

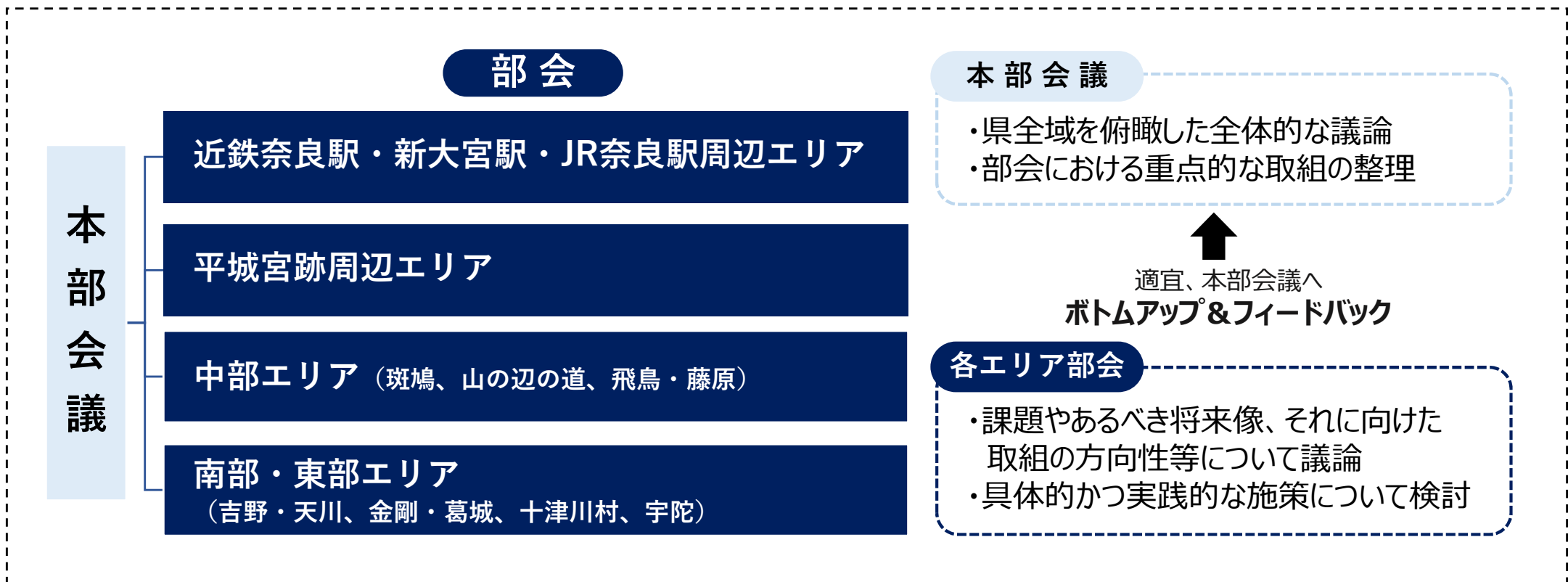
各部会の検討状況について (第2回本部会議用資料)

令和6年12月23日(月)
奈良県観光局観光戦略課

本日議論いただきたい事項

○ 各部会からの報告について

○ 各部会の今後の進め方について



1. 近鉄奈良駅・新大宮駅・JR奈良駅周辺エリア部会

1. エリアの現状

- ・奈良県を代表する観光地として、世界遺産や優れた自然景観が集まるエリアでインバウンド旅行者・修学旅行生をはじめとした観光客が多く来訪。
- ・滞在時間が短く、宿泊客数の増加や観光消費額の増大が課題であり、近年、交通渋滞やゴミ問題が顕在化。

