

奈良県観光戦略本部
中部エリア、南部・東部エリア部会

奈良県観光局
令和6年6月12日

部会資料

(1)

奈良県観光戦略本部 概要

(2)

観光地域づくり

(3)

部会の進め方

奈良県観光戦略本部について

< 設置の趣旨 >

観光に関わるビジネス・プロフェッショナルをはじめとする民間の知見を活かし、奈良県の観光GDPの飛躍的かつ持続的な拡大を目的として、観光政策を機動的かつ戦略的に推進することにより、奈良県経済の発展を図る。

< 観光戦略本部の構成 >

本部には「本部会議」及び「部会」を設置。令和6年5月15日に実施された第1回奈良県観光戦略本部会議にて部会の設置を決定。

▼ 第1回本部会議にて下記4エリアを重点エリアとして部会を設置



奈良県観光戦略本部について

令和6年5月15日
奈良県観光局観光戦略課

<奈良県の観光における課題>

観光消費額が非常に少ない

1人あたり観光消費額（令和3年）
奈良県：5,308円
（全国平均9,931円と大きな開き）

宿泊客数が非常に少ない

延べ宿泊者数（令和5年）
奈良県：260万人（全国44位）

観光客が奈良公園周辺に集中

奈良公園来訪の割合（令和5年）
・日本人 36.8%
・インバウンド 85.3%

<目指すべき姿>

