

奈良県観光戦略本部 平城宮跡周辺エリア部会（第2回） 議事概要

日 時：令和6年10月8日（火）15:00～17:00

場 所：奈良県庁本庁舎主棟 5階 第一応接室

出席者：部会委員長／内藤廣

部 会 委 員／青柳正規、磯部洋子、鶯殿裕、大木秀晃、

杉山尚美（オンライン）、馬場基、平賀達也、湯山壮一郎

オブザーバー／柳澤秋介

欠席者：部 会 委 員／藤本壮介

1. 開会

2. 資料説明

3. 意見交換

- ・都を初めて作ったところを、自然に戻すみたいなチャレンジする。自然は人を楽しませる。例えば自然に戻したところに泊れると、オーベルジュみたいに食とも絡められる。
- ・シルクロード、東西の終着地として、東西の知を集めたライブラリー、博物館的な要素があっても良い。ヘルシンキのOodiは、図書館がベースだが、サードプレイスとして人が交わり、交流する要素があるライブラリーがある。
- ・人を惹きつけるためには、そこにしかないもの、「そこにいけばいい」と外国の方や地域外から来た人に分かりやすく思ってもらえるような施設はあった方がいい。
- ・例えば、「平城京に行けば、奈良にある一番おいしいものが全部食べられる」など、ロンドンなら大英博物館、ニューヨークなら5番街かMOMAのような、ある種「そこにいけばいい」という分かりやすさが、人を惹きつける意味では大事になってくる。
- ・いつ行っても変貌している、生きた施設、制約が少なく、予測が付かない場所であることが重要。施設、その場所の設計をするときに「秩序立ったもの」と「無秩序なもの」をミックスさせた場づくりを考えた方が良い。いつ行っても変わらない、予想がつくものは、何かを産み出す力が弱い。そうすると、特に若い人を惹きつける力を欠く。混沌としていることに価値がある。
- ・どういう施設を作るにしてもストーリー性は欠かせない。平城宮が持っているストーリーから離れた安易な施設を少しでも置くと、平城宮全体が陳腐化リスクをはらんでくる。
- ・平城宮跡内は制約が強いため、聖と俗のグラデーション、特に大宮通りの南側はエリアをいくつかわけるのが良いと考える。
- ・俗な部分は、場を用意して、何か競争が起きている状態っていうのをプロデュース、デザインするという。おそらくそこに関与しきれない部分があり、そのしきれない部分をどうやって作っていくのかみたいな視点を忘れてはいけないし、すごく難しいところ。
- ・平城宮は、もう女性の時代と言っていいくらい、女性が活躍したことが特徴の一つ。
- ・奈良時代は、グローバルとローカルが融和しようかしまいか迷っている時代であったことも特徴の一つ。
- ・シルクロードからユーラシア大陸の様々な文化が平城京に流れ着き、すごく古い文化が残っていることも特徴の一つ。アジアとかユーラシアの古い文化を貯めた、日本文化の面白さのスタ

ートラインに見える。

- ・特に、女性活躍とグローバルとローカルの融合は現代に共通する課題。
- ・コアな施設として奄美大島世界遺産センターのように、県内世界遺産のワンストップとなる施設があっても良い。
- ・日常使いできるようなショップ、それがレベルアップして連れていきたいな、自慢したいな、外から人を呼びたいなという施設になれば、県内消費の課題解決にもつながる。
- ・空間的、時間的つながりがたちきられている印象がある。平城宮跡から佐保川、秋篠川、さらには東大寺、奈良公園へとつながるなど、まず地域をつなげて、そのあと世界に繋がっていけばいい。
- ・山並みが創り出す水系、水脈、大和川を考えると、京都とか大阪ではなくて、和歌山や三重へのつながりが強いように感じる。
- ・グローバルで非常に多くの多様な方々に何かの記憶を持ち帰ってもらうためには、極めてシンプルな一言くらいにまとめないと難しい。
- ・平城宮跡への動線上に東大寺などがいないため、何かここに行くぞというものが無いと、反対側の平城宮跡へ行かない。見るべきものが山のようにある中、ここに足を運んで頂くには、強いコンテンツや強度が強い体験がないとインバウンドの取り込みが難しい。
- ・インタラクティブかつライブでなかったり、エンタメ強度が弱かったりすると、現代人は体験にアトラクトできないとグローバルで言われている。強度が強い体験とは、フィジカルな参画ができたり、ナウオンゴーイングで体験できたりするもの。
- ・平城宮跡は、サクラダファミリアではないが、新たな木簡や遺構がオンゴーイングで発掘されている世界遺産なんだとすごく驚きがある。復原活動や発掘活動を参加型とする体験は、唯一無二の魅力になる。
- ・奈良墨で絵付け体験をした灯籠を持ち歩いたりするような、複合的な体験設計によって夜のコンテンツにする。この複合体験をたくさん、広いところでできると魅力的なビジュアルを創りだせる。そうすれば、人を呼ぶことはできる。
- ・付加価値の高い体験から簡単にできる体験まで、体験をグラデーション化する。体験を差別化することに併せて、その対価を和同開珎など、平城京で使われていた通貨で支払うみたいなことも考えられる。
- ・平城宮跡は広大なため、移動が楽しくないとつらい。スローモビリティがどんどん出てきているので、ARやMRなどのテクノロジーを活かし移動をエンタメ化する。
- ・インバウンドが日本を知る、日本に興味を持つきっかけがエンタメコンテンツである。アニメだったりコミックだったりっていうところが入り口として非常に強い。鉄板コンテンツの耳のあるキャラクターなど、平城宮跡のキャラクタービジネスを展開する手もある。
- ・ゲームのヒットコンテンツとコラボした、アウトドアで音を楽しむコンテンツ。奈良は夜遊びができる場所が少ない。平城宮跡の広さを活かし、歴史体験と現代的な体験を融合したエンターテイメントを創ることができれば面白い。
- ・まさにゲートウェイ的な位置で平城宮跡があって、そこからさらに各地域に繋いでいくという重要な役割を出せるような場になればいい。
- ・日本の始まりの地としての価値は非常に大きい。平城宮跡を、まさに日本の精神、奈良の文化を学び体感できる場として日本の食文化を軸とした提案ができれば面白い。
- ・食は全てに繋がっており、それを体現できること、賑わいづくりの観点から消費額の向上や新たな価値の提供など、奈良ならではのユニークな体験プログラムを創造できる。
- ・世界中の方が日本の食に興味をもっているというのも賑わいづくりとしての強み。