2. 部会の開催状況

○令和6年6月14日：第一回部会

奈良公園周辺の現状の問題点と将来のあるべき姿について意見交換。

○令和6年9月3日～26日：個別ヒアリング

第1回部会で提起された課題をもとに「観光消費額と宿泊者数の引き上げ」のために必要な具体的な取組内容について委員へ個別ヒアリングを実施。

○令和6年10月31日：第二回部会

個別ヒアリングを踏まえて事務局で検討中の具体的な施策について、意見交換。

【近鉄奈良駅・新大宮駅・JR奈良駅周辺エリア部会委員】

氏名	役職等
江口 英一	観光経済新聞社 kankokeizai.com 編集長
大久保 泰佑	(株)narrative 代表取締役
金田 充史	げすとほうす はる・きたまち オーナー
川島 昭彦	登大路ホテル奈良 代表取締役社長
高橋 一	(公社)奈良市観光協会 専務理事
豊澤 孝彦	奈良豊澤酒造(株) 社長
中野 聖子	ホテル尾花 代表取締役社長
西岡 正人	レストランテ リンコントロ オーナーシェフ
平井 宗助	合同会社ほうせき箱 代表社員
藤丸 正明	(株)地域活性局 代表

3. 課題及び委員からの主な意見と考えられる施策の方向性

⇒別紙1-1～1-4のとおり

4. 今後の部会の進め方

令和6年度 : 方向性を踏まえた事業検討を行うとともに、**観光庁補助を活用した実証実験を実施。**

引き続き、**委員から意見・助言をいただき、施策・取組のブラッシュアップ。**

令和7年度～ : 委員との意見交換を継続しながら、**施策・取組のブラッシュアップ。**

課題及び委員からの主な意見と考えられる施策の方向性

課題及び主な意見

考えられる施策の方向性

1. プロモーション・情報発信

【第一回部会及び個別ヒアリングを踏まえた課題】

- マスコミやWebサイト（OTA含む）での全国的な情報展開が不十分。
- インバウンドが必要としている情報が提供できていない。
- ターゲット層に応じたプロモーションができていない。
- 「売り方」に精通した人材が育成されていない。

【第二回部会の主な意見】

- ✓ OTAサイトを活用した広報キャンペーンはしっかりと進めるべき、エクスペディアは特に日本に着目している。
- ✓ 消費額を増やす方法として、OTAを活用した「アクセス人数」の引き上げが有効。
- ✓ 飲食店の情報を発信する際は、ターゲット層を意識して、情報をカテゴライズして届けるべき（ハイエンド層を対象としたレベルの高いバーのマップ等）。

- ◆ 観光データ分析に基づく重点ターゲット・ペルソナの明確化と重点ターゲット・ペルソナに訴求効果の高いメディアの活用
…媒体掲載やファミトリップの実施など
- ◆ OTA(オンライン・トラベル・エージェント)を活用した、国内・海外向け広報キャンペーンの実施
- ◆ 鉄道事業者（連携協定を締結したJR東海・JR西日本・近鉄）との連携による情報発信・プロモーション

課題及び委員からの主な意見と考えられる施策の方向性

課題及び主な意見

考えられる施策の方向性

2. 観光コンテンツ（体験など）・販路構築

【第一回部会及び個別ヒアリングを踏まえた課題】

- 既存の体験プログラムについて、十分に認知されていない。
- 宿泊施設と観光施設の間の連携が十分ではない。

【第二回部会の主な意見】

- ✓ 音楽に関して洗練された地域になりつつある奈良では、音楽をからめたパッケージや仕掛けなどをつくっていくのも面白い。
- ✓ 消費額を増やす方法として、ナイトミュージアム等のナイトコンテンツの拡充による「転換率※」の引き上げが有効（※アクセスから実際の旅行・宿泊につながった率）。

- ◆ 博物館・美術館の夜間開館（ナイトミュージアム）の拡大とともに、音楽やバー等を組み入れたコンテンツの造成
 - …博物館等の金曜・土曜の開館延長とともに、近隣の店舗と連携した音楽・飲食に係る有料の特別企画など

課題及び委員からの主な意見と考えられる施策の方向性

課題及び主な意見

考えられる施策の方向性

3. 宿泊・飲食・お土産

【第一回部会及び個別ヒアリングを踏まえた課題】

- 宿泊することで体験できるコンテンツの整理やプロデュースができていない。
- 宿泊施設と観光施設との連携が十分でない。（再掲）

【第二回部会の主な意見】

- ✓ ホテル滞在自体が旅の目的となるような魅力的で特色のある宿泊施設が増えていくと、泊まって観光する場所として選ばれるようになっていくのでは。
- ✓ 今後、宿泊施設を増やしていく上で、ボトルネックは人的資源。優秀な人材を確保しつづけるために、人材に着目した支援があっても良いのでは。

