

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

関西文化観光推進プロジェクト

2 地域再生計画の作成主体の名称

関西広域連合

3 地域再生計画の区域

滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県、鳥取県及び徳島県の全域

4 地域再生計画の目標

4-1 地方創生の実現における構造的な課題

関西に訪れる観光客の現状は、特に新型コロナ禍前の訪日外国人観光客の増加期においても、関西は関東に次いで訪問が多い地域でありながら、宿泊者の約9割が大阪、京都に留まり、関西全体の地域活性化に十分に繋がられていない。大阪、京都の宿泊施設数は関西の約6割弱を占めるため、大阪、京都の宿泊者数が増えることは自然であるとも言えるが、施設数や規模に左右されない利用状況を表す指標である客室稼働率においても、大阪約8割、京都約7割弱、他の府県は約5割前後と差が生じており、関西に訪れた観光客が大阪、京都に留まる傾向にある。

今後、新型コロナ禍の収束や大阪・関西万博などの国際イベントが控える関西においては、国内だけではなく訪日外国人観光客をターゲットとした取組が必要であり、訪日外国人観光客への意向調査では、コロナ禍後に「訪れたい国」

1位は日本（約5割※アジア圏と欧米豪圏の平均値。以下同文章内で同じ）であり、また「訪日観光中にしたいこと」には、伝統的日本料理（約5割）、有名な史跡や歴史的な建築物の見物（約5割）、世界遺産の見物（約4割）、日本庭園の見物（約4割）、日本文化の体験（約3割）、イベント・祭りの見物

(約3割)などがアジア圏、欧米豪のいずれにも上位に挙がる。他に、欧米豪圏では、伝統工芸品の工房見学体験(約3割)、伝統技能鑑賞(約2割)、美術館や博物館の鑑賞(約2割)が挙がっており、文化観光のニーズは高い。

※公益財団法人日本交通社調査「DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査」

・そこで、関西の強みである豊かな文化資源を活かして、訪日外国人観光客もターゲットとした関西全体への広域観光を促すことで、目指す将来像を実現できるが、以下の課題がある。

ア．関西の文化資源情報が一元的になっていない

関西は豊富な文化資源を有しているにもかかわらず、その魅力発信に当たっては、これまで文化施設、祭りなど文化資源の種別ごとに情報発信サイトを開設することによって、PVに大きな差が生じるなど、細切れや一方的な情報発信にとどまっている。

※文化関連サイトPV 関西文化.com 年約93万PV、関西祭.com 年約1.4万PV、関西の日本遺産年約0.8万PV など

イ．検索に依存した情報発信しかできていない

既存サイトでは、利用者の検索に依存するのみで、例えば閲覧者の嗜好に応じた状況によりおすすめの文化資源を自動表示させるなどの発信ができておらず、一方的な情報発信に止まっていることから、魅力的でありながら知名度が低く観光客に届かない文化資源の情報発信が不十分である。

ウ．広域観光を促す仕掛けが不十分

関西の文化施設を特定日に無料開放する「関西文化の日」を実施しているが、無料日が文化施設ごとにバラバラであったり、1日や2日の設定が多いことから、大阪や京都の規模の大きい文化施設の利用に止まるなど、関西の文化施設を巡る広域観光につなげられていない。また、チケットがない取組のため、他

事業者との連携が難しく、有償でもないため、年々予算が縮小傾向にあり、持続性が極めて低い状況である。

エ．大阪・関西万博の機会を生かし切れない

通常でも、大阪、京都に観光客が偏る傾向にあるが、大阪の沿岸部が会場となる「大阪・関西万博」では、より顕著に訪問客が大阪とその周辺部に集中することが予想される。こうした現状では、コロナ禍により停滞した関西の経済活動を復興させる絶好の機会である「大阪・関西万博」の開催を迎えても、関西各地の魅力を来場者に訴え、関西各地に誘導しなければ、万博の効果を関西、ひいては日本中に波及させることができない。

4－2 地方創生として目指す将来像

【概要】

関西は、古くから歴史の表舞台となってきたことから、世界文化遺産や日本遺産をはじめ、全国の国宝・重要文化財の約5割が集積するなど多くの有形文化財のほか、人形浄瑠璃や祭りなどの無形文化財や茶道、華道が花開いた。さらに、最近ではマンガ・アニメなどコンテンツ文化も生まれ、伝統文化から新たな文化芸術まで多彩で豊富な文化資源を有する。