奈良県の観光GDPの飛躍的かつ持続的な拡大

<数値目標（KPI）（2030年度）>

- ・観光消費額 4,200億円
- ・一人当たりの観光消費額【宿泊】31,000円【日帰り】6,000円
- ・延べ宿泊者数 500万人

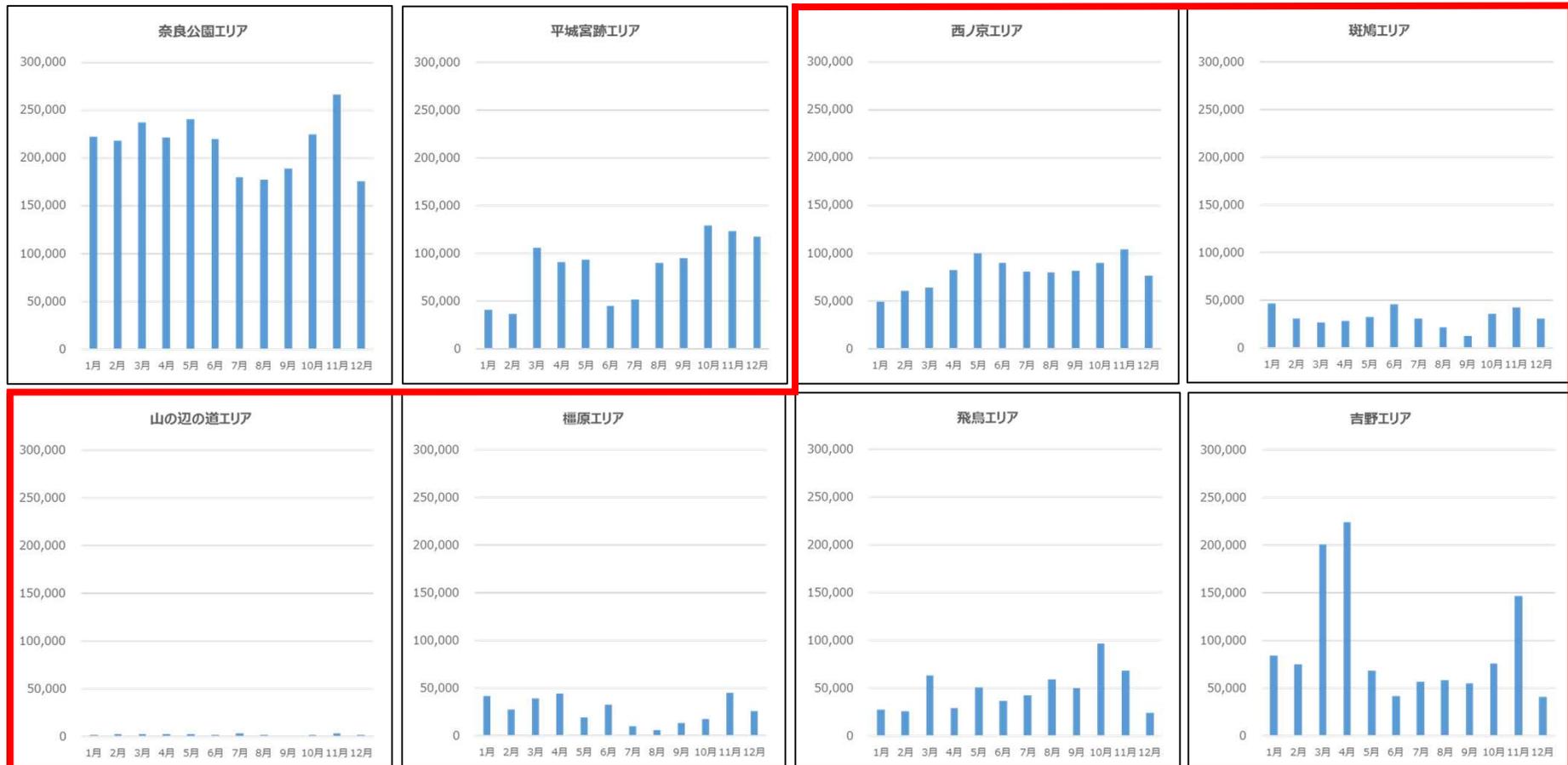
<奈良県観光戦略本部の設置>

- ・民間の知見を活かし、目指すべき姿の実現に向けて、観光政策を機動的かつ戦略的に推進
- ・県内各地域にフォーカスして地域ごとのカルテを作成、処方箋としての実効的な取組を実施

【人流比較】①日本人観光客

- ・年間を通じて、奈良公園エリアに集中
- ・吉野エリアは 3月、4月の桜の時期に集中

日本人観光客 人流解析（令和5年）



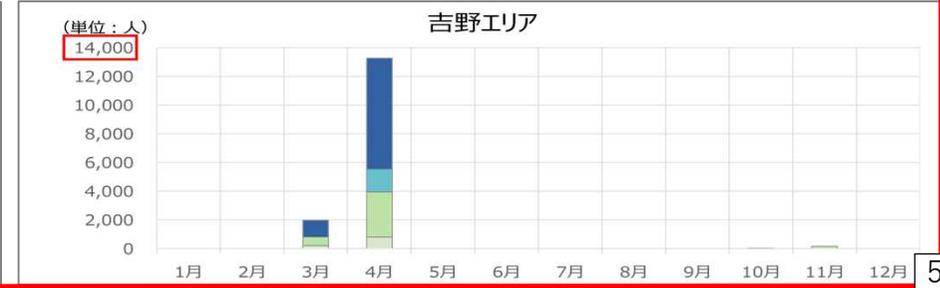
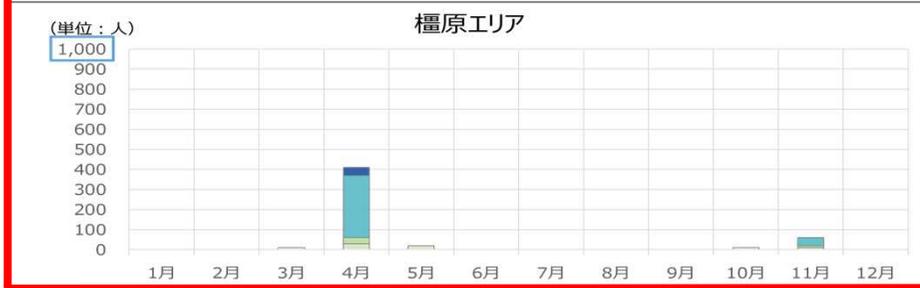
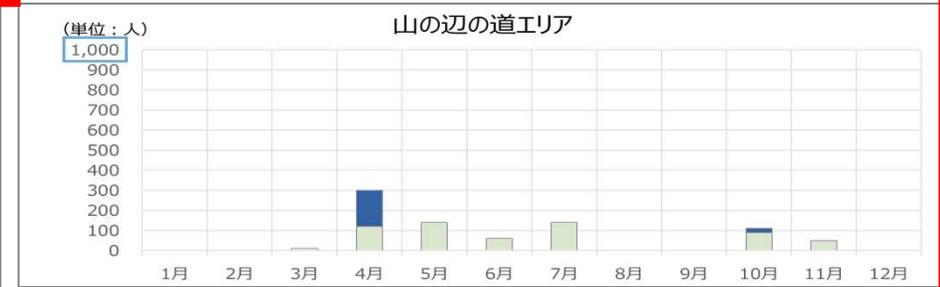
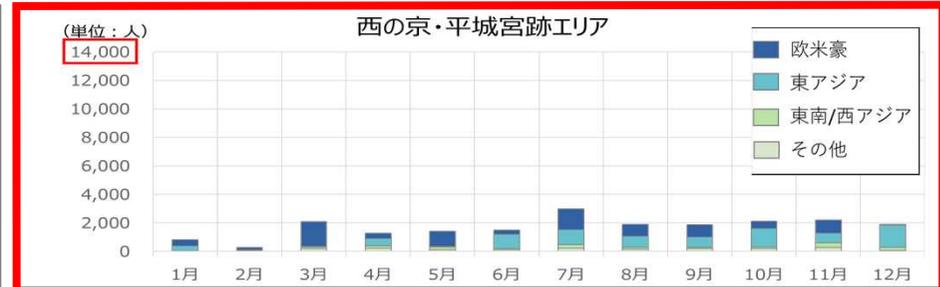
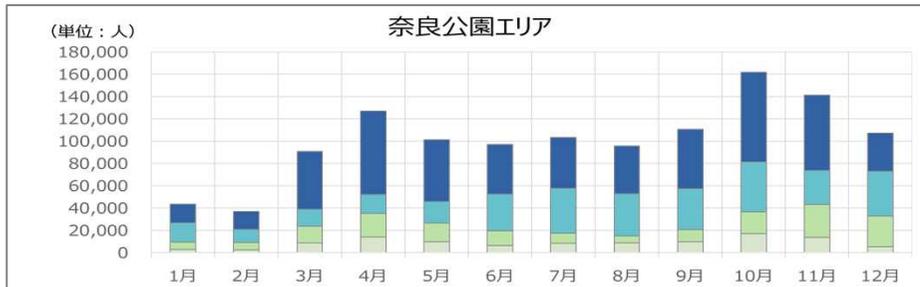
【人流比較】②インバウンド

