

## 第1回奈良県観光戦略本部会議 議事概要

日 時：令和6年5月15日（水） 13:00～15:00

場 所：奈良県庁5階 特別応接室

出席者：本保芳明本部長、湯山壮一郎副本部長、榊田斉志副本部長代理、尾久土正己委員、高野雅臣委員、野沢弘樹委員、堀井清孝委員

### 議事概要：

#### ○ 事務局より、「今後の奈良県観光政策の方向性について」説明

- ・ これまでの奈良県の観光政策は文化的な側面が強かった。
- ・ 社寺など非常に高いポテンシャルを持つ観光資源に少し甘えていた部分もあり、様々な知見を持ち寄る、あるいはデータを活用する点が不十分だった。
- ・ 誘客の促進についても、奈良公園周辺であれば「なら燈花会」のように観光客に来ていただいて地域に還元されるという効果もあったが、奈良公園周辺以外の地域では、受け皿がなく機能しきれていない。
- ・ 今後は、奈良県のもつ観光資源への認識が薄いインバウンドに対し、どうやって訴求していくかが大事。そのためには、それぞれの地域が持っている魅力を感じ度の高い観光客の視点で整備する必要がある。
- ・ 地域の磨き上げを行い、しっかりと付加価値を高めることで、観光客の満足度も高めていきたい。
- ・ 具体的には、県内の各地域にしっかりとフォーカスし、地元の人と地域の課題を議論する。データも活用しながら実効的な施策や事業を実施することで、最終的には観光産業として経済の活性化につなげていきたい。

#### ○ 事務局より、「奈良県観光戦略本部について」説明

- ・ 観光戦略本部の成果として、地域のカルテを作って処方箋をあてるというように、その地域にふさわしい実践的な施策をつくっていきたい。
- ・ 今回立ち上げたこの本部会議の下に部会を設け、地域にフォーカスするという形を取り、部会で議論したものを本部会議に報告する。
- ・ 奈良公園はオーバーツーリズムになりつつある。奈良公園より西のエリアにどのように誘客していくかという視点で、近鉄奈良駅・新大宮駅・JR奈良駅周辺エリアという部会を立ち上げたい。
- ・ 平城宮跡のエリアについては、建物はあるが、その中に「営み」と「祈り」がないと思う。その2つがないと観光は成り立たない。そのあたりを議論していきたい。
- ・ また、県の課題である中南部地域について部会で議論していきたいが、特に世界遺産

や県の施設がある地域で、多岐にわたる施策を展開することで地域が観光地として変わってくるだろうというエリアについて議論していきたい。

○ 事務局より、「奈良県の観光の課題について」説明

【委員意見】

- ・ ホテルはあくまで受け皿であり、ホテル開発の前にツーリズムを作らないといけない。
- ・ 滞在軸として、1泊ではなく、1週間、1ヶ月滞在してもらおうと考えたときに、それに耐えられるものを地元として提供できるかという視点も必要。
- ・ リピートすればするほど、観光客も成熟してきて一時的なコンテンツでは満足しなくなる。最終的にどこに行き着くかという、地域の「日常」に近づいていく。したがって、文化や地域のアイデンティティ、暮らしが守られないと観光の持続性も保てないことになる。
- ・ 奈良のイメージが奈良時代以前に集中してしまっているが、古代、中世、近世、近代も奈良から色々な面白いことが出たり、始まったりしている。奈良市だけではなく南部東部にも広がっていて、県内39市町村それぞれにアイデンティティとなるお祭りや文化財などストーリーがあり、磨き上げるネタになってくると思う。これらを繋げると、長期間滞在できるネタになるのではないか。
- ・ 大阪や京都から観光客は来るが、日本の歴史上、人々は南から入ってきている。奈良の南部から入った時の風景や五條から入ったときの奈良盆地の風景は非常に素晴らしい。北から南へ誘客するという発想が多いが、南から入って北へ行ってもらおうという見方も必要ではないか。
- ・ 消費単価の高い観光客は、食やスピリチュアルをテーマにしている。地域が観光地としてよくても、テーマが繋がっていないと滞在時間が短くなる。地域ごとに部会を設置するのはよいが、「食」といったようなテーマを繋げて、その地域の売りはなにか、お互いに繋げていく作業をしていけばよいのではないか。
- ・ ラグジュアリーホテルチェーンであるアマンリゾートは、1つの地域に複数のアマンホテルをつくり、アマンジャーニーという形でそれらを巡るコースを提供している。ホテルはホッピングの場所で、体験を繋いでいる。大きなビジョンとして、それを繋げた後に、奈良として何を持って帰ってもらおうのか。旅行者の人生に感動を与えられると、毎年定期的に訪れてもらえるようになる。メッカ性をつくるということが大事。
- ・ ホテルは地域共生と環境共生が重要。ホテルにお金が落ちるのではなく、地域にお金が落ちることが大事。ホテルと地域が連携して何かを行うなど、地域の消費を大きくすることが必要。奈良にはコンテンツが山ほどある。

- ・ カルテづくりの項目として提供価値を明確にすることは大事。客観化して提供価値の見極めをしていく。また、カルテの項目として、お金を落とす仕組み、受け取る仕組みをちゃんと考えているかについても入れた方がよい。
- ・ 地域の観光がコモディティ化してしまっている。もっと業態が多様化しないといけない。ツーリズムが中庸になっている。
- ・ 小さくてもターゲットを絞って戦略的なスタートを切る必要がある。
- ・ 一度スモールスタートして、フォロワーと憧れを作ってマス層にも対象を広げる。ホテルにはクラス（階層）というものがあるが、同様にツーリズムの場合も上の業態を見ることも大切。
- ・ 富裕層が憧れを形成して、その次に色々な層が引っ張られて訪れるようになる。
- ・ ラグジュアリーホテルができると、既存のホテルの客が取られるという考え方もあるが、逆に新しいお客さんが来ると地域のホテルに流れてくる。例えば、今まで日帰り観光客が多かった日光に、リッツカールトンが入ってくると、世界の富裕層が「リッツがある日光とはどういうところなのか」と注目するようになった。必ずしも外資系がいいわけではないが、地域と結びついてくれるホテルプレーヤーが入ってくるのが大事。
- ・ 中南部に行けば行くほどコンテンツはあるが、受入できない状況になっていると思う。中南部ではハイクラスを受け入れるホテルが不足しているのが現状。
- ・ 一方で寺や神社はたくさんある。何かストーリーを作るというのが一番大切なところ。
- ・ 中南部はいいホテル、レストランも少ない。このあたりの補完をしなければならない。社寺にしても、民家にしても、どこまで許されるのか、協力範囲なのかは難しい。
- ・ まずは地域の現状を知った上で、やる気のある人と一緒にやって、一点突破でも付加価値のある商品をつくりだすことが重要。
- ・ 担い手がいないと出発点にならない。地元の商工業者だったり、外から人が来て作ってくれたりなど幅がある。戦略的に引っ張ってくることも含めて考えていけばよい。

○議論の結果、今回の本部会議において、事務局の説明どおり、①近鉄奈良駅・新大宮駅・JR奈良駅周辺エリア ②平城宮跡周辺エリア ③中部エリア ④南部・東部エリアの部会を設置することを決定

以上