕・田上加奈子)