・インバウンドも 奈良公園エリアに集中

*各エリアと比べ、100倍以上の来訪者が集中している状態

インバウンド 人流解析（令和5年）

※エリアによって左軸の目盛線の数値が違うことに留意



部会資料

(1)

奈良県観光戦略本部 概要

(2)

観光地域づくり

(3)

部会の進め方

奈良県観光政策の方向性

これまでの政策の 特徴

- 文化施策的側面が強い総花的プランニング
- イベント開催等が中心の誘客促進
- 高いポテンシャルを持つ観光資源に依存

これまでの政策に 足りなかったもの

- 観光データを活用した政策立案
- 観光産業としての受け皿環境の整備
- 観光地としての磨き上げ

今後の方向性

○ 観光客の満足度を高め、県内での観光消費に繋げていく

- ・ 県内それぞれの地域にフォーカス
- ・ 観光データ等を活用
- ・ 地域とともに地域課題を解消

観光地として磨き上げ、
付加価値を提供

観光データ等を活用・分析し、地域が持つ魅力を高感度の高い観光客の視点で整備・演出

観光地域づくり

地域に初めて訪問する人を増やす

地域のファン（リピーター）を増やす

地域と関わる人を増やす

交流人口の増

関係人口の増

- ① 経済の持続的・飛躍的發展
- ② 地域の活性化・課題解決

〔観光分野における高い付加価値の提供を通じて、地域の宿泊業、飲食業、伝統産業、農林水産業など多様な分野に経済効果を波及〕

観光地域づくり 実施体制

統括リーダー

観光力創造課 主幹

近鉄奈良駅・新大宮駅・
JR奈良駅周辺エリア

エリアリーダー

奈良公園室 課長補佐

平城宮跡周辺エリア
(平城宮跡、西の京)

エリアリーダー

公園企画課 課長補佐
観光力創造課 課長補佐

中部エリア
(斑鳩、山の辺の道、
飛鳥・藤原)