- ◆ 宿泊施設の誘致・改修に対する支援
…立地・改修補助金や制度融資の更なる充実、首都圏等での誘致セミナーの開催など
- ◆ 宿泊施設との連携によるコンテンツ造成や活用
…宿泊者が体験できる既存コンテンツのPRやブラッシュアップ・旅行商品の造成、新規コンテンツの造成など

課題及び委員からの主な意見と考えられる施策の方向性

課題及び主な意見

考えられる施策の方向性

4. 受入環境整備 (交通手段、Wi-Fi環境、キャッシュレス決済、多言語対応等)

【第一回部会及び個別ヒアリングを踏まえた課題】

- 安心して子供を連れてくることができる環境整備が必要。
- 県の施設の更なる有効活用が必要。
- 奈良公園らしい環境の維持とイベント会場としての活用の両立。

【第二回部会の主な意見】

- ✓ インバウンドに付加価値の高い体験をしてもらうのに奈良公園バスターミナルは適切な場所。酒や茶を楽しめる空間が奈良公園バスターミナルにできれば、非常に価値がある。
- ✓ 議論の余地はあるが、まずは奈良公園にゴミ箱の設置を検討すべきかと思う。

◆奈良公園バスターミナルの更なる利活用

…バスターミナル内に奈良の地酒や茶を楽しめる空間の造成など

◆奈良公園周辺でのごみ対策の推進

…観光庁補助事業を活用した実証実験及びそれを踏まえた対策など

2. 中部エリア、南部・東部エリア部会

1. エリアの現状

- ・ 県中南部には世界遺産や優れた自然等はあるが、交通や受入環境等様々な要因から観光誘客が進んでおらず、観光消費額が少ない。

2. 部会の開催状況

○令和6年6月12日：第1回部会

中部エリア、南部・東部エリアで観光を産業化し、観光消費額の拡大を図るとともに、地域の持続的な発展につなげていくための課題等について、意見交換。

○令和6年10月31日：第2回部会

「地域への観光誘客や観光消費額の拡大を実現するために有効な施策・アイデア」、「地域の観光施策推進体制のあり方」、「観光地域カルテの構成等」について意見交換。

3. 課題及び委員からの主な意見と考えられる施策の方向性

⇒別紙2-1～2-4のとおり

4. 今後の部会の進め方

令和6年度：地域ごとの人流・消費等の観光データを活用し、地域の観光実態が見える化した『観光地域カルテ』と地域の観光実態を踏まえた上で、「地域への誘客」及び「地域の課題解決」に向けた具体的な施策・取組に反映し、実践する『処方箋』を取りまとめ、地域と共有

令和7年度～：地域と連携した具体的な施策・取組に着手（適宜部会委員に意見・助言をいただき、トライ&エラーを繰り返しながら、施策・取組をブラッシュアップ）。

【中部エリア、南部・東部エリア部会委員】

氏名	役職等
井上 雅仁	斑鳩産業(株) 代表取締役社長
江口 英一	観光経済新聞社 kankokeizai.com 編集長
大久保 泰佑	(株)narrative 代表取締役
高野 雅臣	(株)クリル・プリヴェ 創業者&CEO
橋本 久志	(一社)吉野ビジターズビューロー 専務理事兼事務局長
野沢 弘樹	Park Line推進協議会 会長代行 (一社)日本地域国際化推進機構 理事
畠中 亜弥子	合同会社misen 代表社員
平井 宗助	合同会社ほうせき箱 代表社員
堀井 清孝	やまとびと(株) 代表取締役社長
吉田 佳代	梅乃宿酒造(株) 代表取締役 CEO
吉本 幸史	(一社)飛鳥観光協会 事務局長