また、関西の空の玄関口である関西国際空港や、「私鉄王国・関西」と表現される充実した鉄道網などが関西各地の文化資源を結んでおり、広域観光の下地は形成されている。

これらの関西の強みである文化資源の魅力を余すことなく発信したり、広域観光を促す仕掛けを講じたりするなど最大限に活用することや、文化庁の関西移転や「大阪・関西万博」の機会をフル活用して関西の魅力を国内外に発信し万博の経済効果を関西に波及させるなど、関西広域連合が掲げる世界の人々があこがれ訪問する「文化・観光首都」関西の実現に向けた取組みを進めることで、広域観光を促し、関西全体の経済を活性化させるとともに、文化振興と地域活性化を目指す。

※豊富な文化資源

世界遺産（６件）・日本遺産（３２件）が地域別件数１位、国宝・重要文化財の約５割、古墳の４割が集積など

※充実した鉄道網

関西の大手私鉄の営業距離は 746.2km と関東圏の 1,189.3km に次いで長い（中部圏 637.5km、北九州圏 106.1km）

【数値目標】

K P I	事業開始前 (現時点)	2022 年度増加分 1 年目	2023 年度増加分 2 年目
関西における宿泊施設の客室稼働率の平均(% (年))	31.7	3.3	4
ポータルサイト PV(PV (年))	960,000	100,000	100,000
関西に訪れたいと考える訪日検討層の意向(% (年))	32	8	10
関西デジタルパスポート利用件数 (件 (年))	0	0	0

2024 年度増加分 3 年目	2025 年度増加分 4 年目	2026 年度増加分 5 年目	K P I 増加分 の累計
6	8	7	28.3
100,000	400,000	300,000	1,000,000
10	10	10	48
2,000	3,000	5,000	10,000

5 地域再生を図るために行う事業

5－1 全体の概要

5－2 の③のとおり。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

○ 地方創生推進交付金（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

2に同じ。

② 事業の名称

大阪・関西万博を契機としたDX活用による効果的な情報発信及び周遊促進による関西の文化観光推進事業

③ 事業の内容

コロナ禍前の訪日外国人旅行者の関西への訪問率の伸び（2013年33.3%→2019年41.4%）は全国で最も高く、関西への観光誘客は拡大傾向にあった。今後も、2025年大阪・関西万博やその後もワールドマスターズゲームスの開催が見込まれるため、コロナ収束後も同じ傾向を期待できる。

そこで、関西全体の経済を活性化させ、文化振興と地域活性化を実現していくためには、関西各地域に点在する文化資源の魅力をより効果的に発信し、結びつけ、磨き上げていくことで、さらなる魅力向上を図り、関西全体へ外国人観光客を含む国内外観光客の広域観光を誘導していくことが必要である。

取り組むに当たっては、関西観光本部や各府県が造成する観光ルートや共通する歴史ストーリーやテーマで個々の文化資源を結びつけて親しみやすく発信する取組の成果も活用する他、関西広域連合や関西観光本部において人材育成に取り組んでいる通訳案内士の活用や、民間企業が有する企業ミュージアムとも連携を進め、さらなる広域観光や文化振興と魅力発信を促進する。

具体的な事業としては、以下のとおり

ア．文化観光情報の一元的発信

現状は5つの分野別サイトに分かれて掲載していることで細切れな発信となっている文化資源の情報を一元化し、多彩な文化資源や関連施設等も含めた幅広い情報を一元的に検索できる仕組みとなるポータルサイトを構

築する。また、関西の通訳案内士の情報も掲載し、通訳案内を得意とする文化施設情報とともに情報発信することで、言葉の不安解消を図る。なお、通訳案内士のスキルアップは、関西広域連合及び関西観光本部が独自事業として、例えば、関西各地の祭り主催者の講演や祭りの舞台となる社寺等の訪問など、座学と現地見学による研修会を開催して実施してきている。

このことにより、現在 PV の多いサイト利用者に他の種類の文化資源につなげやすく、単一ではない文化資源情報を届きやすくすることで、関西全体への興味・関心を沸き立て、関西全体の広域観光につなげる。