エリアリーダー

観光力創造課 課長補佐①
観光力創造課 課長補佐②

南部・東部エリア
(吉野・天川、金剛・葛城、
十津川、宇陀)

エリアリーダー

観光力創造課 課長補佐①
観光力創造課 課長補佐②

外部専門人材

コーディネーター班

観光データ分析・コンサル班

着地型旅行AGT班

各エリアに入り込み、地域関係者とともに観光地域づくりを推進

■各エリアの観光ステークホルダーと協働体制を構築（観光地域づくりに意欲のある観光キーパーソン等によるスモールスタート）

■各エリアにおける活動状況・課題・提案等を「奈良県観光戦略本部（本部会議及び部会）」にボトムアップ&フィードバック

観光地域づくり 重点エリア

① 近鉄奈良駅・新大宮駅・JR奈良駅周辺エリア

- ✓ 世界遺産等の主要な歴史文化施設が豊富にあり、認知度も高く、観光誘客が進んでいる
- ✓ オーバーツーリズム対策が必要
- ✓ 宿泊施設、商業施設は比較的豊富

③ 中部エリア (斑鳩、山の辺の道、飛鳥・藤原)

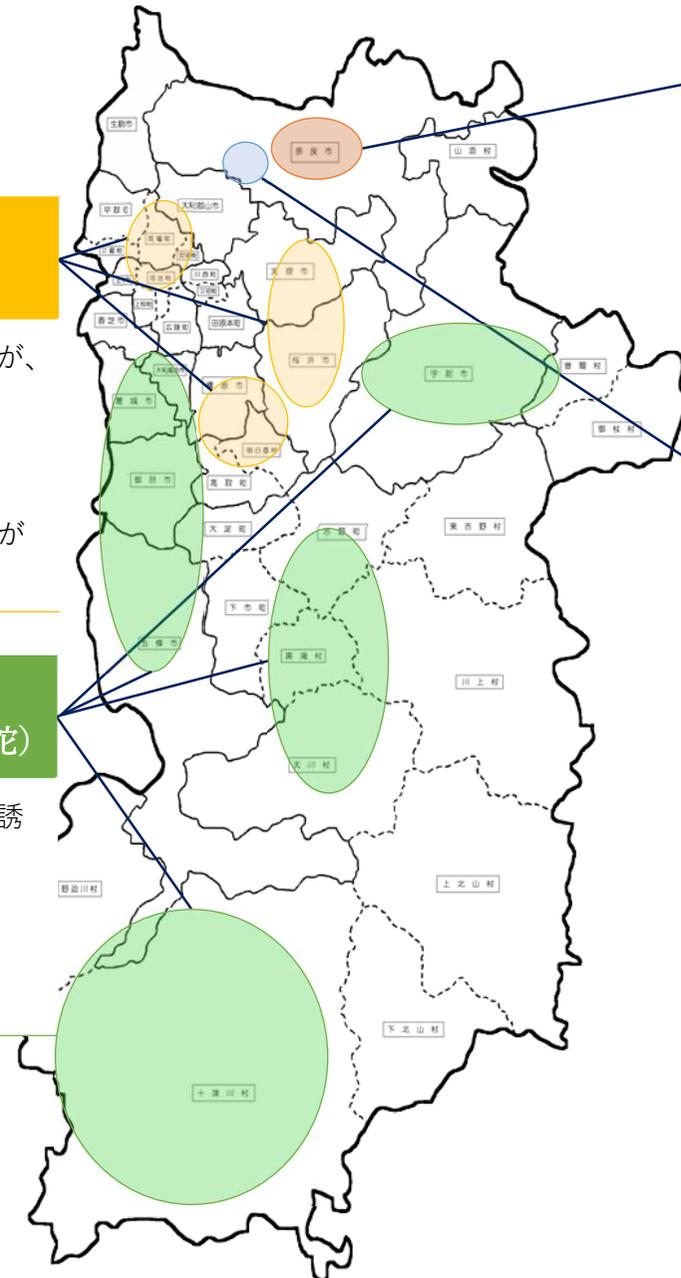
- ✓ 世界遺産等の主要な歴史文化施設はあるが、観光誘客は進んでいない
(①エリアからの流入は多くない)
- ✓ アクセスは比較的良好
- ✓ ①エリアと比較して宿泊施設、商業施設が少ない(近年、複数の宿泊施設が開業)