課題及び委員からの主な意見と考えられる施策の方向性

課題及び主な意見

考えられる施策の方向性

1. プロモーション・情報発信

【第一回部会を踏まえた課題】

- 観光地としての認知度向上が必要。
- 観光地としての統一的なブランディングができていない。
- 地域の市町村・DMO・観光協会等が単体でプロモーションをしても効果が限定的（県や県域DMOで広域的・戦略的に対応すべき）。
- 地域の受入れキャパを踏まえた誘客プロモーションが必要。

【第二回部会の主な意見】

- ✓ 観光はエッジの効いたターゲットを設定すべきで、どのような観光客に来てもらい（ターゲティング）、どのような過ごし方（コンセプト）を提供するのかを具体的に設定すべき。
- ✓ 今の観光客は旅マエに宿泊や体験をOTA（オンライン・トラベル・エージェント）経由で予約することが多いので、OTAを活用したプロモーションが大切。
- ✓ 地域の観光コンテンツの造成・企画は地域の旅行会社・DMCが担い、プロモーションやMICE分野は県全域をカバーしているDMOが担うべき。

- ◆ 地域ごとの観光データ分析に基づく重点ターゲット・ペルソナ（以下「ターゲット等」という。）の明確化とターゲット等を顧客に持つバイヤーへのセールスやターゲット等に対する訴求効果が高いメディアの活用
 - …「観光地域カルテ」及び「処方箋」に基づき、地域ごとの戦略を設定。その上で、旅行エージェント・ランドオペレーター等のバイヤーへの訪問営業・商談会への参加・ファミトリップの実施など
- ◆ 地域ブランディングによる認知度向上
 - …地域のブランドコンセプトブック作成【BtoB向け】、ウェブサイト・SNS等での訴求【BtoC向け】など
- ◆ OTA(オンライン・トラベル・エージェント)との連携
 - …海外OTAのエクスペディア等と連携した宿泊予約販売サイトや体験コンテンツ予約販売サイト等でのプロモーション
- ◆ 鉄道事業者（連携協定を締結したJR東海・JR西日本・近鉄）との連携による情報発信・プロモーション
- ◆ 観光分野における行政とDMO・観光協会の役割分担の明確化、協働体制の構築
 - …プロモーション・セールス活動等のDMOへの集約など

課題及び委員からの主な意見と考えられる施策の方向性

課題及び主な意見

考えられる施策の方向性

2. 観光コンテンツ（体験など）・販路構築

【第一回部会を踏まえた課題】

- 地域で造成した観光コンテンツが観光客に届いていない。
- トレッキング・キャンプ・川遊び等では観光消費に繋がらない。
- レベルの高い観光プロガイドの確保・活用が必要。

【第二回部会の主な意見】

- ✓ その地域の暮らしや成り立ちを体感できる、観光客の探究心を満たす観光コンテンツが必要。
- ✓ 観光プロガイドの育成とともに、実際に観光客に観光プロガイドを利用してもらえる仕掛けが必要。
- ✓ 地域の観光コンテンツの造成・企画は地域の旅行会社・DMCが担い、プロモーションやMICE分野は県全域をカバーしているDMOが担うべき。

◆地域ならではの観光コンテンツの掘り起こし・磨き上げ・高付加価値化（体験型・探求型・学習型）
…各地域の観光コンテンツ造成・流通促進、観光コンテンツタリフ集の作成・展開など

◆OTA(オンライン・トラベル・エージェント)との連携
…宿泊OTA・コンテンツOTAと連携したコンテンツ造成促進、連携協定を締結したソフトバンク等と協働したOTAへのコンテンツ掲載促進による販路構築など

◆地域の観光コンテンツのサプライヤーとバイヤーとの販路ネットワークの構築
…地域特化型旅行エージェント[DMC]等と発地型旅行エージェント等とのマッチング機会の提供、商談会など

◆鉄道事業者（連携協定を締結したJR東海・JR西日本・近鉄）との連携
…企画乗車券・周遊パスの造成促進（ならSLOW&LOOPプロジェクト、大阪と奈良を巡るデジタル周遊パス）など