※主な機能例

- ・ 寺社や古墳、古典楽劇、祭りなどの解説など有形・無形文化財や博物館、美術館、劇場等の文化施設の検索機能
- ・ 点在する歴史資源を共通するテーマや歴史ストーリーで結んで親しみやすく発信
- ・ 地域の和食や郷土料理の解説やレシピ、提供する飲食店情報等の情報検索
- ・ モダン建築や現代アート、アニメ聖地等新たな文化の情報発信
- ・ 通訳案内を得意とする文化資源とともに通訳案内士情報も同時に発信し観光客とのマッチングを促進（申込・決済システムは関西観光本部が別事業で開設）
- ・ 関西観光本部や各府県が造成する「The Exciting KANSAI」等の観光ルートの情報発信
- ・ 各府県や文化施設等が行う光のアートイベント、夜間拝観などナイトタイムイベント等の情報発信し現地泊を促進 など

イ. 検索を必要としない利用者の状況や好みに応じた文化観光情報の提案
現状は、文化資源等に関する個別情報を検索等によって一方的に発信するにとどまっているところを、AI の活用等によって、利用者情報により検索せずともおすすめ情報や人気・穴場情報を表示したり、季節や行き先等

によって文化観光情報をルート化して個人ごとに応じたモデルルートとして、関連する文化資源情報の他、歴史的町並みや自然景観、体験プログラムを一体的に提案したりするなどの機能を「ア」のポータルサイトに搭載する。

このことにより、興味のある文化資源情報とともに他の文化資源情報を受け取りやすくなり、また本サイトによるモデルルートと合わせて、関西観光本部や各府県が造成する観光ルート情報も発信することで、サイトのPVの向上とともに、関西全体の広域観光につなげる。

ウ．関西の文化施設を巡るデジタルパスポートの発行

関西の博物館や美術館などの文化施設を巡るデジタルパスポートの仕組みを構築し、関西での広域観光を誘導する。また、デジタルパスポートの販売収入はランニングコストに充当する。さらに将来的に万博アプリや各社が開発する MaaS と連動し、来場者が次の関西の文化観光旅行を検索できるようデータを整え、万博会場から関西一円への誘客を促すなど他のデジタル技術を活かした観光事業との連携も行いやすくなるなど事業展開の幅が広がる。他には、民間企業が有する企業ミュージアムとの連携を進めることで、より効果的な関西の広域観光を促すことが期待できる。

このことにより、文化施設を巡る広域観光を促すことができ、関西全体の広域観光につなげるとともに、販売収入により事業の自立性を確保できる。また、文化施設が行う夜間拝観などにつなげることで、宿泊を伴う移動につなげることができ、夜間イベント分の文化施設の収入増や宿泊料、食事など、地域経済の活性化につなげることができる。

※デジタルパスポートの仕組みの想定

関西の主な賛同する文化施設の入館料を1ヶ月以上の期間、無料又は割引によりお得に利用できるチケットをデジタル化し、多言語対応や各国通貨で決済しやすいようオンライン決済できる仕組みを想定している。

エ. 「関西WEBパビリオン（仮称）」設置・運営事業

「大阪・関西万博」で関西の各府県が共同で設置予定の「関西パビリオン（仮称）」に先駆けて「関西WEBパビリオン」を設置し、関西の観光、文化、産業等を発信する。このWEBパビリオンは（公社）2025 国際博覧会協会が行うWEB万博と連携することを想定しており、WEB万博を訪問した人々が関西WEBパビリオンを併せて訪問する機会が多くなる。開催中により多くの国内外観光客を呼び込むことができ、関西全体の広域観光の起爆剤としての効果を最大化できる。

展示ではこのWEBパビリオンで行うバーチャルな展示とリアル会場での展示を連携させることで、関西の美しい自然や文化、産業、生活など関西各地の魅力を大いに発信し、大阪以外の地域への誘導が行えるものとする。

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

文化施設を巡るデジタルパスポートは有償事業として実施することで、将来的に事業を自立化する。

2年目までにシステムを開発し、3年目に試行、運用を開始し、4年目以降は販売収益と広域連合予算を加算して、システムの維持管理や広報等集客促進を継続的に実施し、自立性の安定化を図る。

【官民協働】

関西広域連合と広域DMO関西観光本部を中心に、関西広域連合の構成府県市、各地域DMO、文化施設、関係団体、民間事業者が、それぞれの特色を活かして役割を分担し、連携して事業を進めていく。例えば、行政は文化資源の掘り起こしや夜間イベント、観光ルートの造成、地元調整等、民間は企業ミュージアムなど所有施設の活用、デジタルパスポート事業との連携・協力などを行う。