- 日本の始まりの奈良であり、日本の食のルーツ。だしの取り方、日本清酒の発祥の地、そうめん、薬膳、シルクロードなど、色んな繋がりを創ることができるゾーニングができるとよい。
- レストランなり、体験できる施設、お土産屋は、こだわって出店店舗や選別をすべき。全国各地に商業施設ができていますが、どこ見ても同じ傾向の店舗が入っているということもあるが、特に観光においては本物のものしか残らない。
- 都に献上品を持ってくるにあたって、発酵したりとか保存したりする技術がすごくあったと聞いている。発酵は世界的にも注目されているので、発酵文化に関する施設があると明確な差別化ができ、コンセプトがクリアになる。
- 発酵は面白い。味噌、醤油、麴など、そういうのがいっぱいある。発酵に限らずに食でいうと、奈良は農業が盛んな県で素晴らしい農産物がたくさんあり、都市近郊野菜の最初の地域でもある。
- 平城宮跡に立地するものは、食に限らず、誰がそこにいるのか、誰が作ったものなのか、名前、固有名詞がちゃんと付帯している施設を優先させるべき。
- 平城宮跡だけでなく、外との繋がりを確保されたようなものを置くべき。例えば、三重や和歌山とのつながり、歴史文化などのストーリーをもったもの、あるいは藤原京とかと結びつきなど、それ単体ではなく、外との繋がりを確保できるような施設が良い。
- 生産者とシェフの人たちがマッチングするような仕組みや仕掛けもある。ただ、重要なことは、この事業でなにを実現したい（課題を解決したい）のかという目的を明確にすることだ。
- 奈良は、和歌山と三重と同じ流域を抱えている。ネットワークや軸で捉えていくとどういう人と手を組んでレストランやるかみたいなのは一つの形が見えてくる。
- 本物が残っているっていうのは、それはすさまじい観光資源。インバウンドに日本文化をすごいなと思ってもらえる数少ない貴重な場所。そこをどこでもあるようなカフェとか、平城宮じゃなくてもできるような体験にしてしまうのはもったいない。
- 公園の整備、運営上は、貴重な草地空間であること、特別史跡でかつ地下水位の管理を要すること、周囲の住環境に配慮を要すること等、制約が多い。大宮通りの南側の敷地はそうした制約が一定軽減され、賑わいづくりのポテンシャルが高いエリアで期待している。来訪、滞在、消費までを見据えてどのような仕掛けをされるのかが重要。
- 奈良公園に訪れる多くの人を平城宮跡までうまく誘導できるように、散歩道や途中で休めたり場所をつくったり、歴史的なものを学べる場所をつくったりしてはどうか。佐保川は万葉集にも多く登場する。
- あまり整えすぎるとオーバーツーリズムになる。自分の土地の特性をゆっくり考えながら、無駄な投資をしてしまったと後悔しなくていいような長中期的な目線で考えてほしい。
- 部会で出して頂いたアイデアを取捨選択して、力点をおいてアピールしたほうがよい。
- 部会で出して頂いたアイデアを、時間軸で分けて整理をしたい。

4. 閉会

以上