② 平城宮跡周辺エリア (平城宮跡、西の京)

- ✓ 世界遺産等の主要な歴史文化施設はあるが、観光誘客が進んでいない
(①エリアからの流入は多くない)
- ✓ アクセスは比較的良好
- ✓ ①エリアと比較して宿泊施設、商業施設が少ない

④ 南部・東部エリア (吉野・天川、金剛・葛城、十津川、宇陀)

- ✓ 世界遺産や優れた自然等はあるが、観光誘客が進んでいない
- ✓ アクセスが良くないエリア多数
(一次交通に頼らない誘客が必要)
- ✓ 宿泊施設、商業施設が圧倒的に少ない



観光地域づくり コンセプト

理念

By The Region
For The Region

- 地域の暮らしを豊かにする手段としての観光

目的

経済の持続的・飛躍的發展

×

地域の活性化・課題解決

- 観光の産業化により観光GDPを拡大
- 地域の担い手となる関係人口等を創出

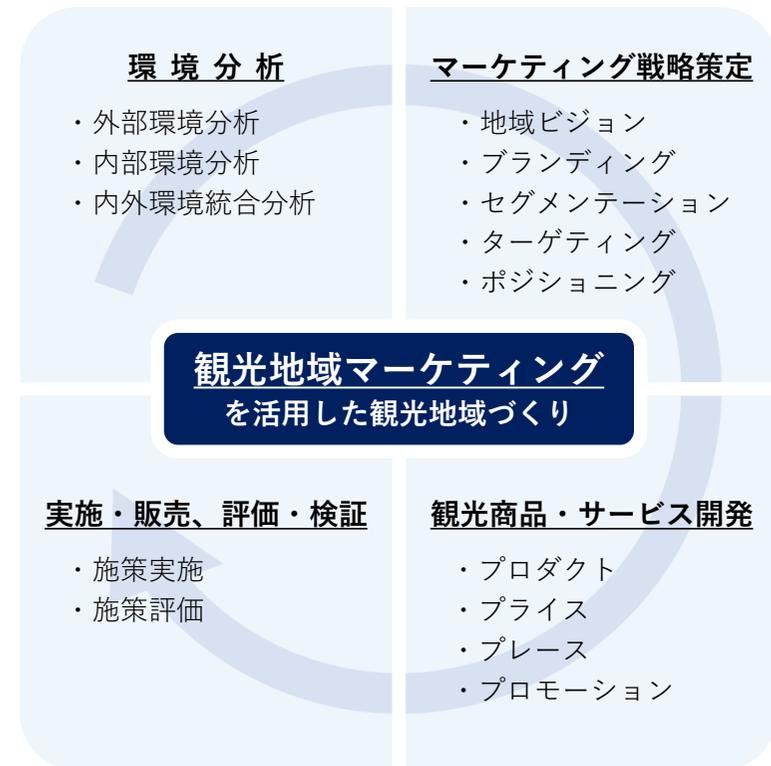
方針

地域の潜在力を引き出す

- 観光地として磨き上げ付加価値を提供
- 観光データと地域にフォーカスした実効的取組
- 観光消費・経済発展につながる観光施策

アプローチ

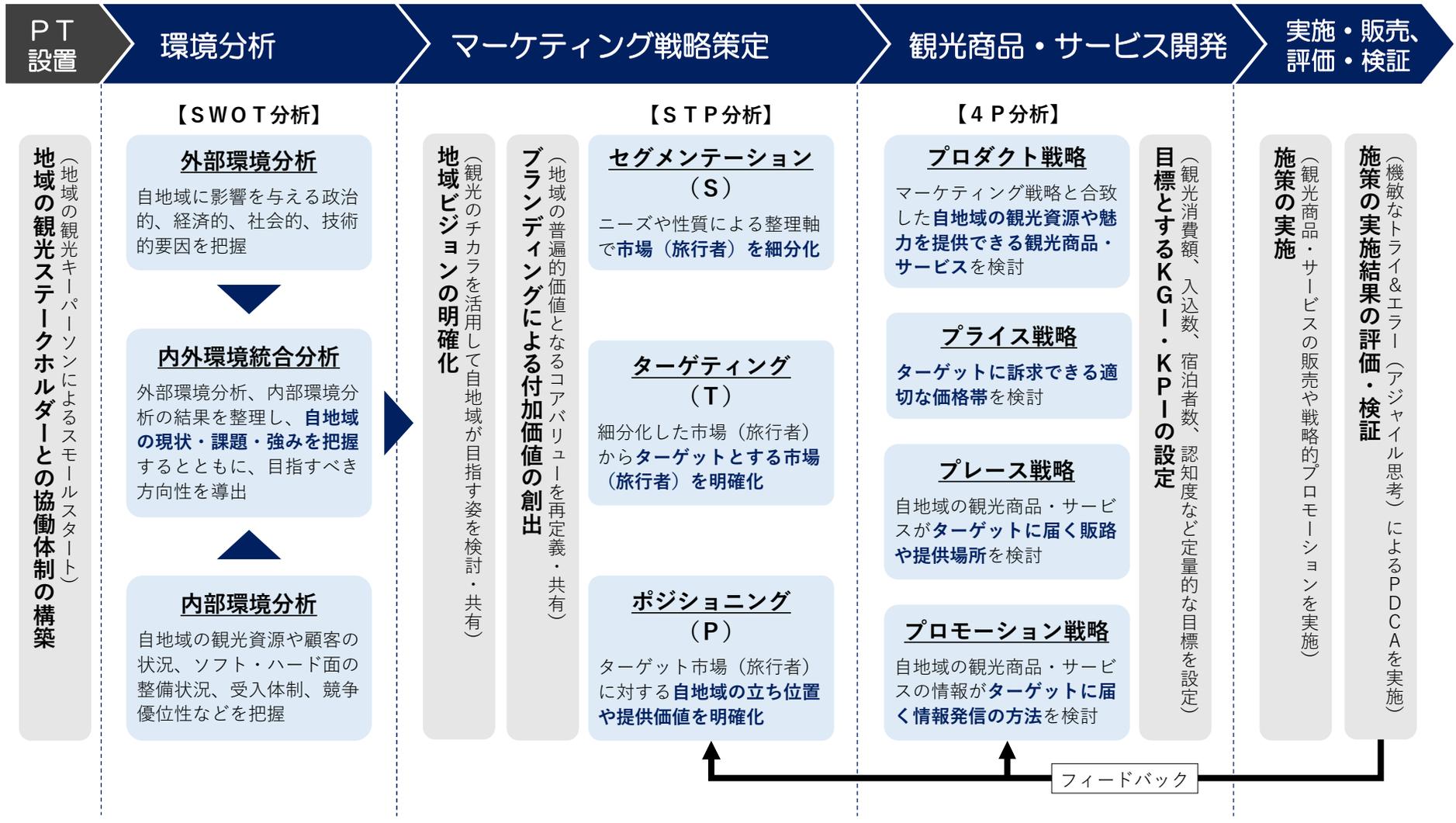
- データドリブンの観光地域マーケティングを実践



観光地域マーケティング

