

奈良県観光戦略本部
中部エリア、南部・東部エリア部会
【第2回】

奈良県観光局
令和6年10月30日

本日、ご意見をいただきたい事項

✓ 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

- ・観光コンテンツの造成及び販売経路の確保（OTAの活用、地域の観光関連事業者の育成など）
- ・観光プロガイドの利用拡大（旅マエに旅行者と観光プロガイドをつなぐ仕組みなど）
- ・大きな投資に依存しない二次交通の充実（シェアサイクルなど）
- ・観光人材不足の解消（人材の相互利用など）
- ・土地や建物に関する法規制による観光施設の開業・改修に係るハードルの解消・・・など

✓ 地域の観光施策推進体制のあり方

- ・観光分野における行政とDMO・観光協会が担うべき役割・・・など

✓ 観光地域カルテの構成等に関する助言・アイデア

部会資料

(1)

前回の部会 概要

(2)

地域の観光課題

(3)

観光地域カルテと処方箋

前回の部会 概要

日 時：令和6年6月12日（水）13：00～15：30

会 場：奥大和移住定住交流センター「engawa」

委 員：11名（うち8名ご出席）

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、「現場の視点・専門家の視点」からご意見を頂戴。

【主なご意見】

- ✓ 高齢化・人口減少を背景とした地域における観光業の「**担い手の不足**」
- ✓ 山間地域における「**交通網の弱さ**」（一方、それを売りにすることもできる）
- ✓ 宿泊施設・商業施設等の「**受入環境の不足・立地へのハードル**」
- ✓ 特定の季節に偏在して来訪する「**観光客の平準化**」
- ✓ 観光地における日常の地域住民と非日常の観光客との「**相互間の調和**」（ハレの日とケの日の調和）

部会資料

(1)

前回の部会 概要

(2)

地域の観光課題

(3)

観光地域カルテと処方箋

地域の観光課題（代表的なもの）

【①人材・人財】

- ✓ 観光産業のすべての業種で担い手・後継者が不足（宿泊・飲食・交通、等）
- ✓ 担い手・後継者不足により、宿泊施設・集客施設の休廃業が増加

地域の観光人材・人財の不足が、多くの観光課題に波及！

【②宿泊】

- ✓ 県北部と比較して宿泊キャパが少ない
- ✓ 休廃業している旅館の再開・利活用の見通しが立たない
- ✓ 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

【③交通】

- ✓ 地域交通の維持・確保
- ✓ タクシーが捕まらない（ドライバー不足、営業エリア規制）
- ✓ 観光地を経由する路線バスの最終時刻が早い

【④受入環境】

- ✓ 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
- ✓ トレッキングルートの「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
- ✓ レベルの高い観光プロガイドの確保・活用
- ✓ 繁忙期の受入キャパ超過による昼食難民の発生

【⑤観光消費・商品造成・販路】

- ✓ 繁閑ギャップが大きい（通年来客を見込めないため新規開業を躊躇）
- ✓ 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
- ✓ 土地や建物に関する法規制がネックとなり、観光施設(宿泊・飲食等)の開業・改修等にハードルがある
- ✓ 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

【⑥プロモーション】

- ✓ 観光地としての認知度向上が必要
- ✓ 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）
- ✓ 地域の受入キャパを踏まえた誘客プロモーションが必要
- ✓ 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

【⑦地域づくり】

- ✓ 移住して地域で仕事をしたいという希望はあるが、すぐに住めるところがない（空き家を手放さない、大改修が必要、等）
- ✓ 利活用されない空き家や耕作放棄地が増えている
- ✓ 繁閑ギャップが大きいいため、ダブルワーク・トリプルワークをしないと暮らせない
- ✓ 担い手の高齢化により景観の維持保全が困難

部会資料

(1)

前回の部会 概要

(2)

地域の観光課題

(3)

観光地域カルテと処方箋

観光地域カルテと処方箋

意義・目的

- ▶ 奈良公園周辺エリアは、交通の便が良く、観光客の認知度が高い観光コンテンツや受け皿となる宿泊施設・飲食店も豊富にあるため来訪は多いが、中部エリア・南部、東部エリアへの来訪は限定的。
- ▶ 中部エリア、南部・東部エリアへの周遊・滞在を促すためには、これまでの県全体を対象とした総花的なアプローチではなく、県内の**それぞれの地域が持つ観光ポテンシャルを再認識し、地域ごとに最適化したアプローチ**が必要。
- ▶ そこで、地域の観光ステークホルダーとともに、**地域の観光資源をエリア毎に棚卸し**、その地域の観光に関する現状・課題・強み等を『**観光地域カルテ**』として見える化。
- ▶ さらに、観光地域カルテを踏まえて、効果的かつ実効的な「**地域への観光誘客**」及び「**地域の課題解決**」に結びつけるための方針・方策を、地域の『**処方箋**』として示す。