◆観光プロガイド(トラベルキュレーター)の育成・利用促進
…地域通訳案内士等観光プロガイドの育成と質の向上、旅行者とマッチングさせる仕組みの構築など

課題及び委員からの主な意見と考えられる施策の方向性

課題及び主な意見

考えられる施策の方向性

3. 宿泊・飲食・お土産

【第一回部会を踏まえた課題】

- ▶ 県北部エリアと比較してそもそも宿泊キャパシティが少ない。
- ▶ 担い手・後継者不足により、宿泊施設の休廃業が増加。
- ▶ 繁閑ギャップが大きく、通年来客を見込めないため新規開業を躊躇。
- ▶ 繁忙期の受け入れキャパ超過により昼食難民が発生している。
- ▶ 宿泊施設の誘致について、適度な広さがある平地が少ないこと、市街化調整区域が多いことがハードル。
- ▶ 土地や建物に関する法規制がネックとなり、宿泊施設・飲食店等の開業・改修等にハードルがある。

【第二回部会の主な意見】

- ✓ このエリアにある程度の客室数を持った宿泊施設が必要。
- ✓ ホテル滞在自体が旅の目的となるような魅力的で特色のある宿泊施設が必要。
- ✓ 宿泊施設の中には、従業員を十分に確保できず、客室を全部稼働できていないところもあるため、対応が必要。
- ✓ 宿泊施設の人材不足について、働くポテンシャルがある人は地域にいるが、働き手と雇い手をつなぐ仕組みがないことが課題の一つ。

- ◆ 宿泊施設の誘致・改修に対する支援
…立地・改修補助金や制度融資の更なる充実、首都圏等での誘致セミナーの開催など
- ◆ 宿泊施設のDX推進支援
…県補助金による支援など

課題及び委員からの主な意見と考えられる施策の方向性

課題及び主な意見

考えられる施策の方向性

4. 受入環境整備 (交通手段、Wi-Fi環境、キャッシュレス決済、多言語対応等)

【第一回部会を踏まえた課題】

- ▶ 地域交通の維持・確保が必要。
- ▶ タクシーがつかまらない（ドライバー不足、営業エリア規制）。
- ▶ 観光地を經由する路線バスの最終時刻が早い。
- ▶ 公共交通機関・集客施設等の多言語対応・キャッシュレス対応が不十分。
- ▶ トレッキングルートでの「案内表示不足」「携帯電話不感」「トイレの設置・維持」「安全確保」等。
- ▶ 観光産業のすべての業種で担い手・後継者が不足（交通等）。

【第二回部会の主な意見】

- ✓ シェアサイクルの拡大等二次交通の充実が必要。
- ✓ 交通を狭域、中域、広域にとらえてシームレスに繋ぐことが必要で、あらゆる交通手段を繋ぐモビリティマルチハブステーションの概念が重要。

- ◆ 電動シェアサイクル設置エリア・ポート数の拡充
…連携協定を締結したソフトバンク等と協働したポート数の拡充など
- ◆ 公共ライドシェア等の導入検討
- ◆ 観光地における受入環境向上に資する取組への支援
…県補助金による支援など

3. 平城宮跡周辺エリア部会

1. エリアの現状

- ・平城宮跡は、奈良公園、西ノ京と隣接し、その周辺には平城天皇陵や西大寺など、歴史的・文化的資源が立地している。
- ・観光客は奈良公園の1/10（130万人/年）、インバウンドは奈良公園の2%程度、日本人観光客は奈良公園の50%程度、特に40歳未満の女性を獲得できていない。

