



はなやか関西—— 世界からの千客万来をめざす 広域観光戦略

関西国際空港の大型ビジョン

2015年2月関西経済連合会は、広域関西（滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山、鳥取、徳島、福井、三重の10府県）の魅力を一体的にPRしようと「関西広域観光戦略」を策定した。3月には自治体連合である関西広域連合も計画を策定したことから、官民で目標を共有。20年に関西への外国人旅行者を800万人に増やすなど数値目標を掲げ、「情報発信」と「環境整備」、2つの観点から取り組みを推進することにした。

800万人を OMOTENASHI



関西紹介番組の
海外放送トライアル。
タイ（左）と台湾

協力：
EeLin Modeling
Agency Ltd.

大阪の街を歩いていると、いつの間にかアジアの街角にいるような錯覚に陥る。それほどまでに街には訪日旅行客が溢れている。「はなやか関西」——人みな動き出す春の訪れを機に、関西の広域観光戦略を探ってみた。

関西ブランド発信

まず「情報発信」として、地域ブランディングのコア・コンセプト「はなやか関西」を打ち出し、紅い花をモチーフにしたシンボルマークを策定。マークは関西国際空港の到着ロビーで訪日客を迎えるとともに、国内外でのイベントや各企業のHPなど至る所で目に触れる機会を増やし、観光振興の機運を盛り上げている。

またタイと台湾のメディアに働きかけ、関西紹介番組を製作し海外テレビ放送トライアルも実施。ツアー客の誘致につなげている。

美の伝説ルートを 関西ワンパスで

一方「環境整備」としては、関西各地を結ぶ広域観光周遊ルート「美の伝説」（15年観光庁認定）のモデルルート設定やプロモーションに着手したのをはじめ、手軽に楽しく周遊するための新たなトライアルも始める。

それが4月から訪日客向けに売り出す「関西ワンパス」だ。あちこち周遊したいのに鉄道などの公共交通は乗車券の購入や乗り継ぎがわかりにくいという問題を

編集後記

4月、電力小売全面自由化スタート。異業種からの参入が相次いでいますが、100年前、1910～30年頃の日本では多数の電力ベンチャーが需要開拓に凌ぎを削り、一時は700～800社が割拠。M&Aで30年代には5大電力に集約されましたが、戦時体制下で全国の発電設備を一元管理する「日本発送電」と小売を行う「9配電会社」に分けられ国家統制を受けました。戦後の1951年民営化に強くこだわって垂直統合の9電力体制（沖縄返還後10電力）へと再編を実現したわけですが、それから65年、今、電力会社は再び変革のときを迎えています。今号は「でんきを選ぶ——電力小売全面自由化 始動」をテーマに特別編集といたしました。

[かんでんFOCUS]では、自由化を迎え撃つ関西電力の営業の戦略を紹介。続く[オビニオン]では、5人の識者・専門家に、自由化に関する提言をいただきました。また今号からの新企画、[現場力ノ最前線]では自由化時代も引き続き安定供給を担う関西電力中央給電指令所の仕事を紹介。[旬発NIPPON]では関西経済連合会はじめ官民一体となって進める関西の広域観光戦略を取り上げました。移り気な季節、春の嵐に翻弄されないよう、しっかりと新しい一歩を踏み出したい。そう願い、新しい『躍』をお届けします。(T)

躍

題字 森 詳介(関西電力株式会社 取締役会長)

『躍』(やく)という誌名は、皆さまとともに「躍進」「飛躍」していきたい、また皆さまにとって「心躍る」広報誌でありたい、との思いを込めて名づけました。

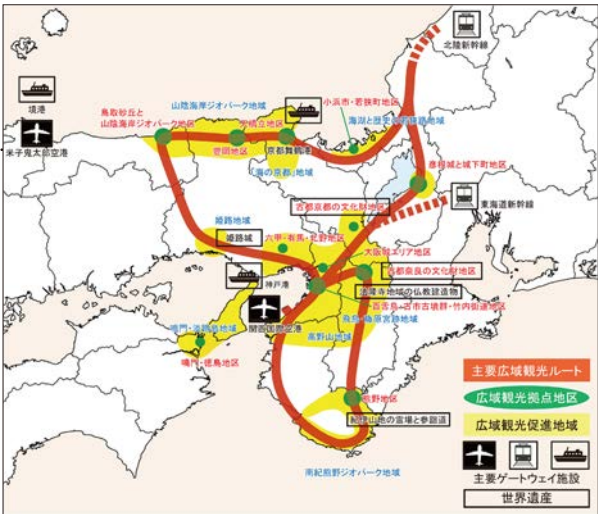
『躍』の内容はホームページでもご覧いただけます。
<http://www.kepco.co.jp/yaku/>

発行●関西電力株式会社 広報室
 発行人／保田 亨 編集人／松倉克浩
 〒530-8270 大阪市北区中之島3丁目6番16号 電話06-7501-0240
 企画／編集●株式会社エム・シー・アンド・ビー



関西ワンパス

解決するもので、JR西日本の「ICOCA」をベースにしたチャージ式IC乗車券を販売。ICOCA利用エリアを1枚のカードで周遊できるほか、閑空や各地のショッピング施設・観光スポットで利用できる優待特典もついていて、専用のモバイルサイトにアクセスすれば各地の観光情報も確認できる。デザインは関西ゆかりの手塚治虫氏の「鉄腕アトム」。アトムが関西周遊をサポートするとい



広域観光周遊ルート「美の伝説」

喫緊課題は 宿泊施設不足の解消

他に訪日客の不満第1位の無料W i f i利用環境の整備なども順次進めているが、現在、訪日客は20年の目標数を前倒しで達成しそうな勢いで増加しており、宿泊施設の不足が深刻化。既に昨年から出張ビジネスマンがホテルをとれないという話はよく聞くが、20年時点で約2万室不足するというデータもあり、この課題に速やかに対応するとともに、数値目標の上方修正も必要になっている。

観光が産業として 花開く日

16年3月には広域連合等とともに官民一体でインバウンド観光振興に取り組む「関西国際観光推進本部」を設立し、取り組みは一段と強化される。果たして5年後の



はなやか関西シンボルマーク

関西地域をPRするシンボルマーク。花卉に関西の「はなやかさ」を象徴する要素をデザインし、関西の持つ豊富で多様性に満ちた魅力を表現している

関西は、観光が成長産業として勢いを増し、広域でインバウンド客をもてなすエリアへと変貌を遂げているか——長く一つ一つと言われ続けた関西が、「観光」という地域資源を核に、「はなやか関西」の花のように一つになって咲き誇る姿を楽しみにしたい。『躍』

取材協力・素材提供：関西経済連合会 取材・編集／田窪由美子

今号の取材は2016年2月24日までに実施したものです。