

今後を展望すれば、「ワールドマスターズゲームズ2027関西」をはじめとする国際的な大規模イベントの開催が予定されている。さらに、2030年には大阪IR統合型リゾート（の）の開業や神戸空港の国際定期便化も見込まれており、関西への注目是一段と高まることが期待される。

こうした先行きを踏まえ、関西観光本部では2026年4月に「関西ツーリズムグランドデザイン2030」を策定した。これは、万博後を見据えた関西広域観光の羅針盤であり、関西観光本部が目指す関西の姿とその実

次の成長機会を見据えて

の戦略的な誘客と住民生活の質との両立、観光地・観光産業の強靱化等を柱に位置付けており、関西でも基幹産業へと育てていくことが重要である。

2026年はアフター万博の初年度であり、万博レガシーを受け継ぎ、その先の飛躍へとつなげる出発点の年である。「KANSAI」がグローバル・ディステイネーションとして世界から選ばれ続けるためには、経済界、自治体、観光・交通・宿泊事業者、地域のDMOなどが連携を深め、関西が一体となって広域で取り組むことが欠かせない。

④ 国際交流基盤の整備・拡充を活用し、「より広域」での取り組み

以上の4戦略のもと、具体的なアクションプランと数値目標、KPIを定め、2026年度から2030年度までの年度計画に落とし込んでいく。

推進体制の強化と官民連携

グランドデザインの実現には、財源や体制を含めた関西観光本部の機能強化が欠かせない。関西経済連合会では、関西観光本部と連携し、「企業版ふるさと納税制度」の活用呼

びかけなどを通じて支援を広げてきた。国のDMO支援拡大等も追い風として、官民の力を結集し、取り組みを着実に進めていきたい。

足元では、中国との関係や中東情勢など不透明な要素もある。しかし、中長期的に見れば、インバウンドは引き続き成長が期待される分野である。実際、関西における2025年のインバウンド消費額は2・5兆円に達し、関西経済における存在感を着実に高めている。こうした成長の流れを確かなものとするためにも、受入れ環境の充実や高付加価値化を継続して進めていく必要がある。

万博レガシーを次の飛躍へ

広域観光の機運と基盤を万博レガシーとして引き継ぎ、真に活かせるかどうかは、関西としての総合力を結集できるにかかっている。そのため、関西観光戦略実行推進会議（仮称）を開催し、関西の経済界、自治体、関係団体・企業、国の機関等のトップレベルが一堂に会し、今後5年間で達成すべき目標と目標達成に向けた観光戦略を共有し、ON E関西として推進する体制を整えていくこととしている。関西経済界としても、世界に開かれた魅力ある関西の実現に向け、引き続き力を尽くしてまいりたい。

関西

万博レガシーとしての広域観光



松本正義
まつもと まさよし
関西経済連合会会長

万博が残した成果と意義

2025年4月13日から10月13日までの半年間、「いのち輝く未来社会のデザイン」をテーマに、そして「未来社会の実験場」をコンセプトに開催された「2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）」は、国内外から2900万人を超える来場者を迎え、成功のうちに幕を閉じた。大阪・関西万博は、先端技術や新たな社会の姿を示しただけでなく、関西の可能性を世界に印象付けた点でも大きな意義を持つものであった。

重要なのは、万博の成果を一過性に終わらせず、人々のつながりや共創の記憶とともに次代へ受け継ぎ、社会の発展へ結び付けていくことである。万博レガシーとしては、空飛ぶクルマ、再生医療、カーボンニュートラルといった最先端技術の実装化・産業化等と並んで、広域観光の促進を図り、観光産業を関西経済の柱の一つとして発展させることも重要である。

関西一体で進めた観光推進

関西では、万博開催に先立って、関西唯一の広域連携DMOである関西観光本部が中心となり、官民連携による「EXPO2025

広域観光を基幹産業へ

観光は、地域の消費を喚起し、雇用を支え、交通、宿泊、飲食、小売、文化・コンテンツ産業などへ幅広く波及する成長分野である。国の「観光立国推進基本計画」（2026年3月27日閣議決定）では、観光を自動車に次ぐ第2の輸出産業と位置付け、インバウンド

関西観光推進協議会」を2023年3月に設立した。EXPO関西旅行商品造成、海外の大規模旅行博や商談会への出席、万博会場への関西観光ブース設置をはじめ「万博プラス関西観光推進事業」に取り組み、その結果、海外における「KANSAI」の認知度とプレゼンスが大きく高まった。

万博を通じて、都市機能や交通、受入れ環境などの基盤整備が進んだほか、文化、歴史、食、産業、自然といった多彩な魅力を備えた広域観光圏として、関西の国際的な評価が高まった。成果は具体的な数値にも表れており、インバウンド向け観光コンテンツの新規旅行商品造成は380商品、当該商品の販売人数は約17万人、販売額は16億円、誘客に伴うインバウンド消費効果は379億円に上った。万博を契機とした取り組みが着実に実を結びつつあることを示している。