

**第1回 奈良県観光戦略本部
近鉄奈良駅・新大宮駅・JR奈良駅周辺エリア部会
議事概要**

日 時：令和6年6月14日（金） 11:00～13:00
場 所：奈良県庁5階 第1会議室（小） ※一部オンライン参加
出席者：江口英一委員（オンライン参加）、大久保泰佑委員（オンライン参加）、金田充史委員、川島昭彦委員、高橋一委員、豊澤孝彦委員、中野聖子委員、平井宗助委員、藤丸正明委員〔五十音順〕

議事概要：

- 事務局より、「奈良県観光戦略本部及び部会について / 近鉄奈良駅、新大宮駅、JR奈良駅周辺エリアの現状認識 / 第1回奈良県観光戦略本部会議の主な意見について」説明（別添資料②、③参照）

【委員意見】

- ・ 海外の富裕層の中では奈良の認知度はすごく低い。
- ・ インバウンドの観光客は旅先で何か特別な体験をしたいと考えている。そこで何ができるのか、そのために何日滞在しないといけないかを気にしており、まちに滞在するという経験を提供することが必要
- ・ 1週間という単位での旅行は外国人に取っては常識で、暮らすように旅をするというコンセプトのまちになっていくことが重要。
- ・ 関西空港からのリムジンバスが満足に出ていない。数も足りていないし、ルートも変更となっており、来年大阪・関西万博もあるが、大阪から奈良のルートがすごく貧弱だと感じる。今のままではまず奈良にたどり着かない。
- ・ 奈良は大都市である大阪・京都から30kmに位置しており、日帰りツアーの場所と認識されているが、それだけ観光客もたくさん来てくれる。その観光客に奈良の何をアピールするかを考えていけないといけない。
- ・ 「暮らすように旅する/暮らすように宿泊してもらおう」という長期滞在の観光客を呼び込むなら、奈良に来て何を「経験」してもらおうか、それを「どうやってアピール・発信していくか」ということを話し合わないといけない
- ・ 奈良にはリピーターをつくれるような魅力的な資源・コンテンツがたくさんあるが、きちんと整理して編集して、情報として届けるという部分に詰まりがある。
- ・ ならまち周辺では春と秋で観光客の客層の違いや人の流れに違いがあるように感じる。しかしそれをデータとして採れていない。また、奈良公園周辺の土地や建物の価値についても実際の数字・データで出していく必要がある。

- ・ 奈良のポテンシャルは高いが、その高いポテンシャルを理解してくれるお客さんと現在来訪しているお客さんでは客層が違う。その違いをいかにして埋めるかが大切。
- ・ 16時台、17時台になると電車が外国人観光客でいっぱいになっている、なんとかその人たちを奈良に留めて宿泊して頂くような仕掛けが必要。
- ・ 現在奈良に来訪している外国人観光客は「鹿と遊びたい」「大仏を見たい」という目的の人が9割なので、その人たちを留ませよう、宿泊させようというのは難しい。
- ・ 奈良は大阪や京都に30分ほどで帰れる場所に位置しているので、奈良が持っている「テーマ性・物語性(narative)」を引き上げ、高付加価値を求めるお客さんに、どのように提供し、長期滞在してもらうかの議論が必要。
- ・ 数だけ呼ぶ時代は終わったと思う。奈良の人にとって持続可能な体制をつくって、長期滞在や京都・大阪に代えられないような体験価値の作り込みが必要。
- ・ 滞在時間が短く、地域にほとんどお金を落とさないし、マナーがイマイチな来訪者が多いのが現状である。奈良はポテンシャルがすごくあるのでもう少し上品でポテンシャルを理解してくれる人たちに何泊かしてもらいたい。
- ・ 結局情報発信の中身が浅い。それが鹿の健康被害にもつながっているし、何よりゴミ問題は限界が来ている。本当に手を打たないといけない。文化の違う人たちが大量に奈良公園に流入しているという中で、海外の人に奈良の文化・マナーをどう深めて伝えるか、その手段を今持っていない。
- ・ 鹿のサファリパーク的に認識している人も多い中で、奈良の文化・マナーを物理的に説明する手段を持っていないので、議論の余地はあるが、まずはゴミ箱の設置を検討すべきかと思う。せめてもイベント実施時ぐらいは何らかのゴミ処理はそれぞれ負担を痛み分けしながらするべきだと思う。
- ・ 最終ゴールは観光消費額を上げることだと考えている。そのためにはお客さんを選ぶ必要はない。奈良公園にたくさん来る観光客から一人100円でも取れるような仕組み（例えば、ごみを100円で受け付ける、など）を考え実験的にやってみるのは価値があると思う。
- ・ 実験的な取り組みを継続的に実施し、アジャストする仕組みを作っていく。現状マナーが問題となっている観光客でも、きちんとお金を落としてもらうような工夫ができれば排除する必要は無い。
- ・ 眠っている観光資源を取り上げ、商品にして販売するところまでまず持って行かないといけない。リスクをとって、そうしたことにチャレンジする人を応援すべき。
- ・ 「奈良のポテンシャルを正しく理解し、高付加価値コンテンツを消費してくれる上品な観光客を誘客し、長く滞在宿泊してもらうこと」と、「現状マナーが悪い外国人観光客にいかにマナーを理解してもらい、守ってもらうのか」という2つの平行した課題があるのだと思う。
- ・ 「不況だったら奈良公園に人が増える」と言われている。理由としては、奈良観光は

