

第2回奈良県観光戦略本部会議 議事概要

日 時：令和6年12月23日（月） 10:00～11:40

場 所：奈良県庁5階 第一応接室

出席者：本保芳明本部長、西村高則副本部長、梶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：

【委員意見】

○全体について

- ・奈良という場所がどのような場所なのか、地域との乖離が出ないようにコンセプトを検討した上で、それを前提に観光誘客や運営をしていくべき。
- ・外資系企業が奈良の観光事業に参入するのもよいが、県内の事業者をどう確保して、そこで生活できる仕組みを作れるかというのは一番大きな問題。もう少し地域の生業を育てる施策が必要。
- ・今ある中小零細企業の経営支援、育成に注力する必要がある。事業承継は喫緊の課題。
- ・中小企業への支援、事業承継の課題については、ただ補助金を出すというのではなく、働き方改革や省力化なども含めて、行政がしっかりとルートを示して支援していくべき。
- ・経済的な効果という観点からは、短期滞在から、長期滞在にシフトしていかなければならない。1か月滞在してもらった場合にどのような過ごし方があるのかといったことを研究していかなければいけないと思う。
- ・滞在にシフトしていくためには、奈良はどういう場所で、何を持って帰ってもらうのかといったコンセプトがないといけない。高付加価値層の地域共生型滞在ツーリズムは鍵になると思う。
- ・高付加価値層のシーズは何なのか、或いはそれらの方をターゲットにしているホテルブランドは何を求めているのかというようなことを聞くことも価値があるのではないと思う。
- ・シーズやニーズを調査していくと奈良の今見えているものの奥にある価値が炙り出されてくる。関係するみなさんがそこを目指して同じ船に乗ってやっていくような導きをしていかないと、個別に民間に頑張れって言ってもバラバラになってしまう。
- ・観光の与える影響や効果を県全体でどうやって享受していくのか。その仕組みづくりも考慮に入れていくべきではないか。
- ・総花的にするのではなく、奈良の各地域に合った顧客は、どのような人がいて、その方々にどのようなことを発信していけば響くのかといったターゲットを明確にしたほうがよい。その顧客を確実に獲得して、そこから口コミで広げていく方がオーバーツーリズムの

防止にも繋がるので、そのような形で戦略的にやっていくとよい。

- ・各地域の売りをそれぞれで終わらせるのではなく、地域間をうまく繋げていくことにより、滞在時間、日数を増やすことになり、消費額単価も上がる。さらにそれぞれの交流を増やすこともでき、経済の活性化、雇用の創出にも繋がると思う。
- ・海外の若い人を一つのターゲットにしてもよいのではないか。若いうちに海外から日本に來れる人達は、将来ある程度経済的に余裕がある人達になる見込みがあると思うので、10年、20年先を見て考える方がよいと思う。
- ・奈良へ來ている人ではなく、來ていない人にヒアリングをしないといけない。仮想のターゲットを決めて、何故ここを選ばないのかというデータについて、もっと深いニーズ、シーズを聞くことは大事。
- ・今の時代、持続可能性の観点が重要。いかに地域住民と寄り添って進めるかという観点を出さないといけない。
- ・様々な観光データがあるが、国や県レベルではともかく地域レベルで使えるデータになっていない。事業者にも使えるようなデータ整理をして、行政及びビジネスに使えるような基盤を作っていくことを検討いただければと思う。

○プロモーション・情報発信

- ・奈良の観光について、東大寺の大仏、春日大社、鹿のイメージはあるが、奈良はそれだけでなく漆器など、日本の発祥となるものがあることなどについては、消費者や旅行者に届いていない。
- ・高野山において、開創1200年のプロモーション実施前後のビッグデータで見ると、観光客が高野山とともに訪れている他地域の観光地に変化があった。プロモーションで有名になり、関西に來たついでにUSJと高野山というような組み合わせで訪れる人が増えた。このように、プロモーションをした場合に自分たちが望んでいた形の誘客になっていないこともあるので、色々な観光データを解析するとき、そのエリアだけではなく、前後にどのようなところを訪れたかなどといったところまで見て、自分たちが來て欲しいターゲットの動きを追い、データの変化を見ていくとよい。
- ・奈良は職人の哲学、商品の原点は何なのかというお金に代えられないものをしっかりと伝えることによって、付加価値を加えていくことが重要。

○観光コンテンツ（体験など）・販路構築

- ・滞在を作るために、地域側ではそれだけの質の高いプログラムを作りきれない。地域とホテルが共創型で共に創りあげていくような仕組みにしていくこともありだと思ふ。
- ・観光が成熟化に向かうということは数を増やすのではなく、リピートを増やし、ファンを増やしていくこと。そうするにはメッカ性が必要だと思ふ。コンテンツがメッカ性を生むためにどうすればよいのかを議論すべき。

- ・観光コンテンツやプロガイドについて、訴求力のあるものになるよう、もっと内容を深掘りしていくべき。
- ・ナイトミュージアムについて、延長しても泊まるのはインバウンドではなく国内客だけということにならないか。施策に効果があるのかどうか、来て欲しいターゲットの動きをしっかりとデータで検証すべき。

○宿泊・飲食・お土産

- ・県北部ですら、団体の旅行者に案内できる飲食店が少ない。中南部になるとますます少なくなり、旅館やホテルぐらいしかない。
- ・高付加価値層をターゲットにしているホテルブランドは、地域の人たちと一緒に滞在を作っていくことを望んでいることが多い。滞在そのものにエクスカージョンを作り、それに対してお金を落としてもらって、売上は折半しようという考え方なので、お金がホテル事業者にも入るし、地域にも入ることになる。

○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）

- ・奈良は可住面積が少ないので開発が難しく、都市計画のないエリアでどのように県土の利用計画を立てるかが課題となる。特に吉野山の地域は、開発規制が何重にもあるが、その地域を将来的にどうしていくかについて、誰かが専門家の意見をまとめて描いていくことが必要で、それが行政の役割ではないかと思う。
- ・新たにリゾート地ができるとは思えないので、今ある拠点を磨き上げて、その上で周辺の土地利用を検討する必要がある。