自地域を初めて訪れる人や、繰り返し訪問する人（リピーター）、ひいては地域と多様に関わる人（関係人口）を増やすことで、地域の経済効果や住民満足度を向上させる好循環を構築するための仕組みづくり

観光地域マーケティングの進め方



■各プロセスで必要となる**地域ごとの観光データを収集・分析・可視化** (消費データ、人流データ、宿泊データ、認知度データなど)

■各プロセスの成果を**観光地域カルテ**により整理・共有 (地域の観光データ、SWOT分析・STP分析・4P分析の結果など)

データや定量的なエビデンスに基づき取組方針等を決定 (データドリブン)

中部、南部・東部エリアにおける課題提起

流通

<サプライチェーン>

- ✓ 発地側の旅行会社やメディア等へのプロモーションを行っているが、誘客に結びついていないのではないか

受入環境

<宿泊施設・観光施設>

- ✓ 一定規模以上の宿泊・観光施設が少ないのではないか
- ✓ 廃業・休業する旅館やホテルが増えているのではないか
- ✓ 利活用されていない空き施設や空き家が増えているのではないか

価値提供

<地域の魅力・価値>

- ✓ 地域が有する歴史や文化、自然等の観光資源を「見て、食べて、知る」体験コンテンツが不足しているのではないか
- ✓ 観光地としての魅力や価値の磨き上げが不足しているのではないか