「お金を使わなくても楽しめる」からであり、これは観光消費額が少ないことを指している。燈花会などのイベントでも同じで、やはりお金落としてもらう仕組みが必要である。

- ・ 奈良公園の周りのエリアにいかにお客さんを分散するかがポイント。奈良公園は外国人観光客で溢れているが、ならまちに行くと外国人が大幅に減る。奈良公園と市街地がリンクしていない、誘導できていないのがもったいない。
- ・ 「鹿」「大仏」「中谷堂のお餅」とピンポイントに情報を収集し、それらを目的に来訪する観光客がほとんど。その人たちが、グーグル等で次に行くところを検索したときに、訪れる価値のあるキラテナントを周辺エリア（ならまち、きたまち、船橋商店街等）でそれぞれ地道に作っていくしかない。
- ・ 店の人とお客さんのコミュニケーションが増えるとファンが増える。積極的な働きかけの中でちょっとした情報から、今人が来てないエリアに人が流れていく。さらに人との接点が出来ると、人が紐付きまた会いに行きたいとリピーターにつながっていく。消費額が増えていくということに繋がる、一番地道ですけど、今日からできることだと思う。
- ・ 「夜に飲む場所がない、遊ぶ場所がない」と、インバウンドの観光客によく言われる。旅行はやはり歴史的資産や文化だけでなく、「楽しめる場所」であることが重要だと考える。ブロック全体として「わくわく感のある」「楽しみたいと思える」まちづくりが滞在時間の延長、観光消費額の増加には必要だと思う。（特に夜）
- ・ 新大宮は飲み屋街に客引きの数が非常に多く、新規の人が近づきたい雰囲気になっていることや JW マリオットやコンベンションセンターなどができ、開発は進んでいるのに、道を挟んで南北で導線が切れてしまっていることが問題。
- ・ オフィス街のような形を目指すにも高さ制限という課題を解決しなければならない。
- ・ ホテル誘致にかかる高さ制限の緩和などについて、不満を感じている既存事業者も多い。市内のホテル協議会での情報交換や、毎月の稼働率の交換などにも誘致されたホテルは入ってこないというのが現状。観光消費額の増大を目指す中で、新規のものを呼び込めば良いという発想ではなく、今ある事業者のブラッシュアップで観光消費額が増大するというかたちを目指すべきだ。
- ・ 結局域内循環をどやってつくるかが重要。観光 GDP が増えても、県民の所得が増えなければ、ただ地域資源を使われるような形になってしまう。
- ・ 外資のグローバルブランドのあるホテルが増えるのは悪いことじゃないと思う。世界中に会員がいるホテルが参入すれば、それだけ観光客が増えるチャンスになる。夜や朝しかできない体験型プログラムやアクティビティーがあればそれを目的に来訪する外国人観光客もいるでしょうし、宿泊にもつながる。
- ・ ハラルやビーガン、ベジタリアンの方々に配慮した食事があると良い。
- ・ ナイトタイムエコノミーの視点では、スナックなど既存のものの方が海外の方は喜

ばれる。日本人なら何とも思っていないものが喜ばれたりするので、既存のものを見直して外国人が喜ぶ、興味を持ってもらえる夜のコンテンツを見つけて、磨き上げるのが重要。何かシンボリックなパンチのあるものがあれば良い。

- ・
- ・

○今後の対応

- ・ 部会当日に提起された各テーマについて、次回の部会開催までに、事務局から各委員へ個別にヒアリングを実施し、更なるご意見・ご助言をいただく。
- ・ 併せて、奈良公園周辺の社寺や、奈良公園周辺を訪れる観光客からも意見を収集し、各テーマについて議論を深めていきたい。

以上