【地域間連携】

文化資源の魅力発信による集客が一部地域にとどまることなく広域観光につながる必要があることから、各地域における文化資源の

掘り起こしや磨き上げとともにこれらをつないで関西全体の魅力発信としていくことができるよう、各地域がそれぞれの持ち味を発揮し、これを関西広域連合においてまとめていく。

【政策間連携】

文化資源が活用できるようその良好な保存・継承を図る文化財保護政策との連携、広域的な観光のために交通政策との連携、文化資源と関連する商業施設等との連携を図るための産業振興政策など関西全体及び各地域における政策間連携を一体的に推進していく。

【デジタル社会の形成への寄与】

文化観光情報の一元的発信の取組みにおいて、関西の多彩な文化資源や関連施設等も含めた幅広い情報を一元的に検索できる仕組みとなるポータルサイトを構築

利用者の状況により好みに応じた文化観光情報を提案する取組みにおいて、AI等の活用によって、検索せずともおすすめ情報や人気・穴場情報を表示したり、季節や行き先等によって文化観光情報をルート化して個人ごとにモデルルートとして提案したりするなどの機能を上記のポータルサイトに搭載

上記の取り組みにより、これまで分野別の細切れな情報提供ではなく分野横断的な一元的な情報発信によって、利用者に広域観光を促す効果や高い魅力を有しているにもかかわらず知名度が低いことによって検索されずに埋もれていた文化資源を、利用者の状況や好みに応じて提案することで、関西の豊富な文化観光資源の魅力を余すことなく幅広く伝えることができる。

⑤ 事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標（KPI））

4-2の【数値目標】に同じ。

⑥ 評価の方法、時期及び体制

【検証時期】

毎年度 6月頃を目処

【検証方法】

第4期広域計画及び第2期関西創生戦略の達成状況の評価・検証などフォローアップを実施するにあたり、指導・助言を受けるために設置した「広域計画等推進委員会」において、事業進捗状況や成果等について報告し、評価いただく予定。

【外部組織の参画者】

「広域計画等推進委員会」

委員：（令和4年1月現在）

厚生労働省政策評価に関する有識者会議委員、民間企業代表者、十河信二記念館名誉館長、鳥取環境大学副学長、和歌山大学観光学部教授、兵庫県立大学大学院教授、四国大学短期大学部教授、阪神・淡路大震災記念人と防災未来センター長、奈良県立大学理事、嵯峨美術大学名誉教授、同志社大学名誉教授、京都大学大学院教授、大阪市立大学大学院准教授、公益財団法人東近江三方よし基金常務理事

顧問：公益財団法人ひょうご震災記念21世紀研究機構理事長

【検証結果の公表の方法】

関西広域連合ホームページにおいて公表予定。

⑦ 交付対象事業に要する経費

法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】

総事業費 154,000 千円

⑧ 事業実施期間

2022年4月1日から2025年3月31日まで

⑨ その他必要な事項

特になし。

5-3 その他の事業

5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置

該当なし。

5-3-2 支援措置によらない独自の取組

(1) 関西周遊環境の整備事業

ア 事業概要

2025 年大阪・関西万博を見据えて、関西観光本部が実施する関西広域の周遊環境整備に向けた取組に対し負担金を拠出する。

- ・万博来場者等が関西各地を周遊できる観光ルートの作成
- ・KANSAI ONE PASS の運用管理及び利便性向上
- ・通訳案内士の資質向上と事業者や参加者とのマッチング促進

イ 事業実施主体

関西広域連合

ウ 事業実施期間

地域再生計画の認定の日から 2025 年 3 月 31 日まで

(2) 関西文化の振興と国内外への魅力発信事業

ア 事業概要

関西の文化施設の無料開館や体験会等の情報を一体的に発信する。また、文化施設をテーマ性やストーリー性を持たせて魅力発信する。

イ 事業実施主体

関西広域連合

ウ 事業実施期間

地域再生計画の認定の日から 2025 年 3 月 31 日まで

6 計画期間

地域再生計画の認定の日から 2025 年 3 月 31 日まで

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7-1 目標の達成状況に係る評価の手法

5-2 の⑥の【検証方法】及び【外部組織の参画者】に同じ。

7－2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

4－2に掲げる目標について、5－2の⑥の【検証時期】に7－1に掲げる評価の手法により行う。

7－3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

5－2の⑥の【検証結果の公表の方法】に同じ。