部会資料

(1)

奈良県観光戦略本部 概要

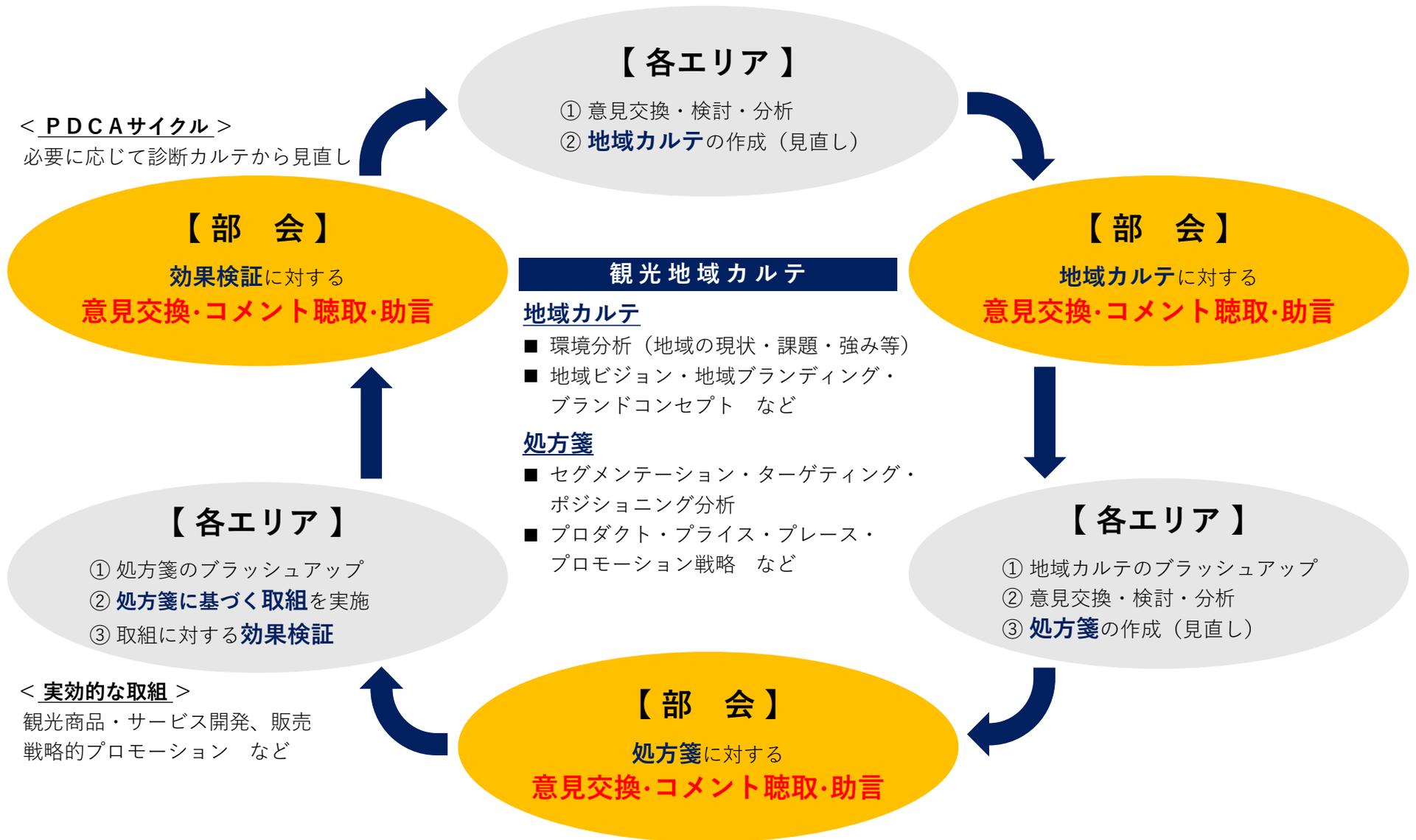
(2)

観光地域づくり

(3)

部会の進め方

令和6年度 部会の進め方



- 部会は各委員へのデータ共有・オンライン面談等による意見交換・コメント聴取・助言等を想定
- 必要に応じて各委員の専門分野に係る個別の意見聴取を実施
- 各エリアPT、部会での検討状況を本部会議へボトムアップ&フィードバック