2. 部会の開催状況

○令和6年9月9日：第1回部会（現地視察・部会での意見交換）

平城宮跡の特性、あり方、事業手法、今後の進め方について意見交換

○令和6年10月8日：第2回部会（部会でのアイデア出し）

構想・コンセプト、導入機能についてアイデア出し

○令和6年12月16日：第3回部会（部会でのアイデア出し）

平城宮跡のあり方（素案）、事業手法（素案）についてアイデア出し

3. 委員からの主な意見、とりまとめの方向性

⇒別紙3-1～3-2のとおり

4. 今後の進め方

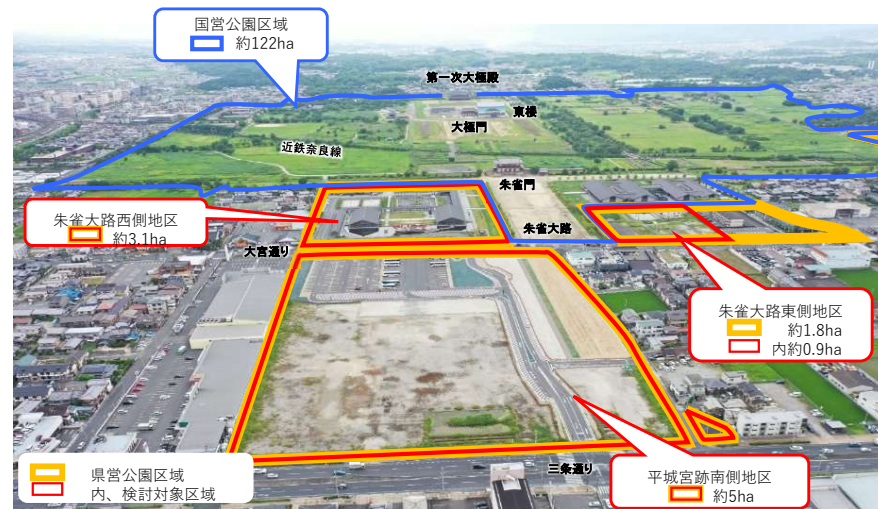
令和6年度：

第4回部会（1/27）平城宮跡のあり方（案）、事業手法（案）及び事業者選定条件（案）についてアイデア出し

第5回部会（3/21）平城宮跡のあり方、事業手法及び事業者選定条件のとりまとめ

令和7年度～令和8年度上期：民間事業者の選定

令和8年度下期～：民間事業者との連携



【平城宮跡周辺エリア部会委員】

	氏名	役職等	専門
部会委員長	内藤 廣	建築家・東京大学名誉教授	アーキテクト
部会委員	青柳 正規	奈良県立橿原考古学研究所 所長	文化財
	磯部 洋子	sPods株式会社 Founder	マーケティング
	鵜殿 裕	株式会社日本経済研究所 上席研究主幹	ファイナンス
	大木 秀晃	株式会社00AA クリエイティブディレクター	マーケティング
	杉山 尚美	ガストロノミー・ツーリズム研究所 CEO	食
	馬場 基	独立行政法人国立文化財機構 奈良文化財研究所 埋蔵文化財センター長	文化財
	平賀 達也	株式会社ランドスケープ・プラス 代表取締役	ランドスケープ
	藤本 壮介	建築家・藤本壮介建築設計事務所 代表取締役	アーキテクト
	湯山 壮一郎	元奈良県副知事	行政
オブザーバー	柳澤 秋介	国土交通省近畿地方整備局 国営飛鳥歴史公園事務所 所長	
奈良県知事	山下 真		

【スケジュール（予定）】

	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度～
部会		民間事業者の選定	民間事業者 (検討、設計、工事、運営等)	