内容

【 観光地域カルテ（＝地域の観光力診断書） 】

- ・ 地域資源（集客ポイント・消費ポイントに分類し、マップ上で分布状況を可視化）、強み/弱み、人流・消費等の観光データ等

【 処 方 箋 】

- ・ 地域への観光誘客：誘客ターゲット・誘客規模の設定、ターゲットに訴求できる観光コンテンツの造成、ターゲットに届く戦略的プロモーション等
- ・ 地域の課題解決：各観光課題に対する対応主体・対応方針等の設定（課題のトリアージ）

活用イメージ

行政・観光協会：行政・観光協会が担う観光施策の立案に活用

民間事業者：自らの商売・営業活動・事業拡大等の方針・戦略の立案に活用

企業誘致：観光関連産業の誘致等の営業資料として活用

※地域ごとの施策・取組について、機敏なトライ&エラーを繰り返し、その都度、「観光地域カルテ」と「処方箋」をブラッシュアップ

観光地域カルテ（サマリー版）イメージ 1/2

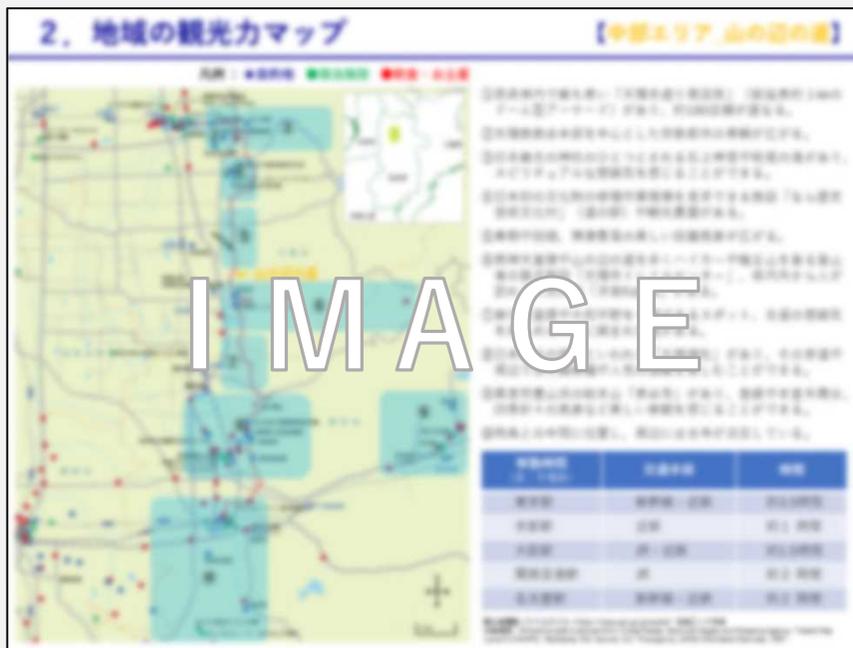


<地域資源>

- ✓ 誘客するための『集客ポイント(=観光スポット)』と、観光消費を促す『消費ポイント(=宿泊・飲食・物販・体験)』を、有名観光検索サイト等のランキングをベースに記載
- ✓ その地域を知らない観光客の視点（マーケットインの視点）での地域の観光資源を明確化（地域が考える観光資源とのギャップ）

<環境分析（強み・売り・プラス要因／弱み・課題・マイナス要因）>

- ✓ 地域のプラス面・マイナス面を把握することで、地域の「処方箋」の検討にあたり、効果的かつ実効的な「地域への観光誘客」及び「地域の課題解決」に結びつけ



<地域の観光力マップ>

- ✓ 地域の観光資源を地図上に示し、地域の『集客ポイント』や『消費ポイント』の分布状況＝地域の観光力を可視化
- ✓ 地域の『集客ポイント』『消費ポイント』の分布状況を把握することで、周遊プラン・誘客ターゲット・セグメント等を明確化
- ✓ この地域を知らない方も「どのような観光エリアか」の認識が容易



<人流データ>

- ✓ 人流データを活用して年齢・居住地等を分析することで、この地域を訪れている来訪者の属性を把握



- 人流・消費データを把握することで、観光消費額の拡大に寄与する有効な誘客ターゲット・セグメント、プロモーション方針等を明確化
- 民間事業者等の営業戦略等の立案や、観光関連産業の誘致等に活用



<消費データ>

- ✓ クレジットカード消費データを分析し、来訪者の中で多く消費している方の属性・国籍や消費項目を把握