委員からの主な意見、とりまとめの方向性

部会	主な意見	とりまとめの方向性
<p>○令和6年9月9日 第1回部会 <u>現地視察・</u> <u>部会での意見交換</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 1300年前に都の中心部があった平城宮跡は、世界的にみてもすごい場所だと思うので、多くの人が集まるような仕掛けを考えていきたい。 ◆ 地元の文化を活かしたコンテンツを作るべき。 ◆ 人が集まるような居心地の良い空間を作るべき。 ◆ 伊勢神宮とおかげ横丁のように、聖と俗を対比させる。俗が集客率を上げる。 ◆ 活動や施設には、ストーリーがないといけない。 ◆ 何を大切にするのかを議論した上で、民間事業者を選ぶべき。 ◆ 様々な分野の専門家が集まるこの部会が、アイデアを出していきたい。 	<p>現地視察を踏まえ、事業全般について意見交換。今後は、部会がアイデアを出す方向性で検討。</p>
<p>○令和6年10月8日 第2回部会 <u>部会での</u> <u>アイデア出し</u></p>	<p>(1) ハードについて</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 大宮通りより北側は聖のエリア、南側は俗のエリアとするなど、エリア分けが必要。 ◆ 平城宮跡単体でなく、県内外とのつながり（ストーリー）を確保できる施設が良い。 ◆ インバウンドを含め、多様な方をターゲットにするには、極めてシンプルなコンセプトが望ましい。 ◆ 日本の始まりの奈良であり、日本食のルーツ。食文化を軸とした提案ができると面白い。 ◆ 平城京のあの場所に行けば、奈良にあるおいしいものを食べられる施設など、わかりやすく、人を惹きつける施設が望ましい。 ◆ 世界的に注目されている発酵文化に関する施設など、明確に差別化できる施設が必要。 ◆ 奈良公園に訪れる多くの人をうまく誘導できるしかけが必要。 ◆ 河川や道路などで、奈良公園から平城宮跡へ、空間的に地域をつなげると良い。 <p>(2) ソフトについて</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ インタラクティブでライブ感があるなど、強いコンテンツ、強い体験が必要。 ◆ 広さを活かし、歴史的な体験と現代的な体験を融合したエンタメを創れると面白い。 ◆ ARやMRなどのテクノロジーを活かして、移動をエンタメ化できると面白い。 ◆ 復原活動や発掘活動が参加型でできる体験は、唯一無二の体験となる。 	<p>部会委員から出されたアイデアについて意見交換。構想・コンセプト、導入機能の検討に反映。</p>

委員からの主な意見、とりまとめの方向性

部会	主な意見（部会委員に発言部分等の確認中）	とりまとめの方向性
<p>○令和6年12月16日 第3回部会 部会での アイデア出し</p>	<p>(1) 平城宮跡のあり方（素案）について</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ コンセプトや導入機能が総花的な印象を受ける。 ◆ 世界的にみても注目を浴びる平城宮跡の事業として、コンセプトは、インパクトのあるもの、シンボリックな建築物があるもの、時間軸で捉え、過去から未来へのメッセージ性があるものでないといけない。 ◆ 施設にばらつきがでないよう、事業全体の絵姿やイメージを共有できるようなコンセプトが必要。 ◆ 春日若宮おん祭りなど、奈良には信仰が生きている。それにリスペクトを払う考え方も必要。 ◆ 事業をマネタイズするためにも、大宮通りより南側は俗のエリアとして、奈良の食文化に着目した事業など、収益を上げられる事業を前提とすべき。 ◆ この場所で働きながら住み、主体的に取り組む人と交流することで生まれるにぎわいもある。 ◆ 広大な園内の移動支援だけでなく、夜間も含め、主体的に取り組む人のための交通インフラも必要。 ◆ 河川空間や道路空間の活用など、平城宮跡を含む広域的な視点も重要。 <p>(2) 事業手法（素案）について</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 民間事業者の資金やノウハウを活用し、平城宮跡のにぎわいづくりを実現するため、本事業の役割分担は、民設民営を想定。 ◆ 事業全体を県がコントロールできるようなスキームを検討する必要がある。 ◆ 民間事業者を選定して終わりではなく、テナント貸しなど、民間事業のなかでも競争原理を働かせられるようなスキームにすべき。 ◆ 事業のプロセス自体やムーブメントを楽しむ（観光化する）手法もあり得る。 ◆ 事業のプロセスを情報発信していくことで、関心を高める手法もあり得る。 ◆ 事業をマネタイズしていくためにも、段階的に事業化して、徐々にエリアを広げる手法もあり得る。 ◆ 平城宮跡の収益性だけに注目するのではなく、周辺への波及効果、経済効果を見込んでよい。 ◆ 部会で検討している平城宮跡のあり方や事業手法が、民間事業者の事業ベースに乗り得る内容となっているのかを確認するためにも、サウンディングをすべき。 ◆ サウンディングを実施する場合は、部会の検討状況を踏まえ、どのような相手方に行うのかなど、方法を十分に検討する必要がある。 	<p>平城宮跡のあり方（素案）、事業手法（素案）に対して、部会委員から出されたアイデアを踏まえ、内容を精査。事業者選定条件の検討に反映。</p>